

消費動向調査（令和6（2024）年12月実施分）
結果の概要

（※調査基準日：12月15日（日） 調査票回収期間：12月6日（金）～20日（金））

－消費者マインドは、改善に足踏みが見られる－
（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、12月は前月と比較し0.2ポイント低下し、2か月ぶりの低下となった。
- 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、改善に足踏みが見られる。

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6（2024）年12月の消費者態度指数は、前月差0.2ポイント低下し36.2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6（2024）年12月の動向を前月差でみると、「雇用環境」が0.2ポイント上昇し41.2となった。一方、「耐久消費財の買い時判断」は0.5ポイント低下し29.4、「暮らし向き」は0.2ポイント低下し34.1となった。「収入の増え方」は前月と変わらず40.2であった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差0.2ポイント上昇し43.4となった。

（3）基調判断

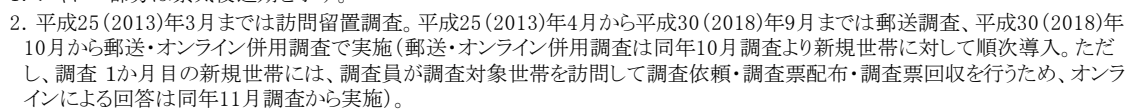
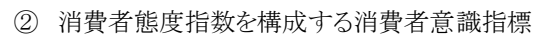
消費者態度指数の動きから見た12月の消費者マインドの基調判断は、改善に足踏みが見られる。（据置き）

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)						
		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
消費者態度指数		36.4	36.7	36.7	36.9	36.2	36.4	36.2
（前月差）		0.2	0.3	0.0	0.2	▲ 0.7	0.2	▲ 0.2
消費者態度指数を構成する意識指標	暮らし向き	33.8	34.5	34.7	34.4	34.2	34.3	34.1
	（前月差）	▲ 0.1	0.7	0.2	▲ 0.3	▲ 0.2	0.1	▲ 0.2
	収入の増え方	40.6	40.4	39.7	40.1	39.4	40.2	40.2
	（前月差）	0.7	▲ 0.2	▲ 0.7	0.4	▲ 0.7	0.8	0.0
	雇用環境	41.7	42.0	41.4	42.2	41.6	41.0	41.2
	（前月差）	▲ 0.3	0.3	▲ 0.6	0.8	▲ 0.6	▲ 0.6	0.2
意識の他指標	耐久消費財の買い時判断	29.6	30.0	30.9	31.0	29.7	29.9	29.4
	（前月差）	0.6	0.4	0.9	0.1	▲ 1.3	0.2	▲ 0.5
意識の他指標	資産価値	43.8	45.3	40.0	40.2	42.9	43.2	43.4
	（前月差）	▲ 1.5	1.5	▲ 5.3	0.2	2.7	0.3	0.2

（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 消費者態度指數



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	0.5	4.0	42.4	36.9	16.1	33.9
収入の増え方	0.4	5.3	59.6	21.0	13.7	39.4
雇用環境	0.3	8.1	57.8	24.8	9.0	41.5
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.8	30.0	48.5	18.5	29.4
資産価値	0.6	10.6	58.4	20.8	9.6	42.9

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

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和 6（2024）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	0.6	▲ 3.0	0.8	1.5	▲ 0.9
収入の増え方	0.0	0.3	▲ 3.4	1.3	1.8	▲ 1.2
雇用環境	▲ 0.3	▲ 0.4	0.3	0.4	0.0	▲ 0.3
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 0.7	▲ 2.3	1.1	1.8	▲ 1.4
資産価値	0.0	2.1	2.7	▲ 3.9	▲ 0.8	1.8

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

（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6（2024）年12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）」（48.4%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「上昇する」が0.5ポイント増加したのに対して、「変わらない」が0.1ポイント減少し、「低下する」が前月と変わらず横ばいであった。

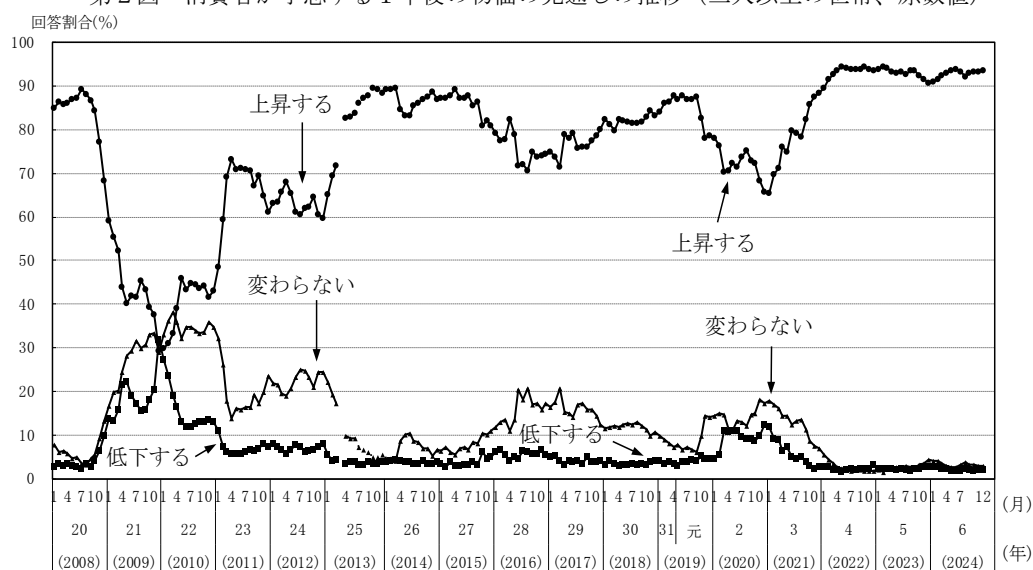
消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合は9割を超えている**。（据置き）

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)						
		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
低下する	▲5%以上	0.4	0.4	0.5	0.6	0.4	0.4	0.5
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.7	0.6	0.5	0.6	0.5	0.6	0.5
	▲2%未満	0.7	0.9	1.3	0.8	1.0	1.0	1.0
	<計>	<1.8>	<1.9>	<2.3>	<2.0>	<1.9>	<2.0>	<2.0>
	(前月差)	(0.0)	(0.1)	(0.4)	(▲0.3)	(▲0.1)	(0.1)	(0.0)
変わらない	0%程度	2.8	3.3	3.8	3.2	3.2	3.0	2.9
	(前月差)	(0.2)	(0.5)	(0.5)	(▲0.6)	(0.0)	(▲0.2)	(▲0.1)
上昇する	2%未満	12.4	12.4	14.5	12.8	11.5	11.6	11.6
	2%以上～ 5%未満	34.6	35.3	34.9	33.7	33.8	34.1	33.7
	5%以上	46.8	45.5	42.7	46.6	47.9	47.5	48.4
	<計>	<93.8>	<93.2>	<92.1>	<93.1>	<93.2>	<93.2>	<93.7>
	(前月差)	(0.3)	(▲0.6)	(▲1.1)	(1.0)	(0.1)	(0.0)	(0.5)
分からない		1.6	1.5	1.8	1.7	1.6	1.8	1.4

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）。

消費動向調査（令和6（2024）年11月実施分）
結果の概要

（※調査基準日：11月15日（金） 調査票回収期間：11月6日（水）～20日（水））

－消費者マインドは、改善に足踏みがみられる－
（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、11月は前月と比較し0.2ポイント上昇し、2か月ぶりの上昇となった。

○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、改善に足踏みがみられる。

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6（2024）年11月の消費者態度指数は、前月差0.2ポイント上昇し36.4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6（2024）年11月の動向を前月差で見ると、「収入の増え方」が0.8ポイント上昇し40.2、「耐久消費財の買い時判断」が0.2ポイント上昇し29.9、「暮らし向き」が0.1ポイント上昇し34.3となった。一方、「雇用環境」は0.6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0.3ポイント上昇し43.2となった。

（3）基調判断

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、改善に足踏みがみられる。（据置き）

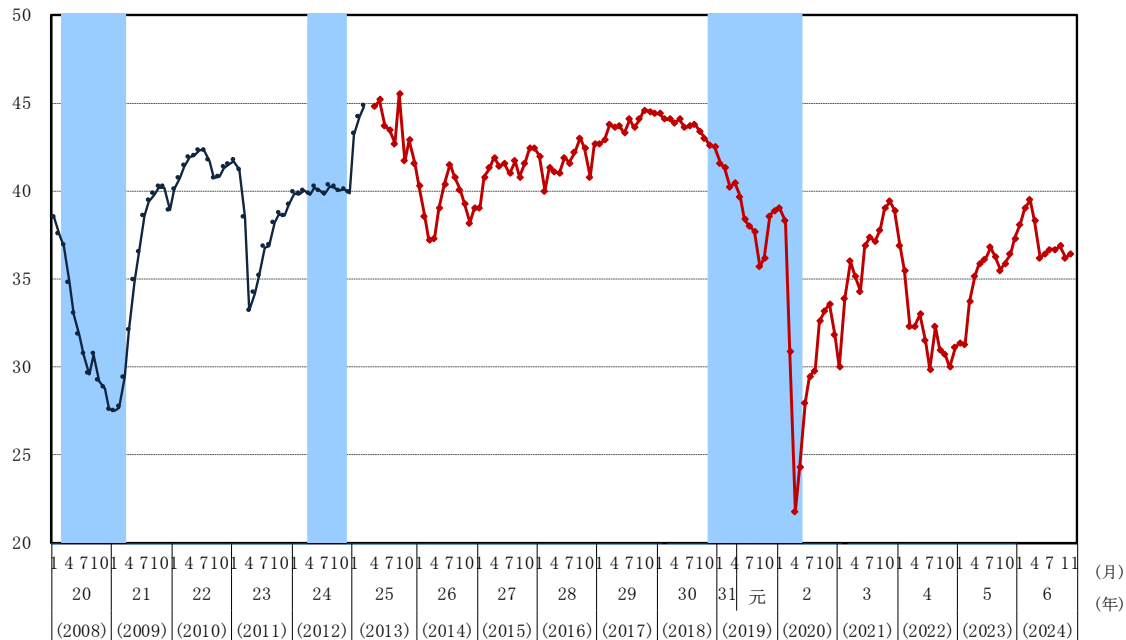
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和6年 (2024年)						
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	36.2	36.4	36.7	36.7	36.9	36.2	36.4
	（前月差）	▲ 2.1	0.2	0.3	0.0	0.2	▲ 0.7	0.2
	暮らし向き	33.9	33.8	34.5	34.7	34.4	34.2	34.3
	（前月差）	▲ 2.2	▲ 0.1	0.7	0.2	▲ 0.3	▲ 0.2	0.1
	収入の増え方	39.9	40.6	40.4	39.7	40.1	39.4	40.2
	（前月差）	▲ 1.2	0.7	▲ 0.2	▲ 0.7	0.4	▲ 0.7	0.8
意識の指標の	雇用環境	42.0	41.7	42.0	41.4	42.2	41.6	41.0
	（前月差）	▲ 2.2	▲ 0.3	0.3	▲ 0.6	0.8	▲ 0.6	▲ 0.6
	耐久消費財の買い時判断	29.0	29.6	30.0	30.9	31.0	29.7	29.9
	（前月差）	▲ 2.8	0.6	0.4	0.9	0.1	▲ 1.3	0.2
	資産価値	45.3	43.8	45.3	40.0	40.2	42.9	43.2
	（前月差）	▲ 1.6	▲ 1.5	1.5	▲ 5.3	0.2	2.7	0.3

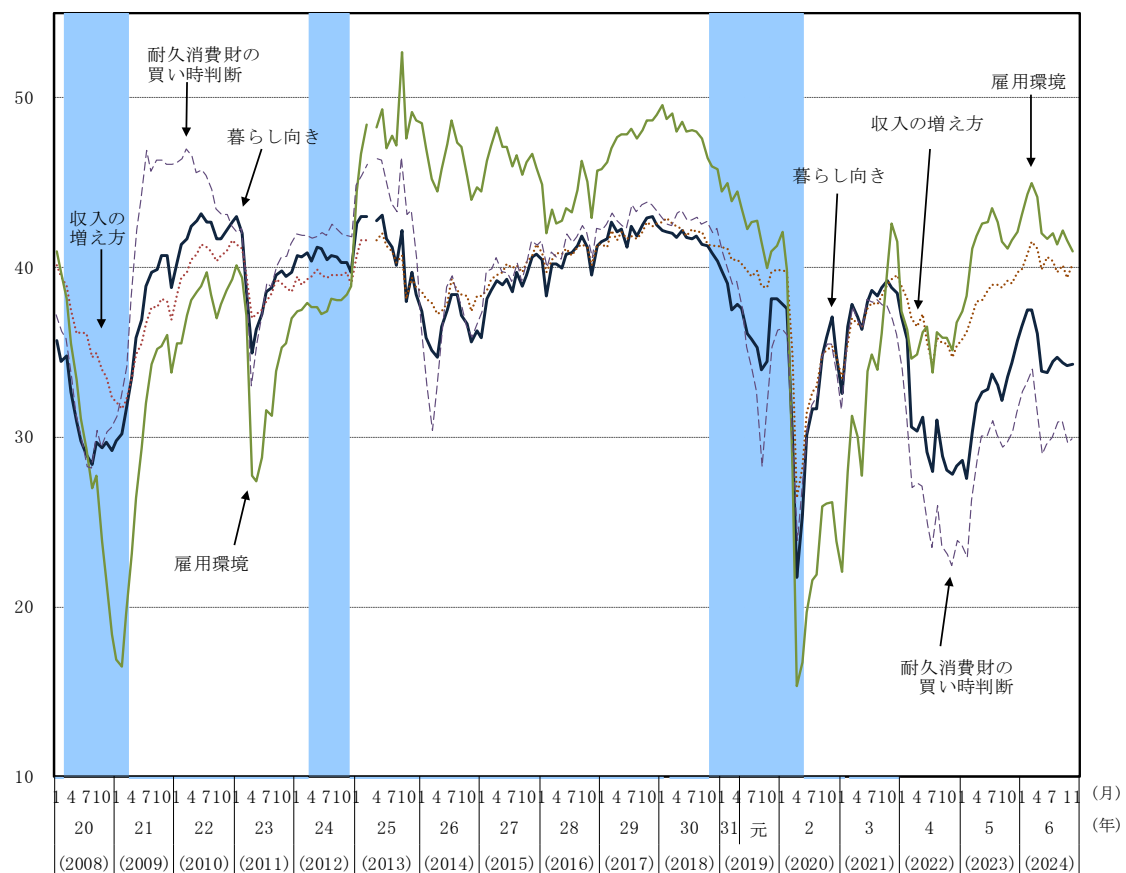
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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 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	0.5	3.4	45.4	36.1	14.6	34.8
収入の増え方	0.4	5.0	63.0	19.7	11.9	40.6
雇用環境	0.6	8.5	57.5	24.4	9.0	41.8
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.5	32.3	47.4	16.7	30.8
資産価値	0.6	8.5	55.7	24.7	10.4	41.1

令和 6（2024）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	0.5	4.0	42.4	36.9	16.1	33.9
収入の増え方	0.4	5.3	59.6	21.0	13.7	39.4
雇用環境	0.3	8.1	57.8	24.8	9.0	41.5
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.8	30.0	48.5	18.5	29.4
資産価値	0.6	10.6	58.4	20.8	9.6	42.9

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

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和 6（2024）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	▲ 0.3	0.5	▲ 0.6	0.3	0.0
収入の増え方	▲ 0.1	0.2	2.3	▲ 2.4	0.0	0.6
雇用環境	0.1	0.3	1.5	▲ 2.3	0.4	0.5
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.3	0.5	▲ 1.3	0.5	0.2
資産価値	▲ 0.1	1.2	2.2	▲ 2.3	▲ 1.2	1.5

令和 6（2024）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	0.6	▲ 3.0	0.8	1.5	▲ 0.9
収入の増え方	0.0	0.3	▲ 3.4	1.3	1.8	▲ 1.2
雇用環境	▲ 0.3	▲ 0.4	0.3	0.4	0.0	▲ 0.3
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 0.7	▲ 2.3	1.1	1.8	▲ 1.4
資産価値	0.0	2.1	2.7	▲ 3.9	▲ 0.8	1.8

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

（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6(2024)年11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)」(47.5%)であった(第2表参照)。

前月差でみると、「低下する」が0.1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）

(单位: %)

		令和6年 (2024年)						
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
低下する	▲5%以上	0.4	0.4	0.4	0.5	0.6	0.4	0.4
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.4	0.7	0.6	0.5	0.6	0.5	0.6
	▲2%未満	1.0	0.7	0.9	1.3	0.8	1.0	1.0
	＜計＞	＜1.8＞	＜1.8＞	＜1.9＞	＜2.3＞	＜2.0＞	＜1.9＞	＜2.0＞
	（前月差）	（▲0.5）	（0.0）	（0.1）	（0.4）	（▲0.3）	（▲0.1）	（0.1）
変わらない	0%程度	2.6	2.8	3.3	3.8	3.2	3.2	3.0
	（前月差）	（▲0.5）	（0.2）	（0.5）	（0.5）	（▲0.6）	（0.0）	（▲0.2）
上昇する	2%未満	11.8	12.4	12.4	14.5	12.8	11.5	11.6
	2%以上～ 5%未満	34.8	34.6	35.3	34.9	33.7	33.8	34.1
	5%以上	46.9	46.8	45.5	42.7	46.6	47.9	47.5
	＜計＞	＜93.5＞	＜93.8＞	＜93.2＞	＜92.1＞	＜93.1＞	＜93.2＞	＜93.2＞
	（前月差）	（0.5）	（0.3）	（▲0.6）	（▲1.1）	（1.0）	（0.1）	（0.0）
分からない		2.0	1.6	1.5	1.8	1.7	1.6	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)。

