

2025 年 2 月 4 日 全 8 頁

消費データブック（2025/2/4 号）

個社データ・業界統計・JCB 消費 NOW から消費動向を先取り

経済調査部 エコノミスト 菊池 慈陽

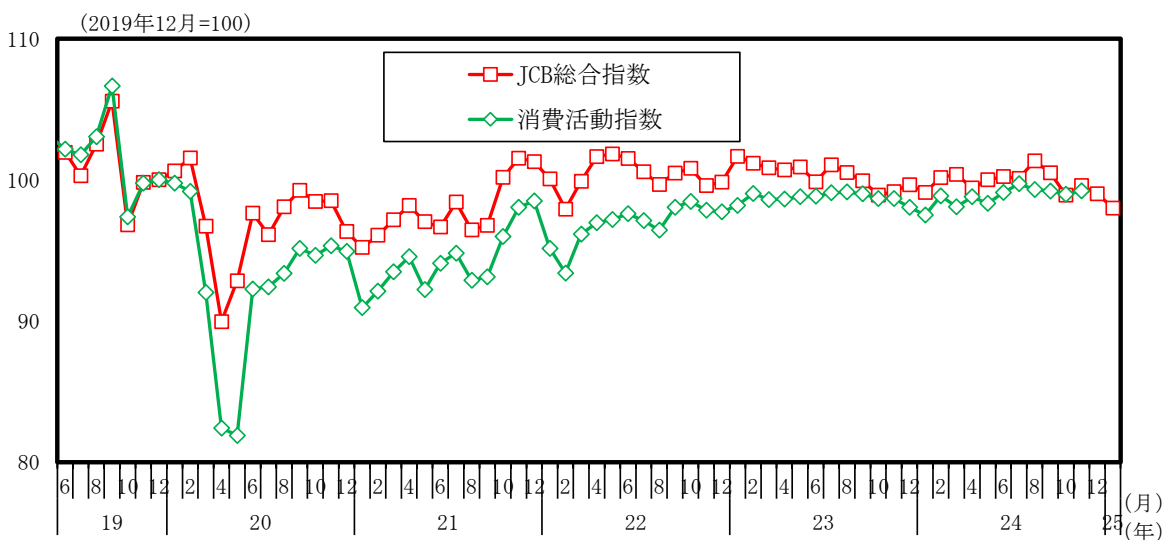
[要約]

- 2024 年 12 月の消費は 11 月から横ばいで推移したとみられる。財消費はまちまちだった。新車販売台数（大和総研による季節調整値）や家電の販売額などが減少した。他方、前月に続いて気温の低下により、百貨店やアパレルでは季節商品の販売額が増加した。サービス消費は好調だった。年末年始の日並びの良さから旅行需要が増加したとみられ、旅客機輸送量や宿泊者数が増加した。新幹線輸送量や外食関連も堅調に推移している。
- 2025 年 1 月の消費は 24 年 12 月から小幅に増加したとみている。財消費は堅調に推移した。百貨店やアパレルでは春物の販売額が好調だった。前月落ち込んでいた新車販売台数（大和総研による季節調整値）や JCB の家電消費額（同）は増加に転じた。サービス消費は増加した。前月同様に年末年始の日並びの良さから旅行需要が増加したほか、中国の春節によりインバウンド消費も拡大した。他方、JCB 外食消費額（同）は 2 カ月連続で減少した。

＜消費全体の動き＞

- ◆【JCB 総合指数】 25 年 1 月の JCB 総合指数¹（大和総研による季節調整値、JCB データは以下同）によると、実質消費額は前月比▲1.0%だった。内訳を見ると、財は同▲2.0%と減少した。ただし、データの特性上やや下振れしているとみられる²。他方、サービスは同+1.1%と増加した。

