

価格転嫁サポートセミナー 京都編

コストアップを適切に価格転嫁するための価格交渉、
付加価値向上の取組ポイントとは

2024年11月7日

主催：近畿経済産業局 産業部 中小企業課 取引適正化推進室

共催：京都市 産業観光局 地域企業イノベーション推進室

本資料の無断転載等を禁じます。

目次

- 講師紹介
- 価格転嫁の重要性
- 法令等による下請取引の保護
 - 関係法令の体系
 - 下請法
 - 下請中小企業振興法
- 収益構造と価格転嫁
- 価格交渉の準備
- 価格交渉の姿勢
- 価格交渉以外の物価高騰対策
- 取引適正化の行政相談窓口

講師紹介

- 氏名：佐藤重義（さとう しげよし）
- 経歴：関西のメーカーに約30年間勤務し、経営企画や経理、IT、法務などの業務および管理を経験。原価計算制度改善や全社的な業務変革に取り組み、損益の見える化や事業計画の改善、事務処理の改善（省力化、迅速化）、各種ITシステムなど変革。M&Aや海外子会社の管理等も携わる。
- 保有資格：中小企業診断士、行政書士、情報処理技術者、建設業経理士 等

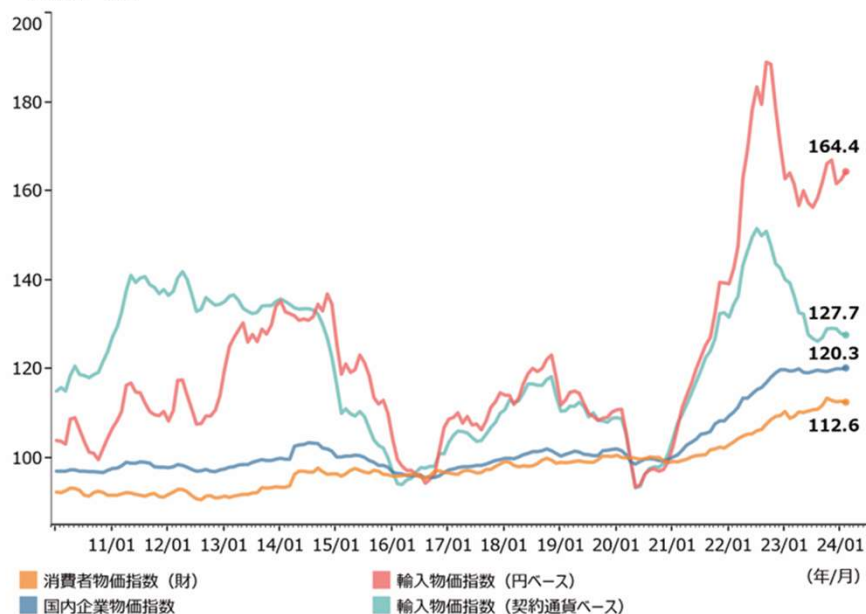
定義

定義項目	内容
下請取引	親事業者が規格・品質などを指定した上で、下請事業者へ業務を委託する取引
親事業者	下請取引を発注する立場の事業者
下請事業者	下請取引を受注する立場の事業者
価格交渉	下請事業者と親事業者が価格に関する交渉テーブルにつくこと
価格転嫁	下請事業者のコスト上昇を親事業者との取引価格に反映すること

価格転嫁の重要性 物価の現状

国内企業物価指数、消費者物価指数、輸入物価指数の推移

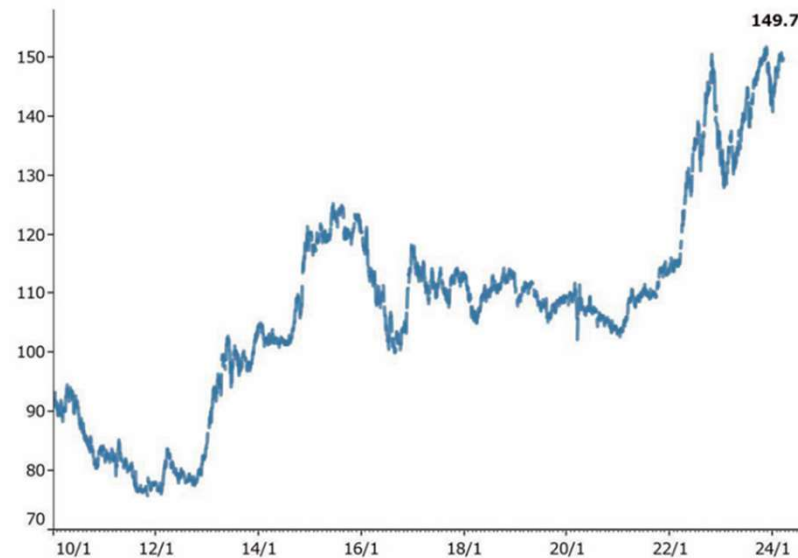
(2020年=100)



出典：中小企業庁 中小企業白書2024 134頁

ドル円為替レートの長期推移

(円/ドル)



出典：中小企業庁 中小企業白書2024 136頁

- 国内企業物価指数は、生産者の出荷又は卸売段階における物価の動きを反映する指標。消費者物価指数は、小売段階の物価の動きを反映する指標。
- 輸入物価指数は、2020年末より急激に上昇し、2023年においても依然として高止まりしている。そのような中で、国内企業物価指数、消費者物価指数も、輸入物価指数の上昇に連動して、緩やかに上昇している。
- 為替レートは2022年に入ってから急激に円安が進行し、2022年10月をピークに、その後は円高方向に推移していたものの、2023年2月以降は再び円安方向に推移した。

