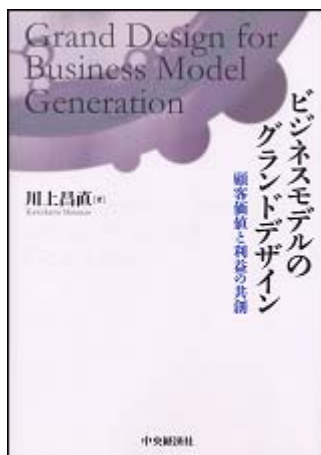


【 書 評 】



「ビジネスモデルのグランドデザイン 顧客価値と利益の共創」

川上 昌直 著
株式会社中央経済社
平成23年12月15日刊
A5判・定価2,730円（税込）

少子高齢化、社会保障費の増大、東日本大震災からの復興と日本の経済環境に課題がある中、新規ビジネス、既存ビジネスのリノベーションを模索している起業家や経営者を支援する機運が高まり、クール・ジャパンをはじめ、多くの民間ファンドが組成されるなど、官民一体となってサポートする体制が整いつつある。

この「ビジネスモデルのグランドデザイン 顧客価値と利益の共創」は、起業家や経営者にビジネスモデルをどのような手順で、いかにしてデザインするのか、その全体的な体系を示すことを目的としており、まさに時代の書である。

本書は、理論的にはビジネスモデルをどのようにデザインするべきかという観点から、財務とマーケティングを融合させ、そのビジネスモデルを顧客価値創造、価値提供、そして利益創造の3つのスキームでとらえ、新たなビジネスモデルをデザインしていく方法を明らかにしている。

顧客価値創造においては、WTP（顧客の支払意欲）のメカニズムを通して「顧客価値＝WTP－価格」の関係を示している。さらに、顧客価値を高めるために、顧客の「片づけるべき用事」という概念を用いて、顧客価値の源泉を認識させ、企業が顧客に提供する仕組みを明らかにしている。

また、本書の素晴らしいところは、利益の創出を扱った点である。単品ごと、あるいは取引ごとに利益追求を行う従来の議論においては、コスト削減に目を向けがちであったが、本書は、必要利益を創出する顧客との関係構築から利益を生み出す利益パターンを整理している。

さらに、リーボック・ジャパンのEASYTONEを題材として、テクノロジーや製品中心でない「履くだけのジム」という価値を生み出し、シューズをバリュー・ドライバーにしてアパレル等をキャッシュ・マシン化した新規事業の立ち上げに関して、いかにビジネスモデルのグランドデザインがなされているかを説明している。また、著者が実際に携わった、たざわ湖スキー場の事業変革では、ビジネスモデルのグランドデザインの手法を用いて、ビジネスモデルの構成要素を抽出、組替え、調整を重ね、非日常の癒しを提供するというバリュー・プロポジションを生み出し、ビジネスモデルを変革できることを示している。

本書は、顧客が何を求めているかという原点に立ちながら価値を提供し、必要利益を生み出すビジネスモデルを構築し、さらに、再構築しなければならない起業家あるいは企業において、ビジネスモデルの理解やグランドデザインをする上での全体的な体系を明らかにしてくれる書である。また、我々公認会計士業務においても、サービスプロバイダーとしての職業的知見を高める書であり、広く会員に是非一読していただきたい書である。

以上のことから、協会学術賞－MCS賞に値するものとして選定した。