

## 家計調査の結果を見る際のポイント No.13

## 家計調査結果からみる物価上昇時の消費行動

## ～ 購入数量と購入単価 ～

## 概要

家計調査では、1世帯当たりの支出金額のほかに、購入数量及び購入単価(平均価格)を公表しています。支出金額の増減だけではなく、購入数量や購入単価を併せてみることで、消費者が購入している財・サービスの質の変化などを分析することが可能になります。

例えば、平成20年には、食料品の価格が大きく上昇しましたが、その際に、品目によって異なる以下のような三つの消費行動が表れていることが、購入数量及び購入単価を用いた分析から分かります。

1. 価格上昇時に比較的価格の低いものを購入した(例:食パン)。
2. 価格の上昇前と上昇後で大きな違いはなかった(例:カップめん)。
3. 品薄状態などのため、価格上昇時に比較的価格の高いものを購入せざるを得なかった(例:バター)。

## &lt; 分析に用いた数値について &gt;

実質増減率は、支出金額の増減のうち価格の変動分を除くため、支出金額の増減率を消費者物価指数の変化率で割って実質化<sup>注)</sup>することにより算出したものです。消費者物価指数は同じ品質の財・サービスの価格を指数化したものであることから、消費者が購入する財・サービスの品質が変化していない場合、支出金額の実質増減は購入数量の増減を表すものと解釈されます。

一方、購入数量は、消費者が購入した財・サービスの数量を直接把握しているものであり、支出金額を購入数量で割って算出した購入単価(平均価格)の変化は、消費者が購入する財・サービスの品質の変化を反映したものとなります。ここでは、平成17年を100とする消費者物価指数と比較するため、同じく17年を100として指数化しています。

注) 実質化の方法は次の式による。

支出金額の実質増減率(%) =  $((100 + \text{支出金額の増減率}(\%)) / (100 + \text{消費者物価指数の変化率}(\%)) - 1) \times 100$

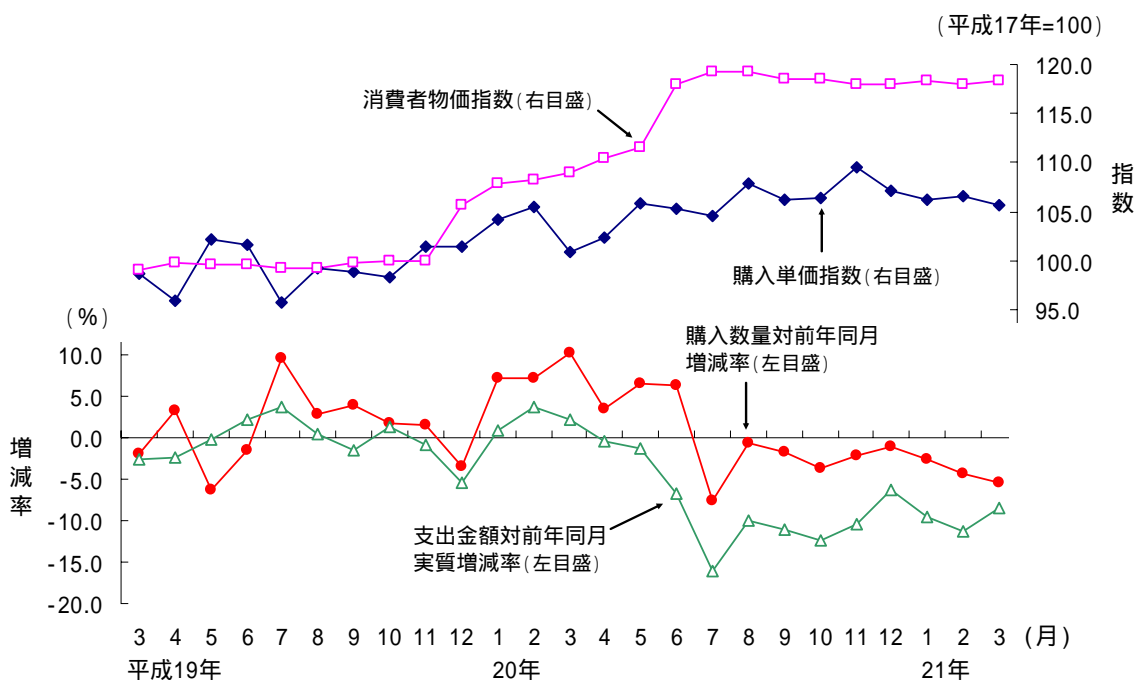
1. 価格上昇時に比較的価格の低いものを購入した世帯が多かった例・・・食パン

食パンの支出金額の対前年同月実質増減率の推移をみると、小麦価格の上昇に伴う食パン価格の上昇により、平成20年4月から減少が続いています。一方、購入数量の対前年同月増減率の推移をみると、購入数量は20年6月までは減少しておらず、20年7月以降の減少幅も支出金額の実質増減率の減少幅に比べ小さいことが分かります。

