

2025 年 9 月 2 日 全 8 頁

消費データブック（2025/9/2 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

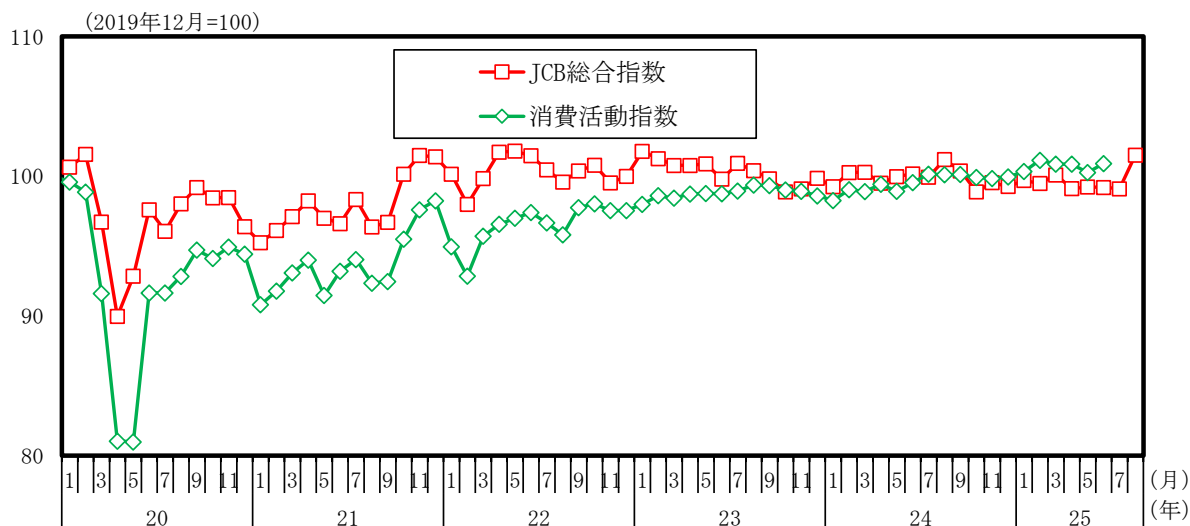
[要約]

- 2025 年 7 月の消費は 6 月から小幅に減少した。財消費は減少した。新車販売台数（大和総研による季節調整値）や家電大型専門店の販売額（同）、スーパー・コンビニの販売額（同）は前月から減少した。ただし、アパレルでは高気温により夏物商品の販売が好調だった。他方、サービス消費は小幅に増加した。大阪・関西万博による需要増などを背景に新幹線輸送量は堅調に推移したほか、宿泊者数は前年比でマイナス幅が前月から縮小し、外食産業売上高は増加幅が拡大した。
- 8 月の消費は 7 月から小幅に増加したとみている。財消費は概ね横ばいで推移した。百貨店の国内顧客への売上高は横ばい圏で推移している。新車販売台数（大和総研による季節調整値）は減少した。サービス消費は小幅に増加した。新幹線輸送量などが堅調に推移している。

＜消費全体の動き＞

- ◆【JCB 総合指数】 25 年 8 月の JCB 総合指数¹（月前半の実績に基づいた大和総研による試算の季節調整値、JCB データは以下同）によると、実質消費額は前月比+2.4%と増加した。内訳を見ると、財は同+1.9%と増加し、サービスも同+2.7%と増加した。ただし、試算に用いた 8 月前半はデータが上振れしやすい傾向にあるため、月全体の消費の伸びは試算値よりも小さいだろう。

