消 費 動 向 調 査
Consumer Confidence Survey

令和７年 10 月実施調査結果

October 2025

令 和 ７ 年 １０ 月
October 2025

内閣府経済社会総合研究所
景 気 統 計 部

Department of Business Statistics
Economic and Social Research Institute
Cabinet Office, Government of Japan

目　　　　　次

調査の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

調査結果の概要

１　消費者の意識

第１表　消費者態度指数と消費者意識指標（季節調整値）・・・・・・・・・・・・・・・・・2

第１図　消費者態度指数と各消費者意識指標の推移（季節調整値）・・・・・・・・・・・・3

参考表 消費者意識指標　回答区分別構成比（原数値）・・・・・・・・・・・・・・・・・4

２　物価の見通し

第２表　消費者が予想する１年後の物価の見通し（原数値）・・・・・・・・・・・・・・・・5

第２図　消費者が予想する１年後の物価の見通しの推移（原数値）・・・・・・・・・・・・5

時系列表

１表　消費者態度指数、消費者意識指標の推移(原数値)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6

２表　消費者態度指数、消費者意識指標の推移(季節調整値)・・・・・・・・・・・・・・・・・6

３表　物価の見通しの推移(原数値)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7

利用上の注意・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8

調査票・・14

※掲載の調査結果は全て二人以上の世帯の数値。単身世帯、総世帯の数値はe-stat（政府統計の総合窓口）の消費動向調査のページをご参照ください。（https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00100405&tstat=000001014549）

消費動向調査（令和７（2025）年10月実施分）

令和７年10月29日
内閣府経済社会総合研究所
景気統計部

調査の概要

１．　調査の目的

本調査は、今後の暮らし向きの見通しなどについての消費者の意識や物価の見通しを把握するとともに、主要耐久消費財等の保有状況を把握することにより、景気動向判断の基礎資料を得ることを目的とする。

２．　調査対象及び調査客体

本調査の調査対象は、全国の世帯のうち、外国人・学生・施設等入居世帯を除く約5,411万世帯（令和２年国勢調査）であり、調査客体は、二人以上の世帯、単身世帯毎に三段抽出（市町村－調査単位区－世帯）により選ばれた8,400世帯（二人以上の世帯5,376世帯、単身世帯3,024世帯）である。

調査世帯は、15か月間継続して調査し、別の世帯に交替する。具体的には、全調査客体を15のグループに分け、個々のグループは調査客体全体の15分の１の約560世帯とし、毎月１グループずつ、ずらして調査を開始する。

３．　調査機関及び系統

内閣総理大臣が主管し、調査の実施を一般社団法人新情報センターに委託している（令和５（2023）年度～令和７（2025）年度）。

４．　調査時期及び調査方法

毎月１回で、郵送・オンライン併用調査法である[1]。

調査票を郵送により配布し、調査世帯は郵送またはオンライン（政府統計共同利用システム）で回答する。

５．　調査事項

・消費者の意識（今後の暮らし向きの見通しなど、毎月）
・物価の見通し（毎月）
・主要耐久消費財等の保有買替え状況（３月）
・世帯の状況（毎月）

６．　今回調査の概要

調査基準日	有効回答数	うち　二人以上の世帯	単身世帯
令和７（2025）年10月15日	6,102世帯 (72.6%)	3,933世帯 (73.2%)	2,169世帯 (71.7%)

（注）１．有効回答数下段カッコ内は有効回答率。
２．項目により回答世帯数が異なっており、上表は最も回答世帯数が多い項目のものを記載。

[1] 平成30（2018）年10月調査から郵送・オンライン併用調査法に変更。平成25（2013）年４月調査から平成30（2018）年９月調査までは郵送調査法で実施。平成25（2013）年３月調査以前は訪問留置調査法（一部電話調査の時期あり）で実施。

調査結果の概要

1　消費者の意識（二人以上の世帯、季節調整値）

（1）消費者態度指数

令和７（2025）年10月の消費者態度指数は、前月差0.5ポイント上昇し35.8であった（第１表参照）。

（2）消費者意識指標

消費者態度指数を構成する各消費者意識指標について、令和７（2025）年10月の動向を前月差でみると、「暮らし向き」が1.1ポイント上昇し34.3、「収入の増え方」が0.6ポイント上昇し40.0、「雇用環境」が0.2ポイント上昇し40.1、「耐久消費財の買い時判断」が0.1ポイント上昇し28.9となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差1.8ポイント上昇し47.0となった。

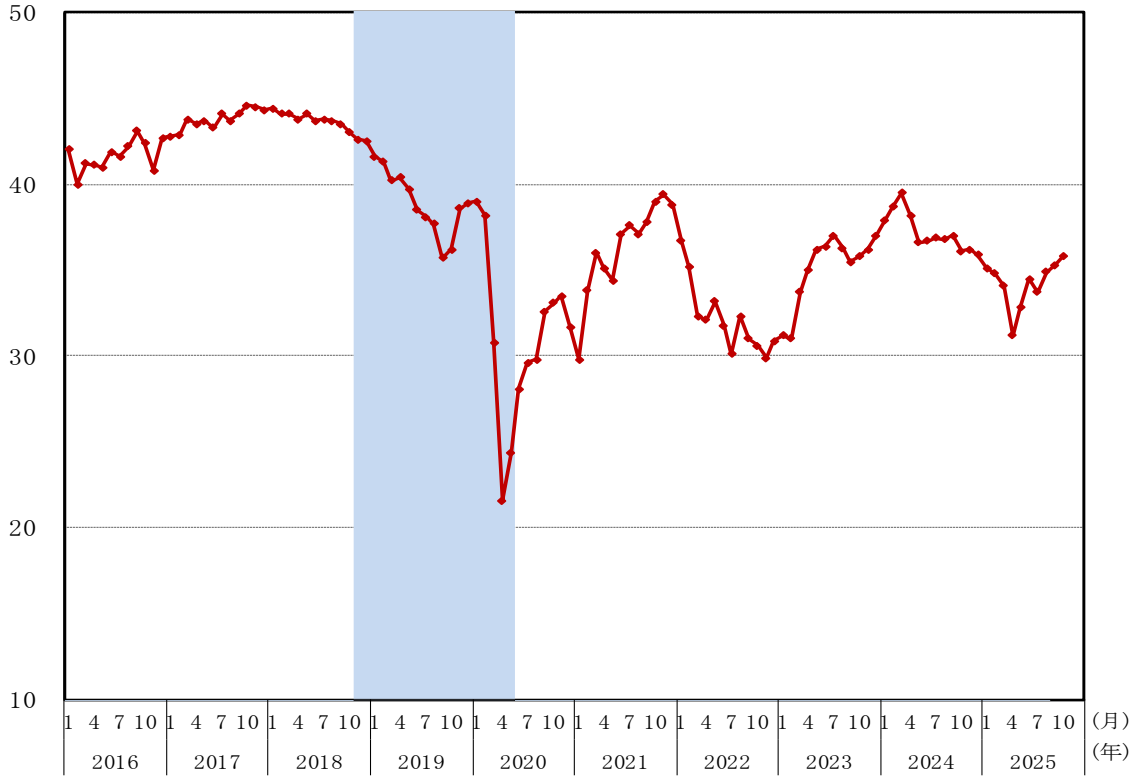
第１表　　消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		2025年						
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
消費者態度指数		**31.2**	**32.8**	**34.5**	**33.7**	**34.9**	**35.3**	**35.8**
	(前月差)	**▲2.9**	**1.6**	**1.7**	**▲0.8**	**1.2**	**0.4**	**0.5**
	(前月差：3か月移動平均)	▲1.3	▲0.7	0.1	0.9	0.7	0.2	0.7
消費者態度指数を構成する意識指標	暮らし向き	27.3	30.2	32.4	31.4	32.7	33.2	34.3
	(前月差)	▲3.6	2.9	2.2	▲1.0	1.3	0.5	1.1
	収入の増え方	37.5	38.3	38.9	38.5	39.4	39.4	40.0
	(前月差)	▲1.3	0.8	0.6	▲0.4	0.9	0.0	0.6
	雇用環境	35.7	37.3	38.3	37.6	39.3	39.9	40.1
	(前月差)	▲3.5	1.6	1.0	▲0.7	1.7	0.6	0.2
	耐久消費財の買い時判断	24.2	25.4	28.2	27.4	28.0	28.8	28.9
	(前月差)	▲3.1	1.2	2.8	▲0.8	0.6	0.8	0.1
その他の意識指標	資産価値	34.1	39.2	40.8	41.7	43.8	45.2	47.0
	(前月差)	▲6.2	5.1	1.6	0.9	2.1	1.4	1.8

