

2025年7月4日 全10頁

Indicators Update

2025年5月消費統計

実質消費支出は上振れも、総じて見れば前月から概ね横ばい

経済調査部 エコノミスト 菊池 慈陽

[要約]

- 2025年5月の家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は、前月比+4.6%と2カ月ぶりに増加した。複数の需要側統計を用いて補正した世帯消費動向指数（CTI ミクロ）で見た実質消費は同+2.3%と、3カ月ぶりに増加した。自動車購入費の大幅な増加により上振れした面が大きい。他方、供給側統計である商業動態統計では、CPIの財指数で実質化した小売販売額が同▲0.8%と2カ月ぶりに減少した。需要側と供給側統計の双方を用いて算出された総消費動向指数（CTI マクロ）は同+0.1%であった。総じて見れば、5月の個人消費は前月から概ね横ばいだったと判断される。
- 消費者マインドは、物価上昇ペースの鈍化を受け、足元で持ち直しの動きが見られる。
- 個人消費は夏場にかけて横ばい圏で推移するだろう。消費回復への鍵は、実質賃金の上昇だ。春闘の賃上げ率が昨年に続き高水準となったことや物価上昇の鈍化が見込まれる点は好材料だ。ただし、トランプ米政権の高関税政策が日本の輸出へ打撃を与え、消費が落ち込むリスクがある。

図表1：各種消費指標の概況（単位：%）

統計		2025年 1月	2月	3月	4月	5月	出所	
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	0.8	▲0.5	2.1	▲0.1	4.7	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲4.5	3.5	0.4	▲1.8	4.6	
	実質消費（CTIミクロ）	前年比	▲0.8	▲1.3	0.3	▲0.6	0.5	総務省、二人以上世帯
		前月比	▲2.5	3.5	▲1.7	▲0.1	2.3	
供給側	小売販売額	前年比	4.4	1.3	3.1	3.5	2.2	経済産業省
		前月比	1.2	0.4	▲1.2	0.7	▲0.2	
	百貨店売上高	前年比	5.2	▲1.5	▲2.8	▲4.5	▲7.0	日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	2.6	▲1.0	2.7	2.0	2.5	日本フランチャイズチェーン協会
	スーパー売上高	前年比	0.9	▲0.3	2.2	3.4	4.6	日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	7.7	6.0	7.0	6.0	10.8	日本フードサービス協会
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	3.0	▲0.7	▲16.6	-	-	観光庁
		前月比	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	総務省

(注) 百貨店売上高、コンビニエンスストア売上高、スーパー売上高の前年比は店舗数調整後。

(出所) 各種統計より大和総研作成

<2025年5月の消費総括>横ばい圏での推移が続く

需要側統計である家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は、前月比+4.6%と2カ月ぶりに増加した(図表1)。また、複数の需要側統計を用いて補正した世帯消費動向指数(CTI ミクロ)で見た実質消費は同+2.3%と、3カ月ぶりに増加した。需要側統計では大幅な増加が見られたが、これは低頻度・高額支出の自動車等関係費への支出が上振れしたためであり、この点は割り引いて判断する必要がある。家計調査において、振れの大きい項目を除いた実質消費支出(除く住居等)は同+1.3%だった(図表3左上)。

他方、供給側統計である商業動態統計では、CPIの財指数で実質化した小売販売額が前月比▲0.8%と2カ月ぶりに減少した。需要側と供給側統計の双方を用いて算出された総消費動向指数(CTI マクロ)は同+0.1%であった。総じて判断すると、2025年5月の個人消費は概ね横ばいだったといえよう。

<CTI ミクロ・家計調査(需要側)>「交通・通信」など5費目が前月から増加

2025年5月のCTI ミクロ(二人以上の世帯)を費目別に見ると、10大費目¹のうち、「交通・通信」(前月比+10.2%)、「教育」(同+8.1%)、「その他」(同+4.8%)、「住居」(同+1.0%)、「被服及び履物」(同+0.3%)の5費目が増加した。

他方、「光熱・水道」(前月比▲4.9%)、「保健医療」(同▲0.9%)、「家具・家事用品」(同▲0.9%)、「食料」(同▲0.8%)、「教養娯楽」(同▲0.8%)の5費目は減少した(図表2)。

