

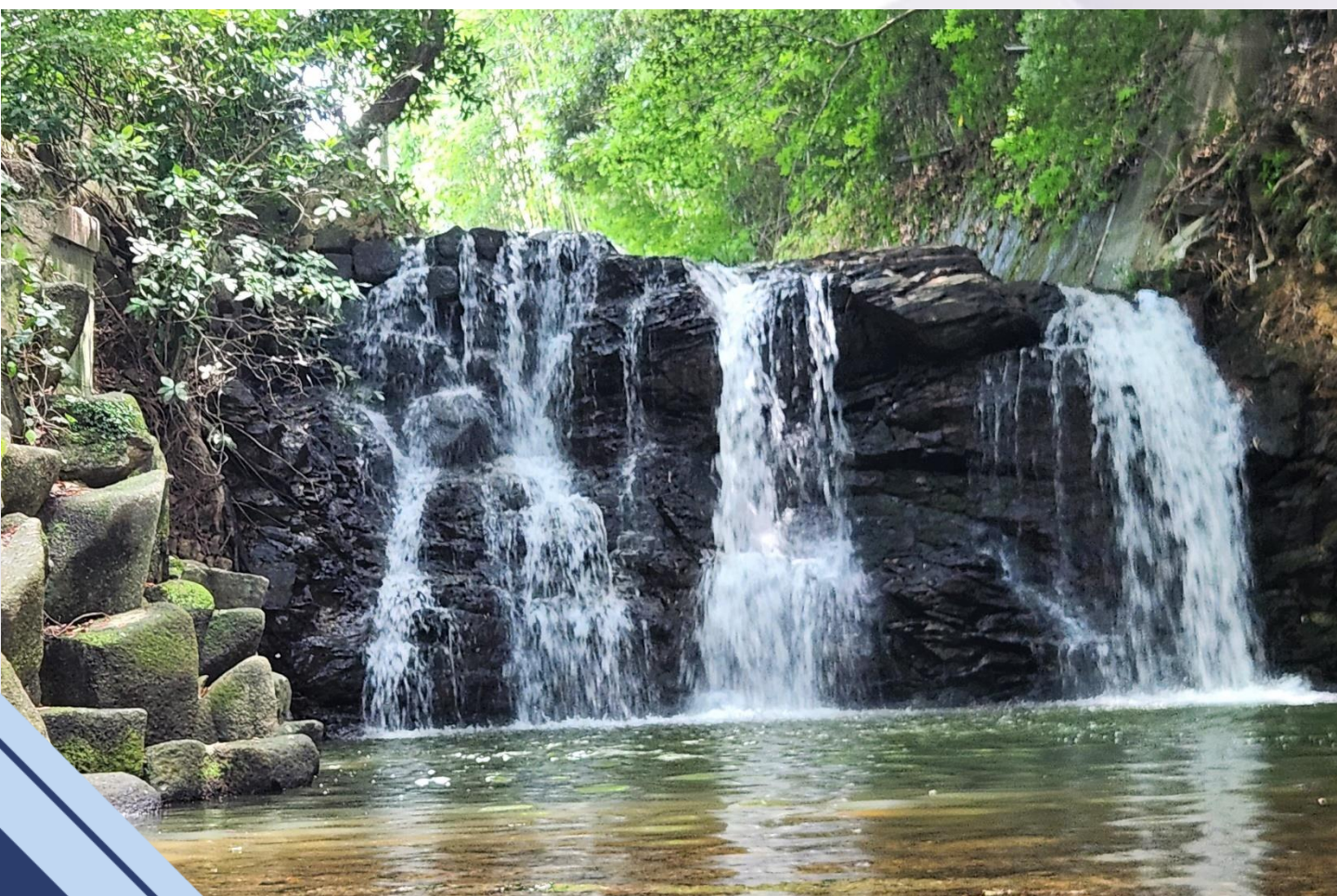
NO.144

とよしん 景況調査

(2026年4月～6月実績 2026年7月～9月見通し)

特別調査／ 中小企業における価格転嫁について

スポットライト～がんばる地元企業～／ 豊橋合同印刷株式会社



＼みんなにエール！／
豊橋信用金庫

2026年7月発行

目次

Page

01

第144回景況アンケート調査

(2026年4月～6月実績 2026年7月～9月見通し)

Topics 仕入・材料価格上昇の背景と影響

Page

04

特別調査

「中小企業における価格転嫁について」

Page

06

スポットライト～がんばる地元企業～

豊橋合同印刷株式会社

「伝えたい」をカタチに



第144回景況アンケート調査(4～6月期)・特別調査の概要

(1) 調査期間 2026年5月18日(月)～6月5日(金)

