報道資料

消費動向調査（令和７（2025)年２月実施分）
結果の概要

（※調査基準日：２月 15 日（土）　調査票回収期間：２月６日（木）～20 日（木））

－消費者マインドは、足踏みがみられる－
（基調判断据置き）

○　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を捉える消費者態度指数は、２月は前月と比較し0.2ポイント低下し、３か月連続の低下となった。
○　また、消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合は９割を超えている。
○　こうしたことから、消費者マインドは、足踏みがみられる。

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２月の消費者態度指数は、前月差 0.2 ポイント低下し 35.0 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２月の動向を前月差でみると、「雇用環境」が 0.1 ポイント上昇し 41.1 となった。一方、「暮らし向き」及び「耐久消費財の買い時判断」が共に 0.3 ポイント低下し、それぞれ 31.9、27.2、「収入の増え方」が 0.2 ポイント低下し 39.7 となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差 0.5 ポイント低下し 42.8 となった。

（３）基調判断

消費者態度指数の動きから見た２月の消費者マインドの基調判断は、<u>足踏みがみられる</u>。

（据置き）

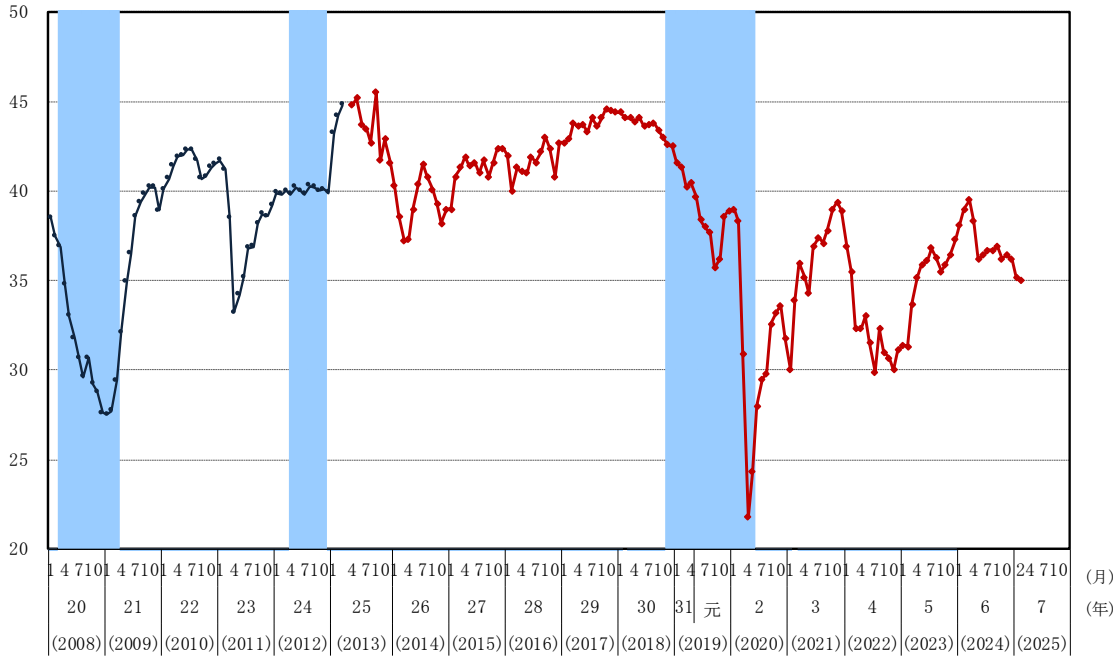
第１表　消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和６年（2024年）					令和７年（2025年）	
		８月	９月	10月	11月	12月	１月	２月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	36.7	36.9	36.2	36.4	36.2	35.2	35.0
	（前月差）	0.0	0.2	▲ 0.7	0.2	▲ 0.2	▲ 1.0	▲ 0.2
	暮らし向き	34.7	34.4	34.2	34.3	34.1	32.2	31.9
	（前月差）	0.2	▲ 0.3	▲ 0.2	0.1	▲ 0.2	▲ 1.9	▲ 0.3
	収入の増え方	39.7	40.1	39.4	40.2	40.2	39.9	39.7
	（前月差）	▲ 0.7	0.4	▲ 0.7	0.8	0.0	▲ 0.3	▲ 0.2
	雇用環境	41.4	42.2	41.6	41.0	41.2	41.0	41.1
	（前月差）	▲ 0.6	0.8	▲ 0.6	▲ 0.6	0.2	▲ 0.2	0.1
	耐久消費財の買い時判断	30.9	31.0	29.7	29.9	29.4	27.5	27.2
	（前月差）	0.9	0.1	▲ 1.3	0.2	▲ 0.5	▲ 1.9	▲ 0.3
その他の意識指標	資産価値	40.0	40.2	42.9	43.2	43.4	43.3	42.8
	（前月差）	▲ 5.3	0.2	2.7	0.3	0.2	▲ 0.1	▲ 0.5

