

報道関係者各位

2022年1月24日  
フロンティア株式会社

【フロンティア、5つのワードから読みとる2021年の傾向・2022年の予測】  
～案件相談の背景から見えてくること、今後予測されること～

新ビジネスマッチングサービス「Ready Crew(レディくる)」を運営する、フロンティア株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役:高橋 政裕、以下 当社)は、2021年1月1日～11月30日に当社に寄せられた案件相談を対象に、年間データから注目のワード5つを選出し分析いたしました。



FRONTIER

**5つ**のワードから読み取る  
**2021年**の傾向  
▶▶ **2022年**の予測

■背景

当社は「Ready Crew(レディくる)」というお客様から伺った情報を元に、独自のシステムで35,000社の幅広いネットワークから相性や価値観を踏まえ、担当者同士を繋ぐビジネスマッチングサービスを展開しております。

レディくるのビジネスモデルは、BtoB企業の課題解決をミッションとした情報プラットフォームであることから、お客様からいただいた相談内容や相談の背景を読み解くことで、その年の社会情勢や今後の企業動向の予測が立てられます。

今回、独自の調査で特に多かったもの注目したいものとして「WEB」「映像」「システム」「デザイン」「イベント」の5つのワードをピックアップし、そこから2021年がどのような年だったのか、2022年はどのような年になるのか見えてきました。

〈調査概要〉

対象期間: 2021年1月1日～11月30日

集計方法: 当社に寄せられた案件相談の中からワードを抽出

発表項目: 業界・業種分析、注目ワード、2021年の傾向、2022年の予測

『WEB』

・案件: コーポレートサイトのリニューアル

・背景: コロナを機にオンラインの露出が増えたため、web上の古い情報を見直すと共にデザインの刷新も含めたりリニューアルを検討している。

・案件: ECサイト

・背景: コロナの影響から実店舗で売り上げを立てるのが難しくなったため、ECサイトによる売り上げ拡大、販路拡大を狙っていききたい。

・案件: webマーケティング

・背景: 今後はwebマーケティングに注力する必要があると考え、戦略から実行まで伴走してくれるパートナーを探している。

『映像』

・案件: 企業紹介映像

・背景: 自社の紹介映像をコーポレートサイトに掲載することで、企業としての強みをわかりやすく発信していきたい。

・案件: 商品・サービス映像

・背景: 対面で商品・サービスについて説明する機会が減ってしまったため、映像としてコンテンツ化しオンライン商談やウェビナーにも活用したい。

・案件: 社内向け映像

・背景: オンライン会議やリモートワークが中心となったことで、インナーコミュニケーションや経営方針の共有が希薄になってきていることから、社内映像を用いてインナーブランディングを強化したい。

『システム』

・案件: DX推進

・背景: 業務効率化は以前より議題に上がっていたが、コロナの影響により会社として取り組む重要度が上がった。

・案件: CRMツールの開発・導入

・背景: オンラインでの新規顧客・見込客が増加したことから、顧客データの管理を強化しナーチャリングにも注力していきたい。

・案件: ITサポート・セキュリティ

・背景: リモートワークが増えたことから、セキュリティ面を強化していきたい。

『デザイン』

・案件: リブランディング

・背景:コロナを機に会社方針を見直すことになったため、サービスパッケージやロゴを一新したい。

・案件:会社案内兼営業パンフレット

・背景:コロナを機に新規開拓をする方針となり、営業用パンフレットが必要になった。

・案件:社内報

・背景:リモートワークにより、他部署の動きが以前より捉えにくくなったという声があがったことから、インナーコミュニケーションを強化することで解決したい。

『イベント』

・案件:バーチャル展示会

・背景:従来、新規顧客の獲得は展示会メインで行っていたがその機会がなくなったため、代替手段を検討したい。

・案件:ハイブリット展示会

・背景:コロナの影響を受けてオンライン・オフライン両方のイベントを検討している。

・案件:イベント施策

・背景:昨今の情勢に合わせたオフラインイベントを開催したい。

■総括

2020年・・・オフラインの代替手段としてオンラインが注目

2021年・・・代替手段でしかなかったオンラインが主流へ

2022年・・・DX化が進んだことで、「オン」と「オフ」の融合したOMOが主流へ

今回「WEB」「映像」「システム」「デザイン」「イベント」の5つのワードから、  
2021年の施策の特徴として

- ①代替手段でしかなかったオンラインが主流になった
- ②オンラインが主流になりつつもオンラインとオフラインが融合した新様式を考え始めた  
この2点が挙げられます。

