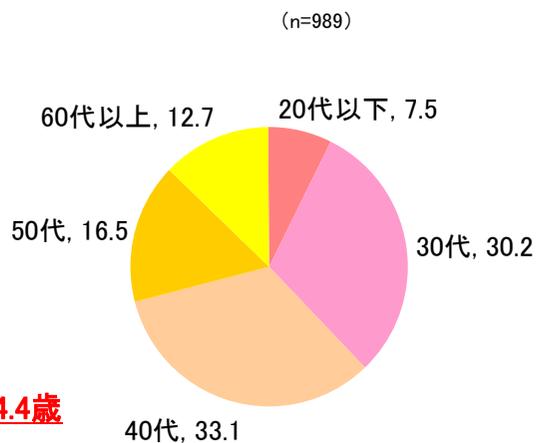




## 【消費税増税についてのアンケート 調査対象者プロフィール】

(数字はすべて%)

### 【年齢】



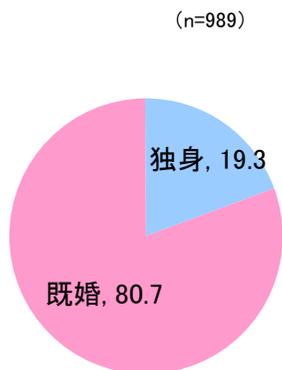
### 【居住地】

No.	都道府県	n	%
1	北海道	10	1.0
2	青森県	2	0.2
3	岩手県	1	0.1
4	宮城県	25	2.5
5	秋田県	1	0.1
6	山形県	2	0.2
7	福島県	9	0.9
8	茨城県	4	0.4
9	栃木県	5	0.5
10	群馬県	1	0.1
11	埼玉県	57	5.8
12	千葉県	82	8.3
13	東京都	209	21.1
14	神奈川県	131	13.2
15	新潟県	2	0.2

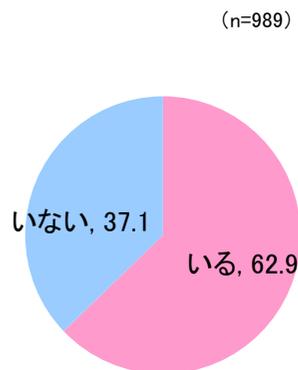
No.	都道府県	n	%
16	富山県	2	0.2
17	石川県	5	0.5
18	福井県	1	0.1
19	山梨県	1	0.1
20	岐阜県	4	0.4
21	静岡県	7	0.7
22	愛知県	33	3.3
23	三重県	4	0.4
24	滋賀県	5	0.5
25	京都府	29	2.9
26	大阪府	169	17.1
27	兵庫県	112	11.3
28	奈良県	4	0.4
29	和歌山県	1	0.1
30	鳥取県	2	0.2

No.	都道府県	n	%
31	岡山県	7	0.7
32	広島県	10	1.0
33	山口県	2	0.2
34	香川県	9	0.9
35	愛媛県	11	1.1
36	高知県	2	0.2
37	福岡県	14	1.4
38	佐賀県	1	0.1
39	熊本県	7	0.7
40	大分県	3	0.3
41	宮崎県	1	0.1
42	鹿児島県	2	0.2
	全体	989	100.0

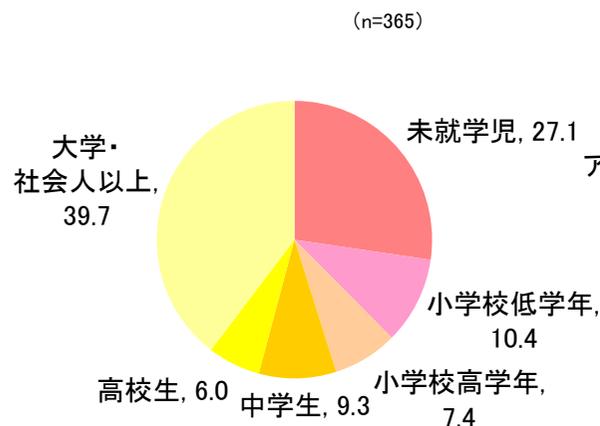
### 【未既婚】



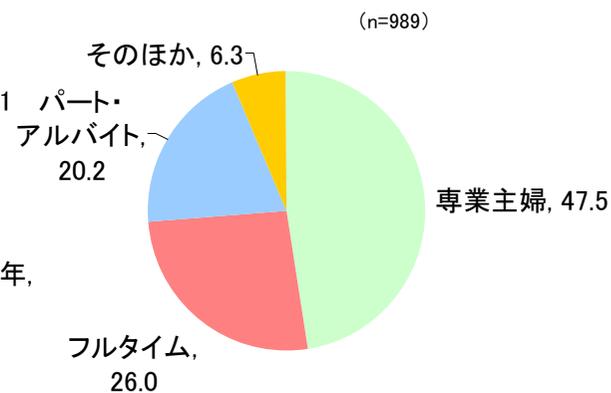
### 【お子様の有無】



### 【末子年齢】



### 【働き方】





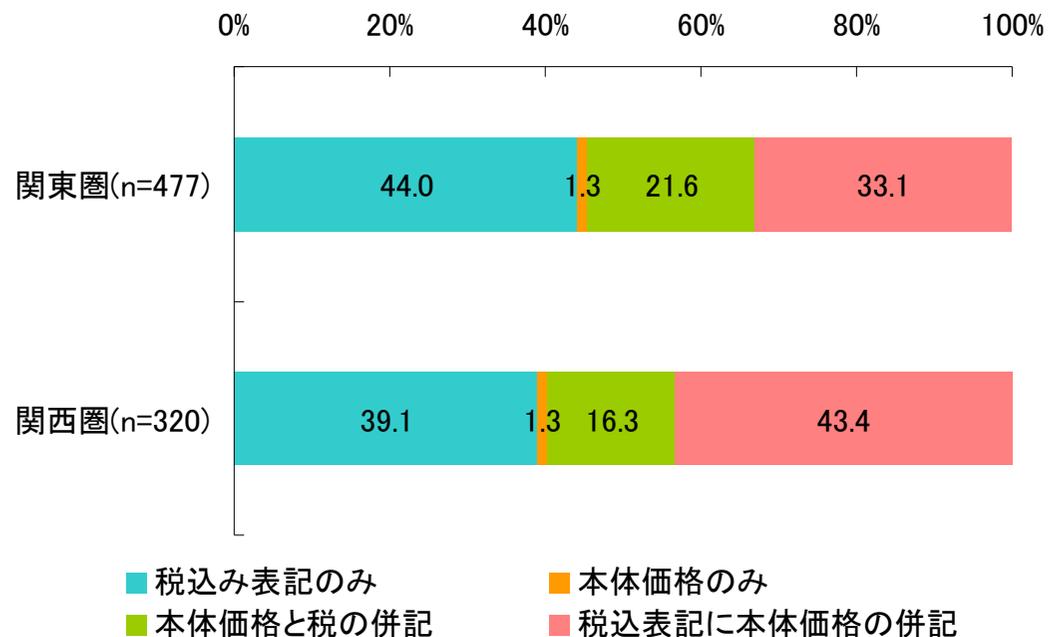
いよいよ4月から消費税増税、最も望まれる価格表記は？

いよいよ消費税が上がる。業界ごとに価格表記や経過措置をどう知らせるかなど対応に追われているが、家計を預かる主婦としても駆け込みで買うかどうか悩ましい時期だろう。

税込表記が原則だが、さすがに移行期間中は表記方法も経過措置が認められ、業界によって様々になる。消費者として望ましい表記は？という、関東圏と関西圏で意見が分かれた。

本体価格と税込価格の併記を望む人が多い関西圏は、やはりリコスパにシビアな人が多いのだろう。いずれにしても、結局レジでいくら払うのかパッと知りたいというのが女性の希望だ。

