

三重県内企業の 価格転嫁は 8 割が実施 転嫁率は 41.8%に低迷

都道府県別では 4 位→16 位に後退
コスト増が転嫁上回る

三重県・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 7 月)



本件照会先

服部 光次（支店長）
帝国データバンク
四日市支店
059-353-3411

発表日

2026/09/16

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

三重県内企業の 7 月調査時点の価格転嫁率は 41.8%となった。項目別では、原材料費は 5 割近い転嫁となった一方で、人件費、物流費、エネルギーコストの転嫁は 3 割程度にとどまる。

価格転嫁は「実施」から、「十分な転嫁」と「継続的な価格改定」を問う段階に入り、定期的な価格協議ができる取引環境の整備が不可欠となっている。

※株式会社帝国データバンク四日市支店は、三重県 287 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：三重県 287 社、有効回答企業数は 119 社（回答率 41.5%）

価格転嫁率は 41.8%、前回調査から 4.4 ポイント低下

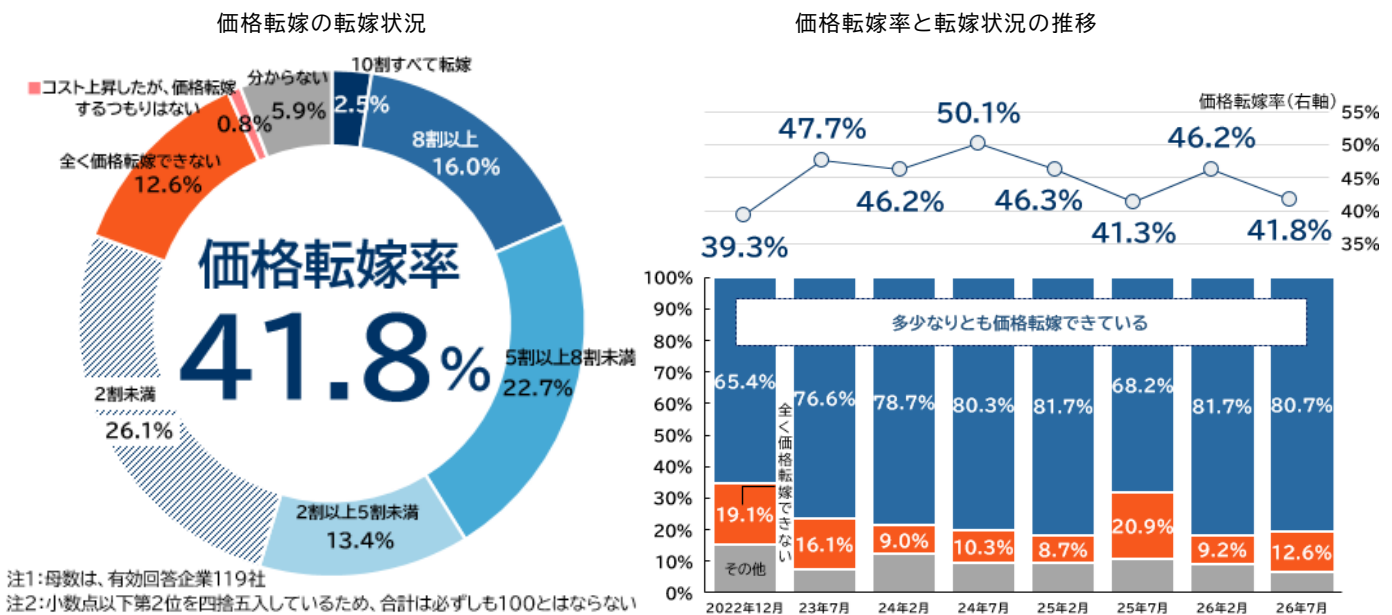
三重県内企業に自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した企業は 80.7%となった。前回調査(2026 年 2 月)の 81.7%から 1.0 ポイント低下した。内訳をみると、「10 割すべて転嫁できている」企業は 2.5%、「8 割以上」は 16.0%、「5 割以上 8 割未満」は 22.7%となり、「5 割以上転嫁」できている企業の割合は 41.2%だった。一方で、「2 割以上 5 割未満」は 13.4%、「2 割未満」は 26.1%、「全く価格転嫁できない」企業は 12.6%となり、「転嫁が 5 割未満」の企業の割合は 52.1%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」が最大の回答層となり、「10 割すべて転嫁できている」は 2.5%にすぎない。価格転嫁は広く行われているものの、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。

