

---

# 価格転嫁について：初心者向けガイド

## 価格転嫁とは何か？初心者向けガイド

はじめに

「価格転嫁」という言葉を聞いたことはありますか？

中小企業経営者にとって、今最も重要なテーマの一つです。

このドキュメントでは、難しい用語を避けて、わかりやすく説明します。

---

## 1. 価格転嫁の基本概念

「価格転嫁」とは？

簡単に言うと：「自分たちのコストが上がったので、商品やサービスの価格を上げさせてもらう」ことです。

具体例で理解しましょう

ケース1：食品製造業

- ・小麦粉の仕入れ価格が30%上がった
- ・パン屋さんは、製造コストが上がったので、パンの価格を上げる必要がある
- ・これが「価格転嫁」です

ケース2：機械部品メーカー

- ・鋼材の価格が20%上昇した
- ・労働者の給与も最低賃金引き上げで上がった
- ・部品メーカーは、自動車メーカーに「部品の価格を上げさせてほしい」と交渉する
- ・これも「価格転嫁」です

なぜ価格転嫁が必要なのか？

理由は一つ：利益を守るため

現在の状況：

売上 ÷ 原価 = 利益

コストが上がった場合：

売上（変わらず） ÷ 原価（上がった） = 利益（減少）

価格転嫁すると：

売上（上がった） ÷ 原価（上がった） = 利益（維持）

つまり、価格転嫁がなければ、経営が危機的になります。

---

## 2. 価格転嫁が必要な「コスト上昇」とは？

### 代表的なコスト上昇要因

#### ① 原材料費の上昇

- ・ 鋼材、アルミ、プラスチック、食材などの仕入れ価格上昇
- ・ 石油価格の高騰に伴う運送費・エネルギー費の上昇
- ・ 最近の例：2022年以降、ウクライナ情勢の影響で原材料が大幅上昇

#### ② 労務費（給与・社会保険料）の上昇

- ・ 最低賃金の引き上げ
- ・ 社会保険料率の上昇
- ・ 人手不足に伴う給与上昇
- ・ 最近の例：毎年の最低賃金引き上げ（全国平均で年1%程度）

#### ③ エネルギー費の上昇

- ・ 電気代、ガス代の値上げ
- ・ ガソリン価格の高騰
- ・ 最近の例：2022年～2023年の電気・ガス代の急騰

#### ④ その他の経費上昇

- ・ 運送費、物流費

- ・ 設備投資の増加
- ・ 環境対応コストの増加

## ポイント

「私たちの経営判断による値上げ」と「やむを得ないコスト上昇による値上げ」は違います。

価格転嫁が正当化されるのは、客観的で証明可能なコスト上昇がある場合です。

---

## 3. 価格転嫁の現状：なぜ難しいのか？

### 日本の中小企業が直面する問題

#### 問題1：「価格転嫁が進まない」という矛盾

実は、日本の中小企業はコスト上昇に対して、価格を十分に上げられていません。

- ・ 政府のデータ：2022年～2023年、原材料費は20～30%上昇したのに、中小企業が転嫁できた価格上昇は5～10%程度
- ・ なぜ？ 大手企業や大口顧客からの圧力で、値上げを受け入れてもらえない

#### 問題2：「買ったたき」の懸念

大口顧客から以下のようなことを言われることがあります：

- ・ 「他社はもっと安く対応している」
- ・ 「値上げなら、別の業者に変える」
- ・ 「業界全体で値上げしてないのに、なぜ？」
- ・ 「予算がないので値上げは受け入れられない」

これらは「買ったたき」に該当する可能性があります。

#### 問題3：「言いつらい」という心理的ハードル

- ・ 「長年の取引先に値上げを言い出しづらい」
- ・ 「取引が途切れるのが怖い」
- ・ 「自分たちの経営が下手だと思われたいか」

---

## 4. 価格転嫁は「正当な権利」です

### 法的根拠

実は、適正な価格転嫁は法律で保護されています。

#### 下請法（下請代金支払遅延等防止法）

- ・ 禁止事項： 親企業が下請企業に対して、一方的に代金を減額すること
- ・ 具体例： 「原材料が上がったので値上げしたい」という正当な要求を、理由なく拒否することは違法の可能性

