Asahi Information Report No.128

中小企業景況調査 2026年 7-9月期

街の鼓動に敏感です
朝日信用金庫



CONTENTS

2026年7-9月期の中小企業景況調査結果

（本調査は1967年10月より開始しています。）

●特別調査
中小企業における生成ＡＩの利活用について

●元気企業訪問シリーズ　No.135
株式会社キワヤ商会

●一般財団法人 朝日中小企業経営情報センター（ACC）の活動紹介
令和８年度上期の助成事業について

Asahi Information Report No.128

2026年7-9月期の中小企業景況調査概要

● 調査対象の選定
当金庫のお取引先

● 調査の方法
郵送および聴取

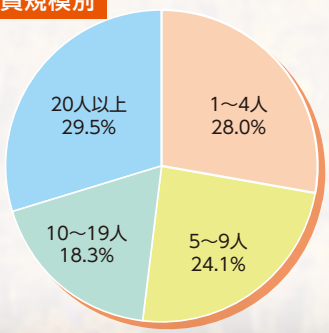
● 調査内容
売上、収益、価格、設備、借入等について実数だけではなく、経営者の感覚や判断を聴取

● 調査期間
2026年8月中旬～9月上旬

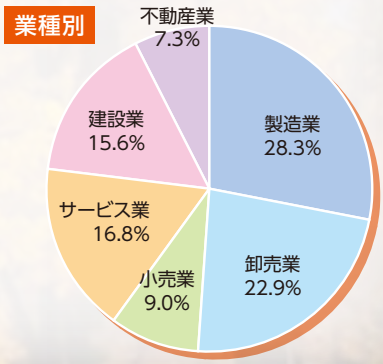
● 調査票の回収状況
調査依頼先数：733件　　回答数：410件　　回答率：55.9%

● 回答企業の内訳

従業員規模別



業種別

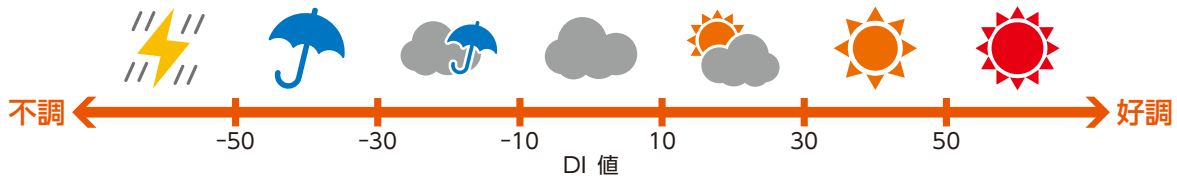


※本資料の計数は四捨五入による端数処理のため、表やグラフの合計が100%にならないことがあります。

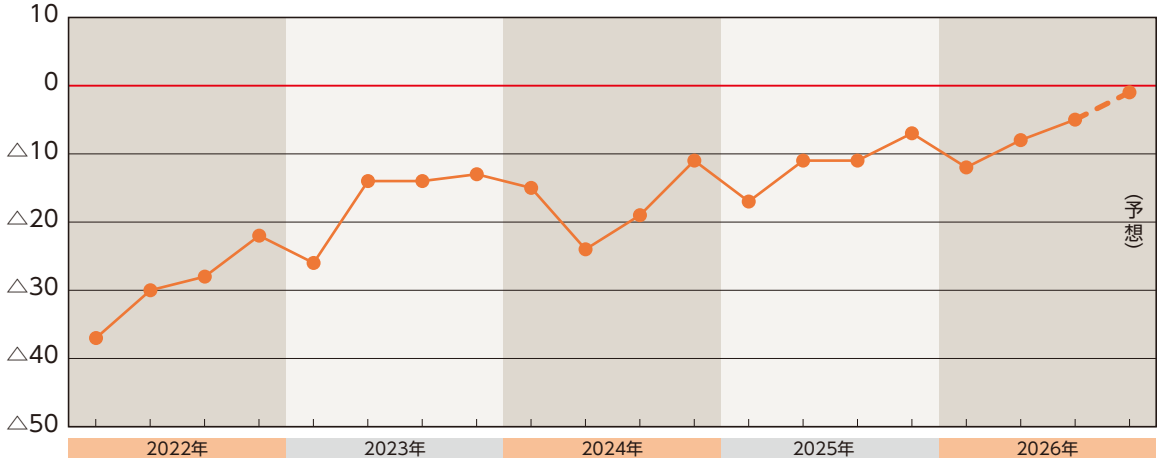
《景気動向判断指数について》

この調査では、景気判断の基準として「DI」(Diffusion Index の略)による分析方法を用いています。
「DI」とは“増加”(または「上昇」、「過剰」など)したと答えた企業割合から、“減少”(または「下降」、「不足」など)したと答えた企業割合を差し引いた数値のことで、不変部分を除き“増加”したとする企業と“減少”したとする企業のどちらの力が強いかを時系列的に比べる方法です。

天気図の見かた



歴年業況感 DI 推移グラフ



全業種



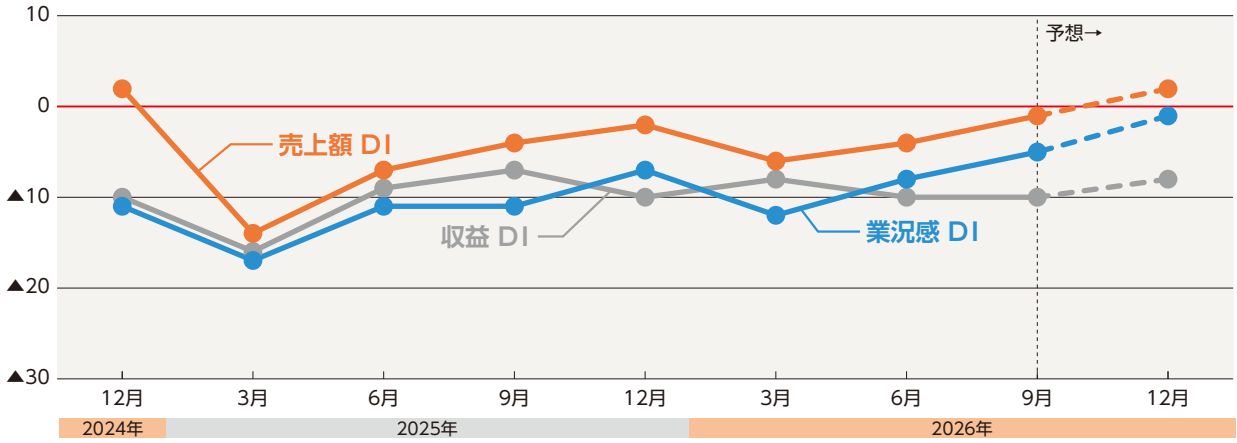
概　要

今期は、経営上の問題点で「売上の停滞・減少」がトップとなり需要の伸び悩みを示すなか、仕入価格の高止まりや人手不足感が続き、全体としては厳しい水準での推移となりました。一方で、主要指数は直近にかけて底打ちから改善傾向を示すなど、足元では持ち直しの動きもみられます。

来期の見通し

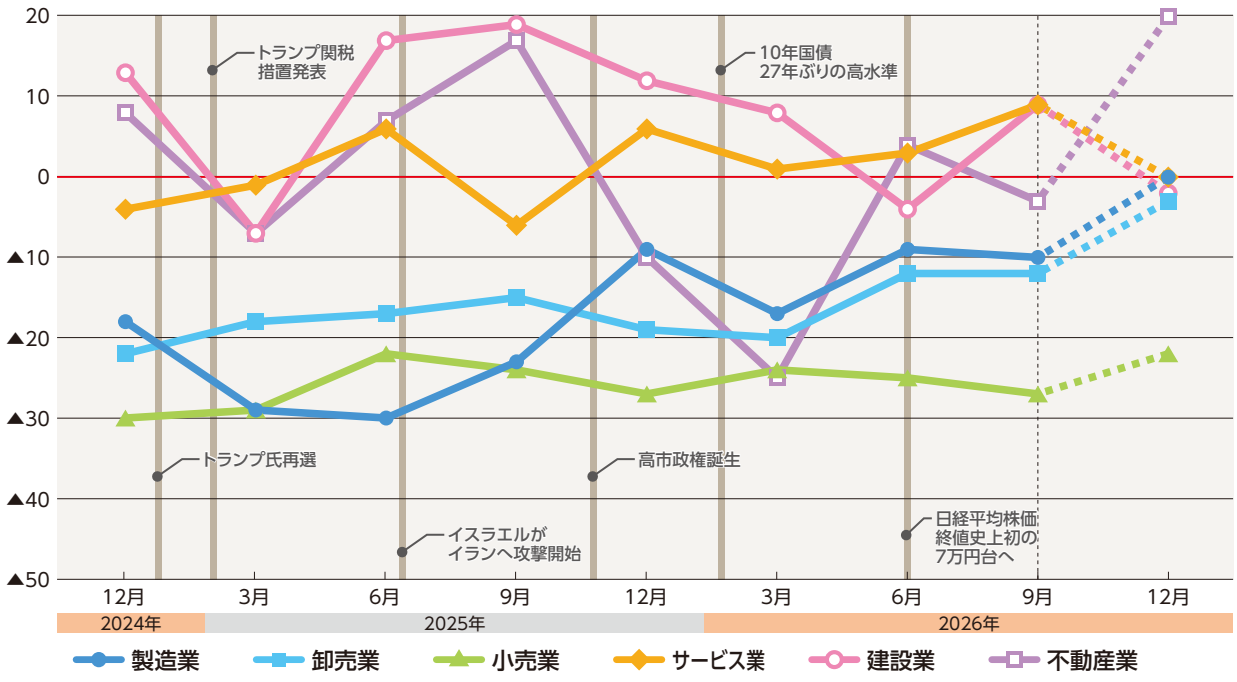
来期予想では、設備投資や効率化の取り組みなどを背景に、全体としてはやや改善に向かう見通しとなっています。ただし、継続するコスト圧力や先行きへの不透明感も残り、業況感の回復ペースには業種間で違いが生じる見込みです。

主要指数の推移



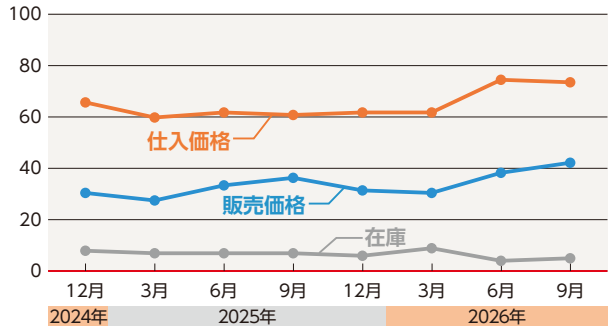
	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲11	▲17	▲11	▲11	▲7	▲12	▲8	▲5	▲1
売上額	2	▲14	▲7	▲4	▲2	▲6	▲4	▲1	2
収益	▲10	▲16	▲9	▲7	▲10	▲8	▲10	▲10	▲8

