

# 価格転嫁に関するアンケート調査結果

---

令和8年3月  
富山県

# 目次

---

1. 調査の概要	1
2. 調査結果のポイント	3
3. 価格高騰の影響について	4
4. 価格交渉の実施状況について	7
5. 価格転嫁の状況について	11
6. 取引段階ごとの価格交渉・価格転嫁の状況	16
7. 価格転嫁に関する発注側企業による説明について	17
8. 価格転嫁の課題・価格転嫁以外の対応策について	18
9. 価格交渉・価格転嫁の良かった対応・適切でないと思われる対応	19
10. パートナーシップ構築宣言の効果・行政に期待する取組み	20
11. 価格転嫁に関するご意見	21
12. 富山県の課題（全国比較から見えるポイント）	22
13. 富山県で必要な取組み（課題解決に向けて）	28

# 1. 調査の概要

## 1 調査の目的

県内における価格転嫁の実態等を調査・把握し、適切な価格転嫁の推進に向けた事業を効果的に講じるための基礎資料とするもの

## 2 調査対象

富山県内に事業所を有する事業者

## 3 調査方法

事業者へ依頼文を郵送で発出し、オンライン・郵送・FAXのいずれかで回答

## 4 調査期間

令和7年9月26日(金)～令和7年10月17日(金)

## 5 有効回答数

有効回答件数：1,378社（回収率：34.5%）

## 6 回答者の所属する企業の資本金規模

～1,000万円	787社(57.1%)
1,000万円超～5,000万円	375社(27.2%)
5,000万円超～1億円	76社(5.5%)
1億円超～3億円	16社(1.2%)
3億円超～	9社(0.7%)
その他（個人事業主等）	108社(7.8%)
無回答	7社(0.5%)

## 7 回答者が所属する企業の従業員規模

～5人	589社(42.7%)
6人～20人	450社(32.7%)
21人～100人	262社(19.0%)
101人～300人	50社(3.6%)
301人～	19社(1.4%)
無回答	8社(0.6%)

# 1. 調査の概要（回答企業及び取引先企業の業種）

## ◆回答企業の業種

製造業	470社 (34.1%)
機械製造	92社 (6.7%)
食品製造	84社 (6.1%)
金属	80社 (5.8%)
自動車・自動車部品	44社 (3.2%)
建材・住宅設備	45社 (3.3%)
繊維	29社 (2.1%)
電機・情報通信機器	27社 (2.0%)
紙・紙加工	16社 (1.2%)
製薬	15社 (1.1%)
印刷	14社 (1.0%)
石油製品・石炭製品製造	14社 (1.0%)
化学	10社 (0.7%)
造船	0社 (0.0%)
建設	361社 (26.2%)
小売	129社 (9.4%)
卸売	83社 (6.0%)
トラック運送	38社 (2.8%)
不動産業・物品賃貸	31社 (2.2%)
電気・ガス・熱供給・水道	28社 (2.0%)
飲食サービス	21社 (1.5%)
鉱業、採石業、砂利採取	15社 (1.1%)
情報サービス・ソフトウェア	10社 (0.7%)
金融・保険	10社 (0.7%)
廃棄物処理	6社 (0.4%)
広告	5社 (0.4%)
通信	0社 (0.0%)
放送コンテンツ	0社 (0.0%)
その他	159社 (11.5%)
無回答	12社 (0.9%)
計	1,378社

## ◆取引先企業の業種

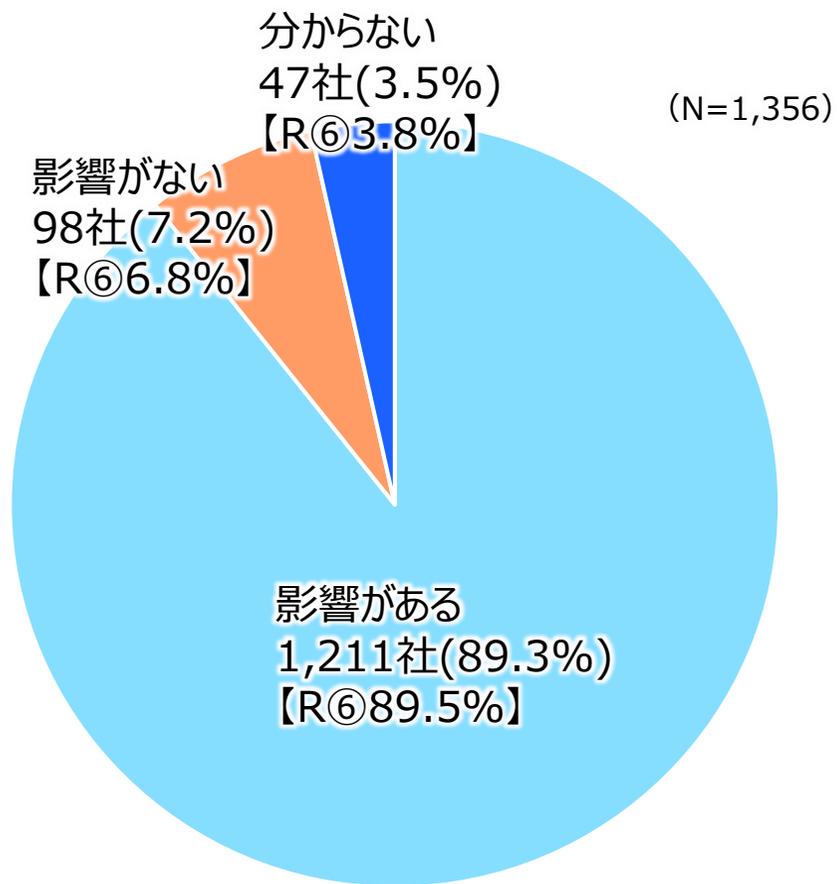
製造業	501社 (36.4%)
機械製造	102社 (7.4%)
建材・住宅設備	71社 (5.2%)
自動車・自動車部品	68社 (4.9%)
金属	64社 (4.6%)
食品製造	44社 (3.2%)
電機・情報通信機器	40社 (2.9%)
繊維	24社 (1.7%)
化学	24社 (1.7%)
製薬	20社 (1.5%)
石油製品・石炭製品製造	17社 (1.2%)
紙・紙加工	16社 (1.2%)
印刷	10社 (0.7%)
造船	1社 (0.1%)
建設	363社 (26.3%)
小売	80社 (5.8%)
卸売	68社 (4.9%)
電気・ガス・熱供給・水道	33社 (2.4%)
飲食サービス	20社 (1.5%)
鉱業、採石業、砂利採取	19社 (1.4%)
トラック運送	17社 (1.2%)
不動産業・物品賃貸	16社 (1.2%)
金融・保険	10社 (0.7%)
情報サービス・ソフトウェア	5社 (0.4%)
廃棄物処理	2社 (0.1%)
通信	1社 (0.1%)
広告	1社 (0.1%)
放送コンテンツ	0社 (0.0%)
消費者に直接製品やサービスを提供しているため発注側企業がない	106社 (7.7%)
その他	111社 (8.1%)
無回答	25社 (1.8%)
計	1,378社

## 2. 調査結果のポイント

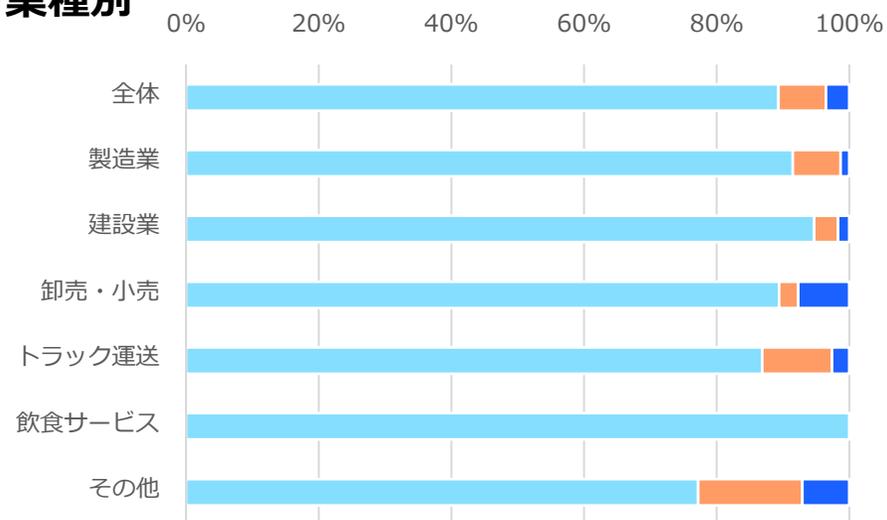
- 価格高騰の影響について、原材料費、エネルギー費、人件費のいずれの項目も8割以上の企業が「影響がある」と回答している。
- 価格交渉が行われた企業の割合は5割を超えているが、そのうち発注側企業から交渉の申し入れがあった企業は3割に満たない（交渉が行われた企業の28.8%）。
- 価格交渉が行われなかった理由について、発注側企業から交渉の申し入れがなかった企業のうち、自社から申し出たが断られた企業が5.7%あった。また、発注側企業から交渉の申し入れがあった企業でも、発注量減少等のリスクを懸念し辞退した企業が26.9%あった。
- 価格転嫁の状況をコスト別にみると、原材料費に比べ、エネルギー費や人件費の転嫁率が低い。  
(価格転嫁率の平均) コスト全般：3.6割、原材料費：4.0割、エネルギー費：2.9割、人件費：3.0割
- 業種別にみると、建設業や飲食サービスにおける転嫁率が全体より低い。  
(価格転嫁率の平均) 全体：3.6割、建設業：3.4割、飲食サービス：3.4割
- 規模（従業員数）別にみると、規模の小さい企業ほど転嫁率が低い。  
(価格転嫁率の平均) 全体：3.6割、5人以下：3.3割、6～20人：3.5割
- 価格転嫁に関する発注側企業からの説明について、説明に納得できなかった企業が2割、説明がなかった企業が4割を占めた。
- 価格転嫁が十分にできない理由として、「他社との価格競争による発注減少や取引停止の懸念」を挙げる企業が多い。
- 受注企業として、パートナーシップ構築宣言の効果を実感していないと回答した割合が実感している企業を上回ったほか、制度自体を認知していない企業も依然として多い。

### 3. 価格高騰の影響について（原材料費）

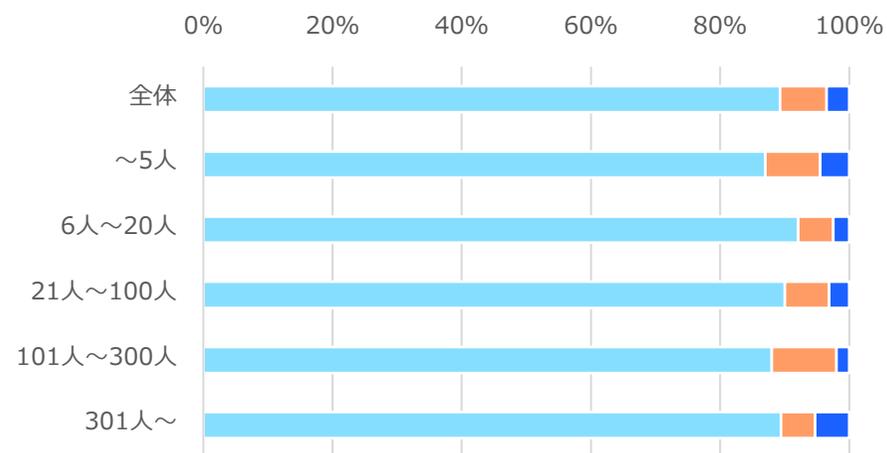
原材料費の高騰について、9割近い企業が「影響がある」と回答しており、特に、建設業や飲食サービス業などにおいて「影響がある」と回答した企業の割合が大きい。



