

得意先のコストダウン要求が横暴になつたらどうすべきか



東川 鷹年
Takao Higashikawa
株式会社タカオシステム代表取締役

得意先からのコストダウンが横暴になつてきた場合、得意先が「なぜ」その要求をしてきたのかをまず考える必要があります。単に安くしろ、と言っているのか、それともその背景に深い深いわけがあるのか。そのどちらなのかを見抜くのも営業マンの仕事です。

今は、付加価値を付けなければ商品が売れない時代。お客様は、消費財なら「もっときれいに使いたい」「もっと楽しみたい」、生産財なら「それを使うことでコストダウンや生産性アップにつなげたい」といった具合に、商品を買うのではなく、「その商品を買うメリット」を買うわけです。そういう時代背景をしつかり捉えなければいけません。従来のような、工場やメーカーの御用聞き的な売り方では「もっと安くしろ」と言われてしまうのは当然です。

つまり、価格の勝負というのは最低のやり方。最後の砦であり、ここで負けたらアウト、もう後がないということなんです。

すると、さらなるコストダウン要求に

は「もっと付加価値を付けなさい」という意味が含まれている、と考えることができる。これなら、「考える大きなチャンスがきた」と捉えることで展開が広がりますよ。

得意先の先にはお客様がいるはずですから、そのお客様が何を望んでいるかを聞き出すことが肝要です。場合によっては、同行営業をやらせればいい。相手のお客様のものに行かせてもらって、「これが欲しい」ではなく、「こんなのが欲しい」というお客様のニーズを聞き出し、それに応じられるような付加価値を付けてあげなければいけません。

お客様に「あ、そうか」という気づきを与える、あるいは感動させることができれば、お客様も高いという気はしないし、値引きもされません。それを得意先と一緒に考えるべきでしょう。

成功すれば、得意先とのつながりをさらに太くすることができる。コストダウン要求がチャンスだ、というのはそういう意味でもあります。

もし、お客様の要望がモノだけのコス

トダウンであれば、「商品Aがその値段でダメなら、こちらの商品Bがありますよ」という具合に、代替品を勧めればよい。それでも要求が止まらないときはどうするか。

こちらが切羽詰まっているときに、余裕のある大口の得意先から非情な要求がきた場合、それは「切る」という意味か、もしくはこのまま付き合っていくか、よそに変えるかを思案中で、一べん試しに言ってみてどう反応するか見ている、と考えるべきでしょう。

この得意先は逆に危険です。仮にこちらが価格を下げて、もっと安いところがあればそちらにいつてしまおうという思い切つて見切りをつけ、他のいい得意先を探したほうがいい。

得意先の担当者が、自分の成績だけ考えてコストダウンを要求するケースもあるでしょう。その場合、開ける事柄は聞いてあげたほうがいい。しかし、この場合は価格だけでなく、例えば「材料を替える」とか、建築なら「五寸の柱を三寸にしろ」とか、見えないところで手抜き

をするでしょう。そのうち、何かしら事故が起こりますよ。

適正価格というものがやはりありますから、限界を超えて無茶を言うとき方にはメリットがなくなります。勇気を出してそれを言つてあげるくらいの気持ちを持つべきでしょう。要は、弱い者いじめをする得意先はダメなんです。

いずれにせよ、コストダウンには歯止めをかけなければいけません。常に「利は元にある」という言葉を念頭に置かなければいけない。原価のコストを考えることを忘れたら絶対にアウトです。

なぜその要求をしてきたかを考える必要がある

下請代金支払遅延等防止法の概要