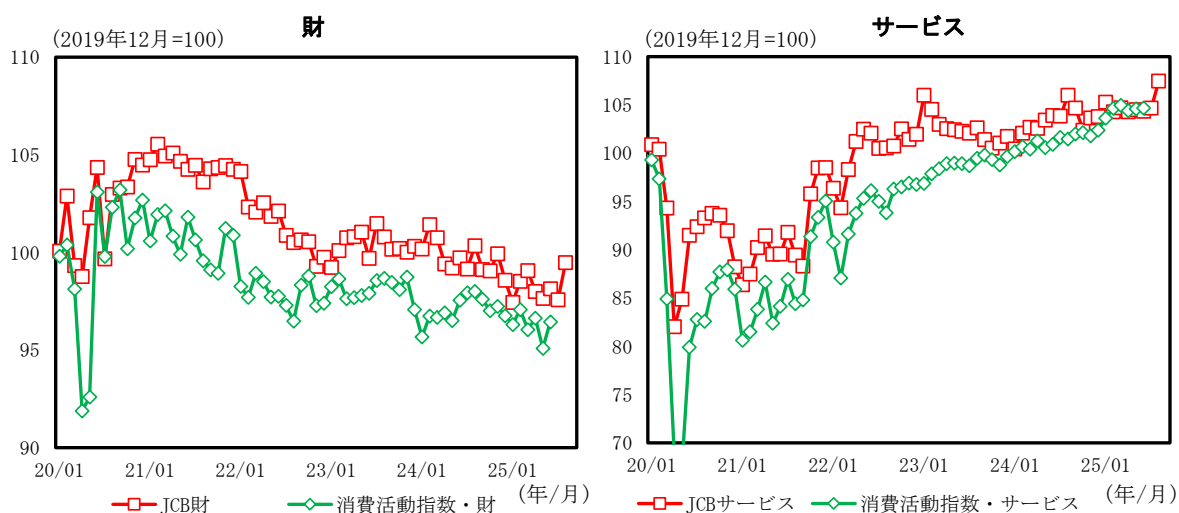
図表 1：消費活動指数・JCB 総合指数



(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 8 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 8 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>

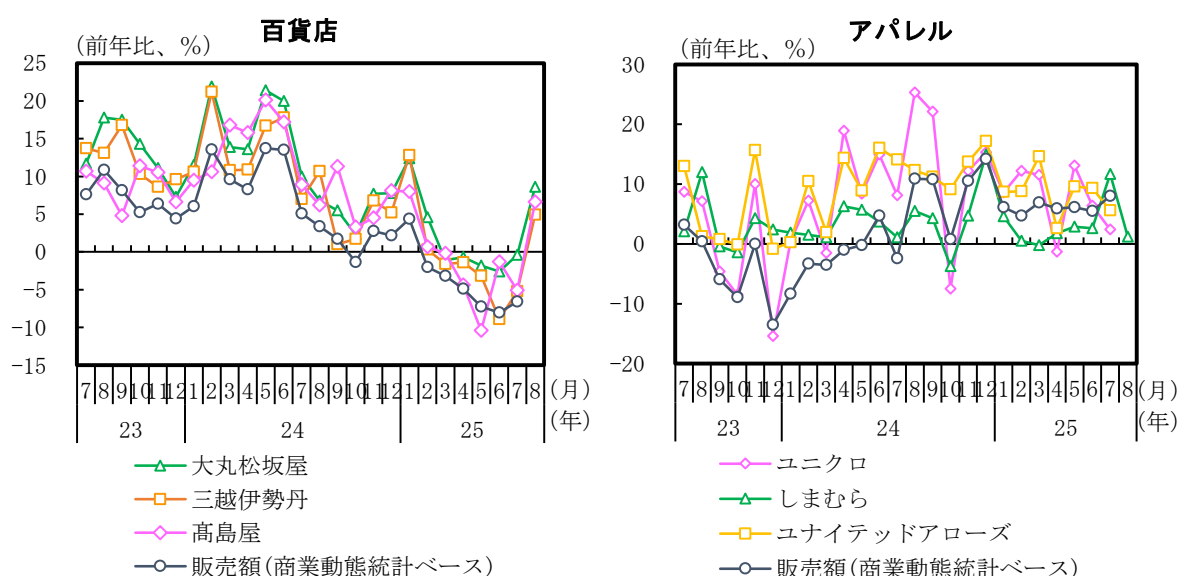
- ◆【百貨店】 25 年 7 月の百貨店商品販売額（商業動態統計ベース）は前年比▲6.6%と、6 カ月連続で減少した。ただし、減少幅は前月から縮小した。業界統計から内訳を見ると、身のまわり品（同▲16.1%）と衣料品（同▲6.7%）がいずれも 6 カ月連続で減少し、全体を押し下げた。

