



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2020年09月07日 第985号「週刊五十嵐レポート」

リアルはデジタルの中に組み込まれた

日経新聞にデータ分析のことが書かれている。日経はKDDIの位置情報データを活用し、主な観光周辺の人出を分析した。JCBカードの購買データに基づく指数によると6月後半まで回復が続いた居酒屋やファミリーレストラン、百貨店などの消費が7月前半に再び落ち込んだ。トレタ社の顧客管理システムを導入する全国の飲食業1万店のデータによると、来店客の回復は「ランチ」「住宅立地」「少人数」ほど早かった。これらのデータは消費者の動向が解り、企業の経営戦略に活用できる。データには価値があり、大手企業はデータ獲得に力を入れている。

コロナ禍によりデジタル化が進んだ。私のような普通の人間は、リアル実店舗がありネット(デジタル)が補完しているものと思い、どうネットを活用するかと考えた。書籍「アフターデジタル」「アフターデジタル2」によると、人は常時デジタル環境に接続し、リアル行動を含めたあらゆる行動データが蓄積される。オフライン(リアル)とオンライン(デジタル)の主従関係が逆転した世界。データ獲得の目的は顧客との関係性を深めること。スポット取引(1度きり)から継続取引(凝り返し買ってもらう)へ、顧客接点を増やす。顧客獲得コストはオンラインよりオフライン(リアル)のほうが安くなった。そのためネット企業がリアル店舗の企業を買収することが多くなった。中国のアリババ、米国のアマゾンなど。中国のネットで購入する比率は20%、まだリアルが80%ある。アリババは80%を狙いにリアル店舗を買収。アリペイで消費者動向が解るので店舗を出店計画はほぼほぼ外れない。

日本では、日経に「楽天・東急、データ新会社」という記事。ネット通販と実店舗の購入データを活用する共同出資会社を設立。オンラインとリアルの垣根はほぼなくなる。相互に送客し、消費者に新しい体験を提供する。不動産、交通、生活サービスの総合力で顧客に今以上のサービスを提供する。

顧客は「今はネット」「今はリアル」と区別をせず、そのとき一番便利な方法を選ぶ。確かに私も本はリアルで読む人間だったが、最近はKindleも便利であることが解ってきた。デジタルに組み込まれている前提で考えていかないといけない。

ちょっと
気になる出来事

9月4日付日経新聞に「日本の子『幸福度』最低水準」という記事。

国際児童基金(ユニセフ)は、先進・新興国38カ国に住む子供の幸福度で、日本は生活満足度の低さ、自殺率から「精神的な幸福度」が37位と最低レベルだったとの報告書を公表と書かれている。

しかし、よく読むと、そしてユニセフのサイトで詳細を見ると、ちょっと感触が違う。子供の幸福度の総合では38カ国中20位。韓国21位、英国27位、米国36位。上位は1位オランダ、2位デンマーク、3位ノルウェー。日本は最低ではなく、真ん中。

記事の通り、「精神面」では15歳～19歳の自殺者が日本が多いため37位。しかし、「肉体面」では1位。5歳～14歳までの死亡率が少なく、過体重・肥満の子供も少ない。肉体的にはすごぶる健康体。1位はすごい。

学力・社会的スキルでは、学力では上位だが、社会的スキル(すぐに友達ができる)では平均を下回った。人見知り、引っ込み思案ということ。

BSで欧米、アジアのニュースを見ているが、日本は安全で住みやすい。体は子供も大人も運動ブーム。あとは心のケアなんですね。



一口メモ
知識

学んではならないもの

仏教から言うと、学んではならないものは、ちゃんとあります。

1. 生命の不幸をもたらす技術
2. 自分の心に怒り、憎しみ、嫉妬などが増えるもの
3. 心の安定、安らぎを壊すもの
4. やりきれないもの

宇宙のはてや起源、大きさなどは、学んでも役に立たないし、やりきれません。これらのものは、学ばないほうがいい。それよりも、「どうすればよい人間になるか」と学んだほうがいいのです。

「ブツダの教え一日一話」(PHP研究所/アルボムツレ・スマナサーラ)より

- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」小岩校 土曜隔週(第2・第4) 午後2時～6時
- 「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

