

特集にあたって

松尾 博文 (筑波大学)

ビジネスモデルとはインターネット等に代表される情報ネットワーク技術を用いた、革新的で有用なビジネスの方法である。「ビジネスモデル」が狭義に使われるときは、ビジネスモデル特許として特定されうる要素技術で、新規性、有用性のある通信技術を用いたビジネスの方法を指す。広義に用いられるときは、ITの革新、情報ネットワークの拡大と普及、IT関連コストの低減、情報文化の変化等、経営環境の急激な変化に対応する経営戦略の視点からの収益を創造する新しいビジネスの形態を指す。

筆者は産官学参加の筑波大学ビジネスモデルプロジェクト (UTBUMP) という研究会を組織しているが、産業界のビジネスモデル研究への期待は高く、次のような声が聞かれる。

ビジネスモデル研究に対する産業界の期待

- 情報ネットワークの進展が、市場の価値観を変化させてきている。単なるソフトウェアの作成ではなく、多様化した価値観を満足させ、対価を引き出す仕組み (ビジネスモデル) が必要になってきている。
- ビジネスモデルというと特許が重視される。しかし、本当に重要なことは特許の取得ではなく、ビジネスモデルの活用・普及にあると思われる。
- ビジネスモデルの本質を捉えるためには、それを記述する標準形式が重要であろう。ビジネスモデルの費用対効果測定・異なる環境への移転可能性の測定などの手法構築も可能になるのではなかろうか。
- 企業から消費者へのモノだけの提供に、情報提供機能を付加することにより消費者便宜の増大を実現する。そして、それが売上の増加となり企業に返ってくる。しかし、情報提供には費用がかかるので、ビジネスモデルに対する費用対効果の視点は重要である。
- ビジネスモデルを構築する上では、消費者層に対応した情報で便宜を増大させるという、消費者のセグメンテーションも重要になってくる。
- 経済の主体が、工業製品→ソフトウェア→ビジネスモデルとシフトしてきている。ビジネスモデル (特許) の開発は、一国の経済を左右する所まで来ている。
- ネットワークの高速化・モバイル化がもたらす、

いつでも繋がる・個人に繋がるネットワーク形態が、これからのビジネスモデルに大きな影響を及ぼすであろう。

h. ビジネスモデルは金儲けの仕組みだけではなく、ムダを省く・効率生産の仕組みでもある。ビジネスモデルの社会的意義を考える視点も重要だろう。

本特集号では、ビジネスモデルに関するトピカルな3件の事例分析とビジネスモデルの起業化と特許についての論文各1篇を掲載する。

「ビジネスモデルの事例：個客をつかむケータイ CRM」ではNTTデータによる、携帯を用いた小売業におけるビジネスモデルが報告されている。新しいRevenue GenerationとMarketingの方法、さらに、Service Conceptが記述されている。

「電鉄会社におけるビジネスモデルの変化について」では、(株)東芝による、小田急電鉄での座席予約・購入の新しいビジネスプロセスが報告されている。単なる、顧客サービスの向上にとどまらない、Service Conceptの変容がここでも示唆されている。

「石油化学産業のビジネスモデルにおける課題」では、三菱化学におけるビジネス環境の変化とその対応に関するビジネスモデルの視点が報告されている。企業戦略、プロジェクトのリアルオプション評価、ビジネスプロセス分析、SCM、Green movement等の多岐にわたる、OR型の問題の定式化がされている。

「ビジネスモデルとTLO」ではタマティーエルオーにおけるビジネスモデル特許と起業化の事例、TLOの活動、産官学連携の研究・開発活動が報告されている。ORの研究者への貴重な呼びかけも含まれている。

「情報財としてのビジネスモデルと特許」では知的財産としてのビジネスモデルについて考察が述べられている。ソフトウェア特許、ビジネスモデル特許と、ORコミュニティに深く関連する問題への理解と議論を深めることは必須である。

本特集号を通じて、OR学会がビジネスモデル研究に取り組むことは合理的なことであり、利益、サービス、社会貢献を生む新しいビジネスモデルの創出の機会が豊富にあるということが伝われば、幸いである。