



第21回

増販増客コンファレンス 2021~2022

バブル崩壊、アジア通貨危機、リーマンショックをはるかに超える
Afterコロナ大変化

大変化と、大チャンスの時代！

2022年1月15日

日本マーケティング & マネジメント研究機構

株式会社企画塾・代表取締役塾長

高橋憲行

企画塾

〒151-0051 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
FAX03-6447-0881 <http://kjnet.co.jp/> web@kjnet.co.jp



第21回

増販増客コンファレンス 2021~2022

バブル崩壊、アジア通貨危機、リーマンショックをはるかに超える
Afterコロナ大変化を俯瞰して観て、
各業界、個々の企業も、顧問先も、自社もなにをすべきか？
100年ぶりクラスの大転換期

マクロに見た 日本

潜在力はあるが、豊かさを失いつつある日本
日本は、もはや先進国ではないのか？

コロナ・ショック！

コロナショックは、どう乗り切るべきものか？
可能性はあるが、挑戦しないと戦えない

各業界はどうなる？

各業界にせまるコロナショックによる大逆転！
どんなところが鍵になるのか？

個々の各企業は ？

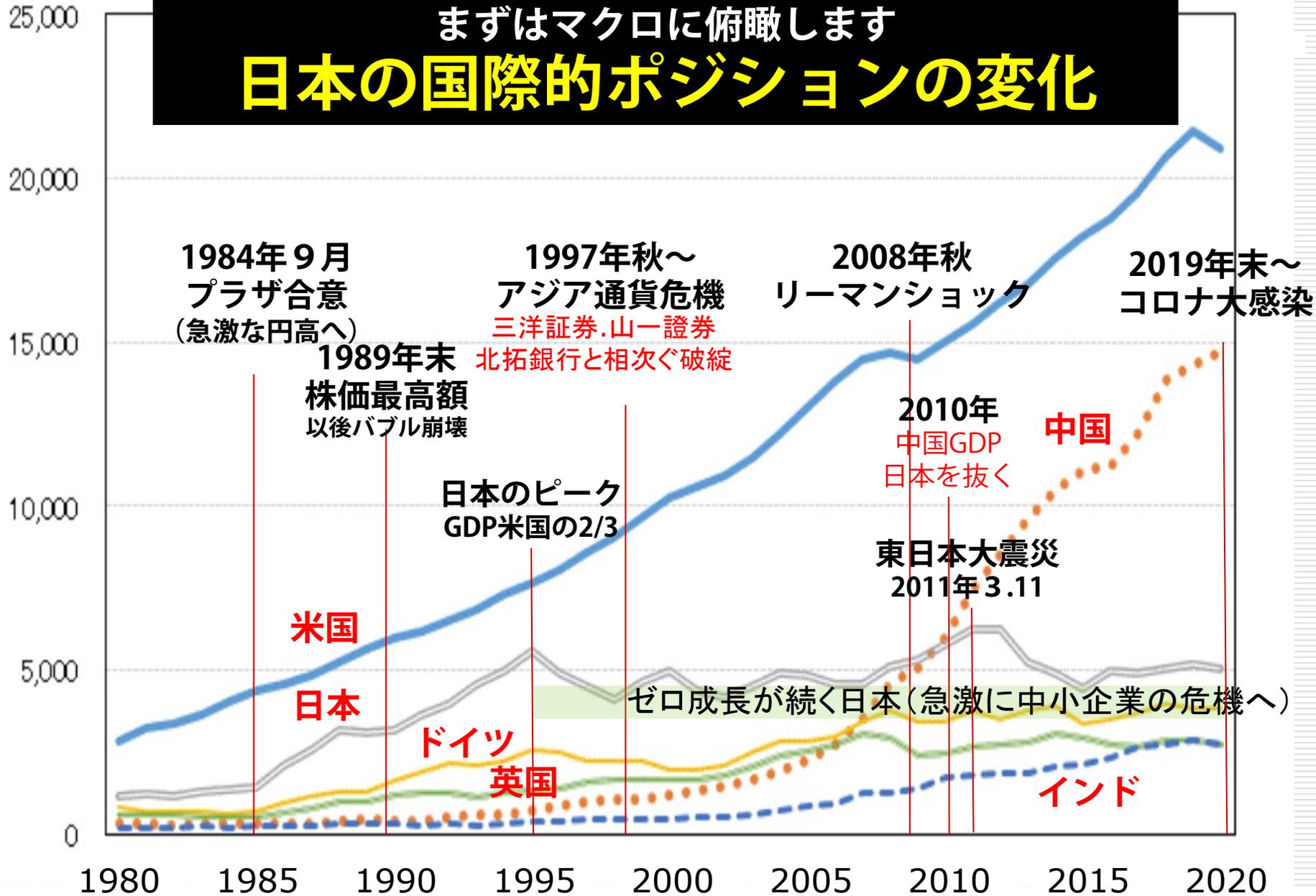
個々の企業にはMarketingとInnovationが必要
それは、どんな要因をつかむべきか

今、何をすべきか？

MarketingとInnovationとは、
具体的になにをすべきか？ 一部は詳細に

(10億米ドル)

まずはマクロに俯瞰します 日本の国際的ポジションの変化



まずはマクロに俯瞰します

日本の国際的ポジションの変化.02

1995年.3位

2000年.2位

2010年.18位

2020年.24位

順位	名称	単位: USドル	順位	名称	単位: USドル	順位	名称	単位: USドル	順位	名称	単位: USドル
1位	ルクセンブルク	50,911.34	1位	ルクセンブルク	49,183.43	1位	ルクセンブルク	106,177.04	1位	ルクセンブルク	116,921.11
2位	スイス	50,329.76	2位	日本	39,172.96	2位	ノルウェー	87,356.19	2位	スイス	87,366.60
3位	日本	44,210.24	3位	スイス	39,073.98	3位	スイス	77,431.92	3位	アイルランド	85,205.50
4位	デンマーク	35,471.26	4位	ノルウェー	38,047.95	4位	カタール	69,796.14	4位	ノルウェー	67,326.07
5位	ノルウェー	34,790.00	5位	アメリカ	36,312.78	5位	サンマリノ	60,426.24	5位	アメリカ	63,358.49
6位	ドイツ	31,829.61	6位	アラブ首長国連邦	34,688.98	6位	デンマーク	58,177.16	6位	デンマーク	61,153.92
7位	オーストリア	30,350.53	7位	アイスランド	32,344.36	7位	オーストラリア	56,459.92	7位	シンガポール	59,794.60
8位	スウェーデン	30,246.92	8位	デンマーク	30,798.72	8位	スウェーデン	52,658.79	8位	アイスランド	59,643.09
9位	オランダ	29,350.80	9位	カタール	30,461.31	9位	オランダ	51,165.82	9位	カタール	54,184.97
10位	アメリカ	28,671.48	10位	スウェーデン	29,589.14	10位	マカオ	51,135.16	10位	オーストラリア	52,905.40
11位	ベルギー	28,458.47	11位	イギリス	28,212.73	11位	アンドラ	49,030.23	11位	オランダ	52,456.09
12位	フランス	27,721.67	12位	パナマ	26,669.44	12位	アイルランド	48,612.20	12位	スウェーデン	52,129.13
			13位	アメリカ	26,327.87	13位	アメリカ	48,586.29	13位	フィンランド	48,786.03
			14位	カナダ	26,186.26	14位	カナダ	47,627.35	14位	オーストリア	48,592.71
			15位	シンガポール	25,574.41	15位	シンガポール	47,236.67	15位	香港	46,657.20
			16位	オーストリア	24,636.47	16位	オーストリア	46,955.17	16位	サンマリノ	46,282.47
			17位	フィンランド	24,379.78	17位	フィンランド	46,647.00	17位	ドイツ	46,215.60
			18位	日本	24,296.72	18位	日本	45,135.80	18位	ベルギー	44,688.46
			19位	ベルギー	23,924.88	19位	ベルギー	44,448.17	19位	イスラエル	44,181.17
			20位	アイスランド	23,852.83	20位	アイスランド	43,293.02	20位	カナダ	43,294.80
			21位	ドイツ	23,149.27	21位	ドイツ	42,379.71	21位	ニュージーランド	41,164.58
			22位	フランス	23,136.51	22位	フランス	42,100.29	22位	イギリス	40,394.13
			23位	イギリス	21,071.76	23位	イギリス	39,579.62	23位	フランス	40,298.85
			24位	イタリア	20,850.53	24位	イタリア	35,815.62	24位	日本	40,088.60
									25位	アラブ首長国連邦	38,661.18

