

2004 December



CONTENTS

- 高梨 智弘 巻頭言
- ナレッジ企業紹介-4 株式会社EQジャパン
- ナレッジ企業紹介-5 株式会社ハーモインターナショナル・ジャパン
- The Knowledge Forum 2005、思い、背景、趣旨
- 実行委員のTKF開催への思い
- 香港KM大会報告
- 組織認識論研究部会の動き
- KM関連図書のご案内
- 役員／アドバイザリーボード等
- インフォメーション

自ら経験し学ぶことが真の知である

株式会社日本総合研究所 理事 高梨 智弘

「伝へきき、学びてしるはまことの知にあらず」と徒然草にあるように、真の知にするには、自ら経験し学ぶことが本来である。

学界に目を向けて日本経済の発展の歴史を振り返ってみると、学閥は、官僚を育て、また企業内で先導者になり、官主導や学閥主導の経済発展を遂げた過去には非常に大きな貢献をした。しかし、今は、営々と築き上げた学閥の壁を取り払うことが社会から要請されているのではないだろうか？また、学会は、多くが学者の仲良しクラブになっているケースが多く見受けられる。その成果は大いに認めたいが、特に経営関連の学会においては、世界に評価される飛躍的な理論構築が少ないのではないかと個人的に気になっている。また、学際に対する研究の拡大の余地も大きいと思われる。

このような認識から、日本ナレッジ・マネジメント学会が、それぞれの斯界を代表する学者、経営コンサルタント、企業家、ビジネスマン等々を広く囲い込み、学界のニッチを拡大すべく、12の研究部会で理論と実践の研究をしてきたことは、少なからず評価に値するであろう。

この評価を更に高め、また自ら新たに経験し学ぶために、世界の知を集め、日本の知と融合させるべく、第1回国際会議 The Knowledge Forum を2005年3月18日（金）・19日（土）に東京で開催する運びになった。広く門戸を開かなければ、本来の学びはあり得ない。広い経験知の共有や新しい知の創造は、計り知れないくらい重要且つ喫緊の課題である。

このような理解に従えば、次の選択は、共有知や創造知をなるべく効果的に企業活動に活用していくこと（知の経営の実行）である。日本ナレッジ・マネジメント学会では、縦系、横系の話がよくでるが、織物のメタファーを使って知の経営について考えるとおもしろい。織物の「織りとは、

布をおること、また、組み合わせること」であり、縦系と横系の最適な組み合わせが最高の織物につながる。一方、知識の「識とは、見分け知ること、意識」である。識と織りは似た字であるが、知の経営（知識、知恵、知心^{（注）}の総合的なマネジメント）の基礎を成す知識は、識の意味からも分かるように、経営の課題が見えるためのエンジン役である。

織物のメタファーを使って経営を説明すれば、経営の縦系横系を織るためには、経営戦略の策定において、顧客（生活者）価値創造を行うために先が見えること（横系）、そして策定された戦略を展開していくために、組織の末端まで能力を結集できるようにコーポレートガバナンスの透明性があること（縦系）が前提である。つまり、競争に打ち勝つためには、顧客を核とした利害関係者の価値を創造する経営変革が必須であり、その実をあげるために縦系横系両方に、抜本的な知を投入することで現在のやり方をベストプラクティスに転換していくことが要求されている。

このように見ていくと、自ら経験し学び合い個々人の能力を真の知に高めることによって、競争力のある組織能力の確立を目指すことが、知の経営の役目である。そのため、個の多様性を最大限に引き出す仕組みや文化が必要になるが、個々人が現場で自ら経験しそれらを構築していくことに阻害となる全ての悪弊や思いこみを払拭しなければならない。

さらに、「知」という字は矢へんに口と書くように、「頭の中に情報が入り知となれば、口から矢のように言葉を発する」ことを意味している。知は、外に向けて発信してこそ意味があり、そうしてこそ、経験し学ぶことができるのである。知の共有に対して壁はいらない。

（注）知識 Knowledge や知恵 Wisdom を駆使した、すばらしい仕組みでも、関わる人によってその効果はまったく違う。人の意識や適性等を含めた知心 Mind をも考慮したオープンな経営が要求されている。

株式会社 イー・キュー・ジャパン

代表取締役会長 高山 直



企業や組織の成果を大きく左右するものに、「EQ (Emotional Intelligence Quotient)」というものがあるということをご存知でしょうか？EQとは、感情の知性、こころの知能指数とも言われていますが、「この人ならば信頼できる、一緒に仕事したい」と思わせる人間的な魅力と言い換えてもいいでしょう。IQ（知能指数）がいくら高くても、EQが低ければビジネスでの成功は難しいのです。イー・キュー・ジャパンでは、そのEQの提唱者であるアメリカの心理学者と連携し、EQ診断ツールの開発やその診断結果に基づくコンサルティング、人材教育プログラムの提供を行ってまいりました。

組織において、論理・理論・知性を駆使して戦略を立て、それに基づいて事業を展開すれば成功するかという点も必ずしもそうではありません。組織において「理」のみを説いても人の気持ちをエネルギーに変えることができないからです。変革の時代、混迷の時代といわれている今日ですが、自分や相手の気持ちやこころ・感情の状態を把握し、よりスムーズな人間関係で感情をエネルギーに変える能力こそがこの難局を切り抜けていくうえで重要だと考えています。

