

2024年12月
(前期比季節調整値版)

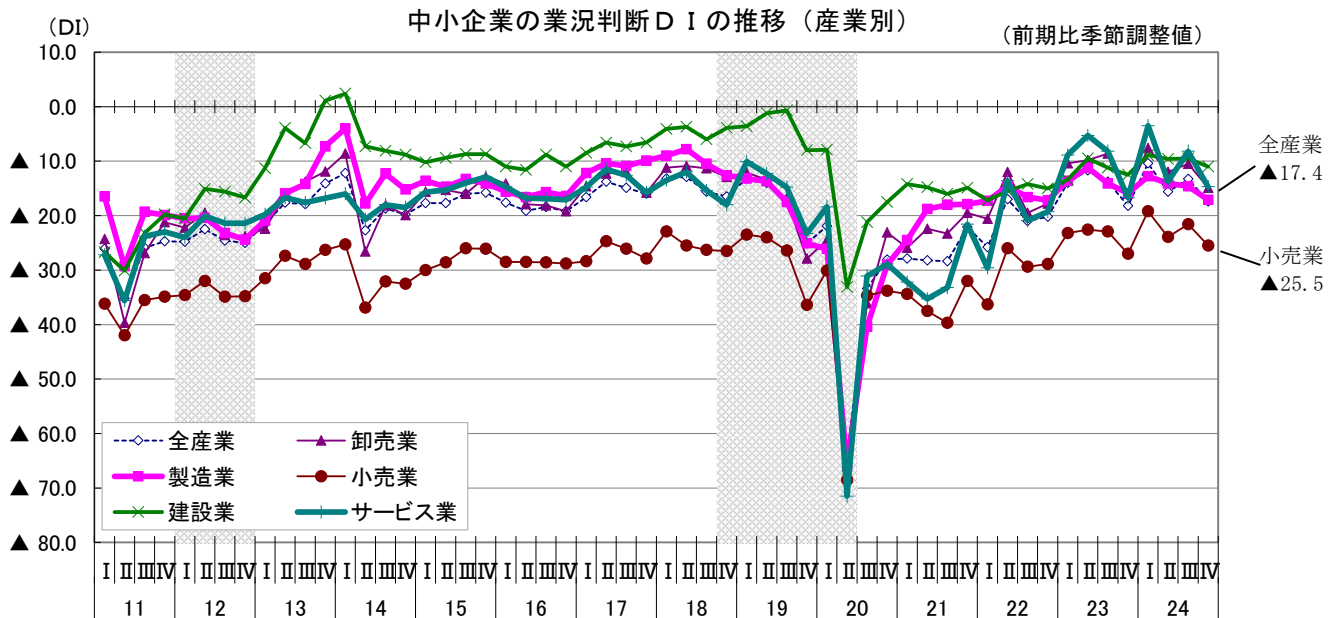
第178回 中小企業景況調査報告書 (2024年10-12月期) 〈小売業編〉

※DIとは…

「好転」と回答した企業の割合－「悪化」と回答した企業の割合。DI値がマイナスの場合は、悪化したと回答した企業の数が多いことを示す。

独立行政法人中小企業基盤整備機構 広報・情報戦略統括室 総合情報戦略課
〒105-8453 東京都港区虎ノ門3-5-1 虎ノ門37森ビル
E-mail: chosa@smrj.go.jp
https://www.smrj.go.jp/research_case/survey/index.html

