

2025年6月
(前期比季節調整値版)

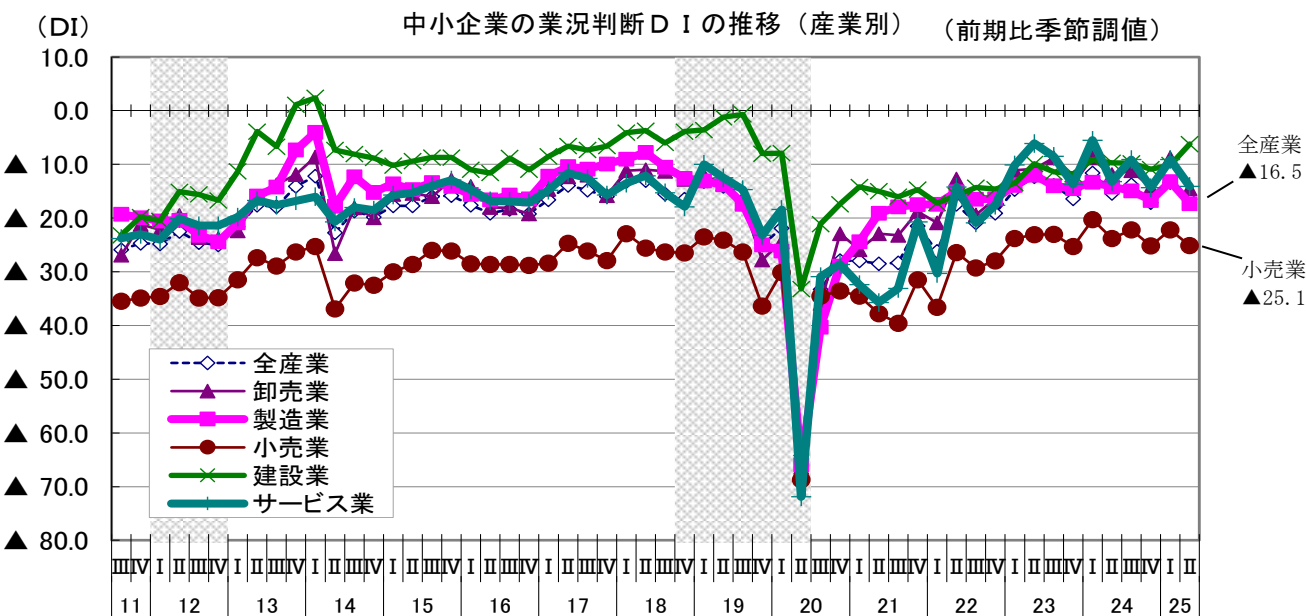
第180回 中小企業景況調査報告書
(2025年4-6月期) 〈小売業編〉

※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

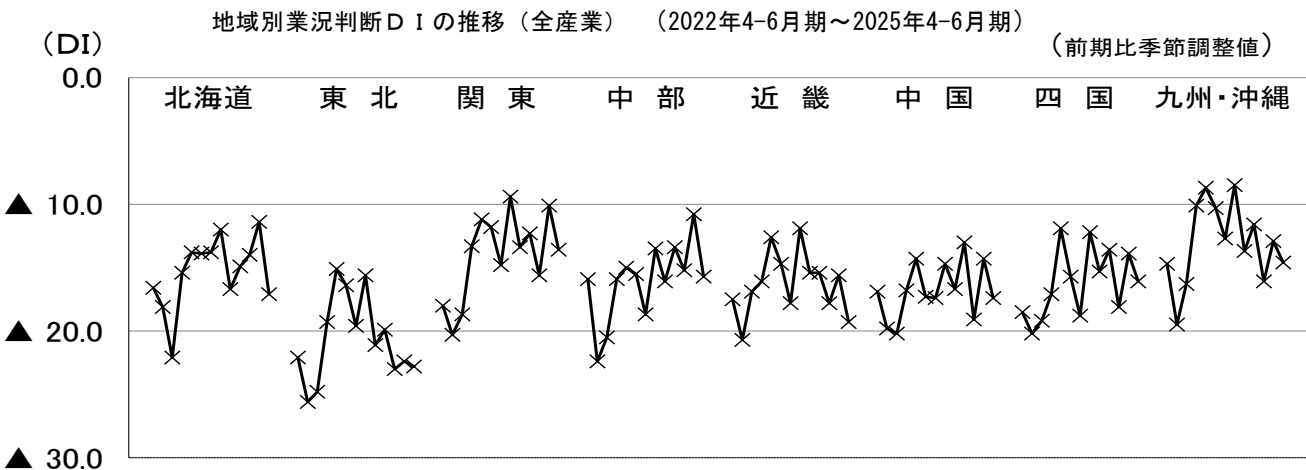
中小企業の業況判断DIは、2期ぶりに低下した。
前期と比べた全産業の業況判断DIは、2期ぶりに低下した。(▲13.4→▲16.5)



