

令和2年10月14日

令和2年10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、調査対象である25品目の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（特売品等の販売価格も含む。）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 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＋3となった。
- ② 価格上昇幅が前月比1%以上の品目はポテトチップス（＋2.2%）。
- ③ 価格下落幅が前月比1%以上の品目はビール（▲3.9%）。

【意識調査結果】

- ① インターネットを通じた商品・サービスの購入について、購入方法の違いを認識しているか聞いたところ、「全ての違いを知っていた」と回答したモニターの割合が56.9%と最も高く、「メーカー等の自社サイトからの購入とデジタル・プラットフォーム上での購入の違いは知っていたが、デジタル・プラットフォームにおける運営者からの購入と出品者からの購入の違いは知らなかった」が21.6%、「全ての違いを知らなかった」が21.5%であった。
- ② ここ1か月間で最も使っている購入方法について聞いたところ、「デジタル・プラットフォームの運営者からの購入」と回答したモニターの割合が32.7%と最も高く、「デジタル・プラットフォームの出店者からの購入」が27.4%、「ここ1か月間では使っていない」が20.9%であった。
- ③ 1年前（2019年10月頃）と比べて、インターネットで商品・サービスを購入する回数が変わったかについて聞いたところ、メーカー等の自社サイトから購入する場合は、「変わらない」と回答したモニターの割合が67.6%と最も高く、「やや増えた」が15.0%と続いた。デジタル・プラットフォーム上で購入する場合は、「変わらない」と回答したモニターの割合が56.1%と最も高く、「やや増えた」が25.7%と続いた。
- ④ インターネットを通じた商品・サービスの購入について、「全ての違いを知っていた」と回答したモニターに対し、デジタル・プラットフォーム上に店を出す事業者等から購入する際に、個々の売主がどのような売主か（所在地等）を確認しているか聞いたところ、「必ず確認するようにしている」と回答したモニターの割合が59.2%と最も高く、「高額の商品を購入する場合など、特に重要なときだけ確認するようにしている」が26.6%と続いた。

4. 次回公表予定

11月物価モニター調査結果は11月18日（水）に公表予定。

※10月物価モニター調査は、10月1日（木）～5日（月）に実施。

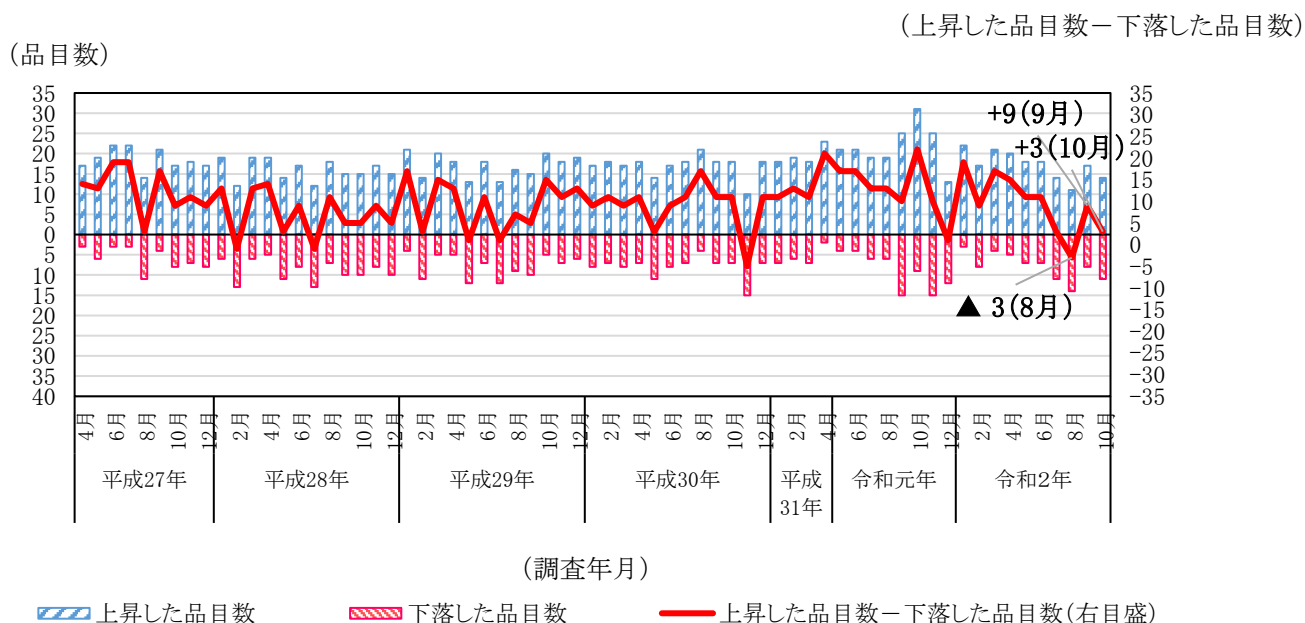
※速報取りまとめ後に集計した分については、翌月の速報における前月値に反映させる。

※過去の調査結果及び調査結果のバックデータについては、以下のURLを参照。

https://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、カレーパウダー、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、冷凍コロッケ、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。
 - 令和元年 9～11 月調査は 40 品目中の上昇した品目数及び下落した品目数を示す。

② 上昇幅が前月比 1 %以上の品目

食料品 ポテトチップス（+2.2%）

③ 下落幅が前月比 1 %以上の品目

食料品 ビール（▲3.9%）

【意識調査結果】

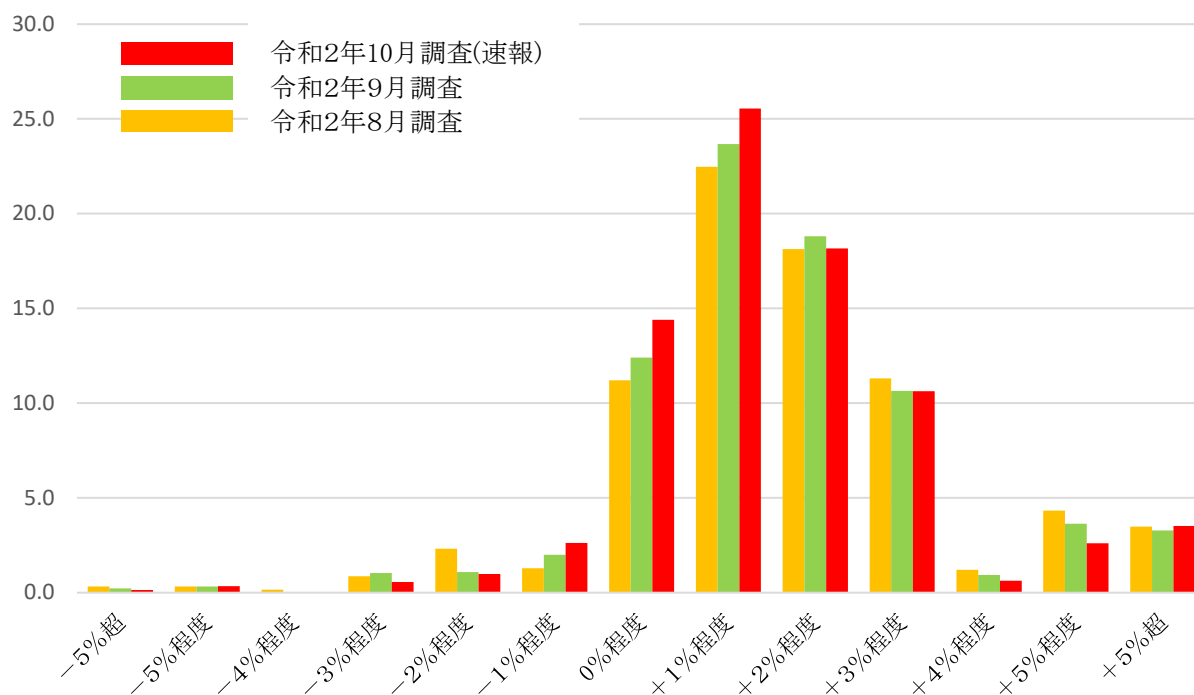
＜１年後の物価の見通しと期待物価上昇率＞

【１年後の物価の見通し(現在の水準と比較した変化率)】

(回答者の割合)

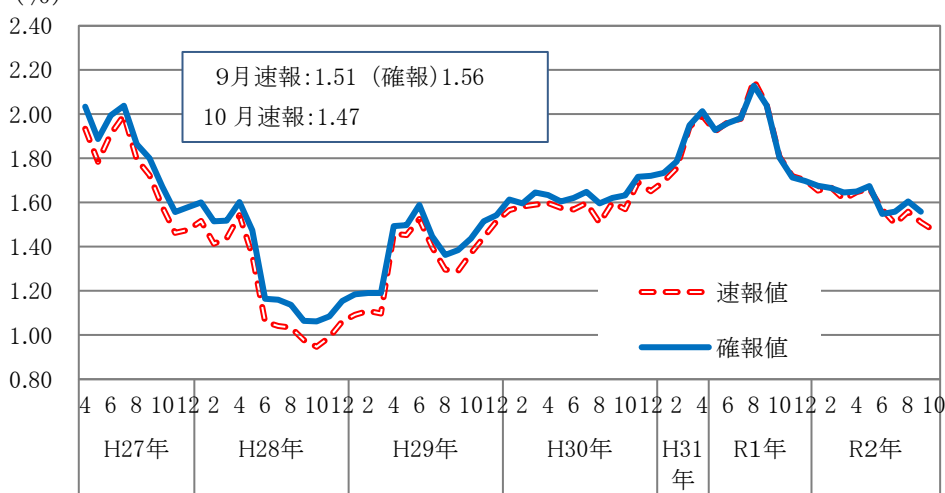
(%)

(10 月中央値＝＋１％程度～＋２％程度)



【物価モニターが予想する期待物価上昇率】

(%)



(備考)

1. 「－５％超」、「－５％程度」は－５％、「－４％程度」は－４％、「－３％程度」は－３％、「－２％程度」は－２％、「－１％程度」は－１％、「＋１％程度」は＋１％、「＋２％程度」は＋２％、「＋３％程度」は＋３％、「＋４％程度」は＋４％、「＋５％程度」、「＋５％超」は＋５％のインフレ率をそれぞれ予想しているとして計算。

(調査年月)

本件に関する問合せ先

消費者庁 参事官(調査・物価等担当)

担当: 栗田、笠原

TEL: 03-3507-9179

FAX: 03-3507-9286

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(%)	-0.0	-0.4	-0.3	-0.3	0.2	0.1	-0.1	0.1	0.2
指数	123.6	118.2	139.7	115.2	130.6	112.2	114.6	120.8	103.5
前年比(%)	3.2	3.0	4.0	2.1	5.5	2.2	1.7	3.0	-0.4

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(%)	0.4	0.5	2.2	0.9	-0.9	0.1	-0.5	0.0	-3.9
指数	105.8	121.4	129.9	122.8	132.0	104.6	87.1	114.5	102.7
前年比(%)	1.2	2.4	3.9	3.9	2.4	0.4	-3.0	1.9	-3.8

