

# 企業間の偶発的協働の成熟度モデルの開発

内海智至<sup>†</sup> 神田陽治<sup>†</sup>

北陸先端科学技術大学院大学知識科学研究科<sup>†</sup>

## 1. はじめに

今日、仕事や組織の社会的実践活動は、大量生産のパラダイムから組織間のネットワーク、コラボレーション、パートナーシップの構築といった、新しい形態へと急速に進化している[1]. 理由としては、創造的な活動や現代日本社会における多様化・個別化する様々な問題について、行政組織・地域団体・民間企業などが単独で解決していくことは年々難しくなっている点が挙げられる。その解決のために重要なキーワードが協働である。

中でも偶発的協働はコラボレーションの一つの形として注目されている。実例として、Sonyの本社ビルでは社員同士がコミュニケーションを図ることにコンセプトを置いた建物づくりをしている[2]。他にも、Apple[3]やコクヨ[4]など、導入している企業は多い。

しかし偶発的協働への社会的必要性が高まっているにもかかわらず、特に企業や組織の内部の事例が中心で、**企業間**における偶発的協働については検証がなされていなかった。そこで、本研究では企業間における偶発的協働について明らかにしたいと思う。

## 2. 近接性の法則

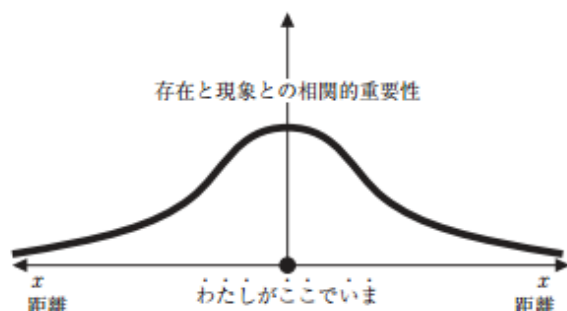


図 1: 近接性の法則

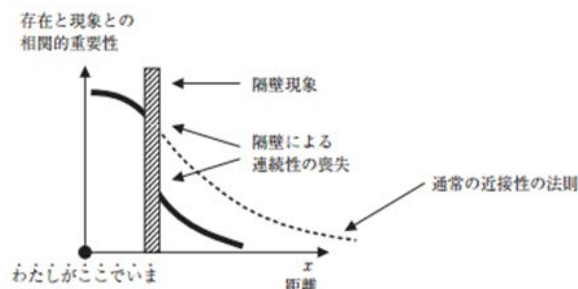


図 2: 隔壁による近接性の法則の変化

人やチームを同一空間に入れることで、偶発的協働を引き起こせることは確認されている[5]. 偶発的協働を起こすためには心理的近接性を高くすることが重要である。心理的近接性は物理的近接性が高まるほど高まることが知られており、近接性の法則と呼ばれている[6]. 近接性の法則について図 1 に示す。しかし一方で、図 2 のように間に隔壁を設けてしまうことで近接性の効果は極端に下がることもわかっている[7].

## 3. 研究目的

近接性の法則を一般的なテナントビルに当てはめて考えてみる。ビル内に入居している企業は企業間に壁があり、物理的に接触する機会が少ないため心理的近接性が高まらない。これが企業間の偶発的協働を阻害している要因となっていると考えられる。

そこで本研究の目的として企業の隔壁を疑似的に無くし企業間の偶発的協働を起こすための成熟度モデルの提案を試みる。

疑似的に無くすとは、具体的には、ビルの運営会社がイベントを起こして交流を行うことや、共通の設備を利用することで接触機会を増やすことである。これにより最終的に心理的近接性を高め、偶発的協働に結び付けることを狙いとしている。

本研究では事例研究を採用する。実際に偶発的協働を意図して建てられたテナントビルである the SOHO[8]の協力を得て、テナントビルに入った複数の企業の経営者や従業員へのインタビューを実施した。詳細は表 1 に示す。

### Development of a maturity model for business-to-business spontaneous collaboration

Satoshi Utsumi<sup>†</sup>, Youji Kohda<sup>†</sup>

School of knowledge science,

Japan Advanced Institute of Science and Technology

1-1 Asahidai Nomi Ishikawa 923-1292 Japan

s1150007@jaist.ac.jp

表 1:インタビューの概要

インタビュー実施期間	2012年6月～12月
実施場所	the SOHO
被験者数	6社9人
インタビュー形式	個別インタビュー
インタビュー方法	非構造化面接法