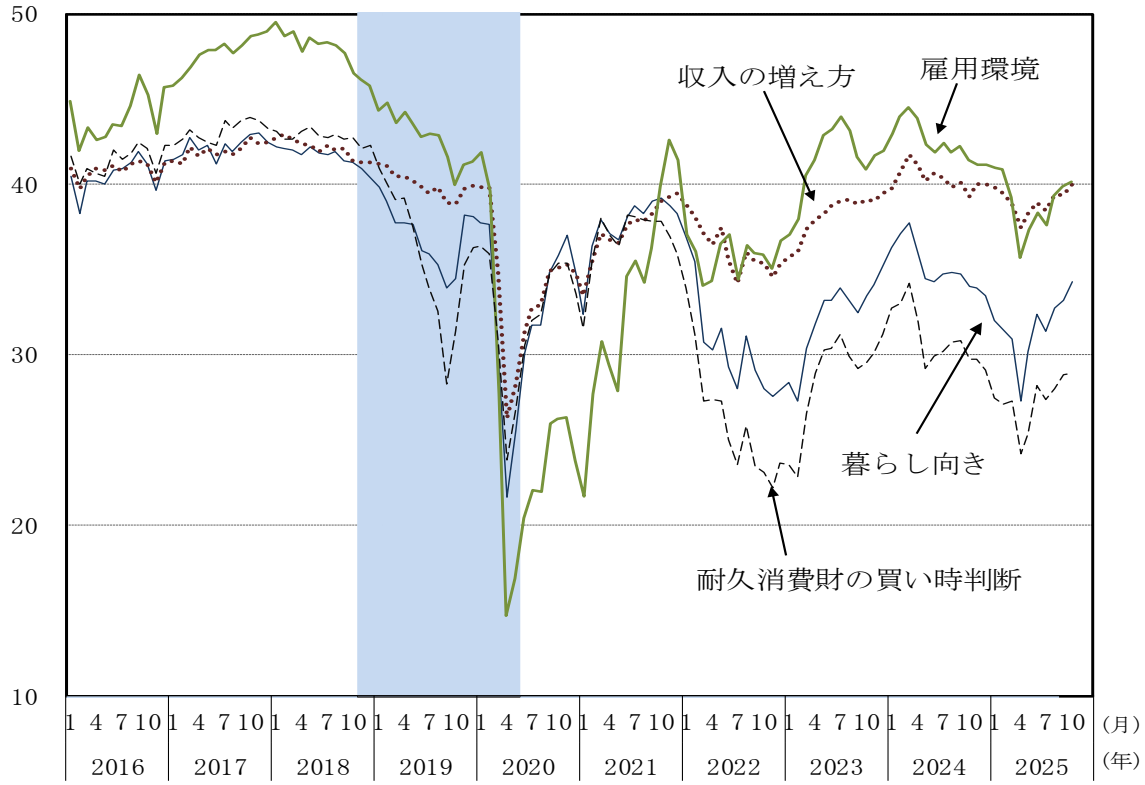
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の４項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

第１図　消費者態度指数と各消費者意識指標の推移（二人以上の世帯、季節調整値）

① 消費者態度指数



② 消費者態度指数を構成する消費者意識指標



（注）1．シャドー部分は景気後退期を示す。
　　2．2018年9月までは郵送調査、2018年10月から郵送・オンライン併用調査で実施。

参考表　消費者意識指標　回答区分別構成比（二人以上の世帯、原数値）

（１）回答区分別構成比

令和７（2025）年８月

	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	意識指標
暮らし向き	0.5	3.0	41.0	37.9	17.6	32.7
収入の増え方	0.5	5.4	59.6	21.0	13.5	39.6
雇用環境	0.5	5.5	53.5	29.2	11.3	38.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.0	27.5	49.9	20.4	28.0
資産価値	0.8	12.3	56.8	20.8	9.3	43.6

令和７（2025）年９月

	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	意識指標
暮らし向き	0.6	3.4	41.1	38.9	16.2	33.3
収入の増え方	0.6	5.2	60.6	20.3	13.3	39.9
雇用環境	0.3	6.6	54.5	28.2	10.3	39.6
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.2	29.8	48.4	19.5	28.8
資産価値	1.0	14.8	56.1	19.0	9.0	45.0

令和７（2025）年10月

	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	意識指標
暮らし向き	0.6	4.8	41.1	37.6	15.8	34.2
収入の増え方	0.4	5.8	60.9	19.7	13.2	40.1
雇用環境	0.4	6.8	55.3	27.4	10.1	40.0
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.8	28.4	48.9	19.7	28.7
資産価値	1.4	16.8	55.9	17.7	8.2	46.4

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和７（2025）年８月

	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	意識指標
暮らし向き	0.0	▲ 0.1	3.2	▲ 1.3	▲ 1.8	1.1
収入の増え方	▲ 0.1	0.5	1.1	▲ 0.3	▲ 1.2	0.8
雇用環境	▲ 0.1	0.5	2.4	▲ 1.8	▲ 0.9	1.0
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	0.0	1.0	0.6	▲ 1.5	0.6
資産価値	0.0	1.4	2.7	▲ 3.0	▲ 1.1	1.6

