

県内企業の価格転嫁率 33.5%、 価格転嫁に頭打ち感

「卸売」の価格転嫁率は 5 割超、
「運輸・倉庫」は 1 割台にとどまる

茨城県・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 7 月)



本件照会先

国分 信一郎（調査担当）
帝国データバンク
水戸支店
TEL 029-221-3717
FAX 029-232-0272

発表日

2026/09/17

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

7 月調査時点の価格転嫁率は 33.5% となり、前回調査を 2.4 ポイント下回った。業界別では『卸売』が 5 割を超える一方、『運輸・倉庫』は 1 割台にとどまった。費目別では、人件費、物流費、エネルギーコストの転嫁率はいずれも 3 割に満たない。他方、価格改定までの期間は短縮傾向にある。価格転嫁は「実施」から、「十分な転嫁」と「継続的な価格改定」が問われる段階に入っており、定期的に価格協議を行える取引環境の整備が不可欠である。

※調査期間：2026 年 7 月 17 日～7 月 31 日（インターネット調査）

調査対象：茨城県内企業 331 社、有効回答企業数は 146 社（回答率 44.1%）

県内企業の価格転嫁に頭打ち感、転嫁率は 33.5%に低下

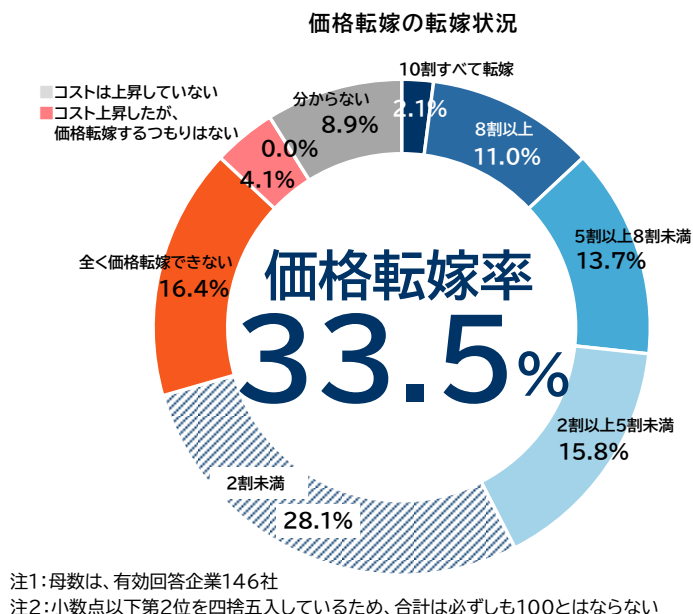
自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した茨城県内の企業は 70.5%となった。前回調査(2026 年 2 月)の 78.8%から 8.3 ポイント低下しており、価格転嫁を実施できている企業の割合は減少した。内訳をみると、「10 割すべて転嫁できている」と回答した県内企業の割合は 2.1%、「8 割以上」は 11.0%、「5 割以上 8 割未満」は 13.7%だった。この結果、「5 割以上転嫁」できている企業の割合は 26.8%にとどまった。一方、「2 割以上 5 割未満」は 15.8%、「2 割未満」は 28.1%、「全く価格転嫁できない」企業は 16.4%となった。「転嫁が 5 割未満」の企業を合わせると 60.3%に達し、県内企業の過半数が、コスト上昇分の半分も販売価格に反映できていないことが明らかとなった。なかでも、およそ 6 社に 1 社が、コスト上昇分を販売価格に全く反映できていない。

