

【中古のiphoneを1億円で売る方法スタディガイド】

今日の講義で学べること

- ①価格競争に巻き込まれずに商品価格をつける正しい価格設定の方法
- ②通常一般化している商品、または中古としてあまり価値がないというように市場で認識されているような商品を、高単価で販売するための価格設定戦略

Q ここで皆さんに質問です！

あなたは正しい価格の設定方法を、しっかりと理解した上で自社商品の価格設定をしていますか？

今の私からの問いに胸を張って「Yes」と答えられなかった方は要注意です！

▼なぜなら

正しい価格設定をすることができていない場合、ビジネスの売上収益額に様々なリスクや、大きな問題を起こしてしまいうからです。

【正しい価格をつけていかないと起こり得る3つの問題】

①売上げが減少する

正しい価格を設定していなければ、皆さんのピンポイントなターゲット層というのは、皆さんの商品を購入してくれません。

〈価格設定が高すぎる場合〉
お客さんは、高いと感じて皆さんの商品を買おうという購入決断をしない

逆に商品が沢山売れ

〈価格設定が安すぎる場合〉
たとえ、価格が安すぎると損害が発生する

安く

(例)仮にあと2000円高く売れていた商品を100人が購入すると、100人に2000円安く売ってしまったということで、20万円相当の損害が発生します。

→きちんと価格設定していないと、商品が中々売れなかったり、売れたとしても大きな損害を出してしまうという問題に陥りかねないのです。

②価格競争に巻き込まれやすくなってしまう懸念点がある

価格の設定方法を知らない場合、安く売ることによって、多くのお客さんをつけようとする

自社に引き



だからこそ毎回安くするというプロモーションだけで集客をする

↓ その結果

価格競争に巻き込まれて 高額商品が売れなくなってしまう

③ブランド価値が低下する

100均 すごく安いというイメージはありませんか？

もし仮に100均が3万円の商品を販売したとしたら、恐らく殆どの方が、100均から3万円の商品を買わないと思います。

このように 100均はあえて安い商品で売るブランド として安さを価値に出していますが、もし皆さんが100均のような ブランディングを望まない場合は、価格を下げて安く商品を提供し続けてしまうことによって、100均のような安いブランドとしてのイメージが市場で 定着してしまいます。

こうなると...

- 常に低価格でしか ライバルビジネスと競争できなくなる
- 全く利益率が上がらないビジネスとなってしまう

Q、みなさんの中には、起業家や経営者の方が沢山いらっしゃるかと思います。その中で、下記のような悩みを持っている方はいらっしゃいませんか？

「高額商品を買いたいけれどもなかなか売れない」

そのような悩みを持っている方は、下記の2つの 問題のどちらか、または両方を抱えて しまっている可能性が高いです。

- 過去の価格設定を間違っている
- 売りたい価格帯に対して商品の訴求がマッチできていない

ここからは本題のスタートです！

何度もYouTubeの動画を繰り返し視聴し、頭の中で整理しながら、スタディーガイドでまとめるようにしましょう。

『どのようにこのiPhoneを1億円で販売するのか』について、私のデモンストレーションを通して、動画でご覧頂いたことをスタディーノートを通して、皆さんがどのようにすれば**プレミア価格**で商品を販売していくことができるのか、高価品の価格設定の方法を、動画で再度視聴しながら復習してみてください。

※**プレミア価格**とは？

プレミアム価格というのは市の平均価格よりも高い価格のことです。

例えば iPhoneもそうなのですが、『iPhone13の中古は大体、平均的に3万円で売られてる』という形で平均価格というのが出てると思います。

特にiPhoneは、世界中で何百万台も販売生産されています。だからこそ、このように **コモディティ化した＝日用品化している商品**というのは他社と価格での差別化がしにくいのです。

【本日の学習Point！】

コモディティ化(日用品化)し、たくさんライバルがいる市場の商品を、どのようにして 価格を高くし、プレミア感を出していけばいいのかというところを解説していきます。

【このような方におすすめ】

- ✓ 価格設定の正しい方法、やり方を知らない起業家の方
- ✓ 価格競争から抜け出したいと思っている経営者の方
- ✓ さらに高単価商品を販売したいという目標がある事業主の方

