

ビジネスコミュニティに関する研究

日大生産工（院） ○羽鳥 拓 日大生産工 山本 壽夫

1. はじめに

現在日本では、オリンピック需要で都市開発等のインフラ整備が活発化する中それに比例して、日本各地で様々な都市問題が発生している。日本全体でみると、少子高齢化・人口減少、大都市では人口増加し、地方では人口減少する一極集中などが都市問題として挙げられる。また、SNSの発達により直面的なコミュニケーションが減少していることも懸念されている。これらの現状の問題の中でも私が注目したのがコミュニティに関する問題である。経済の成熟により人々のライフスタイルは変化しており、大都市圏ではコミュニティの希薄化が課題となっている。さらに、コミュニティに関する中でも、スタートアップやオープンイノベーションなどのビジネス面のコミュニティに焦点を当てていく。

そこで本研究では、上記の問題を解決するために、スタートアップやオープンイノベーションなどのビジネスへのコミュニティ・コミュニケーションの重要性を明らかにし、これからのビジネスにおけるコミュニティ・コミュニケーションの活用・活用方法について検討し、考察していく。

2. 研究方法

2.1 研究目的

本研究では、スタートアップやオープンイノベーションなどのビジネスへのコミュニティ・コミュニケーションの重要性を明らかにし、これからのビジネスにおけるコミュニティ・コミュニケーションの活用・活用方法について検討し、考察することを研究目的とする。

2.2 研究目標

事例分析・ケーススタディにより、スタートアップやオープンイノベーションなどのビジネスにコミュニティの活用が影響を表すことを研究目標とする。

2.3 研究方法

事例研究・ケーススタディ方式及び統計分析を用いて仮説・検証を行う。

3. 先行研究

- (1) 産業集積と産業クラスターについて
- (2) 企業コミュニティについて
- (3) ベンチャーエコシステムについて

上記(1)は、岡本義行『産業集積の転換可能性—なぜ産業集積は進化するのか—』イノベーション マネジメント No.6 pp23-40¹⁾で表すことができる。(2)は、今村誠、大場みち子『企業における知識創造のためのコミュニケーション基盤に関する一考察』(2008)²⁾で表すことができる。(3)は、岸本千佳司『シリコンバレーのベンチャーエコシステムの発展：「システム」としての体系的理解を目指して』(2018)³⁾で表すことができる。

4. 現状分析

4.1 日本の起業意識

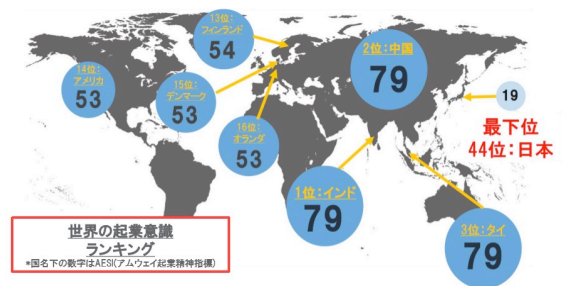


図1 世界の起業意識ランキング (2015)

Study on business community formation

Taku HATORI, Hisao YAMAMOTO

4.2 日本の起業モチベーション

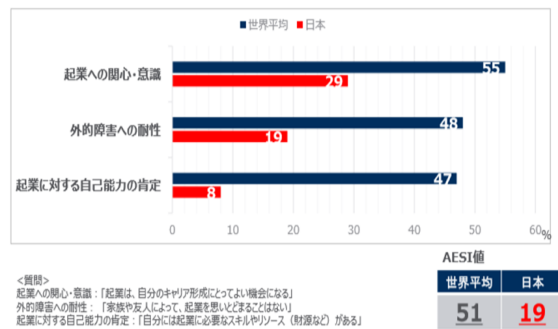


図2 日本の起業モチベーション（2015）

4.3 ビジネスとコミュニティの現状

企業がビジネスで取り組むコミュニティづくりは、商品のブランド以外を目的としたものもあり、3つのパターンに分類できる。

①顧客との接点をつくり、製品やサービスをユーザーに届けるためのコミュニティ

（例）ヤッホーブルーイング（よなよなエールイベント）など

②採用などを目的としたコミュニティ

（例）メルカリなど

③業界向けの学ぶコミュニティ

（例）デザインカンパニーの Goodpatch と DeNA（UI Crunch イベント）

5. 問題点の抽出

スタートアップ資金調達額は、年々上昇しているが、起業との関わりがアメリカなどの欧米諸国と比較すると薄いことが明白である。このことから、日本でのスタートアップへの意識の低さ及びスタートアップコミュニティの活性化が問題として考えられる。

6. 対応策（仮説）

知識創造のコミュニティ形成の場の活性化を行う必要があると考えた。

7. 検証

本研究では、ケーススタディ方式及び統計分析を用いて検証を行う。

7.1 事例分析

7.1.1 シリコンバレー

地元企業・地方自治体・大学のリーダー・地域の市民起業家は、NP0のジョイントベンチャー：シリコンバレー・ネットワークを設立し、産学官民連携、コミュニティにより、地域の再活性化を行った。

7.1.2 エストニア（Skype）

Skypeにより、ITエコシステムが発達しており、スタートアップコミュニティが活性化している。

①e-servicesがつくる手続きの簡易化

②コミュニティの循環システム

③開かれたコミュニティ

このポイントにより、起業へのハードルの低さと充実したコミュニティがつくる「安心感」が生まれ、スタートアップ文化が育まれると考えられる。

7.3 考察

シリコンバレーとエストニアの事例分析からスタートアップやオープンイノベーションなどの知識創造には、コミュニティがとても重要だと考えることができる。

8. おわりに

本研究では、スタートアップやオープンイノベーションなどのビジネスにおけるコミュニティ・コミュニケーションの重要性について事例分析を用い、検証を行った。今後はスタートアップやオープンイノベーションなどのビジネスにおけるコミュニティ・コミュニケーションの重要性についての定量的な分析を用い検証を行っていく所存である。

「参考文献」

参考文献は、ページの都合上、発表時の資料に掲載いたします。