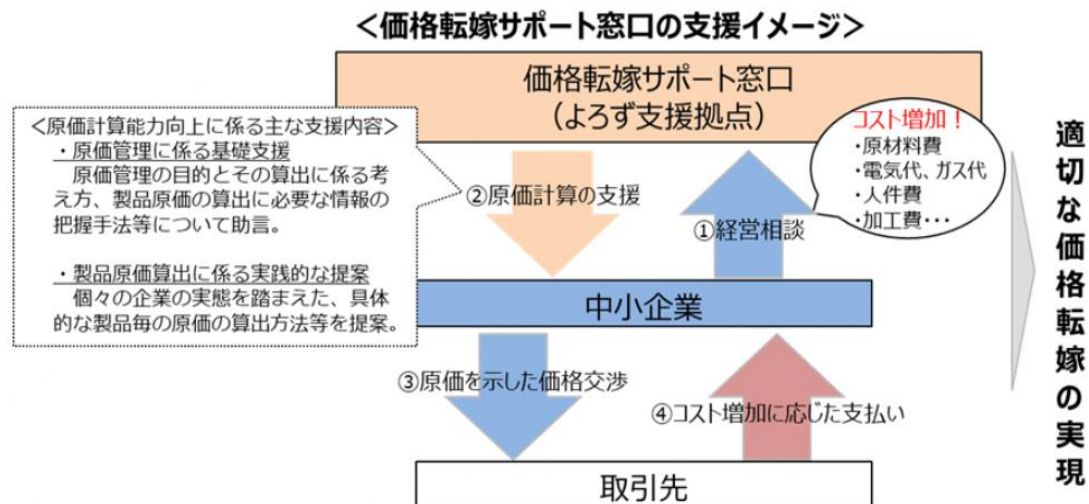


1 2 1 あおもり産業総合支援センターにおける 令和7年度価格転嫁支援の取組

- 価格転嫁支援の取組を一層の強化するため、令和5年度によろず支援拠点に「**価格転嫁サポート窓口**」を設置し、コーディネーターによる相談支援を実施。
- 今年度から「**価格転嫁支援アドバイザー**」を配置し、価格転嫁を起点とする収益力向上に向けた伴走支援などプッシュ型による相談対応を実施。
- また、価格転嫁に必要な基礎知識、原価の把握や価格交渉に必要なノウハウの習得を支援するための「**価格転嫁実践塾**」を開催。

(1) 「価格転嫁サポート窓口」 (国よろず支援拠点事業)



(2) 「価格転嫁支援アドバイザー」 (県委託事業)

(3) 「価格転嫁実践塾」 (県委託事業)

(参考) 価格転嫁支援アドバイザー (県委託事業)

「価格転嫁支援アドバイザー」は、原価管理や原価計算の手法、適正な価格設定や価格交渉のノウハウ等について伴走支援を行っていますので、お気軽にご相談ください。

青森県委託事業 公益財団法人 21あおり産業総合支援センター
(令和7年度小規模事業者等賃上げ環境整備・経営力強化促進事業)

相談
無料

価格転嫁支援アドバイザー をご活用ください!

原価管理等により適切な価格転嫁と一緒に検討し、
収益力アップを図りましょう!

こんなお悩みはありませんか? お気軽にご相談ください

- ✓ 経営状況や自社の価値を改めて分析したい
- ✓ 原価や生産工程の管理について助言を受けたい
- ✓ 価格設定や見積書作成等について助言を受けたい
- ✓ 価格交渉に必要な準備や資料について助言を受けたい
- ✓ 価格転嫁をしたいが、何から手につけてよいか分からない...

