

【ご参考】

# 『コロナ後に必要となるビジネスの視点』 ～「ヒト」と「モノ」の相互活用～



**KJグローバル経営事務所 代表  
中小企業診断士 小峰 潤  
2020年 10月登壇分**

# 『コロナ後に必要となるビジネスの視点』 ～「ヒト」と「モノ」の相互活用～

## 【本日の内容】

### I. 自己紹介

### II. コロナ後のビジネストレンド

1. コロナとは何だったのか？
2. BC、WC、そして『AC』
3. 2つのKey Word
4. 「ヒト」と「モノ」の相互活用
5. 自社への活用策

# 【自己紹介】



世界(国内+海外)を「ステージ」とする  
中小企業の未来をデザインします！



**小峰 潤 KOMINE JUN**

京都府中小企業診断協会 所属

奈良県中小企業診断士会 所属

・メーカー・商社での勤務 (約15年間)

約8年間は愛知県内の企業に勤務



・公的支援機関での中小企業支援 (約5年間)



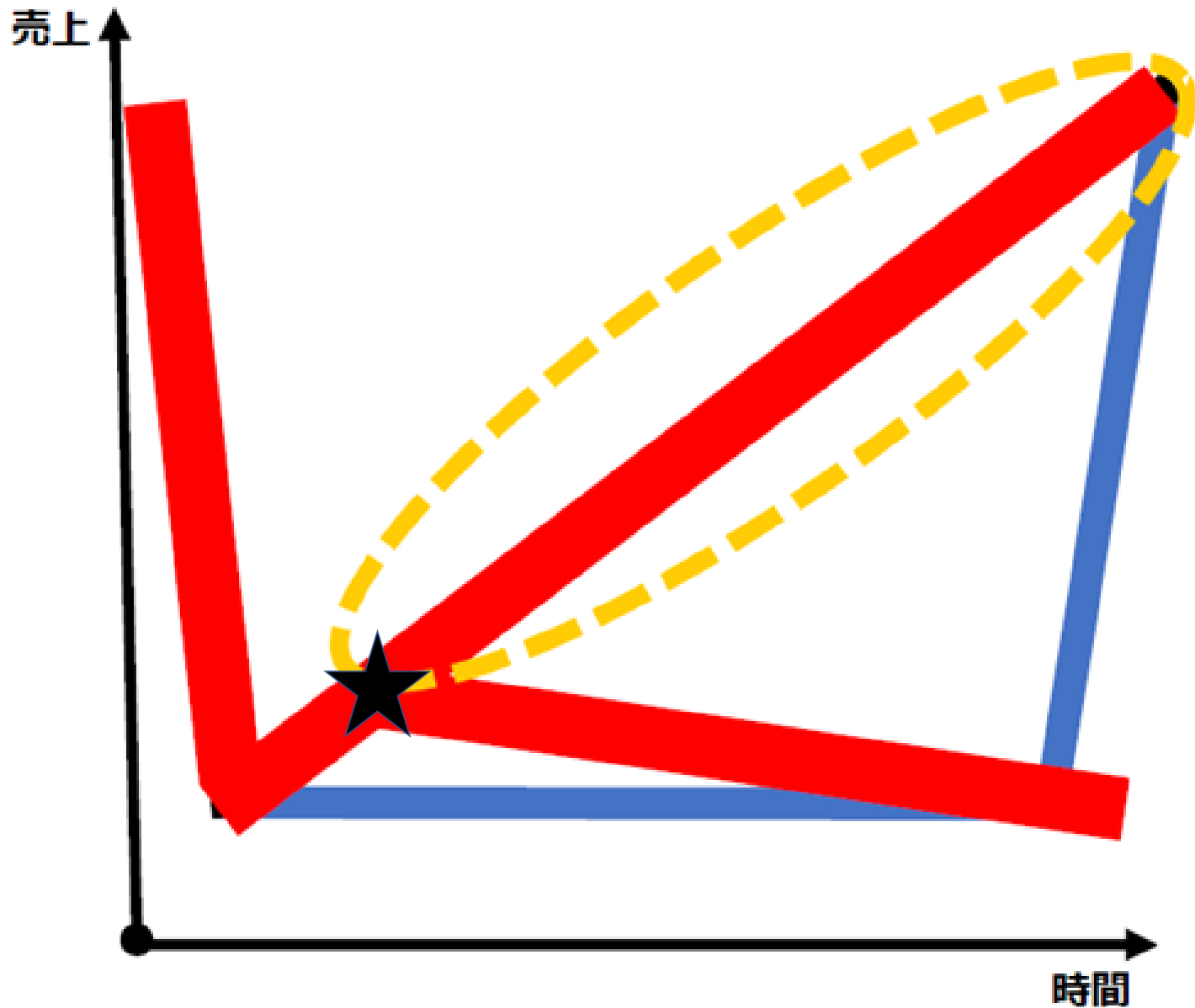
**(2018年～) 中小企業診断士として活動中**

**KJグローバル経営事務所/代表**

**得意分野:**

**「グローバルの視点からの中小企業支援」**

# 【参考】コロナ後の回復イメージ(L・U・K型)





# コロナ後のビジネストレンド

## 1. コロナとは何だったのか？

## Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 1. コロナとは何だったのか？

**ビル・ゲイツ 氏**

(Bill Gates)

**マイクロソフト創業者  
慈善活動家**



### ■ 2015年の講演(TED)での発言

~“The next outbreak? We’re not ready”~

- ・「疫病が国境をすり抜け可能」
- ・「人類にとっての最大の脅威が戦争ではなくウイルス」

**今日のパンデミックをいち早く予言**

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

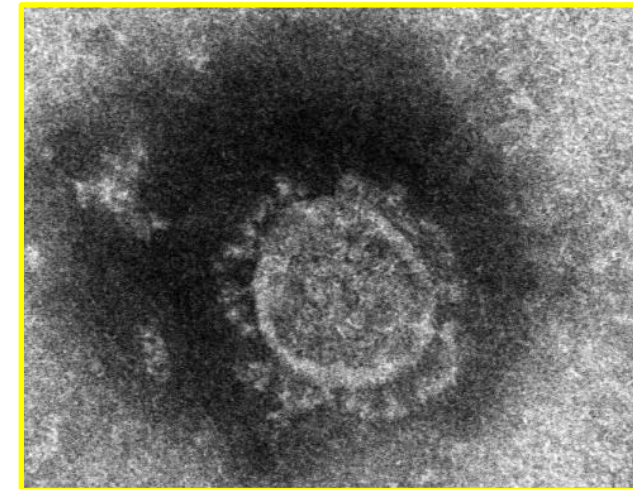
## 1. コロナとは何だったのか？

### (1) コロナウイルスとは

- ・直径: 約100nm(ナノメートル)の球形
- ・表面に突起があり「王冠(Crown)」に類似
- ・主な症状: 発熱・倦怠感・せき

1nm=1mの10億分の1  
※地球の直径を1mとした場合、  
「1円玉の半径」

### 新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) Coronavirus Disease 2019



(出所)国立感染症研究所HP

コロナウイルス感染症	かぜ	SARS (重症急性呼吸器症候群)	MERS (中東呼吸器症候群)	新型コロナウイルス感染症 (COVID-19)
原因ウイルス	ヒトコロナウイルス (4種類)	SARS コロナウイルス	MERS コロナウイルス	SARS-CoV-2
発生年	毎年	2002~2003年	2012年~	2019年12月~
流行地域	世界中	中国広東省	サウジアラビアなど アラビア半島	世界中に拡大
宿主動物	人	キクガシラコウモリ	ヒトコブラクダ	不明
感染者数	かぜの原因の 10~15%を占める	8,098人(終息)	2,494人 (2020年5月1日現在)	32,141,225人 (2020年9/25現在)
致死率	極めて稀	9.4%	34.4%	3%前後(暫定)
感染経路	咳などの飛沫、接触	咳などの飛沫、接触、便	咳などの飛沫、接触	咳などの飛沫、接触
感染力 (基本再生数)	1人から多数	1人から2~5人 スーパースプレッダーから 多数への感染拡大あり	1人から1人未満 スーパースプレッダーから 多数への感染拡大あり	1人から2~3.5人 (doi: 10.1002/jmv.25748)
潜伏期間	2~4日	2~10日	2~14日	1~14日
感染症法	なし	2類感染症	2類感染症	指定感染症

(出所) Newsweek(特別版)  
※国立感染研究所・WHOデータ活用



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 1. コロナとは何だったのか？

### (1) コロナウイルスとは

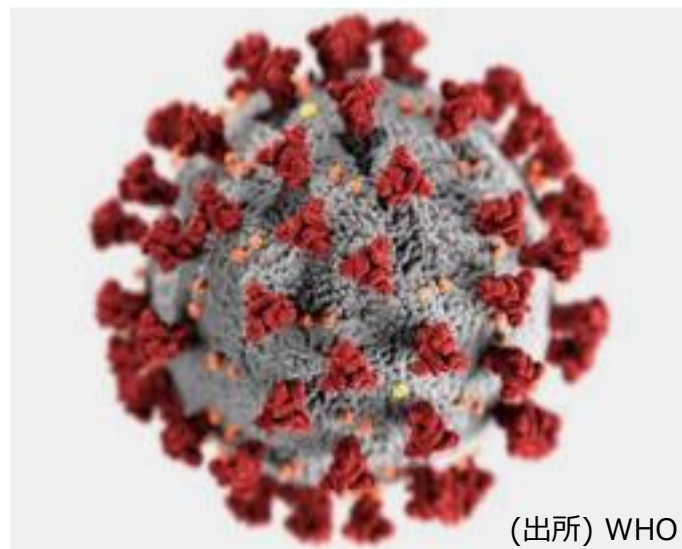
#### ① ウイルスの寿命

- ・ 空気中 : 3時間
- ・ 段ボール上 : 1日
- ・ プラスチック上 : 3日
- ・ マスクの表面 : 1週間
- ・ 体内 : 2週間

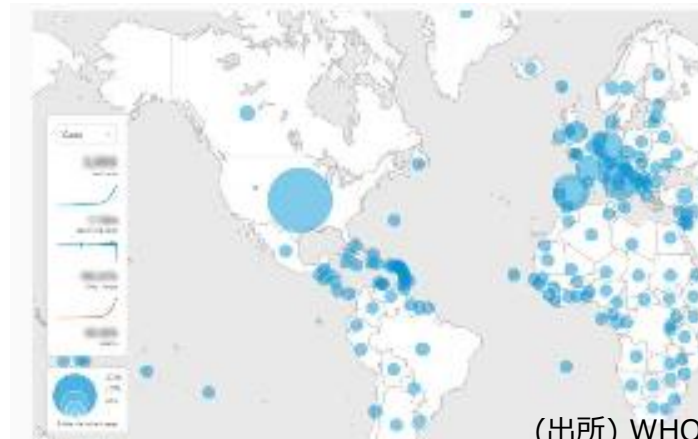
#### ② ウイルスの居場所(部屋の中)