世界の1人当たりGDPドル換算

豊かさの指標

日本の下落は21世紀に入り急降下
G7で最下位に

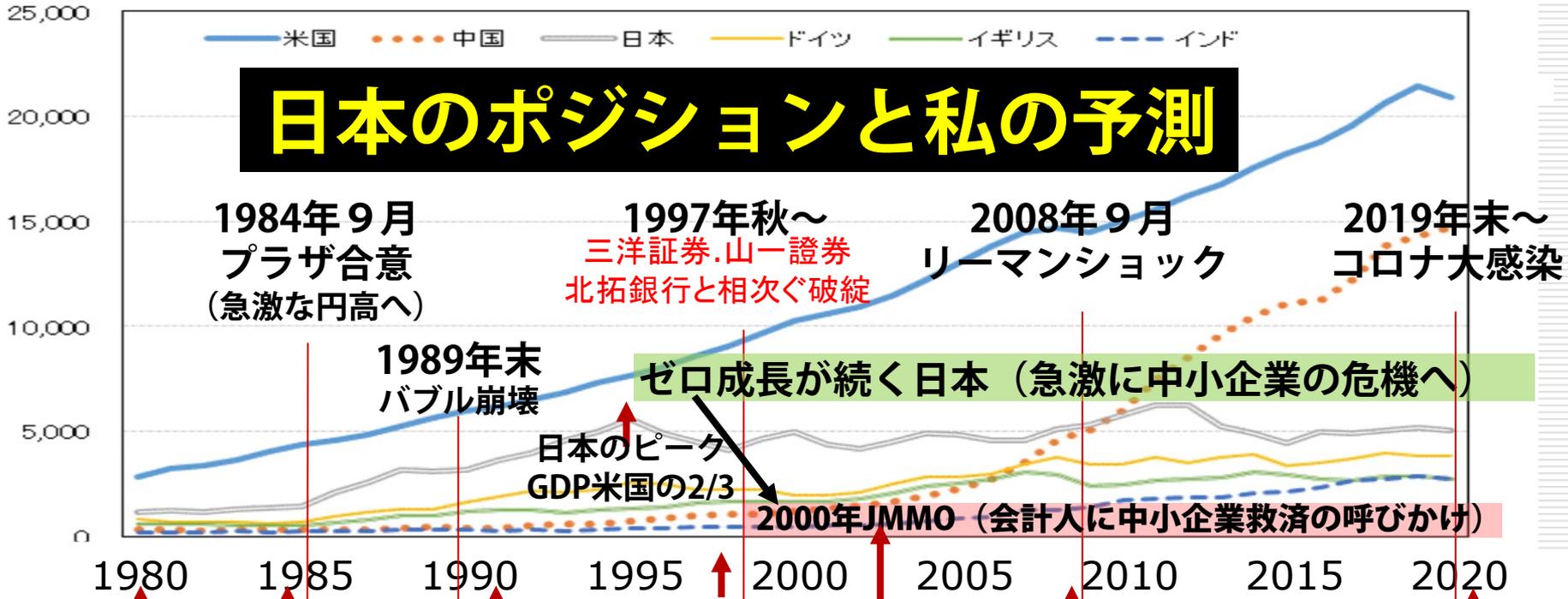
1995年から経済は停止状態

2021年は28位あたりか？

韓国にすら抜かれた模様

止まらない下落傾向

(10億米ドル)



'80年12月
先見力101
の法則

これらの実績から
「先見力教科書」
松下幸之助氏、未来学者
ハーマンカーン氏などの
共著へ



'84年
企画関連書2冊
企業内知的部門
の必要性を説く



'91年4月
1枚企画書
最初の書



1988年
プレジデント



'97年3月
日本崩壊
(金融崩壊小説)

中小企業を
Marketingで
救済しないと
大変な時代に！
会計事務所が
その軸に！



'08年6月
増販増客事例集2008
秋からの不況を示唆

「増販企画」をCTPT marketingと呼称変更

企画、企画書は、これよりビジネス界に定着する

図解型の1枚企画書は、世界初
1枚企画書は、大企業経営者から高い評価
日本で1枚企画書が普及するのは2005年頃から
中小企業庁、補助金の事業計画に「ビジネスモデル
俯瞰図」を推奨するのは2017年頃から

2020年2月～
コロナ後へ
活動をフォーカス

コロナの衝撃を再確認！

過去の例で比較すると
「2つの厳しい事態」が同時に来襲！

**100年前の
スペイン風邪**

米国・1918年の平均寿命が約12歳低下

**90年前
世界大恐慌**

GDPは推定15%減少
国際貿易半減 米国失業率23%へ

リーマンショックとは、比較にならないレベルの
歴史的な、厳しい時代がダブルで到来！

医療の飛躍的な発展と、経済運営の高度化がすすんでいるが……

日本は、ゆでガエル状態の危機へ！

コロナは、多くの価値観を変えた

コロナは価値観…仕事や生き方を変える

仕事のあり方

➡ 通勤、リモートワークなどが働き方、仕事の仕方に大きな変化、変わらないケースも

生活のあり方

➡ 食生活から住生活まで多くの変化を体験
当然、あり方を大きく変える

家族のあり方

➡ 家族との接触が大きく増えた。その結果、家族関係の見直しが増え、価値観が変わる

大都市と地方

➡ 2020年、2021年、東京からの人口移転が戦後、初めて本格的に起こった。地方にはチャンス時代に

超・田舎は？

➡ 森林入手への問合せなどが10倍増
キャンプや引退後住まいなどを考慮へ

内向き志向へ

➡ 都市から田舎、会社から家族、仕事より自分の生き方……など内むき志向が増える

コロナは、価値観を大きく変えた

コロナ後に備える…ビジネス大変化

コロナで疲弊する顧問先対応を！

コロナで好調

➡ リモート関連、通販や、それにのった企業、薬局など
コロナ対応商品販売は、好調、絶好調

好調のはずが…

➡ 注文が来てもサプライチェーンが寸断し、部品がない(メーカーに多い)。関連商品を扱う会社ほか

影響は無し

➡ 詳細に見ると好調・不調が混在しているのが一般的、
油断するとリスクも

生き延びたが…

➡ 給付金等で生き延びたものの、消費の形態が大きく変化し、
それに対応する仕組み作りが早急に必要

厳しい実態

➡ 人員整理をした企業などは、再開しても対応不可能の場合も(飲食、宿泊、旅行業等)

