



# Daily Macro Economic Insights

## 商業動態統計(2025年6月速報)

2025年8月1日

### 小売業販売額は前月比、前年比ともに増加

#### 小売業販売額は前年比+2.0%、前月比+1.0%、一進一退

経済産業省から商業動態統計(2025年6月速報値)が公表された。結果をみると、卸売業と小売業を合わせた商業販売額は52兆350億円、前年比+1.7%となった。卸売業は39兆690億円、同+1.7%、小売業は12兆9,660億円、同+2.0%であった。季節調整済前月比は、卸売業が-1.6%、小売業が+1.0%である。卸売業は食料・飲料、農畜産物・水産物、機械器具といった業種で増加した。他方で各種商品、繊維品、衣服・身の回り品、建築材料といった幅広い業種で減少している。また小売業について業種別にみると、各種商品は大きく減少したが、織物・衣服・身の回り品、機械器具の売上が増加している。経済産業省は、小売業販売額の基調判断を「一進一退」と維持した。

図表1は卸売業、小売業の季節調整済前月比に加えて、業態別の販売動向について記載している。百貨店販売額は前年比-8.0%、スーパーは同+3.5%、コンビニは同+5.1%、家電大型専門店は同+5.6%、ドラッグストアは同+6.5%、ホームセンターは同+2.3%となり、百貨店は前年比減少、その他の業態では前年比増加となった。先月に続き百貨店の落ち込みが大きくなっているのが気がありな点である。

図表1: 商業動態統計の概要

(単位: %)

|      | 卸売業 |      | 小売業  |      | 百貨店 |      | スーパー |      | コンビニエンスストア |      | 家電大型専門店 | ドラッグストア | ホームセンター |
|------|-----|------|------|------|-----|------|------|------|------------|------|---------|---------|---------|
|      | 前月比 | 前年比  | 前月比  | 前年比  | 前月比 | 前年比  | 前月比  | 前年比  | 前月比        | 前年比  | 前年比     | 前年比     | 前年比     |
| 2023 | 7   | 0.9  | -0.7 | 1.3  | 7.0 | 1.3  | 7.6  | 1.5  | 5.9        | 0.8  | 5.2     | 5.0     | 10.2    |
|      | 8   | 0.7  | 0.0  | 0.8  | 7.0 | 0.7  | 10.9 | 0.0  | 1.9        | 0.5  | 6.3     | 3.9     | 7.7     |
|      | 9   | 0.3  | -0.6 | 0.2  | 6.2 | 0.2  | 8.1  | -0.9 | -1.2       | -1.4 | 4.0     | -0.4    | 10.2    |
|      | 10  | -0.7 | 0.6  | -1.0 | 4.1 | -1.7 | 5.3  | 1.6  | 0.1        | 1.8  | 2.2     | -3.4    | 10.3    |
|      | 11  | -0.4 | -0.7 | 0.4  | 5.4 | 0.6  | 6.4  | -0.6 | 1.3        | -0.5 | 0.1     | 3.3     | 8.9     |
|      | 12  | 1.8  | 0.1  | -1.5 | 2.4 | -0.4 | 4.4  | -1.3 | -1.0       | 2.3  | 4.2     | -3.4    | 5.8     |
| 2024 | 1   | -2.4 | 0.7  | 0.6  | 2.1 | 3.1  | 5.9  | 1.7  | 0.3        | -2.4 | 1.6     | -6.0    | 7.3     |
|      | 2   | 1.5  | 3.0  | 0.5  | 4.7 | 5.5  | 13.5 | -0.2 | -0.1       | 0.6  | 5.4     | -1.4    | 11.4    |
