

2026 年 3 月 19 日

賃上げと価格転嫁について

株式会社 鹿児島銀行

株式会社 九州経済研究所

【 調査要領 】	
調査時期	2026 年 1 月下旬～2 月下旬
調査方法	インターネット及び郵送
対象企業	県内主要企業 523 社（※）
回答企業数	337 社（回答率 64.4%）

※本調査は、株式会社南日本新聞社と共同で実施した。

四半期ごとに実施している業況アンケートの対象企業 500 社に 23 社を追加した。

「調査結果のポイント」

1. 2025 年度賃上げ結果と 2026 年度賃上げ計画について

○2025 年度（今年度）の賃上げについて

- ・2025 年度に賃上げを「実施した（定時昇給を含む）」と回答した企業は 94% で、前年（92%）をやや上回った。業種別に見ると、小売業が 98% で最も多く、次いで建設業（96%）、製造業、卸売業（ともに 94%）、その他産業（90%）の順となった。

○2026 年度（来年度）の賃上げについて

- ・2026 年度に賃上げを「実施予定（定時昇給を含む）」と回答した企業は 70% で、前年（66%）をやや上回った。一方、「実施しない」は 3%、「未定」は 28% で、「未定」と回答した企業の今後の動きが注目される。

2. 価格転嫁について

- ・自社の製品・サービス価格への価格転嫁について「価格転嫁を行った」と回答した割合は 67% だった。一方、コスト上昇分の価格転嫁率をみると、「100%（すべて）」は 5%、「80% 以上」は 17% にとどまる。1 年前の調査と比較して小売業を除く業種で価格転嫁を行った企業割合が増加したが、転嫁の程度は十分とはいえない状況が続いている。

1. 2025 年度賃上げ結果と 2026 年度賃上げ計画について

2025 年度に賃上げを実施した企業は 94%で、前年（92%）をやや上回った（図表 1）。業種別に見ると、小売業が 98%で最も多く、次いで建設業（96%）、製造業、卸売業（ともに 94%）、その他産業（90%）の順となった。

上昇幅については、「2～3%未満」が 23%で最も多く、次いで「1～2%未満」（22%）、「3～4%未満」、「4～5%未満」（ともに 17%）が続いた。前年と比べると「1～2%未満」、「2～3%未満」（前年ともに 22%）はほぼ前年並みとなった一方、「3～4%未満」（同 22%）は 5 ポイント減となった。また、「4～5%未満」（同 16%）は 1 ポイント増とほぼ前年並みで、上位は全般的に前年と同様の傾向となった。

2026 年度に賃上げを実施予定とした企業は 70%で、前年（66%）をやや上回った（図表 2）。一方、「実施しない」は 3%、「未定」は 28%で、「未定」と回答した企業の今後の動きが注目される。「実施予定」を業種別にみると、建設業、卸売業がともに 77%で最も多く、次いで製造業（70%）、その他産業（67%）、小売業（63%）の順となった。

上昇幅については「2～3%未満」が 26%で最も多く、次いで「1～2%未満」（25%）、「3～4%未満」（20%）が続いた。前年と比べると「1～2%未満」、「2～3%未満」、「3～4%未満」が上位であることは変わらなかった。

賃上げを実施予定と回答した企業に、**賃上げを実施する具体的要因**について尋ねたところ、「人材の定着・確保」が 84%で最も多く、次いで「従業員のモチベーションアップ」（78%）、「物価上昇への配慮」（61%）の順となった。「自社の業績改善」は 12%にとどまり、人手不足が深刻となっている中、業績の改善にかかわらず賃上げを実施せざるを得ない状況がうかがえる。一方、賃上げを実施しないと回答した企業に、**賃上げを実施しない具体的要因**について尋ねたところ、「自社の業績低迷」が 38%で最も多く、「価格転嫁が不十分」、「前年賃上げを行った・現状で十分」、「同業他社の賃金動向」、「設備投資など他を優先する」が 13%で並んだ。

2. 価格転嫁について

2025 年度中に原材料費やエネルギーコスト、物流費、人件費の上昇分を**自社の製品・サービス価格への価格転嫁**を行ったか尋ねたところ、「価格転嫁を行った」と回答した企業は 67%だった（図表 3）。業種別にみると製造業（70%）が最も多く、小売業（68%）、卸売業、その他産業（ともに 67%）、建設業（60%）、が続いた。前回調査（2025 年 3 月調査）と比較して小売業を除くすべての業種で価格転嫁を行った企業割合が増加した。

価格転嫁を行ったと回答した企業に**価格転嫁の程度**についてコスト別に尋ねたところ、物流費上昇分の価格転嫁を「十分に行った」のは 17%、人件費上昇分の価格転嫁を「十分に行った」のは 13%にとどまった（図表 4、5）。価格転嫁を