(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(%)	0.2	0.4	0.1	-0.1
指数	120.4	129.4	105.5	113.6
前年比(%)	3.7	1.6	0.0	2.6

(3) サービス等

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	104.2	103.9	105.2
前年比(%)	0.4	1.2	1.0

(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。

※令和元年10月1日から令和2年6月30日まで消費税率引上げに合わせて各事業者が実施していたキャッシュレス決済に対するポイント還元制度は考慮しない。

2. 意識調査結果

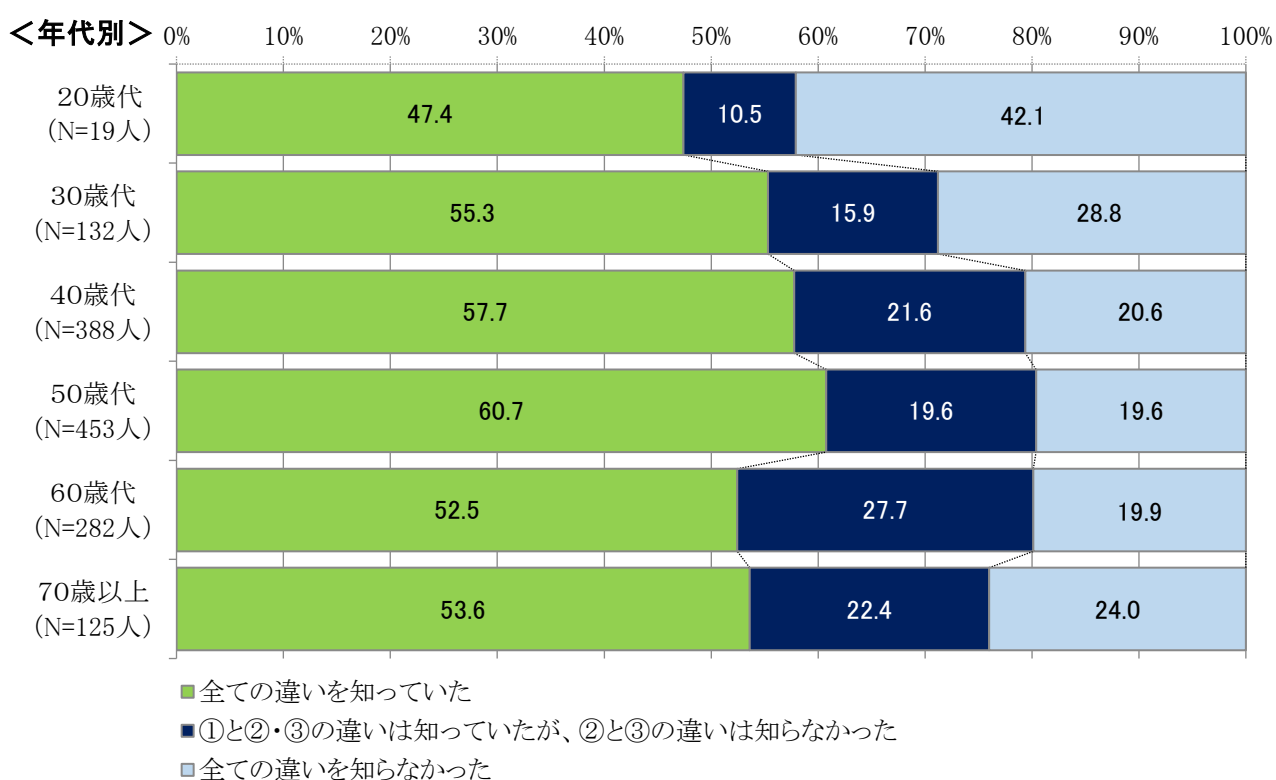
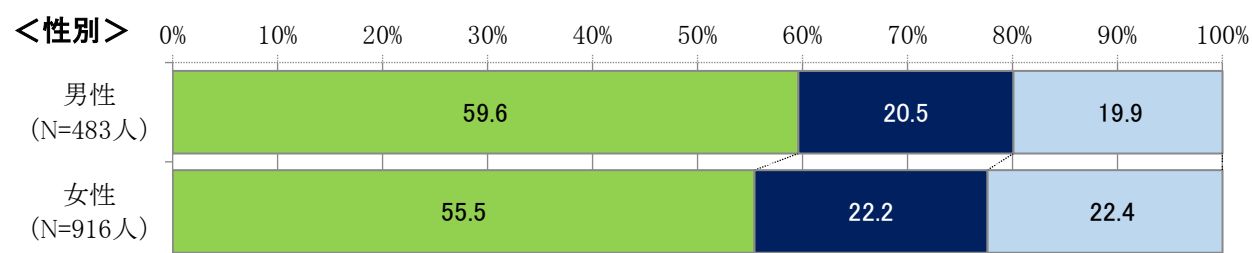
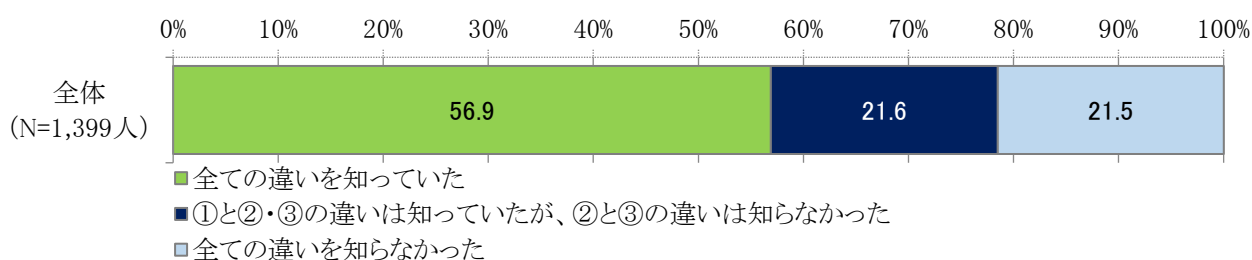
インターネットを通じた商品・サービスを購入する際には、様々な購入方法があります。
 具体的には、以下のようなものがありますが、ここではその利用の状況等について伺います。

- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
- ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
- ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店している事業者や出品している個人から購入する

(※) デジタル・プラットフォーム: インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

(注) 調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

問1 インターネットを通じた商品・サービスの購入において、上記の①、②及び③の違いを御存知でしたか。
 当てはまるものを1つ選んでください。

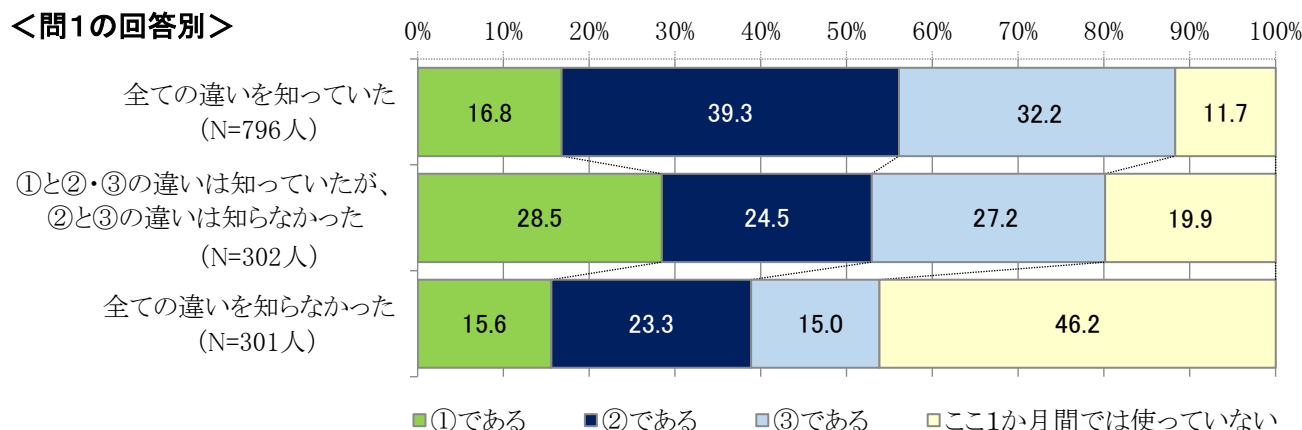
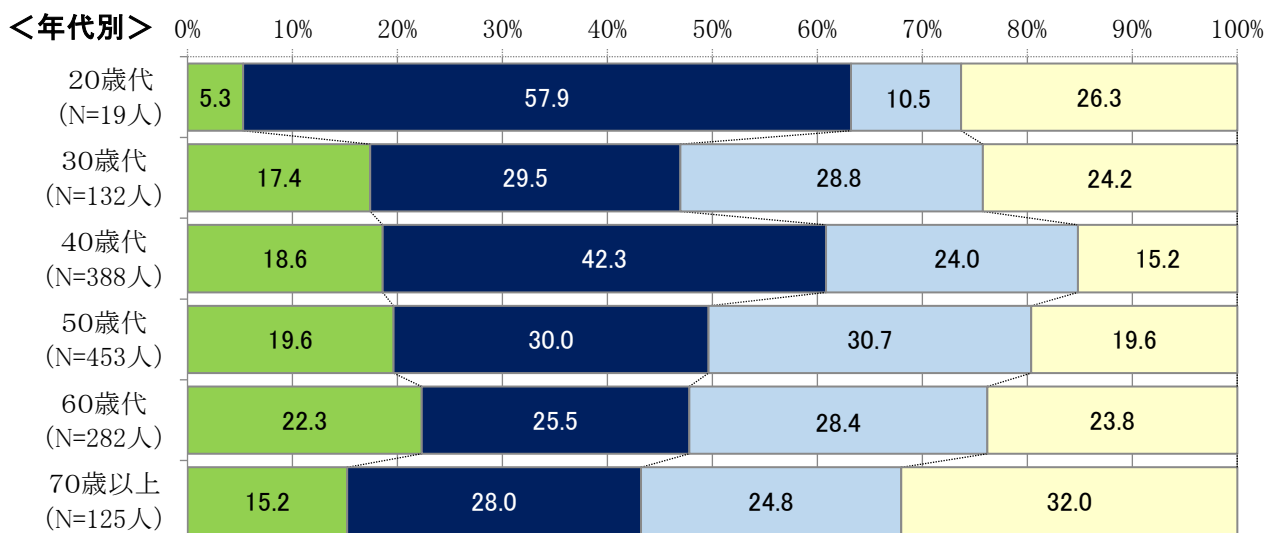
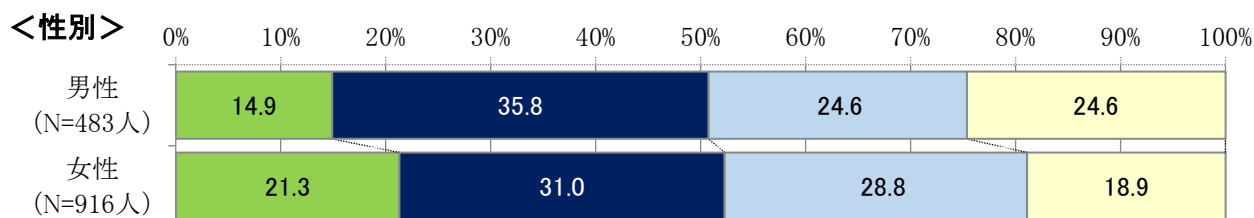
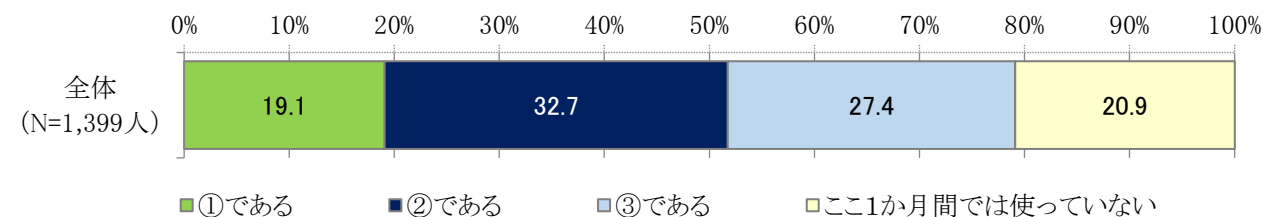


- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
 ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
 ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店して
 いる事業者や出品している個人から購入する

(※) デジタル・プラットフォーム: インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

(注) 調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

問2 ①、②及び③の方法で、ここ1か月間で最も使っているのはどの購入方法ですか。
 当てはまるものを1つ選んでください。



- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
 ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
 ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店して
 いる事業者や出品している個人から購入する

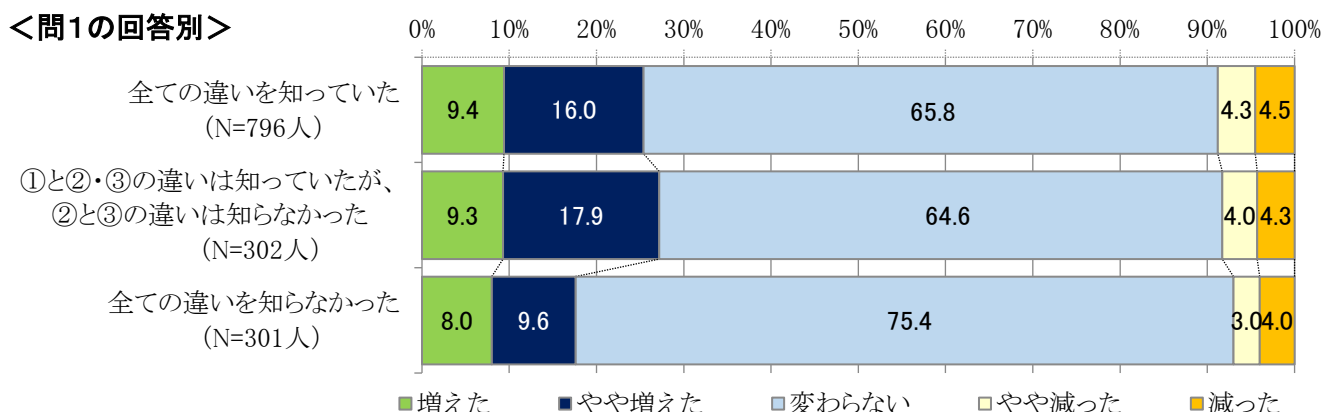
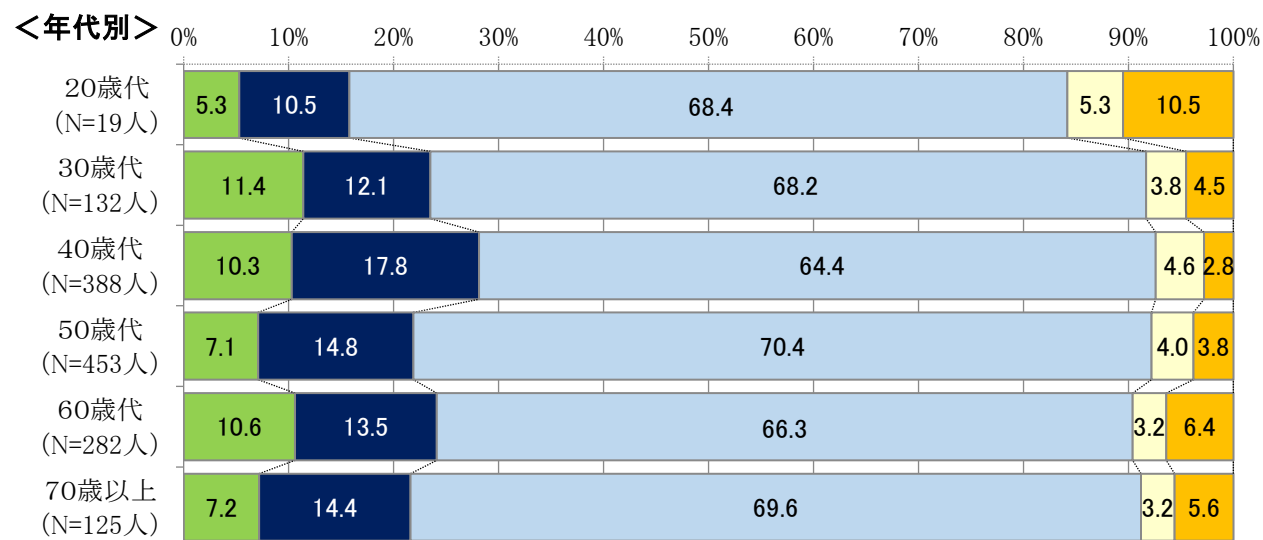
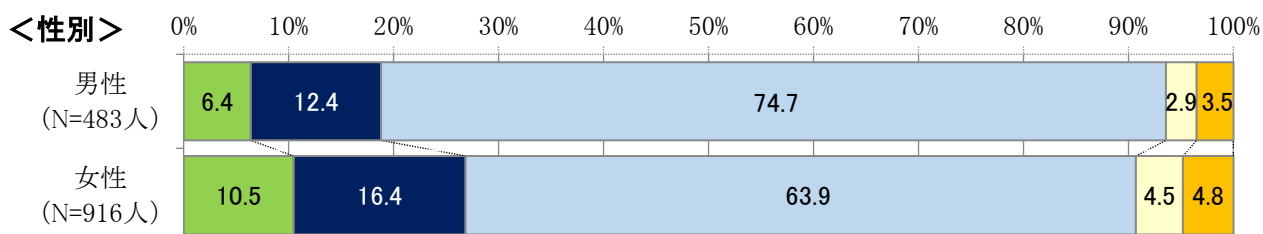
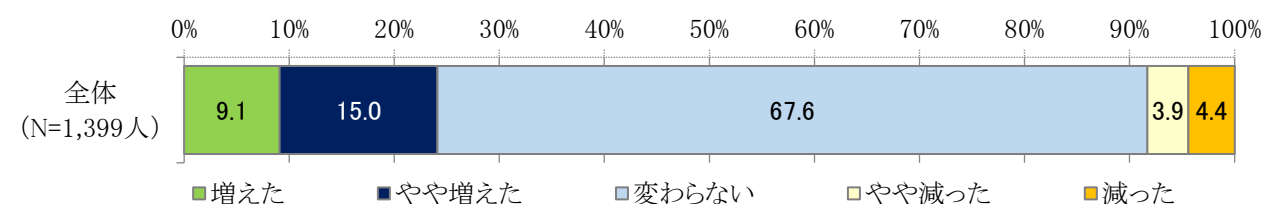
(※) デジタル・プラットフォーム: インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

(注) 調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

問3 1年前(2019年10月頃)と比べ、インターネットで商品・サービスを購入する回数は変わりましたか。

(1)～(2)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつ選んでください。

(1)①の方法で購入する場合



- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
 ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
 ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店して
 いる事業者や出品している個人から購入する

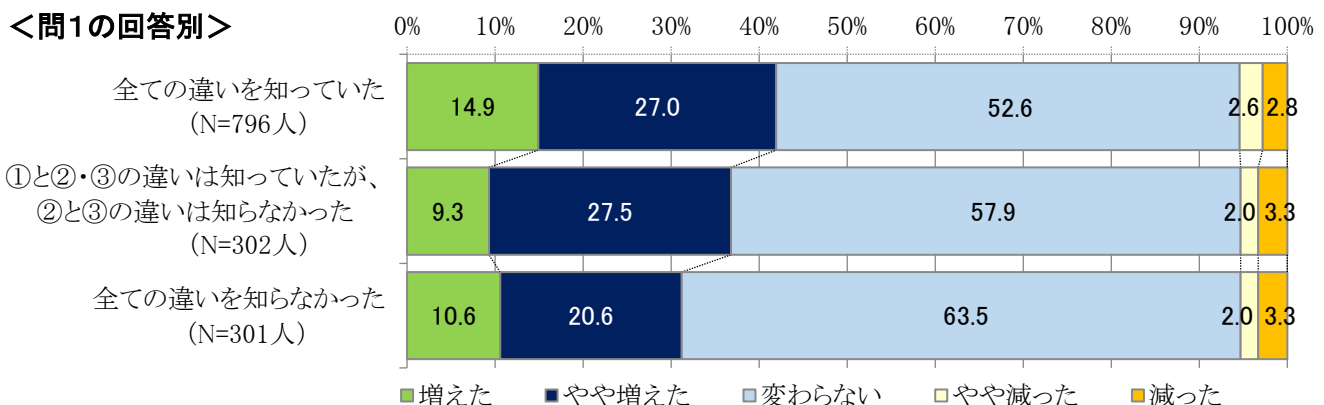
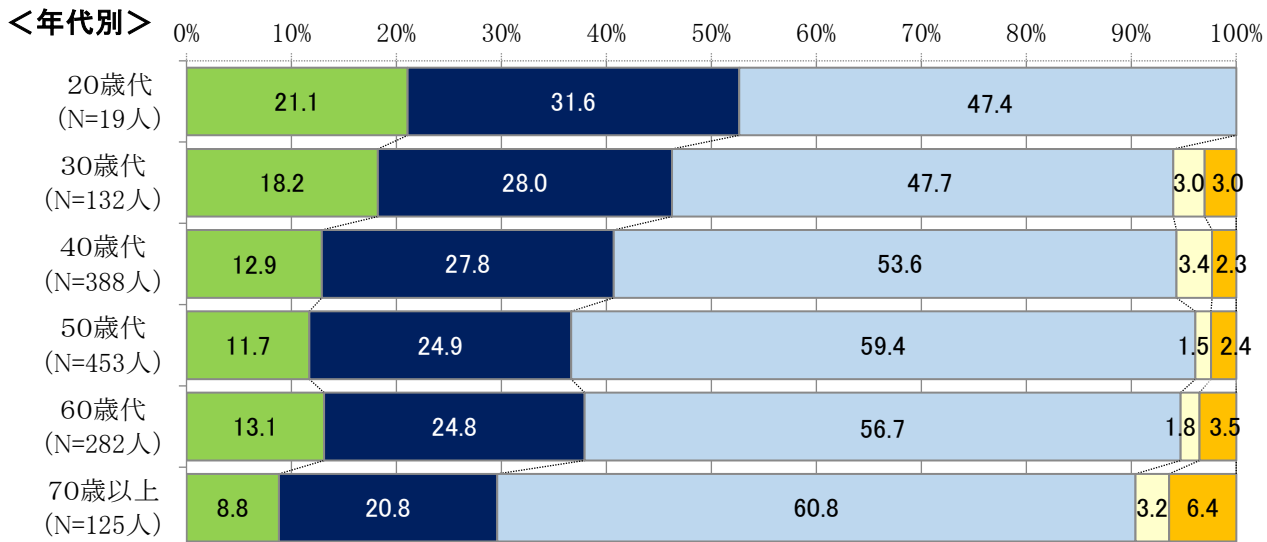
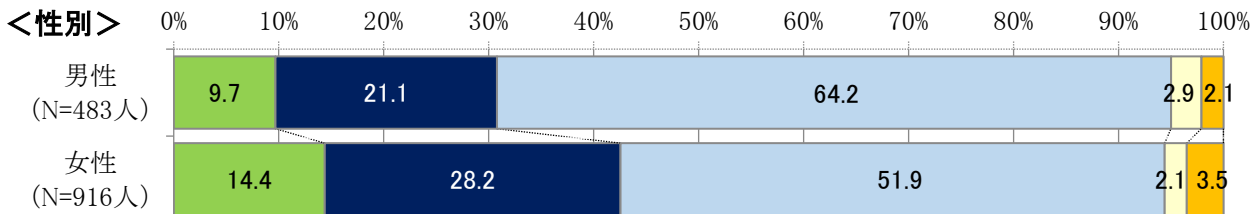
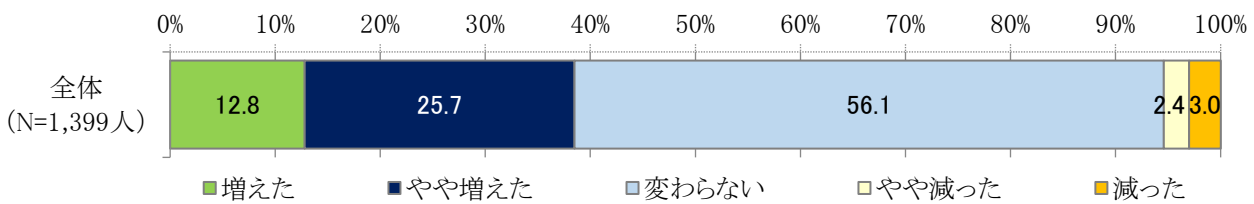
(※) デジタル・プラットフォーム：インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

