

2026年4月27日

各位

大同生命保険株式会社
代表取締役社長 藤田 広行

《中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」 2026年3月度調査レポート》

中小企業の約8割、「十分な価格転嫁」できず 継続的な価格見直しには取引先等の理解が鍵！

T&D保険グループの大同生命保険株式会社（社長：藤田 広行）は、全国の中小企業経営者を対象としたアンケート調査「大同生命サーベイ」を、2015年10月から毎月実施しています。

今般、「価格転嫁に向けた交渉の状況」について調査した2026年3月度レポートを公表します。

■2026年3月度の景況感

- ・「現在の業況」(業況DI)は▲11.7pt(前月差▲0.8pt)と悪化しました。また「将来の見通し」(将来DI)も▲0.4pt(前月差▲3.2pt)と悪化しました。

■価格転嫁に向けた交渉の状況

- ・直近1年間で「自社で上昇したと感じるコスト」は「仕入れ価格(商品・資材全般)(68%)」と回答した企業が最も多くなりました。その中で「最も負担が大きいコスト」は「仕入れ価格(38%)」が最も多く、次いで「原材料費(19%)」、「人件費(19%)」となりました。
- ・約5割の企業が、主な販売先へ「(価格について)交渉した」と回答した一方で、「交渉を依頼したが応じてもらえない」「関係悪化を懸念し交渉を行っていない」と回答した企業も2割に達しています。
- ・自社商品価格にコスト上昇見合い分が「ほぼ転嫁できている」と回答した企業は2割弱にとどまっており、8割以上の企業が「十分に転嫁できていない」と回答しました。特に、「サービス業」は「転嫁できていない」が5割弱となり、他業種と比較して価格転嫁が遅れていることがわかりました。

監修者コメント

神戸大学経済経営研究所 柴本 昌彦 教授 <調査監修>



価格転嫁は中小企業にも徐々に広がっていますが、今回の調査からは、なお多くの企業が十分な価格の引き上げには至っていないことが確認されました。特にサービス業では価格転嫁の遅れが目立ち、人件費や光熱費の上昇が重荷となっている様子が見えます。

また、価格交渉が進まない背景には、交渉に応じてもらえないケースだけでなく、関係悪化への懸念から交渉自体を控える企業が一定数あることも見逃せません。一方で、十分な価格引き上げができた企業では、販売先の理解に加え、自社の商品・サービスの独自性や、交渉材料の準備、継続的な価格交渉といった点が重要であることも示されています。

今後、価格見直しを進めるには、コスト上昇の根拠を丁寧に示すことに加え、自社の商品やサービスの価値を相手にしっかり理解してもらうことが重要です。あわせて、価格交渉を後押しする制度の周知や、相談・情報提供などのサポートを通じて、中小企業が適切に価格見直しを進めやすい環境を整えていくことも大切です。

無理なコスト吸収を続けるのではなく、取引先や顧客の理解を得ながら、段階的・継続的に価格を見直していくことが、持続的な経営につながると考えられます。

<調査概要>

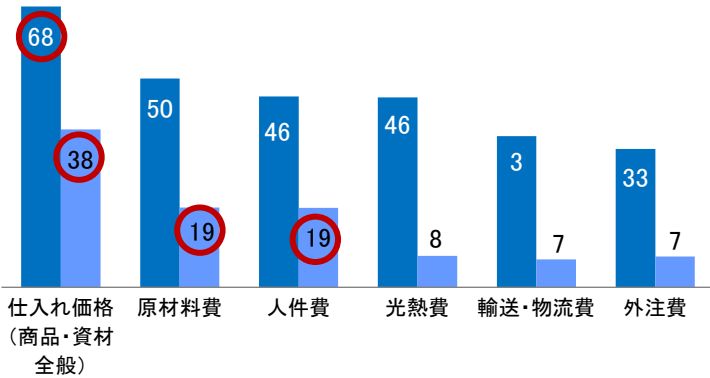
- ・ 調査期間 : 2026年3月2日~同3月27日
- ・ 調査対象 : 全国の企業経営者 5,167社 (うち約5割が当社ご契約企業)
- ・ 調査方法 : 当社営業職員が訪問またはZoom面談により調査
- ・ 調査内容 : 景況感、価格転嫁に向けた交渉の状況

① 上昇したと感じたコスト・最も負担が大きいコスト

<全体>

※複数回答
(%)

- 自社で上昇したと感じるコスト (n=4,945)
- 最も負担が大きいコスト (n=4,418)



② 取引が最も多い販売先への価格交渉

<全体>

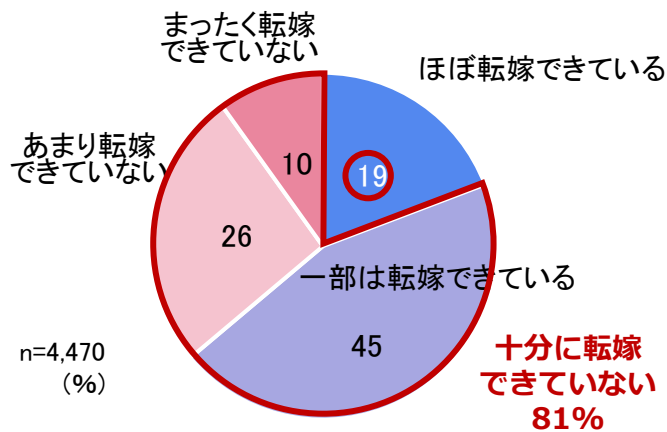
(%)

| 販売先への価格交渉 | 回答件数 | 交渉状況 | | | | |
|-----------|------|--------|------------------|--------------------|---------------------|----|
| | | 交渉を行った | 交渉を依頼したが応じてもらえない | 関係悪化を懸念し、交渉を行っていない | 自社で価格を決めているため、交渉は不要 | |
| 4,101 | | 48 | 6 | 13 | 23 | 11 |

交渉した48% 交渉できていない19%

③ 自社商品へのコスト上昇分に見合う価格転嫁

<全体>



<業種別>

(%)

| 業種 | 回答件数 | 十分に転嫁できていない | 一部は転嫁できている | ほぼ転嫁できている | まったく転嫁できていない |
|-------|-------|-------------|------------|-----------|--------------|
| 製造業 | 843 | 18 | 50 | 24 | 8 |
| 建設業 | 1,074 | 20 | 50 | 24 | 6 |
| 卸・小売業 | 938 | 28 | 41 | 24 | 7 |
| サービス業 | 1,426 | 14 | 39 | 30 | 16 |

転嫁できていない46%

大同生命WEBサイトで「大同生命サーベイ」のバックナンバーをご覧ください。

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/>



中小企業経営者アンケート 「大同生命サーベイ」 2026年3月度調査レポート

中小企業の約8割、「十分な価格転嫁」できず
継続的な価格見直しには取引先等の理解が鍵！

■景況感（P3～）

- 「現在の業況」（業況D I）は▲11.7pt（前月差▲0.8pt）と悪化しました。また「将来の見通し」（将来D I）も▲0.4pt（前月差▲3.2pt）と悪化しました。

■価格転嫁に向けた交渉の状況（P7～）

- 直近1年間で「自社で上昇したと感じるコスト」は「仕入れ価格（商品・資材全般）（68%）」と回答した企業が最も多くなりました。その中で「最も負担が大きいコスト」は「仕入れ価格（38%）」が最も多く、次いで「原材料費（19%）」、「人件費（19%）」となりました。
- 約5割の企業が、主な販売先へ「（価格について）交渉した」と回答した一方で、「交渉を依頼したが応じてもらえない」「関係悪化を懸念し交渉を行っていない」と回答した企業も2割に達しています。
- 自社商品価格にコスト上昇見合い分が「ほぼ転嫁できている」と回答した企業は2割弱にとどまっており、8割以上の企業が「十分に転嫁できていない」と回答しました。
特に、「サービス業」は「転嫁できていない」が5割弱となり他業種と比較して価格転嫁が遅れていることがわかりました。

 **大同生命保険株式会社**

大同生命WEBサイトで調査レポートの
バックナンバーをご覧ください。



<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/>

<調査概要>

大同生命では、中小企業の景況感や経営課題の解決に向けた取組みなどに関するアンケート調査「大同生命サーベイ」を2015年10月から毎月実施し、経営者の皆さまに、経営のヒントとしてお役立ていただくことを目的として、調査結果を「月次レポート」としてお届けしています。

- ・ 調査期間 : 2026年3月2日～3月27日
- ・ 調査対象 : 全国の企業経営者 5,167社（うち約5割が当社ご契約企業）
- ・ 調査方法 : 当社営業職員が訪問またはZoom面談により調査
- ・ 調査内容 : [定例] 景況感 [個別テーマ] 価格転嫁に向けた交渉の状況

<回答企業の属性>

| 地域 | | 全体(占率) | 北海道 | 東北 | 北関東 (※1) | 南関東 (※2) | 北陸・ 甲信越 | 東海 | 関西 (※3) | 中国 | 四国 | 九州・ 沖縄 |
|-------|--------|---------------|-----|-----|-------------|-------------|------------|-----|------------|-----|-----|-----------|
| 全体 | | 5,167 (100.0) | 172 | 426 | 322 | 701 | 517 | 656 | 915 | 529 | 258 | 671 |
| 業種 | 製造業 | 930 (18.0) | 11 | 49 | 80 | 96 | 130 | 175 | 199 | 99 | 46 | 45 |
| | 建設業 | 1,199 (23.2) | 59 | 131 | 74 | 125 | 131 | 129 | 153 | 140 | 71 | 186 |
| | 卸・小売業 | 1,049 (20.3) | 28 | 69 | 57 | 142 | 89 | 137 | 214 | 93 | 56 | 164 |
| | サービス業 | 1,757 (34.0) | 68 | 152 | 100 | 307 | 147 | 183 | 302 | 167 | 77 | 254 |
| | その他 | 140 (2.7) | 4 | 13 | 9 | 23 | 13 | 15 | 26 | 12 | 4 | 21 |
| | 無回答 | 92 (1.8) | 2 | 12 | 2 | 8 | 7 | 17 | 21 | 18 | 4 | 1 |
| 従業員規模 | 5人以下 | 2,639 (51.1) | 78 | 207 | 167 | 374 | 248 | 344 | 476 | 261 | 115 | 369 |
| | 6～10人 | 883 (17.1) | 29 | 76 | 50 | 121 | 88 | 102 | 138 | 99 | 51 | 129 |
| | 11～20人 | 658 (12.7) | 23 | 60 | 46 | 80 | 69 | 70 | 135 | 56 | 46 | 73 |
| | 21人以上 | 878 (17.0) | 39 | 69 | 56 | 114 | 105 | 118 | 143 | 95 | 42 | 97 |
| | 無回答 | 109 (2.1) | 3 | 14 | 3 | 12 | 7 | 22 | 23 | 18 | 4 | 3 |

