

2025 年 11 月 5 日 全 9 頁

消費データブック（2025/11/5 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

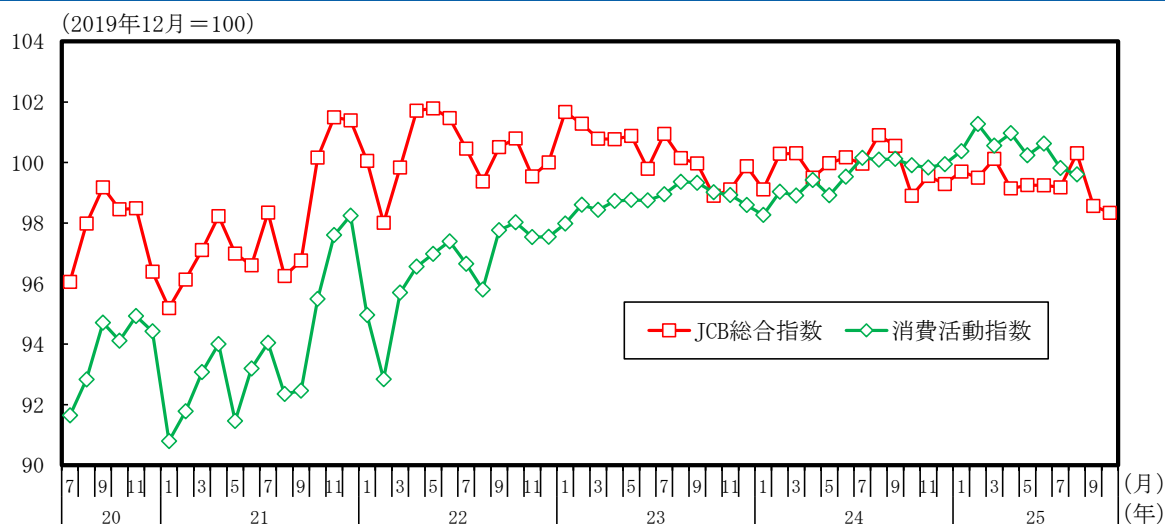
[要約]

- 2025 年 9 月の消費は 8 月から小幅に減少した。財消費は小幅に減少した。新車販売台数（大和総研による季節調整値）やスーパーの販売額は増加した一方、家電大型専門店の販売額（同）やコンビニの販売額は減少した。アパレル販売額は前年比伸び率がマイナスに転じた。サービス消費も小幅に減少した。新幹線輸送量は東海道・山陽・九州でいずれも前年比プラス幅が縮小した。外食産業の売上高も前年比プラス幅が縮小した。
- 10 月の消費は 9 月から横ばい圏で推移したとみている。財消費は概ね横ばいだった。10 月前半の実績をもとに試算した家電の JCB 消費額（大和総研による季節調整値）は増加した。他方、新車販売台数（同）は横ばいだった。サービス消費も概ね横ばいだった。JCB 宿泊消費額（同）は増加した一方、JCB 外食消費額（同）は減少した。

＜消費全体の動き＞

- ◆【JCB 総合指数】25 年 10 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▲0.2%だった。内訳を見ると、財は同+0.2%と小幅に増加した一方、サービスは同▲1.3%と減少した。

