

2025 年 10 月 2 日 全 8 頁

消費データブック（2025/10/2 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

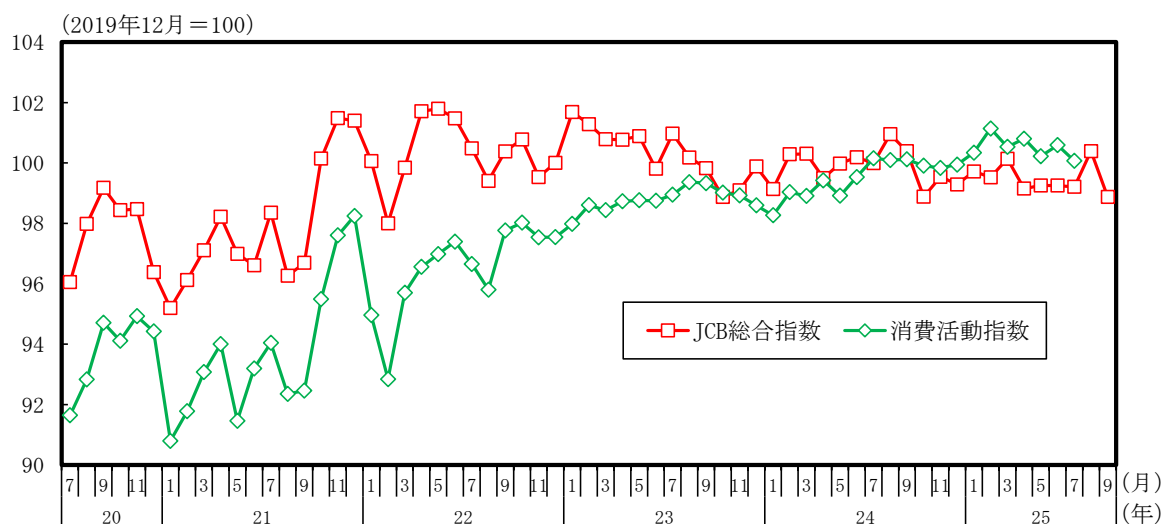
[要約]

- 2025 年 8 月の消費は 7 月から小幅に増加した。財消費は小幅に減少した。家電大型専門店の販売額（大和総研による季節調整値）は増加した一方、新車販売台数（同）は前月から減少した。アパレル販売額は前年比伸び率が前月から大幅に縮小した。他方、サービス消費は増加した。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。旅客機輸送量の前年比伸び率は前月から拡大し、宿泊者数は前年比でプラスに転じた。
- 9 月の消費は 8 月から小幅に減少したとみている。財消費は横ばい圏で推移した。百貨店の既存店売上高の前年比伸び率は前月から縮小した一方、新車販売台数（大和総研による季節調整値）は前月の減少の反動で増加した。他方、サービス消費は減少した。新幹線輸送量は東海道・山陽・九州新幹線でいずれも前年比プラス幅が縮小した。9 月前半の実績をもとに試算した JCB サービス指数（同）によると、サービス消費額は前月から減少した。

＜消費全体の動き＞

- ◆【JCB 総合指数】25 年 9 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▲1.5%と減少した。内訳を見ると、財は同▲0.4%と減少し、サービスも同▲2.3%と減少した。

