

【カテゴリー資料 研究論文】

BMA ジャーナル掲載論文一覧

(編集委員会)

順	作者	テーマ	要旨	掲載誌
18	加藤和彦 高木純一	コンソーシアム 型ビジネスモデル の課題 ～トヨタ主導 AGL 事例から の考察～	本稿の目的は、変革期の自動車業界において、トヨタ自動車株式会社が主導する車載 OS プロジェクト、AGL (Automotive Grade Linux) の戦略上の課題を導出することにある。その際、階層構造をもつ製品で、類似のビジネスモデルを遂行した事例との対比等をおこない、製品戦略の観点での知見を得る。そこでは、コモディティ化のリスクの認識と、収益確保の重要性ならびにデータの囲い込みの必須性を提起する。	Vol.18, No.3
17	井上祐樹 竹中 毅 車谷浩一	エージェントシ ミュレーション によるプラット フォームビジネ スの有効性検証 ～宿泊仲介プラ ットフォームの 利用料設定につ いて～	我々は、プラットフォーム市場におけるビジネスモデルの有効性を予測する手段を開発することを目指している。本稿では宿泊プラットフォーム市場における利用料設定に焦点を当て、エージェントシミュレーションを活用したアプローチを試みた。網羅的なシミュレーションの結果、現実に行われている宿泊プラットフォームの利用料設定の傾向と合致する結果がシミュレーションでも確認された。このように、プラットフォーム市場のビジネスモデルの有効性の検証に、エージェントシミュレーションの方法が有効であることが示唆された。	Vol.18, No.2

16	町田一兵	中国の航空市場における LCC 事業の展開に関する一考察～春秋航空のビジネスモデルを事例に～	本稿は拡大する中国航空市場の現状を踏まえ、現状では圏内唯一の LCC である春秋航空のビジネスモデルを従来の欧米・アセアンの LCC ビジネスモデルと比較しながら、中国航空市場における LCC ビジネスの拡大の可能性及び成約する諸要因を分析することで、今後中国における LCC の市場拡大及び新規事業者の参入の可能性に寄与するものと認識する。	Vol.18, No.1
15	陳 恵貞	中国における O2O ビジネスモデルを活用した事例に関する一考察	本稿はまず O2O ビジネスモデルの仕組みと特徴について説明し、中国における O2O 市場が急成長してきた原因と現状を述べる。次に、現在中国の大手 IT 企業はいかに O2O ビジネスモデルを活用しているかという事例をとりあげて、アメリカにおける典型的な O2O ビジネスモデルを活用している事例と比較する。最後に、本論の内容を要約するとともにこれから中国における O2O ビジネスモデルの課題を示す。	Vol.18, No.1
14	柳 偉達	マーケティングとイノベーションに関する一考察～日本と中国の比較を通して～	本稿では、マーケティングとイノベーションについて先行研究を概観し、日本と中国におけるマーケティングとイノベーションの発展を考察している。P. F. ドラッカーによれば、顧客創造の目的を達成するために、マネジメントに求められる必要な機能はマーケティングとイノベーションの2つしかない。高度成長期の日本企業の活動は持続的な技術革新とマーケティングの結びつきとして広範に知られているのに対し、1990年代中頃以降の中国企業のマーケティングとイノベーションは消費	Vol.18, No.1

			者及び社会のニーズに応え、社会課題への対応を旨としている側面が強く、インターネット技術を駆使してビジネスモデルの転換または創出を成し遂げ、社会を変えようとする事業化に挑む様相を呈している。	
13	丹沢安治	薄れゆく産業境界とビジネスモデルの革新～ Industrie4.0/IoTが生み出すビジネスモデルの理論的背景は何か?～	Industrie4.0, Internet of Things ののもとに、機器をネットワーク化し、膨大なデータを用いるビジネスモデル革新が進行している。日本では情報をデジタル化するものづくりの伝統があったため必要性が問われたが、今では各社がプラットフォームを形成し始めている。しかし米国では、個人データの所有権が問題とされ、ドイツでもネットワーク参加企業のデータ所有をめぐる主導権争いがある。日本企業も実績のないビジネスモデルへの移行への抵抗が見られる。本稿では、データ所有の問題を所有権理論によって分析し、日本企業の問題については、「ロックインの罠」の分析を呈示し、理論的分析によって革新のベクトルを収斂させる。	Vol.17, No.4
12	久保真澄 北 寿郎	特許情報を用いた技術の多様性分析による「技術のS字カーブ」の解明	技術領域が異なる複数のイノベーションシステムからなる産業の「技術のS字カーブ」について、産業ライフサイクルを分析する方法を試みた。従来手法の「技術のS字カーブ」に本研究で提案する特許情報を用いた「技術の多様性」分析を組み合わせることで、技術領域における多様度の変化とイノベーションシステムの誕生との関係性を見出した。この手法の活用することで、適切な高度の視点から俯瞰的に複数のイノベーション	Vol.17, No.4

