TDB Business View

株式会社帝国データバンク
秋田支店
住所：秋田市中通 2-4-19
商工中金・第一生命秋田ビル６Ｆ
TEL：018-833-4202
URL:https://www.tdb.co.jp

価格転嫁に関する秋田県内企業の実態調査（2025 年 2 月）

価格転嫁率は 38.4%
1.9 ポイント下落し 6 割超を企業が負担

～ 全く転嫁できない企業は 13.5%に ～

多くの企業が原材料費の高騰や最低賃金引き上げに伴う人件費の増加など経費の負担増を強いられる厳しい経営環境に直面しており、収益改善のため価格転嫁をスムーズに進めることが急務となっている。一方で、こうした物価上昇により消費者の購買意欲が低下していることで、企業はコスト上昇分を商品やサービスに転嫁することに慎重にならざるを得ない状況が続いている。

こうしたなか、政府は適正な価格転嫁を促すために「下請法」の改正案を 2025 年 3 月 11 日の閣議で決定した。改正案では、発注者が受注者に不利な取り引き価格を一方的に決める行為を禁止しており、価格転嫁の後押しを促す内容となっている。

そこで、帝国データバンク秋田支店では、現在の価格転嫁に関する調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査 2025 年 2 月調査とともに行った。

※ 調査期間は 2025 年 2 月 14 日～28 日、調査対象は 190 社で、有効回答企業数は 104 社（回答率 54.7%）。

調査結果（要旨）

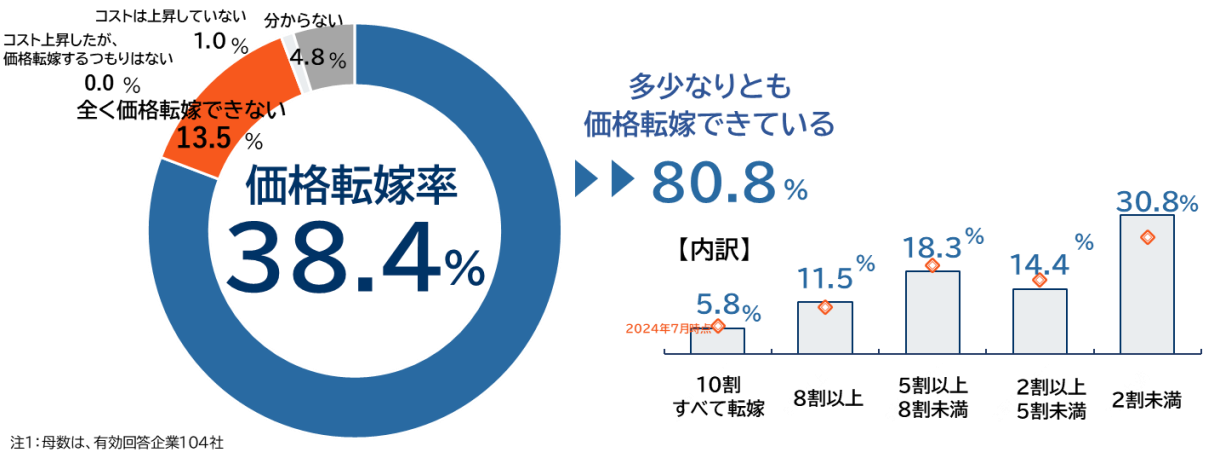
1. 自社の商品・サービスに対しコストの上昇分を『多少なりとも価格転嫁できている』企業の割合は 80.8%、「全く価格転嫁できない」は 13.5%
2. 価格転嫁率は 38.4%と前回調査（2024 年 7 月）から 1.9 ポイント下落し、依然として 6 割超を企業が負担
3. 項目別の価格転嫁率、原材料費が 46.9%で 5 割近くまで転嫁が進む一方、エネルギーコストの価格転嫁は 2 割台にとどまる

©TEIKOKU DATABANK, LTD.

