

ご来場いただきありがとうございます。

- | | |
|--|---|
| <p>+ 第1部
18:30~19:30
「あなたの会社の価格は適正ですか？」
税理士・行政書士
小山武仁</p> | <p>+ 第2部
19:30~20:30
懇談会</p> |
|--|---|

社団法人 板橋法人会 青年部会主催
『青年経営者研修と交流の集い』
あなたの会社の価格は適正ですか？
税理士・行政書士・資金繰りコンサルタント 小山武仁

自己紹介

小山 武仁
昭和50年生まれ 37歳
税理士、行政書士、資金繰りコンサルタント、FP
登録政治資金監査人、パソコン財務会計主任者
日本CFO協会会員など

主な業務内容

- | | |
|--|--|
| <p>+ 夢を応援！
・起業を応援
・飲食店を応援
・上場を応援
・海外進出を応援</p> | <p>+ 困ったを手助け！
・資金繰りで困った
・経理、税務で困った
・後継者育成で困った
・確定申告で困った</p> |
|--|--|
- 「何でも」「何度でも」「無料で」ご相談！

主な業務内容

- + 資産家向けコンサルティング**
- ・地主さん
 - ・会社創業者、上場企業経営者 など向け相続対策
- + 上場・海外進出コンサルティング**
- ・上場準備
 - ・海外進出準備、グローバル企業向けコンサルティング

主な業務内容

- + 飲食店の立ち上げ・プロデュース**
- ・居酒屋
 - ・ラーメン店
 - ・カフェ
 - ・韓国料理
 - ・イタリアン
 - ・フレンチ などなど
- 個人店から上場・海外進出企業まで**

主な業務内容

- + セミナー・講演・執筆など
 - ・セミナー 経理実務講座（ハローワークの職業訓練）
 - 株式投資講座
 - 大原簿記学校税理士科
 - ラーメン独立「食の道場」
 - ・講演 めざましTVなど
 - ・執筆 マイクロソフトのMSNマネーなど

主な業務内容

- + 企業研修・幹部育成研修
 - ・企業研修（経理実務研修）
 - 対象：経理担当者
 - （未経験者・自計化支援・資金繰り・上場準備）
 - ・幹部、後継者育成研修（経営は車の運転と同じ）
 - 経営理念作り・業務マニュアル作成
 - 採用・研修・人事研修
 - ブランド作り・マーケティング
 - ホワイトカラー効率化・財務ファイナンス

今日の内容

- +頭の準備体操
- +価格って？
- +脳は騙される
- +価格競争に巻き込まれないために
- +これからの価格戦略

今日の内容

- +頭の準備体操
- +価格って？
- +脳は騙される
- +価格競争に巻き込まれないために
- +これからの価格戦略

頭の準備体操

- ① 松竹梅
お寿司屋さんの松竹梅
どれが一番売れますか？
- ② ロレックスの売り方
3万円
30万円

頭の準備体操

- ③ お花の売り方
満開で綺麗に咲いている花
まだ咲いていない花
- ④ 100円でなく99円で売る理由
桁が違くと安く見えるから
レジの不正防止のため

頭の準備体操

⑤ セット商品の売り方

食べ放題+飲み放題
3,500円 → ~~3,500円~~

食べ放題のみ
2,000円 → 2,500円

飲み放題のみ
1,500円 → 2,000円

or

頭の準備体操

⑥ 100円玉オークション

100円玉のオークションに参加してください

ルール

- 一番高い価格をつけた人が落札
- 一番高い価格が複数の場合には、全員落札OK

今日の内容

- +頭の準備体操
- +価格って？
- +脳は騙される
- +価格競争に巻き込まれないために
- +これからの価格戦略

価格って？

① 製品の分類

- ・最寄品 日用品など
- ・買回品 洋服・電化製品など
- ・専門品 ブランド品など
- ・サービス業
- ・B to B

価格って？

② 売上 = 数量 × 価格

数量・・・投票数
価格・・・満足度

数量をあげると？ さげると？
価格をあげると？ さげると？

価格って？

③ 値下・値上と必要客数

	売上のみ	売上+原価	売上+原価+人件費
20%値下	125人 (+25%)	140人 (+40%)	200人 (2倍)
定価	100人	100人	100人
20%値上	83人 (△17%)	78人 (△22%)	67人 (△33%)

