



共創コミュニティから創出する社会的価値
-**Apple Distinguished Educator**
Programの事例より-

青木 慶

大阪女学院大学

aoki@wilmina.ac.jp

Outline

- 研究の背景
- 研究目的
- ケース: **Apple Distinguished Educator program**
- 調査方法
- **調査結果**
- 結論とインプリケーション

ユーザー（個人）イノベーションの普及における「市場の失敗」

ユーザー（個人）イノベーションは、社会的価値を創出する (Raasch and von Hippel, 2012; Gambardella et al., 2016)

実際にはほとんどの個人イノベーションが普及しない「市場の失敗」

インセンティブが機能すれば、これを解消できる (von Hippel et al., 2014; De John et al., 2015)

研究目的

- 個人イノベーションの普及を促す、
有効なインセンティブを探索的に明らかにする

Apple Distinguished Educator Program

- Appleの運営する、教育者に特化したユーザーコミュニティ
- 1994年設立
- 45カ国に2,584名のADE
- コミュニティに参加するためには、革新的なアイデアを提示して、審査を通過しなければならない

Apple Distinguished Educator Program

教育を変えるアイデアの創出・実践



世界にシェア

革新的な教育



ADE認定



革新的な教育



グローバル
ミーティング
への参加

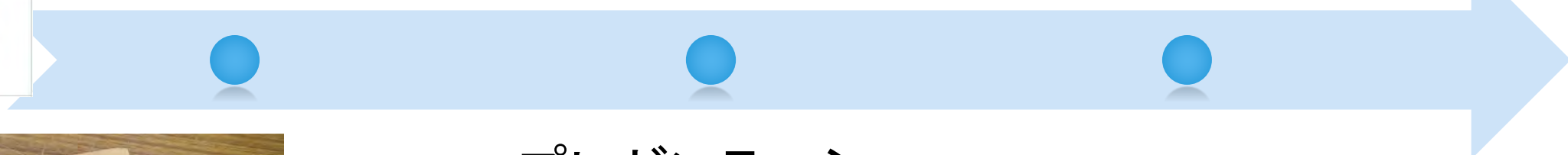
コミュニティ発のイノベーション



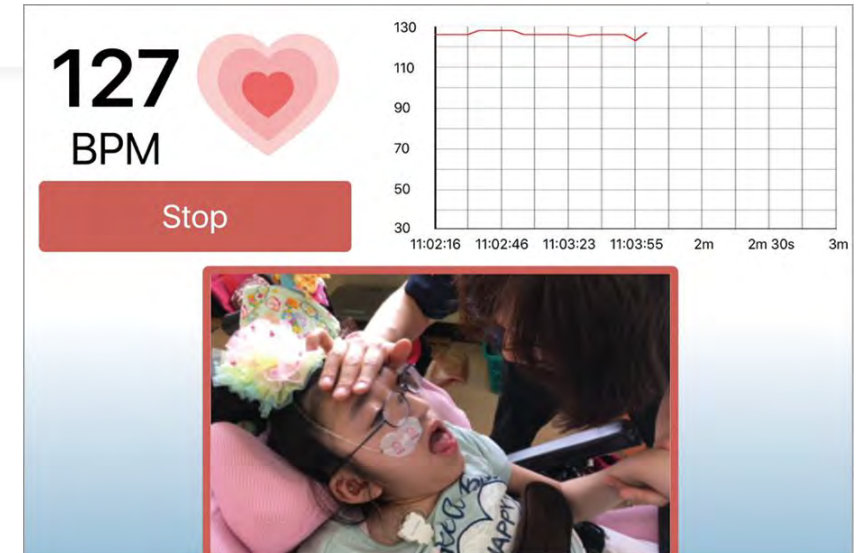
プレゼンテーション
@ベルリン



アプリの共同開発



プレゼンテーション
に関心



“iPad Heart Rate”



