

2019 年 2 月 21 日

電通、10 月の消費増税に向けて「全国 1 万人意識調査」を実施

— 7 割近くに駆け込み需要。4 割が数カ月分のまとめ買い意向 —

— シニアの 7 割近くがポイント還元の中小小売でキャッシュレス決済意向あり —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）は、2019 年 10 月に予定されている 10%への消費増税に向けて、全国の 20～69 歳の男女計 10,000 人を対象に、消費増税に対する「認知・理解」や「現状の対策意識」を把握するため、「全国 1 万人意識調査」を実施しました。当社の消費増税に関する意識調査としては 2013 年 6 月以来となり、今回の分析では過去の調査結果との比較や軽減税率対象外品目への消費意向などを踏まえ、結果を分析しています。本調査から得られた主なファインディングスは次の 7 つです。

■認知状況

1. 8 割以上の人々が 10%への消費増税を認知（前回 62.3%⇒今回 80.7%）。前回の消費増税時よりも 18.4 ポイント増加。（図 1 参照）

■駆け込み需要関連

2. 駆け込み需要は 7 割近くの人に。前回の増税時よりも約 7 ポイント増加（60.2%⇒67.1%）。特にシャンプー、洗剤などの日用品の購入意向に高まり（16.7%⇒27.5%）。一方で、住宅や車、家電耐久財などの高額商品に関する駆け込み需要は、前回の消費増税時よりも 3.7 ポイント低下。（図 2 参照）
3. 缶ビール、缶チューハイ、タバコ、日用品など軽減税率対象外品目において、数カ月分程度のまとめ買い意向が約 4 割に。（図 3 参照）

■購入見直しや購入場所の検討

4. 「有料のメルマガ」「ソーシャルゲームなどの課金」「レジャー施設などの年間パスポート」は消費増税による購入見直しの対象に。（図 4 参照）
5. スーパーマーケット、100 円ショップ、ネットショッピング、ドラッグストアでの利用頻度は増える予想。（図 5 参照）

■キャッシュレス関連

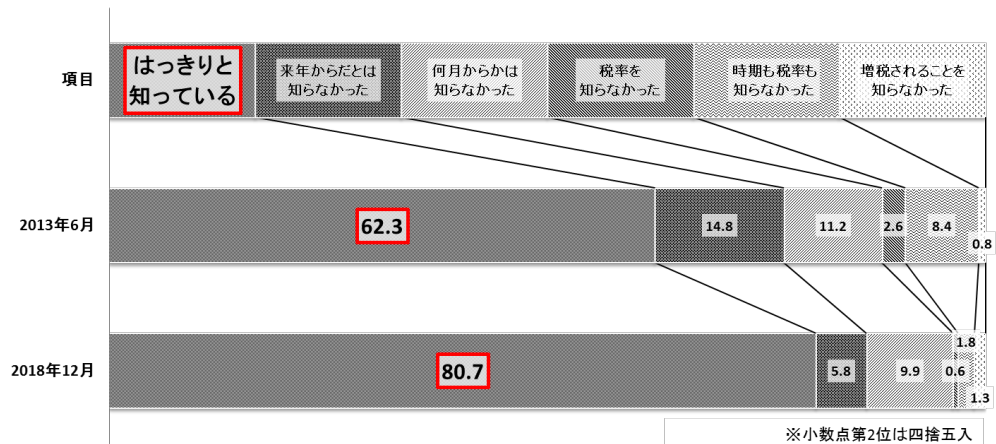
6. キャッシュレス決済の利用機会が増えると答えた人は約 7 割。シニア層で顕著。（図 6 参照）
7. 中小小売において、ポイント還元があれば可能な限りキャッシュレスにという声がシニア層で 7 割以上。（図 7 参照）

＜主な調査結果＞

1. 今回の消費増税については 80.7%の人が「はっきりと知っている」と回答。8%引き上げ時（2013年6月調査）は 62.3%であり、前回よりも 18.4ポイント増加している。

