

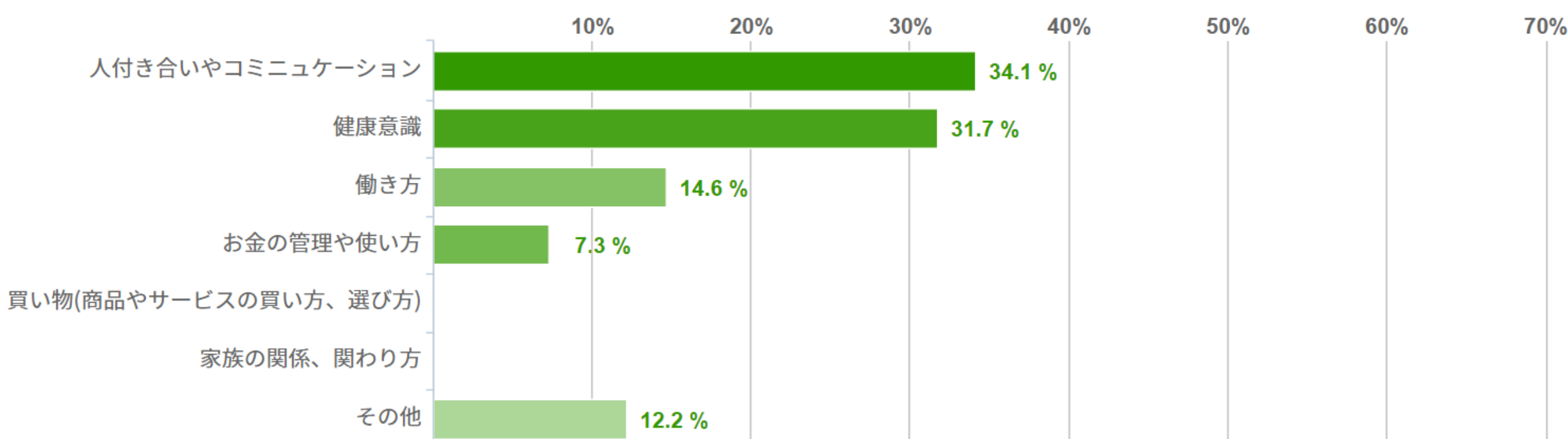
2023年コロナの影響調査 に関する調査結果

【実施期間】
2023年12月

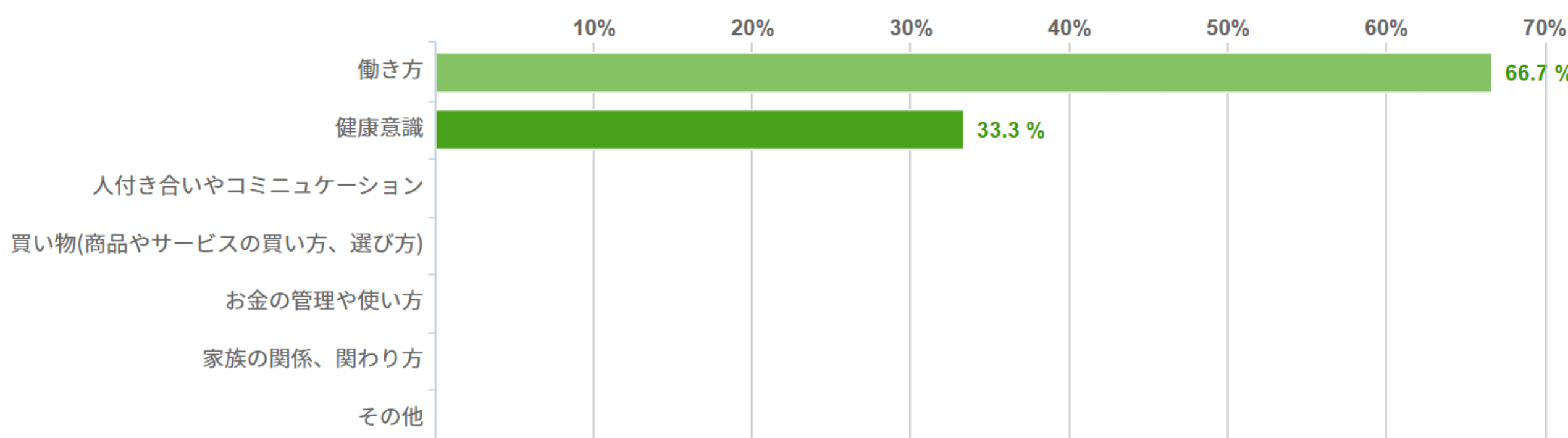
コロナによる変化

一個人事業主として、新型コロナウイルス感染拡大以後の生活・行動・考え方で最も変化したことは何ですか？

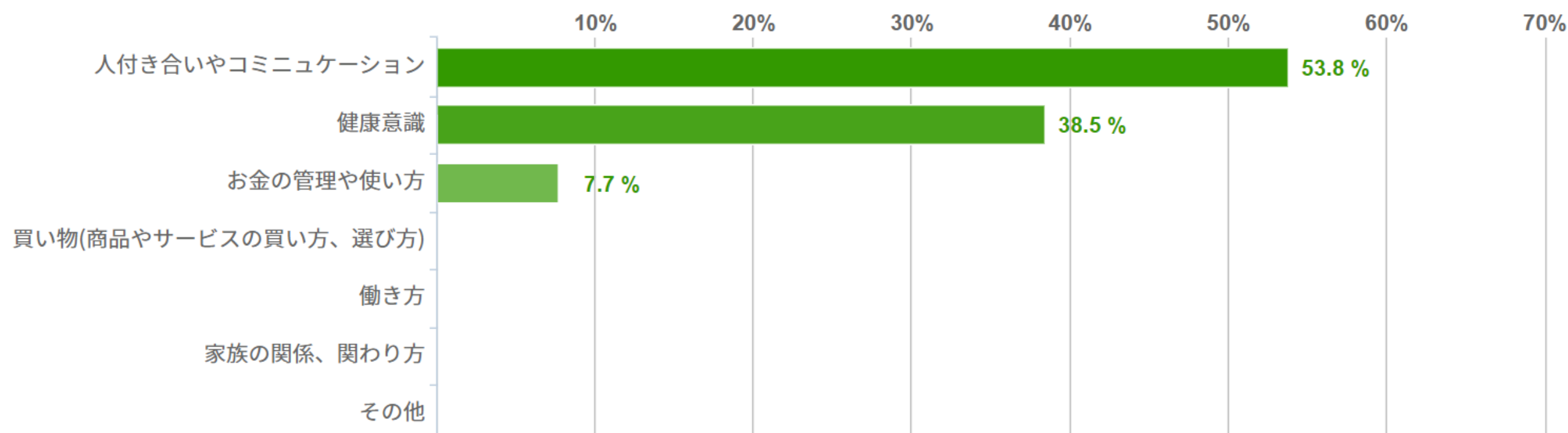
美容業



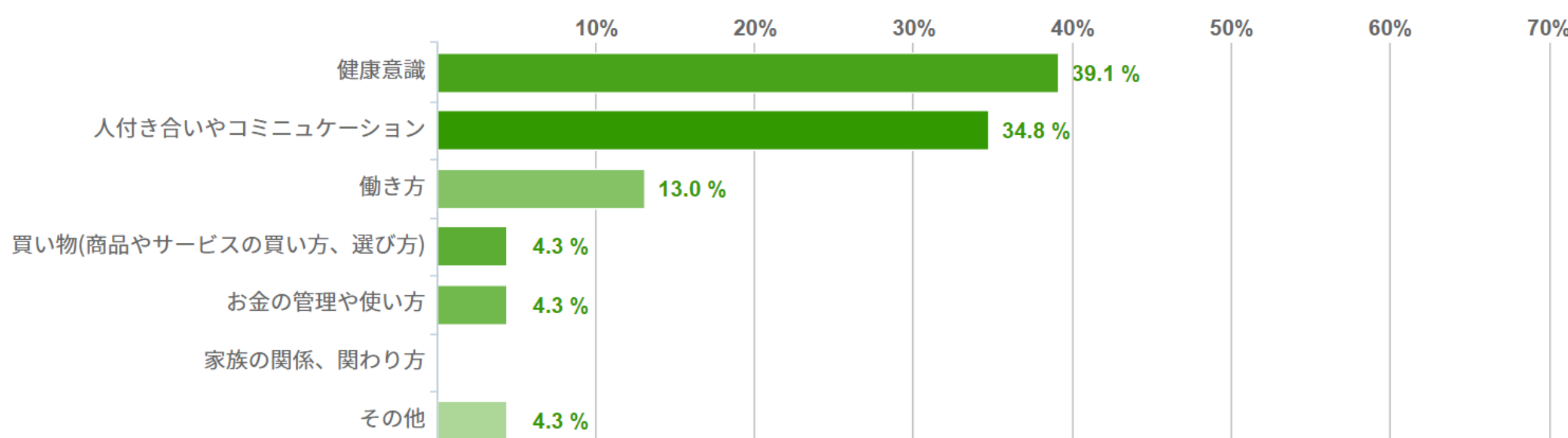
飲食業



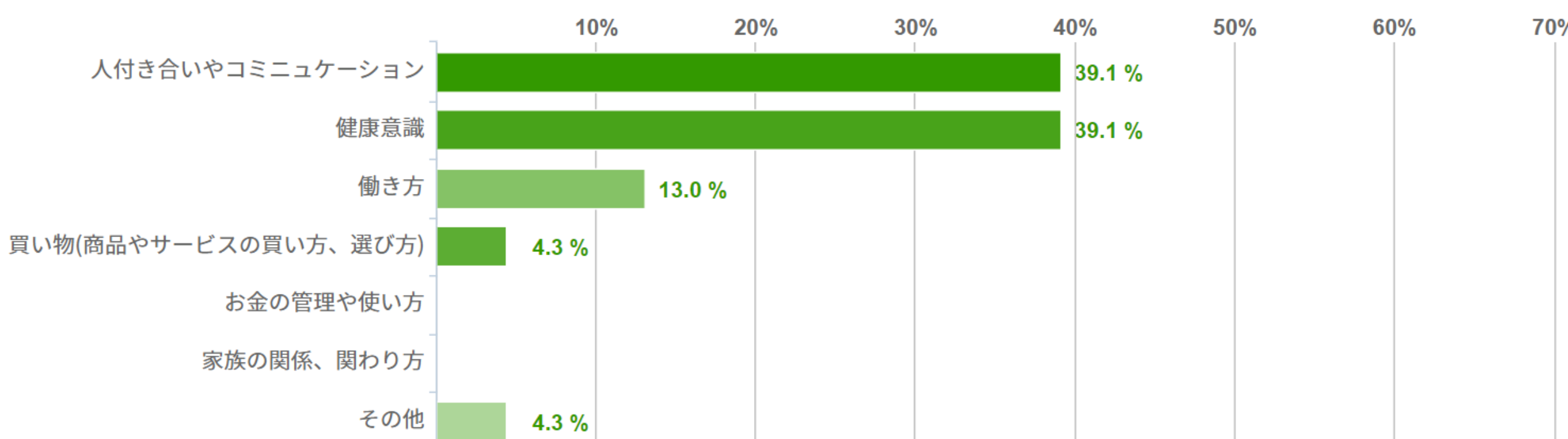
小売業



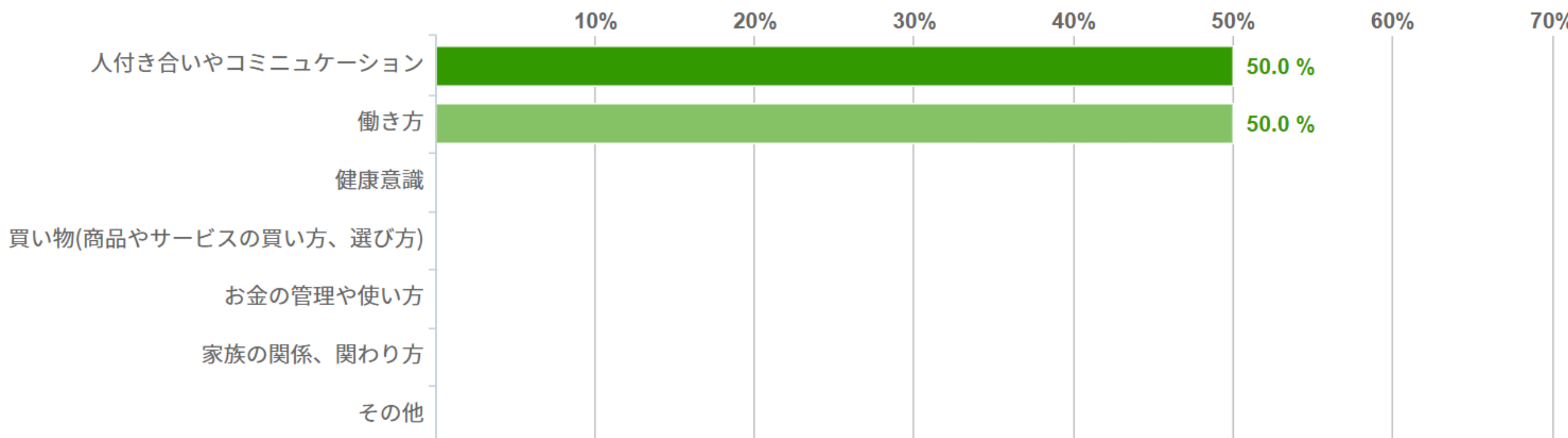
建設業



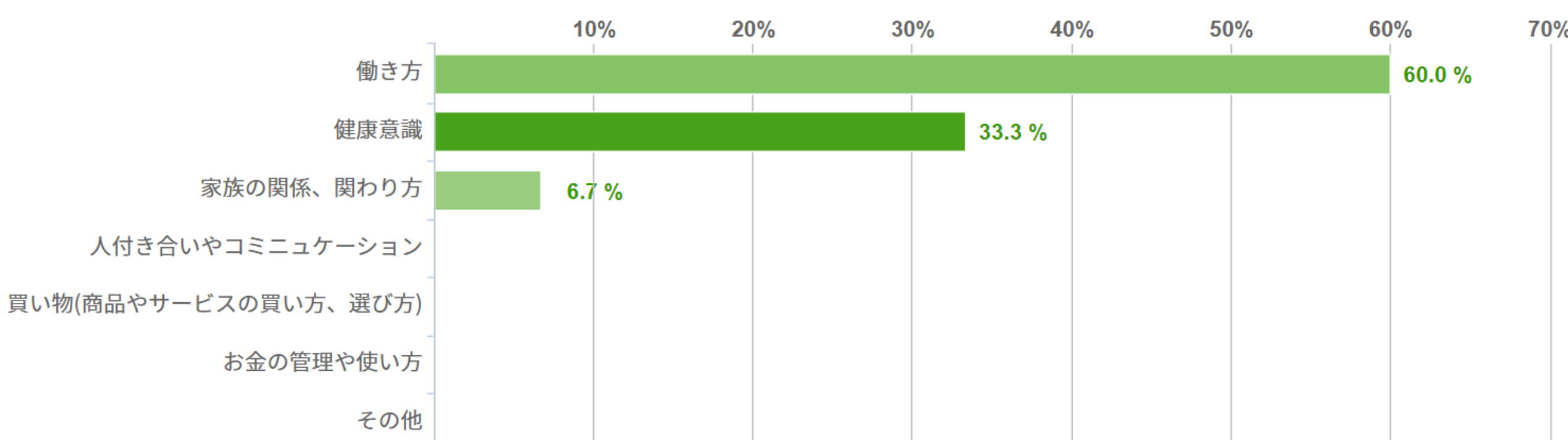
運送業



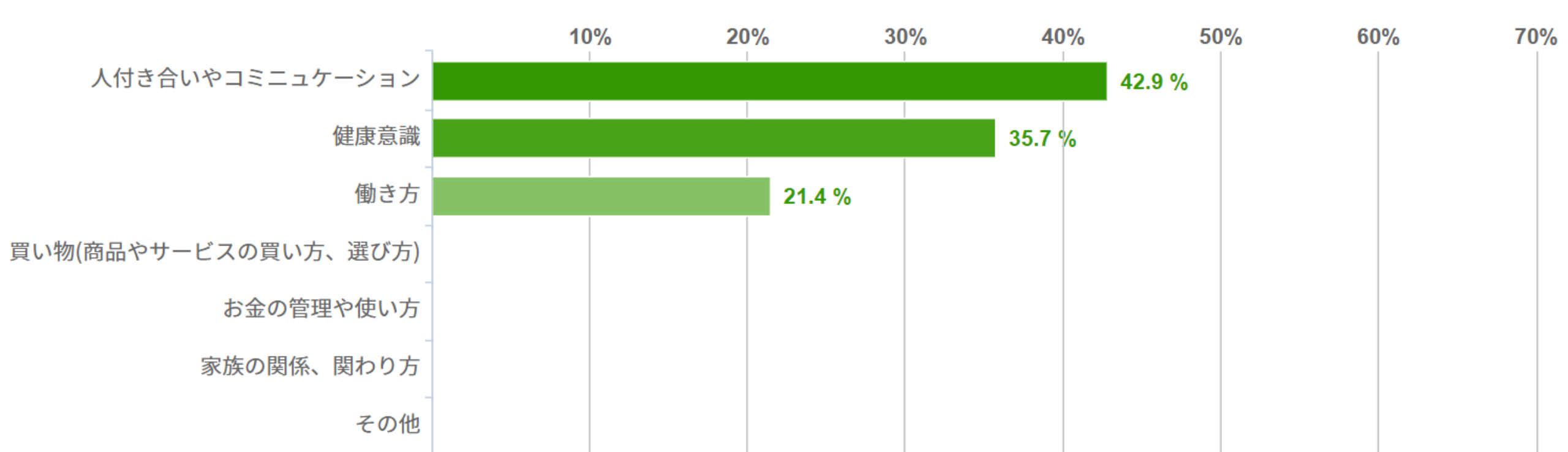
不動産業



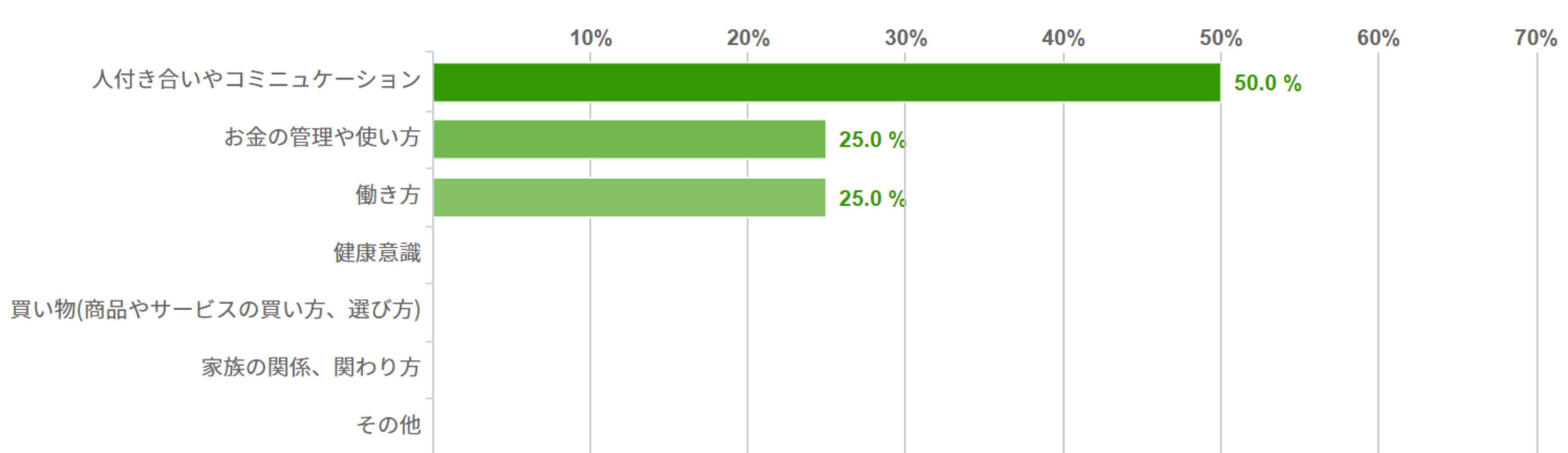
WEBサービス業



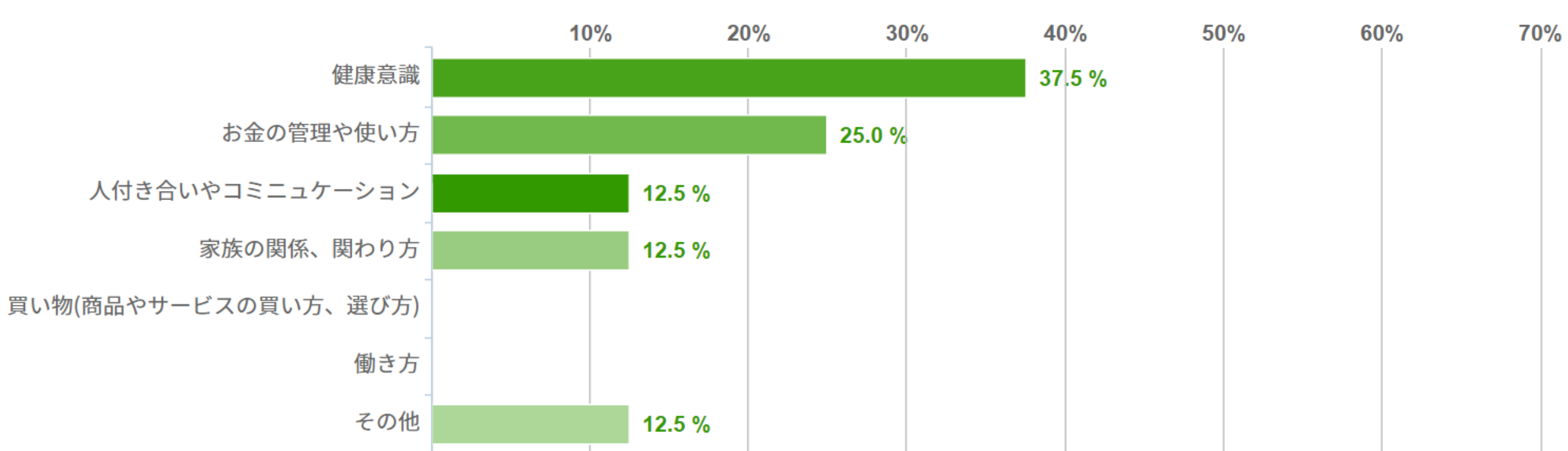
医療業・福祉業



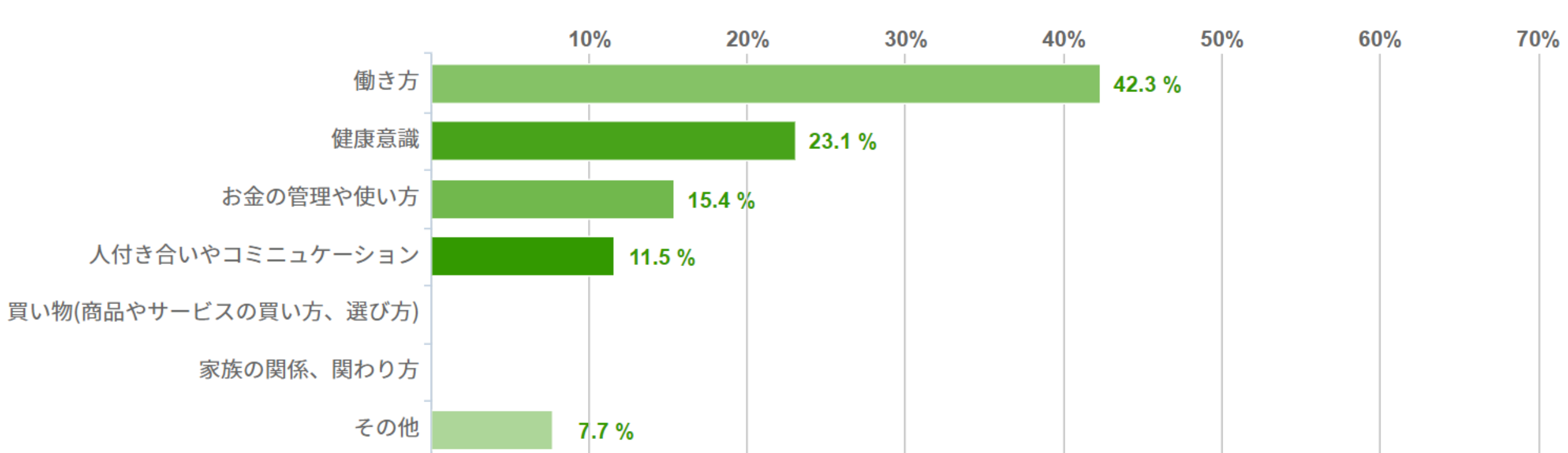
専門家(士業・FP・コンサルなど)



