



みらい経営グループ
あなたの繁栄が私たちの喜びです！

税理士法人みらい経営レポート

〒456-0051 名古屋市熱田区四番二丁目14番34号

今月の視点

602号

取引先との「値上げ交渉」を成功させるための 5つのコツ

～まずは相手の気持ちになって値上げの経緯を説明しよう～

商品など様々な諸物価の値上げが増えています。価格上昇、価格改定、値上げ、値上がり、価格変更と言いは様々です。

食品をはじめ、ガソリンや外食など身の回りの商品が数多くが値上げされていることは、お客様の皆様方も実感されていると思います。なぜ、このような商品の値上げが増えているのでしょうか？

商品の値上げの原因はコストアップ（費用増加）です。つまり、商品の原価そのものが値上がりしている背景から、適正利益確保のために値上げをするケースが増えているのです。

- ・原材料費 ・光熱費 ・ガソリン費 ・輸送費、物流費 ・人件費（賃上げや採用費が増加）
- ・為替レートの変動

価格上昇しているため、商品の値上げが続いています。その他にも小売業は現金回収が強みですが、キャッシュレス決済が増えており、資金繰りが悪化し価格転嫁をしているケースもあります。また、今後はトランプ関税による値上げ要因も出てくるかもしれません。まだまだ、材料費、労務費、経費等の原価が上昇してくる可能性は高いので、値上げの流れは今後も続く予想されます。

中小企業は取引先に対して立場が弱い？

このような原価上昇による商品の値上げは中小企業にも無縁ではありません。企業にはメーカー・卸・小売等、様々な業態のスタイルがあります。突然、仕入先から原価上昇による値上げ交渉をしてくるケースが増えてきています。

つまり、中小企業に原価上昇が存在する以上、中小企業の商品も価格転嫁をしなければ経営が厳しくなるということです。もっとわかりやすく言うと、適正利益を確保しなければ社員に給料が支払えなくなるからです。仕入先の支払いにも影響が出るかもしれません。

赤字で販売しては会社は倒産してしまいます。仕入原価が上昇しているのであれば、取引先に対し値上げ交渉を実行し、製商品の値上げを受け入れてもらう必要があります。価格転嫁し適正利益を確保しなければ、自社の材料費、労務費、経費等の原価の値上げをカバーできなくなり、経営に大きな影響が出てくるのです。

とは言っても、当然、取引先は簡単に値上げには応じてくれません。値上げに応じないのは当たり前の姿と言えるでしょう。なぜなら、取引先としても売上減・利益減につながりかねない仕入コストのアップは避けたいからです。

さらに言えば、中小企業は取引先に対して立場が弱いと言われていています。その理由は値上げをすれば、取引を停止され、他社に取引先を乗り換えられる心配があるからです。「どうしても値上げを言うなら、御社以外にも仕入先はありますよ」というスタイルで取引先から交渉されると、売上をなくしてしまう恐怖から、値上げ交渉を躊躇する中小企業も少なくないのです。

国も中小企業の価格交渉を後押ししている

その一方で、ここ数年続く原価上昇の流れもあり、「この状況なら値上げも仕方ないね」という風潮になってきているのも事実です。また、国も「価格交渉促進月間」を設けるなど、中小企業の値上げを促進してくれています。

価格交渉促進月間とは、毎年9月と3月にコスト上昇分の価格転嫁を促進する期間のことです。中小企業庁が中小企業を応援している施策です。国も、中小企業の得意先への価格転嫁を後押ししていますので、思い切って値上げ交渉をしていきましょう。価格交渉促進月間に関する下記サイトを見てもらい、「9月になりましたので、価格についてご相談にきました！」というトークをしても良いと思います。

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/follow-up/index.html>（「価格交渉促進月間の概要 中小企業庁」で検索）

このように以前比べて取引先が値上げに応じてくれない状況ではなく、中小企業の立場が弱いままではありませんので、思い切って値上げ交渉をしていきましょう。

しかし、中小企業に弱点があります。それは、「営業の交渉力がない」ということです。どのように値上げ理由を切り出せばいいか？どのように価格交渉をしていけばいいか？交渉ノウハウがないのが一般的です。

ビジネスでの値上げ交渉の意味とは、良い条件で購入したい取引先と良い条件で商品を販売したい販売先の双方が打合せを重ね、値上げ合意・成立を目指すことです。取引先が「原価が上昇しているから値上げは仕方ないね」と思っていたとしても、できる限り良い条件で購入したいはずです。従って、こちらが希望している値上げ価格で交渉が合意・成立するとは限りません。

つまり中小企業には、自社にとって良い条件を引き出すための値上げ交渉のテクニックが求められるのです。そこで、取引先と値上げ交渉を成功させるための5つのコツを紹介していきますが、その前に、まず価格交渉にあたる営業担当者の心がまえをアドバイスしておきましょう。