対象事業者 青森県内に事業所がある中小企業者・個人事業者

価格転嫁支援アドバイザー

中小企業診断士
八木 清之氏



中小企業診断士
山田 貴弘氏



価格転嫁支援アドバイザーに相談をご希望の場合

お申込み
お問合せ

公益財団法人 21 あおり産業総合支援センター
価格転嫁支援担当 (総合支援課)

017-777-4066

<https://www.21aomori.or.jp/consultation/kakaku>



八木 清之氏

- ・ 中小企業診断士
- ・ 二級知的財産管理技能士



山田 貴弘氏

- ・ 中小企業診断士
- ・ シニア インキュベーションマネージャー

【お問い合わせ先】

21 あおり産業総合支援センター
総合支援課 価格転嫁支援担当
017-777-4066



価格転嫁支援
アドバイザー

2 - 1 価格転嫁支援アドバイザーの活動状況 (令和8年2月末時点)

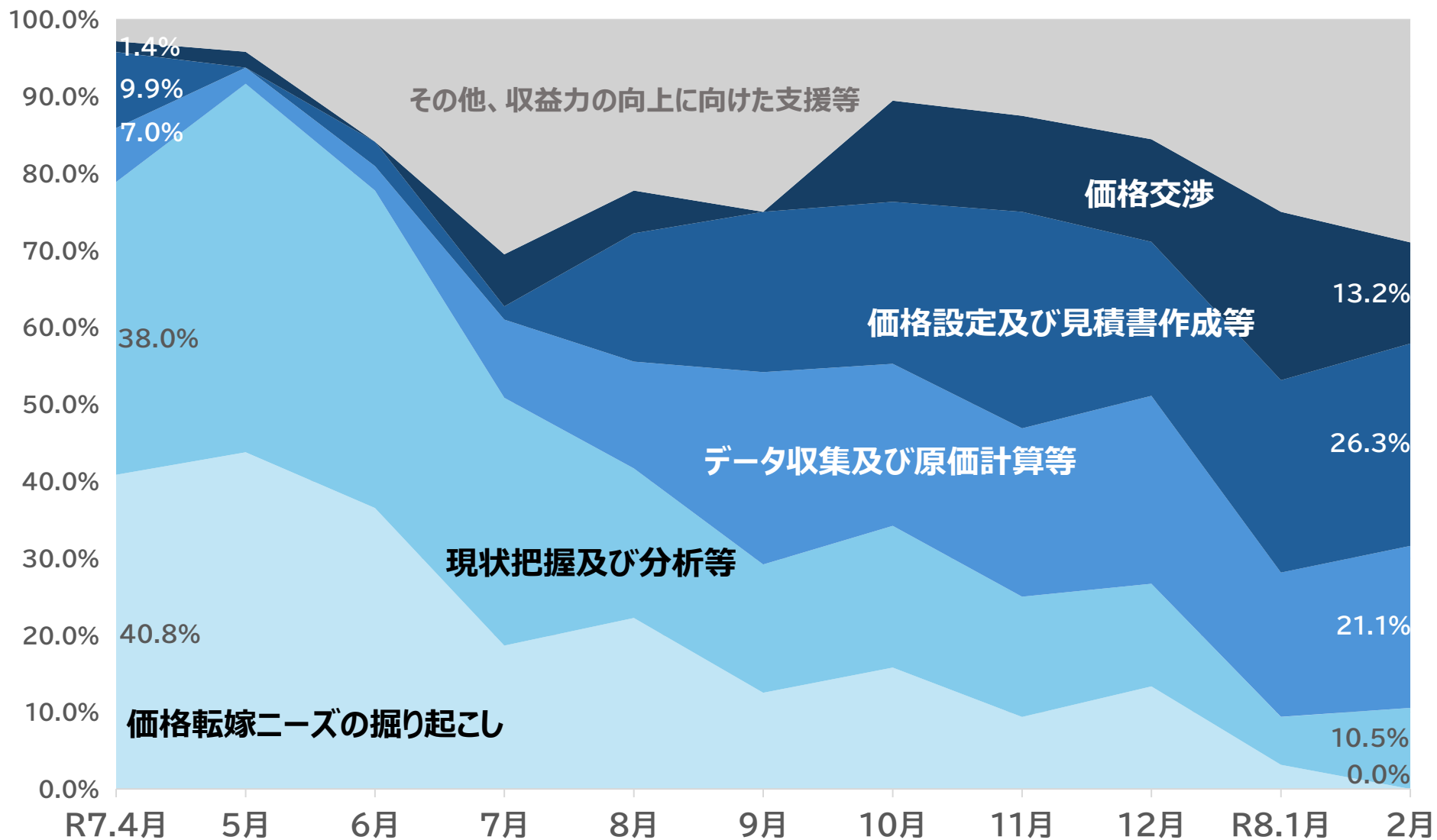
業種及び取引形態別支援件数 (延べ件数)