(2) 調査方法 当金庫職員による聞き取りアンケート調査

(3) 分析方法 DI(ディフュージョン・インデックス)を中心とした分析

※DIとは、各調査項目で「増加(上昇)した」とする企業が全体に占める構成比と、「減少(下降)した」とする企業が全体に占める構成比との差を指数化したもの。

(4) 調査対象企業 当金庫取引先企業 660社

製造業159社、卸売業71社、小売業73社、
サービス業101社、建設業109社、農業60社、
飲食業52社、運輸業21社、不動産業14社

業況DI、マイナスに

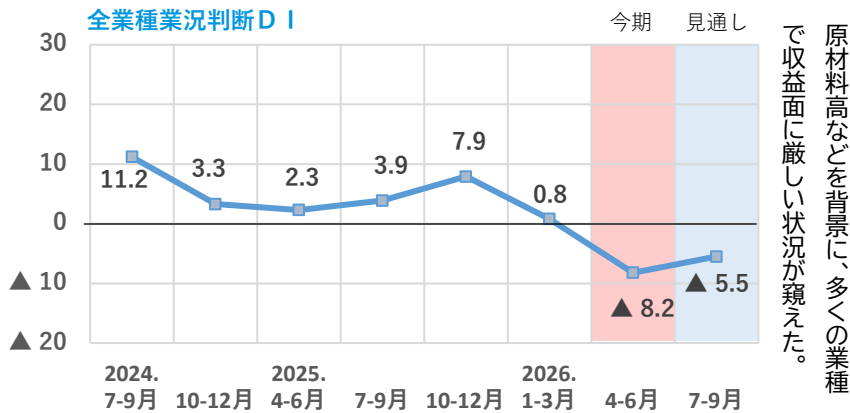
コスト高や在庫不足などを背景に
景況感低下

この景況アンケート調査は、当金庫の取引先企業660社を対象に、2026年4～6月期の景況と2026年7～9月期の見通しを調査したものです。

今期の
業況

2026年4～6月期（今期）の全業種業況判断DIは、△8.2（前期比△9.0ポイント）で、2期連続で低下し、マイナス圏に転じた。収益面では、売上高判断DIが5.5（同△1.9ポイント）、収益判断DIが△9.2（同△11.2ポイント）に低下した。

業種別では、運輸業、不動産業を除く7業種で業況判断DIが低下。

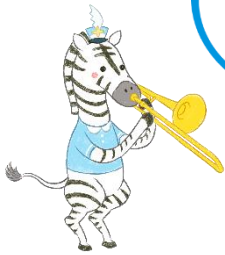


来期の
見通し

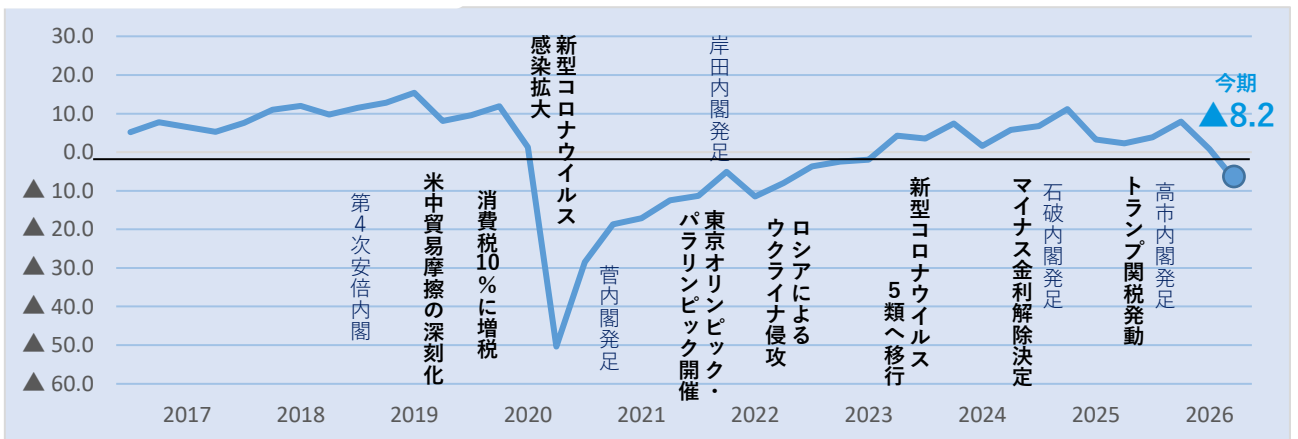
2026年7～9月期（来期）の予想業況判断DIは、△5.5（今期実績比+2.7ポイント）。売上高判断DIは、1.1（同△4.4ポイント）、収益判断DIは、△7.7（同+1.5ポイント）の見通しだ。

