

2026年3月5日 全9頁

消費データブック（2026/3/5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
エコノミスト 龐 鈞文

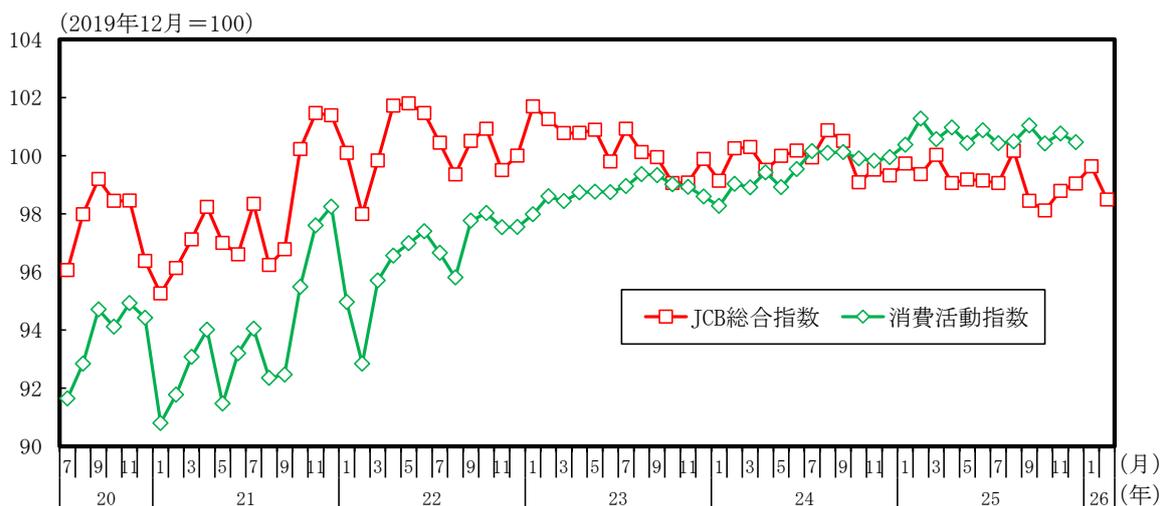
[要約]

- 2026年1月の消費は2025年12月から増加した。財、サービスともに増加したとみられる。財消費では、家電、自動車、スーパーやコンビニの食料品など、幅広い品目で販売額が増加した。サービス消費では、新幹線の輸送量や外食産業の売上高が堅調に推移した。
- 2月の消費は1月から小幅に減少したとみている。財消費では、2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）が減少し、新車販売台数（同）はほぼ横ばいだった。サービス消費は小幅に減少した。新幹線輸送量の前年比伸び率は前月から縮小し、外食のJCB消費額（同）は前月から減少した。

<消費全体の動き>

- ◆【JCB 総合指数】26年2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▲1.2%だった。内訳を見ると、財は2カ月連続で増加した一方、サービスは4カ月ぶりに減少した。