業況感DI　業種別推移

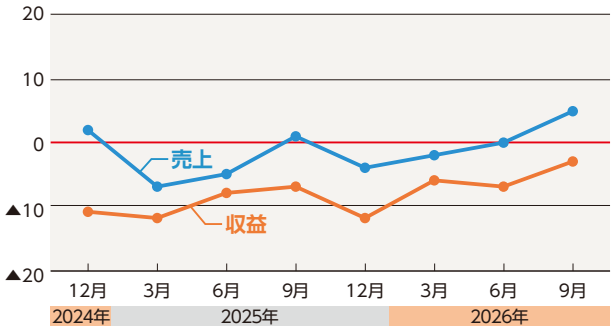


項目別DIの推移

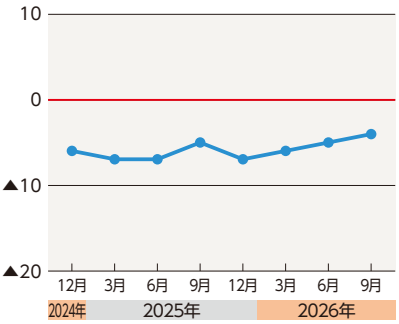
販売価格・仕入価格・在庫



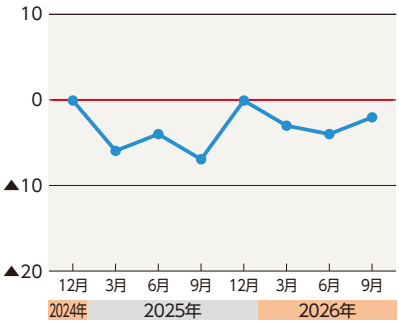
前年同期比　売上・収益



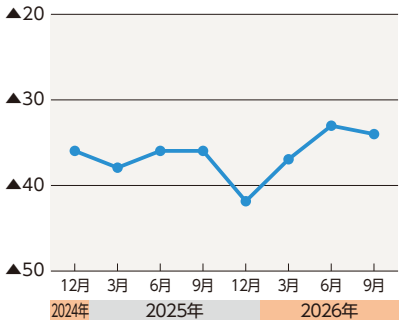
資金繰り



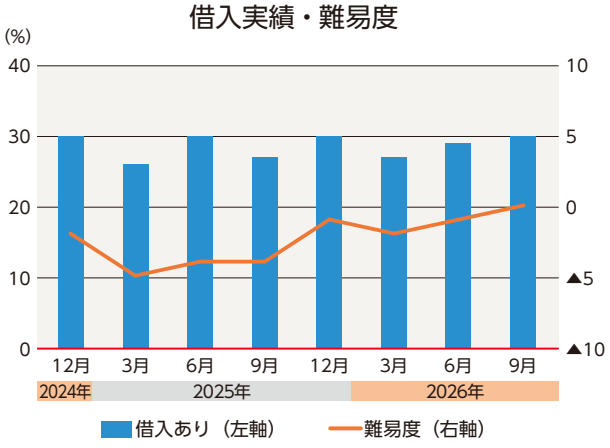
残業



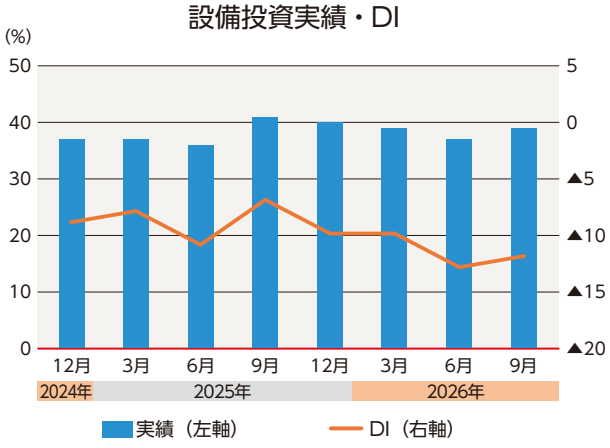
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	売上の停滞・減少	39.4%（1）	**34.4%**
2	原材料高	22.2%（4）	**31.2%**
3	人手不足	36.3%（2）	**30.5%**
4	人件費の増加	28.6%（3）	**26.1%**
5	仕入先からの値上げ要請	12.2%（7）	**16.6%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	43.4%（1）	**43.7%**
2	人材を確保する	37.7%（2）	**36.8%**
3	経費を節減する	36.3%（3）	**35.9%**
4	情報力を強化する	21.0%（4）	**20.7%**
5	労働条件を改善する	10.5%（5）	**9.3%**

（複数回答）

製造業



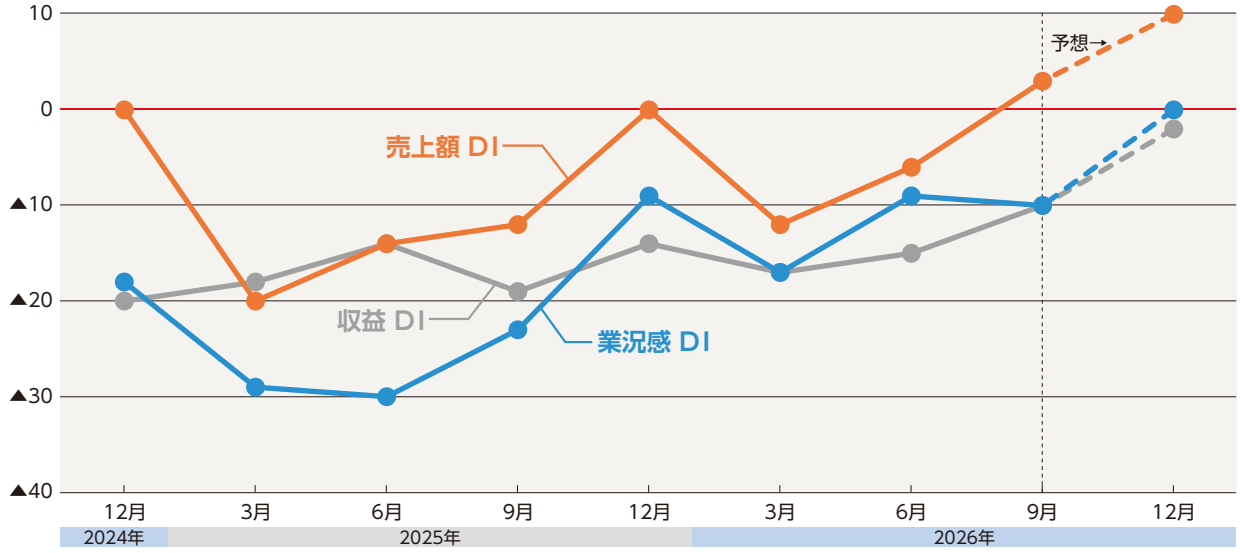
概　要

今期は、仕入先からの値上げ要請や人手不足が継続する中、経営上の問題点では「原材料高」が前年同期から順位を上げてトップとなりました。業況感DIは厳しい水準に位置するものの、2025年6月を底に回復傾向を示しており、売上額DIも直近でプラス圏へ浮上するなど、足元では持ち直しの動きが続いています。

来期の見通し

来期予想では、コスト負担への警戒感が根強く残る一方、販売価格の上昇傾向などを背景に「やや改善」を見込む回答が増加しています。重点経営施策としてトップの「販路を広げる」や「経費を節減する」への取り組みを継続しつつ、緩やかな回復基調をたどる見通しです。

主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲ 18	▲ 29	▲ 30	▲ 23	▲ 9	▲ 17	▲ 9	▲ 10	0
売上額	0	▲ 20	▲ 14	▲ 12	0	▲ 12	▲ 6	3	10
収益	▲ 20	▲ 18	▲ 14	▲ 19	▲ 14	▲ 17	▲ 15	▲ 10	▲ 2

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	原材料高	33.3%（2）	**50.0%**
2	売上の停滞・減少	52.3%（1）	**45.7%**
3	仕入先からの値上げ要請	12.9%（6）	**26.7%**
4	人件費の増加	28.0%（4）	**20.7%**
5	人手不足	28.8%（3）	**19.8%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

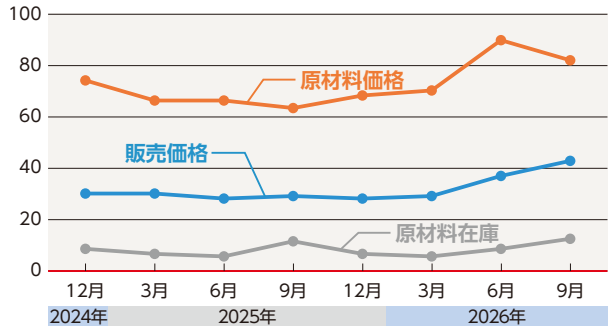
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	54.5%（1）	**54.3%**
2	経費を節減する	37.9%（2）	**38.8%**
3	人材を確保する	30.3%（3）	**29.3%**
4	新製品・技術を開発する	27.3%（4）	**26.7%**
5	情報力を強化する	22.7%（5）	**23.3%**

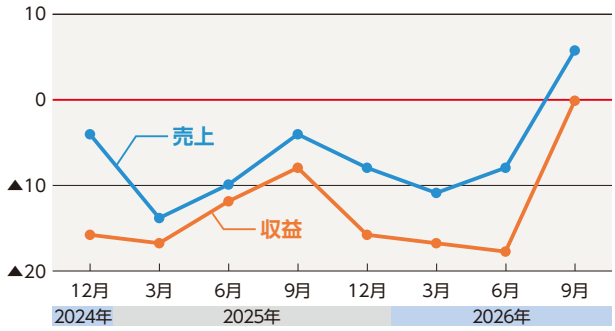
（複数回答）

項目別DIの推移

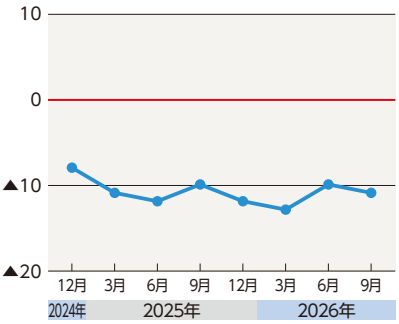
販売価格・原材料価格・原材料在庫



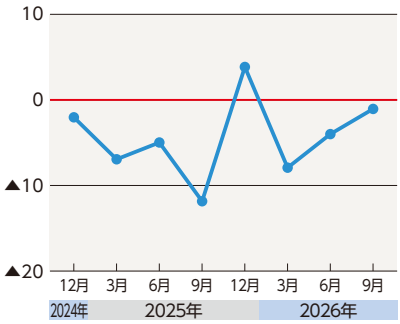
前年同期比　売上・収益



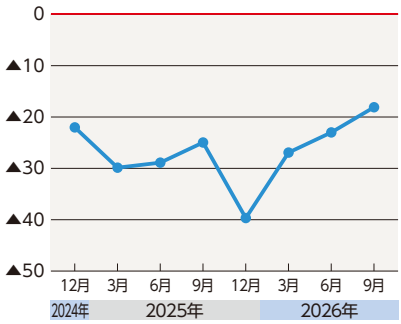
資金繰り



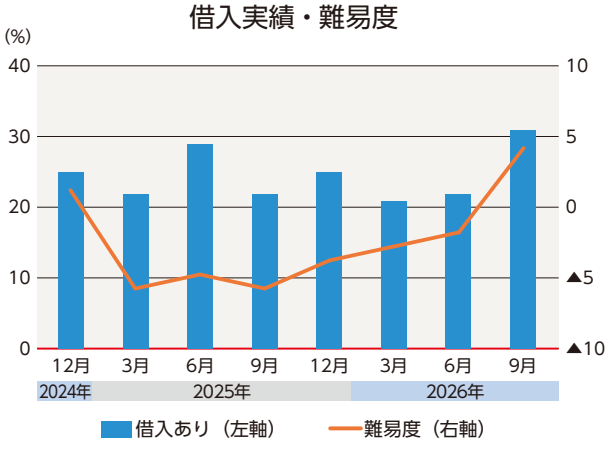
残業



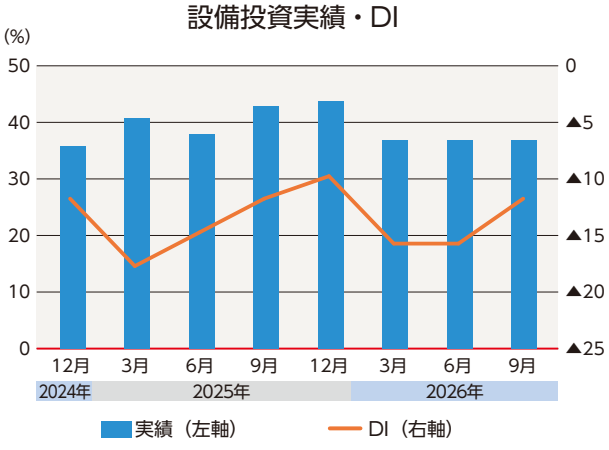
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期(予想)
1～4人			
5～9人			
10～19人			
20～49人			
50人以上			

エリア別　景況天気図

	副都心	都心近接	東部	北部
業況感				
売上額				
収益				
資金繰り				

※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

卸売業



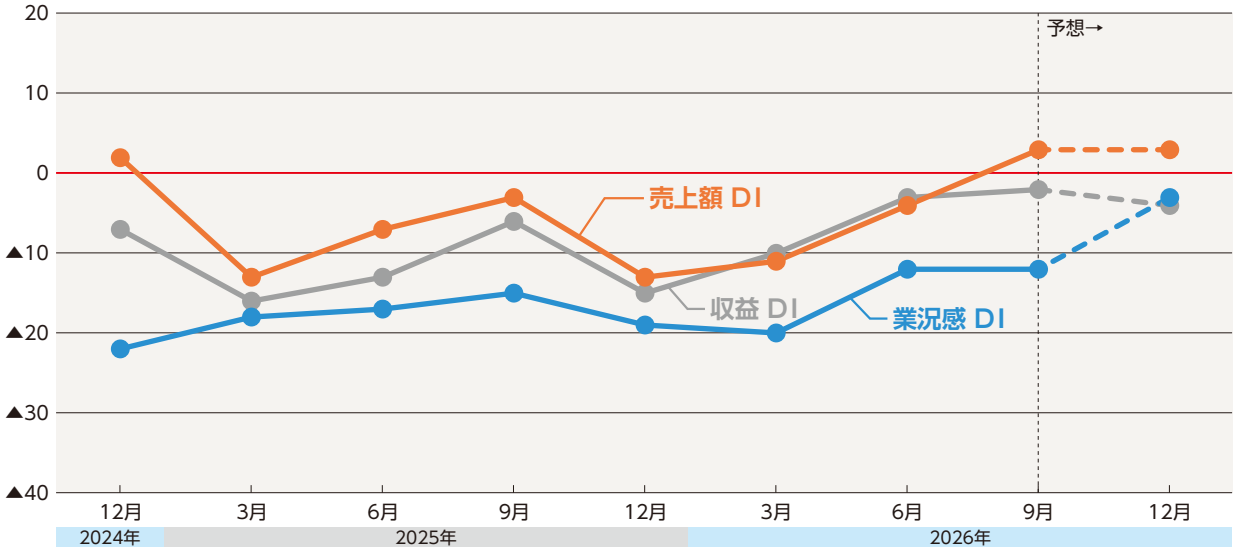
概　要

今期は、経営上の問題点で「売上の停滞・減少」が前年に引き続きトップとなったほか、仕入価格の上昇や値上げ要請への対応が続き、収益面での負担感が表面化しました。前年同期比の売上や収益の伸びは直近にかけてやや縮小するなど、力強さを欠く展開となりました。

