

価格転嫁率 45.1%、 24 年 7 月以来の高水準

原材料費の高騰分は転嫁が進んでいる反面、
人件費、物流費、エネルギーコストの転嫁は進まず

石川県・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 7 月)



本件照会先

小畑 淳宏(調査担当)
帝国データバンク
金沢支店
076-263-4321

発表日

2026/09/29

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 7 月調査時点の価格転嫁率は 45.1%となり、4 割台に回復。項目別では、原材料費の転嫁が 5 割を超えたのに対して、人件費、物流費、エネルギーコストの転嫁は 3 割前後にとどまった。価格改定までの期間は短縮傾向がみられ、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きた。

※株式会社帝国データバンクは、全国 2 万 2,350 社を対象に実施した「価格転嫁」に関するアンケート調査のうち、石川県内企業 192 社を対象に分析。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: 石川県内企業 192 社、有効回答企業数は 87 社(回答率 45.3%)

価格転嫁率は 45.1%、24 年 7 月以来 4 割台に改善

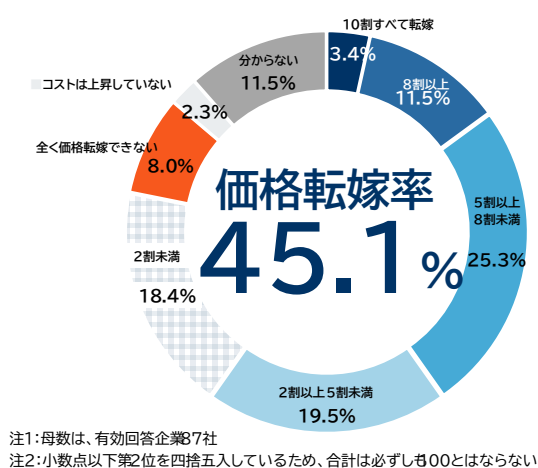
自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した企業は 78.2%となった。前回調査(2026 年 2 月)の 71.9%から 6.3 ポイント上昇した。内訳をみると、「10 割すべて転嫁できている」企業は 3.4%、「8 割以上」は 11.5%、「5 割以上 8 割未満」は 25.3%となり、「5 割以上転嫁」できている企業の割合は 40.2%だった。一方で、「2 割以上 5 割未満」は 19.5%、「2 割未満」は 18.4%、「全く価格転嫁できない」企業は 8.0%となり、「転嫁が 5 割未満」の企業の割合は 45.9%となった。価格に全く反映できていない企業が全体の 1 割弱存在することは看過できない。

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、価格転嫁が「5 割以上 8 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 3.4%にすぎない。価格転嫁は広く行われているものの、実態としてはコスト上昇分を価格転嫁で吸収し切れていない企業がほとんどであるといえる。

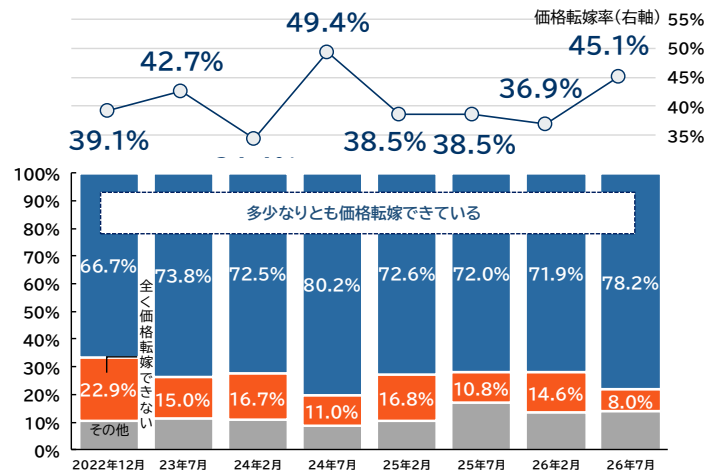
また、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁度合いを示す「価格転嫁率¹」は 45.1%だった。前回調査の 36.9%から 8.2 ポイント上昇し、4 割台に改善した。それでも、2024 年 7 月調査時では 49.4%だったことを踏まえると、価格転嫁には頭打ち感が表れている。

