

論説（査読なし）

社会物質的アプローチからみた組織創造性と
物理的空間研究の視座と課題

志 方 と わ*

八重樫 文**

要 旨

本稿では、社会物質的アプローチの視点から、組織における創造性と物理的空間の関係性を検討するために7件の文献レビューを行い、今後の研究視座と課題を導出することを目的とする。社会物質性とは、社会的要素と物質的要素が「構成的なもつれ合い」を起こすことで互いを成立させ合っており、実践において必然的に不可分である状態を指す。近年の創造性研究では、こうした社会物質のプロセスへの関心が高まっている。しかし、組織創造性と空間の関係を扱う既存研究では、空間をユーザーから切り離された固定的実体として捉える傾向が依然として強く、社会物質的な絡み合いのプロセスを十分に検討できていないことが指摘されている。

レビューの結果、二つの視座が導出された。第1に、相互作用を通じて生成・再構成される社会物質的要素としての空間である。今回レビューを行った文献では、空間は固定的条件ではなく、秩序と混沌の緊張関係を内包しながら、多様な要素との絡み合いを通じて変化する動的な要素として理解されていた。第2に、社会物質的アプローチから見た方法論的視座である。レビュー対象文献に共通する認識論的傾向として、創造性を客観的に測定するのではなく、人・モノ・空間・社会の関係のプロセスへの参与を通じて理解しようとする立場が確認された。また、理論と経験データを反復的に往還するアブダクティブな分析態度が共通してみられた。

これらの視座を踏まえ、今後の研究では、長期的参与観察とアブダクティブ分析を通じて、社会物質的絡み合いの内部から、創造性と物理的空間の関係を実証的に明らかにしていくことが課題として位置づけられる。

キーワード：社会物質性，創発，組織創造性，物理的空間

* 立命館大学大学院経営学研究科 博士課程前期課程

** 立命館大学デザイン・アート学部 教授

- I. はじめに
- II. 社会物質的アプローチから捉えた組織の創造性
 - 1. Stierand et al. (2019)
 - 2. Corazza & Glăveanu (2020)
 - 3. Leclair (2022)
 - 4. Schoug et al. (2026)
- III. 社会物質的アプローチから捉えた空間と創造性
 - 1. Blomberg & Kallio (2022)
 - 2. Kornberger & Clegg (2004)
 - 3. Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019)
- IV. 考察
 - 1. 社会物質的アプローチから見た創造性と空間研究の視座
 - 2. 今後の実証研究に向けた示唆
- V. おわりに

I. はじめに

近年,多くの企業がクリエイティブなオフィス空間の設計や構築に取り組んでいる(Blomberg & Kallio, 2022; De Paoli, Sauer, & Ropo, 2019)。日本においても,2007年に経済産業省が「感性価値創造イニシアティブ」を策定し,それまでの「快適かつ機能的」なオフィス環境に加え,従業員の感性を刺激し創造性を高める新たな機能が重視されるようになった(経済産業省, 2007)。さらに,日本経済新聞社と一般社団法人ニューオフィス推進協会が共同で実施している「日経ニューオフィス賞」には,2025年には148件の応募があったことが報告されており(日本経済新聞, 2025),企業におけるオフィス空間への関心の高まりがうかがえる。このような実務的関心の背景には,現代の複雑な社会システムの中で,組織の創造性がイノベーション,さらには組織変革へとつながる源泉として位置づけられてきたことがある(Robinson & Stern, 1997; Woodman, Sawyer, & Griffin, 1993)。

こうした実務的関心の高まりと並行して,オフィス空間と組織創造性に関する研究は,経営学や建築学をはじめとする複数の領域で展開されてきた(Lucius & Damberg, 2024)。近年の創造性研究では,創造性を個人内部の能力としてではなく,人・モノ・社会的環境などの相互作用から予測不可能に創発する社会物質的プロセスとして捉える視点が重視されている(Blomberg & Kallio, 2022; Mayoni Nørgaard & Tanggaard, 2024)。

社会物質性(sociomateriality)とは,社会的なものと物質的なモノが個別の実体として存在するのではなく,「構成的なもつれ合い(constitutively entangled)」を起こすことで互いを成立させ合っており,実践においてそれらが必然的に不可分である状態を指す(Orlikowski & Scott, 2008)。また,創発とは,複雑な相互作用の過程において,構成要素の単純な総和には還元できない新たな構造・パターン・秩序が生成される現象を指す(Goldstein, 1999)。つまり,社会物質的プロセスとしての創造性とは,人・モノ・社会・環境などの複雑な相互作用から,予測やコントロールのできない新たな構造が発現するプロセス自体を指している。この観点か

ら見ると、空間は創造性を促進するための背景的要因としてではなく、創造性の創発を構成する関係的实践の一部として捉えられる。

しかし、こうした理論的展開にもかかわらず、組織創造性と空間の関係を扱う研究では、空間をユーザーから切り離された固定的な実体として捉える傾向が依然として強く、多様な要素が複雑にもつれ合ったプロセスを十分に検討できていないことが指摘されている（Blomberg & Kallio, 2022；Lee & Lee, 2023）。このような学術的課題を踏まえると、今後の研究では社会物質的アプローチから創造性と空間の関係を捉え直す必要がある。

以上を踏まえ、本稿では7件の文献レビューにより、社会物質的アプローチからみた創造性と空間の関係を検討し、今後の研究の視座と課題を導出することを目的とする。

本稿の構成は以下の通りである。第Ⅱ章では、社会物質的アプローチから創造性を検討している4件の文献を対象にレビューを行う。これらは創造性研究（Stierand et al., 2019；Corazza & Glăveanu, 2020）、組織研究（Leclair, 2022）、経営学習論（Schoug et al., 2026）といった複数の領域にわたっており、必ずしも空間を直接の主題とするものではない。Blomberg & Kallio（2022）が指摘するように、社会物質的視点から空間と創造性を直接扱った研究が依然として限定的であるためである。ただし、いずれも関係的な創造性概念や、空間・物質・身体絡み合いについて論じており、創造性と空間を社会物質的に接続するための理論的基盤として位置づけられる。