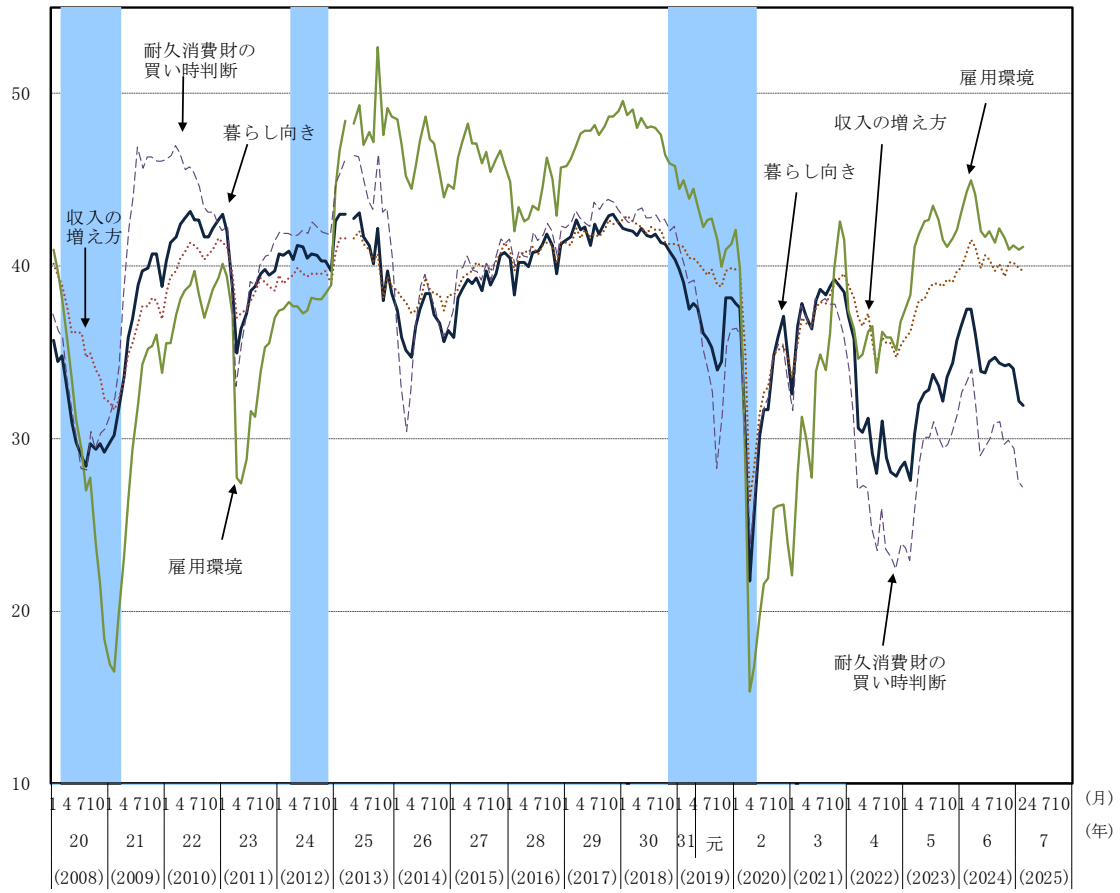
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の４項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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. 平成25(2013)年3月までは訪問留置調査。平成25(2013)年4月から平成30(2018)年9月までは郵送調査、平成30(2018)年10月から郵送・オンライン併用調査で実施(郵送・オンライン併用調査は同年10月調査より新規世帯に対して順次導入。ただし、調査 1か月目の新規世帯には、調査員が調査対象世帯を訪問して調査依頼・調査票配布・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年11月調査から実施)。