個人投資家



その他



コロナによる具体的な変化

－何がどのように変化したのか具体的に教えてください。

人付き合いやコミュニケーション

- コロナ禍では人と会うことを避けていたが、今は会っている
- 呑み会が元に戻った。そういう場が増えたのはいいと思う
- 対面からオンラインでの打ち合わせに変化した
- 忘年会や飲み会、研修などに対面で参加しやすくなった
- 会食や飲み会がかなり激減した。コミュニケーションの機会は減った
- 頻繁に飲み会に参加していたが、ほとんど行かなくなった
- zoomによる打ち合わせ、リモートワークの導入など
- 飲み会やゲーム会などプライベートで人と接する事に制限が出来た
- 気軽に食事などを誘ったり誘われたりがなくなった
- 人との繋がりを集患に繋げて居たので、それを断つ事が収入に影響した
- マスクをすることによって表情が分かりにくくなった
- 圧倒的に人と仕事以外で会う機会が無くなった
- 今月で丁度起業して一年経った。 コロナ禍では人に会うこと、コミュニケーションをはかること、健康管理が重視され、起業したことなどを幅広く地域に広報できず、SNSなどでの繋がりで何とかやりくりしていた。 現在は余韻はあるものの、比較的アフターコロナと言うこととあり、人とのコミュニケーションの場を設けることが出来るようになった。 街の便利屋としては、自社の広報や人とのコミュニケーションを重視して繋がりを深めていきたいため、かなり変化したように思う
- 感染を警戒して自分から友人、知人にこちらからアポイントをすることが無くなり、リモートで済む案件が増えたり慣れたりした
- 一番は仕事関係含め友人との飲みが減少した。 その中で新たな交遊の仕方を考えさせられた
- 人との距離や多さを気にするようになった
- 人と会う機会が少なくなり、電話やオンラインで完結することがおおくなった
- 私達家族はワクチンを打っていないのと、新型コロナはインフルエンザ並みの脅威しかないと思っているので、周りの方とは話が合わない
- 飲み会がほぼ無くなった事。 現場単位で毎回有ったのが無くなった
- 必要以上に人とを会うことがなくなった。 一方で、会いたい人がいるならばすぐにでも会うべきだと考えるようになった
- 定期的な会食が減りコミュニケーションを取る時間が減少した
- 医療なので接触しない事はできない為、フェイスシールドや口腔外バキュームを必ず使用して診療する様にした
- 飲み会の機会がなくなりコミュニケーションが取りづらくなった
- たくさんの人で集まること、人の家に訪問する機会が減った
- 無駄にたくさんの人付き合いをしなくなった
- 必ずマスクをつけなるべく会わず用件はWEBで済ます
- コロナに感染したら事業ができなくなり、売上が落ちるため、なるべく人と会うことは避けていた
- 仕分け作業や積み込みの時、時間をずらすようになった
- 飲みに行くランチに行く等なくなった
- オンラインでも可能だが、対面でしたほうがいいことなどが明確になった
- 人と直接会って話しをすることが増えた。 やはりオンラインより楽しいし、学べることも違う気がする
- コロナ禍の時はプライベートで人と会うということが凄く減ったので今は元に戻った感がある
- コロナ感染拡大前と比べて大人数での集まりや、会話するときの距離感が変わった
- マスクの徹底、手指消毒、皿は分けることが変化した気がする
- 仕事や友人との会食やイベントの打ち上げが、出来るようになった
- お付き合いの場が、コロナ前と比べ気軽に出来なくなった
- コロナ禍が少し収まって友人から イベントに誘われても人混みの所は断ったりした事
- 価値観が合わない人と無理に合わせてまで付き合うことがなくなった
- 今まで以上に人との関わり合いを大切にしていきたいと感じた
- あまり人と直接会わなくなったしマスクをしていないと肩身が狭い
- 普段マスクを使用しなかったため、声が通りにくく、表情も分からないためそこを踏まえてコミュニケーションが取りにくいと感じる

健康意識

- コロナで後遺症になられている方などを拝見して食事や感染予防などを徹底するようになった
- 仕事が出来なくなるので、身体が大事だと改めて感じた
- 手洗いや咳エチケット、ソーシャルディスタンスなど、感染予防対策に対する意識が高まった
- 感染しないように、体調管理するようになった
- いかに日頃からの体調管理が大切かの意識が変わった
- 今までやらなかった手洗いうがい今でも必ずやっている
- 病気が怖くなり、免疫力を上げるために睡眠時間を毎日7-8時間取るようになった
- 実際にコロナに感染した事で、健康管理や感染予防など、コロナに限らず注意するようになった
- マスク着用が当たり前になった。 マスク着用に違和感がなくなった
- 帰宅直後や何か物を触った後などで、こまめに手を洗う習慣が身についた。除菌効果のあるウェットティッシュを持ち歩くようになった
- コロナ感染対策以外にも普段の食生活、飲酒に気をつけるようになった
- 特に自分のような個人事業主は体が資本になるので、病気や怪我に対してより一層注意するようになった
- 感染症を意識した生活をしたことが無かったが、コロナをきっかけにマスクを着用にしてから、インフルエンザ等の他疾病に罹患することがなくなり、結果的に体調を崩すことが無くなった
- 感染症的な健康被害への恐怖が身近なものとなり、その予防対意識が高くなった
- 食生活や病院に頼らないで自分で病気の予防をしていくこと
- 手洗いうがいなどの徹底や室内換気などが当たり前になった
- 2回目のワクチン接種の副症状で大変な思いをしたので、3回目のワクチンは打たず、食事や睡眠、運動等、自己管理をしっかりとするようになった
- 健康第一と思うようになった。食生活に気をくばるように
- 免疫力を高めるため 毎日すこしでも運動する
- 少しの体調の変化にも敏感になり、その時点での対策をするようになった
- 朝も早く夜も遅い仕事のため、普段から免疫力の低下が気になっていたのでコロナを機にオペレーションの見直しができた
- 食生活、運動習慣を心掛ける。 就寝3時間前は食べない
- コロナ前は外食することが多かったのが、現在は家で自炊をすることが習慣になった
- 薬用石鹸手洗い、うがい薬を利用してよくするようになった
- なるべく人に無駄に関わらないようになった
- 食べ物、睡眠、体力作り、免疫向上など、健康に関わることの意識が変わった
- 普通に生活しているだけでも気をつけていないと仕事に直結するリスクができたから
- 健康でなくてはならない。自分1人しかいない
- お金があるかどうかは関係ないことを学びました。命を救うには十分ではありません。しかし、良い食事をとれば、より強力な免疫力が得られる
- 外出する機会が少なくなったため、健康を意識して家の中で運動をする習慣を作った

買い物(商品やサービスの買い方、選び方)

- 外食頻度が極端に減り、自炊するようになった
- 買い物に行ってもマスクや消毒などで息苦しいためネットでの買い物がかなり増えた

お金の管理や使い方

- 日本の政府に頼りっぱなしではなく、どのような状況になろうとも対応出来る状態を作る事を目指すようになった
- いつ、どんな事がおきても、対応できるように管理したい
- リモートの利用、対面時間の削減、郵送の活用
- 無観客試合など試合中止で収入源がなくなってしまい、年俸が大幅に下がってしまったため、生活水準を落としてできるだけ無駄な出費を抑えました
- 売上が減少したため、生活が困窮している
- 思わぬコロナでいままでなかった日本の経済が傾き、いろんな会社が潰れた。 それを見て、今までお金は使うものだと思い、使っていたが、またいつこんな状況になるかわからないので、お金は最低限使い貯金しようと思った
- ちょっと暇になった分家計を把握することができた
- コロナの影響で設備投資が少なくなり、尚且つ部品の納期が長期化する事に仕事が減ったため売上がかなり下がった
- コロナで売り上げが下がり大変だったので 貯金や投資などでお金を貯えるようになった
- 売上げが下がり大変な時があったので 支出を抑えて貯蓄するようになった
- 今まで以上に消費する際に慎重になっていると感じる
- 何が起るかわからないこの時代 突然の収入減少は個人事業主にとっては痛手であり常に何が起きても備えあれば憂いなしということで資産形成の大事さをつくづく感じさせられた

働き方

- 会社員時代にコロナが到来したが、リモートワーク中心になり、働き方が大幅に変化した
- いままではどんな場合でも出社勤務が基本だったが、在宅勤務へと切り替わった
- テレワークが始まり、家で仕事することが多くなった
- 仕事の時間を減らして家族と過ごす時間を増やした
- フルリモートでの初回接客が有効になった
- コロナをきっかけに転職し、今迄の生活全てを見直した
- 自宅からオンラインでの仕事がさらに継続し、家族との時間を多くもてるようになった
- コロナ以前は契約社員で働いていたが、コロナ禍で在宅ワークが増えてフリーランスで働けるようになった
- 消毒やマスク、予約やりモートなどコロナ前とは変わった
- 会食やミーティングが激減して稼働時間がとても短くなった
- 勤務場所がフルリモート（自宅）となった
- 距離感やコミュニケーションの取り方など気にするようになってしまった
- コロナ以前はフルリモートは単価を下げるなど威圧的な環境でしたがコロナ以降フルリモートの仕事が増え働きやすくなった
- それまでは昼休憩は取れたら取る。顧客の入りによって昼休憩はバラバラだったが、いまはお昼に休みを取るようになった
- コロナにより会社が倒産寸前になり 転職した
- テレワーク環境が整備され、自宅勤務が増加したこと、今でも会社への出勤は週1回、通勤が比較的遠い私にとっては自宅勤務は大きなメリットとなっている
- 契約時に対面販売が減り契約の仕方が大幅に簡略化された
- 以前のセッションは対面しかしていませんでしたが、zoomを使うようになった
- コロナ前は遠方の顧客のコンサルティングは 現地に赴いていたがコロナ後は保険各社とも オンラインが認められてオンラインを使うようになった
- コロナか仕事の激減で、生活や支払いなどが厳しくなったので、数年先まで仕事を入れる
- 外出自粛期間が長く、在宅で働く方法をとても考えさせられた
- 小規模で、従業員が一人でも休むと成り立たない環境だったため、体調不良でも皆無理して出勤してもらうようなこともあった。コロナ禍で、濃厚接触や、少しの体調不良でも出勤させることが難しくなったため、フルタイムの従業員が退職したタイミングで、フルタイムの従業員1名の代わりにパート2名を雇用し、従業員が休暇を取りやすい環境を整備した
- 働く場所は必ずしも人が集合するオフィスでなくてもいいと思った
- 今までは、自分で営業して、仕事を得ていたが、今は、下請けになった

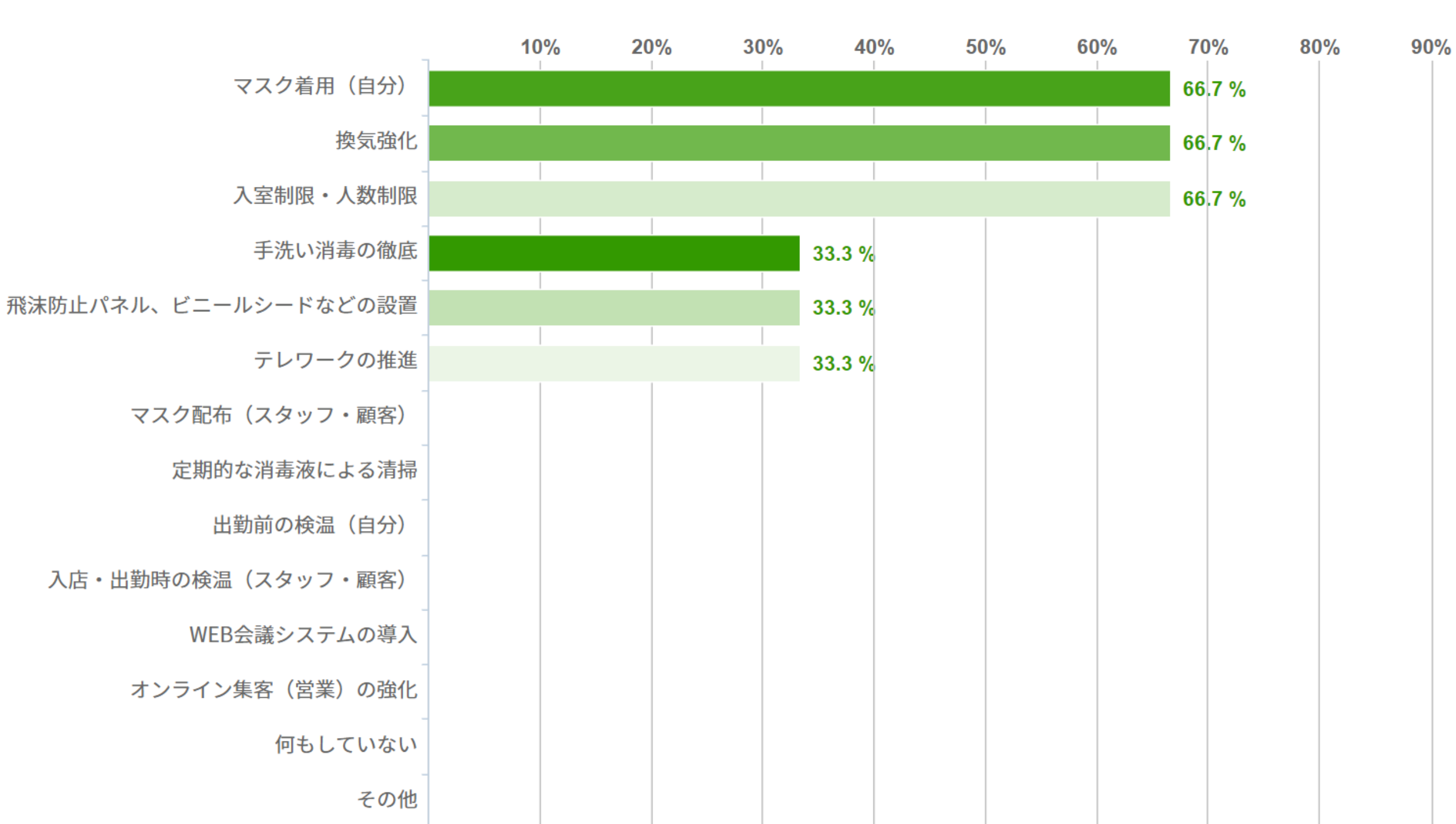
- ## 家族の関係、関わり方

- ## その他

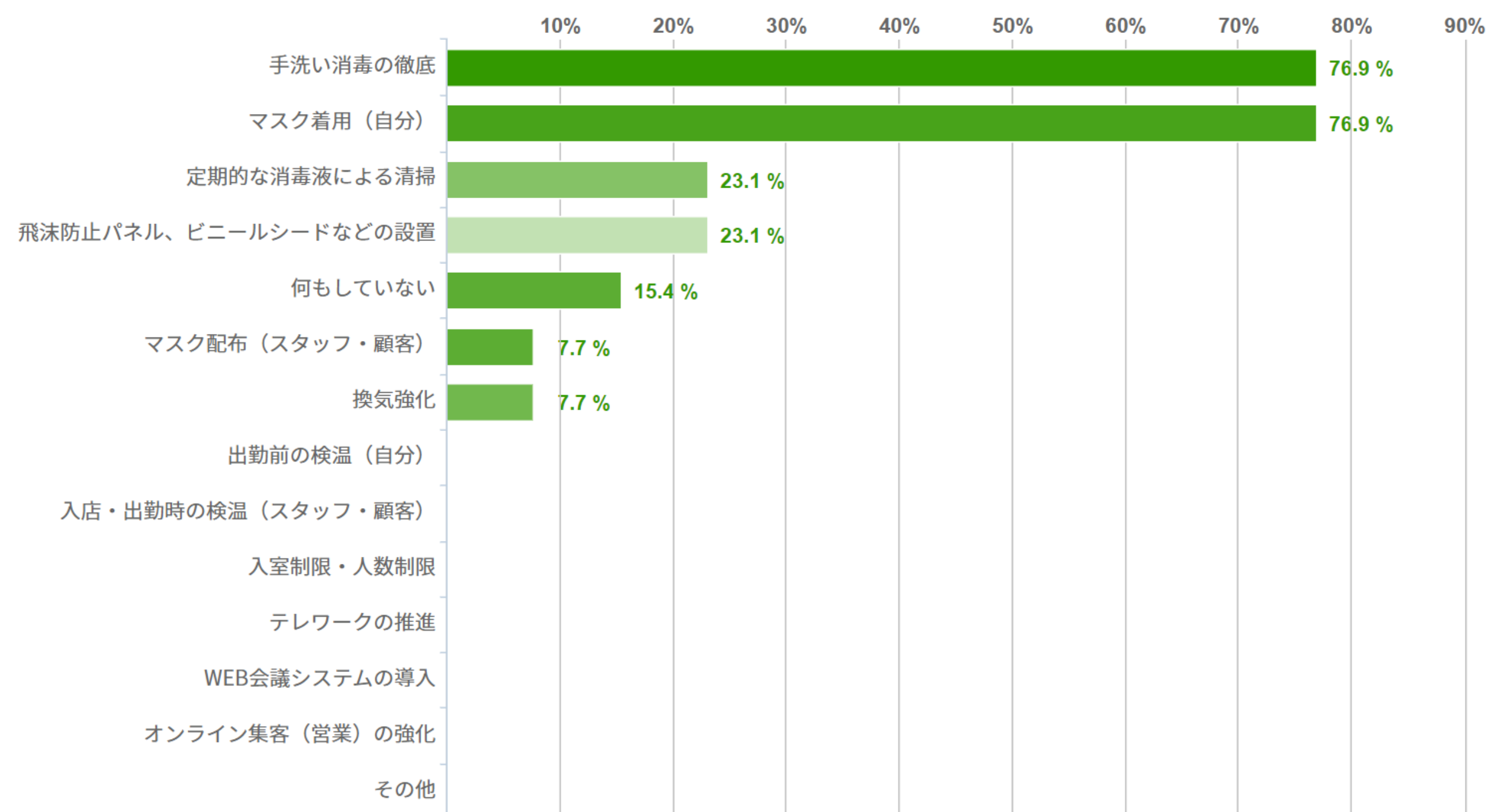
-
- An illustration of five stylized human figures standing in a row. From left to right: a man in a white chef's coat with a yellow apron; a woman in a yellow long-sleeved shirt, white pants, and a yellow beret; a man in a white shirt, yellow overalls, and white pants; a woman in a white blazer, white skirt, and yellow scarf; and a man in a yellow jacket, white shirt, and white pants. All figures have simple black outlines and yellow accents on their faces and clothing.

