

ご近所マーケティング

「当たり前」なのにほとんどの個店が

未実施の手法による **経営改善支援**



弊社紹介

「店舗ビジネスの繁盛で、日本を元気にしたい」

ご近所マーケティング株式会社

代表取締役

泉 裕幸

実績

商業店舗立地診断歴

32年

開店店舗数

396店舗

- 最大手コンビニエンスストア本部に31年在籍
約4,000店舗の出店に携わる
- 小規模店舗に「ご近所マーケティング」を展開
リピート率の高い新規顧客の集客をサポート

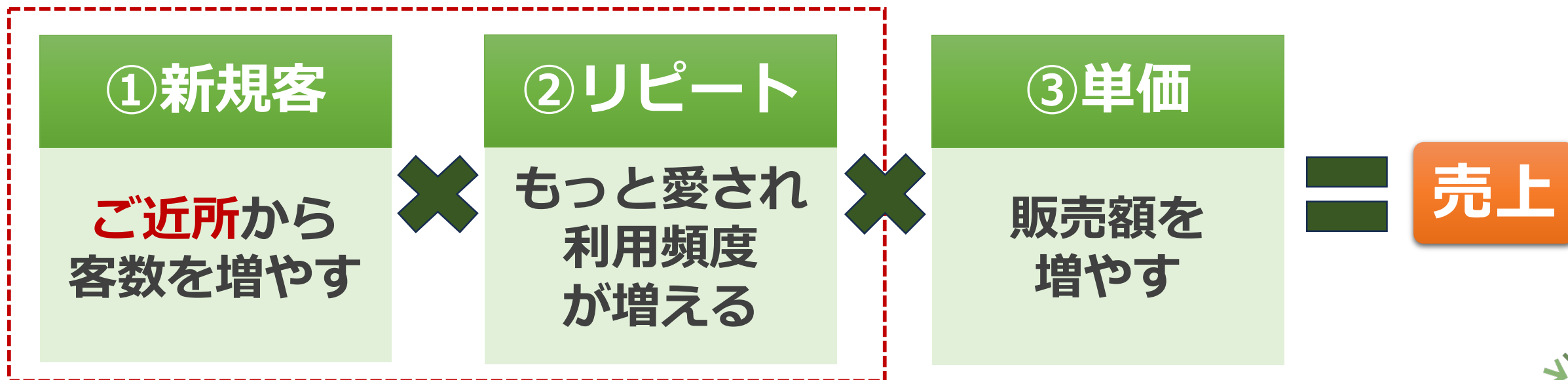


鍼灸整骨院 客数前年比**20%UP** 12カ月継続

ご近所マーケティングとは？

売上を上げ続けるために大切な3つの要素のうち、

2つの施策が**同時に**実施できる、**マーケティングメソッド**です！



ご近所マーケティングの強み 「どこ」の設定

ご近所マーケティング

一般的なWebマーケティング

半径350m圏内

未設定



ご近所マーケティングの強み 「どこ」の設定

ご近所マーケティング

だれ	なに	どこ
○	○	半径350m圏内

- ▶ 対象顧客をご近所で設定
 - ・ご近所分析（商圈分析）
 - ・顧客分析・顧客設定
- ▶ 店舗主体で取り組むよう伴走
 - ・一緒に作った刺さるチラシを
独自ポスティングPDCAで伴走

一般的なWebマーケティング

だれ	なに	どこ
○	○	未設定

- ▶ 広く大多数に告知
 - ・広範囲、遠距離からも集客
 - ・店が望む客層へのアプローチ
- ▶ 提案に則った取組み
 - ・施策を行う為の企画や提案がベース
実施は**店舗**