- ・ トイレの床
- ・ 枕
- ・ 電話
- ・ 机
- ・ リモコン

(出所) 週刊現代



(出所) WHO

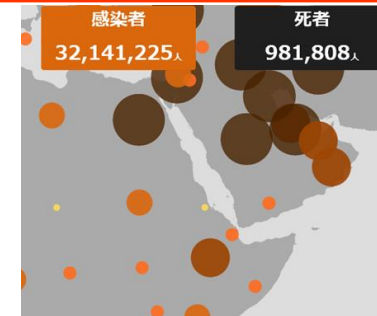


(出所) WHO

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 1. コロナとは何だったのか？

### (2) 世界の感染者数 (2020年9月25日時点)



	国名・地域名	感染者	死者	回復者
1	アメリカ	6,977,658	202,798	2,710,183
2	インド	5,732,518	91,149	4,674,987
3	ブラジル	4,657,702	139,808	4,102,954
4	ロシア	1,123,976	19,867	926,663
5	コロンビア	790,823	24,746	662,277
6	ペルー	782,695	31,870	636,489
7	メキシコ	715,457	75,439	605,796
8	スペイン	704,209	31,118	150,376
9	アルゼンチン	678,266	14,766	536,589
10	南アフリカ	667,049	16,283	595,916
11	フランス	511,757	31,333	77,214
12	チリ	451,634	12,469	426,876

13	イラン	436,319	25,015	367,829
14	イギリス	416,363	41,902	-
15	バングラデシュ	355,384	5,072	265,092
16	イラク	337,106	8,799	268,761
17	サウジアラビア	331,857	4,599	314,793
18	トルコ	309,790	7,785	271,964
19	パキスタン	309,015	6,444	294,740
20	イタリア	304,323	35,781	221,762
21	フィリピン	296,755	5,127	231,928
22	ドイツ	281,346	9,436	247,766
23	インドネシア	262,022	10,105	191,853
24	イスラエル	212,115	1,378	148,813

(参考) 日本 81,889 1,557 74,149

【45位】

(出所)  
NHK新型コロナウイルス特設サイト

# コロナ後のビジネストレンド

## 2. BC、WC、そして『AC』

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 2. BC、WC、そして『AC』



Thomas L. Friedman ✓

@tomfriedman

NY Times columnist and Pulitzer Prize winning author of *Lexus and the Olive Tree* and *From Beirut to Jerusalem*.

Opinion

# Our New Historical Divide: B.C. and A.C. — the World Before Corona and the World After

Here are some trends to watch.

トーマス・フリードマン

(米国ジャーナリスト)



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 2. BC、WC、そして『AC』

### ■現状

- 「終息」とは？

これまでの感染症を例にとれば、  
「潜伏期間の約2倍の期間、新たな感染者がでない状況。」

当分の間、  
我々はコロナウイルスと付き合っていかなければならない。

**With Corona** (現状)の時代の到来。

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 2. BC、WC、そして『AC』

### With Corona (現状)

#### 今回のコロナ危機で明確になったこと

- (1) ウイルスは**誰にも**区別なく襲いかかること
- (2) ウイルス感染対策として**最も有効**なのは社会的距離をとること
- (3) **社会的距離の制限で人の行動が変容すること**

一部は  
永続的

しかし、いつの日か必ず終焉する。

**After Corona**も見据えた対応が必要！

# コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

DIVERSITY

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (2) 2つ目のKey Word

非接触

CONTACTLESS

# コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word ～【多様性】について～

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

グローバル化



バタフライ効果  
(Butterfly Effect)



想定外のリスクへの対応  
が必要！

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

想定外のリスク  
への対応

収益があがる「形」を  
複数持つ！

多様性

弾力性の  
ある組織

どのように見つければよいか？



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

5W2H

What

How

Who

How  
many

Why

Where

When

① 自社ビジネスの現状  
を再確認！

② 自社ビジネスの現状から  
「ずらして考えてみる」！

商品・  
サービス

場所

対象  
顧客

タイ  
ミング

目的

手段

価格



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

With コロナ時～

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

### 【5W2Hの視点】

収益があがる「形」を複数探すヒントに！

視点		具体例
<u>What</u>	商品・サービス	<u>宿泊サービス</u> + 空間レンタル
<u>Where</u>	場所	<u>国内</u> + 海外
<u>Who</u>	対象顧客	<u>旅行客</u> + サラリーマン
<u>When</u>	タイミング	<u>夜間営業</u> + 昼間営業
<u>Why</u>	目的	<u>食の提供</u> + 柔軟なライフスタイルのサポート
<u>How</u>	手段	<u>店舗販売</u> + テイクアウト/配送
<u>How much</u>	価格	<u>高級価格</u> + お手頃価格

# コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

～【多様性】事例のご紹介～

※約20事例(視点別)

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

商品

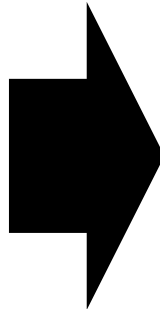
(出所)ネスレ日本 Webサイト

【5W2Hの視点】事例

■「スープマシンの増設」 ネスレ日本(株)  
(食品製造業/「商品」面)

テークアウトを始める飲食店の  
「もう1品需要」の取り込み。

ネスレ  
Nestlé  
Good Food, Good Life



Maggi

マギー スーパー

手軽に本格的なスープを提供できるソリューションです。



スープバー プラス

サイズ

奥行き591mm、  
幅320mm、高さ760mm

バラエティ

最大5種類\*

操作性

ボタンを押すだけ

抽出スピード

1杯あたり約12秒  
(1カップ120mlの場合)

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

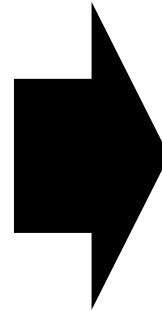
多様性

サービス

(出所)南座 Webサイト

【5W2Hの視点】事例

■「舞台の体験ツアー」 松竹(株)  
(エンターテインメント業/「サービス」面)





# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

商品・  
サービス

(出所)AOKI Webサイト

【5W2Hの視点】事例

■「脱スーツ」(株)AOKI HD  
(衣服小売業 / 「商品・サービス」面)

「脱スーツ」で、エンターテインメント事業に更にかじ取り！



AOKI



カラオケ・カフェ等

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

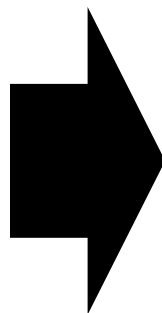
商品・  
サービス

(出所)スシロー-GHD Webサイト等

【5W2Hの視点】事例

■「台湾茶カフェ」(株)スシロー GHD  
(飲食業 / 「商品・サービス」面)

「お茶のスターバックス」を  
目指す！(ヘルシー)



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

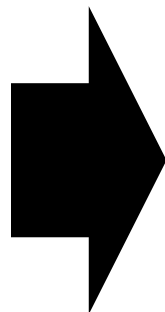
場所

(出所)Mellow Webサイト

【5W2Hの視点】事例

■「キッチンカーの活用」(株)Mellow  
(飲食業 / 「場所」面)

「店舗はクルマ」  
「家賃は不要」!





# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

場所

(出所) クーネルハウス Webサイト

【5W2Hの視点】 事例

## ■「シェフ付き民泊」(飲食業/「場所」面) クーネルハウス



TEL: 06-6777-9624  
受付時間 9:30~19:00

HOME ご予約 宿泊施設一覧 ブログ お客様の声 食事コース一覧



HOME / ブログ / 最新記事 / シェフ付き民泊 クーネルハウスのサービスを始めました

シェフ付き民泊 クーネルハウスのサービスを始めました



### 【シェフ一覧】



【020】  
ローラン ジャンマリー  
フランス人が作る地中海フレンチ  
5,500円メニュー (4名様から)



【020】 沖野Hajji  
空野 英夫  
24種類の野菜と  
お肉のカルパ  
ソ (4名様から)



【020】 Chinese TANAKA  
田中 大介  
本格中華シェフ 大満足7品コース  
5,500円 (4名様から)



【020】 リエリア  
小園 悠子  
季節を感じるビストロコース 5,000  
円 (4名様から)



【020】 須澤 宏光  
自慢のお寿司1  
(6名様から)

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

場所

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】 事例

#### ■「海外向け商品開発」 「京の酒を楽しむ和のしつらえ」ブランド確立PJ (多業種/「場所」面)

【参画事業者】

市場を「海外に」!

黄桜株式会社, 佐々木酒造株式会社, 株式会社山本本家, 三和化工株式会社, 三木竹材店, 宮井株式会社, 岱崎織物株式会社, 有限会社楽入



「四季をたのしむ」セット



「利酒」セット



「器を知る」セット

(出所)京都市産業技術研究所  
Webサイト





# Ⅱ.コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

対象  
顧客

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】事例

### ■「ロボタクシーサービス」(運輸業/「対象顧客」面) エムケイ(株)



**ロボ旅タクシー**  
ROBO TABI TAXI

ロボホンと一緒に京都を旅する、  
期間限定ロボタクシーツアー

ツアーに参加したら、豪華記念品のついでに限定バッグをプレゼント!

2024年10月10日(水)スタート

**JTD RoboHon EYE**

ロボホンと巡る京都旅。観光ガイドはロボホンにお任せ

☆旅行代金

1日コース	8,000円(入)
2日コース	9,000円(入)

☆行程

京都駅集合 → 清水寺 → 清水五条 → 清水高倉 → 清水三ツ又 → 清水寺 → 清水五条 → 清水高倉 → 清水三ツ又 → 京都駅集合

☆新サービス開始

ロボホンとロボホンを見送出し!!

お申し込みのご案内

ご予約・お問い合わせは 電話 075-662-1700 (受付時間 10:00~18:00) 075-662-1733

**MKT-7AVAL**

貸切ハイヤー **行先 京都**

私とロボホンだけの  
思い出のひとつ

ロボホン

あなただけの車であなただけのロボホンとあなただけの京都を。

車種	クラウンHV	アムフォーHV
1台	34,800円	37,520円
2台	69,600円	75,040円
3台	104,400円	112,560円

☆さらにも!

ロボホン追加で貸出可能!!