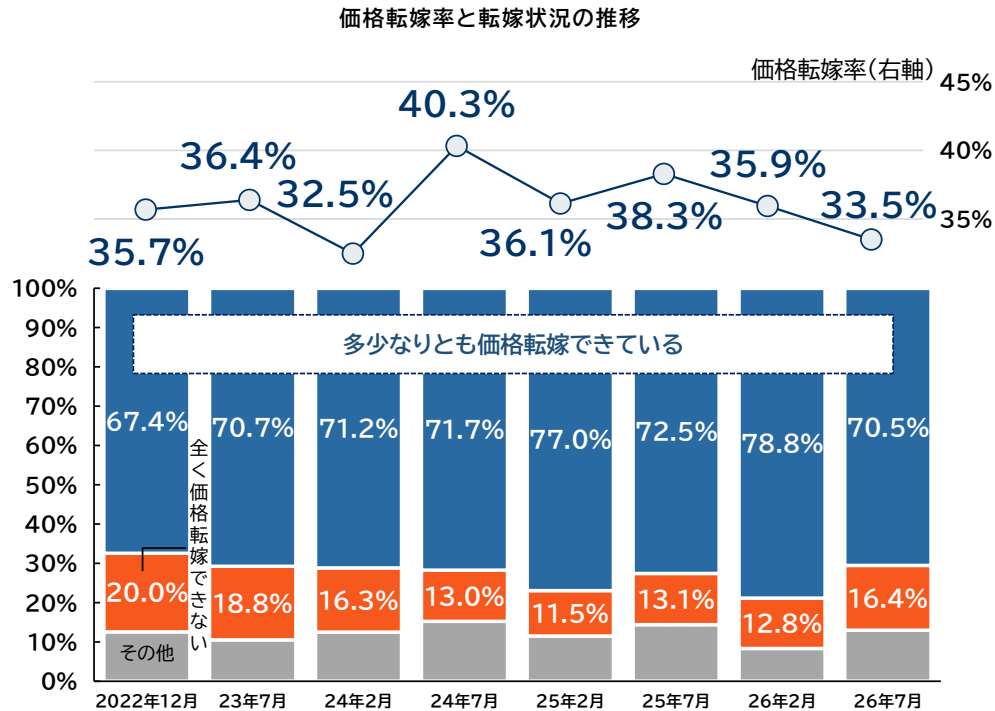
価格転嫁を実施できている企業が多いことと、コスト上昇分を十分に価格へ反映できていることは同義ではない。実際に、最も多かった回答は「2 割未満」であり、「10 割すべて転嫁できている」企業は 2.1%にすぎない。このことから、価格転嫁そのものは幅広い企業で行われているものの、実態としては小幅な値上げや、一部の費目に限った転嫁にとどまっている企業が多いと考えられる。原材料費や人件費、物流費などの上昇が続くなかでも、そのすべてを販売価格やサービス料金に反映することは難しく、企業側がコスト増加分の多くを負担している状況がうかがえる。

また、コスト上昇分を販売価格にどの程度転嫁できているかを示す「価格転嫁率」は 33.5%だった。前回調査の 35.9%から 2.4 ポイント低下している。「価格転嫁率」は 30%から 40%の間で一進一退を繰り返している。特に、直近 2 回の「価格転嫁率」は連続して悪化しており、県内企業の価格転嫁には頭打ち感が表れている。

* 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」「分からない」は除く)

