

河内長野市販路開拓事業
販売力・収益力ベースアッププログラム
～第4回 売上の方程式～

発 信：河内長野市産業観光課
文章作成：佐々木千博
(河内長野市委託中小企業診断士)

「売上を上げる考え方と方法」をお伝えするシリーズ、全7回の第1回です。

このシリーズに取り組むことで、

- ・売上を上げるための具体的な施策を具体的に数多く考えられるようになります。
- ・販路開拓の新しい方法が見つかる場合があります。
- ・お客様を増やす具体的な方法を知ることができます。
- ・客単価を上げる具体的な方法を知ることができます。
- ・何度も購入頂くための具体的な方法を知ることができます。
- ・売上を上げる施策を考える中で、自社商品のブラッシュアップもできます。

※今回は、わかりやすさを優先して一般消費者向け事業（B2C）の例で記載しますが、
企業向け事業（B2B）でも同様に考えることができます。

売上をもっと伸ばしたいというのは、ほとんどの事業者の共通する思いだと思います。
しかし、いざ何をすればいいのか？というと、思考停止になってしまう人もいます。

売上をあげる方法を考える一番のポイントは売上を分解することです。
今回は、もっとも有名な売上方程式を一つお伝えします。

売上の方程式は、以下で表されます。

$$\text{売上} = \text{客数} \times \text{購入単価} \times \text{購入頻度}$$

えっ、これだけ？と思われるかもしれません。

しかし、漠然と売上を上げるには…と考えるよりも非常に方針が明確になります。

「客数」を増やす具体的な打ち手は**次回以降**で具体的に考えていきます。

「購入単価」は、スーパーやコンビニでもものを買う時を想像して欲しいのですが、レシートに記載している購入金額が「購入単価」です。一品だけ購入するより、複数買ってもらう方が購入単価は上がりま
すし、同じ品数なら高価格の商品を買ってもらう方が、購入単価はあがります。

「購入頻度」は、一年間に何回買ってもらえるか？です。勿論、商品によっては、マイホームのように
一生に1度か2度という商品もありますが、1回買ってもらう、それっきりに比べて、何度も買って
もらう方が売上は大きくなります。

具体的に考えてみましょう。

【Work-01】

客数を増やすために、どんな施策が打てますか？ 思いっただけ、書き出してみてください。

【Work-02】

購買単価を増やすために、どんなことができそうですか？

例えば、スーパーのレジ横にあるガムやお菓子は“ついで買い”で、購買単価を上げるための工夫です。靴屋さんで、二足目は半額セールをやっている場合がありますが、単価を上げる工夫です。携帯電話を買う時に、サポートサービスを追加で勧めるのも購買単価を上げることになります。食べ物屋さんで、セットメニューというのも同様です。身の回りに色々ありますね。

【Work-03】

購入頻度を高めるために、どんなことができそうですか？

例えば、飲食店で有効期限のある割引券を配ることは、その期間内で、もう一回購入する可能性を高めるので、購入頻度を高める工夫になります。セールやイベントを定期的に行うこともそうです。自社のファンになってもらうことは購入頻度を高める最も重要な取り組みといえるでしょう。ファンになってもらうために、御社はどのような工夫ができますか？

売上をあげるには、客数と単価と頻度を少しずつ上げていけばいいのです。

例えば、それぞれを1%ずつ上げると、

$$1.01 \times 1.01 \times 1.01 = \underline{\hspace{2cm}}$$

3%ずつあげると、

$$1.03 \times 1.03 \times 1.03 = \underline{\hspace{2cm}}$$

一つ一つの増加分は少なくても、売上は大きく変わることが実感できると思います。

第2回で取り組んだ、お金のブロックパズルで言えば、売上3%アップで、利益は3%どころではない大幅増加になることが分かったと思います。

客数アップ、購買単価アップ、購入頻度アップ、変動費率の削減（粗利率の向上）、固定費削減、一つ一つの小さな積み重ねが利益という結果に大きな差をもたらすということです。

微差の積み重ねが、大きな業績の差になります。

今回は、売上を分解して具体的に考えるということを行いました。次回は、お客様の御社の商品を購入するまでの道筋を整理して、売上を上げる方法を考えます。

以上