取引先や顧客の気持ちになって交渉しよう

値上げ交渉は営業にとって辛い商談です。できれば、やりたくない商談だと思っています。なぜなら、取引先の担当者は理由をつけてなんとか値上げを阻止しようと交渉してくるからです。値上げは取引先の利益減の可能性がある以上、「はい！OKですよ」とすんなり了承してくれる担当者は存在しないでしょう。では、どのようにすれば値上げ交渉がスムーズに進むのでしょうか？

値上げ交渉時に大切なこと。それは、取引先の気持ちになって値上げの経緯を説明することです。取引先も顧客も多くの場合、「この商品は安い」とは日頃から思っていないものです。その理由は「もっと良い商品があるのでは？もっと安く購入できるのでは？」と期待しているからです。

そんな期待に対し、商品を値上げしようとしているのですから、「価格が上がると取引先や顧客が離れるのでは…」と思うのは当然です。理由はどうであれ、誰でも値上げには良い感情を持たないものです。

そんななかで「こんな状況だから値上げは仕方ないでしょ？」といった姿勢で交渉すると、上から目線になりがちで商談がうまくいきません。逆に顧客志向で「値上げのお願いは取引先が怒ってやむなし」と思い交渉に臨むと、営業志向の一方的な説明ではなく、顧客の気持ちになって値上げの経緯を説明できるようになります。

一番悪いシナリオで臨んでいけば、それ以上は悪くならないのが交渉の基本です。楽観的なシナリオであり準備もせず交渉に臨むと、悪くなる可能性が高くなりがちです。何事も慎重に行動し、相手の視線になって値上げ交渉をしていきましょう。

取引先や顧客の気持ちになって交渉する意識に加え、値上げ交渉時にもうひとつ営業がやるべきことがあります。それは、取引先の担当者の立場になって考えるということです。仮に営業と取引先の担当者が値上げを合意したとしても、担当者は値上げという利益減につながる悪い報告を、上司や会社にしなければなりません。

取引先の担当者の立場を悪くするかもしれない値上げに対し、担当者が報告しやすいように値上げ理由や経緯を説明し、わかりやすい提案資料を提示していきましょう。担当者が困らず、担当者の立場が悪くならないような値上げ商談を優先的に考え、交渉をしていくことが大切です。取引先の担当者もサラリーマンですからね。

ここで、成功を導く値上げ交渉の心がまえをまとめると以下ようになります。

・「取引先や顧客は日頃から商品を安いとは思っていない。だから値上げの連絡はまず怒るに違いない」と考えて、商談に臨んでみましょう。「値上げは怒ってやむなし」とワーストシナリオで商談に臨むと、意外に逆の展開になるケースはあります。

・取引先の担当者の立場が悪くならないように、値上げの経緯等を提案資料に丁寧に記載し配慮しましょう。

成功するための値上げ交渉のコツはこれだ！

次に、成功するための値上げ交渉のコツを5つご紹介します。

① 値上げと言わないこと。価格改定と言ってみましょう。

意外に営業は「値上げをお願いしたいのですが」と言ってしまいがちです。値上げと言わず「価格改定」と言うようにしましょう。値上げは値上げで間違っていないのですが、口頭でのシーンと書面で送るシーンがあります。特に書面で連絡がいく場合に「値上げのお願い」と書いてある書面と、「価格改定のお願い」と書いてある書面を比較すると、どちらが相手の感情を悪くする可能性が高いでしょうか？

「値上げのお願い」ではなく、少しでも感情をやわらげるためにも「価格改定のお願い」という言葉を使うようにしましょう。

② 交渉は必ず面談か電話で！

価格改定の案内は“先か”“後か”、ケースは様々ですが、トラブルを避けるためにも最終的には書面で提出しなければなりません。書面での提出はメールの価格改定の案内が多いと思います。しかし、営業は値上げの連絡を“先”にメールしないようにしましょう。「価格改定のご案内」と書いてあるとはいえ、いきなりメールで値上げの連絡がくると「一方的な会社だ！」と取引先は感情的になってしまいがちです。

最終的に書面で提出するにしても、まずは営業が取引先に対し「価格改定に関するご連絡がいきます」と訪問か電話で連絡しておきましょう。人がまず介入してから嫌な話があると、感情は緩和されます。取引先の感情を抑えさせる行動は、営業の値上げ交渉の見せ場とも言えます。

最初の値上げに関するアプローチは直接、営業の声で取引先に連絡しましょう。

③ 価格の話の前に、まず価値を伝えよう

営業は価格の前にまず、商品の価値を伝えるようにしましょう。なぜなら、取引先や顧客は価値を感じて、その対価である価格を支払うからです。「まず価値を伝え、次に価格を説明する」、この順番はどんな業界の商品、製品・サービスでも同じです。