価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移

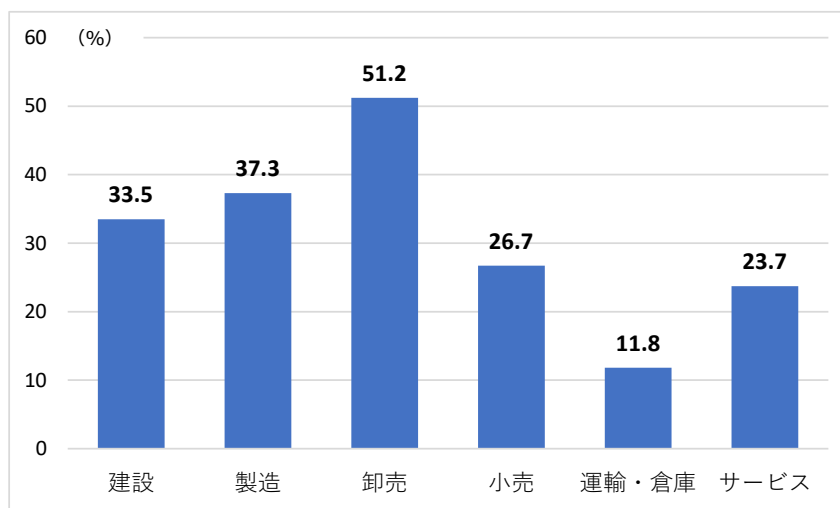




「卸売」の価格転嫁率は 5 割を上回る、「運輸・倉庫」は 1 割台

業界別の価格転嫁率は、「卸売」が 51.2% で最も高く、唯一 5 割を上回った。以下、「製造」(37.3%)、「建設」(33.5%) と続き、これら 3 業界が茨城県全体の価格転嫁率(33.5%) 以上となった。これに対し、「小売」(26.7%) と「サービス」(23.7%) は 2 割台、「運輸・倉庫」(11.8%) は 1 割台にとどまった。前回調査との比較では、「建設」のみ上昇したものの、その他の業界では総じて低下した。消費者に近い川下の「小売」「サービス」では、継続的な価格転嫁が難しく、企業からは「客離れが気になり、原材料やコストが上がったからといって簡単には値上げはできない」との声が寄せられた。「運輸・倉庫」でも「運賃交渉は時間を要し、認めてもらった時には次の値上げが必要になっている」との声が聞かれる。価格決定権が弱く、価格を容易に改定できない業種・業態では、増加したコストを自社で吸収せざるを得ないケースも少なくない。

価格転嫁率(業界別)

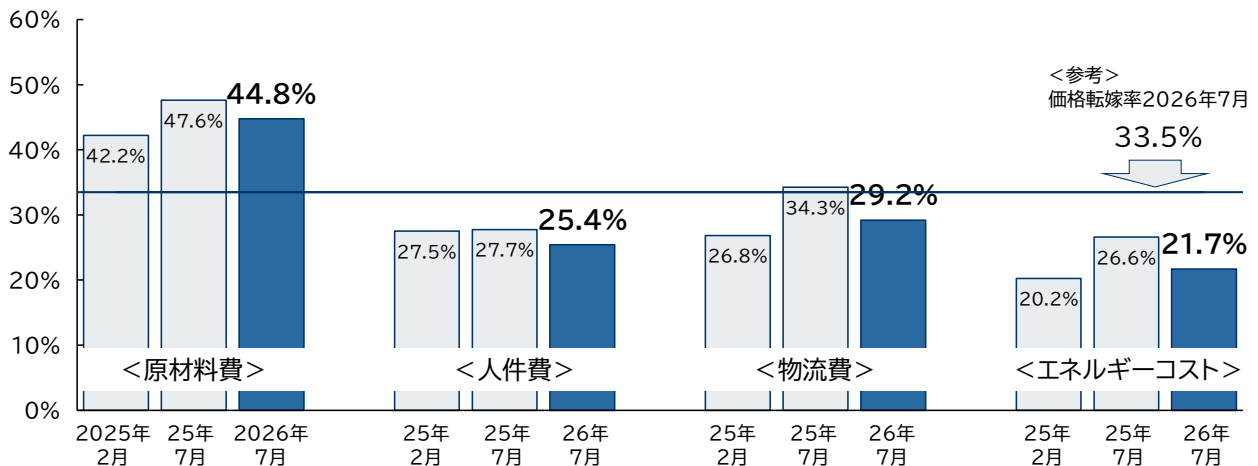


人件費・物流費・エネルギーコストの転嫁率は 3 割にとどかず

さらに、自社の主な商品・サービスについて、代表的なコストである原材料費、人件費、物流費、エネルギーコストを、それぞれの程度価格に転嫁できているか尋ねた。その結果、価格転嫁率が最も高かったのは原材料費の 44.8%だった。次いで、物流費が 29.2%、人件費が 25.4%、エネルギーコストが 21.7%となった。原材料費は、仕入れ先からの価格改定通知や市況データなど、コストの上昇を客観的に示す資料を入手しやすい。このため、価格改定の根拠を取引先に説明しやすく、ほかの費目に比べて価格転嫁が進んでいると考えられる。一方、人件費、物流費、エネルギーコストは、複数の商品やサービスにまたがって発生するケースが多い。そのため、個々の販売価格との対応関係を示しにくく、間接費として扱われやすいことも、価格転嫁を難しくしている要因と言えよう。

