

## 今月の一言 NO.209

### キーワード：商圏内・商圏外

いくら優れた商品やサービスがあっても、それを買って、利用していただける顧客がいなければビジネスは成り立ちません。そのため、過去から現在に至る顧客の詳細を分析し、それを踏まえつつ、未来の顧客を獲得するための対策を練ることが重要です。お客様は移り気です。過去や現在の優良顧客ばかりに頼っているのではなく、いかに未来の顧客を獲得していくことができるかが、永続企業の大きな条件なのです。注意したいのは、コストダウンでは成長できないということです。成長するためには、売上・売上総利益率のアップが必要です。

売り上げをアップする方法は2つしかありません。客単価をアップするか、客数をアップするかです。客単価をアップするには、値上げか単価アップか、セット販売などによる販売個数アップを検討してください。ただし良い商品、サービスが前提です。客数をアップするには、リピートや紹介による既存客数をアップ（購入頻度アップ）するか、既存商圏内や商圏外で新規顧客数をアップするしかありません。以上、どれも大切ですが、永続企業になるために最も大切なことは、新規顧客数のアップです。長期的視点に立てば、これが最も有効です。

老舗といわれる企業は、新規顧客獲得のために、既存商圏を飛び出し、海外まで販路を広げている例も実は少なくありません。いまや新規顧客を求めて海外に進出することも必要な時代！

### 県外・圏外・国外か！

令和元年5月24日

さいのう とおる

**追伸：令和になって、気分を変えて外に飛びだそう！**