



+ WUNDERMAN
THOMPSON

新型コロナウイルスへの対応

第2回：未来のためのスプリント計画

COVID-19 PERSPECTIVE SERIES
EPISODE 2 - SPRINT TO THE FUTURE

2020年4月8日

アジェンダ

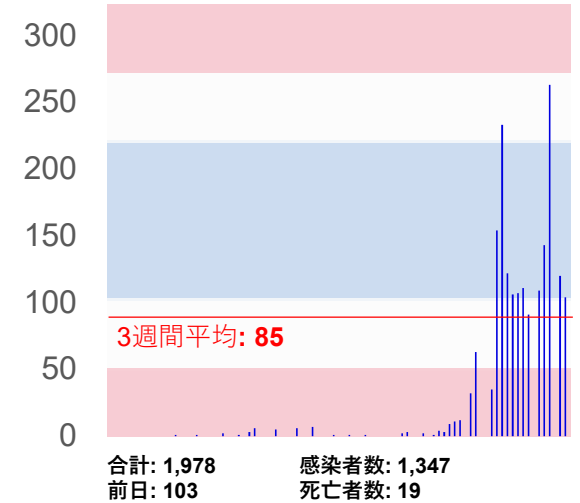
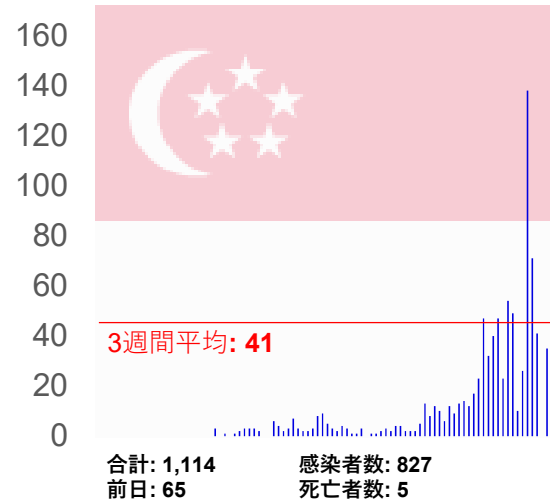
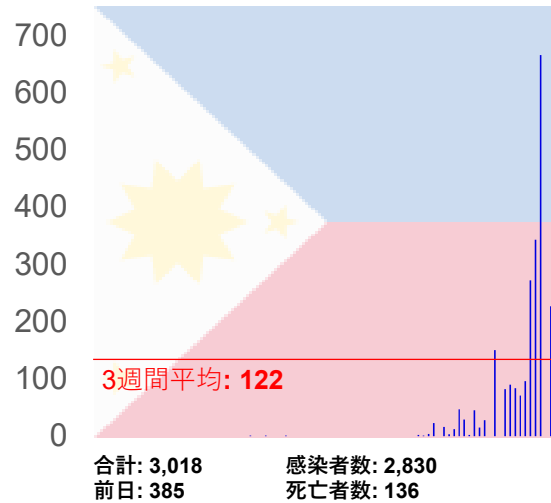
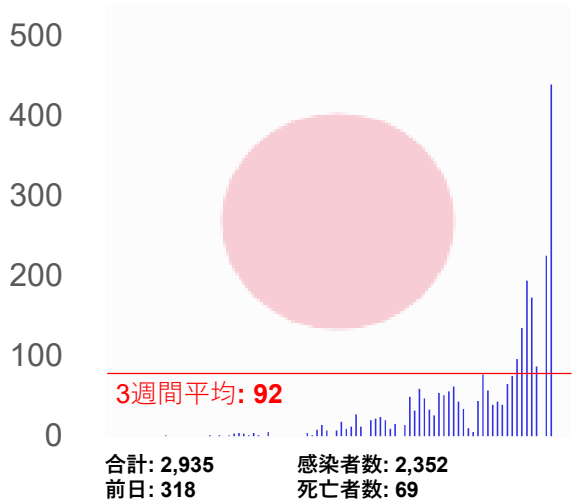
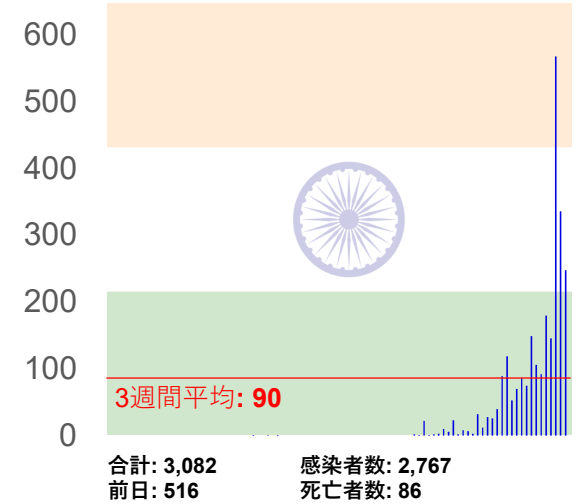
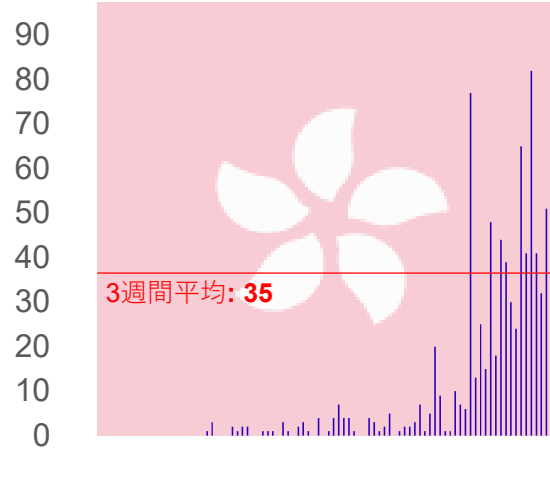
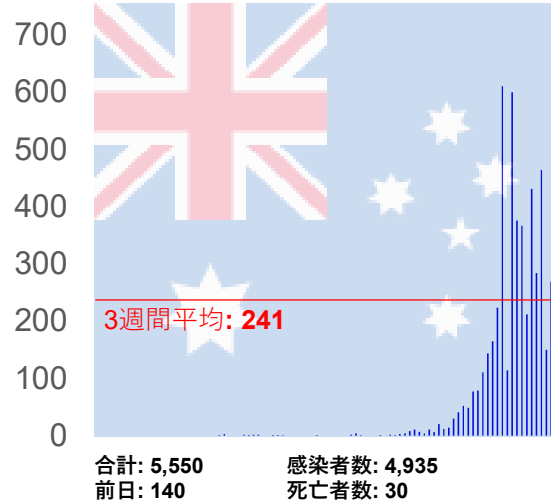
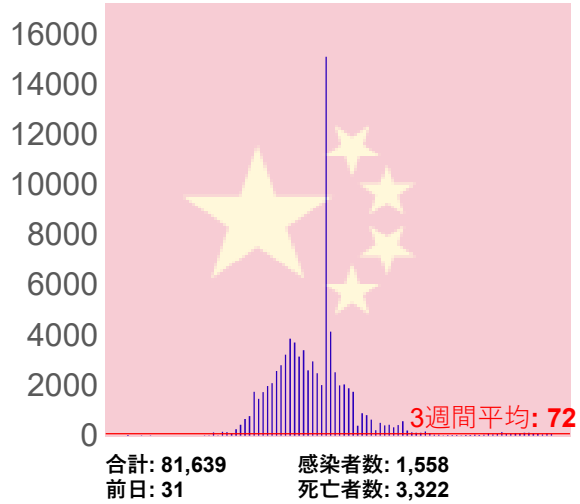
- APACにおける感染の現状
- 人々に影響を及ぼすもの・変化を促すもの
 - 恐怖と隔離
 - 新たに生まれつつある人々の行動
 - コミュニティへの影響
 - 経済と雇用
- 将来を見据えて
- 次のセッションのテーマ：人々は今ブランドに何を求めているか

+

APACにおける 感染の現状

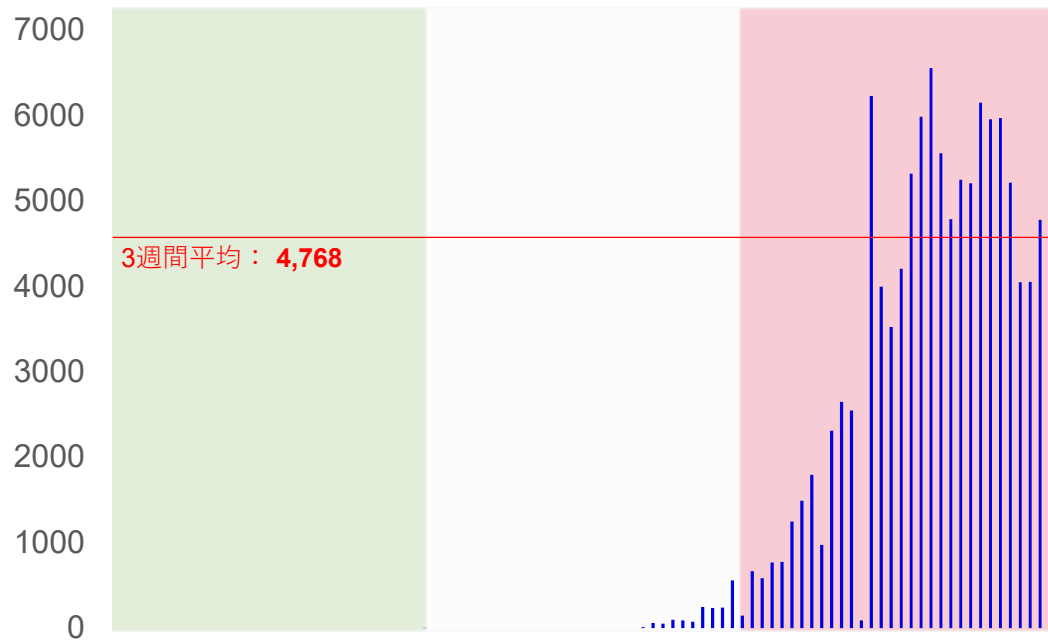
APACの国別状況

一日当たりの新たな感染者数及び死亡者数



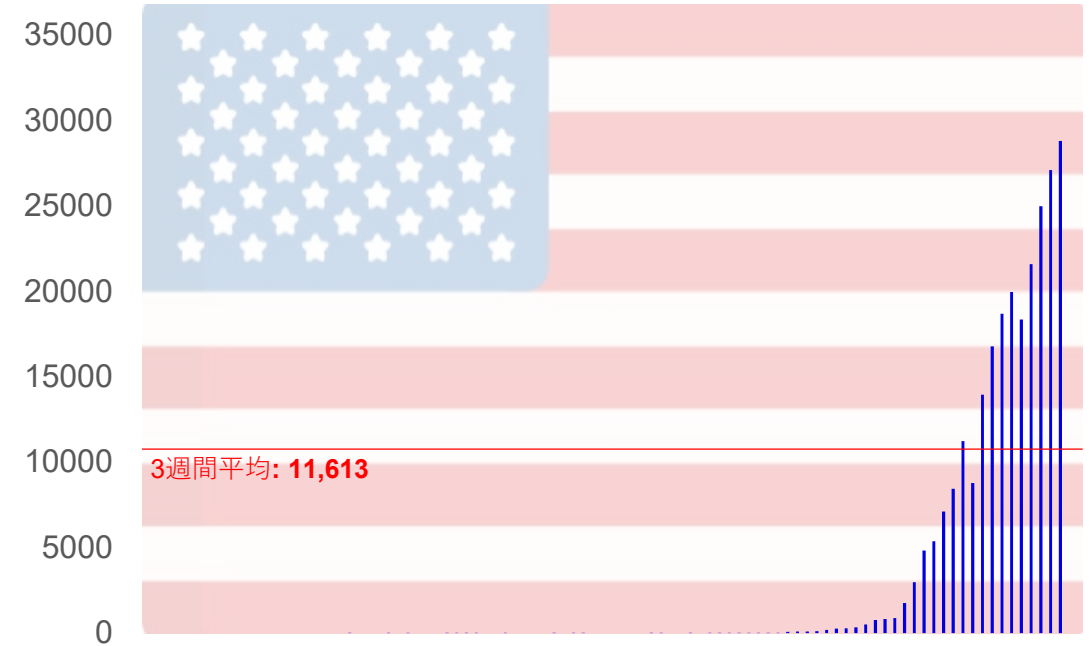
世界はいまだ希望と懸念が交錯する状況

希望の光？



合計: 119,827 感染者数: 85,388
 前日: 4,585 死亡者数: 14,681

心配の種？



合計: 277,161 感染者数: 257,486
 前日: 32,284 死亡者数: 7,392

3つのステージを経て変化していく感情と社会の動き

INFECTION (感染)

