

価格転嫁に関する東海 4 県企業の実態調査（2025 年 2 月）

価格転嫁率は 42.3%、半年前から後退

～「人件費」の転嫁率は 32.0%にとどまる～

燃料や原材料などの仕入価格上昇により収益が維持できず倒産した「物価高倒産」は、東海 4 県では 2024 年 1 年間で 96 件発生。今年も 3 月までですでに 30 件と、過去最多のペースで増加している。

一方で企業にとっては、原材料価格やエネルギー価格の高止まりのほか、かつてないほどに高まっている賃上げムードからくる人件費の負担増など、取り巻く環境は厳しい状況が続いている。コスト上昇分すべてを商品・サービスへ転嫁することが望ましいと分かっているにもかかわらず、同業他社の動向や顧客離れへの懸念から、値上げを躊躇する動きも少なくはない。

そこで、帝国データバンク名古屋支店は、現在の価格転嫁に関する東海 4 県企業の見解を調査した。本調査は、TDB 景気動向調査 2025 年 2 月調査とともにを行った。



※ 調査期間は 2025 年 2 月 14 日～28 日、調査対象は東海 4 県（愛知・岐阜・三重・静岡）の 2971 社で、有効回答企業数は 1159 社（回答率 39.0%）。なお、全国は 2 万 6815 社で、有効回答企業数は 1 万 835 社（回答率 40.4%）。

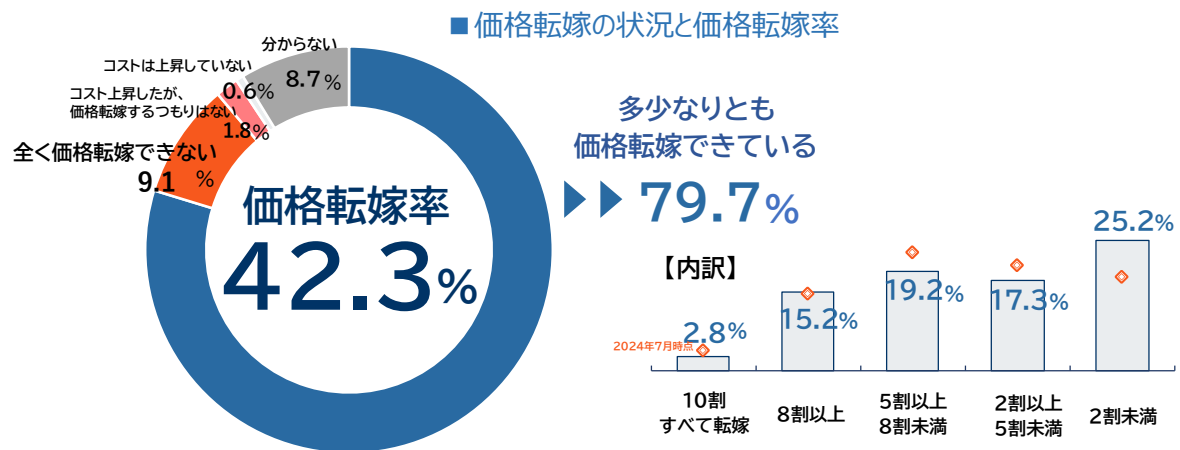
調査結果（要旨）

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』東海 4 県企業の割合は 79.7%、「全く価格転嫁できない」は 9.1%だった
2. 価格転嫁率は 42.3%と前回調査（2024 年 7 月）から 3.2 ポイント減少。依然として 5 割以上を企業が負担している
3. 項目別の価格転嫁率は「原材料費」が 49.6%とほぼ 5 割となったのに対し、「人件費」「物流費」「エネルギーコスト」はそれぞれ 3 割にとどまった

1. コスト100円上昇に対する売価への反映は42.3円、前回調査から3.2円分後退

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』東海4県企業は79.7%となった。内訳は、「2割未満」が25.2%で最も高く、「5割以上8割未満」が19.2%、「2割以上5割未満」が17.3%、「8割以上」が15.2%、「10割すべて転嫁できている」企業は2.8%だった。

