

# 利益構造を変えるプライシング

価格構造・価格構成の概要テキスト

# 価格戦略調査とその概要

---

## 価格戦略とは？

通常、価格とはどのように決めているでしょう？ 同業が      くらいだから…。  
開業以来ずっとこの価格だから、…。

もし、もしもです、今の価格の < 1.5倍・3倍 > の価格でもお客様は普通に払っていたとしたら…。

### < 年商1億円の場合 >

年商1億円 × 営業年数5年 = (1.5億 - 1億) × 5 = 2.5億……円の損?????

もし、これが事実だとしたら？

しかも、いま、設定している価格には販管費等を含めた損益分岐点を超えた価格設定のはずですから、+ の0.5億  
= 2.5億円は……純益…純利益……

いいですかもう一度言いますね、 2.5億円の純利益をモウケソコネタ????

あなた様の商売に当てはめて下さい。その純益を儲け損なっているとしたら…。

この資料、2,100円は安すぎた???

「いっていることはわかった。そんなの机上の空論、1.5倍にして売れば世話無いよ」

はい、私も最初そう思いました。

すこし一緒に考えてみて下さい。

2.5億の純益のために 5分やそこら真剣に考えてみても絶対に損はさせません

### ソフトクリームの場合

例えば、ソフトクリームが町にありますね。女性が大好き、大人も子供もバニラやチョコや。

ここではバニラのコーンタイプのを想像してみてください

まず、ご自分で紙にまゝ      円かな、と妥当な金額を書いて下さい。あなたにとってでかまりません。

100円？500円？いくらでもかまりません。

次の質問です

あなたの想像したソフトクリーム、いくらだったら安いと感じはじめますか？

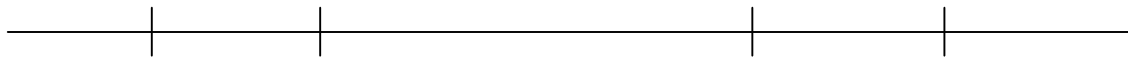
あなたの想像したソフトクリーム、いくらだったら高いと感じはじめますか？

あなたの想像したソフトクリーム、いくらだったら高すぎて「買うものか」と感じますか？

あなたの想像したソフトクリーム、いくらだったら安すぎて品質に不安を感じますか？

では、次に

都合 5つの価格が紙に並んでいます。したの線の下に配置してみてください



私の場合 80 120

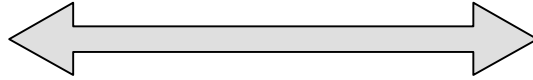
300 350

ご自分 < > < >

< > < >

というように並びます。

この



の間はお客様は特に高すぎるとも安すぎるとも、

感じずに支払ってしまうゾーンです。

しかし、ただ、値上げすれば払ってくれるかと言ってそんなわけはありません。

整理すると

1番が120円 - 最多販売価格帯・・・販売数最大・・・最適価格

2番が300円 - 高品質価格帯・・・メッセージ・見せ方で高収益価格

3番が350円 - 嫌悪離脱の価格

4番が80円 - 品質への不安の価格・・・売れない！！

の低価格帯は、<見込み客・集客価格帯>

が同じ製品又は同カテゴリのラインナップ上で付加価値の高いメッセージ・見せ方で高収益を稼ぐ

<高品質価格帯>

例えば、

牧場の無農薬飼料で育てた乳牛から本日の朝絞り立てを直送牛乳を使用して作りました

特濃バニラミルクソフトクリーム材料に限りがあるため一日40本限り

どうでしょう、120円より高く売れそうな気がしませんでしょうか？これは極端な例ですので、当然コストにも影響はします。しかし、120円で売ったときのアタリと300円で売ったときのアタリは価格差3倍分以上のアタリを作り出すことは容易に想像できます。

ではいくらなら、みんな買ってくれるのか？

一人二人だとデータの信頼性がありません。

やっぱり、大規模な市場調査とかひつようなんだろう・・・。

いいえ必要ありません。 たったの30人の声が集まればよいのです。

その集まった数字を元に 及び が決まります。

決まったら、その価格にふさわしい理由・メッセージ・その商品にまつわる物語を考えてみてください。もちろんお客様がピンとこなければ、売れません。真実味のある価格とのバランスです。

では以下に実例を2つのせておきますのでご参考下さい。

## 実例1 <ビデオデッキ> 普及品

最適価格 11600前後～13000円より少しでも下がりすぎると信頼を失う

高すぎると急速に売れなくなる

この価格帯以上は、付加価値の高い機種でないと売れなくなる。

## 実例2 <ラーメン屋さん>

最適価格 750円 素ラーメンとして対応 ラーメンのスープや麺は同じ

$\times 0.83 = 622$  600円に設定

高品質価格帯 920円 店オリジナルのラーメンを設定

$\times 1.17 = 1076$  950円に設定(トッピング等で1050円までアップ)

(実際には1050円で販売した)

客数の増加と利益増に直結した……… ただし、530円の販売数増のため

昼間のシフトと、時間帯当たり販売数で現在とMax販売数とのギャップがあり、着手当初は準備に時間を要した……期間限定でテスト販売 20%売上アップ