続く第Ⅲ章では、創造性研究と空間研究を横断的に整理した Blomberg & Kallio（2022）、組織論と建築研究を接続した Kornberger & Clegg（2004）、パラドックス的思考を可能にする空間的条件を論じた Gaim, Wählin, & Jacobsson（2019）を対象にレビューを行う。いずれも空間を固定的背景としてではなく、創造性に関与する動的な存在として捉えている点で共通する。

このように第Ⅱ章、第Ⅲ章では、空間を固定的背景とみなしてきた既存研究の課題に応えるべく、空間を動的・関係的に捉えた研究を複数の領域から取り上げ、社会物質的アプローチという共通の視点の下で議論を接続することを試みる。第Ⅳ章ではそれらの議論を踏まえた今後の研究の視座について考察し、第Ⅴ章では本稿で得られた知見と課題について論じる。

Ⅱ. 社会物質的アプローチから捉えた組織の創造性

1. Stierand et al. (2019). “Paradoxes of ‘Creativity’: Examining the Creative Process through an Antenarrative Lens.” *The Journal of Creative Behavior*, 53 (2), pp.165-170.

Stierand et al.（2019）は、創造性を個人の頭の中で生じる瞬間的なひらめきとしてではなく、人・モノ・空間・身体・感覚が絡み合う社会物質的（sociomaterial）なプロセスとして再定義し、その過程における「遊び（play）」の役割を明らかにしている。

従来の創造性研究は、創造行為を回顧的に整理された物語（narrative）として捉え、個人の

能力や認知に焦点を当ててきた。しかし、Stierand et al. (2019) では、創造性は人間と社会的・物質的要素の相互作用から創発する実践であり、言語化できない感覚的・身体的経験を含むと主張されている。

存在論的には、人とモノを独立した実体ではなく相互作用の「構成要素」とみなし、認識論的には創造の現場に没入してミクロで感覚的なプロセスを捉える必要性が示される。創造性は個人内部 (intra-personal) と対人関係 (inter-personal) の「あいだ」を移動する関係のプロセスであり、土地・道具・人工物など多様な要素が絡み合いながら一つの物語を形成している。しかし、創造のプロセス、とりわけ「アイデアを得る」段階は、整然としたナラティブではなく、断片的で非線形な特徴をもつ。Stierand et al. (2019) では、この状態を Boje (2008) のアンテナナラティブ (antenarrative) 概念を用いて説明している。アンテナナラティブとは、未整理で断片的だが、将来的に意味を形成しうる前ナラティブのプロセスである。創造的主体はこの混沌とした状態に何度も立ち返りながら試行錯誤を重ね、創造的成果へと至る。

さらに Stierand et al. (2019) は、創造のプロセスを構成する四つのアンテナナラティブ的契機を提示する。すなわち、創造に向けた準備段階で環境や道具を整える「fore-having」、過去の経験と現在の感覚的实践を結びつけ直観的洞察を形成する「fore-structure」、未熟なアイデアを試行錯誤しながら未来へ展開する「fore-telling」、アイデアを社会的に共有可能な言語・概念へと変換する「fore-conception」の四つである。これらを貫く中心概念が「fore-caring」であり、まだ到来していない未来のアイデアへの愛着や関心が、創造的实践を継続させる原動力となる。

そして、Stierand et al. (2019) で特に強調されているのは、これらのアンテナナラティブ的要素を結びつけ、創造のプロセスを前進させる契機としての「遊び (play)」である。遊びは、人・モノ・感覚・経験・偶然といった多様な要素を柔軟に接続し、新たな可能性を探索する余白を生み出す。そして、既存の規範から一時的に人を解放し、認知的・行動的柔軟性を高めることで、創造的主体が「未完成の状態」に留まり続けることを可能にするものである。また、試行錯誤を重視する形成的アプローチと突然のひらめきを重視する立場を対立的に捉えるのではなく、いずれもアンテナナラティブのプロセスの一部として統合的に理解すべきだと論じられている。つまり、瞬間的な洞察も、長期的な経験や身体的・物質的实践の蓄積に支えられており、偶発的に見えるひらめきも社会物質的プロセスの中に位置づけられるのである。

2. Corazza & Glăveanu (2020). "Potential in creativity: Individual, social, material perspectives, and a dynamic integrative framework." *Creativity Research Journal*, 32 (1), pp.81-91.

Corazza & Glăveanu (2020) は、創造性における「ポテンシャル (potential: 潜在性・可能性)」を、個人の能力や認知から生じるものとする個人的視点と、個人・社会・物質的環境との関係性から捉える社会文化的視点とを統合し、その概念を 15 個のタイプに分けて体系化している。

創造性研究においてポテンシャルは重要な概念である一方、その定義は研究者の認識論的立場によって異なり、多義的なままに扱われてきた。今日、この概念には「将来どのようなのか」という予測や予期の意味合いが含まれている。また、語源であるラテン語の *potis* には「能力がある (capable)」と「可能である (possible)」という二つの意味があり、前者は個人の能力、後者は社会文化的・宇宙論的な広がりに対応している。現在の創造性研究においても、二つの語源を反映するように、個人の心理特性を測定しようとするアプローチと、環境や文脈との関係性を重視する社会文化的アプローチの間に大きな隔たりが存在している。また、この二つのアプローチを細かく分析すると、創造性のポテンシャルの概念はかなり複雑なものとなる。そこでまず、Corazza & Glăveanu (2020) では、個人・社会・物質という三つの主要なレンズを通してポテンシャルの概念が検討されている。

個人的視点では、ポテンシャルは個人内部に存在する測定可能な特性として捉えられ、認知的・動機づけの特性を測定することで将来的な創造的成果を予測しようとする。社会的視点では、創造性は他者との相互作用やコミュニケーションの中で生じるものとされ、ポテンシャルも多様な視点の組み合わせの中に存在すると考えられる。さらに物質的視点では、創造性は物理的環境との相互作用の中で共構成されるものであり、物理的環境は創造性を促進するだけでなく制約する可能性も持つとされる。

