

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）

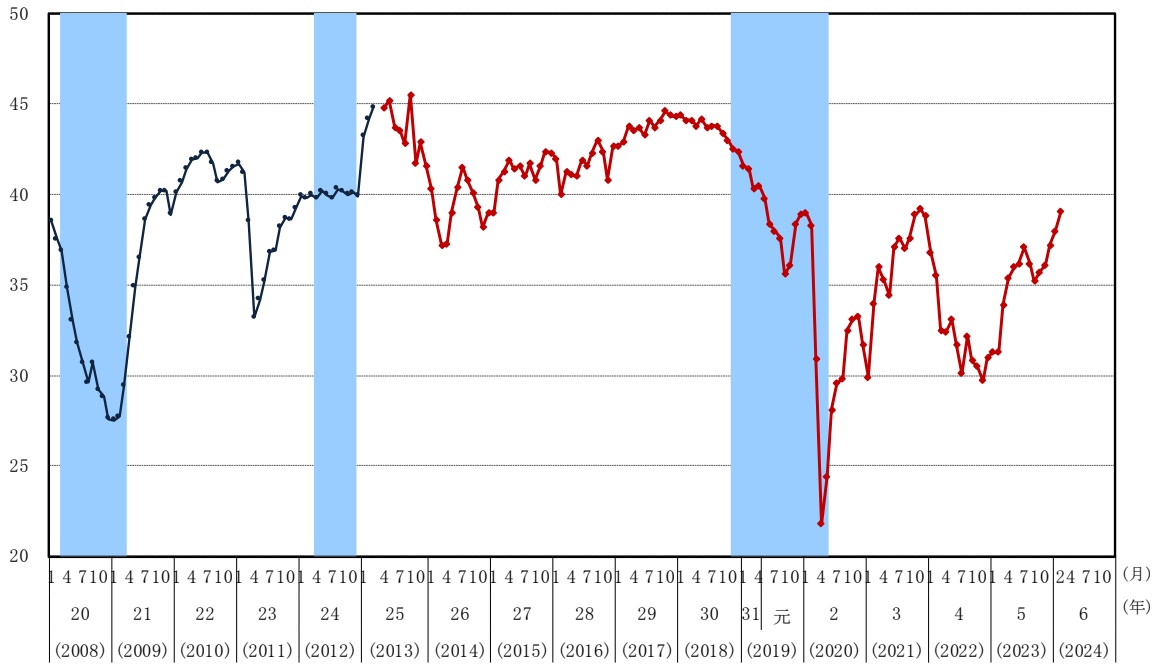
第1表 消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

	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	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
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

