

県内企業の価格転嫁率 43.7% 度重なる原価高騰で、 値上げが追いつかず

転嫁状況は一進一退、
今後の値上げはリスクもはらむ



本件照会先

古川 哲也(調査担当)
帝国データバンク
宇都宮支店
TEL: 028-636-0222(代表)
info.utsunomiya@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/09/16

栃木県・価格転嫁に関する実態調査(2025 年 7 月)

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

栃木県内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43.7%だった。前回から3.1ポイント上昇し、形の上では価格転嫁が進んでいるということになる。ただし、一般消費の不安定や、アメリカの関税政策など、様々なリスクをはらむなかで、どこまで折り合いがついているのかは疑問も多い。エネルギーコストや人件費など、価格交渉にそぐわない分野の上昇分に対する転嫁が進んでいないことに加え、エンドユーザーの負担感も限界に近く、今以上の値上げに対する抵抗感は、業種を問わず強い圧迫感として受け止められている。厳しい経済環境下にあって、取引相手がお互いにかげがえのない存在であることを認識し合い、寛容なスタンスに立つことが重要なかもしれない。

※株式会社帝国データバンクは、栃木県内企業397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:栃木県内企業397社、有効回答企業数は128社(回答率32.2%)

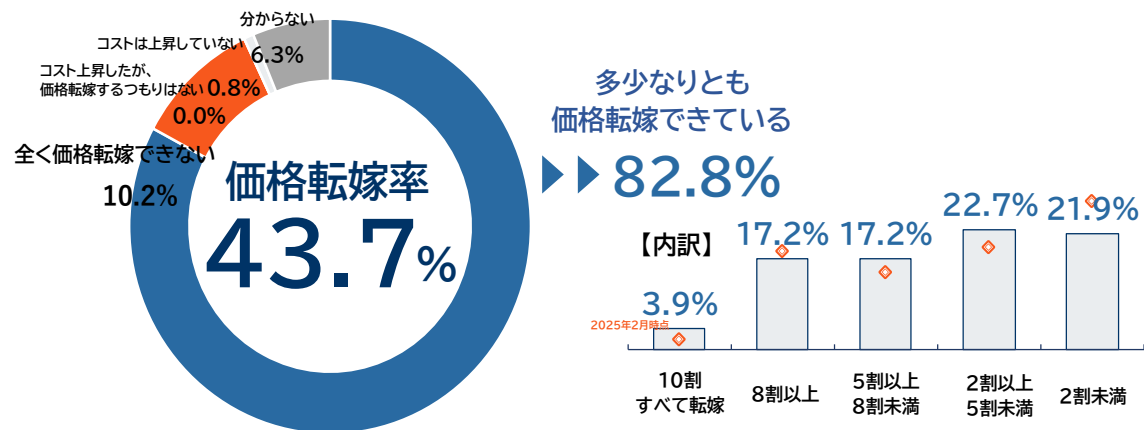
県内企業の価格転嫁率は 43.7%、前回比 3.1 ポイント上昇

栃木県内企業に対し、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 82.8%となり、前回調査(2025 年 2 月)から0.4ポイント低下した。内訳をみると、「2 割未満」が 21.9%(前回 28.2%)、「2 割以上 5 割未満」が 22.7%(同 19.5%)、「5 割以上 8 割未満」が 17.2%(同 14.8%)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 17.2%(同 18.8%)、「10 割すべて転嫁」できている企業は 3.9%(同 2.0%)だった。

しかし、価格転嫁の状況は一進一退とみられ、「全く価格転嫁できない」と回答した企業も 10.2%と前回調査とほとんど変わりはない。価格転嫁率が 5 割未満の企業を含めると、半数以上が思うような価格転嫁ができておらず、特に中小企業においては厳しい環境が続いていると言えよう。

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 43.7%となった。これはコストが 100 円上昇した場合に 43.7 円しか販売価格に反映できず、残りの 6 割弱を企業が負担していることを示している。全国平均が 39.4%であるから、4.3 ポイント上回っており、都道府県別順位では第 4 位に位置し、栃木県は価格転嫁に関しては先進県とみられるが、課題は多いようだ。

価格転嫁の状況と価格転嫁率



注1:母数は、有効回答企業128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尋ねたところ、原材料費に対する価格転嫁率は 53.0%(前回 48.6%)、人件費は 34.6%(同 31.5%)、物流費は 39.4%(同 34.0%)、エネルギーコストは 32.5%(同 29.7%)だった。