(注) 調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

問3 1年前(2019年10月頃)と比べ、インターネットで商品・サービスを購入する回数は変わりましたか。

(1)～(2)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつ選んでください。

(2)②及び③の方法で購入する場合



- ①メーカーや販売業者が、自身のホームページで販売している商品・サービスを購入する
 ②デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者から直接購入する
 ③デジタル・プラットフォーム(※)上で、デジタル・プラットフォームの運営者からではなく、そこに 出店している事業者や出品している個人から購入する

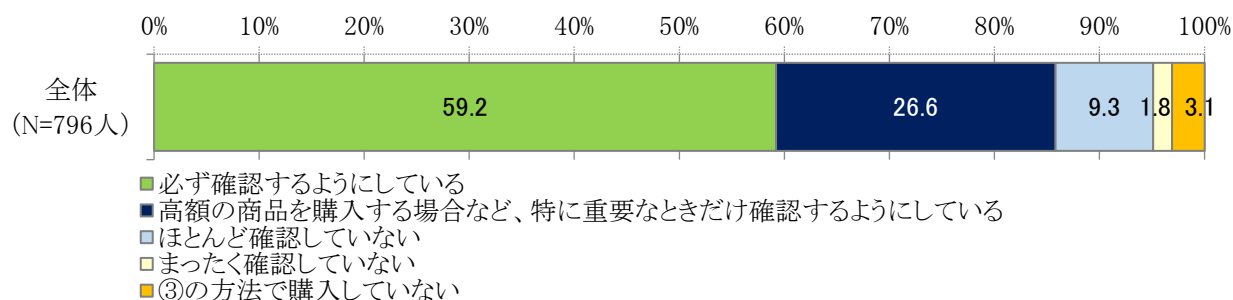
(※)デジタル・プラットフォーム：インターネット上のオンライン・ショッピングモール(Amazon、楽天市場等)やフリーマーケットサイト(メルカリ、ラクマ等)など

(注)調査実施時には、分かりやすさのため、①②③それぞれの形態に具体例を挙げて回答していただいております。

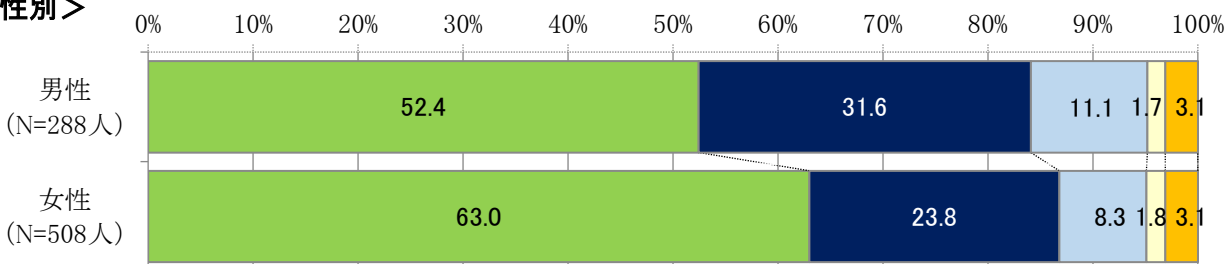
問4 (問1で「1 全ての違いを知っていた」を選んだ方がお答えください。)