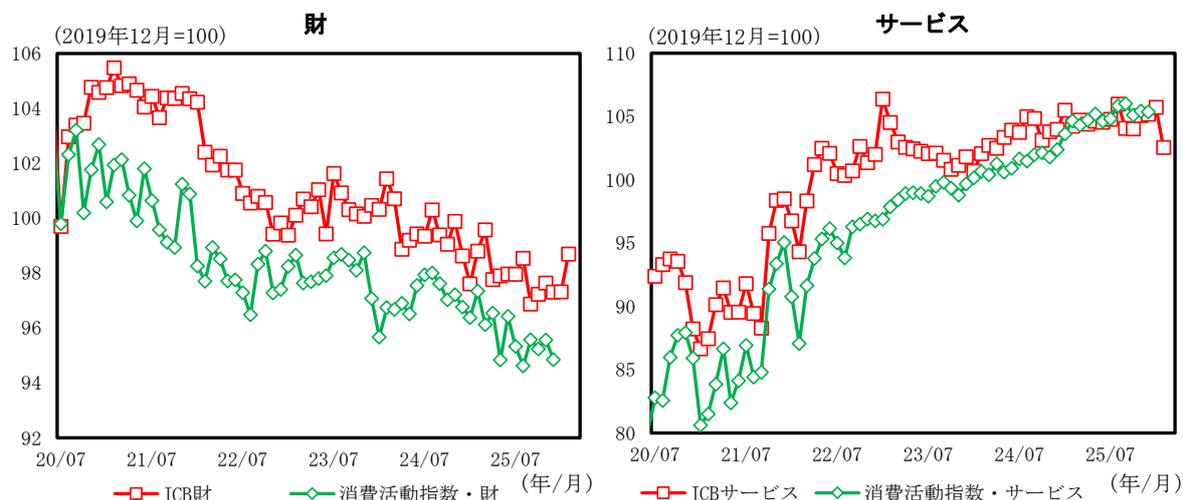
図表1：消費活動指数・JCB 総合指数



(注) JCB 総合指数は大和総研による季節調整値。CPI で実質化。26年2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。26年2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。

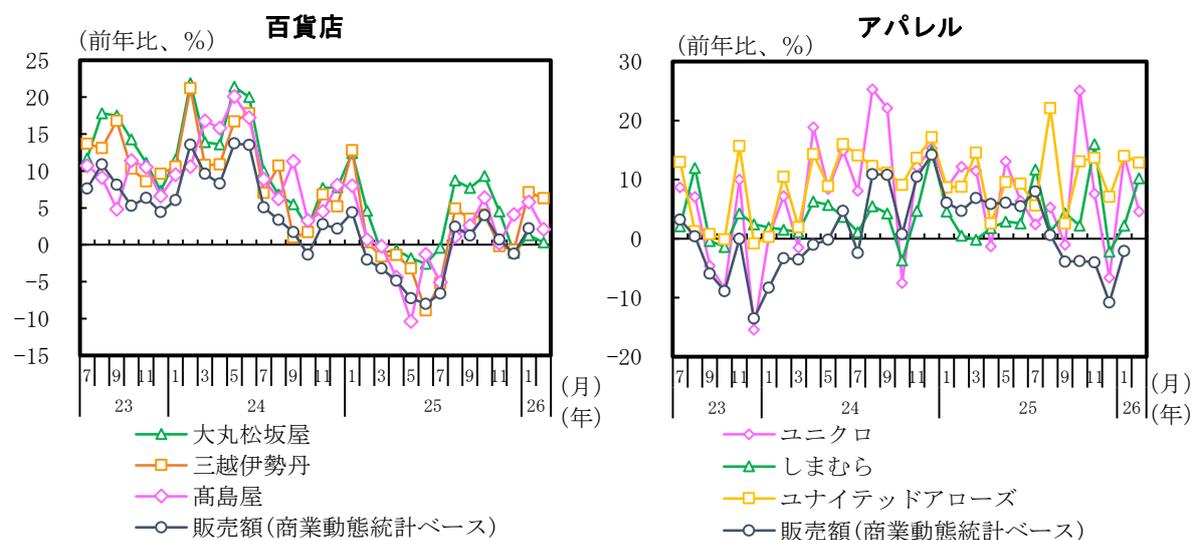
(出所) 日本銀行、総務省、株式会社ナウキャスト/JCB「JCB 消費NOW」より大和総研作成

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】 26年1月の百貨店商品販売額（商業動態統計ベース）は前年比+2.2%と、2カ月ぶりに増加した。業界統計から内訳を見ると、衣料品（同▲1.2%）や家庭用品（同▲3.5%）などは減少した一方、雑貨（同+8.9%）や身のまわり品（同+0.4%）、食料品（同+3.2%）などは増加した。前年との中国の春節の連休期間のずれ²や日中関係の悪化などを背景に、インバウンド消費は下振れした。国内顧客への売上は、引き続き堅調に推移しているとみられる。
- 26年2月の大手百貨店の既存店売上高は、大丸松坂屋が前年比+0.3%、三越伊勢丹が同+6.3%、高島屋が同+2.1%だった。いずれも前年比プラスを維持したが、伸び率は縮小した。
- ◆【アパレル】 26年1月のアパレル販売額（商業動態統計ベース）は前年比▲2.1%と、5カ月連続で減少もマイナス幅は縮小した。1月は気温が平年より低かったため、冬物商品の販売が好調だったとみられる。他方、百貨店と同様にインバウンド消費の減少が影響した可能性がある。
- 26年2月のアパレル大手の既存店売上高を見ると、しまむらは前年比+10.2%、ユニクロは同+4.6%、ユナイテッドアローズは同+12.9%といずれも増加した。月後半に気温が上昇し、春物商品などの売上が好調だった。