図表2：実質世帯消費動向指数(CTI ミクロ)の前月比

前月比、%	2024年			2025年					シェア(%)
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
消費支出	▲1.6	▲0.4	0.2	▲2.5	3.5	▲1.7	▲0.1	2.3	100.0
食料	▲2.6	1.3	▲2.6	▲1.2	1.3	1.6	▲1.4	▲0.8	26.4
住居	▲5.3	10.6	▲7.7	0.6	8.8	▲7.3	▲5.0	1.0	6.5
光熱・水道	▲1.1	▲10.0	▲3.0	2.7	4.5	0.1	▲1.9	▲4.9	7.2
家具・家事用品	▲6.8	8.5	0.1	▲7.2	6.9	4.6	▲2.4	▲0.9	4.1
被服及び履物	▲13.3	12.1	1.2	▲4.9	3.1	0.6	7.5	0.3	3.4
保健医療	1.6	▲3.6	7.1	▲4.8	0.0	▲3.9	4.2	▲0.9	5.3
交通・通信	▲1.7	▲5.3	2.9	1.6	2.8	▲4.8	0.3	10.2	18.5
教育	▲1.2	7.3	▲12.5	0.9	6.6	▲2.6	2.3	8.1	4.7
教養娯楽	▲2.2	1.9	3.5	▲3.1	3.5	▲0.8	1.0	▲0.8	9.8
その他	5.5	▲4.0	6.6	▲12.3	5.0	▲3.6	0.7	4.8	14.2

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(注2) 「その他」は、「食料」から「教養娯楽」までの合計を消費支出全体から減じて算出している。

(注3) シェアは2024年の数値。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

¹ 総務省による季節調整値。「その他」は、「食料」から「教養娯楽」までの合計を消費支出全体から減じて算出している。

続いて、上記の10大費目に含まれる個別品目への支出について、家計調査の品目分類を対応させて確認する。

CTI ミクロにおける「交通・通信」は2カ月連続で増加した。前月比+10.2%と増加幅が大きく、消費支出全体を押し上げた。自動車等関係費の大幅な増加によるものだが、5月の新車販売台数は同▲0.3%であり（大和総研による季節調整値）、実態を表していないとみられる。「教育」と「その他」も2カ月連続で増加したが、家計調査ではいずれも減少した²。「住居」は3カ月ぶりに増加した。「被服及び履物」は小幅ながら4カ月連続で増加した。シャツ・セーター類など幅広い品目への支出が増加した。前月に続き平均気温が平年を上回ったことで（p.10）、夏物衣料の需要が高まったとみられる。

