

平成30年 7月18日

平成 30 年 7 月物価モニター調査結果（速報）

1. 調査の目的

原油価格や為替レートなどの動向が生活関連物資等の価格に及ぼす影響、物価動向についての意識等を正確・迅速に把握し、消費者等へタイムリーな情報提供を行う。

2. 調査の内容

全国47都道府県の物価モニター2,000人が、価格の見取調査を行うことにより、生活関連物資等の価格（特売品等の廉売価格も含む。）の動向を把握する。また、物価モニターに対し、物価動向についての意識等を調査し、その動向を把握する。

3. 調査結果の概要

【価格調査結果】

- ① 前月に引き続き、価格が前月比で上昇した品目数が、下落した品目数を上回った。
「上昇した品目数－下落した品目数」は＋7と、前月の＋9から減少した。
- ② 価格の上昇幅が前月比1%以上の品目は、「豚肉（ロース）」（＋1.5%）、「洗濯用洗剤」（＋1.0%）であった。
- ③ 価格の下落幅が前月比1%以上の品目はなかった。

【意識調査結果】

- ① 前年の同時期に比べて「ガソリン」に使用した総額が増加したと感じるか減少したと感じるか聞いたところ、「増加したと感じる」と回答した人の割合は46.2%、「減少したと感じる」と回答した人の割合は12.3%であった。「変わらないと感じる」と回答した人の割合は25.1%であった。
- ② 「ガソリン」に使用した総額について、前年の同時期に比べて「増加したと感じる」と回答した理由は「給油/購入に行く店が価格を上げたため」が73.2%と最も高く、「減少したと感じる」と回答した理由は「給油/購入回数が減ったため」が81.6%と最も高かった。
- ③ 1年後の物価見通しは、先月に引き続き＋1%程度（中央値）。前月と比較して有意な変化はなかった。
- ④ 実質値上げ（商品の価格は変わらないまま内容量が減少すること。ステルス値上げなどともいう。）についての感じ方を聞いたところ、「3年前と比較して実質値上げが増えたと感じる」と回答した割合が80.8%を占めた。また、「日常的に買っている商品について、実質値上げが原因で買う商品を変えた（又は買うのをやめた）ことがある」と回答した割合は23.9%、「実質値上げは不誠実だと感じる」は22.6%、一方で、「物価上昇による実質値上げは仕方がない」は19.1%を占めた。

4. 次回公表予定

8月物価モニター調査結果は8月15日（水）に公表予定。

※平成30年7月物価モニター調査は、平成30年7月5日（木）～9日（月）に実施。

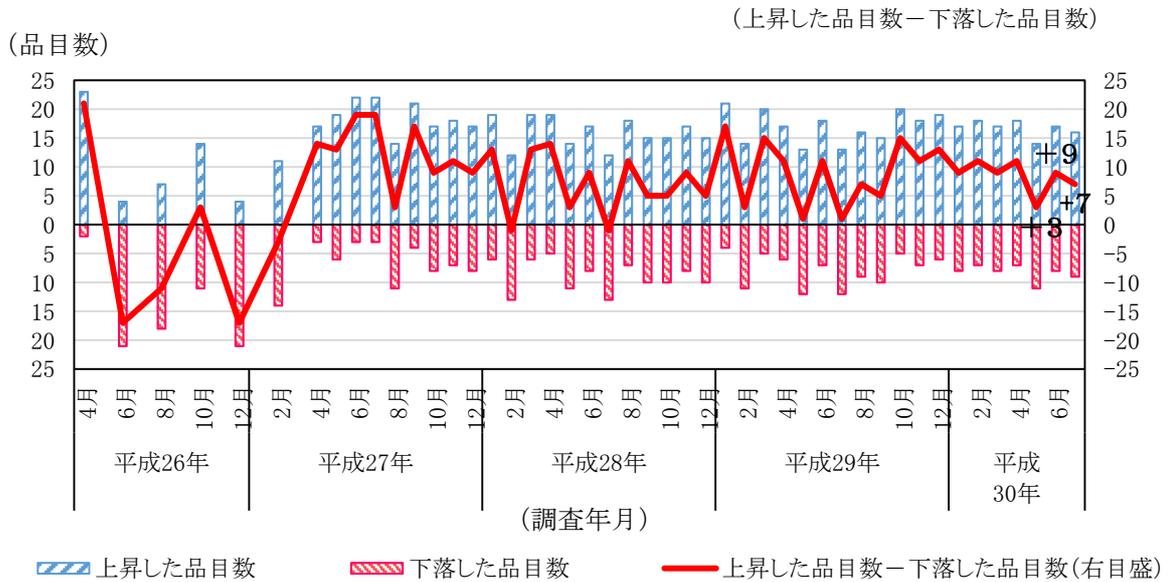
※速報取りまとめ後に集計した分については、翌月の速報における前月値に反映させる。

※過去の調査結果については、以下のURLを参照。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/price_measures/index.html#price_monitor

【価格調査結果】

① 上昇した品目数と下落した品目数（前回調査比及び前月比）



- （備考）
- 平成27年4月以前の調査については前回調査比、5月以降の調査については前月比でそれぞれ税抜価格が上昇した品目数及び下落した品目数を示す。
 - 平成27年4月以降の調査では、それまでのまぐろ（ツナ）缶詰、マヨネーズ、カレールー、灯油、ガソリンの5品目に代えて、ヨーグルト、からあげ弁当、冷凍コロケ、理髪代又はカット代、中華そばの5品目を調査。
 - 平成28年4月以降の調査では、ビールの指定内容をそれまでの1缶に代えて、6缶を調査。
 - 平成29年4月以降の調査では、洗濯用洗剤の指定内容をそれまでの粉末タイプ1箱に代えて、液体（詰め替え・770～850g）を調査。洗濯代（クリーニング）の指定内容をそれまでの折り畳み仕上げに代えて、立体仕上げを調査。

