

# 価格転嫁とは？ 中小企業経営者のための実践ガイド

## 価格転嫁とは？ 中小企業経営者のための実践ガイド

### 【定義】

価格転嫁とは、原材料費や労務費などの上昇コストを、取引先や最終顧客への販売価格に反映させることです。経営を守るための正当な権利です。

### 【なぜ今、価格転嫁が重要か】

2022年以降、原油高騰により原材料費が30～50%上昇。労務費も継続的に上昇。これらのコスト上昇を吸収できない企業は赤字転落の危機に直面しています。

### 【価格転嫁の3つのステップ】

#### 1. データで「根拠」を作る

- ・ 企業物価指数などの公的データで原材料費上昇を証明
- ・ 自社の原価計算表を整備
- ・ 競合他社の値上げ事例を収集

#### 2. 「申し入れ」を戦略的に行う

- ・ 段階的な値上げ提案（一度に全額ではなく、複数回に分ける）
- ・ 業界全体の値上げ動向を背景に説明
- ・ 取引先にも説明資料を提供

#### 3. 「交渉」で合意を形成

- ・ 長期的なパートナーシップの観点から協力を求める
- ・ 代替案を複数用意（値上げ幅、実施時期など）
- ・ 下請法などの法的根拠を理解した上で交渉

### 【法的根拠】

- ・ 下請法：親事業者による買いたたきを禁止
- ・ 独禁法：不当な価格支配を禁止
- ・ パートナーシップ構築宣言：大企業に対する価格転嫁の協力を要請

### 【よくある失敗】

一方的に値上げを通知する → 取引先の反発

根拠なく「コストが上がった」と主張 → 説得力がない

全ての取引先に同じ条件で交渉 → 効率が悪い

交渉を先延ばしにする → 赤字が深刻化

#### 【成功のカギ】

市場データで武装する

複数の選択肢を用意する

長期的なパートナーシップをアピール

相手の立場も理解する

早期に交渉を開始する

#### 【今すぐできることリスト】

- ☐ 過去3年の原材料費・労務費の推移をグラフ化
- ☐ 自社の原価構成を可視化（材料費、労務費、その他）
- ☐ 必達目標額を決定（赤字にならないライン）
- ☐ 取引先の経営状況を把握
- ☐ 業界の値上げ動向を調査
- ☐ 法的知識を習得（下請法など）
- ☐ 交渉シナリオを練習

#### 【最後に】

価格転嫁は「要求」ではなく「提案」です。取引先も同じコスト上昇に直面しており、業界全体で対応する時代になっています。データに基づき、相手を尊重した交渉を心がけることが、長期的な信頼関係の構築につながります。