

消費税8%増税後の「暮らし満足度」や「家計引き締め意識」に変化なし。

花王株式会社「生活者研究センター」

『消費税 8%増税前後の購買行動とそのおもしろい』調査結果

2014年4月1日にスタートした消費税8%増税が、消費者の購買行動にどのような変化を与えたのかを調べるため、花王株式会社「生活者研究センター」(※1)は、20代～60代既婚女性各回約500人を対象に、増税前後の「購買行動」とその「おもしろい」に関する調査を実施いたしました。その結果、「暮らしの満足度」や「家計の引き締め意識」には大きな変化が見られないことがわかりました。その一方で、消費税10%増税に向けて、「家計の見直し意欲」は高まっていることがわかりました。

■調査結果のポイント

- ・消費税8%増税後の「暮らし満足度」66%、「家計引き締め意識」56%。増税前と比べ変化なし。
- ・増税前に「前倒しで何かを購入した人」68%。購入商品TOP3は、「トイレtpーパー」、「衣料用洗剤」、「シャンプー」
- ・消費税8%増税前の「家計見直し」実施者20%に対し、10%増税に向けての「家計見直し」実施予定者55%と、「家計見直し意欲」は大幅アップ

■調査概要

調査方法: インターネット調査

調査期間: 2012年5月、2013年1月・5月、2014年1月・3月・5月

調査対象: 首都圏20～60代既婚女性

回答者数: 2012年5月556人、2013年1月・5月、2014年1月・3月・5月は各500人

※1 花王株式会社「生活者研究センター」 <http://www.kao.co.jp/lifei/about/>

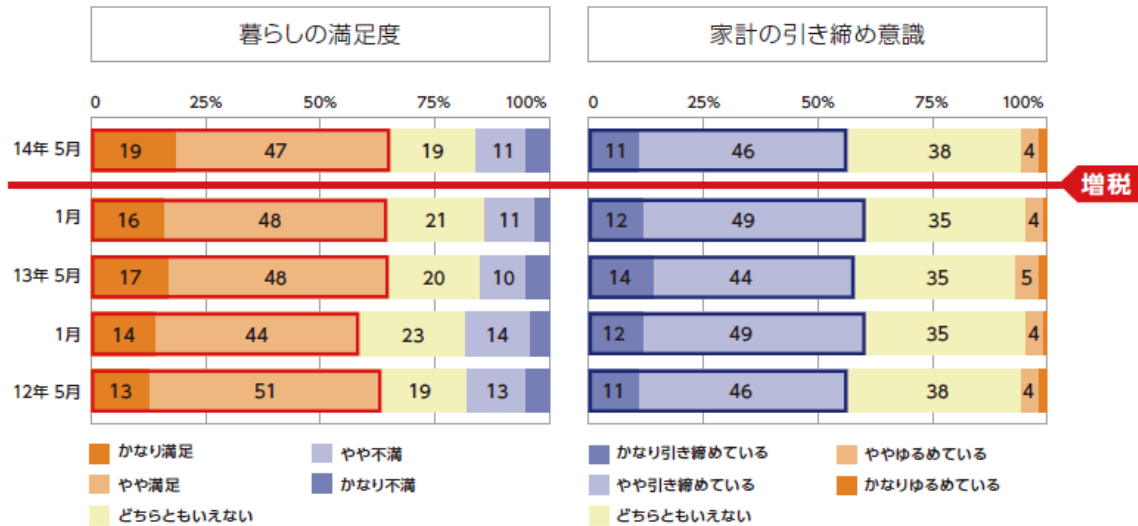
「生活者研究センター」では、花王グループの使命である「よきモノづくりを通じて人々の豊かな生活文化へ貢献すること」の実現をめざし、生活者ひとりひとりの暮らしを見つめた生活者研究を行っています。生活現場での観察と対話を重ねながら、行動に表れない本音、説明できないこだわりなど、行動の裏にひそむ「おもしろい」まで読み解いて、課題を発掘し、商品やコミュニケーション開発に活かすとともに、生活者研究のウェブサイト、花王「暮らしの研究」から、広く社会に発信しています。

花王「暮らしの研究」 <http://www.kao.co.jp/lifei/>

■調査結果

(1) 8%増税後の「暮らしの満足度」66%、「家計の引き締め意識」56%。増税前と比べ変化なし

「暮らしの満足度」は、増税後も落ち込むことなく、2014年5月の調査でも「満足」と答えた人は66%と高いことがわかりました。「家計の引き締め意識」も、「引き締めている」が6割弱で前年5月とほぼ同じでした。過去2年間の比較でも、「満足度」「引き締め意識」ともに増税後も大きな変化がみられないことがわかりました(図1)。



