

価格転嫁に関する長野県企業の実態調査（2025 年 2 月）

価格転嫁率 43.7%、 全国 7 番目の高水準ながら、1 年前より低下

～「多少なりとも価格転嫁できている」は全国 9 位の 82.0% ～

帝国データバンク長野支店が 1 月に調査を実施し、3 月に発表した「2025 年度の賃金動向に関する長野県企業の意識調査」によると、2024 年度に長野県企業の 81.2%が賃上げを実施し、調査開始以来最高を更新した。2025 年度は、最終的にこの実績をさらに上回ることが予想されている。総人件費も企業の 75.3%が増加を見込んでおり、4 年連続で 7 割超の企業が増加を予測している。金額ベースでも約 4.44%の上昇が見込まれており、2007 年 1 月の調査開始以降で最も高い上昇率である。一方で、高めた人件費を適正に商品・サービスへ転嫁することが難しいといった声もある。

加えて、長らく続く原材料価格やガソリン、電気代などのエネルギー価格の高騰は、収益を圧迫し続けており、2024 年の長野県における物価高倒産は 12 件発生。一部の価格転嫁だけでは包括できない状況も生まれている。

そこで、帝国データバンク長野支店は、現在の価格転嫁に関する長野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 月調査とともにに行った。



※ 調査期間は 2025 年 2 月 14 日～2 月 28 日。調査対象は長野県内の 594 社で、有効回答企業数は 266 社（回答率 44.8%）。全国の調査対象は 2 万 6815 社、有効回答企業数は 1 万 835 社（回答率 40.4%）。

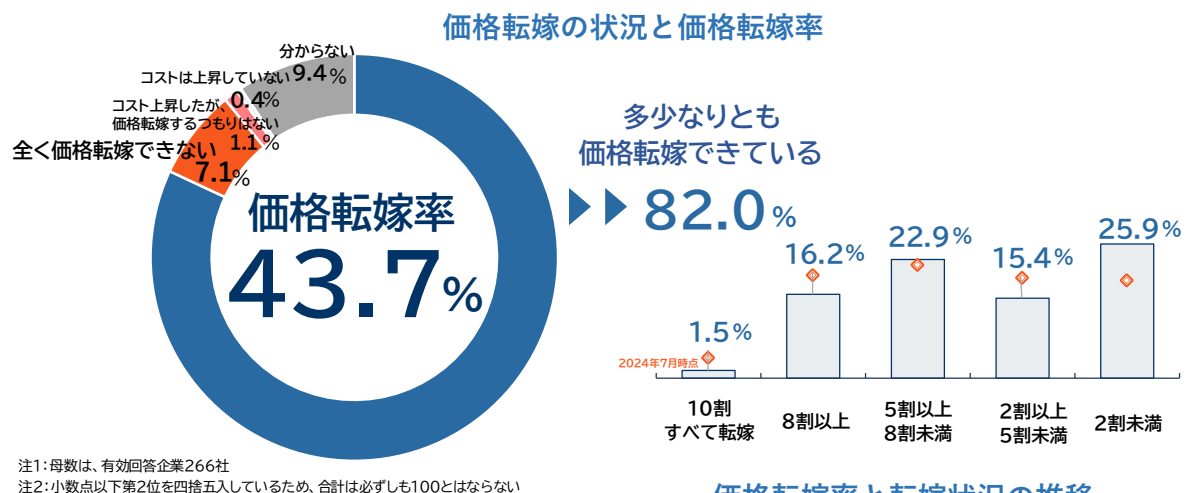
調査結果（要旨）

1. コスト 100 円上昇に対する売価への反映は 43.7 円。前回調査（2024 年 7 月）を 5.0 円、1 年前を 1.1 円下回る
2. 「卸売」の価格転嫁が進む一方、「小売」、「運輸・倉庫」が価格転嫁率 3 割台で低位にとどまる
3. 「原材料費」の価格転嫁が進む一方で、「人件費」、「物流費」、「エネルギーコスト」は低水準

