

2025 年 4 月 2 日 全 8 頁

消費データブック（2025/4/2 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

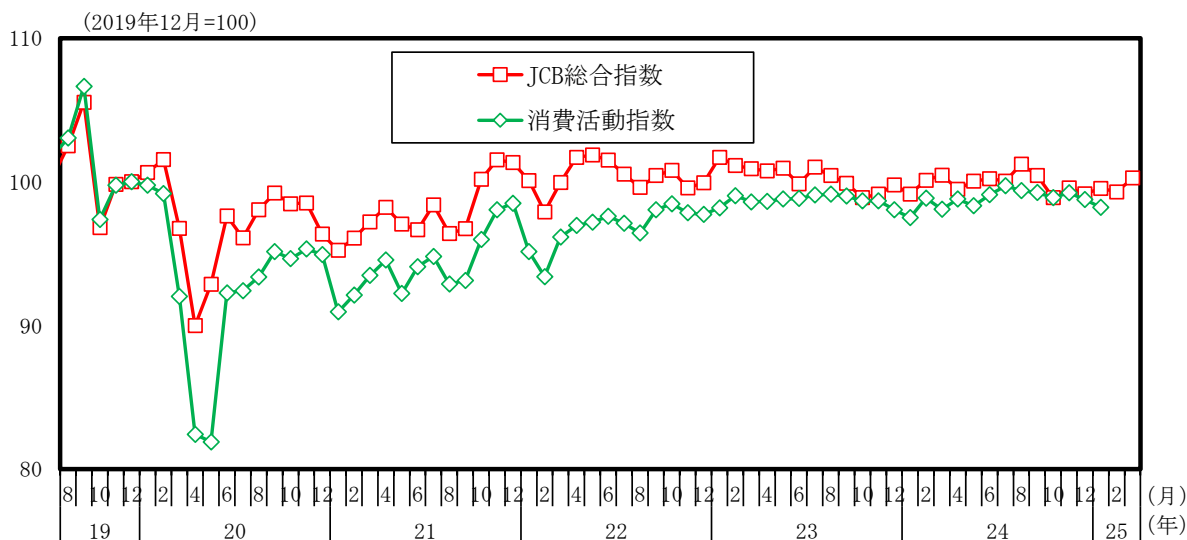
[要約]

- 2025 年 2 月の消費は 1 月から小幅に減少したとみられる。財消費は小幅に減少した。百貨店やアパレルの販売額が減少した。その他の小売は概ね横ばいだった。サービス消費も小幅に減少したが、旅行需要などが 1 月に大きく増加した点を考慮すると堅調に推移したとみられる。前年比で見ると、新幹線・旅客機輸送量や宿泊者数、外食関連はいずれも増加した。
- 3 月の消費は 2 月から横ばい圏で推移したとみている。財消費は横ばいだった。天候不順の影響で、百貨店やアパレルの販売額は前年割れとなった。他方、JCB の家電消費額（大和総研による季節調整値）は前月から増加した。サービス消費は概ね横ばいで推移した。新幹線輸送量は前年比でプラスを維持しているが、伸び率は前月から縮小した。他方、JCB 外食消費額（同）は小幅ながら 2 カ月ぶりに増加した。

＜消費全体の動き＞

- ◆【JCB 総合指数】 25 年 3 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+1.3%と増加し、サービスも同+0.6%と増加した。

