

価格転嫁率、価格交渉有無 全国よりも高い傾向

価格決定権の弱い企業や業種でも粘り強い価格交渉を実施

福井県・価格転嫁に関する実態調査(2026年2月)



本件照会先

鷲崎 康弘 (支店長)
帝国データバンク
福井支店
0776-24-1058
info.fukui@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/03/31

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、福井県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45.3%となった。4割台にとどまったものの、前回より7.3ポイント回復しており、かつ全国平均(42.1%)よりも高い水準となった。また、全国と比べて、中小企業や小規模企業で仕入れ先や販売先と価格交渉を実施したと回答する割合の水準が高いのが特徴であり、企業からの声を集約すれば、価格交渉を丁寧に粘り強く進めることで、価格転嫁は不十分ながらも一定の成果を出している様子が窺えた。

※株式会社帝国データバンクは、全国2万3,568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:全国2万3,568社、有効回答企業数は1万416社(回答率44.2%)、福井県は97社

価格転嫁率は 45.3%、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 75.3%となり、前回調査(2025年7月)から 1.4 ポイント上昇した。

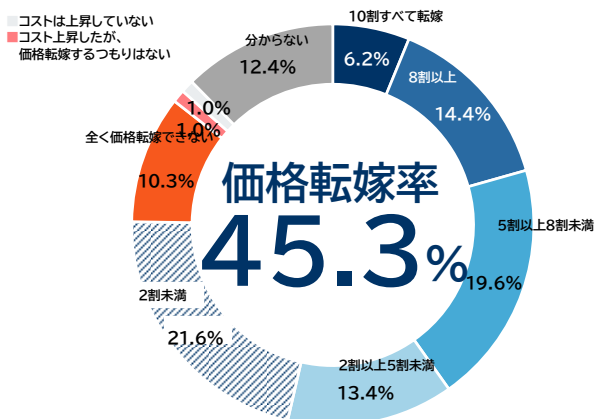
内訳をみると、「全く価格転嫁できていない」が 10.3%(前回 16.3%)、「2割未満」が 21.6%(同 23.9%)、「2割以上 5割未満」が 13.4%(同 16.3%)と、価格転嫁に苦戦している割合が全体の 45.3%(同 56.5%)を占めたが、前回よりも減少した。一方、「10割すべて転嫁」が 6.2%(同 2.2%)、「8割以上」が 14.4%(同 14.1%)、「5割以上 8割未満」が 19.6%(17.4%)と、全て価格転嫁あるいは一定の成果を得ている割合が 40.2%(前回 33.7%)を占め、前回よりも増加した。

県内企業からは、「値上げするたびに価格競争にさらされるが、値上げ根拠を詳しく説明して理解していただくしか方法がない」(その他の卸売業、8割以上)、「物流費が上がっているため、販売先にはある程度の値上げは認めてもらうが、仕入れ先からの値上げを全部は転嫁できない」(機械・器具卸売業、5割以上 8割未満)、「オンリーワン・ナンバーワンの技術を持っていないと厳しい」(繊維製造、2割以上 5割未満)といった声が寄せられた。

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 45.3%だった。これはコストが 100 円上昇した場合に 45.3 円しか販売価格に反映できず、残りの約 5割強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 7.3 ポイント上昇しており、2024年7月調査(45.6%)ぶりに 4割を上回った。

