

価格転嫁率42%台を維持も 前回調査を下回る 規模間格差は24.8ポイント

価格転嫁が浸透する一方で、中東情勢の不安定化が足かせに

滋賀県・価格転嫁に関する実態調査(2026年7月)



本件照会先

内藤 壇(支店長)
帝国データバンク滋賀支店
TEL:077-566-8230(直通)
FAX:077-566-8233
info.shiga@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/09/17

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

2026年7月調査時点の価格転嫁率は42.1%となり、前回調査を下回った。規模別では、「大企業」が63.8%であったのに対し、「中小企業」は39.0%にとどまり、規模間格差は24.8ポイントにも及ぶなど二極化が進んでいる。また、中東情勢の不安定化などで石油由来製品の価格上昇のスピードが速まり、転嫁が追い付かない企業や、受注減を懸念して転嫁を控える動きもみられる。

※株式会社帝国データバンクは、滋賀県203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)

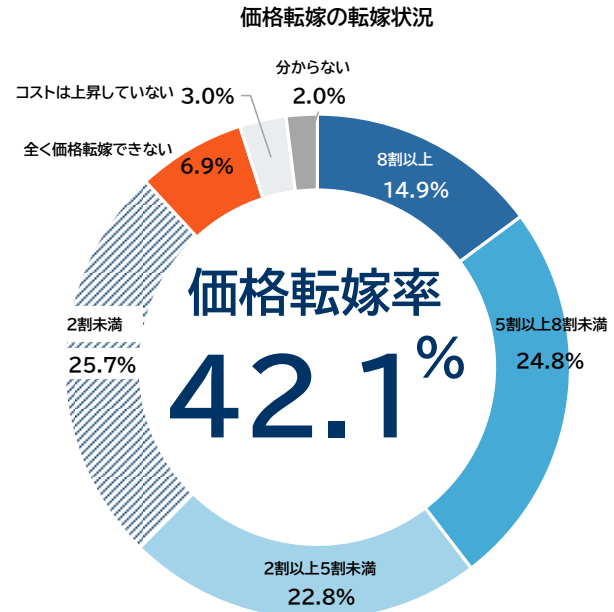
調査対象:滋賀県203社、有効回答企業数は101社(回答率49.8%)

価格転嫁率は 42%台を維持も、前回調査を下回る

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 88.1%となり、前回調査(2026 年 2 月)の 84.2%から 3.9 ポイント(以下、pt)上昇した。内訳をみると、「10 割(すべて転嫁できている)」と回答した企業はなく、「8 割以上」は 14.9%、「5 割以上 8 割未満」は 24.8%となり、「5 割以上転嫁」できている企業の割合は 39.7%だった。

一方で、「2 割以上 5 割未満」は 22.8%、「2 割未満」は 25.7%、「全く価格転嫁できない」企業は 6.9%となった。およそ15社に 1 社が「全く価格転嫁できない」と回答し、「転嫁が 5 割未満」の企業の割合は 55.4%となった。

価格転嫁を実施できている企業が多いことと、コスト上昇を十分に反映できていることは同義ではなく、「2 割未満」(25.7%)が最大の回答層となり、「8割以上」は14.9%と少ない。価格転嫁は一定程度進んでいるとはいえ、実態としては小幅な値上げや一部費目のみの転嫁にとどまる企業が多いと考えられる。

