

個人消費動向把握手法改善のための研究会
中間報告

平成12年8月

個人消費動向把握手法改善のための研究会

目 次

はじめに.....	1
第1章 これまでの審議の概要.....	2
1. 個人消費動向の把握について	
2. 需要面における消費動向把握の現状と課題	
3. 供給面における消費動向把握の現状と課題	
4. 民間最終消費支出のQ E推計の現状と課題	
5. 季節調整法の問題について	
6. 既存の消費統計調査におけるデータの活用	
7. 新たな消費調査の可能性	
8. 新技術を用いた調査手法の例	
第2章 提言.....	14
1. 需要面からの新調査の実施に向けた検討	
2. 高額消費に関する供給側の統計の整備・活用	
3. 既存調査からの集計方法等についての検討	
資料編.....	16
参考資料1 研究会委員名簿	
参考資料2 研究会開催実績	
参考資料3 研究会配布資料一覧	

はじめに

景気状況が厳しいなか、適切な経済運営を行っていくうえで、景気動向の早期かつ的確な把握に努めることは極めて重要である。特に、今日のように経済構造変化が著しい時期においては、各種経済統計が新しい動きを十分に把握できることが必要不可欠な課題となっている。

我が国の経済状況を見ると、経済動向を示す指標については、昨年後半に需要面と供給面において一部に乖離した動きがみられた。これは現在の景気改善が企業部門を中心となっていることを反映したものであると考えられるが、需要側及び供給側の統計が必ずしも実態を十分に反映していないのではないかと指摘を国内外において受けていることも事実である。特に、GDP（国内総生産）の約六割を占める個人消費の動向については、既存の統計・調査ではマクロ的な把握の観点から十分ではないとの指摘もあり、景気動向の把握のためには推計方法も含め改善の余地があると考えられる。

こうしたなか、本年二月、小淵前内閣総理大臣より「消費や投資の実態の早期かつ的確な把握につき、さらに改善を図るよう、関係者で至急検討するように」とのご指示をいただいたところであり、このため総務庁と経済企画庁の共同開催として、「個人消費動向把握手法改善のための研究会」を本年四月に立ち上げることとなった。本研究会では、需要側の消費統計・調査を中心に、消費動向の更なる的確な把握、既存調査の拡充及び新たな調査の実現可能性、供給側統計の整備・活用などについての検討項目に沿って活発な議論が行われた。

本報告書は、研究会におけるこうした議論の結果を中間的に取りまとめたものである。本報告書における提言等を踏まえ、今後活発な議論及び検討がおこなわれることを強く期待するものである。

個人消費動向把握手法改善のための研究会座長
竹内 啓

第1章 これまでの審議の概要

「個人消費動向把握手法改善のための研究会」は、景気動向の早期かつ的確な把握及び四半期別国民所得統計速報値（以下、「QE」という。）の消費推計の精度向上を図ることを目的として、平成12年4月から7月までの間に、毎月2回ほどのペースで計6回開催された。本研究会においては、需要側の消費統計・調査を中心に、消費動向の更なる的確な把握、既存調査の拡充や新たな調査の実現可能性及び供給側統計の整備・活用などについての検討を行っている。以下、これまでの審議状況を項目別に報告する。

1. 個人消費動向の把握について

消費動向を把握する場合、個別の統計・調査にはカバレッジや精度などについてそれぞれに限界があり、特定の統計・調査の情報によって動向を正確に把握することは困難である。経済の動きは需要サイドと供給サイドにわけられるが、消費に関する統計・調査についても需要側と供給側の双方からのアプローチが可能である。したがって、消費動向の早期かつ的確な把握のためには、需要側、供給側からの多面的な情報を総合しつつ、効果的な情報収集を行っていくことが必要である。

現在、マクロの消費動向の把握について、「月例経済報告」（経済企画庁）では、需要面及び供給面からの様々な統計指標に加え、業界からのヒアリング情報等を基にして、総合的な判断を行っている。

2. 需要面における消費動向把握の現状と課題

(1) 消費動向把握における需要側統計の課題

「家計調査」（総務庁）は消費動向を需要面からみた包括的な統計として、個人消費の動向を判断するうえで最も重視されている統計である。一方で景気判断という観点からみた場合、「家計調査」については様々な課題も指摘されている。そこで、本研究会では以下のような課題点について議論が行われた。

調査世帯について

家計消費は高額消費を中心にもともと世帯ごと及び時期ごとのばらつきが大きいと考えられ、相当多くのサンプル数が得られないと調査結果の分散が十分に小さくならない。この点において、現行の「家計調査」は調査世帯が約8千世帯となっており、サンプル数が不十分であるとの意見があった。