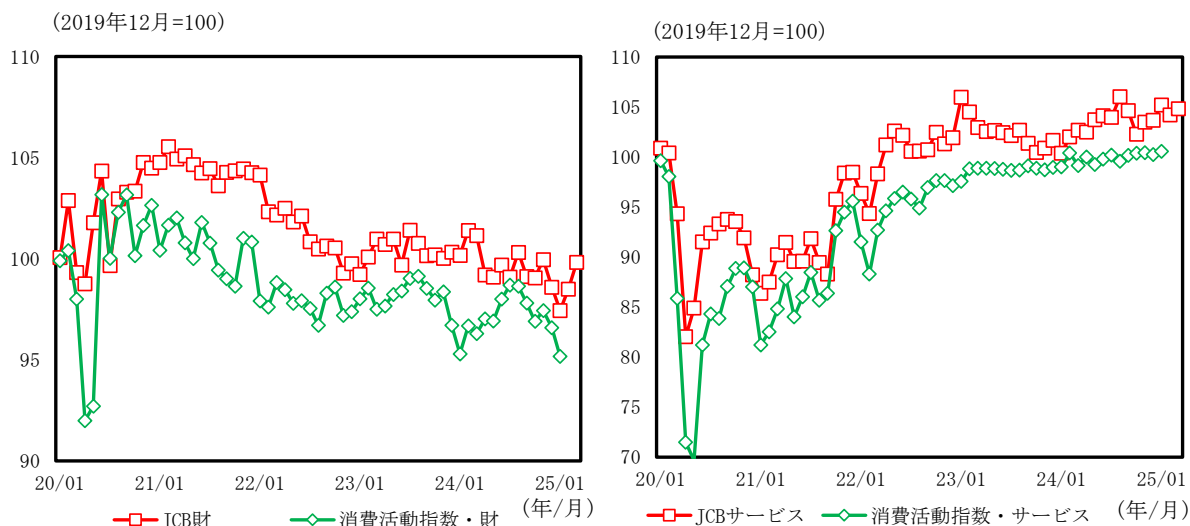
図表 1：消費活動指数・JCB 総合指数



(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 3 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 3 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。

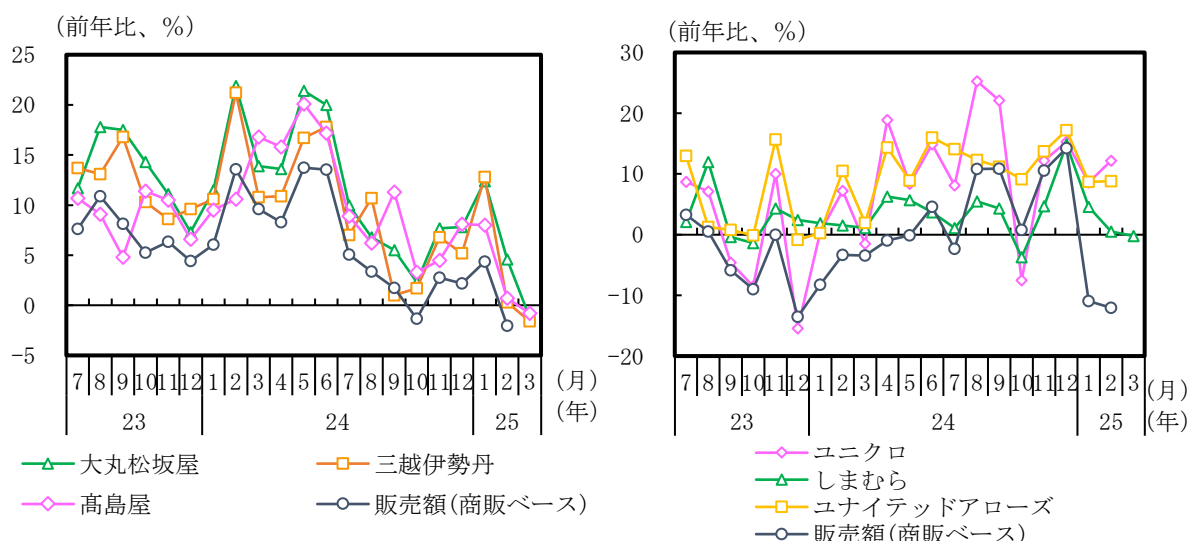
(出所) 日本銀行、総務省、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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2月の百貨店商品販売額（商販ベース）は前年比▲2.0%と、4カ月ぶりに減少した。業界統計から内訳を見ると、食料品（同▲2.7%）や衣料品（同▲2.3%）など、幅広い品目で売上高が減少した。25年3月の百貨店大手3社の既存店売上高は、同▲1.6～▲0.8%と減少した。24年後半から前年比で見た売上高の増加幅は縮小傾向にあったが、3社ともに約3年半ぶりに減少に転じた。寒暖差が大きいなど天候不順の影響で、特に月前半に春物衣料品などで伸び悩みが見られた。
- ◆【アパレル】 25年2月のアパレル販売額（商販ベース）は前年比▲12.1%と、2カ月連続で大幅に減少した。なお、1月（確報値）は同▲11.0%に下方修正されている。25年3月のアパレル大手しまむらの既存店売上高は、同▲0.2%と僅かながら5カ月ぶりに減少した。各地での天候不順が、売上高を下押しした。

