

価格転嫁に関する実態調査（千葉県・2025 年 2 月）

価格転嫁率は 40.3%へ低下

～ 転嫁率「2 割未満」の割合が大幅上昇～

はじめに

原材料価格やエネルギー価格の高止まり、賃金の引き上げに伴う人件費負担の増加など、企業を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。しかし、激しい価格競争の中ではコストの増加に対する十分な価格転嫁が困難であり、得意先との取引関係維持に配慮して慎重な姿勢を取らざるを得ないという声も多い。

帝国データバンクは、現在の価格転嫁に関する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。

※ 調査対象は全国 2 万 6815 社、千葉県 752 社で、有効回答企業数は全国 1 万 835 社（回答率 40.4%）、千葉県 290 社（同 38.6%）。

※ 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。

調査結果（要旨）

1. 自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を『多少なりとも価格転嫁できている』県内企業は 77.6%（全国 77.0%）で、前回調査（2024 年 7 月）から 2.0 ポイント低下した。「価格転嫁率」は 40.3%となり、前回調査から 7.3 ポイント低下。原材料費に対する価格転嫁率は 48.6%だったが、人件費、物流費、エネルギーコストは 3 割程度にとどまった
2. 『多少なりとも価格転嫁できている』の比率は、企業規模別では、「大企業」が 70.7%だったのに対し、「中小企業」は 78.7%となり、「大企業」を 8.0 ポイント上回った。業種別では、「製造」（92.6%）、「卸売」（87.7%）、「小売」（82.1%）の 3 業界で千葉全体を上回った

1. 価格転嫁の状況 ～価格転嫁率は40.3%へダウン

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』県内企業は77.6%（全国77.0%）と、前回調査（2024年7月、79.6%）から2.0ポイント低下した。2022年12月の調査開始以来、前回調査までは構成比が上昇傾向にあったが、2025年2月は初めて低下した。

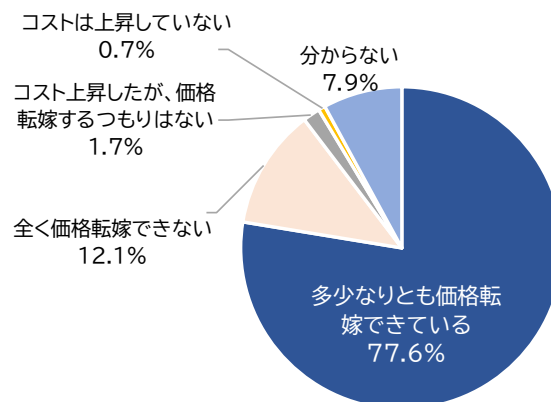
内訳をみると、「2割未満」が26.9%で最も高く、前回調査（16.0%）から10.9ポイント増加、大幅に上昇した。次いで「5割以上8割未満」が16.9%、「2割以上5割未満」が15.2%、「8割以上10割未満」が14.8%、「10割（すべて転嫁できている）」が3.8%と続き、いずれも前回調査から低下した。

他方、「全く価格転嫁できない」企業は12.1%（全国11.2%）となり、前回調査（2024年7月）から0.7ポイント上昇した。

また、コストの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40.3%となり、前回調査（47.6%）から7.3ポイント低下した。これは、価格転嫁が「2割未満」とする企業が増加したことが理由で、コストが100円上昇した場合40.3円しか販売価格に反映できず、残りの6割近くを企業が負担することを示している。

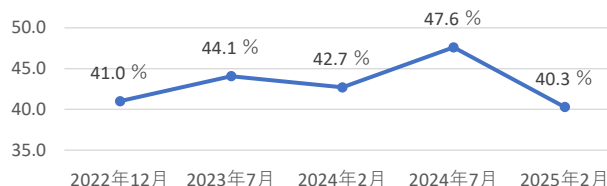
さらに、自社の主な商品・サービスにおいて、代表的なコストとなる原材料費、人件費、物流費、エネルギーコストを項目別にそれぞれどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、原材料費に対する価格転嫁率は48.6%、人件費は31.4%、物流費は33.9%、エネルギーコストは29.7%だった。