実質.破綻廃業

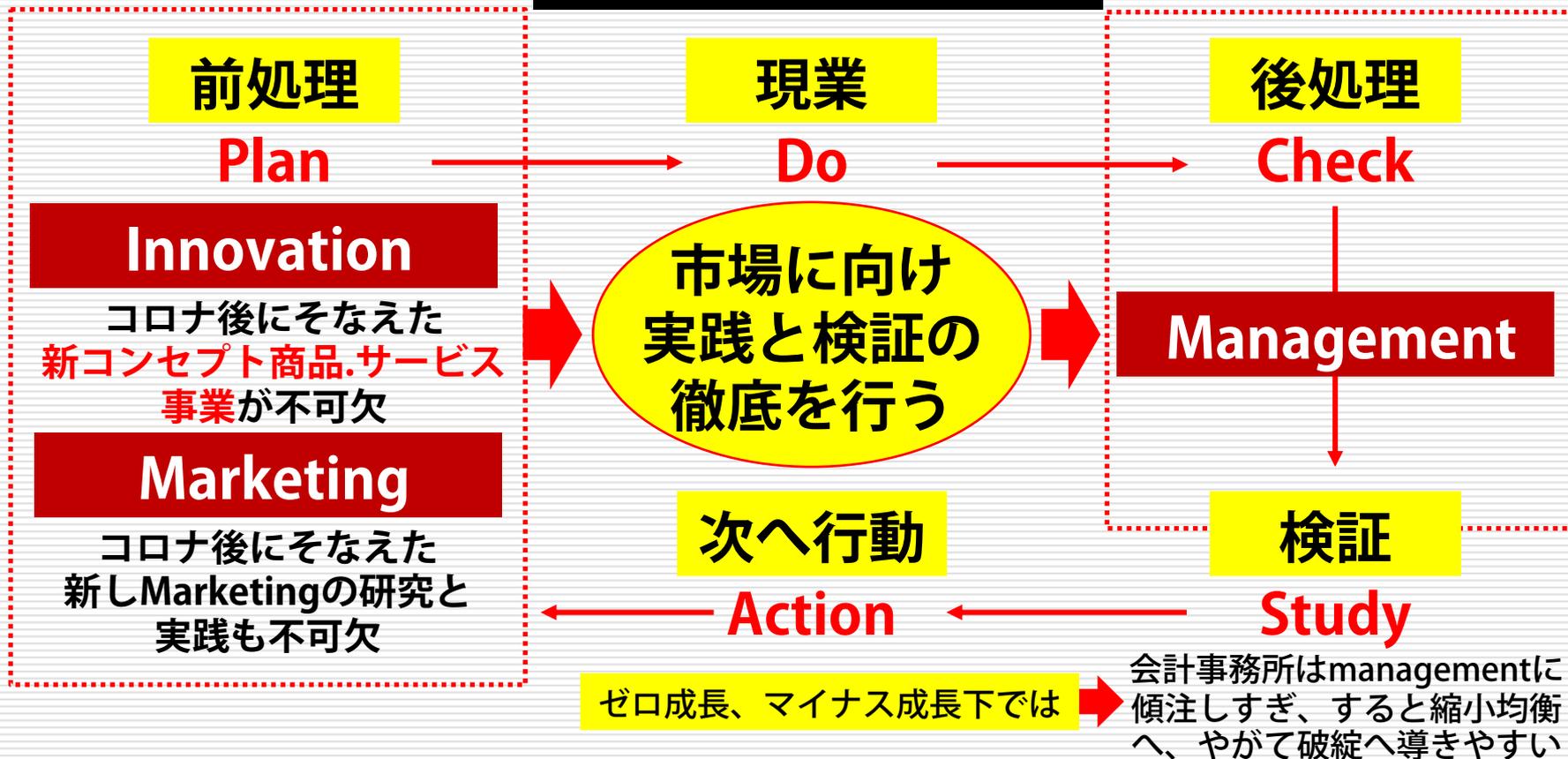
**破綻！
廃業！** ➡ コロナを機に破綻.廃業した事業所は多い
小規模事業所、高齢経営者に多い

好調.不調にかかわらず、ゆっくりと、また急速に変化が起こり

以前に戻らないことを知ること

コロナ後にむけて、何を準備すべきか

大変革に備える



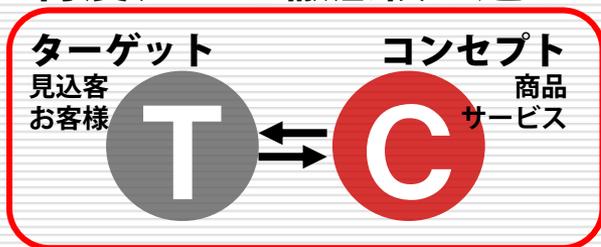
DXは効率化の道具、絶対性はない

Innovation & Marketing重視時代へ

CTPT marketing的に説明すると

潜在需要も含め、絞り込んだ業態転換を

再度、CTを徹底絞り込む

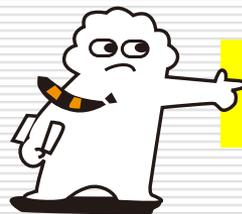


高度成長時代は

CT徹底とマスマーケティング

低成長時代は

PT徹底志向のCTPT marketing



大転換期は

CTを徹底絞り込み検証しての
詳細なCTPT marketingの実践を

顧客の需要を、潜在需要も含め、徹底検証する

さて 具体的な変化の兆候を 観てみましょう



次々と、小さなinnovation
革新的なinnovationが起こり始めている

さらには、具体的に
時代にとり残されて破綻してゆく事業所も多々

具体的な変化を観てみよう.01

東京脱出や、リモート進展はすすむ.01



無制限リモート勤務を本格化へ

2014年から「どこでもオフィス」 2020年2月から本格化

95%が在宅勤務問題ない

どこで仕事をしていてもよく、出張費月15万円



本社を丸の内→淡路島へ

2024年5月末までに管理部門社員約1200人を東京から淡路島内へ移す

2021年1月～6月の半年で初の150社超（186社）

首都圏内への「転入」上回り、11年ぶり転出超過の可能性強まる（以下など）

- ・株式会社ルピシア（2020年7月、北海道ニセコ町へ本店所在地を移転）
- ・森田薬品工業株式会社（2020年9月、広島県福山市の事業所に本社を移転・統合）
- ・Far Yeast Brewing株式会社（2020年10月、山梨県小菅村へ本社機能を移転）
- ・株式会社ジャパネットホールディングス（2021年秋、福岡県福岡市へ主要機能を移転予定）

リモート効果、絶大企業はさらに積極的に

具体的な変化を観てみよう.02

東京脱出や、リモート進展はすすむ.02



新潟・越後湯沢
リゾートバブル

▶ 30年前のリゾマンが**90~95%引き**で爆売！
東京から脱出し、越後湯沢へ



2021年東京は人口移出へ
大半は、東京から周辺3県へ移出
新幹線通勤圏の通勤用マンションは
在宅勤務へ、
東京へは「通勤から出張」へ

地方活性化の兆候だが...