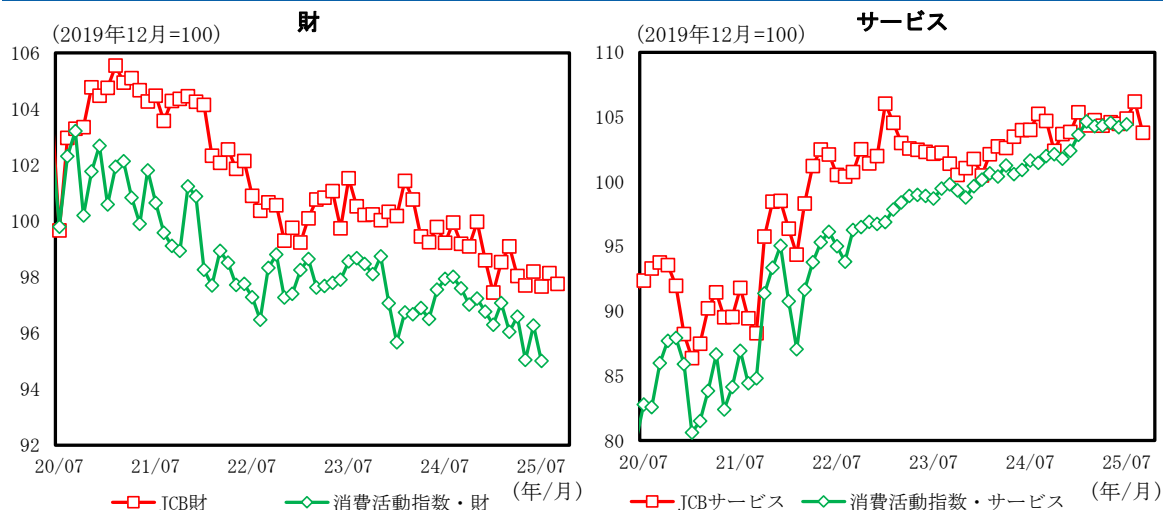
図表 1：消費活動指数・JCB 総合指数



(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 9 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。それぞれ対応する CPI で実質化。25 年 9 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。

＜小売関係＞

◆【百貨店】

25 年 8 月の百貨店商品販売額（商業動態統計ベース）は前年比+2.4%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が、その影響が薄れ 7 カ月ぶりの増加となった。業界統計から内訳を見ると、衣料品（同+2.0%）や食料品（同+2.7%）などが増加し、全体を押し上げた。個社データを国内顧客に限って見ると、売上は横ばい圏を維持しているとみられる。

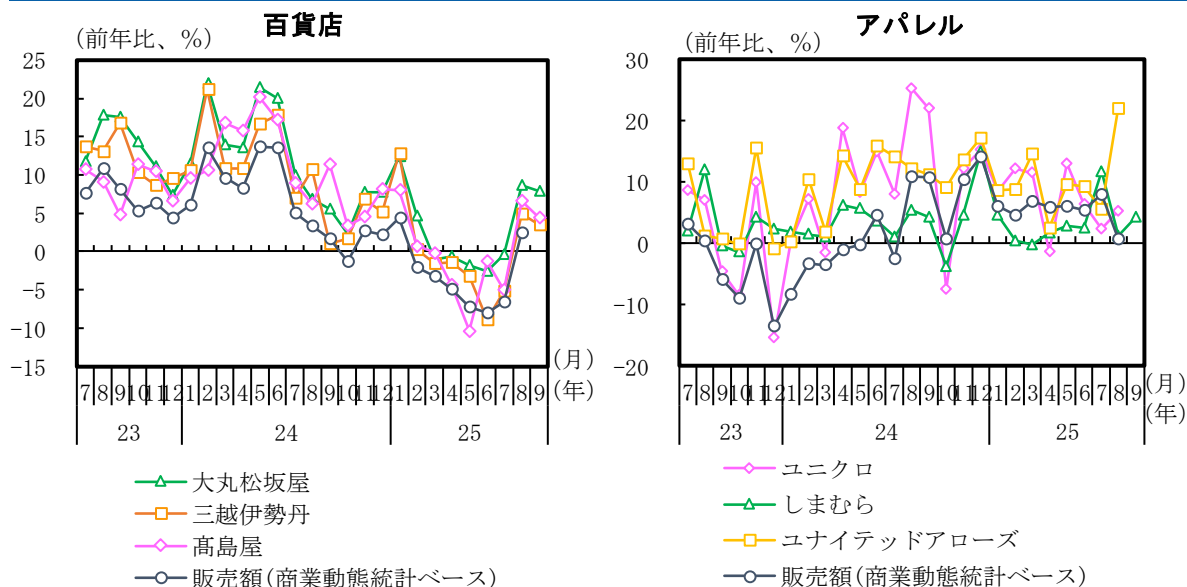
25 年 9 月の大手百貨店の既存店売上高は、大丸松坂屋が前年比+7.9%、高島屋が同+4.4%、三越伊勢丹が同+3.5%だった。3 社いずれも前月からはプラス幅が小幅に縮小したものの、2 カ月連続で前年を上回った。三越伊勢丹や高島屋では催事により来客が伸びたとみられる。月の中旬以降の気温低下により、高島屋では秋物商品で動きがあった。

