

「共創」とは何か

大塚 正之*

弁護士法人早稲田大学リーガル・クリニック

What is “Co-creation”?

Masayuki Ohtsuka*

Waseda University Legal Clinic legal professional corporation

* Corresponding Author: ma.otsuka@nifty.com

概要

「共創」は、多様な意味で使われている。ビジネスの世界では競走優位を維持するための消費者との間での新しい価値の創出、学術分野では、持続的社會を創るための多世代共創、九州大学共創学部は、地球規模の問題解決のための他者との共働を共創と呼ぶ。しかし、本来の共創は、経済的格差や自然破壊等の問題の根底にある、自己と他者、主観と客観、人間と自然とを分離する考えを乗り越え、相矛盾する外部や他者を採り入れ、共存できる場を創ることである。

キーワード

共創社会、場における自己組織化、自他非分離、主客非分離、人間と環境の非分離

1 「共創」のはじまり

「いいかい、君たち。分からなければ聞けばいい。持っていないなら借りればいい。逆に聞かれたら教えるべきだし、持っているものは与えるべきだ。人間一人でできることなど高が知れている。技術の世界はみんなで共に創る『共創』が肝心だ」[日刊工業新聞ニュースイッチ 2018].

これは、後にシャープの副社長となった佐々木正が1964年に当時の早川電機に転入社早々に述べた言葉だと言われる。この言葉にあるとおり、佐々木の唱える共創は、あらゆる他者から感謝して情報を与えていただきながら、新たなものを創造し、そうして創り出したものを独占することなく、他の人々に与え、共に協力して、新たなものを創造していくということ。これを『共創』と表現した。新しいものは、古いものを基盤として発展する。古いものを取り入れ、これに感謝し、新しいものを創れば、これを他者に開示して、利用してもらう。他者が創り出したものは、また新たに利用させてもらう、お互いに感謝しながら、共に新しいものを創り出していくという姿勢が大切であり、これが共創だとしたのである。

その後、この共創の精神は、ホンダの技術者たちにも引き継がれた。高度の排出ガス規制を定めた1971年の

マスキー法をクリアするエンジンを開発するため、ホンダの技術者たちは立ち上がった。当時、本田宗一郎は、これを会社のチャンスだと受け止め、ホンダの発展のため、技術開発を求めた。技術者たちは、そうではないと考えた。排ガスが大気を汚染し、子どもたちの呼吸器を痛める、我々が自動車を創る以上、そういうことがあってはならない、子どもたちを守らなければならないという、社会の利益を見据えて、技術者としての誇りをかけて、開発に挑んだのである。その際、ホンダの技術者たちは、それぞれの部門を超えて、自分たち一人ひとりが持ちうるありったけの技術と知恵を開示し、こうでもない、ああでもない、毎日、毎晩、議論をして、お互いに協力しながら、開発に取り組んだ。この方法は、ワイガヤと呼ばれるようになったが、このワイガヤによって、あらゆる叡智を結集させて、マスキー法の定める排ガス規制基準をクリアするCVCCエンジンを開発したのである [NHKプロジェクトX制作班 2001, 岩倉 2001].

2 「共創」の発展

この共創の精神は、その後の複雑系科学の進展とともに、物作りだけではなく、基本的な思想としてさらに幅広く展開されていった。清水博「生命知としての場の

論理—柳生新陰流に見る共創の理」[清水 1996]は、柳生新陰流の兵法の極意の中に「共創の理」を見る。そして、場における「共創」というものが生命（いのち）の活動の基本的な原理であることを明らかにする。生命とは環境と相互作用しながら、生き生きと活動する存在であり、生命と環境とが相互作用しながら、新たな発展を生み出していくという基本的な原理を指し示したのである。

