

# 価格転嫁率、 4割回復も頭打ちか

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

## 価格転嫁に関する実態調査(2026年2月)



本件照会先

池田 直紀(主任研究員)  
帝国データバンク  
東京支社情報統括部  
03-5919-9343(直通)  
情報統括部: keiki@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/03/19

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42.1%となった。4割台を回復したものの、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%)

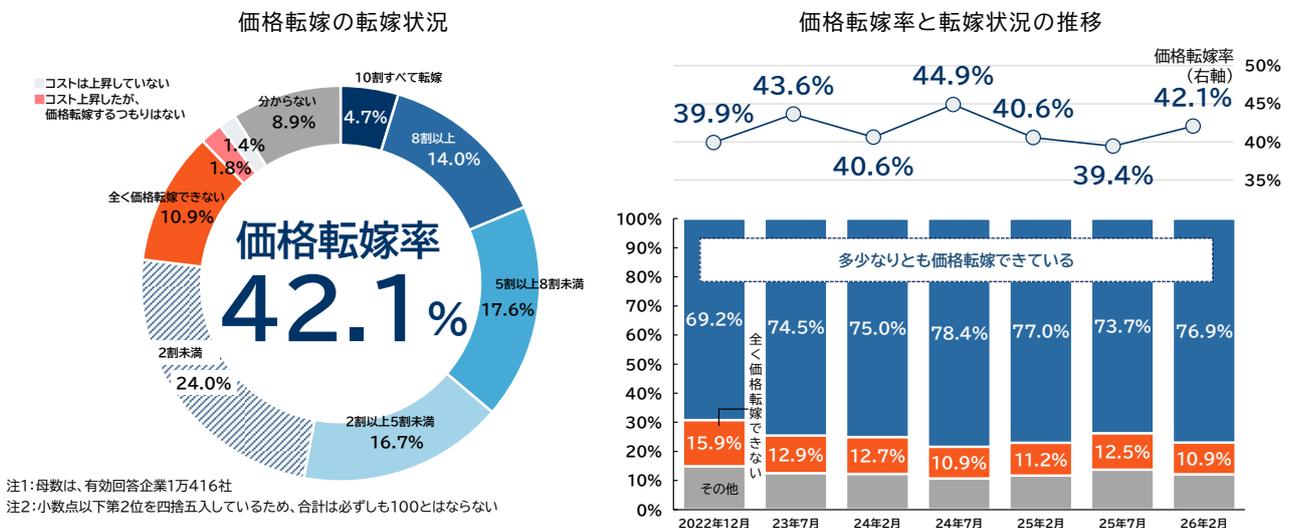
## 価格転嫁率は 42.1%、再び 4 割台に到達

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 76.9%となり、前回調査(2025 年 7 月)から 3.2 ポイント上昇した。内訳をみると、「2 割未満」が 24.0%(前回 23.9%)、「2 割以上 5 割未満」が 16.7%(同 17.0%)、「5 割以上 8 割未満」が 17.6%(同 17.1%)と部分的な転嫁にとどまる企業が大部分を占めている。一方で、「8 割以上」転嫁できている企業は 14.0%(同 11.9%)、「10 割すべて転嫁」できている企業は 4.7%(同 3.8%)で、「値上げマインドが認知されているため、ある程度柔軟に対応してもらえている」(機械・器具卸売、鹿児島県)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 1.6 ポイント減少したものの、10.9%と依然として 1 割を上回った。企業からも「2 年前に価格転嫁したが、これ以上転嫁すると、新規受注に支障をきたすと考え、我慢している」(電気機械製造業、滋賀県)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<sup>1</sup>」は 42.1%だった。これはコストが 100 円上昇した場合に 42.1 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 39.4%)と比較すると 2.7 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