他方、「全く価格転嫁できない」企業は9.1%となった。2022年12月の調査開始以降、徐々に減ってはいるものの、依然として全く価格転嫁ができていない企業は1割近くとなった。

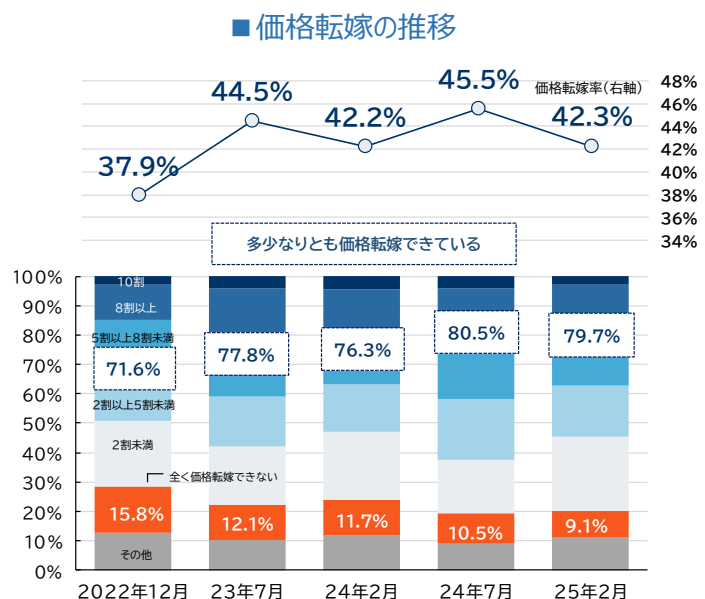


注1:母数は、有効回答企業1,159社

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42.3%となった。これはコストが100円上昇した場合に42.3円分しか販売価格に反映できず、残りの5割強を企業が負担していることを示している。

全国(40.6%)を1.7ポイント上回ったものの、前回調査(45.5%)からは3.2円分後退した格好だ。概ね改善傾向をたどってはいるものの、販売側が多くを負担を強いられている状態は大きく変わっていないと言えるだろう。



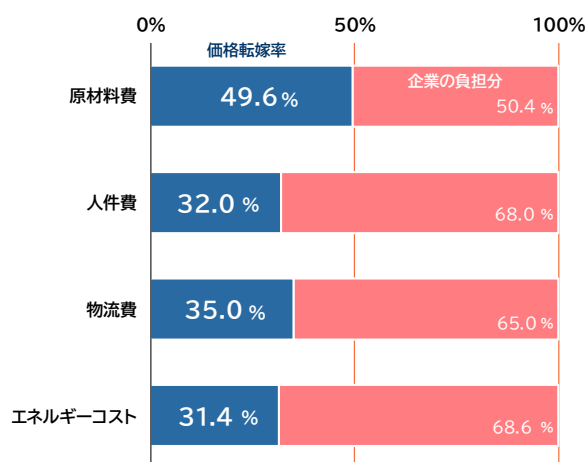
¹ 価格転嫁率は、各選択肢の中央値に各回答者数を乗じ加算したものから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」、「コストは上昇していない」、「分からない」は除く)

2. 人件費やエネルギーコスト、物流費の転嫁は3割にとどまる

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49.6%、人件費は32.0%、物流費は35.0%、エネルギーコストは31.4%だった。

