

価格転嫁率 42.8% 4 割台を維持も頭打ちか

価格決定権の弱い企業・業種はコスト反映できず
企業だけの努力に限界も

広島県・価格転嫁に関する実態調査(2026年2月)



本件照会先

牧 秀樹、松岡 静生、玄道 一成
帝国データバンク
広島支店 情報部
TEL:082-247-5930(直通)
info.hiroshima@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/04/17

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

今年2月時点で、広島県の企業における価格転嫁率は42.8%となった。2022年12月の調査開始以降5割を下回る水準が続き、価格転嫁は円滑に進んでいない。また、「仕入れ価格が上昇した」が68.7%に対し、「販売価格が上がった」は47.4%にとどまり、21.3ポイントもの差があった。仕入れ価格と販売価格の価格交渉では、小規模企業ほど価格交渉が十分に行えていない状況。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。

※帝国データバンクでは、「価格転嫁」に関する企業の実態調査を実施し、
広島支店で広島県に本社を置く企業の結果を集計・分析した。

調査期間:2026年2月13日~2月28日

調査対象:広島県582社で、有効回答企業数は249社(回答率42.8%)

1. 価格転嫁率は 42.8%、調査を開始して以降 5 割に満たず

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』企業が 249 社中 189 社で、構成比 75.9%を占めた。内訳をみると、「2 割未満」が 19.7% (49 社) で最も高く、「2 割以上 5 割未満」が 18.9% (47 社)、「5 割以上 8 割未満」「8 割以上」が各 17.3% (43 社) で続き、「10 割(すべて転嫁できている)」はわずか 2.8% (7 社) にとどまった。

価格転嫁率(価格転嫁できている企業の価格転嫁の割合の平均)は 42.8%で、コストが 100 円上昇した場合に 42.8 円しか販売価格に反映できていない。前回調査(2025 年 7 月・42.6%)から 0.2 ポイントの上昇にとどまり、調査を開始した 2022 年 12 月以降 5 割を下回る水準で推移し、企業の負担が改善されていないことが分かった。なお、「全く価格転嫁できない」は 13.3% (33 社) を占めた。

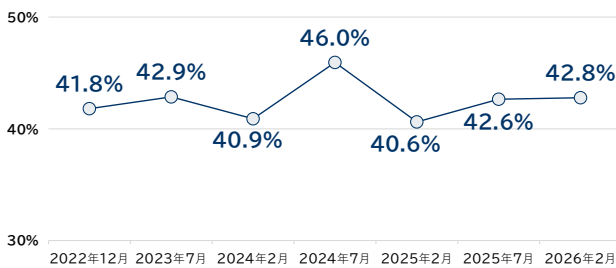
『多少なりとも価格転嫁できている』について

全国と比較すると、『全国』(構成比 76.9%・8014 社)を 1.0 ポイント下回った。

規模別で見ると、『中小企業』(76.8%・162 社)、『大企業』(71.1%・27 社)、『小規模企業』(70.4%・50 社)の順に高かった。

業種別(母数 10 社以上)で見ると、『卸売』(84.2%・48 社)が最も高く、『運輸・倉庫』(81.8%・9%)、『建設』(80.0%・24 社)が続いた。なお、【価格転嫁率】が低かったのは、『サービス』(31.9%)、『運輸・倉庫』(35.6%)だった。

価格転嫁率の推移と価格転嫁率(2026 年 2 月)



