週刊WEB
企業経営 MAGAZINE
Vol.641 2019.9.17

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター　2019年9月9日号

2019・2020年度経済見通し

～19年4-6月期GDP2次速報後改定

経済・金融フラッシュ　2019年9月9日号

【8月米雇用統計】

～雇用者数は前月比＋13.0万人と市場予想（＋16.0万人）を下回る一方、賃金の伸びは堅調を維持

経営 TOPICS

統計調査資料

法人企業景気予測調査

（令和元年7－9月期）

経営情報レポート

社員の健康管理は企業の責任
社員を守るメンタルヘルスへの対応策

経営データベース

ジャンル：マーケティング　サブジャンル：マーケティング

口コミマーケティングの重要性
口コミマーケティングの効果を高める方法

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行：税理士法人 KJ グループ

Weekly エコノミスト・レター要旨　2019年9月9日号

ネット
ジャーナル

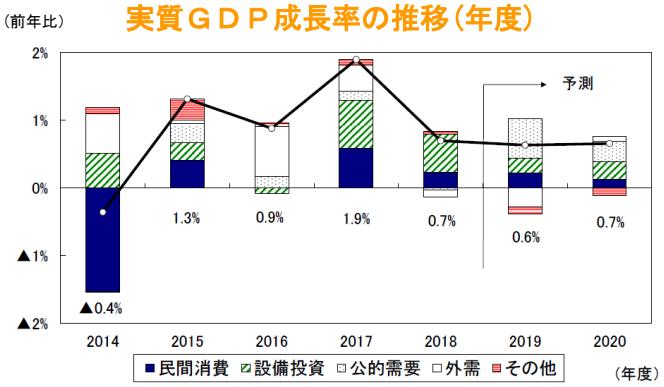
2019・2020年度経済見通し
～19年4-6月期GDP2次速報後改定

ニッセイ基礎研究所

＜実質成長率：2019年度0.6%、2020年度0.7%を予想＞

1　2019年4-6月期の実質GDP（2次速報）は、設備投資の下方修正などから、1次速報の前期比0.4%（年率1.8%）から前期比0.3%（年率1.3%）へ下方修正された。

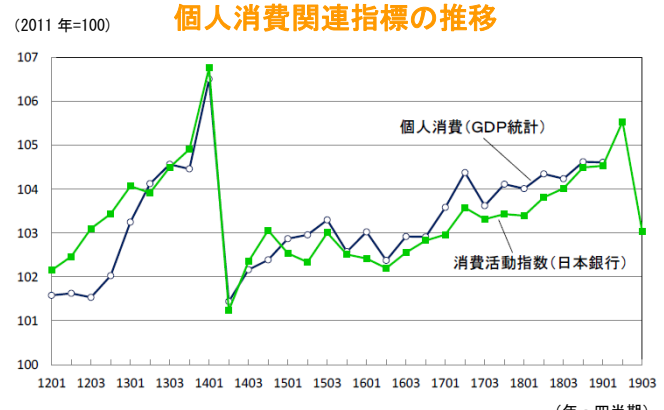
実質ＧＤＰ成長率の推移（年度）



（資料）内閣府経済社会総合研究所「四半期別ＧＤＰ速報」

2　GDP2次速報の結果を受けて、8月に発表した経済見通しを改定した。実質GDP成長率は2019年度が0.6%、2020年度が0.7%と予想する。2019年4-6月期の実績値の下方修正、2019年7-9月期の見通しの下方修正などを反映し、2019年度の見通しを▲0.3%下方修正した。

個人消費関連指標の推移



（注）1903 は 19 年 7 月の数値
（資料）内閣府「四半期別ＧＤＰ速報」、日本銀行「消費活動指数」

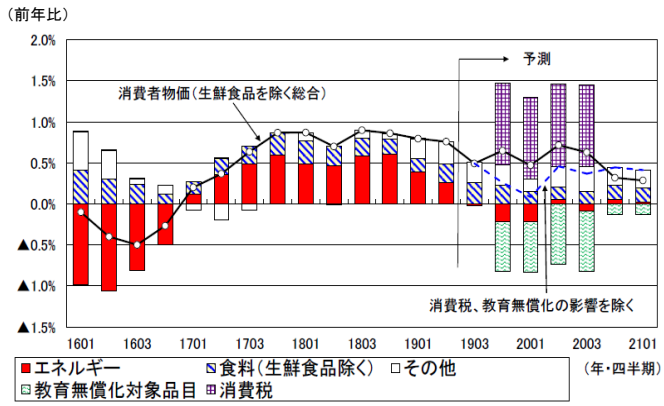
3　大規模な消費増税対策によって消費税率引き上げによる景気への影響は前回（2014年度）に比べれば小さくなるが、前回の増税時と比べて消費の基調は弱く、外部環境も厳しい。