業種別の予想業況判断DIについては、製造業の1.3（今期実績比+7.0ポイント）、運輸業0.0（同増減なし）を除く7業種は、すべてマイナス圏の見通しとなっている。業種を問わず、中東情勢悪化を要因とする仕入状況の不安定さなどから、先行きを不安視する調査コメントも数多くみられた。

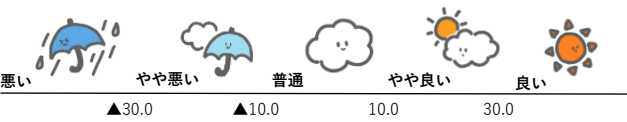
材料が
足りないと
困るなあ。



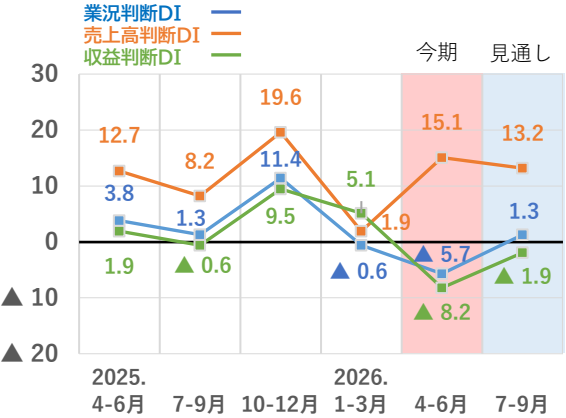
業況判断DI 10年間の推移



業種別天気図



業種	1～3月期 (前回)	4～6月期 (今回)	7～9月期 (見通し)	業種	1～3月期 (前回)	4～6月期 (今回)	7～9月期 (見通し)
全業種	☁️ 0.8	☁️ ▲8.2 (▲9.0)	☁️ ▲5.5 (+2.7)	飲食業	☁️ ▲7.5	☔️ ▲11.5 (▲4.0)	☔️ ▲15.4 (▲3.9)
製造業	☁️ ▲0.6	☁️ ▲5.7 (▲5.1)	☁️ 1.3 (+7.0)	運輸業	☁️ 0.0	☁️ 0.0 (0.0)	☁️ 0.0 (0.0)
卸売業	☁️ ▲7.0	☔️ ▲12.7 (▲5.7)	☁️ ▲7.0 (+5.7)	不動産業	☁️ ▲7.1	☁️ ▲7.1 (0.0)	☔️ ▲21.4 (▲14.3)
小売業	☁️ 5.6	☁️ ▲4.1 (▲9.7)	☁️ ▲6.8 (▲2.7)				
サービス業	☁️ 0.0	☁️ ▲5.9 (▲5.9)	☁️ ▲5.0 (+0.9)				
建設業	☁️ 9.1	☔️ ▲13.8 (▲22.9)	☔️ ▲10.1 (+3.7)				
農業	☁️ 3.3	☁️ ▲8.3 (▲11.6)	☁️ ▲1.7 (+6.6)				



業況・収益判断DI低下、中東情勢の影響長期化で先行き不透明感

今期の業況判断DIは△5.7(前期比△5.1)。収益面では売上高判断DI15.1(同+13.2)、収益判断DIは△8.2(同△13.3)となった。

プラスチック部品製造業者をはじめ、原油由来の材料不足や価格高騰に関するコメントが多く見られた。原材料価格DIも69.2(前期比+36.3)となっており、中東情勢の影響長期化の懸念や、受注経路を多様化するなど

製造業

業種別

販売価格・仕入価格DIともに急上昇

今期の業況判断DIは△4.1(前期比△9.7)、売上判断DIは17.8(同+9.5)、収益判断DIは0.0(同△1.4)で、業況、収益判断DIが低下した。販売価格DIは41.1(同+30.0)、仕入価格DIも52.1(同+25.7)と大きく上昇。

自動車販売は、新車の納期長期化の

小売業

複合的な経営課題への対応が求められる

今期の業況判断DIは△12.7(前期比△5.7)、売上高判断DIは5.6(同△5.7)、収益判断DIは△8.5(同△8.5)とすべて前期比で低下。仕入・納品の遅延に関するコメントも見られ、先行き不安な様子が窺えた。