社員の暗黙知を明確にして共有するナレッジマネジメントは、現在の企業においては欠かすことのできない取り組みだと思っています。しかし、ナレッジマネジメントに対して多くの企業が様々な取り組み、ツールの導入を続けてきたにも関わらず、思ったほどの成果をあげることが出来ていないのではないのでしょうか？それは、ツールを導入したとしても、結局それを使うのは、私たち感情を持った“人”だからです。私は、組織において社員が有している知識や経験を共有するためには、仕組みやツールと同時に、EQを発揮したコミュニケーション・対話が重要な鍵であると考えています。社員が独りで情報や仕事を抱え込まず、他者を巻き込み、価値を創造できる人間関係の構築が大切だと思います。

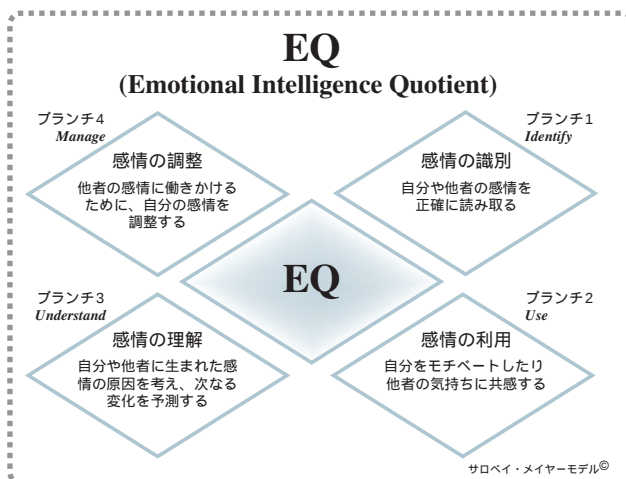
個人が持っている知識、経験ということだけでなく、日常の業務における情報伝達においてもそれは同じです。自分は相手に「伝えた」つもりなのに、相手には「伝わっていない」ということが起こったことは無いのでしょうか？それは、自分と相手の感情にギャップがあるから起こるのです。自分は「伝えたい」という気持ちでも、相手の感情が「聞きたくない」「余

計な情報だ」と思っていたら伝わりません。伝わったとしても、その情報は伝えたい情報とは別の情報になっているでしょう。直接、相手を目の前にしての対話でさえ、自分と相手の感情にズレがあれば、このようなことが起こります。

イー・キュー・ジャパンでは、そのような人と人との感情のズレから生じるこころの距離を縮めるためのEQソリューションを展開しています。今年度からは、ITコーディネータ協会が主催するセミナーにおいても、弊社の研修が『EQベースコミュニケーション演習』として導入されました。

また、新たなナレッジが生み出されるプロセスにおいても、EQの考え方は重要なのではないかと考えています。単にEQを発揮すれば、相手とのこころの距離が縮まり、コミュニケーションが円滑になるということだけではありません。EQが高い人、組織というのは、理路整然と穏やかにやり取りすることではないのです。EQが高い人・組織というのはむしろ、意見の対立を恐れません。感情的に意見をぶつけ合うのではなく、意見の一致を目指しつつ問題を解決していこうとするのです。そのため、そのような人の集まる組織においては、非常に生産性が高く、創造力のあふれる環境が作られます。このプロセスも新たな価値を創造していくことを目的としたナレッジマネジメントにおいて欠かす事の出来ない人の側面であると考えています。

さまざまな面で企業が経営戦略の転換を迫られる中で、私たちは「EQ」という観点から、皆様の新たな価値創造のお役に立てればと考えています。





株式会社ハーマン・インターナショナル・ジャパン 代表取締役社長 半澤 道夫

1. 「ハーマンモデル」ー大脳生理学に基づく個人と組織の 価値創造力開発システム

ハーマンモデルとは、アメリカGE社のマネジメント教育の責任者であったネッド・ハーマンが1970年代後半に開発した各個人の「利き脳」を測定するHBDI (Herrmann Brain Dominance Instrument-脳優勢度調査)をベースとして、個人や組織の思考様式を定量化し、個人の能力開発や組織の創造性開発を支援するシステムです。

2. 活用分野

GE、IBM、P&G、コカコーラ、デュボン、旭硝子、ホンダ、東京ガス、びわこ銀行、鳥居薬品、日本ノバルティスファーマ、ブリストルマイヤーズ・ライオン、日本マイクロソフト、日本IBMなど国際企業、ベンチャー企業などで150万人以上の活用実績があります。