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６（2024）年12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	3.9	41.5	37.8	16.3	33.6
収入の増え方	0.5	6.5	57.3	21.7	14.0	39.4
雇用環境	0.4	8.9	54.0	27.2	9.4	40.9
耐久消費財の買い時判断	0.3	2.4	30.2	49.2	17.9	29.5
資産価値	0.6	11.8	57.4	20.6	9.6	43.3

令和７（2025）年１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	3.8	36.8	40.6	18.3	31.9
収入の増え方	0.4	5.9	58.4	21.3	13.9	39.4
雇用環境	0.4	8.5	53.8	27.0	10.3	40.4
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.2	26.3	50.1	21.3	27.5
資産価値	0.7	10.9	57.8	21.2	9.5	43.0

令和７（2025）年２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	3.7	35.8	41.0	18.9	31.5
収入の増え方	0.5	6.0	57.5	21.6	14.3	39.2
雇用環境	0.4	8.9	53.6	27.6	9.5	40.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.3	25.9	49.8	21.9	27.3
資産価値	0.7	11.0	57.4	21.0	10.0	42.9

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和６（2024）年12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	▲ 0.4	1.5	▲ 1.1	0.0	0.1
収入の増え方	0.1	0.6	▲ 1.5	▲ 0.1	1.0	▲ 0.3
雇用環境	0.0	1.4	▲ 1.4	▲ 0.1	0.0	0.4
耐久消費財の買い時判断	0.1	▲ 0.3	1.0	▲ 1.1	0.4	0.1
資産価値	▲ 0.2	0.5	▲ 0.3	▲ 0.4	0.5	▲ 0.1

令和７（2025）年１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	▲ 4.7	2.8	2.0	▲ 1.7
収入の増え方	▲ 0.1	▲ 0.6	1.1	▲ 0.4	▲ 0.1	0.0
雇用環境	0.0	▲ 0.4	▲ 0.2	▲ 0.2	0.9	▲ 0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 3.9	0.9	3.4	▲ 2.0
資産価値	0.1	▲ 0.9	0.4	0.6	▲ 0.1	▲ 0.3

令和７（2025）年２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	▲ 1.0	0.4	0.6	▲ 0.4
収入の増え方	0.1	0.1	▲ 0.9	0.3	0.4	▲ 0.2
雇用環境	0.0	0.4	▲ 0.2	0.6	▲ 0.8	0.3
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.1	▲ 0.4	▲ 0.3	0.6	▲ 0.2
資産価値	0.0	0.1	▲ 0.4	▲ 0.2	0.5	▲ 0.1

（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２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）」（53.9%）であった（第２表参照）。

