

価格転嫁率 38.4% 改善は僅少にとどまり 依然として4割を下回る

抜本的な改善は進まず
値上げによる販売減で、値下げに転じる企業も

滋賀県・価格転嫁に関する実態調査(2025 年 7 月)



本件照会先

内藤 壇(支店長)
帝国データバンク滋賀支店
TEL:077-566-8230(直通)
FAX:077-566-8233
info.shiga@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/09/08

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、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 38.4%だった。前回から 1.5 ポイント改善したが、依然として 4 割を下回る結果となった。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、値上げに対する抵抗感からさらなる価格転嫁に苦慮していることがうかがえる。価格転嫁による値上げが許容される環境整備が急務である。

※株式会社帝国データバンクは、滋賀県 265 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:滋賀県 265 社、有効回答企業数は 100 社(回答率 37.7%)

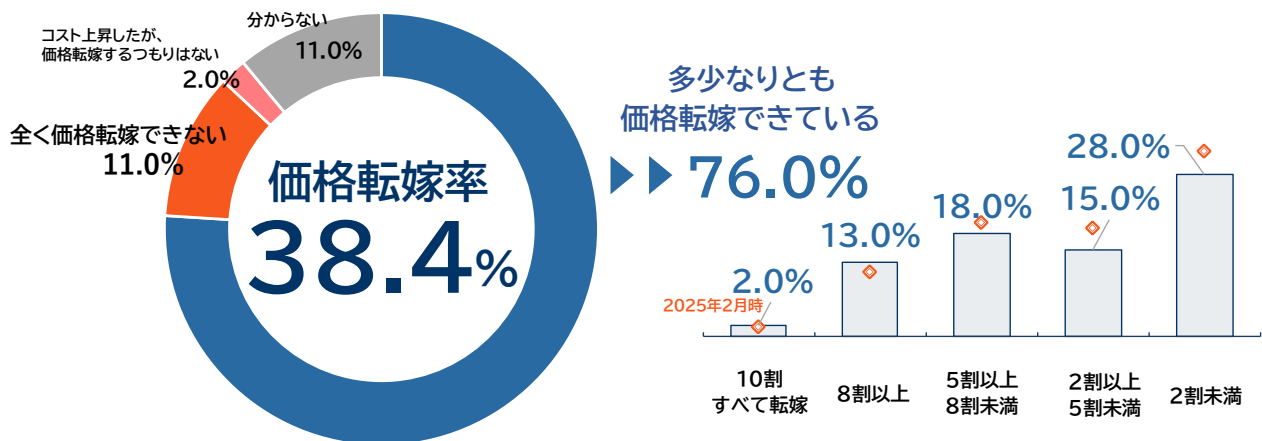
価格転嫁率は 38.4%、前回調査時より改善

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 76.0%となり、前回調査(2025 年 2 月)から 8.0 ポイント低下した。内訳をみると、「2 割未満」が 28.0%(前回 32.1%)、「2 割以上 5 割未満」が 15.0%(同 18.9%)、「5 割以上 8 割未満」が 18.0%(同 19.8%)と部分的な転嫁にとどまる企業が苦戦していることが分かる。一方で、「8 割以上」転嫁できている企業は 13.0%(同 11.3%)、「10 割すべて転嫁」できている企業は 2.0%(同 1.9%)となり、いずれも上昇した。

ただ、全体で見れば価格転嫁の状況は鈍化しており、「全く価格転嫁できない」と回答した企業は前回調査より 0.6 ポイント増え 11.0%となった。9 社に 1 社は全く価格転嫁ができておらず、企業からも「価格を上げてみたものの売れない。価格を下げなければ在庫が増える一方であるため、来月には値下げする予定」(がん具・娯楽用品小売)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 38.4%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 36.9%)と比較すると 1.5 ポイント改善した。