「十分に行った」のは物流費、人件費とも建設業が最も多い一方で、その他産業では物流費、人件費ともに3%にとどまった。

コスト上昇分の価格転嫁率は、「100%（すべて）」が5%、「80%以上」が17%となっている（図表6）。一方、小売業では42%、その他産業では41%が「20%以下」と回答しており価格転嫁が進んでいない。価格転嫁が成功した要因は、「原価やエビデンスを示して価格交渉を行った」が60%と最も多く、「価格転嫁に対し、取引先の許容度が高まった」の51%が続いた（図表7）。

一方で、価格転嫁を行わなかったと回答した企業に価格転嫁を十分に行えていない（行わなかった）理由を尋ねたところ、「同業他社との価格競争が激しい」（58%）が最も多く、「顧客との価格競争が困難」（39%）が続いた（図表8）。前回調査と比較して、「同業他社との競争が激しい」が23ポイント増加した一方で、「自助努力で対応可能」が24ポイント減少しており、価格上昇分の転嫁を自社で吸収するのは限界に近付きつつある様子が見える。

価格転嫁以外で行っている、または今後行いたい価格高騰への対応策は、「デジタル化や設備投資による生産性向上」が57%と最も多く、次いで「省エネルギー化の推進」が27%となった（図表9）。

2026年4月以降の価格転嫁（再度の価格転嫁含む）の予定については、「価格転嫁を行う予定がある」「価格転嫁を検討・交渉中」の合計は63.7%となっており、前回調査とほぼ横ばいとなった（図表10）。物価上昇が継続する中で、価格転嫁が十分に行われておらず、来年度も幅広いモノやサービスの価格がさらに上昇することが見込まれる。

以上

【本件に関するお問い合わせ】 ㈱九州経済研究所（TEL 099-225-7491）

図表1 2025年度（今年度）の賃上げについて

（単位：％）

		全産業	製造業	建設業	卸売業	小売業	その他産業
上 昇 幅	実施した（定時昇給を含む）	94	94	96	94	98	90
	1％未満	4	0	4	0	8	8
	1～2％未満	22	25	28	13	22	18
	2～3％未満	23	24	28	22	27	19
	3～4％未満	17	17	17	34	10	15
	4～5％未満	17	16	9	16	20	19
	5～6％未満	9	15	4	6	6	8
	6～10％未満	7	4	7	6	4	14
	10％以上	1	0	2	3	2	0
実施しなかった		6	6	4	6	2	10
（参考）回答企業数		321	87	48	34	51	101

注）計数は構成割合。四捨五入のため合計が100にならない箇所がある。

【参考】前回調査時（2024年度）の賃上げについて

（単位：％）

		全産業	製造業	建設業	卸売業	小売業	その他産業
上 昇 幅	実施した（定時昇給を含む）	92	92	98	94	89	89
	1％未満	3	5	0	0	3	3
	1～2％未満	22	14	45	19	25	18
	2～3％未満	22	25	16	25	25	18
	3～4％未満	22	21	10	41	15	25
	4～5％未満	16	20	14	13	15	15
	5～6％未満	9	8	12	0	8	13
	6～10％未満	6	7	2	3	10	7
	10％以上	1	1	0	0	0	1
実施しなかった		8	8	2	6	11	11
（参考）回答企業数		333	98	50	34	46	105

注）計数は構成割合。四捨五入のため合計が100にならない箇所がある。

図表2 2026年度(来年度)の賃上げについて

(単位:%)

		全産業	製造業	建設業	卸売業	小売業	その他産業
実施予定(定時昇給を含む)		70	70	77	77	63	67
上昇幅	1%未満	4	0	0	0	7	9
	1～2%未満	25	23	42	12	17	27
	2～3%未満	26	27	25	27	33	23
	3～4%未満	20	25	22	42	7	13
	4～5%未満	17	18	8	12	30	17
	5～6%未満	4	5	0	8	7	3
	6～10%未満	3	2	3	0	0	8
	10%以上	0	0	0	0	0	0
具体的要因	人材の定着・確保	84	79	84	81	78	91
	従業員のモチベーションアップ	78	72	95	81	75	75
	物価上昇への配慮	61	59	60	65	50	68
	同業他社の賃金動向	23	20	22	27	16	28
	自社の業績改善	12	7	14	19	13	13
	その他	3	5	3	0	0	2
	実施しない	3	2	0	3	2	4
具体的要因	自社の業績低迷	38	100	-	0	0	25
	価格転嫁が不十分	13	50	-	0	0	0
	前年賃上げを行った・現状で十分	13	0	-	0	100	0
	同業他社の賃金動向	13	0	-	0	0	25
	設備投資など他を優先する	13	0	-	0	0	25
	その他	25	0	-	100	0	25
	未定	28	28	23	21	35	29
(参考)回答企業数		322	87	48	34	51	102