② 上昇幅が前月比1%以上の品目

食料品 豚肉（ロース）（+1.5%）
 日用・家事用品 洗濯用洗剤（+1.0%）

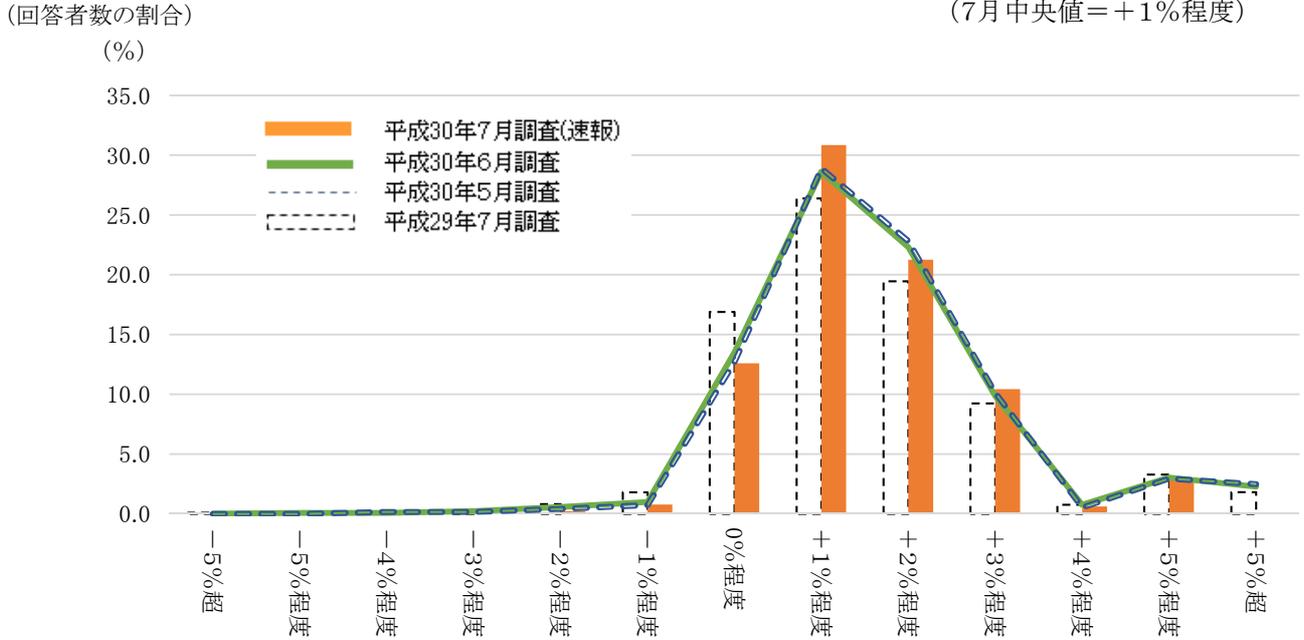
③ 下落幅が前月比1%以上の品目

なし

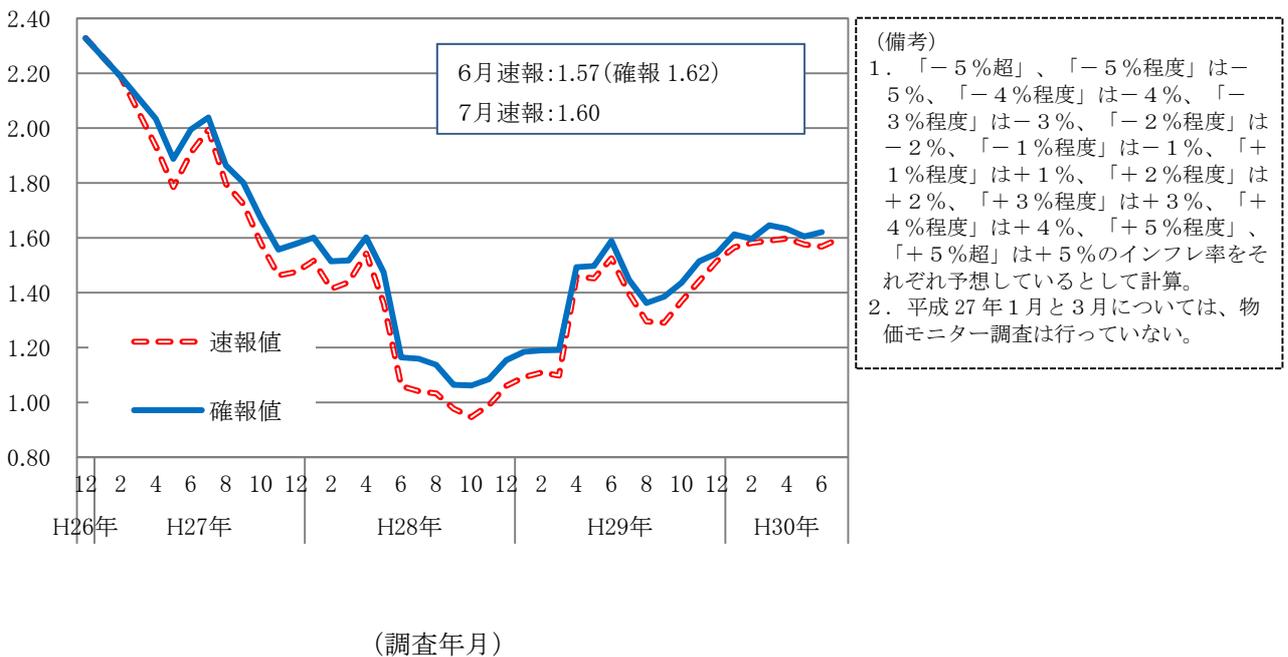
【意識調査結果】

① 1年後の物価の見通しと期待物価上昇率

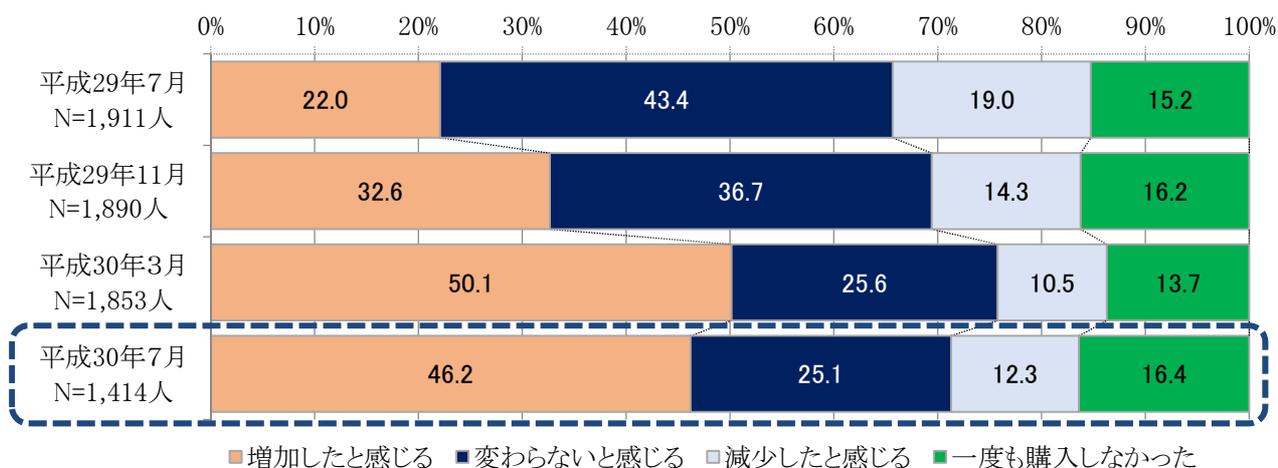
【1年後の物価の見通し(現在の水準と比較した変化率)】



【物価モニターが予想する期待物価上昇率】



② 前年同時期に比べて「ガソリン」に使用した総額が増加したと感じるか減少したと感じるか。

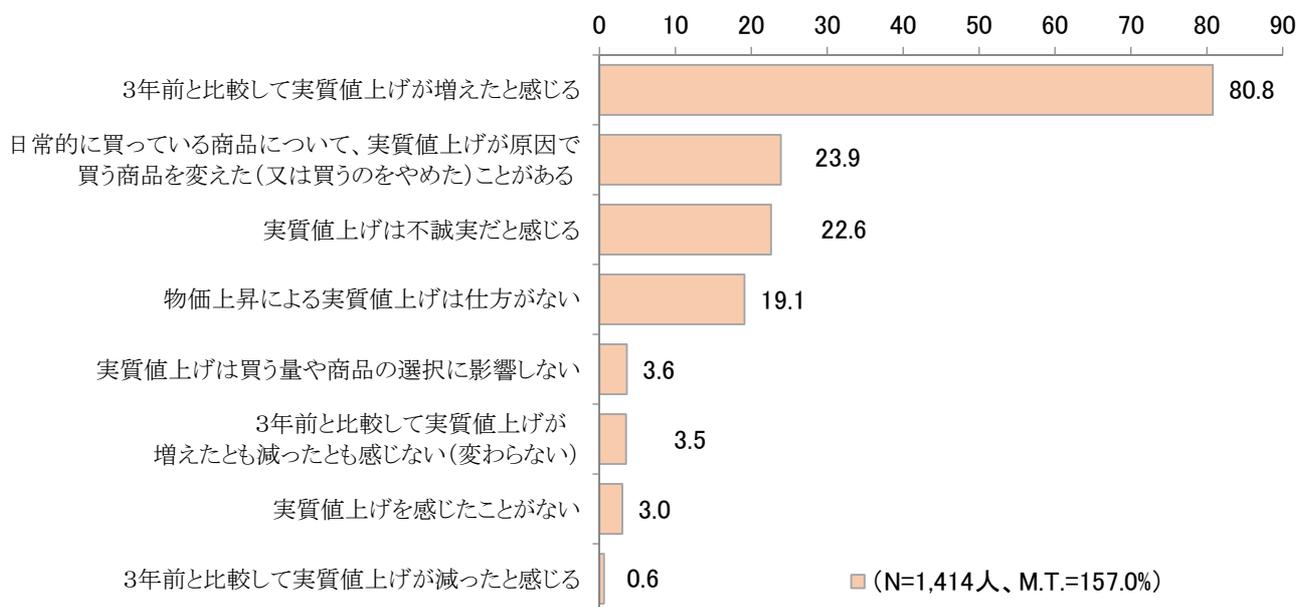


③ 前年同時期に比べて「ガソリン」に使用した総額が増加・減少したと感じる理由

増加したと感じる理由	減少したと感じる理由
給油/購入に行く店が価格を上げたため (73.2%)	給油/購入回数が減ったため (81.6%)
給油/購入回数が増えたため (25.0%)	価格の安い店で購入したため・その他 (5.7%)
価格の高い店で購入したため (5.4%)	給油/購入に行く店が価格を下げたため (0.6%)

④ 実質値上げ（商品の価格は変わらないまま内容量が減少すること。ステルス値上げなどともいう。）についての感じ方を聞いたところ、「3年前と比較して実質値上げが増えたと感じる」と回答した割合が80.8%を占めた。また、「日常的に買っている商品について、実質値上げが原因で買う商品を変えた（又は買うのをやめた）ことがある」と回答した割合は23.9%、「実質値上げは不誠実だと感じる」は22.6%、一方で、「物価上昇による実質値上げは仕方がない」は19.1%を占めた。

回答者数の割合 (%)



本件に関する問合せ先
 消費者庁 消費者調査課 臼井、鈴木
 (03-3507-9179)

調査結果データ

1. 価格調査結果

(1) 食料品

品目	食パン	生中華麺	カップ麺	ソーセージ	豚肉 (ロース)	豆腐	牛乳	ヨーグルト	卵
前月比(%)	0.6	0.1	0.3	-0.1	1.5	0.0	0.1	-0.0	0.2
指数	113.7	109.6	117.3	108.3	116.7	106.2	105.9	109.2	101.0
前年比(%)	3.6	3.2	4.6	1.1	5.4	1.7	1.2	2.0	-1.7

品目	茶飲料	果実飲料	ポテト チップス	アイス クリーム	食用油	からあげ 弁当	冷凍 コロッケ	おにぎり	※ビール
前月比(%)	0.0	0.5	-0.9	0.9	0.1	-0.1	-0.5	-0.0	-0.0
指数	102.7	115.1	113.2	108.5	119.6	102.4	92.1	108.5	106.3
前年比(%)	1.0	3.2	1.0	2.6	6.9	-0.8	-2.2	3.0	-0.1

(2) 日用・家事用品

品目	※洗濯用 洗剤	ティッシュ ペーパー	紙おむつ	シャンプー
前月比(%)	1.0	0.7	0.3	-0.1
指数	107.4	112.5	103.8	105.8
前年比(%)	7.6	3.5	1.5	2.2

(3) サービス

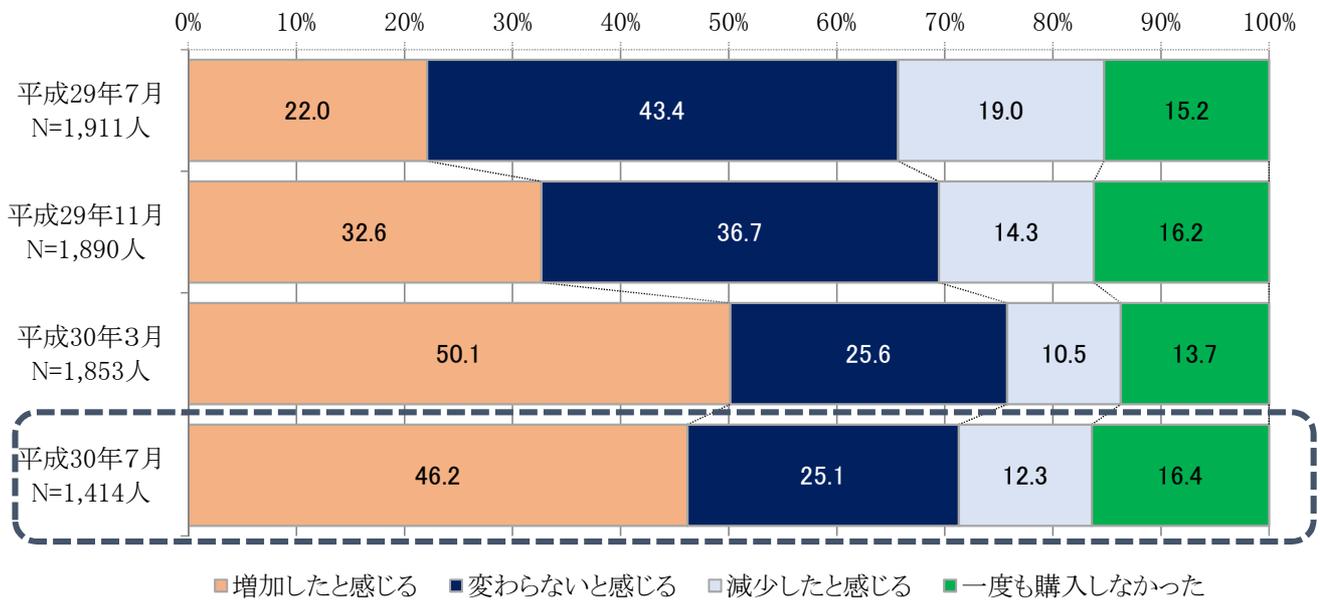
品目	※洗濯代	理髪代又 はカット代	中華そば
前月比(%)	0.1	-0.1	0.0
指数	101.2	100.9	102.2
前年比(%)	1.0	0.3	0.6

(備考)

指数は、平成 27 年 4 月の税抜平均価格を 100 として、調査時点の税抜平均価格を指数化したもの。
 ※ビールは、平成 28 年 4 月の税抜平均価格を 100 として指数化。洗濯用洗剤と洗濯代は平成 29 年 4 月の税抜平均価格を 100 として指数化。

