

消費動向調査の調査方法の改善に関する調査研究

報告書

平成 27 年 3 月

株式会社日経リサーチ

NIKKEI-R

目次

I.	調査の概要.....	4
1	消費動向調査の概要.....	4
2	本調査研究の目的.....	4
3	調査方法.....	5
4	調査の規模.....	5
(1)	調査客体総数.....	5
(2)	調査期間.....	5
5	調査時期および調査時点.....	5
6	調査事項.....	5
7	脱落者アンケート.....	5
8	調査票の体裁.....	6
9	調査関係用品.....	9
(1)	9月調査関係用品(全対象者へ郵送).....	9
(2)	10月~1月調査関係用品(オンライン調査群).....	12
(3)	10月~1月調査関係用品(郵送調査群).....	16
(4)	2月調査関係用品(全対象者オンライン調査).....	18
(5)	脱落者アンケート.....	18
(6)	督促はがき.....	19
(7)	督促メール.....	20
(8)	2月調査督促メール.....	22
II.	結果の概要.....	23
1	回収状況.....	23
2	調査モード別特徴.....	23
3	回答時間帯と回答日.....	24
4	その他の分析.....	24
III.	調査対象の選定.....	25
IV.	郵送調査群とオンライン調査群の割り付け.....	26
1	割り付けの方法.....	26
2	割り付けの結果.....	27
(1)	本人年代.....	27
(2)	地域.....	27
(3)	世帯主年収.....	27
(4)	消費者態度指数.....	28

3	割り付け方法の比較	29
V.	調査の実施状況	30
1	各月の実施状況	30
(1)	9月調査	30
(2)	10月調査	30
(3)	11月調査	31
(4)	12月調査	31
(5)	1月調査	32
(6)	2月調査および最終アンケート	32
(7)	脱落者アンケート	32
2	回収数一覧	33
3	回収率一覧	33
4	脱落数一覧	33
5	無回答項目	33
VI.	調査結果の分析	34
1	調査モード別特徴	34
(1)	消費者意識指標及び消費者態度指数の推移比較	34
(2)	消費者意識指標及び消費者態度指数の属性別集計	38
(3)	Q1～Q5の回答割合	46
(4)	Q1～Q5の回答割合の差	51
(5)	Q6の回答割合	52
2	オンライン調査における回答端末別特徴	53
(1)	消費者意識指標及び消費者態度指数の推移比較	53
(2)	回答端末別属性情報	57
(3)	回答端末の継続状況	58
3	オンライン調査における回答所要時間別特徴	59
(1)	消費者意識指標及び消費者態度指数の推移比較	59
(2)	Q1～Q5の回答割合	63
(3)	Q6の回答割合	69
(4)	回答所要時間別属性情報	72
(5)	回答所要時間別集計	73
4	回答日と回答時間	74
(1)	回答時間帯	74
(2)	回答日	75
(3)	投函日（配信日）から回答日までの日数	77
(4)	回収数と回収率の推移	78
5	脱落者アンケート結果	82

6	調査回答時の天候による影響分析	84
7	最終アンケート結果	85
VII.	世帯状況の変更	98
1	各月調査の回答状況	98
(1)	10月調査(9月調査からの変更)	98
(2)	11月調査(10月調査からの変更)	98
(3)	12月調査(11月調査からの変更)	99
(4)	1月調査(12月調査からの変更)	99
(5)	項目別変更数	100
2	疑義照会	101
(1)	10月調査(9月調査からの変更)疑義照会	101
(2)	11月調査(10月調査からの変更)疑義照会	101
(3)	12月調査(11月調査からの変更)疑義照会	102
(4)	1月調査(12月調査からの変更)疑義照会	102
VIII.	次年度以降の検討課題	103

I. 調査の概要

1 消費動向調査の概要

消費動向調査は消費動向を迅速かつ的確に把握して、景気判断の基礎資料にするとともに、国民生活政策、経済見通し等の策定に資するため、全国世帯（外国人・学生・施設等入居世帯を除く）を対象に消費者の意識、物価の見通し、サービス等の支出予定、主要耐久消費財等の保有・買替え状況を調査するものであり、「消費者マインド」を調査するものとしては、公的統計では唯一のものである。また、景気動向指数（C I）の先行指数構成要素として採用されるなど、景気動向把握の基礎資料としても活用されている。

