

# 2021年のビジネス方針を考えよう ～ コロナ下でも成長するポイント～

本日はセミナーにご参加いただき  
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください
- ご質問はzoomのチャットから受け付けます



# あきばれホームページ

**2021年のビジネス方針を考えよう  
～ コロナ下でも成長するポイント ～**

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2020/12/24

# お願い

---

- 本日はワークの時間を取ります。
- ぜひ、手元のノートに書き出してください。(手書きの方が発想が豊かになります)
- 質問を随時受け付けますので、チャットの方から投稿ください

# 年初に計画を立てるにあたって

---

## 三つの観点で考えましょう

**長期的** : 3年後の今日を想像する

**中期的** : 1年後の今日を想像する

**短期的** : 3ヶ月後の今日を想像する

**3年後と1年後の、**

**・月商**

**・来店客数**

**の目標を立ててみましょう**

今のお客様は、何を御社に期待しているか、考えてみましょう

# コロナ時代とは？

---

- 社会的には、大恐慌以来のインパクト
  - 人々の**価値観**と**行動様式**が変化
  
- ワクチンが普及するまで続く…
  - 短期的な変化ではなく、**中長期的**な変化

# ビジネス的に見たコロナの影響

---

1) 消費者マインドの変化

2) 在宅勤務の定着

# 1) 消費者マインドの変化

---

- 新型コロナの第三波継続中
- お客さんはどんな**気持ち**なのか？



- 人に**会いたくない**
- **密閉された空間**に入りにたくない
- あまり**外を出歩きたくない**

# 主要駅の人出の変化

[https://www.jiji.com/jc/tokushu?id=agoop\\_population&g=cov](https://www.jiji.com/jc/tokushu?id=agoop_population&g=cov)

<p><b>東京駅</b></p> <p>感染拡大前との比較</p> <p><b>-39.5 %</b></p> <p>宣言前との比較</p> <p><b>+13.0 %</b></p>	<p><b>新宿駅</b></p> <p>感染拡大前との比較</p> <p><b>-27.9 %</b></p> <p>宣言前との比較</p> <p><b>+14.9 %</b></p>	<p><b>新橋駅</b></p> <p>感染拡大前との比較</p> <p><b>-48.6 %</b></p> <p>宣言前との比較</p> <p><b>+8.6 %</b></p>
<p><b>品川駅</b></p> <p>感染拡大前との比較</p> <p><b>-43.3 %</b></p> <p>宣言前との比較</p> <p><b>+3.1 %</b></p>	<p><b>銀座駅</b></p> <p>感染拡大前との比較</p> <p><b>-25.5 %</b></p> <p>宣言前との比較</p> <p><b>+29.8 %</b></p>	<p><b>池袋駅</b></p> <p>感染拡大前との比較</p> <p><b>-14.3 %</b></p> <p>宣言前との比較</p> <p><b>+26.7 %</b></p>

# コロナ時代の顧客心理

- 外に出ない → リアル(看板等)で  
お店を見つけてくれない
- 人と話さない → 口コミが発生しにくい
- 都会に出ない → 都心店舗は苦戦。郊外店舗は影響小
- 身なりに気を使わない → 美容系、アパレル系は苦戦
- 対人接触の不安 → 密接ビジネス(エステ、整体、等) は注  
意
- 収入への不安 → 財布の紐が固くなる