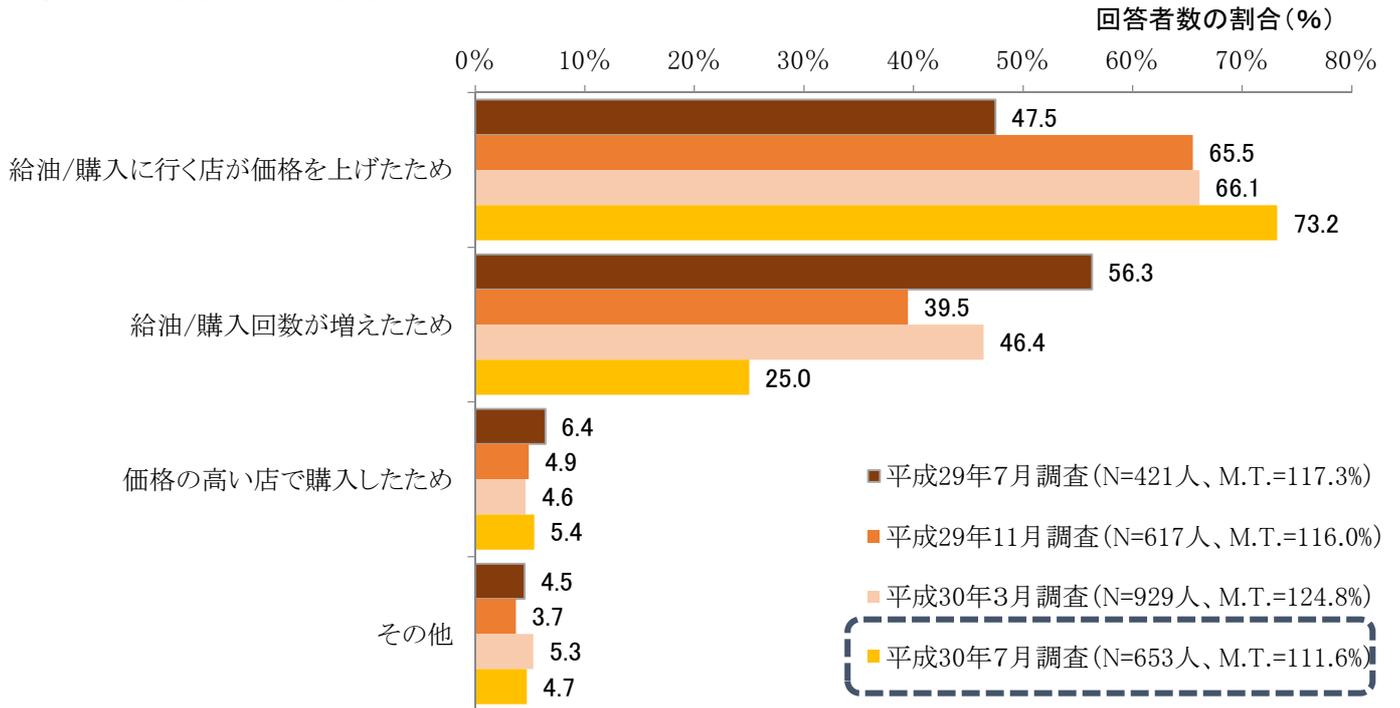
2. 意識調査結果

問1 「ガソリン」についてお伺いします。前年の同時期と比べて、あなたの1か月の「ガソリン」に使用した総額は増加したと感じますか、減少したと感じますか。1つ選んでください。

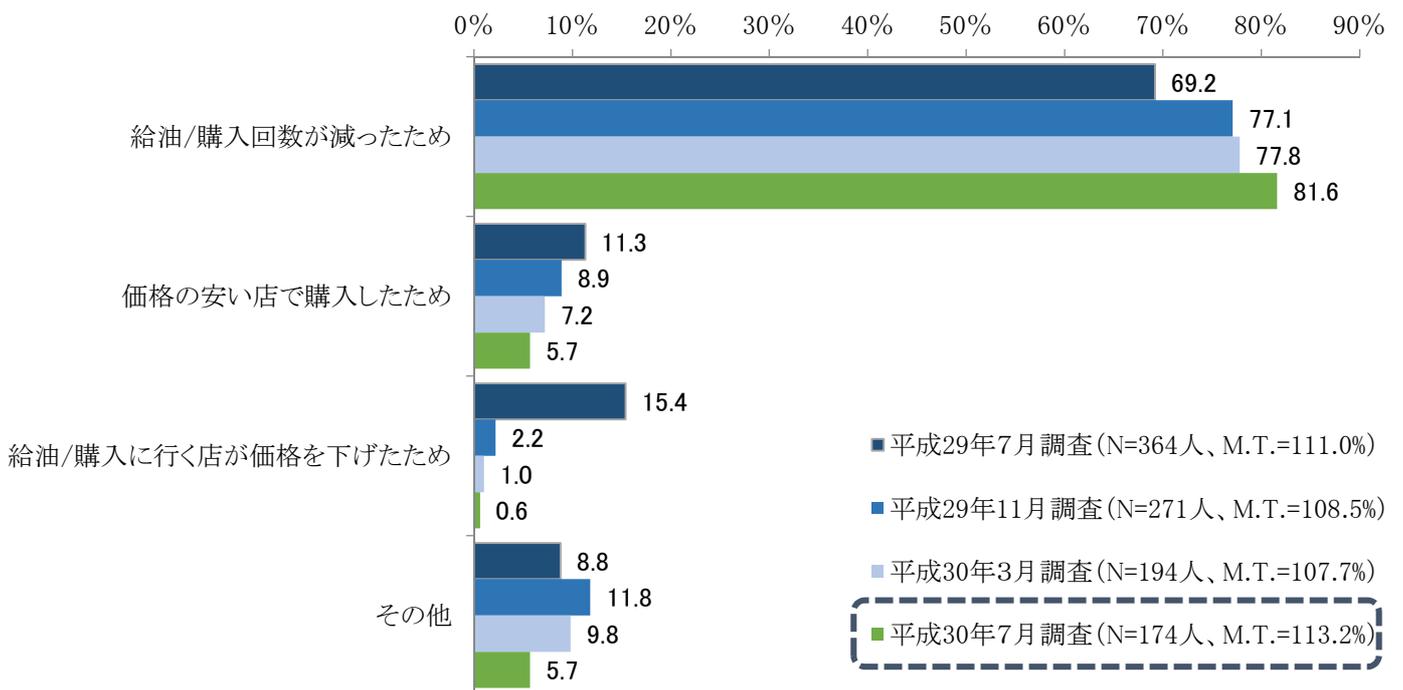


問2 問1の回答を選んだ理由は、以下のいずれでしょうか。該当するものを全て選んでください。

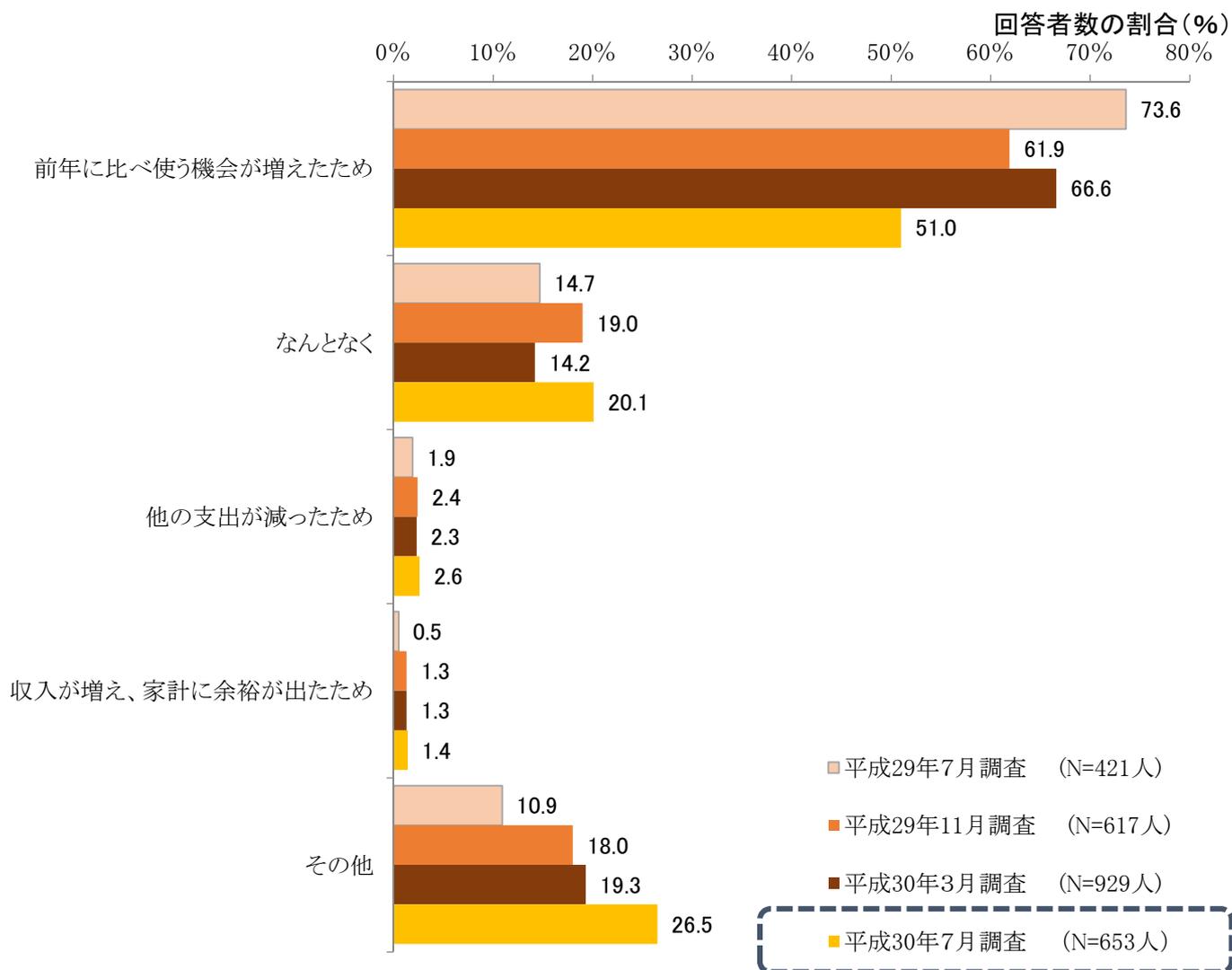
(増加したと感じると回答した方)



(減少したと感じると回答した方)



