

お客を

The Courage to Refuse Customers

捨てる 勇気

中谷嘉孝

Yoshitaka Nakatani



はじめに

〜そのお客、本当に必要ですか!?!〜

かれこれもう、十数年は経つだろうか。

社員たちを前に、「入れなくていいよ、あんな客」そう言い放った瞬間、ボクらの職場は一転してユートピアに変わった。

店舗経営におけるユートピアとは、「大好きな人たちに囲まれて、幸せな時間を過ごしながら、きちんと儲かる状態」だ。ゆえにボクは一貫して、「お客に選んでもらうんじゃない。オレたちがお客を選んだ」と唱え続けてきた。時に利己主義だとか殿様商売だ、などとののしられながら……。

皮肉にもコロナショックで明暗が分かれた。結果として最もその打撃を受けた

のは、好立地ゆえに高額なテナント料を強いられているお店や、大手集客サイトに頼って空席を埋めざるを得ない大型店などが大半だ。

では、いなくなった客ってどんな客だろう。「便利」か「お得」という物差しで
お店を選ぶ、いわば「自分都合な客」である。会社に近いから便利、駅に近いから便利……だが、テレワークで毎日の通勤がなくなれば、当然その店に通う理由もなくなってしまう。そしてまた、集客サイトに群がる客の多くは「今すぐ入れる」か「今ならお得」という条件を前提にお店を探す。要するに、場当たりに
お店を選ぶ傾向が強いので、端からリピートなど望めない人種なのだ。

結論から言って、リピート率が上がらないのはお店のせいではない。お客のせいである。

厳密に言えば、お店側のお客選びが間違っているという意味なのだが、お店のオーナーが、ただそのことに気づいているか否かだけで、まるで天国と地獄と言

っていいほどハッキリと明暗が分かれた。事実、ボクの経営する店舗も含め、お店の掲げる明確な旗のもとに集結したコミュニティ、すなわち、生涯顧客とも言える本当のファンを数多く持っているお店は、コロナ禍の影響など微塵も受けず、どこ吹く風である。

結婚相手を選ぶとなると誰もが慎重になるはずなのに、こと集客においてはどいうしてこれほど安直なのだろうか。それはおそらく、ほとんどの店舗経営者が、人生とビジネスを別物として考えているからだ。

小さなお店や、スモールビジネスを営む者にとって、ビジネスとは人生そのものである。

つまり、人生が人のご縁でいいほうにも悪いほうにも転がるように、ビジネスもまた、人間関係次第で天国にもなれば地獄にもなる。

例えば、「アイツいいヤツなんだけどなぜだか女にモテないんだよな〜」っていうのは、「安心安全」や「アットホームな雰囲気」などというファジーな旗を掲げ、「お客様第一主義」を貫くお店や会社が、苦勞のわりに実はさほど儲けられていないというのによく似ている。選択権を常に、相手に握られているからだ。

本来、お客のニーズに応えることこそが商売の基本と認識されているが、果たして本当にそうなのだろうか。もうそろそろ原点に立ち返ったほうがいい。「追えば逃げる、逃げれば追いかけたくなる」のが動物の本能であり、人間もお客の行動もまた同じなのだ。

顧客ニーズを無視すればビジネスは俄然うまくいく。これは紛れもない真実である。

「お客」を「売上」としてとらえているから、どうでもいい客に振り回される。ましてや、本当に必要なお客が離れていくのだ。

お客⇨数字ではなく、業を通じて「人生」という貴重な時間をともに共有する「同志」というふうにとらえてみないか。そうすればおのずと、付き合うべきお客とそうでないお客との境界線がハッキリと見えてくる。そしてあなたが、**「不要なお客を捨てる勇気を持った時、あなたのお店は確実に、お客を追いかける立場からお客に追いかける立場に変わるのである。」**


本書は、SNSに代表される時代のマーケティングノウハウではなく、時代に翻弄されず未来永劫に安定経営を続けていくための不変の法則と、儲かる人たちが持つ魅力の本性をマインドの部分から炙り出し、明日からの経営に希望と活力を与える本。

そして、とかく小難しくながちなパーソナルブランディングやブルーオーシャン戦略の核となるポイントを、往年のヒット曲に準^{なぞ}えて「顧客心理」と「恋愛心理」の共通点で示しながら、簡単にわかりやすくステップバイステップで伝え

ていく。

本を読むのがさほど得意じゃない人も、楽しみながら「なるほど！」と何度も頷き、自然と成功の法則を身につけていけるように、登場人物を最低限に絞ったポップで読みやすい物語として構成してみた。

とはいえ、そこにはビジネス書としての妥協も机上の空論も一切ない。著者自らが血を流し実践してきた真のコンテンツのみを積み上げて構築した渾身の一冊。少しでも多くの人たちのお役に立てたならこれに勝る喜びはない。



「お客を捨てる勇気目次」

はじめに.....002

第1章

経営者の決断

価値のつくり方——『まちぶせ』に学ぶ.....029

お客を
捨てる
勇気



思い立ったが吉日！

——『HERO（ヒーロー）になる時、それは今』に学ぶ…… 041

「第1章」秋さんのユートピアビジネス実践ポイント…… 044

第2章

成功を掴む覚悟

新陳代謝——『木綿のハンカチーフ』に学ぶ…… 052

影響力——『赤いスイートピー』に学ぶ…… 056

「第2章」秋さんのユートピアビジネス実践ポイント……………064

第3章

お客を捨てる勇氣

理想の客だけ集める方法——『関白宣言』に学ぶ……………072

選り好みの徹底——『待つわ』に学ぶ……………099

価格設定の魔力——『勝手にしやがれ』に学ぶ……………103

「第3章」秋さんのユートピアビジネス実践ポイント……………114

第4章

豊かさの法則



ブルーオーシャン戦略——『世界に一つだけの花』に学ぶ……………123

キャッシュフローの重要性

——『翼の折れたエンジェル』に学ぶ……………134

「第4章」秋さんのユートピアビジネス実践ポイント……………148

第
5
章

本物



熱血サポーターのつくり方——『年下の男の子』に学ぶ……………157

愛がすべて——『f f（フォルティシモ）』に学ぶ……………166

「第5章」秋さんのユートピアビジネス実践ポイント……………186

第6章

壁の向こうの景色

生涯顧客——『未来予想図II』に学ぶ

..... 195

「第6章」秋さんのユートピアビジネス実践ポイント

..... 213

おわりに

..... 214

イラストレーター
カバーデザイン 須山奈津希
金澤浩二

「登場人物紹介」



石井アツシ

ソウタの同級生、
有名製薬会社勤務の
出世頭



秋山聡

作家風の謎の人物。
作家独自の観点から
ソウタに経営指南をする



倉本ソウタ

つい半年前に独立したばかりの
新米ヘアサロン経営者



ママ

ソウタ行きつけの純喫茶
「街角」のママ



小島ユウ

ネクストブレイクの
呼び声高い、
期待の超新星アイドル



マスター

ソウタ行きつけの純喫茶
「街角」のマスター