

価格転嫁率 40.2% 前回調査から 3.1 ポイント低下

コスト上昇が重荷に

東京都・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 7 月)



本件照会先

袴田 創心(調査担当)
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9342(直通)
情報統括部:tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/09/29

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

7月調査時点での価格転嫁率は40.2%となり、前回調査から3.1ポイント低下した。項目別では、原材料の47.3%に対し、人件費、物流費、エネルギーコストの転嫁は3割前後にとどまった。価格改定までの期間は短縮傾向がみられた。

※株式会社帝国データバンクは、都内1,845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2026年2月に実施し、今回で8回目。

調査期間:2026年7月17日～7月31日(インターネット調査)

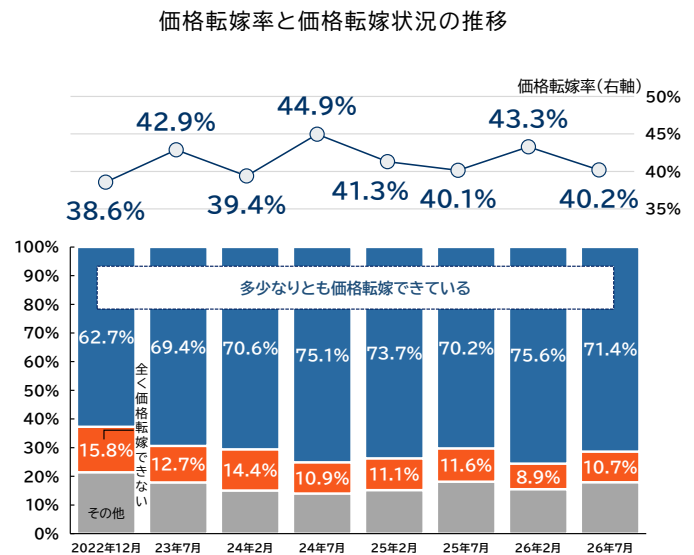
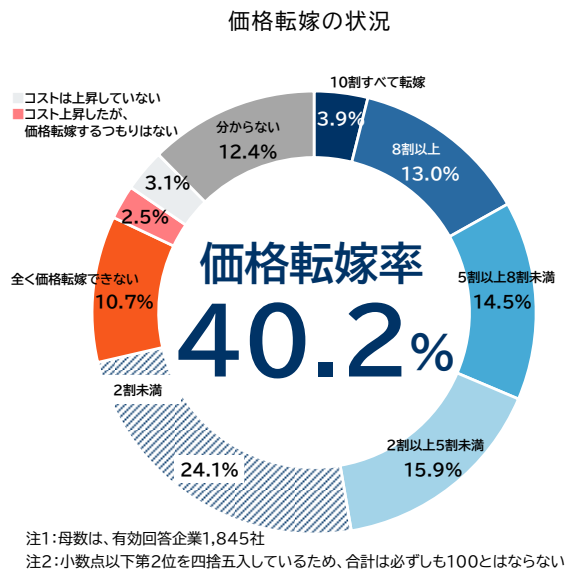
調査対象:都内3,513社、有効回答企業数は1,845社(回答率52.5%)

価格転嫁率は 40.2%、前回調査から 3.1 ポイント低下

2026 年 7 月時点での自社の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 40.2%だった。前回調査(2026 年 2 月)の 43.3%から 3.1 ポイント低下した。内訳をみると、「10 割すべて転嫁できている」企業は 3.9%、「8 割以上」は 13.0%、「5 割以上 8 割未満」は 14.5%となり、「5 割以上転嫁」できている企業の割合は 31.4%だった。一方で、「2 割以上 5 割未満」は 15.9%、「2 割未満」は 24.1%、「全く価格転嫁できない」企業は 10.7%となり、「転嫁が 5 割未満」の企業の割合は 50.7%となった。

7 割以上の企業が多少なりとも価格転嫁ができているものの、コスト上昇を十分に反映できているわけではなく、実態としては小幅な値上げにとどまり、自社でコスト上昇分を負担している企業が多いと考えられる。

価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移

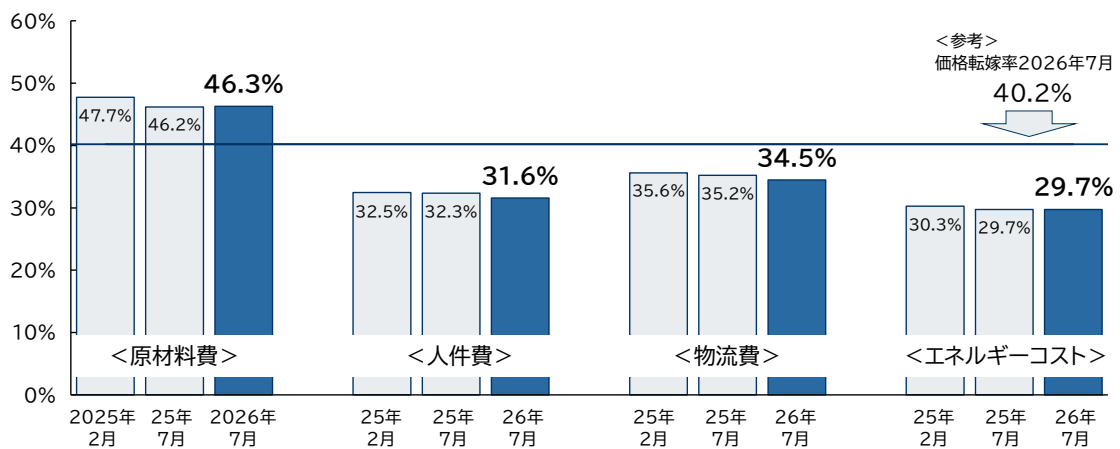


1 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したものから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分からない」は除く)