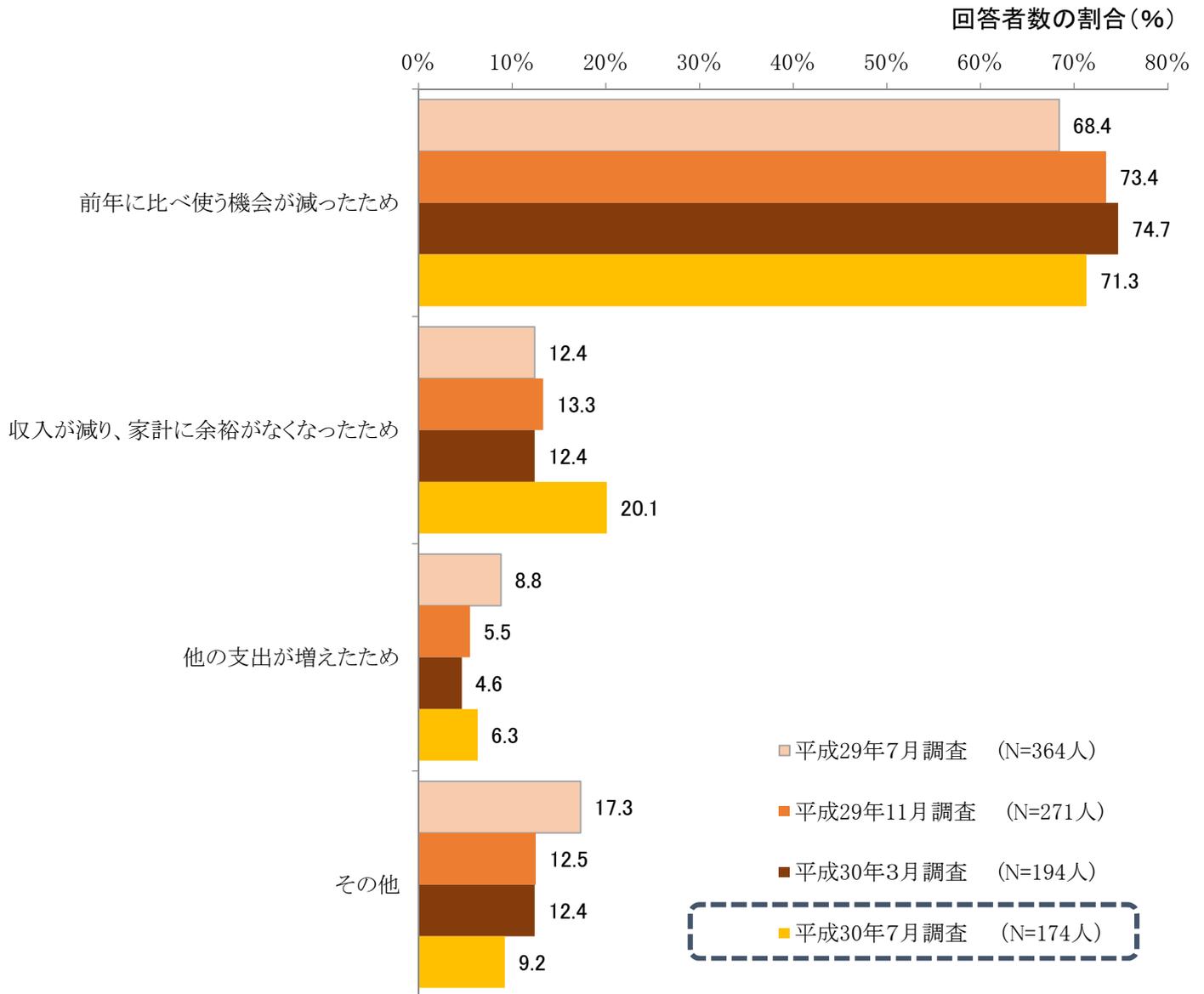
問3 問1で「増加したと感じる」と回答した理由は、以下のどれに該当しますか。
該当するものを全て選んでください。



(注) 各調査の回答者数(N)、M.T.(Multiple Totalの略:回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成29年度	回答者数(人)	-	-	-	421	-	-	-	617	-	-	-	929
	M.T.(%)	-	-	-	102.4	-	-	-	103.2	-	-	-	104.0
平成30年度	回答者数(人)	-	-	-	653	-	-	-	-	-	-	-	-
	M.T.(%)	-	-	-	101.5	-	-	-	-	-	-	-	-

問4 問1で「減少したと感じる」と回答した理由は、以下のどれに該当しますか。
該当するものを全て選んでください。

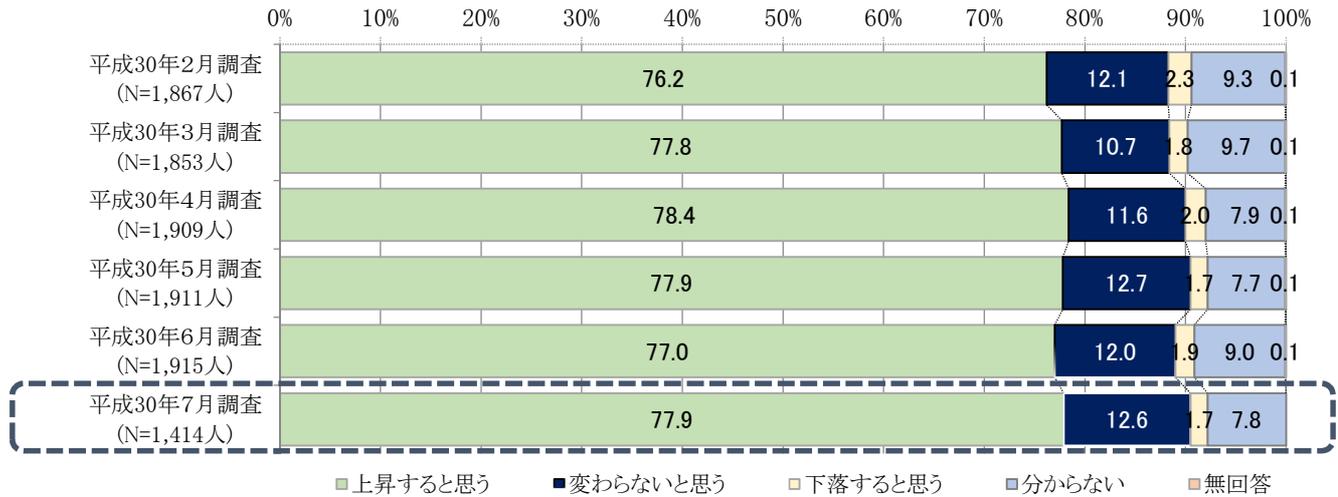


(注) 各調査の回答者数(N)、M.T.(Multiple Totalの略:回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。

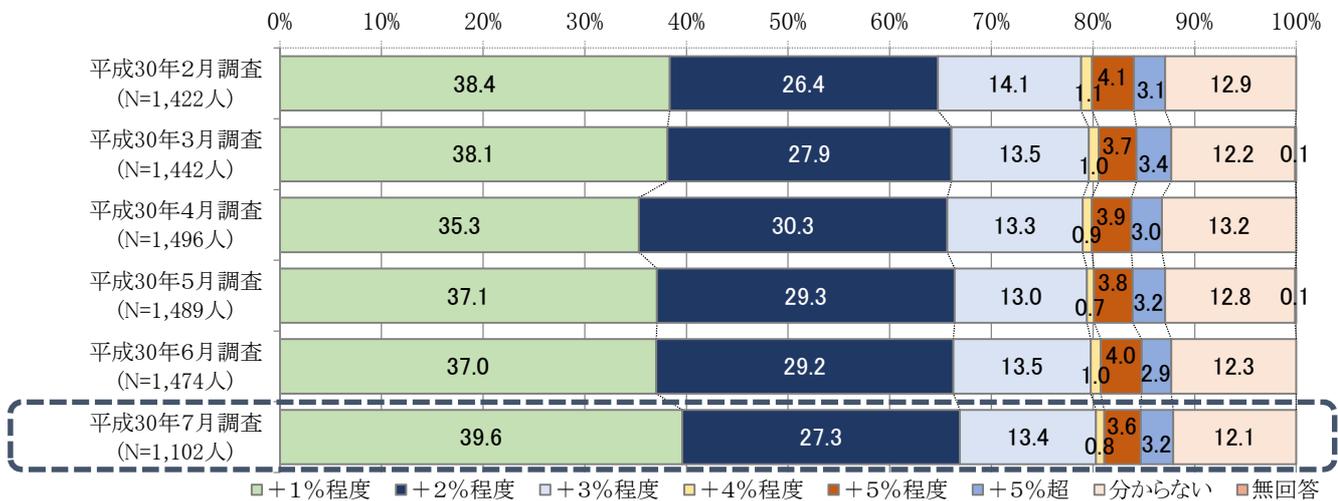
年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成29年度	回答者数(人)	-	-	-	364	-	-	-	271	-	-	-	194
	M.T.(%)	-	-	-	107.4	-	-	-	105.2	-	-	-	105.7
平成29年度	回答者数(人)	-	-	-	174	-	-	-	-	-	-	-	-
	M.T.(%)	-	-	-	106.9	-	-	-	-	-	-	-	-

