

JOYO BANK NEWS LETTER

2025 年 10 月 10 日

茨城県内の「価格転嫁」の状況について

常陽銀行（頭取 秋野 哲也）は、茨城県からの委託を受け、子会社である常陽産業研究所（代表取締役社長 大森 範久）と連携し、茨城県内企業の適切な価格転嫁を伴走支援しております。

このたび、茨城県価格転嫁促進事業の一環として、常陽銀行と常陽産業研究所は連携して県内企業の価格転嫁の状況を調査しましたので、その結果をお知らせいたします。

当行およびめぶきフィナンシャルグループは、「地域とともにあゆむ価値創造グループ」を長期ビジョンに掲げ、総合金融サービスや各種調査研究の提供を通じ、地域の課題解決を図り、持続可能な地域社会の実現と企業価値の向上に努めてまいります。

記

1. 調査結果

今回の調査対象企業では、90.4%の企業で価格転嫁は進められている結果となりました。他方で、原価・コスト上昇を完全に価格転嫁できている企業はそのうち 24.5%であり、65.9%の企業は一部の価格転嫁にとどまっている状況です。価格転嫁を進めきれず一部にとどまる理由としては、「取引先との関係性や取引振りの変化」を懸念する声が最も多く、54.9%に上りました。一方で、価格転嫁を行った結果、「取引振り（数量）に変化はなかった」、あるいは「増加した」と答えた企業は全体の 85.2%に上っており、価格転嫁による取引ぶりへの負の影響は限定的と言えます。

今後、さらにコストが上昇した場合に「価格転嫁の交渉を行う」と答えた企業は 94.2%、自社が価格交渉を受けた場合に応じる（条件付きを含む）と答えた企業は 96.5%に上っており、価格転嫁は企業活動の一つとして広く受け容れられているものと考えられます。

なお、詳細な調査結果は別紙をご参照ください。

2. 調査の特徴

本調査は、常陽産業研究所が茨城県より受託している「令和7年度茨城県価格転嫁促進事業」において、常陽銀行が常陽産業研究所と連携して2025年6月から7月にかけて調査を行ったものです。

茨城県内に本社等を置く年商2億円以上の企業（運輸業、卸売業、小売業、建設業、製造業、情報通信業、鉱業、農林水産業など）約3,000社を対象とし、有効回答数は2,370件でした。

《参考》

「価格転嫁に関する相談窓口」のご案内

価格転嫁に悩む企業に対する支援として、常陽産業研究所では「価格転嫁に関する相談窓口」を設置し、県内企業からの相談を受け付けるとともに、専門家の派遣などを通じて支援を行っています。

【価格転嫁に関する相談窓口 概要】

名 称	茨城県価格転嫁相談窓口
所 在 地	茨城県水戸市三の丸1丁目5番18号（株式会社常陽産業研究所内）
開 設 期 間	2025年5月1日（木）～2026年3月31日（火）
相談対応日時	月曜日～金曜日 午前9時から午後5時まで （国民の祝日に関する法律で定める休日および12月29日から翌年の1月3日までの日を除く）
業 務 内 容	・ 価格転嫁に関する企業等からの相談の受付および相談に対する助言等の実施 （希望する企業には中小企業診断士を無料で派遣いたします） ・ 企業等からの相談内容および対応についての記録の作成および県への報告
相談受付方法	窓口面談、電話、WEB フォーム
連 絡 先	電話：029-233-6737 WEB フォーム： https://www16.webcas.net/form/pub/joyo_jir/ibaraki-kakakutenka

【株式会社常陽産業研究所 概要】

所 在 地	茨城県水戸市三の丸1丁目5番18号（常陽郷土会館4階）
代 表 者	代表取締役社長 大森 範久
事 業 内 容	・ 企業、地方公共団体などへのコンサルティング業務 ・ 研修・人材育成支援、調査研究の受託、経営情報の提供
ホームページ	https://www.jir-web.co.jp/

以 上

価格転嫁調査結果



常陽銀行



常陽産業研究所

Jojo Group



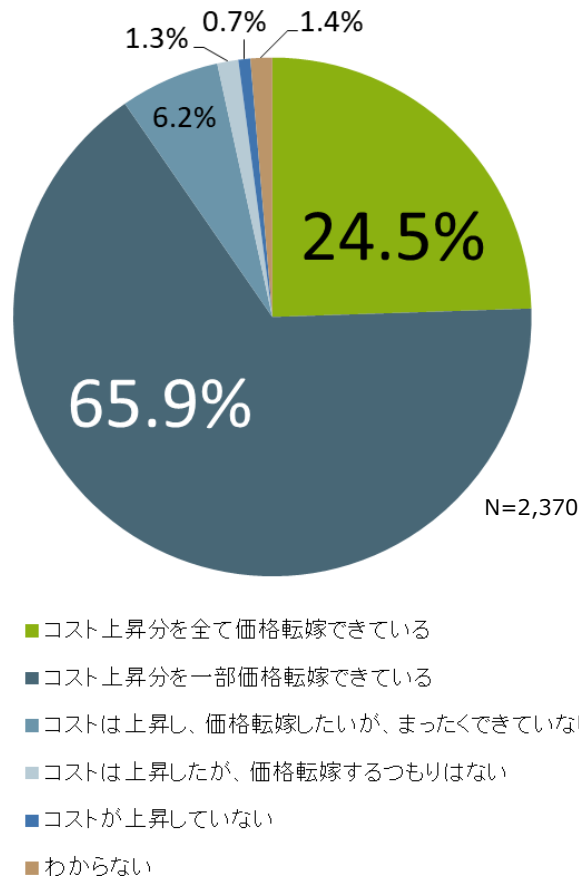
茨城県

要約

- ✓ **約9割の企業で価格転嫁を進めている**一方で、価格転嫁の割合が「一部」にとどまる企業は6割に達する
- ✓ 価格転嫁をとどめる理由は「取引への影響を懸念して」が最大であるが、**実際に価格転嫁した結果、取引数量や決済条件等の「取引振りが悪化した」と答えた企業はごく少数**
- ✓ 今後、**価格転嫁を「行っていく」、価格転嫁を「受け入れる」とする回答は9割**にのぼり、価格転嫁は通常の企業活動として認識されていると言える
- ✓ 価格転嫁を行った場合、通常は資金繰りにプラスに働くはずである。
余裕ができた資金繰りの中で、**資金を投下したい活動は「従業員の待遇改善（賃上げ、福利厚生）」が最も関心が高く、次いで「新たな人材の雇用」、「設備投資」と続く**。設備投資以上に「人材確保」に向けられる企業の関心は高い

- ✓ 今回の調査では2,370件の有効回答を得られました
- ✓ その結果、**約9割の企業で価格転嫁を進めている**ことがわかりました
- ✓ 一方で、価格転嫁の割合が「一部」にとどまる企業は6割強に上ります

