

コロナ下の集客戦略

～ 半年後に飛躍するために ～

本日はセミナーにご参加いただき
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください
- ご質問はzoomのチャットから受け付けます



あきばれホームページ

コロナ下の集客戦略 ～ 半年後に飛躍するために ～

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2020/09/03

お願い

- 本日はワークの時間を多めに取ります。
- ぜひ、手元のノートに書き出してください。(手書きの方が発想が豊かになります)
- 質問を随時受け付けますので、チャットの方から投稿ください

GDPマイナス27.8%



実質GDPの減少幅が大きかった四半期

前期比 年率(%)	影響を受けた 主な出来事
2020/4-6	-27.8 新型コロナウイルス
2009/1-3	-17.8 リーマン危機
1974/1-3	-13.1 石油危機
2008/10-12	-9.4 リーマン危機
2014/4-6	-7.5 消費税率8%に
2019/10-12	-7.0 消費税率10%に
2011/1-3	-5.5 東日本大震災
1999/1-3	-5.0 アジア通貨危機
2008/7-9	-4.9 リーマン危機
1998/1-3	-4.4 アジア通貨危機
1989/4-6	-4.2 消費税導入

内需のうち一つの柱である設備投資は1・5%減った。マイナスは2四半期ぶり。感染症や世界経済の先行き不透明感から積極的な投資を送り出す動きが鈍まった。自動車関連の投資の減少が大きい。住宅投資も0・2%減少した。一方の外需は輸出が18・5%減った。下げ幅はリーマン・ショック直後

4~6月期は感染拡大により、GDPは統計を避れを抑制するため、政府が緊急事態宣言を出し、個人の外出や店舗の営業が制限された。個人消費を中心に経済活動が広く滞

り、12月期から、すでに減少に転じている。東日本大震災を挟む10年10~12月期から11年4~6月期以来となる3期連続のマイナス成長に沈んだ。年

7年半ぶり500兆円割れ

内閣府が17日発表した2020年4~6月期の国内総生産(GDP)速報値は、物価変動の影響を除いた実質の季節調整値で1~3月期から7・8%、年率換算で27・8%減った。新型コロナウイルスの感染拡大で、リーマン・ショック後の09年1~3月期の年率17・8%減を超える戦後最大の落ち込みとなった。(関連記事8面)

戦後最大の下げ コロナで内外需打撃

4~6月率
実質

と、個人消費を含む内需が4・8%分、外需が3・0%分押し下げた。新型コロナウイルスの影響が国内外で広がり、内需・外需ともに総崩れの厳しい状況となった。GDPの過半を占める個人消費は前期比8・2%減った。外食や旅行などのサービス消費を中心に急減。8割への消費税引き上げ直後の14年4~6月期の4・8%減を大きく下回り、過去最悪の落ち込みとなった。

日本経済新聞
夕刊
8月17日
(月曜日)
発行所 日本経済新聞社
東京本社 電話(03)3270-0251
〒100-8001 東京都千代田区大手町1-3-7
大阪本社 電話(06)6378-1111
名古屋支社 電話(052)243-3311
西部支社 電話(092)473-3300
電子版アドレス
<https://www.nikkei.com/>
購読のお申し込み
電話0120-21-4946
<https://www.nikkei4946.com>

働き方改革でCAC
お悩みなら
55 YEARS
CACグループ
物産部
労働保険・社会保険・給与・経理
アウトソーシング
業界初! 1年間0円
TSC/(株)シーエーシー
企業名の検索窓
0120-1965-44