問5 あなたが普段購入している生活関連物資全般の価格は、現時点と比べて1年後には、上昇すると思いますか、下落すると思いますか。1つ選んでください。

(参考)消費者物価指数は、前年比0.6%増となっています(平成30年4月時点)。



問6 (問5で「上昇すると思う」を選んだ方がお答えください。) どのくらい上昇すると思いますか。

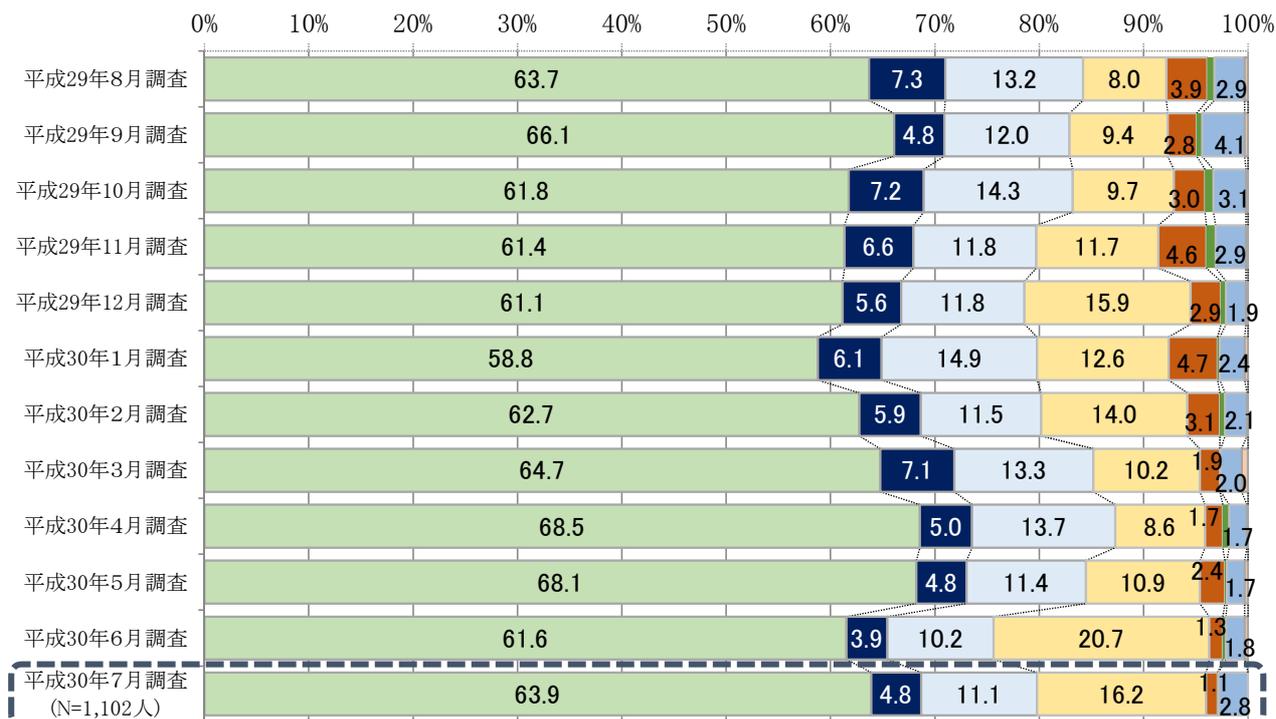


問7 (問5で「下落すると思う」を選んだ方がお答えください。) どのくらい下落すると思いますか。



問8 問5で回答した理由は、以下のいずれでしょうか。1つ選んでください。

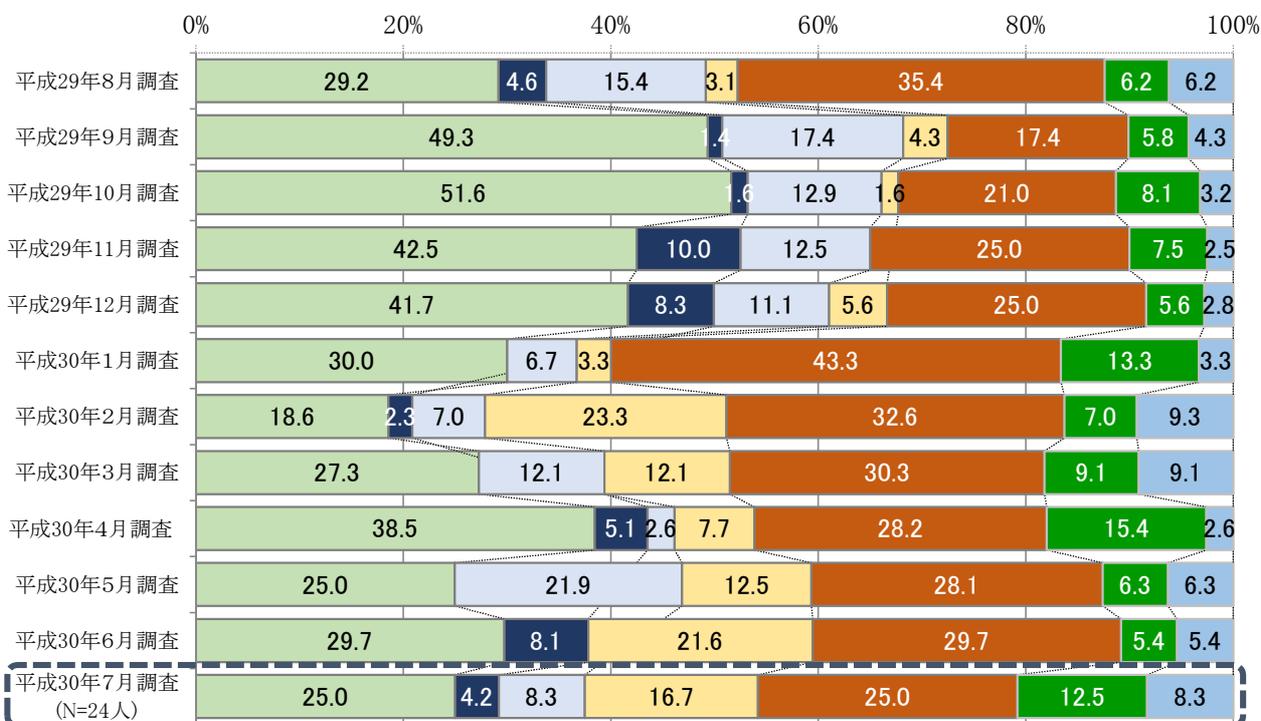
(上昇すると回答した方)



- 身近な商品の価格が過去数か月において上昇しており、その傾向が続くと思うから
- 政府・日本銀行の発表を受けて
- 報道等(民間エコノミスト等専門家の予想)でそのような話題を見かけるから
- 原油価格や為替等の変動を受けて
- 景気が良くなると感じるから
- 収入が増えると思うから
- その他
- 無回答

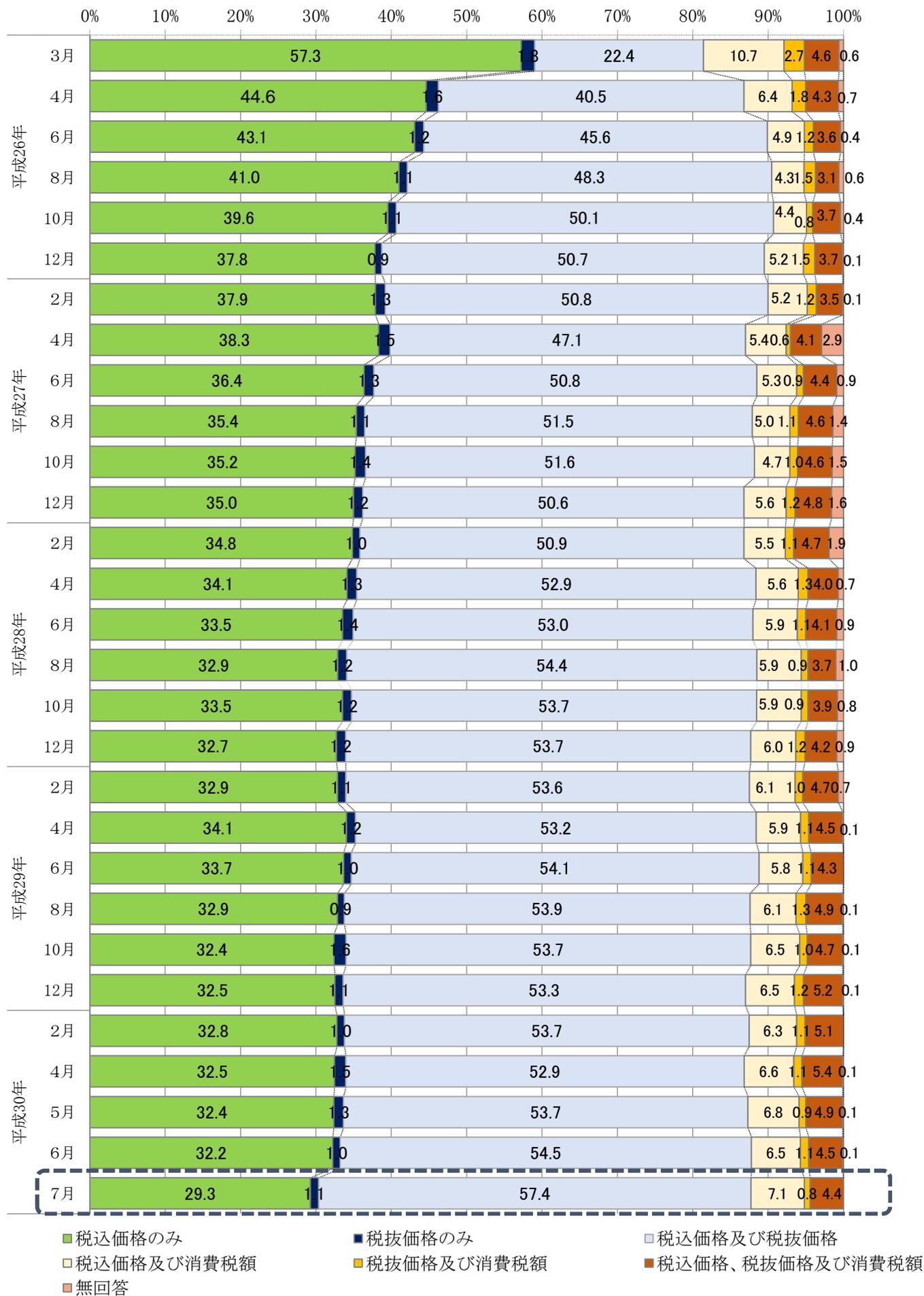
※「収入が増えると思うから」及び「無回答」の割合は、いずれも1%未満であるため、データラベルは非表示

(下落すると回答した方)

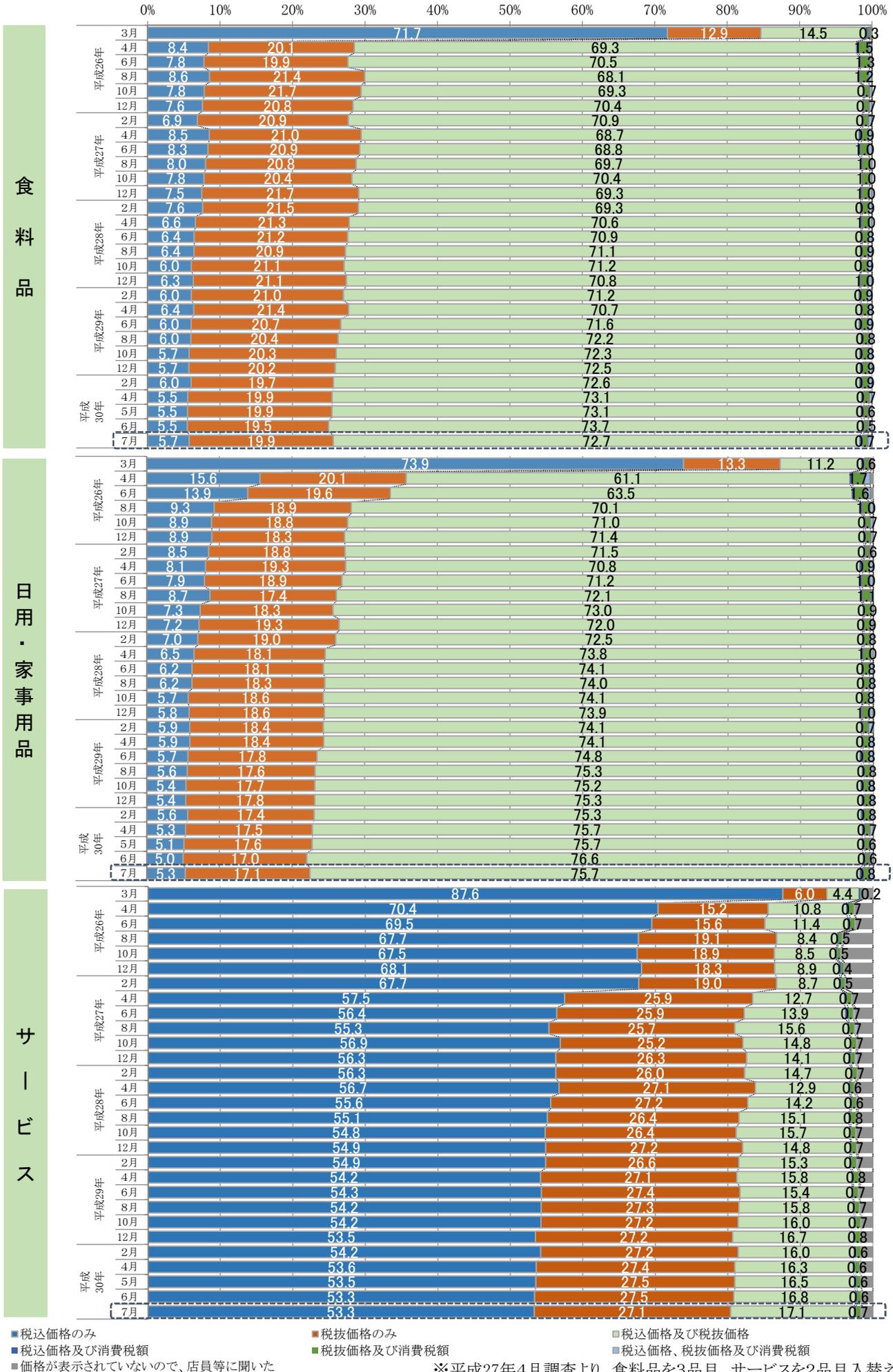


- 身近な商品の価格が過去数か月において下落しており、その傾向が続くと思うから
- 政府・日本銀行の発表を受けて
- 報道等(民間エコノミスト等専門家の予想)でそのような話題を見かけるから
- 原油価格や為替等の変動を受けて
- 景気が悪くなると感じるから
- 収入が減ると思うから
- その他
- 無回答

