

# THANKS

BUSINESS NEWS LETTER

(VOL. 299)

発行日：2022年5月1日  
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング  
連絡先：〒359-0043  
埼玉県所沢市弥生町1792-10  
TEL:04-2936-6149  
E-MAIL：[info@thanksmind.co.jp](mailto:info@thanksmind.co.jp)  
<http://www.thanksmind.co.jp>

## 特集

### 「マーケティングの基本⑩」・・・価格戦略（その2）

本誌では、「マーケティングの基本」というテーマを特集しています。  
今は、ステップ4の「マーケティングミックスの策定」の解説をしています。  
今回も前回の続きです。

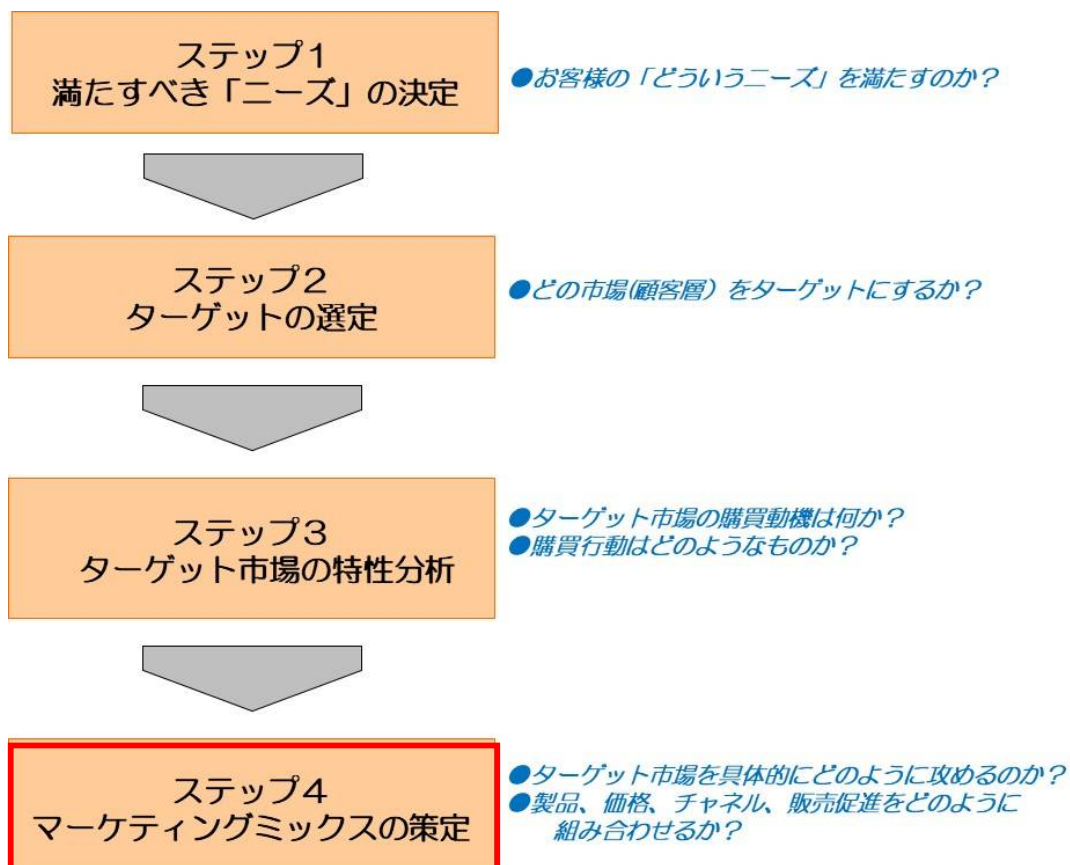
4Pの中の価格戦略について、いろいろな事例をご紹介します。

なお、本誌のバックナンバーは、以下のサイトでご覧になれます。

<http://www.thanksmind.co.jp/newsletter.htm>

### 1. これまでの復習・・・詳細は前号、前々号を参照ください。

マーケティング戦略を策定する際の基本的な手順は以下の4ステップです



## 2. マーケティングミックスの内容・・・詳細は前号を参照ください。

### (2) 価格戦略 (Price)

#### ①価格戦略の基本的考え方

「価格戦略」とは、「最適な市場投入価格を策定するための戦略」です。

#### 戦略検討の主なポイント

- ターゲットとしたお客様の「財布」に合わせた価格にすること
- お客様の潜在的な不満／不安を取り除くこと

#### ②価格戦略の具体例

- A : 新たな需要を喚起する価格設定・・・任天堂のファミリーコンピューター
- B : 独自のビジネスモデルによる圧倒的な低価格設定・・・サイゼリヤのミラノ風ドリア
- C : 特別なニーズに合わせた高価格設定・・・ヤナセのプレミアムレンタカー
- D : 明瞭会計による安心感の醸成・・・カーコンビニ倶楽部の自動車補修サービス

#### ————— ここまで前回 (詳細は前号参照) —————

- E : 「お試し」のための特別価格設定・・・ディアゴスティーニのシリーズ展開

今の時代のお客様は「慎重」です。

