



建築資材販売における価格転嫁の工夫と課題

～個別の努力と業界の改革～



株式会社LTU 代表取締役社長 原田 岳

自己紹介

原田 岳

生年月日

昭和54年10月23日生れ(46歳)

出身地等

大阪生まれ 神戸育ち

家 族

長男(17歳)、長女(13歳)、次女(10歳)

趣 味

模型を作ること

大きなバイクに乗ること





価格転嫁事例

顧客の利益を守る価格転嫁

価格交渉の準備

1 急な値上げはしない

一定期間はバッファをとるように仕入先とも協力する
見積金額を半年程度前から上げる
アドバランを何度も上げる（値段が上がるんだと実感してもらう）

2 掛率で販売する

定価が上がると自動的に実勢価格も上がる

3 内口銭にする

交渉相手が仕入先になる 原価が上がると粗利額が増える
直接交渉できない相手からの値上げはけっこう受け入れる



価格転嫁で重視していること

1 顧客の利益が減らない工夫をする

顧客も価格転嫁できるように協力する（付加価値の説明、かわりに営業してあげる等）

一番の解決法は、最終消費者がきちんと適正価格で購入すること

2 1社に頼りすぎない

最大でも売上高の5%弱

3 わが社にしかできない強味を作る

施工部隊の創設、構造計算、省エネ計算

⇒ ほかの粗利率が高い商品を開発し、セットになるように販売する

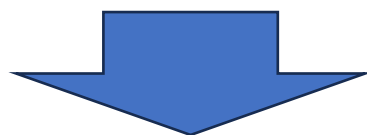
4 気合と根性で訪問、訪問、また訪問

最後は営業力が価格交渉の武器になる



価格交渉・転嫁にあたっての苦勞と対応

- 1 施工を必ずいっしょにやっていただくことで折り合いをつけた
- 2 ほかの商材を同時に購入していただくことで、粗利額を確保した
- 3 構造計算などとのセット販売で値上げ引き延ばしに応じた
- 4 取引停止



1 案件あたりの粗利額に注目



単純な値上げだけが価格転嫁の方法ではない。価格転嫁分の粗利＝販促費ととらえる



価格転嫁の課題

0円は何をかけてもゼロ

価格転嫁の課題

昔からいろいろな
価値ある仕事を無料でやってきた



でも残業代も無料だった!!

もちろん最近がちがう
私は生まれてから 1度も残業代もらったことない

商習慣からの脱却が困難



価格転嫁の課題

課題 1 見積無料

トイレのお値段はいくらですか？ ⇒ 186,000円です

作業：価格表を確認する（数分）



まあ許容範囲内

この家1軒のお値段はいくらですか？ ⇒ 24,856,300円です

作業：意匠設計、構造設計、省エネ計算、構造計算、建材類の積算、工数の積算、価格表の確認
数十時間の業務

このプログラムのお値段はいくらですか？ ⇒ 3,258,000円です

作業：データベース設計、スクリプトの設計、UI設計、工数の積算 数時間～の業務

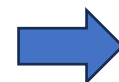
この公共工事のお値段はいくらですか？ ⇒ 325,600,000円です

作業：下請けも含めて設計、積算、価格表の確認 数十時間から数百時間の業務



これらが全部無料：誰がコストを負担するのか？まわりまわって受注者
無駄に見積を取りまくる人のせいで、ほかの人が割を食う。給料も上げにくい

請負の見積は有料化すべき



無駄な見積が減る、生産性があがる

価格転嫁の課題

課題 2 送料無料



本当に無料でできるならやり方を教えてほしい ⇒ 不当な表示ではないのか？
みんなやってるから許されるものでもない



もちろん、持ち帰り、再配達も無料 ⇒ 物流業界を圧迫

運賃は必ず別記載・別項目請求

⇒ ビニール袋は有料、福利厚生費記載義務
運賃は無料？？？

⇒ 無料にいくらかけても無料（燃料代が1.1倍になる ⇒ 無料×1.1 = 無料）

無料 ⇒ 運送会社にも運賃を削る圧力が強すぎる（自社の利益を守るため）

別記載 ⇒ 利益を乗せて販売するので不当な圧は下がる（単なる内部コスト⇒商品）

もちろん、高すぎると売れなくなるのでバランスはとられる

価格転嫁の課題

ほかにも 現地調査無料、配送附帯作業無料、アフターメンテナンス無料・・・

- 1社だけの取り組み ⇒ その会社だけ売上が下がる
 - ⇒ 業界での横連携が必要不可欠
 - ⇒ 不当なコストダウン要求先はみんなで無視する？（共同ボイコット）
 - ⇒ 会社が生き残るためにほかの顧客から利益を余分にいただく
これが公正なのか？

積算部門、工事部門、物流部門の待遇改善が極めて困難 ⇒ 人手不足

- 送料無料⇒不当廉売 世の中全体でやってる⇒これこそ国家が正さなければならない
 - ⇒フィジカルインターネット実現会議にてガイドラインを策定中
 - 例えば、商品代と送料を分けて記載することを一斉に実施する必要がある
 - ⇒ 実施しない業者には課徴金罰則等でペナルティー

正直者がバカをみない仕組みが必要



建築資材販売における価格転嫁の工夫と課題 ～個別の努力と業界の改革～



株式会社LTU 代表取締役社長 原田 岳