【1】価格決定をする際に考慮すべき5種類の要因

この価格設定の要因は沢山ありますが、今日お伝えするのは5種類の要因です。

うまく価格設定ができている大手の会社というのはこの4種類の中のどれかを **価格設定をする際の軸**に考えて、価格を決定している場合が多いです。

①コストプラス型

商品やサービスの作成にかかる原価に対して、自分が出したいと思っている利益額を上乗せして、それを価格として販売する方法。

(例) iPhoneを売ることで、100万円 の利益を出したいと考えているとします。 **その場合**、このiPhoneを 作るのに、まずどれくらい **の原価**がかかるのかを決めます。例えば、iPhoneの製造原価を1万円とする場合、出したい利益は100万円なので **原価+出したい利益**、つまり100万円プラス原価の1万円 **で10万円**でiPhoneを販売する という形です。これが1つ目のコストプラス型です。

②市場平均型

これは名前から分かるように、市場でどのような価格が平均価格として販売されているのか、競合ビジネスの価格をもとに価格を設定していく方法です。
特に個人事業主や中小ビジネスの多くは、この市場平均型を元に価格設定をしています。競合の〇〇が、1万円で売ってるから自分は10%低い9000円で売ってみようというような決め方をしている人が大概です。

一方デメリットも...

市場平均を調べれば価格設定がしやすいので、価格設定方法としては、やりやすい方法ですが、市場平均だけに頼って、価格を設定してしまうと、市場の平均を軸に安くしたり、高くするというような考え方しかしないので、価格競争に陥りやすくなります。

③価値ベース型

お客さんがその商品やサービスにどれだけの価値を感じているか、これに基づいて価格設定をしている方法です。

この方法は単に、製品の制作コストや、マーケットの平均価格に基づいての価格設定をするというよりも、お客さんがその商品や、サービスに対して、どのような価値を持っているか、感じているかを軸として、価格の決定をしているので、お客さんがどれまでの価格だったら払えるか、または払おうと思っているかがベースになっています。

一方デメリットも...

お客さんが自社の商品やサービスに対して価値を感じてくれている場合
→価値を上げやすくなる

しかし、同時にデメリットとしては市場調査 や、お客さんへの実際のアンケート、つまり**お客さんの価値というのをしっかりと調べなければ、価格設定ができない**ので、テスト検証を何度もしたり、市場調査やアンケートを取ったりなど、実際に価格を設定する前に 調査をするというプロジェクトが必要です。

さらに...

結局、誰に聞くかによってお客さんの回答も変わってくるので、何を元にして決定してるのかという決定基準がすごく曖昧になります。

【価値ベース型があまり向いてな人】

下記に当てはまる場合は 価値ベース型を価格設定とするにはちょっと壁があるので参考に見てください。

- ✓ 個人事業主や中小ビジネス
- ✓ まだ チームの数が少ないビジネス
- ✓ 調査などを追っかけることができる時間やコストを 担保できてない小さなビジネス

④価格変動型

需要と供給のバランスや、季節性や希少性、在庫の数など、今出したような各種様々な要因に基づいて、随時この需要と供給のバランスを考えて価格が変動し、常に価格調整が行われている価格の設定方法。

(価格変動型の主な例)

- 航空会社
- 宿泊施設など
- 農産物や魚介類
- 果物や野菜

⑤心理的な要素

例えば、1,999円という値段をよく目にしますよね？

なぜ、2,000円ではなくて、1,999円という価格設定がされてるのかというと、人はこの、『9,999円』という奇数で終わっている数に、“安い”というお得さを感じやすいからです。

このように価格勝負したいビジネスなどはあえて、999を最後につつけることで安さを出したり、または、999だけではなく、9,800円とか98で終わってるビジネスなどもあります。

【Point！！】

なんとなく、価格を設定するというよりも、上記でお伝えしたような、**基準値**というのを出して、その基準に沿って価格を設定するこれが正しい価格のけ方です。

一般的なビジネスの一部の企業を除いて、特に中小ビジネスは市場の平均価格を元に価格設定をしている場合がすごく多いです。

🌟【重要箇所】

★高単価商品が売れないという人は、基本的に市場平均で価格設定をしている

➡ライバルが、みんなこんな高い価格で売っていないから、自社だけが高単価で出したら売れないのではないかとマインドブロックができている場合が多い。

👉ライバルビジネスの平均価格軸に価格設定をしてしまうと...

価格競争に巻き込まれやすくなり、安さでしか勝負できなくなるのです

Q. 商品をより高単価で、市場のこの価格線から自社を打破していくためには何をすればいいのでしょうか？

★今日のコアポイント★

価格競争に巻き込まれたくないのであれば、価格や安さではなく、商品のオファー内容で勝負することが、勝利の鍵を握るとも重要なポイントとなります。

それではオファーで勝負するとは実際にどのようなことなのか、「私がiPhoneをどうやって1億円で売なのか」をデモンストレーションをし、皆さんに分かりやすく解説していますので、ここからは実際に視覚と聴覚を使ってYouTubeの動画で体感してください！！