【消費税増税に伴ってあなたが最も望ましいと思う価格表記は？】





鉄道料金などについて、  
「現状料金で10%になるまで据え置くべき」という意見が半数以上。

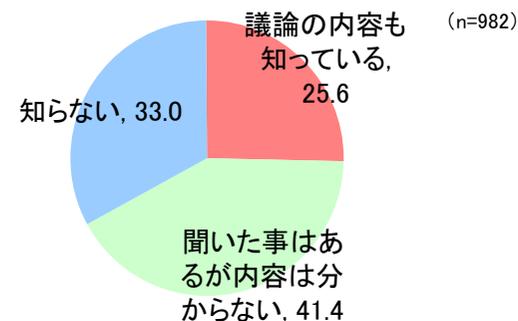
(数字はすべて%)

鉄道やバス運賃で、関東と関西で対応が分かれて議論になっていることを、内容も含めて「知っている」と答えた人は全体の4分の1。

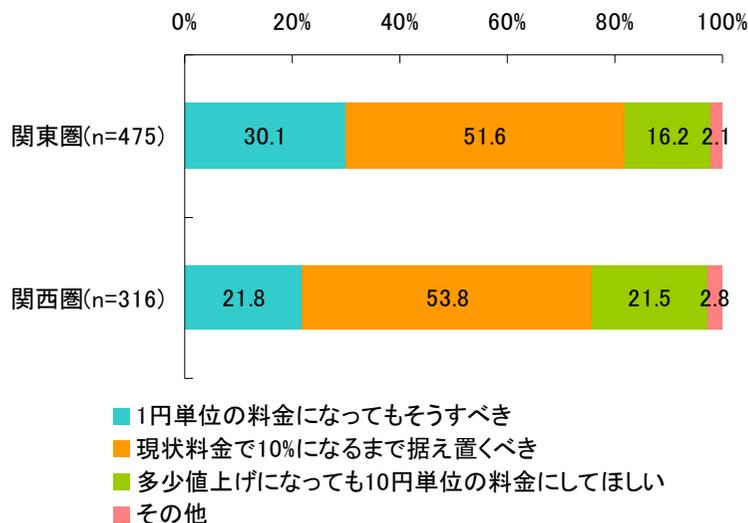
また、政府が推奨している現状料金を105で割って108をかける方法については、「現状料金で10%になるまで据え置くべき」という意見が半数以上。「1円単位の料金になってもそうすべき」は関東圏が、「多少値上げになっても10円単位の料金にしてほしい」は関西圏がやや多め。

関西圏は電子マネーの利用率が関東圏に比べ2割以上低いことから、切符売り場での1円単位の支払いが面倒。なので「多少値上げになっても～」が多くなっているのかもしれない。それでもこれを機に電子マネーに変えようと思っている人は1割程度でそう多くはない。

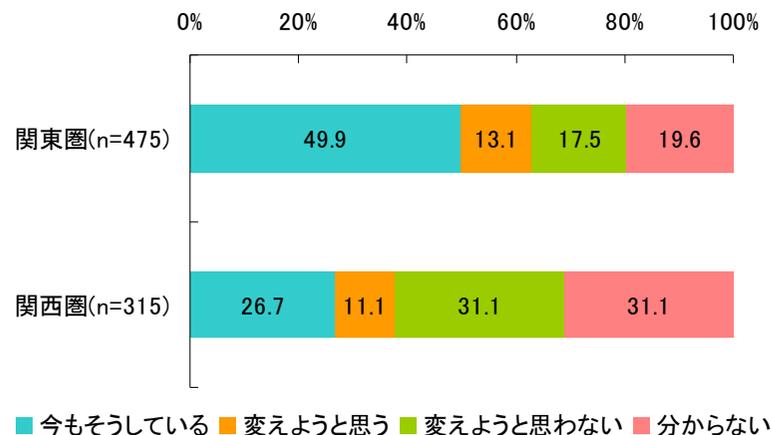
【鉄道やバス運賃で、関東と関西で対応が分かれて議論になっているのを知っていますか？】



【鉄道料金などについて政府は、現状料金を105で割って108をかける方法を推奨しています。どう思いますか？】



【これを機会にスイカなどの電子マネーに、自販機や駅売店などの支払いも含めて、変えようと思いませんか？】





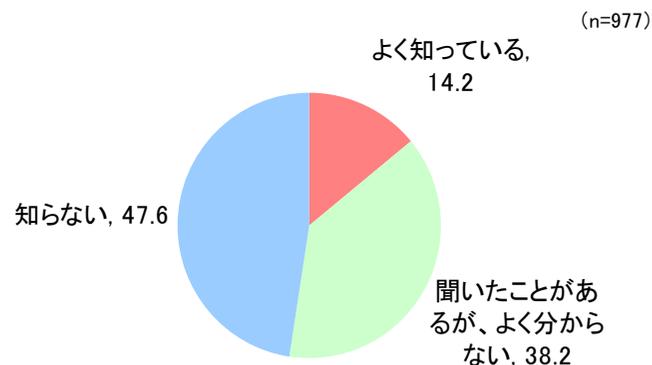
(数字はすべて%)

**通販やネットショッピングで  
「3月末までに注文→4月以降代金決済なら、  
増税分は企業が負担すべき」が7割以上**

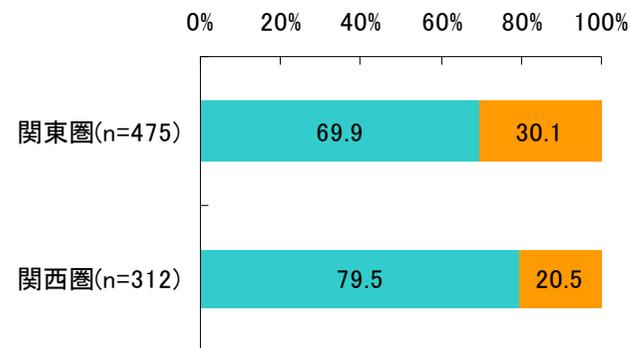
通販やネットショッピングで、3月末までに注文しても4月以降に代金決済の場合の企業対応を「よく知っている」と答えたのは、全体の14.1%。ほとんどの人が知らないか、内容まではよく分からないと回答している。

そのような場合、どう対応すべきか?という問いには、「代金支払いが4月以降になるのは販売方法の問題だから、増税分は企業が負担すべき」という意見が全体の7割以上だった。ちなみに東西別に見ると、関西圏のほうが1割程度多い79.5%。

**【通販やネットショッピングで、3月末までに注文しても  
4月以降に代金決済の場合、企業対応をご存知ですか?】**



**【そのような場合、対応で  
あなたの考えに近いのは、どちらですか?】**



- 代金支払いが4月以降になるのは販売方法の問題だから、増税分は企業が負担すべき
- 代金支払いが4月以降になるのだから、8%の消費税を消費者が負担するのはやむをえない



住宅ローン減税、自動車所得税変更の認知度は低い

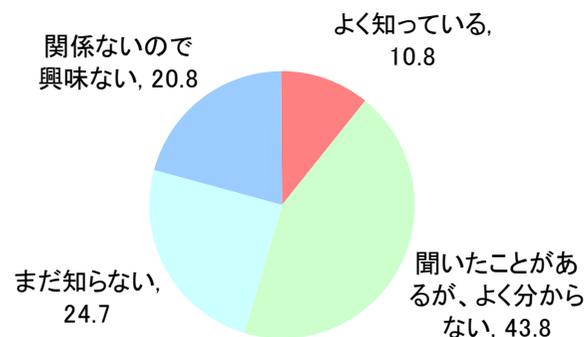
消費税増税に伴い、住宅ローン減税が変わることを知っている人は全体の1割。自動車の取得税が変わることを知っている人は、2割弱だった。

