

## ESRI統計より：景気統計

郵送調査化後の消費者  
態度指数について

経済社会総合研究所景気統計部統計企画専門官

荻原 哲矢

## 1. はじめに

平成24年末に発足した第2次安倍内閣は、いわゆる「三本の矢」を柱とする経済政策「アベノミクス」を強力に推進している。同内閣発足後、景気浮揚への期待感が高まり、また、足下では、消費税率の8%への引上げ決定を踏まえて、個人消費の動向に特に注目が集まっている。

内閣府が実施している「消費動向調査」は、消費者の暮らし向きや収入の増え方等に対する意識の変化を捉える、継続的に実施している公的統計としては唯一のものであり、「消費者マインド」をあらわす指標として、各所で用いられている。同調査は、昭和32年に開始され、その時々々の社会状況の変化も捉えながら調査内容を変更し、現在に至っている。直近の変更としては、平成25年4月調査より、調査方法をそれまでの訪問留置調査法から郵送調査法に変え、またそれともない、調査客体数も6,720世帯から8,400世帯に増やしている。調査方法の変更については、過去に本誌にて紹介<sup>1</sup>しているのでそちらを参照いただくとして、

本稿では郵送調査化後に特徴的にみられる水準の変化について触れていきたい<sup>2</sup>。

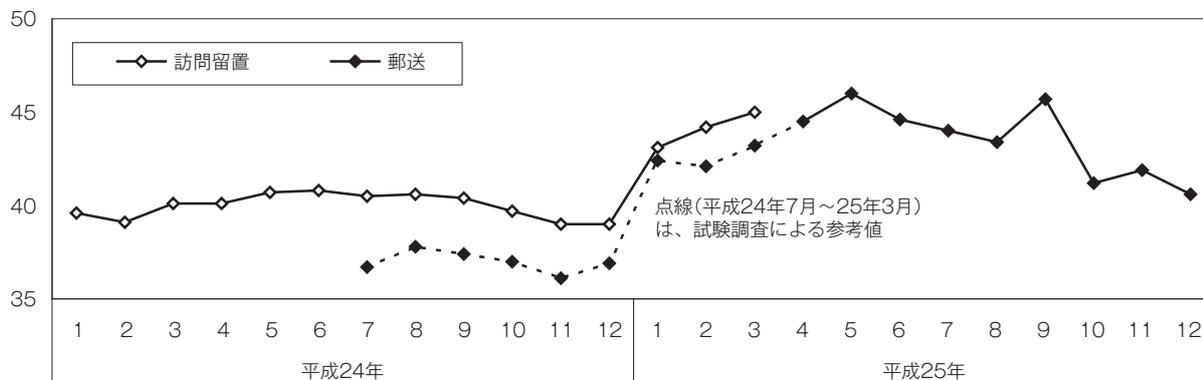
## 2. 郵送調査化後の消費者態度指数

図1は、過去2年間の消費者態度指数の推移を示したものである。郵送調査へ移行する前に訪問留置調査と並行して実施した郵送調査法による「試験調査」と訪問留置調査を比較すると、郵送調査（試験調査）の方が、一貫して水準が低いことが分かる。調査客体数や調査票の違いなど技術面の違いがあるため、単純な比較は難しいが、調査が行われた各月における消費者を取り巻く経済社会情勢は同じと言え、大まかな比較は可能と考える。

ここで、水準の違いが生じる要因を探るため、回答世帯の属性別の消費者態度指数の推移を見てみたい。「消費動向調査」においては、回答世帯に、世帯主の年齢や年収階級、世帯人員、所得の種類等を尋ねており、各属性別の消費者態度指数や消費者意識指標を作成、公表している<sup>3</sup>。図2及び図3は、代表的な属性である年齢階級別<sup>4</sup>、年収階級別の消費者態度指数である。

途中逆転している月はあるものの、平成25年3月までの訪問留置調査においてもその後の郵送調査においても、年齢階級別では年齢階級が上であればあるほど、年収階級では年収が低ければ低いほど、消費者態度指数は概ね低い水準で推移する傾向がある。冒頭に述べたとおり、景気浮揚への期待感が高まってきていると言われるなか、こうした層については、自身の世帯の

図1 消費者態度指数の推移（一般世帯、原数値）



1 「Economic & Social Research」No.1 (2013年夏号) pp.20-21「消費動向調査の断層処理について」

2 消費者態度指数については、毎年3月調査公表時に季節調整替えを行うため、公表済みの季節調整値はその際に週及改訂される。また、後述する属性別の消費者態度指数は原数値のみ公表していることから、本稿で扱う数値は全て原数値（一般世帯（2人以上の世帯））とする。

3 属性別のデータは、「消費動向調査」HP ([http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/menu\\_shouhi.html](http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/menu_shouhi.html)) を参照（データは原数値のみ）。