価格転嫁の重要性 企業経営の視点

- 「もうけを先に考えるとコトが汚くなる。」（松下幸之助）
 - このようにお考えの経営者は多く、商売の道德心は大事にしたい。
- 「企業の目的は利益ではない。顧客を創造することである。ただし、利益は企業が存続するための必要な条件である。」（ピータドラッカー）
 - 企業の継続には利益を出すしかない。
 - 経営努力の範囲をはるかに超えるコストアップは顧客の負担とすることなしには利益を出せず、自社事業の継続は極端に難しい環境となる。

法令等による下請取引の保護 下請法一親事業者の禁止行為

	親事業者の禁止行為	内容
1	受領拒否	下請事業者に責任がないにもかかわらず、発注した物品などを受け取らないこと。
2	下請代金の支払遅延	物品などの受取日から数えて60日以内に、定めた支払期日までに下請代金を支払わないこと。
3	下請代金の減額	下請事業者に責任がないにもかかわらず、発注時に定めた下請代金を減額すること。
4	返品	下請事業者に責任がないにもかかわらず、受け取った物品などを返品すること。
5	買ったたき	市場価格や類似品の価格などと比べて、下請代金を極端に低く設定すること。
6	購入・利用強制	正当な理由がないにもかかわらず、強制的に物品を購入させたりサービスを利用させたりすること。
7	報復措置	親事業者の違反事実について、下請事業者が公正取引委員会や中小企業庁へ知らせたことを理由に、取引停止や数量削減などの報復を行うこと。
8	有償支給品早期決済	親事業者が下請事業者に対して、原材料や部品などを有償で支給している場合、それらの対価を下請代金の支払期日より早く支払わせたり、下請代金で相殺したりすること。
9	割引困難な手形交付	下請代金の支払いにあたって、一般の金融機関では割引が難しい手形を交付すること。
10	不当な利益提供要請	自社の利益のために、現金や役務などを不当に提供させること。
11	不当な給付内容変更	下請事業者に責任がないにもかかわらず、注文の取消や発注内容の変更などを行ったり、受取後にやり直しを行わせたりすること。

法令等による下請取引の保護 振興基準—価格交渉

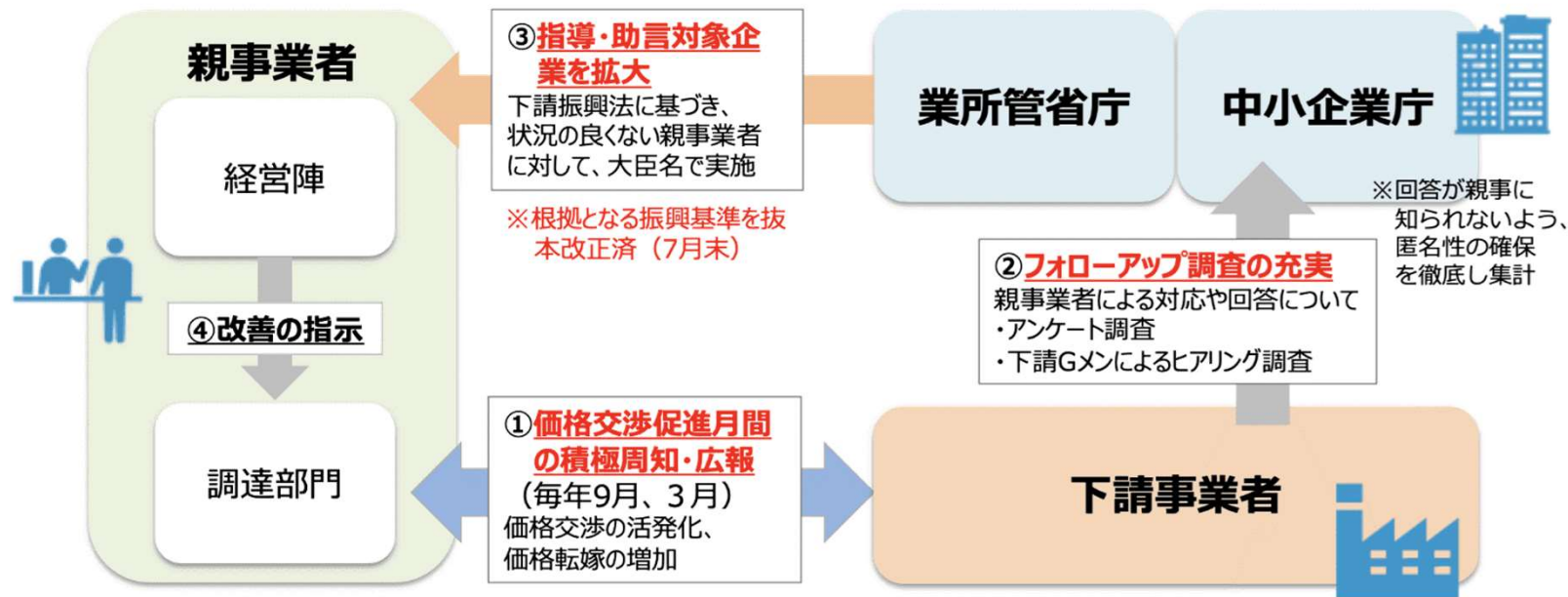
	振興基準	コメント
1	親事業者及び下請事業者は、毎年9月及び3月の「価格交渉促進月間」の機会を捉える等により、少なくとも年に1回以上の協議を行うものとする。	親事業者は、どのような取引であっても、年に1回以上は価格協議を行うことが求められます。
2	親事業者は、発注の都度、協議を行うものとするほか、継続的な発注について下請事業者からの申出があったときは、定期的な協議に応じるものとする。	
3	親事業者は、労務費、原材料費、エネルギー価格等のコストが上昇した場合又は発注内容を変更した場合であって、下請事業者からの申出があったときは、定期的な協議以外の時期であっても、遅滞なく協議に応じるものとする。	親事業者は、下請事業者からコスト上昇等による対価の見直しの申出があれば、定期的な協議時期でなくても、遅滞なく協議に応じることが必要です。
4	親事業者は、建設、大型機器の製造等、見積り及び発注から納品までの期間が長期にわたる取引においては、期中に労務費、原材料費、エネルギー価格等のコストが上昇した場合であって、下請事業者からの申出があったときは、期中の価格変更ができる限り柔軟に応じるものとする。	