そして、この「共創」は、さきほどのホンダのワイガヤの理念とも結びつき、さらに実践的な方向へと進んでいった。それを集約したのが、「場と共創」[清水 2000]で、筆者は、清水博、久米是志、三輪敬之、三宅美博の4氏である。生命関係学を提唱している清水博東京大学名誉教授は「第1章 共創と場所 - 創造的共同体論」で、近代文明の転換期において、これまでの自己と非自己を分離してきた西欧近代文明の考え方に限界があることを示し、自己には、自己中心的領域（局在的自己）と場所的領域（普遍的自己）の2つの領域があり、場所的領域において個々人はつながっており、自他非分離的存在であることを明らかにする。そして両者の領域が相互誘導合致することによって共創が生まれると考える。ホンダの技術者で元社長でもある久米是志は、「第2章 共創と自他非分離心—創出の「こころ」の実践的・主観的考察」で、ホンダ技研における技術開発の基底には、共創の考え方があることを示し、その背景には、大乘仏教における自他非分離的な「こころ」の在り方があることを明らかにする。場における自他非分離的な無分別知からの創出に共創の意味を見いだしている。生命機械工学の研究者である三輪敬之は、「第3章 共創における生命的コミュニケーション」というテーマで、場という暗在的空間において、樹林が相互に引き込みあい（エンタインメント）、独自の植生を共創することを示し、剣道対戦ロボットのシミュレーションの研究を踏まえて非言語的な身体的認識が無意識のレベルで行われ、その働きの中でダイナミックなコヒーレンスが生じていることを明らかにする。生物物理学・ロボティクスの研究者である三宅美博は、「第4章 コミュニカビリティと共生—歩行介助ロボットの開発を通して」で、人間とロボットの共創について紹介している。そこでは、「助けることが助けられることであるという関係において助かる」という共に創り上げるはたらきに基盤をおいた介助ロボットの実現が目標とされる。人間がロボットに合わせる、ロボットが人間に合わせるという一方的ではなく、共に創り上げる（共創）歩行ロボットによって共創的コミュニケーションが可能になることを示している。以上のような「共創」の考え方がその後の共創学会における共創の基礎を創って

いるものと考えることができる。

3 「共創」の変容

3.1 企業経営における共創

その後、日本では、以上のような「場と共創」の理念に立脚した経営理念を追究した研究[伊丹 2005]も進められていた。しかし、他方、企業経営において、新たな米国発の「共創」が、わが国に紹介され、企業経営の理念として、広まって行った。その発端となったのが2004年に出された論文“Co-creating unique value with customers”（消費者とのユニークな価値の共創）である[Prahalad 2004]。執筆者は、C.K. Prahalad と Venkat Ramaswamy であり、二人ともミシガンビジネススクールの教授である。その論文のアブストラクトには、要旨（拙訳）、次のように記載されている。

「伝統的な企業中心の価値創造は時代遅れになりつつある。リーダー達は、今や新しい価値創造の参照枠を必要としている。創発する経済において、競争は、一人ひとりの固有の価値に帰着する個人的な共創の経験に集まっている。筆者らは、価値創造の新しいフロンティアを見る。その新しいフロンティアでは、消費者の役割が孤立的なものから結合的なものへ、見知らぬものからよく知られたものへ、受動的なものから能動的なものへと変わっている。結果として、企業は、もはや消費者の影響を全く受けずに、あるいは少ししかうけずに、製品のデザイン、製造プロセスの開発、販売メッセージの作成、販売経路の制御において、自律的であることはできない。新しいツールで武装し、利用できる選択肢では満足できなくなった消費者は、企業との相互交流とそれによって共創される価値を求めている。共創の基盤として相互交流を利用することは、我々の創発する現実の核心となるものである。消費者の経験と共創することは、価値の重要な基盤となる。筆者らは、価値を共創する過程のマネジメントのため、DART モデルを提供する。」（なお、この DART モデルというのは、プラハラートらが提供する価値共創のモデルで、Dialogue（対話）、Access（利用）、Risk assessment（リスク評価）、Transparency（透明性）という4つの要素が価値共創のプロセスを支えていると考える。この DART モデルについての最近の論考として、任詩文[2015]を参照）。

この論文では、企業が生き残っていくためには、様々なニーズを持った消費者との間で相互交流することが必要となっており、消費者と一緒に価値を創造するという意味での共創が考えられている。

しかし、その後、これは特定の企業とその消費者との共創だけではなく、さらに拡張されていく。日本最大の

HR ネットワーク「日本の人事部」の用語解説ページでは、共創の意味について、現在、次のように説明している[日本の人事部 2018].