1年後の4月に消費税が10%に引きあがる計画があることについては、8割以上の人が知っており、今年の3月までには間に合わないけれど、10%になるまでに購入を考えているものが「ある」という人も約2割いる。

(数字はすべて%)

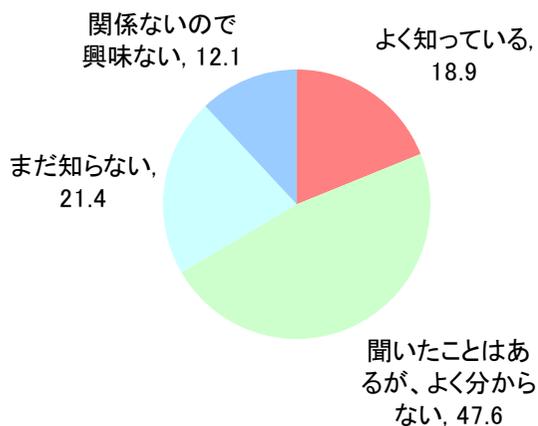
【消費税増税に伴い、住宅ローン減税が変わることをご存知ですか？】

(n=976)



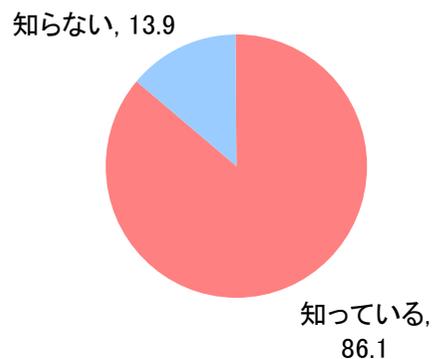
【消費税増税に伴い、自動車の取得税が変わることを御存知ですか？】

(n=977)



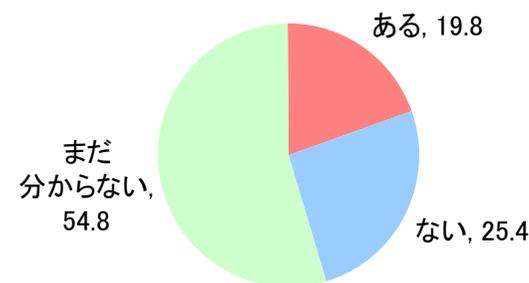
【1年後の4月には消費税が10%に引きあがる計画があるのを、ご存知ですか？】

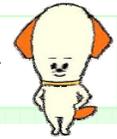
(n=973)



【今年の3月までには間に合わないけれど、10%になる前に購入を考えているものはありますか？】

(n=981)





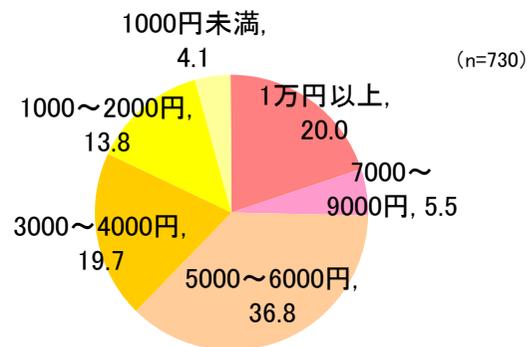
消費税が上がったら節約する人は全体の4分の3。  
6割以上が5000円以上は節約しようと考えている

消費税が上がったら節約するという人は全体の3/4。その金額は5000~6000円が最多で4割近く、62.3%が5000円以上は節約しようと考えている。

家計調査によれば2人以上世帯での消費支出平均は約28万6000円(2012年平均)。増税3%分は8580円になり、主婦の感覚はぴったり合っている。賃金もこれくらい上がれば、節約意識も少しは薄れるだろうか。

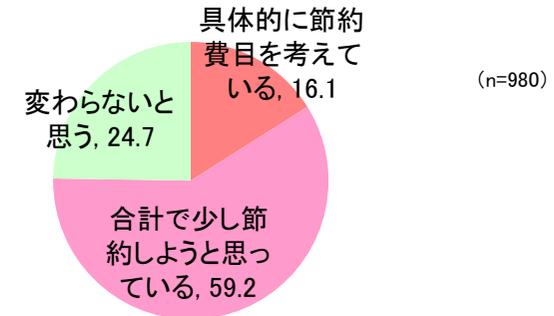
節約で削られる費目は嗜好品の食費と外食、日常品の食費と続いた。家計に占める割合が高く、必要ではないものもつい買ってしまいがち分野だ。

【消費税が上がったら節約しようと思っている方、  
月いくらぐらいの節約を考えていますか？】

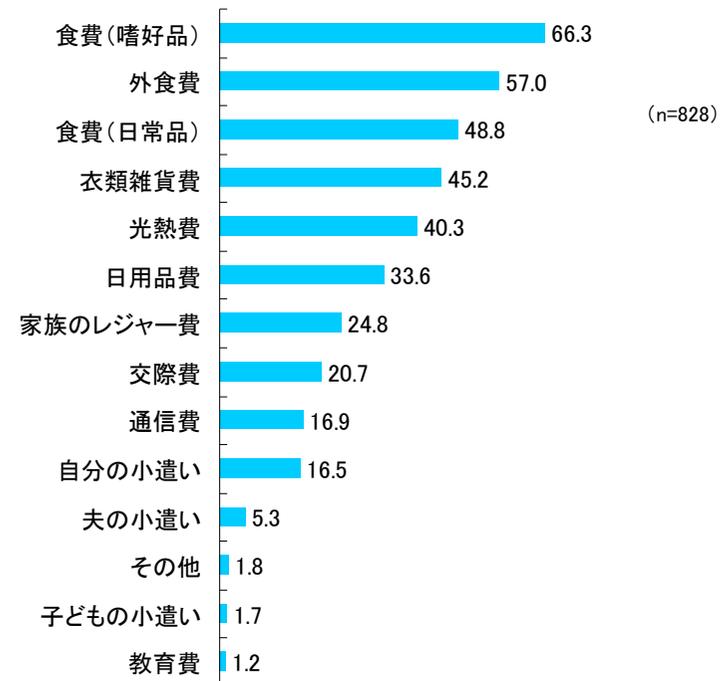


【消費税が上がったら、  
月々の節約を考えますか？】

(数字はすべて%)



【主にどんな費目で支出を抑えようと思っていますか？】





(数字はすべて%)

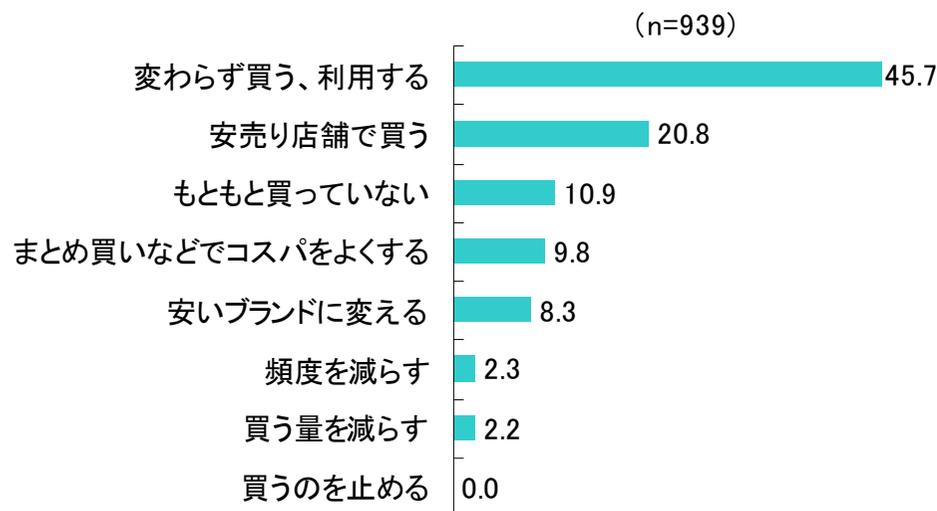
洗剤など日用品やシャンプー、合わせ調味料やヨーグルトは安売り店舗で節約。  
安いブランドに変える検討をされるのは化粧品類