③の方法で購入する際に、個々の売主がどのような売主か(所在地、連絡先、販売者についてのレビュー等)を確認していますか。

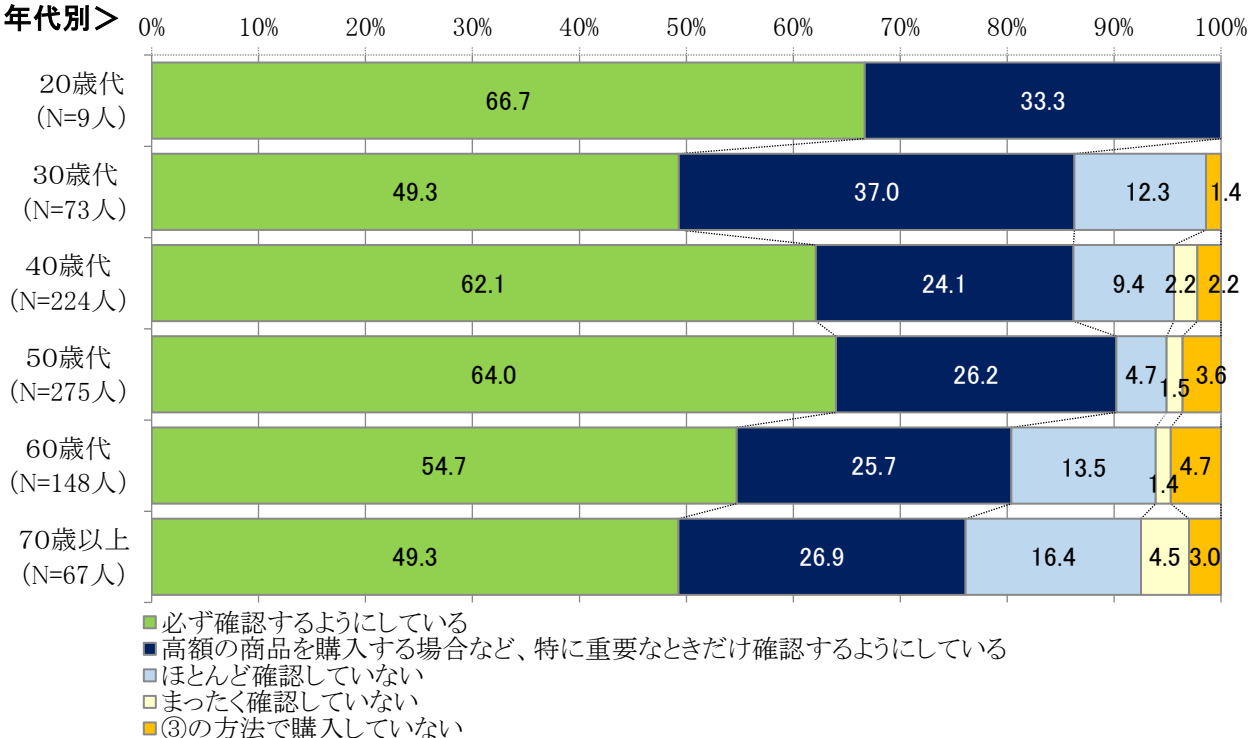
当てはまるものを1つ選んでください。



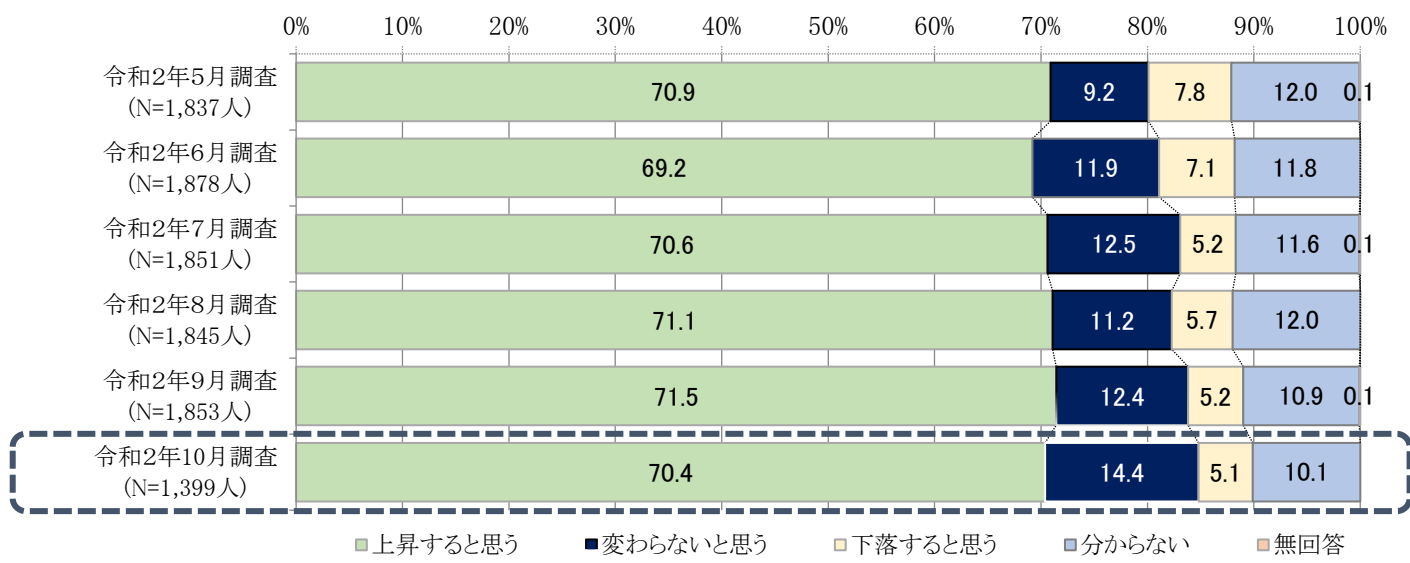
<性別>



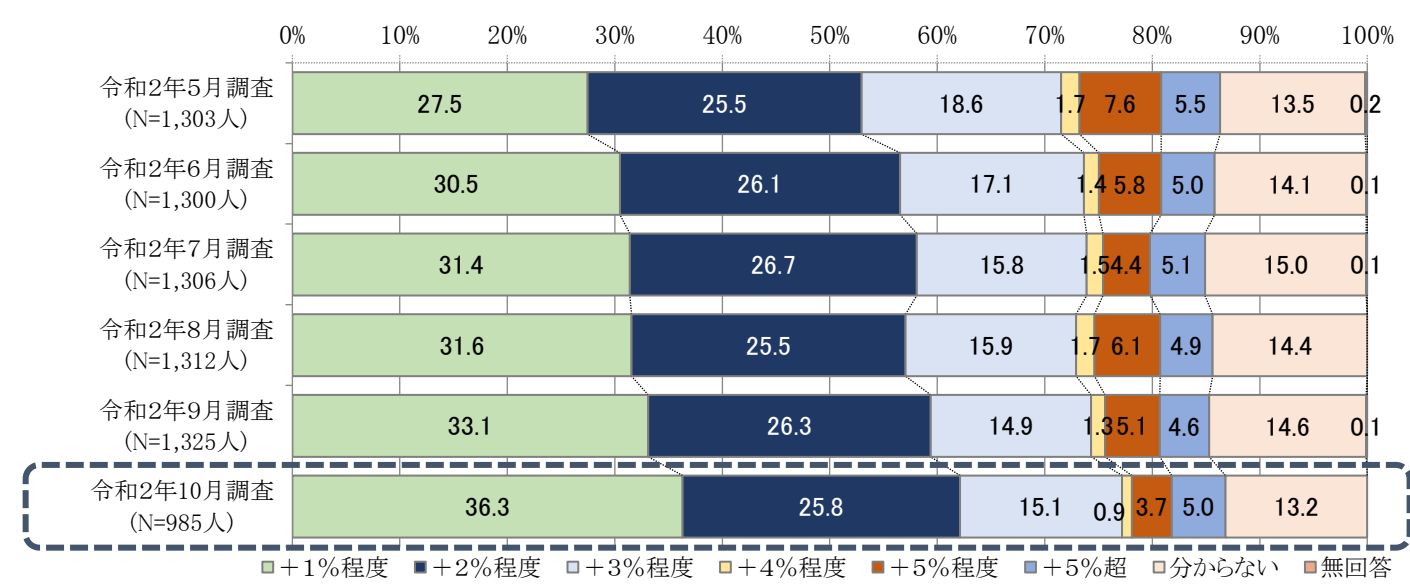
<年代別>



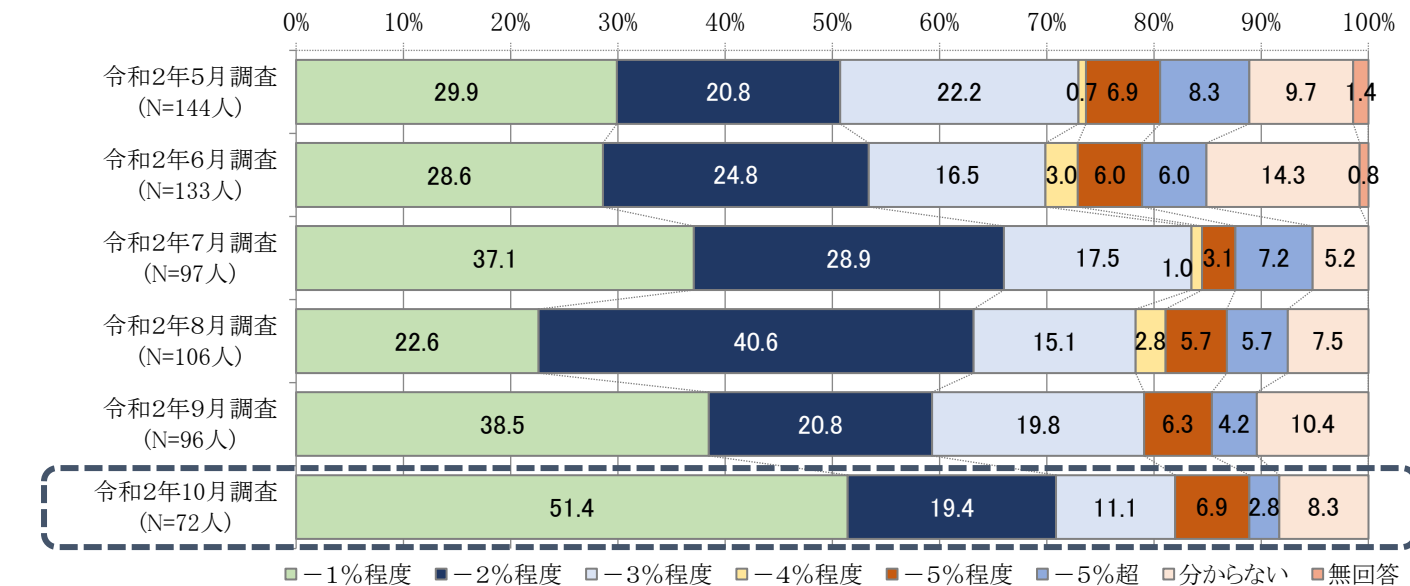
問5 あなたが普段購入している生活関連物資全般の価格は、現時点と比べて1年後には、上昇すると思いますか、下落すると思いますか。1つ選んでください。
(参考)消費者物価指数は、前年同月比0.3%増となっています(令和2年7月時点)。



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。



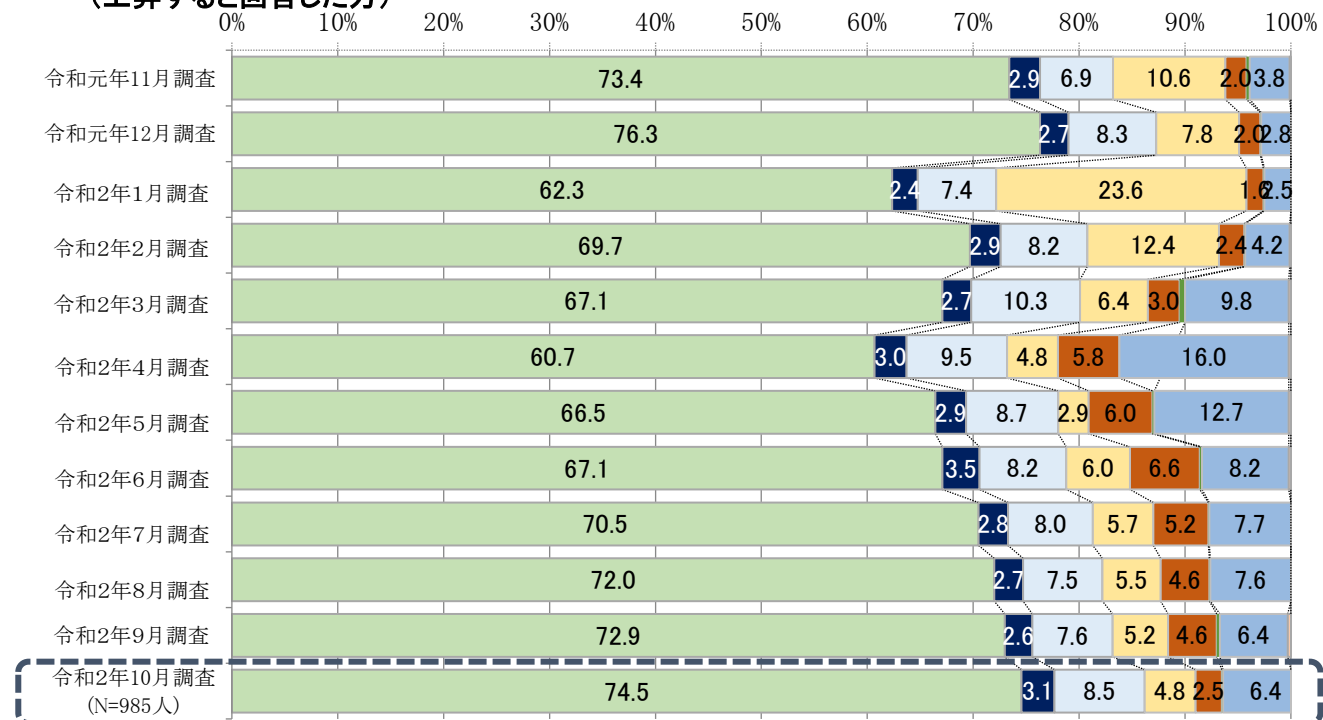
問7 (問5で「下落すると思う」を選んだ方がお答えください。)
どのくらい下落すると思いますか。



※令和元年8～11月調査は4,000名のモニターを対象とした調査結果を集計(問8)

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。

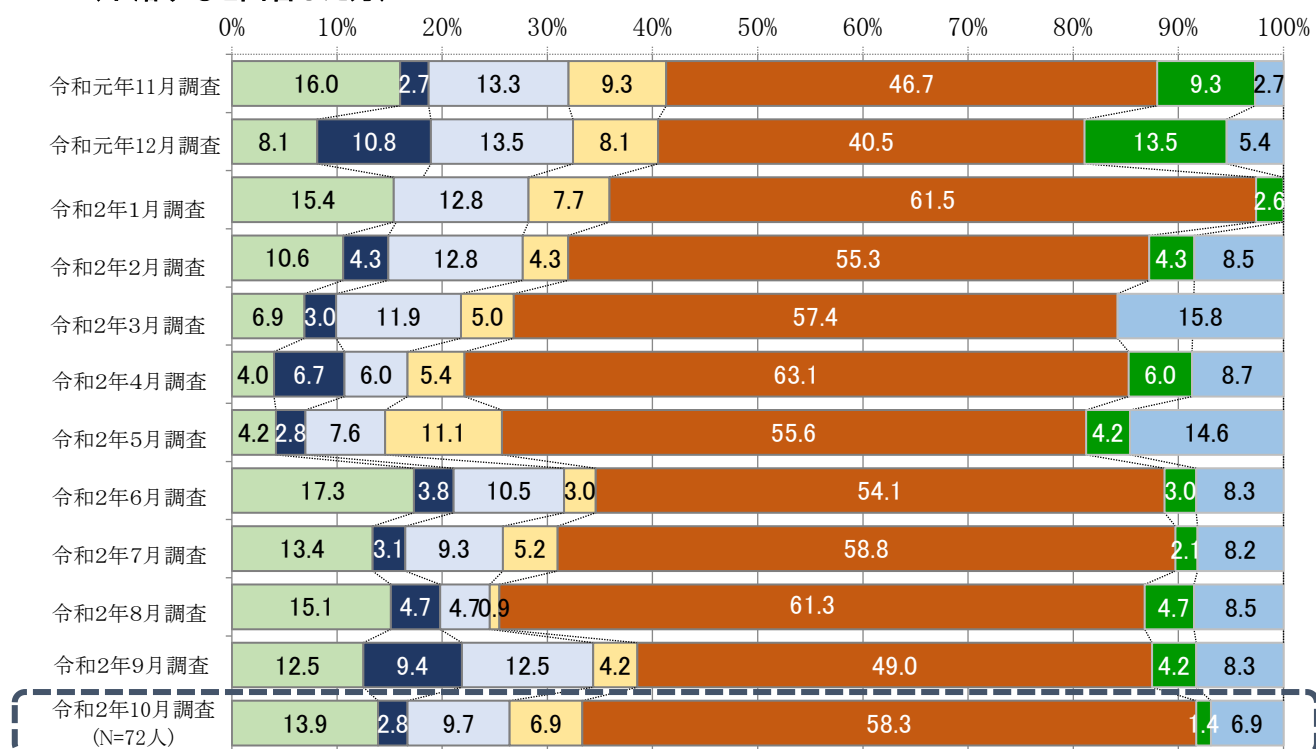
(上昇すると回答した方)



