

群馬県企業 価格転嫁率は 38.0% 全国平均を 4.1 ポイント下回る 全国順位は 38 位に低迷

「全く価格転嫁できない」が 1 割

群馬県・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 2 月)



本件照会先

清水潤(支店長)
横井幸一郎(情報担当)
帝国データバンク 群馬支店
TEL:027-386-4041

発表日

2026/05/18

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

群馬県内企業がコスト上昇を販売価格にどの程度上乗せできたかを示す価格転嫁率は 38.0% となった。前回調査と比較すると 1.0 ポイント上昇したものの、全国平均(42.1%)を下回り、47 都道府県の中で 38 位と低位にある。コスト上昇分を企業単独で価格転嫁することには限界が感じられ、取引慣行の見直しや交渉支援、消費者理解の促進が不可欠となっている。

※株式会社帝国データバンク群馬支店は、「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 7 月に実施し、今回で 7 回目
調査期間:2026 年 2 月 13 日~2 月 28 日(インターネット調査)
調査対象:群馬県内企業 423 社、有効回答企業数は 151 社(回答率 35.7%)

価格転嫁率は 38.0%、全国平均(42.1%)を下回り、47 都道府県で 38 位に低迷

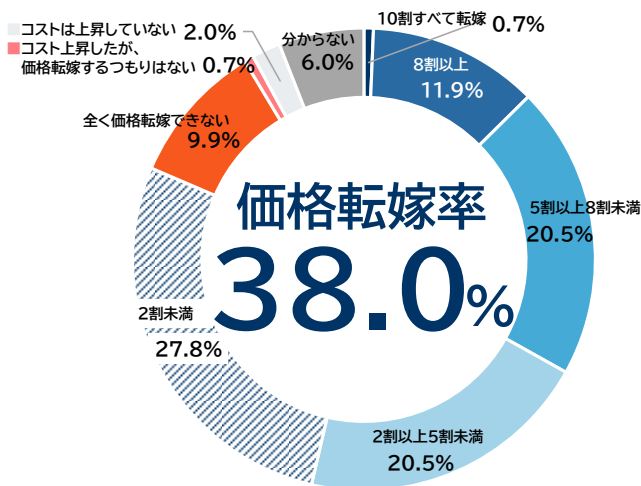
群馬県内企業に自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した企業は81.5%となり、前回調査(2025年7月)から0.8ポイント上昇した。内訳をみると、「2割未満」が27.8%(前回28.0%)、「2割以上5割未満」が20.5%(同22.4%)、「5割以上8割未満」が20.5%(同18.0%)と部分的な転嫁にとどまる企業が大部分を占めている。一方で、「8割以上」転嫁できている企業は11.9%(同9.9%)、「10割すべて転嫁」できている企業は0.7%(同2.5%)だった。

「全く価格転嫁できない」と回答した企業は前回調査より0.7ポイント減少したものの、9.9%と依然として1割近く存在している。群馬県企業からは「販売先に対して価格交渉できる環境にない。販売価格を上げると他社に受注を奪われる」(製造)、「価格転嫁を実施すると、物価高が続くなかで生活防衛のため支出を抑制されてしまう」(サービス)などの声が聞かれた。

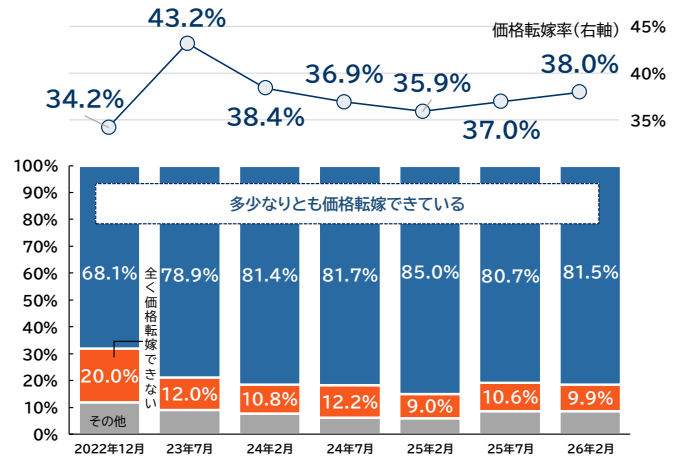
また、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁度合いを示す「価格転嫁率¹」は38.0%だった。これはコストが100円上昇した場合に38.0円しか販売価格に反映できず、残りの約6割を企業が負担していることを示している。前回調査(価格転嫁率37.0%)と比較すると1.0ポイント上昇したものの、全国平均(42.1%)を下回り、47都道府県の中で38位と低位にある。