捕捉について

調査世帯においては、世帯主以外に個別に所得を得ている構成員(世帯主の子供等)が存在する場合がある。特に、親と同居している若年層については、消費意欲が強い可能性もある。そうした個人の所得や支出動向が既存の統計・調査では十分に捕捉し切れていない可能性があるとの意見があった。また、報告者負担が重いことが、結果として回答する世帯の属性に影響を与えているのではないかとの意見があった。

需要側における消費に関する統計・調査については、景気判断という観点からはこのような課題があると考えられるものの、ミクロの消費構造を把握する意味で、「家計調査」等は、非常に詳細な支出内容を月次ベースで把握できることから、世界でも類をみない貴重な調査であると評価する意見がある。また、調査結果についても、回答者である調査世帯の負担が大きいことは事実ではあるものの、反面においては詳細に記述させることによって正確性が担保されていると評価する意見もあった。結果の変動が大きいとの見解についても、調査世帯の多様性が正直に反映された結果であるとの意見もあった。

(2) 需要側統計における課題の改善方法

調査結果の分散を小さくするための方法については、サンプル数を飛躍的に大きくするような調査規模の改善が最も直接的な対処策として考えられる。しかし、日々全ての収支の記録を求めている「家計調査」については、回答者である調査世帯及び実査担当者である都道府県の負担が重いことから、現行調査のままで飛躍的なサンプル数の拡充は困難であるとの意見が大勢であった。一方で、これらの負担を軽減するために現行の「家計調査」自体の質問項目を変更して調査内容の簡素化を図ることについては、現時点において精度を落とさずに簡素化する方法が見出されていないこと、消費者物価指数のウエイトとして利用されていること、さらには、調査の継続性を重視する立場からは、ミクロの消費構造の変化を詳細に捉えるという「家計調査」の利点を失う恐れがあることから問題があるとの意見が多数であった。

このため、改善方法としては、既存の統計・調査から得られるデータを用いてよりの確な消費動向を推定する方法などを工夫することに加えて、既存の統計・調査を補完する新たな消費に関する調査を簡易な内容にして大規模サンプルで実施することなどを検討すべきであるとの意見があった。

3. 供給面における消費動向把握の現状と課題

(1) 供給側統計の利用の必要性

マクロの消費動向の把握やQ Eにおける民間最終消費支出の推計については、これまで需要側統計を中心に行われてきた。しかしながら、供給側における販売統計についても、百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストアの売上など個々の統計が存在している。それら統計・調査のデータを上手く利用して需要側統計と組み合わせることも重要な課題であるとの意見があった。そこで本研究会では、必ずしも十分な時間をさくことができなかつたが、供給側統計の活用の限界も考慮しつつ、その利用可能性について一応の検討を行った。

(2) 供給側からの消費動向把握の課題

供給側統計による消費動向の把握については、以下のような問題があるとの議論があった。月次(四半期)で利用できる統計が少ないこと、消費者向けサービスにおける経済全体をカバーするデータが乏しいこと、個人向けと法人向けの区別が難しいこと、家電、衣料などの大型専門店等の新興業態が捕捉し切れていないことである。特に、の問題については、供給側から把握することは統計的にはほとんど無理であるとの意見があり、この点が供給側統計を利用する場合の大きな課題となっている。

(3) 供給側統計の利用の検討

このように、現時点では供給側統計の利用についてはいくつかの問題があるものの、「商業販売統計調査」(通商産業省)の一部として「コンビニエンスストア統計」が実施(平成11年4月分~)されたり、「特定サービス産業動態統計調査」(同省)において、調査業種がこれまでの5業種から17業種に拡大(平成12年1月分~)されるなど改善も行われてきており、供給側統計の利用可能性についても検討すべきであるとの意見がある。

特に、Q E推計においては、現在でも自動車購入額や医療費等について供給側統計からのデータによって推計しており、購入頻度が少ない品目などについては、こうした供給側統計を利用した推計方法を検討すべきであるとの意見もあった。ただし、家計の支出総額が予算上厳しく制約されていると仮定した場合、消費支出については費目間において代替関係があることが予想されることから、自動車購入などの高額支出があった家計についてはその他の支出が少なくなる可能性があるとともにその逆の場合も考えられる。したがって、一部の品目に限って供給側統計からデータを補うことにより全体の消費支出を推計することは、消費支出を過大若しくは過小に偏らせるのではないかとの意見があった。

