

【第4講】

経済が動き出した時に宿泊施設が必要な
ネットとSNSの企画作りの基礎知識

有限会社いろは 竹内謙礼

コロナ禍におけるネットとSNSの活用の 最大の問題点

今後、どのような情報を流せばいいのか予測
がまったくつかない

コロナ禍の戦略が難しい理由

- ・収束時期が分からない
- ・政府の対策が予測できない

【売上が作れない根本的な理由】

- 1・「3密」の感染予防による集客減
- 2・景気の低迷による消費意欲の減退
- 3・売り手側に投資するお金がない

根本的な理由を逆説で考える

1・「3密」の感染予防による集客減

→「3密」をクリアした売り方を実践する

2・景気の低迷による消費意欲の減退

→低価格の商品を売る、もしくは高いお金を払ってでも行きたい商品を用意する

3・会社に投資するお金がない

→お金をかけない販促を仕掛ける

Go To キャンペーンの動き次第で 旅行業界の人の動きは大きく変わる

Go To キャンペーン事業

令和2年度補正予算案額 1兆6,794億円

経済産業省 商務・サービスグループ キャッシュレス推進室 03-3501-1252 ケールナビ/心政策課 03-3501-1750 中小企業庁 商業課 03-3501-1929	国土交通省観光庁 総務課 03-5253-8321 農林水産省 外食産業室 03-6744-7177
--	---

事業イメージ
<ul style="list-style-type: none"> ● 新型コロナウイルス感染症の流行収束後の一定期間に限定して、官民一体型の消費喚起キャンペーン「Go To キャンペーン」を実施。
<ul style="list-style-type: none"> ①Go To Travel キャンペーン ● 旅行者等経由で、期間中の旅行商品を購入した消費者に対し、代金の1/2相当分のクーポン等（宿泊割引・クーポン等に加え、地域産品・飲食・施設などの利用クーポン等を含む）を付与（最大一人あたり2万円分/泊）。
<ul style="list-style-type: none"> ②Go To Eat キャンペーン ● オンライン飲食予約サイト経由で、期間中に飲食店を予約・来店した消費者に対し、飲食店で使えるポイント等を付与（最大一人あたり1000円分）。 ● 登録飲食店で使えるプレミアム付食事券（2割相当分の割引等）を発行。
<ul style="list-style-type: none"> ③Go To Event キャンペーン ● チケット会社経由で、期間中のイベント・エンターテインメントの子チケットを購入した消費者に対し、割引・クーポン等を付与（2割相当分）。
<ul style="list-style-type: none"> ④Go To 商店街 キャンペーン ● 商店街等によるキャンペーン期間中のイベント開催、プロモーション、観光商品開発等の実施。
<ul style="list-style-type: none"> ⑤一体的なキャンペーンの周知 ● キャンペーンを一体的に、わかりやすく周知するための広報を実施。

事業の内容
<p>事業目的・概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新型コロナウイルスの感染拡大は、観光需要の低迷や、外出の自粛等の影響により、地域の多様な産業に対し甚大な被害を与えている。 ● このため、新型コロナウイルス感染症の流行収束後には、日本国内における人の流れと街のにぎわいを創り出し、地域を再活性化するための需要喚起が必要。 ● （まずは、感染防止を徹底し、雇用の維持と事業の継続を最優先に取り組むとともに、）今回の感染症の流行収束後において、甚大な影響を受けている観光・運輸業、飲食業、イベント・エンターテインメント業などを対象とし、期間を限定した官民一体型の需要喚起キャンペーンを講じる。 <p>成果目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新型コロナウイルスの影響を受けた地域における需要喚起と地域の再活性化を目指す。 <p>条件（対象者、対象行為、補助率等）</p> <pre> graph LR A[国] -- "①～⑤ 委託等" --> B[民間事業者等] B -- "①～③ 委託等" --> C[民間事業者等] C -- "①～③ 割引/クーポン/ポイント付与" --> D[消費者] A -- "④ 専門的支援経費負担" --> E[商店街等 (中小小売業・サービス業のグループ)] </pre>

