

人間情報科学主導の事業開発と人材育成機関のあり方

相 原 憲 一

1. はじめに

脱資本主義社会の認識が浸透する中で、事業開発体制も大きな変革の時期を迎えている。情報通信技術を駆使する生産側の論理から、利用者の価値を人間的視点で主張する論点に開発認識も変わってきた。要するに、社会科学主導から人間科学主導の事業開発が社会の潮流になろうとしている、と推察できる。

本論文はそのような認識から、開発体制の「理性と感性」、「気づきから決断」、「リアルオプション思考」を順次論じて、経営と技術のわかる人材育成がキーポイントであることを論じる。最後のそのような人材育成機関としての社会人大学院のあり方を提示する。

2. 脱資本主義社会と人間情報科学

本章においては、脱資本主義社会における情報を扱う人間科学の重要性認識してその立場で個人の感性と組織の理性とがバランス取れる事業開発能力のあり方を提示する。

2.1 情報を扱う人間科学の重要性

ビジネスの基本は人間相互の価値観のやり取りである。価値観には同質性と異質性の両面があってもかまわない。残念ながら閉鎖的組織になると異質な価値観の共有ができなくなる。いわゆるコミュニケーション能力の欠如につながるのはこの現象である。この価値観の共有化こそが社会的、組織的に人を動かす原動力である。

資本主義社会での大量生産大量消費の効率性追求では便利さが社会全体の共通の価値観

であった。機械化や情報化としてとらえる狭義のシステムは、人間の存在を度返しして論じられることが可能であったといっても過言でない。

マイケル・ポーターの競争戦略論が現在評価されない一つの理由は人材育成が論じられてない点にある。

そして、企業を始め、組織の一番の財産は人間であると認識を新たにした途端に人間科学がクローズアップされることになる。

これまでの資本主義社会における事業成果の評価基準は数値化という可視化できる経済的尺度が指導的役割となってきた。経済的尺度はいわゆる社会科学的視点での価値から論じられるものである。人間の豊かさが重要であるとか環境にやさしい経営などが色々と概念的には論じられてきたが実質的な進展はみられなかった。要するに、便利さが豊かさの代名詞になっていた。

しかし今日、その様相は一変した。もっとも基本認識されるべきシステム構築のあり方に人間科学的要因を取り込む必要性を理解するようになった。システムは人間がいかに賢くその機能を達成するかにより価値観が決まり、社会的にもインパクトのあり方が重要視されている。環境負荷削減やユニバーサルデザインは当然とされてきた。そして、知恵の創発がビジネスを決め、顧客の知恵をいかに獲得するかなどが事業開発としての根幹となってきた。いわゆる、「感性工学」が前面に浮かび上がり、人間心理学や認知科学などを含めて情報を扱う「人間科学」の重要性が先進的企業では取り込まれてきた。今日ではハーマンモデルやマズローの欲望5段階説など

の知識は議論の前提になっている。これら人間科学の視点を取り込んだ事業開発が今後のビジネス成功に大きな鍵を握る。

2.2 脱資本主義社会と人間情報科学

資本主義社会における便利さ（効率性、生産性）を求める経営戦略は情報通信技術を駆使して一つの目標を達成しつつある。要するに、製品の品質保証やコストダウンを目指した生産者側の論理でのプロセスの改善が大きな狙いであった。これに対して、オンリーワン価値、環境負荷対策、感性工学、などの消費者としての人間そのものの本来の姿から意味ある商品展開を目指す大きな動きがみられる。社会科学的価値を優先した便利さ・合理性でなく、人間科学的な価値観ベースの豊かさを求めるという潮流が確かなものになっている。米国におけるビジネススクールなどの教育の世界でもそのような潮流が押し寄せようとしている。

たとえば、自主技術で世界を風靡したソニーは液晶技術でタイミングを逸して、提携した海外の液晶パネルを OEM 利用した TV を販売したが売れ筋は芳しくない。それはなぜだろうか。社会的に OEM 戦略は正しい。社会的によくいわれて、我々が納得してきたことは、「我々はソニースピリットを買いたい」のだという消費者の生理的要求に対して今回その回答が生産者から得られていないからである。要するに、ものを売るのではなく、技術者の心を売ることが消費者をひきつけるのだという同社の本来の経営戦略を今回見失ってしまった。本テーマに関して後で述べる気づきから決断までの意思決定において、人間的視野での心理学的判断を軽んじてしまった結果である。

