

# なぜ知の共有が持続的幸福感を高めるのか

— AFOL の事例より —

甲南大学 マネジメント創造学部 准教授

青木 慶

## キーワード

ユーザーイノベーション, 共創, コミュニティ, ウェルビーイング, PERMA

## I. 研究目的と背景

2020年以降、パンデミック下で人々の生活は大きく変化した。働き方もその例外ではなく、個々人が自己の能力をどこでどう活かすべきか、直視せざるを得ない状況に置かれた。社会的にも副業や複業を容認する傾向にあり、個人知の活用は今後も加速するものとみられる。本稿は、個人知の活用が持続的幸福感を向上させるという先行研究 (Aoki, 2021) の結果を受けて、なぜそれが起こるのかを明らかにしようとするものである。

ユーザーイノベーションの研究では、それが社会全体に追加的な価値をもたらすものであるにもかかわらず (e.g. Raasch & von Hippel, 2015), そのほとんどが社会で活用されることなく埋もれたままであることが指摘されてきた (e.g. de Jong, von Hippel, Gault, Kuusisto, & Raasch, 2015)。このギャップの解消を目指して、個人知を共有することによる、当事者の非金銭的な価値を可視化しようと試みたのが、Aoki (2021) の研究である。Aoki (2021) は、ポジティブ心理学で提唱された持続的幸福感の概念 (Seligman, 2011) を用いて、それが当事者のウェルビーイングの向上に寄与することを示した。しかしながら、なぜそれが生じるのかについては明らかになっておらず、本稿では、この点を追究することにした。

## II. 調査概要

本稿では、知の共有が持続的幸福感に与える影響を考察するために、当事者、具体的には、自身の創作を他者に

共有している、大人のレゴブロック愛好者 (Adult Fans of LEGO; 以降 AFOL) 10名へのデプスインタビューを実施した。インタビューは半構造化の形式を取り、レゴを使い始めたきっかけ、楽しみ方、購入状況、ユーザーコミュニティやレゴ社との関わりなどについて質問した。各インタビューデータから帰納的に理論を構築するために、グラウンデッド・セオリー・アプローチ (GTA) を用いて分析を行った。

## III. 調査結果

分析の結果、インタビューデータから、以下のカテゴリーが抽出された。

- A) レゴの原体験
- B) 新たなレゴ体験
- C) 忘我状態
- D) 知的好奇心の充足
- E) ゴールの設定と達成に伴う課題
- F) 共創と競争による知識・体験の深化: コアカテゴリー
- G) 次世代への体験の継承

インタビュー어가アイデアを共有する背景には、幼少期から始まる知識や体験の蓄積が存在した (A)。幼少期の体験があるからこそ、彼らはインターバルを経てレゴの創作活動に回帰し、新たな価値を見出して夢中になり (B, C), そこに、レゴから離れている期間に培った知識を投入する (D)。やがて彼らは自分なりの目標を持つようになり、それを達成する過程で生じる様々な課題 (E) を、他のユーザーとの協業で克服しようとする。AFOLは、時に競争的に切

磋琢磨することで、互いの知識や経験値を向上させていた(F)。この自身の知識や経験の深化から得られる充足が、次世代への体験の継承へと昇華している事象が確認された(G)。

#### IV. 結論とインプリケーション

以上の調査結果から、なぜ知の共有が持続的幸福感を高めるのかという本稿の問いに対して、知を共有することで、さらに当人の知識や経験が深化するからであると結論づける。当人の中で経年的に培われた知が、他者との共創によりさらに深化し、その先には次世代への継承という、さらに大きな時間の流れに合流していた。

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

- Aoki, K. (2021). The Relationship between Well-Being and Knowledge Sharing. *Sustainability*, 13(9), 4978.
- 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.
- Raasch, C. & von Hippel, E. (2015). Amplifying user and producer innovation: *The power of participation motives*. *Open Source Innovation* (pp. 284-309). London: Routledge.