

# 地域企業のビジネスモデル・イノベーション及びクラスター戦略に関する理論的・実証的考察

経営学部 事業創造学科

にししいしんごう  
教授 ○西井進剛

## キーワード

地域企業, ビジネスモデル・イノベーション, クラスター戦略

## 研究概要

地域企業とは、「本社を特定の地域に置き、主としてその地域の多様な資源を活用したり、その地域独自のニーズを持つ製品やサービスを提供したりするなど、地域に立地する優位性を生かしている企業」を指し、一般的には中小企業が多い。地域の自律的・内発的発展を実現する上で、これら地域企業が担う役割は非常に大きい。しかし、これまで、地域企業に関する先行研究では、一部の成功事例の紹介という域を越えていない研究が散見される。戦略面に関する考察、とりわけ戦略の実現に至るまでの経時的、動的なプロセスに関する考察は必ずしも十分とは言えない。本研究の目的は、地域企業の戦略実現をビジネスモデル・イノベーション・プロセスという動的視点から考察することにある。加えて、個別企業のビジネスモデルが地域全体的な強みを生み出すクラスター戦略へと進化する発展経路まで視野に入れている。本研究は、学術面での貢献はもちろんのこと、個別の地域企業のビジネスモデル・イノベーション及びクラスター戦略への進化の実現に有益な実践的なインプリケーションを引き出すことに力点を置いている。研究成果は、以下の通りである。第1に、創発的プロセスを組み込むことが重要であることである。本研究では、アクションリサーチとして研究者が対象企業に入り込み、ビジネスモデル・キャンバスを用いたイノベーションに協働して取り組んだ。その結果、狙い通りのビジネスモデルが構築できたというよりも、むしろ、その試行錯誤の中で、看過していた顧客セグメントの発見につながり、意図せざる結果として新しいビジネスモデルの構築へとつながった。これは、「計画された偶発性」とも呼べるものであり、大企業を対象とした先行研究では指摘されてこなかった。第2に、地域企業単位でもクラスター戦略の推進は可能であることである。従来、異業種交流における協働の結果として新製品等が生み出される事象や地域単位のネットワークの底上げ促進というアプローチが注目されてきた。しかし、当該企業が核となり、競合他社やステークホルダーを巻き込んだエコシステムを構築することで、当該企業の立地先を起点としたクラスター戦略を十分に実現できることが明らかとなった。

## アピールポイント

研究成果の社会への還元：(一社)兵庫県中小企業診断士協会への協力(研修講師)〈①平成27年度理論政策更新研修「観光資源を活用した新商品・サービスの開発支援」(2015/8/28 ; 9/26) ; ②「地域企業のビジネスモデルづくりワークショップ」

(2015/10/10 ; 10/24) ; 兵庫県中小企業団体中央会・豊岡劇場への協力(講師・モデレーター)〈③地方創生ビジネス・シンポジウム「地方創生時代における豊岡中心市街地の未来」(2015/11/29)〉