当面の重点経営施策として「販路拡大」と回答した先は、前回の71.8%から54.9%に減少。経営課題では、「売上減少」「人手不足」「同業者間の競争激化」「利幅縮小」「仕入先からの値上げ要請」の回答が上位。売上確保と収益改善の両立のため、価格転嫁や生産性向上の取組みが求められる。

卸売業

影響により中古車価格が上昇しているが、価格転嫁はできている模様。そのほか、「このまま仕入・販売価格上昇が続くと客足・収益に響く」など不安の声が多くみられた。

サービス業

業況・売上高・収益判断DI低下が続く
今期の業況判断DIは、△5・9（前期比△5・9）、売上高判断DIは、4・0（同△7・9）、収益判断DIは、△2・0（同△4・0）となった。

石油関連の材料や商品不足により、先行き不透明感が強まっている様子。医療関連では、「人件費や物価上昇に対する診療報酬の引き上げが不十分」といったコメントもあり、全体的に収益面で厳しい様子もみられた。

建設業

すべてのDIが大幅悪化、資材高騰と資材不足の影響重く

今期の業況判断DIは△13・8（前期比△22・9）に低下。売上高判断DIは△7・3（同△20・9）、収益判断DIは△13・8（同△26・5）だった。

「材料費高騰」を経営課題に挙げた先は、全体の71・6%であった。塗料、ビニールシート、断熱材などの材料不足に対する懸念や、コスト負担に関するコメントが多く、価格交渉も慎重に行っている様子も窺えた。

農業

販売価格への反映進まず収益悪化

今期の業況判断DIは△8・3（前期比△11・6）。売上高判断DIは0・0（同0・0）、収益判断DIは△16・7（同△15・0）。肥料や飼料、農業資材等の上昇を背景に、仕入価格DIは53・3（同+41・6%）と大きく上昇。販売価格DIの1・7（同+5・0）とのギャップが大きく、価格転嫁において厳しい状況が窺えた。

飲食業

仕入価格の上昇続き、価格転嫁に苦慮

今期の業況判断DIは△11・5（前期比△4・0）、売上高判断DIは△7・7（同△13・4）、収益判断DIは△21・2（同△6・1）とすべて低下。仕入価格DIは55・8（同+8・6）で、原材料等価格が落ち着いていない模様。度重なる価格上昇により、価格転嫁の回数、タイミングともに苦慮している様子が窺える。

運輸業

価格転嫁の実施が定着

今期の業況判断DIは0・0（前期比増減なし）、売上高判断DIは14・3（同△4・7）、収益判断DIは△9・5（同△4・7）となった。運賃水準DIは23・8（増減なし）で、上昇基調を

保っており、価格転嫁は順当に実施できているコメントも多く見られた。

不動産業

価格上昇により販売鈍く

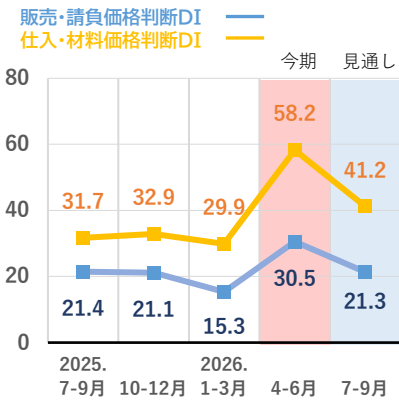
業況判断DIは、今期△7・1、来期△21・4となった。中東情勢等の影響から建物価格も上昇。土地の動きも鈍く、「買い手の予算も上がらず、価格を下げるしかない」とのコメントも見られた。

Topics



仕入・材料価格上昇の背景と影響

今回の調査で、全業種総合の仕入・材料価格DIが58・2（前期比+28・3）と大きく上昇。販売・請負価格判断



DI上昇幅とのギャップが広がり、コスト負担が増していることが窺える。その背景と今後の課題について整理する。

1 業種問わずコスト上昇継続

仕入・材料価格DIの上昇は一部業種にとどまらず、製造業69・2（前期比+36・3）、建設業66・1（同+27・0）をはじめ、幅広い業種でみられた。原材料・燃料・物流費などコスト増が企業活動全般に影響を及ぼしている。

2 続く円安・資源高

原材料価格の高止まり、円安や中東情勢などを背景としたエネルギー価格の上昇が、仕入負担を押し上げる。輸入原材料や資材、物流費への影響も厳しい状況にある。

3 価格転嫁の進捗が収益を左右

「仕入価格の上昇に対し、販売価格への転嫁が追い付いていない」というコメントが幅広い業種でみられた。今後は、取引先の理解を得ながら適切なタイミングでの価格改定を進めていくことが、今後の収益を左右する要素となつていくとみられる。