人間が作り出した社会ルールの体系化から成り立つといえる社会科学はこれまでに可視化された価値を持って成立してきたが、もはやそれだけでは人々は納得できなくなった。

人間個人の豊かさは本人の心の中にあり心理学や認知科学などの一連の人間情報科学に立脚しなければ議論展開ができないと言えよう。

2.3 個人の感性と組織の理性

企業の経営者は本人の感性をまずは組織としてのあるべき姿として提示しなければならない。個客が望みうる姿を実現する満足度を達成するには、まず従業員の出来うる姿としての満足度を達成することが前提であるとの認識が広まりつつある。組織を支える人材の感性が最大限活用でき、組織全体としては理性的に合意形成が達成できる必要がある。すなわち、経営には感性と理性とのバランスが必要である。図2.1はその概念を図示したものである。言葉を変えれば、ダイナミック社会を俯瞰できる方向性を提示できる経営陣を要して、目利きの豊かな人材を抱えた実現能力ある企業が賢い個客を抱えて勝ち残るとてもいえよう。その際不可欠なのが社内のコミュニケーション能力である。優秀な意思決定は決して一方向に進むのではなく全体としての意見交換が必要である。本文の後半の中心になる「気づき」は「気づく」能力と「気づかせる」能力の融合を示した能力である。組織には内部のコミュニケーション能力を最大限に発揮する理性の経営が必須であることは

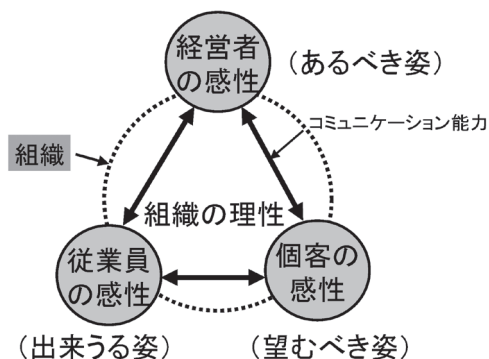


図2.1 個人の感性と組織の理性

言うまでもない。組織（企業）運営形態を構成する経営者、従業員ならびに顧客は運営の要であり感性の主体である。

3. 事業開発における感性と理性の調和

本章では、事業開発において感性と理性の調和が必要になることを代表的な事例を取り上げて問題提起する。そして、組織のあるべき姿というゴールに向けての事業開発能力を論じる。

3.1 問題提示

図3.1は本年夏より話題をさらっている iPod nano である。ストレージメモリー媒体として従来の HDD に代わってフラッシュメモリーを採用したことで驚異的な小型・軽量化を達成した。もちろん、メモリー容量に現状技術の経済性との関係からその時点では4Gバイト程度の限界があるとしてもその衝撃は恐ろしいものであった。このニュースを学生は全員知っており、家庭の主婦でも知っている人たちが可なりいた。同じ日にソニーは HDD のウォークマンの販売を発表したがソニーにとってのこのショックは計り知れないものがあったのは容易に想像できる。11月18日、同社はフラッシュメモリーのウォークマンを緊急発売した。この事例が言いたいことは事業開発能力のあり方である。技術的



図3.1 事業開発能力の事例
(発売業者 URL から引用)

に未熟な商品でも社会的インパクトは限りなく大きく、新たな製品開発の牽引力となることである。新たな予感を利用者に感じさせることはこれまでのソニーがソニースピリットとして社会から期待されてきたことであり、事業開発の見本とされていたことである。理性としてのストレージメモリーの技術的發展を理解することは当然でありながら、一歩先を行く先見性というか先行投資が事業開発には必要である。それは、ソニーがフラッシュメモリーウォークマンを緊急発売したことで証明されているといえる。事業開発は投資でありリスクマネジメントが必要であることを実感する。

