

三重県内企業「価格転嫁に関する実態調査」（2025 年 2 月）

価格転嫁率、46.3%

5 割割れに後退も都道府県別で 2 番目に高い

～ 全く転嫁できない県内企業、1 割を下回る ～

昨今の物価高を背景にして企業収益の改善には価格転嫁をいかにスムーズに進められるかが喫緊の課題となっている。このような中、政府は適正な価格転嫁を促すため、発注者が不利な取引価格を一方的に決める行為を禁止することなどを盛り込んだ、「下請け法」の改正案を 2025 年 3 月 11 日の閣議で決定した。改正案では、企業が資本金を意図的に増減させて法の適用を逃れる行為を防ぐため従業員数の基準が追加され、公正取引委員会は新たな法の網で監視を強化することとなる。三重県では 2024 年 4 月、「適正な取引と価格転嫁を促進し地域経済の活性化に取り組む三重共同宣言」を発出し、県雇用経済部を中心に目下、価格転嫁の推進を行っている。

しかし、企業では原材料価格やエネルギー価格の高止まり、最低賃金の引き上げが続く状況下、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、国内消費の動向などを鑑みると慎重な姿勢を取らざるを得ない声も多い。

そこで、帝国データバンク四日市支店は、現在の価格転嫁に関する三重県内企業の現況をアンケート調査した。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。なお、価格転嫁に関する実態調査は前回 2024 年 7 月に実施し、今回で 5 回目。



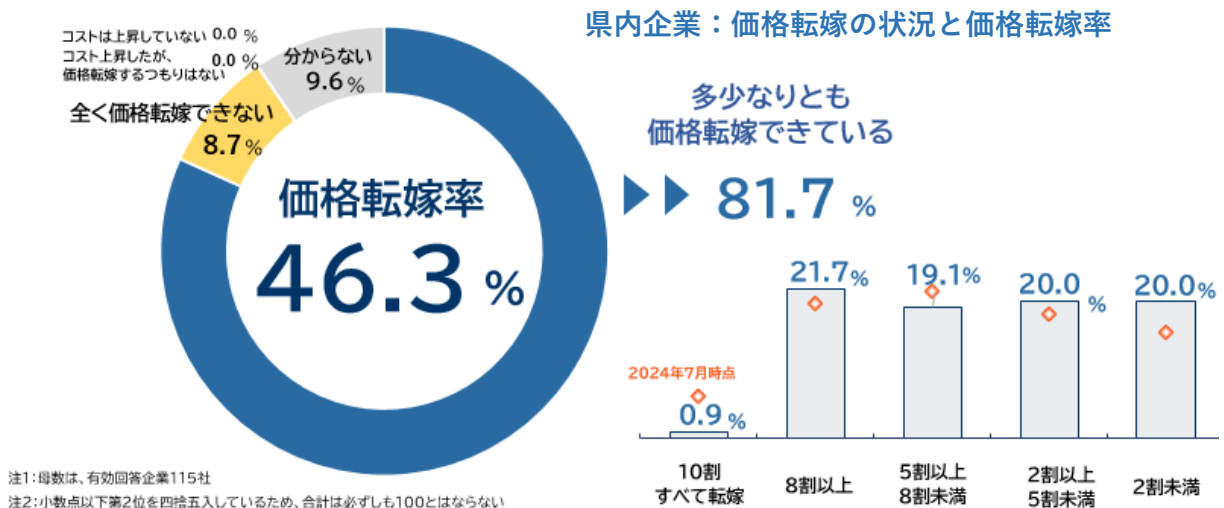
※ 調査期間は 2025 年 2 月 14 日～28 日、調査対象は三重県 325 社で、有効回答企業数は 115 社（回答率 35.4%）

調査結果（要旨）

- ・ 県内企業、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」割合は 81.7%で調査以来過去最高
- ・ 「価格転嫁率」は 46.3%で前回調査（2024 年 7 月）から 3.8 ポイント低下するも都道府県別では 2 番目に高い（前回調査の 4 番目から上昇）
- ・ 「全く価格転嫁できない」は 8.7%で 1 割を下回る
- ・ コスト項目別での価格転嫁率は「原材料」が 51.9%で最も高い。
- ・ 業界別の価格転嫁率は、「小売」（63.3%）や「卸売」（54.8%）が上位