調査目的

ADEの事例を通して、個人イノベーターがコミュニティに参加・貢献する理由について、明らかにする

調査方法

Study 1: 質的調査



- 17 名
- 半構造化インタビュー
- 30-70 分, 平均 49 分
- 2017 年8月-2018 年2月

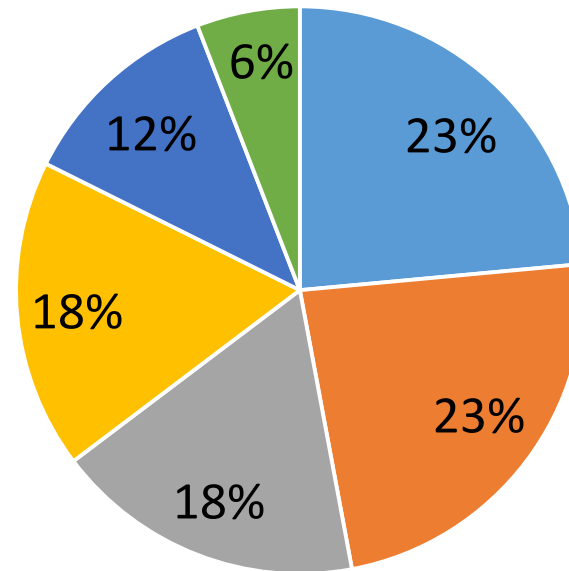
Study 2: 量的調査

- 61 名
- オンライン
- 2018年5月19日
-6月10日

Study 1: Sample

インタビュー어의所属教育機関

- n=17
- 男性 14名, 女性 3名
- 日本人 16名, アメリカ人 1名
- ADE歴 1-8年



- 特別支援学校
- 大学
- 高校
- 中学校
- 小学校
- インターナショナルスクール

Study 1: インタビューの構成

ADE応募前