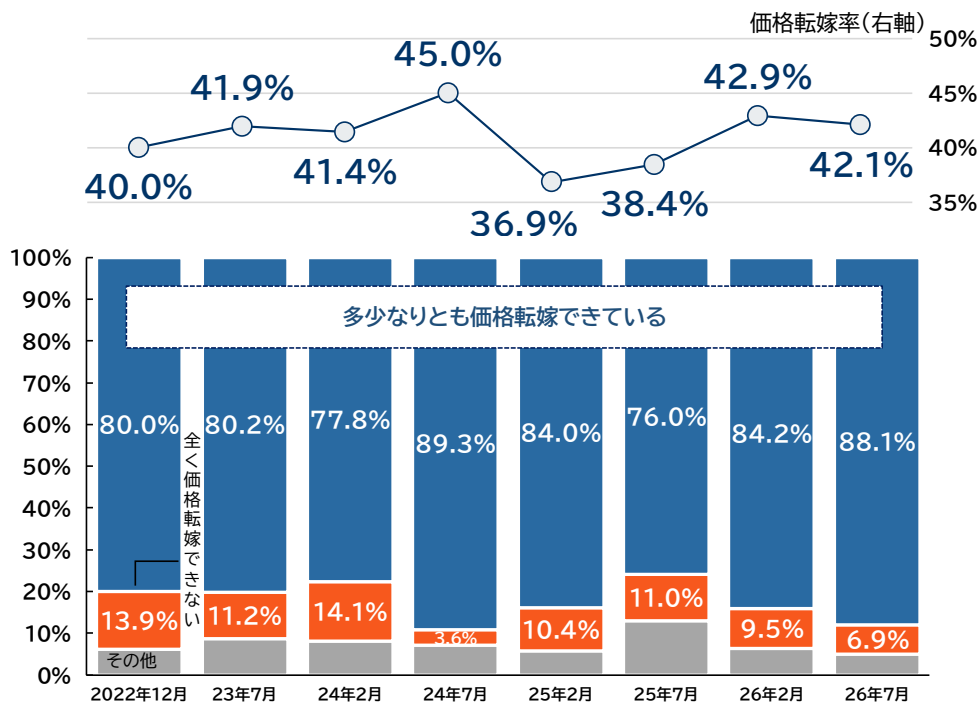


注1:母数は有効回答企業101社

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

注3:「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「10割(すべて転嫁できている)」と回答した企業は0社

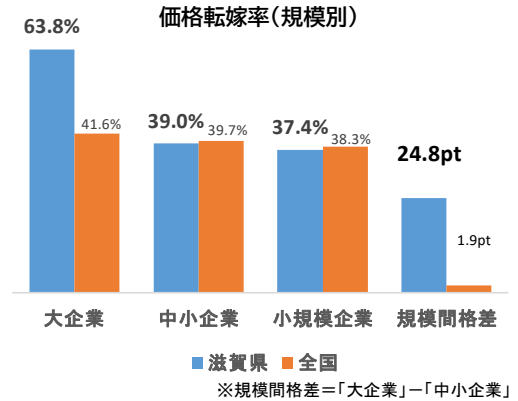
価格転嫁率と転嫁状況の推移



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42.1%だった。42%台を維持しているものの、前回調査の42.9%から0.8pt低下した。前回までみられた改善の動きは続かず、2025年2月調査以来の低下となった。

企業規模別に価格転嫁率をみると、「大企業」が63.8%、「中小企業」が39.0%、「小規模企業」が37.4%となった。規模が小さくなるほど価格転嫁率が低下している。「大企業」と「中小企業」の差は24.8ptであり、規模間格差は全国(1.9pt)と比べて大きい。

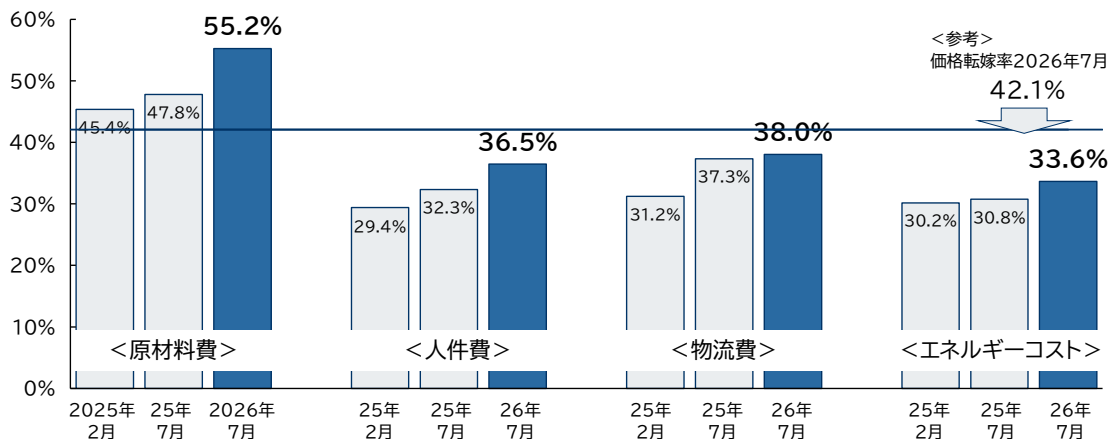
特に「小規模企業」は、取引先との力関係や競合他社との価格競争に加え、原価計算や交渉資料の作成を担う人材が限られるなど、交渉の準備面でも制約を抱えやすく、「製造業」を中心に県外の「大企業」と取引する「中小企業」が多いことも一因と言えよう。