不安

- 新たな感染・ニュースの視聴が増加・保険を確認/見直し

パニック

- 死亡者のニュース
- 買い占め
- 小売店やレストランの閉鎖
- イベントの中止
- 旅行のキャンセル

ISOLATION (隔離)

不満

- 在宅勤務・学校の閉鎖・移動制限・ゲームに興じる

受容

- 増えていくもの:
オンライン学習
在宅学習
ライブストリーミング
ホームクッキング
ネットショッピング

RECOVERY (回復)

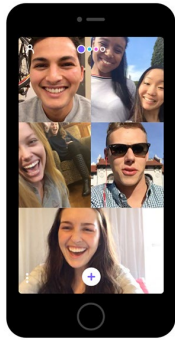
楽観

- 生活関連サービス再開・高額品の購入・ライブイベントの再開・旅行の再予約

日常

- 屋外でのイベント
- 海外旅行の再予約
- 人との集まりや人が集まる場所に行くことへの不安が収まる

私たちが予期すべき変化



コミュニケーションの
取り方



生活の仕方



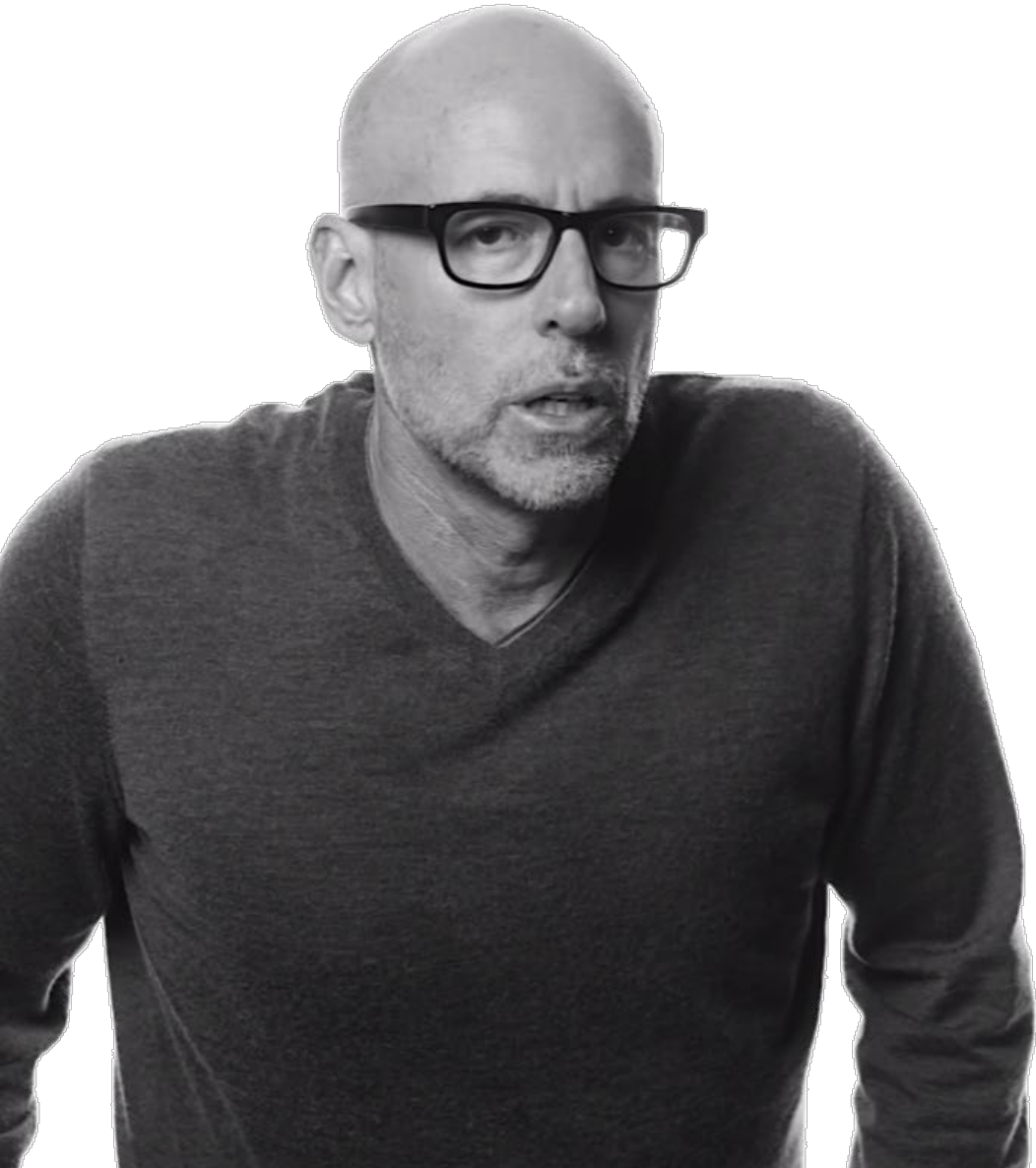
WORK FROM HOME

働き方

GOV.
INC

政府への期待

それとも“新常态”（ニューノーマル）にすぐに移行してしまうのだろうか



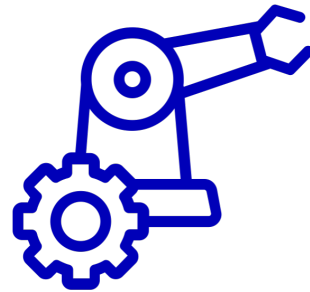
“コロナウイルスの後には
すべてが変わる。
今までのことなんて、
全く意味がないんだ。
裏返せば、物事は決して
同じ状態に留まることはない。
ただ加速するだけなんだ。”

- Scott Galloway
スコットギャロウェイ
(ニューヨーク大学教授、起業家) PAGE 8

加速するトレンド



ECコマース



オートメーション



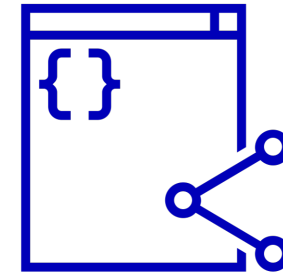
デジタル・コミュニケーション



ストリーミング



デジタル・ヘルス



オープンソース

+ 人々に影響を及ぼすもの
変化を促すもの

ワンダーマン・トンプソンの調査

ワンダーマン・トンプソンは
2週間に1回の消費者調査を実施
対象国は、中国、香港、日本、タイ、
フィリピン、シンガポール、インド、
オーストラリア

各国により危機の状況は異なる
2週間に一度変化する状況を確認
人々の行動変容を捉える
この状況下でも変わらない人々の行動を明らかにする
さらには産業別の調査を今後実施予定

