

2025 年 3 月 10 日 全 8 頁

消費データブック（2025/3/10 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

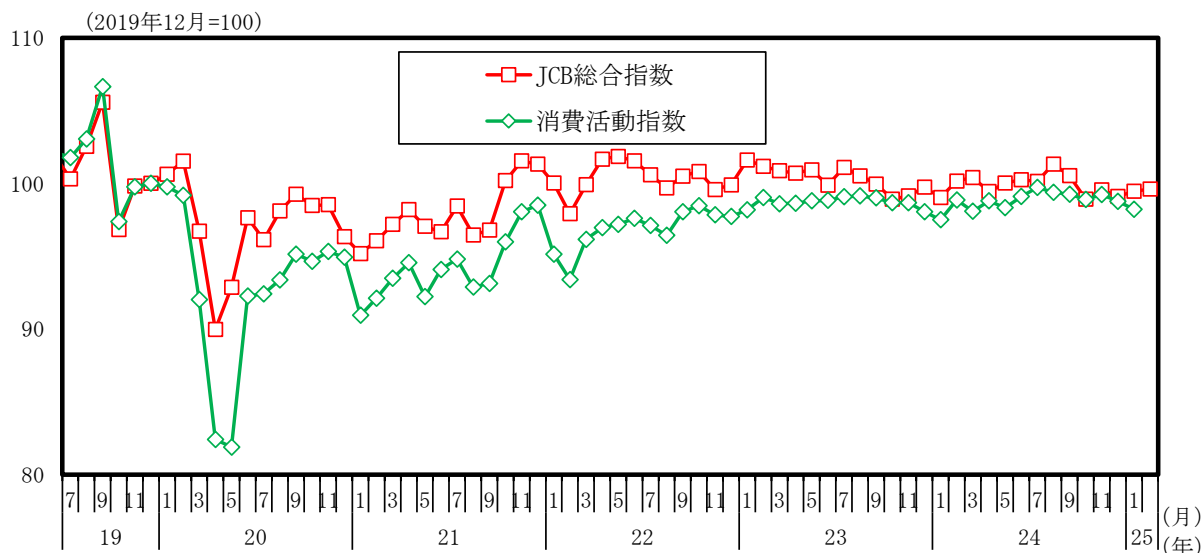
[要約]

- 2025 年 1 月の消費は 24 年 12 月から増加したとみられる。財消費は増加した。特に、新車販売台数（大和総研による季節調整値）や百貨店の販売額などが増加した。サービス消費も増加した。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大きく増加した。新幹線輸送量や外食関連も堅調に推移している。ただし、中国などの春節期間中のインバウンド消費が売上全体を押し上げた。その点を割り引いて見ても個人消費は財・サービスいずれも好調だった。
- 2025 年 2 月の消費は 1 月から小幅に増加したとみている。財消費は小幅に増加した。百貨店やアパレルでは季節商品の販売が引き続き好調だった。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）も堅調に推移した。サービス消費は概ね横ばいで推移した。前月大きく増加した旅行需要に反動減が見られたが、均して見れば堅調に推移したといえる。JCB 外食消費額（同）は小幅ながら 4 カ月連続で増加した。

<消費全体の動き>

- ◆【JCB 総合指数】 25 年 2 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+0.2%だった。内訳を見ると、財は同+2.4%と増加した。他方、サービスは同▲1.8%と減少した。

