

**消費税10%への引き上げまで、あと1年。
既婚女性の9割が「増税は買い物・消費に影響する」と思い、
6割は「増税までに家計を見直したい」**
＜花王生活者研究センター調べ＞

2014年に消費税が5%から8%になり、2019年10月に消費税が8%から10%に引き上げになる予定です。花王株式会社「生活者研究センター」（※1）では、生活者の買い物や家計意識についての調査を継続的に実施。2018年4月の時点では、首都圏在住の既婚女性の9割が「増税は買い物・消費に影響する」、6割は「増税までに家計を見直したい」と思っていることが分かりました。

【主な調査結果のポイント】

- **「増税は買い物・消費に影響する」と思う首都圏在住の既婚女性は9割超**
- **6割が「増税までに家計を見直したい」、でも時期を知っているのは半数**
- **2014年の増税時を思い出し、家計や買い物の見直しを**

2019年10月実施予定の8%から10%への消費税増税について、約1年半前にあたる2018年4月の時点で、首都圏在住既婚女性の約9割が「買い物・消費に影響すると思う」と回答しています。これまでも消費税が段階的に上がった経験からか、買い物・消費に対する影響としては「必要な物しか買わなくなる」「セールの際にまとめて買う」などの買い方の変化や、「高額品」「嗜好品（菓子など）」などの買い控えを想定しており、「10,000円買ったら消費税が1,000円になるから一層気になる」「1,000円以上の買い物は慎重になる」と答えています。

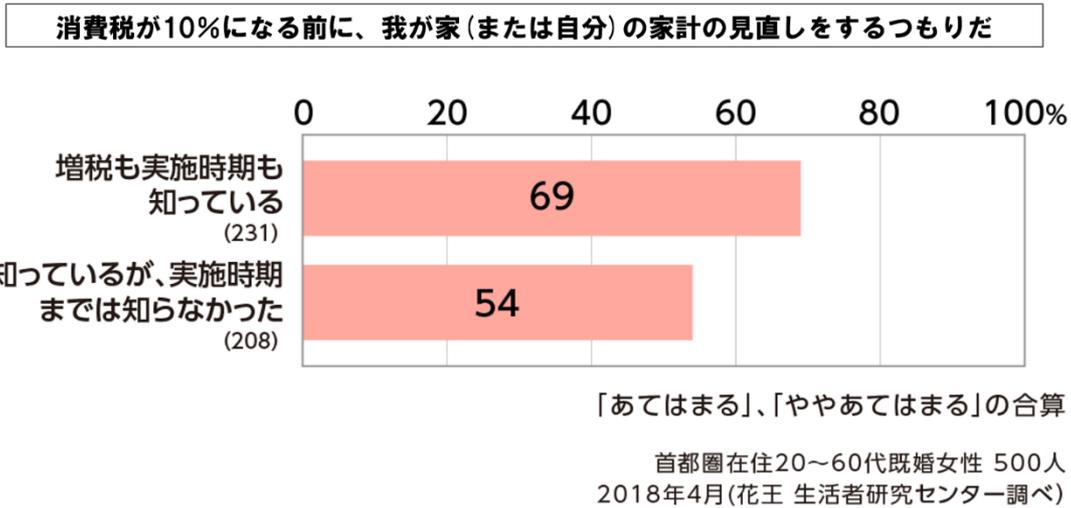
**Q. 消費税が10%に上がることは、
あなたの日常の買い物・消費にどれくらい影響すると思いますか？**



首都圏在住20～60代既婚女性 500人
2018年4月(花王 生活者研究センター調べ)

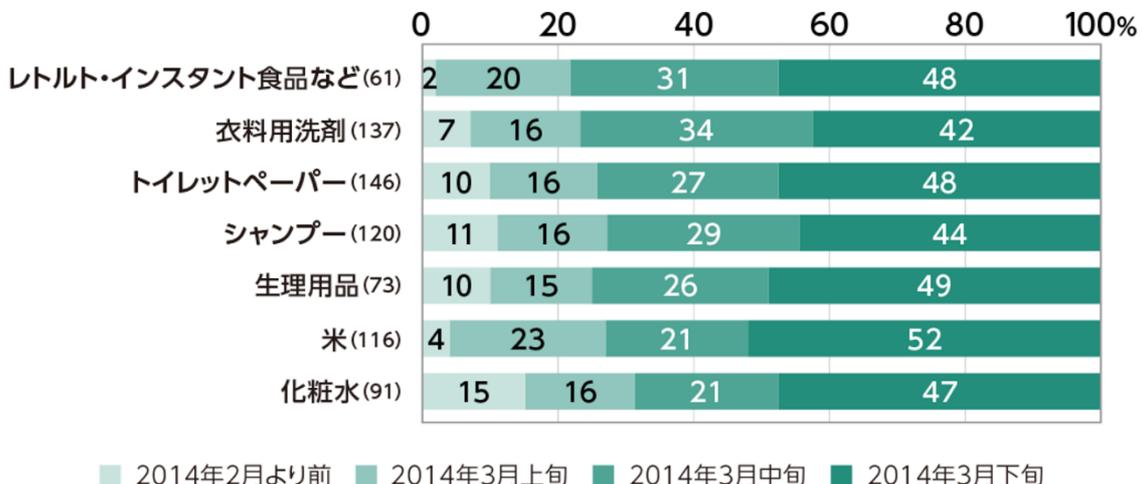
しかし、消費税が8%から10%への引き上げ実施予定時期を「知っている」と答えたのは、この時点では約半数でした。「増税までに家計の見直しをするつもりだ」（60%）という意欲を開始時期の認知状況別にみると、「知っている」人の家計見直し意欲は69%であるのに対し、「開始時期までは知らなかった」人では54%にとどまり、開始時期までは知らない人の増税への準備はこれからといった印象です。