※1:北関東 → 茨城・栃木・群馬・埼玉 ※2:南関東 → 千葉・東京・神奈川 ※3:関西 → 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

| 創業年数 | 企業数 (占率) | 年齢 | 企業数 (占率) | 性別 | 企業数 (占率) |
|-----------|--------------|-------|--------------|-----|--------------|
| 10年未満 | 595 (11.5) | 40歳未満 | 225 (4.4) | 男性 | 4,590 (88.8) |
| 10～30年未満 | 1,186 (23.0) | 40歳代 | 813 (15.7) | 女性 | 421 (8.1) |
| 30～50年未満 | 1,331 (25.8) | 50歳代 | 1,593 (30.8) | 無回答 | 156 (3.1) |
| 50～100年未満 | 1,612 (31.2) | 60歳代 | 1,336 (25.9) | | |
| 100年以上 | 226 (4.4) | 70歳以上 | 959 (18.6) | | |
| 無回答 | 217 (4.1) | 無回答 | 241 (4.6) | | |

<調査結果のご利用にあたって>

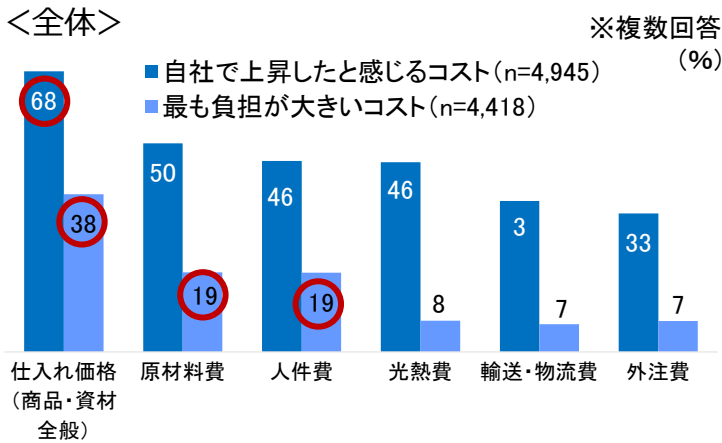
- ・ 本資料は「大同生命サーベイ」の調査結果の開示を目的としており、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- ・ 本資料は当社の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
引用の際は、「出所：大同生命サーベイ(2026年3月度調査)」と明記ください。
- ・ 本資料に基づく決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。
- ・ 本資料は、生命保険契約の募集を目的としたものではありません。
- ・ 本資料で表示する「回答率(%)」等は、小数点第1位(景況感は小数点第2位)を四捨五入しています。
また、特に記載がない場合、「無回答」を除いて集計しています。
- ・ 「大同生命サーベイ」は、当社ご契約企業を中心に実施しており、各調査結果に若干の偏りが生じる場合があります。

2026年3月度調査のポイント

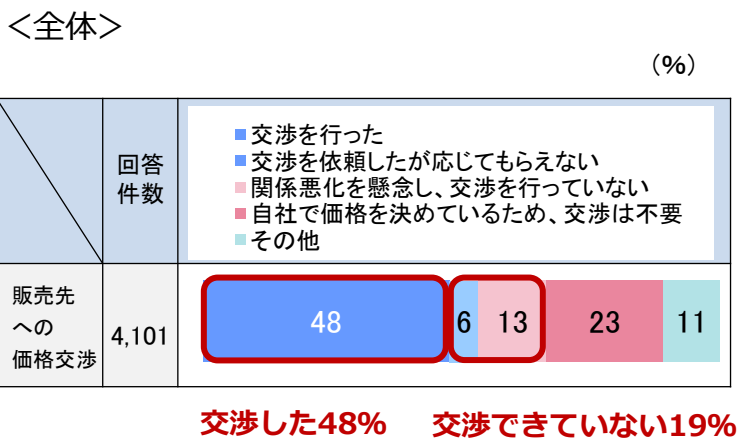
価格転嫁に向けた交渉の状況

- 直近1年間で「自社で上昇したと感じるコスト」は「仕入れ価格（商品・資材全般）（68%）」と回答した企業が最も多くなりました。その中で「最も負担が大きいコスト」は「仕入れ価格（38%）」が最も多く、次いで「原材料費（19%）」、「人件費（19%）」となりました。
- 約5割の企業が、主な販売先へ「（価格について）交渉した」と回答した一方で、「交渉を依頼したが応じてもらえない」「関係悪化を懸念し交渉を行っていない」と回答した企業も2割に達しています。
- 自社商品価格にコスト上昇見合い分が「ほぼ転嫁できている」と回答した企業は2割弱にとどまっており、8割以上の企業が「十分に転嫁できていない」と回答しました。特に、「サービス業」は「転嫁できていない」が5割弱となり、他業種と比較して価格転嫁が遅れていることがわかりました。

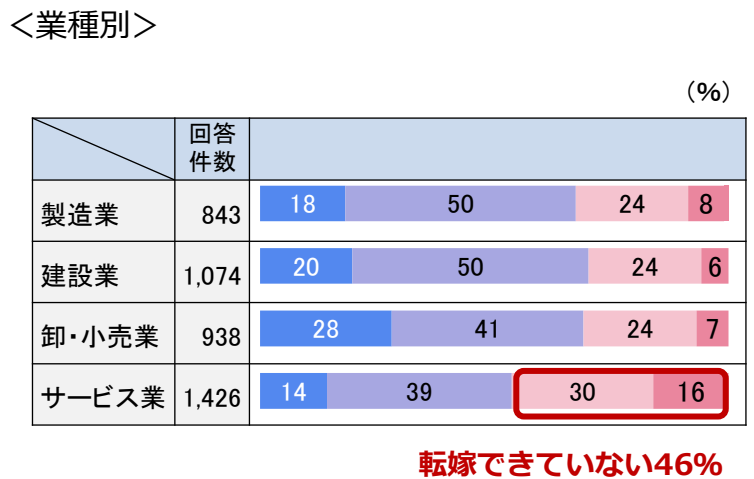
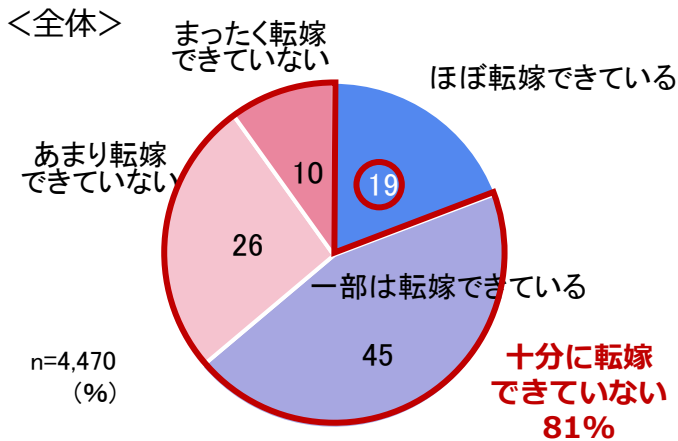
① 上昇したと感じたコスト・最も負担が大きいコスト



② 取引が最も多い販売先への価格交渉



③ 自社商品へのコスト上昇分に見合う価格転嫁



監修者コメント

価格転嫁は中小企業にも徐々に広がっていますが、今回の調査からは、なお多くの企業が十分な価格の引き上げには至っていないことが確認されました。特にサービス業では価格転嫁の遅れが目立ち、人件費や光熱費の上昇が重荷となっている様子が見えます。

また、価格交渉が進まない背景には、交渉に応じてもらえないケースだけでなく、関係悪化への懸念から交渉自体を控える企業が一定数あることも見逃せません。一方で、十分な価格引き上げができた企業では、販売先の理解に加え、自社の商品・サービスの独自性や、交渉材料の準備、継続的な価格交渉といった点が重要であることも示されています。

今後、価格見直しを進めるには、コスト上昇の根拠を丁寧に示すことに加え、自社の商品やサービスの価値を相手にしっかり理解してもらうことが重要です。あわせて、価格交渉を後押しする制度の周知や、相談・情報提供などのサポートを通じて、中小企業が適切に価格見直しを進めやすい環境を整えていくことも大切です。無理なコスト吸収を続けるのではなく、取引先や顧客の理解を得ながら、段階的・継続的に価格を見直していくことが、持続的な経営につながると考えられます。



神戸大学
経済経営研究所
教授 柴本 昌彦

I. 景況感

(1) 業況、将来の見通し、売上・利益・資金繰り

- 「現在の業況」(業況DI)は▲11.7pt(前月差▲0.8pt)と悪化しました。また「将来の見通し」(将来DI)も0.4pt(前月差▲3.2pt)と悪化しました。
- 「売上高(前月差+2.1pt)」「利益(前月差+1.0pt)」「資金繰り(前月差+0.5pt)」はともに改善しました。