価格転嫁の状況と価格転嫁率



注1:母数は、有効回答企業100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

注3:「コストは上昇していない」と回答した企業は0社

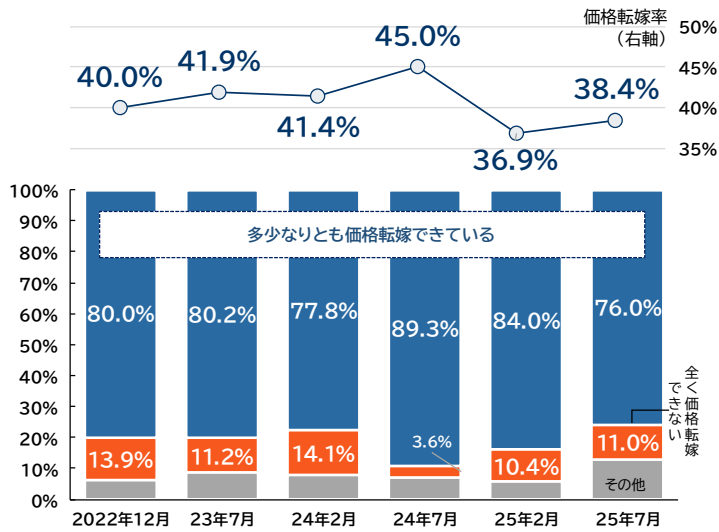
さらに、自社の主な商品・サービスにおいて、代表的なコストとなる原材料費、人件費、物流費、エネルギーコストを項目別にそれぞれどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、原材料費に対する価格転嫁率は 47.8%(前回 45.4%)、人件費は 32.3%(同 29.4%)、物流費は 37.3%(同 31.2%)、エネルギーコストは 30.8%(同 30.2%)だった。

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)

原材料費を除く 3 項目の価格転嫁率は 3 割台にとどまり、前回を下回った。企業からは「原材料の価格転嫁についてはメディア報道をはじめ、実際に物価の上昇を感じられているせいか概ね客先の理解を得られている。また、官公庁工事では設計労務単価の上昇分の人件費は見込まれているものの、民間工事においては予算がないの一点張りで、考慮されているとは感じられない」（一般管工事業）といった声があがっている。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かがえた。また、全体の転嫁率が落ち込むなか、代表的な 4 項目はそれぞれ前回調査から微増となった。

