

## 経営 VOL.55

## 消費税増税…、この機会に「価格」を考える ②

10月1日の記者会見で、安倍総理は正式に来年4月から消費税を3%引き上げを公表しました。

前号をお送りした9月時点では未だ「予定」でしたが、これで正式に増税が決まりましたので、いよいよ価格設定も含め、想定し得る事態への備えについて本格的に考えなければいけないと感じの先生も多いのではないのでしょうか。

今号では、前回に引き続き、消費税増税を機に「価格」について改めて考えたいと存じます。

### 【対応方法は色々ありますが…皆さんはどう考えますか？】

今回の増税に際し、弊社クライアントの先生数名にヒアリングをさせて頂きましたところ、以下の意見に別れました。

- 1) 3%アップする
- 2) 再来年の10%を見越して今回5%上げる
- 3) 据置(10%になっても値段を上げない)
- 4) 今回は据置き10%への引き上げ時に5%上げる

皆さん、最終決定はまだされていませんが、それぞれの理由として、1)は分かりやすく患者さんの理解も得やすいと考えたため、2)は2年連続値上げをするのは「便乗値上げ」と言われかねないので値上げを1回で済ませるため、3)は値上げをすると患者さんに申し訳ないので企業努力でカバーする、4)は再来年、本当に10%になるのか分からないので、今回は様子を見るために据置く、といった内容でした。

尚、今回のヒアリングは歯科医院の先生に行いましたが、値上げはあくまで数万円以上の施術であり、歯ブラシも含め数千円程度までのものは値上げしないとのことでした(これは先号ご紹介した「慣習価格」の発想ですね)。

そして、1)・2)を選んだ先生は「価格は高くなるが「税抜き」表示すれば、患者さんも心理的に値上げされていると思わないのではないか…と思った」という理由も仰っていました。

### 《 例えば…: 10万円の商品で検証してみましょう 》

\* これまでは…

A: 100,000 円 + 5,000 円 = 105,000 円 (総額表示)

\* これからは…

B: 100,000 円 + 8,000 円 = 108,000 円 (総額表示)

C: 100,000 円 + 8,000 円 = 100,000 円 + 税 (外税表示)



\* 3%の値上げをした場合…

D: 103,000 円 + 8,240 円 = 111,240 円 (総額表示)

E: 103,000 円 + 8,240 円 = 103,000 円 + 税 (外税表示)

確かに、3%値上げしても外税表示であれば現行5%の総額表示よりも安価に見えます(EはAよりも安く見えます)し、据置であれば(Cであれば)なおさら割安感があります。

但し、幾ら安く見えても支払いの際には111,240円を払うことになり、「10万円ぐらいか」と思って購入し、支払いの際に11万円を超えると少し釈然としないかも知れません。

それでは、一体どうすれば良いのでしょうか。

### 【価格設定について一患者さんとの信頼関係を大切に】

色々な考え方をご紹介しましたが、そもそも患者さんは「自費診療」の値段を比べてから来院されるものなのでしょうか。もちろん、施術の種類によるかも知れませんが、基本的に自由診療を「安かろう良かろう」で選ぶものなのでしょうか。

今年の6月～7月に実施されたあるインターネット調査では、自由診療を受ける医療機関を決めた理由は…、

- 1位 もともと知っている医療機関(医師)だった 20.4%
- 2位 信頼出来そうだった 19.6%
- (中略)
- 6位 価格が安かった 4.1% (以下省略)

という順位でした。これを見る限り、価格で自由診療を選んでいる人はかなり少数派であることが分かると同時に、ほとんどのの方が「かかりつけ医であること(親近感)」「信頼性」「利便性」で選んでいることが分かります。

ということは、数%の値上げや価格の表示方法等が自由診療に及ぼす影響はほとんどないということなのですが、患者さんが「親近感」や「信頼性」等で自由診療を受ける医療機関を選んでいることを考えると、『それを裏切るような価格表示をしてはいけない』ことだけは確かなようです。

例えば「税抜き表示」だけで総額を明示しない、前号で紹介したような「端数価格」での表示に終始して安価をアピールする…、そうになってしまうと、勧める側も「値段」を中心としたアプローチとなってしまう、お互いにとって不幸です。

むしろ、それらに労力を注ぐより、日頃から患者さんと信頼関係を維持することに心血を注いでいれば、多少の値上げであっても受け入れてもらえますし、医院側も堂々と必要な価格を案内することが出来るのではないのでしょうか。

今後も経営環境は刻々と変化します、いつの時代も「やるべきことは不変」ですので、情報に振り回されず「地に足を付けた経営」を心掛ければ間違いのないと思われま。