

価格転嫁率 37.0% 全国を 2.4 ポイント下回る

1 割の企業が「全く価格転嫁できない」
消費者の節約志向、得意先との交渉難が背景に

群馬県・価格転嫁に関する実態調査(2025 年 7 月)



本件照会先

直井明彦(支店長)
横井幸一郎(情報担当)
帝国データバンク 群馬支店
TEL:027-386-4041

発表日

2025/09/05

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、群馬県内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 37.0%だった。前回調査から 1.1 ポイント上昇するも、全国平均(39.4%)を下回り、47 都道府県で 35 位にとどまる。物価高、人件費の上昇が続くなか、1 割の企業が「全く価格転嫁できない」状況にある。適正な価格転嫁を行える環境整備が急務となっている。

※株式会社帝国データバンク群馬支店は、「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:群馬県内企業 462 社、有効回答企業数は 161 社(回答率 34.8%)

価格転嫁率は 37.0%、前回調査(2025 年 2 月)から 1.1 ポイント上昇するも、全国を下回り、47 都道府県で 35 位

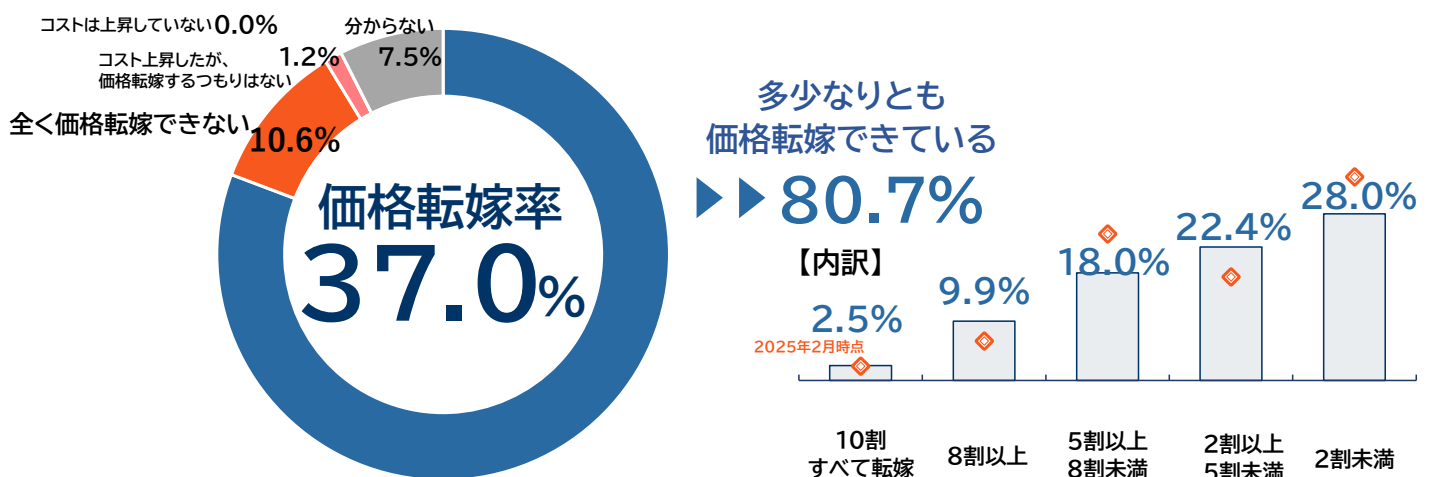
自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを群馬県内企業に尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した企業は 80.7%となり、前回調査(2025 年 2 月)から 4.3 ポイント低下した。

内訳をみると、「2 割未満」が 28.0%(前回 34.1%)、「2 割以上 5 割未満」が 22.4%(同 17.4%)、「5 割以上 8 割未満」が 18.0%(同 24.6%)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 9.9%(同 6.6%)、「10 割すべて転嫁」できている企業は 2.5%(同 2.4%)だった。

「全く価格転嫁できない」と回答した企業は 1.6 ポイント増の 10.6%となった。企業の 1 割が全く価格転嫁できず、深刻な状況となっている。県内企業からは「公定価格が決められている」(サービス)など制度上の課題がある業界の声が聞かれたほか、「得意先が価格転嫁を認めない」(製造)など得意先の理解が得られないという意見が製造業を中心にあがった。

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 37.0%となった。これはコストが 100 円上昇した場合に 37.0 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す。前回調査(35.9%)と比較すると 1.1 ポイント上昇したものの、全国平均(39.4%)を下回り、47 都道府県の中で 35 位にとどまった。

