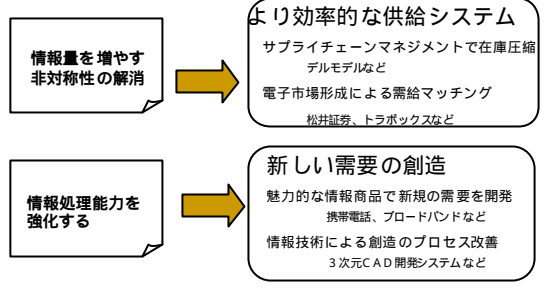


情報技術による価値創造

慶應義塾大学ビジネス・スクール
 國領 二郎
 (<http://www.kbs.keio.ac.jp/kokuryolab/>)

ネットの効果 効率性と創造性



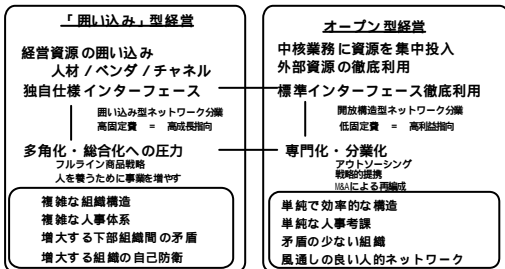
効率化だけだとデフレになる。新しい価値を創造しよう!

新しいビジネスモデルの創造

- 誰にどんな価値を提供するか?
 (顧客の) ビジネスのコストを下げる。
 新しいビジネスチャンスを与える。
 新たに支出しなくなるような新しい商品を提供する
- どのように価値の生産と供給を行うか?
 サプライチェーンの設計
 コミュニケーション構造の設計
- レベニューとインセンティブの設計
 誰からどのようにお金をいただくか?
 誰にどのように報酬を与えるか?

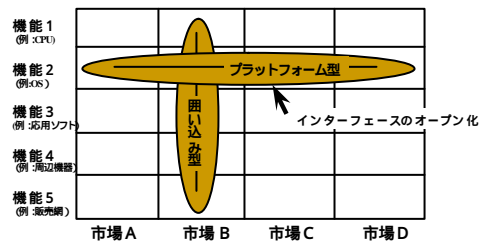
供給システム構造変革

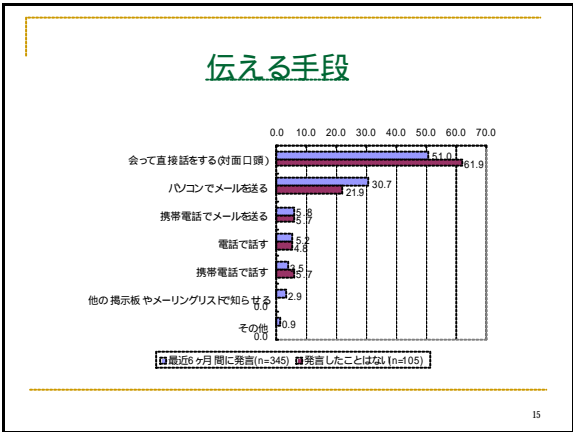
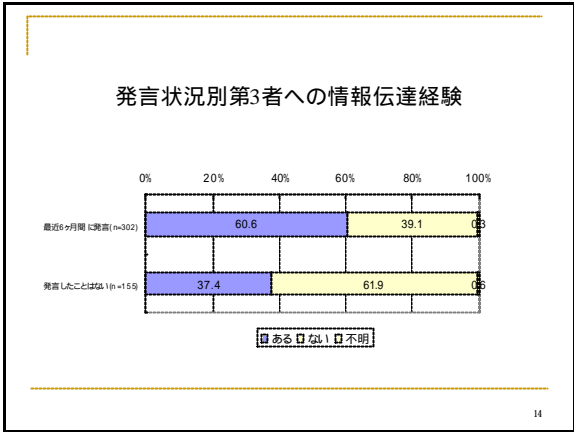
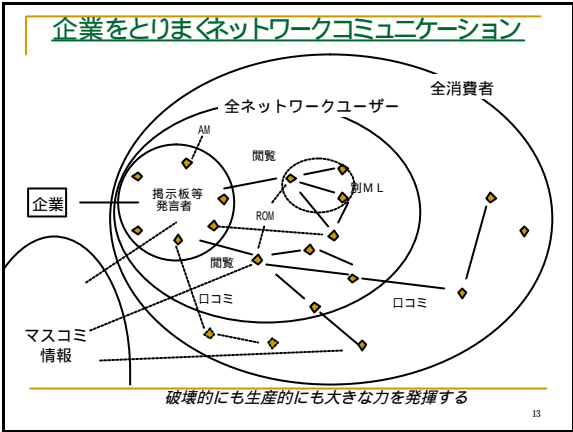
創造性とスピードのある経営システムの構築



従来の組織の垣根を越えたネットワーキング

水平展開型戦略と閉い込み型戦略





情報価値の収益化

誘因と貢献の構造設計

- ### 情報は利益を生まないのか?
- (1) 情報財のコスト構造
開発費が大きい、追加供給の変動費が極端に低い。
 - (2) 課金コスト
コピーの変動費が低い割に課金コストが高い。
 - (3) ネットワーク外部性・連結の経済性
使う人間が増えるほど便益が増える 希少性がなくなる
 - (4) 参加型の価値生産構造
顧客が価値をつける 成果は誰のもの?
- 価格メカニズムが生産と分配のシグナルになれない?
- 企業のナレッジマネジメントにおいても情報を出す誘引が課題...