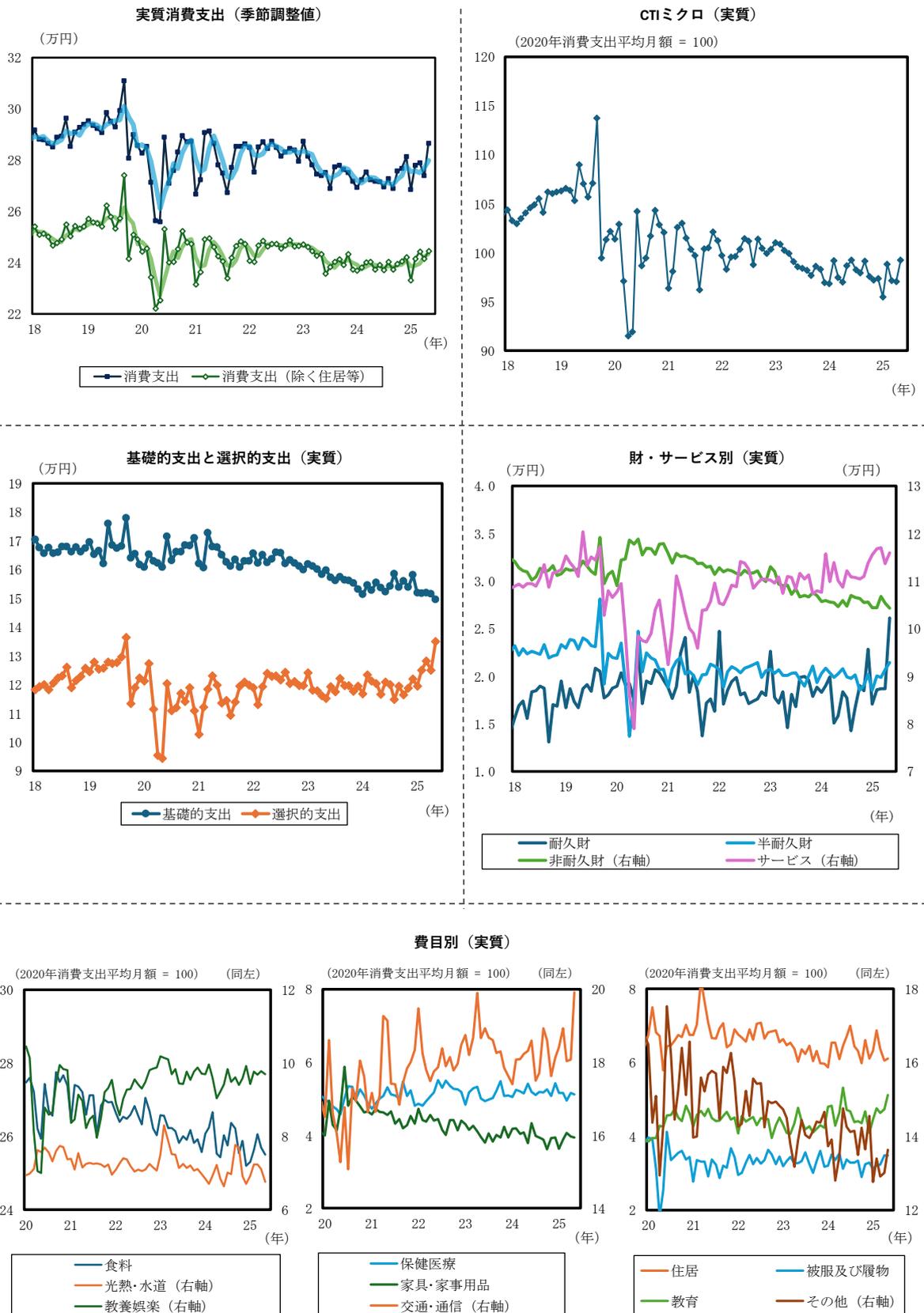
他方、「光熱・水道」は2カ月連続で減少した。電気代などが減少した。「保健医療」は2カ月ぶりに減少した。「家具・家事用品」は2カ月連続で減少した。家電などの家庭用耐久財が減少した。「食料」も2カ月連続で減少した。穀類、肉類、野菜・海藻などへの支出が僅かに減少した。他方、一般外食への支出は増加した。「教養娯楽」は2カ月ぶりに減少した。教養娯楽用品などへの支出が減少した。

家計調査における基礎的支出は前月比▲1.4%と、2カ月連続で減少した。他方、選択的支出は同+8.0%と、2カ月ぶりに増加した（大和総研による季節調整値、**図表3左中**）。

また、消費支出を財・サービス別（大和総研による季節調整値）に見ると（**図表3右中**）、耐久財（前月比+39.9%）は前月から大幅に増加した。自動車等購入などの支出が上振れした影響が表れた。半耐久財（同+3.7%）は2カ月連続で増加した。洋服などへの支出が増加した。サービス（同+1.9%）は2カ月ぶりに増加し、このところ堅調に推移している。他方、非耐久財（同▲1.0%）は2カ月連続で減少した。

² 家計調査はサンプルサイズが小さいため低頻度・高額消費の振れが出やすいが、CTI ミクロではそれが補正されるため、方向感が異なる結果になったとみられる。

図表3：消費支出（CTI ミクロ・家計調査、季節調整値）



(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。

(注2) 「消費支出（除く住居等）」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。

全体の図中の太線は3カ月移動平均。

(注3) 図表中段は、それぞれCPI（2020年基準）の基礎的支出項目、選択的支出項目、財・サービス分類指数を用いて実質化。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

