

**価格.comリサーチ 『消費税率アップ』に関する意識調査結果**

**消費税率アップ、「反対派」が半数超えるも「増税やむなし」の声も2割超  
家計の見直しは6割以上が実施、支出削減のもっとも大きな対象は「食費」  
「車」「PC」「住宅リフォーム」など一部を除き、駆け込み需要は期待薄の様相**

URL : <http://kakaku.com/research/report/076/>

株式会社カカコムが運営する購買支援サイト『価格.com（カカドットコム）：<http://kakaku.com/>』が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第76回『消費税率アップ直前意識調査！-8%でどう変わる？気になるみんなのライフスタイル！-』の調査結果を一部抜粋の上、ご案内します。

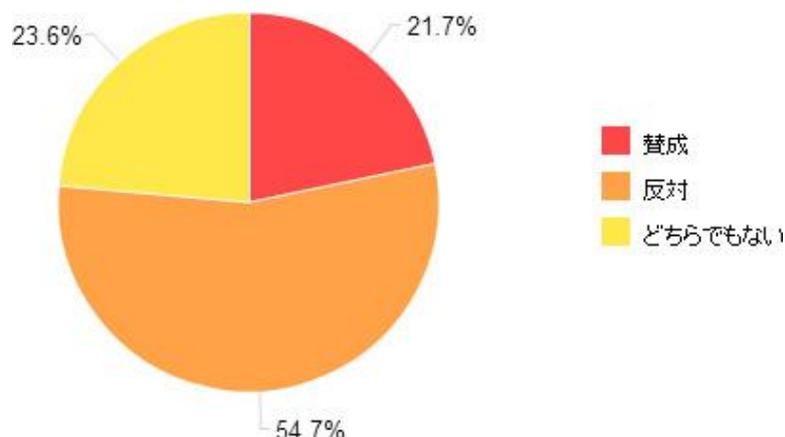
**【結果ダイジェスト】**

- 消費税率アップへの賛否：「賛成」21.7%、「反対」54.7%
- 家計の見直し意向：6割以上が見直す傾向。家族が多い世帯ほど切実な課題に。
- 支出削減の意向：“支出削減派”が7割超え。削減の対象は「外食費」（26.0%）、「外食費を除いた食費」（13.4%）と食費全般が多い傾向
- 消費税率アップを見越した購入品：「車」「住宅リフォーム」など高額品が多い。PCはWindows XPからの買い替え需要あり。大型製品除き、家電の駆け込み需要は期待薄。

**消費税率アップへの賛否：「賛成」21.7%、「反対」54.7%**

2014年4月に行われる消費税率アップについて、「賛成」が21.7%だったのに対し、「反対」が54.7%と過半数を超える割合となっており、半数をやや上回る人が税率アップに反対であることがわかった。増税は誰にとっても歓迎すべきことではないことであることを鑑みると、「反対」が半数をやや上回る程度で収まっているというこの結果からは、「国の財政状況を見ると、消費税増税もやむなし」と考えている人が意外と多いようにも思われる。

【図1. 消費税率アップの賛否】（N=アンケート回答者全員）



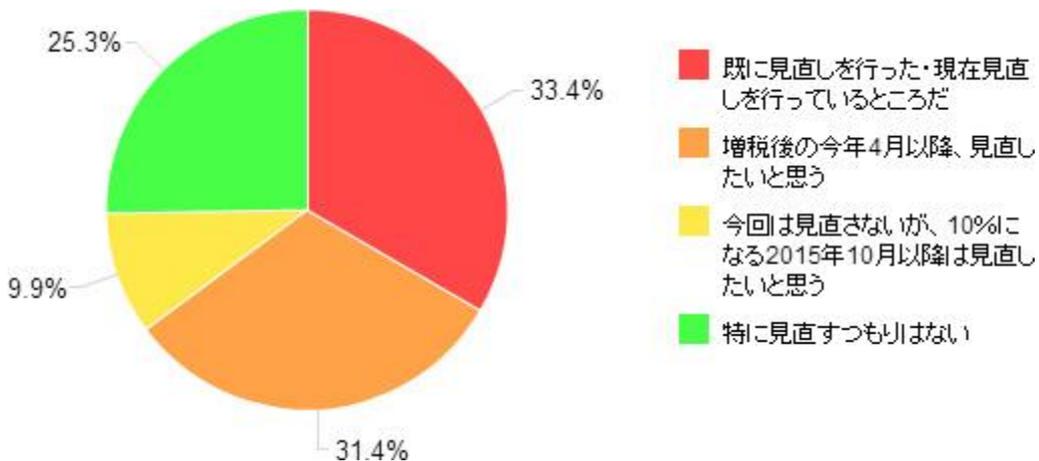
## 家計の見直し意向：「見直す」「すでに見直した」で合計 60%超。家族が多い世帯ほど、家計見直しが切実に