輸出の低迷が長引いた場合には2019年度後半の日本経済は内外需がともに悪化し、景気の牽引役を失う恐れがある。

2020年度は東京オリンピック開催に伴う需要の拡大から前半は高めの成長となるが、後半はその反動から景気の停滞色が強まる可能性が高い。

4　消費者物価上昇率（生鮮食品を除く総合）は、2019年度が0.6%、2020年度が0.5%と予想する。予測期間を通して1%割れの低空飛行が続くだろう。

消費者物価（生鮮食品を除く総合）の予測



（資料）総務省統計局「消費者物価指数」

「Ｗｅｅｋｌｙエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

経済・金融フラッシュ要旨　2019年9月9日号

ネット
ジャーナル

【8月米雇用統計】
～雇用者数は前月比＋13.0万人と市場予想（+16.0万人）を下回る一方、賃金の伸びは堅調を維持

ニッセイ基礎研究所

1 結果の概要：雇用者数は前月、市場予想を下回る、失業率は前月、市場予想に一致

９月６日、米国労働省（ＢＬＳ）は８月の雇用統計を公表した。非農業部門雇用者数は、前月対比で+13.0 万人の増加(注1)（前月改定値：+15.9 万人）と、+16.4 万人から下方修正された前月を下回り、市場予想の+16.0 万人（Bloomberg 集計の中央値、以下同様）も下回った。

失業率は 3.7%（前月：3.7%、市場予想：3.7%）とこちらは前月、市場予想に一致した。

労働参加率(注2)は63.2%（前月:63.0%）と前月から+0.2%ポイント上昇した。

（注１）
季節調整済の数値。以下、特に断りがない限り、季節調整済の数値を記載している。
（注２）
労働参加率は、生産年齢人口（16 歳以上の人口）に対する労働力人口（就業者数と失業者数を合計したもの）の比率。

2 結果の評価：労働需給は依然タイトなものの、雇用増加のペースは鈍化

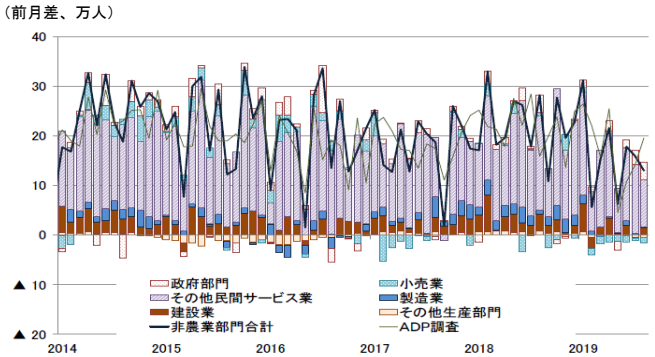
8 月の雇用増加数が 10 万人台前半に留まったほか、過去２ヵ月分が合計▲2.0 万人下方修正された結果、過去３ヵ月の月間平均雇用増加数は 15.6 万人増、19 年通年では 15.8 万人増となった。

これは 18 年通年の 22.3 万人増からは低下したものの、当研究所の 19 年通年予想（10 万人台半ばから後半）に概ね沿った水準である。

3 事業所調査の詳細：民間サービス部門の伸びが鈍化

事業所調査のうち、民間サービス部門は前月比+8.4万人（前月：+13.3万人）と前月から伸びが大幅に鈍化し、3ヵ月ぶりに1桁台の伸びに留まった。民間サービス部門の中では、娯楽・宿泊が前月比+1.2万人（前月：▲0.7万人）と前月からプラスに転じたほか、専門・サービスも+3.7万人（前月：+3.6万人）と前月並みの伸びを維持した。

非農業部門雇用者数の増減（業種別）



（資料）BLSよりニッセイ基礎研究所作成　（月次）

4 家計調査の詳細：労働力人口は４ヵ月連続増加、労働参加率は３ヵ月連続で上昇

家計調査のうち、８月の労働力人口は前月対比で+57.1 万人（前月：+37.0 万人）と４ヵ月連続の増加となった。内訳を見ると、就業者数が+59.0 万人（前月：+28.3 万人）と大幅に増加した一方、失業者数が▲1.9 万人（前月：+8.8 万人）とこちらは４ヵ月ぶりに減少した。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