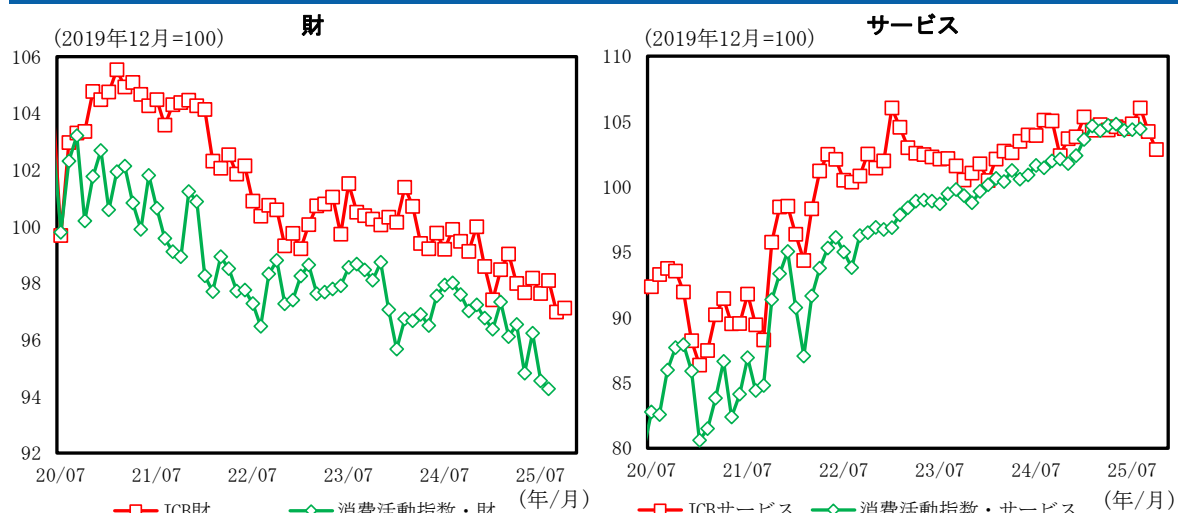
図表 1：消費活動指数・JCB 総合指数



(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 10 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 10 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。

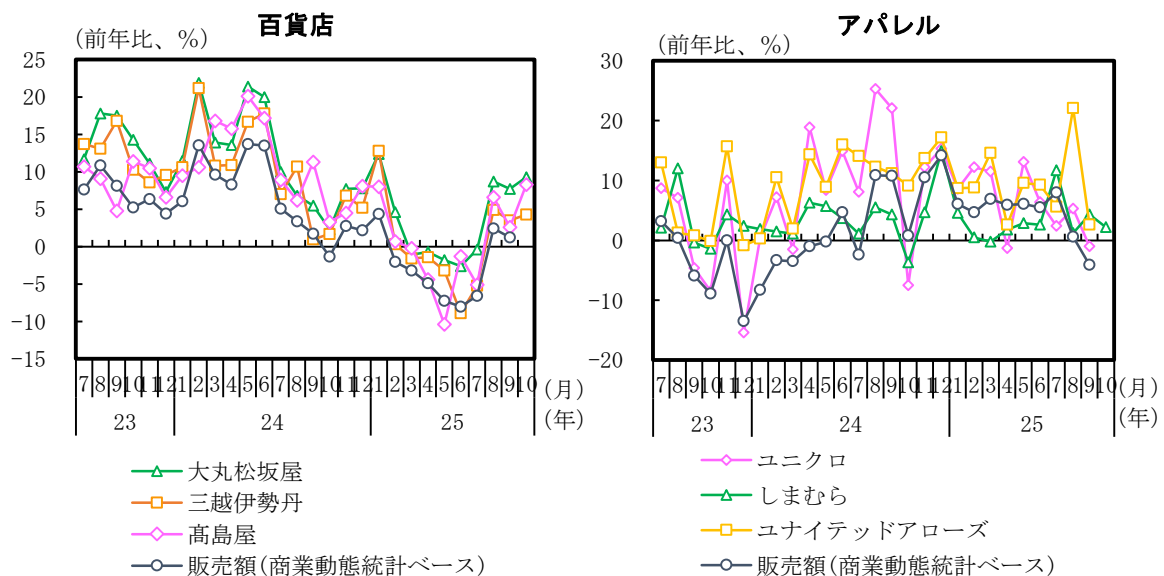
(出所) 日本銀行、総務省、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費 NOW」より大和総研作成

