

2025年9月
(前期比季節調整値版)

第181回 中小企業景況調査報告書 (2025年7-9月期) 〈小売業編〉

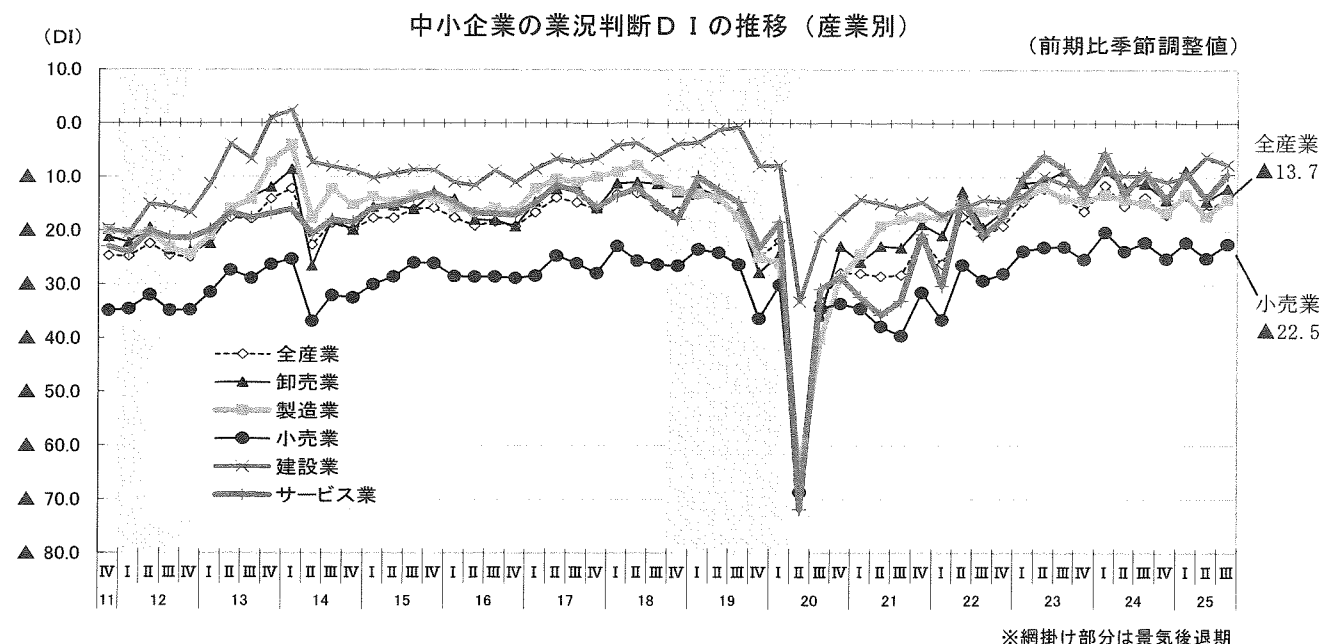
※DIとは…

「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

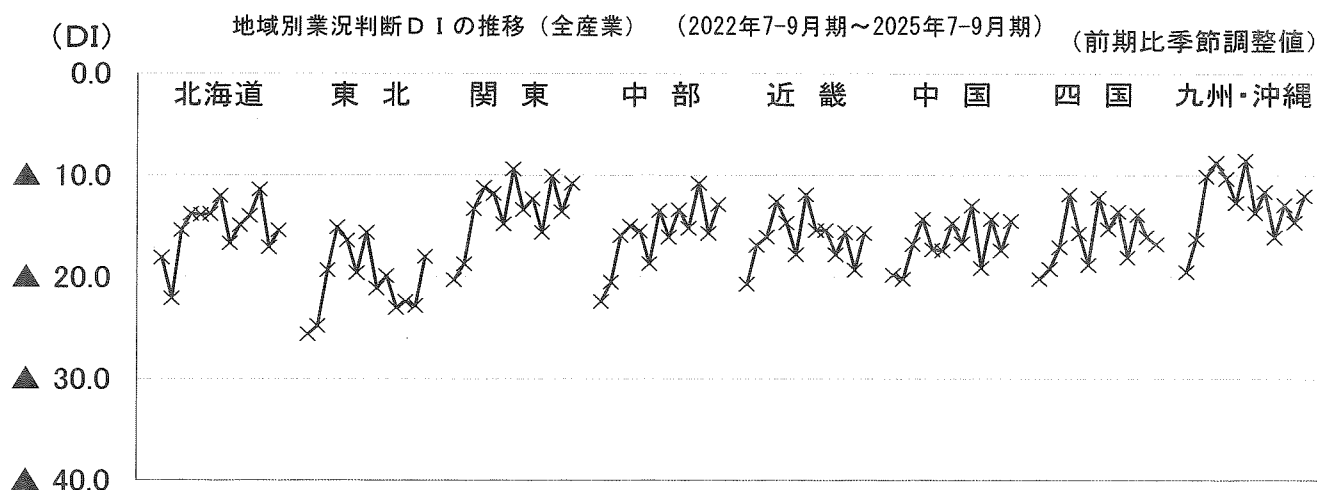
中小企業の業況判断DIは、2期ぶりに上昇した。