「共創」とは、多様な立場の人たちと対話しながら、新しい価値を「共」に「創」り上げていくこと。企業の場合は、消費者や協力関係にある企業、社外人材といったステークホルダーを巻き込みながら、プロジェクトを進めていきます。商品を開発・改善したり、広めたりするためのマーケティング手法として、またはイノベーション創出のきっかけとして、近年のビジネス戦略において重要な概念と捉えられています。」(2018/1/12 掲載)

ここで、「共創」の対象とされているのは、「消費者」「協力関係にある企業」「社外人材」であり、これらをまとめて、「ステークホルダー」と表現している。その目的は、二つあり、一つは、商品開発・改善等のためのマーケティング手法であること、もう一つはイノベーション創出のきっかけであること。ステークホルダーというのは、一般に、「企業・行政・NPO等の利害と行動に直接・間接的な利害関係を有する者を指している。具体的には、消費者（顧客）、従業員、株主、債権者、仕入先、得意先、地域社会、行政機関など」[Wikipedia 2018]とされており、あくまで、その企業に利害関係を持つ者を指している。これをマーケティング手法として位置づけるとき、それは、その企業が生き残り、発展するための企業戦略となり、この企業戦略の中に消費者、協力関係企業、社外人材を取り込んで、価値を共に創って行こうという場面が想定されている。

しかし、当初の共創概念が多様化した消費者のニーズ獲得に苦戦をする企業のマーケティング手法に収斂されるわけではなく、更に共創の具体的な内容として、オープン・イノベーションの考え方を取り入れて、知見や成果を幅広くシェアすることで、新しい価値の創造を行う視点も含まれてきている。知見や成果を共有する「オープンな環境」が共創には欠かせないという。知見や成果を共有する「オープンな環境」というのは、当初の佐々木正の共創の理念が生きているとみることができる。

しかし、重要な点は、現在、「共創」が企業経営において叫ばれているのは、VUCA (Volatility: 変動性/Uncertainty: 不確実性/Complexity: 複雑性/Ambiguity: 曖昧性)の時代において、あくまで、企業経営において、市場における競争優位性を確保するという目的が背景にあるということである。そこには、2014年に日本で翻訳され発刊されたコロンビア大学ビジネス・スクール教授リタ・マグレイスの『競争優位の終焉』が論じる

問題意識がある[マグレイス 2014]. すなわち、マグレイスは、世界中の企業から優位を持続的に維持している企業は10社しかなく、どの企業も、長期にわたり、競争優位性を維持できない時代になっていると言う。こうした時代においては、一時的な競争優位の考え方に立つことが必要であり、そのためには安定性と機動性の双方が必要であるとする。そして、「企業の価値観、リーダーシップ、顧客との結びつき、人材育成などの「ソフト面」が高いレベルで実現しているからこそ、現状を革新し、現状に挑戦するという取り組みを生み出し、双方に良い影響を及ぼしあう「循環ネットワーク」が確立される」と結論する。ここに含まれる循環ネットワークを構築するための「顧客との結びつき」がプレハラートラの議論と結びつき、「共創」の重要性が注目されるに至っているのである。それは持続的な競争優位性が終焉する時代においては、イノベーションが重要であり、そのためには、絶えず顧客、外部と結びつき、オープンな議論の中で新たなイノベーションを創り出すことによって一時的な競争優位性を持続することが必要であるという問題意識である。したがって、その根底にあるのは、あくまで「競争」であり、「共創」はその手段でしかないのである。

3.2 社会の在り方における共創

また、企業経営とは別の視点から、『共創』の概念が取り入れられている。例えば、「持続可能な多世代共創社会のデザイン」(RISTEX)を挙げることができる。これは、国立研究開発法人科学技術振興機構(JST)に所属する社会技術研究開発センター(RISTEX)が平成26年度の新規研究開発領域とし研究を開始したもので、「持続可能な多世代共創社会のデザイン」という名称を付している[科学技術振興機構(JST) 戦略的創造研究推進事業社会技術研究開発センター(RISTEX)2014]. 領域総括である大守隆元大阪大学教授によると、「持続可能な社会」の重要性が人々に認識されてから相当の時間が経つが、我々の社会の持続可能性が高まったとは言いがたく、地球環境の悪化、財政赤字、過疎化、貧富の格差の拡大等の問題があり、人々の生活不安度は上昇傾向にあるとし、本領域では、「多世代共創」という方法で持続可能な社会を構築しようという試みに焦点を当てるとする。そして、具体的には、Well-being (個人の豊かさ、生活の質、福祉等)の視点を考慮し、子供から高齢者まで多世代・多様な人々が活躍するとともに、将来世代も見据えた都市・地域を、世代を超えて共にデザインしていく研究開発を推進するとしている。そしてその目標として、①持続可能な都市・地域のデザイン提示、②多世代共創を促す仕組みづくり、③統合的な成果の社会実装に向けたネットワーク構築を掲げている。

