



本件照会先

清水 潤 (支店長)
横井幸一郎 (調査担当)
帝国データバンク 群馬支店
TEL:027-386-4041

発表日

2026/09/08

群馬県企業 価格転嫁率 38.6% 改善傾向も全国(39.9%) を下回る

「全く価格転嫁できない」は 1 割

群馬県・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 7 月)

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

群馬県内企業がコスト上昇を販売価格にどの程度上乗せできたかを示す価格転嫁率は 7 月調査時点で 38.6%となった。前回調査から 0.6 ポイント上昇したものの、依然として全国平均(39.9%)にとどかない。費目別の価格転嫁率は、原材料費は 5 割超に達したが、人件費、物流費、エネルギーコストは 3 割前後にとどまった。他方、価格改定までの期間は短縮傾向がみられた。価格転嫁は「実施」から、「十分な転嫁」と「継続的な価格改定」を問う段階に入り、定期的な価格協議ができる取引環境の整備が不可欠となっている。

※株式会社帝国データバンク群馬支店は、群馬県内に本社を置く 359 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 2026 年 2 月に実施し、今回で 8 回目。

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:群馬県内企業 359 社、有効回答企業数は 156 社(回答率 43.5%)

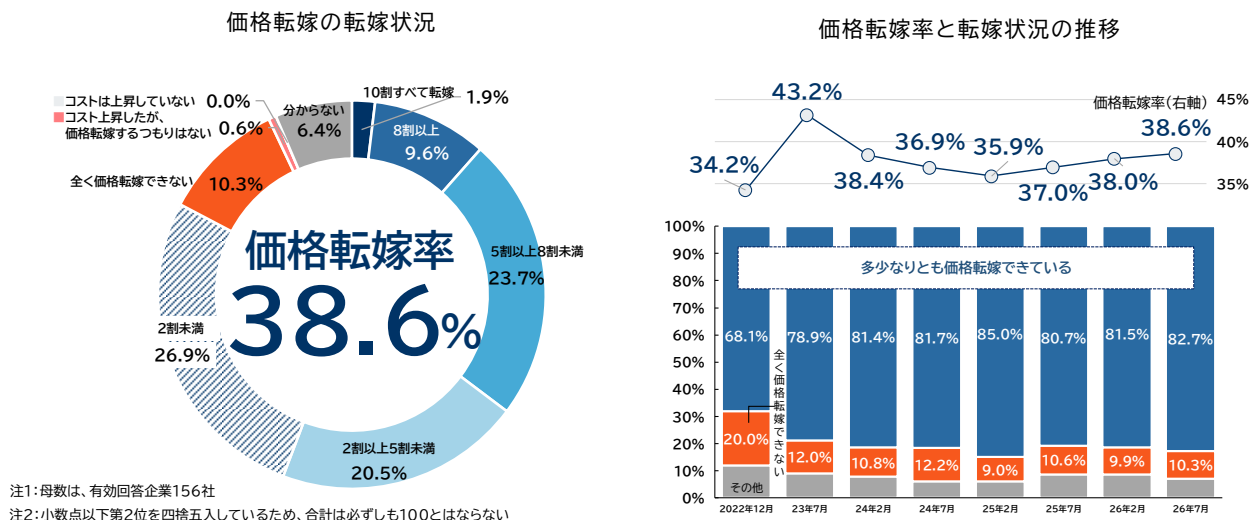
価格転嫁率は 38.6%で上昇傾向 全国平均(39.9%)を下回り、47 都道府県では 27 位

群馬県内に本社を置く企業に、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 82.7%となった。前回調査(2026 年 2 月)の 81.5%から 1.2 ポイント上昇した。内訳をみると、「10 割すべて転嫁できている」企業は 1.9%、「8 割以上」は 9.6%、「5 割以上 8 割未満」は 23.7%となり、「5 割以上転嫁」できている企業の割合は 3 分の 1 を超えた。一方で、「2 割以上 5 割未満」は 20.5%、「2 割未満」は 26.9%、「全く価格転嫁できない」は 10.3%となり、「転嫁が 5 割未満」の企業の割合は 6 割近くにおよぶ。特に 1 割の企業はコスト上昇分を販売価格に全く反映できていない。