25 年 8 月の百貨店大手の既存店売上高は、大丸松坂屋が前年比+8.6%、三越伊勢丹が同+4.9%²、高島屋が同+6.6%だった。24 年のインバウンド売上が好調だったため、前月まで前年比でマイナスが続いていた。その影響が剥落し、3 社いずれも 6 カ月ぶりに増加に転じた。国内顧客に限って見ると、売上は横ばい圏での推移を維持しているとみられる。月の後半も高気温が続いたことで、大丸松坂屋では夏物衣料の売上が好調だった。

- ◆【アパレル】 25 年 7 月のアパレル販売額（商業動態統計ベース）は前年比+8.0%と、12 カ月連続で増加した。増加幅は前月から拡大した。6 月に続いて高気温だったことで、夏物商品の販売が好調だったようだ。

25 年 8 月のアパレル大手しまむらの既存店売上高は、前年比+1.2%と増加した。婦人アウター類などの秋物商品の販売が好調だったほか、高気温が続いたことで夏物商品の販売も堅調に推移した。

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) 百貨店の三越伊勢丹の25年8月は、24年とのイベント時期のずれによる影響を除いた実態の前年比。

(注3) 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。

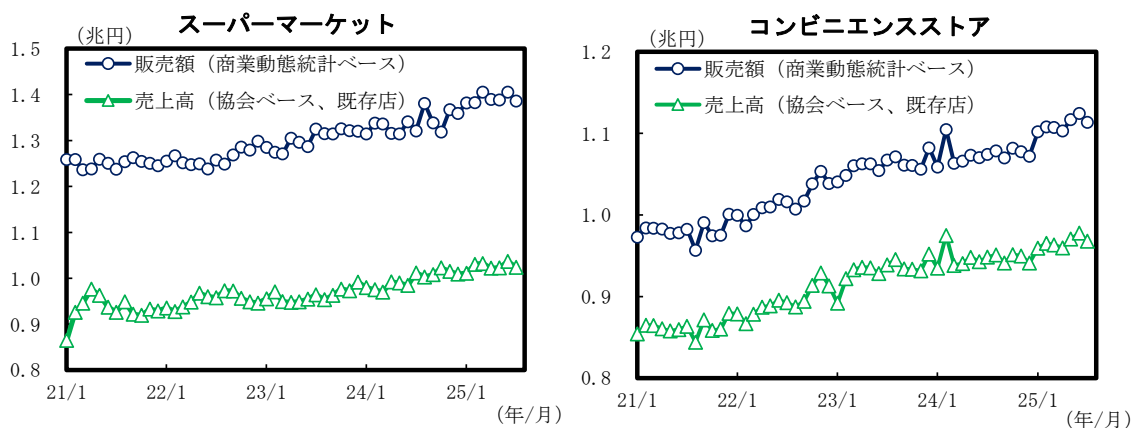
(注4) アパレル販売額(商業動態統計ベース)は、商業動態統計の「織物・衣服・身の回り品小売業」を参照。サンプル替えの影響を除いている。

(出所) 経済産業省統計、各社資料より大和総研作成

² 三越伊勢丹の既存店売上高の前年比は、前年とのイベント時期のずれの影響を除いている。伊勢丹新宿本店での重要顧客等に対するイベントが24年は8月30日～9月1日に開催され、25年は9月5日～7日に開催予定のため、8月1日～29日の売上高を比較した。

