

# 2022年 コロナ影響調査結果

【回答期間】

2022年12月5日～2023年1月12日

## 2022年-コロナ前と比較した売上の変化&理由

—業界において2022年とコロナ前を比較した売上変化はどうでしたか？理由は何ですか？

### 美容業

コロナ前より大幅に下がった

3.0%

コロナ前より少し上がった

21.2%

コロナ前より少し下がった

33.3%

コロナ前とあまり変わらない

42.4%

#### 少し上がった

- コロナ前はスタッフが2人、その後スタッフが3人に増えたから
  - コロナに左右されず、ただ顧客に向けたサービスに特化して客単価を適正価格にした
  - コロナ前に新店舗を出店して、その店舗が少しずつ伸びて来たため
  - スタッフが増えたので予約の取れる数が増えたのと世間の人動き出したから
  - コロナ前よりお客さんのお金の使い方などがかわり単価が上がり売り上げも上がった
  - 販促やDMを定期的に出すなど対策をした
- LINEでのウィルス対策動画など流したり、予約空き時間などを定期的に配信した

#### 少し下がった

- 外出規制による精神的制限と制約。および社会の閉塞感と美容室の危険性
- 自粛要請やイベント等の取り止め・延期にともなう来店周期の長期化
- 家族が感染して店を10日間休んだことがかなり響いたが、それでも戻ってくれたお客さんには感謝
- ひと目に出る機会が減ったので見た目への意識が低くなったせいだと思う
- お店がコロナによる一時的な休業になった事で、失客に繋がった節はあると思う
- イベントや人と人が会うことが減り、カットの周期が大幅に伸びたりしたから
- イベントの減少、周期の変化、集まりごとがなくなった影響がある
- お客さんが減った、自宅でカラーをして節約する人もでてきている
- コロナの影響で物価が上がり 来店サイクルがコロナ前より長くなった
- 来店周期が伸びたり、滞在時間を短くするために客単価が下がったり、美容室を変える人が増えた
- コロナ感染者の波が来たときテレビが騒ぎ出すと、2～3割のお客様の動きが止まるので、年間通して来店回数が減り、少し売上が減ったと思う

#### 大幅に下がった

- コロナの影響は関係なく、戦略を変えたら、たまたまコロナになった

#### あまり変わらない

- コロナが流行りコロナ対策が必要になってから徹底的に対策をしたため
- 身だしなみの問題なので、コロナ禍であろうがご来店いただけたのだと思う
- 身だしなみはコロナ関係なく必要で、はじめは少しほったらかしでも、そのうち行きたくなるから
- コロナに対しての慣れ
- 女性の美に対する執着心が、コロナに勝っているだろうと思う
- 経費削減の徹底と、集客・売上手段の追加により、コロナ前までの売上を戻しているサロンが多い
- もともと人数の制限もしているし、お客様同士が見えないようにしている
- 必要性がある業種なので、どんな状況でも髪の毛は伸びるので、来店はある
- しっかりと顧客管理を行い、大きな損失がないように取り組んできたこと
- 髪の毛は伸びるので、白髪が気になる人は染めざるをえないようだった
- 出かける機会が減ったので来店周期自体は伸びたが、収まると元に戻ったような気がする
- サービス、商品や施術メニューの全体的な値上げをおこなったため
- 来店サイクルがのびたお客様がいる代わりに、新規客も増えたため
- 変化があったかどうかは明確には不明だが、ネイル業界は、マスクしたままで出来るし、席の間隔も取れるのでコロナの影響は少なかったと思う
- コロナ後しばらくはかなり売り上げは落ちたが、その後はコロナも落ち着いてきて、元のお客さんが戻ってきた
- やっぱり美容に関しては多少はありましたが、大きな変化はなかったが、その中で生き残っていくためにはお客様にとって大切な存在とならなくてはいけないかなと思う

### 小売業

コロナ前とあまり変わらない

20.0%

コロナ前より少し上がった

80.0%

## 少し上がった

- アルコールスプレーやマスクなどの売上増。外食ができないことで、中食が売れたこと
- 外食やスーパーなど込み合うところに行かず、短時間で買い物が出来る
- 今まで足を伸ばして買い物していた人達が近所の店を利用するようになり地元のお客様が増えた
- コロナで、外食やスーパーで買い物をするより、あまり混まずに会計のできるコンビニでお弁当や日用品を買う方が増えたからだと思う

## あまり変わらない

- 人の出入りが500人以上増えているが、コロナ前に戻っただけではあるので影響はない

## 建設業

コロナ前より大幅に下がった

8.3%

コロナ前とあまり変わらない

58.3%



コロナ前より少し下がった

33.3%

## 少し下がった

- 出張案件が減り請負額が減った為売上が落ちた
- コロナ禍になって、木材とか内装資材の値段が高騰したため、工事需要が減少したから
- お客様とのコミュニケーションが取りづらくなった 元請業者へ接待ができなくなった
- お客様の財布の紐がキツく閉められており、今絶対必要かどうか判断に慎重になっている

## 大幅に下がった

- 新規の現場が少なくなったり、現場内で感染者がでて工事がストップしたりしたことで、工程がずれて次の予定がたてられなくなったため

## あまり変わらない

- 建てたい人が建てるだけなので、コロナでの影響はないと思う
- 建設業でのコロナの影響はさほどないと思うが、社会全体の景気が下がれば影響は出る
- コロナとシャッターの需要は特に関係ないからだと思う、コロナ禍でもシャッターを頼んでくれる人はたくさんいたため
- 具体的な売り上げの変化の理由はわからないが、付き合う人や業者で売り上げは左右される
- 飲食点などと違って、建設は規制などもなかったのであまり変わらなかったと思う

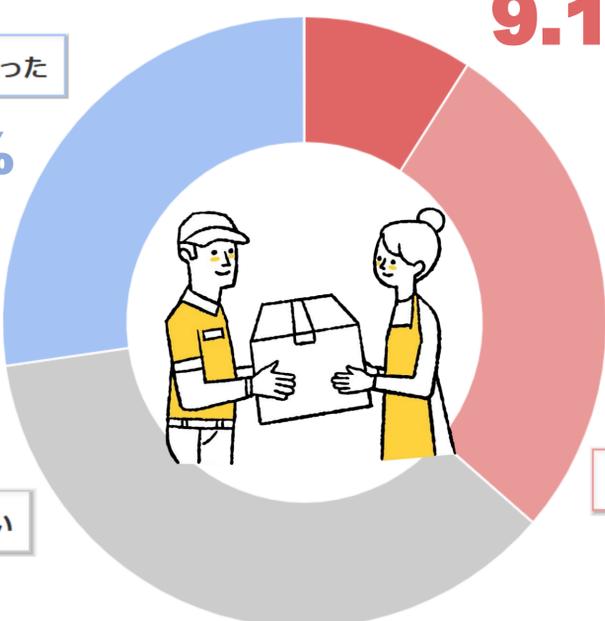
## 運送業

コロナ前より大幅に上がった

9.1%

コロナ前より少し下がった

27.3%



コロナ前より少し上がった

27.3%

コロナ前とあまり変わらない

36.4%

## 大幅に上がった

- 自宅で過ごす時間が増えて、買い物などネットでするようになり、物量が増えた

## 少し上がった

- コロナウイルスにより在宅勤務が多くなり注文数が増えたため、売上が伸びたと考えられる
- 物量が増えて宅配案件が増えた。色々選べるようになった。
- コロナの影響で外出を控える人が増えたため、注文がかなり増えた

## 少し下がった

- コロナ前というより、コロナ中に需要があってコロナがおちついたら需要も落ち着いた
- お客様のお金の使い方や収入がかわり使う配分が減ったためだと思う
- 観光業によるものが大きく復活してきたのが夏頃から徐々に回復10月頃にピークをみるも再度コロナが増えてきて低迷傾向 コロナで左右される仕事

## あまり変わらない

- コロナ前と比較してもそんなに変化もなく量が減ったとしてもお歳暮等の時期になるから変わらない
- 宅配・運送業関係は、コロナ禍であろうがなかろうが、あまり関係ない
- 車の流通は、コロナが原因で減ることはなく、逆に増えているほうだが、委託なので件数はあまり変化していない

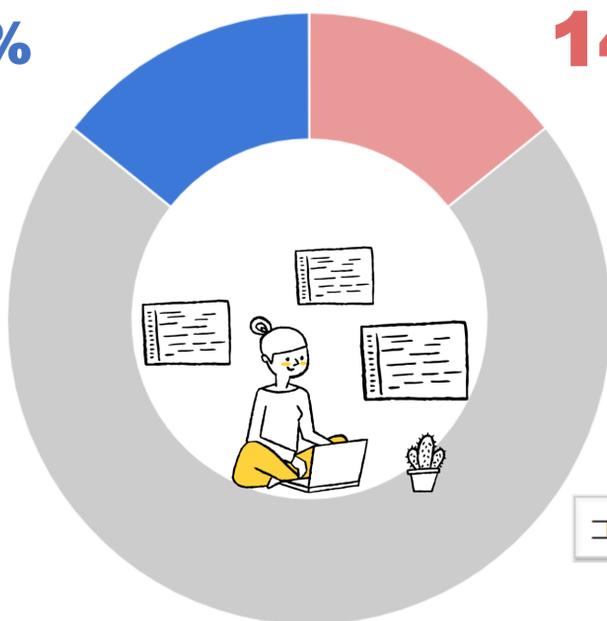
## WEBサービス業

コロナ前より大幅に下がった

14.3%

コロナ前より少し上がった

14.3%



コロナ前とあまり変わらない

71.4%

### 少し上がった

- コロナによる巣ごもり需要の影響で、オンライン上のやり取りが増えたことで、ネットビジネスの需要が増えているように思われる

### 大幅に下がった

- 売上高の変化の具体的な理由は、顧客の収益の減少であり、これが会社に反映された
- 工場等の閉鎖、新規ラインの構築がなくなったため。設備投資は控えているため

### あまり変わらない

- 仕入れや在庫を持たない事業であり、顧客についても安定して一定数いる状態だった
- IT企業でエンジニアとして働いているため、あまり影響はなかった
- BtoBなので、直接的な影響はでないし、影響があった場合リモート対応が出来るので問題はないがエンド側がコロナ感染してしまうと業務が止まる事はある
- IT業界は受託元企業の業績に影響するが、すぐには影響がなく、テレワークなどIT推進する企業もあったため影響は少ないと思われる
- コロナ発生直後は仕事が減って契約が切れた後はマッチした仕事が見つからない状態だったが、少し時間経過すると、コロナ影響でビジネスに明暗が付いてきており、成長分野にいくことでなんとか保っているという状態