＜商業動態統計（供給側）＞小売販売額は名目と実質ともに2カ月ぶりに減少

2025年5月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲0.2%と小幅ながら2カ月ぶりに減少した（**図表4、5**）。CPIの財指数で実質化した小売販売額も同▲0.8%と2カ月ぶりに減少した。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中4業種が前月から減少した。「燃料小売業」（前月比▲3.5%）は、2カ月ぶりに減少した。5月22日から燃料油価格定額引下げ措置が実施され、月末にかけてガソリン価格に反映されたとみられる（**後掲図表6**）³。「自動車小売業」（同▲1.8%）も2カ月ぶりに減少した。なお、5月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）も同▲0.3%と小幅ながら減少しており⁴、この結果とも整合的だ。「機械器具小売業」（同▲1.4%）は2カ月連続で減少した。「飲食料品小売業」（同▲0.9%）も2カ月連続で減少した。コンビニの食料品の販売額（季節調整値）を見ると、加工食品（同▲0.7%）とファーストフード及び日配食品（同▲0.2%）がいずれも小幅ながら減少した。

他方、7業種中3業種が前月から増加した。「その他小売業」（前月比+1.2%）は3カ月連続で増加した。「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+1.1%）は4カ月連続で増加した。「各種商品小売業」（同+0.5%）は2カ月ぶりに増加した。百貨店の商品合計販売額（季節調整値）も同+0.3%と増加した。

図表4：小売販売額（業種別）の前月比

前月比、%	2024年			2025年					シェア(%)
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
小売業計	0.0	1.4	▲0.2	1.2	0.4	▲1.2	0.7	▲0.2	100.0
各種商品小売業	▲3.5	4.2	▲0.5	1.0	▲2.1	2.3	▲5.9	0.5	7.1
織物・衣服・身の回り品小売業	▲6.0	6.4	▲1.0	▲1.1	1.3	1.5	0.5	1.1	5.2
飲食料品小売業	0.1	0.5	▲0.3	1.4	▲0.7	0.7	▲0.3	▲0.9	29.5
自動車小売業	3.8	▲2.9	▲3.6	6.8	▲1.5	▲4.5	7.3	▲1.8	10.5
機械器具小売業	1.8	▲0.4	1.2	▲1.7	3.8	0.3	▲0.7	▲1.4	6.2
燃料小売業	▲2.0	2.8	0.9	2.7	0.6	▲3.0	1.0	▲3.5	9.5
その他小売業	0.0	2.0	1.3	0.9	▲1.7	1.8	0.1	1.2	24.7

（注1）経済産業省による季節調整値。

（注2）「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。

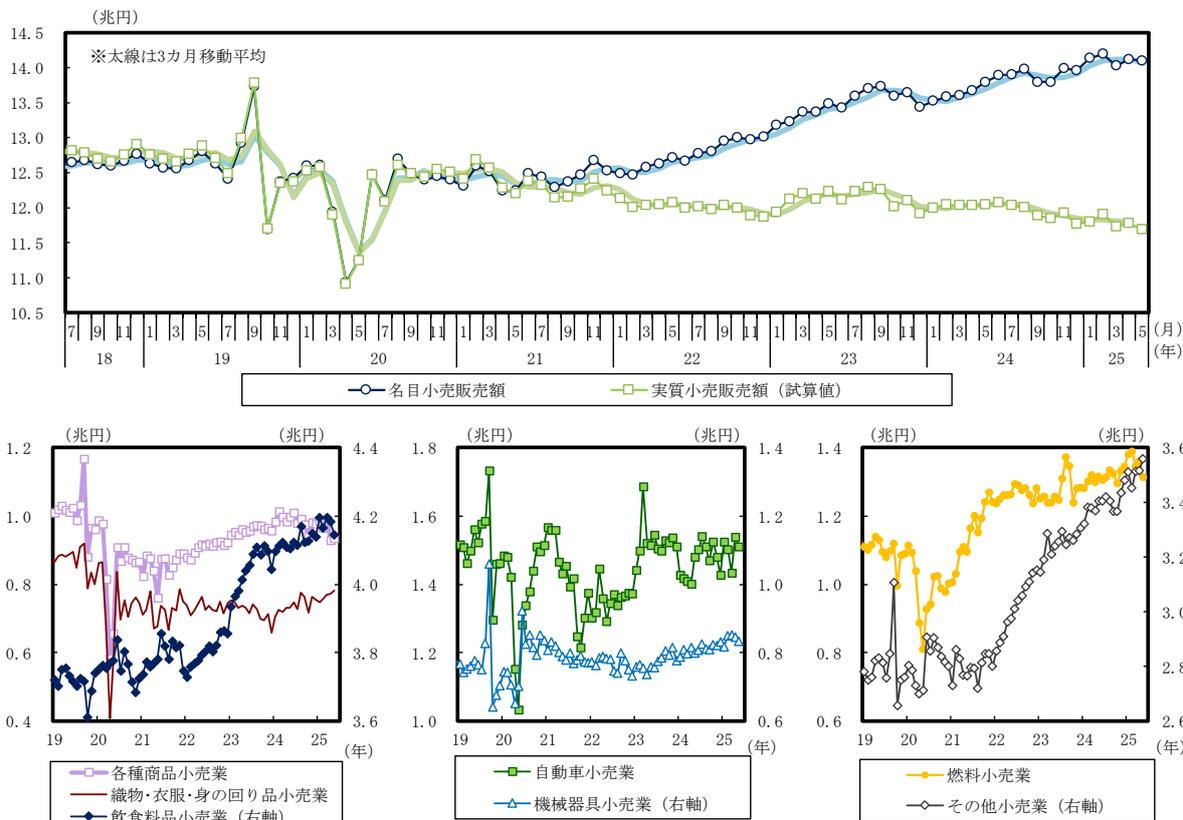
（注3）シェアは、2024年の数値。「無店舗小売業」の系列が無いため、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

