



経営動向調査報告書

～第116回 2025年6月期結果～



1. 調査概要

調査対象期間 2025年4月～6月

調査期間 2025年6月27日(金)～7月16日(水)

調査対象数 熊本市内 小規模企業 250事業所

回答数 150事業所(回答率60.0%)

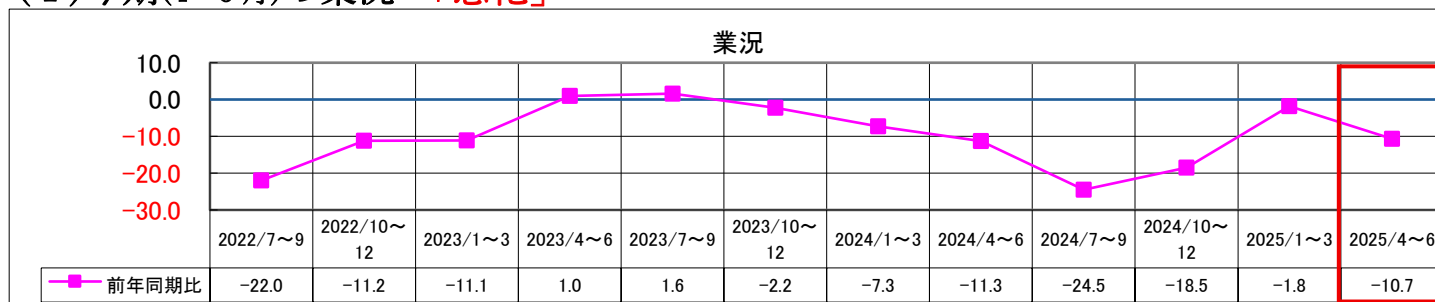
※ 小規模企業：商業・サービス業では従業員5名以下、それ以外の業種は20名以下の企業をいう。

※ DI値(業況判断指数)：(DI=(増加・好転などの回答割合)-(減少・悪化などの回答割合))

売上高、受注・販売単価、業況などの各項目についての判断の状況を表し、強気や弱気など「景気の実感」をそのまま表すものである。

2. 調査のポイント

(1) 今期(4～6月)の業況：「悪化」



業種	今回調査	前回調査	比較ポイント
全業種	▲ 10.7	▲ 1.8	▲ 8.9
製造業	▲ 30.0	▲ 35.0	5.0
建設業 (土木・建築)	0.0	▲ 5.3	5.3
建設業 (職別・設備)	▲ 10.0	10.0	▲ 20.0
卸売業	▲ 6.3	▲ 5.9	▲ 0.4
小売業	▲ 46.4	▲ 31.3	▲ 15.1
飲食業	▲ 23.1	28.6	▲ 51.7
サービス業	25.7	24.4	1.3

業況が「悪化」した要因

原材料費や人件費の高騰、消費マインドの低下などが挙げられた。

業況が「改善」した要因

値上げの実施や新規顧客の獲得、情報発信の強化が奏功したとの声が挙がった。

(2) 来期(7～9月)の業況見通し：「わずかに改善」

業種	今回調査	前回調査	比較ポイント
全業種	▲ 2.7	▲ 4.3	1.6
製造業	▲ 20.0	▲ 35.0	15.0
建設業 (土木・建築)	5.6	▲ 10.5	16.1
建設業 (職別・設備)	5.0	▲ 5.0	10.0
卸売業	▲ 6.3	▲ 17.6	11.4
小売業	▲ 32.1	▲ 12.5	▲ 19.6
飲食業	▲ 15.4	0.0	▲ 15.4
サービス業	28.6	24.4	4.2