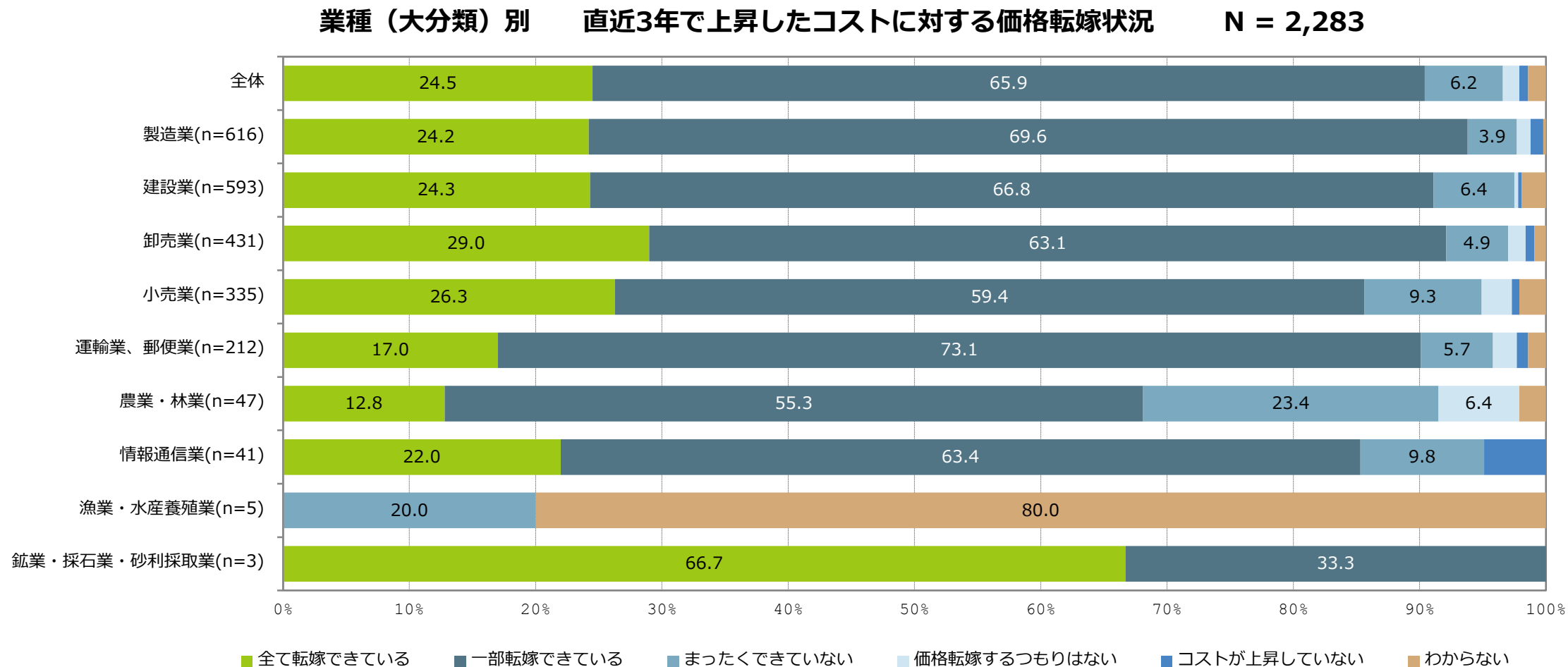
直近3年で上昇したコストを価格転嫁できているか



業種分類と業種ごとの回答数

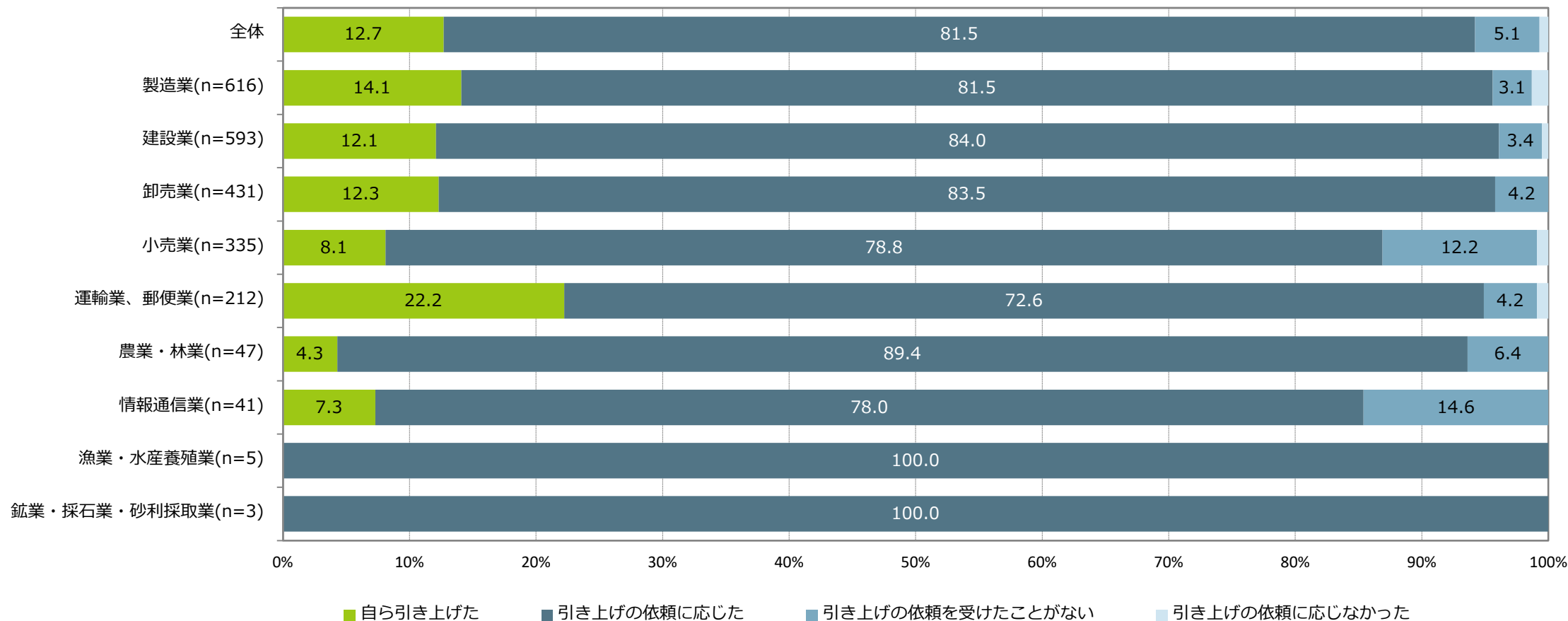
業種(大分類)	合計	割合
全体	2,283	100.0%
製造業	616	27.0%
建設業	593	26.0%
卸売業	431	18.9%
小売業	335	14.7%
運輸業、郵便業	212	9.3%
農業・林業	47	2.1%
情報通信業	41	1.8%
漁業・水産養殖業	5	0.2%
鉱業・採石業・砂利採取業	3	0.1%

- ✓ 総有効回答数2,370件のうち、業種分類が可能な回答2,283件を分析した結果です
(残る87社は、匿名回答等の理由により分析からは除外)
- ✓ 全体では9割の企業が価格転嫁を進めていますが、「全て転嫁できている」企業は24%にとどまります