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9月の百貨店商品販売額（商業動態統計ベース）は前年比+1.2%だった。プラス幅は前月から縮小したものの、2カ月連続の増加となった。業界統計から内訳を見ると、雑貨（同+7.4%）や食料品（同+0.8%）などが増加し、全体を押し上げた。
- 25年10月の大手百貨店の既存店売上高は、大丸松坂屋が前年比+9.3%、高島屋が同+8.3%、三越伊勢丹が同+4.3%だった。3社いずれも3カ月連続で前年を上回り、前月からプラス幅が拡大した。月後半に気温が低下した影響で、秋冬物の商品の販売が好調だった。国内顧客に限って見ても、売上はこのところ堅調に推移しているとみられる。
- ◆【アパレル】 25年9月のアパレル販売額（商業動態統計ベース）は前年比▲4.1%と、14カ月ぶりに減少した。月前半は残暑が厳しかったため、秋物商品の需要が例年より後倒しされ、販売が低調だったとみられる。また、前年同月より休日が少なかった点や、大雨などの悪天候が多かった影響も表れたとみられる。
- 25年10月のアパレル大手しまむらの既存店売上高は、前年比+2.2%と7カ月連続で増加した。増加幅は前月から縮小した。月後半の気温の低下に伴い、婦人アウター類などの秋冬物の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



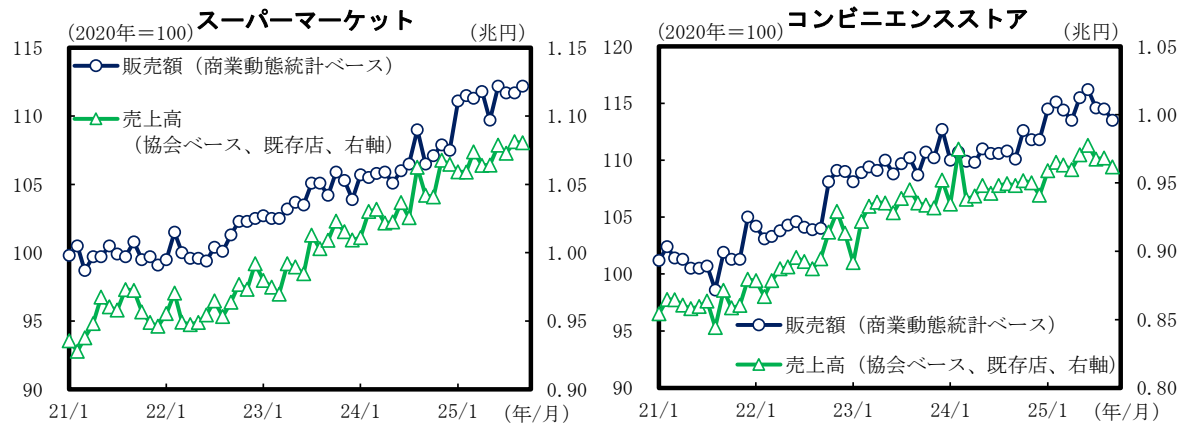
(注1) 百貨店は既存店ベース。三越伊勢丹の25年8月は、24年とのイベント時期のずれによる影響を除いた実態の前年比。

(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「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

- ◆【スーパーマーケット】25 年 9 月の販売額は前月比+0.4%（経済産業省による季節調整値）。飲食料品（同+0.5%）が増加し、全体を押し上げた。
- ◆【コンビニエンスストア】25 年 9 月の販売額は前月比▲0.9%（経済産業省による季節調整値）。3 カ月連続の減少となった。加工食品（同+2.6%）は増加した一方、非食品（同▲7.2%）は大きく減少した。