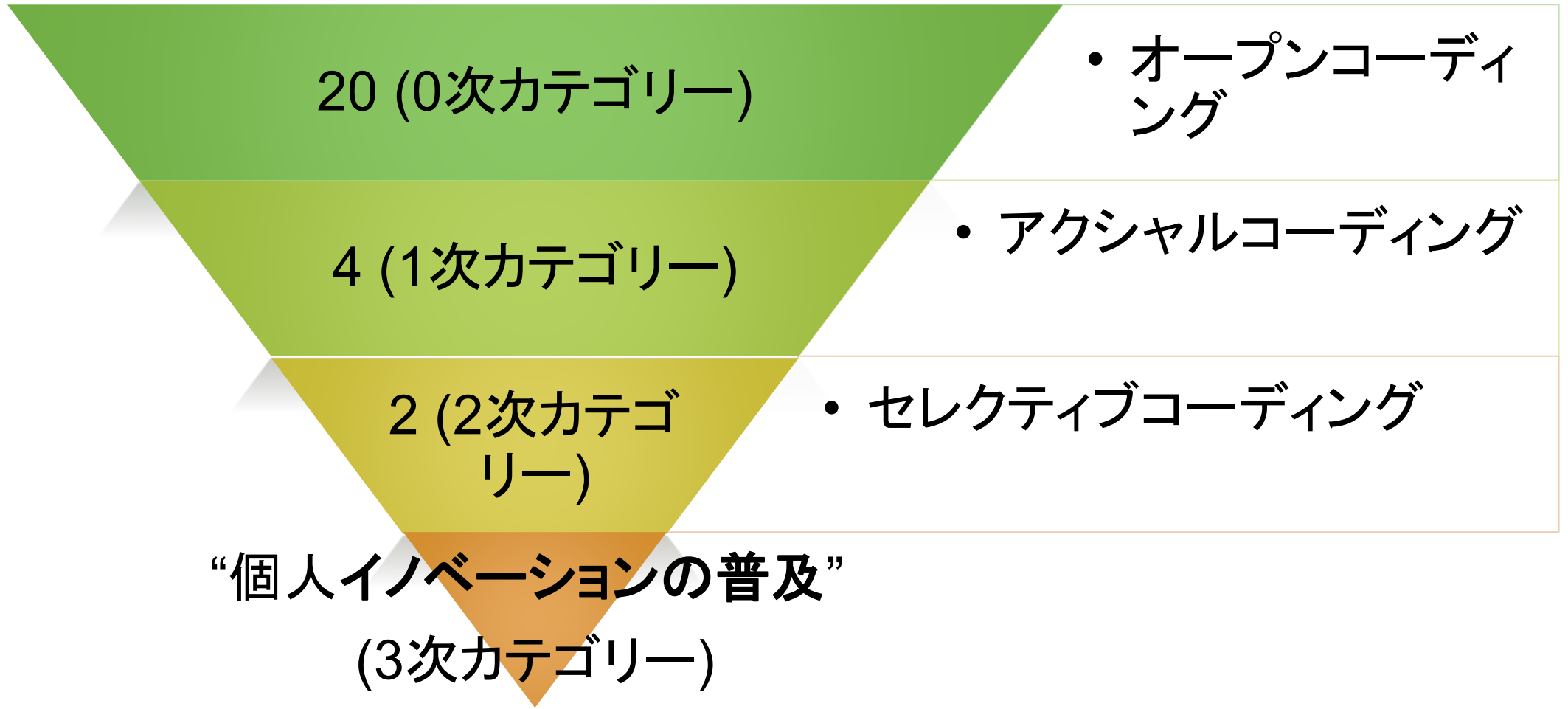
- 教育内容
- Appleへの姿勢
- ADEに応募した理由



ADE認定後

- 教育内容・Appleへの姿勢に関する変化
- ADEであることのメリット・デメリット

Study 1: コーディングによるカテゴリ抽出



NVivoを用いたク ラスタ分析結果

個人イノベー
ションの普及

内発的ア
プローチ

コミュニティの醸成

イノベーションの創発

外発的ア
プローチ

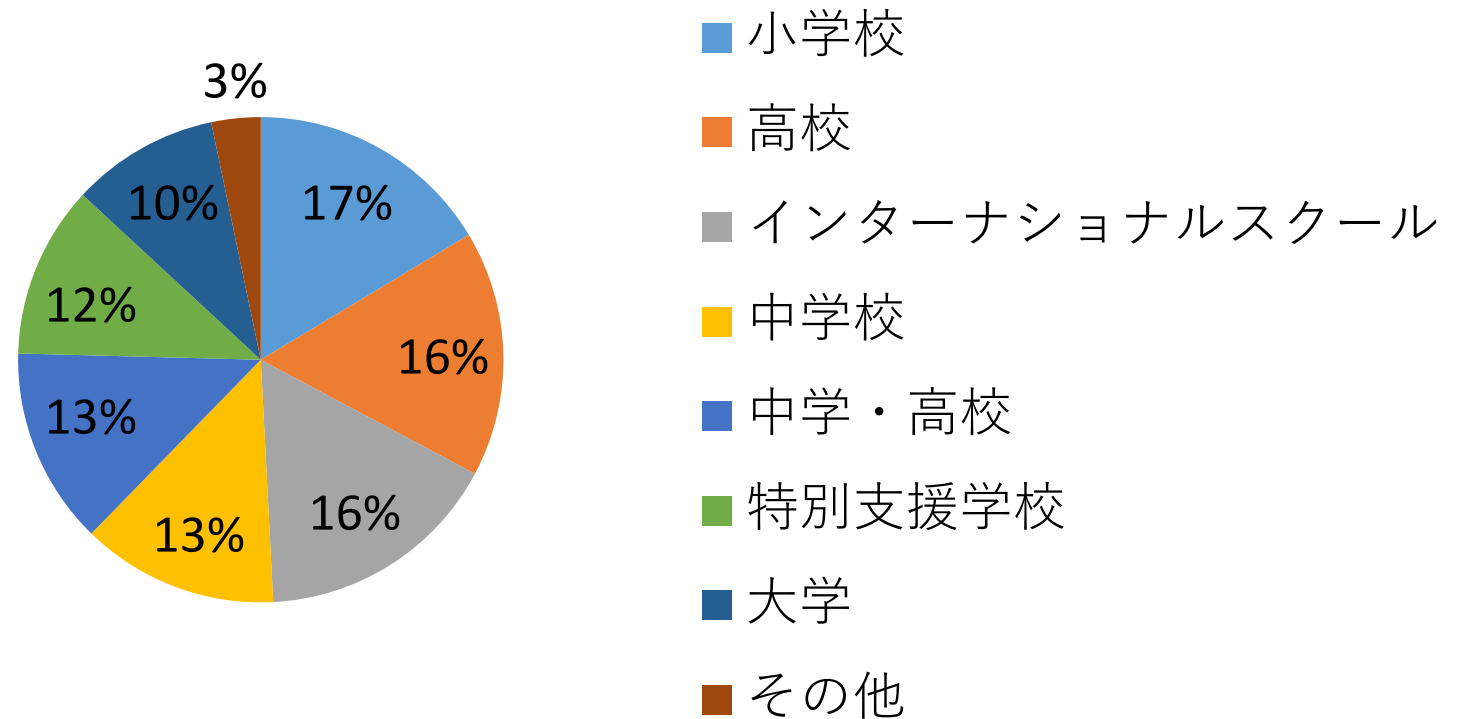
リードユーザー

製品理解

Study 2: Sample

- n=61
- 男性 54名, 女性 7名
- 日本人 45人, 他16名
- 平均年齢: 45.2 歳

回答者の所属教育機関