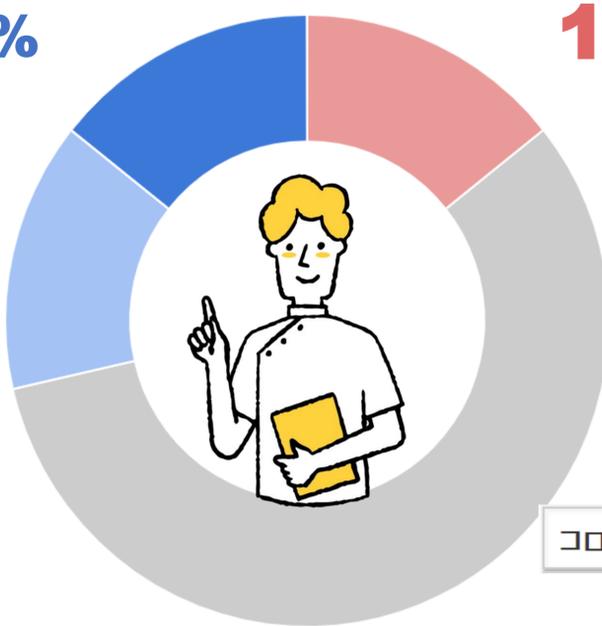
## 医療・福祉業

コロナ前より大幅に下がった

14.3%

コロナ前より少し上がった

14.3%



コロナ前より少し下がった

14.3%

コロナ前とあまり変わらない

57.1%

### 少し上がった

- 免疫力を含め、健康に対する一般的な意識が高くなったのと、顧客とのリレーション構築に努めた結果だと思えます。

### 少し下がった

- コロナによってサービスがキャンセルになって売り上げが下がってしまった。

### 大幅に下がった

- 段々と戻ってきたが、コロナ前より部活動が少ないので、ケガをしなくなった。経済状況が悪化したため、大人は財布の紐がきつくなり、治らなくても安い院や、我慢する傾向にあると思う

### あまり変わらない

- 慢性疾患に対する方がほとんどに関する業態なので、コロナの流行はあまり関係ないと考える
- 施術が必要な患者は来院するのでとくにコロナだから行かないという選択肢はない
- コロナ初期の頃は一時的に減ったが、その後口腔ケアがコロナに有効であると周知されてからはすぐに元に戻った。
- 大半の医療・福祉業は民営も含め社会保険ビジネスな為売掛金は公定価格、国が保障する為コロナと関係性のある売上変化、影響は受けにくい

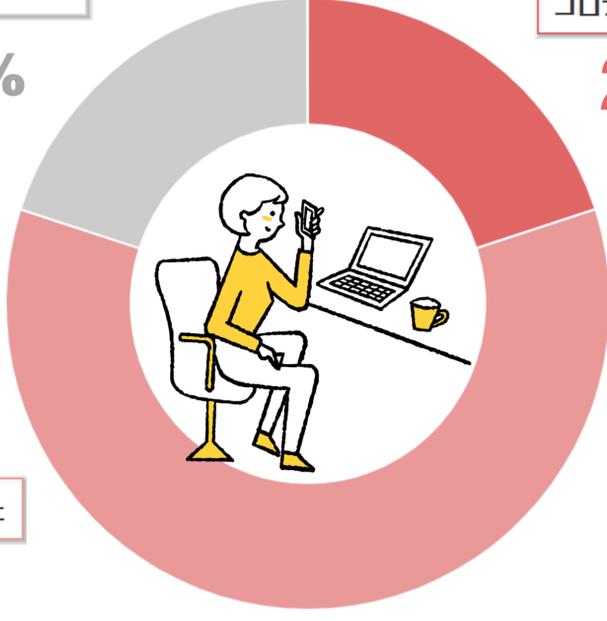
## 個人投資家

コロナ前とあまり変わらない

20.0%

コロナ前より大幅に上がった

20.0%



コロナ前より少し上がった

60.0%

## 大幅に上がった

- コロナ前はまだ事業をしておらず、収入がほとんどなかったため

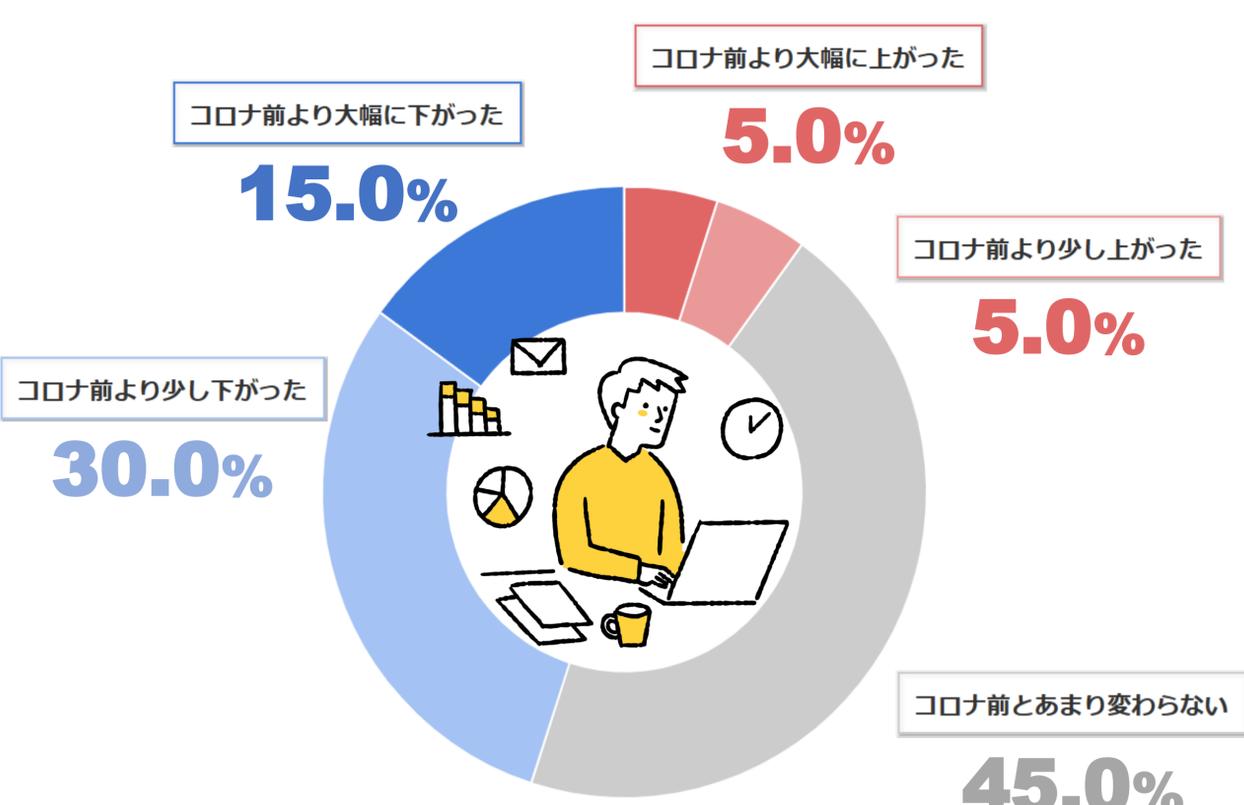
## 少し上がった

- 国、機関投資家、企業、個人投資家の仮想通貨参加が増えているため。
- コロナによってリモートワークが促進され、IT企業の株価が上がったため
- 中国のコロナ政策によるサプライチェーンの混乱、ウクライナ戦争による世界情勢不安が影響し投資資金が縮小していると考えられる

## あまり変わらない

- 集客などが売り上げに影響する業種ではない為 外出による売り上げの変化がない

## そのほか



## 大幅に上がった

- 卸売業  
スクラップなど全ての素材が上がったため

## 少し上がった

- 情報通信業  
コロナ前は同業の会社勤務で、コロナショック頃からフリーランスに転向したことで収入は増えた/  
業種的には比較的にリモートでの作業がしやすいため影響は少なかったと思われる

## あまり変わらない

- アニメーション監督・演出  
作品の本数はあまり変わっていないため作業自体が減らなかったため
- サービス業  
コロナ前とコロナ後で施策やターゲットが変わったため、変化はないと思われる
- 遺品整理業  
需要が変化した訳ではないので、コロナがとかは関係なく感じる。
- 営業代行  
コロナが、流行りだす前は個人事業主ではなくサラリーマンだったため
- 外部講師  
コロナに影響される仕事ではないし、年俸制の為、あまり影響がない
- 不動産賃貸業  
→家賃価格は変わらず、継続して居住していただいているので変わらない  
→コロナ前と比較してもデフレは続いており値上げは出来ない状態  
→（マイナス面） 接触、外出を減らす→不動産内覧自粛  
（プラス面） 在宅ワーク増加→住環境見直し  
不動産売買に関しては プラスマイナスが相殺されたと思う
- 保険業  
コロナの影響が大きく受けた業界（飲食店、ホテルなど）の契約者が少なかった

## 少し下がった

- 空調設備  
景気が落ち込んだせいで、家電製品への消費を控えたのだと思う。
- 電気工事業  
電気部品の入荷が長期化かしており、新たな仕事の受注に遅れが生じている。
- 不動産賃貸業  
人流が止まった。また、賃貸価格の高い物件から安い物件へという流れが多い
- 部品組付け  
製造がかなり下がりました。くるまの作りがとまったり、海外でロックダウンも有った為です
- 保険業  
訪問面談の保険募集で、パンデミック当初はお客様が訪問を敬遠されたため

