

Title	「ポストモダン」を取り入れた新しいビジネスモデルの提案
Author(s)	城村, 麻理子; 鈴木, 浩
Citation	年次学術大会講演要旨集, 28: 514-517
Issue Date	2013-11-02
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/11769
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般講演要旨

「ポストモダン」を取り入れた新しいビジネスモデルの提案

○城村麻理子、鈴木浩（日本経済大学大学院）

1. はじめに

国内需要は「物質的豊かさ」から「成熟した豊かさ」の追求へと転換し、市場環境は価格競争から価値創造経済にシフトしている。企業は多様性を高めてイノベーションを創出し、価値創造を実現し、付加価値で競争できる新しい製品やサービスを生み出し、グローバル需要を取り込んでいくことが求められている[1]。

そこで、我々は、根本的エンジニアリングの概念[2]を踏まえて、付加価値創造を可能とする自己組織化に着目し、社会学における「ポストモダン」を取り入れた「価値創造」を可能とするビジネスモデルを提案する。

2. 産業構造と Avocation（余技）の位置づけ

図1に示すとおり、産業構造の就業者数の推移を見ると、第1次産業、第2次産業は年々減少し、第3次産業は増加傾向が続いている。近年では、産業就業者全体の約7割を第3次産業で占めているが、この内、何割かは既に新しい産業領域が含まれているのではないかと考える。新たな産業領域の可能性として、例えば、インターネットを利用したソーシャルメディアに関連する産業が挙げられる。

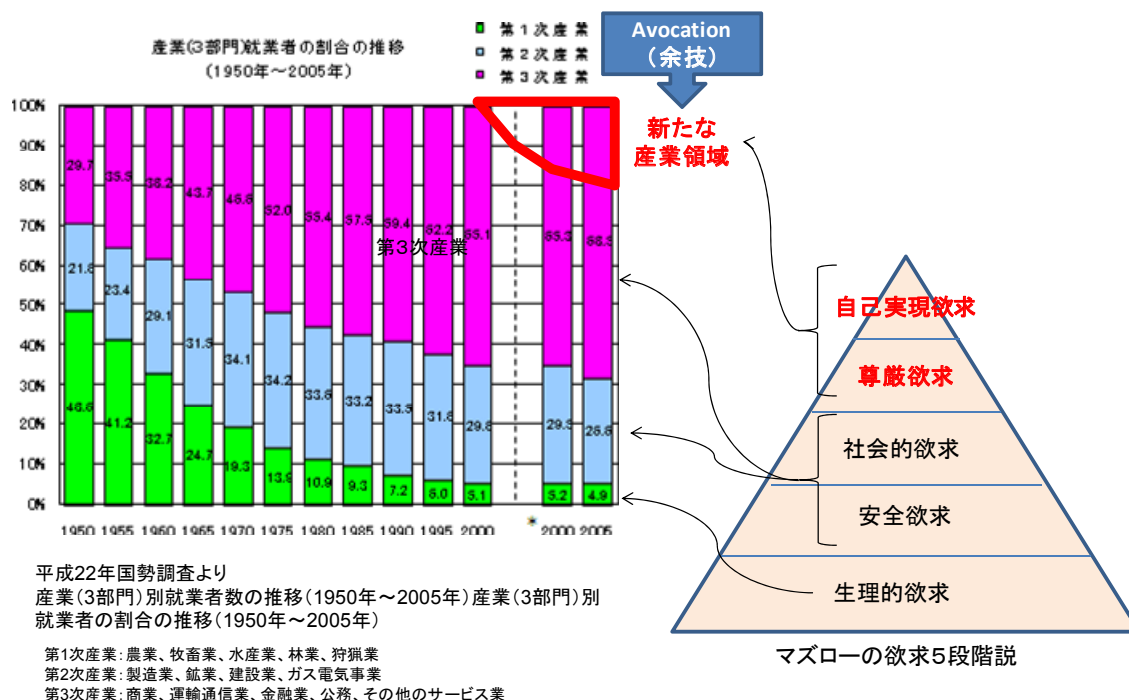


図1 新たな産業と自己実現欲求・尊厳欲求との関連

実際、「やりたいこと」にこだわる意識が若者の中に強まり、組織に依存して食べるためだけに仕事を行うのではなく、「やりたいこと」にこだわり、仕事を「自己実現」として捉えるような意識が長期的に高まってきたとされる[3]。このことは、マズローの欲求5段階説でいえば、高次の欲求である「尊厳欲求」（他者から認められたい、尊敬されたい）や「自己実現欲求」（自分の能力を引き出