注) 計数は構成割合。四捨五入のため合計が100にならない箇所がある。具体的要因は複数回答。

【参考】前回調査時(2025年度)の賃上げについて

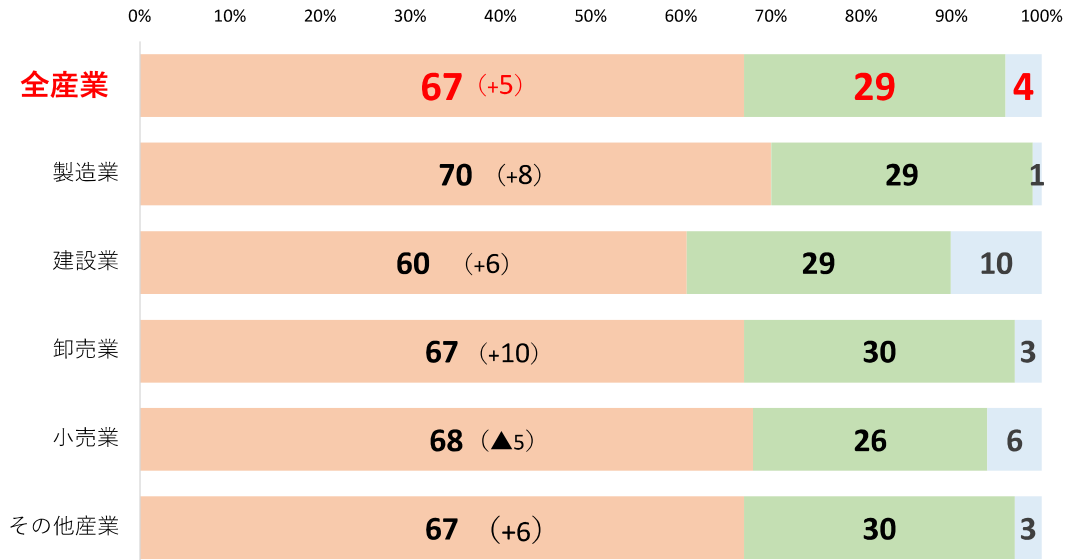
(単位:%)

		全産業	製造業	建設業	卸売業	小売業	その他産業
実施予定(定時昇給を含む)		66	64	74	82	65	60
上昇幅	1%未満	2	2	0	0	7	2
	1～2%未満	24	23	41	22	15	21
	2～3%未満	28	30	19	33	26	31
	3～4%未満	21	28	14	30	19	15
	4～5%未満	15	13	16	15	22	11
	5～6%未満	7	3	8	0	4	15
	6～10%未満	3	2	0	0	7	5
	10%以上	1	0	3	0	0	2
具体的要因	人材の定着・確保	81	75	87	79	87	83
	従業員のモチベーションアップ	78	79	87	54	83	81
	物価上昇への配慮	55	56	54	57	60	52
	同業他社の賃金動向	22	21	41	14	10	20
	自社の業績改善	12	8	3	29	13	13
	その他	2	0	3	0	0	5
	実施しない	2	3	0	0	2	2
具体的要因	自社の業績低迷	33	33	-	-	0	50
	価格転嫁が不十分	33	0	-	-	50	50
	前年賃上げを行った・現状で十分	33	33	-	-	50	25
	同業他社の賃金動向	33	33	-	-	50	25
	設備投資など他を優先する	11	0	-	-	0	25
	その他	0	0	-	-	0	0
	未定	32	33	26	18	33	38
(参考)回答企業数		333	97	50	34	46	106

注) 計数は構成割合。四捨五入のため合計が100にならない箇所がある。具体的要因は複数回答。

図表3 価格転嫁の実施の有無(2025年度)

(n=317)