さらに、消費者物価指数と、実際に消費者が購入した財・サービスの購入単価の、価格が上昇し始めた平成19年末からの推移を比較すると、購入単価は消費者物価指数ほどは上昇していないことが分かります。

これらから、食パン価格が上昇した際、購入数量をさほど減らさずに、複数の価格の食パンがある中で、価格上昇前に購入していたものよりも、比較的価格の低いものを購入した世帯が多かったことがうかがえます(図1)。

図1 食パンの支出金額の対前年同月実質増減率、購入数量の対前年同月増減率、購入単価指数及び消費者物価指数の推移



	平成20年												平成21年		
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
支出金額実質増減率(%)	2.2	-0.5	-1.2	-6.8	-16.1	-10.0	-11.0	-12.3	-10.5	-6.4	-9.5	-11.2	-8.5		
購入数量増減率(%)	10.2	3.4	6.6	6.4	-7.7	-0.7	-1.8	-3.8	-2.2	-1.1	-2.5	-4.3	-5.4		
購入単価指数(平成17年=100)	100.8	102.4	105.8	105.3	104.6	107.9	106.2	106.3	109.6	107.1	106.2	106.5	105.7		
消費者物価指数(平成17年=100)	109.0	110.5	111.6	117.9	119.3	119.2	118.5	118.5	118.0	118.0	118.4	117.9	118.3		

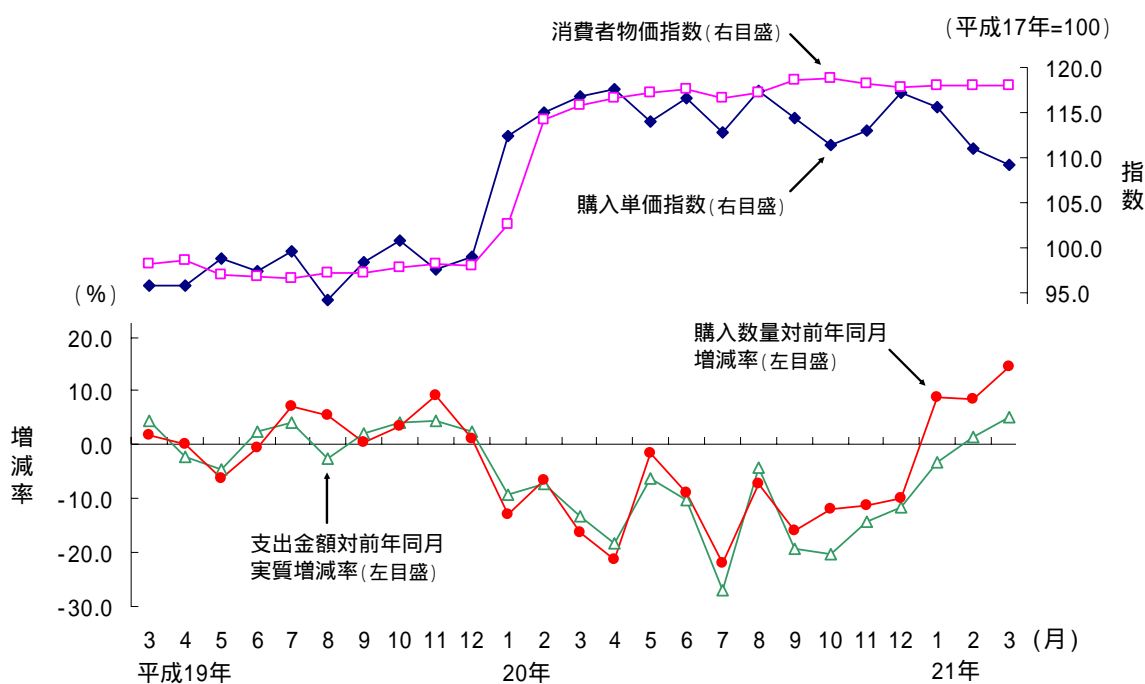
(注) 食パンの支出金額増減率の実質化には、消費者物価指数(食パン)を用いた。

## 2. 価格上昇前と上昇後で大きな違いはなかった例・・・カップめん

同じようにカップめんについてみると、価格が上昇し始めた平成20年1月から20年中ごろにかけては、支出金額の実質増減率の減少幅と購入数量の増減率の減少幅は同程度であり、購入単価も消費者物価指数と同程度上昇しています。

これらから、価格の上昇前と上昇後で購入したカップめんに大きな違いがないことが分かります。ただし、平成20年の後半から、購入単価は消費者物価指数に比べやや低下傾向にあります(図2)。

