TDB Business View
2025/09/19

価格転嫁率 38.0%
コスト上昇に追いつかず
調査開始以来最低

転嫁状況は頭打ちの可能性
度重なる値上げ躊躇し、コスト反映を断念

四国地区・価格転嫁に関する実態調査（2025 年 7 月）

帝国データバンク

本件照会先

担当：須賀原　欣彦、道田　祐一
株式会社帝国データバンク　高松支店
TEL：087-851-1571
FAX：087-851-3837

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

今回の調査によると、四国の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 38.0%だった。前回から 3.1 ポイント低下し、調査開始以来最低となった。定量的な説明が難しい人件費などの上昇分に対する転嫁が進んでいないことに加え、川下産業を中心に度重なる値上げに対する抵抗感からさらなる価格転嫁に踏み切れずにいることが考えられる。価格転嫁の推進のため、企業も消費者も値上げを許容できる環境の醸成が不可欠である。

※株式会社帝国データバンク高松支店は、四国地区に本社が所在する企業 1,172 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 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：四国地区に本社が所在する 1,172 社、有効回答企業数は 352 社（回答率 30.0%）

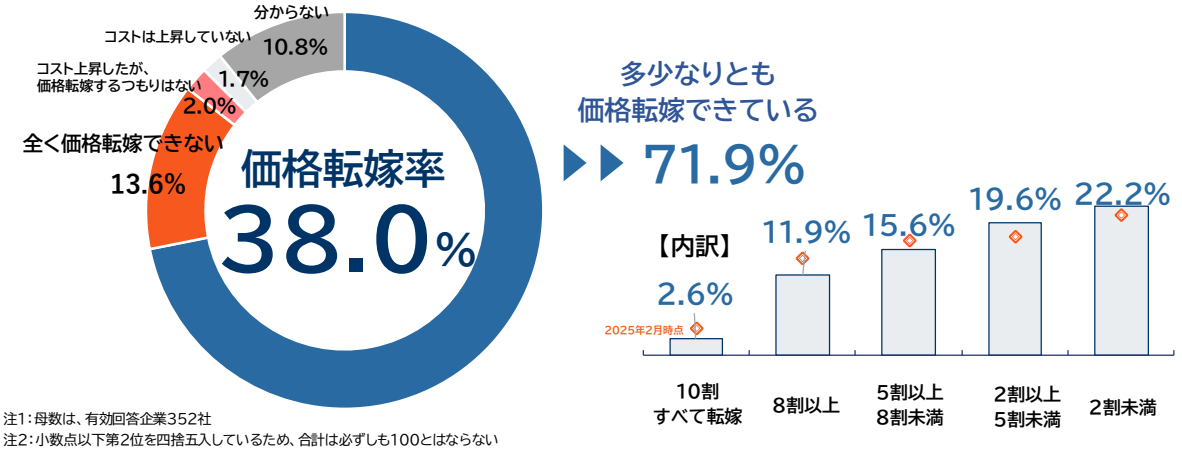
価格転嫁率は 38.0%、再び 4 割を下回り、過去最低に

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四国の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 71.9%となり、前回調査（2025 年 2 月）から 1.6 ポイント低下した。内訳をみると、「2 割未満」が 22.2%（前回 20.7%）、「2 割以上 5 割未満」が 19.6%（同 17.5%）、「5 割以上 8 割未満」が 15.6%（同 17.0%）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 11.9%（同 14.3%）、「10 割すべて転嫁」できている企業は 2.6%（同 4.0%）だった。

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 13.6%と、前回調査より 0.7 ポイント低下したものの、依然として 1 割強を占めている。企業からも、「顧客は値上げに敏感なので怖くて上げられない。また、ライバルとの価格競争により、値上げは諦めるしかない」（小売、愛媛県）などの声が聞かれた。

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 38.0%となった。これは、コストが 100 円上昇した場合に 38.0 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している。前回調査（価格転嫁率 41.1%）と比較すると 3.1 ポイント低下し、2024 年 2 月の調査（39.6%）以来の 4 割割れで、過去最低を記録した。