さらに、Corazza & Glăveanu (2020) はこれら三つの視点を統合し、ポテンシャルの概念を体系化するために、Corazza (2016) の動的定義 (dynamic definition) を基盤とした統合フレームワークを提案している。Corazza (2016) では、創造性を「独創性 (originality)」と「有効性 (effectiveness)」のポテンシャルを持った、変化し続ける動的なプロセスだと定義している。従来のように完成した成果のみを創造性とみなすのではなく、成功に至らない試みも創造的プロセスの一部として位置づけている点に特徴がある。また、Corazza & Glăveanu (2020) は、ポテンシャルの評価は絶対的な「判断 (judgment)」ではなく、常に変化し続ける可能性を対象とした「推定 (estimation)」として捉えられるべきだと論じている。

Corazza & Glăveanu (2020) では、この動的定義を Rhodes (1961) の「4P モデル」、Glăveanu (2013) の「5A モデル」、Kaufman & Beghetto (2009) の「4C モデル」に適用し、四つのカテゴリーからなる 15 のポテンシャルのタイプを抽出している。第一のカテゴリーは個人・人・アクター (individual / person / actor) であり、個人の創造性は、個人的 (mini-c)、非専門的・日常的 (little-c)、専門的 (Pro-c)、歴史的・社会的 (Big-C) という四つの段階で捉えられる。これに、特定の文化や実生活の文脈の中で発揮される能力 (埋め込まれた個人的ポテンシャル) を加えた五つが個人の領域である。

第二のカテゴリーはプロセス・行為 (process / action) であり、プロセス実行のために利用可能な時間や情報、戦略などの「システムのポテンシャル (systemic potential)」、他者との協力や対話から生まれる「プロセスに埋め込まれたポテンシャル (embedded process potential)」、そして宇宙や生命の進化という大きな視点での「普遍的プロセスのポテンシャル (universal

process potential)」の三つに分類される。Corazza & Glăveanu (2020) では、この創造性のプロセスに関するテーマの研究が今後より必要であることも指摘されている。

第三のカテゴリーは成果物・人工物 (product / artifact) であり、成果物・人工物によって独創性や有効性を瞬時に経験する「瞬間 (instantaneous potential)」, のちの記憶や経験として持続する「経験 (experiential potential)」, 時代を超えて創造的だと再評価される「凝縮 (condensation potential)」, そして人類の文化進化への貢献が検討される「文化進化 (cultural evolution potential)」という、時間軸や規模の異なる四つの視点が含まれる。

第四のカテゴリーは環境・観客・道具 (press / audience / affordance) であり、人間関係や社会的な視点の違いから生まれる「社会文化的文脈 (sociocultural context potential)」, 物質的対象の利用や相互作用に関わる「行為 (action potential)」, そしてデジタルや仮想現実 (VR) 空間がもたらす新しい可能性「仮想世界 (virtual world potential)」の三つが含まれている。

Corazza & Glăveanu (2020) で提示されたフレームワークは、ポテンシャルを「能力 (capable)」と「可能性 (possible)」の両面から統合し、断片化されていた創造性研究を一貫した理論構造の中に配置するものである。ポテンシャルを多元的な「推定」の対象として捉える視座は、創造性の全貌を理解するための新たな礎となることが期待される。

3. Leclair (2022). “The Atmospherics of Creativity: Affective and Spatial Materiality in a Designer’s Studio.” *Organization Studies*, 44 (5), pp.807-829.

Leclair (2022) は、組織における創造性を、個人の頭の中で生じるアイデアや才能としてではなく、素材・身体・空間が絡み合う「雰囲気 (atmosphere)」として捉え直し、創造行為の情動的・空間的・物質的基盤を明らかにしている。特に、ファッションデザインの現場を対象とした民族誌的調査を通じて、創造性がどのように空間の中で生成され、また空間によって方向づけられているのかを明らかにしている点に特徴がある。

Leclair (2022) は、従来の創造性研究が認知や個人能力を重視しすぎており、創造性が実際には素材・身体・環境・感情の相互作用の中で立ち現れるという側面を十分に捉えてこなかったと批判する。そして、「創造性の物質性」を単なる道具やモノの存在としてではなく、「雰囲氣的 (atmospheric)」なものとして理解する必要があると主張している。

理論的背景として、この論文は「関係論的転回 (relational turn)」や「新しい唯物論 (new materialism)」に依拠している。ここでは創造性は、人間だけによって生み出されるものではなく、人間と非人間的要素との関係性の中で分散的に創発するものと考えられている。特に Leclair (2022) は、「雰囲気」という概念を用いることで、創造性研究に空間的・情動的次元を導入しようと試みている。雰囲気とは、人やモノが存在する空間全体に漂う感覚的・情動的な質であり、主体と客体の「あいだ」に存在するものとして理解される。したがって、創造性は固定的な空間の中で起こるのではなく、素材・身体・感覚・配置・光・音・動きなどが相互作用することで形成される「空間的出来事」として捉えられる。

実証研究は、パリにある独立系ファッションブランド「Elle Fonta」のデザインスタジオで行われた。Leclair（2022）では、著者が3か月間インターンとしてスタジオに入り込み、デザイナーの日常的活動を参与観察した。調査の結果、創造性はまず「素材の出来事性（happenings of materials）」を通じて生成されていることが明らかになった。特に布地は、単なる受動的素材ではなく、創造プロセスを方向づける能動的存在として描かれる。デザイナーたちは布に触れ、眺め、匂いを嗅ぎ、身体的感覚を通して素材と関わる。あるいは、ある布の柔らかさや伸縮性が、特定の衣服の形態やシルエットを誘発するように、デザインは頭の中に完成形があってそれを布に反映するプロセスではなく、布との相互作用の中で徐々に立ち上がっていくのである。