消費動向調査（令和6（2024）年10月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：10月15日（火） 調査票回収期間：10月5日（土）～21日（月））

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6（2024）年10月の消費者態度指数は、前月差0.7ポイント低下し36.2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6（2024）年10月の動向を前月差で見ると、「耐久消費財の買い時判断」が1.3ポイント低下し29.7、「収入の増え方」が0.7ポイント低下し39.4、「雇用環境」が0.6ポイント低下し41.6、「暮らし向き」が0.2ポイント低下し34.2となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差2.7ポイント上昇し42.9となった。

（3）基調判断

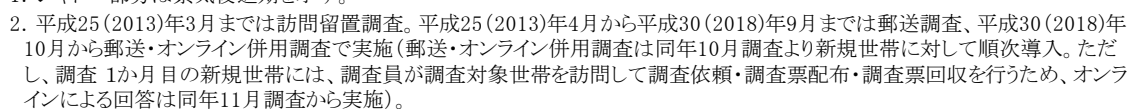
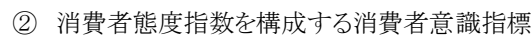
消費者態度指数の動きから見た10月の消費者マインドの基調判断は、改善に足踏みがみられる。（据置き）

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)						
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数 (前月差)	38.3 ▲ 1.2	36.2 ▲ 2.1	36.4 0.2	36.7 0.3	36.7 0.0	36.9 0.2	36.2 ▲ 0.7
	暮らし向き (前月差)	36.1 ▲ 1.4	33.9 ▲ 2.2	33.8 ▲ 0.1	34.5 0.7	34.7 0.2	34.4 ▲ 0.3	34.2 ▲ 0.2
	収入の増え方 (前月差)	41.1 ▲ 0.4	39.9 ▲ 1.2	40.6 0.7	40.4 ▲ 0.2	39.7 ▲ 0.7	40.1 0.4	39.4 ▲ 0.7
	雇用環境 (前月差)	44.2 ▲ 0.8	42.0 ▲ 2.2	41.7 ▲ 0.3	42.0 0.3	41.4 ▲ 0.6	42.2 0.8	41.6 ▲ 0.6
	耐久消費財の買い時判断 (前月差)	31.8 ▲ 2.2	29.0 ▲ 2.8	29.6 0.6	30.0 0.4	30.9 0.9	31.0 0.1	29.7 ▲ 1.3
	資産価値 (前月差)	46.9 0.6	45.3 ▲ 1.6	43.8 ▲ 1.5	45.3 1.5	40.0 ▲ 5.3	40.2 0.2	42.9 2.7
意識の指標								

（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 消費者態度指數



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 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	0.4	3.7	44.9	36.7	14.3	34.8
収入の増え方	0.5	4.8	60.7	22.1	11.9	40.0
雇用環境	0.5	8.2	56.0	26.7	8.6	41.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.2	31.8	48.7	16.2	30.6
資産価値	0.7	7.3	53.5	27.0	11.6	39.6

令和 6（2024）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	0.5	3.4	45.4	36.1	14.6	34.8
収入の増え方	0.4	5.0	63.0	19.7	11.9	40.6
雇用環境	0.6	8.5	57.5	24.4	9.0	41.8
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.5	32.3	47.4	16.7	30.8
資産価値	0.6	8.5	55.7	24.7	10.4	41.1

令和 6（2024）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	0.5	4.0	42.4	36.9	16.1	33.9
収入の増え方	0.4	5.3	59.6	21.0	13.7	39.4
雇用環境	0.3	8.1	57.8	24.8	9.0	41.5
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.8	30.0	48.5	18.5	29.4
資産価値	0.6	10.6	58.4	20.8	9.6	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 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	▲ 0.1	▲ 0.5	0.2	0.4	0.0	▲ 0.2
収入の増え方	0.2	▲ 1.3	▲ 0.9	1.8	0.3	▲ 0.8
雇用環境	▲ 0.2	▲ 1.9	▲ 0.1	2.4	▲ 0.2	▲ 1.1
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 0.2	1.0	0.9	▲ 1.7	0.5
資産価値	▲ 0.4	▲ 6.8	▲ 4.8	8.7	3.4	▲ 5.8

令和 6（2024）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	▲ 0.3	0.5	▲ 0.6	0.3	0.0
収入の増え方	▲ 0.1	0.2	2.3	▲ 2.4	0.0	0.6
雇用環境	0.1	0.3	1.5	▲ 2.3	0.4	0.5
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.3	0.5	▲ 1.3	0.5	0.2
資産価値	▲ 0.1	1.2	2.2	▲ 2.3	▲ 1.2	1.5

令和 6（2024）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	0.6	▲ 3.0	0.8	1.5	▲ 0.9
収入の増え方	0.0	0.3	▲ 3.4	1.3	1.8	▲ 1.2
雇用環境	▲ 0.3	▲ 0.4	0.3	0.4	0.0	▲ 0.3
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 0.7	▲ 2.3	1.1	1.8	▲ 1.4
資産価値	0.0	2.1	2.7	▲ 3.9	▲ 0.8	1.8

（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6(2024)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)」(47.9%)であった(第2表参照)。

前月差でみると、「上昇する」が0.1ポイント増加したのに対して、「低下する」が0.1ポイント減少し、「変わらない」が前月と変わらず横ばいであった。

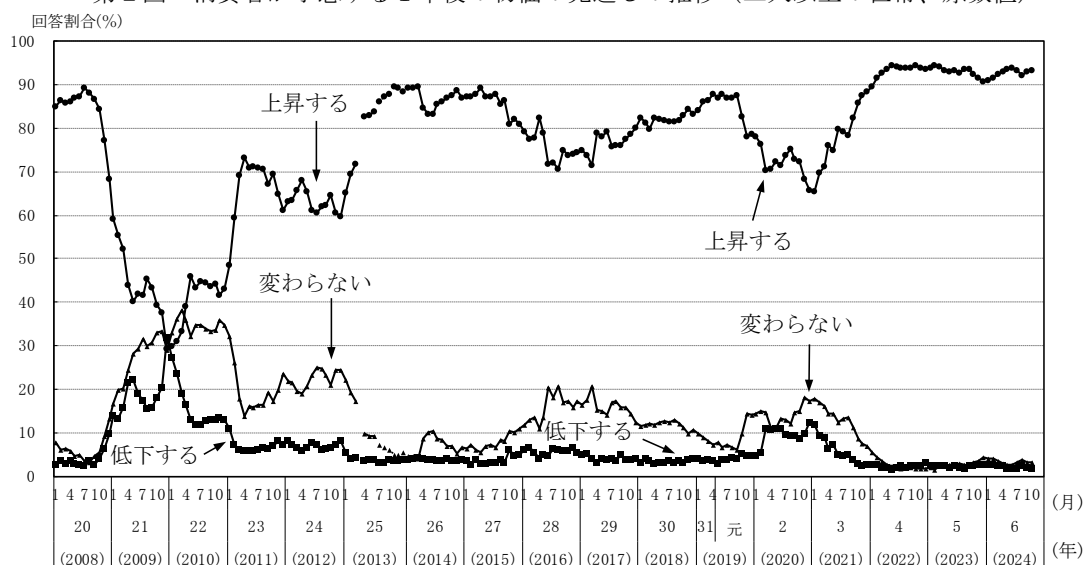
消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合は9割を超えている。（据置き）

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）

(单位: %)

		令和6年 (2024年)						
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
低下する	▲5%以上	0.6	0.4	0.4	0.4	0.5	0.6	0.4
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.6	0.4	0.7	0.6	0.5	0.6	0.5
	▲2%未満	1.1	1.0	0.7	0.9	1.3	0.8	1.0
	＜計＞	<2.3>	<1.8>	<1.8>	<1.9>	<2.3>	<2.0>	<1.9>
	（前月差）	（▲0.1）	（▲0.5）	（0.0）	（0.1）	（0.4）	（▲0.3）	（▲0.1）
変わらない	0%程度	3.1	2.6	2.8	3.3	3.8	3.2	3.2
	（前月差）	（▲0.3）	（▲0.5）	（0.2）	（0.5）	（0.5）	（▲0.6）	（0.0）
上昇する	2%未満	13.4	11.8	12.4	12.4	14.5	12.8	11.5
	2%以上～ 5%未満	35.6	34.8	34.6	35.3	34.9	33.7	33.8
	5%以上	44.0	46.9	46.8	45.5	42.7	46.6	47.9
	＜計＞	<93.0>	<93.5>	<93.8>	<93.2>	<92.1>	<93.1>	<93.2>
	（前月差）	（0.6）	（0.5）	（0.3）	（▲0.6）	（▲1.1）	（1.0）	（0.1）
分らない		1.7	2.0	1.6	1.5	1.8	1.7	1.6

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)。

消費動向調査（令和6（2024）年9月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：9月15日（日） 調査票回収期間：9月6日（金）～20日（金））

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6（2024）年9月の消費者態度指数は、前月差0.2ポイント上昇し36.9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6（2024）年9月の動向を前月差で見ると、「雇用環境」が0.8ポイント上昇し42.2、「収入の増え方」が0.4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31.0となった。一方、「暮らし向き」は0.3ポイント低下し34.4となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差0.2ポイント上昇し40.2となった。

（3）基調判断

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、改善に足踏みがみられる。（据置き）

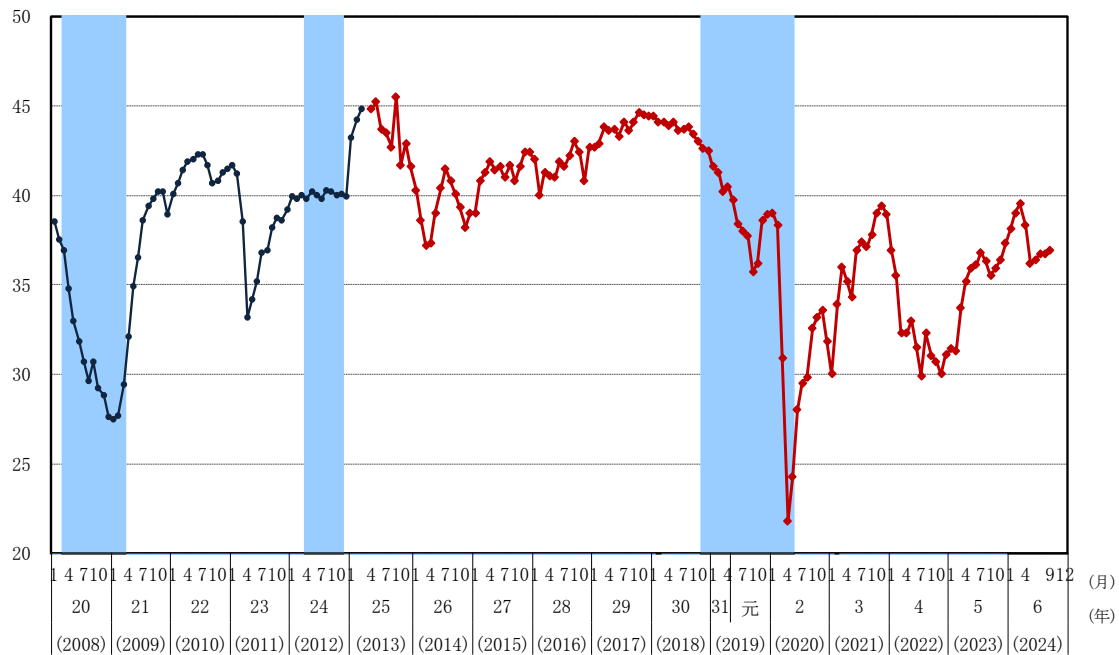
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和6年 (2024年)						
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	39.5	38.3	36.2	36.4	36.7	36.7	36.9
	（前月差）	0.5	▲ 1.2	▲ 2.1	0.2	0.3	0.0	0.2
	暮らし向き	37.5	36.1	33.9	33.8	34.5	34.7	34.4
	（前月差）	0.0	▲ 1.4	▲ 2.2	▲ 0.1	0.7	0.2	▲ 0.3
	収入の増え方	41.5	41.1	39.9	40.6	40.4	39.7	40.1
	（前月差）	0.7	▲ 0.4	▲ 1.2	0.7	▲ 0.2	▲ 0.7	0.4
意識の指標	雇用環境	45.0	44.2	42.0	41.7	42.0	41.4	42.2
	（前月差）	0.7	▲ 0.8	▲ 2.2	▲ 0.3	0.3	▲ 0.6	0.8
	耐久消費財の買い時判断	34.0	31.8	29.0	29.6	30.0	30.9	31.0
意識の指標	（前月差）	0.8	▲ 2.2	▲ 2.8	0.6	0.4	0.9	0.1
	資産価値	46.3	46.9	45.3	43.8	45.3	40.0	40.2
意識の指標	（前月差）	0.8	0.6	▲ 1.6	▲ 1.5	1.5	▲ 5.3	0.2

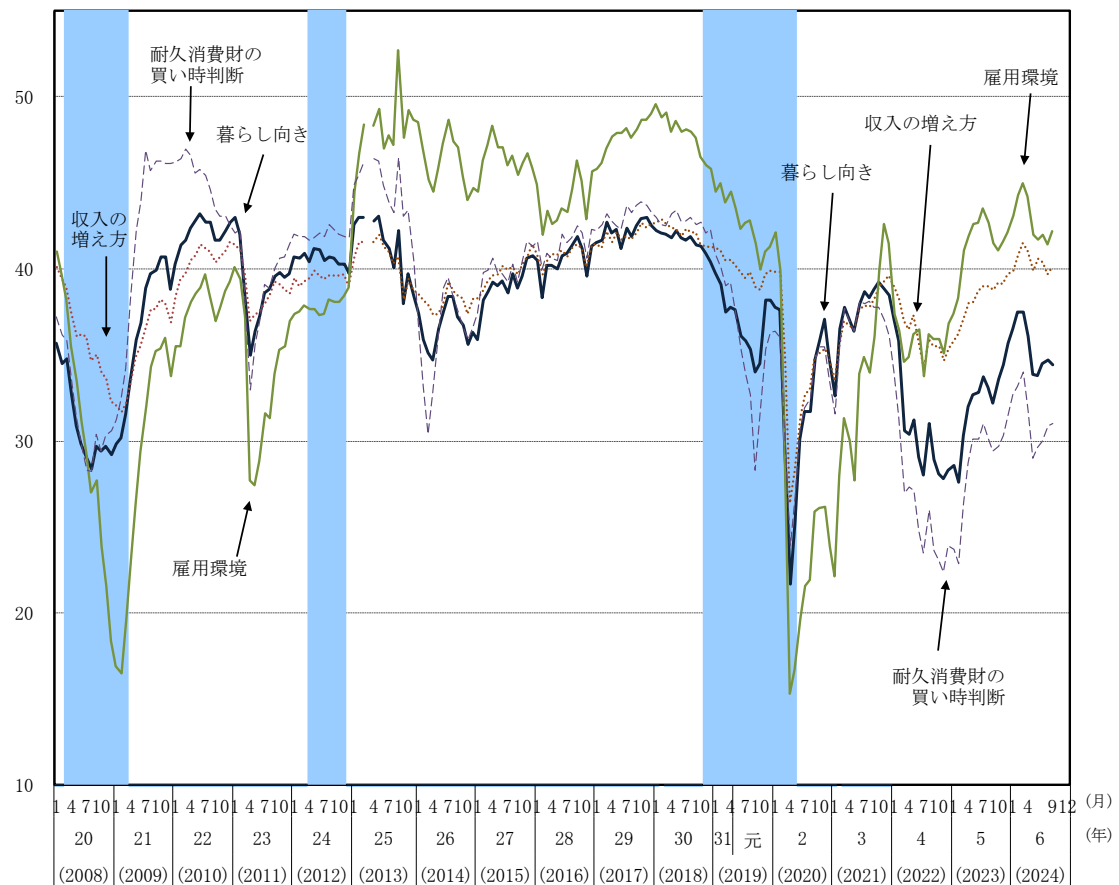
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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 7 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	4.2	44.7	36.3	14.3	35.0
収入の増え方	0.3	6.1	61.6	20.3	11.6	40.8
雇用環境	0.7	10.1	56.1	24.3	8.8	42.4
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.4	30.8	47.8	17.9	30.1
資産価値	1.1	14.1	58.3	18.3	8.2	45.4

令和 6（2024）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	0.4	3.7	44.9	36.7	14.3	34.8
収入の増え方	0.5	4.8	60.7	22.1	11.9	40.0
雇用環境	0.5	8.2	56.0	26.7	8.6	41.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.2	31.8	48.7	16.2	30.6
資産価値	0.7	7.3	53.5	27.0	11.6	39.6

令和 6（2024）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	0.5	3.4	45.4	36.1	14.6	34.8
収入の増え方	0.4	5.0	63.0	19.7	11.9	40.6
雇用環境	0.6	8.5	57.5	24.4	9.0	41.8
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.5	32.3	47.4	16.7	30.8
資産価値	0.6	8.5	55.7	24.7	10.4	41.1

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和 6（2024）年 7 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	▲ 0.2	1.8	▲ 0.4	▲ 1.1	0.5
収入の増え方	▲ 0.5	▲ 1.4	2.7	▲ 0.3	▲ 0.7	▲ 0.2
雇用環境	0.0	▲ 0.7	▲ 0.2	0.3	0.6	▲ 0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	0.4	0.4	▲ 0.6	0.1	0.2
資産価値	0.0	1.3	0.5	▲ 1.9	0.2	0.7