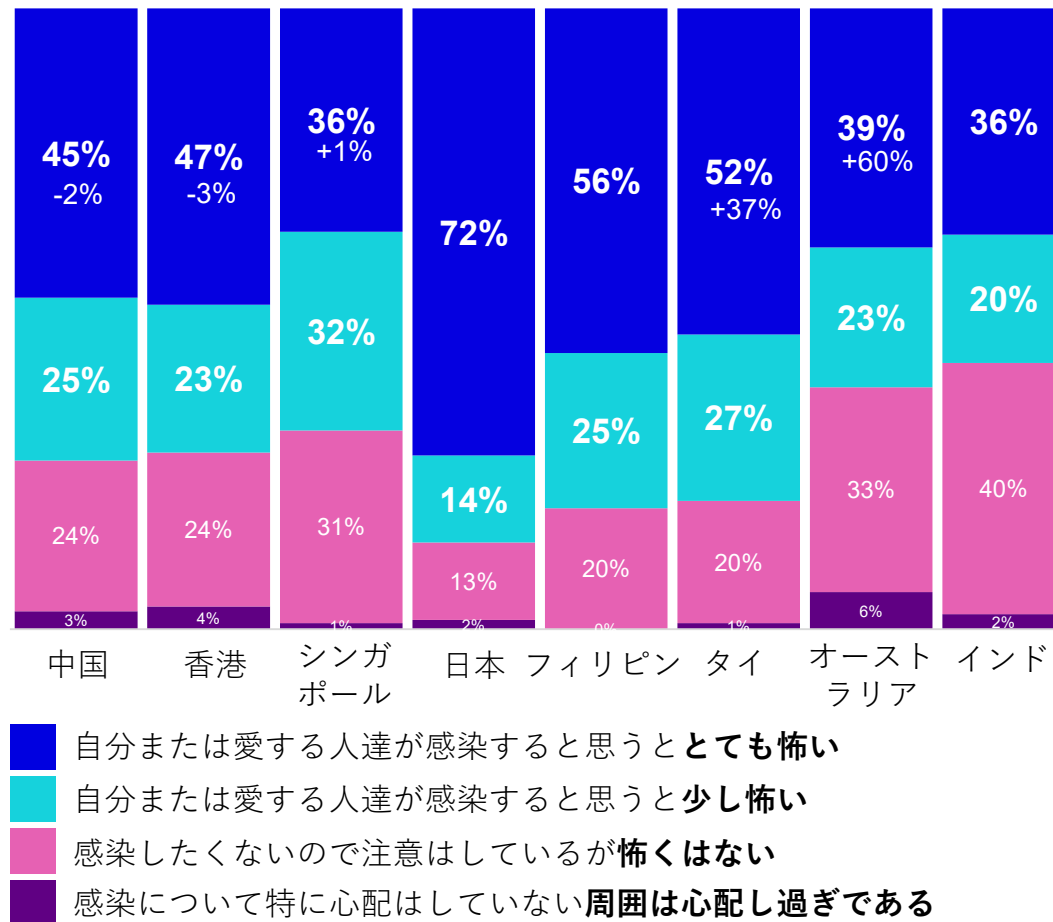


+ 恐怖と隔離

感染への恐怖

コロナウイルスに対するあなたのお気持ちを最もよく表している文章を以下の中からお選びください。

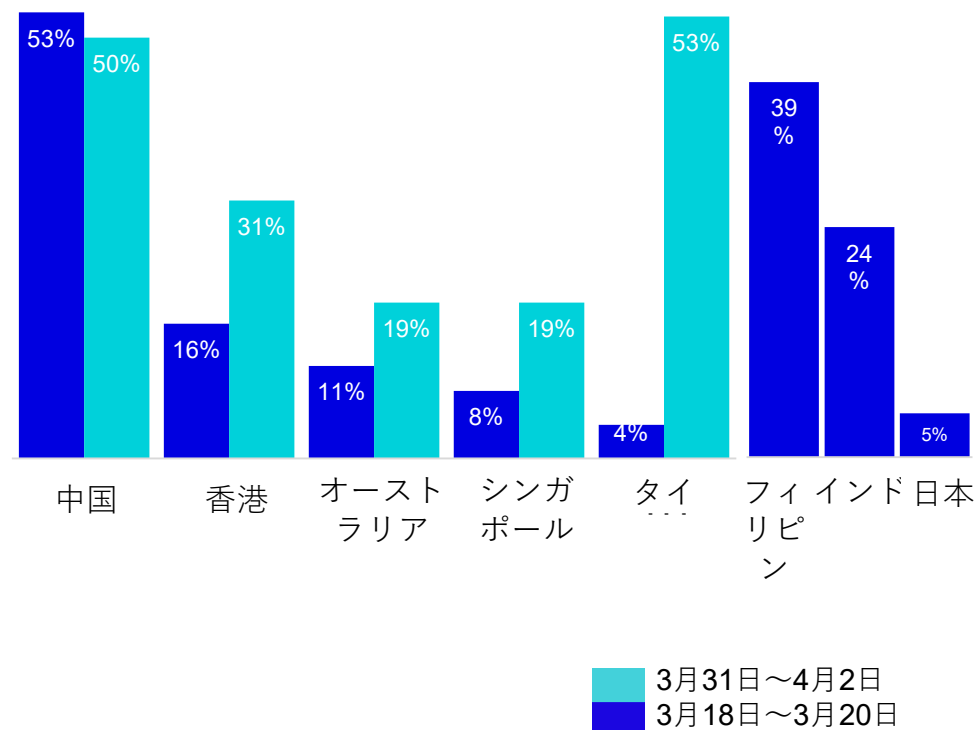
中国、香港以外の地域を除いてアジア全体では恐怖心が上昇



感染を避けるための離隔

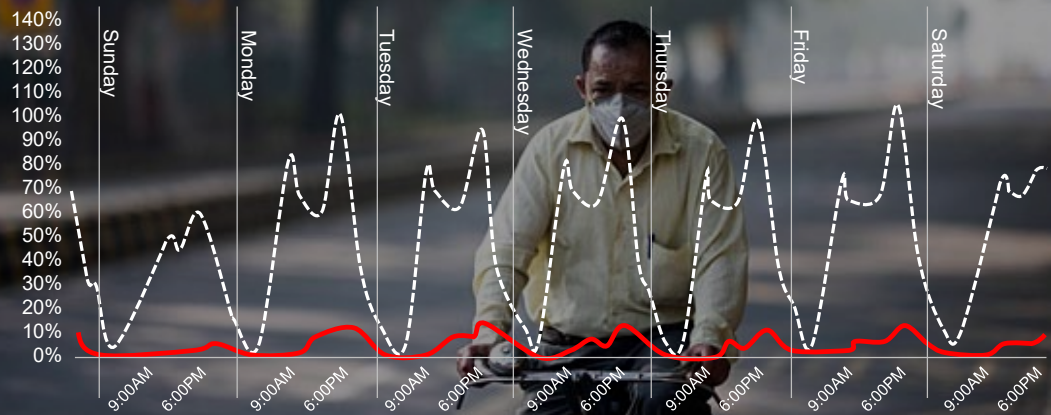
コロナウイルスに感染しないために
自主的に自宅にこもったり、隔離されたりしましたか？

多くの人々が
安全のために
ソーシャルディスタンス
を行っている

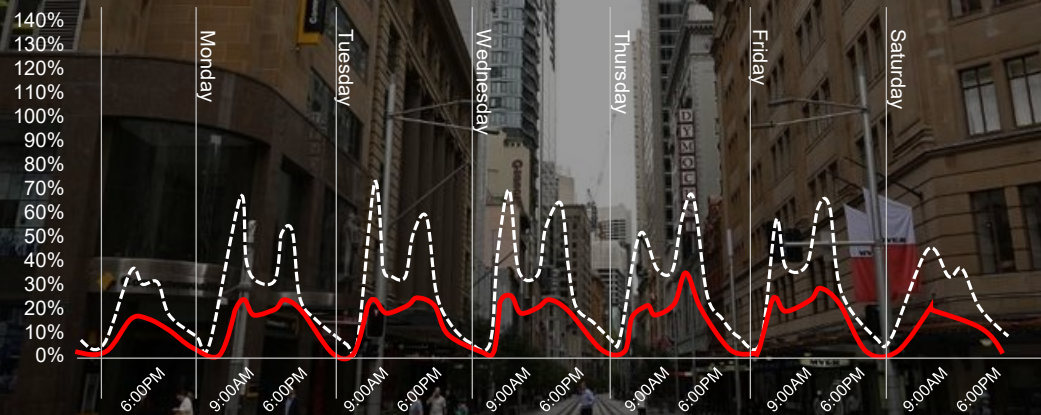


出典: 第1回ワンダーマントンプソン調査, 2020年3月18日-20日、N=1,000
第2回ワンダーマントンプソン調査, 2020年3月31日-4月2日、N=1,650