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。

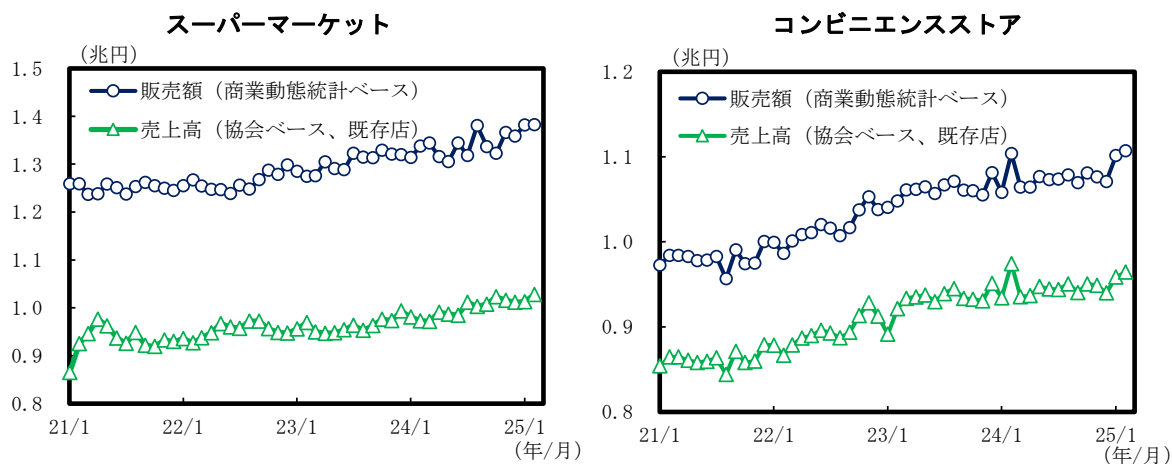
(注2) アパレル：既存店ベース(含むネット通販)。しまむらの各月の数値は前月21日から当月20日の集計値。

(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

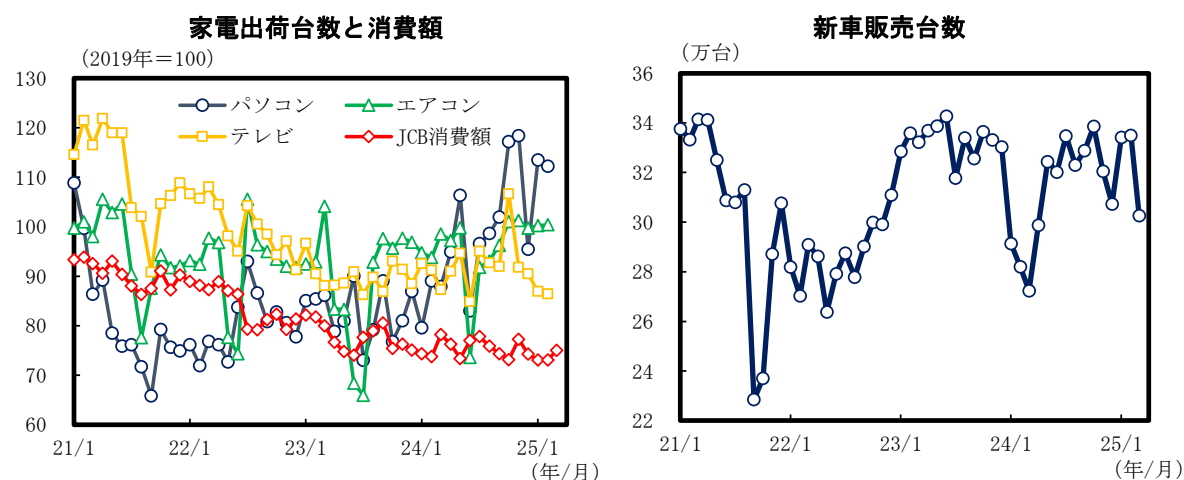
- ◆【スーパーマーケット】 25 年 2 月の販売額は前月比+0.0%（大和総研による季節調整値）。飲食料品（同▲0.2%）の販売額が減少した一方、衣料品（同+0.8%）の販売額は増加。
- ◆【コンビニエンスストア】 25 年 2 月の販売額は前月比+0.5%（大和総研による季節調整値）。日配食品（同+2.0%）や加工食品（同+0.3%）の販売額が増加。