家計の見直しを行うかどうかを聞いたところ、約 3 分の 1 にあたる 33.4%の人は「すでに見直しを行った・現在見直しを行っている」と回答。同じく約 3 分の 1 にあたる 31.4%の人は「増税後の 4 月以降、見直したいと思う」と回答した。全体の約 3 分の 2 が、家計の支出状況などを「見直した」、あるいは「見直す」と回答しており、4 月以降の消費行動は少なからぬ影響を受けそうだ。

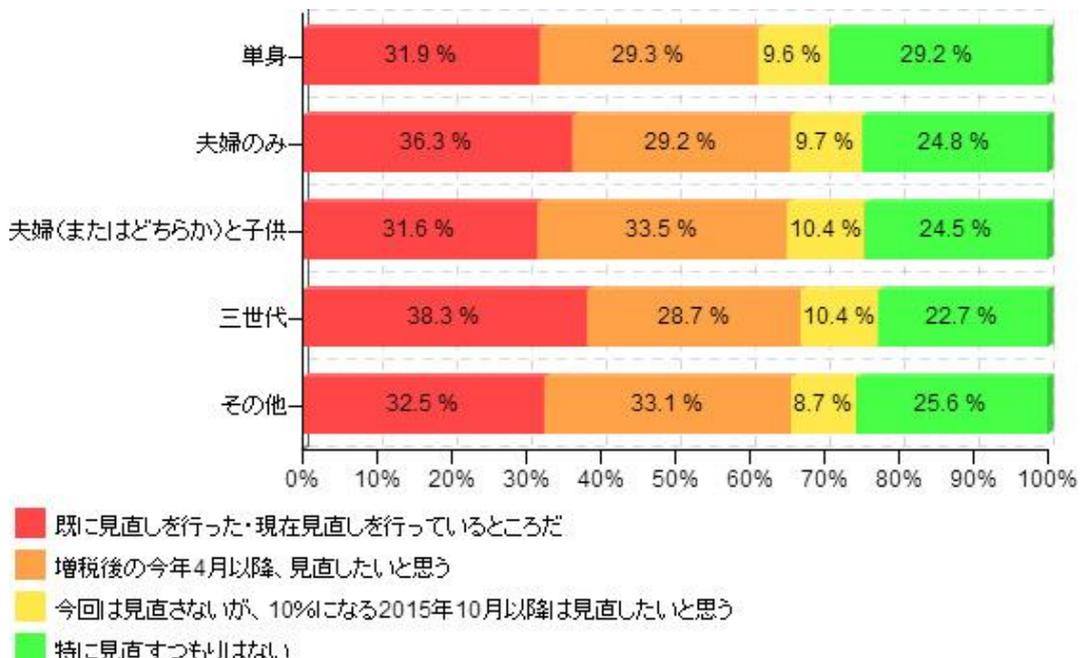
なお、さらに消費税の税率が 10%へとアップすると言われている「2015 年 10 月までには見直したい」という人の割合は 9.9%で、上記の割合にこれを足すと全体の約 4 分の 3 の人が、消費税が 10%まで増税されることによって、支出を見直すとして回答したことになる。

また、家族構成別に見てみると、単身者よりは夫婦世帯や核家族世帯、さらには三世代家族世帯のほうが、家計を見直す意向が高くなっていることがわかる。単身者の場合、「すでに見直しを行っている」「4 月以降に見直す」の合計は 61.2%だが、この割合が夫婦世帯では 65.5%、夫婦+子どもの核家族世帯では 65.1%、三世代家族世帯では、67.0%となっており、家族が増えるに従って、家計見直しが切実になってきている様子がうかがえる結果となった。

【図 2. 家計の見直し意向】 (N=アンケート回答者全員)



【図 3. 家族構成別 家計の見直し意向】 (N=アンケート回答者全員)



## 支出削減の意向：「減らす」「どちらかといえば減らす」合計 71.6%。支出削減の対象はトップが「外食費」（26.0%）、次いで「外食費を除いた食費」（13.4%）

家計を見直す際に支出を減らすかどうかを聞いたところ、「減らす」が全体の約 3 分の 1 となる 33.1%、「どちらかといえば減らす」が、こちらも全体の約 3 分の 1 となる 38.5%となり、「家計を見直す＝支出を減らす」であることが確認できた。