価格転嫁の状況と価格転嫁率



注1:母数は、有効回答企業161社

注2:小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない

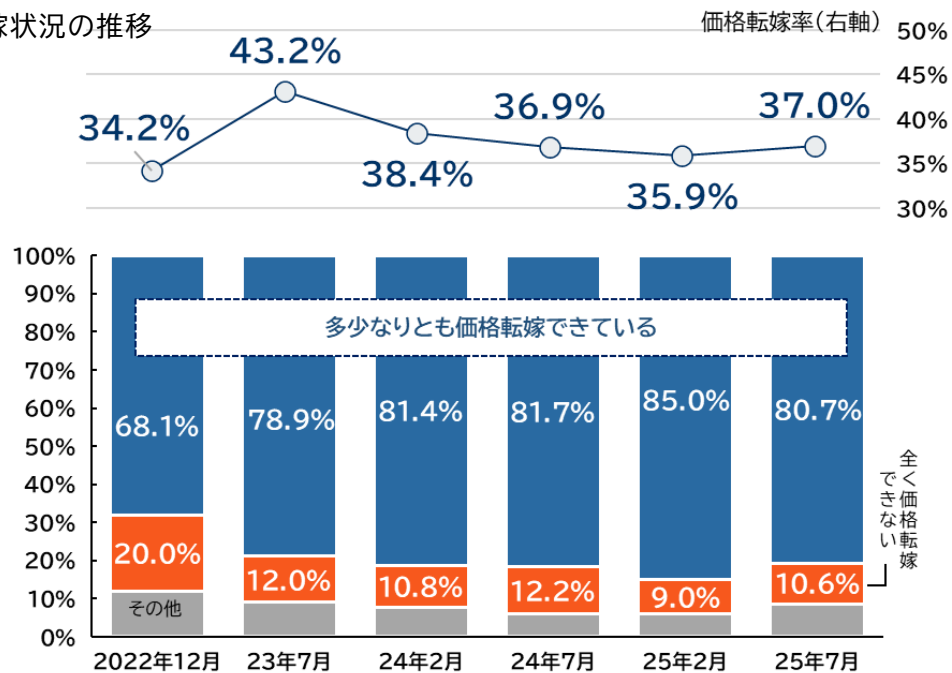
1 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したもののから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からない」は除く)

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、エネルギーコストを項目別にそれぞれ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 50.7% (前回 48.6%)、人件費は 29.4% (同 23.5%)、物流費は 28.7% (同 29.3%)、エネルギーコストは 28.5% (同 23.6%) となった。「原材料費」「人件費」「エネルギーコスト」はそれぞれ前回調査から上昇。一方、「物流費」は低下した。

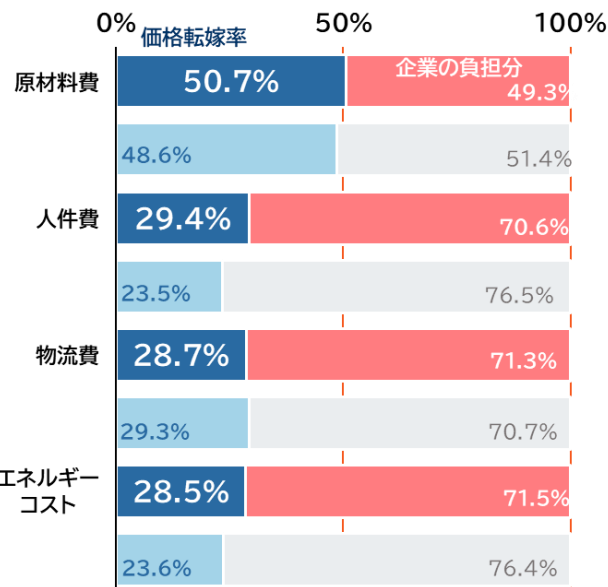
原材料費を除く 3 項目の価格転嫁率は 3 割以下にとどまった。企業からは「材料費は根拠があり、すぐに説明できるが、他の費用については根拠を示すことができないため、応じてもらえないことが多い」(製造)との声があり、物流費など定量的な説明が困難なコストの転嫁が難しい様子がうかがえた。

価格転嫁率の推移(全 6 回)と項目別の価格転嫁率

価格転嫁率と転嫁状況の推移



項目別の価格転嫁率
(上段 2025 年 7 月、
下段 2025 年 2 月)



まとめ

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 80.7%と前回調査から低下した。価格転嫁率は 37.0%と 1.1ポイント上昇したものの、全国平均を下回り、低位にとどまっている。

「全く価格転嫁できない」と回答した企業は前回調査より 1.6 ポイント増え 10.6%となり、深刻な状況にある。価格転嫁の障壁として、得意先の理解が得られないという声が製造業を中心に上がっており、重層的な取引構造で価格交渉が難航する様子がうかがえる。また、個人を得意先とする業界では、可処分所得が低迷するなか、価格転嫁により顧客離れが起きかねないリスクを問題視していた。

物価や人件費が上昇傾向にあるなか、多くの企業が価格転嫁に苦戦、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。この状況が続く場合、収益力が低下し、持続的な賃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。中小受託事業者（下請事業者）においては、委託事業者へ踏み込んだ価格転嫁を要請することに困難を伴う。公正な取引慣行の推進や支援により、適正な価格転嫁を行える環境を国をあげて整備することが必要であり、2026 年 1 月に施行予定の改正下請法が目指す「構造的な価格転嫁」の影響に期待と注目をしたい。また、適正な価格転嫁を進めるとともに、長期的には付加価値の高い商品・サービス提供に向けた企業の取り組みも重要となる。

<群馬県内企業からのコメント>

- 熟練した職人が在籍しているため、価格転嫁を十分に実施できる（建設）
- 特別な技術やノウハウが必要な受注に対応することが可能。競合相手が少ないため比較的成本を転嫁しやすい（製造）
- 現状、案件が多く競合が少ないため価格交渉は比較的しやすい。しかし今後、設備投資が少なくなると受注価格が下落する懸念もある（製造）
- 業界全体が低価格路線に移行、安値競争に対応できない企業は存続が難しい状況にある。消費者の可処分所得が低下していることが主な要因（卸売）
- 市場の冷え込みや競争激化を背景に、価格転嫁が十分にできず、利益を確保しづらい環境が続いている（卸売）
- 価格競争が激しい。大手企業に比べて仕入単価が高いため、自助努力で対応している（卸売）
- 全てのコストを価格転嫁すると顧客離れが起きるリスクがある（小売）
- 主力得意先に価格転嫁を要請しても受け入れてくれない（製造）

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