アンケートのご協力ありがとうございました！





特別調査

中小企業における 価格転嫁について

調査期間：5月18日(月)～6月5日(金)
調査対象：当金庫お取引先企業660社

近年、原材料やエネルギー価格、労務費の上昇が続く、取引条件の適正化を促進する政策的な動きも活発化している。安定した企業経営のためにも、「適切な価格転嫁」の重要性が一段と増している。

今回の特別調査は、当金庫取引先660社を対象に、中小企業における価格転嫁の状況について調査した。

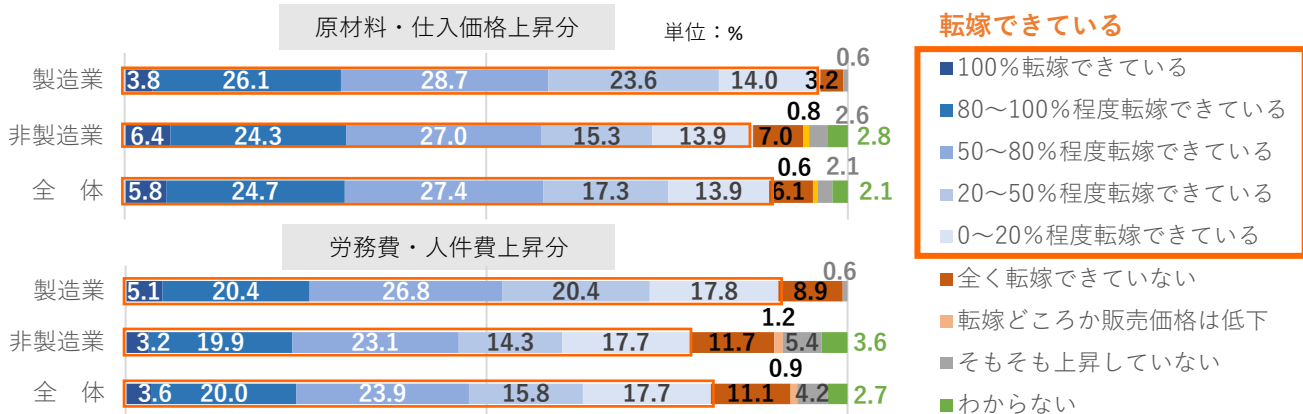
2020年以降の価格転嫁の状況

超が価格転嫁を実施。

転嫁率に差はあるものの、8割超が価格転嫁を実施。

（一）数年（2020年頃からの）価格転嫁の状況について伺った。原材料・仕入価格については、全体の89.1%が価格転嫁を実施し、「50～80%程度転嫁ができていない」と回答した企業が最も多かった。業種別では、製造業は96.2%と高かった。非製造業は86.9%で、農業では21.3%が「全く価格転嫁できていない」と回答した。

労務費・人件費については、全体の81.1%が実施。業種別では、製造業が90.5%、非製造業が78.2%。「全く価格転嫁できていない」の割合が1割を超えたのは、飲食業24.5%、農業18.0%、小売業13.5%だった。



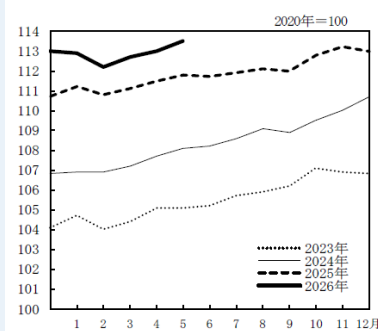
Toyohashi Thinking

消費者物価指数

消費者が日常的に購入する商品・サービス価格の上昇が続いており、直近2026年5月の消費者物価指数（総合指数）は113.5となっています。これは、2020年と比べて物価水準が約13.5%上昇したことを表しています。

