

価格転嫁率 35.1% コスト上昇に追いつかず 依然として 4 割を下回る

転嫁状況は頭打ちの可能性
度重なる値上げ躊躇し、コスト反映を断念

山梨県・価格転嫁に関する実態調査(2025 年 7 月)



本件照会先

岡田 哲也(支店長)
帝国データバンク
甲府支店
問合せ先:055-233-0241(直通)
e-mail:info.koufu@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/11/21

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

今回の調査によると、企業がコスト上昇をどの程度販売価格に上乗せできたかを示す価格転嫁率は 35.1% だった。2025 年 2 月の前回調査(38.6%)から 3.5 ポイント低下し、依然として 4 割を下回った。定量的な説明が難しい人件費などの上昇分に対する転嫁が進んでいないことに加え、度重なる値上げに対する抵抗感からさらなる価格転嫁に踏み切れずにいることが考えられる。価格転嫁の推進のため、企業も消費者も値上げを許容できる環境の醸成が不可欠である。

※株式会社帝国データバンク甲府支店は、山梨県内企業 232 社を対象に、「価格転嫁」に関するアンケート調査を実施した。

なお、価格転嫁に関する実態調査は、前回 2025 年 2 月に実施し、今回で 6 回目。

調査期間:2025 年 7 月 17 日～7 月 31 日(インターネット調査)

調査対象:山梨県内企業 232 社、有効回答企業数は 113 社(回答率 48.7%)

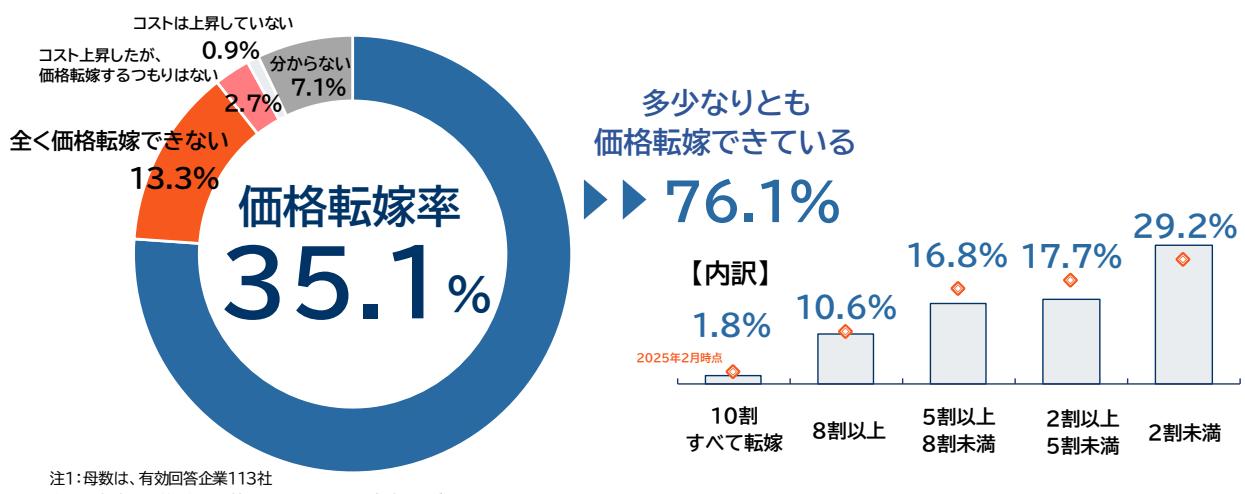
価格転嫁率は 35.1%、依然として 4 割を下回り価格転嫁進まず

自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した企業は 76.1% となり、2025 年 2 月の前回調査(81.5%)から 5.4 ポイント低下した。内訳をみると、「2 割未満」が 29.2%(前回 26.1%)、「2 割以上 5 割未満」が 17.7%(同 21.8%)、「5 割以上 8 割未満」が 16.8%(同 20.2%) と部分的な転嫁にとどまる企業が大部分を占めている。一方で、「8 割以上」転嫁できている企業は 10.6%(同 10.9%)、「10 割すべて転嫁」できている企業は 1.8%(同 2.5%) だった。

価格転嫁の状況は鈍化しており、「全く価格転嫁できない」と回答した企業も前回調査(10.9%)より 2.4 ポイント増え 13.3% となった。8 社に 1 社は全く価格転嫁ができておらず、企業からも「客先からは中国企業との競争が激しいため、価格の引き上げは受け入れられない。今の価格をさらに下げることを要求されている。円安の影響もあり厳しい」(電気機械製造業)といった声が聞かれた。