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 2 月の出荷台数はパソコンが前月比▲1.1%、エアコンが同+0.2%、テレビが同▲0.6%（いずれも大和総研による季節調整値）。均して見れば、24 年以降エアコンとテレビは横ばい圏にあるが、パソコンは増加基調が続いている。25 年 3 月の JCB 消費額（機械器具小売業）は同+2.7%と、2 カ月連続で増加。
- ◆【自動車】 25 年 2 月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は前月比+0.2%と 2 カ月連続で増加。25 年 3 月は同▲9.7%と大幅に減少した。部品会社の工場で事故が発生し、複数のメーカーで一部生産ラインが稼働停止した影響が表れたとみている。

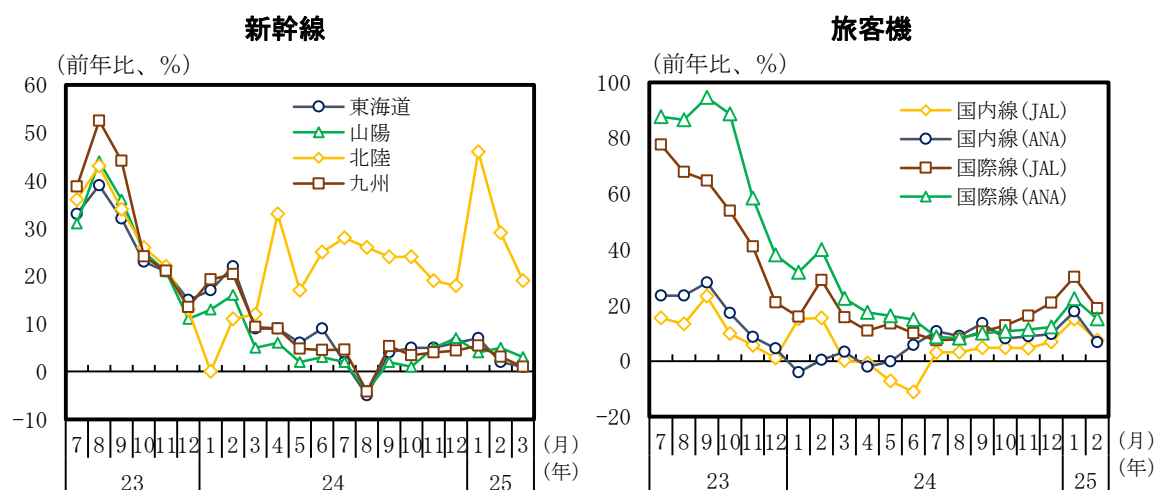
図表 5：家電出荷台数と新車販売台数



<サービス関連>

- ◆【新幹線】25年2月の輸送量は、東海道・山陽・九州新幹線は前年比+2～5%程度と、伸び率が前月から概ね横ばいで推移した。他方、北陸新幹線は同+29%と堅調に推移した。25年3月は、東海道・山陽・九州新幹線は同+1～3%程度と、伸び率が前月から小幅に縮小した。北陸新幹線は同+19%と好調を維持した。24年3月16日に金沢・敦賀間が延伸開業して以降、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2月の国内線輸送量（含むグループ会社）は、ANAが前年比+6.8%、JALが同+7.4%だった。