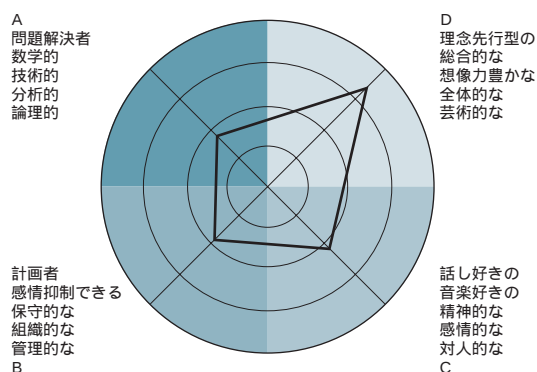
個人

- ・自己認識
- ・自己変革
- ・キャリアプランニング
- ・適職発見
- ・コンピタンス開発

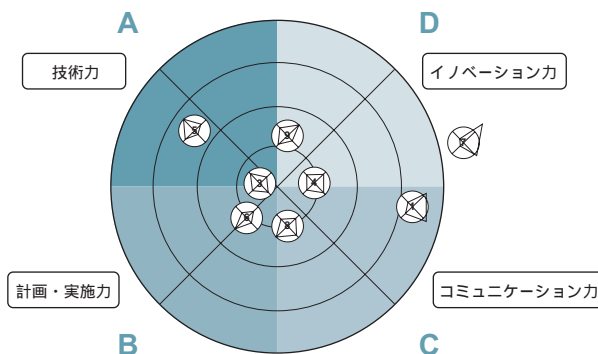
コミュニケーション

- ・コミュニケーション力向上
- ・営業力強化
- ・チームビルディング
- ・ワン・ツー・ワン マーケティング
- ・CS

個人のプロフィール
サンプル



チーム・組織のプロフィール



組織開発

- ・リーダーシップ・マネジメントスキル開発
- ・創造性開発・創造的問題解決
- ・適材・適所・適時配置・採用
- ・ナレッジマネジメント
- ・企業変革

3. 異質な人材のコラボレーションスキルが競争力の源泉

ハーバード・ビジネス・レビューのナレッジマネジメント特集号（2000年12月ダイヤモンド社）で野中先生の「知識創造企業」等の著作と並んで「創造的摩擦を活用するマネジメント」としてハーマンモデルが紹介されており、21世紀型企業としての競争力の源泉は異質の思考・能力を持った多様な個人が共通のミッションに向かって各自の得意技を発揮しながら、独自の顧客価値をスピーディーに創造・提供するコラボレーションスキルにあると指摘しています。

“ The Knowledge Forum ”
『進化する日本の知』
“ Japanese Chi : Edge of evolution ”

2005年3月18日、19日

 日本ナレッジ・マネジメント学会

 NPO法人日本ナレッジ・マネジメント協会

フォーラム開催の思い

- ☐ 世界に役立つ最先端の知を研究したい！
- ☐ 日本の良さ（匠の技、日本文化、仁義、和の心など）をもう一度見直したい！
- ☐ 中小企業に埋もれている技能や知を発掘・発信したい！
- ☐ 人中心の経営を確立したい！
- ☐ 世界のKM国際会議を包括する傘の会議体を作れないだろうか？
- ☐ 世界の最先端の知を皆で共有できないだろうか？

フォーラム開催の背景

新しいマネジメント手法のひとつとして世界的に定着しつつあるナレッジマネジメント(KM：知の経営)は、もともと野中郁次郎教授の「暗黙知・形式知」の理論から始まったにも関わらず、その実践と研究においては日本以上に諸外国の活動の方が活発である。

米国、英国、フランス、北欧各国、オーストラリア等に加えて、アジアにおいてもシンガポール・香港・韓国などで、海外からも参加を求めたKM大会が盛大に開かれている。特に韓国KM界はアジアの窓口として意識的に日本との差別化を図りつつあり、韓国政府の後ろ盾の元、国家の威信をかけて自国のKMを発信している。

日本でも産官学の支援を受けて早急に国際的なナレッジマネジメント・フォーラムを開催し、優れた経営の実態について広く内外に発信すると共に、日本の産業再生を促す活動の一助としたい。

フォーラム開催の趣旨

企業は地球社会の公器でもある。地球にやさしい地球コミュニティの中で、企業のあるべき姿とは何であろうか？

自由競争の原理の中で、環境に配慮した持続的成長のできる企業像を探るときが来ている。特に、知の社会における企業経営のベストプラクティスを構築することは、我々の使命である。

使命を達成するためには、世界の知を結集して、知の経営（Knowledge Management / Chi-Management）を昇華させることが、社会の負託に応えることである。

第1回、TKFにおいては、日本の「古（いにしえ）の知」、「固有の文化」、「匠の技」、「人の心」等に焦点を当て、知の経営について広く内外に紹介し普及させるために、第8回年次大会を国際会議“The Knowledge Forum”（テーマ：進化する日本の知）として開催する。

TKF実行委員会企画グループ担当副委員長 岩岡 保彦

日本ナレッジ・マネジメント学会の設立以来7年を経て、第8回年次大会に合わせて我国で国際コンファレンスを開催できるに至ったことは感無量です。しかも、国外・国内の先端的な方々の講演を多数一度に聴くことができます。これは学会が、構成メンバーについても、研究領域についても、何処にも偏ることなくできるだけ広くオープンにしてきた結果だと思えます。

私自身は、世界全体のナレッジ・マネジメント領域との交流を目指して、

1. テレオス社のライセンスの下でMAKE - Jの実施を継続し、
2. APO（国際機関アジア生産性機構）の専門家として、ナレッジ・マネジメントに関するセミナーなどに、リソースパーソンとして数回参画し、
3. 韓国の盛大な国際コンファレンスWKFの視察をする、など

意識的に実務面での経験を重ねて来ました。

今回のTKFの企画に当たって、実務担当メンバーの動員が懸念されたのですが、理事長、副理事長の非常に熱心な活動に多くの会員が触発されて、実際に時間が取れて活動できるメンバーがボランティアに協力するようになりました。もしも本業や優先度の高い仕事がある場合は他の方々に引き継ぐなど、相互に協力し合うことができています。

今回のTKFの企画が、学会の活動の活性化に役立っていることは明らかです。

TKF2005実行委員会 実行グループ 副委員長 真崎 達二郎

私どもは、実行部隊を仰せつかっております。

会場計画グループ（代表今村貴志）、当日運営グループ（代表岩崎栄）、パンフ・広報資料編集グループ（代表渡辺和真）の3グループを組成し、傘下の実行委員の皆様のご協力を得て準備を進めているところです。