3.2 イノベーションへの解

事業開発能力を論じるのに適切なモデルとしてここでは、クリステンセンの名著『イノベーションへのジレンマ』でとりあげられているモデルをベースとして図3.2に示す。性能アップやコストダウンなどの成熟期の持続的イノベーションは連続的かつ予想可能な方向であり、いつの間にか市場の要求をはるかに越えるものとなる。顧客はその性能過多に対して消化不良と化してしまう例が多く決して商品が売れるとは限らない。

一方、性能不足やコストダウンのできない新技術が新たに登場して新製品が市場に出回る機会をうかがうようになる。これもいわゆる未熟期の持続的イノベーションである。こ

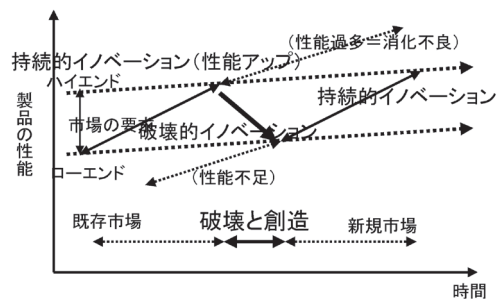


図3.2 事業開発能力

の場合、この新技術が社内的に進められているか否かは競争優位を持続できるか否かの大きな鍵である。

要するに、市場の要求をこれ以上満たす必要がなくなったら、新たな要求を実現する新たな商品化に全力を傾ける技術力を保持して切り出すタイミングを見出すことが競争優位を持続する鍵である。これがいわゆる破壊的イノベーションである。もしも、社内的に破壊的イノベーションが実現不可能となると新市場は他社に奪われてしまう。

ソニーのウォークマンは、カセットテープ、カセット MD と競争優位を持続し、HDD でも供す優位になる予定であったが、突然アップル社に奪われてしまった。もちろんその背景には技術展望に対するタイムリーな意思決定能力の欠如がある。要するに組織能力の問題である。加えて、専門家による品質の違いを音楽産業を取り込んだ同社が見抜けなかったはずはない。

継続的イノベーションは理性的であり、破壊的イノベーションは感性的であるといえる。

「破壊と創造」という言葉は新たな時代への切り替えを示唆する言葉であり、まさしくこの二つの組み合わせを継続して乗り換える事業開発能力が問われていることに他ならない。

3.3 「理性と感性」の調和と革新性

継続的イノベーションと破壊的イノベーションとの組み合わせは破壊と創造の繰り返しとして持続的に起こる能力であることが大切である。いずれかだけでは本当の革新性をうみだせない。継続性はいつしか破壊性を要求するし、破壊性はそのあと継続性があることを前提にしないと改善していかない。言い換えれば、感性と理性との調和が不可欠になる。図3.3に全体をまとめている。

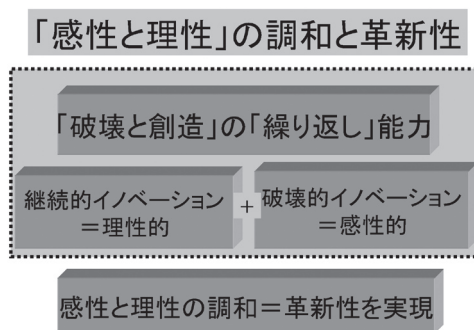


図3.3 感性と理性の調和

経営戦略として、理性と感性の調和が革新の意思決定と事業開発を引き起こす能力になることを図3.4を用いて説明する。企業にはあるべき姿として、地域性・社会性、事業体質・組織文化、人材・資産などの健全性がゴールとして存在してこれを目指した事業開発のあり方が同図のように整理されよう。

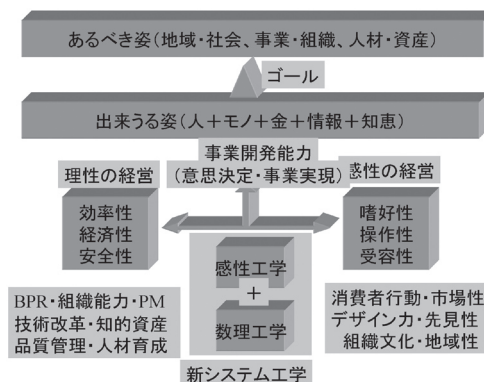


図3.4 ゴールに向けての事業開発能力

理性の経営、すなわち持続的発展にはたとえば

効率性：必要条件を満たす範囲での生産性を保証する。

経済性：新技術導入の経済的実現を保証する。

安定性：品質保証、継続的な技術発展などを保証する。

など、定常的要素が要求される。

そのため、ビジネスプロセス再構築、プロジェクトマネジメント、組織能力、技術改革、知的財産管理運用、品質管理、人材育成などの継続的視点で経営を論じる必要性がこれに対応する。