経営 TOPICS
統計調査資料
抜 粋

法人企業景気予測調査
（令和元年7-9月期）

内閣府、財務省　2019年9月11日公表

結果の概要

1 貴社の景況

◆現状（令和元年７～９月期）

●「貴社の景況判断」ＢＳＩを全産業でみると、大企業は 1.1%ポイントとなり、平成 30 年 10～12 月期以来３期ぶりの「上昇」超

●中堅企業は「上昇」超、中小企業は「下降」超

◆見通し

●大企業は令和元年 10～12 月期に「下降」超に転じるものの、令和２年１～３月期には「上昇」超となる見通し

●中堅企業は令和元年 10～12 月期に「下降」超に転じる見通し、中小企業は「下降」超で推移する見通し

〔単位：%ポイント〕

		平成31年４～６月 前回調査	令和元年７～９月 現状判断	令和元年10～12月 見通し	令和２年１～３月 見通し
大企業	全産業	▲ 3.7	(6.7) 1.1	(0.4) ▲ 0.4	1.7
	製造業	▲ 10.4	(7.2) ▲ 0.2	(5.5) 1.7	1.7
	非製造業	▲ 0.4	(6.5) 1.8	(▲ 2.1) ▲ 1.4	1.7
中堅企業		▲ 5.3	(5.6) 0.5	(▲ 1.7) ▲ 4.5	▲ 0.6
中小企業		▲ 15.0	(▲ 5.2) ▲ 10.0	(▲ 8.1) ▲ 11.2	▲ 8.6

※1（ ）書きは前回調査時の見通し。※2 前四半期と比較しての「上昇」－「下降」社数構成比。

2 国内の景況

◆現状（令和元年７～９月期）

●「国内の景況判断」ＢＳＩを全産業でみると、大企業は▲1.6%ポイントとなり、平成 31 年１～３月期以降３期連続の「下降」超

●中堅企業、中小企業はいずれも「下降」超

◆見通し

●大企業は「下降」超で推移する見通し

●中堅企業、中小企業はいずれも「下降」超で推移する見通し

〔単位：%ポイント〕

		平成31年４～６月 前回調査	令和元年７～９月 現状判断	令和元年10～12月 見通し	令和２年１～３月 見通し
大企業	全産業	▲ 3.6	(4.5) ▲ 1.6	(▲ 11.0) ▲ 15.8	▲ 0.8
	製造業	▲ 8.6	(3.8) ▲ 5.1	(▲ 6.1) ▲ 13.6	0.0
	非製造業	▲ 1.1	(4.9) 0.1	(▲ 13.4) ▲ 16.9	▲ 1.2
中堅企業		▲ 8.8	(0.4) ▲ 3.1	(▲ 20.9) ▲ 24.6	▲ 9.8
中小企業		▲ 20.1	(▲ 11.6) ▲ 14.7	(▲ 22.0) ▲ 28.7	▲ 19.6

※1（ ）書きは前回調査時の見通し。※2 前四半期と比較しての「上昇」－「下降」社数構成比。

3 雇 用

◆現状（令和元年９月末）

●「従業員数判断」ＢＳＩを全産業でみると、大企業は21.4%ポイントとなり、平成23年9月末以降33期連続の「不足気味」超

〔単位：%ポイント〕

		令和元年６月末 前回調査	令和元年９月末 現状判断	令和元年12月末 見通し	令和２年３月末 見通し
大企業	全産業	21.1	(18.6) 21.4	(17.4) 18.8	17.9
	製造業	14.9	(12.4) 13.1	(12.1) 11.4	10.5
	非製造業	24.2	(21.6) 25.4	(20.0) 22.4	21.5
中堅企業		34.0	(30.7) 32.7	(27.4) 28.5	25.2
中小企業		30.8	(28.1) 29.4	(26.3) 27.5	24.3

※1（ ）書きは前回調査時の見通し。　※2 四半期末の「不足気味」－「過剰気味」社数構成比。

●中堅企業、中小企業はいずれも「不足気味」超

◆見通し

●大企業は「不足気味」超で推移する見通し

●中堅企業、中小企業はいずれも「不足気味」超で推移する見通し

4 企業収益

◆売上高

●令和元年度は、0.7%の増収見込み

●業種別にみると、製造業、非製造業ともに増収見込み

◆経常利益

●令和元年度は、4.6%の減益見込み

●業種別にみると、製造業、非製造業ともに減益見込み

■寄与の大きい業種（全規模）

〔前年度比増減率、単位：%〕

			業種	令和元年度通期
売上高 0.7 〔金融業、保険業を含まない〕	製造業 0.5	増収	食料品製造業	2.0
			その他製造業	0.9
		減収	金属製品製造業	▲ 1.9
			繊維工業	▲ 3.3
	非製造業 0.8	増収	不動産業	4.5
			電気・ガス・水道業	6.5
		減収	鉱業、採石業、砂利採取業	▲ 2.7
			―	―
経常利益 ▲ 4.6	製造業 ▲ 9.1	増益	食料品製造業	9.6
			その他製造業	8.6
		減益	自動車・同附属品製造業	▲ 24.0
			電気機械器具製造業	▲ 25.8
	非製造業 ▲ 2.7	増益	小売業	4.8
			不動産業	3.3
		減益	サービス業	▲ 10.2
			情報通信業	▲ 6.7