価格転嫁を実施している企業は 8 割を超えているものの、それが必ずしもコスト上昇分を十分に販売価格へ反映できていることを意味するわけではない。実際には、「2 割未満」が最大の回答層となり、「10 割すべて転嫁できている」は 1.9%と僅少だ。価格転嫁は広く行われているものの、実態としては小幅な値上げや一部費目のみの転嫁にとどまる企業が多いと考えられる。

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 38.6%だった。前回調査の 38.0%から 0.6 ポイント上昇、2025 年 2 月に実施した調査(35.9%)から価格転嫁は緩やかに改善の動きが続いている。

価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移

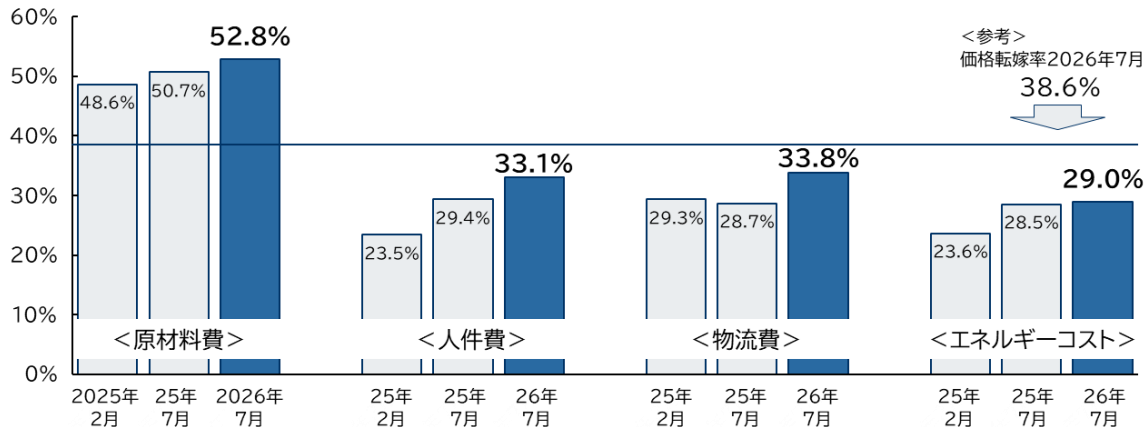


1 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したもののから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からない」は除く)

人件費・物流費・エネルギーコストの転嫁、3割前後にとどまる

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、価格転嫁率が最も高かったのは原材料費の52.8%だった。次いで物流費が33.8%、人件費が33.1%、エネルギーコストが29.0%となった。原材料費では、仕入れ先からの価格改定通知や市況データなど、コスト上昇を客観的に示す資料が得やすい。そのため、価格改定の根拠を取引先に説明しやすく、他の費目に比べて転嫁が進んでいると考えられる。一方で、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ことが多く、個別の販売価格との対応関係を示しにくい。間接費として扱われやすいことも、転嫁を難しくしていると言えよう。

項目別の価格転嫁率（過去3回調査分）



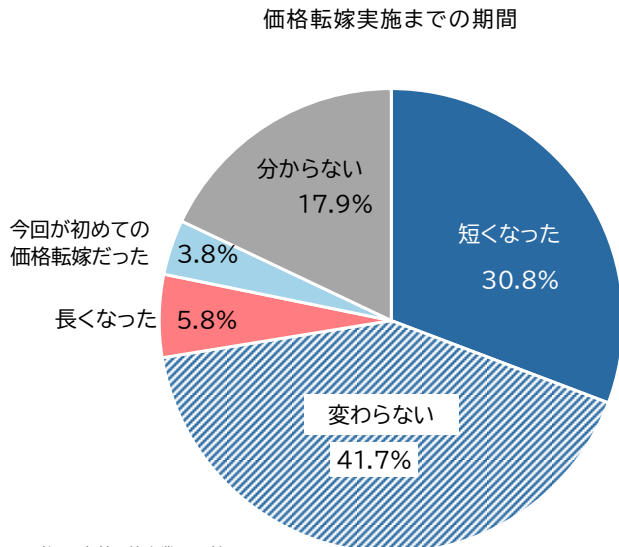
人件費は一時的な負担ではなく、人手不足に対応するための賃上げや採用条件の改善、社会保険料、教育費などが継続的に発生する。その上昇分を価格に反映できなければ、賃上げの原資が確保できず、人材採用や定着、サービス品質の維持にも影響が及びかねない。