質問：消費税は来年（2019年）の10月から10%に増税される予定ですが、あなたはそのことをご存知ですか。あなたのお気持ちに近いものをお知らせください。

（図1）

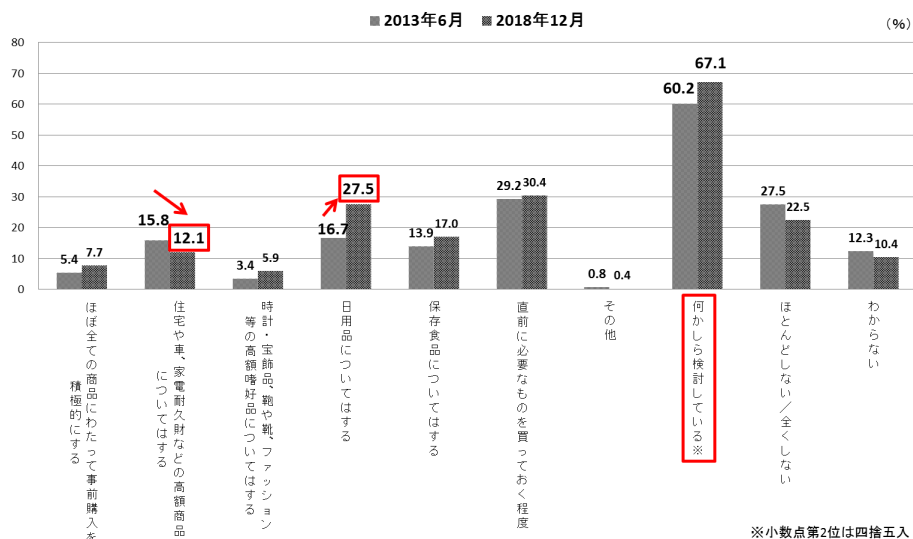


2. 消費増税までの間に、「事前に購入する／買い置きする」などの対策を、何かしら検討している※人は 67.1%(前回 60.2%)、「ほとんどしない／全くしない」と回答した人は 22.5%（前回 27.5%）、「わからない」と回答した人は 10.4%（前回 12.3%）であった。何かしらの駆け込み需要をしようと考えている人が7割近く存在し、8%への消費増税時よりも駆け込み需要意向は高まりをみせている。また、日用品について「事前に購入する／買い置きする」などの対策を検討していると回答した人が前回の 16.7%に比べ、今回は 27.5%となっている。