事業者の仕入コストが高まっている今の環境下では、顧客離れへの懸念から、タイミングを見て慎重に価格転嫁を行うようにしている状況となっています。

<消費者物価指数（総合指数）の動き>



ワタシが好きな
生鮮野菜は22%
上がってるビョン。

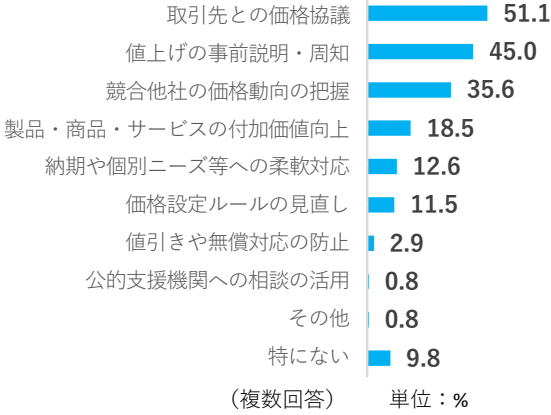


出典：総務省「消費者物価指数 全国 2026年（令和8年）5月分」

価格交渉・価格転嫁のために重視している取組み

「取引先との価格協議」に取組む先が半数。

取引先（販売先）との円滑な価格交渉・価格転嫁を進めるために重視している取組みについて伺ったところ、上位は「取引先との価格協議」51・1%、「値上げの事前説明・周知」45・0%、「競合他社の価格動向の把握」35・6%で、取引先との信頼関係の構築を重視した取組みが並んだ。他社の価格動向を把握しながら価格改定を図るなど、取引先の理解と自社の収益確保を両立しようとする姿勢がみられた。



業種別で最多の回答は、製造業・建設業・農業では「取引先との価格協議」、卸売業・サービス業・飲食業・運輸業では「値上げの事前説明・周知」、小売業・不動産業では「競合他社の価格動向の把握」となった。また、飲食業と小売業のみ、「製品・商品・サービスへの付加価値向上」の回答が3割を超えた。

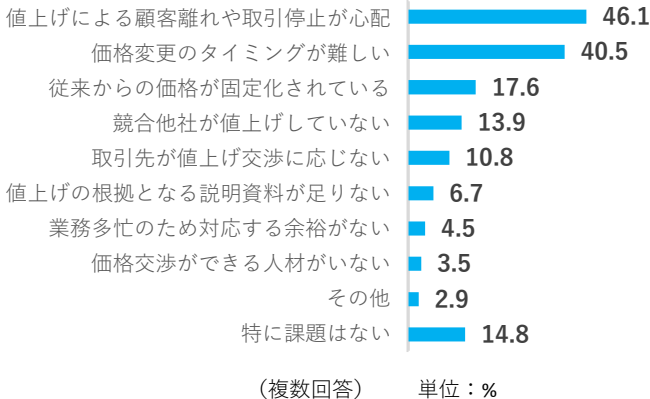
価格転嫁を進めるうえでの課題

顧客離れや取引停止への不安、価格変更のタイミング難が上位。

価格転嫁における事業者の方々が抱える課題としては、「値上げによる顧客離れや取引停止が心配」が46・1%、「価格変更のタイミングが難しい」が40・5%、「従来からの価格が固定化されている」が17・6%と続いた。コスト上昇への対応が必要となる中、適切な価格転嫁のタイミングの見極めや、取引先の理解を得るための対応が重要になっていることが窺える。

業種別では、「値上げによる顧客離れや取引停止が心配」は小売業64・9%、飲食業60・4%、卸売業51・4%、「価格変更のタイミングが難しい」は飲食業52・8%、建設業49・5%、製造業48・4%の順に高かった。運輸業とサービス

業では、「従来からの価格が固定化されている」が他業種よりも高く、運輸業は荷主との継続取引、サービス業では利用者が料金の変化を認識しやすいことから、従来価格の維持が慣行化し、価格改定が課題となっていると考えられる。

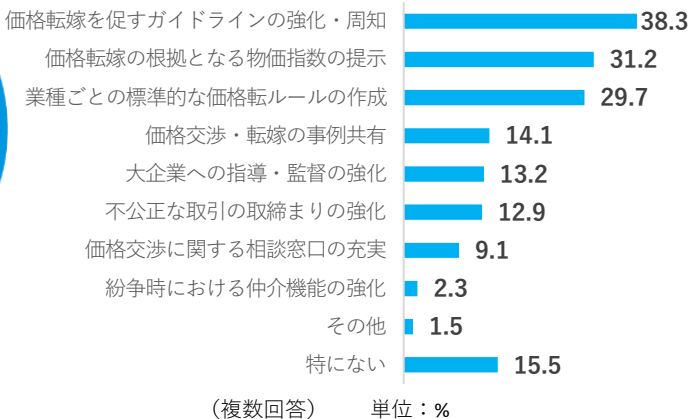


行政に重視してほしいと感じる取組み

ガイドラインの強化・周知が最多。

価格交渉・価格転嫁を円滑に進めるうえで行政に重視してほしいことは、

「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」が最多の38・3%、続いて「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示」が31・2%、「業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成」が29・7%だった。事業者は、価格転嫁そのものの支援だけでなく、「コスト上昇の事実を取引先に説明するための客観的な根拠や基準など、ルール整備を期待していることが窺えた、」