企画、広報を如何に上手く進めても、当日の運営が宜しきを得なければ、九仞の功を一簣に虧くことになりますので、責任の重大性を痛感しております。会場の虎ノ門パストラル、同時通訳のデイプロマット社とも既に2回打合せを行い、年末に、もう1回打ち合わせを行う予定です。

特筆すべきは、広報リーダー小野瀬様のご紹介で、会場の音楽と映像について国際的なプロデューサーである、星憲一朗氏を起用することです。現在同氏はTKF 2005のための電子音楽と映像を製作中です。映像については、京都鹿ヶ谷法然院の梶田真章貫主のお許しを得て、法然院の映像を使用する予定です。「日本の知」に相応しい音楽と映像にご期待下さい。

運営の詳細については、私の友人の大手コンベンション会社の社長が、ボランティアで全面的に協力をしてきています。何れにせよ、私達の作業は年明けからが本番です。実行部隊の人員の確保、組織化、実行マニュアルの作成、宮様お出迎え・お見送りの予行演習、プロジェクター・コンピューター回りの事前準備、同時通訳の事前打合せ、展示ブースの設置等々課題が山積しております。皆様のお力添えを得てTKF 2005の運営を是非とも成功させたいと思っています。

何分にも素人の集まりです。どうか皆様のご支援・ご鞭撻を頂きたく、宜しくお願い申し上げます。

会員の皆様へ：

学会のメールマガジン、学会提携紙の経済産業新報の原稿を募集中！ 知の経営に関わる経験、コメント、簡単な研究論文、話題など、小さなことでも知の共有に役立ちます。奮って、寄稿下さい。編集人

企業評価研究部会部会長、TKF企画担当 熊谷組CS推進室 室長 田中 孝司

2002年の夏、当時の第5研究部会（現在の企業評価研究部会）の席上、MAKE Asiaの発表が韓国で開催されているWorld Knowledge Forumで行われるということが話題になりました。そこで研究部会のほうでも情報を収集しようということになり部会メンバーの岩岡さんに参加してもらうことになりました。

岩岡さんの帰国報告と持ち帰った資料を見て吃驚しました。大統領が出席していることや講演者の顔ぶれが世界各国から著名な方を招待していること、そして韓国の有力企業が全面的にバックアップしているのです。したがって費用的にも相当な規模となっていることがForumの運営方法などから想定でき、研究部会メンバーが当初予定していた想像をはるかに上回る内容、規模でした。そしてこのような盛況なフォーラム開催の背景には、韓国の国家施策として“Knowledge is Power！（知識=力）”が展開されていることにさらに驚きました。

森田理事長や高梨理事はもともと日本でも国際フォーラムを開催したい、という計画をお持ちだったようですが、この韓国の事情を知るにおよび経済産業省も巻き込んで日本での国際フォーラム開催を目指して行きたいという気持ちを強くお持ちになったようでした。

岩岡さんの報告を聞いて森田理事長は直ぐに経済産業省の担当者のもとへ伺い、韓国の状況を説明し日本での開催の必要性を説明しました。このときの経済産業省の担当者は韓国の状況に驚くとともに、日本での開催に理解を示してくれたので、準備に入る体制を整えてから、改めて年明けに経済産業省へ打ち合わせに出向きました。すると前に理解を示してくれた担当者は人事異動で変わっており、新しい担当者へ説明しても年度の施策が変わってしまったので予算的には協力できないとの説明を受けました、状況が一変していたのです。

経済産業省から予算の協力を受けられる可能性がまったくなくなったわけですので、自分達で組み立てなければ開催できないことがハッキリしました。

そうと決まればということで、森田理事長が中心となって国際フォーラムの開催に向けた準備を始めました。まず全体予算の把握そして事業収支の計算です、この辺の一連の流れはさすがということで、私たちはただついていだけという状態でした。そして森田理事長や高梨専務理事（現副理事長）の活躍で全体の方向性が定まり、その後は多くの学会メンバーの協力によりここまでの準備段階まで辿り着けました。

実行委員、組織認識論研究部会副部会長 大阪学院大学 企業情報学部 助教授 喜田 昌樹

The Knowledge Forumは、社会および企業において知識の重要性が高まり、ナレッジマネジメントへの今後の展開へのニーズを満たすことを目的に開催される。

第1回となるTKF 2005においては、元来日本発であったナレッジマネジメントを、日本の「古（いにしえ）の知」、「匠の技」に注目することで、ある意味復権しようとする試みでもある。

TKF 2005のゲストスピーカーは、特別講演には寛仁親王殿下、基調講演には野中 郁次郎（一橋大学大学院教授）、Robert H. Buckman (CEO of Buckman Laboratories, Inc.)、福井 威夫（本田技研工業株式会社社長）、Peter Salovey, (Dean of Yale College)、Leif Edvinsson (President of Universal Network Intellectual Capital)などをお迎えし、メインテーマである日本の知に關しての議論と最新のナレッジマネジメントの議論を行います。

また、神戸大学の加護野先生をはじめ、各先生方から、日本でのナレッジマネジメント研究の動向なども紹介されますし、研究グループでの研究成果の報告などと多様な意見が交わされることを期待しております。

TKF2005実行委員会 広報ワーキンググループリーダー 小野瀬 由一

世界の知を結集して開催されるThe Knowledge Forumは、ナレッジ社会における知の経営（Knowledge Management／Chi-Management）の推進という、社会の負託に応えるフォーラムとして多くの期待が寄せられています。