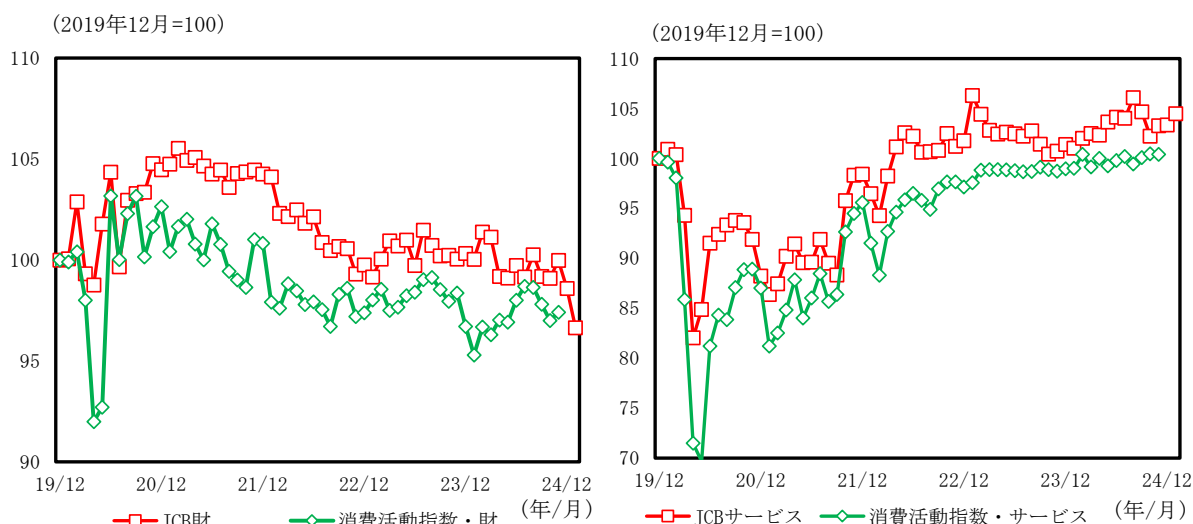
図表 1：消費活動指数・JCB 総合指数



（注）JCB 総合指数は大和総研による季節調整値。CPI で実質化。25 年 1 月分は月前半のデータをもとに伸び率を試算（物価上昇分を調整）。

（出所）日本銀行、総務省、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

図表 2：財・サービス別に見た消費の動き



（注 1）JCB 財指数・JCB サービス指数は大和総研による季節調整値。CPI で実質化。25 年 1 月分は月前半のデータをもとに伸び率を試算（物価上昇分を調整）。

（注 2）財の消費活動指数は、当該指数の耐久財・非耐久財を形態別ウエイトで加重平均したもの。

（出所）日本銀行、総務省、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

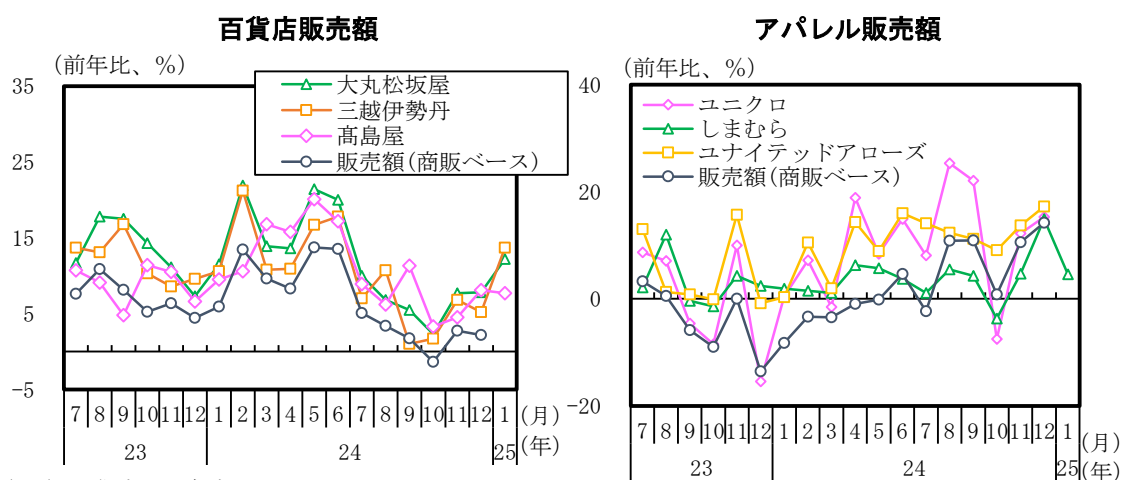
¹ JCB グループ会員の中からランダムに抽出された約 1,000 万会員を対象に、ナウキャスト社が作成・公表している消費指数。