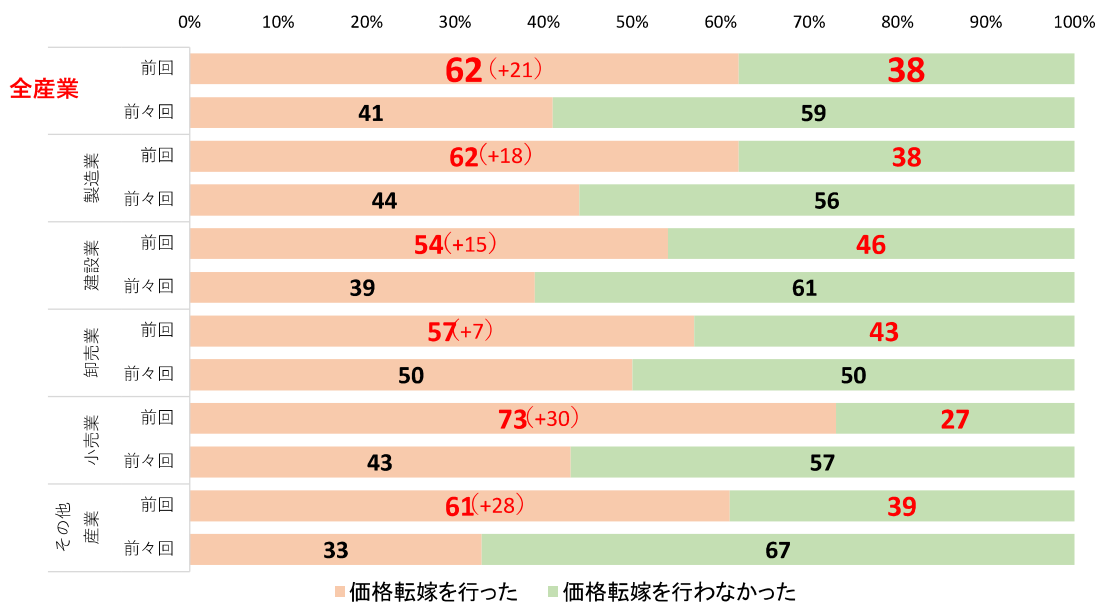
■ 価格転嫁を行った ■ 価格転嫁を行わなかった ■ 物価高騰等の影響を受けなかったため、転嫁していない

注)・四捨五入の関係で合計が100にならない箇所がある、以下図表10まで同じ。

・()内の数値は前回調査との比較(ポイント)

【参考】価格転嫁の実施の有無(過去調査)

(前々回(2021年度: n=294)、前回(2024年度: n=303))