—あなた自身が今年(2023年)に実施した、または実施し続けているコロナ対策は何ですか？

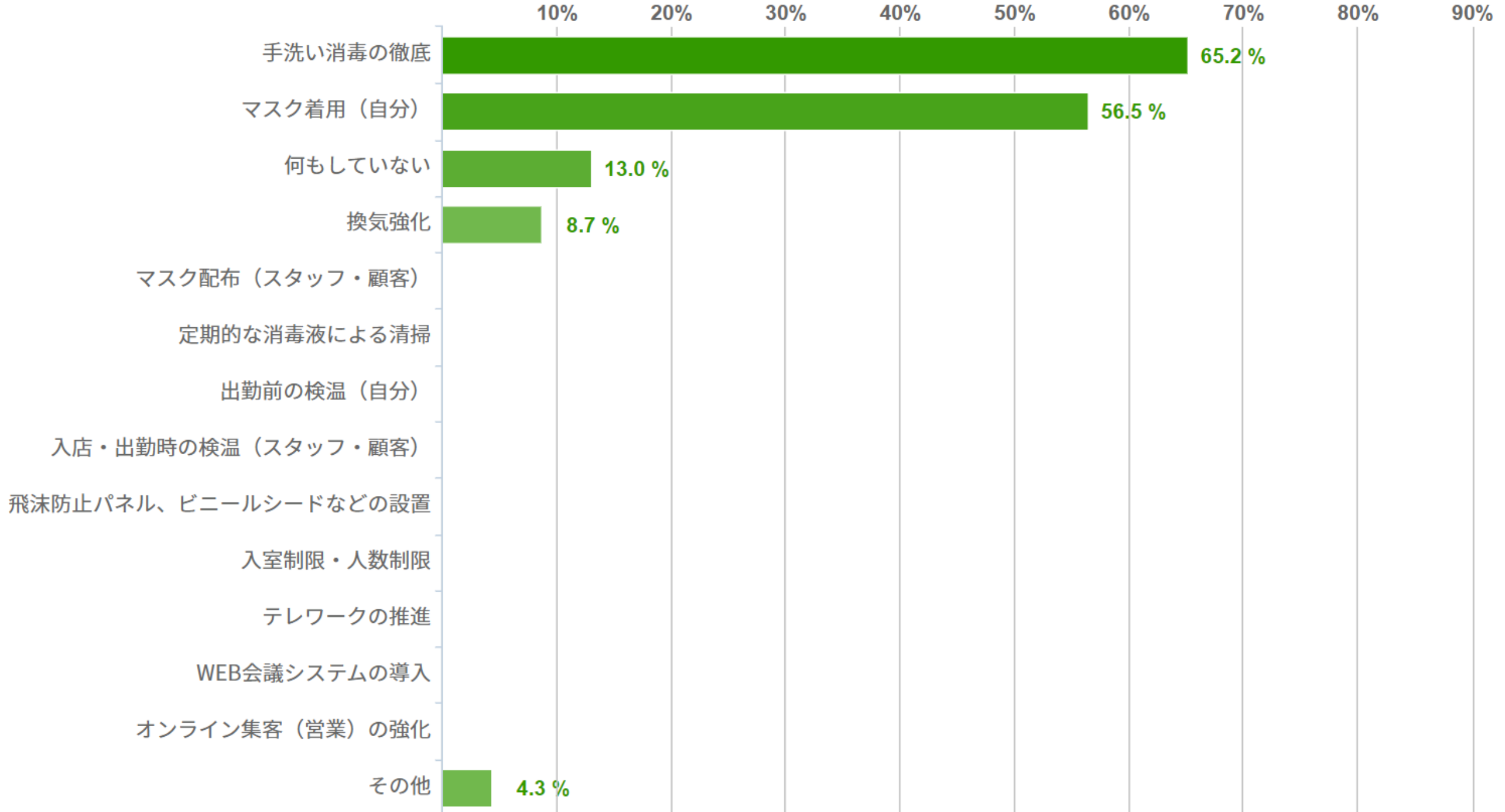
美容業



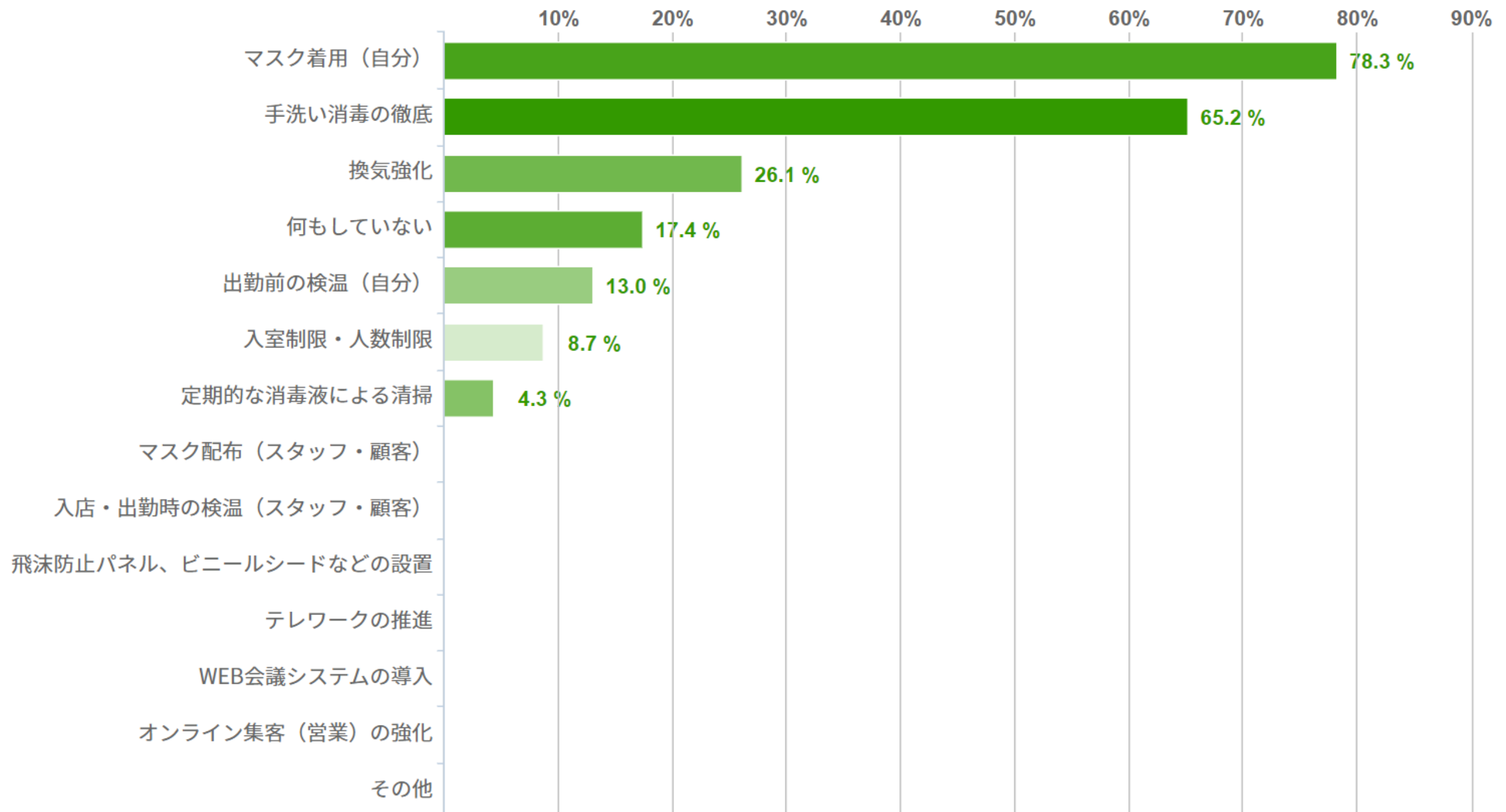
小売業



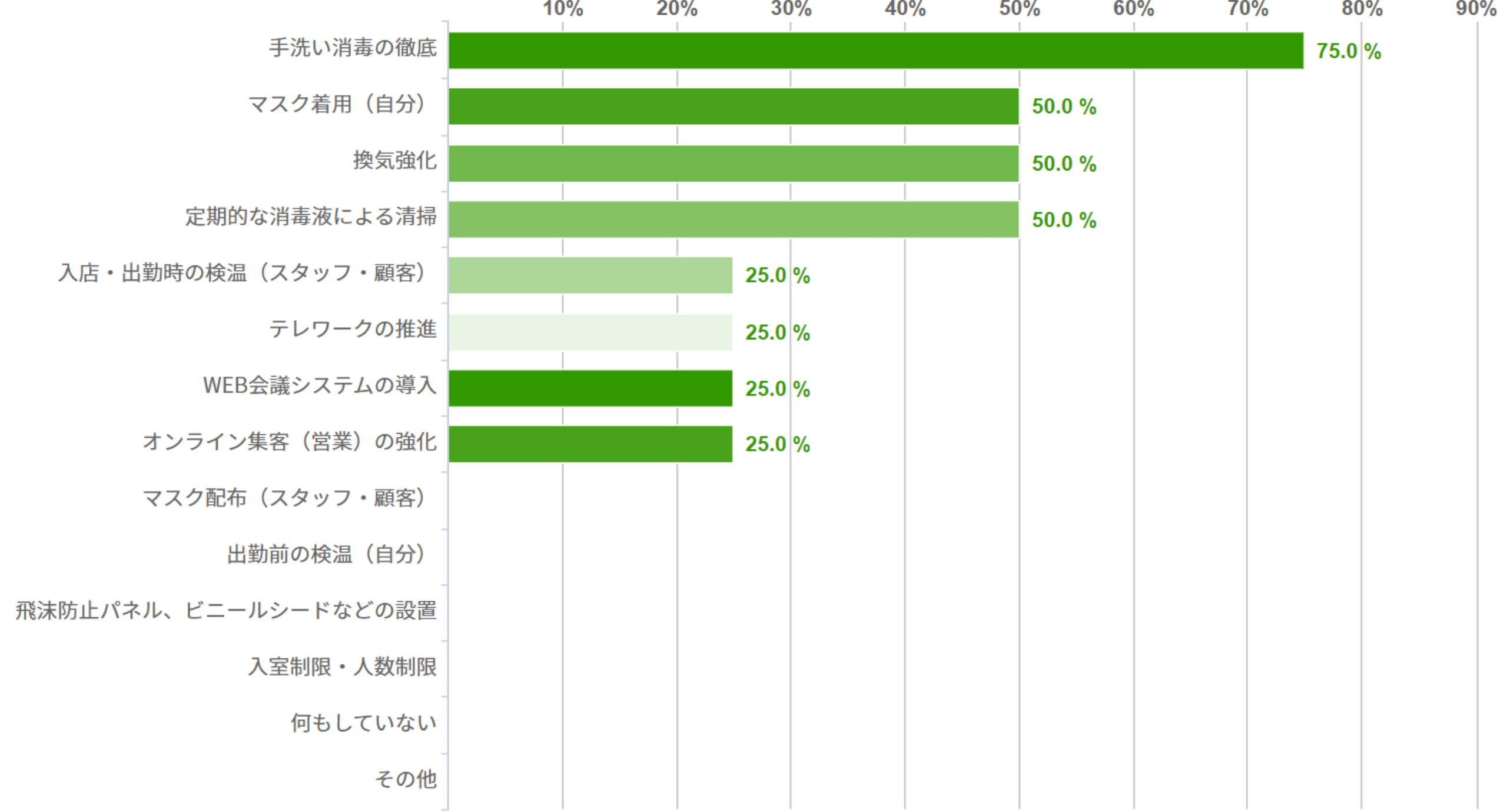
建設業



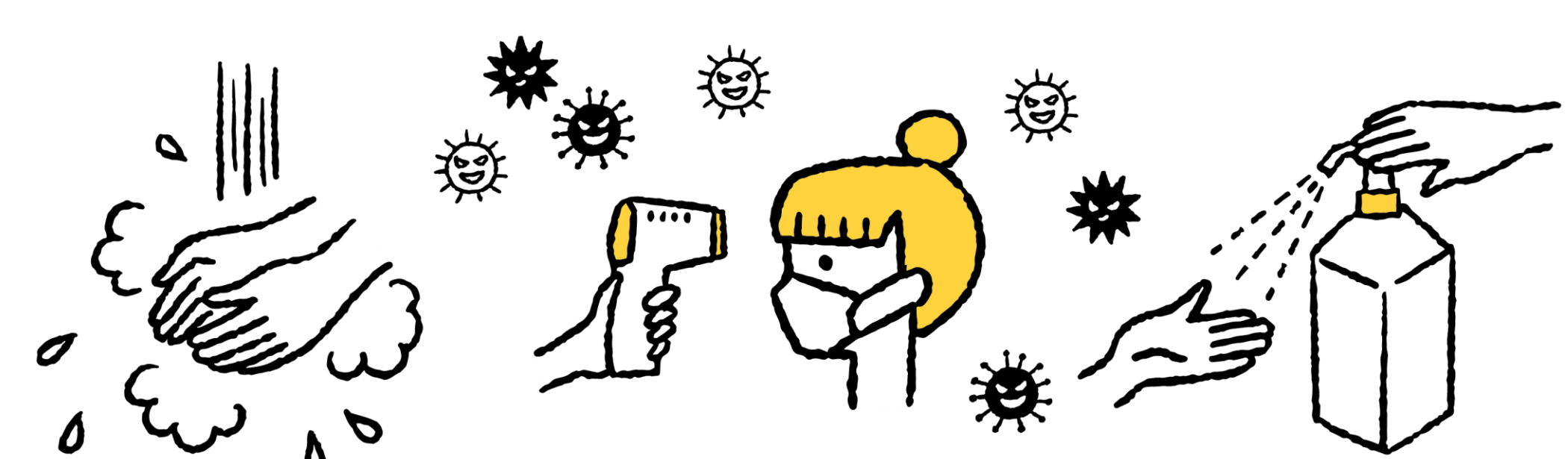
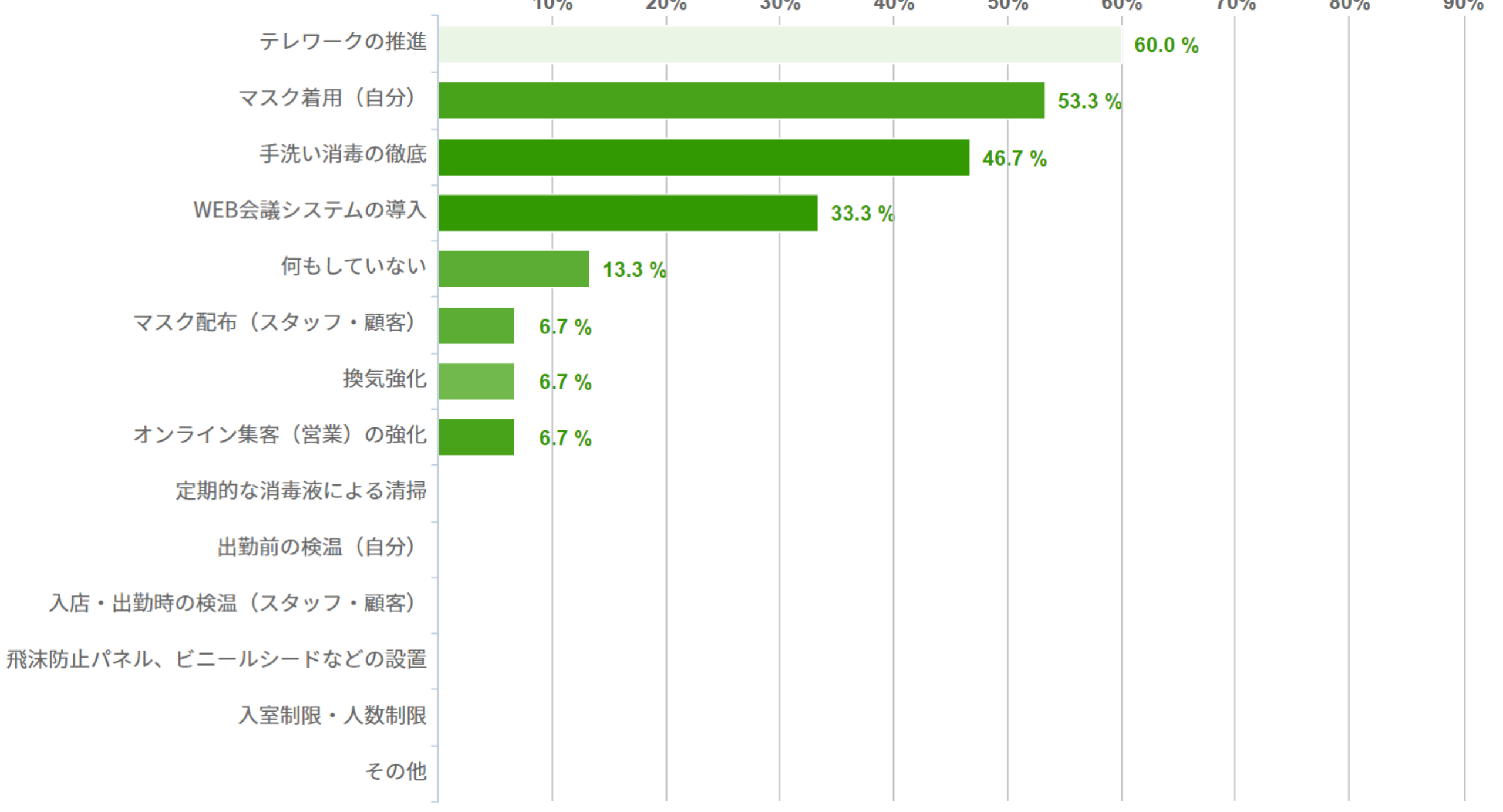
運送業



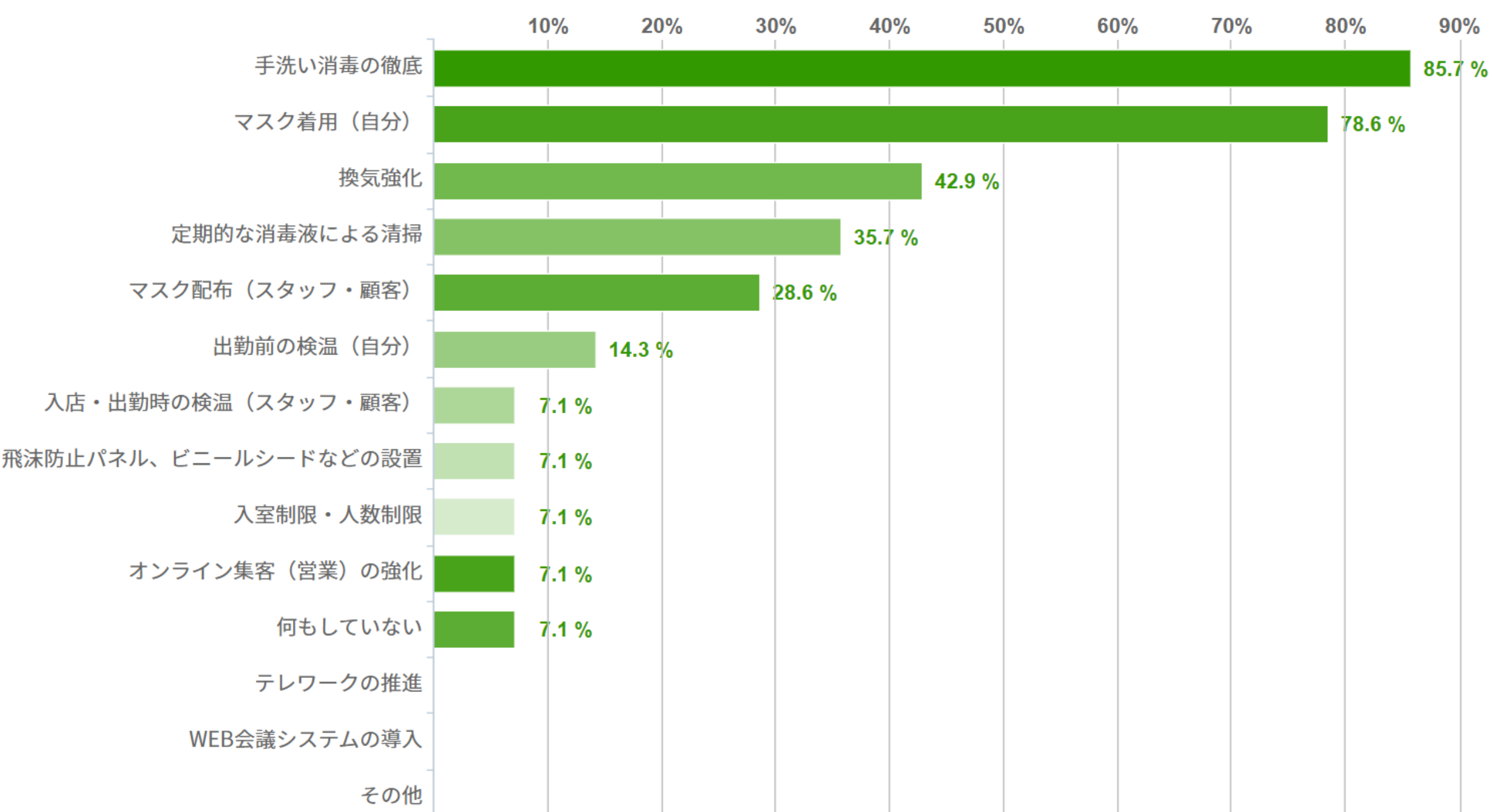
不動産業



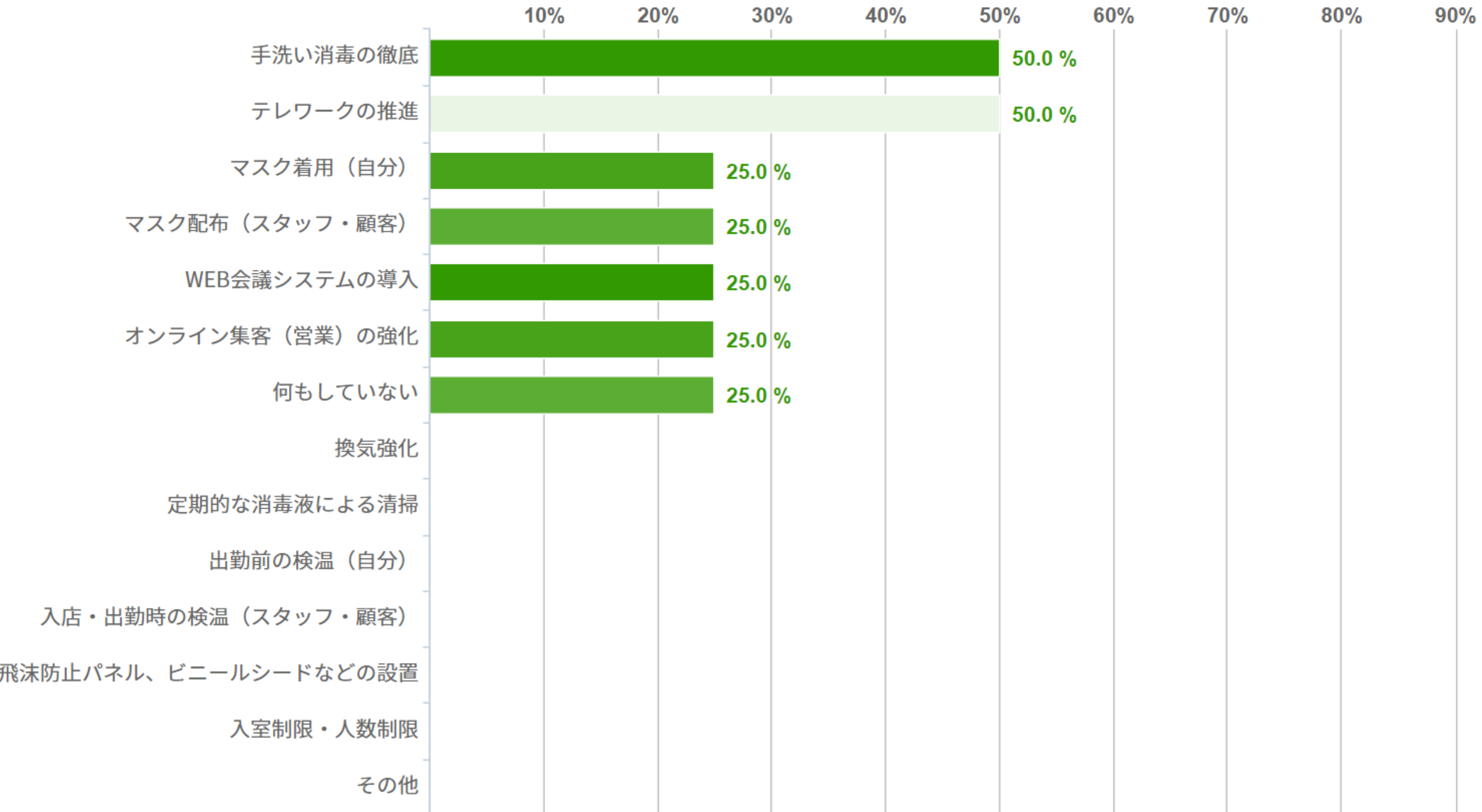
WEBサービス業



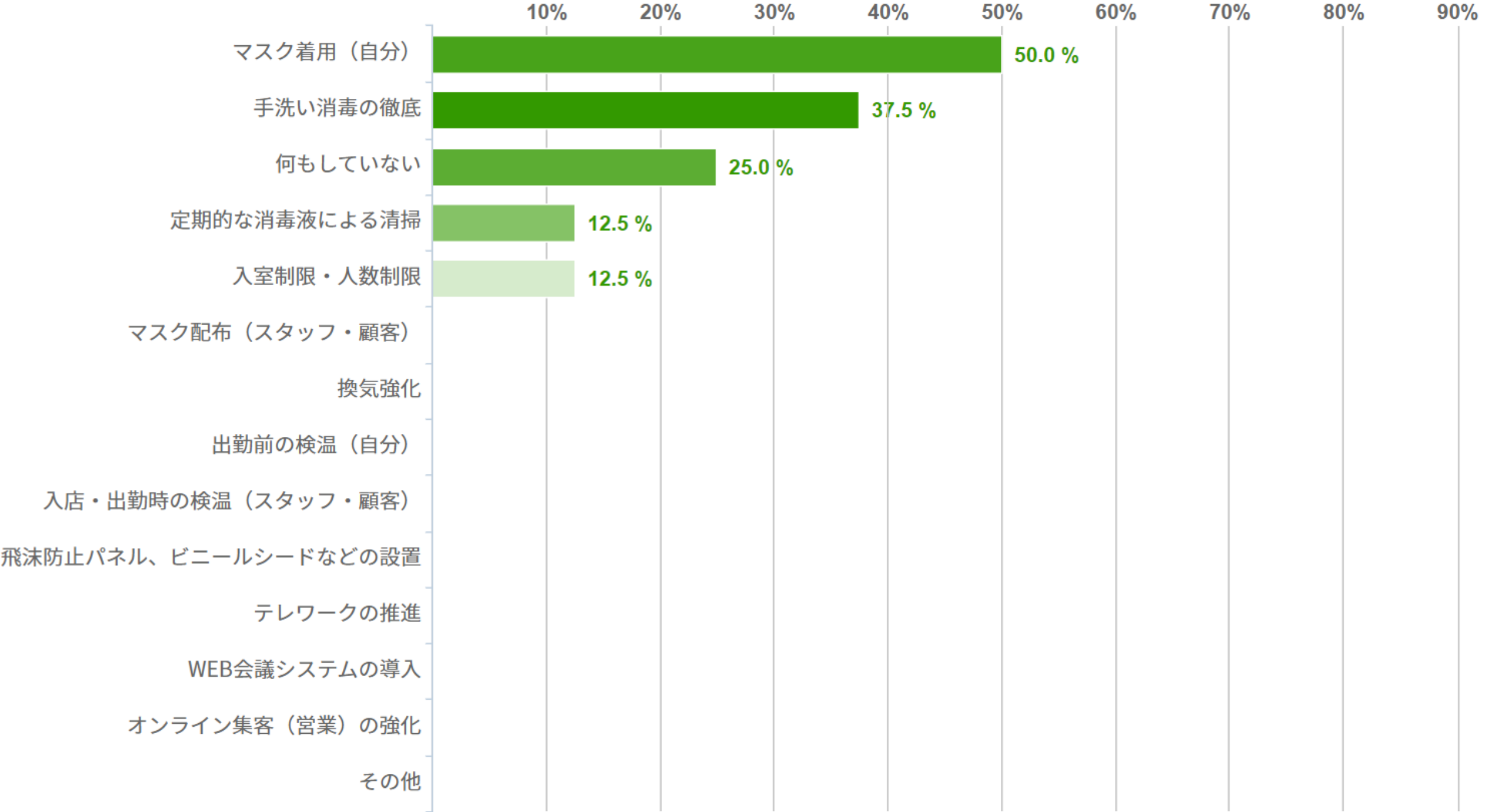
医療業・福祉業



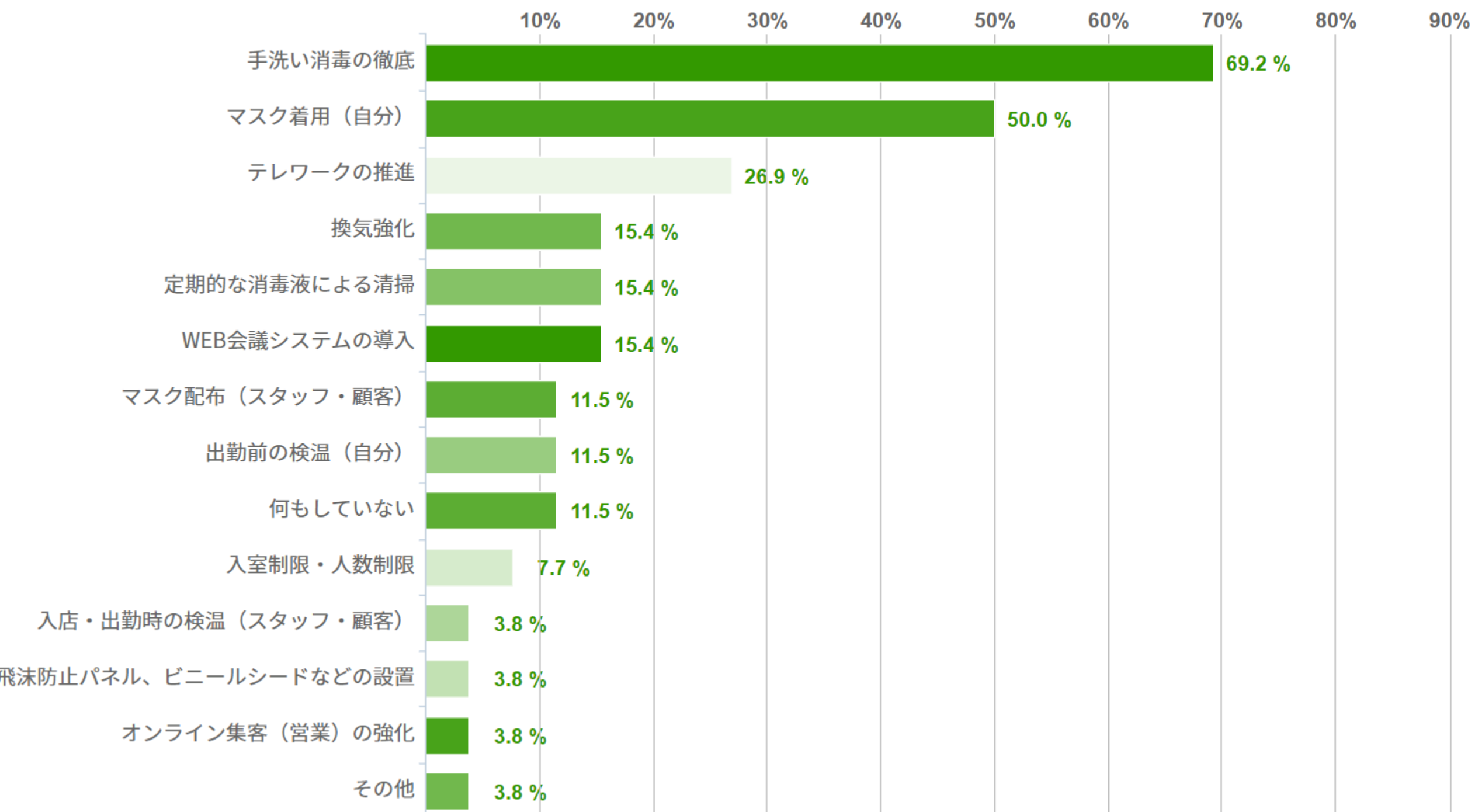
専門家(士業・FP・コンサルなど)