令和７（2025）年９月

	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	意識指標
暮らし向き	0.1	0.4	0.1	1.0	▲ 1.4	0.6
収入の増え方	0.1	▲ 0.2	1.0	▲ 0.7	▲ 0.2	0.3
雇用環境	▲ 0.2	1.1	1.0	▲ 1.0	▲ 1.0	0.9
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.2	2.3	▲ 1.5	▲ 0.9	0.8
資産価値	0.2	2.5	▲ 0.7	▲ 1.8	▲ 0.3	1.4

令和７（2025）年10月

	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	意識指標
暮らし向き	0.0	1.4	0.0	▲ 1.3	▲ 0.4	0.9
収入の増え方	▲ 0.2	0.6	0.3	▲ 0.6	▲ 0.1	0.2
雇用環境	0.1	0.2	0.8	▲ 0.8	▲ 0.2	0.4
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.6	▲ 1.4	0.5	0.2	▲ 0.1
資産価値	0.4	2.0	▲ 0.2	▲ 1.3	▲ 0.8	1.4

（注）「収入の増え方」と「資産価値」の回答区分の表現は以下のとおりであるが、上記表中では、便宜的に他の設問と同様の回答区分の表現を使用している。
「収入の増え方」：「大きくなる」「やや大きくなる」「変わらない」「やや小さくなる」「小さくなる」
「資産価値」：「増える」「やや増える」「変わらない」「やや減る」「減る」

2　物価の見通し（二人以上の世帯）

令和７(2025)年10月の１年後の物価に関する見通しで、最も回答が多かったのは「上昇する（５％以上）」（50.5%）であった（第２表参照）。

前月差でみると、「変わらない」が0.8ポイント増加したのに対して、「上昇する」が0.8ポイント減少、「低下する」も0.1ポイント減少した。

第２表　消費者が予想する１年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）

（単位：%）

		2025年						
		４月	５月	６月	７月	８月	９月	10月
低下する	▲５%以上	0.9	0.7	0.7	0.7	0.5	0.7	0.7
	▲５%未満～▲２%以上	0.7	0.8	0.6	0.7	0.5	0.7	0.6
	▲２%未満	0.7	0.7	1.2	1.1	0.7	0.9	0.9
	〈計〉	〈2.3〉	〈2.2〉	〈2.5〉	〈2.5〉	〈1.7〉	〈2.3〉	〈2.2〉
	（前月差）	(0.2)	(▲0.1)	(0.3)	(0.0)	(▲0.8)	(0.6)	(▲0.1)
変わらない	０%程度	2.2	2.1	3.1	3.1	2.9	2.4	3.2
	（前月差）	(▲0.3)	(▲0.1)	(1.0)	(0.0)	(▲0.2)	(▲0.5)	(0.8)
上昇する	２%未満	6.3	8.2	10.4	8.7	9.6	10.2	9.2
	２%以上～５%未満	26.9	29.9	32.9	32.4	34.0	34.0	32.9
	５%以上	60.0	55.5	48.8	51.3	49.8	49.2	50.5
	〈計〉	〈93.2〉	〈93.6〉	〈92.1〉	〈92.4〉	〈93.4〉	〈93.4〉	〈92.6〉
	（前月差）	(▲0.7)	(0.4)	(▲1.5)	(0.3)	(1.0)	(0.0)	(▲0.8)
分からない		2.3	2.1	2.2	2.0	2.0	1.9	1.9

第２図　消費者が予想する１年後の物価の見通しの推移（二人以上の世帯、原数値）

（注）2018年9月までは郵送調査、2018年10月から郵送・オンライン併用調査で実施。

時系列表

時系列表　１表　消費者態度指数、消費者意識指標の推移（二人以上の世帯、原数値）

調査時期		消費者態度指数		消費者態度指数を構成する消費者意識指標								その他の消費者意識指標	
				暮らし向き		収入の増え方		雇用環境		耐久消費財の買い時判断		資産価値	
			前月差		前月差		前月差		前月差		前月差		前月差
令和　６年	１月	37.7	0.8	36.2	0.9	39.4	0.4	42.3	0.5	32.8	1.2	44.0	1.7
(2024)	２月	38.6	0.9	37.0	0.8	40.3	0.9	43.7	1.4	33.3	0.5	45.6	1.6
	３月	39.7	1.1	37.7	0.7	41.7	1.4	45.1	1.4	34.4	1.1	46.6	1.0
	４月	38.3	▲ 1.4	36.0	▲ 1.7	41.1	▲ 0.6	44.3	▲ 0.8	31.8	▲ 2.6	46.1	▲ 0.5
	５月	36.7	▲ 1.6	34.5	▲ 1.5	40.2	▲ 0.9	42.7	▲ 1.6	29.3	▲ 2.5	44.5	▲ 1.6
	６月	37.1	0.4	34.5	0.0	41.0	0.8	42.9	0.2	29.9	0.6	44.7	0.2
	７月	37.1	0.0	35.0	0.5	40.8	▲ 0.2	42.4	▲ 0.5	30.1	0.2	45.4	0.7
	８月	36.7	▲ 0.4	34.8	▲ 0.2	40.0	▲ 0.8	41.3	▲ 1.1	30.6	0.5	39.6	▲ 5.8
	９月	37.0	0.3	34.8	0.0	40.6	0.6	41.8	0.5	30.8	0.2	41.1	1.5
	10月	36.1	▲ 0.9	33.9	▲ 0.9	39.4	▲ 1.2	41.5	▲ 0.3	29.4	▲ 1.4	42.9	1.8
	11月	35.8	▲ 0.3	33.5	▲ 0.4	39.7	0.3	40.5	▲ 1.0	29.4	0.0	43.4	0.5
	12月	35.9	0.1	33.6	0.1	39.4	▲ 0.3	40.9	0.4	29.5	0.1	43.3	▲ 0.1
令和　７年	１月	34.8	▲ 1.1	31.9	▲ 1.7	39.4	0.0	40.4	▲ 0.5	27.5	▲ 2.0	43.0	▲ 0.3
(2025)	２月	34.7	▲ 0.1	31.5	▲ 0.4	39.2	▲ 0.2	40.7	0.3	27.3	▲ 0.2	42.9	▲ 0.1
	３月	34.3	▲ 0.4	30.9	▲ 0.6	38.9	▲ 0.3	40.0	▲ 0.7	27.4	0.1	40.7	▲ 2.2
	４月	31.3	▲ 3.0	27.4	▲ 3.5	37.5	▲ 1.4	36.2	▲ 3.8	24.2	▲ 3.2	34.3	▲ 6.4
	５月	32.9	1.6	30.2	2.8	38.4	0.9	37.6	1.4	25.5	1.3	39.3	5.0
	６月	34.8	1.9	32.4	2.2	39.3	0.9	39.3	1.7	28.1	2.6	42.0	2.7
	７月	33.9	▲ 0.9	31.6	▲ 0.8	38.8	▲ 0.5	37.7	▲ 1.6	27.4	▲ 0.7	42.0	0.0
	８月	34.8	0.9	32.7	1.1	39.6	0.8	38.7	1.0	28.0	0.6	43.6	1.6
	９月	35.4	0.6	33.3	0.6	39.9	0.3	39.6	0.9	28.8	0.8	45.0	1.4
	10月	35.8	0.4	34.2	0.9	40.1	0.2	40.0	0.4	28.7	▲ 0.1	46.4	1.4