また、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁度合いを示す「価格転嫁率¹」は 35.1% となった。これはコストが 100 円上昇した場合に 35.1 円しか販売価格に反映できず、残りの 6 割超を企業が負担していることを示している。前回調査(価格転嫁率 38.6%)と比較すると 3.5 ポイント低下した。なお、全国(39.4%)を 4.3 ポイント下回り、山梨県は都道府県別で前回調査の 29 位から 41 位へと大幅に低下し 7 番目の低さとなった。

価格転嫁の状況と価格転嫁率

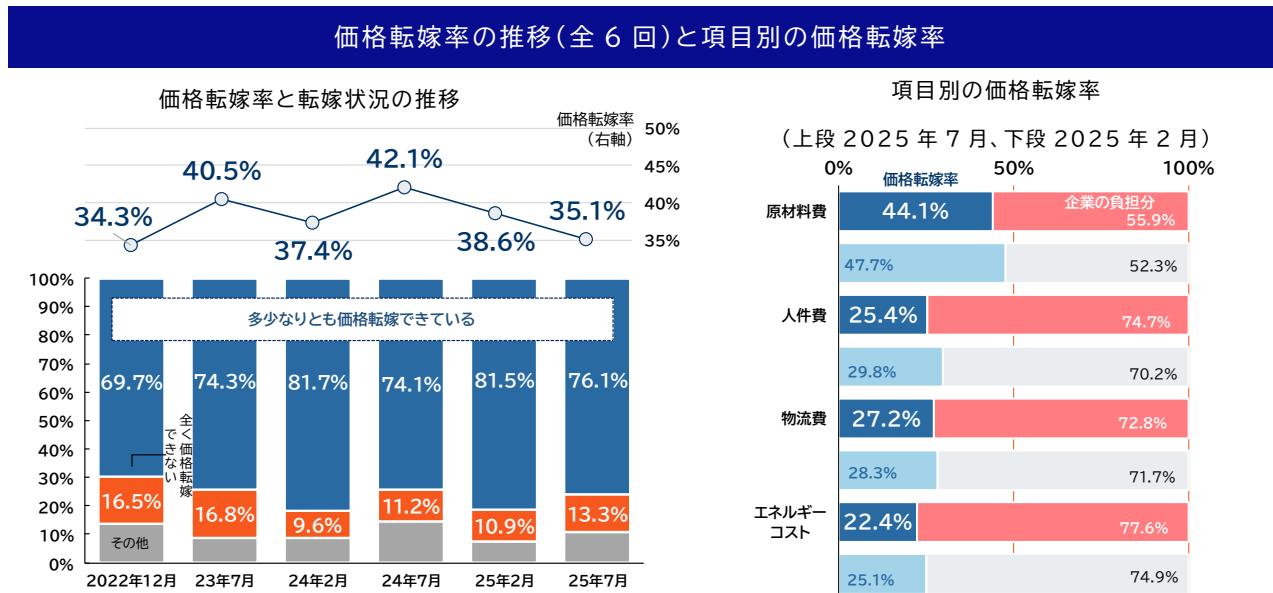


1 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したものから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からぬ」は除く)

さらに、自社の主な商品・サービスにおいて、代表的なコストとなる原材料費、人件費、物流費、エネルギー一コストを項目別にそれぞれどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、原材料費に対する価格転嫁率は44.1%(前回47.7%)、人件費は25.4%(同29.8%)、物流費は27.2%(同28.3%)、エネルギー一コストは22.4%(同25.1%)だった。

原材料費を除く3項目の価格転嫁率は、2割台にとどまり、企業からは「取引先が販売価格の調整を行ったことで、発注単価が上昇した。また、原材料に関しては価格高騰分について取引先が費用負担してくれている」(建材・家具、窯業・土石製品製造業)、「材料建値のような相場があるものは転嫁しやすいが、『ある程度は企業努力』とされる科目については転嫁が厳しい」(電気機械製造業)といった声があがっている。人件費のように定量的な説明が困難なコストの転嫁が難しい様子がうかがえた。

代表的な全4項目は前回調査から微減となり、全体の転嫁率が落ち込んだ。全体の転嫁率が低減しているため、4項目以外の要素も負担となっている可能性がある。例えば、地代やオフィス賃料、リース料、消耗品費などの価格上昇によるコスト負担増は商品・サービス価格に反映させづらく、全体の価格転嫁率を鈍化させている要因と考えられる。



<参考> 価格転嫁の状況と価格移転率 ~ 都道府県別 ~

都道府県	『多少なりとも価格転嫁できている』		価格転嫁率	
	割合(%)	順位(位)	割合(%)	順位(位)
全体	73.7	—	39.4	—
北海道	74.5	22	44.1	3
青森	67.5	44	37.4	33
岩手	77.9	13	38.0	27
宮城	72.9	28	33.7	44
秋田	78.8	8	37.6	32
山形	79.0	7	38.0	27
福島	80.0	6	39.6	18
茨城	72.5	30	38.3	25
栃木	82.8	2	43.7	4
群馬	80.7	4	37.0	35
埼玉	76.0	18	39.9	15
千葉	72.5	30	40.2	13
東京	70.2	35	40.1	14
神奈川	70.1	37	37.7	31
新潟	77.9	13	43.5	5