多くの選択肢の中から、自分にとって、「本当に良い物」「合っているもの」を探します。お客様が「買う」か「買わないか」を最も判断しやすいのが「試してみること」です。

「ディズニー」戦闘機「日本の城」「ムーミンキルト」・・・

ディアゴスティーニは、いろいろなジャンルで、模型、手芸、DVD等をシリーズ化して提供しています。

その価格戦略でポイントになっているのが「創刊号特別価格」。

たとえば、2020年10月に創刊した「ディズニーマジカルオーディオえほん」シリーズの場合は、通常価格が1,639円のところ、創刊号特別価格は、290円でした。

なんと、83%引きの値段です！

ちなみに、このシリーズは、その後、隔週で発行されていて、現時点ですでに第40号が発売されています。

もし創刊号が気に入って、2号目からずっと購入しつづけているとしたら、63,921円。

とても大きな金額になります。



F：セット販売による割安感の醸成・・・電力会社／ガス会社のセット割

総務省統計局の家計調査のデータによれば、全国の4人家族の電気代は、年間で141,828円（月11,819円）。

また、ガス代は、年間で62,424円（月5,202円）です。

合計すると、204,252円になり、家計の中で、大きな負担になっています。

こうした光熱費を下げるために、2016年4月に電気の販売が自由化され、翌2017年4月には、都市ガスの販売が自由化されました。

この流れの中で、今、多くの電力会社、ガス会社に取り組んでいるのが、電気＋ガスのセット販売です。

一般家庭にとっては、電気もガスも必要不可欠なものであり、そして、どこから買っても商品としては同じものです。

当然、家計の負担を下げるために、「できるだけ安く」と考える方は多いでしょう。

自由化の前は、電力会社と都市ガス会社は、地域ごとに完全に棲み分けられていましたが、今はまさ、「乱世に突入」という感じです。



## G：定額制による割安感・安心感の醸成・・・飲食店／携帯会社の「××放題」

近年、業界を問わず流行になっているのが「定額制」によるサービス提供です。定額制によるお客様の主なメリットは、以下の2点です。

### 1. 割安感がある

パチンコホール大手のマルハンから独立したマルハンダイニングが運営する「ごはんどき」は、月額4,000円で1日1回、16種類から選べるサービスを展開しました。（今は休止中）通常価格だと、最低でも1食500円はするので、リピーターにとっては、無茶苦茶お得です。