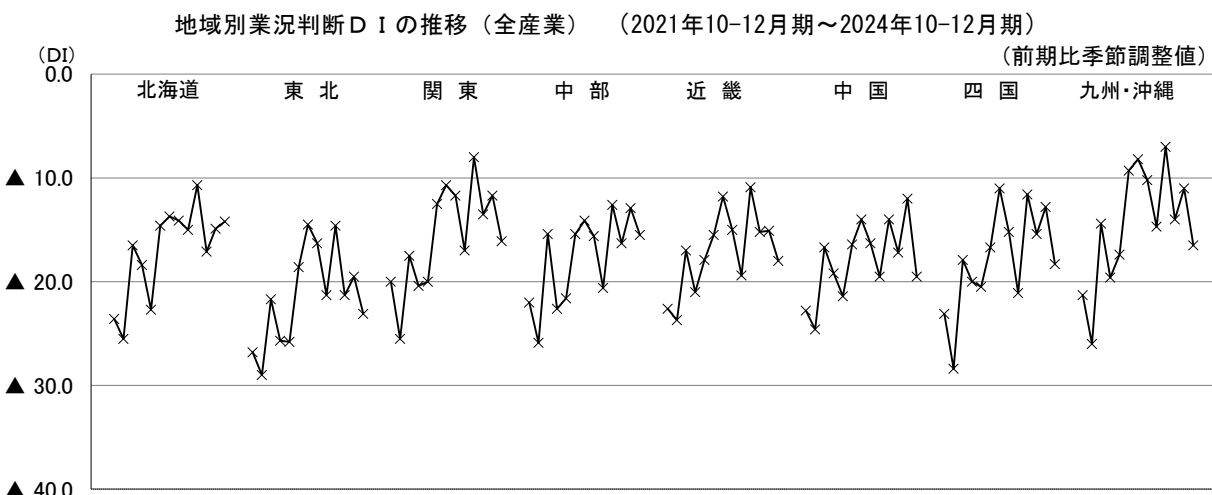
中小企業の業況判断DIは、2期ぶりに低下した。
前期と比べて全産業の業況判断DIは、2期ぶりに低下した。(▲13.3→▲17.4)



