

最適な価格転嫁方法

日本生産性本部主席経営コンサルタント

藤本 忠司



(筆者略歴)
半導体メーカー勤務後、日本生産性本部経営コンサルタント養成講座修了。大手・中堅企業の製造業・サービス業・土木建設を中心に、ものづくり改革・サプライチェーン改革・工場建設・見える化・人材育成・組織強化の任にあたる。国内外・規模に関係なく、コンサルティング方針は「やることをしっかり決める」「決めたらやり切る」。

在していないため、事業を売却することとなる途中で組織運営面での次のような問題を強く感じました。現在、業の受注品が大幅な赤字の要因と分かりました。多くの従業員は「目の輝き」が出始め、精神的に仕事へ取り組むようになってきました。

●価格転嫁の意思決定方法をもとに、目詰まりした会社風土を变える。しかし、意味のない便乗値上げはしない。さまざまなことを会社で結論を出す。皆が気持ちよく働いてもらうことがトップの責任である。

一方、B社は旧態依然とした対応で、「一方的価格押し付け」「サプライヤーの実情を無視した買い叩き体質」をそのまま継続していき、変えることができません。

●価格転嫁では部門ごとの牽制を止めよう。全社で考えて一緒に結論を出す。価格転嫁以外にも、さまざまな情報を目詰まりが見えた。しかし、このトップは、自ら顧客の社長に申し入れ、期限を切られ時間稼ぎされ、うやむやになってしまっている。きれいとは言えない。これから具体的な内容で、社内を変えていく。変えることがトップの仕事だ。

●社内では価格改定を受けても、調達部門・外注管理部門を決めていく。会社全体で決めたことだ。売価を上げて、失注しなくても営業の責任にはしない。生産管理の利益管理は値上げ分を差し引き、改善効果も評価する。一律の責任追及はしない。そうしないと、調達部門はそのサプライヤーに必ず「しつこく返す」の報復をすることが他社でも発生している。そのような行動は一切禁じる。

●価格転嫁の意思決定方法をもとに、目詰まりした会社風土を变える。しかし、意味のない便乗値上げはしない。さまざまなことを会社で結論を出す。皆が気持ちよく働いてもらうことがトップの責任である。

当稿では、国内B2がることがあっても、も、過去からの延長線上で「ダメだ」と感じる。価格転嫁を握りに慣れたことになった。今年度も中めです。しかし、「最」小企業庁では下請Gメ低賃金上昇「原油高を檢討している過渡期」「下請調査員」がさによる電力費高騰「物」となっています。

3回にわたり、価格転嫁が進みにくいB2B時代に変わっていきま

現在の進行形のコンサ

①「価格転嫁」に慣れない国内B2B

B2Bでは、過去30

「各業界の常識」が大

「B2Bの国内メーカー

ありました。価格は下

得ず、泣き寝入りが当たり前となり、常態化しています。

「供給者責任」の定

価格転嫁最適化はト

自社論理の最適コスト

追求めでもなく、「売

「各業界の常識」が大

「B2Bの国内メーカー

ありました。価格は下

顧客の担当窓口で慰留

価格転嫁以外の、さまざま

価格転嫁以外の、さまざま

価格転嫁以外の、さまざま

価格転嫁以外の、さまざま

価格転嫁以外の、さまざま

価格転嫁以外の、さまざま

価格転嫁以外の、さまざま