節約方法はものによって異なるが、安売り店舗で買うようにするという人が一般的に多い。  
主に洗剤やトイレトーパーなど日用品、シャンプー・リンス、合わせ調味料、ヨーグルト、冷凍食品、  
即席麺、カップ麺、ビールほか酒類、食パン、お菓子類、清涼飲料などだ。

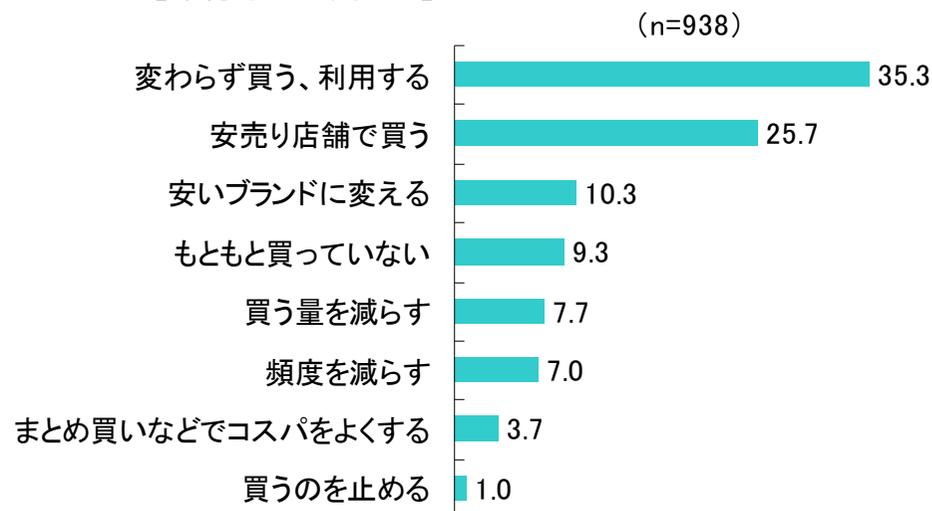
米、新聞、通信、電気、食パン、ヨーグルト、基礎化粧品など定番を日々使うものは、変わらずに買うだ  
ろうとする人も多いが、量と価格の関係をがらりと変えるような工夫も必要になるだろう。

安いブランドに変える検討をされるのは化粧品類。頻度を減らされるのは外食、レジャー、美容院。価  
格勝負をしないのなら、付加価値を改めて実感させるアピールが必要だろう。

【節約方法／米】



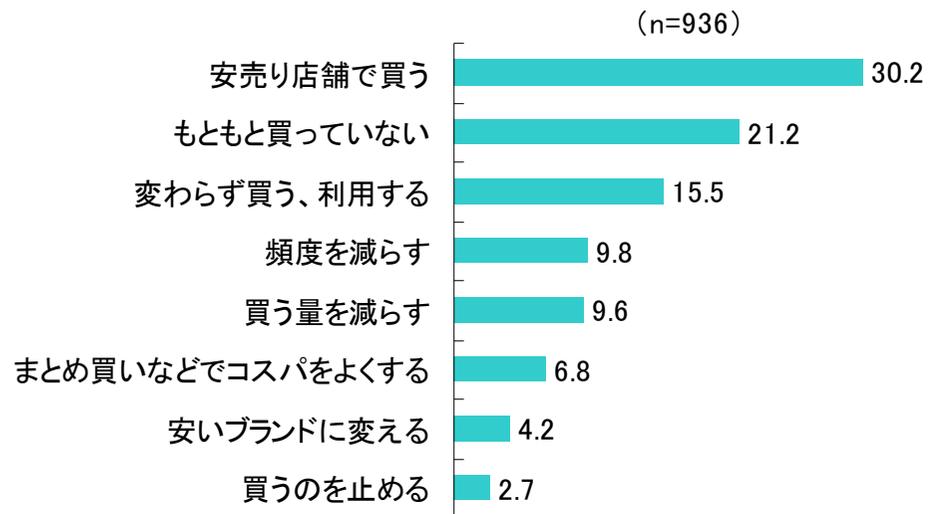
【節約方法／食パン】



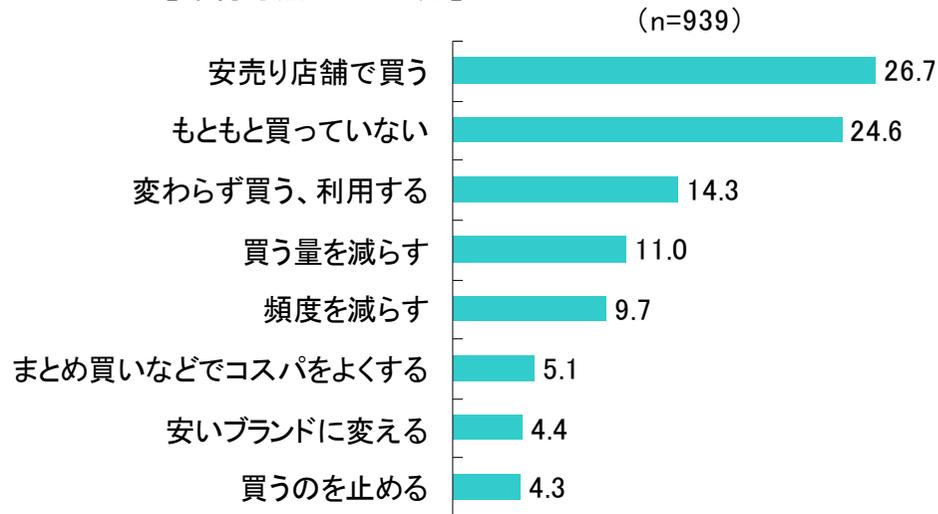


(数字はすべて%)

