

図解 うまくいっている 会社の「儲け」の仕組み

株式会社タンクフル 著

単行本：192 ページ

出版：青春出版社

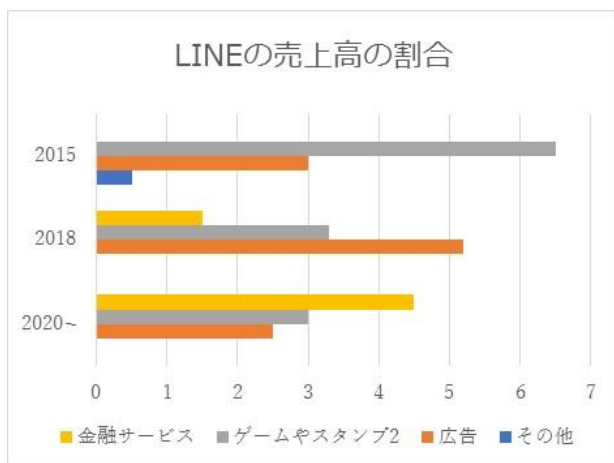
価格：1000 円（税抜）

はじめに

自社で取材・記事制作をしないのに「世界最大手のメディア」になった Facebook（フェイスブック）。自社で宿泊施設を持っていないのに「世界最大手のホテルチェーン」になった Airbnb（エアビーアンドビー）。タクシーもなくドライバーもいない状態で「世界最大手のタクシー会社」になった Uber（ウーバー）。それぞれの業界の常識を覆すほど画期的なビジネスがどうやって生まれたのか、他社の事例も交えながら見ていきましょう。

LINE の進化

知らない人の方が少ないほどのサービスに成長した LINE（ライン）。2000 年の設立当初は収益の大部分はゲームの売上でした。ゲーム制作会社だった LINE は、スマホの普及に伴うコミュニケーションの進化に応じて、最大規模のコミュニケーションツールを作り出したのです。現在では LINE Pay など、金融サービスにも参入しており、LINE 株式会社としての中心線も「コミュニケーションツールそのもの」から「コミュニケーションツールを利用している人が求めている副次的なサービス」に変遷していくことでしょう。



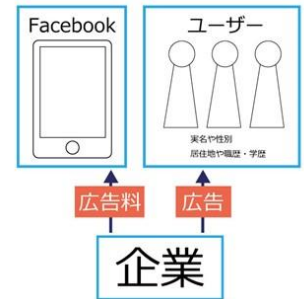
Facebook の売上はどこ？

開発者が在籍していた大学内コミュニティツールとして誕生した Facebook ですが、現在では世界の 3 人に 1

人が利用する世界最大の SNS に成長しました。

では、Facebook はどのようにして利益を上げているのでしょうか？
実は売上のほぼ 100%

を「広告収入」で担っているのです。Facebook ユーザーひとりひとりの情報は、登録時に細かく入力されているため、企業はターゲット層にピンポイントで広告をうつことが可能になります。効果の高い広告を発信できるという大きなメリットがあるため、企業は Facebook に高い利用料を支払っているのです。



コメダ珈琲店の儲けの秘密

2015 年から 2018 年まで、4 期連続で増収増益を続けてきたコメダ珈琲店。コーヒーチェーンの競争を勝ち抜く秘密はどこにあるのでしょうか。

コメダ珈琲店が着目したのは「市場のエアポケット」といわれるものです。コーヒーだけではなくフードも充実し、ゆったりと新聞や雑誌を読みながら過ごせる空間という、ありそうでなかった空間を作り出したのです。

フードを充実させることで他のコーヒーチェーンと差別化をはかり、時間を気にせず色々な活動をしながら過ごせる空間を提供することでファミリーレストランとの差別化を図りました。

IT を活用した斬新な取り組みや、一工夫するだけで顧客のニーズを解消できる方法が紹介されています。実際の事例を参考に新たなアイデアを引き出すためにおすすめの一冊です。