## 大幅に下がった

- 飲食業  
マスメディアがコロナが怖いものだと煽るので、飛沫が怖いと思い飲食店から遠のいたため  
集客ができない状況へと追い込まれた
- 製造業  
コロナで海外への輸出がストップしてしまい、仕事量が7割近く減った
- 保険業  
訪問活動が出来なくなり大幅に面談数が減った為実績が大幅に下がってしまった

# 2022年-コロナ禍(2020年)と比較した売上の変化

-2022年と、コロナが始まった2020年と比較した売上の変化とその理由を教えてください

## 美容業

一昨年より少し下がった

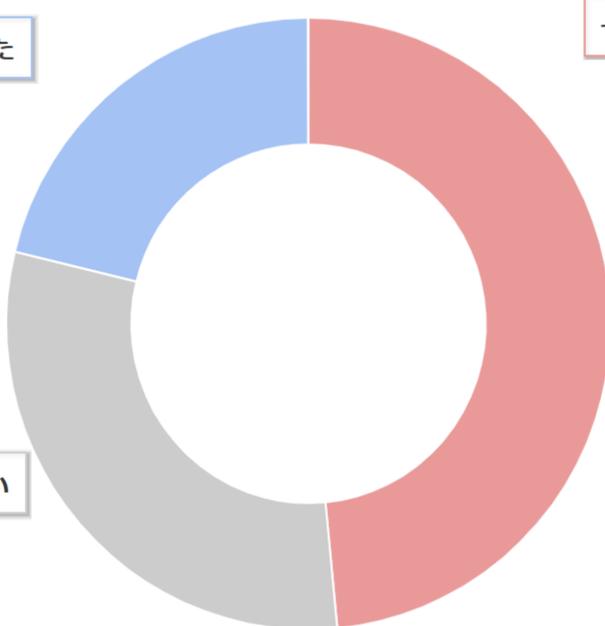
21.2%

一昨年より少し上がった

48.5%

一昨年とあまり変わらない

30.3%



### 少し上がった

- 世の中がコロナが流行り始めた時は緊急宣言など自粛があったため
- 一昨年在下がりすぎ（緊急事態宣言により）だったのでそれに比べて今年は上がった
- コロナで営業出来ないサロンが多かったので、営業出来るだけマシになったのかと思う
- 既存のお客様と、新規のお客様の来店で、お店にお客さんが貯まってきたため
- より一層、美容に対して意識がたかくなると感じられる。それ故に、お客様から必要とされたこと
- 遠方のお客様が失客になってしまうパターンが多かったが、ご近所の新規客が増えた気がする
- 一昨年はほとんどの人が外出しなかったため、劇的に減少しすぎた
- コロナが始まった時は来店を控える方が多かったが、最近は気にする方が減った
- 人に会う機会が増えたり、気分転換に美容室に来るお客さんも増えて来たと思う
- 客単価が上がるように、技術、接客のクオリティーなどを上げたから
- ターゲット層を絞って客単価を上げ、来店サイクルを短くしたため
- 外出が減ってお金を使わなくなったが、その分を自分自身の身だしなみなどに使うようになった
- コロナ騒動が始まった年はウイルスの毒性や感染力など解らない事が多かったため、極端に売上が下がったが、その後少しずつ慣れてきて回復してきた
- コロナも最近では人数は増えて減ったりしているが、コロナに対しての抵抗が下がってきているのか、結婚式やイベントが増えて来ていて、それに合わせて来てもらえるようになっている

### 少し下がった

- 同じく、外出規制と精神的な危険回避思考によるもの
- 新規集客をほとんどしなかったのが響いた、常日頃から集客の仕組みをしっかりと考えておく必要あり
- ニュースでコロナのことがあげられて外出控えようとなる月は必然的に予約数が減る
- 先程の回答と同じように、今年、コロナによる休業によって、失客に繋がったために売上が下がった
- 集まりごとがなくなったり、来店周期が微妙に伸びたことが理由だと思う
- お客様の価値観が変わり自宅でカラーをしたりして節約が原因かと思う
- お客様が感染を警戒して、利用控えられたため、キャンセルや来店周期が伸びたため

### あまり変わらない

- コロナに対して慣れがでてきたため
- インバウンドみたいな影響が少ない業態だからである。影響があるとしたら都市部のサロン。
- もともと人数の制限をしている、お客様同士がかぶらないように配慮
- 来店頻度が伸びてしまう方もいるが、やはり髪は伸びるし、美容は必要なものだと改めて感じた
- サービス、施術などを見直して全体的に価格の改定などをおこなった
- 白髪染めのお客様が多く、白髪は我慢できないから結果的に来店サイクルはあまり変動しなかった
- コロナに対して人の行動制限などが緩和されたのが一番大きいと思う
- スタッフが退社し、その後にコロナが始まった経緯があり、売上は当然下がったが利益は上がった
- コロナ後しばらくはかなり売上が落ちたが、コロナも落ち着いてきて、元のお客さんが戻ってきた

## 小売業

一昨年より大幅に下がった

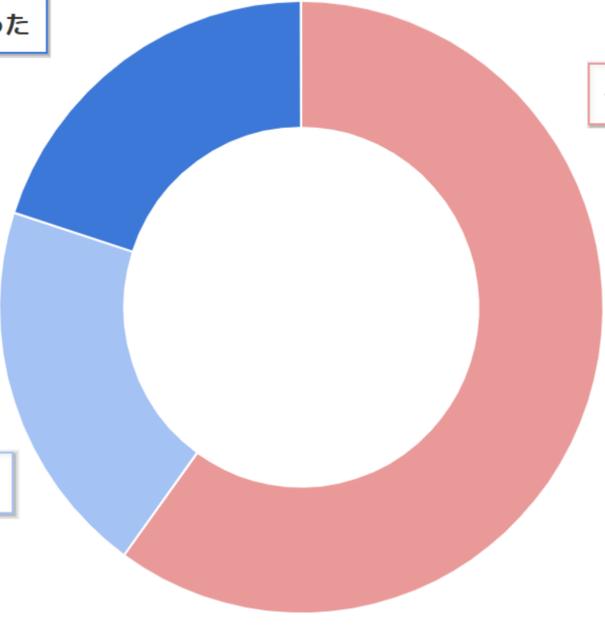
20.0%

一昨年より少し上がった

60.0%

一昨年より少し下がった

20.0%



### 少し上がった

- コロナにより外食を控える方が多くなり すぐに入れて家で温めればすぐ食べられる
- コロナが始まってから約500人ほど減少したため、現在と比較すると売上はかなり上がっている
- 混雑を避け食事ができる 日用品が買えるため