ご予約・お問い合わせは 電話 075-662-1700 (受付時間 10:00~18:00) 075-662-1733

**MKT-7AVAL**

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

タイミング

【5W2Hの視点】事例

■「昼飲み」 (株)エスワイフード  
(飲食業/「タイミング」面)

あの「山ちゃん」も  
昼のみサービスを開始！



(出所)エスワイフード Webサイト



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

タイミング

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】 事例

#### ■「先払いチケットサービスの活用」 (飲食業/「タイミング」面)

(京都)



(大阪)



(奈良)



(出所)各主催組織 Webサイト



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

目的

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】 事例

### ■「部屋着用の浴衣」(小売業/「目的」面) 高島屋

### 百貨店「新しい」浴衣商戦

夏の風物詩といえは、浴衣。新型コロナウイルスの影響で夏祭りや花火大会、盆踊りが中止となり、浴衣の売り上げが低迷する中、百貨店がユニークな商戦を展開している。コロナ禍で広がりつつある新しい浴衣の楽しみ方とは？

例年、浴衣商戦は4月から始まり、8月に盆盛期を迎える。ところが、今年は11日に予定されていた東京の隅田川花火大会が中止となるなど、新型コロナウイルスの影響で各県の夏のイベントの取りやめや延期が相次いでいる。

このため、高島屋日本橋店では昨年と比べ、浴衣の売り上げは半分以上に落ち込んだ。挽回しようと、6月から「自宅でリラックス」をテーマにした「生熟が柔らかく、ちょうちょ結びで簡単に着用できる「へこ」の届きやすさを例年の2倍以上に増やし、浴衣と一緒に売りに並べた。

セールも1カ月前倒しし、6月下旬から始めている。仕入れの担当者は「へこ」は締め付けが少なく

### 部屋着利用 / オンライン盆踊り

部屋で着ても今年、今年を使った「オンライン盆踊り大会」を18日夜に開催する。盆踊り愛好家に独自の振り付けを依頼する方の入札も予定。ネットの参加者100人を募集し、浴衣の着用を呼びかけている。



へこでの浴衣の締め付けをゆるめる高島屋日本橋の15日



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

目的

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】 事例

### ■「リモート専用席の設置」(飲食業/「目的」面) 甘太郎

甘太郎など居酒屋を展開するCWカンパニーが  
【東京ー大阪】の飲み会をつなぐ  
リモート専用席を設置。  
7/8(水)～東京・秋葉原と大阪・なんば宗右衛門町の「甘太郎」で  
友達同士リモート飲みが可能に！

手作り  
居酒屋  
**甘太郎**  
AMATARO





# Ⅱ.コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

目的

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】事例

#### ■「座席に貨物運送」(運輸業/「目的」面) JRほか

## 乗客減 貨物で穴埋め



新型コロナウイルスの感染拡大を受け、鉄道や航空など運輸各社が貨物輸送を強化している。旅行や出張などで利用する人の大幅な落ち込みが続いているためだ。人手不足が深刻化し、配送の効率化が課題となっている物流業界との連携も広がってきた。

新幹線にブドウ ■ 国際

JR東日本は10月10日から、新幹線と特急列車を使い、地方の特産品や食材の輸送を本格的に始めた。第1弾は、長野県須賀市で収穫されたブドウで、新幹線の車内販売用の台車などを置くスペースを活用

JR東日本が新幹線で東京に運んだブドウ(10日、東京駅新幹線ホームで) ■ 秋本明子撮影

JR東日本	新幹線や特急列車で貨物を輸送する事業を10日から本格化
JR九州	九州新幹線を使った物流事業で佐川急便との提携を8月に発表
全日本空輸	旅客機に貨物のみを積んで運航。4月以降、毎月200機超に
ジップエア	6月から旅客機で日用品などを空輸
タクシー	タクシーのトランクに食料品を積んで家庭に配達

◎運輸各社の主な取り組み

(出所) 読売新聞

# Ⅱ.コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

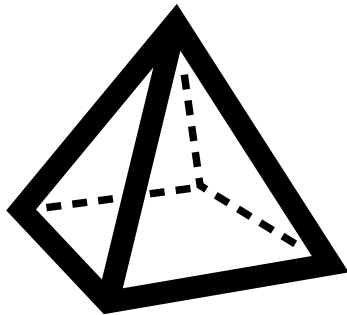
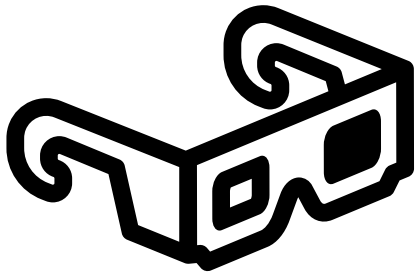
### (1) 1つ目のKey Word

多様性

目的

【5W2Hの視点】事例

### ■「VR体験サービス」(観光業/「目的」面) 変なホテル



The image shows a screenshot of a website page titled "Hotel Service INFORMATION". The main heading is "VR貸出 VR Rental【1泊 1,000円】". Below this, there are several sections: "操作は楽々" (Operation is easy), "コンパクトなのに大画面" (Compact but large screen), and "VRオススメの無料ゲームをご紹介☆多" (Introducing recommended free games). There are three columns of game recommendations: "1 Epic Roller Coasters", "2 ワンオペVergeR", and "3 Play With Me". At the bottom, there is a section for "無料貸出備品" (Free rental equipment) including a steam iron, charging cable, and children's gown. The page is framed by a light wood border.

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

手段

【5W2Hの視点】 事例

### ■「日傘プロモーション」(小売業/「手段」面) 名鉄百貨店





# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

手段

【5W2Hの視点】事例

### ■「ライブコマース」(情報通信業/「手段」面) RooMoon



RooMoon

(出所) RooMoon Webサイト

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

価格

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】 事例

### ■「電子書籍・宅配」(出版業/「価格」面)



(出所) 日本経済新聞

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

価格

【5W2Hの視点】事例

■「オンライン配信ライブ」(エンターテインメント業/「価格」面)



3,600円/人X約18万人  
=約6億5000万円!

(出所) サザンオールスターズ特別サイト

# Ⅱ.コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

価格

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

【5W2Hの視点】事例

### ■「オンライン・バー」(飲食業/「価格」面) Bar Paper Moon



飲食店にも、  
新たな顧客層開拓のチャンス！

(出所) 京都新聞



# コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

～【多様性】事例のまとめ～

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

With コロナ時～

### (1) 1つ目のKey Word

多様性

#### 【5W2Hの視点】

自らの業種で、  
収益があがる「形」を複数探すヒントに！

視点		具体例
<u>What</u>	商品・サービス	<u>宿泊サービス</u> + 空間レンタル
<u>Where</u>	場所	<u>国内</u> + 海外
<u>Who</u>	対象顧客	<u>旅行客</u> + サラリーマン
<u>When</u>	タイミング	<u>夜間営業</u> + 昼間営業
<u>Why</u>	目的	<u>食の提供</u> + 柔軟なライフスタイルのサポート
<u>How</u>	手段	<u>店舗販売</u> + テイクアウト/配送
<u>How much</u>	価格	<u>高級価格</u> + お手頃価格

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

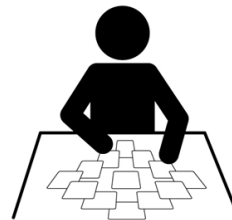
Before Corona (コロナ前)

After Corona (コロナ後)

売上高  
100



With Corona (現状)



売上高  
70

(業種によっては)  
数年後も現状の70%ほどしか売上高が  
戻らない可能性が大きい

**【7割経済】**

これまでの約1.5倍、利益が上がる「体質改善」が必須。  
中期的には、**【ビジネスモデルの抜本的な転換】**が必要！

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

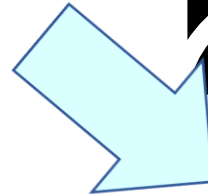
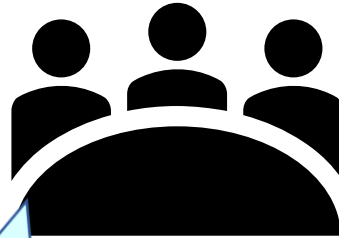


Thomas L. Friedman

@tomfriedman

NY Times columnist and Pulitzer Prize winning author of Lexus and the Olive Tree and From Beirut to Jerusalem.

**Before Corona** (コロナ前)



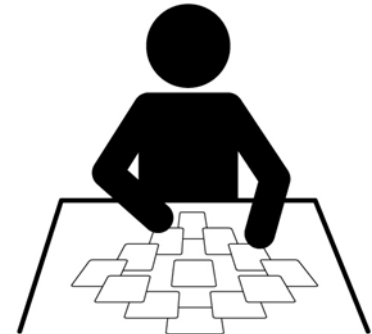
**With Corona** (現状)

多様性  
(弾力性のある組織)

+意識

ビジネスモデルの転換  
(生産性の高い組織へ)

**After Corona** (コロナ後)



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 【参考】逆設定法

「ずらして」考えるだけでは難しい場合は…

### 【逆設定法】

「意識的に常識の枠外、つまり逆側から見ることで新しい発想につなげようという手法。」

(例) シニア向けの操作方法が単純な携帯電話  
※「かんたんケータイ」



### ・アイデア出しのフレームワーク

【テーマ】

① 固定観念欄	② 逆:設定欄	③ アイデア欄



# コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word ～【非接触】について～

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

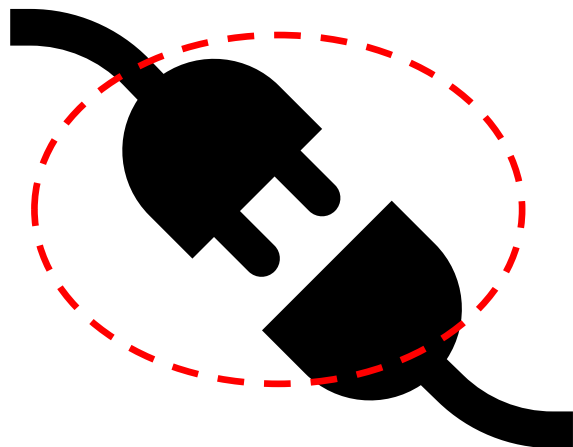
### (2) 2つ目のKey Word

非接触

### タッチポイント

売手は買手に、何らかの形態で必ず接触する。  
その接触点を「**タッチポイント**」と呼ぶ！

売手(提供者)



買手(受領者)

①換気の悪い  
密閉空間



②多数が集まる  
密集場所



③間近で会話や  
発声をする  
密接場面



(出所) 厚生労働省HP


# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (2) 2つ目のKey Word


非接触

**Avoid the Three C's**  
Be aware of different levels of risk in different settings.



There are certain places where COVID-19 spreads more easily:

- 1** Crowded places  
with many people nearby
- 2** Close-contact settings  
Especially where people have close-range conversations
- 3** Confined and enclosed spaces  
with poor ventilation



The risk is higher in places where these factors overlap.  
Even as restrictions are lifted, consider where you are going and #StaySafe by avoiding the Three C's.