4 . 民間最終消費支出のQ E推計の現状と課題

(1) 民間最終消費支出におけるQ E推計の現状

現在、Q Eにおける民間最終消費支出については、主に「家計調査」等の需要側統計を用いて求めた前年同期比で前年同期の確報値を延長することによって推計している。これは、「家計調査」が月次ベースで家計消費支出の詳細な情報を得ることができる統計であるためであり、供給側統計については、月次（四半期）で利用できる統計が少ないことや、特に消費者向けサービスに関して経済全体をカバーする統計が乏しいこと、などの問題があることにもよる。しかしながら、現在のQ E推計においては、需要側の情報のみを利用しているわけではなく、一部において供給側の情報も使用されている。具体的には自動車購入額のように購入頻度が低く消費動向の的確な把握が需要側からでは十分にできない品目や、医療費や帰属家賃を含む総家賃のように消費概念が「家計調査」と異なる品目については、販売統計など供給側のデータから推計された前年同期比で延長することによって推計がなされている。

(2) Q E推計の改善方法

このような現在の民間最終消費支出におけるQ E推計の方法については、ミクロの消費構造変化を捉えるうえで評価されている「家計調査」を、マクロの統計として用いることを疑問視する意見や、さらに「家計調査」の詳細データを用いる方法は、「家計調査」のサンプルの大きさから考えた場合に本当に適切であるのかという意見があった。

そこで、主に「家計調査」によって推計している現在のQ E推計の方法については、2 .でも記述したように、既存の統計・調査を補完する新たな消費に関する調査のデータを活用することや、3 .でも記述したように、供給側の統計を品目によっては活用していくことを検討すべきであるとの意見があった。

また、民間最終消費支出におけるQ E推計の方法や、一次統計との「消費」概念の差、及び詳細なデータの開示を今以上に行うことによって、一般の議論のなかから適当な推計方法を模索することも必要ではないかとの意見もあった。

5 . 季節調整法の問題について

現在、季節調整法については、「家計調査」やGDPの四半期系列をはじめ多くの統計・調査においてセンサス局法X 1 1を採用している。しかしながら、うるう年要因の影響などの日数調整の問題や、個人消費関連指標については季節性が小さくなってきているなどの問題もあることから、X 1 2 A R I M Aの導入を検討し直すべきではないかとの意見があった。

6 . 既存の消費統計調査におけるデータの活用

(1) 既存の統計・調査データの活用の再検討

マクロの消費動向のよりの確な把握やQ E推計の精度向上のためには、既存の統計・調査を補完する新たな消費動向に関する調査を実施すべきであるとの意見がある一方で、既存の統計・調査から得られるデータを推計などに上手く活用することによって安定的な結果を得る方法についても再検討するべきではないかとの意見もあった。

また、消費関数のモデルから得られる情報と「家計調査」等の既存調査から得られる情報とを組み合わせるなど、加工統計のなかに一部モデルなどによる推計を導入することによって、安定した消費動向を得ることが出来る可能性があるとする意見があったが、一方でこうした方法によって安定した結果は得られるものの、それが実態を適切に把握しているかは疑問であるとの意見もあった。

さらに、既存の統計・調査において誤差が生じることについてはサンプル調査である以上やむを得ず、家計消費の特性であることも考えられることから、そうした誤差は所与のものとして考えるべきであるとの意見や、統計・調査の実施にかかるコストと成果に十分配慮すべきであるとの意見もあった。

そこで、本研究では以下のような既存データの活用方法について検討を行った。

(2) 具体的なデータの活用方法の検討

曜日調整法に関する検討

消費支出などの時系列の季節調整において、曜日調整を行うべきではないかとの意見があることから、曜日による支出金額の変動の実態及び曜日調整について検討を行った。

「家計調査」の「日別集計」結果から曜日変動をみると、「平日」と「土、日」の支出金額の差は1割程度と比較的小さく、「社会生活基本調査」（総務庁）から有配偶者の買物行動をみても、半分以上が「平日」に買い物に行っており、「土、日」と大差はみられなかった。また、 X_{12} -ARIMAを用いて、曜日調整を加えた季節調整済み系列を試算してみると、時系列の安定性が逆に悪化する結果となった。これは曜日変動が小さいことなどが影響しているとみられる。

しかしながら、曜日変動が消費支出の時系列に実際に影響を与えているとみられるため、平成7年に溯って集計されている「日別集計」結果が十分蓄積された段階で、同集計から得られる曜日別支出金額に基づいて曜日調整を行う方法を検討する必要がある。

変化傾向の把握の改善に関する検討

(チェーン指数の試算)

消費支出などの時系列の変化傾向をよりの確に把握する方法として、「家計調査」の継続標本について前月比を計算し、それをつないだ「チェーン指数」を前年同月比

の代わりに使うことができないかとの意見があることから、試算を行ったが、「チェーン指数」と「対前年同月比」に特に違いはみられなかった。

(累積D I方式の試算)

同じく「家計調査」の継続標本を用い、前月あるいは前々月との増減をスコア化し、それを累積し、さらに季節調整した累積D Iの試算も行った。前月との増減から作成した累積D Iは、消費支出の金額の系列に比べて山谷が大きくなり、傾向変化を把握する上で意味のある加工指標となる可能性が示唆されたが、計算過程が複雑となることや、指標の変動の解釈が明確でないため、今後さらに検討する必要がある。