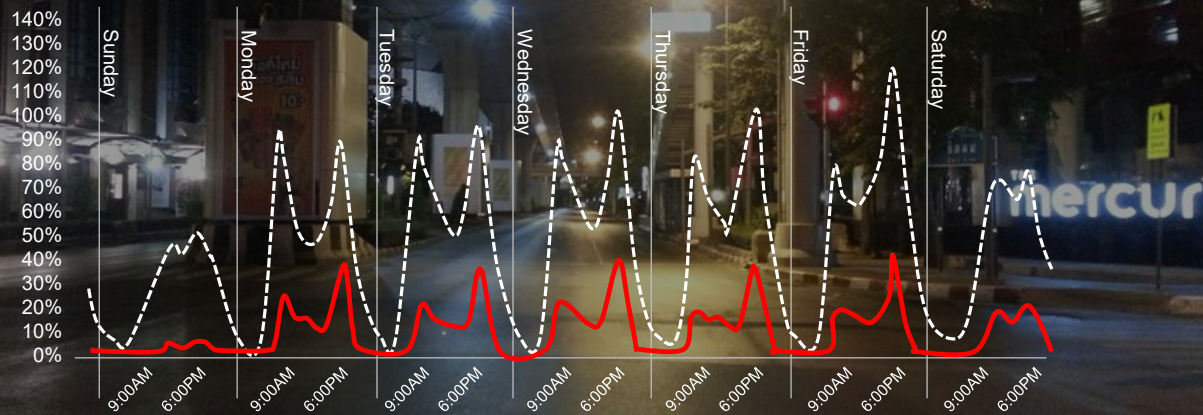
4月第1週のニューデリの交通状況 - 厳重な制限状態



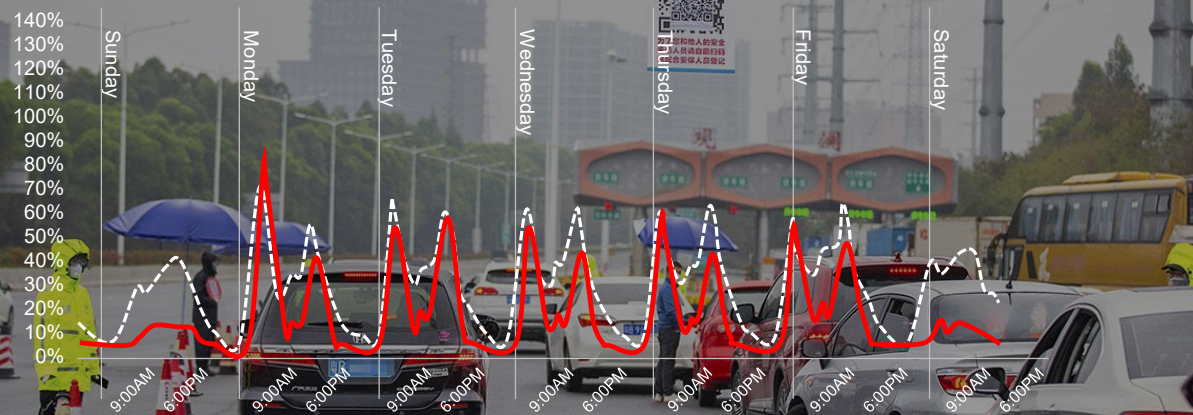
4月第1週のシドニーの交通状況 - 不確かな状態



4月第1週のバンコクの交通状況 - 他者との距離を取っている



4月第1週の上海の交通状況 - すでに通常に戻りつつある



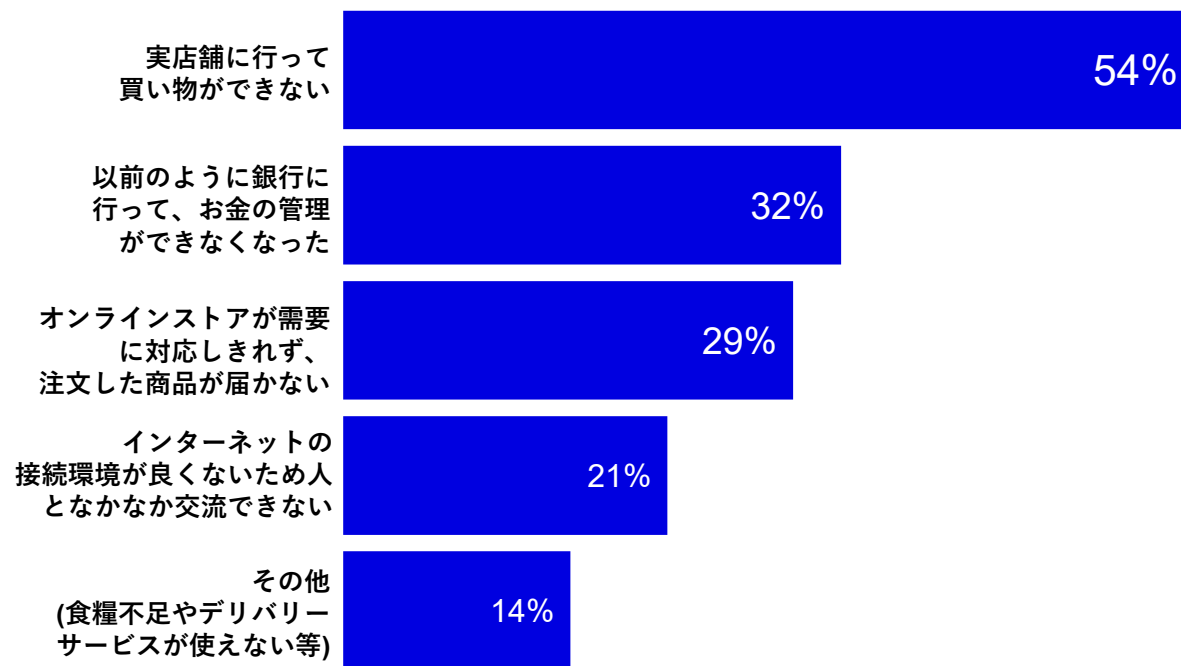
Source: TOMTOM, 4月4日

—— 本週の交通量
- - - - 平均的な週の交通量

本週の交通量
平均的な週の交通量

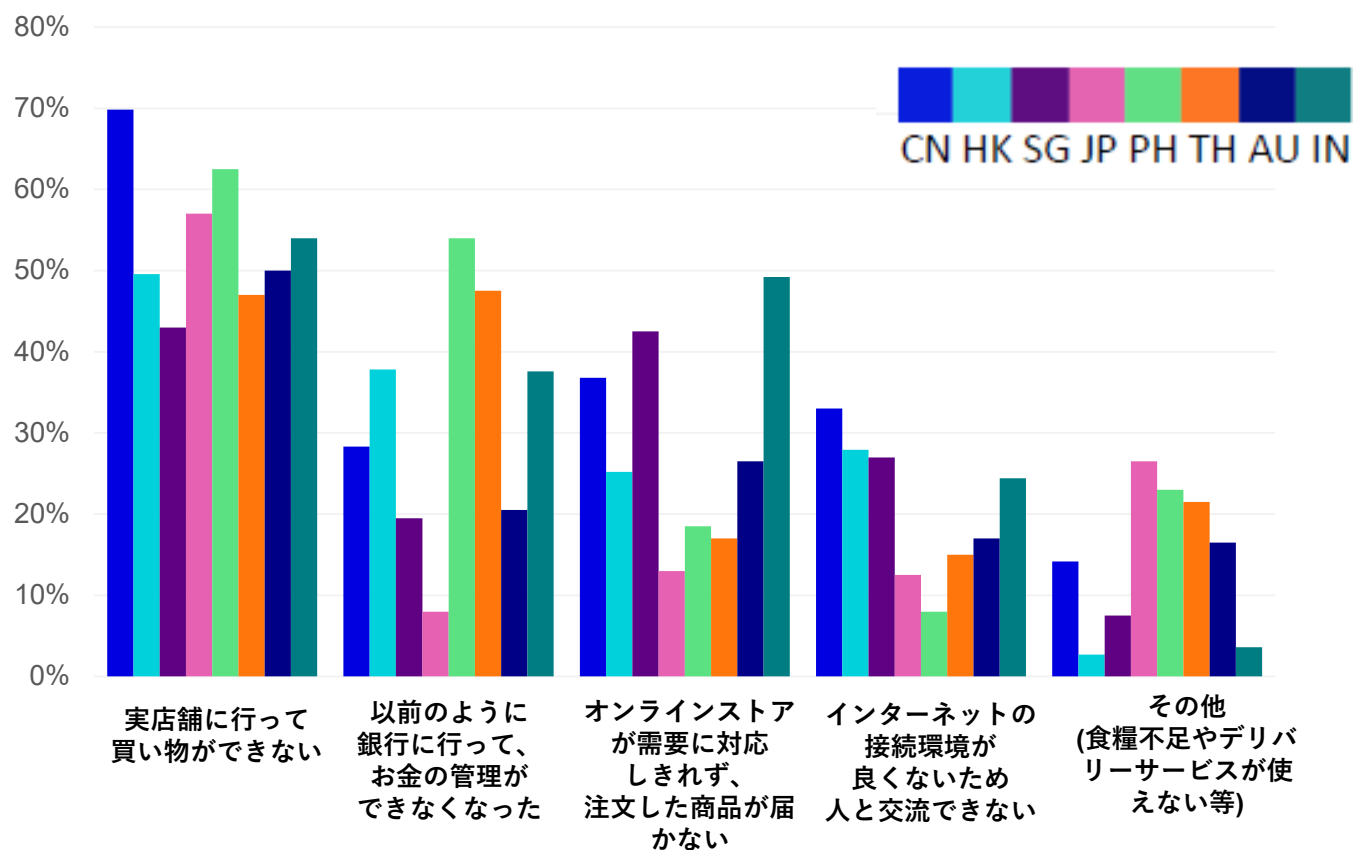
多くの人にとって
日常の基本的なことをしたり基本的な物を手に入れることが
大変になっている


あなたは現在以下に挙げるような影響を受けていますか？



フィリピン、
タイ、インドでは
銀行へのアクセス
といった日常生活に
必要不可欠なこと
さえできていない

あなたは現在以下に挙げるような影響を受けていますか？





+ 新たに生まれつつある
人々の行動

ソーシャルディスタンス

最近、以下の場所に行く頻度に変化はありましたか？
人々が「行かなくなった」と答えた割合

すべての国で
ソーシャル
ディスタンスが
広がっている

	中国	香港	シンガ ポール	日本	フィリ ピン	タイ	オース トラリア	インド
ショッピング モール	51%	17%	9%	28%	73%	41%	25%	57%
生鮮食品市場	36%	23%	12%	-	34%	24%	-	-
職場	34%	14%	7%	10%	62%	37%	27%	65%
学校	61%	36%	7%	28%	65%	71%	26%	60%
スーパー マーケット	28%	12%	5%	6%	27%	16%	6%	47%
レストラン	71%	33%	25%	48%	85%	61%	70%	80%
公共交通機関	56%	9%	8%	33%	78%	55%	37%	76%
公園/ 遊具のある場所	69%	49%	26%	37%	87%	78%	59%	80%

ソーシャルディスタンス

最近、以下の場所に行く頻度に変化はありましたか？
人々が「行かなくなった」と答えた割合

すべての国で
ソーシャル
ディスタンスが
広がっている

中国、フィリピン、インド
で特に高い

	中国	香港	シンガ ポール	日本	フィリ ピン	タイ	オース トラリア	インド
ショッピング モール	51%	17%	9%	28%	73%	41%	25%	57%
生鮮食品市場	36%	23%	12%	-	34%	24%	-	-
職場	34%	14%	7%	10%	62%	37%	27%	65%
学校	61%	36%	7%	28%	65%	71%	26%	60%
スーパー マーケット	28%	12%	5%	6%	27%	16%	6%	47%
レストラン	71%	33%	25%	48%	85%	61%	70%	80%
公共交通機関	56%	9%	8%	33%	78%	55%	37%	76%
公園/ 遊具のある場所	69%	49%	26%	37%	87%	78%	59%	80%

ソーシャルディスタンス

最近、以下の場所に行く頻度に変化はありましたか？
人々が「行かなくなった」と答えた割合

すべての国で
ソーシャル
ディスタンスが
広がっている

拡大傾向の国：
オーストラリア、タイ、
シンガポール

減少傾向の国：
中国

	中国	香港	シンガ ポール	日本	フィリ ピン	タイ	オース トラリ ア	インド
ショッピング モール	-	1.4x	1.5x	-	-	2.5x	2.5x	-
生鮮食品市場	1.3x	-	-0.8x	-	-	2.4x	-	-
職場	-1.1x	-0.6x	2.8x	-	-	4.2x	2.7x	-
学校	-1.3x	-	1.8x	-	-	1.6x	2.8x	-
スーパー マーケット	1.2x	1.6x	2.5x	-	-	1.7x	1.3x	-
レストラン	-	1.2x	1.5x	-	-	2.1x	1.9x	-
公共交通機関	-	-1.7x	4x	-	-	1.8x	2.1x	-
公園/ 遊具のある場所	-1.1x	-	1.8x	-	-	1.6x	2.3x	-

最近、以下の場所に行く頻度に変化はありましたか？
人々が「政府の規制のために行かなくなった」と答えた割合

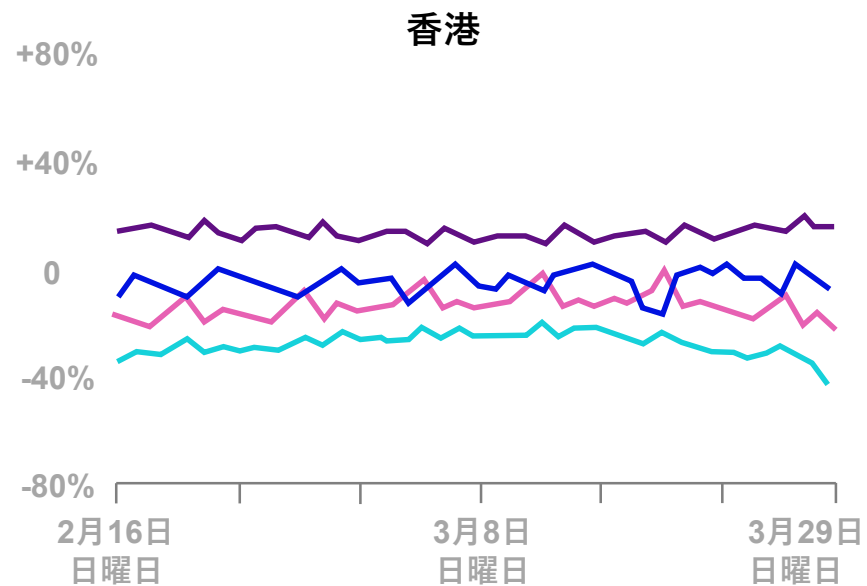
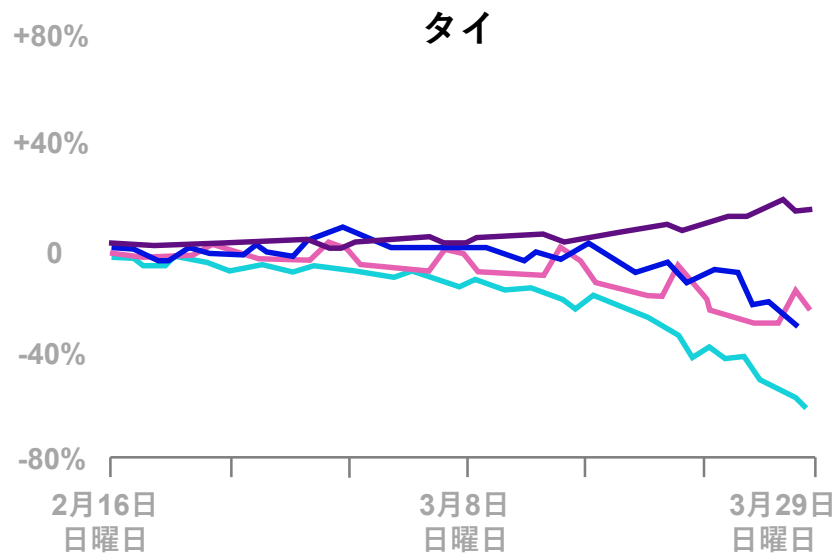
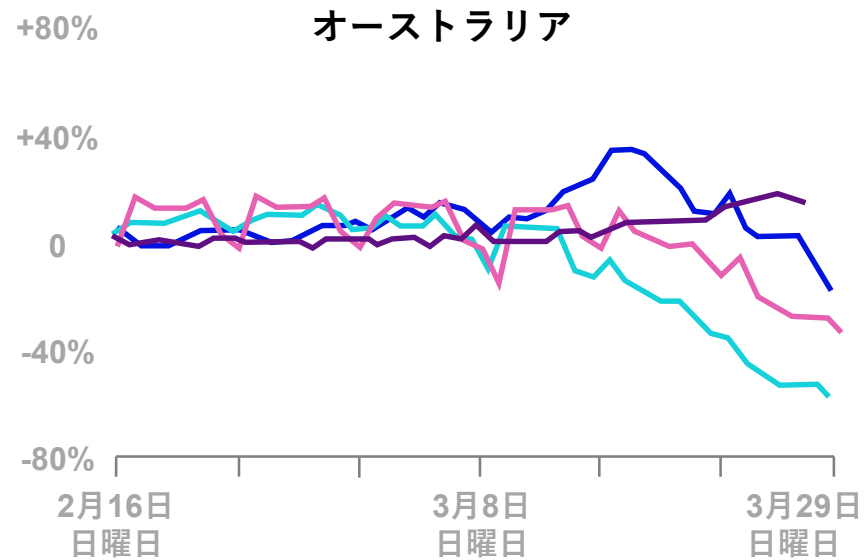
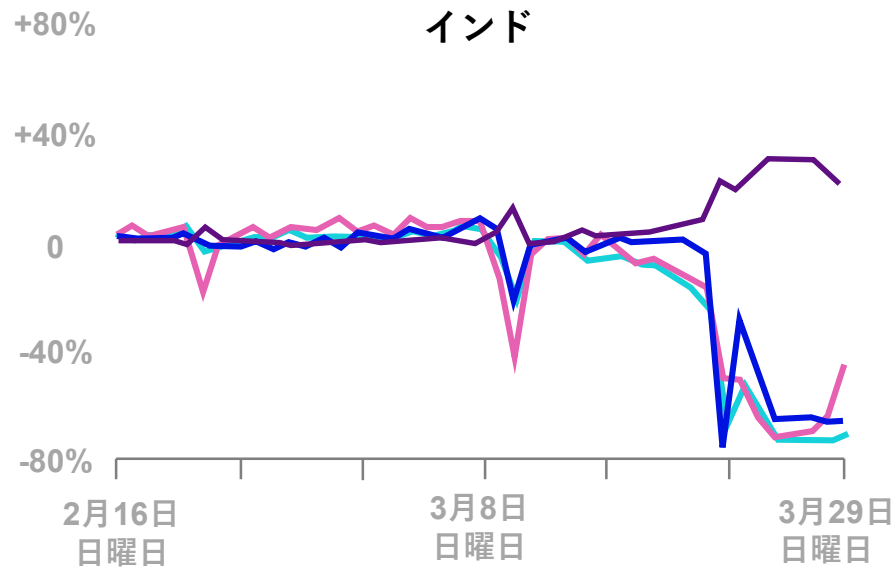
政府による規制は 学校と職場に 最も大きな影響を 及ぼしている