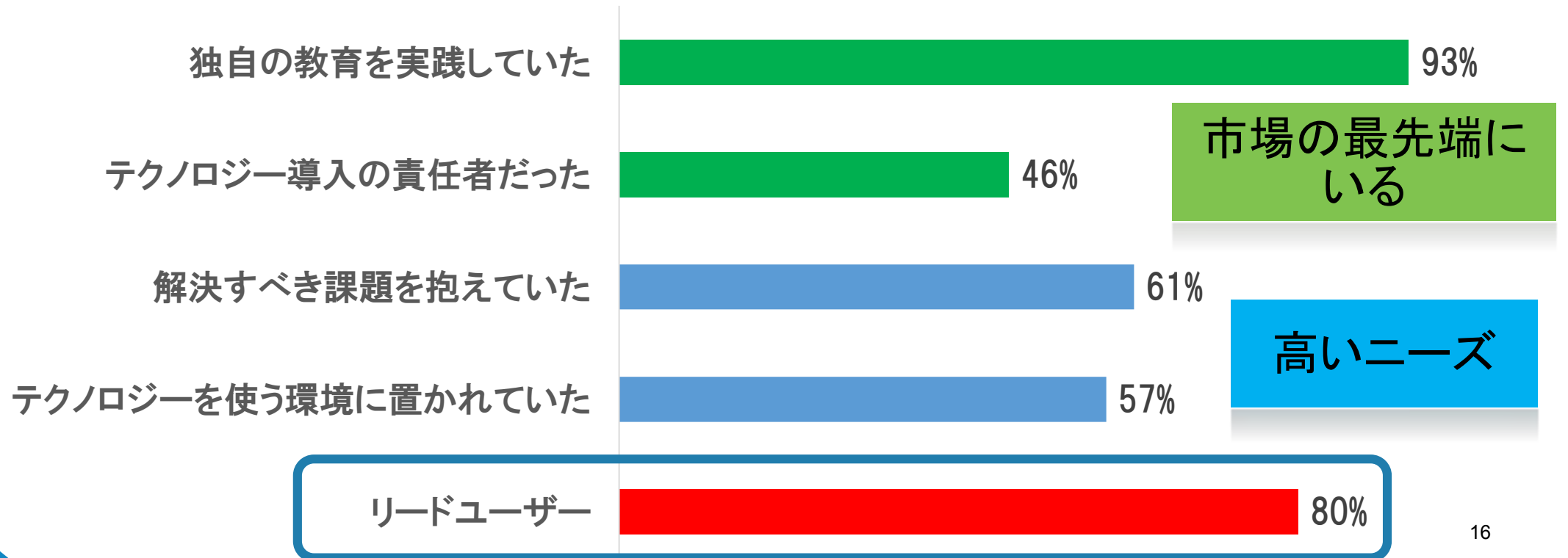
Study2: 主な確認事項

- ✓ 回答者のリードユーザー性
- ✓ ADE応募のきっかけ
- ✓ コミュニティに参加することのベネフィット
- ✓ アイデアを共有するモチベーション

Study 2: Results

80% が応募時点でリードユーザーの特徴を持ち合わせていた(von Hippel, 2005)

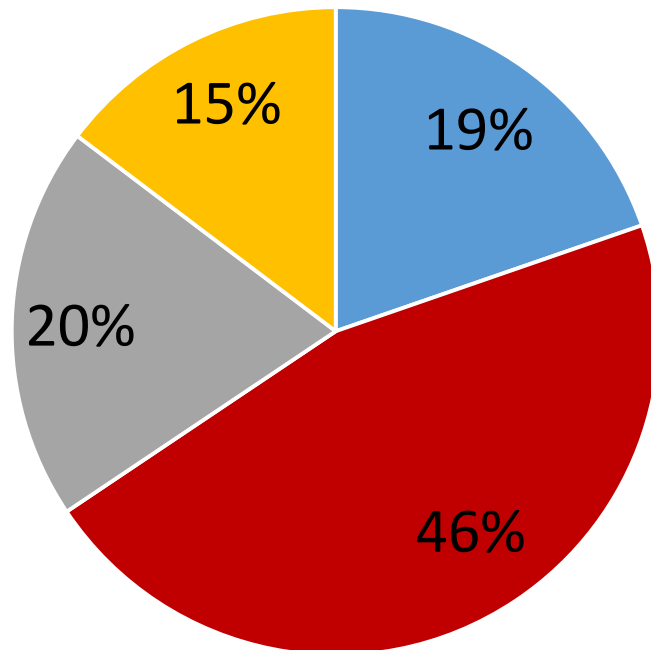
回答者のリードユーザー性



Study 2: Results

46% がAppleから勧められてADEに応募

ADEに応募したきっかけ



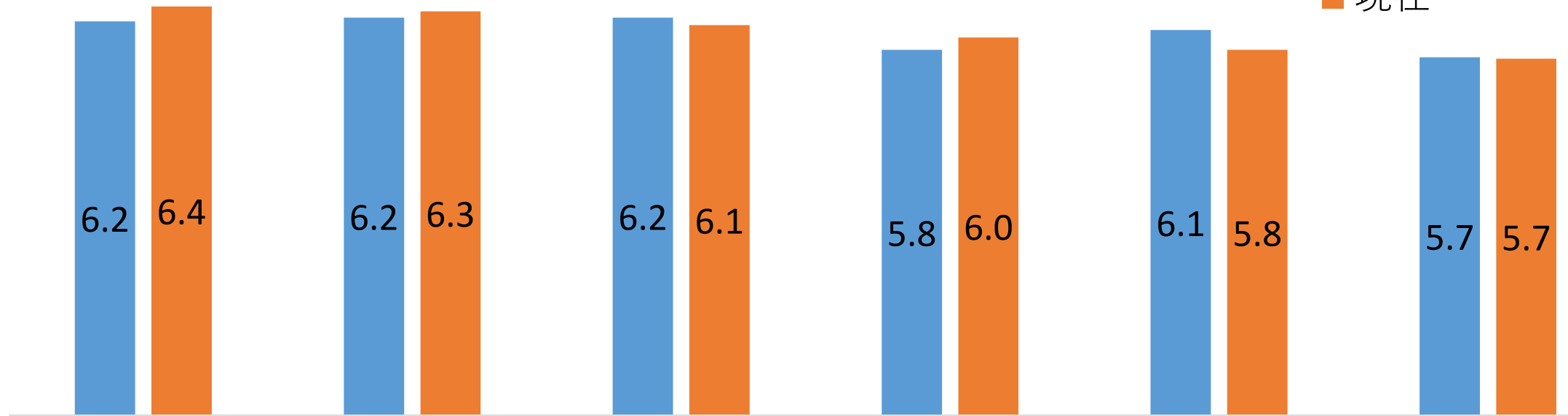
- 自発的に応募
- Appleから勧められた
- 他のADEから勧められた
- その他