前期と比べた全産業の業況判断DIは、2期ぶりに上昇した。(▲16.5→▲13.7)



〈地域の業況〉

東北、近畿、中国、関東、中部、九州・沖縄、北海道でマイナス幅が縮小し、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。

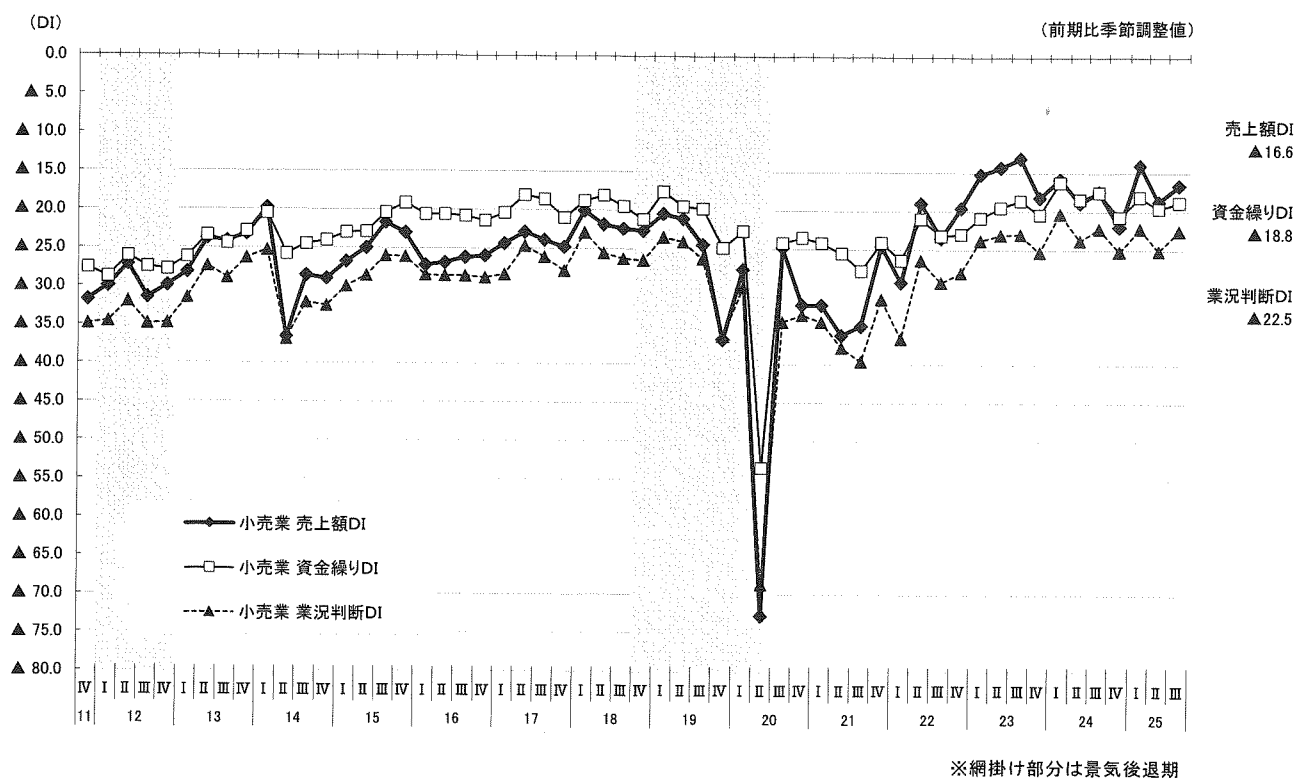
3. 業況判断DI＝前期に比べて「好転した」企業の割合－前期に比べて「悪化した」企業の割合。