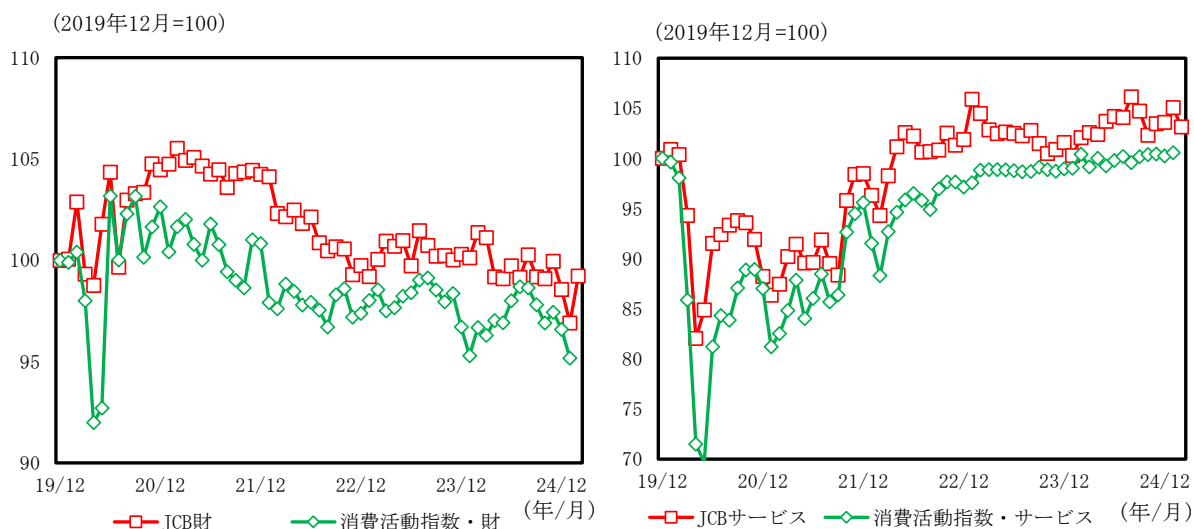
図表 1：消費活動指数・JCB 総合指数



(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 2 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 2 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。

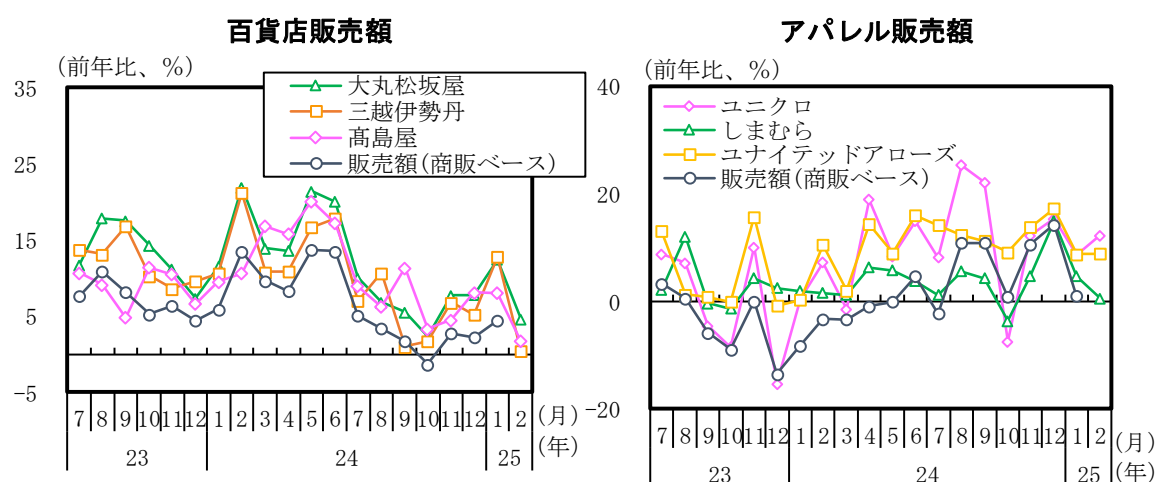
(出所) 日本銀行、総務省、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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。

<小売関連>

- ◆【百貨店】 25 年 1 月の百貨店商品販売額（商販ベース）は前年比+4.4%と、3 カ月連続で増加した。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、中国などの春節期間²中のインバウンド消費も全体を押し上げた。25 年 2 月の百貨店大手 3 社の既存店売上高は、同+0.4~4.6%と増加した。ブランド品の販売が引き続き好調だった。閏年だった前年より営業日が 1 日少ない点や、前年は 2 月だった春節が今年は一部 1 月にずれ込んだ点を考慮すると、堅調を維持しているといえる。
- ◆【アパレル】 25 年 1 月のアパレル販売額（商販ベース）は前年比+1.0%と、プラス幅は縮小するも 6 カ月連続で増加した。25 年 2 月のアパレル大手 3 社の既存店売上高は、同+0.5~12.2%と増加した。平年に比べ気温が低い日が多く、前月に続き冬物の販売が堅調に推移した。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。