【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)。

	(構成比%, カッコ内社数)											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	分からない	合計	
全国	4.7 (488)	14.0 (1,457)	17.6 (1,831)	16.7 (1,741)	24.0 (2,497)	76.9 (8,014)	10.9 (1,134)	1.8 (191)	1.4 (148)	8.9 (929)	100.0 (10,416)	42.1
広島	2.8 (7)	17.3 (43)	17.3 (43)	18.9 (47)	19.7 (49)	75.9 (189)	13.3 (33)	1.6 (4)	0.8 (2)	8.4 (21)	100.0 (249)	42.8
大企業	5.3 (2)	15.8 (6)	15.8 (6)	13.2 (5)	21.1 (8)	71.1 (27)	13.2 (5)	7.9 (3)	0.0 (0)	7.9 (3)	100.0 (38)	43.3
中小企業	2.4 (5)	17.5 (37)	17.5 (37)	19.9 (42)	19.4 (41)	76.8 (162)	13.3 (28)	0.5 (1)	0.9 (2)	8.5 (18)	100.0 (211)	42.7
うち小規模	2.8 (2)	21.1 (15)	16.9 (12)	11.3 (8)	18.3 (13)	70.4 (50)	15.5 (11)	0.0 (0)	1.4 (1)	12.7 (9)	100.0 (71)	44.9
農・林・水産	0.0 (0)	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	50.0 (1)	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)	32.5
金融	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	25.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	75.0 (3)	100.0 (4)	0.0
建設	3.3 (1)	23.3 (7)	13.3 (4)	23.3 (7)	16.7 (5)	80.0 (24)	3.3 (1)	3.3 (1)	3.3 (1)	10.0 (3)	100.0 (30)	51.4
不動産	0.0 (0)	16.7 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	16.7 (1)	33.3 (2)	50.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	16.7 (1)	100.0 (6)	20.0
製造	3.4 (2)	17.2 (10)	17.2 (10)	22.4 (13)	19.0 (11)	79.3 (46)	13.8 (8)	3.4 (2)	0.0 (0)	3.4 (2)	100.0 (58)	42.9
卸売	1.8 (1)	26.3 (15)	26.3 (15)	12.3 (7)	17.5 (10)	84.2 (48)	10.5 (6)	0.0 (0)	0.0 (0)	5.3 (3)	100.0 (57)	51.3
小売	6.5 (2)	16.1 (5)	19.4 (6)	16.1 (5)	19.4 (6)	77.4 (24)	12.9 (4)	3.2 (1)	0.0 (0)	6.5 (2)	100.0 (31)	45.5
運輸・倉庫	0.0 (0)	9.1 (1)	0.0 (0)	54.5 (6)	18.2 (2)	81.8 (9)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	18.2 (2)	100.0 (11)	35.6
サービス	2.0 (1)	8.2 (4)	14.3 (7)	18.4 (9)	28.6 (14)	71.4 (35)	16.3 (8)	0.0 (0)	2.0 (1)	10.2 (5)	100.0 (49)	31.9
その他	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0

注1: 網掛けは、広島県の全体以上を表す
注2: 母数は、有効回答企業249社

2. 仕入れ価格の上昇分、販売価格の上昇分を 21.3 ポイント上回る

直近 6 ヶ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 249 社中 171 社、構成比 68.7%を占めた。一方、「下がった」と回答した企業は 3.6%(9 社)、「変わらない」は 23.7%(59 社)、「分からない」は 4.0%(10 社)だった。

「(仕入れ価格が)上がった」について

全国と比較すると、『全国』(構成比 71.5%・7446 社)を 2.8 ポイント下回った。

規模別では、『大企業』(73.7%・28 社)、『小規模企業』(71.8%・51 社)、『中小企業』(67.8%・143 社)の順に高かった。

業種別(母数 10 社以上)では、『小売』(80.6%・25 社)が最も高く、『サービス』(77.6%・38 社)、『製造』(67.2%・39 社)が続いた。

また、直近 6 ヶ月における自社の主な商品・サービスに関する【販売価格の状況】について尋ねたところ、「上がった」と回答した企業は 249 社中 118 社、構成比 47.4%にとどまり、上記の「仕入れ価格が上がった(68.7%)」との差は 21.3 ポイントもあった。一方、「下がった」と回答した企業は 5.2%(13 社)、「変わらない」は 43.4%(108 社)、「分からない」は 4.0%(10 社)だった。

「(販売価格が)上がった」について

全国と比較すると、『全国』(構成比 45.8%・4774 社)を 1.6 ポイント上回った。

規模別では、『小規模企業』(53.5%・38 社)、『中小企業』(47.9%・101 社)、『大企業』(44.7%・17 社)の順に高かった。

業種別(母数 10 社以上)では、『小売』(67.7%・21 社)が最も高く、『建設』(46.7%・14 社)、『製造』(46.6%・27 社)が続いた。

仕入れ価格の状況

販売価格の状況

仕入れ価格の状況	上がった	変わらない	下がった	分からない	合計
全国	71.5 (7,446)	20.3 (2,115)	2.1 (214)	6.2 (641)	100.0 (10,416)
広島	68.7 (171)	23.7 (59)	3.6 (9)	4.0 (10)	100.0 (249)
大企業	73.7 (28)	18.4 (7)	5.3 (2)	2.6 (1)	100.0 (38)
中小企業	67.8 (143)	24.6 (52)	3.3 (7)	4.3 (9)	100.0 (211)
うち小規模	71.8 (51)	19.7 (14)	0.0 (0)	8.5 (6)	100.0 (71)
農・林・水産	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	25.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	75.0 (3)	100.0 (4)
建設	66.7 (20)	33.3 (10)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (30)
不動産	50.0 (3)	33.3 (2)	0.0 (0)	16.7 (1)	100.0 (6)
製造	67.2 (39)	24.1 (14)	6.9 (4)	1.7 (1)	100.0 (58)
卸売	61.4 (35)	33.3 (19)	5.3 (3)	0.0 (0)	100.0 (57)
小売	80.6 (25)	12.9 (4)	6.5 (2)	0.0 (0)	100.0 (31)
運輸・倉庫	63.6 (7)	27.3 (3)	0.0 (0)	9.1 (1)	100.0 (11)
サービス	77.6 (38)	14.3 (7)	0.0 (0)	8.2 (4)	100.0 (49)
その他	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)