第1回となるTKF 2005においては、日本の「古（いにしえ）の知」、「固有の文化」、「匠の技」、「人の心」等に焦点を当て、進化する日本の知をメインテーマに日本の「知の経営」について広く内外に紹介し普及をめざします。

TKF 2005のゲストスピーカーは、特別講演には寛仁親王殿下、基調講演には野中 郁次郎（一橋大学大学院教授）、Robert H. Buckman (CEO of Buckman Laboratories, Inc.)、福井 威夫（本田技研工業株式会社社長）、Peter Salovey, (Dean of Yale College)、Leif Edvinsson (President of Universal Network Intellectual Capital)、神野 直彦（東京大学大学院経済学研究科長）などをお迎えすることになりました。

お陰様でTKF 2005に対し、経済産業省、フランス大使館、オーストラリア大使館をはじめ、日本経団連、日本商工会議所、日本経済新聞社、経済産業新報社、三菱総研、日本総研、UFJ総研、日経BP社、あずさ監査法人、IR学会、ビジネスモデル学会、日本財務管理学会、日本危機管理学会、医療経営総合研究協会、ITコーディネータ協会、早稲田大学、ポワティエ大学（仏）、アメリカパテント大学（米）、テレオス社（英）、エーオンアフィニティジャパン、マイクロソフト、ホンダ技研工業、NEC、アサヒビール、ヤマハ、ベリングポイント、日本ナレッジ・マネジメント協会など多くのナレッジリーダー組織からご後援を頂戴することになりました。

当広報ワーキンググループの活動は、ホームページの作成、広報教材の作成、プレスリリースの作成、取材依頼などTKF 2005に関する広報全般に及んでいます。作業量の割りに3名という少人数で作業しているため、進行は遅れ気味ですが、今後もTKF 2005に関するスムーズな情報発信と情報共有をめざして頑張りたいと思いますのでご支援の程宜しくお願い致します。

海外の動き

6th Asia Pacific Knowledge Management Conference 参加報告

企業理論・調査研究部会会員 小林 洋子
マツダ株式会社 eビジネス戦略室 ナレッジワンダーランド

この度、学会から派遣頂き、11月18、19日に開催された“6th Asia Pacific Knowledge Management Conference”に参加しました。香港KM学会長はドイツ人、スピーカーもスウェーデン、オランダ、オーストラリア、中国、香港などから来ておられ、大変国際色豊かなものでした。参加者は、主には香港の方で、中国本土の方もいらっしゃいました。バックグラウンドも研究者、実務家、政府関係者などと様々でした。

内容も企業や政府機関での実践事例、大学での研究、理論など多岐にわたっていました。

香港の大気汚染を市民の知識を活用し解決できないかというものや、ナレッジエコノミーにおける国力についてなど、社会的なKMの取り組みにフォーカスが当てられたものが多くありました。中国文化と欧米文化を融合させることがKMを成功に導くために重要だなどという意見も出ていました。

また、中国で2004年はKMの年であり、地元企業でもKMの導入が始まったとの紹介もありました。ただ、Information ManagementとKnowledge Managementが依然として混同されがちで、違いを理解してもらうのが困難だともおっしゃっていました。しかし農業へのKMの適応なども考えられているようで、これから中国のKMへの取り組みは目が離せそうにないと感じました。

筆者は大会2日目のプレゼンテーションで、マツダ（株）でのKM取り組み事例を紹介しました。販売実習生を軸に店舗とマツダ本社を繋ぐネットコミュニティ「でんしょバト」、その対象を販売実習生から営業スタッフに拡大した「アクセラオンライン」について説明しました。Webベースのコミュニティだけでリアルなものはないのか？インセンティブはあるのか？ファシリテーターはオートマチックにできるようになるか、それとも人が必要だと思うか？などの質問が出て、関心は日本と似通ったものだなと感じました。

また、日本KM学会にも興味を持って頂き、日本法人に日本KM学会を紹介したい、来年3月の大会に参加したいなどの声もあり、日本への関心の高さも感じました。

組織認識論研究部会の動き

組織認識論研究部会事務局・学会理事 大阪学院大学企業情報学部助教授 喜田 昌樹

2003年に認知的組織科学での諸研究（表象化の研究、利用（機能と逆機能）の研究、変化・形成の研究）、組織科学において認知的とされる研究を展望・紹介することで、ナレッジマネジメントを理論的に位置づけることを目的に、神戸大学の加護野忠男先生を座長に設立された。

その方法としては、

- 1) **研究会**：認知的組織科学に属する諸研究、基礎領域の文献研究を行う。
- 2) **研究発表**：認知的組織科学に属する研究者もしくはこれに関心を持つ実務家、コンサルタントによる発表。
- 3) **ゲストを迎えての講演会**：認知的組織科学に密接な関係を持つ領域（組織文化論、組織学習論、意思決定論等）および認知心理学など認知科学の研究者を迎えて、講演を行う。
- 4) **他の研究部会とのジョイント**。などを行っている。

2003年、3月には設立記念研究発表会を行った。そこでは、組織認識論の範囲、方向性を示すように、「組織認識論の可能性—知識創造理論を超えて」（加護野忠男座長）に始まり、組織的知識構造研究や組織文化、スキル、意思決定、などのテーマにおいて認知的な研究者による発表を行った。

第2回研究会では、コンカレントラーニング と知識コミュニティ・ビルディングとポスト野中へのアプローチの二つのテーマに注目し、名古屋大学の吉田先生と、学会専務理事の山崎さんに報告していただいた。

