

消費動向調査(全国、平成 23 年 12 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 12 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、11 月の 38.1 から 0.8 ポイント上昇して 38.9 となり、3 か月ぶりに前月を上回った。消費者態度指数を構成する 4 項目の意識指標のうち、「収入の増え方」は低下したものの、「暮らし向き」「雇用環境」「耐久消費財の買い時判断」は上昇した。

消費者態度指数の動きから見た 12 月の消費者マインドは、**ほぼ横ばいとなっている。**

(据え置き、前月から表現の変更はなし。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	10 月調査	38.6	(0.0)
	11 月調査	38.1	(0.5)
	12 月調査	38.9	(0.8)

平成 23 年 12 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「上昇する」は 2 か月連続で減少し、「低下する」も 3 か月ぶりに減少した。また、「変わらない」は 2 か月連続で増加した。

消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。**

(前月:「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位:%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	10 月調査	6.9	17.2	69.6	6.3
	11 月調査	8.1	19.8	65.0	7.1
	12 月調査	7.4	23.6	61.3	7.7

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 12 月)は 8.7%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 56.5%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 11 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 11 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、10 月の 38.6 から 0.5 ポイント低下して 38.1 となり、7 か月ぶりに前月を下回った。消費者態度指数を構成する 4 項目の意識指標のうち、「耐久消費財の買い時判断」は上昇したものの、「暮らし向き」「収入の増え方」「雇用環境」は低下した。

消費者態度指数の動きから見た 11 月の消費者マインドは、**ほぼ横ばいとなっている。**

(下方修正、前月：持ち直しのテンポが緩やかになっている。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	9 月調査	38.6	(1.6)
	10 月調査	38.6	(0.0)
	11 月調査	38.1	(0.5)

平成 23 年 11 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「上昇する」が 2 か月ぶりに減少した一方、「低下する」は 2 か月連続で増加し、「変わらない」も 2 か月ぶりに増加した。

消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。**

(前月から表現の変更はなし。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位:%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	9 月調査	6.3	19.4	67.2	7.0
	10 月調査	6.9	17.2	69.6	6.3
	11 月調査	8.1	19.8	65.0	7.1

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 11 月)は 8.7%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 56.4%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 10 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 10 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、9 月と比べて横ばいの 38.6 となった。消費者態度指数を構成する 4 項目の意識指標のうち、「雇用環境」「耐久消費財の買い時判断」はともに 2 か月連続の上昇となったものの、「暮らし向き」「収入の増え方」はともに 6 か月ぶりの低下となった。

消費者態度指数の動きから見た 10 月の消費者マインドは、**持ち直しのテンポが緩やかになっている。**

(下方修正、前月：持ち直している。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	8 月調査	37.0	(0.0)
	9 月調査	38.6	(1.6)
	10 月調査	38.6	(0.0)

平成 23 年 10 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「上昇する」が 4 か月ぶりに増加し、「低下する」も 2 か月ぶりに増加した。他方、「変わらない」は 4 か月ぶりに減少した。

消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。**

(前月：「上昇する」と見込む割合が減少したものの依然として高水準である。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位：%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	8 月調査	6.6	16.5	70.5	6.6
	9 月調査	6.3	19.4	67.2	7.0
	10 月調査	6.9	17.2	69.6	6.3

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 10 月)は 8.7%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 56.3%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 9 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 9 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、8 月の 37.0 から 1.6 ポイント上昇して 38.6 となり、2 か月ぶりに前月を上回った。これは、消費者態度指数を構成する 4 項目全ての意識指標が上昇したためである。

消費者態度指数の動きから見た 9 月の消費者マインドは、**持ち直している。**
(上方修正、前月：依然として厳しいものの、持ち直し傾向にある。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	7 月調査	37.0	(1.7)
	8 月調査	37.0	(0.0)
	9 月調査	38.6	(1.6)

平成 23 年 9 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「上昇する」が 3 か月連続で減少し、「低下する」も 5 か月ぶりに減少した。他方、「変わらない」は 3 か月連続で増加した。

消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合が減少したものの依然として高水準である。**

(前月：「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位：%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	7 月調査	6.1	16.3	70.9	6.7
	8 月調査	6.6	16.5	70.5	6.6
	9 月調査	6.3	19.4	67.2	7.0

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 9 月)は 8.7%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 56.2%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 8 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 8 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、7 月と比べて横ばいの 37.0 となった。消費者態度指数を構成する 4 項目の指標のうち、「暮らし向き」「収入の増え方」は 4 か月連続の上昇となったものの、「雇用環境」「耐久消費財の買い時判断」は 4 か月ぶりの低下となった。

