

# 価格転嫁率42.9% 前回調査から0.6pt低下

全く価格転嫁できていない企業も約1割  
価格交渉ができていた割合は「製造業」が最高

## 新潟県・価格転嫁に関する実態調査(2026年2月)



本件照会先

目黒 健太郎(調査担当)  
帝国データバンク  
新潟支店  
025-245-5606  
info.niigata@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/04/02

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2月調査時点で、新潟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42.9%となった。前回調査から0.6ポイント低下しており、転嫁が進まない企業は依然として少なくない。各企業が価格転嫁を進めるためには、客観的なコスト上昇に対する根拠の提示や取引先への丁寧な説明などがこれまで以上に重要となると思われる。

※株式会社帝国データバンク新潟支店は、新潟県422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。

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:新潟県422社、有効回答企業数は233社(回答率55.2%)

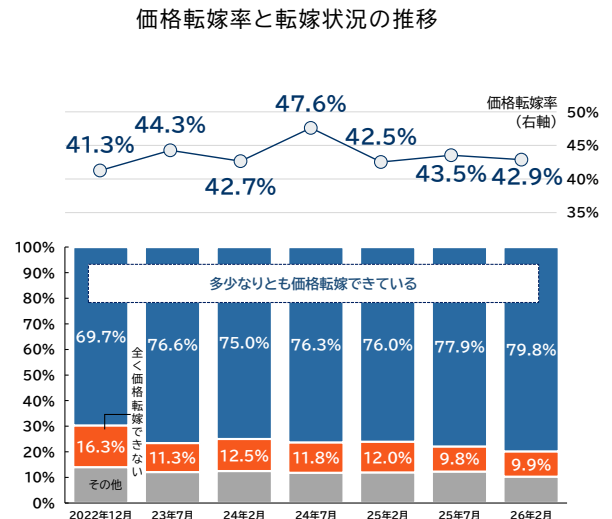
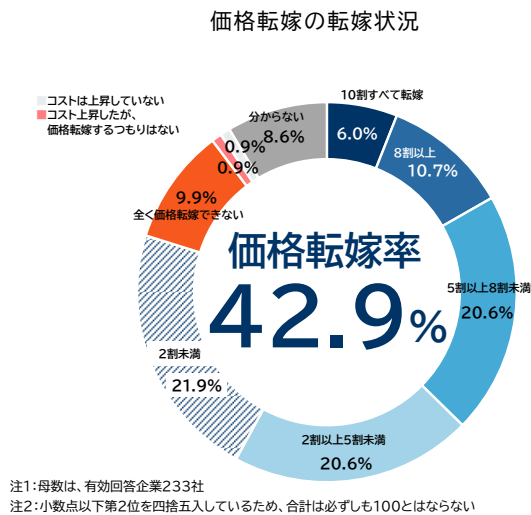
## 価格転嫁率は42.9%、前回調査から低下

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79.8%となり、前回調査(2025年7月、77.9%)から1.9ポイント上昇した。しかし内訳をみると、「2割未満」が21.9%(前回調査23.4%)、「2割以上5割未満」が20.6%(同13.5%)、「5割以上8割未満」が20.6%(同24.6%)と部分的な転嫁にとどまる企業が多くを占めている。また、「全く価格転嫁できない」と回答した企業は9.9%と前回調査(9.8%)を0.1ポイント上回り、割合は低いながらも依然として1割の企業は価格転嫁ができていないことも判明した。企業からは「価格を上げたいが、競合が価格を下げた見積もりを出してくるのでどうにもならない」(製造)などの声が聞かれた。

一方で、「8割以上」転嫁できている企業は10.7%(同12.7%)、「10割すべて転嫁」できている企業は6.0%(同3.7%)となり、「価格を上げてサービス向上で補う。お客さまの満足につながれば価格を上げてもいいと思っている」(建設)といった声が聞かれた。