情報財生産の誘因設計

二つの思想がある。

- (1) 情報価値を何らかの希少性にリンクさせて貨幣経済にのせる。
- (2) 開き直って非貨幣経済的な協働体系を目指す。例としてソースコードをオープンにして社会的な開発を目指すLinuxなど。

ビジネス：何らかの希少性に帰着させて収益を得る。

19

情報価値の収益化：一般モデルの模索

| | |
|----------------------------|------------------------|
| 物財帰着型 モノの希少性 | 物販モデル |
| サービス帰着型 設備容量の希少性 | サービス手数料モデル |
| 擬似物財型 情報そのものを希少に | デジタルコンテンツ ダウンロードモデル |
| 認知限界訴求型 顧客のattentionを貰う | 広告モデル・名誉モデル |
| 自己実現型 | お布施モデル |

20

オープンな環境で差異化する手法

希少性を増大させ収益を拡大させる

- ・物財帰着
 - 情報技術により物財ブランド強化し、物販販売で回収。
- ・擬似物財（情報）販売
 - Versioning（新製品を短サイクルで投入）
- ・サービス容量
 - 価格弾力性別セグメンテーション（例：米国航空業界）
- ・認知限界
 - 評価サイトなどによる集団の情報処理
（例外的に希少となる情報）信頼、プライバシー
- ・名誉
 - 「勲章」

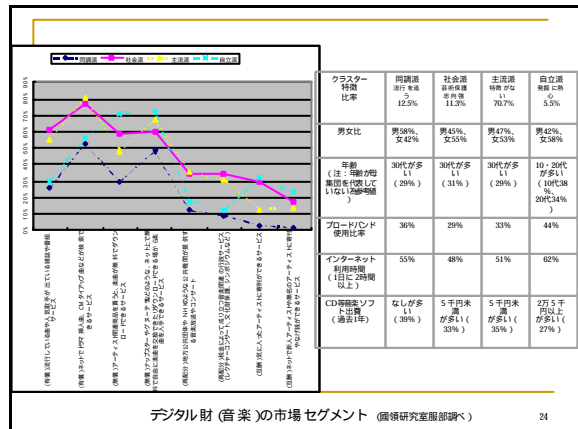
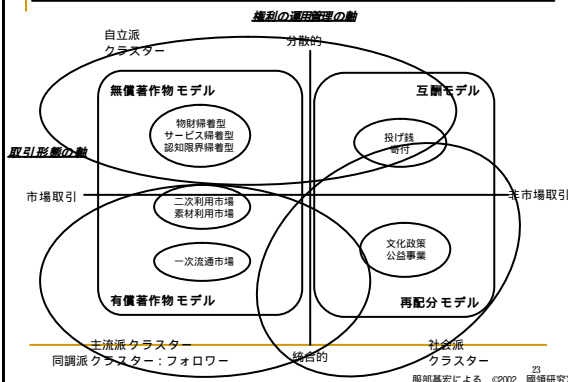
編集能力による差異化

21

市場に合致した情報財収益モデルの構築

22

デジタルコンテンツの市場セグメントと収益モデル



新しい社会 経済構造の構築

25

高付加価値産業の構築

提言：日本を世界のテストマーケティングセンターにしよう

- ・ 感性が高く、厳しい顧客
日本の顧客が納得した商品は世界で通用する
実はネットワークが大好きな日本の消費者
- ・ 何でも作れてしまう製品開発・生産ネットワーク
製造業も情報化、ネットワーク化

顧客を価値の生産者として捉えることで日本の製造業も復活する。(消費者と呼ぶのをやめよう。)

26

活力があって生活者に優しい オープンアーキテクチャ社会を構築

- ・ バリアフリーの経済空間を構築し、高齢社会を迎え撃つ。
高齢者や、身体障害者や子育て中の主婦もネットワークにアクセスし情報価値生産活動に参加してもらう。
- ・ ネットワーク空間上で多様な個人や企業の知恵が結合し、新たな価値を生み出す。
- ・ 市場原理だけではない。NPO、コミュニティとビジネスのコラボレーション。

27

物質文明から精神文明へ

情報技術によって

- ・ 物質と化石燃料の使用を徹底的に効率化
- ・ 人間の知的な創造性発揮の場を提供
- ・ 表現する空間を提供
- ・ 知の交流をうながす

物質と化石燃料の消費拡大による生活向上の戦略から精神的充足による幸福を追求する戦略への転換。

28