前月差でみると、「低下する」が 0.2 ポイント増加したのに対して、「変わらない」が 0.2 ポイント減少し、「上昇する」が前月と変わらず横ばいであった。

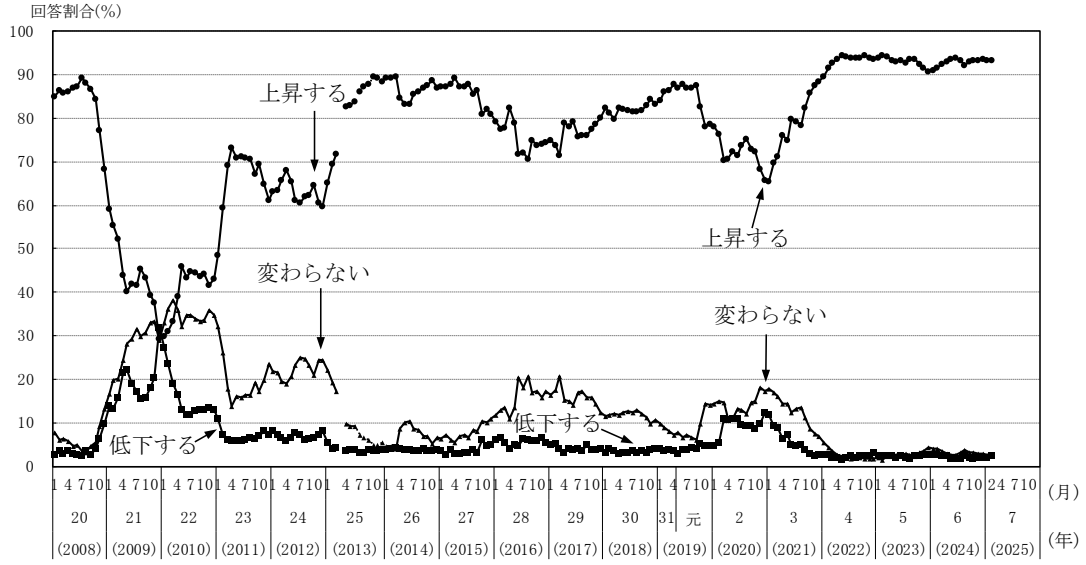
消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合は９割を超えている。**（据置き）

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：%）

		令和６年(2024年)					令和７年(2025年)	
		８月	９月	10月	11月	12月	１月	２月
低下する	▲５%以上	0.5	0.6	0.4	0.4	0.5	0.7	0.7
	▲５%未満～▲２%以上	0.5	0.6	0.5	0.6	0.5	0.6	0.9
	▲２%未満	1.3	0.8	1.0	1.0	1.0	0.9	0.8
	〈計〉	〈2.3〉	〈2.0〉	〈1.9〉	〈2.0〉	〈2.0〉	〈2.2〉	〈2.4〉
	（前月差）	(0.4)	(▲0.3)	(▲0.1)	(0.1)	(0.0)	(0.2)	(0.2)
変わらない	０%程度	3.8	3.2	3.2	3.0	2.9	2.8	2.6
	（前月差）	(0.5)	(▲0.6)	(0.0)	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.1)	(▲0.2)
上昇する	２%未満	14.5	12.8	11.5	11.6	11.6	8.5	8.9
	２%以上～５%未満	34.9	33.7	33.8	34.1	33.7	32.5	30.5
	５%以上	42.7	46.6	47.9	47.5	48.4	52.3	53.9
	〈計〉	〈92.1〉	〈93.1〉	〈93.2〉	〈93.2〉	〈93.7〉	〈93.3〉	〈93.3〉
	（前月差）	(▲1.1)	(1.0)	(0.1)	(0.0)	(0.5)	(▲0.4)	(0.0)
分からない		1.8	1.7	1.6	1.8	1.4	1.7	1.8

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）　平成25（2013)年3月までは訪問留置調査。平成25（2013)年4月から平成30（2018)年9月までは郵送調査、平成30（2018)年10月から郵送・オンライン併用調査で実施（郵送・オンライン併用調査は同年10月調査より新規世帯に対して順次導入。ただし、調査１か月目の新規世帯には、調査員が調査対象世帯を訪問して調査依頼・調査票配布・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年11月調査から実施）。

