

幸せは消費を促進するのか？ 貯蓄を促進するのか？

佐野 美智子

Do changes in happiness lead to increase consumption? Or savings?

Michiko SANO

要旨：本稿の目的は、幸福感が消費行動・貯蓄行動の変化に与える影響について検証し、世代あるいは年齢階層によって関連の仕方が異なることを明らかにすることにある。最近の研究に、「幸福感が高い人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費する」という結果を示すものがある。一方、「暮らし向きなど消費環境について楽観的で肯定的な態度を持つ人ほど消費行動が活発である」という結果を示す先行研究もある。楽観性や肯定的態度は幸福感と関連が強いが、消費行動に与える影響については両者で異なる結論を導いている。本研究では、同一対象者に半年の時間差をおいた調査を行い、半年前の意識とその後半年間の消費行動と貯蓄行動とをそれぞれ紐付けて分析した。その結果、「幸福感が貯蓄を促進する」という仮説は若年層を除く各年齢階層で妥当であることがわかった。一方、「幸福感が消費を抑制する」という仮説は支持されず、逆に、消費促進効果があることがわかった。先行研究では幸福感と限界消費性向との関連を分析し「幸福感が高い人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費する」という結論を導いたが、本研究では〈性向〉ではなく〈行動〉との関連を分析し「幸福感が高い人ほど、貯蓄を増やし、消費を充実させる」という結論を導いたことになる。なお、幸福感が消費行動・貯蓄行動の変化に与える影響は年齢階層による違いが明らかであり、世代の特徴が示唆される結果となった。

キーワード：実証、幸福感、消費行動、貯蓄行動、世代

1. 研究目的

本研究の目的は、主観的幸福が消費行動や貯蓄行動に影響を与えるかどうかを検証し、その影響の有無や程度が世代あるいは年齢階層によって同じなのか異なるのかを明らかにすることにある。本研究では、主観的幸福を〈幸福感〉として捉える。

主観的幸福 (Subjective Well-Being、以下SWBと略す) と消費の関連については、SWBと所得の関連を媒介する要因 (所得増が消費欲求を満たすことを可能にし、SWBの上昇につながる) として検討されることが多かった (例えば、Easterlin, 2001; Diener and Biswas-Diener, 2002; Dolan et al., 2008; Diener et al., 2010)。しかし、最近ではSWBと消費の関係そのものに焦点を当てる研究が散見される。例えば、インドのデータを用いた研究 (Jaikumar et al., 2018)、中国のパネルデータを用いた研究 (Wang et al., 2015)、トルコのデータを用いた研究 (Gokdemir, 2015) では、消費分野による違いや対象者の属性による違いはあるものの、消費支出額はSWBに対して正の有意な効果があることを示している。また、Gokdemir (2015) の研究では貯蓄に振り向ける金額についても、SWBに対する正の有意な効果があるという結論を得ている。

上述の研究は、「消費や貯蓄がSWBに対して影響を与えるか」という因果の方向を検証するものであるが、逆方向の因果関連について調べたものにGuven (2012) の研究がある。Guvenがオランダのデータを用いて明らかにしたのは、「幸福感⁽¹⁾が高い人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費する」ということである。

SWBが消費に負の効果があるという結果は、消費マインドの変化を消費予測に利用する調査研究の内容と整合しない。消費マインド変化に基づく消費予測モデルは、「景気動向や暮らし向きの変化等について楽観的で肯定的な態度を持つ人ほど消費意欲が高く、消費行動が活発になる」という研究結果 (例えば、Katona, 1960, 1964, 1975;

Katona et al., 1971) を基礎に置く。同モデルをもとに作成された消費者心理指標は現在多くの国々で利用されている(例えば、内閣府が発表する消費者態度指数や、アメリカで利用されている Index of Consumer Sentiment など)。

近年では日本のデータを用いた佐野の研究(2004)やアメリカのデータを用いたCurtinの研究(2007)において、楽観的消費マインドが消費行動にプラスの影響を与えることが実証されている。楽観や肯定的態度は、生活満足や幸福感と関連が強い概念である。しかし、Guven(2012)の研究では幸福感は消費を抑制する結果となり、一連の消費マインド研究ではSWBと関連する楽観的態度が消費を促進する結果となっている。なぜだろう。

Guven(2012)は消費と貯蓄を一つの尺度で捉え、「自己申告の限界貯蓄性向⁽²⁾」を被説明変数としているので、「幸福感が高い人ほど限界貯蓄性向が高い」という結果からは、「幸福感が高い人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費する」という結論になる。しかし、「消費」と「貯蓄」を「一つの財布からの二通りのお金の使い道」として考えるのではなく、「消費」と「貯蓄」を別々に分けて考えることもできる。消費額の増減と幸福感の因果関連、貯蓄額の増減と幸福感の因果関連など、「消費行動」と「貯蓄行動」それぞれの行動変化と幸福感の因果関連について調べると、結果はどうなるのだろうか。消費マインド研究では、消費行動の変化については、楽観的態度との正の関連を実証する例が多い。では、貯蓄行動の変化についてはどうなのだろうか。

本研究では、幸福感が消費行動に及ぼす影響と幸福感が貯蓄行動に及ぼす影響を分けて明らかにすることを目的にする。仮説は、「幸福感が消費を抑制する」「幸福感が貯蓄を促進する」とし、Guven(2012)と同じく幸福感を説明変数として検証を行う。利用するデータは、首都圏の消費者を対象に2015年6月と半年後の2016年1月に実施したパネル調査のデータとする。6月調査時点での幸福感や消費マインドと、その後半年間の消費行動や貯蓄行動を紐づけて分析できる調査設計になっている。

また、本研究では幸福感が消費行動や貯蓄行動に及ぼす影響が年齢層や世代によって異なることを仮説に、その検証も行う。先行研究において消費がSWBに与える影響について年齢階層による違いが指摘されていたこと(Jaikumar et al., 2018; Wang et al., 2015; Gokdemir, 2015)や、楽観的消費態度と消費行動の関連について世代による違いを示唆する結果が得られていること(佐野, 2004, 2005)をふまえたものである。

本稿では、次の2節(1)でSWBが消費や貯蓄の経済行動に及ぼす効果について、Guven(2012)と佐野(2004, 2005, 2008, 2009)の研究をまとめる。続く(2)でSWBの捉え方について先行研究をまとめる。3節では仮説検証に利用した調査データと分析方法について説明する。4節で幸福感と消費行動の関係、幸福感と貯蓄行動の関係について分析結果を示す。最後の5節でまとめと考察をおこない、今後の課題を述べる。

2. 先行研究

(1) 主観的幸福(SWB)が経済行動に及ぼす効果について

本項では、SWBと経済行動の関連について、2つの研究を取り上げる。一つ目は、「幸福感が高い人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費する」という結論を導いたGuven(2012)の研究である。二つ目は、「消費マインドが楽観的な人ほど消費行動が活発である」という結論を導いた佐野(2004, 2005, 2008, 2009)の研究である。

1) 幸福な人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費する

最初にGuven(2012)の研究について概要をまとめる。Guvenは、「ウェルビーイング(人生満足あるいは幸福感)の変化は消費・貯蓄行動における変化を導くか?」という問いを立て、分析を行った。説明変数の幸福感については、全体的な幸福感を5件尺度で捉え、オランダの世帯調査データを用いて、操作変数法による重回帰分析を行っている⁽³⁾。操作変数法を用いたのは、説明変数である幸福感が被説明変数である経済行動によって決まる内生変数になっているからである。両者が同時に決定され、同時性・内生性バイアスが生じる問題に対処するため、幸福感と相関する「地域の日照時間」を操作変数として用いている。操作変数とした「地域の日照時間」は、説明変数である「幸福感」に影響を与えるが、被説明変数の「貯蓄行動」からの影響は直接受けないという条件を満たしている。なお、回帰分析では幸福感と相関の高い個人属性変数(性別、世帯規模、子供の数、年齢、年齢の2乗、健康状態、実質世帯収入、婚姻状態、職業、教育)と年ダミー、地域ダミーを説明変数に加えている。

被説明変数の貯蓄行動については、「過去1年間、貯蓄したか？（はい・いいえ）」「最近の貯蓄額（7つの金額カテゴリ選択肢）」「現在の全体的な経済状況を考えると、貯蓄に意味はあるか？（4段階の選択肢）」等の項目を用いている。分析結果をみると、これらの貯蓄行動すべてについて、幸福感は有意に正の効果をもたらすことがわかった。また、自己申告の限界貯蓄性向を被説明変数（文末脚注2参照）とする回帰分析も行い、「幸福感の高い人ほど限界貯蓄性向が高い」という結果を得ている。Guvenはこの結果をもとに「幸福感が高い人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費し、限界消費性向はより低い」（Guven, 2012: abstract）と結論付けている。

Guvenは幸福感が消費や貯蓄といった経済行動に影響するチャネルとして、〈時間選好〉〈セルフコントロール〉〈楽観的期待〉を取り上げる⁽⁴⁾。それぞれの概念について2～3項目を設定し、それぞれを被説明変数とする回帰分析を行っている。分析の結果、幸福な人ほど「より長いスパンで物事を考え、今より将来を重視する」、「セルフコントロール力が高く、消費をコントロールできる」、「今後の物価動向に楽観的で、自分の長寿を予想し、即断せずじっくり考えて決断する」ことがわかった。〈時間選好〉〈セルフコントロール〉〈楽観的期待〉は、幸福感と貯蓄行動の正の因果関係を関係付けるチャネルになっているとGuvenは指摘する。

ところで、Guvenは幸福感と限界貯蓄性向の関連を分析し「幸福感の高い人ほどより多く貯蓄し、より少なく消費し、限界消費性向はより低い」ことを明らかにした。この結果からは、幸福感の消費抑制効果を読み取ることができる。しかし、「消費」と「貯蓄」をお金の使い道に関する「性向」面からとらえるのではなく、行動面をとらえると、「幸福感が高い人ほど消費を減らし、貯蓄を増やす」場合もあるだろうが、「幸福感が高い人ほど、消費も貯蓄も増やす」ことは大いに考えられる。行動面に注目すると、幸福感は貯蓄にも消費にもプラスの効果を及ぼす可能性はあるだろう。消費行動に焦点をあて、消費支出額の大小や消費活発度と楽観的消費マインドの因果関係を分析している先行研究を次項2) でまとめる。

2) 経済環境に楽観的な人ほどより多く消費する

消費行動と楽観的消費マインドとの関連について、佐野（2004, 2005, 2008, 2009）の研究を取り上げる。消費マインドの研究は、消費者の心理要因が消費支出行動にどの程度の影響を及ぼしているのかを明らかにするものである。佐野（2004）は、消費意欲の構造を消費態度モデルとして定式化するとともに、短期パネル調査（調査回答者に半年後、追跡調査を実施する）を利用して、半年前の消費態度とその後半年間の消費行動の実績とを紐づけて分析した。その結果をもとに、消費態度と消費行動の因果関連を、購買力の要因を含めて定式化し、消費のトータルモデルを構築した。