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

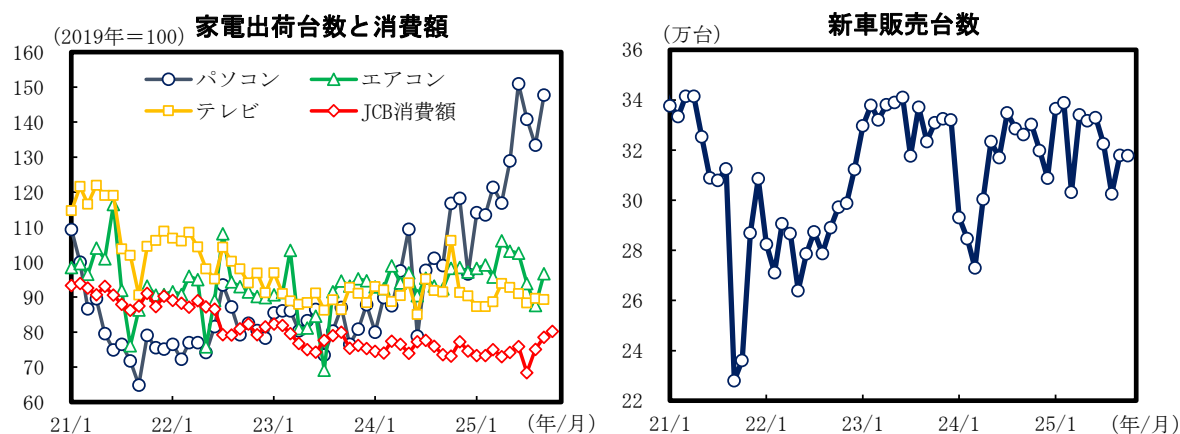


(注) 商業動態統計ベースの販売額は経済産業省による季節調整値。協会ベースの売上高は大和総研による季節調整値。

(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9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▲1.5%と2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+10.8%と3カ月ぶりに増加した。25年10月のWindows10サポート終了を受けて買い替え需要が高まっており、このところ高水準で推移している。エアコン（同+10.4%）は5カ月ぶりに増加した。他方、テレビ（同▲0.4%）は小幅ながら2カ月ぶりに減少した。25年10月のJCB消費額（機械器具小売業）は前月比+2.1%と、3カ月連続で増加した。振れを均せば、このところ需要は緩やかに増加しているといえよう。
- ◆【自動車】25年9月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は、前月比+5.1%と3カ月ぶりに増加した。前月に大きく減少した反動から、小型乗用車、普通乗用車、軽四輪乗用車がいずれも増加した。25年10月は前月比▲0.0%と2カ月ぶりに減少した。

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10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

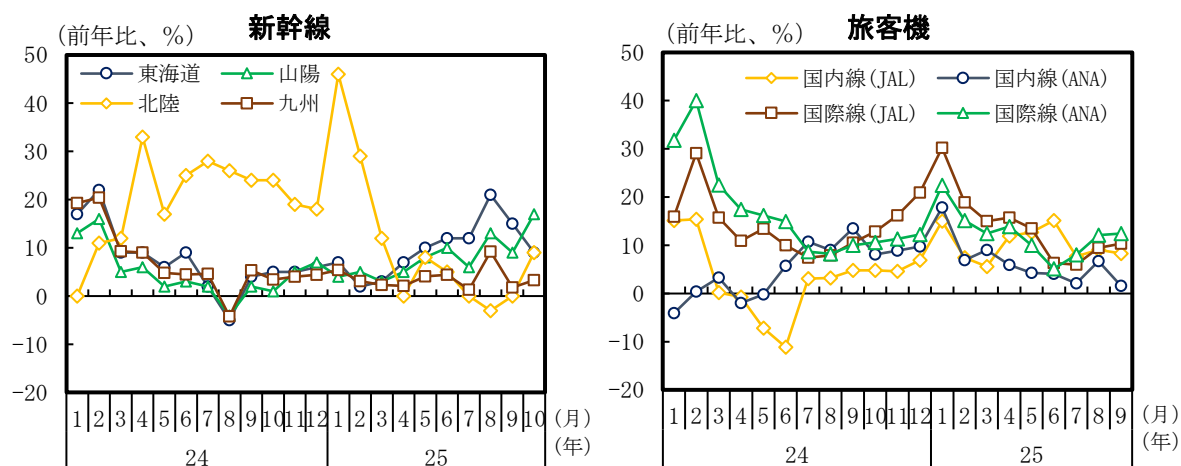
＜サービス関係＞

- ◆【新幹線】25年9月の輸送量は、東海道新幹線が前年比+15%、山陽新幹線が同+9%、北陸新幹線が同0%、九州新幹線が同+2%だった。

25年10月は、東海道新幹線が前年比+9%、山陽新幹線が同+17%だった²。10月13日まで開催された大阪・関西万博の効果もあって需要が堅調に推移したとみられる。北陸新幹線も同+9%と増加した。連休が多い秋の観光需要に応えるため、JR各社は10、11月を中心に新幹線を含む臨時便を運行しており、輸送量の押し上げ要因となっている。九州新幹線は同+3%だった。