1.「価格転嫁率」は 46.3%、前回調査を下回るも都道府県別では 2 番目に高い

県内企業に、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』企業は 81.7%と前回調査を 1.4 ポイント上回り過去最高となった。

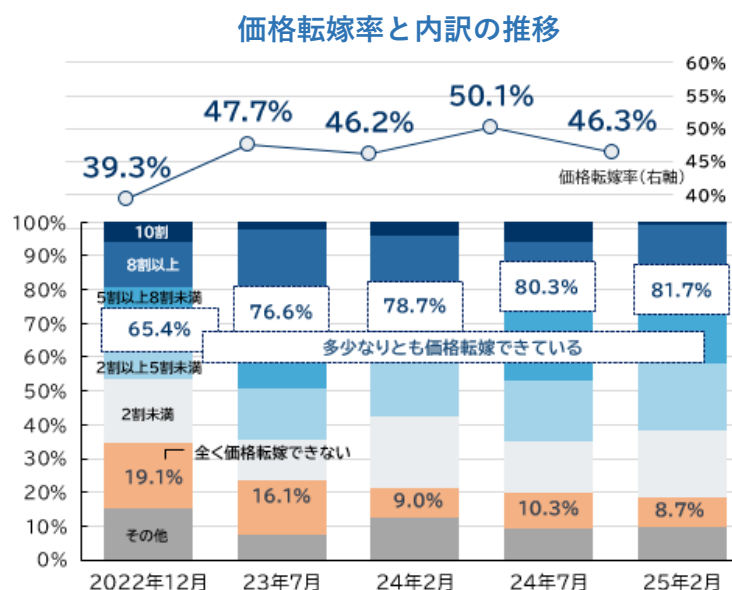


内訳は、「2 割未満」、「2 割以上 5 割未満」がともに 20.0%、「5 割以上 8 割未満」が 19.1%、「8 割以上」が 21.7%、「10 割すべて転嫁できている」企業は 0.9%だった。なお、全国統計は 77.0%で、三重県はこれを上回り各都道府県別でも 11 番目に高い結果であった(前回調査では 21 番目)。

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 46.3%となった。これはコストが 100 円上昇した場合に 46.3 円しか販売価格に反映できず、残りの 53.7 円を企業が負担していることを示す。

前回調査からは 3.8 ポイント低下して 5 割を下回ったが、全国の「価格転嫁率」は 40.6%で、三重県はこれを上回り、都道府県別では 2 番目に高い(前回調査は 4 番目) 結果であった。

一方、「全く価格転嫁できない」企業は 8.7%と前回調査(2024 年 7 月)から 1.6 ポイント減少し、1 割を下回った。なお、全国では 11.2%となり、三重県はこれを下回り都道府県別では 9 番目に低い。

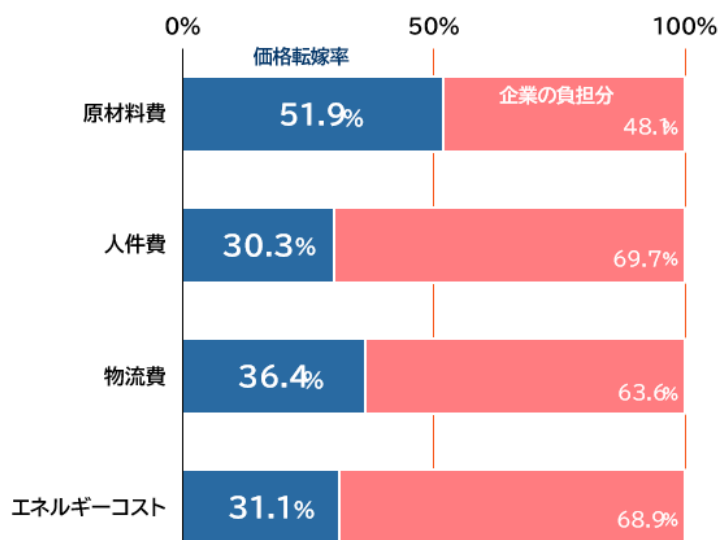


¹ 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したものから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からない」は除く)