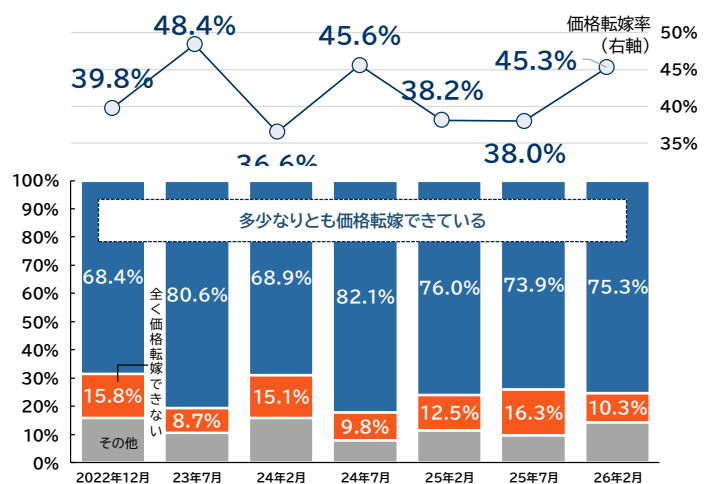
価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移

価格転嫁の転嫁状況



注1:母数は、有効回答企業97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)

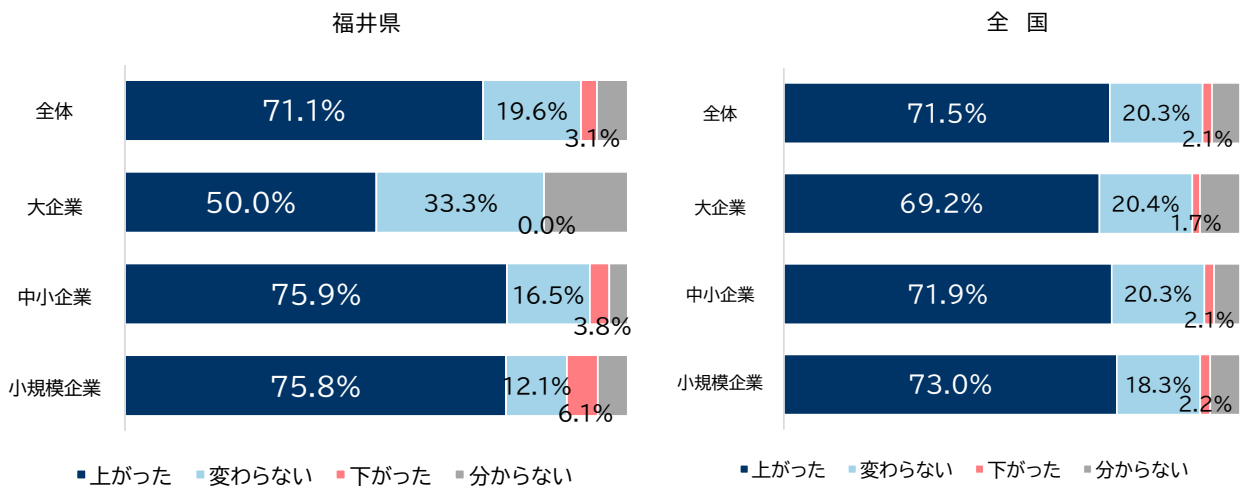
価格転嫁不十分だが、小規模企業で販売価格上がった 6 割近く

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 71.1%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 45.4%と 5 割を下回り、「変わらない」は 40.2%であった。仕入れ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 25.7 ポイント上回っており、価格転嫁の難しさがうかがえる。

