

消費が幸福度に与える影響 —学生を対象としたアンケート調査より—

國井 結衣

1. はじめに

消費は、経済の好循環の拡大に不可欠である。消費は日本のGDPにおいて約55%を占める。しかし消費者庁【1】では、雇用・所得環境の改善に比べ消費は力強さを欠いており、特に「若者が消費に消極的」であることや「若者の消費離れ」を指摘している。加えて、次世代を担う若者の消費行動は、時代の変化を敏感に反映し、先取りしたものと言える述べている。

このように、消費は経済活動において重要な割合を占める一方で、次世代に渡ってその中心となる若者は、消費に消極的である。今後の日本の経済活動を考える上で、なぜ若者が消費に消極的なのかを明らかにすることが必要である。

2. 先行研究

若者はなぜ消費に消極的なのだろうか。それは、消費をすることに満足していないからではないだろうか。この問いについて、特定の消費支出の増加は生活満足度を高めるという研究がある。

Qian・Li【2】の中国の家族を対象にCFPSデータを用いて分析を行った。その結果、全体的な消費支出と貯蓄が生活満足度と正の関係があることを示した。また、目立つ消費（衣類や化粧品）への支出は生活満足度を高める一方、基本的な消費（生活費や交通費）への消費の増加は生活満足度を低下させると結論づけた。他方、Choung・Pak・Chatterjee【3】の韓国の研究では、50歳以上の高齢者を対象にアンケート調査を行なった。その結果、余暇（旅行や娯楽などの非日常的で頻度の低い活動）の消費は生活満足度と正の関係があることを示した。

このように、中国の研究では特定の消費が生活満足度と正の関係があることを示し、韓国の研究では余暇の消費が生活満足度と正の関係があることを示した。

3. 研究目的及び新規性

Qian・Li【2】およびChoung・Pak・Chatterjee【3】より、特定の消費支出は生活満足度と正の関係があることが分かった。しかし、経済状況や文化的背景を考えると、日本の実情にはそのまま当てはまらない事が考えられる。中国は、経済が発展段階であり経済状況

が異なる。韓国では、経済的にも文化的にも似ている部分があるが50歳以上を対象にしており、若者を対象にしていない。

そこで、本研究では現在の日本において、若者を対象にアンケート調査を行い、消費と幸福度の関係を明らかにする。

4. 調査及び研究方法

アンケート調査は2時点で行った。1回目のアンケートでは通常月の消費と幸福度を尋ねた。2回目のアンケートは消費に変化が生まれやすい年末年始の後にいき、直近の月の消費と幸福度の変化について尋ねた。1回目のアンケートでは、消費と幸福度の関係は検証できるが、因果関係の特定は難しい。2回目のアンケートでは、イベントなどによる消費の変化と幸福度の関係を見ており、消費が幸福度に与える影響を1回目のアンケートよりも確実に捉えることができると考えられる。

対象は、会津大学短期大学部の全学生とした。1回目のアンケートは10月下旬から11月にかけて行い、2回目のアンケートはクリスマスやお年玉などで所得と消費に変化が出ている可能性の高い1月中旬から下旬にかけて行った。また、2回目のアンケートは1回目のアンケートで同意を得られた人のみを対象としている。

4.1 調査概要

方法: Googleフォームを使用したアンケート調査

対象: 会津大学短期大学部の全学生

期間: 2023年10月26日～2024年1月31日

有効回答件数: 1回目アンケート97件, 2回目アンケート25件

4.2 調査項目

本分析の中心となる幸福度、消費、収入、個人属性については慶應義塾大学の消費生活に関するパネル調査【4】を参考に以下のように調査した。

まず、幸福度は以下の2項目を用いて測定した。1つ目は、「あなたは生活全般に満足しているか」という問いに、「満足、不満」を両端にとった5件法で回答を求めた。2つ目は「あなたは現在幸せか」という問いに「とても幸せを5、とても不幸せを1」として数字で回