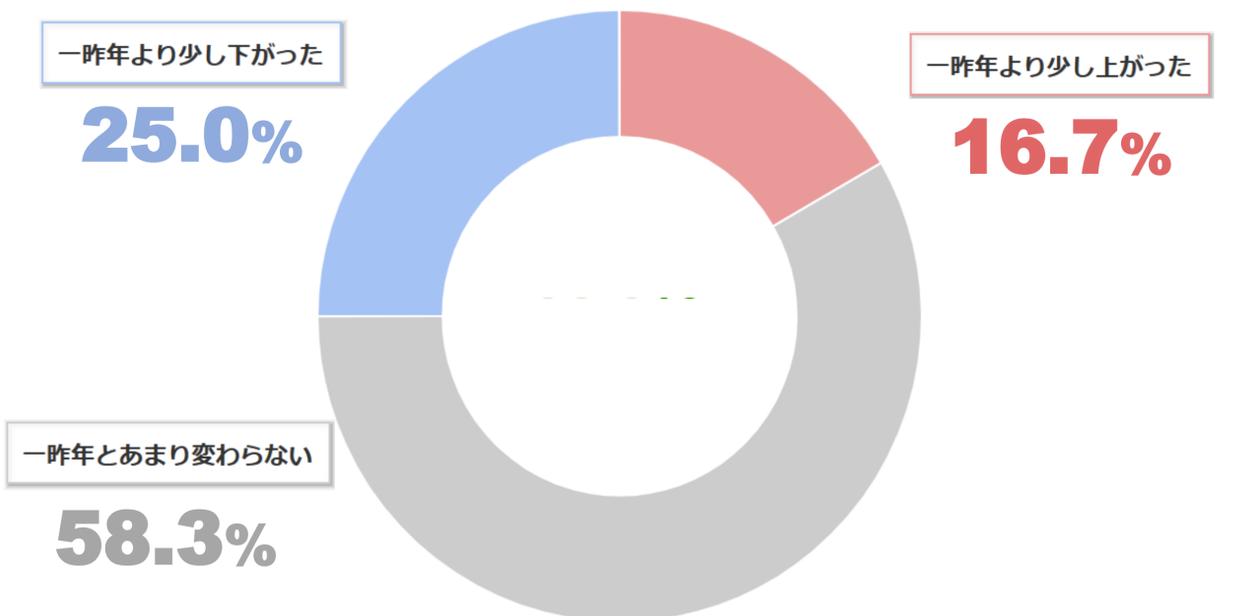
### 少し下がった

- 地元で買い物を済ませていた人達がコロナが落ち着き足を伸ばさなくなった

### 大幅に下がった

- マスクやアルコールスプレーの売上減と外食ができるようになり、中食の売上減

## 建設業



### 少し上がった

- 一昨年より仕事の量が、増えたので少し売上が上がったと思う
- コロナ感染症に対して対策を立てたり無関心といえ過ぎだが、ウィズコロナになったからでは

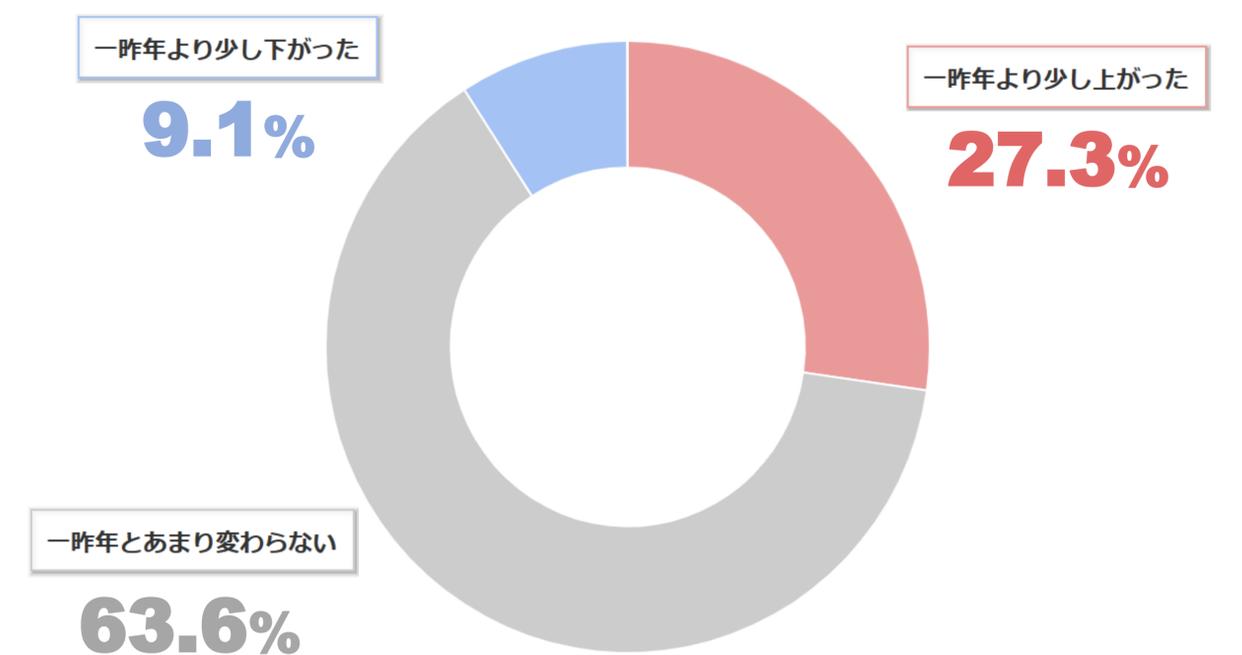
### 少し下がった

- コロナ禍で、現場の仕事が減り、売り上げが減った、現場もコロナで変化した
- コロナ禍になって、材料価格が高騰したため、今頃になってダメージが出たから
- 外出制限ですごく仕事に影響が出た、元請けに営業時間がなくなった

### あまり変わらない

- 見学会の数は減ったかも知れないが、計画的に家を建てているので、変化がなかったと思う
- 建設業でのコロナの影響はさほどないと思うが、社会全体の景気が下がれば影響は出る
- どんな業者も試行錯誤していると思うので一昨年よりは売り上げは上がっていると思う
- 家を建てたいお客さまはいつでもいるから変わらなかったのかと思う
- 落ち着いてきたとは言えやはり、まだコロナの影響はある
- 新築のお客さまが減り塗り替えリフォームの安いお客さまが増えたと思う

## 運送業



### 少し上がった

- コロナ初期はステイホームの影響で通販での買い物が増えたと思う
- コロナで引きこもり需要が増え、フードデリバリーや、通販商品の配送が増えたため

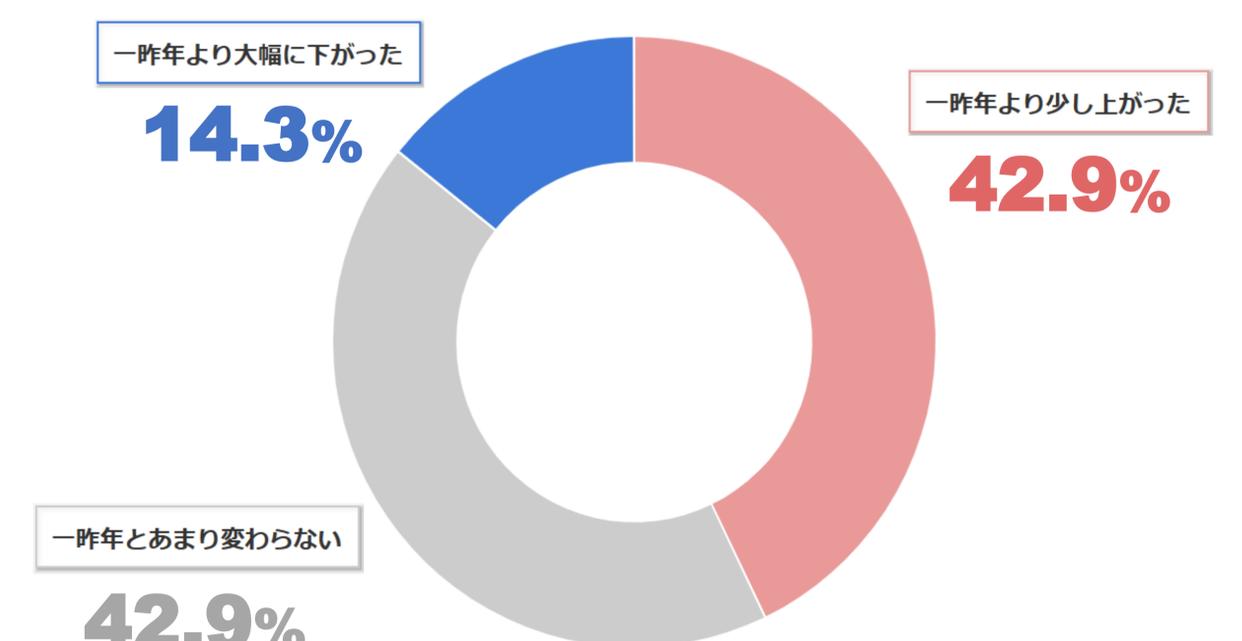
### 少し下がった

- お客様のお金の使い方や収入がかわり使う配分が減ったため

### あまり変わらない

- ネット販売が継続して活動していることから荷物の量的にはそこまで変化ない
- コロナ禍であろうがなかろうが、運送・宅配業務には影響はない
- コロナ禍の生活に慣れてきて、特別なことではなくなり、普通の日々になった
- コロナが流行りだして外出を控える人が注文をする傾向に変わりはないから
- コロナ中は需要があったので時間が短くても売上が上がった、今は時間を伸ばしてカバーしている
- コロナによる復活が遅かった。海外から入国が徐々に制限緩和であるアジア地域の制限はまだ厳しい

## WEBサービス業



### 少し上がった

- コロナの影響で困る人が増えたことにより、相談数自体が増えたため
- コロナによってリモートワークの促進やオンラインサービスの需要が増えているから好条件の契約先が見つかったということと分野によっては売り手市場だったと思う。ただこれからは厳しくなる見通し

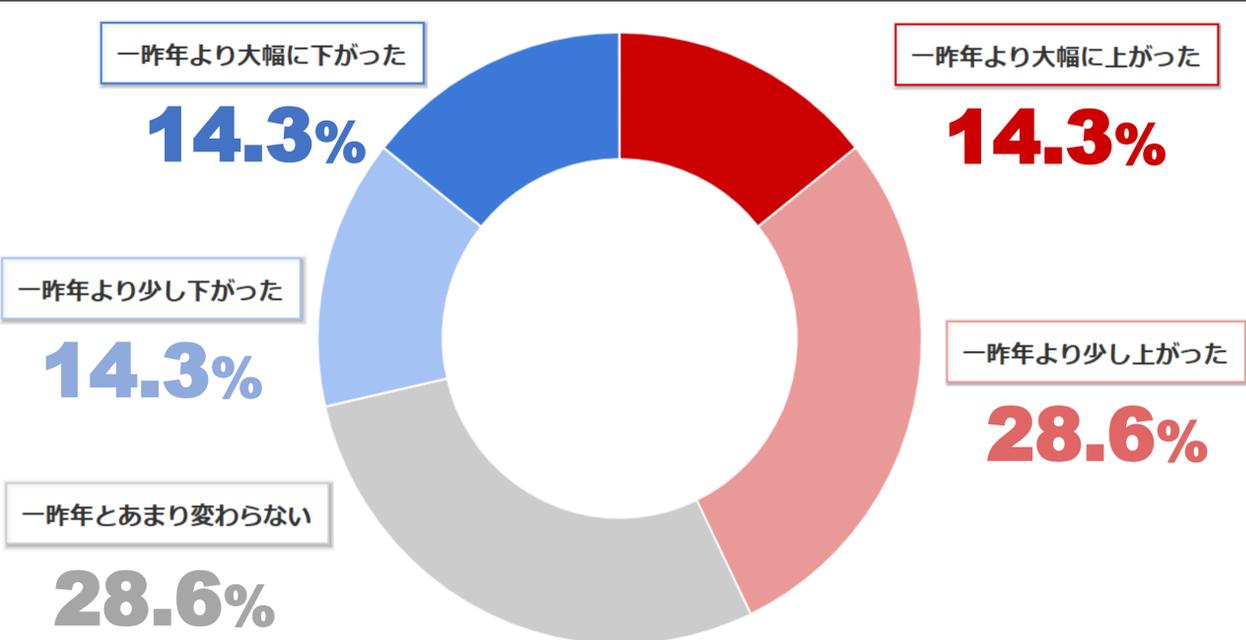
### 大幅に下がった

- 私のセクターに変化をもたらした具体的な理由は、クライアントが収入を失い、支出を削減したこと

## あまり変わらない

- IT企業でエンジニアとして働いているため、あまり影響はなかった
- IT業界はテレワーク環境整備が最優先で整えられたため影響は少なかった
- BtoBなので、直接的な影響はでないし、影響があった場合もリモート対応が出来るので問題はないが、エンド側がコロナ感染してしまうと業務が止まる事はある

## 医療・福祉業



### 大幅に上がった

- コロナで落ち込んだのでセミナーを受けたが、このセミナーが効果抜群だった

### 少し上がった

- 慢性疾患に関するものと付随するものが売上アップに少しは貢献したと考えられる
- 一昨年は政府の意向に従い、営業時間を短縮したり、営業日を減らすように努めたため、売り上げも
- 下がっていたため

