

2025年12月
(前期比季節調整値)第182回 中小企業景況調査報告書
(2025年10-12月期) 〈小売業編〉

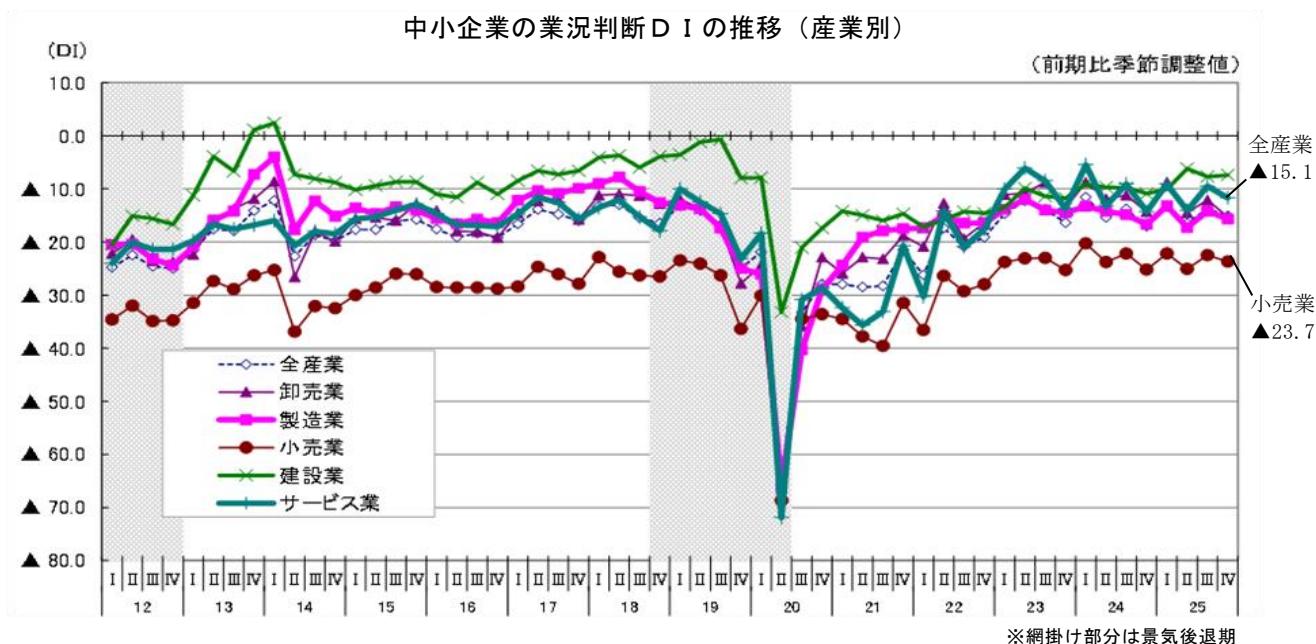
※DIとは…

「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

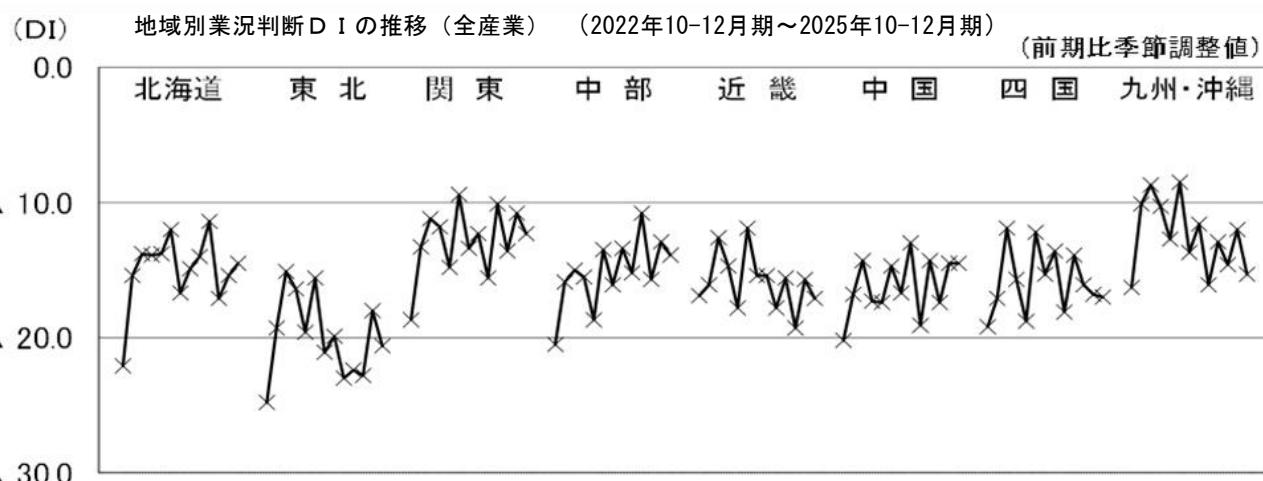
中小企業の業況判断DIは、2期ぶりに低下した。

前期と比べた全産業の業況判断DIは、2期ぶりに低下した。(▲13.7→▲15.1)



〈地域の業況〉

北海道でマイナス幅が縮小し、中国で横ばい、九州・沖縄、東北、関東、近畿、中部、四国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、九州各県と沖縄県の合計。