² 例年 1 月前半のデータで財消費が落ち込む傾向にあり、その点を考慮すると減少幅は小さいとみられる。

＜小売関連＞

- ◆【百貨店】 24 年 12 月の百貨店商品販売額（商販ベース）は前年比+2.2%と、2 カ月連続で増加した。気温低下により季節商品の販売が好調だった。25 年 1 月の百貨店大手 3 社の既存店売上高は、同+7.7~13.7%だった。大丸松坂屋と高島屋は、働き方改革のため初売りを原則 1 月 3 日からとしたが好調を維持し、マイナスの影響は限定的だったとみられる。前月に続きコートなどの冬物衣料やブランド品の販売が好調だったほか、中国の春節期間中のインバウンド消費も全体を押し上げた。
- ◆【アパレル】 24 年 12 月のアパレル販売額（商販ベース）は前年比+14.2%と、5 カ月連続でプラスだった。25 年 1 月のしまむらの既存店売上高は同+4.6%と、3 カ月連続で増加。前月に続き冬物の販売が堅調に推移したほか、春物も好調だった。

図表 3：百貨店・アパレルの販売額



(注1) 百貨店：既存店ベース。

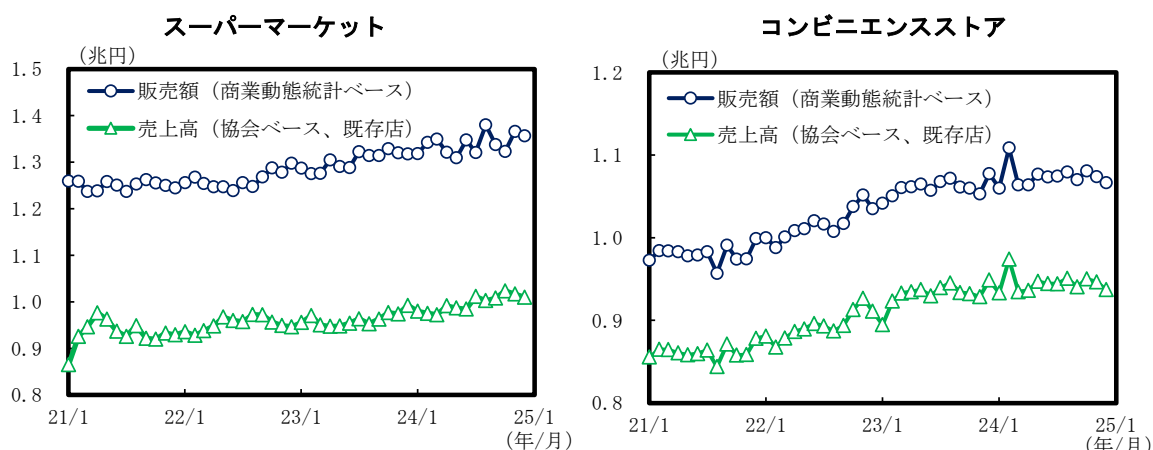
(注2) アパレル：既存店ベース(含むネット通販)。しまむらの各月の数値は前月21日から当月20日の集計値。

