



2025年度 地域経済動向調査 結果報告

データで見える地域の「いま」と、
共に考える「次の一手」

管内72社の生の声から、地域経済の現在
地と未来へのヒントを紐解きます。



厳しい現状を直視し、次なるアクションの羅針盤へ

日々の経営、本当にお疲れ様です。

本調査は、管内で事業を営む皆様の「景気の実態」や「経営課題」を浮き彫りにし、次なる支援策や経営のヒントに繋げるために実施しました。



① 地域を集める

管内事業者72社への詳細なアンケートと自由記述による実態把握。



② 構造的な課題を知る

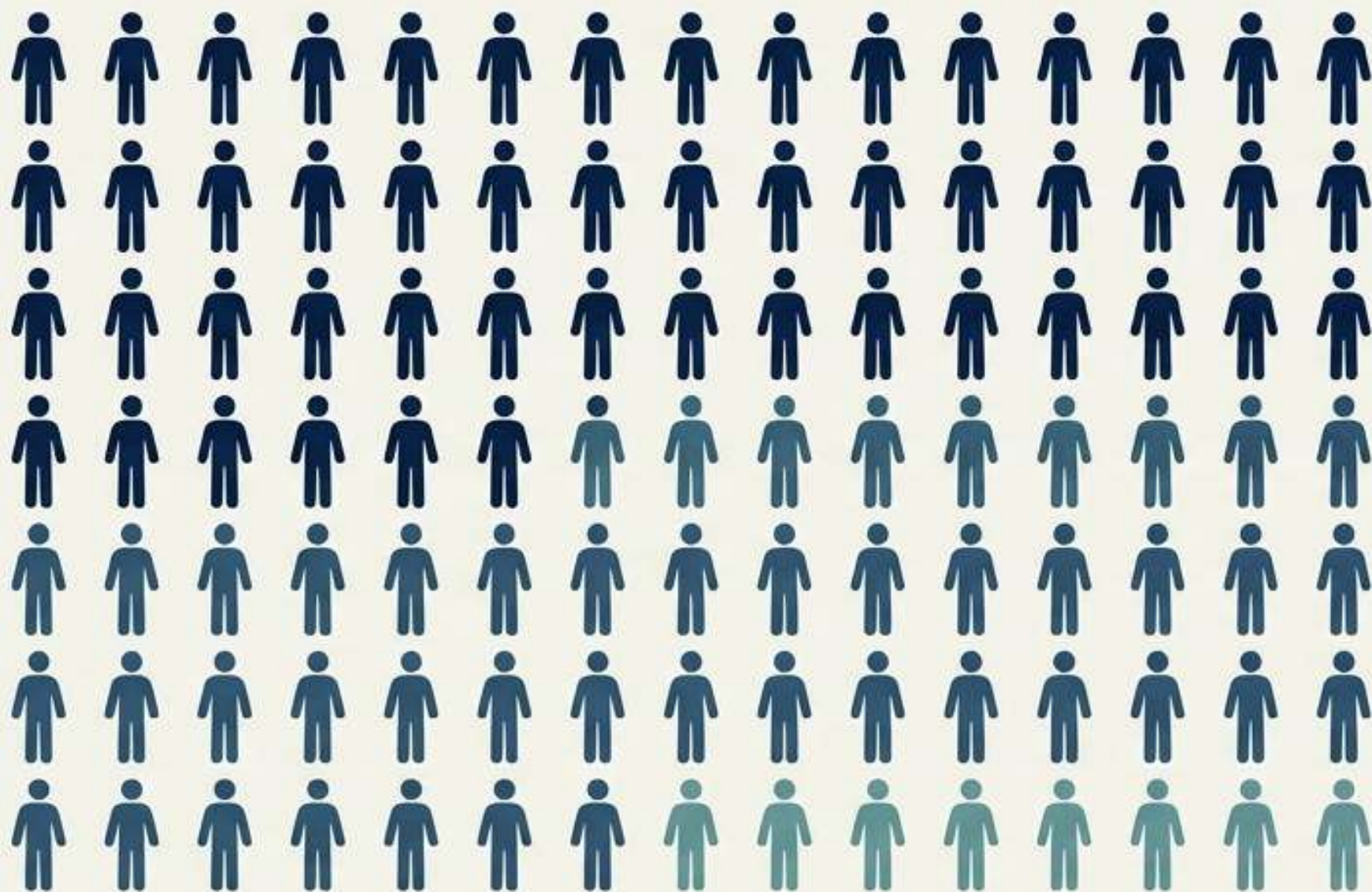
物価高、人手不足など「自社だけではない」地域全体の痛みを共有。