#### ◆業種別

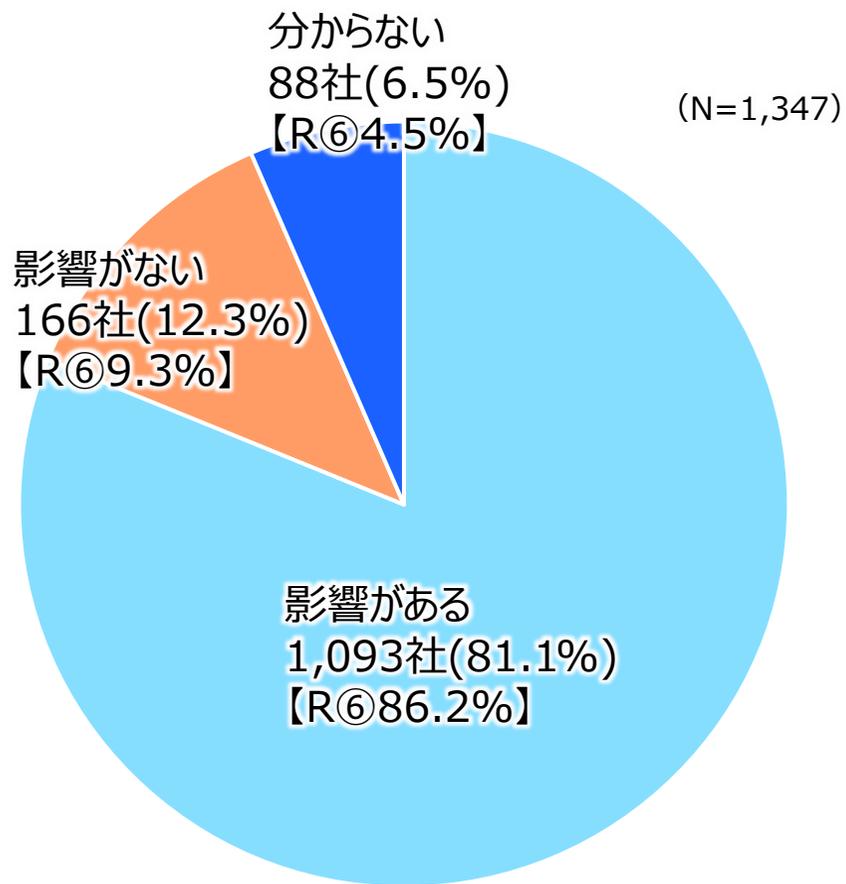


#### ◆規模（従業員数）別

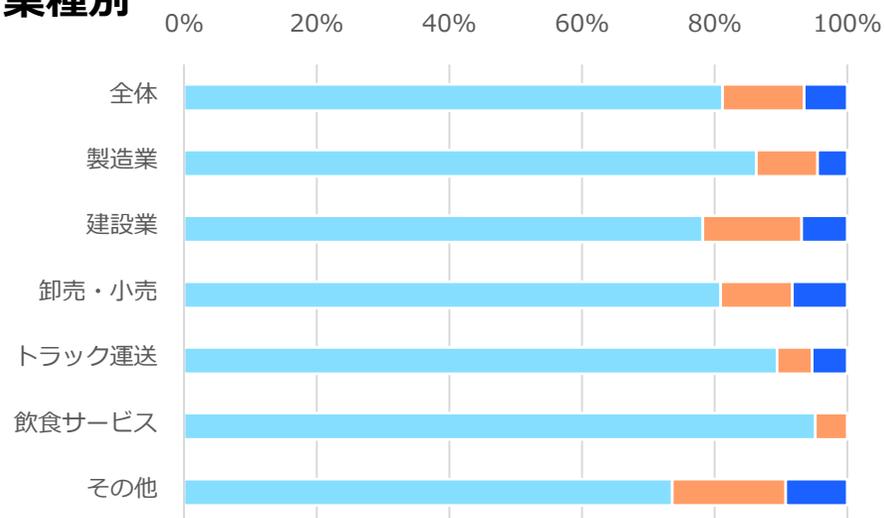


### 3. 価格高騰の影響について（エネルギー費）

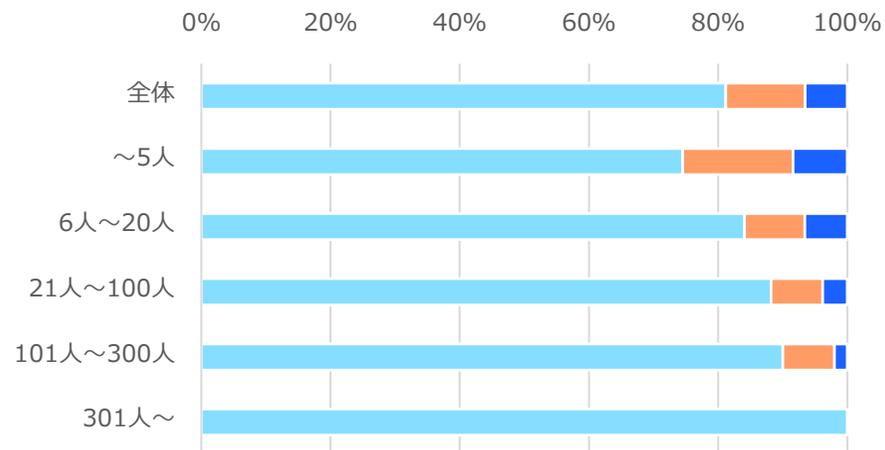
エネルギー費の高騰について、8割以上の企業が「影響がある」と回答しており、特に、トラック運送業や飲食サービス業などにおいて「影響がある」と回答した企業の割合が大きい。また、従業員数の多い企業ほど「影響がある」と回答した企業の割合が大きい。



#### ◆業種別

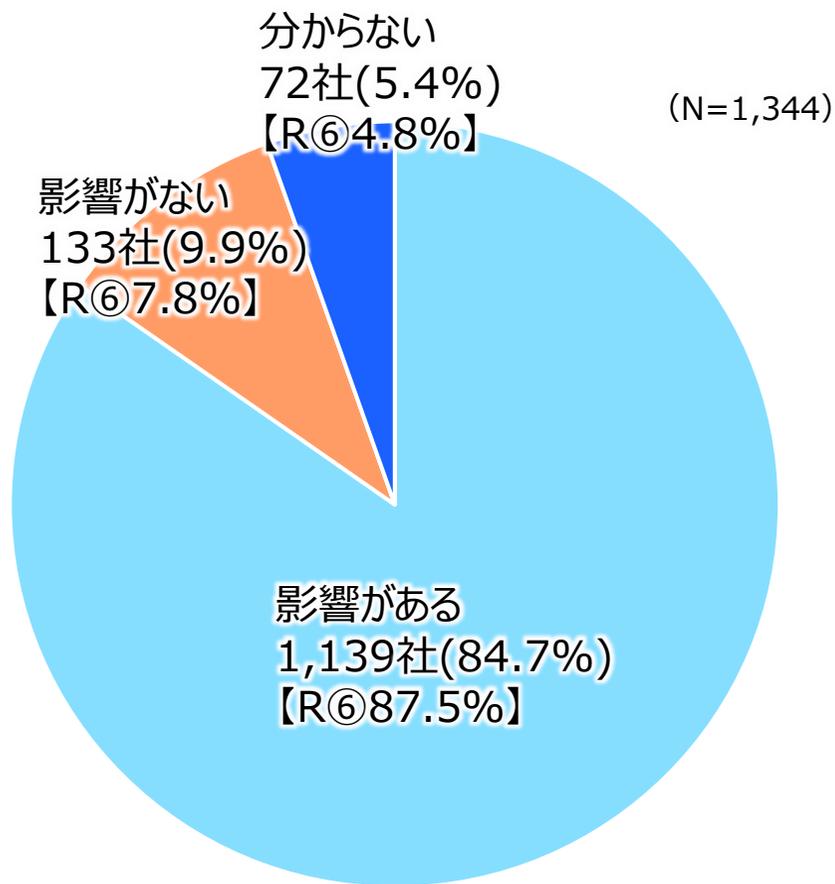


#### ◆規模（従業員数）別

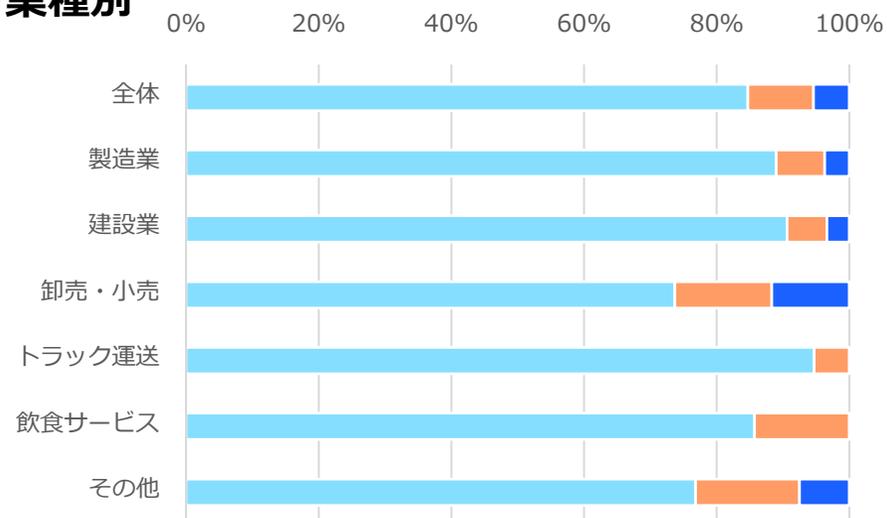


### 3. 価格高騰の影響について（人件費）

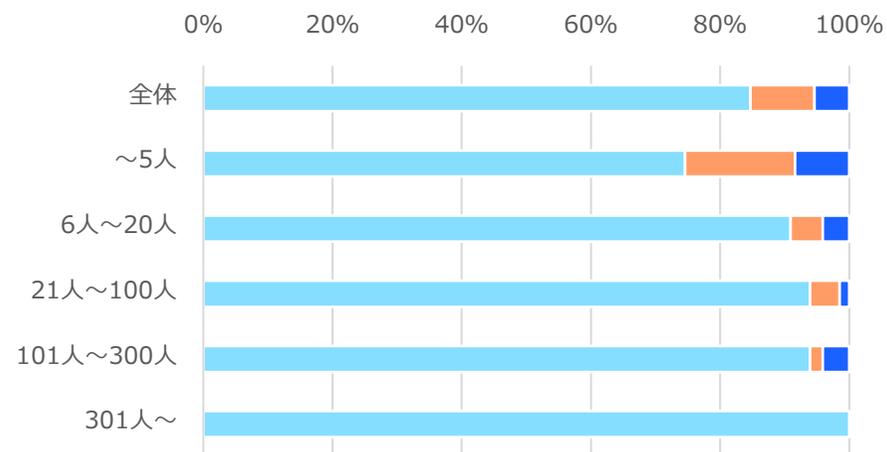
人件費の上昇について、8割以上の企業が「影響がある」と回答しており、特に、建設業やトラック運送業において「影響がある」と回答した企業の割合が大きい。また、従業員数の多い企業ほど「影響がある」と回答した企業の割合が大きい。