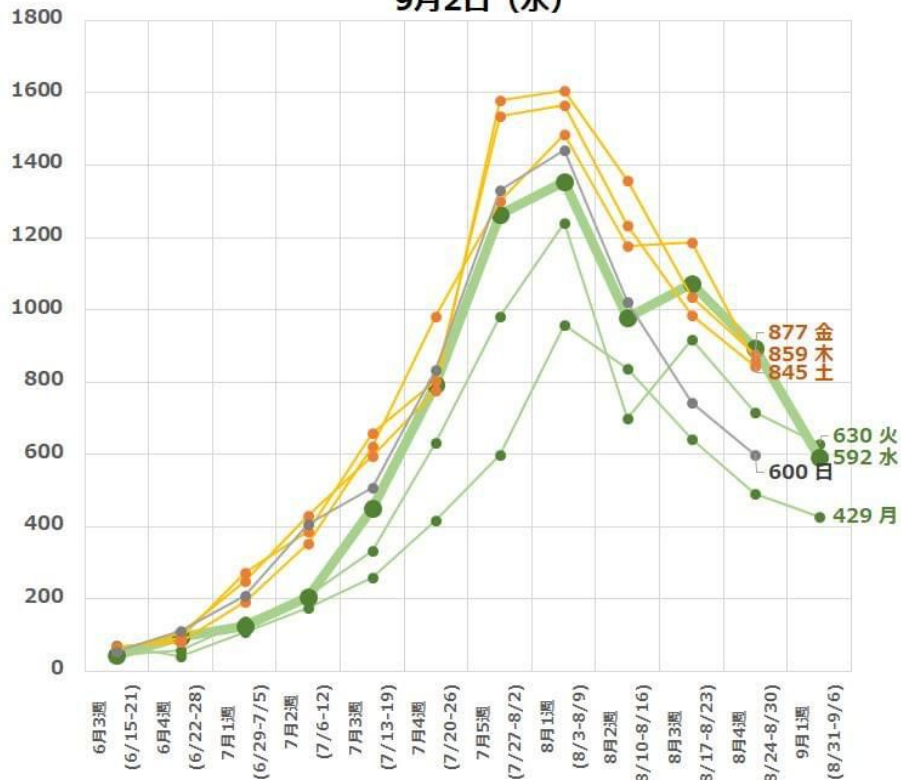
日経平均



国内の陽性者数の推移

曜日別に見た「全国」の陽性判明者推移（人）

9月2日（水）



Source: NHK Masashi Hagihara 2020.09.02作成

萩原雅之氏のFacebookより

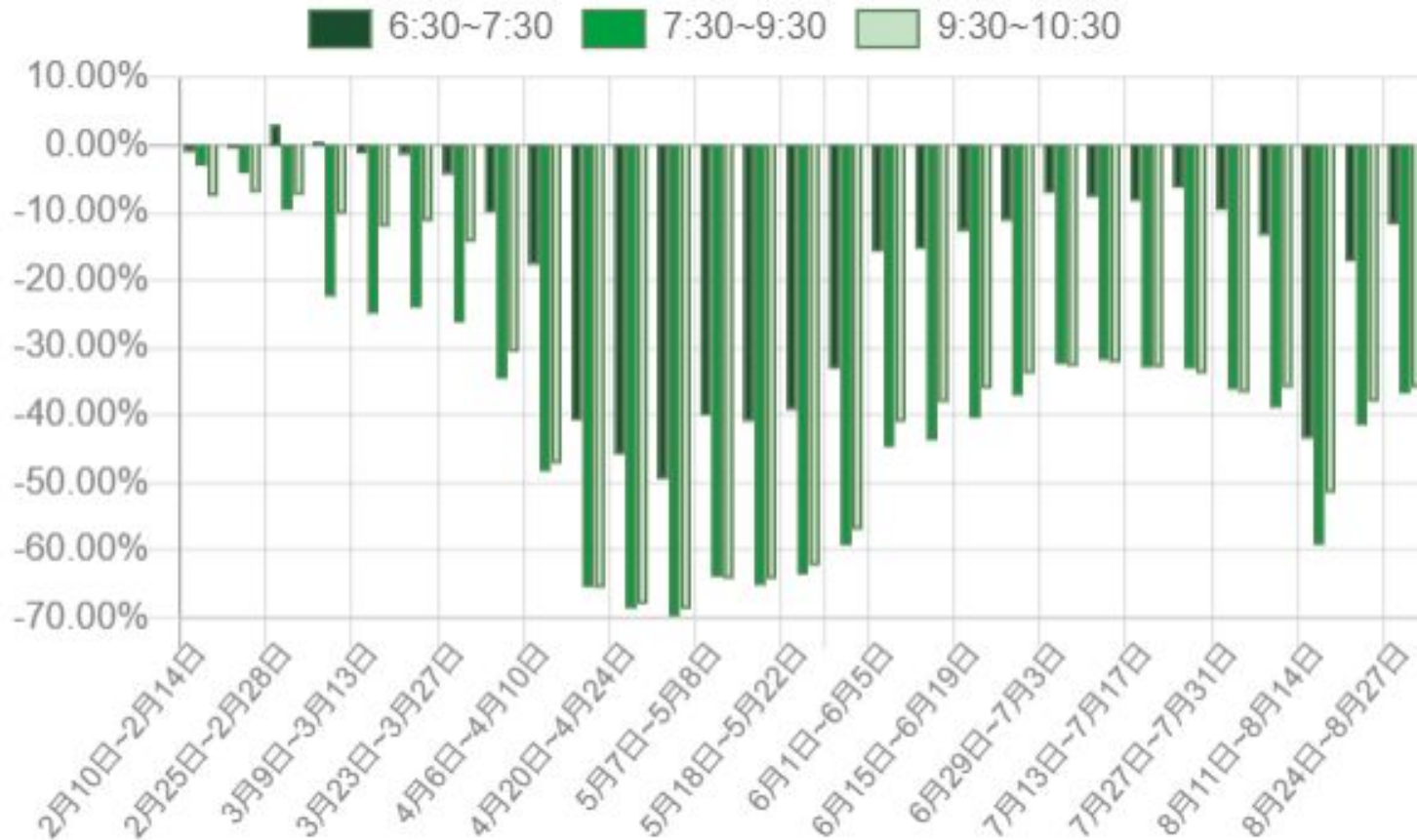
コロナで変わったのは

- 人の流れ
- 行動様式

大企業の在宅勤務の定着化

- テレワークの制度化
 - サントリー、ローソン、ベネッセ、マクドナルド、東芝、日立製作所、KDDI、NEC、日産、マツダ、カネボウ、花王
- 単身赴任制度の廃止
 - カルビー
- 通勤手当廃止
 - ホンダ、麒麟、NTT
 - 週末に都会に出る人が減る

都営地下鉄の利用者数の推移



人の流れが変わった

- 都心部は人が減ったまま
 - 特に平日。
 - ビジネス街の夜も
- 逆に郊外は人の流れが増える
 - 地元の駅前
 - 地元の商店街
- 郊外は売上増

家の近くで過ごす

- お客様のマインド
 - 家族持ち : 家族との時間 vs 一人の時間
 - 一人暮らし : 孤独
 - 健康志向
 - 部屋の暮らしの充実
- ビジネスチャンス
 - マンションより一軒家
 - 外出着より室内着
 - 外食より内食
 - 外出用の化粧より、zoom用の化粧
 - 健康ブーム(ランニング、ワークアウト)
 - キャンピングカー