また、創造性は「実験」を通じて空間的に展開される。デザイナーたちはスタジオ内を動き回りながら、布を組み合わせ、縫い合わせ、解体し、再構成する。試行錯誤を繰り返しながら形が生成されていくなかで、偶然目に入ったコートや、スタジオ内に置かれた別の素材が、新たなアイデアを喚起することもある。さらに、スタジオには布・糸・型紙・ミシン・服・音・光など多様な要素が散在しており、それらがデザイナーたちを包み込む「情動的環境」を構成している。加えて、スタジオの雰囲気はスタジオ内部だけで完結しているわけではなく、ファッション業界全体の流行、展示会、デザイン学校、美的規範など外部の制度的・文化的要因もまた、スタジオ内の創造性に影響を及ぼしている。

以上を通じて、Leclair（2022）では、創造性を固定的な能力や成果物としてではなく、「空間の中で生成し続けるプロセス」として理解する必要性が提示されており、組織研究における「空間的・雰囲気の転回」の重要性が主張されている。

4. Schoug et al. (2026). “Collective Creativity through a Learning Lens: Paradoxes of Convergence and Divergence.” *Management Learning*, 57 (2), pp.224-245.

Schoug et al.（2026）は、集合的創造性が「収束」と「拡散」という相反する相互作用の循環のプロセスによって成立することを明らかにしている。特に、従来の研究で十分に検討されてこなかった「拡散」の重要性に着目し、集団がどのように多様性を維持しながら創造的成果を生み出すのかを検討している。本稿でも取り上げている Stierand et al.（2019）や Leclair（2022）の議論を踏まえ、集合的創造性を「認知、身体性、物質性、社会関係、制度的実践が不可分に絡み合うプロセスの中で、人々の相互作用を通じて新規性が創発すること」と定義している。

この観点から、集合的創造性は、個人の発散的アイデアが収束的に統合される循環のプロセスとして理解される。ここで「拡散」とは、異なる視点や解釈をもつ個人から多様なアイデアが生成されることであり、「収束」とは、それらのアイデアが相互作用を通じて統合され、創造的成果へと結びつくことを指す。従来の研究では主として収束的相互作用に注目が集まってきたが、Schoug et al.（2026）では、集合的創造性には発散と収束の双方が不可欠であり、と

りわけ発散を維持・促進する過程への理解が不足していると指摘されている。

研究方法としては、スウェーデンにおけるアート・演劇プロジェクトを対象に、300時間を超えるエスノグラフィー調査が2年間にわたって実施された。分析の結果、「合意学習 (consensus learning)」と「葛藤学習 (conflict learning)」という二つの集合学習モードが特定された。合意学習とは、人々が互いのアイデアを取り込みながら共通理解を形成し、相乗効果を生み出していく収束的側面を表している。参加者たちは対話や偶発的な出会いを通じて互いの作品に影響を与え合い、個々の貢献を「織り込まれた」集合的表現へと変化させていた。また、材料や道具の共有、助言の提供などを通じて、協働を支える規範が形成されていた。一方、葛藤学習は、人々が自らの解釈や芸術的ビジョンを主張し、差異や緊張を維持する発散的側面を表している。参加者は必ずしも他者に同調せず、対立や逸脱を通じて新たな理解を生み出していた。こうした断片化や摩擦は単なる障害ではなく、創造性を支える重要な契機として機能していた。

Schoug et al. (2026) では、物質性や情動の重要性も強調されている。参加者たちは単にアイデアを議論するだけでなく、素材に触れ、空間を移動し、身体を用いて創作を行っていた。建物の構造や部屋の配置、偶然の出会いなどの物理的環境が、人々の感情や発想に影響を与え、新たな表現を生成していた。個々の部屋は自律性を支える「避難所」として、廊下や共有空間は協働を促進する「創造的ハブ」として機能していた。

以上より、Schoug et al. (2026) では、集合的創造性を促進するためには、多様な視点や断片化を受容すると同時に、それらを対話を通じて統合する文化が必要であると結論づけられている。すなわち、「協働」と「自律性」、「収束」と「発散」を両立させることこそが、集合的創造性の基盤であると論じられている。

Ⅲ. 社会物質的アプローチから捉えた空間と創造性

1. Blomberg & Kallio (2022). "A Review of the Physical Context of Creativity: A Three-dimensional Framework." *International Journal of Management Reviews*, 24 (3), pp.433-451.

Blomberg & Kallio (2022) は、組織における創造性研究と物理的空間研究という二つの領域を横断的にレビューし、創造性の物理的文脈に関する理論的前提を整理するとともに、今後の研究方向を提示したものである。近年、オフィスの設計を通じて従業員の創造性を促進しようとする実務的関心は高まりを見せている。しかし、オフィスデザインと創造性の関係が学術的に接続されたのは比較的最近であり、一般化可能な知見は十分に蓄積されていない。その結果、実務では創造性に関する固定的・画一的なイメージに基づく空間設計が行われる傾向が指摘されている。こうした問題意識のもと、Blomberg & Kallio (2022) では、創造性と物理的空間の関係を理論的・実証的に再検討する必要性が論じられている。

まず、組織の物理的空間を分析するための三次元フレームワークが提示されている。第一の

次元は「ワークスペースの構成要素 (elements of workspace)」であり、空間構成、建築的詳細、眺望、設備、環境条件の五要素から構成される。特に空間構成は、コミュニケーションや偶発的な出会いを促進する要素として最も多く研究されてきた。一方、色彩や装飾などの建築的詳細、自然環境への眺望、設備や環境条件については研究蓄積が限定的であることが示されている。

第二の次元は「空間の社会的ダイナミクス (social dynamics of space)」であり、空間は単なる物理的容器ではなく、意味や権力作用を伴う社会的存在として捉えられる。具体的には、人々の行動を方向づける道具的視点、感覚や感情を喚起する美的視点、意味やアイデンティティを形成する象徴的視点、さらに権力や統制の作用を生み出す政治的視点の四つが示されている。既存研究では道具的視点に基づく研究が中心であり、空間が感情や権力関係に与える影響については十分に検討されていないことが指摘されている。

