

消費動向調査（令和8（2026）年2月実施分）
結果の概要

＜消費者マインド＞

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、改善に向けた動きがみられる。

（基調判断上方修正、前月：持ち直している）

- ・ 2月は前月差+2.1ポイントと、2か月連続の上昇となった。
- ・ 3か月移動平均は前月差+0.9ポイントと、9か月連続の上昇となった。

＜消費者の物価見通し＞

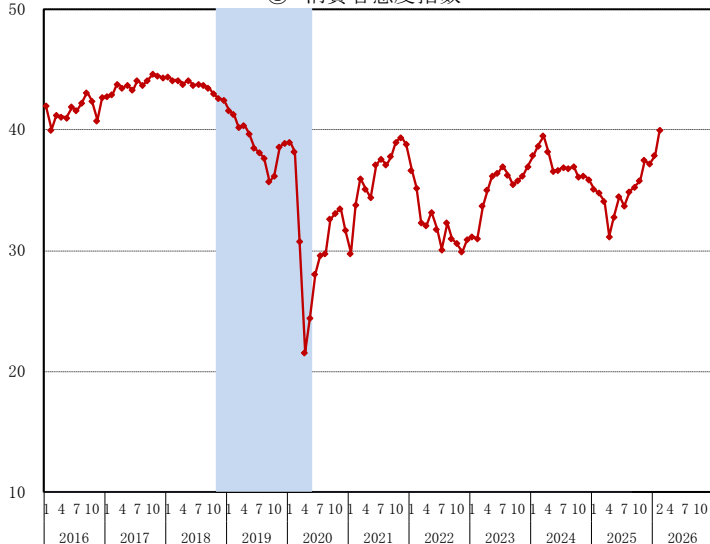
- ・ 1年後の物価について、「上昇する」と見込む割合は8割を超えているものの、低下した。
- ・ 「5%以上 上昇する」と見込む割合は、前月と比べ7.2ポイント低下した。

1 消費者の意識（二人以上の世帯、季節調整値）

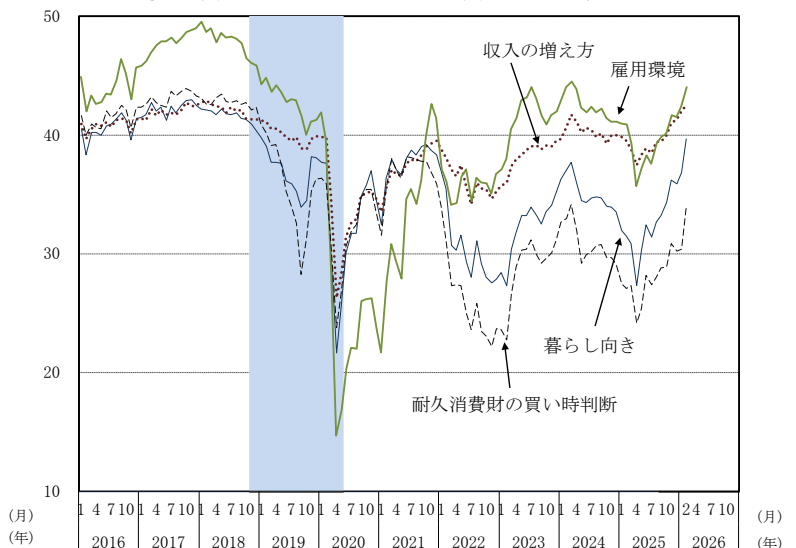
	2025年					2026年		
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
消費者態度指数	34.9	35.3	35.8	37.5	37.2	37.9	40.0	
（前月差）	1.2	0.4	0.5	1.7	▲0.3	0.7	2.1	
（前月差：3か月移動平均）	0.7	0.2	0.7	0.9	0.6	0.7	0.9	
消費者態度指数を構成する意識指標	暮らし向き	32.7	33.2	34.3	36.2	35.9	36.8	39.7
	（前月差）	1.3	0.5	1.1	1.9	▲0.3	0.9	2.9
	収入の増え方	39.4	39.4	40.0	41.0	41.3	42.0	42.5
	（前月差）	0.9	0.0	0.6	1.0	0.3	0.7	0.5
雇用環境	39.3	39.9	40.1	41.7	41.5	42.4	44.0	
（前月差）	1.7	0.6	0.2	1.6	▲0.2	0.9	1.6	
耐久消費財の買い時判断	28.0	28.8	28.9	30.9	30.2	30.4	33.9	
（前月差）	0.6	0.8	0.1	2.0	▲0.7	0.2	3.5	
その他の意識指標	資産価値	43.8	45.2	47.0	47.3	47.1	47.7	49.2
	（前月差）	2.1	1.4	1.8	0.3	▲0.2	0.6	1.5