経済行動を説明、予測する変数として消費者心理を導入し、「消費支出とりわけ自由裁量支出は、購買能力と購買意欲の関数である」ことを定式化したのはKatona（1960, 1964, 1975）である。Katonaはミシガン大学サーベイ・リサーチセンターの定期調査データをもとに、購買意欲が所得変化だけによって影響を受けるのではなく、その変化に対する主観的意味によって左右されることを実証した。暮らし向きの変化や今後の見通し、市場動向、景気の現状や今後の見通しに関する評価・期待が楽観的か悲観的かということが購買意欲を左右すること、購買意欲の変化が消費支出行動の変化につながることを明らかにした⁽⁵⁾。

Katonaによる先行研究を参考に構築したのが、佐野の消費態度モデルと消費のトータルモデルである（佐野, 2004）。消費態度モデルは〈景気評価〉〈物価評価〉〈家計評価〉〈消費意欲〉の4つの構成概念で構成される。〈家計評価〉は〈景気評価〉と〈物価評価〉から影響を受け、〈消費意欲〉を左右するという因果関係を想定した。消費のトータルモデルは、消費態度モデルを拡張したモデルである。外生的な構成概念として〈消費能力〉、内生的な構成概念として〈消費活性度〉を導入し、〈消費意欲〉と〈消費能力〉が〈消費活性度〉を規定するという因果関係をモデル化した。佐野（2004）は四半期消費者調査と短期パネル調査（四半期調査のうち6月調査の回答者に対して半年後、追跡調査を実施する）のデータを利用して構造方程式モデリングによる分析を行い、モデルの適合度が十分高いことを示した。分析の結果は、経済環境に楽観的な人ほど消費意欲が高く、実際の消費行動が活発であることを示している。

3) 楽観的消費態度と消費行動の関連は世代により異なる

経済動向や暮らし向きの変化に対する評価は、年齢階層による違いがあり、態度と意欲、行動との関連の仕方も年齢階層による違いが見られる(佐野, 2004, 2005, 2008, 2009)。近年、その年齢階層による違いに変化が見られる。

佐野(2004)は1984年以降の四半期消費者調査データを利用して、経済動向や暮らし向きの変化に対する評価・期待の時系列変化を、年齢階層別に検討している。それによると、1990年代後半になってから、若年層(20～34歳)と中高年層(50歳代以上)の間で、景気や家計変化への評価・期待に従来とは違う動きが見られる(佐野, 2004, 2005)。この時期、不況が深刻化するなか、特に中高年層で悲観的な見方(景気や暮らし向きに関する悪化の判断や見通し)が広がり、暮らし向き満足度が低下し分散も大きくなった。しかし、若年層だけは大きな変化が認められず、満足度については、バブル期よりむしろ向上する傾向が認められた。

毎年6-1月に実施する短期パネル調査のデータを利用した分析結果の時系列比較からも、若年層と中高年層で異なる変化が見られた。年1回の短期パネル調査が始まった1980年代半ばからバブル景気が終息する1990年代初頭までの時期、若年層では心理要因が消費行動を規定する力が他の年齢階層に比べて目立って大きいという特徴があった。しかし、バブル崩壊後に景気低迷局面に入ってから、大きく心理要因の規定力が縮小し、購買力(世帯収入や世帯貯蓄総額)が消費行動を規定する力が大きくなった。他の年齢階層でもバブル期に心理効果が大きく、景気低迷局面に入ってから縮小したが、若年層での変化に比べると小さい。

1990年代後半の若年層は、1970年代生まれの団塊ジュニア世代が中心である。上述の変化は、この世代が若年層の中心を占めるようになったために起きた変化とみることができよう。団塊ジュニア世代は、高度経済成長期が終わり物質的豊かさを享受する安定成長期に消費経験を積んだ初めての世代と考えることができる。右肩上がりの経済成長下での消費経験を持つ世代とは、消費環境に対する評価の参照レベルが異なり、期待形成や、期待が実際の行動に与える影響も異なると思われる。

団塊ジュニア世代は現在40歳代後半となり、壮年層の中核を形成している。現在の中高年層に多いのは、70歳代半ばとなった団塊世代を筆頭に、高度経済成長期の消費経験を持つ世代である。幸福感と経済行動の関連を考察する際には、壮年層と中高年層の違いについて、年齢階層による違い、世代による違いを、ともに考慮する必要があると考える。

さらに、現在の若年層についても、他の年齢階層との違いについて検討する必要がある。現在の若年層の中心にいるミレニアル世代(1980年代から90年代生まれ)は、子供の時からインターネット利用がスタンダードとなった環境に育ち、20世紀の消費環境とは大きく異なる時代の消費者である。急速に拡大しつつあるシェアリングエコノミーの担い手であり、所有価値ではなく利用価値を重視する人たちである(日本経済新聞2017.11.9朝刊, 10面)。上の世代との違いは大きいと考えられる。

本研究では、経済行動と心理要因の関係について幸福感という切り口で考えていくので、大きく変化する経済社会状況を反映した世代による違いを考慮することは重要であると考え。分析に利用するデータが時系列調査によるものではないため、世代についての分析はできないが、年齢階層による違いに焦点を当てた分析から、世代の違いを考察することにしたい。

(2) 主観的幸福(SWB)をどう捉えるか

本項では、研究のキー概念となる「主観的幸福(SWB)」について整理しておく。Güven(2012)の研究で説明変数に用いられた「幸福感」と、佐野(2004)の研究で用いられた「楽観的態度」との概念上の差異について考察するために、SWBをどう捉えるかについての先行研究をまとめる。

幸福の捉え方には、客観的幸福と主観的幸福(SWB)があり、客観的幸福は、脳波や顔の筋肉の動き、ホルモン分泌の測定といった生物学的な手法による客観的な指標で量的に計測するものである(大石, 2009)。一方、SWBは、個人の主観的判断を重視して測定するものである。

SWBについてのこれまでの研究が指摘するのは、SWBには2つの面があり、1つは人生全般や生活に対する満足という認知面、もう一つは肯定的感情と否定的感情という2つの成分で構成される感情面である(Lucas et al.,

1996; Diener and Suh, 1997; Frey and Stutzer, 2002 など)。認知面の指標は個人の価値観による判断であるため、文化的要因の影響を受けやすいが、感情面の指標は記憶や評価に比較的影響されない(大石, 2009)。Diener et al. (1999) によれば、「SWBは、人々の情緒的反応や個別領域での満足、そして人生全般に対する満足を含む広範なカテゴリ」である。そして、情緒的反応については、幸せや喜び、高揚感、愛情といった肯定的感情と、怒りや悲しみ、不安、気分の落ち込みといった否定的感情を挙げる。また、個別領域の満足としては、仕事、家族、余暇、健康、金銭、自己などを挙げている。こうしたSWBの構成要素は相互に高い相関関係にあると指摘する。

島井ら(2004)は、SWBに関する尺度を大きく3つに分類する。一つ目は単一因子を前提とした尺度であり、Diener et al. (1985) による人生満足尺度(SWLS: Satisfaction with Life Scale)を例に挙げる⁽⁶⁾。二つ目は感情に注目した尺度で肯定的感情と否定的感情のバランスから幸福感を位置づけるもの⁽⁷⁾。三つ目は多因子を想定した尺度であり、29項目8因子で構成されるオックスフォード幸福感尺度(Oxford Happiness Questionnaire)を例に挙げている。島井らは「多面的尺度の場合、幸福感という主観的経験そのものと、それに関連し、幸福感を支える要因とが混同されがちである点が問題になる」と指摘する。

Lucas et al. (1996)は、「ウェルビーイングの測定は、その包括性ゆえに、より広義の構成概念となり、概念間の収束的妥当性や弁別的妥当性の検討が必要である」と指摘する。彼らは、ウェルビーイング指標として「人生満足尺度(SWLS)」「肯定的感情」「否定的感情」「自尊感情尺度」「楽観性(オプティミズム)尺度」をとりあげ、弁別的妥当性を調べた⁽⁸⁾。①人生満足尺度(SWLS)と肯定的感情、否定的感情、②肯定的感情と否定的感情、③人生満足尺度(SWLS)と楽観性尺度、自尊感情尺度、④楽観性尺度と否定的感情、以上について弁別可能であることを検証し、異なる構成概念であることを明らかにしている。

日本における主観的幸福の概念間の弁別については、例えば、袖川・田邊(2007)、白石・白石(2007)などが言及している。袖川・田邊は、幸福の構造分析の実施例として、1978年実施の「第4回国民生活選好度調査」で飽戸らが行った分析を紹介し、「幸福度」と「生活満足度」とは、幸福について異なる側面を把握していることを指摘する。「幸福度」は現在の幸せの程度について、「非常に幸福」10点から「非常に不幸」0点の11件尺度で測定したものであり、「生活満足度」は生活全般について「満足」から「不満」の5件尺度で測定したものである。飽戸らの分析によると、「生活満足度」は経済的豊かさや暮らし環境の評価との関連がより強い。

また、白石・白石(2007)は、「主観的幸福度」(袖川・田邊論文で取り上げる「幸福度」と同じ)は非金銭的な側面が強い幸福感、「生活満足度」は金銭的側面が強い幸福感であるとの仮説を立て、それぞれ異なる領域の幸福感を反映していることを実証している。「幸福度(あるいは主観的幸福度)」と「生活満足度」の2つの指標は幸福感指標として代替的に使われることが多いが、両者は異なる側面を把握している指標であることを示した。

本研究では、消費行動や貯蓄行動を説明するSWBの効果について検討するにあたって、Guven(2012)が用いた「幸福感」を主要な説明変数とする。同時に、消費マインド研究で消費行動を促進する効果があるという分析結果が得られた心理要因についても説明変数に加える。経済環境に対する楽観的評価や期待、生活満足度の高さや経済不安の低さなどの心理要因は楽観的消費態度を構成する要因であり、「幸福感」に関連するSWB関連指標として説明変数に加える。

3. 方法

(1) 調査概要

本研究には、2016年6月に実施した「消費マインド調査」の回答者5146人を対象に2017年1月に実施した追跡調査の回答者2757人のデータを利用する⁽⁹⁾。同調査は、実査を委託した調査会社のモニターから首都圏(1都3県)在住の20～79歳男女(二人以上世帯の世帯主または世帯主の配偶者)を対象に、インターネットで調査したものである⁽¹⁰⁾。6月本調査で現在の幸福感や生活諸側面の満足度、景気の現状や今後の変化見通し、家計収入・暮らし向き、それぞれの昨年比変化と今後の変化見通し、毎日の生活で感じる経済不安や老後の経済不安等について質問した。半年後の追跡調査では、過去半年間の貯蓄増減と消費分野ごとの消費実績を質問した。

調査は6月時点の消費者の意識が、その後半年間の消費行動に影響を与えるかどうかを分析することを目的に、設

計されたものである。本研究では幸福感和経済行動の因果関係を分析するために回帰分析を利用するが、被説明変数となる経済行動と説明変数の幸福感の間には、時間的な先行・遅行関係がある。このため、因果の方向が一意に決まるので、同時決定や内生性の問題への対応はとらない。