### 少し下がった

- コロナによって売り上げが下がってしまった。サービスがキャンセルになった

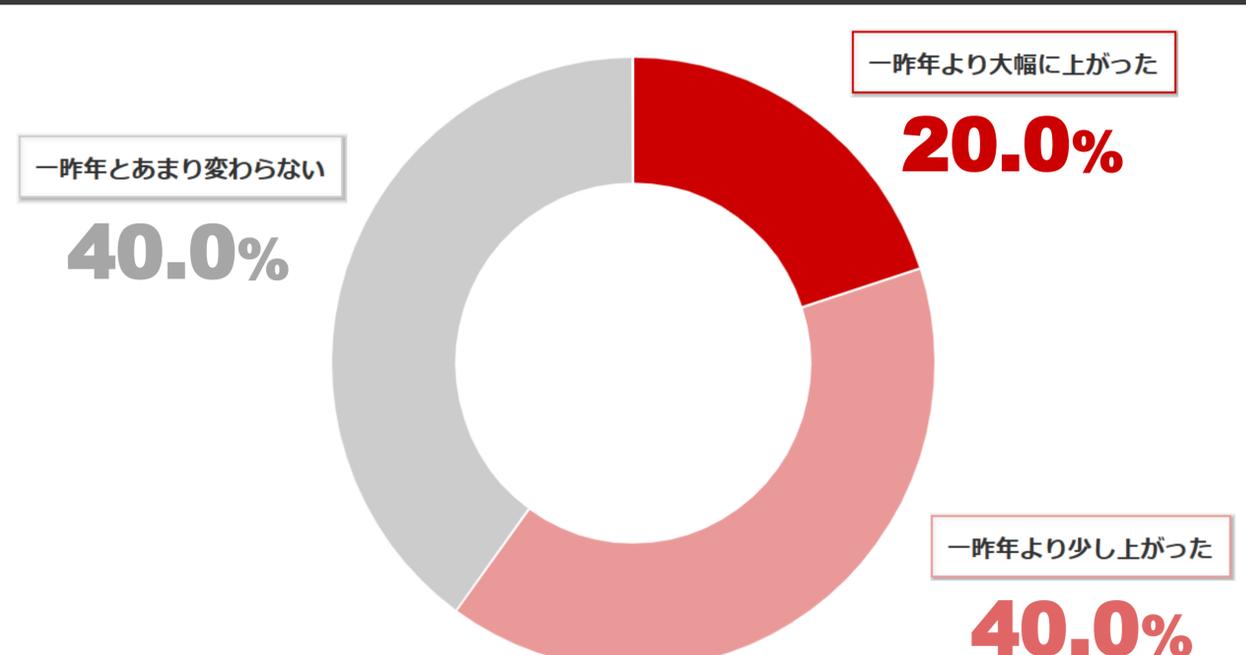
### 大幅に下がった

- コロナが怖いと言うのを煽っている マスメディアを鵜呑みにする 人達が多く集客が難しくなった
- 大人が自分自身にお金を使わなくなった。痛くても我慢する、根本から治すよりとりあえず痛みを何とかしてくれたらいいという方が増えたから

## あまり変わらない

- 主に高齢者を対象とした口腔ケアの仕事なので、予防の観点から必要とされた
- コロナによる感染症に対して利用控えがあるケースは考えるが業界全体での売上、収益悪化は些細な範囲で済んでいる

## 個人投資家



### 大幅に上がった

- コロナ政策による金融緩和で金余りが発生し投資に資金が集まった

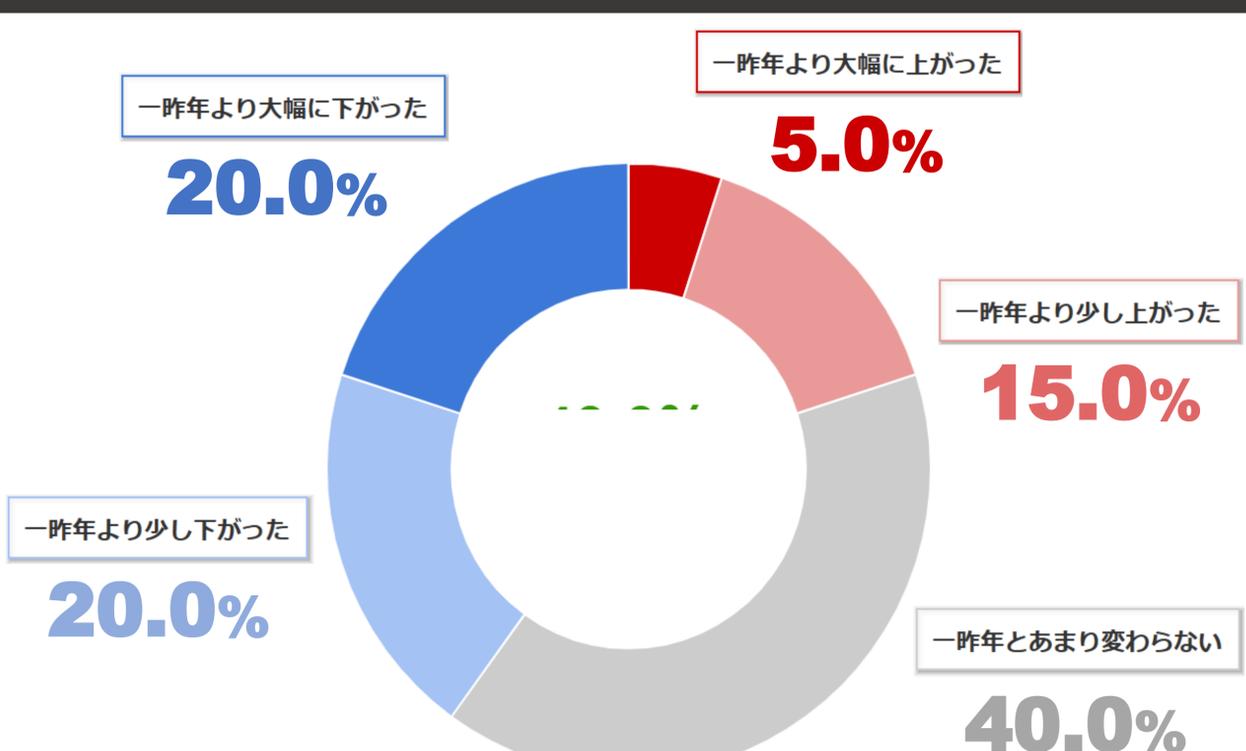
### 少し上がった

- 国、機関投資家、企業、個人投資家の仮想通貨参入が増えているため
- コロナが始まった一昨年前は世界各国で金融緩和が実施され相場が大きく上昇したが、今年は日本以
- 外の多くの国で金融引き締めが行われたために相場が軟調だったから

## あまり変わらない

- 稼働する時間や労力があまり変わらなかったため収支にあまり影響がなかった
- 2022年はアメリカの継続的な利上げにより景気が後退したため

## その他



### 大幅に上がった

- 卸売業  
スクラップなど素材が全て値上がりしたため

## 少し上がった

### ● 不動産賃貸業

- コロナが始まりの頃は、外出禁止だったこともあり空室が埋まらなかった
- 不動産売買においては大手デベロッパーを中心に マイナス面をプラス面が上回った  
住宅ローン金利上昇への懸念が追い風になったことが要因