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<sup>1)</sup>」は42.9%だった。これはコストが100円上昇した場合に42.9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(43.5%)と比較すると0.6ポイント低下しており、価格転嫁が進んでいないことが明らかとなった。

### 価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移



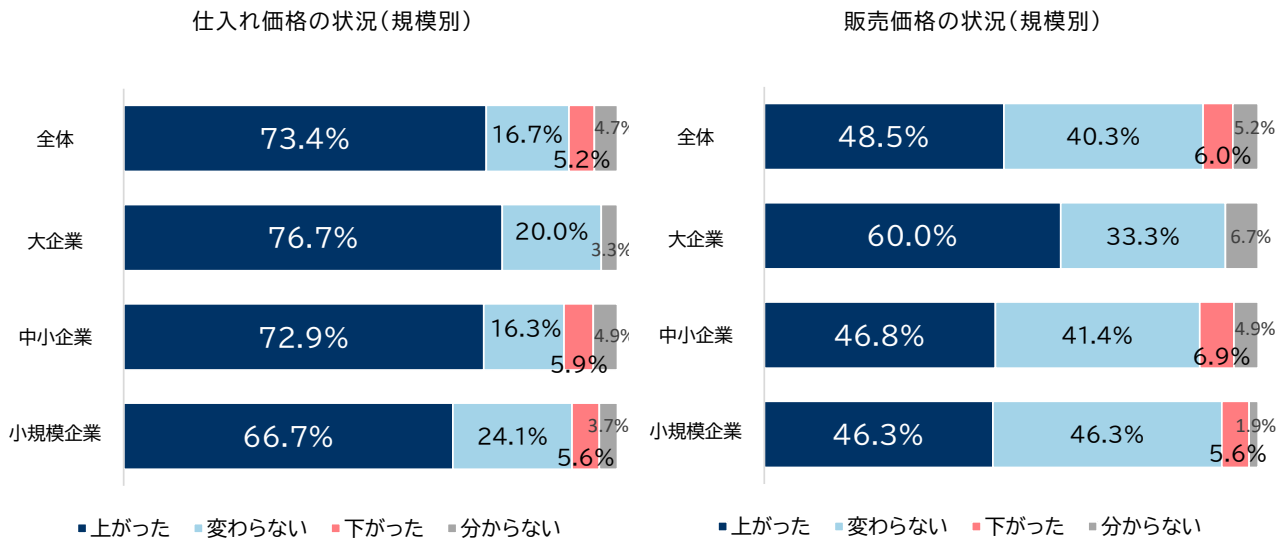
1 価格転嫁率は、各選択肢の中間値に各回答者数を乗じ加算したもののから全回答者数で除したもの(ただし、「コスト上昇したが、価格転嫁するつもりはない」「コストは上昇していない」「分らない」は除く)

## 7割が仕入れ価格上昇の一方で、販売価格上昇は5割弱にとどまる

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73.4%と7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48.5%と5割未満にとどまり、「変わらない」が40.3%と4割を超えた。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20ポイント以上上回っていることから価格転嫁の難しさがうかがえる。