報道資料

消費動向調査（令和７（2025)年１月実施分）
結果の概要

（※調査基準日：１月 15 日（水）　調査票回収期間：１月７日（火）～20 日（月））

－消費者マインドは、足踏みがみられる－
（基調判断下方修正）

○　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を捉える消費者態度指数は、１月は前月と比較し1.0ポイント低下し、２か月連続の低下となった。
○　また、消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合は９割を超えている。
○　こうしたことから、消費者マインドは、足踏みがみられる。

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１月の消費者態度指数は、前月差 1.0 ポイント低下し 35.2 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１月の動向を前月差でみると、「暮らし向き」及び「耐久消費財の買い時判断」が共に 1.9 ポイント低下し、それぞれ 32.2、27.5、「収入の増え方」が 0.3 ポイント低下し 39.9、「雇用環境」が 0.2 ポイント低下し 41.0 となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差 0.1 ポイント低下し 43.3 となった。

（３）基調判断

消費者態度指数の動きから見た１月の消費者マインドの基調判断は、**足踏みがみられる**。
（下方修正。前月の表現：改善に足踏みがみられる。）

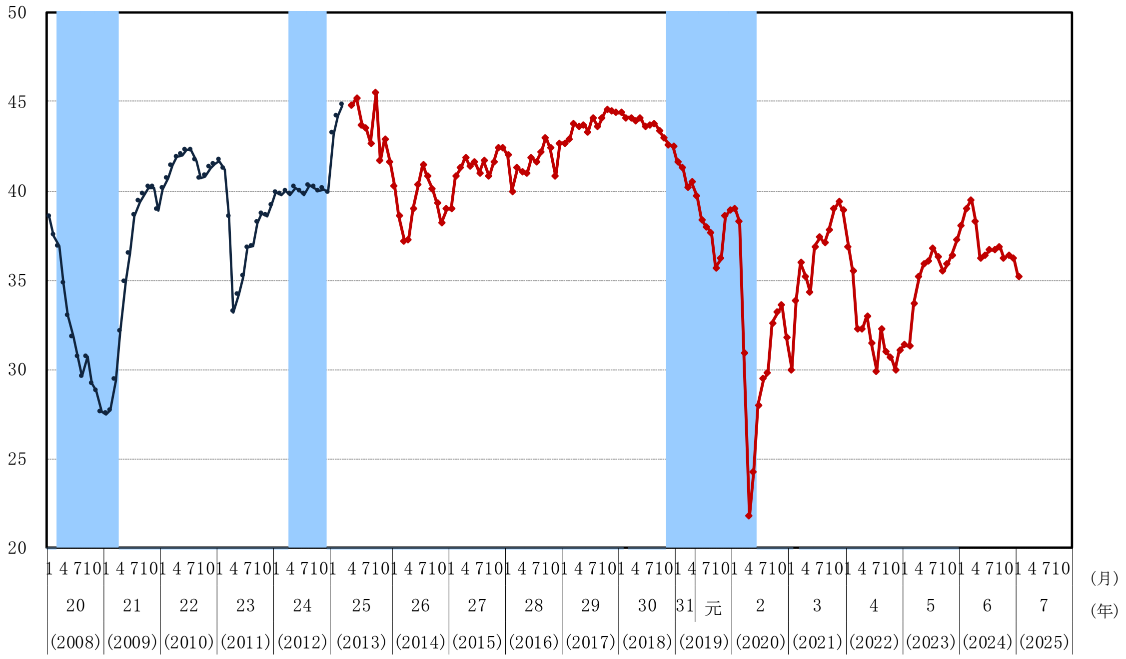
第１表　消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和６年（2024年）						令和７年（2025年）
		７月	８月	９月	10月	11月	12月	１月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	36.7	36.7	36.9	36.2	36.4	36.2	35.2
	（前月差）	0.3	0.0	0.2	▲ 0.7	0.2	▲ 0.2	▲ 1.0
	暮らし向き	34.5	34.7	34.4	34.2	34.3	34.1	32.2
	（前月差）	0.7	0.2	▲ 0.3	▲ 0.2	0.1	▲ 0.2	▲ 1.9
	収入の増え方	40.4	39.7	40.1	39.4	40.2	40.2	39.9
	（前月差）	▲ 0.2	▲ 0.7	0.4	▲ 0.7	0.8	0.0	▲ 0.3
	雇用環境	42.0	41.4	42.2	41.6	41.0	41.2	41.0
	（前月差）	0.3	▲ 0.6	0.8	▲ 0.6	▲ 0.6	0.2	▲ 0.2
	耐久消費財の買い時判断	30.0	30.9	31.0	29.7	29.9	29.4	27.5
	（前月差）	0.4	0.9	0.1	▲ 1.3	0.2	▲ 0.5	▲ 1.9
その他の意識指標	資産価値	45.3	40.0	40.2	42.9	43.2	43.4	43.3
	（前月差）	1.5	▲ 5.3	0.2	2.7	0.3	0.2	▲ 0.1