具体的な変化を観てみよう.03

超・繁華街で破綻.廃業.閉店がすすむ



2022年1月11日12時50分

東京の超繁華街・原宿竹下通り

3件並びで「FOR RENT」の表示が…

おそらく50年はなかった事態では…

渋谷区で500件以上の空店舗があるらしく、さらに増加中！

以前なら超・混雑時間帯に、人のいないスナップが撮影できる驚き！（4年前の下写真を参照）



2018年04月07日14時55分

一方でネット通販躍進
中古通販市場も（メルカリなど）
百貨店やスーパーも減少へ
（食品売り場を除く）

コロナ後に戻るが前の水準には無理

具体的な変化を観てみよう.04

破綻は、そう多くないが**廃業は9倍！**

コロナ破産は補助金効果他で、そう多くないが、**廃業は激増！**

廃業は、なんと
破産の9倍
にも及ぶとか！

新型コロナウイルス関連倒産 累計発生件数推移
(各月とも月末時点の件数)



2020-2021累計倒産数

2,642件

(帝国DBより)

2030年にかけて、廃業は続々増加する

各業界、業種はどうなるのか？

顧問先に多い、中小零細事業所を考える

不動産.賃貸

大都市圏脱出が続き、事務所価格下落が続く、店舗も厳しさが増す

建設.住宅

生活、仕事激変で大チャンスだが、何をすべきか提案不足

飲食.宿泊.旅行

コロナ打撃の最前線で、破綻廃業が進む。新業態へのチャレンジが必要
大手外食チェーンも30~50%減、弁当店などは夕食難民が行列をなし激増

理美容.エステ

「密型業種」で低迷、30%近くに落ちたところも

服飾.雑貨

リモートで外出減の結果、ファッション業破綻廃業が続く
ネット系通販や、メルカリなどで低価格中古の入手は激増

一般商店

今までも続いた低迷や廃業は、さらに続く（趣味型.時間型業態の開発を）

病医院

待合室での密避けで通院激減も、回復傾向に

農林漁業

外食産業用など業務用が大きく低迷し価格は下落
直販系は好調

流通関連

宅配は好調、問屋系はネットに大きく奪われて激減傾向が続く

起業

零細企業扱いしないで、育成型顧問先として重視することが重要

チャンスはあるが、大半は破綻廃業へむかう

各業種、どんな方向性が必要か？

徹底したCTの検証を、ひとまず行うこと

不動産.賃貸

建設会社.住宅会社.リフォーム会社と新業態を考えコラボする

建設.住宅

住宅.リフォームはL^ODK住宅、キッチンが鍵。地方はワーケーション住宅も
飲食はCT絞り込みを徹底、さらに飲食店4象限を根底に据える。
宿泊.旅行は、国内中心に市場を捉え、CTを絞り込んだ市場開拓を

飲食.宿泊.旅行

理美容.エステ

CTの絞り込みを徹底し、理美容、エステのなかでもなにが得意技か

服飾.雑貨

CTを絞り込んだ商品企画開発と、ネット活用のロングテール戦略

一般商店

趣味型.時間型業態の開発を行い専門家とコラボし、商材を提供する

病医院

高齢化にむけて、基本的に安定業態

農林漁業

陸上養殖や、耕作放棄地の活用、自給自足志向の顧客獲得など可能性大

流通関連

宅配は安定成長、ドローン宅配などの時代へ
問屋系は旧来顧客を重視して流通以外の新業態開発へ
個別の状況により、知らないうちに急成長する可能性があり、顧問先の状況掌握が重要

起業



次より、各業種を具体的にそう

不動産は、どうなってゆくか？

中長期的には建設.住宅会社とコラボを

大都市圏の高層ビルではIT系優良企業など、大幅なフロア縮小！
優良物件は、問題はないが大都市の雑居ビルは空室が目立つ
(飲食、ファッション、旅行業、イベント業、などが撤退)



大都市圏ビル建設 (東京は2027年まで建設が進むが…) **はどうか？**
日本の高層マンション所有者 (チャイナ圏も含め) **は、どう動くか？**
地方回帰のチャンスだが、地方の動きは鈍い
(ワーケーション、リモート住宅整備、空家活用などへの動きは鈍い)



ビルのコンセプトが変わる。住宅のコンセプトが変わる！
建設会社、住宅会社とのコラボを実施し、afterコロナにむけた
高品質コンセプトビル、住宅、店舗などを扱う時代へ



好立地の概念も変わり、不動産の高品質志向へ

建設.住宅.リフォームは大チャンス！

仕事が変わり、生活が変わり、新コンセプトへ

リモートがIT系を中心に急伸、通勤が減り、さらに地方移転へ
大都市近郊、新幹線通勤圏は、リモート住宅建設大チャンスだが……

地方自治体も、大都市圏からの移住促進のチャンスだが、コロナ対策に終始



大都市周辺エリアの住宅が変わる……リモート住宅ではコンセプトが変わる

- ・ **LDK住宅からLODK住宅へ**（高橋、コロナ発生当初よりご提案）
- ・ 自宅（マンション.戸建）内へオフィス機能
- ・ ワンルームマンションにもデスク機能
- ・ マンションは共用スペースを設け、リモートデスク
- ・ IT企業では、ワーケーションマンションを地方都市に建設の動き

リフォームやホームオフィスは好調

- ・ 非接触宅配ボックス新設
- ・ 玄関先手洗いスペースのリフォーム
- ・ ウォーキングクローゼットや物置をホームオフィスへリフォーム



どんなコンセプトを作り上げ、市場へ

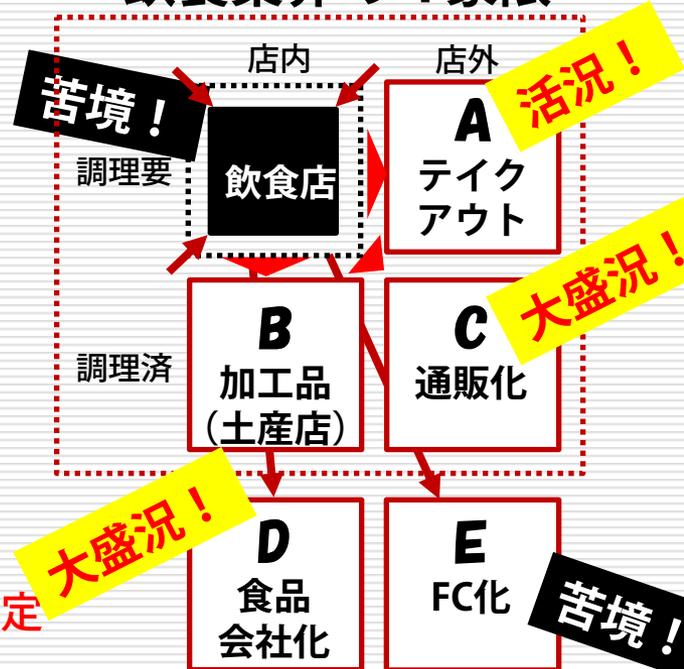
飲食・外食業界のコロナ後の動向は

大ダメージの飲食業界は？

大手外食チェーンでも30~50%減、
一般の飲食店は悲劇的な下降と破綻、廃業
テイクアウト、弁当店などは夕食難民が行列をなす激増
家庭内調理が大進化へ、冷凍食品の進化、
調理器具の進化、外食以上の料理も可能に

業態転換が大幅に起こり、成功と失敗の乱世状況へ
コロナが収まれば、再度、同じ業態で経営が安定
すると考えるべからず
テイクアウト業界への進出増から、テイクアウトも乱戦模様
家庭内調理が大進化へ、冷凍食品の進化、
調理器具の進化により**外食からウチ食を楽しむ**人たちが増える
(関連してキャンプで楽しむ飲食が増える／現在も多いが…)

飲食業界の4象限



飲食業界の4象限を戦略的に考えたCTを

飲食・外食業界のコロナ後の動向は.02

4象限に加え、家電、冷凍食品なども競合へ



家電業界

小型冷蔵庫爆売れ！
(2台目は冷凍庫)
大型冷凍冷蔵庫も！
(冷凍庫が40%を占める)
進化が進む調理家電

すすむ内食化

外食産業
飲食業界
に**厳しい環境**

厳しい環境が
当面続く

冷凍食品業界

冷凍食品の快進撃！
新商品が続々と発売へ

冷凍技術向上で
競合は日本全国に

急速冷凍技術発達と
解凍後の味.レベルup!