## 川下産業や公的価格など価格決定権の弱い業種ほど厳しく

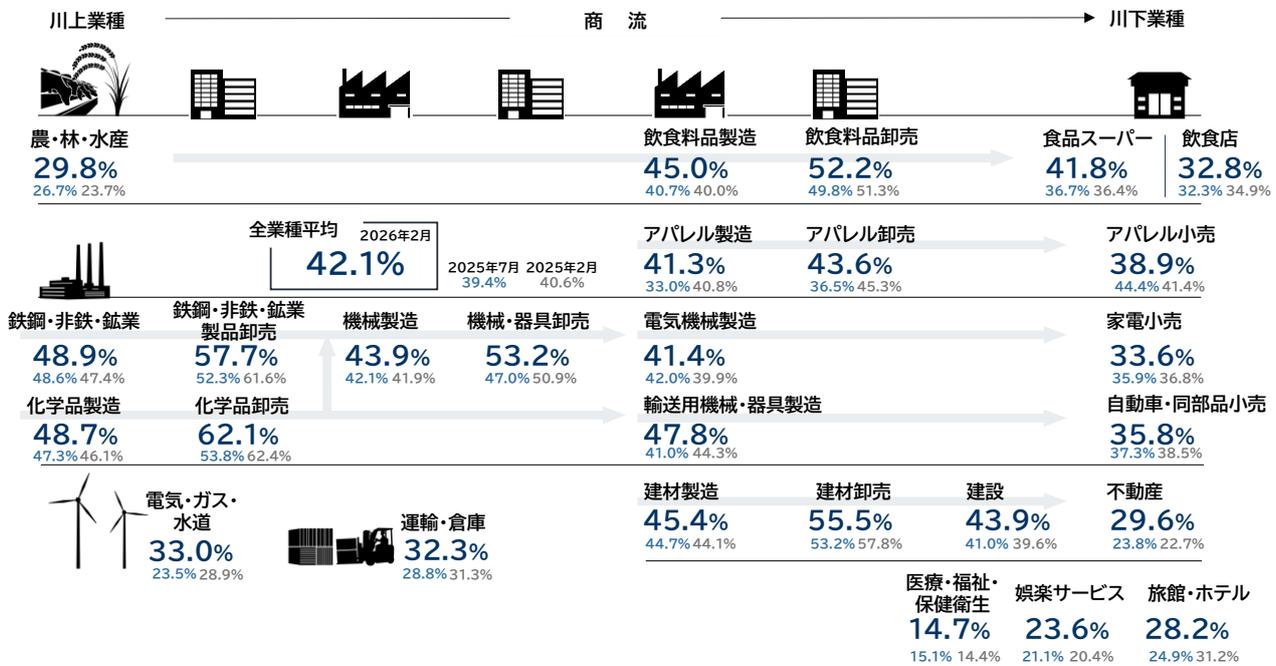
サプライチェーン別に価格転嫁の状況を見ると、「化学品卸売」(62.1%)や「鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売」(57.7%)、「機械・器具卸売」(53.2%)など、卸売業の業種を中心に、転嫁率は 5 割を超えた。他方、消

<sup>1</sup> 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)

費者に近い川下に位置する業種、「飲食店」(32.8%)や「旅館・ホテル」(28.2%)などでは、継続的な価格転嫁が難しい様子が浮き彫りとなっている。企業からも「値段を上げるとお客様から高いと認識されてしまい、集客の減少につながる」(飲食店、石川県)や「競合店や近隣の地域状況を鑑みて簡単には値上げでできる状況ではない」(旅館・ホテル、長野県)といった声が寄せられ、消費者の節約志向が強まるなかで、競合相手の多い業態では、予想以上に値上げに踏み切りにくい実態がうかがえた。

また、「国が公示する技術者単価が標準としてあるため、自社の都合で価格設定することは難しい」(専門サービス、北海道)や「手数料など法律で決められている」(不動産、神奈川県)など、価格を容易に変更できない価格決定権の乏しい業種・業態では、自社でコスト増を吸収せざるを得ないケースも少なくない。特に、病院などを含む「医療・福祉・保険衛生」(14.7%)は非常に低い価格転嫁率で推移しており、企業の収益性悪化につながっている。

### サプライチェーン別の価格転嫁の動向

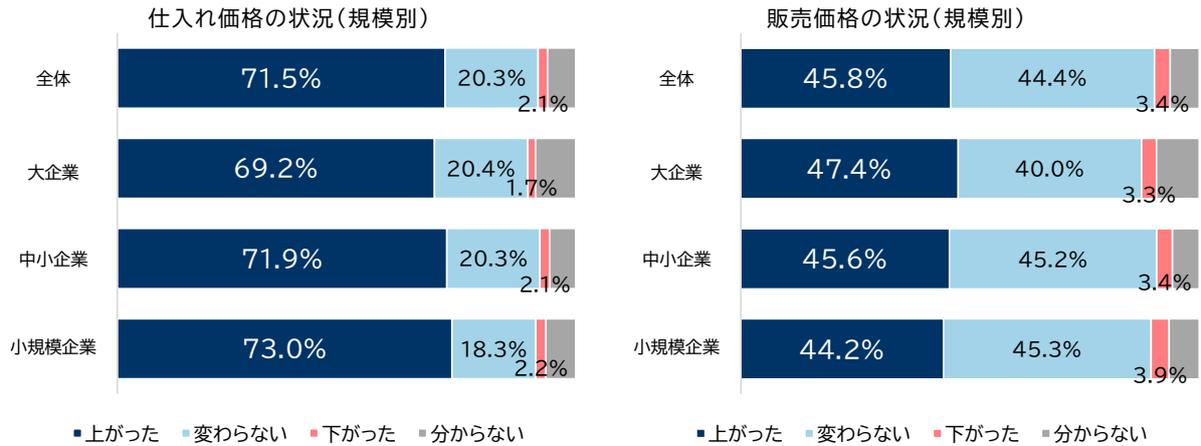


## 販売価格の交渉、企業の 5 割程度が可能も、値上げは低調

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 71.5%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 45.8%と 5 割を下回り、「変わらない」は 44.4%と同程度であった。企業からは「仕入れ元からは価格を上げますという通知のみで、交渉余地はない」(専門サービス、宮城県)や「販売先によって対応の差が大きく、いまだにコストダウンを要求されることもある」(鉄鋼・非鉄・鋳業、群馬県)といった声が聞かれた。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 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。