来期の見通し

来期予想では、重点経営施策でトップとなった「販路を広げる」を通じた需要開拓の動きなどが寄与し、業況感は小幅ながら上向きに推移する見通しです。経費節減や情報力強化の効果も相まって、収益性の改善が図られることが期待されます

主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲ 22	▲ 18	▲ 17	▲ 15	▲ 19	▲ 20	▲ 12	▲ 12	▲ 3
売上額	2	▲ 13	▲ 7	▲ 3	▲ 13	▲ 11	▲ 4	3	3
収益	▲ 7	▲ 16	▲ 13	▲ 6	▲ 15	▲ 10	▲ 3	▲ 2	▲ 4

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	売上の停滞・減少	46.9%（1）	**43.6%**
2	仕入先からの値上げ要請	23.5%（4）	**29.8%**
3	人件費の増加	26.5%（2）	**22.3%**
3	為替レートの変動	18.4%（7）	**22.3%**
5	同業者間の競争の激化	24.5%（3）	**20.2%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

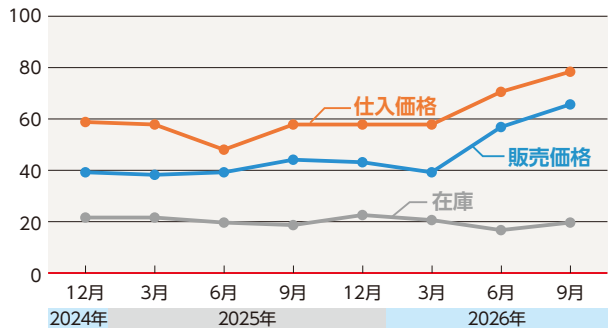
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	60.2%（1）	**69.1%**
2	経費を節減する	40.8%（2）	**36.2%**
3	情報力を強化する	35.7%（3）	**34.0%**
4	人材を確保する	33.7%（4）	**28.7%**
5	品揃えを充実する	17.3%（5）	**22.3%**

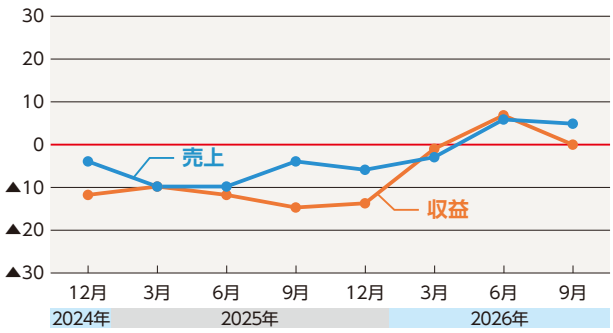
（複数回答）

項目別DIの推移

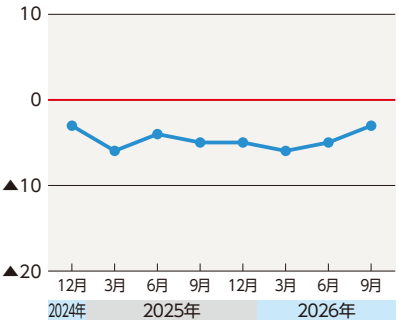
販売価格・仕入価格・在庫



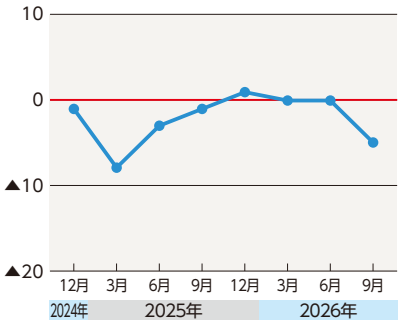
前年同期比　売上・収益



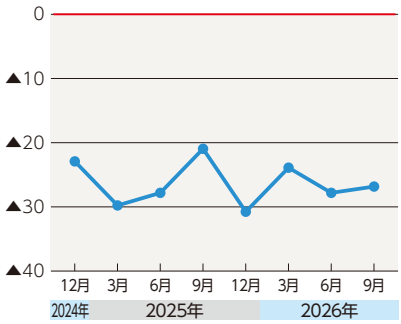
資金繰り



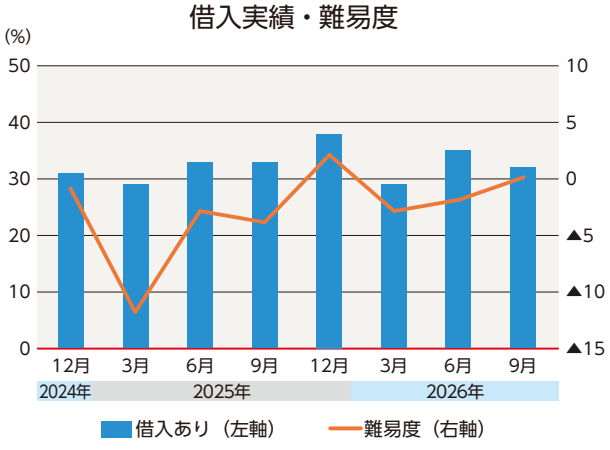
残業



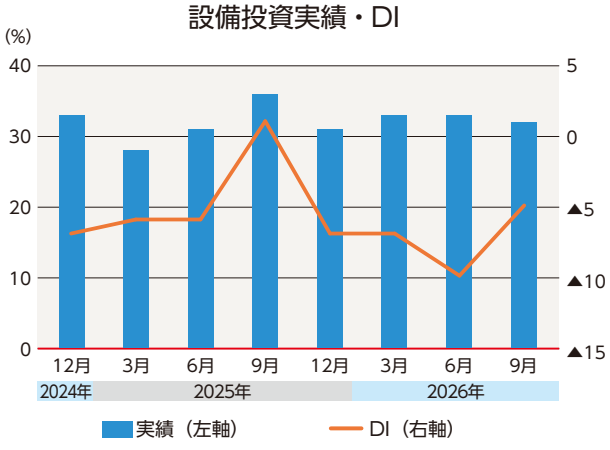
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期(予想)
1～4人			
5～9人			
10～19人			
20～49人			
50人以上			

エリア別　景況天気図

	都心	副都心	都心近接	東部
業況感				
売上額				
収益				
資金繰り				

※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

小売業



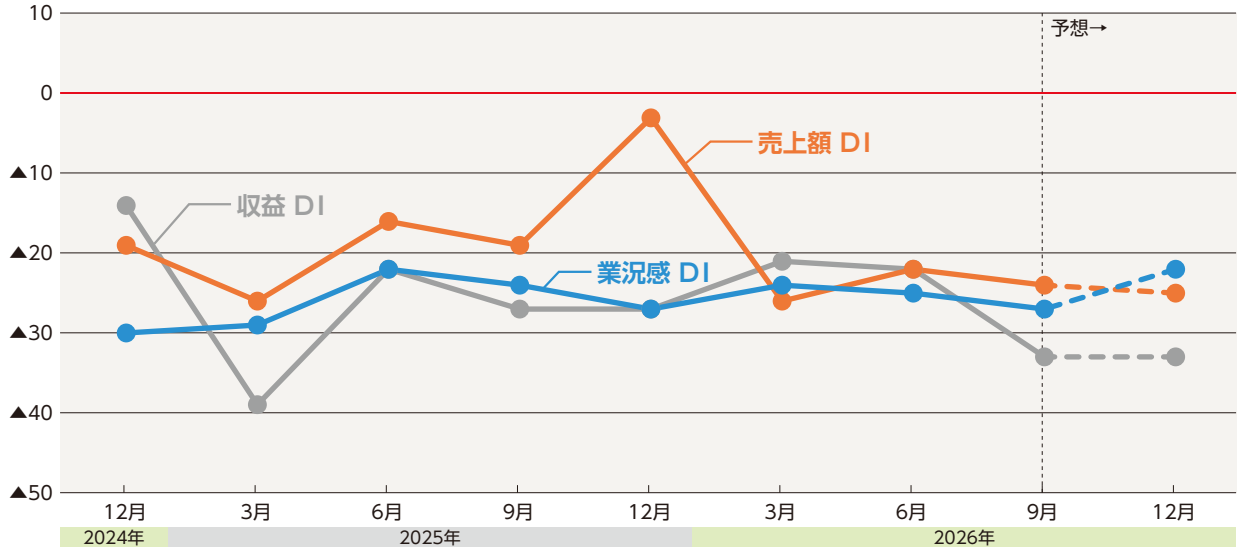
概　要

今期は、経営上の問題点で「人件費の増加」がトップとなり、前年トップの「売上の停滞・減少」と合わせて収益を圧迫する要因となりました。各種DIは低い水準での推移が続き、深刻な人手不足感も相まって非常に苦しい局面となりましたが、前年同期比の売上ではマイナス幅が縮小傾向にあるほか、業況感の予想値には改善の動きもみられます。

来期の見通し

来期予想では、重点経営施策の「売れ筋商品を取り扱う」や品揃えの改善に活路を見出す企業が多く、業況感は緩やかな改善方向へ向かう想定となっています。前年同期に上位だった「経費を節減する」などへの対応も交えつつ、変化する需要を捉えた機動的な対応がポイントとなります。

主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲ 30	▲ 29	▲ 22	▲ 24	▲ 27	▲ 24	▲ 25	▲ 27	▲ 22
売上額	▲ 19	▲ 26	▲ 16	▲ 19	▲ 3	▲ 26	▲ 22	▲ 24	▲ 25
収益	▲ 14	▲ 39	▲ 22	▲ 27	▲ 27	▲ 21	▲ 22	▲ 33	▲ 33

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人件費の増加	36.8%（2）	**40.5%**
2	売上の停滞・減少	44.7%（1）	**27.0%**
3	仕入先からの値上げ要請	28.9%（3）	**24.3%**
4	人手不足	23.7%（4）	**18.9%**
4	同業者間の競争の激化	7.9%（10）	**18.9%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

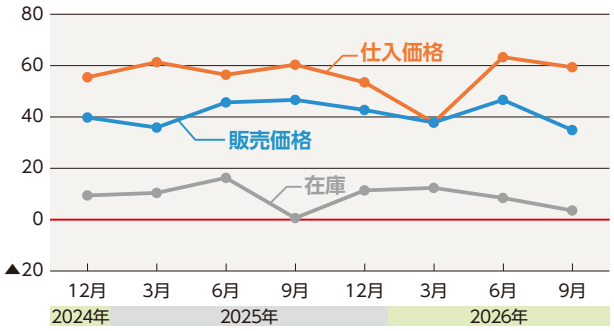
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	売れ筋商品を取り扱う	21.1%（4）	**40.5%**
2	品揃えを改善する	31.6%（2）	**32.4%**
3	経費を節減する	42.1%（1）	**29.7%**
4	仕入先を開拓・選別する	7.9%（10）	**27.0%**
4	人材を確保する	28.9%（3）	**27.0%**