項目別の価格転嫁率、「原材料費」の46.3%が最も高く

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の程度転嫁できているかを尋ねたところ、価格転嫁率が最も高かったのは原材料費の46.3%だった。次いで物流費が34.5%、人件費が31.6%、エネルギーコストが29.7%となった。原材料費では、仕入れ先からの価格改定通知や市況データなど、コスト上昇を示す客観的な資料として価格改定の根拠を取引先に説明しやすく、他の費目に比べて転嫁が進みやすいと考えられる。人件費と物流費では前回調査より低下し、十分な価格の引き上げができていないことが判明した。

項目別の価格転嫁率（過去3回調査分）

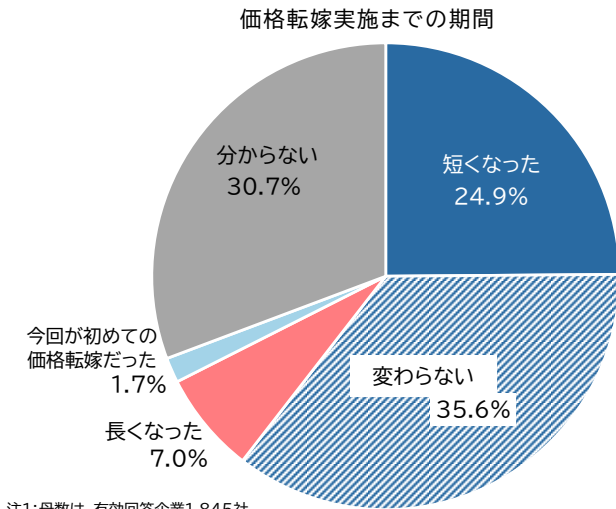


企業の4社に1社が価格転嫁までの期間、「短くなった」と回答

価格転嫁までの期間について尋ねたところ、「変わらない」と回答した企業の割合が35.6%で最も高かった。「短くなった」が24.9%となり、全体の4分の1を占めた。一方、「長くなった」が7.0%となり、「今回が初めての価格転嫁だった」が1.7%となった。「短くなった」が「長くなった」を17.9ポイント上回っており、企業がコスト上昇を認識してから価格改定に動くまでの期間は、全体として短縮する方向にあることがうかがえる。急激な円安による輸入物価の上昇や、値上げに対する社会的な理解が以前より広がったことに加え、企業側でも価格協議の定期化や原価管理の強化が進み、コスト上昇に対する意思決定が迅速になった可能性がある。

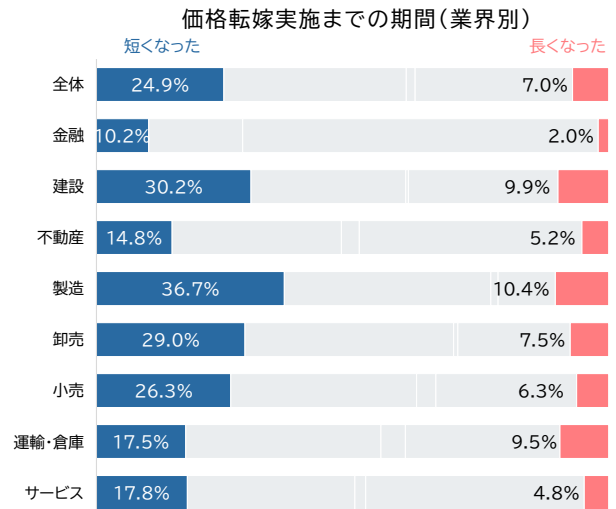
業界別に「短くなった」企業の割合をみると、『製造』が36.7%で最も高く、『建設』が30.2%、『卸売』が29.0%で続いた。他方、『金融』が10.8%で最も低く、『不動産』が14.8%で続いた。

価格転嫁実施までの期間



注1:母数は、有効回答企業1,845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



まとめ

本調査の結果、価格転嫁率は前回調査から 3.1 ポイント低下して 40.2%となった。コストが 100 円上昇しても約 40 円しか販売価格に反映できず、残りを企業が負担していることになる。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」企業は 71.4%と 4 社のうち 3 社にのぼる。しかし、2 割未満の転嫁にとどまる企業が 24.1%で最も多く、すべて転嫁できている企業は 3.9%にすぎない。価格転嫁を実施する企業は広がったものの、十分な転嫁には至っていない。

2026 年 1-8 月に物価高(原材料・資材費、人件費、物流費、エネルギーコストなど)の影響で倒産した企業の件数は 51 件となった。2025 年同期(45 件)と比べても 10%以上多く、物価高の影響がより高まっていることが伺える。企業からも、「物価上昇が止まらないと、段階的な値上げになるだけで価格転嫁が追いつかない」「商品の値上げをしたばかりで、再度の値上げによる販売減の影響が心配」との声が聞かれ、価格転嫁をしているにも関わらず、さらなる仕入れコストの上昇が重荷となっている。

価格転嫁までの期間は、4 社に 1 社が「短くなった」と回答している状況で、価格転嫁を実施するスピードは上昇していることが伺える。十分な価格転嫁を継続することは、企業収益の維持だけでなく、持続的な賃上げ、雇用の確保、設備投資、商品・サービスの安定供給を支える重要な条件となるだろう。