#### ◆業種別

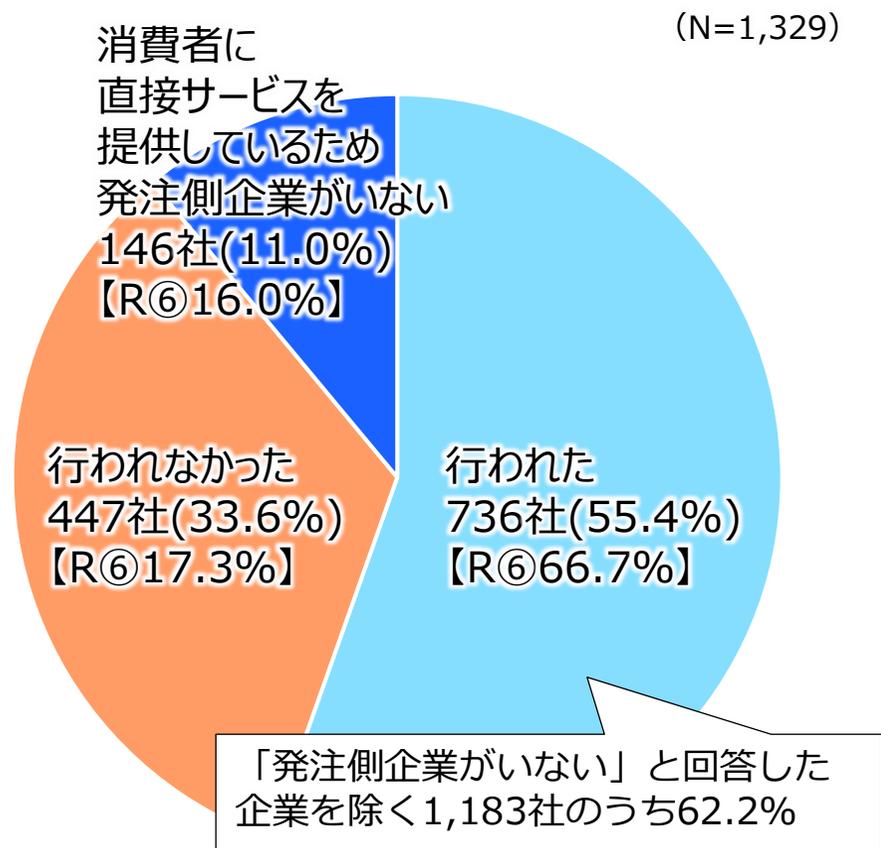


#### ◆規模（従業員数）別



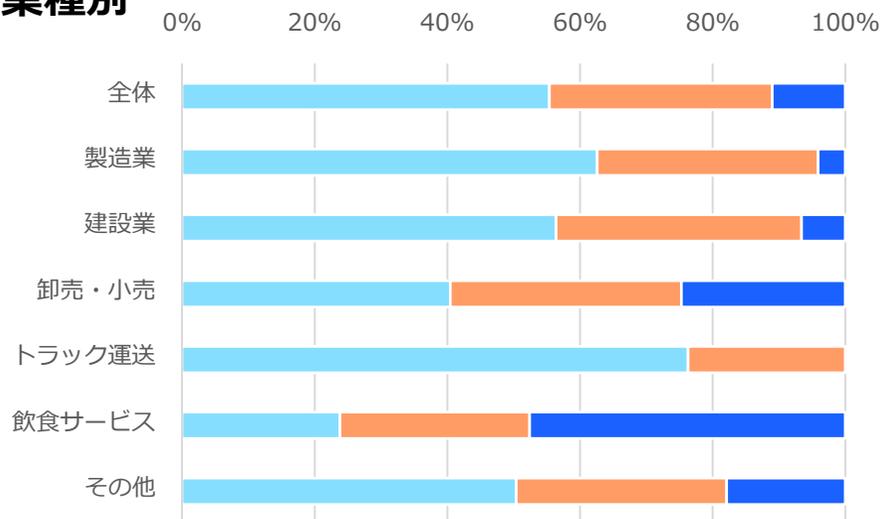
# 4. 価格交渉の実施状況について

「発注側企業がない」と回答した企業を除くと、5割以上の企業が「価格交渉が行われた」と回答している。また、企業の規模別に見ると、規模の小さい企業ほど、価格交渉が行われた割合が低い。

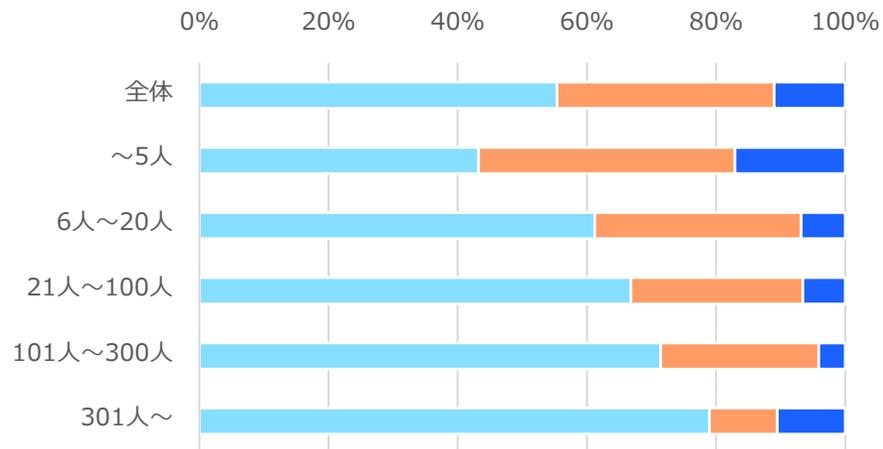


【参考】中小企業庁「価格交渉月間フォローアップ調査(2025年9月)」  
 ・価格交渉が行われた割合 59.2%  
 (「価格交渉は不要」と回答した企業を除いた場合 89.4%)

## ◆業種別



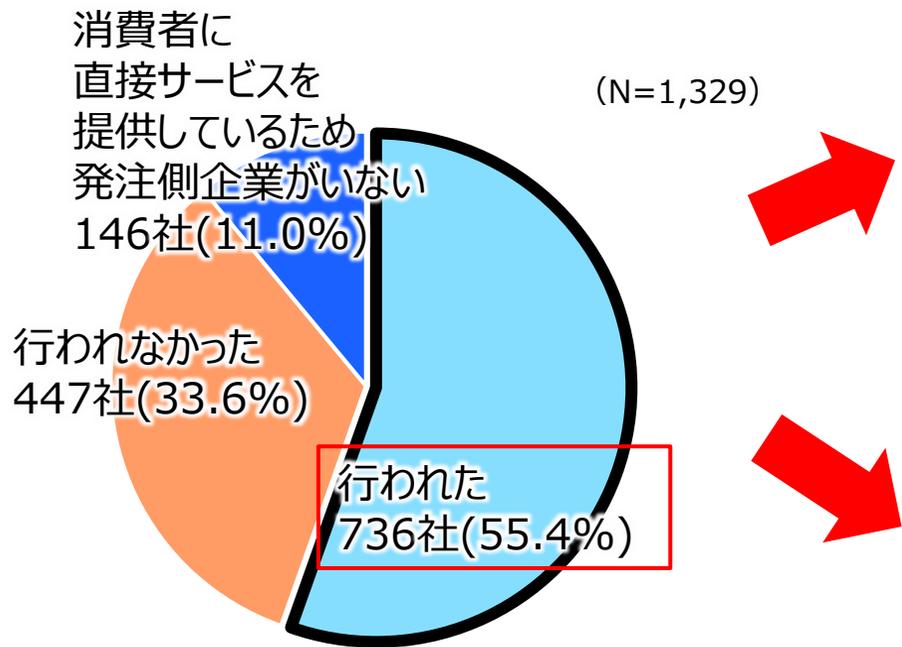
## ◆規模（従業員数）別



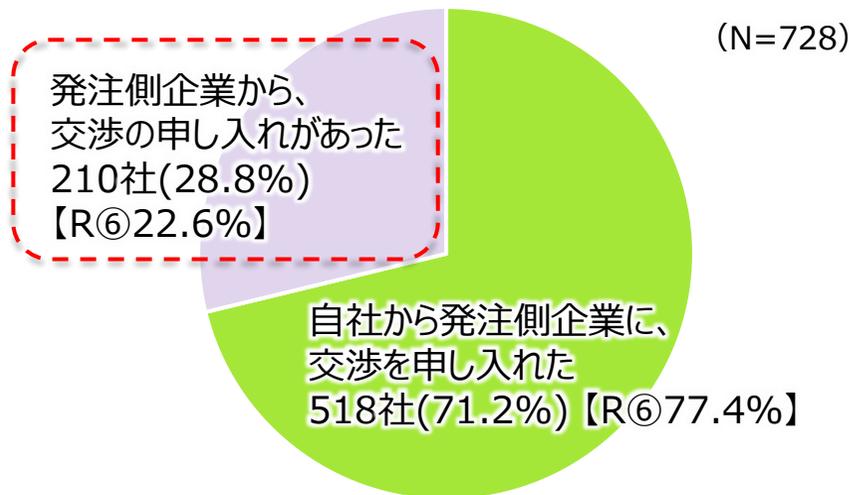
# 4. 価格交渉の実施状況について

価格交渉が行われた企業のうち、発注側企業から交渉の申し入れがあった割合は小さい（交渉が行われた企業の28.8%）。

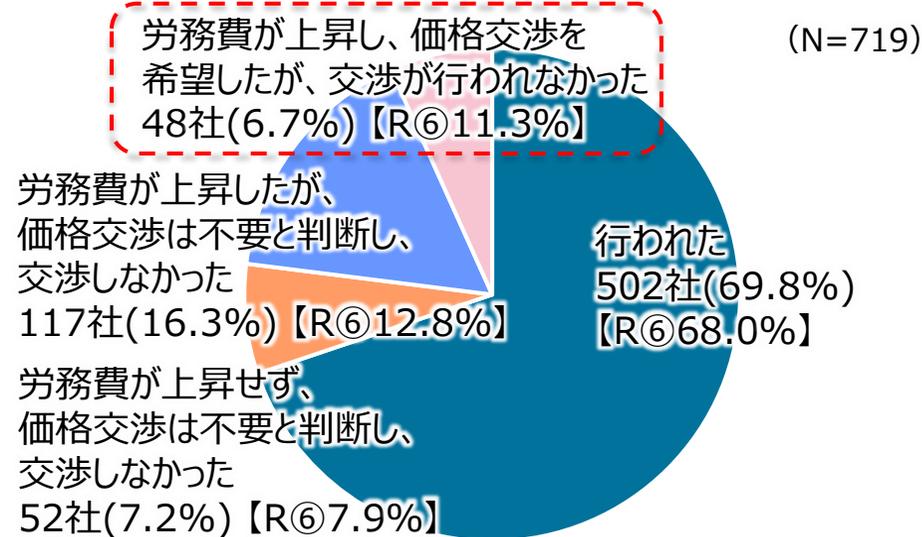
また、労務費については希望しても交渉してもらえなかったケースが一定程度ある（交渉が行われた企業の6.7%）。



