



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

給付金・GoToは一時的
次は、CTPT Marketingの徹底活用！

2020.11-2

前回より月2回配信、今回は11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

前回より、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11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！

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！

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

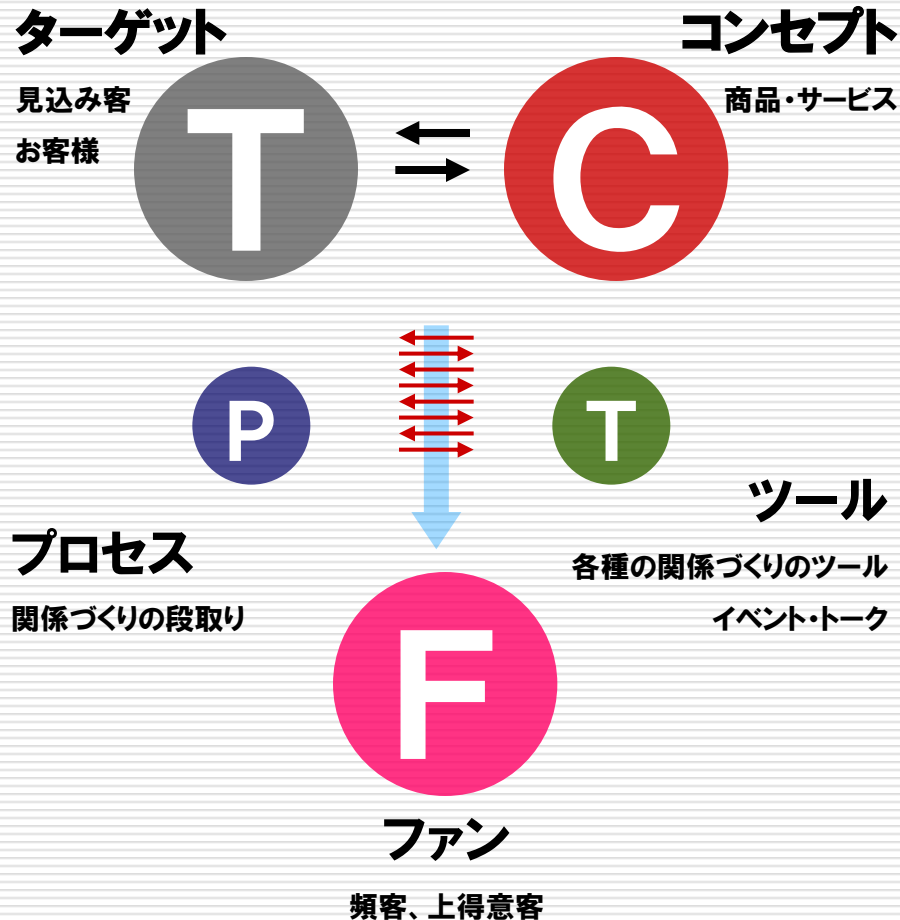
一部の勝ち組
がいる結果

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！



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？

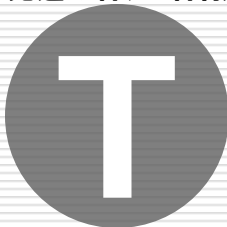
場合によっては、捨てる勇気を持って！

CT主軸に、厳しく考える

厳しい時代、GoTo後の準備を！

ターゲット

見込み客、お客様

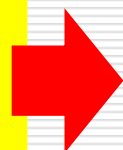


コンセプト

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

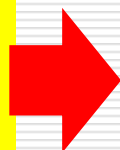
各業界、GoTo後を見据える（宿泊業）

宿泊業・観光業

国内回帰の徹底へ



GoTo後
国内回帰の
徹底へ



星野リゾートの
『マイクロツアーリズム』
は大正解

GoToキャンペーン需要は、リピート客は激少
顧客を見誤るな

オリンピックがあっても、インバウンド3千万人は
5年はもどらない → 国内観光客重視へ

宿泊観光……**コンセプトツアー**の時代へ

異次元体験ツアー、趣味主導型ツアー、非日常型ツア
ー、歴史探訪ツアー、魅力的な食のツアーなど、
周辺エリアの魅力を再発掘して、コンセプトを明確に
したツアー重視へ
ワーケーションも視野に入れる

宿泊、飲食宿泊だけでは、これからの経営は厳しい

インバウンド需要は、そもそも多くなかった

各業界、GoTo後を見据える（飲食業）

飲食業

国内回帰の徹底へ



FC化



GoTo後
戦略的経営
を徹底

飲食店

テイク
アウト

物販店
(お土産店)

通販化

食品会社

まずは他にないオンリー
ワン商品を作ること
最低でも、ナンバーワン
メニューをつくること

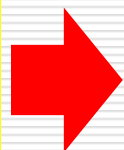
事後の戦略的展開を計算すること

各業界、GoTo後を見据える（理美容業）

理美容・ネイル・エステ他



GoTo後
巣ごもり生活
対応を



子供の外出をふせぎ
バリカンが売れた
結果、ご主人のカットも
…様々な変容が…

GoToキャンペーンで、巣ごもり需要が拡大
大都市需要が減り、住宅地需要に回帰傾向

さらにはスッピン&マスクで理美容需要が減少
マスク生活は、1年以上続く可能性
多少はマスク着用が減る可能性はあるが、日本のマス
ク着用外出する人は4, 5年続く

マスク理美容の研究をしているか？
顧客へ、マスク理美容の提案をしているか？
目ヂカラ・メイクの提案をしているか？
リモートメイクの提案は（理美容もネイルも）
少数顧客でリピート増を増やす（とくにエステ）
信頼関係しか需要発生しない。

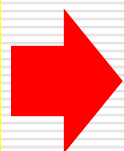
巣ごもり生活で、需要が劇変している

各業界、GoTo後を見据える（建築他）

建築・工務店・リフォームなど



GoTo後は
LDKから
LODKへ



住宅が変わる
その対策で多くの需要

GoToキャンペーンで、巣ごもり需要が拡大
リモートワークの増大が、大きな需要のチャンス

基本は住宅のスタイルは、LDKからLODKへ
ホームオフィス付きの需要は大きく増える
それに伴い

建設建築……LODKマンションの建設需要（地方にも）

工務店……LODK住宅の提案と建設施工

リフォーム…現状住宅のLODK化へ

空き家活用…ホームオフィスへリフォーム
地方活性化…ホームオフィス住宅タウンの整備
リゾート地…ワーケーション住宅の整備

建設・工務店・リフォームは大チャンス

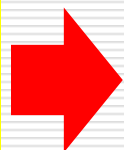
各業界、GoTo後を見据える（商店など）

一般商店は、物販からコト販売へ

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

GoTo後は
物販から
コト販売へ



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

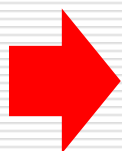
いずれも、各種教師は多様にいて、教える機会がない
こうした方々への機会提供が可能

建設・工務店・リフォームは大チャンス

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

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

厳しいが、おもしろい時代になる



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/>