

販促ひとくち

知識①

家計の三バラン



登場人物紹介

名前：美さん（社員）の奥さん。快活な性格で話題好き。手先が器用。夫婦喧嘩は日常茶飯事。

マズローの5段階欲求



モノを買う時の決め手とはなんだろう？

です。

人は感情の動物であると言われています。何故かと言えば、物事を判断し決断する時は、まず理性が働き合理的（経験・知識・比較・安い・便利など）に選択し判断をします。その上で自分が何を買おうか？の感情が働き、非合理的（高い・あこがれ・願い・好き・欲しいなど）に選択し決断する事が、非常に多いからです。

その典型は、スーパーでの夫婦の買い物風景に良く見られます。例えば夫が非常に美味そうなトロが食べたくて買い物かごに入れました。するとそれを見ていた妻が平穎のマグロに差し替えました。当然のごとく「げんかが始まりますよ。」

合理的の判断では妻の安いマグロの方が正しいのかもしれません。しかし夫の判断基準のモノサシが理性（合理的）ではなく、感情（非合理的）からくる食べたいと言う欲求にあるからです。

こうなると自分の言っている方が正しいです。

モノサシの違いで、

けんかもおこる。

（参考：「

」）

販促ひとくち

知識②

エリアマーケティングって？

前回は、エリアマーケティングの考え方について少しお話ししました。今月は、エリアマーケティングとは、自社の商圏の中でお客様が多いと予想される地域を選別してチラシを配布するといったことだとお話ししました。その際に用いる統計上のデータは、5年に一度実施される国勢調査のものだということ。これまでが先月までお話しした内容です。

それでは、統計上のデータと実際のお客様をどの様に関連づけるのか考えてみましょう。国勢調査は、国が行政上の基礎データを得るために日本に居住している人すべてを対象に行う全国一斉の調査です。当然外国人も対象に含まれます。実際に記入されたことのある方も多く思います。

それでは、具体的にどんな項目が調査の対象となっているのか挙げてみましょう。基本的な情報として、各世帯の情報が統計上のデータとして国から提供されています。その世帯に居住する人の数が何人なのか、性別・年齢・就業状態・住宅形態・居住年数等が主な項目です。この他にも推計データですが、1才から20才までの一人刻みの人口の分布や所得税ベースでの年収のデータなども得ることができます。ここで得られるデータは個人情報保護法等の法令に基づいて提供されているものであり特定の個人を表すものではありません。従って、データの内容としては、青葉区上杉2丁目には、40代の

ここまで具体的な例を示したうえで考えてみましょう。A美容院を例としてみると、この美容院は、20代の女性の方がお客様の多くを占めています。このお店が現在のお客様の主力である20代の女性を増やしたいのであれば、20代の女性のデータを用いてチラシの配布地域を決めればよいです。

今は、あまりお客様の多くない40代の女性を呼びたいのであれば、40代女性のデータを使えばよいのです。年齢と性別は全てのお客様を分析する上で基礎となる重要な要素となります。

三、応用編、さらにお客様を絞り込む。

ここまで説明で、統計データとお客様の姿を結び付けるとほとんど同じであります。このように、年齢と性別は全てのお客様を分析する上で基礎となる重要な要素となります。

条件A：20代後半から40代の男性が多い。
条件B：賃貸物件・人居者が多い。

ここまで説明で、求めるお客様の性別・年齢を基準とした条件Aだけでは、対象の幅が広すぎて効果的とはいえないかもしれません。そこで、条件Bを追加することによって、統計上のデータを的確に結び付けることができれば、効果的なチラシの配布が可能であり、エリアマーケティングを行った際に最も重要な点であることを理解いただけたと思います。次回は、エリアマーケティングで抽出したお客様に対して、どんな手段を用いてチラシやダイレクトメールを配布すればよいかお話しする予定です。

（文：及川篤生）

ここまで説明で、求めるお客様の性別・年齢を基準とした条件Aだけでは、対象の幅が広すぎて効果的とはいえないかもしれません。そこで、条件Bを追加することによって、統計上のデータを的確に結び付けることができれば、効果的なチラシの配布が可能であり、エリアマーケティングを行った際に最も重要な点であることを理解いただけたと思います。次回は、エリアマーケティングで抽出したお客様に対して、どんな手段を用いてチラシやダイレクトメールを配布すればよいかお話しする予定です。

（文：及川篤生）

性別・年齢を基準とした条件Aだけでは、対象の幅が広すぎて効果的とはいえないかもしれません。そこで、条件Bを追加することによって、統計上のデータを的確に結び付けることができれば、効果的なチラシの配布が可能であり、エリアマーケティングを行った際に最も重要な点であることを理解いただけたと思います。次回は、エリアマーケティングで抽出したお客様に対して、どんな手段を用いてチラシやダイレクトメールを配布すればよいかお話しする予定です。

（文：及川篤生）

条件A：20代後半から40代の男性が多い。
条件B：賃貸物件・人居者が多い。

ここまで説明で、求めるお客様の性別・年齢を基準とした条件Aだけでは、対象の幅が広すぎて効果的とはいえないかもしれません。そこで、条件Bを追加することによって、統計上のデータを的確に結び付けることができれば、効果的なチラシの配布が可能であり、エリアマーケティングを行った際に最も重要な点であることを理解いただけたと思います。次回は、エリアマーケティングで抽出したお客様に対して、どんな手段を用いてチラシやダイレクトメールを配布すればよいかお話しする予定です。

（文：及川篤生）

はじめまして。4月からアクトジャパンに入社した武田悠希奈と申します。現在インターネット事業部でホームページの修正、更新などを担当しております。HP作成などは趣味で行っていた程度で、ほとんどゼロからのスタートですが新しいことを覚えることが楽しく充実した日々を過ごしております。

私の地元は秋田で、専門学校に通うため2年前から仙台へ一人暮らしを始めました。最近はせっかく仙台に住んでいるのだから楽しむなればと、地元にいたときはなかなか行けなかった観劇に行ったりしています。

また、小中高と運動部だったこともあり体を動かすことが好きなので何かスポーツを始めたことを思っています。今までおこなったことがないものにどんどん挑戦して新しいことを吸収したいと思います。

今月の
シャインさん

(社員)
武田 悠希奈さん

インターネット事業部

まじめに、真剣に、そして楽しんで
お知らせ

若者道場

一修了式一

6月6日(金) 午後1時40分~午後5時

会場は前回と同じ若林文化センターです。

出欠のご連絡も忘れずにお願いいたします

出欠のご連絡は FAX 022-225-2488まで