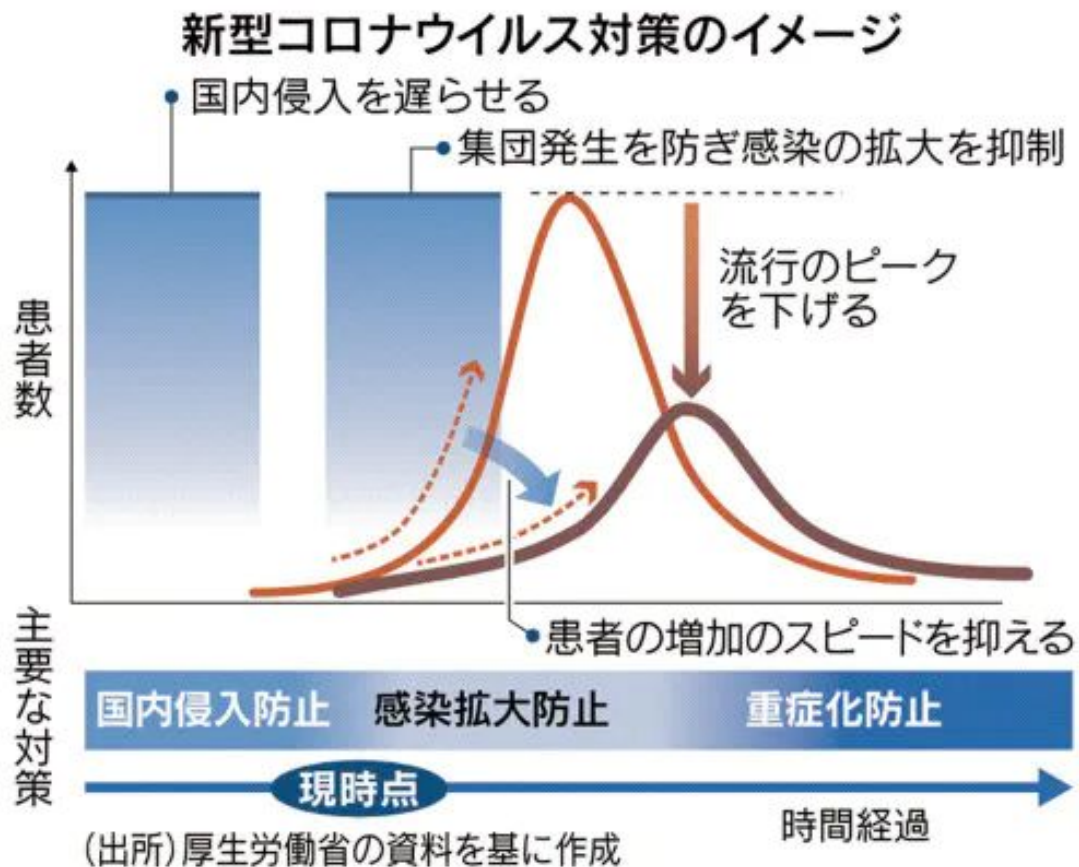
都心部のビジネスは・・・

- 場所貸し、イベント型、多人数の接待、等は厳しい
- 大企業やIT会社が多い地域の店舗は、場所を移した方が良いかも
..
- 残されたパイの中で、どうお客さんを集めるか・・・
(後述します)

ワークタイム

- 自分の商圏は、半年後どうなっているか
- どんな人が増えるか、どんな人が減るか
- お客さんとして、どんな人を増やしたいか
(年齢、性別、興味関心)

日本のウイルス対応方針(2月)



100万人あたりの感染者数

東京都 : 1,477人

沖縄県 : 1,472人

大阪府 : 982人

福岡県 : 900人

埼玉県 : 534人

神奈川県 : 539人

千葉県 : 490人

青森県 : 28人

岩手県 : 15人

秋から冬にかけて

- 普通の風邪やインフルエンザが流行
 - PCR検査を受ける人が増える
 - 陽性者数が増加
- 沖縄以外の地方が心配・・・

お客さんのマインド

- シニアを中心に、手元の預金残高は増加
 - 機会があれば使いたい
 - 一回あたりの単価を増やしてもいい
- なるべく外に出たくないけど、自粛にも飽きた
 - 機会があれば外に出たい
- 初めてのお店には少し抵抗感

固定客を掴む

- コロナ時代の売上は、固定客がもたらします
 - 美容院、整体、飲食、ネイル、エステ
- どのように固定客にリピートしてもらうか
 - 固定客が心配しているのは？
 - 固定客が喜ぶのは？
- 固定客を集めるには？
 - 固定客になってくれそうな人を明確にする
 - 固定客になりそうな人が申し込んでくれそうなサービス

固定客の単価

- 固定客の単価を上げる
- お客さんは一回あたりの支払を増やしてもイイと思っています

ワークタイム

- 固定客を増やすために、どんなサービスを用意しますか？

- 固定客に来店、問合せしてもらうために、どんなサービスを用意しますか？



まだまだコロナは続きますが..

来週も、木曜日の12:45～13:30の予定です

新型コロナウイルスに負けずに
がんばりましょう！