「改善予測」の要因

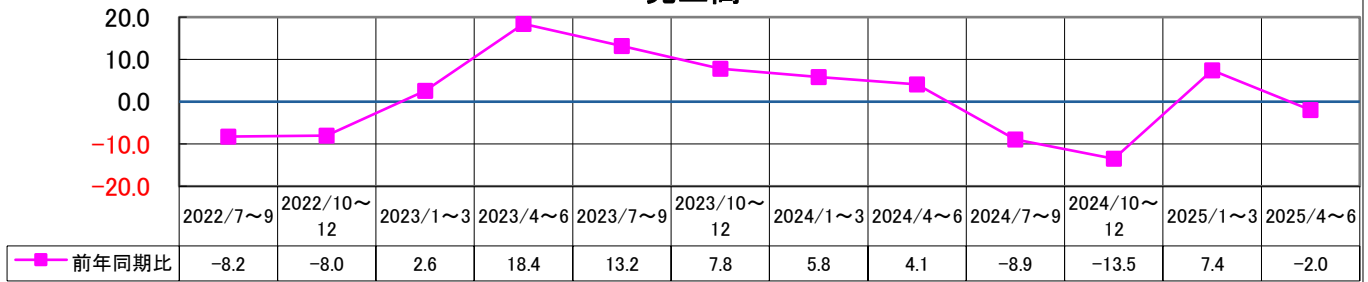
新規受注の拡大や販路拡大の取組み強化によるものとの声が挙がった。

「悪化予測」の要因

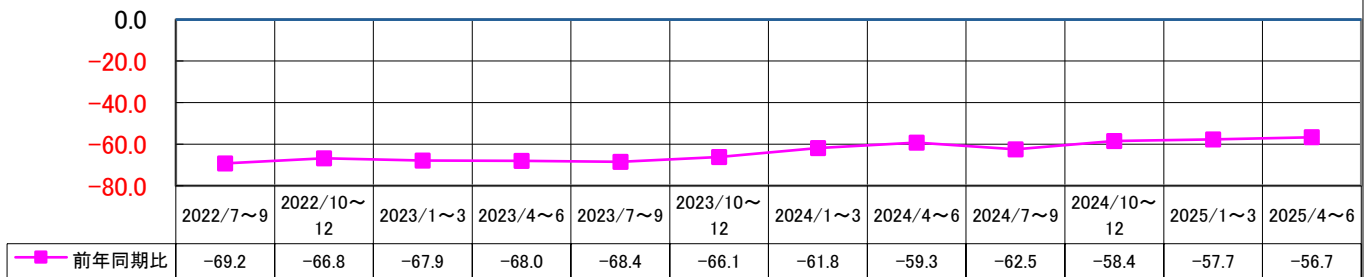
猛暑の影響による客数減に加え、
原材料高の長期化と消費マインドの低下が業況に影響を与えているとの声が挙げられた。