|      | 3   | 0.9  | -1.7 | 0.2  | 1.1 | -2.8 | 9.6  | 0.3  | -1.4       | -0.7 | 0.4     | 6.3     | 8.9     |
|      | 4   | 1.3  | 5.4  | 0.4  | 2.0 | 0.1  | 8.3  | 0.1  | -0.5       | -0.1 | 0.3     | 3.5     | 6.1     |
|      | 5   | 2.0  | 7.1  | 0.9  | 2.8 | 3.2  | 13.7 | -0.8 | 2.3        | 1.1  | 1.3     | 0.6     | 6.7     |
|      | 6   | -1.2 | 1.7  | 0.7  | 3.8 | 0.1  | 13.5 | 0.9  | 0.8        | -0.4 | 1.6     | 10.3    | 7.5     |
|      | 7   | 1.5  | 9.5  | 0.1  | 2.7 | -4.1 | 5.1  | 0.5  | -1.0       | 0.0  | 0.7     | 1.6     | 4.5     |
|      | 8   | -1.3 | 2.1  | 0.5  | 3.1 | 0.2  | 3.4  | 2.3  | 0.4        | 0.2  | 0.7     | 3.6     | 7.4     |
|      | 9   | -0.7 | 1.0  | -1.3 | 0.7 | -1.2 | 1.7  | -2.3 | 0.4        | -0.6 | 0.6     | 0.2     | 3.8     |
|      | 10  | 0.8  | 5.4  | 0.0  | 1.3 | -2.9 | -1.3 | 0.6  | -0.3       | 2.3  | 2.0     | -2.4    | 4.3     |
|      | 11  | 0.3  | 4.0  | 1.4  | 2.8 | 3.4  | 2.8  | 0.7  | -1.9       | -0.7 | 1.9     | 3.3     | 6.2     |
|      | 12  | -0.3 | 3.9  | -0.2 | 3.5 | -0.1 | 2.2  | -0.4 | -2.1       | 0.0  | -0.9    | 4.8     | 9.3     |
| 2025 | 1   | 2.2  | 6.9  | 1.2  | 4.4 | 3.4  | 4.4  | 3.3  | 0.5        | 2.4  | 4.1     | 5.0     | 6.3     |
|      | 2   | 0.7  | 2.0  | 0.4  | 1.3 | -1.2 | -2.0 | 0.4  | -1.4       | 0.5  | 0.3     | 5.6     | 3.4     |
|      | 3   | -1.8 | 3.4  | -1.2 | 3.1 | -3.7 | -3.2 | -0.2 | -0.5       | -0.6 | 4.1     | 5.3     | 7.6     |
|      | 4   | -0.4 | 1.6  | 0.7  | 3.5 | -1.8 | -4.9 | 0.4  | 1.6        | -0.8 | 3.4     | 1.1     | 6.7     |
|      | 5   | 0.9  | -0.9 | -0.6 | 1.9 | 0.3  | -7.3 | -1.9 | 1.6        | 1.8  | 4.2     | 4.7     | 6.5     |
|      | 6   | -1.6 | 1.7  | 1.0  | 2.0 | -0.6 | -8.0 | 2.3  | 3.5        | 0.6  | 5.1     | 5.6     | 6.5     |