※何かしら検討している、は「ほとんどしない／全くしない」、「わからない」の合計値を全体から引いた推計値

質問：今から来年(2019年)10月の消費税率引き上げまでの間に、「事前に購入する／買い置きする」などの対策を、あなたは検討していますか。（いくつでも）

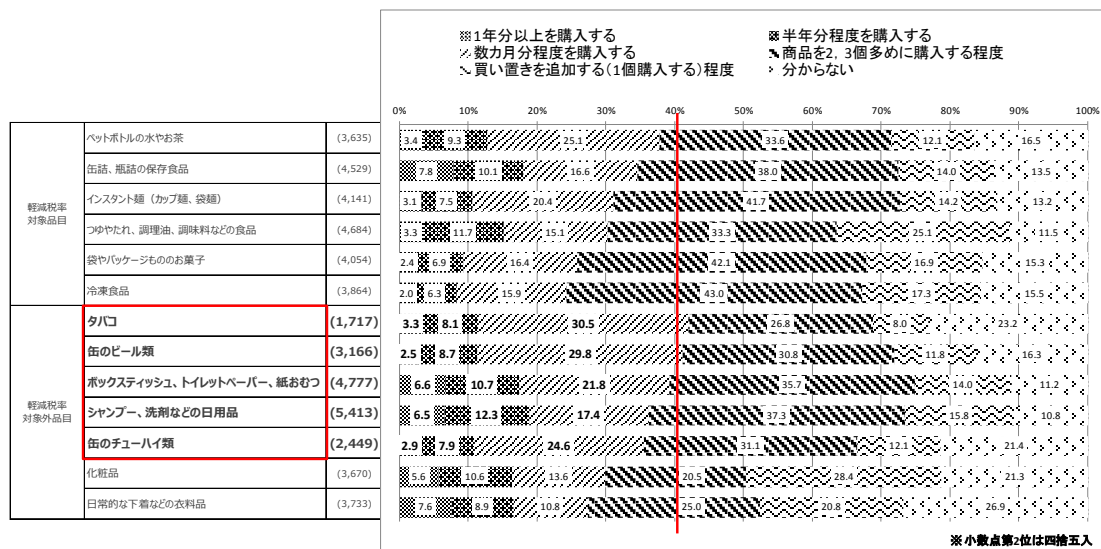
（図2）



3. 駆け込み購入予定量では、「シャンプーや洗剤などの日用品」「ティッシュ、トイレットペーパー」「缶ビール」「缶チューハイ」「タバコ」といった軽減税率対象外品目において、数カ月分程度をまとめ買いをするという声が駆け込み購入予定者の内、4割前後存在している。

質問：消費税率引き上げまでの間に「事前に購入／買い置き」について、購入した・検討する・関心がある、とお答えの商品・サービスについてお伺いします。あなたは、事前購入／買い置きはどのくらいの量をする予定ですか。

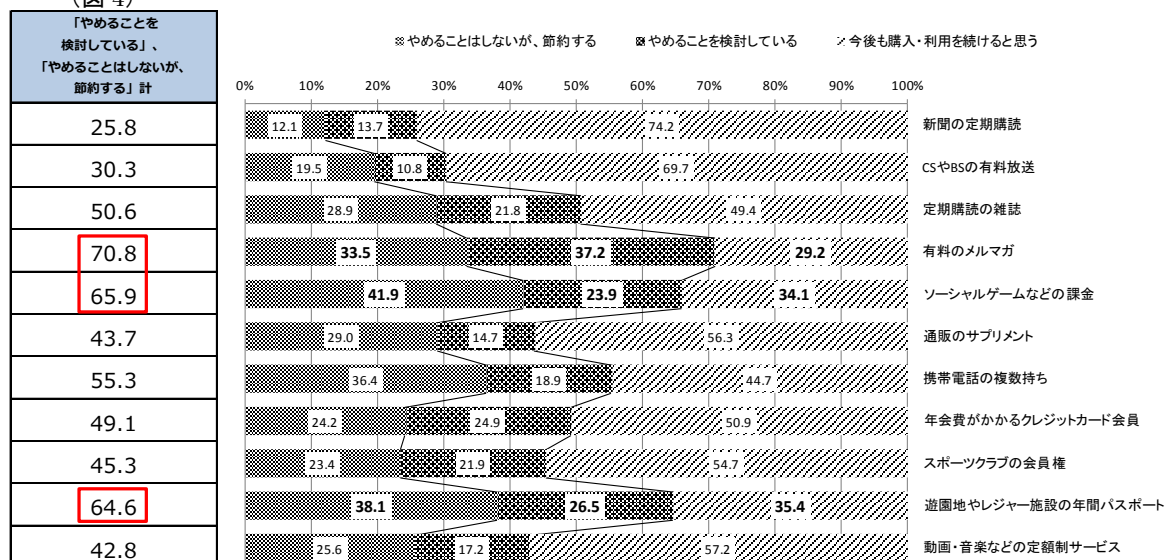
(図 3)



4. 消費増税をきっかけに購入・利用の見直しをしたいと思うものについては、「やめることを検討している」「やめることはしないが、節約する」と回答した人が、「有料のメルマガ」では70.8%、「ソーシャルゲームなどの課金」では65.9%、「遊園地やレジャー施設の年間パスポート」では64.6%と、高い割合を示している。