※網掛け部分は景気後退期

〈地域の業況〉

北海道でマイナス幅が縮小し、中国、四国、九州・沖縄、関東、東北、近畿、中部の地域でマイナス幅が拡大した。

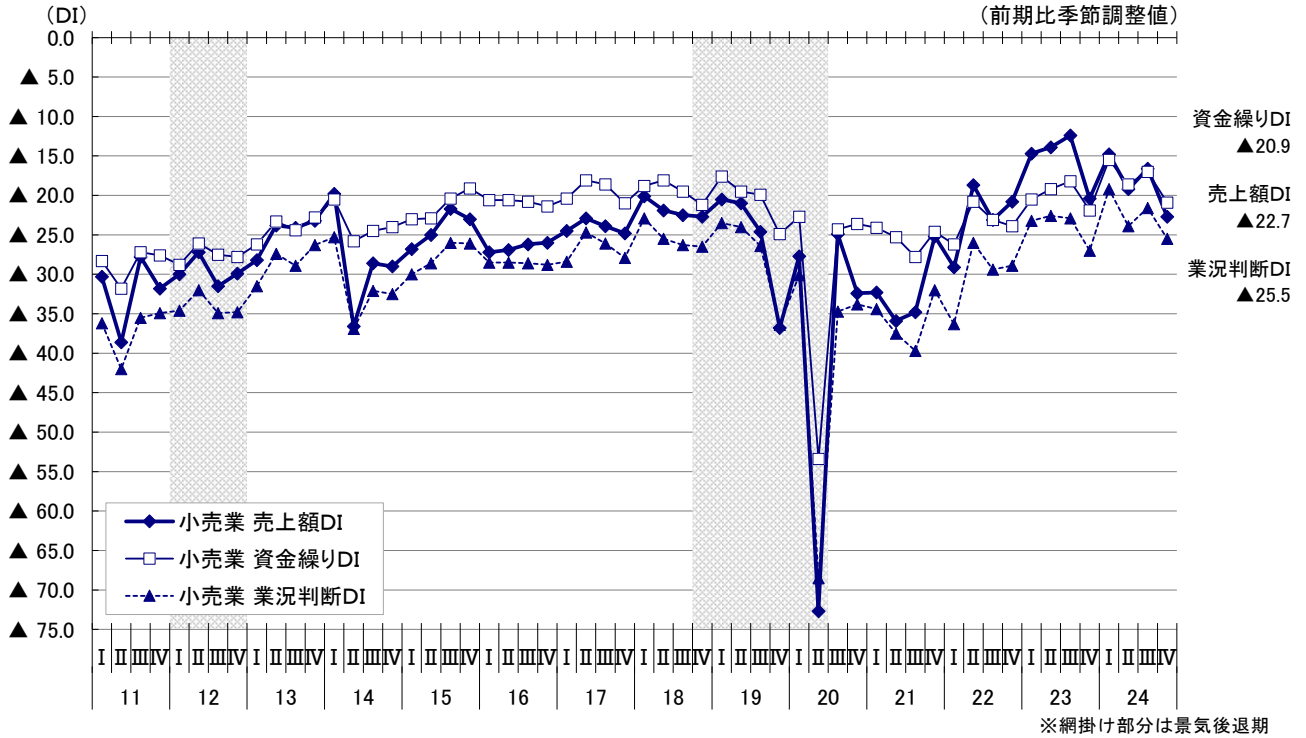


(注)1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。
2. 関東には、新潟、長野、山梨、静岡の各県、中部には、石川、富山の各県、近畿には、福井県を含む。九州・沖縄は、九州各県と沖縄の合計。
3. 業況判断DI=前期に比べて「好転した」企業の割合－前期に比べて「悪化した」企業の割合。

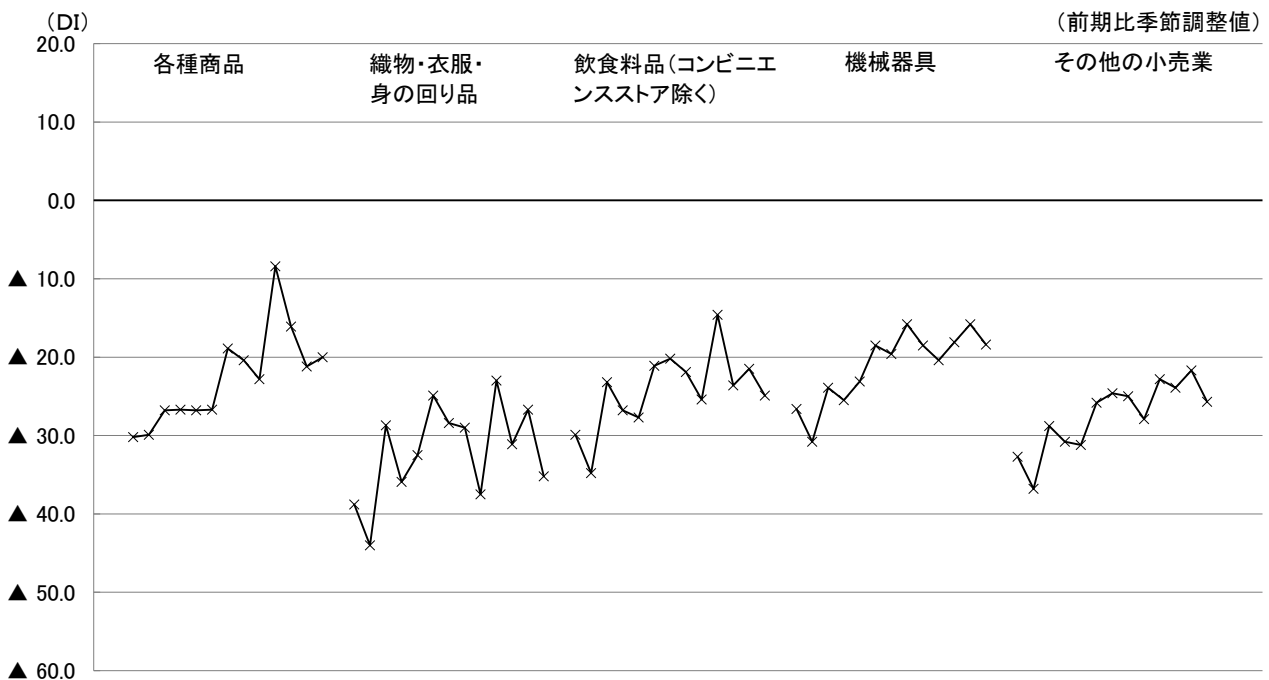
1. 小売業の動向

小売業の業況判断DIは、▲25.5（前期差3.9ポイント減）と2期ぶりにマイナス幅が拡大した。また、売上額DIは▲22.7（前期差6.1ポイント減）、資金繰りDIは▲20.9（前期差3.9ポイント減）といずれもマイナス幅が拡大した。

