



あきんど
AKiNdo

■視点を变える流通ノウハウ■

第3回 見積作成の基本について

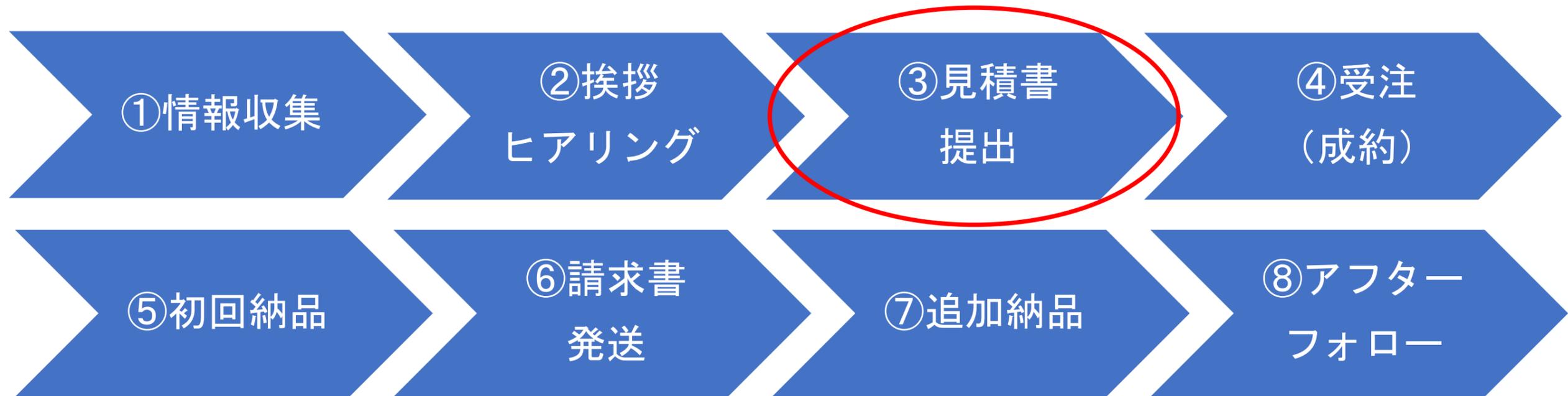
株式会社あきんど

【 営業プロセスにおける見積書のポジション】



営業の流れのなかで、どこに見積書が位置づけられるかを確認しましょう。下記が、全体の流れ・プロセスになります。

■営業の全体の流れ・プロセス



④の受注（成約）が決まり、その後追加納品が数回こなすことで、取引が安定してきます。

アフターフォローまで含めた「営業」全般のなかで、見積書の精度を上げることは、全体の営業がスムーズに進んでいくことに大きく影響します。

【見積書の目的と役割】



- **見積書の目的**：商品を納品する際の条件を決めること。
- **見積書の役割**：買う側・売る側の条件を明確に記載し、その意味を伝えること。
- **見積に記載すべき内容**：上記2点を考慮し、取引先の条件に応じて微調整。

以下は基本になります。

- ①商品名：商品の名称
- ②卸価格：相手先への納品価格
- ③販売価格：商品を販売する価格
- ④掛率：流通先を見越して調整して問題ありません
- ⑤内容量：記載忘れが多い重要な事項の一つです
- ⑥賞味期限：記載忘れが多い重要な事項の一つです
- ⑦産地：販売先に拠ってこちらの重視する場合があります
- ⑧発注ロット：最低何個から買えるか
- ⑨ケース入数：商品が段ボールにいくつ入るのか
- ⑩荷口：段ボール一つで送るのか、複数個バンドなどで止めることができるのか
- ⑪JANコード：きちんとした小売店や卸販売をする際には必要です
- ⑫送料：見積成約に影響する大きな条件の一つです。

【見積書の意味と商品掛率の考え方】

■見積書の意味

見積基本項目記載が一つでも欠けると、必ず販売先より確認の問い合わせが入ります。見積内容をしっかりと社内で詰めておくことで以下の効果が見込めます。

- ①見積作成の時間と取引先とのコミュニケーションの時間が短縮される
- ②具体で効率的な商談になる
- ③結果として成約率が高まる

見積書を書くことは、営業コストを考えながら販売促進（売上）を考えることと言えます。

■商品掛率の考え方

商品の掛率とは、値引きではありません。『営業経費』です。自分たちが営業人員を抱えて直売で売なのか、それとも、卸販売をして、問屋さんや小売店さんに販売してもらうのか。手数料ではなく、『人件費』と捉えることが重要です。

そこを理解した上で、掛率を決め、取引先の条件や付き合いに応じて調整をしていくのが基本になります。

大事なものは、掛率は、『自分たちで直接販売に行けないところに、誰かが商品を持って販売しに行ってくれる人件費』と捉えると販路が広がる可能性が高くなります。

小売店流通



卸流通



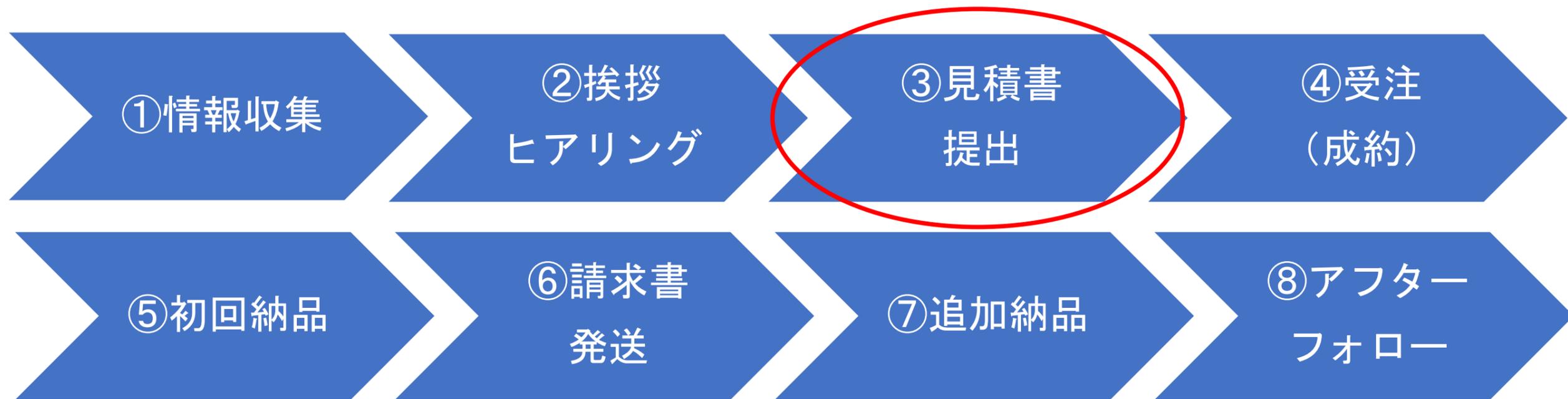
販売価格

【 営業プロセスにおける見積書のポジション】



営業の流れのなかで、どこに見積書が位置づけられるかを確認しましょう。下記が、全体の流れ・プロセスになります。

■営業の全体の流れ・プロセス



④の受注（成約）が決まり、その後追加納品が数回こなすことで、取引が安定してきます。

アフターフォローまで含めた「営業」全般のなかで、見積書の精度を上げることは、全体の営業がスムーズに進んでいくことに大きく影響します。