### 2. 安心感がある

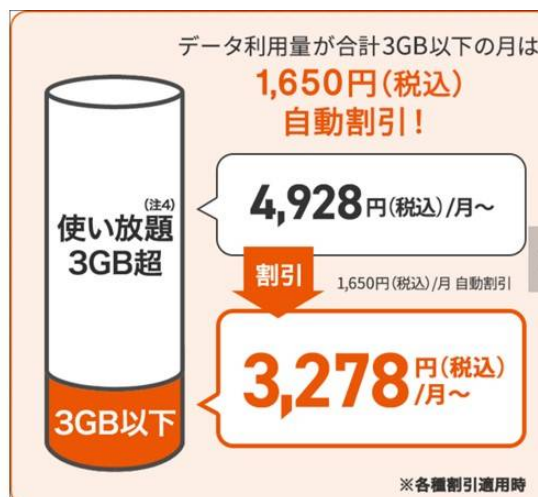
携帯電話は、今や定額制が当たり前ですが、以前は、月によって利用金額が違っていたので、私としても怖かったです。

確か、ある月に3万円くらい請求されて、目玉が飛び出したことがあります。

特に近年は、ユーチューブ等の動画サイトが花盛りですので、あっという間に利用データ量が増えてしまいますので、定額制でなければ安心して利用することはできないでしょう。

定額制は、上記のようにメリットがある一方で、お客様の中には、「利用しなかった場合」に、ちょっとした「損した感」が出てきます。

携帯電話等では、こうした不満を軽減するために、利用データ量が非常に少なかった場合は、自動的に割引するサービスも増えています。



## H：消耗品の利益を見込んだ安価な本体価格設定・・・携帯会社／コピー機会社／髭剃り会社等

この価格戦略は、剃刀の発明家のキングジレット氏によって提唱され、「ジレットモデル」と言われています。

製品本体を低価格で提供し、その付属品を消耗品として販売することにより、安定した収益を確保します。

たとえば、髭剃りの場合だと、購入される付属品の売上は製品本体の5～10倍とのこと。

このモデルを展開している代表的な業界がコピー機業界。

本体を買ってもらえれば、その後のトナー（インク）を継続的に販売することができます。

また、通信料金が期待できる携帯電話も同様です。

今は総務省のガイドラインにより廃止になりましたが、以前は、「ゼロ円携帯」が、携帯電話会社の価格戦略として一般的でした。





## I : 「段階分け」による心理的な壁の打破 . . . コンサルティング会社等

「御社の新規事業の市場参入戦略のご支援のお見積りは、×百万円です！」  
もし、私がこれまで全くお付き合いが無いお客様に対して、こうしたお見積りを提示して、お客様が「お願いしよう！」と即断して下さるか？

いくら提案書が素晴らしくても、また、いくら他社の事例を説明したとしても難しいでしょう。  
その理由は、お客様が決断するための「心理的な壁」が高すぎるからです。

特に、コンサルティングは形が無いサービス業。

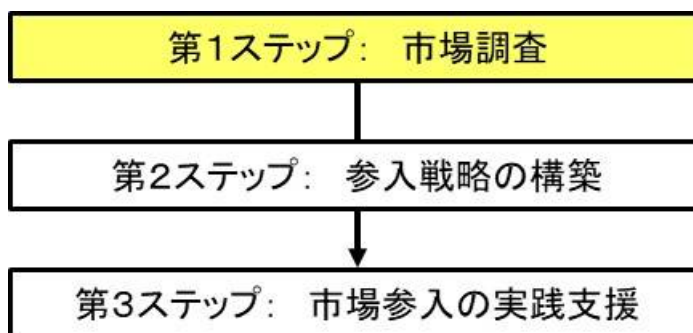
「信頼してください」と言っても、そんな簡単には行きません。

そういうお客様に対して、よくご提示するのが「段階分け」のお見積りです。  
たとえば、コンサルティングの全体手順を示した上で、「第1ステップの市場調査」で××万円という提示にします。

それだけで契約を結んでおいて、その成果物が期待外れの場合は、そこで終わり。

もし、満足できるものであれば、次のステップに進むという形。

こうしたやり方であれば、お客様の「心理的な壁」が低くなり、社内の稟議も通りやすくなります。



< 次回に続く >