## 2) 大手企業の在宅推進

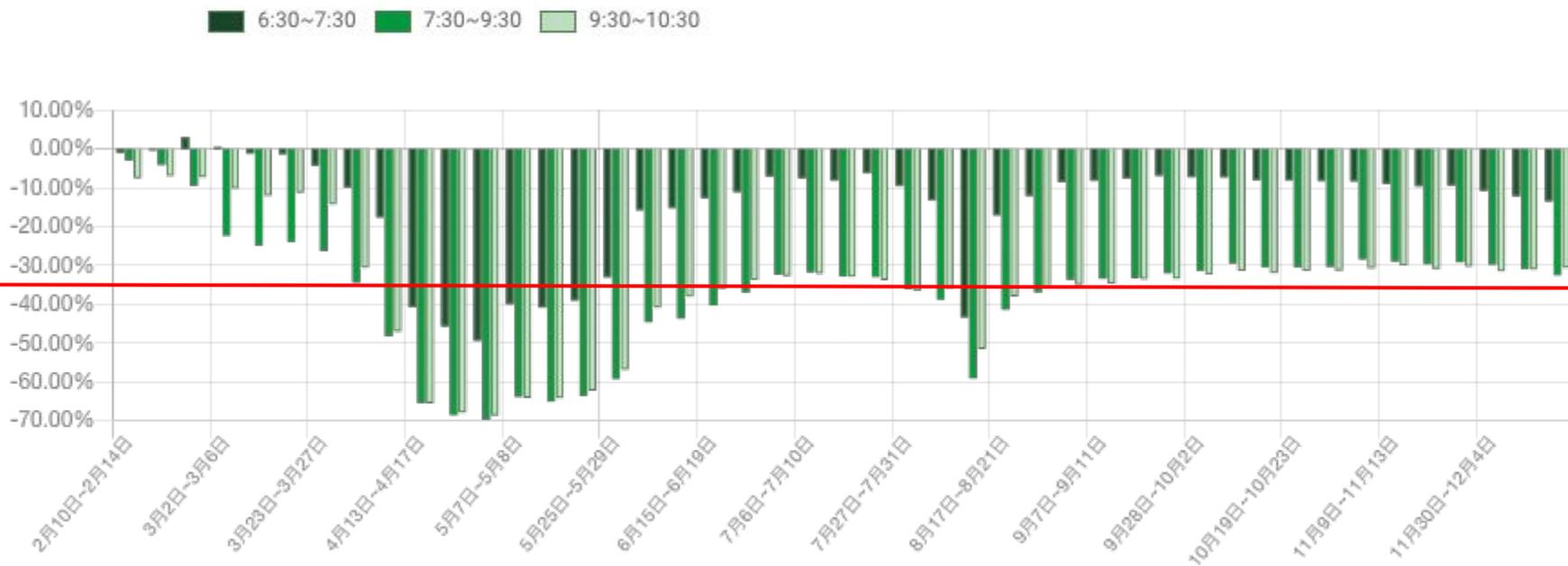
---

### 制度として在宅勤務を進める企業が増加

- 日立製作所 : 在宅勤務活用を標準とした新たな働き方ロードマップ
- 富士通 : 基本在宅。オフィスへの出勤率を最大25%に抑える
- NTT : 2020年6月以降も在宅勤務5割以上
- 日清食品: 原則出勤率25%を上限とする「予約出勤制」
- KDDI : 社員9割にテレワーク実施

# 交通機関の利用状況(都内)

都営地下鉄の利用者数の推移 (1/20~1/24の利用者数を基準)



# 在宅勤務で何が変わる？

---

- オフィスに出社しない



- 自宅周辺しか出歩かない
  - オフィスの周辺では行動しない
  - オフィスから自宅の通勤ルートでも行動しない
- お客様は自宅周辺の狭い地域で行動

## 在宅勤務で何が変わる？(2)

---

- オフィスに出社しない
- どこでも好きな所に住んで好きな所で働ける



- 経済圏が
  - 都心から、**郊外**へ
  - 駅近から、**駅遠**へ
  - 首都圏から、**地方**へ

## 在宅勤務で何が変わる？(3)

- オフィスに出社しない = 他の社員と会わない  
↓
- 職場での出会いがない = 職場恋愛が減る
  - 彼氏なし・彼女なしが増える  
→ カップル向けビジネスは厳しくなる
  - 結婚できない**独身**が増える  
→ ウェディング系ビジネスは厳しい  
→ 婚活系ビジネスは益々盛況に

## 在宅勤務で何が変わる？(4)

- 独身の場合、家で一人で仕事している
    - 勤務中の雑談がない
    - ランチは一人
    - 終業後に、一杯飲みに行く、もない
- ↓
- **孤独**を感じる
    - 一人暮らし
    - 友達が近くに居ない
    - 彼氏や彼女がいない

## 在宅勤務で何が変わる？(5)

- 家族持ちの場合、家族の横で仕事をする
  - 奥さんや旦那さんと、24時間一緒に居る
  - 通勤時間がない
  - アフターファイブがない

↓

- **自分の時間**や**場所**が欲しい
  - 夫婦仲が悪いなら、なるべく家の外に行きたい
  - 夫婦仲が良くても、昔のように一人で外で過ごしたい

# サードプレイス

---

- ファースト・プレイス : 自宅
  - セカンド・プレイス : 職場
  - サード・プレイス : 家と職場以外の第三の居場所(スタバ)
  - 在宅勤務でセカンドプレイスが消滅
- ↓
- **サードプレイス**が求められる

