

価格転嫁率、 4割台に回復も頭打ちか

価格決定権の弱い企業や業種はコスト反映できず
企業だけの努力に限界も

四国地区・価格転嫁に関する実態調査(2026年2月)



本件照会先

担当: 須賀原 欣彦、杉島 宏基
株式会社帝国データバンク 高松支店
TEL: 087-851-1571
FAX: 087-851-3837

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

2月調査時点で、四国地区の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40.5%となった。4割台に回復したものの、依然として転嫁が進まない企業が少なくない。川下産業や価格決定権の弱い業種、小規模企業ほど負担が重く、交渉上の立場の弱さも顕著だった。コスト上昇分を企業単独で価格転嫁することには限界が感じられ、取引慣行の見直しや交渉支援、消費者理解の促進が不可欠となっている。

※株式会社帝国データバンク高松支店は、四国地区に本社が所在する954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。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: 四国地区に本社が所在する954社、有効回答企業数は359社(回答率37.6%)

価格転嫁率は 40.5%、4 割台に回復

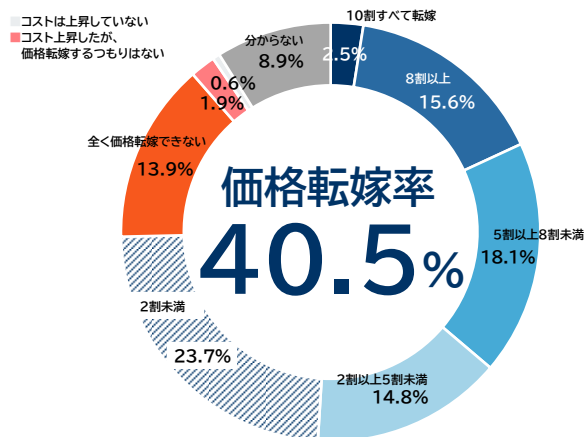
自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを四国地区の企業に尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した企業は 74.7%となり、前回調査(2025 年 7 月)から 2.8 ポイント上昇した。内訳をみると、「2 割未満」が 23.7%(前回 22.2%)、「2 割以上 5 割未満」が 14.8%(同 19.6%)、「5 割以上 8 割未満」が 18.1%(同 15.6%)と部分的な転嫁にとどまる企業が半数以上を占めている。一方で、「8 割以上」転嫁できている企業は 15.6%(同 11.9%)、「10 割すべて転嫁」できている企業は 2.5%(同 2.6%)となり、「世の中の流れが値上げ交渉をしやすい雰囲気になっている」(製造、愛媛県)といった声が寄せられた。

「全く価格転嫁できない」と回答した企業は前回調査より 0.3 ポイント増加の 13.9%となり、依然として 1 割を上回った。企業からも「価格転嫁すると競争に負けてしまう」(卸売、徳島県)などの声が聞かれた。

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 40.5%だった。これはコストが 100 円上昇した場合に 40.5 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(価格転嫁率 38.0%)と比較すると 2.5 ポイント上昇し、およそ 1 年ぶりに 4 割を上回った。

価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移

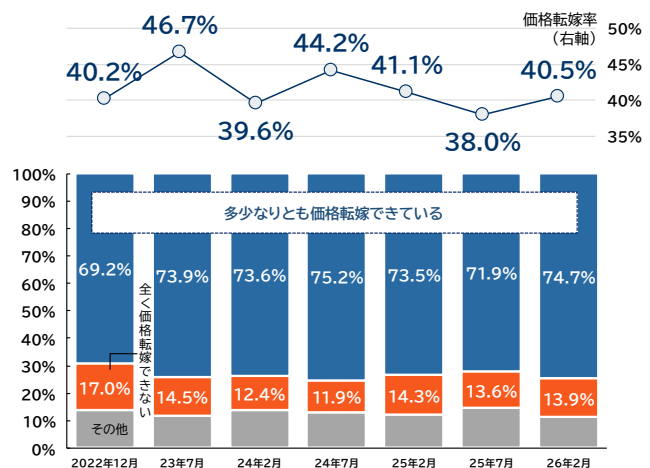
価格転嫁の状況



注1:母数は、有効回答企業359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)

■価格転嫁の状況と価格転嫁率(2026年2月)