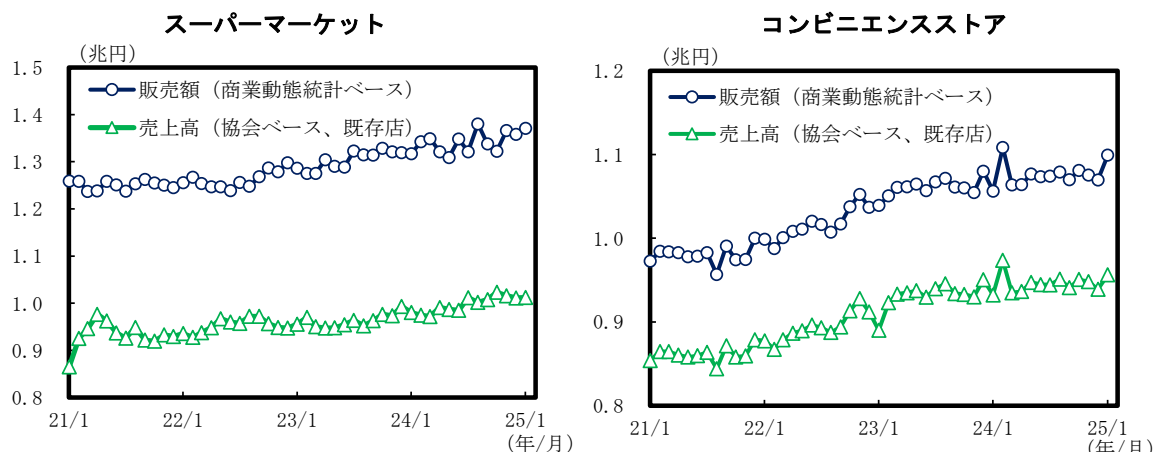
(注3) アパレル販売額(商販ベース)は、商業動態統計の「織物・衣服・身の回り品小売業」を参照。

(出所) 経済産業省統計、各社資料より大和総研作成

² 中国の春節は、2024 年は 2 月 10 日～2 月 17 日、2025 年は 1 月 28 日～2 月 4 日で、いずれも 8 日間。

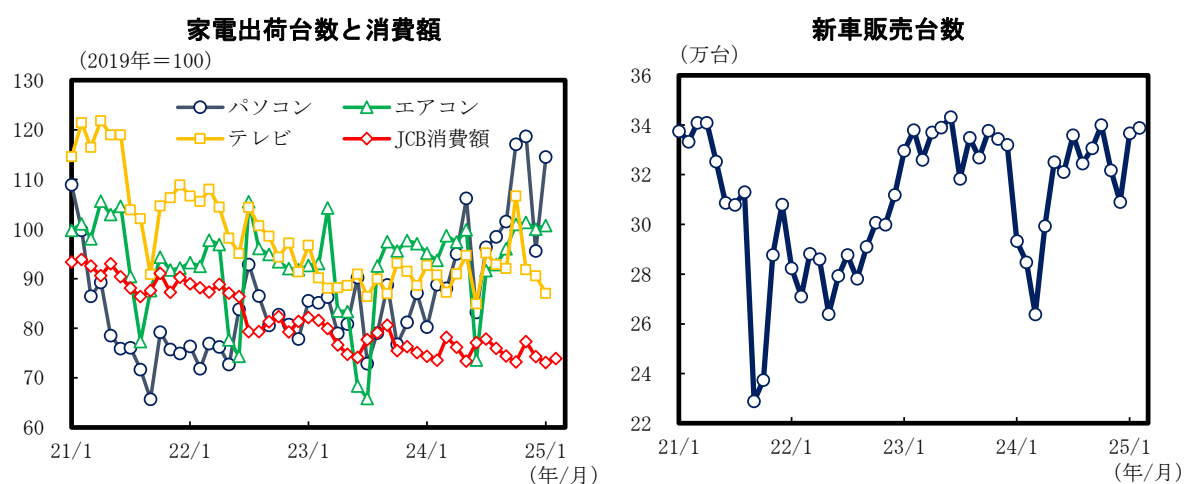
- ◆【スーパーマーケット】 25 年 1 月の販売額は前月比+1.0%（大和総研による季節調整値）。飲食料品（同+1.5%）などの販売額が増加。
- ◆【コンビニエンスストア】 25 年 1 月の販売額は前月比+2.8%（大和総研による季節調整値）。食品、非食品ともに販売額が増加。