- 身近な商品の価格が過去数箇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

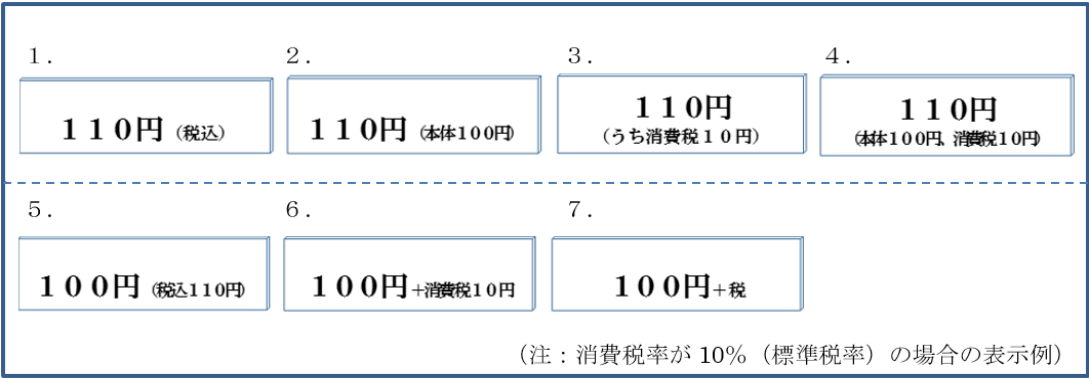
※「収入が増えると思うから」及び「無回答」の割合は、いずれも1%未満であるため、データラベルは非表示

(下落すると回答した方)

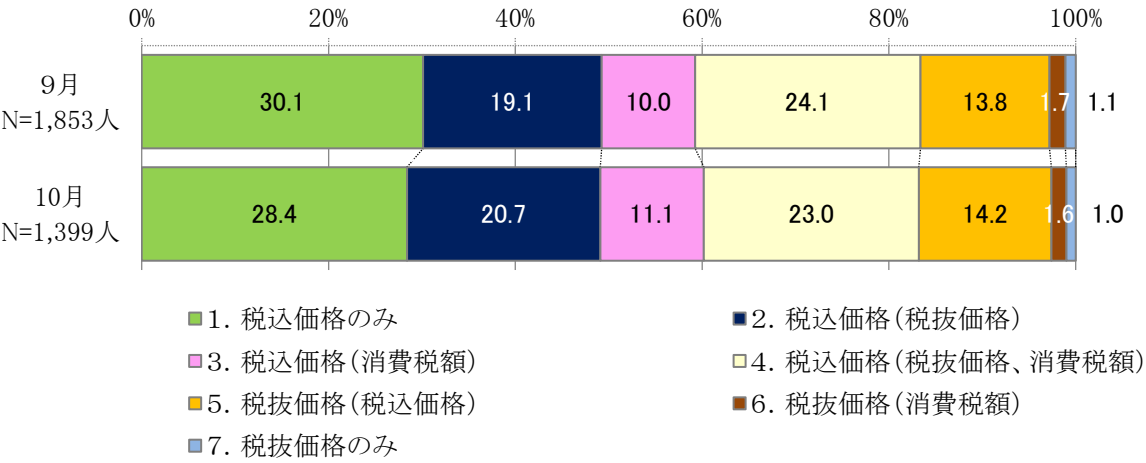


- 身近な商品の価格が過去数箇月において下落しており、その傾向が続くと思うから
- 政府・日本銀行の発表を受けて
- 報道等(民間エコノミスト等専門家の予想)でそのような話題を見かけるから
- 原油価格や為替等の変動を受けて
- 景気が悪くなると感じるから
- 収入が減ると思うから
- その他
- 無回答

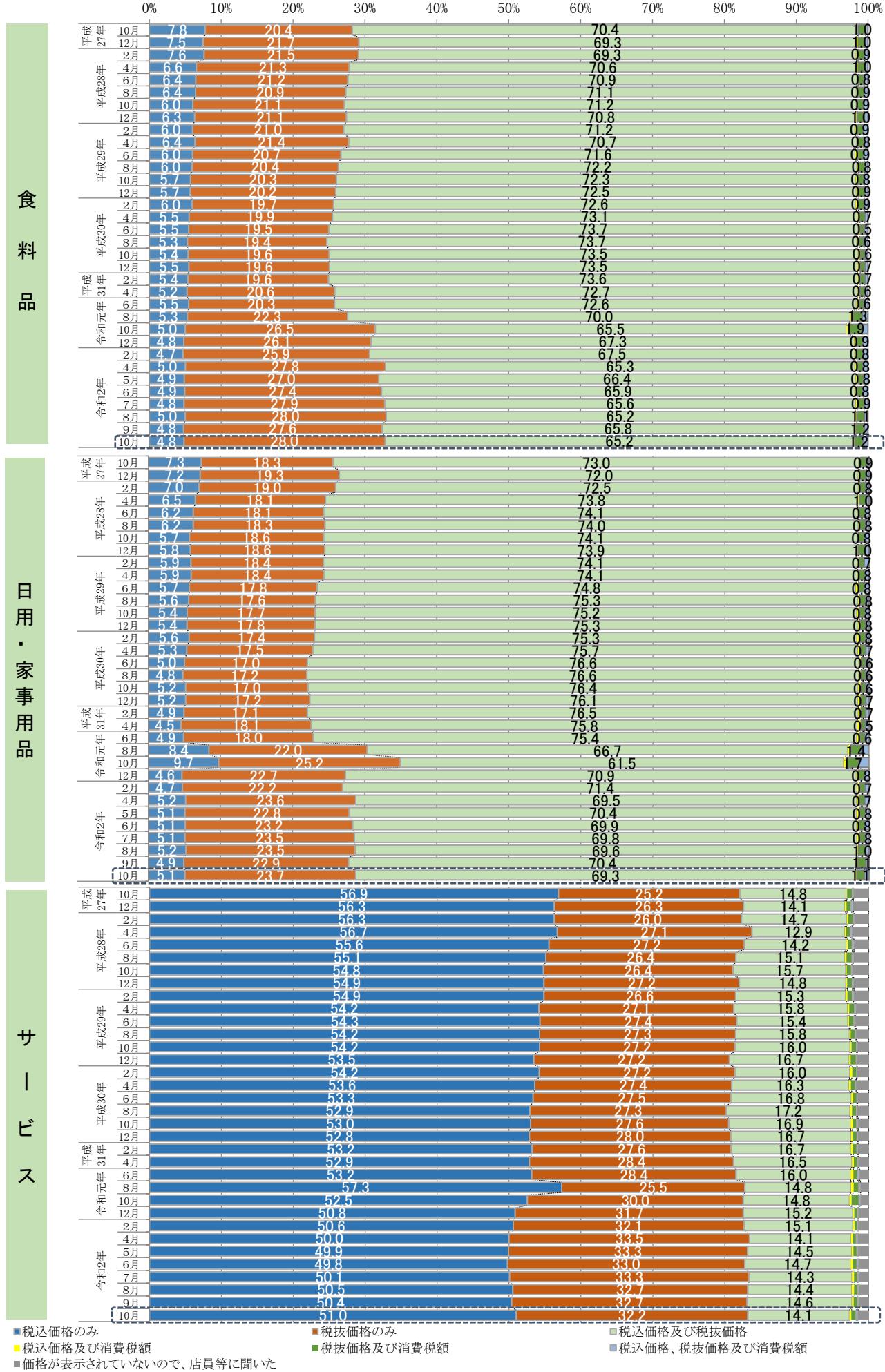
チラシ又は店舗等における価格の表示方法について伺います。
 現状、以下のような表示方法が認められているところです。



問9 あなたが最も分かりやすいと思う表示は、上記のいずれでしょうか。
 当てはまるものを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