現在の業況

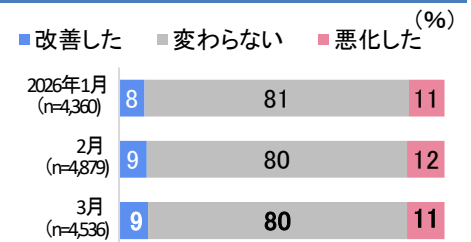
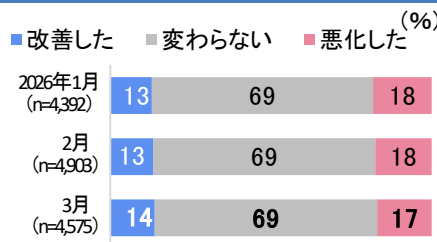
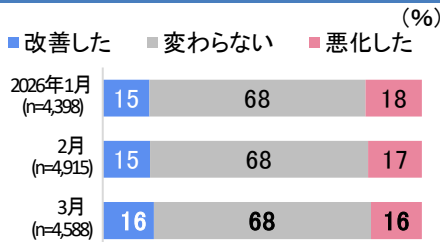
将来の見通し

| 調査月 | 業況 | | | 業況DI | 前月差 | 調査月 | 将来の見通し | | | 将来DI | 前月差 |
|----------------------|----|----|----|---------|--------|----------------------|--------|-----------|------|--------|--------|
| | 良い | 普通 | 悪い | | | | 良くなる | どちらともいえない | 悪くなる | | |
| 2026年1月 (n=4,432) | 13 | 65 | 23 | ▲10.2pt | ▲2.1pt | 2026年1月 (n=4,418) | 17 | 70 | 13 | 4.3pt | +0.8pt |
| 2月 (n=4,962) | 13 | 64 | 24 | ▲10.9pt | ▲0.7pt | 2月 (n=4,926) | 16 | 71 | 13 | 2.8pt | ▲1.5pt |
| 3月 (n=4,621) | 13 | 62 | 25 | ▲11.7pt | ▲0.8pt | 3月 (n=4,585) | 15 | 69 | 16 | ▲0.4pt | ▲3.2pt |

売上高

利益

資金繰り



| 調査月 | 売上高DI | 前月差 |
|----------|--------|--------|
| 2026年 1月 | ▲3.0pt | ▲4.2pt |
| 2月 | ▲2.1pt | +0.9pt |
| 3月 | 0.0pt | +2.1pt |

| 調査月 | 利益DI | 前月差 |
|----------|--------|--------|
| 2026年 1月 | ▲5.3pt | ▲3.4pt |
| 2月 | ▲4.1pt | +1.2pt |
| 3月 | ▲3.1pt | +1.0pt |

| 調査月 | 資金繰りDI | 前月差 |
|----------|--------|--------|
| 2026年 1月 | ▲3.0pt | ▲1.3pt |
| 2月 | ▲3.1pt | ▲0.1pt |
| 3月 | ▲2.5pt | +0.5pt |

DI (Diffusion Index) = 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%) - 悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)

【現在の業況と将来の見通し】



※2020年3月はコロナ禍の影響を踏まえ調査を中止。

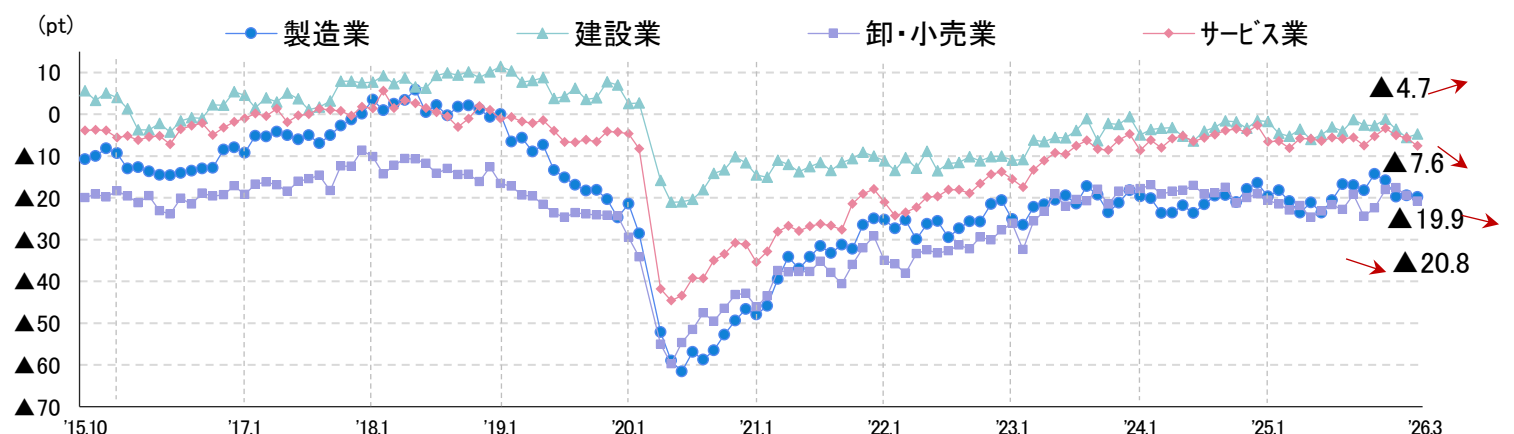
(2) 業種別 業況DI

- 「建設業 (+0.9pt)」「卸売業 (+0.7pt)」は改善しましたが、「製造業 (▲0.5pt)」「小売業 (▲3.4pt)」「サービス業 (▲1.9pt)」は悪化しています。
特に「宿泊・飲食サービス業」で▲6.7ptと前月に引き続き大きく悪化しています。

| 業種 | 回答件数 | ※上段:2026年2月調査 下段: 3月調査 | | | 業況DI (pt) | 前月差 (pt) |
|---------------------|-------|---------------------------|--------|--------|-----------|----------|
| | | 良い (%) | 普通 (%) | 悪い (%) | | |
| 製造業 | 943 | 11 | 59 | 30 | ▲19.4 | + 0.3 |
| | 851 | 12 | 55 | 32 | ▲19.9 | ▲0.5 |
| 建設業 | 1,151 | 13 | 68 | 19 | ▲5.6 | ▲2.0 |
| | 1,088 | 16 | 64 | 20 | ▲4.7 | + 0.9 |
| 卸・小売業 | 1,007 | 11 | 59 | 30 | ▲19.5 | ▲1.9 |
| | 937 | 11 | 58 | 31 | ▲20.8 | ▲1.3 |
| 卸売業 | 501 | 12 | 59 | 29 | ▲17.6 | ▲6.4 |
| | 473 | 12 | 59 | 29 | ▲16.9 | + 0.7 |
| 小売業 | 506 | 10 | 59 | 31 | ▲21.3 | + 2.4 |
| | 464 | 9 | 57 | 34 | ▲24.8 | ▲3.4 |
| サービス業 | 1,673 | 14 | 67 | 19 | ▲5.6 | ▲0.6 |
| | 1,562 | 13 | 66 | 21 | ▲7.6 | ▲1.9 |
| 情報通信業 | 94 | 14 | 70 | 16 | ▲2.1 | ▲1.0 |
| | 89 | 18 | 64 | 18 | ± 0.0 | + 2.1 |
| 運輸業 | 157 | 12 | 62 | 26 | ▲14.0 | ▲1.5 |
| | 158 | 11 | 68 | 22 | ▲10.8 | + 3.3 |
| 不動産・物品賃貸業 | 302 | 16 | 69 | 15 | + 0.7 | + 5.8 |
| | 268 | 12 | 72 | 16 | ▲3.7 | ▲4.4 |
| 宿泊・飲食サービス業 | 116 | 16 | 58 | 26 | ▲9.5 | ▲17.1 |
| | 99 | 15 | 54 | 31 | ▲16.2 | ▲6.7 |
| 医療・福祉業 | 136 | 13 | 71 | 15 | ▲2.2 | + 6.4 |
| | 108 | 13 | 68 | 19 | ▲6.5 | ▲4.3 |
| 教育・学習支援業 | 36 | 17 | 67 | 17 | ± 0.0 | + 6.3 |
| | 27 | 19 | 70 | 11 | + 7.4 | + 7.4 |
| 生活関連サービス業、 娯楽業 | 163 | 14 | 62 | 25 | ▲11.0 | + 1.2 |
| | 140 | 13 | 63 | 24 | ▲11.4 | ▲0.4 |
| 学術研究、専門・技術 サービス業 | 176 | 13 | 70 | 18 | ▲5.1 | ▲2.7 |
| | 188 | 16 | 66 | 17 | ▲0.5 | + 4.6 |
| その他サービス業 | 493 | 13 | 69 | 19 | ▲6.3 | ▲2.6 |
| | 485 | 12 | 65 | 23 | ▲10.9 | ▲4.6 |