企業規模別の価格転嫁率は、大企業が 49.0%、中小企業が 44.5%となった。規模が小さくなるほど価格転嫁率が低い傾向があり、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



価格転嫁の転嫁状況



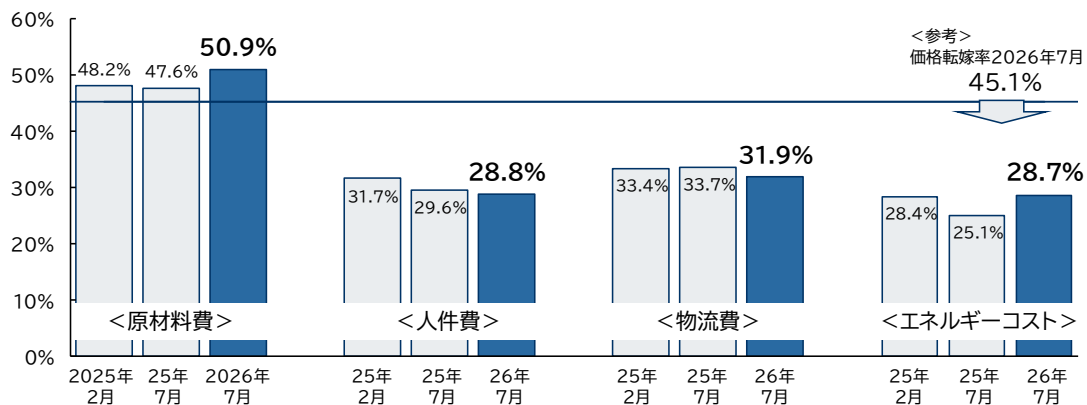
価格転嫁率と転嫁状況の推移

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

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 50.9%だった。次いで物流費が 31.9%、人件費が 28.8%、エネルギーコストが 28.7%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ため、価格改定の根拠を取引先に説明しやすく、他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言えよう。

項目別の価格転嫁率（過去3回調査分）



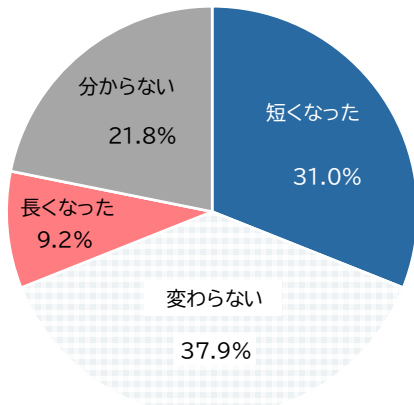
とりわけ、人件費は一時的な負担ではなく、人手不足に対応するための賃上げや採用条件の改善、社会保険料、教育費などが継続的に発生する。その上昇分を価格に反映できなければ、賃上げの原資が確保できず、人材採用や定着、サービス品質の維持にも影響が及びかねない。

企業の 4 社に 1 社が価格転嫁までの期間、「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、「変わらない」が 37.9%で最も高かった。次いで「短くなった」が 31.0%、「長くなった」が 9.2%となった。「短くなった」が「長くなった」を 21.8 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、『運輸・倉庫』が 66.7%で最も高く、『卸売』が 58.3%、『製造』が 31.0%で続いた。エネルギーコストの影響が大きい『運輸・倉庫』では、コスト上昇から価格転嫁までの期間が短縮しているものの、価格転嫁率が低位にとどまったことには注意が必要であろう。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、仕入価格の上昇スピードがより早まるなかで、顧客離れや取引数量の減少を懸念し、値上げ幅を抑えている可能性を示唆しているものと考えられる。