企業の3割が価格転嫁までの期間、「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41.7%で最も高かった。次いで「短くなった」が30.8%、「長くなった」が5.8%、「今回が初めての価格転嫁だった」が3.8%となった。「短くなった」が「長くなった」を25.0ポイント上回っており、企業がコスト上昇を認識してから価格改定に動くまでの期間は、全体として短縮する方向にあることがうかがえる。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に加え、企業側でも価格協議の定期化や原価管理の強化が進み、コスト上昇に対する意思決定が迅速になった可能性がある。

5 業界別に「短くなった」企業の割合をみると、『卸売』が 38.7%で最も高く、『製造』が 37.0%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、価格改定までの期間が短縮しているとみられる。

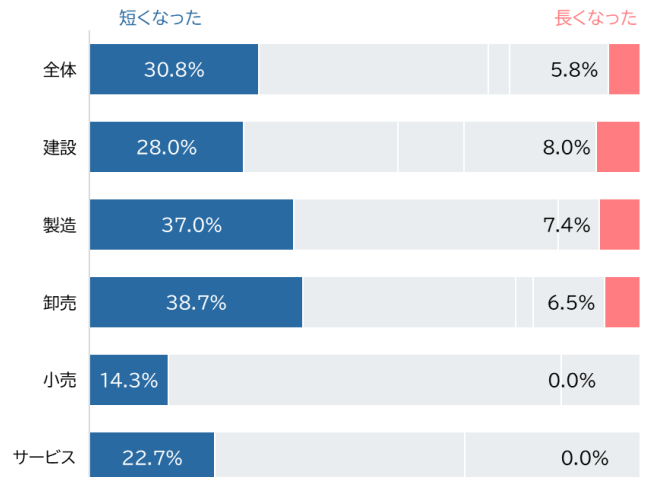
価格転嫁実施までの期間



注1:母数は、有効回答企業156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

価格転嫁実施までの期間(5 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」企業は 82.7%と 8 割を超えた。価格転嫁率は前回調査から 0.6 ポイント上昇し 38.6%となったが、依然として 4 割にとどかない。コストが 100 円上昇しても 40 円未満しか販売価格に反映できず、残りを企業が負担していることになる。また、「2 割未満」の転嫁にとどまる企業が最大の回答層で、すべて転嫁できる企業は 1.9%と僅少だ。価格転嫁を実施する企業は広がったものの、急激な円安や中東情勢の混乱によるコストアップ要素が重なる中、十分な転嫁には至っていない。

費目別の価格転嫁率は、原材料費は 5 割超に達したが、人件費、物流費、エネルギーコストは 3 割前後にとどまった。価格転嫁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の転嫁は遅れている。コストを企業が負担し続けられれば、利益を圧迫するだけでなく、賃上げや人材確保、設備投資などを抑制する要因となりかねない。

適正な収益を確保するためには、企業が定期的にコスト構造を把握し、販売価格へ反映していく仕組みづくりが重要となる。しかし、小規模企業や価格決定権の弱い業界では、個々の企業努力だけでの対応には限界がある。発注側と受注側が定期的に価格協議を行い、原材料費だけでなく、人件費や物流費なども含めて価格改定の対象とする取引慣行を整備することが求められる。価格転嫁は自社の利益確保のみならず、設備投資・賃上げ・雇用・地域活性の好循環につながる「適正な価格形成」として捉える必要がある。