価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移

価格転嫁の状況



価格転嫁率と転嫁状況の推移



注1:母数は、有効回答企業151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

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)

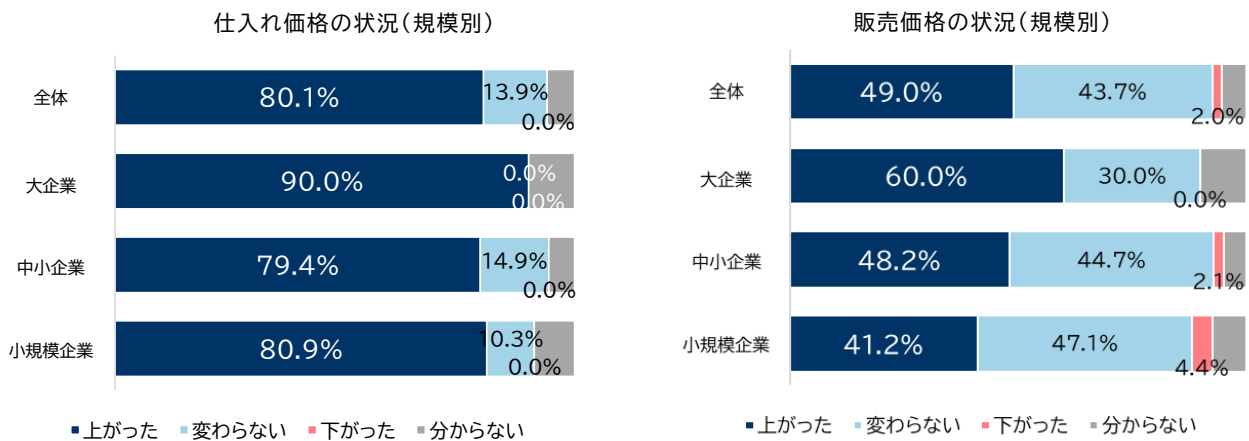
販売価格の状況、小規模企業が低調

直近 6 カ月における自社の主な商品・サービスに関する仕入れ価格の状況について尋ねたところ、「上がった」と回答した企業は 80.1%と 8 割を超えた。同様に販売価格の状況を尋ねたところ、「上がった」と回答した企業は 49.0%と 5 割を下回り、「変わらない」は 43.7%だった。

群馬県内企業からは「販売先によって対応の差が大きく、いまだにコストダウンを要求されることもある」（製造）といった声が聞かれた。仕入れ価格が上がったとする企業の割合は、販売価格が上がったとする企業の割合を 30 ポイント以上上回っており、価格転嫁の難しさがうかがえる。

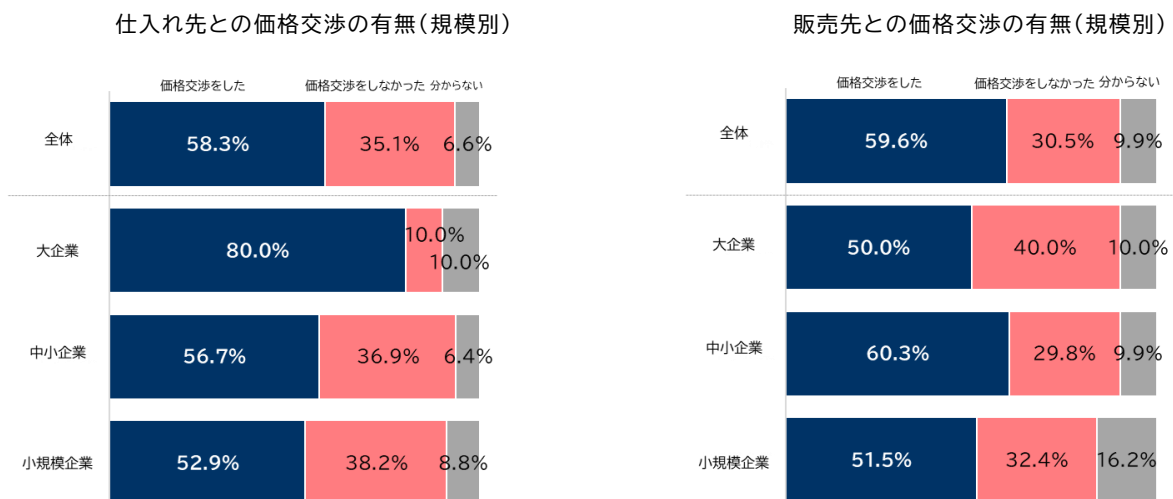
規模別にみると、大企業は、仕入れ価格、販売価格ともに「上がった」割合が高く、それぞれ中小企業を 10 ポイント以上上回っている。小規模企業は、販売価格が「上がった」割合が、大企業を 20 ポイント近く下回り、「下がった」とする企業（4.4%）もあった。