時系列表　２表　消費者態度指数、消費者意識指標の推移（二人以上の世帯、季節調整値）

調査時期		消費者態度指数		消費者態度指数を構成する消費者意識指標								その他の消費者意識指標	
				暮らし向き		収入の増え方		雇用環境		耐久消費財の買い時判断		資産価値	
			前月差		前月差		前月差		前月差		前月差		前月差
令和　６年	１月	37.9	0.9	36.3	1.1	39.7	0.2	43.0	1.0	32.7	1.5	44.4	1.7
(2024)	２月	38.7	0.8	37.1	0.8	40.7	1.0	44.0	1.0	33.0	0.3	45.4	1.0
	３月	39.5	0.8	37.7	0.6	41.7	1.0	44.5	0.5	34.2	1.2	46.3	0.9
	４月	38.2	▲ 1.3	35.9	▲ 1.8	41.1	▲ 0.6	43.9	▲ 0.6	31.9	▲ 2.3	46.0	▲ 0.3
	５月	36.6	▲ 1.6	34.5	▲ 1.4	40.2	▲ 0.9	42.3	▲ 1.6	29.2	▲ 2.7	44.5	▲ 1.5
	６月	36.7	0.1	34.3	▲ 0.2	40.6	0.4	41.9	▲ 0.4	29.9	0.7	43.5	▲ 1.0
	７月	36.9	0.2	34.7	0.4	40.4	▲ 0.2	42.4	0.5	30.2	0.3	45.1	1.6
	８月	36.8	▲ 0.1	34.8	0.1	39.8	▲ 0.6	41.9	▲ 0.5	30.7	0.5	39.8	▲ 5.3
	９月	37.0	0.2	34.7	▲ 0.1	40.1	0.3	42.2	0.3	30.8	0.1	41.2	1.4
	10月	36.1	▲ 0.9	34.0	▲ 0.7	39.3	▲ 0.8	41.4	▲ 0.8	29.7	▲ 1.1	43.5	2.3
	11月	36.2	0.1	33.9	▲ 0.1	40.0	0.7	41.1	▲ 0.3	29.7	0.0	43.9	0.4
	12月	35.9	▲ 0.3	33.5	▲ 0.4	40.0	0.0	41.1	0.0	29.1	▲ 0.6	43.7	▲ 0.2
令和　７年	１月	35.1	▲ 0.8	32.0	▲ 1.5	39.8	▲ 0.2	41.0	▲ 0.1	27.5	▲ 1.6	43.3	▲ 0.4
(2025)	２月	34.8	▲ 0.3	31.5	▲ 0.5	39.5	▲ 0.3	40.9	▲ 0.1	27.1	▲ 0.4	42.7	▲ 0.6
	３月	34.1	▲ 0.7	30.9	▲ 0.6	38.8	▲ 0.7	39.2	▲ 1.7	27.3	0.2	40.3	▲ 2.4
	４月	31.2	▲ 2.9	27.3	▲ 3.6	37.5	▲ 1.3	35.7	▲ 3.5	24.2	▲ 3.1	34.1	▲ 6.2
	５月	32.8	1.6	30.2	2.9	38.3	0.8	37.3	1.6	25.4	1.2	39.2	5.1
	６月	34.5	1.7	32.4	2.2	38.9	0.6	38.3	1.0	28.2	2.8	40.8	1.6
	７月	33.7	▲ 0.8	31.4	▲ 1.0	38.5	▲ 0.4	37.6	▲ 0.7	27.4	▲ 0.8	41.7	0.9
	８月	34.9	1.2	32.7	1.3	39.4	0.9	39.3	1.7	28.0	0.6	43.8	2.1
	９月	35.3	0.4	33.2	0.5	39.4	0.0	39.9	0.6	28.8	0.8	45.2	1.4
	10月	35.8	0.5	34.3	1.1	40.0	0.6	40.1	0.2	28.9	0.1	47.0	1.8

（注）　過去の数値はe-stat（政府統計の総合窓口）を参照。
(https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00100405&tstat=000001014549)

