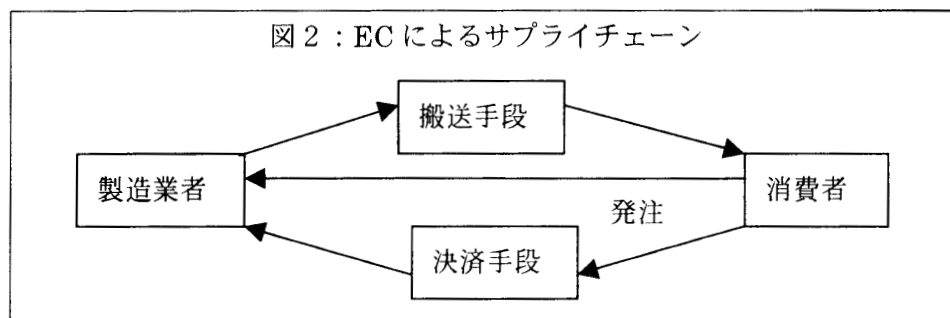
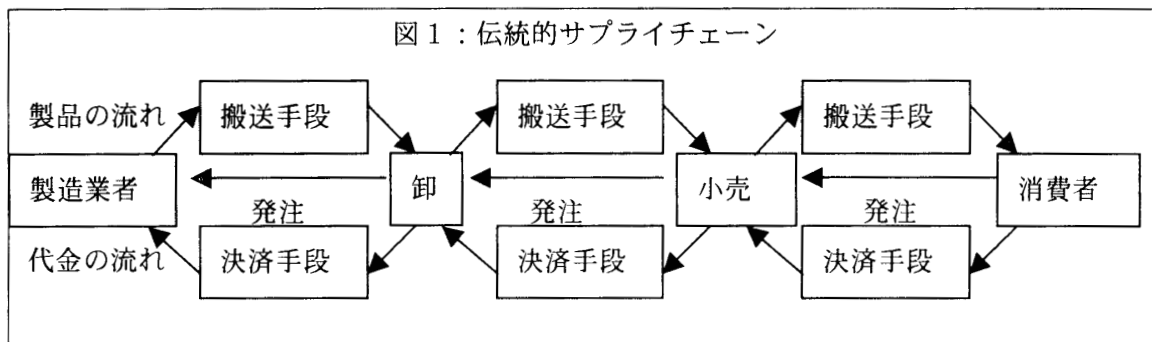


ビジネスモデルの一般理論

01014090 横浜国立大学経営学部 大塚英作 (Ohtsuka Eisaku)

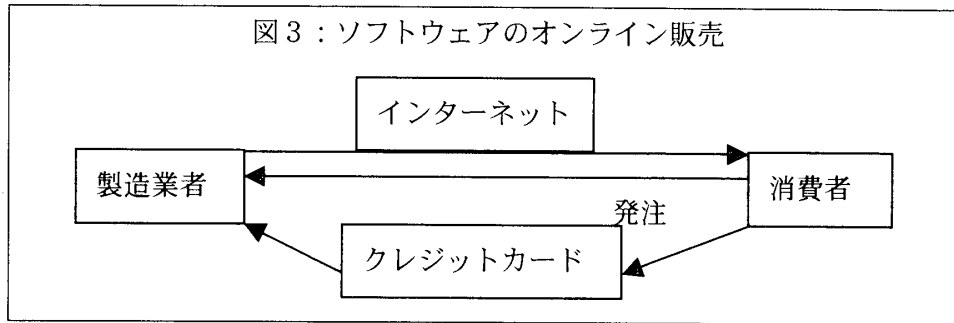
サプライチェーンが、原材料の調達から財貨サービスを最終消費者に届けるまでの全体のプロセスを言うのに対し、ここでいうビジネスモデルとは、財貨サービスの生産・提供と対価收受の方法を意味するものとする。従って、ビジネスモデルはサプライチェーン全体に関わる場合もあるし、その中の一部を指す場合もある。

情報通信技術の発展普及に伴い考案された新しいビジネスモデルは、これまでの伝統的なビジネスモデルに対し圧倒的な競争力を有していると考えられ、実際それにより市場において成功を収めた企業も出始めている。例えば、図1は製造業を中心とした伝統的なサプライチェーンの模式化であるが、ECはこれを図2のように変革する。



このようなサプライチェーン=ビジネスモデルの改革は、企業にとってのコストばかりでなく、価格やスピードといった顧客満足を左右する変数に大きな影響を及ぼすわけで、その効果は、それらの変数によって計測、評価されるべきである。

もちろん具体的な効果は業種やそこで扱われる製品によっても異なるであろう。例えば、ソフトやデータといった、オンラインで配布できるような商品の場合、効果は図3に示されるようにさらに劇的なものとなる。また、新しいビジネスモデルの構築がプロセスの各部分で実施される場合もあろう。



一方、従来のビジネスモデルの議論では、この評価の部分が必ずしも十分に考慮されてきたとは言えないのではないかと。G4 ではこれまで、各方面の学識経験者や招いた研究会を開いたり、新しいビジネスモデル構築に取り組む企業のトップにインタビュー調査を行うなどして、日本経済再生のための SCM 構築の可能性を探ってきた。

本報告では、以下のようないくつかの具体的なケースをビジネスモデルの観点から取り上げ、その評価の方法を論じることとしたい。

1. EDI による輸出業務改善

EDI の効果：ペーパーレス化、情報交換・再利用の迅速化・正確化、事務処理の効率化、自動化による生産性向上

EDI 効果の試算例

ショートタームモデル： 所用日数 75%、作業時間 78%、全体 59%

ロングタームモデル： 所用日数 57%、作業時間 33%、全体 18%

2. タクシー運転手の労務管理 (Principal-Agent)

運転手の努力水準 e 、生産関数 $f(e)$ 、報酬関数 $p(f)$ 、効用関数 $u(p, e)$

標準的仮定： $f' > 0, f'' < 0, u_p > 0, u_e < 0, u_{pe} < 0$

(1) 出来高配分方式 $p(f) = rf, 0 < r < 1$

(2) Standard-Setting $p(f) = \begin{cases} a, & f > s \\ 0, & \text{otherwise} \end{cases}$

(3) MK 方式 $p(f) = f - c, c > 0$

3. コンビニエンスストアのネット展開

セブンイレブン： 7dream.com

ローソン： @LAWSON

ファミリーマート： ファミマ・ドット・コム

4. DELL モデル