注: 前月比は季節調整済指数の前月比である。出所: 経済産業省より筆者作成。

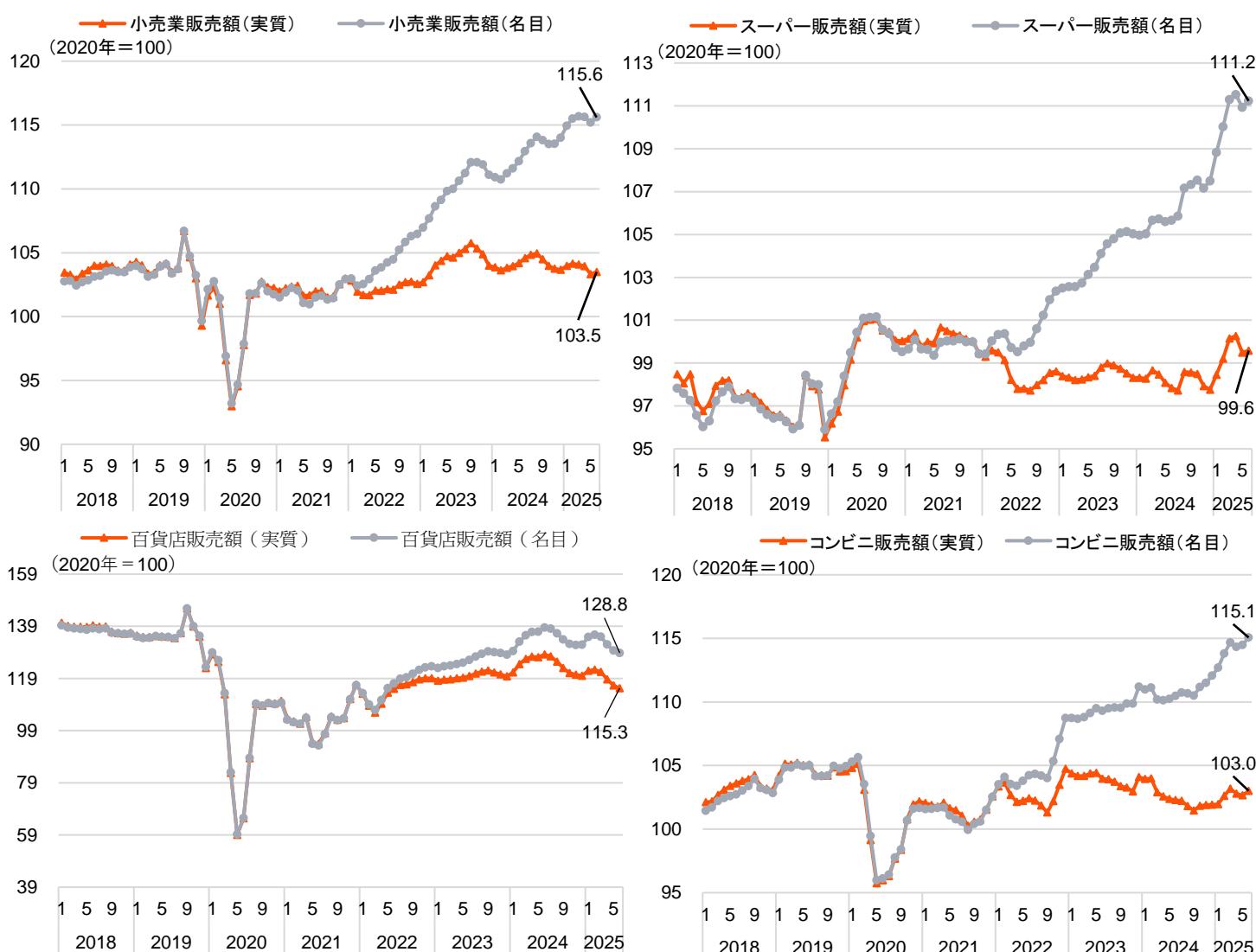
## 小売業販売額の拡大の多くは物価上昇による、実質販売額が拡大基調に転じるかがポイント

昨今の販売額の動きには価格上昇による影響が一定程度作用している。図表2では、試みに総務省「消費者物価指数」の総合指数(季節調整値、2020年基準)で名目販売額指数(2020年基準)をデフレートし、後方3か月間移動平均をとった実質販売額指数と名目販売額指数の推移をみている。

名目的小売業販売額指数(左上)は2025年1月以降は持ち直していたが、4月以降は概ね横ばいで推移している。実質指数は物価高を反映して名目ほど上昇しておらず、やや弱めの動きに留まる。百貨店販売額指数(左下)は実質でみると2024年初から夏場にかけて増加したが、その後下落に転じ、緩やかな下落トレンドが続いている状況だ。スーパー販売額指数(右上)の動きをみると、名目販売額指数は水準としては2020年8月を大きく上回るが、物価上昇を考慮に入れると、ピークである2020年8月の水準を上回ることができていない。コンビニ販売額指数(右下)は2024年9月以降増加を続けているが、物価水準を加味すると、2025年3月以降は概ね横ばい圏内にある。

以上のとおり、名目でみた小売業販売額は2025年に入り3月までは拡大を続けていたが、4月以降は低下が続き、やや頭打ちの状況にある。実質でみると横ばいの状況からやや低下基調が強まっており、昨年のピーク(2024年7月)を超えるには至っていない模様だ。物価の影響を除いた実質でみて、増加トレンドに転換できるかどうか引き続き注視する必要があるだろう。

図表2: 小売業、百貨店、スーパー、コンビニ販売額(名目、実質)の推移



注: 実質値は総務省「消費者物価指数」から季節調整済の総合指数を用いて名目値をデフレートした値。名目・実質値ともに後方3か月移動平均値。  
出所: 経済産業省「商業動態統計」より筆者作成。

**片岡 剛士**  
チーフエコノミスト、上席執行役員  
PwC Intelligence  
PwCコンサルティング合同会社

**伊藤 篤**  
シニアエコノミスト  
PwC Intelligence  
PwCコンサルティング合同会社

PwC Intelligence 統合知を提供するシンクタンク  
<https://www.pwc.com/jp/ja/services/consulting/intelligence.html>

**PwCコンサルティング合同会社**

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-2-1 Otemachi One タワー Tel: 03-6257-0700

© 2025 PwC Consulting LLC. All rights reserved. PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.