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月と26年1月は、前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。

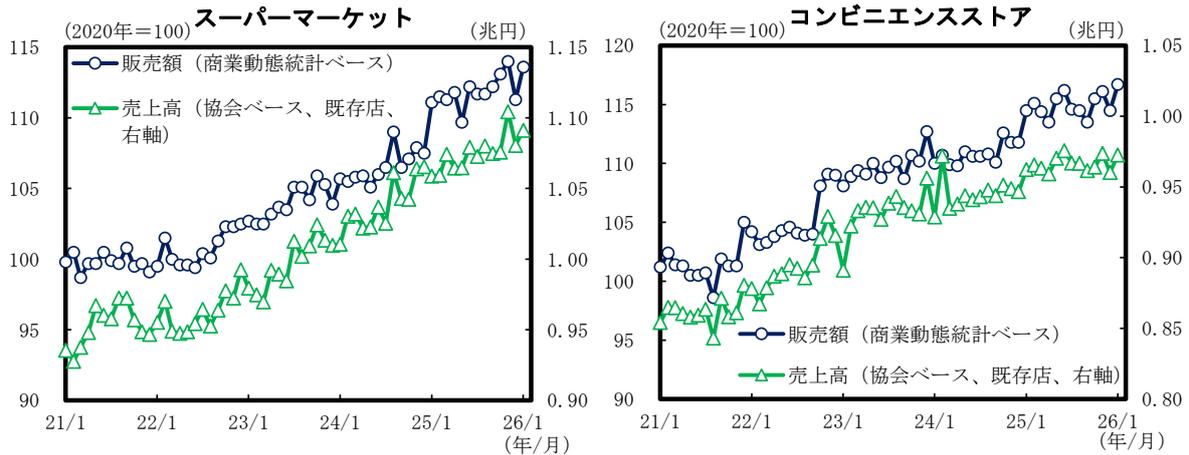
(注2) アパレルは既存店ベース（含むネット通販）。しまむらの各月の数値は前月21日から当月20日の集計値。アパレル販売額（商業動態統計ベース）は、商業動態統計の「織物・衣服・身の回り品小売業」を参照。サンプル替えの影響を除いている。

(出所) 経済産業省統計、各社資料より大和総研作成

² 中国本土における春節の連休期間は、2025年は1月28日～2月4日だったが、2026年は2月15日～23日だった。

- ◆【スーパーマーケット】26年1月の販売額は前月比+2.1%（経済産業省による季節調整値）と2カ月ぶりに増加した。衣料品（同+4.9%）や飲食料品（同+1.0%）などが増加した。
- ◆【コンビニエンスストア】26年1月の販売額は前月比+1.9%（経済産業省による季節調整値）と2カ月ぶりに増加した。ファーストフード及び日配食品（同+1.2%）、加工食品（同+1.2%）、非食品（同+1.4%）と、幅広い商品で増加した。