コンビニ業界

ローソンは、冷凍食品売場
を倍増、売上5倍増目標！

高級レストランと、低価格へ二極化か

厳しい宿泊業、老舗は生き残る

大ダメージの宿泊業は？

2020年（1-12月）「宿泊業」倒産は118件（前年比57.3%増）前年比1.5倍増。直近10年間の宿泊業倒産は、東日本大震災が発生した2011年（134件）が最多、2020年は2013年と並んで2番目の水準。負債総額は580億1,200万円（前年比54.0%減）だが、前年に400億円台の倒産が2件あった結果。

老舗宿泊業も、破綻廃業していったコロナ不況
オリンピック狙い、インバウンド狙いは失速、破綻
しかし、小規模老舗は、しぶとく生き残っている
常連のお忍び旅行は、コロナ禍でも老舗旅館へ
マイクロツーリズムで生きのびた宿泊業、旅館業も多い



**インバウンド
は狙わない**
インバウンドは平和産業、不安定な世界では困難

**ゆとりある
高齢者** (毎日が日曜日)
を、主ターゲットにするのがベスト

**おもてなしと
絶品料理**
他では味わえないが基本原則

**常連(リピーター)作り
と、そのための
CTPT marketing
の徹底を**

特色ある宿泊業を目指せ

理美容・エステ業界は？

密業種



大きく変化した理美容.エステ

リモートなど在宅勤務が増えた結果と、マスク生活の結果、理美容は劇変
低迷が続く破綻廃業も多数（ことに美容室は、1, 2名での経営が大半で実質廃業が常連の電話注文時のみ開業というスタイルが増え、経営不安定か実質廃業）
化粧品は、コロナ対応商品企画に積極的で、目力メイクやマスク対応化粧品などを矢継ぎ早に出しては健闘
エステ、整体ほか「密型業種」は低迷、破綻廃業も…
都市部では苦戦だが、住宅街近くは比較的善戦(在宅が増えた結果)

自然志向や地方志向、エコ志向で理美容は変化
業界、業容の変化に、小規模経営がついてゆけるか？
エステ他、健康志向、健康長寿志向が大進展、エステ他はどう対応するか
東京の銀座、大阪の新地、博多の中州などクラブ経営者のママやスタッフを大得意先としていた、美容室、エステ店は、ほぼ壊滅した
逆に、銀座、新地などが復活した際に、進出可能性はある

小さな特色を打出し徹底する (CTの絞り込み)

ファッション店は？

飲食店以上に厳しい業界



ホームオフィス、リモートで外出しない人が多く、ファッション業破綻廃業が続く、飲食などは給付金が手厚いが、ファッションにはまったくない
飲食よりもファッションが苦境に

スーツ需要は半減し、大手の青山は店舗半減

関連するクリーニング業界は、業界1千億円の市場減へ

ネット系通販や、メルカリなどで低価格中古の入手が増える

関連して服飾雑貨なども破綻廃業、原宿などヤングむけ店舗は空店舗が目立って増える

一方、高機能低価格の「ワークマン」は快進撃



ファッションは、現状スタイルの低価格化と超機能スタイルなどへ進化

在宅が増え、若干戻った通勤に、スーツからカジュアル通勤が増え、スーツ需要減は続く

ネット通販や、メルカリなど中古取引はさらに進化して拡大

フィット感チョー満足の特注ファッションも翌日宅配



小さい服飾店は、利用シーン演出の徹底を！

今までも厳しかった一般商店



商店復活は、CT次第

一般商店は、コロナ前ですら厳しい状態で、90年代には大型店に市場をとられ、この10年はネット通販に、市場を奪われ、シャッター街で開店休業状態で、なんとか生き残りまたはコンビニのFC加盟などでの生き残り。 一般商店は、コロナで壊滅状態

物販の一般商店は大きく下降するが、

趣味や知的好奇心を刺激する店は生き延びる

しかも、高齢者をターゲットにすれば市場は拡大する（65歳以上が主戦場）

- 手芸店 → 手芸教室などを手芸の先生などとコラボして成長へ
- 画材店 → 個展会場なども併設し、HPなどでの告知すれば成長へ
- 服飾店 → カラオケ大会などを主催し、ファッションデザイナーとコラボ発表用のドレス購入と、さらに雑貨類ほかで工夫するなど
- 雑貨店 → 服飾店とのコラボで
- 皮革店 → 趣味性が高く、趣味の皮革手芸で教室運営と材料販売

瀕死の商店は、趣味や知的好奇心を刺激せよ！

農林水産業のコロナ後は

農林水産業は成長産業



農漁業は、外食産業用など業務用が大きく低迷し価格が下落
ネットの産地直販、生産者直販系はコロナで、さらに好調へ
不揃い野菜、流通しなかった魚種などの安値直販は大盛況

林業というより、**森林購入の問合せはコロナ前の10倍に**

農漁業は当面(5~10年)自然災害対応他で苦しむが……

高齢化が進む農林漁業だが、新規参入の若者の農業従事者が増える

脱・農共依存と、生産者消費者の直結ネット販売が急伸する

農業の工業化、ロボット化が進み、生産性が急上昇する

さかな農業など、養殖と水耕栽培の工業型農業が進展する

陸上養殖の進展は進む（現実になぎの養殖などは大きく進化している）

生産・加工型の農漁業が増え、加工食品化した農産品海産品が増える

保存方法、冷凍方法の高度化で付加価値が増える

農林水産業は成長産業の時代へ

流通業.輸送業の変化は

流通.輸送はどうかわる



宅配はコロナで絶好調に

自宅オフィスの推進、学校大学のリモート化で在宅が増え、食品、家電品、ゲーム機器などで自宅ユース商品が激増。その結果の宅配が増えて絶好調

非接触の宅配ボックスや置き配などが大きく増加

輸送業も増えたが人材難での問題が多く、絶不調のタクシー、バス関係から人材を受け入れたものの高齢者も多く、長距離輸送に耐えられない
問屋系はネット&宅配との競合に敗北して大きく下降



高速道路のトラック無人輸送は実験的に進捗中

いずれは一般道も含めて無人走行トラックの時代に移行し、人材難解消関連して、**無人タクシー、無人走行バスの時代**へ移行する（オリンピック選手村では実用走行を行った）
ドローン宅配なども研究が進んでいる

