

なぜ表通りの店が潰れて裏通りの店が長く続くのか？

こんにちは！伊藤です。

今回は「**なぜ表通りの店が潰れて裏通りの店が長く続くのか？**」
ということについて解説します。

私のお店にどのくらいの集客する力があるか？
つまり集客力ということ考えた時に
大部分が立地に依存しますよ！
というようなことを言いました。

お店の前を一日 10 人通りがある場合と
一日 1000 人通りがある場合では
あきらかに一日 1000 人通る店のほうが集客力があります！

といった説明をしたんですが

じゃあ表通りのほうが立地がいい
つまり集客力があるのに
なんで表通りの店が潰れて裏通りの店が長続きするんだ！？
と、そういうわけですね。

ここで表通りの店と裏通りの店で何がちがうのか具体的に考えてみましょう。

A 店、B 店ともに駅から約 10 分の距離にあるとします。
A 店は大通りに面していて
B 店は大通りから入った裏通りにある店とします。

何が違うかと言えば、まず賃料がちがいますね。

A店が仮に10万円/月だとしたら
B店は8万円/月くらいかもしれません。

次にお店の前を通る人の人数が違いますね。
A店は10000人/月
B店は5000人/月通るとします。

何人通るか？という分かりにくいので
そのうち仮に1%の人が新規のお客さんになるとして
A店は月の新規客が10人
B店は5人
そういう事になります。

実際のお店でこんなかっちりした計算は成り立ちませんが
分かり易くするためにかっちりした数字と
仮定で話しています。

で、この違いってというのはどう解釈すればいいの？
というと、
B店はどうなればA店と同じだと言えるだろうか？
ということです。

**月の賃料が2万円安くて
新規客が5人少ない**

**これがイコールになるためにはどうなったらいいかという
月に2万円の広告費をかけて
5人の新規客を呼べれば
A店とイコールだと言えます。**

こうやって考えると
A店とB店の違いというのは何か？

本質的な違いが見えてきますね。

つまり新規客の集客について A 店と B 店では差がある
ということです。

本質的な違いは、新規客の集客

ということがいえます。

そこで本題ですが

なぜ表通りの店が潰れて裏通りの店が長続きするのか？
ということですが

**「お店が長続きする」ということにフォーカス（注目）したとき
新規客の集客というのは重要ではあるけれども
決定的な要因にはならない！**
ということなんです。

「お店が長続きする」ということを考える時
新規客の集客という要素は
一番重要な要素ではない！ということですよ。

**では何が決定的な要因になるのか？
何が一番重要な要素なのか？**といえ
ばそれは

リピートです！

**立地というのは新規客の集客には作用するけれども
どれだけリピートしてもらえるか？**
ということについては本質的には作用しないんです。

つまりリピートしてもらえ
る仕組み
ということ考えた時に

A店あまりリピートしてもらえ
なかつた
B店はリピート客が多かつた

というような状況が起きた時
表通りのA店は潰れて
裏通りにあるB店は長続きする

そう言った事が起きると言えます。

さらに、ある一定確率でリピートされるようになったとき
A店はB店より必要のなくなった広告費とも言えるべき家賃を
2万円ずつ余分に支払い続けなければならない
というようなことが言えます。

まとめます。

なぜ表通りの店が潰れて裏通りの店が長続きするのか？

というと
**表通りと裏通りの違いは新規客の集客であって
お店が長くつづく決定的な要因にはならない。
お店が長く続くための一番重要な要素は
リピートである。**

ということです。

**ちょっとまって！？
じゃあ立地が大切って言ってたけど**

どこが大切なの？

勘のいい人はそんな疑問を持たれるかもしれません。

そうです。

立地には 2 つの側面があるんです。

ひとつは今説明したような
表通り、裏通り、といったような小さな範囲での視点。

**もうひとつは「商圈」といった言葉で表される
大きな範囲での視点です。**

ここで立地が大切なんですよ！
といった時の立地が何を意味しているかと言えば
それは「商圈」であって
小さな範囲での立地ではないんです。
同一商圈内の表通り、裏通りといった差ではないんです。

同一商圈内の差はメリットがデメリットにもなります。
挽回の方法もあります。

ですが「商圈」といった意味での立地を考えた時に
これはもう取り返しはつきません。

**簡単に言えば、お客さんのいないところにお店を作っても
繁盛させるのは難しいですよ！**ってこと。

レストランを開く場合に
お店がたくさんある地域と
まったくお店の無い地域

あなたはどちらに店を出したら上手く行くと思いますか？

これ、よくある失敗するパターンです。
なんとなくお店の無い地域にレストランを出店したほうが
うまくいくような気がするんです。

ですが、**そこにはライバルがいないと同時に
お客さんもいない…**

そんなことが往々にしてあるのです。

お店がたくさんある地域というのは
お店が今現在あるということは
少なくともお客さんはいる…

**あとはライバルに勝つことができれば
お店を存続させる事ができる。**

そう言った事が言えます。

立地は「商圈」としての立地が大事

「商圈」が違えば求められるお店のタイプも違ってくるし
ターゲットとなるお客さんも変わってきます。

簡単な例を出すと

お酒を出すお店…ということを考えた時に
今はもう圧倒的に駅前や駅近くが有利である！
ということ。

つまり、お酒をメインにした店を出したかったら
駅前、駅近くの「商圈」以外は
よほど特別なものがないかぎり難しい…
ということです。

立地を考える時は「商圈」を考える事！

「商圈」によって求められるコンセプトは違う
ターゲットももちろん違う

**あなたが望むお店像といったものがはっきりしているのであれば
まずそのコンセプトにあった「商圈」を選ぶ
そこからがスタートです。**

**逆にある土地、ある貸し店舗が気に入ってしまった…
という場合には
その「商圈」におけるターゲットや
「商圈」にあったコンセプトは何か？
という視点でお店づくりをする必要がある。
そういう事です。**

今回はなぜ表通りの店が潰れて裏通りの店が長続きするのか？
ということでしたが、

長続きするためには
新規客の集客は決定的な要因ではなく
一番重要なのはリピートなんですよ。
ということ。

また立地を考える時には2つの側面があって
大切なのは「商圈」なんですよ！
という事を説明しました。

それではまたお会いしましょう。

ありがとうございました。

<著作権について>

『小さなお店の集客バイブル！』（以下本教材）は著作権法で保護されている著作物です。本教材の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

□本書の著作権はすべて伊藤義明に属します。

□著作権者の事前許可を得ずに、本教材の一部または全部を、あらゆるデータ蓄積手段（印刷物、ビデオ、テープレコーダー及び電子メディア、インターネット等）により複製および転載することを禁じます。特にインターネット上に内容を公開した場合、法的な手段がとられますのでくれぐれもご注意ください。

<免責事項>

□本教材の情報の実践については、自己責任で行うものとします。本教材の情報を使って、何らかの不利益、損害が生じたとしても、伊藤義明は一切責任を負いません。