

価格転嫁率 38.6%、 初めて 4 割を下回る

原材料費の転嫁率は 43.7%、
人件費・物流費・エネルギーコストは 3 割前後

千葉県・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 7 月)



本件照会先

竹内 基(調査担当)
帝国データバンク
千葉支店 情報部
043-221-0404(直通)

発表日

2026/09/28

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

県内企業の 73.9%が多少なりとも価格転嫁を実施しているものの、価格転嫁率は 38.6%と調査開始以来、初めて 4 割を下回った。原材料費は比較的転嫁が進む一方、人件費・物流費・エネルギーコストは 3 割前後にとどまる。価格改定までの期間は短縮傾向にあるが、十分な転嫁には至らず、継続的な価格見直しと取引環境の改善が課題となっている。

※株式会社帝国データバンクは、全国 2 万 2350 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 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:全国 2 万 2350 社、うち千葉県 717 社

有効回答企業数:1 万 518 社(回答率 47.1%)、うち千葉県 391 社(同 54.5%)

価格転嫁率は 38.6%、初めて 4 割を下回る

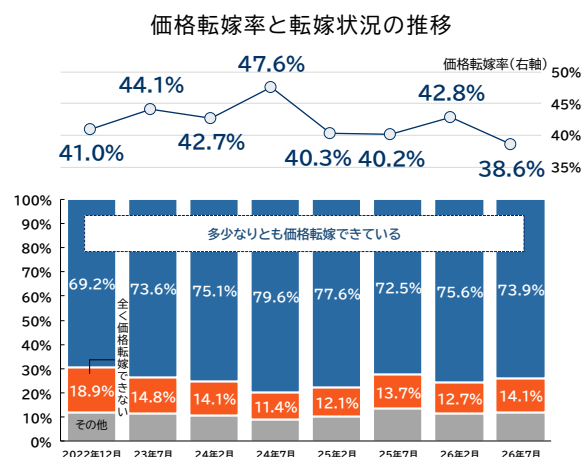
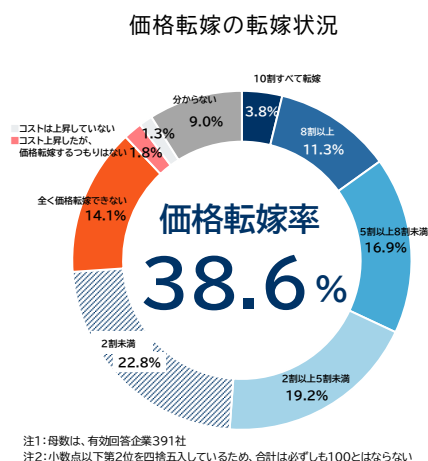
自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できているかを尋ねたところ、コストの上昇分に対して『多少なりとも価格転嫁できている』と回答した県内企業は 73.9%となった。前回調査(2026 年 2 月)の 75.6%から 1.7 ポイント低下した。内訳をみると、「10 割すべて転嫁」できている企業は 3.8%、「8 割以上」は 11.3%、「5 割以上 8 割未満」は 16.9%となり、「5 割以上転嫁」できている企業の割合は 32.0%だった。一方で、「2 割以上 5 割未満」は 19.2%、「2 割未満」は 22.8%、「全く価格転嫁できない」企業は 14.1%となり、「転嫁が 5 割未満」の企業の割合は 56.1%となった。なかでも、およそ 7 社に 1 社がコスト上昇分を販売価格に全く反映できていない。

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、「2 割未満」が最大の回答層となり、「10 割すべて転嫁」できている企業は 3.8%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 38.6%だった。これは、コストが 100 円上昇した場合に 38.6 円しか販売価格に反映できず、残りの 6 割超を企業が負担していることを示す。前回調査の 42.8%から 4.2 ポイント低下し、2022 年 12 月の調査開始以来、初めて 4 割を下回った。

企業規模別の価格転嫁率は、大企業が 42.4%、中小企業が 38.2%となり、その差は 4.2 ポイントとなった。中小企業は、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)

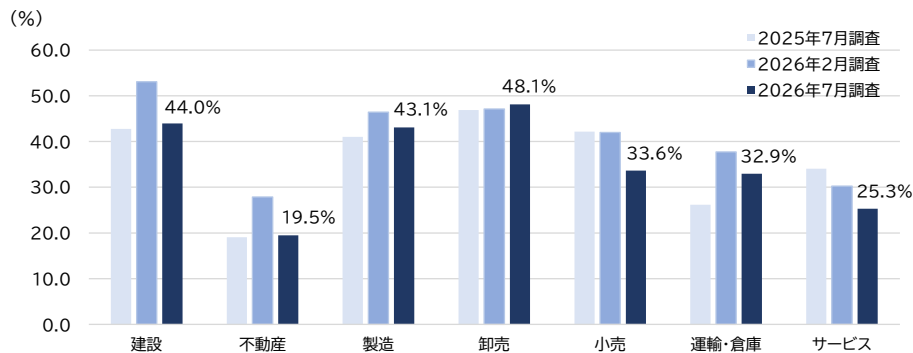
業界別：「卸売」の価格転嫁率は 48.1%でトップ

価格転嫁率を業界別にみると、「卸売」が48.1%でトップとなった。次いで「建設」が44.0%、「製造」が43.1%で続き、主要 7 業界のうち 3 業界で千葉の平均 38.6%を上回った。他方、「不動産」は 19.5%と低水準だった。

