



～集客増／経費削減以外にもある、利益の増やし方～

# 納得感のある値上げと 相応しい見せ方・伝え方

群馬県よろず支援拠点コーディネーター 山崎浩司

「値上げをするか否か」の経営判断は、難しい。

本勉強会では、値上げに関して判断材料となる情報を整理し、ただお願いするだけではないさまざまな値上げの方法について解説します。

また、各種販促ツール（チラシ・ホームページなど）やパッケージ、接客方法などの工夫で、値上げや高額商品・サービスに納得感を持たせるポイントについてもお話しし、値上げをするか／しないかを考えるヒントをご提供します。

聞いて終わりではなく、作って・試して・成果につなげましょう！

わからない点などの解消や、作ったものの添削、  
また、他の販促手法との組合せなど…。  
お気軽にご相談し、「よろず」を上手にご活用ください。

✉ [yorozu@g-inf.or.jp](mailto:yorozu@g-inf.or.jp)

☎ 027-265-5016

※山崎在籍日は火・水曜です。



値上げの理由・方法はさまざま

どうして値上げをしようとしているの？

経費を減らすのも  
利益を増やす一手段

**利益 = 売上 - 経費**

**売上 = 単価 × 販売数**

売上を上げるために、「もっとたくさん売る（営業頑張る・疎かだった客層へのアプローチ・マーケティング的な工夫等）」だけでなく、「**単価を上げて売上を伸ばす**」アプローチもあります。

「値上げ」というと、材料費・仕入れ値の高騰に合わせてやむを得ず行う【売上・利益を守るため】のイメージが強いですが、諸々の都合（**量→質への転換やブランドイメージ向上など**）のために行う【**前向きな値上げ**】も考えられます。

**値上げ≒利益（売上）を増やし・守るための手段の1つ**

また、対外的なイメージの変更や、会社そのものの戦略がらみの理由もある。



**お客さんや同業他社のことはあまり気にせず、  
自社都合でいいので、前向きに値上げしましょう！**

# 前向きな値上げの方法は、いろいろあります

ちょっと多めに

## 【商品・サービスを新しくするタイミングで、値上げ】

従来のモノから「切り口」「体裁」を変えるだけでも、まったくの別物になることがあります。

例) 名称の変更・パッケージの変更・内容の変更・分量の変更・用途の変更など

(参考) 既存商品・サービス・技術を新しいものに変える「四則演算」

【+】従来のモノに「なにか」を足す

○○セット・ポケモンパン・1年間のサポート込み・オンライン○○サービス など

【-】従来のモノから「なにか」を取り出し、別商品にする

端材の再利用 (パン耳ラスク) ・大判焼き屋の「あんこ」・デザイン事務所の「打合せ」など

【×】従来のモノと「なにか」を掛け合わせるコラボレーション

かつや × 丸美屋のふりかけ・就活サポートセット (美容 × 撮影 × スーツ × オンライン講座) など

【÷】従来のモノを「新たな切り口」で複数の商品に分ける

玉子かけご飯用醤油・限定商品 (場所・期間) ・商品の「松・竹・梅」化 など

ちょっと多めに

## 【新規顧客・新規市場を開拓するタイミングで、値上げ】

従来客の客離れが不安なら、売り先を変えて従来価格を知らない層を開拓するのも◎。業態変化のキッカケにも。

例) 輸出・ターゲットに合わせた売り方の最適化・課金モデルや課金相手の変更など

**一見値上げに見えないけど、利益を増やす方法を考える**

高級感や特別感の伝え方・デザイン

# 高級感や特別感って、なんだろう？

①



②



③



①～③のどれも同じ「ペペロンチーノ」なんですが…なんでしょう？この違いは（笑）では、どのように見せ方を工夫すれば左側・右側のペペロンチーノを3,000円で販売できるでしょうか？