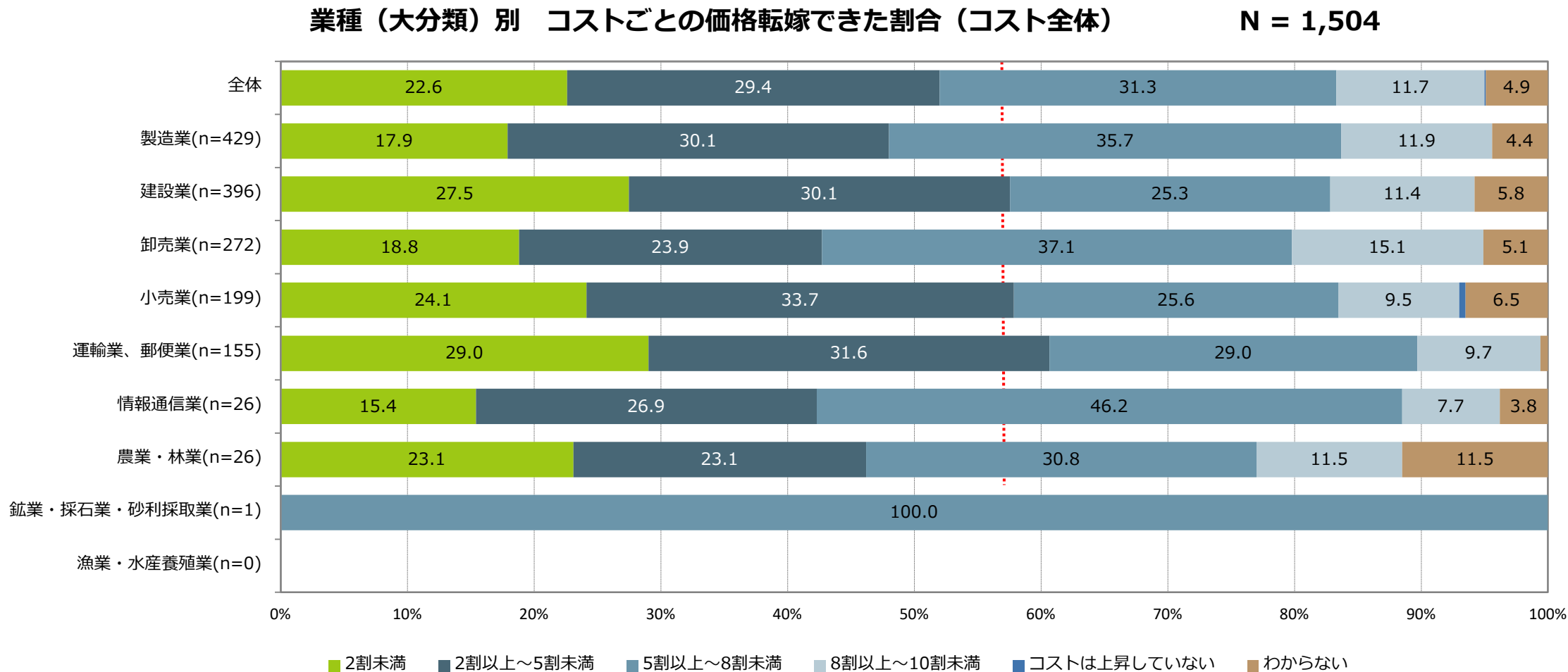


- ✓ ほぼ全ての業種で、取引の相手方から申し入れ（値上げの交渉）を受けて「価格転嫁」が進んでいる状況です
- ✓ 運輸・通信業は、自社から相手方に引き上げを通知している割合が他業種に比べ高くなっています

業種（大分類）別 価格転嫁を受けたきっかけ N = 2,283



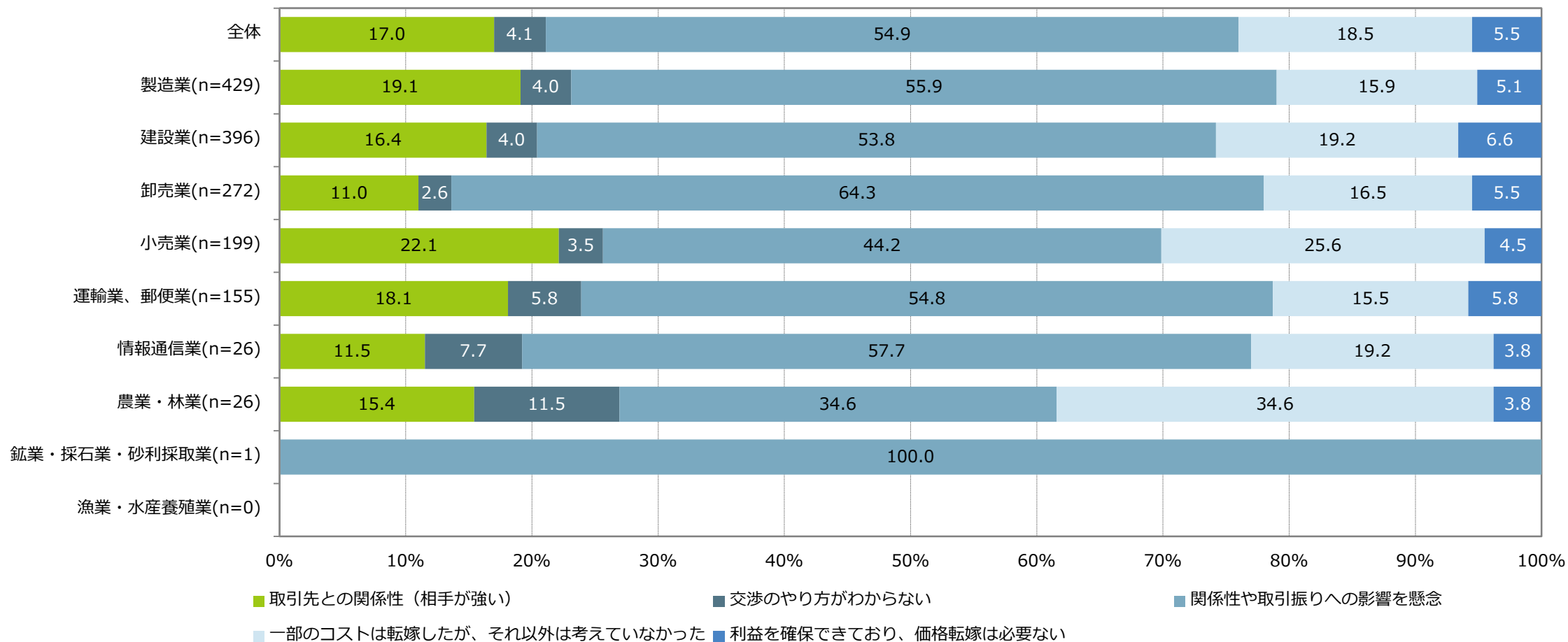
- ✓ 「価格転嫁が一部できている」と回答した企業群1,504社に、製造コスト（原材料費、労務費、物流費、光熱費）をどの程度価格転嫁できているかを伺いました
- ✓ 転嫁率 5 割未満で見た場合、全体平均を下回る業種は 製造業、卸売業、情報通信業、農林業となります