第三の次元は「空間と行動の関係性 (relation of space and behaviour)」であり、物理的空間と創造性の関係の理論的前提を五つに分類している。すなわち、①空間が創造性に直接影響すると捉える「直接的効果 (direct effect)」、②文化や個人特性など他の変数との組み合わせによって空間の効果が生じると捉える「相互作用効果 (interaction effect)」、③コミュニケーションや相互作用などの媒介変数を通じて空間が影響すると捉える「間接的影響 (indirect effect)」、④空間と創造性を相互に形成し合う動的関係として捉える「共構成的 (co-constitutive)」な立場、⑤人間の社会的側面と物理的空間を不可分に絡み合ったものとして理解する「絡み合い (entwined)」の立場、である。

レビューの結果、既存研究の多くは①～③のように空間を固定的でユーザーから切り離された存在として扱い、コミュニケーションや相互作用を媒介とした間接的影響を中心に議論していることが明らかとなった。一方で、近年の創造性研究では創造性を動的なプロセスとして捉える傾向が強まっており、空間研究においても空間を社会的に形成される流動的存在として理解する視点が広がっている。しかし、創造性研究と空間研究を横断した研究では、こうした新たな視点が十分に統合されていないという理論的矛盾が存在している。

この課題を踏まえ、Blomberg & Kallio (2022) では、今後の研究方向として三つの視座を提示している。第一は「空間の制約と可能性」であり、空間がどのような創造のプロセスを可能にし、また制約するのかを検討する視点である。第二は「生きられた経験としての空間」であり、空間を利用する人々の日常的・身体的経験に注目し、美的経験や感情的反応と創造性との関係を探究する視点である。第三は「空間の集合的認識」であり、空間に対する意味づけや解釈が、組織の創造性や空間の再構成とどのように関わるのかを検討する視点である。以上より、Blomberg & Kallio (2022) では、創造性を固定的な個人能力ではなく社会的・物質のプロセスとして捉えると同時に、空間もまた静的な背景ではなく、人々との相互作用を通じて絶えず形成・再構成される動的存在として理解する必要性が主張されている。

2. Kornberger & Clegg (2004). "Bringing Space Back in: Organizing the Generative Building." *Organization Studies*, 25 (7), pp.1095-1144.

Kornberger & Clegg (2004) は、建築と組織論の関係性を再検討し、組織を単なる抽象的・認知的システムとしてではなく、「空間的・物質的に構成された存在」として捉え直した研究である。空間を固定的背景ではなく、組織的創造性や権力関係を生成する能動的要素として捉え、組織研究と建築研究を接続する新たな理論的視座を提示している。

従来の主流派組織論では、「構造は戦略に従う (structure follows strategy)」というデカルトの合理主義が暗黙の前提となっていた。これは建築における「形態は機能に従う (form follows function)」というモダニズム建築の原理と対応している。Kornberger & Clegg (2004) は、この機能主義的発想を批判し、むしろ「機能は形態に従う (function follows form)」という視点から、空間そのものが新たな組織行動や創造性を生み出す条件になると論じている。

Kornberger & Clegg (2004) では、テイラーの科学的管理法やフォードの流れ作業、ウェーバーの官僚制論、ゴフマンのドラマトウルギー論などにも、空間に対する暗黙の関心が存在していたことが整理されている。さらに、フーコーの権力論を援用し、建築空間が人々を監視可能で従順な主体へと形成することを示すとともに、その一方で、空間が創造性や偶発的な相互作用を促進する「積極的権力 (positive power)」を生み出しうることも論じられている。

そこで提示されるのが、Hillier (1996) の「生成的建築 (generative building)」という概念である。生成的建築とは、秩序と混沌、予測可能性と偶然性のバランスを保ちながら、人々の創造的相互作用を誘発する建築を指す。そこでは、異なる部門や専門領域の間に「余白 (margin)」が設けられ、普段は接触しない人々が偶然に出会い、予測できないような新たな知識やアイデアの創発が期待される。また、階段・廊下・広場・トイレなどの空間は、単なる機能的装置ではなく、人々の交流や滞留、偶発的コミュニケーションを生み出す場として理解される。さらに、光や素材、家具配置といった物質的要素も、人々の感情や行動、親密性に影響を与える重要な要素として位置づけられている。

結論として、Kornberger & Clegg (2004) では、組織変革を時間的・戦略的視点のみから理解するのではなく、空間的・物質的編成の問題として捉える必要性が主張されている。生成的建築は、統制と監視を目的とした「終末的建築 (terminal architecture)」とは対照的に、人々の創造性や学習、偶発的相互作用を支える空間である。そこでは利用者自身が空間を再解釈し、再利用する「違法建築家 (illegal architects)」として振る舞うことが期待されるとされ、組織の創造的実践における空間の能動的役割が強調されている。

3. Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019). "The Role of Space for a Paradoxical Way of Thinking and Doing." *Creativity and Innovation Management*, 28 (2), pp.265-281.

Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019) では、アイデア・ワークにおいて、組織メンバーが逆説的に思考・行動することを喚起し、可能にする空間的条件を明らかにしている。アイデア・

ワークとは、「組織においてアイデアを生成、選択、実現し、育み、提案し、伝達すること」を指す。創造性研究では、有用性と新規性、組織化と非組織化などの相反する要素を同時に扱う必要があるとされてきた。しかし、従来のパラドックス研究では、それを支える空間の役割については十分に議論されてこなかった。そこで Gaim, Wåhlin, & Jacobsson (2019) では、空間が社会的文脈の中で組織メンバー間の相互作用に影響を与えるという視点から、パラドックス的思考と行為を促す空間的条件を明らかにすることが目的とされている。

Gaim, Wåhlin, & Jacobsson (2019) では、人々の行為によって形成されると同時に、その行為に影響を与える相互構成的な空間を「空間的条件 (spatial conditions)」と呼んでいる。以上の問題意識に基づき、パラドックス的思考と行為につながる空間的条件を明らかにするため、パラドックスの特徴をもつアイデア・ワークを実践する北欧の建築事務所3社を対象に、半構造化インタビュー、非参与観察、アーカイブ分析を用いたケーススタディが実施された。その結果、以下の四つの空間的条件が抽出された。

