

所報

INSTITUTE OF BUSINESS RESEARCH
COLLEGE OF ECONOMICS
NIHON UNIVERSITY

No. 59

展 望

最近における企業における付加価値戦略にはわくわくすることが多い。例えば、あるソフト開発会社が、携帯電話の利用者が端末に書き込んだ情報（アドレス帳のデータなど）を自動的にサーバー側にも反映できるソフトを開発したという。こうなると携帯事業者はこのようなソフトを使ってデータのバックアップやコンテンツ配信などのサービスをどんどん拡げることができる。その結果、両事業者ともに顧客の利用満足度を高めることで収益の拡大を見込める。“三方よし”，あるいは“win-win-win”ということになるうか。しかも開発側は国内事業者だけでなく、欧米や中国の事業者向けの販売を始めるというから、ビジネスは面白くて仕方がないということになる。

その他、ビジネスの先端を見回せば、利用者にとって嬉しいものに目が留まる。東京駅に誕生した民間業者による私設私書箱。最近の都市部では日中の不在家も多く、配達業者が1回目の配達で届けられるのはわずか3割。残りの7割は平均3回の配達が必要になっているという。この配達コストはどこに負担させても問題が残る。不合理性が残る。そこで開発されたこの事業。「配達業者と受取人の時間を埋める」のがビジネスモデルという。これが喫茶店など、駅以外の場所に多く設置されていけば、配達と受け取りの形態が、「便利さの拡大と無駄なコストの削減」を実現しながら一変するかもしれない。

その他、これまでは「エネルギーを省く」、いわゆる省エネをテーマとして付加価値を追求してきた家電業界では、掃除という「手間を省く」ことで付加価値を実現しようとする商品が種々開発されている。嬉しくて微笑んでしまう。

このような、いわば企業の付加価値創造戦略はますます高度化することを考えると、その戦略の基礎は開発要員であり、知的に高度の人材が支える以外にない。まさに知識時代における人的資源管理の重要性を思わずにはいられない。「のびのび」「いきいき」「びちびち」を企業理念に掲げる老舗企業を訪ねさせていただいたが、まさに人のもつ本来の資源性に期待をかけているようであった。「高品質・高機能・高付加価値の製品が、高価格であっても待ち望まれている」傾向はますます強まりそうである。

日本大学経済学部産業経営研究所では、本年度前期においては、次の3人の方々から、ご講演をいただいた。いずれも、聴衆をわくわくさせるものであった。

第225回「改正独禁法－消費者利益と企業のコンプライアンス－」

公正取引委員会委員 柴田 愛子氏

第226回「知恵と経験と読みで新しい価値を－産業・企業の新たな価値創造戦略－」

財団法人未来工学研究所所長・理学博士 長谷川洋作氏

第227回「価値創造戦略とマネジメントシステム」

(社)日本経営工学会西関東支部長・武蔵工業大学教授 佃 純誠氏

未来のビジネスのあり方を感じ取っていただければ幸である。(教授・平野文彦)