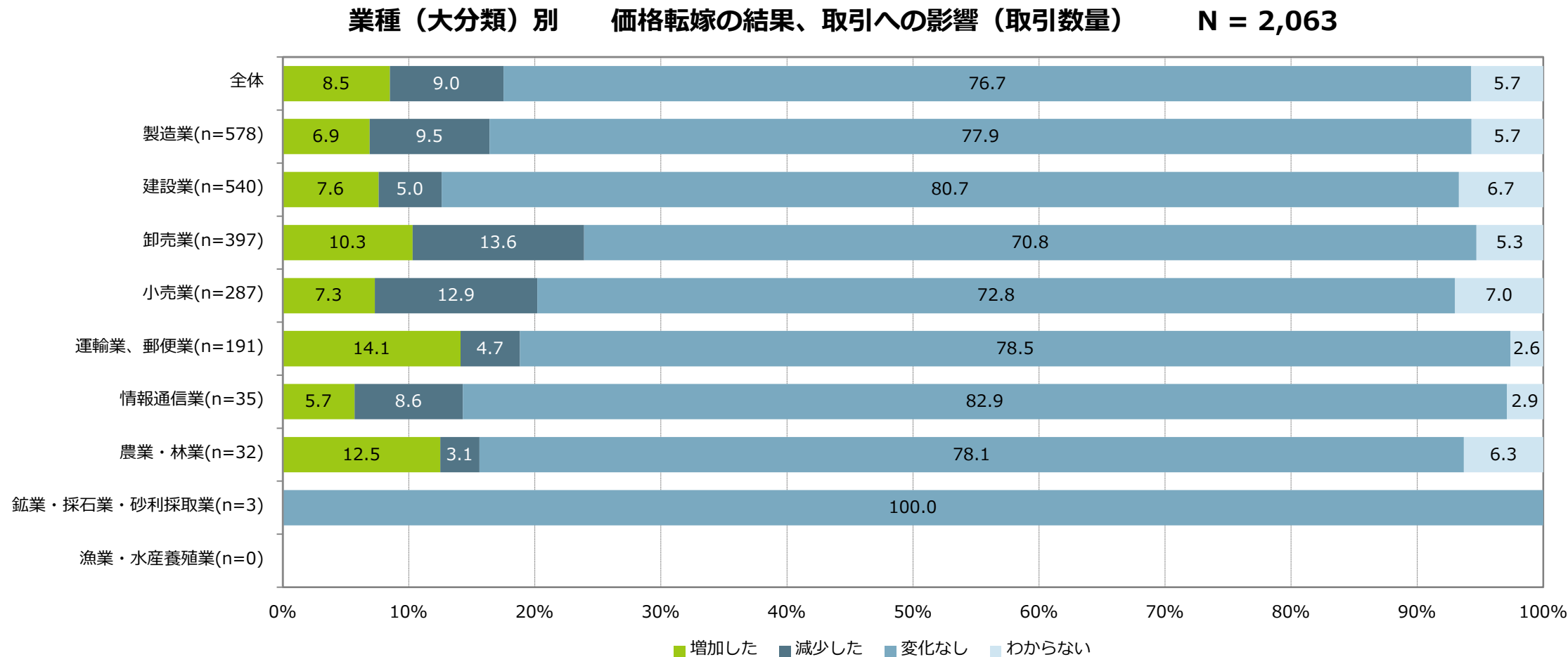
価格転嫁が一部にとどまる理由

- ✓ 「価格転嫁が一部できている」と回答した企業群1,504社に、価格転嫁を一部にとどめている理由を伺いました
- ✓ ほぼ全ての業種で、取引先との「関係性や取引振りへの影響」を懸念して価格転嫁をとどめている状況です

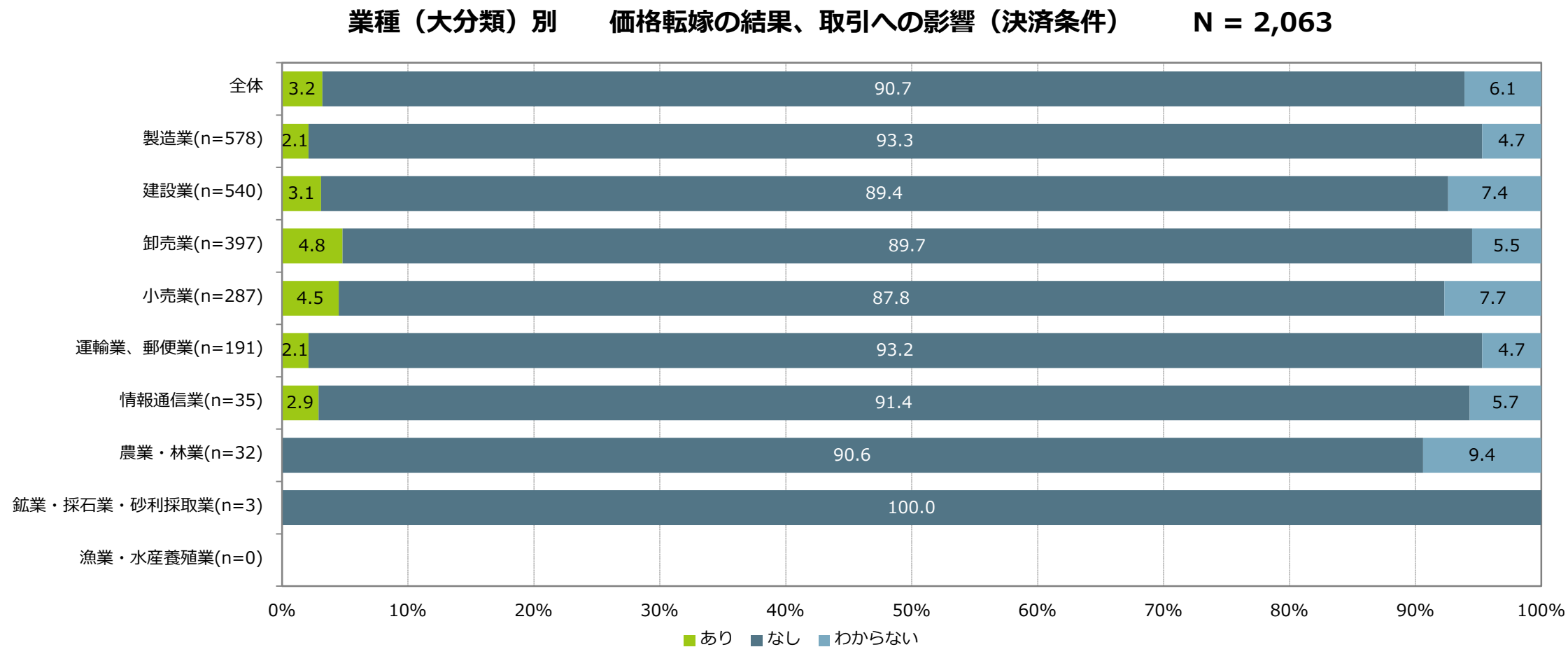
業種（大分類）別 価格転嫁が一部にとどまる理由 N = 1,504



- ✓ 価格転嫁を「完全に行っている」・「一部行っている」企業群2,063社に、価格転嫁を行った結果「取引振り（数量）」に影響はあったかを確認しました
- ✓ 結果、**8割の企業が「変化なし」と**の回答でした



