

【プレス技術 2024年7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！

塑性加工の
総合専門誌
PRESS
WORKING

プレス技術

7

Jul.
2024
Vol.62
No.8

令和6年7月1日発行(毎月1回1日発行) 第62巻 第8号 通巻第789号 ISSN 0387-3544

特集

イチから見直す プレス加工不良対策

巻頭インタビュー

(株)ワイヤード 代表取締役 外山達志氏

特別企画

プレス加工、その常識ウソ?ホント?

好評連載

中小製造業のための利益を出す値決めの鉄則

狭帯ノズルアーク

安全確認ヨシ

新製品

1000mm幅フープ材
自動接合装置
MFW-1000FTA
HOOP WELDER フープウェルダ

株式会社ムラタ溶研

中小部品製造業のための利益を出す
値決めの鉄則

連載 第9回
値決めのルールを作ろう！
西田雄平 西田雄平*

計算ができた
花備設定し
ではあり
で働いた
しつか
業
いま

定幅のことです。企業によ
方法は異なり、「100円〜200
いる企業もあれば、「会社利益率
として企業もあります。また一
も営業戦略や製品戦略に応じて、客
によって死傷ゾーンを細かく設定するこ
大事なこと、これを会社の価値メ
で位置づけ、ブラッシュアップを続けてい
ます。まさに「この死傷ゾーンを越してい
ぎて受注できない!」と言って、会社に断り
く特別価格を提示してしまうケースに遭遇しま
そのような場合には、収益改善会議の場で受注
況や競合価格などを報告してもらい、自社の「値
めルール」を見直す場を設けていかなばなりま
す。

くに受注件数や売上金額だけで営業部門を評
ている企業は注意が必要です。なぜなら、安
ければ仕事は獲れるし、売上成績も上がるか
しかし、それで赤字製品が増えてしまっ
てしまう。このあたりは経営者や営業担
ががしっかりと目を光らせておかなば
は見える化しておく

「どうもの...です。ときには原価割れで
現実。それは最低限の売上高や工場稼働率を確保
するためであったり、将来の案件獲得
であったり、何らかの理由があ

「与えられる価格設
値決めをしなければいけないケースもあるのが
現実。それは最低限の売上高や工場稼働率を確保
するためであったり、将来の案件獲得
であったり、何らかの理由があ

【公式販売サイト : Nikkan Book Store】

<https://pub.nikkan.co.jp/book/b10085902.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9回

値決めのルールを作ろう！

西田経営技術士事務所 西田雄平*

今回のテーマは「値決め」です。

引き合いの段階で正確な標準原価計算ができたら、利益をなるべくたっぷりと乗せて売価設定していきましょう。儲けることは決して悪ではありません。利益は、読者の皆さんが頑張って働いた報酬であり、技術サービスへの対価です。しっかりと適正利益を確保し、さらなる顧客満足や従業員満足のための原資としていってほしいと思います。

値決めの基本姿勢

まず、「売価は、全社原価に利益を乗せたものとする」ことが基本です。おさらいになりますが、「全社原価」とは製品1個の製造や販売に費やした全ての費用を合計したものでした。材料費や加工費だけではなく間接費も含めて原価とし、それよりも高く売っていかねば決して利益は残りません。大前提として、しっかりと正しい原価計算を行ってください。

そして「売価は設定していく」という考え方が大切でした。単に原価に目標利益率を乗じた数字を売価とするのではなく、顧客との関係性や市場価格、自社の経営方針、工場の操業度などを総合的に考慮して「今回は1個〇〇円で売りたい・売ろう・売れるだろう」と主体的に考えて設定していきます。

売価ゾーンを考える

売価ゾーンとは、営業マンに与えられる価格設

定の幅のことです。企業によって売価ゾーンの設定方法は異なり、「100円～200円の間」としている企業もあれば、「全社利益率は最低5%以上」としている企業もあります。また一つの企業内でも営業戦略や製品戦略に応じて、客先や製品群によって売価ゾーンを細かく設定することもあります。

大事なことは、これを会社の値決めルールとして位置づけ、ブラッシュアップを続けていくことです。たまに「この売価ゾーンでは、値段が高すぎて受注できない！」と言って、会社に断りもなく特別価格を提示してしまうケースに遭遇します。そのような場合には、収益改善会議の場で受注状況や競合価格などを報告してもらい、自社の「値決めルール」を見直す場を設けていかねばなりません。

とくに受注件数や売上金額だけで営業部門を評価している企業は注意が必要です。なぜなら、安売りすれば仕事は獲れるし、売上成績も上がるからです。しかし、それで赤字製品が増えてしまっただけでは本末転倒です。このあたりは経営者や営業担当役員の方々がしっかりと目を光らせておかねばなりません。

赤字は見える化しておく

そうは言うものの…です。ときには原価割れでも値決めをしなければいけないケースもあるのが現実。それは最低限の売上高や工場操業度を確保するためであったり、将来の案件獲得のためであったり、何らかの理由があって赤字見積りを出

*にしだ ゆうへい：代表取締役：2009年、大学卒業後、ミネベ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億単位で貢献。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/>