

論文 / 著書情報  
Article / Book Information

題目(和文)	ビジネスモデル・キャンバスとDEMO構成モデルにもとづく新しいビジネスモデル創出に関する一考察
Title(English)	A Study on New Business Model Creation Process Based on Business Model Canvas and DEMO Construction Model
著者(和文)	PratamaNovandra Rhezza
Author(English)	Novandra Rhezza Pratama
出典(和文)	学位:博士(学術), 学位授与機関:東京工業大学, 報告番号:甲第11562号, 授与年月日:2020年6月30日, 学位の種別:課程博士, 審査員:妹尾 大,井上 光太郎,鈴木 定省,永田 京子,鍾 淑玲
Citation(English)	Degree:Doctor (Academic), Conferring organization: Tokyo Institute of Technology, Report number:甲第11562号, Conferred date:2020/6/30, Degree Type:Course doctor, Examiner:,,,,
学位種別(和文)	博士論文
Category(English)	Doctoral Thesis
種別(和文)	審査の要旨
Type(English)	Exam Summary

(博士課程)

## 論文審査の要旨及び審査員

報告番号	甲第	号	学位申請者氏名	Novandra Rhezza Pratama	
論文審査 審査員		氏名	職名	氏名	職名
	主査	妹尾 大	教授	鍾 淑玲	准教授
	審査員	井上 光太郎	教授		
		鈴木 定省	准教授		
	永田 京子	准教授			

### 論文審査の要旨 (2000 字程度)

本論文は、「A STUDY ON NEW BUSINESS MODEL CREATION PROCESS BASED ON BUSINESS MODEL CANVAS AND DEMO CONSTRUCTION MODEL (ビジネスモデル・キャンバスと DEMO 構成モデルにもとづく新しいビジネスモデル創出に関する一考察)」と題し、ビジネスモデルに関する機能的表現を与えるビジネスモデル・キャンバスと、構成的表現を与える DEMO 構成モデルを結び付けて、新規にビジネスモデルを創出する方法論について提案したものであり、8 章よりなっている。

第 1 章「Introduction (序論)」では、ビジネスイノベーションの創造が喫緊の課題であるとし、本論文の目的が次の 3 つの研究課題に答えることであるとしている。(1) 厳密な操作にもとづく新規ビジネスモデルの創出は、どのように行うことができるか？(2) 1 において、価値命題の創出を、どのように行うことができるか？(3) 電気通信産業における新たなビジネスモデルの創出をどのように行うことができるか？の 3 つである。具体的には、(1) および (2) については機能的表現を構成的表現に変換し、構成的表現の分解と結合によって新たな構成的表現を開発し、それを機能的表現に変換するというアプローチをとり、また (3) についてはインドネシアにおける電気通信産業に提案手法を適用することにより、その有効性について示すとしている。

第 2 章「Literature Review (文献レビュー)」では、ビジネスモデルの機能的表現および構成的表現についての既往の研究を取り上げ、特に本論文で採用する、機能的表現としてのビジネスモデル・キャンバスと構成的表現としての DEMO 構成モデルについて詳細に論じている。また、機能的モデルと構成的モデルおよびその間の変換について述べ、さらに e3value と呼ばれる価値操作のアプローチについてまとめている。

第 3 章「Overview (全体像)」では、本論文で提案する新規ビジネスモデル創出の方法論の全体像をまとめ、例示として用いる、インドネシアにおける電気通信業におけるビジネスモデルを紹介し、その機能的表現を与えている。

第 4 章「Business Model Canvas to DEMO Construction Model (ビジネスモデル・キャンバスから DEMO 構成モデルへの変換)」では、ビジネスモデルの機能的表現であるビジネスモデル・キャンバスから、DEMO 構成モデルに変換する方法について論じている。具体的には、ビジネスモデル・キャンバスから DEMO 指向ビジネスモデル・キャンバスを作成し、そこから DEMO 構成モデルを作成するというものである。さらに、例示として、Mobile Internet Package を取り上げ、提案手法に従って DEMO 構成モデルを作成することで、提案手法について具体的に説明している。

第 5 章「New DEMO Construction Model Generation (新規 DEMO 構成モデルの生成)」では、与えられた DEMO 構成モデルに対して、それを部分モデルに分解し、得られた複数の部分モデルから、新たな DEMO 構成モデルを生成する方法について提案している。さらに、例示として、インドネシアにおける電気通信業におけるビジネスモデルの DEMO 構成モデル群から、提案手法に従って、新たな DEMO 構成モデルを作成することで、提案手法について具体的に説明している。

第 6 章「New DEMO Construction Model to New Business Model Canvas (新たな DEMO 構成モデルから新たなビジネスモデル・キャンバスへ)」では、与えられた DEMO 構成モデルから、ビジネスモデル・キャンバスを生成する方法について論じている。具体的には、初めに、DEMO 構成モデルから、決定木を用いて前ビジネスモデル・キャンバスを作成し、そこから、ビジネスモデル・キャンバスを生成するというものである。さらに、例示として、第 5 章で新たに生成した DEMO 構成モデルから、提案手法に従って、ビジネスモデル・キャンバスを作成することで、提案手法について具体的に説明している。

第 7 章「Value Operation and BMC Completion (価値操作と BMC 完成)」では、第 4 章から第 6 章までの変換を通じて創出した新たなビジネスモデル・キャンバスの上に、「価値命題」に関する議論を重ねることで、新たに創出したビジネスモデルがどのようなビジネス価値をもたらすかについて議論している。さらに、例示として、第 6 章で例示したビジネスモデル・キャンバスに対して、「価値命題」に関する要素を補完している。また、提案手法にもとづいて新たに創出したインドネシア電気通信産業におけるビジネスモデルについて、複数の実務家へのヒアリングの結果、「銀行統合型モバイルキャッシュ」や「ホームシアター」など、本論文で新規に創出したものには、実装を検討中のものが複数あり、提案手法に対するきわめて肯定的な評価を得たことから、本論文で提案した新規ビジネスモデル創出の方法論は、学術的のみならず、実務的な貢献も大きいとしている。

第 8 章「Conclusions (結論)」では、本研究の内容についてまとめるとともに、他の産業のビジネスモデルに対する適用、新規構成モデルを創出する際に意味があると考えられるビジネスモデルを検出すること、などが今後の課題であるとしている。

以上、これを要するに本論文は、ビジネスモデルに関する機能的表現であるビジネスモデル・キャンバスと、構成的表現である DEMO の構成モデルを結び付けて、新規にビジネスモデルを創出する方法論について提案したもので、学術上貢献するところが大きい。よって、博士(学術)の学位論文として十分価値があるものと認める。

注意:「論文審査の要旨及び審査員」は、東工大リサーチポータル(T2R2)にてインターネット公表されますので、公表可能な範囲の内容で作成してください。