資本主義経済の光の部分に継承した展開戦略になるともいえるが、人間性の視点から新たな切り口が必要であることは言うまでもない。

一方、感性の経営、すなわち破壊的変革には、たとえば

嗜好性：時代背景として顧客の意思決定の要因が好みであることを認識する。

操作性：顧客の要求する性能を全面的に発揮できるシステムを保証する。

受容性：多様な要求に対する必要最小限の許容条件を保証する。

など人間科学的要素が要求される。

そのため、消費者行動分析、市場セグメント受容性、操作性のすぐれたデザイン力、次世代の感性を見抜く先見性、企業のあり方などの組織文化、特色ある地域性などの視点で経営を論じることが必要性に対応する。

両者の調和を求めるマネジメントには数理工学や感性工学などを組み合わせた新たなシステム工学が基盤として要求される。ハーマンモデルやユングの心理学など、二面性の共存の仮説が両者の調和を説明できるといえる。すなわち、人間社会学が事業経営には必須である。

いくつかの業界にわたって、理性と感性のそれぞれの経営例をまとめて図3.5に示す。

3.4 社会人大学院でのアクション

社会人大学院の存在意義の一つとして経営と技術のわかるリーダーの育成があげられる。図3.6に示すように、感性工学と数理工学の一体化による基盤知識を身につけて経営課題を体系的に把握できる人材育成カリキュラムが大きなアクションプランとなりうる。