			システムの動きを捉えた企業戦略が可能であることを考察した。	
11	八木京子	音楽産業におけるビジネスモデルの潮流に関する一考察～ビジネス・エコシステムによる価値共創の可能性～	本稿では、急速な社会経済のグローバル化やデジタル・テクノロジーおよび、ICTの進展などの影響を受け、ビジネスモデルの転換を余儀なくされている音楽産業に焦点を当て、音楽産業を取り巻く環境変化に伴う中心的ビジネスモデルの変遷について整理しながら分析し、音楽ビジネスの潮流について考察を行った。その結果、音楽産業における音楽関連企業は、顧客にとっての価値を創出し拡大していくために、相互依存関係にある他の企業や組織と共にビジネス・エコシステムを形成し、価値を共創しようとしていることが示唆された。	Vol.17, No.3
10	佐藤 暢	岩手と高知の広域連携事例から見た産学官連携モデル	本稿では、科学技術振興機構(JST)による復興促進事業のうち、被災地と遠隔地との広域連携による事例に着目し、産学官連携プロジェクトの形成に至るプロセスと構造について社会科学的な観点から考察した。その結果、本事例ではコーディネータ・ネットワークが効果的に機能したことで、経営者の想いを形にするための組織間関係の構築と実践的戦略の形成に貢献したことが分かった。また、経営学に基づく理論的考察からも、産学官連携プロジェクトの形成にはコーディネータ・ネットワークが有意義であることが新たに示された。	Vol.17, No.3
9	吉田康志	銀行業のビジネスモデルー産業レベルでのビジ	ビジネスモデルは差別化されたビジネスの様態を記述する際に利用される概念上のツールである。その適用	Vol.17, No.2

		ネスモデル記述の試みー	範囲をさらに拡大して産業レベルにおいても、つまり特定の産業に属する諸企業において共通する業務のあり方を描く際にも利用可能だと考えられる。本稿の構成は以下のとおりである。第2節では、ビジネスモデル概念の類型化と記述について確認する。第3節では、銀行とビジネスモデルの関係について見たうえで、銀行業のビジネスモデルを記述し、関連する金融サービス提供者のビジネスモデルと比較検討する。そして、第4節で結論を述べ締めくくる。	
8	永田 靖	スポーツイベントにおけるビジネスモデルの特性	本稿では、IOC および FIFA が確立させた権利の商品化というビジネスモデルに着目し、その生成過程の背景と、組織の収支構造を検証する。また、企業のスポンサーシップにおけるスポンサーバリューに関して考察する。	Vol.17, No.1
7	西野勝明	才能教育（スズキ・メソード）とヤマハ音楽教室、そして楽器産業の発展	ヤマハ音楽教室は楽器産業の需要創造をもたらした画期的なソフトなイノベーションであるが、その脅威着くコンセプト、教育手法は、バイオリニストの鈴木鎮一が開発した才能教育の手法（スズキ・メゾート）を概ね受け継いだものであった。ヤマハは、音楽教室を、事業採算性を持ったビジネスモデルとして完成させ、我が国のみならず、世界にその普及を図った。音楽教室は教育産業であり、その需要の創造は、補完財である楽器の需要を創造して楽器産業の成長をもたらした。一方、才能教育は世界で最初の幼児から音楽教育手法として我が国から米国など海外にも広く普及した。	Vol.17, No.1