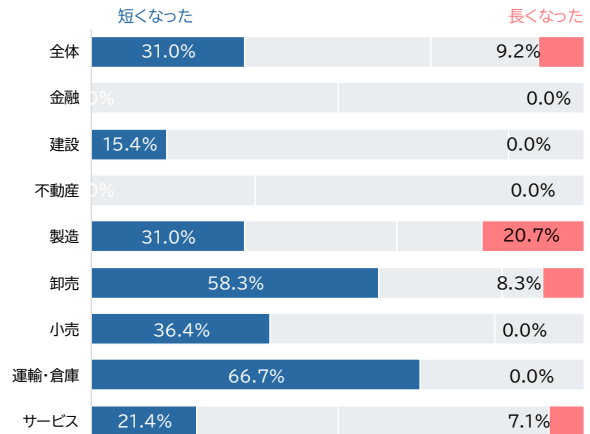
価格転嫁実施までの期間



注1:母数は、有効回答企業87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



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

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78.2%と4社に3社を超えた。急激な円安や中東情勢の混乱によるコストアップの影響は限定的とみられ、価格転嫁率は前回調査から8.2ポイント上昇して45.1%となり、2年ぶりに4割台となった。しかしながら、現状の価格転嫁率ではコストが100円上昇しても約45円しか販売価格に反映できず、上昇コストの半分以上を企業が負担していることに変わりはない。また、価格転嫁が2割未満の転嫁にとどまる企業が4社に1社ある反面、すべて転嫁できる企業は3.4%にすぎない。価格転嫁を実施する企業は広がったものの、十分な転嫁には至っていないのが現状といえる。

費目別の価格転嫁率は、原材料費は5割を超えたのに対し、人件費、物流費、エネルギーコストは3割前後にとどまった。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。こうしたコストを企業が負担し続けられれば、利益を圧迫するだけでなく、賃上げや人材確保、設備投資などを抑制する要因となりかねない。

今回新たに尋ねた価格転嫁までの期間は、「短くなった」が31.0%となり、「長くなった」の9.2%を大きく上回った。価格改定への交渉は迅速化しているものの、仕入価格の上昇スピードがさらに早まっていることなどで転嫁率自体は低下しており、早期の値上げが十分な転嫁に結び付いているとは言い切れない。

価格転嫁は、一度の値上げで完了するものではない。コスト変動を定期的に確認し、継続して価格を見直す経営プロセスとして定着させる必要がある。しかし、小規模企業や価格決定権の弱い業界では、個々の企業努力だけでの対応には限界がある。発注側と受注側が定期的に価格を協議し、原材料費だけでなく、人件費や物流費なども価格見直しの対象とする取引環境の整備が欠かせない。

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「環境の変化に応じて適正な価格改定を継続できるか」を問う段階に入っている。十分な価格転嫁と継続性を確保することは、企業収益の維持だけでなく、持続的な賃上げ、雇用の確保、設備投資、商品・サービスの安定供給を支える重要な条件となろう。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万2,350社、有効回答企業1万518社、回答率47.1%)

(1)地域

北海道	446	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,124
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	742	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,577
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	806	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	637
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,258	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	364
北陸 (新潟 富山 石川 福井)	499	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	1,065
		合 計	10,518

(2)業界(10業界51業種)

農・林・水産	121	小売	飲食料品小売業	141
金融	159		繊維・繊維製品・服飾品小売業	79
建設	1,675		医薬品・日用雑貨品小売業	58
不動産	451		家具類小売業	27
製造	飲食料品・飼料製造業		家電・情報機器小売業	53
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	(812)	自動車・同部品小売業	124
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		専門商品小売業	257
	パルプ・紙・紙加工品製造業		各種商品小売業	58
	出版・印刷		その他の小売業	15
	化学品製造業		運輸・倉庫	452
	鉄鋼・非鉄・鋳業	サービス	飲食店	111
	機械製造業		電気通信業	8
	電気機械製造業		電気・ガス・水道・熱供給業	20
	輸送用機械・器具製造業		リース・賃貸業	94
	精密機械・医療機械・器具製造業		旅館・ホテル	98
	その他製造業		娯楽サービス	91
卸売	飲食料品卸売業		放送業	21
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	(2,146)	メンテナンス・警備・検査業	274
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業		広告関連業	106
	紙類・文具・書籍卸売業		情報サービス業	455
	化学品卸売業		人材派遣・紹介業	81
	再生資源卸売業		専門サービス業	397
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業		医療・福祉・保健衛生業	117
	機械・器具卸売業		教育サービス業	40
	その他の卸売業		その他サービス業	233
			その他	31
		合 計		10,518

(3)規模

大企業	1,533	14.6%
中小企業	8,985	85.4%
(うち小規模企業)	(3,596)	(34.2%)
合 計	10,518	100.0%
(うち上場企業)	(178)	(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