

## 価格の値上げ

**Q.** 客単価向上のために、値上げを検討しているが、どうすればよいのか？

**要旨** 安直な値上げは非常に危険です。原価アップ、人件費アップ等の理由づけがある値上げは一般論としては理解しますが、実際購入する場合は、結局ただの値上げとしかみてくれません。かなり慎重に進めていく必要がありますし、競合他社の状況を確認する必要があります。

### 解説

#### 1. 市場環境を十分にみる

価格はお客様にとって一番比較し易く、気にしているポイントです。この部分を単純に触ることは、ライバルにお客様を取られる可能性があると思定する必要があります。客単価アップが目的なのか、客単価アップをして売上高や利益高確保が目的なのかを十分に精査する必要があります。

まずは市場状況を調査し、競合他社の動きをみた冷静な判断が必要です。

#### 3. 価格競争から脱皮する戦略を立てる

値上げを行うのであれば、値上げ商品に価格以外でお客様が自社を利用するサービス等の付加をしてメリットを作ることです。自社しか享受できないものがあれば、当然値上げしても利用するでしょう。

ただし、価格が一番重要と思っているお客様は離れてしまうことは前提としてください。その上で計画を立てることが重要です。

#### 2. 自社内で解決できるかを徹底的に検証する

利益確保の方法として、値上げを検討しているのであれば、まずは原価を下げる努力を検討すべきです。値上げする行為は単純に競争力を阻害します。お客様は単価が上がることは100%マイナスと捉えることは明かです。

仕入、原価の検討、人件費等の販売管理費削減の検討が十分なされているかを検証してください。経営を徹底的に見直してください。

# 単純な同一商品の値上げは経営に打撃を与える

## <ご提案のポイント>

- ・客数が伸びないから、安易に値上げをする会社があります。これを行うことで、一時期は売上高はアップしますが、その後客離れを起こしてしまい取り返しがつかなくなる可能性があります。
- ・競合他社の動向をしっかりとリサーチして、対応することをお勧めします。

## 1. 競合他社の有無を考える

競合他社も取扱う同一商品を単純にアップすることは、お客様にとって、マイナスしかありません。自社しか取り扱わない、しかも代替えが効かない商品であるかどうかをしっかりと見極める必要があります。単価アップはお客様の購買意欲を失わせることになります。

競合他社の動向をしっかりと調査してください。その上で値上げをしても、競合他社との闘いに影響しないと判断した場合のみ対応してください。

## 2. 量目を変更して、販売価格を下げる

製造業、卸・小売業で、自社で商品を製造している場合は、販売価格を変更しないで、値上げする方法があります。提供量目を少なくすることで、値上げになります。例えば量目が300gであった場合は270gにする、10本入りを9本にする、30cmであった長さを27cmにするなどです。販売価格は今までと同じか、少し下げて販売することで、お客様は総額が変わらないため、単純な値上げよりも、インパクトが少なく感じます。ただし、販売量は値上げ前よりも確実に下げることは理解してください。

## 3. 損切りの前提としての値上げ交渉を考える

値上げをする場合は、確実に該当商品の売れ行きはダウンします。それを補完できる商品等サービスを新規に導入して、ダウン分を補うことが必要です。またB to Bの場合は、値上げ交渉をする時点では、もしも取引が無くなってもいいと思って対応することが必要です。

- ①競合他社の状況をリサーチする
- ②自社内の努力で値上げ回避や量目変更でダメージをできるだけ少なくできるかを検討する
- ③自社内で値上げ商品の売上がダウンした場合の経営ダメージをシミュレーションする
- ④値上げ商品の売上ダウン分の補完として、新商品や新サービス、新しい取引先の導入をする