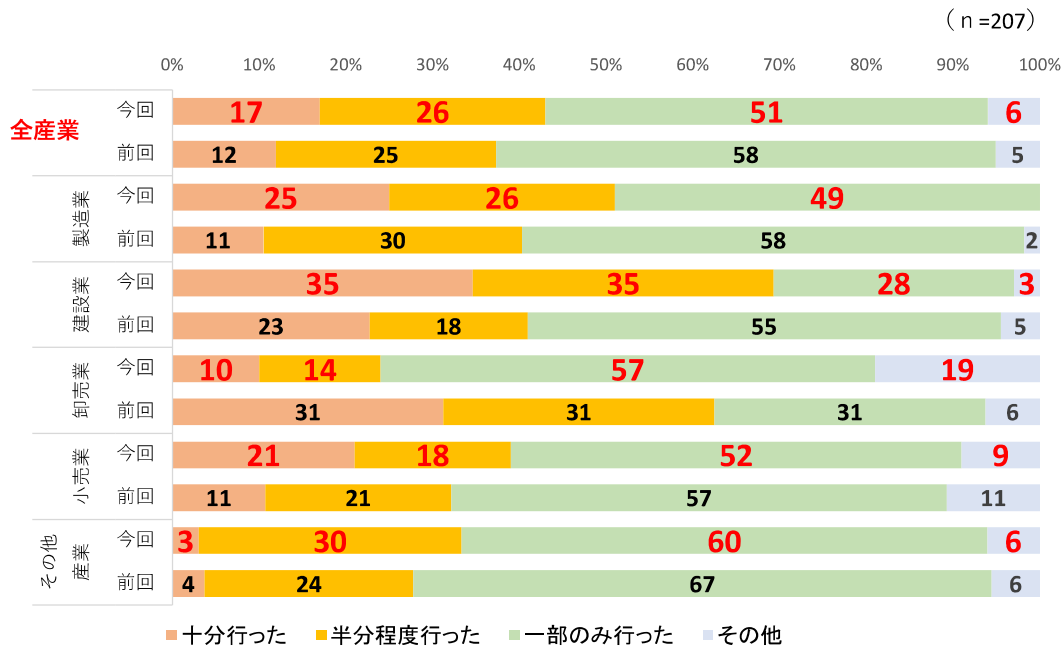


■ 価格転嫁を行った ■ 価格転嫁を行わなかった

注)・前々回調査(2021年度)は2022年3月、前回調査(2024年度)は2025年3月に調査を実施、以下同じ。

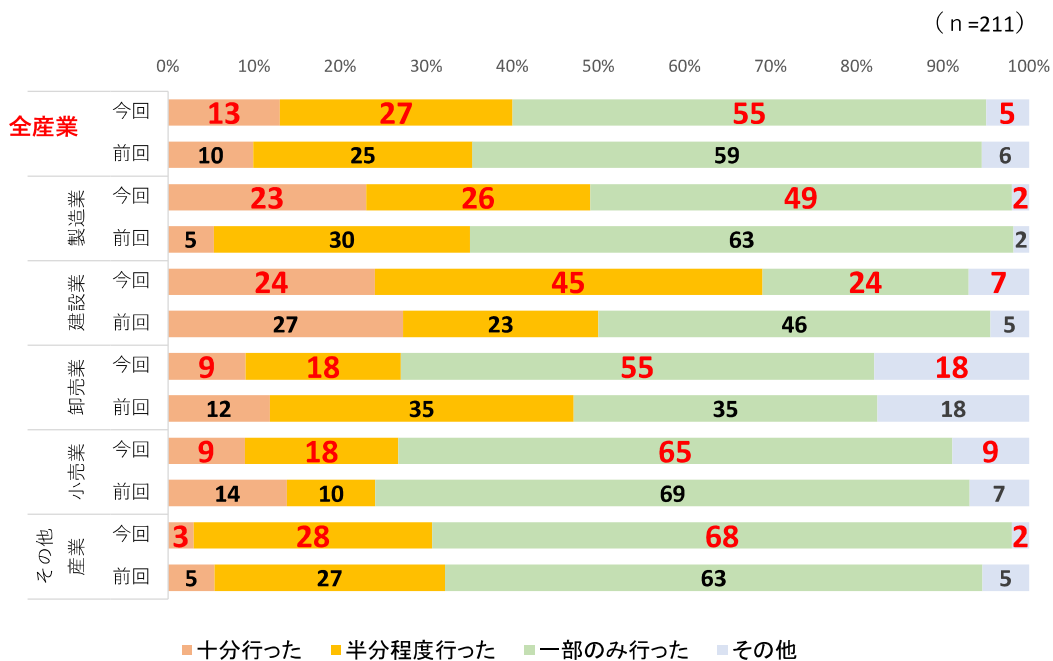
・前回調査の()内の数値は前々回調査との比較(ポイント)

図表4 価格転嫁の程度について(物流費)



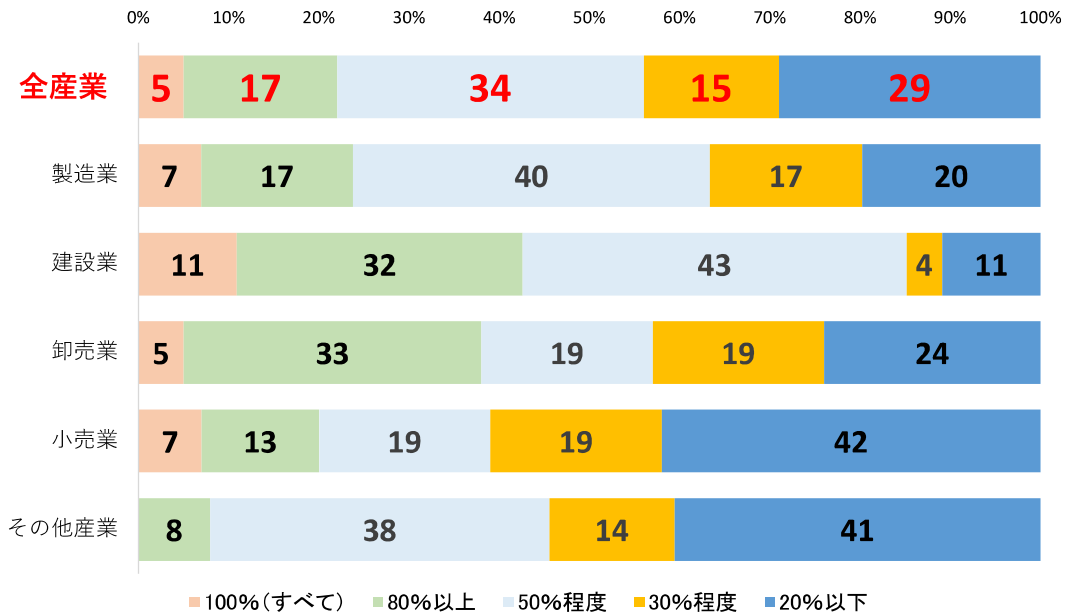
注)「価格転嫁を行った」と回答した企業のみ回答、図表5、6も同じ

図表5 価格転嫁の程度について(人件費)