時系列表　３表　物価の見通しの推移（二人以上の世帯、原数値）

（単位：％）

調査時期	低下する						変わらない（０％程度）			上昇する						分からない
	▲５％以上	▲５％未満～▲２％以上	▲２％未満	（計）	（前月差）	（前年同月差）		（前月差）	（前年同月差）	２％未満	２％以上～５％未満	５％以上	（計）	（前月差）	（前年同月差）	
令和６年　１月	0.5	0.5	1.7	(2.7)	(0.1)	(0.2)	4.0	(▲ 0.3)	(2.0)	16.6	36.1	38.4	(91.1)	(0.3)	(▲ 2.7)	2.1
(2024)　２月	0.5	0.7	1.4	(2.6)	(▲ 0.1)	(0.2)	4.0	(0.0)	(2.4)	16.3	37.5	37.7	(91.5)	(0.4)	(▲ 2.8)	1.9
３月	0.5	0.5	1.4	(2.4)	(▲ 0.2)	(0.1)	3.4	(▲ 0.6)	(1.1)	13.3	38.3	40.8	(92.4)	(0.9)	(▲ 1.7)	1.8
４月	0.6	0.6	1.1	(2.3)	(▲ 0.1)	(▲ 0.1)	3.1	(▲ 0.3)	(0.7)	13.4	35.6	44.0	(93.0)	(0.6)	(▲ 0.2)	1.7
５月	0.4	0.4	1.0	(1.8)	(▲ 0.5)	(▲ 0.4)	2.6	(▲ 0.5)	(▲0.1)	11.8	34.8	46.9	(93.5)	(0.5)	(0.4)	2.0
６月	0.4	0.7	0.7	(1.8)	(0.0)	(▲ 0.6)	2.8	(0.2)	(0.0)	12.4	34.6	46.8	(93.8)	(0.3)	(0.6)	1.6
７月	0.4	0.6	0.9	(1.9)	(0.1)	(▲ 0.2)	3.3	(0.5)	(0.4)	12.4	35.3	45.5	(93.2)	(▲ 0.6)	(0.4)	1.5
８月	0.5	0.5	1.3	(2.3)	(0.4)	(0.4)	3.8	(0.5)	(1.1)	14.5	34.9	42.7	(92.1)	(▲ 1.1)	(▲ 1.6)	1.8
９月	0.6	0.6	0.8	(2.0)	(▲ 0.3)	(▲ 0.3)	3.2	(▲ 0.6)	(0.8)	12.8	33.7	46.6	(93.1)	(1.0)	(▲ 0.6)	1.7
10月	0.4	0.5	1.0	(1.9)	(▲ 0.1)	(▲ 0.5)	3.2	(0.0)	(0.0)	11.5	33.8	47.9	(93.2)	(0.1)	(0.7)	1.6
11月	0.4	0.6	1.0	(2.0)	(0.1)	(▲ 0.8)	3.0	(▲ 0.2)	(▲0.4)	11.6	34.1	47.5	(93.2)	(0.0)	(1.6)	1.8
12月	0.5	0.5	1.0	(2.0)	(0.0)	(▲ 0.6)	2.9	(▲ 0.1)	(▲1.4)	11.6	33.7	48.4	(93.7)	(0.5)	(2.9)	1.4
令和７年　１月	0.7	0.6	0.9	(2.2)	(0.2)	(▲ 0.5)	2.8	(▲ 0.1)	(▲1.2)	8.5	32.5	52.3	(93.3)	(▲ 0.4)	(2.2)	1.7
(2025)　２月	0.7	0.9	0.8	(2.4)	(0.2)	(▲ 0.2)	2.6	(▲ 0.2)	(▲1.4)	8.9	30.5	53.9	(93.3)	(0.0)	(1.8)	1.8
３月	0.5	0.6	1.0	(2.1)	(▲ 0.3)	(▲ 0.3)	2.5	(▲ 0.1)	(▲0.9)	7.4	31.2	55.3	(93.9)	(0.6)	(1.5)	1.6
４月	0.9	0.7	0.7	(2.3)	(0.2)	(0.0)	2.2	(▲ 0.3)	(▲0.9)	6.3	26.9	60.0	(93.2)	(▲ 0.7)	(0.2)	2.3
５月	0.7	0.8	0.7	(2.2)	(▲ 0.1)	(0.4)	2.1	(▲ 0.1)	(▲0.5)	8.2	29.9	55.5	(93.6)	(0.4)	(0.1)	2.1
６月	0.7	0.6	1.2	(2.5)	(0.3)	(0.7)	3.1	(1.0)	(0.3)	10.4	32.9	48.8	(92.1)	(▲ 1.5)	(▲ 1.7)	2.2
７月	0.7	0.7	1.1	(2.5)	(0.0)	(0.6)	3.1	(0.0)	(▲0.2)	8.7	32.4	51.3	(92.4)	(0.3)	(▲ 0.8)	2.0
８月	0.5	0.5	0.7	(1.7)	(▲ 0.8)	(▲ 0.6)	2.9	(▲ 0.2)	(▲0.9)	9.6	34.0	49.8	(93.4)	(1.0)	(1.3)	2.0
９月	0.7	0.7	0.9	(2.3)	(0.6)	(0.3)	2.4	(▲ 0.5)	(▲0.8)	10.2	34.0	49.2	(93.4)	(0.0)	(0.3)	1.9
10月	0.7	0.6	0.9	(2.2)	(▲ 0.1)	(0.3)	3.2	(0.8)	(0.0)	9.2	32.9	50.5	(92.6)	(▲ 0.8)	(▲ 0.6)	1.9

（注）　過去の数値はe-stat（政府統計の総合窓口）を参照。
(https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00100405&tstat=000001014549)

利用上の注意

１．　消費者意識指標及び消費者態度指数（原数値）の作成方法

（１）「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」及び「資産価値」の５項目に関し、今後半年間の見通しについて５段階評価で回答してもらう。

（２）５段階評価のそれぞれ「良くなる・大きくなる・増える」に（＋１）、「やや良くなる・やや大きくなる・やや増える」に（＋0.75）、「変わらない」に（＋0.5）、「やや悪くなる・やや小さくなる・やや減る」に（＋0.25）、「悪くなる・小さくなる・減る」に（０）の点数を与え、この点数に各回答区分の構成比（％）を乗じ、乗じた結果を合計して、項目ごとに消費者意識指標（原数値）を算出する。

（３）これら５項目の消費者意識指標（原数値）のうち、「資産価値」を除く４項目を単純平均して消費者態度指数（原数値）を算出する。

（４）平成 25（2013）年４月調査から郵送調査法（平成 30（2018）年 10 月より郵送・オンライン併用調査法）に変更したことに伴い、無回答項目を含む調査票が含まれる場合があることなどから、項目によって集計世帯数が異なる場合がある。

２．　季節調整について

（１）月次データの季節調整の方法は、センサス局法 X-12-ARIMA による。毎年３月調査の公表時に、季節調整値の遡及改訂を行っている。訪問留置調査法から郵送調査法となった平成 25（2013）年４月以降の期間のみ季節調整替え及び遡及改訂を行う。(訪問留置調査法による調査実施期間の季節調整値である平成 25（2013）年３月以前は改訂しない。)

（２）消費者態度指数の季節調整値は、それを構成する４項目の消費者意識指標の季節調整値の単純平均値とする。

（３）平成 25（2013）年４月調査より訪問留置調査法から郵送調査法へ変更したことに伴い、調査方法が異なる４月調査以降とそれ以前とは異なるモデルを用いて季節調整値を算出している。
詳細は以下の表を参照。(平成 25（2013）年３月以前は、「消費動向調査の季節調整値の改訂について」（https://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/seasonal_adjustment_2013.html）を参照。)

消費者態度指数を構成する消費者意識指標のX-12-ARIMAによる季節調整スペック

系列名	暮らし向き	収入の増え方
データ期間(注1)	平成16(2004)年4月～令和7(2025)年3月	平成16(2004)年4月～令和7(2025)年3月
データ加工	対数なし	対数なし
曜日調整・異常値等(注2)(注3)	調査方法ダミー、異常値(AO2020.Mar、TC2020.Apr、LS2022.Mar)	調査方法ダミー、異常値(LS2020.Mar、TC2020.Apr)
ARIMAモデル(注2)	(110)(000)	(010)(011)
X-11パートの設定(注4)	①モデルタイプ:加法型 ②移動平均項数:seasonalma=MSR(3×5が選定) ③ヘンダーソン移動平均項数:13項 ④特異項の管理限界:下限 1.5σ 上限 2.5σ	①モデルタイプ:加法型 ②移動平均項数:seasonalma=MSR(3×5が選定) ③ヘンダーソン移動平均項数:13項 ④特異項の管理限界:下限 1.5σ 上限 2.5σ
その他(注5)	予測期間は48か月	予測期間は48か月

系列名	雇用環境	耐久消費財の買い時判断
データ期間(注1)	平成16(2004)年4月～令和7(2025)年3月	平成16(2004)年4月～令和7(2025)年3月
データ加工	対数なし	対数なし
曜日調整・異常値等(注2)(注3)	調査方法ダミー、異常値(TC2011.Apr、AO2013.Sep、LS2020.Mar、TC2020.Apr、LS2021.Jun)	調査方法ダミー、異常値(TC2020.Apr)
ARIMAモデル(注2)	(110)(011)	(110)(000)
X-11パートの設定(注4)	①モデルタイプ:加法型 ②移動平均項数:seasonalma=MSR(3×5が選定) ③ヘンダーソン移動平均項数:13項 ④特異項の管理限界:下限 1.5σ 上限 2.5σ	①モデルタイプ:加法型 ②移動平均項数:seasonalma=MSR(3×5が選定) ③ヘンダーソン移動平均項数:9項 ④特異項の管理限界:下限 1.5σ 上限 2.5σ
その他(注5)	予測期間は36か月	予測期間は48か月