なぜ、ご近所なのか

お客様の**55%**は来店時間が**5分**以内



※コンビニエンスストア来店客調査による



徒歩5分は
お店から**半径350m**以内

ご近所マーケティングのポイント



独自
ノウハウ

1. 自店の立地を理解する

2. ご近所のお客様を理解する

3. ご近所に商品・サービスを効果的に告知する

立地パターン分類	住宅密集立地	
	住宅立地	○
	ロードサイド立地	
	工場立地	
	オフィス繁華街立地	
	複合立地	

ご近所マーケティングの現場主義

以下の内容も現地で確認

住民（年齢層や性別）

働く人（業種別）

人数

店舗の前面道路の

人と車

通行量

店舗
駅

施設（買物・公共）

位置関係

ご近所マーケティングの相乗効果

1) WEBマーケティングの質が向上する

ご近所のお客様を意識した投稿や記事が書けるようになる

2) 店舗スタッフの育成になる

来店するお客様にスタッフが興味を持つようになり、自主性が発揮される

3) 新規の出店に自信がでる

集客のポイントが分かり、もう一店舗出したいという気持ちになる

ご近所マーケティングの役割



横浜市商店街の店舗の活性化



横浜市の商店街全体の活性化



地域経済及び地域コミュニティの発展に寄与

ご近所マーケティングの実績

2022年 5月

- 「ご近所マーケティング」 メソッド完成

2022年11月

- 横浜市商店街コラボックス事業採択

2023年 3月

- 横浜未来機構の支援を受けて三ツ境商店街を調査

2023年 6月

- 三ツ境商店街「そば処 角よし」テスト開始

2023年 7月～

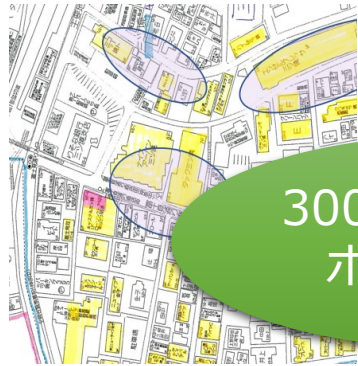
- 「そば処 角よし」**売上UP**（前年比**150%以上**）継続
中

2023年 8月

- 横浜市経済局よりサービス内容を評価いただく。

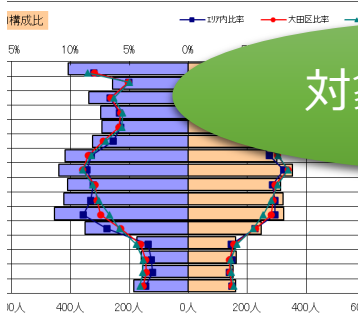
店舗を支援する好循環

再現性の高いアプローチ（伴走支援）



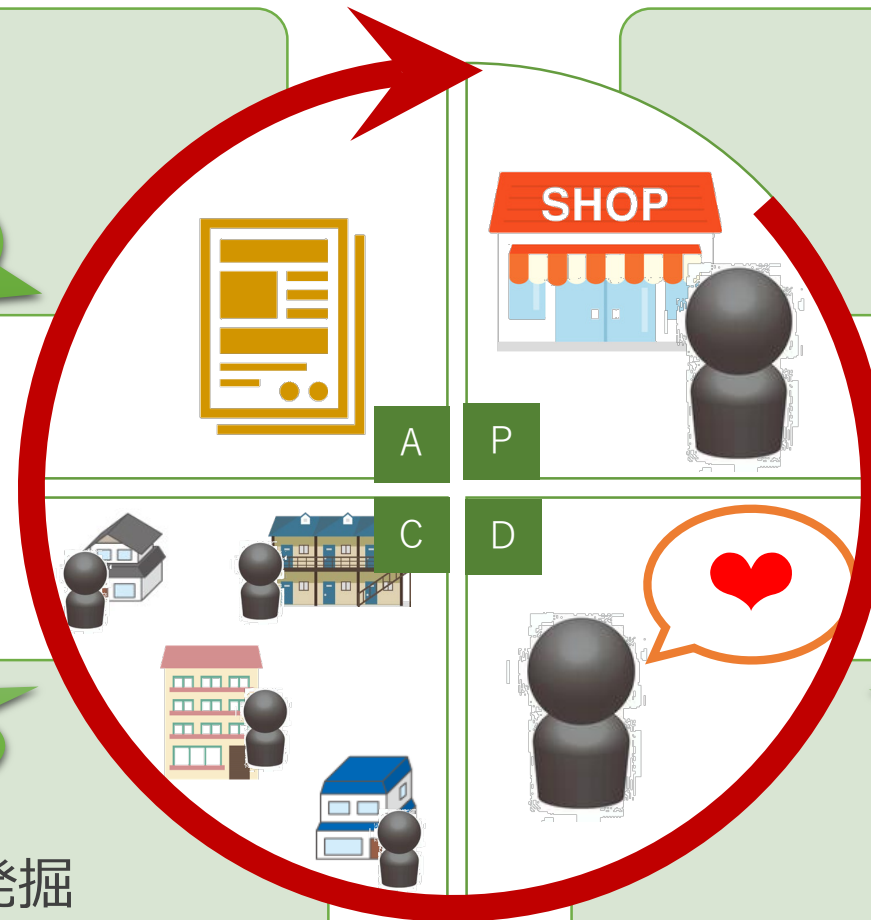
• チラシ配布

300枚を定期的に
ポスティング



対象住民宅調査

• 潜在顧客の発掘

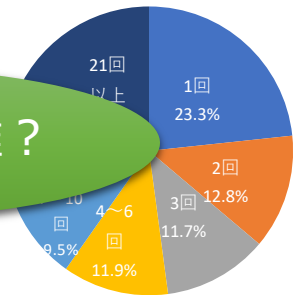


• お客様分析

一番の顧客は誰？

全体 (n=639)