問9 あなたにとって、店頭価格の表示方法のうち、最も適切と思うものは、以下のいずれでしょうか。1つ選んでください。



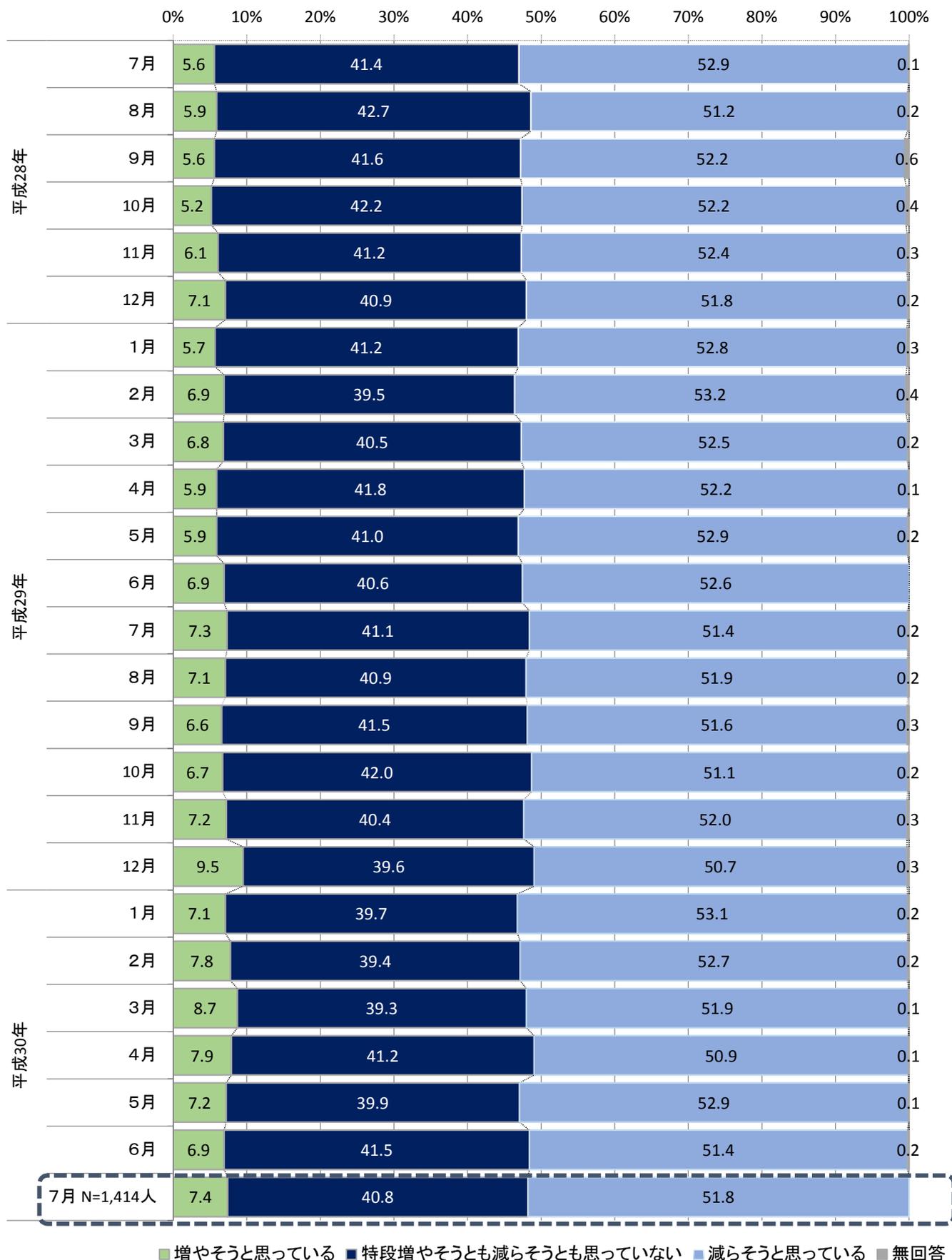
(参考1)品目グループ別の店頭表示価格の表示方法



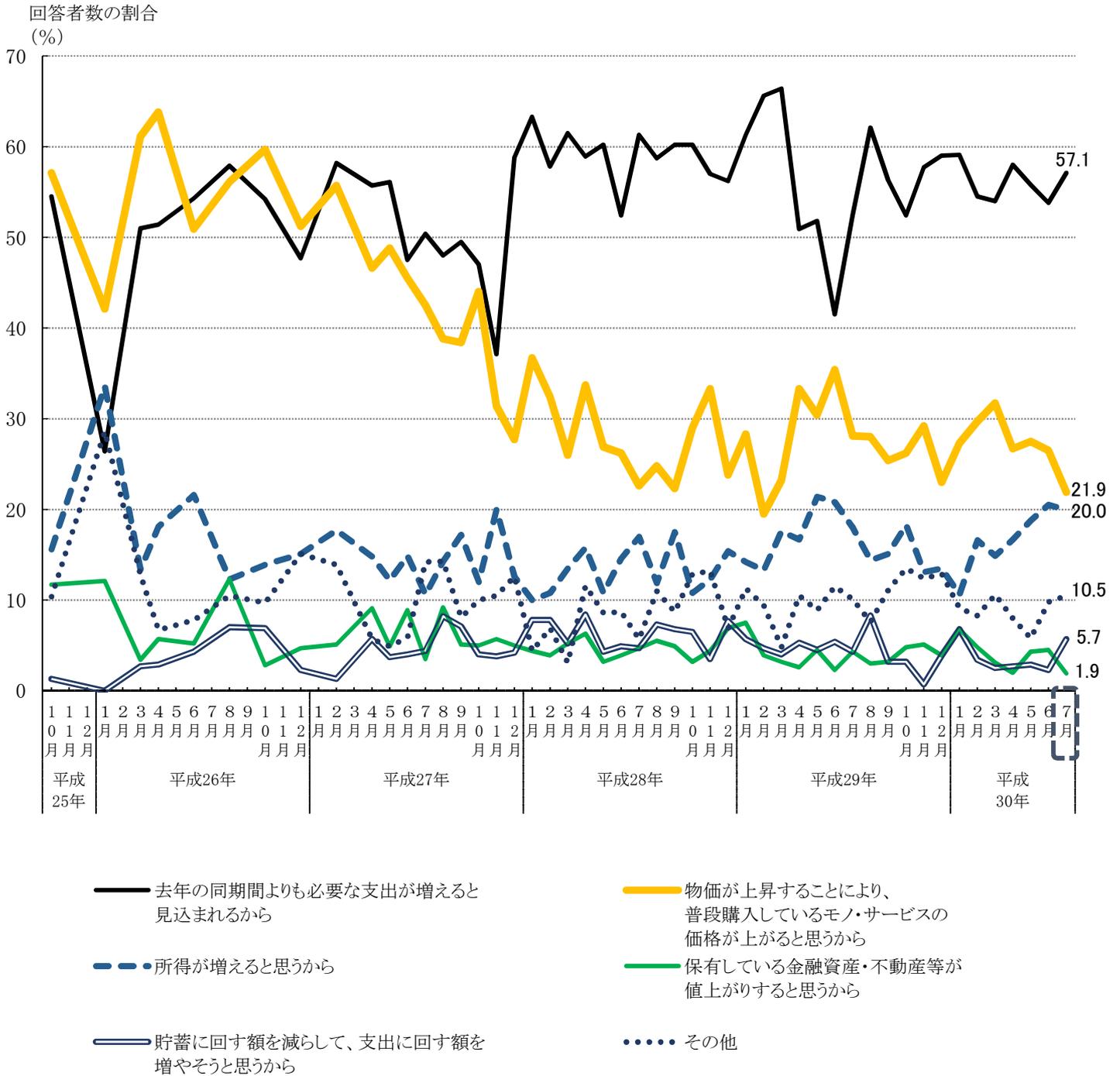
※平成27年4月調査より、食料品を3品目、サービスを2品目入替え。

(参考2)消費についての意識

問1 あなたの世帯の消費への支出額を、今後3か月の間について、去年の同期間と比べて、どのようにしていこうと思っっていますか。1つ選んでください。



問2 (問1で「増やそうと思っている」を選んだ方がお答えください。)
その理由は以下のいずれでしょうか。該当するものを全て選んでください。



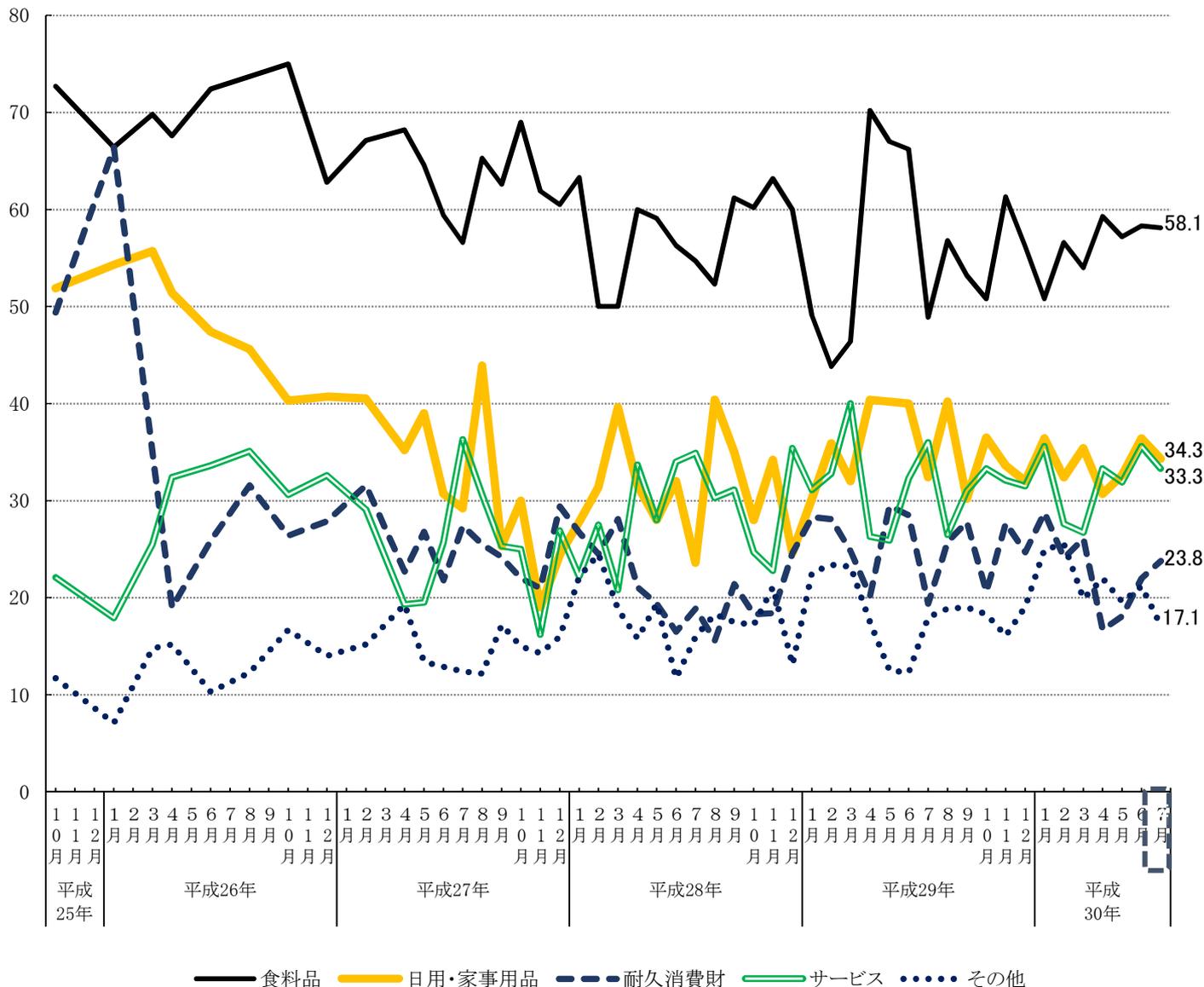
(注) 各調査の回答者数(N)、M.T.(Multiple Totalの略: 回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成25年度	回答者数(人)	-	-	-	-	-	-	77	-	-	140	-	149
	M.T.(%)	-	-	-	-	-	-	150.6	-	-	142.9	-	145.0
平成26年度	回答者数(人)	105	-	116	-	57	-	72	-	86	-	79	-
	M.T.(%)	148.6	-	144.8	-	156.1	-	147.2	-	136.0	-	151.9	-
平成27年度	回答者数(人)	88	82	101	113	98	99	100	105	119	90	102	96
	M.T.(%)	140.9	130.5	126.7	125.7	134.7	125.3	122.0	108.6	121.0	126.7	119.6	114.6
平成28年度	回答者数(人)	95	93	103	106	109	103	93	114	130	106	128	125
	M.T.(%)	134.7	114.0	110.7	116.0	119.2	120.4	122.6	123.7	116.9	128.3	116.4	119.2
平成29年度	回答者数(人)	114	112	130	139	132	126	126	137	178	132	145	161
	M.T.(%)	120.2	122.4	116.9	118.7	124.2	115.1	118.3	118.2	116.3	119.7	118.6	118.0
