



価格交渉の基本(1)

～購買担当者の心理とは～

中小企業活力向上ネクストオンラインセミナー
運営管理分野

中小企業活力向上プロジェクトネクスト実行委員会事務局



購買担当者というと……

- 価格が高すぎる！
ここまで下げろ！
- 何が何でも間に合わせて、
明日中には納入しろ！
- トラブルを起しやがって！
対策書をすぐつくれ！



……大体こんなイメージでしょうか。



購買担当者の立場

購買の仕事は

Q(**Quality**: 品質 = 不具合をなくす)

C(**Cost**: 価格 = 価格を抑える)

D(**Delivery**: 配送 = 確実な納期)

+

V(**Value**: 機能価値 = 新しいより高い機能で
価値を高める)

言い換えれば・・・



購買担当者の立場

- 品質に問題が起こる = 会社全体の不具合発生につながる
- 価格が高い = 会社の損失につながる
- 納期が遅れる = 会社全体の納期が遅れる

※「うまくいって当たり前」

「問題が起きれば本人が責任を取らされる」

これが購買担当者の立場です。





購買担当者の心構え

うまくいって当たり前

= 今よりよくしなければ、社内の評価は上がらないのだが・・・

品質なんて、もう決まってるし
納期も午前中に**FAX**すれば明日納入だし
機能価値は購買だけで何ともできないし
結局、コスト削減しかない・・・





価格交渉の申し入れ方 【買う立場】

①「何とかして値引きを成功させたい」
どのように話を持っていくかを考える。

A: 先ず無茶を言ってやれ！
交渉になっても、値引きを大きくできる！

B: 常識的に始めよう。大義名分がないのに
無理を言うと、進む話も進まない。



価格交渉の申し入れ方 【買う立場】

AとBは、以下で決まる。

1) 担当者の性格

2) 会社の置かれている状況

厳しくなればどうしてもAになりがち

3) 取引の力関係

大人しい相手と思えばやはりAになりがち

4) 過去の経緯

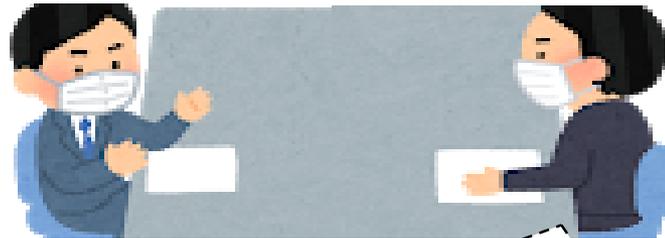
過去にも何度も減額を繰り返していれば、さすがにBの方向になっていく



購買担当者の泣き所 【売る立場】

②「決裂は極力避けたい」

赤字になってしまっってはご納品する意味がありませんので、お取引は難しくなります



それは困る。部品が入らなくなってラインが止まったら、責任問題になる



顔を立てる落としどころを探す 【売る立場】

納入がなくなれば、購買担当者には致命傷。

☀: 申し出の条件で満額かそれに近い回答。

☁: どこかで折り合いをつける。

**※大体10%減額を申し出て、5%までいけば、
社内的には顔が立つケースがほとんど。**

☂: ゼロ回答か、それに近い回答。

購買担当者の心理を読んで、交渉を進める必要がある。