価格って？

④ 購買意思決定 (AIDMA→AISAS)

Attention (注意)	Attention (注意)
Interest (関心)	Interest (関心)
Desire (欲求)	Search (検索)
Memory (記憶)	Action (行動)
Action (行動)	Share (共有)

価格って？

⑤ 一般的な購買意思決定

代替性なし (譲れない)

↓

代替性あり (比較して判断する)
(予算があるもの以外)

価格って？

⑥ 価格設定の方法

- ・コスト志向型 → コスト+利益
- ・需要志向型 → いくらで買う？
- ・競争志向型 → ライバルは？

原価と価格は切り分けて考える！

価格って？

⑦ 価格決定要素

- ・希少性
- ・信頼性
- ・歴史がある
- ・耐久性
- ・新鮮
- ・ライフサイクルコスト
- ・機能
- ・量
- ・デザイン
- ・バラ？セット？

価格って？

⑦ 価格決定要素

- ・分割or一括
- ・慣習価格
- ・立地
- ・売る人
- ・特殊マーケット
- ・買う人
- ・広告目的
- ・買い安さ

今日の内容

- +頭の準備体操
- +価格って？
- +脳は騙される
- +価格競争に巻き込まれないために
- +これからの価格戦略

脳は騙される

① 芸能人格付けチェック

価値が客観的に判断できるもの

価値を主観的に判断するもの

② 認知的不協和の理論

後悔するもの

後悔しないもの

脳は騙される

③ 本体価格と分割価格

④ 送料込み・送料無料のウソ

⑤ 一杯サービス？ VS 500円OFF？

脳は騙される

⑥ クーポンバック VS キャッシュバック

100%クーポンバック (某居酒屋チェーン)

その場で30%キャッシュバック

(例)

