

Japan Marketing Academy

個人知の活用と持続的幸福感の関係性

— スキルシェアがもたらす社会的価値—

甲南大学 マネジメント創造学部 准教授

青木 慶(あおき けい)

キーワード

ユーザーイノベーション, 市場の失敗, シェアリングエコノミー, ウェルビーイング, PERMA

本文要約

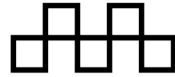
I. はじめに

本研究は、個人知の活用がもたらす社会的な価値に焦点を当てるものである。本研究では、個人知の活用という観点から、個人の無形資産(知識や経験)をシェアする、スキルシェアに焦点を当てる。特に、スキルを提供する個人(以降、スキルシェア参画者)が享受する社会的価値について検討することで、個人知活用の新たな側面を提示し、これを促進する一助となることを目指す。

II. 問題の所在と本研究で明らかにすること

企業ではない、個人によるユーザーイノベーション研究(e.g. von Hippel, 2005)では、イノベーターが労働時間以外の時間を使って経済的価値を生み出すことによる、社会にもたらす価値の大きさが主張されてきた。だが現実にはインセンティブの欠如により、それがほとんど普及しないことが「市場の失敗」として指摘されている(e.g. de Jong, von Hippel, Gault, Kuusisto & Raasch, 2015)。有用な個人知が当人の範疇にとどまることは社会的に損失である。ユーザーイノベーションはイノベーターの知識や経験、スキルに基づく個人知の結集であり、その普及は、究極的なスキルシェアであるという見方ができる。本研究は、個人知を共有することで得られる価値を明らかにすることで、この問題に対する解決策の提示を試みる。

本研究では、スキルシェア参画者が知の共有から享受する価値を、金銭的・非金銭的インセンティブの総和であると見る。特に後者は客観的に測ることが困難であり、十分に議論が進んでいない。そこで、本稿はポジティブ心理学で開発された、ウェルビーイング(Seligman, 2011)に着目し、これを検討することにした。ウェルビーイングは、持続的幸福の増大を目指すものであり、ポジティブ感情(Positive emotion)・エンゲージメント(Engagement)・他者との関係性(Relationship)・人生の意味・意義(Meaning)・達成感(Achievement)という5つの要素(PERMA)から成る(Seligman, 2011)。先行研究で議論されてきた、ユーザーイノベーターが享受する非金銭的インセンティブと近似する点が多く、本稿ではPERMAの概念を用いて「個人知を活用することは、当事者のウェルビーイングにどのような影響をもたらすのか」について明らかにすることを試みた。



III. 調査方法

上述の問いを追究するために、本稿では、スキルシェア参画者とコントロールグループ(年齢・性別・居住地において、日本の人口分布の比率に準じたサンプル)の持続的幸福度の比較調査を実施した。Butler and Kern(2016)が開発した PERMA の尺度を用いて、2つのグループの差異の有無について確認することにした。

IV. 調査結果

スキルシェア参画者(n=107, M_{age} =46.15 歳, 男性 58.9%, 女性 41.1%)とコントロールグループ(n=979, M_{age} =47.75 歳, 男性 50.8%, 女性 49.2%)の PERMA の平均値について、マンホイットニーの U 検定を用いて差異の有無を検討した結果、5 項目のうち、Positive emotion, Engagement, Meaning, Achievement の 4 項目において、スキルシェア参画者の方が有意に高いことが示された(いずれも $p < .001$)。この結果は、年齢、婚姻状況、最終学歴という、PERMA に影響を及ぼしうるコントロール変数の影響を除いても有意であった。つまりスキルシェアへの参画は、当事者のウェルビーイングの向上に寄与することが示唆された。

V. 結論とインプリケーション

以上のことから、個人知を活用することは、当事者のウェルビーイングの向上に寄与するということが本稿の結論である。コロナ禍を機に、組織に拠らない個人知の重要性は、今後さらに増すものと考えられる。副業を認める企業も増加しており、スキルシェアの動きは今後も加速するであろう。それが経済的価値のみならず、幸福度を高めるものであることが周知されれば、個人の範疇にとどまる有用な知の共有を促進しうる。この点が、本研究から得られた重要な示唆である。

本研究は JSPS 科研費 20K13631 の助成を受けたものです。

主要引用文献

Butler, J., & Kern, M. L. (2016). The PERMA-Profiler: A brief multidimensional measure of flourishing. *International Journal of Wellbeing*, 6(3), 1-48.

de Jong, J., von Hippel, E., Gault, F., Kuusisto, J. & Raasch, C. (2015). Market failure in the diffusion of consumer-developed innovations: Patterns in Finland, *Research Policy*, 44(10), 1856-1865.

Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. New York, NY: Free Press.

von Hippel, E. (2005). *Democratizing Innovation*, Cambridge, MA: MIT Press.