

2022

6.9.

## 値上げの必要性

ほとんどの店がダスキン商品の価格改定への対応で忙しくされていることと思います。ありがとうございます。

きっとレンタルを担当されている方々の中には、心苦しい思いをされたり取り引きが無くなり、辛い経験をした方もいることでしょう。

「ダスキン本社の値上げは迷惑だ」とか、「自分のせいでないのに解約が出る」と考えている人も居るかもしれません。

多くの中小企業が、「値上げは難しいと考えている」と日経新聞に書かれていました。理由は、重要な取引先を失う事で会社が傾くからです。でも、それだと、今以上にコスト削減をしなければならなくなり最後は従業員の給与も下げて耐える道に進むしかなくなります。

この点を弊社の顧問会計事務所の古田土会長はこうに言っています。

『中小企業が今やるべき事は 値上げ』

コロナ禍では、嵐が過ぎ去る迄の間、コスト削減で耐えるしか無かったが、これからは今の状態でも働き手を守る為に値上げをしなければならぬ。という事です。

その通りだと思います。会社の経費が上昇しているのに同時に従業員も物価が上がっているので生活費が上昇するので、それを賄う必要があるからです。

それをわかっていても、取引先と上手に値上げ交渉が出来ないという会社について、古田土会長はこうに言っています。

「取引先が値上げを認めてくれないという話を聞きますが、

もし理を尽くして説明をしても認めてくれないようならば、毎年値下げを要求するような会社であり、あなたの会社に代わる会社や他にある。という事です」

つまり、自社の製品、商品が他社と差別化出来ていないので、価値を認めてもらっておらず、いつ解約にも良い会社だと思われる事に他なりません。

身を引き締まる言葉ではないでしょうか？

また、別のコンサルタントの社長は、

中小企業の再生は、「コストを見ながら値上げするのが王道だ」と言っています。

2022.

6.9. No2

更に、「中小企業は取引に特定の企業に偏っている為に交渉力が弱く、取引先からのコストダウン要求を飲んでしまう事が少なくない。大事なものはきちんと採算が合う取引にすること」と言っています。

要点はコストに見合った価格をしっかりと提示して、お客様がそこに価値を感じて貰えるサービスを提供する事です。

私たちは、多くのお客様に、様々な商材を提供しています。

取引先の偏りに少ないのは安心出来るかもしれません。

値上げの話をすると、お客様によっては取引が無くなるという事が生じます。でもそれは、ただ交換に訪れるだけの付加価値を与えない取引が普段されており、安いところがあるならばいつでも乗り換える綱渡りの関係だったという事かもしれません。

値段が実際に上がる前に解約をされたならば特にそう言えるのではないのでしょうか？

ここをしっかりと考えないと、売れた時は自分のおかげ、解約になる時は世間と値上げのせいだと思ってしまいます。

「物価が上昇し続ける状況では、社員は安心して生活出来ないで、中小企業の社長はこうした時にこそ社員の給与を上げる経営をしなければいけない」と古田土さんは言っています。

その為に、製品、サービスの値上げと並行して、新市場の開拓、

新サービスの開拓、新しいビジネスモデルの開発など 付加価値を高める経営をしなければいけない、という事です。

きっとここが多くの中小企業が踏み込めない部分だと思います。

新しいことを始めるには多大な労力と勇気が必要です。

コロナ禍の荒波の中、利益を溜め込む守りの経営になり過ぎず投資しなければいけないからです。

ここまでで、値上げの必要性と、新しい分野へのチャレンジの必要性を書きまとめた。実際、(株)ほづみはどのように動いているのでしょうか？

2022

## 6.9. No3

弊社では かなり前から ダスキン本部の会議で値上げの要求をしてきました。固定費が上昇し続ける傾向なのに価格がそのままだと耐えられなくなるからです。

願いが叶い、7月から値上げとなりますが、計算してみると、市場への値上げと本部からの仕入れの値上げを差し引いた粗利益では、経費の上昇分を吸収出来ないかもしれません。

先日 弊社の取引先である新電力の会社が 夏からの電気代の値上げの説明に来られました。今、発電コストが高騰し、深刻な状況でした。結果、年間の上がり幅は、相当なものでした。

ガソリン代は今もこの国が防波堤になってくれているので、まだ良いが、値上げに併せて行う予定の従業員給与のアップの事も考えると、

ダスキンの本部からの仕入れはそのままに、市場の値上げを、もう1.5%くらいくれたら助かるのに... という思いです。他の経費が予測以上に上がらない事を願うばかりです。

働き手の生活を守る事は、最優先にしなければなりません。

今、皆さんが取り組んでくださっている値上げの説明は、そういった意味で重要な仕事です。是非粘り強く交渉し、適正な取引引き価格でお付き合いが継続できるよう、お願い致します。

そして、その他にも 私たちの強みを活かし、付加価値が高まる商材、サービスを開拓しなくてはなりません。自分達に価格決定権がある。

新しい事業にもチャレンジしなくてはなりません。この点では、

皆さん承知のように 様々な商品、サービスを模索しています。

うまく行かない事も沢山あります。

それでも、茹で蛙になる前に必死に釜の外に出る努力をしている最中なのだという事を理解して、取り組みに積極的に協力してくれるようお願いしています。いつも通り、仕事のルーティンには心地良く感じますが、やがて 私たちに代わる会社が現われ、必要とされなくなるでしょう。

穂積会長が各店に価格改定への労いの意味を込めて、慰労会が行えるよう予算を配りました。中には、

「価格改定交渉が必要な店に何故配るのか？」という声も上がったようです。

104.

しかし、価格改定に関わっていても、新しい商材やサービスを  
生みだそうと頑張っている仲間たちもいます。

ヘルスレント部門などは、2度の価格改定で、全て契約書と取りかわし、  
1かも価格が低くなってしまった事が多数発生しました。思い返せば、  
特別な労いもなく、多忙を極めた中で、よくやってくれたと思います。  
これらの部署の仲間たちも、ダスキンコントロール業が衰退したとしても  
乗り切っていく為の大切な存在です。

そんな思いから穂積会長が全店に分け隔てなく配られたのだと  
いう事を理解し、共に喜んで欲しいと願っています。

そして、ダスキン部門の売りに上げに頼った脆弱な組織構造から  
脱却し、地盤をしっかりと「高付加価値」「高賃金」の会社に  
育てて行きたいと思っています。