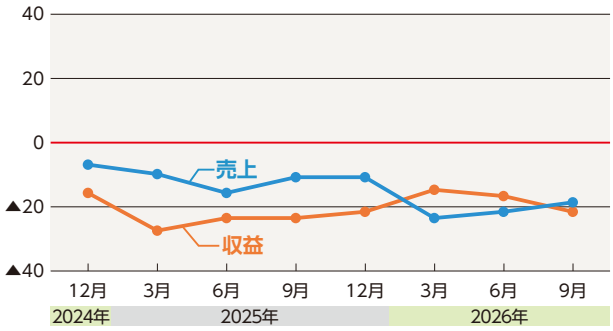
（複数回答）

項目別DIの推移

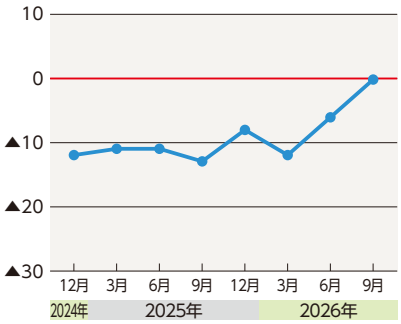
販売価格・仕入価格・在庫



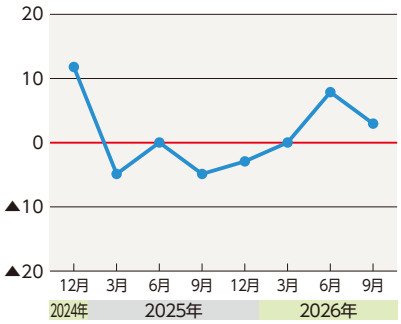
前年同期比　売上・収益



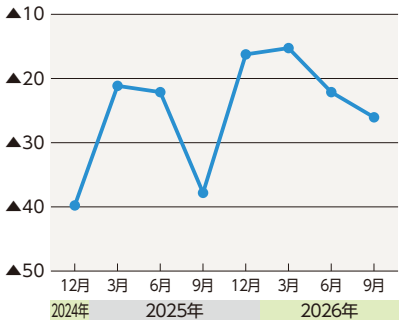
資金繰り



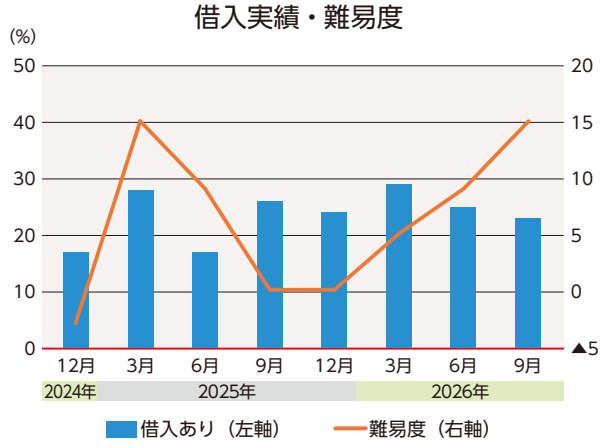
残業



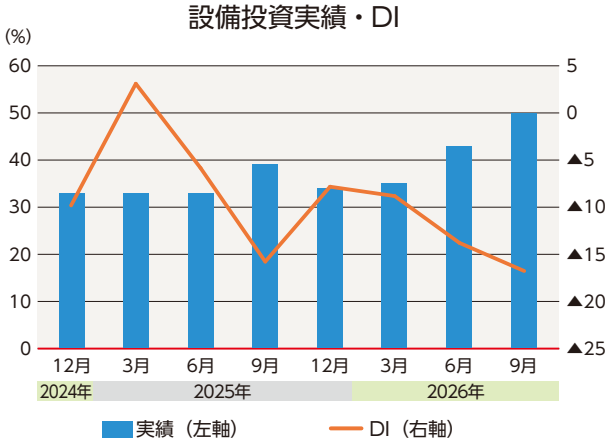
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期(予想)
1～4人			
5～9人			
10人以上			

エリア別　景況天気図

	都心近接	東部
業況感		
売上額		
収益		
資金繰り		

※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

サービス業



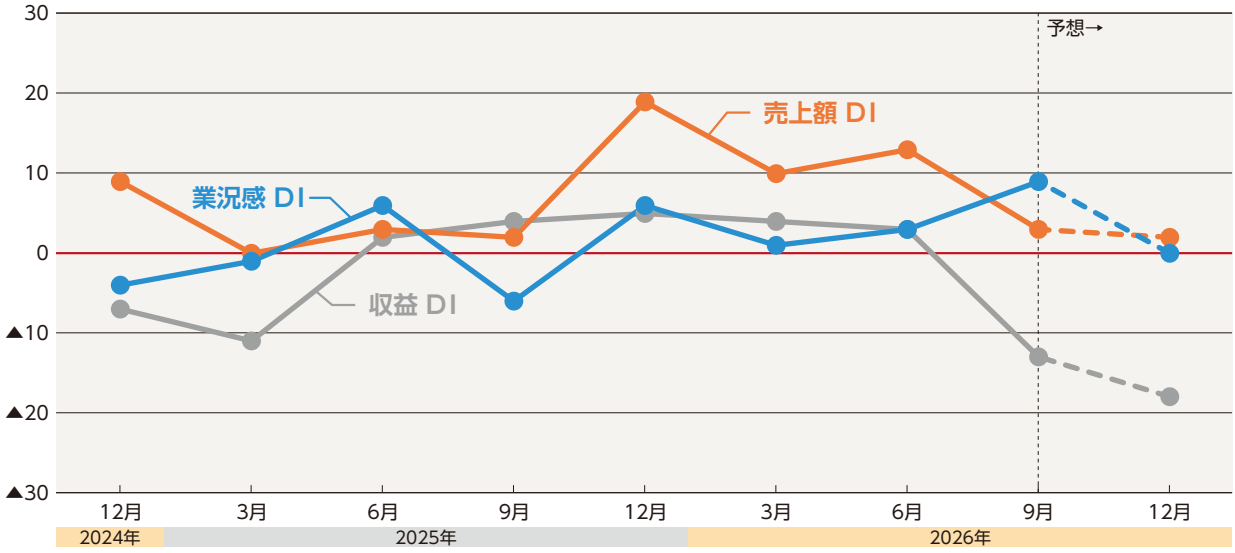
概　要

今期は、経営上の問題点で「人手不足」が前年に引き続きトップとなったほか、「人件費の増加」や「材料価格の上昇」が利益を圧迫しました。指数自体は短期的な変動を繰り返す形となり、慢性的な人手不足感が足かせとして大きく影響する展開となりました。

来期の見通し

来期予想では、業況感や売上、収益の主要指数がいずれも直近から低下し、悪化する予想となっています。重点経営施策として「人材を確保する」や「販路を広げる」を挙げる企業が引き続き上位を占めており、厳しいコスト負担や人手不足への対応を迫られる見通しです。

主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲4	▲1	6	▲6	6	1	3	9	0
売上額	9	0	3	2	19	10	13	3	2
収益	▲7	▲11	2	4	5	4	3	▲13	▲18

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人手不足	58.8%（1）	**50.7%**
2	人件費の増加	39.7%（2）	**39.1%**
3	材料価格の上昇	27.9%（3）	**34.8%**
4	売上の停滞・減少	22.1%（4）	**21.7%**
5	技術力の不足	14.7%（5）	**15.9%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

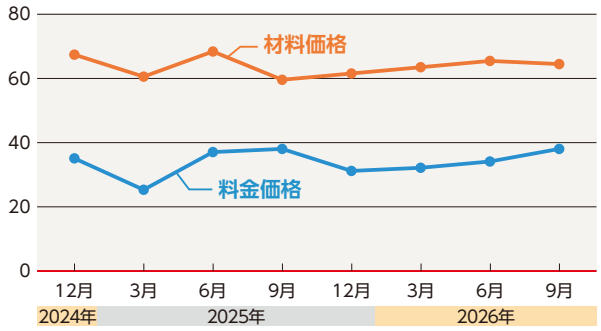
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	54.4%（1）	**47.8%**
2	販路を広げる	36.8%（2）	**37.7%**
3	経費を節減する	29.4%（4）	**34.8%**
4	技術力を強化する	33.8%（3）	**29.0%**
5	教育訓練を強化する	27.9%（5）	**23.2%**

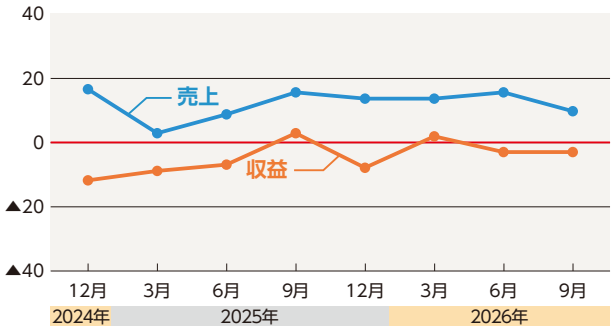
（複数回答）

項目別DIの推移

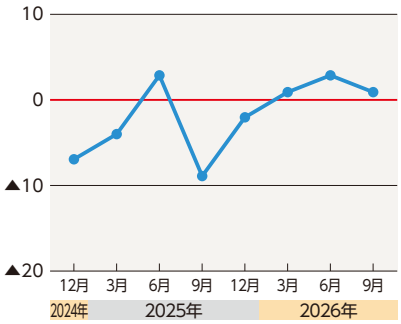
料金価格・材料価格



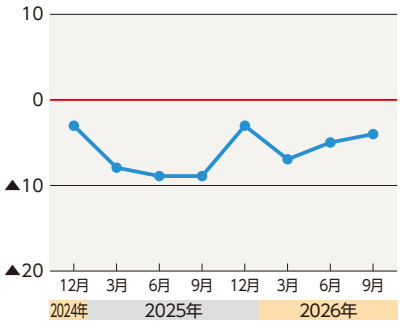
前年同期比　売上・収益



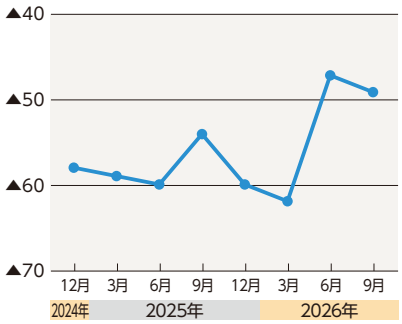
資金繰り



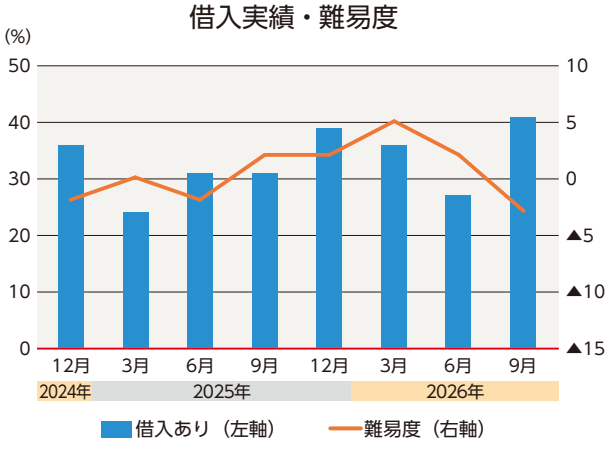
残業



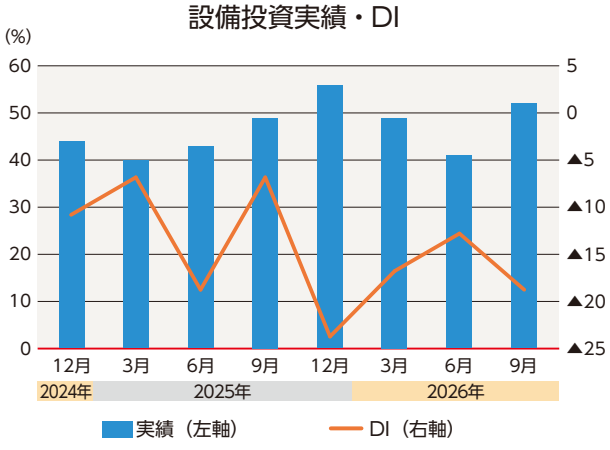
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期（予想）
1～4人			
5～9人			
10～19人			
20～49人			
50人以上			