第一は「組織化されたカオス (organized chaos)」であり、建築事務所では、組織という構造の中にありながら、コーヒーコーナーや共有空間で自発的かつ非計画的な相互作用が生じていた。創造的活動には、完全な秩序でも完全な混沌でもなく、両者が共存する状態が必要であることが示された。第二は「(非)境界性 (boundary (less) ness)」であり、対象企業では、部署やプロジェクトの境界を越えた相互作用が頻繁に行われ、「私 (I)」と「私たち (we)」の境界も流動的であった。このような曖昧な境界によって、役割の維持と変化が同時に可能となり、パラドックス的行動が促進されていた。第三は「計画された自発性 (premeditated spontaneity)」であり、建築家の不確実性の高い仕事と開放的空間が組み合わさることで、偶発的な出会いや相互作用が生まれていた。受付や通路のような一見機能的ではない空間が、セレンディピティや新たなアイデア創出の契機となっていた。第四は「(再)フレーミング ((re) framing)」であり、建築の設計では問題そのものが固定的ではなく、制約を再解釈することで新たな問題が生み出される。空間は制約として作用する一方で、その制約の再フレーミングを通じて新たな問題を生み出す契機となっていた。

Gaim, Wåhlin, & Jacobsson (2019) では、これら四つの空間的条件が相互に関係することで「生成的空間 (generative space)」が形成されると論じられている。生成的空間とは、組織メンバーが対立する要素や緊張関係を受け入れ、新たなアイデア創出につなげることを可能にする空間である。また、この空間はトップダウンで一方的に設計されるものではなく、組織メンバーの相互作用を通じて再解釈・再構築されることで成立するとされる。実務的には、偶発的な相互作用を促す空間設計やフラットな組織構造の導入が、新しいアイデアの創出を促進する可能性が示唆されている。一方で、本研究は建築分野という特定の文脈に限定されたケーススタディであるため、今後の研究として、エスノグラフィー研究や空間の時間的変化の研究を行うことで、組織空間とパラドックス理論の関係をより深く検討する必要があることも指摘されている。

IV. 考察

1. 社会物質的アプローチから見た創造性と空間研究の視座

本稿では、空間を動的・関係的に捉えた研究を複数の領域から取り上げてレビューした。第Ⅱ章で検討した文献は、創造性研究・組織研究・経営学習論という複数の領域にわたって創造性を関係的プロセスとして理解する視点を示しており、空間と創造性を社会物質的アプローチから捉え直す必要性を支えるものであった。第Ⅲ章では、創造性を空間研究や建築研究の領域から検討した。これらの文献からは、創造性の促進を検討する際に、特に空間に焦点を当てることの重要性が示された。これら複数の領域の議論を重ね合わせることで、創造性と空間の関係を社会物質的アプローチから捉えるうえでの、二つの視座が浮かび上がってきた。

(1) 生成・再構成される社会物質的要素としての空間

第一の視座は、空間を生成・再構成される社会物質的要素として捉える点である。本稿でレビューした文献に共通していたのは、空間を、人・モノ・身体・環境・社会などと不可分に絡み合いながら相互に構成し合う存在として位置づける立場であった。Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019) は、空間をメンバーの行為から生まれると同時に、その行為に影響を与える動的な存在として位置づけている。そして、完全な秩序でも完全な混沌でもない境界的な空間のあり方が、パラドックス的思考と行為を可能にすることを示している。Kornberger & Clegg (2004) もまた、秩序と混沌の境界に位置する「生成的建築」が偶発的な相互作用を誘発し、新たな創造性の創発につながることを論じている。さらに、Leclair (2022) は、素材・身体・空間の出会いによって生成される「雰囲気」が創造的实践を方向づけることを示している。また、Schoug et al. (2026) では、部屋や廊下といった物理的環境が、発散と収束という相反する相互作用を調整する役割を担っていた。Corazza & Glăveanu (2020) は、創造性のポテンシャルは個人・社会・物質の相互作用のなかに偏在しており、物質的視点を含む複数の観点を統合することで初めて把握可能になると論じている。

以上を総合すると、空間は創造性の外側に存在する固定的条件ではなく、秩序と混沌の緊張関係を内包しながら、多様な要素の絡み合いを通じて創造性プロセスそのものに参与するアクターとして理解することができる。

(2) 空間と創造性の方法論的視座

第二の視座は、空間と創造性の関係に迫る方法論的視座である。前項で示したように、空間を動的で関係的なアクターとして捉えるならば、それに迫る方法論もまた、この立場と整合的でなければならない。しかし、社会物質的アプローチは関係性や変化を重視するがゆえに、方法論的な複雑さを伴う (Mayoni Nørgaard & Tanggaard, 2024; Hultin, 2019)。とりわけ、創造性

と空間を横断的に扱う研究では、その学際性から認識論的前提を踏まえた研究方法の整理が重要となる（Blomberg & Kallio, 2022）。また、多くの文献では著者らの認識論が明確に言及されているわけではないが、創造性や空間をどう捉えるかによって、研究対象の設定や研究者の位置づけ、データ解釈のあり方は異なってくる（Lee & Lee, 2023）。

そこで本稿では、7件の文献のうち、レビュー論文である Blomberg & Kallio（2022）を除く6件の方法論を整理した。方法論とは、「認識論 - リサーチ・デザイン - 手法」の論理的な関係性であり、ここでいう認識論とは、「私たちが世の中について何をどのように知ることができるか」についての考え方である（野村, 2017）。この観点から各文献に内在する認識論の特徴を導出し、リサーチクエスションおよび研究手法と合わせた方法論をまとめたものが表1である。