答を求めた。

消費は、「月の主な消費のうち多い項目から順に3つ挙げ、全体の消費のうち何%ほどその項目に振り分けているか」という問いに自由回答で回答を求めた。消費の内容は「旅費」、「交通費」などの11項目である。

収入は4項目を用いて測定した。1つ目は「アルバイトは行っているか」という問いに“している、していない”の2件法で回答を求めた。2つ目はアルバイトを行っている人を対象に「月にどのくらいの収入を得ているか」という問いに自由回答で回答を求めた。3つ目もアルバイトを行っている人を対象に「どのような目的で行っているか」という問いに“生活のため、学費のため、自由に使うため、その他”から回答を求めた。4つ目は「実家から仕送りはもらっているか」という問いに、“もらっている、もらっていない”の2件法で回答を求めた。

幸福感には健康状態が影響すると考えられることから、健康状態についての質問も含めた¹。「普段のあなたの健康状態はどうか」という問いに「とても健康」、「まったく健康でない」を両端にとった5件法で回答を求めた。

その他、個人属性として、性別、年齢、住まいなど（「実家」か「実家以外」）などについて尋ねた。

2回目のアンケートでは、幸福度は1回目のアンケート同様に「あなたは生活全般に満足しているか」、「あなたは現在幸せか」の2項目を用いて測定する。

消費については、1回目のアンケートの質問事項に加え、「年末年始（クリスマス、お正月等）に消費（出費）は変化したか」という問いに“大きく増えた、大きく減った”の5件法で回答を求めた。

収入については、1回目のアンケートの質問事項に加え、アルバイトを行っている人を対象に「2ヶ月前と直近を比べ、アルバイトを行っている時間は増えたか」という問いに“大きく増えた、大きく減った”の5件法で回答を求めた。また、「2ヶ月前と直近を比べ、収入（お年玉やお小遣い等を含む）は変化したか」という問いに“大きく増えた、大きく減った”の5件法で回答を求めた。

個人属性については、1回目のアンケート同様。（性別など時間による変化がない属性は質問していない）

5. 分析方法

先行研究を参考に、本研究でも回帰分析を行う。変数の選択は先行研究を参考にした。回帰分析は1回目アンケート調査、2回目アンケート調査のそれぞれ

れについて行う。1回目アンケート調査の推計式は以下の通りである。

$$LS_i = \beta_0 + \beta_1 \text{女性}_i + \beta_2 \text{年齢}_i + \beta_3 \text{バイト}_i \\ + \beta_4 \text{仕送り} + \beta_5 \text{一人暮らし} \\ + \beta_6 \text{健康状態} + \beta_7 \text{目立つ消費} \\ + \varepsilon_i$$

ここで、被説明変数(LS)は生活満足度である²。右辺の β_0 は定数項、女性は女性を1それ以外を0とするダミー変数、年齢は回答者の年齢、バイトはバイトの収入額、仕送りは仕送りの有無、一人暮らしは一人暮らしを1、それ以外を0とするダミー変数、健康状態は自身の健康状態の評価、そして目立つ消費が目立つ消費をしているか否かのダミー変数である。先行研究に倣い、衣類・化粧品・余暇への支出を目立つ消費と定義し、この支出がある場合1、ない場合は0とした。 ε_i は誤差項、 i 回答者である³。この推計により、消費と幸福度の関係を明らかにする。

上記の推計式では、消費が多いから幸福度が高いのか、幸福度が高いから消費が多いのかはわからない。そこで、2回目のアンケートを行い、分析する。

2回目アンケート調査の式は以下の通りである。

$$LS_i = \beta_0 + \beta_1 \text{健康状態の差}_i + \beta_2 \text{消費の増減}_i \\ + \beta_3 \text{収入の増減}_i + \beta_4 \text{目立つ消費} \\ + \varepsilon_i$$