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



- ◆【家電】 25 年 1 月の出荷台数はパソコンが前月比+19.9%、エアコンが同+0.8%、テレビが同▲3.9%（いずれも大和総研による季節調整値）。パソコンは前月からの反動増が表れた。25 年 2 月の JCB 消費額（機械器具小売業）は同+1.1%と、3 カ月ぶりに前月から増加。
- ◆【自動車】 25 年 1 月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は前月比+9.0%と 3 カ月ぶりに増加。24 年 11～12 月は一部メーカーでの認証不正問題などの影響で減少しており、その反動増が表れた。25 年 2 月は、同+0.6%と小幅に増加した。

図表 5：家電出荷台数と新車販売台数



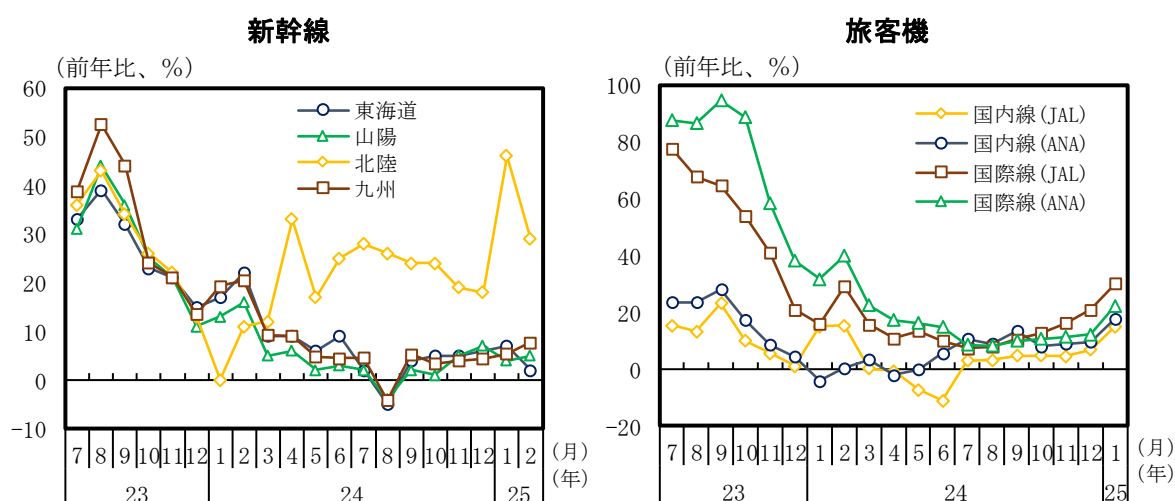
(注) 大和総研による季節調整値。JCB消費額はJCB「機械器具小売業」。25年2月分は月前半のデータをもとに伸び率を試算（物価上昇分を調整）。