### ● 部品組付け

2020年が一番大変で、部品の製造停止があった年だったため

## 少し下がった

### ● アニメーション監督・演出

外での接触などによるイベントによる売り上げが大きく減少してしまった

### ● 保険業

流行の波が波状的に襲ってきたため、特に高齢者世帯に対しては、アプローチを自粛していた

### ● 製造業

輸出入の減少と人件費が下がった。コロナで仕事の流れが悪くなった

## 大幅に下がった

### ● 空調設備

コロナが始まって直ぐは補助金が国民に配られたので普段の年より忙しかったが、今は買い控えられている感じがする

### ● 電気工事業

受注から納品完了までのサイクルが長期化している為、客先の設備投資が遅れている。

### ● 保険業

急激に訪問活動が出来なくなり大幅に売り上げが下がってしまった

### ● 飲食業

## あまり変わらない

### ● サービス業

コロナで人との付き合い方が変わり、それによりニーズが増えたが、一方で他のサービスも増え乗り換えが起きたため、変化が少ない印象

### ● 遺品整理業

需要が変わった訳ではないので、変化は感じられない。今後も関係ない。

### ● 営業代行

ほぼコロナが流行り出した時から個人事業主になり仕事内容等に変化ないため

### ● 外部講師

コロナに影響される仕事ではない為、売り上げに影響する事はない

### ● 不動産賃貸業

- コロナの影響があっても住居は必要なので他の業界よりは変化は少ない
- 私の場合は売り上げは変わっていないので変化していないと感じる

### ● 保険業

コロナの影響を大きく受けた業界（飲食店、ホテルなど）の契約者が少なく解約など少なかった。

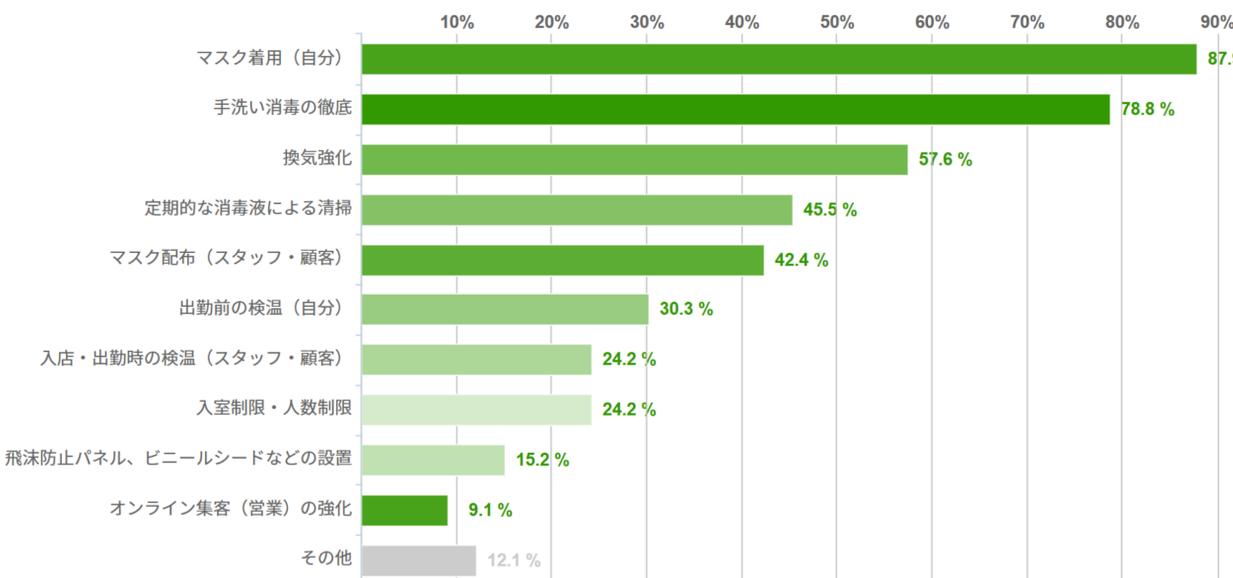
### ● 情報通信業

単価が変わっていないため、売上に大きな変化は発生していない

# 2022年のコロナ対策 & 最も効果的だった対策

—今年実施したコロナ対策は？その中で最も効果的だった対策は何ですか？

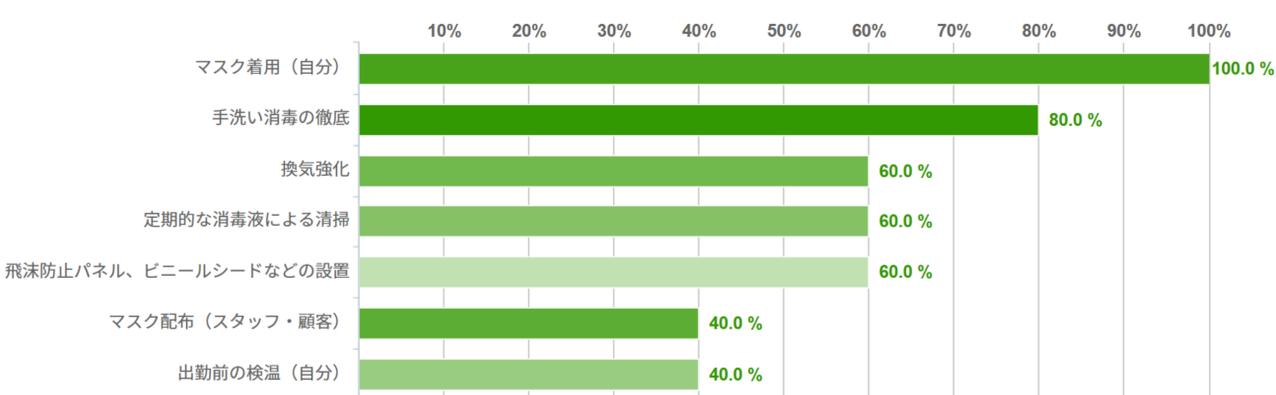
## 美容業



## 2022年最も効果的だった対策

- 消毒
- アルコールとマスク
- マスク着用
- 手洗い消毒の徹底
- AirDogの空気清浄器を設置
- マスク着用の義務化
- オゾンによる空間清浄
- うがい、手洗い
- マスク着用で感染を防いでいること
- 換気
- 来店時の消毒の徹底
- 消毒機の配置
- 飛沫シート、換気
- 入室制限・人数制限 完全入れ替え制にしたので安心感が増した
- 食事は1日一食でオートファジーを働かせて免疫力を上げて、睡眠、運動など健康管理に気を配った
- 入室制限・人数制限 小さい個人店なので人が密集しないようにすること
- お互いのマスクの徹底と、オゾンによる空間除菌
- 真実を知ること、正しい情報をお客さんにも届けたこと

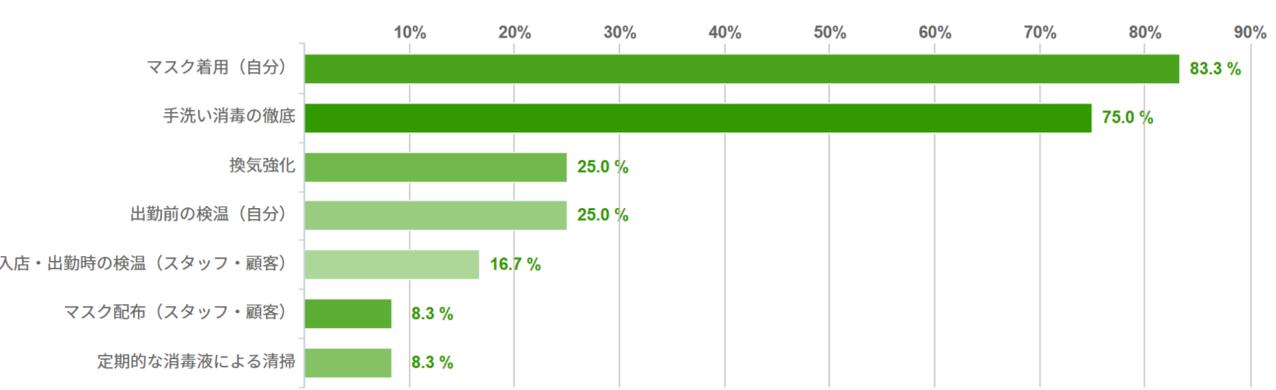
## 小売業



### 2022年最も効果的だった対策

- 全スタッフのマスク着用
- 接客業のため、マスクは必ずすることによりお客様の安心感を得ることができる

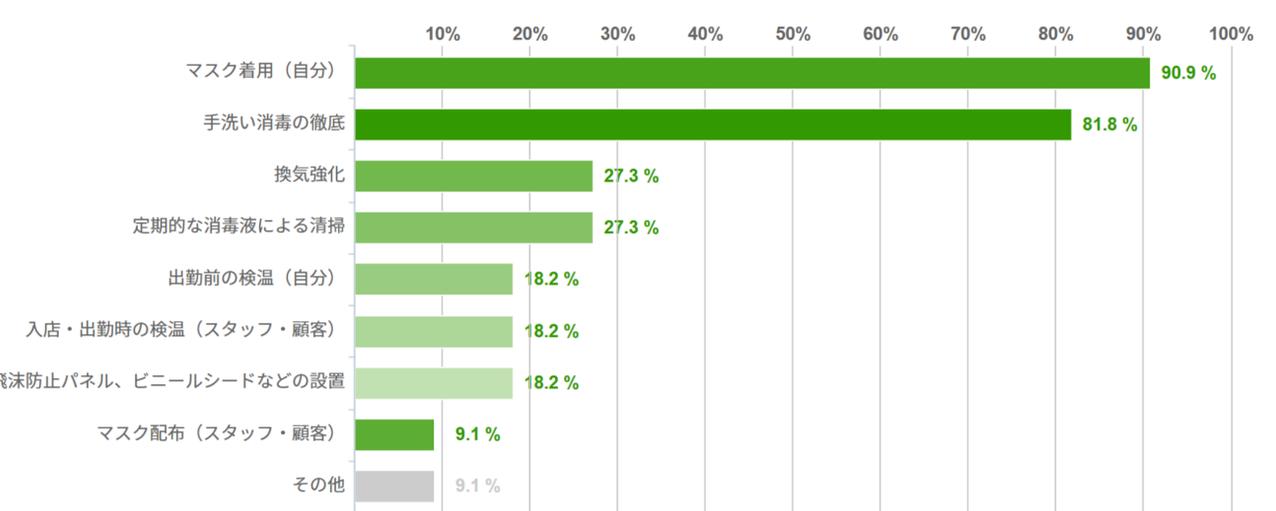
## 建設業



### 2022年最も効果的だった対策

- やはりマスク
- 距離をとること
- やはり現場内でもうがい手洗いを徹底し検温し熱があれば入場できない
- マメな手洗いとマスク着用
- 建設現場では検温しなくては入れない現場がある
- 手洗いうがいは風邪予防になるのでいいと思った
- 手洗い、うがいもしていたが、やはり広げない努力はワクチン予防接種だと思う
- マスクとアルコール除菌

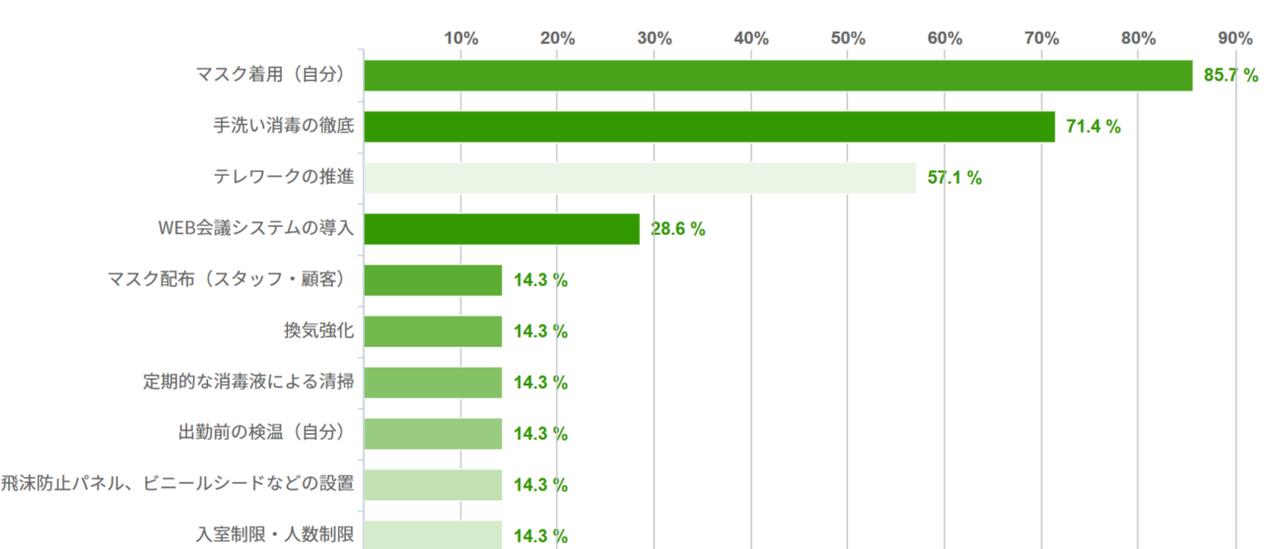
## 運送業



### 2022年最も効果的だった対策

- マスク
- 手洗いうがい
- マスクと手の消毒
- 電車移動が多いため、電車内の換気とマスクが大事
- 基本的だが、マスクとディスタンスの徹底が一番効果があった
- ソーシャルディスタンスを心がけて外出する時は、必ずマスクをしたこと
- 人が集まるところに自らいかないこと
- 人と接触するときは、必ずマスクをする
- 食事の制限、16時間以上食べない時間をつくる