◆【アパレル】

25 年 8 月のアパレル販売額（商業動態統計ベース）は前年比+0.8%と、13 カ月連続で増加した。ただし、増加幅は前月から大幅に縮小した。6、7 月は、気温が平年よりも高かったことで夏物商品の需要が例年より前倒しされ、販売が好調だったとみられる。8 月も引き続き高気温となったが、夏物商品の需要は既に一定程度満たされた可能性があり、販売額の伸びは小幅にとどまったようだ。

25 年 9 月のアパレル大手しまむらの既存店売上高は、前年比+4.3%と増加した。増加幅は前月から拡大した。婦人アウター類などの秋物商品の販売が好調だった。

図表 3：百貨店・アパレルの販売額



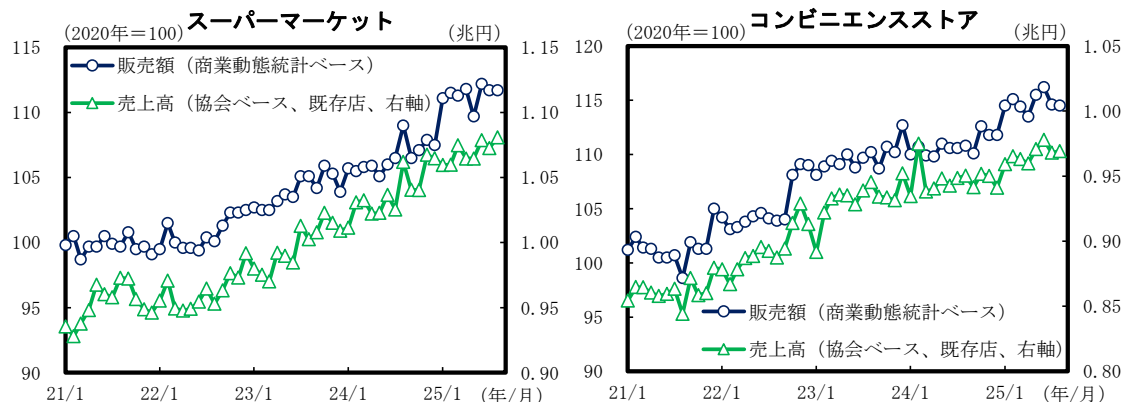
(注 1) 百貨店は既存店ベース。三越伊勢丹の 25 年 8 月は、24 年とのイベント時期のずれによる影響を除いた実態の前年比。

(注 2) アパレルは既存店ベース（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。アパレル販売額（商業動態統計ベース）は、商業動態統計の「繊維・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

- ◆【スーパーマーケット】25年8月の販売額は前月比0.0%（経済産業省による季節調整値）。衣料品（同+2.6%）は増加した一方、飲食料品（同▲0.5%）は減少。
- ◆【コンビニエンスストア】25年8月の販売額は前月比▲0.1%（経済産業省による季節調整値）。非食品（同+2.6%）は増加した一方、加工食品（同▲2.0%）は減少。