1. 小売業の動向

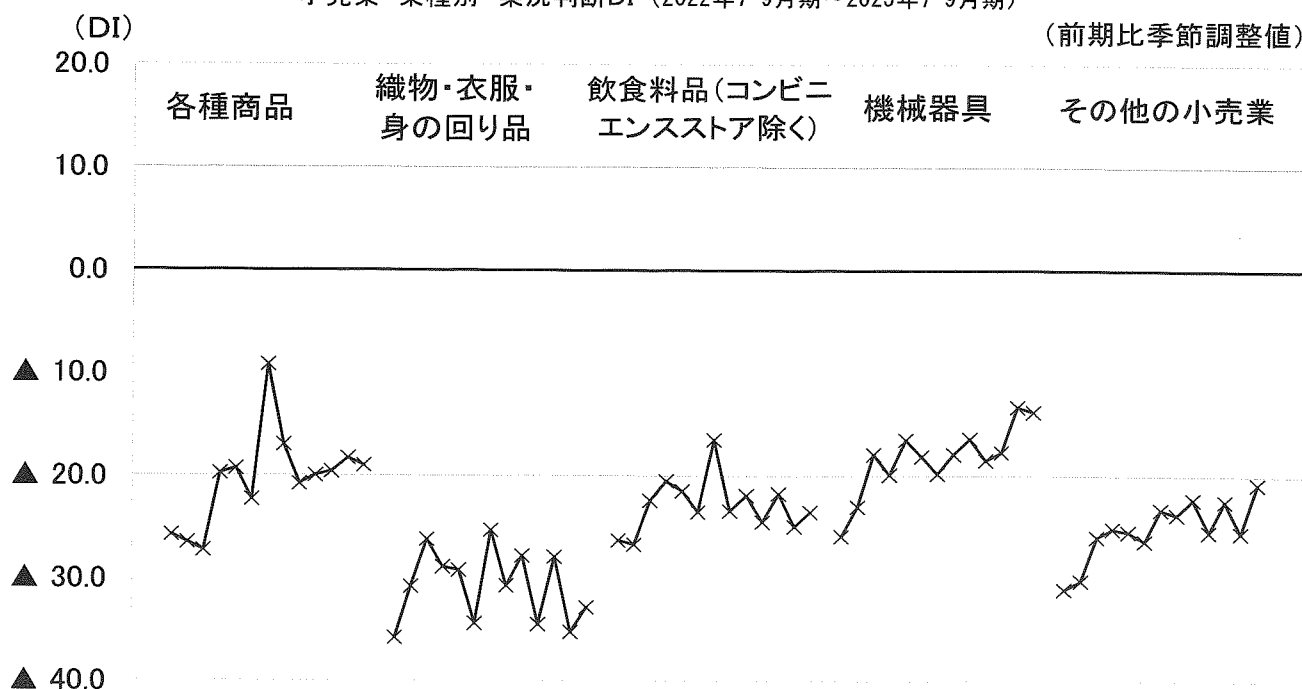
小売業の業況判断DIは、▲22.5（前期差2.6ポイント増）と2期ぶりにマイナス幅が縮小した。売上額DIは▲16.6（前期差2.1ポイント増）、資金繰りDIは▲18.8（前期差0.8ポイント増）といずれもマイナス幅が縮小した。

業況判断DIを業種別に見ると、その他の小売業で▲20.8（前期差4.8ポイント増）、織物・衣服・身の回り品で▲32.8（前期差2.4ポイント増）、飲食料品（コンビニエンスストア除く）で▲23.5（前期差1.4ポイント増）といずれもマイナス幅が縮小した。

一方、各種商品で▲19.0（前期差0.7ポイント減）、機械器具で▲13.8（前期差0.5ポイント減）といずれも2期ぶりにマイナス幅がやや拡大した。



小売業 業種別 業況判断DI（2022年7-9月期～2025年7-9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13.1%（前期差0.8ポイント増）とやや増加した。