(2) 仮説と分析方法

本研究の仮説を、次の2つとする。

「仮説1：幸福感は貯蓄行動を促進し、消費行動を抑制する」

Güven (2012) は限界貯蓄性向と幸福感の因果関連を分析して「幸福感が高い人ほど、より多く貯蓄し、より少なく消費する」という結論を導いた。本研究では、貯蓄・消費の「性向」を被説明変数にするのではなく、「行動」を被説明変数として、貯蓄行動と消費行動とに分けて幸福感との因果関連を分析する。

「仮説2：幸福感と貯蓄・消費行動の関連は年齢階層によって異なる」

佐野 (2004, 2005, 2008, 2009) の研究結果に基づき、幸福感と経済行動の関連が年齢階層によって異なることを検証し、世代による違いについて考察する。

分析は、幸福感が経済行動に影響を与えるという因果関係において、その関連が正か負か、有意な関連かどうかを調べることにあるので、回帰分析を用いる。消費行動について調べる時は、被説明変数に連続変数を用いる重回帰分析を利用する。一方、貯蓄行動について調べる時は、被説明変数に3値の順序変数を用いる一般化順序ロジット分析を利用する。順序ロジット分析では、まず順序変数の各カテゴリで平行線の仮定を置くことが妥当かどうかを検定し、平行性の仮定が棄却された場合は、平行線の制約を外す部分的制約モデルを採用した。

分析では対象者を15歳ごとの年齢階層に分け、若年層 (20～34歳)、壮年層 (35～49歳)、中年層 (50～64歳)、高年層 (65～79歳) と呼ぶ。年齢階層別に分析するのは、各年齢階層に代表されるライフステージにおける消費や貯蓄の特徴を踏まえた結果解釈を行うためであり、また、世代の特徴を考察するためである⁽¹¹⁾。

分析に用いた被説明変数は、「消費行動」と「貯蓄行動」である。

「消費行動」については、1月の追跡調査で「過去半年間の消費行動について、消費を充実させたか、特に変えていないか、控えたか」を消費分野ごとに尋ねた項目を利用する。「内食」「外食 (出前・宅配を含む)」「衣料品」「インテリア・エクステリア」「レジャー・娯楽」「教養 (趣味・鑑賞・習い事など)」「健康・スポーツ・美容 (器具の購入・サービス利用)」「つきあい・交際」の8つの消費分野について尋ねたものである。項目間の内的整合性を判断するために信頼性係数としてクロンバックの α 係数を調べたところ、0.84となったので、これら8つの測定項目で「消費行動」尺度を作成した⁽¹²⁾。

「貯蓄行動」については、1月の追跡調査で「過去半年間に貯蓄にまわす額を増やしたか、特に変えていないか、減らしたか」を尋ねた項目を利用する⁽¹³⁾。単一の測定項目となる。「貯蓄行動」は貯蓄額の過去半年間の増減を測定する尺度だが、「消費行動」は過去半年間に充実させた消費分野の数の多寡から消費の活性度を測定する尺度である。消費支出額の多寡を測定する尺度ではないし、増減を測定する尺度でもない。また、尺度構成に利用した消費分野には家電製品や自動車などの購入頻度は低いが高額な耐久消費財が含まれていないなど網羅性に欠ける。「消費行動」と「貯蓄行動」の両尺度は、このように内容の異なる尺度であるが、ともに、活発な行動があったかどうかの指標という点では同じである。

説明変数には「幸福感」を用いる。「幸福感」は、「現在、あなたはどの程度幸せですか?」と尋ね、「とても幸せ」10点～「とても不幸」0点の11件法で答えてもらう単一項目のSWB指標である。Güven (2012) の研究でも、幸せの程度を直接質問する項目単独でSWBの指標としている (ただし、Güvenが利用したのは5件尺度)。さらに、「時間選好」と、SWB関連指標 (「生活満足」「家計楽観」「経済不安の低さ」)、属性変数 (「世帯年収」「世帯貯蓄総額」「年齢」「ライフステージ (ダミー変数を作成)」) を説明変数に含める⁽¹⁴⁾。

説明変数の一つである「時間選好」は、将来より現在の効用を好む時間選好に関する変数で、「幸福感」と経済行動をつなぐチャネルとして考えられる (例えば、Ifcher and Zarghamee, 2011; Güven, 2012)。

SWB関連指標として説明変数に加える「生活満足」「家計楽観」「経済不安の低さ」の3変数は、楽観的消費態度を

構成する概念の測定指標（佐野，2004）を参考に「消費マインド調査」で尋ねた質問10項目をもとに作成した合成変数である。10項目は因子分析（最尤法）により3つの因子に分けることができた（因子分析結果を付録に掲載する）。各因子をもとに尺度を作成してSWB関連指標として用いた。

まず〈生活満足〉因子については、金銭面、物質面、時間面、社交面の4つの生活局面別の満足度に関する測定項目で構成する「生活満足」尺度を作成した⁽¹⁵⁾。〈家計楽観〉因子については、「現在の暮らし向き（前年からの変化）」「暮らし向き見通し（今後1年間の変化）」「家計収入の増え方（前年比）」「家計収入（今年1年間）の増減見通し」の4つの測定項目で構成する「家計楽観」尺度を作成した⁽¹⁶⁾。そして〈経済不安の低さ〉因子については、「毎日の生活での経済不安」と「老後の生活での経済不安」の2つの測定項目で構成する「経済不安の低さ」尺度を作成した⁽¹⁷⁾。

4. 結果

(1) 幸福感和消費行動

1) 「幸福感和消費行動」の関係（共変量を統制しない場合）（図1-1～4、表1上段）

まず、「幸福感和消費行動」の関連を見るために、2変数によるグラフを利用する。2変数に回帰直線を当てはめたグラフと回帰曲線を当てはめたグラフを描画することで、2変数の関係として「幸福感和」の2次項を追加する必要がある

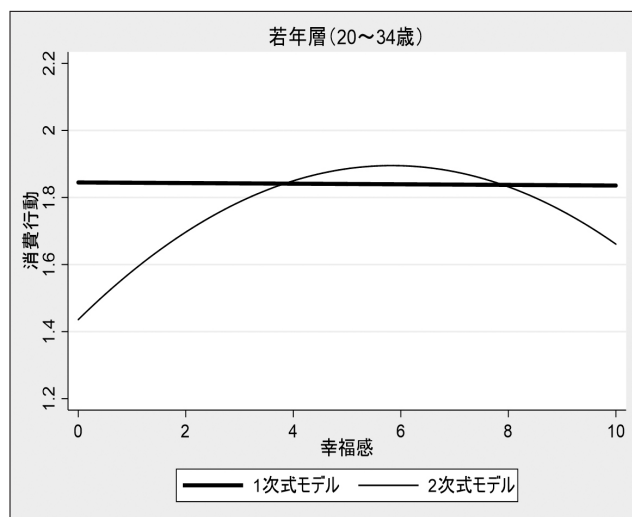


図1-1 幸福感和消費行動〔若年層〕

—2変数間に直線を当てはめた場合と曲線を当てはめた場合—

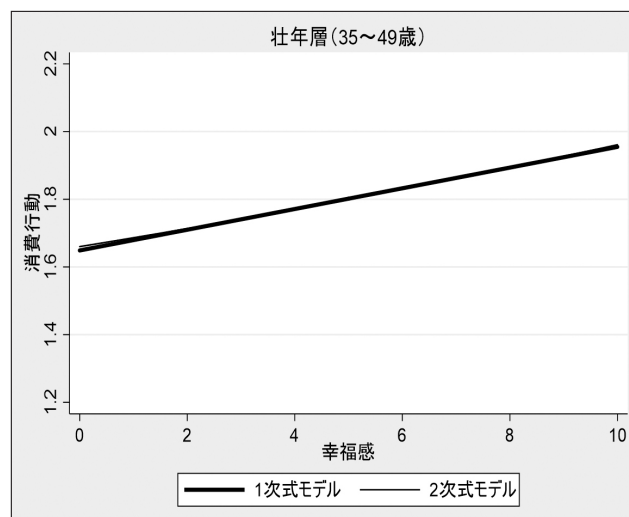


図1-2 幸福感和消費行動〔壮年層〕

—2変数間に直線を当てはめた場合と曲線を当てはめた場合—

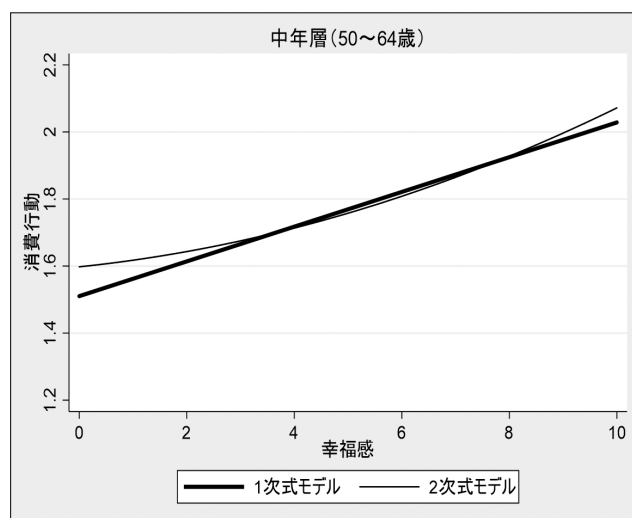


図1-3 幸福感和消費行動〔中年層〕

—2変数間に直線を当てはめた場合と曲線を当てはめた場合—

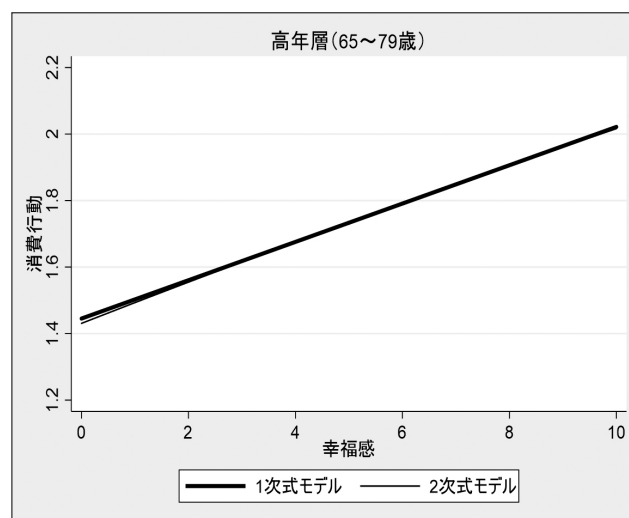


図1-4 幸福感和消費行動〔高年層〕

—2変数間に直線を当てはめた場合と曲線を当てはめた場合—

表1 幸福感と消費行動(被説明変数:消費行動)