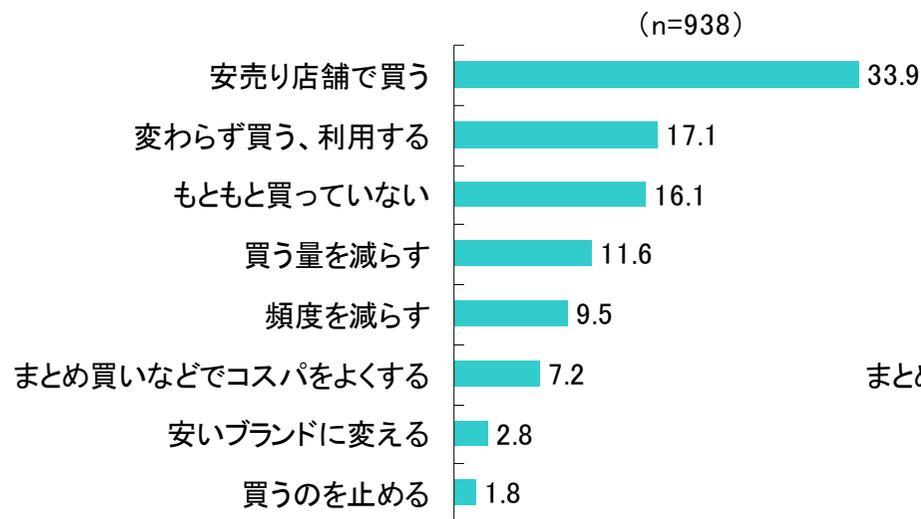
【節約方法／即席麺】



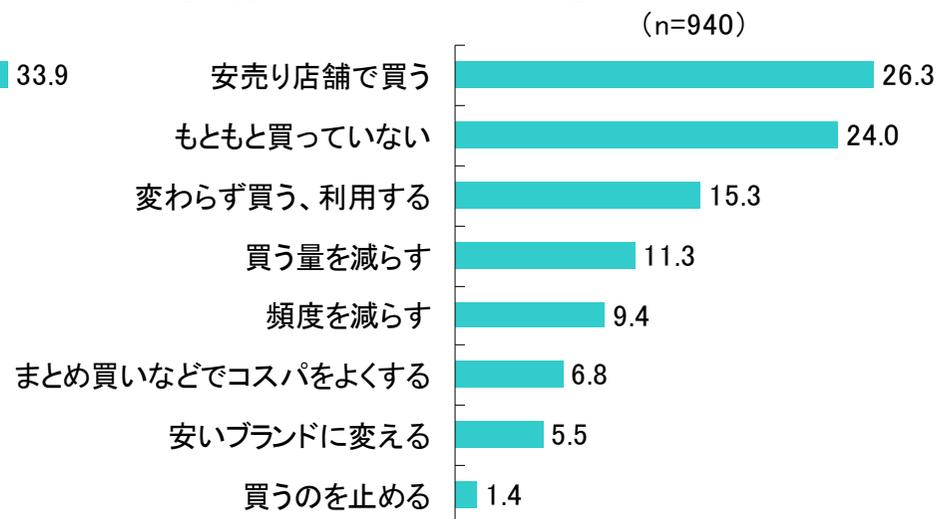
【節約方法／カップ麺】



【節約方法／冷凍食品】



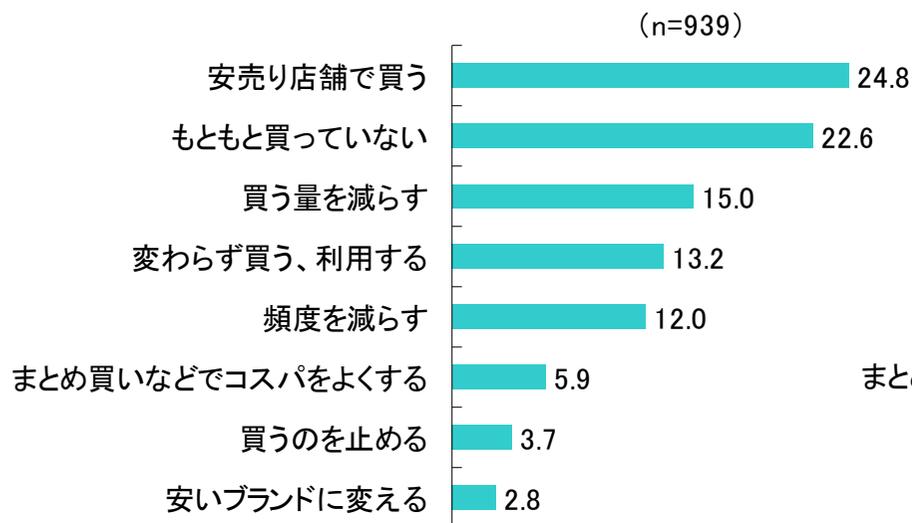
【節約方法／ビールほか酒類】



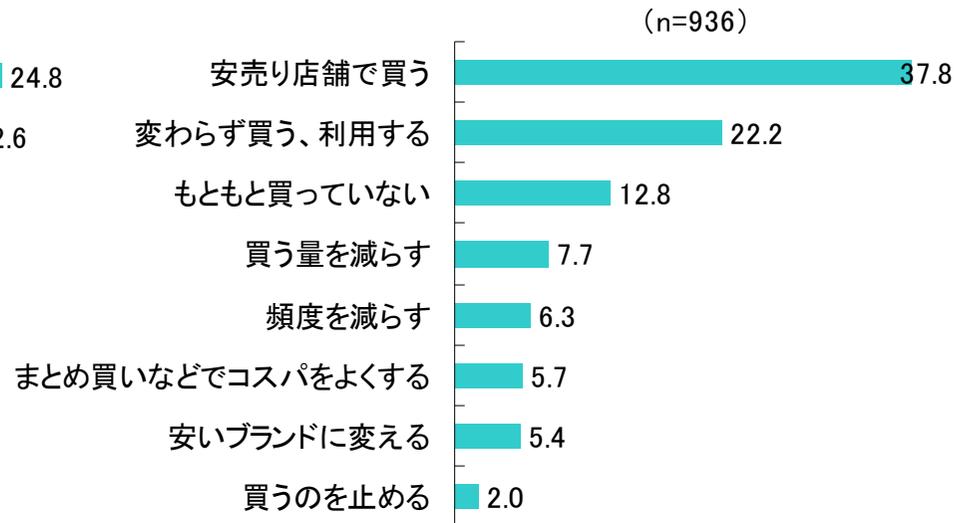


(数字はすべて%)

