

## 小売業における「商売」の技術 (第1回)

## 売上高の仕組み

Forum-K 主宰  
経営コンサルタント 上條 資男

今回を皮切りに、全15回程のシリーズで中小零細商店向けの経営ノウハウをお伝えしてまいります。手始めに売上高のあげ方からです。

## ◆さて売上高とは、

客数×客単価で表すことができます。

そして客単価は、1品当り平均単価×客1人当り買上げ個数で計算されます。

そんな面倒な事は言わなくても、毎日レジを締めれば直ぐ判るのだから…、と、おっしゃるかも知れませんが、この仕組みだけは確実に理解して頂かないと、売上げ売上げと、毎日一喜一憂するだけに終わってしまい、売上げは一向に上がりませんから…。よく売上を上げるために売出しをやる、イベント(催事)をやる。またポイント・カードや特典を客に与えるなど。確かに、一時的には売上げが上がるかも知れませんが。

しかし、経費を掛けたり利益を割いて値下げをしたりしたのでは、売上げは確保できていても利益はマイナスになってしまいます。

だからここでは“無理なく売上を上げる方法”をお教え致します。

そこで先ほどの“売上げの仕組み”に戻ります。

売上高の計算式は、客数×1品当り平均単価×客1人当り買上げ個数に置き換えることが出来ます。そうすると売上を増やすためには、①客数か、②客1人当り買上げ個数か、または③1品当り平均単価、のいずれかを増やせば売上はあがることになります。

## ◆そこで、まず客数ですが、

客数を増やすためには、チラシを撒く、DM(ダイレクトメール)を出して招待売出しをやる、などいずれの方法を試みても必ずお金(経費)が掛かります。

だから、客数を(無理して)増やす対策は、良い方法とは言えません。

そしてまた、客数はその店の開店時をピークとして、年数が経てば経つほど減るものだと思って下さい。なぜなら客数は、その店の商圈が広がるか、またはわが店が対象とする商圈内の人口が増えるかしか方法はないからです。

それなのに、いまは少子化で人口の自然増は見込めませんし、また商圈の範囲を広げようと思っても、その反対にわが店の商圈内に競合店(同業とは限りませんが)、どんどん出て来ていますから、客の奪い合いになって、ますます客は減ることになります。

だから、客数を増やすのは至難の業(わざ)です。

## ◆それでは次に、1品当り平均単価ですが、

結論から言うと、“1品当り平均単価(売価)を上げる”と、確実に売上は減ってしまいます。

あなたの商売がその地域での独占企業なら、話は別ですが…。

でも一般的には独占なんてあり得ませんから、売価を上げては絶対にダメです。

そしていまは不況です。一銭でも出費を抑えたいのが消費者の心理なのに、売価を上げるのは言語道断、時流に逆行することです。インフレの時しか値段は上がらないのです。

だから、むしろあなたの努力で1%でも5%でも商品売価を下げる努力をして下さい。

ただし、くれぐれも利益を割いての結果ではダメですから、念のため。

いままで話してきたとおり、売上をあげるには…、

## ◆唯一“客1人当り買上げ個数”を増やす対策しか残されていないことになります。

そこで、今回は“販売点数を増やす”について解説します。