表 1. 研究方法論のまとめ（筆者作成）

著者	認識論	リサーチクエスション	研究方法
Stierand et al. (2019)	社会物質的現象として創造性を認識論的に捉えるためには、物質と「関係の相互作用とパターン形成」のあいだに入り込まなければならない。	創造性プロセスにおける「アイデアを持つ」という行為は、アンテナラティブという概念を通じていかに社会物質的現象として理解できるか。	Boje のアンテナラティブという概念を援用・拡張し、創造性プロセスを社会物質的現象として捉える理論的枠組みを提案。
Corazza & Glăveanu (2020)	創造性のポテンシャルは相互作用するあらゆる要素の中に偏在しており、単一の視点からは捉えることができない。	創造性のポテンシャルは個人・社会・物質・動的という四つの視点からいかに理解されるか。	既存の複数の理論的枠組み（4P, 5A, 4C モデル）を文献レビューによって再解釈・統合し、創造性のポテンシャルについての新たな分類体系を提示。
Schoug et al. (2026)	個人のアイデアが集団の創造的成果へとつながるプロセスの中核には「共有された理解」があり、その共有された理解は対話による共感や批判の繰り返しによって形成される。	収束的・発散的相互作用は集合的創造性においていかに現れるか。発散と収束のあいだの緊張は個人・集団によっていかに対処されるか。これらの相互作用は組織的場面においていかに学習されるか。	大規模な芸術・演劇プロジェクトにおける 300 時間のエスノグラフィーを実施。オープンコーディングとアブダクション的な手法を採用し、理論との往復で個人の経験と集団的規範の移行を分析。
Kornberger & Clegg (2004)	空間は社会的に構成されるものであり、人々の行為の媒介かつ産物である。空間・知識・権力は相互に不可分である。	組織における空間的配置はいかにして権力関係、知識創造、組織行動を変容させるか。管理・統制のための空間に代わる「生成的な建築」とはいかなるものか。	組織論、建築理論、哲学・社会学にまたがる文献の批判的レビューと既存事例を参照することによる「生成的建築」という新たな概念の構築。
Gaim, Wåhlin, & Jacobsson (2019)	空間をどのように感じ、理解するかは、その空間を利用する人によって異なる。空間はメンバーの行為から生まれると同時に行為に影響を与える動的な条件である。	アイデア・ワークにおいて、組織メンバーがパラドックス的に思考・行動することを可能にする空間的条件とはいかなるものか。それらの空間的条件はいかにしてパラドックス的な思考・行動を喚起するか。	北欧の 3 つの建築事務所を対象とした半構造化インタビューと 15 時間の非参与観察、アーカイブ資料の収集。得られたデータとパラドックス理論の往復より、新たな 4 つの概念を生成。

このように整理すると、対象文献に共通する認識論的傾向が確認できる。それは、創造性を客観的に測定するのではなく、人・モノ・空間・社会の関係的プロセスへの参与を通じて理解しようとする立場である。いずれの研究も、研究者自身が調査対象組織へ深く没入し、関係性と動態のなかで創造性を捉えようとしている点で共通していた。

特に、Leclair (2022), Schoug et al. (2026), Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019) の実証研究では、この認識論的立場が研究方法に反映されていた。Leclair (2022), Schoug et al. (2026) では、研究者自身が組織活動へ参与し、組織内部の相互作用過程を分析している。Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019) においても、参加型かつ長期的な観察の必要性が課題としてあげられていた。Stierand et al. (2019) もまた、社会物質的現象としての創造性を捉えるためには、関係的相互作用やパターンの内部へ入り込む必要性を論じている。さらに、社会物質的アプローチに基づく質的調査では、インタビューそのものを、研究者と非研究者、主体と対象との関係が生成される実践として理解すべきであると指摘されている (Hultin, 2019)。このことは、研究者自身も創造性生成プロセスへ参与するアクターとして位置づけられることを示唆している。

また、分析手法としては、理論と経験データを反復的に往還するアブダクティブな分析態度が共通してみられた。アブダクションは、不可解な現象に対してもっともらしい説明を与え、新たな理論生成の契機となる推論形式であり (Sætre & Van de Ven, 2021)、予測不可能かつ創発的に立ち現れる創造性現象を捉えるうえで有効な分析態度として位置づけられる。

2. 今後の実証研究に向けた示唆

ここまでの議論から、社会物質的アプローチから見た空間の捉え方と、方法論的視座が示された。しかし、これらを踏まえた実証研究は十分に蓄積されているとはいえない。空間に焦点を当て、創造性との関係を社会物質的観点から実証的に扱った文献は、Leclair (2022) と Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019) に限定されている。また、空間そのものを主題とした Kornberger & Clegg (2004) や Gaim, Wählin, & Jacobsson (2019) においてさえ、人間同士の相互作用の観察に終始し、空間との絡み合いを十分に捉えられていないことが指摘されている (Blomberg & Kallio, 2022)。その背景として Hultin (2019) は、人・モノ・空間・社会の関係が動態的に絡み合うなかで、それらが創造性創発へどのように作用しているのかを捉えることの難しさを指摘している。

したがって今後は、人々が日常的に行っている社会的・物質的实践について、物質的要素の役割も含めてより詳細に記述・分析できる研究方法の検討が求められる。

V. おわりに

本稿は、創造性と空間の交差領域における今後の研究視座と課題を検討するため、社会物質

的アプローチに着目し、7件の文献レビューを行った。その結果、空間を生成・再構成される社会物質的要素として捉える視座と、そうした空間と創造性の関係に迫る方法論的視座という、二つの視座を導いた。

これらの視座は、学術的な意義にとどまらず、実務における創造性支援や空間設計のあり方に対しても示唆を与えうる。創造性と空間をめぐる研究では、空間が依然として固定的な実体として捉えられる傾向がある。Blomberg & Kallio (2022) や De Paoli et al. (2019) は、このような固定的な見方が実務領域にも波及し、創造性が本来は創発的なプロセスであるにもかかわらず、特定の空間デザインによってそれを制御できるかのような画一的なイメージを生み出していることを指摘している。本稿が提示した、空間を創造性のプロセスに参加するアクターとして捉える視座は、こうした画一的な空間設計の前提を問い直すものであり、創造性と空間の関係をより動的・関係的に理解するための学術的・実務的な手がかりともなりうる。

一方で、社会物質的アプローチから創造性と空間を論じる実証研究はなお乏しい。今後は、空間がいかに関係生成へ関与し、創造性の創発に作用しているのかを、社会物質的絡み合いの内部から描き出す実証研究の蓄積が課題である。