#### 独占禁止法

- ・ 禁止事項： 優越的地位の濫用
- ・ 具体例： 大手企業が中小企業に対して、不当に低い価格を強要することは違法

#### 「パートナーシップ構築宣言」

- ・ 経済産業省が推奨する、大企業と中小企業の適正な取引関係
- ・ 内容： 中小企業の適正利潤を確保し、価格転嫁を認める
- ・ 参加企業： 大手企業の多くが宣言済み

つまり、政府も「中小企業の価格転嫁は正当である」と明言しています。

### 心理的背景

価格転嫁は単なる「値上げ」ではなく：

- ・ 事業継続のための必要条件
- ・ 従業員の給与維持のための必須項目
- ・ 品質とサービスを守るための投資

堂々と交渉してOKです。

---

## 5. 価格転嫁の進め方：5つのステップ

---

## ステップ1：「現状把握」－ 自分たちの状況を整理する

やることリスト：

- ・ ☐ コスト上昇の具体的な内容を把握（原材料？労務費？）
- ・ ☐ コスト上昇率を数値化（何%上がったか）
- ・ ☐ 市場データを収集（業界全体でも同じ傾向か）
- ・ ☐ 現在の利益率を計算（赤字になっていないか）

ポイント： 「感覚」ではなく「データ」で語ることが重要

## ステップ2：「適正価格の算出」－ いくら値上げすべきかを決める

やることリスト：

- ・ ☐ コスト上昇分を計算
- ・ ☐ 現在の利益率を維持するための価格を算出
- ・ ☐ 「松（理想）」「竹（妥当）」「梅（最低防衛）」の3段階案を用意

ポイント： 交渉では必ず複数案を用意する

## ステップ3：「資料準備」－ 説得力のある証拠を用意する

用意すべき資料：

- ・ ☐ 原材料価格の推移グラフ
- ・ ☐ コスト試算表（具体的な数字）
- ・ ☐ コスト費目別の見積書
- ・ ☐ 業界全体の値上げ動向（参考データ）

ポイント： グラフや表で「見える化」することが大切

## ステップ4：「相手企業の分析」－ 取引先の特性を理解する

調べることリスト：

- ・ ☐ 取引先の財務状況（増収増益か、経営が厳しいか）
- ・ ☐ パートナーシップ構築宣言に参加しているか
- ・ ☐ これまでの取引関係（良好か、緊張しているか）
- ・ ☐ 自社への売上依存度（高いか、低い）

ポイント： 相手の事情を理解した上で、説得方法を変える

---

## ステップ5：「交渉実施」－実際に話し合う

交渉の基本ステップ：

1. 導入： 感謝と敬意を示す
  - ・ 「いつもお世話になっております」
  - ・ 「本日はお時間をいただきありがとうございます」
2. 本題： データを示しながら説明
  - ・ 「原材料費が〇%上昇しております（グラフを提示）」
  - ・ 「現在の価格では採算が取れない状況です」
  - ・ 「つきましては、〇%の価格改定をお願いしたいのです」
3. 自社の強みをアピール
  - ・ 「〇年間、短納期対応で貴社をサポートしてきました」
  - ・ 「品質維持のための必要な投資です」
4. 相手の反応を確認
  - ・ 「ご検討いただけますでしょうか」
  - ・ 「ご質問やご懸念がございましたら、お聞かせください」
5. 期限を設定
  - ・ 「〇月〇日までにお返事をいただければ幸いです」