個人投資家



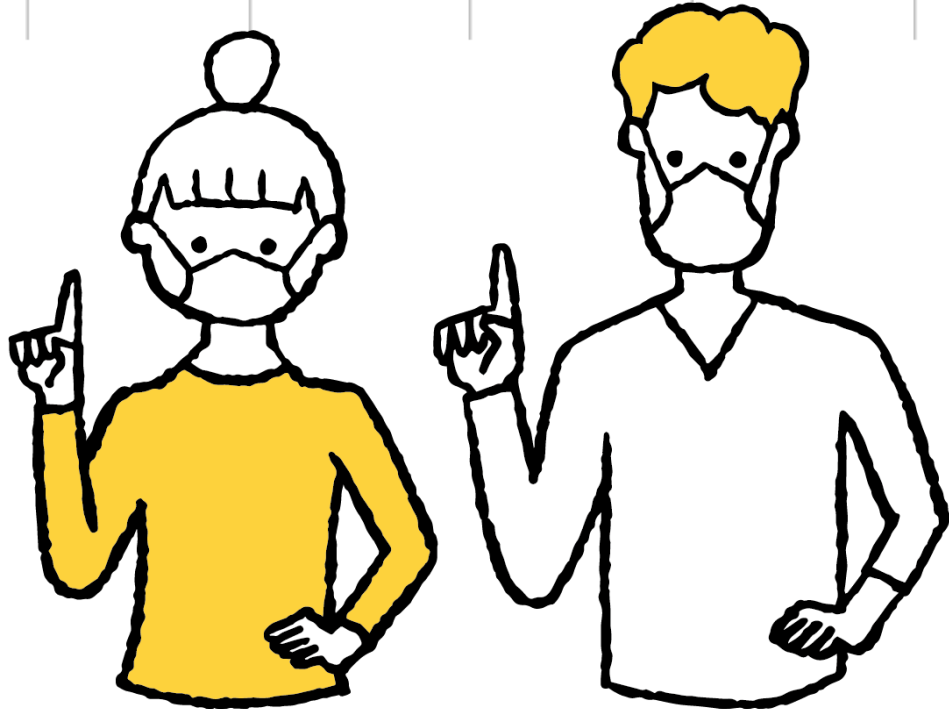
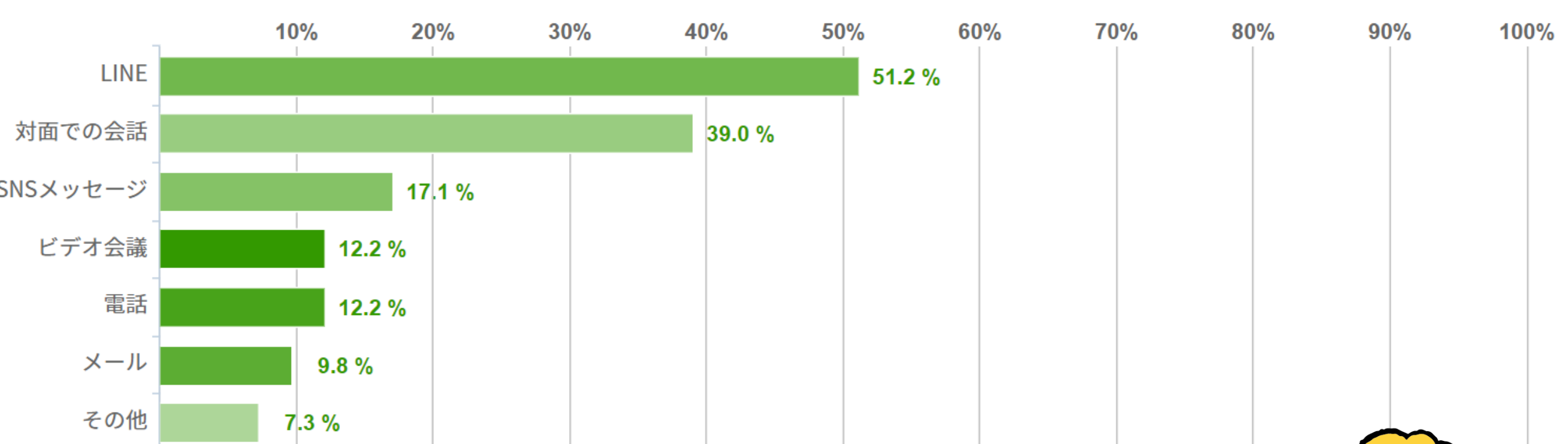
その他