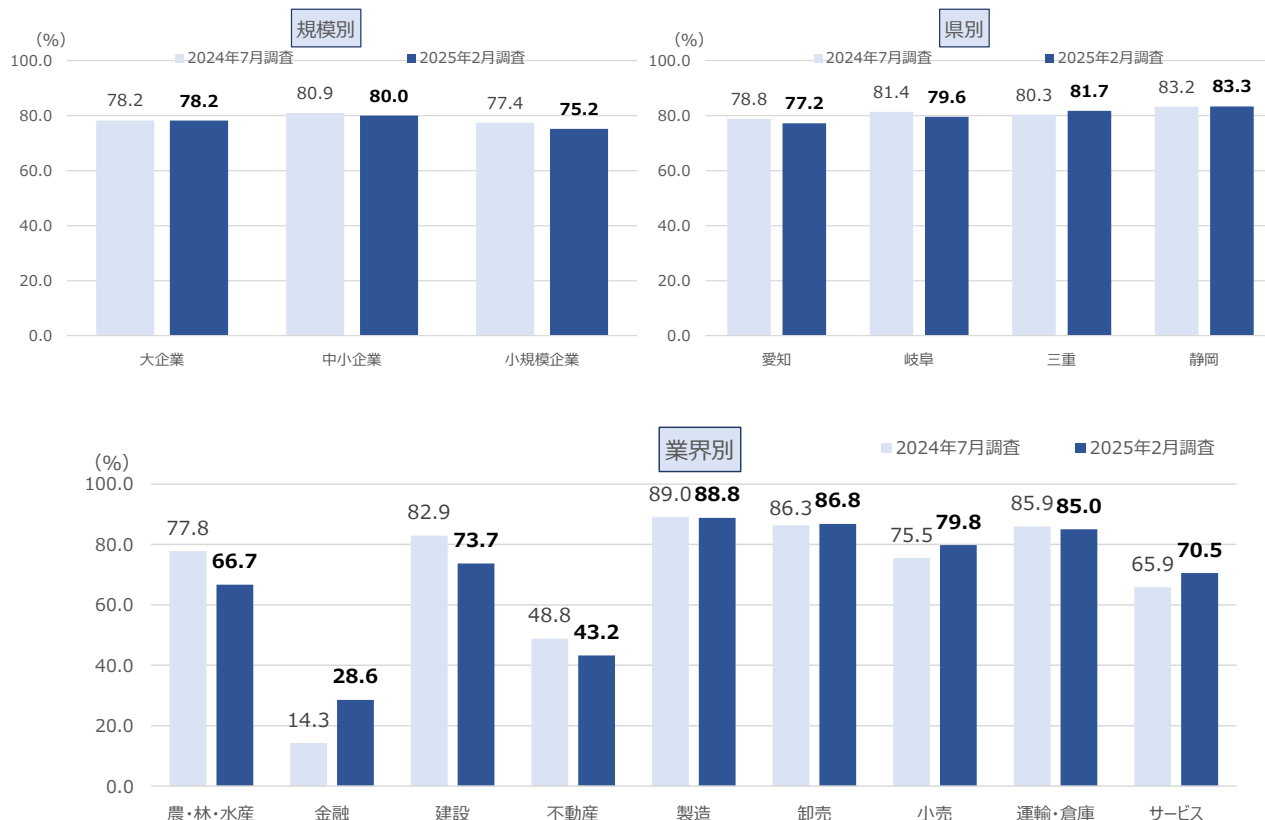
人件費、物流費、エネルギーコストについては、原材料費と違って具体的に数値化することが難しい側面がある。これらの費用は変動しやすく、企業内部の運用などにも依存しているため、販売先に明確に説明するのが難しいことが挙げられ、価格転嫁が進んでいない一因と考えられる。

