

価格転嫁率、4割回復 零細企業への交渉支援急務

取引慣行の是正進むも、6割は自社でコスト吸収
人員不足や競争力のない商材扱う企業で難航

近畿地区・価格転嫁に関する実態調査(2026年2月)



本件照会先

鍋田 未佳 (調査担当)
帝国データバンク
大阪支社情報部
06-6441-3100(直通)
osakajoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/04/03

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

近畿地区において、2月調査時点でコスト上昇分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43.6%と4割台に回復した。しかし、依然として十分とは言えない状況が続いており、特に小規模企業や価格決定権の弱い業種では、交渉力不足からコストを自社で吸収する傾向が強い。取引慣行の見直しや法整備の効果は一部で見られるものの、零細企業への交渉支援や消費者理解の促進が今後の課題となる。

※株式会社帝国データバンク大阪支社は、「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2025年7月に実施し、今回で7回目。

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:近畿3,592社、有効回答企業数は1,616社(回答率45.0%)

価格転嫁率は43.6%、再び4割台に回復

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78.1%となり、前回調査(2025年7月、75.7%)から2.4pt上昇した。

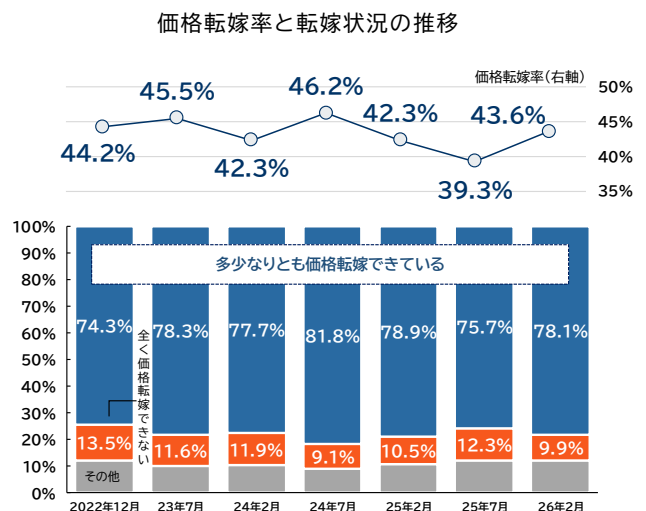
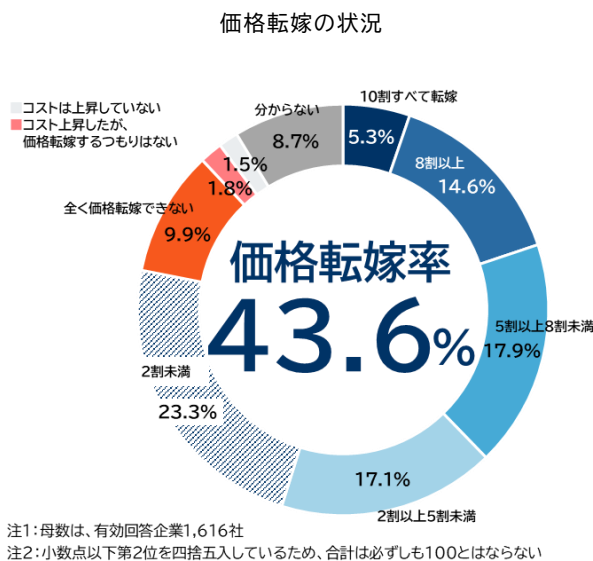
内訳をみると、「2割未満」が23.3%(前回24.0%)、「2割以上5割未満」が17.1%(同19.3%)、「5割以上8割未満」が17.9%(同16.9%)と部分的な転嫁にとどまる企業が大部分を占めている。

一方、「8割以上」転嫁できている企業は14.6%(同11.6%)、「10割すべて転嫁」できている企業は5.3%(同4.0%)となり、「最近になり、価格転嫁を受け入れてくれる発注者が増えている」(建設、和歌山県)といった声が寄せられた。

「全く価格転嫁できない」と回答した企業は9.9%で前回調査(12.3%)より2.4pt減少したものの、いまだ1割程度存在している。「競合他社との我慢比べ」(その他の卸売業、大阪府)といった声が一部で聞かれるほか、「薬価改定が毎年実施され、否応なしに販売価格は低下する。若干の価格交渉はできるものの、コストの上昇分を転嫁できるわけもなく、自らのコスト切り詰めだけで乗り切るしかない」(化学品卸売業、大阪府)など、公定価格の商材を扱う企業においては、とりわけ厳しい状況がうかがえた。

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、43.6%だった。これはコストが100円上昇した場合に43.6円しか販売価格に反映できず、残りの56.4円を企業が負担していることを示している。前回調査(価格転嫁率 39.3%)と比較すると4.3pt上昇し、1年ぶりに4割台まで回復した。