価格転嫁の状況と価格転嫁率



注1：母数は、有効回答企業352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

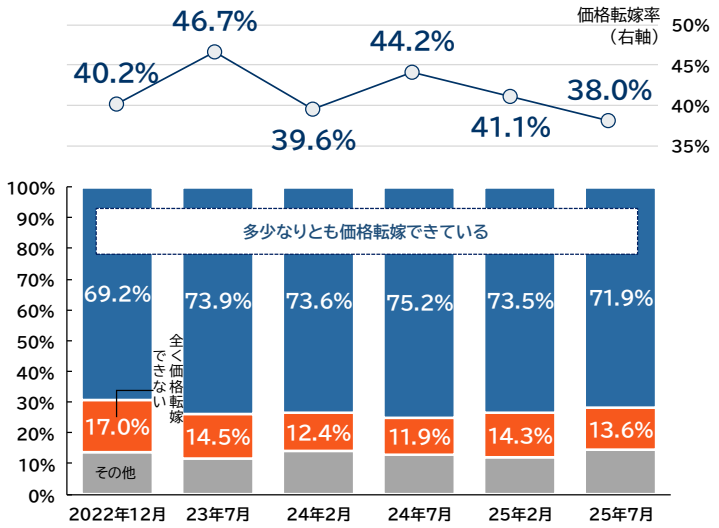
さらに、自社の主な商品・サービスにおいて、代表的なコストとなる原材料費、人件費、物流費、エネルギーコストを項目別にそれぞれどの程度転嫁できているかを四国の企業に尋ねたところ、原材料費に対する価格転嫁率は 46.5%（前回 47.3%）、人件費は 29.2%（同 30.6%）、物流費は 34.0%（同 33.4%）、エネルギーコストは 29.3%（同 27.1%）だった。

原材料費を除く 3 項目の価格転嫁率は、3 割前後にとどまっており、人件費のように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。

