

2025年3月
(前期比季節調整値版)

第179回 中小企業景況調査報告書 (2025年1-3月期) 〈小売業編〉

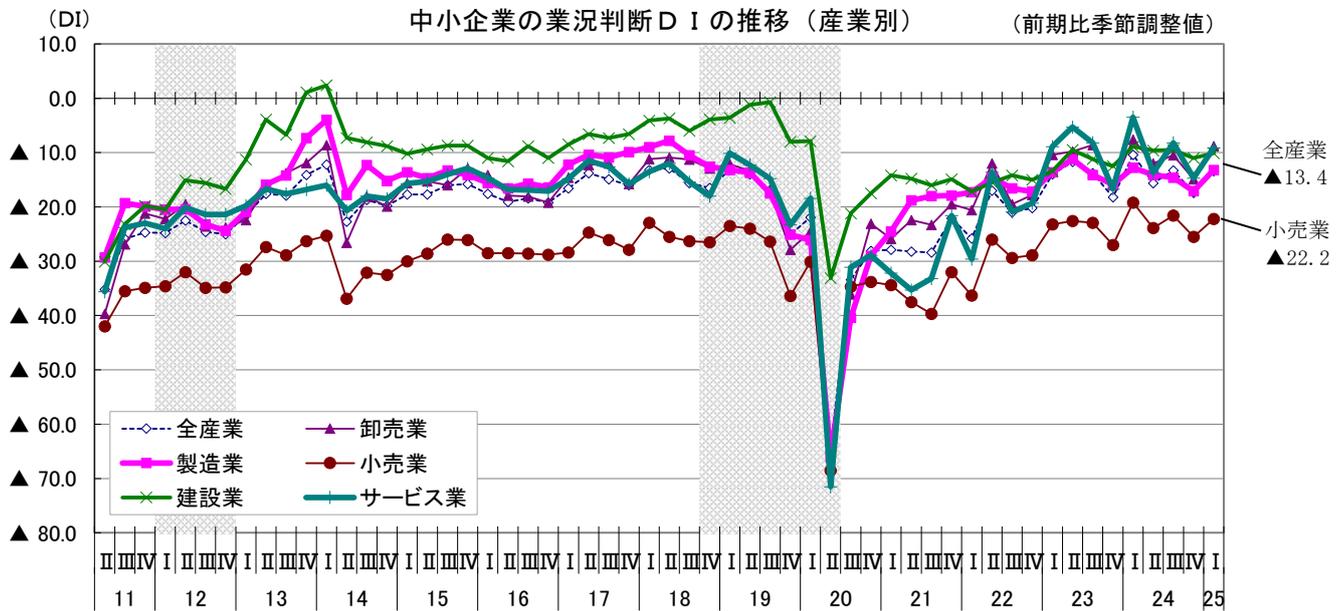
※DIとは…

「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期ぶりに上昇した。

前期と比べて全産業の業況判断DIは、2期ぶりに上昇した。(▲17.4→▲13.4)