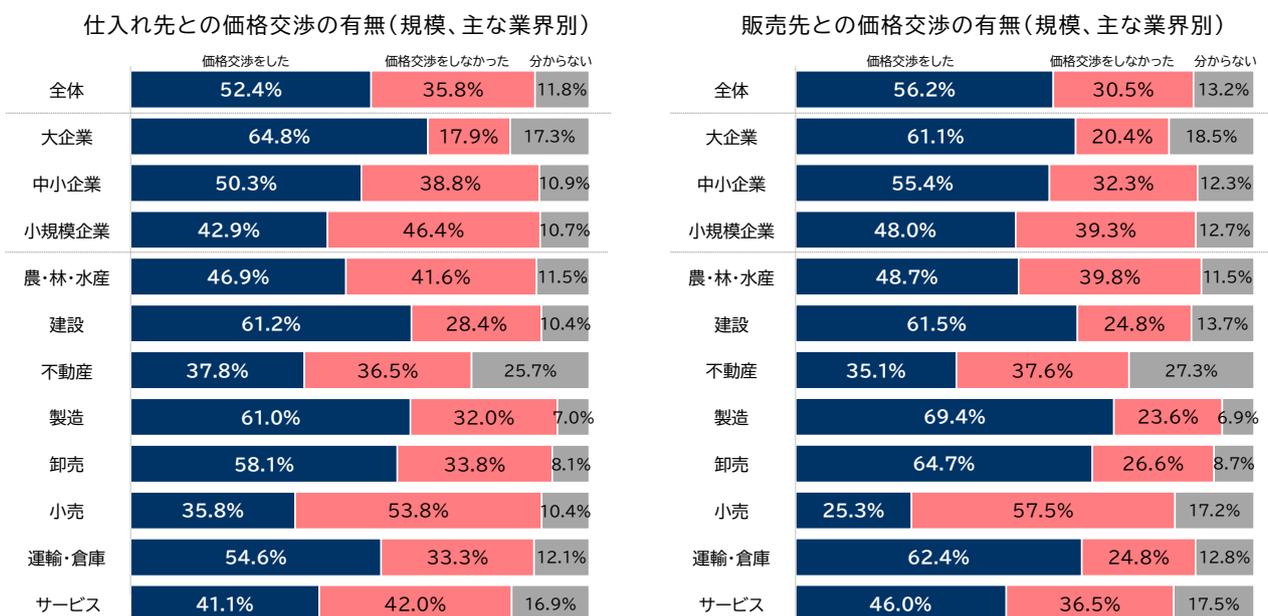
## 仕入れ価格と販売価格の状況



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 52.4%、販売先と「価格交渉をした」企業は 56.2%であった。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(42.9%)、販売先(48.0%)のいずれも 4 割合にとどまった。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。企業からは「取引先が大手の場合、力関係などにより交渉は困難」(メンテナンス・警備・検査、山口県)といった声も複数寄せられた。

業界別に「価格交渉をした」割合をみると、「消費者が売り先なので、価格交渉をするわけにいかず、値上げも難しい」(飲食料品小売、秋田県)や「清掃やセキュリティなどの機材、メンテナンス料が上がると一方的な通知があり、交渉する余地がない」(貸家業、岡山県)というように、『小売』(仕入れ先 35.8%、販売先 25.3%)や『不動産』(同 37.8%、同 35.1%)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 54.6%、同 62.4%)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。

## 仕入れ先と販売先との価格交渉の有無



## 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7割台後半に回復した。一方で、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2.7ポイント上昇したものの、42.1%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。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。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

	主な企業からの声	業種 51 分類
価格転嫁が順調に進んでいる、または前向きな意見	・工事関係で、その都度の見積もりによる契約をしているため、価格の上昇分は転嫁できている	建設
	・当社しかできないサービスがあるため、価格転嫁はスムーズにできている	鉄鋼・非鉄・鋳業
	・化学品なので値上げの理由を十分に説明し、理解を得て価格転嫁をしている	化学品卸売
	・元々単価が高い店舗のため、客層も比較的高所得な方が多く、値上げに対して納得してもらえている	飲食店
価格転嫁に困難がある、または否定的な意見	・水産物の販売はせりが主のため、価格決定権がない	農・林・水産
	・コンペ式の見積もり依頼が多く、受注獲得には見積もり金額を減少させるしかないため、価格転嫁を行うことができない	建設
	・書籍は再販売価格維持制度があり、小売店には価格決定権がない	専門商品小売
	・委託事業者と1~2カ月に1度、話し合いを行っているが、何も進展がない状況が1年ほど続いている	運輸・倉庫
	・顧客に価格転嫁を打診したところ、「その程度は吸収してほしい」と断られた	情報サービス

## 調査先企業の属性

## 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	(807)	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
(2,453)	機械製造業	412	電気通信業		8	
	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