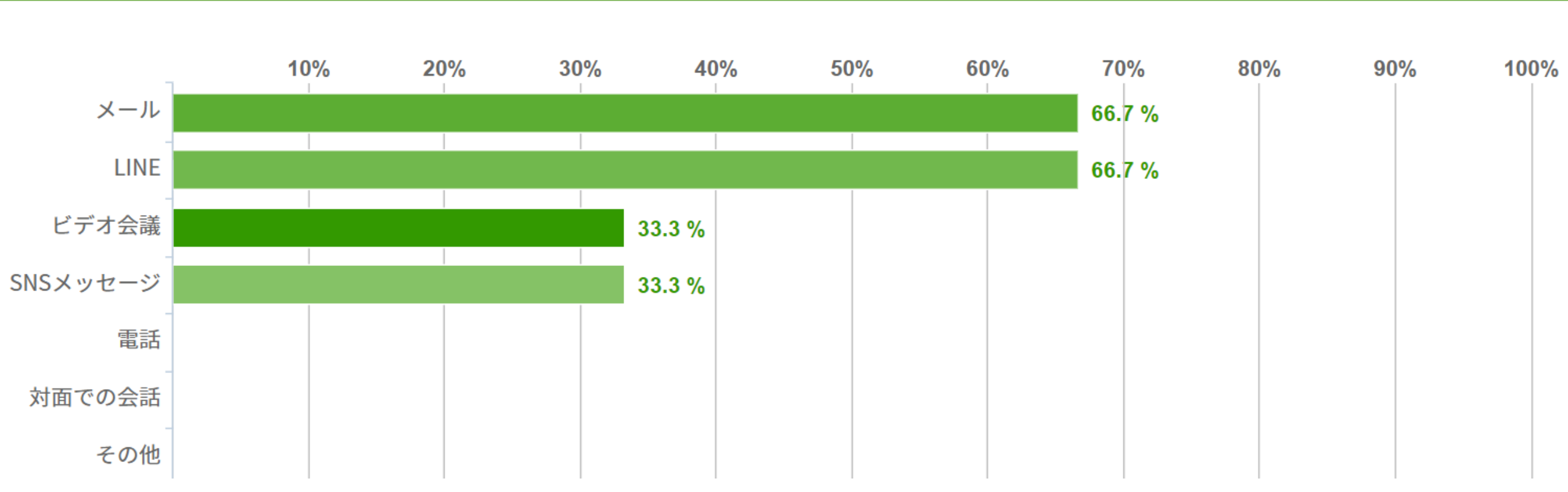
重要なコミュニケーションツール

ーリモートワークが一般的になった今、自身のビジネスにおいて最も重要なコミュニケーションツールは何ですか？

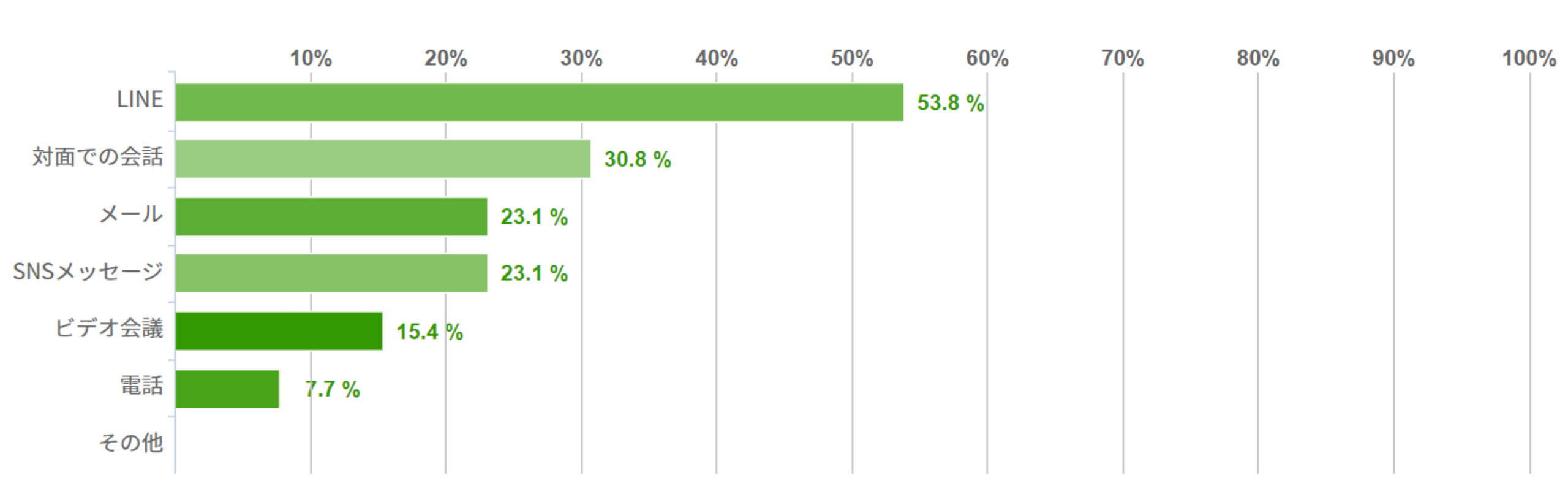
美容業



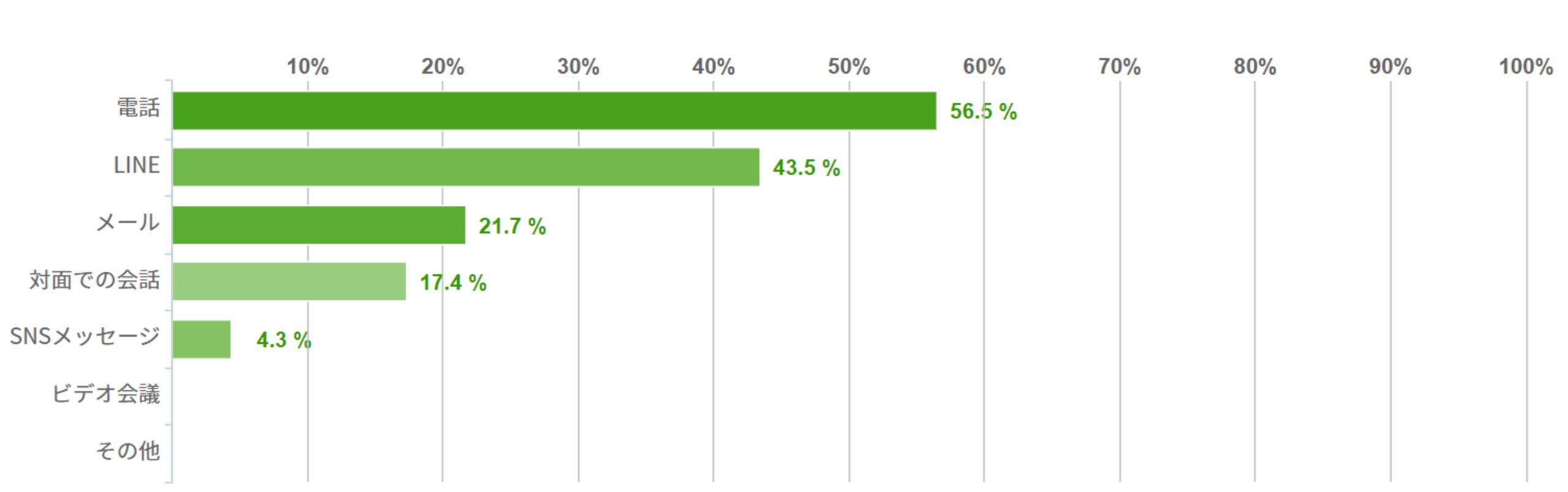
飲食業



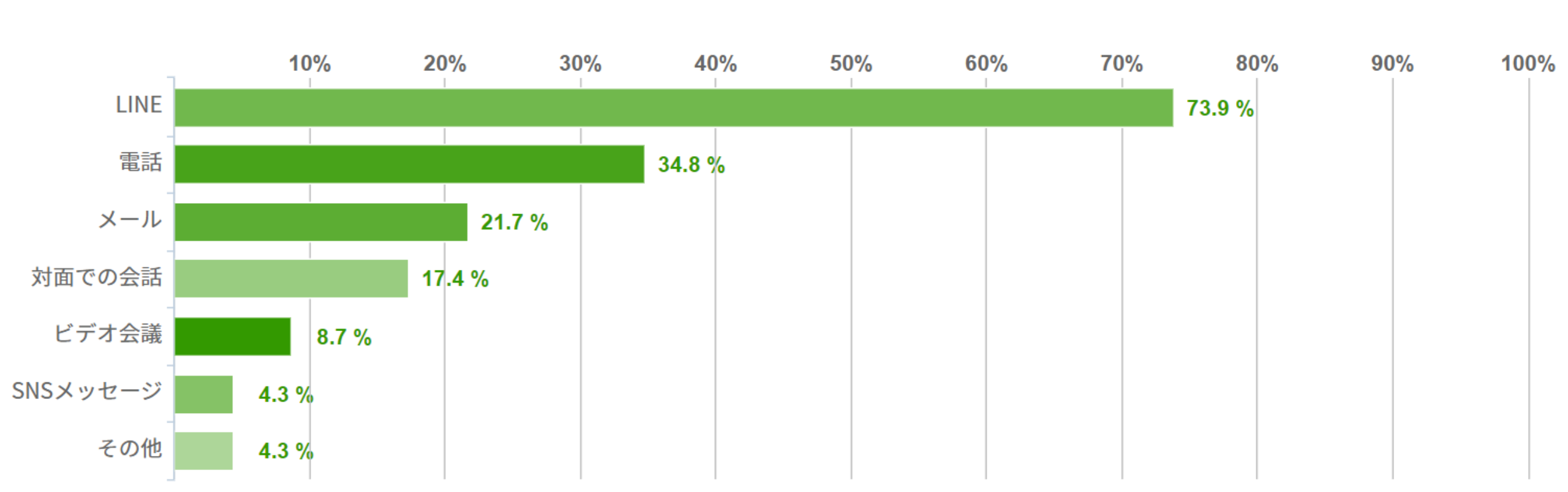
小売業



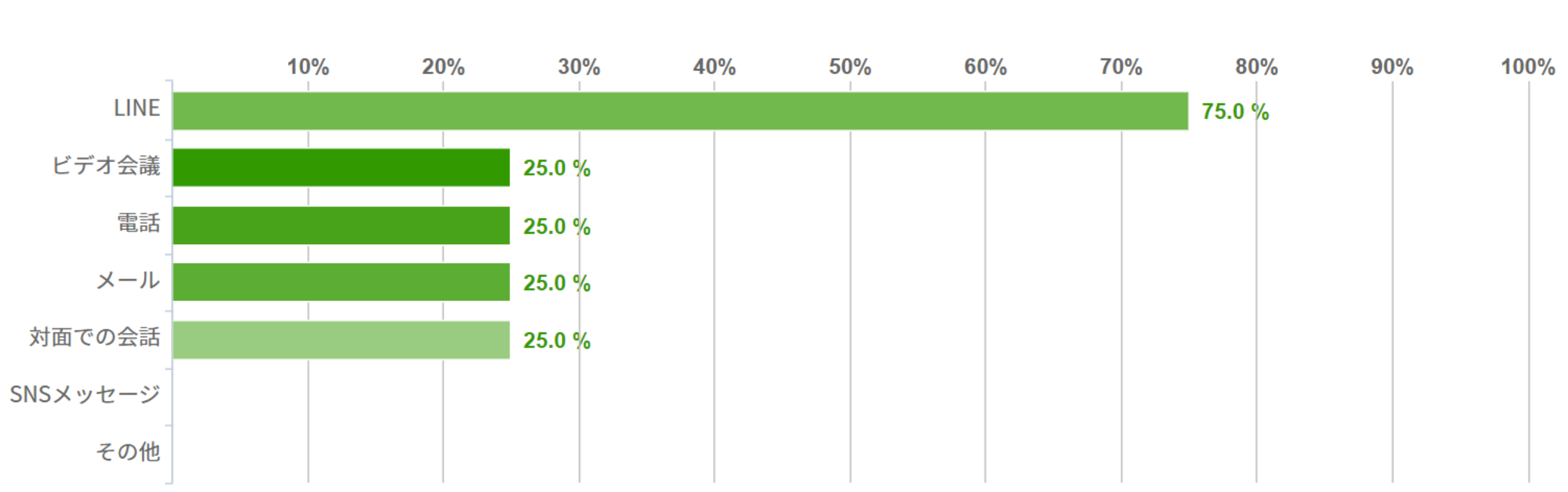
建設業



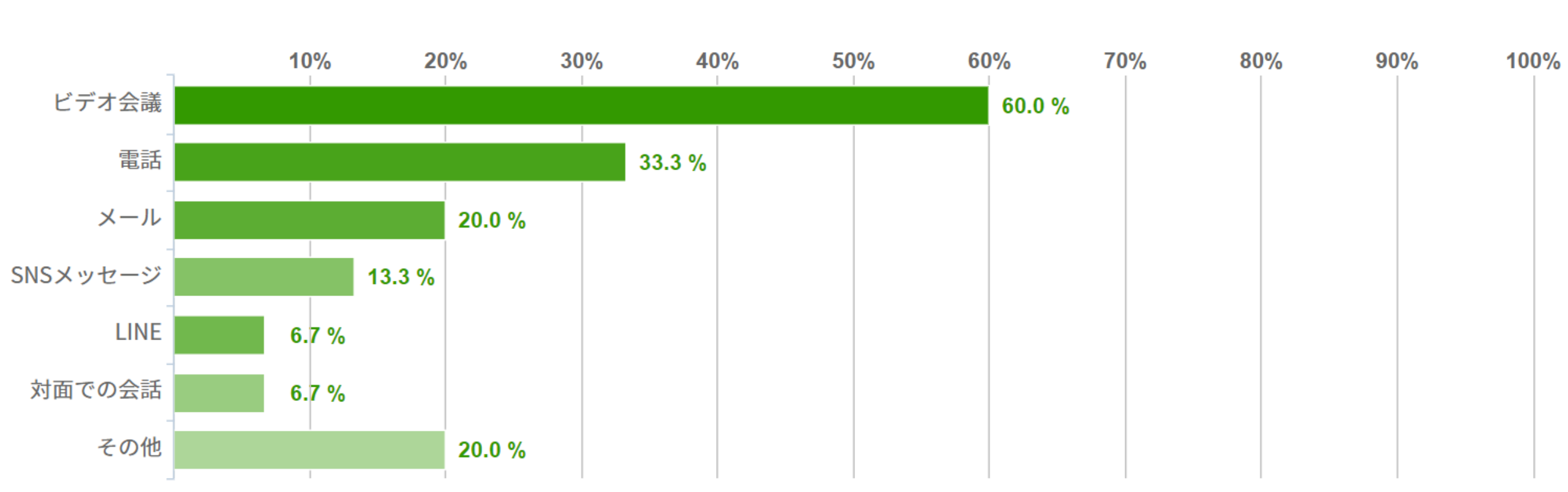
運送業



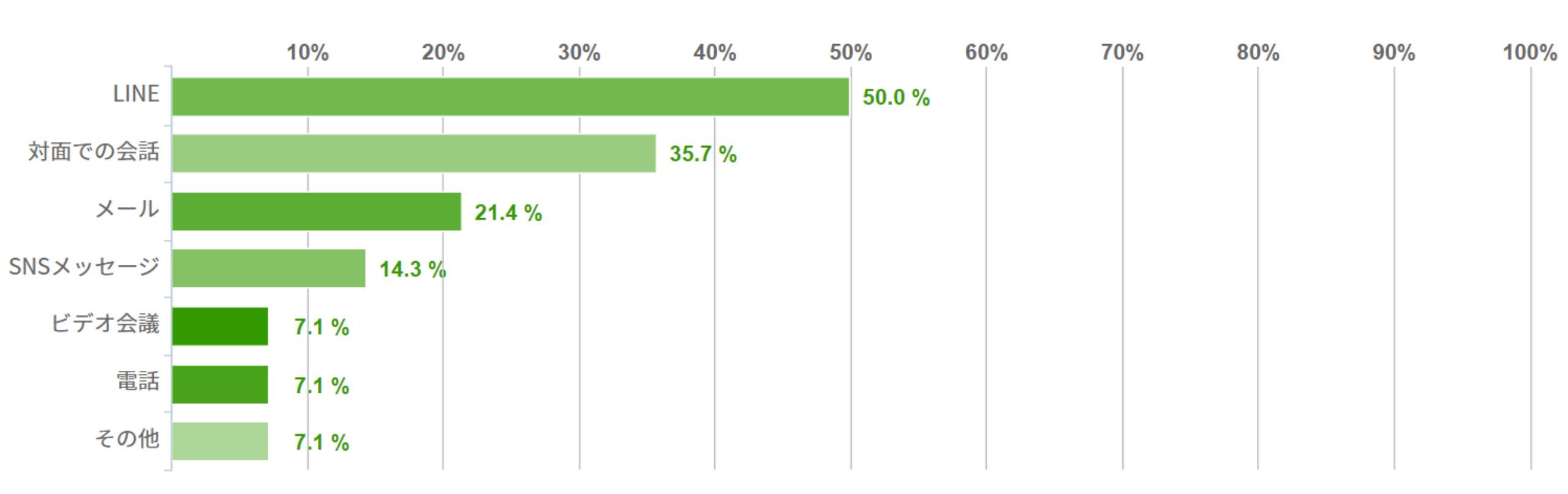
不動産業



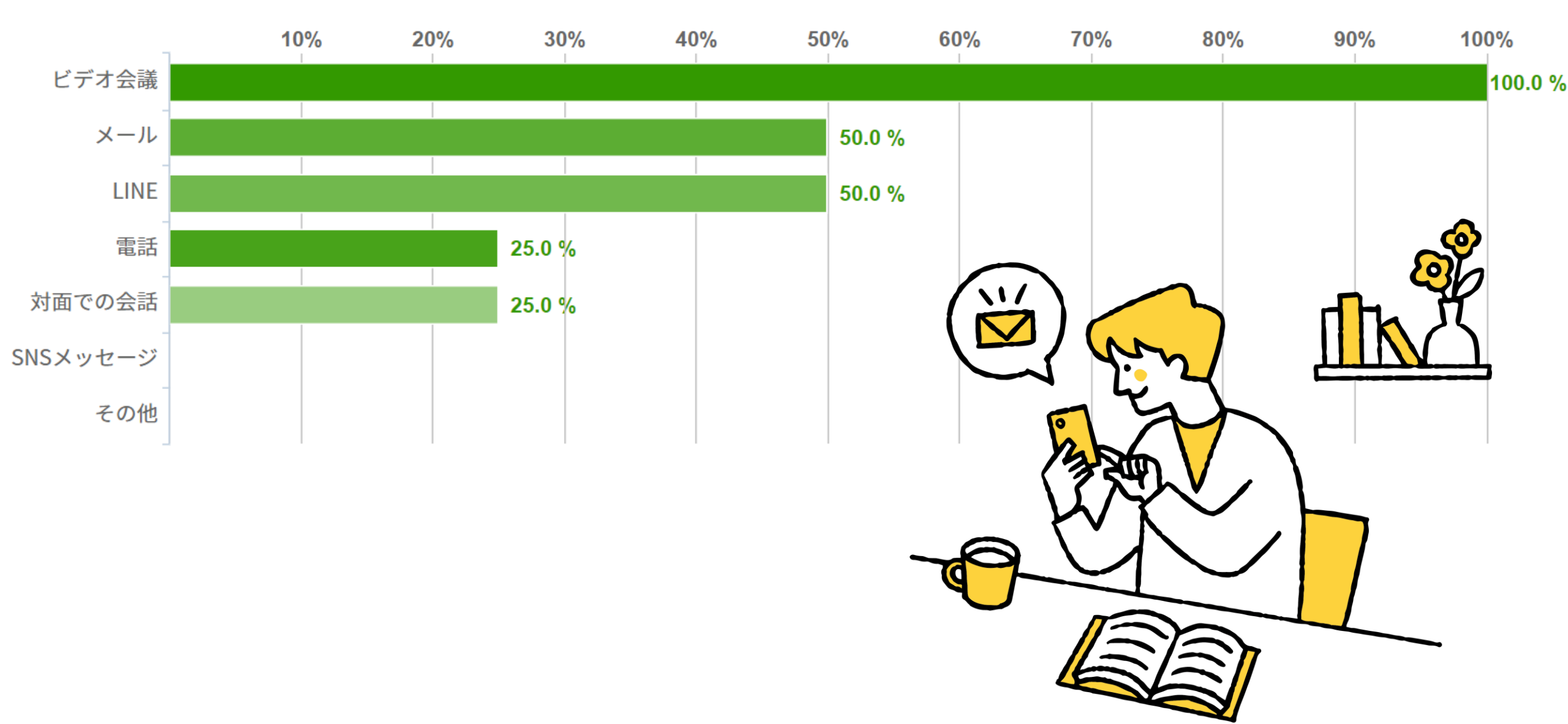
WEBサービス業



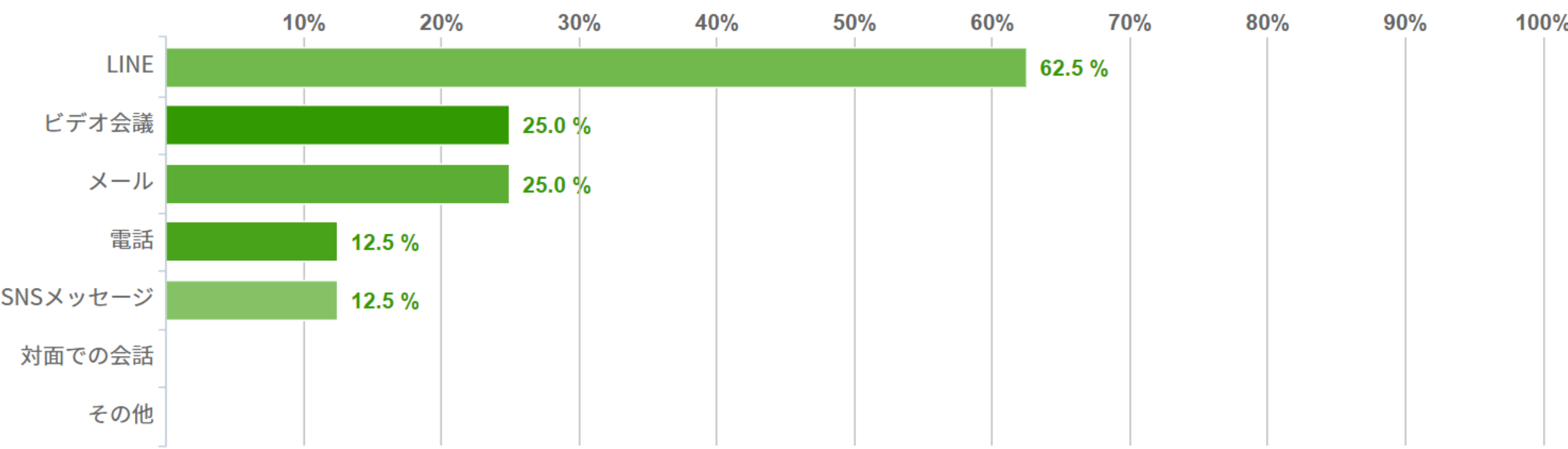
医療業・福祉業



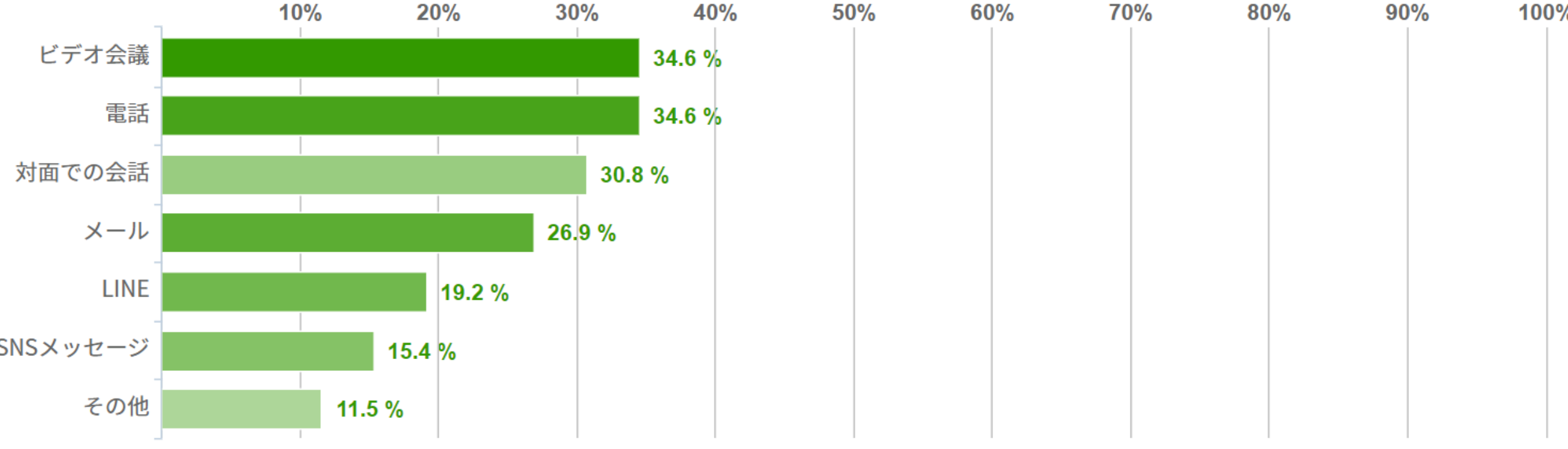
専門家(士業・FP・コンサルなど)



個人投資家



その他



最も大きく変わったこと

ーあなた自身の事業において、コロナ渦と今年で最も大きく変わったことを教えてください。

美容業

- マスクを外すお客様が多くなってきたと感じる。緩くなってきた感じがある
- 特に何もない。人々の意識が変わったところで何もやることは変わらない
- コロナ渦と今年で最も大きく変わったことはコロナ前と変わらなくなった
- 来店周期が伸びたので顧客の美容への意識が下がった気がする
- 講習などがオンラインでできるようになった。打ち合わせなどもzoomdw行うようになった
- 特に主だって変化したことはないが、強いて言うなら、美容業界は他業種と比較して、優先順位が高いと言う事
- お客様の動き(流れ)が変化したように感じる。変化というか、生活リズムが落ち着いていない様子
- 見えない敵と戦うことになるので、如何に消毒などを徹底的に行うかが変わった
- マスクをしなくなった。人とコロナ前と同じくらい食事に行くようになった
- 外出自粛の強要（？）が無くなって、比較的自由に出来るようになったので来店サイクルが戻りつつある
- 予約を取りたい人や混雑してるのを避ける人が多くなった気がする
- 気持ちの切り替え。コロナ渦では売上低迷を危惧していたが、以外と変化は無く、定休日を増やすことにした
- お客さんとコロナについて話すことが減ったこと。その他は特に大きな変化は無い
- 真実に目覚めたことで、より安心安全の施術と 顧客の健康や環境に対するアドバイスに力を入れている
- 安全対策が 一番変わったところだと感じている。 健康一番で
- マスクを外す人が増えてきているけど、声の大きさなどを気にする人が増えた
- コロナ渦に比べてお客さんの来店頻度が戻ってきた。 ホームカラーされている人が減った
- 特にあまり変わりはないが、絶対マスクの意識が少なくなった事
- 消毒を撤去したことが大きく変わったことの1つ。今年に入り予約人数も増やした
- コロナに対しての恐怖感がなくなった事、それによってコロナ前の生活に戻った
- コロナ禍の時は、来店がなくなってしまったけど現在は以前のようにコロナを気にする方が減った
- お客様から、出かける機会が増えたので髪の毛をキレイにしたい願望が増えたような気がする
- オフラインの事業だけではなくオンラインで販売できる仕組みを作れた
- 対面で人と会うことが増えた。 食事や飲み会も開催されるようになった
- お客様と G O L F に行ったり、一緒にご飯を気軽に食べに行けるようになったこと
- コロナが騒がれていた時よりもお客さんの動きが増えて来たので、来店して来るお客さんが増えた
- 世の中的にコロナの流行が少なくなったので、外に出たり緩和してきている
- 衛生管理の徹底と席の間隔を開けるための予約の取り方をかえた
- 自分自身の事業においてはコロナ禍と現在ではほとんど変わっていない。 コロナ初期の頃より皆の意識が変わったぐらい
- サロンでの話題で多いワードは、「健康」でした。自身や家族の健康管理の意識が高くなった
- お客様が健康に関する事に興味を持つ様になり、食と髪と健康に関する会話が増えた
- お客様のリモートが終わり出社するようになったので、平日の来店が減った
- お客様の積極性の質がコロナ前とコロナ禍とコロナ後では大きく変わったと感じている
- 感染対策（マスク等）をしっかりと行った上で対面によるコミュニケーションが今まで以上に重要だと感じる
- 不安は以前と比べてだいぶなくなった人達が動き始めてきた事(高齢者のお客が増えた)

飲食業

- 対面での業務がとて減り、収入が少なくなったのでフリーランスになり、在宅で仕事をするようになった
- 健康維持のため休みの日に体力づくりや仕事でのオペレーションの変更など
- 少人数の予約が多かったが、大勢での会食が戻ってきた

小売業

- マスクやティッシュなどの商品の売上が下がり、客数も少し下がった
- コロナの時はマスク手洗いうがい皆んなしてたが今はやってないバイトがインフルエンザにかかっている
- 売上が減少したため借入して何とか乗り切っていたが、売上が戻らないので返済不可能になり倒産する会社が激増した
- 人との対面コミュニケーションが多くなった。飲み会などもコロナ前までは戻ってないが増えた
- キャッシュレス決済により、財布ともさよなら。働き方も大きく変わった
- 世界各国の人に対して日本の商品を販売している関係で、コロナで発送できない国に対しても今年は発送できるようになったため、ビジネスの幅が広がった
- 先の見えないコロナ渦では、消費全体が落ち込んでおり、全体の商品が売れなくなっていたが、現在では消費も元に戻っているという実感がある
- コロナ渦だとあまり来ないお客様も多くなり 今だと常連のお客様の方が多い
- ネット物販業界はコロナ禍の影響をあまり受けなかったが、いつ今の事業がダメになってもいいようにどう行動すべきか考えるようになった
- そんなに変わったことはないような 気がする。コロナ渦の時は精神的に ストレスがあった
- お客様の減少 コロナ禍では近場にしか来店できず当店に来ていたお客様が自由に動けるようになったから
- マスクをしない人も増えてきた、飲食店の入りが今年に入ってから増えたと思う
- お客様が手に取る商品が、単価安くなった。おそらく物価高によるもの

建設業

- 特に変化は無いが呑み会が増えたことは大きい変化だと思う
- マスク着用が必須になった。 他は特に変わったことは無いと思う
- 会食や飲み会がかなりへり、時間と出費はかなり抑えられている
- 自粛ムードも落ち着いてきたせいか、住宅改修やメンテナンスに取り組むお客様が増えたように思う
- 対面接客や対面对応時は、必ずマスクをするようになったことや、手指消毒の徹底
- コロナ禍で止まっていたマンション 戸建ての需要が回復して 今年は閑散期が全く無かった
- 元請けからの発注システムが対面からオンライン会議に変わった事
- 仕事がコロナ禍の時は減少しましたが、今年に入ってだんだんまた仕事ふえてきた
- 特に大きく変わったことはありませんが、政府の失政によって仕事へのモチベーションはだいぶ低下した
- コロナ渦と今年で比べても、たいして変わらないのが建設業なので、例年通り
- 特にあまり大きく変わったことはないです。今まで通りな感じです
- 飲み会の機会も増えて他社や協力会社等とのコミュニケーションが増えたこと
- コロナにかかって長く休むときもあって今では、安定して仕事ができている
- コロナ禍の時はマスク着用と手洗いなど徹底するようになったけど、5類になって緩くなったことです
- 独立して今までは、自分で仕事をとってきたが、今は下請けに入って、仕事をするようになった
- 周りの売上が下がっていたので 違うジャンルの仕事をする様になったこと
- 今年から事業を始めたので変化はないが、事業に関係なく人と人との距離がすごく遠くなったように感じる
- 仕事の進みの時間と、仕事の量。コロナ前とは、違い少なくなってる
- あまり変わっていないと思う。 息子と2人でしているのでずっと変わらず
- 自分の仕事ではお客様の家に行く場合が多い。 ご主人がリモートしている
- コミュニケーションの取り方が大きく変わった多少は戻ってはいるか

運送業

- 需要の変化と感染対策の強化が、運送業において最も大きく変わった
- 特に変わらなかった。 強いて言えば、仕事量がほんの少し戻ってきたような気がする程度
- コロナ禍はフードデリバリーの需要があったが現在は需要が減ったため売り上げ減少している
- コロナ渦に比べて普段の物流量が減り、売上が下がってしまった
- 会食やミーティングが劇的に増えて、稼働時間が増えたこと
- コロナの認識が減ったことによりマスク着用者も減り表情がわかるようになった
- コロナ禍で事業を始めたためあまり変化のないままマスクをつけなくなったことぐらい
- 宅配サービスが多様化して、荷物に対する細かいニーズが増え業務が増えた事
- 運送業という事もあり、巣籠もり需要があり仕事が増え忙しくなった
- コロナ以降通販などの荷物が増えてきましたが、最近はブラックフライデーや楽天スーパーセールなど大々的に広告するようになった影響で今まで以上に増えた
- コロナにより会社が倒産寸前になり転職をした。 生活環境が一変した
- 注文数の減少。引き籠もり需要によって、今年の3月位までは注文数が1.2倍～1.5倍多かったと聞いている。自分は今年4月から今の仕事をしてるので変化を実感していない
- 人との関わりが希薄になり電話、メールで 多くを済ませるようになった
- 収入が大幅に増減し、生活に余裕がなくなり、キャッシュフローがうまくできなくなった
- コロナの在宅ワークが増えたため、交通量が減って配達しやすくなった
- 今年はコロナ渦に比べ色々解禁した影響なのか荷物の量やお中元・お歳暮が例年に比べ減少傾向である
- 以前は対面の接客が多かったが、今は非接触の接客がかなり増えた
- 行っていることは同じなのでとくにコロナ禍と今年は何ら大きく変化はない
- おうち時間という自宅で過ごす時間が増え、配送業の需要が高まり今も変わらず需要がある。特に大きく変わったところは無いかもしれない
- 人と人の距離間、密集性、対面での会話 やりとり等のギスギス間の改善

不動産業

- コロナバブルと言われる活況が落ちついてきたことで新規客の獲得が低下したこと
- 人会う機会が増えた。オンラインとオフラインのメリットを理解できるようになった
- 不動産業に関しては、常に満室を続けることが出来大きな波もなく、ほとんど変化がない。結婚して退去するかたが増えた印象がある
- 契約書に印鑑が不必要になり署名でOKなケースが増えた。面談が最小限になった

WEBサービス業

- 元々リモートワーク中心で働いているので大きな変化はないが、より顧客と対面でコミュニケーションをとることを大事にしている
- 外出は必要最低限とし、人との直接のコミュニケーションの場が減ったこと
- テレワークが始まり家で仕事することが多くなって、食事など生活習慣が大きく変わった
- 自分の動きは変わっていないけれど、仕事は激増したので働き方を考えるきっかけになった
- マスク着用が当たり前になった。 マスク着用に違和感がなくなった
- IT業界で働いている。 コロナ禍以前から、フルリモートワークで働いていたので、変わった点は、ほとんどない。 強いて言えば、コロナの影響で利用しづらくなっていたコワーキングスペースが、再び利用しやすくなった点は良いと思う
- コロナ禍に突入してから各企業が広告費に割く予算が減り、その影響がこちらの事業の売上に響いた
- フルリモートで仕事ができるようになったこと。それ以外は変化なし
- コロナ禍になり、すぐにリモートワークになったので、特に大きく変わったことはないが、みんなリモートワークに慣れたと思う
- 週1回の出勤が義務付けられ通勤するようになったことが一番大きな変化ではあるが、いまだにパーティションがありマスク着用という状況でこれが普通になりつつある
- オフィスに赴いて働くという機会が確実に減ったので働きやすくなった
- コロナ前はテレワークはほとんどなかったが、コロナが始まってからだんだんテレワークとなり、今ではほぼテレワークになった
- 人員削減の話題が多い。縮小化で効率化を図る仕事が増えた
- コロナ禍を終えてリタートゥオフィスという活動が始まった。 出勤率を増やして顧客とのコミュニケーション機会を増やそうとしている
- コロナ禍が落ち着きを見せてきたため、対面での打ち合わせ等も解禁となり、仕事の進め方に変化が生じてきている

医療業・福祉業

- マスクを常時着用し、対面授業ではなく通信制大学院の授業を受けられるようにした
- 以前に比べて、ある程度の調節の面会場面が多くなっていったこと
- 安定して仕事はあるので大きく変わったことは特にない
- コロナが第5類になった事で世間の感覚が薄れたのか利用者数が増えた
- 顧客(患者)の意識が変わった為、マスクやアルコール消毒、手洗いをする人が増えた
- 特にはないが一度死んだつもりで再チャレンジして成功できている
- 診療代の椅子を1台しか使って居なかったのを2台使う様に成った事
- コロナ禍では患者様が来院するのを躊躇する場面が多々あったが、今はそういう状況はなくなった
- 高齢者の方と関わる仕事なので、コロナ禍では感染防止のために施設への出入りがかなり規制されたが、今年はだいぶ緩和された
- コロナ禍中は、新規の学生が大変少なかったが今年に入ってから増えた
- 以前は予約無しでしたが、以降は予約制にして人数を制限し、診療台も一台しか稼働させていなかった
- 個人的には現場業務に関しては感染症対策用がもう対策からエチケットとしての感覚ぐらいに定着せざるを得ない為、感染症対策のリスクマネジメントが感染症の発生前提でと取り組みの意識が一変した
- 特に無い。コロナ禍のときも現在も同じように消毒、マスク、換気などはやっている
- 感染対策としてエアロゾルでの感染が起こらないよう口腔外バキュームなどを使用したりする機会が増えた

専門家(士業・FP・コンサルなど)

- マスクを使用頻度を減らし、対面営業、訪問営業を多くしている
- コロナ前の状況に戻ってきている。前よりコロナに対する意識が薄くなってきている
- クライアントへの訪問回数が減少した。また、社内会議もリモートが普通のことになった
- 大きく変わった事はオンラインが認められて 売上げが多くなった

個人投資家

- 投資家として、コロナ渦と今年で最も大きく変わった変化は特にありません
- オフラインで情報収集する機会が減った。基本的にYouTubeやZoomセミナーなどで情報を収集したりする
- 暗号資産業界としてはコロナ禍とそれ以前から顧客や取引先等の関わりがほぼないため、業界としての変化は少ないと思う。強いて言えば経済に関して変化
- 対面で人と直に会えるようになり随分と営業がしやすくなった
- コロナによる経済を停滞させないための大規模な金融緩和がコロナ渦において行われたが、逆にその反動で今年は金融引き締めにより資産価値が大きく値下がりした
- 消毒薬の消費がふつうになった。コロナ禍の時は洗濯も大変だった
- マスクをしない時間が増え、ZOOM会議でなく対面で会う機会が増えてきたこと
- 実際に考えるとそこまでは変化してないかもしれませんが、株のユーチューブなどの情報は増えてると思う

その他

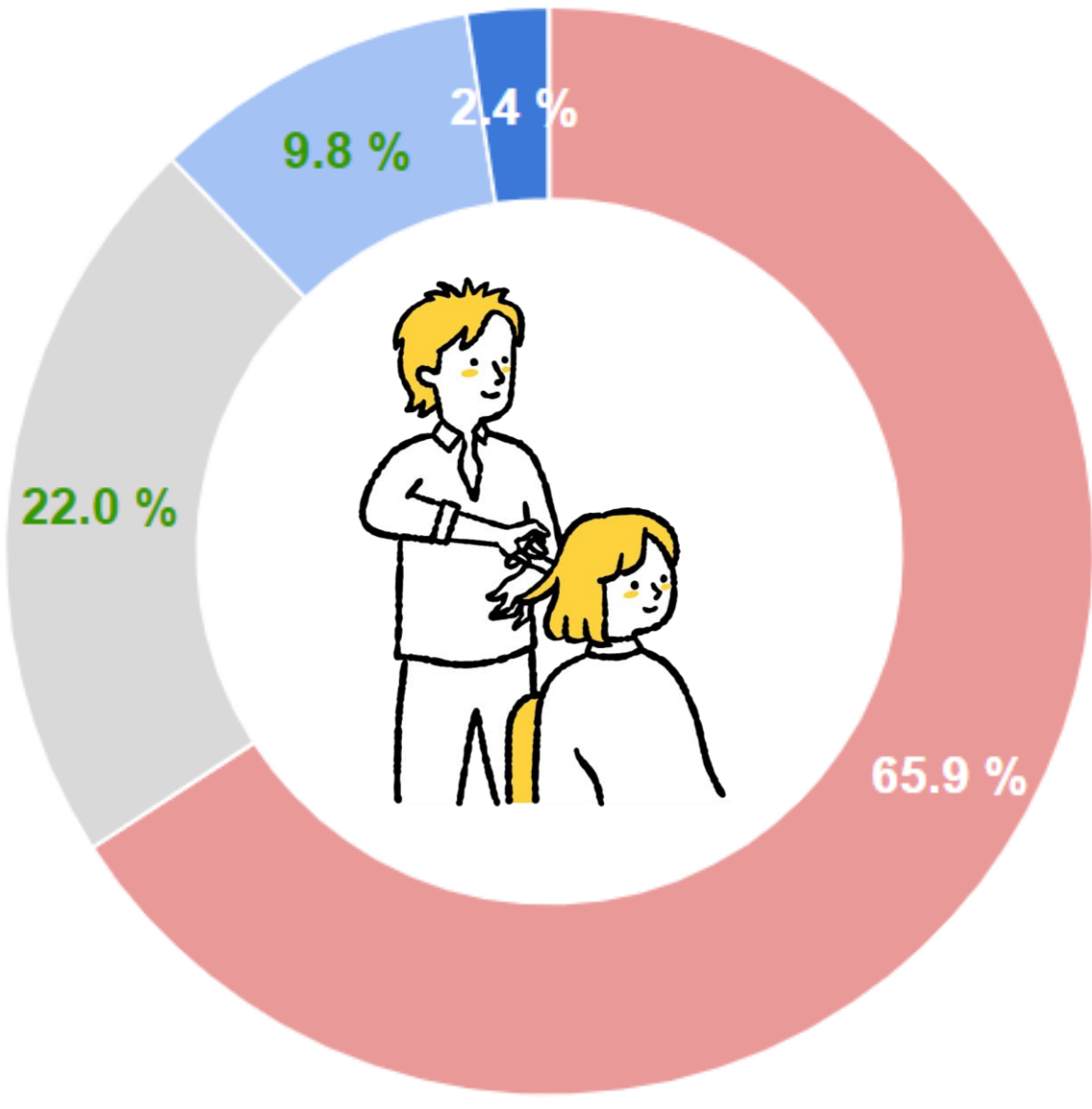
- IT
- 在宅作業も可能となった。また、オンライン会議もメインとなった
- アスリート
- やはり、集客の制限がなくなったのと人を集めてのイベントができるようになったこと
- アニメーション監督 演出
- オンラインでの打ち合わせが増えたこととテレワークでの作業の増加
- アパート経営
- コロナ禍は、空室を部屋に見に行かず、室内の映像を流し接客してもらった
- サービス業
- 業務委託の受注元が大規模なイベントを実施し、スタッフとして当日参加した
- 対面でこころおきなく仕事ができること。マスクが外れ、相手の表情を見ることで、よりコミュニケーションがとりやすくなった
- システムエンジニア
- 勤務先企業の正社員が、週に2、3日と、少しずつ出勤し始めている点
- セラピスト
- 同じ地域の人を対象にしていたのが、全国の人が対象になった事
- 遺品整理
- 特にはない。対面での仕事の考え方は変わったとは思う。効率的になった
- 営業代行
- 今年から、飲食店の経理や業務改善なども行うようになったこと
- 映像企画制作
- zoomによる会議や打ち合わせにより効率的になり無駄な時間がなくなった
- 外部講師
- 行動制限がなくなり、活動の範囲がひろがったことや、規制が緩和された為、懇親会などに参加している
- 教育業
- アクリル板を撤去し、ソーシャルディスタンスをとることをあまり徹底しないようになったことで、グループレッスンの生徒同士や講師と生徒の距離がコロナ前とほぼ変わらないくらいまで戻った
- 空調設備
- 前まではお客様の所に行くのにマスクをしないと変な感じでしたが今はしていなくても普通に接することが出来るようになった
- 情報通信業
- 一番大きく変わったのはマスク着用が日常当たり前になったこと。働き方はもともと自宅でミーティングもwebで行っていたし他人と対面で関わる事がないので、特に変わってはいない
- 電気工事業
- 遠方への現場仕事が多少増えきたが、コロナ前にはまだ戻ってこないの現状
- 電気保安全管理
- 対面が元に戻ってきたので顧客と顔を合わせてまた話せるようになった
- 不動産賃貸業
- 仕事で使う品物もコロナ過時期はほとんどネット通販だったが、今も変わりなく続いている
- 部品組み付け
- 今年はコロナウイルスによる大きな変化はなかった。 私たちの業界には生産量が増加した
- 便利屋
- 変わった点としては、やはり対面でのコミュニケーションの機会が増えた。コロナ禍では電話が主で密を避けるためになるべく長時間の顧客との接点を作らないこと、自己管理の徹底など注意して行動していた。現在はお互いに気持ちの面で緩和したお付き合いが出来るようになっている印象
- 保険業
- コロナ禍のときはなかなか会えずにリモートや電話での営業だったが、今年は対面がほとんどになった
- 自分自身は特に気にしてはいないがお客様ありきなので相手に合わせての行動が多すぎて時間の調整があまり上手くできなかったこと

- 保険代理店
- 対面での契約が大幅に減り、電話やメールでも募集行為が増えた
- 保険募集人
- 5類に移行したことで お客様に対して面談依頼を抵抗なく行えるようになってきたこと
- 翻訳
- 人と対面で直接会う機会も徐々に増えてきている。仕事の量は少し増えてきている