各項目で価格転嫁が進むも、人件費・物流費・エネルギーコストは転嫁率3割台と低い

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どの程度転嫁できているかを項目別に尋ねたところ、価格転嫁率が最も高かったのは原材料費の55.2%だった。物流費は38.0%、人件費は36.5%、エネルギーコストは33.6%と、価格転嫁率は前回調査を上回り、改善傾向にあるが、これら3項目は3割台にとどまった。

項目別の価格転嫁率(過去3回調査分)



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)

なかでも、原材料費は仕入先からの価格改定通知や市況データなど、コスト上昇を客観的に示す資料が得やすい。そのため、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んでいると考えられる。一方で、人件費、物流費、エネルギーコストは、複数の商品やサービスにまたがって発生することが多く、個別の販売価格との相関関係を示しにくい。間接費として扱われやすいことも、転嫁を難しくしていると言える。

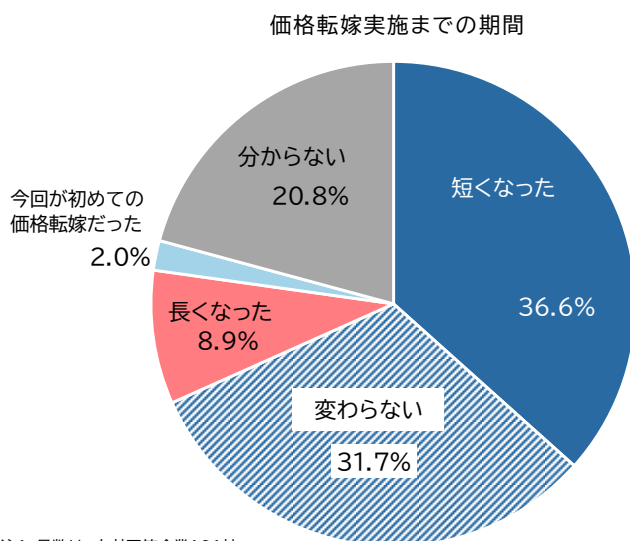
とりわけ、人件費は一時的な負担ではなく、人手不足に対応するための賃上げや採用条件の改善、社会保険料、教育費などが継続的に発生する。その上昇分を価格に反映できなければ、賃上げの原資が確保できず、人材の採用や定着、サービス品質の維持にも影響が及びかねない。

価格転嫁までの期間、企業の3社に1社が「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、「短くなった」が36.6%で最も高かった。次いで、「変わらない」が31.7%、「長くなった」が8.9%、「今回が初めての価格転嫁だった」が2.0%となった。「短くなった」が「長くなった」を27.7pt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。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。

ただし、価格転嫁率は前回より低下している。これは、企業が従来よりも早く価格交渉や値上げに動いても、中東情勢の不安定化などで仕入価格の上昇スピードがより早まるなかで、価格転嫁が追いつかない、または顧客離れや販売数量の減少を懸念し、値上げ幅を抑えている可能性がある。