(高額な支出を除外する方法の検討)

また、消費支出などの時系列が、高額な支出によって振れが生じる傾向がみられることから、「家計調査」結果から高額な支出を除外した系列を作成することによって変化傾向のよりの確な把握に資するかどうか、併せて、高額支出を新たな消費調査などによって補完する方法とその効果について検討を行った。

「消費支出の多い世帯を除外」等した場合

消費支出の多い世帯を除外するトリム平均、あるいは、消費支出の多い世帯の影響を弱める働きのある幾何平均の試算を行ってみると、標本誤差を小さくする効果がみられ、変化傾向のよりの確な把握に資する可能性のあることが示された。しかし、特に長期的にみた場合、高額な支出を除外することによる偏りに留意する必要があるため、今後、参考系列としてトリム平均・幾何平均を作成していきながら、その有用性についてさらに検討を進めることが望まれる。

「高額な費目を除外」した場合

消費支出全体の変化傾向と大きく変わらない範囲で、高額な支出の多いいくつかの費目を除外してみると、標本誤差の低減効果は弱いものの、時系列の振れと関連が強いとみられる消費支出の分布の尖度を改善する効果がみられた。これにより、高額な支出の多い費目について、供給側統計などによって補完することによってQ Eの推計精度の改善に一定の効果が期待できることが示された。

「高額な購入を除外」した場合

費目を限定せずに全ての高額な支出について、あるいは、費目を限定するものの場合よりも多くの費目について、新たな消費調査を実施することなどにより補完する方法が提案されたため、「家計調査」結果から費目を限定せずに5万円以上の購入を除外した場合の効果について試算を行った。消費支出から5万円以上の購

入を除外した系列は、消費支出全体の変化傾向と大きく異なるため、この系列のみで個人消費の変化傾向を把握することはできないものの、のトリム平均と同程度の標本誤差の低減効果がみられ、新たな大サンプルの消費調査などにより高額支出を補完する方法の有効性が示された。

(注) トリム平均.....個々のデータを一定の順序に並べた場合において、上位又は下位

データの一定割合を除いた残りのデータにより求められる平均。

幾何平均.....個々のデータを加える代わりに掛けあわせ、データの個数で割る代わりにn乗根に開くという形で求められる平均。

7. 新たな消費調査の可能性

(1) 新たな消費調査の必要性

消費動向に関する既存の統計・調査については、必ずしも景気判断の材料とすることだけを目的に設計されているわけではない。したがって、これまでも既存の統計・調査におけるデータの活用方法を見直すことによって、マクロの消費動向の早期かつ的確な把握やQ E推計の早期化及び精度向上に努めてきたところではあるが、それも限界にきているとの意見がある。一方で「家計調査」については、ミクロの消費構造の変化を把握するうえでは、世界でも類をみない貴重な調査であるため、マクロ的な観点から調査自体の見直しを行うことは、これまでの「家計調査」本来の利点を失いかねないとの意見もあった。

このため、本研究会では、マクロの消費動向を捉えるという用途に適した新たな消費統計・調査が必要ではないかとの議論がなされ、新たな調査の実施方法について数多くの意見が交わされた。そうした新調査については、より高い精度を得るために既存の統計・調査より飛躍的に大きなサンプル数による、サンプル数の確保やコスト負担の軽減を考慮して調査項目を必要な情報に絞って簡素化を図った、需要側調査を実施すべきであるとの意見が大勢であった。

(2) 新たな調査についての案の検討

研究会事務局においては、マクロ消費動向の的確な把握やQ E推計の精度向上に資することが期待される簡易かつ大規模サンプルによる新たな消費動向に関する調査について、下記のようないくつかの調査案が検討された。

総収入・支出についての調査

マクロ的な景気判断に資するとの観点から消費動向を把握するのであれば、「家計調査」にあるような詳細項目まで把握する必要はなく、支出や所得総額などの情報が最

低限わかれば十分であるとの意見があった。このため、マクロの消費動向の把握に役立てることを目的として、質問項目を1ヶ月の手取収入、年間収入（税金や社会保険料を把握するため）、1ヶ月の消費支出などに絞って簡素化を図り、調査世帯及び実担当者の負担を軽減することによって大規模サンプルによる調査の案が出された。

高額消費についての調査

「家計調査」における品目別の購入頻度を集計して標本誤差を調べた場合、支出金額の標準誤差率は購入頻度と非常に相関があるとの報告があった。つまり、購入頻度が少ないほど誤差が大きくなり、逆に購入頻度が多いほど誤差が小さくなるということである。そうしたことから、消費動向を安定的に把握するためには、購入頻度が少ないために誤差が大きいとされる高額消費支出に関する大規模サンプル調査を実施すべきとの意見があった。