2 本調査研究の目的

消費動向調査は平成 25 年度調査から、訪問留置調査法にかわり、郵送調査法で実施しているところである。しかしながら、平成 26 年度を始期とする公的統計の整備に関する基本的な計画（第 期公的統計基本計画）において、「統計調査実施の企画に際しては、オンライン調査の導入を検討することを原則とする」とされていることから、消費動向調査についても、オンライン調査導入について検討を行うものである。

本調査研究は、同一の母集団から抽出した同質の世帯群における郵送調査とオンライン調査における回答の違い（レベル、変化の方向及び変化の幅）や回答世帯の属性等を比較検証することを目的としている。

調査の設計、結果の分析について有識者 3 名による「消費動向調査の調査方法の改善に関する調査研究会」を開催し、検討を行った。

2 研究会委員

土屋隆裕 統計数理研究所 データ科学研究系 准教授
総合研究大学院大学統計科学専攻 准教授

星野崇宏 東京大学 大学院教育学研究科 教育学部 准教授
名古屋大学 大学院経済学研究科 経済学部 准教授

村上あかね 桃山学院大学 社会学部 准教授

2 研究会各回での主な議論

第 1 回：調査対象の選定方法、2 群の割り付け方法、調査票の体裁

第 2 回：12 月調査までの結果分析、2 月最終アンケート内容

第 3 回：2 月調査までの結果分析、2 月最終アンケート分析

3 調査方法

調査の方法は、郵送調査法及びオンライン調査によるものとする。

4 調査の規模

(1) 調査客体総数

2,000 世帯（標本世帯数）

調査方法別に群を形成し、それぞれに世帯を割り振る。各調査群は、いずれも同質のモニターにより形成する。

<内訳>

郵送調査群 1,000 世帯（6 か月目の2月調査はオンライン調査）

オンライン調査群 1,000 世帯（1 か月目の9月調査は郵送調査）

(2) 調査期間

6 か月間（調査は2014年9月～2015年2月の月1回）継続調査とし、同一世帯に6 か月連続で回答してもらった。

各月の回収締め切り日まで回答がなかったモニターは脱落とし、次月調査の対象者から除外した。

5 調査時期および調査時点

9月調査から1月調査までは、毎月1回、15日を調査基準日として調査世帯に回答してもらい、いずれの調査群も、概ね10日から25日までの期間に調査票を回収した。

2月調査については、最終アンケート調査とともに実施し、調査基準日を設定せず、2月6日から12日までの期間に調査票を回収した。

6 調査事項

ü 消費者の意識（毎月）

ü 物価の見通し（毎月）

ü 世帯の状況（毎月、ただし変更がない月は記入は不要）

7 脱落者アンケート

2月調査と並行し、別途、10月調査から1月調査までの期間中に回答がなく脱落したモニター（オンライン調査群、郵送調査群いずれも）に対し、調査継続意向や脱落理由を問うアンケートをオンライン調査で実施した。

8 調査票の体裁

オンライン調査群と郵送調査群の回答比較に用いる Q1～Q6 のオンライン調査画面の体裁について、紙調査票の体裁に可能な限り近づけるべきか、スマートフォンなど画面の小さい端末でも見やすいように選択肢を縦に配置するなど紙調査票とは違った体裁にすべきか、第 1 回研究会で議論した。

土屋委員からの提案で、9 月調査ではすべてのモニターが郵送調査で回答しており、紙調査票を目にしていることから、次月以降もその体裁をオンライン調査画面に引き継ぐことが望ましいとの意見があった。

この提案を受け、オンライン調査画面と郵送調査票の設問や選択肢の配置等のデザイン（刺激）を、可能な限り近づけた。

なお、それぞれの調査票は、内閣府が毎月実施する本調査の調査票と同じデザインを踏襲し、一部改変した。

- l 紙調査票は A4 版 1 頁となっており、調査対象者は 1 頁に、 の全質問を見るようになっている。オンライン調査画面でも、極力一画面内での刺激が変わらないようにする。
- l 紙調査票はモノクロ印刷である。オンライン調査画面のデザインもモノクロで統一し、灰色網掛け部分も印刷された紙調査票と似たような濃度になるよう調整する。
- l 質問文は、紙調査票「1 つ選び、番号に 印をつけてください」に対し、オンライン調査画面は「1 つ選んでください」とする。
- l 5 段階の尺度の設問は、オンライン調査画面でも 1, 2, 3, 4, 5 の数字を明示的に表示し、数字提示による刺激を紙調査票と同一にする。
- l 調査票の設問文や選択肢の文言の強調箇所（太字部分、文字サイズ、下線部分）、設問文中の改行位置は、紙調査票とオンライン調査画面で同一の箇所とする。
- l なお、内閣府が毎月実施する本調査の調査票に変更を加えた箇所は、以下のとおり。（紙調査票とオンライン調査とは同一であり、この両者の比較において差はない。）
 - Q5 の選択肢に、「持っていない」を追加した。
 - Q3 及び Q6 の説明文を一部追加した。
 - 世帯の状況の選択肢について、調査票の記入日時（紙調査票のみ）記入者が世帯主かどうか、世帯主の就業状況に正規雇用か非正規雇用かの選択欄を追加し、一部の選択肢を削除・統合した。