令和 6（2024）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	▲ 0.1	▲ 0.5	0.2	0.4	0.0	▲ 0.2
収入の増え方	0.2	▲ 1.3	▲ 0.9	1.8	0.3	▲ 0.8
雇用環境	▲ 0.2	▲ 1.9	▲ 0.1	2.4	▲ 0.2	▲ 1.1
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 0.2	1.0	0.9	▲ 1.7	0.5
資産価値	▲ 0.4	▲ 6.8	▲ 4.8	8.7	3.4	▲ 5.8

令和 6（2024）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	▲ 0.3	0.5	▲ 0.6	0.3	0.0
収入の増え方	▲ 0.1	0.2	2.3	▲ 2.4	0.0	0.6
雇用環境	0.1	0.3	1.5	▲ 2.3	0.4	0.5
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.3	0.5	▲ 1.3	0.5	0.2
資産価値	▲ 0.1	1.2	2.2	▲ 2.3	▲ 1.2	1.5

（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6（2024）年9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）」（46.6%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「上昇する」が1.0ポイント増加したのに対して、「変わらない」が0.6ポイント減少、「低下する」が0.3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)						
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
低下する	▲5%以上	0.5	0.6	0.4	0.4	0.4	0.5	0.6
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.5	0.6	0.4	0.7	0.6	0.5	0.6
	▲2%未満	1.4	1.1	1.0	0.7	0.9	1.3	0.8
	<計>	<2.4>	<2.3>	<1.8>	<1.8>	<1.9>	<2.3>	<2.0>
	(前月差)	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.5)	(0.0)	(0.1)	(0.4)	(▲0.3)
変わらない	0%程度	3.4	3.1	2.6	2.8	3.3	3.8	3.2
	(前月差)	(▲0.6)	(▲0.3)	(▲0.5)	(0.2)	(0.5)	(0.5)	(▲0.6)
上昇する	2%未満	13.3	13.4	11.8	12.4	12.4	14.5	12.8
	2%以上～ 5%未満	38.3	35.6	34.8	34.6	35.3	34.9	33.7
	5%以上	40.8	44.0	46.9	46.8	45.5	42.7	46.6
	<計>	<92.4>	<93.0>	<93.5>	<93.8>	<93.2>	<92.1>	<93.1>
	(前月差)	(0.9)	(0.6)	(0.5)	(0.3)	(▲0.6)	(▲1.1)	(1.0)
分からない		1.8	1.7	2.0	1.6	1.5	1.8	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）。

消費動向調査（令和6（2024）年8月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：8月15日（木） 調査票回収期間：8月6日（火）～20日（火））

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6（2024）年8月の消費者態度指数は、前月と変わらず36.7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6（2024）年8月の動向を前月差で見ると、「耐久消費財の買い時判断」が0.9ポイント上昇し30.9、「暮らし向き」が0.2ポイント上昇し34.7となった。一方、「収入の増え方」が0.7ポイント低下し39.7、「雇用環境」は0.6ポイント低下し41.4となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差5.3ポイント低下し40.0となった。

（3）基調判断

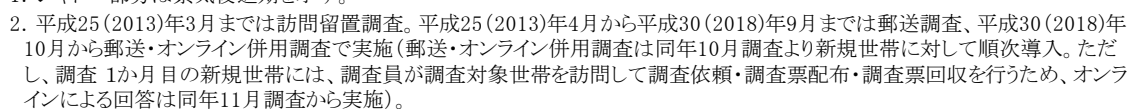
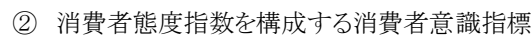
消費者態度指数の動きから見た8月の消費者マインドの基調判断は、改善に足踏みがみられる。（据置き）

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)						
		2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	39.0	39.5	38.3	36.2	36.4	36.7	36.7
	（前月差）	0.9	0.5	▲ 1.2	▲ 2.1	0.2	0.3	0.0
	暮らし向き	37.5	37.5	36.1	33.9	33.8	34.5	34.7
	（前月差）	1.0	0.0	▲ 1.4	▲ 2.2	▲ 0.1	0.7	0.2
	収入の増え方	40.8	41.5	41.1	39.9	40.6	40.4	39.7
	（前月差）	0.9	0.7	▲ 0.4	▲ 1.2	0.7	▲ 0.2	▲ 0.7
意識の指標	雇用環境	44.3	45.0	44.2	42.0	41.7	42.0	41.4
	（前月差）	1.2	0.7	▲ 0.8	▲ 2.2	▲ 0.3	0.3	▲ 0.6
	耐久消費財の買い時判断	33.2	34.0	31.8	29.0	29.6	30.0	30.9
意識の指標	（前月差）	0.5	0.8	▲ 2.2	▲ 2.8	0.6	0.4	0.9
	資産価値	45.5	46.3	46.9	45.3	43.8	45.3	40.0
意識の指標	（前月差）	1.2	0.8	0.6	▲ 1.6	▲ 1.5	1.5	▲ 5.3

（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 消費者態度指數



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6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	4.4	42.9	36.7	15.4	34.5
収入の増え方	0.8	7.5	58.9	20.6	12.3	41.0
雇用環境	0.7	10.8	56.3	24.0	8.2	42.9
耐久消費財の買い時判断	0.3	3.0	30.4	48.4	17.8	29.9
資産価値	1.1	12.8	57.8	20.2	8.0	44.7

令和6（2024）年7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	4.2	44.7	36.3	14.3	35.0
収入の増え方	0.3	6.1	61.6	20.3	11.6	40.8
雇用環境	0.7	10.1	56.1	24.3	8.8	42.4
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.4	30.8	47.8	17.9	30.1
資産価値	1.1	14.1	58.3	18.3	8.2	45.4

令和6（2024）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	0.4	3.7	44.9	36.7	14.3	34.8
収入の増え方	0.5	4.8	60.7	22.1	11.9	40.0
雇用環境	0.5	8.2	56.0	26.7	8.6	41.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.2	31.8	48.7	16.2	30.6
資産価値	0.7	7.3	53.5	27.0	11.6	39.6

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和6（2024）年6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	▲ 0.4	▲ 0.3	0.3	0.0
収入の増え方	0.2	0.9	0.2	▲ 0.7	▲ 0.5	0.8
雇用環境	0.0	0.5	▲ 0.7	0.9	▲ 0.7	0.2
耐久消費財の買い時判断	0.1	0.5	0.2	0.2	▲ 1.0	0.6
資産価値	0.2	0.3	▲ 1.0	0.9	▲ 0.5	0.2

令和6（2024）年7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	▲ 0.2	1.8	▲ 0.4	▲ 1.1	0.5
収入の増え方	▲ 0.5	▲ 1.4	2.7	▲ 0.3	▲ 0.7	▲ 0.2
雇用環境	0.0	▲ 0.7	▲ 0.2	0.3	0.6	▲ 0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	0.4	0.4	▲ 0.6	0.1	0.2
資産価値	0.0	1.3	0.5	▲ 1.9	0.2	0.7

令和6（2024）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	▲ 0.1	▲ 0.5	0.2	0.4	0.0	▲ 0.2
収入の増え方	0.2	▲ 1.3	▲ 0.9	1.8	0.3	▲ 0.8
雇用環境	▲ 0.2	▲ 1.9	▲ 0.1	2.4	▲ 0.2	▲ 1.1
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 0.2	1.0	0.9	▲ 1.7	0.5
資産価値	▲ 0.4	▲ 6.8	▲ 4.8	8.7	3.4	▲ 5.8

（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6（2024）年8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）」（42.7%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「変わらない」が0.5ポイント増加、「低下する」が0.4ポイント増加したのに対して、「上昇する」が1.1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）

(单位: %)

		令和6年 (2024年)						
		2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
低下する	▲5%以上	0.5	0.5	0.6	0.4	0.4	0.4	0.5
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.7	0.5	0.6	0.4	0.7	0.6	0.5
	▲2%未満	1.4	1.4	1.1	1.0	0.7	0.9	1.3
	〈計〉	〈2.6〉	〈2.4〉	〈2.3〉	〈1.8〉	〈1.8〉	〈1.9〉	〈2.3〉
	(前月差)	(▲0.1)	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.5)	(0.0)	(0.1)	(0.4)
変わらない	0%程度	4.0	3.4	3.1	2.6	2.8	3.3	3.8
	(前月差)	(0.0)	(▲0.6)	(▲0.3)	(▲0.5)	(0.2)	(0.5)	(0.5)
上昇する	2%未満	16.3	13.3	13.4	11.8	12.4	12.4	14.5
	2%以上～ 5%未満	37.5	38.3	35.6	34.8	34.6	35.3	34.9
	5%以上	37.7	40.8	44.0	46.9	46.8	45.5	42.7
	〈計〉	〈91.5〉	〈92.4〉	〈93.0〉	〈93.5〉	〈93.8〉	〈93.2〉	〈92.1〉
	(前月差)	(0.4)	(0.9)	(0.6)	(0.5)	(0.3)	(▲0.6)	(▲1.1)
分らない		1.9	1.8	1.7	2.0	1.6	1.5	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)。

消費動向調査（令和6（2024）年7月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：7月15日（月） 調査票回収期間：7月6日（土）～22日（月））

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6（2024）年7月の消費者態度指数は、前月差0.3ポイント上昇し36.7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6（2024）年7月の動向を前月差で見ると、「暮らし向き」が0.7ポイント上昇し34.5、「耐久消費財の買い時判断」が0.4ポイント上昇し30.0、「雇用環境」が0.3ポイント上昇し42.0となった。一方、「収入の増え方」は0.2ポイント低下し40.4となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差1.5ポイント上昇し45.3となった。

（3）基調判断

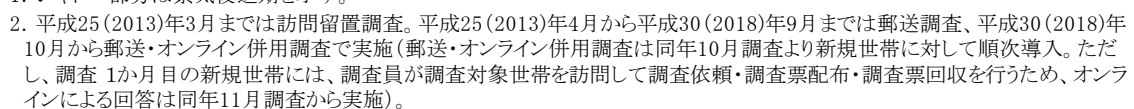
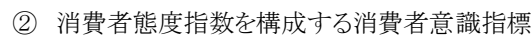
消費者態度指数の動きから見た7月の消費者マインドの基調判断は、改善に足踏みがみられる。（据置き）

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)						
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	38.1	39.0	39.5	38.3	36.2	36.4	36.7
	（前月差）	0.8	0.9	0.5	▲ 1.2	▲ 2.1	0.2	0.3
	暮らし向き	36.5	37.5	37.5	36.1	33.9	33.8	34.5
	（前月差）	0.8	1.0	0.0	▲ 1.4	▲ 2.2	▲ 0.1	0.7
	収入の増え方	39.9	40.8	41.5	41.1	39.9	40.6	40.4
	（前月差）	0.2	0.9	0.7	▲ 0.4	▲ 1.2	0.7	▲ 0.2
意識の指標	雇用環境	43.1	44.3	45.0	44.2	42.0	41.7	42.0
	（前月差）	1.0	1.2	0.7	▲ 0.8	▲ 2.2	▲ 0.3	0.3
	耐久消費財の買い時判断	32.7	33.2	34.0	31.8	29.0	29.6	30.0
意識の指標	（前月差）	1.2	0.5	0.8	▲ 2.2	▲ 2.8	0.6	0.4
	資産価値	44.3	45.5	46.3	46.9	45.3	43.8	45.3
意識の指標	（前月差）	1.9	1.2	0.8	0.6	▲ 1.6	▲ 1.5	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 消費者態度指數



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 5 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	4.0	43.3	37.0	15.1	34.5
収入の増え方	0.6	6.6	58.7	21.3	12.8	40.2
雇用環境	0.7	10.3	57.0	23.1	8.9	42.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.5	30.2	48.2	18.8	29.3
資産価値	0.9	12.5	58.8	19.3	8.5	44.5

令和 6（2024）年 6 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	4.4	42.9	36.7	15.4	34.5
収入の増え方	0.8	7.5	58.9	20.6	12.3	41.0
雇用環境	0.7	10.8	56.3	24.0	8.2	42.9
耐久消費財の買い時判断	0.3	3.0	30.4	48.4	17.8	29.9
資産価値	1.1	12.8	57.8	20.2	8.0	44.7

令和 6（2024）年 7 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	4.2	44.7	36.3	14.3	35.0
収入の増え方	0.3	6.1	61.6	20.3	11.6	40.8
雇用環境	0.7	10.1	56.1	24.3	8.8	42.4
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.4	30.8	47.8	17.9	30.1
資産価値	1.1	14.1	58.3	18.3	8.2	45.4

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和 6（2024）年 5 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	▲ 0.2	▲ 1.2	▲ 2.1	1.8	1.5	▲ 1.5
収入の増え方	0.0	▲ 1.5	0.5	0.2	0.9	▲ 0.9
雇用環境	0.1	▲ 2.8	▲ 0.1	1.8	0.9	▲ 1.6
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 1.0	▲ 4.9	2.7	3.1	▲ 2.5
資産価値	▲ 0.1	▲ 2.7	0.1	1.8	0.9	▲ 1.6

令和 6（2024）年 6 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	▲ 0.4	▲ 0.3	0.3	0.0
収入の増え方	0.2	0.9	0.2	▲ 0.7	▲ 0.5	0.8
雇用環境	0.0	0.5	▲ 0.7	0.9	▲ 0.7	0.2
耐久消費財の買い時判断	0.1	0.5	0.2	0.2	▲ 1.0	0.6
資産価値	0.2	0.3	▲ 1.0	0.9	▲ 0.5	0.2

令和 6（2024）年 7 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	▲ 0.2	1.8	▲ 0.4	▲ 1.1	0.5
収入の増え方	▲ 0.5	▲ 1.4	2.7	▲ 0.3	▲ 0.7	▲ 0.2
雇用環境	0.0	▲ 0.7	▲ 0.2	0.3	0.6	▲ 0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	0.4	0.4	▲ 0.6	0.1	0.2
資産価値	0.0	1.3	0.5	▲ 1.9	0.2	0.7

（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6（2024）年7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）」（45.5%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「変わらない」が0.5ポイント増加、「低下する」が0.1ポイント増加したのに対して、「上昇する」が0.6ポイント減少した。

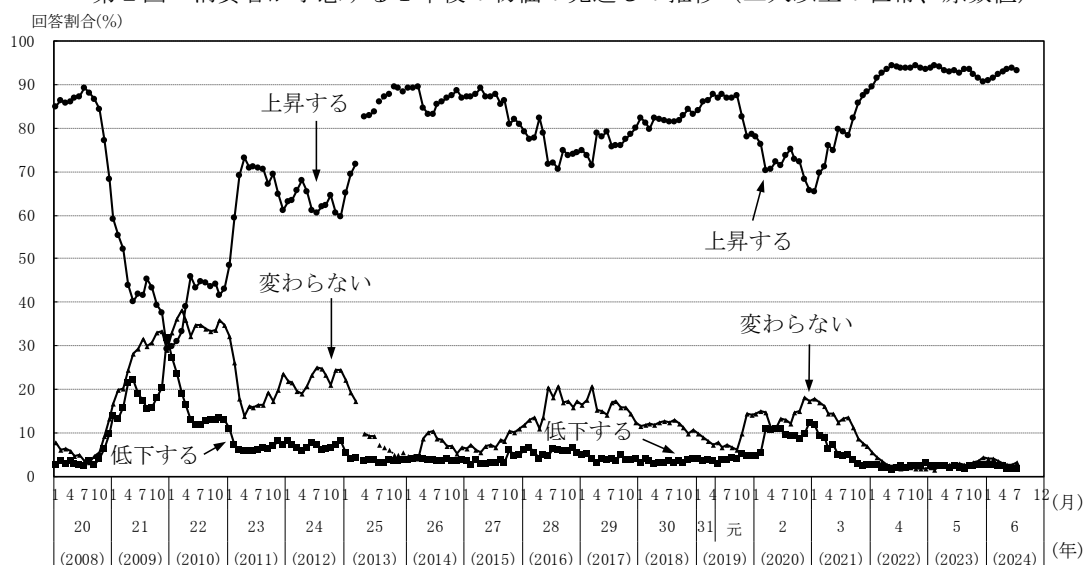
消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合は9割を超えている。（据置き）

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）

(单位: %)

		令和6年 (2024年)						
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
低下する	▲5%以上	0.5	0.5	0.5	0.6	0.4	0.4	0.4
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.5	0.7	0.5	0.6	0.4	0.7	0.6
	▲2%未満	1.7	1.4	1.4	1.1	1.0	0.7	0.9
	＜計＞	<2.7>	<2.6>	<2.4>	<2.3>	<1.8>	<1.8>	<1.9>
	（前月差）	(0.1)	(▲0.1)	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.5)	(0.0)	(0.1)
変わらない	0%程度	4.0	4.0	3.4	3.1	2.6	2.8	3.3
	（前月差）	(▲0.3)	(0.0)	(▲0.6)	(▲0.3)	(▲0.5)	(0.2)	(0.5)
上昇する	2%未満	16.6	16.3	13.3	13.4	11.8	12.4	12.4
	2%以上～ 5%未満	36.1	37.5	38.3	35.6	34.8	34.6	35.3
	5%以上	38.4	37.7	40.8	44.0	46.9	46.8	45.5
	＜計＞	<91.1>	<91.5>	<92.4>	<93.0>	<93.5>	<93.8>	<93.2>
	（前月差）	(0.3)	(0.4)	(0.9)	(0.6)	(0.5)	(0.3)	(▲0.6)
分らない		2.1	1.9	1.8	1.7	2.0	1.6	1.5

第2図 消費者が予想する1年後の物価の見通しの推移（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)。

消費動向調査（令和6（2024）年6月実施分）
調査結果の要点

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

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6（2024）年6月の消費者態度指数は、前月差0.2ポイント上昇し36.4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6（2024）年6月の動向を前月差で見ると、「収入の増え方」が0.7ポイント上昇し40.6、「耐久消費財の買い時判断」が0.6ポイント上昇し29.6となった。一方、「雇用環境」が0.3ポイント低下し41.7、「暮らし向き」が0.1ポイント低下し33.8となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差1.5ポイント低下し43.8となった。