どういった種類の支出を減らす予定かを聞くと、トップは「外食費」（26.0%）。次いで「外食費を除いた食費」（13.4%）となり、外食・内食ともに食費全般を切り詰めようとする消費者の姿が見えてくる。このほかでは、「旅行・レジャー費」（9.2%）、「洋服・ファッション関連費」（8.1%）、「水道・光熱費」（7.4%）、「嗜好品費（酒・タバコなど）」（6.4%）、「娯楽費（映画・音楽鑑賞、ゲーム、ホビーなど）」（6.4%）といった項目が続く。一般に減らしづらい「水道・光熱費」が比較的上位に来ているのはやや意外な結果だ。

逆に、4 月以降も「家計の見直しは行わない（変わらない）」、あるいは「（どちらかといえば）増やす」と回答した人に、どこを増やすのかを聞いてみたところ、もっとも多かったのは、「旅行・レジャー費」（21.4%）、次いで、「外食費」（14.3%）、「娯楽費（映画・音楽鑑賞、ゲーム、ホビーなど）」（14.3%）、「医療費」（14.3%）となった。家計の支出削減を行う人の回答とはほぼ正反対の結果となっており、比較的、レジャーや娯楽などに使う支出を増やそうという傾向が読み取れる。消費税率が 3%アップしても、さほど家計に影響を受けない高所得者層や、アベノミクス効果で給与や所得が増加している層については、むしろこれまで数年間引き締めていたこうしたレジャーや娯楽に関する支出を少し増やしていこうという傾向があるようだ。

【図 4. 支出削減の意向】（N=アンケート回答者全員）



### ◆ 支出を減らす場合、家計のどこを減らすか：

<http://kakaku.com/research/report/076/p04.html?#graph076-3-2>

### ◆ 支出を増やす場合、家計のどこを増やすか：

<http://kakaku.com/research/report/076/p04.html?#graph076-3-3>

## 消費税率アップを見越して購入したものの：「車」や「住宅のリフォーム」など高額製品・サービスに高い需要

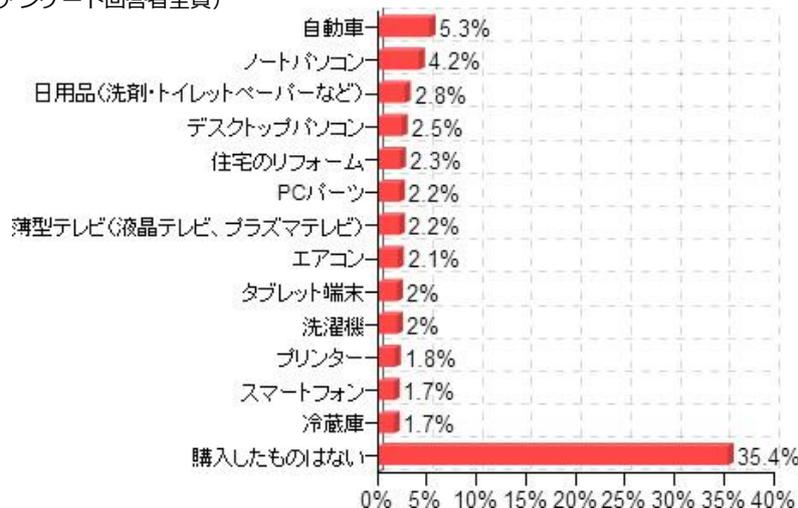
4月からの消費税率アップを見越して購入したものがあるかを聞いたところ、35.4%が「購入したものはなし」と答えており、駆け込み需要はさほど起こっていないという印象だ。

購入したものとしてもっとも多かったのは、高額製品である「自動車」(5.3%)。消費税率アップによって少なくとも数万円の差が出てしまうものだけに、税率アップ前に購入しようと考えた人が多いようだ。続いて「ノートパソコン」(4.2%)が次点につけたが、これは単純な消費増税アップの影響だけではなく、この4月にサポートが終了する「Windows XP」からの買い換え需要がダブルで働いたものだろう。5位につけた「デスクトップパソコン」(2.5%)も同様である。

このほかのものでは、「洗剤やトイレトペーパーなどの日用品」(2.8%)が3位、高額サービスの「住宅のリフォーム」(2.3%)が6位となった。家電製品の中では、「薄型テレビ」(2.2%)、「エアコン」(2.1%)、「洗濯機」(2.0%)、「冷蔵庫」(1.7%)などが比較的高めだが、全体として見ると、それほど大きな割合とはなっていない。

### ◆消費税率アップを見越して購入したものの：<http://kakaku.com/research/report/076/p05.html?#graph076-4>

※一部抜粋 (N=アンケート回答者全員)