1.『多少なりとも価格転嫁できている』は 80.8%、価格転嫁率は 38.4%で 6 割超を企業が負担

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 80.8%となり、前回調査（2024 年 7 月）から 2.4 ポイント上昇した。内訳をみると、「2 割未満」が 30.8%、「2 割以上 5 割未満」が 14.4%、「5 割以上 8 割未満」が 18.3%、「8 割以上」が 11.5%、「10 割すべて転嫁」できている企業は 5.8%だった。8 割以上の企業で価格転嫁が進んでいる一方で、**「こちらで価格設定できない。景気の低迷で価格競争になり利益率が低下していく」（小売）**などの声も聞かれ、「全く価格転嫁できない」と回答した企業は 13.5%と依然として 1 割を超えていた。

価格転嫁の状況と価格転嫁率



注1：母数は、有効回答企業104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

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 38.4%となった。これはコストが 100 円上昇した場合に 38.4 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 40.3%）と比較すると 1.9 ポイント低下し、長引く原材料費やエネルギーコストの高騰、人手不足にともなう人件費の上昇などに対して、価格転嫁が追いつかない状況を示している。

2.項目別価格転嫁率　原材料費が 46.9%、一方でエネルギーコストの価格転嫁は 2 割台にとどまる

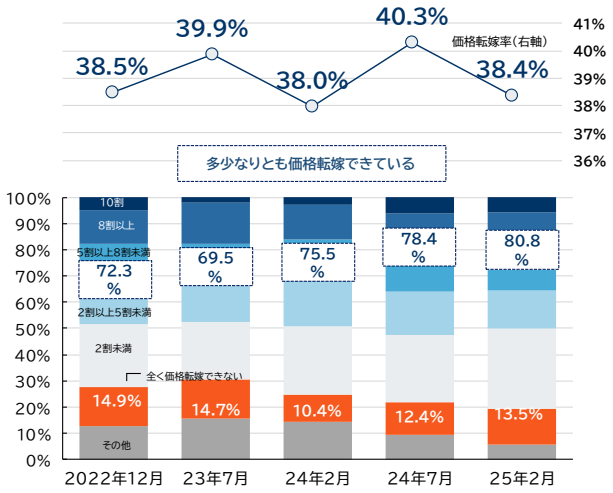
さらに、自社の主な商品・サービスにおいて、代表的なコストとなる原材料費、人件費、物流費、エネルギーコストを項目別にそれぞれどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、原材料費に対する価格転嫁率は 46.9%、人件費は 33.4%、物流費は 30.6%、エネルギーコストは 24.3%だった。

[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」「分からない」は除く）

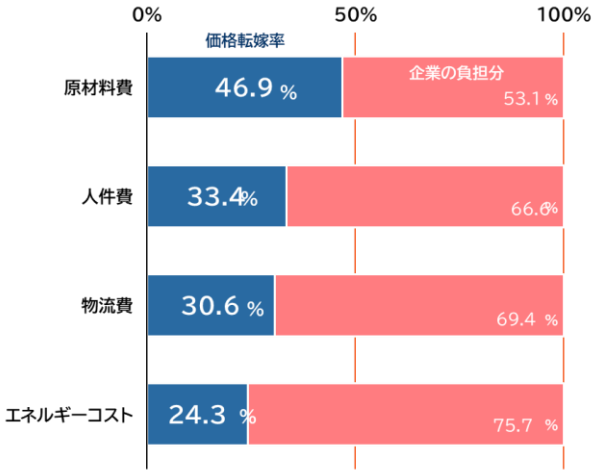
©TEIKOKU DATABANK, LTD.

原材料費に対しては、**「原料コストからの転嫁はしているが、物流コスト等に関して全社員に徹底できていない」（卸売）**といった声があり、5 割近くまで転嫁が進んでいる。一方で、人件費、物流費、エネルギーコストについては、原材料費と違って具体的に数値化することが難しい側面がある。物価高や人手不足に伴い給与などを引き上げざるを得ない状況になっていたり、ガソリン補助金の縮小などで物流費が増えていたりしているが、人件費や物流費に対する転嫁率は約 3 割にとどまっている。エネルギーコストの転嫁率については**「同業他社の影響が大きい。同じ品質で 1 円でも高いと販売数量に大きなマイナス影響になる。取引先からの圧力もある」（小売）**という声や**「地域の業者間競争が厳しいため」（小売）**と言った声が聞かれるように、急激に変化するエネルギー価格に対する転嫁は難しく、本調査で把握した 4 項目のなかでは最も低かった。これらの費用は変動しやすく、企業内部の運用などにも依存しているため、販売先に明確に説明するのが難しいことが挙げられ、**「原材料費ほど販売先の理解が進まない」**といった声も多数聞かれた。