エリア別　景況天気図

	都心	副都心	都心近接	東部	北部
業況感					
売上額					
収益					
資金繰り					

建設業



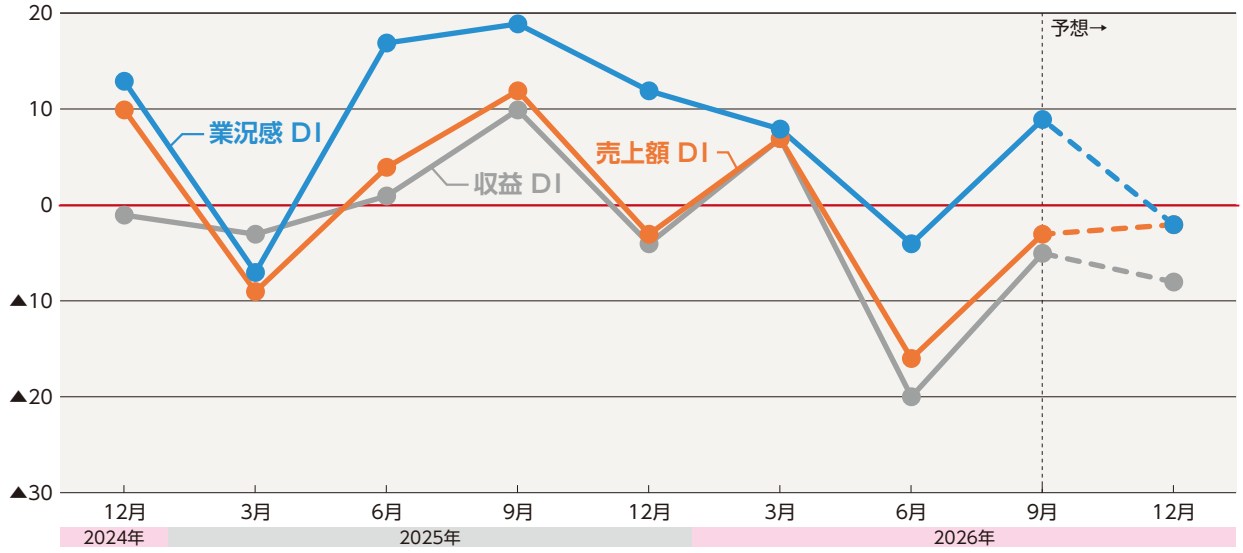
概　要

今期は、経営上の問題点で「材料価格の上昇」がトップに立ち、「人手不足」と並んで大きな負担となりました。人件費や残業の負担が重く利益を削る中、主要指数も一進一退の不安定な動きを見せ、予断を許さない局面が続きました。

来期の見通し

来期予想では、売上額DIに若干の持ち直しがみられるものの、業況感DIや収益DIは悪化する見通しとなっており、全体としては慎重な見方が広がっています。引き続き重点経営施策のトップである「人材を確保する」ことに注力しつつ、コスト圧力への対応を継続する形となります。

主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	13	▲7	17	19	12	8	▲4	9	▲2
売上額	10	▲9	4	12	▲3	7	▲16	▲3	▲2
収益	▲1	▲3	1	10	▲4	7	▲20	▲5	▲8

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	材料価格の上昇	50.8%（2）	**65.6%**
2	人手不足	66.1%（1）	**57.8%**
3	人件費の増加	18.6%（5）	**26.6%**
4	売上の停滞・減少	25.4%（3）	**23.4%**
5	下請の確保難	22.0%（4）	**18.8%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

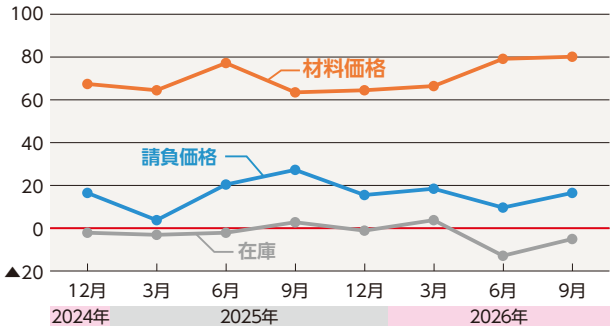
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	59.3%（1）	**67.2%**
2	経費を節減する	32.2%（3）	**37.5%**
3	技術力を高める	39.0%（2）	**34.4%**
4	販路を広げる	32.2%（3）	**21.9%**
4	情報力を強化する	20.3%（5）	**21.9%**

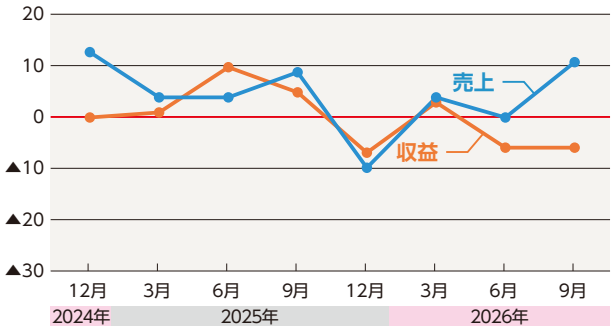
（複数回答）

項目別DIの推移

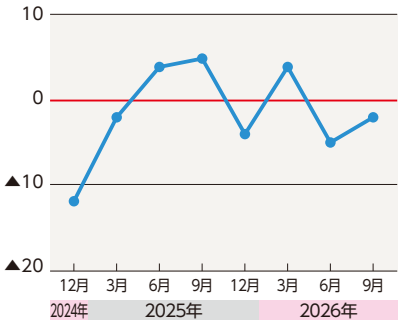
請負価格・材料価格・在庫



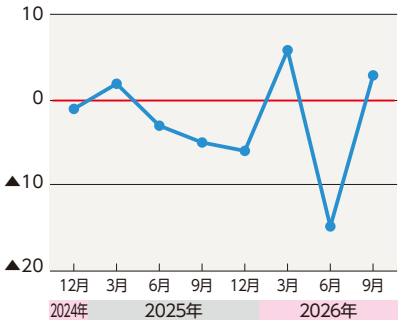
前年同期比　売上・収益



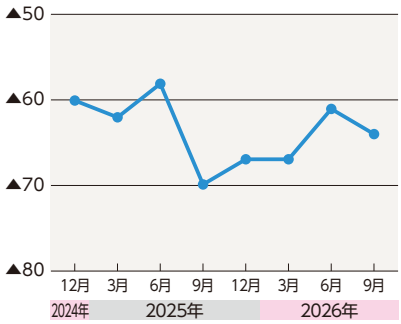
資金繰り



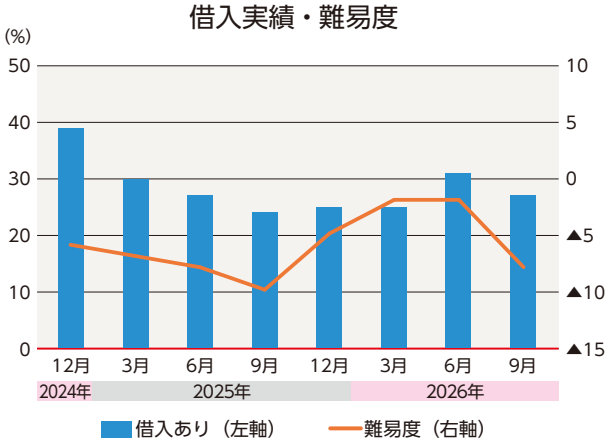
残業



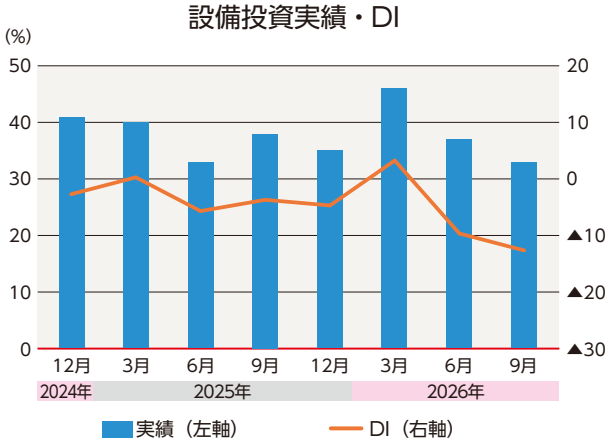
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期（予想）
1～4人			
5～9人			
10～19人			
20～49人			
50人以上			

エリア別　景況天気図

	副都心	都心近接	東部	北部
業況感				
売上額				
収益				
資金繰り				

※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

不動産業



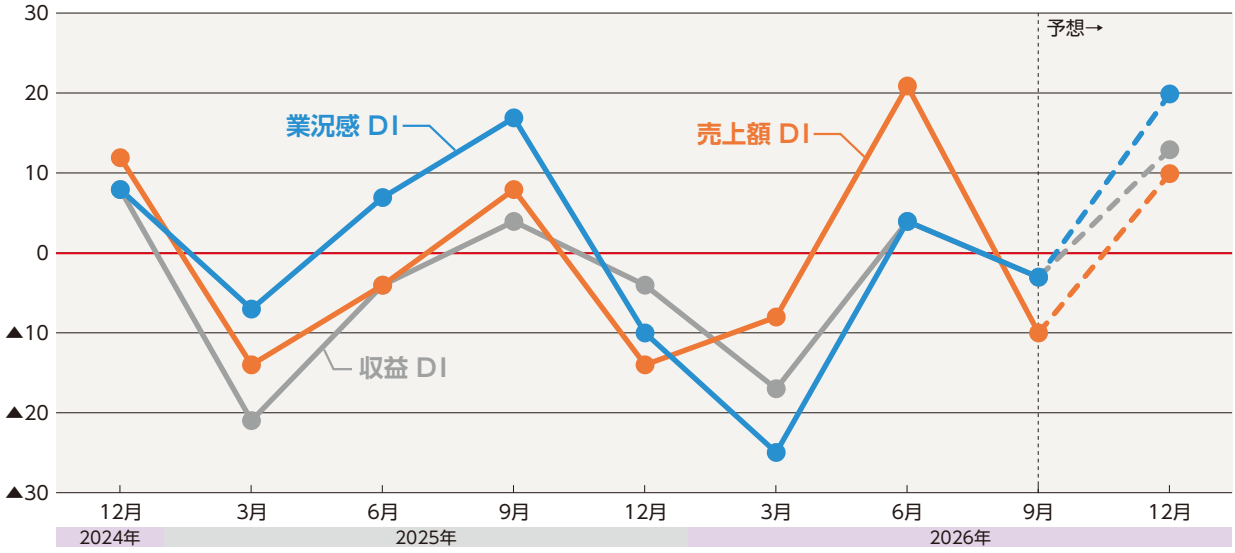
概　要

今期は、経営上の問題点で「商品物件の不足」が前年に引き続きトップとなったほか、同業者間や大手企業との競争激化が重なり、商機を左右する大きな課題となりました。売上額や収益のDIが大きく上下動を繰り返すなど、個別の物件動向に大きく影響を受ける推移となりました。

来期の見通し

来期予想では、業況感DIや売上額DI、収益DIの主要指数がいずれも上昇し、明確な改善が見込まれています。重点経営施策としてトップの「情報力を強化する」や「販路を広げる」に注力する企業が多く、市場環境の変化に対応しながら回復が進む見通しとなっています。

主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	8	▲7	7	17	▲10	▲25	4	▲3	20
売上額	12	▲14	▲4	8	▲14	▲8	21	▲10	10
収益	8	▲21	▲4	4	▲4	▲17	4	▲3	13

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	商品物件の不足	37.5%（1）	**43.3%**
2	売上の停滞・減少	12.5%（7）	**23.3%**
2	同業者間の競争の激化	37.5%（1）	**23.3%**
2	大手企業との競争の激化	25.0%（3）	**23.3%**
5	人手不足	12.5%（7）	**20.0%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

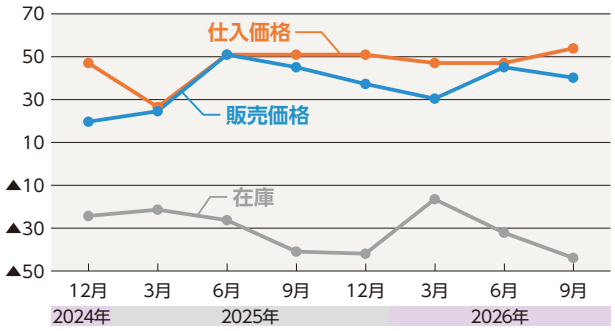
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	情報力を強化する	45.8%（1）	**40.0%**
2	販路を広げる	29.2%（2）	**36.7%**
3	経費を節減する	29.2%（2）	**30.0%**
4	宣伝・広告を強化する	20.8%（4）	**23.3%**
5	不動産の有効活用を図る	20.8%（4）	**16.7%**

