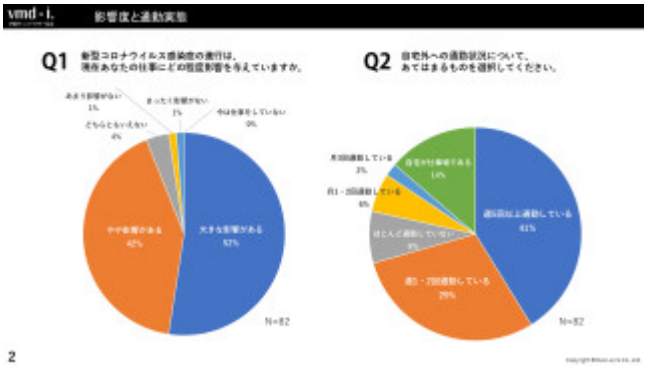
新型コロナウイルス感染とVMDに関するアンケート



初の緊急事態宣言が発令されて1年以上が経ちました。この１年で流通業・サービス業において影響が大きく、特に百貨店・アパレル店・土産店など小売店の経営を圧迫しています。さらに、売場づくり(VMD=ビジュアル・マーチャンダイジング)に携わっている個人や会社も翻弄されています。
この機会にVMD関係者にアンケートをお願いしました。回答者は、当社運営のVMDスクール「売場塾」の在校生・卒業生です。企業のVMD担当として、個人で起業してVMD活動に従事している方々です。
当社は、VMD業務に関わる人口は85万人と推定しています。広告・販促・建築・教育市場とリンクすることが多く、これから変化を余儀なくされる売場づくりを支える重要な市場と捉えております。VMD市場発展のために、当アンケートが今後の参考になれば幸いです。

■調査 概要

調査期間／ 2021年 5月12日(水) ～23日(日)
調査対象／ 売場塾の一般卒業生・在校生
回答者数／ 82人（有効回答率16.5%）
調査方法／ 498名に個別メール送信。インターネットにリンクしたアンケートページにて回答。

■報告書 ダウンロード先

下記からダウンロードできます。
https://www.oval-link.co.jp/content/pdf/covid19questionnaire.pdf

■各設問の回答結果 解説

Q1 影響度 Q2 通勤実態
通勤状況については、毎日通勤している人は通勤者全体の28%。逆に毎日通勤していない人は通勤者の72%となりました。特に、週1・2回以下しか通勤していない方は通勤者の30%となっています。
VMD担当は販促部など間接部門に勤めている方が多いからでしょうか。VMD関連部署ではテレワーク化が進んでいるのがわかります。

Q3 店舗の空間規制
空間規制についてはアクリル板の設置がダントツで設置率は95%でした。
その他の規制は、導線や出入口の変更など多くても20%位でした。

Q4 店舗の販促規制
小売店・卸・メーカーの1/4は、店頭デモは続行しています。
反面、販促規制をしている方の85%がデモやイベントを中止しています。

Q5 デジタル活用
インスタなどのSNS活用は2/3の方が強化しています。ネットを使ったLIVE配信も29%の利用率です。ネットメディアは、避けては通れない媒体になりつつあります。
その他、デジタル強化の39%の方が、ネットを使ったリモート接客に力を注いでいることがわかります。

Q6 デリバリー活用
デリバリー強化をされていない方が2/3でした。デリバリー強化されている方は、ほとんどの方が宅配強化でした。今注目されている駅のデジタルロッカーなど第三者施設の受け取りは、まだ利用がありませんでした。

Q7 ＶＭＤ経費
施工予算・研修予算が減った方は約半分。それより減少幅が大きかったのは、販促予算、ディスプレイ用品予算でした。特に販促予算は、60%前後の方が減少しています。

Q8 今後の店のあり方
半分以上の方が、デジタル購入や店内体験にシフトすると答えており、デジタル購入は70%が支持しています。店は店内体験の差別化をして生き残らなければならないという危機感も、フリー回答から垣間見えました。

Q9 キャリア開発
本やネットで自主学習をするという人が多く、56%でした。
副業は3人に1人が実行または予定しているというのは、時代の趨勢と感じます。

Q10 回答者の業種
小売・卸・メーカー勤務63%、コンサルティング従事者12%、広告・販促会社勤務7%、フリーランス7%など。

Q11 回答者の職種
企画・販促担当27%、販売・営業担当21%、経営者15%、デザイン・造形従事者15%、教育担当10%など。

■記事についてのお問合わせ

株式会社オーバルリンク 深沢まで
神田日本橋オフィス／東京都千代田区鍛冶町1-5-4 内田ビル3F ※JR神田駅下車2分
電話／03-5284-7261　FAX／03-3882-9940
Mail／fukasawa@oval-link.co.jp　ホームページ／https://www.oval-link.co.jp

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com