Study 2: Results

最大のメリットは、他のADEとの交流

ADEであることのメリット

■ ADE応募時
■ 現在



他のADEとの交流

他のADEから得る知識

自分の教育の質の向上

グローバルなコミュニティへの参加

Appleから得る知識

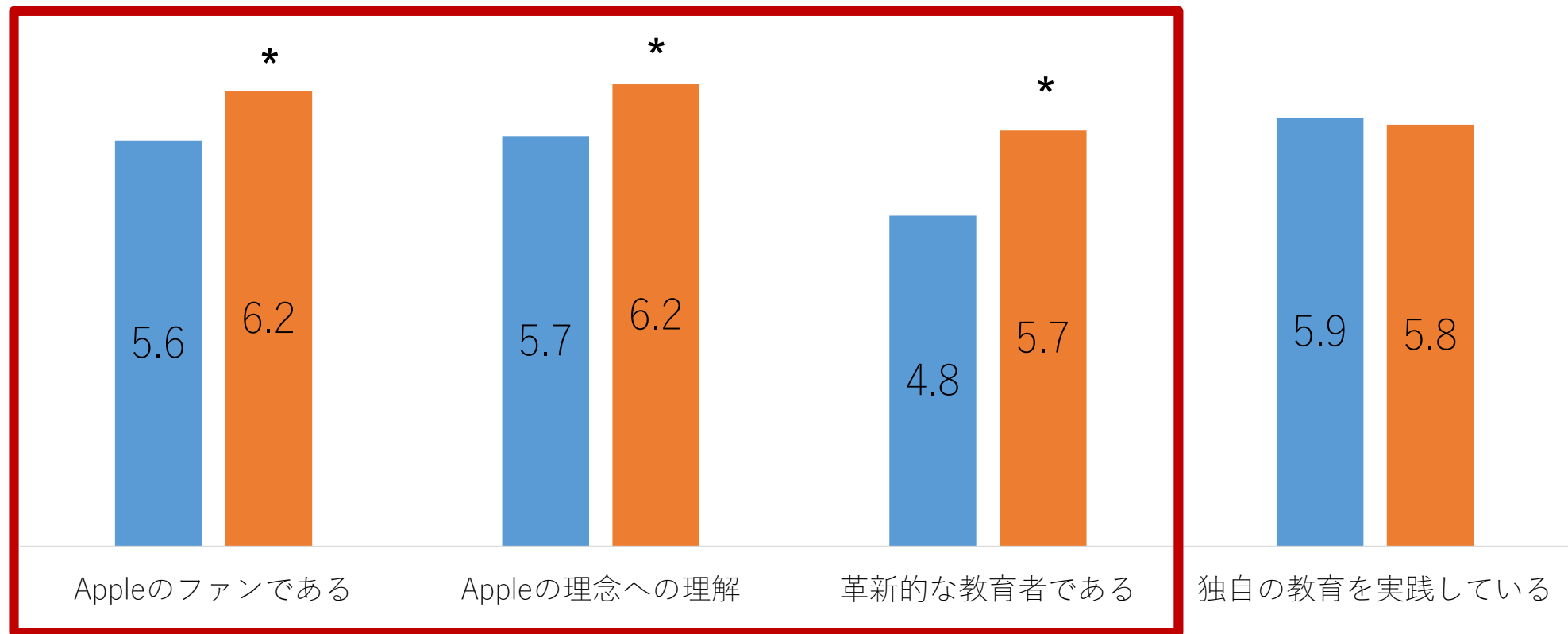
Appleとの交流

7点評価のリッカーと尺度による回答の平均値