(注3) アパレル販売額(商販ベース)は、商業動態統計の「織物・衣服・身の回り品小売業」を参照。

(出所) 経済産業省統計、各社資料より大和総研作成

- ◆【スーパーマーケット】 24 年 12 月の販売額は前月比▲0.7%（大和総研による季節調整値）。衣料品（同▲4.2%）などの販売額が減少。
- ◆【コンビニエンスストア】 24 年 12 月の販売額は前月比▲0.7%（大和総研による季節調整値）。食品、非食品ともに販売額が小幅に減少。

図表 4：スーパーマーケット・コンビニエンスストアの売上高

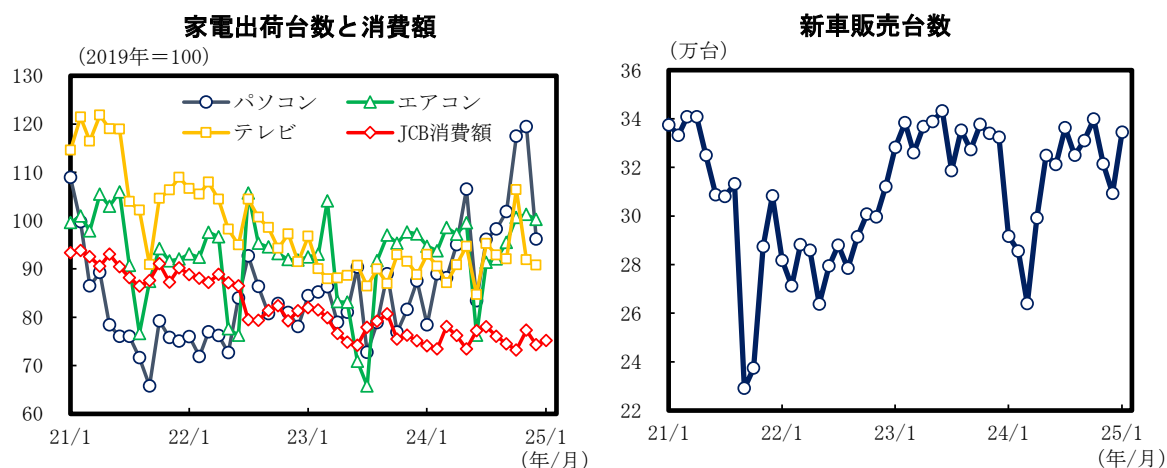


(注) 大和総研による季節調整値。

(出所) 経済産業省、全国スーパーマーケット協会、日本フランチャイズチェーン協会より大和総研作成

- ◆【家電】24年12月の出荷台数はパソコンが前月比▲19.5%、エアコンが同▲1.0%、テレビが同▲1.2%（いずれも大和総研による季節調整値）と減少。25年1月のJCB消費額（機械器具小売業）は同+1.2%と、2カ月ぶりに前月から増加。
- ◆【自動車】24年12月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は前月比▲3.7%。10月頃まで押し上げ要因となっていた認証不正問題後の挽回生産の影響は、弱まっているとみられる。25年1月は同+8.1%と、3カ月ぶりに増加した。24年11～12月に減少していた反動が見られた。