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）

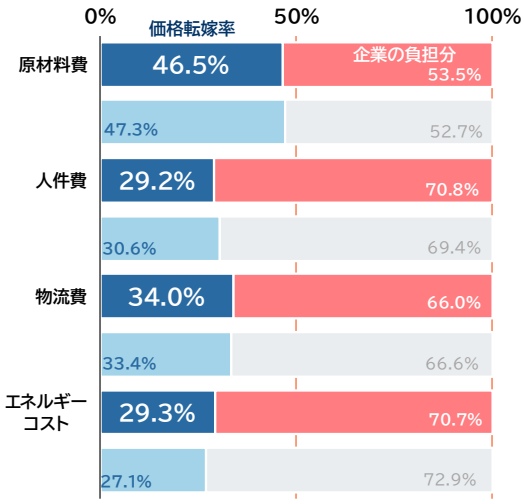
価格転嫁率の推移（全 6 回）と項目別の価格転嫁率

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）



■価格転嫁の状況と価格転嫁率（2025年7月）

（構成比%、カッコ内社数）

		10割（すべて転嫁できている）		8割以上		5割以上8割未満		2割以上5割未満		2割未満		全く価格転嫁できない		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		合計		価格転嫁率（%）
全国		3.8	(404)	11.9	(1,269)	17.1	(1,819)	17.0	(1,804)	23.9	(2,538)	12.5	(1,333)	2.1	(224)	1.6	(168)	10.0	(1,067)	100.0	(10,626)	39.4
四国		2.6	(9)	11.9	(42)	15.6	(55)	19.6	(69)	22.2	(78)	13.6	(48)	2.0	(7)	1.7	(6)	10.8	(38)	100.0	(352)	38.0
大企業		2.1	(1)	19.1	(9)	23.4	(11)	14.9	(7)	12.8	(6)	10.6	(5)	2.1	(1)	0.0	(0)	14.9	(7)	100.0	(47)	49.5
中小企業		2.6	(8)	10.8	(33)	14.4	(44)	20.3	(62)	23.6	(72)	14.1	(43)	2.0	(6)	2.0	(6)	10.2	(31)	100.0	(305)	36.3
	うち小規模	4.3	(5)	7.8	(9)	12.2	(14)	14.8	(17)	21.7	(25)	19.1	(22)	3.5	(4)	4.3	(5)	12.2	(14)	100.0	(115)	33.3
建設		0.0	(0)	15.9	(10)	11.1	(7)	20.6	(13)	22.2	(14)	6.3	(4)	0.0	(0)	3.2	(2)	20.6	(13)	100.0	(63)	40.6
不動産		0.0	(0)	0.0	(0)	11.1	(1)	22.2	(2)	11.1	(1)	55.6	(5)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(9)	16.1
製造		2.5	(2)	18.5	(15)	23.5	(19)	16.0	(13)	22.2	(18)	6.2	(5)	0.0	(0)	0.0	(0)	11.1	(9)	100.0	(81)	47.5
卸売		6.8	(5)	12.2	(9)	23.0	(17)	29.7	(22)	13.5	(10)	9.5	(7)	1.4	(1)	0.0	(0)	4.1	(3)	100.0	(74)	46.9
小売		2.4	(1)	9.5	(4)	9.5	(4)	11.9	(5)	28.6	(12)	23.8	(10)	7.1	(3)	4.8	(2)	2.4	(1)	100.0	(42)	28.2
運輸・倉庫		0.0	(0)	0.0	(0)	21.4	(3)	21.4	(3)	28.6	(4)	14.3	(2)	0.0	(0)	0.0	(0)	14.3	(2)	100.0	(14)	28.3
サービス		0.0	(0)	6.9	(4)	5.2	(3)	19.0	(11)	29.3	(17)	22.4	(13)	5.2	(3)	3.4	(2)	8.6	(5)	100.0	(58)	23.1
従業員数別	5人以下	4.1	(3)	5.4	(4)	14.9	(11)	14.9	(11)	20.3	(15)	20.3	(15)	5.4	(4)	6.8	(5)	8.1	(6)	100.0	(74)	32.4
	6人～20人	4.0	(4)	12.0	(12)	10.0	(10)	21.0	(21)	26.0	(26)	17.0	(17)	1.0	(1)	0.0	(0)	9.0	(9)	100.0	(100)	34.7
	21人～50人	2.6	(2)	10.4	(8)	19.5	(15)	26.0	(20)	24.7	(19)	6.5	(5)	0.0	(0)	0.0	(0)	10.4	(8)	100.0	(77)	40.4
	51人～100人	0.0	(0)	25.7	(9)	14.3	(5)	17.1	(6)	22.9	(8)	11.4	(4)	0.0	(0)	0.0	(0)	8.6	(3)	100.0	(35)	44.5
	101人～300人	0.0	(0)	13.0	(6)	17.4	(8)	21.7	(10)	15.2	(7)	6.5	(3)	4.3	(2)	2.2	(1)	19.6	(9)	100.0	(46)	43.5
	301人～1,000人	0.0	(0)	12.5	(2)	25.0	(4)	6.3	(1)	12.5	(2)	25.0	(4)	0.0	(0)	0.0	(0)	18.8	(3)	100.0	(16)	38.1
	1,000人超	0.0	(0)	25.0	(1)	50.0	(2)	0.0	(0)	25.0	(1)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	0.0	(0)	100.0	(4)	57.5
徳島		1.5	(1)	13.2	(9)	13.2	(9)	23.5	(16)	22.1	(15)	11.8	(8)	2.9	(2)	2.9	(2)	8.8	(6)	100.0	(68)	38.0
香川		3.6	(4)	11.7	(13)	16.2	(18)	19.8	(22)	23.4	(26)	10.8	(12)	0.9	(1)	0.9	(1)	12.6	(14)	100.0	(111)	39.7
愛媛		1.7	(2)	11.0	(13)	18.6	(22)	16.9	(20)	21.2	(25)	17.8	(21)	2.5	(3)	2.5	(3)	7.6	(9)	100.0	(118)	36.4
高知		3.6	(2)	12.7	(7)	10.9	(6)	20.0	(11)	21.8	(12)	12.7	(7)	1.8	(1)	0.0	(0)	16.4	(9)	100.0	(55)	38.3