問屋系の現状は確実に衰退するが、従来のネットワークを生かした新業態をどう作る？



流通.輸送はコロナに関係なく業容が大変化

事業所の大減少時代へ 会計事務所、コンサルタント の考えておくべきこと

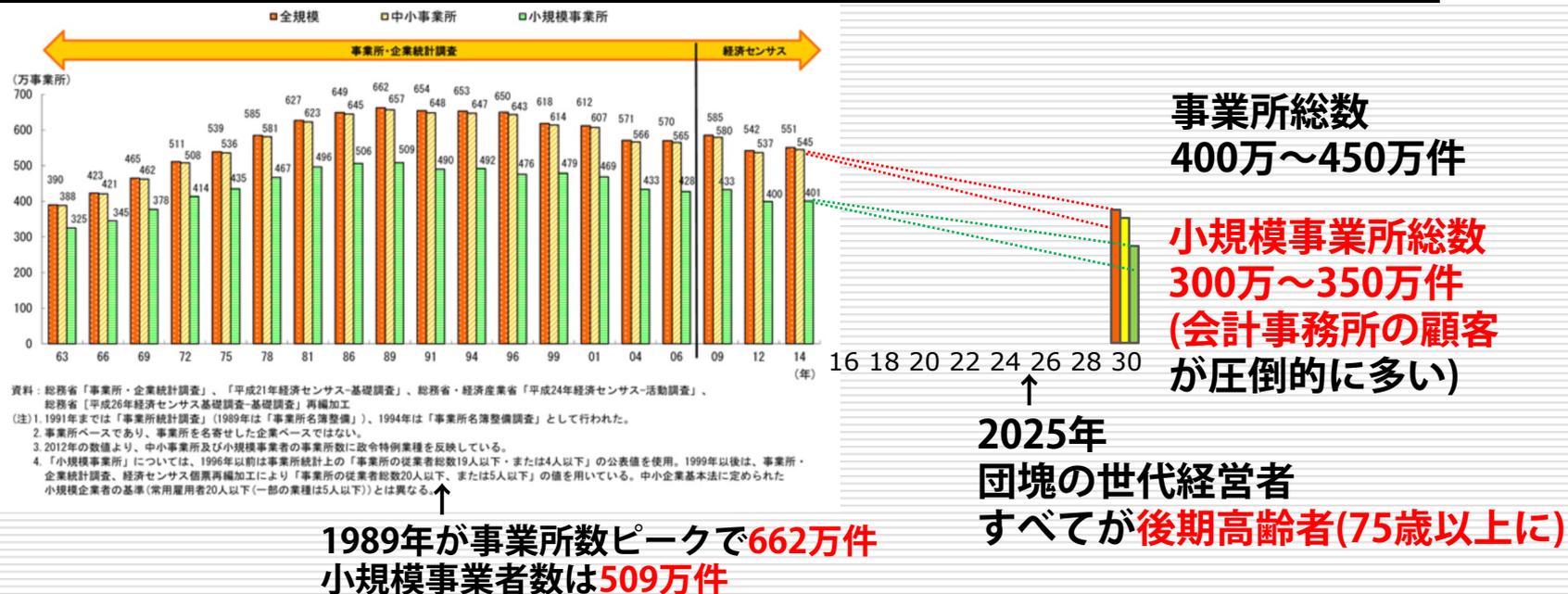


**事業所第減少時代
顧問先が減る、顧客が減る**

時代の推移を押さえて対応策を

事業所の大減少時代へ

2022~2030年へ、どんな推移を描くか



高度成長は人口ボーナス期には増え、事業所数も増えるが、人口オーナス期には減る。同時に事業所数も減る

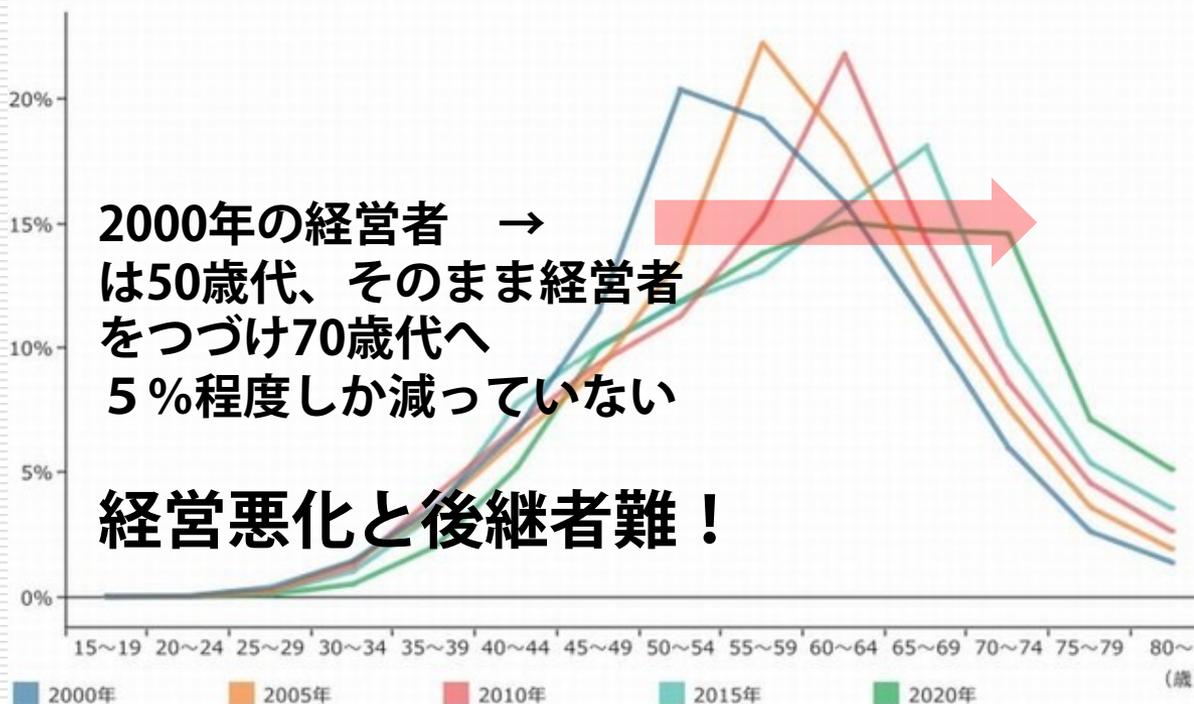
日本は少子高齢化もあって、確実に事業所数は減り、会計事務所の顧客数が減り、**競争激化し、大半は価格競争に陥る。**

2030年にはピーク時の半減に近づく

事業所の大減少時代へ.02

中小企業の経営者年齢分布の恐怖！

年代別に見た中小企業の経営者年齢の分布



2000年の経営者 →
は50歳代、そのまま経営者
をつづけ70歳代へ
5%程度しか減っていない

経営悪化と後継者難！

70歳以上経営者は
2020年で40%を超える

←2025年
団塊の世代経営者
すべてが後期高齢者
(75歳以上に)