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



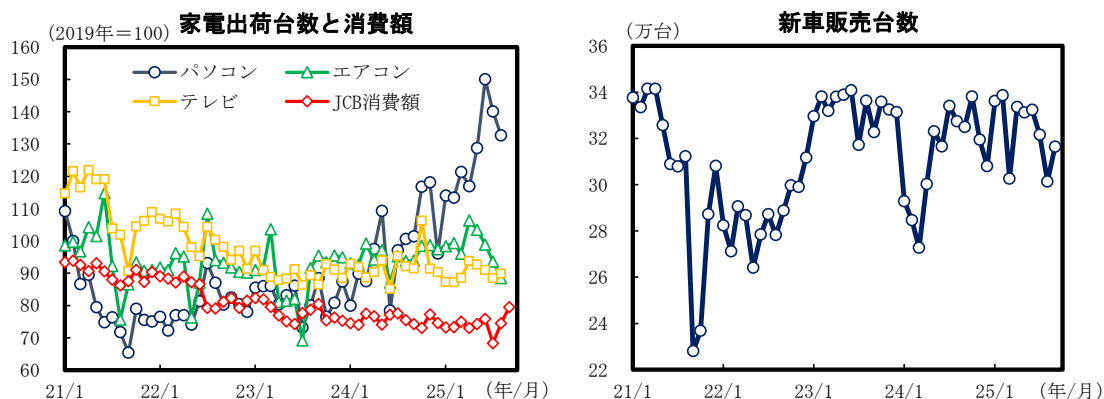
（注）商業動態統計ベースの販売額は経済産業省による季節調整値。協会ベースの売上高は大和総研による季節調整値。

（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】25年8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+8.7%と2カ月ぶりに増加した。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▲5.3%と2カ月連続で減少した。ただし、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おり、高水準で推移している。エアコン（同▲5.5%）は4カ月連続で減少した。他方、テレビ（同+1.5%）は4カ月ぶりに増加した。
25年9月のJCB消費額（機械器具小売業）は前月比+6.7%と2カ月連続で増加。

- ◆【自動車】25年8月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は、前月比▲6.3%と2カ月連続で減少した。小型乗用車、普通乗用車、軽四輪乗用車がいずれも減少。25年9月は前月比+5.0%だった。前月に大きく減少した反動が表れた。

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9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

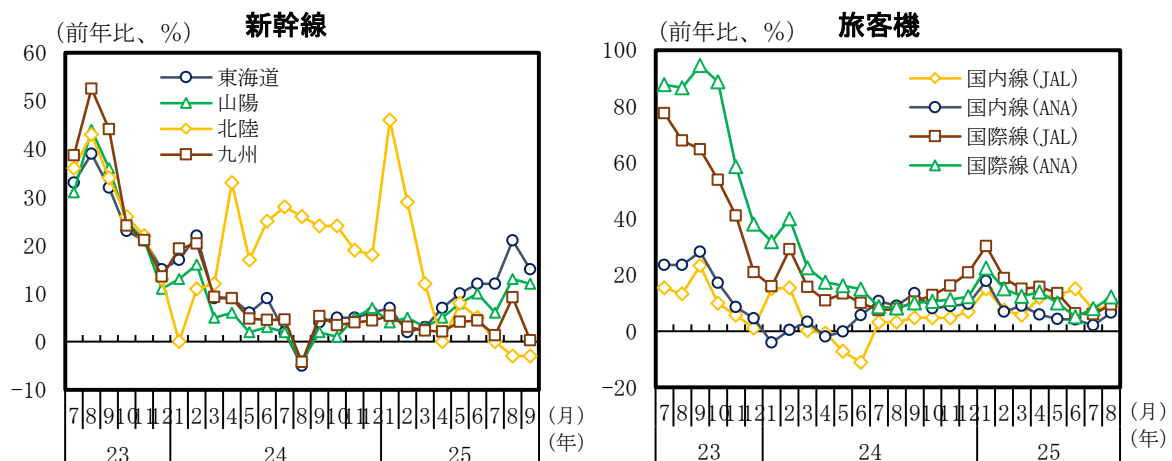
＜サービス関係＞

- ◆【新幹線】25年8月の輸送量は、東海道新幹線が前年比+21%、山陽新幹線が同+13%、九州新幹線が同+9%、北陸新幹線が同▲3%だった。北陸新幹線は24年3月に金沢・敦賀間が延伸開業した影響もあり堅調に推移してきたが、小幅ながら21年10月以来の減少に転じた。