主要 7 業界のうち、「卸売」のみが前回調査(2026 年 2 月)の 47.1%、前々回調査(2025 年 7 月)の 46.9%を上回った一方、「サービス」は前回調査、前々回調査を下回る 25.3%にとどまった。

これまで、消費者に近い川下産業や、市場の相場による価格決定、公的価格、契約、取引慣行などによって価格決定権が制約される業種ほど、価格転嫁が難しい傾向が指摘されていたが、今回も同様の結果が表れており、こうした構造的な課題は解消されていない。

主要 7 業界の価格転嫁率

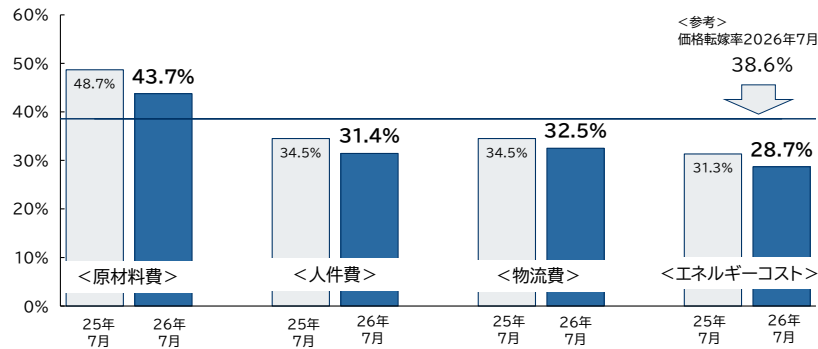


人件費・物流費・エネルギーコストの転嫁率は 3 割前後

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 43.7%だった。次いで「物流費」が32.5%、「人件費」が 31.4%、「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。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言えよう。

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。

項目別の価格転嫁率（前年比）

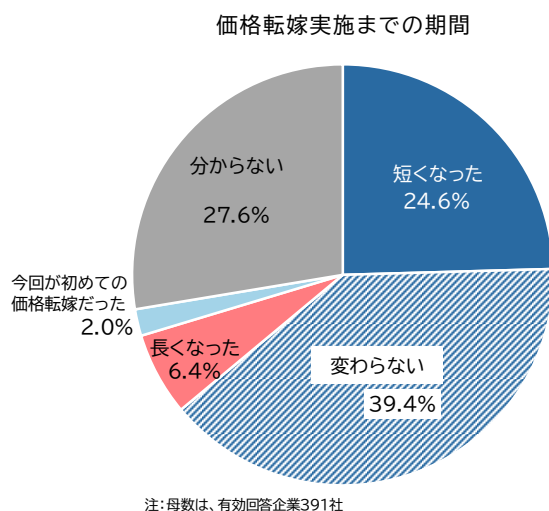


価格転嫁までの期間、4社に1社が「短くなった」と回答

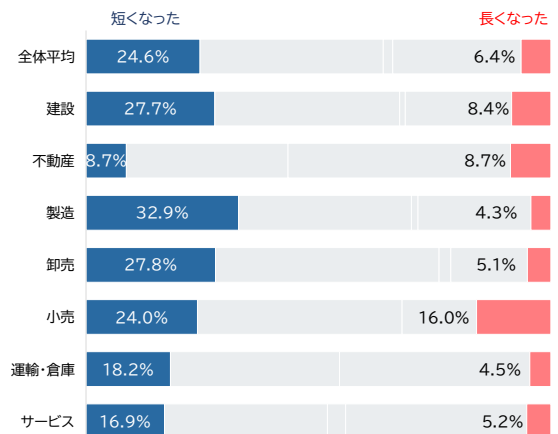
価格転嫁までの期間について尋ねたところ、「変わらない」が39.4%で最も高かった。次いで「短くなった」が24.6%、「長くなった」が6.4%、「今回が初めての価格転嫁だった」が2.0%となった。「短くなった」が「長くなった」を18.2ポイント上回っており、企業がコスト上昇を認識してから価格改定に動くまでの期間は、全体として短縮する傾向にあることがうかがえる。急激な円安による輸入物価の上昇や、値上げに対する社会的な理解が以前より広がったことに加え、企業側でも価格協議の定期化や原価管理の強化が進み、コスト上昇に対する意思決定が迅速になった可能性がある。

業界別に「短くなった」企業の割合をみると、『製造』が32.9%で最も高く、『卸売』が27.8%、『建設』が27.7%で続いた。原価の変動を把握しやすく、仕入価格と販売価格の関係が比較的明確な業界ほど、価格改定までの期間が短縮している。ただし、「製造」「建設」の価格転嫁率は前回より低下している。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、顧客離れや販売数量の減少を懸念し、値上げ幅を抑えている可能性もある。

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「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』企業は前回調査に比べ減少したとはいえ 73.9%にのぼる。一方で、急激な円安や中東情勢の混乱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 4.2 ポイント低下して 38.6%となり、初めて 4 割を下回った。コストが 100 円上昇しても約 39 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 22.8%で最も多く、すべて転嫁できる企業は 3.8%にすぎない。価格転嫁を実施する企業は 7 割を超えているものの、十分な転嫁には至っていない。

費目別の価格転嫁率は、原材料費が 43.7%にのぼったのに対し、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 24.6%となり、「長くなった」の 6.4%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で、転嫁率自体が低下している業界もあり、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。