TDB Business View
2026/11/25

金利上昇の影響、企業の 58.5%が「マイナス影響の方が大きい」

メインバンクからの金利引き上げ打診、約半数の企業に

金利上昇による企業への影響調査（2026 年 10 月）

帝国データバンク

本件照会先
中村 駿佑（調査担当）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343（直通）
情報統括部：keiki@mail.tdb.co.jp

発表日
2026/11/25

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

金利上昇について「マイナス影響の方が大きい」と回答した企業は 58.5%となり、前回調査から 14.2 ポイント増加した。金利上昇によるマイナス影響を大きいと捉える企業の割合が、大幅に高まっている。メインバンクから金利引き上げの打診を受けた企業も 47.7%にのぼり、このうち 28.9%はすでに引き上げられていた。対応策は「価格転嫁」が 33.0%で最多となったほか、「借入金の返済」や「手元資金の積み増し」、「設備投資の見直し」も上位にあがった。

※株式会社帝国データバンクは、全国 2 万 2,025 社を対象に、「金利上昇による企業への影響」に関するアンケート調査を実施した

調査期間：2026 年 10 月 19 日～2026 年 10 月 31 日（インターネット調査）

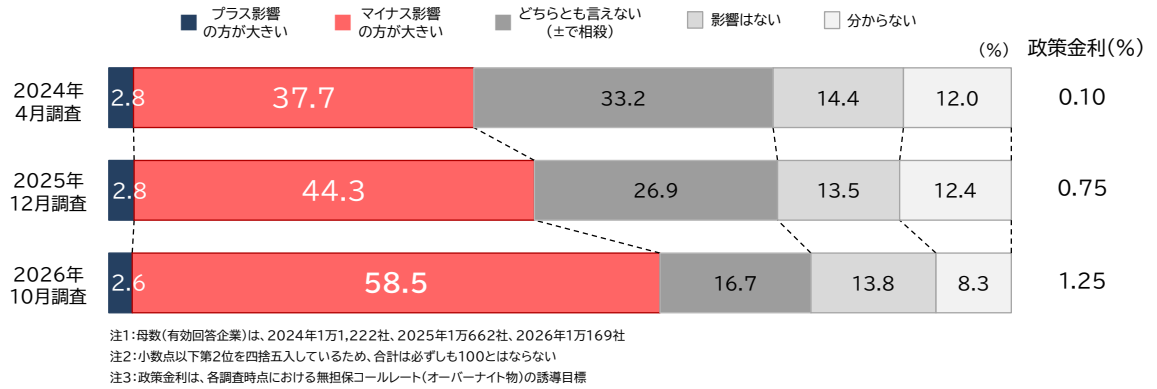
調査対象：全国 2 万 2,025 社、有効回答企業数は 1 万 169 社（回答率 46.2%）

金利上昇、58.5%が「マイナス影響の方が大きい」
前回から 14.2 ポイントの大幅増

日本銀行は 2026 年 9 月 18 日の金融政策決定会合で追加利上げを決め、政策金利を 1.00%程度から 1.25%程度へ引き上げた。新たな政策金利は 9 月 24 日から適用され、金融環境の変化が企業に与える影響はより鮮明になってきた。

そこで、金利上昇が自社の事業にどのような影響を与えているか尋ねたところ、「マイナス影響の方が大きい」と回答した企業は 58.5%となり、約 6 割を占めた。一方、「プラス影響の方が大きい」は 2.6%にとどまった。このほか、「どちらとも言えない」は 16.7%、「影響はない」は 13.8%、「分からない」は 8.3%だった。過去の調査と比較すると、「マイナス影響の方が大きい」は、2024 年 4 月調査の 37.7%から 2025 年 12 月調査には 44.3%となり、今回調査では 58.5%にまで上昇した。前回調査からの上昇幅は 14.2 ポイント、2024 年 4 月との比較では 20.8 ポイントとなった。一方、「どちらとも言えない」は前回調査から 10.2 ポイント、「分からない」も 4.1 ポイント、それぞれ低下した。金利上昇の影響について判断を保留する回答が減るなか、マイナスの影響が大きいと捉える企業の割合が高まっている。

金利上昇の影響　推移



注1：母数（有効回答企業）は、2024年1万1,222社、2025年1万662社、2026年1万169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：政策金利は、各調査時点における無担保コールレート（オーバーナイト物）の誘導目標

規模別でみると、「マイナス影響の方が大きい」は「中小企業」で 59.2%となり、「大企業」（53.9%）を 5.3 ポイント上回った。なお、「中小企業」のうち「小規模企業」は 56.9%だった。

