

9. 各論(3):生活関連統計(1)

12/15/2011

生活関連統計

- ① 家計(収入・支出)に関する統計
 - 家計調査
 - 家計消費状況調査
 - 全国消費実態調査
 - 消費動向調査
- ② 雇用・賃金に関する統計 (次回)
- ③ 物価に関する統計 (次回)

12/15/2011

家計調査

- 種類:基幹統計(所管:総務省統計局)
- 世帯の収入と支出を調査(月単位)
 - フローに関する調査
- 調査対象:二人以上の世帯 8,076
 単身世帯 673(他に72)
 - 調査世帯は毎月1/6(単身世帯は1/3)ずつ交替
 - 学生の単身世帯、外国人世帯等は除く
 - 層化3段抽出法によって世帯を抽出
- 調査項目
 - 6ヶ月(単身世帯は3ヶ月)間継続して「家計簿」をつける
 - 「年間収入調査票」により過去1年間の収入も調査
 - 二人以上の世帯については、「貯蓄等調査票」により、貯蓄・負債の保有状況及び住宅などの土地建物の購入計画についても調査

12/15/2011

家計調査データの特徴

- 調査対象に関して
 - 毎月1/6(単身世帯は1/3)が交替
 - 調査対象の交替に対する、データの大幅な変動が回避できるが、世帯(種類)構成や世帯人員が一定でないことに注意が必要
- 公表データに関して
 - 負担が大きい調査であるため、結果的に標本が偏る可能性がある
 - 勤労者世帯以外は収入情報は公表されない
 - 購入頻度が低い(高額)の財・サービスのデータが安定しない
 - 家計消費状況調査(後述)で補完

12/15/2011

家計消費状況調査

- 種類:一般統計調査(主管:総務省統計局)
- 目的:家計調査の補完
 - IT関連消費
 - 購入頻度の少ない高額財・サービスの消費の把握
- 調査対象:30,000世帯
 - 層化2段抽出:3,000調査地点を抽出し、各地点から10世帯を抽出(うち1世帯は単身世帯)
- 調査期間:毎月、1年間継続
 - 1/12(2,500世帯)を毎月交替

12/15/2011

家計消費状況調査(続)

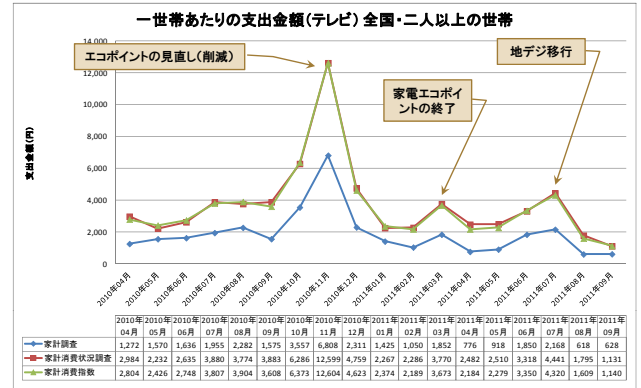
- 調査項目
 - 電子マネー、ポイントカード等の利用状況
 - インターネット・ショッピングの利用状況
 - IT関連支出
 - サービス:固定・携帯電話、インターネット、ケーブルTV、等
 - 財:テレビ、PC、TVゲーム機、カメラ、カーナビ、等
 - 耐久消費財等的高額支出
 - サービス:結婚式・葬儀等冠婚葬祭費、旅行、学校授業料、診療代、等
 - 財:高額衣料、時計・装飾品、寝具、家具、白物家電、映像・音響機器、自動車、等

12/15/2011

家計消費指数

- 家計調査の支出金額と家計消費状況調査の支出金額を合成した支出金額を指数化したもの
- 大まかにいって、
 - 家計調査 80
 - 家計消費状況調査 200
 の割合でウェイト付けし合成
- 現在公表されている指数は、平成22年基準=100としたもの

12/15/2011



8

12/15/2011

全国消費実態調査

- 種類: 基幹統計(主管: 総務省統計局)
 - 家計調査を補完、5年おきに実施
- 調査対象: 2人以上の世帯 約5.5万世帯
単身世帯 約0.5万世帯
- 調査期間: 9月~11月の3ヶ月(単身は10、11月の2ヶ月)
- 調査内容
 - 家計簿、個人収支(こづかい)
 - 購入物品の購入地域、購入先
 - 年収・貯蓄・借入金の額、耐久財等所有状況
 - 住居および住居以外の住宅・宅地の状況

12/15/2011

家計に関する各調査の標本世帯数

	国勢調査 (2010年)	家計調査	家計消費 状況調査	全国消費 実態調査 (2009年)
総数	51,950,504	8,821	30,000	56,806
二人以上世帯	35,057,800	8076	27,000	52,404
単身世帯	16,784,507	673	3,000	4,402

10

12/15/2011

消費動向調査

- 種類: 一般統計調査
(主管: 内閣府経済社会総合研究所)
- 調査対象: 6,720世帯
 - 一般世帯4,704、単身世帯2,016
 - 外国人・学生・施設入居世帯は除く
- 調査期間: 毎月1回(15日)、15カ月
 - 毎月1/15(448世帯)ずつ交替

国勢調査の世帯割合に近い

12/15/2011

消費動向調査(続)

- 調査目的・内容
 - 景気動向判断のために、
 - 暮らし向きに関する消費者の意識(毎月)
 - 物価の見通し(毎月)
 - 旅行等の各種サービスへの支出予定(3,6,9,12月)
 - 耐久消費財等の保有状況(3月)
 - などを調査
 - 調査票(毎月) 調査票(3月)
- 「今後の暮らし向き」や「物価」の見通しなど、消費マインドを指数化

12

12/15/2011