※ 今回調査の「売上高」の増収・減収、「経常利益」の増益・減益に寄与した製造業・非製造業別上位２業種。

5 設備投資

◆生産・販売などのための設備（ＢＳＩ）

●令和元年９月末の「生産・販売などのための設備判断」ＢＳＩをみると、大企業、中堅企業、中小企業いずれも「不足」超

●先行きをみると、大企業、中堅企業、中小企業いずれも「不足」超で推移する見通し

〔単位：％ポイント〕

	令和元年６月末 前回調査	令和元年９月末 現状判断	令和元年12月末 見通し	令和２年３月末 見通し
大企業	1.7	(1.7) 2.1	(1.4) 0.8	1.0
中堅企業	6.5	(5.7) 4.6	(4.0) 3.9	3.5
中小企業	7.7	(6.5) 9.1	(5.7) 6.2	4.0

※1（　）書きは前回調査時の見通し。　※2 四半期末の「不足」－「過大」社数構成比。

◆設備投資額（ソフトウェア投資額を含む、土地購入額を除く）

●令和元年度は、8.3%の増加見込み

●業種別にみると、製造業、非製造業ともに増加見込み

〔前年度比増減率、単位：%〕

		全産業	製造業	非製造業
設備投資	令和元年度	(9.0) 8.3	(9.2) 8.9	(8.8) 7.9

※1（　）書きは前回調査結果。※2 平成 30 年度・令和元年度ともに回答のあった法人（8,875 社）を基に推計。
※3 法人企業景気予測調査では、有形固定資産及びソフトウェアの新設額を設備投資として扱っている。

6 今年度における設備投資の対象

●設備投資の対象を全産業でみると、大企業は「ソフトウェア」の重要度が最も高く、次いで「生産・販売等の機械及び装置（情報機器を除く）」、「工具、器具及び備品」の順に重要度が高い

●中堅企業は「ソフトウェア」、中小企業は「工具、器具及び備品」の重要度が最も高い

〔回答社数構成比、単位：%〕

		1位		2位		3位	
大企業	全産業	ソフトウェア	53.0	生産・販売等の機械及び装置（情報機器を除く）	49.1	工具、器具及び備品	38.1
	製造業	生産・販売等の機械及び装置（情報機器を除く）	88.7	工具、器具及び備品	48.2	建物（工場・店舗等の生産・販売等用）	43.2
	非製造業	ソフトウェア	59.8	情報機器	43.8	工具、器具及び備品	33.2
中堅企業		ソフトウェア	51.0	情報機器	44.9	工具、器具及び備品	43.7
中小企業		工具、器具及び備品	39.8	ソフトウェア	38.9	情報機器	37.9

※ 10 項目中３項目以内の複数回答による回答社数構成比。

法人企業景気予測調査（令和元年７-９月期）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。

経営情報レポート
要約版

労務

社員の健康管理は企業の責任

社員を守るメンタルヘルスへの対応策

1.企業が見過ごせないメンタルヘルスケア
2.一次予防を強化するストレスチェック制度の概要
3.メンタルヘルスケアを支援する行政の対応策
4.社員へのメンタルヘルスケアの取り組み事例

■参考文献
厚生労働省「労働安全衛生法に基づくストレスチェック制度実施マニュアル」　社員のメンタルヘルスを整えるストレスチェック制度の実践（松本桂樹著）　産業精神医学＆経営学の視点からみたストレスチェック活用法（梅田忠敬著）　東京都　ＴＯＫＹＯはたらくネットＨＰ　東京都労働相談情報センター　働くあなたのメンタルヘルスＨＰ　独立行政法人社員健康安全機構　産業保健関係助成金ＨＰ