ここで、被説明変数(LS)は生活満足度の1回目アンケートと2回目アンケートの差とした。健康状態の差は1回目アンケートと2回目アンケートの健康状態の差である。消費の増減は消費の変化のダミー変数で、①回答者の直近の消費が通常消費と比べ増減したか、または②目立つ消費が増えたかどうかの2通りの変数で推計を行う（目立つ消費の定義は1回目のアンケートの分析と同様である）。収入の増減は、回答者の直近の収入が通常収入と比べ増減したかを示すダミー変数である。

6. 分析結果

6.1 記述統計

1回目のアンケート調査で使用したデータの概要は表1の通りである。女性の割合が高いが、これは会津大学短期大学部の男女比率が影響したものと考えられる。生活満足度では、満足が5、不満が1である（質問票では1を満足としていたが、解釈を容易にするため、分析では数値を置き換えた。健康状態についても同様）。健康状態は、健康が5、まったく健康でないが1である。

¹ 例えば Choung・Pak・Chatterjee【3】も健康状態を推計に加えている。

² 生活満足度ではなく幸福度を用いた推計も行ったが、結果

に大きな違いは見られなかった。

³ 生活満足度は順序尺度であるが、結果の解釈が容易な最小二乗法により推計する。

表 1 1回目アンケート調査記述統計

	度数	平均	最小値	最大値	中央値	標準偏差
女性ダミー	97	0.8041	0	1	1	0.3989
年齢	97	19.164	18	21	19	0.9318
生活満足度	97	3.7319	1	5	4	0.8957
健康状態	97	3.7422	1	5	4	0.9385
バイトの収入	55	37472.7272	0	120000	30000	23958.1847
仕送りの有無	97	0.3608	0	1	0	0.4827
一人暮らしダミー	97	0.4432	0	1	0	0.4493
目立つ消費	97	0.2164	0	1	0	0.4139

2回目のアンケート調査で使用したデータの概要は表2の通りである。生活満足度は1回目と2回目の生活満足度の差(2回目マイナス1回目として算出)、アルバイトでの収入や、消費の増減は、「大きく増えた」を5、「大きく減った」を1としている。

表 2 2回目アンケート調査記述統計

	度数	平均	最小値	最大値	中央値	標準偏差
生活満足度	25	0.24	-1	1	0	0.5972
健康状態	25	-0.08	-3	2	0	0.9539
収入の増減	25	3.72	1	5	4	0.9363
消費の増減	25	3.6	1	5	4	0.7637
目立つ消費	25	0.36	0	1	0	0.4898

6.2 回帰分析

6.2.1 1回目アンケート調査の分析

1回目アンケート調査の分析結果が表3である。7つの説明変数を使用し、重回帰分析を行った。未回答の変数があるため、サンプル数は97である。

表 3 1回目アンケート調査回帰分析

	係数	標準誤差	t	P-値
切片	2.366619259	1.61494793	1.46544617	0.146323236
性別	0.102388398	0.18922649	0.54108915	0.589797945
年齢	-0.053653622	0.08250268	-0.6503258	0.517157037
バイトの収入	0.00000111	2.9882E-06	0.37158273	0.711086721
仕送りの有無	-0.025936974	0.16533045	-0.1568796	0.87569508
一人暮らし	0.268288886	0.17509502	1.53224737	0.129008461
健康状態	0.59341671	0.08032235	7.38793966	0.000000001
目立つ消費	-0.069082781	0.1882753	-0.3669243	0.714546452
補正 R2	0.354535636			
有意 F	0.0000000579			
観測数	97			

健康状態で正で有意になったが、その他の変数については統計的に有意な結果は見られない。目立つ消費の変数も、係数は非有意である。なお、健康状態が良いほど生活満足度が高いという結果は、多くの先行研究と一致する。

6.2.2 2回目アンケート調査の分析

2回目アンケート調査の分析結果が表4、5である。2回目のアンケートは回答数が少なく、サンプル数25件である。4つの説明変数を使用し、重回帰分析を行った。

表 4 2回目アンケート調査回帰分析(消費の増減)