【概要】

旅行者等経由で、期間中の旅行商品を購入した消費者に対し、代金の1/2相当分のクーポン等を付与（最大一人あたり2万円分/泊）

例）

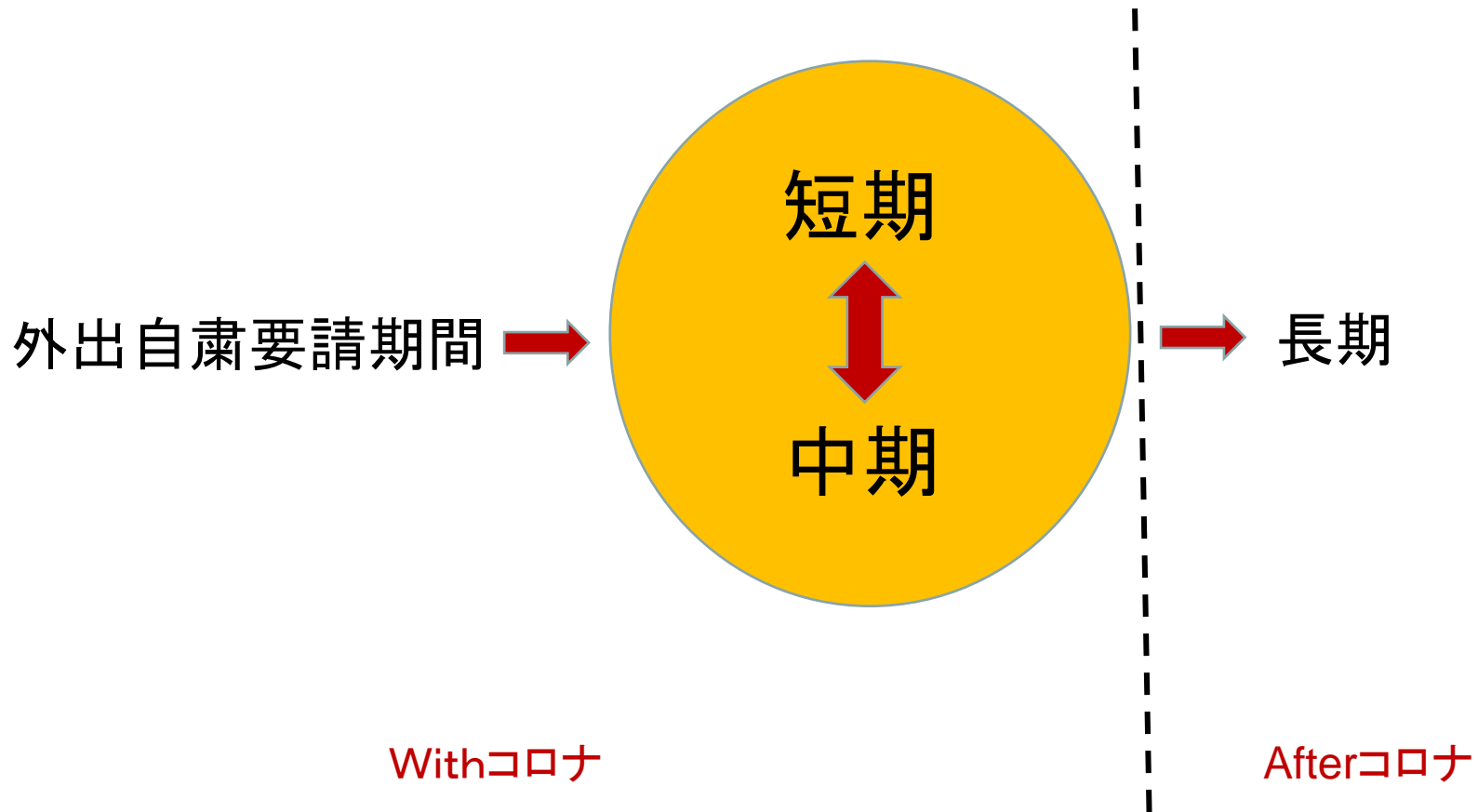
＜夫婦での旅行で2泊3日の場合＞
最大一人20,000円×2泊×2人で80,000円割引。つまり16万円の旅行を申し込めば1/2まで割引できるので、半額の8万円で行ける計算となる

追い風のタイミングと延期のリスクを両方考える

コロナ禍は4つのフェーズに分かれる

外出自粛要請期間	政府、地方自治体で非常事態宣言が発令されている時期。店舗などの営業に自粛要請が出て、消費者も営業している店舗に対して警戒心が強い	1～2ヶ月
短期 (医療体制が厳しい)	非常事態宣言が解除。自粛要請の反動消費がありながらも、感染に対する警戒心はなお強い。県境を越えた移動は自粛。祝祭日の外出に対しても世間の目は厳しい	1～2ヶ月
中期 (医療体制に余裕がある)	消費者がコロナ禍との付き合い方を見出し始める。「新しい生活様式」を守る売り方がスタンダードに。祝祭日の外出、県境をまたぐ移動も日常化。感染予防しながら消費する方法が身についてくる	1～2年
長期	コロナ禍収束。経済活動が活発に動き始める。ただし、感染に対する警戒心は引き続き消費者に残り続け	

withコロナとafterコロナ



短期戦略（自粛要請期間含む）

期間	新型コロナウイルス拡大時期 1～2ヶ月
ターゲット	優良顧客、見込み客
戦略	セール、特別価格販売
売り方	<ul style="list-style-type: none">・感染予防の徹底を告知する・SNSで「頑張っています！」をアピール・テイクアウトの食事の販売・地域のお客様を中心に集客・ハガキやダイレクトメールの紙媒体を利用して集客・仲の良い知人や親類に願います

