

第83回 勇気を持って値上げ交渉に挑むには？

よくランチに行く、近所の就労継続 B 型事業所さんが、やっと定食を値上げしました。消費者としてはもちろん痛いわけですが、一方、この食堂の存続に期待が持てるとも言えます。

一般顧客向けならこのように一方的に値上げも可能かもしれませんが、企業に卸したり、個別に業務委託契約を結んでいる場合、なかなか値上げを認めてくれない、そもそも怖くて言い出せないケースも多いでしょう。しかしそれでは、工賃も上げられませんか、事業で損が込んで法人に負担をかけるかもしれません。

では今の時代、一般企業は、どのように値上げ交渉しているのでしょうか。

まずは、世の中全体の物価動向、コストアップ状況を訴えることです。そのために、インターネットで資料を備えます。基本的なところでは、北海道最低賃金推移（道のホームページにあります）、「毎月勤労統計調査」（厚生労働省）、「消費者物価指数」（総務省）などなどです（他にもあります）。「B 型には最低賃金も関係ないでしょう」と言われたら、「同じレベルで上げないと利用者がいなくなってしまう、御社に製品を卸すこともできなくなるんです(+_+)」などと訴えればいいでしょう。

その上で、「当事業所でもしっかり原価管理や生産管理をしています。コストアップ分を価格に反映させないと、事業が存続できないことはソロバンをはじいてわかってます。」と主張しましょう。必要なら原価資料を作成します。「工賃向上」のために当メルマガでご説明してきた視点は、こういうときに活きます。

それでも値上げを認めてもらえない場合は、価格以外の価値を提案することです。例えば、パンの味を変える、カタチを面白くする、納品タイミングに融通を利かす、「安心・安全」を打ち出す、といった、ありとあらゆる工夫です。そういった新たな価値の提供を条件に、値上げを認めさせます。

このような、物価データの収集、原価資料の作成、価格以外の価値提案といったこと全てに、生成 AI を活用できます。そして、値上げ交渉のトーク、想定される質問・反論とそれへ回答なども、AI に何パターンか作らせましょう。

こうして、勇気を持って交渉するあなたを、AI がバックアップしてくれるでしょう♪。

以上はほんのさわりですので、こちらをご覧ください。

『中小企業・小規模事業者の価格交渉ハンドブック』（中小企業庁）ほか

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/shien_tool.html