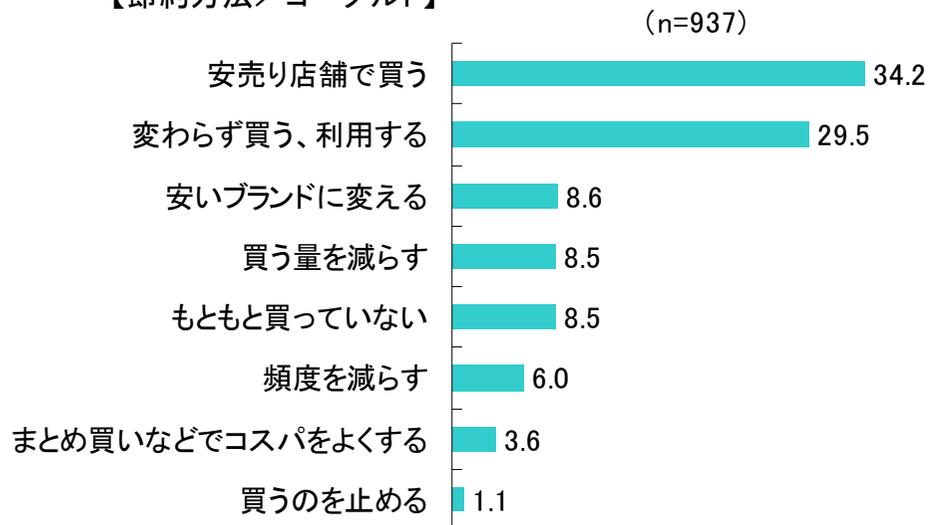
【節約方法／清涼飲料】



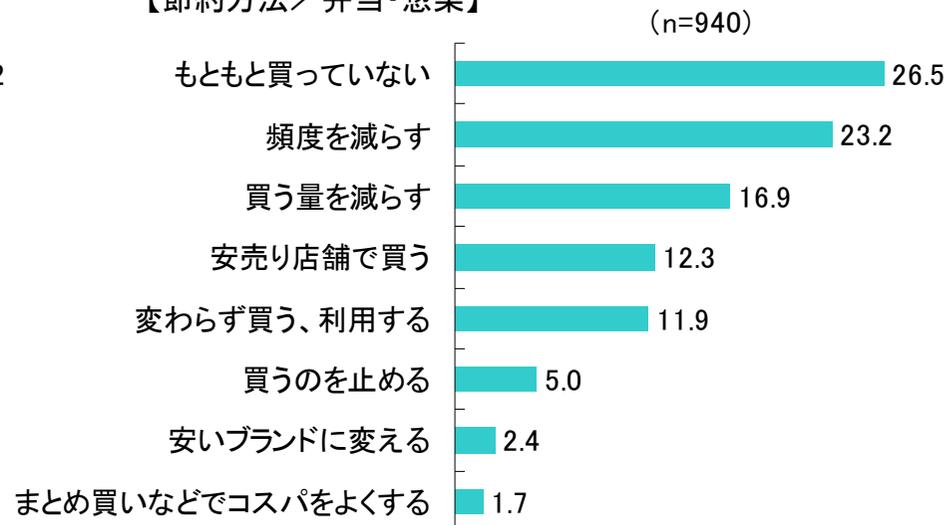
【節約方法／合わせ調味料】



【節約方法／ヨーグルト】

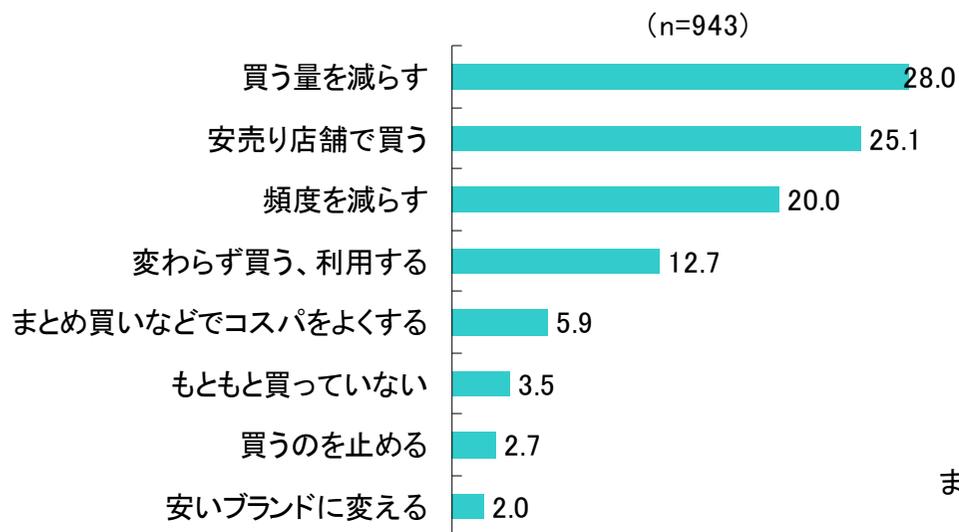


【節約方法／弁当・惣菜】

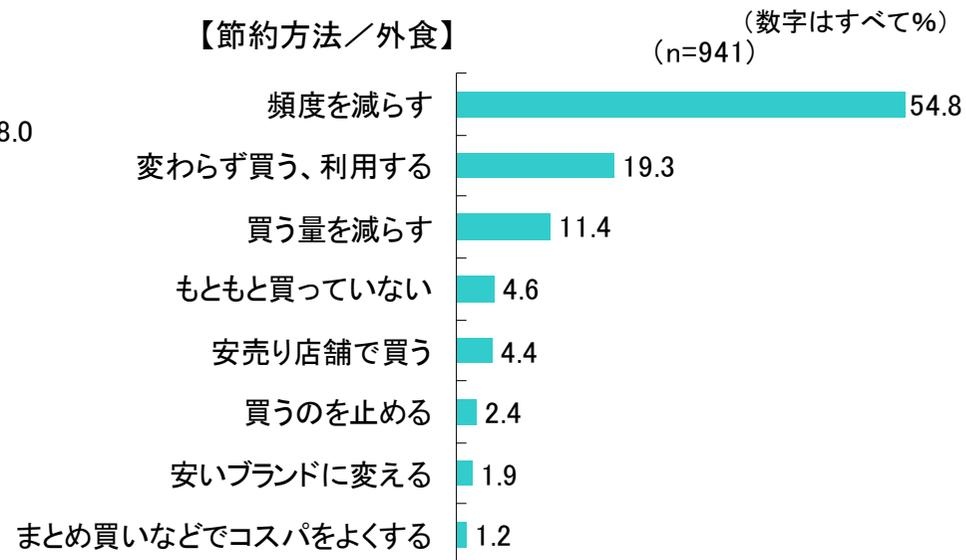




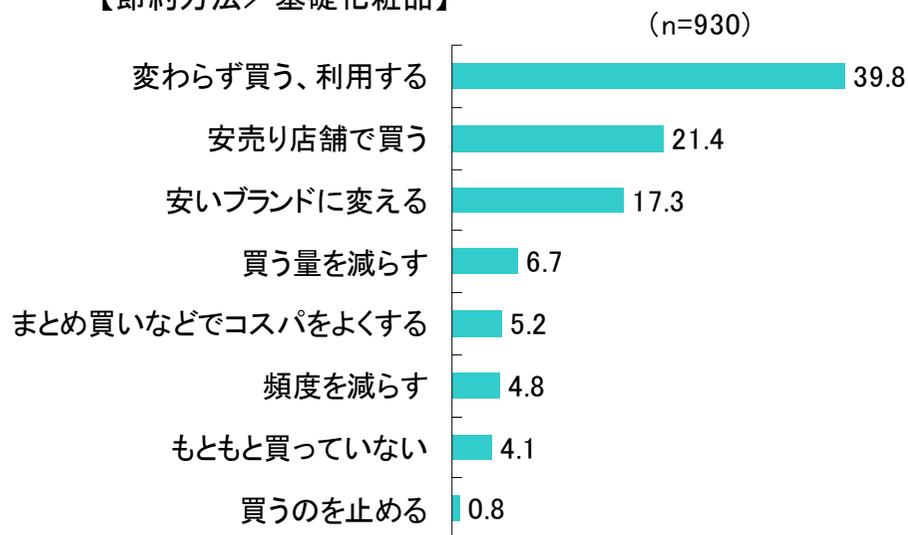
【節約方法／お菓子類】



