

# 価格転嫁率 39.3% コスト上昇に追いつかず 調査開始以来最低

価格転嫁の浸透は頭打ちの可能性  
代表的なコスト4項目全てで価格転嫁率低下

## 近畿地区・価格転嫁に関する実態調査(2025年7月)



本件照会先

井上 風奈 (調査担当)  
帝国データバンク  
大阪支社情報部  
06-6441-3100(直通)  
osakajoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/09/19

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

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 39.3%だった。前回から3.0ポイント低下し、調査開始以来最低となる3割台にとどまった。コスト上昇分を具体的に人件費などに転嫁することが難しいことに加え、消費者や川下の産業を中心に、度重なる値上げに対する抵抗感があり、価格転嫁を進められない現状が見てとれる。企業も消費者も適正価格の流通に努め、値上げを許容できる環境の整備が不可欠である。

※株式会社帝国データバンク大阪支社は、「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)

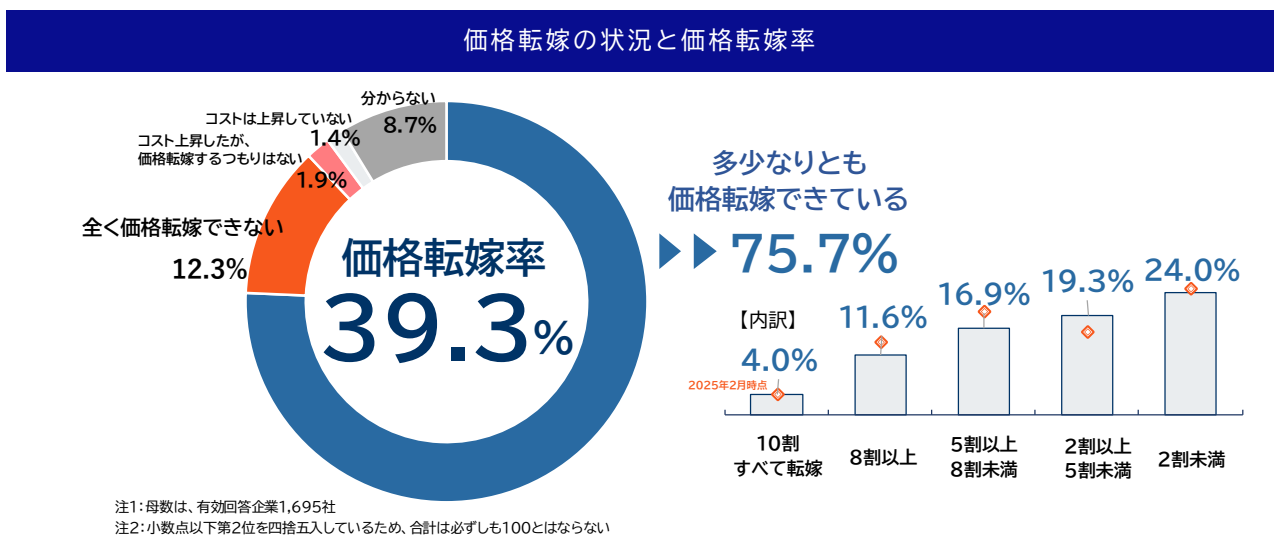
調査対象: 近畿4,145社、有効回答企業数は1,695社(回答率40.9%)

## 価格転嫁率は 39.3%、調査開始以来最低

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75.7%となり、前回調査(2025年2月)から3.2ポイント低下した。