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」「分からない」は除く)

販売価格の交渉状況、企業規模で開き大きく

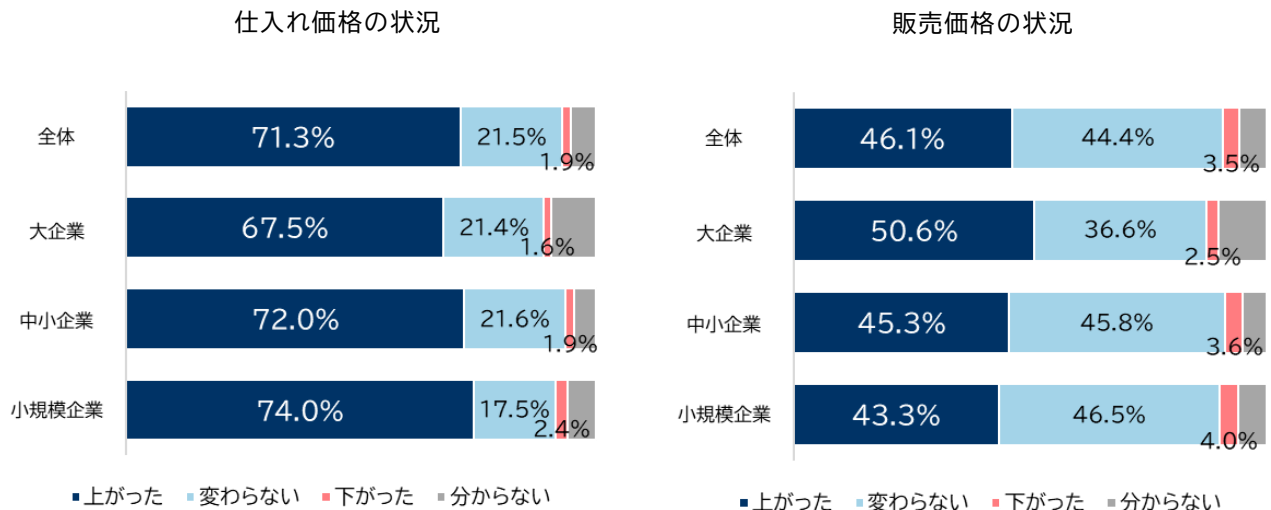
直近6カ月における自社の主な商品・サービスに関する仕入れ価格の状況について尋ねたところ、「上がった」と回答した企業は71.3%と7割を超えた。同様に販売価格の状況を尋ねたところ、「上がった」と回答した企業は46.1%と5割を下回った。

規模別にみると、その差は大企業で16.9pt、中小企業で26.7pt、小規模企業では30.7ptと、10pt以上の開きがある。企業規模が小さいほど「仕入れ価格の上昇」を、企業規模が大きいほど「販売価格の上昇」をより実感している傾向が見てとれる。

企業の声としては「大手取引先との力関係がある中、コスト上昇分の反映は理屈通りに進まない」（その他の卸売業、大阪府）、「価格転嫁は外向きのポーズでしかない。実際の担当者レベルでは上昇したコスト分を発注先に吸収させる感じで、値引きが表面化していないだけ」（電気機械製造業、京都府）など、現場レベルでの価格転嫁の難しさを訴えるものが複数聞かれた。

一方で、「サプライヤーも購入者も、コストアップを当然のことと捉え対応している。過去30年間で考えられない状況」（機械・器具卸売業、滋賀県）、「取適法の施行により（価格交渉の）対象取引先が大幅に増加したため、仕入れ単価アップを受け入れざるを得なくなった」（機械製造業、兵庫県）といった声も散見され、従来の取引慣行が、徐々にではあるが見直されつつある様子も垣間見えた。