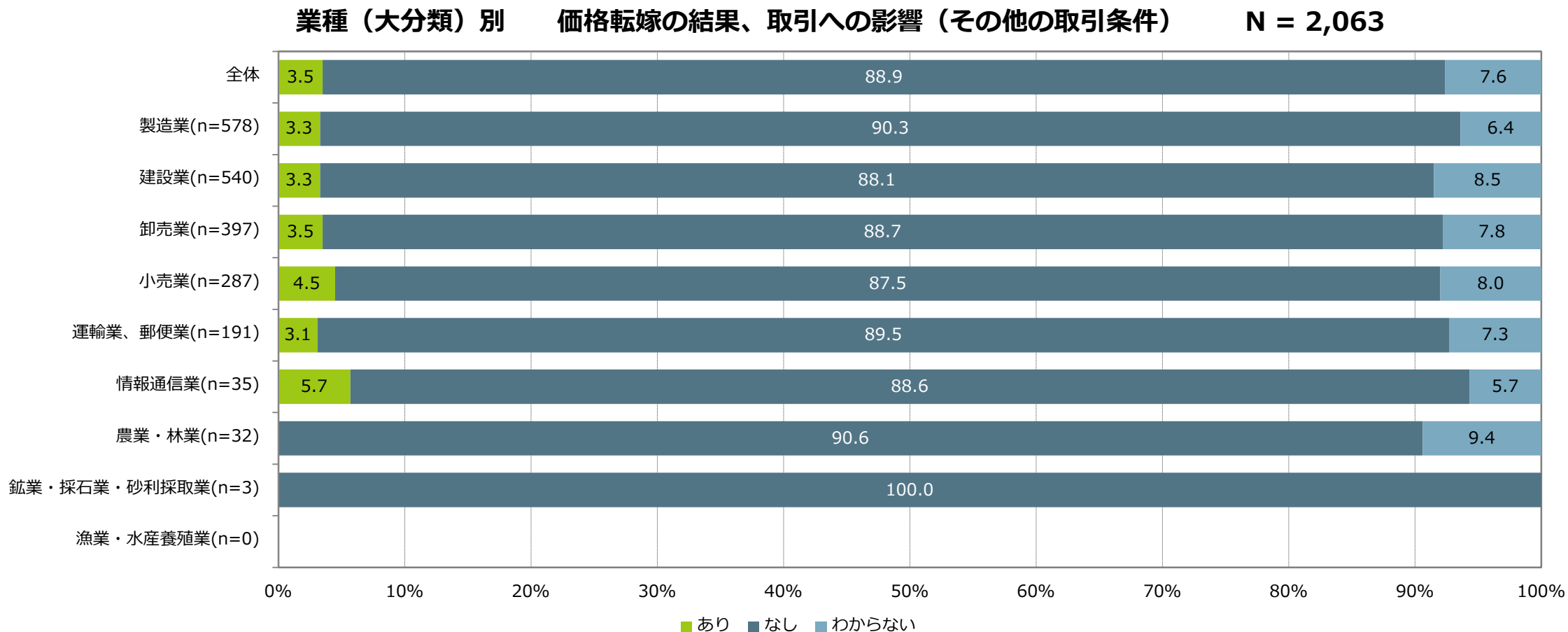
- ✓ 価格転嫁を「完全に行っている」・「一部行っている」企業群2,063社に、価格転嫁を行った結果「決済条件」に影響はあったかを確認しました
- ✓ **9割以上の企業で「変化なし」となりました**



✓ 価格転嫁を「完全に行っている」・「一部行っている」企業群2,063社に、価格転嫁を行った結果「その他の取引条件」に影響はあったかを確認しました

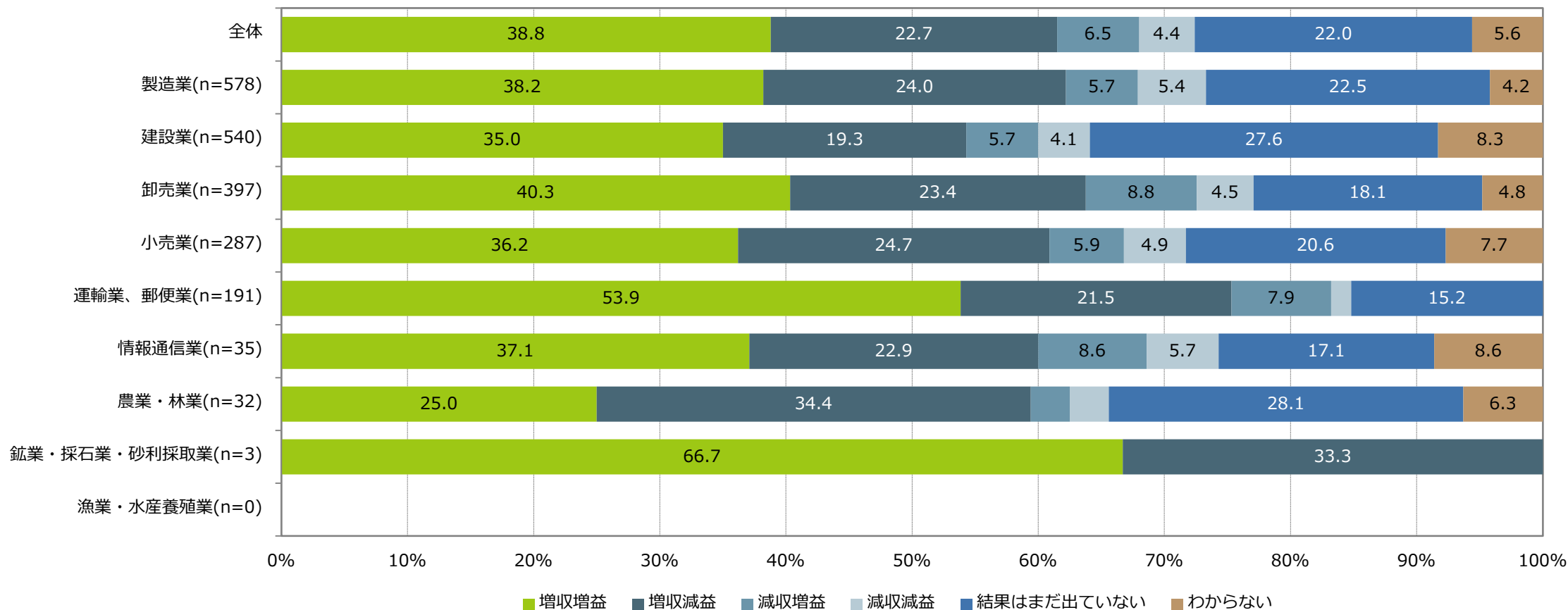
✓ **9割以上の企業で「変化なし」となりました**

※ その他の取引条件…「商品の配送料（を負担させられる）」、「商品の受け渡し条件（が不利になる）」などの取引量や決済条件以外の条件を指します



✓ 価格転嫁を行った結果、約 4 割の企業で増収増益となっています

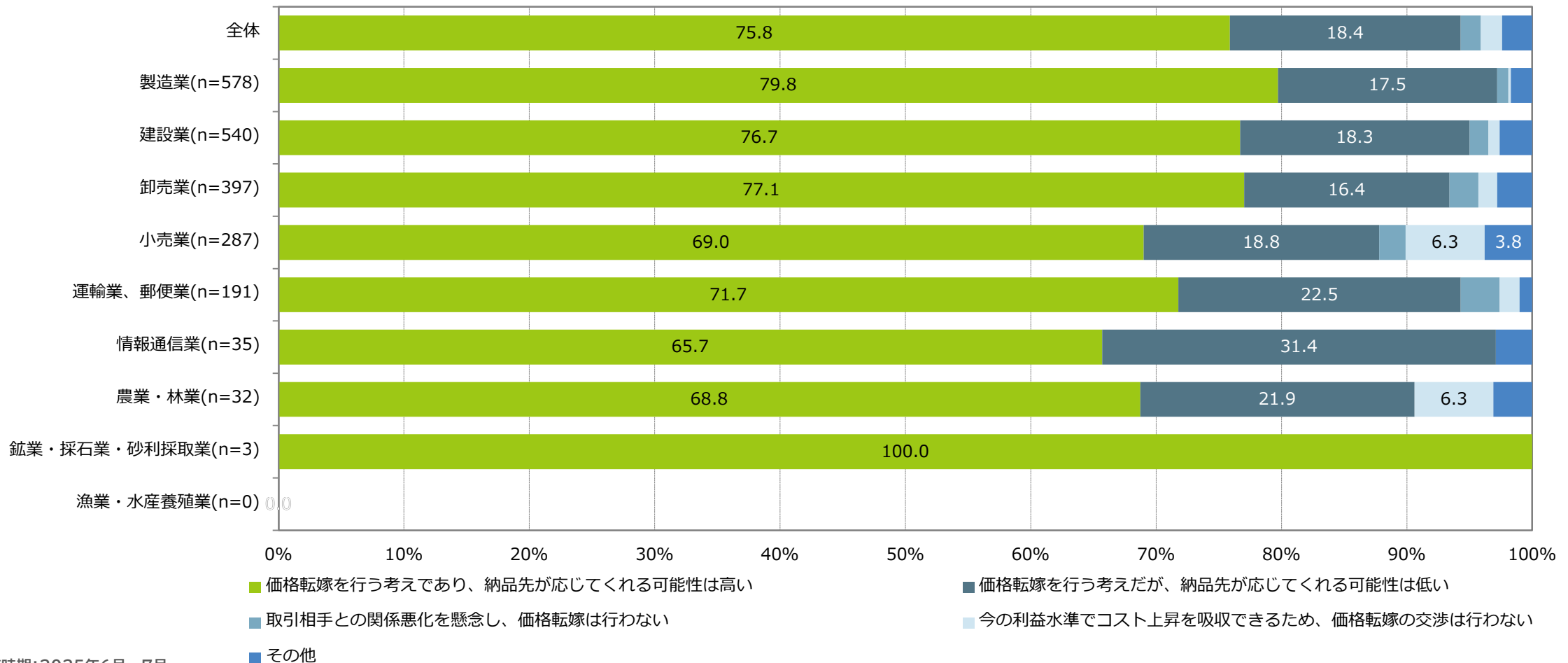
業種（大分類）別 価格転嫁の結果、売上高や利益水準（粗利益）への影響 N = 2,063