規模別にみると、仕入れ価格、販売価格ともに規模の大きな企業ほど「上がった」と捉えている割合が大きかった。

### 仕入れ価格と販売価格の状況

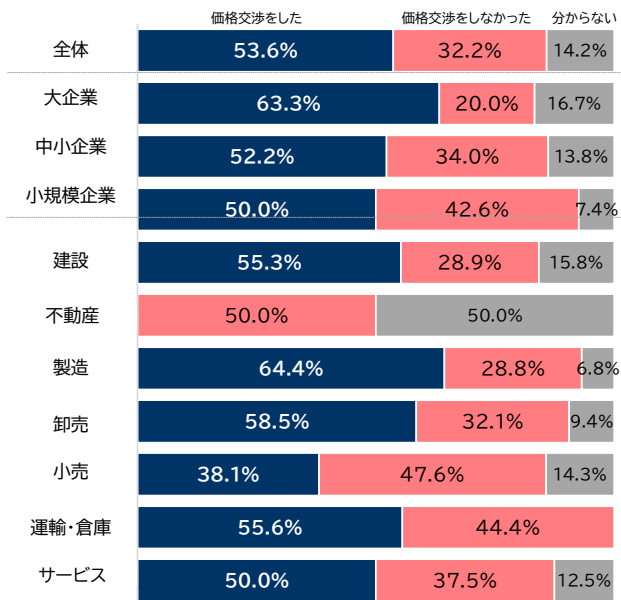


価格交渉の状況について尋ねたところ、仕入れ先と「価格交渉をした」企業は53.6%、販売先と「価格交渉をした」企業は62.2%であった。規模別にみると、仕入れ先との価格交渉では規模の大きな企業ほど価格交渉を行った割合が大きかった一方で、販売先との価格交渉では小規模企業の方が価格交渉をした割合が大きく、小規模企業ほど販売価格に転嫁することで利益を捻出しようとしている様子がうかがえる。企業からは「販売価格の交渉は度重なる仕入れ価格の上昇、販売量の低迷、同業者間競争などから、引き上げ幅の程度も含めて難航度合いが増してきている」(卸売)などの声が聞かれた。

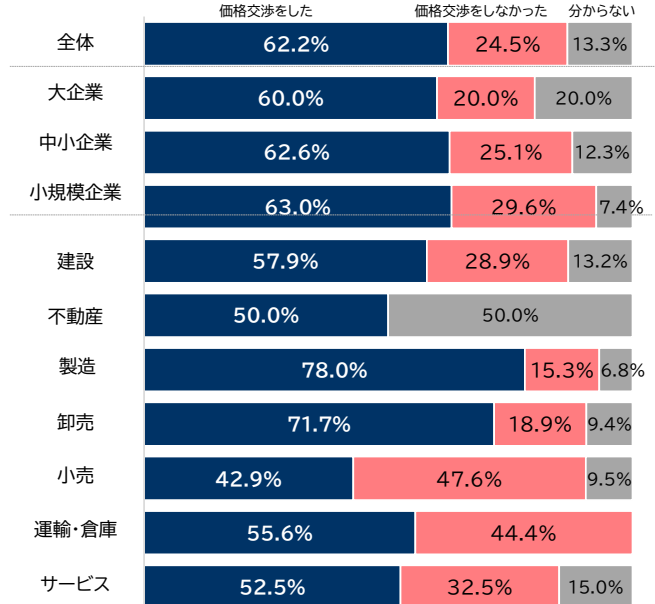
業界別に「価格交渉をした」割合をみると、仕入れ先、販売先ともに「製造」(仕入れ先:64.4%、販売先:78.0%)が最も高かった。

## 仕入れ先と販売先との価格交渉の有無

仕入れ先との価格交渉の有無(規模、主な業界別)



販売先との価格交渉の有無(規模、主な業界別)



## まとめ

本調査の結果、新潟県内企業のうち自社の商品・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2026年2月時点で8割弱に上昇した。一方で、依然として約1割の企業が「全く価格転嫁できない」としており、全体の価格転嫁率は前回調査から0.6ポイント低下し、42.9%にとどまった。

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。企業側も「市場の単価が上がらないなか、自社だけ上げると受注できなくなる可能性がある」(建設)との懸念を持っていることなどが価格転嫁が難航している要因となっている。

また、価格交渉状況を見ると、仕入れ価格が上がったと回答した企業が7割を超えたのに対し、販売価格が上がったと回答した企業は5割弱にとどまっており、収益への反映が十分にできていない状況もうかがえる。

いまだ各県内企業の価格転嫁が十分に進まない状況を踏まえると、客観的なコスト上昇に対する根拠の提示や取引先への丁寧な説明などがこれまで以上に重要となると思われる。

## 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