

NEWSWAVE

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

著者 日本ビズアップ株式会社
 発行 税理士法人森田会計事務所
 〒630-8247
 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F
 TEL(0742)22-3578 FAX(0742)27-1681

最短2週間でMVPを納品し 仮説検証も行うプラットフォームが登場

総務省の人口動態調査によれば、去年の人口減少幅は過去最大となった。出生数は過去最少、出生数ゼロの自治体も4つあった。人口だけを見ても確実視されるが、消費の低迷が進むことで、国内市場は予想もつかないほど縮小していく可能性がある。

こうした状況を踏まえれば、収益確保がよりシビアになることは間違いない。では、有効な打開策とは？ひとつ挙げられるのは、新規事業の立ち上げ。IT業界が100年前には影も形もなかったことを考えれば、時代に合わせてビジネスを創出し続ける重要性がわかる。一方、新規事業の立ち上げには時間と費用がかかるのも事実。リソースを注入したにもかかわらず、成果の出ないケースは少なくない。

そんな現状をビジネスチャンスと捉える企業が登場。アプリ開発を行うラグナロク社が、最短2週間でMVP (Minimum Viable Product) を納品する新規事業開発プラットフォームを構築している。注目は、専門性の高いフリーランスのチームが仮説検証を行う点。低予算で実験的にアイデアを試せるわけで、中小のみならず大手企業の社内ベンチャーやスタートアップ企業、はたまた起業前のトライアルにも活用できる。技術を持つフリーランスの力を活用してリソースを最小限に抑えるスキームは、どの業種でも参考になるはず。「技術やアイデアが社外流出するのでは……」という心配もあるだろうが、今やオープンイノベーションの時代。“鎖国”してガラパゴスなアイデアや技術を守るよりも、“開国”で得られるメリットを追求すべきではないか。

全国の酒類小売業者数は約9万者 約4%のスーパーが約38%を売上

酒類小売業者数全体では約4%のスーパーが約38%を売り上げたことが、国税庁が公表した「酒類小売業者の概況」(2017年度分)で分かった。それによると、2018年3月31日時点において免許を有する酒類小売業者は9万631者で、その販売場数は16万434場、総小売数量は811万3987キロリットルだった。小売業者の事業者数をみると、「一般酒販店」(構成比44.0%)が最多、次いで「コンビニエンスストア」(同35.3%)、「その他(農協、生協など)」(同13.8%)、「スーパーマーケット」(同3.5%)、「業務用卸主体店」(同2.2%)、「量販店(ディスカウントストア等)」(同0.8%)、「ホームセンター・ドラッグストア」(同0.3%)、「百貨店」(同0.1%)と続く。販売場数では、「コンビニエンスストア」

(構成比34.2%)が最多、次いで「一般酒販店」(同26.0%)、「その他(農協、生協など)」(同14.2%)、「スーパーマーケット」(同12.8%)、「ホームセンター・ドラッグストア」(同8.6%)などと続く。

小売数量をみると、「スーパーマーケット」が全体の37.6%を占めて最も多い。つまり、事業者数では3.5%に過ぎないスーパーが全体の4割近くを売り上げていることになる。次いで、「一般酒販店」13.1%、「量販店(ディスカウントストア等)」11.7%、「コンビニエンスストア」11.5%、「業務用卸主体店」10.1%、「ホームセンター・ドラッグストア」10.1%などが続き、「百貨店」が0.7%と最も少ない。