（3）基調判断

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、改善に足踏みがみられる。（据置き）

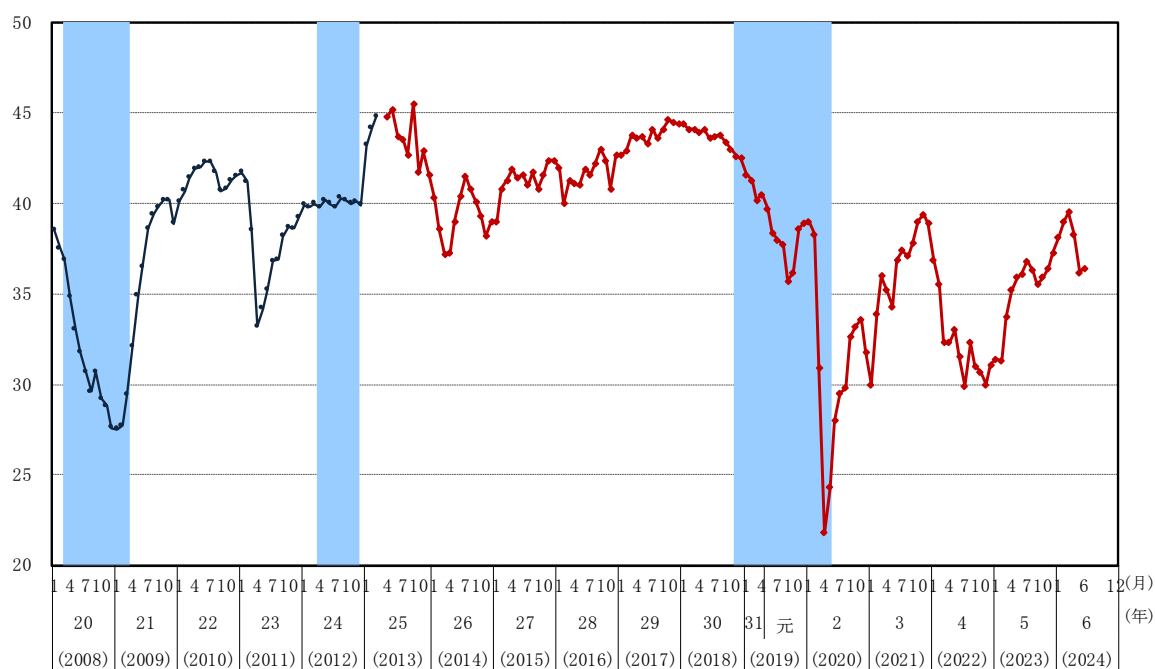
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和5年 (2023年)	令和6年 (2024年)					
		12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	37.3	38.1	39.0	39.5	38.3	36.2	36.4
	（前月差）	0.9	0.8	0.9	0.5	▲ 1.2	▲ 2.1	0.2
	暮らし向き	35.7	36.5	37.5	37.5	36.1	33.9	33.8
	（前月差）	1.3	0.8	1.0	0.0	▲ 1.4	▲ 2.2	▲ 0.1
	収入の増え方	39.7	39.9	40.8	41.5	41.1	39.9	40.6
	（前月差）	0.6	0.2	0.9	0.7	▲ 0.4	▲ 1.2	0.7
意識の指標	雇用環境	42.1	43.1	44.3	45.0	44.2	42.0	41.7
	（前月差）	0.5	1.0	1.2	0.7	▲ 0.8	▲ 2.2	▲ 0.3
	耐久消費財の買い時判断	31.5	32.7	33.2	34.0	31.8	29.0	29.6
意識の指標	（前月差）	1.2	1.2	0.5	0.8	▲ 2.2	▲ 2.8	0.6
	資産価値	42.4	44.3	45.5	46.3	46.9	45.3	43.8
意識の指標	（前月差）	0.7	1.9	1.2	0.8	0.6	▲ 1.6	▲ 1.5

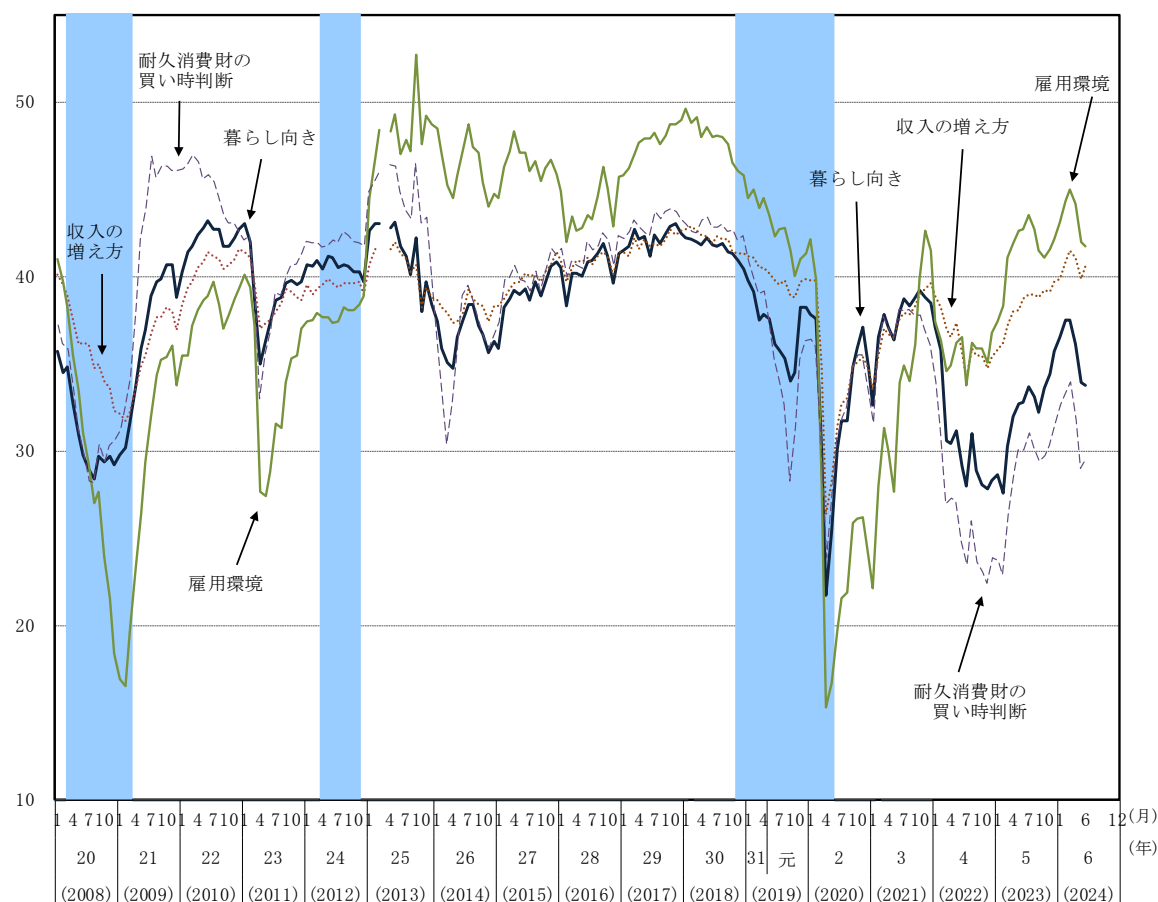
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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4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	0.7	5.2	45.4	35.2	13.6	36.0
収入の増え方	0.6	8.1	58.2	21.1	11.9	41.1
雇用環境	0.6	13.1	57.1	21.3	8.0	44.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.5	35.1	45.5	15.7	31.8
資産価値	1.0	15.2	58.7	17.5	7.6	46.1

令和6（2024）年5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	4.0	43.3	37.0	15.1	34.5
収入の増え方	0.6	6.6	58.7	21.3	12.8	40.2
雇用環境	0.7	10.3	57.0	23.1	8.9	42.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.5	30.2	48.2	18.8	29.3
資産価値	0.9	12.5	58.8	19.3	8.5	44.5

令和6（2024）年6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	4.4	42.9	36.7	15.4	34.5
収入の増え方	0.8	7.5	58.9	20.6	12.3	41.0
雇用環境	0.7	10.8	56.3	24.0	8.2	42.9
耐久消費財の買い時判断	0.3	3.0	30.4	48.4	17.8	29.9
資産価値	1.1	12.8	57.8	20.2	8.0	44.7

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和6（2024）年4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	▲ 0.2	▲ 0.4	▲ 3.9	3.5	1.1	▲ 1.7
収入の増え方	▲ 0.1	▲ 0.7	▲ 0.5	1.0	0.3	▲ 0.6
雇用環境	▲ 0.2	▲ 1.6	0.4	1.4	0.1	▲ 0.8
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	▲ 2.2	▲ 3.7	4.0	2.1	▲ 2.6
資産価値	▲ 0.4	▲ 0.4	0.1	0.4	0.3	▲ 0.5

令和6（2024）年5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	▲ 0.2	▲ 1.2	▲ 2.1	1.8	1.5	▲ 1.5
収入の増え方	0.0	▲ 1.5	0.5	0.2	0.9	▲ 0.9
雇用環境	0.1	▲ 2.8	▲ 0.1	1.8	0.9	▲ 1.6
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 1.0	▲ 4.9	2.7	3.1	▲ 2.5
資産価値	▲ 0.1	▲ 2.7	0.1	1.8	0.9	▲ 1.6

令和6（2024）年6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	▲ 0.4	▲ 0.3	0.3	0.0
収入の増え方	0.2	0.9	0.2	▲ 0.7	▲ 0.5	0.8
雇用環境	0.0	0.5	▲ 0.7	0.9	▲ 0.7	0.2
耐久消費財の買い時判断	0.1	0.5	0.2	0.2	▲ 1.0	0.6
資産価値	0.2	0.3	▲ 1.0	0.9	▲ 0.5	0.2

（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6（2024）年6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）」（46.8%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「上昇する」が0.3ポイント増加、「変わらない」が0.2ポイント増加し、「低下する」は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5年 (2023年)	令和6年 (2024年)					
		12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
低下する	▲5%以上	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.4	0.4
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.8	0.5	0.7	0.5	0.6	0.4	0.7
	▲2%未満	1.3	1.7	1.4	1.4	1.1	1.0	0.7
	<計>	<2.6>	<2.7>	<2.6>	<2.4>	<2.3>	<1.8>	<1.8>
	(前月差)	(▲0.2)	(0.1)	(▲0.1)	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.5)	(0.0)
変わらない	0%程度	4.3	4.0	4.0	3.4	3.1	2.6	2.8
	(前月差)	(0.9)	(▲0.3)	(0.0)	(▲0.6)	(▲0.3)	(▲0.5)	(0.2)
上昇する	2%未満	14.3	16.6	16.3	13.3	13.4	11.8	12.4
	2%以上～ 5%未満	35.1	36.1	37.5	38.3	35.6	34.8	34.6
	5%以上	41.4	38.4	37.7	40.8	44.0	46.9	46.8
	<計>	<90.8>	<91.1>	<91.5>	<92.4>	<93.0>	<93.5>	<93.8>
	(前月差)	(▲0.8)	(0.3)	(0.4)	(0.9)	(0.6)	(0.5)	(0.3)
分からない		2.2	2.1	1.9	1.8	1.7	2.0	1.6

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）。

消費動向調査（令和6（2024）年5月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：5月15日（水） 調査票回収期間：5月3日（金）～20日（月））

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6（2024）年5月の消費者態度指数は、前月差2.1ポイント低下し36.2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6（2024）年5月の動向を前月差で見ると、「耐久消費財の買い時判断」が2.8ポイント低下し29.0、「暮らし向き」及び「雇用環境」が共に2.2ポイント低下し、それぞれ33.9、42.0、「収入の増え方」が1.2ポイント低下し39.9となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差1.6ポイント低下し45.3となった。

（3）基調判断

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、改善に足踏みがみられる。

（下方修正。前月の表現：改善している。）

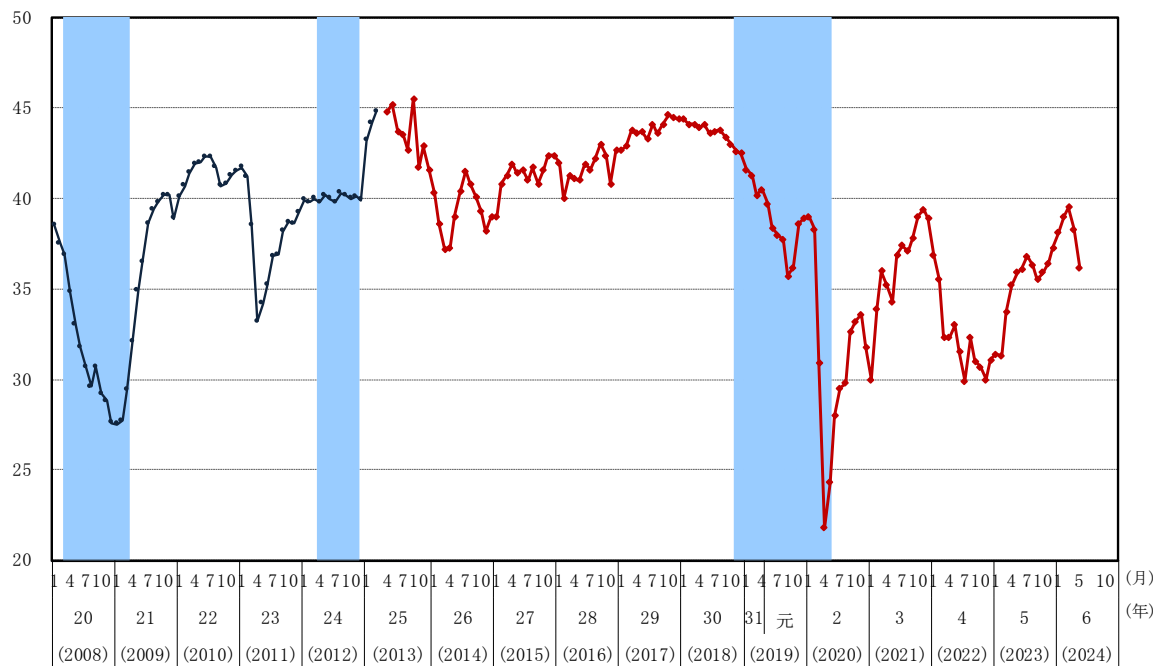
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和5年 (2023年)		令和6年 (2024年)				
		11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	36.4	37.3	38.1	39.0	39.5	38.3	36.2
	（前月差）	0.5	0.9	0.8	0.9	0.5	▲ 1.2	▲ 2.1
	暮らし向き	34.4	35.7	36.5	37.5	37.5	36.1	33.9
	（前月差）	0.8	1.3	0.8	1.0	0.0	▲ 1.4	▲ 2.2
	収入の増え方	39.1	39.7	39.9	40.8	41.5	41.1	39.9
	（前月差）	▲ 0.1	0.6	0.2	0.9	0.7	▲ 0.4	▲ 1.2
意識の指標	雇用環境	41.6	42.1	43.1	44.3	45.0	44.2	42.0
	（前月差）	0.5	0.5	1.0	1.2	0.7	▲ 0.8	▲ 2.2
	耐久消費財の買い時判断	30.3	31.5	32.7	33.2	34.0	31.8	29.0
意識の指標	（前月差）	0.6	1.2	1.2	0.5	0.8	▲ 2.2	▲ 2.8
	資産価値	41.7	42.4	44.3	45.5	46.3	46.9	45.3
意識の指標	（前月差）	▲ 0.7	0.7	1.9	1.2	0.8	0.6	▲ 1.6

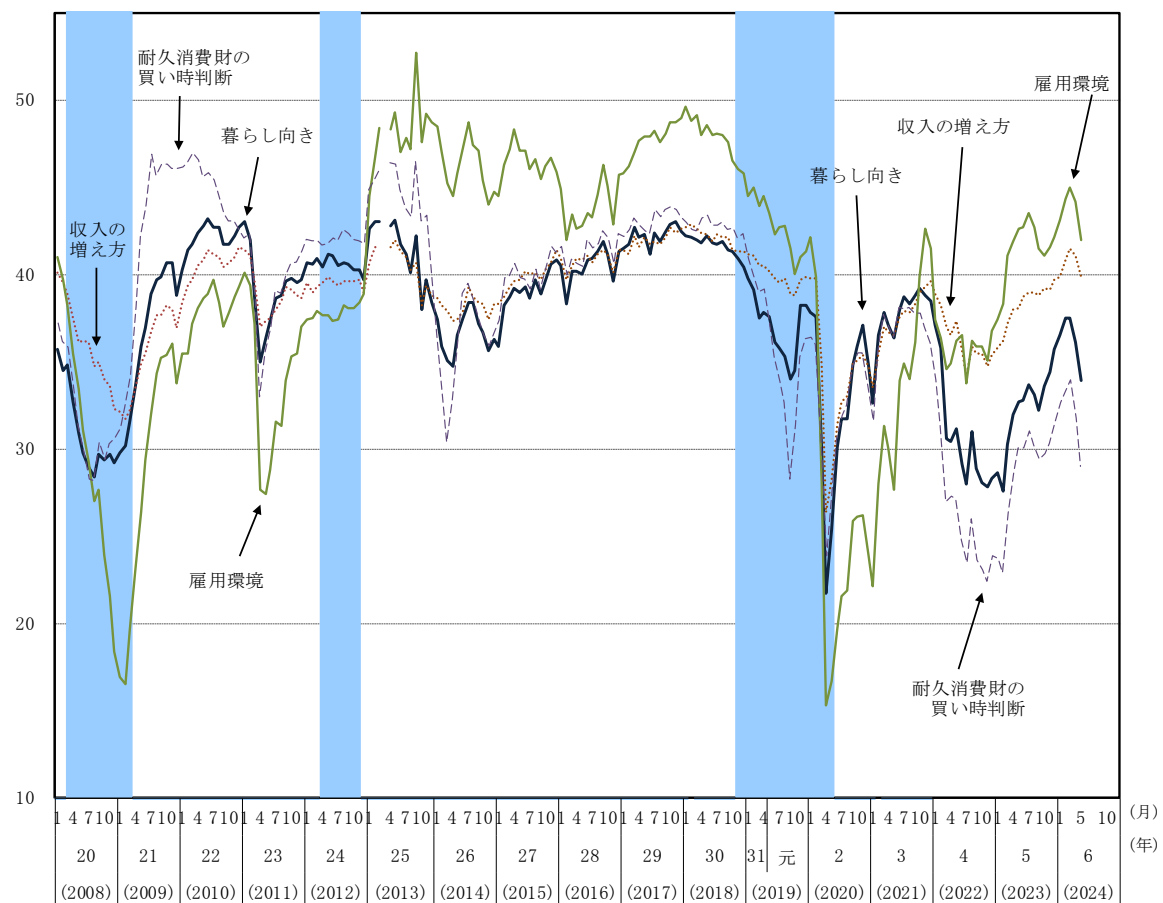
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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 3 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	0.9	5.6	49.3	31.7	12.5	37.7
収入の増え方	0.7	8.8	58.7	20.1	11.6	41.7
雇用環境	0.8	14.7	56.7	19.9	7.9	45.1
耐久消費財の買い時判断	0.3	5.7	38.8	41.5	13.6	34.4
資産価値	1.4	15.6	58.6	17.1	7.3	46.6