し創造的活動がしたい) に依るものであると考えられる。

さらに、余技 (Avocation) についても自己実現したい意識は高まっていると考えられる。従来の余技は日頃の労働の疲れを取ることが目的であった。つまり、これは機能的余技であった。しかし、現在は、余技自体が目的となっており、目的余技に転換してきている。例えば、ソーシャルメディアを活用し、SNS、ブログ、掲示板等で日常的に意見を出し合ったり、多様なコミュニケーションを楽しんだりすることも個人の自己実現の一つと考えられる。この Avocation (余技)こそが第4次産業と考えることができる。

3. ポストモダンの特徴

ところで、社会学ではモダンとポストモダンの概念がある (図2)。

モダン社会は、自由や平等、開発、啓発等が万人にとって最善であるという「大きな物語」を作り出し、その物語の実現に向けてすべての人間を導き、その結果が効率を最優先し、差異や多様性の存在を許さない現在の社会につながっているとされている[4]。モダンは機能優先であり、論理的かつ効率性・合理性を重視し、制御・管理を実現することを目的としている。何らかの目的を達成するための手段である。

一方、ポストモダンは、積極的に差異を承認したり、不確定性を肯定したりする思潮とされる[5]。ポストモダンは意味充実が重要であり、脱機能的・非機能的である。また、相互関係を自己編集し、オンリーワンを生み出すことで自己実現を図り、自己組織化すると定義される。そして、ポストモダンは目的達成のための手段ではなく、行動それ自体に価値が求められる[6]。

ポストモダンにおける、自己実現に向けた差異動機や、ゆらぎ、自己組織化という特徴は、Avocation (余技) にも適合できるのではないかと考える。

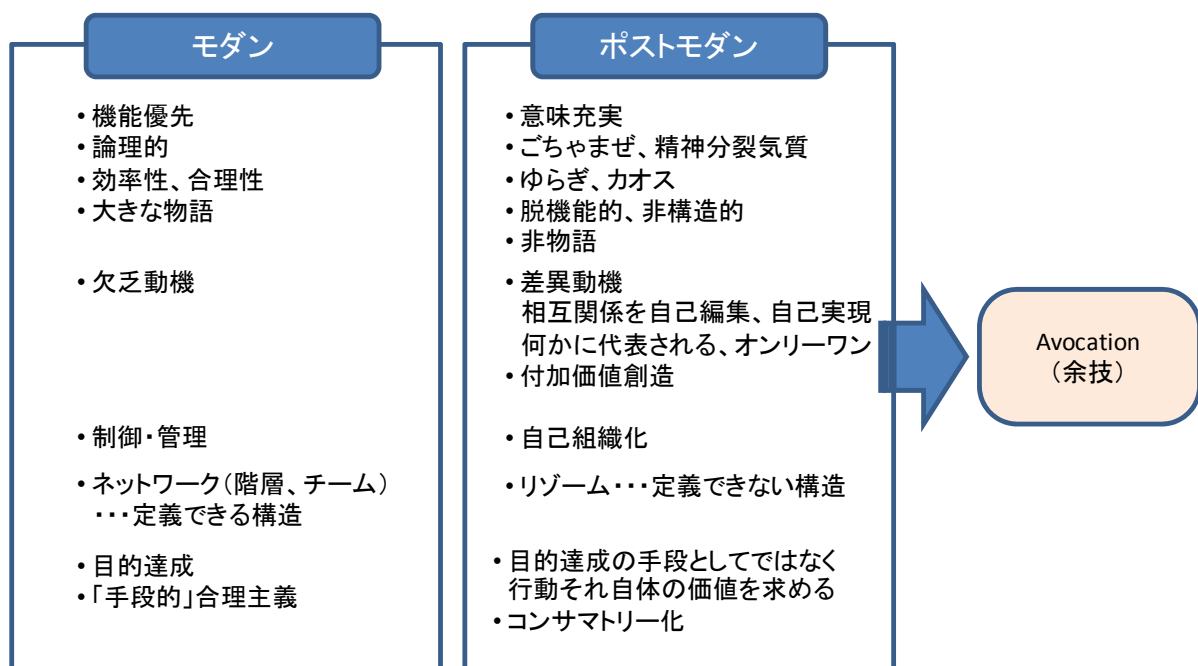


図2 モダンとポストモダンの比較

4. 自己組織化の成立条件

自己組織化とは、一見複雑で無秩序な系において、自律的に形成される秩序だったパターンのことで、いずれも外部からの意図的な制御なしに、基本的な物理法則に則って時間的・空間的秩序が形成され、また、維持される。