〈地域の業況〉

※網掛け部分は景気後退期

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

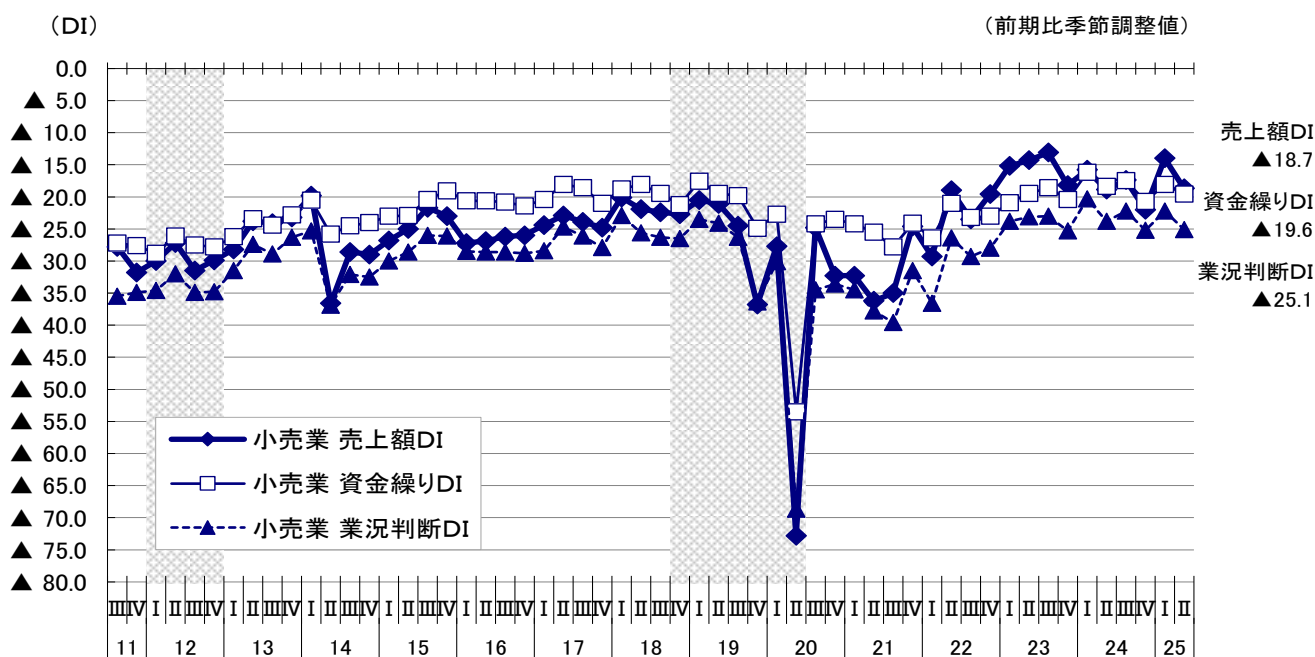


(注)1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。
2. 関東には、新潟、長野、山梨、静岡の各県、中部には、石川、富山の各県、近畿には、福井県を含む。九州・沖縄は、九州各県と沖縄の合計。
3. 業況判断DI＝前期に比べて「好転した」企業の割合－前期に比べて「悪化した」企業の割合。