第3回研究会では、ケース分析を中心とした二つの研究の報告がなされた。ひとつは、近畿大学の筒井さん(当時、神戸商科大学大学院)によるものと、もうひとつは滋賀大学の伊藤先生によるものである。

2004年度に入り、第1回研究発表会では、事務局の喜田が全国大会で報告した「組織はなぜ知っていることを知らないか - 組織的知識構造の知識表象研究から - 」とスキルに関する研究者である北九州市立大学の松本先生による「企業特殊技能とは何か。」と題した報告が行われた。

第2回研究発表会では、医療法人愛友会の明石純様による「医

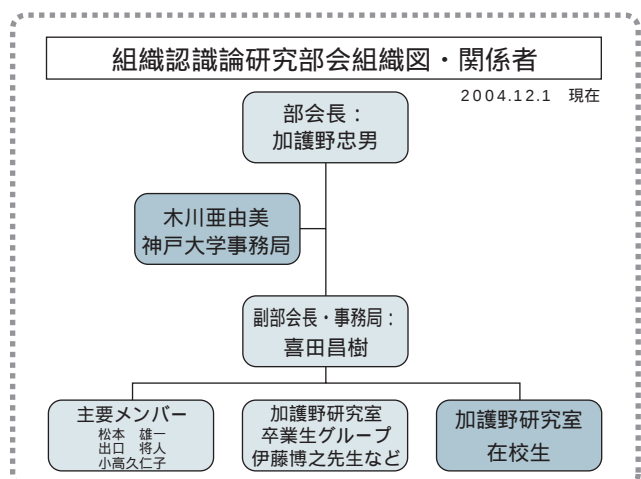
療組織の認識マネジメント」と題する医療法人のナレッジマネジメントに関する議論が行われた。それと、滋賀大学の伊藤先生による「組織における非決定性と言説的实践」は文化人類学者であるギアーツの議論を基にした議論が行われた。

そして、最後の研究発表会では、昨年新たにデータマイニングおよびテキストマイニングの利用可能性というテーマを付け加え、事務局の喜田によるテキストマイニングの現状と利用法として、より具体的にspss社のクレメンタインでのデモを行った。また、そこでは、認知的研究の方法論としてのテキストマイニングという考え方を示唆した。

以上のような流れで、この2年間活動を行ってきたが、課題も残された。大きな課題のひとつが、参加者が年々減少していることであり、今回、KMレポートでの投稿ということで、活動内容を見てもらい、ほかのナレッジマネジメント学会の会員に参加を促したい。

その他の課題としては、ほかの領域の研究者による講演会とほかの研究部会との共同の研究会などであり、これらについては今後努力していきたい。

このように、組織認識論研究部会では、年3回の研究発表会を行っており、報告希望者および参加者を広く募集しております。来年5月に研究発表会を予定しております。その際は、事務局の喜田までお願いします。



新聞連載中

- ①『ナレッジを見る目』 経済産業新報 寄稿者：高梨 智弘 2002年5月～
 知の経営について、①知のピラミッド、②知の経営のフレームワーク、③知の収集・共有・活用の方法論、④知のイネイブラー、⑤3C (Concept, Context, Competence)、⑥トータルコンピタンス、⑦3層のプロセス、等々の卓越した理論展開をする。

最新刊

(出版年月順)

- ① 知財戦略経営 イノベーションが生み出す企業価値 日本経済新聞社 岡田 依里著 2003年10月20日
 会計だけでは表せない企業の強さ、企業の奥に潜む知の潜在力に着目し、企業の知財戦略が生み出す企業価値について論考している。さらに知の拡張についての学習組織と価値創造について述べ、イノベーション能力の指標化を試みている。一読を薦めたい。
- ② 職人学 講談社 小関 智弘著 2003年11月12日
 人は物づくりに工夫を加えることで専門職になり職人が生まれる。大量生産の時代から多品種少量生産の時代に移行するにつれて熟練技能者の存在が見直されてきている。
 優れた設計を活かすには技能者の力が必要である。技能は育つもので職人の仕事はそうぞうである。創造には勇気と挑戦が必要で、失敗してもやり続ける不屈の意思が大切だ。
- ③ 技術者力の高め方 戦略思考で研究開発・製品開発が変わる! PHP研究所 水島 温夫著 2004年3月5日
 本書は潜在力がありながらそれを出し切れていない技術者向けに書いている。まず技術者は戦略構築力・反射行動力が大切であり、その上にすり合わせ力と組み合わせ力が必要としている。さらに場と境の力について論じている。日本の製造業のあり方について論じている。
- ④ 価値創造経営論 税務経理協会 松行 康夫・松行 彬子著 2004年5月1日
 多様な価値観を持った人たちの知識創造の場が知識コミュニティであり、価値創造経営のプラットフォームである。知識イノベーションによる知識コミュニティの形成、情報の共有化と戦略的提携から企業間の学習に及び価値創造経営からeビジネスと電子調達市場の形成を論じている。
- ⑤ フリーソフトを使って自分で出来るナレッジマネジメントのすすめ 講談社出版サービスセンター 米重 仁童著 2004年5月20日
 ナレッジマネジメントの視点で見ると、今日勝ち組といわれている企業はナレッジを上手に製品開発やマーケティングに活用している。個人で出来るナレッジマネジメントのシステムを追求した著作である。
- ⑥ イノベーションの本質 日経BP社 野中 郁次郎・勝見 明著 2004年5月24日
 毎年現われる商品やサービスにはイノベーションがみられる。この本はイノベーションの本質を人と組織の面から捉えている。人間は知を生む存在で、ベルトコンベヤー方式では創造されない知の創造をセル方式として達成したキャノンの生産革新等について述べている。セル方式は知を生み出していき、社内外の知と結びつくことで競争の場になる。
- ⑦ 「価値組」 未来企業へのシナリオ 日経BP企画 島田 精一監修 2004年8月9日
 甲斐 英隆・池上 孝一共著
 日本ユニシスの経験から顧客価値創造経営が新たな経営パラダイムであると考ええる。
 企業にとっての競争相手は同業他社ではなく、お客様である。客の抱えている課題を継続的に解決していくことが重要である。内容は勝ち組から価値組へ、顧客価値創造経営6つの視点、顧客価値創造アドバイザー・コミッティー定例会をつうじて学んだ、価値組未来企業へ向けての経験を述べている。