仕入れ価格と販売価格の状況



価格交渉の状況について尋ねたところ、仕入れ先と「価格交渉をした」企業は 58.3%、販売先と「価格交渉をした」企業は 59.6%となった。規模別にみると、仕入れ先と価格交渉をした企業は、大企業が中小企業を 20 ポイント以上上回った。

仕入れ先と販売先との価格交渉の有無



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、「多少なりとも価格転嫁できている」とした企業は81.5%となり、前回調査(2025年7月)からやや回復した。一方で、1割の企業が「全く価格転嫁できない」としている。価格転嫁率は前回調査から上昇したものの、全国平均を下回り、47都道府県の中で38位と低位にある。

価格転嫁が進まない背景には、消費者の節約志向や度重なる値上げへの抵抗感の強まりがある。「値上げは顧客離れにつながる」と懸念する企業の声もあり、収益性悪化との板挟みになっている。医療分野をはじめとする価格決定権が乏しい業種では、容易に価格を変更できず、コスト増を自社で吸収せざるを得ないケースも少なくない。一方で、価格上昇に対する理解の浸透、代替が利きにくい商品・サービスの保有、強いブランド力などを背景に価格受容性が確保される企業では価格転嫁が円滑に進んでいる。

販売価格の状況を規模別にみると、小規模企業は「上がった」とする割合が低位にとどまっている。価格転嫁が十分に進まない状況を踏まえると、企業単独の努力だけでは限界が感じられる。価格転嫁を前向きに進めるためには、適正な価格交渉を促す取引慣行の見直しや、小規模企業の交渉力を支援する仕組みを強化する必要がある。中小受託取引適正化法(取適法)などの運用強化やガイドライン整備、相談体制の充実を通じて適正な価格交渉ができるよう、中東情勢の影響も注視しつつ、国をあげた取り組みが重要となる。また、企業自身も付加価値向上や生産性改善を進め、適正な価格形成につなげることが求められる。

<群馬県内企業からのコメント>

- 得意先に対し断続的に価格改定の要請を行っているものの、依然として承認を得られない(製造)
- 仕入価格の高騰については一定程度の価格転嫁が進んでいるものの、人件費などについては依然として転嫁ができていない(卸売)
- 材料費については一定程度の価格転嫁が進んでいるものの、人件費(加工費)については転嫁が難航している(製造)
- 断続的に続くコスト上昇に対し、価格転嫁が容認されるまでのサイクルが遅い。企業間取引では価格改定が年1回程度にとどまるケースが多い(小売)
- 値上げ申請には根拠資料の作成が必要となるが、日々の業務に追われ、十分な準備ができていない。仮に資料を整えて値上げ交渉を行っても、その後も物価上昇が続くため、再度の是正が必要となるケースが多い。加えて、小ロット・多品種加工で取扱点数が多く、個別対応には限界がある。現状では実務的な負担が大きい(製造)
- 販売先に対して価格交渉できる環境にない。販売価格を上げると他社に受注を奪われる(製造)
- 価格転嫁を実施すると、物価高が続くなかで生活防衛のため支出を抑制されてしまう(サービス)
- 相見積もりによる価格競争が常態化し、価格を引き上げることが難しい。加えて、大手取引先においては、受注件数が減少しているにもかかわらず、単価の引き上げには応じてもらえない(製造)
- 価格転嫁が十分に進まない。業界全体の景況感が芳しくなく、価格を引き上げ過ぎると需要が減少するリスクがある。また、競合事業者が多く、適正な価格設定が難しいことも一因(卸売)

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