

NIKKEI BUSINESS DAILY

Smart Times

を壊した。
映画館、劇場、テーマパーク、百貨店、ホテル、レストラン……。こうした業態は人が集まることを前提にしている。業界関係者と未来像について議論するな

これまでの「方程式」を捨てられるかどうか。それが新常态（ニューノーマル）での鍵になる。多くのビジネスが「人が集まること」を前提にしているが、新型コロナウイルスはこの前提

インディゴブルー会長

柴田 励司



1985年上智大文卒。マーサージャパン社長、カルチュア・コンビニエンス・クラブの最高執行責任者(COO)などを経て、2010年インディゴブルー社長、15年から会長。

新たな「方程式」に活路を

強にしない限り、元の売り上げには戻らない。しばらくの間は客数が30%であっても耐えられるようにコストカットする。その後、様子を見ながら徐々に前の状態に戻す。

だが、これは「耐える」だけの作戦だ。環境変化に適応するための戦略がない。I」というケーススタディ3倍以上の提供価値を創りとロールプレーを掛け合わせ

去にとらわれているときに、完全にオンライン環境で提供することにした。コロナ禍で在宅勤務を課せられる中、会社を揺るがす問題に対応するケースや、グローバル拠点の人間が連絡を取り合いながら問題解決に取り組むケースを開発した。5月からこのプログラムの提供を始めた。

私に必要なのは、これまでに売りを捨て、完全にオンライン環境で提供することにした。コロナ禍で在宅勤務を課せられる中、会社を揺るがす問題に対応するケースや、グローバル拠点の人間が連絡を取り合いながら問題解決に取り組むケースを開発した。5月からこのプログラムの提供を始めた。

たちが過去の方程式を捨て、出して、単価を3倍以上にされるかどうか、という。小さくなった売り上げとだ。売り上げを客数×客単価としたときに、感染予防から客数を30%に制限するとしたら、客単価を3倍

出している。想定以上の価値を生んでいる。各人がリモート環境で課題を解決する必要があり、フリーライターの参加が生まれた。この状況で、参加者のリモートワークへの対応力が短期間で劇的に向上すること、場所の制約をなくしたことで海外駐在者であっても普通に参加できること。まさに必要は発明の母だと感じた。