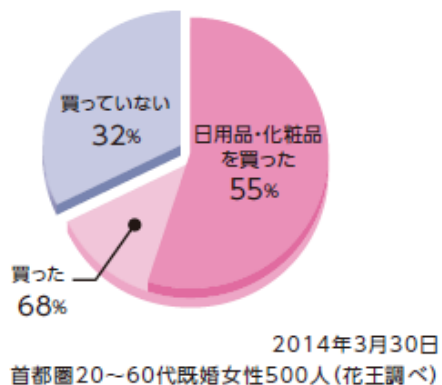
首都圏20~60代既婚女性500人*(花王調べ) *2012年5月のみ556人

(図1) 暮らしの満足度/家計の引き締め意識

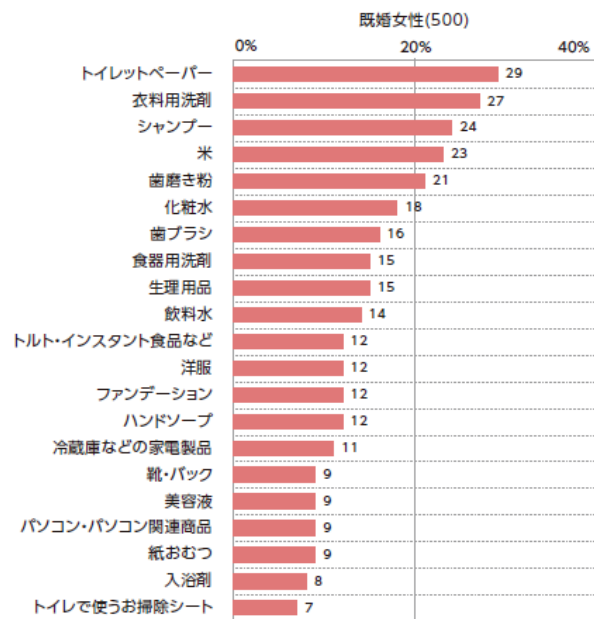
(2) 増税前に「前倒しで何かを購入した人」は68%。

購入商品のTOP3は、「トイレトペーパー」、「衣料用洗剤」、「シャンプー」

増税前の半年間で、68%の人が増税対策として「今のうちに」と前倒しで何らかの商品を購入していました(図2)。「日用品・化粧品」を購入した人は55%で、購入商品のTOP3は、「トイレトペーパー」(29%)、「衣料用洗剤」(27%)、「シャンプー」(24%)でした(図3)。



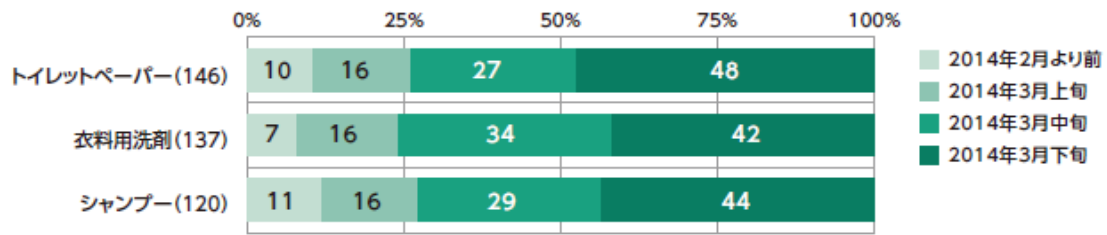
(図2) 増税前の半年の間に前倒しで購入した人



2014年3月30日
首都圏20~60代既婚女性500人(花王調べ)

(図3) 増税前の半年の間に前倒しで購入したもの

購入した人の商品の購入時期を見ると、約半数が増税直前の3月下旬に「駆け込み購入」していました(図4)。

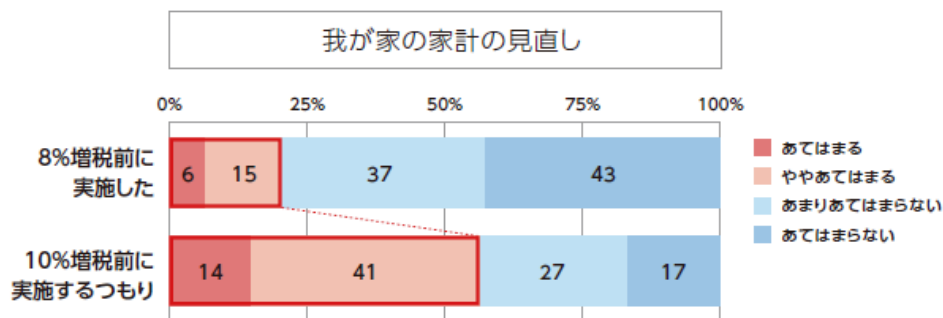


2014年3月30日 首都圏20~60代既婚女性500人(花王調べ)

(図4) 商品を購入した時期

(3) 10%増税に向けて、家計の「見直し意欲」は大幅アップ

「家計の見直し」について、今回の8%増税前に「実施した」人は約20%にとどまりましたが、次回の10%増税に向けて55%の人が「実施するつもり」と回答し、「見直し意欲」を見せています(図5)。



2014年5月 首都圏20~60代既婚女性500人(花王調べ)

(図5) 増税に向けての意識

本調査の詳細は花王「くらしの研究」ウェブサイト内、「くらしの現場レポート」でご覧いただけます。また、本調査と並行して実施したレシート調査による、より詳細な消費者の購入実態も紹介しています。

「くらしの研究」ウェブサイト「くらしの現場レポート」: <http://www.kao.co.jp/lifei/report/04/>



また、「くらしの研究」ウェブサイト内「達人コラム」では、消費生活アドバイザー和田由貴さんのインタビューを紹介しています。消費税 10%導入に向けてのところがけや、「メリハリ家計」の実践についてアドバイスをご覧くださいませ。

「くらしの研究」ウェブサイト「達人コラム」:<http://www.kao.co.jp/lifei/column/04/>

■本リリース(MK ニュース)に関するお問い合わせ先



花王株式会社 商品広報センター

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10 TEL:03-3660-7259 / FAX:03-3660-7848

<http://www.kao.com/jp/> ©Kao Corporation

※本資料記載の記事・写真の無断転載・複写を禁じます。リンク先は本件掲載時の情報であり、予告なく変更になる場合がございます。