

## 基調提言の趣旨書

**基調提言の論題：**コミュニティ・ビジネス・モデルの診断 公共性、共同性を意識して

**キーワード：**ビジネス、資源共有、共生、経営の社会性、ネットワーキング、提携

**主旨：**経営診断の対象は、個別企業行動や業界行動の限界、情報ネットワークの進展、経営資源の枯渇問題などと共に、次第にその範囲や領域を否応なしに拡大し変化してきております。自分と相手とを識別する垣根も次第にあいまいになりつつあります。その代表的な事例は、利益追求型企业と公益性を主として追求する企業とが同一市場で競合するようになってきていることにみられます。

私企業で公共性が、公企業で収益性が一定の割合で求められるようになると、私と公との枠組みの議論をもう一度やり直さなければならない時を迎えているといわざるを得ません。診断の目的や対象、方法なども現実の姿に合わせて見直すことが環境の側から求められているという命題をたてることが可能となります。

また経営資源の所有がすべて特定企業に帰属するという前提から離れ、共同保有や共同利用などをとおして、資源節約を図ることもまた大切な企業行動になってきています。具体的には、業界の枠を超えた戦略ネットワーキングや戦略提携などの現象となって現われてきています。その有力な支援ツールとして、情報ネットワークやマルチメディアのような革新的情報技術の存在とその進展が話題になっていることはご案内のとおりです。

このような時代背景を大きな流れでとらえると、経営の社会性として理解することが可能です。生活主体である消費者や生活者の存在を意識したビジネス、つまりコミュニティ・ビジネスの枠組みで議論することが許されるのではないかと考えられます。

この概念が登場してきた時代背景、意味、役割、範囲、設計方法、モデル化の可能性とその限界などを体系的、総合的、相互関連的に議論し、診断学の観点から提言することに、主眼をおくことにしました。特に従来型のビジネスとコミュニティ・ビジネスの間にはどのような違いがあるのか、なぜコミュニティ・ビジネスでなければならないのか、固有の役割はどこにあるのかが議論できれば、診断学に何らかの刺激を与えることがおのずから期待されると思います。積極的な提言を期待しております。