

価格転嫁成功のためのノウハウ

現状認識

エネルギー価格や仕入材価格の高騰に加え、人手不足への対応など、県内企業を取り巻く環境は厳しい状態が続いています。この状況下で価格転嫁を行うには、原材料費や商品などの仕入値の上昇分のみならず、賃上げ原資の確保を念頭に置いた価格交渉が必要といえます。

掲載企業における価格転嫁への取り組み

各掲載事例から、取引先と効果的な価格交渉を行う上で、明確なデータや資料を提示するほか、自社が現在置かれている状況を伝えることが重要と考えられます。また、多くの企業では、代表者が、価格転嫁をどのように行うかについての戦略の決定から関わり、場合によっては交渉にも立ち会うなどの具体的な行動を起こしています。

- 価格転嫁を交渉する前に、仕入れや製造コストの上昇推移といった可視化されたデータや、仕入れ先からの見積もりなど、交渉時に必要なデータを緻密に分析するほか、説得力のある資料を作成する。
- 材料費や商品価格だけでなく、人件費や物流コストが上昇している資料を提示するほか、競合店の売価チェックや同業他社の価格設定状況を把握することで、相手が納得しやすい価格交渉を行う。
- 販売データや受注データを社内で共有し、利幅の大きい商材と利幅の小さい商材を選別し、利益率が高い商品やサービスの受注に注力する戦略をとるほか、取引維持のために、利益率の低い商材の受注を断念し、すべての商品を値上げするのではなく、全体で収益を改善できる受注体制に切り替える。
- 価格転嫁の方法として、具体的には書面での通知のほか、事前に準備したデータを用いて交渉する。
- 主要取引先や交渉に時間を要する取引先に対しては、代表自らが訪問し交渉するほか、メーカーの担当者が同席のもとで交渉を行う。

掲載企業における価格転嫁の効果について

- 次なる戦略の幅が広がり、社員への投資や機械設備の導入による更なる業務効率化にもつながっている。
- 利益の創出により、賞与の支給や人材育成など、社員に還元できる体制が構築できる。
- 価格転嫁を行う意識を社内で共有し、貢献した社員に対する社内評価や賞与還元を行うことにより、社員のモチベーションアップにつながり、コミュニケーションが活性化、結果として離職率の低下が進み、風通しの良い職場づくりが可能となる事例もあった。