

「2014 年度新規開業実態調査(特別調査)」からみる顧客の確保・獲得のポイント

開業時は経験や人脈、開業後は事業内容の新規性が重要

日本政策金融公庫(略称:日本公庫)総合研究所は、1991 年度から毎年「新規開業実態調査」を実施しています。例年、新規開業企業の多くが「顧客・販路の開拓」を課題として挙げることから、今年度は、「新規開業実態調査」の特別調査として、開業時における顧客の確保・開業後における顧客の獲得の状況に着目した分析を行いました。主な調査結果と調査の要領は以下のとおりです。

<主な調査結果>

1 顧客を確保・獲得している企業は、商品・サービスの特徴として「付加価値が高い」を挙げる割合が高い(本文 12 ページ)

顧客を確保・獲得している企業は、商品・サービスの特徴として「付加価値が高い」を挙げる割合が5割を超えており、顧客を確保・獲得していない企業よりも割合が高い。新規開業企業が顧客を確保・獲得するには、提供する商品やサービスの価値が重要になるといえる。さらに、開業時と開業後では以下に挙げる要素も重要となる。

2 開業時に顧客を十分に確保するには、経験や人脈が重要となる(本文 10~11 ページ)

開業時に顧客を十分に確保していた企業は、確保していなかった企業と比べて、斯業経験(現在の事業に関連する仕事をした経験)がある割合や、開業時の人的ネットワーク(人脈)についての自信が「大いにあった」という割合が高い。

3 開業後に顧客を順調に獲得するには、事業内容の新規性が重要となる(本文 14 ページ)

開業後に顧客を順調に獲得できている企業は、獲得できていない企業と比べて、同業他社と比べた際の事業内容の新しい点が「大にある」という割合が高い。

<調査の要領> ・調査時点:2014 年8月 ・調査対象:融資時点で開業後5年以内の企業1万 1,356 社
・調査方法:調査票の送付・回収ともに郵送、アンケートは無記名 ・回収数:2,699 社(回収率 23.8%)

* 本調査の詳細につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 小企業研究第一グループ TEL03-3270-1687(担当:井上、村上)
〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー