

価格転嫁率は 43.1% 「まったくできていない」は 引き続き 1 割超

「価格交渉をした」企業は規模間で大きな格差

東海 4 県・価格転嫁に関する実態調査(2026 年 2 月)



本件照会先

猿渡 映一(調査担当)
帝国データバンク
名古屋支店 情報部
052-561-4846(直通)

発表日

2026/04/06

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、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 43.1%となった。前回調査からは回復したものの、依然として転嫁が進まない企業が少なくない。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名古屋支店は、東海 4 県(愛知・岐阜・三重・静岡)に本社を置く 2520 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:東海 4 県 2520 社、有効回答企業数は 1126 社(回答率 44.7%)

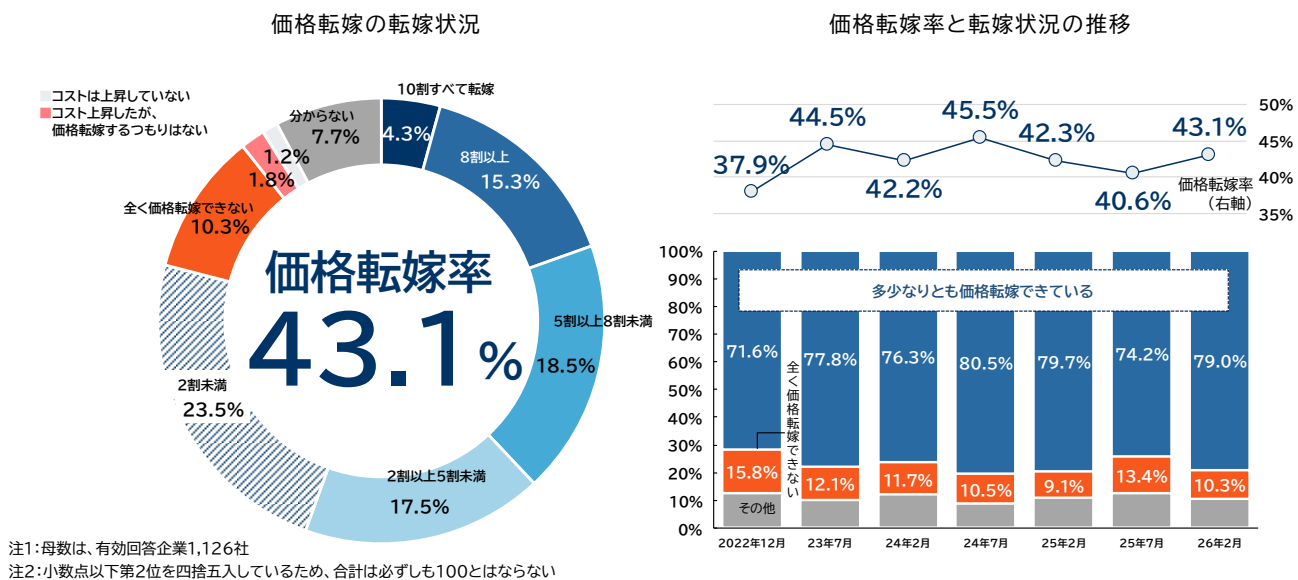
なお全国は 2 万 3568 社、有効回答企業数は 1 万 416 社(回答率 44.2%)

価格転嫁率は 43.1%、前回調査から 2.5 ポイント改善

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』と回答した東海 4 県企業は 79.0%となり、前回調査(2025 年 7 月)から 4.8 ポイント上昇した。内訳をみると、「2 割未満」が 23.5%(前回 22.1%)、「2 割以上 5 割未満」が 17.5%(同 17.0%)、「5 割以上 8 割未満」が 18.5%(同 18.5%)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、「全く価格転嫁できない」と回答した企業は 10.3%と、前回調査(13.4%)より 3.1 ポイント減少したものの、依然として 1 割を上回った。

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 43.1%だった。これはコストが 100 円上昇した場合に 43.1 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 40.6%)と比較すると 2.5 ポイント上昇し、およそ 1 年半ぶりに改善した。

価格転嫁の状況と価格転嫁率の推移

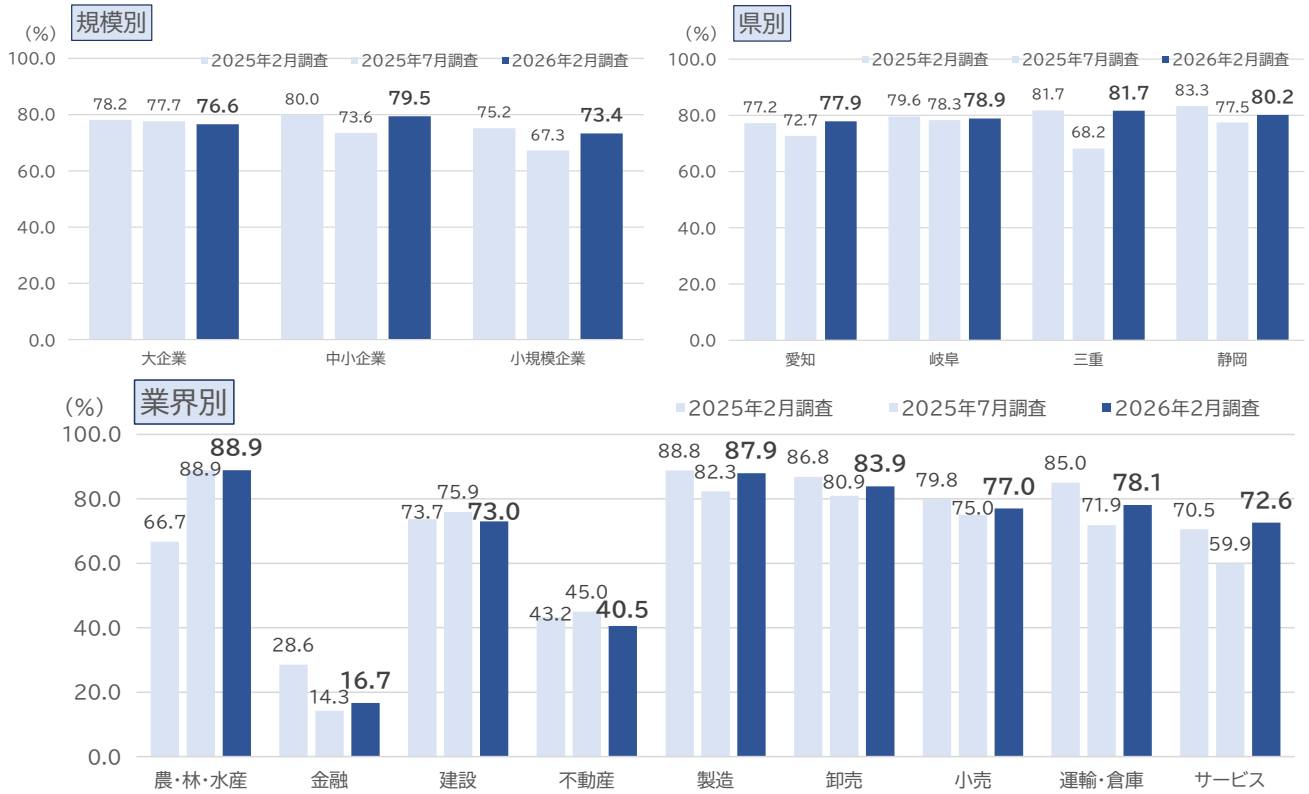


価格転嫁の状況について、企業規模別でみると、「多少なりとも価格転嫁できている」割合は、前回調査と比較すると「大企業」が 1.1 ポイント減少したが、「中小企業」「小規模企業」は増加した。価格転嫁率はすべての規模で増加したが、いずれも 4 割台にとどまった。

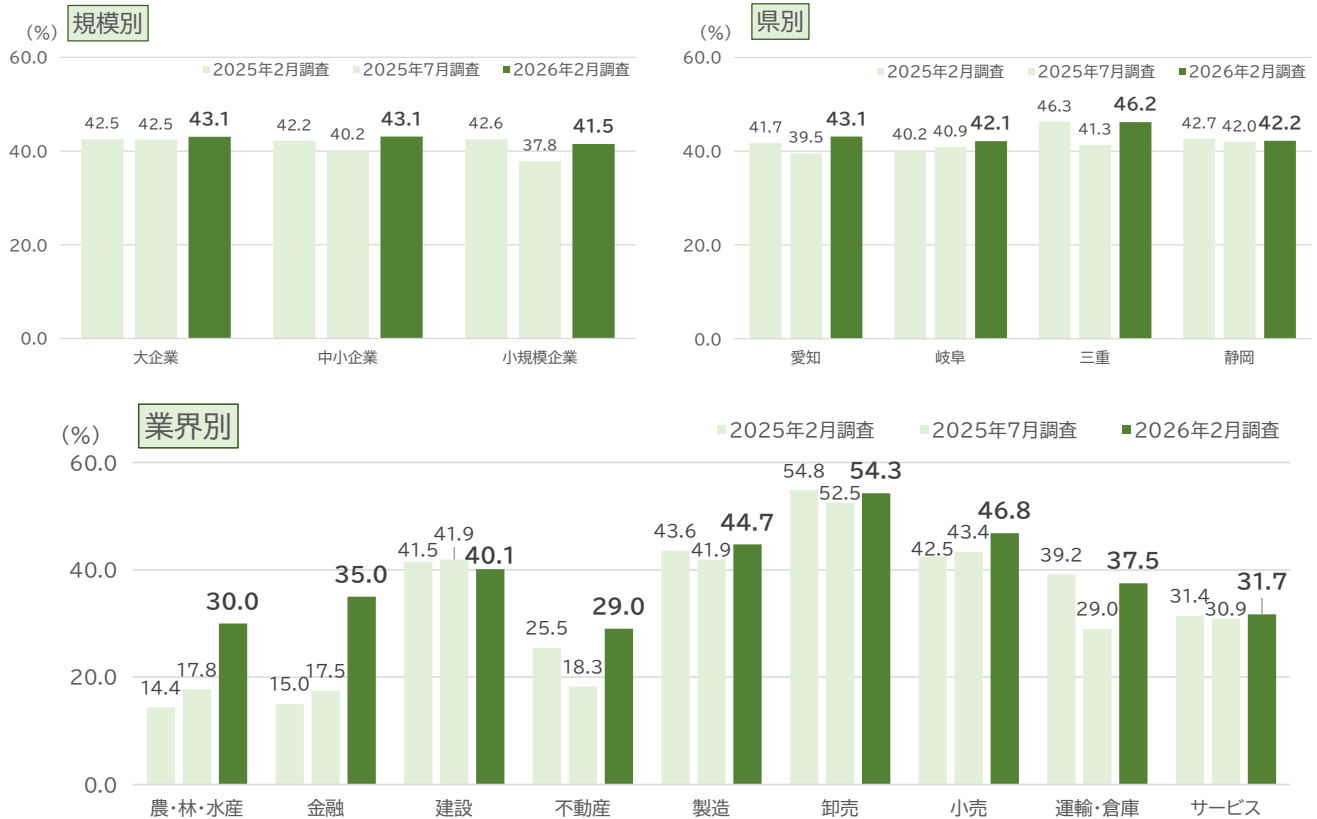
業界別でみると、「多少なりとも価格転嫁できている」割合は、前回調査から改善となったのは『金融』『製造』『卸売』『小売』『運輸・倉庫』『サービス』となった。価格転嫁率は『建設』を除くすべての業界で前回調査から改善となった。

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を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)

「多少なりとも価格転嫁できている」割合 ～規模・業界・県別～



「価格転嫁率」～規模・業界・県別～



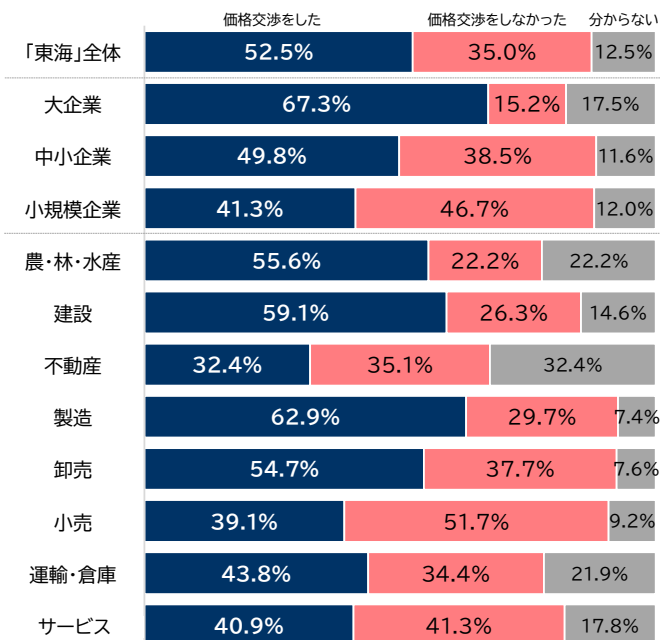
「価格交渉をした」企業、 大企業と小規模企業で 20 ポイント以上の開き

取引先との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 57.6%となった。価格交渉の有無は規模によって如実に異なり、「小規模企業」における価格交渉の実施割合は、仕入れ先(41.3%)、販売先(46.1%)のいずれも 4 割台にとどまった。大企業(仕入れ先・67.3%、販売先・70.2%)とはそれぞれ 20 ポイント以上の格差があり、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。「価格を上げる側は一方的(特に海外メーカー)に通達のみで行ってくる」(電気機械製造、愛知)といった声のほかに、説明資料を作成するのに時間を要するなど、交渉を行うためのハードルの高さに苦慮している様子が見えがえる。

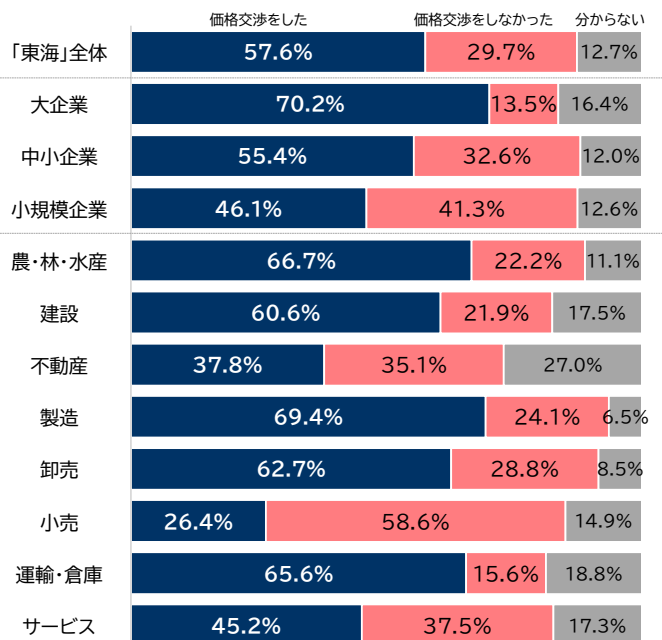
業界別に「価格交渉をした」割合をみると、『製造』が唯一、仕入れ先(62.9%)、販売先(69.4%)ともに 6 割超となった。他方、『運輸・倉庫』(同 43.8%、同 65.6%)は、価格交渉自体は比較的实施できているものの、「価格転嫁率」は 37.5%にとどまるなど十分な価格転嫁には至っておらず、交渉が不調に終わっているケースが多い状況が浮き彫りになった。

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)



企業努力に限界、適正な価格転嫁を新たな商慣行に

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」とした東海4県企業は79.0%と、約半年前の前回調査から4.8ポイント増加した。一方で、依然として1割超の企業が「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、43.1%にとどまった。価格転嫁に対する理解は総じて進んではいるが、依然としてコスト上昇分のうち6割近くを自社が負担している状況は劇的には変化していない。「これ以上の値上げは顧客離れにつながる」との見方は数多く、収益性悪化との板挟みになっている。

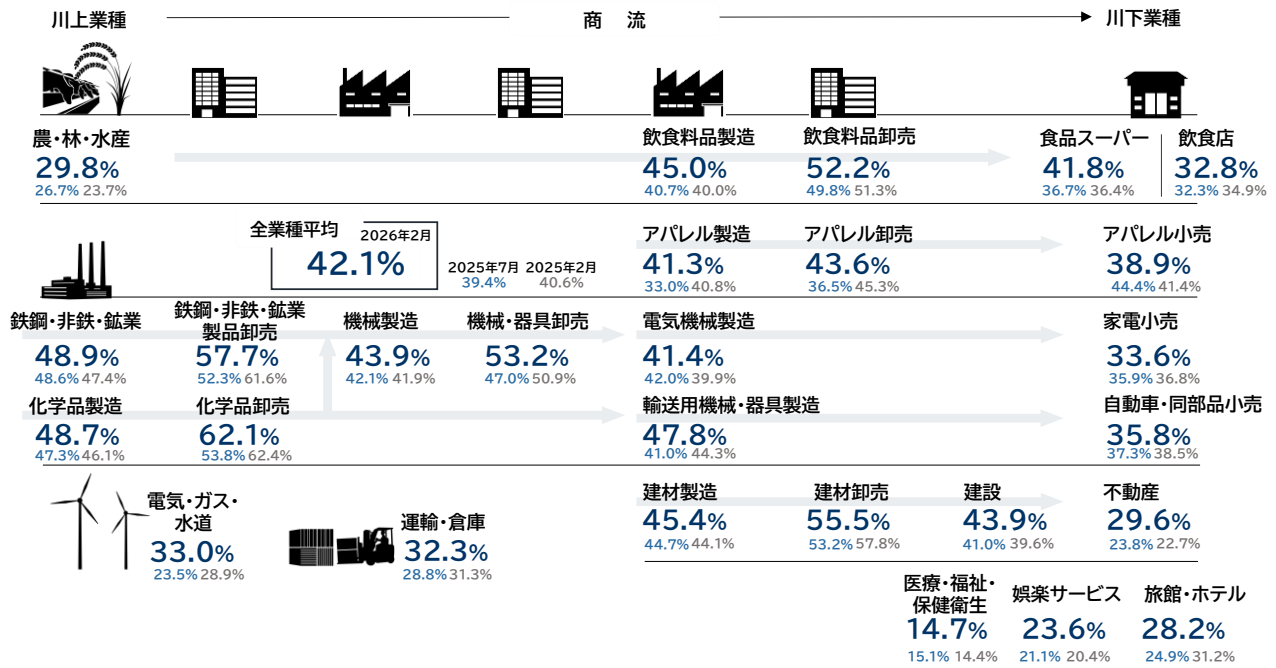
また、価格交渉状況を見ると、仕入れ先・販売先のいずれでも交渉を行った企業は5割程度にとどまっている。小規模事業者を中心に、交渉のための資料を取りまとめる人も時間も不足しているとの声は多く聞かれる。取引先との力関係が交渉を躊躇させる要因にもなっているが、中小受託取引適正化法（取適法）の施行が変化をもたらしつつある様子もうかがえ、適正な価格交渉が行える環境整備は引き続き重要となる。