値上げに伴い、商品の価値が追加されていれば、値上げ交渉もスムーズに進みやすくなります。例えば、携帯電話であれば、新サービスが追加されていたり、家電製品に新機能が搭載されていたりするケースです。また、食品の量を減らして価格改定を最小限に抑える値上げのパターンもあります。営業担当者はまず自社製商品の価値を伝えてから、値上げ交渉をしていきましょう。

ただ、商品の価値が追加されず、単純なコストアップによるケースも少なくありません。この場合は次の3つの段階を踏んで交渉します。

- ・まず値上げのお詫びをする
- ・コストアップしたい経緯説明をしっかりとる
- ・値上げのお願いをする

この3段階を踏むとこで、相手の納得を得やすくなります。

④ 筋を通して説明しよう

ここ数年は原材料費・光熱費・配送費・人件費の高騰の影響から、値上げが認められやすくなってきました。「まあ、いろいろと値上がりしているから、仕方がないな」と取引先が容認してくれたら、値上げ交渉は成立です。しかし、そう簡単に取引先は値上げに応じてくれません。

交渉には「筋を通す」ことが非常に大切です。値上げに関する「筋」とは、これまで取引先に対し営業が作ってきた“貸し”や、企業努力で踏ん張ってきた値上げ回避の期間のことです。

例えば、半年前に取引先の担当者に価格改定のお願いをしたものの、交渉成立ができず価格据え置きになったケースがあったとします。その時に営業が「では半年後にはまた価格改定のお願いをしますので、この半年間の価格据え置きは“貸し”とさせてください」という会話ができれば、半年後は筋を通して、値上げ交渉がしやすくなります。

また、これまで一度も価格改定がない商品であれば、値上げ交渉はしやすいでしょう。「値上げを回避するために、これまでいろいろと企業努力をしてきましたが、もう限界に達しました。その理由は3点ありまして…」というように、値上げを回避すべく企業努力をしてきた経緯を説明するのです。

ここで言う「筋」というのは、これまで取引先に中小企業が提供してきたメリットや努力のことです。または、取引先の担当者が困らないように中小企業で吸収してきた作業やコスト面に関する“貸し”です。このような「筋」を通して説明すれば、担当者も納得してくれやすくなります。

数多くのコストが高騰している背景を伝える前に、企業で価格を据え置くための活動努力をしてきた背景の説明をしましょう。それが「筋を通す」ということでもあるのです。

⑤ 日頃から関係を構築しておこう

最後に、値上げ交渉のコツで最も重要なことをご紹介します。それは、どんな値上げ交渉でも取引先と関係構築ができていなければ、うまくいかないということです。取引先の担当者と険悪な関係になっていたり、営業が約束や頼まれ事を忘れていたりすると、良い関係が築けているとは言えません。

営業が取引先と関係構築ができていて、筋を通した価格改定の説明ができれば、昨今の値上げムードからもきっと取引先や顧客は認めてくれます。関係構築とは、わかりやすく言うと顧客と仲良くなっていて、信頼されていることです。

人は嫌いな人からモノは買いません。取引先と中小企業の長年の取引関係があったとしても、値上げ交渉にはこれまでの歴史や期間は関係ありません。つまり、取引先の担当者と営業の仲が悪く信頼されていなければ、価格改定のタイミングで本当に取引停止になる可能性もあるわけです。

関係構築ができていて、すなわち取引先の担当者と仲良くなっていて営業が信頼されている状態は、値上げ交渉を成功させる重要ポイントなのです。値上げ交渉に限らず、営業は取引先とは常に良い関係を築いておきましょう。営業の基本のキですね。

最近のマスコミは「賃上げ」の記事が目立ちます。最低賃金のアップは全国の都道府県単位で去年に引き続き上昇することで決まる予定です。政府も2020年代（2029年）までに時間当たり1,500円という数字を出して、世論づくりをしています。値上げを実施して、粗利UPにより筋肉質の会社を創りましょう。

*（株）研修出版「経理 WOMAN」‘25年8月号88頁を是非参考にしてください。

税理士法人みらい経営 石川光男

8月の税務と労務

令和7年6月の決算法人の確定申告、消費税など納税	期限（9月1日）
令和7年12月の決算法人の中間申告、納税	期限（9月1日）
令和7年12月の決算法人の消費税の中間申告	期限（9月1日）
令和7年7月分源泉所得税納付	期限（8月10日）

税理士法人みらい経営（発行元）

税理士・中小企業診断士 社会保険労務士・行政書士 石川光男
税理士 秋江みほ
社会保険労務士 小菅初子

〒456-0051 名古屋市熱田区四番二丁目14番34号

TEL052(651)6000 FAX052(652)0066