		若年層(20～34歳)			壮年層(35～49歳)			中年層(50～64歳)			高年層(65～79歳)		
		係数	t値	標準化係数	係数	t値	標準化係数	係数	t値	標準化係数	係数	t値	標準化係数
幸福感のみ説明変数とする単回帰モデル	幸福感	0.158	2.98		0.031	5.71		0.052	9.14		0.058	8.51	
	幸福感の2次項	-0.014	-3.07										
	切片	1.436	9.29		1.649	47.38		1.510	39.97		1.445	30.79	
	自由度修正済決定係数	0.036			0.033			0.086			0.088		
すべての説明変数を含む重回帰モデル	幸福感	0.149	2.78	0.887	-0.007	-1.15	-0.043	0.016	2.27	0.088	0.014	1.76	0.073
	幸福感の2次項	-0.014	-3.12	-0.993									
	時間選好	0.008	0.27	0.020	0.045	3.47	0.109	0.050	3.91	0.122	0.034	2.62	0.086
	生活満足	-0.012	-0.22	-0.022	0.063	2.77	0.113	0.057	2.15	0.096	0.019	0.67	0.030
	家計楽観	0.061	2.07	0.171	0.101	6.84	0.243	0.082	5.01	0.173	0.073	3.70	0.151
	経済不安の低さ	0.084	2.01	0.170	0.048	2.84	0.097	0.061	3.43	0.127	0.117	6.24	0.266
	属性変数	yes			yes			yes			yes		
	切片	1.272	3.23		1.702	12.02		1.139	6.53		1.361	6.40	
	自由度修正済決定係数	0.073			0.170			0.233			0.243		
サンプルサイズ		201			937			879			740		

あるかどうかを検討した(図1-1～4)。「幸福効果は一定程度までは消費の活性化につながっても、ある程度以上になるとその効果は逡減していく」という効果の可能性について考慮するものである。

[幸福感]の2次項を加えた回帰モデルにすることでモデルの説明力が有意に改善し、改善の程度も大きかったのは、若年層のみであった⁽¹⁸⁾。若年層では[幸福感]の1次項の係数は0.158、2次項の係数は-0.014となった(表1上段)。1次項の係数の符号は正となり、[消費行動]を促進する効果があることがわかる。一方、2次項の係数は負となり、[消費行動]を抑制する効果があることがわかる。係数の絶対値は2次項の方が小さいので、[幸福感]が低いうちは1次項の正の影響が大きく出るが、[幸福感]が高くなると2次項の負の影響がだんだん大きくなっていく。このため若年層での[幸福感]と[消費行動]の関係は逆U字型となる(図1-1)。他の年齢層では両者の関連は直線的となり、[幸福感]の高まりは[消費行動]を有意(1%水準で有意)に促進することがわかった(図1-2～3)。

[幸福感]のみで[消費行動]を説明するモデルの説明力(自由度修正済決定係数)は、中年層で8.6%、高年層で8.8%と中高年層で高く、若年層では2次項を含むモデルで3.6%だった。最も説明力が低かったのは壮年層で3.3%となった。

2) [幸福感]と[消費行動]の関係(共変量を統制する場合)(図2-1～4、表1下段)

[消費行動]に対する[幸福感]の効果の有意性は、すべての説明変数を導入する重回帰モデル⁽¹⁹⁾では低下する(表1下段)。若年層では微小な差にとどまり、共変量を統制しない単回帰モデル同様に[幸福感]は0.1%水準で有意となった。しかし、他の年齢層ではすべて有意性が低下し、壮年層では統計的に有意な効果があるとはいえなくなった。

以下では、年齢層ごとの結果を検討する。

(a) 若年層

若年層では共変量を統制する重回帰モデルでも、[幸福感]は[消費行動]に対して逆U字型の関連を示し、有意な影響を及ぼすことがわかった。若年層では、幸福感の2次項を加えた重回帰モデルを用いる⁽²⁰⁾(表1下段)。「幸福感」の非標準化偏回帰係数は、1次項が+0.149、2次項が-0.014、ともに $p<0.01$ となり、有意な説明変数である。係数の絶対値は1次項の方が大きいので、[幸福感]が低いうちは1次項の正の寄与が大きく、[幸福感]の高まりに伴い[消費行動]は活発度を増す。しかし、[幸福感]が一定以上高くなると2次項の負の効果が働き、消費行動の活発度は減少に転じる。回帰分析の結果をもとに、[幸福感]と[消費行動]の推定値をプロットした曲線は逆U字型となる(図2-1)。

幸せは消費を促進するのか？ 貯蓄を促進するのか？

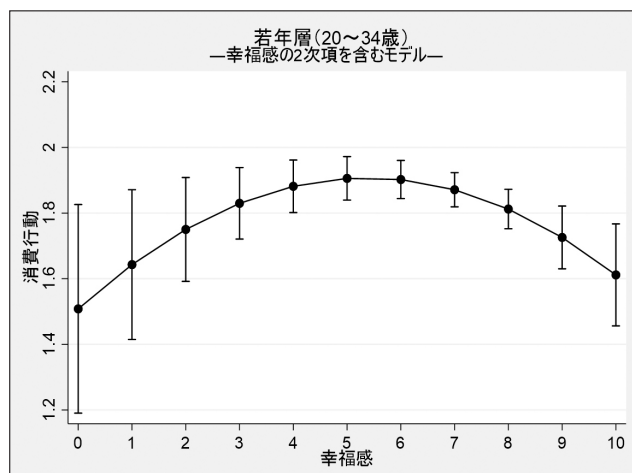


図2-1 幸福感和消費行動 [若年層]
—全ての説明変数を含む重回帰モデルで分析—

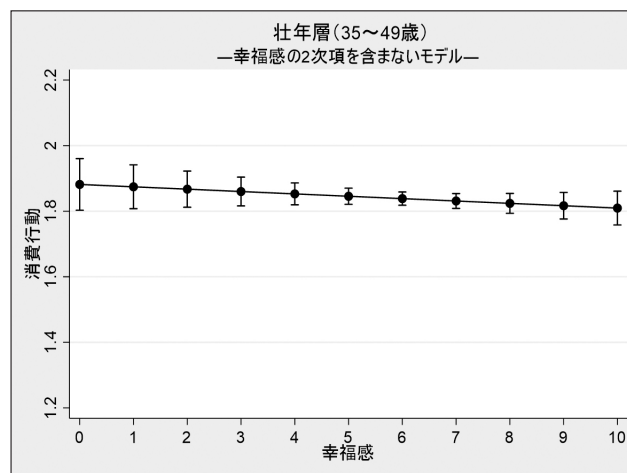


図2-2 幸福感和消費行動 [壮年層]
—全ての説明変数を含む重回帰モデルで分析—

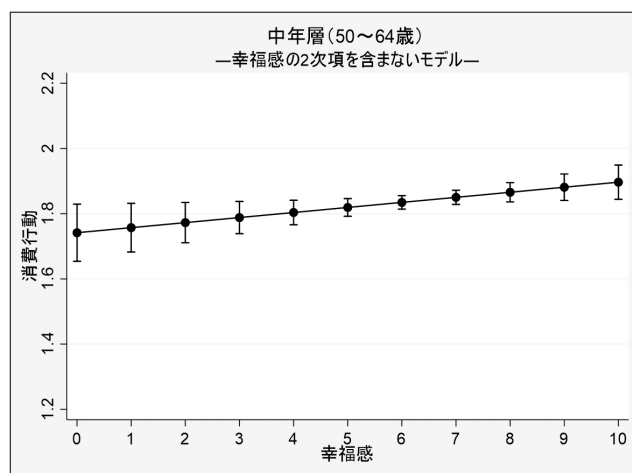


図2-3 幸福感和消費行動 [中年層]
—全ての説明変数を含む重回帰モデルで分析—

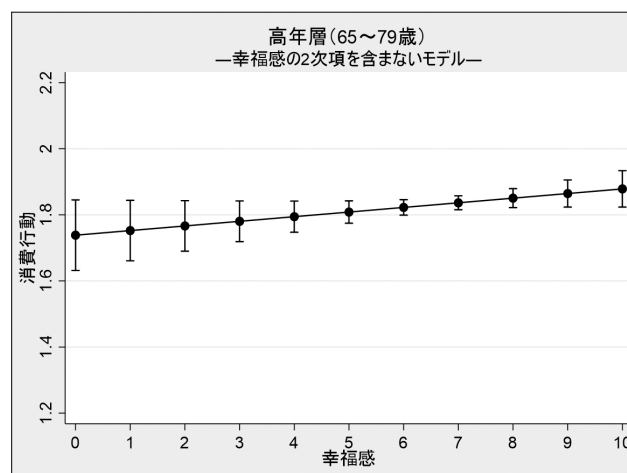


図2-4 幸福感和消費行動 [高年層]
—全ての説明変数を含む重回帰モデルで分析—

[幸福感]の1次項、2次項ともに統計的に有意(1%水準で有意)であるほか、SWB関連指標の[家計楽観]と[経済不安の低さ]が5%水準で統計的に有意となった。標準化偏回帰係数の絶対値は、[幸福感]の1次項が0.887、2次項が0.993となり、[家計楽観]0.171、[経済不安の低さ]0.170に比べて極めて大きくなっており、共変量を統制しても[幸福感]が[消費行動]に与える効果がきわめて大きいことがわかる。[時間選好]と[生活満足]は、共変量を統制すると、[消費行動]に対する効果は有意にならなかった。

(b) 壮年層

壮年層では、共変量を統制すると、[消費行動]に対する[幸福感]の効果は有意とはならず、符号は負に変わる⁽²¹⁾(表1下段)。重回帰モデルの説明力(自由度修正決定係数)は17.0%、F分散比14.64、 $p < 0.0001$ となり、有意なモデルとなった。重回帰分析の結果をもとに[幸福感]と[消費行動]の推定値をプロットしたグラフは、[幸福感]の高まりに伴い[消費行動]のレベルがわずかに低下する様子を示している(図2-2)。共変量を統制すると、[幸福感]の上昇が[消費行動]を促進しなくなることがわかる。

[幸福感]が有意な効果をもたなくなるのは、どの共変量を統制するときに起きるのかを推定するために、階層的回帰分析をおこなった。まず単回帰モデルに[時間選好]だけを説明変数として加えた場合、さらにSWB関連指標([生活満足][家計楽観][経済不安の低さ])を加えた場合、といった具合に階層的に回帰分析を繰り返しおこなった。そ

の結果、SWB関連指標の「生活満足」と「家計楽観」を組み込んだ時点で、「幸福感」は有意な効果を持たなくなり、かつ符号も正から負に変化することがわかった。

なお、共変量を統制しても、SWB関連指標（「生活満足」「家計楽観」「経済不安の低さ」と「時間選好」）は、「消費行動」に対して統計的に有意な効果を持つ。特に「家計楽観」は相対的に大きな効果を持つ変数である。

(c) 中・高年層

中・高年層では共変量を制御するモデルにおいても、「幸福感」は「消費行動」に対して正で有意な影響を及ぼすことがわかった⁽²²⁾（表1下段）。中年層では、「消費行動」の変動の23.3%（自由度修正済決定係数）を説明するモデル（F分散比20.02、 $p<0.0001$ ）となり、高年層では24.3%を説明するモデル（F分散比19.29、 $p<0.0001$ ）となった。中・高年層とも有意なモデルである。回帰分析の結果をもとに、「幸福感」と「消費行動」の推定値をプロットした直線は、「幸福感」の高まりに伴い「消費行動」のレベルが上昇することを示している（図2-3、4）。他の説明変数を統制しても、「幸福感」の高まりが「消費行動」を促進するという結果である。