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 3. 2つのKey Word

### (2) 2つ目のKey Word

非接触

### ■タッチポイントの3形態

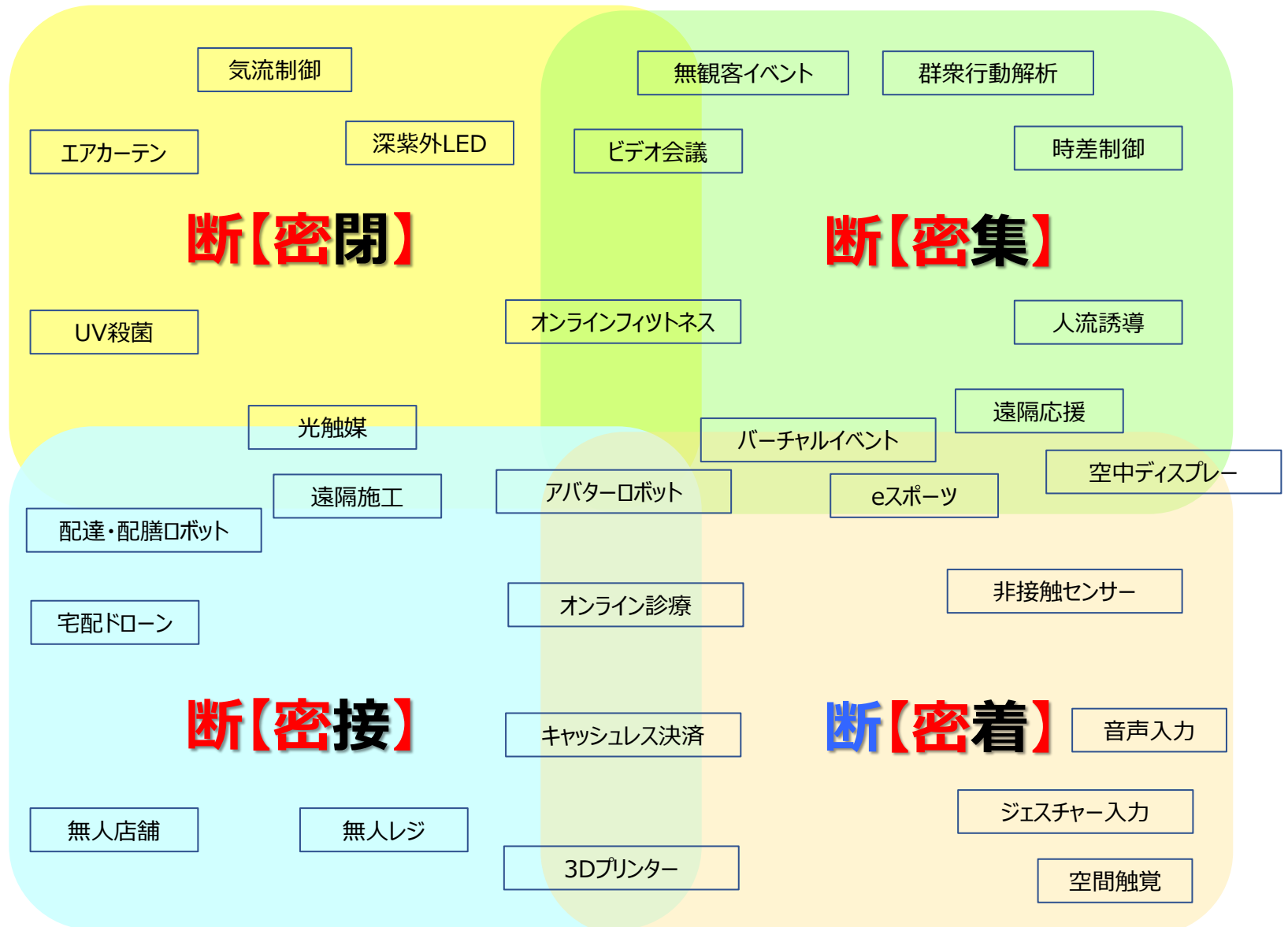
形態	概要
①ハイタッチ型 (High-touch style)	つきっきりのきめ細やかな対応を行う形態。 例:おもてなし
②ロータッチ型 (Low-touch style)	買手の自主性に依存する形態。 例:セルフサービス
③テックタッチ型 (Tech-touch style)	テクノロジーを活用した形態。 例:システム・ロボット・機械の活用

①ハイタッチ型 + ③テックタッチ型  
の価値提供



「ヒト」と「モノ」の共存が必要！

# 【参考】「断密」を実現するためのテクノロジー





# コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

## 4. ヒトとモノの相互活用

テクノロジー/AIの観点から

### (1) 論文「雇用の未来」

執筆者: 英国オックスフォード大学の2人の研究者  
(フレイ博士及びオズボーン准教授)

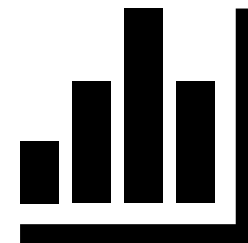


オズボーン准教授

【論文のテーマ】

コンピューター化によって仕事は失われるのか？

同論文において、  
米国に存在する702の職業それぞれが  
「どの程度機械に代替され得る可能性があるか」  
をデジタル化して発表して世界的に話題。



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

(出所) Frey & Osborne論文2013

### (1) 論文「雇用の未来」

職種別(米国)①

ある計算式



Computerization Probability of Selected Occupations

Marketing			Content Creation		
probability	employees	occupation	probability	employees	occupation
1.4%	184,490	Marketing Managers	1.5%	29,000	Multimedia Artists and Animators
1.5%	56,920	Public Relations and Fundraising Managers	2.1%	52,250	Photographers
3.7%	77,940	Meeting, Convention, and Event Planners	2.2%	97,300	Producers and Directors
3.9%	29,340	Advertising and Promotions Managers	2.3%	33,140	Art Directors
13.0%	587,450	Management Analysts	3.8%	43,500	Writers and Authors
18.0%	208,030	Public Relations Specialists	5.5%	97,350	Editors
22.0%	26,970	Statisticians	8.2%	197,540	Graphic Designers
23.0%	15,410	Survey Researchers	16.0%	13,310	Desktop Publishers
61.0%	468,160	Market Research Analysts and Marketing Specialists	31.0%	24,460	Film and Video Editors
66.0%	14,110	Statistical Assistants	84.0%	10,500	Proofreaders and Copy Markers
94.0%	57,120	Budget Analysts	89.0%	48,210	Technical Writers
Sales			Information Technology		
0.4%	68,080	Sales Engineers	0.7%	528,320	Computer Systems Analysts
1.3%	358,920	Sales Managers	1.5%	24,210	Computer and Information Research Scientists
7.5%	248,770	First-Line Supervisors of Non-Retail Sales Workers	3.0%	112,170	Database Administrators
25.0%	335,540	Sales Representatives, Wholesale and Manufacturing	3.0%	365,430	Network and Computer Systems Administrators
28.0%	1,199,770	First-Line Supervisors of Retail Sales Workers	3.5%	330,360	Computer and Information Systems Managers
51.0%	83,600	Demonstrators and Product Promoters	3.5%	86,950	Operations Research Analysts
54.0%	154,220	Advertising Sales Agents	4.2%	686,470	Software Developers, Applications
85.0%	1,394,640	Sales Representatives, Wholesale and Manufacturing	13.0%	382,400	Software Developers, Systems Software
92.0%	4,562,160	Retail Salespersons	22.0%	not reported	Computer Occupations, All Other
92.0%	374,700	Insurance Sales Agents	48.0%	302,150	Computer Programmers
99.0%	234,520	Telemarketers	65.0%	738,030	Computer Support Specialists

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### (1) 論文「雇用の未来」

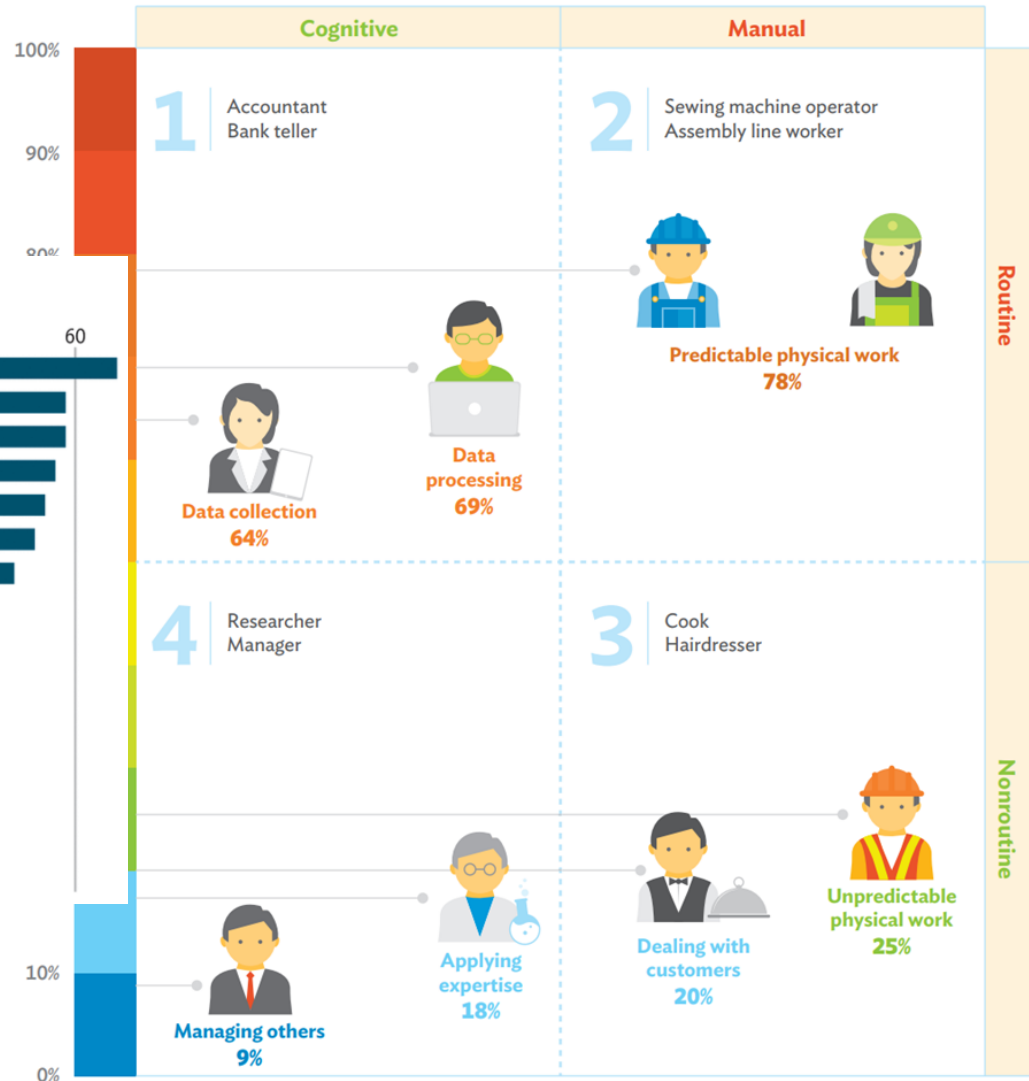
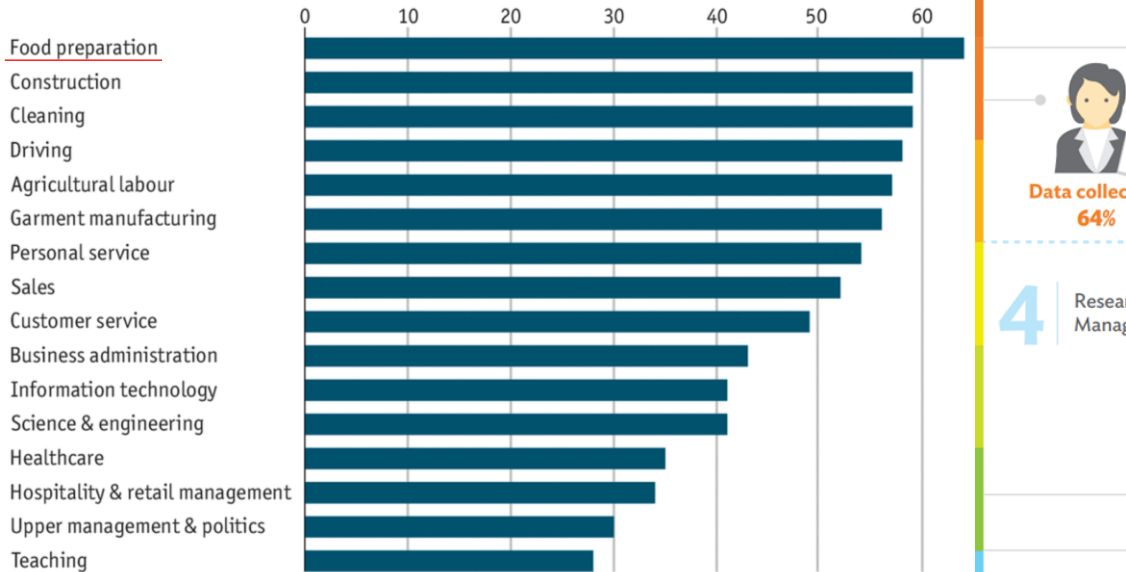
職種別(米国)②