業況判断DIを業種別に見ると、各種商品で▲20.0（前期差1.2ポイント増）とマイナス幅が縮小し、織物・衣服・身の回り品で▲35.2（前期差8.5ポイント減）、その他の小売業で▲25.7（前期差4.0ポイント減）、飲食料品（コンビニエンスストア除く）で▲24.9（前期差3.4ポイント減）、機械器具で▲18.4（前期差2.6ポイント減）とマイナス幅が拡大した。



小売業 業種別 業況判断DI（2021年10-12月期～2024年10-12月期）



2. 小売業の設備投資動向

設備投資を実施した企業割合は、小売業全体で12.7%（前期差0.6ポイント増）と増加した。

（単位：％）

	2023年 10-12月期	2024年 1-3月期	2024年 4-6月期	2024年 7-9月期	2024年 10-12月期
各種商品	17.7	17.3	15.3	16.3	19.4
織物・衣服・身の回り品	8.2	5.3	4.8	7.1	8.5
飲食料品 (コンビニエンスストア除く)	12.9	10.9	11.3	13.5	12.8
機械器具	12.9	11.5	12.9	15.2	14.8
その他の小売業	12.3	11.0	12.3	11.2	13.1
小売業計	12.2	10.4	11.0	12.1	12.7

3. 小売業の経営上の問題点

今期直面している経営上の問題点としては、前回同様「仕入単価の上昇」が1位にあげられており、「消費者ニーズの変化への対応」が2位、「需要の停滞」が3位となった。

（1位にあげた企業の割合）

	1位	2位	3位	4位	5位
今期 (10-12月期)	仕入単価の上昇 (25.8%)	消費者ニーズの変化への対応 (14.0%)	需要の停滞 (12.4%)	購買力の他地域への流出 (8.7%)	大・中型店の進出による競争の激化 (8.1%)
前期 (7-9月期)	仕入単価の上昇 (25.0%)	消費者ニーズの変化への対応 (14.4%)	需要の停滞 (12.4%)	購買力の他地域への流出 (9.1%)	大・中型店の進出による競争の激化 (8.4%)

4. 小売業の地域別業況判断DI

地域別に見ると、北海道、東北でマイナス幅が縮小し、中国、中部、四国、九州・沖縄、関東、近畿でマイナス幅が拡大した。

中小企業の地域別業況判断DIの推移

小売業



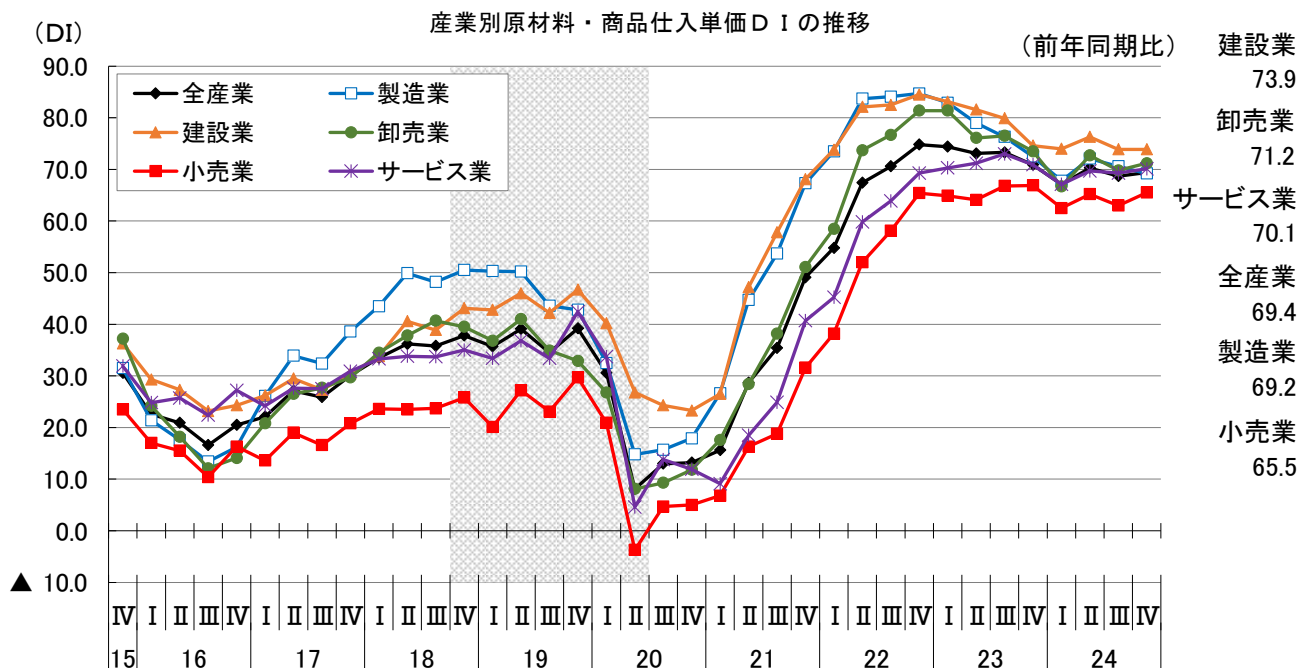
(注)1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。

