

1. エンタープライズモデルの構成

1.1 企業のモデル化と対象領域

1.1.1 企業をモデル化する意義

一般的にモデルとは、関心を持つ対象領域あるいは対象物を、認識可能あるいは操作可能にするために、その本質を抽出してとらえたものを言います。

エンタープライズモデルは、文字どおり一つの企業を概念として認識し、操作するために作成されました。

企業をモデル化することにより、

- ・企業の構成要素を把握し、これを操作することの影響を事前に検証できる。
- ・標準化された表現方法（モデル）を用いることにより、共通のコミュニケーションをはかることができる。
- ・モデルに織り込まれた業務の水準と比較することにより、適用対象の水準を把握することができる。
- ・分析や評価といった思考の手順を確立できる。

などの効果を得ることができます。

このエンタープライズモデルでは一つの企業を、職能を中心とした組織体系とそこで行われている業務に焦点を当ててモデル化しています。また、下位のいくつかのモデルより構成され、それらを組み合わせることにより、企業の全体から細部にわたって検討が可能なように構成されています。

1.1.2 エンタープライズモデルの対象領域

エンタープライズモデルは基本的には企業の全体をその対象として取り扱います。特に企業組織に関するモデルはほとんどの組織と業務をカバーします。

しかし、全ての組織と全ての業務に渡って業務の詳細レベルまで展開することは、つまり個々の業務領域毎の分析は重要性及び費用効果の観点から、必ずしも有効ではないと考えられます。従って、企業の組織と業務の内、いくつかの主要な機関部分を、モデル化の対象としています。