4 平成25年3月調査までは、世帯主の年齢階級を「29歳未満」「30歳以上60歳未満」「60歳以上」の3区分で公表。

暮らし向きなどについて、先行き慎重な見方をする世帯が比較的多いということが分かる。

これら先行きを比較的慎重にみる層の世帯比率が多ければ、消費者態度指数全体の水準も下方に押し下げられることとなる。そこで、訪問留置調査の期間と郵送調査の期間とで、年齢階級別及び年収階級別の世帯構成比を平均してみると、郵送調査の方がこうした層の比率がやや高くなっている<sup>5</sup>。

微小な違いではあるが、郵送調査の方が高齢者層・低年収層の割合が多く、これが訪問留置調査と比較して郵送調査の結果が下回るひとつの要因となっていることも考えられる<sup>6</sup>。

### 3. おわりに

前述のとおり、「消費動向調査」は消費者の意識を継続的に調査する唯一の公的統計であり、重要な調査で

ある。消費者態度指数のほか、消費者が日ごろよく購入する品物の価格に対する1年後の見通しや、自己啓発・趣味・レジャー等のサービス支出の予定、主な耐久消費財の保有状況なども調査・公表している。本稿のように属性別でもこれらの数値を入手していただけるので、消費の動向を占ううえで、ぜひ御活用願いたい。

#### (参考文献)

石田浩、佐藤香、佐藤博樹、豊田義博、萩原牧子、萩原雅之、本田則恵、前田幸男、三輪哲「信頼できるインターネット調査法の確立に向けて」(SSJDA Research Paper Series 42) 東京大学社会科学研究所, 1999年3月, pp.33-47

萩原 哲矢 (おぎはら てつや)

図2 年齢階級別消費者態度指数(一般世帯、原数値)

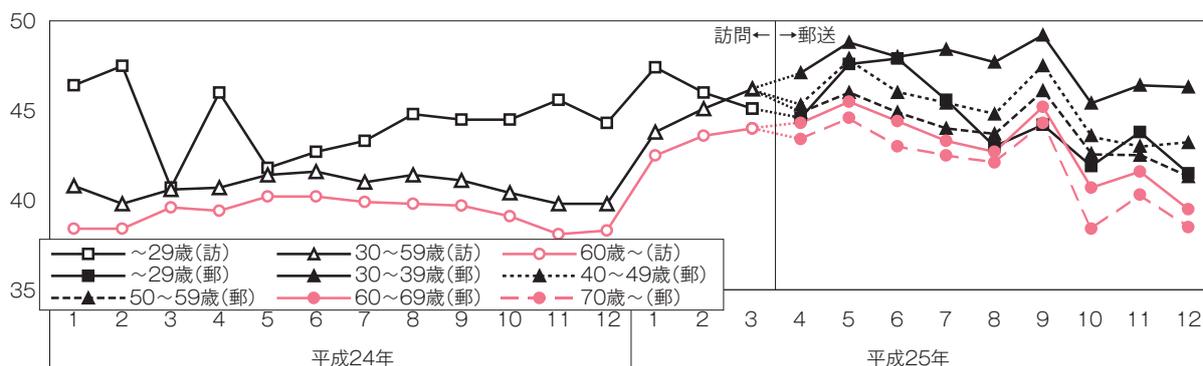
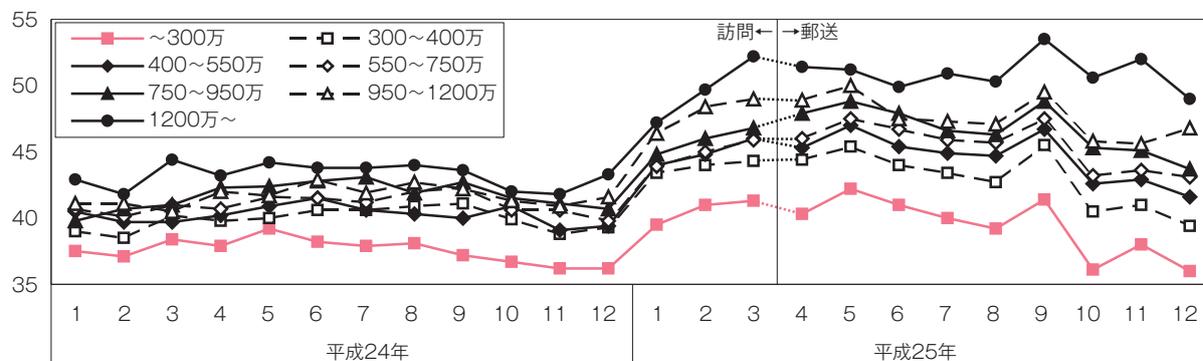


図3 年収階級別消費者態度指数(一般世帯、原数値)



5 訪問留置：平成24年7月～平成25年3月、郵送：平成25年4月～平成25年12月で平均すると、世帯比率は、60歳以上…訪問留置：56.6%、郵送：58.4%、300万円未満…訪問留置：25.6%、郵送：27.5%である。

6 先行研究では、意識調査において、郵送調査の結果は訪問留置調査に比較して、悲観的な回答が増える傾向があるとの指摘がある(石田他、1999年)。