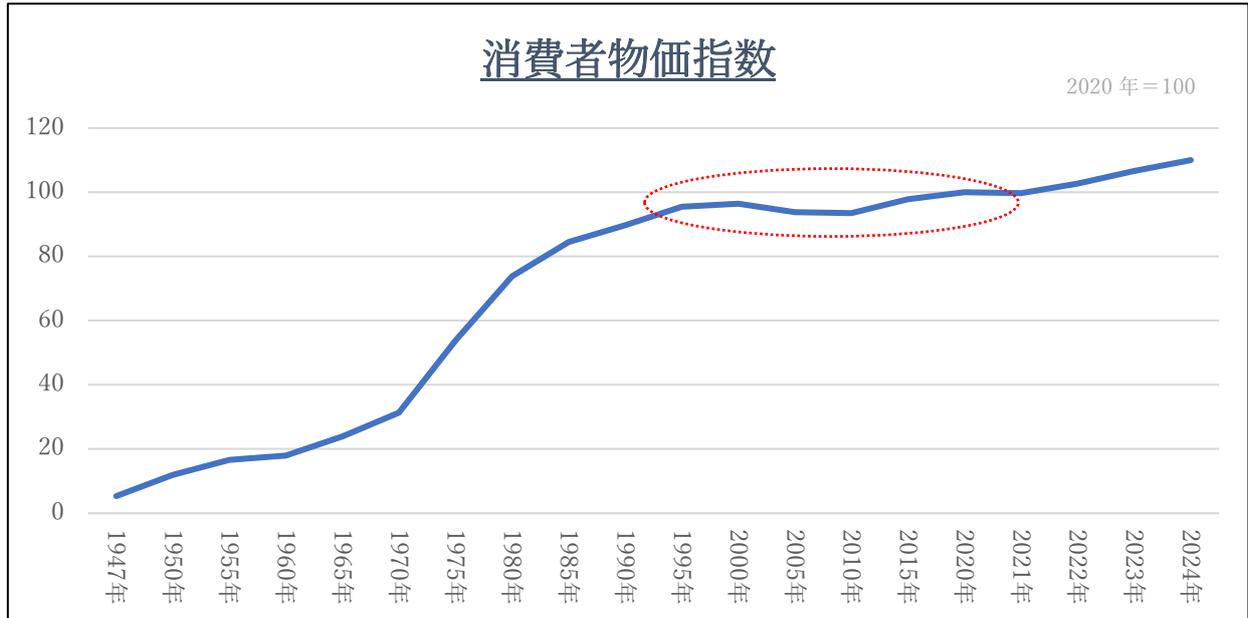


## 価格交渉成功の鍵は、事前準備！

「仕入値が高騰しているため、販売価格を上げたいけれど、取引先との交渉方法が分からない」と思っていませんか？

日本は、下図赤丸で示したとおり 1990 年代からデフレ期がはじまり、約 30 年間物価が上がりにくい経済情勢が続きました。よって、長らくの間、取引先と価格交渉をする必要性がなかった企業が多くありました。



資料出所:総務省統計局「2020年基準消費者物価指数 持家の帰属家賃を除く総合指数(1947年～最新年)」

しかし、コロナ後からは輸入物価上昇を契機に、物価が上昇し様々な商品の価格が上昇しています。労務費、光熱費なども上昇が続いています。

このような状況の中で利益を確保するためには、コスト上昇分を、販売価格に転嫁する必要があります。しかし、「交渉の根拠となる数値データの算出や交渉の方法が分からない」という悩みを抱える経営者は多いと思います。これは、約 30 年間、価格交渉することがなかったため、仕方がありません。

では、コスト上昇分を、販売価格に転嫁するために、どのように価格交渉を進めるべきなのか？

取引先と価格交渉を成功させるには、事前準備が最も重要なポイントです。もしあなたが家電量販店で「テレビを買いたい」と思った場合、少なくとも家電量販店に行く前に欲しいテレビのスペック、価格、納期などを調べるのではないのでしょうか。この準備があるからこそ、有利な条件でテレビを購入することができるのです。価格交渉においても、事前準備が不可欠です。具体的には、次の準備をしておくといでしょう。

- ① 現状のコスト構造における適正価格を把握する
- ② 適正価格での交渉が受け入れられなかった場合、自社が許容できる最低価格を決める
- ③ 法令違反となるような取引を強いられていないかを確認する(特に下請法)

- ④ 価格が高騰しているコスト(原材料など)の市場価格や動向を調べる
- ⑤ 競合他社の価格・品質・納期を調べる
- ⑥ 取引先が「なぜ自社と取引してくれているのか」を考え抜く
- ⑦ 取引先がパートナーシップ構築宣言をしていないかを確認する(宣言している場合、価格交渉の材料として活用する)
- ⑧ 価格交渉が決裂した場合の代替案を準備する(以下は代替案の例)
  - a. 納品頻度を減らし輸送コストを下げる(例:月4回の納品を月2回に削減)
  - b. 短納期の依頼は、別途特急料金を請求する(残業代を価格に転嫁する)
  - c. 適正価格に到達するまで段階的に価格を上げる
  - d. 最低発注個数を引き上げる
  - e. 安い原材料に切り替えることができないか検討する
  - f. 数か月後に再度交渉の機会を設ける約束をしてもらう

④で準備する資料は、客観性の高い資料が望ましいです。例えば、電気代の高騰を示す資料であれば、「自社調べ」のデータではなく、電力会社や国が提供している市場動向のデータを準備しましょう。

①の「適正価格」が分からない場合は、中小機構が提供する「儲かる経営 キツク君」が無料で活用できます。「物価高騰前の決算データ」「物価高騰後の決算データ」「適正価格を知りたい商品または取引先の目標営業利益など」を入力することで、目標とすべき価格を知ることができます。

「儲かる経営 キツク君」以外にも、無料で利用できるツールはありますが、「儲かる経営 キツク君」は、ウェブ上で数値を入力するだけのため、簡単で見た目に分かりやすいことが特徴です。また、国の機関が提供していますので、安心してご利用いただけます。「価格交渉をしたいけれども、そもそも自社の適正価格がわからない」という方は、活用してみてください。

事前に準備をして、価格交渉に挑戦いただければと思います。

#### <関連 URL>

中小機構「儲かる経営 キツク君」 <https://kagakutenka.smrj.go.jp/moukaru/>

中小機構「価格転嫁検討ツール」 <https://kagakutenka.smrj.go.jp/kakakukentou/>

公正取引委員会 下請法とは <https://www.jftc.go.jp/shitauke/shitaukegaiyo/gaiyo.html>

パートナーシップ構築宣言 <https://www.biz-partnership.jp/outline.html>

#### <参考>

中小企業庁【改訂版】中小企業・小規模事業者の価格交渉ハンドブック

経済産業省 中小企業庁「適正取引支援サイト」

【記事執筆者】 宮本 知子（中小機構 中小企業アドバイザー）

外資系企業の日本法人立ち上げやIT企業の立ち上げ実務を経験、大手航空会社で接客業務や社員教育の経験を活かして、創業支援、売上アップにつなげるマーケティング、接客マナー向上による集客力アップなどをご提案している。