

## 第2章 主要統計指標－8

### 消費・家計関連指標

#### <いみ>

消費者サイドである家計の財・サービスの消費や収入に関する統計指標で、主な統計調査として、消費動向調査、家計調査、全国家計構造調査などがある。

#### <たとえば>

図1 消費者態度指数\*の推移(二人以上の世帯、季節調整値)

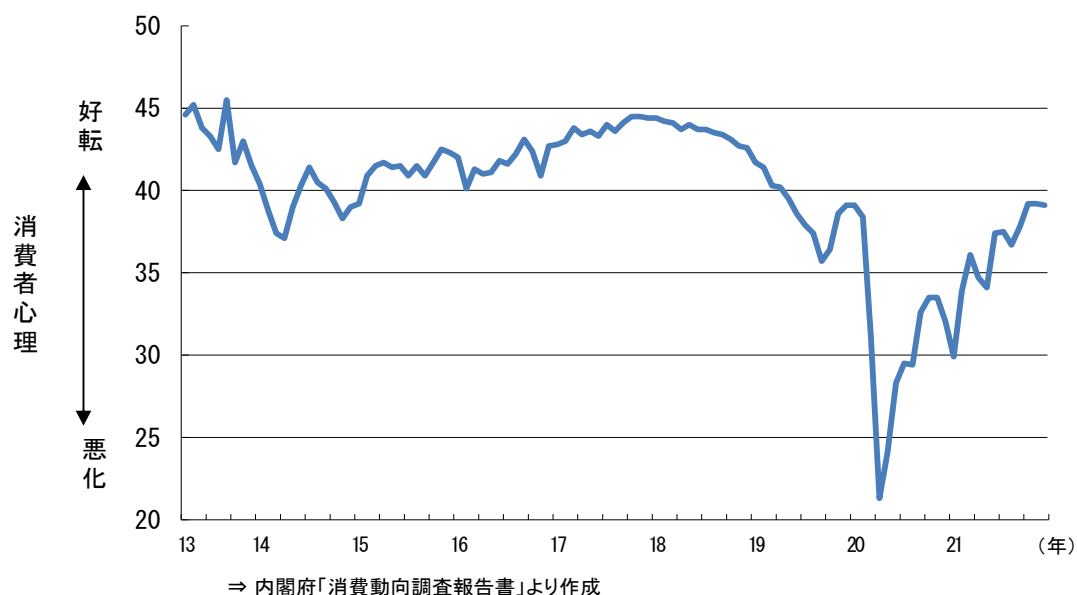
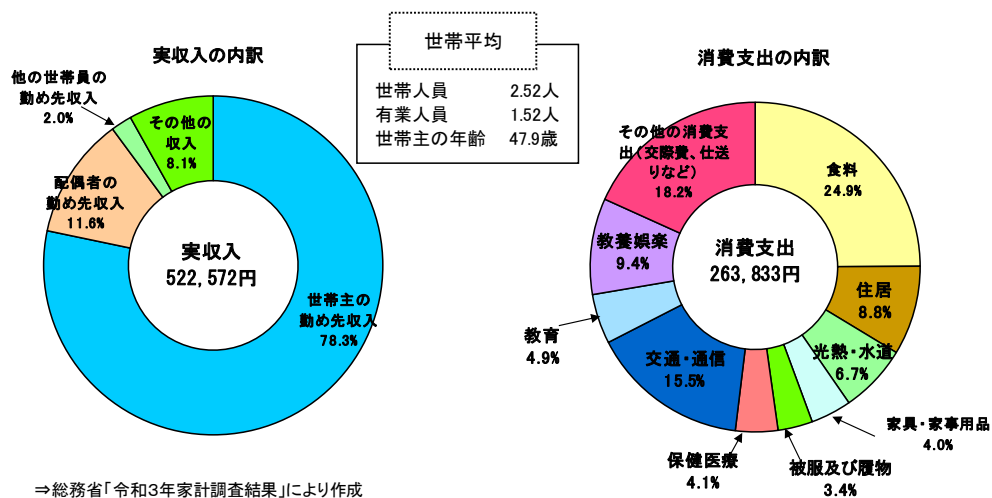


図2 全国の勤労者世帯(総世帯) 1世帯当たり1か月の収入と支出(令和3年平均)



## <かんどころ>

### 1. 消費動向調査

- 調査機関 内閣府
- 調査周期 毎月
- 内 容 約 8,400 世帯を対象に、消費者の意識(毎月)、物価の見通し(毎月)、主要耐久消費財等の保有状況及び買替え状況(年 1 回 : 3 月)、世帯の状況(毎月)などを調査する。
- 特 色
  - ① 調査月の翌月に消費者態度指数(図 1)、消費者意識指標が公表される。
  - ② 消費動向(消費者マインドの動き)や各種耐久消費財の購買動向の予測などに用いられる。

### 2. 家計調査

- 調査機関 総務省
- 調査周期 毎月
- 内 容 約 9,000 世帯を抽出し、家計簿記入方式で収入(勤労者世帯、無職世帯のみ)と支出を、また、年間収入、貯蓄・負債の保有状況(二人以上の世帯のみ)、世帯、世帯員及び住居に関する事項を調査する。
- 特 色
  - ① 世帯区分、地域、収入階級別等に、1 世帯当たり 1 か月間の収支金額が表される。
  - ② 国民生活における家計収支の実態を把握し、国の経済政策・社会政策の立案のための基礎資料となる。
  - ③ 消費者物価指数作成のための指数品目選定、ウェイトの算定のための資料に利用される。
  - ④ 地域別分類や、購入頻度の少ない品目のデータは標本誤差に注意する必要がある。なお、高額商品の購入状況については、家計消費状況調査でも調査している。

### 3. 全国家計構造調査(旧全国消費実態調査)

- 調査機関 総務省
- 調査周期 5 年毎
- 内 容 約 9 万世帯を対象に、家計収支のほか家計資産について総合的に調査する。
- 特 色
  - ① 年間収入階級別、各種世帯属性別、地域別等に世帯の消費・所得・資産に係

る水準、構造、分布など家計の実態が多角的に分析される。

- ② 国民生活の諸問題に対し、国や地方公共団体が行う諸施策の企画・立案等の基礎資料となる。

---

\* 消費者態度指数：「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」の4項目について5段階評価（今後半年間に今よりも良くなる、やや良くなる、変わらない、やや悪くなる、悪くなる）で回答を求めて、その結果を指数化したもの。（全世帯が全項目に「良くなる」と回答すれば、指数は100となる。）