

News Letter 2026年9月号

コスト上昇分の約半分が自社負担？ 利益を守る「価格転嫁」 3つの実務アクション



経営革新等支援機関推進協議会

CONTENTS

- 1 価格転嫁が企業生存の分岐点
- 2 数字で見る「価格転嫁」の実態と危機
- 3 交渉を後押しする法改正（取適法）
- 4 今すぐ取るべき3つの実務アクション
- 5 価格転嫁を“一度きり”で終わらせない

① 価格転嫁が企業生存の分岐点

物価高や人件費、エネルギーコストの上昇が続くなか、価格転嫁ができる企業とできない企業で収益力の差が広がっています。

帝国データバンクによると、2025年度の倒産件数は1万425件となり、4年連続で前年度を上回り、2年連続で年度1万件を超えました。特に中小企業では、物価高や賃上げ、人手不足などの経営課題に対応しきれず、事業継続を断念する小規模事業者が発生し続けています。

価格転嫁は、単なる値上げではなく、事業を継続するための重要な「経営判断」です。



② 数字で見る「価格転嫁」の実態と危機

2025年度 全国企業倒産	物価高倒産	人手不足倒産	価格転嫁率	労務費の転嫁率
1万425件	963件	442件	54.2%	50.0%
(2025年4月～2026年3月) ※帝国データバンク調べ	(2025年4月～2026年3月) ※帝国データバンク調べ	(2025年4月～2026年3月) ※東京商工リサーチ調べ	(2026年3月調査) ※中小企業庁調べ	(2026年3月調査) ※中小企業庁調べ

中小企業の価格転嫁率は54.2%にとどまっています。労務費の転嫁率は2期連続で50.0%と足踏みしており、依然としてコスト上昇分の多くを企業が自社で負担し、利益を削っているのが実態です。転嫁できない状態が続くと、利益が残りにくくなり、数年後の資金繰りや人材確保力に大きな差となって表れる可能性があります。

なぜ、価格転嫁が進まないのか？

取引先に言い出しにくい構造

売上の大半を特定の発注元に依存している場合、「値上げを申し出たら取引を減らされるのではないか」という不安から、交渉に踏み切れないケースがあります。

コスト上昇を数値で説明できていない

「原材料が上がったので」という説明だけでは、交渉の根拠として不十分です。何が、どれだけ上がったのかを客観的に数字で示せないことが、交渉を難しくしています。

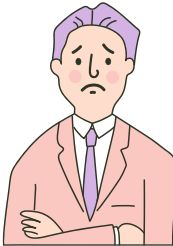
③ 交渉を後押しする法改正(取適法)

取適法(中小受託取引適正化法)

発注者と受注者の対等な関係に基づき、価格転嫁と取引適正化を図るための法律です。価格協議に応じない一方的な代金決定などは問題となり得るため、受注側の中小企業が価格交渉を進める際の後押しになります。

※適用対象は、企業規模や取引内容などによって異なります。

- 協議に応じない一方的な代金決定の禁止
- 手形払等の禁止
- 取引条件の明示
- 行政による違反行為の取り締まり など



価格協議に
応じてもらえない

そんな時は、公正取引委員会の相談窓口
に相談することができます！

フリーダイヤル:0120-060-110
平日10:00~17:00

※相談内容が委託事業者に知られることはありません。

④ 今すぐ取るべき3つの実務アクション

① コスト増加を数値で「見える化」

原材料費、電気代、燃料費、人件費などの上昇額を整理し、過去の数値と比較しましょう。「どの費用が、いつから、どれだけ上がったのか」を一覧化することで、交渉時の具体的な根拠資料になります。

数字があれば交渉は「お願い」から「説明」へ変わる

② 「段階的」に交渉する

一度に大幅な値上げを求めるのではなく、「今回は〇%、次回更新時に再見直し」といった段階的な交渉も有効です。今後のコスト変動を見据えて、定期的に価格を見直すルールを取引先と設けておきましょう。

一度の大幅値上げより
受け入れられやすい

③ 「価値維持のための改定」と伝える

価格改定は、単なる値上げではありません。「品質管理を維持するため」「安定供給を続けるため」「必要な人材を確保するため」など、取引先にとってもメリットのある改定であることを丁寧に説明しましょう。

「値上げ」ではなく
「パートナーシップの継続」

⑤ 価格転嫁を“一度きり”で終わらせない

■ 取引先との関係を維持するために

- ✓ 値上げ後も品質・納期・対応力を維持する
「それだけの価値がある」を行動で示す
- ✓ 定期的なコミュニケーションを継続する
次回改定の際も「話せる関係」を作っておく
- ✓ コスト変動を定期的に共有する
突然の値上げ要求にならないよう、日頃から原材料・エネルギー動向を情報共有

■ 社内体制を整えるために

- ✓ 価格改定ルールを社内で明文化する
担当者が変わっても対応できる仕組みを作る
- ✓ 値上げ交渉の成功事例を社内で共有する
「言っているんだ」という文化を育てる
- ✓ 確保した利益を賃上げ・人材確保・設備投資に回す
転嫁は目的ではなく、人と設備に再投資するための手段



価格転嫁は一度きりではなく「継続的な経営管理」の一部です



最後までご覧いただき ありがとうございました

▼▼今回の内容の公的サイトリンクは概要欄へ▼▼



経営革新等支援機関推進協議会