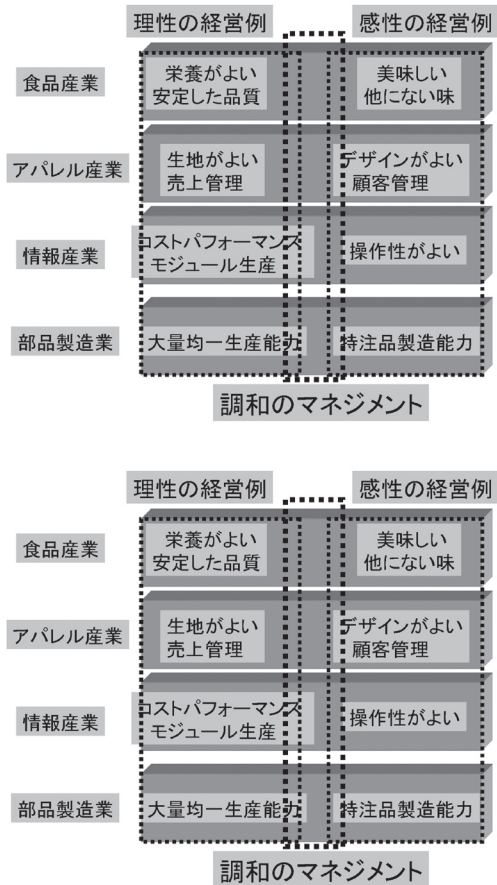


図3.5 理性と感性の調和のマネジメント

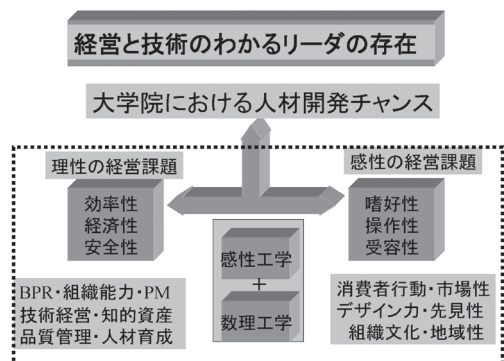


図3.6 大学院における人材開発

大学院の存在はその能力への投資という観点で図3.7に示すような相互関係が成立する。

① 大学院の能力に対する企業の競争優位の源泉としての人的投資と、その見返りと

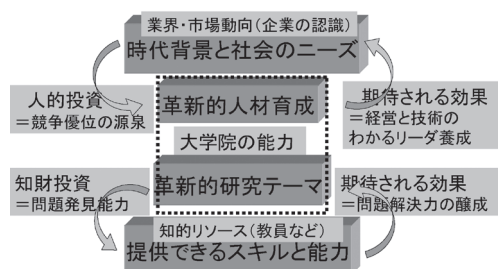


図3.7 大学院での能力育成への投資

してのリーダーの養成

- ② 教員などの知的リソースに対しての問題発見能力への知財投資と、その見返りとしての問題解決力の醸成

①は知的資産を発信（表出）できるたとえば下記の企業能力を確立する人材育成を目指すものである。

- ・経営のビジョン、ミッションを明確化し、投資と評価を可能とし、競争優位を持続する問題発見

- ・オープン社会で知識資産を共有化してコアコンピタンスを明確化して差別化を図る戦略認識

- ・人間の豊かさを追求する脱資本主義社会基盤構築に役立てる視点の理解

- ・新たな生活文化・様式を創出して、育む価値観を導入するチャレンジ

②は知的資産を発信（表出）できるたとえば下記の大学リソース（教員）の確保である。

- ・オンリーワン戦略を生み出す開発能力の向上

- ・コミュニケーション能力向上で組織内協働作業を活性化する組織改革

- ・ブランド・知恵などのインタンジブル資産活用での経営戦略

- ・情報技術活用能力の向上とその投資・評価

- ・プロシューマの視点での商品開発戦略

- ・地域外と異文化交流と価値観の多様化

4. 意思決定能力とリアルオプション思考

本章においては、理性と感性の経営を意思決定問題として取り上げる。その際、リアルオプション思考を導入することで 気づき、確信、そして決断のプロセスを能力連鎖としてまとめている。

4.1 意思決定とリアルオプション

企業（経営組織体）としては、経営者、従業員そして個客を含む全体としての健全なコミュニケーション能力の確保が意思決定能力の基本にある。もちろん状況に応じた、限定的な選択条件や経過時間的変動などの多くの不確定要素がそこには存在する。要するに物理的制約の下での意思決定はリスクマネジメントと表裏一体の関係がある。

意思決定問題でよく言われてきた部分最適の集合（特に時系列的）が全体最適ではないことから「ゴミ箱モデル」がよく取り上げられてきた。意思決定の正当性は社会的構造のいかなる断面においても個別には確定できない。典型的なたとえば、あの「ゆびとま」の小久保社長が言う「不可能とは可能にするまで少し時間がかかること」が挙げられよう。これは、言い換えれば不確実性の社会構造において時間的要素は不可能を可能にすることがあり得る。投資戦略ははその意味で新たな局面を迎えており、リアルオプション思考が新たな局面を切り開く可能性がある。

一方、逆説的に「可能とは時間をかけると価値がなくなること」とも言え、液晶 TV への決断を何度となく誤ったソニーの例は典型である。

4.2 意思決定能力連鎖

従来から多くの場合は、意思決定問題は「選択と判断」に集約される社会的価値観主体のテーマから論じられてきた。しかし先に述べ

たように、社会的豊かさの原点は人間的豊かさであるとの認識で最近ビジネスは論じられるようになった。意思決定の原点は人間の思考能力にあり心理学や認知科学の世界から論じなければ、個人的価値観を評価できなくなっている。

マズローの「欲望5段階モデル」はもちろん、ユングの心理学である「気づかないもう一人の自分」の存在を見出す潜在能力としての「気づき」、「ハーマンモデル」による「理性と感性との共存」など意思決定への人間科学的アプローチが表出化している。更には、パスツールの4象限は気づきから確信への展開を意味しているとも解釈できる。

個人レベルと組織レベルとで意思決定能力が十分に発揮できないと競争優位は成立しない。すなわち、組織におけるプレーヤ達の個々の能力で組み立てられる意思決定能力が連鎖をなすことが要求される。