共通の「ものさし」があるといいよね。





「伝えたい」をカタチに

豊橋合同印刷株式会社

所在地：豊橋市東脇4丁目8番地の16

代表者：代表取締役社長 岩瀬 清

設立：昭和19年12月27日

H P: <https://tgd.co.jp/>



TGDCOJP

「情報を形にし、人と人をつなぐ」ことを目指し、紙だからできることを追求する地域のリーディングカンパニー。

環境配慮型の商品やサービスへの関心が高まるなか、令和7年12月に創業80周年を迎えた豊橋合同印刷株式会社が開発した紙の鉢「ペぱぽ」が注目を集めている。石灰石を主原料とした環境配慮型素材を活用し、植物を育てる楽しさとサステイナブルな価値を両立した栽培キットとして誕生した同商品。従来の鉢にはない特徴を備え、植物を育てることに加え、食育・食農教育、企業イベントなど幅広い活用が期待されている。

印刷会社として培ってきた技術と発想力を活かし、新たな分野への挑戦を続ける豊橋合同印刷。「ペぱぽ」誕生の背景や商品に込めた想い、そして100周年に向けた豊橋合同印刷の挑戦から目が離せない。

創業80周年 — 地域とともに歩み続ける印刷会社

豊橋合同印刷株式会社（以下、同社）は昭和19年12月、戦時下の企業統制により、市内の印刷業者が統合される形で設立された。以来、80年にわたり、地域の印刷を支える企業として歩み続けてきた。

同社が大切にしているのは、「我社の第一目標は利益を得ることではなくお客様の役に立つ仕事、社会に必要とされる仕事を開拓し継続することである」という社是だ。近年では従来のオフセット印刷に加え、オンデマンド印刷やデータベースを活用した可変印刷にも対応するなど、顧客のニーズに合わせた変革を行ってきた。

さらにウェブサイト制作や動画制作など印刷事業から事業領域を広げること、総合的なコミュニケーション支援を行う企業へと進化してきた。

時代の変化により、事業内容は変わっても、「お客様や地域社会に必要とされる存在であり続けたい」という想いは変わらない。その姿勢が地域から信頼を集めてきた理由である。



変化する時代の中で見つめ直した「紙だからできること」

デジタル化の進展により、紙媒体の需要が減少傾向にある。一方で、SDGsや環境問題への関心は高まり、企業活動においても環境配慮が重要なテーマとなっている。同社でも、こうした社会の変化を強く感じていた。

紙の需要が減少する中で、印刷会社としてどのような価値を提供できるのか。同社が改めて着目したのは、「紙だからできること」だった。紙には情報を伝えるだけではなく、人の手で触れたり、組み立てたり、体験したりすることで記憶に残るという特徴がある。また、印刷や加工によってさまざまな形に展開できる可能性を持っている。

同社は、長年培ってきた印刷技術や企画力を活かしながら、新しい紙の活用方法を模索する中で出会ったのが、石灰石を主原料とした環境配慮型素材「LIME X」だった。

環境への配慮と新しい事業づくりを両立できる可能性を感じた同社は、この素材を活用した商品開発に取り組むことになる。



環境負荷の軽減に貢献するLIMEX素材

サステイナブルなオリジナル商品

「ペぱぽ」を全国へ

新たな挑戦として開発されたのが、ストーンペーパーを活用した紙製の鉢、PAPER POTの「ペぱぽ」だ。

商品開発のきっかけとなったのは、食育や環境教育への関心の高まりだった。植物を育てる体験を通じて、食べ物や自然への関心を持つきっかけをつくりたい。また、環境に配慮した素材を活用することで、持続可能な社会について考える機会にもなればという想いがあった。

一方で、開発の背景には経営環境の変化もあった。新型コロナウイルス感染症拡大や原材料価格の高騰などにより、従来の事業だけに頼らない新たな収益源の必要性が高まっていた。そこで同社は事業再構築補助金を活用し、新たな設備導入や商品開発を進めた。

事業計画の策定にあたっては豊橋信用金庫の支援を受けながら構想を具体化し、補助金の採択につなげた。

印刷会社が自社オリジナル商品を開発し、全国へ販売するという取組みは決して簡単なものではない。しかし、これまで培ってきた技術やネットワークを活かしながら、新しい可能性に挑戦する姿勢が「ペぱぽ」の開発につながった。