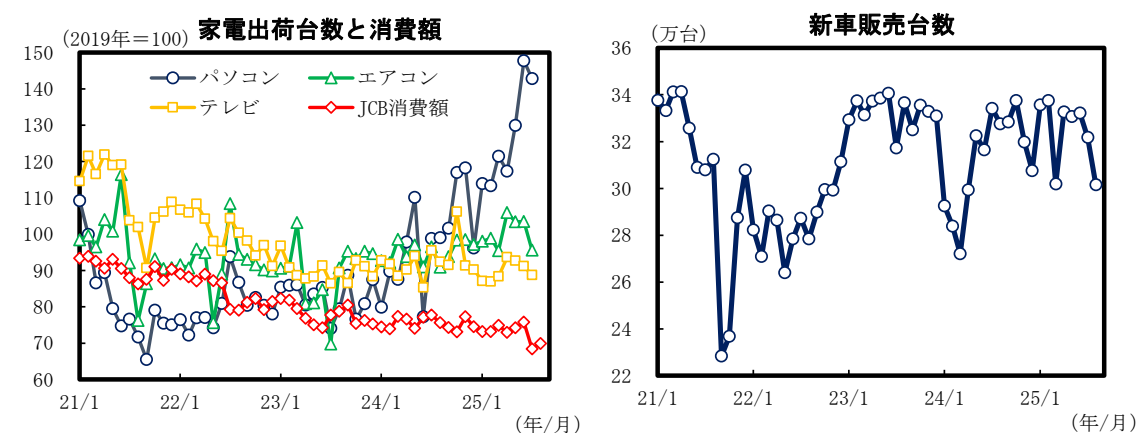
- ◆【スーパーマーケット】 25 年 7 月の販売額は前月比▲1.4%（大和総研による季節調整値）。衣料品（同▲6.4%）の販売額が減少し全体を下押しした。
- ◆【コンビニエンスストア】 25 年 7 月の販売額は前月比▲1.0%（大和総研による季節調整値）。加工食品（同▲1.4%）などの販売額が減少した。

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 7 月の家電大型専門店の販売額（商業動態統計ベース、大和総研による季節調整値）は、前月比▲8.9%と 3 カ月ぶりに減少した。出荷台数（大和総研による季節調整値）で品目別に見ると、パソコンは同▲3.4%と 3 カ月ぶりに減少したが、25 年初以来の増加基調を維持している。Windows10 のサポート終了を 25 年 10 月に控え、買い替え需要が高まっているとみられる。エアコン（同▲7.6%）は 2 カ月ぶりに減少、テレビ（同▲2.7%）は 3 カ月連続で減少した。
25 年 8 月の JCB 消費額（機械器具小売業）は同+2.2%と 2 カ月ぶりに増加³。
- ◆【自動車】 25 年 7 月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は、前月比▲3.2%と 2 カ月ぶりに減少した。小型乗用車、普通乗用車、軽四輪乗用車が全て前月から減少。
25 年 8 月は同▲6.3%だった。24 年 4 月以来の低水準となった。

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8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