しかし、その HP を見ても、「多世代共創社会」とは何か、「共創」とは何かについて明確な定義は置かれていない。共創とは何かについての共通理解がないと、どのようにして共創を創り出すのかという技術的な研究も難しい。母子家庭の相対的貧困率が 50%を超える突出した日本の格差社会に対して、これをどのようにして持続可能な共創社会にしようということなのか、必ずしも明らかではない。

3.3 九州大学共創学部における共創

平成 30 年 4 月、九州大学に「共創」学部が誕生した。その HP の最初には、「「違い」を乗り越える力を。」、『現在を、未来を、共に創る』と書かれている。新しくできたばかりで、まだ内容は不明であるが、HP のメッセージには次のように書かれている。「共創とは、グローバル化が急速に進展していく中、環境や食糧、人権、経済的格差など、地域や国を超えた地球規模の人類的な問題が生まれています。これらの問題に対する明確な答えはなく、直ぐに解決することは困難です。このような問題を解決していくためにはどうすればよいのでしょうか。答えのない課題に取り組むためには、まずは自ら能動的に考えて解決策を「構想」していかなければなりません。また、一人だけでは十分な解決策を考え出すことはできないので、他者と「協働」することが必要です。そして、課題解決のためにさまざまな人とコミュニケーションし、「経験」を積んでいくことが大事です。共創学部が掲げる「共創」とは、「構想」「協働」「経験」というプロセスを繰り返すことで、「課題に応じ自ら必要なことを学ぶ態度や志向性」を養い、「必要となる知識を組み合わせた新たな知」を創造し、それを「実社会の中で」活用していくことを意味しています。共創学部では、課題の発見から解決に導くために必要な態度・能力を「能動的学習能力」「課題構想力」「協働実践力」「国際コミュニケーション力」の 4 つに分類し、これらの態度・能力の涵養を通して「共創的課題解決力」の獲得を目指します。」

ここでは、環境、食糧、人権、経済的格差など、地域や国を超えた地球規模の人類的な答えのない問題を解決するため、「構想」「協働」「経験」というプロセスを繰り返すことで、課題に応じ自ら必要なことを学ぶ態度や志向性を養い、必要となる知識を組み合わせた新たな知を創造し、それを実社会の中で活用していくことを「共創」と呼んでいる。誰のための、何のための共創かという視点からみると、国際社会に起きている環境問題、人権問題、格差問題などを解決するためという明確な目標を持っている。しかし、その「共創」の内容をみると、他者と共働する、様々な人とコミュニケー

ションをして経験を積むというだけで、何が共創となるのかよく分からない。少し前の HP では、学問分野の枠を超えて、幅広い知識と高度なコミュニケーション能力を養う例のない新学部との記載があり、そこでは学際的な意味での共創が唱えられている。しかし、それは、「学際」であっても「共創」ではない。文系、理系の枠を超えたカリキュラムを持っており、その目指す方向は推奨すべきものであるが、ここに頭れているのは、多様な分野の学問を学んで、環境問題、人権問題、格差問題の解決能力を高めようというだけで、何が何と「共創」するのか、必ずしも明らかにはなっていない。

4 本来の「共創」概念の確立の重要性

ところで冒頭に述べた共創概念が本来の共創であるとするれば、それは、企業が利益を生み出し、競争優位を持続させるための手段として消費者を取り込むことでもなければ、みんなが幸せになれ、将来へと続く社会を指し示す用語でもないし、また、単なる学際的共働のことでもないはずである。

差別や格差の問題について言えば、一企業の競争優位性を持続させるための手段としての共創を進めても、その解消には役立たないだろう。環境問題について言えば、米国の環境社会学は、人間のための手段として環境を位置づけるのではなく、環境の中でこそ人間は生きることができるとして、環境を優位におくパラダイム転換を行っている。福島の前帰還困難区域のように環境を破壊し汚染しながら、除染技術の開発を怠り、これを放置するような現状では多世代共創社会を創ることなど不可能である。

冒頭に述べた共創という考え方の根底には、自己と他者とがそれぞれ独立自存しながらも他者とながっている非分離性を持っているという事実、環境は人間の外部にありながらも、人間と環境との間には深いつながり、非分離性があるという事実がある。

差別や格差は、他者が他者として認識されることから生じる。環境破壊は、環境が自己の外にある対象として外部にあると認識されることによって生じる。他者を自己と感じ取り、環境を自己の一部として感得できれば、人は、苦悩にあえぐ他者を見捨てたりできないし、自分の一部である環境を破壊することもできなくなるであろう。そうした他者や外部と共創するということは、本来の意味で、その非分離性を自覚して、ともに命として生きていく世界を創ることでなければならない。それは、一時的に自分が競争優位に立つために消費者や外部リソースをオープンな形で利用することではなく、また、他者性を無視して、みんなが幸せになる