質問：あなたは、消費税増税をきっかけに購入・利用の見直しをしたいと思うものはありますか。以下にあげる商品・サービスについて、それぞれあてはまるものをお知らせください。

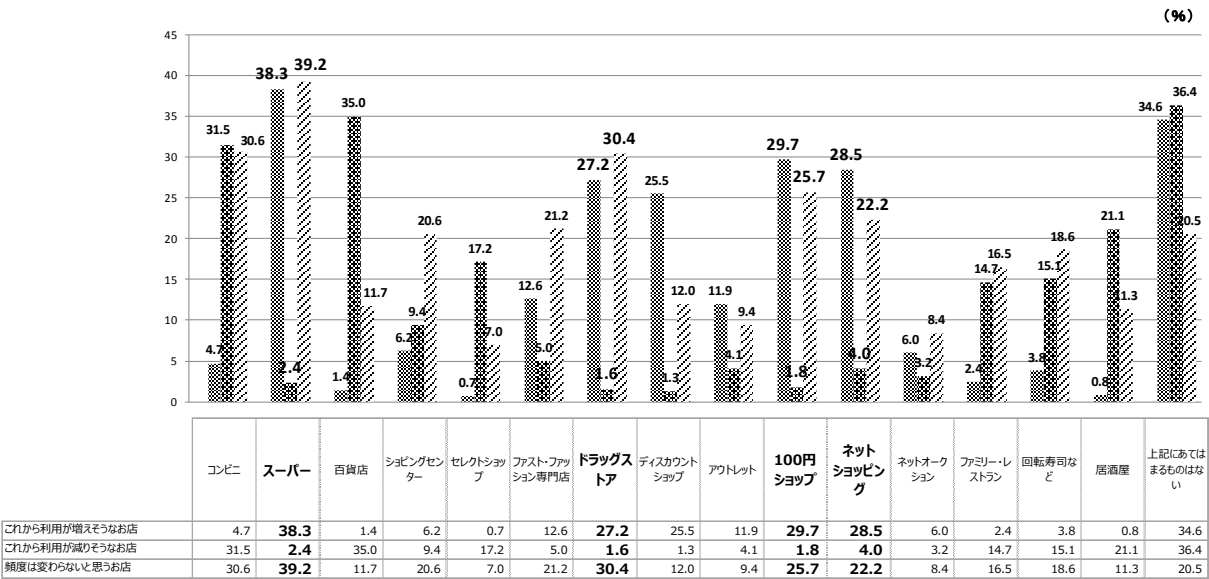
(図 4)



5. お店の利用頻度について、「これから利用が増えそうなお店」としてスーパーマーケット(38.3%)、100円ショップ(29.7%)、ネットショッピング(28.5%)、ドラッグストア(27.2%)が高い数値となっている。

質問：消費税率が8%から10%に上がることで、あなたは、お店の利用頻度について、「これから利用が増えそうなお店」、「これから利用が減りそうなお店」、「頻度は変わらないと思うお店」として、それぞれ、どのお店が当てはまると思いますか。

(図 5)