4.3 リアルオプション思考の導入

文献(3)にリアルオプション思考のあり方への一つの指針が提示されている。

前章で示した意思決定能力連鎖の各ステップにおける個人的・組織的投資を考えるとこの指針は大きなガイドラインになっている。

図4.1はそれをベースにまとめた。

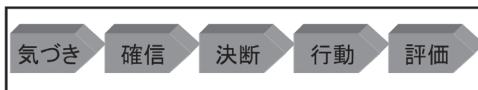


図4.1 意思決定能力連鎖

- ① 気づきに対しては、機会を見えるように表出化する投資が必要になる。詳細は4.4節に示す。
- ② 確信に対しては、利用価値すなわちアウトプットのあり方を認識することへの投資が必要になる。詳細は4.4節に示す。
- ③ 決断に対しては、不確実性を伴う判断(戦略)に投資することになる。詳細は4.4

節に示す。

- ④ 行動に対しては、外部環境の変化を吸収できる柔軟性を備えた指針の提示が投資に値する。
- ⑤ 評価に対しては、次の新たなる機会を生む価値観を見出す評価がえられることが好ましく、その先行的切り口に投資することになる。

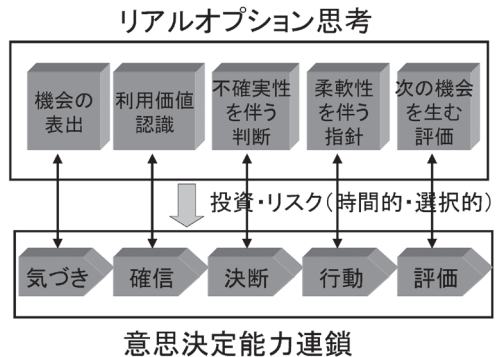


図4.2 リアルオプション思考の導入

4.4 能力連鎖モデリング

(1) 「気づき」モデリング

「気づき」とは個人の能力である。この能力は具体的には、本人が「気づく」アクションと戦略的に相手に「気づかせる」能力の表裏一体の組み合わせになる。基本的な気づきを考えてみると、五感などの感覚の気づき、何となく予感する気づき、そしてひらめきのような仮説の気づきなど整理されよう。図4.3はその典型的なモデルを示している。

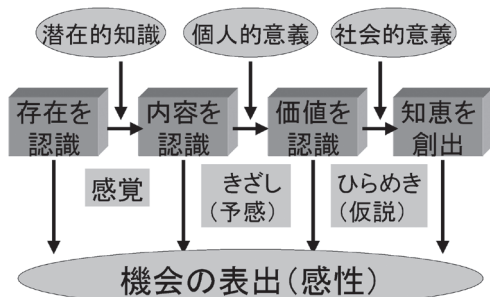


図4.3 「気づき」モデル

リアルオプションアプローチによる投資戦略は個人能力開発そのものといえる。経営感覚的な能力連鎖としては単に気づくだけでは意味がなくそれを如何にして組織的な方向付けに導くかが大きな鍵であり、個人の内在的価値が、確信を持った対外的価値に変貌しなければならない。

(2) 「確信」モデリング

個人からみた「気づき」を組織内を含めて対外的な価値ある「確信」にすることが次のステップである。リアルオプションアプローチでは企業のビジョン、ミッションとの整合性に投資することになる。検証手段としての工学的アプローチの充実などは組織人としての人材開発投資ということが言える。図4.4はその典型的なモデルを示している。

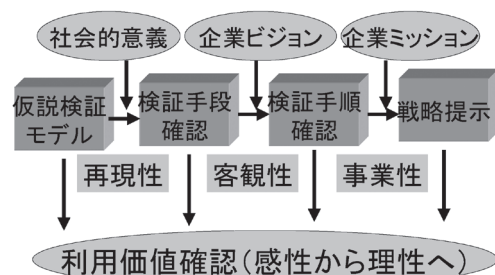


図4.4 「確信」モデル

(3) 「決断」モデリング

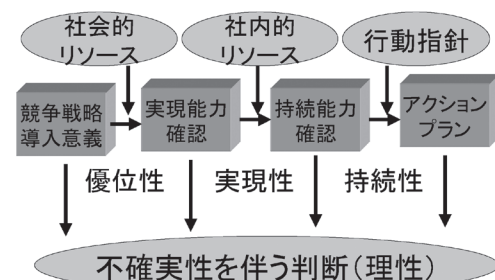


図4.5 「決断」モデル

このプロセスは従来からの意思決定問題として論じられてきた部分に相当する。時間的な変化や選択肢の調査範囲の物理的限界など

大きなリスクを抱えたまま決断しなければならない。決断内容に時間的条件（決断タイミング）の明記が挙げられリスクを最小限にするアプローチがとられる。図4.5はその典型的なモデルを示している。