- ◆【旅客機】25年9月の国内線輸送量（含むグループ会社）は、ANAが前年比+1.6%、JALが同+8.3%だった。いずれも前月から増加幅は縮小した。国際線輸送量（同）は、ANAが同+12.4%、JALが同+10.3%と、いずれも前月から増加幅が僅かに拡大した。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1) 25年10月の東海道は28日、山陽・北陸は13日、九州は26日まで。JAL・ANAのデータはグループ会社を含む。

(注2) 北陸は上越妙高～糸魚川間の輸送量。

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

² ただし、山陽新幹線は万博最終日の10月13日までの実績をもとにした速報値のため、10月全体の輸送量は速報値から下方修正されると予想される。なお、東海道新幹線は10月28日までの速報値。

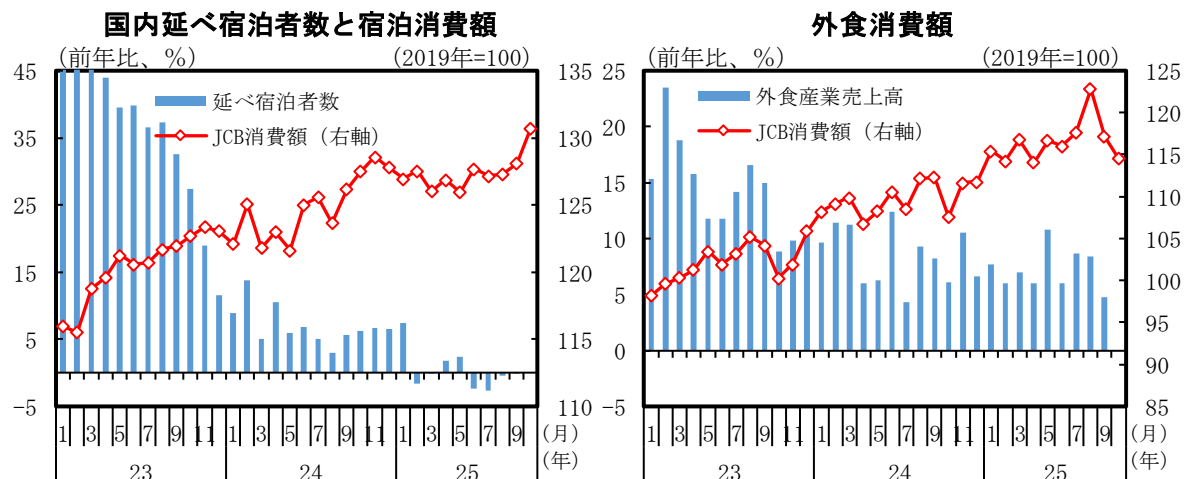
- ◆【宿泊】 25 年 9 月の宿泊者数（観光庁、宿泊日数ベース）は前年比▲0.2%と、小幅ながら 4 カ月連続で減少した。24 年までは前年比でプラスを維持していたが、25 年に入ると月によってまちまちで、コロナ禍からの回復局面は概ね終了したとみられる³。

25 年 10 月の JCB 宿泊消費額は、前月比+2.1%と 3 カ月連続で増加した。

- ◆【外食】 25 年 9 月の外食産業の売上高は前年比+4.8%だった。増加幅は前月から縮小した。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。