今後コストが上昇した場合（価格転嫁の意向）

- ✓ 今後もコストの上昇が見込まれますが、9割の企業が価格転嫁交渉に踏み切る考えです
- ✓ うち、「納品先が応じてくれる」と考える企業は7割以上に上り、「価格転嫁を行うこと」は企業活動の一つとして意識の中に根付いているものと考えられます

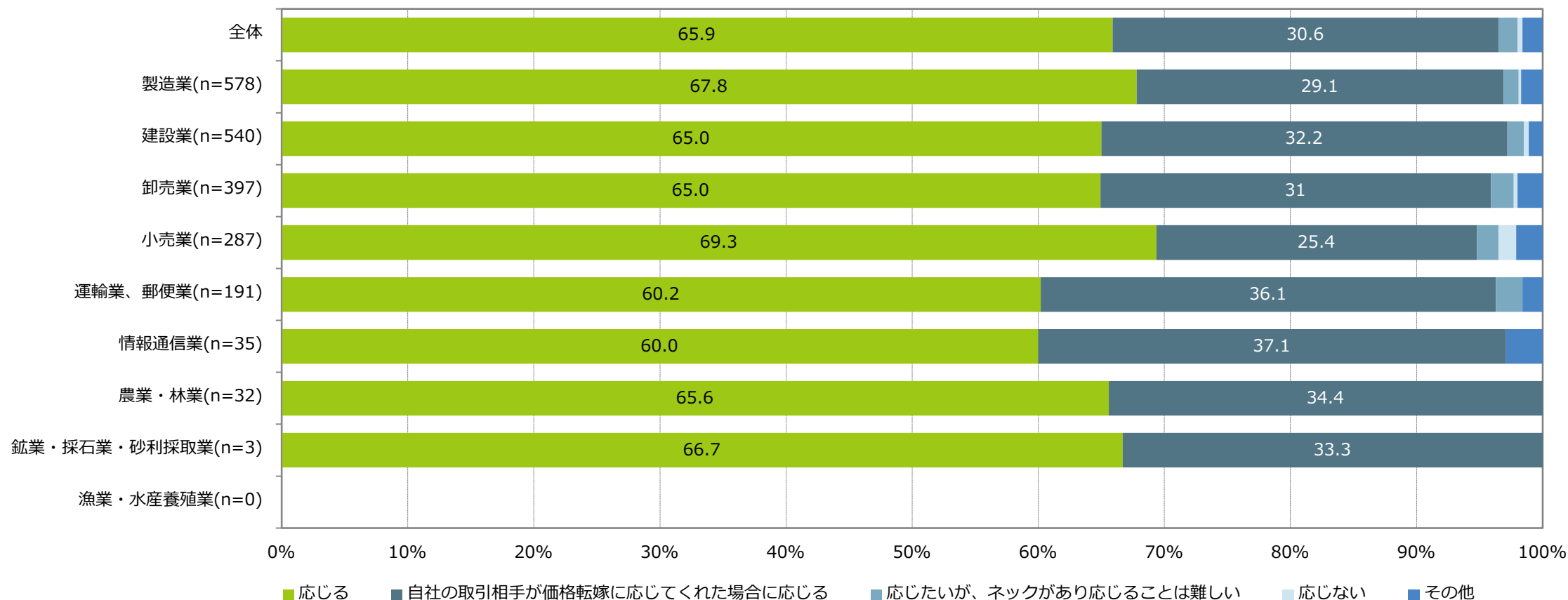
今後、さらにコストが上昇した場合の対応 N = 2,063



今後、発注側として価格転嫁の申し入れを受けた場合

- ✓ 「応じる」と回答した企業が6割以上、条件付きを含めると9割以上の企業が「価格転嫁に応じる」と回答しています
- ✓ 前頁同様、「価格転嫁を行うこと」は企業活動の一つとして十分根付いているといえます

今後、さらにコストが上昇した際に価格転嫁の申し入れがあった場合の対応 N = 2,063



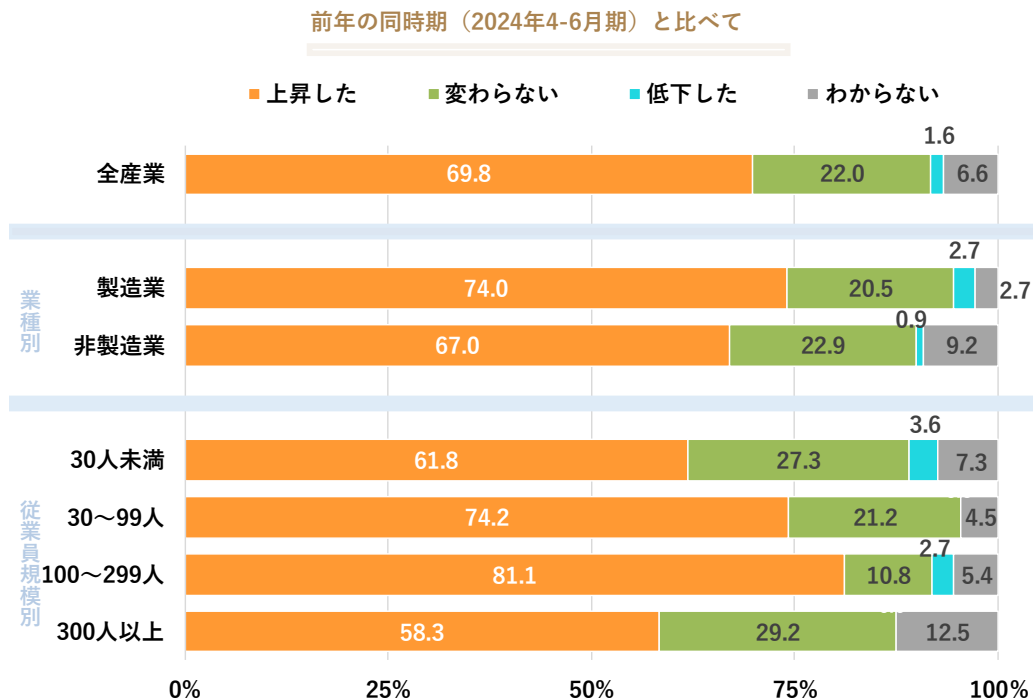
- ✓ 価格転嫁をできている企業群2,063社に、価格転嫁の結果生まれる資金的余裕をどのような企業活動に投下したいかを伺いました（複数回答）
- ✓ ほぼ全ての業種において、「従業員の待遇改善」が首位となりました。また、「人材の雇用」も「設備の導入」と同程度の水準で回答数が多く、多くの企業が人材確保に目を向けていることが伺えます