価格転嫁率と転嫁状況の推移



項目別の価格転嫁率（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、約 8 割の企業が多少なりとも価格転嫁できていることが分かった。しかし、価格転嫁率は 38.4%と前回から 1.9 ポイント低下し、コストアップに対する企業負担率は 6 割超にのぼった。項目別の転嫁率は、原材料費が 5 割弱である一方で、人件費と物流費が 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、依然として人件費やエネルギーなど、消費者や取引先に理解されにくいコスト上昇分については、転嫁が進みにくい状況がうかがえる。さらに、これ以上の価格転嫁を進めると、消費者離れや取引先から反発されることが危惧され、より踏み込んだ値

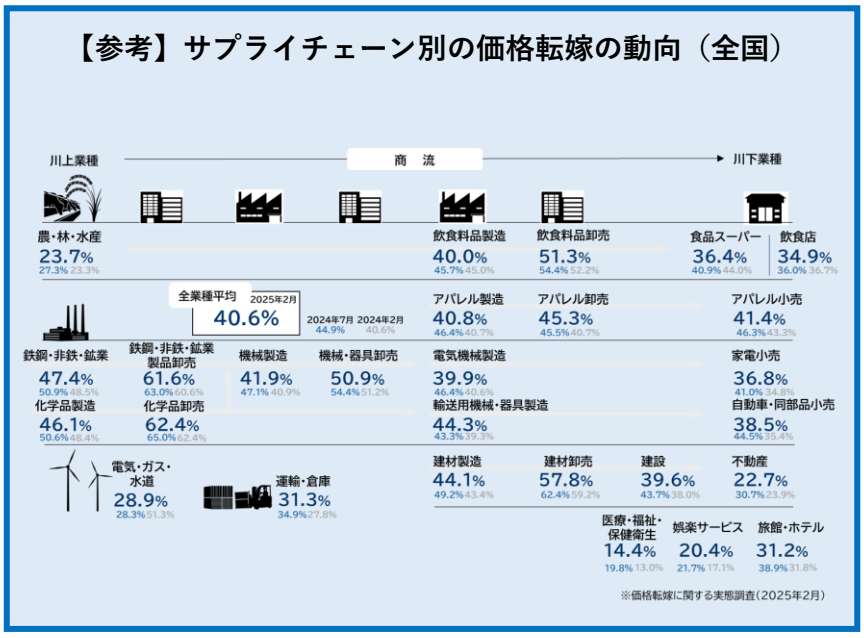
©TEIKOKU DATABANK, LTD.

上げを実施することが難しい現状にある。頻繁な価格改定によって取引先からの受注減少や取引の継続が難しくなることを懸念する企業も多い。また、医療など業種特有の制度や契約、法律上の制約から価格転嫁がそもそもできない実態も理解する必要があろう。

賃上げが物価上昇に追いつかず、実質賃金は 2022 年から 3 年連続でマイナスとなった。政府、日銀が目指す物価と賃金の好循環による経済の活性化は十分に進まず、個人消費の回復は鈍い状況が続いている。実質賃金の低下が続く限り、消費者が値上げに敏感になり、購買を控える傾向が強まってしまう。

こうした現状を打開し、価格転嫁を進めるためには、企業努力だけでは限界があるといえ、消費者の購買力を向上させる必要がある。一部の大手企業に収益の源泉が集中するのではなく、サプライチェーン全体に分配されることが望まれる。そうなれば、賃金の引き上げや雇用の安定を通じて消費意欲を高めることにつながり、好循環が生まれやすい環境に近づくと考えられる。

各企業が単独で価格転嫁を試みても、競争が激しい市場にあっては困難がともなうため、協調して価格戦略を立てることも肝要と言えよう。さらに政府には、税制の見直しや補助金などきめ細かな施策を通じて、企業がコスト増加分を転嫁しやすくする政策や環境を整備することも求められる。



【問い合わせ先】
株式会社 帝国データバンク　秋田支店　担当：森　晴朗
TEL：018-833-4202　　FAX：018-835-6823

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。

©TEIKOKU DATABANK, LTD.