



## ビジネスモデル・イノベーション：オープンプラットフォームの研究 Business Model Innovation: Open Platform

BI 研究所 兼務研究員、経営学部教授 中田善啓\*1)

現在日本社会では失われた 10 年が 20 年を超えようとしている。高度成長時代のエンジンとなった企業の多くがなぜ凋落したのであろうか。日本企業の活性化の道は何であろうか。日本企業の再生はイノベーションにかかっている。先進国では製造業中心（第二次産業）の社会から高度サービス社会（第三次産業のうち生産性が高い産業）へと移行している。このようなシフトの大きな要因の一つは、1980 年前後から情報処理革命がおき、今まで人間が判断してきた領域のかなりの部分で、コンピュータが判断するようになったためである。もう一つの要因はデザインについてモジュラー・アーキテクチャがとられる産業が多くなったことである。

大量生産・販売時代では中核企業（多くは製造企業、特に組立企業）を中心として企業内ないしは関係企業で開発、生産、販売する階層システムが効率的であった。そこでは権限によって資源が配分され、クローズドシステムがとられている。一方、エコシステムはプラットフォームとそれに参加する多数の企業や個人がモジュールとなるようなシステムであって、参加者間で協調と競争が存在するシステムである。エコシステムのモジュールのイノベーションが製品のイノベーションを引き起こす。プラットフォームの大きな役割は多数の参加者を誘引するオープンシステムをとって、モジュールのイノベーションを促進することである。多数の知識を融合し、新しい知識として統合することがイノベーションを引き起こし、加速する。

オープンシステムは他企業、組織、個人の知識や情報を利用することである。そのためには、自企業の知識の一部を公開しなければならない。エコシステムでは製品が多数のモジュールからなっているので、相互にモジュール企業がどのような活動をしているか分からない。そのためにも、企業が何をして、どのような知識を求めているかを明らかにしなければならない。

### \*1)著書

中田善啓[1982], 『流通システムと取引行動』大阪府立大学経済学部.

中田善啓[1986], 『マーケティングと組織間関係』同文館.

中田善啓[1992], 『マーケティング戦略と競争』同文館.

中田善啓[1998], 『マーケティングの進化』同文館.

中田善啓[2002], 『マーケティングの変革』同文館.

中田善啓[2009], 『ビジネスモデルのイノベーション』同文館

中田善啓[2013], 『プラットフォーム時代のイノベーション』