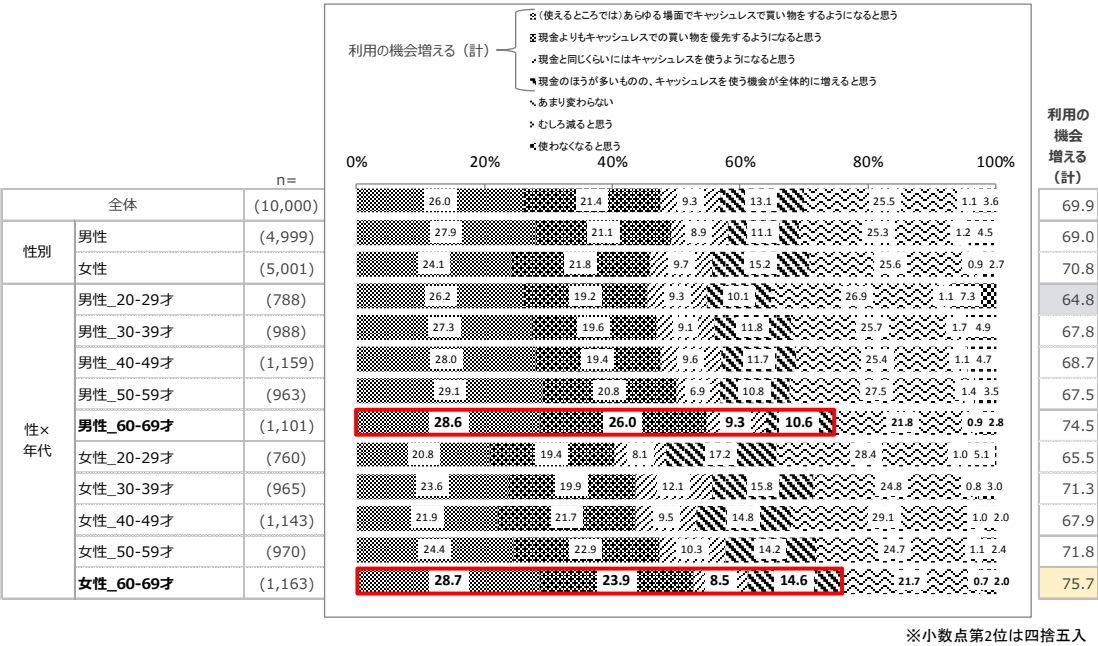
※少数点第2位は四捨五入

6. キャッシュレス決済の利用機会について、今後利用の機会が増える(※)と回答した人は、全体では69.9%。特に、男性60～69歳で74.5%、女性60～69歳で75.7%と、いずれも全世代で最も高い割合となっており、シニア層(男女60～69歳)でキャッシュレス決済の利用機会が増えると予測されている。

※「(使えるところでは)あらゆる場面でキャッシュレスで買い物をするようになると思う」「現金よりもキャッシュレスでの買い物を優先するようになると思う」「現金と同じくらいキャッシュレスを使うようになると思う」「現金のほうが多いものの、キャッシュレスを使う機会が全体的に増えると思う」の回答合計
質問：あなたは今後、キャッシュレスで支払いをする機会は増えると思いますか。最も当てはまるものをお知らせください。

(図は次ページ参照)

(図 6)