（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。

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

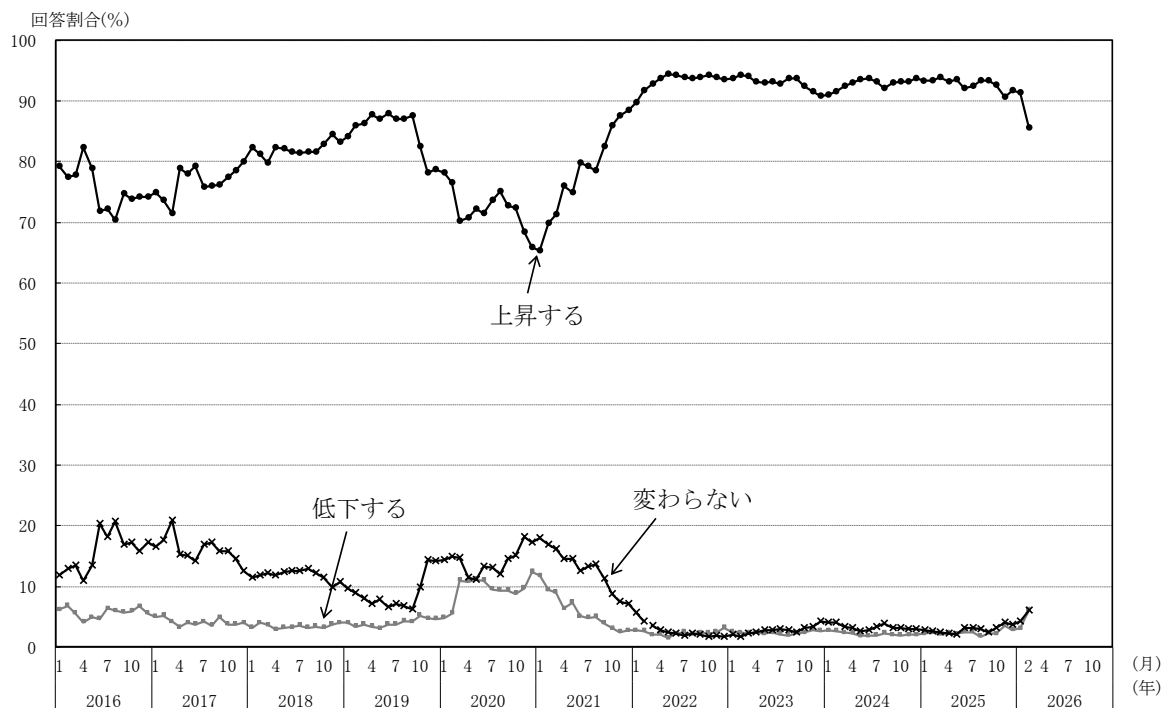


（注）シャドー部分は景気後退期を示す。

2 物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）

(単位：%)

		2025年					2026年	
		8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
低下する	▲5%以上	0.5	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7
	▲5%未満～▲2%以上	0.5	0.7	0.6	0.9	0.9	0.9	1.9
	▲2%未満	0.7	0.9	0.9	1.9	1.3	1.5	3.5
	<計>	<1.7>	<2.3>	<2.2>	<3.5>	<2.8>	<3.1>	<6.1>
	(前月差)	(▲0.8)	(0.6)	(▲0.1)	(1.3)	(▲0.7)	(0.3)	(3.0)
変わらない	0%程度	2.9	2.4	3.2	4.0	3.6	4.2	6.1
	(前月差)	(▲0.2)	(▲0.5)	(0.8)	(0.8)	(▲0.4)	(0.6)	(1.9)
上昇する	2%未満	9.6	10.2	9.2	11.3	11.7	12.2	14.2
	2%以上～5%未満	34.0	34.0	32.9	34.6	35.2	35.4	34.9
	5%以上	49.8	49.2	50.5	44.7	44.9	43.7	36.5
	<計>	<93.4>	<93.4>	<92.6>	<90.6>	<91.8>	<91.3>	<85.6>
	(前月差)	(1.0)	(0.0)	(▲0.8)	(▲2.0)	(1.2)	(▲0.5)	(▲5.7)
分からない		2.0	1.9	1.9	2.1	1.8	1.5	2.2