消費者態度指数の動きから見た 8 月の消費者マインドは、依然として厳しいものの、持ち直し傾向にある。

(据え置き、前月：依然として厳しいものの、持ち直しの動きが続いている。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	6 月調査	35.3	(1.1)
	7 月調査	37.0	(1.7)
	8 月調査	37.0	(0.0)

平成 23 年 8 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「上昇する」が 2 か月連続で減少し、「低下する」「変わらない」は 2 か月連続で増加した。消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。

(前月から表現の変更はなし)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位:%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	6 月調査	5.9	15.8	71.1	7.1
	7 月調査	6.1	16.3	70.9	6.7
	8 月調査	6.6	16.5	70.5	6.6

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 8 月)は 8.7%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 56.0%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 7 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 7 月の一般世帯の消費者態度指数（季節調整値）は、6 月の 35.3 から 1.7 ポイント上昇して 37.0 となり、3 か月連続で上昇した。消費者態度指数を構成する 4 項目全ての意識指標も、3 か月連続で上昇している。

消費者態度指数の動きから見た 7 月の消費者マインドは、依然として厳しいものの、持ち直しの動きが続いている。

（据え置き、前月：依然として厳しいものの、このところ持ち直しの動きがみられる。）

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	（前月差）
平成 23 年	5 月調査	34.2	（ 1.1）
	6 月調査	35.3	（ 1.1）
	7 月調査	37.0	（ 1.7）

平成 23 年 7 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「上昇する」が 2 か月ぶりに減少し、「低下する」は 2 か月ぶりに増加した。「変わらない」は 2 か月ぶりに増加した。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。

（前月から表現の変更はなし）

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値)（単位：%）

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	5 月調査	5.9	16.2	70.8	7.1
	6 月調査	5.9	15.8	71.1	7.1
	7 月調査	6.1	16.3	70.9	6.7

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 7 月)は 8.8%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 55.9%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 6 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 6 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、5 月の 34.2 から 1.1 ポイント上昇して 35.3 となり、2 か月連続で上昇した。消費者態度指数を構成する 4 項目全ての意識指標も、2 か月連続で上昇している。

消費者態度指数の動きから見た 6 月の消費者マインドは、依然として厳しいものの、このところ持ち直しの動きがみられる。

(上方修正、前月：依然として厳しい。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	4 月調査	33.1	(5.5)
	5 月調査	34.2	(1.1)
	6 月調査	35.3	(1.1)

平成 23 年 6 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「上昇する」が 2 か月ぶりに増加し、「変わらない」は 2 か月ぶりに減少した。「低下する」は前月から横ばいであった。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が依然として高水準である。

(前月：「上昇する」と見込む割合が減少したものの依然として高水準である。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位：%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	4 月調査	5.7	13.9	73.2	7.1
	5 月調査	5.9	16.2	70.8	7.1
	6 月調査	5.9	15.8	71.1	7.1

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 6 月)は 8.8%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 55.7%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 5 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 5 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、4 月の 33.1 から 1.1 ポイント上昇して 34.2 となり、4 か月ぶりに前月を上回った。これは、消費者態度指数を構成する 4 項目全ての意識指標が上昇したためである。

消費者態度指数の動きから見た 5 月の消費者マインドは、依然として厳しい。
(据え置き、前月：悪化している。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	3 月調査	38.6	(2.6)
	4 月調査	33.1	(5.5)
	<u>5 月調査</u>	<u>34.2</u>	<u>(1.1)</u>

平成 23 年 5 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「低下する」が 6 か月ぶりに増加し、「変わらない」も 6 か月ぶりに増加した。一方、「上昇する」は 6 か月ぶりに減少した。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が減少したものの依然として高水準である。

(前月：「上昇する」と見込む割合が増加している。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位:%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	3 月調査	6.0	17.9	69.3	6.7
	4 月調査	5.7	13.9	73.2	7.1
	<u>5 月調査</u>	<u>5.9</u>	<u>16.2</u>	<u>70.8</u>	<u>7.1</u>

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 5 月)は 8.8%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 55.5%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 4 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 4 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、3 月の 38.6 から 5.5 ポイント低下して 33.1 となり、3 か月連続で前月を下回った。これは、消費者態度指数を構成する 4 項目全ての意識指標が低下したためである。

消費者態度指数の動きから見た 4 月の消費者マインドは、悪化している。(下方修正、前月：弱い動きがみられる。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	2 月調査	41.2	(0.4)
	3 月調査	38.6	(2.6)
	<u>4 月調査</u>	<u>33.1</u>	<u>(5.5)</u>

平成 23 年 4 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「低下する」が 5 か月連続で減少し、「変わらない」も 5 か月連続で減少した。一方、「上昇する」は 5 か月連続で増加した。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が増加している。
(前月：同じ)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位：%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	2 月調査	7.2	26.3	59.5	6.9
	3 月調査	6.0	17.9	69.3	6.7
	<u>4 月調査</u>	<u>5.7</u>	<u>13.9</u>	<u>73.2</u>	<u>7.1</u>