3. 調査項目別の推移

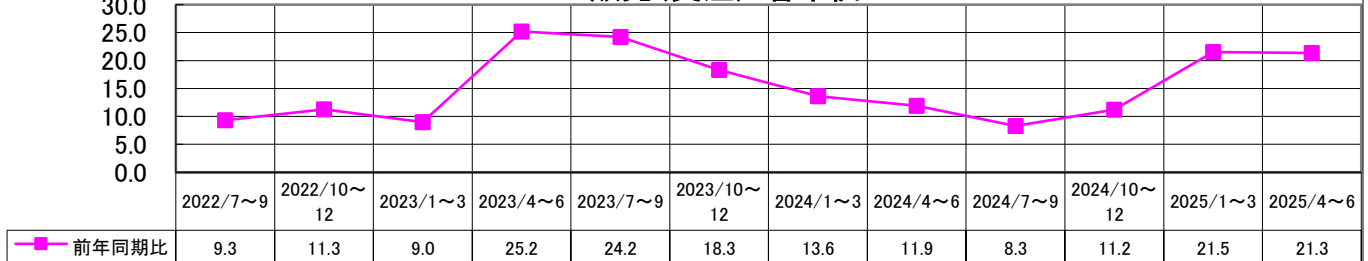
売上高



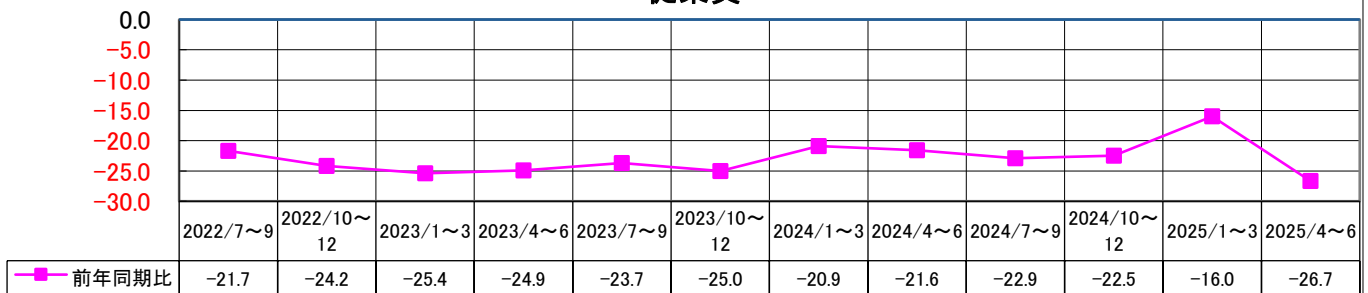
製造原価・仕入(材料等)単価



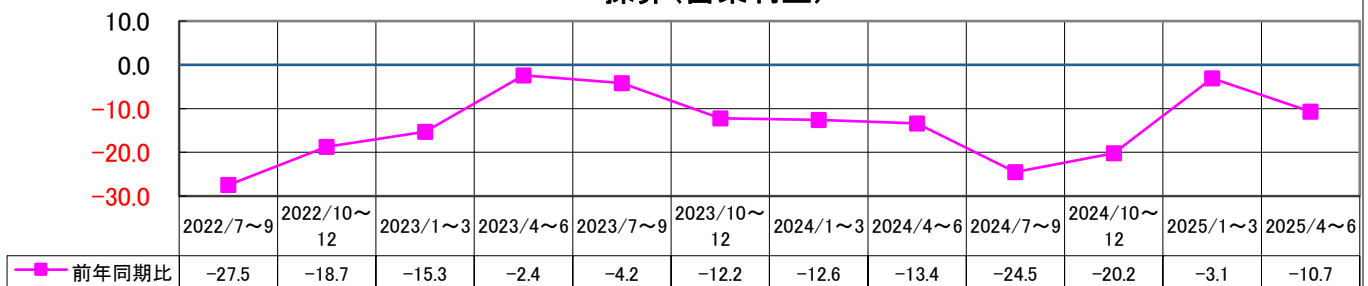
販売(受注)・客単価



従業員



採算(営業利益)



4. 調査対象企業の声

業 種	コメント（抜粋）
製造業	・売上数量は減少したものの、値上げの効果により売上額は確保された。 - 一方で、原料価格の大幅な高騰により採算は悪化している。 ・通販事業を開始したため、来期は販売額の上昇が見込まれる。
建設業 (土木・建築)	・熊本地震から 10 年が経過し、一応の落ち着きを取り戻したことで、今後の受注はかなり低迷する見込み。ここしばらくは景況の上向きは期待できない。
建設業 (職別・設備)	・前期は建築工事の受注が好調であったが、今期は建設工事の減少分を半導体関連工事の受注で補っている状況である。
卸売業	・海外情勢の不安定化やトランプ関税の影響（仕入価格の上昇や流通コストの増加）で、来期の見通しは良くない。
小売業	・夏場は猛暑の影響もあり、来客数が減少する見込み。
飲食業	・原価高騰や賃上げにより、業況が悪化した。 ・かつてはお盆期間の来客が多かったが、近年は慶事・法事の機会が減少しており、集客が見込みにくくなっている。
サービス業	・Instagram や Google ビジネスプロフィールの活用により、売上高が上がった。

5. 調査のまとめ

原材料費や人件費の上昇は、今回も多く業種で共通する課題となっており、コスト負担の増加が業況の足かせとなっている。「売上高」・「従業員」・「採算（営業単価）」の DI 値はいずれも悪化し、全体の業況判断もマイナスに転じた。

一方で、「販売（受注）・客単価」の DI 値は高水準を維持しており、価格転嫁への一定の理解が市場に広がっているとみられる。

また、業種ごとに明暗が分かれる動きも見られた。製造業では価格改定や新規取引先の開拓などによって一定の回復傾向がうかがえたほか、建設業でも一部で受注が安定し、堅調に推移する声が聞かれたが、小売業や飲食業は、消費マインドの低下や猛暑の影響による客足の減少を懸念する声が多く、今後の業況についても慎重な見方が目立った。

加えて、一部では国際情勢の不安定化やトランプ関税の影響を懸念する声も挙がった。

こうした中でも、販路の拡大や情報発信の強化などの取組が業績に好影響をもたらしている事例もあり、外部環境の変化に柔軟に対応する姿勢が引き続き重要と考えられる。