実行、評価プロセスは紙面の都合上割愛する。

4.5 大学院でのアクション

以上、人間社会重視のビジネスのあり方が再認識されて、人間科学的観点からの意思決定問題を論じた。リアルオプションアプローチはこの観点をより明確に論じる手段として最適であり、見通しの良い競争優位戦略のフレームワークを確立できよう。その意味で、従来からの「イノベーションのジレンマ」や最近の「ブルーオーシャン」を同一土俵で明確に位置づけられるといえ教育的観点での体系化を理解できよう。

本章の議論により見通しの良い「技術のわかるビジネスリーダー」育成のあり方の糸口がつかめたので、今後は研究教育の現場において業界と一緒に実践テーマで検証を試みる。特に、地域産業の展望において将来の目利きある人材開発と組織のあり方に関して事例研究を予定している。

5. 社会人大学院の新機軸

本章では、人間科学主導の社会人大学院の存在が囑望されることを示す。米国のビジネススクールはそもそもビジネスリーダーを輩出する大学院である。その多くは技術系出身であることから技術経営（MOT）は自ずとその一環として捉えることができる。そのため考えられる現場の協働のあり方を最後に提示する。

5.1 ビジネススクールとは

そもそも、ビジネススクールはビジネスリ

ーダを育成する場所であった。決して知識を吸収する場ではなかった。これに対して、文部科学省のいう専門職大学院は、社会的視点での専門知識を習得することが目的で必ずしもビジネスリーダーを輩出することを目的としていない。多くの場合、現行の社会組織において生き残る問題解決能力向上を主眼にしている。しかしながら社会構造の変化は激しく、資本主義社会での価値観はまもなく終焉を迎えている。アングロサクソン主導のグローバルスタンダードが前提ではない。要するに、脱資本主義社会を健全にリードする存在が不可欠であり、これからのビジネススクールはそのようなリーダーを輩出してこそ今日意味ある存在といえる。

5.2 社会的価値観の把握

大学院のあるべき姿がまず求められる。出来うる姿はその次である。社会的価値観は経済最優先、すなわち経済的価値を最大化することが社会的に最大の価値があるといわれてきた。国民生産高が世界で評価されてきてわが国の経済発展はそのような視点で推進されてきたといえよう。世界から賞賛された技術立国はいつの間にか経済立国になり、決して世界から賞賛される日本になっていない。ビジネスの世界はまさしくそのものである。これに対して経済的な優位性はさておいて、環境、福祉、健康、など将来への人間的豊かさに投資することを目指した先進諸国は今日世界の多くの注目を集めている。限られた資源、限られた人間の知性を活かした創造的ビジネスが前面に現れている。わが国においてこのような視点で運営しているビジネススクールはほとんど皆無であり、経済性や生産性を中心にしている。米国においては、創造的デザインを主眼にしたビジネススクールカリキュラムが登場して新たな注目を集めている。

5.3 人間科学のわかるリーダーの育成

日本におけるビジネスリーダーは技術系出身が極めて少ない。かつては技術立国であったが、エコノミックアニマル化してしまった結果である。米国のビジネスリーダーは技術系出身が多く、技術的経験にサポートされてビジネススクールに通い経営者になるのが王道として認められている。従って、MOTと呼ばれる技術経営もMBAの自然な流れとして存在すべきであるとの認識も充分うなずける。残念ながら、今日の日本リーダーは経済的価値観しか認識できない場合が多い。そして、技術者も閉塞感を持ちながらも意図的に自分の世界から出ようとしない。

今後の日本の価値ある社会を創出するビジネスリーダーには人間科学の思考を活かしきる能力が不可欠である。知識は3年で更新しなければ持続的判断能力が保てない時代であるが、ものの考え方は基本的に変えるべきでない。「破壊と創造」であの松下電器を復活させた中村社長もビジョン（経営理念）だけには変えなかった。