2.1.9 Impact of automation on jobs

(出所) Frey & Osborne論文2013

#### Automated for the people

Automation risk by job type, %

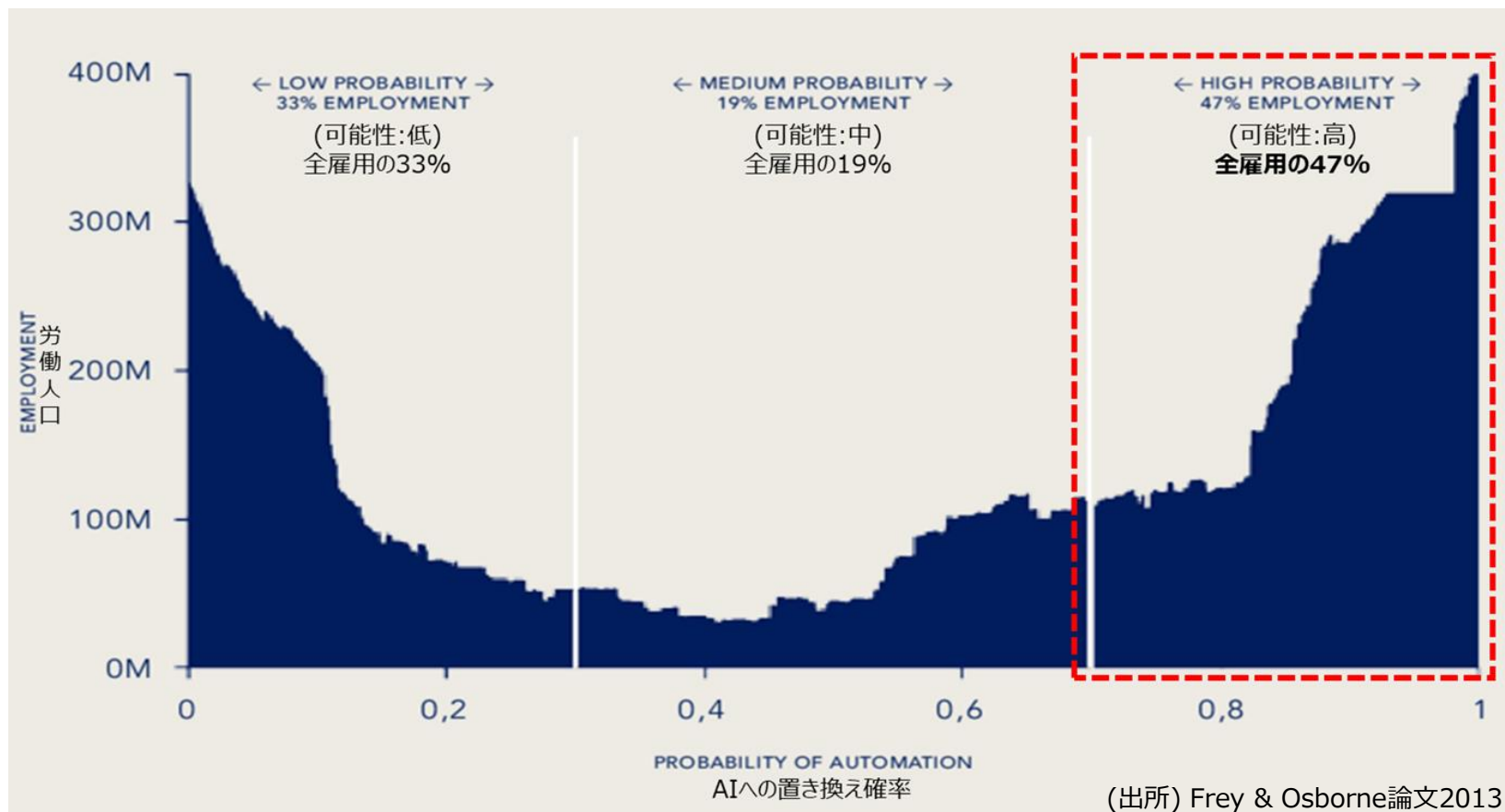


# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### (1) 論文「雇用の未来」【その結果】

「米国において10～20年間に労働人口の47%が機械に代替されるリスクは70%以上。」





# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### (1) 論文「雇用の未来」

日本では、どうなのか？

(野村総研との共同研究:2015年)

#### ■ 自動化する可能性が最も高い職業

職業名		自動化が可能になる確率
<u>電車運転士</u>	Train Drivers	99.8%
経理事務員	Accounting Clerks	99.8%
検針員	Meter Reading Workers	99.7%
一般事務員	General Administrative Clerks	99.7%
包装作業員	Packaging Workers	99.7%
路線バス運転者	Route Bus Drivers	99.7%
積卸作業員	Loading and Unloading Workers	99.7%
こん包工	Balers	99.7%
<u>レジ係</u>	Cashiers	99.7%
製本作業員	Binding Workers	99.7%

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

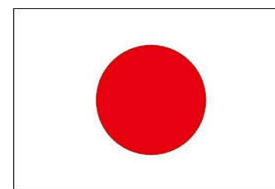
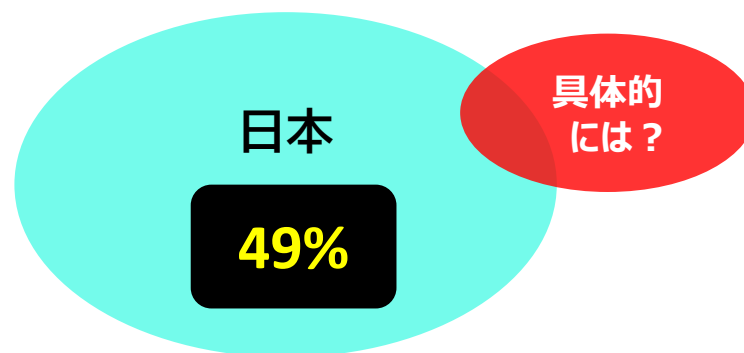
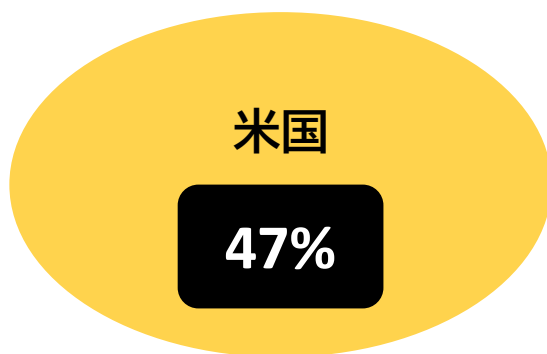
## 4. ヒトとモノの相互活用

### (1) 論文「雇用の未来」

日本では、どうなのか？

(野村総研との共同研究:2015年) ※601の職業を対象に調査

#### ■ 機械に代替されるリスクが高い労働人口の割合



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### (1) 論文「雇用の未来」 **POINT!**