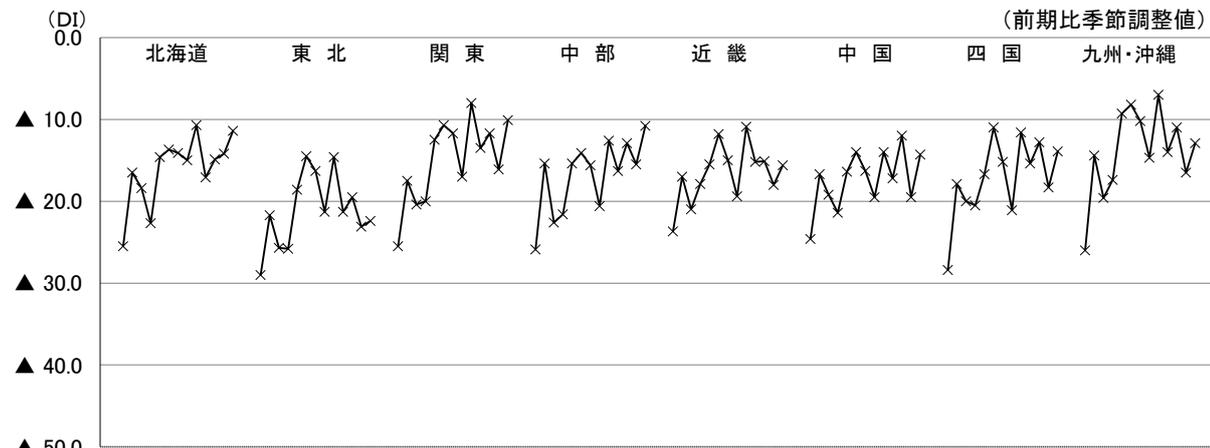


※網掛け部分は景気後退期

〈地域の業況〉

関東、中国、中部、四国、九州・沖縄、北海道、近畿、東北のすべての地域でマイナス幅が縮小した。

地域別業況判断DIの推移 (全産業) (2022年1-3月期～2025年1-3月期)

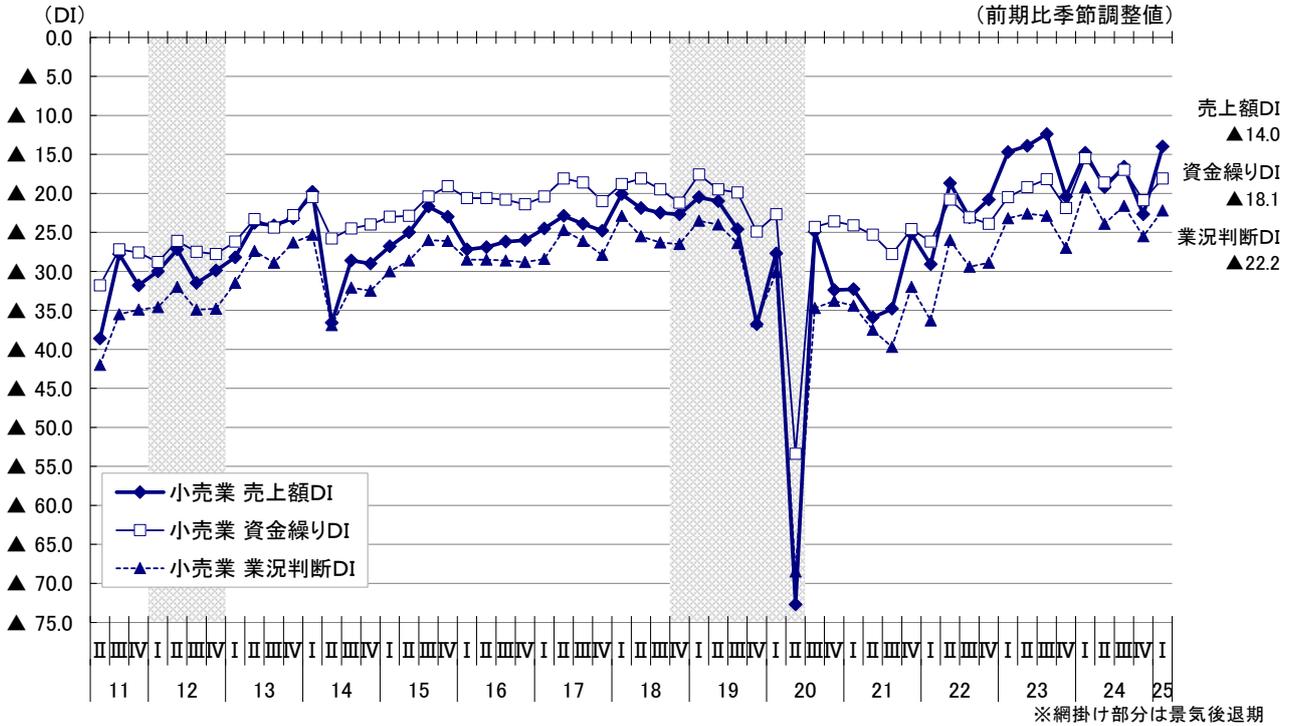


- (注)1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。
2. 関東には、新潟、長野、山梨、静岡の各県、中部には、石川、富山の各県、近畿には、福井県を含む。九州・沖縄は、九州各県と沖縄の合計。
3. 業況判断DI=前期に比べて「好転した」企業の割合－前期に比べて「悪化した」企業の割合。

