

家計消費状況調査（承認統計）の入札方法等について

1 入札方式

一般競争入札(価格競争)

2 入札参加業者数

調査地域 A 4 社

調査地域 B 3 社

3 落札結果

調査地域 A 株式会社 流通情報センター (落札金額：267百万円)

調査地域 B 株式会社 日本リサーチセンター (落札金額：300百万円)

4 調査の実施業務期間

平成18年4月3日から19年3月31日までの1年度

5 委託先の主な業務内容

調査書類・用品の作成

調査の実施

- ・調査対象世帯名簿の作成
- ・調査票の配布及び回収
- ・調査票のデータ入力及び整備 など

(参考) 調査の概要

- ・調査期間：調査地域において毎月実施
- ・調査地域：3,000地点（調査地域A：1,500地点、調査地域B：1,500地点）
- ・調査対象：30,000世帯（各調査地点10世帯を選定）
- ・調査方法：調査は、民間調査機関に委託し、調査員による留置き調査法及び郵送調査法の併用による

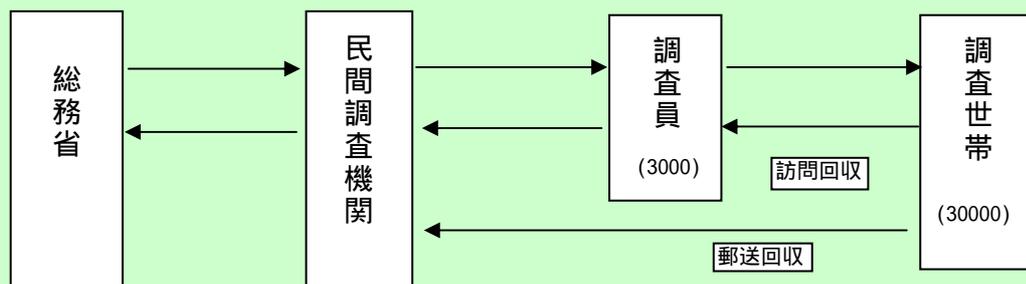
家計消費状況調査(概要)

調査のねらい

個人消費動向の更なる的確な把握に資するため、購入頻度が少ない高額商品・サービスなどへの消費や近年増加が著しいIT(情報技術)関連の消費の実態を安定的に捉える

調査の概要

- 調査期間 : 1年間
調査の対象 : 3,000地点
30,000世帯
(二人以上の世帯:27,000世帯、単身世帯:3,000世帯)
- 調査事項 : ・特定商品・サービスの保有・利用状況
・インターネットの利用状況
・特定の商品・サービスの1か月間の支出金額
・消費に関するインターネットの利用状況
・世帯の支出金額
・世帯に関する事項
- 調査の方法 : 調査は、民間の調査機関に委託し、調査員による留置き調査法及び郵送調査法の併用による
- 調査の流れ :



結果の利用

QE(四半期別GDP速報値)の推計精度の向上
消費動向の更なる的確な把握のため、購入頻度が少ないためにフレ
が大きい高額商品等について家計調査を補完
個人消費動向把握の観点から、今後の消費動向を左右するIT関連
の商品・サービスへの世帯における支出等を的確に把握 など