業種	主な取引形態		合計	割合
	BtoB	BtoC		
製造業	62	56	118	52.7%
建設業	26	4	30	13.4%
飲食業	0	25	25	11.2%
小売業	0	17	17	7.6%
その他のサービス業	5	7	12	5.4%
卸売業	5	4	9	4.0%
運輸業	5	0	5	2.2%
宿泊業	0	4	4	1.8%
その他	2	2	4	1.7%
合計	105	119	224	100.0%

支援内容別件数 (延べ件数)

支援内容	合計	割合
価格転嫁支援ニーズの掘り起こし	111	22.8%
現状把握及び分析等に係る支援	130	26.7%
データ収集及び原価計算等に係る支援	65	13.4%
価格設定及び見積書作成等に係る支援	65	13.4%
価格交渉に係る支援	35	7.2%
その他、収益力の向上に向けた支援等	80	16.5%
合計	486	100.0%

2-2 価格転嫁支援アドバイザーの支援内容割合 (月毎・延べ件数)



3 令和7年度価格転嫁実践塾

「価格転嫁実践塾」は、企業における価格転嫁の実現と収益力向上に向けて、自社の価格戦略を数字と根拠を持って説明・実行できることを目指し、より実践的な内容で、業種や取引形態に応じた3コースを設定し、各コース3回開催。

価格転嫁実践塾（各コース3回）

	BtoB（製造業）	BtoB（非製造業）	BtoC（非製造業）
第1回 基礎編	<ul style="list-style-type: none"> 価格転嫁の必要な背景と現状 価格転嫁に関する基本的な考え方 価格転嫁に対する抵抗感の払拭 		
第2回 準備編	<ul style="list-style-type: none"> 見積や価格設定、対象商品の絞り込みなど価格転嫁への具体的準備 		
	<ul style="list-style-type: none"> 見積価格の根拠となる構成原価と工数稼働率の把握など 	<ul style="list-style-type: none"> サービス単位当たりの採算の把握、値決めの根拠を探る 	<ul style="list-style-type: none"> 商品、メニュー単位での粗利率の把握を通じて売価の見直しや構成変更を考える
第3回 交渉編	<ul style="list-style-type: none"> 取引先との交渉や、値上げの際の注意点など、価格転嫁の伝え方 		
	<ul style="list-style-type: none"> 合理的な価格転嫁に関する提案や対応方法 	<ul style="list-style-type: none"> サービスの範囲明示による論理的な価格交渉 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客離反リスクを抑えた値上の考え方と伝える工夫



実践塾参加事業者からは、企業内における更なる講習会の開催要望があった。こういった要望を受け、令和8年度は、希望する事業者、団体等に対し、価格転嫁支援アドバイザーの出張訪問による「出前講座」を実施予定。

価格転嫁にお困りの事業者の皆さまへ

価格転嫁 実践塾

無料
会場定員50名

第1回
(全業種共通)

2025年9月30日(火) 14時~16時
@ウェディングプラザ アラスカ (サファイア)

オンライン (Zoom) 同時開催 オンライン参加を申込の方は、後日、参加URLを事務局よりご案内します。

「価格転嫁実現」の扉を開ける、その鍵は「企業の総合力」にあり

この実践塾は、価格転嫁の実現と収益力向上に向けて、自社の価格戦略を数字と根拠を持って説明・実行できることを目指し、より実践的な内容で、業種・形態別に全3回開催するものです。

