

花王株式会社 生活者研究センター  
『消費税増税1年後の暮らしの実態とおもい』調査結果



暮らしの現場レポート

2014年4月の消費税8%への増税から1年以上が経過しました。2014年7月に花王株式会社「生活者研究センター」\*1 が発表した『暮らしの現場レポート』では、増税前後で「暮らしの満足度」や「消費意欲」に大きな変化が見られないことを報告しました。

<http://www.kao.co.jp/lifei/report/04/>

同センターでは、首都圏の既婚女性を対象に継続調査を実施。このたび、その結果を花王の生活者研究のウェブサイト「暮らしの研究」にアップいたしました。調査からは、増税直後に比べ、徐々に負担感が増している様子がうかがえましたが、引き締めながらもメリハリをつけて上手にやりくりしている様子が見えてきました。

■ 調査結果のポイント

- 増税直後より、3カ月後からじわじわと増す負担感
- 3カ月後に上がった引き締め意識が高どまり。ムダなものは買わない
- 引き締めながらもメリハリ家計で上手にやりくり
- 増税分を家計の枠内に収め、堅実に対応

本調査の詳細はこちら

花王「暮らしの研究」ウェブサイト「暮らしの現場レポート」

<http://www.kao.co.jp/lifei/report/15/>

また、これまで8,000人以上のお金の悩みに向き合い、アドバイスをおこなってきた、ファイナンシャルプランナーで家計再生コンサルタントの横山光昭さんのインタビューを「達人コラム」で紹介しています。専門家からの「お金の上手な活かし方」のアドバイスをご覧ください。

花王「くらしの研究」ウェブサイト「達人コラム」

<http://www.kao.co.jp/lifei/column/16/>

\*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「くらしの研究」から、広く社会に発信しています。

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



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。