■増税時期の認知状況と家計の見直し意欲



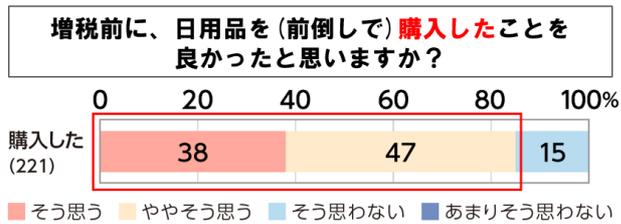
2014年の増税時を振り返ると、2009年のリーマンショック、2011年の東日本大震災の影響を経験し、社会変化に対する家計の対応力をつけた時期に増税が実施されました。久しぶりの増税とあってか、食品・日用品を中心に増税直前に駆け込むように購入した人が多かったのも事実です。2014年時の前倒し購入の有無とその行動へのおもいを見ると、増税前に前倒し購入した人もしなかった人も、いずれも自分たちの行動を肯定的に受け止めた人が大多数でした。ただ、日用品を前倒し購入した人のなかには、「あわてて予定以上に買ってしまった」、「ついつられて買ってしまった」など、計画的ではなかった買い物を反省している様子もみられました。

■2014年増税時に前倒し購入した時期（品目別）



※該当商品を前倒して購入した人対象
対象首都圏在住20～60代既婚女性 500人
2014年3～4月実施(花王 生活者研究センター調べ)

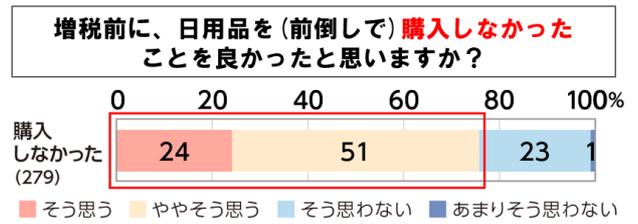
■日用品の前倒し購入の有無と行動へのおもい



〈前倒しで購入した人〉

最近のチラシを見ると3%以上高くなっているようで、買って置いて良かった。ただ、新製品が出ていると気になりますが在庫があるから買えない。 既婚40代女性/専業主婦

増税前の買い置きチャンスのポップを見て一つでいいのに、色々多めに購入してしまった。収納場所からあふれる程で、ずっと片付かなかった。 既婚40代女性/パート



〈前倒しで購入しなかった人〉

瀬戸際になって、使う物は買おうかと思ったが化粧品は間に合わなかった。直前にネットでもチェックしたが、「実物を見てからのほうがいい」と思いやめた。 既婚女性30代/パート

3/31にドラッグの店頭のトイレトーパーが品薄でビックリ。皆さん買われたのかな？かさばるし邪魔なのになあ。 既婚女性30代/フルタイム

首都圏在住20~60代既婚女性 500人
2014年7月(花王 生活者研究センター調べ)

前回の2014年の消費税増税からの4年間には、購買環境ではインターネット通販の拡大や中古品売買(リサイクル)の一般化、便利なスマホアプリ、ネットサービスの登場普及により、購買行動や節約の工夫にも大きな変化が見られるようになりました。かつてのような1円でも安い店を探すような節約ではなく、買い物の時間や手間もコストに換算したその人なりのコストパフォーマンスのよい買い物、消費しながら上手に節約するといった行動も増えました。また、便利なネットサービスの登場により、家計が簡単に把握しやすくなっています。

増税までに家計を見直したいと思っているならば、この1年という時間を使って「家計の中の要、不要の見極め」「暮らしのなかで大切にしたいこと」「支出が減らせない場合は、収入を増やす方法」などを冷静に考えてみることも大切です。買い物についても、もし前倒しで買い物をするとしたら、置く場所や使い切り期間などを考え、何をどのくらい購入するかあらかじめ考えておくなど、前回増税時の経験や反省を活かして計画的に準備を始めておくことが大切と考えます。

【調査概要】

「消費税増税前後の生活者調査」

◎2014年3~4月/インターネット調査/首都圏在住20~60代既婚女性/500人

◎2014年7月/インターネット調査/首都圏在住20~60代既婚女性/500人

「増税意識定量調査」

◎2018年4月/インターネット調査/首都圏在住20~60代既婚女性/500人

「暮らしと購買行動についての調査」

◎2014年3~4月/家庭訪問インタビュー/首都圏在住女性/11人

- ◎2015年4月／家庭訪問インタビュー／首都圏在住女性／8人
- ◎2016年4月／家庭訪問インタビュー／首都圏在住女性／8人
- ◎2017年7月、9～11月／家庭訪問インタビュー／首都圏在住女性／16人

詳しい情報はこちら

- ▶ 暮らしの研究「暮らしの現場レポート」

www.kao.co.jp/lifei/life/report-47/

www.kao.co.jp/content/dam/sites/kao/www-kao-co-jp/lifei/report/pdf/47.pdf

(2018年10月掲載)

■消費税25%、幸福度の高い国デンマークの暮らし事情

デンマークの暮らしや社会デザインに精通されている、株式会社Laere／共同代表 大本綾さんのインタビューも「達人コラム」で紹介しています。「世界一幸せの国」と呼ばれるデンマークの消費税は25%、確かに社会保障が手厚いことでも有名ですが、幸福度の秘訣はそれだけでしょうか？デンマークの暮らし方や幸福の感じ方、その背景とは？



- ▶ 暮らしの研究「達人コラム」

www.kao.co.jp/lifei/life/column-46/

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

■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。