法令等による下請取引の保護 振興基準—価格転嫁

	振興基準	コメント
1	取引対価は、合理的な算定方式に基づき、下請事業者の適正な利益を含むよう、親事業者及び下請事業者が十分に協議して決定するものとし、親事業者は、客観的な経済合理性又は十分な協議手続を欠く協議を行わないものとする。	取引対価は、合理的な算定方式に基づき、下請事業者の適正な利益を含むよう、十分な協議を行って決定することが必要です。
2	親事業者は、業種、地域等に応じた一般的な賃金の引上げ水準を十分に考慮しつつ、下請事業者との間の取引対価を決定するものとする。	下請事業者の賃金の引上げを考慮に入れない協議は、適正な価格協議とは言えません。
3	親事業者は、できる限り、親事業者における賃金の引上げ率に見劣りしない水準の賃金の引上げが下請事業者においても実現できるような取引対価の決定に努めるものとする。 特に、最低賃金の引上げ、人手不足への対処等、外的要因により下請事業者の労務費の上昇があった場合には、その影響を十分に踏まえて取引対価を決定するものとする。	特に、外的要因による賃金上昇には十分な配慮が必要です。

法令等による下請取引の保護 振興基準—価格交渉促進月間

親事業者及び下請事業者は、毎年9月及び3月の「価格交渉促進月間」の機会を捉える等により、少なくとも年に1回以上の協議を行うものとする。



出典：中小企業庁 価格交渉促進月間の実施とフォローアップ調査結果

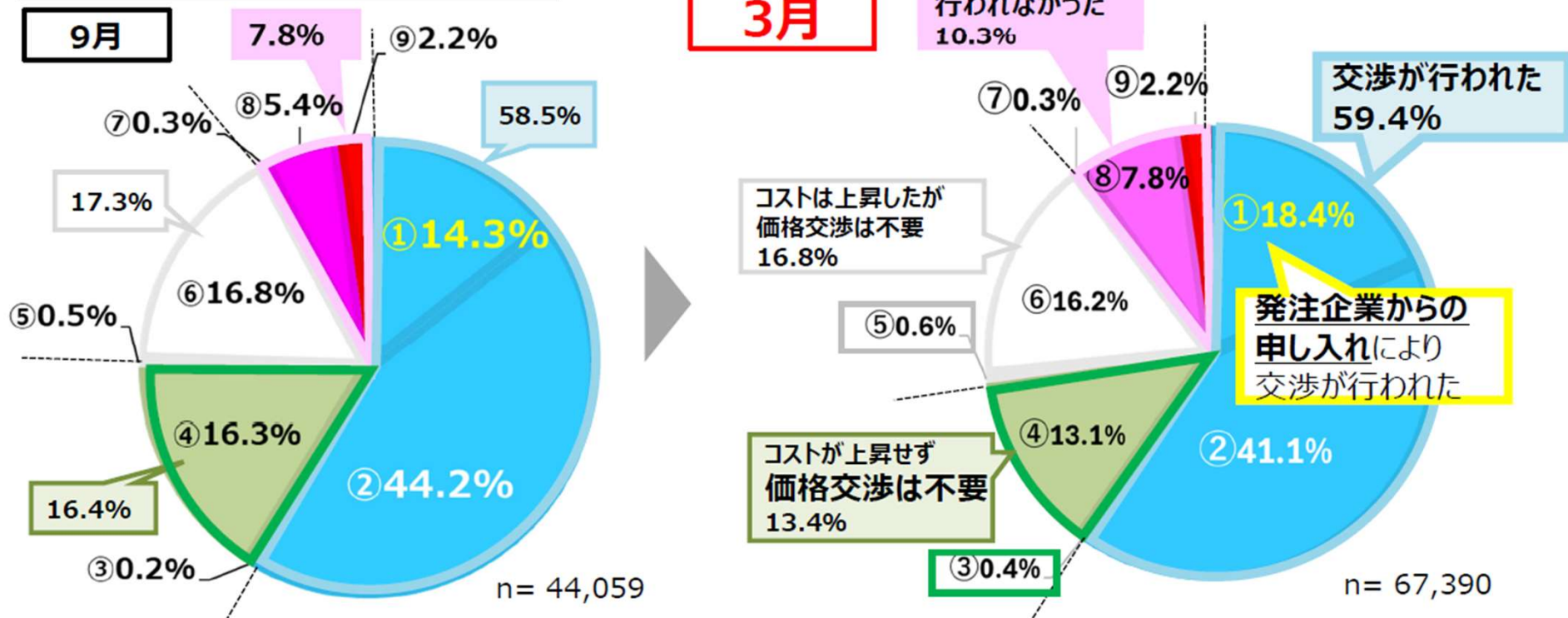
- 国は価格交渉促進月間のフォローアップを実施し、フォローアップ結果を公表している。
- 状況のよくない親事業者は、国から指導や助言を受け改善を促される。
- 価格交渉促進月間の実施と改善サイクルの強化により、価格交渉や価格転嫁の定着化を図るものとしている。

法令等による下請取引の保護 振興基準—価格交渉促進月間 フォローアップ

【2024年3月の促進月間の実施結果】 価格交渉

「発注企業から交渉の申し入れがあり、価格交渉が行われた」割合（①）は増加（14.3%→18.4%）。発注企業との価格交渉が行われた割合（①+②）も微増（58.5%→59.4%）。一方で、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」割合（⑦+⑧+⑨）が増加（7.8%→10.3%）。