## ◆価格交渉が行われた企業の交渉の申し入れ



## ◆労務費の価格交渉の実施状況



【参考】中小企業庁「価格交渉月間フォローアップ調査(2025年9月)」  
 ・発注側企業から申し入れがあり価格交渉が行われた割合 34.6%  
 ・価格交渉が行われた企業のうち労務費の価格交渉を希望したが行われなかった企業 5.9%

## 4. 価格交渉の実施状況について

価格交渉が行われなかった企業のうち、発注側企業から申し入れがあった企業は1割未満に留まる。価格交渉が行われなかった企業の大多数は発注側企業から申し入れがなかったことがわかる。

### ◆価格交渉の実施状況

消費者に (N=1,329)

直接サービスを  
提供しているため  
発注側企業がない  
146社(11.0%)

行われた  
736社(55.4%)

行われなかった  
447社(33.6%)



### ◆発注側企業から価格交渉の申し入れ状況

(N=431)

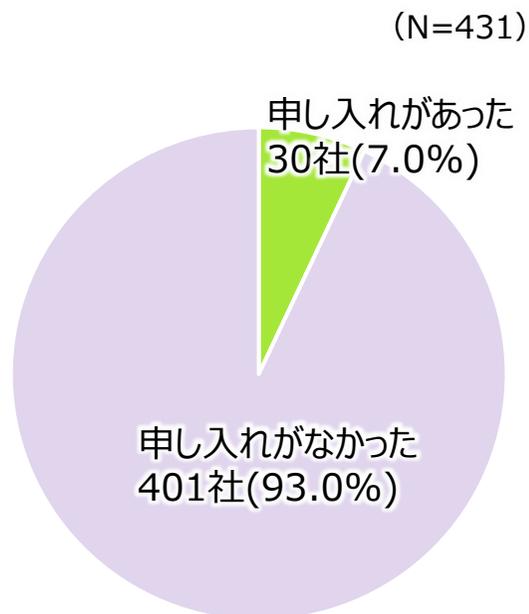
申し入れがあった  
30社(7.0%)

申し入れがなかった  
401社(93.0%)

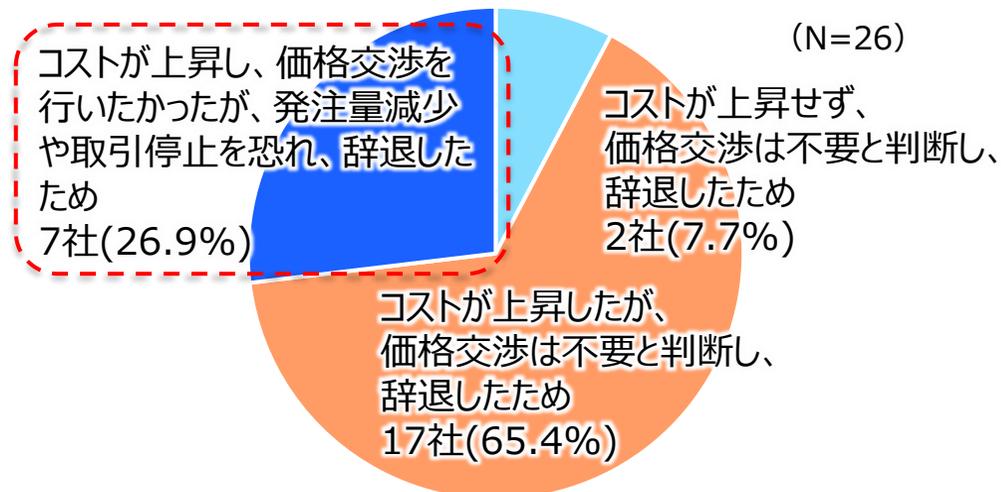
## 4. 価格交渉の実施状況について

価格交渉が行われなかった企業のうち、発注側企業から交渉の申し入れがあった場合、リスクを懸念し辞退した企業が一定数いる（申し入れがあった企業の26.9%）。

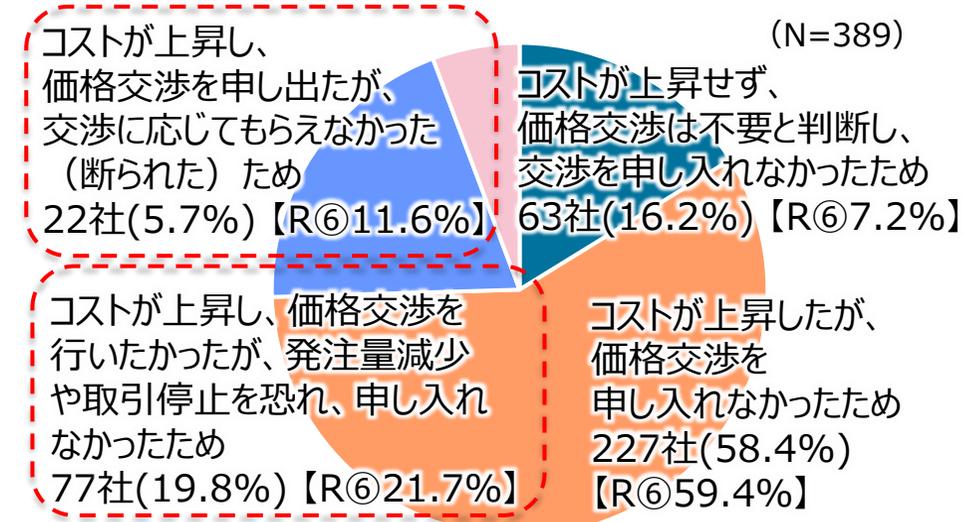
また、発注側企業から交渉の申し入れがなかった場合、リスクを懸念し自社から申し入れなかった企業が19.8%、自社から申し出たが断られた企業が5.7%である。



### ◆（申し入れがあった） 価格交渉が行われなかった理由



### ◆（申し入れがなかった） 価格交渉が行われなかった理由

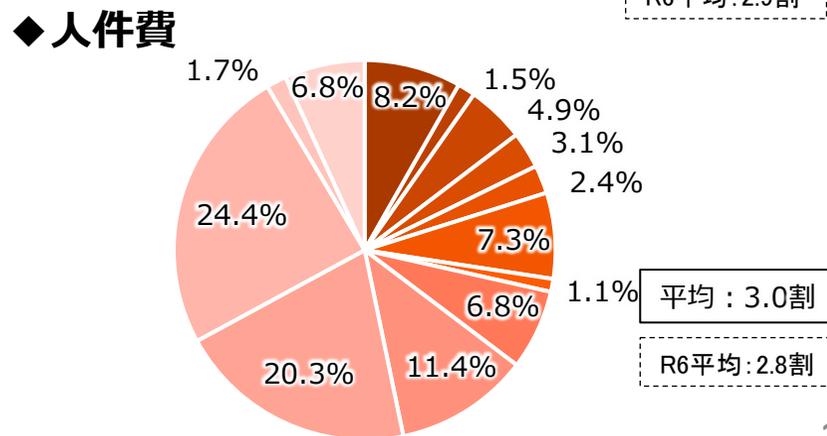
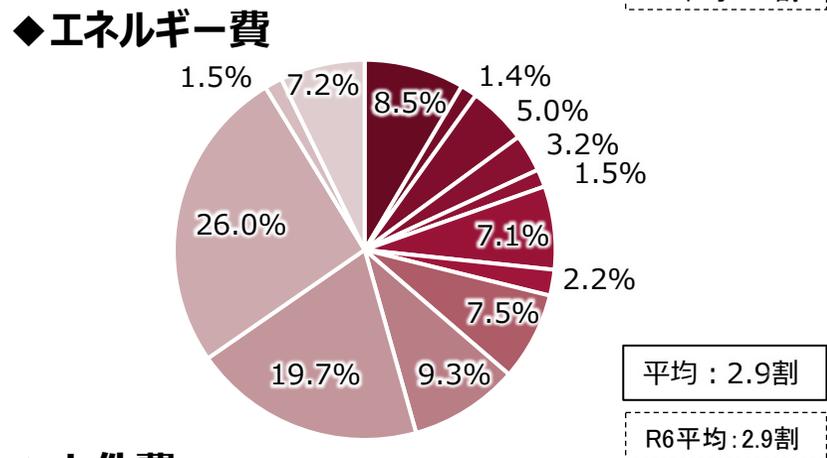
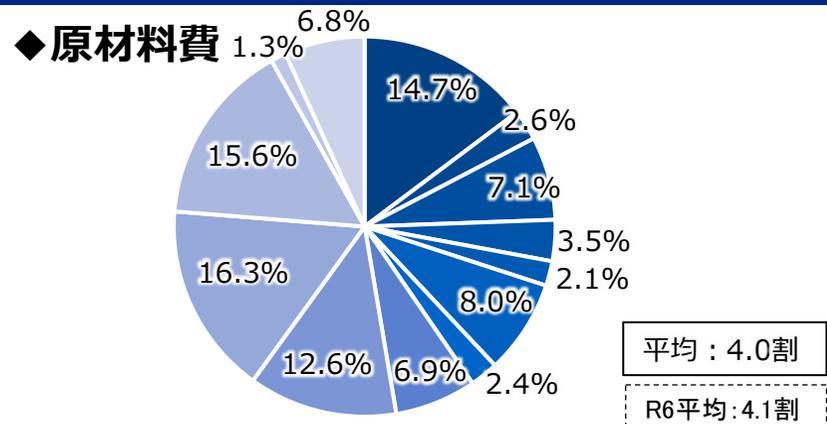
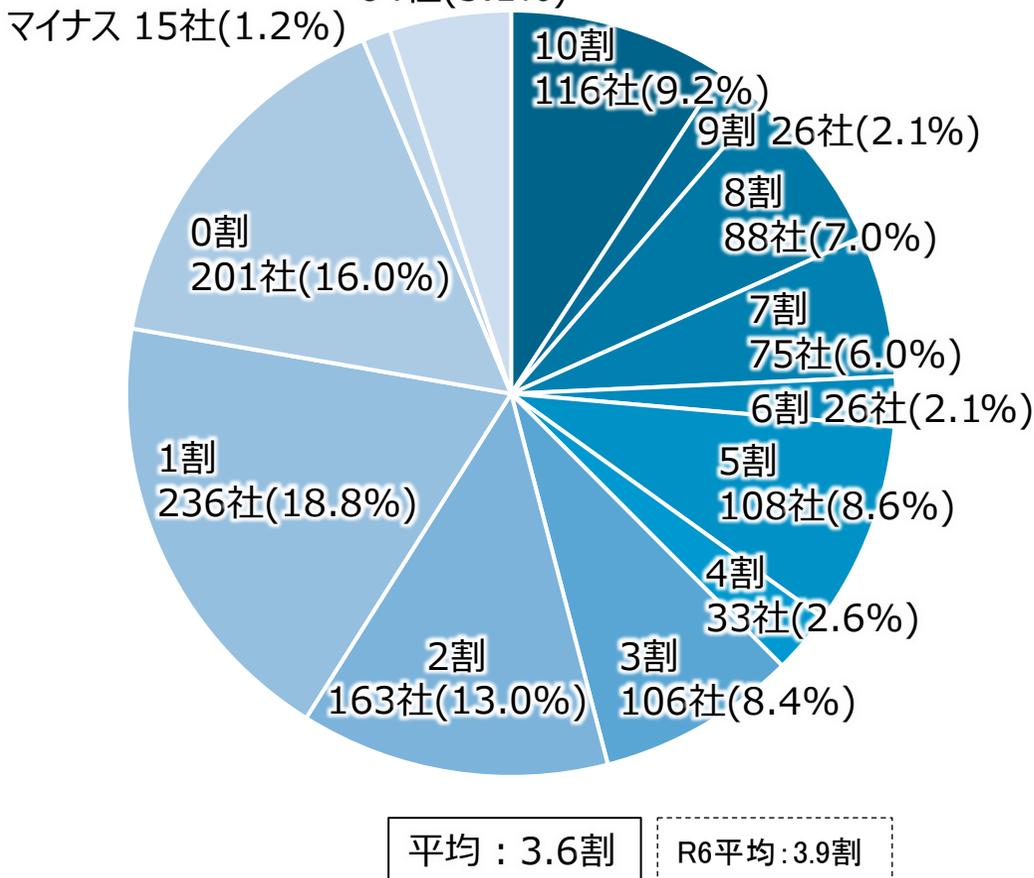