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

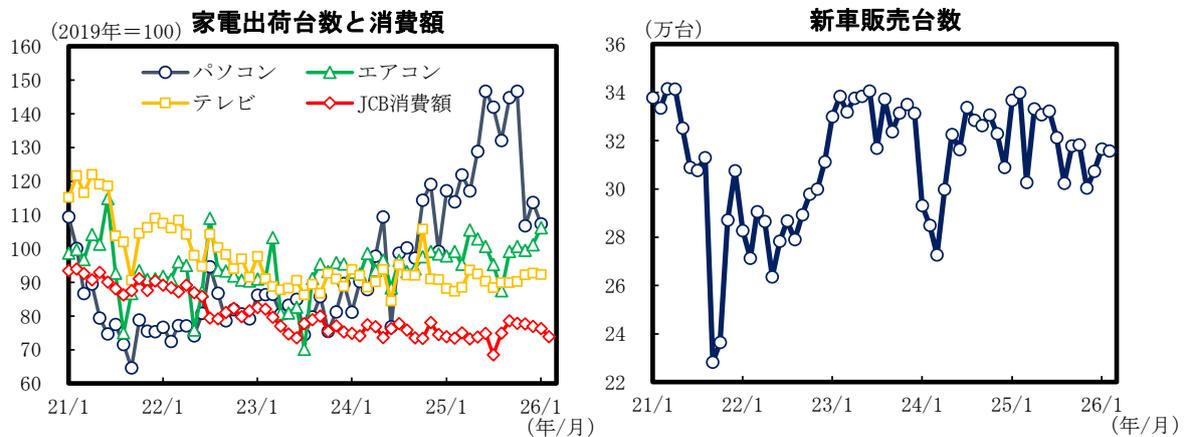


(注) 商業動態統計ベースの販売額は経済産業省による季節調整値。協会ベースの売上高は大和総研による季節調整値。

(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】26年1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+7.8%と2カ月ぶりに増加した。通信家電や生活家電など幅広い品目で増加した。出荷台数（大和総研による季節調整値）で見ると、パソコン（同▲5.6%）とテレビ（同▲0.5%）は減少した一方、エアコン（同+5.0%）は増加した。
26年2月のJCB消費額（機械器具小売業）は前月比▲3.1%と、5カ月連続で減少した。
- ◆【自動車】26年1月の新車販売台数（大和総研による季節調整値）は、前月比+3.0%と2カ月連続で増加した。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。
26年2月は前月比▲0.2%とほぼ横ばいだった。小型乗用車と普通乗用車は減少した一方、軽四輪乗用車は増加した。

図表5：家電出荷台数と新車販売台数



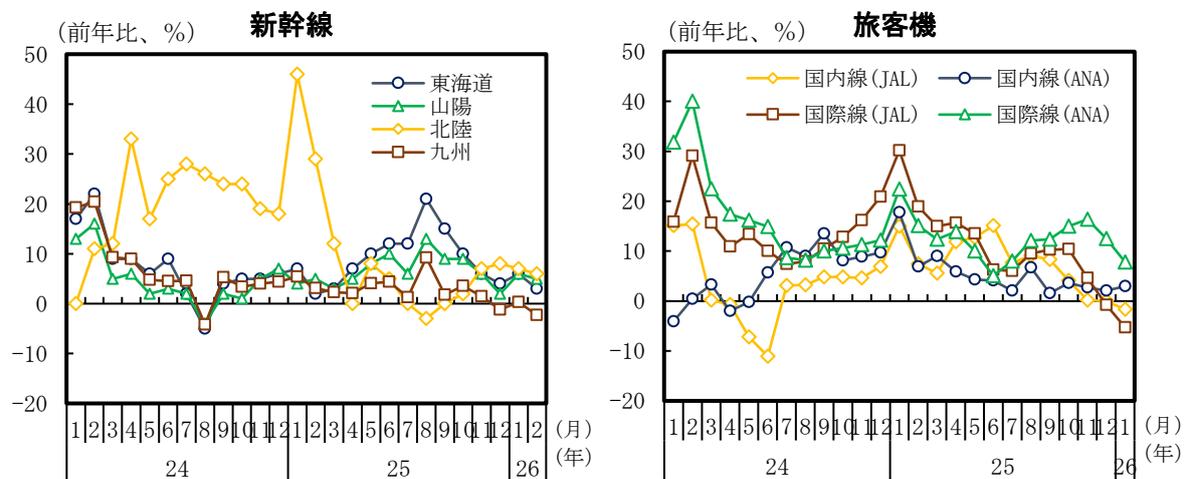
(注) 大和総研による季節調整値。JCB消費額はJCB「機械器具小売業」。26年2月分は月前半のデータをもとに伸び率を試算（物価上昇分を調整）。

(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】26年1月の輸送量は、東海道新幹線が前年比+6%、山陽新幹線が同+6%、北陸新幹線が同+7%、九州新幹線は同+0%だった。
26年2月は、東海道新幹線が前年比+3%、山陽新幹線が同+5%、北陸新幹線が同+6%、九州新幹線は同▲2%だった。九州新幹線は減少に転じ、その他の路線では前月から伸び率が小幅に低下したが、全体としては堅調に推移している。
- ◆【旅客機】26年1月の国内線輸送量（含むグループ会社）では、ANAは前年比+3.0%と伸び率が前月から拡大した一方、JALは同▲1.7%と減少に転じた。国際線輸送量（同）では、ANAは同+7.8%と前月から伸び率が低下し、JALは同▲5.3%と前月から減少幅が拡大した。インバウンド顧客の減少の影響が続いているとみられる。