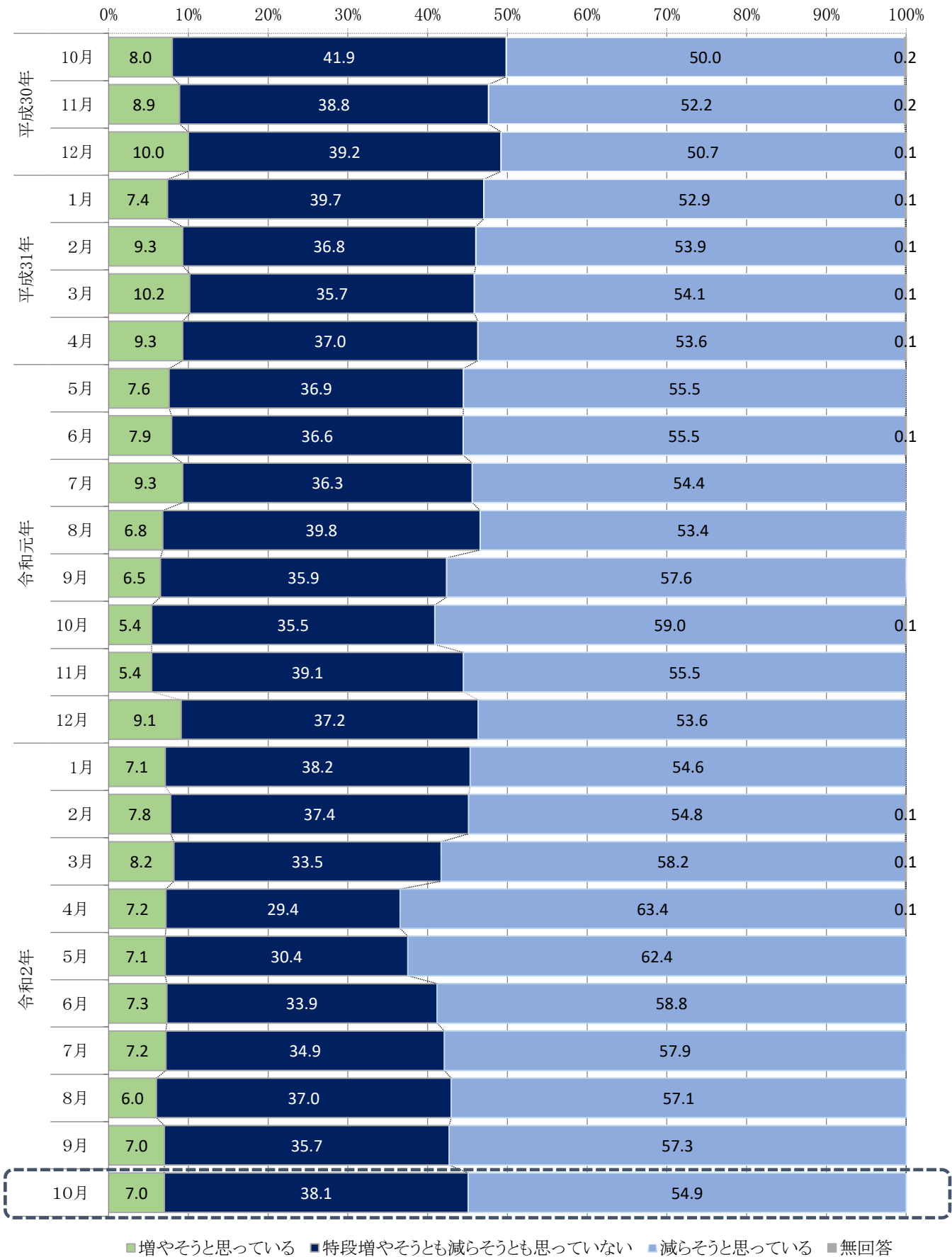


注1) 平成27年4月調査より、食料品を3品目、サービスを2品目入替え。令和元年8～11月は40品目モニター数4,000名で調査。
注2) データラベルを表示しているのは「税込価格のみ」、「税抜価格のみ」、「税込価格及び税抜価格」、「税抜価格及び消費税額」。
注3) 令和元年8～11月調査は、「雑貨・衣料等」10品目、「耐久消費財」5品目を「日用・家事用品」として集計。サービスに4品目を追加。

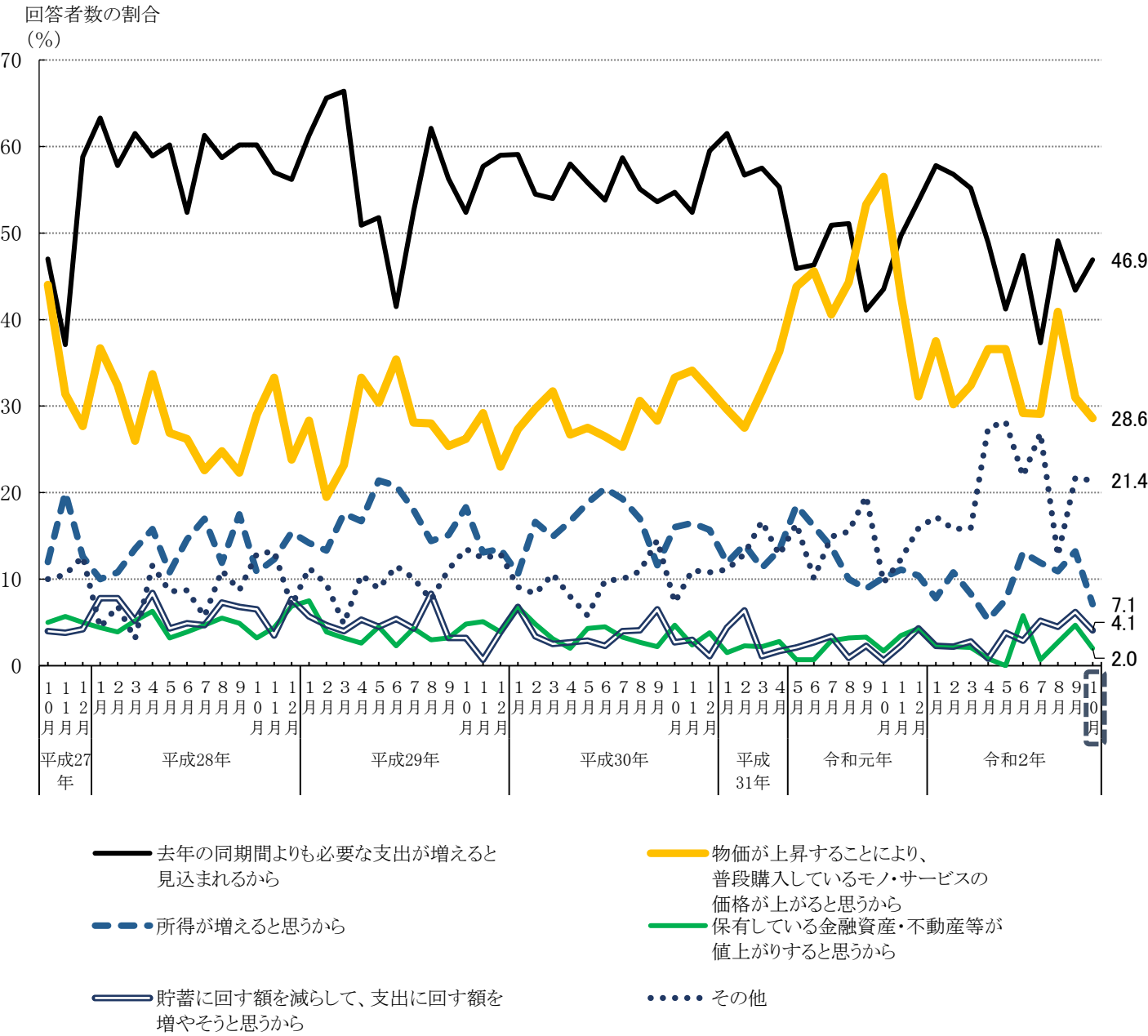
(参考2)消費についての意識

※以下、令和元年8～11月調査は4,000名のモニターを対象とした調査結果を集計

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。



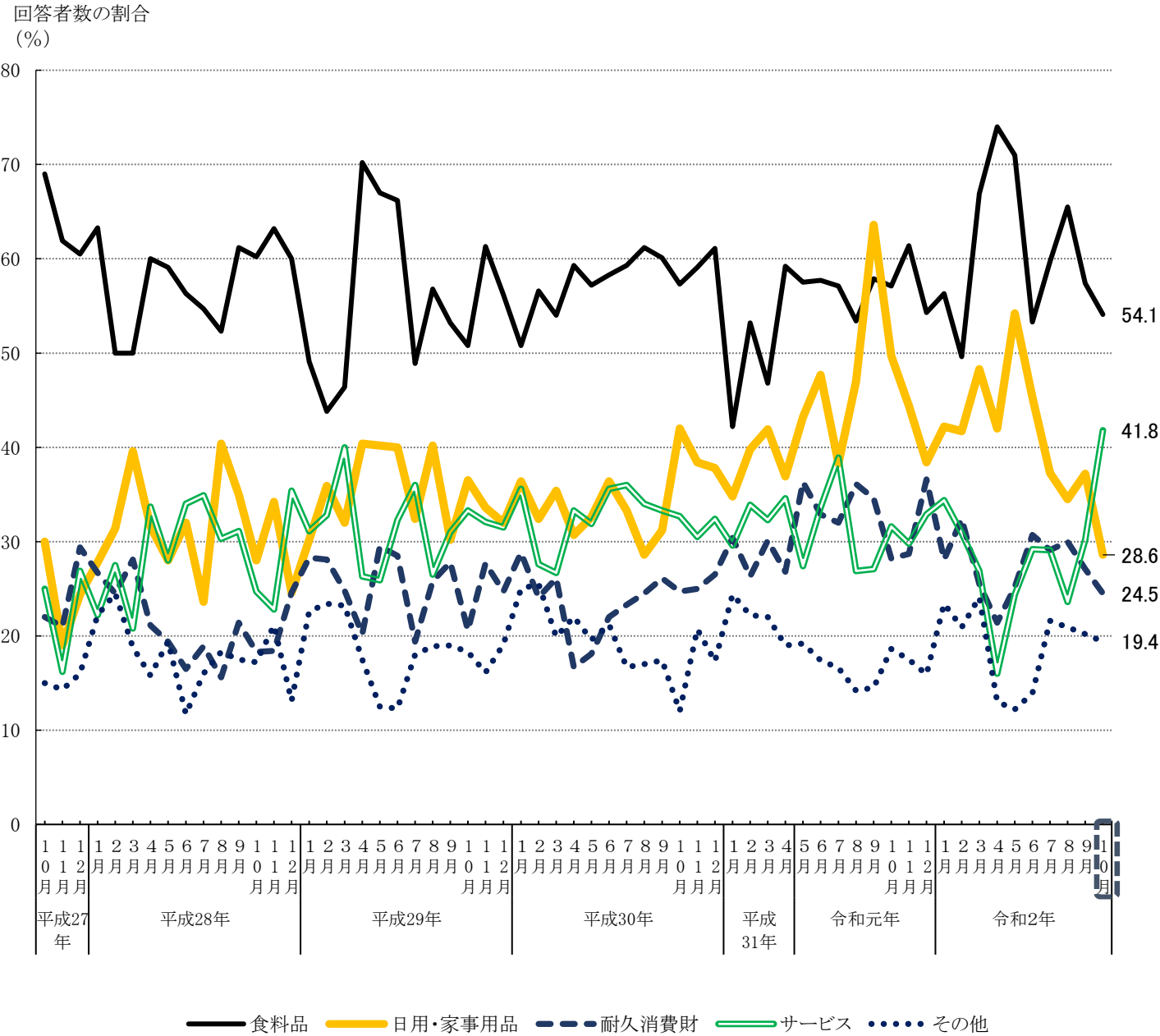
問2（問1で「増やそうと思っている」を選んだ方がお答えください。）
その理由は以下のいずれでしょうか。該当するものを全て選んでください。



(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	150	147	138	150	164	185	135	171	186
	M.T.(%)	114.7	115.2	118.9	120.7	121.1	116.7	119.3	119.5	122.7	120.0	119.9	120.4
令和元年度	回答者数(人)	179	146	149	175	219	214	177	171	164	128	139	145
	M.T.(%)	122.3	127.4	122.1	126.3	125.1	128.5	123.2	121.6	120.1	125.0	119.4	117.2
令和2年度	回答者数(人)	131	131	137	134	110	129	98					
	M.T.(%)	120.6	117.6	120.4	111.9	122.7	120.2	110.2					