図3に示すとおり、自己組織化モデルは、ゆらぎ→差別化→自省→普及というサイクルで定義される。これはモダン社会において、ゆらぎが発生した時にフィードバックすることにより、これを消去する制御モデルとは大きく異なるものである。この自己組織化の成立条件は、分解と合成の並存、自己触媒、多数の小組織、非線形であり、ポストモダンの概念が適合しうるものとなっている。

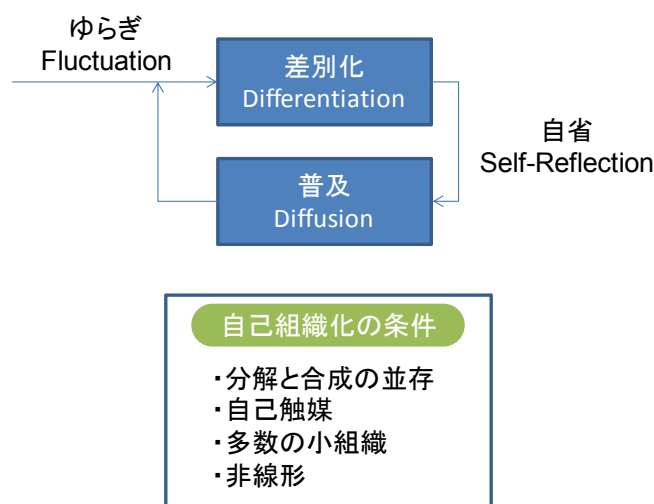


図3 自己組織化モデル

5. 自己組織化される場

前項で示すとおり、自己組織化するためには触媒という要素が必要となる。触媒作用が発生するところが場とも言える。近年、自分で何かを作りたい、自分で何かを育てたいというような個人の意識を、インターネットを利用して自己実現できる環境（場）が整ってきている。

企業は、従来のように企業側で顧客ニーズを掴み、製品化・商品化し、市場へ製品を提供していたところから、個人の意見に応えるような幅の広いビジネスへ転換しているところも見受けられる。余技（Avocation）において自己実現したいという背景がより顕著であり、触媒作用が起こり、自己組織化される場と言える。