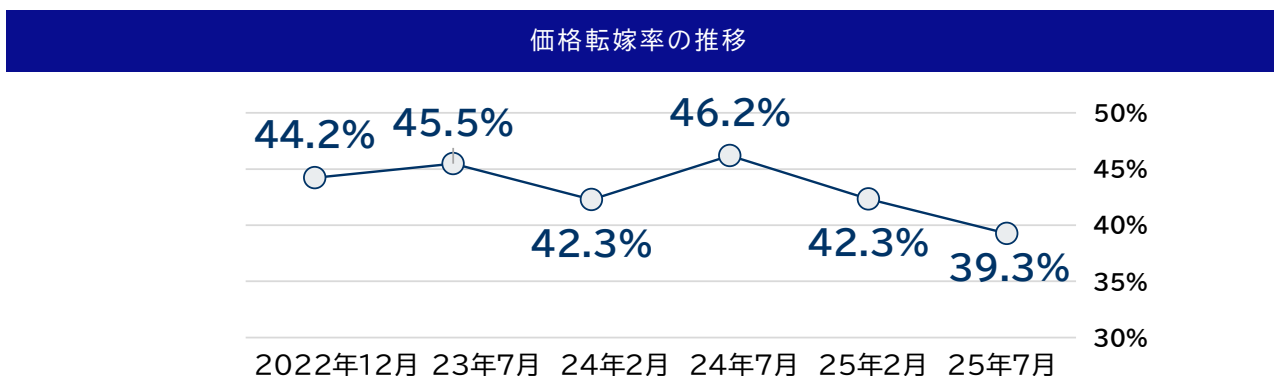
内訳をみると、「2割未満」が24.0%(前回24.5%)と最も高く、「2割以上5割未満」が19.3%(同16.2%)、「5割以上8割未満」が16.9%(同20.1%)、「8割以上」は11.6%(同14.1%)、「10割すべて転嫁」できている企業は4.0%(同4.0%)。部分的な転嫁にとどまる企業が大部分を占めている。

価格転嫁の状況は鈍化しており、「全く価格転嫁できない」と回答した企業は12.3%と、前回調査より1.8ポイント上昇。依然として1割を超える状況が続く。



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<sup>1</sup>」は、前回から3.0ポイント低下、調査開始以来最低の39.3%となった。これはコストが100円上昇した場合に39.3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。

なお、全国の価格転嫁率は39.4%。前回調査(全国40.6%、近畿42.3%)から逆転となり、近畿が0.1ポイント下回った。



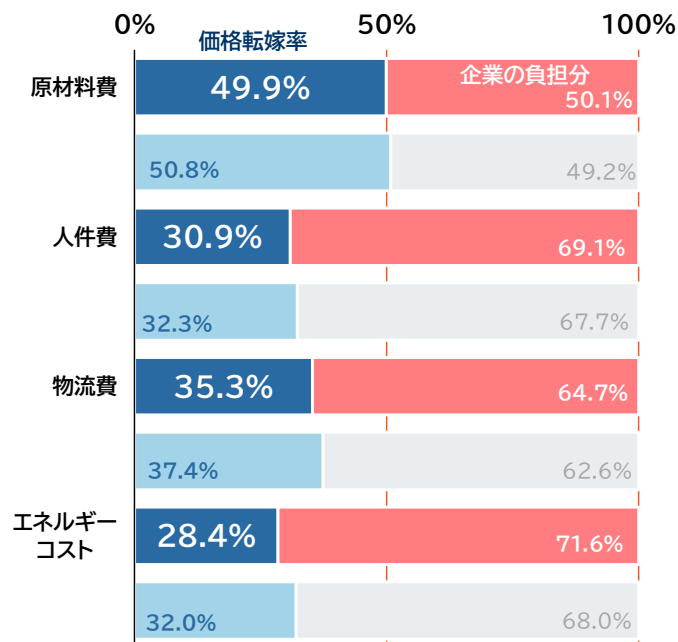
<sup>1</sup> 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したもののから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からない」は除く)

## 項目別、代表的なコスト4項目全てで価格転嫁率が低下

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49.9%（前回 50.8%）、人件費は 30.9%（同 32.3%）、物流費は 35.3%（同 37.4%）、エネルギーコストは 28.4%（同 32.0%）だった。

全体の転嫁率が落ち込むなか、4項目全てで前回調査から低下する結果となった。原材料費は5割を切り、さらに、人件費と物流費は3割台、エネルギーコストについては2割台にとどまった。原料費と異なり、説明が困難で、自助努力でのコスト削減が求められる項目の転嫁が難しい様子が見えてくる。