平成30年度	回答者数(人)	150	138	132	105								
	M.T.(%)	114.7	115.2	118.9	117.1								

問3 (問1で「増やそうと思っている」を選んだ方がお答えください。)

消費を増やそうと思っているのは、以下のいずれでしょうか。該当するものを全て選んでください。

回答者数の割合
(%)

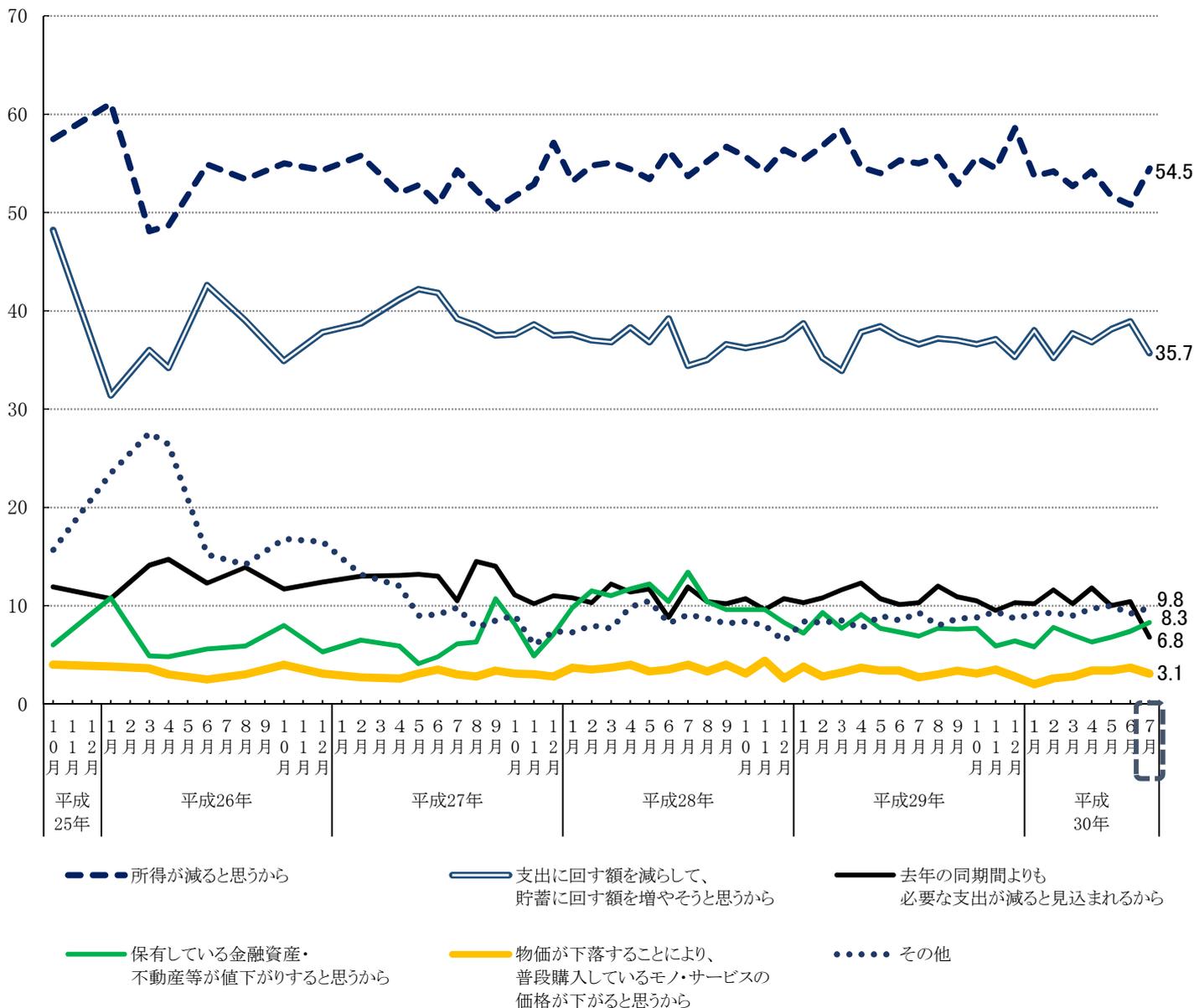


(注) 各調査の回答者数(N)、M.T.(Multiple Totalの略:回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成25年度	回答者数(人)	-	-	-	-	-	-	77	-	-	140	-	149
	M.T.(%)	-	-	-	-	-	-	209.1	-	-	215.7	-	204.7
平成26年度	回答者数(人)	105	-	116	-	57	-	72	-	86	-	79	-
	M.T.(%)	192.4	-	192.2	-	201.8	-	193.1	-	182.6	-	187.3	-
平成27年度	回答者数(人)	88	82	101	113	98	99	100	105	119	90	102	96
	M.T.(%)	169.3	163.4	150.5	161.9	177.6	154.5	161.0	132.4	157.1	162.2	157.8	157.3
平成28年度	回答者数(人)	95	93	103	106	109	103	93	114	130	106	128	125
	M.T.(%)	162.2	153.9	150.5	148.1	156.9	166.2	148.4	159.6	159.2	161.3	164.0	166.4
平成29年度	回答者数(人)	114	112	130	139	132	126	126	137	178	132	145	161
	M.T.(%)	175.5	177.8	180.0	159.0	169.7	163.5	160.3	171.5	164.0	176.5	166.9	164.6
平成30年度	回答者数(人)	150	138	132	105								
	M.T.(%)	163.3	162.3	175.8	166.7								

問4 (問1で「減らそうと思っている」を選んだ方がお答えください。)
その理由は以下のいずれでしょうか。該当するものを全て選んでください。

回答者数の割合
(%)