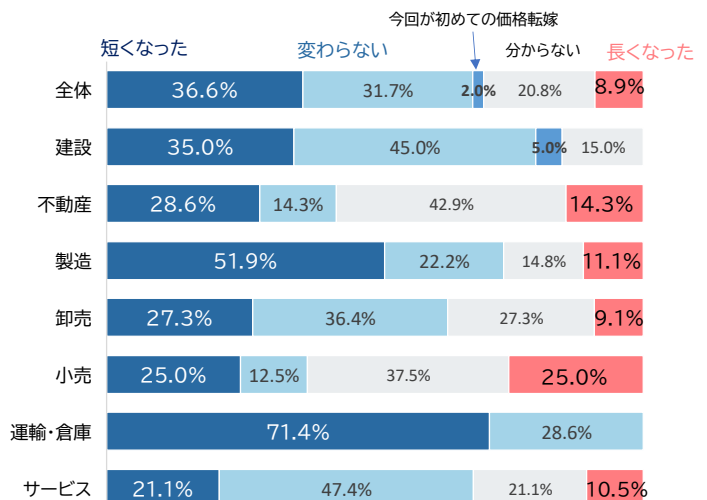
価格転嫁実施までの期間



注1:母数は、有効回答企業101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

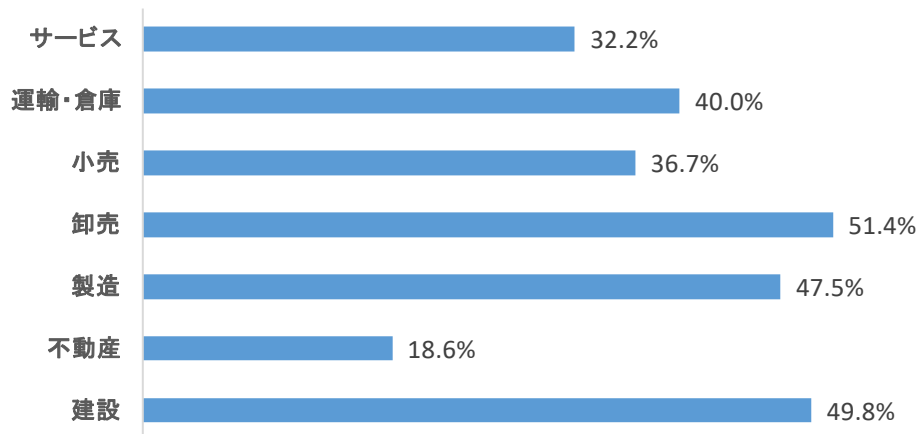
価格転嫁実施までの期間（業界別）



業種別の価格転嫁率、最高の「卸売」でも 5 割強にとどまる

業種別では、「建設業」「製造業」「卸売業」で 5 割前後と比較的転嫁が進んでいる一方、「不動産」「小売業」「サービス業」では 4 割を下回り、依然として厳しい状況が続く。滋賀県内でも観光需要や個人消費の回復がみられるものの、消費者の所得増加が物価上昇に追いついておらず、「値上げすると顧客離れにつながる」との懸念は根強い。また、建設・不動産分野では資材価格や人件費の上昇が続く一方、住宅市場では需要減退や価格の下押し圧力も見られ、コスト上昇分を十分に販売価格へ反映できない企業も多い。

価格転嫁率（業種別）



他方、価格転嫁を実現している企業では、「独自技術や専門性を背景に価格決定権を持ち、顧客に対して付加価値を明確に示している」という共通点もみられる。「オンリーワンに近い製品を増やした」「最終製品のニーズを的確に捉えている」といった声は、単なるコスト上昇分の転嫁ではなく、企業価値そのものを価格に反映できている好例と言える。

まとめ

本調査の結果、滋賀県における価格転嫁の状況は、「価格転嫁の必要性は社会全体で浸透しているものの、中小・小規模企業を中心に十分な転嫁には至っていない」というのが実態と言える。実際に、何らかの価格転嫁を実施した企業は 88.1%に達しているが、その一方で価格転嫁率は 42.1%にとどまり、コスト上昇分の半分以上を企業自らが吸収している状況が続いている。特に「5 割未満の転嫁」ととどまる企業が 55.4%を占め、「全く転嫁できない」企業も 6.9%存在することから、価格転嫁の裾野は広がっているものの、その内容は限定的と言わざるを得ない。

滋賀県は「製造業」の集積地であり、多くの企業が県外の大手メーカーやサプライチェーンに組み込まれている。このため、取引適正化の進展や価格協議の機会増加によって、「取引先の姿勢が改善している」「価格転嫁できている」との声が聞かれる一方で、「大手が理解を示さない」「大手企業同士の価格競争が激化し、中小企業の転嫁分は焼け石に水」といった声も少なくない。特に企業規模別では、「大企業」の価格転嫁率に比べて、「中小企業」「小規模企業」は低く、全国平均以上に規模間格差が大きい点が滋賀県の特徴となっている。

さらに、人手不足が深刻化する滋賀県では、今後の価格転嫁の最大の課題は人件費の転嫁にある。原材料費は客観的な根拠を示しやすいため比較的転嫁が進んでいるが、人件費は価格転嫁率が36.5%にとどまる。県内では「建設」「サービス」「小売」などで人材不足が深刻化しており、賃上げや人材確保は避けられない経営課題となっている。人件費を適正に転嫁できなければ、採用力や定着率の低下を招き、企業の競争力そのものが損なわれる可能性が高い。

総じて、滋賀県では価格転嫁に対する社会的理解や商慣行の改善が進み、価格改定までのスピードも速まっているものの、中東情勢の不安定化を起因とする物価上昇のペースは速く、企業の価格転嫁が追いつかない状況にある。今後は単なる値上げ交渉だけでなく、付加価値向上による価格決定力の強化や適正取引のさらなる浸透が不可欠であり、特に地域経済を支える中小・小規模企業の収益確保が、滋賀県経済の持続的成長を左右する重要な鍵になると考えられる。