1. コスト 100 円上昇に対する売価への反映は 43.7 円。前回調査を 5.0 円、1 年前を 1.1 円下回る

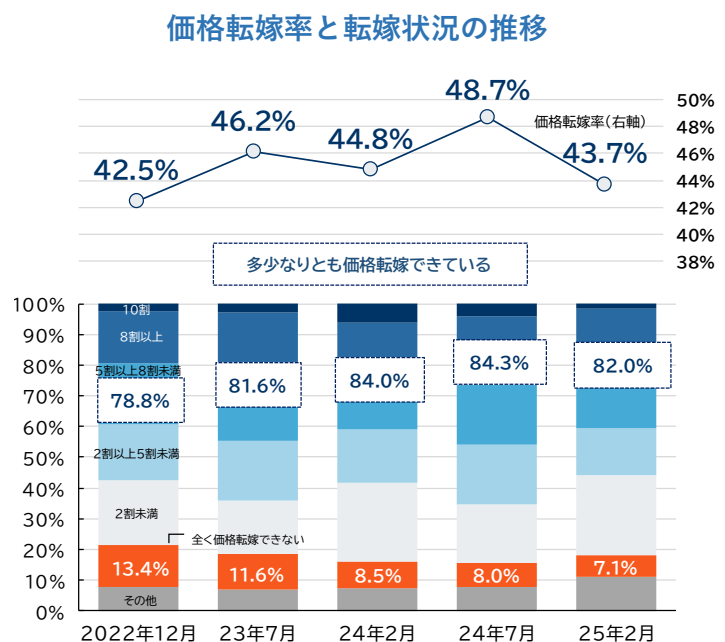
自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』企業は 82.0% となった。前回調査 (2024 年 7 月) より 2.3pt、1 年前より 2.0pt それぞれ低下した。なお、全国 (77.0%) を 5.0pt 上回り、都道府県別では 9 番目の高水準であった (前回調査では 4 番目)。その内訳をみると、「2 割未満」が 25.9%、「2 割以上 5 割未満」が 15.4%、「5 割以上 8 割未満」が 22.9%、「8 割以上」が 16.2%、「10 割すべて転嫁できている」企業は 1.5% だった。

他方、「全く価格転嫁できない」企業は前回調査から 0.9pt 低下したものの 7.1% あった。ただし、全国 (11.2%) を 4.1pt 下回り、長野県は全国よりも転嫁が進んでいる状況がうかがえた。



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 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 5 割以上を企業が負担していることを示している。全国 (40.6%) を 3.1pt 上回り、都道府県別では 7 番目の高水準であった (前回調査も 7 番目)。

2024 年 7 月の前回調査 (48.7%) から 5.0pt、1 年前 (44.8%) から 1.1pt それぞれ転嫁率が後退した。



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)

2. 「卸売」の価格転嫁が進む一方、「小売」、「運輸・倉庫」が 3 割台で低位にとどまる

価格転嫁率を規模別にみると、「中小企業」(44.0%) が最も転嫁率が高く、「小規模企業」(42.7%)、「大企業」(41.9%) と続いた(前回は「大企業」47.0%、「中小企業」48.9%、「小規模企業」52.4%)。

主要業種別にみると、「卸売」(60.2%) が最も高く 6 割を超えた。続いて「製造」(43.9%) が長野県全体を上回った。他方、「小売」が 30.0%、「運輸・倉庫」が 33.9%と 3 割台で低位となった。

規模・業種別価格転嫁の状況と価格転嫁率

	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	多少なりとも転嫁できている	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	価格転嫁率(%)
全国	3.5	13.1	18.6	17.2	24.7	77.0	11.2	1.8	1.1	8.8	40.6
長野	1.5	16.2	22.9	15.4	25.9	82.0	7.1	1.1	0.4	9.4	43.7
大企業	0.0	15.2	24.2	6.1	27.3	72.7	9.1	3.0	0.0	15.2	41.9
中小企業	1.7	16.3	22.7	16.7	25.8	83.3	6.9	0.9	0.4	8.6	44.0
うち小規模	3.3	17.4	15.2	17.4	27.2	80.4	7.6	1.1	1.1	9.8	42.7
建設	0.0	14.3	20.0	14.3	25.7	74.3	8.6	0.0	2.9	14.3	40.3
製造	1.9	16.5	21.4	19.4	30.1	89.3	2.9	0.0	0.0	7.8	43.9
卸売	0.0	26.1	37.0	15.2	8.7	87.0	2.2	4.3	0.0	6.5	60.2
小売	0.0	12.0	12.0	12.0	36.0	72.0	16.0	0.0	0.0	12.0	30.0
運輸・倉庫	0.0	0.0	44.4	11.1	11.1	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	33.9
サービス	3.1	15.6	18.8	6.3	37.5	81.3	6.3	3.1	0.0	9.4	40.4