(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】25年1月の輸送量は、東海道・山陽・九州新幹線は前年比+4～7%程度と伸び率は前月から概ね横ばい。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%と大きく増加した。能登半島地震により24年1月の輸送量が大幅に減少したことの裏の影響が表れた。25年2月は、東海道・山陽・九州新幹線は同+2～8%程度と伸び率は前月から横ばい圏で推移した。北陸新幹線は同+29%と好調を維持した。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】25年1月の国内線輸送量（含むグループ会社）はANAが前年比+17.8%、JALが同+15.0%と、伸び率はいずれも前月から大幅に拡大した。国際線輸送量（同）はANAが同+22.4%、JALが同+30.2%と、同じくいずれも前月から伸び率が大幅に拡大した。先述の通り年末年始は日並びが良かった影響で、2社ともに前年を大きく上回った³。特に、連休に需要が拡大しやすい国際線が好調だった。円安や中国などの春節の影響で訪日観光客数も多く、2社ともに海外発が前年比で約1.3倍と増加した影響も大きかった。

図表6：新幹線・旅客機の利用状況



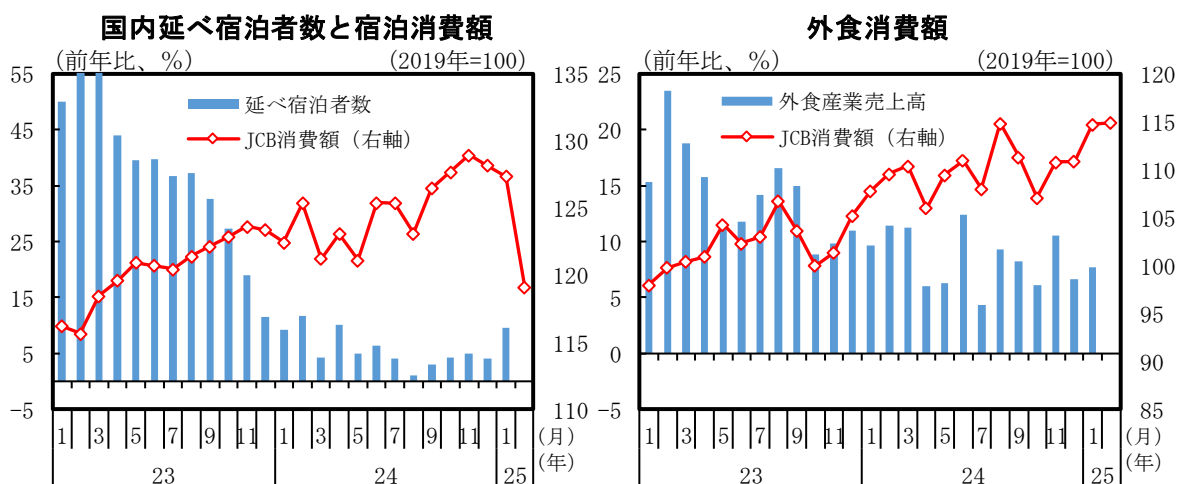
(注) 25年2月の東海道・山陽・北陸は28日、九州は25日まで。JAL・ANAのデータはグループ会社を含む。

(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】 25 年 1 月の宿泊者数（観光庁、宿泊日数ベース）は前年比+9.6%と、前月からプラス幅が大きく拡大。年末年始の日並びが良かった影響が表れた。また、春節で海外からの宿泊客も多かったとみられる。25 年 2 月の JCB 宿泊消費額は、月前半の実績に基づいて試算すると前月比▲6.5%だった。ただし、試算方法の特性上大きく下振れした可能性が高く、実際の減少幅は試算結果よりも小さいとみている。
- ◆【外食】 25 年 1 月の外食産業の売上高は前年比+7.7%と、前月からプラス幅が小幅に拡大した。均して見れば、24 年 1 月以降概ね横ばいで推移している。25 年 2 月の JCB 外食消費額は前月比+0.1%と、小幅ながら 4 カ月連続の増加。