こうした高額消費を捉えるための方法としては二つの切り口がある。購入した品目の金額が一定額以上（例えば5万円以上など）であった場合に回答してもらう「金額仕切り型」と、高額支出であることが想定される特定品目について購入した場合に回答してもらう「特定品目型」である。このため、高額消費を把握するための新たな調査として二通りのものを提案した。新たな調査により得られた大規模サンプル数による高額支出についての回答結果を、「家計調査」における高額支出部分を除いた残りの支出部分とつなぎ合わせることによって、安定的な消費データを得ることができ、QE推計の精度向上にも役立つことが考えられる。

また、回答方法については、従来のサンプリングによる調査方法もあり得るが、予め調査票を家庭に無差別に配布したり、相当数の店舗に調査票を置いておくことにより、高額な消費をした場合に調査票を返送してもらうような自己申告による回答方法についての案も出されたが、実効性が疑問であるとの意見もあった。

同居人についての調査

「家計調査」等においては、世帯主以外の収入取得者の消費動向が捉えきれていないのではないかととの意見があった。このため、現行の「家計調査」との調整が必要ではあるが、同調査に別途付随して、そうした同居人の消費動向を把握するための簡易な形式による調査票を配布することにより、こうした個人の消費動向を把握する調査の案も出された。この場合においても、と同じく質問項目を極力簡素化することにより、回答率を高めることが必要であるとの指摘があった。

供給側における高額消費についての調査

高額消費においては一般的に購入頻度が少ないため、需要側から把握するよりむしろ供給側から高額支出を捉える方が的確なこともあり、このため現在でもQE推計にお

ける自動車購入などについては供給側統計を利用している。こうした把握方法について、同じく購入頻度が少なく高額な支出品目への拡充ができないかとの意見があったことから、販売側統計の整備状況いかんによっては、単価が一定額を超える分野について、「家計調査」のなかで振れが大きい項目を代替する案が出された。この場合、法人需要と個人需要を見極めるために、販売先調査により法人向けと個人向け購入データを入手することによって、法人・個人比率やそれと景気との相関関係を把握する必要があるとの指摘もあった。

(3) 新調査実施のための検討課題

本研究会事務局では上述のようないくつかの新調査の提案を行ったが、新調査の方向性としては、支出及び所得の総額、高額消費支出、若しくはそれらを併用した大規模サンプル調査を実施すべきとの意見が多かった。ただし、調査の具体的な実施に当たっては主に以下のような議論がなされた。

「支出や所得総額」か「高額消費支出」か

支出や所得総額の調査は、マクロナ消費動向を把握する意味では、最もシンプルな方法である。しかし、簡素化によって総額のみを回答させることは、後から思い出して記入するいわゆる「思い出し調査」でも困難であり、正確性が担保されないとの意見があった。したがって、少なくとも四半期ごとではなく月次でのカレント調査にするべきとの意見があった。また、簡単な家計簿のようなものを事前に配布して毎日総額いくら使ったかということ把握させることや、預金通帳から一ヶ月ごとの支出や所得総額を把握する方法を採用すべきであるといった意見があった。一方で、それでも正確性を担保するのは難しいといった意見や、そうした措置をとった場合において調査世帯の負担軽減効果は期待されるほど大きくはならず、かえって手間がかかる場合もありえるのではないかとの意見もあった。さらに、預金口座を利用した把握方法は、自営業者など職業によっては協力を得ることが難しいのではないかとの意見もあった。

また、高額消費に関する調査については、購入頻度が少ないために振れが大きい高額支出又は特定品目に限った調査で、「家計調査」のデータと組み合わせることによって消費動向のよりの確な把握やQ E 推計の精度向上を目指すものであり、既存調査の補完的な意味を持っている。この調査では一般的に高額商品自体の購入機会が少ないために回答頻度は少なくなり、総額調査に比べて容易であると考えられる。ただし、金額や品目の設定によっては毎月白紙で回答する世帯が相当数にのぼる可能性があり、調査の効率や調査世帯の心理的問題も考えられる。このため、むしろ高額消費のみではなく総額も併せて記載してもらった方がよいのではないかとの意見があり、総額調査との併用調査にすべきであるとの意見もあった。

「郵送調査」か「調査員調査」か

コストをかけずに大規模サンプルを設定するためには、調査方法として簡易かつ親切に調査設計した質問票を送付する郵送による調査手法を採用すべきであるとの意見があった。一方で郵送調査では有効回答率の低下は免れず、高額な支出のあった世帯の回答率が高めになるなどバイアスが生じる可能性が無いとはいえない。回答率をある程度高めるためには調査員の役割が大きいことから、調査依頼時のみでも調査員を使用した方がよいのではないかとの意見もあった。しかし、調査員を使うことはコストの増大を招くためサンプル数をある程度制約することにもなることから、その辺りの兼ね合いを検討すべきとの意見があった。