Study 2: Results

Appleや自分自身に対する考え方に変化

Apple/自分自身に対する考え方



■ ADE応募時 ■ 現在

7点評価のリッカーと尺度による
回答の平均値 * $p < .01$

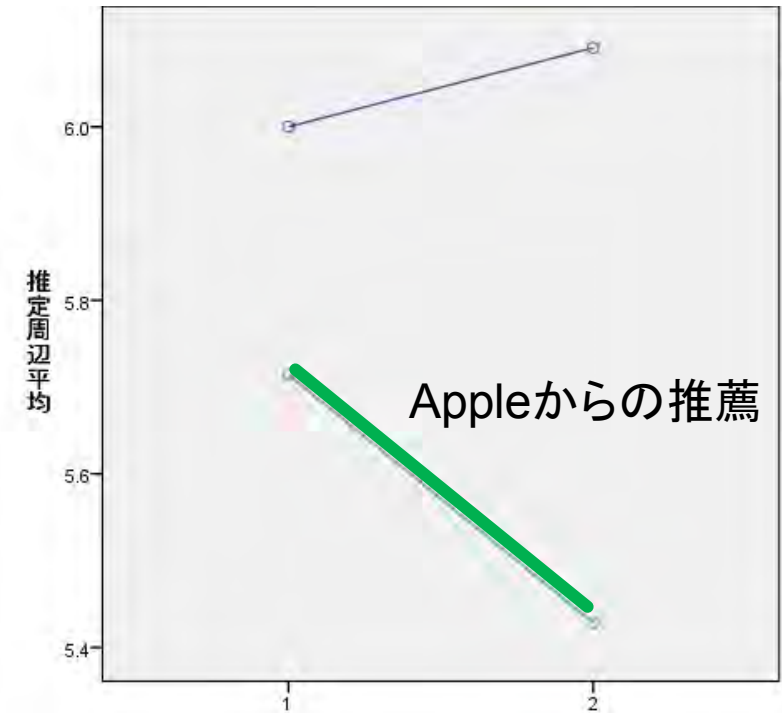
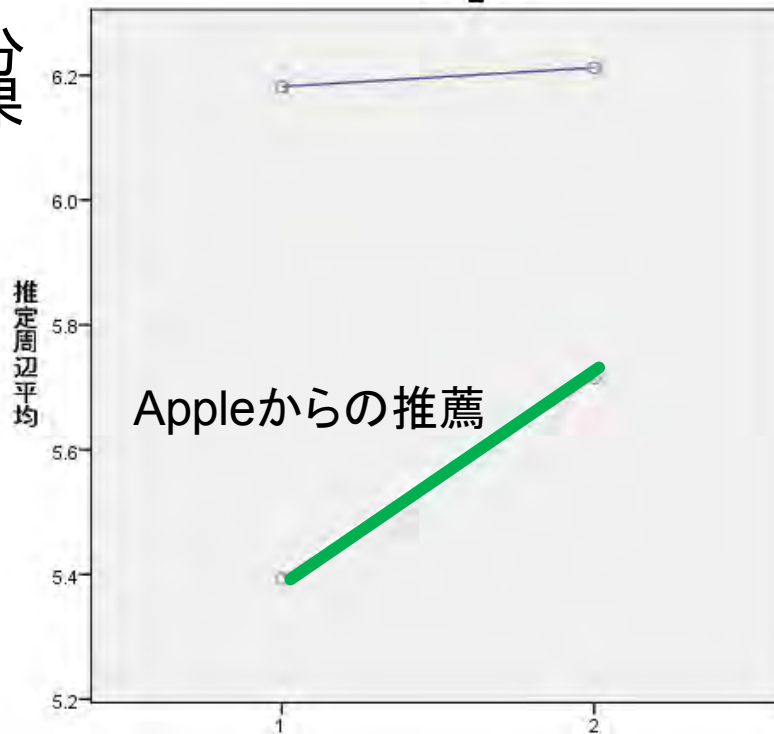
Study 2: Results