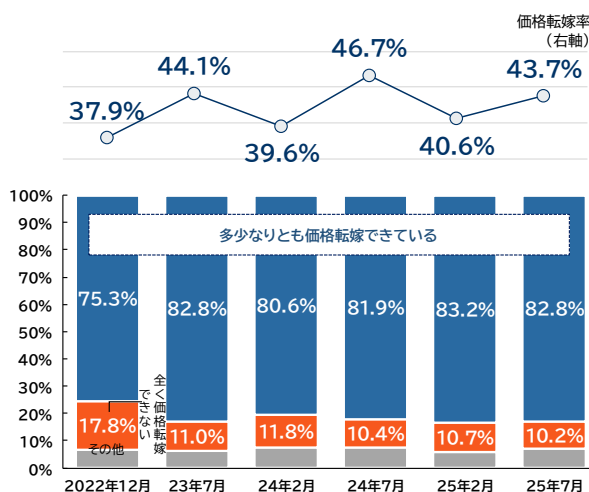
1 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したもののから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からない」は除く)

全ての項目で価格転嫁率は上昇しているものの、原材料費を除く3項目の価格転嫁率は、2割台～3割台にとどまり、原材料費以外の項目では、価格交渉においても説得できないケースが非常に多いことを意味している。

ここで、企業からの声を紹介する。「やはり値上げに伴う消費の減退は弊社としても非常に厳しい。できることは全て行い、値引きの縮小やサービス内容の見直しなどで極力受注の下降を抑える企業努力を行っている」(サービス)、「品目にもよるが、ある程度長期にわたって供給できるものの仕入ロットを上げて、価格変動のリスクを抑えたり、顧客の要望に対してはその都度見積もりを変更するなど、原価と売価の利幅変動を極力なくす施策を取り入れている」(卸売)、「値引き合戦がまた激しくなっている。消耗戦は何も生まない。業界全体で我慢をして、価格の維持に努めるよう話し合いたいとも考えている。結局受注ありきで走る業者は、その場限りの受注獲得を喜び、結局は利幅で泣くことになり、その会社は存続できない・・・という事例をたくさん見てきている。業界として矜持が必要だ」(卸売)、「エネルギーコストや人件費など、価格交渉で説明しても、気持ちは分かるがねぇ・・・で終わってしまい、理解して価格をのせてくれる元請は全くいない。この基本がサプライチェーン全体を網羅するので、価格転嫁には繋がらないとあきらめている」(運輸・倉庫)、「やはり、価格転嫁を個々の企業任せにしていれば、何も解決しない。ここは、国が関与して金額決定まで伴走するような制度設計が必要だと思います。中小零細企業ばかりにしわ寄せがいて、倒産・廃業する姿はこれ以上見たくない」(建設)などの声が寄せられた。ご意見はもつともで、価格転嫁があまり進んでいないことを認識しながらも、手をこまねいている国や行政の資質を問う声の大きい点を、改めて認識して頂きたいものだ。

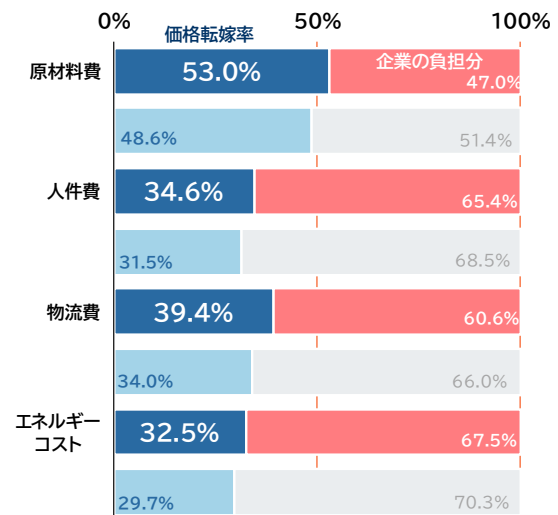
価格転嫁率の推移(全6回)と項目別の価格転嫁率

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)



業界別の価格転嫁率、「卸売」が 59.8%でトップ

栃木県内企業の価格転嫁率を業界別で見ると、「卸売」が 59.8%と 6 割近い転嫁率で比較的価格転嫁がしやすい業界とみられる。また、「小売」(47.5%)、「製造」(45.3%)などでも高い水準にあるようだ。しかし一方では、「運輸・倉庫」の 30.0%をはじめ、「サービス」(32.3%)などでは転嫁率は卸売の半分程度と、厳しい業界環境が窺える。「建設」も、39.4%と 3 割台にとどまり、業界間格差も鮮明なようだ。製造から流通の各業種では、『川上で価格が上がれば川下も自動的に上がる』といった構図が概ね信認されているようで、価格転嫁に関しては非常にわかりやすい構図と言えるだろう。問題は、運輸・倉庫やサービス、建設といった、元請下請の仕組みが確立されている業界では、個々の価格交渉が必要であり、多くの場合、元請業者が価格決定権を有しているといった仕組みが多いようだ。自ずと、転嫁率は低くなり、負担が重くなるという事情も明らかなようだ。こういった業界特性にもしっかりと目を向け、価格転嫁がなかなか進まない業界については新たなテコ入れも必要ではないだろうか。