24年7月以降は前年比でプラスを維持し、堅調に推移している。国際線輸送量（同）は、ANAが同+15.1%、JALが同+18.9%だった。足元では国際線の方が好調だ。国内線と国際線ともにコロナ禍からの回復局面が終了した後も、小幅な伸びで安定的に推移している。

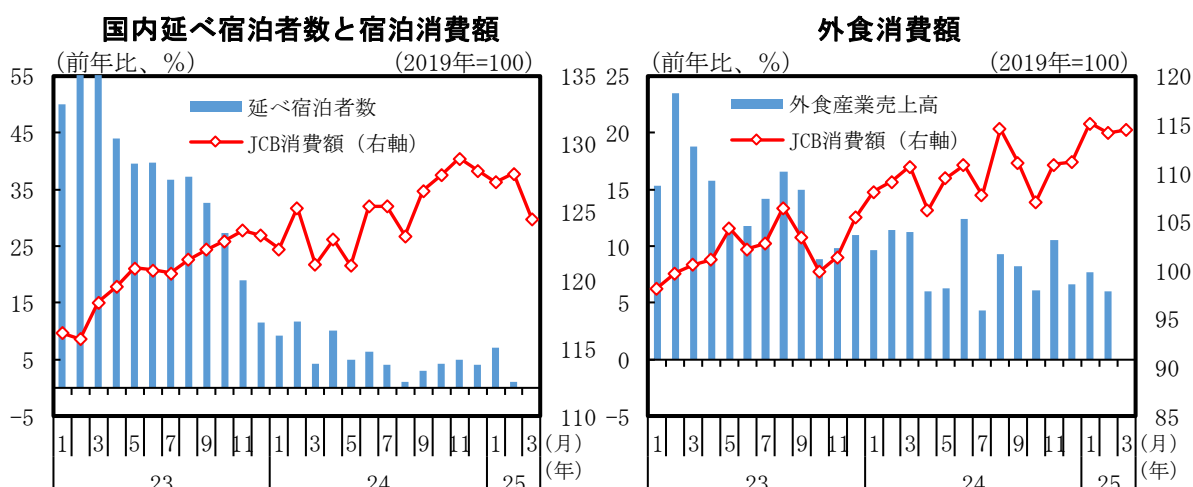
図表6：新幹線・旅客機の利用状況



(注) 25年3月の東海道は18日、九州は24日まで。山陽・北陸は速報値。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

- ◆【宿泊】 25 年 2 月の宿泊者数（観光庁、宿泊日数ベース）は前年比+1.0%と、前月からプラス幅が縮小した。ただし、前年は 2 月だった春節期間²が今年は 1 月にずれ込んだ影響が表れたとみられる。この点を考慮すると、国内旅行消費は堅調に推移したといえよう。25 年 3 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▲2.6%だった。ただし、月後半は春休みなどで宿泊の需要が増加する可能性があり、実際の減少幅は試算結果よりも小さいだろう。
- ◆【外食】 25 年 2 月の外食産業の売上高は前年比+6.0%と、前月からプラス幅が小幅に縮小した。均して見れば、21 年以降緩やかな増加基調で推移している。25 年 3 月の JCB 外食消費額は前月比+0.3%と、小幅ながら 2 カ月ぶりに増加した。