1. 小売業の動向

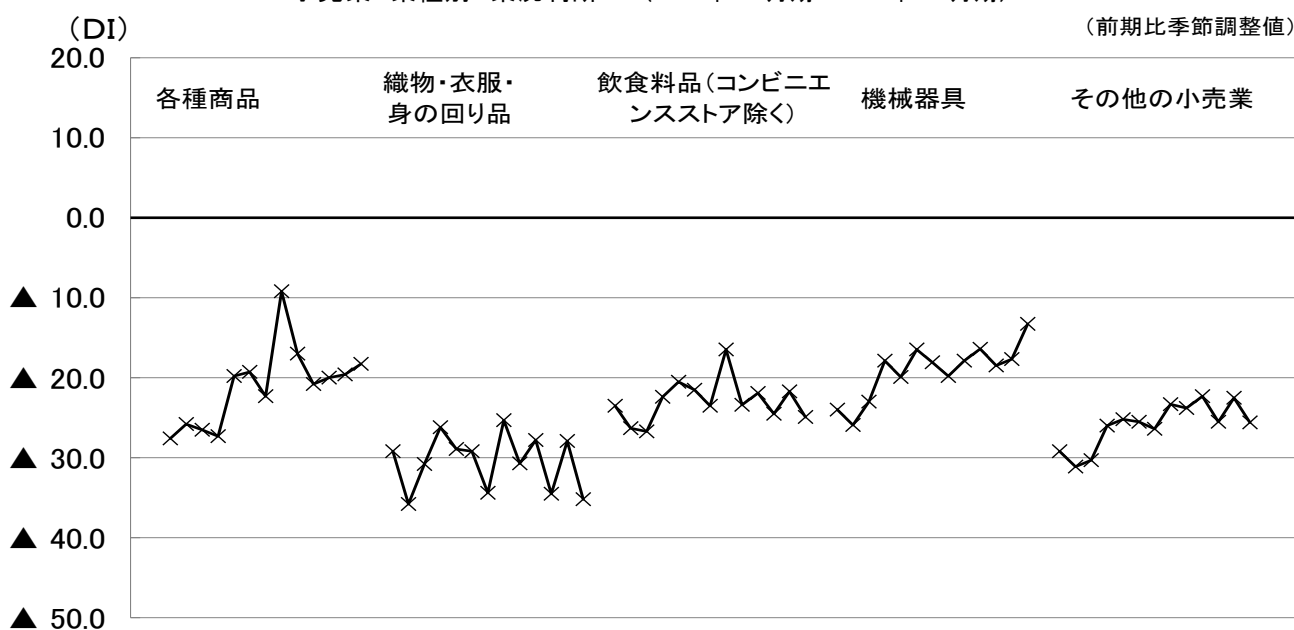
小売業の業況判断DIは、▲25.1（前期差2.9ポイント減）と2期ぶりにマイナス幅が拡大した。また、売上額DIは▲18.7（前期差4.7ポイント減）、資金繰りDIは▲19.6（前期差1.5ポイント減）といずれもマイナス幅が拡大した。

業況判断DIを業種別に見ると、機械器具で▲13.3（前期差4.4ポイント増）、各種商品で▲18.3（前期差1.3ポイント増）といずれもマイナス幅が縮小した。また、織物・衣服・身の回り品で▲35.2（前期差7.3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3.2ポイント減）、その他の小売業で▲25.6（前期差3.1ポイント減）とマイナス幅が拡大した。



※網掛け部分は景気後退期

小売業 業種別 業況判断DI（2022年4-6月期～2025年4-6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12.3%（前期差2.9ポイント増）と増加した。

（単位：％）

	2024年 4-6月期	2024年 7-9月期	2024年 10-12月期	2025年 1-3月期	2025年 4-6月期
各種商品	15.3	16.3	19.4	8.0	12.2
織物・衣服・身の回り品	4.8	7.1	8.5	6.6	8.0
飲食料品 （コンビニエンスストア除く）	11.3	13.5	12.8	8.6	12.9
機械器具	12.9	15.2	14.8	11.3	12.3
その他の小売業	12.3	11.2	13.1	11.0	13.7
小売業計	11.0	12.1	12.7	9.4	12.3

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 (4-6月期)	仕入単価の上昇 (27.5%)	消費者ニーズの変化への対応 (13.8%)	需要の停滞 (13.0%)	大・中型店の進出による競争の激化 (7.6%)	購買力の他地域への流出 (7.4%)
前期 (1-3月期)	仕入単価の上昇 (28.4%)	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%)

