

新刊

『アサヒビール30年目の逆襲』

戦後、キリンによるガリバー寡占が長らく続いた国内のビール業界。だが、1980年代、アサヒが、あの伝説ともいえるべき「スーパードライ」を投入、「無風状態」の市場は大激変となり、今やキリンを抜き去るほどの存在に。

しかし、スーパードライを突破口に挑戦と変革を重ねてトップに立った会社が、気がつけば身動きを取れずに変われなくなっていたと長年同市場を取材する著者は手厳しい。いつしか、聖域化してしまっただけという。

ところが、2016年頃から、ヒット商品や技術面でのイノベーションがアサヒからいくつも飛び出し始める。これは一体どういう



ことか。

急成長した企業が、「成功体験」をどう乗り越え、自らを変革していったのか、その秘密を探るため、トップから現場まで著者自身が足を運び精力的に取材を敢行。「変わらなければ」と悩む企業、そして経営者にとっては必読の1冊だ。

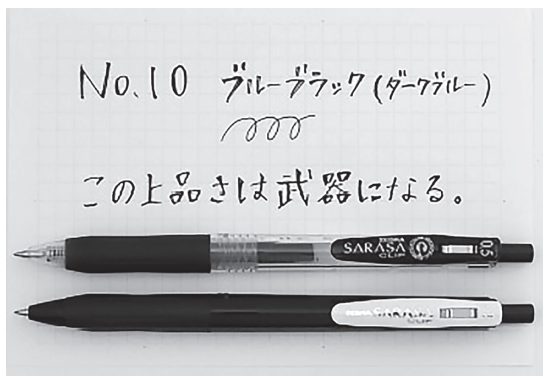
- 著者：永井 隆
- 発行：日本経済新聞出版社
- 定価：1500円＋税

人気調査

ゼブラの「ボールペン人気インク色総選挙」で意外結果

ゼブラ（本社・東京都新宿区・石川真一社長）は、文房具ウェブマガジン「毎日、文房具。」と共に、今年1月23日～3月31日、ネットや店頭を通じて、ゼブラの主力商品である、ジェルインクボールペン「サラサクリップ」の、人気インク色を決める「SPS46カラフル総選挙」を実施、4月14日に結果を発表した。

同選挙は、「サラサクリップ」全46色の中から好きなインク色に投票、ナンバーワンを決めるもの



「SPS46カラフル総選挙」は意外な結果に（ゼブラ）

「（渋みのある青）285票、4位「赤」207票、5位「グリーンブラック」（渋みのある緑）184票など。

新サービス

東京海上日動とローソンが端末で業界初の各種保険販売

東京海上日動火災保険（本店・東京都千代田区。北沢利文社長）と、ローソン（本社・東京都品川区。竹増貞信社長）は、ローソンの店頭マルチメディア端末「oppi」で、自転車保険・ゴルフ保険の販売を6月1日から開始。

oppiの端末による同種のサービスは業界初。特に自転車保険は24時間365日申し込みが可能の点が注目。自転車事故を始め、自転車運転中以外の交通事故などによるケガや日常生活上での賠償事故を補償、賠償事故の補償も「無制限」を用意。このプランも、コンビニ販売では業界初。

これら各種保険は、「oppi」設置のローソン全国約1万2000店と、ミニストップに設置の「MINI STOP Loppi」で販売される。