

「変化する商材」



全日本電設資材卸業協同組合連合会
会長 忍田 勉

新型コロナウイルスの感染拡大が足元の経済の景色を大きく変えています。コロナウイルスと共存するために、政府は三密(密閉・密集・密接)を避けた新しい生活様式を提案しました。期せずしてテレワークを経験した国民にとって、コロナ以前の働き方とはスタイルが変わり、今後、様々な業種でテレワークのニーズが5Gの普及とともに急速に高まっていくことが予想されます。

一部のレポートによりますと、テレワークの課題として「職場に行かねば閲覧できない資料・データのネット上での共有化」49%、「Wi-Fiなど通信環境の整備」45%、「部屋、机、椅子、照明などの物理的環境の整備」44%、「押印の廃止や決済手続きのデジタル化」が30%と続きます。ニュースでは、在宅勤務併用に

より必要のない事務所スペースの削減や、都心から地方への移動も始まっていると報じられています。

観光、アパレル業界などが甚大な被害を受けている一方で、テレワーク導入サポートや勤怠管理システムなどのソフト関連、WEB会議システムやパソコンおよび周辺機器販売、在宅の環境を整える改築や設備、コロナ対策として次亜塩素酸や換気空調商品、発熱監視カメラシステムなど大きく伸長している商品も出てきています。又、本年10月に東京ビックサイトで開催予定の日本最大のIT展示会「Japan IT Week」には、コロナ禍を受けてテレワーク推進をはじめとする企業のIT投資が加速するため、その需要を取り込むために昨年同時期の1・5倍を超える出展申し込みがある

と聞きます。飲食店がテイクアウト、弁当、キッチンカーに活路をみいだすように、コロナ禍がもたらしたニューノーマル(新しい日常)はモノとの新しい付き合い方をも変化させています。

日本のコンビニ業態の育ての親である鈴木敏文氏の言葉に「世の中の变化、お客様のニーズの変化こそが最大の競争相手なのです」「求められているのは『競争』よりも『変化』である。同じ土俵で競うのではなく、次々に変化し土俵を変えていくことが評価されるのである」とあります。まさに今この言葉が大切な時期にきているのではないのでしょうか。感染予防という新たな制約が課され、戦う土俵が変わってくる。危機を乗り切るにはビジネスモデルの見直しがかかせません。