売上の変化

ー今年あなたの業界全体ではコロナ渦中(2020年～2021年)と比較して、
売上の変化はどうでしたか？ 具体的に何が原因だと考えられますか？

美容業



■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より少し上がった

- お客様が中心なのであまりかわらない
- コロナの怖さが薄れてきたから
- コロナが少し緩んだことにより、外出が増えて売上に繋がった
- 小規模で田舎でしていると都会に行っていたお客さん来てくれるようになった
- 不要不急の外出自粛の強要が無くなった事
- 自粛が解除されたからだと思う
- コロナ禍で我慢してどこにも行けなかったりして、お金を使ってないから、みんな使うようになったと思う
- イベントや行事が増えた
- 影響はさほどなかった。理由はマンツーマンでしているため他のスタッフと接することがない安心感
- コロナ禍より下がる予測だったから対策をしたから上がった
- 予約人数が増えたこと
- コロナに対する恐怖心が減少したから
- ご来店される客数の問題
- スタッフが1人増えた分、売り上げが増えた
- コロナの時に人が来なかった
- ずっと来てくれているお客様は変わらず来てくれますし、大きくではないですがお客様が増えて
- いる
- 人と会うことが増えたので身だしなみをきちんとする機会が増えたから
- 行動の制限が無くなったので人の動きが増えたので売り上げが上がってきていると思う
- コロナ渦中は第何波と騒がれると来店者が落ちていたけれども、今年はそれがなかったから
- お客様の気持ちの変化
- 来店周期の間延びを補うための新規集客

コロナ渦とあまり変わらない

- お客様の来店周期が早くなった
- 外出ができるようになったのと、カラーやカットなど日々の生活において控えることができないから
- 固定客がほぼの客層で来店周期も変化が見えない。むしろ定休日を増やすため料金の値上げを行い今のところ運営に支障は無い
- 特に新規集客に力を入れなかったことと、自分の年のせいにしてしまったこと
- もともと少人数でしてるので
- 固定客が多かったから
- マンツーマン接客なのでお客様も安心して来て頂いていたため
- スタッフ数によって売上の最大値が左右されてしまうため、コロナ禍からスタッフが減員しているため

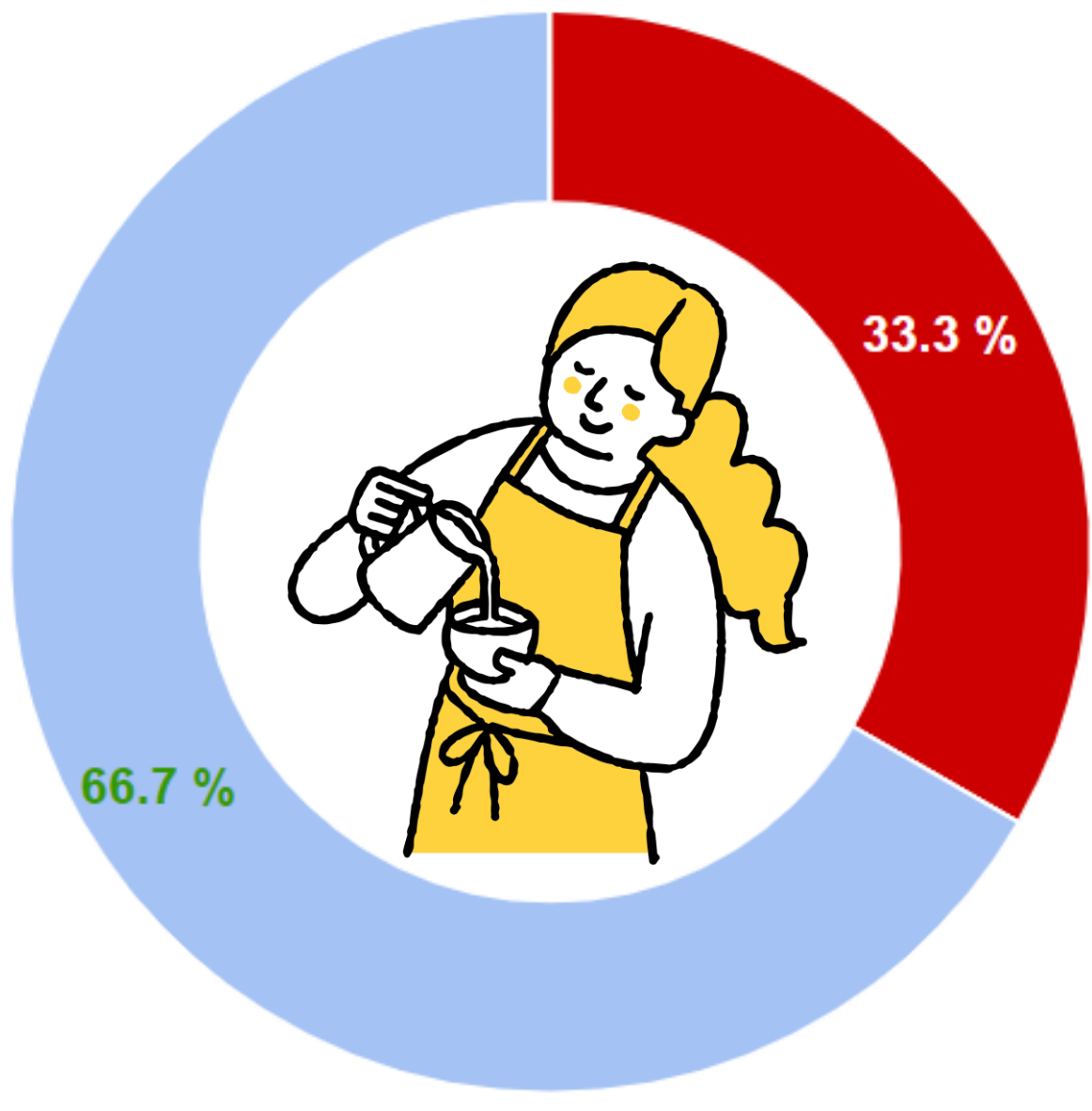
コロナ渦より少し下がった

- 世間の動きにより、お金を使うポイントが変わった
- 感染リスクにより外出をひかえるため
- 美容に対する意識自体が変わって来ている様に感じる

コロナ渦より大幅に下がった

- 世間の動きにより、お金を使うポイントが変わった
- 感染リスクにより外出をひかえるため
- 美容に対する意識自体が変わって来ている様に感じる

飲食業



■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

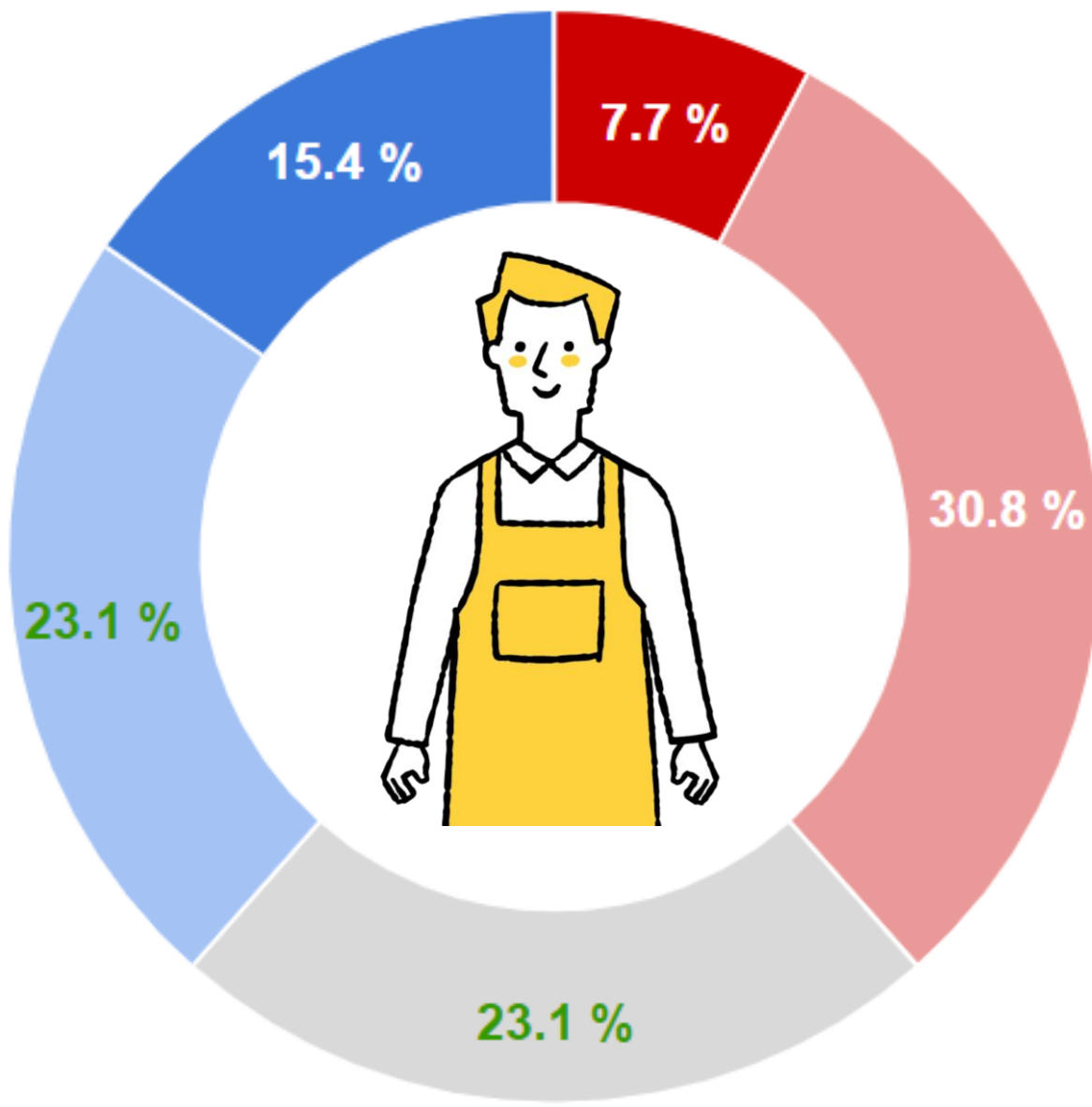
コロナ渦より大幅に上がった

- 観光客が戻ってきた、インバウンドの需要も大幅に増えている

コロナ渦より少し下がった

- 外出自粛による対面業務の停止
- 飲食の販売業なのでコロナ禍は外出が減った分、集客が上がったが今はコロナが明けて日常に戻ったためコロナ前の水準に戻った

小売業



コロナ渦より大幅に上がった
 コロナ渦より少し上がった
 コロナ渦とあまり変わらない
 コロナ渦より少し下がった
 コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より大幅に上がった

- コロナ渦中では収束が見えない状況で貯蓄を意識する人が多く消費が落ち着いていたのが、戻ったように思う

コロナ渦より少し上がった

- 対面での対応が増えた
- コロナは関係なく、新規ビジネスの成功
- コンビニだと手早く買える
- 比較的、単価は安いものの複数買いの方が多く見られ、売上が上がった

コロナ渦とあまり変わらない

- コロナ禍が終わってからスタートした事業のため
- コロナ禍でネットで買い物する人が増えてはいるが参加者も同時に増えたためあまり変化がなかった
- コロナ渦中前よりコロナ渦中のほうが売上は よくなり今はそれを維持している

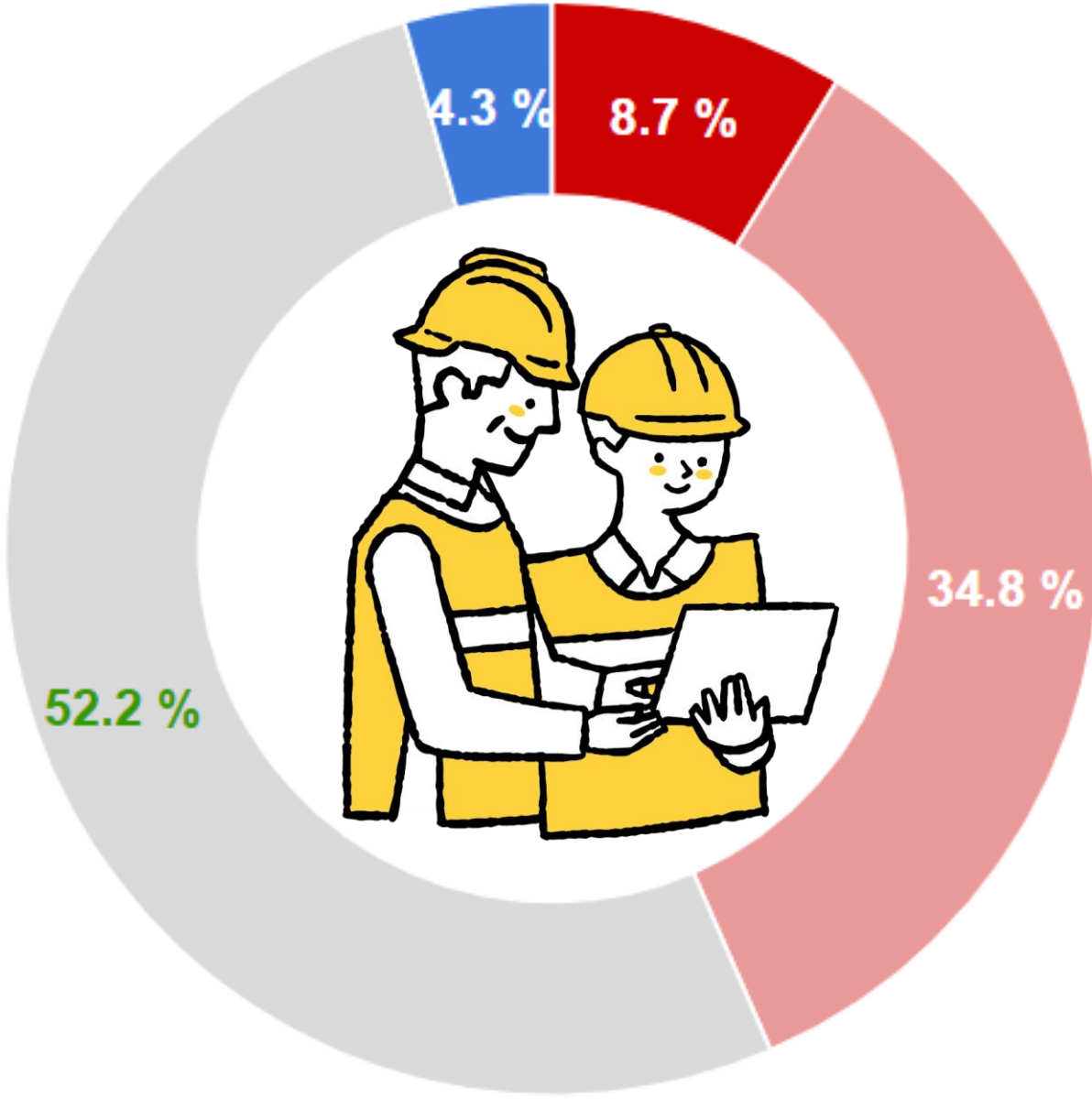
コロナ渦より少し下がった

- 衛生関係の商品が売れなくなった
- お客様の行動範囲が広がったから
- コロナによるクライアントの案件の減少

コロナ渦より大幅に下がった

- 人が減った客単価減った
- 世間の所得が減少したため、購買力がなくなった

建設業



コロナ渦より大幅に上がった
 コロナ渦より少し上がった
 コロナ渦とあまり変わらない
 コロナ渦より少し下がった
 コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より大幅に上がった

- 押さえられていた購買意欲の復活
- 単純に、下請けの仕事をするようになったから

コロナ渦より少し上がった

- コロナ禍に比べて設備投資や安全対策等にお金を掛ける企業が増えた
- 今まで出店を控えていた小規模の店が少しずつ動き出した為若干上振れしてきた
- 建築業が単価が安い
- 仕事量の増加と人で不足
- コロナ禍中は現場ストップや現場先送り等あった為
- 家を買う人が増えたから
- 人混みの仕事の環境と比べて、あまり人との接点がない現場のやり取り

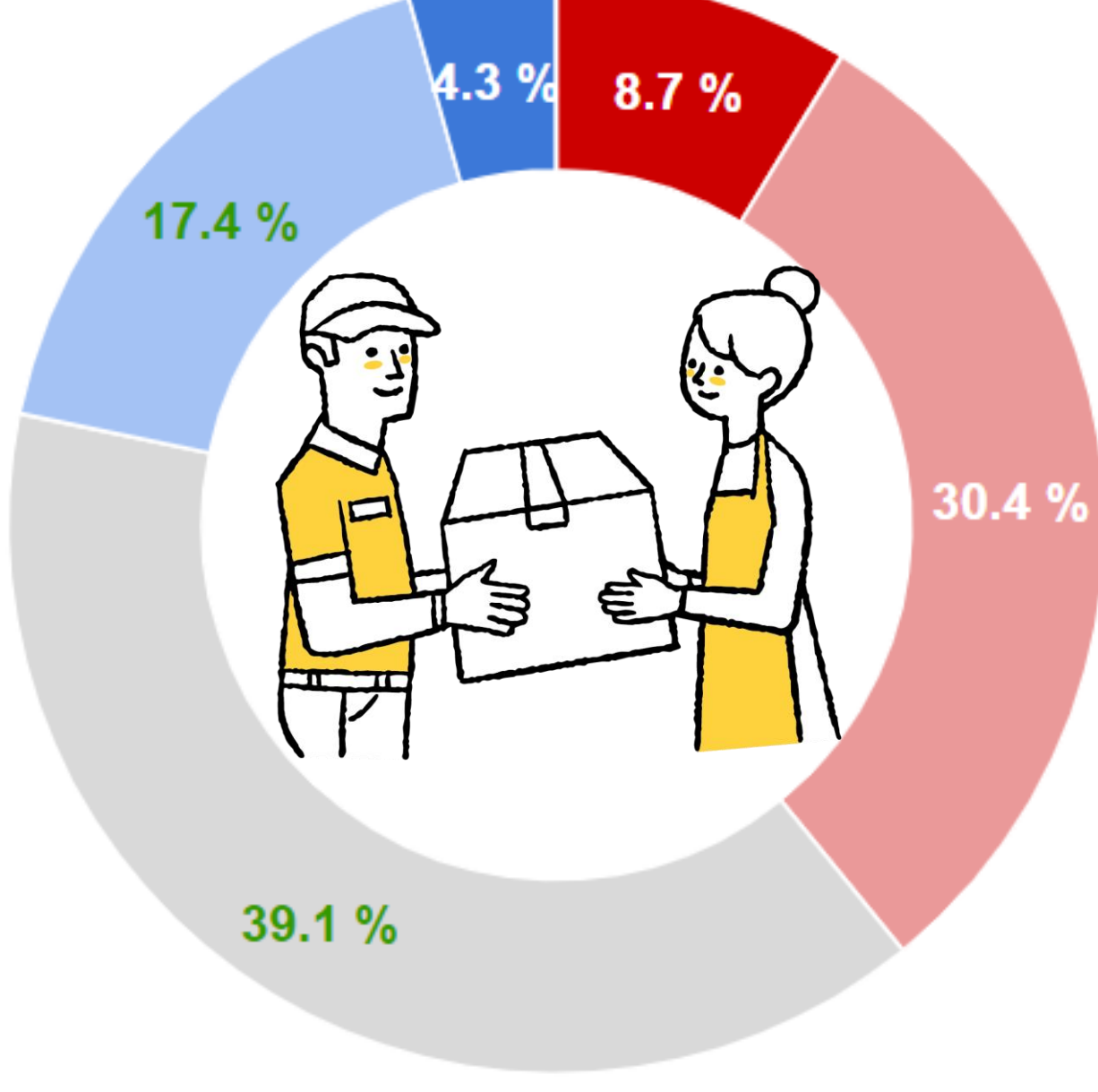
コロナ渦とあまり変わらない

- 仕事柄そこまで変化がない
- 2021年6月から事業を開始したため比較できないから
- 感染予防は現場で徹底したが行動自体は変わらなかった
- ご高齢の方のお困りごとはコロナ禍でもコロナ明けでも変わらないからだと思う
- コロナ禍だとしてもお客様にとっては重要な仕事だからあまり変わらなかったんだと思う
- 現場作業でサービス業ではないため
- リフォームの需要が安定していて売上に変化があまりなかった
- 建設材料費の高騰などあるが、新築住宅着工件数は減少しなかった

コロナ渦より大幅に下がった

- メーカー、元請けがコロナを気にするから

運送業



コロナ渦より大幅に上がった
 コロナ渦より少し上がった
 コロナ渦とあまり変わらない
 コロナ渦より少し下がった
 コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より大幅に上がった

- 巣籠もりにより、自宅への配達物が増えた

コロナ渦より少し上がった

- 配送業にてフードデリバリーの需要が落ちた
- 会食やミーティングが増えて稼働時間が大幅に増えたこと
- 大々的なネット通販のcmの影響
- 人の移動、観光客の増加
- 特に変化はないが自分のモチベーションが上がった
- 在宅ワークで通販利用する人が増えたため
- コロナで外出が減り、ecサイトでの購入が増えた流れが今も続いている

コロナ渦とあまり変わらない

- コロナ渦でも稼働しない日というのが1日もなかったので売上に影響がなく変化もなかった
- 自身が、できる業務量にリミットがあるため
- 以前に比べて需要は増えてるが、仕事をする人も増えた
- 特に物流量には大きく変化はなかったため
- コロナ禍は自宅で過ごす時間を見直す機会が多くあったと考えられる。おうち時間をより良い物にしたい、宅配を頼むと気軽に便利だという考えが今も継続しており、大きな変化は無かったと思われる

コロナ渦より少し下がった

- 今年になりコロナが緩和され、コロナ渦による巣ごもり生活が減少したため
- コロナのときはインターネットで、購入が増え収入が増えた

コロナ渦より大幅に下がった

- コロナだけではなく 増税インボイス、値上げが影響している

不動産業

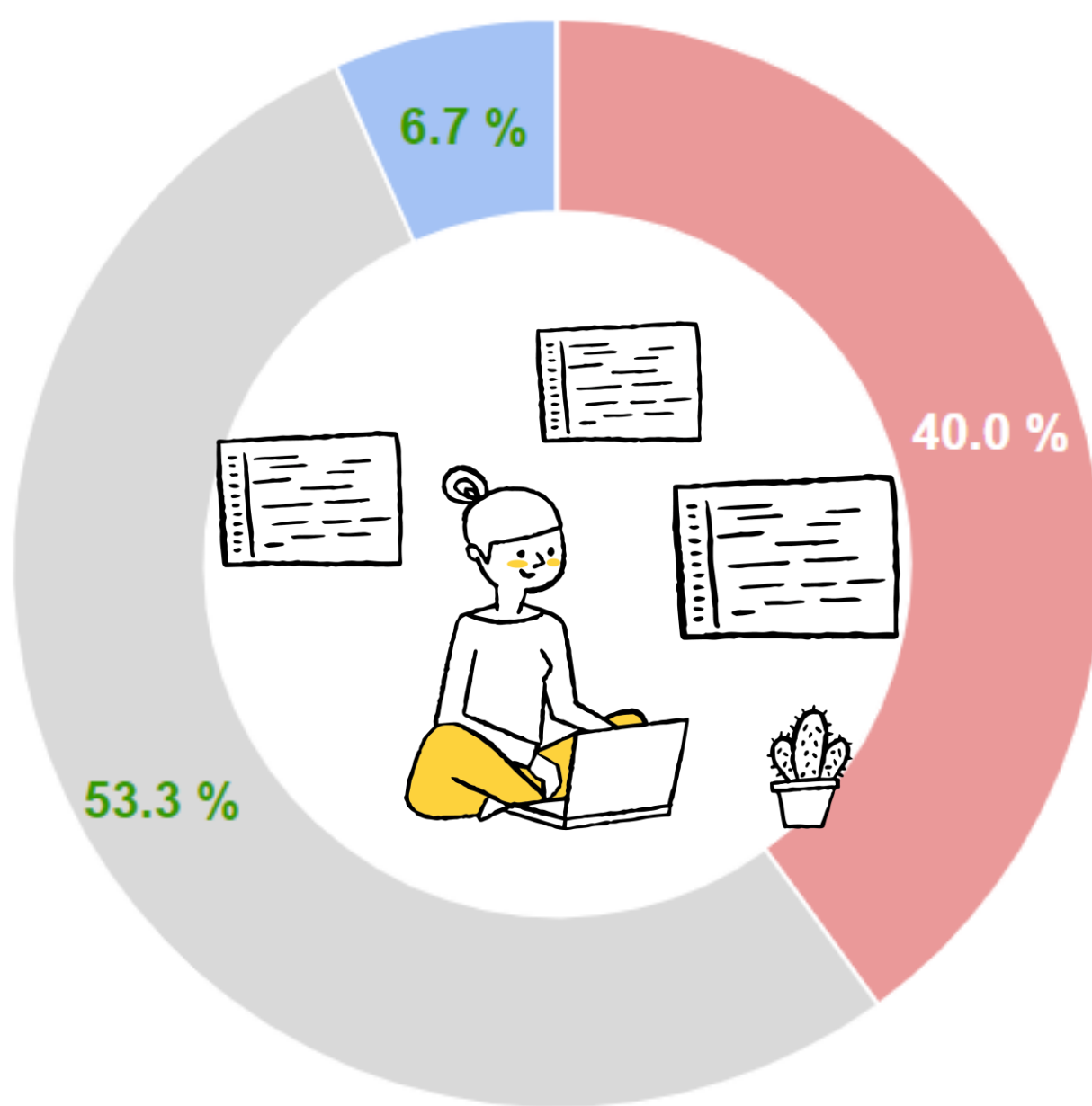


■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦とあまり変わらない

- 実需に関しては新規獲得が減少した分、効率が上がった
- 転職したので参考できない
- 東京の不動産業は、常に流入があるのでしっかり管理すれば大きな変化が起きない
- 不動産賃貸業なので、何も変わらない