図表 7：国内延べ宿泊者数と宿泊消費額（左）、外食消費額（右）



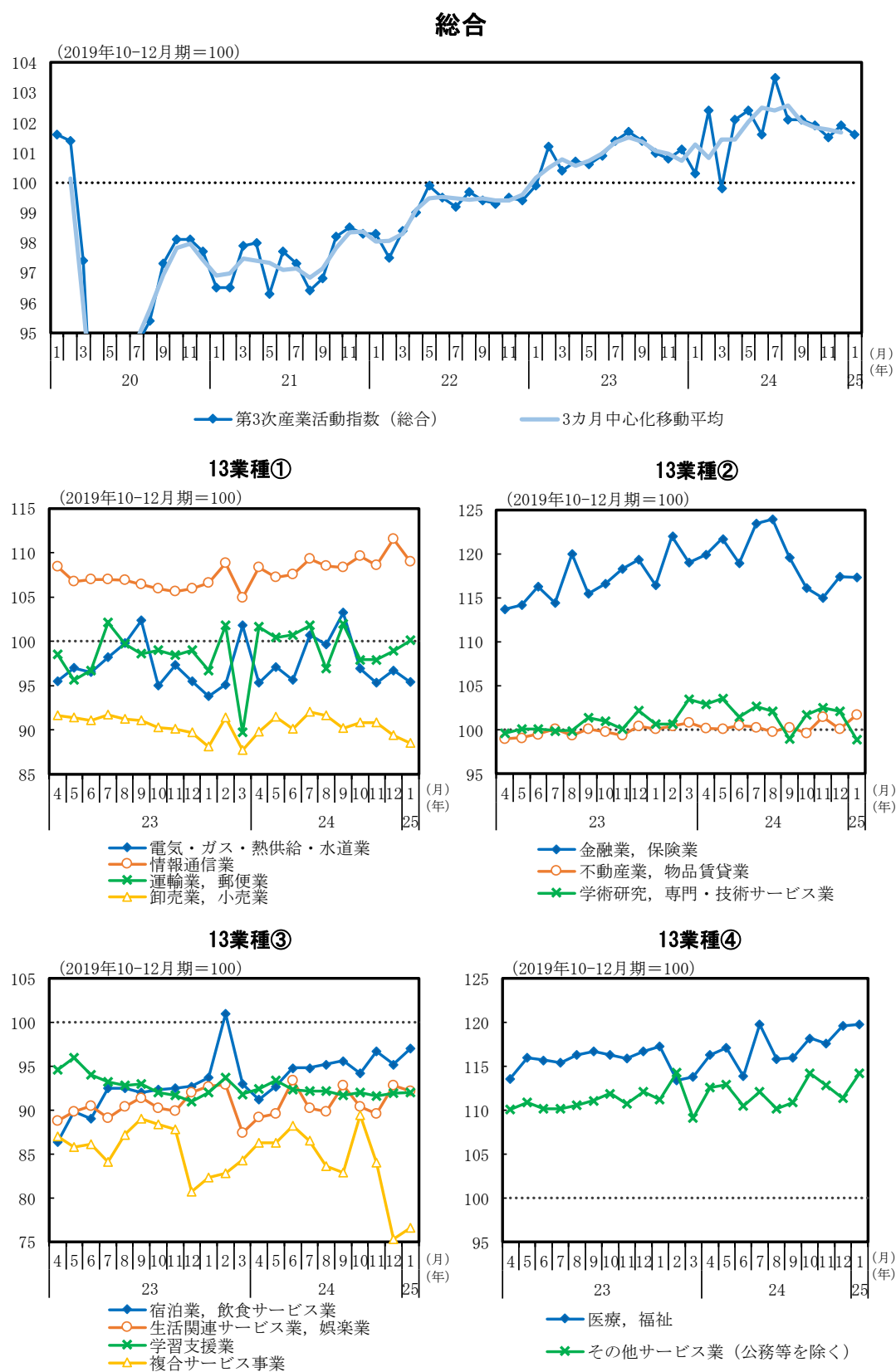
（注）大和総研による季節調整値。25年3月分のJCB消費額は月前半のデータをもとに伸び率を試算。観光庁統計は宿泊日数ベースのデータを用いている。