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 41.8%となり、前回調査の 46.2%から 4.4 ポイント低下した。2025 年 7 月に実施した前々回調査の 41.3%を僅かに上回ったものの、前回みられた改善の動きは続かず、価格転嫁には頭打ち感が表れている。なお、全国平均は 39.9%となり、三重県はこれを上回り、都道府県別では 16 位となった。(前回調査では 4 位)

企業規模別の価格転嫁率は、大企業が 58.2%、中小企業が 39.4%、小規模企業が 35.6%となり、規模が小さくなるほど価格転嫁率が低下している。とりわけ、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に限られるなど、交渉の準備面でも制約を抱えやすい。価格転嫁の格差は、価格決定力や交渉力の差を反映したものとみられる。

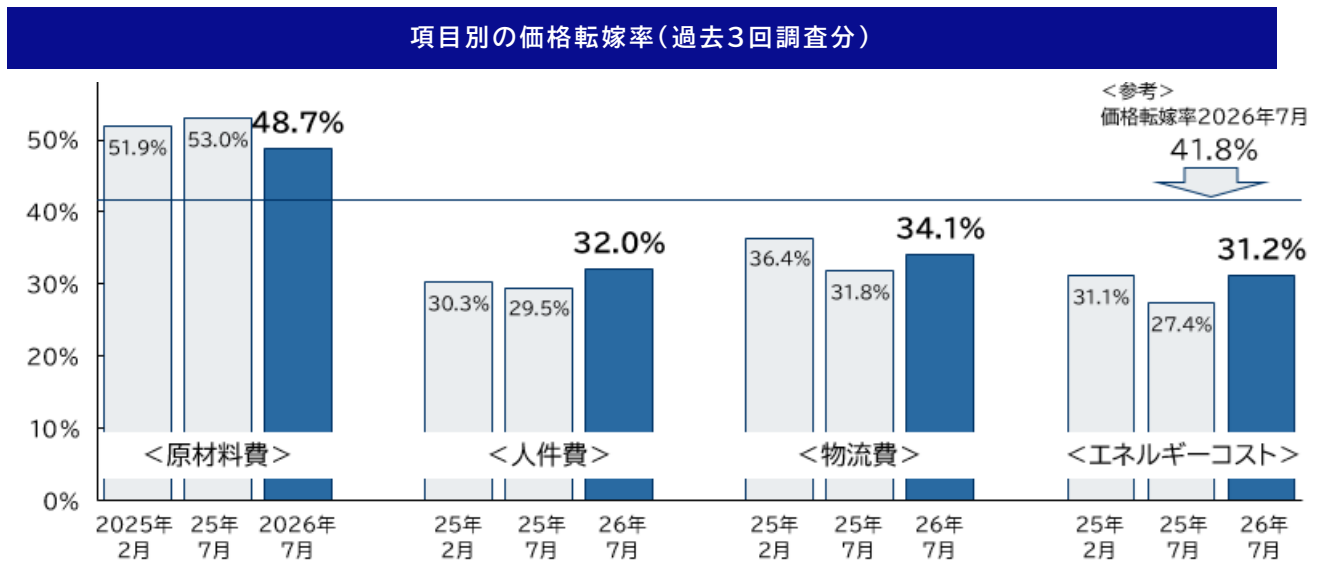
価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移



