



ネットチャンネル-MP機構

7割経済を、どう生きるか？

『コロナ対策』& CTPT Marketing

CTPT Marketingの徹底活用！
コト需要ビジネスを掘り起こす

2020.12-2

10より月2回配信、今回は12月の2号です

ネットチャンネル・MP機構

企画塾

株式会社企画塾・代表取締役塾長

高橋憲行

10月より、MP会員向けネットチャンネルは
月1回から、**月2回配信**となりました
(1回、15分~20分配信を2回)
タイムリーな情報をお届けすることとします
本号は、2020年12月の2号です

前号をふまえて、具体的な話を紹介

歴史的な、景気後退！

再確認です
前号より

『7割経済時代』…が語られはじめた

Withコロナ……大恐慌襲来 「7割経済」の衝
撃

DIAMOND online

2020.7.27予告より23連載



リーマンショックなどは比較にならないレベルの
歴史的な、**厳しい時代の到来へ！**

歴史的な、景気後退！

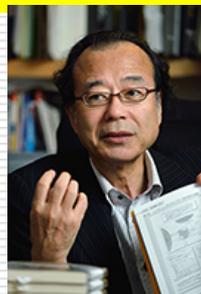
再確認です
前号より

マクロ経済推計・IMF

世界経済見通し (WEO) IMF2020年4月

	2019	2020	2021
世界GDP	2.9	-3.0	5.8
先進国	1.7	-6.1	4.5
アメリカ	2.3	-5.9	4.7
ユーロ圏	1.2	-7.5	4.7
ドイツ	0.6	-7.0	5.2
フランス	1.3	-7.2	4.5
イタリア	0.3	-9.1	4.8
スペイン	2.0	-8.0	4.3
日本	0.7	-5.2	3.0
イギリス	1.4	-6.5	4.0
発展途上国	3.7	-1.0	6.6
中国	6.1	1.2	9.2
インド	4.2	1.9	7.4
ASEAN 5 各国	4.8	-0.6	7.8

