

早嶋 聡史の
世の中を
視座る
Let's SIZZERL



企業の戦略コンサルティングを行う早嶋 聡史が、近年のマクロ環境の変化をもとに、歯科医院経営者としての視座や視点を少し大きな立ち位置からお伝えします。

様々なものをシェア、共有することでこれまでと同じようなビジネスをすることができます。従って、起業や開業の際の資金がぐっと下がります。たとえば、新しく歯科医院を開業しようと思ひ、CTやMRIの設備が絶対に必要と考えた開業医の先生も、場合によっては近くで設備として保有している医院の稼働状況をシェアすることで共有させてもらうことも可能になるかもしれません。

昔は、情報を皆で共有し届けることが難しかったです。しかし今の世の中、全てはスマホ一台あれば誰でもどこでも瞬時に情報を把握し活用できる時代です。

実際、矯正の先生や歯科技工士は複数の歯科医院を転々としています。この方々を誰かが登録して空き状況を把握することができれば、急ぎの仕事などを頼みやすくなるでしょう。

そのような概念のカギがシェアリングエコノミーです。今回は、シェアリングエコノミーについて知識を深めていきましょう。

解 説

「モノが売れない！」そのような時代に急成長しているビジネスモデルに「シェアリングエコノミー」が突出した成長を遂げています。空いている資産や時間を活用して、お金の換える戦略です。

たとえば、自動車、住宅や不動産、社員を考えてください。いわゆる所有する概念でいえば、自動車はユーザーが自動車会社

Q

21世紀に、何かを始める際は、常に自分たちの資産として保有することが正解でしょうか？

A

答えは「NO！」です。

から購入して自分がオーナーになり所有します。自家用車や営業車両という言葉がそれ自体を指しています。住宅や不動産もユーザーが住宅不動産会社から購入して所有します。従って自宅や自社ビルという言葉があります。正社員も同様に企業が直接雇用して労働を提供するというモデルです。

これが変化した形がレンタルという形態でしょう。カーシェアやタクシー会社は会社で自動車を所有して、それらをユーザーに一時的に貸し出すことで金銭を得ています。シェアハウス、シェアオフィス、コワーキングスペースも同様です。住宅や不動産を企業や一部の個人が所有してその権利をユーザーに一時的に貸し出すことで金銭を得ています。人材における派遣ビジネスは、派遣会社に所属するスタッフが時間単位で派遣を希望する会社に出向いて労働を提供しています。

今回、解説するモデルは上記の所有でもなくレンタルでもない3つ目の新しい形態です。それがシェアの概念です。たとえば車で考えてみます。一般のドライバーで暇をしている運転手Aさんがいます。同じようにバスだと歩くのが大変で、タクシーだと割高だと思っているユーザーのBさんがいます。お互いが、スマホ等で連絡を取り合い、マッチングすると互いのメリットを果たすことができます。Aさんはちょっとした隙間時間に運転をして小遣いが手に入ります。Bさんはバスやタクシー以外の手段として移動の選択肢が増えます。

このとき、第三者の事業者が世の中で車を保有している A さんのような一般的なドライバーと B さんのように乗せてもらいたいユーザーを数多く登録するサイトを構築し互いをマッチングするサービスを提供します。これがシェアリングエコノミーのビジネスモデルです。第三者の事業者は資産を保有することなく、登録している保有者の空リソースをマッチングさせることで収益を得るビジネスモデルです。

このモデルは、既存のビジネスを次々に破壊して、新しい業界の覇者になりつつあります。たとえば、タクシー業界に対して Uber という事業者が、ホテル業界には Airbnb、リフォーム業界には Houzz、システム開発関連では UpWork やクラウドワークス、印刷業界にはラクスル、新聞業界には LINE NEWS や Gunosy などが登場して業界を脅かす存在になっています。

この空リソースを活用した新しいシェアリングサービスは今後どんどん様々な業界に対して出現すると予測できます。たとえば場所の領域では、家、部屋、土地、駐車場、オフィススペース、結婚式場、イベント会場、屋上などが考えられます。これらのスペースを一気に一つのサイトに登録して使いたい人をマッチングするのです。オフィスや駐車場は既にサービスとして開始されています。

たとえば、稼働しているものにフォーカスすると倉庫、印刷所、クリーニングの機械、料理教室、トイレ、洗濯機、農場、広告枠、空いている席、ホテル予約などが考えられます。

乗り物だとタクシー、自転車、助手席や後部座席、プライベートジェット、ボートなどが考えられます。

専門家の空いた時間も同様です。フリーランサー、ガイド、医者、子守、主婦、ドッグシッター、旅行代理店、料理長などです。先に紹介した UpWork やクラウドワークスなどは一部の専門家が登録され、その専門家を隙間で活用したユーザーが活用するモデルとして既に実績を積んでいます。

物だって例外ではありません。ファッション用品、道具、カメラ、教科書や本など、様々なものを一カ所でデータとして登録することで、世界中の使いたい人とシェアすることが可能です。

今、移転問題で注目している築地市場ですが、一カ所に集めてそれを競りに行く。従ってある程度の大きな場所が必要でした。しかし多くの漁業者、地産市場は居酒屋や寿司屋、飲食店や魚屋、そして個人と直接つながっている方々も増えています。

つまりここにもシェアの概念が出てきて「iPad 魚屋」が漁師が釣った、或は漁をした魚介をその場で瞬時に把握して、全国の消費する企業や消費者に情報を提供して、その場で競り落とすサービスが普及しているのです。こうなれば市場は実際にはモニタが並んでいる部屋になってしまい、従来私たちが目にするような実際の魚介が並ばなくても済むのです。情報が集まる場所が市場になるのですから物理的な実体的な場が築地のど真ん中、東京の物流として便が良い場所である必要がそもそも無いのです。

新聞やラジオ局、そしてテレビ局は自前で記者を抱えて全国に取材に行き情報を集めていました。しかし、近年キュレーションサービスがその地位を脅かしています。キュレーションサービス事業者は全国にいるプロ、アマを問わず情報を集める人々を束ねています。そして、それらを好む企業や個人に直接情報を届けるビジネスモデルです。これもシェアを活用した新たなメディアです。

産業革命以来、安い労働力が地域や国境を越えて移動してきました。しかし 21 世紀、サイバー空間が新しいプラットフォームとなった今、目に見えない、これまでのルールと全く異なるルールが動き始めています。一方で、この変化を活用すると、これまで大資本、大企業、大規模でなければ実現できなかったビジネスが、小資本、小企業、小規模であっても世の中の仕組みを活用することで実現することが可能になるのです。

どのような業界でも今回のシェアリングエコノミーの活用が出てくるでしょう。その時に、上手く活用する側のプレーヤーになりたいものですね。



はやしま さとし
早嶋 聡史 = 文

株式会社ビズ・ナビ & カンパニー 代表取締役、一般財団法人 日本 M&A アドバイザー協会理事、シザールの未来社長塾 塾長。オーストラリア・ボンド大学大学院 経営学修士課程修了 (MBA)、ドラッカー学会会員。



書籍
ドラッカーが教える
実践マーケティング戦略
(総合法令出版社)



書籍
頭のモヤモヤを
スッキリさせる
思考術
(総合法令出版社)