25 年 10 月の JCB 外食消費額は前月比▲2.2%と、2 カ月連続で減少した。

図表 7：国内延べ宿泊者数と宿泊消費額（左）、外食消費額（右）



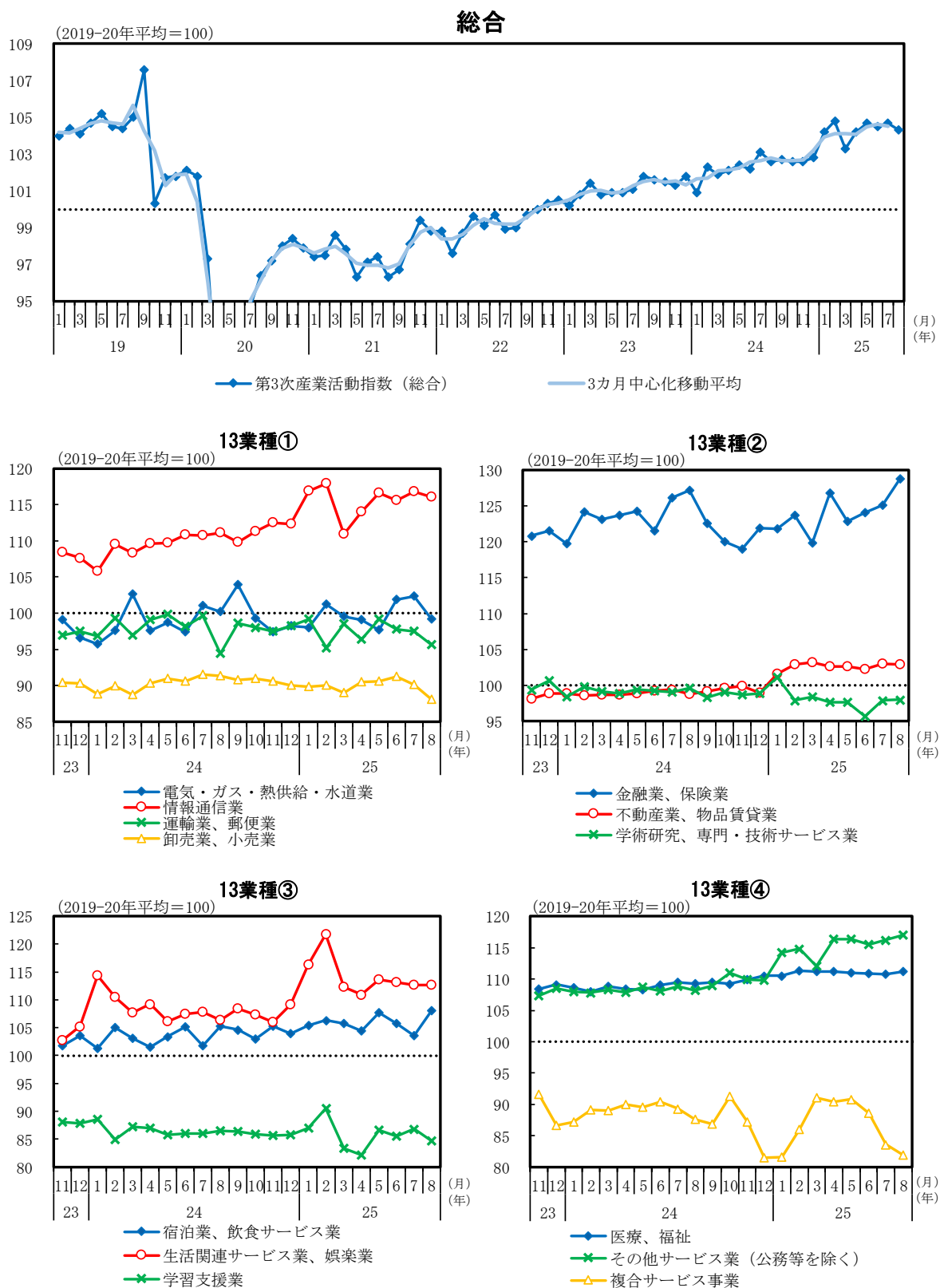
（注）大和総研による季節調整値。25 年 10 月分の JCB 消費額は月前半のデータをもとに伸び率を試算。観光庁統計は宿泊日数ベースのデータを用いている。延べ宿泊者数と外食産業売上高の最新値は 25 年 9 月。