【参考文献】

- Blomberg, A.J., & Kallio, T.J. (2022). "A review of the physical context of creativity: A three-dimensional framework for investigating the physical context of creativity," *International Journal of Management Reviews*, 24 (3), pp.433-451.
- Boje, D.M. (2008). *Storytelling organizations*. London: Sage.
- Corazza, G.E. (2016). "Potential originality and effectiveness: The dynamic definition of creativity," *Creativity Research Journal*, 28 (3), pp.258-267.
- Corazza, G.E., & Glăveanu, V.P. (2020). "Potential in creativity: Individual, social, material perspectives, and a dynamic integrative framework," *Creativity Research Journal*, 32 (1), pp.81-91.
- De Paoli, D., Sauer, E., & Ropo, A. (2019). "The spatial context of organizations: A critique of 'creative workspaces,'" *Journal of Management & Organization*, 25 (02), pp.331-352.
- Gaim, M., Wählin, N., & Jacobsson, M. (2019). "The role of space for a paradoxical way of thinking and doing: A study of idea work in architectural firms," *Creativity and Innovation Management*, 28 (2), pp.265-281.
- Glăveanu, V.P. (2013). "Rewriting the language of creativity: The five A's framework," *Review of General Psychology*, 17 (1), pp.69-81.
- Goldstein, J. (1999). "Emergence as a construct: History and issues," *Emergence: Complexity & Organization*, 1 (1), pp.49-72.
- Hillier, B. (1996). *Space is the machine: A configurational theory of architecture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hultin, L. (2019). "On becoming a sociomaterial researcher: Exploring epistemological practices grounded in a relational, performative ontology," *Information and Organization*, 29 (2), pp.91-104.
- Kaufman, J.C., & Beghetto, R.A. (2009). "Beyond big and little: The four C model of creativity," *Review of General Psychology*, 13 (1), pp.1-12.
- Kornberger, M., & Clegg, S.R. (2004). "Bringing space back in: Organizing the generative building," *Organization Studies*, 25 (7), pp.1095-1114.
- Leclair, M. (2022). "The atmospherics of creativity: Affective and spatial materiality in a designer's studio,"

- Organization Studies*, 44 (5), pp.807-829.
- Lee, J.H., & Lee, S. (2023). "Relationships between physical environments and creativity: A scoping review," *Thinking Skills and Creativity*, 48, 101276.
- Lucius, Z.K., & Damberg, S. (2024). "Why we need employees back at the office: The effect of workplace design on creativity in organizations," *Creativity and Innovation Management*, 33 (4), pp.654-670.
- Mayoni Nørgaard, J., & Tanggaard, L. (2024). "A new position: Creativity as ecological responsiveness: The sociomateriality of creativity – reviewed," *Culture & Psychology*, 30 (4), pp.1017-1040.
- Orlikowski, W.J., & Scott, S.V. (2008). "Sociomateriality: Challenging the separation of technology, work and organization," *Academy of Management Annals*, 2 (1), pp.433-474.
- Rhodes, M. (1961). "An analysis of creativity," *Phi Delta Kappan*, 42, pp.305-310.
- Robinson, A.G., & Stern, S. (1997). *Corporate creativity*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- Schoug, A., Avby, G., Rubin, V., & Ohlsson, J. (2026). "Collective creativity through a learning lens: Paradoxes of convergence and divergence in an art and theater project," *Management Learning*, 57 (2), pp.224-245.
- Sætre, A.S., & Van de Ven, A. (2021). "Generating theory by abduction," *Academy of Management Review*, 46 (4), pp.684-701.
- Stacey, R. (1995). "The science of complexity: An alternative perspective for strategic change processes," *Strategic Management Journal*, 16 (6), pp.477-495.
- Stierand, M., Boje, D.M., Glăveanu, V., Dörfler, V., Haley, U.C.V., & Feuls, M. (2019). "Paradoxes of 'creativity': Examining the creative process through an antenarrative lens," *The Journal of Creative Behavior*, 53 (2), pp.165-170.
- Woodman, R.W., Sawyer, J.E., & Griffin, R.W. (1993). "Toward a theory of organizational creativity," *Academy of Management Review*, 18 (2), pp.293-321.
- 経済産業省 (2007) 「感性価値創造イニシアティブ：第四の価値軸の提案：感性 21 報告書」経済産業省。
- 日本経済新聞 (2025) 「日経ニューオフィス賞 ボッシュ・グループなど 18 件が受賞」『日本経済新聞 電子版』2025 年 8 月 5 日, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC317XF0R30C25A7000000/> (2026 年 5 月 29 日閲覧)。

Perspectives and Challenges in Organizational Creativity and Physical Space Research from a Sociomaterial Approach

Towa Shikata*

Kazaru Yaegashi**

Abstract:

This paper reviews seven studies to examine the relationship between organizational creativity and physical space from a sociomaterial perspective and to derive insights and agendas for future research. Sociomateriality refers to a state in which social and material elements are "constitutively entangled," mutually constituting one another and remaining inseparable in practice. Recent creativity research has shown growing interest in such processes. Yet existing studies on creativity and space still tend to treat space as a fixed entity separated from its users, insufficiently examining sociomaterial entanglement.

The review yielded two perspectives. First, space as a sociomaterial element generated and reconstituted through interaction: in the studies reviewed, space was understood not as a fixed condition but as a dynamic element that changes through entanglement with diverse elements while harboring the tension between order and chaos. Second, a methodological perspective: a shared epistemological tendency was identified whereby, rather than measuring creativity objectively, the studies sought to understand it through participation in the relational processes among people, things, space, and society. An abductive stance iterating between theory and data was also common.

Building on these perspectives, future research is positioned to empirically clarify the relationship between creativity and physical space from within sociomaterial entanglements, through longitudinal participant observation and abductive analysis.

Keywords:

Sociomateriality, emergence, organizational creativity, physical space

* Master's Student, Graduate School of Business Administration, Ritsumeikan University

** Professor, College of Arts and Design, Ritsumeikan University