「小規模企業」は、前回調査の 42.1%からは 14.8 ポイント上昇した。今回の水準だけをみると「中小企業」全体を下回るが、前回調査からの変化では、金利上昇をマイナス要因として捉える小規模企業が大きく増えている。原材料費や人件費など複数のコストが上昇するなか、利払い負担が増加することで、小規模企業でも金利上昇に対する厳しい受け止めが広がっている。企業からは、「設備投資のための長期借り入れや、原材料仕入れなどの短期借り入れにともなう金利上昇は、社内のコスト抑制や製品価格への転嫁で乗り切るしかない。中小企業単独で対応できることは、ほとんどない」（飲食料品・飼料製造、福岡県）との声もあがった。

業界別でみると、「マイナス影響の方が大きい」は『不動産』が 71.4%で最も高く、唯一 7 割を上回った。次いで、『運輸・倉庫』（66.0%）、『小売』（64.8%）、『製造』（64.6%）が 6 割台で続き、『卸売』（59.1%）も、全体の 58.5%を上回った。

『不動産』では、物件の取得や開発に多額の資金を要するため、借入額が大きくなりやすい。その分、支払利息も増加し、金利負担が重くなる。企業からは、「月々の返済額が前年同月より約 130 万円増加

し、年間 1,500 万円以上の利益が失われた」（不動産、大阪府）との声が聞かれた。さらに、住宅ローン金利の上昇によって、顧客の買い控えや購入可能額の低下を招く可能性もあり、自社の支払利息の増加と顧客の需要減少という利益と売り上げの両面で、金利上昇の影響を受けやすいと考えられる。

また、『小売』（64.8%）は、前回調査からの上昇幅が 20.8 ポイントと、主要 9 業界で最も大きかった。『製造』や『卸売』など他の業界でも借入金利の上昇によって金利負担の増加が懸念されるが、『小売』では、それに加えて顧客側のローン返済額の増加や節約志向の高まりが、販売数量や客単価に直接表れやすい。企業からは、「借入金が多いため、金利上昇は業績に大きく影響する。今後、金融機関と交渉していく必要がある」（飲食料品小売、東京都）との声が寄せられた。さらに、顧客側では、とりわけ自動車などの高額商品において、ローン金利の上昇が月々の返済額や総支払額を押し上げ、購入の延期や買い控えにつながる可能性がある。小売企業が自社の金利負担の増加分を販売価格へ転嫁すれば、消費者の買い控えを一段と強めかねず、転嫁しなければ利益が圧迫されるという難しさもある。

『不動産』と『小売』では、自社と顧客の双方に金利上昇の影響が及ぶ共通の構造が、マイナス影響を大きくする一因になっていると考えられる。

金利上昇の影響「マイナス影響の方が大きい」

「マイナス影響の方が大きい」～規模別～

		2025年12月調査	2026年10月調査	前回比（ポイント）
	全体	44.3%	58.5%	+14.2
規模別	大企業	40.9%	53.9%	+13.0
	中小企業	46.8%	59.2%	+12.4
	小規模企業	42.1%	56.9%	+14.8

「マイナス影響の方が大きい」～業界別～

		2025年12月調査	2026年10月調査	前回比（ポイント）
	全体	44.3%	58.5%	+14.2
業界別	農・林・水産	45.9%	52.2%	+6.3
	金融	28.7%	37.7%	+9.0
	建設	40.8%	54.5%	+13.7
	不動産	59.6%	71.4%	+11.8
	製造	50.9%	64.6%	+13.7
	卸売	45.5%	59.1%	+13.6
	小売	44.0%	64.8%	+20.8
	運輸・倉庫	50.5%	66.0%	+15.5
	サービス	36.0%	49.3%	+13.3

金利引き上げの打診、企業の半数近くが「あり」『不動産』では、4 割超が「すでに引き上げ」

金利上昇をマイナス要因として捉える企業が増えるなか、メインバンクから実際に金利引き上げの打診を受けているかについても尋ねた。その結果、「打診があり、すでに引き上げられた」は 28.9%、「今後の引き上げの打診があった」は18.8%であり、両者を合わせた『金利引き上げの打診あり』は47.7%と半数近くにのぼった。一方、「打診はない」は 39.5%、「分からない」は 12.8%だった。金利上昇がマイナス影響の拡大にとどまらず、実際の借入条件にも影響が表れている。

規模別でみると、金利引き上げの打診を受けた企業は「中小企業」が 48.7%となり、「大企業」の41.7%を 7.0 ポイント上回った。金利上昇の影響でも、「マイナスの影響の方が大きい」は「中小企業」（59.2%）が、「大企業」（53.9%）を上回った。