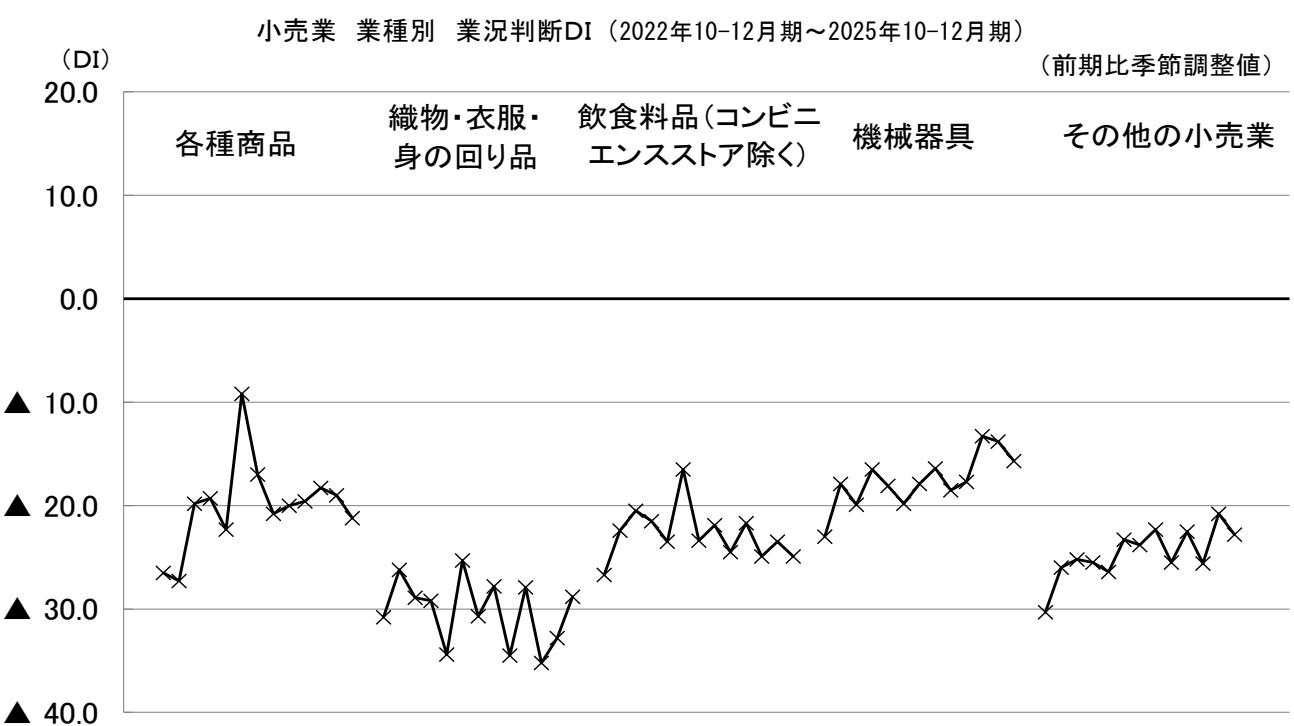
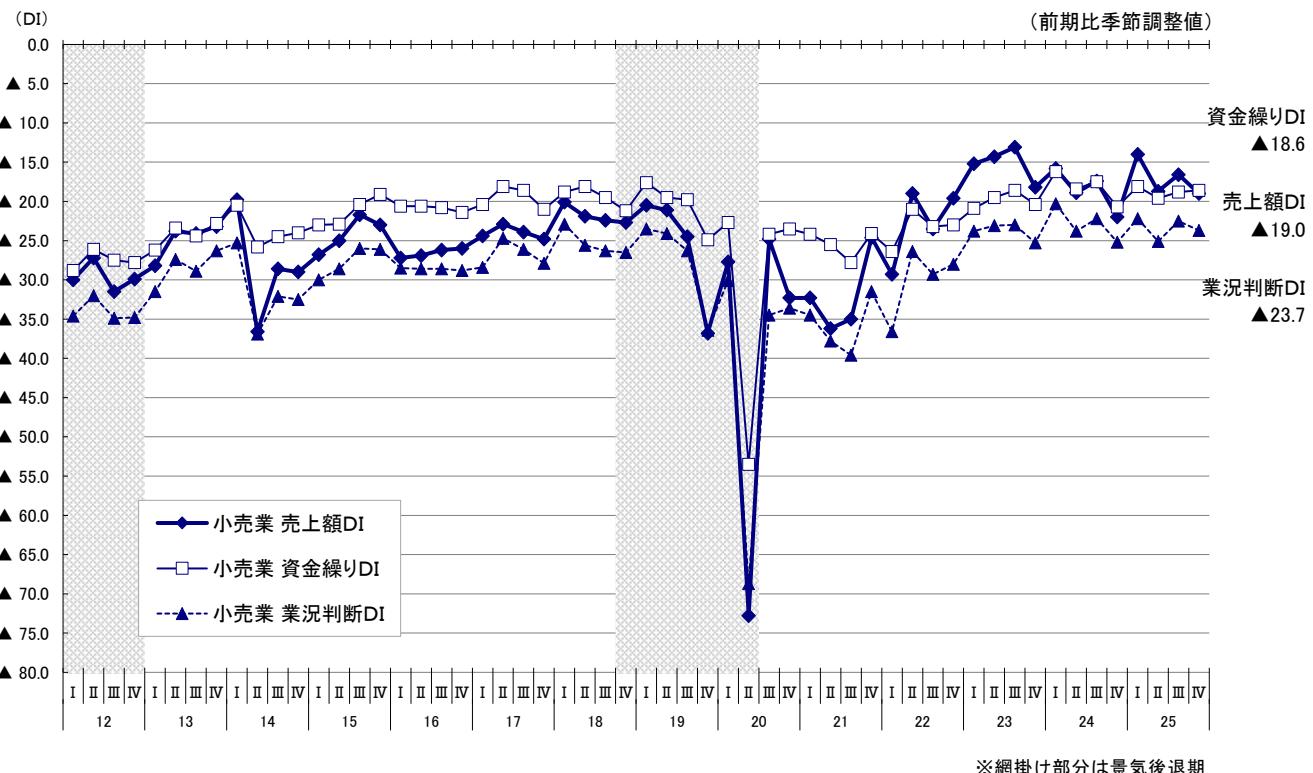
3. 業況判断DI=前期に比べて「好転した」企業の割合-前期に比べて「悪化した」企業の割合。

1. 小売業の動向

小売業の業況判断DIは、▲23.7（前期差1.2ポイント減）と2期ぶりにマイナス幅が拡大した。売上額DIは▲19.0（前期差2.4ポイント減）とマイナス幅が拡大し、資金繰りDIは▲18.6（前期差0.2ポイント増）と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▲28.8（前期差4.0ポイント増）とマイナス幅が縮小した。

一方、各種商品で▲21.2（前期差2.2ポイント減）、その他の小売業で▲22.8（前期差2.0ポイント減）、機械器具で▲15.7（前期差1.9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1.4ポイント減）とマイナス幅が拡大した。