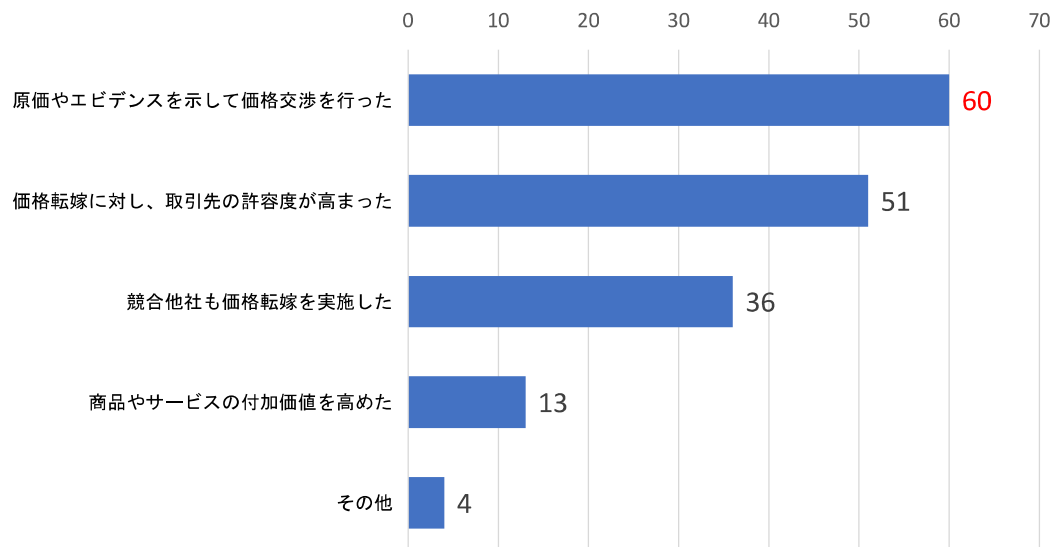
図表6 コスト上昇分の価格転嫁率

(n=204)



図表7 価格転嫁が成功した要因(複数回答)

(%)



注)図表6で価格転嫁率を「100%(すべて)」「80%以上」と回答した企業のみ回答

図表8 価格転嫁が十分に行えていない(行わなかった)理由(複数回答)

(n=240)

(単位: %)

	全産業			製造業	建設業	卸売業	小売業	その他産業
	前回	前々回						
同業他社との価格競争が激しい	58	35	40	61	65	70	60	48
顧客との価格交渉が困難	39	22	25	39	42	48	30	39
売上減少の不安が大きい	25	19	16	26	27	9	16	33
業界慣習等により価格転嫁が困難	23	19	25	23	19	17	19	29
自助努力で対応可能	15	39	36	13	31	17	16	12
過去に価格転嫁を実施しており、再度の実施が困難	15	-	-	19	4	13	16	16
その他	6	7	7	6	8	9	5	5

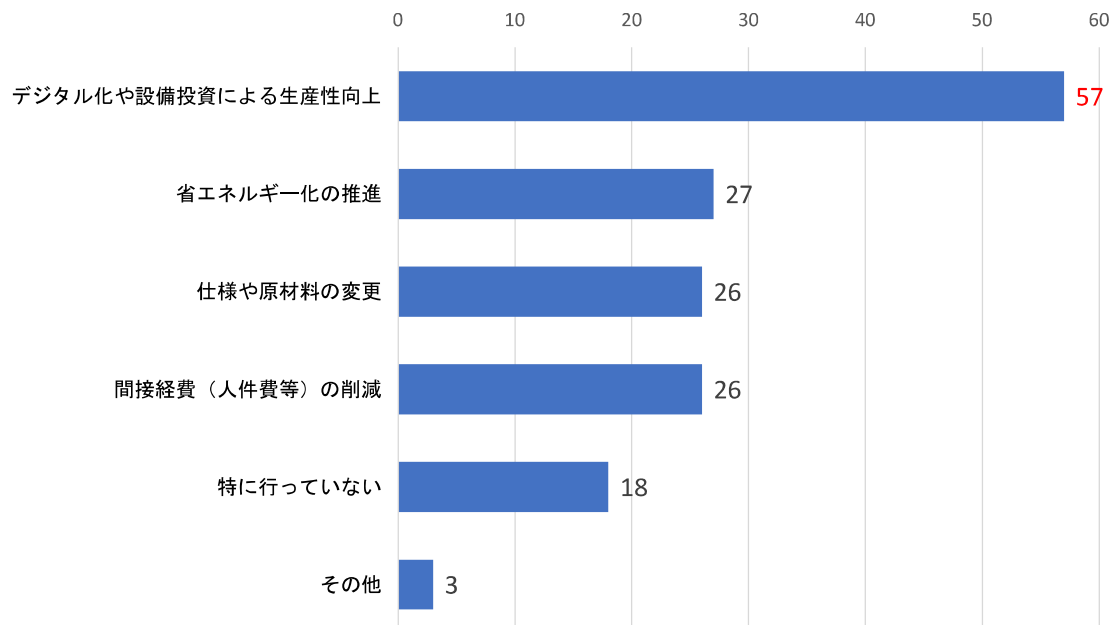
注)・図表6で価格転嫁率を「50%程度」「30%程度」「20%以下」と回答した企業のみ回答