直近6ヶ月間における価格交渉の状況



出典：経済産業省 価格交渉促進月間（2024年3月）フォローアップ調査の結果について

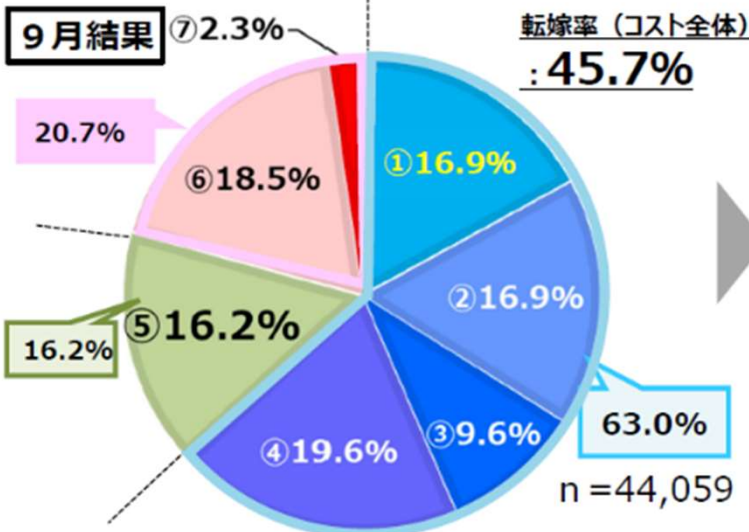
法令等による下請取引の保護 振興基準—価格交渉促進月間 フォローアップ

【2024年3月の促進月間の実施結果】 価格転嫁

コスト全体の価格転嫁率は微増（45.7%→46.1%）。コスト増加分を全額転嫁できた割合（①）は増加（16.9%→19.6%）。一部でも価格転嫁できた割合（①～④）も増加（63.0%→67.2%）。一方で、3割以下の価格転嫁の割合（④）は増加（19.6%→23.4%）、全く転嫁できない割合も2割程度で改善していない。

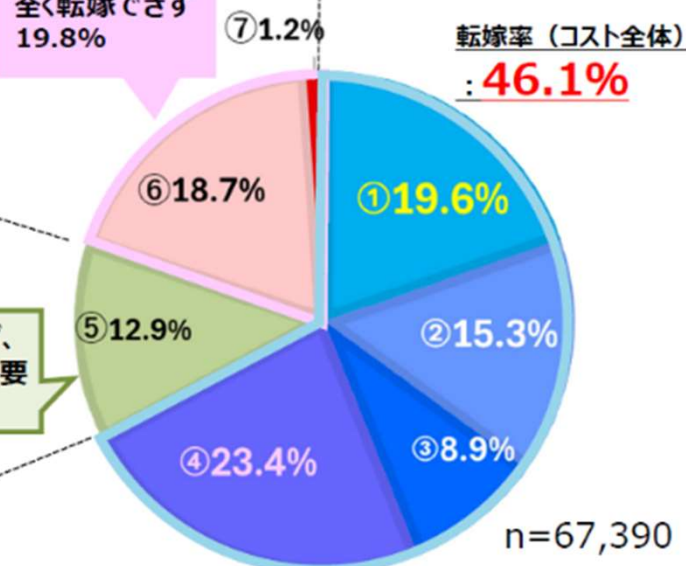
直近6ヶ月間の全般的なコスト上昇分の転嫁状況

9月結果



3月

全く転嫁できず
19.8%



コストが上昇せず、
価格転嫁は不要
12.9%

一部でも
価格転嫁できた
67.2%

問.直近6ヶ月間の全般的なコスト上昇分のうち、何割を価格に転嫁できたと考えますか。

- | | | |
|-----------|----------------------|-------|
| ①10割 | ④3割、2割、1割 | ⑥0割 |
| ②9割、8割、7割 | ⑤コストが上昇せず、
価格転嫁不要 | ⑦マイナス |
| ③6割、5割、4割 | | |

詳しくは中小
企業庁HP
をご参照くだ
さい。



法令等による下請取引の保護 振興基準一価格交渉促進月間 フォローアップ

【2024年3月の促進月間の実施結果】

フォローアップ調査において、10社以上の受注側中小企業から「主要な取引先」として挙げられた発注側企業について、「①回答企業数」、受注側中小企業からの「②価格交渉の回答状況」、「③価格転嫁の回答状況」について整理してリスト化。（下表は一部抜粋 回答状況 良好：ア → 不良：エ）

発注側企業名	①回答企業数	②価格交渉の回答状況	③価格転嫁の回答状況
五洋建設(株)	17	ア	イ
鹿島道路(株)	12	ア	ア
JFEスチール(株)	21	ア	イ
東京電力ホールディングス(株)	10	ア	イ
(株)内田洋行	15	イ	イ
(株)NTTドコモ	12	ウ	イ
王子マテリア(株)	10	ア	ウ
ヤマト運輸(株)	77	ウ	ウ
日鉄物流(株)	13	ア	イ
リコージャパン(株)	11	ア	イ
日本郵便(株)	20	ア	ウ

発注側企業名	①回答企業数	②価格交渉の回答状況	③価格転嫁の回答状況
(株)建設技術研究所	11	イ	イ
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ(株)	11	イ	イ
(株)日立産機システム	15	ア	イ
東亜道路工業(株)	11	イ	ウ
日本電気(株)	24	ア	イ
(株)長谷エコーポレーション	17	ア	イ
三菱自動車工業(株)	22	ア	イ
オリックス自動車(株)	14	イ	ウ
タマホーム(株)	13	エ	ウ
(株)一条工務店	26	エ	ウ
(株)エディオン	11	エ	ウ

出典：経済産業省 価格交渉促進月間（2024年3月）フォローアップ調査の結果について（2）

法令等による下請取引の保護 パートナーシップ構築宣言

親事業者のサプライチェーンの取引先や価値創造を図る事業者との連携・共存共栄を進める宣言。
約5.5万社が宣言（2024年9月末現在）。宣言に反する行為に対する罰則等はないが、2024年7月に受注者側企業に対してアンケートを実施。