●調査基準日：2月15日（日）

●調査票回収期間：2月6日（金）～20日（金）

●郵送・オンライン併用調査（2013年4月～2018年9月：郵送調査）

●消費者態度指数は、今後半年間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もの。

●物価の見通しは、日ごろよく購入する品目の価格について1年後どの程度になると思うかを尋ねたもの。

消費動向調査（令和8（2026）年1月実施分）
結果の概要

<消費者マインド>

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、持ち直している。（基調判断据置き）

- ・ 1月は前月差+0.7ポイントと、2か月ぶりの上昇となった。
- ・ 3か月移動平均は前月差+0.7ポイントと、8か月連続の上昇となった。

<消費者の物価見通し>

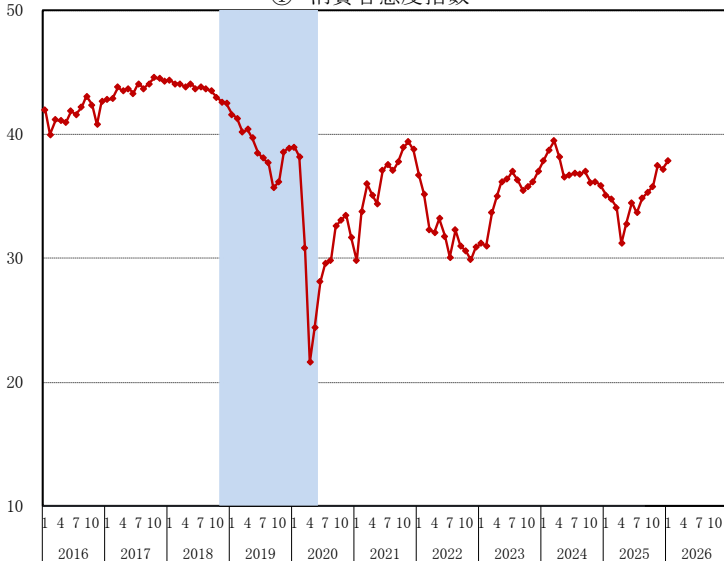
- ・ 1年後の物価について、「上昇する」と見込む割合は、前月と同様、9割を超えている。

1 消費者の意識（二人以上の世帯、季節調整値）

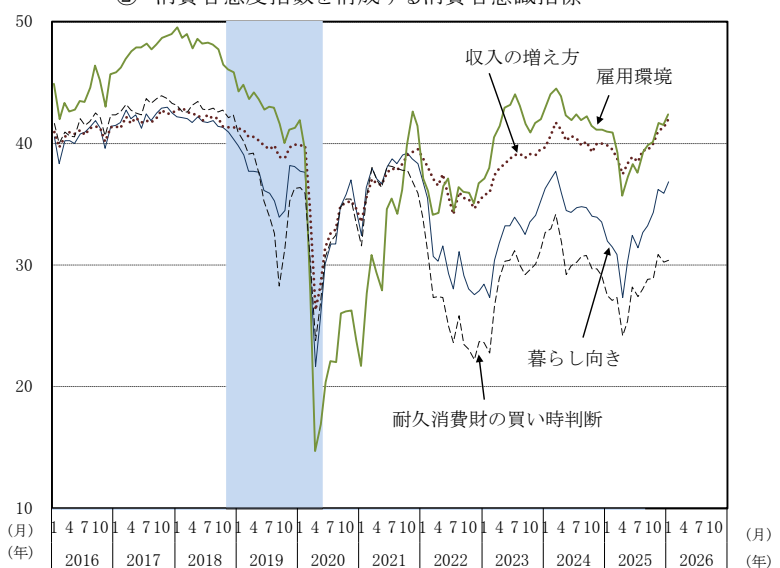
	2025年						2026年	
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	
消費者態度指数	33.7	34.9	35.3	35.8	37.5	37.2	37.9	
（前月差）	▲0.8	1.2	0.4	0.5	1.7	▲0.3	0.7	
（前月差：3か月移動平均）	0.9	0.7	0.2	0.7	0.9	0.6	0.7	
消費者態度指数を構成する	暮らし向き	31.4	32.7	33.2	34.3	36.2	35.9	36.8
	（前月差）	▲1.0	1.3	0.5	1.1	1.9	▲0.3	0.9
	収入の増え方	38.5	39.4	39.4	40.0	41.0	41.3	42.0
	（前月差）	▲0.4	0.9	0.0	0.6	1.0	0.3	0.7
雇用環境	37.6	39.3	39.9	40.1	41.7	41.5	42.4	
（前月差）	▲0.7	1.7	0.6	0.2	1.6	▲0.2	0.9	
耐久消費財の買い時判断	27.4	28.0	28.8	28.9	30.9	30.2	30.4	
（前月差）	▲0.8	0.6	0.8	0.1	2.0	▲0.7	0.2	
その他の意識指標	資産価値	41.7	43.8	45.2	47.0	47.3	47.1	47.7
	（前月差）	0.9	2.1	1.4	1.8	0.3	▲0.2	0.6

（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。

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）シャドー部分は景気後退期を示す。