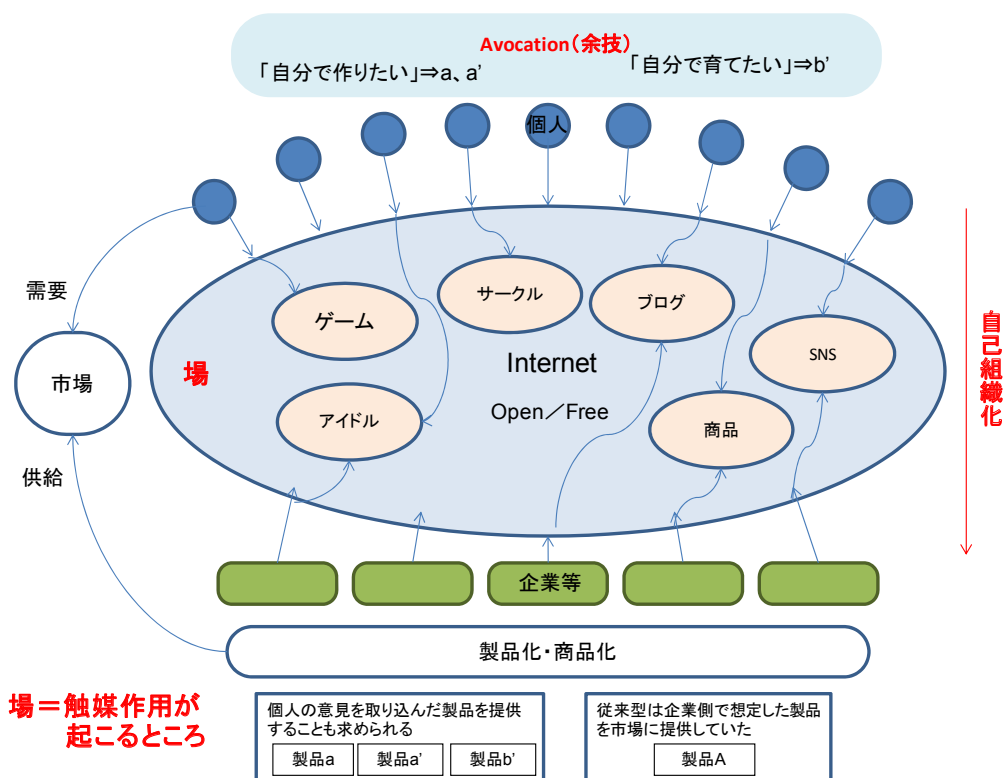


図4 触媒作用により起こる自己組織化の事例

6. 新しいビジネスモデルへの展開

以上を踏まえて、新しいビジネスモデルに展開する。

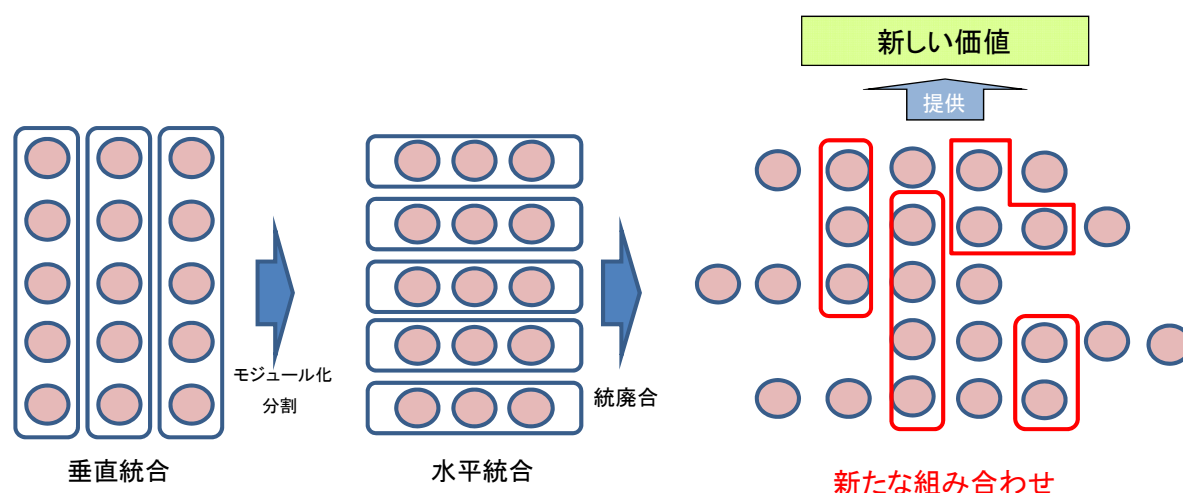


図5 新しいビジネスモデル

図5に示すとおり、コンピュータシステムでは、すべての処理をメインフレーム上で集約していた垂直統合から、コンピュータシステムのダウンサイジング、オープン化の流れと共にクライアント・サーバによる水平分業に移行した。

その後、コンピュータシステムの構成要素のモジュール化が可能となったことで、一つの企業内に垂直統合されていた事業が独立し、それぞれ自立したビジネスとして水平分業が進んだ。さらに、その構成要素を分解し、新たな組み合わせを生み出すことで新しい価値を提供する形態に変化してきていると考える。

自己組織化から生み出されるビジネスモデルとして、例えばバーチャルな垂直統合における産業があると考え[7]。これはクラウド・コンピューティングやインターネットを利用したソーシャルメディアを利用して実現可能と考える。

図5のモデルでは、要素を全て分解して多数化し（多数の小組織）、分解と同時に新しい組み合わせを創造し（分解と合成の並存）、それを実現するのは図4に示すような触媒作業がおこる場があり（自己触媒）、図5のとおり従来の線形ではなく非線形な形態であることから、自己組織化が成立していると考え。

7. おわりに

我々は、第3次産業の次の新たな産業として Avocation（余技）の誕生を想定した。その産業に向けて、ポストモダンの概念を取り入れて自己組織化モデルを提案する。その結果、バーチャルな垂直統合における産業等、新しいビジネスモデルの可能性が判明した。

しろ shi しろ

参考文献

- [1] 経済産業省「産業構造審議会新産業構造部会 - 報告書」、2012
- [2] 鈴木浩、他「イノベーション創出のための根本的エンジニアリングの場の研究」日本機械学会、2012
- [3] 浅野智彦、他「考える力が身につく社会学入門」、中経出版、2010
- [4] 今田高俊「ポストモダンの組織原理はありうるか」、白桃書房、1991
- [5] 友枝敏雄、他「社会学のエッセンス新版」、有斐閣アルマ、2007
- [6] 堀内進之介、他「本当にわかる社会学」、日本実業出版社、2010
- [7] 城村麻理子、鈴木浩「バーチャルな垂直統合によるソリューション型ビジネスの創生」研究・技術計画学会、2012