「良い」全国平均(2026年3月調査) 13% 「悪い」全国平均(2026年3月調査) 25%

【業況DI (業種別) の推移】

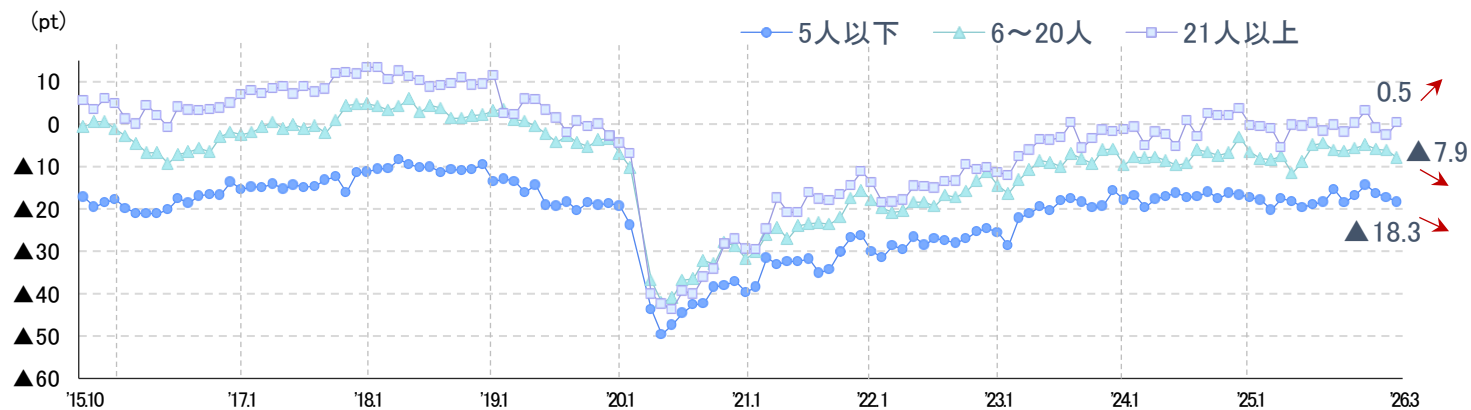


(3) 従業員規模別 業況DI

・「21人以上」の企業では改善しましたが「5人以下」「6～20人」の企業では、引き続き悪化しています。

| 従業員規模 | 回答件数 | ※上段:2026年2月調査 下段: 3月調査 | | | 業況DI (pt) | 前月差 (pt) |
|-------|-------|---------------------------|------|----------|-----------|----------|
| | | ■ 良い | ■ 普通 | ■ 悪い (%) | | |
| 5人以下 | 2,451 | 28 | 62 | 10 | ▲17.3 | ▲0.9 |
| | 2,337 | 11 | 60 | 29 | ▲18.3 | ▲1.1 |
| 6～20人 | 1,526 | 21 | 65 | 14 | ▲6.2 | ▲0.2 |
| | 1,397 | 14 | 65 | 22 | ▲7.9 | ▲1.8 |
| 21人以上 | 915 | 18 | 66 | 16 | ▲2.5 | ▲1.6 |
| | 824 | 20 | 61 | 19 | 0.5 | +3.0 |

【業況DI (従業員規模別) の推移】

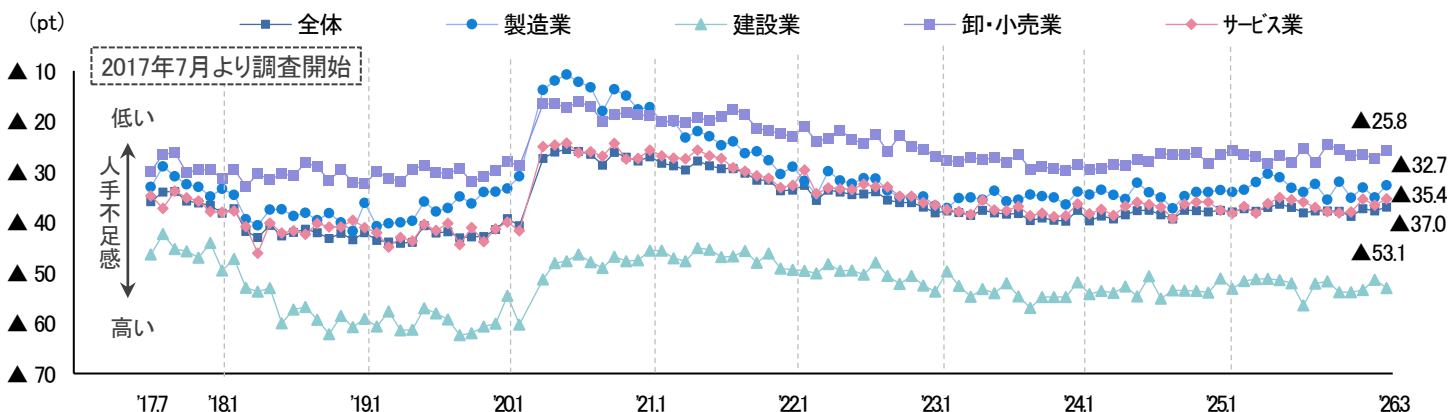


(4) 従業員過不足DI

・従業員過不足DIは▲37.0pt (前月差+0.8pt) と改善しました。

| 業種 | 回答件数 | ※上段:2026年2月調査 下段: 3月調査 | | | 従業員過不足DI (pt) | 前月差 (pt) |
|-------|-------|---------------------------|------|----------|---------------|----------|
| | | ■ 過多 | ■ 充足 | ■ 不足 (%) | | |
| 全体 | 4,930 | 1 | 61 | 39 | ▲37.8 | ▲0.4 |
| | 4,588 | 1 | 61 | 38 | ▲37.0 | +0.8 |
| 製造業 | 935 | 2 | 62 | 37 | ▲35.1 | ▲2.0 |
| | 836 | 3 | 62 | 35 | ▲32.7 | +2.4 |
| 建設業 | 1,142 | 0 | 48 | 52 | ▲51.4 | +2.0 |
| | 1,078 | 1 | 46 | 54 | ▲53.1 | ▲1.7 |
| 卸・小売業 | 991 | 1 | 70 | 29 | ▲27.3 | ▲0.7 |
| | 946 | 1 | 72 | 27 | ▲25.8 | +1.6 |
| サービス業 | 1,676 | 1 | 62 | 37 | ▲36.6 | ▲1.2 |
| | 1,547 | 1 | 63 | 36 | ▲35.4 | +1.3 |

【従業員過不足DI (業種別) の推移】

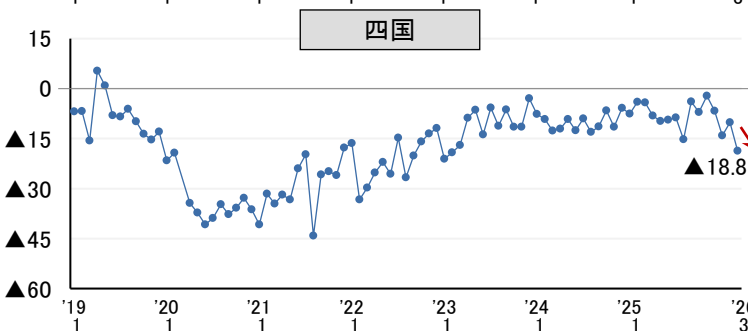
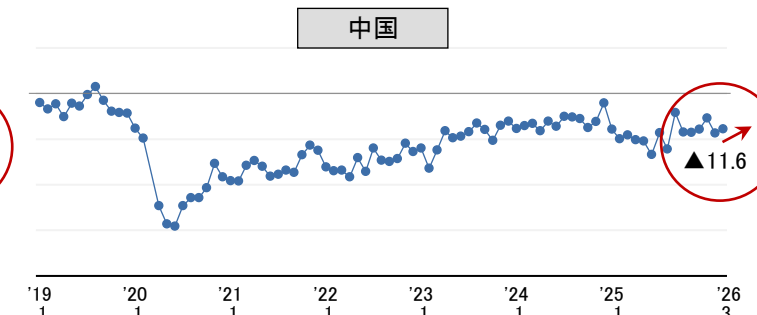
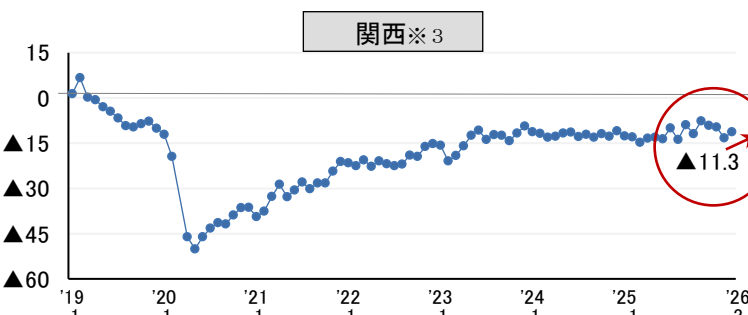
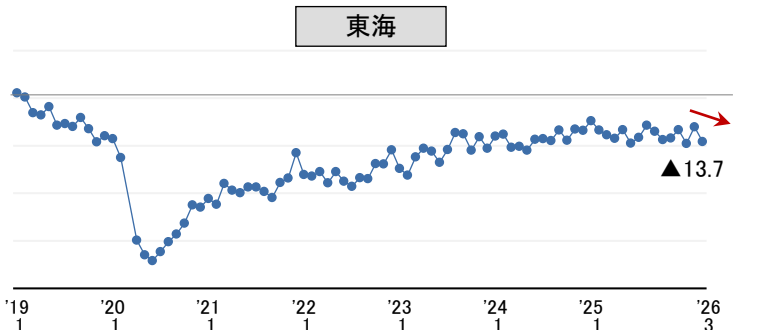
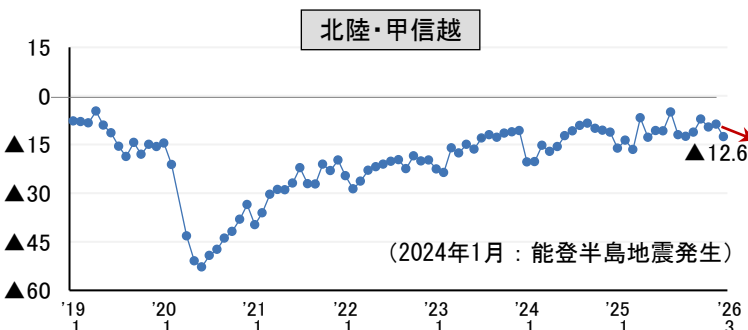
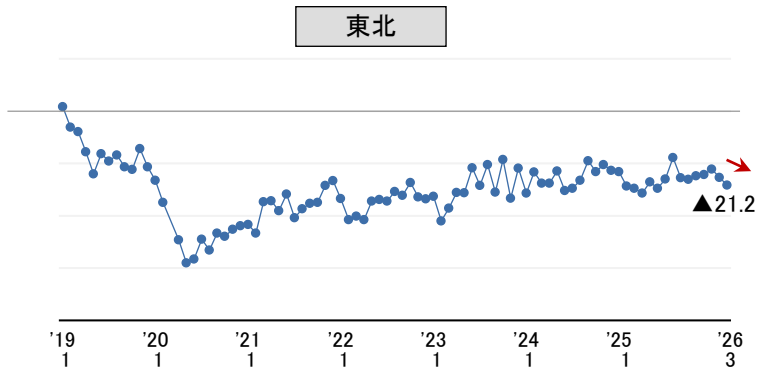
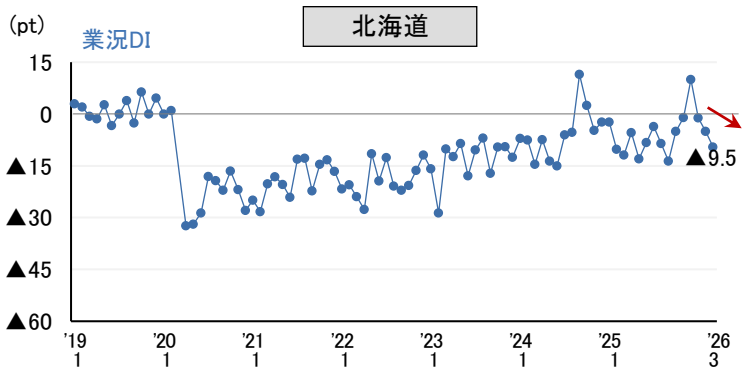