現実には10%
程度のマイナスか



高橋私見

一部の勝ち組
がいる結果

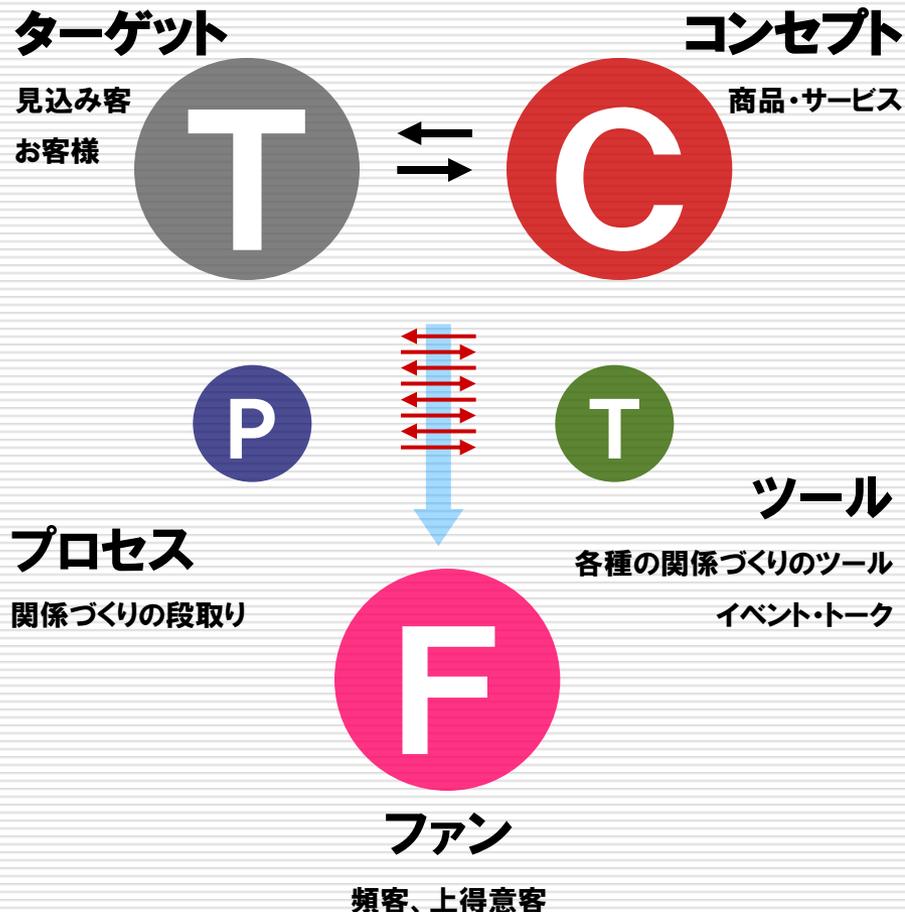
大半の企業・商店は
7割経済へ

かなり
厳しい時代へ

2021年から3～5年は、厳しい時代となる！

厳しい時代CT主軸になりやすい！

再確認です
前号より



厳しい時代は CT主軸になりやすい

顧客の目が厳しくなる
好きなモノ(大事なモノ)は確実に消費
好きなコト(大事なコト)は確実に消費

なにに特化しているか？
他にない特徴があるか？
オンリーワン、ナンバーワンは？
それは認知されているか？

場合によっては、捨てる勇気を持って！

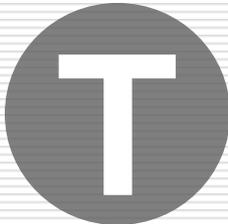
CT主軸に、厳しく考える

厳しい時代、GoTo後の準備を！

再確認です
前号より

ターゲット

見込み客、お客様



コンセプト

商品・サービス



**GoTo後
次を準備する
必要性**

KWは、
モノ→コト(こだわり)
趣味やスポーツ(自己研鑽)
家族、仲間一体イベント
超低価格

宿泊……異次元体験ツアー、趣味主導型
……ワーケーション型宿泊
飲食……金額を問わず、意外なメニュー
(オンリーワン、ナンバーワンメニューを持つ)
……超・インスタ映え、メガ盛り
……家族対応型、趣味対応型、飽きさせない！
……**超・低価格**メニューも

建築・工務店・リフォーム
……**L**ODKリフォーム、マンション建設、住宅
……ペット専用リフォーム他

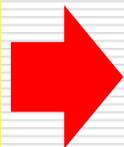
商店……モノからコト商店へ生き残り
……趣味対応型、家族対応型商品企画販売
教育……教育や教室などでは
スポーツ、趣味、文化イベント型が増加する
ヨガやジムは、まだこれから開花する

あらゆる分野で、モノ→コト変化が加速する

各業界、GoTo後を見据える

物販からコト販売へ（急変している潜在需要）

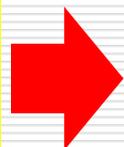
リモート生活
巣ごもり需要



「時間消費」需要の増加
「身近注視」需要の増加



GoTo後は
物販から
コト販売へ



物販から、コト販売へ
モノだけでなく、関連情報を加えて売る
（動画制作などもメリット）

趣味人の趣味がビジネスになる
（俳句・短歌・写真・絵画・などなど）

主婦の仕事がビジネス化する
（料理・収納・清掃（掃除）などなど）

リフォーム需要、DIY需要の拡大

多業界には、大チャンス！

各業界、コロナ後を見据える（コンサル、士業など）

士業、コンサル業など知的サービス業は

GoTo後は
リモート対応
が急拡大へ

コロナ後
圧倒的に増えているリモート型スタイル
対面から、zoom会議での業務
セミナーからzoomゼミ、リモートゼミの時代へ

エリア無関係になる（地方から全国へ）
全国に競争相手ができることになる
……結果的に、全国**オンリーワン**に**需要が集中**する
……少なくとも**ナンバーワン**に**需要が集中**する

「時間消費」需要の増加
「身近注視」需要の増加

にせものが排除される
CTの**絞り込み**を**徹底**する時代へ
得意分野は、なにかを強烈に持つ必要を生じる

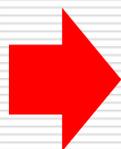
物販業を支援できる可能性が増える

おもしろい時代になる

各業界の、GoTo後を支援する

一般商店・企業へ、物販からコト販売へ

「時間消費」
「身近注視」
需要へ支援



自転車店、企業などへ レースの主宰を多様に実施



本格的なレースではなく
ママチャリレースなども開催されて
いる（右写真）
道路で行うのは開催が簡単ではない
が、学校校庭や公園利用や私的施設
内などで実施
レースではなく、ゲーム開催も可能
（自転車を利用したゲーム）
自転車店のファンづくりと、部品や
関連ツール販売を視野にいれる