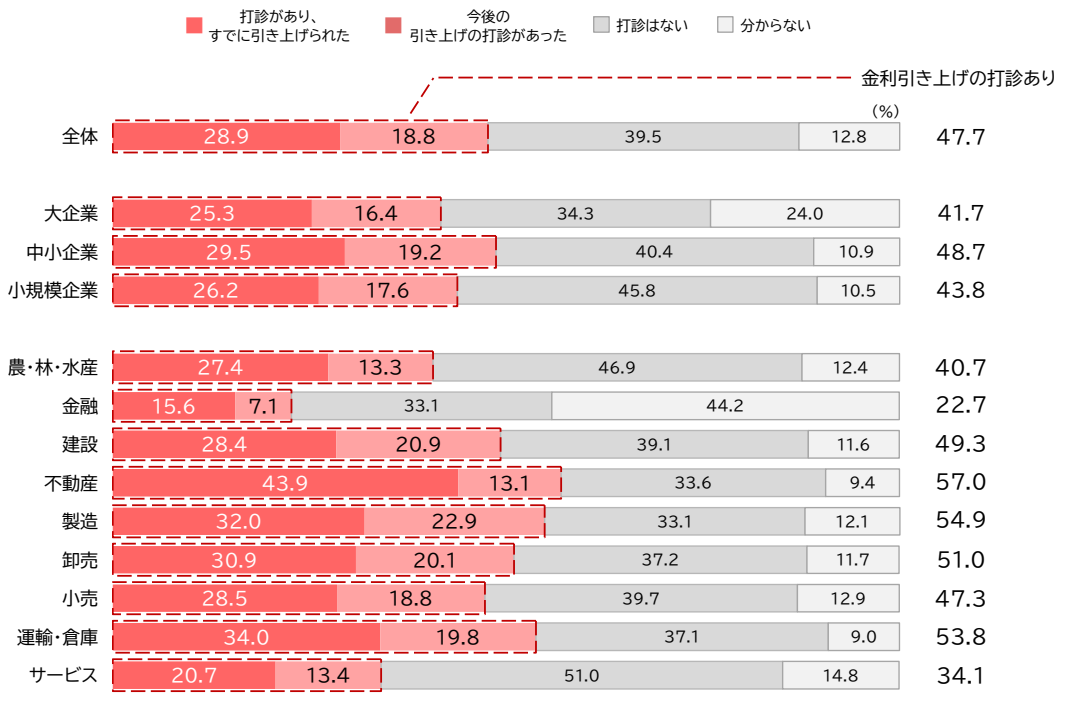
業界別でみると、「マイナス影響の方が大きい」とする割合が最も高かった『不動産』で、『金利引き上げの打診あり』も 57.0％とトップだった。次いで『製造』が 54.8％、『運輸・倉庫』が 53.8％で続いた。

とりわけ、『不動産』では 43.9％と多くの企業がすでに金利を引き上げられていた。不動産業向け貸出は国内銀行の総貸出に占める割合が大きく、地域金融機関にとっても重要な貸出分野となっている。また、不動産業では、物件取得と銀行借入が密接に結び付いており、金利が上昇しても事業に必要な物件取得や資金調達を簡単には止めにくい。企業からも、「金利が上がっても、不動産の購入を控えることは難しい。借り入れを続けながら、売り上げの拡大を目指す」（不動産、埼玉県）との声があがった。こうした継続的な資金需要を背景に、金利上昇後も借り入れを続け、引き上げ後の金利条件を受け入れながら事業を運営する企業が多いことが、すでに金利を引き上げられた割合の高さに表れている可能性がある。

『製造』では、主に設備投資にともなう長期借入金や、原材料の仕入れなどにともなって調達する短期借入金を抱える企業も多い。企業からは、「変動金利による自動的な上昇とは別に、金利引き上げの要請があった」（建材・家具、窯業・土石製品製造、岐阜県）との声があがった。また、別の企業からは、「2カ月ほど前に金利引き上げの連絡を受けたが、今月も再び引き上げるとの話があった。返済額が大きいと、経営への影響も大きい」（機械製造、新潟県）との声も寄せられた。支払利息や返済額が膨らみ、経営への負担が段階的に強まる可能性がある。