令和 6（2024）年 4 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	0.7	5.2	45.4	35.2	13.6	36.0
収入の増え方	0.6	8.1	58.2	21.1	11.9	41.1
雇用環境	0.6	13.1	57.1	21.3	8.0	44.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.5	35.1	45.5	15.7	31.8
資産価値	1.0	15.2	58.7	17.5	7.6	46.1

令和 6（2024）年 5 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	4.0	43.3	37.0	15.1	34.5
収入の増え方	0.6	6.6	58.7	21.3	12.8	40.2
雇用環境	0.7	10.3	57.0	23.1	8.9	42.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	2.5	30.2	48.2	18.8	29.3
資産価値	0.9	12.5	58.8	19.3	8.5	44.5

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和 6（2024）年 3 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	0.5	0.8	▲ 0.4	▲ 0.9	0.7
収入の増え方	0.1	1.4	1.1	▲ 1.1	▲ 1.6	1.4
雇用環境	0.0	2.5	0.6	▲ 2.7	▲ 0.4	1.4
耐久消費財の買い時判断	0.1	1.1	1.4	▲ 2.5	▲ 0.3	1.1
資産価値	0.0	1.4	1.0	▲ 1.7	▲ 0.7	1.0

令和 6（2024）年 4 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	▲ 0.2	▲ 0.4	▲ 3.9	3.5	1.1	▲ 1.7
収入の増え方	▲ 0.1	▲ 0.7	▲ 0.5	1.0	0.3	▲ 0.6
雇用環境	▲ 0.2	▲ 1.6	0.4	1.4	0.1	▲ 0.8
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	▲ 2.2	▲ 3.7	4.0	2.1	▲ 2.6
資産価値	▲ 0.4	▲ 0.4	0.1	0.4	0.3	▲ 0.5

令和 6（2024）年 5 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	▲ 0.2	▲ 1.2	▲ 2.1	1.8	1.5	▲ 1.5
収入の増え方	0.0	▲ 1.5	0.5	0.2	0.9	▲ 0.9
雇用環境	0.1	▲ 2.8	▲ 0.1	1.8	0.9	▲ 1.6
耐久消費財の買い時判断	0.0	▲ 1.0	▲ 4.9	2.7	3.1	▲ 2.5
資産価値	▲ 0.1	▲ 2.7	0.1	1.8	0.9	▲ 1.6

（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6（2024）年5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）」（46.9%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「上昇する」が0.5ポイント増加したのに対して、「低下する」及び「変わらない」は共に0.5ポイント減少した。

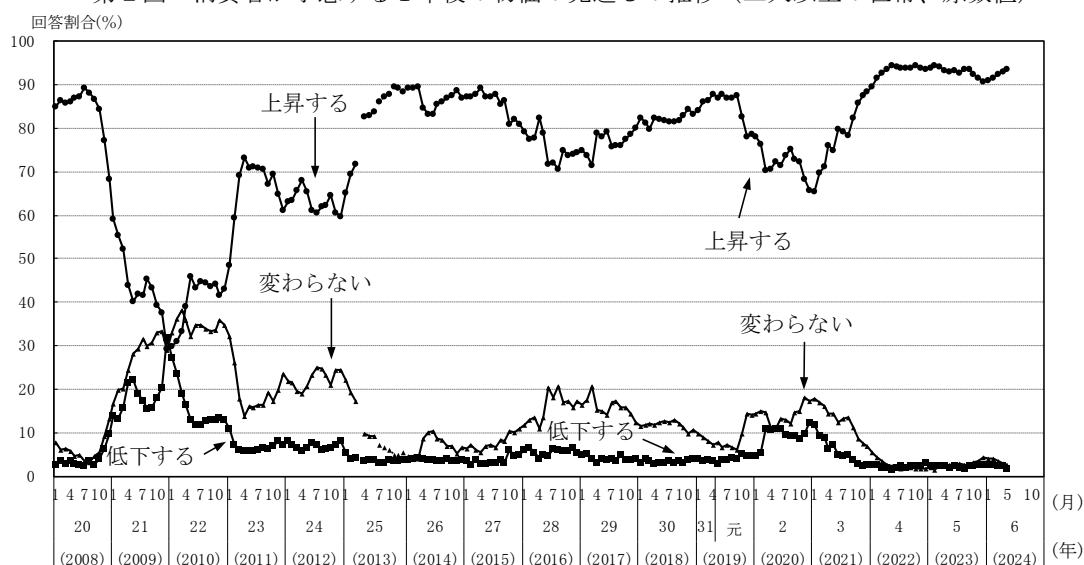
消費者の物価予想については、「**上昇する**」と見込む割合は**9割を超えている**。（据置き）

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5年 (2023年)		令和6年 (2024年)				
		11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
低下する	▲5%以上	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.4
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.7	0.8	0.5	0.7	0.5	0.6	0.4
	▲2%未満	1.6	1.3	1.7	1.4	1.4	1.1	1.0
	<計>	<2.8>	<2.6>	<2.7>	<2.6>	<2.4>	<2.3>	<1.8>
	(前月差)	(0.4)	(▲0.2)	(0.1)	(▲0.1)	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.5)
変わらない	0%程度	3.4	4.3	4.0	4.0	3.4	3.1	2.6
	(前月差)	(0.2)	(0.9)	(▲0.3)	(0.0)	(▲0.6)	(▲0.3)	(▲0.5)
上昇する	2%未満	14.0	14.3	16.6	16.3	13.3	13.4	11.8
	2%以上～ 5%未満	33.0	35.1	36.1	37.5	38.3	35.6	34.8
	5%以上	44.6	41.4	38.4	37.7	40.8	44.0	46.9
	<計>	<91.6>	<90.8>	<91.1>	<91.5>	<92.4>	<93.0>	<93.5>
	(前月差)	(▲0.9)	(▲0.8)	(0.3)	(0.4)	(0.9)	(0.6)	(0.5)
分からない		2.1	2.2	2.1	1.9	1.8	1.7	2.0

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）。

消費動向調査（令和6（2024）年4月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：4月15日（月） 調査票回収期間：4月6日（土）～22日（月））

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6（2024）年4月の消費者態度指数は、前月差1.2ポイント低下し38.3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6（2024）年4月の動向を前月差で見ると、「耐久消費財の買い時判断」が2.2ポイント低下し31.8、「暮らし向き」が1.4ポイント低下し36.1、「雇用環境」が0.8ポイント低下し44.2、「収入の増え方」が0.4ポイント低下し41.1となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差0.6ポイント上昇し46.9となった。

（3）基調判断

消費者態度指数の動きから見た4月の消費者マインドの基調判断は、改善している。（据置き）

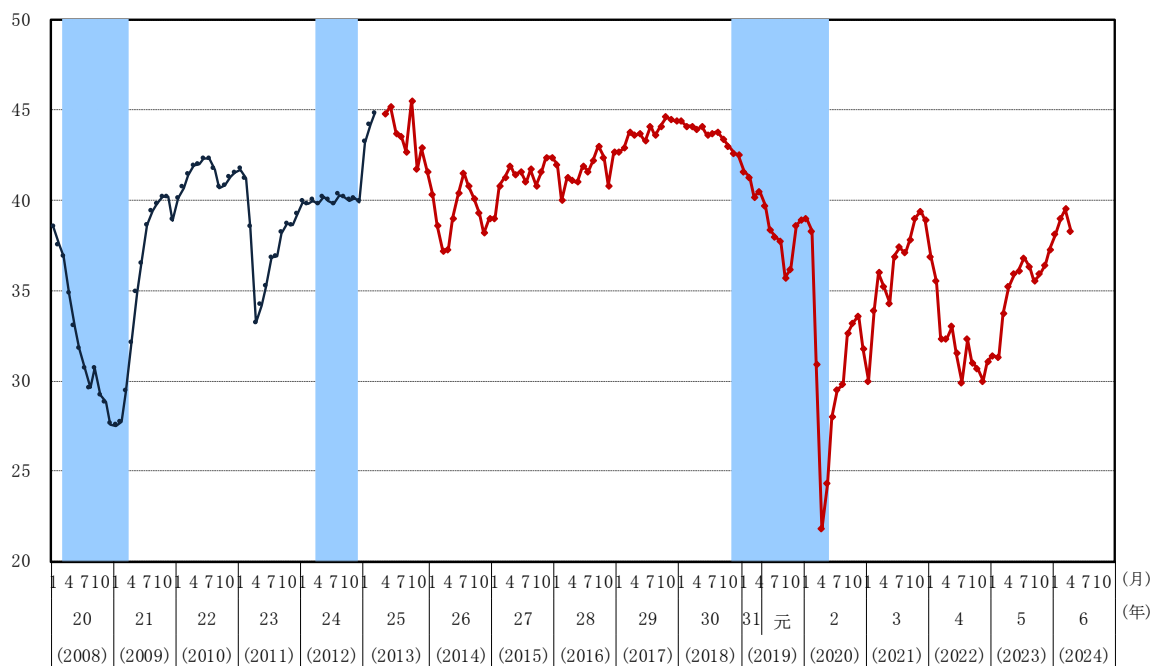
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和5年 (2023年)			令和6年 (2024年)			
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	35.9	36.4	37.3	38.1	39.0	39.5	38.3
	（前月差）	0.4	0.5	0.9	0.8	0.9	0.5	▲ 1.2
	暮らし向き	33.6	34.4	35.7	36.5	37.5	37.5	36.1
	（前月差）	1.4	0.8	1.3	0.8	1.0	0.0	▲ 1.4
	収入の増え方	39.2	39.1	39.7	39.9	40.8	41.5	41.1
	（前月差）	0.4	▲ 0.1	0.6	0.2	0.9	0.7	▲ 0.4
意識の指標	雇用環境	41.1	41.6	42.1	43.1	44.3	45.0	44.2
	（前月差）	▲ 0.4	0.5	0.5	1.0	1.2	0.7	▲ 0.8
	耐久消費財の買い時判断	29.7	30.3	31.5	32.7	33.2	34.0	31.8
	（前月差）	0.3	0.6	1.2	1.2	0.5	0.8	▲ 2.2
意識の指標	資産価値	42.4	41.7	42.4	44.3	45.5	46.3	46.9
	（前月差）	0.6	▲ 0.7	0.7	1.9	1.2	0.8	0.6

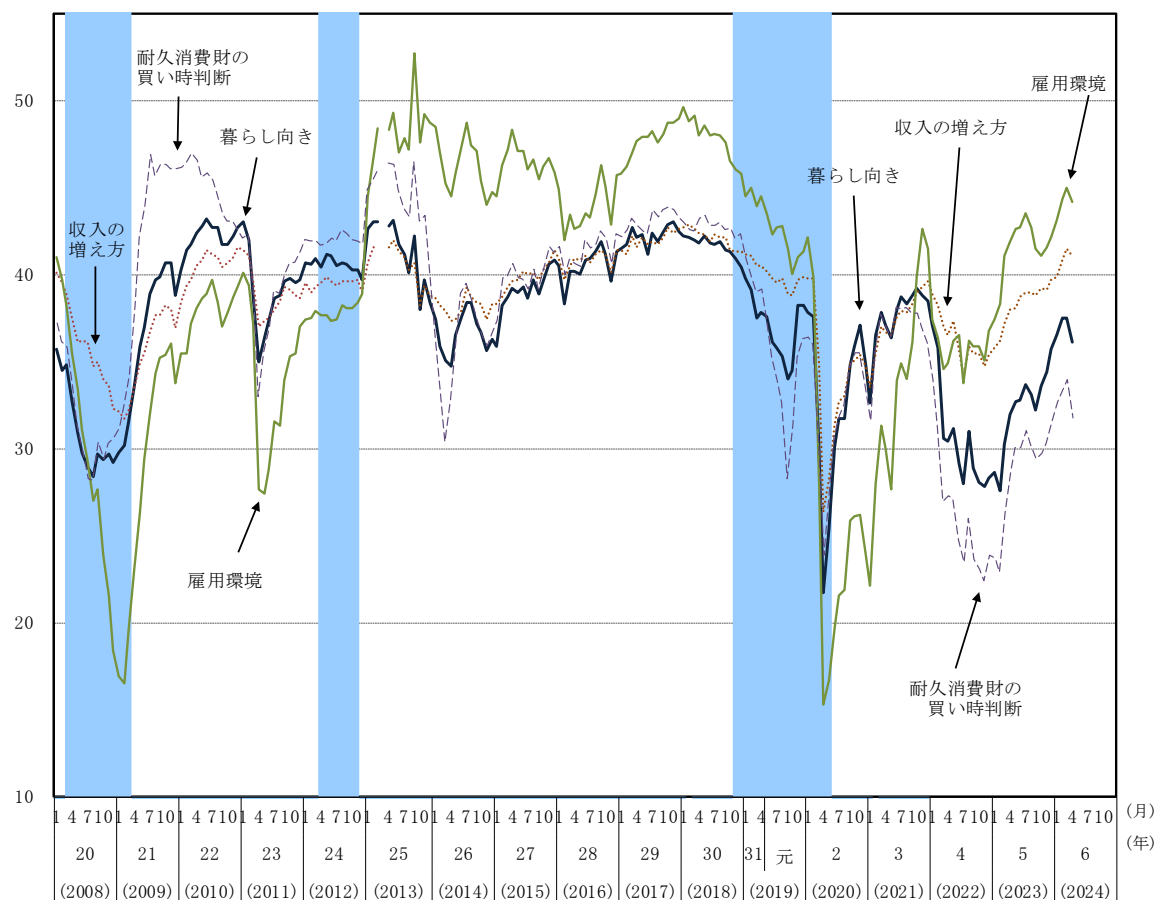
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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	0.9	5.1	48.5	32.1	13.4	37.0
収入の増え方	0.6	7.4	57.6	21.2	13.2	40.3
雇用環境	0.8	12.2	56.1	22.6	8.3	43.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	4.6	37.4	44.0	13.9	33.3
資産価値	1.4	14.2	57.6	18.8	8.0	45.6

令和６（２０２４）年３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	0.9	5.6	49.3	31.7	12.5	37.7
収入の増え方	0.7	8.8	58.7	20.1	11.6	41.7
雇用環境	0.8	14.7	56.7	19.9	7.9	45.1
耐久消費財の買い時判断	0.3	5.7	38.8	41.5	13.6	34.4
資産価値	1.4	15.6	58.6	17.1	7.3	46.6

令和６（２０２４）年４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	0.7	5.2	45.4	35.2	13.6	36.0
収入の増え方	0.6	8.1	58.2	21.1	11.9	41.1
雇用環境	0.6	13.1	57.1	21.3	8.0	44.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	3.5	35.1	45.5	15.7	31.8
資産価値	1.0	15.2	58.7	17.5	7.6	46.1

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和６（２０２４）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	0.2	0.4	1.3	▲ 1.1	▲ 0.7	0.8
収入の増え方	0.1	1.3	0.5	▲ 1.7	▲ 0.2	0.9
雇用環境	0.2	1.1	1.3	▲ 1.5	▲ 1.1	1.4
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.0	1.0	▲ 0.1	▲ 0.9	0.5
資産価値	0.4	2.0	0.0	▲ 1.3	▲ 1.1	1.6

令和６（２０２４）年３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	0.5	0.8	▲ 0.4	▲ 0.9	0.7
収入の増え方	0.1	1.4	1.1	▲ 1.1	▲ 1.6	1.4
雇用環境	0.0	2.5	0.6	▲ 2.7	▲ 0.4	1.4
耐久消費財の買い時判断	0.1	1.1	1.4	▲ 2.5	▲ 0.3	1.1
資産価値	0.0	1.4	1.0	▲ 1.7	▲ 0.7	1.0

令和６（２０２４）年４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	▲ 0.2	▲ 0.4	▲ 3.9	3.5	1.1	▲ 1.7
収入の増え方	▲ 0.1	▲ 0.7	▲ 0.5	1.0	0.3	▲ 0.6
雇用環境	▲ 0.2	▲ 1.6	0.4	1.4	0.1	▲ 0.8
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	▲ 2.2	▲ 3.7	4.0	2.1	▲ 2.6
資産価値	▲ 0.4	▲ 0.4	0.1	0.4	0.3	▲ 0.5