取引先と共存共栄の関係を築こうとする経営者の皆様へ

「パートナーシップ構築宣言」を作成・公表しませんか

①取引先との共存共栄の取組や、「取引条件のしわ寄せ」防止を代表者の名前で宣言します。

以下の項目について、企業の代表者の名前で宣言します。

- サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を越えた新たな連携
- 親事業者と下請事業者の望ましい取引慣行（振興基準※）の遵守
- その他独自の取組


※下請中小企業振興法に基づく基準
(<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihihi/shinkoukiyun.htm>)

②「宣言」はポータルサイト上に公表されます。

- (公財) 全国中小企業振興機関協会が運営するポータルサイト (<https://www.biz-partnership.jp>) に提出すると、「宣言」が掲載されます。

※「振興基準」に違反し、主務大臣の指導・助言を受けた場合など、「宣言」を履行していないと認められる場合には、「宣言」のサイトへの掲載を取りやめることがあります。

③「宣言」企業は「ロゴマーク」を使うことができます。

 <ロゴマークに込められた思い>
大企業と中小企業がうまく組み合い、共存共栄していく


④一部の補助金について加点措置を講じます。

- 対象となる補助金については、ポータルサイトをご覧ください。

「宣言」の内容について
未来を拓くパートナーシップ構築推進会議事務局
● 内閣府政策統括官付
● 参事官（産業・雇用担当）付 03-6257-1540
● 中小企業庁企画課 03-3501-1765

「宣言」の提出・掲載について
● (公財) 全国中小企業振興機関協会
03-5541-6688
提出先URL: <https://www.biz-partnership.jp>

当協会と都道府県協会の連携により
中小企業を支援します。
公益財団法人
全国中小企業振興機関協会



出典：パートナーシップ構築宣言サイト

京都府 949社

株式会社IMシステム (17 医療、福祉)
株式会社ITPイメージングプロダクツ (5-7 印刷・同関連業)
株式会社AIVICK (7 情報通信業)
株式会社アイラボ (17 医療、福祉)
株式会社青木光悦堂 (9 卸売業)
株式会社あおぞら印刷 (5-7 印刷・同関連業)
青山商事株式会社 (9 卸売業)
株式会社アクト (5-18 生産用機械器具製造業)
アクトファイブ株式会社 (5-24 その他の製造業)

株式会社アグリヴ (12 不動産業、物品賃貸業)
浅田建設株式会社 (4 建設業)
朝日レントゲン工業株式会社 (5-21 電気機械器具製造業)
株式会社アストム (5-16 金属製品製造業)
有限会社アダチコーポレーション (9 卸売業)
株式会社アップフィールド (13 学術研究、専門・技術サービス業)

株式会社 I T P (5-7 印刷・同関連業)
アイ・ナック・エンジニアリング株式会社 (5-18 生産用機械器具製造業)
アイフル株式会社 (11 金融業、保険業)
アイ・ピース株式会社 (5-8 化学工業)
株式会社青木プラス (5-10 プラスチック製品製造業)
社会福祉法人青谷学園 (17 医療、福祉)
株式会社アクティブファーム (8 運輸業、郵便業)
株式会社アクト (5-5 家具・装備品製造業)
株式会社 アグティ (19 サービス業 (他に分類されないもの))
浅田園本店 (5-2 飲料・たばこ・飼料製造業)
浅田板金 (19 サービス業 (他に分類されないもの))
株式会社あしだ (1 農業、林業)
株式会社アスターテック (5-16 金属製品製造業)
あずさ塾 (16 教育、学習支援業)
株式会社add9 (7 情報通信業)
株式会社Atomis (5-8 化学工業)
株式会社アトリエイハウス (4 建設業)

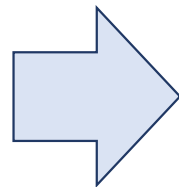
法令等による下請取引の保護 まとめ

- 国は価格転嫁の拒否を買いたたきとして親事業者への指導を強化している。
- 特に価格交渉促進月間のフォローは強力であり、大手の親事業者を中心に下請事業者からの価格交渉、価格転嫁の申し入れは受け入れられやすい状況になっている。

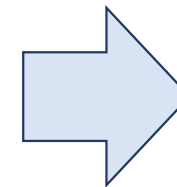
収益構造と価格転嫁

- 収益構造は売上、変動費、固定費に分けて分析します。
 - 変動費は売上の増減に応じて増減する材料費などのコストです。
 - 売上に対する変動費の割合を変動費率といいます（変動費÷売上）
 - 固定費は売上の増減に関わりなく発生する人件費などのコストです。
- 利益がゼロになる売上を損益分岐点売上高といいます。
 - $\text{売上} - (\text{売上} \times \text{変動費率}) - \text{固定費} = 0$ （ゼロ）
 - $\text{売上} \times (1 - \text{変動費率}) = \text{固定費}$
 - $\text{売上} = \text{固定費} \div (1 - \text{変動費率})$
- $1 - \text{変動費率}$ を限界利益率といいます。
 - $\text{売上} = \text{固定費} \div \text{限界利益率}$ （同じ計算結果になります）