社会を創ろうというようなキャッチフレーズの道具として使用される概念であってはならないのである。

それでは、企業が共創的になるためにはどうすればよいのだろうか。共創を、自分の企業が競争の中で生き残るための戦略にとどめていては、それは共創を競争の奴隷にするものである。みんなが幸福になるのが共創社会だというのであれば、企業は、その企業にかかわる人々を幸福にするために資するものでなければならない。そのためには、投資家は、利益になればどこにでも投資をするというのではなく、人々を幸福にするために役立つ部門へと投資をする必要がある。企業経営者は、その企業に関連ある人々を幸福にするために資する企業活動をする必要がある。労働者は、その仕事がかかわりのある人々を幸福にするために役立つからという理由で、働く必要がある。消費者は、その商品が人々を幸福にするために資する商品である場合にそれを購入することが必要である。そうやって、人々の幸福のためにお互いに与え合う関係性を構築することが必要である。一人ひとりが自己の個人的領域において利益を得ると共に、自己の場所的領域において、みんなの幸福のために自分の持っている投資資金や経営ノウハウや労働力や購入資金を提供し、差し出すことが共創であり、共創によって、お互いが与え合う循環が創り出されるのである。個人的領域においては競争相手であっても、場所的領域においては他の企業ともオープンに共創するものでなければ、本当の意味で、格差、差別を解消し、環境問題を解決するのに役立つ共創は実現できないだろう。

5 共創とは何か

そこで、改めて、『共創』とは何かについて考えてみたい。共創学会のHPに掲載されている共創について三輪会長（当時）は次のようにのべている。

「昨今の情報メディア技術はAI技術も加わり、人と人、人とモノ、モノとモノをつなぐネットワーク形成の可能性をますます拡大しつつあります。しかし同時に、それは、生活の場における気づきや出会い、関係の深化を伴う身心のコミュニケーション、さらには長い歴史を経て形成してきた即興性に満ちた豊かなコミュニケーション文化を喪失させてもきました。このような矛盾を乗り越えて、新たな生活文化の創造を目指すのが共創学会です。」

「共創学会で取り上げる共創の論理は、他者性や身体性、場や間（ま）、無意識、自然といった“見えない働き”を取り込むことを大きな特徴とします。この実践技術と理論について研究することで、根源的多様性と

対等性に裏打ちされた共創のコミュニケーションが実現されるはずです。そして、“する・される”関係から“共にある”関係へ、さらに“共になる”関係へとコミュニケーションが深化していくことが期待できます。それを私たちは、異(事)・共・成をもじって“こともなり”技術と呼びたいと思います。」

ここでは、こともなり技術を用いて、共になる関係的コミュニケーションが自己組織されて行くプロセスが念頭に置かれている。また、これは「共創のファシリテーション技術を生命の跳躍を促す新しい“表裏・現実”として位置づけること」にもつながっていく。

これに対し、郡司副会長（当時）は、共と創は矛盾するということから出発する。

すなわち「新たな創造のために必要な、「ここ」にはない外部・他者は、共にいられないが故に外部と位置付けられる。外部・他者は、共にあることを拒否することになる。かくして、「共」と「創」は矛盾し共存できない。」

しかし、「異質なものの相まみえる世界は、居心地の悪い、絶えず緊張する世界なのだろうか。そうではないだろう。異質なものの間にある断絶・不連続性は、連続とみなすことを許容する行為＝メディアに満たされている。それは、或る者が愛、或る者が生命、或る者が観測と呼ぶものである。共創は、その次元において成立するに違いない。」と述べる。

この二つの視点を簡潔にひとことで言えば、共創とは、外部とコミュニケーションをするための技術であるということができそうである。

6 共創学の構築に向けて

共創とは、様々な異質な他者との出会いの中で、一方で、おのずから創出される新たな秩序とカオスの生成であり、他方で、みずから創出へと向けて活動することによって創出される秩序やカオスの生成でもある。そこに、どのようなものやことが新たに創られていくのか。まだまだ予測できない未知のことが山積みされている。共創学会第1回年次大会は、「スキマをつくる・スキマにはいる」というテーマで行われ、第2回年次大会は、「身震い」というテーマで開催された。