³ 8 月の試算値については p. 2 を参照。

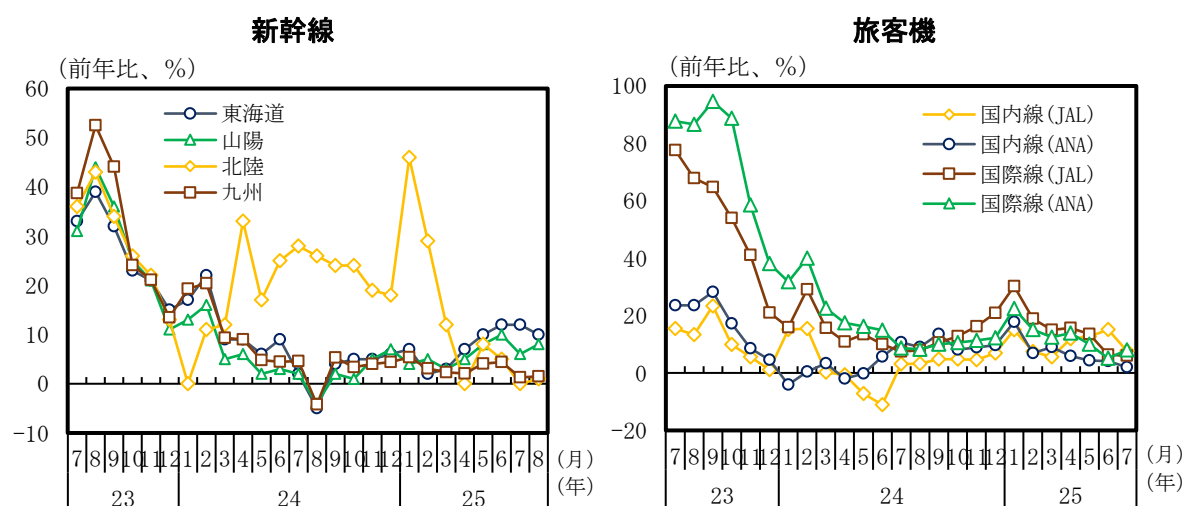
＜サービス関連＞

◆【新幹線】25年7月の輸送量は、東海道新幹線が前年比+12%、山陽新幹線が同+6%、北陸新幹線が同0%、九州新幹線が同+1%だった。

25年8月は、東海道新幹線が同+10%だった。5月以降前年比で10%以上の伸びが続いており、4月13日から開催されている大阪・関西万博の影響で需要が増加しているとみられる。山陽新幹線も同+8%と堅調に推移しており、万博の影響が表れている可能性がある。北陸新幹線は同+1%、九州新幹線は同+2%だった。

◆【旅客機】25年7月の国内線輸送量（含むグループ会社）は、ANAが前年比+2.0%、JALが同+7.7%だった。いずれも増加幅は縮小したが、24年中頃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）では、ANAは同+8.0%と前月から伸び率が拡大した。JALは同+6.0%で、21年4月に前年比がプラスに転じて以降、最小の増加幅となった。いずれも21年4月以降は前年比でプラスを維持しているが、このところ減速が見られる。