③ 次の一手へ活かす

数字が示す厳しさを乗り越え、ピンチをチャンスに変えるヒントを探求。

地域を支える72社の「顔ぶれ」



業種トップ3：建設・不動産業（31.9%） / サービス業（18.1%） / 飲食業（16.7%）
事業形態： 法人（52.8%） / 個人事業主（47.2%）

56.9%

業歴10年以上。地域に根差した
長寿企業が半数以上を占めます。

約54%

従業員5人以下（個人事業主含む）。
現場を走り回る小規模事業者が主役です。

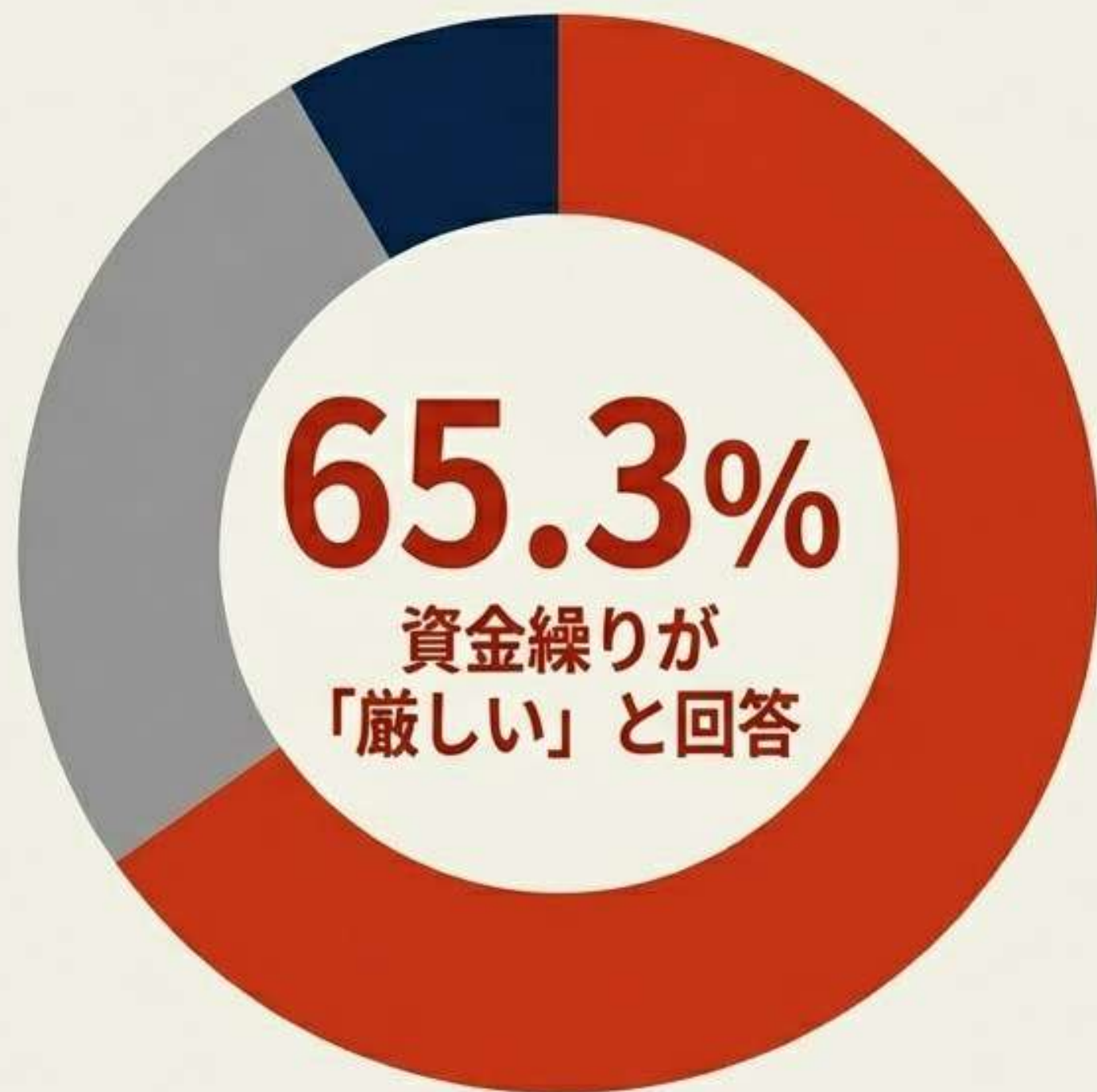
地域経済を長年支え続けてきた、地域密着型の事業所を中心としたリアルな声が集まりました。