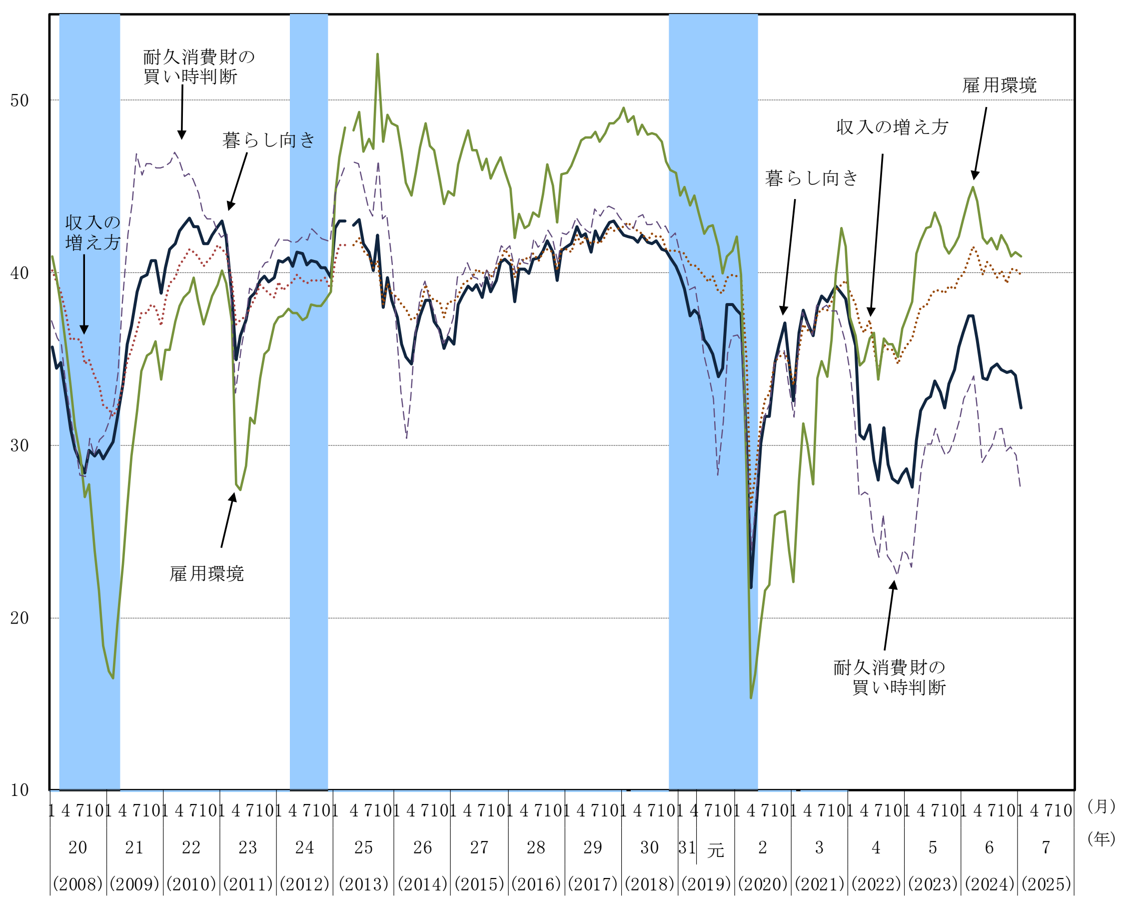
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の４項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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. 平成25(2013)年3月までは訪問留置調査。平成25(2013)年4月から平成30(2018)年9月までは郵送調査、平成30(2018)年10月から郵送・オンライン併用調査で実施(郵送・オンライン併用調査は同年10月調査より新規世帯に対して順次導入。ただし、調査 1か月目の新規世帯には、調査員が調査対象世帯を訪問して調査依頼・調査票配布・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年11月調査から実施)。