図2 カップめんの支出金額の対前年同月実質増減率、購入数量の対前年同月増減率、購入単価指数及び消費者物価指数の推移



	平成20年											平成21年		
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
支出金額実質増減率(%)	-13.3	-18.3	-6.2	-10.4	-26.9	-4.4	-19.3	-20.2	-14.3	-11.6	-3.1	1.5	5.2	
購入数量増減率(%)	-16.3	-21.2	-1.7	-8.8	-21.9	-7.2	-15.8	-12.0	-11.2	-10.0	8.7	8.4	14.6	
購入単価指数(平成17年=100)	116.7	117.6	113.9	116.6	112.7	117.3	114.3	111.4	112.9	117.1	115.6	111.0	109.2	
消費者物価指数(平成17年=100)	115.8	116.6	117.1	117.5	116.5	117.2	118.5	118.8	118.1	117.8	117.9	118.0	118.0	

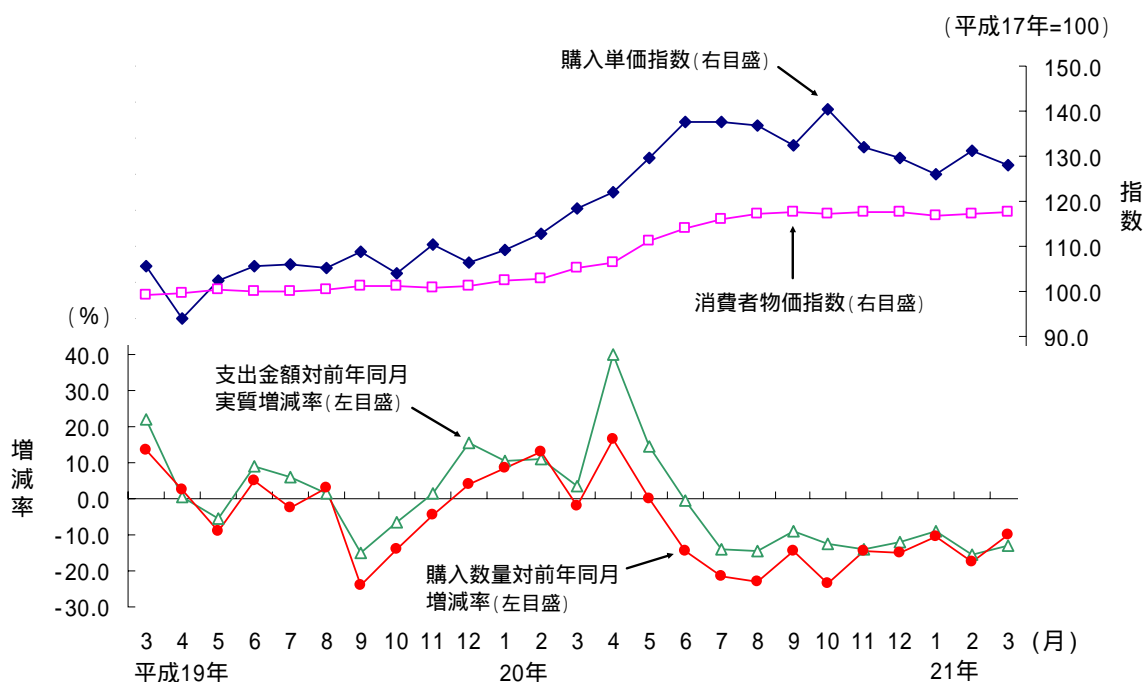
(注) カップめんの支出金額増減率の実質化には、消費者物価指数(即席めん)を用いた。

### 3. 価格上昇時に比較的価格の高いものを購入した世帯が多かった例・・・バター

さらにバターについてみると、原料となる生乳の不足などから品薄状態となり、平成20年4月の駆け込み需要で支出金額が増加した際には、食パンとは逆に支出金額の実質増減率が購入数量の増減率に比べ高くなり、以降もその状態が続きました。ここで、購入単価と消費者物価指数をみると、品薄によって価格が上昇した20年前半に、購入単価の方が消費者物価指数よりも大きく上昇していることが分かります。

これは、品薄状態が続いたことから、以前購入していたものよりも、比較的価格の高いバターを購入せざるを得なかった世帯が多かったためとみられます(図3)。

図3 バターの支出金額の対前年同月実質増減率、購入数量の対前年同月増減率、購入単価指数及び消費者物価指数の推移



	平成20年											平成21年		
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
支出金額実質増減率 (%)	3.5	40.1	14.6	-0.6	-13.9	-14.4	-8.9	-12.3	-14.2	-11.9	-9.0	-15.7	-12.8	
購入数量増減率 (%)	-2.0	16.7	0.0	-14.6	-21.6	-22.9	-14.3	-23.3	-14.6	-15.1	-10.5	-17.3	-10.0	
購入単価指数 (平成17年=100)	118.5	122.0	129.7	137.8	137.7	136.7	132.6	140.6	132.2	129.5	126.2	131.4	127.9	
消費者物価指数 (平成17年=100)	105.1	106.6	111.3	114.2	116.2	117.4	117.6	117.2	117.6	117.8	116.7	117.4	117.5	

(注) バターの支出金額増減率の実質化には、消費者物価指数(バター)を用いた。

(平成21年5月1日 作成)