

## 《 増税後の消費に関する意識調査 》

# 増税後、値段高くなったと感じる第一位「食費」7割

値段上がった上位項目、食費(70%)・日用品(39%)・電車代(33%)…庶民生活への影響懸念

コミュニケーションデザイン総合研究所 (<http://www.cd-s.info/>)は、消費増税後の消費に関する意識調査(全国男女300名)を、4月12日(土)～13日(日)の2日間で実施しました。

今回の調査で、①増税前の予想より、値段が高くなったと感じるのは、食費など支出回数の多い物やサービスであること、②それら項目について、多くの人が支出の削減を検討していること、③増税後に支払をためらう金額帯が大幅に低価格化したこと、などがわかりました。

調査結果から、生活者は今後の消費において、支出を抑える可能性があることがわかりました。

### 《調査結果サマリー》

1. 増税前の予想より、値段が高くなったと感じるのは、支出回数が多い物やサービス  
食費(70.2%) / 日用品(39.1%) / 電車代(33.2%)
2. 食費や日用品などの支出削減を検討「71.8%」
3. 増税前後で、支出をためらう金額帯が低価格化へ  
～ 1,000円未満の支出をためらう割合が、「3割」から「5割」に増加 ～

#### 【調査1・2】

増税前の予想より、値段が高くなったと感じる物やサービス

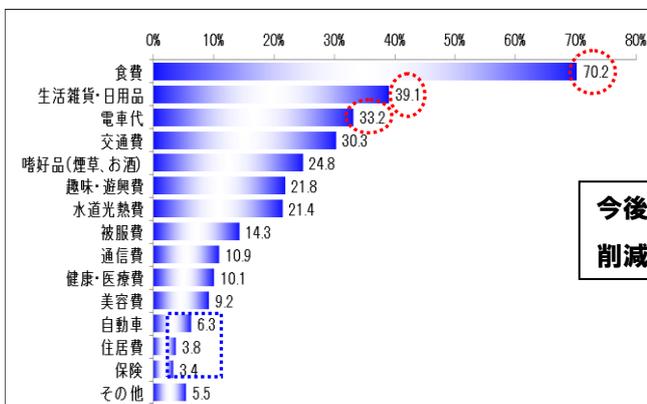
上位：支出回数が多い項目 食費(70.2%) / 日用品(39.1%) / 電車代(33.2%) など

下位：支出回数が少ない項目 保険(3.4%) / 住居費(3.8%) / 自動車(6.3%) など

～ 今後、支出削減を検討「71.8%」との結果も ～

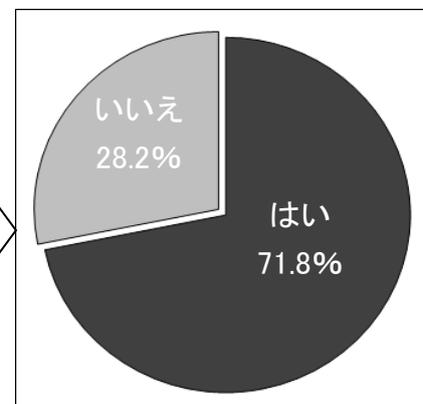
増税前の予想より、価格が高くなったと回答した上位項目は、食費(70.2%)、日用品(39.1%)、電車代(33.2%)となるなど、日常生活の中で支出回数の多い項目となりました。一方、下位項目は、保険(3.4%)・住居費(3.8%)・自動車(6.3%)となり、上位項目と比較して、支出回数の少ない項目となりました。

この結果から、生活者は、日常生活で支出回数が多いモノやサービスに対して、値段が上がったと感じていることがわかりました。また、「回答した項目について、今後支出の削減を検討しているか」との質問に対して、「削減を検討している」と回答した割合が「71.8%」となりました。



増税前の予想よりも、物やサービスの値段が高くなったと感じるものは何ですか。

該当する項目を全てお答えください。(複数回答/n=238)



今後は、費用を削減しようと思いませんか。

(単一回答/n=238)

