

## ESRI統計より：景気統計

消費動向調査における  
年齢補正について経済社会総合研究所景気統計部研究専門職  
松田 千枝

## 1. はじめに

近年の社会情勢を反映した調査環境の変化（個人情報保護への関心の高まり、共働き世帯増加による調査依頼時の不在の増加、オートロックマンション増加による面会の減少など）により、世帯を対象とした調査では、調査対象世帯に偏りがある可能性があることが指摘されている。「消費動向調査」における調査環境も同様であり、回答者は国勢調査の人口構成と比べ高齢層に偏っている（図表1）。

こうした回答世帯の世帯主年齢の偏りは、「消費動向調査」の結果にどのような影響を与えているのだろうか。

図表1 世帯主の年齢階級別構成比（二人以上の世帯）

	平成22年 国勢調査 (不詳除く)	消費動向調査			
		平成22年 10月調査	平成25年 10月調査	平成26年 10月調査	平成27年 10月調査
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
29歳以下	3.7	1.5	1.0	1.3	0.6
30～39歳	14.9	42.7	8.6	8.0	7.2
40～49歳	17.8		16.2	14.9	14.1
50～59歳	19.1		16.7	18.4	18.5
60～69歳	22.7	55.8	27.5	25.9	26.7
70歳以上	21.7		30.1	31.6	33.0

(注) 1.「消費動向調査」(二人以上の世帯)では、平成24年度までは29歳以下、30～59歳、60歳以上の3区分で公表しており、10歳刻みの数値は公表されていない。  
2.平成25年度以降は郵送調査で実施しており、全ての調査項目に回答していない世帯があることから、調査項目によって回答世帯数が異なっている。調査事項のうち、「暮らし向き」に回答のあった調査票における世帯主の年齢階級別データから算出。

## 2. 年齢階級別の消費者態度指数と消費者意識指標の状況

「消費動向調査」の調査結果の一つである消費者態度指数（主系列としている二人以上の世帯）について、世帯主の年齢階級別の消費者態度指数を比較すると、水準は30～39歳以下の層で高く、60～69歳以下や70歳以上の層で低くなっている（図表2）。このことから、回答者が高齢者に偏っていることにより、水準が押し下げられていることがうかがわれる。また、消費者態度指数を構成する4つの消費者意識指標（「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」）をそれぞれ世帯主の年齢階級別に比べてみると、「暮らし向き」と「収入の増え方」で水準の違いが大きく、「雇用環境」と「耐久消費財の買い時判断」ではあまり違いは見られない。なお、各意識指標の動き（前月差）については、年齢階級別にそれほど大きな違いは見られない。

## 3. 年齢補正値の試算

「消費動向調査」の年齢構成を実際の年齢構成に合わせるため、「国勢調査」の世帯主の年齢階級別世帯構成比を用い、消費者態度指数の年齢補正を試みた。

まず、図表1の平成22年「国勢調査」と平成25～27年度の「消費動向調査」の世帯主の年齢階級別構成比を比較し、以下のように調整係数を月別に算出した。

$t$  時点の  $i$  歳台の調整係数

$$= \frac{\text{国勢調査（平成22年）における } i \text{ 歳台の割合}}{t \text{ 時点の消費動向調査の } i \text{ 歳台の割合}}$$

この調整係数については、「国勢調査」とここで比較する「消費動向調査」の調査時点が異なることに留意する必要があるが、若年層において、調整係数が大きくなる傾向にある。

算出した調整係数の逆数を用いて、年齢構成の補正を行い、消費者態度指数を試算すると、公表値よりも水準が高くなったものの、両者の動きに大きな違いは見られなかった（図表3）。

次に、消費者態度指数を構成する4つの消費者意識指標についても公表値と年齢補正値（試算値）を比較してみる。公表値において年齢階級別に大きな違いのなかった「雇用環境」と「耐久消費財の買い時判断」については、公表値と試算値は水準、動きともにほぼ

同じになった。一方、公表値で年齢階級別に比較的大きな違いのあった「暮らし向き」と「収入の増え方」については、特に「収入の増え方」において、試算値の水準が公表値より高くなったが、動きには大きな違いは見られなかった（図表4）。