(構成比%, カッコ内社数)

	10割(すべて転嫁できている)	8割以上	5割以上8割未満	2割以上5割未満	2割未満	全く価格転嫁できない	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	合計	価格転嫁率(%)	
全国	4.7 (488)	14.0 (1,457)	17.6 (1,831)	16.7 (1,741)	24.0 (2,497)	10.9 (1,134)	1.8 (191)	1.4 (148)	8.9 (929)	100.0 (10,416)	42.1	
四国	2.5 (9)	15.6 (56)	18.1 (65)	14.8 (53)	23.7 (85)	13.9 (50)	1.9 (7)	0.6 (2)	8.9 (32)	100.0 (359)	40.5	
大企業	0.0 (0)	26.7 (12)	24.4 (11)	13.3 (6)	17.8 (8)	6.7 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	11.1 (5)	100.0 (45)	52.1	
中小企業	2.9 (9)	14.0 (44)	17.2 (54)	15.0 (47)	24.5 (77)	15.0 (47)	2.2 (7)	0.6 (2)	8.6 (27)	100.0 (314)	38.8	
うち小規模	4.1 (5)	11.4 (14)	14.6 (18)	13.0 (16)	26.0 (32)	18.7 (23)	3.3 (4)	0.8 (1)	8.1 (10)	100.0 (123)	35.3	
建設	1.4 (1)	20.3 (14)	14.5 (10)	15.9 (11)	24.6 (17)	7.2 (5)	1.4 (1)	1.4 (1)	13.0 (9)	100.0 (69)	44.2	
不動産	0.0 (0)	18.2 (2)	0.0 (0)	9.1 (1)	9.1 (1)	54.5 (6)	9.1 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (11)	22.5	
製造	2.2 (2)	20.9 (19)	20.9 (19)	17.6 (16)	24.2 (22)	6.6 (6)	1.1 (1)	0.0 (0)	6.6 (6)	100.0 (91)	46.7	
卸売	6.6 (5)	18.4 (14)	21.1 (16)	17.1 (13)	17.1 (13)	10.5 (8)	2.6 (2)	1.3 (1)	5.3 (4)	100.0 (76)	49.1	
小売	0.0 (0)	9.4 (3)	25.0 (8)	3.1 (1)	21.9 (7)	31.3 (10)	3.1 (1)	0.0 (0)	6.3 (2)	100.0 (32)	30.9	
運輸・倉庫	0.0 (0)	0.0 (0)	15.4 (2)	30.8 (4)	46.2 (6)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	7.7 (1)	100.0 (13)	27.5	
サービス	0.0 (0)	5.7 (3)	17.0 (9)	11.3 (6)	32.1 (17)	22.6 (12)	1.9 (1)	0.0 (0)	9.4 (5)	100.0 (53)	26.3	
従業員数別	5人以下	5.6 (4)	11.1 (8)	16.7 (12)	11.1 (8)	22.2 (16)	19.4 (14)	5.6 (4)	1.4 (1)	6.9 (5)	100.0 (72)	37.7
	6人~20人	3.0 (3)	11.9 (12)	14.9 (15)	14.9 (15)	27.7 (28)	18.8 (19)	1.0 (1)	1.0 (1)	6.9 (7)	100.0 (101)	34.3
	21人~50人	0.0 (0)	19.0 (16)	21.4 (18)	19.0 (16)	23.8 (20)	7.1 (6)	0.0 (0)	0.0 (0)	9.5 (8)	100.0 (84)	44.3
	51人~100人	2.8 (1)	16.7 (6)	27.8 (10)	16.7 (6)	16.7 (6)	8.3 (3)	5.6 (2)	0.0 (0)	5.6 (2)	100.0 (36)	48.8
	101人~300人	2.2 (1)	24.4 (11)	6.7 (3)	13.3 (6)	24.4 (11)	15.6 (7)	0.0 (0)	0.0 (0)	13.3 (6)	100.0 (45)	41.2
	301人~1,000人	0.0 (0)	6.3 (1)	31.3 (5)	12.5 (2)	18.8 (3)	6.3 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	25.0 (4)	100.0 (16)	42.9
1,000人超	0.0 (0)	40.0 (2)	40.0 (2)	0.0 (0)	20.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (5)	64.0	
徳島	1.5 (1)	19.7 (13)	12.1 (8)	13.6 (9)	31.8 (21)	16.7 (11)	1.5 (1)	0.0 (0)	3.0 (2)	100.0 (66)	36.7	
香川	1.8 (2)	18.0 (20)	17.1 (19)	19.8 (22)	23.4 (26)	8.1 (9)	0.9 (1)	0.0 (0)	10.8 (12)	100.0 (111)	43.5	
愛媛	3.9 (5)	11.6 (15)	22.5 (29)	9.3 (12)	20.9 (27)	17.8 (23)	3.1 (4)	0.8 (1)	10.1 (13)	100.0 (129)	39.9	
高知	1.9 (1)	15.1 (8)	17.0 (9)	18.9 (10)	20.8 (11)	13.2 (7)	1.9 (1)	1.9 (1)	9.4 (5)	100.0 (53)	40.5	