(5) 地域別 業況DI

- 「南関東」「関西」「中国」「九州・沖縄」の4地域で改善しました。

<全国平均の業況DI推移(直近6ヵ月)> (単位:pt)

| | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| 業況DI | ▲11.8 | ▲10.0 | ▲8.1 | ▲10.2 | ▲10.9 | ▲11.7 |



※1: 北関東 = 茨城・栃木・群馬・埼玉

※2: 南関東 = 千葉・東京・神奈川

※3: 関西 = 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

II. 価格転嫁に向けた交渉の状況

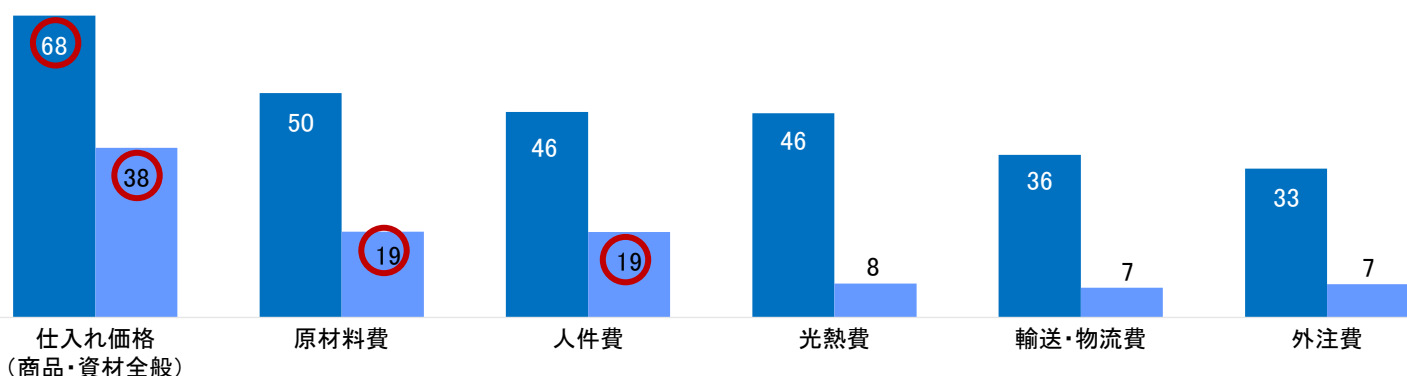
Q1 直近1年間で上昇したと感じたコスト・最も負担が大きいコスト

- 直近1年間で「自社で上昇したと感じるコスト」は「仕入れ価格（商品・資材全般）（68%）」と回答した企業が最も多くなりました。
- 「その中で最も負担が大きいコスト」は「仕入れ価格（38%）」が最も多く、次いで「原材料費（19%）」、「人件費（19%）」となりました。
- 業種別でみると、製造業では「原材料費」、建設業、卸・小売業では「仕入れ価格」、サービス業では「人件費」の負担コストが大きいことがわかりました。

<全体>

■ 自社で上昇したと感じるコスト(n=4,945) ■ 最も負担が大きいコスト(n=4,418)

※複数回答 (%)



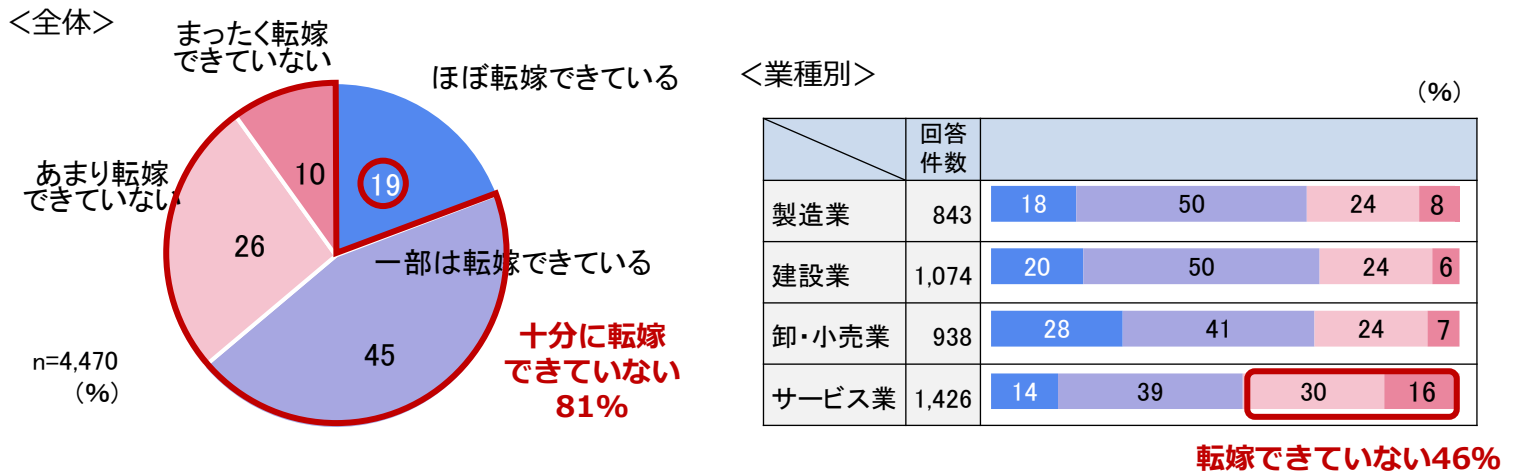
<業種別に見た最も負担が大きいコスト（上位5項目）>

※複数回答(%)

| 業種 | 回答件数 | 仕入れ価格 (商品・資材全般) | 原材料費 | 人件費 | 光熱費 | 輸送・物流費 |
|-----------------|-------|-----------------|------|-----|-----|--------|
| 製造業 | 826 | 29 | 40 | 16 | 5 | 4 |
| 建設業 | 1,065 | 42 | 21 | 16 | 4 | 5 |
| 卸・小売業 | 909 | 60 | 11 | 12 | 5 | 10 |
| 卸売業 | 447 | 56 | 12 | 12 | 2 | 15 |
| 小売業 | 462 | 64 | 10 | 11 | 7 | 6 |
| サービス業 | 1,433 | 27 | 11 | 28 | 13 | 7 |
| 情報通信業 | 83 | 25 | 4 | 37 | 12 | 1 |
| 運輸業 | 157 | 19 | 13 | 28 | 6 | 29 |
| 不動産・物品賃貸業 | 240 | 23 | 11 | 18 | 15 | 3 |
| 宿泊・飲食サービス業 | 100 | 43 | 31 | 11 | 14 | 1 |
| 医療・福祉業 | 94 | 20 | 7 | 46 | 20 | 3 |
| 教育・学習支援業 | 25 | 20 | 0 | 44 | 28 | 8 |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 138 | 30 | 11 | 24 | 20 | 9 |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 167 | 26 | 5 | 36 | 13 | 2 |
| その他サービス業 | 429 | 31 | 12 | 30 | 11 | 6 |