（出所）経済産業省統計より大和総研作成

³ 資源エネルギー庁によると、2025年5月26日のレギュラーガソリンの店頭現金小売価格は、1リットルあたり177.6円と、前週5月19日から4.5円低下した。

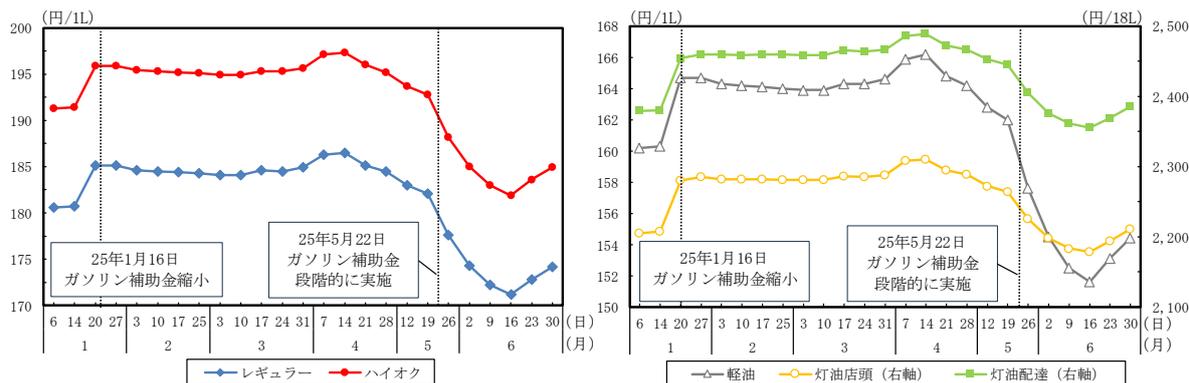
⁴ 詳細は、拙稿「[消費データブック（2025/7/2号）](#)」（大和総研レポート、2025年7月2日）を参照。

図表5：名目小売販売額（業種別）の推移



(注1) 経済産業省による季節調整値。各業種で個別に季節調整をかけているため、その合計は「小売業計」と一致しない。
 (注2) 「小売業計」は「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。
 (注3) 実質小売販売額は、名目小売販売額をCPI(2020年基準)の財指数で実質化したもの。
 (出所) 経済産業省、総務省統計より大和総研作成