図表 7：国内延べ宿泊者数と宿泊消費額（左）、外食消費額（右）

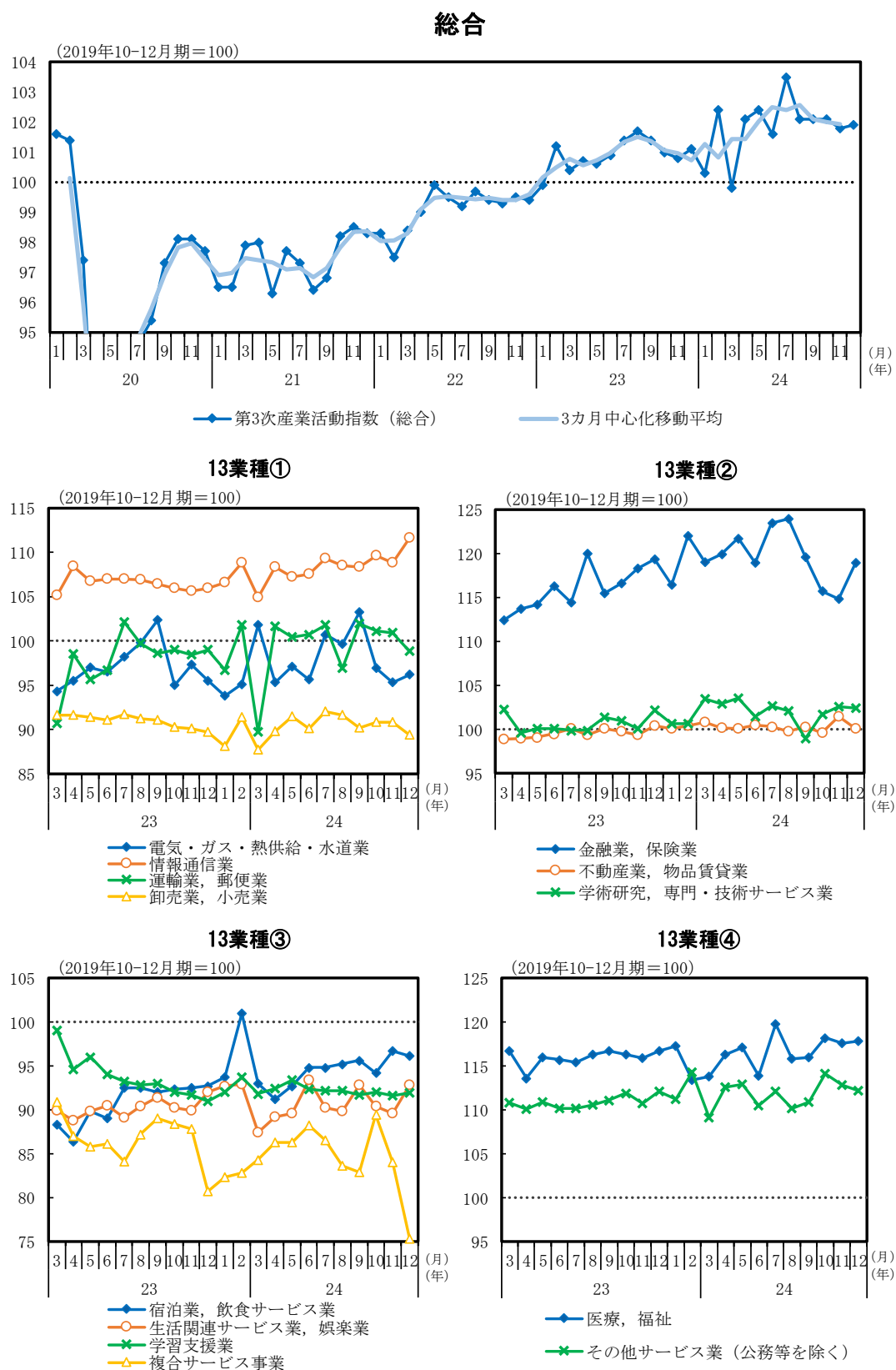


(注) 大和総研による季節調整値。25年2月分のJCB消費額は月前半のデータをもとに伸び率を試算。観光庁統計は宿泊日数ベースのデータを用いている。

