

## 人は輝く為に、生きていく 125

## 『お客様は、誇りを持っているお店に通う』

文・イラスト 中谷彰宏  
text & illustration by Akihiro Nakatani

「近所に、店が増えたから、売り上げが減った」というグチを聞きます。

ということは「これまで売り上げがあったのは、近所に店がなかったから、仕方なく、お客様が来ていた」ということを、自分で認めたことになります。

お店がいっぱいあるのに、流行っているお店が、本当にいい店です。

近所に店が、多くても少なくとも、流行る店は流行り、流行らない店は流行りません。

「近所に店が増えたから…」とグチをこぼすやる気のなさを、お客様は見抜いてしまうのです。

「近所に、安い店ができたから…」というのも、よくあるグチです。

ということは、これまで自分のお店にお客様が来ていたのは、「いい店だったからではなく、他のお店より、安かったから…」と自分で認めたことになります。

お客様は、その店に行くかどうかを、比較して決めません。

一軒ごとに、行く店か、行かない店かを決めているのです。

人から言われるのではなく、自分で認めてしまうというのが、つらいですね。

「大手のチェーン店が進出して、ばんばんコマースシャルを打つから…」というグチもあります。

ということは、「今まで、自分の店にお客様が来ていたのは、他のお店や商品を知らなかったから…」と自分で認めたことになります。

どんなに知名度があっても、一度行ってイマイチだったなら、お客様は二回は行かないのです。

「景気が悪くなったから、お客様の財布の紐が厳しくなって…」というグチもあります。

今まで来ていたお客様が、ワンランク安いお店に行ったとしても、今まで

もう少し上のランクのお店に行っていたお客様が、降りてくるので、結局、お客様の数は同じです。

「本当にいい店」とは、近所に店が増えて、景気が悪くなっても、流行っているお店です。

お客様にとっていい店は、景気や競合店とは関係なしに存在するのです。

お客様が減った時に、くじけて安売りを始めないことです。

安売りを始めた時点で、今まで来てくれていたお客様も、「主人は、誇りを捨てたな」と感じてしまうのです。

自分の通っているお店が安くなって喜ぶよりも、誇りを捨てないでいてほしいというのが、いいお客様の心理なのです。

景気が悪くなったから、お客様の財布の紐が厳しくなって…」というグチ

今まで来ていたお客様が、ワンランク安いお店に行ったとしても、今まで



## Profile

1959年生まれ。主な著作に「あなたのまわりに「いいこと」が起きる70の言葉」「悩まない人の63の習慣」「一流のストレス」他1000冊を越す。

【中谷塾】で講演活動を行う。詳しくは、HPで。

<http://www.an-web.com/>