	実績値
売上	100
変動費	60
固定費	30
利益	10



	分析値
変動費率	60%
限界利益率	40%
固定費	30
損益分岐点 売上高	75



	検証値
損益分岐点 売上高	75
$75 \times 60\%$	45
固定費	30
利益	0

$$\text{固定費} 30 \div (1 - \text{変動費率} 60\%) = 75$$

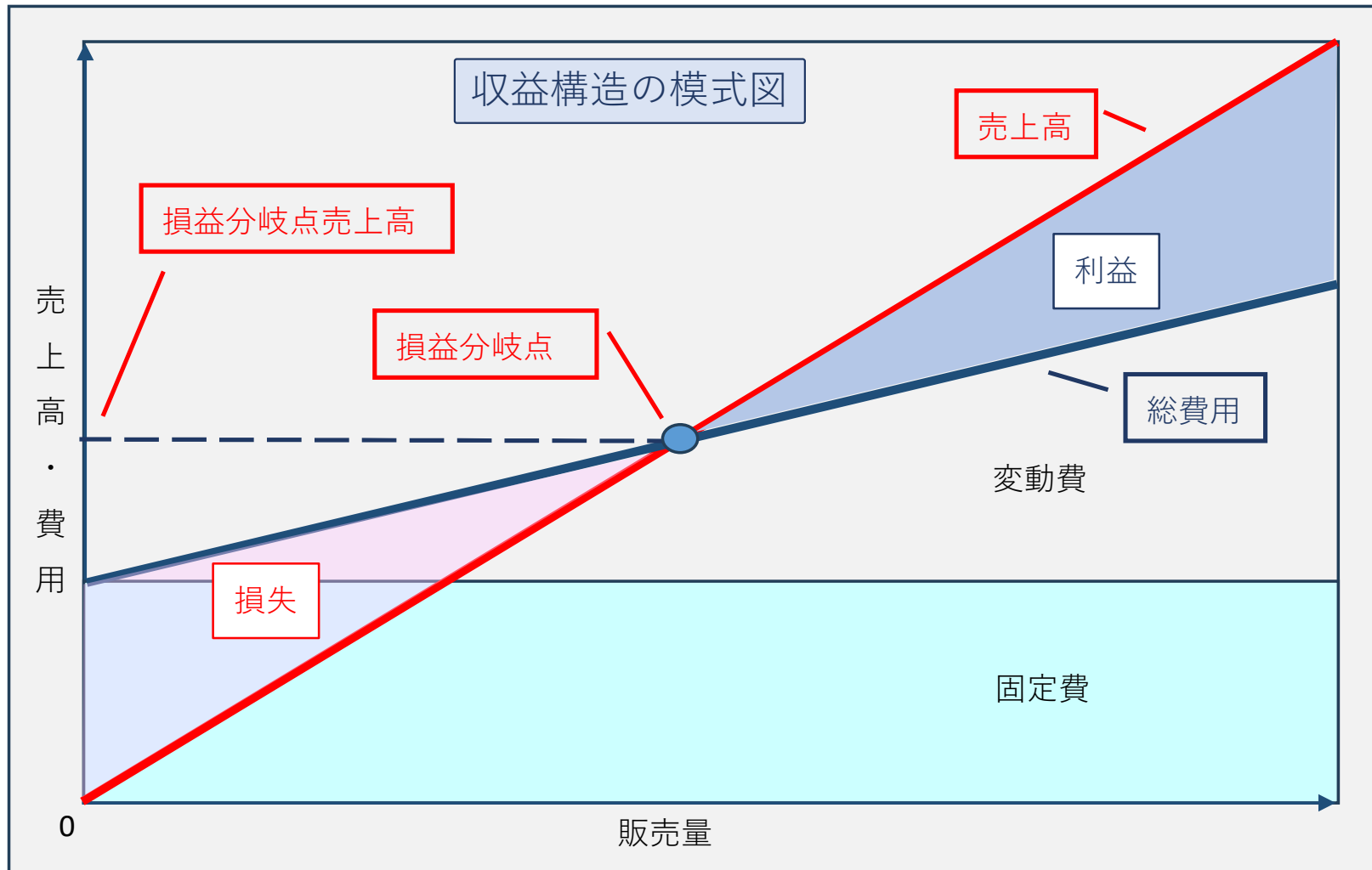
収益構造と価格転嫁

応用編：以下の事例から利益を倍増の20（+10）にする方向性

	数量	単価	実績値
売上	20個	@5	100
変動費	20個	@3	60
固定費			30
利益			10

	方向性
①	売上増加（売上数量増加）：売上数量5個増加【算式： $+10 \div (@5 - @3)$ 】25%増加
②	売上増加（売値の改善）：売価@0.5改善【算式： $+10 \div 20$ 個】売値UP10%
③	変動費削減：仕入値@0.5引下げ（算式： $+10 \div 20$ 個）仕入値17%削減
④	固定費削減：固定費10削減 削減率33%

収益構造と価格転嫁



- 収益構造からの収益改善（利益ねん出）の方向性検討
 - ①売上増加（売上数量増加）
 - ②売上増加（売値の改善） ※価格転嫁の取組みとなります。
 - ③変動費削減
 - ④固定費削減
- 以下の表に①から④までの貴社の可能な方策を記載し、実現可能性や難易度を検討してください。

	可能な方策	実現可能性	難易度
①			
②			
③			
④			

価格交渉の準備

- 価格交渉は準備が8割。しっかり準備しましょう。
- 価格交渉資料の作成
 - 価格転嫁資料 原材料、エネルギー価格、労務費等
 - 交渉目標設定
 - 交渉カード 価格以外の交渉材料

価格交渉の準備 価格転嫁資料

お取引価格改定のお願い 対象製品：A製品 適用時期〇年〇月〇日納品分より (例) (単位:円)

	項目	詳細	現状	変更後	比率	説明
1	材料費	鋼板	2,500	4,250	170%	※1参照 若干の原料高見込み含む
2	加工費	切断、溶接、塗装等	700	756	108%	※2参照
3	経費	電力費	150	315	210%	※3参照 若干の原料高見込み含む
4	経費	管理費等	350	379	108%	※2参照
		※税抜計※	4,000	5,700	142%	

価格改定根拠資料 (例)

	基準	根拠	比率
※1	冷熱鋼板	2019年12月83.0千円/t 2022年12月140.0千円/t ●●新聞卸値推移	168.7%
※2	最低賃金	2019年：818円/h 2022年：878円/h 厚生労働省 (●●県)	107.3%
※3	電力料金	2019年12月12.0円/kwh 2022年12月25.0円/kwh ●●電力 高圧	208.3%