図表6：給油所小売販売価格の推移



(注) いずれも現金価格の全国平均。
 (出所) 資源エネルギー庁統計より大和総研作成

<トピック>物価上昇ペースの鈍化を受けて、消費者マインドは持ち直しへ

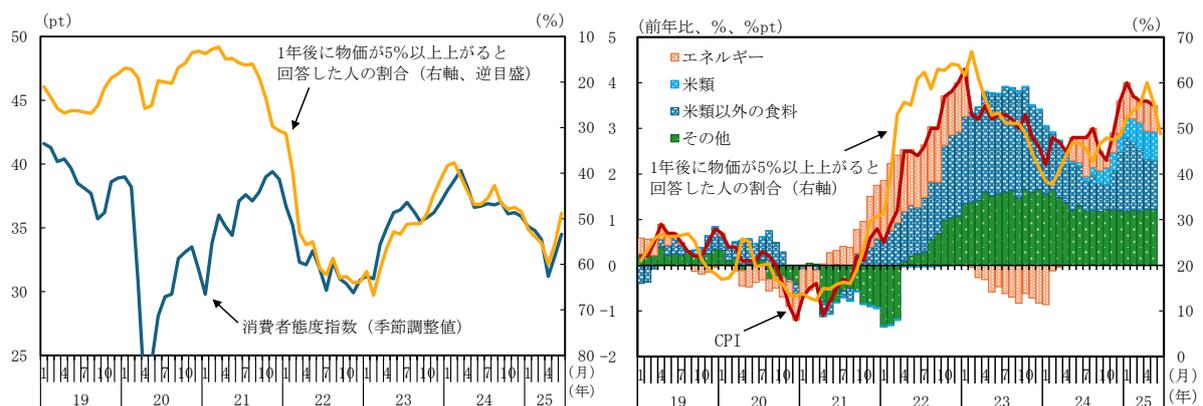
ここ半年ほどの消費者マインドの推移を振り返る。消費動向調査（内閣府）における消費者態度指数（二人以上世帯の季節調整値、以下同）は、2024年12月から5カ月連続で低下し、25年4月は31.2と27カ月ぶりの低水準となった。しかし、5月からは2カ月連続で上昇し、直近の6月は34.5だった。これを受け、内閣府は6月の消費者マインドの基調判断を「弱含んでいる」から「持ち直しの動きがみられる」へと上方修正した。

足元で消費者マインドを左右している直接的な要因は、物価高騰に対する懸念だとみられる。**図表7左**を見ると、2022年半ば以降の消費者態度指数は、1年後に物価が「5%以上上昇する」との回答割合に沿うように推移している。

さらに、**図表7右**を見ると、この回答割合は消費者物価指数（CPI）上昇率に概ね連動して推移している。CPI上昇率（総合ベース）は2024年12月から25年5月にかけて前年比+3%を超える高水準で推移している。コメを中心とした食料やエネルギーなどが物価全体を押し上げている。足元では、物価上昇ペースが鈍化したことで物価高騰懸念が後退し、消費マインドが改善したとみられる。

先行きの消費者マインドは、物価上昇ペースの更なる鈍化に伴い、夏場にかけて持ち直しの動きが続くだろう。当社では2026年春にかけて物価上昇率は鈍化するとみている⁵。コメ価格の高騰が徐々に収まることで、食料品価格の上昇ペースは緩やかながら鈍化するとみられる。エネルギーの価格上昇も、政府のエネルギー高対策もあって落ち着くだろう。

図表7：消費者態度指数と家計の物価見通し（左）、家計の物価見通しとCPI上昇率（右）



(注1) 右図の消費者物価指数の最新値は5月、それ以外の最新値は6月。CPIは総合ベース。
 (注2) 消費者態度指数と1年後に物価が5%以上上がると回答した人の割合は、二人以上世帯ベース。
 (出所) 内閣府、総務省統計より大和総研作成

⁵ 詳細は、当社の「[第225回日本経済予測（改訂版）](#)」（2025年6月9日）を参照。

＜先行き＞消費は夏場にかけて横ばい圏で推移しよう／回復の鍵は実質賃金の上昇

業界統計や個社データ、JCB 消費 NOW を基に判断すると、2025 年 6 月の消費は 5 月から横ばい圏で推移したとみている⁶。財消費は概ね横ばいだった。JCB の家電消費額（大和総研による季節調整値）は前月から減少した一方、新車販売台数（同）は増加した。また、サービス消費も概ね横ばいだった。JCB のサービス消費額（同）は前月から小幅に減少した。ただし、JCB 宿泊消費額（同）と JCB 外食消費額（同）は増加した。