4. 小売業の地域別業況判断D I

地域別に見ると、四国、関東、近畿、北海道、東北、中部、中国、九州・沖縄と、すべての地域でマイナス幅が拡大した。

中小企業の地域別業況判断D Iの推移

小売業

（2022年4-6月期～2025年4-6月期の動き）

（前期比季節調整値）



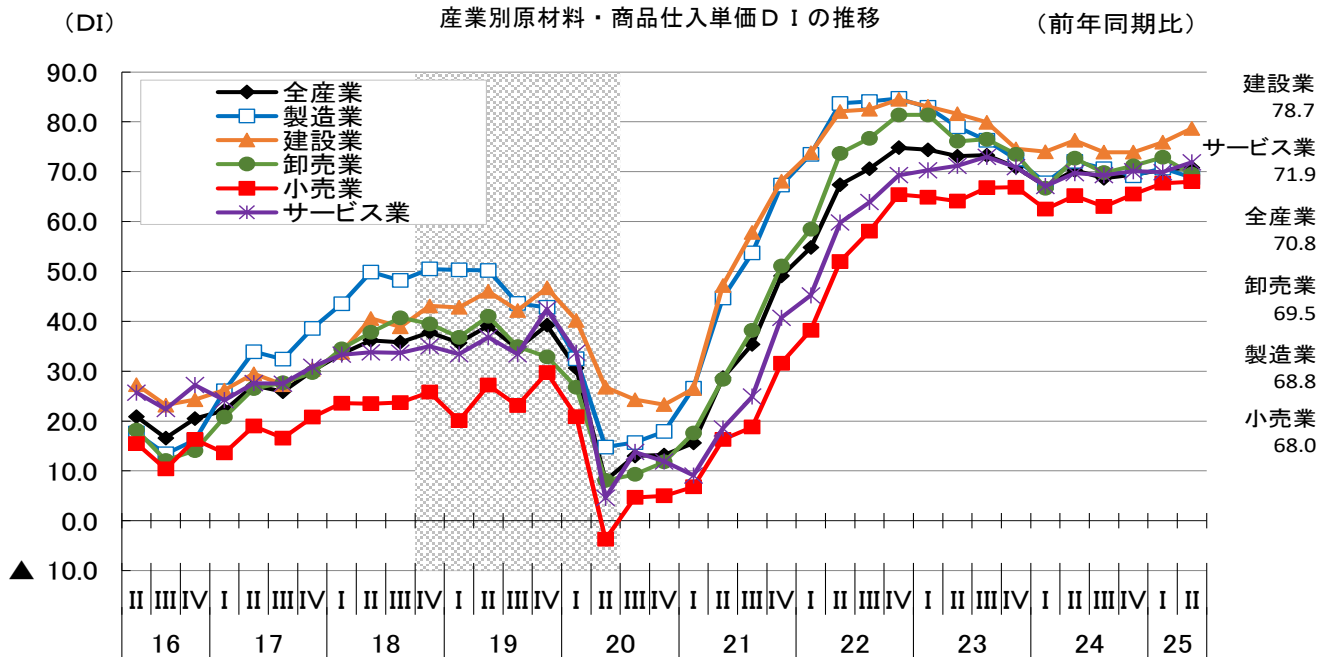
（注）1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。

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、68.0（前期67.7、前期差0.3ポイント増）と増加し、3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】

- ・ 顧客が高齢層なため物価に敏感で、特に米の価格が高騰してからは辛抱しているのが何え、商売に深刻な影響が出ている。[道北・オホーツク]
- ・ 主力商品の青果、米の調達が難しくなっている。商品が無い（採れない）、仕入に掛かるコストの増大により価格の競争力が落ちて顧客離れにつながっていると感じる。[宮城]
- ・ 米国関税の影響により、アメリカ経由で仕入れていた中国商品が仕入れられなくなり、売上は大幅に減少し、これからの前期に比べ減少する見込みである。新たな仕入れルートの開拓が急務となっている。[埼玉]
- ・ 米不足が継続して、価格が高騰している現状。三カ月先の米の仕入時には、仕入難・仕入価格高騰が予想されるため、仕入資金の確保が必要。原料を確保して、一年間の安定供給できる体制づくりができるかがカギとなる。[愛知]
- ・ 大阪・関西万博及びインバウンドの動向が大きいと感じている。商店街エリアも含め売上・来街者数が観光地化していると感じており、良い面もあればマイナス面もあり複雑。[奈良]
- ・ 道の駅等への販路を開拓、売り方の工夫（特定の曜日・時間限定）も功を奏し、売上増に繋がっている。[鳥取]
- ・ 今までの顧客の高齢化。店頭での販売が厳しい状況。ネット販売は好調だが限定商品の入荷が厳しく、又、メーカーがネット販売を禁止する物が増えている。仕入れにおいては掛け率を上げてきているが利益確保が難しい。[香川]
- ・ 米の価格が上がり続けており、米不足も心配。原料の値上げが止まらず、人件費、光熱費も上昇し、利益が出せない。[大分]

【調査要領】

- (1) 調査時点：2025年6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18,841のうち有効回答数17,899（有効回答率95.0%）（産業別の動向は、小売業の有効回答数4,285を集計したもの。）