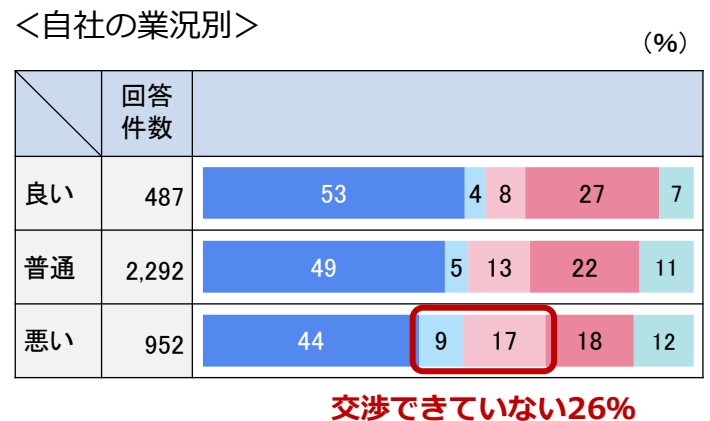
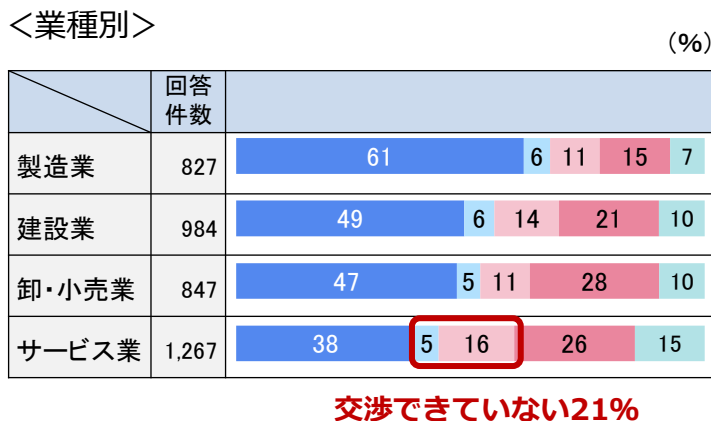
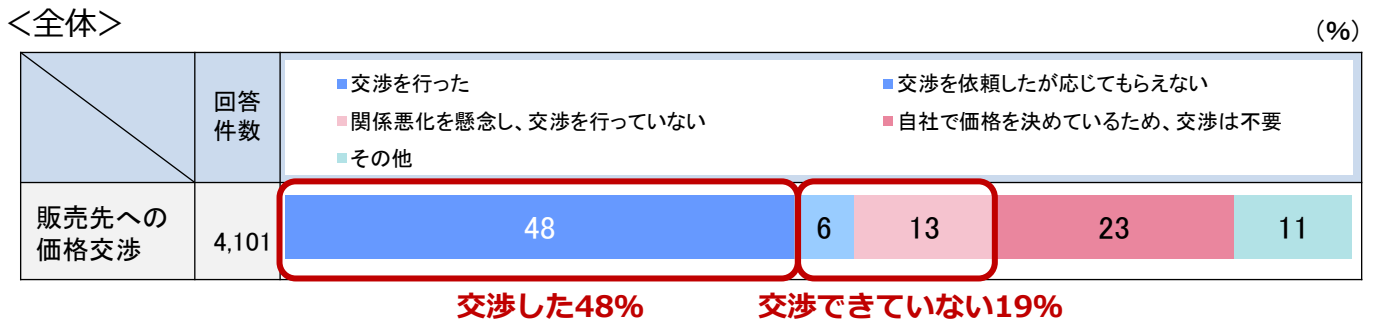
Q2 自社商品へのコスト上昇分に見合う価格転嫁

- ・自社商品価格にコスト上昇見合い分が「ほぼ転嫁できている」と回答した企業は2割弱にとどまっており、8割以上の企業が「十分に転嫁できていない」と回答しました。
- ・特に、「サービス業」では「転嫁できていない」と回答した企業が5割弱に及んでおり、他業種と比較して価格転嫁が遅れていることがわかりました。



Q3 取引が最も多い販売先への価格交渉

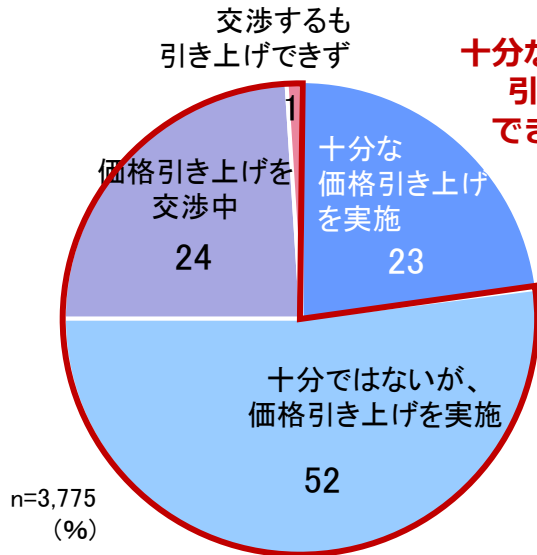
- ・約5割の企業が、主な販売先へ「(価格について)交渉した」と回答した一方で、「交渉を依頼したが応じてもらえない」「関係悪化を懸念し交渉を行っていない」と回答した企業も2割に達しています。
- ・ここでも、他業種と比較し「サービス業」で「交渉ができていない」と回答する企業が多いことがわかりました。
また、「自社の業況が悪い」と回答した企業においても同様の傾向であることがわかりました。



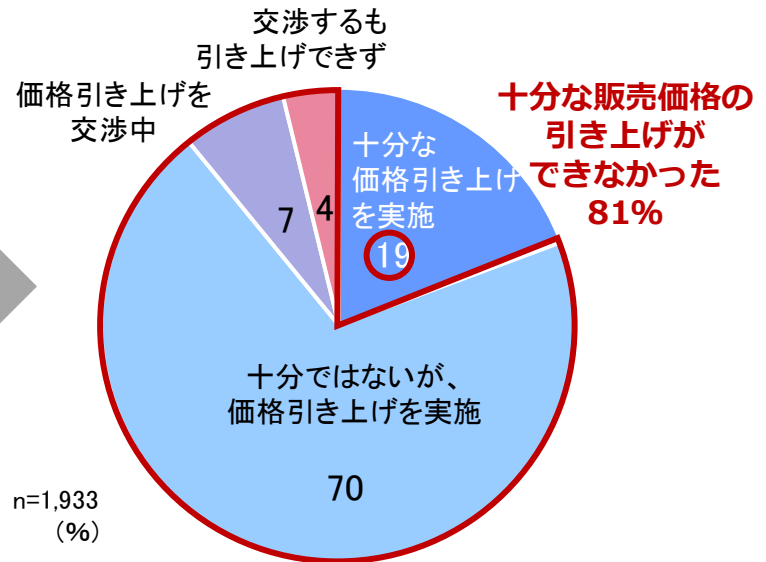
Q4 コスト上昇分に見合う販売価格引き上げの状況 ※Q3で「交渉を行った」と回答した方

・コスト上昇分に見合う販売価格について「十分な価格引き上げを実施」と回答した割合は19%と前回調査（2025年3月、23%）から減少しました。また8割以上の企業が「十分な価格引き上げができなかった」と回答しました。

<全体（2025年3月調査）>



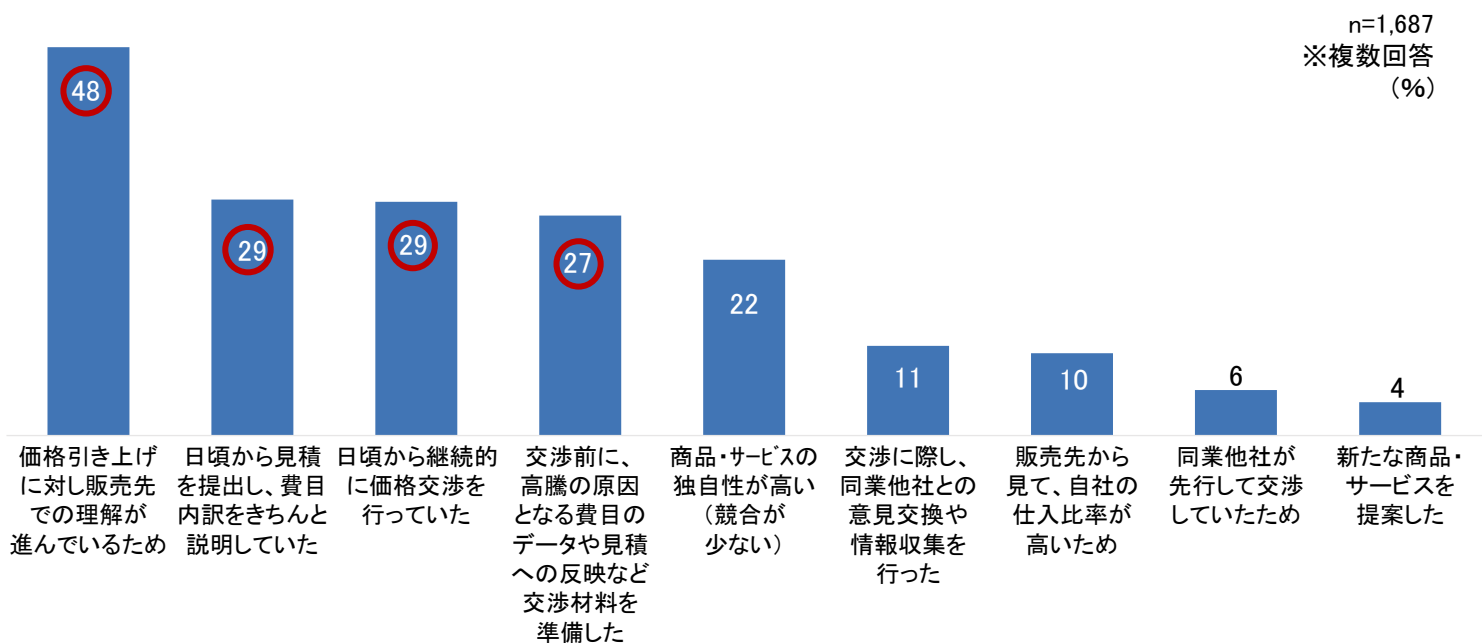
<全体（今回調査）>



Q5 販売価格の引き上げができた理由 ※Q4で「価格引き上げを実施」と回答した方

・販売価格の引き上げができた理由について「販売先での理解が進んでいるため（48%）」との回答が最も多くなりました。次いで、「日頃から見積を提出し、費目内訳をきちんと説明していた（29%）」、「日頃から継続的に価格交渉を行っていた（29%）」「交渉前に高騰の原因となる費目のデータや見積への反映など交渉材料を準備した（27%）」との回答が多くなりました。