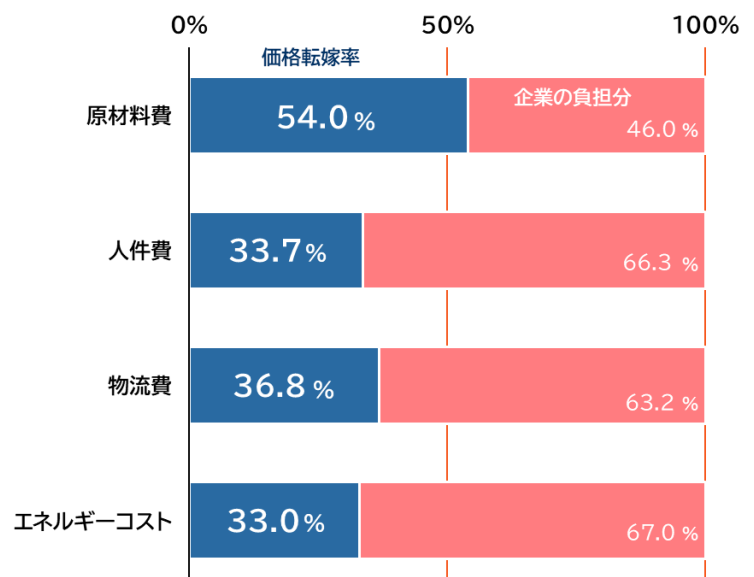
注1: 網掛けは、「長野」以上を表す

注2: 母数は、有効回答企業266社

3. 「原材料費」の価格転嫁が進む一方で、「人件費」、「物流費」、「エネルギーコスト」は低水準

価格転嫁率を、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」の項目別にみると、「原材料費」に対する価格転嫁率は 54.0%、「人件費」は 33.7%、「物流費」は 36.8%、「エネルギーコスト」は 33.0%だった。原材料費が高騰していることに対する理解は得られやすい一方で、急激に変化するエネルギーコストや、人件費、物流費など具体的に数値化することが難しい費用は理解が進みづらいものとみられる。

項目別の価格転嫁率 (2025 年 2 月)



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割以上の長野県企業が多少なりとも価格転嫁できていることが分かった。しかし、価格転嫁率は43.7%と前回から2.3pt低下し、コストアップに対する企業負担は6割近くにのぼった。項目別の転嫁率は、原材料費が5割を上回っていることに対し、人件費や物流費、エネルギーコストは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、転嫁が進みにくい状況がうかがえる。

さらに、「**実質賃金の上昇が弱く、値上げが買い控えに直結してしまうため、十分な価格転嫁が出来ない**」(ソース製造)という声にあるように、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。

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り、2025年1月も月次ベースで3カ月ぶりにマイナス²に転じている。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いている。実質賃金の低下が続く限り、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。

また、「**仕入れ価格の方は先行するが、価格転嫁には時間が掛かり、満額の転嫁は難しい**」(医療用計測器製造)、「**人件費高騰などによる交渉時、都度競合先と相見積もりを取ると言われ、それから価格転嫁のお願いができなくなった。実際転注された**」(工業用プラスチック製品製造)という厳しい現状を訴える回答もみられた。

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。

「**競合との兼ね合いがあり、すべてを転嫁することは厳しい**」(野菜卸売)とのコメントもあるように、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も肝要と言えよう。さらに政府には、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も求められる。

² 厚生労働省「毎月勤労統計調査・2025年1月速報」(2025年3月10日公表)

調査先企業の属性

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(小規模企業を含む)	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300人以下」	「従業員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5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員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100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員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

株式会社帝国データバンク 長野支店

担当: 中澤 敏哉

TEL026-232-1288 FAX026-232-5383

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。