

進むインフレ “価格交渉”が中小メーカーの生き残りを左右する

これ1冊で
わかる！

相手が納得する！

2024年
3月12日発行

中小企業の「値上げ」入門

値上げによって利益確保する新たな企業努力の形を解説

相手も納得してうまく値上げ交渉するために必要なことは、値上げしやすい製品、顧客を見極め、交渉の優先順位をつけることです。大切なのは社内に売上至上主義ではなく利益至上主義が根付いていること。値上げによって利益を確保する新たな企業努力の形を、豊富な具体例に基づき解説し、提案する1冊です。

タイトル:これ1冊でわかる！相手が納得する！中小企業の「値上げ」入門

著者:北島大輔

ページ数:184ページ

価格:1,760円(10%税込) 発行日:2024年3月12日

ISBN:978-4-86667-673-9

【目次】

- CHAPTER I 値上げ交渉を受けてわかった
取引先が値上げを承認するときの意思決定メカニズム
- CHAPTER II 優先的な値上げと劣後の値上げの見極め方
値上げ緊急度の高い製品と顧客を正しく判別する方法
- CHAPTER III 本当に値上げできるのか？
製品・顧客別に値上げ難易度の見当をつける方法
- CHAPTER IV いくら値上げすればよいのか？
製品ごとの適正価格の設定方法
- CHAPTER V 値上げ交渉 8つのシナリオと交渉ステップ

【著者プロフィール】

北島大輔(きたじま・だいすけ)

株式会社新経営サービス 人材開発・経営支援部 シニアコンサルタント
同志社大学経済学部卒業後、金融機関にて中小企業向け法人融資を担当し、顧客企業への融資や財務体質の改善に携わる。顧客企業の経営課題解決にもっと深く関わりたいという思いから、現職へ。
現在、中期経営計画の策定・運用支援のほか、業績改善、キャッシュフロー改善などの経営課題を解決するための仕組みづくりと、その仕組みの運用に幹部・社員が主体的に関わる仕掛けづくりを中心にコンサルティングを展開。経営者・幹部だけでなく、社員一人一人とコミュニケーションを図り、課題解決を推進する支援スタイルをとっている。



- ◆仕入先から受けた「仕入価格の値上げ交渉を受けた体験」を、自社製品の値上げ交渉に応用する方法
- ◆値上げすべき、製品や顧客の優先順位の見極め方
- ◆値上げしやすい製品、顧客の見極め方
- ◆パターン別具体的な値上げ交渉の進め方
- ◆利益重視の考え方を社内に定着させる方法

などを図解つきで徹底解説。

変動損益計算書と製品1個当たりの限界利益の変化

販売数量5,000個			販売数量6,000個		
	実績 (単位：円)	売上 対比		実績 (単位：円)	売上 対比
売上高	5,000,000	100.00%	売上高	6,000,000	100.00%
販売単価	1,000		販売単価	1,000	
販売数量(個)	5,000		販売数量(個)	6,000	
変動費	3,150,000	63.00%	変動費	3,780,000	63.00%
原材料費	3,000,000	60.00%	原材料費	3,600,000	60.00%
仕入単価	600		仕入単価	600	
製造数量(個)	5,000		製造数量(個)	6,000	
配送費	150,000	3.00%	配送費	180,000	3.00%
限界利益	1,850,000	37.00%	限界利益	2,220,000	37.00%
固定費	1,150,000	23.00%	固定費	1,150,000	19.17%
労務費	300,000	6.00%	労務費	300,000	5.00%
製造経費	250,000	5.00%	製造経費	250,000	4.17%
減価償却費	150,000	3.00%	減価償却費	150,000	2.50%
工場地代	100,000	2.00%	工場地代	100,000	1.67%
人件費	600,000	12.00%	人件費	600,000	10.00%
役員報酬	400,000	8.00%	役員報酬	400,000	6.67%
営業部員給与	200,000	4.00%	営業部員給与	200,000	3.33%
営業利益	700,000	14.00%	営業利益	1,070,000	17.83%

製品1個当たり限界利益 370円

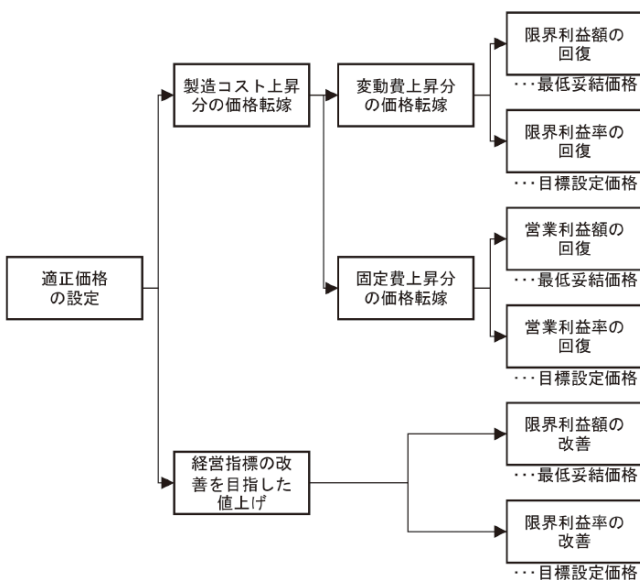
製品1個当たり限界利益 370円

顧客別パターン別8つの対応方針

製品別 限界利益 製品の 優先性	マイナスor低水準			
	あり		なし	
顧客別 交渉難易度	低	高	低	高
値上げ交渉成 立の可能性 (1が高い)	1	3	4	6
対応方針	• すぐに値上げ交渉を始めましょう	• 資料作成、顧客と接点づくりなど、値上げ交渉の準備を早急に始めましょう	• まずは製品の価格相場、競合他社の価格動向をリサーチしましょう	• 取引解消、限界利益ミックスなどの対策により値上げ以外の利益確保の方法を模索しましょう

製品別 限界利益 製品の 優先性	高水準			
	あり		なし	
顧客別 交渉難易度	低	高	低	高
値上げ交渉成 立の可能性 (1が高い)	2	5	7	8
対応方針	• 得意先の採算情報を確認した上で、値上げ交渉に臨みましょう	• 一方的な強気の値上げ交渉は控えましょう • 段取りを踏んだうえで、丁寧で誠実な交渉を	• 得意先からの値下げ交渉警戒	• 得意先からの取引解消警戒

適正価格の設定方法フロー



製造労務費の配賦概念図