<全体・引き上げ状況別>

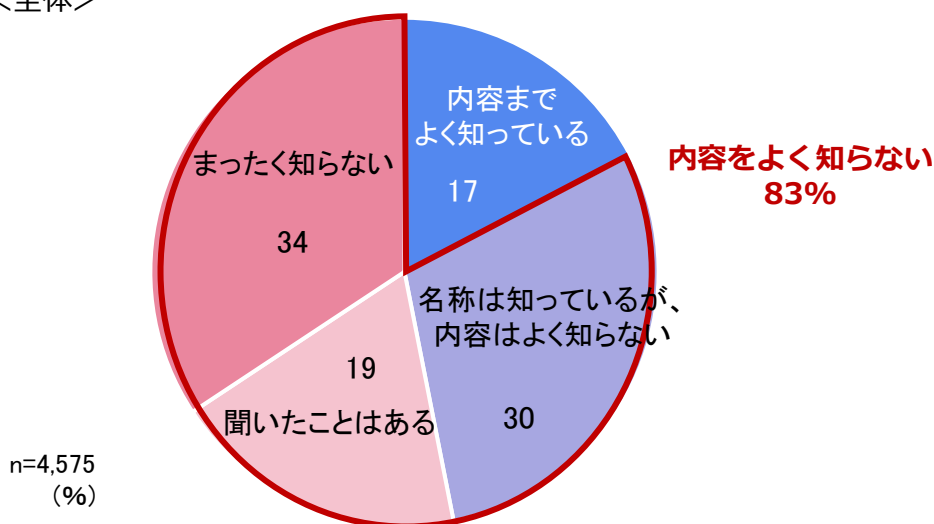


・「中小受託取引適正化法」について「内容を知らない」と回答した企業が約8割以上となりました。

※2026年1月1日より「下請法」が「中小受託取引適正化法」へ改正・施行され、対象となる企業・取引の範囲拡大や、一方的な価格決定の禁止など、中小企業を守るルールが強化されました。

(中小企業庁HP：<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/daikin.html>)

<全体>



Pick Up! 経営者の声 (価格引き上げができた(できなかった)要因や、具体的に工夫したことや交渉のノウハウ、課題についてのご意見)

- ・原材料費・輸送費・人件費などの上昇率を具体的に提示、交渉した。(建設業/北海道)
- ・物販は仕入れ価格の上昇に合わせて販売価格を引き上げやすいが、物流コスト分は顧客や外注先との交渉が難しい。(卸売業/北海道)
- ・競合他社との価格競争との兼合いが難しいが、コスト構造の実状について開示して信頼を得られれば交渉に応じてもらえる。(運輸業/秋田県)
- ・振込手数料の負担を交渉して理解いただいた。小さな金額でも、全ての取引先と行えば、大きなコストとなるため、こうした日常的なコストも見直すことが必要。(その他/東京都)
- ・毎月原価計算を行っているので原価の上がり幅をすぐに計算できる。これによって最低賃金の上昇金額の予測を早い段階から行い事前に価格転嫁してもらうよう交渉していた。(情報通信業/愛知県)
- ・普段から、原材料が上がったタイミングで見積りやデータの提出を行い、丁寧に説明を行い、取引先との関係性を良好に保つことが重要。(小売業/奈良県)
- ・根拠に基づいた交渉を行い薄利なものであれば最悪受注を断わることも選択肢に事前準備を行った。まず自社の原価計算を厳密に行う必要がある。(製造業/大阪府)
- ・原材料との比較データを客先に提示する等の準備をして価格交渉に臨んだ。(製造業/山口県)
- ・競争相手が多く価格交渉できない。価格交渉を行った結果、取引終了となった話も聞く。(製造業/三重県)

Ⅲ. 今月のトピックス『国際女性デーについて』

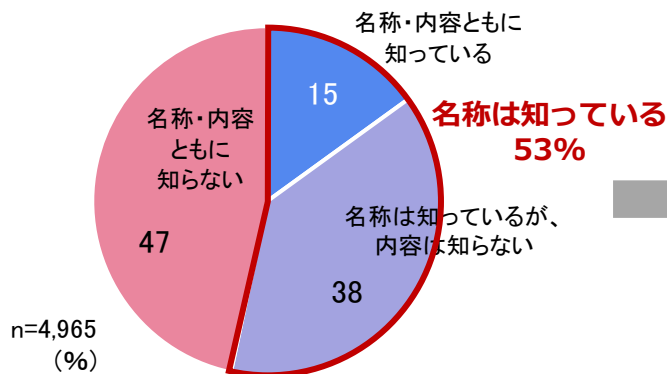
Q1 国際女性デーについて

- ・「国際女性デー(※)」の「名称は知っている」と回答した企業は60%と前回調査（2025年3月）から増加しました。一方、「内容まで知っている企業」は11%と減少しました。
- ・近くにいる「感謝したい・応援したい人」は、「配偶者・パートナー」が67%と最も多い回答となりました。
- ・参加したい取組みとしては、「働く仲間や家族など、身近な方に感謝の気持ちを伝える取組み」が39%と最も多い回答となりました。

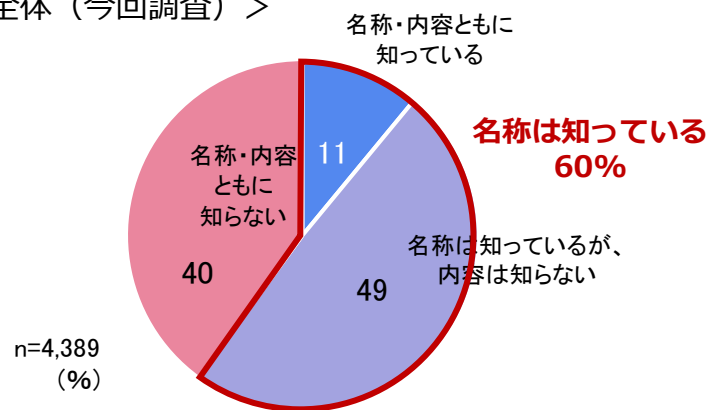
※国連が毎年3月8日を国際女性デーと定め、女性の地位向上、女性差別の払拭等を目指す国際的な連帯と統一行動の日
 (男女共同参画局：https://www.gender.go.jp/international/int_un_kaigi/int_iwd/index.html)

① 国際女性デーの認知度

<全体（2025年3月調査）>

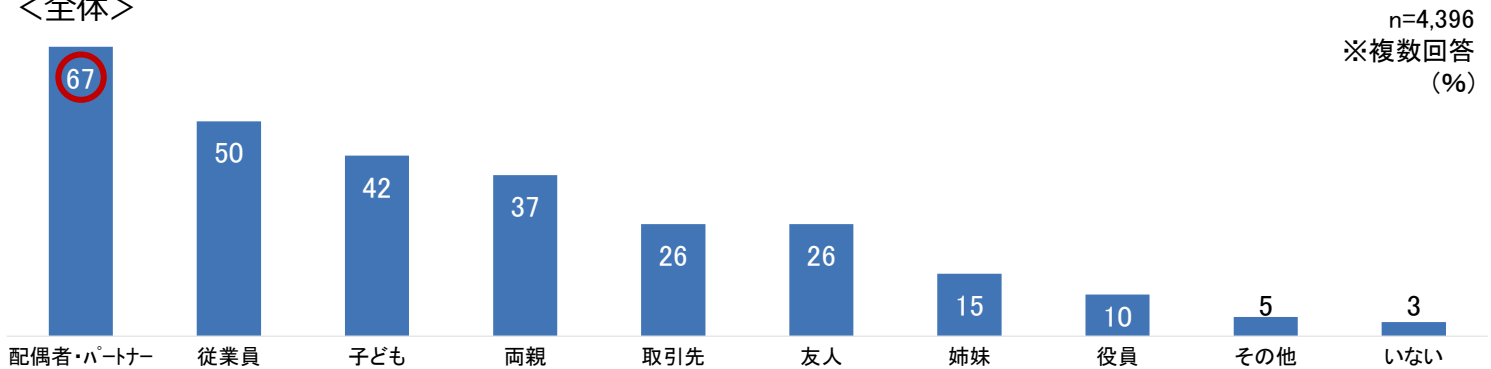


<全体（今回調査）>



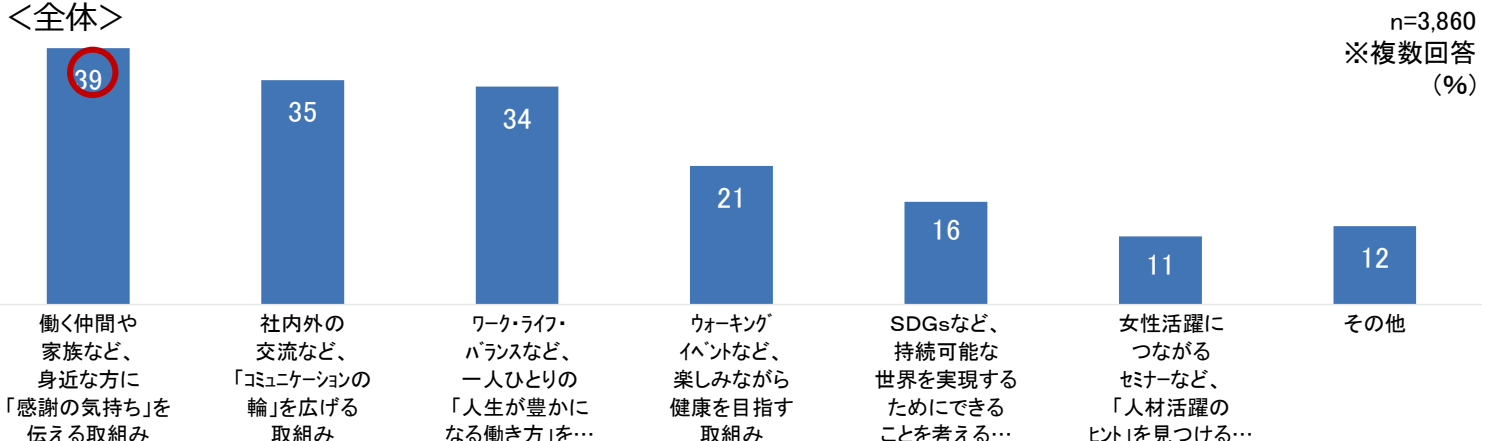
② 近くにいる「感謝したい人」「応援したい人」

<全体>



③ 参加したい取組み

<全体>



【DIの推移】

<全体>

(単位:pt)