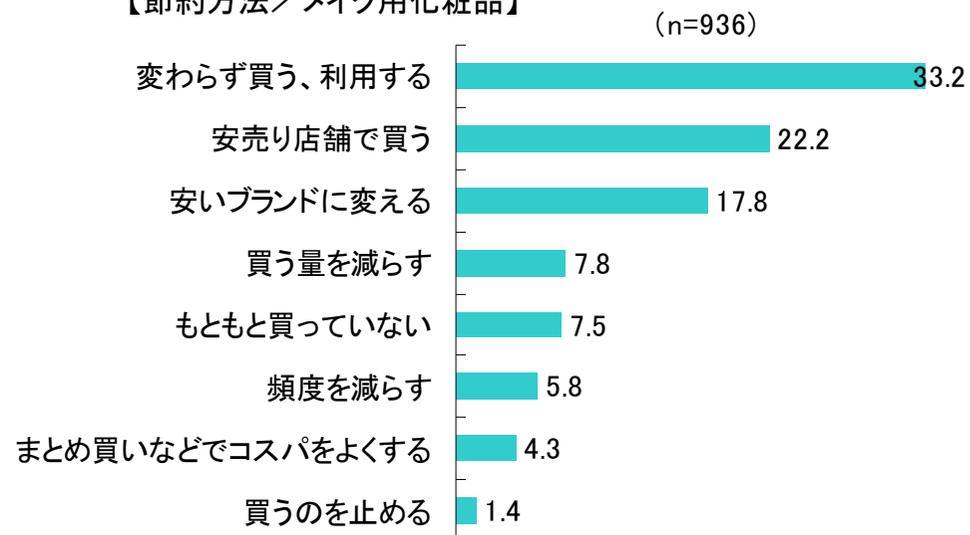
【節約方法／外食】



【節約方法／基礎化粧品】



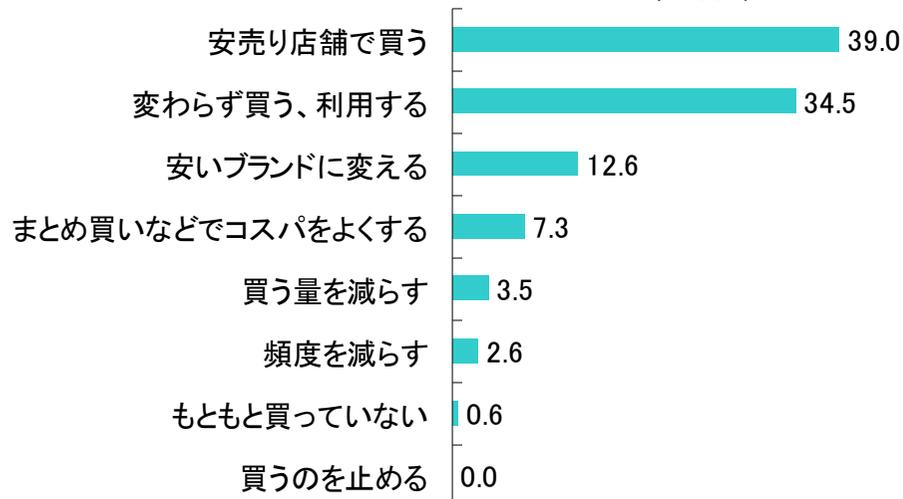
【節約方法／メイク用化粧品】





【節約方法／シャンプー・リンス】

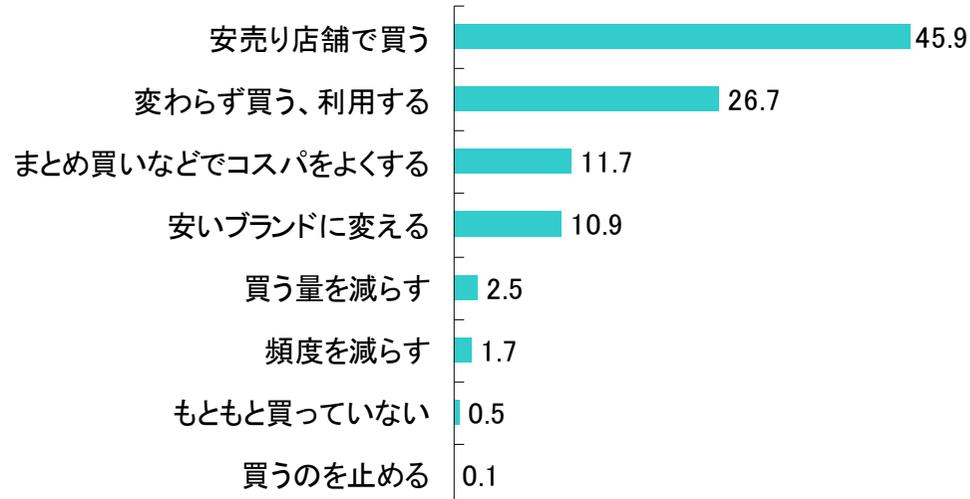
(n=937)



【節約方法／洗剤・トイレットペーパーなど日用雑品】

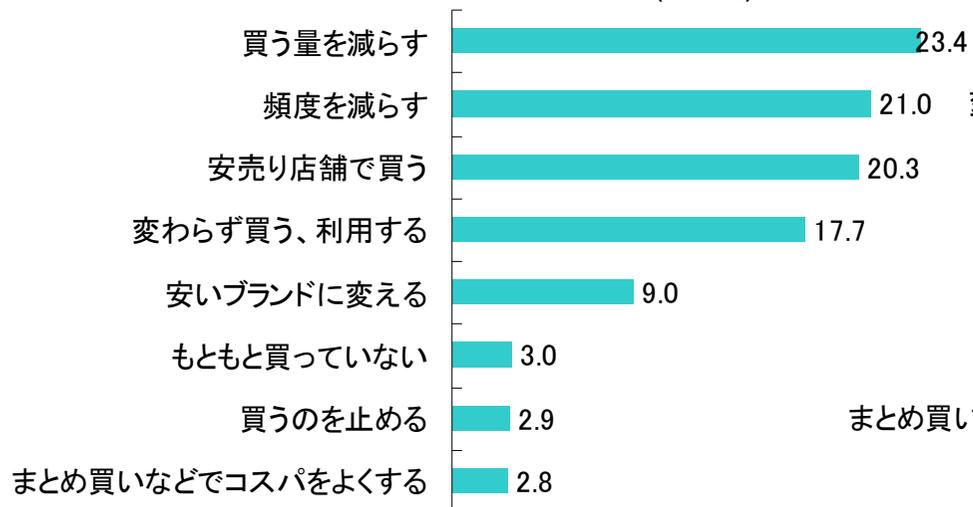
(数字はすべて%)

(n=937)