刊行予定

- ①「知識コミュニティによる経営 Building Knowledge Driven Organization」 シュブリンガー・フェアラク東京(株) 翻訳者：日本ナレッジ・マネジメント学会 著者：Robert H. Buckman
- ②「アテンション経営 The Attention Economy」 シュブリンガー・フェアラク東京(株) 著者：Thomas H. Davenport / John C. Beck 翻訳者：高梨 智弘、岡田 依里
- 職場におけるアテンションの不足、情報に溺れる社員、顧客のアテンションを引こうとする営業マン等々、従来の分析型経営手法ではなく、人に着目した新しいナレッジ・マネジメントを提案している。また、革新的なAttentionScope というマネジメントツールを紹介する。

<2004年11月30日現在>

■ 役 員

会 長	奈 良 久 彌	((株)三菱総合研究所 取締役相談役)
副 会 長	野 田 一 夫	(多摩大学名誉学長)
副 会 長	小 井 戸 雅 彦	((株)日本総合研究所 特別顧問)
評 議 員 会 議 長	若 月 三 喜 雄	(元日本銀行理事)
評 議 員 会 副 議 長	吉 村 久 夫	((株)日経BP社代表取締役会長)
評 議 員 会 副 議 長	元 田 充 隆	(UFJ総合研究所取締役社長)
理 事 長	森 田 松 太 郎	(ARI研究所理事長)
副 理 事 長	嶋 口 充 輝	(慶應義塾大学 教授)
副 理 事 長	高 梨 智 弘	((株)日本総合研究所 理事)
専 務 理 事	加 護 野 忠 男	(神戸大学経営学部教授)
専 務 理 事	一 條 和 生	(一橋大学大学院社会学研究科教授)
専 務 理 事	久 米 克 彦	(スズキ株式会社常勤監査役)
専 務 理 事	山 崎 秀 夫	(アメリカパテント大学教授、野村総合研究所上席研究員)

■ アドバイザリーボード

花 村 邦 昭	(日本、(株)日本総合研究所 特別顧問)
野 中 郁 次 郎	(日本、一橋大学大学院国際企業戦略研究科教授)
カ ー ラ ・ オ デ ー ル	(米国、アメリカ生産性品質センター理事長)
ディ ッ ク ・ ミ ゼ ー ル	(米国、エクサント銀行CEO)
竹 内 弘 高	(日本、一橋大学大学院国際企業戦略研究科研究科長)
ト ム ・ ダ ベ ン ポ ー ト	(米国、バブソンカレッジ・ディレクター)
ピ エ ー ル ・ フ ァ イ ヤ ー ル	(ブラジル、仏伯科学技術情報センター長)
ロ ー リ ー ・ チ ェ イ ス	(英国、テレオス社代表)
ウ オ ル ト ラ ウ ト ・ リ ッ タ ー	(香港、香港ナレッジマネジメント協議会長)

■ 評議員 (50音順)

石 井 威 望	(東京大学名誉教授)
石 原 邦 夫	(東京海上火災(株)代表取締役社長)
江 島 優	(東京エグゼクティブ・サーチ(株)代表取締役会長)
大 森 康 彦	(特定医療法人徳洲会専務理事)
唐 津 一	(東海大学開発技術研究所教授)
岡 井 紀 道	((株)日経統合システム代表取締役社長)
坂 本 吉 弘	(AOCホールディングス(株)取締役)
椎 名 武 雄	(日本アイ・ピー・エム(株)最高顧問)
下 田 邦 典	(NP0法人 ITコーディネータ協会専務理事)
神 野 直 彦	(東京大学大学院経済学研究科長)
杉 之 尾 宜 生	(戦略研究学会理事・事務局長)
関 隆 明	(NECソフト(株)代表取締役社長)
田 中 榮	((株)大和総研理事長)
張 富 士 夫	(トヨタ自動車(株)社長)
寺 島 実 郎	(三井物産戦略研究所所長)
常 盤 文 克	(元花王株式会社会長)
富 沢 秀 機	(日本経済新聞社常務取締役大阪支社長)
花 堂 靖 仁	(早稲田大学ビジネススクール経営専門職大学院教授)
浜 田 広	((株)リコー特別顧問)
福 地 茂 雄	(アサヒビール(株)会長)
松 本 滋 夫	(日本電気(株)監査役)
宮 原 明	(富士ゼロックス(株)副会長)
師 岡 孝 次	(東海大学名誉教授)
横 溝 陽 一	(i2テクノロジー・ジャパン(株)代表取締役社長CEO)

■ 理 事 (50音順)