中年層ではSWB関連指標（「生活満足」「家計楽観」「経済不安の低さ」と「時間選好」）は、共変量を統制しても統計的に有意であった。特に「家計楽観」が相対的に大きな効果を持つことは、壮年層と同様である。一方、高年層では、「生活満足」が有意にならなかった。また、壮・中年層とは異なり、「家計楽観」より「経済不安の低さ」が特に大きな効果を持つということも高年層の特徴である。

(2) 幸福感と貯蓄行動

1) 「幸福感」と「貯蓄行動」の関係（共変量を統制しない場合）（図3-1～4、表2上段）

ある時点の幸福感がその後の貯蓄行動の変化に影響を与えるかどうかを検証するために、まず、「幸福感」と「貯蓄行動」の2変数のみを用いる一般化順序ロジット分析を行った。

最初に、「幸福感」の2次項を加える必要があるかどうかを検討したうえで、すべての年齢階層で「幸福感」の1次項のみを説明変数とする一般化順序ロジット分析をおこなった⁽²³⁾。その結果を用いて、「幸福感」0～10点の各点における「貯蓄行動」（増やした／特に変えていない／減らした）の選択確率をプロットしたグラフを作成した（図3-1～4）。

表2上段に掲載した推定結果とグラフを併せて見ていこう。

若年層では、表2上段に見るように、「幸福感」は「貯蓄行動」に対して有意な効果を持たないことがわかった。グラフ（図3-1）をみても「幸福感」の高まりに伴う「貯蓄行動」の変化はほとんど見られない。

一方、壮・中・高年層では、「幸福感」の高まりが「貯蓄行動」を促進する有意な効果があることがわかった（図2-2～4）。いずれの年齢階層でも明らかに「減らした」の選択確率は「幸福感」の高まりとともに低下している。また、中・高年層では「特に変えていない」が「幸福感」の高まりにつれて上昇する様子も明らかである。壮年層でも「特に変えていない」は「幸福感」の高まりとともに上昇するが、中・高年層ほど明らかではない。一方、「増やした」の選択確率は、壮年層で明らかに「幸福感」の高まりとともに上昇する。高年層でも壮年層ほどではないが同様の傾向がある。しかし中年層では「増やした」と「幸福感」の関連は見られない。

2) 「幸福感」と「貯蓄行動」の関係（共変量を統制する場合）（図4-1～4、表2下段）

分析モデルに「幸福感」以外の説明変数をすべて加えて分析すると、壮・中・高年層では、「貯蓄行動」に対する「幸福感」の効果が有意でなくなる。逆に若年層では「幸福感」が「貯蓄行動」を抑制する効果が有意になることがわかった。

以下では、年齢階層ごとの結果を検討する。

(a) 若年層

若年層では共変量を統制するモデルで分析すると、「幸福感」が「貯蓄行動」に及ぼす効果が有意になった⁽²⁴⁾。分析結果を用いて「幸福感」0～10点の各点における「貯蓄行動」（増やした／特に変えていない／減らした）の選択確率をプロットしたグラフを作成したところ（図4-1）、「幸福感」の高まりにともない貯蓄を「増やした」の選択確率が減少

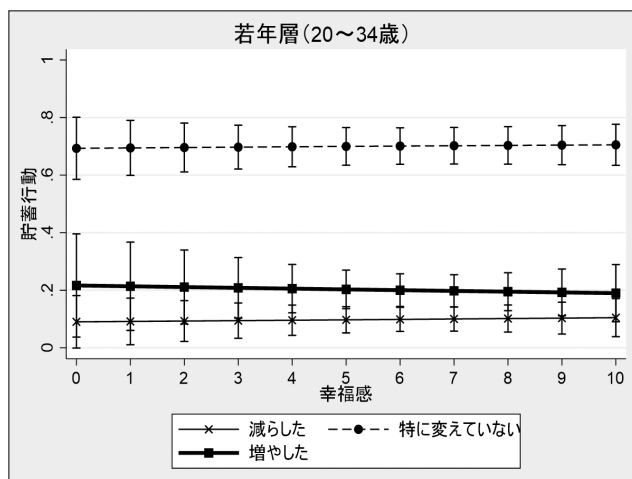


図3-1 幸福感和貯蓄行動 [若年層]
—幸福感のみ説明変数とするモデル—

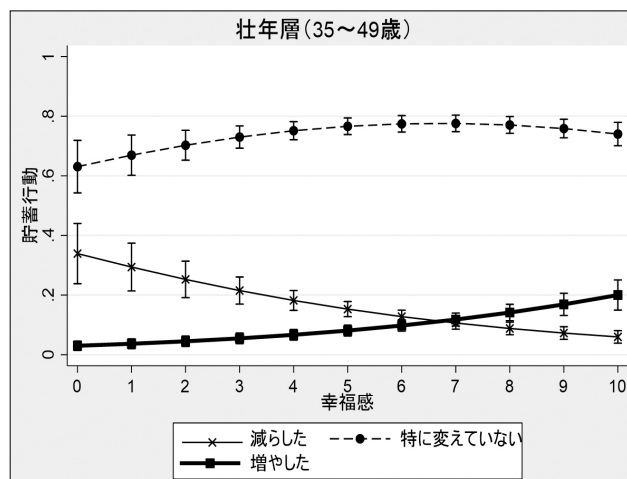


図3-2 幸福感和貯蓄行動 [壮年層]
—幸福感のみ説明変数とするモデル—

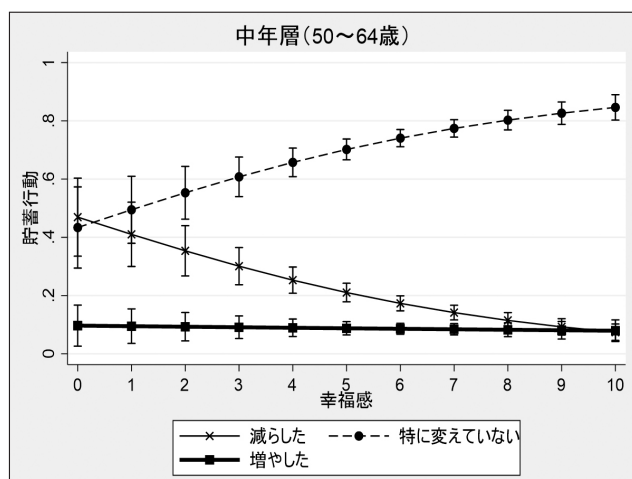


図3-3 幸福感和貯蓄行動 [中年層]
—幸福感のみ説明変数とするモデル—

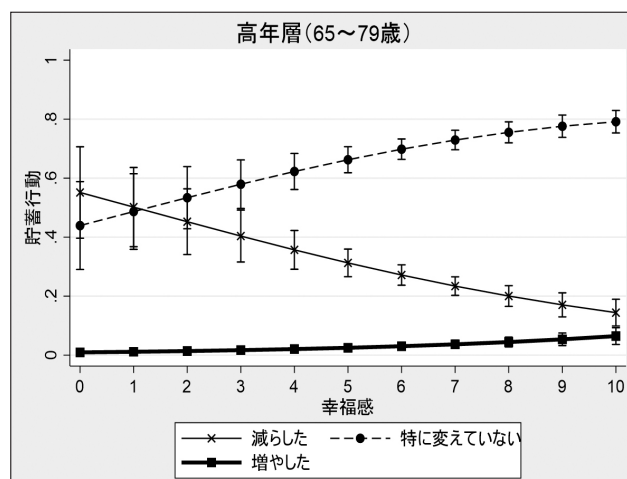


図3-4 幸福感和貯蓄行動 [高年層]
—幸福感のみ説明変数とするモデル—

し、「減らした」が増加する傾向がはっきりと表れた。推定結果の符号は負となり、10%水準で有意となった。他の年齢階層では、共変量を統制しない場合という限定付きだが、「幸福感」の高まりは貯蓄を促進する方向に働くが、若年層は逆の効果があることがわかった。

モデルに組み込んだ説明変数のうち、「時間選好」だけを組み込んだ場合、さらにSWB関連指標（「生活満足」「家計楽観」「経済不安の低さ」）を加えた場合、といった具合に階層的に一般化順序ロジット分析を繰り返しておこなったところ、SWB関連指標の「生活満足」変数を組み込んだ時点で「幸福感」の係数が有意になることがわかった。若年層では「生活満足」の貯蓄促進効果が大きい（表2下段の若年層における「生活満足」を参照）。このため、「生活満足」を統制しないと、「生活満足」の促進効果と「幸福感」の抑制効果が相殺することで、「幸福感」の効果が表れなくなったのだと考えられる。

(b) 壮年層・中年層・高年層

壮年層以上では、幸福感の共変量を統制するモデルにすると、「幸福感」の高まりに伴う貯蓄促進効果は有意でなくなる⁽²⁵⁾（表2下段）。グラフ（図2-2～4）に示すように、「幸福度」の高まりとともに「貯蓄行動」が変化の様子は見られない。「幸福感」が有意でなくなる一方、SWB関連指標の3変数が有意に貯蓄を促進する効果を示した。特に「家計楽観」は高水準で有意となった。なお「経済不安の低さ」については、若年層を含めたすべての年齢階層で、「減らした」と「特に変えていない」の係数の符号が一致しなかった。「減らした」の符号は正、「特に変えていない」は負となった。「経済

表2 幸福感と貯蓄行動（一般化順序ロジット分析の結果、被説明変数：貯蓄行動）

		減らした		特に変えていない		平均限界効果		
		係数	z 値	係数	z 値	減らした	特に変えていない	増やした
		若年層 (20 ～ 34 歳)						
幸福感のみ説明変数とするモデル	幸福感	-0.016	-0.21	-0.016	-0.21	0.001	0.001	-0.003
	疑似決定係数	0.0001						
すべての説明変数を含むモデル	幸福感	-0.183	-1.89	-0.183	-1.89	0.015	0.011	-0.026
	時間選好	-0.535	-2.35	-0.535	-2.35	0.043	0.033	-0.075
	生活満足	0.983	2.64	0.983	2.64	-0.078	-0.060	0.138
	家計楽観	0.299	1.39	0.299	1.39	-0.024	-0.018	0.042
	経済不安の低さ	0.697	1.50	-1.010	-2.75	-0.056	0.198	-0.142
	属性変数	yes						
	疑似決定係数	0.124						
	サンプルサイズ	201						
		壮年層 (35 ～ 49 歳)						
幸福感のみ説明変数とするモデル	幸福感	0.209	5.60	0.209	5.60	-0.023	0.004	0.020
	疑似決定係数	0.0238						
すべての説明変数を含むモデル	幸福感	0.031	0.64	0.031	0.64	-0.003	0.000	0.003
	時間選好	0.045	0.33	-0.339	-2.28	-0.004	0.035	-0.030
	生活満足	0.351	2.01	0.351	2.01	-0.035	0.004	0.031
	家計楽観	0.638	5.53	0.638	5.53	-0.064	0.007	0.057
	経済不安の低さ	0.516	2.88	-0.680	-3.57	-0.052	0.112	-0.060
	属性変数	yes						
	疑似決定係数	0.1155						
	サンプルサイズ	937						
		中年層 (50 ～ 64 歳)						
幸福感のみ説明変数とするモデル	幸福感	0.240	5.37	-0.022	-0.35	-0.033	0.034	-0.002
	疑似決定係数	0.0234						
すべての説明変数を含むモデル	幸福感	-0.003	-0.05	-0.002	-0.05	0.000	0.000	0.000
	時間選好	-0.132	-1.30	-0.132	-1.30	0.016	-0.006	-0.010
	生活満足	0.349	1.67	0.349	1.67	-0.041	0.016	0.026
	家計楽観	0.963	6.03	0.458	2.42	-0.114	0.080	0.034
	経済不安の低さ	0.064	0.37	-0.817	-3.83	-0.008	0.068	-0.060
	属性変数	yes						
	疑似決定係数	0.1232						
	サンプルサイズ	879						
		高年層 (65 ～ 79 歳)						
幸福感のみ説明変数とするモデル	幸福感	0.199	4.19	0.199	4.19	-0.036	0.029	0.007
	疑似決定係数	0.0169						
すべての説明変数を含むモデル	幸福感	0.006	0.09	0.006	0.09	-0.001	0.001	0.000
	時間選好	-0.005	-0.05	-0.005	-0.05	0.001	-0.001	0.000
	生活満足	0.033	0.15	0.033	0.15	-0.005	0.004	0.001
	家計楽観	0.962	5.92	0.962	5.92	-0.154	0.121	0.033
	経済不安の低さ	0.349	2.10	-0.653	-2.16	-0.056	0.079	-0.023
	属性変数	yes						
	疑似決定係数	0.1059						
	サンプルサイズ	740						