2025年前後から
中小企業の破綻・廃業
が急速にすすむ
可能性が大！

資料：(株)東京商工リサーチ「企業情報ファイル」再編加工
(注)「2020年」については、2020年9月時点のデータを集計している。

2030年にはピーク時の半減に近づく

会計事務所の「ピンチはチャンス！」

他の土業、コンサル会社も

顧問先、大減少時代をチャンスに…

コロナによる市場の劇変……大変化時代の戦略は？



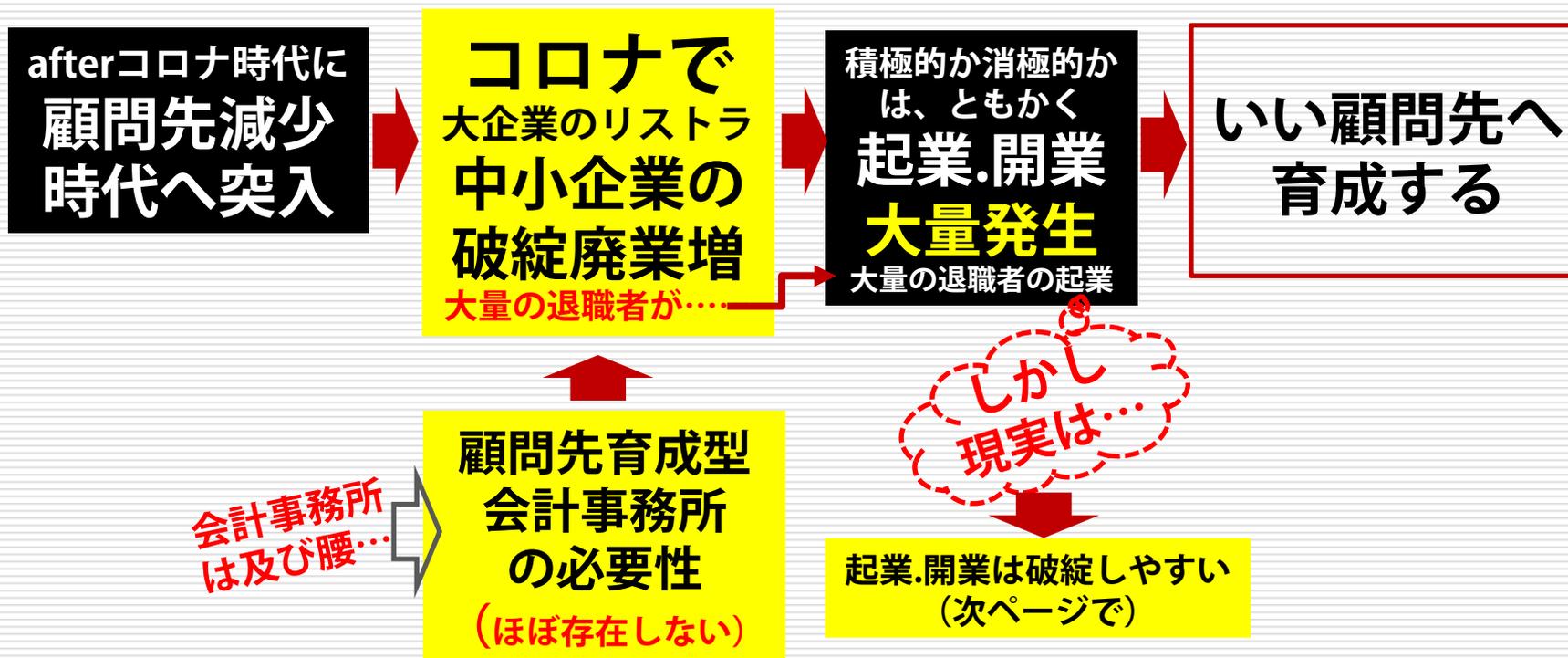
Marketing & Innovation (新たなCT整合時代)

会計事務所の「ピンチはチャンス！」.02

他の土業、コンサル会社も

顧問先、大減少時代・実は顧問先爆増時代！

コロナによる市場の劇変……大変化時代の戦略は？

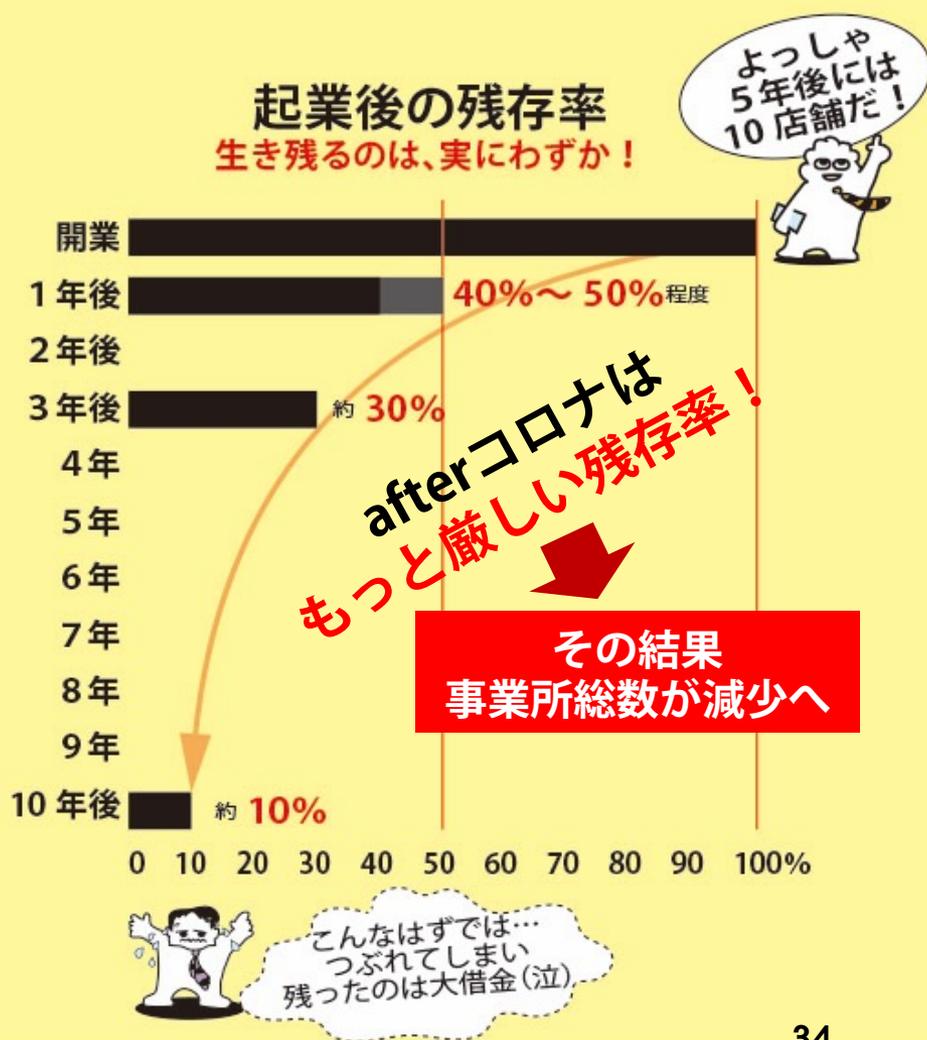


育成型会計事務所は、最強になれる！

会計事務所の「ピンチはチャンス！」.03

他の土業、コンサル会社も

起業.開業の生き残りも厳しい時代！



コロナ破綻.廃業.リストラで
大量に出る起業.開業者

Marketingを知らないと事業
資金も、すぐに底をつく

誰も教えてくれない結果

起業.開業者の
破綻、廃業率はきわめて高い

Marketingが最重要

Innovationも必要

会計事務所の「ピンチはチャンス！」.04

他の土業、コンサル会社も

起業育成部門設置の重要性が必須に！

コロナによる市場の劇変……大変化時代の戦略は？



JMMOのビジョン (Marketing & Management)