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、原材料費に対する価格転嫁率は51.9%と最も高かった。一方、人件費は30.3%、物流費は36.4%、エネルギーコストは31.1%となり、県全体の平均(46.3%)を下回った。

価格転嫁の交渉時においては、原材料費とは異なり、人件費、物流費、エネルギーコストは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という声も聞かれ、「原材料費ほど販売先の理解が進まない」といった意見があった。

仕入項目別の価格転嫁率(2025年2月)



2. 規模別業界別の価格転嫁率の状況 小売や卸売が上位に

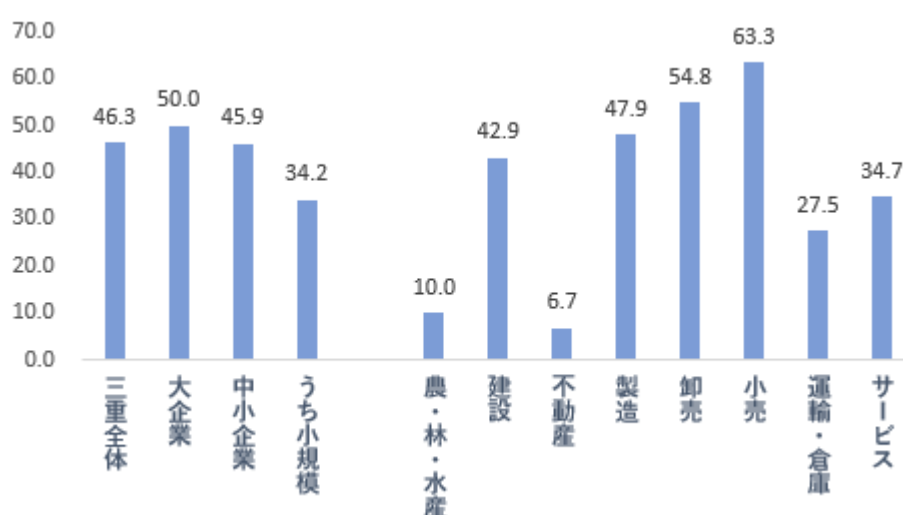
県内企業の価格転嫁率の状況

について、規模別では「大企業」が50.0%で最も高く、次いで「中小企業」が45.9%で続いた。ただ、「うち小規模企業」は34.2%にとどまり、規模によって転嫁率に差が生じている。

業界別では、「小売」(63.3%)が最も高く、次いで「卸売」(54.8%)、「製造」(47.9%)が続き、県全体の転嫁率を上回った。一

方、「不動産」(6.7%)、「農林水産」(10%)は低位にとどまったほか原油価格上昇の影響を受ける「運輸・倉庫」(27.5%)や労働集約型の業態が比較的多い「サービス」(34.7%)は4割を下回った。

県内規模別・業界別の価格転嫁率の動向 %



県内企業からのコメント

- 消費者に購買してもらえらる価格帯でなければ売上が減少してしまうため、全てを価格転嫁することは難しい
(食品製造／大企業)
- 競合他社との価格を意識することで、どうしても転嫁できない状況となっている
(スーパーマーケット／中小企業)
- 大手流通・最終製品メーカーの方針がフィードバックされる為、価格を上げにくい (糖類製造／中小企業)
- 入札や相見積りのため、こちらの希望する価格で仕事をいただけない。消費者が低価格を望む限り価格転嫁はできない
(建設／小規模企業)
- 値上げのタイミングを見て検討する。他社に切り替わる可能性も踏まえ慎重に対応していく
(金属卸／小規模企業)
- 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 (運送／中小企業)

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、8割を超える県内企業で多少なりとも価格転嫁ができていた。価格転嫁率は46.3%と前回調査から低下したが、全国都道府県別では2番目に高かった。項目別の転嫁率は、原材料費が5割を超えたが、一方、人件費や物流費、エネルギーコストはいずれも3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、転嫁が進みにくい現状がうかがえる。

他方、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ている。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く、実質賃金の現況も踏まえると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だろう。

このような現状を打開し、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が肝要である。更に政府には、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が求められる。

資料のお問い合わせ先

株式会社帝国データバンク 四日市支店

担当：服部 TEL 059-353-3411 FAX 059-353-4109

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。