仕入れ価格と販売価格の状況（企業規模別）



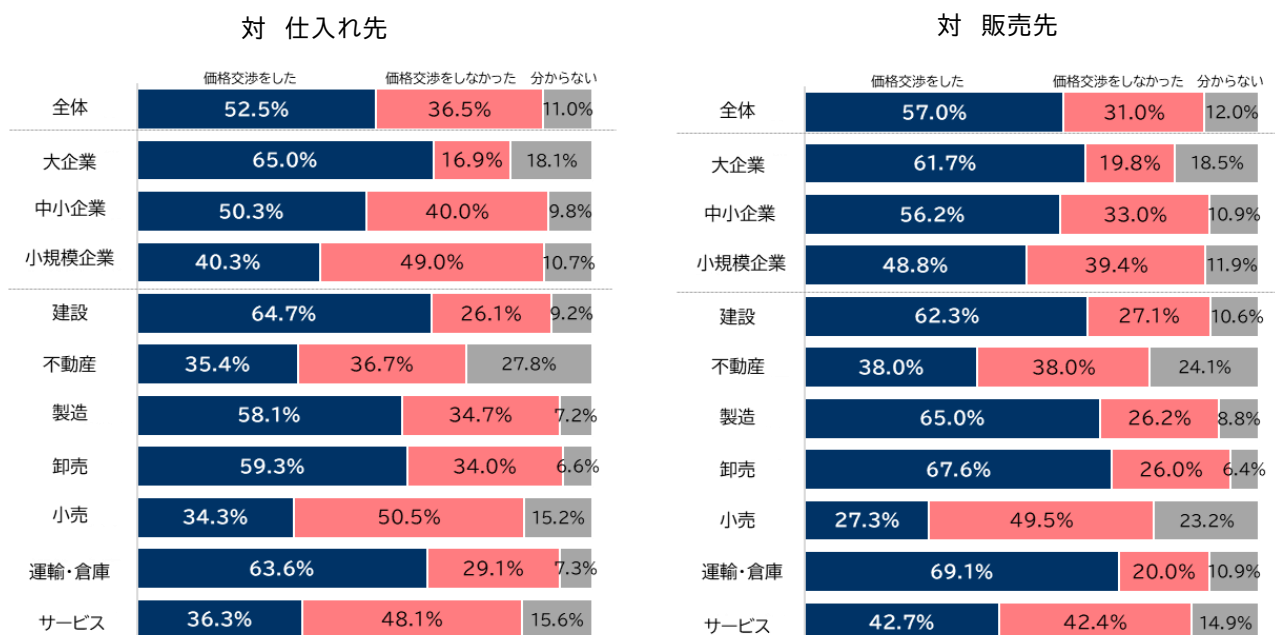
価格交渉の状況について尋ねたところ、仕入れ先と「価格交渉をした」企業は 52.5%、販売先と「価格交渉をした」企業は 57.0%であった。「小規模企業」における価格交渉の実施割合は仕入れ先(40.3%)、販売先(48.8%)のいずれも 4 割台にとどまり、規模が小さい企業ほど価格交渉が十分に行えていない状況が表れた。

「大手が厳しい。最近になって原料価格の上昇分は値上げを認めてくれるようになったが、労務費・間接経費の上昇分はなかなか認めてもらえない。説明しても膨大な資料を用意しなければならず根負けする」(その他の卸売業、兵庫県)といった声が複数寄せられ、人員に余力のない小規模企業においては、依然として価格交渉のハードルが高い現状が浮き彫りとなった。

業界別に「価格交渉をした」割合をみると、売り先が最終消費者にあたる『小売』(仕入れ先 34.3%、販売先27.3%)が、仕入れ先・販売先とも最も低い。企業からは「仕入れ先は大手元売りであり、交渉の余地はない。販売価格も同業者の同調圧力があり、意に沿うとは言えない」(専門商品小売業、大阪府)、「販売単価を上げると売り上げがますます下がる」(繊維・繊維製品・服飾品小売業、大阪府)といった声が聞かれ、扱う商材や商流の特性から、価格転嫁のタイミングを決めかねている様子がうかがえた。

「価格交渉をした」割合が高い業界としては、「2024 年問題」に該当する『建設』(仕入れ先 64.7%、販売先 62.3%)と『運輸・倉庫』(仕入れ先63.6%、販売先69.1%)が、6割を上回って上位にランクイン。特に後者においては「運輸局の指導」(運輸・倉庫、大阪府)が取引価格の適正化の後押しになっているほか、「価格交渉をして(価格が)上がっているもの、上がりつつあるものについて、発注者から理解を得ることができた。もちろん下請け事業者に対しても、ほぼ言い値で支払っている」(建設、大阪府)など、「働き方改革」が労働環境の整備や顧客(配送先)の理解を促している様子が見てとれた。ただし価格交渉の実施割合の中には、交渉が不調に終わり、十分な価格転嫁に至っていないケースも多分に含まれている点には留意したい。

価格交渉の有無 (企業規模、主な業界別)



<参考> 府県別 価格転嫁率、全府県で前回調査より上昇

価格転嫁率を府県別にみると、「大阪府」が45.2%で近畿トップ、都道府県別では全国6位となった。全国(42.1%)を上回ったのは「大阪府」のほか、「滋賀県」(42.9%、15位)、「兵庫県」(42.6%、20位)。「京都府」(41.6%、26位)、「和歌山県」(41.4%、28位)、「奈良県」(39.0%、34位)は全国を下回った。

前回調査と比較すると全6府県で上昇し、中でも「京都府」が+7.2ptの大幅改善となった。「和歌山県」は1.6ptの改善にとどまり、唯一4割に届かなかった。

(価格転嫁率%、カッコ内は全国の順位)

