

新店舗立地の検討

Q. 現在の店舗立地では顧客数の増加は見込めない。どうすればいいか？

要旨 現在の店舗立地では顧客数の増加が見込めない場合は、新たなる立地を検討する必要がありますが発生します。

その場合の検討方法を解説します。

解説

1. 顧客数増加が見込めない理由を分析する

まず、顧客数増加が見込めない理由を分析し、現存店舗の可能性を探ります。

その際のポイントは以下の通りです。

- ・十分な販促活動が実施されているか
- ・商品構成に問題が無かったか
- ・オペレーションの不備で機会損失を招いていないか

しい情報収集でなされているのか

・正しい感度分析がなされているのか

・あくまでも期待込の集客・収益予測になっていないか

また、周辺地域の属性・需要は、取得・参考にした情報ソースを、収益計画（特に売上計画）については、そのエビデンスをヒアリングしておく必要があります。

2. 新店舗立地検討のチェックポイント

1. のポイントで不備が見られなければ、新店舗の検討をする必要があります。

その場合のチェックポイントは、以下の通りとなります。

上記の新店舗立地の検討の際、最も重要なポイントは新店舗のコンセプトと立地が合致しているか否かです。回転率重視であれば人通りが多い場所を、客単価重視であれば少し郊外へ出店させるのが経営効率を高める結果となります。

- ・新店舗は現存のビジネスモデルか新規のビジネスモデルか
- ・家賃（坪単価）、人通り、周辺施設の属性・需要、商圈の設定をしているかまた、その設定に対しての明確な根拠があるのか、その根拠を得るための情報収集は正

顧客数を増加させる方法

＜ご提案のポイント＞

- ・現存の店舗で顧客増加が見込めない場合は、
 - ①顧客数増加が見込めないポイントを分析する
 - ②新店舗、もしくは店舗移転を検討する
- と低リスクで顧客数を増加させることが可能となります。

1. 顧客数増加を見込めないポイントを分析する理由

まずは、顧客数増加を見込めないポイントを列挙する必要があります。単に店舗立地のみの理由で、顧客数増加が見込めないのでしょうか。通常顧客数が増加しない理由は、複合的な理由が重なって発生しているケースがほとんどです。まずは経営者と現場の従業員が、「なぜ顧客数が増加しないのか」その理由を列挙する必要があります。

経営者の目線と従業員の目線は往々にして違うケースがあるので、多方面から分析をする必要があります。

2. 新店舗・店舗移転を検討する際のポイント

1. を分析した結果、新店舗を設立させるのか店舗移転をさせない限り顧客数増加が見込めないと判断した場合、具体的に新店舗・店舗移転を検討しなければなりません。その中で必要なポイントは以下の通りです。

- ①人通り、周辺施設の属性・需要を調査する
- ②商圈の設定をする
- ③店舗コンセプトを決定する
- ④家賃（保証金、不動産手数料、共益費も含む）と改装及び店舗移転に関する費用を算出する
- ⑤売上計画を策定する
- ⑥収益計画を策定する

（特に④の費用と⑥との見合いを検討する）

（⑤、⑥を同時にもしくは順序が逆になるケースもある）

①、②に関してはなかなか自社では仕入れることのできない情報もあります。その場合は金融機関、外部専門家に相談されることをお勧めします。