

# 価格転嫁とは？ わかりやすく1ページで

## ■ 価格転嫁とは？ わかりやすく1ページで

### 【定義】

価格転嫁とは、原材料費・労務費・エネルギー費などの仕入原価の上昇分を、販売価格に上乗せすることです。コスト増加を理由に、取引先に対して適正な価格改定を求める行為です。

### 【なぜ必要か】

- ・ 原材料費や人件費が上昇しても、販売価格を据え置けば、利益が圧縮される
- ・ 経営が立ちいけなくなり、給与引き上げや設備投資ができなくなる
- ・ 最悪の場合、倒産リスクが高まる

### 【法的根拠】

日本銀行や経済産業省は「価格転嫁は企業の正当な権利」と明言しています：

- ・ 「パートナーシップ構築宣言」（経産省推奨）：サプライチェーン全体での適正利益の確保
- ・ 下請法：親事業者による不当な買いたたきを禁止
- ・ 独禁法：不公正な取引慣行を禁止

### 【適正な価格転嫁の3つの条件】

1. 客観的なコスト増加の証拠がある  
⇒ 企業物価指数、見積書、請求書など公的データで立証
2. 計算ロジックが明確である  
⇒ 「原材料費が〇%上昇したため、〇円値上げ」と根拠を示す
3. 事前取引先に説明・協議している  
⇒ 一方的な値上げではなく、対話を通じた合意形成

### 【よくある誤解】

- 「値上げ要求は失礼」→ 適正コスト転嫁は正当な権利
- 「取引先が拒否したら諦める」→ 業界データで説得、交渉継続が必須
- 「小さい企業だから言えない」→ むしろ中小企業ほど早めの行動が重要

### 【実行の流れ】

- STEP1：コスト増加を数値化する（企業物価指数、請求書で立証）
- STEP2：適正な値上げ幅を計算する（原価計算で最低ラインを決定）

STEP3：取引先の経営状況を分析する（決算短信、IR情報で確認）

STEP4：申入書・見積書で正式に提案する（一方的ではなく協議姿勢で）

STEP5：交渉を進める（データで説得、相手の事情も傾聴）

#### 【成功のポイント】

- ✓ 感情ではなくデータで語る
- ✓ 「取引を打ち切る」という脅しではなく「互いに持続可能な関係」を提案
- ✓ 取引先の経営状況にも配慮し、段階的な値上げを検討
- ✓ 業界全体の値上げ動向を示す（自社だけではなく業界全体の流れ）

#### 【今すぐできること】

1. 原材料費・労務費の過去3年の推移を集計
2. 企業物価指数で業界全体のコスト上昇を確認
3. 現在の利益率を計算（赤字になっていないか確認）
4. 取引先の決算短信で経営状況を確認
5. 値上げ幅を試算し、松竹梅の提案案を準備