#### 4. インタビュー結果

インタビューの結果から、企業間の隔壁を疑似的に無くすことにより偶発的協働が多く起きていることが確認できた。入居企業の経営決定権を持つ人間が、ビルの企業紹介サイトや SNS を利用し、協働したい企業を決めアプローチをかける。イベントに来た企業同士が意気投合し商談に発展する。ビル内の設備で何度も会う中でお互いの業務内容や考え方を深く理解し、協働に結びつく。以上が代表的な例である。しかし一方でいくつかの問題点も明らかとなった。

イベントの対象者が、入居企業の経営決定権を持つ人間中心となっており、従業員の参加率が低いこと。また、心理的近接性が高まったとしても、企業の移転により関係が失われてしまうことである。これらに対する対策は現時点では行われていない。

対策としては従業員が参加しやすいよう、複数企業を集めた昼食会や経営者立ち入り禁止のイベントや設備を導入することが挙げられる。また出て行った企業に対しては SNS などネットサービスを利用した継続的な交流や、定期的にイベントに参加してもらえよう呼びかける必要があると考える。

#### 5. 成熟度モデル

以上の事例研究の結果を踏まえ、作成した企業間の偶発的協働の成熟度モデルが図 3 である。協働は以下の 4 段階によって起こることが明らかになった。

- ① 協働を望んでコミュニティに入る。
  - ② 経営者同士が人間的に知り合いになる。
  - ③ 企業同士が業務面で知り合い協働に結びつく(偶発的協働)。
  - ④ さらに互いが知っている企業を紹介し合うことで協働が広がる(拡大された偶発的協働)。
- まず①のようにそもそも企業が協働の意思を持って場に入ることが肝要である。その後、②のように営業担当の人間や経営者同士が知り合いになり、お互いの人間性を理解する。そして、③のように企業間の協働が発生し、最終的には、④のように相手企業と以前から繋がりのある企

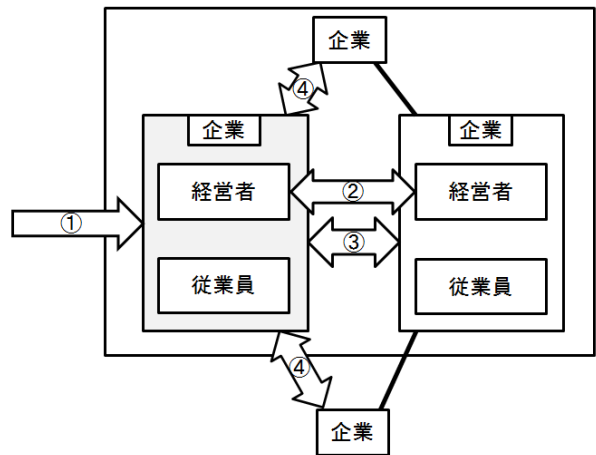


図 3: 企業間の偶発的協働の成熟度モデルの開発

業とも関係性が生まれ、協働が広がっていく。

#### 6. まとめ

偶発的協働を起こすためのイベントや設備を設けることで疑似的に隔壁を取り除いたテナントビルでは、経営者のインタビューから偶発的協働が実際に起こり、商談の成功例もあることがわかった。しかし従業員のインタビューからは従業員発の偶発的協働は起こっていないことが明らかとなり、従業員の参加を促すような改善をする余地があることがわかった。

4 章で述べた従業員や移転企業に関する対策についての効果は今後の研究を通じて明らかにしていきたい。

#### 6. 参考文献

- [1]山住勝広, ユーリア・エンゲストローム編 (2008) 『ネットワークキング』 新曜社
- [2]Sony City <http://www.websanko.com/officeinfo/officemarket/pdf/0703/latest.pdf>
- [3]Apple 新社屋 <http://blogs.wsj.com/digits/2011/06/08/steve-jobss-latest-project-isspaceship/>
- [4] Creative Lounge MOV <http://www.shibuyamov.com/>
- [5] 山口隆之(2012)「中小企業経営の特徴と近接性」『商学研究』 Vol.59 (3) , pp.71-91
- [6] アブラム・A.モル(1983) 『空間の心理学』 法政大学出版社
- [7] RobertKraut(1988)“ Patterns of Contact and Communication in Scientific Research Collaboration” Bell Communication Research
- [8]the SOHO <http://www.the-soho.com/>