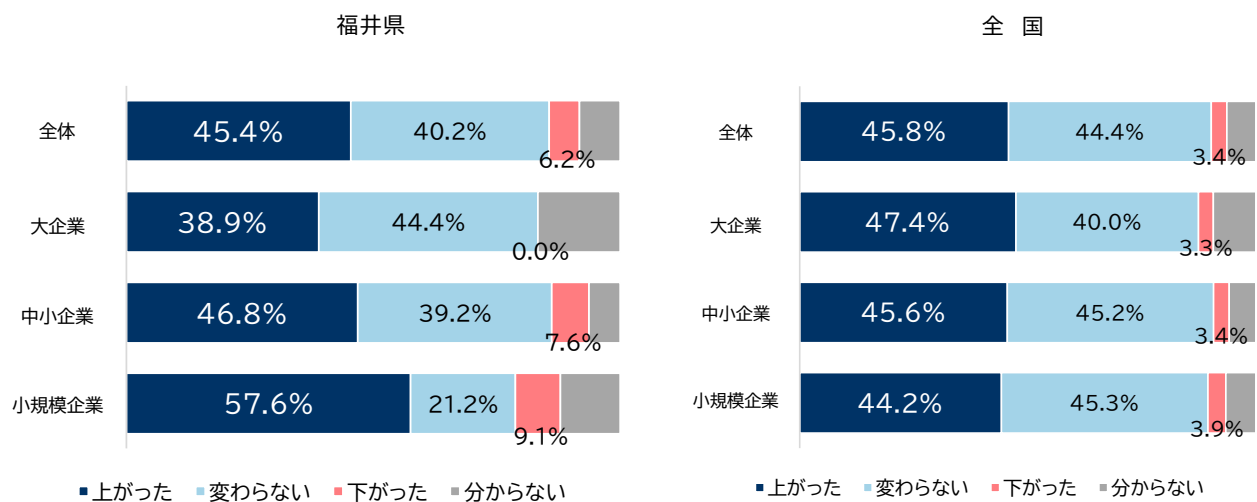
規模別にみると、仕入れ価格が「上がった」とする企業は、企業規模が小さいほどその傾向を強く実感している。販売価格は「上がった」とする企業は 45.4%と全国同水準で、大企業が 38.9%（全国 47.4%）に対して、小規模企業は 57.6%と全国（44.2%）よりも 13.4 ポイント高い水準を示した。

仕入れ価格と販売価格の状況

仕入れ価格の状況(規模別)



販売価格の状況(規模別)