なお、調査の実施に当たっては事前に予備調査を実施して、調査の設計、手法及び結果などを分析したうえで本調査の実施に移ることが是非必要であるとの意見があった。具体的には、調査員調査とするか、郵送調査とするかなど調査の系統をどうするか、支出総額や所得総額の把握については、どのような方法が適切か、またその場合にどの程度の精度が回答結果にあるか、高額消費支出については、白紙回答が無いようにするため、それ以外に一般的に回答でき、かつ、活用し得る調査項目として何が考えられるか、「家計調査」とどの程度の整合性を確保すべきか、サンプルの入れ替え期間をどうするか、調査方法によってどのくらいの拒否率があり、回答率を上げるために回答し易い質問票かつ回答マニュアルはどういうものか、などについて予備調査や試行により検討するべきであるとの意見があった。さらに、高額消費支出の把握については、品目ベースと金額ベースのどちらがよいか、金額ベースとした場合にどの程度の金額で区切るのがよいか、などについて検討するべきであるとの意見があった。

また、調査への協力世帯に対しては、新調査に限ったことではないが記入者負担相応の情報料を提供すべきとの意見があった。具体的には、協力世帯が記入にどれだけの時間がかかるかを想定して、1時間当たり謝礼額を例えば最低賃金並には支払うといったルールを作るべきではないかとの意見もあった。

8．新技術を用いた調査手法の例

(1) 統計・調査における新技術の利用可能性

新たに統計・調査を実施する場合において、調査客体の負担や調査の実施主体の金銭・人的コストが、調査規模及び内容についての大きな制約条件となってくる。しかしながら、情報通信技術の発展に伴い統計・調査を取り巻く環境は変わりつつある。既存の調査・統計においては用いられていなかったパソコン、テレビ、電話といった様々な情報ツールを

利用することによって、調査の実施主体及び調査客体の負担を軽減して利用者の利便性を向上させ、調査実施の効率化につながる可能性があることから、こうした制約条件を解決することが期待できる。反面、こうした調査方法によって生じる可能性のあるバイアスなどの問題について検討する必要がある。したがって、新技術の将来における普及可能性を念頭に置きつつ、調査精度を確保しながら、これらを活用していく視点にも配慮する必要があるとの議論があった。

(2) 調査の具体的事例

経済企画庁では、消費動向をできるだけ早期かつ的確に把握するため、既存の調査・統計においては用いられていなかった新技術を活用した新たな調査手法を検討しており、試行や実用化を行っている。そこで、本研究会においては以下のような調査実施例について事務局から紹介を行った。

電話自動応答システムを利用した調査

○景気ウォッチャー調査（平成12年1月～）

全国各地の小売店、ホテル、美容室、タクシーなど経済活動の現場で働いている人々から、直接景気に関する感じ方を報告してもらい、地域ごとの景気動向を迅速かつ的確に把握するための調査を毎月実施している。本調査では、迅速かつ効率的に回答を得て集計するために「電話自動応答システム」を利用している。同システムでは、回答者が電話をかけると、予め設定しておいた質問が自動的に音声で流れ、電話機のプッシュ番号を押すことで、質問への回答ができるようになっており、選択肢による回答は自動的に速やかに集計されるようになっている。また、回答者の生の声を録音により収集している。

< 利点 >

- ・ 選択肢による回答の即時集計が可能であり速報性が高い
- ・ 普及台数の高い電話を利用するためサンプルを集めやすい

< 限界 >

- ・ 複雑な設問及び多数の選択肢を設定しにくい
- ・ 音声自由回答の集計に手間がかかる
- ・ 回答内容の再確認ができず、再回答に手間がかかる
- ・ 回答数によっては回線の混雑が予想される

（ 下の二点については改善が可能である。 ）

パソコン通信を利用した調査

○消費動向ヒアリングシステム（平成10年1月～）

販売に係る定性的・定量的な消費情報（売上高や来客数などの動向とその背景）を

企業から直接、リアルタイムで入手することを目的として、パソコン通信を用いた企業ヒアリングを試験的に毎月実施している。パソコン通信の掲示板に掲示された種々の質問に対し、回答は、選択肢での回答形式と記述による自由回答形式の双方により実施している。本システムでは、パソコン通信業者が提供する、専用ネットワークサービスを利用しており、また、専用ID番号によってのみアクセスが可能のため、閉鎖性が高くセキュリティが保持される。