評価基準として知識で評価してはだめで、考え方の能力で評価しなければならない。有名な話で「氷が解けたら何になるか？」との質問に「春になる」と答えたら間違いであると採点した愚かな日本の教育現場がある。問題解決の要因に対してたとえば、「法的規制緩和」、「技術的可能性」、「社会的価値の変化」などの視点で論じられる感性が要求される。多様性の評価が出来ることこそリーダーの育成に要求される。

5.4 意思決定の業務経験ある教員スキル

実務経験は前提で重要であるが、多くの場合本人の肩書きで仕事をしてきた場合が多い。育成スキルには組織の意思決定判断を任されるような本人の個性や能力を必要とする実務経験であることが必要である。経験からしても組織の意思決定を任される責任は大変

重く本人の能力が左右する場合が多い。その経験は教育の場ではその肩書きよりも本人自身の能力が評価される。帰属組織以外の顔でいかなる能力を発揮できたかが大切である。要するに、結論のあるルールを管理するアドミニストレーションと、状況判断から結論を生み出すマネジメントは全く違うことの認識が大切である。価値観が環境負荷軽減、健康福祉などに傾いたなかでの状況判断能力が要求される。専門職大学院になると知識の習得が狙いのようになるがそれは間違いである。結果的にサラリーマン教授は不要である。

それとファシリテータ型教育すなわち、学生の個々の能力を状況判断で引き出せるスキルが教員には要求される。教えるのでなく気づかせることこそ教員スキルに要求される。ティーチングでなくコーチングの軸足である。

5.5 教職員の協働

人材育成は教員だけの仕事では成立しない。優秀な職員の能力が発揮できてこそ学校としての最大限の機能が発揮される。決してルーチン的な事務処理でなくアイデアや課題の提起がトップに伝わるコミュニケーション能力ある体制が優秀な学生を活かしきる大きな要因である。自由な発想や発言は職員の権利でもある。一方、学内業務の主導権を握る場合や、学内運営に職員が投票権を持つ健全な事例も散見され、自主的な発想を持つ前向きな体勢でなければ意味を成さない。人間科学的な社会的変化に疎い教員も多々見られ、その認識も不十分な場合が多い。優秀な組織では教職員の対等な立場での協働作業が出来て初めて人材育成業務が成立する。

6. おわりに

時代が大きく変わり、人間の豊かさを等身大で納得を実現する事業開発が今後主流にな

ろう。あのTVゲームもシンプルなものがりバイバルしている。事業の意思決定での理性と感性の調和は競争優位の源泉になると考えられる。等身大とは使いこなす能力のことである。目利きのある人材育成の場としての社会人大学院も先進的な考え方を醸成することをミッションとすべき時代である。

本論文の考え方はあくまで社会の潮流をベースにした今後の事業開発体制のあり方の仮説である。今後の研究教育の現場でこの仮説を充分検証する可能性があるので別途報告の機会を得たい。

謝辞

長年、潜在的意思の中にあつた『人間科学』という貴重なキーワードを、偶然の機会に表出化することが出来て全体の論点が定まった。貴重な提示をいただいた本大学院関係者に深謝する。

最後に、本学における経営情報学の研究の機会をいただき、長年ご指導いただいた本多波雄研究科長、本学在職中・退職後も継続的なご指導をいただく小松昭英元教授に感謝する。

文献

- [1] 相原憲一『業務能力の連鎖と気づき能力』経営情報学会全国大会 2004. 6
- [2] 同上『意思決定能力連鎖とリアルオプション思考』同上 2005. 11
- [3] 川口有一郎『リアルオプションの思考と技術』ダイヤモンド社 2004. 7
- [4] 印南一路『すぐれた組織の意思決定』中公文庫 2003. 5
- [5] 畑村洋太郎『気づく力』プレジデント社 2005. 8
- [6] C. クリステンセン『イノベーションのジレンマ』翔泳社 2001. 7
- [7] W. チャン・キム他『ブルーオーシャン戦略』ランダムハウス講談社 2005.
- [8] W. ペニス他『ビジネススクールは病んでいる』DHBS 2005. 9
- [9] 『理系白書』講談社 2003. 6
- [10] 『ファシリテータ型リーダーシップ』特集 DHBR 2005. 9