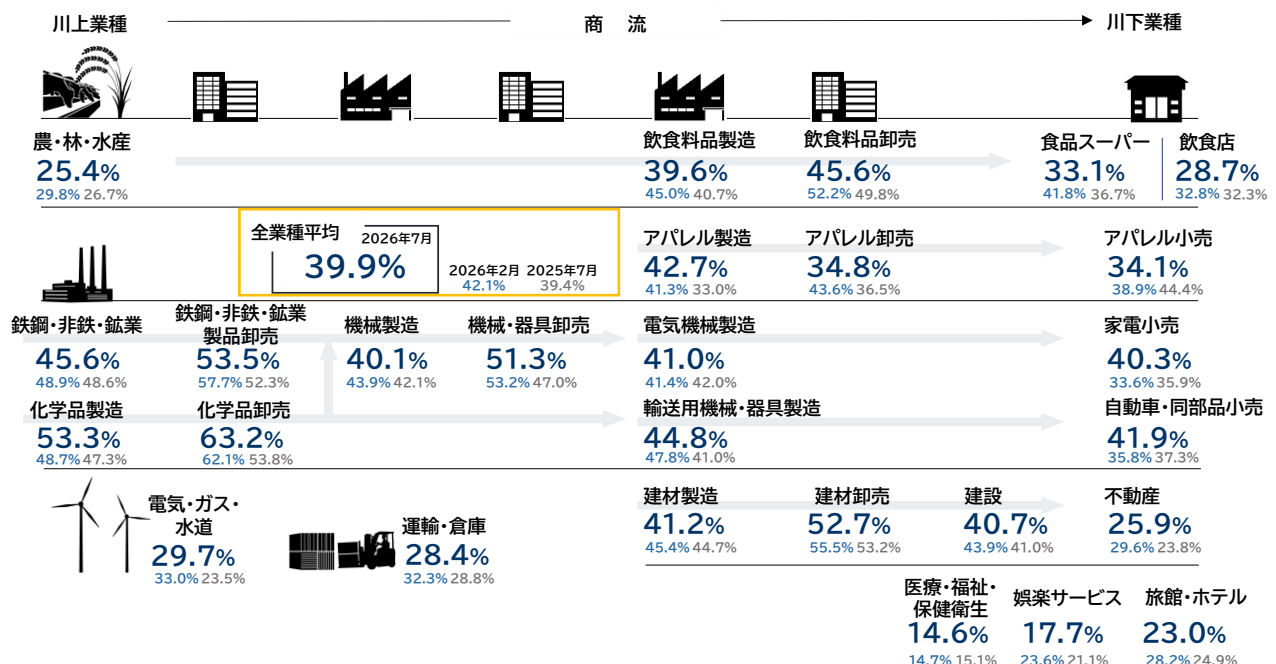
(参考:全国版より抜粋)

依然として、価格決定権の弱い業種ほど価格転嫁が厳しい

2026年8月28日発表のTDB Business View「価格転嫁に関する実態調査(2026年7月)」(全国版)によると、「価格転嫁率」は39.9%となり、再び4割を下回った。サプライチェーン別の価格転嫁状況は、「化学品卸売」(63.2%)や「鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売」(53.5%)、「機械・器具卸売」(51.3%)など、「卸売業」を中心に転嫁率は5割を超えたが、全体的に前回調査と比較して低下している。

また、消費者に近い川下に位置する業種の「各種商品小売(食品スーパー)」(33.1%)や「飲食店」(28.7%)、「旅館・ホテル」(23.0%)などでは、継続的な価格転嫁が難しく、「価格転嫁すると集客でなくなるのではないか」という不安から、値上げに踏み出せない(飲食店、兵庫県)、「競合先との価格競争の中、価格転嫁するのは難しい。特に競合相手が資本力のある場合、価格で勝てる見込みは少ない」(各種商品小売、山梨県)といった声が企業から寄せられた。

サプライチェーン別の価格転嫁の動向



さらに、「市場の相場によって価格が決定するため、コストを価格転嫁することが実質できない」(農・林・水産・長野県)、「収入の大部分が介護報酬によるため、自社独自の価格設定はほとんどできない」(医療・福祉・保健衛生・岡山県)など、価格決定権が弱く、容易に価格改定できない業種・業態では、コスト増を自社で吸収せざるを得ないケースも多い。そのほか、手数料などが法令で定められている「不動産」(25.9%)や、ゲームセンターのように 1 ゲーム当たりの料金を容易に変更できない「娯楽サービス」(17.7%)も価格転嫁率は低水準で推移している。

これまで、消費者に近い川下産業や、公的価格、契約、取引慣行などによって価格決定権が制約される業種ほど、価格転嫁が難しい傾向が指摘されていた。今回も同様の結果が表れ、こうした構造的な課題は解消されていない。

調査先企業の属性

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