注１： 季節調整に当たり使用したデータは以下のとおり。

平成 16（2004）年４月～平成 25（2013）年３月：訪問留置調査法による調査結果

平成 25（2013）年４月～平成 30（2018）年９月：郵送調査法による調査結果

平成 30（2018）年 10 月～令和７（2025）年３月：郵送・オンライン併用調査法による調査結果

注２： ARIMA モデルの選定については、次のとおり行っている。

まず、「調査方法ダミー」（平成 16（2004）年５月から平成 19（2007）年２月（6、9、12、3 月を除く月）において実施した電話調査に対応。）の有無別に、X-12-ARIMA のモデル選定機能（automdl コマンド）を用いて ARIMA モデルの階差及び次数を選定し採用候補を作成する。

次に、調査方法ダミーを含めることの統計的な妥当性を検証の上、AIC が一番小さい候補を採用する。曜日調整・うるう年調整は行っていない。

注３： 異常値検出は、X-12-ARIMA の outlier コマンドを用いている。

注４： X11 パートの設定項目のうち②及び③は X11 コマンドによる選定結果を用いている。

注５： 予測期間は MAPR が最小となるものを選択。

（４）消費者意識指標のうちの「資産価値」については、X-12-ARIMA のうち X-11 デフォルトにより季節調整を行っている。

３． 総世帯について

総世帯は、二人以上の世帯約 3,422 万世帯と単身世帯約 1,989 万世帯（令和２年国勢調査）を合わせた全ての世帯を意味する。総世帯の各データは、二人以上の世帯と単身世帯の世帯数のシェアをウエイトに加重平均して算出したものである。

４． 調査の沿革

消費動向調査は、昭和 32（1957）年に実施された「消費需要予測調査」以降、調査対象や調査項目の見直し等を行いつつ継続して実施しており、平成 16（2004）年４月の大幅な改定を経て、現行の調査様式に近いものとなった。平成 16（2004）年４月以降の主な改定は、以下のとおりである。

【平成 16（2004）年４月】

（１）「消費動向調査」、「月次消費動向調査」（東京都に居住する二人以上の世帯を対象とした月次調査、平成 13（2001）年 11 月から実施[1]）、「単身世帯消費動向調査」（平成８（1996）年３月から実施）を統合し、「消費動向調査（全国、月次）」とした。ただし、単身世帯については、「単身世帯消費動向調査」の調査結果とそれ以降の調査結果とは接続しない[2]。（そのため、総世帯についても時系列データは平成 16（2004）年４月からとなる。）

（２）調査時期を年４回（６、９、12 月及び翌年の３月）から毎月１回（年 12 回）の調査へと変更した。また、６、９、12 月及び翌年の３月は訪問留置調査法で、それ以外の月は電話調査法で実施した。（ただし、平成 16（2004）年４月は訪問留置調査法で実施した。）

（３）調査項目を以下のとおり変更した。

Ａ．消費者態度指数の算出に関して、「物価の上がり方」を除く４項目の単純平均に変更した。（一般世帯については昭和 57（1982）年６月まで遡及し４項目で算出しなおした。）

Ｂ．消費者の意識の調査項目のうち「資産価値」を毎月調査とした。

Ｃ．物価の見通しに関して、定量的な質問を導入した。

Ｄ．世帯の状況に関して、「世帯主の性別」、「主たる所得の種類」を追加した。

Ｅ．自己啓発（けいこ事から名称変更）、趣味、レジャー、サービス等の支出予定に関して、「高額ファッション関連」及び「補習教育費」の調査項目を廃止した。

---

[1] 「月次消費動向調査」は平成 11（1999）年度と 12（2000）年度に試験調査を実施、13（2001）年 11 月から本格的な調査として実施した。

[2] 「単身世帯消費動向調査」の調査基準日は毎月 1 日、調査客体数は 1,300 世帯（調査対象は全国の単身世帯（学生を除く））。

【平成 17（2005）年３月】

主要耐久消費財等の保有状況等に関して、購入状況及び購入計画の調査を廃止した。また、保有状況の対象品目を見直し、従来の 45 品目から 22 品目とした（一部内訳区分の変更を行った）[3]。また、耐久消費財の買替え状況についても対象品目の入れ替えを行うとともに、調査時期を年１回（毎年３月）とした（平成 16（2004）年３月までは毎回調査）。

【平成 18（2006）年３月】

主要耐久消費財等の保有状況の対象品目のうち、「ベッド」、「固定電話（IP 電話以外）」、「固定電話（IP 電話）」を終了し、19 品目に変更した。

【平成 19（2007）年３月】

主要耐久消費財等の保有状況の対象品目に「空気清浄機」を追加し、20 品目に変更した。また、「乗用車」の内訳の表現を「新車」、「中古車」から「新車で購入したもの」、「中古車で購入したもの」に変更した。

【平成 19（2007）年４月】

電話調査法により実施していた月も訪問留置調査法で実施することとした。（全ての月において訪問留置調査法で実施。）

【平成 21（2009）年４月】

「物価の見通し」の回答欄を８区分から10区分に変更した。（下がるグループに「▲10%以上を、上がるグループに「10%以上」を追加した。）

【平成 22（2010）年３月】

主要耐久消費財等の保有状況の対象品目に「ブルーレイ（プレーヤー・レコーダー）」を追加し、21 品目に変更した。また、上位の品目名を「DVD プレーヤー・レコーダー」から「光ディスクプレーヤー・レコーダー」に変更し、買替え状況の品目名についても、「DVD プレーヤー・レコーダー」から「光ディスクプレーヤー・レコーダー」に変更した。

【平成 23（2011）年３月】

消費者態度指数及び消費者態度指数を構成する４項目の消費者意識指標（「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」）について月次季節調整系列の公表を開始した。

【平成 25（2013）年４月】

（１） 調査方法を訪問留置調査法から郵送調査法へ変更した。（ただし、調査１か月目の新規世帯は、調査員が調査世帯を訪問して調査依頼及び調査票配布・回収を行う。）なお、調査方法変更に先立ち、試験調査を実施（平成 24（2012）年７月から翌年３月）しており、詳細は、「消費動向調査（試験調査）」調査結果の概要（https://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/ shiken2012/shiken_summary.html）を参照。