図表6：新幹線・旅客機の利用状況

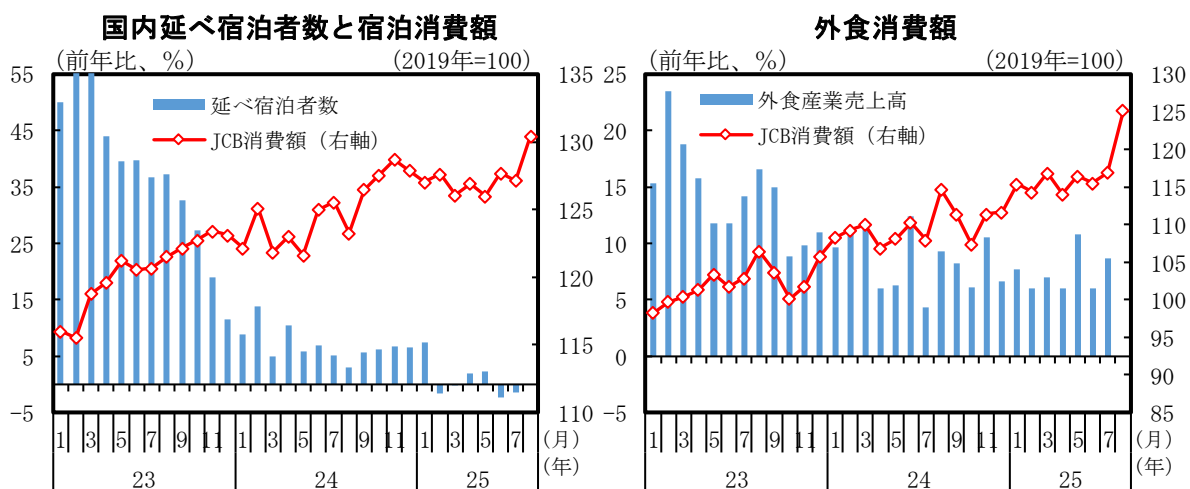


(注) 25年8月の東海道は27日、山陽・北陸は17日、九州は18日まで。JAL・ANAのデータはグループ会社を含む。

(出所) JR東海、JR西日本、JR九州、JAL、ANA資料より大和総研作成

- ◆【宿泊】 25 年 7 月の宿泊者数（観光庁、宿泊日数ベース）は前年比▲1.4%と、2 カ月連続で減少した。減少幅は前月から縮小した。6 月に続いて 7 月も記録的な暑さになったことで、一部で旅行を手控える動きがあった可能性がある。24 年までは前年比でプラスを維持していたが、25 年以降は増減が月によってまちまちで、コロナ禍からの回復局面は概ね終了したとみられる⁴。
25 年 8 月の JCB 宿泊消費額は、前月比+2.6%と 2 カ月ぶりに増加した⁵。
- ◆【外食】 25 年 7 月の外食産業の売上高は前年比+8.7%と、前月から増加幅が拡大した。21 年 12 月以降前年比プラスが続いており、堅調に推移している。長期的なトレンドとして、外食の頻度が高まっている⁶。
25 年 8 月の JCB 外食消費額は前月比+7.1%と、2 カ月連続で増加した⁷。

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8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

⁴ 詳細は、拙稿「[国内旅行消費、押し上げの鍵は『分散化』](#)」（大和総研レポート、2025 年 7 月 11 日）を参照。

⁵ 8 月の試算値については p. 2 を参照。

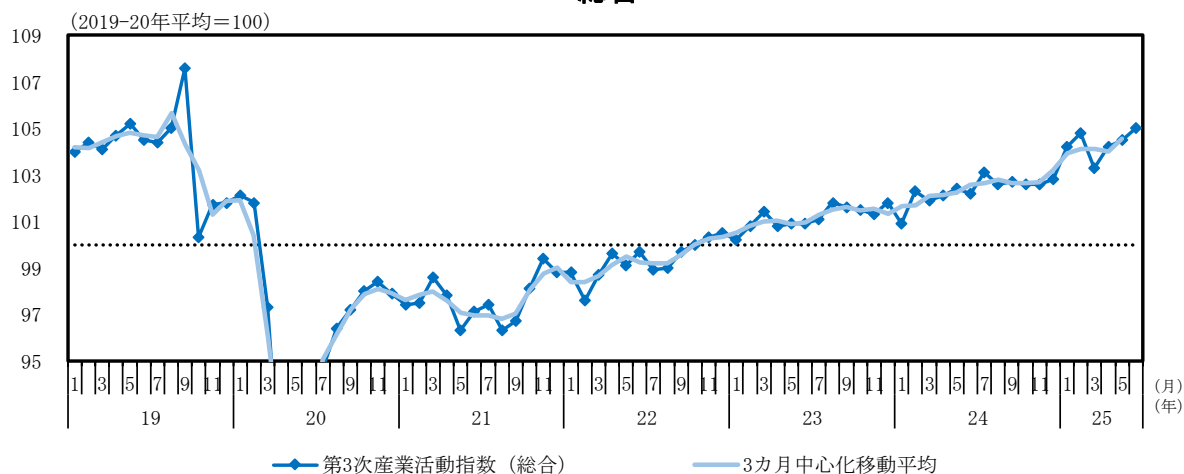
⁶ 詳細は、山口茜「[1 カ月分超の『家庭内備蓄』取り崩しでコメの価格低下が加速する可能性](#)」（大和総研レポート、2025 年 7 月 17 日）を参照。