「機械が人間の仕事を代替  
する上で障壁となる**3要素**」

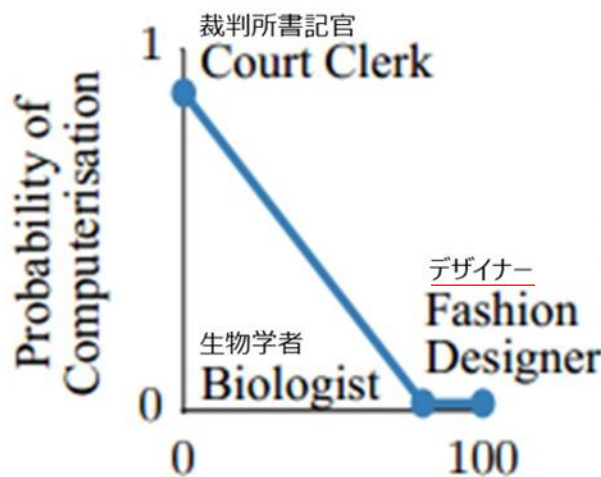
機械が苦手=人が得意

- ① 社会的コミュニケーション力
- ② 創造力
- ③ 現場での対応力

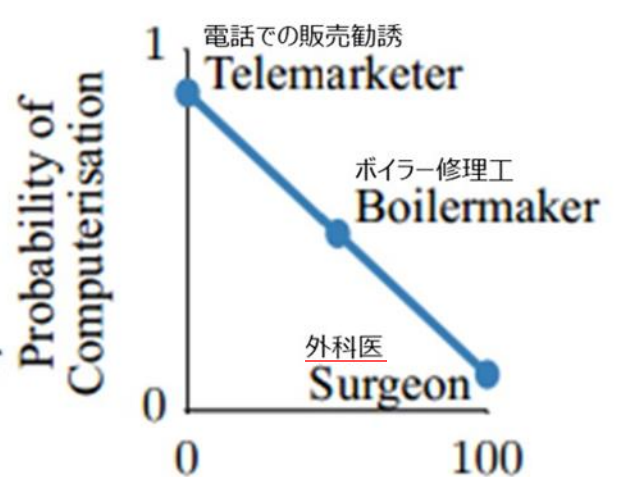
AIへの置き換え確率



Social Intelligence  
社会的コミュニケーション力



Creativity  
創造力



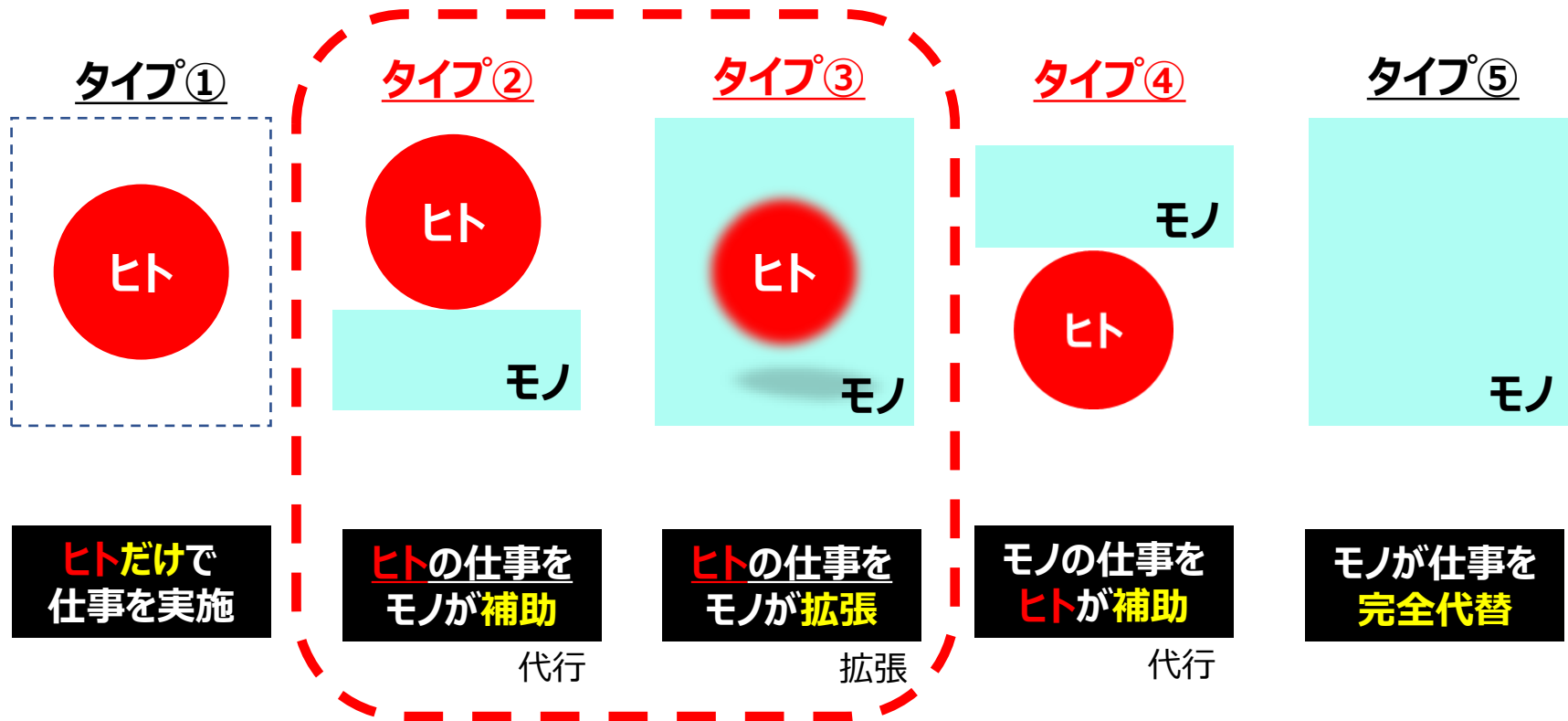
Perception and manipulation  
現場での対応力

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### (2) ヒトとモノの分業

そのような観点から分類







# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### (2) ヒトとモノの分業

タイプ②

タイプ③

「モノ」の 카테고리	「モノ」が補助 (例)	「モノ」が拡張 (例)
(1) 識別系 	不良品の振り分け作業	高精度画像によるがん発見
(2) 予測系 	ローンの審査	離職者のデータ予測
(3) 会話系 	施設内の案内	多言語での対話
(4) 実行系 	自動運転	ドローンによる動画撮影

(参考) 野口竜司氏(ZOZO)関連書籍等



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### ① 観光業での事例

■「変なホテル」【非接触】  
“変わり続けることを約束するホテル”

京都八条口駅前店を視察！



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

受付で恐竜がお出迎え



タイプ③

ヒトの仕事  
モノが拡張



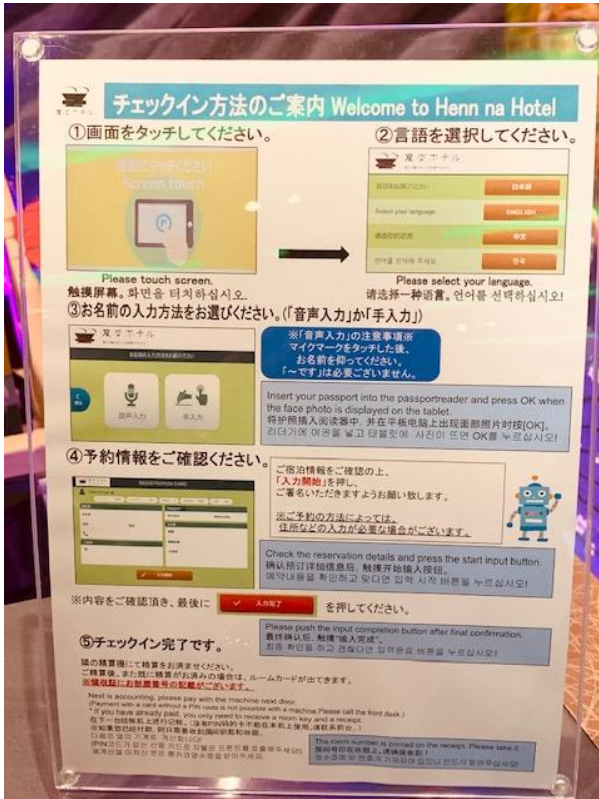
# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### 機械操作による自動チェックイン

タイプ②

ヒトの仕事を  
モノが補助



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

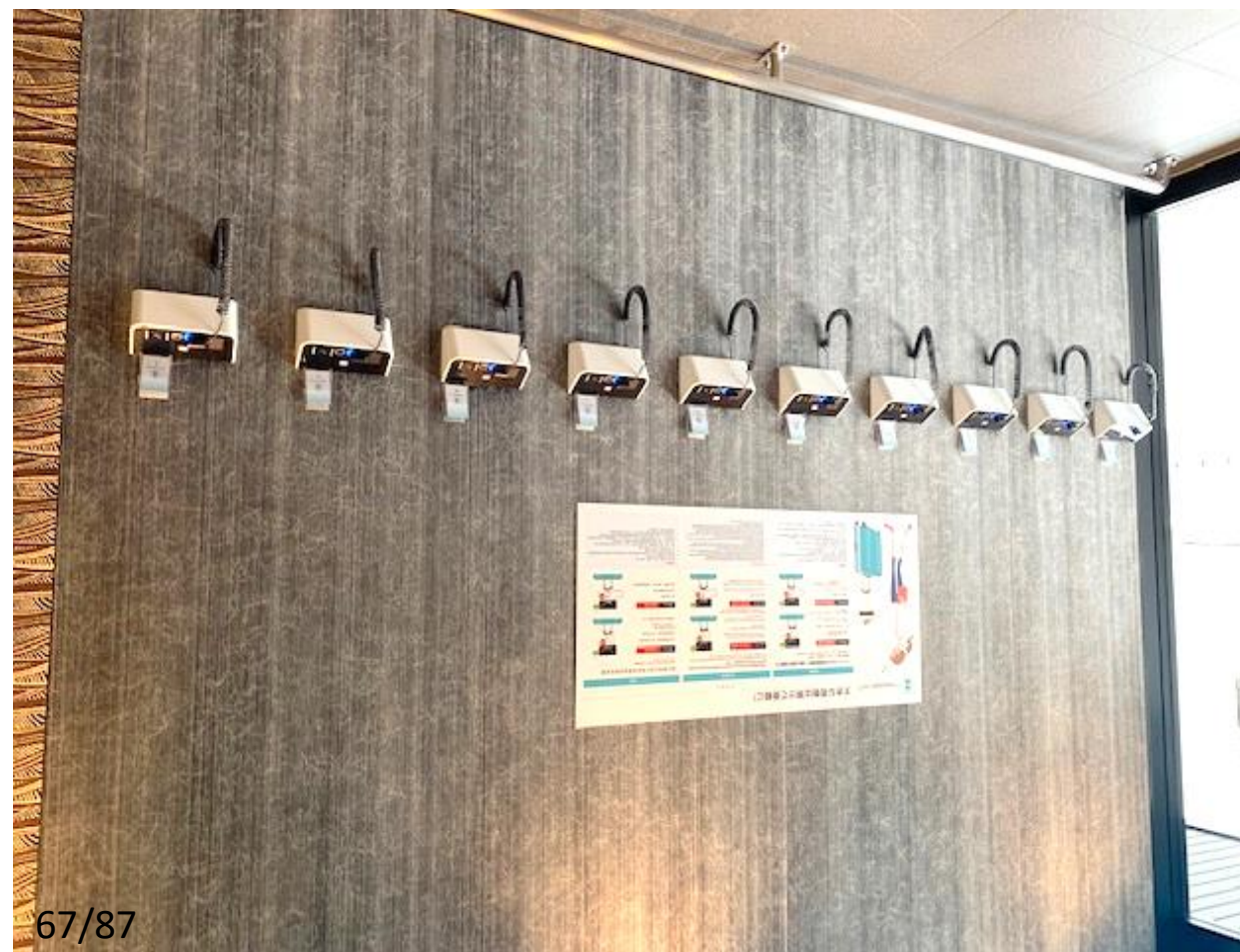
## 4. ヒトとモノの相互活用

### ① 観光業での事例

タイプ⑤

モノが仕事を  
完全代替

荷物保管装置 (Baggage Port)





# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### ① 観光業での事例

#### ■「座席の『見える化』」【非接触】

座席「見える化」で安心感

新型  
コロナ  
揺れる経済

「3密」のイメージが敬遠され、新型コロナウイルスの感染拡大後の利用者が激減する高速バス業界。運賃の安さがこれまでのウリだったが、コロナ禍で求められる役割が変わる可能性もある。高速バス大手、ウィラー・エクスプレス（東京）の平山幸司社長に展望を聞いた。

— コロナ禍でのウィラー

「4、5月の利用者は前年同月比99%減で、7月も9割減の見込み。USJの再開などで7月下旬の4連休には観光利用が戻ってくる」とみていたが、感染の再拡大で水をさされた。

「Go To トラベル」が始まったとはいえ、しばらくは回復は難しいだろう。—

— 客足を取り戻そうと各社が値下げに動いている。高速バスは運賃の安さだと考えてきたが、コロナを機に時代は変わったのかもしれない。このまま「たたき売り」の状況が続けばビジネスは続けられず、業界の再編につながる可能性もある」

「例えば現在、東京—大阪の片道運賃は通常の半額の3千円弱。しかし、それでも、利用者は戻ってこない。高速バスが一番の価値は運賃の安さだと考えてきたが、コロナを機に時代は変わったのかもしれない。このまま「たたき売り」の状況が続けばビジネスは続けられず、業界の再編につながる可能性もある」

ウィラー・エクスプレス 平山幸司社長

「3密」のイメージが敬遠され、新型コロナウイルスの感染拡大後の利用者が激減する高速バス業界。運賃の安さがこれまでのウリだったが、コロナ禍で求められる役割が変わる可能性もある。高速バス大手、ウィラー・エクスプレス（東京）の平山幸司社長に展望を聞いた。

— コロナ禍でのウィラー

「4、5月の利用者は前年同月比99%減で、7月も9割減の見込み。USJの再開などで7月下旬の4連休には観光利用が戻ってくる」とみていたが、感染の再拡大で水をさされた。