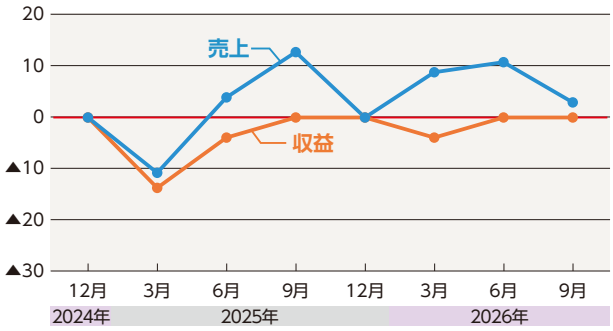
（複数回答）

項目別DIの推移

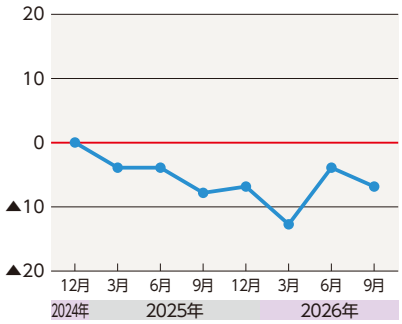
販売価格・仕入価格・在庫



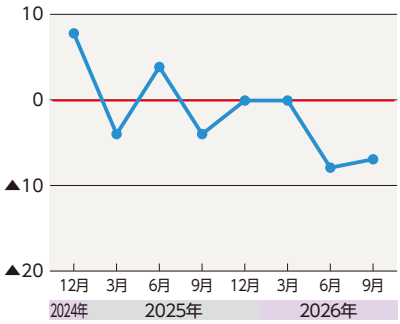
前年同期比　売上・収益



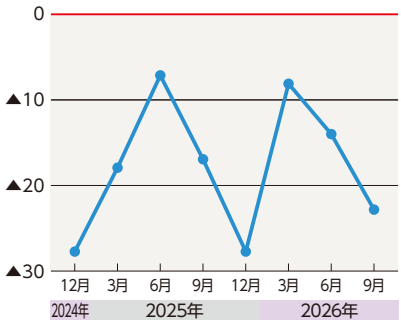
資金繰り



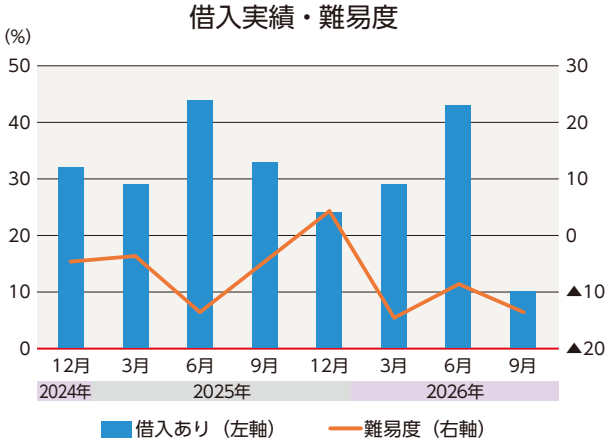
残業



人手



借入実績・難易度



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期(予想)
1～4人	☁	☁	🌤
5人以上	☁	☂	🌤

エリア別　景況天気図

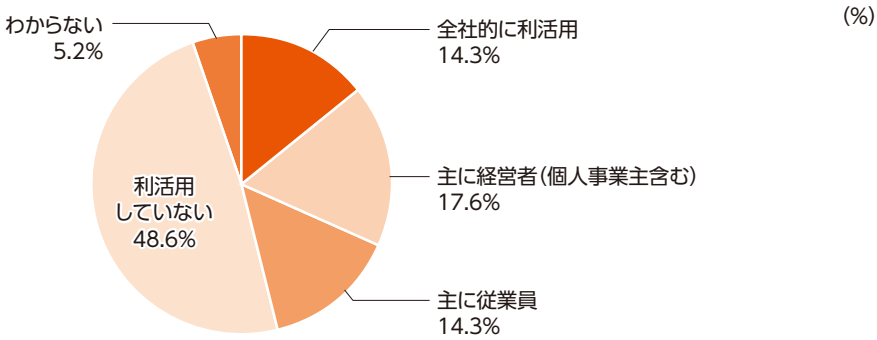
	都心近接	東部
業況感	☁	☁
売上額	☁	☁
収益	☁	☁
資金繰り	☁	☁

※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

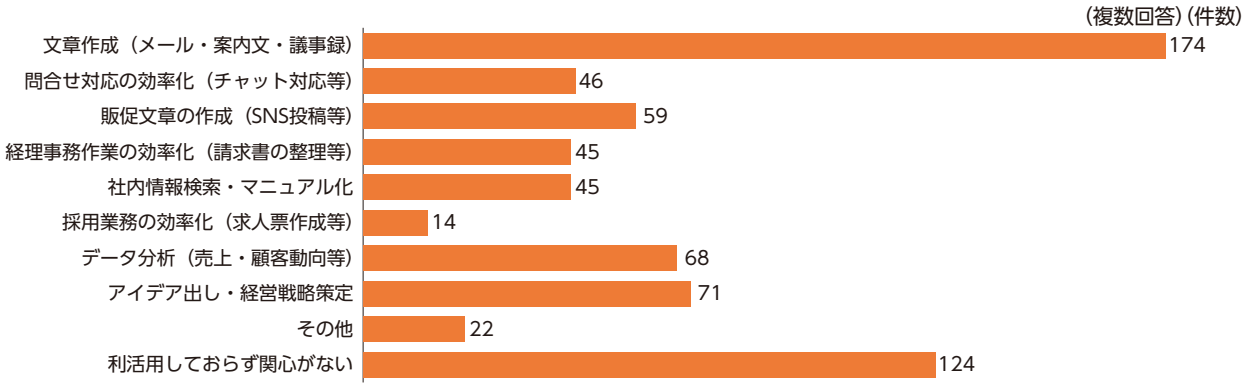
特別調査 中小企業における生成ＡＩの利活用について

（2026年9月調査／回答数：410件）

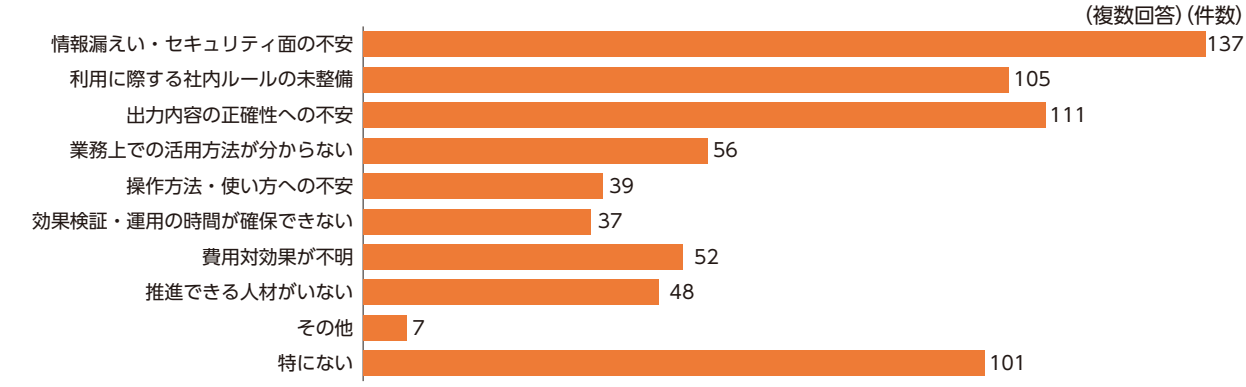
生成AIの利活用状況



生成AI利活用の用途及び関心のある用途

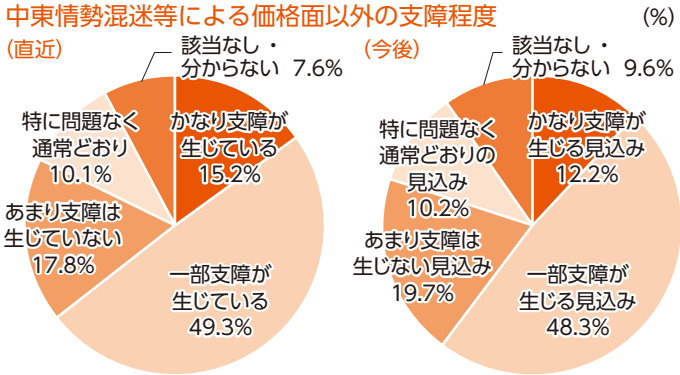


生成AIを業務で利活用する課題

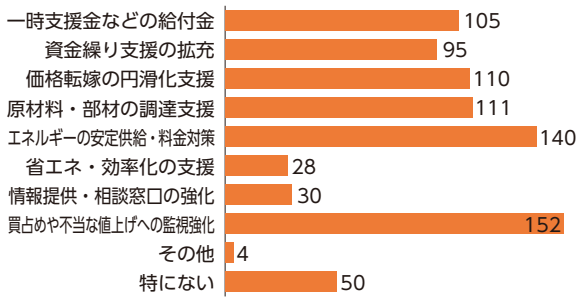


（特別設問）中東情勢による影響

中東情勢混迷等による価格面以外の支障程度



原油等高騰による行政に望む支援



お客さまからのコメント

製造業

外部環境の変動要因(中東情勢や原材料価格高騰等)から、以後の見通しが立てにくい状況となっている。

不動産(自社ビル)を活用し、営業外収益を増やすことで本業(組版・印刷)の下支えをしているもの。本業については長く不調が続いている。受注の減少、価格転嫁など本業における課題が多くあります。

増収・増益傾向にある。(摩擦圧接加工、精密金属の製造、加工)

生成AIを使わない日が無いほど、今では身近な存在となっている。

状況は先細りであり、いつ会社を閉じるかの段階にきている。

生成AIを日常業務にどのように取り入れるか、これから検討。

中東情勢の影響はいまだ大きく、今後も仕入先からの値上げ要請があると思われる。

卸売業

売上が増加傾向であるも、為替・円安コストアップで利益が減少。経費削減も限界。コロナ借入の返済に影響がでる。

ナフサ不足が事業停滞となり、工期遅延をおこし、取引先に迷惑をかけている。

中東情勢等あまりに不透明な先行きで手が打ちにくい状況。

ものづくりが、人から機械にとって代わり、その設備投資資金がコストに重くのしかかる。またその回転の速さが早くなっている。費用対効果が先行き懸念される。

卸売より、小売へのシフトを行い、利益重視へ転嫁している。

小売業

コンビニの苦しい経営状態を調査して国へと働きかける第三者機関があればいいと思う。

包装資材等、原材料以外の仕入価格高騰が経営を圧迫している。

建設業

中東情勢をはじめ、先行きが不透明であり、静観の状況。人材確保が課題である。

サービス業

AIに関して弊社のシステム開発についてもうまく利用すれば利益の向上につながるので、適度に活用していきたい。

客商売におけるお客さまのほとんどが高齢者になってきている。

状況の変化が起こりすぎて、将来の見通しが立たない。

不動産業

不動産賃貸という事業上、修繕コストの上昇と金利上昇が問題点。

依然として人手不足の状況が続いている。

物価上昇が著しく、物件の販売、住替え等が鈍くなっている。また修繕費、設備費のコストがかかってくる為、経費がかさむ。

賃料の滞納者も目立ってきている。

小さな楽器に宿る大きな魅力を 浅草から世界へ届ける100年越しのストーリー

株式会社キワヤ商会(ことぶき支店お取引先)

ハワイのカマカ社、アメリカのマーチン社に次ぐ世界で3番目に古いウクレレメーカー――売れない時代も品質へのこだわりを譲らず、専門店化と普及に力を注いできた。3代目社長の原京子氏（67）から4代目・林理弘氏（43）へと引き継がれた今、その視線は地域社会から世界へと広がっている。老舗が守り続けてきたものとその先に描く未来について、お二人にお話を伺った。



“可愛い楽器”を守った100年

合羽橋道具街の近くに店を構える株式会社キワヤ商会は、1919（大正8）年、岡本喜太郎氏が「喜八屋蓄音機」を創業したのが始まりだ。「末広がりで験が良い」と「八」にちなんだ屋号には、喜びを八方に届けたいという願いが込められていた。喜太郎氏は戦中戦後、蓄音機を通じて「音楽が傍にある幸せ」を届けることを使命とした。1947年にはレコード店・楽器店へと業態を変える。この時代を担ったのが、喜太郎氏の次女の婿養子の2代目社長・良二氏である。良二氏は先代の志を継ぎながら、「音楽を奏でる幸せ」へと事業を進化させていった。屋号は「喜八屋」の文字を活かし時代に合わせ、「キワヤ商会」とした。戦後、音楽は聴くものから自ら奏でるものになっていった。そこで、楽器の卸を始めた。

戦前戦後、大学生がウクレレを担いで闊歩するほどのハワイアンブームがあったが、エルビス・プレスリーらのロックの台頭とともに一気に去った。多くのメーカーが撤退を余儀なくされたウクレレ業界で、1955年「有名なウクレレにしたい」という願いから、良二氏は自社ブランド「Famous」を立ち上げた。しかし当時、ウクレレは年に30本程しか売れず社員や工場からは猛反発を受けた。それでも「この可愛い楽器をもう一回有名にしてやりたいから、辞める気なんか毛頭なかった」（良二氏）。その情熱は2006年、NAMM（全米楽器協会）から、「日本でウクレレを守り、育てた人」として顕彰を受ける形で実を結んだ。

2002年、3代目社長に就任したのは良二氏の長女の原京子氏（現・相談役）だ。当時は自社ブランドのギターや、キーボード・大正琴などの卸売りも手がけていたが、原相談役は、ウクレレ専門会社への転換を決断した。就任後、まず手がけたのは、ウクレレミュージアムの開設と、ウクレレの無料レンタル・無料体験の導入だった。

