

はじめに

米国でトランプ新大統領の政権がスタートした。大統領選挙の年と最初の1年目は、歴史的に景気が上がっており、GDPも当面好調に推移することが予想され、堅調な設備投資や消費を期待できる。一方で、日本から米国への輸出面では、TPP、NAFTAの今後が不透明であり、予測することは困難であるが、米国で工場を建設するときに、日本製の設備機械を利用する必然性がある業界で、米国への輸出が減るとは考えにくい。政権の発するシグナルを読みつつも、米国の設備投資需要にこたえられるよう対応していく必要がある。そこで、今回は米国の機械の価格について話をします。

1. 米国の物価は毎年上昇

以前にも述べたが、日本では、1998年の消費者物価指数と2015年のそれはほぼ同じである。一方で、米国の2015年の消費者物価指数は、1998年の1.45倍にもなっており、順調に物価は上がっている。それに伴い、多くの企業で正社員の給料も物価に連動して少しずつ上がっている。結果として、機械の見積・受注金額も、毎年3%前後値上がりしている。これは、最近の日本の価格動向からすると大きく異なっている。日本では、見積もり有効期限があまり意味を持たず、競合会社が値上がりしない以上、値上げできないという呪縛からなかなか逃れられないのが現状である。米国では、競争の厳しい汎用製品でない限り、例えば、機械の消耗品の予算を取るためにも、一般に見積もりは毎年とる必要がある。

2. リストプライス (List Price、標準販売価格)

米国では、独禁法の関連で、最終販売価格をメーカーがコントロールすることに制限があるが、消費財では、MSRP (Manufacturer's Suggested Retail Price) という形で販売価格をメーカーがリテールショップに指示していることが多い(示唆するものの必ずしも守る必要はないが、リテールショップへの販売価格が決まっているので、無茶な値引きは未然に防ぐことが可能である)。機械の販売では、リストプライス(標準販売価格)を提示し、販売代理店に決められた口銭を後で支払う形が多く取られている。エンジニアリング会社やサブコンなどのResellerに販売するときにはリストプライスの5~15%引きで販売する(米国では、エンジニアリングフィーを正当に請求できるので、機械の本体価格にエンジニアリングフィーの一部を価格転嫁する必要はない)。

広い米国で機械を販売するには、メーカーが米国本社からすべてコントロールするのは無理で、各地の販売会社、エンジニアリング会社、機械商社などに営業を任せるケースが多く、販売する会社に力があれば、その会社への口銭を厚くする形態を取っているケースが多い。メーカーは機械の最終金額のある程度の維持ができるよう、販売口

銭を、実績本位で毎年見直しつつ、販売価格が顧客間で不公平にならないよう全体管理を行っている。

3. ベストプライスとディスカウント

リストプライスは標準価格であるが、値引き余地のないベストプライスであることも多い。理由のないディスカウントを要求することも、提案することも習慣上存在しない米国では、リストプライスとベストプライスを分けないケースもよく経験する(特に小型の機械装置、部品では)。見積もり要求をするときに、ベストプライスを要求することは可能で、それはつまり、それ以上、価格が下がらないことを示しているのだから、手間を省く上でも、米国では初めからベストプライスでの見積もりを要求する(提出する)ことが一般的である。

全米での価格体制を維持するためにも、不公平にならないようメーカーは価格を維持する努力を払っているのだから、特定のお客様に値引きをすることは公平性の点から、一般に要求もされないし、提案もしない。価格を下げる一般的な理由は、以下にあげられる。

- ①複数台同時購入 (volume discount)
- ②大学、研究機関向け値引き (academic discount)
(研究の成果発表で、会社名・機械名を含んでもらうことによる宣伝効果を期待して)
- ③長期顧客向け特価 (repeater discount)
- ④仕様変更(減少)による (spec. discount)
- ⑤再販売値引き (resell discount)

ディスカウントの理由がない場合は、ベストプライスで見積もり、それで納得すれば、その金額で発注がなされる。

おわりに

米国の市場は大きいゆえに、競争も激しく、アジアの新興国で製造された機械などの価格は値下がり傾向にあり、汎用機械や消耗品の価格は非常に安く、販売価格の値上げが難しいのは、日本と変わらない。しかし、米国で製作している、特徴のある米国の機械装置(ユニークな粉体機器など)は、米国メーカーでベストプライスを決めて、毎年値上げの努力を怠っていない。筆者自身も、年が明ければ、金額が変わるかもしれないと、米国粉体機器メーカーから警告されるケースをよく経験する。

日本から販売するときには、為替変動の問題があり、ドルでの価格を固定することが難しい面もあるが、少なくとも、円でのベストプライスを決めて米国市場に参入することが可能であると考えている。

日本の粉体機器メーカーも見積もりを提出するときに、毎年値上げを検討することは可能で、それが故に、米国の機械装置と比較して価格面で不利になることはないのだから、自信を持って販売価格を決めて、北米市場に参入していただきたいと考える。