価格転嫁を十分に進ませるためには、最終消費者の購買力向上が必要不可欠だが、中東情勢の悪化で状況によっては防衛的な節約志向が強まってくる可能性もある。個々の企業努力は限界を超えつつあるなか、適正な価格転嫁を新たな商慣行としていくためには、政府や企業の取り組みだけでなく消費者の理解も欠かせない。

<参考> 企業からの声

内 容	業 種	県
■価格転嫁が順調に進んでいる、または前向きな意見		
人件費が増えているため値上げの話がしやすい	運輸・倉庫	愛知
原材料はほとんどが輸入品で、しかも相場スライド制を採用しているためユーザー側に納得感があるため価格の転嫁は無理なくできている	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸	愛知
自動車部品業界の値上げに関する対応は一昨年あたりから受容的な雰囲気になってきている。ただし、人件費の上昇に関しては中小企業の要求の全額は認められていない	化学品製造	愛知
現状販売先については比較的スムーズに価格改定に応じてくれている。問題は消費者がついてきてくれるかにかかっていると感じる	飲食品・飼料製造	愛知
新年度に向けて現在交渉中の取引先が多数ある。交渉過程の記録を取る会社など取適法が意識されている感触はある	メンテナンス・警備・検査	岐阜
中小受託取引適正化法により、取引内容について確認したいと連絡があったのはわずかだが、今後は増えてくると思われる	飲食品卸	岐阜
化学工業のサプライチェーン内は、価格転嫁する/されることは普通に受け入れられていると感じる	化学品製造	静岡
■価格転嫁に困難がある、または後ろ向きな意見		
建設業において、価格転嫁は見積書の段階で行うが、客先はすでに予算を決定していてそれに合わせて金額を決定してくるので、見積書通りに注文されることはめったにない	建設	愛知
実質的に価格を転嫁すると次の発注がなくなってしまうので、結局転嫁していないもしくは転嫁をあまりしない企業に発注するような状態。きちんと転嫁していない企業に罰則を盛り込むようにするぐらいのことをしなければ中小企業にしわ寄せがくるだけになってしまう	建設	愛知
顧客が取引先から常にコストダウンの要求を受けているため、非常に価格を上げづらい。製造業の良いものをより安くという考えを変えていかないと難しい	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸	岐阜
値上げ分そのまま上げると客離れが起こる恐れがある	医薬品・日用雑貨品小売	三重
前回の価格改定から1年半が経過し、その間に米をはじめとした様々な食品が高騰しているが、消費者の厳しい目があるため容易には価格転嫁できない	飲食店	静岡
製品製造のリードタイムが長く、契約によっては1年以上前に締結することもある。その間のコスト上昇については、転嫁ができない	建材・家具・窯業・土石製品製造	静岡
品質維持または向上と価格は今以上に安くすることを同時に求められる。そのうえで値上げも求められるが到底無理な話。結局海外生産か品質を落とした国内製造になるため、国内の製造技術レベルは落ち、ものづくりの文化が日本からなくなってしまうことを危惧している	輸送用機械・器具製造	静岡

<参考> サプライチェーン別の価格転嫁の動向(全国)



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