2. 関東には、新潟、長野、山梨、静岡の各県、中部には、石川、富山の各県、近畿には、福井県を含む。九州・沖縄は、九州各県と沖縄の合計。

3. 業況判断DI=前期に比べて「好転した」企業の割合-前期に比べて「悪化した」企業の割合。

5. 小売業の原材料・商品仕入単価D I（前年同期比）の推移について

原材料・商品仕入単価D I（「上昇」－「低下」、前年同期比）は、65.5（前期63.0、前期差2.5ポイント増）と2期ぶりに上昇した。



【調査対象企業のコメント】

- 物価高騰により石油・食品の次となる衣類は来客数の減少が目立ち、単価が高額思考の方でも従来の4分の3の価格にとどまり、低価は千円前後と販売価格が延びる時期ですが景気か気候の変化か本来の購買意欲が感じられない。[十勝・釧路・根室]
- 諸物価の値上がり、これからの季節、光熱費の負担増が見込まれる。お客様の財布紐は引き締められるが、買物の楽しさ、店内居心地の良さを求め来店する方も多数いるので、当店の良さを見失わないよう、努力していく。[岩手]
- 米の仕入単価が急激に上昇している。米の供給不足は解消されたが、令和6年米については例年よりも2ヶ月早く流通したため、今後また米が不足してくる時期になると米騒動のような状況が発生する恐れがある。[長野]
- 物価上昇による仕入価格の負担が大きいは相変わらずだが冬に向けて客足がどうなるかの見通しが不明。一方で海外のお客様や海外向け通販の希望が増えてきており、今後は海外向けEコマースの導入を検討していきたい。[富山]
- 令和のコメ不足により仕入れ単価が高騰。近隣農家だけでは不足するため仕入先を探している。10年後の農家はさらに減少するので、今よりもお米の需要が大変になる。[京都]
- 仕入単価の上昇が続いている。生花はロスが大きく販売予測も立てづらいため、苦慮している。売れ筋商品はスーパーやホームセンターなどと価格競争となっており、利益が上がりづらい。[岡山]
- 人口減少による客数減、売上減の中、高知県の最低賃金が55円アップしたことによって、人件費の増加があり、また電気代等のコストアップにより、利益が圧迫されている。[高知]
- 金は史上最高値を更新し仕入単価も高騰、為替レートの問題が追い打ちをかけている。その一方で物価高騰により購買力は低下し売り上げが厳しい。[熊本]

【調査要領】

- 調査時点：2024年11月15日時点
- 調査方法：原則として、全国の商工会、商工会議所の経営指導員及び中小企業団体中央会の情報連絡員が訪問面接し、聴き取りによって行った。
- 回収状況：中小企業基本法に定義する全国の中小企業で、調査対象数18,592のうち有効回答数17,565（有効回答率94.5%）（産業別の動向は、小売業の有効回答数4,193を集計したもの。）