

## 論文 評価コメント

テーマ：当社におけるビジネスモデルとは何か

## 【評価】

内 容			表 現		合 計
課題の捉え方	独自性(主張)	論理構成力	言葉の使い方	表 記	
8 / 20	8 / 20	17 / 20	14 / 20	14 / 20	61 / 100

- \* 採点項目は「課題の捉え方」「独自性」「論理構成力」「表現力」「表記」の5項目。
- \* 各項目は最高20点（100点満点）。

## 【コメント】

ビジネスモデルとはその名の通り「商いの形態（ないしは模範）」です。この言葉から連想されるものとしては、古くは日本で初めてローンで住宅を販売し、世界に先駆けて駅ビルという商業施設を生み出した阪急の創始者小林一三、また、最近では部品在庫ゼロを可能にしたトヨタの「カンバン方式」、そして、そのジャストインタイムの概念を流通業に導入し「コンビニ」という新たなマーケットを確立したセブンイレブンなどがあります。これらはいわばこれまでの企業（業界）体質を改めるための、または新たな市場を開拓するための「戦略」と言ってもいいでしょう。

これに対し、この論文で提起されているビジネスモデルは民間企業にとって、そして、その詳細として書いている内容は製造業にとって、各々至極当然の基本原則と言えます。また、対応策自体も戦略と言うよりは、むしろ、英語としても定着した「カイゼン」に近いという印象です。確かに現業に関わる「工夫」も必要です。が、課題が「当社におけるビジネスモデル」を求めているからには、ここでは新たなる「創意」に重点を置いてみる必要があったと思われます。通り一遍のコスト低減策や、今所属している会社における付加価値論を語るのなら、むしろ、部外者としての新たな視点で「当社の強み」に改めて目を向けてみなければなりません。眠っている知的資産を活用すればコストも低く抑えられるはずで、現在〇〇という要職に携わっているならば、この点に注目し、きっと新天地でのビジネスモデル（＝戦略）を考えることができたと思うのです。

表現面については、よくまとめられている部類に入ります。但し「何を」「何に」という対象や目的が曖昧になる、そして考えの提示よりも物事の説明に気を取られる傾向があります。また同じ言葉の重複が目立つ点も特徴として挙げられます。

以 上