業績動向：「売上」と「コスト」の板挟みに



⚠ 【構造的な課題】 忙しいのに利益が残らない「利益なき繁忙」の傾向がデータから浮き彫りになっています。

経営の体力を奪う「資金繰り」の悪化



厳しい：65.3%

余裕はないが厳しくもない：26.4%

余裕がある：8.3%

利益の圧迫は、事業の血液である
「資金繰り」の悪化に直結しています。

地域の事業者の3社に2社が、資金面での
息苦しさを感じているのが紛れもない実態
です。苦しいのは、決して自社だけでは
ありません。

過去にない「人手不足」という大波

72.2%

雇用環境が
「悪くなった」と回答

- 変わらない：18.1%
- 良くなった：9.7%

- 資金繰り以上に深刻なのが「人」の問題です。
- 全項目の中で最もネガティブな数値が記録されました。
- 採用難と人件費の高騰がダブルパンチとなり、既存事業の維持すら脅かす大きな足かせとなっています。

先行き不安が「投資」と「承継」を停滞させる



設備投資

「消極的」が 63.9%

(積極的はわずか18.1%)

足元の資金繰りと人手不足への対応に追われ、未来の成長に向けた設備投資意欲が大きく削がれています。

事業承継

後継者が「いない」企業が 驚異の 76.4%

(内訳: 現状維持 68.1% + 廃業予定 8.3%)

地域経済の根幹を揺るがす「待ったなし」の課題。黒字であっても後継者不在で技術や雇用が失われるリスクが高まっています。

地域の事業者が直面する「4つの壁」

Top 4 Ranking



第1位: 仕入・原材料費の高騰 40.3%



第2位: 人件費増 31.9%



第3位タイ: 売上減少 / 資金繰り 27.8%



第3位タイ: 人材確保 / 販路開拓 27.8%



「モノ」と「ヒト」のコスト高騰が圧倒的な上位を占めています。これらをいかに価格に転嫁し、新たな販路（売上）に繋げていくかが、全業種共通の最大の焦点です。

数字の裏にある、経営者の「生の声」

「季節により変わる売り上げ
をなるべく安定させたい」
(サービス業)

「次世代の若手が少ない」
(サービス業)

「自主的に会社の方針に即した動きや、
売上を意識した考えを持って欲しい」
(サービス業)

「ビジネスモデルの見える化。やりたい
ことと時間とのバランスが悪く考えや
アイデアばかりが先行して実現できて
いない」(サービス業)