時間消費時代へ、多様な提案を

各業界の、GoTo後を支援する

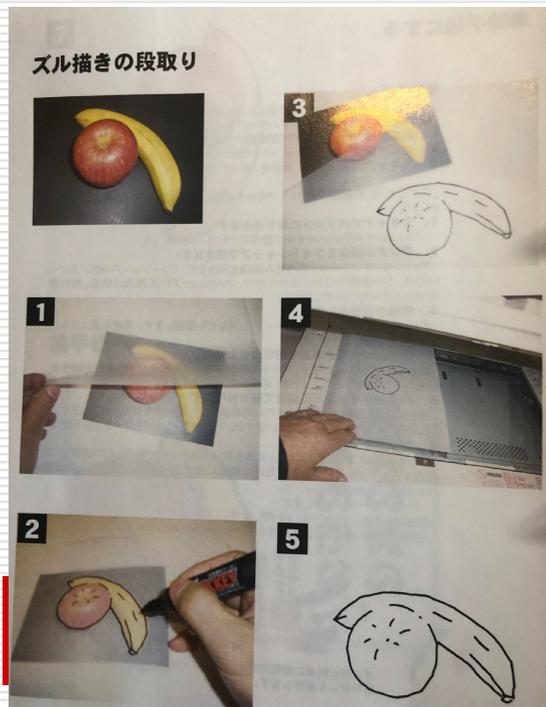
一般商店・企業へ、物販からコト販売へ.02

「時間消費」
「身近注視」
需要へ支援

画材メーカーや画材店

絵画教室や、共同展などの開催を積極的に

本格的ではなく、簡単な絵画制作を提供し、すそ野を拡大する
簡単マニュアルやセット、教室でファンを育成し、需要を高める

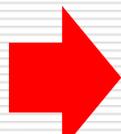


時間消費時代へ、多様な提案を

各業界の、GoTo後を支援する

一般商店・企業へ、物販からコト販売へ.03

「時間消費」
「身近注視」
需要へ支援



DIYショップ、工具、電動工具など
リモート書斎をDIYで！



DIYは、時間消費であり身近注視の消費
リモートで書斎のないなか自宅で業務を行うが、結果、書斎が必要になる
DIYでの制作をよびかけ、作り方を教える
など、

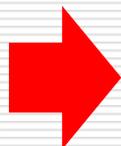
DIYショップ、工具、電動工具、リフォーム店や工務店などは、多様なアプローチが可能

DIYも時間 & 身近消費

各業界の、GoTo後を支援する

一般商店・企業へ、物販からコト販売へ.04

「時間消費」
「身近注視」
需要へ支援



釣具店、釣具メーカー、飲食店など
釣り大会の開催！



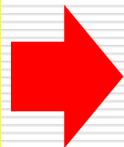
釣りは、趣味人口が非常に多い
大手メーカーが主催する釣り大会
はあるが
もっと身近に、釣具店や飲食店が
実施してもいい。
飲食店は、早朝釣りに行き、釣っ
てきた魚をさばいて出すなどする
と、ファンが増える。
バブル期には、ゴルフ大会を様々
な業種で実施したが、釣りも時間
消費であり、ファンづくりには重
要。

釣りは趣味人口が多く、人が集まる可能性が高い

各業界の時間消費、身近注視需要を支援

士業やコンサル業などのチャンスが多い

「時間消費」
「身近注視」
需要へ支援



GoToキャンペーンで、巣ごもり需要が拡大
商品購入は、一気にネットへ拡大した

商店街は壊滅状態、なお生き残っている商店もある
これらの変貌は

雑貨店……………手芸、趣味の店と併用する
和物の商店……書道、俳句、などの教室連動を図る
自転車店……………レースの主宰を多様に実施
衣料品店……………カラオケ大会、ダンス大会を主催する
菓子、パン店…和菓子、洋菓子づくり教室
パン焼き教室の開催
家電店……………料理家電を使った料理教室の開催

いずれも、各種教師は多様にいて、教える機会がない
こうした方々への機会提供が可能



仕組化が鍵
CTPTMarketing
で構築する

多様な支援が可能に

歴史的な、景気後退！

『7割経済時代』…を生き抜く



ご清聴、ありがとうございました。

ネットチャンネル・MP機構

講師：高橋憲行（株）企画塾・代表、JMMO主宰

株式会社企画塾

日本マーケティング・マネジメント研究機構

Japan Marketing & Management research Organization
東京都渋谷区千駄ヶ谷3丁目59-4 クエストコート原宿511

TEL03-6447-0880 FAX03-6447-0881

<http://www.kjnet.co.jp/>