

# 価格転嫁について：中小企業経営者向け包括的ガイド

## 【価格転嫁について包括的ガイド】

### ■ 価格転嫁とは何か

価格転嫁とは、原材料費やエネルギー費、労務費などのコスト上昇を、販売価格に適切に反映させることです。中小企業が持続可能な経営を続けるために、極めて重要な経営課題です。

### ■ 現状：中小企業の価格転嫁率（2024年9月調査）

- ✓ 原材料費：51.4%（前回47.4%）
- ✓ エネルギー費：44.4%（前回40.4%）
- ✓ 労務費：44.7%（前回40.0%）
- ✓ 全体：49.7%（前回46.1%）

現状では、コスト上昇の約50%しか価格転嫁できていません。つまり、残りの50%は企業が負担しており、利益が圧迫されています。

### ■ 価格転嫁が必要な3つの理由

#### 1) 経営の持続性確保

コストを全額負担すれば、確実に赤字となります。適正な価格転嫁なくして、事業継続は不可能です。

#### 2) 従業員への適正な処遇

労務費の上昇に対応できなければ、給与引き上げや雇用維持ができません。人材確保・育成の観点から、価格転嫁は必須です。

#### 3) 法的根拠がある

下請法および独占禁止法では、一方的な価格据え置きは「買いたたき」として禁止されています。取引先が「値上げに応じられない」という理由は、法的には正当な拒否理由ではありません。

### ■ 価格転嫁の法的根拠

#### 【下請法】

- ・親事業者が下請事業者に対し、一方的に価格を据え置くことは違反です
- ・コスト上昇を理由とした価格改定要求は正当な権利です

#### 【独占禁止法】

- ・優越的地位の濫用として、不当な価格据え置きは禁止されています
- ・中小企業が適正価格を求めるることは、競争法上も保護されています

#### 【労務費指針（2023年11月）】

- ・発注者は定期的に労務費の転嫁について協議する義務があります
- ・最低賃金引き上げに対応した価格転嫁は、社会的にも要請されています

#### ■ 価格転嫁に成功する企業の特徴

##### 1) データを武装する

- ・原材料費、労務費、エネルギー費の上昇を数値で証拠化する
- ・市場データ（企業物価指数、最低賃金等）を根拠として提示する
- ・コスト試算表で「いくら値上げが必要か」を客観的に示す

##### 2) 早期に申し入れる

- ・コスト上昇が顕著になった段階で、速やかに交渉を申し入れる
- ・「価格交渉促進月間」（3月・9月）を活用する

##### 3) 自社の強みを強調する

- ・単なる「値上げのお願い」ではなく、「品質・納期・技術力を維持するための投資」として位置づける
- ・取引実績や信頼関係を基盤に交渉する

##### 4) 段階的な実施を提案する

- ・全額転嫁が難しい場合、新規案件から適用する、段階的に実施するなど、柔軟に対応する

##### 5) 法的根拠を明確に示す

- ・下請法や労務費指針を根拠として、正当性を主張する

#### ■ 価格転嫁の実施ステップ

##### 【STEP 1】準備段階

- 原材料費、労務費、エネルギー費のコスト上昇を数値化
- 企業物価指数等の公的データを収集
- 原価計算を実施し、必要な値上げ幅を算出（松竹梅の3段階）
- 取引先の財務状況・経営状況を分析
- 法的根拠（下請法、労務費指針等）を確認

##### 【STEP 2】外堀を埋める

- 業界団体や競合企業の価格転嫁動向を調査
- 市場全体の値上げムードを醸成
- 大手企業や競合企業の価格改定事例を参考に

#### 【STEP 3】交渉の申し入れ

- 正式な申入書を提出（メールではなく文書で）
- 具体的なコスト上昇データを添付
- 価格改定の実施予定日を明示

#### 【STEP 4】交渉本番

- データに基づいた説得（感情論ではなく）
- 相手の懸念を理解しつつ、毅然とした態度を保つ
- 松竹梅の選択肢を提示（全額転嫁が難しい場合）
- 次のアクションを明確に

#### 【STEP 5】フォローアップ

- 合意内容を文書で確認
- 実施日程を明確にする
- 繼続的な関係構築

### ■ 価格転嫁が進まない場合の対応

- 1) 取引先が「検討します」と先延ばしする場合  
→ 「いつまでに返答いただけますか？」と期限を明示させる
- 2) 「他社はもっと安い」と言われた場合  
→ 「トータルコストでの比較」「品質・納期での優位性」を説明。  
必要に応じて、他社との取引を検討する自由度を示す
- 3) 「予算がない」と言われた場合  
→ 「現状価格では採算が取れず、品質・納期の維持が困難」と説明  
取引先の財務状況を踏まえ、段階的実施を提案
- 4) 「一部だけ受け入れる」と言われた場合  
→ 「新規案件から適用」「段階的に全体に拡大」など、  
中期的な全額転嫁を約束させる

### ■ 最後に

価格転嫁は、「相手に無理を強いる」ものではなく、「適正な取引関係を構築する」ためのものです。

コスト上昇に対応できない企業は、いずれ経営危機に直面します。その時に最も困るのは、取引先です。だからこそ、今、適正な価格転嫁に踏み切ることが、長期的な関係構築につながるのです。

「下請法で認められている権利」「労務費指針で推奨されている対応」「業界全体の動向」-これらを武器に、堂々と価格転嫁に取り組んでください。