・「過去に価格転嫁を実施しており、再度の実施が困難」は今回新設

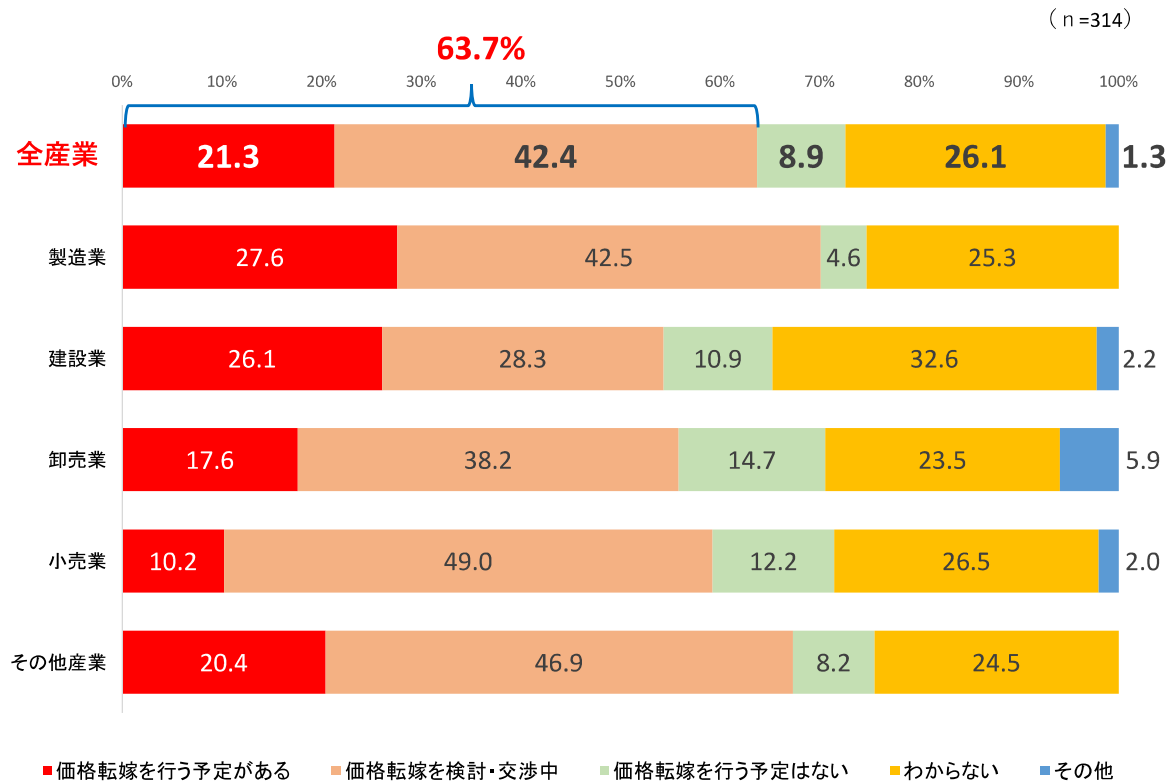
図表9 価格転嫁以外で行っている、または今後行いたい価格高騰への対応策(複数回答)

(n=307)

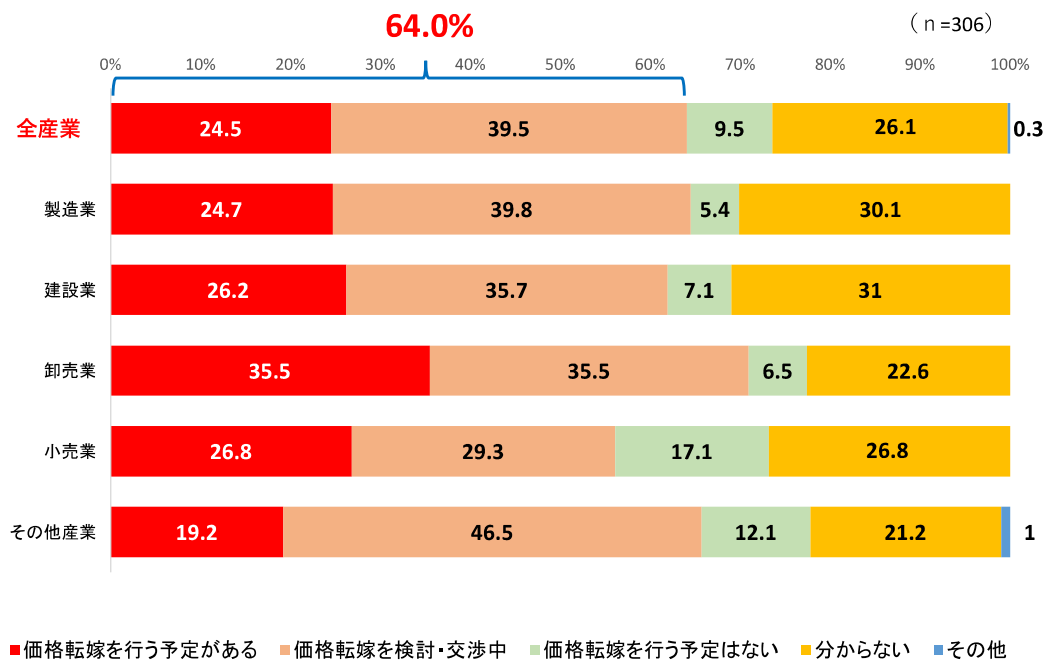
(%)