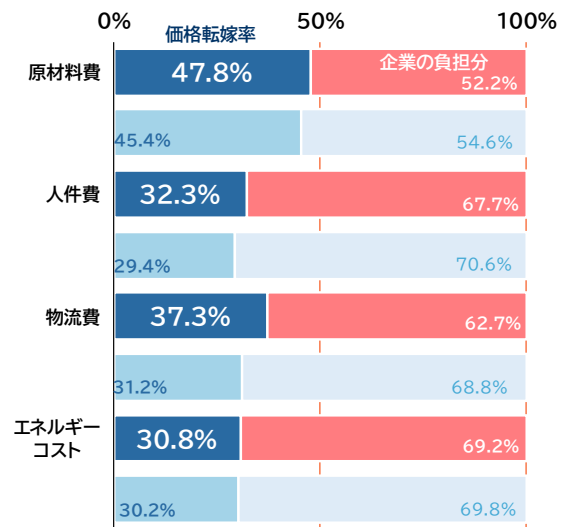
価格転嫁率の推移(全 6 回)と項目別の価格転嫁率

価格転嫁率と転嫁状況の推移

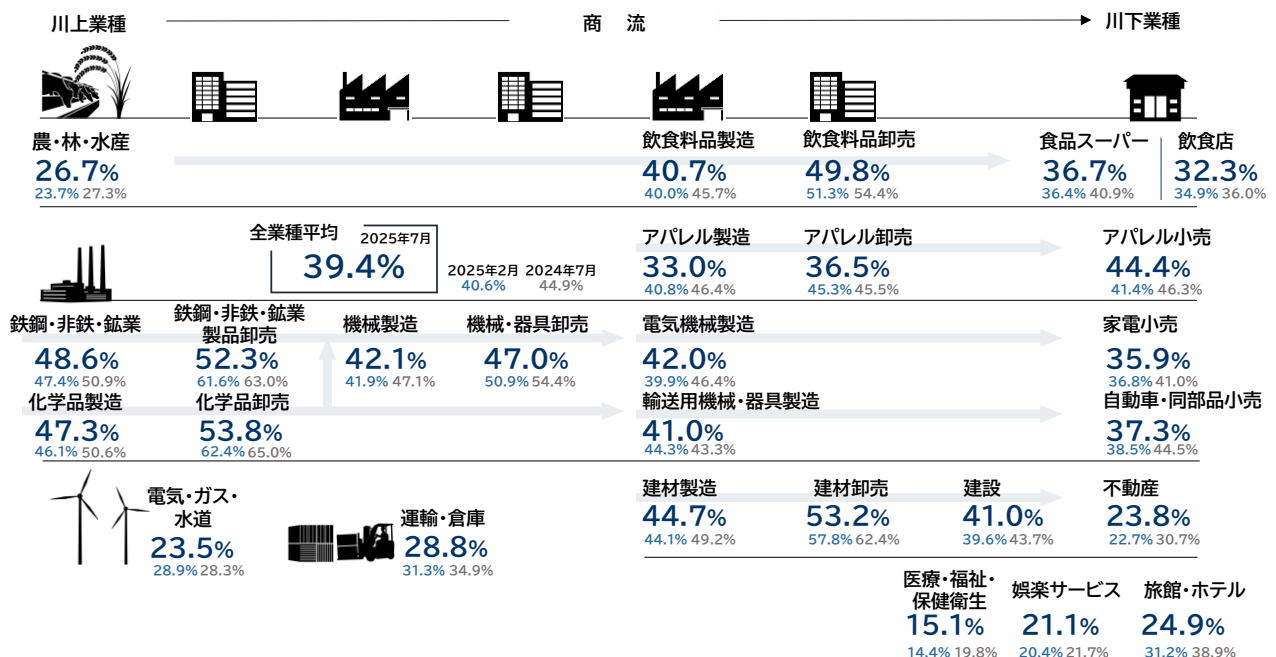


項目別の価格転嫁率

(上段 2025 年 7 月、下段 2025 年 2 月)



サプライチェーン別の価格転嫁の動向(参考:全国)



まとめ

本調査の結果、コストの上昇分を販売価格に転嫁できていると回答した企業は 76.0%となったが、前回調査から 8.0 ポイント低下した。特に、コストの上昇分に対して価格転嫁が「2 割未満」と回答した企業が 28.0%を占め、部分的な転嫁に留まる企業が依然として多かったほか、「8 割以上」転嫁できている企業は 13.0%にとどまるなど、価格転嫁の状況が鈍化していることがうかがえる。

企業は多様なコスト上昇に直面しており、その転嫁が難しい状況にあるなか、適切な価格設定のためには「対前年比だけでなく、業界、地域特性、年齢別の人件費など根拠となる詳細な資料作成が求められる」（電気計測器製造業）など対応に苦慮する声が聞かれた。また、「公共工事においてはスライド条項によって対応が可能である一方、民間工事では契約後の変更が難しい」（土木工事業）といった問題も顕在化している。

外部要因として、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が挙げられ、特に飲食店や旅館・ホテル業界では、顧客の節約志向や同業者との価格競争から十分な価格転嫁が行えず、企業努力だけで吸収するのは厳しい状況と言える。「2024 年問題」に直面する運輸業界では、顧客の理解は進みつつあるものの、重層的な取引構造が価格交渉を難航させている。公定価格など制度上の制約が存在する業界では、コスト上昇分を価格に反映することが極めて難しく、事業の継続そのものが脅かされかねない深刻な状況にあると言える。

今後は企業が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。また、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。

日本経済全体の健全な成長には、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受け入れられる環境の醸成が不可欠であり、企業の持続的な成長やイノベーションへの投資を実現するためにも、価格転嫁の重要性はさらに増していくであろう。

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