都道府県	『多少なりとも価格転嫁できている』		価格転嫁率	
	割合(%)	順位(位)	割合(%)	順位(位)
富山	81.4	3	44.9	2
石川	72.0	32	38.5	23
福井	73.9	23	38.0	27
山梨	76.1	17	35.1	41
長野	80.3	5	40.7	12
岐阜	78.3	11	40.9	11
静岡	77.5	15	42.0	8
愛知	72.7	29	39.5	20
三重	68.2	42	41.3	9
滋賀	76.0	18	38.4	24
京都	73.0	27	34.4	42
大阪	77.2	16	41.3	9
兵庫	73.2	25	38.7	22
奈良	74.6	21	33.0	46
和歌山	78.5	9	39.8	16
鳥取	66.0	45	36.9	36

都道府県	『多少なりとも価格転嫁できている』		価格転嫁率	
	割合(%)	順位(位)	割合(%)	順位(位)
島根	71.6	33	39.3	21
岡山	66.0	45	32.1	47
広島	78.4	10	42.6	6
山口	78.3	11	37.1	34
徳島	73.5	24	38.0	27
香川	74.8	20	39.7	17
愛媛	69.5	40	36.4	37
高知	69.1	41	38.3	25
福岡	70.0	38	33.9	43
佐賀	85.2	1	53.8	1
長崎	71.0	34	39.6	18
熊本	68.2	42	36.0	38
大分	69.8	39	35.6	39
宮崎	62.7	47	42.4	7
鹿児島	70.2	35	35.4	40
沖縄	73.1	26	33.2	45

注1:母数は、有効回答企業1万626社

注2:『多少なりとも価格転嫁できている』は、「10割(すべて転嫁できている)」、「8割以上」、「5割以上8割未満」、「2割以上5割未満」、「2割未満」の合計

業種別では『卸売』が 50.0%でトップ

価格転嫁率を規模別にみると、大企業(39.6%)、中小企業(34.4%)、小規模企業(43.6%)となった。また、主要業種別に転嫁率をみると、「卸売」(50.0%)が最も高く、「小売」(40.0%)、「建設」(37.1%)と続き平均を上回った。一方、最も低くかったのは「運輸・倉庫」で10.0%と1割台で低位となった。

企業からは、「単価の改定交渉を行ったが、一部の企業では受け入れられず、他の企業では発注が減少したため、現在は価格を元に戻している状況となっている」(専門サービス業)といった声があがつた。

サプライチェーン別の価格転嫁の動向

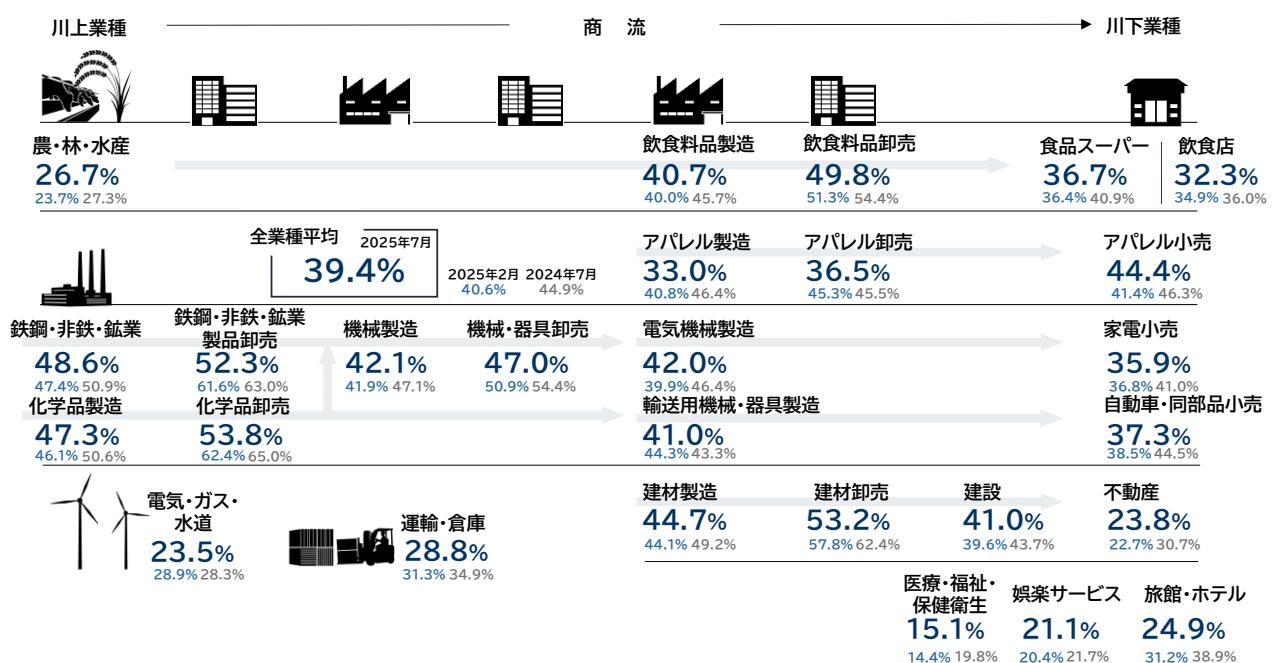
(構成比%)