やがて経営の目線は、次の代へと移っていく。原相談役が後継として白羽の矢を立てたのは、娘婿の林理弘氏だった。ウクレレについて意見を求めた際に、林氏は「僕はウクレレを弾いている人たちの楽しそうな顔を見ていたい」と答えたという。「どうやって普及させるかばかり見ていた私に対して、彼はその先の“人”を見ていた」（原相談役）。

創業100周年を迎えた2019年、原相談役は林氏を後継社長に指名した。2020年、コロナ禍のまっただ中に就任した林社長は、巣ごもり需要を追い風に就任1年目で過去最高の売上と利益を記録する。以来、ここ数年で世界最大級の楽器見本市「NAMM Show」への自社出展を本格化させ、海外バイヤーとの直接取引にも踏み出している。

品質・信頼・普及の3本柱と『ひとり1レレ』

歴史については原相談役が、直近の取り組みについ

ては林社長が、互いに言葉を継ぎながら語ってくださった。

「Famous」は、昨年70周年を迎えた。長く愛され続けてきた背景には、品質への並々ならぬこだわりがある。検品は、2代目の時代から「習うより慣れろ」で受け継がれてきた技術だ。原相談役が社長に就任した当時、最大の課題と感じたのが品質管理だった。冬場の乾燥でウクレレが反ったり、音程が狂ったりする不具合があったという。そこで力を借りたのが夫で現会長の利一氏だ。利一氏は実家が木工の建具業を営んでいたこともあり、木と語らいながら、こだわりをもってウクレレと向き合っている。粘り強い職人気質が、品質への信頼を支えている。



「信頼」の面では、保証期間内の対応はもちろん、数千本に一本という個体差にも向き合う。

そして「普及」の柱を象徴するのが、「ひとり1レレ」という言葉だ。良二氏の代から、ウクレレを教える講師のもとへ足を運び、意見を聞いては工場に伝えるという文化があった。この“普及の原点”を制度化したのが、原相談役が発案した講師ネットワーク「メイト制度」で、現在も50人ほどが稼働する。

裾野を広げるべく1998年に開校したウクレレスクールは、幅広い世代の生徒を抱える。原相談役がウクレレに関わり始めたのも、父・良二氏が始めたスクールの手伝いがきっかけだった。「ウクレレに惚れ込んで、社長になることにしたんです」と原相談役は笑う。現在はジャンルの異なる講師を揃え、受講者は初心者から20年選手まで幅広い。単発参加できるワークショップも定期開催し、著名アーティストを講師に招くことも多い。

地域と歩む次の100年

キワヤ商会とウクレレスクールの広がりは、そもそも台東区の企画がきっかけだった。かつて区が主催した「ゴンチチと百人のウクレレ」で、参加者から「続きを学べる場がほしい」との声が上がり、区から依頼されスクールが本格始動した。祭り好きで知られ世界中から人を迎え入れる浅草の土地柄も、この歩みを後押ししてきたのだろう。

地域との縁は今も続く。学校教育への浸透は、2代目・良二氏が生前抱いていた悲願でもあった。原相談役の母校である地元小学校には、周年記念で自社製ウクレレ30本を寄贈し、良二氏自身が放課後に教室で指導にあたった時期もある。

今年は北区の中学校が音楽の授業にウクレレを40本導入し、林社長も授業を見学に訪れた。学校向けの無料レンタルは今も続けており、区からの依頼で、福祉施設へレンタルとアーティストの演奏派遣を行うこともある。



本店4階のウクレレミュージアムには、世界で3番目に古いウクレレメーカーという自負のもと、集めてきたコレクションが並ぶ。中でもマーチンのフルラインナップは、マーチン社自身も所有していないのではというほどの充実ぶりだ。

「Famousウクレレコンテスト」は、2002年に始まった。その系譜の先に、今年11月23日、浅草公会堂で「JAPAN UKULELE FESTIVAL」が初めて開催される。コンサート、コンテスト、ワークショップを組み合わせた大型イベントで、オンライン予選には150組超がエントリーした。将来的には台東区の協賛を得たり、世界中のグループとの交流も広げたいと、林社長は構想を語る。

林社長の視線は海の向こうにも向いている。ウクレレ発祥の地であるハワイの定番木材「ハワイアンコア」を求め現地の山奥まで足を運んだ。調達に関しては正規ルートで材木を選別し、使用した分の植林にも協力してきたという。根底にあるのは「ウクレレ文化を大切にしていきたい」という強い想いだ。

ミュージアムに並ぶのは今のところ海外の歴史的名器が中心だが、いずれは自社の歴史もそこに刻んでいきたいと林社長は考えている。目指すのは、バイオリンにおけるストラディバリウスのような存在だ。地域に根を張りながら、キワヤ商会は次の100年へと歩みを進めている。

法人概要



株式会社キワヤ商会
代表取締役社長　林　理弘
会　長　原　利一
相談役　原　京子
本　社：東京都台東区松が谷1-7-3
ＴＥＬ：03-3843-6761
https://www.kiwayasbest.com/

NEWS

令和８年度上期の助成事業について

朝日信用金庫が平成８年に設立した一般財団法人朝日中小企業経営情報センター（ACC）は、「経営者、従業員に対する研修事業」、「企業振興のための助成事業」、「異業種交流事業」という３つの事業に取り組んでいます。今回は、その中から「助成事業」についてご紹介します。

毎年上期・下期に「新製品開発」「新分野進出」「環境改善」「創意工夫」「伝統工芸、その他」の各分野で実績のある企業や長年努力した企業を選んで顕彰しています。今回は、当金庫本支店から23社が推薦され、15社が一次審査を通過しました。８月27日の「選考委員会」で９名の選考委員により最終審査が行われ、その結果10社（内最優秀賞１社）が採択されました。

助成額は１社10万円で、特に内容の優れたものについては最優秀賞として20万円を贈呈しております。今回の最優秀賞はパルテック電子株式会社様が受賞いたしました。パルスパワー技術を用いたアニサキス殺虫装置の開発が高く評価されました。

なお、受賞各社には、朝日信用金庫の伊藤理事長と当財団の桝内常務理事が訪問して顕彰盾と助成金の贈呈をさせていただきました。

訪問した際、各社から開発等に至った背景や苦労されたことなどの話を聞くことができ、伊藤理事長からは「試行錯誤を重ねながら課題を乗り越えてこられたご苦労に対し、改めて企業の挑戦する力の大切さを感じました。今回の商品が新たな成長につながることを、心より期待しております」との思いが伝えられました。

現在までの助成実績累計は、応募件数1,024件、顕彰件数446件、助成金総額１億8,628万円となっています。

次回の「助成事業」の申請受付は、本年11月を予定しています。是非、応募をお待ちしております。

令和８年度上期　顕彰先企業

（敬称略）

企業名 業種 （主な取扱商品等）	助成申請事由
【最優秀賞】  **パルテック電子 株式会社** **高圧電子機器製造** （雷サージ発生器、高電圧実習装置、衝撃電圧発生装置、レザー用電源等）	**＜ 新製品開発 ＞** パルスパワー技術の活用による「食」への安全・安心を創造する企業。熊本大学産業ナノマテリアル研究所と共同で、魚の品質を保ったままアニサキスを99.9%死滅させる「パルスパワーを用いたアニサキス殺虫装置」を開発した。パルスパワーとは、超大電力、瞬間的で発熱が少ない、繰り返し処理ができるという特徴により、魚の鮮度や味、品質をまったく落とさずに、身の中に潜むアニサキスだけを確実に殺虫できる。 現在はスーパーの食品売り場の鮮魚コーナー内に設置、主にサバ、アジ、カツオのフィレに活用、また大手回転ずし店の一部にも試験的に導入されている。機械の小型化、（スーパー向け）、大量処理化のための装置の開発（セントラルキッチン向け）等の開発にも取り組んでおり、将来的な展望が期待できる。パルスパワーの技術を活かした製品を広めることで、日本の「食」への安全向上を目指していく考え。

（敬称略）

企業名 業種 （主な取扱商品等）	助成申請事由
 **株式会社 インテック** **計量器・理化学器卸** （ボイスウォッチ、ポケットボイスマルチクロック）	**＜ 新製品開発 ＞** 視覚障がい者のための次世代GNSS（全球測位衛星システム）ボイスウオッチ（音声腕時計GRUS）の開発。GRUSは、ボタン操作により時刻や日付を音声で読み上げる腕時計で、GPS連動による自動時刻修正機能を備えている。2015年～2017年に初代のGNSSボイスウオッチを開発、機能性や防水性のほかデザイン性でも高い評価を得ていたが、一人のパラアスリートの「障がい者向けの製品は機能性や安全性ばかりで、見た目の良さや高級なものがほとんどない。晴眼者と同様な製品があってもいいのでは」という声からデザイン性、更に高機能性商品への開発に至った。海外の視覚障がい者からも、ファッショナブルで時間の狂わない時計が欲しいとの多数の声から、現在は6言語（日本語・英語・中国語・ヒンディー語・スペイン語・韓国語）へ対応させた。課題であった①時刻合わせの難しさの解消。「ズレた時間を他人に直してもらう」必要が完全になくなったこと。②TPOに合わない「音」の問題。3段階＋サイレントモードに切り替え可能。③デザイン性。スイスの高級パイロットウオッチを彷彿とさせるデザイン。「福祉機器」を「一般の高級時計」の域へ昇華。　販売価格110,000円

NEWS



株式会社 BASEGEAR
ゴルフカート製造業
（一人乗り用ゴルフカート）

＜ 新製品開発 ＞

一人乗り用ゴルフカート（電動）の開発。商品性としては、①日本のゴルフ場を想定した全地形型高性能モビリティー設計②独自の安全装置（自動ブレーキ・自動パーキング）を搭載③乗車モードと歩行モードの切り替えが可能となり、切り替え機能については特許を申請中 。今までになかった一人乗り電動カートの導入により、①ゴルフでの渋滞解消②高齢者のゴルフ利用者増加③ゴルフ場運営側としてはコスト削減等、導入メリットが多い。令和7年9月頃から販売開始、現在は北海道から広島まで全国各地のゴルフ場15ヶ所に導入、特に栃木県那須塩原市にあるホウライカントリー倶楽部では100台導入し、運用されている。他にも導入検討中のゴルフ場は11ヶ所となっている。 また、ダムのトンネル工事現場の移動手段としても運用されており、ゴルフ場以外での運用についても注目を集めていることから、今後の売上拡大が期待できる。レンタルでの対応が可能であり、ゴルフ場としては初期費用がかからず、サブスク費用のみで対応可能。サブスク費用：月30,000円



アダワープジャパン 株式会社
受託開発ソフトウェア業
（遠隔操作ソフトウェア）

＜ 新製品開発 ＞

遠隔操作フォークリフトの開発。平成26年、VRヘッドセットをかぶってロボットを操作した安谷屋（アダニヤ）氏が「これならワープできる」と思い、ADANIYAがWARPする会社「アダワープジャパン」を設立。当社は遠隔操作ソフトウェアの開発に特化した企業で創業当時は、大手ゼネコンをはじめとする建設業界に対し、建機の遠隔操作技術を提供していた。その後、物流倉庫業界で使用される「フォークリフト」の遠隔操作を開発する企業が存在しないことに着目し、開発に着手。令和7年より大手倉庫会社2社との協業を開始した。2社に対し令和8年2月に遠隔操作フォークリフトを各１台納品、本年中に追加で2台を受注予定。また、新規で大手輸送用機器メーカーからも協業の引き合いがある。遠隔操作を実現することで、地方と都市間の距離をなくして労働をサポート、まずは日本中、将来的には世界中どこからでも操作が可能となる社会を目指している。遠隔操作フォークリフト…大手倉庫会社2社に対し売上約30百万円。



栗原紙材 株式会社
古紙回収業
（古紙、段ボール、パルプモールド）

＜ 環境改善 ＞

昭和13年（1938年）に創業し、昭和42年に法人を設立。「限りある資源を生かす」をモットーに、古紙のリサイクルビジネスに取り組んでいる。主に回収した古紙の選別・加工を経て製紙メーカーへ出荷するワンストップサービスを展開していたが、再生資源を活用して自社製品を製造・販売する国内企業が存在しなかったため、自社完結型の「クローズドリサイクル対応」を確立し、循環型環境システムを構築した。更に、世界的な環境問題（ゴミ処理問題）の高まりを受け、注目を集めていた「パルプモールド事業」を強化。業界内での差別化を図り、緩衝材、植木鉢、モールドパレットやノベルティなどの製品へと再生・製品化している。なお、現在のパルプモールド事業の月商は約1,000万円となっている。