| | 業況DI | 将来DI | 従業員過不足 D I |
|-------|------|-------|---------------|
| 2022年 | 1月 | ▲22.6 | 2.8 |
| | 2月 | ▲25.1 | 2.1 |
| | 3月 | ▲23.9 | 0.4 |
| | 4月 | ▲24.2 | ▲ 1.5 |
| | 5月 | ▲21.5 | 0.4 |
| | 6月 | ▲22.3 | 0.4 |
| | 7月 | ▲21.9 | ▲ 1.4 |
| | 8月 | ▲21.2 | ▲ 1.0 |
| | 9月 | ▲21.2 | ▲ 0.2 |
| | 10月 | ▲19.9 | ▲ 1.0 |
| | 11月 | ▲18.4 | ▲ 1.0 |
| | 12月 | ▲17.4 | 0.3 |
| 2023年 | 1月 | ▲18.9 | ▲ 0.5 |
| | 2月 | ▲21.4 | 0.6 |
| | 3月 | ▲16.2 | 3.8 |
| | 4月 | ▲14.8 | 4.0 |
| | 5月 | ▲12.8 | 5.5 |
| | 6月 | ▲13.6 | 5.9 |
| | 7月 | ▲12.6 | 5.9 |
| | 8月 | ▲10.5 | 4.3 |
| | 9月 | ▲12.4 | 3.1 |
| | 10月 | ▲13.3 | 2.0 |
| | 11月 | ▲11.3 | 3.7 |
| | 12月 | ▲ 9.8 | 2.5 |
| 2024年 | 1月 | ▲12.1 | 3.5 |
| | 2月 | ▲10.7 | 3.5 |
| | 3月 | ▲12.9 | 3.7 |
| | 4月 | ▲11.4 | 4.7 |
| | 5月 | ▲11.4 | 2.8 |
| | 6月 | ▲12.1 | 4.2 |
| | 7月 | ▲11.3 | 4.0 |
| | 8月 | ▲10.7 | 2.8 |
| | 9月 | ▲ 9.3 | 4.8 |
| | 10月 | ▲10.7 | 2.9 |
| | 11月 | ▲10.0 | 2.2 |
| | 12月 | ▲ 8.7 | 3.0 |
| 2025年 | 1月 | ▲10.8 | 2.2 |
| | 2月 | ▲11.6 | 2.2 |
| | 3月 | ▲13.1 | ▲ 0.1 |
| | 4月 | ▲12.3 | ▲ 1.3 |
| | 5月 | ▲12.8 | ▲ 0.6 |
| | 6月 | ▲12.9 | ▲ 0.4 |
| | 7月 | ▲11.1 | ▲ 1.0 |
| | 8月 | ▲10.8 | 1.2 |
| | 9月 | ▲ 9.6 | 1.8 |
| | 10月 | ▲11.8 | 1.8 |
| | 11月 | ▲10.0 | 3.8 |
| | 12月 | ▲ 8.1 | 3.5 |
| 2026年 | 1月 | ▲10.2 | 4.3 |
| | 2月 | ▲10.9 | 2.8 |
| | 3月 | ▲11.7 | ▲ 0.4 |

<業種別 D I (直近6カ月)>

(単位:pt)

| | | 業種 | 製造業 | 建設業 | 卸・小売業 | サービス業 |
|---------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 業況DI | 10月 | ▲18.2 | ▲ 2.6 | ▲24.4 | ▲ 7.5 | |
| | 11月 | ▲14.3 | ▲ 2.7 | ▲22.4 | ▲ 5.3 | |
| | 12月 | ▲15.8 | ▲ 1.2 | ▲18.0 | ▲ 3.4 | |
| | 1月 | ▲19.7 | ▲ 3.6 | ▲17.6 | ▲ 5.1 | |
| | 2月 | ▲19.4 | ▲ 5.6 | ▲19.5 | ▲ 5.6 | |
| | 3月 | ▲19.9 | ▲ 4.7 | ▲20.8 | ▲ 7.6 | |
| 従業員過不足 D I | 10月 | ▲35.6 | ▲51.7 | ▲20.8 | ▲37.9 | |
| | 11月 | ▲32.0 | ▲53.9 | ▲25.6 | ▲38.1 | |
| | 12月 | ▲35.1 | ▲53.9 | ▲26.8 | ▲37.9 | |
| | 1月 | ▲33.1 | ▲53.4 | ▲26.7 | ▲35.4 | |
| | 2月 | ▲35.1 | ▲51.4 | ▲27.3 | ▲36.6 | |
| | 3月 | ▲32.7 | ▲53.1 | ▲25.8 | ▲35.4 | |

<従業員規模別 D I (直近6カ月)>

(単位:pt)

| | | 従業員数 | 5人以下 | 6~20人 | 21人以上 |
|---------------|-----|-------|-------|-------|-------|
| 業況DI | 10月 | ▲18.5 | ▲ 6.4 | ▲ 1.8 | |
| | 11月 | ▲16.7 | ▲ 5.6 | 0.3 | |
| | 12月 | ▲14.3 | ▲ 4.9 | 3.2 | |
| | 1月 | ▲16.4 | ▲ 6.0 | ▲ 0.9 | |
| | 2月 | ▲17.3 | ▲ 6.2 | ▲ 2.5 | |
| | 3月 | ▲18.3 | ▲ 7.9 | 0.5 | |
| 従業員過不足 D I | 10月 | ▲27.8 | ▲42.9 | ▲56.7 | |
| | 11月 | ▲26.2 | ▲45.4 | ▲55.8 | |
| | 12月 | ▲27.6 | ▲46.0 | ▲55.9 | |
| | 1月 | ▲27.0 | ▲43.7 | ▲53.5 | |
| | 2月 | ▲26.4 | ▲45.3 | ▲55.6 | |
| | 3月 | ▲27.2 | ▲43.0 | ▲54.9 | |

※2020年3月は新型コロナの影響を踏まえ調査を中止。

DI (Diffusion Index) = 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%) - 悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)

<地域別 D I (直近6ヵ月)>

(単位:pt)

| | | 北海道 | 東北 | 北関東 | 南関東 | 北陸・甲信越 |
|---------------|-----------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 業況DI | 2025年 10月 | ▲ 5.0 | ▲19.5 | ▲ 8.2 | ▲15.0 | ▲12.5 |
| | 11月 | ▲ 1.0 | ▲18.5 | ▲11.2 | ▲10.6 | ▲11.2 |
| | 12月 | 10.0 | ▲18.2 | ▲ 6.6 | ▲ 6.4 | ▲ 7.2 |
| | 2026年 1月 | ▲ 1.2 | ▲16.7 | ▲13.3 | ▲ 9.6 | ▲ 9.7 |
| | 2月 | ▲ 5.0 | ▲19.0 | ▲ 7.7 | ▲11.8 | ▲ 8.7 |
| | 3月 | ▲ 9.5 | ▲21.2 | ▲13.2 | ▲ 7.7 | ▲12.6 |
| 従業員過不足 D I | 2025年 10月 | ▲45.7 | ▲34.3 | ▲38.4 | ▲39.9 | ▲41.2 |
| | 11月 | ▲49.7 | ▲40.1 | ▲39.7 | ▲35.8 | ▲39.3 |
| | 12月 | ▲51.3 | ▲39.8 | ▲36.4 | ▲42.3 | ▲42.8 |
| | 2026年 1月 | ▲50.0 | ▲38.3 | ▲38.1 | ▲38.4 | ▲36.9 |
| | 2月 | ▲49.4 | ▲36.3 | ▲36.1 | ▲41.4 | ▲41.6 |
| | 3月 | ▲50.0 | ▲38.3 | ▲40.3 | ▲35.4 | ▲36.6 |

| | | 東海 | 関西 | 中国 | 四国 | 九州・沖縄 |
|---------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 業況DI | 2025年 10月 | ▲13.1 | ▲11.9 | ▲12.7 | ▲ 7.1 | ▲ 7.6 |
| | 11月 | ▲12.6 | ▲ 7.6 | ▲12.8 | ▲ 2.1 | ▲ 6.8 |
| | 12月 | ▲ 9.9 | ▲ 9.1 | ▲11.8 | ▲ 6.7 | ▲ 5.6 |
| | 2026年 1月 | ▲14.3 | ▲ 9.7 | ▲ 8.1 | ▲14.1 | ▲ 4.4 |
| | 2月 | ▲ 9.0 | ▲13.3 | ▲13.1 | ▲10.1 | ▲ 6.0 |
| | 3月 | ▲13.7 | ▲11.3 | ▲11.6 | ▲18.8 | ▲ 4.4 |
| 従業員過不足 D I | 2025年 10月 | ▲37.2 | ▲35.9 | ▲38.5 | ▲35.5 | ▲36.8 |
| | 11月 | ▲35.9 | ▲35.6 | ▲35.9 | ▲36.7 | ▲39.4 |
| | 12月 | ▲35.5 | ▲36.3 | ▲38.5 | ▲42.1 | ▲34.9 |
| | 2026年 1月 | ▲33.3 | ▲35.4 | ▲36.6 | ▲41.0 | ▲36.5 |
| | 2月 | ▲36.2 | ▲34.7 | ▲37.5 | ▲38.3 | ▲36.2 |
| | 3月 | ▲32.1 | ▲36.2 | ▲34.7 | ▲41.6 | ▲38.5 |

D I (Diffusion Index)

= 好転(増加・上昇・過剰等)の回答割合(%) - 悪化(減少・悪化・不足等)の回答割合(%)