

下請け企業の発注者に対する値上げ交渉の難しさ

Q. 下請け企業で受注単価の値上げ交渉は、どのようにすればよいのか？

要旨 下請企業が発注者に対して値上げを要請することは、取引自体が無くなる可能性を考えると決して容易なことではありません。しかし値上げを実現しないと、原材料価格やエネルギーコスト・労務費などのコスト上昇分を価格に転嫁できずに利益の減少を招き、経営危機に陥ることは容易に想定できます。したがって、値上げを実現することは、経営を安定させるために必要な措置です。

解説

1. 発注者の視点

下請け企業が発注者に対して値上げを要請してそれを実現することは、発注者の視点で考えると「極めて高いハードル」というわけではありません。

発注者が下請け企業と価格交渉に臨む場合、客観性のあるデータや合理的な根拠に基づいて価格交渉に臨んでいます。つまり、原材料や部品などの市場価格とその動向を把握し、製品コストを試算し、明確な根拠に基づいて交渉価格を想定しています。そして品質の良い製品が適正な価格で提供されることを望みます。

ここでもし値上げ要請を拒否することで、品質低下の事態に陥ったり、さらに下請け企業が経営危機に陥るような事態となれば、製品供給がストップする可能性も出てきます。そうすると発注者も困るわけですから、値上げ要請に耳を貸さないとは考えにくく、協議は可能であると考えられます。

エネルギーコストなどの外部環境の動向を常に把握し、客観性のあるデータや情報を適切に整理し、品質管理とコストダウンを両立させる企業努力が必要となります。

そして発注者にとって自社がどのくらい重要な取引先なのかを把握する、つまりなぜ自社が選ばれているのか、自社の「強み」を見つめ直し、正確に把握することが重要です。

2. 受注者の対応

上記の通り、発注者は冷静に下請け企業を把握・分析して取引しています。このような発注者の取引姿勢に対応するためには、受注者である下請け企業も原材料価格やエ

下請け企業の発注者に対する値上げ交渉術

＜ご提案のポイント＞

- ・ 値上げ交渉については、交渉前に確認すべきことを確認し、コスト上昇分の価格転嫁について根拠を持って説明することで、値上げの実現可能性が高まります。
- ・ 交渉に入る前に確認すべきことについて整理をし、コスト上昇分の価格転嫁に係る交渉内容を検討する場合は、ご相談に乗ることが可能です。

1. 交渉前に確認すべきこと

コスト上昇分を価格に転嫁し値上げを実現できたとしても、競合他社に注文を奪われて受注量が減少しては意味がありません。したがって、交渉に入る前に発注者にとって、自社がどのくらい重要な取引先なのかを把握する必要があります。例えば、競合他社では絶対に作ることができず、代替がきかない製品を提供しているのであれば価格交渉においては非常に有利です。ゆえに、なぜ自社が選ばれているのかについて、価格要因以外（品質など）の観点から考える必要があります。

2. コスト上昇分の価格転嫁

下請け企業が発注者に対して値上げを要請する一般的な理由は、コスト（原材料価格やエネルギーコスト、労務費など）上昇分を価格に転嫁し利益を確保するためであると考えられます。したがって、コスト上昇に伴う値上げについて根拠を持って要請できるかがポイントになります。

原材料価格やエネルギーコスト、労務費などの値上がりに伴うコスト上昇分を価格に転嫁し、合理的な製品価格を設定するためには、以下のような交渉術が役に立ちます。

- ・ 原材料コストの上昇については、原材料の内訳を明確にして、各原材料の市場価格の推移表などを作成して提示します。
- ・ 実際に負担したエネルギーコストを提示します。具体的には、電気料金の本体価格だけではなく、燃料費調整額（為替レートや原油価格の変動による燃料費の変動を、電気料金に反映した金額）や再生可能エネルギー発電促進賦課金（電力会社が電力の買い取りに要した費用を、電気使用量に応じてユーザーが負担する金額）などを含めた電気料金全体のデータを提示します。
- ・ 人手不足や最低賃金の引き上げに伴う労務費上昇による生産への影響について、発注者にしっかり説明します。
- ・ 自社内でのコストダウンなどの経営努力で対応可能な範囲を発注者に示し、その範囲を超えるものについては適切な価格転嫁を要請します。