## 消費税率アップを見越して購入したいもの：大型家電が割合を伸ばすが、駆け込み需要はさほど起こらない様子

この調査を行ったのは、2014年2月の段階だが、この後、つまり2014年3月までに、消費税率アップを見越して購入したいと考えているものもあわせて聞いた。トップは「ノートパソコン」(5.3%)、次いで、「洗剤やトイレトペーパーなどの日用品」(3.7%)、「デスクトップパソコン」(3.1%)、「洗濯機」(3.0%)、「冷蔵庫」(3.0%)、「調味料・米・保存食品」(2.9%)、「薄型テレビ」(2.8%)、「ブルーレイ/DVDレコーダー・プレーヤー」(2.6%)などとなっている。Windows XPからの買い換え需要が期待されるパソコン関連のニーズが高いほか、洗濯機や冷蔵庫などの大型家電についても、これから購入を検討するという人が多い様子がうかがえる。

なお、「購入したいものはない」と回答した割合も30.5%にのぼっており、3月の駆け込み需要もそれほど大きなものにはならなそうだ。

### ◆消費税率アップを見越して購入したいもの：<http://kakaku.com/research/report/076/p05.html?#graph076-5>

**総評（一部抜粋）： 鎌田剛 カカクコム メディアクリエイティブ部 部長**

今年 2014 年 4 月に実施される、消費税率 8%へのアップ。このことを消費者がどのようにとらえ、どのような家計の防衛策を考えているのか、意識調査を行った。

まず、今回の消費税率アップの賛否については、「賛成」が 21.7%だったのに対し、「反対」が 54.7%と過半数を超える割合となっており、半数をやや上回る人が税率アップに反対であることがわかった。もちろん、増税は誰にとっても歓迎すべき話ではないが、それでも消費者は今回の増税を比較的寛容に受け止めていると言えるだろう。

こうした中、家計の見直しを考えている人が全体の 3 分の 2 にのぼった。そのほとんどが支出を切り詰める方向で見直しを考えており、なかでも、毎日かかってくる「外食費」や「食費」を真っ先に削るとい人が多いことがわかった。このほか、「旅行・レジャー費」「洋服・ファッション関連費」「水道・光熱費」「嗜好品費（酒・タバコなど）」「娯楽費（映画・音楽鑑賞、ゲーム、ホビーなど）」といった項目が、削減対象としてあげられており、4 月以降の消費行動の変化に大きな影響を与えそうである。

なお、消費税率アップ前のいわゆる「駆け込み需要」についてだが、こちらはそれほど大きな盛り上がりとはなっていないようだ。3 割以上的人是「消費税率アップを見込んだ購買を行わない」と回答しており、駆け込みで購買するとしても、かなり限られた商材になるものと予想される。駆け込み需要が多かったのは、高額な「自動車」「住宅のリフォーム」などのほか、「洗濯機」や「冷蔵庫」などの大型家電。また、この 4 月に「Windows XP」のサポートが切れるのにもなう買い換え需要が起こっている「ノートパソコン」や「デスクトップパソコン」などのパソコン製品も、この時期の駆け込み需要が見込める商材のひとつだ。こうした耐久消費財以外では、「洗剤やトイレトペーパーなどの日用品」「調味料・米・保存食品」なども、駆け込み需要が見込める商材となっている。

いよいよ 4 月に迫った消費税率のアップだが、消費者の側では、ある程度増税に理解は示しているものの、完全に納得したとはいえない状況にある。そんな中で、家計を防衛するために、食費をはじめとした支出の切り詰めを行ったり、高額製品などは今のうちに購入しておくなど、さまざまな動きが出つつある。いずれにしても、消費税率が 8%へとアップする 4 月以降は、一時的にしても消費の冷え込みは避けられないものと思われ、それがようやく立ち直りつつある日本経済全体に影響を及ぼさないかどうか見守る必要があるとそうだ。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください

<http://kakaku.com/research/backnumber.html>

**【調査パネル】**

調査エリア：全国 調査対象：価格.comID 登録ユーザー

調査方法：価格.com サイトでの Web アンケート調査 回答者数：4,824 人

男女比率：男 91.8%：女 8.2%

調査期間：2014 年 2 月 13 日～2014 年 2 月 19 日

調査実施機関：株式会社カカクコム

※四捨五入による端数処理のため、合計が 100%にならないことがあります。

**【価格.com サイトデータ】（2013 年 12 月末現在）**

月間利用者数 4,568 万人、月間ページビュー10 億 3,292 万 PV、累計クチコミ件数 約 1,600 万件。

<利用者内訳> PC : 2,990 万人 スマートフォン : 1,510 万人 フィーチャーフォン : 68 万人

**【報道に関するお問い合わせ先】**

株式会社カカクコム 広報室 e-mail: [pr@kakaku.com](mailto:pr@kakaku.com)

**データの引用・転載時のクレジット表記について**

本調査結果の引用・転載の際は、必ずクレジットを明記くださいますようお願い申し上げます。

**クレジット表示例**

- ・「価格.com リサーチ」調べ
- ・購買支援サイト「価格.com」が実施した調査によると…