1 企業経営情報レポート

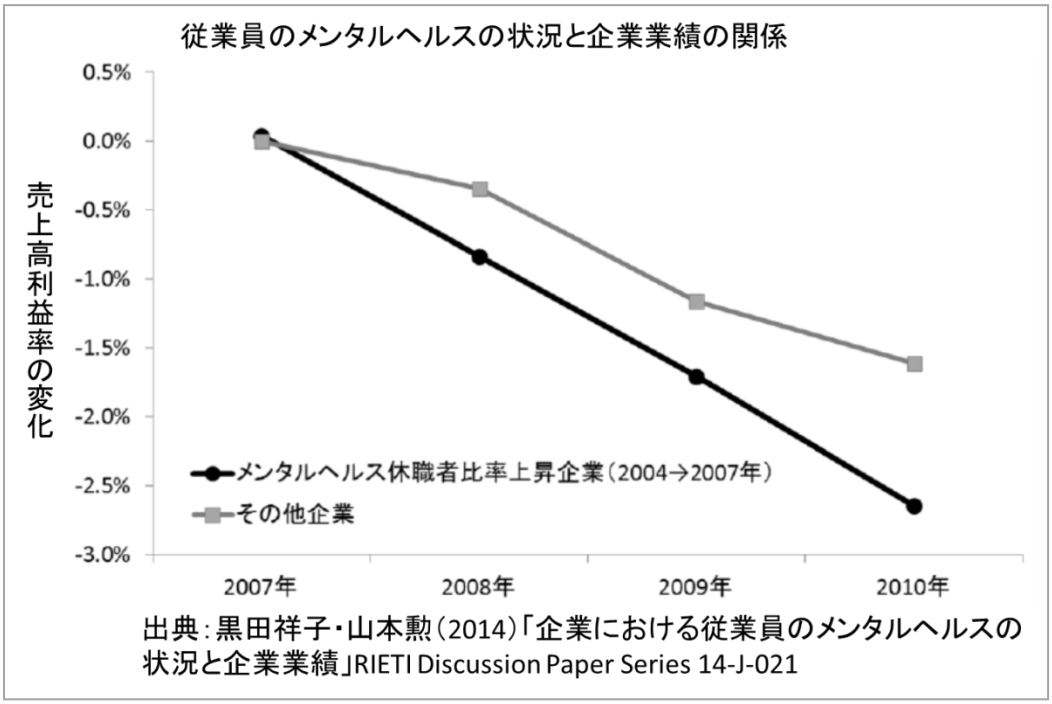
企業が見過ごせないメンタルヘルスケア

「自分の健康は自分で管理する」、これはごく当たり前のことです。企業の経営者や管理職から、「社員個人の領域まで面倒を見きれない」という声も聞かれますが、実はここに職場のメンタルヘルスを考える際の落とし穴があります。

つまり、メンタルヘルスを個人の問題にさせてしまうと、企業は不調に陥った社員を「本人のせい」として不適切な対応を取ってしまう恐れがあります。不適切な対応によって、当該社員を不幸な結果に招くことにもつながり、その結果、本人や家族にとってだけでなく、自社にとっても大きな損失を招くことになります。本レポートでは、自社の損失につながりかねない社員をメンタル不全から守るためのポイントについて解説しています。

■ 企業の生産性に直結するメンタルヘルスケア

独立行政法人経済産業研究所が行った企業における「社員のメンタルヘルスの状況と企業業績の関係」を追った研究結果では、メンタルヘルスの社員と売上高利益率の関係が明らかになっています。社員のメンタルヘルスの状況と企業業績の関係を示したグラフでは、2004 年（平成 16 年）から 2007 年（平成 19 年）にかけてメンタルヘルス休職者比率が上昇した企業と、それ以外の企業に分け、売上高利益率の変化を比較しています。



その結果、売上高利益率の減少率は、メンタルヘルス休職者比率が上昇した企業ほど大きいことが明らかになりました。また、年を追うごとに、その差が顕著となっています。このことから、社員のメンタルヘルス不調は、企業の利益率を押し下げる影響を持っていると言えます。