図表5：家電出荷台数と新車販売台数



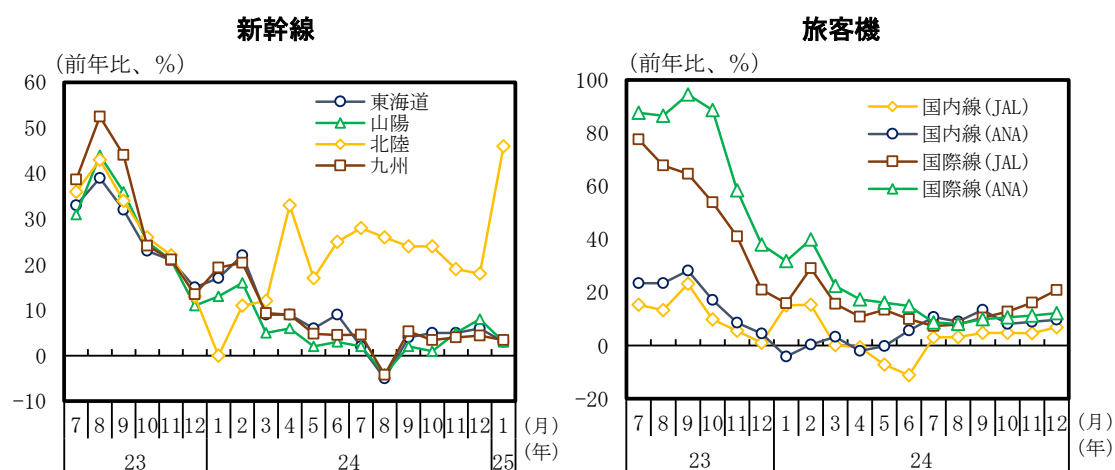
（注）大和総研による季節調整値。JCB消費額はJCB「機械器具小売業」。25年1月分は月前半のデータをもとに伸び率を試算（物価上昇分を調整）。

（出所）電子情報技術産業協会、日本冷凍空調工業会、日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計、株式会社ナウキャスト/ JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

<サービス関連>

- ◆【新幹線】24年12月の輸送量は、東海道・山陽・九州新幹線が前年比+4～7%程度、北陸新幹線が同+18%といずれも前月からおおむね横ばい。25年1月では、東海道・山陽・九州新幹線は同+3～4%程度と横ばい圏にとどまった。年末年始は祝日と土日の並びから連休を取りやすかったが、その影響は小さかった。他方、北陸新幹線は同+46%と大幅に増加した。ただし、能登半島地震により24年1月は輸送量が大幅に減少していたことの裏の影響が表れた。24年3月に金沢・敦賀間を延伸開業して以降、旺盛な観光需要が追い風となり堅調に推移している。
- ◆【旅客機】24年12月の国内線輸送量（含むグループ会社）はANAが前年比+9.7%、JALが同+6.9%と、伸び率はいずれも前月から拡大した。国際線輸送量（同）はANAが同+12.2%、JALが同+20.9%と、同じくいずれも前月から伸び率が拡大した。先述の通り日並びが良かった影響で、年末年始は2社ともに前年を上回った³。特に、連休に需要が拡大しやすい国際線が好調だった。

