

レジメ

～IPP 基礎研修会～
「利益倍増！IPP のツボ」

講師：株式会社 西田経営技術士事務所
代表取締役 西田雄平

はじめに

★この研修会の受講の仕方

- ① テキストとして、レジメと別紙を交互に使用します。
- ② レジメには、講師の板書や自身の気づきをメモして行ってください。
- ③ 別紙は参考資料です。

★IPP とは？

2004 年に開発された“原価と値決め”に関する当社独自のコンサルティング・プログラムです。現在に至るまで、数多くの企業様に導入され数千万～数億円単位での収益改善に貢献してきました。

★なぜ“原価と値決め”が大事なのか？

- ① 創業当初、現場改善だけやっても儲からなかった。
- ② そんな中、ある事件が起きた。
- ③ 「原価より高く売る」という商売では極めて当たり前のことをやっていくことにシフト。

★この研修会の3つの目的

- ① 収益改善活動の肝である“原価と値決め”の基礎知識の学習すること。
- ② 収益改善の“勘どころ”の理解すること。
- ③ 本来あるべき姿を知り、現在の自社の問題点を認識すること。

講師のプロフィール 2023.09.01 時点

“製造業のための”収益改善コンサルティング会社

株式会社 西田経営技術士事務所

代表取締役 西田 雄平（にしだ ゆうへい）



<略歴>

2009 年法政大学経営学部を卒業後、ミネベアミツミ(株)に入社し購買管理の実務を経験。若干 24 歳で同社最大の生産拠点であるタイ工場に赴任。現地マネジメントに加え、アジア諸国の経営者とタフな商談や価格交渉を行なう。

その後、西田経営技術士事務所に転じ、収益改善コンサルタントとして全国の中小製造業へ「収益改善プログラム（通称 IPP）」を導入。原価と値決めにメスを入れ、顧問先企業の利益創出に億単位で貢献。「社内に利益意識が醸成され、経営感覚の鋭い社員が育ってくる」と多くの経営者から好評を得ている。

官公庁や大手セミナー会社での講師も務める。

<講師実績>

- ◆大手、官公庁…45 回（日刊工業新聞社、中小企業大学校、商工会議所など）
- ◆自社開催 …… 48 回（価格転嫁力の鍛え方、もの作り！収益改善強化塾、もの作り！原価管理強化塾、コストダウンがー養成学校、もの作り！管理者養成学校 など）
- ◆企業内研修 …… 多数（新入社員研修「もの作り入門塾！」、「もの作りの仕事の流れと生産性向上」、「生産現場の問題解決」、「もの作り管理者の基礎知識・ムダ取り技法」など）

<コンサル実績（一部）>

- ◆X 社（社員数 40 名）…導入 1 年後、年間 6,000 万円の価格改定に成功！
- ◆Y 社（社員数 100 名）…見積り条件を見直し！年間 1 億円の選別費用が削減！
- ◆Z 社（社員数 110 名）…売価 20%アップ！過去最高益を達成！ など多数

<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）

この研修会の構成

セッション1. なぜ利益を増やすことが大切なのか？

セッション2. 利益を増やすには、何を考えれば良いのか？

セッション3. 原価と値決めの基本を知ろう

セッション4. 製造業にピタッ！とくる原価計算のやり方

セッション5. IPP 導入の心構えとコツ

セッション6. これから皆さんがすべきこと

セクション1. なぜ利益を増やすことが大切なのか？

<あなたの考えを書く>

自社の現状はどうか？

<講師から学んだことを書く>

セクション2. 利益を増やすには、何を考えれば良いのか？

(1) 「利益の方程式」を実行するだけ！

自社の現状はどうか？

(2) たった1%で利益が2倍、3倍！になる！
(別紙1)

(3) 社長の机に「利益一覧表」を！ (別紙2)

(4) もの作り企業では「4つの戦略」を描こう
(別紙3)

たった 1%で利益が 2 倍、3 倍になる！

1

$$\text{製品 A の利益} = (\text{売価} - \text{原価}) \times \text{販売数量}$$

2

現状	: 売価	原価	販売数量	利益
	(100 円)	99 円	× 10,000 個	= 10,000 円
	↓	1%アップ		↓ 2倍
値上げ後:	(101 円)	99 円	× 10,000 個	= 20,000 円

3

現状	: 売価	原価	販売数量	利益
	(100 円)	99 円	× 10,000 個	= 10,000 円
		↓ 1%ダウン		↓ 2倍
コストダウン後:	(100 円)	98 円	× 10,000 個	= 20,000 円

4

現状	: (100 円)	99 円	× 10,000 個	= 10,000 円
	↓ 1%アップ	↓ 1%ダウン		↓ 3倍
値上げ+ コストダウン後:	(101 円)	98 円	× 10,000 個	= 30,000 円

5

	売価	原価	販売数量	利益
現状	: (100 円)	99 円	× 10,000 個	= 10,000 円
	↓ 1%アップ	↓ 1%ダウン	↓ 1%アップ	↓ 約 3倍
値上げ+ コストダウン後	(101 円)	98 円	× 10,100 個	= 30,300 円

利益一覧表とは？

どの得意先、どの製品が、どれだけ儲かっているか一目で見て分かるようにしたもの。

＜顧客別・製品別利益一覧表の例＞

得意先名	製品名	①	②	③= ①- ②	④= ③÷①	⑤	⑥=①×⑤	⑦=③×⑤
		売価	全社 原価	全社 利益	全社利 益率	年間数量	年間売上	全社利益額
		(円/個)	(円/個)	(円/個)	%	(個/年)	(円/年)	(円/年)
A社	X	100	50	50	50%	10,000	1,000,000	500,000
	Y	200	150	50	25%	5,000	1,000,000	250,000
	Z	300	400	-100	-33%	1,000	300,000	-100,000
A社合計					28%	16,000	2,300,000	650,000
B社	イ	150	50	100	67%	1,000	150,000	100,000
	ロ	100	30	70	70%	5,000	500,000	350,000
	ハ	300	200	100	33%	500	150,000	50,000
	ニ	500	550	-50	-10%	5,000	2,500,000	-250,000
B社合計					8%	11,500	3,300,000	250,000
C社	あ	700	600	100	14%	20,000	14,000,000	2,000,000
	い	200	100	100	50%	10,000	2,000,000	1,000,000
	う	300	500	-200	-67%	30,000	9,000,000	-6,000,000
	え	50	70	-20	-40%	50,000	2,500,000	-1,000,000
C社合計					-15%	110,000	27,500,000	-4,000,000
全体					-9%	137,500	33,100,000	-3,100,000

出典 『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』
西田雄平著（日本実業出版社）