（単位：％）

	2024年 7-9月期	2024年 10-12月期	2025年 1-3月期	2025年 4-6月期	2025年 7-9月期
各種商品	16.3	19.4	8.0	12.2	14.6
織物・衣服・身の回り品	7.1	8.5	6.6	8.0	9.2
飲食料品 （コンビニエンスストア除く）	13.5	12.8	8.6	12.9	13.0
機械器具	15.2	14.8	11.3	12.3*	16.4
その他の小売業	11.2	13.1	11.0	13.7	13.8
小売業計	12.1	12.7	9.4	12.3	13.1

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、「需要の停滞」が2位、「消費者ニーズの変化への対応」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 (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%)
前期 (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%)

4. 小売業の地域別業況判断D I

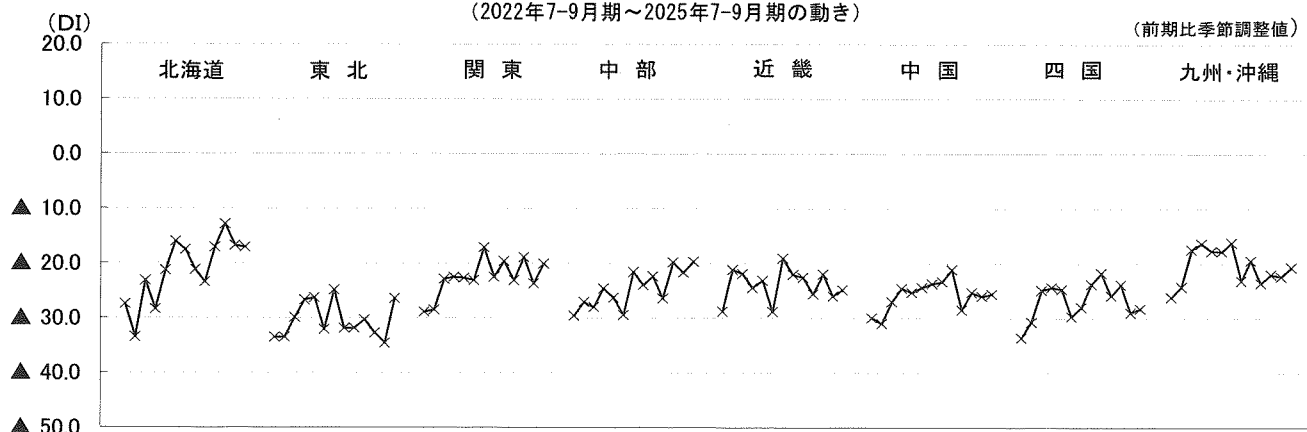
地域別に見ると、東北、関東、中部、九州・沖縄、近畿、四国、中国でマイナス幅が縮小し、北海道でマイナス幅がやや拡大した。