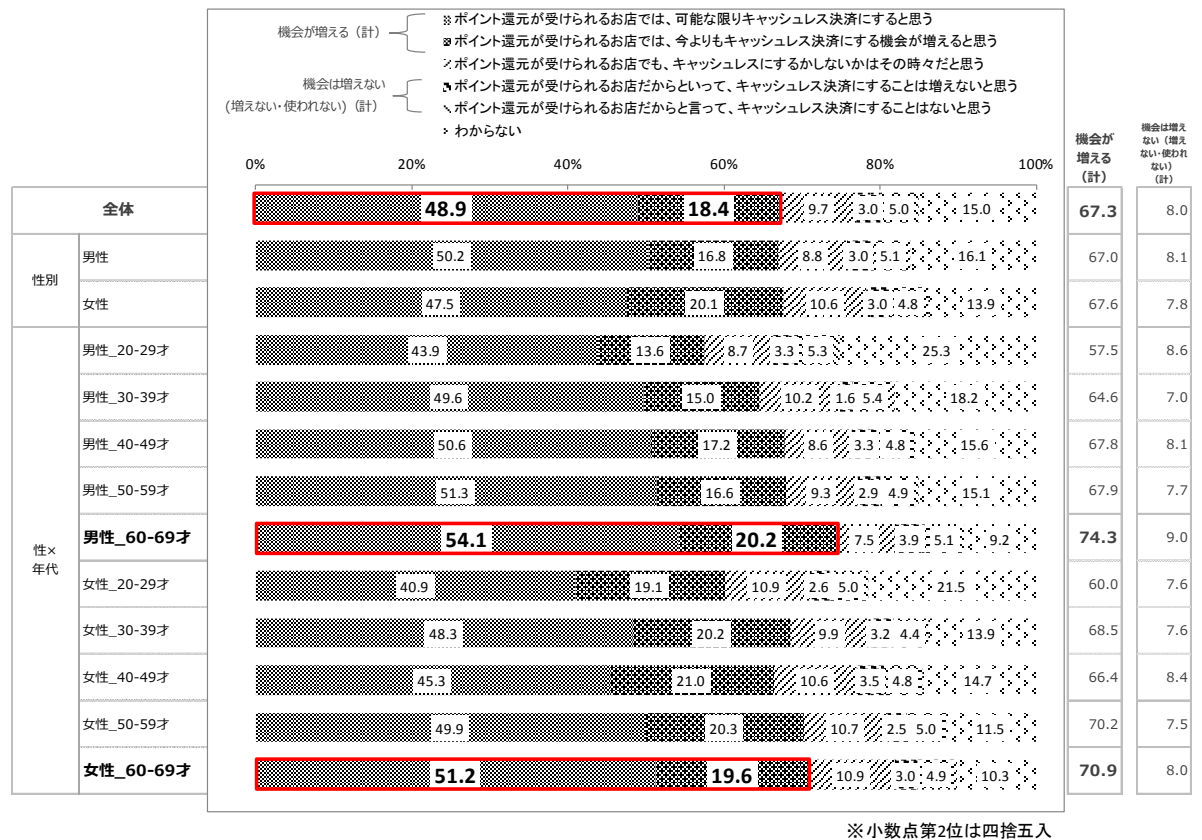


7. 今回の消費増税の経済対策として、中小の小売、宿泊・飲食サービス業でキャッシュレス決済をすると最大5%のポイント還元がされるが、今後ポイント還元が受けられるお店でキャッシュレス決済をする機会が増えると思うか、という質問に対し、可能な限りキャッシュレスに、との回答が48.9%。機会が増えるとの回答を合わせると67.3%と高い割合を示している。また、男性60～69歳で74.3%、女性60～69歳で70.9%と、いずれも7割以上、全世代で最も高い割合となっており、シニア層(男女60～69歳)の中小小売でのキャッシュレス決済の利用意向が高まると予測されている。

質問：今回の消費税増税の経済対策として、中小の小売、宿泊・飲食サービス業でキャッシュレス決済をすると最大5%のポイント還元がなされます。あなたは今後、ポイント還元が受けられるお店で買い物をするときにキャッシュレス決済をする機会が増えると思いますか。あてはまるものをお知らせください。

(図は次ページ参照)

(図 7)



【全国1万人意識調査の概要】

- ・調査実施時期：2018年12月21日(金)～12月25日(火)
- ・調査エリア：全国
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査機関：株式会社電通マクロミルインサイト
- ・調査対象：全国男女20～69歳 合計10,000名
 (広告・マスコミ・市場調査関係勤務者と学生は除く)
 集計の際、平成27年の国勢調査に準拠し、全国7ブロック別において、
 性×年代別構成に合わせて割り付け

【前回(8%への消費増税時)の調査概要】

- ・調査実施時期：2013年6月15日(土)～6月17日(月)
- ・調査エリア：全国
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査機関：株式会社電通マーケティング・インサイト
 (現 株式会社電通マクロミルインサイト)
- ・調査対象：全国男女20～69歳 合計1,200名
 (広告・マスコミ・市場調査関係勤務者と学生は除く)
 性×年代を人口構成比に基づいて割り付け

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレートコミュニケーション局 広報部
溪、升森 TEL : 03-6216-8041

【本調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 消費増税対策ユニット
明石、松本、平塚、井上 E-mail : shouhizouzei@dentsu.co.jp