	価格転嫁ができた結果、持続的成長に向けてどのような企業活動を重視していきますか						
	合計	設備の導入	従業員の待遇改善 (賃上げ、福利厚生)	新しい人材の雇用	新しい事業への挑戦	海外事業展開・輸出	その他
全体	2,063	968	1,483	977	312	51	52
製造業	578	362	414	261	92	25	17
建設業	540	207	395	307	60	5	12
卸売業	397	154	275	157	66	12	14
小売業	287	101	209	133	54	7	7
運輸業、郵便業	191	114	141	77	28	0	2
情報通信業	35	6	29	30	7	1	0
農業・林業	32	22	17	10	4	1	0
鉱業・採石業・砂利採取業	3	2	3	2	1	0	0
漁業・水産養殖業	0	0	0	0	0	0	0

常陽産業研究所による調査①

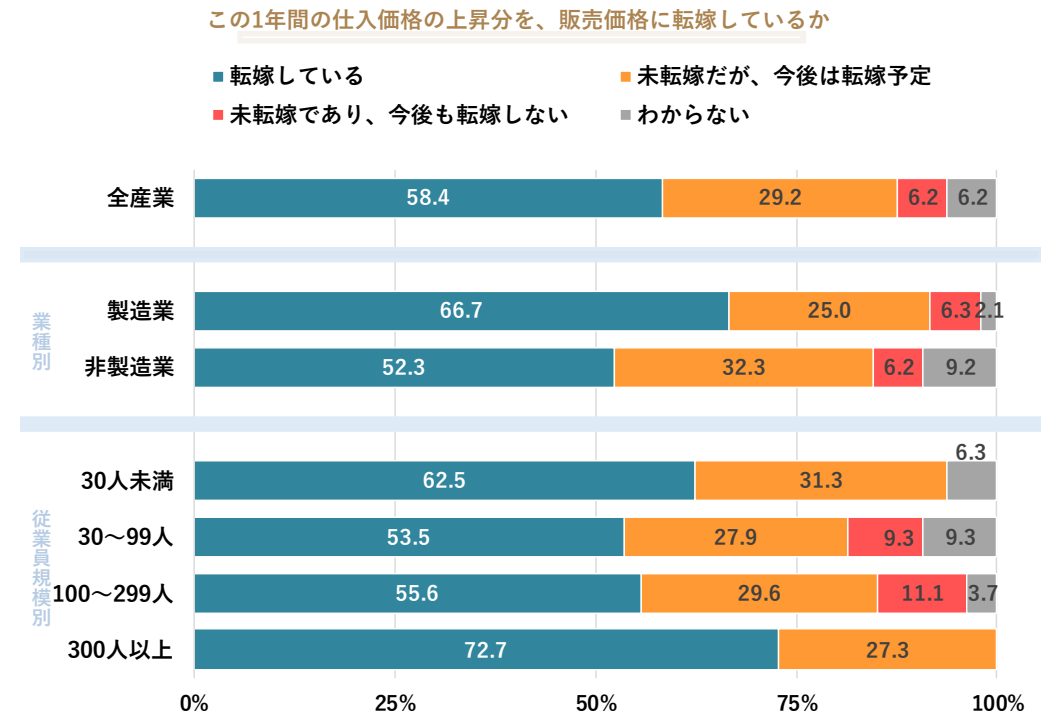
- ✓ 常陽産業研究所で6月に県内企業を対象に実施した調査結果を掲載します
- ✓ ①仕入価格・人件費ともに約7割の企業で前年に比べ上昇、②「価格転嫁している」企業においても、仕入価格上昇分の転嫁が約6割に及んでいるのに対し、**人件費上昇分の転嫁は約4割にとどまっており、人件費上昇分の転嫁に課題**が残されている状況が確認できます。
- ✓ 国内企業物価は前年を上回る状況が続く中、最低賃金の引き上げに象徴されるように賃上げも進んでいることから、国や県等の支援策を効果的に活用しつつ価格転嫁交渉を継続的に進めていくことが望まれます

図表1 仕入価格の動向（業種・従業員規模別）



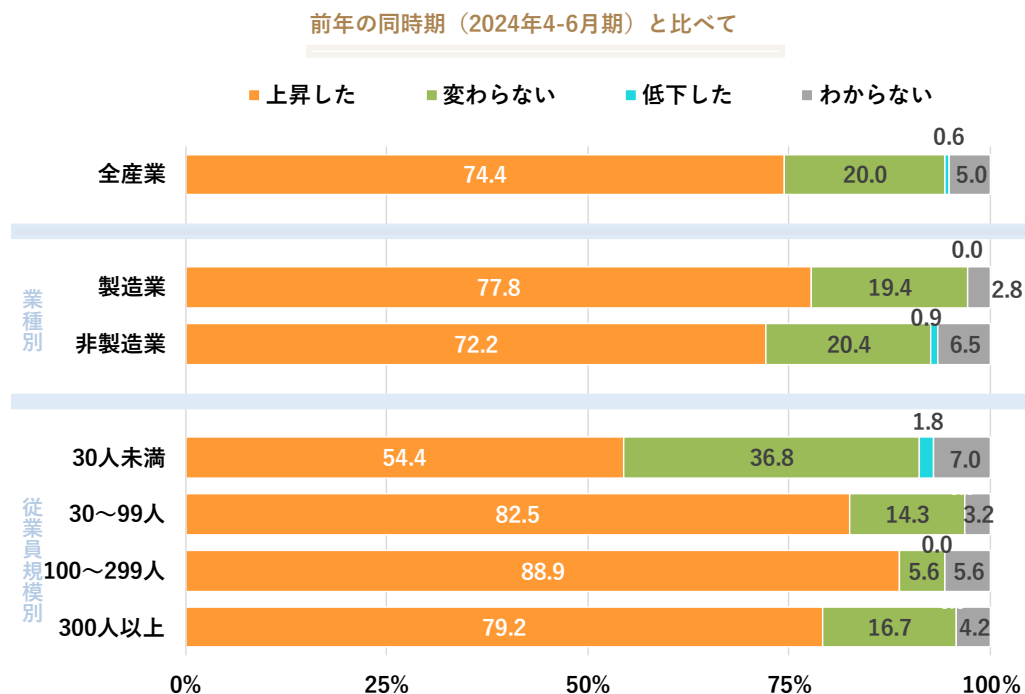
- ✓ 前年と比べた仕入価格は、「上昇した」企業の割合が69.8%と最も多く、次いで「変わらない」が22.0%、「わからない」が6.6%、「低下した」が1.6%