WEBサービス業



■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より少し上がった

- お客様がコロナや人に会うことに敏感ではなくなった
- コロナによる外出自粛が落ち着き、コロナ禍よりもお金を使うシーンが増えたことにより、各企業も広告費に再び予算を割くように鳴ったため
- コロナは関係なくたまたま良い案件と巡り合えた
- 外出できるようになって、旅行業は活発になった。オンラインでの買い物など需要はコロナ禍と変わっていないと思う
- コロナというより経済状況が少し活発になってきたと思われる、その分業界全体として仕事量も増えてきたように感じる。技術者が手配できないという話を聞くようになった
- 対面で商談ができる分、顧客が微増したため

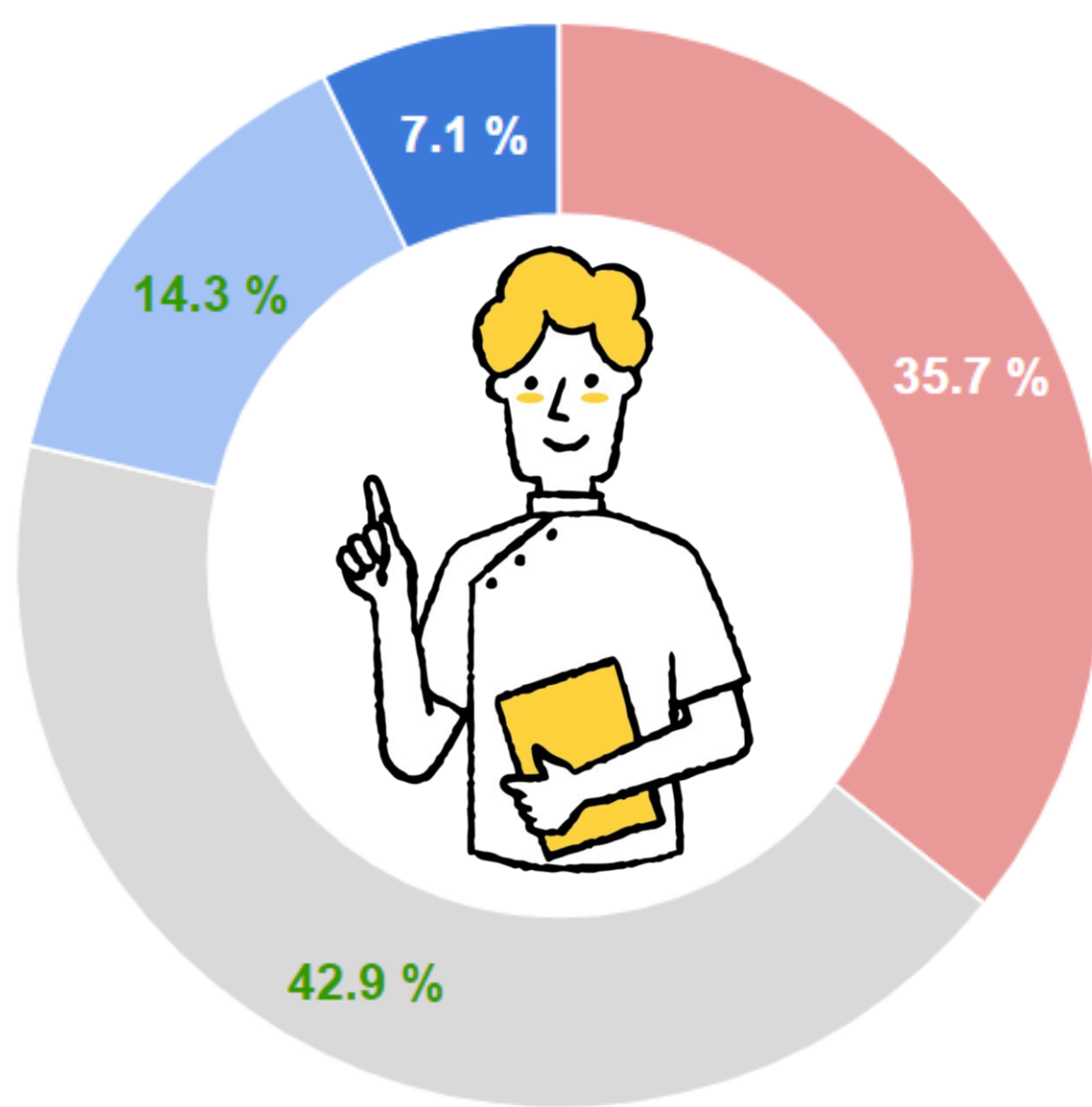
コロナ渦とあまり変わらない

- コロナにより廃業するところも増えつつ、コロナで困ったことにより依頼も増えた
- 私の開発しているwebアプリケーションのシステムは、開発側も顧客側も人との接触があまり関係なかったため
- いったん増えてしまった仕事は、なかなか減ることがないから
- コロナ禍以前と働き方（フルリモートワーク）が変わっていないからだと思う。システム開発は、リモートワークで作業を行えるので、あまりコロナの影響は受けなかった
- 結局ウェブサービスはコロナがあってもなくても需要自体に大きな変化はない
- 単価が変わらなかったため
- 売り上げに影響がない理由は契約内容に影響がないから

コロナ渦より少し下がった

- 人員削減や事業縮小などが増えた

医療業・福祉業



■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より少し上がった

- コロナを気にしなくなったから利用者数が増えた
- 予約を増やしたため、コロナ禍よりは上がった
- 施設への出入りが緩和されたため

コロナ渦とあまり変わらない

- 特にコロナ前後でのお客さんの推移がなかった
- 必要な患者はコロナ禍でも来院するから
- コロナ渦は、売り上げは当然ダウンしていたが、一度予約制限等をかけて減らしてしまった人数を急には戻せないし。不況が回復した訳じゃないから、自費診療伸びないから
- 医療系であるが、人数制限もあり、顧客の健康意識も高いためにあまり大きな影響は受けていない
- コロナ前には開業していないためなんとも言えない

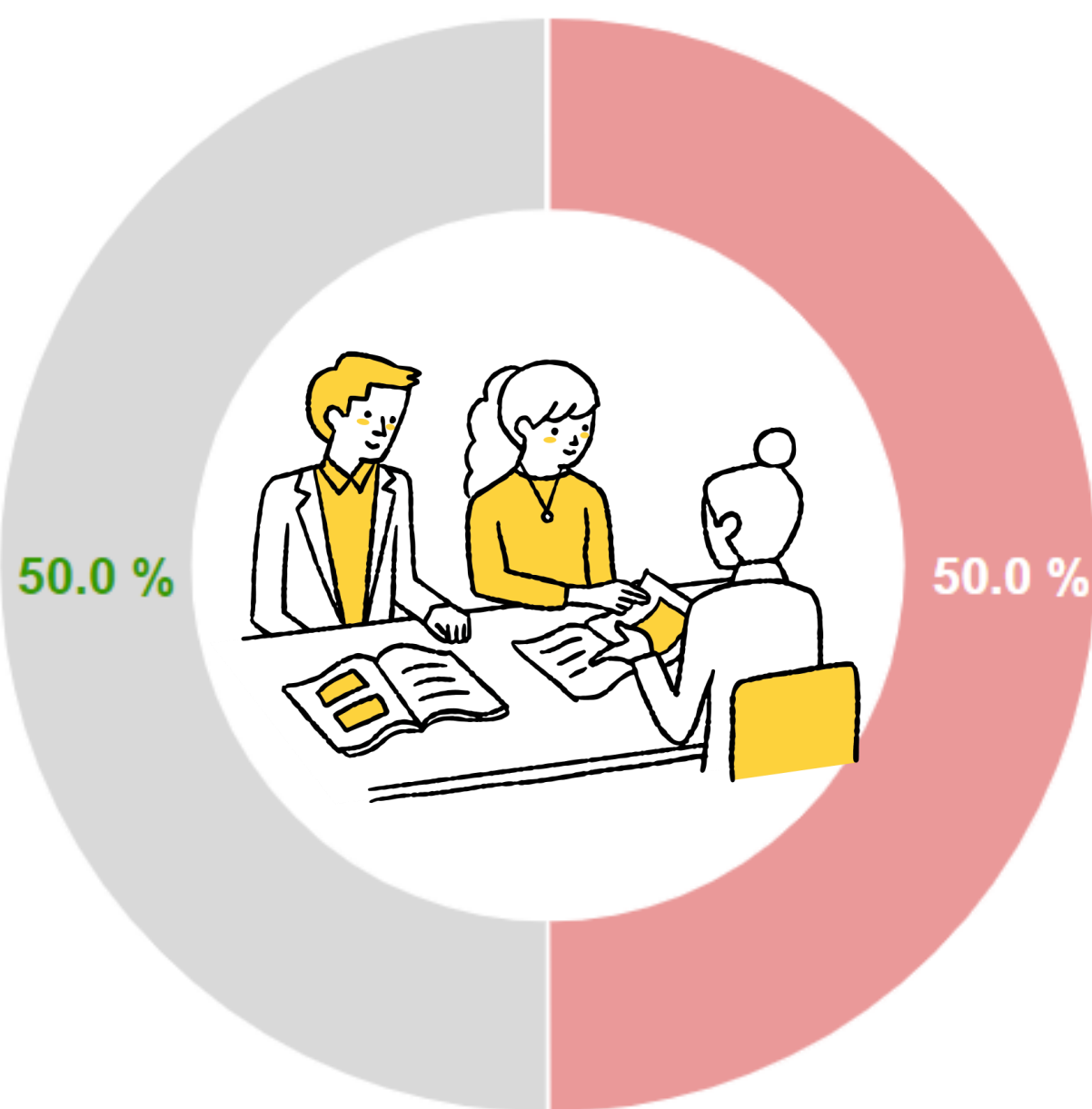
コロナ渦より少し下がった

- 患者様が来院してくれるようになったことで回復傾向にある
- コロナ渦中と共に燃料費高騰による生活費、物価上昇に伴う経済的問題

コロナ渦より大幅に下がった

- 全体人数が少ない為、自費も少なくなった

専門家(士業・FP・コンサルなど)



■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

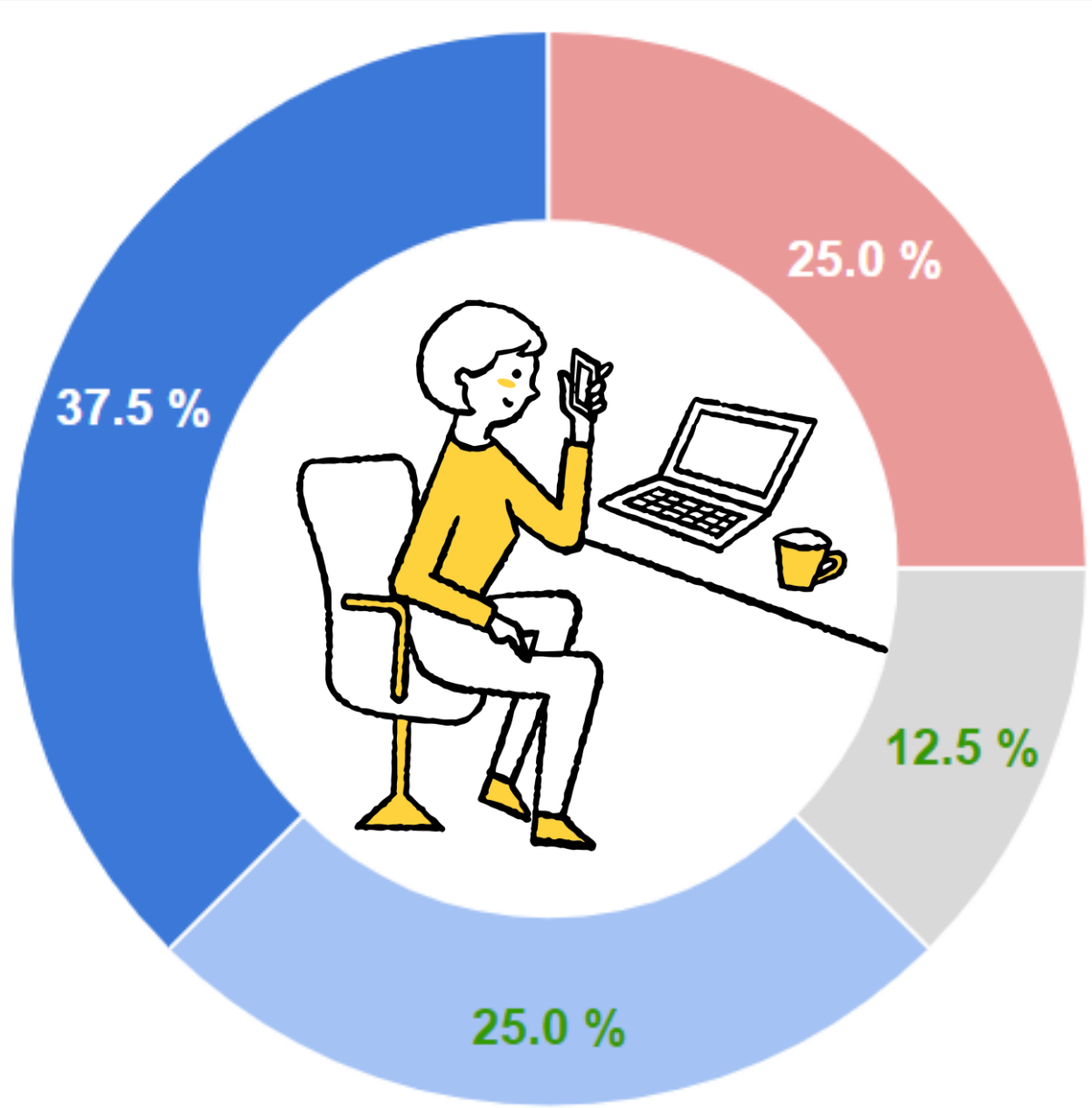
コロナ渦より少し上がった

- 買収案件増大による財務調査や株価算定業務が増えた
- コロナ禍は自粛が多く、思うような動きが取れなかったが、オンラインが認められて 営業の幅が広がった

コロナ渦とあまり変わらない

- 固定客が多いため
- コロナ前は開業していないため

個人投資家



■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より少し上がった

- 人々が接触についてさほど神経質で亡くなった
- 株価の上昇など

コロナ渦とあまり変わらない

- 投資の結果に関して、コロナ渦かどうかはあまり関係なかった

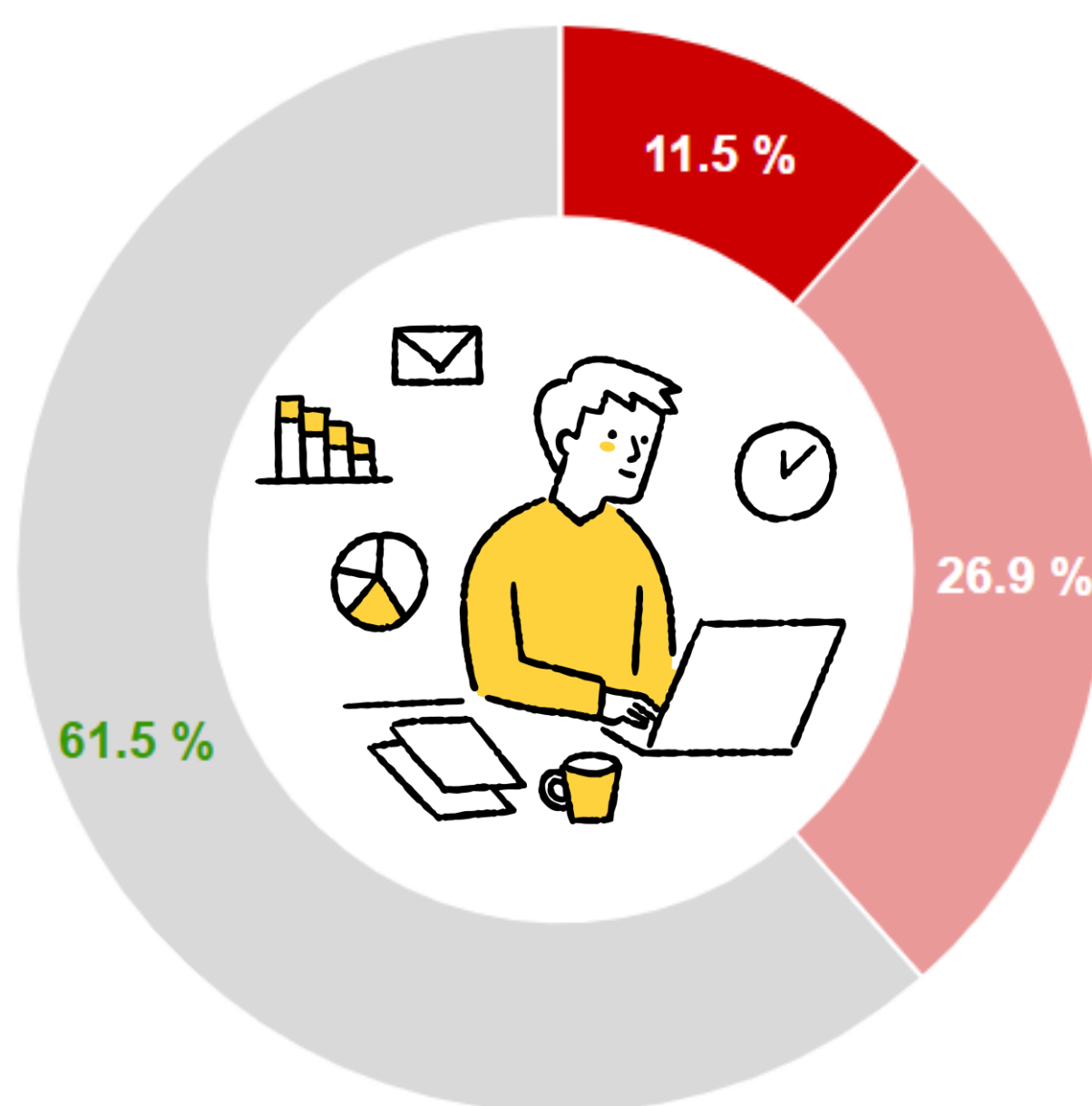
コロナ渦より少し下がった

- 仕事をコロナで減らしてそのまま
- 自分の努力が足りなかった

コロナ渦より大幅に下がった

- 投資の値動きは通常通りだと思われる。ただ下落の年になっただけでコロナはあまり関係ない
- コロナ禍というか、投資業務なのである程度の上下は常に繰り返している
- 金融引き締めによる金利上昇

その他



■ コロナ渦より大幅に上がった ■ コロナ渦より少し上がった ■ コロナ渦とあまり変わらない ■ コロナ渦より少し下がった ■ コロナ渦より大幅に下がった

コロナ渦より大幅に上がった

- **アスリート**
- ・人を集めてなんぼの世界なので、制限がなくなったのはスポーツ業界にとってとても大きなことだった
- **アパート経営**
- ・コロナ禍は人流が滞っていた
- **空調設備**
- ・コロナ渦中は雇われていたのでいくら働いても定額だったが今は独立しているのでその頃と比べると大幅に上がっている

コロナ渦より少し上がった

- **サービス業**
- ・新規の顧客が来にくかった
- **電気工事業**
- ・コロナ禍では対人での仕事が極力さけられ、メーカーからの部品の供給も長期化され 仕事のサイクルも長期化し仕事の件数が減った
- **部品組み付け**
- ・変更の主な理由はわからない。ただし、コロナ中もコロナ後も、多くの部品は生産を削減し、通常に戻っておらず、多くは生産を停止している
- **便利屋**
- ・会社員時代としか比較できないため、検討が難しいですが、コロナ禍、アフターコロナにおいては、売上げは伸びてきた印象
- **保険業**
- ・会えるようになったこと
- ・コロナ禍は解約が増えたことによって減っていた
- **翻訳**
- ・企業や組織がコロナ禍では出費を抑える傾向があったが、だんだん増えてきている気がする

コロナ渦とあまり変わらない

- **営業代行**
- ・自信の行動によって大きく売上が変わるということはなく委託料は一定の為
- **映像企画制作**
- ・映像の需要や動画の活用が増えたから
- **外部講師**
- ・会員数が減ってないため
- **教育業**
- ・コロナ禍でも、対面レッスンがオンラインに変化したりはしたものの、総数的にはそこまで変化がなかったように思う。また、コロナ禍が落ち着いてきたために新しい習い事を始めようという顧客と、景気があまり回復しないことで出費を抑えようという顧客離れの数についてもそこまで差がなく、結果としてプラスマイナスがほぼ変わらない状態のように思う
- **情報通信業**
- ・元々リモートワークの需要が高い業種だったので環境が整ってる現場がほとんどで、環境の変化への混乱はなかったと思う。むしろ「引きこもる事」を喜ぶ人が多かったように思う
- **電気保安全管理**
- ・コロナだろうとなんだだろうと法律で定められている点検が基本業務なので全く変化はなかった
- **不動産賃貸業**
- ・家賃はコロナに無関係
- ・固定客賃貸業のため影響はなかった
- **保険代理店**
- ・契約先がコロナの影響を受けにくいから
- **保険募集人**
- ・面談が困難な場合はリモート 面談などが普及してきており トータル的にはコロナ 前と後では面談数の違いがなかったこと

最大のビジネス課題

ーあなたの業界で、アフターコロナ時代における最大のビジネス課題は何だと考えていますか？

美容業

- 感染予防策の強化と顧客の安心感確保、オンライン予約やデジタルマーケティングの活用
- 新規集客が難しくなったので衛生対策をしっかりしているのをアピールしないといけない
- 顧客との接触頻度とメインメニュー以外の販売点数のアップ 本業以外のスキルアップ
- いかに短時間で施術ができるかが問題になってきているような気がする
- 今までの事業と別な事業との融合。美容師をいかに確保出来るか？
- コロナ禍の自粛などにおいて、美容室への来店頻度や周期が伸びているお客様を元に戻すこと
- BtoB案件をどのように取り入れていくか
- 従来の美容の形、金銭の掛け方や来店頻度を少しでも従来の形に戻して行くこと
- 多くのお客さんを集めようとするよりも自分ができる範囲の顧客で単価を上げていくこと
- どんな業界でも当てはまるが、やはり「清潔度」の意識の高さ
- 今現在におけるお客様からのneedsに如何に応えられるかが重要になってくる
- コロナ禍で来てくれたお客さんをコロナが終わったからといって失客しないようにしないといけない
- コロナの前だから、渦中だから、後だから、と言うビジネス課題は無い
- 今後コロナみたいなことが起きたときに売上をカバーできるよう収入源を増やすこと
- コロナ禍で減少した売り上げや、失ったお客様を取り戻すための新しい取り組み
- 健康に気をつける方などが増えたため、健康意識をからめた施術など。 その他は信頼関係
- 人とのコミュニケーションをお客様がどれだけ求めているかを感じる
- これからどんなことがあるか分からないが、どれだけ変化についていけるか、対応出来るか
- 規模の拡大をしていくのがなかなか難しい業界になってきていると思う
- 旅行や外食、買い物などお金の使う場所が変化してきているので、美容室に予算を使わなくなる
- 初めてご来店されたお客様に対して次回来店にどう繋がるかなど
- 材料費などが高騰してきて値上げをしていかないといけないとけなくてその中で客数を増やしていく事
- 集客。コロナ前と後ではサロンの状況もお客様の環境も変わってしまった事で失客が増えたから

飲食業

- 顧客の回復。 パーテーションなどがなしで良くなったりしている今、お客様に安心してご来店いただくためにどうしていくか
- コロナ禍で新たに増えた顧客に対して継続して来ていただけるような発信力が最大の課題
- 飲食業での今後の課題は、アルバイトスタッフや正規社員の離職による人手不足 応募してもなかなか集まらない状況

小売業

- 参入障壁がそこまで高くないため、競合が増えてきている。そのため仕入れ金額が上がっている
- 収入の柱を複数持ち、コロナなどの外的要因に左右されないビジネスを確立すること
- コロナ禍のときもあまりやることは変わりませんが、接客面の強化
- 行動制限が無くなったことによりリピート率が下がったので、リピート率を上げるための施策
- 今回のような疫病などに影響を受けにくいような何かしらの事業の開拓
- テレワークやローテーション勤務 ・会議はオンライン ・対面での打合せは換気とマスク
- コロナをきっかけで在宅でできる仕事の需要が増えた。そのせいか新規参入者が増えてますますライバルとの差別化が必要
- コロナ太りという名が流行った通り、ダイエットを始めるためにも低カロリー食品をアピールしていく必要がある
- 事業展開していき、今の時代でも経営していけるビジネスを模索する
- 贅沢品ではなく、日常的にニーズがある商品を増やしていくこと

建設業

- あまり変わりがないので、特に課題はない
- どの業界も人材不足に陥っているので、仕事依頼をもらえるような環境づくり
- DX時代における電子契約書等の導入による設備投資及びその費用対効果
- 集団で行動したり車にのることが多いので一人一人感染予防を意識すること
- 今まで以上に高齢化が進んでいく。ニーズはますます多様化していくと思うので、そのニーズに応えられるように準備をしておくこと
- 感染予防を続けていくこと
- 材料価格、電気代、ガソリン代などの高騰により利益が減少しているので継続させるための工夫が必要
- 他社とのコストカットなどで、仕事の需要を継続させれることです
- コロナにかかると数日休まないといけない事 自分達は現場仕事の納期があるので 休めないから
- アフターコロナにかかわらず、お客様への気遣いや満足できる対応
- 非対面での商談も一般化してきているので、こちらの提案が相手にしっかりと伝えられるスキルが必要
- 建設業界でコロナみたいのが今後また訪れるかもしれない時、みんなで助け合って建設業界をすくってほしい
- アフターコロナ時代における最大のビジネス課題は同じ様な事がおきたときの対処
- コロナに関係なく建設業は材料の高騰化、人手不足が常にビジネスの課題
- 元通りに仕事がある人はよいが、廃業や休業している人が元通りにいくかどうか
- 不確実性とリスク管理。環境の変化が早く、予測が難しい状況でのビジネス戦略
- アフターコロナより、インボイスになった為、仕事を引退した個人が多くなった事

