

食料品製造業

令和2年1月 からの増減

動植物油脂

148.1

138.1 128.1

116.7

158.3

## 緊急課題!

埼玉県「価格交渉ツール」の一部サンプル

✓ 本資料は、国の公式データ(日銀の企業物価指数等)

価格交渉の際のエビデンス資料として御利用ください

68.6%up

46.5%up

1987年8月時点

埼玉県が主要原材料費等の推移をグラフにまとめたものです

## **|格転嫁交渉のアドバイス**

まった 第の国 さった 埼玉県

を基に、

38.1%up

18.6 %up

12221222222222222

电积7年8月 時点

令和7年9月 現在

砂糖

133.9 128.9

121.9

118.9 113.9

108.9

103.9

08.0

114.3 112.2 110.3 108.2 106.2 104.2

北島大輔 シニアコンサルタント株式会社新経営サービ

先がこれらの資料を活用する際の支援策を解説する。付けるため、公的資料を添付することが望ましい。取引価格転嫁交渉では、原価や経費等の上昇を客観的に裏

などあらゆるコスト やエネル 022年以降、 ギ の上昇が 人件費 原材料

踏み切った。 安堵する声も多かった。 が広がり、 はやむを得ない」という空気 分をようやく反映できた」 も「これまで据え置いてきた めて本格的な価格転嫁交渉に 理解を示していた。 このとき、 発注側もある程度 当時は「値上げ 多くの企業は初 受注側

たく異なる。 しかし、現在の状況はまっ 一度値上げを終

> 続けるのか」という慎重な目 さを取り戻し「この先も上げ 7 増えている。 交渉が難し えたいま、 いるも けられている。 0) 2 回 目・ Q3回目の

どが原価を押し上げた。

円安、

いている。

世界的な供給網 物流費高騰な

切れない。 年の取引関係を大切にしてき 判断を鈍らせている。 不安が経営者や営業担当者の れるのではないか」といった 競合が据え置いている 交渉をすると取引を切ら 小企業ほど、 交渉に踏み 特に長 0

一方で原価高を吸収し続け

いと感じる企業が 原価上昇は続い 発注側は冷静 まり、

同業他社の動向を意識し、 実際、

提案ベー

ている。 求められているのである。 取引先支援の実務的な知恵が か」という質問が非常に増え 価格交渉をどう支援すべき の研修でも、 上げた金融機関行職員向け それだけ現場では、 こうしたテー 「2回目以降の マを取

とが求められている段階だ。 明して正当に値上げする」こ 係を守るためにも、 将来的な投資余力を失う。 れば利益率は確実に低下 いまの局面は「取引関 数字で説 0

ースの交渉へ

なデー 進めることがカギとなる。 感情や慣例に頼らず、 お願いではなく、 む説明力」である。 ま必要なのは発注側への タを示しながら対話を 「納得を生 それには 客観的

支援ツ 根拠を持つ資料といえる。 源に基づいており、 埼玉県が提供する「価格交渉 ミュレーター」、 れる。 これらを使いこなせば、 有効な支援ツー 「最低賃金データ」が挙げ いずれ ルと も公的な情報 「収支計画シ 厚生労働省 ルとして、 社会的な お

0)

ら

提案ベースの交渉に変わる。 願いベースではなく合理的な

支援を超えて経営体質強化の 支援にもつながるだろう。 大の成果だ。金融機関がこの るようになる。これこそが最 スト構造を見直し「なぜ値上 するのか」を論理的に語れ セスに寄り添えば、 企業自身が自社の コ

交渉を不利に

受注対応や現場の運営が中心 【仕入価格が上がった」 八材の余裕が限られている。 原価管理にかける時間や 小企業の多くは、 日 々 0)

> っても、 全体の原価に占める割合を把 きる企業はまだ少ない。 費が増えた」という実感はあ **- 昇したのかを数値で説明で** 例えば、「材料費が5% った」といっても、 どの費目がどれだけ それが

> > とはできない。

の影響度を具体的に示すこ

握してい なければ、 で 「内別を登録を搭換数」や和2本基準)。「絶人物能を取りを本名する事」。「企業的ナサービス級体を取りを記される事」が、いずから日本野行政教能が多足で基準しない。 2年平均~1001、商品銀速機能、環境率は被主導により背近、(権人物能能数/ごついては、機格をの膨胀に(権人)の表記がある。 イス作政には自身取り地に選出、(単立物権制における)事業が変更的数・現金組令組織(中和2年平均~1001)を使用、現在単立等とより推立、中枢2 年前の動態になるとしている。 販売価格

> ると、 の線引きができない。その結 と「内部で吸収すべき費用」 願いで終わった交渉を経験す 得が難しくなる。 的な反論を受け、 社は据え置いている」と感覚 られるのではないかと構えて くなる悪循環に陥る。 「まだ吸収できるのでは」「他 しまい、さらに言い出しづら ない また、 この状態で交渉に臨むと、 逆に必要以上に我慢して 過剰に値上げを求めた ٤ 次の交渉では同様に断 原価構造を把握して 「転嫁すべき費用」 一度でもお 論理的な説

ための前提条件だ。 把握こそが価格交渉のスタ ト地点であり、 しまったりする。 主導権を握る 正確な原価

(出所) 埼玉県「価格交渉支援ツール」より抜粋

転換を後押し数字で語る経営への

価格転嫁は単なる値上げ要

