

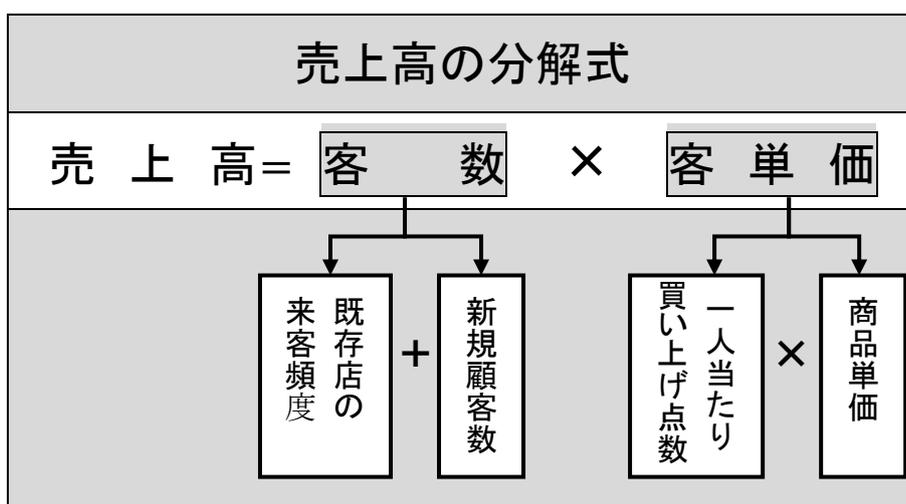
# 小売店の売上高と通行量調査

～ 経営状況を検証するための調査 ～

小売店が売上高を伸ばすためには、客数を増やすか、客単価を上げるかのどちらかが必要です。

ここで客数とは店で買い物をしたお客さんの数ですが、それを増やす方法は、新しいお客さんを獲得するか、あるいは今までのお客さんの来店回数を増やすかが必要です。

一方、客単価とは、お客一人あたりの平均購入金額です。その客単価を上げるためには、高品質・高価格商品を増やして商品単価を上げるか、特売商品によって購買意欲を喚起したり、肉売場に焼き肉のたれを置くというような並列陳列によって「ついで買い」を促進するなどして買い上げ点数を増加させる必要があります。



ある小売店の売上が伸びない、あるいは減少している場合に、それが客数の減少によるものであれば店前通行量と店舗入店率(店舗入店客数÷店前通行客数×100)を調査する必要があります。その調査によって客数の減少が、①自店の入店客数の減少のためか、②店前の通行量が減少しているためなのかがわかります。①の自店の入店客数が減少している場合には、店前を通過する顧客に自店が支持されていないこととなります。②の店前の通行量が減少している場合には、商圈内の人口が減少しているか、新しい駅やバス停などができて街中での顧客の動線が変化していることとなります。商圈内の人口が減少していれば、他の地域へ店舗を移転することも考えなければなりません。

通行量と入店率の調査方法は、店舗の立地を十分考慮して日時(平日か休日か?時間帯は?)を決め、歩行者の通行方向などにも配慮して行わなければなりません。