	係数	標準誤差	t	P-値
切片	0.247707	0.88694979	0.27927962	0.78276228
健康状態	0.12319387	0.14999663	0.82131092	0.42069594
収入	-0.0216736	0.13753349	-0.1575876	0.87628717
消費	0.02299284	0.18795912	0.12232893	0.90380163
補正 R2	-0.1029826			
有意F	0.85826088			
観測数	25			

表 5 2回目アンケート調査回帰分析(目立つ消費)

	係数	標準誤差	t	P-値
切片	0.27557756	0.53629432	0.51385507	0.61271812
健康状態	0.11056106	0.13407358	0.8246297	0.41885046
収入	-0.019802	0.13644675	-0.1451261	0.88599523
目立つ消費	0.13036304	0.26072903	0.49999433	0.622278
補正 R2	-0.0907833			
有意F	0.80073968			
観測数	25			

どちらの推計でも消費に関する変数は統計的に非有意であった。また、F検定でも全ての係数が0であるという帰無仮説を棄却できない。

7. 考察

前節の分析により、1回目アンケート結果では、健康状態のみ有意な結果が見られた。2回目アンケート調査では、すべての変数について非有意な結果が出た。先行研究で示された、「目立つ消費、余暇の消費が生活満足度と正の関係がある」とは一致せず、若者は目立つ消費や余暇から幸福感を得ているという結果は示されなかった。これらの結果について、以下で考察する。

目立つ消費が生活満足度に影響しなかった理由として、日常的に買うものと特別に買うものの違いを捉えきれなかったことが考えられる。化粧品は、必需品でもあり贅沢品でもある。ドラッグストアで購入することができる化粧品と、デパートメントストアで購入することができる化粧品とでは、購入した際の幸福度には大きな違いが出るだろう。また、学生であれば費用や時間の制約で長期的な旅行は難しく、身近な旅行であることが考えられるため、幸福度の関係が見られなかったのではないかと考察する。

また、2回目のアンケート結果については、調査のタイミングに問題があった可能性が考えられる。調査を1月中旬から1月下旬にかけて行ったが、実際に大きな消費を行ったのはクリスマスやお正月のはずであり、実際の消費の時期と調査時期にズレがあった。その結果、消費によって幸福感があがっても、調査時点には通常の幸福度に戻り、結果に違いが出なかったのではないかと考察する。

8. 今後の課題

本研究では、日本の若者の消費と幸福度の関係について調査した。その結果、消費が若者の幸福度と関係しているという結果は示されなかった。

本研究や先行研究では、消費を支出額だけで見たが、今後は消費の意味にも注目した分析が必要だと考える。幸福度にはモノやサービスを手に入れるだけでなく、自分以外の誰かとの関係が影響しているのではないかと考える。ただ消費をすることで幸福感を得ているのではなく、誰と消費をしたか、誰とどう使うかが、消費と幸福感の関係において重要な役割を果たしているのではないかと考える。消費をする背景に注目した分析により、消費と幸福度の関係がより詳しくわかるのではないだろうか。

また、本研究の調査方法についても改善の余地がある。2回目アンケート調査のサンプル数が少ないことや、消費を行ったタイミングとアンケート調査を行ったタイミングがズレていたことなどは今後の課題である。

参考文献

- [1] 消費者庁, 第1部消費者意欲・行動と消費者問題の動向, 2017,
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/pdf/2017_whitepaper_0004.pdf, (参照 2024-1-23)
- [2] Qian Li, Xiaoguang Huang & Hanwen Zhang(2023)「Exploring the Effects of Consumption Expenditures on Life Satisfaction in China」『Journal of Happiness Studies』
- [3] Youngjoo Choung, Tae-Young Pak, Swarn Chatterjee(2020)「Consumption and life satisfaction: The Korean evidence」『International Journal of Consumer Studies』Volume 45, Issue5, p. 1007-1019
- [4] 慶應義塾大学 経済研究所 パネルデータ設計・解析センター, 消費生活に関するパネル調査 (JPSC),
<https://www.pdrc.keio.ac.jp/paneldata/datasets/jpsc/>, (参照 2024-1-23)