# 5. 価格転嫁の状況について

コスト全般の価格転嫁率の平均（加重平均）は、3.6割に留まった。

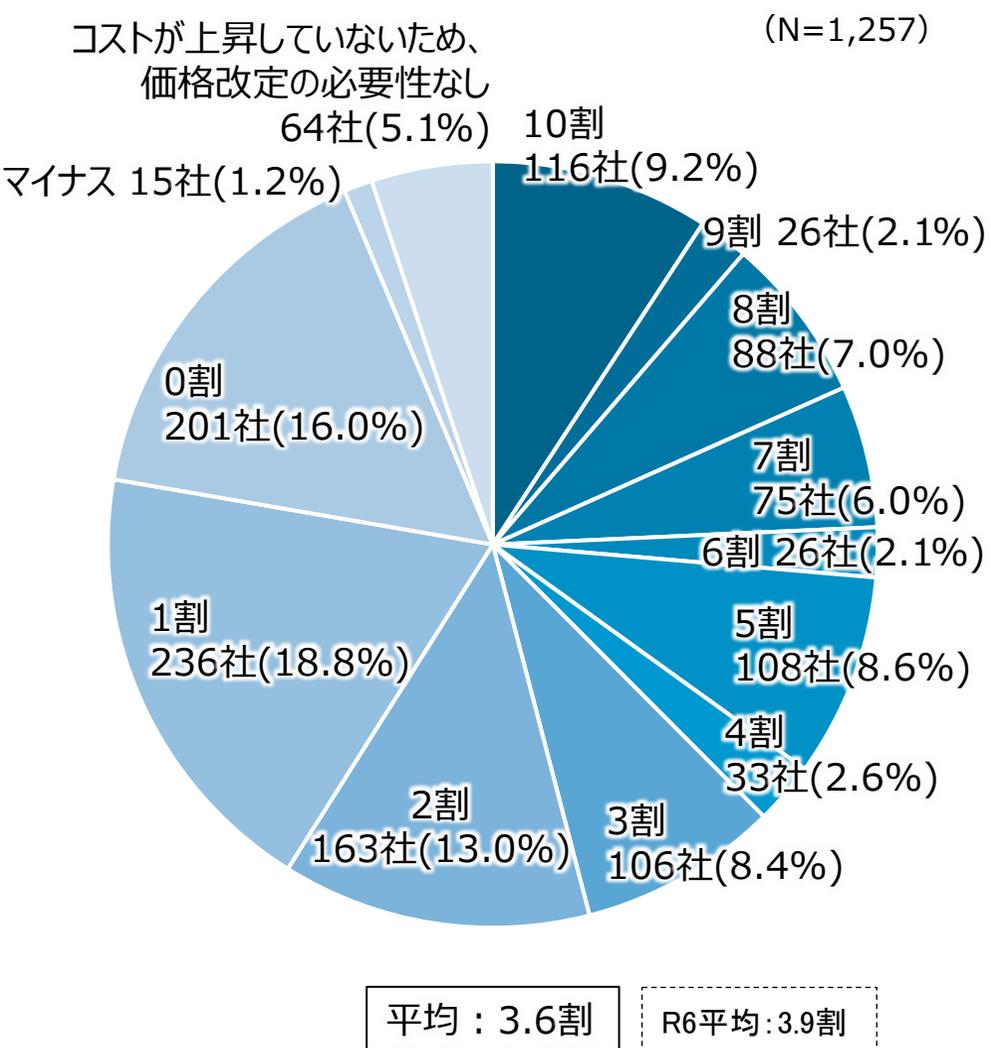
また、項目別に見ると原材料費に比べ、エネルギー費や人件費の転嫁率が低い。

◆**コスト全般** コストが上昇していないため、価格改定の必要性なし  
64社(5.1%) (N=1,257)

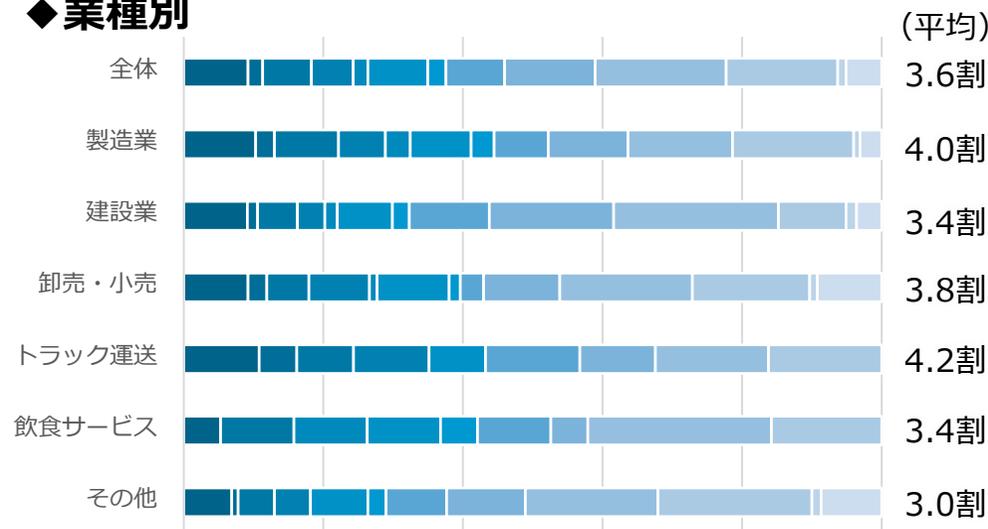


# 5. 価格転嫁の状況について（コスト全般）

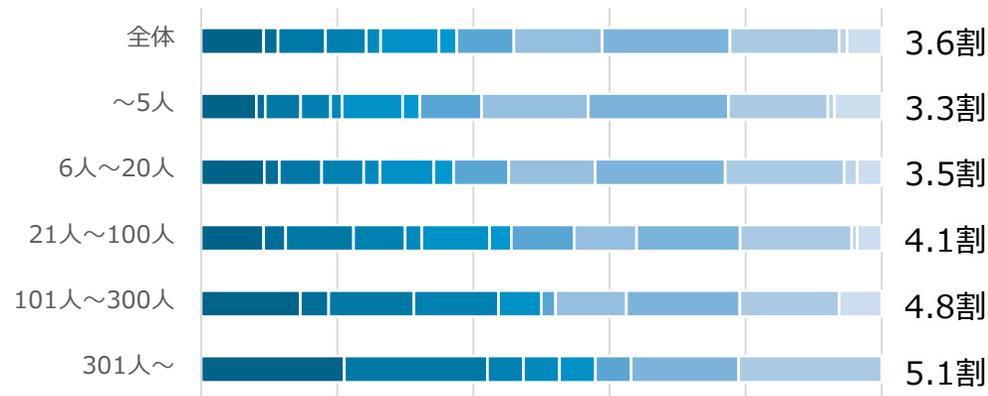
コスト全般の価格転嫁の状況を業種別に見ると、建設業や飲食サービスにおける転嫁率が全体に比べて低い。また、企業の規模別に見ると、規模の小さい企業ほど転嫁率が低い。



## ◆業種別



## ◆規模（従業員数）別



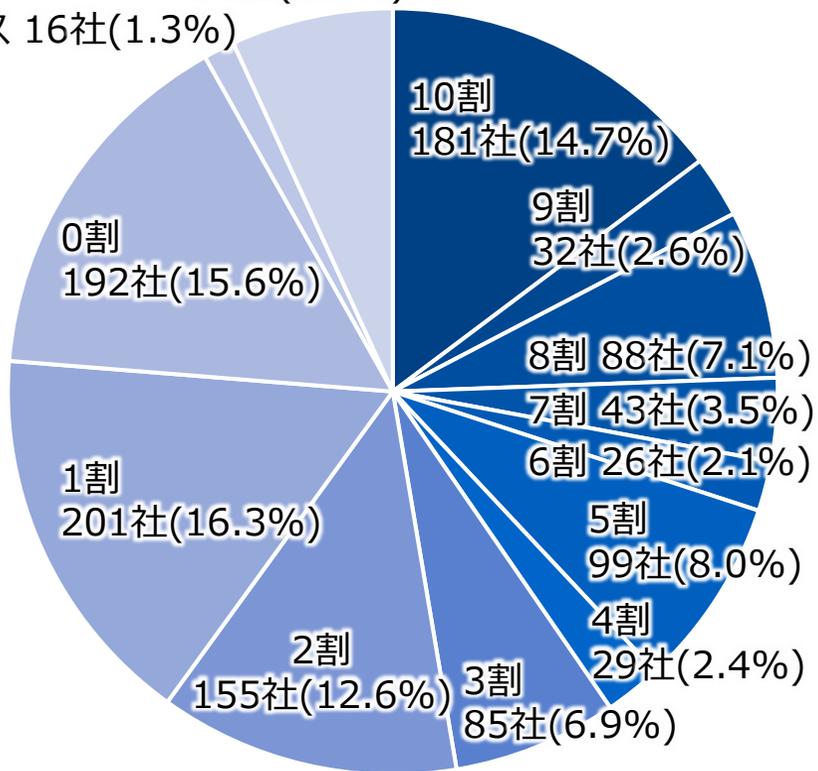
# 5. 価格転嫁の状況について（原材料費）

原材料費の価格転嫁の状況を業種別に見ると、トラック運送業における転嫁率が全体に比べて低い。また、企業の規模別に見ると、規模の小さい企業ほど、転嫁率が低い。301人以上の企業は平均は全体並みだが、転嫁の割合は二極化している。

(N=1,231)

コストが上昇していないため、  
価格改定の必要性なし  
84社(6.8%)