図表6：新幹線・旅客機の利用状況



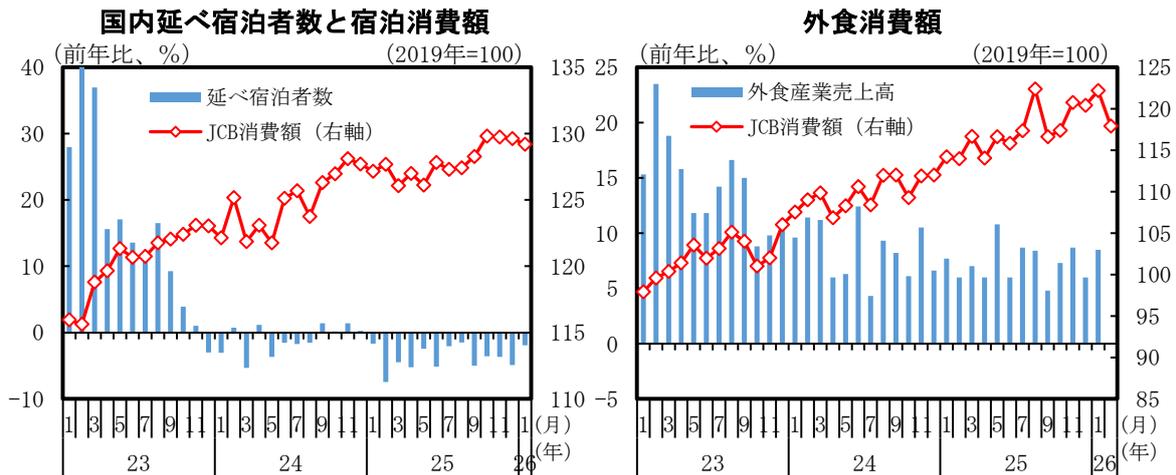
(注1) 26年2月の東海道は18日、山陽・北陸は14日、九州は24日まで。JAL・ANAのデータはグループ会社を含む。

(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

- ◆【宿泊】 26年1月の宿泊者数（観光庁、宿泊日数ベース、外国人を除く）は前年比▲1.9%だった。減少が続いているが、マイナス幅は前月から縮小した。
- ◆【外食】 26年1月の外食産業の売上高は前年比+8.5%だった。増加幅は前月から拡大した。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。
26年2月のJCB外食消費額（月前半の実績値に基づいた大和総研による試算値）は前月比▲3.5%と、2カ月ぶりに減少した。