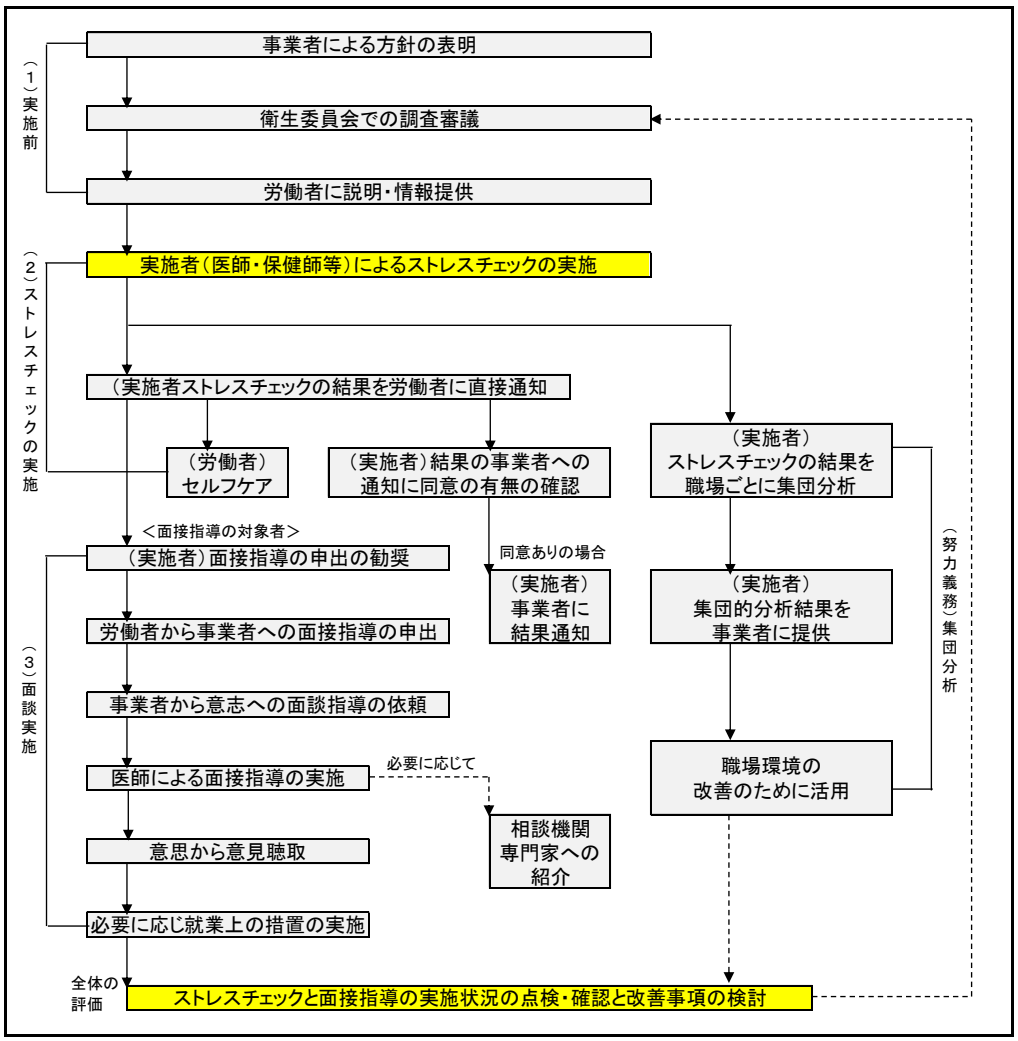
2 企業経営情報レポート
一次予防を強化するストレスチェック制度の概要

■ ストレスチェック制度の概要

平成 27 年 12 月から、常時 50 人以上の社員を使用する事業場に対してストレスチェック制度の実施が義務づけられるなど、企業には、メンタルヘルスへの取り組み強化が求められています。ストレスチェック制度は、常時 50 人以上の社員を使用する事業場において、年に１度、社員のストレスや心身の状態についての検査を行うという仕組みです（労働安全衛生法 66 条の 10、労働安全衛生規則 52 条の 9)。

ストレスチェックを実施する者を「実施者」と呼びます。実施者は、医師、保健師、厚生労働大臣の定める研修を受けた看護師・精神保健福祉士の中から選ぶ必要があり、外部委託も可能です。その他、実施者を補助するための実施事務従事者などについても、役割を決めておかなければなりません。

■ストレスチェックと面接指導の実施に係る流れ



出典：厚生労働省労働基準局安全衛生部労働衛生課産業保健支援室
「改正労働安全衛生法に基づくストレスチェック制度について

3 企業経営情報レポート

メンタルヘルスケアを支援する行政の対応策

■ 労働災害の絶滅を目指している中災防

中央労働災害防止協会（中災防）は、事業主の自主的な労働災害防止活動の促進を通じて、安全衛生の向上を図り、労働災害の絶滅を目指すことを目的として昭和 39 年（1964 年）に設立されました。 以来、その公益的使命を達成すべく、安全で健康・快適な職場づくりを支援するため、各種の事業を積極的に展開しています。

この中災防では、職場環境の現状を的確に把握し、その上で問題点を発見し、具体的な職場全体の取り組みに役立てるための調査票「快適職場調査票（ソフト面）」を公表しており、自社の職場環境改善に役立てることができます。