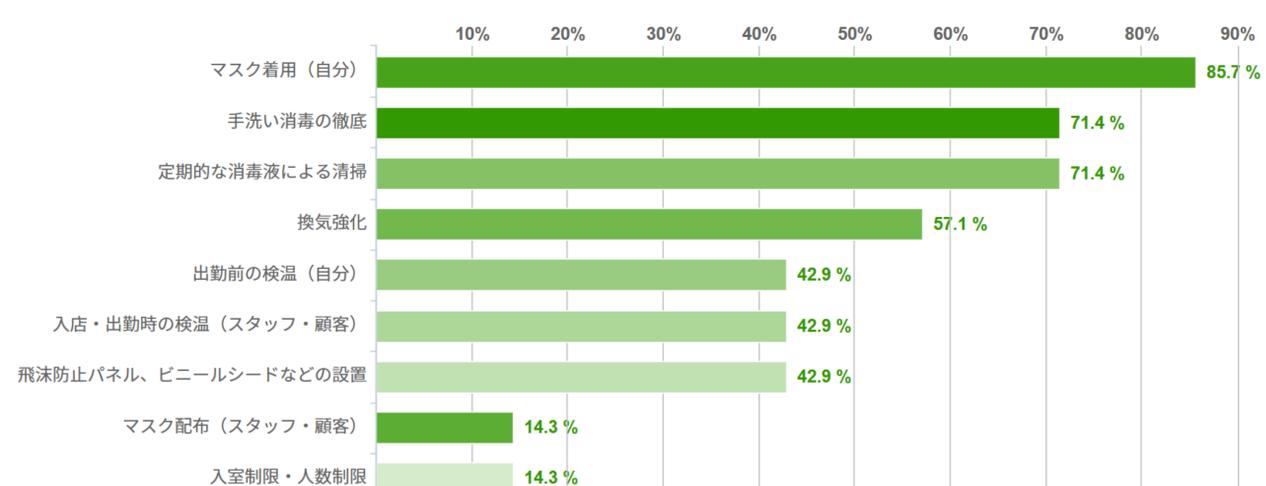
## WEBサービス業



### 2022年最も効果的だった対策

- マスク着用
- 帰宅後の手洗い・うがい
- マスクの着用と手指衛生のケア
- コロナの中での集客方法を伝えるなど、コロナに目を向けたトーク
- テレワークにより外に出ることが大きく減ったので、その影響が一番大きいと思う
- テレワークで無駄な移動時間を消費することがなくなったので良かったと思う
- テレワークの環境整備により出社率ゼロでも業務遂行できる環境ができた、以前からペーパーレス・WEB会議の活用はある程度導入できており、コロナ禍で100%導入することができた
- 効果検証することがないのでわからないが、コロナ感染してしまう事で、再感染の影響が圧倒的に減った事が安心に繋がった程度

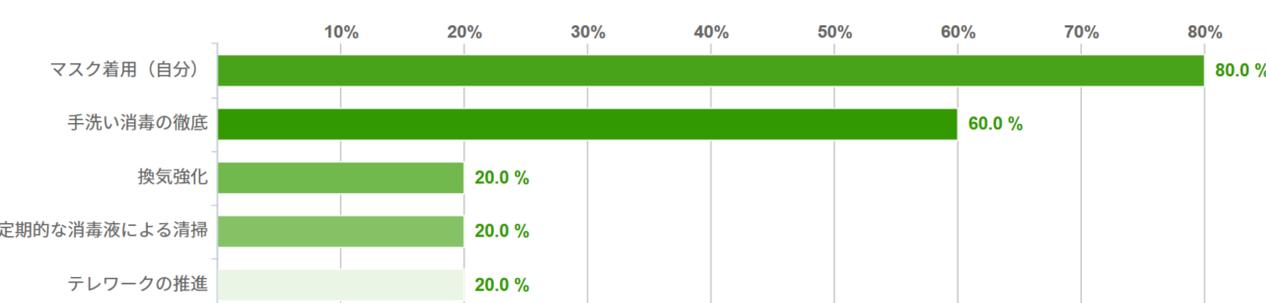
## 医療・福祉業



### 2022年最も効果的だった対策

- マスク着用、清潔の維持を心掛けることを継続して意識していくこと
- 定期的な消毒液による清掃
- 消毒液とマスクとワクチンによってコロナ対策
- 手洗い、消毒に加えマスク、手袋、フェイスシールド装着などを徹底して行う
- 手洗い・消毒、発熱などの健康チェック

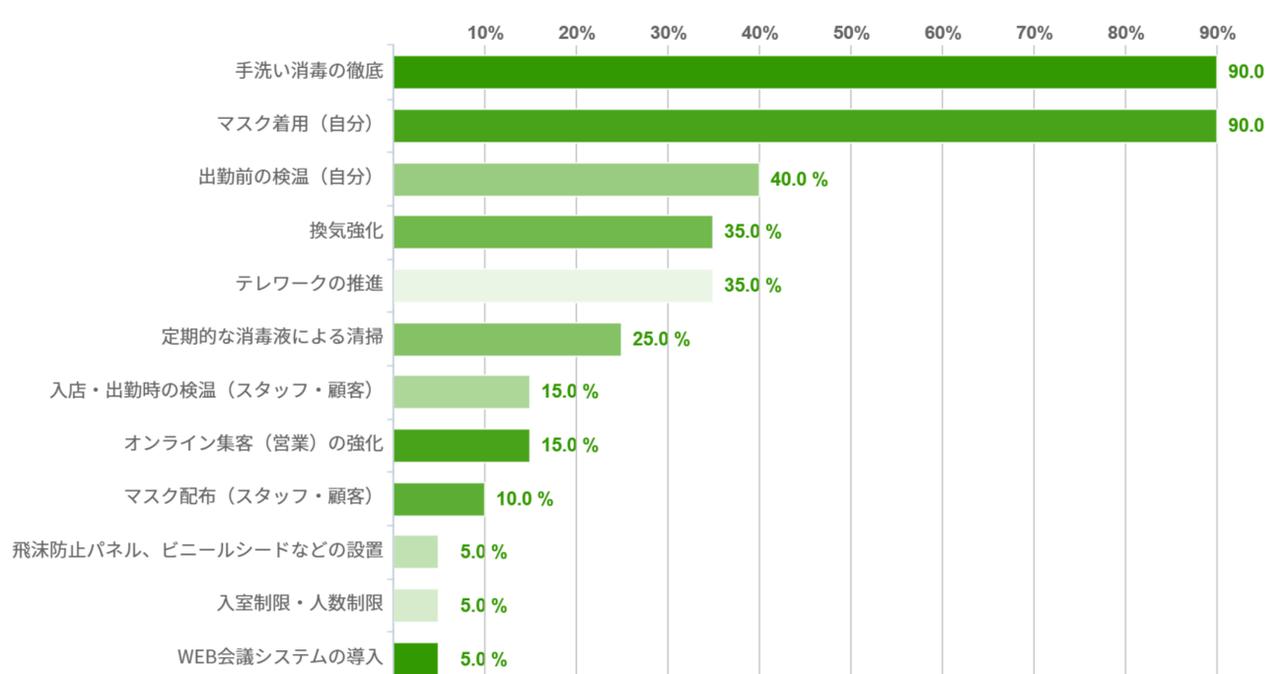
## 個人投資家



### 2022年最も効果的だった対策

- 人混みを避ける
- マスク着用、手洗いうがい
- できる限り直接会わずに、Zoom会議やメールのやり取りで済ますこと
- できるだけ人との接触を避けること
- マスクや消毒によって、自分自身や家族などにコロナ感染者がでなかった

## そのほか



### 2022年最も効果的だった対策

- 外部講師  
手洗い消毒
- 空調設備  
手洗いと、よく食べてよく休むこと。体力がないと免疫力が落ちるから
- 情報通信業  
主にリモートワークとしたため、直接に人と接触する機会を極力減らした
- 製造業  
マスク着用
- 電気工事業  
テレワークの推進により、人に接する事が少なくなった
- 飲食業  
オゾンの機械を設置しお客様に安心感を与えたこと
- アニメーション監督・演出  
テレワーク
- サービス業  
ワクチン休暇
- 遺品整理業  
マスク着用の徹底
- 部品組付け  
人との接触を減らす対策
- 不動産賃貸業  
→人が密集する所には行かない  
→家族は一人感染したが、別の階に居る、食事など別にしていたことが効果があったと思う  
→人混みに行かない。公共の乗り物等は極力触らない  
→オンライン営業の強化 業務の可視化によりオンライン以外の通常営業にも 良い効果が得られた
- 保険業  
→手洗いうがいを実践することが1番良かった  
→マスク、手洗い、消毒。会食を控えること  
→色々対策は打っていたものの、結局今月コロナ陽性となり、防ぐのはなかなか困難と感じている