『運輸・倉庫』では、車両や船舶、倉庫などの取得・更新に借入金を利用する企業も多く、変動金利による借り入れでは金利上昇が収益圧迫につながる。企業からは、「複数の借入金のうち、最も金額の大きいものが変動金利のため、負担の増加を懸念している。運送料を値上げできていない取引先との交渉が進めば、若干の余裕が生まれる」（運輸・倉庫、神奈川県）との声が寄せられた。変動金利による支払利息の増加が懸念されるなか、運賃の見直しによって負担の軽減を図ろうとする動きがうかがえる。

メインバンクからの金利引き上げの打診状況



注1：母数（有効回答企業）は、2026年1万169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

対応策は「価格転嫁」が 33.0%で最多
収益確保と競争力維持の両立が課題に

金利上昇に対して実施している、または実施を想定している対応策を尋ねたところ、「商品・サービス価格に転嫁する」が 33.0%で最も高かった。次いで、「特に対応策はない」が 29.6%、「借入金の返済を優先する」が 22.3%、「手元資金を積み増す」が 19.2%、「設備投資を縮小・延期・中止する」が16.3%となった。

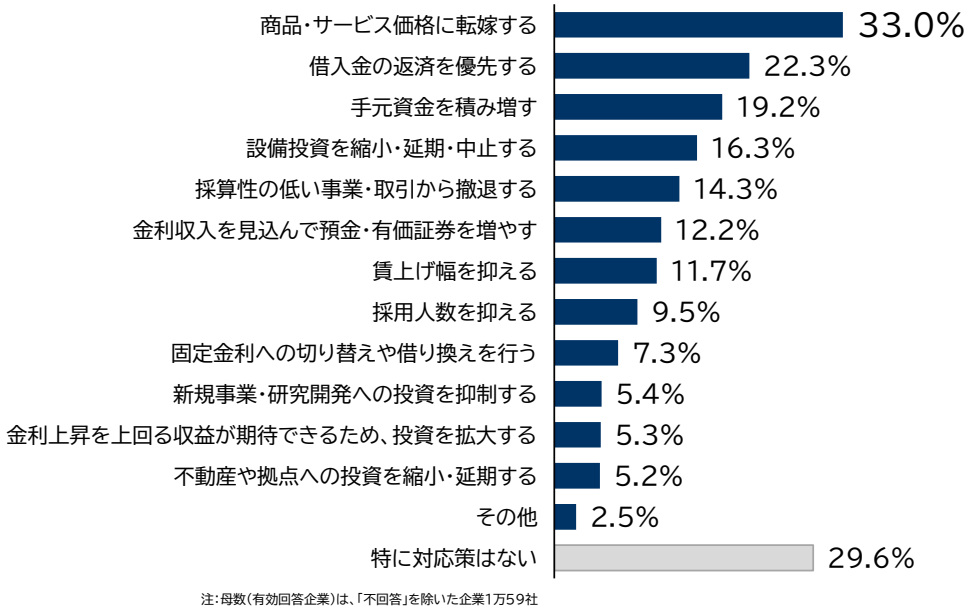
トップの「商品・サービス価格に転嫁する」は、金利上昇にともなう負担を企業内部だけで吸収せず、販売価格に反映する対応だが、金利上昇分をそのまま転嫁できるとは限らない。企業からは、「販売価格への上乗せが必要となる一方、競争力の低下にもつながるため、どの程度まで価格転嫁できるかを各部署で判断している」（機械・器具卸売、東京都）との声が寄せられた。価格転嫁を進めれば、金利上昇による利益の圧迫を緩和できる一方、値上げ幅によっては顧客離れや販売数量の減少を招く可能性がある。そのため、企業は金利負担を単純に価格へ上乗せするのではなく、顧客の受容度や競合他社の価格、自社の商品・サービスの付加価値などを踏まえ、転嫁できる範囲を見極める必要がある。収益を確保するための価格転嫁と、競争力を維持するための価格抑制をどう両立するかが課題となっている。

さらに、価格面だけでなく、企業の財務運営や投資に関する対応も上位となった。返済を優先すれば、借入残高を減らし、将来の利払い負担を抑えることができる。一方、手元資金を積み増せば、今後の資金需要や不測の支出に備えやすくなる。企業は、自社の借入残高や返済条件、今後の投資計画などを踏まえ、利払い負担の軽減と手元流動性の確保のどちらを優先するかを判断しているとみられる。

また、金利上昇は既存借入金の返済負担だけでなく、新たな設備投資の採算性にも関わる。設備投資の縮小や先送りが長期化すれば、生産性向上や事業拡大に向けた取り組みにも影響する可能性がある。

規模別や業界別では回答割合に多少の違いがみられたものの、全体の傾向と大きな差はなかった。価格転嫁や財務面の調整、設備投資の見直しは、特定の規模や業界に限らず、幅広い企業に共通する対応となっている。