図表6：新幹線・旅客機の利用状況

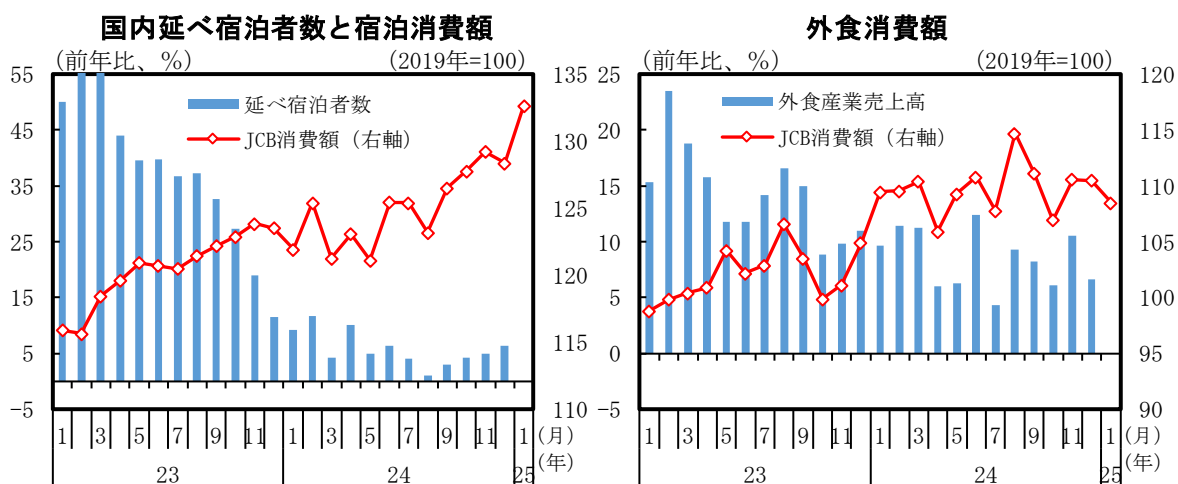


(注) 24年12月の東海道は14日まで、山陽と北陸は28日、九州は20日まで。JAL・ANAのデータはグループ会社を含む。
(出所) JR東海、JR西日本、JR九州、JAL、ANA資料より大和総研作成

³ ANA ホールディングス「[2024年度 年末年始期間 ご利用実績 | プレスリリース | ANA グループ企業情報](#)」(2025年1月6日)、日本航空「[2024年度 年末年始期間ご利用実績 | プレスリリース | JAL 企業サイト](#)」(2025年1月6日) 参照。

- ◆【宿泊】 24 年 12 月の宿泊者数（観光庁、宿泊日数ベース）は前年比+6.3%と、4 カ月連続で前月からプラス幅が拡大。25 年 1 月の JCB 宿泊消費額は、月前半に基づいて試算すると、前月比+3.3%と 2 カ月ぶりの増加。年末年始の日並びが良かった影響が表れた。ただし、月後半は反動減が見られる可能性がある。
- ◆【外食】 24 年 12 月の外食産業の売上高は前年比+6.6%と、前月から伸び率は縮小した。ただし、均して見れば 24 年 1 月以降おおむね横ばいで推移している。25 年 1 月の JCB 外食消費額は前月比▲1.8%と、2 カ月連続の減少。

図表 7：国内延べ宿泊者数と宿泊消費額（左）、外食消費額（右）



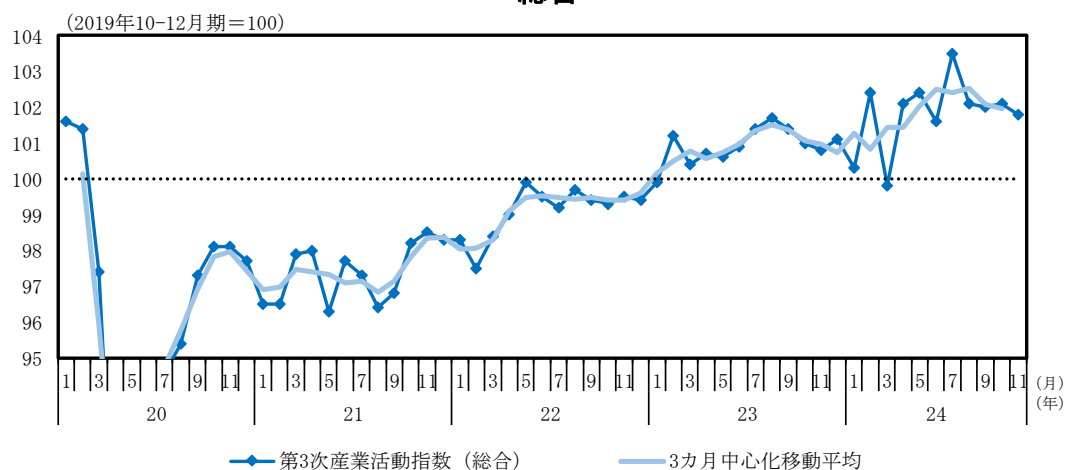
(注) 大和総研による季節調整値。25年1月分のJCB消費額は月前半のデータをもとに伸び率を試算。観光庁統計は宿泊日数ベースのデータを用いている。