⁷ 8 月の試算値については p. 2 を参照。

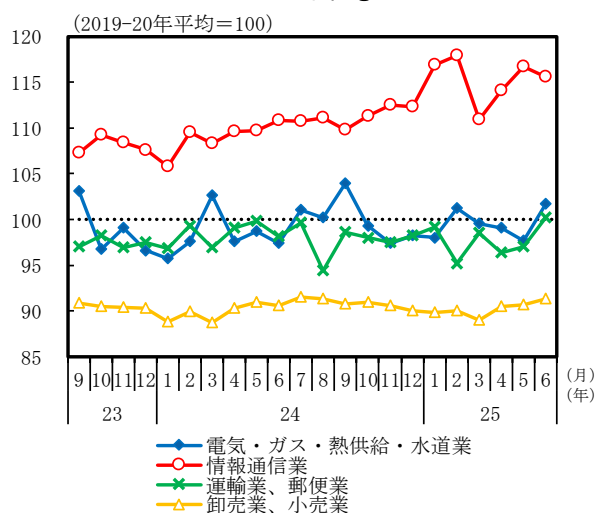
<参考：第3次産業活動指数>

図表 8-1：第3次産業活動指数

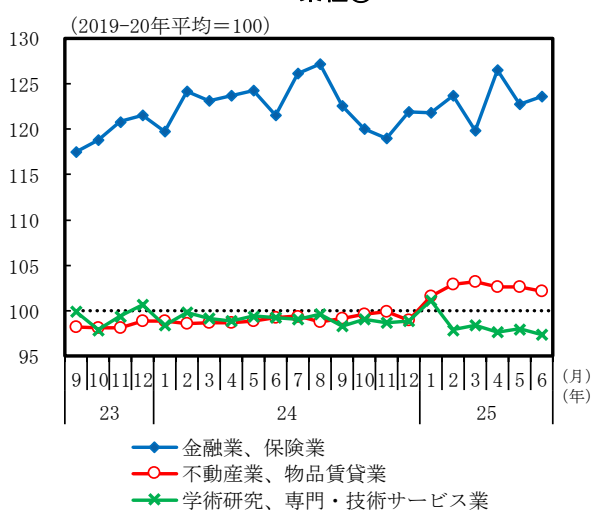
総合



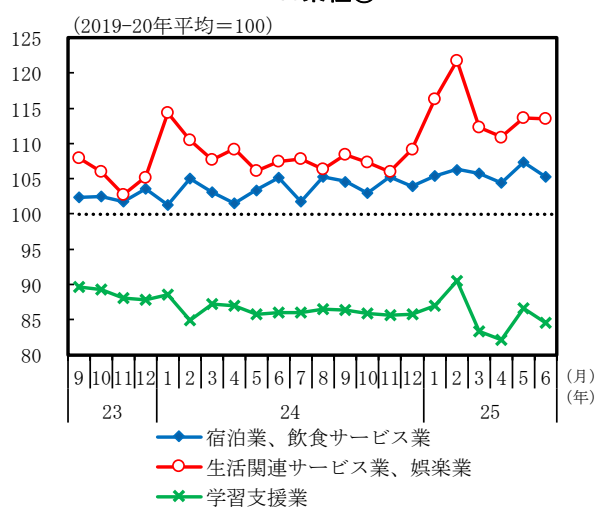
13業種①



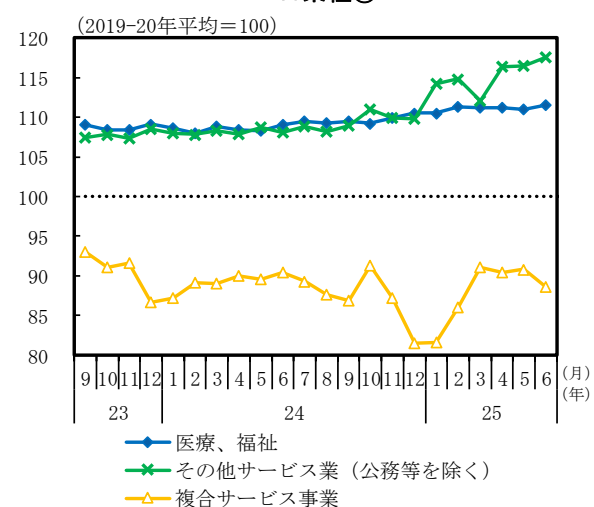