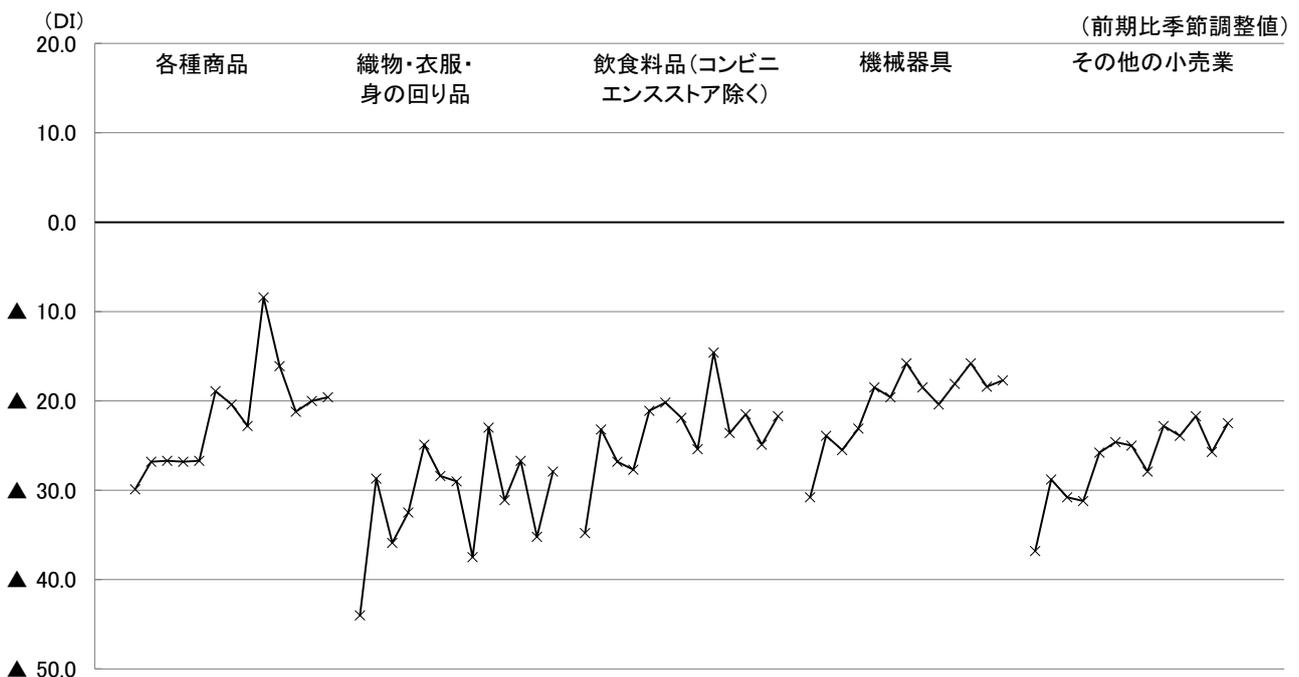
1. 小売業の動向

小売業の業況判断DIは、▲22.2（前期差3.3ポイント増）と2期ぶりにマイナス幅が縮小した。また、売上額DIは▲14.0（前期差8.7ポイント増）、資金繰りDIは▲18.1（前期差2.8ポイント増）といずれもマイナス幅が縮小した。

業況判断DIを業種別に見ると、織物・衣服・身の回り品で▲27.9（前期差7.3ポイント増）、飲食料品（コンビニエンスストア除く）で▲21.7（前期差3.2ポイント増）、その他の小売業で▲22.5（前期差3.2ポイント増）、機械器具で▲17.7（前期差0.7ポイント増）、各種商品で▲19.6（前期差0.4ポイント増）とすべての業種でマイナス幅が縮小した。



小売業 業種別 業況判断DI (2022年1-3月期~2025年1-3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9.4%（前期差3.3ポイント減）と減少した。