(出所) 観光庁、一般社団法人日本フードサービス協会統計、株式会社ナウキャスト/ JCB「JCB消費NOW」より大和総研作成

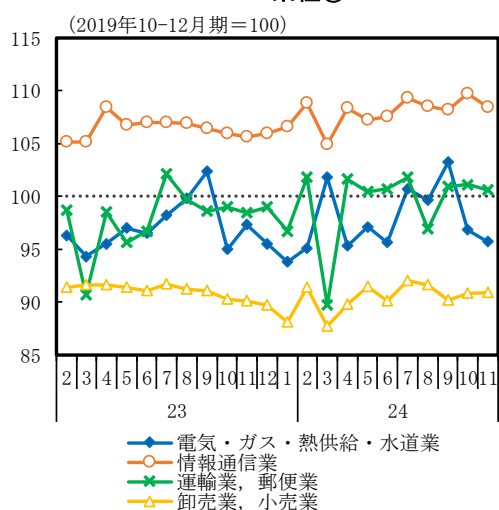
<参考：第3次産業活動指数>

図表 8-1：第3次産業活動指数

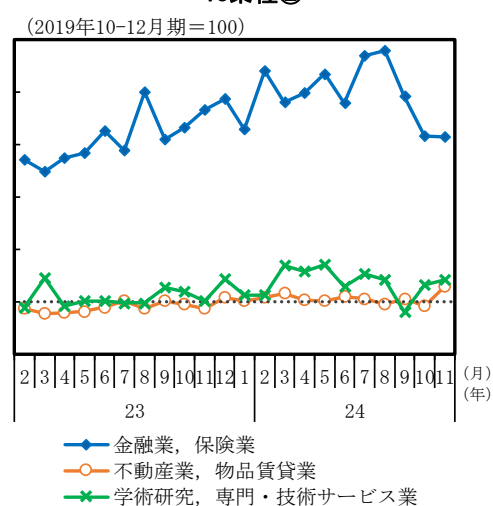
総合



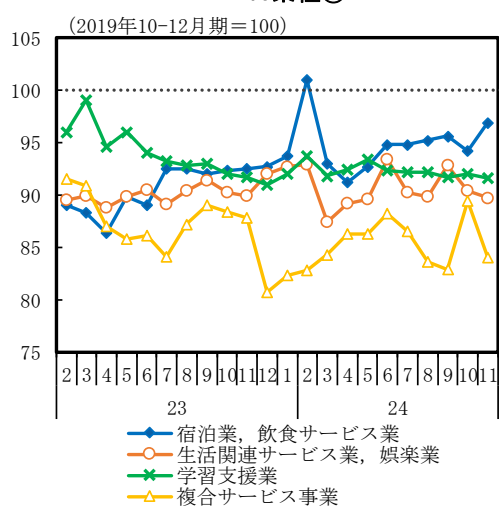
13業種①