（２）調査客体を 6,720 世帯から 8,400 世帯に変更した。

---

[3] 保有状況対象品目の変更詳細は次のとおり。下線部分が平成 15（2003）年度で調査を終了した品目（内訳区分を変更したものは含まない）。

【平成 16（2004）年 3 月調査まで】（45 品目）

じゅうたん、応接セット、ユニット家具（1 セット 20 万円以上）、ベッド、温水洗浄便座、洗髪洗面化粧台、システムキッチン、温水器、ガス瞬間湯沸し器、電気冷蔵庫（300 リットル以上）、電気冷蔵庫（300 リットル未満）、電子レンジ、電気洗濯機（全自動）、電気洗濯機（その他）、衣類乾燥機、ふとん乾燥機、電気掃除機、ミシン、石油ストーブ、ファンヒーター、温風暖房機 FF 式、ルームエアコン（冷房）、ルームエアコン（冷暖房）、電気カーペット、カラーテレビ（29 インチ以上）、カラーテレビ（29 インチ未満）、衛星放送受信装置 BS チューナー、VTR（ビデオテープレコーダー）、ビデオカメラ、デジタルカメラ、DVD プレーヤー、ステレオ（ステレオラジカセ含む）、CD プレーヤー、パソコン（ファミコン除く）、ファクシミリ、プッシュホン、携帯電話、乗用車（新車）、乗用車（中古車）、オートバイ・スクーター、自転車、カメラ、ピアノ、電子鍵盤楽器、ゴルフセット

【平成 17（2005）年 3 月調査から】（22 品目）

ベッド、温水洗浄便座、洗髪洗面化粧台、システムキッチン、温水器、衣類乾燥機、食器洗い機、ファンヒーター、ルームエアコン、カラーテレビ（ブラウン管）、カラーテレビ（薄型液晶プラズマ等）、ビデオカメラ、デジタルカメラ、DVD プレーヤー（レコーダー再生専用）、DVD プレーヤー（レコーダー再生録画兼用）、パソコン、ファクシミリ、固定電話（IP 電話以外）、固定電話（IP 電話）、携帯電話、乗用車（新車）、乗用車（中古車）

（３）調査項目を以下のとおり変更した。
　Ａ．意識指標のうちの「レジャー時間」及び「旅行の実績・予定」の調査項目を廃止した。
　Ｂ．世帯の状況について、「仕事を探している人の有無」、「仕事を探している人数」を追加した。

【平成 26（2014）年３月】
　主要耐久消費財等の保有状況の対象品目の内訳区分の変更（「衣類乾燥機」を２分割、「光ディスクプレーヤー」の内訳変更、「携帯電話」を２分割）を行うとともに、１品目（「タブレット型端末」）追加して、22 品目に変更した。

【平成 28（2016）年３月】
　「一般世帯」の名称を「二人以上の世帯」に変更した。（名称の変更のみであり、集計方法等の変更は行っていない。）

【平成 29（2017）年３月】
　主要耐久消費財の買替え状況に関し、回答精度向上のため調査票を変更した。その際、温水器等一部の調査項目の定義についてより明確にした。

【平成 30（2018）年９月】
　「自己啓発、趣味、レジャー、サービス等の支出予定」（四半期の調査項目）を廃止した。

【平成 30（2018）年 10 月】
　調査方法を郵送調査法から郵送・オンライン併用調査法へ変更した。（ただし、調査１か月目の新規世帯は、調査員が調査対象世帯を訪問して調査依頼・調査票配布・調査票回収を行う（９月調査までと変更なし）。２か月目以降は調査票を郵送し、郵送またはオンラインにて回収を行う（調査世帯が郵送回答またはオンライン回答を選択する））。
　郵送・オンライン併用調査の導入については、毎月調査世帯の交替に合わせ、新規世帯（全 8,400 世帯の 15 分の１の約 560 世帯）に対して順次導入を行った。オンラインによる回答は同年 11 月から実施し、郵送・オンライン併用調査法への移行が完了したのは、令和元（2019）年 12 月調査からである。

【令和２（2020）年４月】
　新型コロナウィルス感染症の拡大防止の観点から、調査１か月目の新規世帯への調査員の訪問を取り止め、郵送にて調査依頼及び調査票配布・回収を行うこととした。[4]

【令和７（2025）年３月】
（１）調査１か月目の新規世帯もオンライン回答を可能とするよう変更した。
（２）主要耐久消費財の買替え状況の対象品目について、「ビデオカメラ」を終了し、「電動アシスト自転車」を追加した。
　主要耐久消費財等の保有状況の対象品目について、「ビデオカメラ」、「ファクシミリ」を終了し、「スマートテレビ」、「電動アシスト自転車」、「乗用車（エコカー（次世代自動車））」を追加した。また、「光ディスクプレーヤー・レコーダー」のうち、「ＤＶＤ（プレーヤー・レコーダー）」と「ブルーレイ（プレーヤー・レコーダー）」を統合し、「光ディスクプレーヤー・レコーダー（ＤＶＤ、ブルーレイ）」とした。

[4] 令和５（2023）年５月８日以降、新型コロナウィルス感染症の５類感染症移行後も、郵送にて調査依頼を行うこととした。

５．　地域区分

「地域（ブロック）別」に含まれる都道府県は以下のとおりである。

地　域　区　分	所　　属　　都　　道　　府　　県　　名
北海道・東北	北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島
関　　東	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川
北陸・甲信越	新潟、富山、石川、福井、山梨、長野
東　　海	岐阜、静岡、愛知、三重
近　　畿	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国・四国	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
九州・沖縄	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

＜参考＞　都道府県別調査対象世帯数（令和２年国勢調査に基づく世帯割合で配分）

都道府県	市区町村数	単位区数	世帯数		
			計	二人以上	単身
北海道	11	15	375	240	135
青　森	3	3	75	48	27
岩　手	3	3	75	48	27
宮　城	4	6	150	96	54
秋　田	3	3	75	48	27
山　形	3	3	75	48	27
福　島	4	4	100	64	36
茨　城	7	7	175	112	63
栃　木	5	5	125	80	45
群　馬	5	5	125	80	45
埼　玉	17	19	475	304	171
千　葉	15	17	425	272	153
東　京	10	40	1,000	640	360
神奈川	12	25	625	400	225
新　潟	4	5	125	80	45
富　山	3	3	75	48	27
石　川	3	3	75	48	27
福　井	2	2	50	32	18
山　梨	2	2	50	32	18
長　野	5	5	125	80	45
岐　阜	5	5	125	80	45
静　岡	7	9	225	144	81
愛　知	14	19	475	304	171
三　重	5	5	125	80	45
滋　賀	3	3	75	48	27
京　都	4	7	175	112	63
大　阪	13	25	625	400	225
兵　庫	9	14	350	224	126
奈　良	3	3	75	48	27
和歌山	3	3	75	48	27
鳥　取	2	2	50	32	18
島　根	2	2	50	32	18
岡　山	5	5	125	80	45
広　島	5	7	175	112	63
山　口	4	4	100	64	36
徳　島	2	2	50	32	18
香　川	3	3	75	48	27
愛　媛	4	4	100	64	36
高　知	2	2	50	32	18
福　岡	9	14	350	224	126
佐　賀	2	2	50	32	18
長　崎	3	3	75	48	27
熊　本	3	4	100	64	36
大　分	3	3	75	48	27
宮　崎	3	3	75	48	27
鹿児島	4	4	100	64	36
沖　縄	4	4	100	64	36
全　国	247	336	8,400	5,376	3,024