個人消費は夏場にかけて横ばい圏で推移するだろう。先行きの消費回復の鍵となるのは、所得環境の改善だ。

足元では物価上昇が続いており、実質賃金を下押ししている。総務省によると 5 月の CPI（持家の帰属家賃を除く総合）は前年比+4.0%で、食料品などの高騰を背景に 6 カ月連続の 4%台と高水準を維持している。物価上昇率は鈍化していくと見込まれるが、そのペースは緩やかなものにとどまるだろう。

名目賃金は上昇が見込まれる。日本労働組合連合会（連合）が 7 月 3 日に公表した 2025 年の春闘の第 7 回（最終）回答集計結果では、定期昇給相当込みの賃上げ率（加重平均）は 5.25%（昨年同時期は 5.10%）だった⁷。春闘の結果が賃金に反映されることで、物価上昇が実質賃金を押し下げる影響は緩和されるだろう。また、経団連などの集計から判断すると、例年 6、7 月に支給する企業が多い夏季賞与は前年を上回る高水準になると見込まれ、一時的な消費の押し上げ要因となるだろう。

ただし、トランプ米政権の高関税政策（トランプ関税）が日本経済へ大きな悪影響を及ぼす可能性には引き続き留意が必要だ⁸。相互関税の上乗せ税率の一時停止期限が 7 月 9 日に迫っている。上乗せ税率の再開などにより世界経済が下振れすれば、輸出を起点に日本経済が減速し、消費が落ち込む可能性が懸念される。

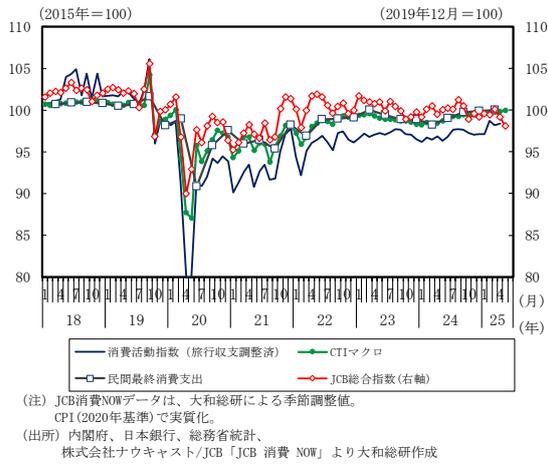
⁶ 詳細は、拙稿「[消費データブック \(2025/7/2 号\)](#)」（大和総研レポート、2025 年 7 月 2 日）を参照。

⁷ 日本労働組合総連合会（連合）「[昨年を上回る賃上げ!～2025 春季生活闘争 第 7 回（最終）回答集計結果について～](#)」（2025 年 7 月 3 日）

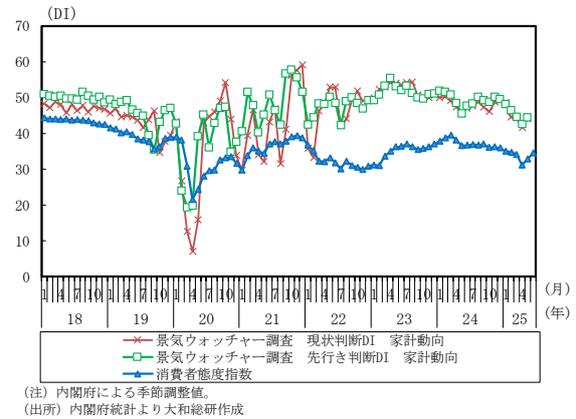
⁸ 詳細は、当社の「[日本経済見通し：2025 年 6 月](#)」（2025 年 6 月 24 日）を参照。

消費・概況

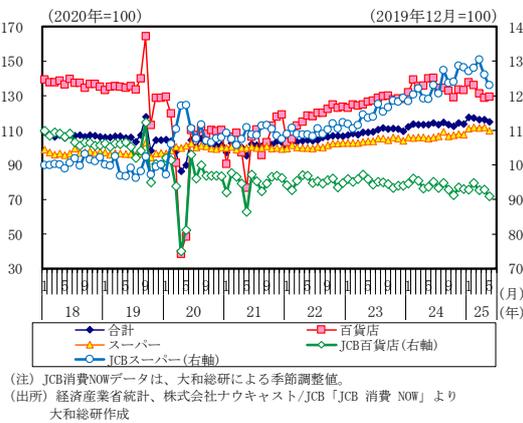
GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