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６（2024）年11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	4.3	40.0	38.9	16.3	33.5
収入の増え方	0.4	5.9	58.8	21.8	13.0	39.7
雇用環境	0.4	7.5	55.4	27.3	9.4	40.5
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.7	29.2	50.3	17.5	29.4
資産価値	0.8	11.3	57.7	21.0	9.1	43.4

令和６（2024）年12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	3.9	41.5	37.8	16.3	33.6
収入の増え方	0.5	6.5	57.3	21.7	14.0	39.4
雇用環境	0.4	8.9	54.0	27.2	9.4	40.9
耐久消費財の買い時判断	0.3	2.4	30.2	49.2	17.9	29.5
資産価値	0.6	11.8	57.4	20.6	9.6	43.3

令和７（2025）年１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	3.8	36.8	40.6	18.3	31.9
収入の増え方	0.4	5.9	58.4	21.3	13.9	39.4
雇用環境	0.4	8.5	53.8	27.0	10.3	40.4
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.2	26.3	50.1	21.3	27.5
資産価値	0.7	10.9	57.8	21.2	9.5	43.0

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和６（2024）年11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	0.3	▲ 2.4	2.0	0.2	▲ 0.4
収入の増え方	0.0	0.6	▲ 0.8	0.8	▲ 0.7	0.3
雇用環境	0.1	▲ 0.6	▲ 2.4	2.5	0.4	▲ 1.0
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 0.1	▲ 0.8	1.8	▲ 1.0	0.0
資産価値	0.2	0.7	▲ 0.7	0.2	▲ 0.5	0.5

令和６（2024）年12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	▲ 0.4	1.5	▲ 1.1	0.0	0.1
収入の増え方	0.1	0.6	▲ 1.5	▲ 0.1	1.0	▲ 0.3
雇用環境	0.0	1.4	▲ 1.4	▲ 0.1	0.0	0.4
耐久消費財の買い時判断	0.1	▲ 0.3	1.0	▲ 1.1	0.4	0.1
資産価値	▲ 0.2	0.5	▲ 0.3	▲ 0.4	0.5	▲ 0.1

令和７（2025）年１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	▲ 4.7	2.8	2.0	▲ 1.7
収入の増え方	▲ 0.1	▲ 0.6	1.1	▲ 0.4	▲ 0.1	0.0
雇用環境	0.0	▲ 0.4	▲ 0.2	▲ 0.2	0.9	▲ 0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 3.9	0.9	3.4	▲ 2.0
資産価値	0.1	▲ 0.9	0.4	0.6	▲ 0.1	▲ 0.3

（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１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）」（52.3%）であった（第２表参照）。