■ 項目別の価格転嫁率

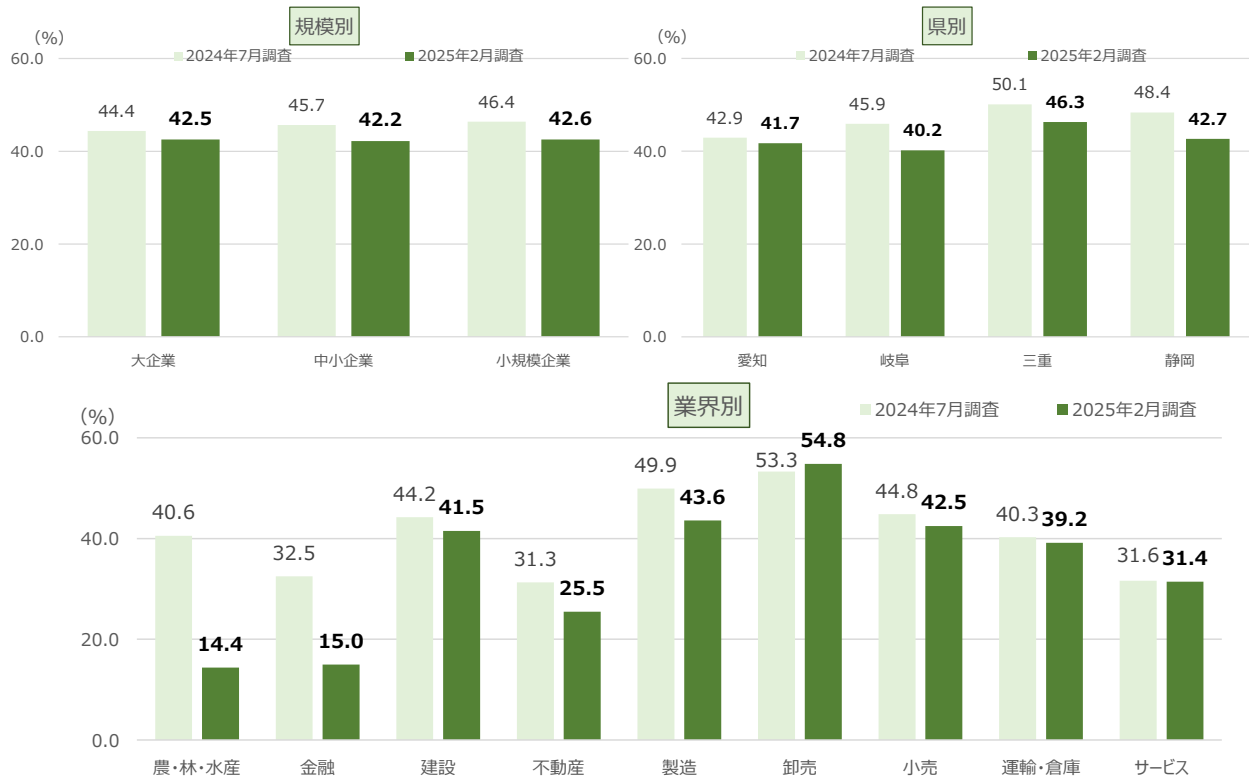


3. 価格転嫁率は「卸売」のみが改善

■ 「多少なりとも価格転嫁できている」割合 ～規模・業界・県別～



■ 価格転嫁率 ～規模・業界・県別～



価格転嫁の状況について、企業規模別でみると、「多少なりとも価格転嫁できている」割合は「中小企業」が 0.9 ポイント、「小規模企業」が 2.2 ポイントそれぞれ前回調査から減少した。「価格転嫁率」はすべての規模で後退したが、「小規模企業」(3.8 ポイント減)の減少幅が最大だった。

業界別でみると、価格転嫁できている割合は「金融」「卸売」「小売」「サービス」が前回調査から改善となったが、価格転嫁率については「卸売」を除くすべての業界で後退となった。

■ 企業からの声 (抜粋)

内 容	業種	県
原材料価格の転嫁以外については他社との価格競争となる恐れがある	機械・器具卸	愛知
値上げ頻度が価格転嫁の頻度を追い越しており、同じ年度に何度も値上げできない	建設	愛知
顧客から個別に詳細情報の提示を求められ提示できない	電気機械製造	愛知
価格転嫁をすると他社に奪われてしまう可能性がある	再生資源卸	愛知
まだ現状を理解出来ていない取引先が複数みられ根気よく交渉を続ける予定だが、今後テールにも着いてもらえない顧客とは取引を解消する方針	運輸・倉庫	愛知
節約志向が継続され、価格転嫁が難しい	その他サービス	愛知
利用者に理解が得られる販売物には転嫁しているが、見えにくいエネルギーコストなどは転嫁出来ていない	その他サービス	岐阜
間接的な費用の価格転嫁には、出張費の単価改正や管理費等の掛け率の改正が必要になる。高額商品のため(価格引き上げの)インパクトで設備投資自体を取りやめる選択にもつながりかねない	機械製造	三重
運賃見直しについての顧客からの理解は、旧来とは比較にならないほど好転している	運輸・倉庫	三重
エネルギーコストの転換は説明が難しく、理解が得られない	旅館・ホテル	静岡
原材料費、物流費はほぼ販売価格に転嫁できるが、人件費やエネルギーコストまで乗せた場合は価格競争力が低下し販売が難しくなる	専門商品小売	静岡