とりわけ、人件費は一時的な負担ではなく、人手不足に対応するための賃上げや採用条件の改善に加え、社会保険料や教育費などが継続的に発生する。こうしたコスト増加分を価格に反映できなければ、賃上げの原資を確保できず、人材採用や定着、さらにはサービス品質の維持にも影響が及びかねない。

費目別の価格転嫁率（過去 3 回調査分）



県内企業の 3 割近くが、価格転嫁までの期間が「短くなった」と回答

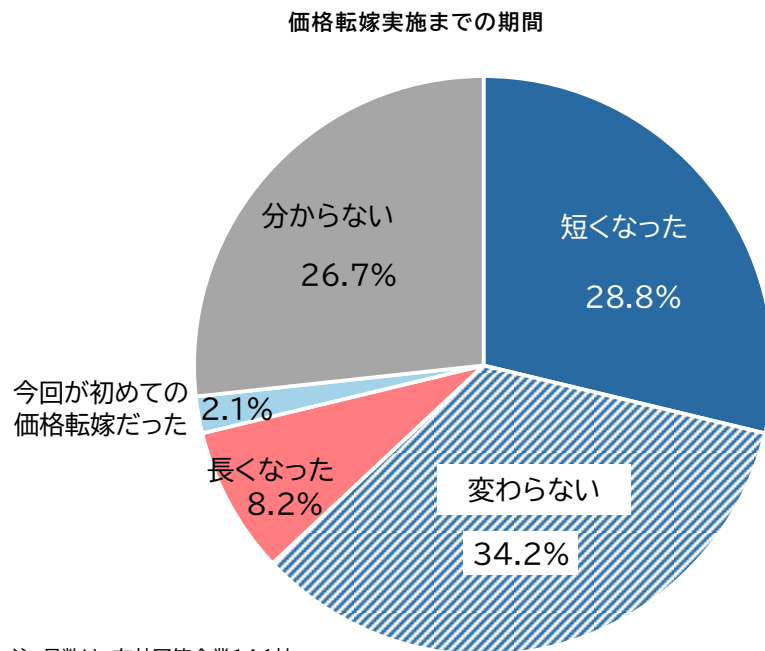
価格転嫁までの期間について尋ねたところ、「変わらない」が 34.2%で最も高かった。次いで、「短くなった」が 28.8%、「長くなった」が 8.2%、「今回は初めての価格転嫁だった」が 2.1%となった。「短くなった」は「長くなった」を 20.6 ポイント上回っており、企業がコストの上昇を認識してから、価格交渉や価格改定に動くまでの期間は、全体として短縮する傾向にあることがうかがえる。その背景には、急激な円安による輸入物価の上昇や、値上げに対する社会的な理解が以前より広がったことがあると考えられる。また、企業側でも価格協議の定期化や原価管理の強化が進み、コストの上昇を把握してから価格改定を判断するまでの意思決定が、迅速になった可能性がある。

業界別に「短くなった」企業の割合をみると、『建設』『卸売』が 37.0%で最も高く、『製造』が 34.3%で続いた。原価の変動を把握しやすく、仕入価格と販売価格の関係が比較的明確な業界ほど、コストの上昇

