

消費動向調査（令和元（2019）年12月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年12月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、11月の38.7から0.4ポイント上昇して39.1となり、3か月連続で前月を上回った。消費者態度指数を構成する4項目のうち、「耐久消費財の買い時判断」、「暮らし向き」及び「収入の増え方」が前月から上昇した一方、「雇用環境」が前月から低下した。

消費者態度指数の動きから見た12月の消費者マインドの基調判断は、**持ち直しの動きがみられる**。（据置き、前月から表現の変更なし。）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
令和元（2019）年	10月調査	36.2	（+0.6）
	11月調査	38.7	（+2.5）
	12月調査	39.1	（+0.4）

令和元（2019）年12月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、前月差で見ると、「上昇する」の回答の割合が0.7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、「低下する」が0.1ポイント、それぞれ減少した。

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

（前月の表現：「上昇する」と見込む割合は低下したものの、依然として高水準である）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）（単位：％）

		低下する		変わらない		上昇する		分からない	
		前月差		前月差		前月差		前月差	
令和元（2019）年	10月調査	5.2	+1.0	9.8	+3.6	82.6	5.0	2.5	+0.5
	11月調査	4.7	0.5	14.3	+4.5	78.1	4.5	2.8	+0.3
	12月調査	4.6	0.1	14.1	0.2	78.8	+0.7	2.5	0.3

「日ごろよく購入する品物の価格」の1年後の見通しについて聞いており、この価格は品物を購入する時に実際に支払う金額であり、品物の購入と同時に徴収される諸税を含む。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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。

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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となった。

消費動向調査（令和元（2019）年11月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年11月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、10月の36.2から2.5ポイント上昇して38.7となり、2か月連続で前月を上回った。消費者態度指数を構成する4項目全てが前月から上昇した。

消費者態度指数の動きから見た11月の消費者マインドの基調判断は、**持ち直しの動きがみられる。**（上方修正、前月の表現：弱まっている。）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
令和元（2019）年	9月調査	35.6	（ 1.5）
	10月調査	36.2	（ +0.6）
	11月調査	38.7	（ +2.5）

令和元（2019）年11月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、前月差で見ると、「上昇する」の回答の割合が4.5ポイント減少したのに対して、「変わらない」が4.5ポイント増加した。

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

（据置き、前月から表現の変更なし。）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）（単位：%）

		低下する		変わらない		上昇する		分からない	
		前月差		前月差		前月差		前月差	
令和元（2019）年	9月調査	4.2	0.1	6.2	0.6	87.6	+0.6	2.0	+0.2
	10月調査	5.2	+1.0	9.8	+3.6	82.6	5.0	2.5	+0.5
	11月調査	4.7	0.5	14.3	+4.5	78.1	4.5	2.8	+0.3

「日ごろよく購入する品物の価格」の1年後の見通しについて聞いており、この価格は品物を購入する時に実際に支払う金額であり、品物の購入と同時に徴収される諸税を含む。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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う。

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するが、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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となる。

消費動向調査（令和元（2019）年10月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年10月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、9月の35.6から0.6ポイント上昇して36.2となり、23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項目のうち、「耐久消費財の買い時判断」、「暮らし向き」及び「収入の増え方」が前月から上昇した一方、「雇用環境」が前月から低下した。

消費者態度指数の動きから見た10月の消費者マインドの基調判断は、**弱まっている**。（据置き、前月から表現の変更なし。）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
令和元（2019）年	8月調査	37.1	（ 0.7）
	9月調査	35.6	（ 1.5）
	10月調査	36.2	（ +0.6）

令和元（2019）年10月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、前月差で見ると、「上昇する」の回答の割合が5.0ポイント減少したのに対して、「変わらない」が3.6ポイント、「低下する」が1.0ポイント、それぞれ増加した。

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

（前月の表現：「上昇する」と見込む割合が高水準である）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）（単位：％）

		低下する		変わらない		上昇する		分からない	
			前月差		前月差		前月差		前月差
令和元（2019）年	8月調査	4.3	+0.6	6.8	0.4	87.0	0.1	1.8	0.2
	9月調査	4.2	0.1	6.2	0.6	87.6	+0.6	2.0	+0.2
	10月調査	5.2	+1.0	9.8	+3.6	82.6	5.0	2.5	+0.5

「日ごろよく購入する品物の価格」の1年後の見通しについて聞いており、この価格は品物を購入する時に実際に支払う金額であり、品物の購入と同時に徴収される諸税を含む。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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う。

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するが、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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となる。

消費動向調査（令和元（2019）年9月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年9月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、8月の37.1から1.5ポイント低下して35.6となり、12か月連続で前月を下回った。消費者態度指数を構成する4項目全てが前月から低下した。

消費者態度指数の動きから見た9月の消費者マインドの基調判断は、弱まっている。（据置き、前月から表現の変更なし。）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
令和元（2019）年	7月調査	37.8	（ 0.9）
	8月調査	37.1	（ 0.7）
	9月調査	35.6	（ 1.5）

過去平均（昭和57（1982）年6月～令和元（2019）年9月）は42.2。

令和元（2019）年9月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、「上昇する」が3か月ぶりに前月から増加、「低下する」が4か月ぶりに減少、「変わらない」が2か月連続で前月から減少した。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が高水準である。（据置き、前月から表現の変更なし。）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）（単位：%）

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
令和元（2019）年	7月調査	3.7	7.2	87.1	2.0
	8月調査	4.3	6.8	87.0	1.8
	9月調査	4.2	6.2	87.6	2.0

「上昇する」と見込む割合の過去平均（平成16（2004）年4月～令和元（2019）年9月）は68.1%。

「低下する」と見込む割合の過去平均（同）は6.6%。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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う。

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するが、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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となる。