（単位：％）

	2024年 1-3月期	2024年 4-6月期	2024年 7-9月期	2024年 10-12月期	2025年 1-3月期
各種商品	17.3	15.3	16.3	19.4	8.0
織物・衣服・身の回り品	5.3	4.8	7.1	8.5	6.6
飲食料品 （コンビニエンスストア除く）	10.9	11.3	13.5	12.8	8.6
機械器具	11.5	12.9	15.2	14.8	11.3
その他の小売業	11.0	12.3	11.2	13.1	11.0
小売業計	10.4	11.0	12.1	12.7	9.4

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 (1-3月期)	仕入単価の上昇 (28.5%)	消費者ニーズの変化への対応 (12.9%)	需要の停滞 (12.4%)	購買力の他地域への流出 (8.1%)	大・中型店の進出による競争の激化 (7.9%)
前期 (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%)

4. 小売業の地域別業況判断DI

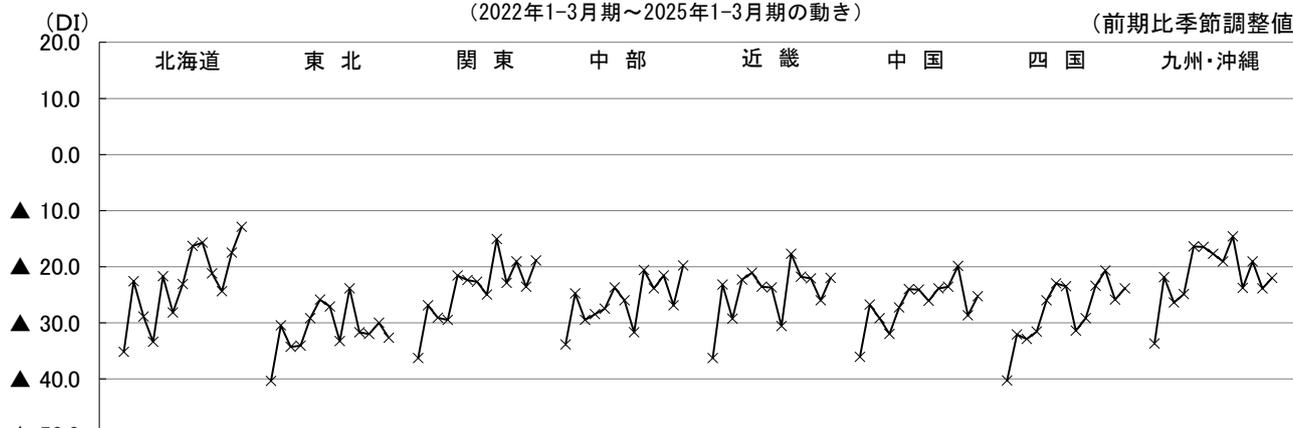
地域別に見ると、中部、関東、北海道、近畿、中国、四国、九州・沖縄でマイナス幅が縮小し、東北でマイナス幅が拡大した。