2020年までは、オフラインが主流でありオンラインは代替手段という考えが一般的でしたが、2021年になると長引くコロナ禍の影響で世の中の考え方が一転しました。イベントや展示会、訪問営業など人との直接的な接触が難しくなった環境の中で効果的に施策を行っていくには、

- ・SNS等での拡散を考慮したコンテンツ・導線を設計する
- ・広告のデジタル化が進み、一人当たりがオンライン上で接触する情報量が増えたことから、視覚で感覚的に理解でき、記憶に定着しやすい特徴をもつ映像を活用する
- ・適切な媒体、タイミングでの情報提供やアプローチを可能にするために、ターゲットを明確にする  
ということが要になり、結果的にコンテンツマーケティングやオウンドメディアのニーズが高まりました。

2021年の特徴として、オンラインのニーズが高まったことは明白ですが、その一方でオフライン領域のニーズも高まりを見せています。この背景にはワクチンの開発が進み、コロナ禍以前のような直接的なコミュニケーションが求められてい

ること、DX化が進んだ影響でデジタル技術が急速に進化したことが考えられます。常にスマートフォンやPCのある環境と隣り合わせで生活する時代だからこそ、オンラインとオフラインが完全に分かれることはありません。withコロナからafterコロナの時代に向けて人々の価値観が変わり、「デジタルツイン」や「メタバース」という言葉もトレンドになりました。これらを踏まえ2022年はオン・オフの境界にこだわらず、それぞれが融合されたOMO(Online Merges with Offline)が主流の世の中になっていくことが予想されます。

この先それぞれに合った最適解を導き出すために、パートナー企業とともにビジネスを進めていくシーンは増えていきます。

当社は、今後も企業と企業をつなぎ、信頼できる情報を提供することでアウトソーシングの選択肢と可能性を広げていけるよう努めてまいります。

### 【Ready Crew(レディくる)とは】

レディくるは、企業と企業をつなぐ新ビジネスマッチングサービスです。高い傾聴力・提案力を併せ持つコンシェルジュが、施策のお悩みを持つ企業に訪問し、対面あるいはテレビ会議などのオンラインで直接お話を伺います。伺った内容を元に、レディくる独自のシステムで35,000社ものネットワークの中から最適な企業を紹介します。受注先のパートナー企業様からのみ費用を頂いており、発注元の企業様からは一切費用を頂いておりません。※フロンティアでは、PCR検査を毎月全社員に実施し感染症対策を徹底しています。

- ・サービスサイト: <https://readycrew.jp/>
- ・Facebook : <https://www.facebook.com/ReadyCrew>
- ・Twitter : <https://twitter.com/readycrew1111>
- ・note : <https://note.com/readycrew>
- ・Instagram : [https://www.instagram.com/frontier\\_readycrew/](https://www.instagram.com/frontier_readycrew/)

### 【フロンティア株式会社の概要】

本社所在地: 東京都渋谷区恵比寿4丁目20番3号 恵比寿ガーデンプレイスタワー14階

代表者 : 代表取締役 高橋 政裕

事業内容 : 営業支援サービス、マーケティングサービス、営業コンサルティングサービス

創業 : 2009年11月

URL : <https://frontier-gr.jp/>

このページに掲載されているプレスリリースその他の情報は、発表日現在の情報であり、時間の経過または様々な後発事象によって変更される可能性がありますので、あらかじめご了承ください。

#### 【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

フロンティア株式会社 担当: 森川・中田

TEL: 03-4216-1111 E-mail: [kouhou@frontier-gr.jp](mailto:kouhou@frontier-gr.jp)