6	足代訓史	ビジネスモデル論の分析射程：ダイナミクスの観点の分類	<p>ビジネスモデルの有するダイナミクスの観点に着目したビジネスモデル論が蓄積しつつある一方で、そのダイナミクスの内容の整理・分類は十分にはおこなわれていない。そこで本稿では、ビジネスモデルの有するダイナミクスの観点の分類に着目することで、ビジネスモデル論の分析射程を整理した。結果として、ビジネスモデルの有するダイナミクスの種類を、「ビジネスモデルの創造過程」「構築されたビジネスモデルの自己強化過程」「ビジネスモデルの再構築・進化過程」「ビジネスモデルの歴史的形成過程」に分類し、既存の静学的ビジネスモデル論の位置づけと合わせ、ビジネスモデル論の分析射程を一定程度明らかにした。</p>	Vol.17, No.1
5	谷井 良	ビジネスモデルイノベーションによる事業連携のデザイン	<p>ビジネスモデルを差別化するためには、ビジネスモデルのイノベーションが必要である。ビジネスモデルのイノベーションには3つの効果がある。事業創造、事業再生、事業連携である。本稿ではビジネスモデルイノベーションによる事業連携にスポットライトを当て考察する。かつての企業は自社単独でのビジネス活動を行っていたが、現在は協力関係を構築できるところとは連携してビジネスを行うケースが増えている。グローバル化、ネットワーク化が進み、多くのライバル企業が出現する現代において、事業連携がもたらす効果はきわめて大きい。特に経営資源の乏しい中小企業にとって資源の相互補完を行える事業連携は多くの可能性をもたらす。また、事業連携すること</p>	Vol.17, No.1

			によって、従来のビジネスモデルにイノベーションを実施できる可能性も生まれてくる。そこで、本稿ではビジネスモデルイノベーションと事業連携の関連性について検証する。	
4	井上祐樹 辻本将晴	プラットフォームエコシステムの世代発展における既存ブランド活用の影響	本研究は、プラットフォームエコシステムの世代を越えた長期的な発展のために、補完者の収益性を確保しつつ新規参入を阻害しないような既存ブランドの投下方法を明らかにすることを目的とした。ビデオゲーム市場を対象とした分析の結果、初期に既存の製品ブランドを活用したソフトウェアを多く展開し、それらにロイヤルティを持つ消費者を呼び込んだ後、既存の製品ブランドを活用した補完製品の提供量を減少させて行き、それらの市場シェアが高くなるようにするという手順が、適正であることを示唆した。	Vol.16, No.2
3	山本曜平 土屋 繼	プロフィットモデルの構造化と分解に関する一考察～利益創出の手段(「対象」と「操作」)を中心に～	ビジネスモデルの主要なサブモデルの1つが収益モデルであることは多くの研究者の共通理解である。しかしながら、収益モデル自体を論じている研究は少なく、収益モデルを共通の軸や項目で比較できるような研究も殆ど見られない。そこで本研究では、改めて収益モデルをプロフィットモデルと定義し直し、数々あるモデルの構成する要素を明確にし、構造的にモデルについて議論できる枠組みについて考察する	Vol.16, No.2
2	簡 逸威	キャラクター・ライセンス・ビジネスモデルに関する一考察と一試案	1963年に「鉄腕アトム」の放送の開始に伴って、日本アニメのキャラクター・ライセンス・ビジネスが始まった。一方、過去数十年間で日本の経済は、高度成長を経てバブル崩壊な	Vol.16, No.1

			<p>どにより大きな打撃を受けた。しかしながら、キャラクター・ライセンス・ビジネスは発展が目覚ましく、日本の重要な経済源の1つとなっている。本稿では、日本におけるキャラクター・ライセンス・ビジネスの分類と現状を分析し、例えば、ライセンサーが海外市場開拓に関する問題の解決に向けて努力できることを考察し、仲介者組織が設置されることが必要であるという試案を導く。</p>	
1	張 輝	<p>日本におけるビジネスモデル研究の現状に関する序説的考察～事業構想の視点を踏まえて～</p>	<p>日本におけるビジネスモデル論の成果は蓄積されつつある。しかし、現在のところ全体的にどのような状況にあるかについてのレビューはほとんど存在しない。本稿では、2001年から2016年までの期間に抽出した128本の論文を対象にして、まず俯瞰的に確認する。次に事業構想の観点も踏まえて、筆者の考察を加える。最後に今後の研究課題を提起する</p>	Vol.16, No.1

注記

Vol.1～Vol.15 で掲載されている論文は http://www.jctbf.org/BMA_J/link.1.htm にてご参照ください。