Appleの推薦による応募者は、それ以外の応募者より参加後の変化が大きい傾向

グローバルなコミュニティへの参加

独自の教育を実践している

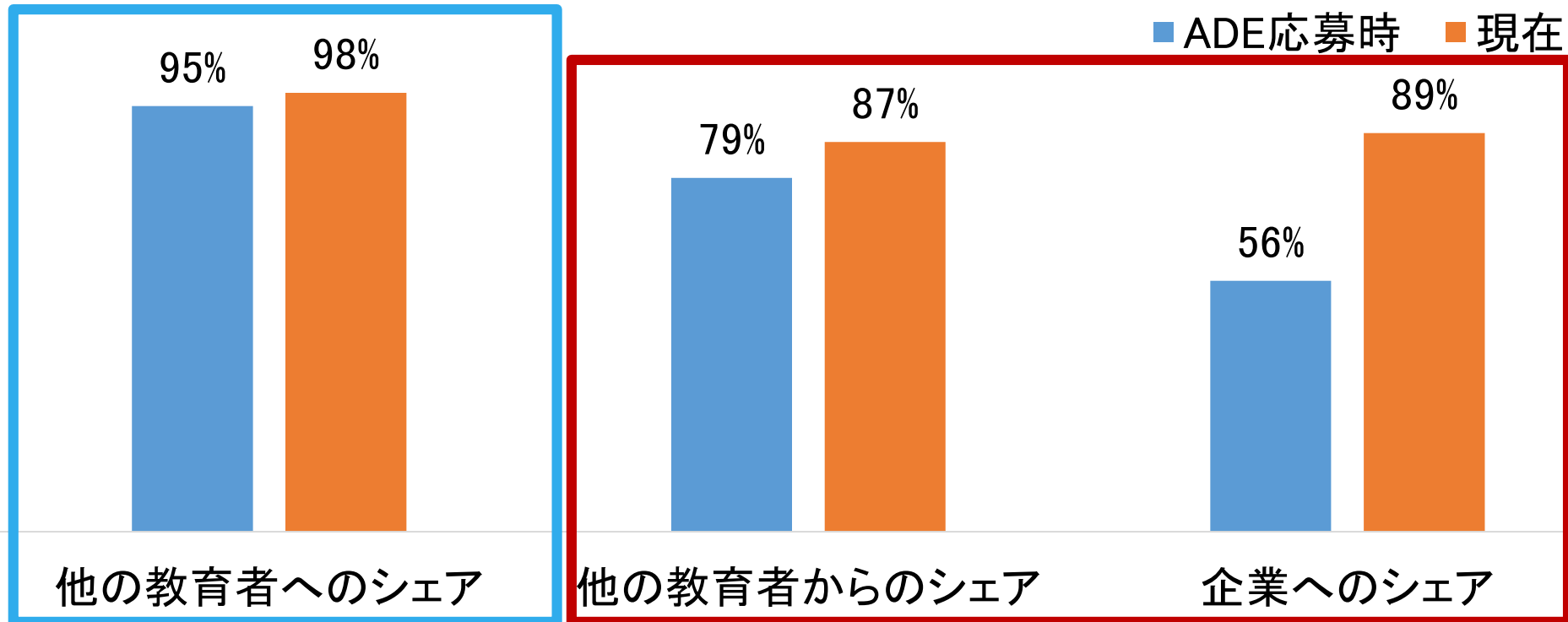
二要因の分散分析結果



Study 2: Results

ADEは以前から自身の教育を周囲にシェア

アイデアのシェア状況

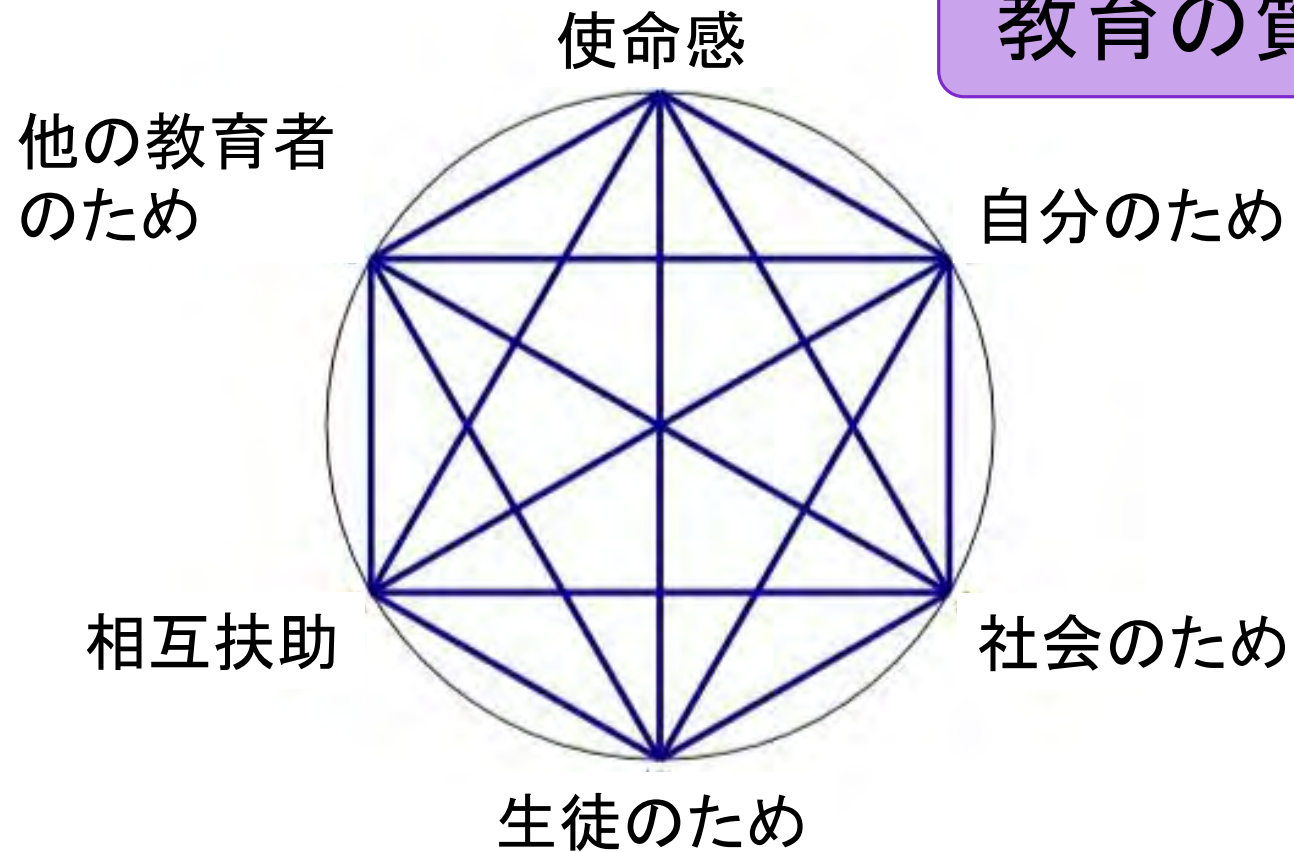


Study 2: Results

シェアするモチベーション

NVivoを用いた
クラスター分析結果

教育の質の向上



(FA)