中期戦略

期間	新型コロナウイルス収束期 1～2年
ターゲット	新規顧客、優良顧客、見込み客
戦略	悩み事解決型商品、付加価値訴求型商品、セール販売、特別価格販売
売り方	地域客から少しずつ集客エリアを広げていく 利用客に宿泊割引券を配布 地域全体の施設で協力して集客 メディアの活用 ソーシャルディスタンスを忘れさせてくれる開放感のあるコンセプトの企画を提案 悩み事解決型の商品（長期滞在、宿泊客数限定） 付加価値の高い商品（期間限定、季節の料理） 特別価格商品（VIPルームを食事付で格安提供） 換気のいい屋外での販促イベント展開

長期戦略

期間	新型コロナウイルス収束後
ターゲット	主に新規顧客
戦略	通常営業。ただし、人手不足、オペレーションの不備に注意
売り方	人材採用の強化 退職した人を再雇用する仕組みづくり 異業種から転職してきた人材の育成ノウハウの構築 中高年の雇用ノウハウの構築 コト消費の復活 お客様と濃密なコミュニケーションを取る売り方の強化 販促イベントの積極展開

7月・8月・9月

- ・感染予防の徹底、及び告知
- ・地域によって感染の度合いが大きく分かれる
- ・感染爆発が起きても縮小は早い
- ・夏休みは短期プラン。ソーシャルディスタンスをキープした子供向けの体験イベントに注目が集まる
- ・食事系を全面に打ち出した企画展開
- ・高齢者の動きはやや鈍い(送迎の強化)
- ・涼しさを打ち出した企画(スプリンクラー、夕涼み会)
- ・朝市、夕市で限定感をアップ
- ・常連宿泊客向けの貸し切りイベント
- ・観光客が急激に増えて人手不足になる可能性も
- ・客単価をあげる施策は夏が終わるまで値上げは見送る
- ・帰りに衛生商品のプレゼントで顧客満足度アップ

10月・11月・12月

- ・秋は天候が安定しているので屋外イベントを積極的に展開
- ・秋の味覚のバーベキュー企画を屋外で開催
- ・10月最終週からウイルスの拡散期に入る可能性あり
- ・ネット通販が再び盛況
- ・年末年始のイベントは自粛、中止の可能性あり
- ・ネット通販、テイクアウト、宅配で、「ブラックフライデー」「お歳暮」「おせち」「年越しそば」「クリスマスケーキ」の販売準備しておいたほうがいい
- ・オンライン初詣、オンラインおみくじなどが注目
- ・長期滞在プランが人気になる可能性あり
- ・受験シーズンは感染予防を徹底した宿が人気に

総論

- ・半年先の販促企画を考えて、常に修正していく
- ・GoToキャンペーンの動向を注視。それまでにSNSやDMの情報発信はまめに行って、お客様を囲い込んでおくこと
- ・セール系の宿泊企画と付加価値の高い宿泊企画をバランスよく運営
- ・10月下旬のウイルスの拡散状況によって情勢が大きく変わる可能性あり
- ・感染状況にあわせて速やかに事業内容を拡縮できる柔軟性を備えること

聴講ありがとうございました

技術評論社より「新型コロナ対策 巣ごもり消費マーケティング100の売り方」(仮タイトル)を発売予定。発売次第、皆さまに告知したいと思いますので、興味のある方は竹内謙礼のメルマガを購読していただければ幸いです。メルマガでも毎週新型コロナウイルス対策の販促方法を発信しています

【メルマガ登録方法】



Google、Yahoo!で「竹内謙礼 ポカン」で検索して、竹内謙礼の公式サイトでメルマガを登録することが可能です

巣ごもり消費 マーケティング

「家から出ない人」に
買ってもらう100の販促

竹内謙礼



今ならメルマガ購読者限定で、「新型コロナ対策100の売り方」をダウンロードプレゼント！（メルマガ登録後に届く案内メールに従って、シークレットファイルページをご覧ください）