平均回数 26.0



響く・刺さる内容

• チラシ作成



実績 事例①

▶ 三ツ境駅前商店街『角よし』

独自の手法でターゲットの単身者と高齢者の居宅を見極め、毎週300枚のチラシを継続配布



単身者用 **反応率 3%** 高齢者用

昭和27年創業
休日、在宅ワークのお昼は、角よしで
お外ランチ
しませんか？

新メニュー

つけ天 1,000円 | かつ丼セット 980円 | 生姜焼き定食 980円

角よし

テーブル席・カウンター席をご用意しています。

三ツ境駅南口、商店街の角地に店を構え、駅から徒歩1分

今日のお昼は、角よしの本格手打ちそばにしませんか？

創業以来の味

昭和27年

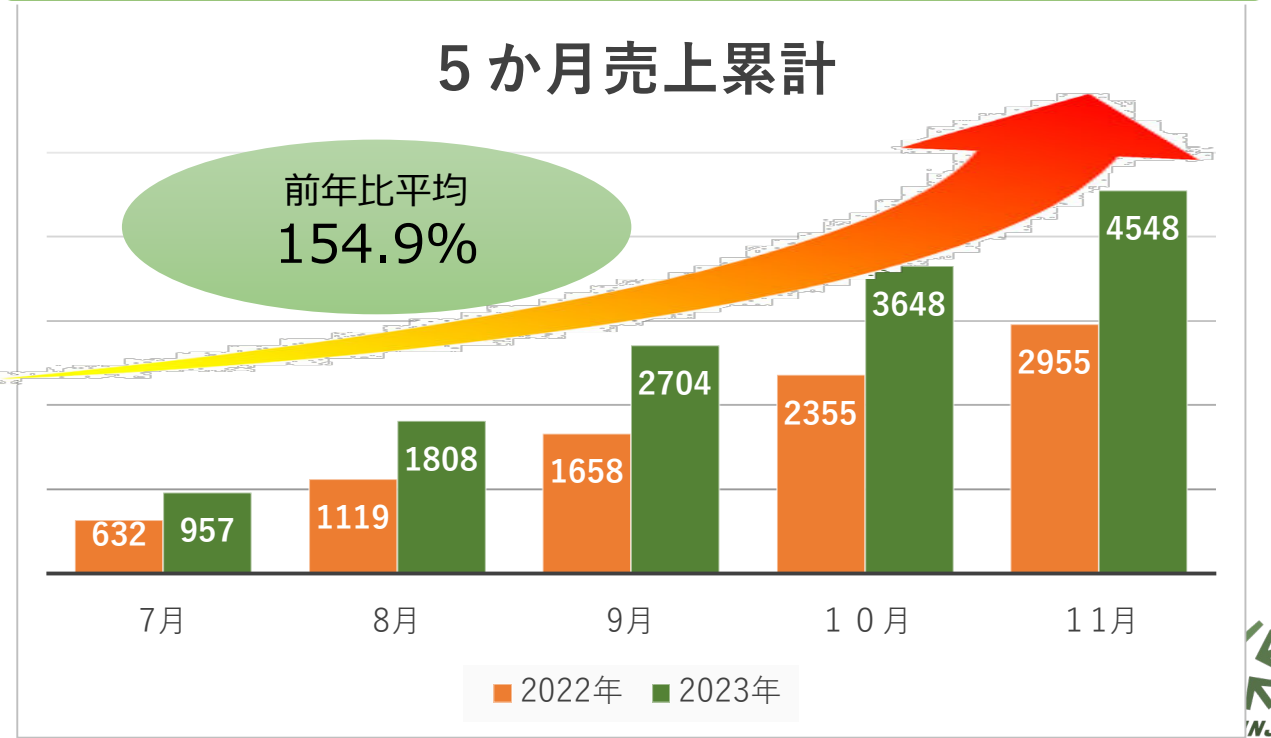
その日のそばをお店で毎日打っています。創業以来の秘伝のお出汁をご堪能ください。

三ツ境駅南口目の前 徒歩1分

三ツ境にお住いのあなたに！