価格交渉の準備 価格転嫁資料

お取引価格改定のお願い 対象製品：A製品 適用時期〇年〇月〇日納品分より (例) (単位:円)

	項目	詳細	現状	変更後	比率	説明
1	材料費	鋼板	2,500	4,250	170%	※1参照 若干の原料高見込み含む
2	加工費	切断、溶接、塗装等	700	756	108%	※2参照
3	経費	電力費	150	315	210%	※3参照 若干の原料高見込み含む
4	経費	管理費等	350	378	108%	※2参照
		※税抜計※	4,000	5,699	142%	

- 価格転嫁する対象製品（サービス）と適用時期は明示する。
- 価格転嫁の項目は原材料、エネルギー、労務費に分けると検討しやすい。
- 項目は過度に詳細に分ける必要はない。
- 加工費、経費等の労務費が多くを占める項目の場合は、賃上げの基準の使用をお勧めする。

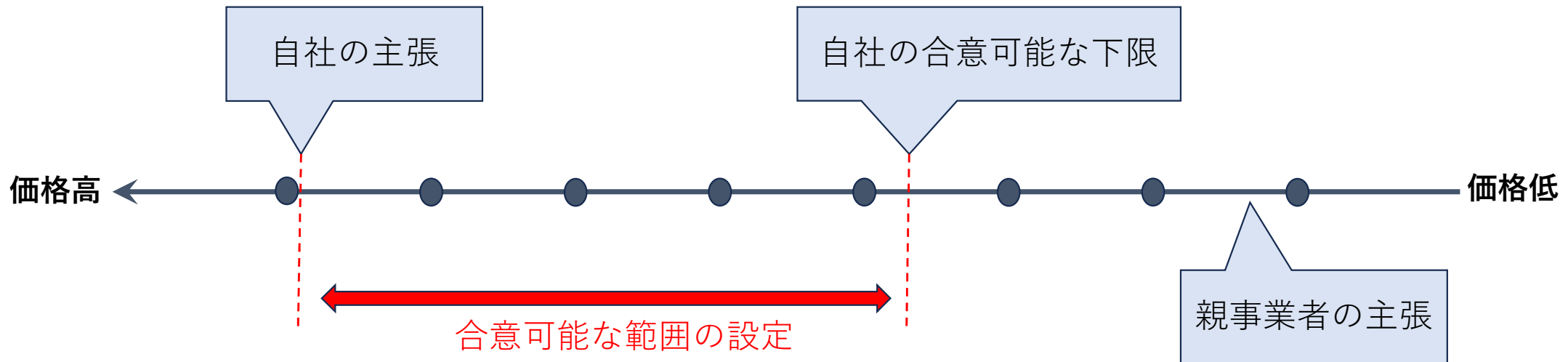
価格交渉の準備 価格転嫁資料

価格改定根拠資料（例）

	基準	根拠	比率
※1	冷熱鋼板	2019年12月83.0千円/t 2022年12月140.0千円/t ●●新聞卸値推移	168.7%
※2	最低賃金	2019年：818円/h 2022年：878円/h 厚生労働省（●●県）	107.3%
※3	電力料金	2019年12月12.0円/kwh 2022年12月25.0円/kwh ●●電力 高圧	208.3%

- 価格転嫁の根拠は具体的に提示しましょう。
- 根拠は公的機関や新聞等の発表する外部データ、実際の取引の内部データに分かれるが、どちらを使ってもよい。
- 一般的には外部データが信頼性が高く、親事業者の理解を得やすい。

価格交渉の準備 交渉目標設定



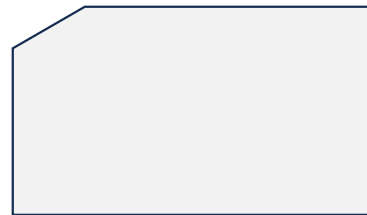
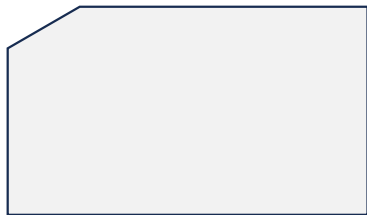
- 交渉とは互いの違いを確認し、合意点を見つけること。
- 自社の主張（認識）と合意可能な下限を設定し合意可能な範囲の設定を行う。
- 自社の主張や合意可能な下限は、自社の収益構造や損益に与える影響を確認して設定する。

価格交渉の準備 交渉カード



- 価格のみの交渉は膠着状態（デッドロック）になり易く、合意点に到達できない場合も多くある。
- 自社の主張価格を補強する価格以外の交渉カードを用意しておき、自社の主張価格に近づける交渉材料とする。
- 例えば、親事業者との交渉において価格合意できず膠着状態になった場合、自社の主張価格を受け入れてもらえれば、納期短縮に協力するなどの交渉カードを切っていく。
- 交渉カードは自社に負担にならないものを用意しておく。自社に負担にならない交渉材料であっても親事業者は価値のある提案となる可能性あり。

- 交渉カードを7つ検討してください。
- 自社の負担にならないものを検討してください。
- 検討した交渉カードは親事業者のメリットも検討してください。

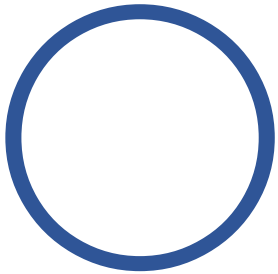


価格交渉の姿勢

W I N - W I N（お互いに利益のある）関係の構築

項目	親事業者	下請事業者
品質	現状の品質には満足している。 要求に達していなくても改善は容易。	要求に達した品質の提供は容易。 指導受けるにしても実現可能な内容となる。
納期	現状の納期には満足している。 要求納期の管理は容易。	現状の納期の提供体制が整っている。 納期遅延の場合は柔軟な協議が可能。
コスト	（スポット取引に比べ）安価。 新たな下請事業者を探すにしても多大な時間と手間が必要。	大きな利益は出ないが安定した収益がある。
取引継続	なるべく現状の安定した供給体制を維持したい。	なるべく現状の安定した取引を維持したい。