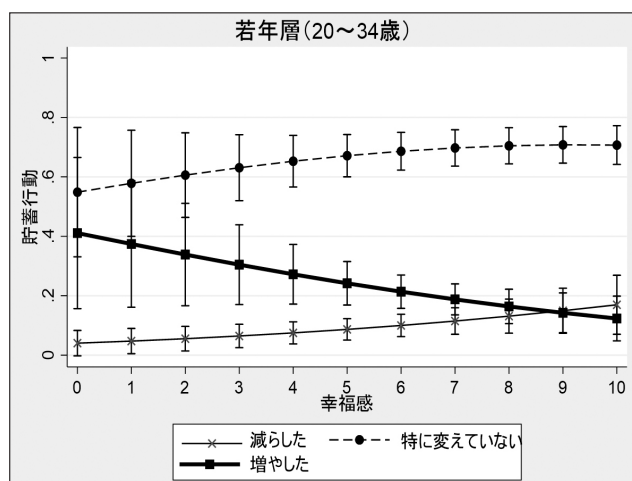


図4-1 幸福感和貯蓄行動 [若年層]
—すべての説明変数を含むモデル—

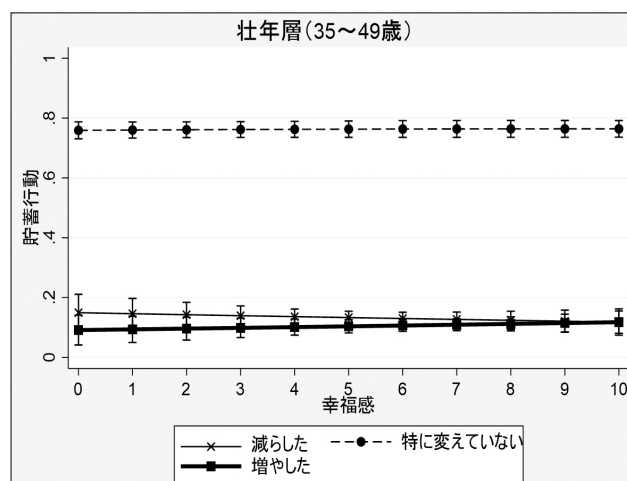


図4-2 幸福感和貯蓄行動 [壮年層]
—すべての説明変数を含むモデル—

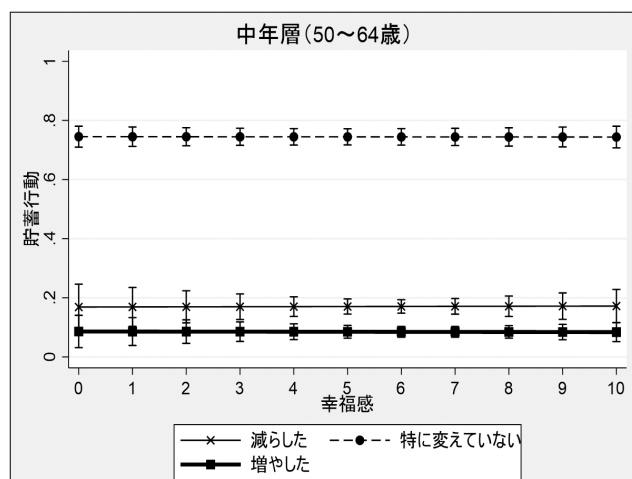


図4-3 幸福感和貯蓄行動 [中年層]
—すべての説明変数を含むモデル—

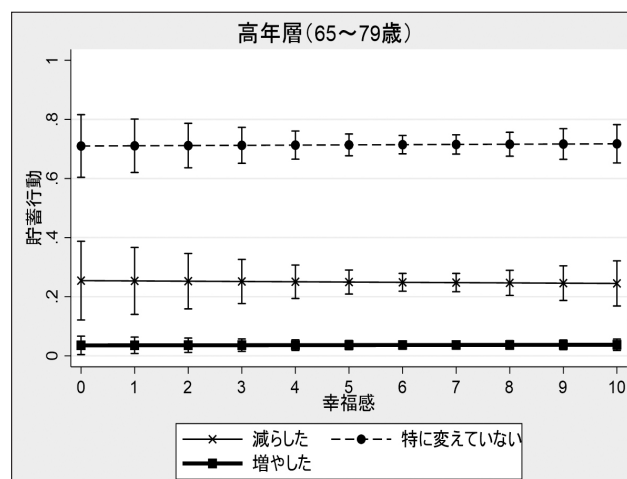


図4-4 幸福感和貯蓄行動 [高年層]
—すべての説明変数を含むモデル—

不安の低さ]が高まるにつれ、つまり、経済不安が和らぐにつれ、貯蓄を「減らした」の選択確率が減少するが、「増やした」の選択確率も減少する。経済不安が和らぐにつれて選択確率が上昇するのは「特に変えていない」となる。

5. 考察

仮説に対する検証結果をまとめると以下のようになる。まず「仮説1：幸福感は貯蓄行動を促進し、消費行動を抑制する」について、「幸福感は貯蓄行動を促進する」と「幸福感は消費行動を抑制する」に分けて分析した。その結果、幸福感的貯蓄行動促進効果は一部で認められたが、幸福感的消費行動抑制効果はすべての年齢階層で見られず、むしろ幸福感的効果は消費行動を促進する方向であることがわかった。次に「仮説2：幸福感和貯蓄・消費行動の関連は年齢階層によって異なる」については、支持する結果が得られた。中年層と高年層は似た関連を示しているが、若年層や壮年層はそれぞれ独自の関連が見られた。

幸福感的貯蓄促進効果については、共変量を統制しなければ、壮・中・高年層で有意になった。しかし、若年層では、共変量を統制することで幸福感的貯蓄抑制効果が明らかになった。若年層のみ貯蓄行動に対する幸福感的影響のしかたが異なることがわかった。

一方、幸福感的消費抑制効果は、すべての年齢階層で見られず、むしろ幸福感的効果は消費を促進する方向であることがわかった。共変量を統制しなければ、壮・中・高年層ともに1%水準で有意に消費促進効果があり、統制して

も、中年層では5%水準で、高年層では10%水準で有意な消費促進効果がみられる。ただし、壮年層の場合は、共変量を統制すると幸福感は消費に有意な効果を与えなくなる。一方、若年層の場合は、共変量統制の有無にかかわらず幸福感と消費行動の関連は有意に大きく、ある程度までの幸福感の高まりは消費促進、それ以上になると消費抑制に変わる逆U字型の効果を示すことがわかった。

本研究ではGüven (2012)と同様に、SWBを測定する項目として[幸福感]を用いた。本研究とGüvenの研究で異なるのは、被説明変数となる消費・貯蓄の捉え方である。消費行動の活発度や貯蓄額の増減という実績面から消費・貯蓄を捉え、6月調査時点の幸福感とその後半年間の経済行動との関連を分析したのが本研究である。限界消費性向・限界貯蓄性向という面から消費・貯蓄を捉え、幸福感との関連を分析したGüven (2012)の研究からは見えなかった消費・貯蓄と幸福感の関連について、より深い洞察を可能とする結果を得ることができた。本研究の意義と考える。

本研究のもう一つの意義は、これまでの消費マインド研究において消費予測要因として説明力が高かった〈生活満足〉〈家計楽観〉〈経済不安の低さ〉という3つの構成概念を、[幸福感]とともに、説明変数にしたことである。[幸福感]のみで説明する単回帰分析と、他の要因を含めて説明する重回帰分析では、消費・貯蓄行動に対する[幸福感]の効果が異なることを明らかにすることができた。

さらに、年齢階層に分けた分析をおこなったことも、本研究の意義と考える。経済行動は年齢階層や家族ライフステージによって大きく異なる。特に消費行動については家族ライフステージによって消費内容が大きく異なる。年齢階層に分けた分析をすることによって、経済行動におよぼす幸福感の効果の実相がより明らかになったと考える。

本研究の分析結果は、若年層での異質性が目立った。幸福感と消費行動の関係については逆U字型の関連が示され、幸福感の効果が有意に大きいことがわかった。貯蓄行動については、SWB関連指標（特に生活満足）を統制すると、幸福感が貯蓄行動を抑制する有意な効果があることが明らかになった。

こうした若年層の特徴は、新しい世代における経済行動の特徴として見るができる可能性を持つ。調査時点で20歳から34歳までの若年層は、情報ネットワーク社会で消費経験を積むミレニアル世代に該当する。シェアリングエコノミーが広がり、モノの所有価値より経験価値により重きを置きモノ離れが進むなど、消費・貯蓄における価値観が大きく変容する時代にあって、こうした変化を主導しているのが現在の若年層である。この年齢階層を構成するミレニアル世代は、上の世代とは幸福感と経済行動の関連が異なる可能性は大きい。

本研究の分析結果は、壮年層の特徴も浮かび上がらせることができた。壮年層では幸福感と消費行動の関連において、共変量を統制すると幸福感の上昇は消費を促進しなくなることが示された。なお、壮年層では共変量を統制しない場合でも幸福感が消費を促進する効果は中・高年層に比べると小さいことも特徴である。

本研究では壮年層を35歳から49歳までとした。子育て中ないしは学校に通う子どもがいる世帯が多く、必需的消費支出が相対的に多い年齢層である。心理効果は自由裁量の消費に効果が出やすいので(Katona, 1975; 佐野, 2004)、幸福感の効果が出にくい年齢階層なのであろう。また、この年齢階層のうち特に40歳代の多くを占める団塊ジュニア世代は、心理要因によって支出行動が左右される傾向が弱い「身の丈消費」の特徴があると指摘される(佐野, 2005)。今回の結果は、年齢や家族ライフステージに起因する影響と、世代に起因する影響、両方の影響が混在していると考えられる。両要因を区別して分析することが必要である。世代についての分析を今後の課題としたい。

