



Success! Weekly Letter

儲かる会社はここが違う！新ビジネスモデル発想のカギ



本日は、「儲かる会社はここが違う！新ビジネスモデル発想のカギ」をテーマに、すぐに実践できる「ビジネスモデル再構築のポイント」「新しい発想を生み出す実践的な方法」をお伝えします。

ビジネスモデルとは、企業が「誰に」「どのような商品・サービスを」「どうやって提供し」、その対価として「どのように収益を得るのか」といった、事業全体の仕組みのことを指します。そして実は、新しい(あるいは新しく見える)ビジネスモデルの多くは、既存のビジネスモデルを応用・転用したものにすぎません。

最もシンプルな方法は、「異業種の当たり前」や「海外同業他社の成功事例」を積極的にリサーチし、それらをそのままコピーするのではなく、自社の企業規模、顧客層、運営体制などに合わせてアレンジして取り入れることです。

たとえば、「異業種の当たり前」という視点で考えてみましょう。コンビニは、24 時間営業やセルフサービスといった仕組みをいち早く取り入れ、非常

に便利な店舗として繁盛しています。こうした要素の一部を採り入れて、自社のフィットネスクラブを、対象顧客にとって魅力的で革新的なものにできるとすると・・・と発想してみるとどうでしょうか？

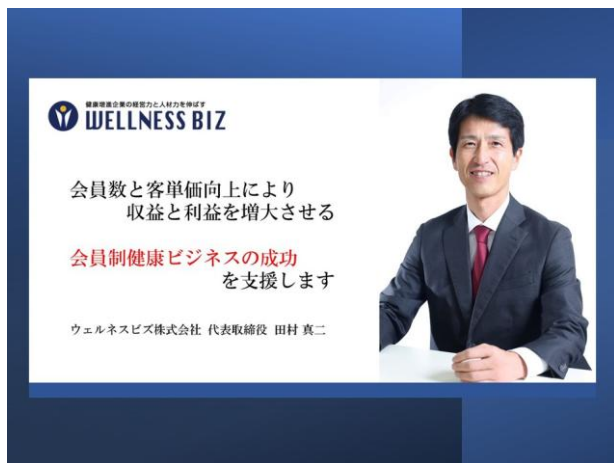
実際、アメリカで生まれた 24 アワーフィットネスやエニタイムフィットネスといった「24 時間営業・セルフサービス型ジム」も、こうした思考法から生まれたのかもしれません。それを「大型化」かつ「低価格」で展開したのが、プラネットフィットネスに代表される HV/LP(ハイ・ボリューム/ロー・プライス:大型格安)業態です。

フィットネス以外の業界でも、成功企業の多くはこうした発想で革新的なビジネスモデルを生み出しています。例を挙げれば、きりがいいほどです。

たとえば、ヤマト運輸は宅急便を、吉野家の牛丼や JAL パックのモデルをヒントに発想しました。TSUTAYA はレンタルビデオ事業を、質屋の仕組みから着想しました。さらにトヨタは、JIT(Just In Time)方式を、スーパーマーケットの倉庫の在庫管理からヒントを得ています。

このように、現状を打破するビジネスモデルの正体と、それを「解く」ためのカギをつかめば、苦手意識を持たずに新しいビジネスモデルを生み出せます。今こそ視野を広げ、視座を高め、柔軟かつ創造的にビジネスモデルを再構築し、次の成長につながる発想を生み出しましょう。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。
それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。