項目別の価格転嫁率（上段：2025年7月、下段：2025年2月）



## 府県別、5府県で前回調査から低下

府県別にみると、「大阪府」が 41.3%で近畿トップ、都道府県別順位では9位となった。全国(39.4%)を上回ったのは、「大阪府」以外では「和歌山県」(39.8%、同16位)のみ。

「兵庫県」(38.7%、同22位)、「滋賀県」(38.4%、同24位)、「京都府」(34.4%、同42位)、「奈良県」(33.0%、同46位)は全国を下回った。

価格転嫁率は、製造業の比率が高い「滋賀県」を除く5府県で前回調査より低下。さまざまなコストの上昇に対して、消費者離れや取引先からの反発を懸念して、値上げに踏み切れず、価格転嫁に対してデメリットを感じる傾向が強まっているとみられる。

(価格転嫁率%、カッコ内は都道府県別順位)

	2022年12月調査		2023年7月調査		2024年2月調査		2024年7月調査		2025年2月調査		2025年7月調査	
滋賀県	40.0	(18)	41.9	(30)	41.4	(18)	45.0	(24)	36.9	(39)	38.4	(24)
京都府	38.8	(25)	41.3	(33)	37.4	(38)	42.6	(34)	38.5	(33)	34.4	(42)
大阪府	48.5	(1)	49.0	(4)	45.1	(3)	47.9	(10)	44.5	(5)	41.3	(9)
兵庫県	40.3	(17)	42.8	(27)	40.1	(22)	45.5	(21)	41.1	(18)	38.7	(22)
奈良県	39.6	(20)	38.6	(44)	39.6	(26)	39.5	(44)	37.8	(37)	33.0	(46)
和歌山県	43.4	(3)	44.0	(19)	40.0	(24)	48.3	(9)	46.0	(3)	39.8	(16)
近畿	44.2	—	45.5	—	42.3	—	46.2	—	42.3	—	39.3	—
全国	39.9	—	43.6	—	40.6	—	44.9	—	40.6	—	39.4	—

※有効回答数は、2022年12月調査が1,985社、2023年7月調査が1,922社、2024年2月調査が1,876社、2024年7月調査が1,858社、2025年2月調査が1,750社、2025年7月調査が1,695社  
 ※網掛けは、全国以上を示す

## 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、約 75%の企業で多少なりとも販売価格に転嫁できていることが分かった。

しかし、価格転嫁率を見ると、近畿は 39.3%と全国(39.4%)をわずかではあるが下回り、前回調査(42.3%)からは 3.0ポイント低下。調査開始以来、初めて 30%台にとどまり、企業側の負担は 6 割を超える結果となった。価格転嫁率の推移を見ても減少が続いており、より踏み込んだ値上げを実施する継続交渉の難しさが浮き彫りとなっている。

なお、地域別の価格転嫁率は、「滋賀県」を除く、5府県で前回調査を下回る結果となった。

項目別にみると、原材料費が 5 割近くと比較的高位である一方、人件費や物流費は3割台、エネルギーコストは2割台にとどまった。価格転嫁に対する理解は徐々に広まりつつあるが、人件費やエネルギーなど、消費者や取引先に理解が得られにくいコストの上昇分については、転嫁を進めにくい状況が続いている。

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。さらに、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、顧客離れと収益悪化というリスクにも直面している。

このような状況下で、企業にはコスト削減や業務効率化といった自助努力が求められている。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、業界特性に起因する構造的な課題など、一企業の努力だけでは吸収しきれないコストが重荷となっており、企業努力は限界に近づきつつあるといえる。

大阪・関西万博の開催やインバウンド需要の拡大により、近畿地区では一時的に価格転嫁がしやすい環境が整っていた。しかし、万博閉幕まで1カ月を切った現在、今後の反動による価格転嫁への影響が懸念される。

価格転嫁の促進には、政府や業界団体による公正な取引慣行の推進や制度的な支援が不可欠である。また、物価上昇を上回る賃上げの普及・定着を通じて、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整備が急務といえる。