< 利点 >

- ・販売に係る個別情報を早期に入手できる
- ・既存統計において把握困難な業種の情報が得られる

< 限界 >

- ・協力の得られる企業が少なく、ヒアリングできる分量が限定されている
- ・企業情報の保持のため、得られた情報を公開できない
- ・電子化が不十分な企業の場合、対応が困難
- ・逆に電子化を進めている企業にとっては、オンライン化に伴うウイルス、ハッカー等のリスクが大きい

テレビを活用した調査

○テレビによる消費動向調査（平成11年度）

ITビジョンといった双方向型のテレビ端末モニターから消費実態及び意識に関する調査を試験的に実施した。ITビジョンとは、地上放送の電波の隙間に乗って送信されるデジタルデータを専用チューナーによりテレビで受信する一方、電話回線を通じて返答を行うことによって、双方向通信を行えるシステムである。テレビ画面に簡単な消費に関する質問を文字表示し、リモコン操作によって回答者から回答を送信してもらうことができる。

< 利点 >

- ・リモコン操作により回答が容易
- ・回答結果の即時集計が可能であり速報性が高い
- ・テレビ番組と連動した形での調査や、留め置き型の調査も可能

< 限界 >

- ・普及台数が少なく、設置費用等の負担が大きいなどサンプルの確保が困難
- ・文字数、設問数、選択肢の数などの制約があり、設問の自由度が低い
- ・テレビ番組を利用した場合、回答時間を拘束するため、回答率の確保が困難

第2章 提言

本研究会における審議に基づき、以下に具体的な三つの提言を述べることとする。

1．需要面からの新調査の実施に向けた検討

消費動向の更なる的確な把握及びQ Eの推計精度の向上を図るため、既存の消費統計調査をより充実するとともに、これを補完する新たな消費動向把握のための調査の実施に向けた検討を行うべきである。

需要側から消費動向を包括的に把握するうえで、最も重要な調査である「家計調査」への期待は大きいですが、調査世帯の負担が非常に重く、調査を行う地方公共団体の実施上及び集計上の負担も大きいことから、そのままの標本数の拡大は困難である。

消費全体の動向把握及びQ Eの推計の精度向上のためには、購入頻度が少ないために誤差が大きい高額消費の把握が極めて重要であり、このため高額商品等を特に対象とした需要側の大サンプル調査の実施を検討することが必要である。併せて、既存調査を補完し得る所得や支出の総額等を簡略に把握することについて検討することが望ましい。

新たな調査の実施に当たっては、事前の予備調査や試行を通じて適切なものとしていくとともに、供給側も含めた既存調査との役割分担の整理を行い、その性格を明確にしておくことが是非とも必要である。その際には、Q Eの精度向上に役立つ調査とすることを念頭に置き、Q E推計への活用策と並行して検討する必要があるとともに、調査の正確性ととのバランスに配慮しつつ、回答者へのメリット、新技術の将来の普及の可能性を念頭に置きこれを活用していくこと、などの視点にも配慮することが望ましい。

2．高額消費に関する供給側の統計の整備・活用

消費動向の把握を改善していくためには、需要側のみならず供給側の統計を整備・活用していくことが望ましい。

Q Eにおける民間最終消費支出の推計に際し、高額消費に関する供給側統計の活用を、現行の自動車などから拡充し、高額消費と非高額消費の相互関連も踏まえた推計方法に出来るだけ早期に移行することが望ましい。

高額消費については、提言1に述べた新調査によって把握することが極めて重要であるが、かかる調査の実施には、大きなサンプルが必要であるので、準備にある程度の時間がかからざるを得ない。このため、供給側統計の整備・活用について検討することが極めて重要である。

こうしたなかで、GDP統計や「家計調査」の年度計数との関係の検証等を踏まえて、業界統計等の利用可能性を検討するなど供給側統計等の活用の検討、「家計調査」から高額商品等を除いて集計するシステムの開発、高額消費と非高額消費の相関分析、などを行うことが必要である。

以上の検討結果を組み合わせ、できるだけ早期に、QEの推計に際して、高額消費に関する供給側統計の活用を現行の自動車などから拡充し、高額消費と非高額消費の相互関連も踏まえた、推計方法に移行することが望ましい。

3．既存調査からの集計方法等についての検討

既存の消費統計調査においても、新たな集計や推計方法の開発を行い、その有用性について検討する必要がある。

トリム平均、幾何平均を利用した集計は、結果がより安定的になる反面、母集団の平均推計値という意味では全体集計に劣ると考えられる。しかし、変化傾向の把握という意味では、より望ましい手法となり得る可能性もある。