図表10 価格転嫁(再度の価格転嫁含む)の予定(2026年4月以降)



【参考】価格転嫁(再度の価格転嫁含む)の予定(2025年4月以降、前回調査)



賃上げ・価格転嫁に関する主な意見

		意見
製造業	食料品	中小企業にとっては、急激な賃金上昇は、死活問題であると同時に物価上昇にも対応していかなければならない二重苦である。
		賃上げの傾向は今後も続くと考えるが、価格転嫁し現段階でも売り上げが減少している商品も出てきているため、今後の価格転嫁が難しいと考えている。
		2024年実施の価格転嫁以降、原材料価格等が割と落ち着いており、効率化で生産コストも抑えられている。最低賃金上昇を含む賃上げの原資として、必要があれば価格転嫁を実施する。
	木材	中小企業は大幅改善は難しい。残業規制、有休取得の奨励など対応に苦慮している。
	窯業・土石	賃上げについては、販売先からの価格転嫁の了承を得て行っており、原材料の高騰等、状況を鑑みて判断したい。
		物価高騰の波を感じるので、少しでも賃上げ率をアップできればと考えている。
	機械・金属	円安や海外情勢の悪化でレアメタルだけでなく鉄鋼素材も供給が不安定になりつつある中でその認識をいただけないことが多く、中々価格転嫁に踏み切れない。しかし国策としての最低賃金上昇はかなり幅が大きくなっており、何らかの策が必要ではと感じている。
	電機・電子	物価上昇対応や良い人材の確保のため、賃上げは今後も必要である。価格転嫁もできるものは実施予定である。
	その他製造業	賃上げ、価格転嫁どちらも同時に進めなければいけない、喫緊の課題である。
建設業	建築	全国の手企業のように月に何万円もアップは出来ないのが現状。
	その他建設業	人材募集においてベース賃金の引き上げが重要。
		賃上げについては毎年上がる最賃に社員は少し上乗せする形で今後も進むと思われる。価格転嫁はほぼ不可能であり、頑張って件数を増やす、材料費は安い物、または安い時期に大量購入することに対応。
卸売業	食料品	いつぐらいまでこの賃上げが続くのか、また金額はどこまで上がるのか。先が見えないのは非常に恐怖である。
	建設資材	エネルギーが主体なので社会情勢や為替、税金などに左右される。賃上げをすることで人材確保とモチベーションの維持、流失を防止していく。
小売業	自動車	人材確保、従業員のモチベーション確保とあわせて社会環境の変化にあわせ賃上げは必要。
		物価上昇に追いつく為の価格転嫁は分かるが、お客様離れを考慮すると、ためらいがある。地方の購買力向上策や価格転嫁の妥当性の啓発を行って頂きたい。
	石油・ガス	最低賃金が上がり、労働意欲向上の点からも賃金を上げていく状況であるが、賃金上昇に合う利益を継続していくことが難しくなってくる。
	その他小売業	賃上げを行いたくとも、仕入・経費の高騰で原資の確保が難しい。
その他産業	外食産業	飲食サービス業は、個人店も数多く存在していることから、価格転嫁に対して慎重な姿勢を取る事業者も多く、業界全体として足並みが揃いにくい状況にある。その結果、賃金の引き上げが進まず、人手不足のさらなる深刻化を招いている。加えて、食料品の消費税率が0%となった場合には、その影響を大きく受けることが懸念される。
	運輸・通信	取適法や物流法の改正の関係で2～3年の内に一段と転嫁出来ると思う。
	サービス	賃上げは物価上昇への対応として必須である。
		価格転嫁は仕方ない、当然だという風潮の中で、コスト削減と生産性向上で価格転嫁を抑制できれば、競争力が高まる。