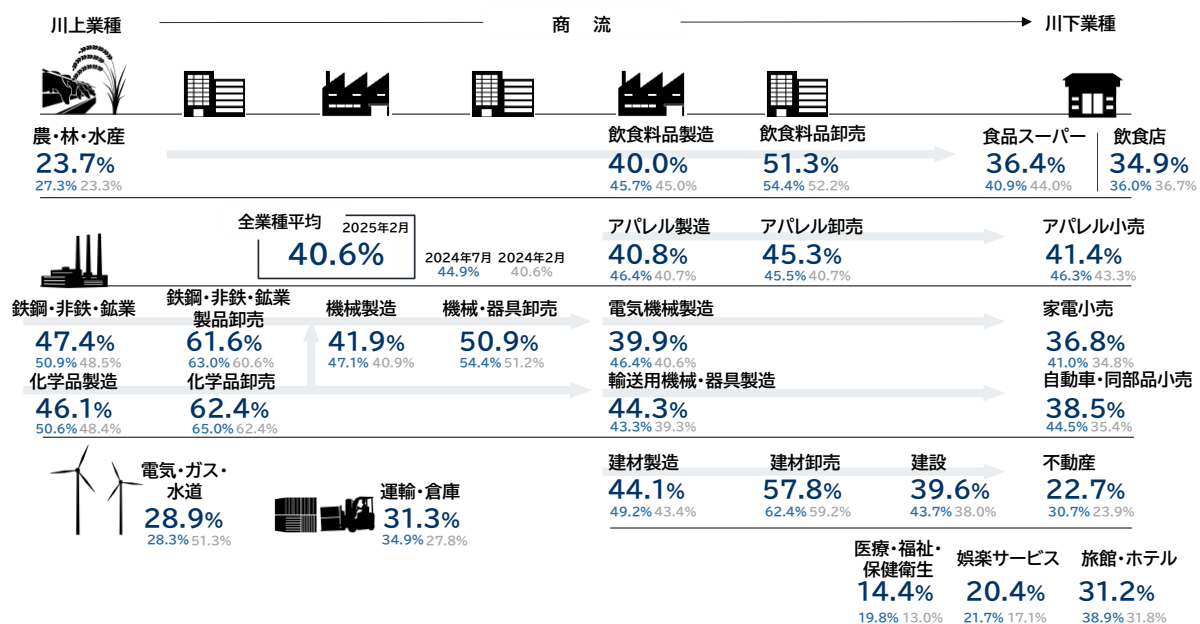
まとめ

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東海4県企業は79.7%と、前回調査(2024年7月、80.5%)からわずかながら減少し、価格転嫁率も42.3%と1年前と同水準まで後退したことが明らかとなった。コスト増に対する企業の負担は依然として5割を上回っており、経営上の重大な課題である状況は大きく変化していない。

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、より踏み込んだ値上げを実施することが難しい現状がある。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。

製造業が集積している当地区では、トランプ関税発動により原価低減の要求が仮に強まるようであれば、価格転嫁の動きを鈍らせる恐れもある。個々の企業努力は限界を超えつつあるなか、ない袖は振れない企業・消費者の現状を踏まえた政策面での下支えが求められる。

【参考】サプライチェーン別の価格転嫁の動向 (全国)



【内容に関する問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 名古屋支店 情報部

【担当】 大隅・猿渡 (080-7002-4462 eiichi.sawatari@mail.tdb.co.jp)

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。