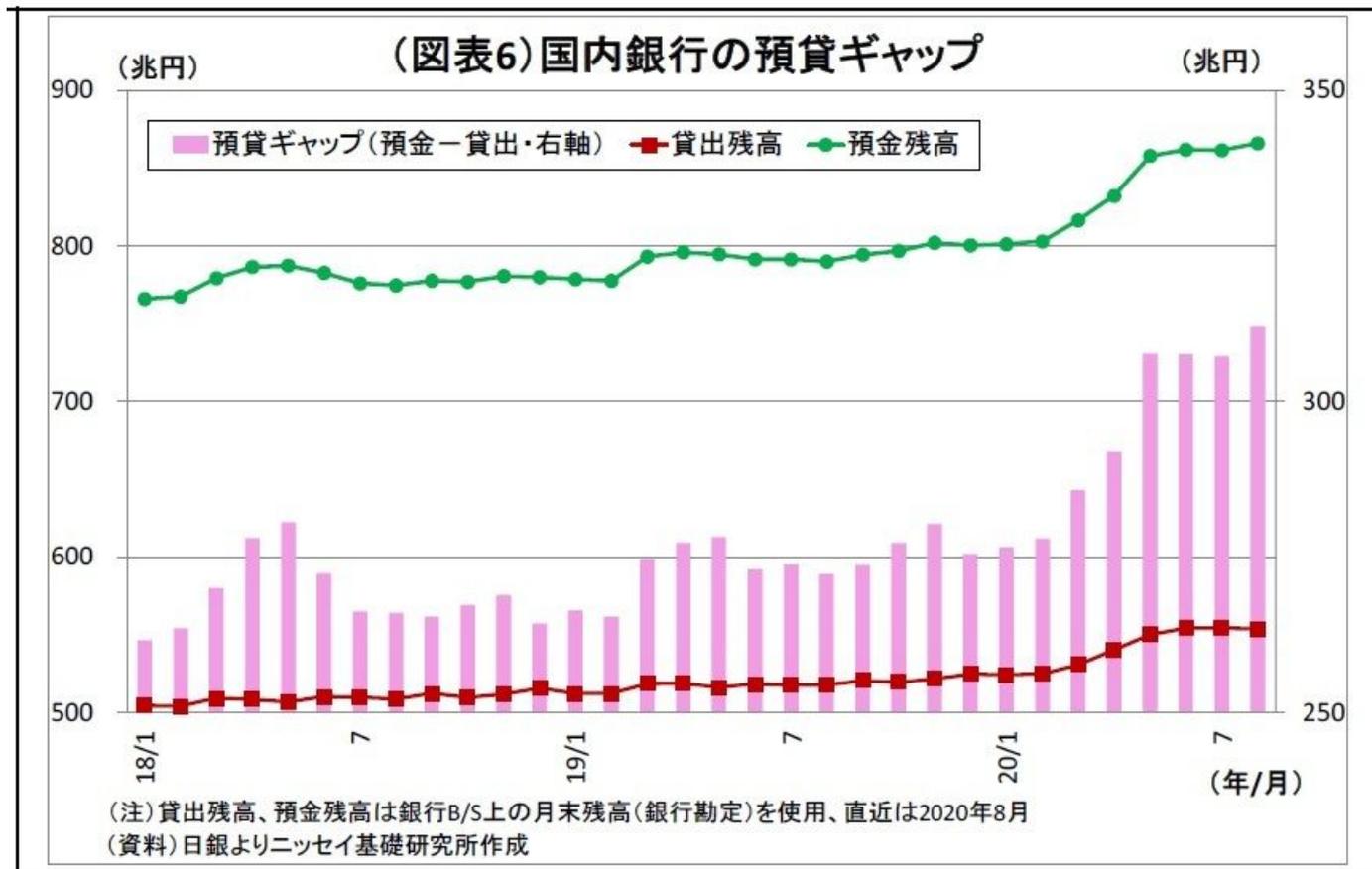
# 在宅勤務時代の顧客要望

- 一人孤独に暮らしているお客さんは
  - ↓
  - 人との**コミュニケーション**を求めている
- 自宅が職場化しているお客さん
- 家族と離れたいお客さん
  - ↓
  - 自宅以外に**自分の居場所**を求めている
- お客さんのこうした潜在願望を前提として、自社のサービスの内容や見せ方を検討する

来年のお客さんについて、以下の3点からサービスを変更できないか、考えてみましょう

- 寂しさを和らげてあげられないか  
(コミュニケーション)
- サードスペースの居心地良さを与えてあげられないか
- 在宅勤務ニーズにどんな対応が可能か

# 預金残高



# リバウンド消費

- 21年の**3月頃**には、感染拡大もひと段落
  - ワクチンの開始
- ↓
- 消費者マインドが緩和
  - 我慢の限界
- ↓
- 反動でお金を使い始める
  - **リバウンド消費**開始

## 本日のキーワード

- 孤独(寂しい)
- サードプレイス
- リバウンド消費

# まだまだコロナは続きますが..

---

来週も、木曜日の12:45～13:30の予定です

新型コロナウイルスに負けずに  
がんばりましょう！