図表2 仕入価格上昇分の転嫁動向・方針（業種・従業員規模別）



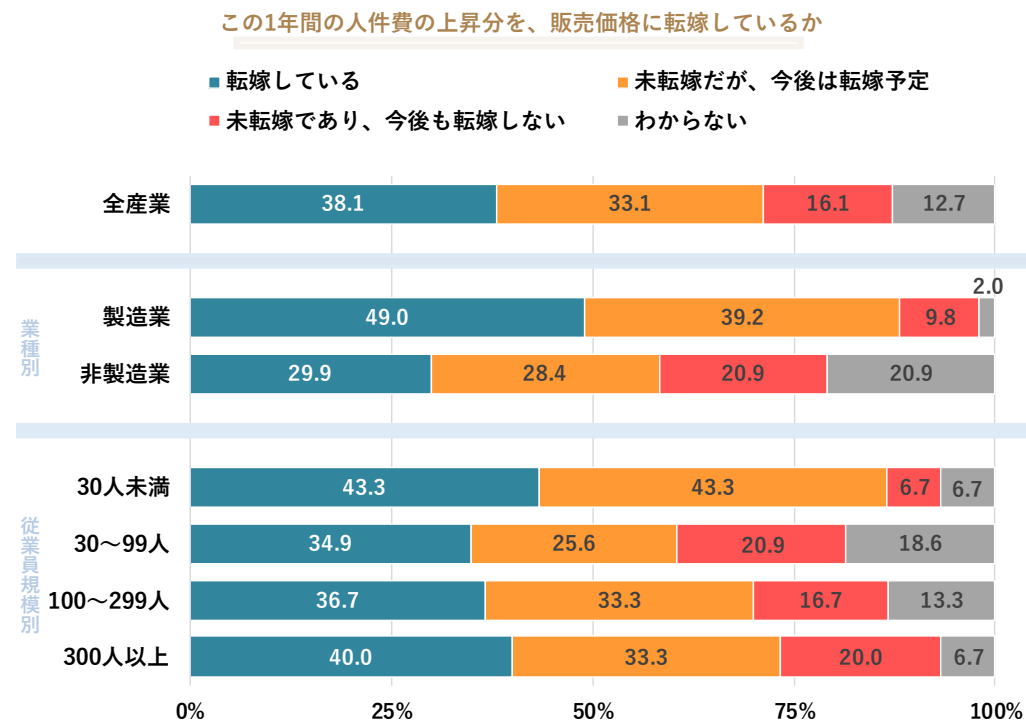
- ✓ 仕入価格の上昇を販売価格へ「転嫁している」は58.4%。業種別にみると「転嫁している」は、製造業が66.7%であるのに対し非製造業が同52.3%となっており、非製造業で実際の価格転嫁が進んでいない状況がうかがえる

図表3 人件費の動向（業種別・従業員規模別）



- ✓ 前年と比べた人件費は「上昇した」が74.4%と最も多く、次いで「変わらない」が20.0%、「わからない」が5.0%、「低下した」が0.6%

図表4 人件費上昇分の販売価格への転嫁率（業種・従業員規模別）

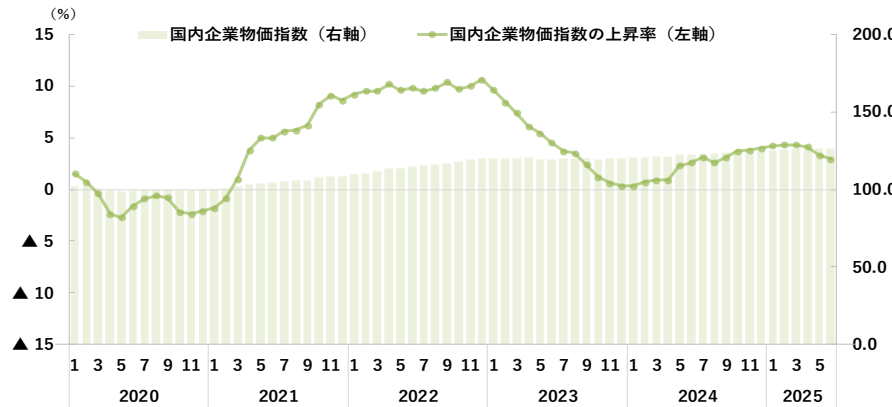


- ✓ 人件費上昇分の価格転嫁動向をみると、「転嫁している」は38.1%で、前回調査比4.8pt低下した



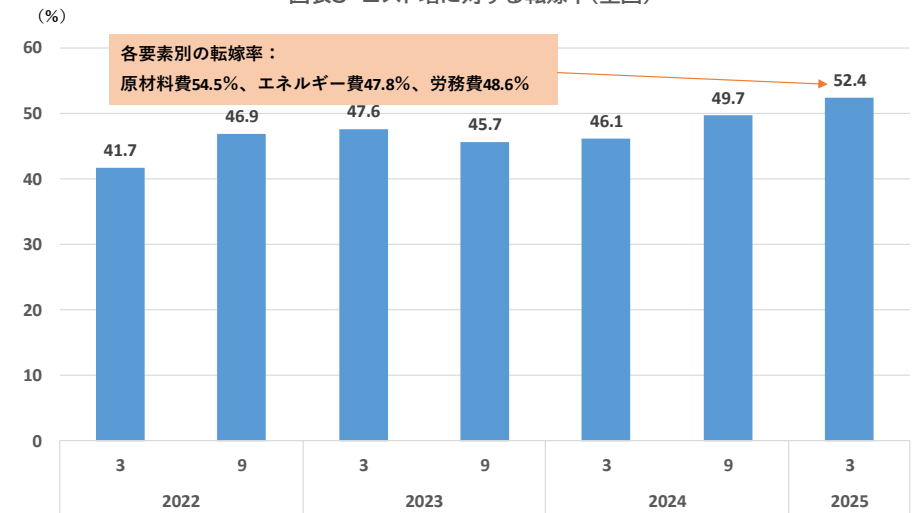
国内企業物価は前年を上回る状況が続く

図表1 国内企業物価指数および前年比上昇率の推移 (2020年=100)



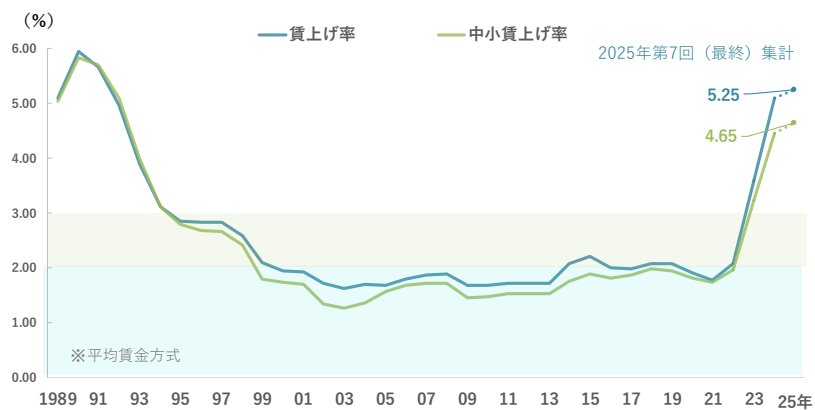
価格転嫁率は改善傾向ながら半分程度にとどまる

図表3 コスト増に対する転嫁率(全国)



2025年の賃上げ率は前年を上回る高水準

図表2 春闘における賃上げ率の推移(全国)



- 国内企業物価指数は2025年に入ってから前年水準を上回り続けており、企業は原材料・エネルギーコストの上昇圧力に直面しています。
- 春闘最終集計による2025年の全国の賃上げ率は5.25%、中小企業の賃上げ率は4.65%と、ともに過去30年で最高水準となっています。
- 一方、コスト増に対する価格転嫁率は、2022年以降では改善傾向にあるものの、依然として半分程度にとどまるため、取引先との価格交渉強化が引き続き重要となっています。