

Title	サービスサイエンスアプローチに基づく組織間のプロジェクトに対する価値共創フレームワーク
Author(s)	張, 琦
Citation	
Issue Date	2015-03
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	http://hdl.handle.net/10119/12760
Rights	
Description	Supervisor:小坂 満隆, 知識科学研究科, 博士

氏 名	張 琦
学 位 の 種 類	博士(知識科学)
学 位 記 番 号	博知第 169 号
学 位 授 与 年 月 日	平成 27 年 3 月 20 日
論 文 題 目	Value Co-Creation Framework for Inter-Organizational Project based on A Service Science Approach (サービスサイエンスアプローチに基づく組織間のプロジェクトに対する価値共創フレームワーク)
論 文 審 査 委 員	主査 小坂 満隆 北陸先端科学技術大学院大学 教授 梅本 勝博 同 教授 内平 直志 同 教授 白肌 邦生 同 准教授 辻 洋 大阪府立大学 教授

論文の内容の要旨

Organizations shift their focus from the quality improvement to customer satisfaction today. The concept of value co-creation with customers became very important, and value co-creation activities, such as open innovations, collaborations among multiple enterprises become popular, which integrate knowledge from a wide range of individuals to deal with the complexity of markets. Projects taking the form of value co-creation activities are required in the knowledge era. Participants in today's projects involve clients and experts in multiple organizations from different backgrounds and cultures who engage into the project management process to co-create with the organization through knowledge creation for values in reality. Conventional project management (PM) centering on single leader power and skills as control and order, is not able to deal with this situation. A new managerial methodology is required for human value co-creation.

Generally, effective PM practice includes PM, Leadership and knowledge management (KM). The existing PM mainly has two methods: Last Planner and Scrum. Both methods are based on the concepts of planning and control, and decompose tasks independently in each project phase. When consumers in markets act as co-creators and directly engage into the project management process, human interaction should be the primary focus instead of the control concept in management. The traditional PM emphasizes the power and skills of the single manager in a project, overlaps with leadership theory. Mainly, there are two approaches as leader-oriented and follower-oriented in current leadership studies. Both have stressed the pattern of roles and behaviors of leaders and followers without attention

to an interactive process between leaders and followers. KM can make sure that the project team has know-how and abilities for PM practice. Conventional KM narrowly focuses on knowledge transfer, application, and creation in internal organizations. Otherwise, the concept of value co-creation is developed in service science research, but still is a controversial topic. None of the research fields above can offer a realistic method for value co-creation, which facilitates human interaction to create knowledge for values.

A new framework for human value co-creation is proposed and demonstrated through two value co-creation projects in this study, which contains three factors:

- (1) Participants have a dynamic relation as partnership within human value co-creation activities;
- (2) Participants have service mindset, which is to consider other first with supportive actions, so that share goals with others to obtain supportive reactions;
- (3) There is a process pattern of sequent four stages as knowing sharing/ identification of needs/ knowledge integrating/ implementation to meet needs, with a spiral value development.

The value co-creation framework is a new managerial methodology using a multi-principle approach, lying on a service-centered view and a service systems thinking. This study gives a new paradigm of management to break down the barrier of organizational hierarchy that facilitates human interaction to speed up knowledge creation converting into values, which is significant to value co-creation studies in service research and effective PM practice.

Keywords: Value Co-Creation, Project Management, Leadership, Knowledge Management, Human Interaction, Service-Centered View, Service Systems Thinking.

論文審査の結果の要旨

オープンイノベーション時代は、様々な企業や組織が共同して目的を達成する、価値共創プロジェクトが重要になってきた。これは、従来のプロジェクトマネジメントと異なり、双方が互いに支援しあいながらプロジェクトを進めるという特徴を持つ。本論文では、こうした新しい流れのプロジェクト推進の方法論に関して、新しいフレームワークを提案している。これは、価値共創を実現するサービスサイエンスからのアプローチが有効であることに着目し、参加する企業や組織が価値共創を行うプロセスとして、価値共創プロジェクトの推進をモデル化したものである。具体的には、(1) プロジェクトへの参加者が状況に応じて、リーダーの役割とフォロワーの役割を交換する、(2) リーダーとフォロワーの支援関係を相互にサービスを提供する関係と捉える、(3) サービス価値創造プロセスとして、KIKI モデルを適用する、という3つの要素からなるフレームワークである。この KIKI モデルは、知識共有 (Knowledge sharing)、サービス場

の同定 (Identification of service field)、それに対するサービスアイデアの創造 (Knowledge creation)、サービスアイデアの適用 (Implementation of service idea) の4つの要素をスパイラルに回すことで価値共創を行うモデルで、知識創造モデルとしての SECI モデルに類似しており、知識科学的なアプローチをサービスサイエンスに応用したものである。

本論文では、価値共創プロジェクトに関する2つのケーススタディを通して、その有効性を実証した。一つは、日本の大学と米国の大学が協力して実施した英語教育コースに関して、計画から実施における双方の共創プロセスの関係を分析した。もう一つは、インバータを用いた省エネルギーサービス事業における顧客とサービス提供者による共創プロセスを分析した。これらの分析から、共創プロセスが、本論文で提案したフレームワークである、リーダーとフォロワー関係の交換、サービス志向、サービス価値創造プロセスの3つの要素によって構成されることが検証できた。

オープンイノベーションが進展する現在にあって、価値共創プロジェクトをどのように推進するかという課題に対して、サービスにおける価値共創という概念を応用し、共通の目的を達成するための仕組みを提供するものとして、技術的な新規性と実用面での有用性を兼ね備えた研究である。また、知識創造プロセスをサービス価値創造プロセスへ応用するという点で知識科学の研究としても意義がある。

以上、本論文は、オープンイノベーション時代の価値共創プロジェクトに対して、サービスサイエンスの価値共創の視点から新しいフレームワークを提案し、その有効性を示したものであり、学術的に貢献するところが大きい。よって博士（知識科学）の学位論文として十分価値あるものと認めた。