中小企業の地域別業況判断D Iの推移

小売業

（2022年7-9月期～2025年7-9月期の動き）

（前期比季節調整値）



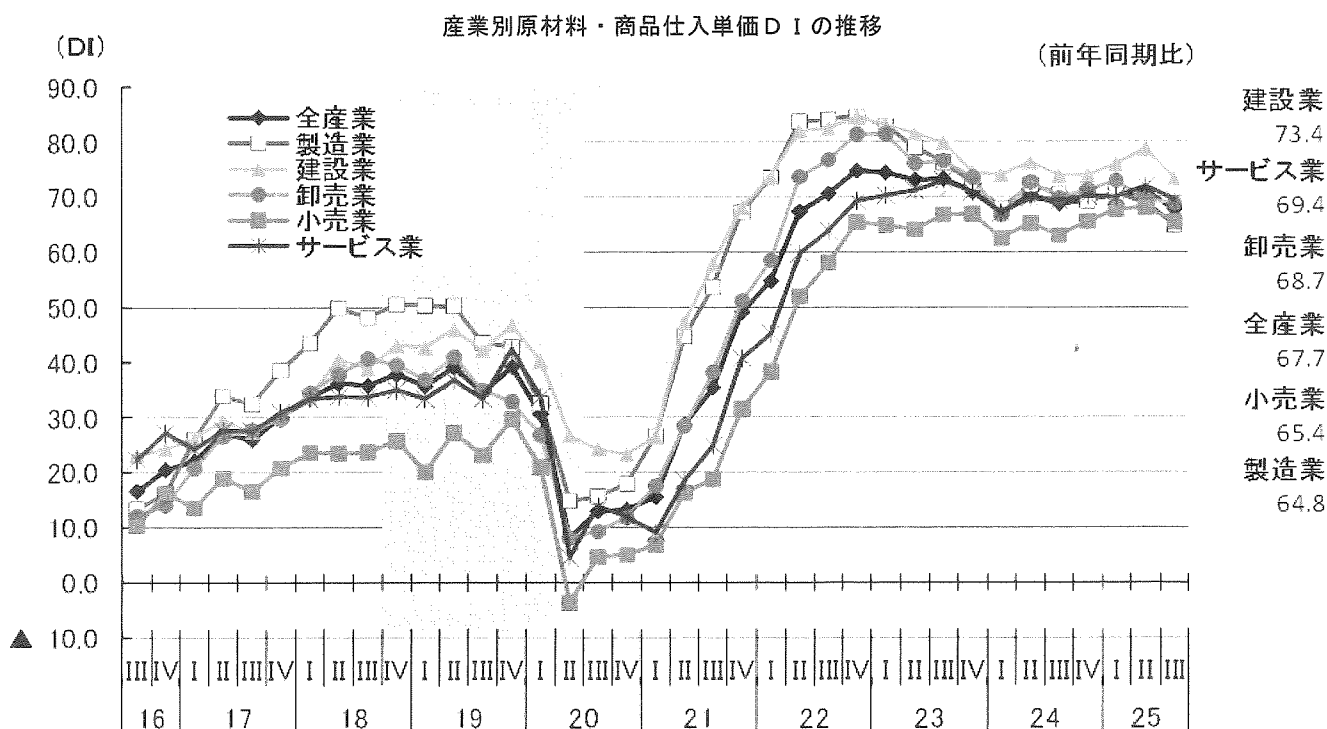
（注）1. 地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。

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D I＝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、65.4（前期68.0、前期差2.6ポイント減）と低下し、4期ぶりにプラス幅が縮小した。



〔調査対象企業のコメント〕

- 生活経費が上昇し、米問題や気候変動も相まって消費マインドはかなり低下していると感じる。必要最小限に出費を控えている。[十勝・釧路・根室 鮮魚小売業]
- 今期は酷暑の為、早い時期から空調機器が好調であった。お盆が過ぎても注文が来ているので仕事が切れないことがいい。[福島 その他の各種商品小売業]
- 夏休みシーズンとなり、ホテルや飲食店などの販売数は伸びているが、仕入れ価格や電気、水道、ガスなどの燃料費の高騰から、あまり利益に結びついていない。単価を引き上げることができず、皺寄せを受けている。[静岡 食料品スーパーマーケット]
- コーヒー豆の仕入れ価格は上昇基調にあるものの、販売価格に価格転嫁できており問題ない。地域の小売店と連携し、店舗での物販を強化することで、お店のファンづくりを推進しており、目標を超える業況にある。[富山 食料品スーパーマーケット]
- 販売価格を改定したものの売上自体は変化ないことから、顧客の支持は維持できていると見られる。しかしながら、物価高や消費者の節約志向の影響もあり、今後の需要動向には引き続き不透明感が残る。[京都 菓子小売業（製造小売）]
- 今年も暑い日が続き、アイス等の氷菓子が昨年以上に売れている。その反面、暑さのせいで来客数、食料品の売上、ともに減っており全体的に売上も減少している。[岡山 酒小売業]
- 学生服は2～5月の販売がメインであり、その後いつも業況は悪くなるが、今年は6月からSNSを使い、オンラインショップにて布小物の販売に力を入れた結果、少しずつ売上が増加している。[香川 他に分類されない織物・衣服・身の回り品小売業]
- 物価高騰が続き、嗜好品であるお酒などは買い控え、あるいは安価なものへと消費者の思考の変化があるようだ。又、昔ながらのお中元・お歳暮の習慣がかなり少なくなっている。[佐賀 酒小売業]

〔調査要領〕

- 調査時点：2025年9月1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18,826のうち有効回答数17,956（有効回答率95.4%）（産業別の動向は、小売業の有効回答数4,318を集計したもの。）