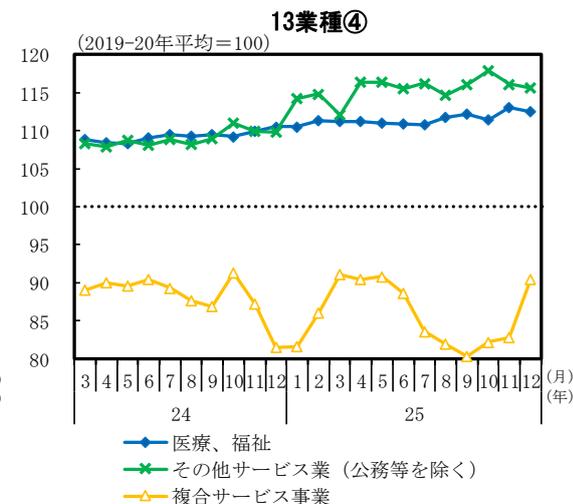
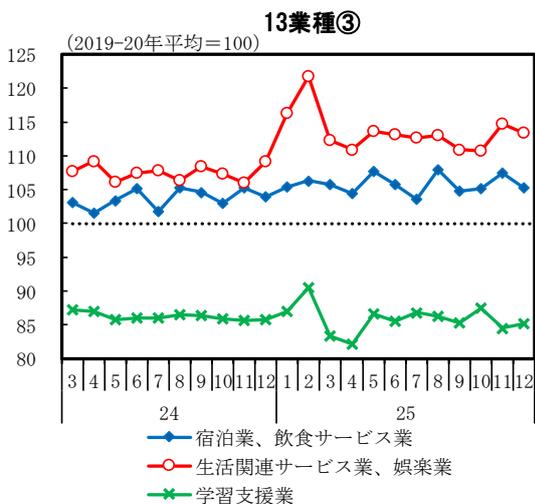
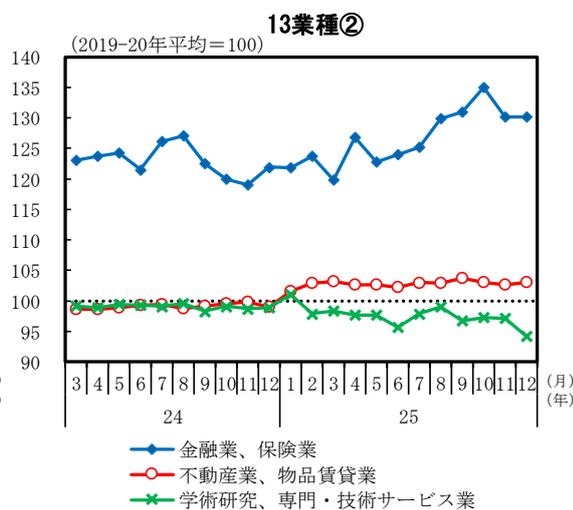
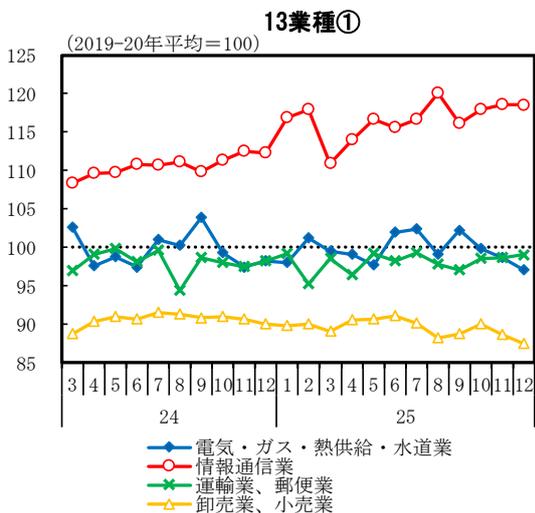
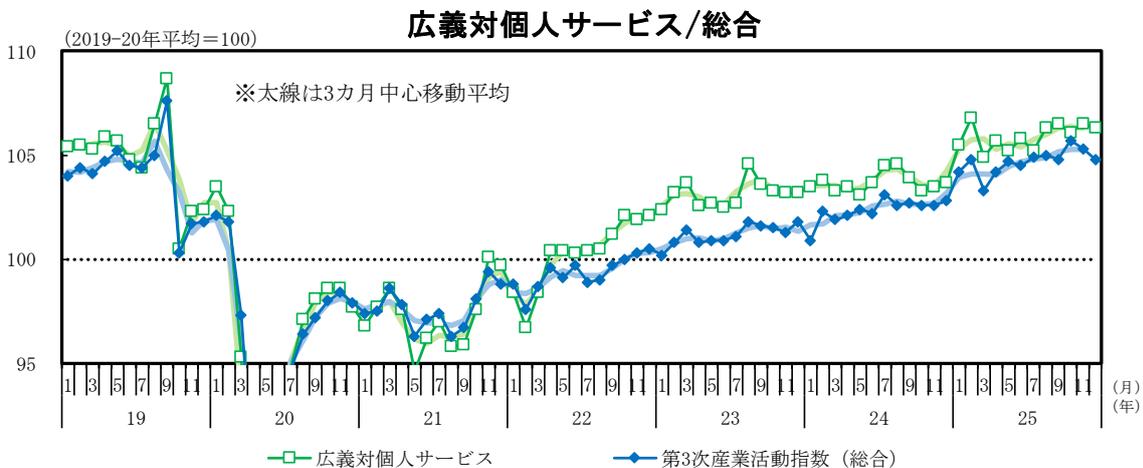
図表7：国内延べ宿泊者数と宿泊消費額（左）、外食消費額（右）