金利上昇への対応策（複数回答）



注：母数（有効回答企業）は、「不回答」を除いた企業1万59社

まとめ

本調査では、金利上昇について「マイナスの影響の方が大きい」とした企業が 58.5%となり、2025 年 12 月の前回調査から 14.2 ポイント増加した。今後、追加利上げが実施され、既存の借入金利への反映が広がれば、マイナスの影響を見込む企業がさらに増える可能性がある。

規模別でみると、「小規模企業」が前回調査から 14.8 ポイント上昇した。原材料費や人件費などのコスト上昇が続くなか、新たな利払い負担も加わり、小規模企業でも金利上昇に対する厳しい受け止めが広がっている。

業界別でみると、『不動産』でマイナスの影響が最も高く、『小売』は前回調査からの上昇幅が最も大きかった。両業界では、自社の支払利息が増加するだけでなく、住宅ローンや自動車ローンの返済額の増加によって、顧客の購入延期や買い控えが懸念される。最終消費者と直接接するため、ローン返済額の増加や節約志向の高まりが販売数量や客単価にも表れやすい。こうした自社の収益と顧客需要の双方への影響が、両業界の厳しい受け止めにつながっていると考えられる。

また、メインバンクから金利引き上げの打診を受けた企業は半数近くにのぼり、うち 28.9%はすでに金利を引き上げられていた。規模別では「中小企業」、業界別では『不動産』で打診を受けた割合が最も高かった。

対応策では「商品・サービス価格に転嫁する」が 33.0%で最多となった。ただし、価格転嫁は利益の圧迫を和らげる一方、値上げ幅によっては競争力の低下や販売数量の減少につながる。さらに、借入金の返済や手元資金の積み増し、設備投資の見直しも上位となり、金利上昇局面が長期化すれば、企業の価格設定や財務運営に加え、将来の成長に関わる投資判断にも影響が及ぶ可能性がある。企業は、金利上昇が今後も継続することを前提に資金効率や資金需要を改めて点検し、収益確保、手元流動性、成長投資のバランスをとることが一段と重要になろう。

調査先企業の属性

1. 調査対象（2 万 2,025 社、有効回答企業 1 万 169 社、回答率 46.2%）

(1)地域

北海道	437	東海（岐阜 静岡 愛知 三重）	1,174
東北 （青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島）	715	近畿（滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山）	1,525
北関東（茨城 栃木 群馬 山梨 長野）	758	中国（鳥取 島根 岡山 広島 山口）	642
南関東（埼玉 千葉 東京 神奈川）	3,059	四国（徳島 香川 愛媛 高知）	342
北陸 （新潟 富山 石川 福井）	485	九州（福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄）	1,032
		合 計	10,169

(2)業界（10業界51業種）

農・林・水産		113	小売	飲食料品小売業	125
金融		154		繊維・繊維製品・服飾品小売業	71
建設		1,624		医薬品・日用雑貨品小売業	50
不動産		458		家具類小売業	24
製造	飲食料品・飼料製造業	272		家電・情報機器小売業	61
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	100		自動車・同部品小売業	122
	建材・家具、窯業・土石製品製造業	170	（765）	専門商品小売業	237
	パルプ・紙・紙加工品製造業	75		各種商品小売業	59
	出版・印刷	151		その他の小売業	16
	化学品製造業	310	運輸・倉庫		420
	鉄鋼・非鉄・鉱業	421	サービス	飲食店	118
	機械製造業	391		電気通信業	7
	電気機械製造業	260		電気・ガス・水道・熱供給業	17
（2,365）	輸送用機械・器具製造業	92		リース・賃貸業	88
	精密機械、医療機械・器具製造業	63		旅館・ホテル	94
	その他製造業	60		娯楽サービス	85
卸売	飲食料品卸売業	281		放送業	19
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	131		メンテナンス・警備・検査業	265
	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	250		広告関連業	92
	紙類・文具・書籍卸売業	87		情報サービス業	449
	化学品卸売業	206	（2,067）	人材派遣・紹介業	82
	再生資源卸売業	41		専門サービス業	383
（2,172）	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	225		医療・福祉・保健衛生業	110
	機械・器具卸売業	705		教育サービス業	33
	その他の卸売業	246		その他サービス業	225
			その他		31
			合 計		10,169

(3)規模

大企業	1,461	14.4%
中小企業	8,708	85.6%
（うち小規模企業）	(3,519)	(34.6%)
合 計	10,169	100.0%
（うち上場企業）	(175)	(1.7%)

2.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