サステイナブルなオリジナル商品「ペぱぽ」

環境にやさしい素材で作られた紙の鉢「ペぱぽ」

「ペぱぽ」の最大の特徴は、石灰石を主原料とする環境配慮型素材「LIMEX」を使用していることだ。一般的な紙とは異なり、水に強く破れにくいいため、植物を育てる鉢として安心して使用できる。また、木材パルプを使用していないため、森林資源への負担軽減にもつながる。

さらに、「ペぱぽ」は、植物を育てる体験そのものを楽しめる商品でもある。利用者は一枚のシートから鉢を組み立て、好きなデザインを加え、そして植物の成長を見守りながら、水やりや観察を続ける。その過程を通じて、自然とのつながりや食への関心を深めることができる。

また、鉢にはオリジナルデザインや企業ロゴを印刷することも可能だ。そのため企業のノベルティや周年記念品、イベント配布物としても活用できる。

食育・食農教育や自治体の環境イベント、企業のSDGs活動など、さまざまな場面で利用が可能である。単に配るだけではなく、「育てる」という体験を通じて人と人とのコミュニケーションを生み出せることも、「ペぱぽ」の大きな魅力の一つだ。



ペパバリッ!

シートから削がして組み立てる。美しい面の鉢、庭のなかに置く丈夫で壊れない。



パッと華やか

お好きなデザインが印刷できる! 色鮮やかに美しく飾れるから、ノベルティにも最適。



ポイントはECO

石灰石を主原料とし、木材廃材を一切使用しない環境配慮型素材「LIMEX」を使用。

変わらぬものと変わらぬ信念 100年企業への道標

令和7年12月に創業80周年を迎えた豊橋合同印刷。印刷需要の分散化、そして市場環境の変化。印刷業界を取り巻く環境は大きく変わり続けている。しかし、同社が大切にしてきた想いは変わらない。「情報を形にし、人と人をつなぐ」。これこそが変わらぬ価値であり、大切にしていきたい。

80周年という節目を迎えた今、同社は100年企業という次なる節目を見据えている。紙の可能性を追求しながら、環境への配慮と地域社会への貢献を両立し、新しい価値を創造していく。

紙とインクが紡ぐのは、過去を記録し、今を伝え、未来へと受け継がれていく「伝えたい想いのカタチ」である。豊橋合同印刷の挑戦は、これからも続いていく。



【豊橋信用金庫 牟呂支店・事業支援部】

法人・個人事業主のための

<とよしん事業性>

フリーローン

運転資金・設備資金

どちらにも対応！

利率

固定金利

(保証料含む)

年 3.9% ~ 10.0%

金額

500

(1万円単位)

万円以内

急な入用にも対応

スピード審査！

商品要項

ご利用
いただける方

- 当金庫の営業地区内に居住または事業所を有する法人・個人事業主の方
 - 現在の業種にて業歴1年以上かつ決算期1期以上実績のある方
 - 株式会社オリエントコーポレーションの保証を受けられる方
- <法人の場合>・年商5億円以下の法人（一般事業法人に限る）
<個人事業主の場合>・借入申込時の年齢が満20歳以上満75歳以下の方
・安定継続した収入がある方

お使用みち

- 運転資金・設備資金

※但し、当金庫のプロパー融資や保証協会付き等の公的融資の借換えにはご利用いただけません

ご融資利率

- 固定金利（保証料含む）／年3.9%・6.5%・8.5%・10.0%

※審査結果により適用利率が決定されます

ご融資金額

10万円以上500万円以内（1万円単位）

ご融資期間

6ヶ月以上5年以内（証書貸付）

保証人・担保

保証人：法人代表者

（個人事業主は原則不要）

担保：必要ありません

ご返済方法

・毎月元金均等分割返済

（半年毎増額返済の併用不可）

・期日一括返済（1年以内）

必要書類

お申込に必要な書類は当金庫営業窓口へお問い合わせください。

お気軽に取引店またはお近くの店舗までご相談ください。



「みんなにエール！」を、ここから。



とよしんInstagram

「豊橋信用金庫\みんなにエール!／」



＼とよしんが、この街のみんなの夢を応援！／
地域の皆さまととよしんが一緒に、夢の実現に向けて歩む
《みんなにエール！プロジェクト》を発信しています。



@toyoshin



とよしんYoutube



豊橋市小畷町579番地
TEL (0532) - 52 - 0321(代)
<https://www.toyo-shin.co.jp>



＼みんなにエール!／
豊橋信用金庫