- (注1) 左図の国内延べ宿泊者数は、観光庁統計の宿泊日数ベースで外国人を除いたデータを用いている。
- (注2) JCB消費額は大和総研による季節調整値。26年2月分のJCB外食消費額は月前半のデータをもとに伸び率を試算した。JCB宿泊消費額は26年2月分の試算値を掲載していない。
- (注3) 右図の外食産業売上高の最新値は26年1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

<参考：第3次産業活動指数>

図表8：第3次産業活動指数

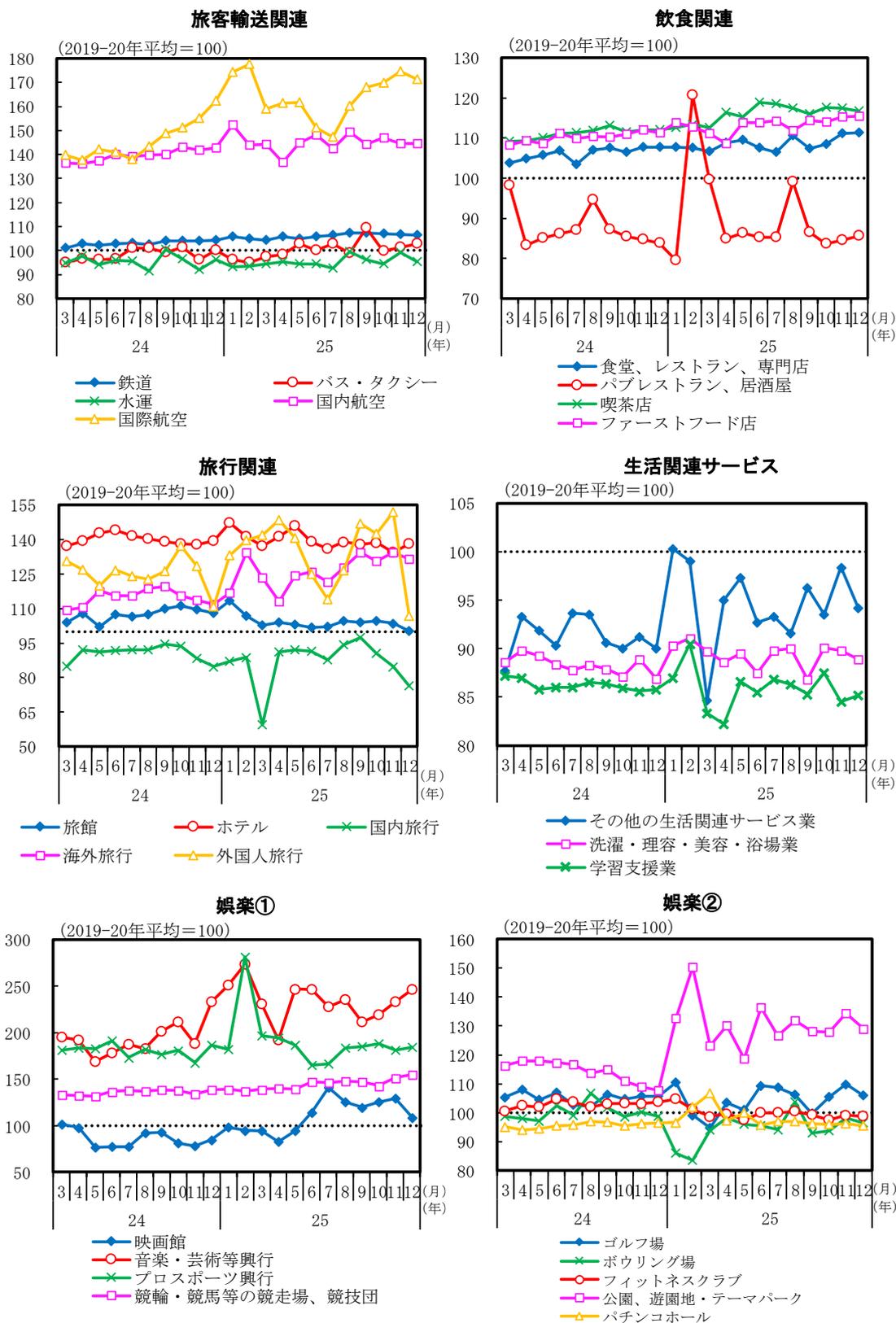


(注1) 季節調整値。

(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) 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