「Go To トラベル」が始まったとはいえ、しばらくは回復は難しいだろう。—

— 客足を取り戻そうと各社が値下げに動いている。高速バスは運賃の安さだと考えてきたが、コロナを機に時代は変わったのかもしれない。このまま「たたき売り」の状況が続けばビジネスは続けられず、業界の再編につながる可能性もある」

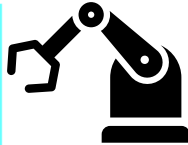
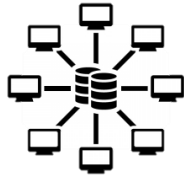
(出所) 朝日新聞



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### ① 宿泊業でのモノ活用



(将来) ← (応用) ← (基本)

宿泊部門	決済自動化	受付ロボット			
		シフト管理	AIコンシェルジュ		
			顔認証(VIP分析)		
調理部門	自動調理ロボ	シフト管理	AIコンシェルジュ		
飲食部門	ピークマネジメント		電話自動応答化		
		シフト管理			
	顧客サービス提案				
婚礼部門	VR提案支援				
	婚礼提案支援	シフト管理			
営業部門	VR宿泊体験				
	市場予測		営業提案支援		
		広告戦略		イベント効果推定	
			見込み顧客分析		ダイナミックプライシング
		マーケティング戦略		アンケート分析	
			SNS分析		需要予測
				Web行動分析	
管理部門	スタッフ作業監視	採用	購買調達	設備点検	
		評価/適正/異動	顔認証		
				空調手配	

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### ② 外食業での事例

#### ■「モバイルオーダー」【非接触】

お店で食べるときも、テイクアウトにも。

お店で食べるテイクアウト



カウンターで受け取る

呼び出し画面に番号が表示されたら直接カウンターにて受け取ってください。



カウンターで受け取る



席までスタッフがお届け

お店に来たら、そのまま席へ！ テーブルの番号を入力すれば、クルーが直接お届けします。



(出所) マクドナルドHP

# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### ② 外食業での事例

#### ■「完全キャッシュレス」【非接触】





# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### ② 外食業での事例

#### ■「カウンター席の隔離」【非接触】



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 4. ヒトとモノの相互活用

### ② 外食業でのモノ活用

(将来) ← (応用) ← (基本)



# コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

改めて

### (1) With / Afterコロナの「タッチポイント」

形態	概要
①ハイタッチ型 (High-touch style)	つきっきりのきめ細やかな対応を行う形態。 例:おもてなし
②ロータッチ型 (Low-touch style)	買手の自主性に依存する形態。 例:セルフサービス
③テックタッチ型 (Tech-touch style)	テクノロジーを活用した形態。 例:システム・ロボット・機械の活用