（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6（2024）年4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）」（44.0%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「上昇する」が0.6ポイント増加したのに対して、「変わらない」が0.3ポイント減少、「低下する」も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5年 (2023年)			令和6年 (2024年)			
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
低下する	▲5%以上	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.7	0.7	0.8	0.5	0.7	0.5	0.6
	▲2%未満	1.1	1.6	1.3	1.7	1.4	1.4	1.1
	<計>	<2.4>	<2.8>	<2.6>	<2.7>	<2.6>	<2.4>	<2.3>
	(前月差)	(0.1)	(0.4)	(▲0.2)	(0.1)	(▲0.1)	(▲0.2)	(▲0.1)
変わらない	0%程度	3.2	3.4	4.3	4.0	4.0	3.4	3.1
	(前月差)	(0.8)	(0.2)	(0.9)	(▲0.3)	(0.0)	(▲0.6)	(▲0.3)
上昇する	2%未満	10.8	14.0	14.3	16.6	16.3	13.3	13.4
	2%以上～ 5%未満	32.9	33.0	35.1	36.1	37.5	38.3	35.6
	5%以上	48.8	44.6	41.4	38.4	37.7	40.8	44.0
	<計>	<92.5>	<91.6>	<90.8>	<91.1>	<91.5>	<92.4>	<93.0>
	(前月差)	(▲1.2)	(▲0.9)	(▲0.8)	(0.3)	(0.4)	(0.9)	(0.6)
分からない		1.9	2.1	2.2	2.1	1.9	1.8	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）。

消費動向調査（令和6（2024）年3月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：3月15日（金） 調査票回収期間：3月7日（木）～21日（木））

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6（2024）年3月の消費者態度指数は、前月差0.5ポイント上昇し39.5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6（2024）年3月の動向を前月差で見ると、「耐久消費財の買い時判断」が0.8ポイント上昇し34.0、「収入の増え方」及び「雇用環境」が共に0.7ポイント上昇し、それぞれ41.5、45.0となった。「暮らし向き」は前月と変わらず37.5であった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差0.8ポイント上昇し46.3となった。

（3）基調判断

消費者態度指数の動きから見た3月の消費者マインドの基調判断は、改善している。（据置き）

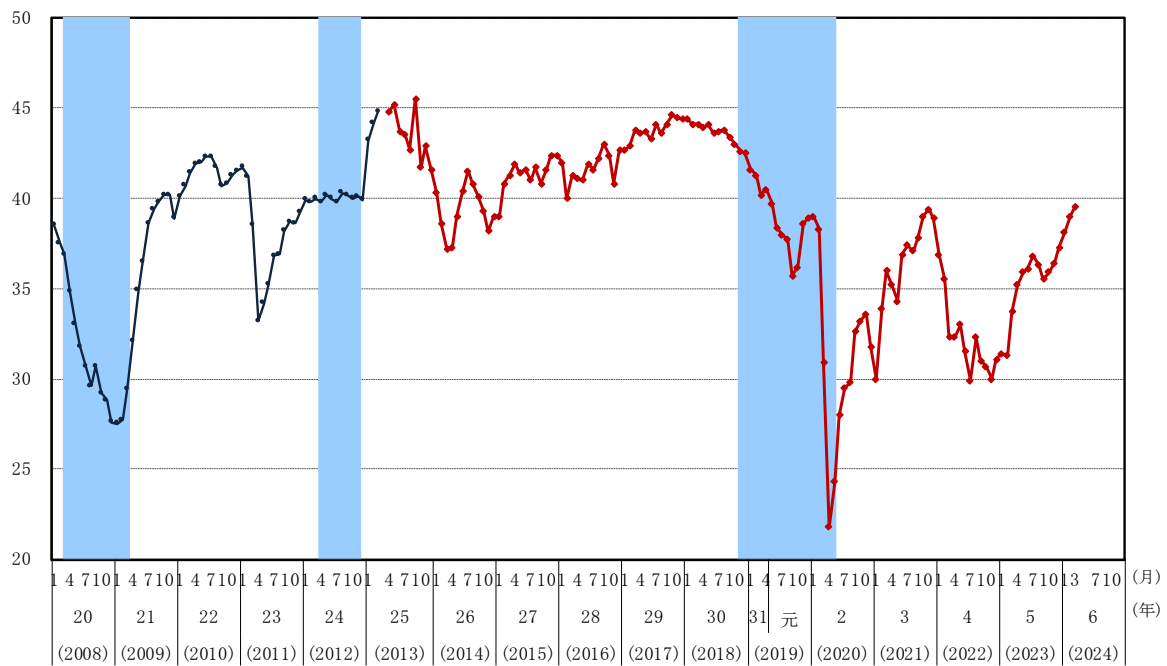
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和5年 (2023年)				令和6年 (2024年)		
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	35.5	35.9	36.4	37.3	38.1	39.0	39.5
	（前月差）	▲ 0.8	0.4	0.5	0.9	0.8	0.9	0.5
	暮らし向き	32.2	33.6	34.4	35.7	36.5	37.5	37.5
	（前月差）	▲ 0.9	1.4	0.8	1.3	0.8	1.0	0.0
	収入の増え方	38.8	39.2	39.1	39.7	39.9	40.8	41.5
	（前月差）	▲ 0.2	0.4	▲ 0.1	0.6	0.2	0.9	0.7
意識の指標	雇用環境	41.5	41.1	41.6	42.1	43.1	44.3	45.0
	（前月差）	▲ 1.2	▲ 0.4	0.5	0.5	1.0	1.2	0.7
	耐久消費財の買い時判断	29.4	29.7	30.3	31.5	32.7	33.2	34.0
	（前月差）	▲ 0.8	0.3	0.6	1.2	1.2	0.5	0.8
	資産価値	41.8	42.4	41.7	42.4	44.3	45.5	46.3
	（前月差）	▲ 1.3	0.6	▲ 0.7	0.7	1.9	1.2	0.8

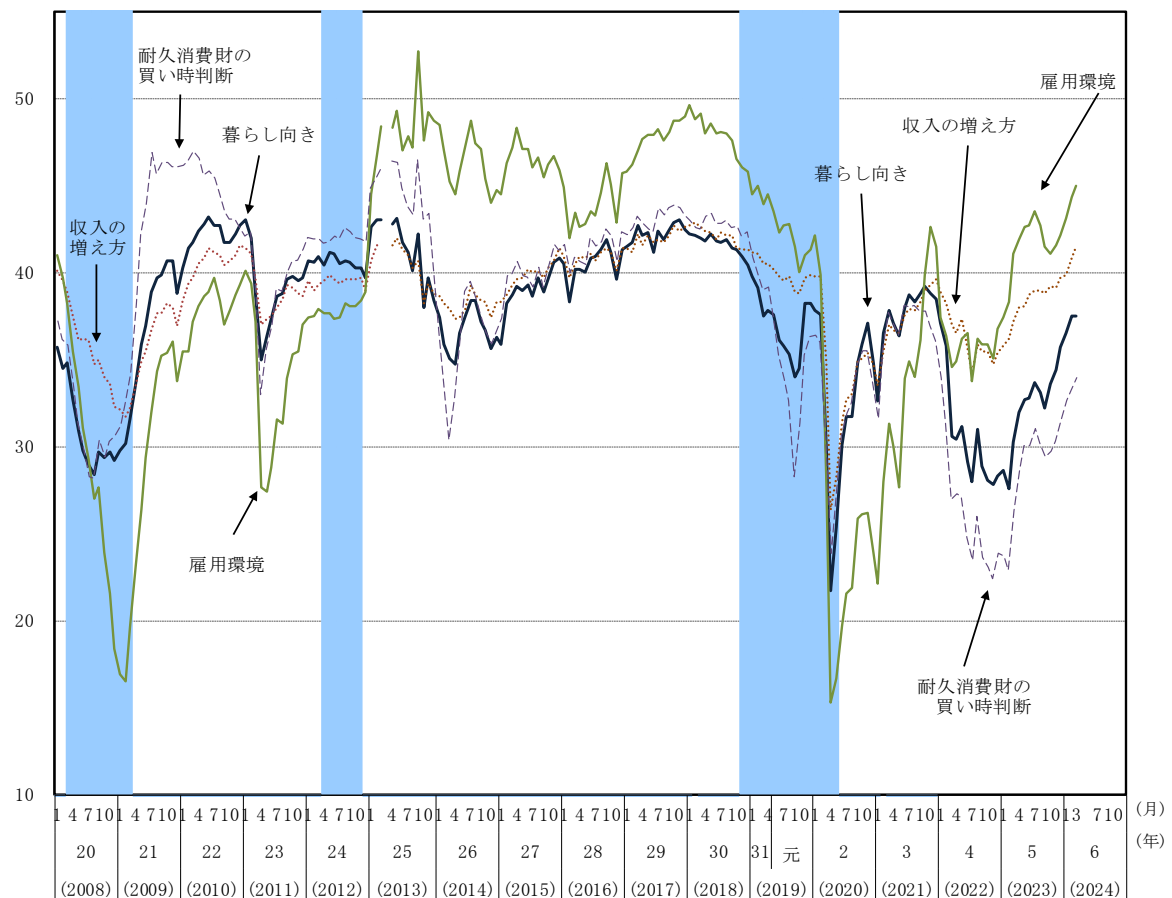
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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. 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 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	0.7	4.7	47.2	33.2	14.1	36.2
収入の増え方	0.5	6.1	57.1	22.9	13.4	39.4
雇用環境	0.6	11.1	54.8	24.1	9.4	42.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	4.6	36.4	44.1	14.8	32.8
資産価値	1.0	12.2	57.6	20.1	9.1	44.0

令和 6（2024）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	0.9	5.1	48.5	32.1	13.4	37.0
収入の増え方	0.6	7.4	57.6	21.2	13.2	40.3
雇用環境	0.8	12.2	56.1	22.6	8.3	43.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	4.6	37.4	44.0	13.9	33.3
資産価値	1.4	14.2	57.6	18.8	8.0	45.6

令和 6（2024）年 3 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	0.9	5.6	49.3	31.7	12.5	37.7
収入の増え方	0.7	8.8	58.7	20.1	11.6	41.7
雇用環境	0.8	14.7	56.7	19.9	7.9	45.1
耐久消費財の買い時判断	0.3	5.7	38.8	41.5	13.6	34.4
資産価値	1.4	15.6	58.6	17.1	7.3	46.6

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和 6（2024）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	0.1	0.0	2.1	▲ 1.2	▲ 1.1	0.9
収入の増え方	▲ 0.1	0.0	1.1	▲ 0.4	▲ 0.6	0.4
雇用環境	0.1	0.0	1.1	▲ 0.5	▲ 0.8	0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	0.0	3.5	▲ 1.6	▲ 1.8	1.2
資産価値	0.3	2.2	0.7	▲ 2.4	▲ 0.9	1.7

令和 6（2024）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	0.2	0.4	1.3	▲ 1.1	▲ 0.7	0.8
収入の増え方	0.1	1.3	0.5	▲ 1.7	▲ 0.2	0.9
雇用環境	0.2	1.1	1.3	▲ 1.5	▲ 1.1	1.4
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.0	1.0	▲ 0.1	▲ 0.9	0.5
資産価値	0.4	2.0	0.0	▲ 1.3	▲ 1.1	1.6

令和 6（2024）年 3 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	0.5	0.8	▲ 0.4	▲ 0.9	0.7
収入の増え方	0.1	1.4	1.1	▲ 1.1	▲ 1.6	1.4
雇用環境	0.0	2.5	0.6	▲ 2.7	▲ 0.4	1.4
耐久消費財の買い時判断	0.1	1.1	1.4	▲ 2.5	▲ 0.3	1.1
資産価値	0.0	1.4	1.0	▲ 1.7	▲ 0.7	1.0

（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6（2024）年3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）」（40.8%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「上昇する」が0.9ポイント増加したのに対して、「変わらない」が0.6ポイント減少、「低下する」も0.2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）

(单位: %)

		令和5年 (2023年)				令和6年 (2024年)		
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
低下する	▲5%以上	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.7	0.7	0.7	0.8	0.5	0.7	0.5
	▲2%未満	0.9	1.1	1.6	1.3	1.7	1.4	1.4
	〈計〉	〈2.3〉	〈2.4〉	〈2.8〉	〈2.6〉	〈2.7〉	〈2.6〉	〈2.4〉
	(前月差)	(0.4)	(0.1)	(0.4)	(▲0.2)	(0.1)	(▲0.1)	(▲0.2)
変わらない	0%程度	2.4	3.2	3.4	4.3	4.0	4.0	3.4
	(前月差)	(▲0.3)	(0.8)	(0.2)	(0.9)	(▲0.3)	(0.0)	(▲0.6)
上昇する	2%未満	10.2	10.8	14.0	14.3	16.6	16.3	13.3
	2%以上～ 5%未満	32.4	32.9	33.0	35.1	36.1	37.5	38.3
	5%以上	51.1	48.8	44.6	41.4	38.4	37.7	40.8
	〈計〉	〈93.7〉	〈92.5〉	〈91.6〉	〈90.8〉	〈91.1〉	〈91.5〉	〈92.4〉
	(前月差)	(0.0)	(▲1.2)	(▲0.9)	(▲0.8)	(0.3)	(0.4)	(0.9)
分からない		1.8	1.9	2.1	2.2	2.1	1.9	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)。

3-1 主要耐久消費財の普及・保有状況（二人以上の世帯）

（1）普及率（所有している世帯数の割合）

令和6年（2024年）3月末における主要耐久消費財のうち、普及率が9割を超えていたのは、携帯電話（96.6%）、カラーテレビ薄型（液晶、プラズマ等）（96.0%）、ルームエアコン（92.5%）であった（第3表、第3図参照）。

また、前回調査と比較すると、上昇が大きかった品目はスマートフォン（前回差 +1.2%）、ルームエアコン（同 +1.0%）であり、低下が大きかった品目はデジタルカメラ（同 ▲4.5%）、スマートフォン以外の携帯電話（同 ▲2.5%）、DVD（プレーヤー・レコーダー）（同 ▲2.4%）であった。

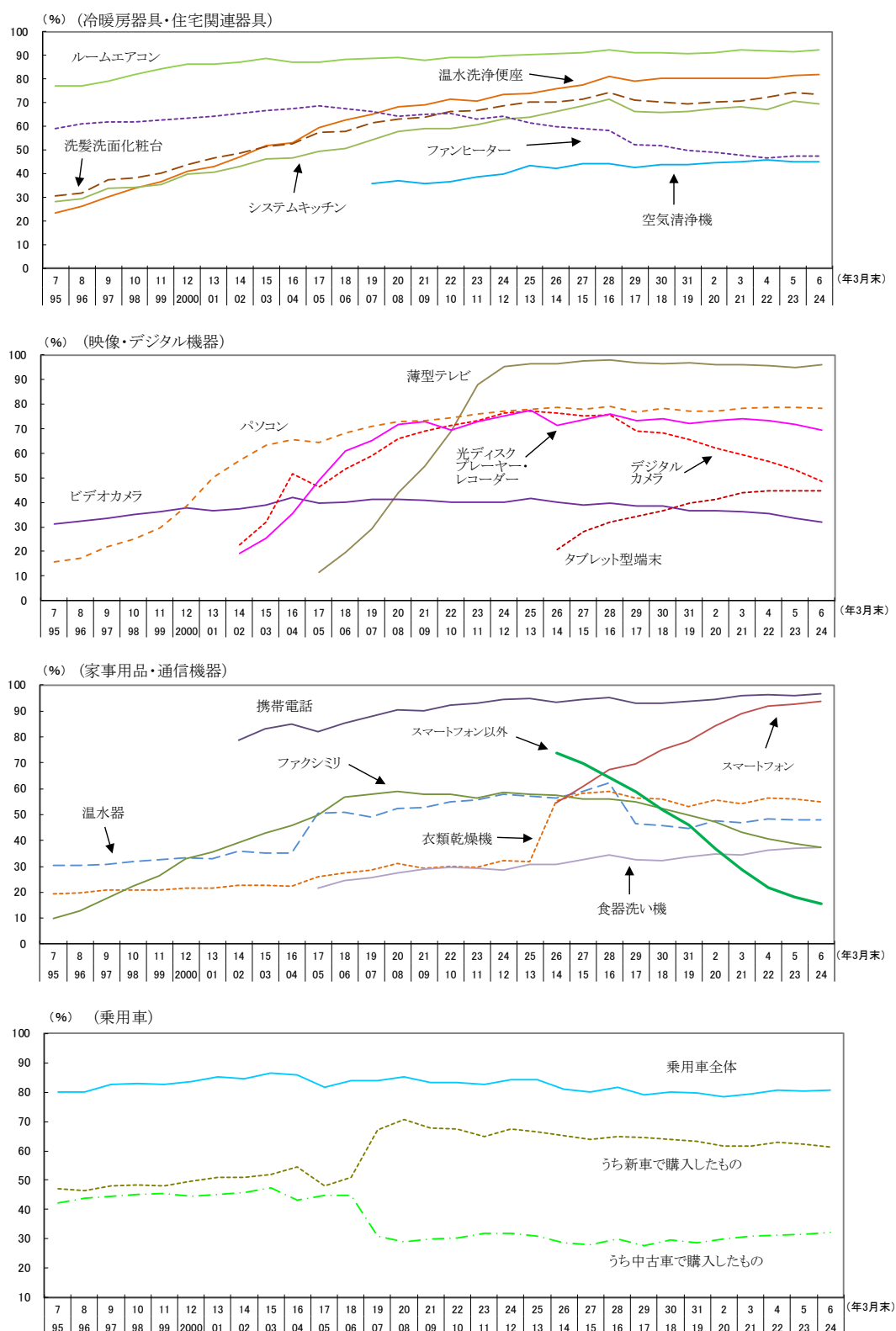
第3表 主要耐久消費財の普及率（二人以上の世帯）

（単位：%）

品 目	普及率（所有している世帯数の割合）		
	令和5年3月末 (2023年3月末)	令和6年3月末 (2024年3月末)	前回差
携帯電話	96.0	96.6	0.6
スマートフォン	92.6	93.8	1.2
スマートフォン以外	18.2	15.7	▲ 2.5
カラーテレビ薄型（液晶、プラズマ等）	95.1	96.0	0.9
ルームエアコン	91.5	92.5	1.0
温水洗浄便座	81.7	82.0	0.3
乗用車	80.5	80.6	0.1
新車で購入したもの	62.2	61.2	▲ 1.0
中古車で購入したもの	31.5	32.2	0.7
パソコン	78.7	78.5	▲ 0.2
洗髪洗面化粧台	74.2	73.6	▲ 0.6
光ディスクプレーヤー・レコーダー	71.6	69.6	▲ 2.0
DVD（プレーヤー・レコーダー）	41.9	39.5	▲ 2.4
ブルーレイ（プレーヤー・レコーダー）	50.3	48.7	▲ 1.6
システムキッチン	70.6	69.4	▲ 1.2
衣類乾燥機	55.9	55.0	▲ 0.9
洗濯機一体型	39.7	39.1	▲ 0.6
その他（浴室乾燥機含む）	28.3	28.4	0.1
デジタルカメラ	53.1	48.6	▲ 4.5
温水器	48.1	48.1	0.0
ファンヒーター	47.6	47.5	▲ 0.1
空気清浄機	45.1	45.0	▲ 0.1
タブレット型端末	44.9	44.7	▲ 0.2
食器洗い機	37.1	37.3	0.2
ファクシミリ	38.7	37.3	▲ 1.4
ビデオカメラ	33.5	32.1	▲ 1.4