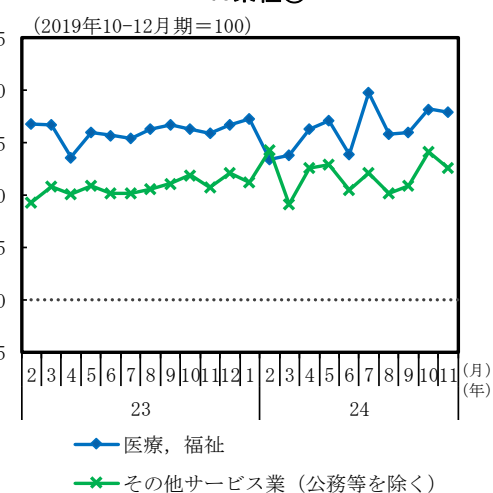
13業種②



13業種③



13業種④

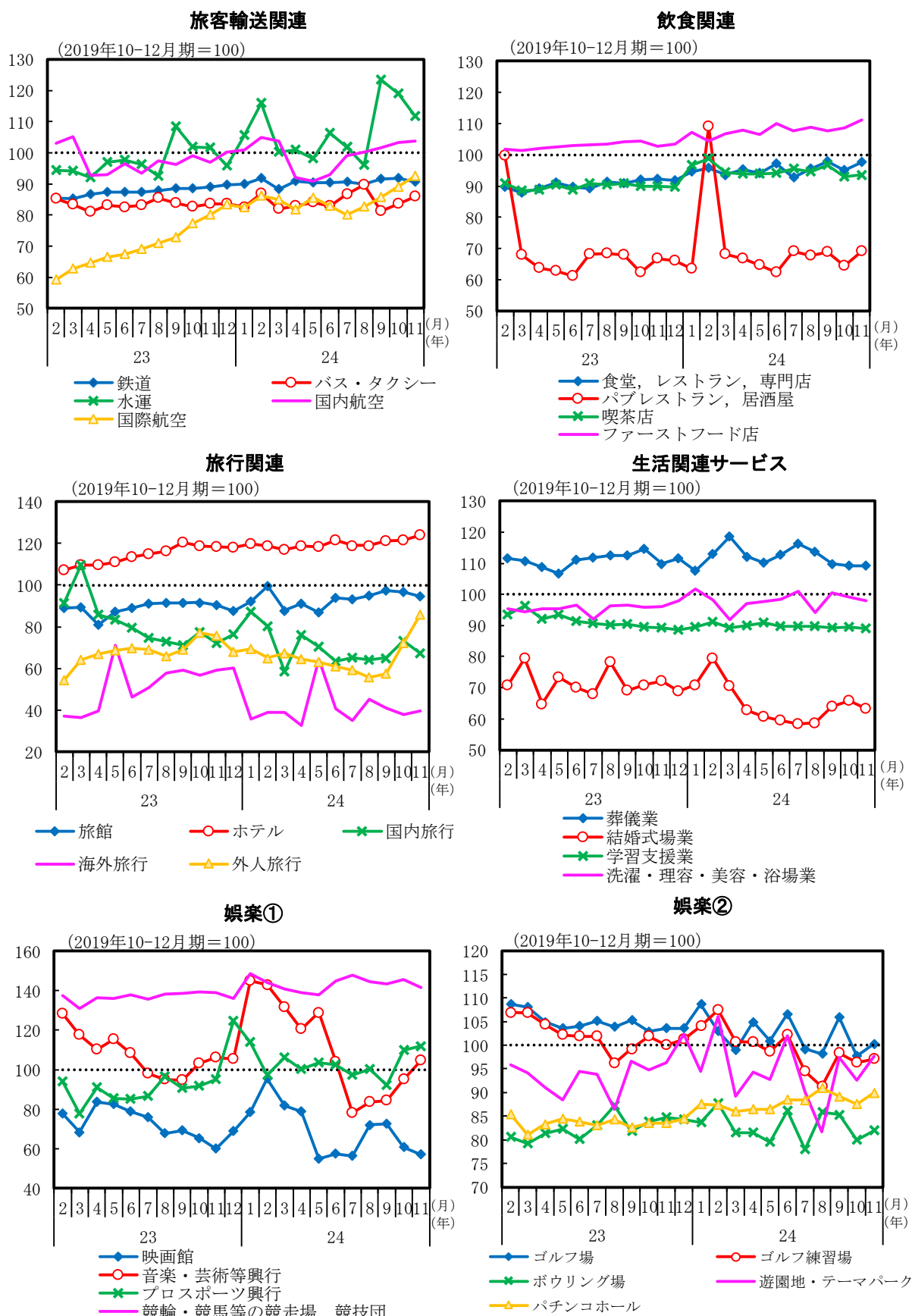


(注1) 季節調整値。

(注2) 13業種は、第3次産業活動指数の対象となっている日本標準産業分類の大分類13項目。

(出所) 経済産業省より大和総研作成

図表 8-2：運輸業・生活関連サービス業における活動指数の推移



(注) 季節調整値。

(出所) 経済産業省より大和総研作成