学校と職場以外の場所では、
自主的なソーシャルディスタンス
が大きな影響をもたらしている

	中国	香港	シンガ ポール	日本	フィリ ピン	タイ	オース トラリ ア	インド
ショッピング モール	44%	26%	6%	11%	46%	44%	31%	48%
生鮮食品市場	50%	28%	13%	-	12%	19%	-	-
職場	69%	50%	57%	63%	74%	70%	69%	69%
学校	74%	73%	86%	91%	72%	75%	67%	67%
スーパー マーケット	37%	23%	33%	0%	8%	34%	8%	45%
レストラン	53%	35%	18%	9%	53%	39%	58%	49%
公共交通機関	27%	50%	13%	6%	35%	19%	11%	45%
公園/ 遊具のある場所	36%	46%	10%	7%	35%	28%	44%	36%

人の移動の変化

- 交通
- 職場
- 日用食料品 & 薬局
- 住宅



あなたの行動のうち、今後コロナウィルスが収束したら「増える」と思うものと「減る」と思うものを教えてください。

新型コロナウイルスは、 新たに出現した 生活者の行動を 持続させる 可能性がある

	増える	変わらない	減る
マスクを付ける	51%	33%	16%
オンラインショッピング	33%	47%	20%
外食	16%	33%	51%
旅行	15%	28%	57%
店舗での買い物	16%	40%	44%
公共交通機関	12%	40%	48%
在宅勤務	42%	38%	20%
手洗いと衛生状態の注意	71%	24%	5%
徒歩での移動	34%	38%	28%

あなたの行動のうち、今後コロナウィルスが収束したら「増える」と思うものと「減る」と思うものを教えてください。

新型コロナウイルスは、 新たに出現した 生活者の行動を 持続させる 可能性がある

オンラインショッピングは
勢いを増している

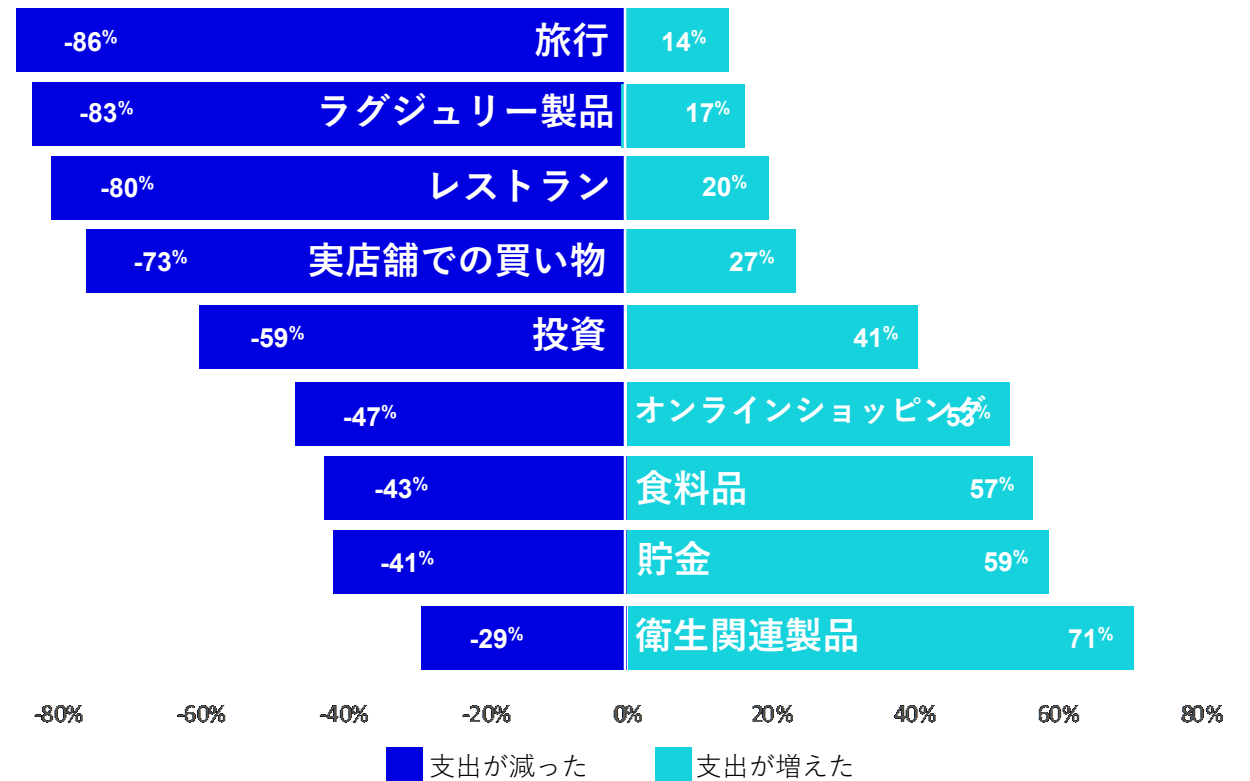
	増える	変わらない	減る
マスクを付ける	-%	1%	-1%
オンラインショッピング	18%	-6%	-14%
外食	10%	-3%	-3%
旅行	-7%	-7%	6%
店舗での買い物	-4%	-4%	5%
公共交通機関	-19%	-15%	27%
在宅勤務	2%	-8%	14%
手洗いと衛生状態の注意	2%	-6%	-
徒歩での移動	-	-	-