NVivoを用いたク ラスタ分析結果

個人イノベー
ションの普及

内発的ア
プローチ

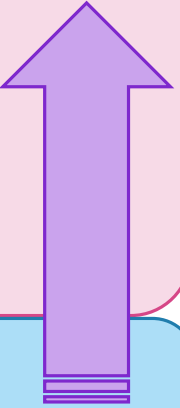
コミュニティの醸成

イノベーションの創発

リードユーザー

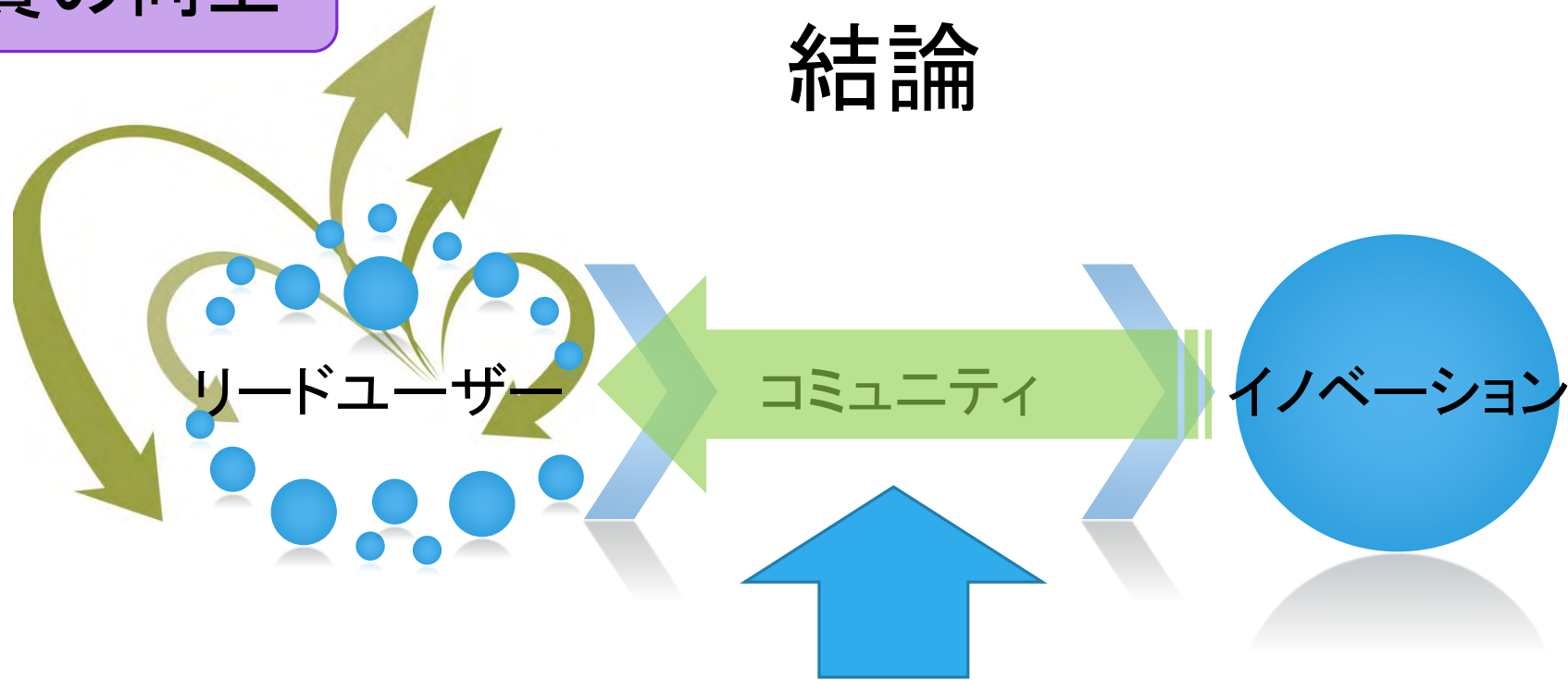
外発的ア
プローチ

製品理解



教育の質の向上

結論



メンバー間の交流を促進
一流であることの意識づけ
最新のテクノロジー

インプリケーション

リードユーザーのコミュニティ化は、個人イノベーションの普及を促進する、ひとつの有効な手立てである

- リードユーザーにとっては、コミュニティ自体がインセンティブ
- **コミュニティの多様性**が、参加者のモチベーションを高め、イノベーションの質を向上させる

研究の限界と今後の課題

- 本調査で得られた知見は、単一の事例から導出したものであり、一般化するためにはさらなる検証が必要である。
- 本調査結果は、既存のフレームワークで説明できる可能性がある。

参考文献

- Baldwin, C., Hienerth, C., and von Hippel, E. (2006). "How user innovations become commercial products: A theoretical investigation and case study", *Research policy*, 35(9), 1291-1313.
- De Jong, Jeroen P.J., Eric von Hippel, Fred Gault, Jari Kuusisto, and Christina Raasch (2015) "Market failure in the diffusion of consumer-developed innovations: Patterns in Finland," *Research Policy*, 44(10), 1856-1865.
- Franke, N and E. von Hippel and M. Schreier (2006) "Finding commercially attractive user innovations: A test of lead user theory", *Journal of Product Innovation Management*, 23(4), 301-315.
- Gambardella, Alfonso, Christina Raasch, and Eric von Hippel (2016), "The user innovation paradigm: impacts on markets and welfare", *Management Science*.
- Hinearth, C and C. Lettl (2011) "Exploring How Peer Community Enable Lead User Innovations to Become Standard equipment in the industry: Community pull effects", *Journal of Product Innovation Management*, 28(1), 175-195.
- Raasch, Christina and Eric von Hippel (2012) "Amplifying user and producer innovation: The power of participation motives", *Available at SSRN 2167948*
- von Hippel, E. (2005) *Democratizing Innovation*, MIT Press: Cambridge, MA.
- von Hippel, Eric A., Harold J. DeMonaco, and Jeroen P.J. De Jong (2014) "Market Failure in the Diffusion of User Innovations: The Case of 'Off-Label' Innovations by Medical Clinicians." *Available at SSRN 2275562* 27

This work was supported by JSPS KAKENHI Grant Number 17K04023.