テーブル席・カウンター席をご用意しています。

7月以降、売上前年比150%以上を継続中！



実績 事例②

▶ 鍼灸整骨院 『たか整骨院』

カルテの情報から患者さんの比率を割り出し、見込み客層を見極め、
2022年5月から半年毎週300枚のチラシを継続配布



40代男性向け

ドクターによる
「薄毛・抜け毛治療」
AGA治療薬 **8,000円**/月~

1人1人の症状に合わせてご提案します

雨に濡れても人の目を気にしない毛量を手にいれませんか？

40代女性向け

手術とは違う！痛みもなくキレイな形へ！！
1回でココまで！
爪を剥がしたり皮膚を切ったりしない

巻き爪補正

こんなことはありませんか？

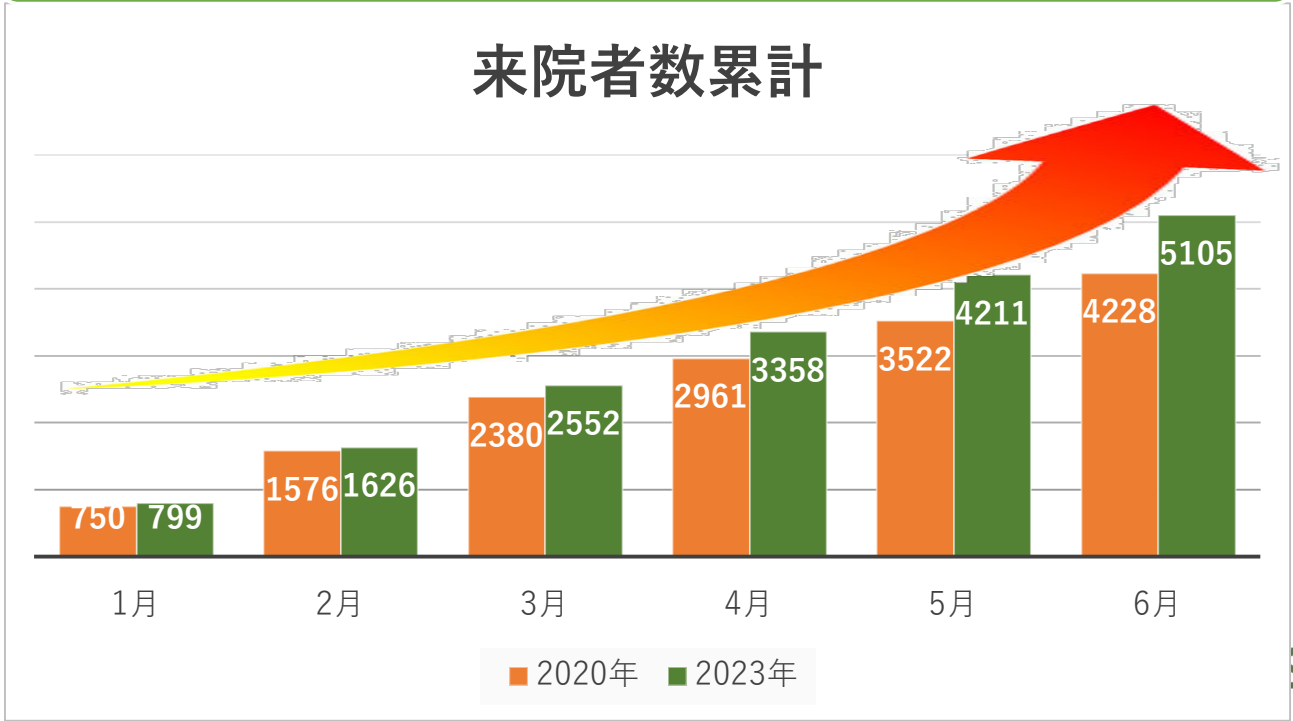
- 歩くと痛い
- 靴に当たって痛い
- ヒールを履くことが多い
- 爪の形が悪い
- 最近爪が分厚くなった
- 爪先が腫れる
- 痛いけどどこへ行けばいいかわからない

