

Title	知識創造型ベンチャー企業 - 株式会社インクスを事例として -
Sub Title	
Author	山田婦二子(Yamada, Fujiko) 奥村昭博
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1999
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1999年度経営学 第1556号 不可
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001999-1556

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

所属ゼミ	奥村 研究会	学籍番号	89828943	氏名	山田婦二子
(論文題名)					
<h2>知識創造型ベンチャー企業</h2> <p>—株式会社インクスを事例として—</p>					
(内容の要旨)					
<p>新しい技術の台頭、産業の成熟化といった様々な環境要因や産業構造の変化により、知識社会の到来といわれている。製造業が基盤であった、戦後の産業社会は、ますますサービス社会になり、最近ではいわゆる情報社会へと進化してきた。主導的な経営思想家たちによれば、次の時代には、製造、サービス、情報の各セクターは知識に依存するようになり、企業組織はさまざまな形で知識創造の主体へと進化していくという。</p>					
<p>このような環境の変化の中で、新しいベンチャー企業が多く台頭してきている。しかし、数多く生まれてくるベンチャー企業の中で、成長を続けていく企業は、それほど多くないといえるだろう。様々なベンチャー企業が生まれては、様々な企業の成長段階において、消えていくのである。これらの違いは、ひとつに企業のドメインが異なることがあげられる。たとえば、新しい技術の台頭により創られたベンチャー企業でも、そして、そのドメインが、新しいパラダイムの創出になれば、生き残っていけないのである。そのドメインには、知識社会において、どのような付加価値を提供できるのかといったものが含まれていなければならないと考える。そして、それらのベンチャー企業が生き残り、成長を続けていくためには、常に、そのドメインを見つめ直し、付加価値を提供していかなければならないと考えるのである。</p>					
<p>パラダイムの転換は、容易ではない。なぜなら、パラダイムの転換とは、これまで、築き上げてきたパラダイムを崩して、新しいパラダイムを作ることだからである。これは、新しくできたベンチャー企業しかりである。しかし、成長を続けてきたベンチャー企業の中には、このパラダイムの転換を作り出し、ドメインを進化させていくというサイクルそのものを作り出すことを成長とともに行っていく、あるいは、成長をすることによって、パラダイムの転換を作り出し、ドメインを進化させていくというサイクルを作り出すといった企業が出てきているのではないかと考えるのである。つまり、これまでの企業のように、企業パラダイムを作り上げていくのではなく、パラダイム転換のしくみそのものを創り出していくような企業である。そして、それらの企業が行うのは、規模の拡大ではなく、付加価値の拡大であると考えられる。このしくみが付加価値を生み出す企業のしくみなのではないだろうか。</p>					
<p>つまり、これらの新しいベンチャー企業は、知識創造のしくみそのものを成長させていくのではないかと考えるのである。知識創造のしくみを成長させていくことにより、付加価値を次々生み出していくような企業ができていくのではないか。つまり、付加価値を生み出していく様なしくみを企業の中に持ち、そのしくみによって知識創造のスパイラルが働き、パラダイムの転換が行われる。この論文においては、この知識創造のしくみによって、新しいコンセプトが創られることの証明ではなく、このしくみを創ることそのものが、企業の成長につながっていることを証明しようとするものである。</p>					