（注）普及率は1世帯で複数台保有していても、1台としてカウントした保有台数の合計を集計世帯数で除した値に100を乗じて算出したものである。

第3図 主要耐久消費財の普及率の推移(二人以上の世帯)



(注) 1. 各年3月末現在。

2. 平成19(2007)年3月調査から「乗用車」の内訳項目を、「新車で購入したもの」及び「中古車で購入したもの」に変更(それまでは、「新車」及び「中古車」)。平成19(2007)年3月調査の「中古車で購入したもの」の減少は、新車で購入しながら保有年数の経った乗用車について、平成18(2006)年3月調査以前は「中古車」と回答していた世帯があったためと考えられる。

3. 「光ディスクプレーヤー・レコーダー」の平成21(2009)年3月以前は「ブルーレイ(プレーヤー・レコーダー)」を含まない。

4. 「衣類乾燥機」は平成26(2014)年3月から内訳項目(「洗濯機一体型」と「その他(浴室乾燥機含む)」)を設定。

5. 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)。

(2) 保有数量（100 世帯あたりの保有数）

令和 6 年（2024 年）3 月末における主要耐久消費財の 100 世帯あたりの保有数をみると、200 台を超えている（平均して 1 世帯が 2 台以上保有している）のは、ルームエアコン（288.0 台）、携帯電話（250.4 台）、カラーテレビ薄型（液晶、プラズマ等）（203.2 台）であった（第 4 表参照）。

また、前回調査と比較すると、増加が大きかった品目はスマートフォン（前回差 +4.6 台）、中古乗用車（同 +1.6 台）であり、減少が大きかった品目は光ディスクプレーヤー・レコーダー（同 ▲6.0 台）、デジタルカメラ（同 ▲5.7 台）スマートフォン以外の携帯電話（同 ▲3.1 台）であった。

第 4 表 主要耐久消費財の保有数量 （二人以上の世帯）

（単位：台）

品 目	100 世帯あたり保有数量		
	令和 5 年 3 月末 (2023 年 3 月末)	令和 6 年 3 月末 (2024 年 3 月末)	前回差
ルームエアコン	288.8	288.0	▲ 0.8
携帯電話	248.9	250.4	1.5
スマートフォン	226.5	231.1	4.6
スマートフォン以外	22.4	19.3	▲ 3.1
カラーテレビ薄型（液晶、プラズマ等）	204.9	203.2	▲ 1.7
乗 用 車	130.2	128.9	▲ 1.3
新車で購入したもの	88.4	85.5	▲ 2.9
中古車で購入したもの	41.8	43.4	1.6
パソコン	129.1	128.5	▲ 0.6
温水洗浄便座	116.6	116.3	▲ 0.3
光ディスクプレーヤー・レコーダー	116.0	110.0	▲ 6.0
DVD（プレーヤー・レコーダー）	51.8	48.3	▲ 3.5
ブルーレイ（プレーヤー・レコーダー）	64.3	61.7	▲ 2.6
ファンヒーター	84.0	84.8	0.8
洗髪洗面化粧台	85.3	84.0	▲ 1.3
システムキッチン	73.5	71.8	▲ 1.7
衣類乾燥機	70.5	69.4	▲ 1.1
洗濯機一体型	40.7	39.9	▲ 0.8
その他（浴室乾燥機含む）	29.8	29.5	▲ 0.3
デジタルカメラ	71.2	65.5	▲ 5.7
空気清浄機	65.5	64.3	▲ 1.2
タブレット型端末	64.3	63.8	▲ 0.5
温水器	50.5	50.3	▲ 0.2
ファクシミリ	39.8	38.2	▲ 1.6
食器洗い機	37.7	37.7	0.0
ビデオカメラ	36.5	34.5	▲ 2.0

（注）保有数量は 1 世帯で保有している台数全てをカウントした保有台数の合計を集計世帯数で除した値に 100 を乗じて算出したものである。

3-2 主要耐久消費財の買替え状況（二人以上の世帯）

令和5年（2023年）4月から令和6年（2024年）3月の間に、以下の11品目の主要耐久消費財の買替えをした世帯について、買替え前に使用していたものの平均使用年数をみると、最も長いものはルームエアコン（14.1年）で電気冷蔵庫（14.0年）が続いており、買替え理由は「故障」が多い（第5表参照）。

一方、平均使用年数が最も短いものは、携帯電話（4.5年）であり、買替え理由は「故障」が多い。

第5表 主要耐久消費財の買替え状況（二人以上の世帯）

品 目	平均使用 年数 (年)	買 替 え 理 由 （ % ）				<参考> 普及率 (令和6年 3月末現 在)
		故 障	上位品目 への移行	住居の 変更	その他	
ル ー ム エ ア コ ン	14.1	70.8	10.8	4.0	14.4	92.5
電 気 冷 蔵 庫	14.0	65.3	11.3	6.1	17.2	-
ビ デ オ カ メ ラ	13.3	33.3	40.0	-	26.7	32.1
電 気 洗 濯 機	10.9	77.5	8.0	4.0	10.6	-
カ ラ ー テ レ ビ	10.7	69.7	20.8	2.8	6.7	96.0
光ディスクプレーヤー・ レ コ ー ダ ー	9.8	70.1	23.4	-	6.5	69.6
乗 用 車 （ 新 車 ）	9.1	22.8	30.1	0.5	46.6	61.2
デ ジ タ ル カ メ ラ	8.6	58.8	35.3	-	5.9	48.6
パ ソ コ ン	7.6	56.1	23.3	0.7	20.0	78.5
電 気 掃 除 機	7.5	71.9	17.5	2.1	8.5	-
携 帯 電 話	4.5	38.0	27.8	0.1	34.1	96.6

（注）1. 「住居の変更」とは住居の新築、購入、増改築、転居をいう。

2. 「平均使用年数」は、「買替えをした世帯」のみを分母として算出。

消費動向調査（令和6（2024）年2月実施分）
調査結果の要点

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

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6（2024）年2月の消費者態度指数は、前月差1.1ポイント上昇し39.1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6（2024）年2月の動向を前月差で見ると、「雇用環境」が1.4ポイント上昇し44.3、「暮らし向き」及び「収入の増え方」が共に1.1ポイント上昇し、それぞれ37.6、40.8、「耐久消費財の買い時判断」が0.7ポイント上昇し33.5となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差1.3ポイント上昇し45.2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、改善している。（据置き）

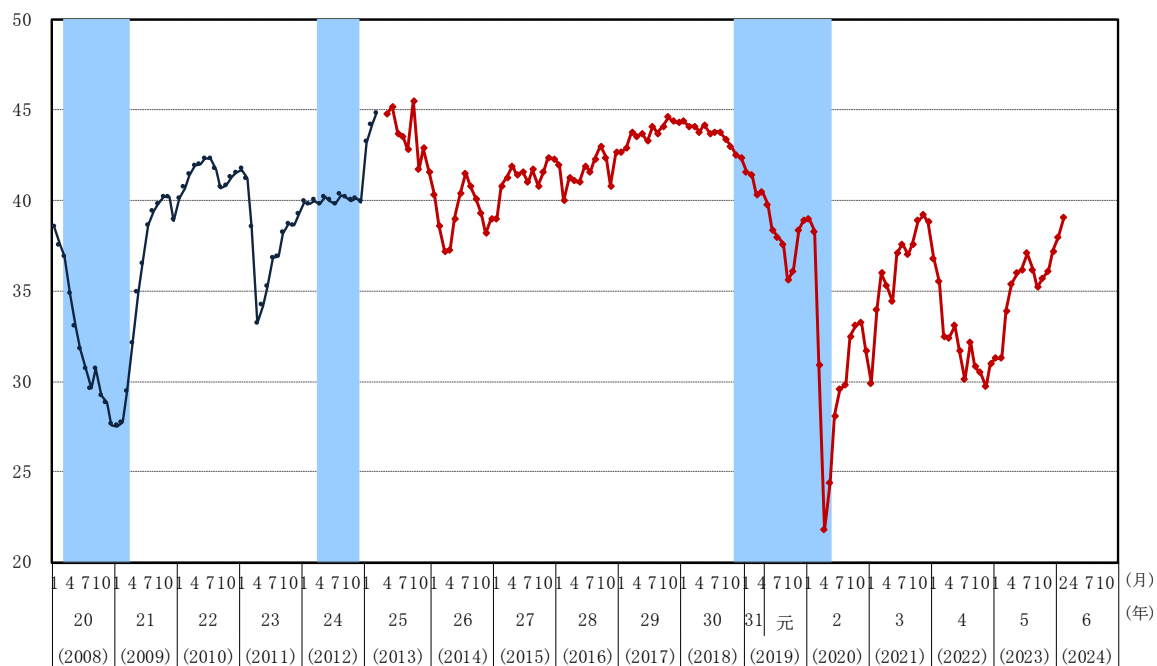
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和5年 (2023年)					令和6年 (2024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	36.2	35.2	35.7	36.1	37.2	38.0	39.1
	（前月差）	▲ 0.9	▲ 1.0	0.5	0.4	1.1	0.8	1.1
	暮らし向き	32.9	32.0	33.4	34.1	35.7	36.5	37.6
	（前月差）	▲ 1.0	▲ 0.9	1.4	0.7	1.6	0.8	1.1
	収入の増え方	39.0	38.7	39.1	38.8	39.6	39.7	40.8
	（前月差）	▲ 0.2	▲ 0.3	0.4	▲ 0.3	0.8	0.1	1.1
意識の指標	雇用環境	42.7	41.1	40.7	41.3	41.9	42.9	44.3
	（前月差）	▲ 1.3	▲ 1.6	▲ 0.4	0.6	0.6	1.0	1.4
	耐久消費財の買い時判断	30.0	29.0	29.4	30.1	31.4	32.8	33.5
	（前月差）	▲ 1.1	▲ 1.0	0.4	0.7	1.3	1.4	0.7
	資産価値	43.6	41.6	42.1	40.7	41.4	43.9	45.2
	（前月差）	▲ 0.5	▲ 2.0	0.5	▲ 1.4	0.7	2.5	1.3

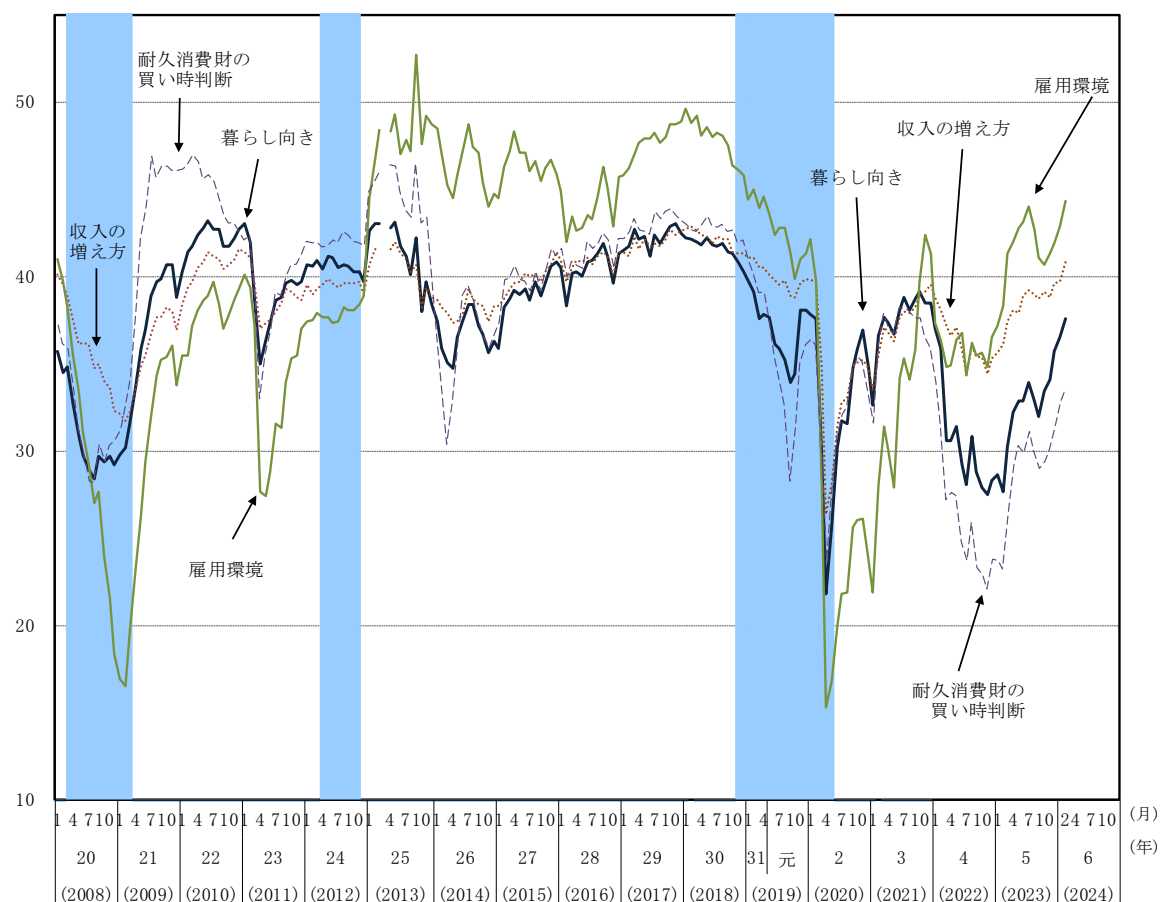
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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５（２０２３）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	0.6	4.7	45.1	34.4	15.2	35.3
収入の増え方	0.6	6.1	56.0	23.3	14.0	39.0
雇用環境	0.5	11.1	53.7	24.6	10.2	41.8
耐久消費財の買い時判断	0.3	4.6	32.9	45.7	16.6	31.6
資産価値	0.7	10.0	56.9	22.5	10.0	42.3

令和６（２０２４）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	0.7	4.7	47.2	33.2	14.1	36.2
収入の増え方	0.5	6.1	57.1	22.9	13.4	39.4
雇用環境	0.6	11.1	54.8	24.1	9.4	42.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	4.6	36.4	44.1	14.8	32.8
資産価値	1.0	12.2	57.6	20.1	9.1	44.0

令和６（２０２４）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	0.9	5.1	48.5	32.1	13.4	37.0
収入の増え方	0.6	7.4	57.6	21.2	13.2	40.3
雇用環境	0.8	12.2	56.1	22.6	8.3	43.7
耐久消費財の買い時判断	0.2	4.6	37.4	44.0	13.9	33.3
資産価値	1.4	14.2	57.6	18.8	8.0	45.6

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和５（２０２３）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	0.1	1.0	2.9	▲ 2.4	▲ 1.7	1.8
収入の増え方	0.2	0.5	▲ 0.8	0.2	▲ 0.1	0.3
雇用環境	▲ 0.1	1.2	0.2	▲ 1.1	▲ 0.1	0.6
耐久消費財の買い時判断	0.2	1.2	2.2	▲ 1.3	▲ 2.1	1.8
資産価値	0.1	0.3	0.1	0.3	▲ 0.6	0.4

令和６（２０２４）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	0.1	0.0	2.1	▲ 1.2	▲ 1.1	0.9
収入の増え方	▲ 0.1	0.0	1.1	▲ 0.4	▲ 0.6	0.4
雇用環境	0.1	0.0	1.1	▲ 0.5	▲ 0.8	0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	0.0	3.5	▲ 1.6	▲ 1.8	1.2
資産価値	0.3	2.2	0.7	▲ 2.4	▲ 0.9	1.7

令和６（２０２４）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	0.2	0.4	1.3	▲ 1.1	▲ 0.7	0.8
収入の増え方	0.1	1.3	0.5	▲ 1.7	▲ 0.2	0.9
雇用環境	0.2	1.1	1.3	▲ 1.5	▲ 1.1	1.4
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.0	1.0	▲ 0.1	▲ 0.9	0.5
資産価値	0.4	2.0	0.0	▲ 1.3	▲ 1.1	1.6