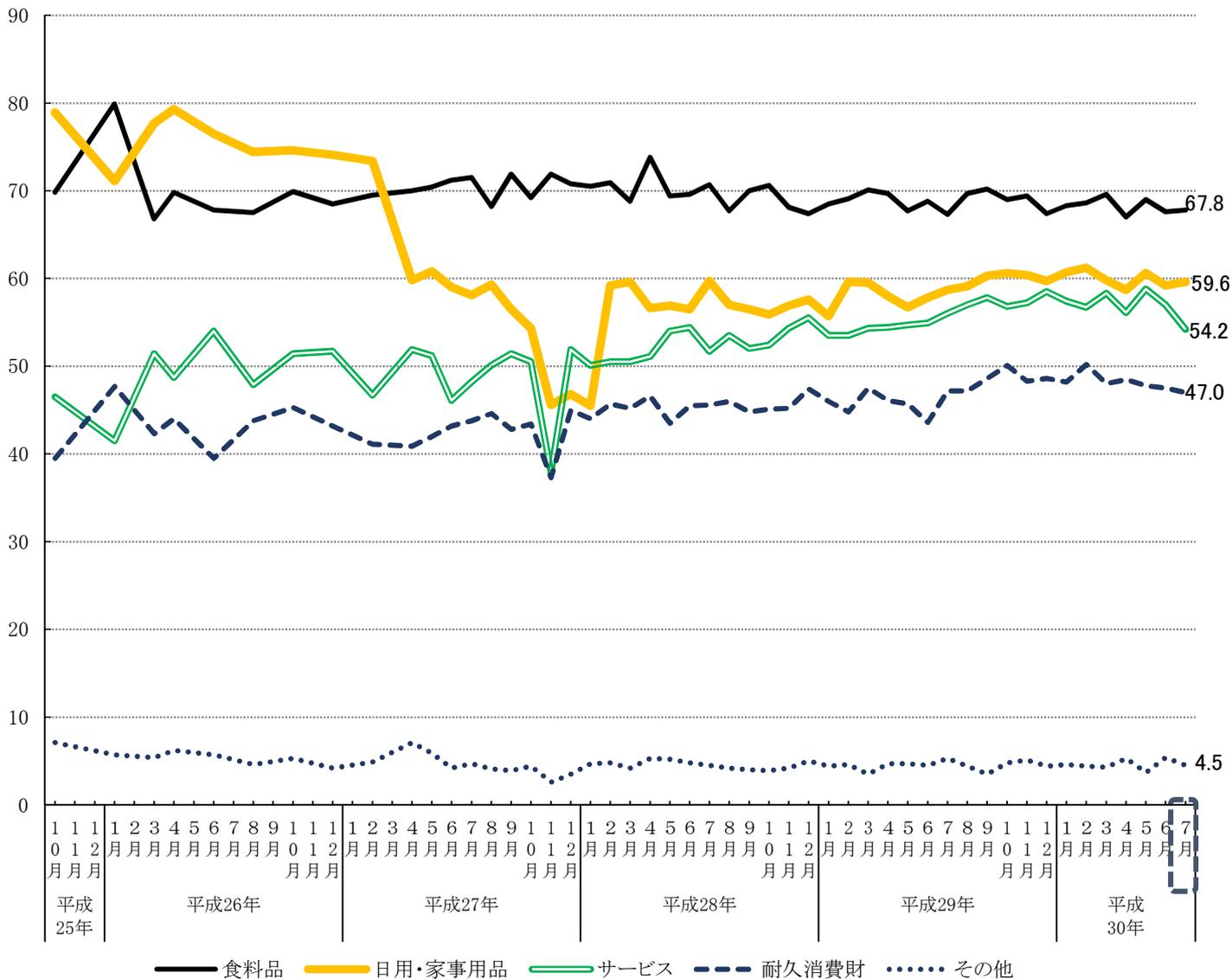
(注) 各調査の回答者数(N)、M.T.(Multiple Totalの略:回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成25年度	回答者数(人)	-	-	-	-	-	-	798	-	-	740	-	1,453
	M.T.(%)	-	-	-	-	-	-	143.5	-	-	141.4	-	134.5
平成26年度	回答者数(人)	1,654	-	1,343	-	769	-	828	-	807	-	771	-
	M.T.(%)	131.8	-	133.4	-	129.6	-	130.4	-	129.7	-	129.8	-
平成27年度	回答者数(人)	933	909	952	906	868	913	877	944	949	992	991	1,008
	M.T.(%)	127.1	124.4	123.2	122.8	122.2	124.5	120.5	115.5	122.9	122.4	125.1	126.5
平成28年度	回答者数(人)	957	978	1,032	994	944	966	942	972	955	978	981	964
	M.T.(%)	129.7	127.9	126.4	126.5	123.0	125.3	123.7	122.4	121.6	123.8	123.0	123.4
平成29年度	回答者数(人)	1,006	1,012	997	983	969	979	964	983	952	994	983	962
	M.T.(%)	125.2	123.3	122.0	121.1	123.6	120.4	122.5	120.2	122.4	119.0	120.8	119.4
平成30年度	回答者数(人)	972	1,010	985	732								
	M.T.(%)	122.2	120.0	120.3	118.3								

問5 (問1で「減らそうと思っている」を選んだ方がお答えください。)

消費を減らそうと思っているのは、以下のいずれでしょうか。該当するものを全て選んでください。

回答者数の割合
(%)

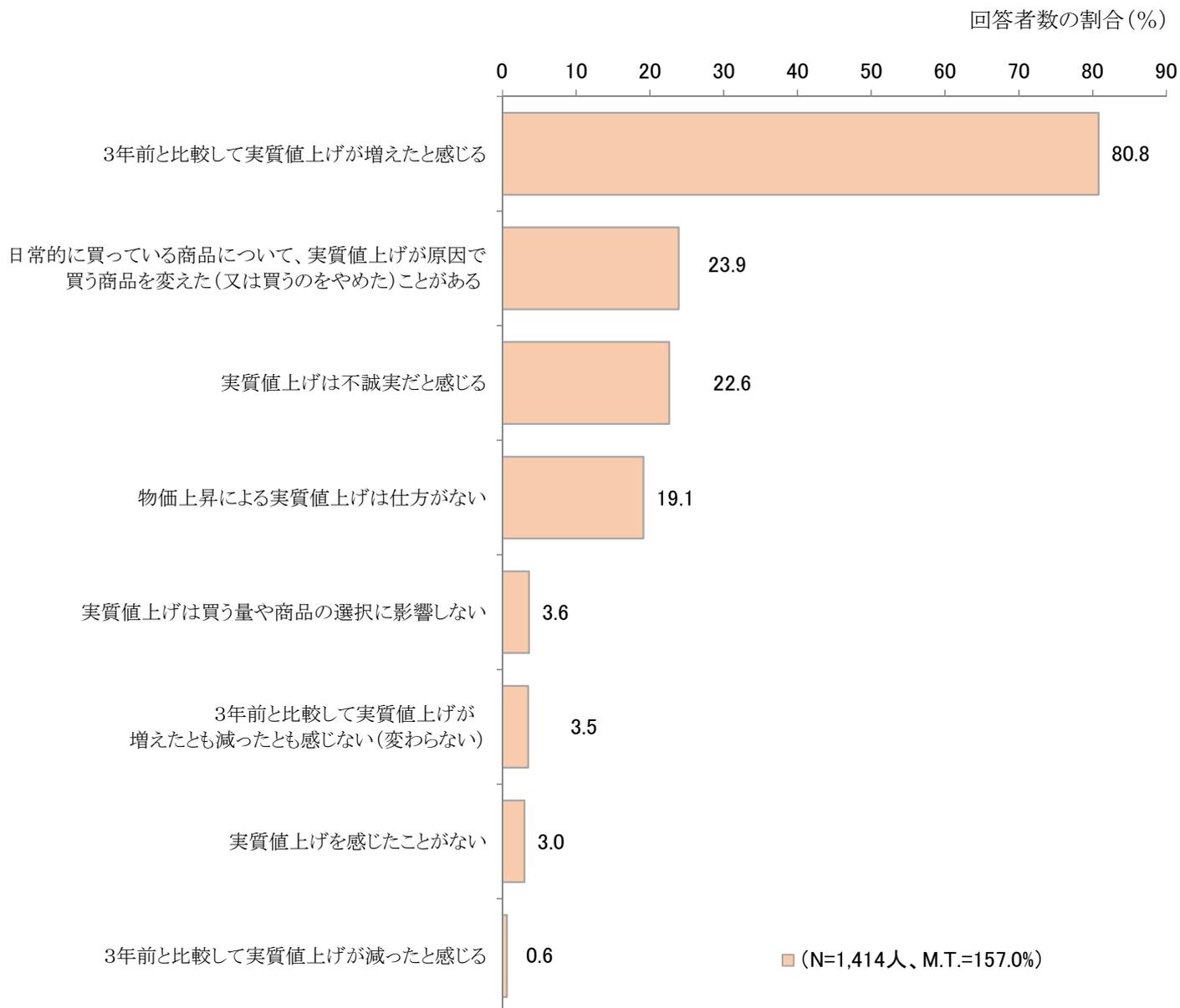


(注) 各調査の回答者数(N)、M.T.(Multiple Totalの略: 回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成25年度	回答者数(人)	-	-	-	-	-	-	798	-	-	740	-	1,453
	M.T.(%)	-	-	-	-	-	-	242.2	-	-	246.2	-	244.0
平成26年度	回答者数(人)	1,654	-	1,343	-	769	-	828	-	807	-	771	-
	M.T.(%)	248.5	-	244.1	-	238.9	-	247.1	-	242.3	-	236.3	-
平成27年度	回答者数(人)	933	909	952	906	868	913	877	944	949	992	991	1,008
	M.T.(%)	230.0	230.4	223.7	226.4	226.4	226.5	221.9	195.3	122.9	214.7	231.2	228.4
平成28年度	回答者数(人)	957	978	1,032	994	944	966	942	972	955	978	981	964
	M.T.(%)	233.4	229.0	230.8	232.2	228.4	227.3	227.9	228.7	233.4	228.5	231.6	235.0
平成29年度	回答者数(人)	1,006	1,012	997	983	969	979	964	983	952	994	983	962
	M.T.(%)	233.3	229.9	229.9	235.1	237.5	240.6	241.7	240.7	239.1	239.2	241.3	240.0
平成30年度	回答者数(人)	972	1,010	985	732								
	M.T.(%)	236.1	240.0	237.1	233.1								

(参考3)消費行動についての意識

(全員がお答えください。)実質値上げ(商品の価格は変わらないまま内容量が減少すること。ステルス値上げなどともいう。)について、あなたの考えに当てはまる項目を全て選んでください。



(注) 調査の回答者数(N)、M.T. (Multiple Totalの略: 回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。
N=1,414人、M.T.=157.0%

●実質値上げ(商品の価格は変わらないまま内容量が減少すること。ステルス値上げなどともいう。)についての感じ方を聞いたところ、「3年前と比較して実質値上げが増えたと感じる」と回答した割合が80.8%を占めた。また、「日常的に買っている商品について、実質値上げが原因で買う商品を変えた(又は買うのをやめた)ことがある」と回答した割合は23.9%、「実質値上げは不誠実だと感じる」は22.6%、一方で、「物価上昇による実質値上げは仕方がない」は19.1%を占めた。

3. 今回調査(速報)の回答者の属性

今回調査の回答者数： 1,414人

①年齢

20～29歳	20人 (1.4%)
30～39歳	177人 (12.5%)
40～49歳	463人 (32.7%)
50～59歳	463人 (32.7%)
60～69歳	224人 (15.8%)
70歳以上	67人 (4.7%)

②職業

正社員	406人 (28.7%)
正社員以外の被雇用者	396人 (28.0%)
会社、団体などの役員	14人 (01.0%)
自営業	73人 (5.2%)
専業の主婦・主夫	373人 (26.4%)
学生	5人 (0.4%)
無職	123人 (8.7%)
その他	24人 (1.7%)

③居住地方

北海道	67人 (4.7%)
東北地方	96人 (6.8%)
関東地方	487人 (34.4%)
北陸甲信越地方	87人 (6.2%)
中部地方	170人 (12.0%)
近畿地方	224人 (15.8%)
中国地方	84人 (5.9%)
四国地方	45人 (3.2%)
九州・沖縄地方	154人 (10.9%)

④居住形態

単身	107人 (7.6%)
二人暮らし	449人 (31.8%)
三人暮らし	400人 (28.3%)
四人暮らし	342人 (24.2%)
五人以上	116人 (8.2%)

⑤世帯年収

300万円未満	209人 (14.8%)
300～500万円	366人 (25.9%)
500～700万円	377人 (26.7%)
700～1,000万円	312人 (22.1%)
1,000万円以上	150人 (10.6%)