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 4 月)は 8.9%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 55.3%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 3 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 3 月の一般世帯の消費者態度指数(季節調整値)は、2 月の 41.2 から 2.6 ポイント低下して 38.6 となり、2 か月連続で前月を下回った。これは、消費者態度指数を構成する 4 項目全ての意識指標が低下したためである。

消費者態度指数の動きから見た 3 月の消費者マインドは、弱い動きがみられる。
(下方修正、前月：ほぼ横ばいとなっている。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		季節調整値	(前月差)
平成 23 年	1 月調査	41.6	(0.4)
	2 月調査	41.2	(0.4)
	<u>3 月調査</u>	<u>38.6</u>	<u>(2.6)</u>

(注)平成 23 年 3 月調査より、消費者態度指数の月次季節調整値の公表を開始した。

平成 23 年 3 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「低下する」が 4 か月連続で減少し、「変わらない」も 4 か月連続で減少した。一方、「上昇する」は 4 か月連続で増加した。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が増加している。
(前月：「低下する」と見込む割合が減少している。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位:%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 23 年	1 月調査	11.1	32.2	48.5	8.2
	2 月調査	7.2	26.3	59.5	6.9
	<u>3 月調査</u>	<u>6.0</u>	<u>17.9</u>	<u>69.3</u>	<u>6.7</u>

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 3 月)は 8.9%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 55.1%。

消費動向調査(全国、平成 23 年 2 月実施分)
調査結果の要点

平成 23 年 2 月の一般世帯の消費者態度指数(原数値)は、1 月の 41.1 から 0.5 ポイント低下して 40.6 となり、2 か月ぶりに前月を下回った。これは、消費者態度指数を構成する 4 項目の意識指標のうち、「雇用環境」が上昇したものの、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「耐久消費財の買い時判断」が低下したためである。

消費者態度指数の動きから見た 2 月の消費者マインドは、ほぼ横ばいとなっている。(据え置き)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		原数値	(前月差)
平成 22 年	12 月調査	40.1	(0.3)
平成 23 年	1 月調査	41.1	(1.0)
	<u>2 月調査</u>	<u>40.6</u>	<u>(0.5)</u>

平成 23 年 2 月の一般世帯の 1 年後の物価に関する消費者の見通しは、「低下する」が 3 か月連続で減少し、「変わらない」も 3 か月連続で減少した。一方、「上昇する」は大幅に、かつ 3 か月連続で増加した。

消費者の物価予想については、「低下する」と見込む割合が減少している。

(前月:「低下する」と見込む割合が依然として高水準であるものの、減少した。)

1 年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位:%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成 22 年	12 月調査	12.9	34.9	43.0	9.3
平成 23 年	1 月調査	11.1	32.2	48.5	8.2
	<u>2 月調査</u>	<u>7.2</u>	<u>26.3</u>	<u>59.5</u>	<u>6.9</u>

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成 16 年 4 月～平成 23 年 2 月)は 8.9%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は 55.0%。

消費動向調査(全国、平成23年1月実施分)
調査結果の要点

平成23年1月の一般世帯の消費者態度指数(原数値)は、12月の40.1から1.0ポイント上昇して41.1となり、7か月ぶりに前月を上回った。これは、消費者態度指数を構成する4項目全ての意識指標が上昇したためである。

消費者態度指数の動きから見た1月の消費者マインドは、ほぼ横ばいとなっている。(上方修正、前月：弱含みとなっている。)

一般世帯の消費者態度指数の推移

		原数値	(前月差)
平成22年	11月調査	40.4	(0.5)
	12月調査	40.1	(0.3)
平成23年	<u>1月調査</u>	<u>41.1</u>	<u>(1.0)</u>

平成23年1月の一般世帯の1年後の物価に関する消費者の見通しは、「低下する」が2か月連続で減少し、「変わらない」も2か月連続で減少した。一方、「上昇する」は2か月連続で増加した。

消費者の物価予想については、「低下する」と見込む割合が依然として高水準であるものの、減少した。

(前月：「低下する」と見込む割合が依然として高水準である。)

1年後の物価の見通し(一般世帯、原数値) (単位：%)

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
平成22年	11月調査	13.5	35.8	41.8	9.0
	12月調査	12.9	34.9	43.0	9.3
平成23年	<u>1月調査</u>	<u>11.1</u>	<u>32.2</u>	<u>48.5</u>	<u>8.2</u>

「低下する」と見込む割合の過去平均(平成16年4月～平成23年1月)は9.0%。

「上昇する」と見込む割合の過去平均(同上)は54.9%。