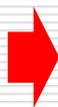
会計事務所の「ピンチはチャンス！」.05

CTPTMarketingを日常化すること

日常化すると非常に優位なポジションが得られる

MP講座

実際に、顧問先などを対象にしてMP講座を受講してCTPTMarketingを実感しておくこと。



CTPTMarketing

CTPTMarketingを恒常的に慣れること。できれば専担者をつくること。顧問先拡大に直結する。



コンサル型事務所へ

先生がCTPTMarketingに強い事務所専担者がいる事務所は、非常に強力すると職員全体にもCTPTMarketingが定着してゆく。

結果、顧問先にもいい影響が出て、**いい顧問先を多数持つ事務所**となる

かつ、**顧問先になりたい地域の企業が続々増える**



自社開催のMP講座

自社開催のMP講座を、毎年開催するなどすれば、職員全体に定着し、顧問先や地域全体へ、影響を及ぼすこととなります。



↑「増販増客事例集」

↓「増販増客Marketing事例集」はMP講座での多数の成功事例を収録



不安ならMP講座

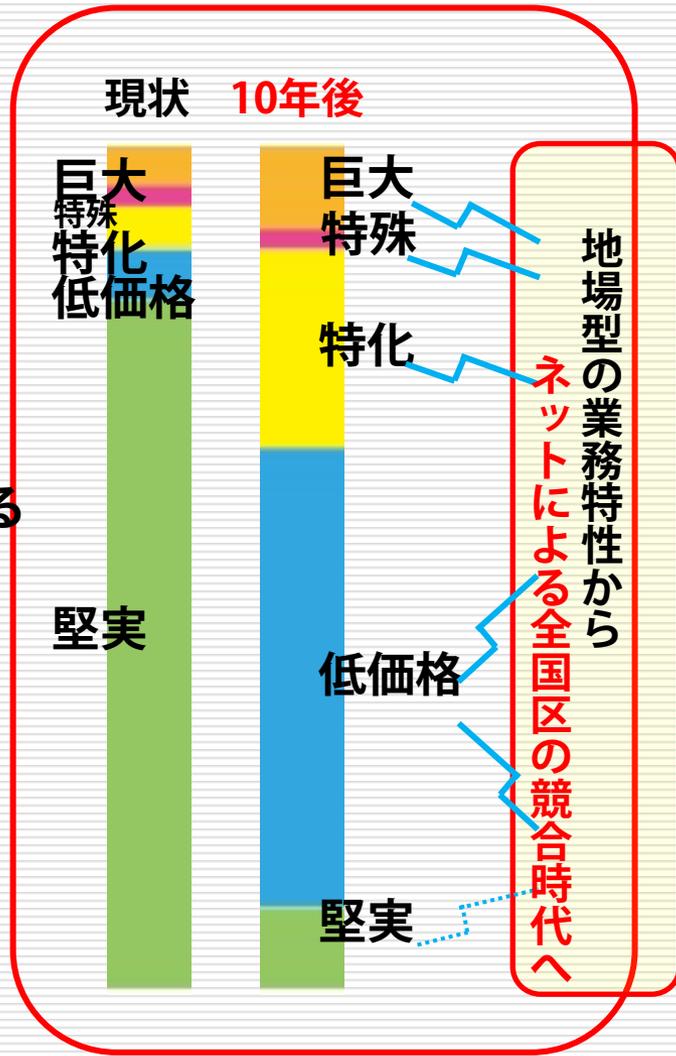
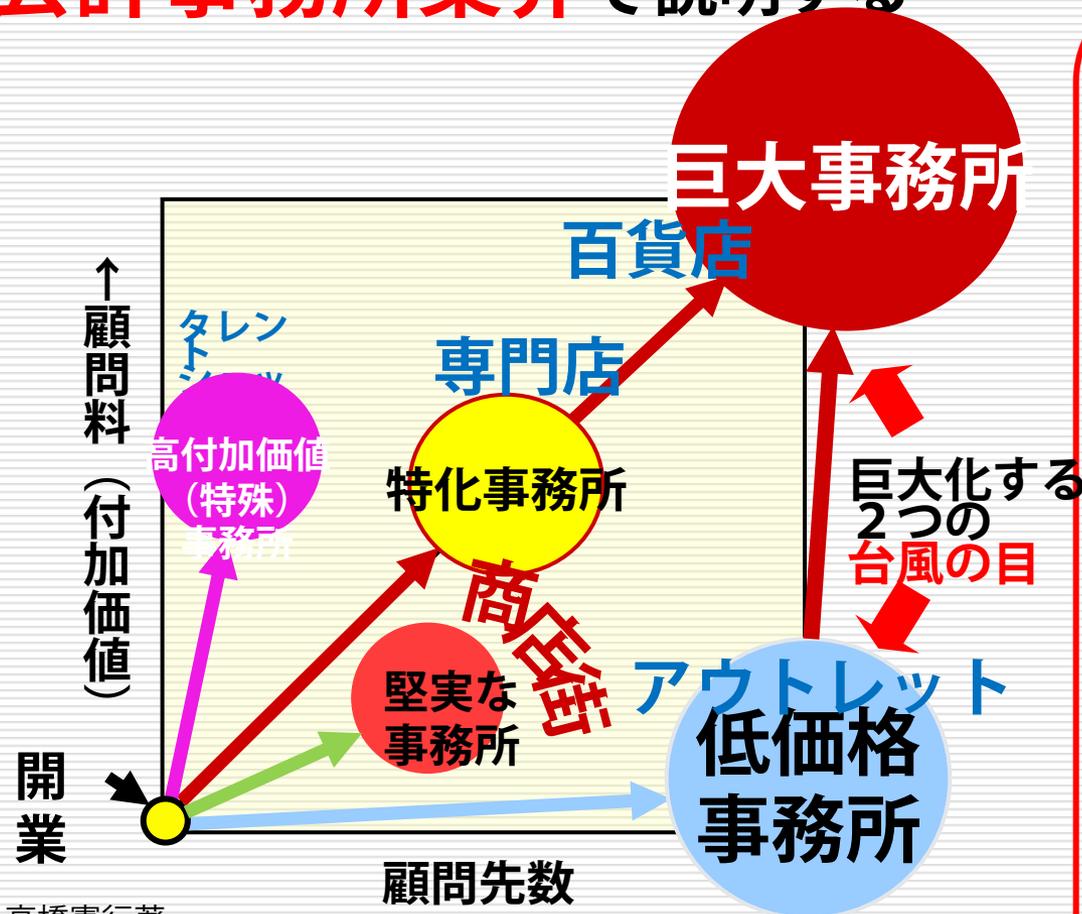
CTPTMarketingを忘れてたり、距離感があればMPの再受講をおすすめさらに**顧問先にMP受講をすすめて**、先生は父兄会的に出席するのもベターな選択。

CTPTMarketingを事務所内、顧問先内に日常化すること

会計事務所の10年後（多くの業種業界も）

他の土業、コンサル会社も

会計事務所業界で説明する



高橋憲行著
「1億円事務所、3億円事務所への
戦略的ロードマップ」
企画塾2008年より

歴史的なりセッション時代を視野に 安定成長を目指す



厳しい時代にも
顧問先と事務所のWinWinの関係を築く

CTPTMarketingが、それを実現に導く

企画塾（JMMO）の方法論は
この厳しい時代に、きわめて適しています

本格的な対応や
所長先生ご自身のノウハウにしたり
専担者を置くことを真剣にお考えください

ピンチはチャンス
それは顧問先にも、会計事務所にも同様です
すばらしいチャンス時代です

なにかあれば、高橋ホットラインを



ご清聴、ありがとうございました。

**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/>