

Title	ITソリューションサービスにおける異なる知識空間を有するアクターによるサービス価値共創の研究
Author(s)	成瀬, 博
Citation	
Issue Date	2019-09
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	http://hdl.handle.net/10119/16184
Rights	
Description	Supervisor:白肌 邦生, 知識科学研究科, 博士

氏 名	成瀬 博
学 位 の 種 類	博士(知識科学)
学 位 記 番 号	博知第 263 号
学 位 授 与 年 月 日	令和元年 9 月 24 日
論 文 題 目	ITソリューションサービスにおける異なる知識空間を有するアクターによるサービス価値共創の研究
論 文 審 査 委 員	主査 白肌 邦生 北陸先端科学技術大学院大学 准教授
	神田 陽治 同 教授
	池田 満 同 教授
	金井 秀明 同 准教授
	田中 哲雄 神奈川工科大学 教授

論文の内容の要旨

The development of information technology has created services with new service value. When utilizing information technology to create new service value, value creation can not be achieved even if only knowledge of information technology is possessed. It is necessary to create the service value by combining knowledge of information technology and business knowledge. However, at this time, it would be relatively easy to combine the knowledge of information technology and the knowledge of business if they have those two knowledge within one person or one organization. However, in fact, not only in such cases, it is possible that the necessary knowledge is spread among a plurality of people and a plurality of organizations. At such cases, it is necessary to combine their knowledge among multiple actors with different knowledge to co-create service value. In previous studies, the process for service value co-creation has been specified. However, no mention was made as to how to carry out the process.

This research considers a service value creation methodology in IT solution service based on knowledge science. There are many business cases and research studies on IT solution services. However, these studies do not consider knowledge itself for creating IT solution. The most important issue is how to extract and integrate different knowledge in different people for effective IT solution.

In this research, there are 4 cases studies based on knowledge science, which are one coordinator helps IT solutions case, two IT consulting cases, and Technology Intelligence Activity in a company. From analyzing these cases, this research shows the importance of “Ba” which is knowledge space for creation the solution, and the importance of knowledge co-creation management for service value co-creation by IT solution service providers. Furthermore, we clarified that the management of "awareness", the management of knowledge sharing, and the management of emergence are inherent in the management of this knowledge co-creation. Moreover, this research reveals the following two points. That is, it is important that "management of awareness" for service value co-creation, and management of "awareness"

has a mechanism of the co-creation that it extracts explicit knowledge from implicit knowledge of the field using "abstraction knowledge".

By carrying out the results of this research, the KIKI model, which is the service value creation process, is extended for IT solution service. And, in addition to the process model in value co-creation so far, the mechanism for value creation was clarified from the knowledge science point of view. In addition, in the value creation of actual IT solution services, it is considered useful for effective service value co-creation to present new service value creation mechanisms by actors with different knowledge such as business knowledge and IT technology knowledge.

Keywords: service value, IT solution service, knowledge space, “Ba”, knowledge management

論文審査の結果の要旨

ビジネスの現場では IT 活用によるサービス価値向上への期待がますます高まっている。このために IT 知識と業務知識を適切に組み合わせることが重要だが、一般に IT を適用して解くべき課題が実務者に認識できていないことや、IT 技術者に企業実務に関する知識が十分でないことがあるため、十分にその期待に応えられていない。本研究はこの問題意識のもと、担当者（組織）間の知識ギャップを埋め、顧客価値向上のための共創を促進していくマネジメントのあり方を提案することを目的にしている。

この目的のためにまず、知識経営論、知識空間論、サービス価値創造論に関する既存研究をサーベイし、それぞれの研究から得られるインサイトを総合した。その結果(i)知識マネジメント機能、(ii)価値共創過程での仲介役となるバリューオーガナイザー、(iii)サービス価値共創、を要素とする、IT ソリューションサービス価値創造メカニズムの仮説モデルを構築した。

仮説モデルの妥当性を検証するために、前述(i)から(iii)に関連する検証項目として、異なる知識を持つアクターの存在、「知識空間」としての場の有無、「知識共創」の有無、バリューオーガナイザーの存在、の観点を設定した。そして IT ソリューションサービスとして成功していると考えられる 4 事例について、著者が独自に実施した半構造化インタビューデータと二次資料調査結果をエビデンスとし分析した。結果、成功事例には設定した検証項目すべて含まれていることが確認できた。そして、サービス価値創造のメカニズムとして、任意の知識創造の場においてバリューオーガナイザーが「抽象化知識」の創造をすることにより、異なる知識を持つ主体同士の知識共創が促進され、それが契機となって新知識が創造されサービス価値提案に結実していくプロセスを見出した。

本研究ではこのプロセスを、従来のサービスサイエンス研究の知見と対比し、「気づきのマネジメント」名付けた。価値共創に関するこれまでの研究では、参加者が踏むべき相互作用のステップの提案はあれども、実際にどのような知識を共有・創造していく必要があるかについては十分に考察されてこなかった。本研究が主張する気づきのマネジメントの中には「抽象化知識」の

ほか、知識創造の場において参加者が知識を出しやすい場を如何に作るか、といった場の設定機能に関する方法論の考察も含まれる。これは学術的新規性ととも、実際に IT ソリューションビジネスを展開している業界にとって学術的手法に則った知見の実務的含意として有意義な提案でもある。

以上、本論文は、IT を駆使したビジネス価値の向上のための異なる知識を保有する主体同士の知識共創、価値共創のモデルを提案したものであり、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。