過去2週間の割合 (%) の変化

3月31日-4月2日時点の% から 2018/20年3月18日-20日時点の%の差分
新規調査対象国 (日本/オーストラリア/インド) は比較に含まれていない

あなたの支出・貯蓄のパターンはどのように変化しましたか？
以下の分野それぞれについてお答えください。

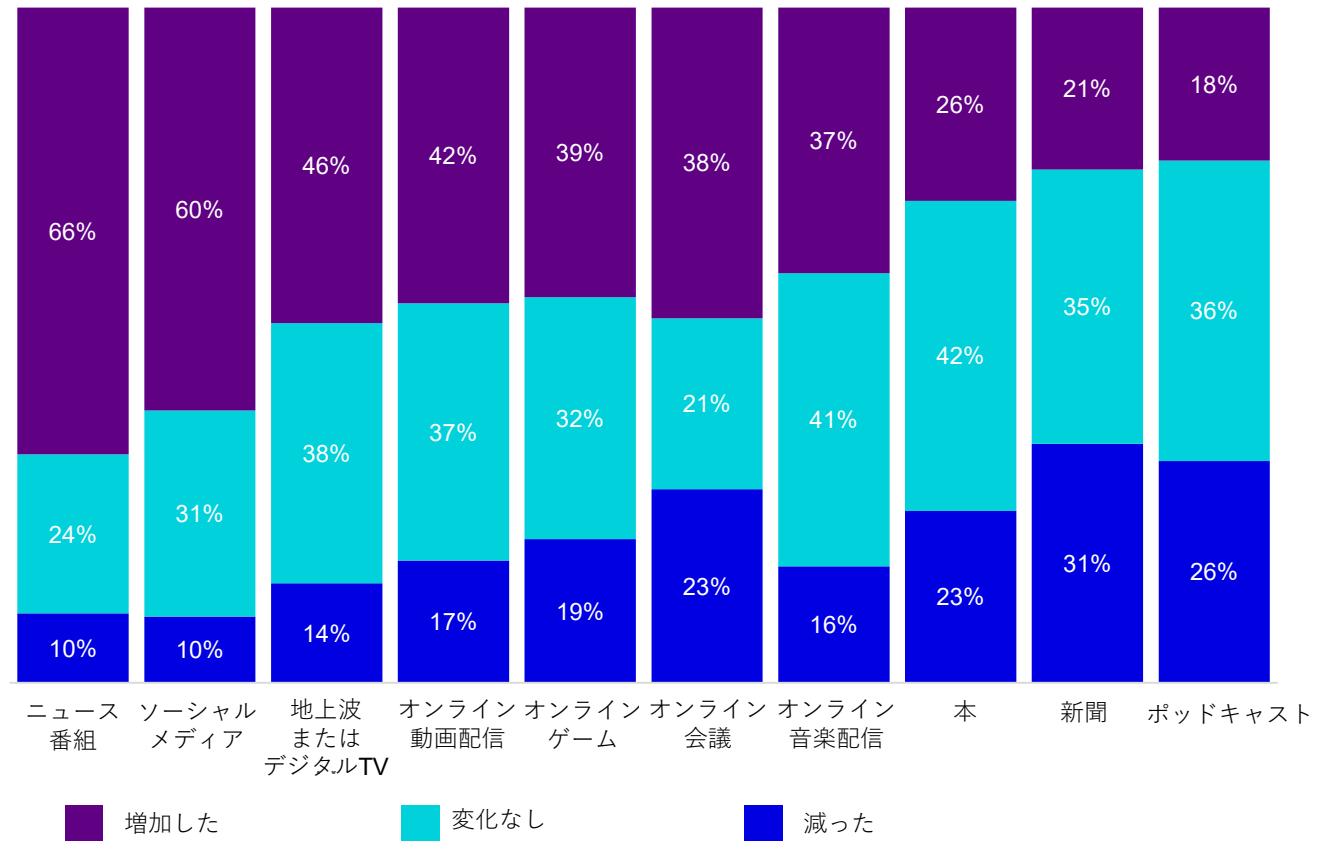
自由に使えるお金
(裁量支出) は
劇的に減っている。
実店舗での支出も
減少



メディア消費の変化

メディア消費の増加は、メディアへのアクセスの速さに加えて、情報や気分転換を求める気持ちによって突き動かされている

それぞれのメディアにあなたが費やす時間はどのように変わりましたか？



チャンネルに対する信頼性

ソーシャルメディアは幅広く利用されているが信頼度は最も低いメディアの一つ

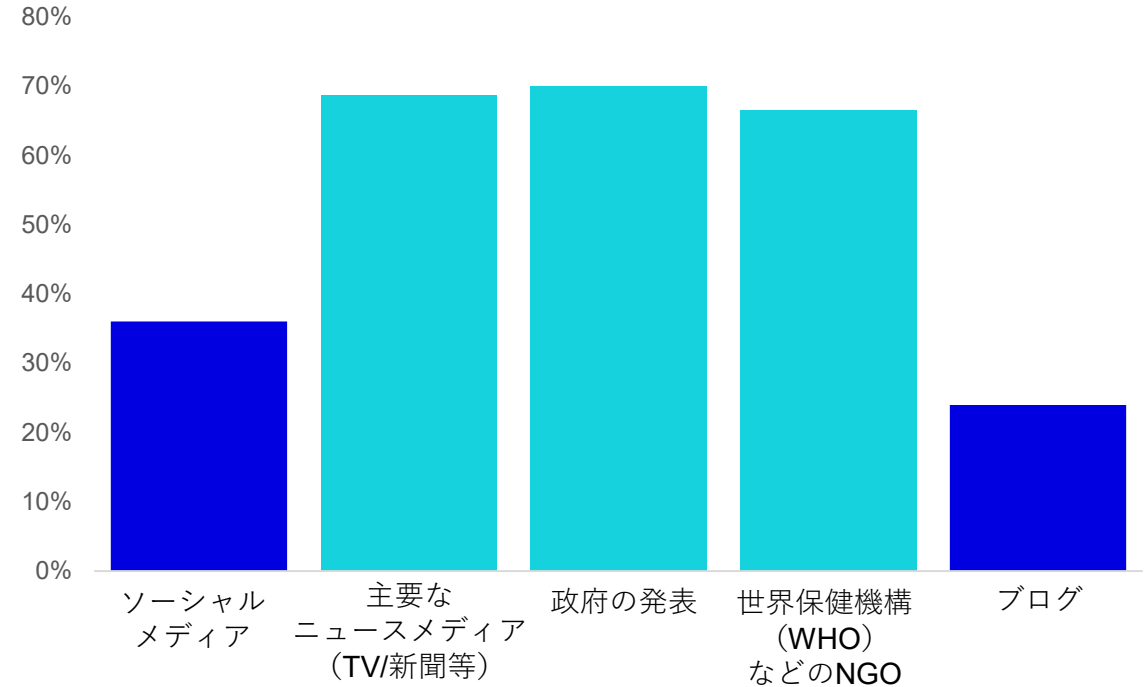
ソーシャルメディアを最も信頼できない：

オーストラリア 21%、日本 24%、シンガポール 30%

最も信頼できる：

インド 48%、カナダ 47%、香港46%

下記の情報源をあなたはどの程度信頼していますか？



遠隔医療のトレンド – 10年分のイノベーションはたった10週間で実現するかもしれない

調達資金の増加

米国では、遠隔医療サービスへの資金供給のため、連邦通信委員会（FCC）が2億ドルにのぼる予算を承認した

受容の高まり

4月初旬、中国武漢の洪山スポーツセンターの臨時病院では疲弊した職員の代わりにロボットの医療スタッフが様々な作業を担っている

規制の緩和

米国では、コロナウィルス救済法案に、遠隔医療に対するメディケア（高齢者・障害者向け公的医療保険制度）の適用も含めている

受診機会の減少

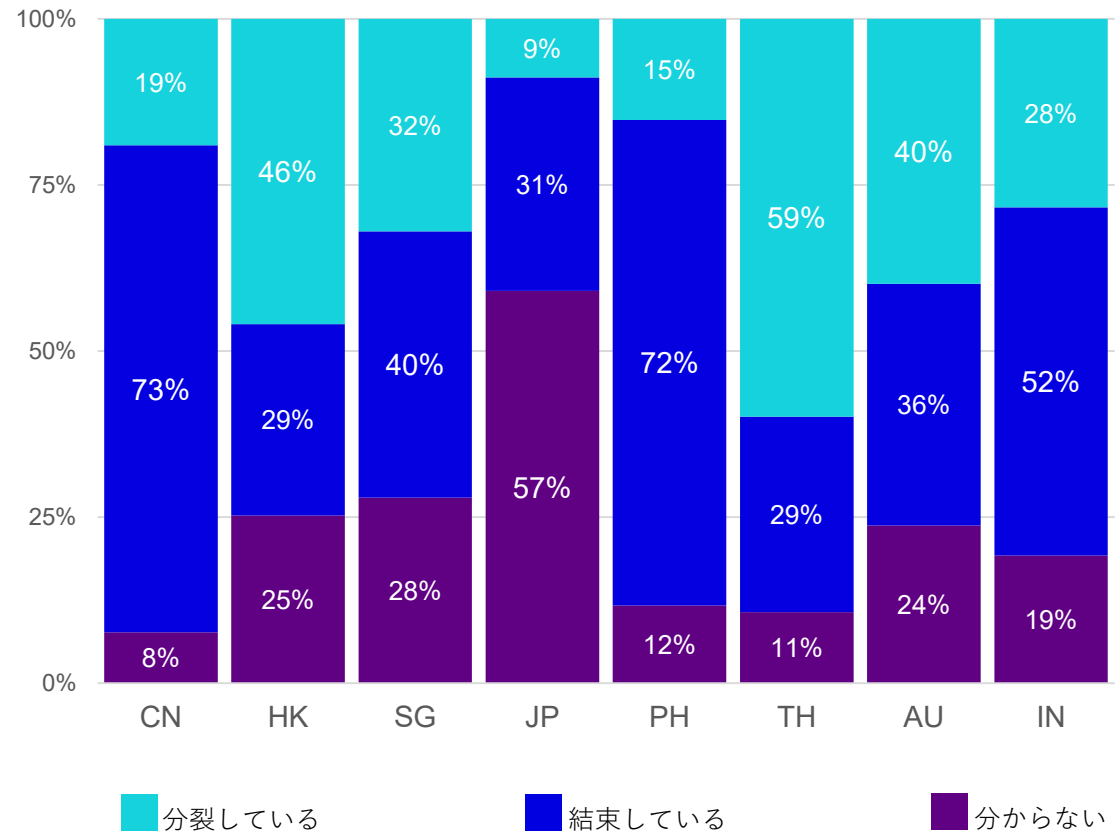
全てのマーケットを通じて、通常診療が行われなかったり、治療方法が不確かだったりすることから、新たな方法が求められつつある

A photograph of a modern, multi-story apartment building with a green roof. The building has large glass windows and balconies. A person is walking on the green roof in the foreground. The text '+ コミュニティへの影響' is overlaid on the image.

+ コミュニティへの影響

感染が進むと
コミュニティとの
結束感が増える
傾向が見られる

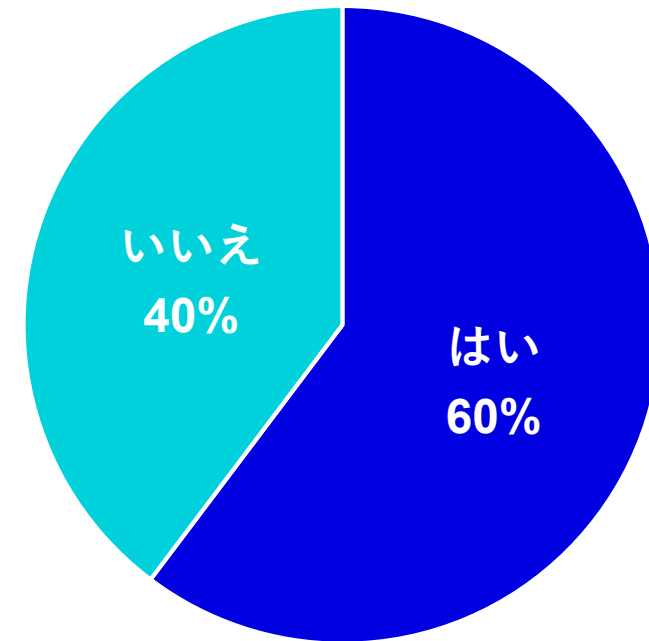
コロナウィルスによって、あなたのコミュニティは
以前より結束していますか、それとも分裂していますか？



個人的に、何かコミュニティに役立つことをしましたか？

コロナとの戦いの中で 多くはコミュニティを 支えるための行動を 起こしている

インド、フィリピン、タイでは、4分の3
の人がコミュニティを支えるための行動を
起こしたと回答している



ウィルスの脅威が遠のいたら、以下の行動を増やしたいと思いますか、減らしたいと思いますか？

多くが**慈善的な活動**や他の方法でコミュニティへの**貢献を**検討している

	増やす	変わらない	減らす
コミュニティへの関与を増やす	59%	40%	8%
コミュニティの課題を支援する	58%	34%	4%
ボランティア活動を行う	52%	37%	5%
近親者を含む家族ともっと関わる	50%	39%	9%
慈善活動に寄付を行う	53%	38%	6%
旧友と再び連絡を取る	43%	35%	19%
隣人との会話を増やす	35%	41%	23%
地元のイベントに参加する	32%	34%	31%

コミュニティを繋ぐためのソーシャルメディアの役割とは何か

ブランドは、**コミュニティを結束**
させるための役割を担えるまでの
信頼を得ているのだろうか？

支援、コラボレーションおよびコミュニティが意外な形で具体化

支援のためのコラボレーション

FreshlyおよびNestleはパートナーを組んで、Meals on Wheels Americaに500,000ポンドを寄付し、COVID-19の影響を受けやすい高齢者のサポートに不可欠な仕事を支援している。

Providing nourishment for older Americans across the country

NEWS PROVIDED BY
Freshly →
Mar 20, 2020, 07:00 ET

SHARE THIS ARTICLE



NEW YORK, March 20, 2020 /PRNewswire/ -- United by a shared belief in the power of food to nourish communities across the United States, both companies felt a tremendous need to help those less fortunate during this uncertain time, and a heightened responsibility to do more.

組織横断的な開発プロジェクト

Simon Taylor @sytaylor · Mar 21, 2020
How the government could back the self employed 🙏🙄

Login to a portal via open banking that analyses your income for the past 3 months -> Identifies the average -> sets up payment from DWP for 80% of that or up to £2,500 whichever is lower @TheFCA @DWP @hmtreasury