消費動向調査（令和元（2019）年8月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年8月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、7月の37.8から0.7ポイント低下して37.1となり、11か月連続で前月を下回った。消費者態度指数を構成する4項目のうち、「耐久消費財の買い時判断」、「暮らし向き」及び「雇用環境」が前月から低下した。一方、「収入の増え方」は前月と変わらなかった。

消費者態度指数の動きから見た8月の消費者マインドの基調判断は、**弱まっている**。（据置き、前月から表現の変更なし。）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
令和元（2019）年	6月調査	38.7	（ 0.7）
	7月調査	37.8	（ 0.9）
	8月調査	37.1	（ 0.7）

過去平均（昭和57（1982）年6月～令和元（2019）年8月）は42.2。

令和元（2019）年8月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、「上昇する」が2か月連続で前月から減少、「低下する」が2か月ぶりに増加、「変わらない」が2か月ぶりに前月から減少した。

消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合が高水準である**。（据置き、前月から表現の変更なし。）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）（単位：%）

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
令和元（2019）年	6月調査	3.7	6.6	87.9	1.7
	7月調査	3.7	7.2	87.1	2.0
	8月調査	4.3	6.8	87.0	1.8

「上昇する」と見込む割合の過去平均（平成16（2004）年4月～令和元（2019）年8月）は67.9%。

「低下する」と見込む割合の過去平均（同）は6.6%。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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う。

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するが、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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となる。

消費動向調査（令和元（2019）年7月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年7月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、6月の38.7から0.9ポイント低下して37.8となり、10か月連続で前月を下回った。消費者態度指数を構成する4項目全てが前月から低下した。

消費者態度指数の動きから見た7月の消費者マインドの基調判断は、弱まっている。（据置き）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
令和元（2019）年	5月調査	39.4	（ 1.0）
	6月調査	38.7	（ 0.7）
	7月調査	37.8	（ 0.9）

過去平均（昭和57（1982）年6月～令和元（2019）年7月）は42.2。

令和元（2019）年7月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、「上昇する」が2か月ぶりに前月から減少、「低下する」が横ばい、「変わらない」が2か月ぶりに前月から増加した。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が高水準である。
（据置き、前月から表現の変更なし。）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）（単位：%）

		低下する	変わらない	上昇する	分からない
令和元（2019）年	5月調査	3.1	7.9	87.0	2.0
	6月調査	3.7	6.6	87.9	1.7
	7月調査	3.7	7.2	87.1	2.0

「上昇する」と見込む割合の過去平均（平成16（2004）年4月～令和元（2019）年7月）は67.8%。

「低下する」と見込む割合の過去平均（同）は6.6%。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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う。

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するが、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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となる。

消費動向調査（令和元（2019）年6月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年6月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、5月の39.4から0.7ポイント低下して38.7となり、9か月連続で前月を下回った。消費者態度指数を構成する4項目のうち、「耐久消費財の買い時判断」、「暮らし向き」及び「雇用環境」が前月から低下した。一方、「収入の増え方」は前月と変わらなかった。

消費者態度指数の動きから見た6月の消費者マインドの基調判断は、弱まっている。（据置き）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
平成31（2019）年	4月調査	40.4	（ 0.1）
令和元（2019）年	5月調査	39.4	（ 1.0）
	6月調査	38.7	（ 0.7）

過去平均（昭和57（1982）年6月～令和元（2019）年6月）は42.2。

令和元（2019）年6月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、「上昇する」が2か月ぶりに前月から増加、「低下する」が3か月ぶりに前月から増加、「変わらない」が2か月ぶりに前月から減少した。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が高水準である。
（据置き、前月から表現の変更なし。）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、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31（2019）年	4月調査	3.4	7.2	87.7	1.9
令和元（2019）年	5月調査	3.1	7.9	87.0	2.0
	6月調査	3.7	6.6	87.9	1.7

「上昇する」と見込む割合の過去平均（平成16（2004）年4月～令和元（2019）年6月）は67.7％。

「低下する」と見込む割合の過去平均（同）は6.6％。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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う。

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するが、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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となる。

消費動向調査（令和元（2019）年5月実施分）
調査結果の要点

令和元（2019）年5月の消費者態度指数（二人以上の世帯、季節調整値）は、平成31（2019）年4月の40.4から1.0ポイント低下して39.4となり、8か月連続で前月を下回った。消費者態度指数を構成する4項目全てが前月から低下した。

消費者態度指数の動きから見た5月の消費者マインドの基調判断は、**弱まっている**。（据置き）

消費者態度指数（二人以上の世帯）の推移

		季節調整値	（前月差）
平成31（2019）年	3月調査	40.5	（ 1.0）
	4月調査	40.4	（ 0.1）
令和元（2019）年	5月調査	39.4	（ 1.0）

過去平均（昭和57（1982）年6月～令和元（2019）年5月）は42.2。

令和元（2019）年5月の1年後の物価に関する見通し（二人以上の世帯）は、「上昇する」が5か月ぶりに前月から減少、「低下する」が2か月連続で前月から減少、「変わらない」が5か月ぶりに前月から増加した。

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

（据置き、前月から表現の変更なし。）

1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、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31（2019）年	3月調査	3.7	8.0	86.4	2.0
	4月調査	3.4	7.2	87.7	1.9
令和元（2019）年	5月調査	3.1	7.9	87.0	2.0

「上昇する」と見込む割合の過去平均（平成16（2004）年4月～令和元（2019）年5月）は67.6%。

「低下する」と見込む割合の過去平均（同）は6.6%。

調査方法の変更

平成 30(2018)年 10 月調査より、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(同年 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う。

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するが、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・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施。令和元(2019)年 12 月調査より、すべての調査世帯が郵送・オンライン併用調査の対象となる。