注1: 網掛けは、四国以上を表す
 注2: 母数は、有効回答企業359社

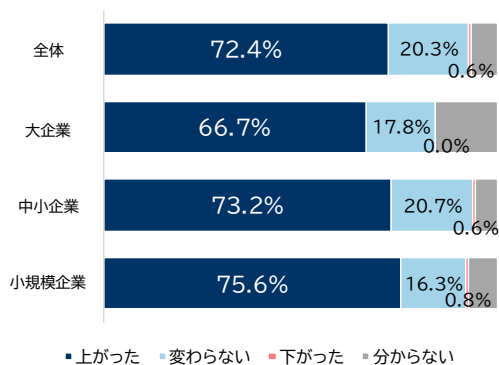
販売価格の交渉、企業の4割強が可能も、値上げは低調

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価格の状況について尋ねたところ、「上がった」と回答した四国地区の企業は72.4%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43.5%と5割を下回り、「変わらない」(45.7%)が上回った。企業からは「顧客との関係性を重要視するあまり、価格交渉をスムーズに進めるのが難しい場合がある」(サービス、香川県)や「価格交渉は無くメーカー代理店からの値上げ通告のみである」(小売、香川県)といった声が聞かれた。仕入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おり、価格転嫁の難しさがうかがえる。

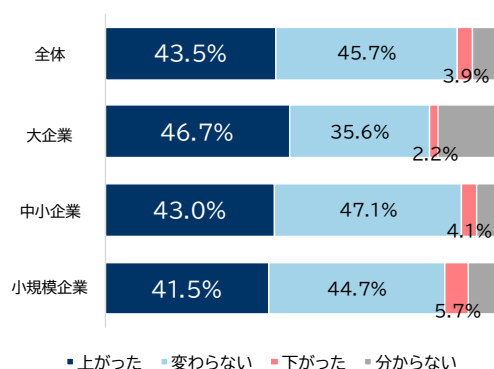
規模別にみると、仕入価格が「上がった」とする企業は、企業規模が小さいほどその傾向を強く実感しており、反対に販売価格については、規模が大きい企業ほど「上がった」と捉えていた。

仕入価格と販売価格の状況

仕入価格の状況(規模別)



販売価格の状況(規模別)



■上がった ■変わらない ■下がった ■分からない

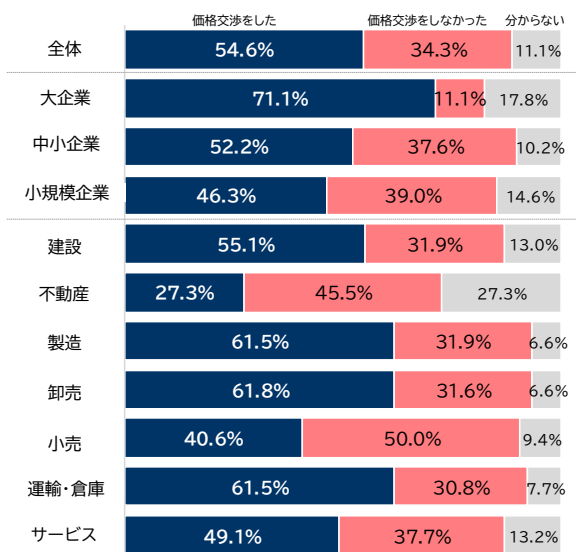
■上がった ■変わらない ■下がった ■分からない

価格交渉の状況について尋ねたところ、仕入先と「価格交渉をした」と回答した四国地区の企業は54.6%、販売先と「価格交渉をした」企業は58.5%であった。価格交渉の有無は規模によって如実に表れ、規模が小さい企業ほど価格交渉が十分に行えていない結果となった。取引先が大手の場合、力関係などにより交渉が困難な様子がうかがえた。