（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

³ 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。

<参考：第3次産業活動指数>

図表8：第3次産業活動指数

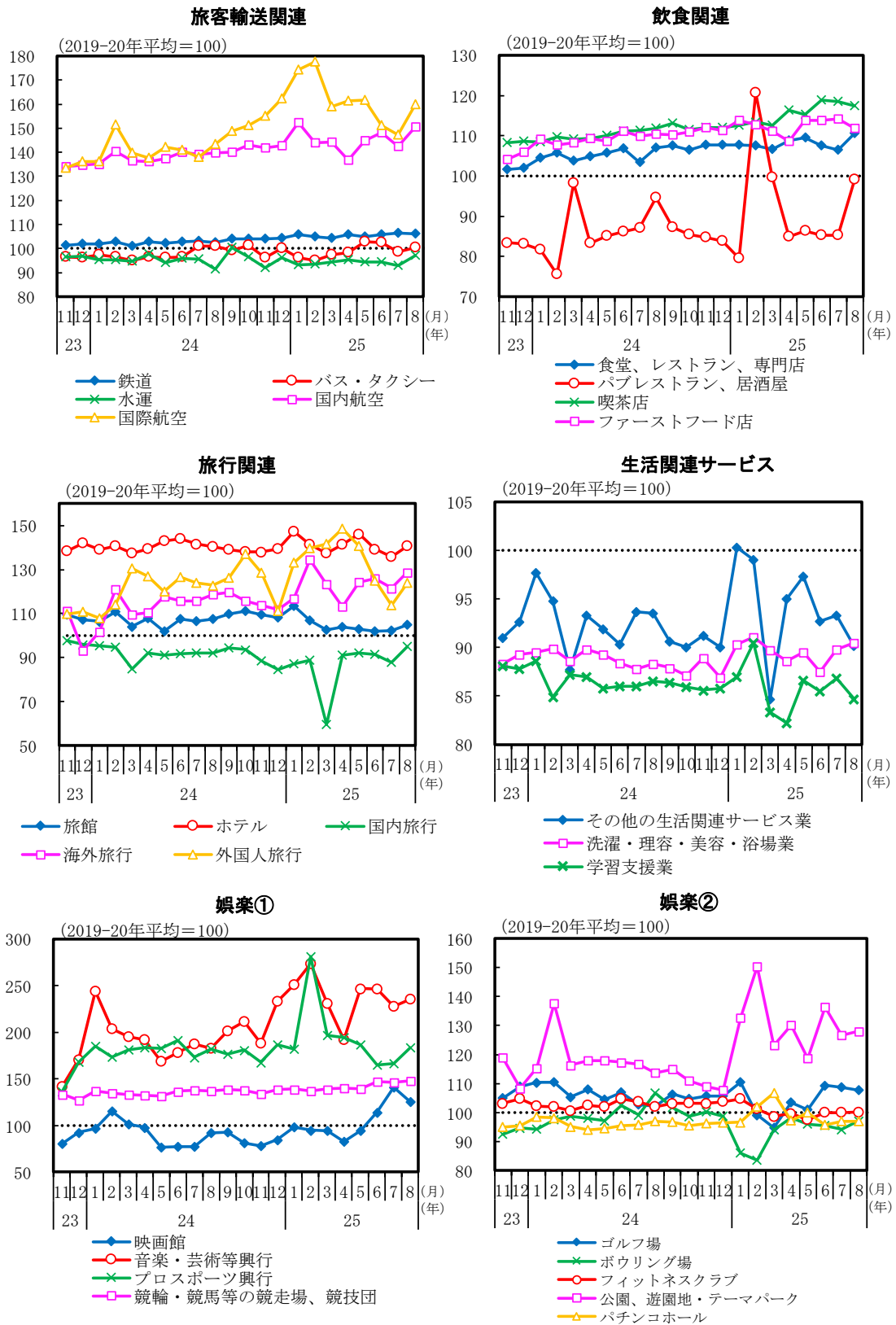


(注1) 2020年基準、季節調整値。

(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