## 高級感・特別感って、相対的なもの

**自分なりに作るのではなく、お客様が考える「高級」「特別」に寄せていく**

高級感のデザインといっても色々あります。シンプル、ゴージャス、伝統的、和風など、お客さまの「響く」ポイントはまちまちです。

ちなみに「かっこいい」「かわいい」「信頼感」などのデザインや演出も同様。ターゲットが考える【それ】にイメージを合わせるようにします。

デザインの際には、Google画像検索やPinterest等でイメージを掴んだり、デザイン参考書などを眺めます。



検索「高級感 デザイン 特徴」



ラグジュアリーなキンカンのポスター

# 高級感や特別感 表現のポイント

## デザイン／デザイン以外のアプローチ

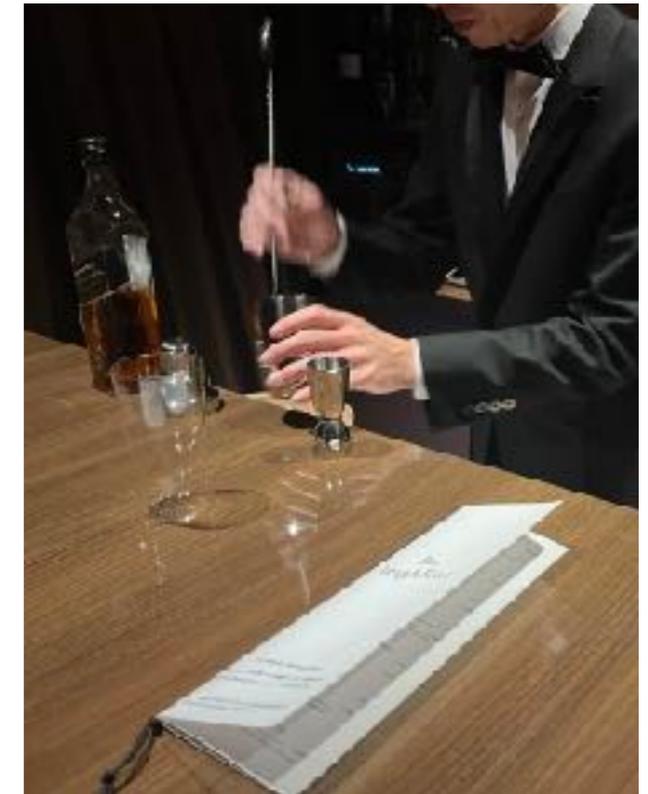
【デザイン】 **見た目・形・素材を変えるだけでも雰囲気が変わる**

- 色 : 色数少なめ・色の彩度を抑える・黒→濃いめのグラデ
- カタチ : ありふれたものにしない (正方形・角丸・折り方など)
- 雰囲気 : 余白多め・文字小さい・使う写真はとにかく綺麗に
- フォント : 明朝体・細文字・デザインフォント・筆記体
- 素材 : プロによる撮影・有料素材集・洋モノの素材集サイト
- 紙の種類 : コピー用紙以外のもの / 厚み・紙質・色などを工夫
- 制作のコツ : 作る前にお客さんが考える「高いもの」を見てから制作に着手する



【デザイン以外】 **ホテルや自動車・住宅・宝石店・ブランド品の接客や見せ方・販促ツールなど、  
【高額商品×BtoC】 【VIP向けOO】 のやり方が参考になります**

- 気持ち : おもてなし・ホスピタリティ・心地よくなってもらう・VIP扱い
- 話し方 : ややゆっくり・声は大きすぎず・やわらかく
- 雰囲気 : 静か・落ち着き・フランクすぎない・五感に訴える・清掃や整理が行き届いている
- IT活用 : 履歴を踏まえた接客・誕生日に合わせた何か・



**ローコストでもできることはある。  
ちょっとした工夫と手間と気配りが重要。**

(まとめ) 工夫・手間・気配りをプラスする

「なにもしなければ、見た目も値段も変わらない」

---

【今回のまとめ】

- **利益と将来のために、前向きな値上げを**
  - **単なる値上げではなく、ふさわしい特別感を**
  - **特別感＝ちょっとした工夫と手間と気配り**
- 

【もう1つ成果を上げるためのポイント】

**専門家の活用**です。

【群馬よろずをうまく使うと得られるさまざまなメリット】

- 客観的目線からのブラッシュアップ
- デザインのコツや販促のアイデアが手に入る
- 〆切効果
- 無料で何度でも相談できる