注1: 網掛けは、広島県の全体以上を表す
注2: 母数は、有効回答企業249社

販売価格の状況	上がった	変わらない	下がった	分からない	合計
全国	45.8 (4,774)	44.4 (4,627)	3.4 (355)	6.3 (660)	100.0 (10,416)
広島	47.4 (118)	43.4 (108)	5.2 (13)	4.0 (10)	100.0 (249)
大企業	44.7 (17)	39.5 (15)	13.2 (5)	2.6 (1)	100.0 (38)
中小企業	47.9 (101)	44.1 (93)	3.8 (8)	4.3 (9)	100.0 (211)
うち小規模	53.5 (38)	36.6 (26)	2.8 (2)	7.0 (5)	100.0 (71)
農・林・水産	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	50.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	50.0 (2)	100.0 (4)
建設	46.7 (14)	53.3 (16)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (30)
不動産	33.3 (2)	50.0 (3)	0.0 (0)	16.7 (1)	100.0 (6)
製造	46.6 (27)	43.1 (25)	8.6 (5)	1.7 (1)	100.0 (58)
卸売	45.6 (26)	47.4 (27)	7.0 (4)	0.0 (0)	100.0 (57)
小売	67.7 (21)	22.6 (7)	9.7 (3)	0.0 (0)	100.0 (31)
運輸・倉庫	45.5 (5)	45.5 (5)	0.0 (0)	9.1 (1)	100.0 (11)
サービス	38.8 (19)	49.0 (24)	2.0 (1)	10.2 (5)	100.0 (49)
その他	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)

注1: 網掛けは、広島県の全体以上を表す
注2: 母数は、有効回答企業249社

3. 仕入れ価格と販売価格の価格交渉、小規模企業ほど低調

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」と回答した企業は 249 社中128社、構成比51.4%を占めた。一方、「価格交渉をしなかった」と回答した企業は37.8%(94社)で、「分からない」は10.8%(27社)だった。

「価格交渉をした」について

全国と比較すると、『全国』(構成比52.4%・5461社)を1.0ポイント下回った。

規模別では、『大企業』(63.2%・24社)、『中小企業』(49.3%・104社)、『小規模企業』(40.8%・29社)の順に高く、規模が小さい企業ほど価格交渉が十分に行えていない状況であることが分かった。

業種別(母数10社以上)では、『製造』(60.3%・35社)が最も高く、『卸売』(59.6%・34社)、『運輸・倉庫』(54.5%・6社)が続いた。

また、価格交渉の状況について尋ねたところ、販売先と「価格交渉をした」と回答した企業は 249 社中139社、構成比55.8%を占めた。一方、「価格交渉をしなかった」と回答した企業は30.9%(77社)で、「分からない」は13.3%(33社)だった。

「価格交渉をした」について

全国と比較すると、『全国』(構成比56.2%・5857社)を0.4ポイント下回った。

規模別では、『大企業』(60.5%・23社)、『中小企業』(55.0%・116社)、『小規模企業』(50.7%・36)の順に高く、規模が小さい企業ほど価格交渉が十分に行えていない状況であることが分かった。

業種別(母数10社以上)では、『建設』(73.3%・22社)が最も高く、『卸売』(71.9%・41社)、『製造』(65.5%・38社)が続いた。

仕入れ先との価格交渉の有無

販売先との価格交渉の有無

仕入れ先との交渉	価格交渉をした	価格交渉をしなかった	分からない	合計
全国	52.4 (5,461)	35.8 (3,724)	11.8 (1,231)	100.0 (10,416)
広島	51.4 (128)	37.8 (94)	10.8 (27)	100.0 (249)
大企業	63.2 (24)	28.9 (11)	7.9 (3)	100.0 (38)
中小企業	49.3 (104)	39.3 (83)	11.4 (24)	100.0 (211)
うち小規模	40.8 (29)	50.7 (36)	8.5 (6)	100.0 (71)
農・林・水産	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	0.0 (0)	50.0 (2)	50.0 (2)	100.0 (4)
建設	53.3 (16)	40.0 (12)	6.7 (2)	100.0 (30)
不動産	50.0 (3)	16.7 (1)	33.3 (2)	100.0 (6)
製造	60.3 (35)	32.8 (19)	6.9 (4)	100.0 (58)
卸売	59.6 (34)	31.6 (18)	8.8 (5)	100.0 (57)
小売	38.7 (12)	51.6 (16)	9.7 (3)	100.0 (31)
運輸・倉庫	54.5 (6)	27.3 (3)	18.2 (2)	100.0 (11)
サービス	42.9 (21)	42.9 (21)	14.3 (7)	100.0 (49)
その他	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)