	2022年12月調査		2023年7月調査		2024年2月調査		2024年7月調査		2025年2月調査		2025年7月調査		2026年2月調査	
滋賀県	40.0	(18)	41.9	(30)	41.4	(18)	45.0	(24)	36.9	(39)	38.4	(24)	42.9	(15)
京都府	38.8	(25)	41.3	(33)	37.4	(38)	42.6	(34)	38.5	(33)	34.4	(42)	41.6	(26)
大阪府	48.5	(1)	49.0	(4)	45.1	(3)	47.9	(10)	44.5	(5)	41.3	(9)	45.2	(6)
兵庫県	40.3	(17)	42.8	(27)	40.1	(22)	45.5	(21)	41.1	(18)	38.7	(22)	42.6	(20)
奈良県	39.6	(20)	38.6	(44)	39.6	(26)	39.5	(44)	37.8	(37)	33.0	(46)	39.0	(34)
和歌山県	43.4	(3)	44.0	(19)	40.0	(24)	48.3	(9)	46.0	(3)	39.8	(16)	41.4	(28)
近畿	44.2	—	45.5	—	42.3	—	46.2	—	42.3	—	39.3	—	43.6	—
全国	39.9	—	43.6	—	40.6	—	44.9	—	40.6	—	39.4	—	42.1	—

※有効回答数は、2022年12月調査が1,985社、2023年7月調査が1,922社、2024年2月調査が1,876社、2024年7月調査が1,858社、2025年2月調査が1,750社、2025年7月調査が1,695社、2026年2月調査が1,616社

※網掛けは、全国以上を示す

人員余力のない零細企業で難航 交渉支援が急務

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』とした企業は78.1%まで回復した。一方、依然として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4.3pt上昇したものの、43.6%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「これ以上の値上げは顧客離れにつながる」と懸念し、収益性悪化との板挟みになっている。さらに、医療分野やガソリンスタンドといった価格決定権が乏しい業種では容易に価格を変更できず、コスト増を自社で吸収せざるを得ないケースも少なくない。

価格交渉状況を見ると、仕入れ先・販売先と交渉を行った企業は、いずれも5割程度にとどまっている。特に小規模企業ほど仕入れ価格上昇の影響を強く受ける一方で、値上げに関する価格交渉の実施率も低い。2026年1月から施行された「中小受託取引適正化法(取適法)」や、2024年問題による建設・物流業者の「働き方改革」が労働環境や取引慣行の健全化を促している側面は確実にあるものの、一部の小規模事業者においては、値上げの根拠を説明するための資料作成に充てる人員が不足しており、価格交渉できるほどの余力もない。また、取引先が赤字経営であるため価格交渉に二の足を踏む企業や、「価格交渉を強く進めようとする、生産の海外移転をちらつかされて思うように進められない」(繊維・繊維製品・服飾品製造業、奈良県)などの理由から、価格転嫁よりも取引先との関係維持を優先する企業も少なからず存在した。

価格転嫁が十分に進まない状況を踏まえると、企業単独の努力だけでは限界がある。価格転嫁を前向きに進めるためには、まず、適正な価格交渉を促す取引慣行の見直しや、小規模企業の交渉力を支援する仕組みを強化する必要がある。政府としては、取適法の運用強化やガイドライン整備、相談体制の充実を通じて適正な価格交渉を後押しすべきであろう。また、消費者にはコスト構造や価格改定の必要性を丁寧に伝え、理解を得ることが重要であり、企業自身も付加価値向上や生産性改善を進め、適正な価格形成につなげるのが求められる。

	<参考> 主な企業からの声	業種
価格転嫁が前向きに進んでいる、 または前向きな意見	・過去実績で取引委員会より調査対象となった企業との取引は敬遠している。	電気機械製造業
	・買う方も売る方も価格交渉は必要。 互いに譲り合えるものは譲り合うようにした。	建設
	・約束手形(でんさい)のサイトが短くなったのは嬉しい。	鉄鋼・非鉄・鋳業
	・価格の決定権を持ち続けられる仕事をするに尽きる。	情報サービス業
価格転嫁に困難がある、 または否定的な意見	・顧客(大手スーパーなど)が値上げを受け入れない。	飲食料品・飼料製造業
	・原材料については理解してもらいやすいが、電気ガスなどの経費は転嫁しにくい。	出版・印刷
	・値上げの根拠が必要ということで資料提示を求められても、作成できるだけの人員余力がない。	電気機械製造業
	・取引先に輸入企業が多いため、価格面の話ができない。為替変動も大きく、先読みできない。	運輸・倉庫
	・誰しものが余裕ある生活をしているわけではないので、価格転嫁で100%回収は難しい。	建設

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