25年9月は、東海道新幹線が前年比+15%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+12%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。九州新幹線は同+0%、北陸新幹線は同▲3%だった。

- ◆【旅客機】25年8月の国内線輸送量（含むグループ会社）は、ANAが前年比+6.6%、JALが同+9.1%だった。いずれも前月から増加幅は拡大した。国際線輸送量（同）は、ANAが同+12.1%、JALが同+9.5%と、いずれも前月から増加幅が拡大した。国内線、国際線ともに、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。

図表6：新幹線・旅客機の利用状況



(注) 25年9月の東海道は24日、山陽・北陸は7日、九州は24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

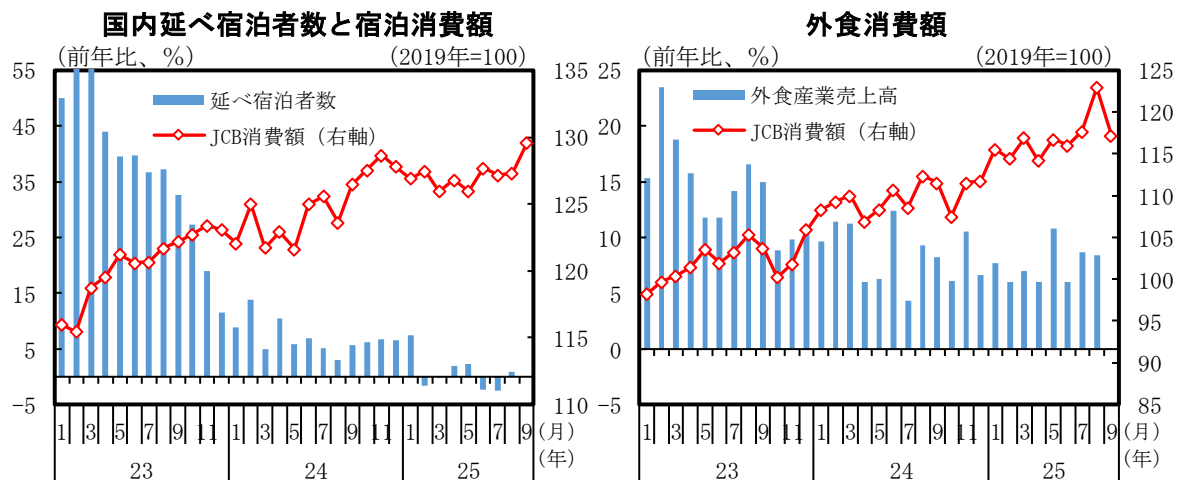
- ◆【宿泊】 25 年 8 月の宿泊者数（観光庁、宿泊日数ベース）は前年比+0.8%と、小幅ながらも 3 カ月ぶりに増加した。24 年までは前年比でプラスを維持していたが、25 年に入って以降は増減が月によってまちまちで、コロナ禍からの回復局面は概ね終了したとみられる²。

25 年 9 月の JCB 宿泊消費額は、前月比+1.8%と 2 カ月連続で増加した。

- ◆【外食】 25 年 8 月の外食産業の売上高は前年比+8.4%だった。増加幅は前月から僅かに縮小した。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³。

25 年 9 月の JCB 外食消費額は前月比▲4.7%と、3 カ月ぶりに減少した。

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 9 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。延べ宿泊者数と外食産業売上高の最新値は 25 年 8 月。