---

## 6. よくある反論と対応方法

Q1：「検討させてください」と言われた場合

相手の意図： 先延ばし、または断りの前兆

効果的な対応：

、

「ありがとうございます。ぜひご検討ください。

差し支えなければ、いつ頃お返事をいただけますでしょうか？」

「もし全体での価格改定が難しい場合、

新規案件からのみ適用する方法もございます。いかがでしょうか？」

、

---

## Q2：「他社はもっと安く対応してくれる」と言われた場合

相手の意図： 価格交渉、競争を引き合いに出す圧力

効果的な対応：

、

「価格だけで比較すれば、安い業者もあるかもしれませんが。」

しかし、当社は短納期対応率〇%、不良品率〇%以下を実現しており、  
トータルコストでは十分ご満足いただけると自負しております。

また、この価格改定は業界全体でも同様の動きとなっており、  
単なる値上げではなく、品質維持のための必要な投資です。」

、

## Q3：「予算がない」と言われた場合

相手の意図： コスト制約の主張

効果的な対応：

、

「ご事情はよく理解いたします。」

しかし、現状の価格では当社も赤字となってしまう、  
今後の品質維持やサービス継続が困難になってしまいます。

貴社の決算状況を拝見いたしましたところ、増収増益とお見受けしております。  
適正なコスト負担をお願いできれば、  
今後も安定的なお取引を継続できると考えております。」

、

## Q4：「一方的すぎる」と言われた場合

相手の意図： 不満の表明、交渉の余地を探る

効果的な対応：

、

「ご不快な思いをさせてしまい、申し訳ございません。」

決して一方的なお願いではなく、客観的なデータに基づいた  
必要最小限の価格改定でございます。

---

もちろん、貴社のご事情も十分に理解しております。

どのような形であれば受け入れやすいか、  
ぜひお聞かせいただけますでしょうか？」

、

---

## 7. 成功のための5つのポイント

### ポイント1：「データで語る」

- ・ 「経営が苦しいので値上げしたい」
- ・ 「原材料費が20%上昇し、現在の価格では採算が取れない状況です（グラフ提示）」

感情論ではなく、客観的なデータで説得することが重要です。

### ポイント2：「法的根拠を味方につける」

- ・ 下請法、独占禁止法、パートナーシップ構築宣言を参考に
- ・ 「これは法律でも保護されている正当な要求です」というスタンス
- ・ 相手も法的リスクを意識するようになります

### ポイント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
- ・ 「品質とサービスを維持するための投資」と位置づける
- ・ 過去の実績・貢献を具体的に示す

### ポイント4：「柔軟に対応する」

- ・ 松（理想）、竹（妥当）、梅（最低防衛）の複数案を用意
- ・ 一括ではなく、段階的实施を提案する
- ・ 新規案件のみ適用するなど、創意工夫を示す

### ポイント5：「協調的な姿勢を保つ」

- ・ 敵対するのではなく、Win-Winの関係を目指す
- ・ 「今後も長く付き合いたい」という姿勢を見せる



- ・相手の事情も理解し、歩み寄る努力をする

----

## 8. 価格転嫁に関する用語集

用語	意味
下請法	親企業が下請企業に対して、不当な扱いをすることを禁止する法律
独占禁止法	大企業による不正な競争行為を禁止する法律
買いたたき	不当に低い価格を強要すること（違法）
パートナーシップ構築宣言	大企業が中小企業と適正な取引関係を築くことを宣言
原価率	売上に対する原材料費・労務費などの割合
利益率	売上に対する利益の割合
転嫁率	コスト上昇のうち、価格に反映された割合

----

## 9. 最後に：価格転嫁は「経営の基本」

覚えておいてください

1. 価格転嫁は正当な権利です
  - ・法律で保護されています
  - ・政府も推奨しています
  - ・堂々と交渉してOKです
2. データと法的根拠が武器です
  - ・「感覚」ではなく「データ」で語る
  - ・法的根拠を背景に交渉する
  - ・自信を持って臨む
3. 相手を敵と思わず、パートナーと考える
  - ・Win-Winの関係を目指す
  - ・長期的な視点を持つ

- 
- ・ 協調的な姿勢を保つ

#### 4. 準備が全てです

- ・ 資料をしっかり用意する
- ・ 複数案を用意する
- ・ 想定問答を準備する

### 最後のメッセージ

「価格転嫁は、経営者としての当然の権利です。」

従業員の給与を守り、品質を維持し、事業を継続させるための必要な行動です。

自信を持って、データと法的根拠を武器に、交渉に臨んでください。

皆様の事業継続と発展を心から応援しています。

---

\*このドキュメントについてご質問やご相談がございましたら、  
お気軽にお問い合わせください。\*