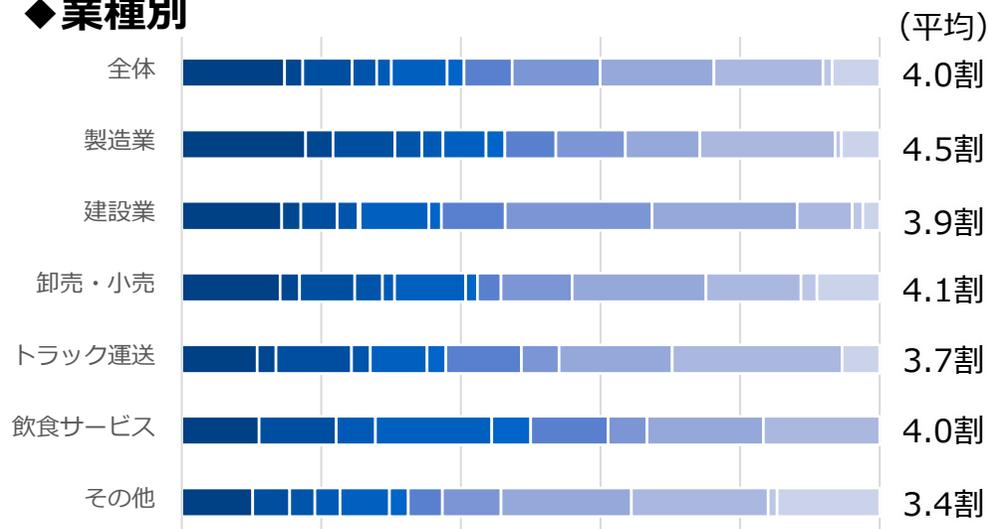
マイナス 16社(1.3%)



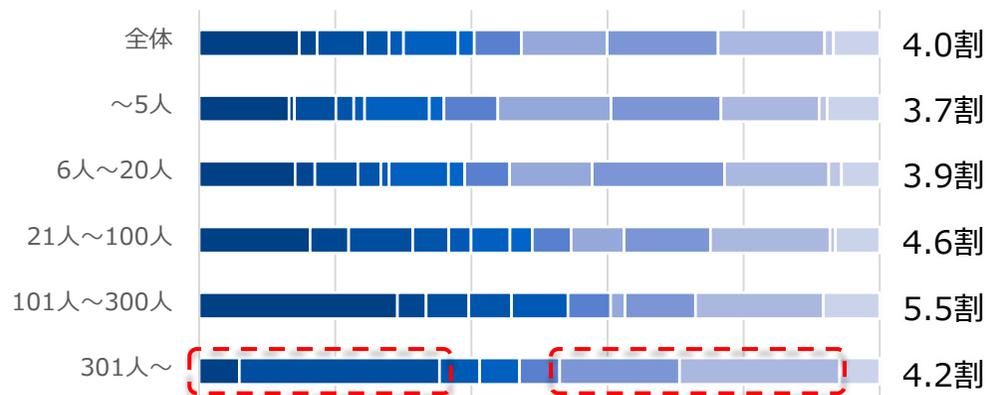
平均：4.0割

R6平均：4.1割

## ◆業種別



## ◆規模（従業員数）別

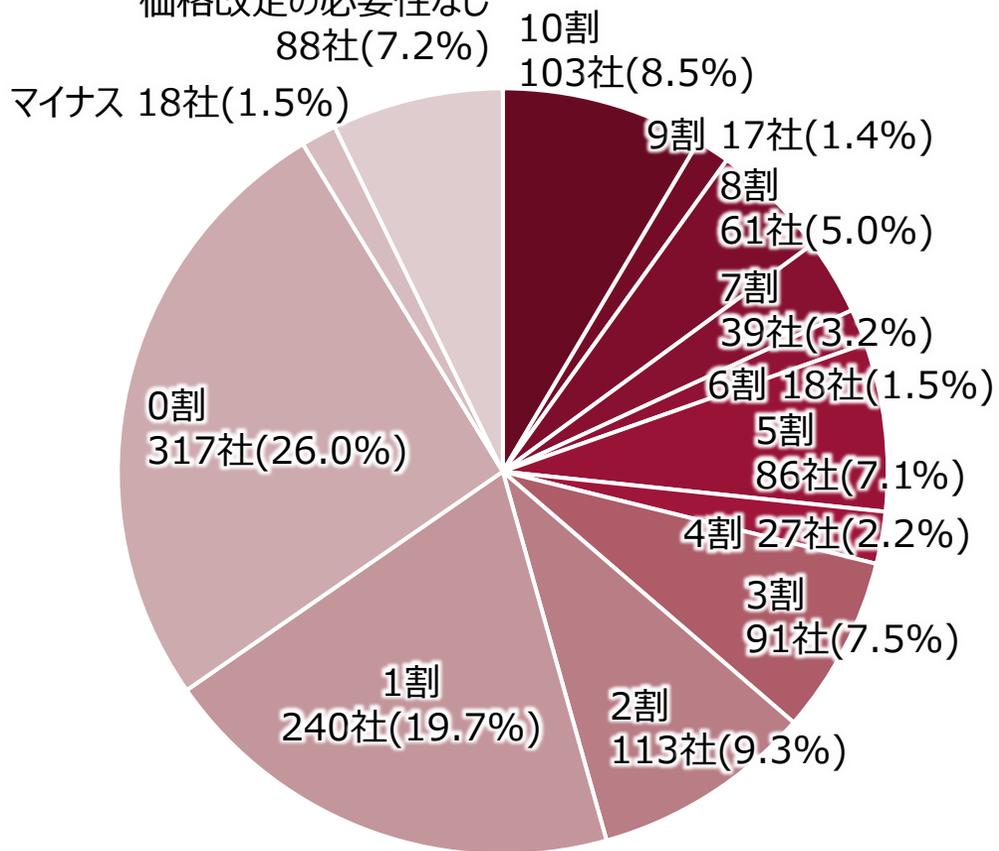


# 5. 価格転嫁の状況について（エネルギー費）

エネルギー費の価格転嫁の状況を業種別に見ると、トラック運送業における転嫁率が全体に比べて高い一方、卸売・小売業は低い。また、企業の規模別に見ると、規模の小さい企業ほど、転嫁率が低い。

コストが上昇していないため、  
価格改定の必要性なし  
88社(7.2%)

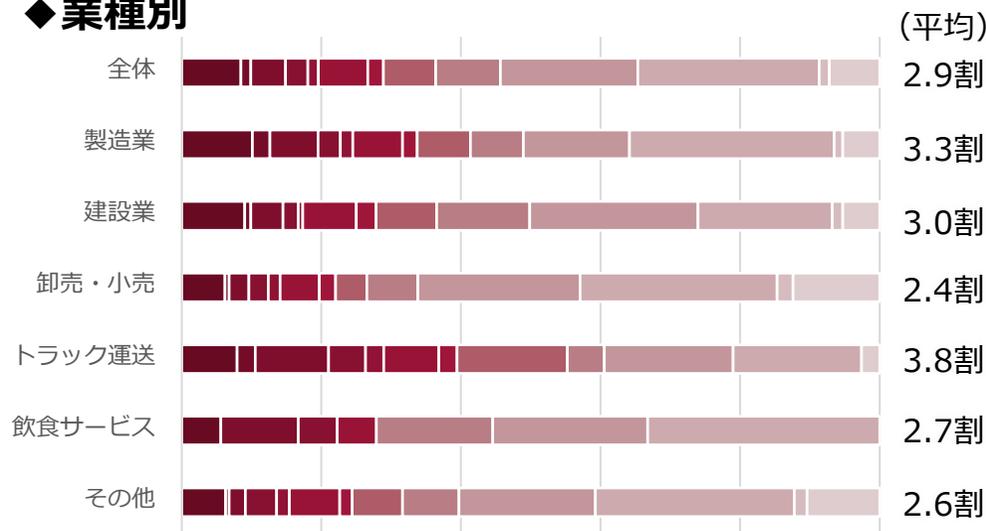
(N=1,218)



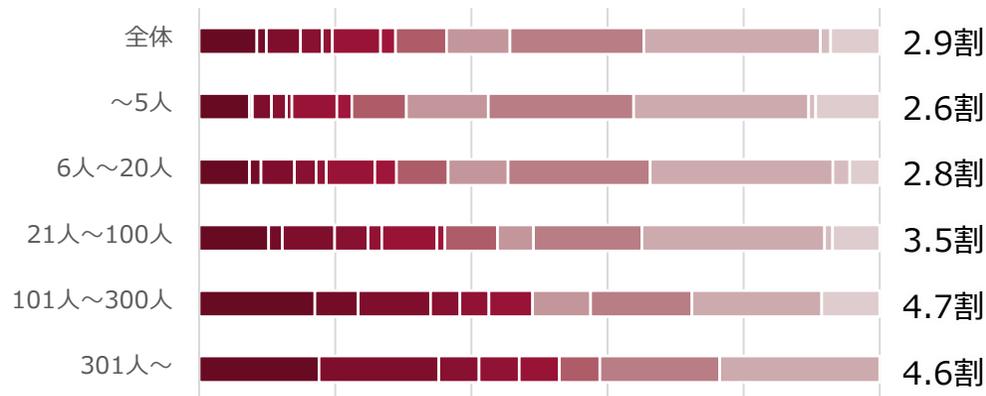
平均：2.9割

R6平均：2.9割

## ◆業種別



## ◆規模（従業員数）別



# 5. 価格転嫁の状況について（人件費）

人件費の価格転嫁の状況を業種別に見ると、トラック運送業における転嫁率が全体に比べてやや高い一方、卸売・小売業は低い。また、企業の規模別に見ると、規模の小さい企業ほど、転嫁率が低い。

(N=1,229)

コストが上昇していないため、  
価格改定の必要性なし

83社(6.8%)

マイナス 21社(1.7%)

10割 101社(8.2%)

9割 19社(1.5%)

8割 60社(4.9%)

7割 38社(3.1%)

6割 30社(2.4%)

5割 90社(7.3%)

4割 14社(1.1%)

3割 83社(6.8%)

1割 250社(20.3%)

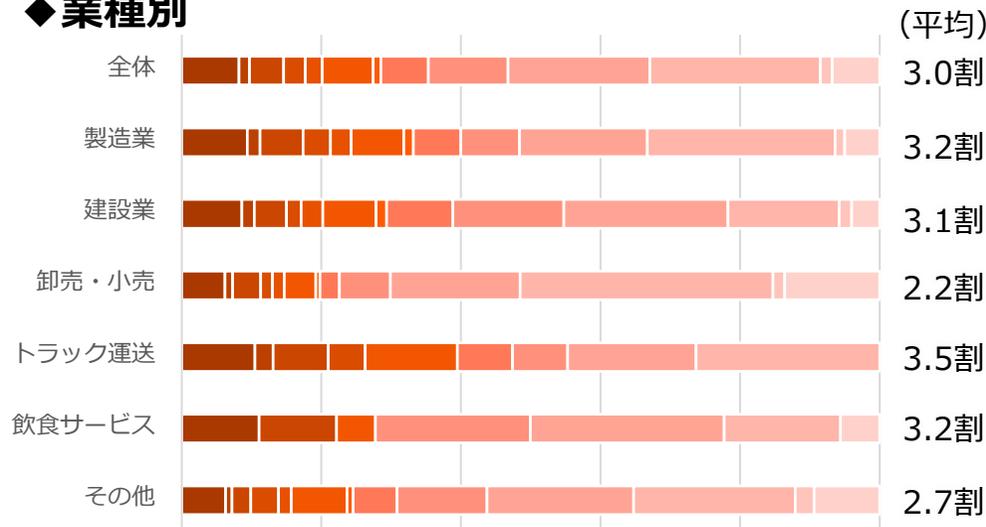
2割 140社(11.4%)