また、消費関数のモデルから得られる情報と「家計調査」などの既存調査から得られる情報を組み合わせるなどによって、安定した消費動向を得ることができると考えられる。

したがって、こうした方法を景気判断の参考情報としていくことに加え、加工統計での利用可能性の観点からも検討することが望ましい。

個人消費動向把握手法改善のための研究会委員

竹内 啓	明治学院大学国際学部教授 (座長)
新居 玄武	学習院大学経済学部教授
石川 ^o ・コル	リソフ証券会社チエコノミスト
池本 美香	さくら総合研究所主任研究員
井出 満	大阪産業大学経済学部教授
中村 洋一	麗澤大学国際経済学部教授
早川 英男	日本銀行調査統計局参事役
舟岡 史雄	信州大学経済学部教授
牧 厚志	慶應義塾大学商学部教授
水谷 研治	東海総合研究所理事長
美添 泰人	青山学院大学経済学部教授

個人消費動向把握手法改善のための研究会
開催実績

1. 形式 総務庁及び経済企画庁の共同開催による研究会。
今後の消費動向把握手法の改善策について検討、意見交換を実施。
2. 主な検討事項
 - 第1回（平成12年4月28日（金）開催）
主要議題：個人消費統計の現状と課題
検討内容：個人消費の現状把握の問題点や、「家計調査」及び「単身世帯収支調査」の改善状況、民間最終消費支出のQ E 推計の現状と課題などについて説明し、意見交換を行った。
 - 第2回（平成12年5月9日（火）開催）
主要議題：ユーザーとして消費統計に求める改善要望点
景気判断やQ E 作成の観点からみた必要項目
検討内容：一般ユーザーからみた個人消費統計への要望や、景気判断における家計調査系列の利用状況、民間最終消費支出に係るQ E 推計に必要な家計消費統計の情報などについて説明し、意見交換を行った。
 - 第3回（平成12年6月2日（金）開催）
主要議題：供給側における消費統計・調査の現状
新技術を用いた調査手法の例
新たな消費調査の可能性
検討内容：商業販売統計などの供給側統計の現状や、パソコン、電話などの情報ツールを用いた調査手法の例、大規模で簡易な新たな消費調査の案、既存の消費統計データの活用方法などについて説明し、意見交換を行った。
ゲ ス ト：通商産業省調査統計部商工統計課
 - 第4回（平成12年6月6日（火）開催）
主要議題：統計学的な観点からみた消費関連統計の考察

新たな消費調査の提案

検討内容：消費関連統計の特性及び課題点や、高額消費支出、総収入・支出に限った調査など複数の新たな消費調査案、新調査実施のために必要なサンプル数や調査方式などの検討すべき論点などを説明し、意見交換を行った。

第5回（平成12年7月14日（金）開催）

主要議題：5万円以上の購入について補完調査した場合の効果について
中間報告の構成案及び提言について

検討内容：高額支出調査により補完データを用いた場合の効果や、中間報告の構成案、本研究会としての提言案について説明し、意見交換を行った。

第6回（平成12年7月31日（月）開催）

主要議題：中間報告の提案について

検討内容：本研究会としての中間報告案を説明し、意見交換を行った。

参考資料 3

配布資料リスト

第一回研究会

- 資料 1 個人消費動向把握手法改善のための研究会委員
- 資料 2 個人消費動向把握手法改善のための研究会運営要領
- 資料 3 個人消費の現状把握の問題点
- 資料 4 家計調査の概要
- 資料 5 単身世帯収支調査の概要
- 資料 6 家計調査・単身世帯収支調査の改善状況
- 資料 7 民間最終消費支出のQ E 推計の現状と課題

第二回研究会

- 資料 1 (無題 議題:「ユーザーとして消費統計に求める改善要望点」関連資料)
- 資料 2 ユーザーとして消費統計に求めること
- 資料 3 月例経済報告における家計調査の利用について
- 資料 4 Q E の民間最終消費支出の推計に際して必要な家計消費統計の情報について

第三回研究会

- 資料 1 商業販売統計について
- 資料 2 新技術を用いた調査手法の例
- 資料 3 家計調査の購入頻度についての考察
- 資料 4 家計調査の消費支出の標本誤差について
- 資料 5 曜日別支出について
- 資料 6 継続標本の前月比の連鎖による対前年同月比
- 資料 7 継続標本の消費支出の増減によるD I の試算と誤差率の推計
- 資料 8 商品支出と関連統計の動向
- 資料 9 新たな消費統計の可能性と課題

第四回研究会

- 資料 1 第 1、2 回の議論を踏まえた改善の方向
- 資料 2 消費動向把握のための新調査案

第五回研究会

- 資料 1 5万円以上の購入について補完調査した場合の効果についての推計結果
- 資料 2 「個人消費動向把握手法改善のための研究会」 中間報告の構成（案）
- 資料 3 「個人消費動向把握手法改善のための研究会」 中間報告提言（案）

第六回研究会

- 資料 個人消費動向把握手法改善のための研究会 中間報告（案）

（本リストに掲載されている資料は一部を除き、原則として公開しています。ご要望の方は、事務担当連絡先までお問い合わせ下さい。）