最後に、SWBと経済行動との因果関連に関する本研究結果の妥当性を検証するために、以下の調査研究の必要性を指摘しておきたい。本研究で被説明変数とした[貯蓄行動]は、過去半年間に貯蓄を増やしたか減らしたかという内容になっている。一方、[消費行動]は、過去半年間に多くの分野で消費を充実させたかどうかという消費の活発度を測る内容になっている。消費と貯蓄それぞれに振り向けた金額の増減を測る尺度に統一するなど、行動の内容を同一にしたうえで、今回の分析結果の妥当性を確認することが必要だと考えている。例えば、消費行動については、過去半年間の消費支出額について前年同期に比較してどの程度の増減があったかを尋ねる質問、貯蓄行動についても、過去半年間の貯蓄額の増減について同様の質問をする。このように同じ枠組みで行動を捉えることで、SWBとの因果関連がより適切に比較できる。こうした質問を取り入れた調査を実施することも今後の課題である。

[謝辞] 本研究はJSPS科研費15K00732の助成を受けたものである。

幸せは消費を促進するのか？ 貯蓄を促進するのか？

付録 表1 主観的幸福に関する因子分析結果

	第1因子 家計楽観	第2因子 経済不安の低さ	第3因子 生活満足	共通性
金銭面の満足度	0.170	0.374	0.472	0.680
物質面の満足度	0.079	0.032	0.785	0.694
時間面の満足度	-0.145	0.005	0.582	0.304
社交面の満足度	-0.039	-0.076	0.623	0.333
現在の暮らし向き	0.624	0.112	0.107	0.534
暮らし向き見通し	0.612	0.102	0.046	0.466
家計収入の増え方	0.799	-0.081	-0.008	0.584
家計収入の増減見通し	0.753	-0.056	-0.021	0.524
毎日の生活での経済不安	-0.011	0.829	0.052	0.726
老後の生活での経済不安	-0.062	0.803	-0.039	0.576

(注) 最尤法, 斜交回転による。因子負荷0.40以上を太字とした

斜交回転後の共通因子間の相関

	第1因子 家計楽観	第2因子 経済不安の低さ	第3因子 生活満足
第1因子 家計楽観	1		
第2因子 経済不安の低さ	0.445	1	
第3因子 生活満足	0.344	0.499	1

付録 表2 尺度間の相関

	幸福感	生活満足	家計楽観	経済不安の低さ	時間選好	消費行動	貯蓄行動
若年層 (20-34歳) (obs=201)							
幸福感	1						
生活満足	0.507	1					
家計楽観	0.244	0.491	1				
経済不安の低さ	0.260	0.517	0.394	1			
時間選好	-0.019	0.021	-0.003	0.188	1		
消費行動	-0.006	0.105	0.201	0.209	0.078	1	
貯蓄行動	-0.012	0.191	0.186	0.010	-0.173	0.017	1
壮年層 (35-49歳) (obs=937)							
幸福感	1						
生活満足	0.585	1					
家計楽観	0.401	0.430	1				
経済不安の低さ	0.280	0.383	0.318	1			
時間選好	0.006	0.051	0.046	0.211	1		
消費行動	0.184	0.275	0.353	0.256	0.135	1	
貯蓄行動	0.183	0.214	0.275	0.107	-0.040	0.172	1
中年層 (50-64歳) (obs=879)							
幸福感	1						
生活満足	0.642	1					
家計楽観	0.262	0.417	1				
経済不安の低さ	0.362	0.480	0.400	1			
時間選好	0.097	0.114	0.042	0.214	1		
消費行動	0.295	0.363	0.346	0.354	0.164	1	
貯蓄行動	0.132	0.217	0.292	0.112	-0.053	0.253	1
高年層 (65-79歳) (obs=740)							
幸福感	1						
生活満足	0.604	1					
家計楽観	0.400	0.464	1				
経済不安の低さ	0.421	0.541	0.554	1			
時間選好	0.084	0.118	0.084	0.195	1		
消費行動	0.299	0.327	0.381	0.442	0.152	1	
貯蓄行動	0.150	0.173	0.333	0.220	0.024	0.312	1

(注) [生活満足] [家計楽観] [経済不安の低さ] [消費行動] [貯蓄行動] は、複数の測定項目による合成変数である。

付録 表3 変数リスト

変数	質問	回答選択肢
消費行動	お宅では、昨年7月から年末までの半年の間に、次のようなものについて、消費を控えましたか？ それとも充実させましたか？	控えた／特に変えていない／充実させた
「内食」	「家庭での食事」	
「外食（出前・宅配を含む）」	「外食やケータリングサービス（出前をとる、食事の宅配）」	
「衣料品」	「衣料品」	
「インテリア・エクステリア」	「家のインテリアやエクステリア」	
「レジャー・娯楽」	「レジャー・娯楽」	
「教養（趣味・鑑賞・習い事など）」	「教養（趣味・鑑賞・習い事など）」	
「健康・スポーツ・美容（器具の購入・サービス利用）」	「健康・スポーツ・美容（器具の購入やサービスの利用）」	
「つきあい・交際」	「つきあい・交際」	
貯蓄行動	お宅では、昨年7月から年末までの半年の間に、貯蓄にまわす額を増やしましたか？ それとも減らしましたか？	増やした／特に変えていない／減らした
幸福感	現在、あなたはどの程度幸せですか？「とても幸せ」を10点、「とても不幸」を0点とすると、何点くらいになると思いますか？	0点（とても不幸）／1点／2点／3点／4点／5点／6点／7点／8点／9点／10点（とても幸せ）
時間選好	あなたは、今後の生活において、貯蓄や投資など将来に備えることに力を入れたいと思いますか？ それとも、毎日の生活を楽しむことに力を入れたいと思いますか？	貯蓄や投資など将来に備える／どちらともいえない／毎日の生活を楽しむ
生活各側面での満足度	あなたは、次の生活のそれぞれの面で、どの程度満足していますか？	満足している／ある程度満足している／あまり満足していない／満足していない
「金銭面」	「金銭面（収入や貯蓄など、家計の経済基盤について）」	
「物質面」	「物質面（必要な物、欲しい物が手に入っているか）」	
「時間面」	「時間面（時間のゆとり、好きなように時間を使えているか）」	
「社交面」	「人との関わりや社会とのつながり」	
現在の暮らし向き	1年前に比べてお宅の暮らし向きは良くなっていますか？	良くなった／変わらない／悪くなった
暮らし向き見通し	今後1年間に、お宅の暮らし向きは良くなると思いますか？	良くなる／変わらない／悪くなる
家計収入の増え方	お宅の収入は、去年に比べてどの程度増えましたか？	世間並み以上に増えた／世間並みに増えた／世間並み以下にしか増えなかった／ほぼ変わらない／少し減った／大きく減った
家計収入の増減見通し	今年1年間のお宅の家計収入の増え方は、去年に比べてどうなると思いますか？	昨年より大きく増えると思う／昨年並みに増えると思う／昨年より小さく増えると思う／増えないと思う／減ると思う
毎日の生活での経済不安	あなたは、最近の毎日の生活のなかで、経済面の不安を感じることはありますか？	全く不安を感じない／あまり不安を感じない／少し不安を感じる／非常に不安を感じる
老後の生活での経済不安	あなたは、定年退職後や老後の生活に、経済面の不安を感じていますか？	全く感じていない／あまり感じていない／少し感じている／大いに感じている
世帯収入	お宅の昨年（2015年1月～12月）の年間税込み収入はどのくらいでしたか？ 生計をともにしている家族の方全ての収入を含めてお答えください（年金や臨時収入、副収入なども含みます）。	「なし」から「1億円以上」まで39カテゴリの回答選択肢。選択肢の中央値で数値尺度に変換
世帯貯蓄総額	お宅では現在、いくらかの貯蓄総額をお持ちですか？	「なし」から「1億円以上」まで39カテゴリの回答選択肢。選択肢の中央値で数値尺度に変換
本人年齢	年齢	年齢を記入
家族ライフステージ	世帯主を中心としてみた場合、現在のあなたのご家族は次のどれにあてはまりますか？	子どもはいない／第1子入学前／第1子小・中学生／第1子高校・大学生／第1子就職または結婚／末子が就職または結婚／その他