	10割 (すべて 転嫁でき ている)	8割以上	5割以上 8割未満	2割以上 5割未満	2割未満	全く価格 転嫁でき ない	コスト上昇し たが、価格 転嫁するつ もりはない	コストは 上昇して いない	分から ない	価格 転嫁率
全国	3.8	11.9	17.1	17.0	23.9	12.5	2.1	1.6	10.0	39.4
山梨	1.8	10.6	16.8	17.7	29.2	13.3	2.7	0.9	7.1	35.1
大企業	0.0	20.0	6.7	26.7	26.7	6.7	0.0	0.0	13.3	39.6
中小企業	2.0	9.2	18.4	16.3	29.6	14.3	3.1	1.0	6.1	34.4
うち小規模	2.3	16.3	18.6	23.3	23.3	7.0	0.0	2.3	7.0	43.6
建設	0.0	23.1	7.7	15.4	30.8	15.4	0.0	0.0	7.7	37.1
製造	0.0	6.1	21.2	24.2	27.3	18.2	0.0	0.0	3.0	31.4
卸売	0.0	23.8	19.0	19.0	23.8	0.0	4.8	0.0	9.5	50.0
小売	0.0	9.1	27.3	27.3	9.1	18.2	0.0	0.0	9.1	40.0
運輸・倉庫	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
サービス	3.6	3.6	14.3	3.6	39.3	17.9	7.1	3.6	7.1	25.9

注1:網掛けは、山梨以上を表す

注2:母数は、有効回答企業113社

＜参考＞全国サプライチェーン別の価格転嫁の動向



度重なる値上げに対し、企業と消費者が価格転嫁を許容する環境の醸成が必須

本調査の結果、自社の商品・サービスのコスト上昇に対して、「多少なりとも価格転嫁できている」とした企業は76.1%となり、前回調査から低下した。特に、8社に1社が「全く価格転嫁できない」としており、全体の価格転嫁率も35.1%と前回調査から3.5ポイント低下し、企業の収益を圧迫している。

価格転嫁が困難な背景には、消費者の節約志向や度重なる値上げに対する顧客の抵抗感が強まっている点が挙げられる。加えて、多くの企業がすでに複数回の値上げを実施しているなかで、「これ以上値上げすると、顧客が離れてしまう」という切実な懸念を抱え、顧客離れと収益悪化という二つのリスクに直面している。このため、価格転嫁が鈍化するなかで、企業はコスト削減や業務効率化といった自助努力を続けていく。

しかし、エネルギー価格の高止まりや人手不足による人件費の増加に加え、自社の努力だけでは吸収しきれない要因も重荷となっていることがうかがえ、企業努力の限界に近づきつつあると言える。

さらに、「2024年問題」に直面していた運輸業界では、値上げの必要性に対する顧客の理解は進みつつあるものの、依然として重層的な取引構造が価格交渉を難航させていた。加えて、公定価格など制度上の制約によって価格を自由に設定できない業界も多く存在する。これらの業界では、コスト上昇分を価格に反映することが極めて難しく、企業努力では解決し得ない構造的な問題があり、事業継続そのものが脅かされかねない深刻な状況に置かれていると言える。

今回の調査で、多くの企業が依然として価格転嫁に苦戦しており、その負担を自社で吸収し続けている現状が明らかになった。このままでは、企業の収益力が低下し、持続的な値上げやイノベーションへの投資が停滞する可能性が高い。企業は、コスト上昇の根拠を明確に示し、顧客との対話を通じて価格転嫁の理解を求める努力を続ける必要があると同時に、政府や業界団体も、公正な取引慣行の推進や制度的な支援を通じて、企業が適正な価格転嫁を行える環境を整備することが求められる。物価上昇に値上げが追いつき、企業と消費者が価格転嫁を継続的に受け入れられる環境の醸成こそが、日本経済全体の健全な成長にとって不可欠である。

調査先企業の属性

企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員数300人以下」	「従業員数20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員数5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員数50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員数50人以下」	「従業員数5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員数5人以下」

注1:中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2:中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3:上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング