

日刊工業新聞社の月刊雑誌

【プレス技術 2024年2月号】

西田雄平の執筆記事が

うら面に
一部誌面掲載

掲載されました！

令和6年2月1日発行(毎月1回1日発行) 第62巻 第2号 通巻第783号 ISSN 0387-3544

塑性加工の
総合専門誌
PRESS
WORKING

プレス技術

2
Feb.
2024
Vol.62
No.2

特集1 多品種少量・短納期に対応するプレス段取り改善の考え方と方法

特集2 次世代の絞り“一品”事例集

巻頭インタビュー (株)京伸 代表取締役 古川治樹氏 VIEW 2023国際ロボット展レポート

EV生産の強い味方。

AIDA MSP-3000

AIDA ADV-600

AIDA ASC-600

EV駆動用モーターコア専用ライン

AIDA

アイダエンジニアリング株式会社

中小部品製造業のための
連載
価値決めの道

第4回
徹底的に「見積り条件」を抑える！
西田雄平 西田雄平

件」です。儲かる値
管理上でも非常
からした時点で
め明記して
た。それ
取組の
ま

かもしません。しかし、工場
そのせいで予定よりもコストが高
なり、生産性が落ちてしまったりす
ます。もちろん、その分、顧客から道
えていけば問題はないのですが、
このようなときにどう対応すればよいか
では中小製造業が抑えておくべき「6つの見
条件」(別名:裏の売価)について解説してい

6つの見積り条件~裏の売価とは何か

「裏の売価」は次の二ケースで登場します。
計算の際に原価を押し上げる要因の一つであって、
映させるための条件のこと。

転換しなければならない要因の
「原価」です。標準原
「原価」です。またの名を「見積原
「原価」として、顧客から
「当社では、顧客から
と計算し
「実原価」とは、
「実原価」
「実原価」
これは実際に接し

について説明します。
って、ひとつが
「原価」です。標準原
「原価」です。またの名を「見積原
「原価」として、顧客から
「当社では、顧客から
と計算し
「実原価」とは、
「実原価」
「実原価」
これは実際に接し

「原価」は、標準原
「原価」です。またの名を「見積原
「原価」として、顧客から
「当社では、顧客から
と計算し
「実原価」とは、
「実原価」
「実原価」
これは実際に接し

「原価」は、標準原
「原価」です。またの名を「見積原
「原価」として、顧客から
「当社では、顧客から
と計算し
「実原価」とは、
「実原価」
「実原価」
これは実際に接し

【公式販売サイト : Nikkan Book Store】

<https://pub.nikkan.co.jp/book/b10045596.html>

連載

中小部品製造業のための利益を出す

値決めの鉄則

第 4 回

徹底的に「見積り条件」を抑える！

西田経営技術士事務所 西田雄平*

今回のテーマは「見積り条件」です。儲かる値決めに直結する部分であり、原価管理上でも非常に重要な部分です。

見積り条件は、顧客から引合をもらった時点でしっかりと確認し、見積書にあらかじめ明記しておかなければなりません。しかも徹底的に。それが布石となって、のちの売価アップや価格転嫁の成功へとつながっていきます。

今回ご紹介する内容は、中小製造業ではこれまで手を付けられなかった部分が多く登場してくると思います。なかには「そんなことを言ったら、仕事がなくなっちゃうよ！」と拒絶反応を示す方もいらっしゃると思います。

しかし、筆者の顧問先では「それだといつまで経っても変わらない！」と奮起し、見積るワザを磨き、収益改善へとつなげてきました。読者の皆さんの会社においても、きっと取り入れられる部分があると思います。ぜひ参考してみてください。

顧客の“理不尽な要求”や“後出しジャンケン”に負けるな！

顧客はワガママな神様ですが、お金をいただく以上は、顧客満足度を高めていくことが大切です。しかし、だからと言って何の防御策もないまま、先方の要望を受け止めていても会社にお金は残りません。

よく営業マンが「お客様が言うことだから」と錦の御旗を掲げ、見積り当初は予定になかった要求を、後になって工場に押し付けているケースに遭遇します。営業からしてみれば、顧客に喜んでいただければ自身の売上げ成績も上がるので良い

かもしれません。しかし、工場にとってみれば、そのせいで予定よりもコストが高くなってしまったり、生産性が落ちてしまったりすることになります。もちろん、その分、顧客から追加代金を貰えていれば問題はないのですが…。

このようなときにどう対応すればよいか、以下では中小製造業が抑えておくべき「6つの見積り条件」(別名:裏の売価)について解説していきます。

6つの見積り条件～裏の売価とは何か

「裏の売価」は次の二つケースで登場します。

原価計算の際

実績原価を押し上げる要因の一つであって、原価に反映させるための条件のこと。

値決めの際

本来なら価格転嫁しなければならない要因の一つであって、売価設定の際の条件のこと。

まず、「実績原価」について説明します。

実は原価には二種類あって、ひとつが「標準原価」。もうひとつが「実績原価」です。標準原価とは“作る前”の原価です。またの名を「見積原価」「計画原価」「予定原価」と言って、顧客から引合をもらった段階や製品開発の段階で「当社はどれぐらいのコストで作れるのだろうか」と計算したものになります。それに対して実績原価とは、“作った後”の原価です。「実際原価」「実質原価」と呼んでいる企業もあります。これは実際に投じ

*にしだ ゆうへい: 代表取締役: 2009年、大学卒業後、ミネアミツミ株式会社入社し購買管理業務に従事。24歳のときにタイ工場に赴任。現地マネジメントに加え、現地の経営者とタフな商談や価格交渉を経験。2015年、西田経営技術士事務所入社。全国の中小製造業へ「収益改善プログラム」を導入。原価と値決めにメスを入れ、顧客先企業の利益創出に徳単位で貢献。主な著書「中小企業のための「値上げ・値決め」の上手なやり方がわかる本」(日本実業出版社)。URL: <https://www.ni-g-j.co.jp/>