## 4. おわりに

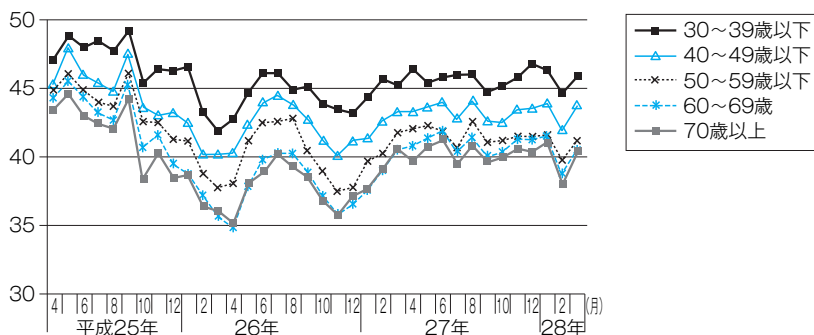
今回、直近3年間の「消費動向調査」のいくつかの系列の結果について、平成22年「国勢調査」の世帯主年齢構成を基に、簡略的な方法で年齢補正を試みた。その結果、年齢補正を行うことで、消費者態度指数の水準が高くなるものの、その動き（前月差）には大きな違いが見られなかった。また、消費者態度指数を構成す

る各消費者意識指標についても、年齢補正後の試算値は、「暮らし向き」と「収入の増え方」で公表値と比べて水準が異なるものの、「雇用環境」と「耐久消費財の買い時判断」では、両者に大きな違いは見られなかった。

今後は、他の家計に対する統計調査の動向も見据えつつ、補正する際の年齢階級区分の設定（たとえば、29歳以下の回答世帯数が非常に少ないため30～39歳以下と統合した区分とする）や人口構造の基準とする統計調査及びその利用方法（たとえば、新しい調査結果が公表される際に、前回調査結果を基準としていた調査の補正を行う必要があるか）などについて、引き続き検討を行うことが必要である。

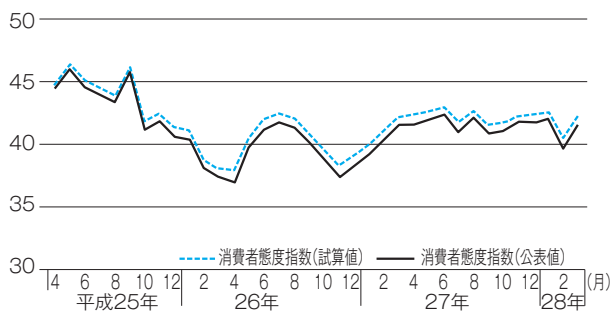
松田 千枝（まつだ ちえ）

図表2 世帯主の年齢階級別消費者態度指数（二人以上の世帯、原数値）

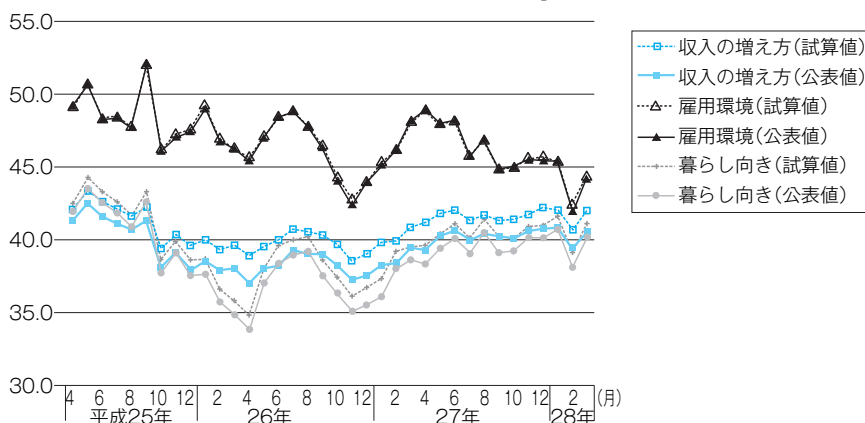


（注）世帯主年齢29歳以下の区分については、回答世帯数が非常に少ないため、図表から割愛。

図表3 消費者態度指数：公表値と年齢補正後の試算値較



図表4 消費者意識指標：公表値と年齢補正值（試算値）【暮らし向き・収入の増え方・雇用環境】



（注）「耐久消費財の買い時判断」は、「雇用環境」と同様、公表値と試算値の違いがほとんど見られなかったため、図表から割愛。