

値上げをする事で、勉強して繁盛する。

文・イラスト

中谷彰宏

text & illustration by Akhiro Nakatani

「料

金を値上げしたら、今までのお客様から『高い。これでは買えない』と言われました。どうしたら良いですか」と、飲食店の経営者の方から相談されました。確かに、人件費・原料費・家賃・光熱費など、すべての経費が上がっています。ここで大事なのは、価格によってお客様の層が分かれている、ということ。その分かれ方は、富裕層と庶民層という大雑把な分かれ方ではありません。

例えば、800円のラーメンを出すお店があります。そこには、ラーメンは800円、という概念のお客様が来店します。ラーメン800円のお店は他にもある中で、選ばれています。そのラーメン屋さん、1000円に値上げをしたら、800円のお客様は来なくなり、800円で来客数が減つ

たので、600円にしたら、来客数が上がるかという、そうではありません。600円の市場には、600円のお店の激戦があります。つまり、価格帯は、ボクシングの階級制と同じです。「どの階級が楽」ということはないのです。お得感より「ムリな減量は、クオリティーの劣化が心配」と不安を感じるので、同じ価格帯でネットワークができているので、業界仲間も「高い」と感じます。

「ラーメンは、1000円を超える」と、売れない」という伝説がありました。ところが、1店が1000円を超えて成功すると、次々と同じ価格帯の店が現れました。1000円の価格帯にもお客様がいて、そのお客様は、800円では不安を感じていたのです。800円を1000円に値上げすること、一番抵抗しているのは、経営者本人なのです。経営者が、価格帯800円の客層なのです。

高級ホテルに行くと、2000円のラーメンは、たくさんあります。自身、食べていない価格帯の商品は、精神的に驚きます。体験したことがあるので、2000円のラーメンのどこ

が付加価値を生み出しているかが分かります。売値800円では、原価はこれが限界と感じています。

値段を上げるためには、勉強が必要になります。安く提供していると、勉強は不要になります。海外では、ラーメンが5000円というのは、円安のせいだけではありません。失われた30年の間に、サポートしてきた勉強を、価格を上げることで、チャンネルアップするチャンスなのです。自分で高いラーメンを食べに行ってみる勉強からスタートです。

Profile

1959年生まれ。主な著作に『哲学の話』『チャンスをつかめる人のビジネスマナー』『迷った時、「答え」は歴史の中にある。』他、1000冊を超える。【中谷塾】で講演活動を行う。2020年オンライン中谷塾【中谷庵】を開始。

詳しくは、HPで。<https://an-web.com/>



中谷彰宏
公式 Instagram