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。

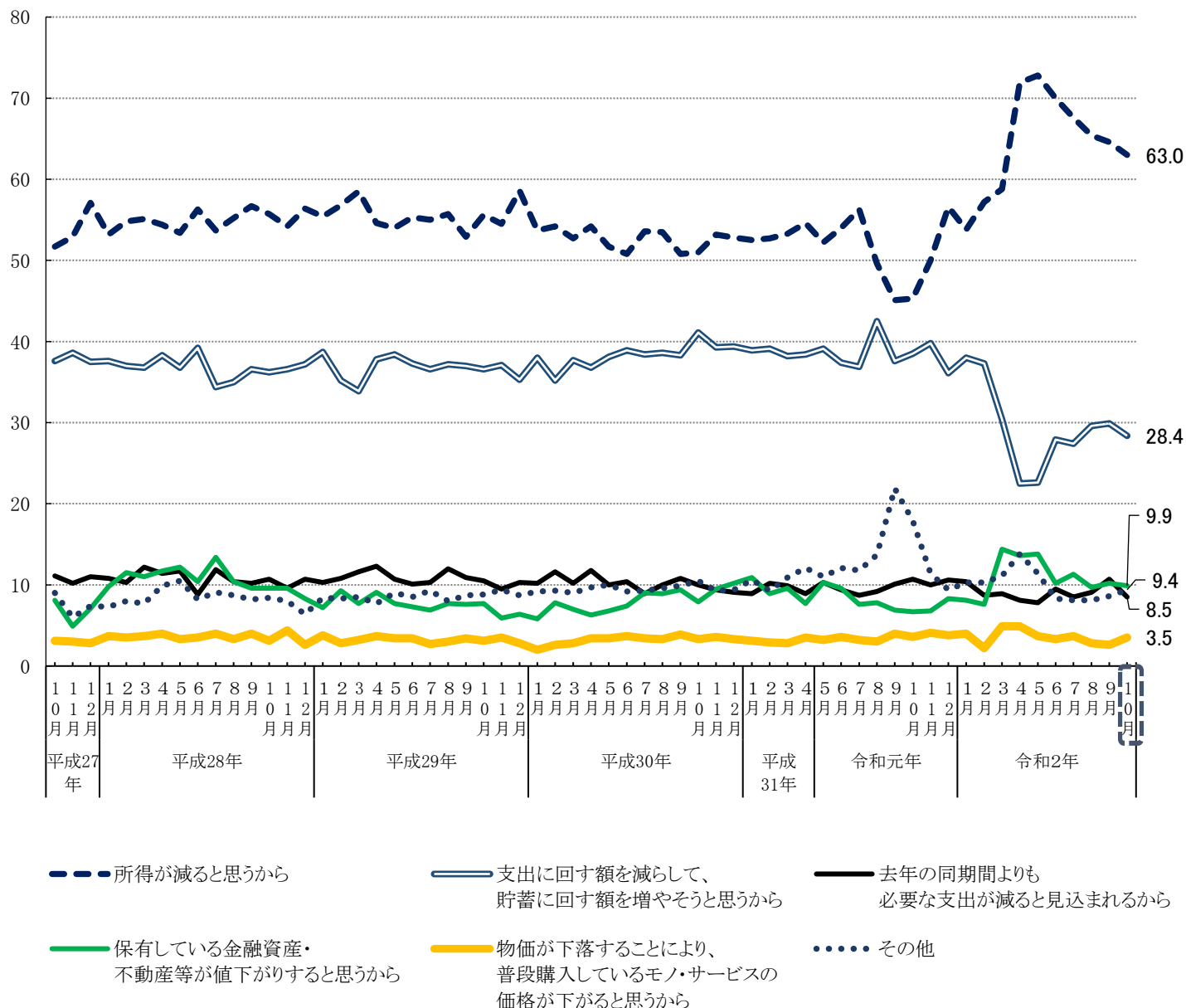


(注) 各調査の回答者数(N)、M.T.(Multiple Totalの略:回答数の合計を回答者数(N)で割った比率)は以下のとおり。

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	150	147	138	150	164	185	135	171	186
	M.T.(%)	163.3	162.3	175.8	170.0	166.0	168.8	170.0	174.4	177.3	163.0	176.6	175.8
令和元年度	回答者数(人)	179	146	149	175	219	214	177	171	164	128	139	145
	M.T.(%)	177.1	184.9	191.3	184.0	179.0	198.6	187.0	183.0	181.1	185.2	177.7	193.8
令和2年度	回答者数(人)	131	131	137	134	110	129	98					
	M.T.(%)	168.7	187.8	173.7	179.9	178.2	172.1	168.4					

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。

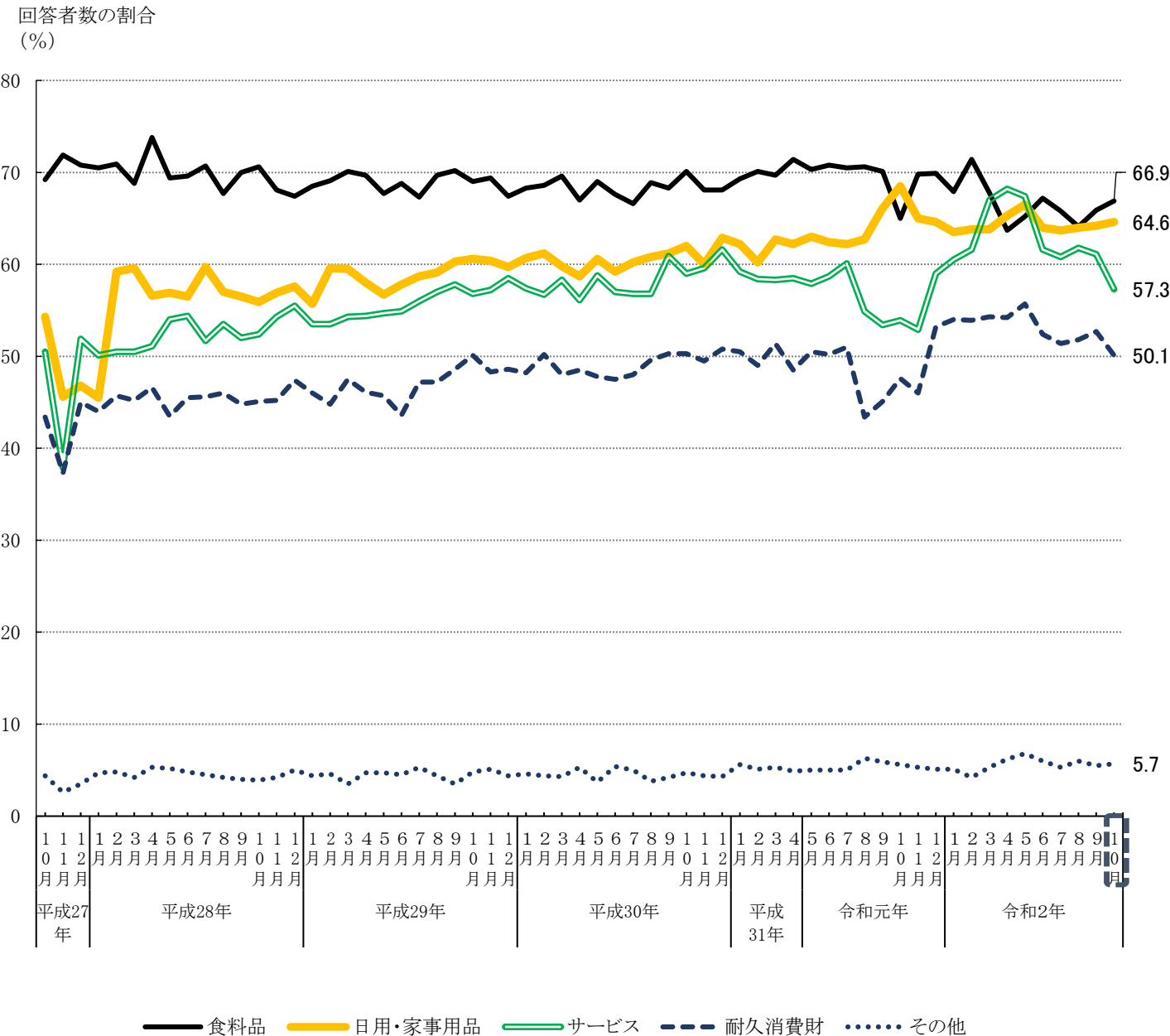
回答者数の割合
(%)



(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	126.3
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	963
	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	975	973	953	939	965	939	970	995	990
	M.T.(%)	122.2	120.0	120.3	122.7	123.9	123.1	124.1	124.4	124.2	124.9	123.2	124.1
令和元年度	回答者数(人)	1,031	1,059	1,047	1,023	1,726	1,893	1,921	1,767	963	982	981	1,023
	M.T.(%)	125.2	126.2	126.2	124.5	125.7	125.5	122.7	122.4	124.9	124.5	123.3	128.3
令和2年度	回答者数(人)	1,158	1,147	1,104	1,071	1,053	1,062	768					
	M.T.(%)	134.9	132.1	129.3	126.7	124.8	126.6	122.7					

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。



(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	975	973	953	939	965	939	970	995	990
	M.T.(%)	236.1	240.0	237.1	236.9	240.3	245.0	246.4	241.7	247.9	246.9	243.1	247.7
令和元年度	回答者数(人)	1,031	1,059	1,047	1,023	1,726	1,893	1,921	1,767	963	982	981	1,023
	M.T.(%)	246.1	246.9	247.2	249.1	238.1	240.7	240.6	239.2	251.8	251.2	254.8	258.2
令和2年度	回答者数(人)	1,158	1,147	1,104	1,071	1,053	1,062	768					
	M.T.(%)	257.8	261.6	251.6	247.5	247.9	249.5	244.7					

3. 今回調査(速報)の回答者の属性

今回調査の回答者数: 1,399人

①性別

男性	483人 (34.5%)
女性	916人 (65.5%)

②年齢

20～29歳	19人 (1.4%)
30～39歳	132人 (9.4%)
40～49歳	388人 (27.7%)
50～59歳	453人 (32.4%)
60～69歳	282人 (20.2%)
70歳以上	125人 (8.9%)

③職業

正社員	388人 (27.7%)
正社員以外の被雇用者	387人 (27.7%)
会社、団体などの役員	9人 (0.6%)
自営業	52人 (3.7%)
専業の主婦・主夫	398人 (28.4%)
学生	4人 (0.3%)
無職	139人 (9.9%)
その他	22人 (1.6%)

④居住地方

北海道	60人 (4.3%)
東北地方	95人 (6.8%)
関東地方	470人 (33.6%)
北陸甲信越地方	86人 (6.1%)
中部地方	174人 (12.4%)
近畿地方	224人 (16.0%)
中国地方	97人 (6.9%)
四国地方	45人 (3.2%)
九州・沖縄地方	148人 (10.6%)

⑤居住形態

単身	107人 (7.6%)
二人暮らし	484人 (34.6%)
三人暮らし	393人 (28.1%)
四人暮らし	300人 (21.4%)
五人以上	115人 (8.2%)

⑥世帯年収

300万円未満	204人 (14.6%)
300～500万円	377人 (26.9%)
500～700万円	369人 (26.4%)
700～1,000万円	288人 (20.6%)
1,000万円以上	161人 (11.5%)