

2020/8/22

(うとQブログ 切羽詰まった「最終的販促策」)

コロナ禍の郊外戸建て住宅街。

朝はやたらと犬の散歩をする人やジョギングをする高齢者の姿が目立つようになりました。

昼は、コロナ禍に合わせて生じたような炎天下のせいか、ひとっこ一人歩いていません。

動いているのはせいぜい蜻蛉と蝉くらい。

夜も人っ子一人歩いていませんが、昼の炎天下とは対照的に、そろそろ秋が近いのか、公園の草陰では鈴虫が鳴き始めました。

一方お店傍の団地群住宅街。

朝は、地元スーパーの開店時間を待つ人の姿が激減しました。

昼は、まあ、そこそこな人出の数ですが、夜となると、元々夜はゴーストタウン化していたのですが近ごろゴーストタウン化する時間がとみに早くなっているような。

我々飲食業の商売というのは、店の前の単位時間当たり通行量 X 通行時間 X 立ち寄り率ですから、郊外店での地元回帰で単位時間当たりの通行量は上がったものの、通行時間が大幅に減ったため売上が厳しくなっているわけです（立ち寄り率は広告投資でキープしているとして）

しかし、国策と国民自らによる自粛警察とで外出自粛が続く限り通行量と通行時間の拡大は難しいでしょう。まあ、せいぜい宅配でしのぐしかありません。

となれば、やはり立ち寄り率を上げるしかない、となります。即ちテイクアウトのお客さんのアップ（内食は勧められませんので）

そこで今、力を入れ始めたのが「当たるも八卦、当たらぬも八卦」のイベントの連発。

もっと言えば興味関心を引きそうな話題の提供。

そんな訳で、カレー屋（飲食業）による「コロナ禍同時進行執筆」の「サバイバル日記」をECサイトで毎月、電子出版（紙本ではないのでコストはが限りなくほぼゼロ、手間暇だけです）することに致しました。無論冊数がそんなに売れないのは承知の上です。

しかしこれはお店の生き残りをかけた、かなり切羽詰まった「最終的販促策」のひとつなのです。

ですので、今月の売上に、その端緒が幾ばくかでも見えるよう、現在、ギリギリの準備を昼夜兼行で進めて居る次第でございます。