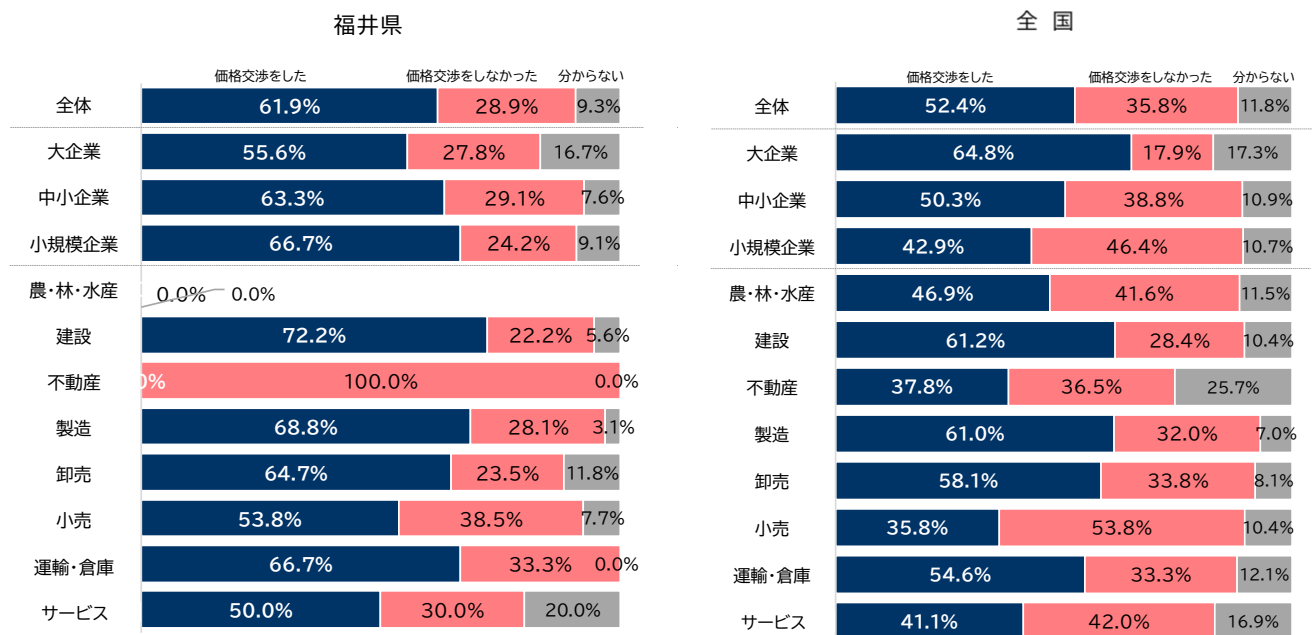


価格交渉の状況について尋ねたところ、仕入れ先と「価格交渉をした」企業は61.9%、販売先と「価格交渉をした」企業は57.7%であった。特に仕入れ先との価格交渉の有無は全国の傾向と大きく異なり、福井県では中小企業や小規模企業で価格交渉をした企業の割合が非常に高く、全体を押し上げた。販売先との価格交渉においても、中小企業と小規模企業はいずれも全国よりも高い割合を示した。

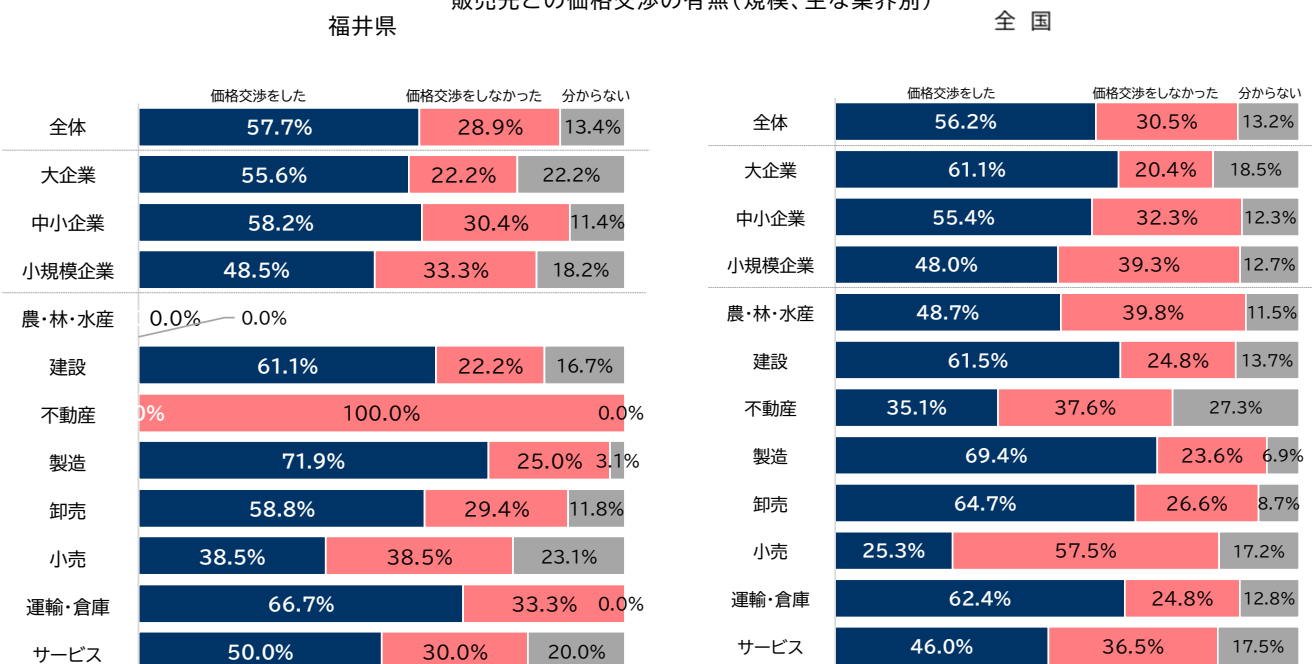
業界別では、仕入れ先と「価格交渉した」割合は建設、製造、卸売、小売、運輸・倉庫、サービスが全国よりも高かった。販売先との交渉でも製造、小売、運輸・倉庫、サービスが高い。福井県内の企業は総じて、多くの業界が仕入れ先、販売先と価格交渉を行った企業努力の様子が窺える。