<参考>群馬県企業からの声

- 原材料費の値上がり分については、事前に顧客の了承を得たうえで見積書を作成しているため、100%価格転嫁できている。一方で、人件費分の価格転嫁はできていない(サービス)
- 業界全体で材料不足や仕入価格の上昇が続いているため、価格転嫁は比較的進めやすい。また、案件数が多く人手不足でもあることから、利益率の高い案件を選別して受注できる状況にあり、採算の低い案件を受注する余裕はない(製造)
- 発注元が価格転嫁に前向きではない(建設)
- 競争は激しいものの、仕入価格が上昇した商品については、すべてではないが一定程度販売価格へ転嫁できている(卸売)
- 基本的には価格転嫁を進める方針である。ただし、コストが継続的に上昇する場合、そのすべてを転嫁できるわけではなく、価格交渉や転嫁までのタイムラグが発生している(サービス)
- 価格を上げれば消費が減少し、価格を据え置けば利益が減少する状況である。一方で、人件費負担だけは増加し続けている(小売)
- 価格上昇があまりにも急激なため、公共工事では積算価格の見直しに時間を要し、発注の遅延や停止が発生している。民間工事においても、既契約案件は予算が固定されているため、価格交渉が難しいケースがある(製造)
- 原材料費や運送費は比較的価格転嫁しやすいが、人件費やエネルギーコストまで反映すると大幅な値上げとなるため、十分な転嫁はできていない(卸売)
- 公共事業が主体であるため、発注者が毎年積算用の技術者単価を引き上げている(サービス)
- 部材費などは価格転嫁できているが、人件費分の転嫁は進んでいない(建設)
- 公定価格による制約がある(サービス)
- 価格競争が激しいため、価格転嫁しにくい(製造)
- 競合他社の動向次第で、価格転嫁できるものとできないものがある(サービス)
- 価格交渉に時間がかかり過ぎる。交渉が成立した頃にはさらに原価が上昇している場合もあり、大幅な値上げを行うと取引を失うリスクもある(製造)
- 競争環境の中にあるため、コスト増加分のすべてを販売価格へ反映することはできない。取引先の状況を見ながら、認められる範囲で価格転嫁を進めるしかない(製造)
- 顧客も各種コストの上昇を理解しており、仕入商品の価格や作業費について説明したうえで価格転嫁を行っている。ただし、部品交換を伴わない修理については原価上昇額が小さいため、販売価格には反映していない(サービス)
- あらゆるコストが上昇しているため、価格転嫁は避けて通れない状況である(製造)
- 価格転嫁の要請に全く応じない企業がある一方で、価格転嫁資料の作成に協力してくれる取引先もあり、対応には大きな差がある。応じない企業は提出資料に難癖をつけるなどして実質的に価格転嫁を認めず、交渉を断念せざるを得ない場合もある(製造)
- 実質賃金の状況に加え、社会保険料負担の増加も大きな課題である(小売)

- 主原料については価格転嫁できているが、エネルギー費や物流費については十分な転嫁ができていない。特に物流費については、納入時に荷受側が確実に受け入れ体制を整えることを求めたい。大手企業では荷受担当者を配置していない場合もあり、納入事業者側の負担が大きい(製造)
- 販売価格は長期契約に基づいているため、相当大的な経済環境の変化がなければ価格改定は難しい(サービス)
- 旅行会社向けの契約料金などもあり、すべてのコスト上昇分を価格転嫁するには時間を要する。また、需給バランスの問題もあり、即座の価格転嫁は難しい。エネルギーコストについては変動が大きく、全額転嫁は困難であるため、近年は使用量削減に取り組んでいる(サービス)
- 物品については仕入価格上昇分を転嫁できているものの、利益率は低下している印象である。人件費などその他のコストも上昇しているが、それらをそのまま価格へ反映することは難しい(サービス)
- 大企業は自社では価格転嫁を進めているものの、サプライチェーンの末端まで適切に行き渡っていない。結果として、中小企業にしわ寄せが集中している(製造)
- 価格転嫁は競争力低下につながるため容易ではない。卸売業は商品差別化が難しく、特に転嫁しにくい(卸売)
- 価格転嫁を要請する際には、客観的な根拠資料に加え、多くの補足資料の提出を求められる。元請企業の論理が優先されることも多く、その対応に要する時間と労力は大きい。そのため交渉自体を断念するケースや、転注リスクを懸念して交渉できないケースも少なくない。下請企業へ負担を押し付ける構造は依然として変わっていない(小売)
- 従来からの値上げに加え、中東情勢による追加的なコスト上昇も発生している。二段階の価格改定を求めることになるため、取引先への説明や根拠資料の提示に時間を要し、交渉が長期化している(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