中小企業の地域別業況判断DIの推移

小売業

（2022年1-3月期～2025年1-3月期の動き）

（前期比季節調整値）



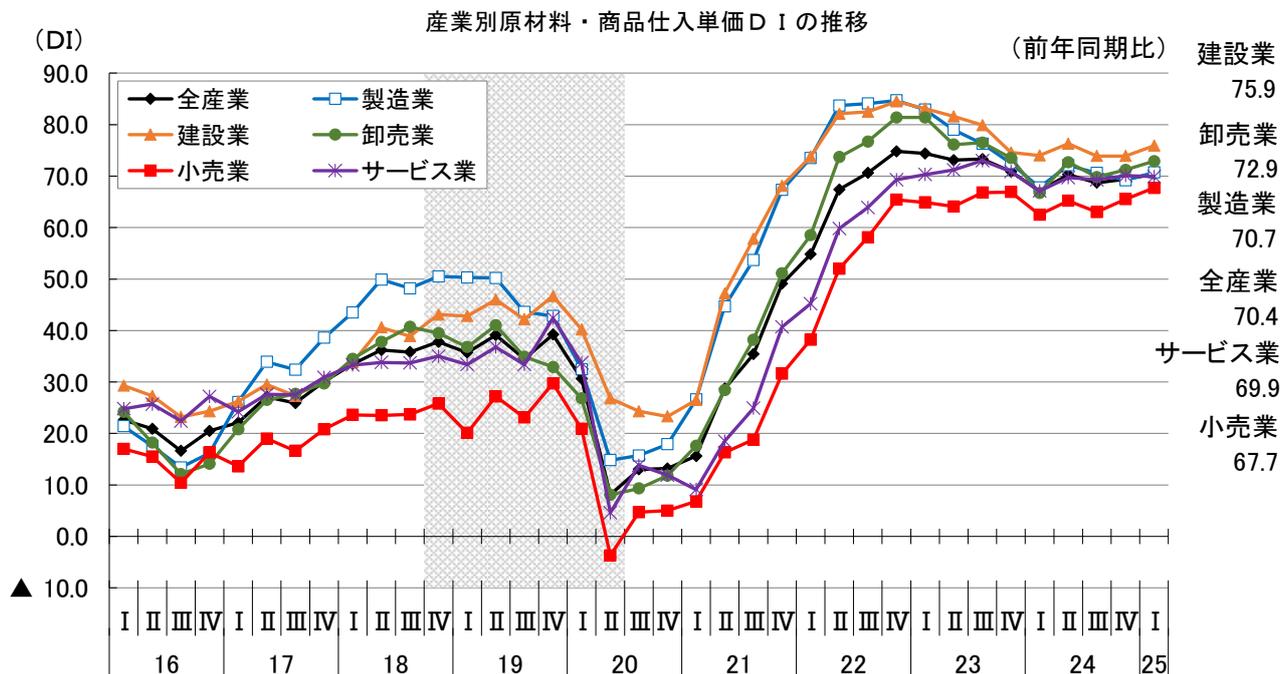
（注）1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。

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、67.7（前期65.5、前期差2.2ポイント増）と上昇し、2期連続してプラス幅が拡大した。



【調査対象企業のコメント】

- ・ 物価高に賃上げが追いつかず、買い控え、節約傾向が根強い。正常な市場に戻るには、厳しく成果を積み上げるのみである。外国人客にも積極的にアプローチして、利益を得る等、戦略がますます問われる。[道北・オホーツク]
- ・ 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。お客様の財布の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]
- ・ 教科書のデジタル化が進み、消費者ニーズは多様化している。それに伴い、電子辞書など既存のコンテンツの見直しを模索している。人件費や仕入れの高等科に対応しながら、新しい販売モデルを考えている。[山梨]
- ・ 認知が増し、客数が増加傾向にある。また、海外のお客様もグルテンフリーで検索して来店している。今後、席数の確保やカフェメニューの増加及び、英語のメニュー表などの対応を検討していかなければならない。[愛知]
- ・ 当社の商品はこの地域では特に生活必需品である。ただ今後一番の問題とされているのは少子化による需要の減少である。今後は如何に持ち堪えるかが問題となり、何十年先を見据えた計画を立て対策を検討中である。[滋賀]
- ・ 食品単価と比べて生花やその他資材の単価が上昇していることは認知されていない。人件費が増加しても客単価が上がらない。予約来店する方が少ないため、その方々の為の花を在庫として抱える為フラワーロスが多い。[山口]
- ・ 過疎化が進み来客数も減少しており、比例して売上も減少傾向にある。物価高の打撃で売り上げ増加の期待は難しいが、お客さまのニーズに少しでも答えることができるよう、新商品の導入や商品数の工夫をし業況を改善したい。[愛媛]
- ・ 需要と供給のバランスが悪く、リードタイムが長くなり、上手く回っていない。機械化やDX・AIの活用を模索している。[大分]

【調査要領】

- (1) 調査時点：2025年3月1日時点
- (2) 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。
- (3) 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18,758のうち有効回答数17,654（有効回答率94.1%）（産業別の動向は、小売業の有効回答数4,215を集計したもの。）