0割 300社(24.4%)

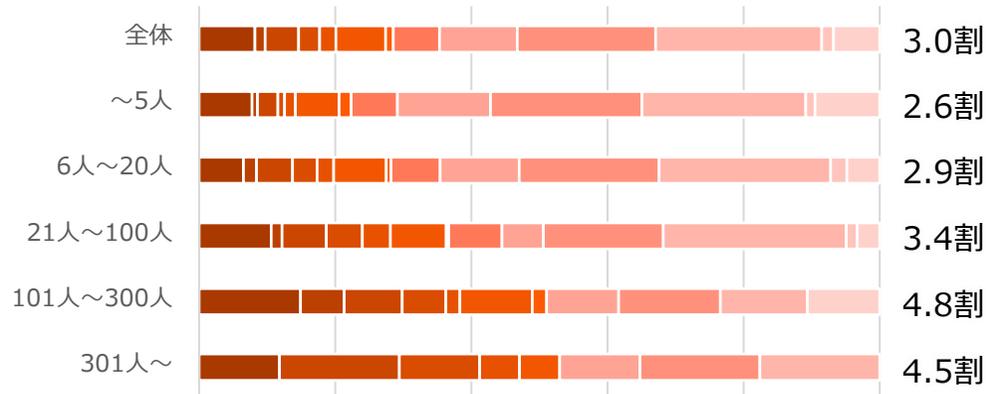
平均：3.0割

R6平均：2.8割

## ◆業種別

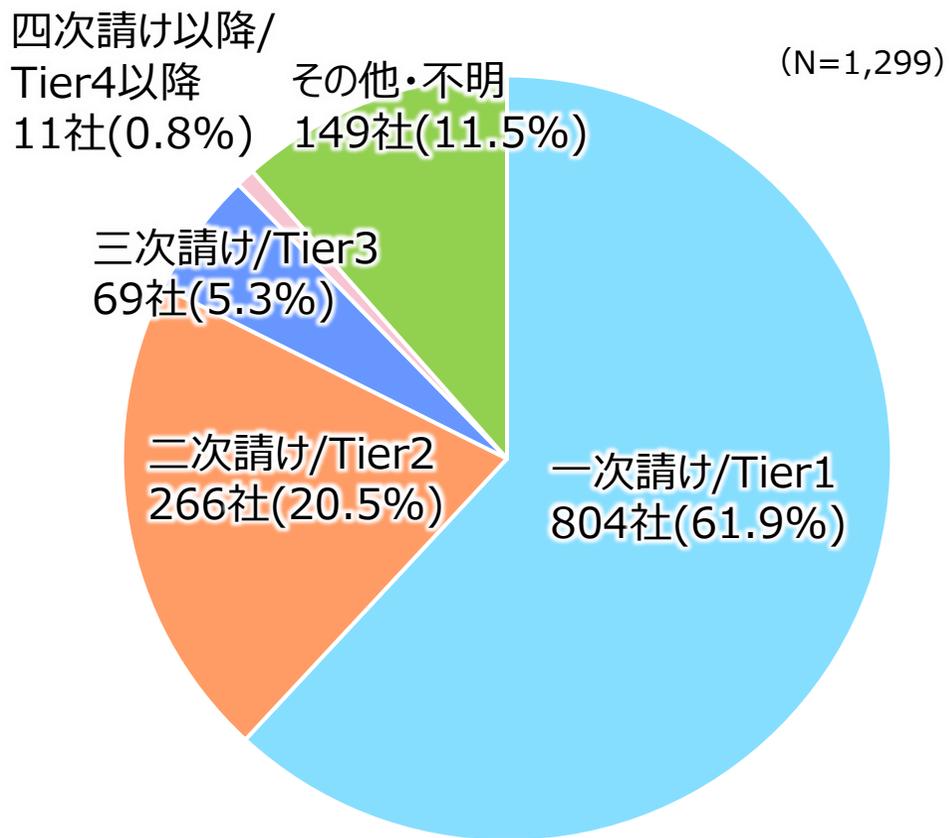


## ◆規模（従業員数）別

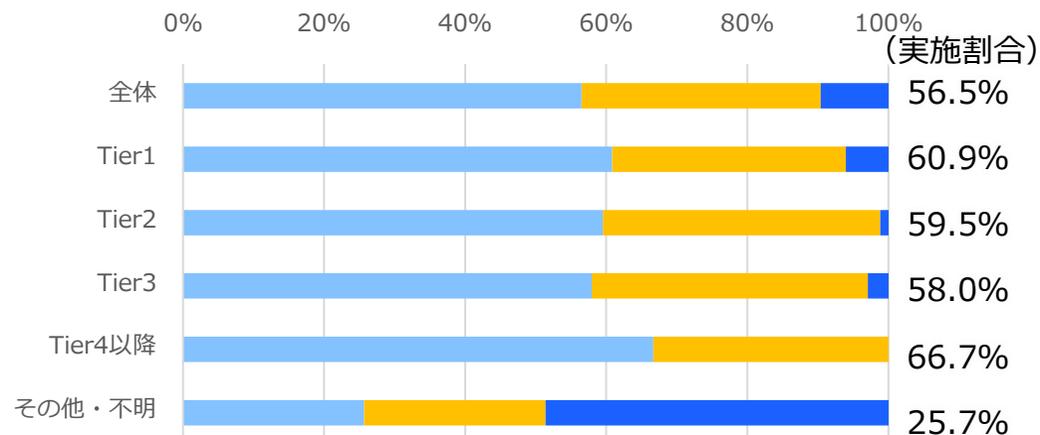


## 6. 取引段階ごとの価格交渉・価格転嫁の状況

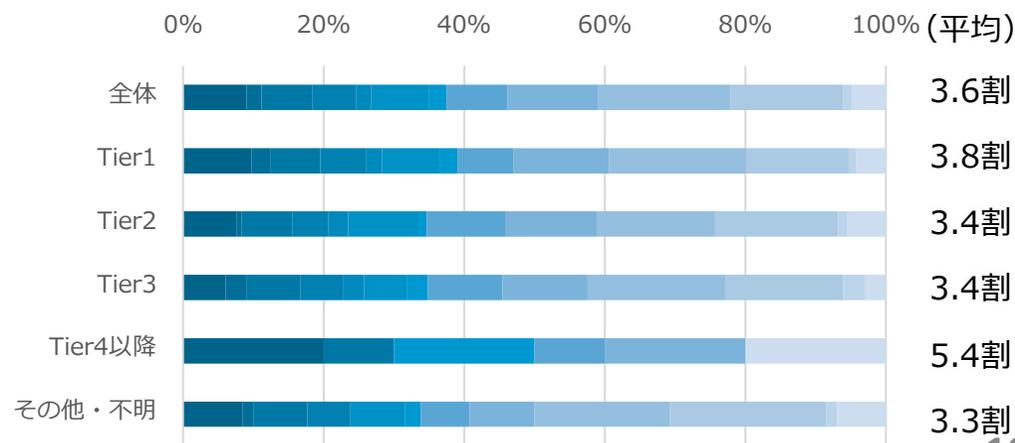
取引段階ごとの価格交渉・価格転嫁の状況を見ると、一次請け/Tier1の企業に比べて、二次請け/Tier2、三次請け/Tier3の企業は価格交渉の実施割合、価格転嫁率ともに低い状況となっている。



### ◆価格交渉の状況

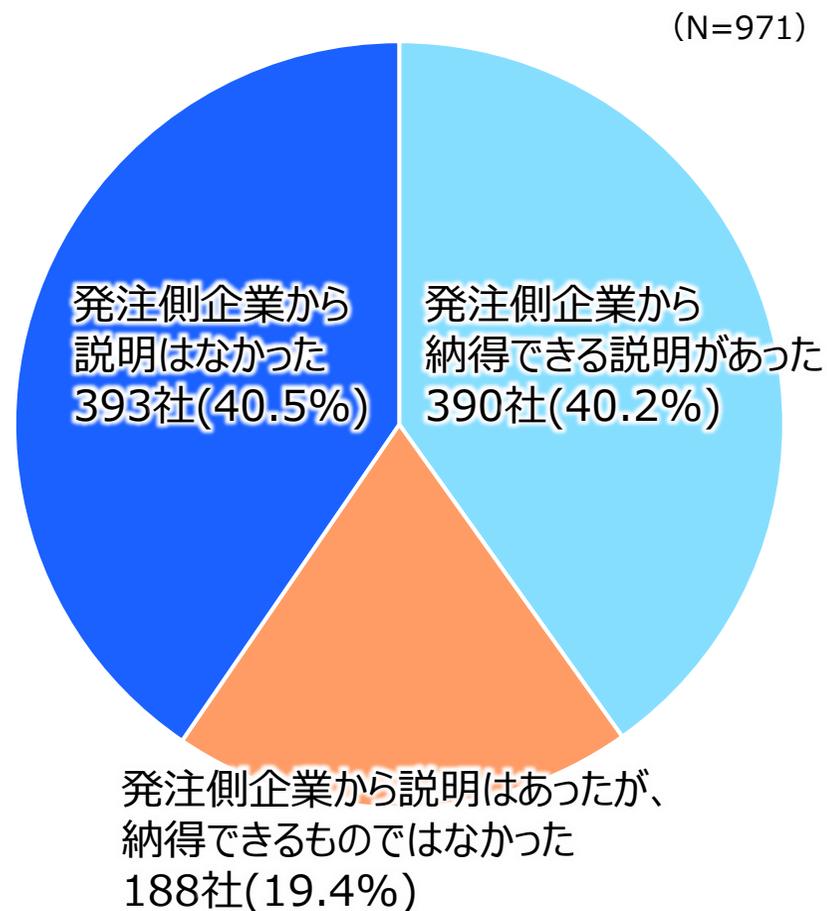


### ◆価格転嫁の状況



## 7. 価格転嫁に関する発注側企業による説明について

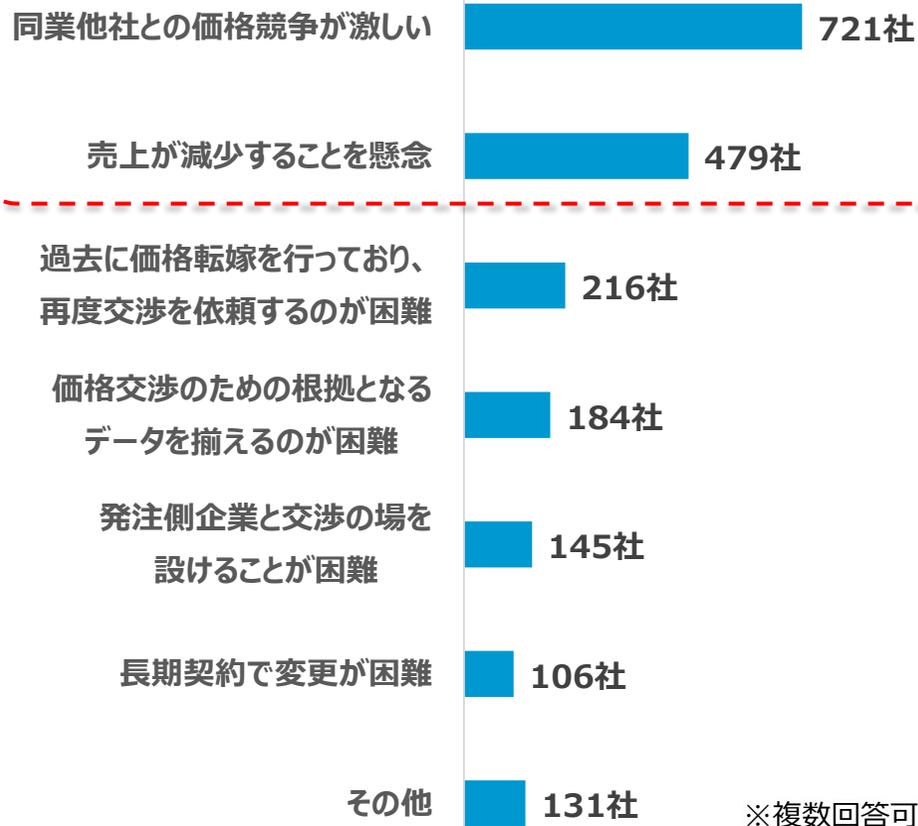
全額転嫁に至らなかった企業において、その価格について発注側企業から納得できる説明があったと回答した企業が4割となった一方で、納得できなかった企業が2割、説明がなかった企業が4割を占めるなど、十分な説明が行われていないケースが多い。



