



朝晩の冷え込みがはつきりする月です。10月は「Go Toキャンペーン（トラベル・イベント・イート）」など、消費需要への喚起拡大が見込めます。アウトドアレジャーやスポーツも盛んになる季節ですので、行楽の秋を考慮した提案が必要です。また、コロナの状況を考慮して、世代別におうちで楽しむハロウインの楽しみ方を提案してみるのもよいでしょう。

週	第31週 9月28日～10月4日	第32週 10月5日～11日	第33週 10月12日～18日	第34週 10月19日～25日	第35週 10月26日～11月1日
行事	9/28 世界狂犬病デー、くつやの日 9/29 クリーニングの日、接着の日 9/30 クレーンの日、くるみの日 10/1 法の日、印章の日、 コーヒーの日、日本茶の日、 日本酒の日、メガネの日 10/2 国際非暴力デー、豆腐の日、 杜仲の日、レクタウンの日 10/3 登山の日、ドイツパンの日、 洗浄の日 10/4 都市景観の日、古書の日、 イワシの日、陶器の日、天使の日 環境衛生週間（9/24～10/1）、 結核予防週間（9/24～9/30）	10/5 社内報の日、時刻表記念日 10/6 国際協力の日、 夢をかなえる日 10/7 盗難防止の日、 大人のダイエットの日、 長崎くんち（～10/9） 10/8 木の日、骨と関節の日、 地熱発電の日、ようかんの日 10/9 世界郵便デー、道具の日、 トクホの日、仙台湾の日 10/10 目の愛護デー、缶詰の日、 まぐろの日、銭湯の日、お好み焼の日 10/11 安全・安心なまちづくりの日	10/12 コロブスデー、豆乳の日、 芭蕉忌 10/13 さつまいもの日、麻酔の日、 豆の日 10/14 鉄道の日、焼うどんの日、 塩美容の日 10/15 きこの日、世界手洗いの日 10/16 世界食糧デー、ボスの日、 グリーンボンDAY 10/17 貯蓄の日、貧困撲滅のため の国際デー、沖縄そばの日 10/18 冷凍食品の日、統計の日、 孫の日	10/19 住育の日、 相続税を考える日、イクメンの日 10/20 えびす講、世界骨粗鬆症 デー、頭髪の日、リサイクルの日 10/21 国際反戦デー、あかりの日 10/22 国際吃音啓発の日、 ドリップコーヒーの日、図鑑の日 10/23 電信電話記念日 10/24 国連デー、文鳥の日、 天女の日、マーガリンの日 10/25 世界バスターデー、新潟米の日	10/26 柿の日、青汁の日、 きしめんの日 10/27 デイバースデー、 文字・活字文化の日、機関誌の日 10/28 速記記念日、おだしの日、 透明美肌の日 10/29 国産とり肉の日、てぶくろの日、 マッコロの日 10/30 香りの記念日、初恋の日、 リラクゼーションの日、マナーの日 10/31 ハロウィン、ガス記念日、 出雲ぜんざいの日 11/1 計量記念日、すしの日、 紅茶の日、本格焼酎の日 読書週間（10/27～11/9）

①衣替えを機に生活全般が秋冬モードに!

→ファッションだけでなく、メイクやインテリア、お肌のメンテナンスなど秋冬モードにチェンジしたくなる願望が強くなります。

③過ごしやすい季節になり行楽シーズンに!

②中旬以降は平均気温が20℃を下回り冬支度が始まる

→薄手の羽織から防寒着、暖房器具や加湿器などへの関心が高まる。

→10月上旬～中旬はキャンプなどのアウトドア、ピクニック、紅葉狩りなど外で過ごしたくなる。

④ニューノーマル! ハロウインの新しい過ごし方に向けての準備!

現状を受けて
お客さまの
気持ち変化予測

MDポイント予測

10月にもなる、「これは今買っても…」「まだ早いな…」などのお客さまの気持ちの迷いはなくなり、ライフスタイルを秋冬モードに切り替えたくになります。10月1日の衣替え、過ごしやすい気候の上旬～中旬はお客さまの購買意欲が高い傾向に…。そして下旬には大きなイベント「ハロウィン」も控えているので「売上の山」を31週～33週、35週で予測し売場作りの準備を進めましょう。

「売上の山」①

次のシーズン“冬物”のアピールで
下旬から次月に向けての準備

「売上の山」②

★秋は「芸術の秋」「読書の秋」「スポーツの秋」「行楽の秋」「食欲の秋」など、楽しみ方は様々…。
自店にフィットする「●●の秋」を演出のキーワードとして週ごとで売場に変化をつけていきましょう!



「読書の秋」 を活かして…

書店では…「この秋に読んで欲しい1冊」としてコーナーを作る
食品物販店舗では…「読書のお供に●●はいかがですか?」とおススメ商品のアピールなど

「行楽の秋」 を活かして…

ファッション店舗では…「お出かけにカラーアイテムを取り入れよう!」などで秋カラーのアイテムをアピール
食品物販店舗では…「ピクニックを華やかに! お弁当にプラス1品」で新作アピールなど

「食欲の秋」 を活かして…

飲食店舗では…「秋限定メニュー!」で旬の食材を使ったメニューのアピール
物販店舗では…「食欲の秋でも大丈夫! 太らない●●」と商品のアピールなど

「ハロウィン」も楽しみ方は変わる!

ハロウィンもウイズコロナに合わせて、「お家でハロウィン」「オンラインでハロウィン」と過ごし方が変わります! コスチュームやメイク用品だけでなく、ハロウィン仕様のインテリアグッズ、ボードゲームなどのアピールは忘れず! 飲食店では、おうちごはんを華やかにするテイクアウトメニューも必須です!

売場作りの仕掛け

★お客さまの購買意欲が高まっている時期、リアル店舗で購入していただくためにも「私だから知っている情報」をひと言プラスしていきましょう。そのために、商品ができた背景やデザイナーさんの想い、売れている理由など、商品に付加価値をつけた接客をしましょう。

接客の仕掛け

部屋着が売れている理由
知っていますか?

お家時間が増えて「オンライン●●」が流行。お家時間をお洒落で贅沢な時間にしてほしいという背景があるそうです!

これからピアスやイヤリングが売れる理由
知っていますか?

秋冬はアウターを着る時期に! 洋服がアウターで見えなくなると唯一のお洒落は顔まわり。今年はマスクもしているため今まで以上にピアスやイヤリングの需要は高まりそう!

秋冬は小物に色物や柄物が
増える理由知っていますか?

洋服が落ち着いた色やボリューム感のあるシルエットのものが増えるので、小物はアクセントになる色・柄物が増えます。またニサイズだと取り入れやすく、コーデのバランスも整えてくれるからです!

他店の好事例
(お客さま体験談
等…)

<お客さまの興味をサインキャッチ>
レジに置いてあるカードにフルーツを模したデザインがあり、一緒に行った方「かわいい」と話していた所、「かわいいですね。昨日からスタートしているデザインなんです」と会話につなげていました。コロナ渦でスタッフ側から接客チャンスを作ることが難しいように感じています。お店への興味を汲み取り、わずかな時間でもコミュニケーションをとるだけで、いい印象へと気持ちが大きく変わりました。



<オンラインを活用したハートキャッチ>
好きなお店のインスタアカウントをフォローしているのですが、可愛い新商品の情報がこまめに流れてきて、情報発信をしていました。通販をしていないショップなのですが、おうち時間が増えたからこそ、可愛い商品を見てお店に行きたくくなりました。来店のきっかけづくりを感じる取り組みだと感じました。