当院の巻き爪補正は、日本生まれの特許取得で信頼のある技術です。

- 一度目の補正で痛みから解放される
- 切ったり抜いたりしないので痛くない
- 透明のプレートを使うので目立たない
- 巻き爪、陥入爪、などどんな爪にも対応

ターゲットに刺さるチラシ

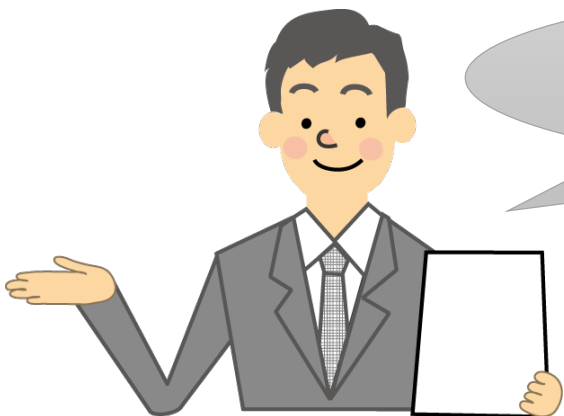
2023年コロナ前の客数**120%超え**継続中！



整骨院の現状

事例：インタビュー結果

150 人以上の整骨院の先生

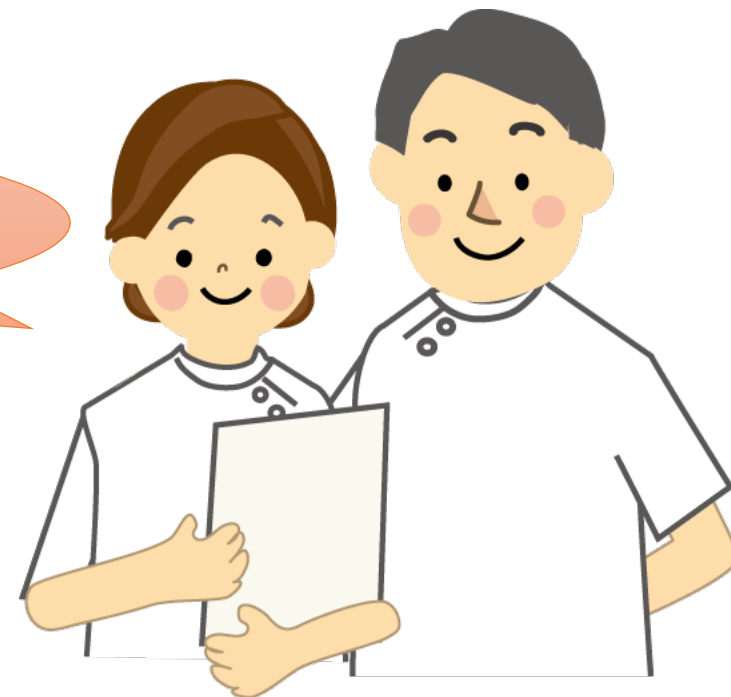


患者さんの**男女比**を
教えてください

だいたい男女半々かな？

患者さんの**年齢別構成比**を
教えてください

50代以上の女性が**だいたい**4割かな？

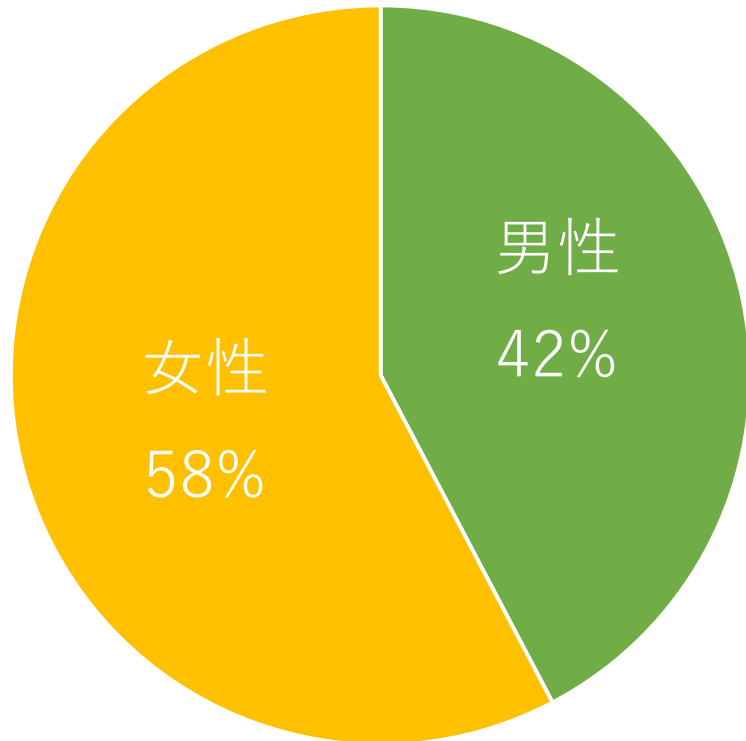


カルテはエクセルデータになっているのに…

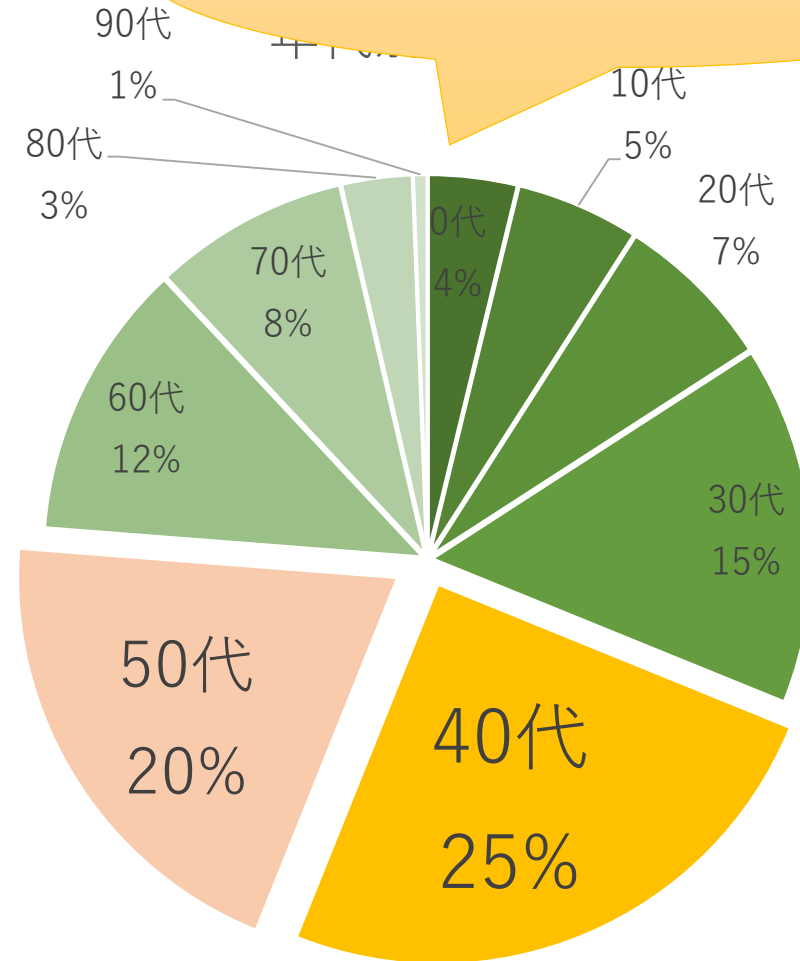
カルテ情報の見える化

顧客データを分析してみると

男女比が明確に

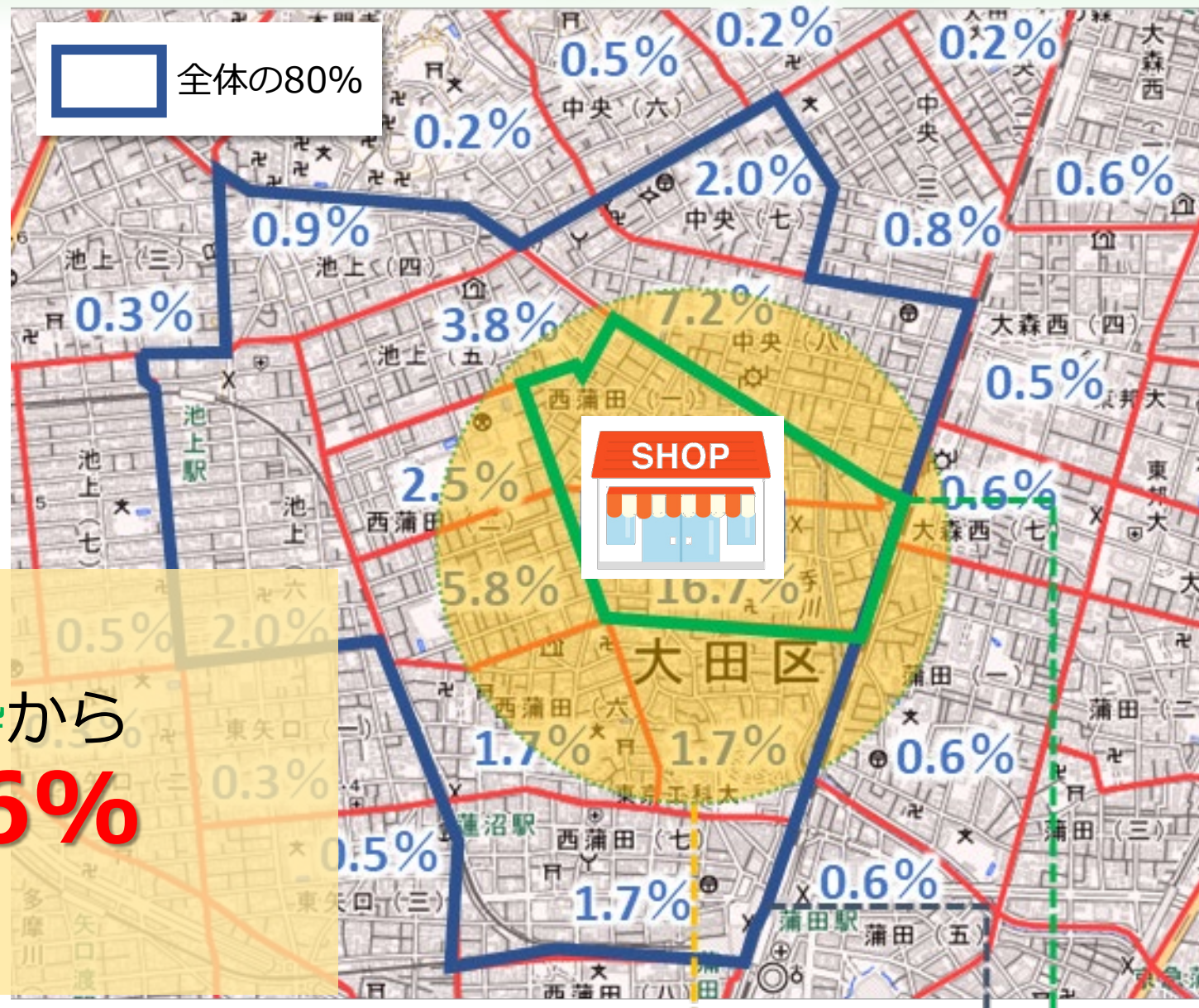


年齢層が明確に