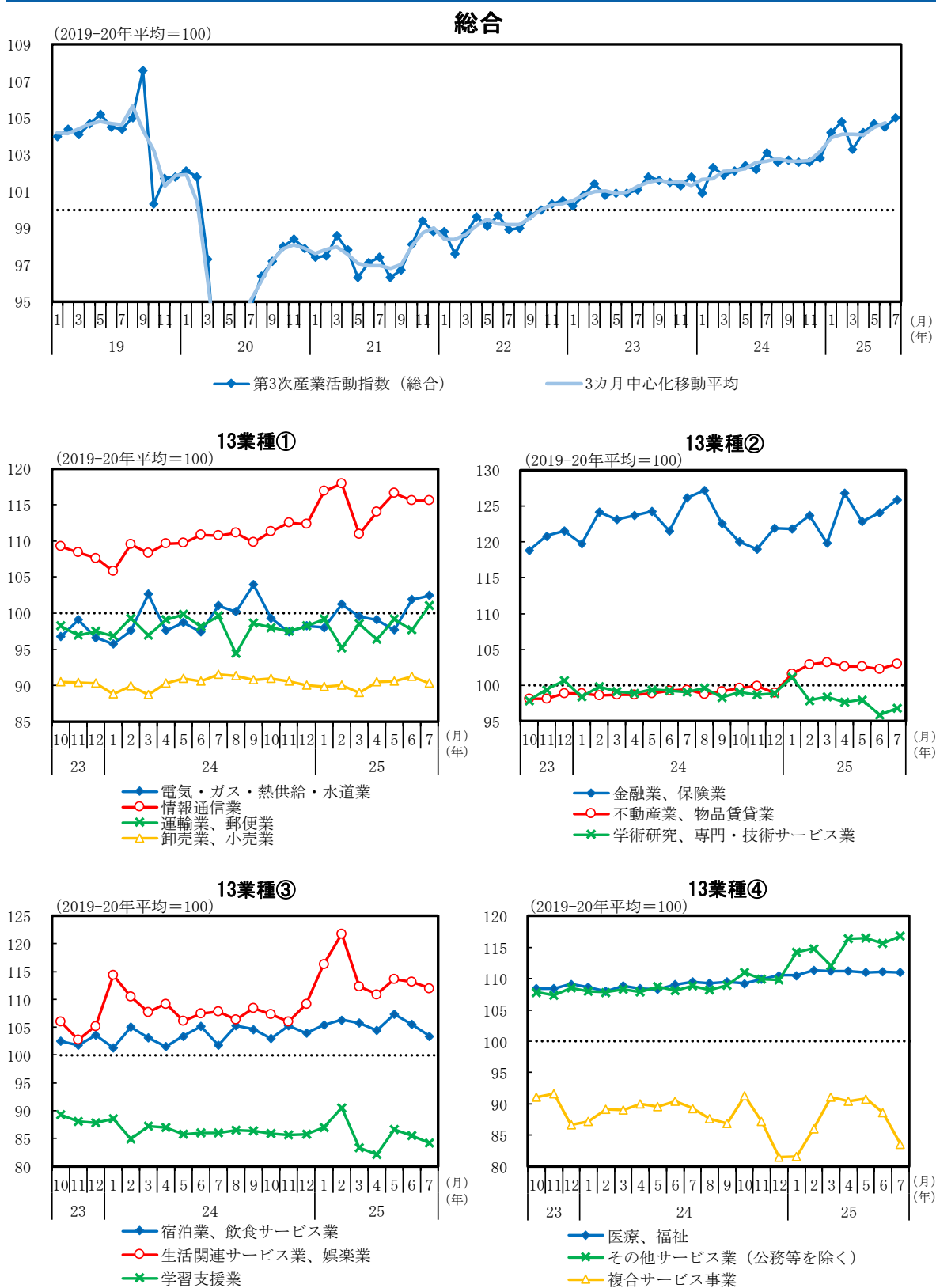
(出所) 観光庁、一般社団法人日本フードサービス協会統計、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