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)

人件費・物流費・エネルギーコストは転嫁 3 割前後にとどまる

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 48.7%だった。次いで物流費が 34.1%、人件費が 32.0%、エネルギーコストが 31.2%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対応関係を示しにくい。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考えられる。



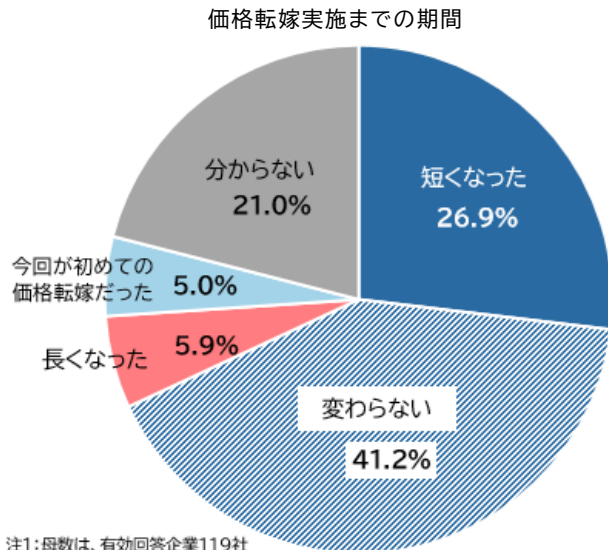
とりわけ、人件費は一時的な負担ではなく、人手不足に対応するための賃上げや採用条件の改善、社会保険料、教育費などが継続的に発生する。その上昇分を価格に反映できなければ、賃上げの原資が確保できず、人材採用や定着、サービス品質の維持にも影響が及びかねない。

価格転嫁までの期間、「短くなった」が 26.9%

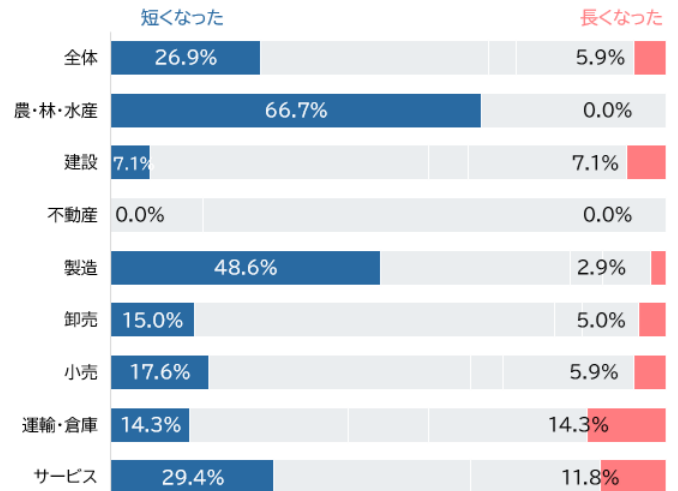
価格転嫁までの期間について尋ねたところ、「変わらない」が 41.2%で最も高かった。次いで「短くなった」が 26.9%、「長くなった」が 5.9%、「今回は初めての価格転嫁だった」が 5.0%となった。「短くなった」が「長くなった」を 21.0 ポイント上回っており、企業がコスト上昇を認識してから価格改定に動くまでの期間は、全体として短縮する方向にあることがうかがえる。急激な円安による輸入物価の上昇や、値上げに対する社会的な理解が以前より広がったことに加え、企業側でも価格協議の定期化や原価管理の強化が進み、コスト上昇に対する意思決定が迅速になった可能性がある。

業界別に「短くなった」企業の割合をみると、『農・林・水産』が 66.7%で最も高く、『製造』が 48.6%、『サービス』が 29.4%で続いた。

価格転嫁実施までの期間



価格転嫁実施までの期間(業界別)



