

## News Release

# アクセンチュア 半導体業界のプライシングに関するグローバル調査結果を発表

## 非効果的なプライシング管理により、半導体業界で年間数千億円の利益損失が発生 業界の幹部 4 分の 3 が IT インフラの不備を指摘

アクセンチュアが世界半導体大手企業幹部を対象に実施した調査結果分析によると、効果的なプライシング管理が行われていないことによる利益損失が、業界全体で年間数千億円にも上る可能性があることが分かりました。

アクセンチュアは 2006 年 7 月から 11 月まで、日本企業を含む世界の半導体企業大手 35 社の販売担当幹部を対象にプライシング管理について調査を実施しました。その結果、プライシングの設定と承認について、「社内に役割（権限）と責任の明確な組織が存在する」と回答した企業は 90%を超えた一方で、プライシングを「個々の取引を個別判断で行ってしまう」と回答した企業が約 4 分の 3（77%）、「場当たり的な割引を実施している」と回答した企業が半数以上（56%）に上りました。

この調査結果を基に分析したところ、プライシングが効果的に管理されていないことによる損失は、調査対象企業平均で、売上 10 億ドル（約 1,188 億円）あたり 1,600 万ドル（約 19 億円）から 2,300 万ドル（約 27 億円）にも上ることが分かりました。「世界でもっとも技術的に洗練された業界が、最新のビジネスプロセス技術を軽視して巨額の損失を被っていることは少々皮肉なことです」と、アクセンチュアの半導体業界担当シニア・エグゼクティブ、アラン・ムーア（Alan Moore）は述べています。

さらに調査回答者の約 4 割が、異なる製品、チャネルおよび顧客セグメントで発生するサービスに対するコストを把握していないことを認めています。また、38%の回答者が、同一地域内で同一製品に対して異なるプライシングを「頻繁に」行っていると回答しており、コストを把握できない一要因とも考えられます。このような点を考慮すると、2007 年に業界として最も急務とされるプライシングの課題は、各販売毎の収益性の評価能力を改善することにあるといえます。

効果的でないプライシング戦略によって巨額な損失が発生している一方で、回答者の 74%が問題の原因は既存のプライシング管理システムにあるとして、改善の必要性を認めています。システムの改善が必要であると答えた回答者のうち 50%は自社のプライシングシステムが旧式なために柔軟性に欠いているとし、31%が自社のプライシングシステムや他のシステムとの統合が不完全であるとしています。また、回答者の内 40%が、会社内どこからでもアクセスが可能な中央システムにすべてのプライシングデータが集約されていないことを指摘しています。プライシングシステ

ムの中央集中管理を実現している企業では、それぞれが自社のプライシングのアプローチにおいて最も重要な点であるとしています。

半導体企業が毎年 30 から 50%の成長率を誇っていた 80 年代、90 年代という時代ならば、効率の悪いプライシングによって発生する年数百万ドルの損失は大きな問題ではなかったものの、成長率が一桁台になった現在、マージンの縮小と製品ライフサイクルの短縮に対応するため、メーカー各社は製品ごと、1 円単位で最適な価格を設定できる技術を導入する必要に迫られています。

現在、調査に回答した企業の約半数（49%）がプライシングシステムを備え、ERP、CRM、サプライチェーンおよび財務/製造システムと連携させています。非効率なプロセスという点では、63%が見積もりの算出と実行を手動で行っており、77%がプライシングシステムの不足を補うためにスプレッドシートに頼っていることが分かりました。

世界的なエレクトロニクス調査会社 iSuppli 社の COO（経営執行役員）ロイド・カプラン(Loyd Kaplan)は、次のように述べています。「現在の環境下では、ビジネスモデルや製品ポートフォリオに関わらず、全ての半導体企業がプライシング管理を競争力の源であると捉えるべきです。一流とされる企業はプライシングの最適化に注力しており、その実現のため、組織構造、地域性、プライシングのプロセス全体を通して適切な情報を提供するためのツールとベンチマークという 3 つの要素を重視しています。」

調査によれば、20%の企業が自社のプライシング管理機能を「業界最高水準」と評価しているにも関わらず、その技術に満足しているわけではありません。「最高」と回答した企業も、「効果的でない」競合他社と同じように、2007 年にプライシング管理の改善が必要であると指摘しています。

\* この調査は BPRI Group によって 2006 年 7 月から 2006 年 11 月まで実施されました。

\* 元々の調査で採用された通貨は米国ドルであったものを、本文中では参考として 1 ドル=約 118.8 円の換算ルートで算出した日本円を併記しています。

## アクセントチュアについて

アクセントチュアは、経営コンサルティング、テクノロジー・サービス、アウトソーシング・サービスを提供するグローバル企業です。民間企業や官公庁のお客様がより高いビジネス・パフォーマンスを達成できるよう、お客様と協力して革新の実現に取り組んでいます。アクセントチュアは、各業界や業務プロセスに関する高度な専門知識、世界で蓄積された実績や資産をもとに、最適な人材、スキル、そしてテクノロジーを活用し、お客様の経営効率をさらに改善します。世界 49 カ国に約 15 万 2 千人の社員を擁するアクセントチュアは、2006 年 8 月 31 日を期末とする 2006 会計年度の売上高が、約 166.5 億 US ドルでした（2001 年 7 月 19 日 NYSE 上場、略号：ACN）。

アクセントチュアの詳細は

[www.accenture.com](http://www.accenture.com) を、

アクセントチュア株式会社の詳細は

[www.accenture.com/jp](http://www.accenture.com/jp) をご覧ください。

アクセントチュア株式会社

マーケティング・コミュニケーション部

田中 朝子、中須 藤子

03-5771-9482

[accenture.jp.media@accenture.com](mailto:accenture.jp.media@accenture.com)

アクセントチュア株式会社 広報デスク

株式会社バーソン・マーステラ

駒野 幸宏

03-5771-9484

[Accenture.PR@bm.com](mailto:Accenture.PR@bm.com)

Copyright © 2015 Accenture  
ALL rights reserved

Accenture, its logo, and  
High Performance Delivered  
are trademarks of Accenture.