13業種②



13業種③



13業種④

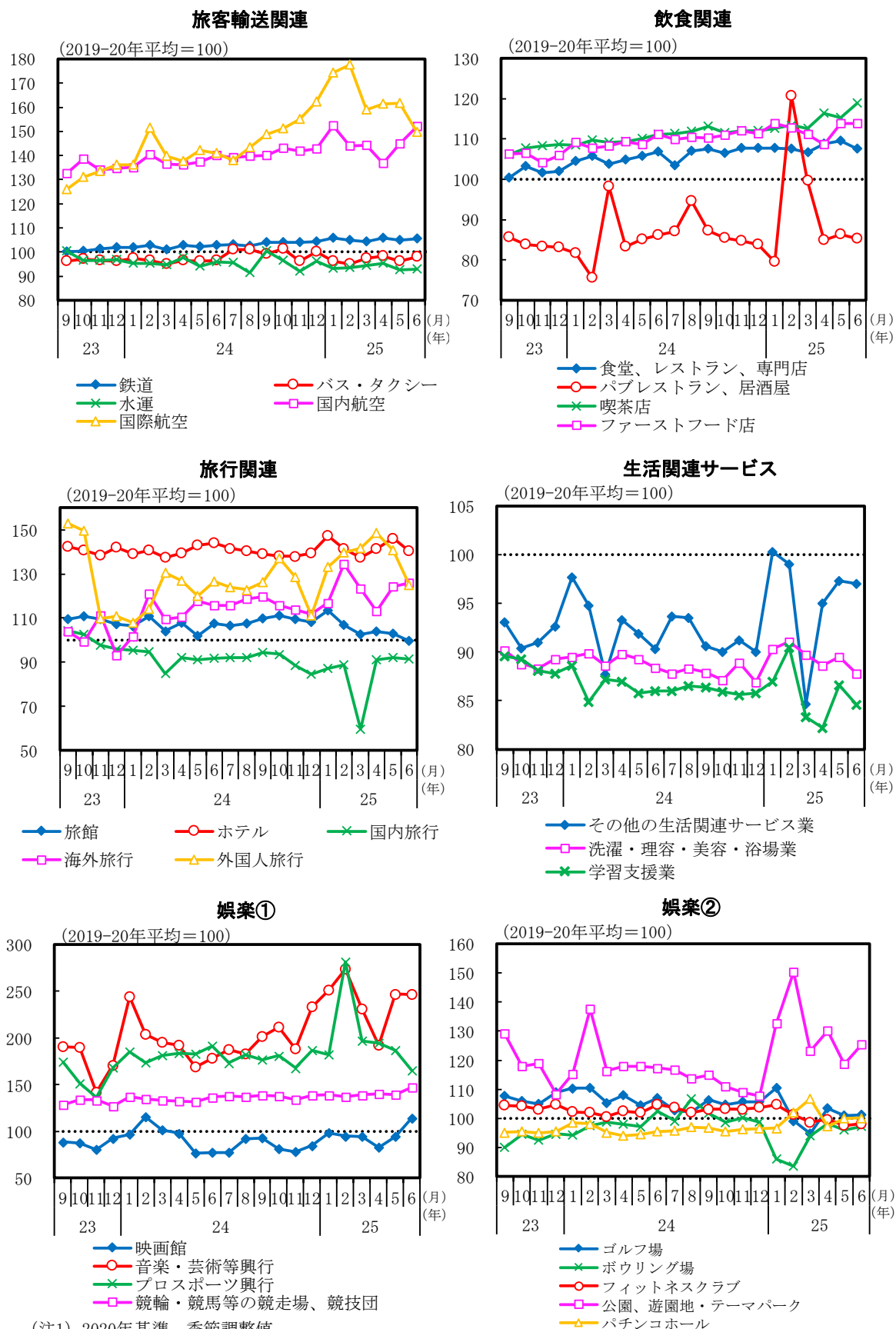


(注1) 2020年基準、季節調整値。

(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などにおける活動指数の推移



(注1) 2020年基準、季節調整値。

(注2) 生活関連サービスの「その他生活関連サービス業」は、冠婚葬祭業や写真業など。

(出所) 経済産業省より大和総研作成