

経営学

本試験

第 1 問

問題 2 次の文章を読んで、下記の 問 1 ～ 問 5 に答えなさい。なお、計算結果に端数が生じる場合、小数点第 2 位を四捨五入して小数点第 1 位まで答えること。

～ 略 ～

しかし今日、IT 革命とともに情報の民主化は加速度的に進展している。情報をたくさん持つようになった知的な存在としての市民やナレッジ・ワーカーとしての従業員を対象として、新しい知識や価値を創造していく組織的活動が探求されつつある。

例えばナレッジ・マネジメント論（組織的知識創造理論）では、知識創造のプロセスを（ A ）と（ B ）の相互変換プロセスと捉え、企業経営においては知識創造の主体としての現場の従業員の価値を認め、個々人の知の獲得・蓄積を触発し、方向付け、組織的に共有・拡大させる経営が重要であるとされた。

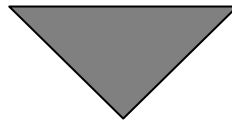
～ 略 ～

問 4 （ A ）、（ B ）に当てはまる最も適切な語句を答えなさい。

《解答 4》

(A)	暗黙知
-----	-----

(B)	形式知
-----	-----



論文グレードアップ答練 第7回

第1問

問題1 次の文章を読み、下記の問に答えなさい。

＜アバナシーの研究＞

経営学において技術経営と呼ばれる分野は、JIT 生産システムや⁽¹⁾セル生産方式等の工場管理論と、新技術を生み出すイノベーションとに分類される。技術経営では後者を中心に様々な研究成果が生まれてきたが、初期の研究で最も有名であるのがA-Uモデルである。A-Uモデルでは、生産工程や生産技術に関する(①)イノベーションと、製品及びサービスという生産対象自体に関する(②)イノベーションとにイノベーションを類型化し、それぞれは時間経過に応じて発生頻度が異なることを提示した。このモデルの背景には、⁽²⁾製品ライフサイクル仮説が設けられており、導入期、成長期、成熟期、衰退期という時間経過の中で、頻繁に生じるイノベーションは異なると考えられたのである。すなわち、導入期においては生産対象自体の品質や機能が定まっておらず、市場が成長するまでの間、様々な生産対象が生じる。このため、生産対象自体の品質や機能を確率させる(③)イノベーションが中心となる。次に、成長期に入ると、生産対象について市場全体を支配するような(④)デザインが確立され、効率的な生産が求められるため(⑤)イノベーションが中心となる。最後に、成熟期に入ると、生産対象や生産技術に大きな影響を与えるラディカルイノベーションが減少し、漸進的な(⑥)イノベーションへと移行していく。この段階に至ると、標準化された製品を標準化された製造方法で作っていくことになるため、導入期、成長期に比べると⁽³⁾学習効果も相まって生産性は非常に高い状態となる。しかしその反面で、外部環境の変化に応じて、製品仕様の変更を行うには、オートメーション化により複雑化された製造工程の変更も必要とするが、製造工程の変更により生産性は低下することになるため、製品仕様の変更を諦めることとなる。このように、⁽⁴⁾生産性と創造性のトレードオフ関係のことを(⑦)という。いかなる製品も永続的に需要が継続することはないため、(⑦)を回避しなければ長期的な企業の存続は困難となる。

～ 略 ～

問4 下線部(3)について、組織学習について有名なモデルとして野中郁次郎のSECIモデルが挙げられ、「共同化→表出化→連結化→内面化→共同化→…」という段階を踏んで知識創造スパイラルが形成されるが、それぞれの段階の意味を説明しなさい。

＜解答4＞

共同化	個人の暗黙知から集団的な暗黙知を取得するプロセスである。
表出化	暗黙知から形式知を創造するプロセスである。
連結化	個人の形式知から体系的・統一的形式知を創造するプロセスである。
内面化	形式知を暗黙知に変換するプロセスである。