注1：網掛けは、四国以上を表す
注2：母数は、有効回答企業352社

度重なる値上げに対し、企業と消費者が価格転嫁を許容する環境の醸成が必須

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」とした四国の企業は 7 割台前半となり、前回調査から低下した。特に、1 割強の企業が「全く価格転嫁できない」としており、全体の価格転嫁率も 38.0％と前回調査から 3.1 ポイント低下するなど、企業の収益を圧迫している。

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。加えて、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、「これ以上値上げすると、顧客が離れてしまう」という切実な懸念を抱え、顧客離れと収益悪化という二つのリスクに直面している。このため、価格転嫁が鈍化するなかで、企業はコスト削減や業務効率化といった自助努力を続けている。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に加え、自社の努力だけでは吸収しきれない要因も重荷となっていることがうかがえ、企業努力の限界に近づきつつあると言える。

また、サプライチェーン全体では、消費者により近い川下の業種ほど価格転嫁が難しく、「飲食店」や「旅館・ホテル」では、顧客の節約志向や競合との価格競争から値上げによる客離れを恐れ、十分な価格転嫁ができていない。さらに、「2024 年問題」に直面していた運輸業界では、値上げの必要性に対する顧客の理解は進みつつあるものの、依然として重層的な取引構造が価格交渉を難航させている。加えて、公定価格など制度上の制約によって価格を自由に設定できない業界も多く存在する。こうした企業では、コスト上昇分を価格に反映することが極めて難しく、企業努力では解決し得ない構造的な問題があり、事業継続そのものが脅かされかねない深刻な状況に置かれていると言える。

今回の調査で、多くの企業が依然として価格転嫁に苦戦しており、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。このままでは、企業の収益力が低下し、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。企業は、コスト上昇の根拠を明確に示し、顧客との対話を通じて価格転嫁の理解を求める努力を続ける必要があると同時に、政府や業界団体も、公正な取引慣行の推進や制度的な支援を通じて、企業が適正な価格転嫁を行える環境を整備することが求められる。物価上昇に賃上げが追いつき、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醸成こそが、日本経済全体の健全な成長にとって不可欠である。

＜参考＞企業からの声

	コメント	業種	所在地
価格転嫁が順調に進んでいる、または前向きな意見	エンドユーザー向けの価格に対しての価格設定は弊社で行えるため、価格転嫁はある程度行えている	不動産	香川県
	半年ごとに、現状コストおよび予測内容を理解してもらうべく協議を重ね、価格に転嫁できている	製造	高知県
	価格転嫁しやすくなっているが、たびたびの値上げは最終消費者の購買意欲の減退につながる恐れがあるため、消費マインドが活性化するような政府の施策が必要	製造	愛媛県
価格転嫁に困難がある、または否定的な意見	不況のため、同業他社との価格競争が厳しく価格転嫁をすると仕事が減る	卸売	愛媛県
	最終消費財を生産しているため、小売価格が上がらないと転嫁はできない	製造	香川県
	弊社では値上げまでに３か月から半年は必要で、取引先によっては１年以上必要となる。その間にもコストが上昇するため、中小企業で10割転嫁は難しい	製造	香川県
	人件費に関しては毎年大幅な賃上げを実施しており、価格転嫁の継続に躊躇している。消費者に対して一気に価格に転嫁できない難しさを感じている	サービス	徳島県
	価格転嫁が大きいと顧客離れの加速を懸念しており、状況をみながら検討する。サービス業にとっては顧客の反応は敏感である	小売	高知県
	顧客は値上げに敏感なので怖くて上げられない。ライバルとの価格競争により、値上げは諦めるしかない	小売	愛媛県

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