一方で事業規模による価格転嫁率については、「大企業」(47.2%)、「中小企業」(43.2%)、「小規模企業」(43.0%)と、業界別ほどの大きな格差までは見られなかった。

価格転嫁(2025年7月)

(構成比%, カッコ内社数)											価格転嫁率 (%)
	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	
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
栃木	3.9 (5)	17.2 (22)	17.2 (22)	22.7 (29)	21.9 (28)	10.2 (13)	0.0 (0)	0.8 (1)	6.3 (8)	100.0 (128)	43.7
大企業	5.6 (1)	16.7 (3)	11.1 (2)	38.9 (7)	5.6 (1)	11.1 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	11.1 (2)	100.0 (18)	47.2
中小企業	3.6 (4)	17.3 (19)	18.2 (20)	20.0 (22)	24.5 (27)	10.0 (11)	0.0 (0)	0.9 (1)	5.5 (6)	100.0 (110)	43.2
うち小規模	9.3 (4)	16.3 (7)	14.0 (6)	16.3 (7)	23.3 (10)	16.3 (7)	0.0 (0)	2.3 (1)	2.3 (1)	100.0 (43)	43.0
農・林・水産	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)	35.0
金融	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)	100.0 (2)	0.0
建設	4.2 (1)	16.7 (4)	16.7 (4)	20.8 (5)	20.8 (5)	20.8 (5)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (24)	39.4
不動産	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	33.3 (1)	33.3 (1)	0.0 (0)	33.3 (1)	0.0 (0)	100.0 (3)	5.0
製造	0.0 (0)	20.0 (8)	20.0 (8)	35.0 (14)	20.0 (8)	5.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (40)	45.3
卸売	4.5 (1)	27.3 (6)	31.8 (7)	9.1 (2)	13.6 (3)	4.5 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	9.1 (2)	100.0 (22)	59.8
小売	15.4 (2)	23.1 (3)	0.0 (0)	15.4 (2)	23.1 (3)	15.4 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	7.7 (1)	100.0 (13)	47.5
運輸・倉庫	0.0 (0)	0.0 (0)	25.0 (1)	25.0 (1)	50.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (4)	30.0
サービス	5.6 (1)	5.6 (1)	11.1 (2)	16.7 (3)	33.3 (6)	11.1 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	16.7 (3)	100.0 (18)	32.3

注1: 網掛けは、栃木以上を表す
注2: 母数は、有効回答企業128社

まとめ～納得感のある価格転嫁推進のために～

栃木県内企業における「価格転嫁」の状況は、82.8%が『多少なりとも価格転嫁できている』と回答し、大半の企業が原価高・コスト高に対し、価格転嫁(値上げ)という手段を活用していることが確認できた。しかし、内容を見ると、全て転嫁できている企業はわずか 3.9%にとどまり、総体の価格転嫁率は 43.7%であった。年別の推移を見ても、一進一退の状況で、「受注の確保」と「利幅の安定」の間で、苦悩する企業の実情が見え隠れしている。

他方では、「エネルギーコスト」や「人件費」など、価格交渉の中で納得が得られない状況も続いており、価格上昇分は多くを各企業が利益を減らして負担するといった実態も鮮明だ。「発注側」と「受注側」という構図で見ると、圧倒的に「受注側」が価格決定のイニシアチブを取っていることも事実で、交渉力の弱い下請企業はいつまでたっても利幅が圧縮されたままということになっている。

物価高が叫ばれて久しい今日、相変わらず言われることは、「価格転嫁に応じてもらえない」で、何ら対策の効果が見えてこない。事態が構造的で個々の企業の力だけでは対応不能である実態を踏まえれば、国の関与こそ重要で、中小企業（下請企業）の保全策に責任を持つべきタイミングに達していると感じる。圧倒的な収益力の元請業者（サプライチェーンの頂点）に対して、収支バランスが死活問題にまで陥っている下請業者の構図を見れば、今手を差し伸べずしていつやるのか…とも感じる。一方では、消費者の意識にも注目しなければならない。可処分所得と物価のバランスばかりに目が行きがちだが、納得感のある値上げでないことが、不満や不安に繋がっていることもあるのだろう。価格設定に関する説明責任にも鋭い批判が集まる今日、全ての商取引の場面で納得感のある価格の提示も重要なのだろうと思う。いずれにしても、この分野の改善なくして、経済の再生は考えにくい。長引く不況、記録的な倒産件数の高止まりを改善させる起爆剤として、抜本的な価格転嫁政策の打ち出しを期待したいものだ。