仕入れ先と販売先との価格交渉の有無

仕入れ先との価格交渉の有無(規模、主な業界別)



販売先との価格交渉の有無(規模、主な業界別)



引き続き粘り強い企業努力と価格交渉が必要

本調査の結果、福井県内企業では自社の商品・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 75.3% (前回比 1.4 ポイント増)、「全く価格転嫁できない」企業は 10.3% (同 6.0 ポイント減) で、価格転嫁率は 45.3% (同 7.3 ポイント増) となり、全国 (42.1%) を上回った。仕入れ価格と販売価格は「上がった」と回答した企業の割合がいずれも全国と同水準であったが、これに対する価格交渉は仕入れ先に対して特に中小企業や小規模企業で積極性がみられたことで、価格転嫁率が前回よりも改善し、全国よりも上回る要因となったとみられる。

価格転嫁が進まない全国的な背景には、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。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、小規模企業ほど仕入れ価格上昇の影響を強く受け一方、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。

福井県内企業をみると、人口減少と高齢化が進むなかでも業績を伸ばす企業の特徴として、人材確保や設備投資と並行して、県外への積極的な商圈拡大、独自性や優位性のある商品・サービスの展開、北陸新幹線延伸効果の享受などのほか、市場が縮小する産業においても耐えて残存者利益を得る企業が多くあり、これらの特徴が窺える中小企業や小規模企業も少なくない。これらの企業では事業を継続させて業績を維持・向上する企業努力の一環として価格交渉が行われており、依然として価格転嫁の状況は不十分と言えようが、全国よりも価格交渉など積極的な傾向を示して価格転嫁率も高くなった可能性がある。今後も粘り強い価格交渉が価格転嫁率の向上に不可欠となるだろう。

調査先企業の属性＜全国＞

1. 調査対象(2万3,568社、有効回答企業1万416社、回答率44.2%)

(1) 地域

北海道	458	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,126
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	769	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,616
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	795	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	690
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,108	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	359
北陸(新潟 富山 石川 福井)	526	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	969
		合 計	10,416

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	113	小売	飲食料点小売業	134	
金融	170		繊維・繊維製品・服飾品小売業	70	
建設	1,610		医薬品・日用雑貨品小売業	54	
不動産	436		家具類小売業	25	
製造	飲食料品・飼料製造業	278	家電・情報機器小売業	66	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	103	自動車・同部品小売業	132	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	178	専門商品小売業	253	
	パルプ・紙・紙加工品製造業	78	各種商品小売業	58	
	出版・印刷	165	その他の小売業	15	
	化学品製造業	322	運輸・倉庫	423	
	鉄鋼・非鉄・鋳業	441	サービス	飲食店	110
機械製造業	412	電気通信業		8	
(2,453)	電気機械製造業	262		電気・ガス・水道・熱供給業	19
輸送用機械・器具製造業	97	リース・賃貸業		90	
精密機械・医療機械・器具製造業	64	旅館・ホテル		86	
その他製造業	53	娯楽サービス		84	
卸売	飲食料品卸売業	295		放送業	21
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	135		メンテナンス・警備・検査業	268
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	244		広告関連業	103
	紙類・文具・書籍卸売業	100		情報サービス業	479
	化学品卸売業	207	人材派遣・紹介業	71	
	(2,256)	再生資源卸売業	38	専門サービス業	395
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	235	医療・福祉・保健衛生業	106	
機械・器具卸売業	719	教育サービス業	41		
その他の卸売業	283	その他サービス業	233		
		その他	34		
		合 計	10,416		

(3) 規模

大企業	1,537	14.8%
中小企業	8,879	85.2%
(うち小規模企業)	(3,477)	(33.4%)
合 計	10,416	100.0%
(うち上場企業)	(201)	(1.9%)

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