株式会社 Global Embrace Medical

医療用機械器具製造卸

（医療用X線防護衣およびX線防護クロス）

＜ 新製品開発 ＞

当社は、Ｘ線防護用品の製造・販売を行う企業で、医療従事者や介護現場の負担軽減につながる製品開発に取り組んでいる。新型のX線防護用品「AQUA-X」の開発で、従来の縫製による防護衣とは異なり、縫製を伴わない構造とすることで、軽量性や高い防水性を実現する。また、無縫製化により多様な製品への採用が可能となり、機能性とデザイン性を両立した製品として差別化を図っている。洗濯しやすく衛生的で、汚れや臭いが染み込みにくいことから、医療現場での快適性向上にも寄与する。さらに、専用洗浄機や収納用品など関連製品の開発も進め、医療機関のニーズに幅広く対応する予定である。高い生産技術と独自の設計力を生かし、医療業界への貢献と事業拡大が期待される企業であり、今後の売上増加を見込む。開発投資を継続しながら新たな市場開拓を進めており、今後の成長が期待されている。



cool-japan 株式会社

冷凍調理食品製造業

（冷凍寿司）

＜ 新製品開発 ＞

冷凍寿司の製造販売。瞬間冷凍技術が発達し、本物の寿司を握りたてのまま保存ができるようになったが、解凍技術に課題があり普及しなかった。シャリ（米）とネタ（魚）それぞれ必要とされる解凍温度や解凍方法が大きく異なり、同時に行うことが困難であった。これを当社の技術と開発で簡単に解凍することができ、かつ高級寿司店で食べるシャリは肌温、ネタは少し冷たいという寿司として最適な握りたての状態を再現することに成功。本商品は火を使わず、水のみで温かい本物の寿司が食べられる。これは当社の優れた解凍技術（特許取得済）によるものであり、他にも様々なメリットがある。①災害時に被災地で火や電気を使わず、温かくて美味しい寿司が食べられる。②作り置きができるため、人材不足の解消となる。③保存ができるので食品ロスの削減となる。今や世界中で食べられるようになった寿司を美味しく食べてほしいという思いから開発に至った。成果としては、令和６年12月より日本国内で販売開始、令和８年４月にアメリカの大手シーフード企業と契約、108,700千円売実績となっている。



株式会社 モバイルサポート

金融機関向けDXソリューション事業

（金融情報配信・顧客接点基盤サービス「MarketTouch」他）

＜ 新製品開発 ＞

当社は、金融機関向けに投資信託販売を支援するSaaS「Market Touch」を提供している企業。本事業では、新NISAの普及や金融DXの進展を背景に、「投資信託販売時に自動通知する5%ルール対応サービス」を開発する。投資信託の基準価額が前営業日比5%以上下落した際、顧客へ自動通知を行うことで、金融機関の迅速なアフターフォローと顧客対応を支援する仕組みである。2024年8月の株価急落時には、多くの金融機関で対応が追いつかない課題が顕在化しており、本サービスはその解決を目指す。現在「Market Touch」はゆうちょ銀行を含む約30の金融機関へ導入され、販売実績も拡大している。新サービスでは通知機能に加え、顧客管理や業務効率化を支援する機能も強化し、金融機関の業務負担軽減と顧客満足度向上に貢献する。ISO/IEC27001:2022認証取得による高い情報セキュリティ体制を強みとし、金融DXの推進や顧客利便性向上に寄与する成長性の高い事業として期待されている。

NEWS



ケアフォート 株式会社

医療用品卸・販売

（密閉パック装置「エコムシュウ」・専用フィルム）

＜ 新製品開発 ＞

看護・介護の現場を支える清潔パートナー「エコムシュウ」の開発。開発の経緯は、代表者はもともと、親会社である㈱スミロンの役員として従事。親会社で展開していたライフケア製品事業の中で、特殊テープを使用した多用途の密閉パックを販売しており、「エコムシュウ」はその一環で開発された。「エコムシュウ」は医療や介護、保育園などの現場で使用された「紙おむつ」や排泄介助などで出た「ペーパータオル」「ガーゼ」「PPE（個人防護服）」などの感染性廃棄物をポリプロピレン使用の特殊テープで瞬間パックする装置。瞬間パックすることで①臭いの発生を絶ち衛生的な環境を実現②汚物保管時の感染リスクを軽減③パック後は素手でも取り替えられ、作業効率が増加。販売実績は病院・介護施設・保育施設に累計3,500台ほどとなっている。最新装置は令和7年10月からで約200台の販売実績がある。1台の単価は610千円、消耗品のバックテープは5セット10本入り、1本80メートル巻68,000円。（使用人数20人で1ヶ月約2.5セット必要）



カワハラメタル 株式会社

非鉄金属業

（重金属含有スラッジ·廃液·燃え殻、
廃液に含まれる銅・金・プラチナ等回収）

＜ 環境改善 ＞

「環境重視で100％再資源化をお手伝い」。当社は、産業廃棄物の中で排出量が最も多く（全体の42.1％）再生利用率が低い（7.6％）「汚泥」の処理問題に着目。昭和36年からの四半世紀にわたり培った専門ノウハウと、独自の処理技術「カワハラ式自己乾燥」を駆使した事業を展開している。この技術により、重金属を含む汚泥の水分を約10％まで落とし、不足金属を追加·調整することで、有価物（リサイクル原料）へと加工・再資源化し、鉱山会社の規格に合わせ100％非鉄金属鉱山へ納入している。これにより重金属による環境汚染を防ぎ、循環型社会やSDGsに大きく貢献している。また、同社は「エコアクション21」の認証を取得しており、大手企業との取引実績もある。業績面でも売上高が3期前の464百万円から前期には691百万円へと右肩上がりに成長しており今後も期待が持てる企業。

ACCでは、「経営者・従業員に対する研修事業」「企業振興のための助成事業」「異業種交流事業」を行っています。ご興味がある方はお取引支店またはACC事務局までお問合せください。



一般財団法人 朝日中小企業経営情報センター（ACC）

台東区東上野1-2-1 朝日信用金庫西町ビル5階　電話：03-5818-1281



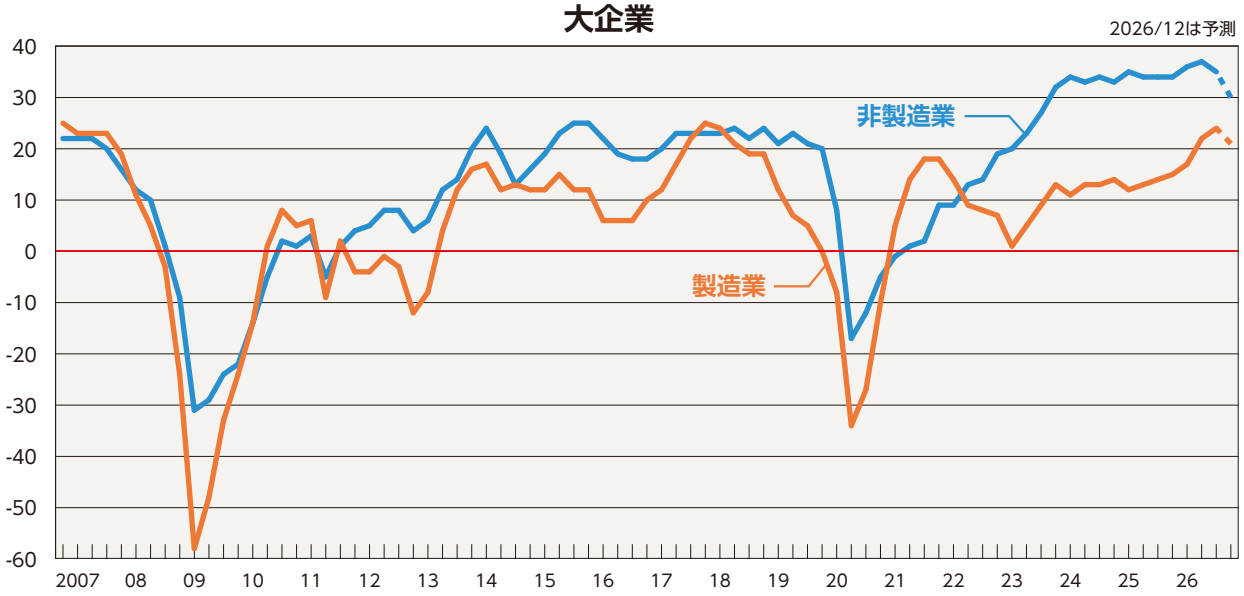
ご参考 日銀短観（2026年9月調査）

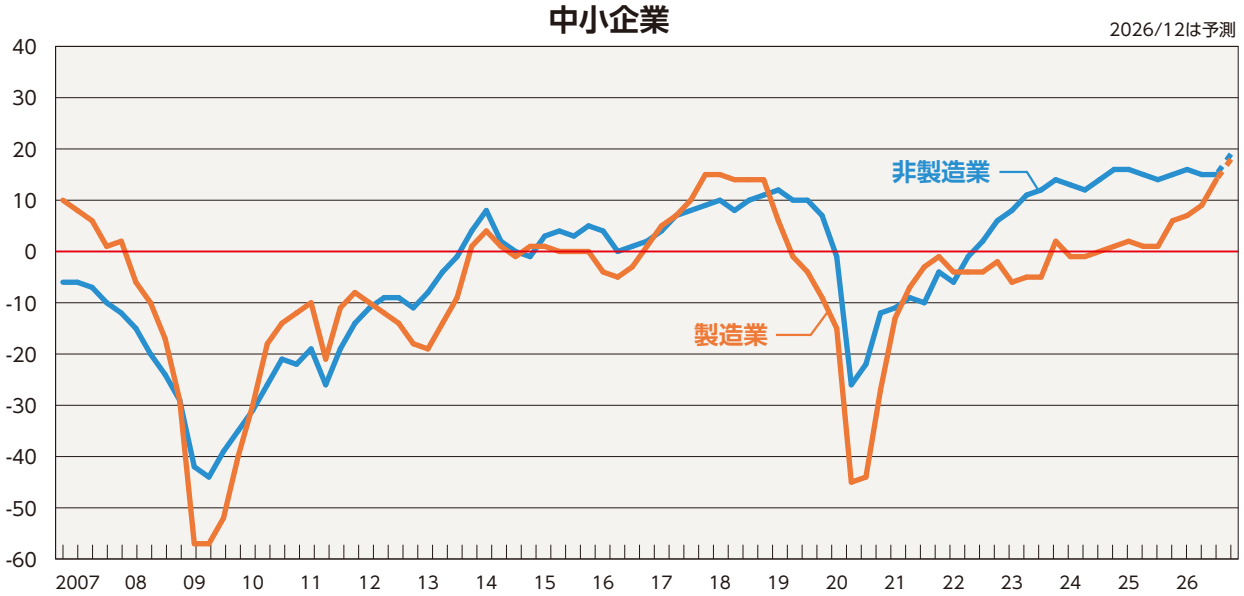
2026年9月の日銀短観が発表されました。

大企業の製造業DIはAI・半導体関連の底堅い需要を背景にプラス方向へ続伸したものの、非製造業はコスト高や悪天候の逆風を受けて小幅な低下となり、前回から引き続き業種間のまだら模様が続いています。

中小企業の業況判断DIは、製造業が前回から改善し、非製造業も横ばいとなるなど底堅さを示しました。設備投資計画は、人手不足に対応した省力化や効率化投資を背景に、前回調査から上方修正されました。

もっとも、先行きに対する企業の警戒感は緩んでおらず、原材料価格の上昇や終わりの見えない人手不足、物価高による個人消費への下押し圧力が引き続き重荷となっています。大企業から中小企業への回復の波及や、コスト高を吸収するための価格転嫁がどこまで進むかが、今後の景気の持続性を左右する鍵となりそうです。





資料：日本銀行調査統計局（第210回全国企業短期経済観測調査より）

Asahi Information Report

街の鼓動に敏感です
朝日信用金庫



pannapitta
イメージキャラクター
「パンナピッタ」

© 2025 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L655361

CARBON ZERO PRINT
SUSTAINABLE PRINTING ASSOCIATION OF JAPAN
SPA-230015-J
CARBON EMISSION
336.371▸292.134 gCO2/copy
この印刷物は、Scope1,2のCO2排出量が実質ゼロで稼働するカーボンゼロプリント工場で印刷しています。
CZP-42609091

CARBON NEUTRAL PRINT
SPA-230015-J
CARBON EMISSION
292.134 g CO2/copy ▸ 0
この印刷物は、CO2排出量を算定しカーボンオフセットすることで、CO2排出量を実質ゼロにしています。
CNP-42609091

FSC
www.fsc.org
ミックス
紙 | 責任ある森林管理を支えています
FSC® C178432