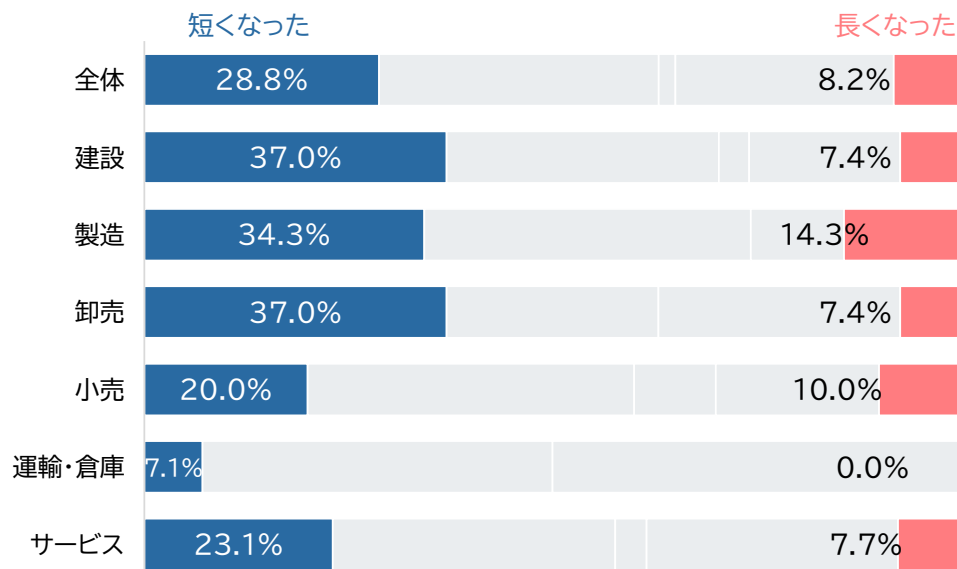
分を価格に反映する必要性を取引先に説明しやすい。そのため、価格改定までの期間も短縮しているとみられる。

ただし、価格転嫁率は前回より低下している。価格改定までの期間が短くなったからといって、コストの上昇分を十分に販売価格へ反映できているとは限らない。企業が従来より早い段階で価格交渉や値上げに動いても、仕入価格などの上昇ペースがそれを上回っている可能性がある。さらに、企業が顧客離れや販売数量の減少を懸念し、値上げ幅を抑えていることも考えられる。つまり、価格転嫁に着手するまでのスピードは上がっているものの、実際の値上げ幅はコストの上昇に追いついていない状況がうかがえる。

価格転嫁実施までの期間



価格転嫁実施までの期間(業界別)



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」県内企業は 70.5%となり、前回調査から 8.3 ポイント低下した。急激な円安や中東情勢の混乱などを背景としたコスト上昇が企業収益を下押しするなか、価格転嫁率も前回調査から 2.4 ポイント低下し、33.5%にとどまった。コストが 100 円上昇した場合でも、販売価格に反映できるのは 33 円～34 円にすぎず、残る 66 円～67 円を企業側が負担している計算となる。価格転嫁が 2 割未満と回答した企業は 28.1%と最も多く、すべて転嫁できている企業は 2.1%にとどまるなど、十分な転嫁にはなお距離がある。

費目別では、原材料費の価格転嫁率が 4 割超となった一方、人件費、物流費、エネルギーコストはいずれも 3 割に届かなかった。価格上昇の根拠を示しやすい原材料費に比べ、人件費など継続的に発生するコストは価格への反映が進みにくい構図が鮮明となった。コスト負担が長期化すれば、企業収益を圧迫するだけでなく、賃上げや人材確保、設備投資など成長に向けた支出を抑制する要因となる可能性がある。

今回新たに尋ねた価格転嫁までの期間では、「短くなった」が 28.8%となり、「長くなった」の 8.2%を大きく上回った。価格改定に向けた交渉期間は短縮する傾向にあるものの、仕入価格の上昇スピードがそれを上回っていることなどから、価格転嫁率は低下している。価格改定の迅速化が、必ずしも十分な転嫁額の確保につながっていない点には注意が必要だ。

価格転嫁は、一度の値上げで完了するものではなく、コスト変動を継続的に把握し、その都度、適正な価格を見直す取り組みが求められる。一方、小規模企業や価格決定権の弱い業界では、個々の努力だけでコスト上昇を吸収し続けることには限界がある。発注側と受注側が定期的に価格を協議し、原材料費に加えて人件費や物流費などの上昇分も適切に反映できる取引環境の整備が不可欠となる。

価格転嫁をめぐるのは、「実施したかどうか」だけでなく、「必要なコストをどこまで価格に反映できたか」、さらには「コスト環境の変化に応じて継続的に価格改定できるか」が問われる局面に入っている。十分な価格転嫁を通じて企業収益の安定を確保することは、持続的な賃上げや雇用の維持、人材確保、設備投資を下支えするうえでも重要となる。適正な価格形成を通じ、コスト上昇を企業が一方的に負担する構造からの転換が求められている。