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13.9%（前期差0.8ポイント増）とやや増加した。

（単位：%）

	2024年 10-12月期	2025年 1-3月期	2025年 4-6月期	2025年 7-9月期	2025年 10-12月期
各種商品	19.4	8.0	12.2	14.6	10.6
織物・衣服・身の回り品	8.5	6.6	8.0	9.2	9.5
飲食料品 (コンビニエンスストア除く)	12.8	8.6	12.9	13.0	12.4
機械器具	14.8	11.3	12.3	16.4	17.5
その他的小売業	13.1	11.0	13.7	13.8	16.8
小売業計	12.7	9.4	12.3	13.1	13.9

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。

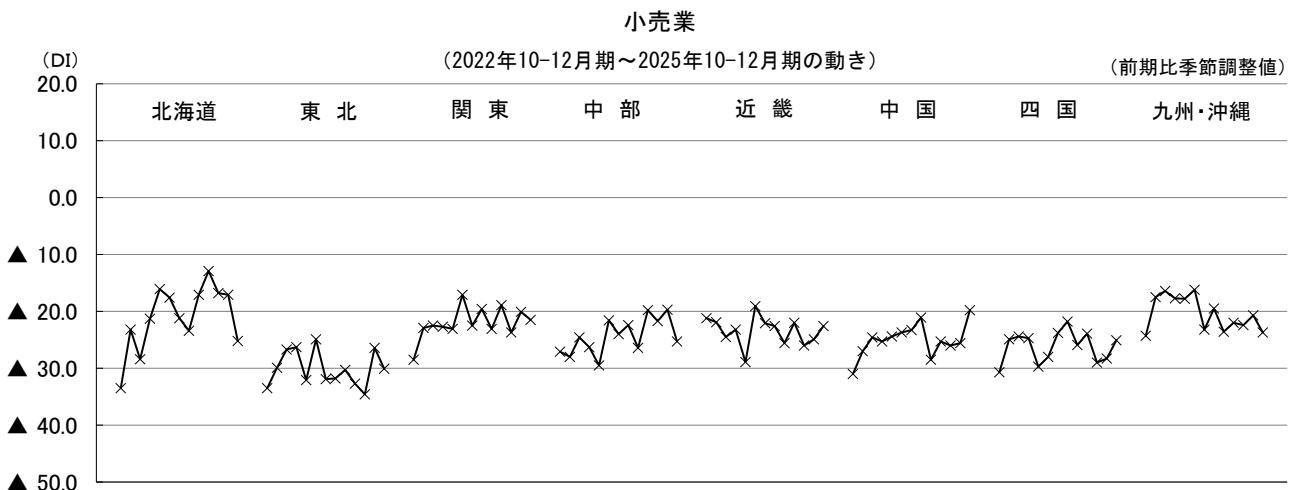
（1位にあげた企業の割合）

	1位	2位	3位	4位	5位
今期 (10-12月期)	仕入単価の上昇 (27.5%)	消費者ニーズの変化への対応 (13.4%)	需要の停滞 (12.1%)	購買力の他地域への流出 (8.3%)	人件費の増加 (7.7%)
前期 (7-9月期)	仕入単価の上昇 (26.2%)	需要の停滞 (13.4%)	消費者ニーズの変化への対応 (12.5%)	大・中型店の進出による競争の激化 (7.7%)	購買力の他地域への流出 (7.5%)