■中災防による職場調査シート

快適職場調査（ソフト面）						
		全くあてはまる	どちらかといえばあてはまる	どちらともいえない	どちらかといえばあてはまらない	全くあてはまらない
下記の設問について、該当すると思う箇所に○を付けてください。						
領域1						
1	意欲を引き出したり、キャリア形成に役立つ教育が行われている。	5	4	3	2	1
2	若いうちから将来の進路を考えて人事管理が行われている。	5	4	3	2	1
3	グループや個人ごとに、教育・訓練の目標が明確にされている。	5	4	3	2	1
4	この職場では、誰でも必要なときに必要な教育・訓練がうけられる。	5	4	3	2	1
5	この職場では、従業員を育てることが大切だと考えられている。	5	4	3	2	1
	○を付けた点数を合計し、合計点を5で割り小数点1位まで記入してください。	領域1 合計		点÷5＝		点
領域2						
6	上司は、仕事に困った時に頼りになる。	5	4	3	2	1
7	上司は、部下の状況に理解を示してくれる。	5	4	3	2	1
8	上司や同僚と気軽に話ができる。	5	4	3	2	1
9	この職場では、上司と部下が気兼ねのない関係にある。	5	4	3	2	1
10	上司は、仕事がうまく行くように配慮や手助けをしてくれる。	5	4	3	2	1
	○を付けた点数を合計し、合計点を5で割り小数点1位まで記入してください。	領域2 合計		点÷5＝		点
領域3						
11	自分の新しいアイデアで仕事を進めることができる。	5	4	3	2	1
12	仕事の目標を自分で立て、自由裁量で進めることができる。	5	4	3	2	1
13	自分のやり方と責任で仕事ができる。	5	4	3	2	1
14	仕事の計画、決定、進め方を自分で決めることができる。	5	4	3	2	1
15	自分の好きなペースで仕事ができる。	5	4	3	2	1
	○を付けた点数を合計し、合計点を5で割り小数点1位まで記入してください。	領域3 合計		点÷5＝		点
領域4						
16	世間的に見劣りしない給料がもらえる。	5	4	3	2	1
17	働きに見合った給料がもらえる。	5	4	3	2	1
18	地位に合った報酬を得ている。	5	4	3	2	1
19	給料の決め方は、公平である。	5	4	3	2	1
20	この会社の経営は、うまくいっている。	5	4	3	2	1
	○を付けた点数を合計し、合計点を5で割り小数点1位まで記入してください。	領域4 合計		点÷5＝		点
領域5						
21	自分の仕事は、よりよい社会を築くのに役立っている。	5	4	3	2	1
22	自分の仕事が、社会と繋がっていることを実感できる。	5	4	3	2	1
23	自分の仕事は、世間から高い評価を得ている。	5	4	3	2	1
24	自分の仕事に関連することが、新聞やテレビによくでる。	5	4	3	2	1
25	今の職場やこの仕事にかかわる一員であることに、誇りに思っている。	5	4	3	2	1
	○を付けた点数を合計し、合計点を5で割り小数点1位まで記入してください。	領域5 合計		点÷5＝		点
領域6						
26	この職場には、世間よりも長い夏季休暇や年次休暇がある。	5	4	3	2	1
27	この職場では、産休、育児休暇、介護休暇がとりやすい。	5	4	3	2	1
28	この職場では、年次有給休暇を取りやすい制度や雰囲気がある。	5	4	3	2	1
29	この職場には、心や身体の健康相談にのってくれる専門スタッフがいる。	5	4	3	2	1
30	心や身体の健康相談のために、社外の医療機関などを気軽に利用できる。	5	4	3	2	1
	○を付けた点数を合計し、合計点を5で割り小数点1位まで記入してください。	領域6 合計		点÷5＝		点
領域7						
31	仕事はいつも時間内に処理できる。	5	4	3	2	1
32	全体として仕事の量と質は、適当だと思う。	5	4	3	2	1
33	残業、休日、休憩を含めていまの労働は適当だと思う。	5	4	3	2	1
34	翌日までに仕事の疲れを残すことはない。	5	4	3	2	1
35	家に仕事を持ち帰ったことはめったにない。	5	4	3	2	1
	○を付けた点数を合計し、合計点を5で割り小数点1位まで記入してください。	領域7 合計		点÷5＝		点
領域1～領域7の合計点を合計した数を35で割り小数点1位まで記入してください。		総合計		点÷35＝		点

4 企業経営情報レポート
社員へのメンタルヘルスケアの取り組み事例

■ メンタルヘルスケアに関する全社員への教育体系を整備したA社

各種産業用セラミック製造業のA社の事業場では、４つのメンタルヘルスケア（セルフケア、ラインによるケア、事業場内産業保健スタッフによるケア、事業場外資源によるケア）を柱に活動しています。具体的には、メンタルヘルスの「セルフケア」や「ラインによるケア」に関する教育を充実するとともに、病気やケガをした従業員の就業制限を徹底し、心とからだの健康の維持・増進を図っています。同社の安全衛生スタッフへメンタルヘルス相談に来るときに、７割近くの割合で上司が部下を連れてくる（本人同意のもと）ため、ラインによるケアという面では、メンタルヘルス教育の程度の効果が出ています。

同社では、メンタルヘルス専門の産業医の指導のもと、社内でメンタルヘルスを解説した小冊子（セルフケアハンドブック）を作成して全従業員へ配布し、セルフケアも推奨しています。この冊子には、ストレスチェックの項目もあるため、自分のストレス状態を知ることもできます。

当事業場のメンタルヘルスでは、例えば、入社１年目の社員には「うつ病はだれでもかかる病気だが、適正な治療で回復し、職場に復帰できる」ことを理解してもらい、変調に対する気づきのヒントや病気にかかりにくい生活のアイデアを教え込み、セルフケアを学ばせています。