そこで取り上げられた具体的なテーマは多岐にわたっている。例えば、第1回では、デザインと未来、音楽と社会、子どもの言語、エンタングルメント（量子の絡み合い）、視覚障害者と晴眼者、エビ・カニなどの縄張り、ヤマセミと人間、組織とリーダー、てあわせ表現、多世代の循環、こっくりさん錯覚体験と身体的自己、東

洋的身体技法習得, 脳卒中後遺症者のトイレ動作, 認知症—世界とのつながり, スピノザと数学, 介護プロセス, 新事業の共創おけるドラマの隙間, 手合わせ表現, マイノリティ・マジョリティ, アクティブ・ラーニング, 芸術創造活動, コミュニティの共創, 真性粘菌, 初対面会話の相互誘導合致, 把持型音響メディアと創作ダンス, 障がいのある人の創作活動, 専門家調査による新しい価値, 病気イベント, 共創と他者, 失語, 文学・環境との建築空間, 共通基盤を構築する語り, オーケストラにおける共創というように, 人と人, 人とモノ, モノとモノなど, 複数の存在者がお互いを他者としながらどのようにして共創現象を生み出していくのかを「スキマ」という観点を見据えながら研究した報告が含まれている。

第2回では, 共創現象には, 異質な他者や広義の環境に自ずと感応する身体のはたらきが深く関与しているとし, 「身震い」のテーマのもとで, 例えば, 修業する身体, 古代人の身震い, 身体とモノ, 空間の協奏の接点, 様々に表現するからだとからだの出会い, 描き足す似顔絵, 共創する音とからだ, 柳生新陰流の極意など, 身体のはたらきに注目して, そこに何がどのように共振し, 新しいものやことが創出されるのかに着目した研究が行われている。

共創現象は, 自然科学の対象においても, 社会科学の対象においても, 人文科学の対象においても生じるものであり, その意味において, これまでのどの学問分野の研究者でも参加ができ, かつ, 参加して研究する必要があるものである。また, 共創とは優れて実践的な現象であり, 学問領域の研究者のみならず, あらゆる実践領域における活動者も参加できるものである。むしろ,

様々な問題を解決するために, 研究者と実践活動者という異質のものが共創するところこそ, 共創学の特異性があるということができるとであろう。共創学とは, 主客を分離し, 自他を分離し, 環境を外部と位置付けてきた近代の学問を超越した新しい学問領域を拓く主客非分離, 自他非分離, 環境内存在を基盤とする学問であるということができるとであろう。

参考文献

- NHKプロジェクトX制作班 (2001). 「世界を驚かせた一台の車」～名社長と闘った若手社員たち —執念の逆転劇 プロジェクトX～挑戦者たち～, NHK出版.
- Prahalad, C. K., Ramaswamy, V. (2004). THE FUTURE OF COMPETITION: Co-Creating Unique Value with Customers, ハーバードビジネススクールプレス.
- Wikipedia (2018). ステークホルダー, <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%B9%E3%83%86%E3%83%BC%E3%82%AF%E3%83%9B%E3%83%AB%E3%83%80%E3%83%BC>, accessed on 11.22, 2018..
- 伊丹敬之 (2005), 場の論理とマネジメント, 東洋経済新報社.
- 岩倉信弥, 長沢伸也, 岩谷昌樹 (2001). ホンダのデザイン戦略 - シビック, 2代目プレリウド, オデッセイを中心に-, 立命館経営学, 40(1), p.31.
- 科学技術振興機構(JST) 戦略的創造研究推進事業社会技術研究開発センター(RISTEX) (2014.)平成26年度の新規研究開発領域「持続可能な多世代共創社会のデザイン」.
- 清水博 (1996), 生命知としての場の論理—柳生新陰流に見る共創の理, 中公新書.
- 清水博, 久米是志, 三輪敬之, 三宅美博 (2000). 場と共創, NTT出版.
- 日刊工業新聞ニュースイッチ (2018). ジョブズも孫正義も憧れたシャープ伝説のエンジニア死す, 日刊工業新聞.
- 日本の人事部 (2018). 用語解説「共創」, HRネットワーク
- 任詩文, 川村大伸 (2015). 価値共創の影響因子に関する考察, 経営情報学会2015年秋季全国研究発表大会セッション, ID:J1-1.
- マグレイス リタ, 鬼澤忍訳 (2014). 競争優位の終焉—市場の変化に合わせて, 戦略を動かし続ける, 日本経済新聞出版社.