価格転嫁は「実施」から、「十分な転嫁」と「継続性」を問う段階へ

三重県内企業では本調査の結果、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80.7%にのぼった。一方で、急激な円安や中東情勢の混乱などによるコストアップが下押し、価格転嫁率は前回調査から4.4ポイント低下して41.8%にとどまった。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。また、2割未満の転嫁にとどまる企業が26.1%で最も多く、すべて転嫁できる企業はわずか2.5%に過ぎない。これらから、価格転嫁を実施する企業は広がった一方、十分な転嫁には至っていないことが明らかとなった。

費目別の価格転嫁率は、原材料費が5割近くにのぼったのに対し、人件費、物流費、エネルギーコストは約3割にとどまった。価格転嫁の根拠を示しやすい原材料費に比べ、人件費など継続的に発生するコストの転嫁は遅れている。こうした状況が続けば、企業収益を圧迫するだけでなく、賃上げや人材確保、設備投資にも影響を及ぼしかねない。

今回新たに尋ねた価格転嫁までの期間は、「短くなった」が26.9%となり、「長くなった」の5.9%を大きく上回った。価格改定に向けた交渉は迅速化しているものの、コスト上昇のペースがそれを上回っており、早期の値上げが十分な価格転嫁に結び付いているとは言い切れない。

価格転嫁は「実施したかどうか」を確認する段階から、「必要なコストを十分に反映できたか」、さらに「環境変化に応じて継続的に価格改定できるか」を問う段階に入っている。とりわけ三重県では、自動車関連を中心とした製造業や物流関連産業が県内経済をけん引しており、その裾野を担う中小企業の収益力確保は地域経済の持続的な成長に直結する。原材料費に加え、人件費や物流費も適切に価格へ反映できる環境づくりを進めるとともに、発注側と受注側が継続的に価格協議できる取引慣行の定着が一層重要となろう。それは県内企業の持続的な賃上げや人材確保を支え、地域経済の活力維持にもつながるはずだ。

価格転嫁に対する三重県内企業の声

三重県内企業の声	業種
値上げに対する取引先の理解が以前よりスピーディーになった	養鶏業
交渉中に新たなコストアップが発生する	農畜産物・水産物卸売
多少でも客に丁寧に説明することによって価格転嫁も幾分できている	通信設備工事
グループ会社の方針として、価格転嫁を行う指示がでており、実施出来ている。また、当社の取引会社に対しても実施	金属製品製造
以前に比べ、取引先の価格転嫁に対する値上げについて受け入れてもらえるようになった	菓子製造
今はクライアントも値上げには慣れている。仕方ないな、という感じ	その他事業サービス
競争入札なので受注出来て初めて転嫁が認められることになる。当然ながら転嫁しないところが安値となるため、受注出来なければ転嫁されていない事になる	鉄骨工事
相見積りで安いところが受注するため	通信設備工事
案内は開始しているが結果が出るまでに数ヶ月掛かるのが慣習	糖類製造
プレス金型メーカーがいまだに価格競争に陥っており、価格転嫁できずにいるのでこちらでも認めてもらえない	鋳物製造
顧客離れが心配	鉄スクラップ卸売
対象の商品が多すぎて対応できてない	乾物卸売
特に材料原価上昇については世間一般での認知度も高く、取引先への申し入れのハードルは確実に下がっている。ただし、人件費、特に設計業務の時間レートについての転嫁が難しい。申し入れは都度行なうものの、相手方での具体化が進まない。その為、レートは変えずにかかる時間数を調整することで一定の転嫁を行なっている	技術提供
飲食店ですので、どうしても「値上げ」には二の足を踏んでしまう	中華その他料理店
競合他社との売価設定の乖離によって市場が安易な安売り傾向にある	野菜卸売
物理的に上昇した対象においては転嫁しやすいが、人件費などコストは便乗値上げととらえられないよう慎重に行うため時間を要する。あるいは転嫁自体出来ない可能性もある	ソフトウェア開発

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