職長レベルの社員へは、部下の相談への対応方法（むやみに激励してはいけない、本人の同意のもと事業所内の診療所へ連れて来ること、など）を学ぶプログラムで、ラインによるケアの充実を図っています。

■A社のメンタルヘルス教育体系

新入社員（入社時）	メンタルヘルス入門 （心身の管理、健康要保護者管理の仕組み等）
新入社員（４カ月経過）	メンタルヘルス初級（うつ病とは）
入社２年目	メンタルヘルス中級（交流分析）
主任昇格	職場のコミュニケーション（傾聴法等）
管理職１（昇格時）	ストレスの自己チェック
管理職２	産業医によるメンタルヘルス研修

また同社には、昭和 48 年からすでに「健康要保護者管理」という仕組みがあります。

これは不幸にしてケガを負ったり、病気になった従業員に対し、その程度に応じて就業の制限をする制度で、状況に応じて保護措置を行いながら就業させるシステムです。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

経営データベース

Question

Answer

ジャンル：マーケティング ＞ サブジャンル：マーケティング

口コミマーケティングの重要性

口コミマーケティングの重要性について教えてください。

■口コミマーケティングとは何か

「口コミマーケティング」とは、文字通り「人から人への情報伝達を介してマーケティング活動を行う」手法です。この口コミマーケティングは、1950年代のアメリカで、初めて正式なマーケティング手法として活用され始めました。ある広告代理店が、依頼主から要請のあったキャンペーン商品について、２人１組の「工作員」のペアを作り、街中や地下鉄、エレベータ内、スタジアムなど、大勢の人が集まる場所で、「〇〇は本当にいい商品だった」、「××は本当にお買い得だった」といった会話をさせました。この意図的な口コミ手法の効果はてき面で、それまで全く売れなかった商品が、突然、あるデパートで何千個も売れるという結果を招きました。

■口コミマーケティングが重要な理由

今「口コミマーケティング」の持つ重要性が大きく変化しています。

その大きな要因は、「企業の社会的責任の増大」、「携帯電話」と「インターネット」の普及です。この３つの要素がここ数年の間に急速に、かつ広く社会に浸透しました。

この３つの要因がマーケティングに与えた影響は３つに留まりません。

- 企業の不正、不良品に対する社会的批判の増大
- 携帯電話によるメール
- 携帯電話での写真撮影
- 携帯電話でのインターネット
- 携帯による電話連絡の即時化・容易化
- 携帯電話普及の年齢層の拡大（若年層、高齢層）
- インターネット上での情報が双方向化
- インターネット上で有力ユーザーが出現
- ブログ、SNS 等でのコミュニティーの形成

ワン・トゥ・ワン・マーケティング時代の到来と言われはじめてずいぶんたちました。ここに来て、ワン・トゥ・ワン・マーケティングはさらに進化していると言えます。

経営データベース

Question

Answer

ジャンル：経営実務 ＞ サブジャンル：経営手法

口コミマーケティングの効果を高める方法

口コミマーケティングの効果を高める方法について教えてください。

口コミの主役は、自社製品の熱心なファン、すなわちアンバサダー（使者）です。商品やサービスに対する体験を強化し顧客のアンバサダー化を図ることで、口コミは非常にうまくいきます。

■商品やサービスの体験を強化する

口コミの主役は、自社製品の熱心なファン、すなわちアンバサダー（使者）です。商品やサービスに対する体験を強化し、顧客のアンバサダー化を図ることで、口コミは非常にうまくいきます。そのための仕掛けとして、３つの手法があります。

❶ 商品・サービスの開発に参加してもらう	❷ 工場、会社訪問をしてもらう
❸ 特別イベントに参加してもらう	

■インセンティブの準備

口コミマーケティングを推進する際に、インセンティブの準備も必要です。ここでのポイントは、伝播者だけでなく、口コミを受けて購入してくれる顧客に対するインセンティブも準備することです。特に善意で口コミしてくれるアンバサダーは、良いものを人に薦めて喜んでもらいたいという気持ちが、口コミの動機となる場合が多いという特性を持っています。したがって、自分に対する見返りもさることながら、紹介した人も自分と同様のインセンティブを享受することに喜びを感じます。例えば、紹介であれば「入会金無料」「初回購入分○％ＯＦＦ」などです。

■フェイス・トゥ・フェイス（リアル）で広めてもらう

●話してもらう・見てもらう

「これを伝えてほしい」と押し付けられたものは、「自発的な広がり」を見せません。
顧客には「話すきっかけ」「ヒントになるツール」をさりげなく提供しておくことです。
企業側ができることは以下の４つです。

❶ サンプル（カタログ）を配る	❷ イベントを開催する
❸ 特マス広告を利用して認知度を上げておく	❹ 著名人を利用する