

目的: 少し先の未来のポイントが知りたい

@sanada3730



共感を得るストーリー
2つのセオリー

- セオリー①
WhatよりもWhyとHow
- セオリー②
ストーリーは長いほどいい

主戦場
ライブ配信
× Eコマース
↓
ライブコマース

「コミュニケーションが
ある場所」が
どこでも店舗に
なる

2025年、
人は「買い物」を
しなくなる
望月智えり著

「うどんインスタグラマー」
まで登場

好物のうどんを食へ歩く
↓
毎日必ず Instagram にアップ
↓
存在を見つけた うどんチェーンから
ホップ・ステップ

「便利さ」に飽き始めた
消費者が求めるもの

検索エンジンで知りたい情報
を見つける
↓
自分にマッチした情報が絞られて
出てくるアプリやSNSから
情報を得る時代にシフトしている

① 人は買物のために店に行かなくなる
ネットショッピング → 買い物の中で最も面倒な「店に行く」というプロセスを省略してくれた
2026年までに
米国内で7.5万店もの小売店が閉店すると予測

② 「体験型」の店舗が
生き残る時代
「わざわざ行く価値がある」という店舗だけが生き残る時代になる

③ 現代人の生活スタイルを一変させた「レジー」
その商品・サービスが「いいか、悪いか」の判断を人に任せることは、実は私たちの生活様式を一変させてもいる
自分で選択すること減る