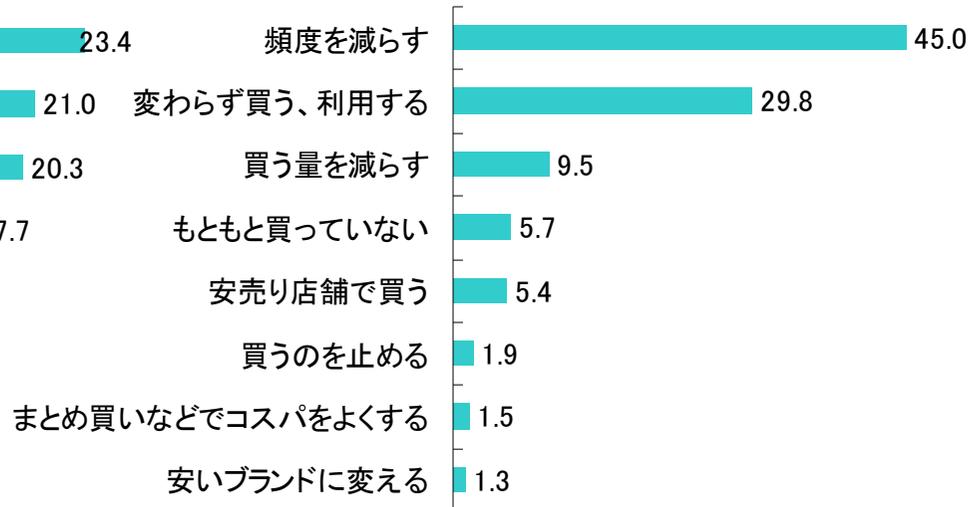
【節約方法／ファッション衣料】

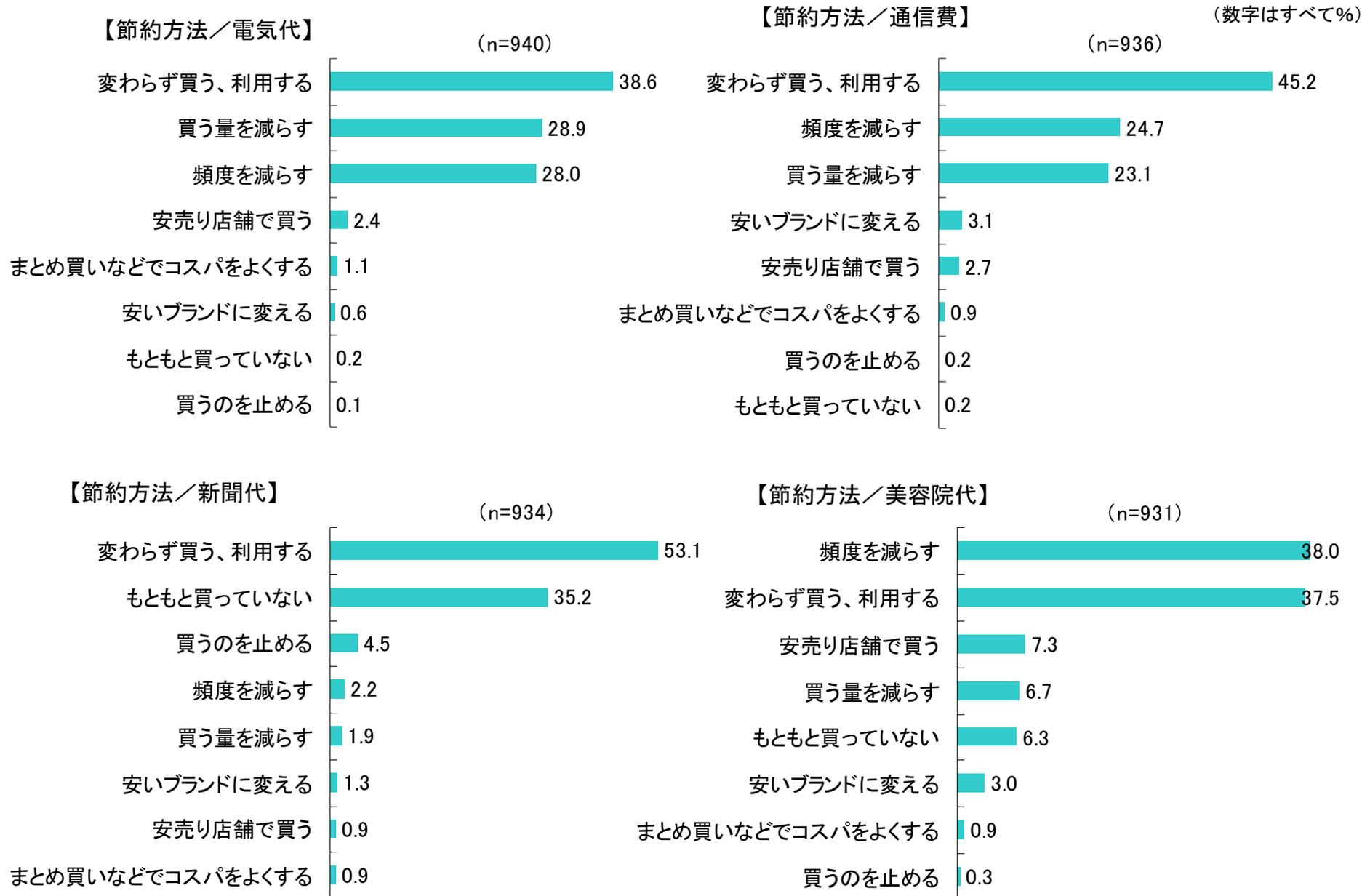
(n=940)



【節約方法／レジャー】

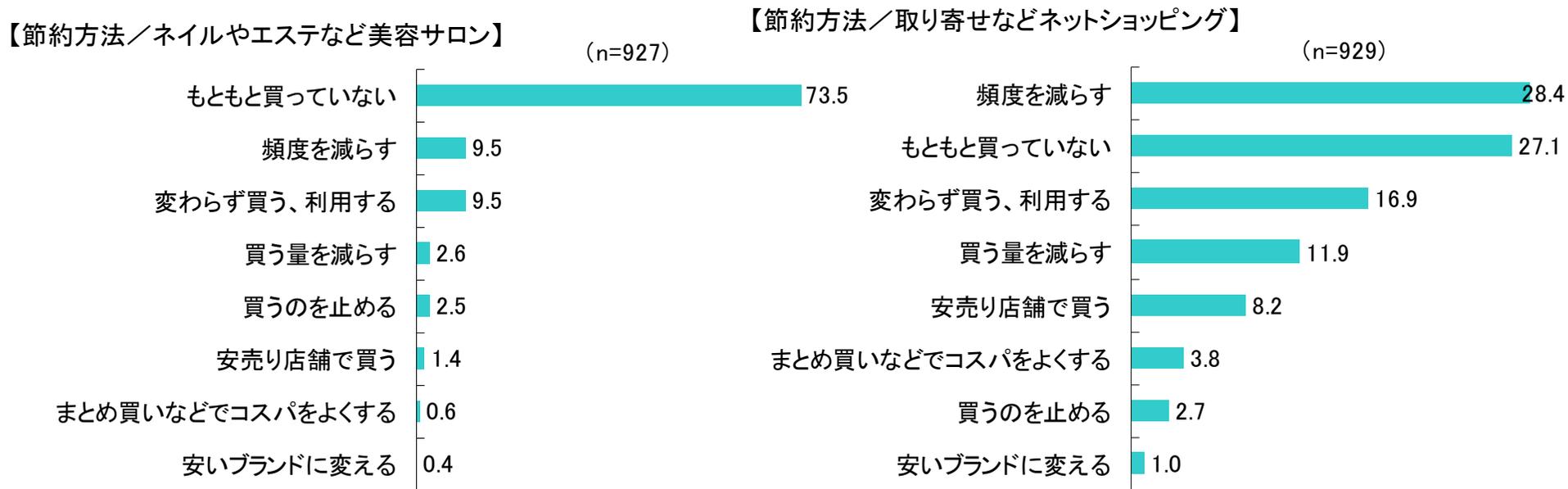
(n=934)







(数字はすべて%)





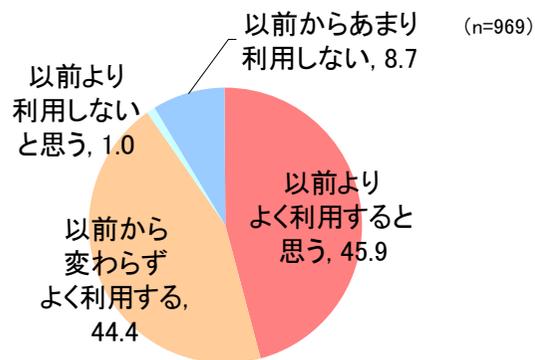
(数字はすべて%)

**節約のためクーポンやチラシは「より利用する」が大半  
預貯金にまわす金額を「増やす」人も15%**

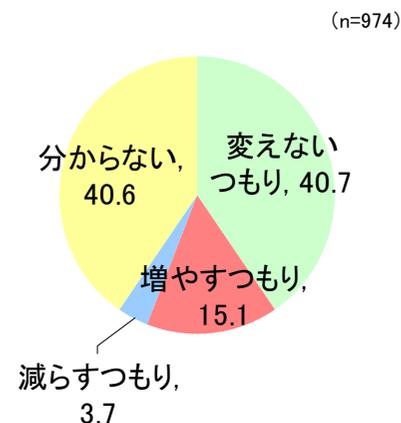
節約のためにクーポンやチラシ情報はより利用しようという人が大半。しかし、預貯金にまわす金額は変えないどころか増やそうという人も15%に上り、将来不安は根強いと言える。

1997年に3%から5%へ上がった時も、4月から6月までは消費が落ちた。当時もポイントアップやクーポンなどの還元的なキャンペーンが増えたそうだが、今回もこの3カ月の集客対策は必須。価格だけじゃなく心に訴える工夫が求められる。

【節約のために、チラシや特売、クーポンなどを利用すると思いますか？】



【預貯金にまわす金額を変えようと思いますか？】



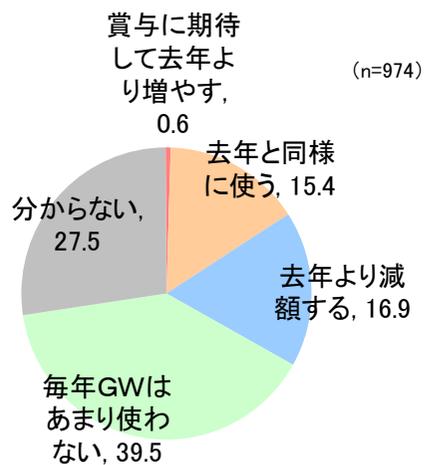


2014年、GWのレジャー費用はやや節約モード

(数字はすべて%)

GWのレジャー費用も増やすという人はほとんどおらず、むしろ「去年より減額する」が16.9%と節約モード。

【今年のGWのレジャー費用はどう考えていますか？】



【今年のGWのレジャー費は、いくらくらい使うと予定していますか？】