実際の調査で利用した Q1~Q6 の体裁（レイアウト）は次の通り。

<紙調査票>

I 消費者としての意識についておうかがいします

次の中から、あてはまるものを**1つ選び**、番号に**○印**をつけてください。

- (1) あなたの世帯の暮らし向きは、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。

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
1	2	3	4	5

- (2) あなたの世帯の収入の増え方は、**今後半年間**に今よりも大きくなると思いますか、小さくなると思いますか。

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
1	2	3	4	5

- (3) 職の安定性、みつけやすさなどの雇用環境は、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。現在働いていない方は、近隣地域の職のみつけやすさなどからお答えください。

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
1	2	3	4	5

- (4) 耐久消費財の買い時としては、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。

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
1	2	3	4	5

- (5) あなたの世帯で所有している株式・土地などの資産価値は、**今後半年間**に今よりも増えると思いますか、減ると思いますか。

増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	持っていない
1	2	3	4	5	6

II 物価の見通しについておうかがいします

あなたの世帯で日ごろよく購入する品物の価格について、**1年後**どの程度になると思いますか。

※日常の買い物やテレビや新聞などの様々な情報から、**来年の今頃**、日ごろよく購入する品物の価格が、今と比較してどれぐらい上がる(下がる)か想像してご回答ください。

※また、「日ごろよく購入する品物の価格」は、品物を購入する時に実際に支払う金額のことで、品物の購入と同時に徴収される諸税を含みます。

次の中から、あてはまるものを**1つ選び**、番号に**○印**をつけてください。

下がる				変わらない	上がる				分らない
▲10%以上	▲10%未満 ～ ▲5%以上	▲5%未満 ～ ▲2%以上	▲2%未満 ～	0%程度	～2%未満	2%以上 ～ 5%未満	5%以上 ～ 10%未満	10%以上	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

<次の頁に続きます>

< オンライン調査画面 >

I 消費者としての意識についておうかがいします

次の中から、あてはまるものを**1つ選んでください**。

(1) あなたの世帯の暮らし向きは、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。

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
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

(2) あなたの世帯の収入の増え方は、**今後半年間**に今よりも大きくなると思いますか、小さくなると思いますか。

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
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

(3) 職の安定性、みつけやすさなどの雇用環境は、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。現在働いていない方は、近隣地域の職のみつけやすさなどからお答えください。

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
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

(4) 耐久消費財の買い時としては、**今後半年間**に今よりも良くなると思いますか、悪くなると思いますか。

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
1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

(5) あなたの世帯で所有している株式・土地などの資産価値は、**今後半年間**に今よりも増えると思いますか、減ると思いますか。

増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る	持っていない
1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>					

II 物価の見通しについておうかがいします

あなたの世帯で日ごろよく購入する品物の価格について、**1年後**どの程度になると思いますか。

※日常の買い物やテレビや新聞などの様々な情報から、来年の今頃、日ごろよく購入する品物の価格が、今と比較してどれくらい上がる（下がる）か想像してご回答ください。

※また、「日ごろよく購入する品物の価格」は、品物を購入する時に実際に支払う金額のことで、品物の購入と同時に徴収される諸税を含みます。

次の中から、あてはまるものを**1つ選んでください**。

下がる				変わらない	上がる				分からない
▲10%以上	▲10%未満 ～ ▲5%以上	▲5%未満 ～ ▲2%以上	▲2%未満 ～	0%程度	～2%未満	2%以上 ～ 5%未満	5%以上 ～ 10%未満	10%以上	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

調査票質問番号は、本調査に合わせて郵送調査票およびオンライン調査画面いずれも (1)～(5)、と記載している。本報告書内ではこれを Q1～Q6 と表記する。