² 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。

³ 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。

<参考：第3次産業活動指数>

図表8：第3次産業活動指数

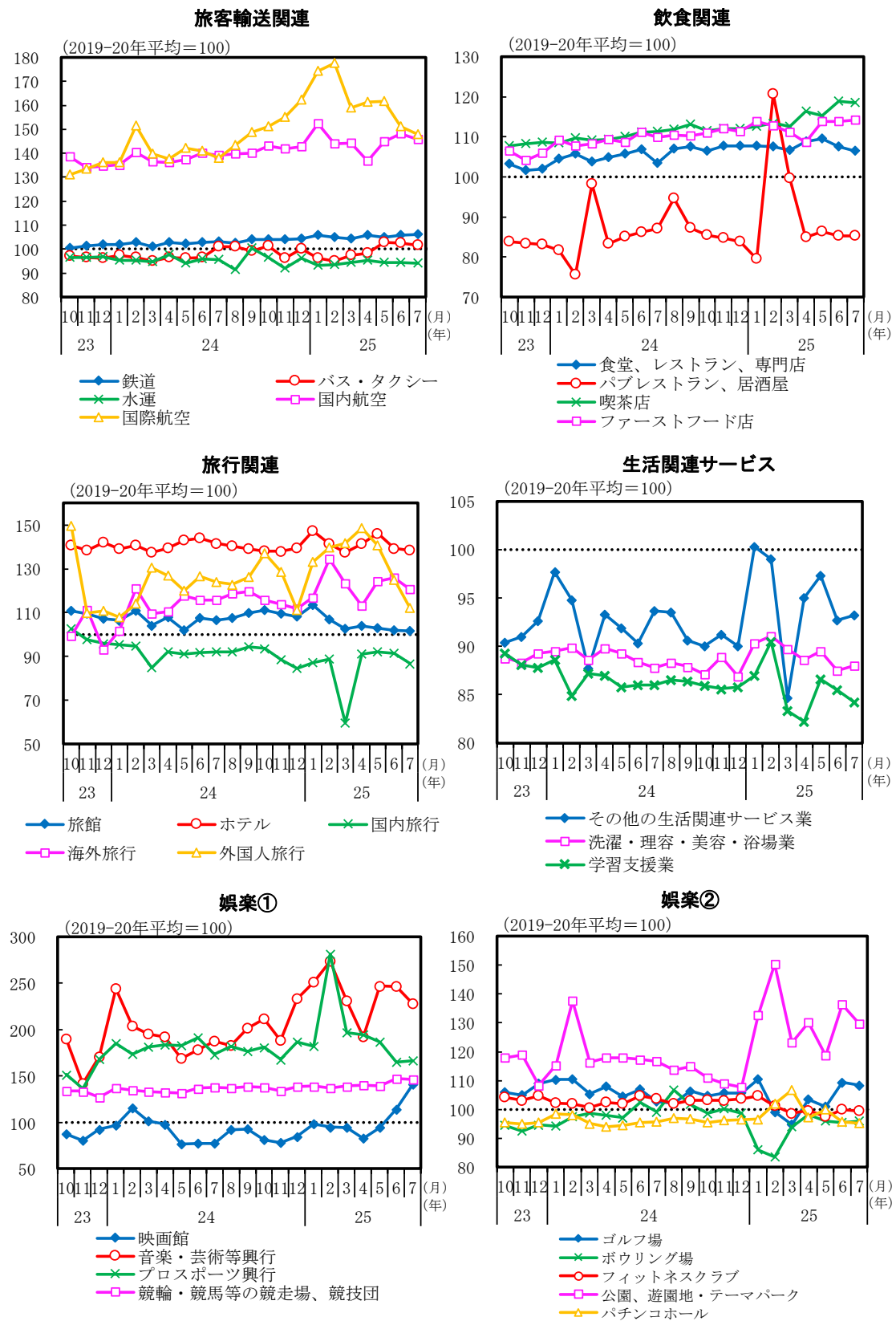


(注1) 2020年基準、季節調整値。

(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 9：運輸業・生活関連サービス業などにおける第3次産業活動指数の推移



(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