## 8. 価格転嫁の課題・価格転嫁以外の対応策について

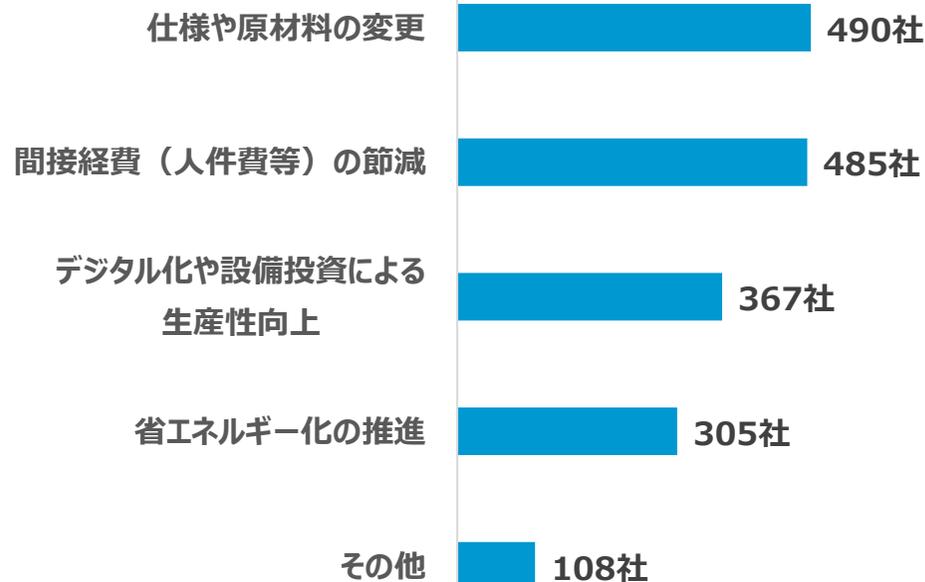
### ◆価格転嫁が十分にできない理由

(N=1,203)



### ◆価格高騰に対する価格転嫁以外の対応策

(N=1,202)



⇒ 他社との価格競争による発注減少や取引停止を懸念し、価格転嫁を十分に進めることができない企業が多い。

## 9. 価格交渉・価格転嫁の良かった対応・適切でないと思われる対応

### ◆良かった対応

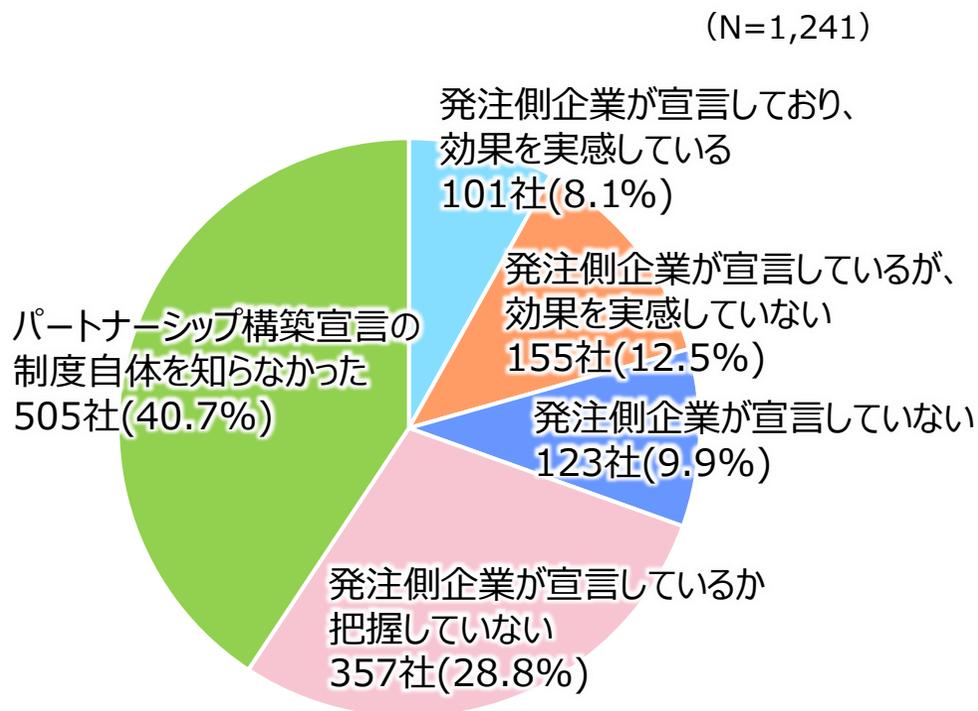
- ・取引先の企業内において社長からトップダウンで原材料費等の高騰に対して価格交渉するよう連絡があったとの事。これにより担当者に対して価格交渉が進めやすくなった。(建材・住宅設備業)
- ・ロット数量の少ない発注や不定期の発注に対しては、単価以外の管理費、手数料の請求に対応してもらえた。また、取適法（旧下請法）に沿って支払い規定を改善してもらえた。(金属業)
- ・取引先から、エネルギーコストの削減に関するアドバイスや提案があり、その削減実績をコスト協力費として単価に反映するという取組みがありました。ただ削減を求められるのではなく、努力が反映される形であり、理にかなった取組みだと思いました。(その他業種)

### ◆適切でないと思われる対応

- ・古い業界であり、問屋の影響力が大きく、価格が相場で動くため、適切な値上げが極めて困難。(建材・住宅設備業)
- ・エネルギー、ガソリンなどのコストが、自社製品の価格に占める割合を提示させるなど、説明資料に無理難題を要求し、価格転嫁を先のばししているのではないかとと思われる対応が見受けられる。(紙・紙加工業)
- ・同じ企業の外注加工であっても、一次発注企業が異なると、A社は交渉に応じ、価格を見直してくれるが、B社はまったく応じず、コストダウンの提示をするなどの対応の違いがある。(金属業)

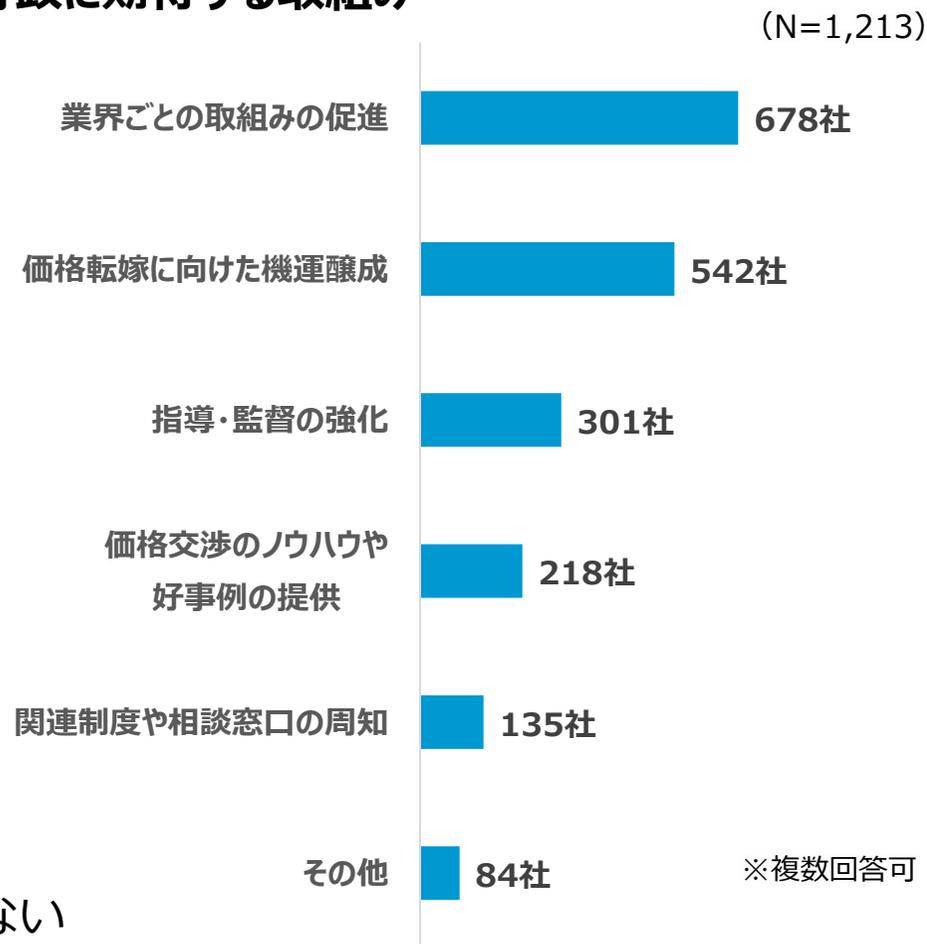
# 10. パートナーシップ構築宣言の効果・行政に期待する取組み

## ◆受注企業としてパートナーシップ構築宣言の効果を実感しているか



- ・パートナーシップ構築宣言の効果を実感していないと回答した割合が実感している企業を上回った。
- ・4割の企業が制度自体を知らなかった。

## ◆適切な価格転嫁の実現に向けて行政に期待する取組み



# 11. 価格転嫁に関するご意見

- 発注側企業に対して、より積極的な価格転嫁を促す機運を醸成していただきたい。(自動車・自動車部品業)
- 物価上昇のペースが速すぎて価格転嫁が追い付いていない。(石油製品・石炭製品製造業)
- 同業者の競争が激しく、相見積もりとなることが多いため、価格転嫁が難しい。商品定価に対しては転嫁しているが、その他の材料費は転嫁できない。(建設業)
- 価格競争による受注割合が多く、見積書に価格転嫁しても受注できない、又は値下げしないと競争できないケースでは、適切に転嫁されたかどうかの検証ができない。(機械製造業)
- 取り扱い商品は、メーカーからの希望小売価格が提示されているため、自社のコストアップに起因する価格転嫁が困難。対策としては、メーカー希望小売価格を決める時点で、粗利益率が大きい設定にさせていただくほかない。(小売業)
- 購入品費は当たり前のように値上がりするが、受注単価は一向によくない。そんな中でも給与を上げていかないと人も採用できず、退職者も出てくる。簡単に賃上げというが、中小企業にとっては簡単なことではない。(機械製造業)