# withコロナで2023年にすべき戦略・施策

—あなたの業界においてwithコロナのために行うべき2023年の施策や戦略を教えてください

## 美容業

- withコロナのために行うべき 来年(2023年)の施策や戦略は罹らない
- 特に変わりなくコツコツやっていくしかない、介護美容も増えていくだろう
- 今まで通り人数の制限。マスク着用。アルコール消毒をしようと思う
- 今以上にお客様にとっての大切な存在となるため、お店としても個人としても学びは必要
- 引き続き、マスクや消毒などの対策はやっていき、オンラインでの発信をしていく
- 引き続きコロナ対策をやっていきつつ、やり過ぎている対策などは見直しをしていく
- 新規客の減少の傾向が少しあるので、ずっと同じ内容で掲載してるフリーペーパーの内容を一新する
- 個室化にしてお客様に安心して来店して頂けるような環境にすること
- まずは自己管理をしっかりすることと消毒などできることはやっていく
- 複数人が集まる会合等では参加しない。なにより、自分自身が感染を避ける事が一番大事
- とくにコロナを加味した戦略はない。そんなものは考えなくていい
- コロナは終わったので、通常のやり方に戻すだけ 環境、健康、美容で困ったお客さんを助けるだけ
- ハイライトなどのちょっと派手目なメニューでお客様のストレスを分散させてあげること
- これまで通りに感染症対策を粛々と続けて行う事。その上で、通常の営業の質を上げていくこと
- 徹底的に利用する立場から考え、行動してトライアンドエラーを繰り返す
- 自宅でカラーをされている方に少し割引をして美容室と自宅でのカラーの違いをアプローチしていく
- 今まで、チラシでしか集客をしてこなかったが、これからはweb集客も強化しようと思う
- スタッフの人としての魅力を出すこと、うちが必要でいきたいと思ってもらえるようにすること
- 感染リスク対策、コスト削減、お客様とのコミュニケーション強化
- 消毒液の設置とマスクで安心感を出していけば大丈夫かと
- お客様に安心していただける環境作りが大切なので、あたりまえのことあたりまえに取り組むこと
- 自店のホームページなどによるECサイトでの店販商品のネット販売
- 入れ替え制を維持しつつ、定期的に発信してアピールを続けていく
- 今までも一緒にお客様が帰られた後、消毒を欠かさずコマ目にしていくのが大事と思っている
- 最近はそのゆえにコロナを気にする方がいないので、いままで通りのやり方でいいと思う
- 安心感を感じてもらい、美容室に来て気分転換やリフレッシュしてもらえるような取り組み
- 入室制限・人数制限 三密を避けて、お客さんやスタッフが安心出来るようにする
- 来年も顧客が望むサービスや悩みを解消するようなメニュー展開を実施していく
- 新規集客、販促(DM.LINE配信.顧客の教育していく。)年間会員などで囲い込む
- 新しい生活様式になっている今、コロナの事は考えずお客さんが求めているサービスを提供する
- 念のためマスクと換気と手洗いとうがいをして、疲れすぎと睡眠不足に注意して普通に働くこと
- コロナや今後流行る可能性があるものに対応できるよう共存をしていくために、変化して必要な選択ができるようにする
- ワクチン接種回数が多い方の副作用による抜け毛で悩まれているお客様が増えているので、抜け毛改善対策や育毛に力を入れて行く

## 小売業

- 新商品の発注を増やしたり、POPなどで高単価商品を買っていただくこと
- キャッシュレス決済を推奨し、お客様の滞在時間をなるべく減らすようにする
- コロナになるときはなるから 何も気にせず今まで通りでいいと思う
- いままで通りでいいと思う、どんなに対策した所でコロナはなくなるので施策や戦略はない
- コロナ中に比べて売り上げは上がっているが、物価高が一番販売業へダメージを与えているため単価を上げていかないとはいけない。低単価の物から購入してもらえようようなアピールをしていく

## 建設業

- 引き続きマスクの着用、手指の消毒の実施。あとはソーシャルディスタンス
- 今と変わらず距離をとり休みの日など人混みの中になるべくいかない
- 今年と変わらずになりますますが個々がうがいが手洗いの徹底と熱があれば休むこと
- まだまだコロナ禍の材料費の高騰は収まらないと思うので、どんな仕事でもこなして行くこと
- 国がコロナの感染症の方針を変えてもらうのが、まず先だと思う
- 材料費も年々上がってきているので、何かお客様に特典などがあればいいと思う
- 今までと変わらずしていけばいいのではないかと思う
- お客様とのコミュニケーションをインターホン越しでする 現場での体温管理
- 感染は防げないので、ワクチン接種とマスク着用で乗り切ること
- 現場の業界には、戦略などはないので営業で頑張るしかない

## 運送業

- 適材適所マスクをして、免疫を下げないためにも栄養、睡眠、寒さ対策をする
- 今までと変わらずに検温やマスクの着用、消毒の徹底を実施していきたい
- コロナにかかるると何も出来なくなるのでできるだけワクチンは打っておきたい
- 手洗いやうがい、マスク着用など、個人で感染予防を常に心がける
- 個人での配送業務のため、特に今までと変わることはない
- 来年度以降は、コロナは日常的なため、特別なことではなく、コロナ以前と同じような戦略をとる
- コロナが流行りだした2020年からと同様に外出を控える人にアピールしていく
- コロナはもう落ち着いているので、それを期待しないで新しいことに注力する
- 食事の改善、1日2食いかにして、プロテイン、フルーツを良くとり、お米の量を減らす
- ワクチン接種マスク手洗い 消毒の定期的な実施 等基本を実施する
- 手洗いうがいの徹底。人が触れやすい場所は、必ずアルコールなどで消毒して二次的な被害を防いでいきたい

## WEBサービス業

- コロナの影響がある業種ではないため、これといった対策や施策はない
- リモートの推奨
- 無駄なオフライン手続きの廃止と、オンライン化 リモートワークの推進
- 対策はこれまで通り、マスク着用と手洗いを継続し、感染者が増えた場合は在宅勤務を行う可能性も
- 共によりゼロコロナを実現してほしい、仕事よりもプライベートの融通が効かないので、その部分にストレスを感じる
- テレワークでの作業も増加。ただし、コロナもインフルエンザレベルとなってきたため、今後は元に戻っていくと思う
- 社会的にコロナがシビアにいる間は色々配慮したり考慮することが増えるのでリモートワークが前提条件にしようと思っている
- 現状のテレワークやWEB会議を継続して実施すること、ただし、新メンバーや新入社員の教育などは対面での教育が必要となるため工夫が必要

## 医療・福祉業

- 感染拡大に対する防止の徹底を引き続き継続していくこと
- コロナに関する正しい情報を発信していくこと
- コロナの対応を五類に引き下げてインフルエンザの一種のとして扱う
- 手洗い、消毒はもちろん、手袋、マスク、フェイスシールド装着の徹底につきる
- コロナがあってもなくても顧客とのリレーションを上げられるようなコミュニケーションやサービスの展開をしていくこと
- 倫理観を無視し、売り上げだけを伸ばすことを考えるなら、コロナ対策をアピールし、オンラインでの運動指導や施術、お財布の紐が緩みやすい美容系のものを取り入れるのが正解かもしれないが、本来あるべき医療の姿ではないようにも思う
- コロナ禍の影響で「通いの場」の活動が自粛されて、高齢者の外出・運動や社会的交流の機会が減少していることを踏まえて、屋外におけるプログラムや通いの場に通うことができない高齢者への訪問型の支援など感染防止に配慮した支援が望まれる。またこの点について、新たなビジネスチャンスが生まれつつある

## 個人投資家

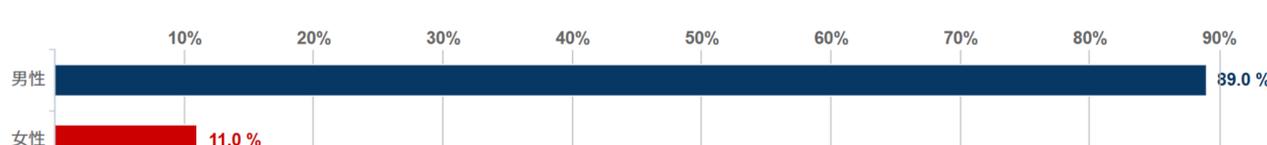
- 暗号資産の税制改正 コロナ政策の改正、5類認定し通常医療に戻す。海外観光客の積極的受け入れ
- ネット証券を普及させることが急務であると考えられるため、投資家のリテラシーを上げて、対面で売られている投資商品を買わないように教育するべき
- 自身がコロナ感染した場合でも稼働が止まらないような環境をつくること 携帯やタブレットで業務を行えるようにする
- withコロナによってインバウンドやイベントなどに大幅な需要の回復が見られるなら、コロナによって大きく下げたインバウンドやイベント関連の銘柄への投資を検討する。またインバウンドにより外国人が東京の不動産が円安の影響によって割安であることに気づいて投資し、東京の不動産投資を扱っている会社の収益が大きくなる可能性があるため、そのような銘柄への投資も検討する。

## そのほか

- サービス業  
マスクの着用で表情が見えないことがネックだったが、それを緩和させるような施策
- 遺品整理業  
リモートを利用した顧客との面談を活用する等の工夫する。感染対策は引き続き行う。
- 外部講師  
マスク着用、手洗い、消毒の徹底、3密回避すること、検温など
- 情報通信業  
常時リモートワークで人との接触を避ける。そうすれば多少体調が悪い場合でも可能な限り業務を遂行できる
- アニメーション監督・演出  
接触をしないけいのイベントの増加とテレワークの推進 Web会議の徹底
- 製造業  
過剰に気にせず風邪やインフルエンザと同じと思って養生する
- 部品組付け  
接触があんまり無いため、それを続けること、お話しは出来るだけオンラインで行う
- 空調設備  
取り付け専門で動いている人達はだけですので、特に変わった事はしない。
- 電気工事業  
製作品以外に重点を置き、受注→完了までのサイクルを短縮したいが、具体的にはまだ考えていない。
- 不動産賃貸業  
→新たに入居される時には居室の消毒などに配慮すること  
→打ち合わせなどリモート化は更に進むと思うが、実際に対面しなければならない場面も上手く活用  
→業界全体コロナバブルと言われていたここ数年。新規の物件供給量が減少しているため、今まで以上にパーソナルな提案力が求められる。より一層、細やかな対応を行って差別化を計りたい。  
→リモートを提唱している間は人流も見込めないため、入居者に出て行かれない様にする対応が必要
- 保険業  
→コロナに慣れること無く徹底した手洗いうがいマスクを心がけること  
→契約に必要な面談や捺印など人と接触する事を控えて、テレワーク中心の勤務形態にすること  
→シニア層以外の、比較的モバイル機器に順応されているお客様には、非接触のオンライン募集などは積極的にやっていきたい

## 本調査の回答者属性

### ▼ 性別



### ▼ 年齢