(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

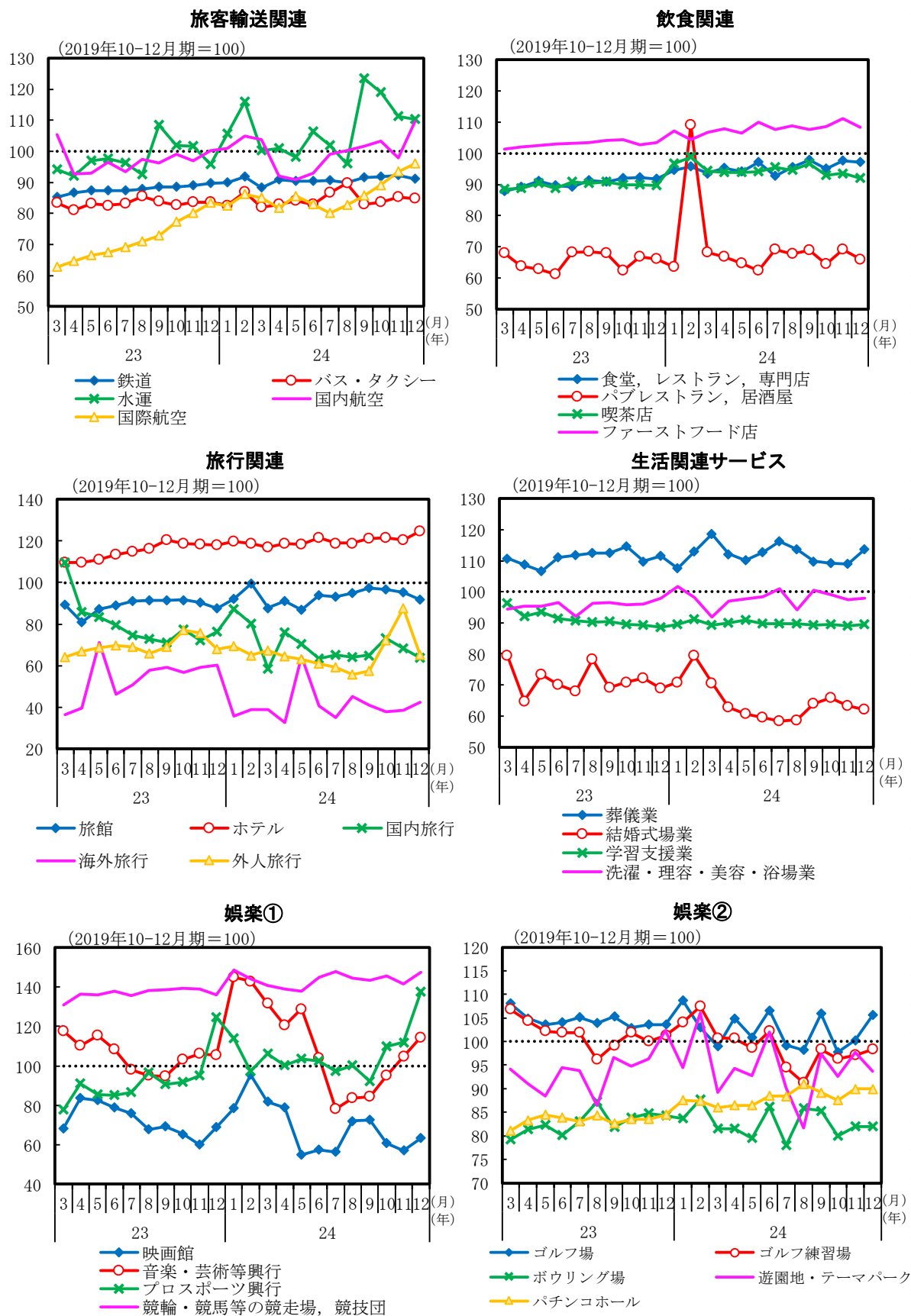


(注1) 季節調整値。

(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