政府統計

統計法に基づく国の統計調査です。調査票情報の秘密の保護に万全を期します。

㊙ 総務省承認　一般統計調査

内　閣　府

調査時期 年	月	都道府県番号	市町村番号	調査単位区番号	世帯番号
0 7	1 0				

初めてオンライン回答いただく際は
下記ID、パスワードをご入力ください
調査対象者ID：
パスワード：

「消費動向調査」調査票

（10月調査用）

https://www.e-survey.go.jp/
（政府統計オンライン調査総合窓口）

【ご記入にあたってのお願い】

1. この調査は、**令和7年10月15日現在**を基準に行います。

2. 調査票の提出につきましては、**令和7年10月16日までに**お願いします。※
なお、回答期日の詳細につきましては、同封のあいさつ状の記載をご覧ください。

3. この調査票に回答していただいた内容は、統計作成以外の目的、例えば税金の徴収などに使用されることは絶対ありませんので、ありのままご記入ください。

4. ご回答は、選択肢の番号に〇をつける場合と、数字などを記入していただく場合があります。

5. 質問によっては、次に回答していただく質問を示す矢印（→）やことわり書きなどがあります。それらにしたがって、ご回答ください。

ご回答いただく上でご不明な点、調査に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

問合せ先：一般社団法人　新情報センター

住所：〒150-0013　東京都渋谷区恵比寿1-19-15

電話：ﾌﾘｰﾀﾞｲﾔﾙ　0120－78－5231
受付時間：平日9～18時　（担当：平栗、塚田）

※オンライン回答の場合は10月20日までにオンライン調査システムにアクセスし、ご回答の入力・送信をしてください。

Ⅰ　消費者としての意識についておうかがいします

次の中から、あてはまるものを**1つ選び**、**番号に○印**をつけてください。

⑴　あなたの世帯の暮らし向きは、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。

良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
1	2	3	4	5

⑵　あなたの世帯の収入の増え方は、**今後半年間**に今よりも大きくなると思いますか、小さくなると思いますか。

大きくなる	やや大きくなる	変わらない	やや小さくなる	小さくなる
1	2	3	4	5

⑶　職の安定性、みつけやすさなどの雇用環境は、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。（ご自身やご家族、近隣地域の状況からお答えください。）

良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
1	2	3	4	5

⑷　耐久消費財の買い時としては、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。

良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
1	2	3	4	5

⑸　あなたの世帯で所有している株式・土地などの資産価値は、**今後半年間**に今よりも増えると思いますか、減ると思いますか。

増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る
1	2	3	4	5

Ⅱ　物価の見通しについておうかがいします

あなたの世帯で日ごろよく購入する品物の価格について、**1年後**どの程度になると思いますか。

※日常の買い物やテレビや新聞などの様々な情報から、**来年の今頃**、日ごろよく購入する品物の価格が、今と比較してどれぐらい上がる（下がる）か想像してご回答ください。

※「日ごろよく購入する品物の価格」は、品物を購入する時に実際に支払う金額のことで、品物の購入と同時に徴収される諸税を含みます。

次の中から、あてはまるものを**1つ選び**、**番号に○印**をつけてください。

下がる				変わらない	上がる				分からない
▲10%以上	▲10%未満～▲5%以上	▲5%未満～▲2%以上	▲2%未満～	0%程度	～2%未満	2%以上～5%未満	5%以上～10%未満	10%以上	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

＜次の頁に続きます＞

あなたの世帯の状況についておうかがいします

前回の調査から変更がありますか。**あてはまる番号に○印**をつけてください。

1．　なし　→　「1．なし」の場合は、**下記設問のご記入は不要です。**

2．　あり

【下の(1)～(12)のうち、変更があった項目についてのみ、ご記入ください。】

令和7年10月15日現在のあなたの世帯の状況について、あてはまるものを1つ選び、番号に○印をつけるか、あるいは年齢、人数などをご記入ください。

(1) この調査に回答されている方についてお答えください。

1．世帯主（世帯の主たる収入を得ている方）
2．世帯主の配偶者
3．世帯主の親
4．世帯主の子ども
5．その他（具体的に:　　）

(2) 世帯主（世帯の主たる収入を得ている方）の性別をお答えください。

1．　男性
2．　女性

(3) 世帯主の就業についてお答えください（1つだけ）。

1．農林漁家
2．勤労者（正規雇用）
3．勤労者（非正規雇用：パート、アルバイト、派遣など）
4．自営業（個人経営者。会社社長や取締役も含む）
5．その他（上記1～4に該当しない議員や自由業など）
6．無業者

(4) 世帯主の年齢をご記入ください。
※今月15日現在での満年齢。　　歳

(5) 世帯人員をご記入ください。
※記入された方を含めてください。　　人

(6) 世帯全体の就業者の人数をご記入ください。
※記入された方を含めてください。
※いない場合は0と記入してください。　　人

(7) 世帯の中に、現在無業者で、仕事を探している方はいますか（ただし、学生は除きます）。

1．　いる　→　「1．いる」と答えた方は、仕事を探している方の人数をご記入ください。
2．　いない

⇩

　　人

(8) 世帯全体の年間収入（前年1月～12月までの税金及び社会保険料を除いた収入総額）をお答えください。

1．　300万円未満
2．　300万円～400万円未満
3．　400万円～550万円未満
4．　550万円～750万円未満
5．　750万円～950万円未満
6．　950万円～1200万円未満
7．　1200万円以上

(9) 主な所得の種類をお答えください（1つだけ）。

1．　給与所得
2．　事業所得
3．　年金
4．　その他

(10) 住宅の種類をお答えください。

1．　持家（一戸建て）
2．　持家（マンション等）
3．　公社等借家
4．　給与住宅
5．　民間借家・借間

(11) 住宅ローンの有無をお答えください。

1．　ローン有り
2．　ローン無し

(12) 住宅の総床面積をお答えください（1㎡未満は切り捨て）。

1．　50㎡未満（30畳未満、15坪未満）
2．　50～69㎡（30～41畳、15～20坪）
3．　70～99㎡（42～59畳、21～30坪）
4．　100～149㎡（60～89畳、31～45坪）
5．　150㎡以上（90畳以上、46坪以上）

調査に御協力いただき、誠にありがとうございました。
記入漏れがないか確認をお願いいたします。

この報告書についてのお問い合わせは、下記あてにご連絡ください。
〒100－8914
東京都千代田区永田町１－６－１
内閣府経済社会総合研究所　景気統計部　消費班
電話　03（6257）1628　（ダイヤルイン）

消費動向調査の調査結果は、以下のホームページに掲載しています。
内閣府経済社会総合研究所　消費動向調査ホームページ
https://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/menu_shouhi.html