価格交渉の姿勢



- ・ 親事業者と下請事業者は対等であり、互いを必要とするパートナーであるとの認識を持つ。
- ・ 自社の主張は明確に伝わるよう書面等を提出し、書面等に沿った説明を行う。
- ・ 親事業者の主張はよく聞き、自社の主張との差（ギャップ）を明確にする。
- ・ 互いにギャップを縮める努力を行う（交渉カードの出番）。



- ・ 自社の主張の合意を懇願する。
- ・ 法令や施策を背景にするなど高圧的な態度により自社の主張の合意を迫る。
- ・ あいまいな自社の主張を行う。
- ・ ギャップを縮める努力をしない。
- ・ 合意近くになって自社に有利な新たな主張を行う（ゴールポストの変動は交渉者の信頼を失う）。

価格交渉の姿勢 FAQ

Q1. 価格交渉は実施できたが、取引価格は据え置きとなった。親事業者からは価格転嫁できない理由を教えしてもらえなかった場合どうしたらよいのか。

A1. 価格交渉の結果として据え置きの取引価格となった場合は、親事業者から取引価格の据え置きの理由を記載した書面を取得すべきです。「振興基準」では、親事業者は取引価格を据え置きする理由を記載した書面を下請事業者に交付しない場合は「買ったたき」に該当するものとしています。書面の交付をしてもらえない、理由に納得できない等の場合は、後述の「下請かけこみ寺」や「よろず支援拠点」への相談をお勧めします。

価格交渉の姿勢 FAQ

Q2. 親事業者から価格転嫁の約束と引替えに原価低減要請を受けた。親事業者の原価低減は具体的な根拠なく、価格転嫁の50%削減を要請するものである。要請に応じられない場合は発注継続は難しいとも説明されたがどうしたらよいか。

A2. 好ましくない要請であり応じる必要はありません。「振興基準」では、具体的な根拠のない、または目標数値のみを提示した原価低減要請は好ましくないものとしています。また、原価低減要請に応じることが発注継続の条件とすることも同じです。このような要請を受けた場合は、後述の「下請かけこみ寺」や「よろず支援拠点」への相談をお勧めします。

価格交渉の姿勢 FAQ

Q3. 親事業者に価格交渉と価格転嫁の申し入れをしたところ、過度に詳細な資料の提出を求められ、詳細資料の提出のない限り価格交渉に応じられないと説明されたがどうしたらよいか。

A3. 好ましくない要請であり過度に詳細な資料の作成は不可能であることを理由に価格交渉に応じるよう申し入れをするべきです。「振興基準」では、過度に詳細な見積りを要請し、それを下請事業者が十分に作成できないことを理由として、協議を拒むことは好ましくないものとしています。このような価格交渉を拒否された場合は、後述の「下請かけこみ寺」や「よろず支援拠点」への相談をお勧めします。

価格交渉の姿勢 FAQ

Q4. 当社は大手メーカーの2次下請だが、1次下請は大手メーカーへの価格交渉、価格転嫁ができておらず、価格転嫁ができない状況であるがどうしたらよいか。

A4. 1次下請に対し大手メーカーへの価格交渉、価格転嫁を依頼すべきです。大手メーカーの価格交渉、価格転嫁に対する態度は軟化しています。

価格交渉以外の物価高騰対策（販路開拓、新製品開発 等）

価格交渉以外の物価高騰対策も検討しましょう。

（取組みの例示）

販路開拓

新たな顧客や販売ルートを開拓し、既存製品の受注売上を確保します。

新製品・
役務開発

新製品を開発し、受注売上を確保します。消耗部品供給やメンテナンスなどの既存製品に関連する取組みも有効です。

生産管理

既存製品の製品品質、納期を改善し、受注売上を確保します。

原価計算

既存製品のコストを把握し、原価低減を図ります。

取引適正化の行政相談窓口

●下請かけこみ寺

➤代金の未払い・減額・受領拒否・不当なやり直し・返品・買ったたきなど、下請取引の問題解決に向けて、専門の相談員や弁護士がアドバイスをを行う無料相談窓口です。

■住所：京都市下京区中堂寺南町134

■電話：075-315-8590

●よろず支援拠点

➤中小企業経営者の皆様の抱えるお悩み、課題解決とフォローアップを行う無料相談窓口です。

➤京都府産業支援センター

■住所：京都市下京区中堂寺南町134 京都産業2 1 お客様相談室内

■電話：075-315-1055

➤京都経済センター

■住所：京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町78番地 京都経済センター3F

■電話：075-708-3063

最後に

- 法令や施策により大手の親事業者の価格交渉、価格転嫁の姿勢はかなり軟化しています。今が価格交渉、価格転嫁の好機です。
- 3月、9月の価格交渉促進月間を機会と捉えた価格交渉開始をお勧めします。
- 詳しく情報を知りたい方には経済産業省「適正取引支援サイト」の閲覧をお勧めします。
 - URL : <https://tekitorisupport.go.jp/>
- 繰り返しになりますが…
 - 「企業の目的は利益ではない。顧客を創造することである。ただし、利益は企業が存続するための必要な条件である。」（ピーター ドラッカー）
- 自社の労務費改善や下請事業者の価格転嫁も考慮に入れた価格転嫁の対応をお願いします。



講師



さとう経営サポート
さとう行政書士事務所
代表 佐藤 重義

〒564-0082 大阪府吹田市片山町3-26-12-2
〒769-2102 香川県さぬき市鴨庄4160-1

Phone 090-5166-0459

E-mail shigeyoshi.sato@sato-support.com

ご清聴、ありがとうございました。