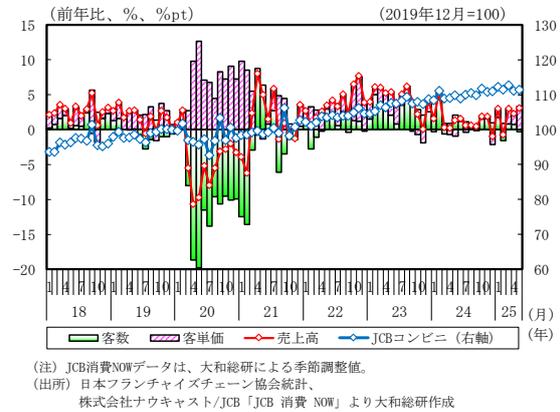
消費者マインド



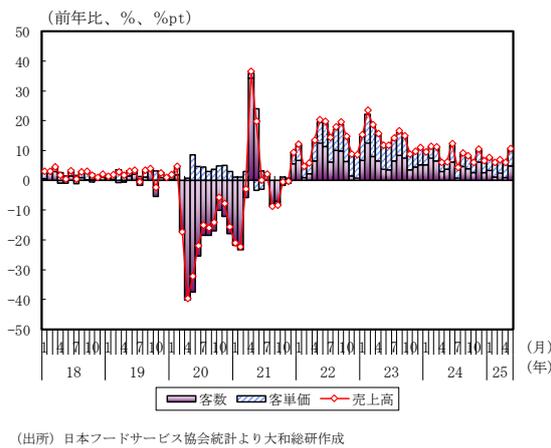
大型小売店業態別商品販売額



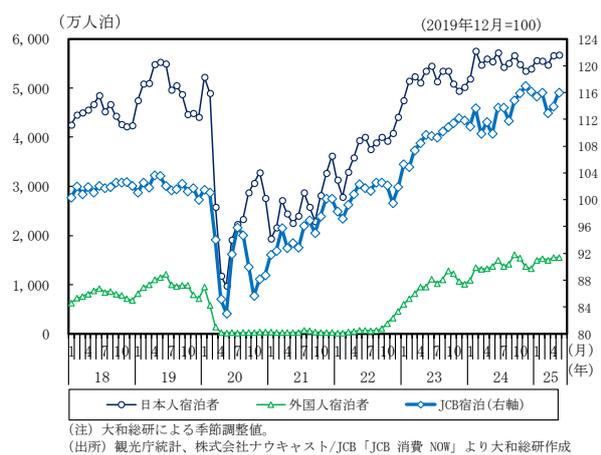
コンビニ売上高 (店舗数調整前)



外食市場売上高

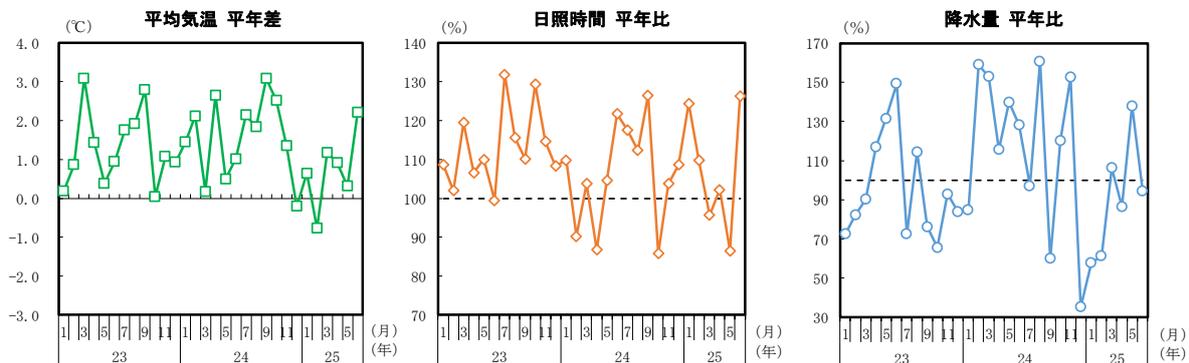


宿泊者数



天候

全国の平均気温・日照時間・降水量



(注1) 平均値は、東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2020年国勢調査の人口で加重平均したもの。
 (注2) 平年値は、1991-2020年の30年間の観測値の平均に基づく。
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成