①ハイタッチ型 + ③テックタッチ型  
の価値提供

②ロータッチ型は  
効果的ではないのか？

もう1つの観点

(頭)  
きめ細やかさ



(胴体)  
テクノロジーで非接触



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

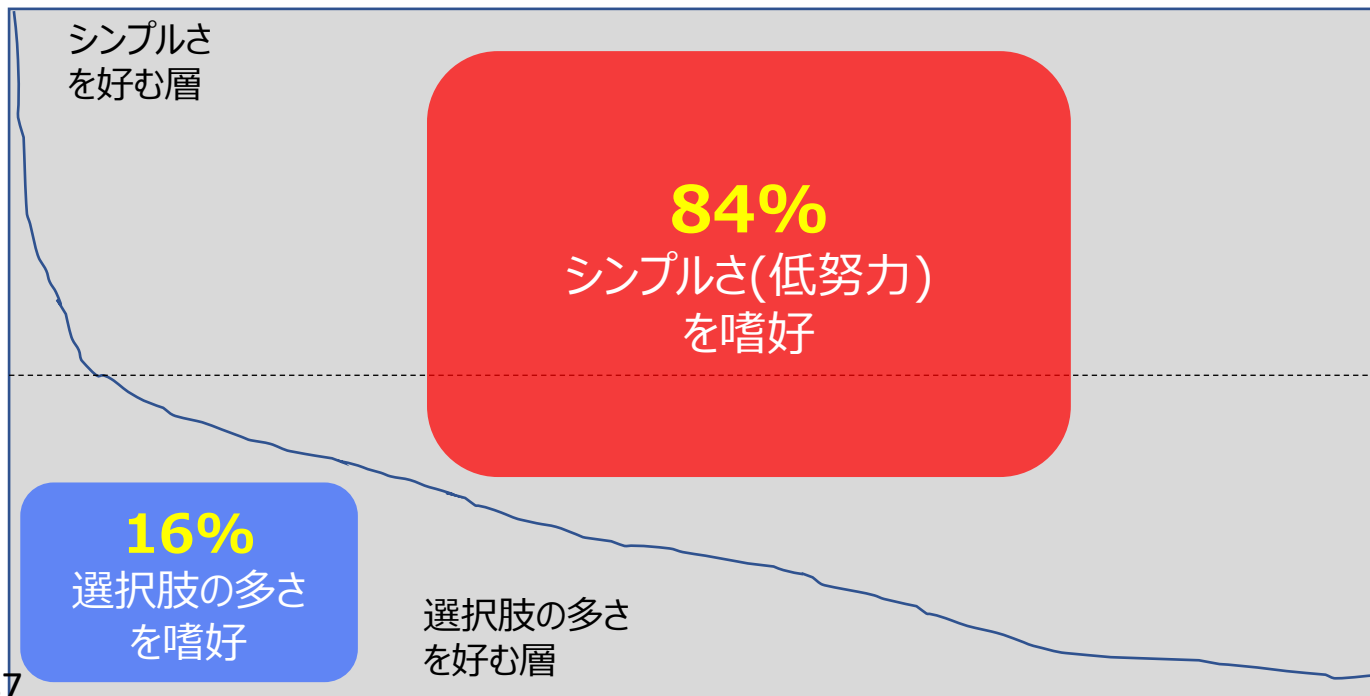
### (2) ロータッチ型の活用？

2013年 米国996名に調査

**顧客の嗜好：(16%)選択肢の多さ < (84%)低努力**

※「できるだけシンプルに解決したい」

**ほとんどの顧客は生のサービスよりセルフサービスを好む！**

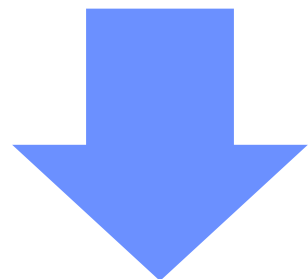


# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

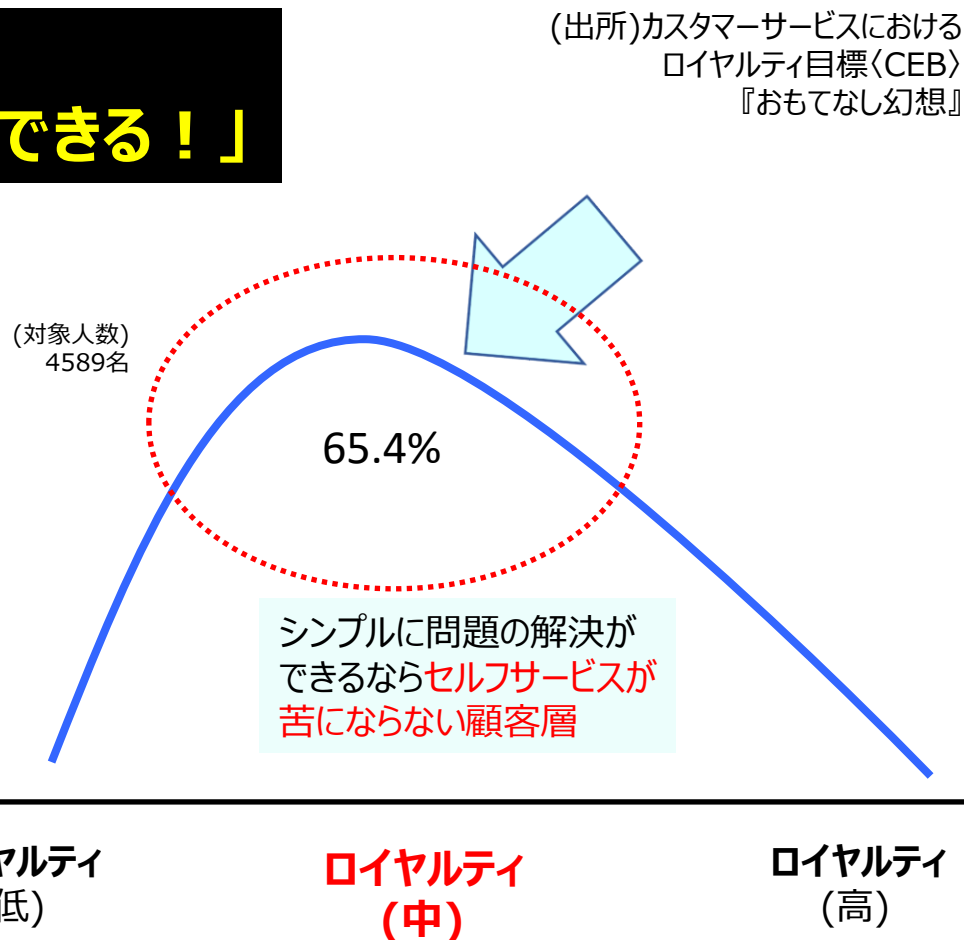
## 5. 自社への活用策

### (2) ロータッチ型の活用？

**「セルフサービスを活用して、顧客のわずらわしさを逆に削減できる！」**



**「ロータッチ型」のセルフサービスの活用も選択肢の1つである！**



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

### (2) ロータッチ型の活用？ (1/5)

#### ■「書籍の検索と選択」

事例

(出所) 有隣堂webサイト

【これは便利】紀伊国屋書店の在庫検索機がスマホから検索可能に



(出所) 紀伊国屋書店webサイト



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

### (2) ロータッチ型の活用？ (2/5)

#### ■「ホテルスタッフからの推奨」

事例



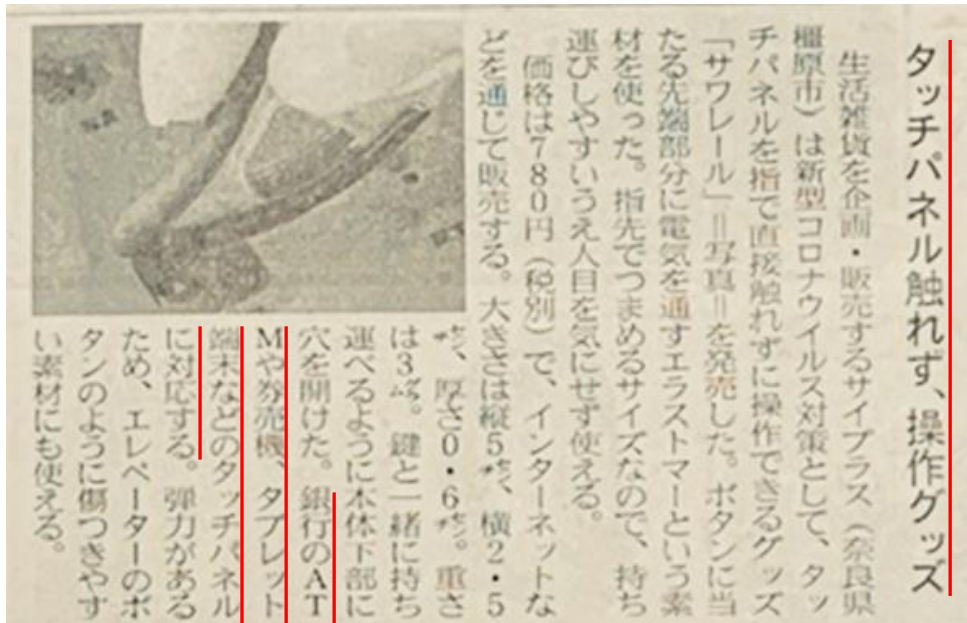


# Ⅱ.コロナ後のビジネストrend

## 【参考】 サワレール(非接触用お手軽グッズ)



商品名：サワレール  
 価格：780円（税別）





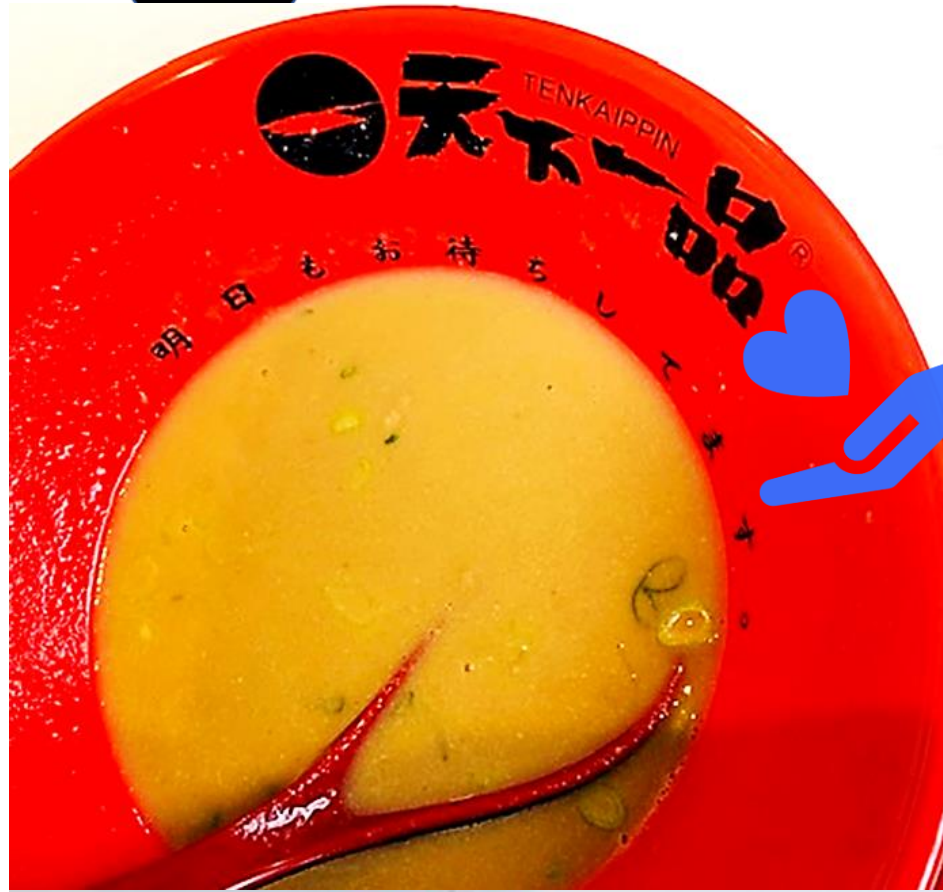
# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

### (2)ロータッチ型の活用？(3/5)

■ラーメン屋の感謝

事例



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

### (2) ロータッチ型の活用？ (4/5)

#### ■「宅配型」社食

#### 事例



(出所) オフィスおかん Webサイト

	企業様も嬉しい!		従業員様も嬉しい!		
	費用 (企業様負担)	運用の手間	利用時間	使い方	食べる楽しみ
オフィス おかん	 一部企業負担	 商品・現金管理は おかんが代行	 24時間利用可能。 間食や残業時、 シフト制でもOK。	 ランチ・弁当にプラス1品、 持ち帰りも可能など 自由度が高い。	 約20品目から選べて 栄養や体調にあわせて 量も調整しやすい。
社員食堂	 導入・運用費用必要	 導入・運営人員が必要	 営業時間内のみ	 使い方の自由度が低い	 バランスや量が調整 しづらく、メニューが 限られ飽きることも。
仕出し弁当	 負担なし	 注目の管理が必要	 基本的に昼食時のみ	 使い方の自由度が低い	 バランスや量が調整 しづらく、メニューが 限られ飽きることも。





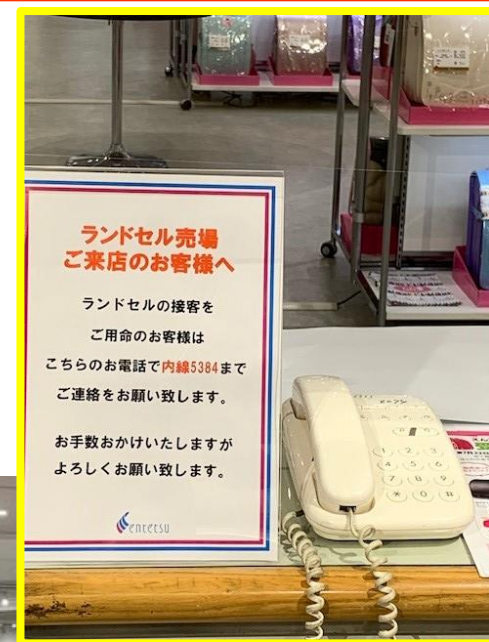
# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

### (2) ロータッチ型の活用？ (5/5)

#### ■「受注販売会」

#### 事例



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

【まとめ】自社にどのように取り込むか？

### (3) 具体的な活用手順 **POINT!**

#### ① **作業別の洗い出し**

→ 従業員に下記項目を毎日帰宅時にメモしてもらう。  
(1ヶ月継続)

	作業内容	作業目的	時間/日
例	注文の手渡し	顧客に商品を届けるため。	約2時間



# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

### (3) 具体的な活用手順 **POINT!**

#### ② **作業別の分析**

→ 洗い出した各作業に対して下記の**3視点**で分析を実施。  
(経営者/管理者の仕事)

	作業内容	作業目的	時間/日
例	注文の手渡し	顧客に商品を届けるため。	約2時間

	接触度	モノへの代替	セルフ化
高		○	○
低			

コスト情報の収集  
(見積りの実施)

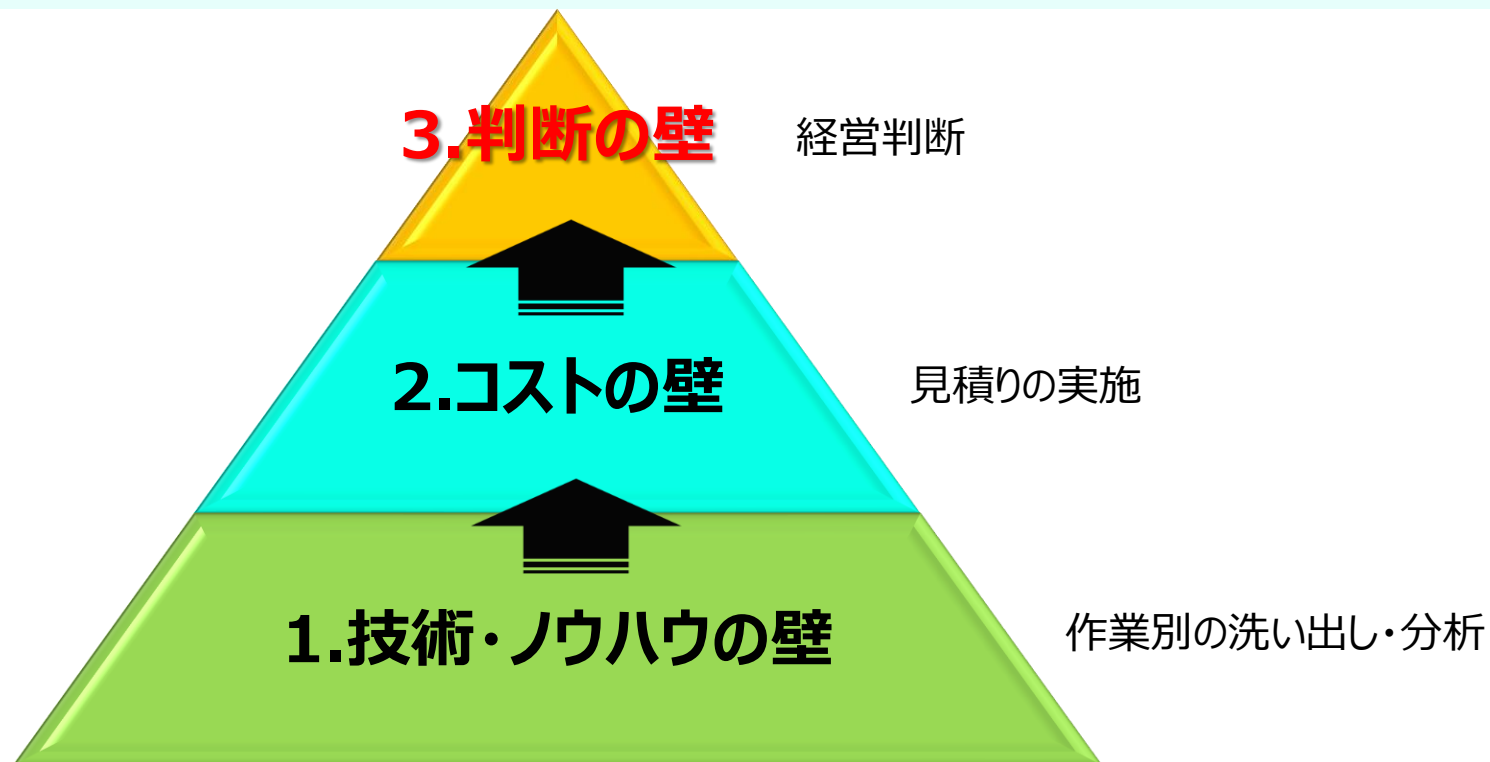
# Ⅱ. コロナ後のビジネストレンド

## 5. 自社への活用策

### (3) 具体的な活用手順

#### ③ 経営者の「判断」

→ 「技術・ノウハウ」と「コスト」取得に関する情報入手をまず行い、**経営者**自らが「ヒト」・「モノ」をどのように活用すべきか？判断すべき！





# 『コロナ後に必要となるビジネスの視点』 ～「ヒト」と「モノ」の相互活用～

本日まで説明した内容が皆様のお役に  
立てば大変幸甚です。

**ご清聴有難うございました！**

中小企業診断士 小峰 潤  
KJグローバル経営事務所  
E-mail:[komine1974@outlook.jp](mailto:komine1974@outlook.jp)