講師
八木 清之 やぎ きよゆき
中小企業診断士
価格転嫁支援アドバイザー

第1回 (全業種共通)
価格転嫁の進め方と必要な準備

- 価格転嫁の必要性と現状を知る
- 価格転嫁の基本構造を知る
- よくある質問と不安へのAnswer
- 非価格転嫁とは? etc

第2回・第3回 (業種・業態別)

BtoB
(製造業)

BtoB
(非製造業)

BtoC
(非製造業)

●どのタイミングから受講いただいても構いません。(第1回のみ受講可)
●第2回・第3回の開催時期や内容については、後日、別紙ご案内します。

【申込締切】 令和7年9月26日(金)
【申込方法】 申込フォームからお申込みください <https://reserva.be/21aomori>
【問合せ先】 (公財) 21あおもり産業総合支援センター ☎ 017-777-4066
主催：青森県 青森県振興事業 (令和7年度中小規模事業者専攻員上場情報塾・経営力強化促進事業)

4 価格転嫁支援アドバイザーの支援事例

No.	相談企業	相談背景 ヒアリング状況	支援内容	結果・途中経過	ポイント
1	<p>食品製造業 (南部せんべい)</p> <p>主に<u>地域スーパー向けの卸販売であるが</u>、最終消費者の価格感度を強く意識せざるを得ない<u>疑似BtoC型の価格構造</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ●<u>卸価格が据え置かれ、収益性が悪化</u>（消費者価格への影響を懸念し、価格改定に踏み切れない状況が続いていた） ●商品別の採算性は感覚的な判断にとどまり、<u>製造原価を算出していたが、10年以上未更新（実態と乖離）</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ●<u>ABC分析</u>により売れ筋・主力商品を可視化 ●簡易的な<u>原価管理表を作成</u>し、主要品目の概算原価を整理 ●<u>現場改善と並行</u>して、手間のかかる製品を中心に<u>卸価格の見直しを検討</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ●手間のかかる<u>通年の主力商品を中心に、概ね10%程度の卸価格改定</u>を実現 ●<u>営業利益率</u>は段階的に<u>改善</u> ●一方、冬場の主力商品については、価格感度を考慮し、現在も検討（後押しを継続中） 	<ul style="list-style-type: none"> ●<u>BtoBであるが、消費者価格に制約される</u>構造 ●価格転嫁を単独で進めず、経営改善と一体で実施 ●<u>ABC分析、原価の見える化、現場改善</u>を踏まえた交渉 ●全面改定ではなく、<u>対象製品を絞った段階的対応</u>
2	<p>飲食業(蕎麦)</p> <p><u>競合店も多く、原材料、人件費の高騰</u>、コロナの影響による生活様式変容に<u>対応しきれていない</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ●数年に一回程度値上げを行ってきたが、<u>食材費用、人件費等が高騰し、収益構造悪化</u> ●コロナ後の生活様式の変化もあり、業績は回復しきれておらず、自動化などの作業効率改善が進んでいない 	<ul style="list-style-type: none"> ●<u>FLコスト（食材費や人件費）</u>など管理会計上の指標や<u>把握方法</u>を助言 ●<u>価格転嫁後の利益確保をシミュレーション</u>実施し、自信をもって目標設定 ●<u>定期的なメニュー開発方法</u>や、<u>情報発信方法</u>に関してアドバイス 	<ul style="list-style-type: none"> ●<u>次年度の最低賃金を見据えた値上げ</u>を実施。顧客も概ね受入 ●今後も定期的な価格転嫁検討ができるよう、<u>毎月の損益を把握できるように集計・管理をエクセルシート</u>にて実施 ●定期的な新メニュー、商品開発の仕組みや準備をスケジューリング実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●<u>顧客離れの恐れすぎを払拭するための具体的なシミュレーション</u>実施 ●<u>定期的な新メニュー開発</u>の必要性理解と仕組み作り