「自主的に会社の方針に即
した動きや、売上を意識した
考えを持って欲しい」
(サービス業)

「広告費が高くなりがち」
(サービス業)

「施設老朽化と集客」
(小売業)

日々悩み、もがく経営者のリアルな葛藤。
しかし、これらの声の中にこそ、次へ向かうための「ヒント」が隠されています。

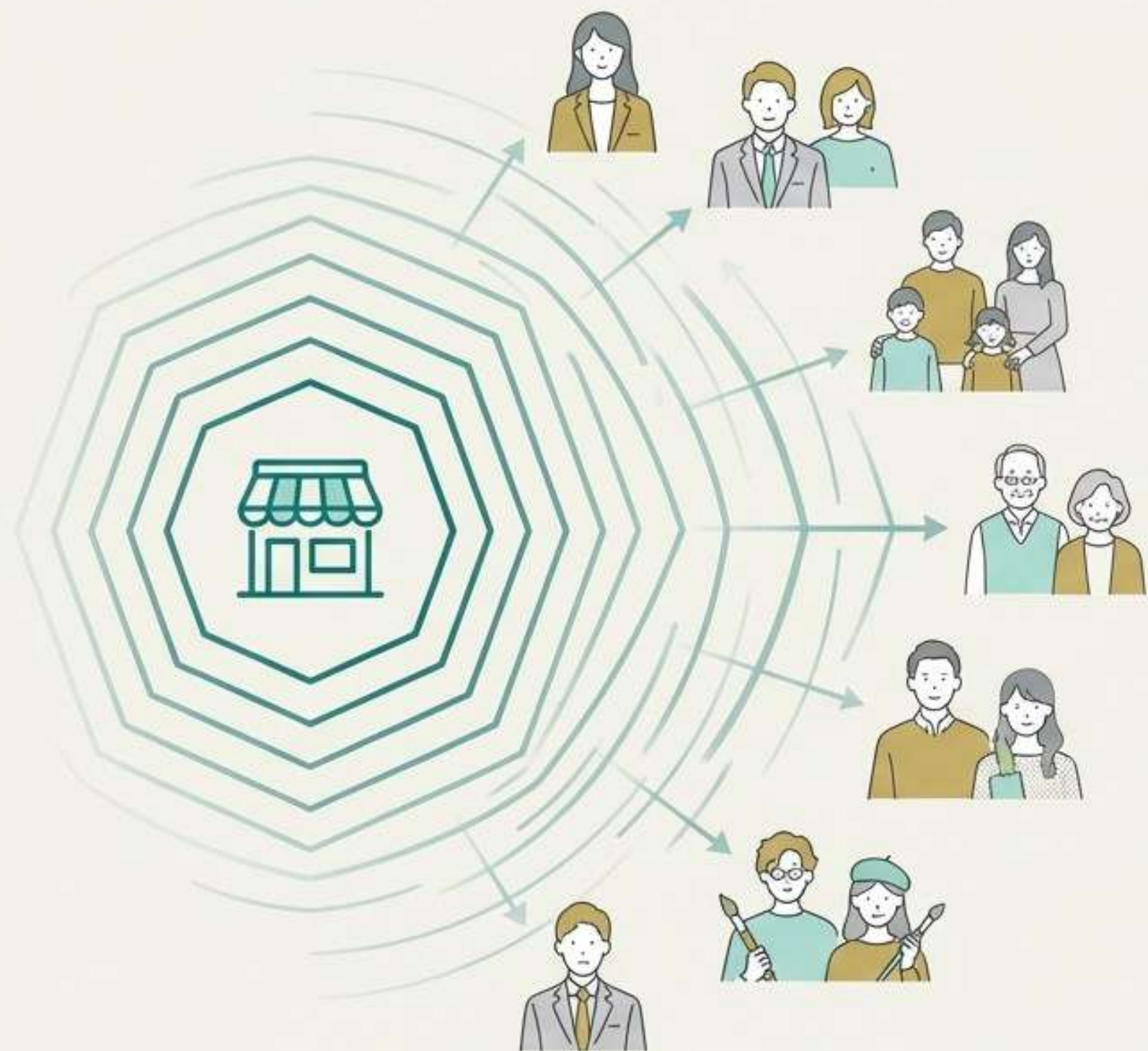
【次の一手】ピンチを越えるための「3つのアプローチ」

厳しい現状と皆様の声を紐解くと、これからの小規模事業者が打つべき「3つの方向性」が見えてきました。



次ページより、それぞれの具体的なアクションのヒントを見ていきましょう。

アプローチ① 新しい層へ届ける「稼ぐ力の強化」



1

【課題】 売上減少 / 消費者ニーズの変化 / 競争激化

現場の声：「教室の認知を高める、集客力を上げる」
「引き続き広報を強化していきたい」

2

✓ 適切な価格転嫁

コスト高を吸収するためには、勇気を持った値上げと、それに伴う「価値の再定義」が不可欠です。

✓ 効果的なPR戦略

自社の強みを言語化し、SNSやWEBを活用して「これまで届いていなかった顧客層」へアプローチする発信力が問われています。

3

✓ ニッチ市場の開拓

大手が参入しづらい、地域密着ならではの細やかなサービス展開が生き残りの鍵となります。

アプローチ② ITでカバーする「業務の効率化」



【課題】 経費増加 / 資金繰り / インボイス対応

現場の声：「業務の効率化」「やりたいことと時間とのバランスが悪い」



生産性の向上

人手不足に対する最強の防壁は、一人当たりの生産性を上げることです。



デジタルツールの活用

クラウド会計、予約システム、受発注の自動化など、ITツールを導入し「人がやらなくてもよい業務」を徹底的に削減します。



筋肉質な経営へ