（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6（2024）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）」（37.7%）であった（第2表参照）。

前月差でみると、「上昇する」が0.4ポイント増加したのに対して、「低下する」は0.1ポイント減少し、「変わらない」は前月と変わらず横ばいであった。

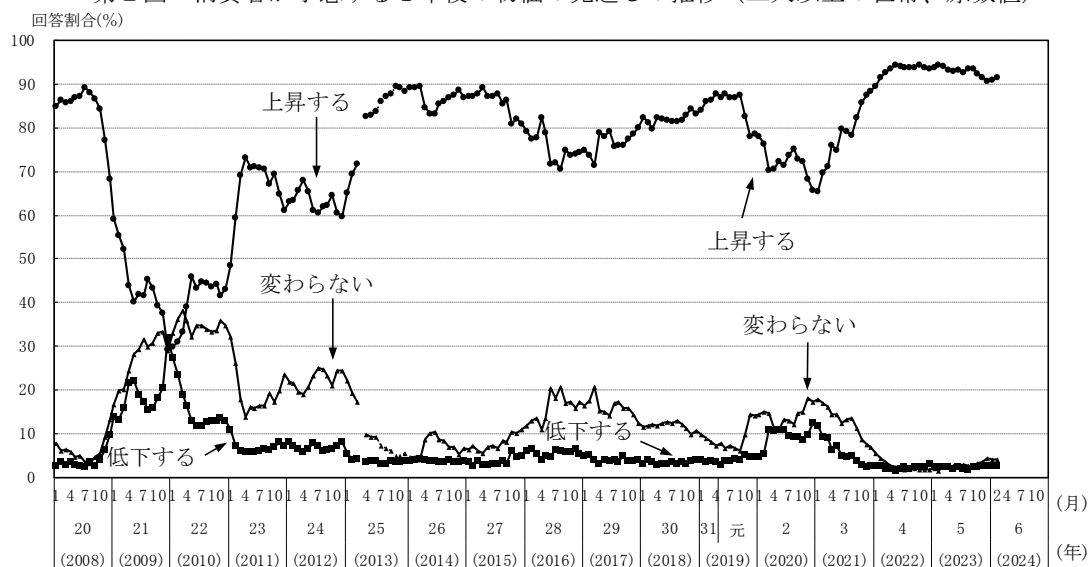
消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合は9割を超えている。**（据置き）

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5年 (2023年)					令和6年 (2024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	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.4	0.7	0.7	0.7	0.8	0.5	0.7
	▲2%未満	1.0	0.9	1.1	1.6	1.3	1.7	1.4
	<計>	<1.9>	<2.3>	<2.4>	<2.8>	<2.6>	<2.7>	<2.6>
	(前月差)	(▲0.2)	(0.4)	(0.1)	(0.4)	(▲0.2)	(0.1)	(▲0.1)
変わらない	0%程度	2.7	2.4	3.2	3.4	4.3	4.0	4.0
	(前月差)	(▲0.2)	(▲0.3)	(0.8)	(0.2)	(0.9)	(▲0.3)	(0.0)
上昇する	2%未満	10.1	10.2	10.8	14.0	14.3	16.6	16.3
	2%以上～ 5%未満	32.5	32.4	32.9	33.0	35.1	36.1	37.5
	5%以上	51.1	51.1	48.8	44.6	41.4	38.4	37.7
	<計>	<93.7>	<93.7>	<92.5>	<91.6>	<90.8>	<91.1>	<91.5>
	(前月差)	(0.9)	(0.0)	(▲1.2)	(▲0.9)	(▲0.8)	(0.3)	(0.4)
分からない		1.7	1.8	1.9	2.1	2.2	2.1	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）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）。

消費動向調査（令和6（2024）年1月実施分）
調査結果の要点

（※調査基準日：1月15日（月） 調査票回収期間：1月6日（土）～22日（月））

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6（2024）年1月の消費者態度指数は、前月差0.8ポイント上昇し38.0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6（2024）年1月の動向を前月差で見ると、「耐久消費財の買い時判断」が1.4ポイント上昇し32.8、「雇用環境」が1.0ポイント上昇し42.9、「暮らし向き」が0.8ポイント上昇し36.5、「収入の増え方」は0.1ポイント上昇し39.7となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差2.5ポイント上昇し43.9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、改善している。（上方修正。前月の表現：改善に向けた動きがみられる。）

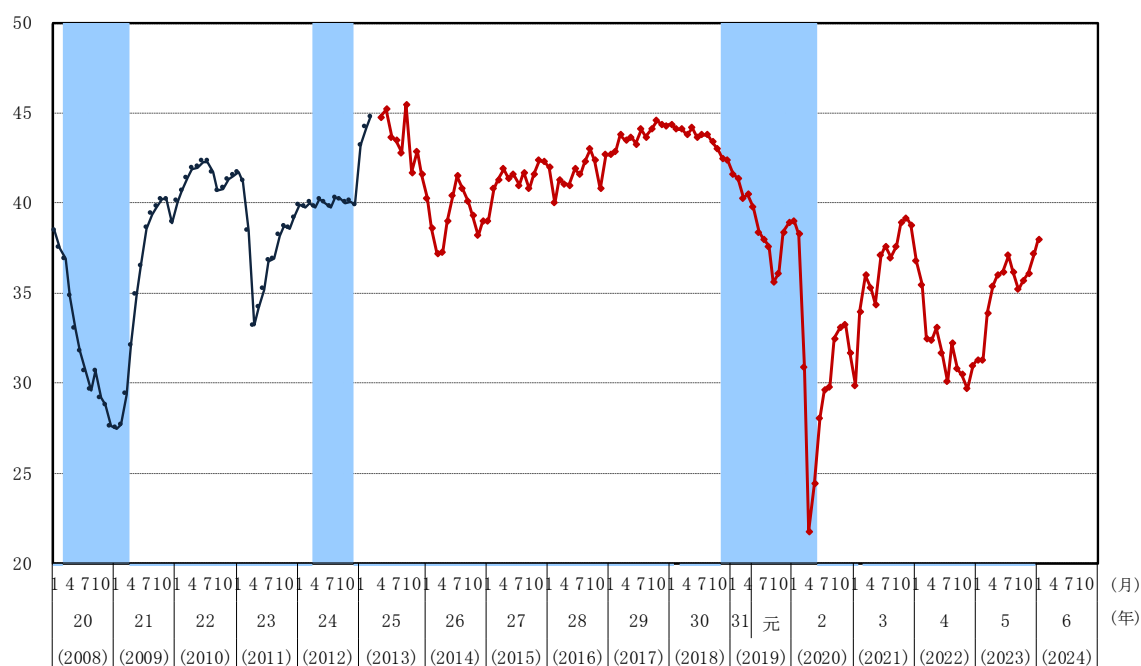
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和5年 (2023年)						令和6年 (2024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	37.1	36.2	35.2	35.7	36.1	37.2	38.0
	（前月差）	0.9	▲ 0.9	▲ 1.0	0.5	0.4	1.1	0.8
	暮らし向き	33.9	32.9	32.0	33.4	34.1	35.7	36.5
	（前月差）	1.0	▲ 1.0	▲ 0.9	1.4	0.7	1.6	0.8
	収入の増え方	39.2	39.0	38.7	39.1	38.8	39.6	39.7
	（前月差）	0.3	▲ 0.2	▲ 0.3	0.4	▲ 0.3	0.8	0.1
意識の指標	雇用環境	44.0	42.7	41.1	40.7	41.3	41.9	42.9
	（前月差）	0.9	▲ 1.3	▲ 1.6	▲ 0.4	0.6	0.6	1.0
	耐久消費財の買い時判断	31.1	30.0	29.0	29.4	30.1	31.4	32.8
意識の指標	（前月差）	1.2	▲ 1.1	▲ 1.0	0.4	0.7	1.3	1.4
	資産価値	44.1	43.6	41.6	42.1	40.7	41.4	43.9
意識の指標	（前月差）	0.9	▲ 0.5	▲ 2.0	0.5	▲ 1.4	0.7	2.5

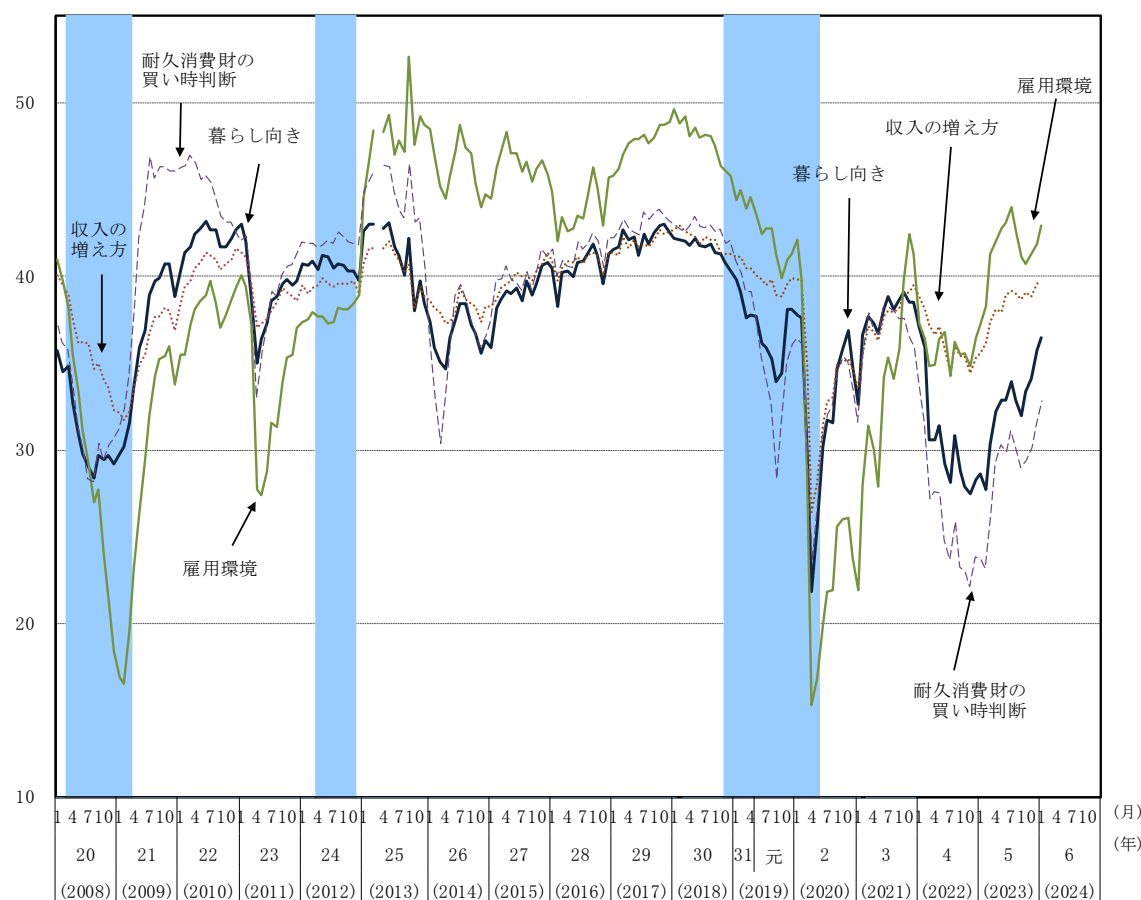
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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５（２０２３）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	3.7	42.2	36.8	16.9	33.5
収入の増え方	0.4	5.6	56.8	23.1	14.1	38.7
雇用環境	0.6	9.9	53.5	25.7	10.3	41.2
耐久消費財の買い時判断	0.1	3.4	30.7	47.0	18.7	29.8
資産価値	0.6	9.7	56.8	22.2	10.6	41.9

令和５（２０２３）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	0.6	4.7	45.1	34.4	15.2	35.3
収入の増え方	0.6	6.1	56.0	23.3	14.0	39.0
雇用環境	0.5	11.1	53.7	24.6	10.2	41.8
耐久消費財の買い時判断	0.3	4.6	32.9	45.7	16.6	31.6
資産価値	0.7	10.0	56.9	22.5	10.0	42.3

令和６（２０２４）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	0.7	4.7	47.2	33.2	14.1	36.2
収入の増え方	0.5	6.1	57.1	22.9	13.4	39.4
雇用環境	0.6	11.1	54.8	24.1	9.4	42.3
耐久消費財の買い時判断	0.2	4.6	36.4	44.1	14.8	32.8
資産価値	1.0	12.2	57.6	20.1	9.1	44.0

（２）前月との比較（当月の構成比－前月の構成比）

令和５（２０２３）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	▲ 0.1	0.1	0.8	▲ 0.9	0.1	0.1
収入の増え方	▲ 0.1	0.4	▲ 2.1	1.3	0.5	▲ 0.6
雇用環境	0.1	▲ 0.7	0.2	0.4	▲ 0.1	▲ 0.2
耐久消費財の買い時判断	0.0	0.1	1.3	▲ 1.1	▲ 0.3	0.4
資産価値	0.1	▲ 0.6	▲ 0.6	0.6	0.5	▲ 0.5

令和５（２０２３）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	0.1	1.0	2.9	▲ 2.4	▲ 1.7	1.8
収入の増え方	0.2	0.5	▲ 0.8	0.2	▲ 0.1	0.3
雇用環境	▲ 0.1	1.2	0.2	▲ 1.1	▲ 0.1	0.6
耐久消費財の買い時判断	0.2	1.2	2.2	▲ 1.3	▲ 2.1	1.8
資産価値	0.1	0.3	0.1	0.3	▲ 0.6	0.4

令和６（２０２４）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	0.1	0.0	2.1	▲ 1.2	▲ 1.1	0.9
収入の増え方	▲ 0.1	0.0	1.1	▲ 0.4	▲ 0.6	0.4
雇用環境	0.1	0.0	1.1	▲ 0.5	▲ 0.8	0.5
耐久消費財の買い時判断	▲ 0.1	0.0	3.5	▲ 1.6	▲ 1.8	1.2
資産価値	0.3	2.2	0.7	▲ 2.4	▲ 0.9	1.7

（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6（2024）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）」（38.4%）であった（第2表参照）。

前月差で見ると、「上昇する」が0.3ポイント増加、「低下する」が0.1ポイント増加したのに対して、「変わらない」は0.3ポイント減少した。

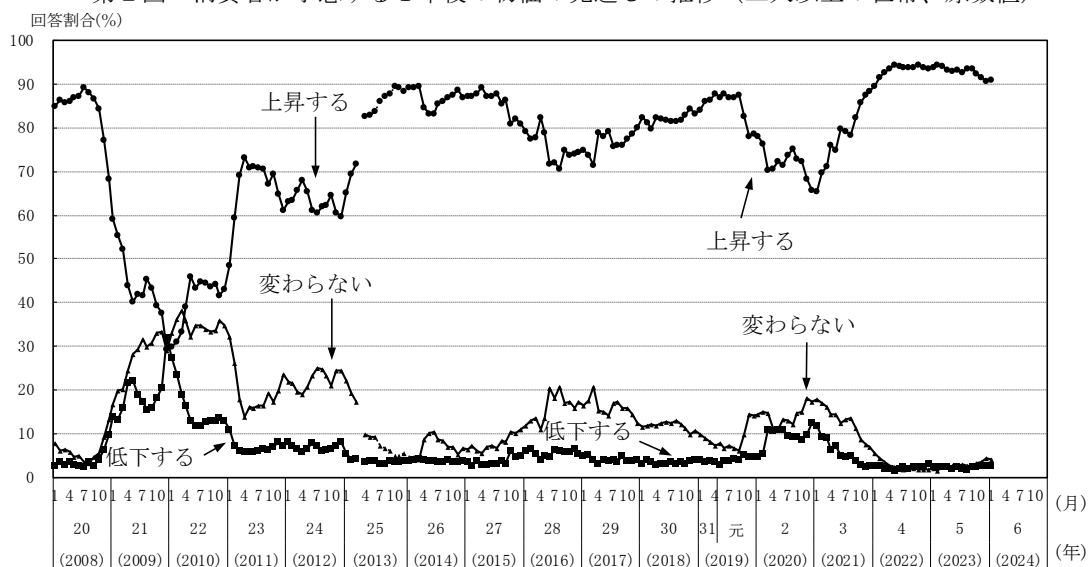
消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合は9割を超えている。（据置き）

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5年 (2023年)						令和6年 (2024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	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5
	▲5%未満～ ▲2%以上	0.5	0.4	0.7	0.7	0.7	0.8	0.5
	▲2%未満	1.2	1.0	0.9	1.1	1.6	1.3	1.7
	<計>	<2.1>	<1.9>	<2.3>	<2.4>	<2.8>	<2.6>	<2.7>
	(前月差)	(▲0.3)	(▲0.2)	(0.4)	(0.1)	(0.4)	(▲0.2)	(0.1)
変わらない	0%程度	2.9	2.7	2.4	3.2	3.4	4.3	4.0
	(前月差)	(0.1)	(▲0.2)	(▲0.3)	(0.8)	(0.2)	(0.9)	(▲0.3)
上昇する	2%未満	9.9	10.1	10.2	10.8	14.0	14.3	16.6
	2%以上～ 5%未満	31.7	32.5	32.4	32.9	33.0	35.1	36.1
	5%以上	51.2	51.1	51.1	48.8	44.6	41.4	38.4
	<計>	<92.8>	<93.7>	<93.7>	<92.5>	<91.6>	<90.8>	<91.1>
	(前月差)	(▲0.4)	(0.9)	(0.0)	(▲1.2)	(▲0.9)	(▲0.8)	(0.3)
分からない		2.0	1.7	1.8	1.9	2.1	2.2	2.1

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）。