Simon Vans-Colina @simonvc
@getfronted and @creditkudos co

23 8:46 AM - Mar 21, 2020

See Simon Vans-Colina's other Tweets

Covid Credit Why FAQ Further help Get in touch

自営業者が、COVID-19による所得喪失を英国歳入税関庁に証明する際の支援の**実証実験**。

e-mail Register

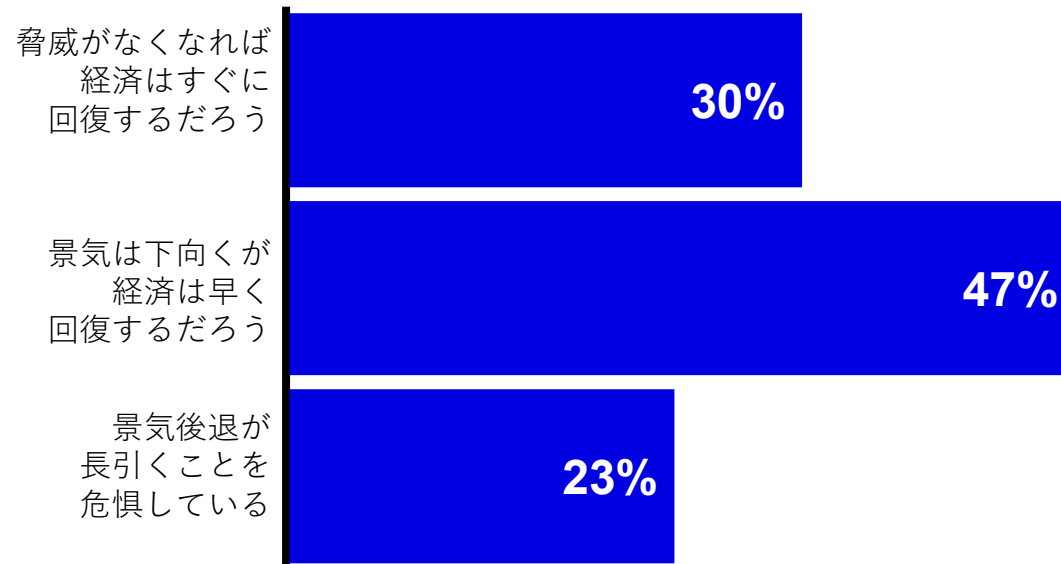


経済と雇用

コロナウィルスによる経済への影響は長引くと思いますか？

人々は経済への
影響を懸念している

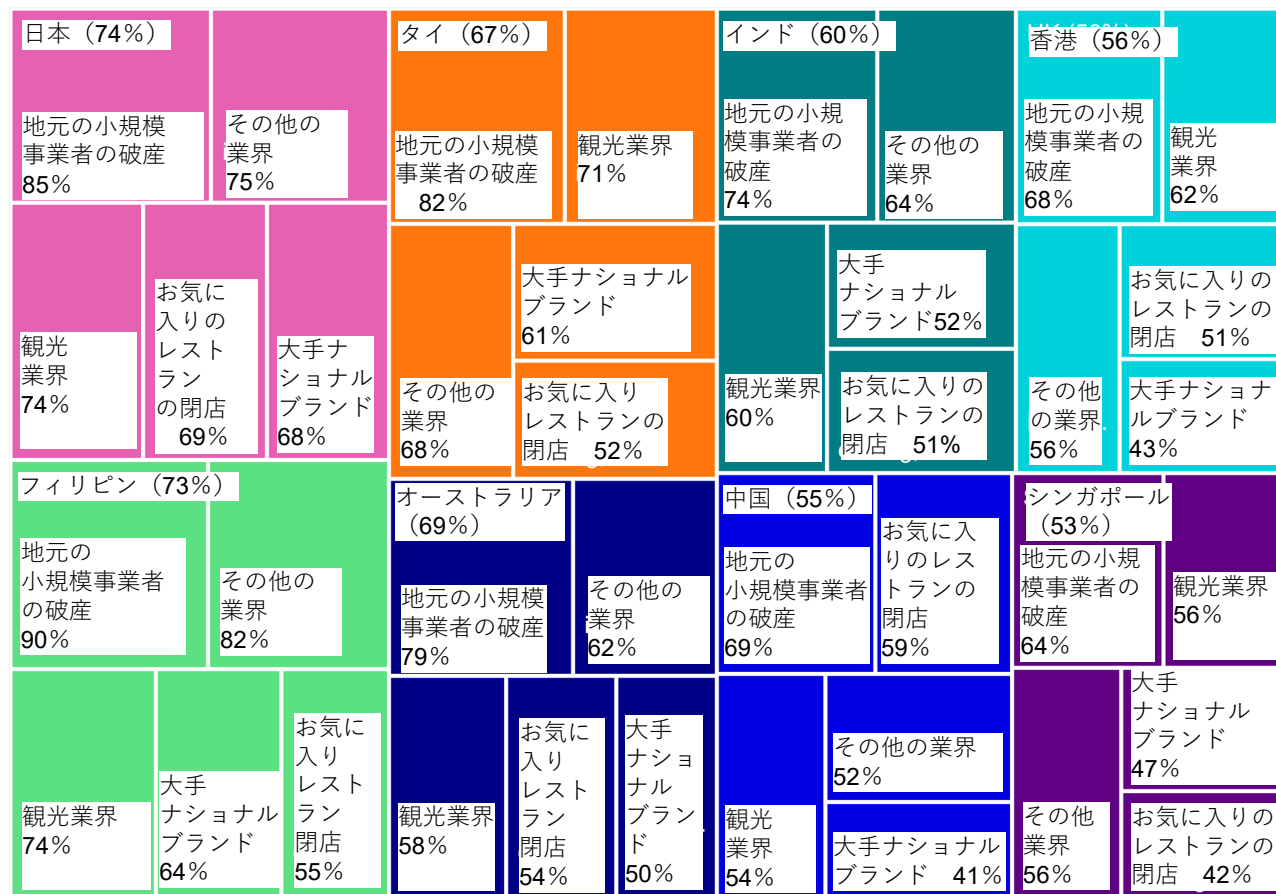
4分の3にあたる人が
景気後退または
景気の下降を想定する



事業や経済に対する影響への懸念

以下のようなビジネスが立ち行かなくなることをごどの程度懸念していますか？

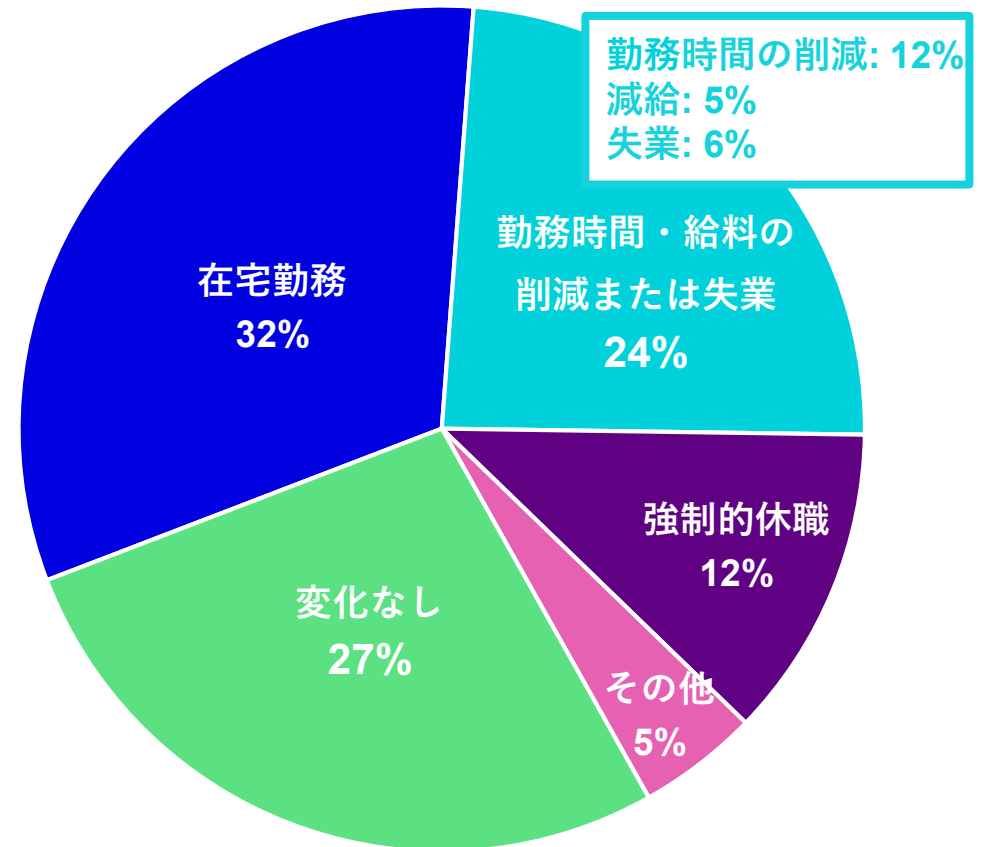
規模の大小にかかわらず
人々はすべての
事業について懸念
を示している



仕事や雇用上の影響について教えてください。

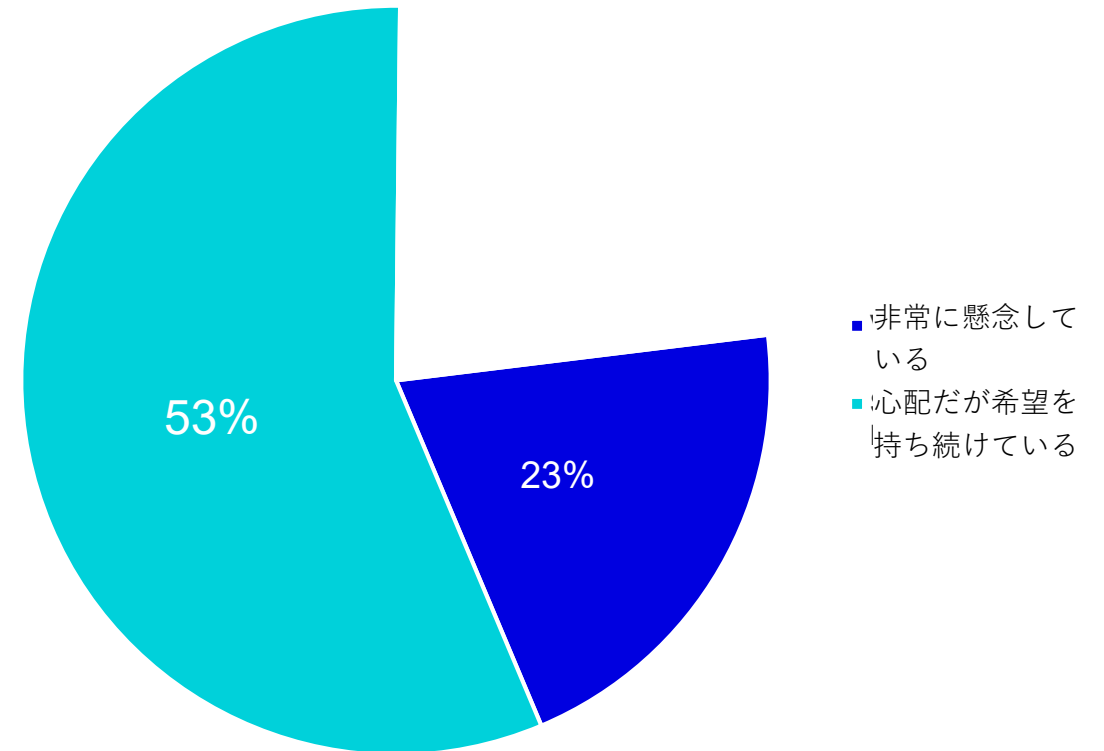
生活者の4分の3が、 仕事や雇用面で 影響を受けた と答えている

4分の1の人が就業時間および給料の削減
または失業を経験している



働く人たちも
不安を抱える。
4分の3が今後
自分の仕事が
影響を受けると
考えている

雇用の安定についてどう思いますか？



+ 将来を見据えて

加速するトレンド：生活者の行動変化

Eコマース

1/3

コロナ以降オンライン・ショッピングを増やすと答えた人の割合

オートメーション

3/4

コロナによって雇用上の影響を受けたと答えた人の割合

デジタル・コミュニケーション

60%

ソーシャルメディアの消費が増えたと答えた人の割合

ストリーミング

42%

テレビストリーミングを増やしたと答えた人の割合

デジタル・ヘルス

71%

コロナ以降衛生状態を改善するつもりだと答えた人の割合

オープンソース

4/5

ブランドには果たすべき役割があると思う人の割合*

データによれば消費者が求めているのは

オンライン購入・直接購入
パーソナル化されたロイヤリティ
オンデマンドのコンテンツ
仮想ヘルスアプリ

e-everything (全てのオンライン化)

デジタル面で先を行くブランドは、顧客の新しい期待に応え、費用を抑えながら顧客に価値を提供できている



VS.

銀行業界

The New York Times

VS.

新聞業界



VS.

外食および食品業界

MAC

VS.

化粧品業界

NESPRESSO®

VS.

コーヒー業界

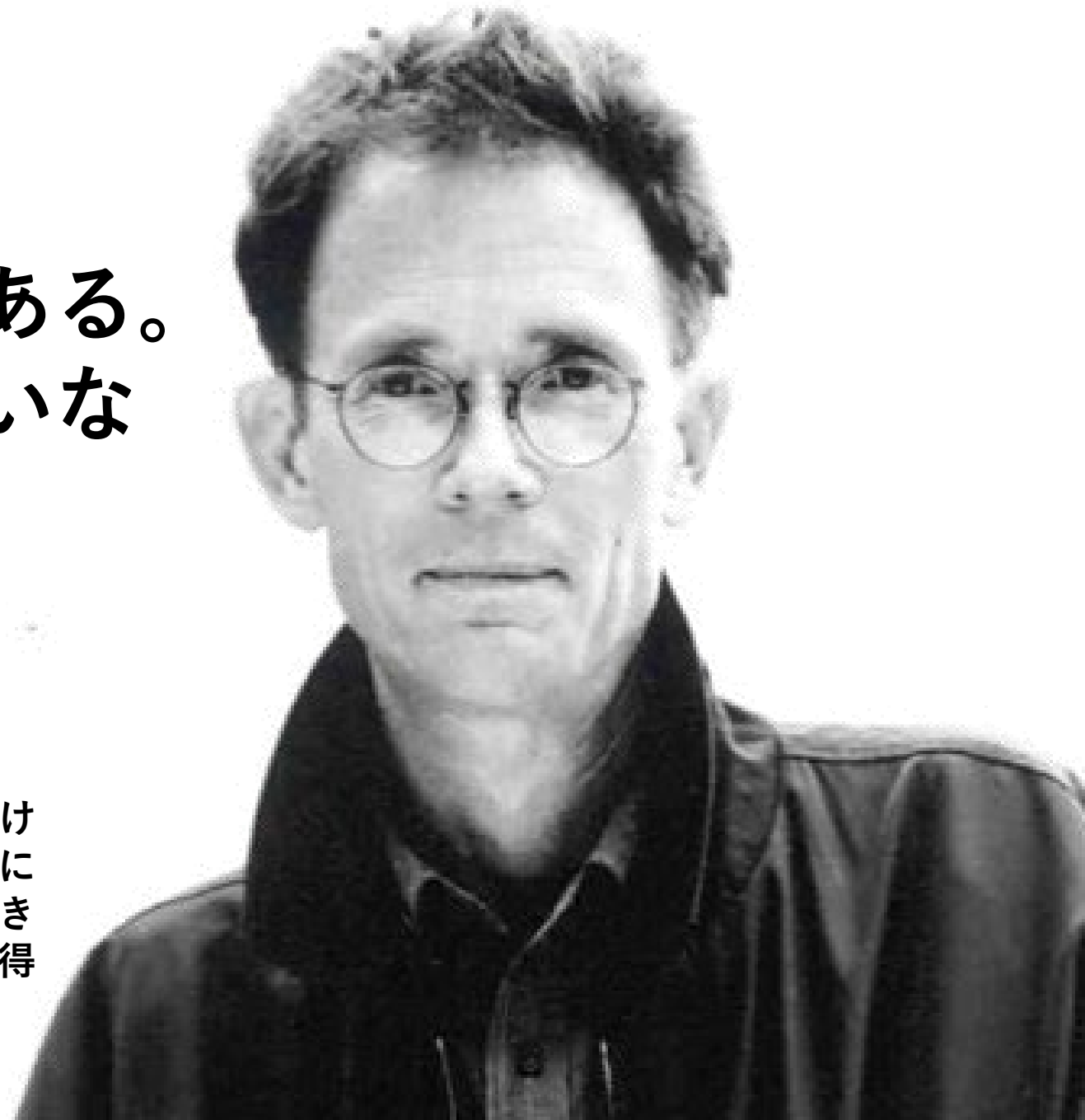
“

「未来はすでにそこにある。
ただ十分に行き渡っていない
だけだ」”