注1: 網掛けは、広島県の全体以上を表す
注2: 母数は、有効回答企業249社

販売先との交渉	価格交渉をした	価格交渉をしなかった	分からない	合計
全国	56.2 (5,857)	30.5 (3,182)	13.2 (1,377)	100.0 (10,416)
広島	55.8 (139)	30.9 (77)	13.3 (33)	100.0 (249)
大企業	60.5 (23)	28.9 (11)	10.5 (4)	100.0 (38)
中小企業	55.0 (116)	31.3 (66)	13.7 (29)	100.0 (211)
うち小規模	50.7 (36)	36.6 (26)	12.7 (9)	100.0 (71)
農・林・水産	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	0.0 (0)	25.0 (1)	75.0 (3)	100.0 (4)
建設	73.3 (22)	23.3 (7)	3.3 (1)	100.0 (30)
不動産	33.3 (2)	33.3 (2)	33.3 (2)	100.0 (6)
製造	65.5 (38)	24.1 (14)	10.3 (6)	100.0 (58)
卸売	71.9 (41)	21.1 (12)	7.0 (4)	100.0 (57)
小売	35.5 (11)	45.2 (14)	19.4 (6)	100.0 (31)
運輸・倉庫	63.6 (7)	27.3 (3)	9.1 (1)	100.0 (11)
サービス	36.7 (18)	42.9 (21)	20.4 (10)	100.0 (49)
その他	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (1)

注1: 網掛けは、広島県の全体以上を表す
注2: 母数は、有効回答企業249社

まとめ

今年 2 月時点において、「多少なりとも価格転嫁できている」企業の割合は 75.9%となった。価格転嫁率の平均値は 42.8%で、前回の 2025 年 7 月調査(42.6%)から 0.2 ポイントの上昇にとどまった。調査を開始して以降 5 割を下回る水準で推移し、価格転嫁は頭打ちの状況がうかがえる。

価格転嫁が進まない背景には、消費者の節約志向、度重なる値上げへの抵抗感の強まりがある。企業側もこれ以上の値上げは顧客離れにつながる懸念があり、収益性悪化との板挟みになっている。さらに、医療分野など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。その一方で、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持つ企業では価格転嫁が円滑に進んでいる。

ただ、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、まず、適正な価格交渉を促す取引慣行の見直し、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だろう。政府としても、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を後押しすべきであろう。また、消費者にはコスト構造や価格改定の必要性を丁寧に伝え、理解を得ることが重要であり、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。

企業からの声

- ・最低賃金が強制的に上がると、労働時間が抑制されて労働者の収入が減る (メンテナンス)
- ・地価上昇で土地所有者からの買取価格が上昇したが、所得の上昇が進まず最終消費者への販売価格に転嫁できない (不動産)
- ・顧客が大企業であるほど、値上げが通り難い (鉄鋼製造)
- ・6 月に販売価格改定を予定している (食品卸)
- ・既存テナントに対する値上げ対応が困難 (不動産)
- ・メーカー機器の仕入れ値が高騰したが、官庁の積算価格とほぼ同じで利益が出ない (建設)
- ・今まで価格を上げずにやってきたが、さすがに上げざるを得ない状況。今後、多少の客離れがおきても仕方がない (不動産)
- ・価格が高くなったため他社に取られた。得意先も生き残るのに必死 (繊維製造)
- ・仕入れ単価が上がったものはそれなりに適正価格に変更して販売している (玩具小売)
- ・得意先も販売価格を修正できており、売り上げ・収益とも好調のため価格転嫁している (デザイン)
- ・価格転嫁しないと、経営が成り立たない (飲食店)
- ・顧客からの提案により価格転嫁した (鉄鋼製造)
- ・まだ大手が安いものを選ぶ傾向が強い (運輸)
- ・人件費がほとんどのため、単価を上げにくい (情報サービス)
- ・取適法の影響なのか、値上げを認めてもらえる商品も増えてきている (機械器具卸)