（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

² 中国の春節期間は、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。

<参考：第3次産業活動指数>

図表 8-1：第3次産業活動指数

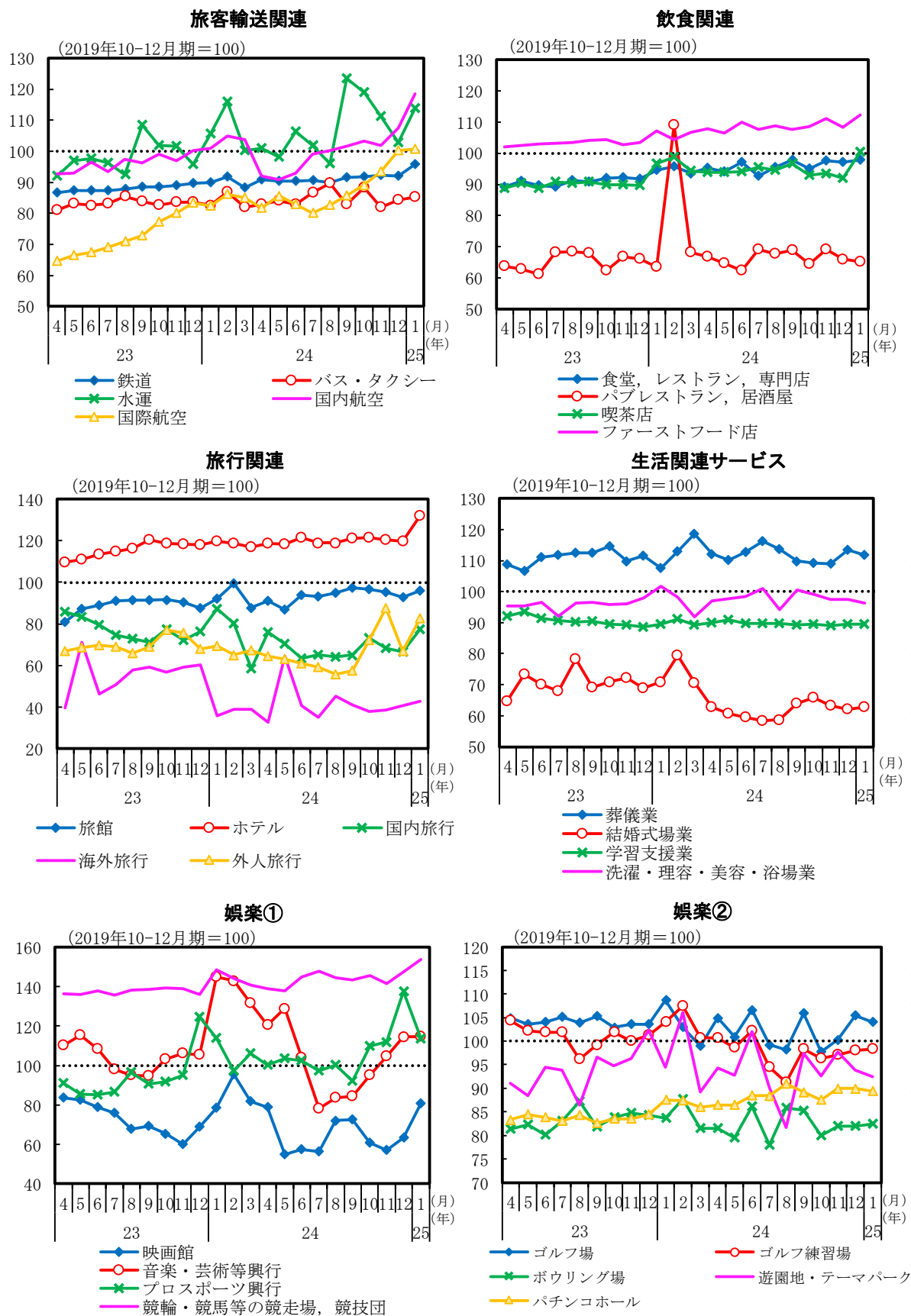


(注1) 季節調整値。

(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