業務フロー全体を見直し、浮いた時間を「顧客との対話」や「新サービスの開発」というコア業務へ再投資します。

アプローチ③ 未来へ繋ぐ「組織と人のアップデート」



【課題】 人材確保・教育 / 後継者不足 / 人件費増

現場の声：「従業員に売上を意識した考えを持って欲しい」
「従業員のメンタルヘルス」 「次世代の若手が少ない」

- ✓ **エンゲージメントの向上**
賃上げ競争だけで大企業には勝てません。働きがい、メンタルヘルスケア、教育投資を通じて「辞めない組織」を作ることが最優先です。
- ✓ **自律型人材の育成**
経営視点を持つ右腕を育てるため、会社のビジョンや数字を従業員に共有する「見える化」が必要です。
- ✓ **早めの承継準備**
7割が直面する後継者問題。親族内承継だけでなく、第三者承継（M&A）も含めた選択肢を早期に検討開始することが事業存続の絶対条件です。

令和7年度 景気動向調査 総括

■ 収益構造の悪化

仕入価格・人件費の高騰に対し、売上の増加が追いつかず、過半数の事業所で経常利益の圧迫と資金繰りの悪化が見られました。

■ 深刻な人的課題

雇用環境の悪化を感じる企業は7割を超え、採用難と育成が急務。また、約7割が後継者不在による現状維持状態に留まっています。

■ 停滞する投資意欲

上記の厳しさを背景に、設備投資に対しては6割以上が消極的な姿勢を示しています。

■ 今後の展望

この危機を突破するため、多くの事業者が「効果的なPR・販路拡大」「IT活用による業務効率化」「従業員教育と事業モデルの再構築」を模索していることが確認されました。

当所は、本調査結果を深く受け止め、単なるデータ提供に留まらず、皆様の「次の一手」を実現するための伴走支援（専門家派遣、補助金活用、IT導入サポート等）を一層強化してまいります。共に、この厳しい時代を乗り越えていきましょう。