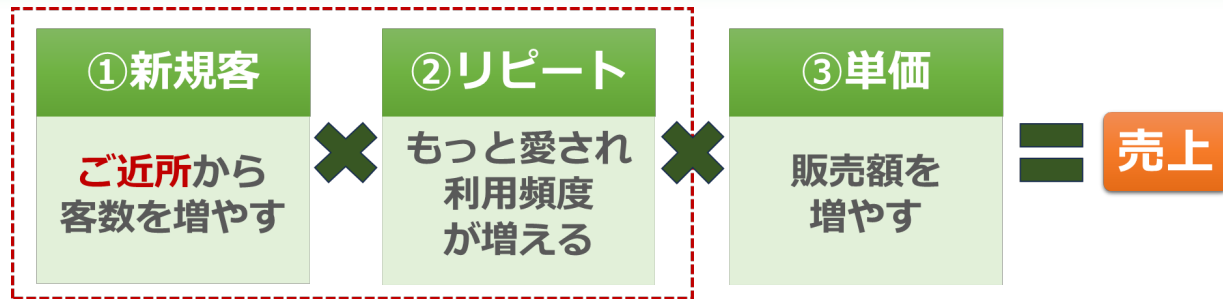
お客様の分布

徒歩5分圏内



徒歩5分圏内の緑枠から
お客様が全体の**56%**

効果



新規客の増加+リピート率UP
が実現できる

隠された真の効果



店舗経営者および従業員の
意識が変わる

- ✓ モチベーションUP
- ✓ 主体的な行動
- ✓ 生産性の向上

店舗経営の改善

横浜市の戦略と「ご近所マーケティング」

お店を利用している人向け

横浜市の掲げる
「商店街活性化」戦略



商店街の活性化



個店の売上UP

トップダウン

商店街としての取り組み

- イベント開催
- 設備の改良

個店としての取り組み

- 店舗の改装
- 品揃えの見直し など

認知度の向上
新規顧客の呼び込み

まだお店を利用していない人向け

ご近所マーケティング

商店街としての成果

- 来客数増加
- 商店街活性化

個店としての成果

- 新規リピート客獲得
- 売上UP

ボトムアップ

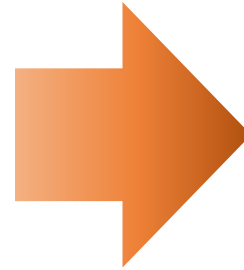
認知度の向上
新規顧客の呼び込み

ご近所からの

ボトムアップの効果

個店としての成果

- 新規リピート客獲得
- 売上UP



商店街としての成果

- 来客数増加