前月差でみると、「低下する」が 0.2 ポイント増加したのに対して、「上昇する」が 0.4 ポイント減少、「変わらない」は 0.1 ポイント減少した。

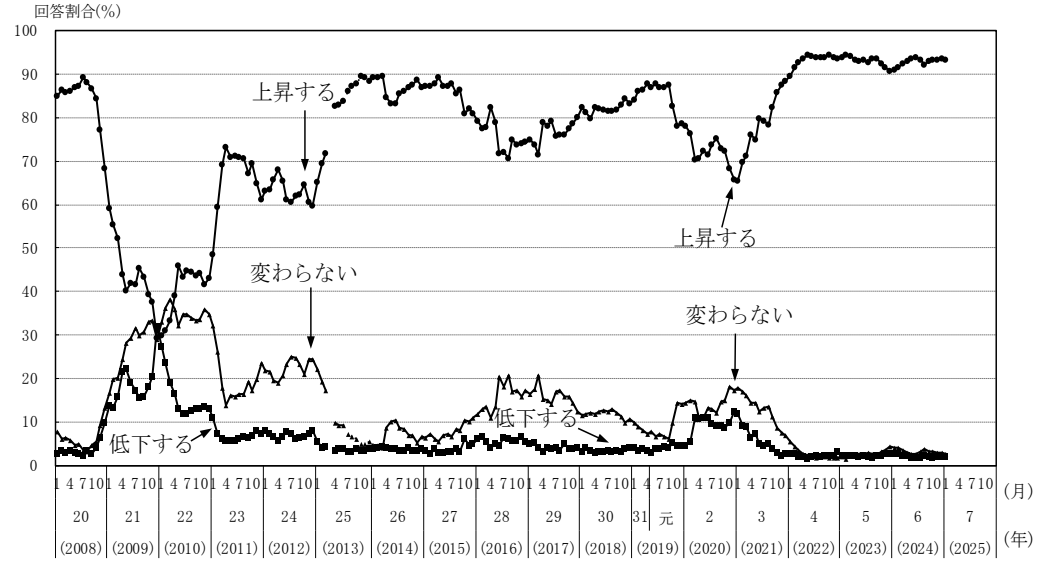
消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合は９割を超えている。**（据置き）

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：%）

		令和６年 (2024年)						令和７年 (2025年)
		７月	８月	９月	10月	11月	12月	１月
低下する	▲５%以上	0.4	0.5	0.6	0.4	0.4	0.5	0.7
	▲５%未満～▲２%以上	0.6	0.5	0.6	0.5	0.6	0.5	0.6
	▲２%未満	0.9	1.3	0.8	1.0	1.0	1.0	0.9
	〈計〉	〈1.9〉	〈2.3〉	〈2.0〉	〈1.9〉	〈2.0〉	〈2.0〉	〈2.2〉
	（前月差）	(0.1)	(0.4)	(▲0.3)	(▲0.1)	(0.1)	(0.0)	(0.2)
変わらない	０%程度	3.3	3.8	3.2	3.2	3.0	2.9	2.8
	（前月差）	(0.5)	(0.5)	(▲0.6)	(0.0)	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.1)
上昇する	２%未満	12.4	14.5	12.8	11.5	11.6	11.6	8.5
	２%以上～５%未満	35.3	34.9	33.7	33.8	34.1	33.7	32.5
	５%以上	45.5	42.7	46.6	47.9	47.5	48.4	52.3
	〈計〉	〈93.2〉	〈92.1〉	〈93.1〉	〈93.2〉	〈93.2〉	〈93.7〉	〈93.3〉
	（前月差）	(▲0.6)	(▲1.1)	(1.0)	(0.1)	(0.0)	(0.5)	(▲0.4)
分からない		1.5	1.8	1.7	1.6	1.8	1.4	1.7

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）平成25（2013）年3月までは訪問留置調査。平成25（2013）年4月から平成30（2018）年9月までは郵送調査、平成30（2018）年10月から郵送・オンライン併用調査で実施（郵送・オンライン併用調査は同年10月調査より新規世帯に対して順次導入。ただし、調査１か月目の新規世帯には、調査員が調査対象世帯を訪問して調査依頼・調査票配布・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年11月調査から実施）。