飲食代金、全額バックキャンペーン！

12月24日・25日に宴会のご予約を

いただいた方には、

な・な・なんと！ 飲食代金を全額バック！

※当店でのみ使えるクーポンでのバックになります。※当店で、3,000円以上のご利用につき、お一人様一回一枚ずつご使用いただけます。

脳は騙される

⑥ クーポンバック VS キャッシュバック

3,000円→1,000円×3枚のクーポン

次回 3,000円△1,000円=2,000円

2回 3,000円△1,000円=2,000円

3回 3,000円△1,000円=2,000円

合計 9,000円△3,000円=6,000円

結局、33%引きにしかなっていない！！

脳は騙される

⑦ 1.3倍の法則

焼鳥一本100円

値上げしてもわからないのは？

値下げしてもわからないのは？

量を増やしてもわからないのは？

量を減らしてもわからないのは？

変化に気付くのは1.3倍変えたとき

脳は騙される

⑧ 1.7倍の法則

別ものに感じるのが1.7倍

トヨタのレクサス

つけ麺

幸楽苑・日高屋

今日の内容

- +頭の準備体操
- +価格って？
- +脳は騙される
- +価格競争に巻き込まれないために
- +これからの価格戦略

価格競争に巻き込まれないために

- ① なぜ価格競争に？
- ・なぜ値下げする？
 - ・売る相手がまずい？
 - ・ライバルとの対立軸は？
 - ・ゲーム理論

価格競争に巻き込まれないために

① なぜ価格競争に？

- ・ゲーム理論

当社\競合	安売りする	安売りしない
安売りする	5\5	15\3
安売りしない	3\15	10\10

価格競争に巻き込まれないために

② 安売りに巻き込まれないように

- ・中間価格の理論の応用
売りたい製品・商品が
中間価格になるように
製品ラインナップを改良

価格競争に巻き込まれないために

② 安売りに巻き込まれないように

(例) 上に価格帯を拡大

B	80円	A	100円
		追加 → A+	120円
		追加 → A++	150円

価格競争に巻き込まれないために

② 安売りに巻き込まれないように

- ・誘引効果の応用
AとBのどちらかを選ぶ場合
あとからAより劣るA-を加えると
AとA-を比較してしまい、
自動的にAが選ばれることとなる。

価格競争に巻き込まれないために

② 安売りに巻き込まれないように

(例) Aより劣るA-を追加

B 80円 A 100円

追加 → A- 80円

価格競争に巻き込まれないために

② 安売りに巻き込まれないように

・オークション理論

自社の製品の魅力を再確認

機能→使い方→使っているシーン

感じる価値 > 製品価格

価格競争に巻き込まれないために

② 安売りに巻き込まれないように

・使っているシーン

iPhoneのCM

・効果が見えるように

掃除機 (ダイソンなど)

価格競争に巻き込まれないために

② 安売りに巻き込まれないように

・目的と手段の再定義

(例) カメラ

「子供の姿を綺麗に残したい」

画素数・手ぶれ・笑顔・加工

価格競争に巻き込まれないために

③ 既に巻き込まれてしまっている場合

・自社が高い理由を説明

質・量

ライフサイクルコスト

・他社が安い理由を説明

価格競争に巻き込まれないために

④ 値下げしても良い場合

・遊休設備

・遊休人材

・数量UP→固定費削減、回転数UP

・現金売り

価格競争に巻き込まれないために

⑤ 値下げの留意点

- ・商品価値を下げず納得できる理由があるか？
(一時的・定期的・恒常的)
- ・先の見込める新規顧客
- ・原価が安いもの

価格競争に巻き込まれないために

⑤ 値下げの留意点

- ・次の無料の機会はないこと、未定であることを告知
- ・値下げでブランディング
- ・需要を流動化させる

価格競争に巻き込まれないために

⑥ 安売りのタブー

- ・定期的な値下げ、恒常的な値下げ
- ・高価なものは×
- ・タイミングを悟られて良いもの、いけないもの

今日の内容

- +頭の準備体操
- +価格って？
- +脳は騙される
- +価格競争に巻き込まれないために
- +これからの価格戦略

これからの価格戦略

① 不況が与える影響（スーパーの例）

- ・一回あたりの買い物を減らした人
→ 50%
- ・安い商品を買うようになった人
→ 35%
- ・一点豪華主義になった人
→ 40%

これからの価格戦略

② education marketing

- ・情報を無料で、製品を有料で。
知っておいた方がオトクなものを無料で提供
→製品の購入につなげる

これからの価格戦略

- ③ 価格と共に組織を変える
- ・ 人事評価
 売上→利益へ
 - ・ 値下げしなくても売れる組織へ
 特化、集中戦略
 部署の差別化

これからの価格戦略

- ④ 社会の変化・キーワード
- ・ 広告集客目的
 - ・ 社会の不安定化
 - ・ 消費型社会からの脱却
 - ・ 耐久性
 - ・ ライフサイクルコスト

これからの価格戦略

- ④ 社会の変化・キーワード
- ・ デザイン
 - ・ 価値観の多様化
 - ・ 心理的財布の多様化
 - ・ ニッチ、サブカルチャー
 - ・ 社会貢献

ありがとうございました

小山武仁 税理士

検索

東京都世田谷区下馬 6-32-18 (最寄り学芸大学or三軒茶屋)

Tel : 090-8113-1805 Fax : 020-4622-7793

Mail : takehito.koyama@gmail.com

Facebook : 「小山武仁」「税理士・行政書士小山武仁事務所」

Twitter : takehito_japan

ご相談無料です。お気軽にご相談ください！