- 商店街活性化



料金体系

商店街店舗にヒヤリングを実施し、価格設定（導入しやすくしている）

商品／サービス	契約期間	チラシ配布	金額
1) いつDEMOどこDEMOご近所M			
動画コンテンツ+セッション（2回）	無期限	—	一括 7万円
2) 「ご近所M」DE商店街活性化			
【伴走型】新規リピート顧客獲得	6か月	月2回×5か月	月額 5万円
3) 「ご近所M」DE経営基盤安定化			
持続化補助金活用プラン	7か月～13か月	全24回	一括 75万円 (実質25万円)

※ご近所M = ご近所マーケティング

ご近所マーケティングの思い

大手企業では当たり前のことも
ほとんどの店舗では実践されていない

近所からの安定的な集客が実現すれば
経営が安定する → 地域の活性化

まずは、すべての店舗に「ご近所」を知って欲しい！

横浜ビジネスグランプリ2024 ご報告

Yokohama

THE

横浜ビジネスグランプリ2024

YOXOアワード

ファイナルステージレポート

FINAL

Business

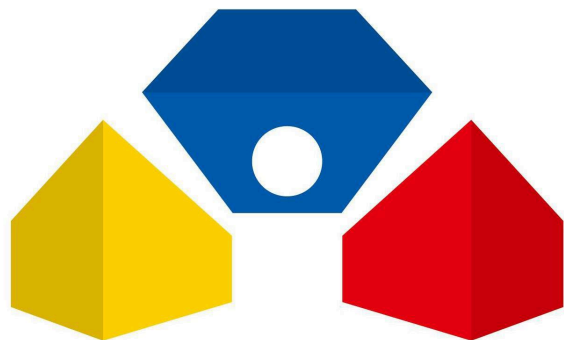
Grand Prix



ファイナルステージ会場 / 横浜・情文ホール

2024.2.2 (金)

協賛賞受賞:よこしん賞(横浜信用金庫)、
ハマ福賞受賞(横浜市信用保証協会)



YOKOHAMA BUSINESS GP
横浜ビジネスグランプリ

「当たり前」だが殆どの個店が未実施の手法による 経営改善支援

WEB SITE

小規模店舗において売上を上げ続けるためには、新規客を集めリピート率を上げることが大切な要素である。一般的なWebマーケティングとは異なり、ご近所マーケティングは、お客様の55%は来店時間が5分以内と考え、対象エリアを半径350m圏内と設定している。ご近所マーケティングには、3つのポイントがある。①自店の立地を理解すること②ご近所のお客様を理解すること③ご近所に商品・サービスを効果的に告知すること。

ご近所からの安定的な集客を実現し、店舗の経営が安定化することで地域の活性化に繋がることを目指す。



ご近所マーケティング
株式会社
泉 裕幸氏

詳細ご説明QRコード



ご近所マーケティング

<https://go-kinjo-lp.com/>



無料動画

<https://x.gd/fueiW>



立地は商売の神様

<https://x.gd/8Mbaq>



横浜ビジネスG2024

<https://x.gd/1UoFOd>



ご近所デジタルブック

<https://x.gd/wUm0B>