- **William Gibson**

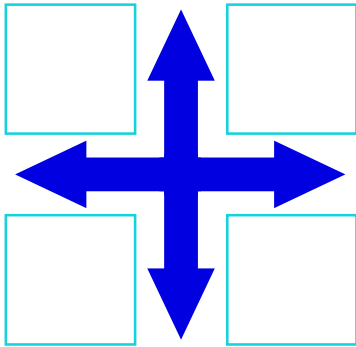
ウィリアム・ギブソン (作家)

この言葉は、もはや大衆へのアイデアの浸透だけでなく、ビジネス界においても当てはまるようになってきている（デジタル化の浸透には企業間で大きなギャップが生まれており、それが優位性の獲得に影響を与えている）



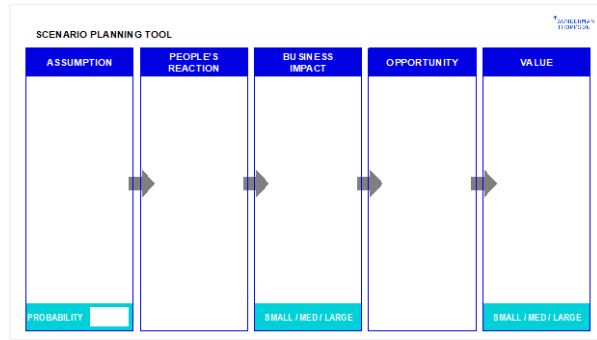
未来への道筋を描く

観察



危機が、自社の顧客、事業、そしてカテゴリーに影響を及ぼす重要な要因を明らかにする。影響の強さに応じて、課題ごとの優先度をつける

方向づけ



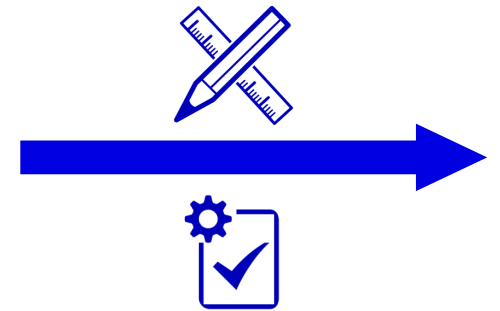
異なる課題及び進展の違いを踏まえ事業の方向性を示すシナリオを迅速に描く。
予期される障害を取り除くことに捉われず、大きな視野からマクロなアイデアを開発することに重きを置く

決定



同じ課題と目的を共有する複数の部署から成る部門横断チームを編成し、迅速な決断および行動を図る
克服すべき障害要因のリストすべてに対して優先順位を付ける

行動

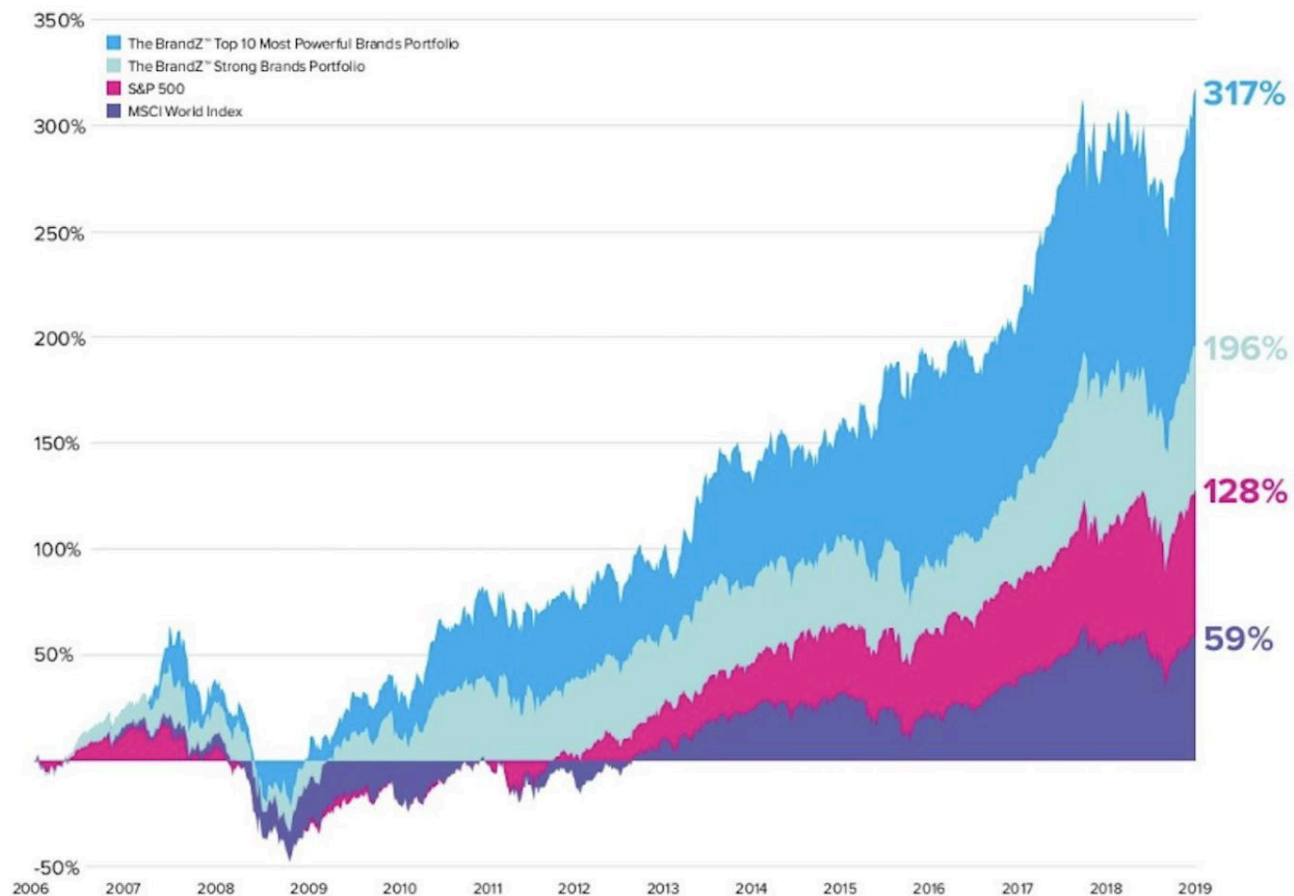


変化へのスピード感及び目指すべき課題に迅速に対処することを優先。簡易的なプロトタイプを作りその性能をクイックにテストする
迅速な市場化およびテストを優先する

+ 次回セッションのテーマ：
人々は今ブランドに何を求めているか

強固なブランドは回復が早い

過去の景気後退を振り返ると強固なブランドほど回復が早かった。しかし、今回のようなこれまでにない未知の状況において、**ブランドはどのような役割を果たすべきだろうか？**



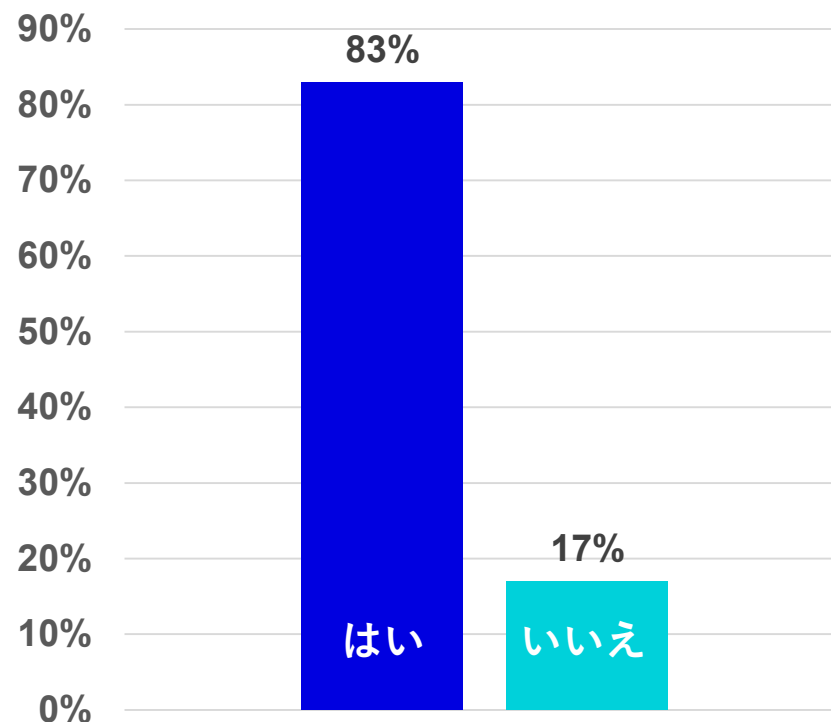
The BrandZ™ Top 10 Most Powerful Brands Portfolio is made up of Top 100 brands with the highest scores in Power, a BrandZ™ metric correlated with current demand and market share. The BrandZ™ Strong Brands Portfolio is made up of Top 100 Brands with the highest scores in Brand Contribution, a BrandZ™ metric of how much brand alone predisposes consumers to choose a brand and pay more for it.

Source: BrandZ™/Kantar (with data from Bloomberg)

人々はこのような状況下においてもブランドには果たすべき役割があると信じている

現在のようなコロナによる影響下においても
あなたはふだん使用しているブランドや企業からの
コミュニケーションを受け取りたいと思いますか？

このような状況下でも
圧倒的な数の人々は
ブランドは重要な役割を
果たすことができる
と信じている



人々が今ブランドから聞きたいこと

今、食品または衛生用品ブランドから聞きたいことは何ですか？

77% 配送に関するオプション

今、観光または接客業のブランドから聞きたいことは何ですか？

70% 渡航制限に関する最新の情報

対象：35歳以上のシンガポール人

今、貴方の取引銀行または保険会社から聞きたいことは何ですか？

65% コロナウィルスの保険適用範囲に関する情報

対象：35歳以上のシンガポール人

60% オンラインでの購入方法

76% 将来の特別料金・運賃及び割引料金

対象：18-34歳のシンガポール人

64% 将来のニーズ及び人生設計に関わる商品情報

対象：18-34歳のシンガポール人



+ ご質問及び問合せ

CONTACT US:

内山遊子

Communications Manager, Tokyo
yuko.uchiyama@wundermanthompson.com

JUSTIN PEYTON

Chief Transformation & Strategy Officer, APAC
justin.peyton@wundermanthompson.com

DAVID ATKINS

Head of Strategy, Hong Kong
david.atkins@wundermanthompson.com

Thomas Brauch

Head of Data and Analytics, APAC
thomas.brauch@wundermanthompson.com

 **THANK YOU**