運送業

- 需要の変動への対応。新型コロナウイルスの影響により、需要パターンは変化した。一時的に需要が減少したり、需要の急増があったりすることが予測される
- ネットショッピングが、普及になった今を断続して、利用してもらえること
- コロナで人との繋がりが減ってきたので少し人脈を広げつつビジネスに繋げたい
- 業務の効率化をいかに考えて実行することと、配送時における破損等を0にする事
- 多様化するニーズに対して、IT機器をさらに導入して、業務量のリミットの拡大を図る
- 今後はさらに客を拡大化して売上の最大化を目指すこと
- アフターコロナ時代における最大のビジネス課題は特になし
- 再配達による過重労働の見直しと、再配達撤廃後の受注に対する影響
- 運送・物流業界ではドライバー不足の加速、深刻化が懸念されている。通販の普及で荷物の配送需要が高まり続ける昨今、人材確保は必須の命題
- 今も継続していますが、TVコマーシャルやソーシャルメディアのコマーシャルがとても重要
- 運送業は2024年問題として労働時間の規制が今まで以上に、シビアになるため委託業者としては業務拡大がしやすくなる
- コロナはなくなった訳ではないので自分の健康管理をしっかりと行いたい
- スケジュールの調整と、忙しい時の体調管理が最大の課題
- 人手不足と労働時間の改善。そして是非、宅配ボックスの義務化をしてほしい
- 人員不足による全力で活動出来ない事、コロナで人員が減り戻って来ない。給与、待遇の問題も含まれる
- 値上げはいたしかないが 値上げが賃金へ反映されないこと ガソリン等、政府対応がおそい
- 巢箒もり需要が落ちついた時の仕事が減った分の仕事をいかに増やすかが課題

不動産業

- 業界全体のブラッシュアップ。情報取得方法の多様化に対する対策
- AIを導入することにより、効率的に成果を上げていくこと。SNSを有効に使いこなしての集客
- コロナ前と同じく、堅実で誠実に仕事を続けていくこと
- 問題はない

WEBサービス業

- セールス手段がオフラインからオンラインに切り替わっているため、情報発信方法
- テレワークでのアウトプット維持とコミュニケーションが同じようにとれること
- コロナの間にITの進化がぐっと進み、何でも「ITでいける」と思っている人も増えたので、その点におけるクライアントの意識の改革
- コロナ禍を通じて、より情報システムの必要性が増した。 それは、キャッシュレス決済や非対面、非接触のzoom等の通話の普及など、身の回りでも変化は感じられる。 業界の課題としては、それらの開発や運用、セキュリティ対策を担う、エンジニアの人材不足
- 家でも快適に働ける環境の構築
- 継続した事業拡大。若者層の増員。パソコンスキルなどが必要な時代
- またコロナ等の感染症がおこっても良いようなビジネスに携わること
- 色んなアナログなことがデジタル化されり、オンラインで可能になったので、それを拡大しつつ、障害対策も行わなければならない
- 世の中としてまだまだリモートワークは進んでいくことになりその環境構築、通信環境の整備などIT業界としてもできることがある
- オンラインでのやり取りに慣れた顧客に対し、これまで通りに自分の強みをアピールしていけるかどうか



医療業・福祉業

- 以前からのお客さんを離さないように、顧客サービスに重きをおいていく
- 集客、インターネットや、インスタ、ホットペッパーなどの集客事業
- コミュニケーションのさらなる向上、清潔で明るい店舗の構築が重要
- 感染対策を継続しつつ、診療をコロナ前の時代と同じ様にやらないといけない矛盾のバランスを取る事
- 不景気でも顧客がよろこんでお金を支払ってくれるサービスを充実すること
- いかに患者様に来院して頂くか、予約をキャンセルされないようにするかが課題
- 新しいテクノロジー周辺、コミュニケーションに活用目的のICT関連テクノロジーやモノとネットワークの活用を促すIoT関連テクノロジー 活用など取り組みが弱い
- 対面とリモートでどうやって仕事のバランス配分を取るのか
- コロナウイルスに限らずインフルエンザなど感染症には今後も対策をしていく事が必要
- 感染症対策などをしながら、コロナ前の状態に戻して行く事が課題
- 感染症予防のためにも、口腔ケアの大切さをもっと周知してもらう
- コロナ禍でキャンセルしたまま通院していない患者さんが戻ってきてくれる事

専門家(士業・FP・コンサルなど)

- 今後、倒産、閉鎖する企業が増えてくると予想されるため、いかに防げるか
- 人と会いにくい環境となった。リモートでいかに人脈を広げるかが課題
- オンラインばかりではコミュニケーションが浅くなってしまうので、行動範囲を広げる事

個人投資家

- 最近の街中を見ているとコロナはすっかり忘れ去られている印象なので、改めてオフラインの充実ができるかどうか
- コロナ時代も現在もやっていることは変わらないため、課題も変わらず日々努力
- ネット上での集客である、あとは顧客の満足度
- テレワークや在宅ビジネスが増加するため、そのような企業の動きをチェックすること
- 暗号資産業界としてはアフターコロナに向けてというよりは新たな投資業界(技術)として規制の仕組みやそれに関連した税制の仕組みが一丁目一番地になると思われる

その他

- **アスリート**
- ・ 私達の職業は正直集客がなかったらやっていけない。 他の分野で稼ごうとするのも限界がある。 なので、もう何もないことを祈るばかり
- **アニメーション監督 演出**
- ・ オンラインビジネスへの取り組みの増加と需要の把握そして供給を増やす
- **アパート経営**
- ・ 人口が減り続けているにも関わらず、新たな賃貸物件が増え続けている。差別化が課題
- **サービス業**
- ・ 収入やキャリアの安定化。 案件ごとに報酬が変わる業務委託において、収入を安定させることは難しく、企業から常に求められる人材でなければ、無収入の空白期間が続く可能性も考えられる
- ・ 人と人とのコミュニケーションの復活。補助的にオンラインツールの徹底
- **システムエンジニア**
- ・ 全員が会社へ出勤するようになった場合に、一人の勤務場所が狭く、会議室がすぐに利用できないといった事態になる
- **セラピスト**
- ・ 集客。以前は扱う人が少なかった業界だったが、飽和状態になってきているので、他との差別化が必須
- **営業代行**
- ・ 今携わっている飲食店に関しては、コロナ時期よりだいぶお客様が戻ってきていると思うためそこに対する集客、また観光客の集客も
- **映像企画制作**
- ・ コロナ禍で拡がった需要をいかに活用するか
- **外部講師**
- ・ 集客数により売り上げがかわる為、どのように集客していく、売り上げを増やしていくか
- **教育業**
- ・ オンラインレッスンやタブレット学習がスタンダードになってきた影響で、デジタルデバイスや教材、AIを利用した学習などを取り入れていかないと顧客のニーズに対応できない
- **空調設備**
- ・ 強いて言うなら部材代が上がっている分の価格転嫁
- **情報通信業**
- ・ ITの需要が上がり、今までも人材が万年不足状態ですが、更に人手不足が起こる
- **電気工事業**
- ・ まだメーカーからの部品の供給はコロナ前の状態に戻っていないのが現状で、その部品がいつ解消されるか、また同じ状況になった 際どう今回の事を踏まえメーカーがどう対応をとるかが課題
- **電気保安全管理**
- ・ インボイス制度や電子帳簿保存法等の今までよりも細かい設定が増えてきてしまっているのでそれに順応するのが課題
- **不動産賃貸業**
- ・ 賃貸業オーナーにおいては、自宅内のワークスペースの確保のためリフォームの必要性が考えられる
- **便利屋**
- ・ 時代のニーズに会わせて、いかに同業者と差別化を図れるかということ。 具体的には遺品整理、空き家整理と共に孤独死の方に対しての特殊清掃や空き家問題に対する不動産の管理など多岐にわたるビジネスを1社で行えるように資格や環境調整、人材育成をしていく
- **保険業**
- ・ 会えない場合は契約単価が下がったり、そもそもが接点がなくなって面談回数も減る
- ・ 何が起きてもいいように資産形成、時代にあった内容の大切さをいかに伝えていけるか
- **保険代理店**
- ・ 契約者と対面する事が減ってるがこれからは対面販売を増やしてコミュニケーションをとること
- **保険募集人**
- ・ 面談時をお願いするからには、こちらは必ずマスクの着用をしながら商談を行っていかねばならないと考えている
- **翻訳**
- ・ システムの充実とオンラインでの仕事の効率化、まだアナログの人がほかの業界より多い

来年(2024年)の施策や戦略

ーあなたの業界においてアフターコロナのために行うべき、来年(2024年)の施策や戦略を教えてください。

美容業

- ただ自分を貫くことのみしかやることがない。影響が出るようなビジネスでもない
- 感染予防策の強化と顧客の安心感確保、オンライン予約やデジタルマーケティングの活用を実践していく
- またコロナが流行った時のために消毒やマスクなどのストックをキチンとしておく
- スキルアップからのサイドビジネスの収益化。 本業は継続するが、歳を重ねていくと現在ほどは動けないと思う
- 安定した売り上げを保つため、お店のコンセプトを見直し、自動集客の仕組みを取り入れること
- 時短しながらもいえでのホームケアができるような仕組みにしてい
- 今の既存のお客様に対するサービス強化や新たな視点からのアプローチを増やす
- アフターコロナに向けてコンセプト等は一新してあるためそれをさらに浸透させるべくストーリーマーケティングを活かそうと考えている
- お店の規模によって違ってくると思うが、大型店なら集客やリピートの為の仕組みづくり
- まだ、インフルエンザ、コロナウィルスがなくなったわけではないので一緒に、 共存していかないといけない
- ネット予約の強化 口頭での紹介のお願い 深い部分まで掘り下げたカウンセリングの実施
- アフターコロナで免疫が下がる人が増えるので肌に優しいものを使ったりうすげを対策できるようなメニューを開発すること
- 特にコレと言う戦略などはないが、個人店ならではの高単価、高品質を狙った戦略かと思う
- いかに価値の高いものを引き続きお客様に提供出来るかが大事
- コロナ禍で来てくれたお客さんを逃さないように特別な対応をする
- より提案型にシフトしていき、次回の予約を来店時にしてもらうようにしていこうとしている
- コロナだけでなく、今後こう言った病原菌やウイルスなどの騒ぎは作られるので それに動じない知識の共有と信頼関係を築くこと
- 徹底した感染対策とマスクを外して来店できる安心感を与えるように心がける
- 自身の体験や、感じた事、中からくる知恵をかんじて身軽に行動し続ける
- マンツーマンでやっていることの強みを全面的にだして営業していく
- いかに美容室にお金を割いていただけるかが問題なのでお客様にいい提案ができたらいと思う
- 補助金がもう少しの期間伸びてくれそうなので新規事業を考えていきたい
- お店のコンセプトにそった新しいメニューをうちだし、固定客を増やす
- 安さを売りに沢山のお客を集めるよりも 高単価メニューを取りいれて 信頼関係、教育をしていく
- 特に何かすることはありますが、お客様に来店以外にできるだけ忘れられないようにする
- オンラインでの集客、販売、サービスまでの構築が必要だと思います
- お客様にどれだけ寄り添えるか。 料金など、価値を感じてもらえるように動いていく
- 少しでも顧客を増やせて行けるよう、お店作りに接客態度や技術を磨いていく
- 大規模に何かやるよりも小規模なところでの強化をしていく方がよい
- 美容室が髪と食と健康について考えて取り組みメニュー化や店販に力を入れて行く
- 他店では無い施術内容やプランで、流出を減らして、海外旅行者などの流入を
- 自己管理を、しっかりしてコロナ禍のときのようなことにならないようにしていく
- コロナ前に来ていてその後ご来店されてないお客様にDMを出してみる
- まずは値上げをして単価を上げていく事と 年間会員の数を増やしていく
- コロナ、物価上昇で来店周期の間延びが目立つようになったのでDM、くじ引き、新規集客などやる
- HPを新しくすることを機に価格の調整サービスの見直し（値上げ）をする

小売業

- 競合との差別化をどのようにしてつくるか、またインバウンドにどうアピールするか
- 事業のほか投資、デイトレードでの収益を増やす。輸出にも力を入れる
- コロナになっても インフルエンザと同じ対応で
- 特にコロナ禍と変わらないが接客面の強化のために教育をすること
- 業界としては新規顧客、リピーター増加のために販路の拡大 ネット販売など
- 単一業界だけにとらわれない多角的な事業の展開が必要
- 事業者の退出促進、再編支援、雇用移動支援などによる産業再編の促進
- ビジネスを行うためのルールなどが定期的に変更されている。新しい情報を得るために、交流会への積極的な参加
- 基本的に人の流動性は増えているので来店数は深く気にせず、顧客のお客様を増やすことに専念できれば
- 商品の値上がりがあったが粗利益が改善されて大きく利益がでた、粗利益が取れる用売場拡大する
- 現在の業種をメインに他業種の参入を計画中。販売方法も複数検討中
- 消費が戻ってきている為、商品の展開数を増やしていく

建設業

- マスク着用以外、特に変わりなく、今までと同じようにして行く
- できるだけお声がけ頂いた仕事をこなしていき、次からも繋がっていくように心がける
- 非対面営業が日常化されている中、Zoomや動画を用いた営業施策の実施
- うがい手洗い消毒マスクの徹底
- 自分自身の体力と財力を強化
- 材料の仕入先の交渉、変更。 経費削減のための会計相談
- 建設材料費の高騰が続く中で、年間を通して安定して需要出来るようにすること
- アフターコロナにかかわらず、お客様への気遣いや満足できる対応
- 職場や身の回りの安全対策を訴えて、改修工事やメンテナンス工事に繋げていく
- 今まで打診有っても受注しなかった工事部門の受注も受ける様にしてい
- アフターコロナの為に行うべき施策や戦略は資材不足を回避するための流れ作り
- 衛生面での自分でのやり取り、確実な手洗い、調子悪などと思ったら適切な自己判断、自己報告
- コロナが終わって業績が上がってきてる業者を狙い撃ち
- 従業員の健康管理や安全対策の強化も重要な施策
- 業界全体としては、働く人材の確保が重要

運送業

- 業界の人材不足や働き方の多様化に対応するため従業員のスキルアップやワークライフバランスの改善
- インフルエンザや風邪で働けない期間を無くすために、日頃から体調管理
- さらにネットショッピングを普及させることで運送業を盛り上げる
- 来年は違うビジネスも取り入れて収入を安定させ増収をはかる
- アフターコロナになり、2024年になっても現在と変わらず効率の良い配送、時間厳守の配送、修理品のクレームについては早急に回収しサービスにて修理後翌日納品を目標に行って信頼回復を得る事
- IT化をさらに進めて、一人当たりの配達量の拡大を図ると共に、物価高騰、特にエネルギー（ガソリン）代への対策を取ること
- 変わらず実直に職務を全うする事。再配達撤廃後の事は、対応して見ないと分からない点が多いので、まずは目の前にある仕事をしっかりする事
- 賃金体系を見直し、時間外労働の上限規制がドライバーの賃金に与える影響を最小限に留める
- 今まで通りTVコマーシャルやソーシャルメディアのコマーシャルをコツコツ続けて行くこと
- 自分の仕事の業界は逆にコロナみたいな外出規制などかあれば繁忙になる
- 会社の品質を高め維持していくためにリーダー格の人員育成を始め人手確保もしてかなくてはいけない
- コロナ禍より多少売上が減少しているため他業種に参入していきたい

- 自分がかからないようにすることと、忙しい時のスケジュールと体調管理
- 業界は待遇改善（主に給与）省力化を目指し最低必要な人員の確保に尽きる
- 運送業は止まることがないので今以上に物量が増える
- 2024年の物流問題が懸念である。出入りが激しい業界なのでコミュニケーション能力向上が求められる
- 今後も変わらず、マスク着用や消毒などしっかりとした対策を取り続ける
- 新たに需要を喚起して、新しい顧客層を開拓するなどの努力が必要
- AIをもちいた物流システムの効率化、自動運転の実用化などの戦略

不動産業

- 日銀金融政策の動向や金利の上昇傾向に対する早めの提案、情報提供を心がけること
- オンライン、オフラインでのセミナーの開催。その後の個別面談の充実
- 修繕を行う年になるので、資金繰りと修繕計画の作成管理が2024年の大きな仕事になる

WEBサービス業

- 定期的なセミナーセールス、SNSでの情報発信、有益な情報を集めること
- 仕事の進め方・ルール化を考えて、徹底していく。また、どうしても仕事効率、成果が悪い人員については、テレワークさせないなども考える必要がある
- テレワークをこのまま推進するか、出勤のハイブリットにするかどうか
- ITと人間の強みの差をきちんと伝えたくて仕事内容の説明を行っていくことが大事
- コロナ禍を経て、テレワークが一般化した。テレワークは、一見、効率的に思えるが、実際やってみると、意外と難しい点もある。例えば、仕事が自宅内で完結してしまうので外出機会が激減し、運動不足やメンタル不調を訴える方もいる。また、自宅ゆえに、入社時のようなパフォーマンスが発揮できない方もいる。私自身は、コロナ禍以前からテレワークで働いていたので、特に問題はないと自負しているが、コロナ禍のテレワークを通じて、時々、前述のような方々をお見受けした。オフショア開発を含め、現代では、コロナ禍以前から、リモート人材は必要。加えて、IT業界は、エンジニア不足。IT人材の育成、ならびに、エンジニアを管理するPMやPMO人材を増やすことが要諦だと考える
- ウェブサービスなので、各々が家にいながら働けて確実に成果を出せるという意識の持ち方
- 現在の事業継続をメインに増員し事業拡大を目指していく
- またコロナ等の感染症がおこっても良いようなビジネスに携わる
- 自身が行なっている事業においては、アフターコロナを意識するような変革は起きないかと思っている。ただ、アフターコロナにあわせたコンテンツ、情報の提供は需要があるかと思う
- 色んなことがオンライン化され、便利になると、障害でインターネットが使えないときに、サービスが利用できなくなるので、障害対策をどう行うかが重要
- AIロボットなどを活用して、非対面での接客や通信販売などの通信環境・WEB環境の整備などに商機があるのではないか
- 対面でのやり取りへの移行に適応しつつ、オンラインの良い部分は引き続き取り入れていくこと

医療業・福祉業

- 健康増進について原点にもどって考えていく必要性があると考える
- 集客に対する投資、インターネット、インスタ、ホットペッパーへの投資
- より健康の尊さをこの機会にアピールし認識してもらい、予防、メンテナンスの来院増
- YouTube動画やSNS、AIなどのネットを利用した宣伝を含めた集客戦略
- 滅菌の徹底やスタッフ指導を欠かさず行うことが重要
- リモートにも対応できるようなシステムや、換気や消毒など安心感を与える施設の充実
- 介護現場における生産性向上の方策のひとつとして、介護ロボット・ICT等を効果的に活用し、より質の高いケアを実践できるプロの介護職員の養成が課題な為、人材育成が必要
- コロナワクチンの積極的接種の奨励と手洗いうがいマスク消毒の徹底による感染防止
- ネット予約や予約制枠を増やして、コロナ前に出来なかった自費予約を強化する
- コロナ禍では新しい施設への挨拶等も規制されていたので、来年は新規利用者を増やす
- 患者さんとしっかりコミュニケーションを取りながら、丁寧に施術すること
- コロナ前に通っていた患者さんにリコールのハガキを出したりして患者さんの数を増やす様にする

専門家(士業・FP・コンサルなど)

- なるべく多くお客様のところに出向き、面談数の増加に努め、顔の見える営業をこころがける
- 会社の状況をタイムリーに把握する 資金繰りを把握する事が必要となる
- 出来るだけ多くの人とコミュニケーションを取るためのセミナーに力を入れて行く

個人投資家

- 情報収集などする際に、オフラインで交流する場を設けることでさらに顧客をファン化させる施策が必要
- コロナで学んだことはマスクがいかに感染症に有効かということだと思うのでマスクうがいの習慣は継続すべき
- アフターコロナなのでいままでより活発に外出して人と会う機会を作りたい
- 規模拡大と顧客満足を両立させていく、顧客のニーズをもっと吸い上げていく
- CHATGPTなど、ますますAIの時代になると思いますのでこの分野に注目しておくこと
- コロナ関係無しに2024-2025は大きな資産を確保出来る年だと考えているのでしっかり自分で決めたマイルールに乗っ取り計画的に進める
- 暗号資産業界としてはアフターコロナというよりは暗号資産業界特有の周期(BTCの半減期)によるバブルになる可能性が高いため出来る限り所有数量を減らさないまたは増やす事が重要な戦略
- キャッシュ不足に陥らないように大きく上がったところでは部分利確を心掛ける

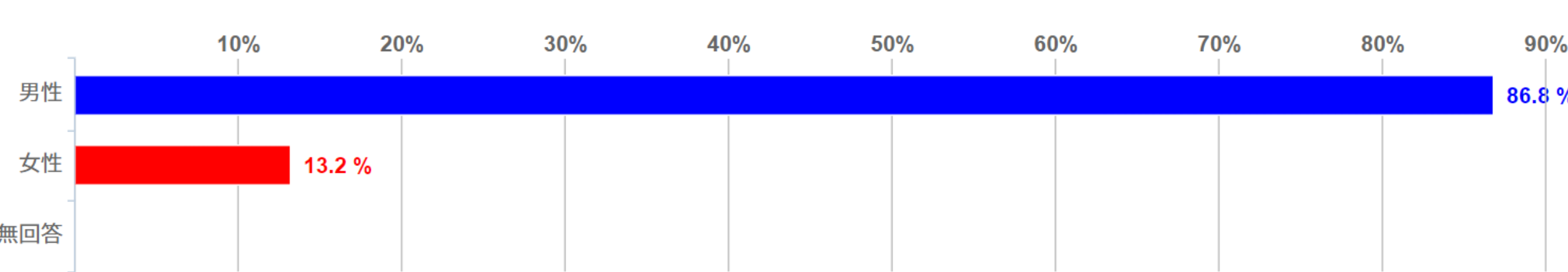
その他

- [IT](#)
- 今の契約とは別で収入源を確保する
- [アスリート](#)
- 資産や貯蓄をある程度貯めておくこと
- [アニメーション監督](#) [演出](#)
- 自宅からまた外へ出ることが増加しつつあるのでイベントなどでの集客を戻せるように努力する
- [アパート経営](#)
- なるべく、出ていく人を減らす魅力的な賃貸環境を作り出すことが課題
- [サービス業](#)
- 新規分野への参入。同様の事業者間の協力により法人化などの事業拡大
- 対面でのコミュニケーションをより取ることで、音楽が不要不急なものだと思わせないようにすること
- [システムエンジニア](#)
- 出社と在宅勤務のバランスをとりながらも、コミュニケーションをより円滑にするような施策
- [セラピスト](#)
- SNS、ブログなどのWEB集客、オリジナリティの強化、カウンセリングだけでなく講師へ
- [営業代行](#)
- 地元の方に対する宣伝の仕方、外国人に対する集客の仕方をそれぞれ考える
- [映像企画制作](#)
- コロナ禍で拡がった動画の需要を獲得すべくSNSで集客する戦略
- [外部講師](#)
- 協賛企業やスポンサー企業の確保、積極的に営業していく事

- [教育業](#)
- 対面でのサービス提供に並行して、リモートで個人学習の補助ができるような教材やシステムの開発や整備
- [情報通信業](#)
- 人材不足を補う事、品質を担保できるスキルの育成をする事、一点集中を避け循環するための組織改変をしていく事
- [電気工事業](#)
- コロナにより客先の設備投資がかなり遅れているので、古い設備の即座の更新を推奨する
- [電気保安全管理](#)
- 私の業界は今だに固定電話をひかなければいけない、やり取りはFAX、副業禁止等いつの時代の話し？というのが多いので今の時代に合わせて、せめてLINEのやり取りくらいしてもよい
- [不動産賃貸業](#)
- テレワークによる在宅の仕事が増え、出社率が減って企業の賃貸オフィスの空室率が増加している。新たにオフィスビルを建てるのは危険
- [便利屋](#)
- 便利屋としては幅を広げること、人材育成、確保することにつきる。やはり一人で行う業務量は限られるため、前記した事業を行うため必要な資格環境調整、営業を推進していく
- [保険業](#)
- リモートでの契約をした方とは関係性ができていないため積極的に関わっていく
- 何が起きてもいいように資産形成、時代にあった内容の大切さをいかに伝えていけるか
- [保険代理店](#)
- 契約者と対面する事が減ってるがこれからは対面販売を増やしてコミュニケーションをとること
- [保険募集人](#)
- マーケット 全体がコロナに対してはインフルエンザと同じ意識レベルになってきているため、取り立てて アフターコロナを意識はしなくなるだろう
- [翻訳](#)
- システムの充実と、無駄なコミュニケーションはなるべく抑えること

本調査の回答者属性

▼ 性別



▼ 年齢