価格転嫁の状況

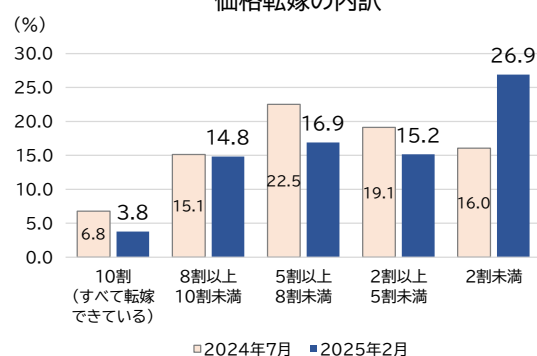


注：母数は、有効回答企業290社

価格転嫁率の推移



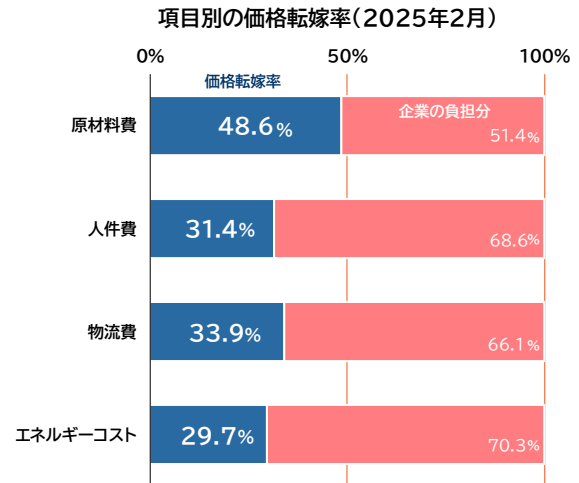
価格転嫁の内訳



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、「コストは上昇したが、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）

原材料費に対しては5割近くまで転嫁が進んでいる一方で、物価高や人手不足に伴い、給与などの人件費を引き上げざるを得ない状況になっていたり、ガソリン補助金の縮小などで物流費が増えていたりしているが、人件費や物流費に対する転嫁率は3割程度にとどまっている。また、エネルギーコストの転嫁率は29.7%で、本調査で把握した4項目の中では最も低かった。

加えて、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、販売先へ明確に説明するのが難しいことが挙げられ、「原材料費ほど販売先の理解が進まない」といった声も多数聞かれた。



2. 企業規模別・業界別の価格転嫁の状況

企業規模別にみると、『多少なりとも価格転嫁できている』の比率が「大企業」では70.7%（前回調査72.5%）だったが、「中小企業」では78.7%（同80.6%）に達し、「大企業」を8.0ポイント上回った。

また、価格転嫁率は「大企業」が33.5%（前回調査46.1%）に対し、「中小企業」は41.3%（同47.8%）で、「大企業」を7.8ポイント上回った。

業界別でみると、『多少なりとも転嫁できている』の比率は、「製造」（92.6%）、「卸売」（87.7%）、「小売」（82.1%）の3業界が高く、千葉全体（77.6%）を上回った。

価格転嫁の状況と価格転嫁率

（構成比%、カッコ内社数）

	多少なりとも 価格転嫁でき 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	分らない	合計	価格転嫁率 (%)
全国	77.0 (8,347)	11.2 (1,218)	1.8 (190)	1.1 (123)	8.8 (957)	100.0 (10,835)	40.6
千葉	77.6 (225)	12.1 (35)	1.7 (5)	0.7 (2)	7.9 (23)	100.0 (290)	40.3
大企業	70.7 (29)	12.2 (5)	2.4 (1)	0.0 (0)	14.6 (6)	100.0 (41)	33.5
中小企業	78.7 (196)	12.0 (30)	1.6 (4)	0.8 (2)	6.8 (17)	100.0 (249)	41.3
建設	70.7 (41)	13.8 (8)	0.0 (0)	1.7 (1)	13.8 (8)	100.0 (58)	37.8
不動産	40.0 (4)	40.0 (4)	10.0 (1)	0.0 (0)	10.0 (1)	100.0 (10)	34.4
製造	92.6 (50)	1.9 (1)	0.0 (0)	1.9 (1)	3.7 (2)	100.0 (54)	49.9
卸売	87.7 (50)	8.8 (5)	0.0 (0)	0.0 (0)	3.5 (2)	100.0 (57)	52.5
小売	82.1 (23)	14.3 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)	3.6 (1)	100.0 (28)	28.3
運輸・倉庫	76.9 (10)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	23.1 (3)	100.0 (13)	36.5
サービス	69.4 (43)	17.7 (11)	6.5 (4)	0.0 (0)	6.5 (4)	100.0 (62)	30.3

注1：網掛けは、「千葉」以上を表す

注2：母数は、全国が有効回答企業1万835社、千葉が290社

価格転嫁率をみると、「卸売」が52.5%で最も高く、次いで「製造」（49.9%）、「建設」（37.8%）、「運輸・倉庫」（36.5%）などと続いた。

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、77.6%の県内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が、価格転嫁率は40.3%と前回から7.3ポイントダウンした。項目別の転嫁率は、原材料費が5割近くである一方、人件費や物流費、エネルギーコストは3割程度にとどまった。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、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にある。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。

価格転嫁を進めるには、企業努力だけでは限界がある。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で消費者の購買力を向上させ、好循環が生まれやすい環境をつくる必要があろう。また、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。

株式会社帝国データバンク 千葉支店 支店長 湯田 国彦

【内容に関する問い合わせ先】 担当: 竹内 基

TEL 043-221-0404 FAX 043-227-5205

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。