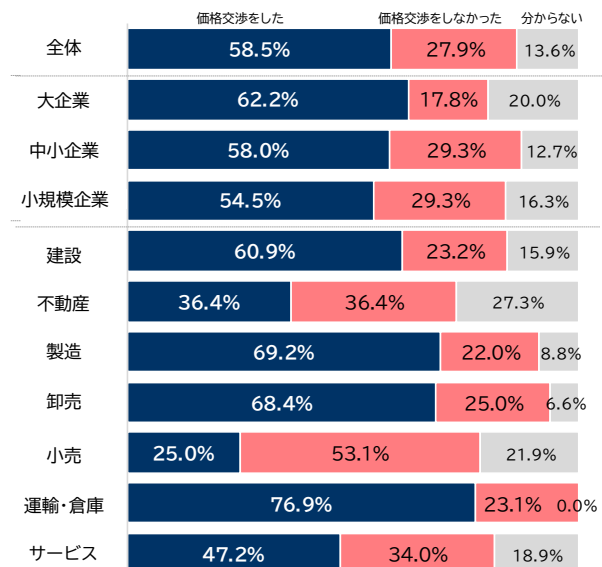
主要7業界別に「価格交渉をした」割合をみると、『小売』（仕入先40.6%、販売先25.0%）や『不動産』（同27.3%、同36.4%）では価格交渉が特に難しい様子がうかがえた。他方、『運輸・倉庫』（同61.5%、同76.9%）は、価格交渉自体は比較的实施できているものの、十分な価格転嫁には至っておらず、交渉が不調に終わっているケースが多い状況が浮き彫りになった。

仕入先と販売先との価格交渉の有無

仕入先との価格交渉の有無（規模、主要7業界）



販売先との価格交渉の有無（規模、主要7業界）



企業努力に限界も、取引慣行の見直しや交渉支援が求められる

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、前回調査（2025年7月）から2.8ポイント上昇した。一方で、依然として1割強の企業が「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2.5ポイント上昇したものの、40.5%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、医療分野をはじめとする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。その一方で、価格上昇に対する理解の浸透、代替が利きにくい商品・サービスの保有、強いブランド力などを背景に価格受容性が確保される企業では、価格転嫁が円滑に進んでいる。また、価格交渉状況をみると、仕入先・販売先のいずれでも交渉を行った企業は5割程度にとどまっている。特に小規模企業ほど仕入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。小売業や不動産業では販売先との交渉自体が難しいケースが多く、大企業との力関係や、消費者相手の業態におけるそもそもの交渉困難といった取引の構造が障壁となっている。

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感じられる。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。政府としても、中小受託取引適正化法(取適法)など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ことが求められる。

<参考> 企業からの声

	コメント	業種	所在地
まだ価格転嫁は前向きな意見に進ん	浄化槽という少し特殊な業種であるため、価格転嫁がスムーズに進行している	建設	愛媛県
	同エリアの競合他社が比較的価格転嫁しているのので、他業種に比べると転嫁しやすいと感じている	サービス	愛媛県
	原料不足もあり、価格転嫁し易い状況にある	製造	香川県
価格転嫁は否定的な意見がある、	賃料を上げると空室が増えるため、下げてでも入居率を上げたい	不動産	香川県
	競合他社と比較されるため、値上げは不可能	サービス	高知県
	OEM主体の為、容易に転嫁出来ない	製造	高知県
	価格交渉をしたら、取引が他社に流れた	卸売	徳島県
	価格を上げると大切なオーナー様を失う可能性があるのので、現状維持としている	不動産	徳島県
	仕入価格の値上げは飲まざるを得ないが、販売価格への転嫁は認められない	卸売	香川県

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