注

- (1) Guven (2012) は happiness という単語を用いている。本稿では happiness を「幸福感」と訳して用いる。
- (2) 「必需的支出の後に残ったお金の使い道」について、「すべて即座に消費する」から「できるだけ多く貯金する」まで7段階の選択肢で尋ねる質問項目を利用している。
- (3) 幸福感については、「総じて、あなたはどの程度、自分が幸せな人間だと思いますか？」と尋ね、「大変不幸」「不幸」「どちらでもない」「幸福」「大変幸福」の5段階で答えてもらっている。分析に利用した調査は、1993年から始まり毎年1回実施されている調査 (Dutch Household Survey)。代表性のある2000を超える世帯パネルが調査対象で、16歳以上のすべての世帯員が質問に答えるもの。質問内容は家計行動に関する質問と心理に関する質問の両方である。
- (4) それぞれの概念をとらえる項目として利用している質問は次の通り。〈時間選好〉については、「長年経って効果が出ることをするのか、すぐ効果が出るようなことをするのか」「即座の結果だけを気にするか」。〈セルフコントロール〉については、「消費支出をコントロールするのは難しいか」「自分をコントロールできるほうか」。〈楽観的期待〉については「向こう1年、物価は上がるか下がるか」「5年後の物価は何パーセント上がると思うか」「何歳まで生きると思うか」「何か決める時、即決するほうか、時間をかけるほうか」。
- (5) 現在米国で利用されている Index of Consumer Sentiment (ICS) は、ミシガン大学の消費者調査をもとに家計、景気、消費市場それぞれについて消費者の態度を調べたもの。ICSの数値の変化から、消費を予測しようとするものである。現在 ICS と同様の心理指標が EU 諸国やアジアの国々で利用されている。日本では「消費者態度指数」(内閣府) が利用されている。
- (6) 人生満足尺度 (SWLS) は、次の5項目 (7件法) の回答を合計したもの (大石, 2009)。(1)「ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い」、(2)「私の人生は、とても素晴らしい状態だ」、(3)「私は自分の人生に満足している」、(4)「私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた」、(5)「もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう」。
- (7) 『OECD 幸福度白書』(2011 = 2012) では、アグリゲートレベルの SWB 指標として、自分の生活全般をどのように評価しているかという平均的指標 (認知面の指標) と、否定的感情より肯定的感情を多く経験している人の割合という指標 (感情面の指標) の二つを用いている。認知面についてはキャントリル・ラダー尺度 (考え得る最良の生活を10、最悪の生活を0として、現在の生活をその0 ~ 10の11段階の尺度で評価してもらう) を用いて測定し、回答を各カテゴリ値で加重して合計した数値を用いる。感情面については、調査前日に「否定的感情より肯定的感情を持った時間のほうが長かった」と回答した人の割合として算定している。感情の側面は「経験した幸福」を表し、認知判断の側面は「評価した幸福」を表すとしている。
- (8) 「肯定的感情」「否定的感情」は、Watson et al. (1988) が作成した PANAS (the Positive and Negative Affect Schedule) の2因子である。PANASは感情を表す形容詞20項目により構成されている。ローゼンバークの「自尊感情尺度」は10項目から構成される尺度。なお、Lucas et al. (1996) の研究では手違いにより9項目になっている。「楽観性尺度」はScheiber and Carver (1985) が作成した LOT (Life Orientation Test) で、12項目から構成される。そのうち4項目は肯定的ワーディング、4項目が否定的ワーディング、残り4項目がフィラー項目である。
- (9) 「消費マインド調査」は、跡見学園女子大学の研究倫理審査委員会の審査 ((教) 16-001) を経て承認された。
- (10) 男女各年齢階級で回収数が一定数に達したところで実査終了とする方法をとった。追跡調査の最終的な回収数の内訳は、20歳代79人、30歳代504人、40歳代588人、50歳代593人、60歳代593人、70歳代400人となった。
- (11) 各年齢層のコアとなる世代として想定したのは、若年層 = ミレニアル世代、壮年層 = 団塊ジュニア世代、中年層 = バブル世代、高年層 = 団塊世代、である。
- (12) 各項目について、消費を「充実させた」3点、「特に変えていない」2点、「控えた」1点とし、8項目の平均点を尺度として用いた。
- (13) 貯蓄に回す額を「増やした」3点、「特に変えていない」2点、「減らした」1点とし、尺度として用いた。
- (14) [世帯年収] と [世帯貯蓄総額] は、対数値を変数とした。
- (15) クロニバックの α 係数は0.75。各項目について、「満足している」4点、「ある程度満足している」3点、「あまり満足していない」2点、「満足していない」1点とし、4項目の平均点を尺度として用いた。
- (16) クロニバックの α 係数は0.81。「暮らし向き」項目については、「良くなった／良くなる」3点、「変わらない」2点、「悪くなった／悪くなる」1点。「家計収入の増え方」項目については、「世間並み以上に増えた」6点、「世間並みに増えた」5点、「世間並み以下にしか増えなかった」4点、「ほぼ変わらない」3点、「少し減った」2点、「大きく減った」1点。「家計収入の増減見通し」については、「昨年より大きく増えると思う」5点、「昨年並みに増えると思う」4点、「昨年より小さく増えると思う」3点、「増えないと思う」2点、「減ると思う」1点。各項目の回答カテゴリ数が異なるため、標準化してから平均点を求め尺度とした。
- (17) クロニバックの α 係数は0.78。「毎日の生活での経済不安」については、「全く不安を感じない」4点、「あまり不安を感じない」3点、「少し不安を感じる」2点、「非常に不安を感じる」1点とし、「老後の生活での経済不安」については、「全く感じていない」4点、「あまり感じていない」3点、「少し感じている」2点、「大いに感じている」1点とし、2項目の平均点を尺度として用いた。
- (18) 若年層では2次項の追加による R^2 の増分は0.0456、 $F(1,198) = 9.45$ 、 $p < 0.01$ で有意となった。2次項の追加でモデルの持つ説明の力は有意に改善し、改善の程度も大きいことが示された。壮年層では R^2 の増分は0.0000、中年層では0.0022、高年層では0.0000となり、いずれも有意ではない。
- (19) 各年齢階層でおこなった重回帰分析では、多重共線性の問題が生じていないかどうかを検討した。いずれの年齢階層でも各説明変数の VIF (分散拡大要因) は1前後となり、3を超えるものはなかった。多重共線性が存在する可能性は小さいと考えられる。
- (20) 若年層の場合、[幸福感] の2次項を加えないモデルにすると説明力 (自由度修正決定係数) が7.3%から3.0%に減少。モデルのF値も低下して2次項を加えないモデルは有意なモデルではなくなる。2次項を加えたモデルではF分散比2.21、 $p < 0.05$ となった。

- (21) 壮年層では「幸福感」の2次項を加えないモデルを用いた。1次項のみのモデルの説明力(自由度修正済決定係数)は17.0%、2次項を加えても説明力は変わらず、2次項を加える必要が認められなかったことによる。なお、AICは1次項のみのモデルで501.8826、2次項を加えたモデルで503.5301となり、1次項のみのモデルの方が良いことを示している。
- (22) 中・高年層でも「幸福感」の2次項を加えないモデルを用いた。1次項のみのモデルの説明力と2次項を加えた場合とではほとんど変化がなく、2次項を加える必要が認められなかったことによる。
- (23) 「幸福感」の1次項だけのモデルと2次項を加えたモデルで尤度比検定を行ったところ、若年層と中・高年層では有意差がなかったが、壮年層では2次項を加えたモデルのほうが有意にデータとモデルのフィットが向上した。しかし、疑似決定係数は1次項のみのモデルで2.4%、2次項を加えたモデルで3.0%となり、増分は0.6ポイントに過ぎない。2次項の追加でモデルが持つ説明力は有意に改善したが、改善の程度は小さいことから、より単純な1次項のみのモデルを用いた分析を行うことにした。若年層、中・高年層では両モデルに有意な差がなかったため、1次項のみのモデルを採用した。また、「幸福感」の1次項のみを説明変数とする一般化順序ロジット分析では、最初に平行線の仮定について検定をおこなったところ、中年層では平行線の仮定が棄却されたため、平行線の仮定をおかないモデルで分析をおこなった。他の年齢階層では平行線の仮定を置いた分析をおこなった。
- (24) 若年層の分析では「経済不安の低さ」で平行線の仮定が棄却されたため、平行線の仮定をおかずに一般化順序ロジット分析をおこなった。
- (25) 壮年層の分析では「時間選好」と「経済不安の低さ」、中年層の分析では「家計楽観」「経済不安の低さ」「ln世帯年収」、高年層の分析では「経済不安の低さ」で、平行線の仮定が棄却されたため、これらについては平行線の仮定をおかずに一般化順序ロジット分析をおこなった。

文献

- ・ Curtin, R., 2007, "Consumer sentiment surveys: worldwide review and assessment," *OECD Journal: Journal of Business Cycle Measurement and Analysis* 2007, 3 (1): 7-42.
- ・ Diener, E. and R. Biswas-Diener, 2002, "Will money increase subjective well-being? a literature review and guide to needed research," *Social Indicators Research*, 57: 119-169.
- ・ Diener, E., R. Emmons, R. Larsen and S. Griffin, 1985, "The satisfaction with life scale," *Journal of Personality Assessment*, 49 (1): 71-75.
- ・ Diener, E., W. Ng, J. Harter and R. Arora, 2010, "Wealth and happiness across the world: material prosperity predicts life evaluation, whereas psychosocial prosperity predicts positive feeling," *Journal of Personality and Social Psychology*, 99 (1): 52-61.
- ・ Diener, E. and E. Suh, 1997, "Measuring quality of life: economic, social, and subjective indicators," *Social Indicators Research*, 40: 189-216.
- ・ Diener, E., E. Suh, R. Lucas and H. Smith, 1999, "Subjective well-being: three decades of progress," *Psychological Bulletin*, 125 (2): 276-302.
- ・ Dolan, P., T. Peasgood and M. White, 2008, "Do we really know what makes us happy? A review of the economic literature on the factors associated with subjective well-being," *Journal of Economic Psychology*, 29: 94-122.
- ・ Easterlin, R., 2001, "Income and happiness: towards a unified theory," *The Economic Journal*, 111 (July): 485-505.
- ・ Frey, B. and A. Stutzer, 2002, "What can economists learn from happiness research?," *Journal of Economic Literature*, 40: 402-435.
- ・ Gokdemir, O., 2015, "Consumption, savings and life satisfaction: the Turkish case," *International Review of Economics*, 62: 183-196.
- ・ Guven, C., 2012, "Reversing the question: does happiness affect consumption and savings behavior?," *Journal of Economic Psychology*, 33: 701-717.
- ・ Ifcher, J. and H. Zarghamee, 2011, "Happiness and time preference: the effect of positive affect in a random-assignment experiment," *American Economic Review*, 101: 3109-3129.
- ・ Jaikumar, S., R. Singh and A. Sarin, 2018, "I show off, so I am well off: subjective economic well-being and conspicuous consumption in an emerging economy," *Journal of Business Research*, 86: 386-393.
- ・ Katona, G., 1960, *The Powerful Consumer*, New York: McGraw-Hill. (=1964, 社会行動研究所訳『消費者行動——その経済心理学的研究』ダイヤモンド社.)
- ・ ———, 1964, *The Mass Consumption Society*, New York: McGraw-Hill. (=1966, 社会行動研究所訳『大衆消費社会』ダイヤモンド社.)
- ・ ———, 1975, *Psychological Economics*, New York: Elsevier.
- ・ Katona, G., B. Strumpel and E. Zahn, 1971, *Aspirations and Affluence*, New York: McGraw-Hill. (=1977, 石川弘義・原田勝弘訳『欲望の心理経済学——その国際比較研究』ダイヤモンド社.)
- ・ Lucas, R., E. Diener and E. Suh, 1996, "Discriminant validity of well-being measures," *Journal of Personality and Social Psychology*, 71: 616-628.
- ・ OECD, 2011, *How's Life? Measuring Well-Being*. (=2012, 徳永優子・来田誠一郎・西村美由起・矢倉美登里訳『OECD幸福度白書——より良い暮らし指標：生活向上と社会進歩の国際比較』明石書店.)
- ・ 大石繁宏, 2009, 『幸せを科学する』新曜社.
- ・ 佐野美智子, 2004, 『心が消費を変える—消費者心理の変化と消費増減の関係を探る—』多賀出版.
- ・ ———, 2005, 「身の丈消費の団塊ジュニア」『消費&マーケティング』245: 20-27.

幸せは消費を促進するのか？ 貯蓄を促進するのか？

- ・ ———, 2008, 「経済的豊さと暮らし向き満足度との関連—所得格差は幸福格差につながるのか」『家計経済研究』80: 55-63.
- ・ ———, 2009, 「若年層における所得格差が暮らし向き満足度に及ぼす影響」『生活経済学研究』29: 1-15.
- ・ Scheier, M. and C. Carver, 1985, "Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies," *Health Psychology*, 4 (3): 219-247.
- ・ 島井哲史・大竹恵子・宇津木成介・池見陽・S. Lyubomirsky, 2004, 「日本版主観的幸福感尺度 (Subjective Happiness Scale: SHS) の信頼性と妥当性の検討」『日本公衛誌』51 (10): 845-853.
- ・ 白石小百合・白石賢, 2007, 「少子化社会におけるワーク・ライフ・バランスと幸福感—非線形パネルによる推定—」『ESRI ディスカッション・ペーパー・シリーズ』No.181: 1-45.
- ・ 袖川芳之・田邊健, 2007, 「幸福度に関する研究—経済的ゆたかさは幸福と関係があるのか—」『ESRI ディスカッション・ペーパー・シリーズ』No.182: 1-26.
- ・ Wang, H., Z. Cheng and R. Smyth, 2015, "Does consuming more make you happier? evidence from Chinese panel data," *Bank of Finland, BOFIT Discussion Papers*, 21: 3-29.
- ・ Watson, D., L. Clark and A. Tellegen, 1988, "Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales," *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (6): 1063-1070.