

家計消費状況調査について

家計消費状況調査の概要

家計消費状況調査とは

購入頻度が少ない高額商品・サービスの消費、インターネットを利用した購入状況やICT関連の消費等の実態を安定的に捉え、四半期別速報値(QE)の精度向上を図ることを目的として、平成13年10月から実施。

調査の概要

【統計の分類】 一般統計調査

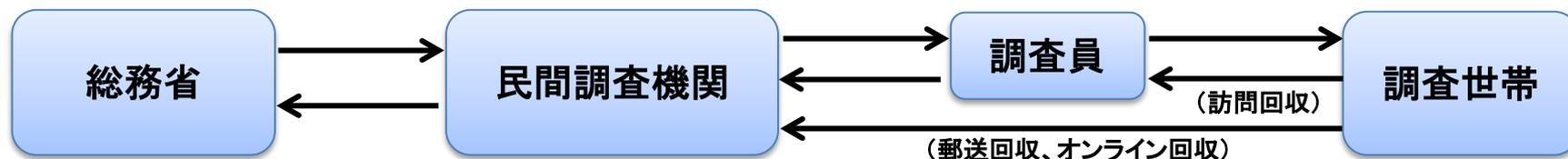
【調査の期間】 毎月実施

【調査の対象】 30,000世帯（二人以上の世帯:27,000世帯、単身世帯:3,000世帯）
※調査世帯は、原則として1年間継続して調査。終了後、別の世帯に交替

【調査事項】

- ① 世帯に関する事項
- ② 電子マネーの利用状況
- ③ インターネットを利用した購入状況
- ④ 特定の商品・サービスの購入金額
- ⑤ インターネットを利用した商品・サービスの購入金額

【調査の方法】 調査は民間の調査機関に委託、調査員による留置調査法(オンライン調査も併用)



結果の公表

- 1 インターネットを利用した購入状況及び電子マネーの利用状況
 - ・四半期(2月、5月、8月、11月中旬)
 - ・年(調査実施翌年の2月中旬)
- 2 支出関連項目
 - ・月(調査実施月の翌々月上旬)
 - ・四半期(2月、5月、8月、11月上旬)
 - ・年(調査実施翌年の2月上旬)
 - ・年度(調査実施翌年の5月上旬)

結果の利用

1 国民経済計算の推計への利用

< 家計消費支出の推計 >

四半期別GDP速報(QE)の民間最終支出のうち家計消費支出の推計に、家計消費状況調査の調査結果から得られる全国・二人以上の世帯の1世帯当たりの品目別支出金額が利用されている。

2 他の統計への利用

< 家計消費指数の作成 >

家計調査では、家計消費の動向をより安定的に把握するために家計消費指数を作成している。家計消費指数は、家計調査結果のうち購入頻度が少なく結果が安定しにくい高額消費部分について、家計調査の結果を家計消費状況調査の結果で補完して新たな結果を作成した後、指数化したものである。

家計調査の高額消費部分の振れを小さくし、家計消費の動向をより安定的に把握できるため、消費動向指数(CTI: Consumption Trend Index)の作成にも活用されている。

本研究会でご意見を伺いたい点

1. 調査事項について

- ① 世帯に関する事項
- ② 電子マネーの利用状況
- ③ インターネットを利用した購入状況
- ④ 特定の商品・サービスの購入金額
- ⑤ インターネットを利用した商品・サービスの購入金額

<主な論点>

調査事項(項目)で追加した方が良いと思われるものはあるか。

2. 標本設計について

30,000世帯(二人以上の世帯:27,000世帯、単身世帯:3,000世帯)

<主な論点>

サンプルの割合について現状で問題ないか。