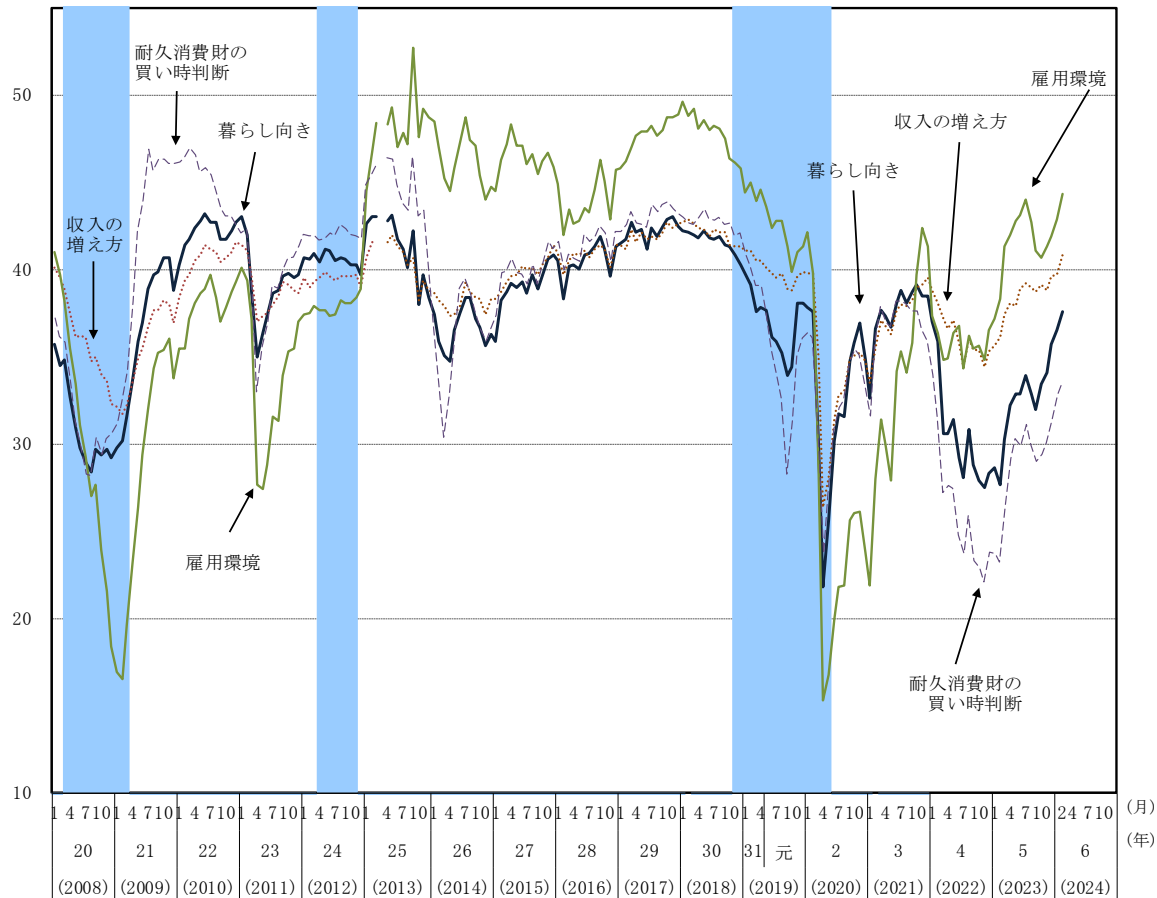
（注）消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

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）。

前月差で見ると、「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。

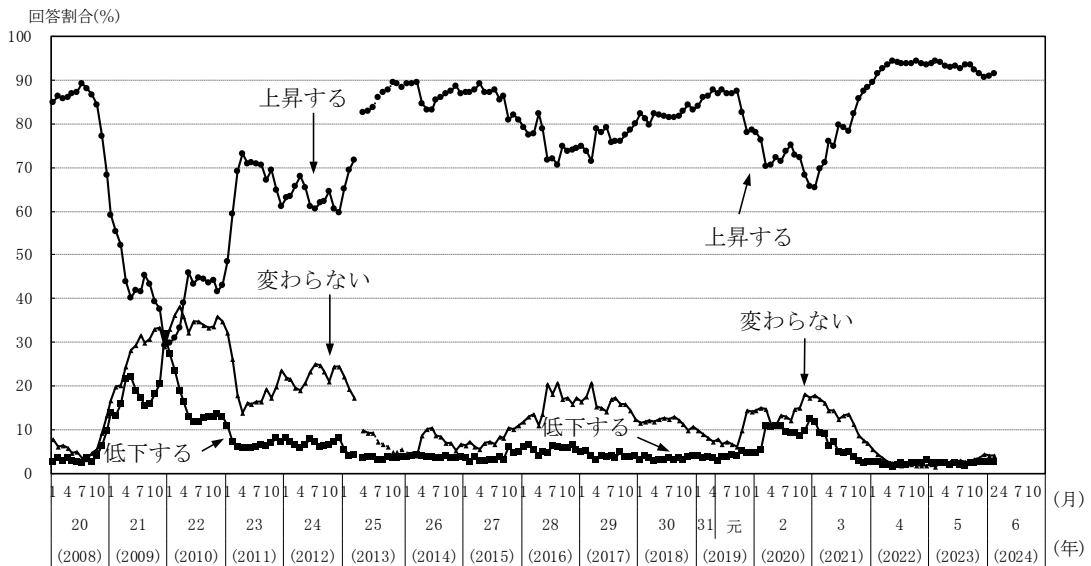
消費者の物価予想については、**「上昇する」と見込む割合は9割を超えている。**（据置き）

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）。