4. 小売業の地域別業況判断DI

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



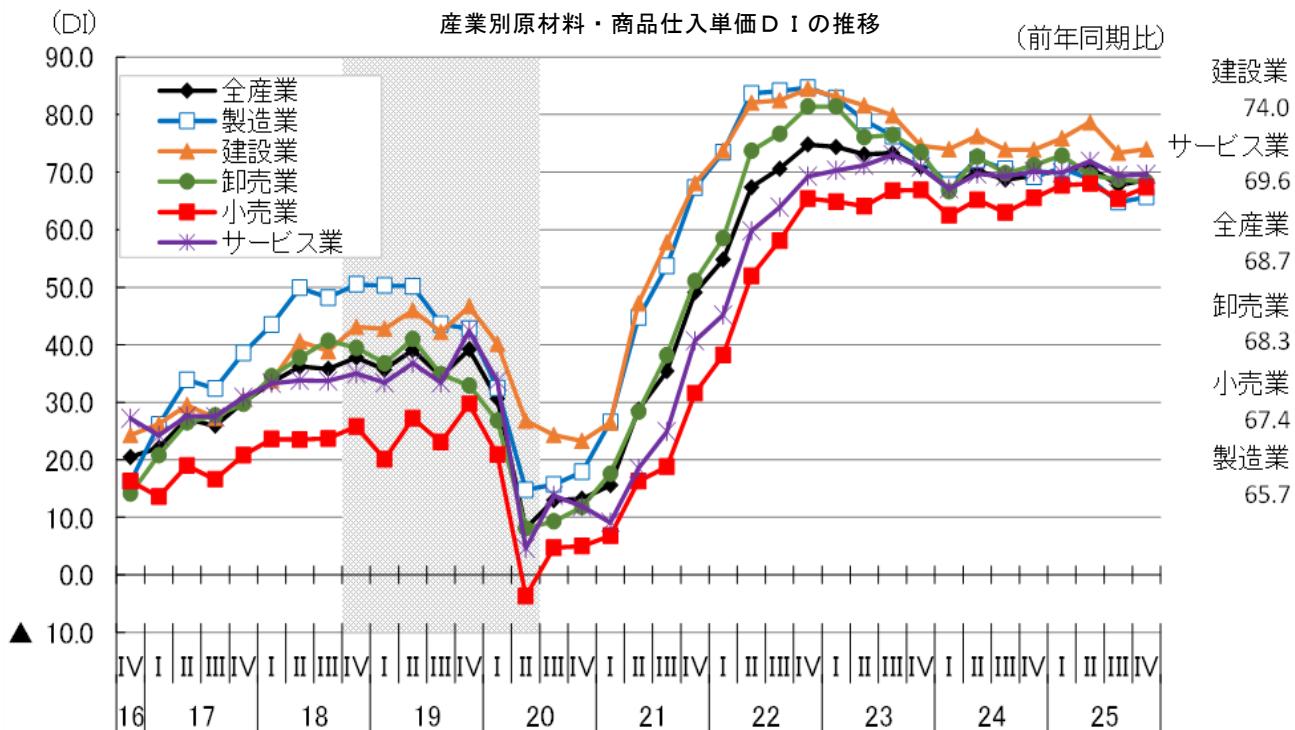
(注)1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。

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、九州各県と沖縄県の合計。

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DI（前年同期比）の推移について

原材料・商品仕入単価DI（「上昇」－「低下」、前年同期比）は、67.4（前期65.4、前期差2.0ポイント増）と上昇し、2期ぶりにプラス幅が拡大した。



[調査対象企業のコメント]

- 11月はイベントもなく観光の閑散期であるとのと、例年より気温が比較的暖かく降雪も少ないため冬物需要が伸びず来店客が少ない。[道北・オホーツク かばん・袋物小売業]
- 大手飲料メーカーのシステム障害により商品供給が停止となり、一部商品が品切れという現状で、この期間の売り上げが減少している。[岩手 食料品スーパー・マーケット]
- 米仕入価格上昇・前年の物量不足で昨秋は前年価格より1.5～2倍の仕入単価であったため、今秋は数量確保が必要を感じた為、前年の3倍の在庫を確保した。その仕入資金が重みになっている。販売量も鈍い。[山梨 菓子小売業 (製造小売)]
- 円安により、コーヒー豆など輸入品の仕入単価が上がり過ぎて経営を圧迫している[富山 茶類小売業]
- 急激な抹茶ブームのため、生産農家が抹茶生産へ切り替え、煎茶の生産量が激減のため、日常使用のお茶の原価が昨年の3～4倍に値上がりしている。仕入すれば、価格転嫁できないため、売れ筋の商品仕入れが難しい。[兵庫 茶類小売業]
- 気候も涼しくなり、紅葉日和も続いていることなどから売上が1.5倍に増えている。[鳥取 菓子小売業 (製造小売)]
- 残暑が続き、冬物の出足がかなり遅れた。期待はない。一般家庭からの需要は買い控えが続いていると感じる。[徳島 電気機械器具小売業 (中古品を除く)]
- 葬儀の規模が小さくなつたことで、葬儀屋さんからの受注が減少し、売上も減少している。[長崎 花・植木小売業]

[調査要領]

- 調査時点：2025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18,838のうち有効回答17,901（有効回答率95.0%）