阿 片 公 夫	(虎ノ門経営企画(株)社長)
生 田 哲 郎	(生田・名越法律特許事務所弁護士)
石 崎 忠 司	(中央大学商学部教授)
一 柳 良 雄	((株)一柳アソシエーツ 代表取締役社長)
石 川 昭	(青山学院大学大学院名誉教授)
伊 藤 進 一 郎	(住友電気工業(株)顧問)
岩 岡 保 彦	(イワオカR&C代表)
岩 本 繁	(あずさ監査法人会長)
上 野 守 生	(亜細亜証券印刷(株)社長)
内 田 和 成	(ボストン・コンサルティング・グループ日本代表)
岡 田 依 里	(横浜国立大学教授)
岡 本 正 耿	((株)MPC代表取締役)
尾 原 重 男	((株)三菱総合研究所常務取締役)
木 川 田 一 榮	(富士ゼロックス(株)KDIグループコーポレート・ナレッジ・ランサー)
喜 田 昌 樹	(大阪学院大学企業情報学部助教授)
国 領 二 郎	(慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授)
小 林 博	((株)リコー執行役員)
境 健 一 郎	(かんき出版(株)代表取締役社長)
高 橋 均	(文京学院大学大学院教授)
田 坂 広 志	(多摩大学大学院教授)
田 中 孝 司	((株)熊谷組CS推進室長)
谷 口 恒 明	((財)社会経済生産性本部理事)
寺 本 義 也	(早稲田大学大学院教授)
眞 崎 達 二 郎	(シュプリング・フェアラク東京(株)編集顧問)
矢 澤 洋 一	(日本IR評議会事務局長)
山 田 英 夫	(早稲田大学アジア太平洋研究センター教授)
吉 川 宗 男	(ハワイ大学名誉教授)

■ 監 事 (50音順)

浅 野 純 次	((株)東洋経済新報社相談役)
富 尾 一 郎	(川澄化学工業社長)

Information



おしらせ

『経済産業新報』が、ナレッジ・マネジメント学会の提携紙に!!!
— 50%OFFで購読できます。—

このたび、日本ナレッジ・マネジメント学会では、コミュニケーションと情報発信力を強化するため、『経済産業新報』を提携紙として指定致しました。同紙は、創刊57年を誇る、経済産業政策の動向やハイテク産業の動きを伝える新聞として知られています。ナレッジ・マネジメントに対する理解も深く、今後同紙と密接な関係を持って、“ナレッジ(知)の普及”に努めていく所存です。学会活動に追加して、今後同紙の紙面を使い、学会員の皆さまにナレッジ・マネジメントの最新動向等を毎号お伝えしていきたいと、同紙の編集長が約束してくれていますので、ぜひ、学会員が新聞紙上で論文等を載せたい場合には、ご投稿下さい。購読等の申し込みは、同紙ホームページで『日本ナレッジ・マネジメント学会会員』と明記してお申し込み下さい。 <http://www.keizaishinpo.jp/>

● 新会員を募集しています

当学会は、ナレッジ・マネジメントに興味を持ち、研究意欲を有する法人・個人であれば、特に入会資格を制限しておりません。学会の活動にご参加いただける方がいらっしゃれば、是非参加を呼びかけてください。申し込みに必要な書類一式は、当学会事務局からご郵送いたしますので、必要に応じてご請求下さい。

● お申し込み方法

法人会員：「法人入会申込書」に必要事項をご記入の上、下記の当学会事務局宛までご郵送して下さい。折り返し請求書、登録内容の通知書、会員名簿、研究年報及び最新の会員報を送付させていただきます。なお、法人会員は窓口担当者を合計2名まで登録できます。

個人会員：「個人入会申込書」に必要事項をご記入の上、下記の当学会事務局宛までご郵送していただき、その後に申込書に添付された郵便振替用紙にて会費をお振り込み下さい。ご入金を確認後、登録内容の通知書、会員名簿、研究年報及び最新の会員報を送付させていただきます。

* 請求書・領収書は原則として発行しておりません。

● 入会金・年会費について

法人会員は年会費100,000円（入会金なし）を下記の銀行口座へお振り込み下さい。

個人会員は入会金5,000円、年会費8,000円（2005年以降）を下記の銀行・郵便振替口座へお振り込み下さい。

法人・個人ともに年会費の期間は入会された年の12月31日までです。

申込書送付先：日本ナレッジ・マネジメント学会

〒103-0022 東京都中央区日本橋室町3-1-10 田中ビル4F （株）日本ビジネスソリューション内

TEL 03-3270-0020 FAX 03-3270-0056

E-Mail kms@gc4.so-net.ne.jp

● 年会費振込先：

1. 銀行口座 口座人名：日本ナレッジ・マネジメント学会 理事長 森田 松太郎

●三井住友銀行 日本橋支店 普通7072689 ●三井住友銀行 日本橋中央支店 普通1085878

●UFJ銀行 室町支店 普通3884012 ●東京三菱銀行 東京営業部 普通3412822

2. 郵便口座 口座人名：日本ナレッジ・マネジメント学会

●日本橋三井ビル内郵便局 00120-3-12323



2004 December

発行日／平成16年12月20日

発行者／日本ナレッジ・マネジメント学会

編集人／森田 松太郎・高梨 智弘

製作／（株）アイビジネスサービス

個人会員610名、法人会員68社（平成16年11月30日現在）

日本ナレッジ・マネジメント学会 事務局

〒103-0022 東京都中央区日本橋室町3-1-10 田中ビル （株）日本ビジネスソリューション内
TEL 03-3270-0020 FAX 03-3270-0056