今後は、費用を削減しますか？

【お問い合わせ先】コミュニケーションデザイン総合研究所 <http://www.cd-s.info/>

(株式会社コミュニケーションデザイン内) 担当: 高野・大久保

電話: 03-5545-1661 FAX: 03-5545-1662 E-mail: takano@cd-j.net

【調査3】

増税前後で、支出をためらう金額帯が低価格化 ～ 1,000円未満の支出を抑える可能性が高い

① 1,000円未満が、増税前「31.3%」→ 増税後「49.7%」

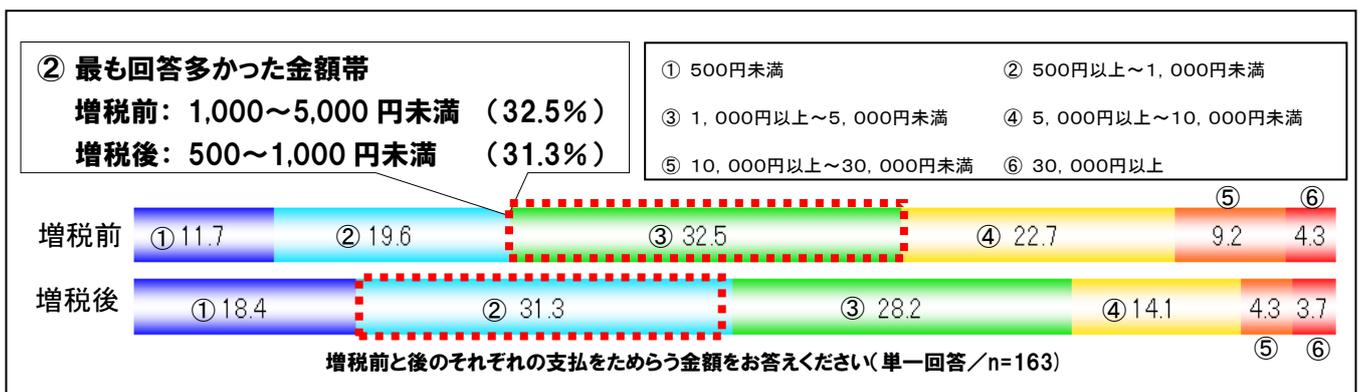
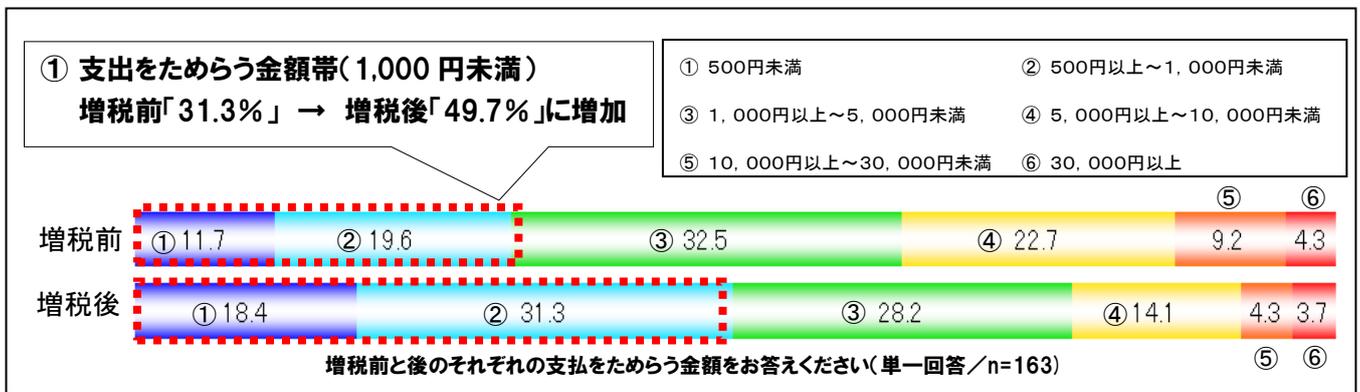
② 最も回答が多かった金額帯

増税前: 1,000～5,000円未満 (32.5%)

増税後: 500～1,000円未満 (31.3%)

増税の前と後の双方において、支出をためらう金額帯について質問。その結果、①1,000円未満と回答した割合が、増税前の「31.3%」から、増税後は「49.7%」となったこと、②最も回答割合が多かった金額帯について、増税前の「1,000円以上～5,000円未満」(32.5%)から、増税後は「500円以上～1,000円未満」(31.3%)となったこと、などがわかりました。

この結果から、増税前と比較して増税後は、支払をためらう金額が低くなっていることがわかります。また、生活者は今後の消費において、1,000円未満のモノやサービスの支出を抑える可能性があることがわかります。



【調査4】

増税前の予想より、物やサービスの値段が高くなったとの回答が「71%」



増税前の予想よりも、物やサービスの値段が高くなったと感じますか。(単一回答/n=300)

## 《調査概要》

調査名	増税後の消費に関する意識調査	調査対象	全国 15 歳～69 歳の男女
調査方法	インターネット調査	調査主体	コミュニケーションデザイン総合研究所 ( <a href="http://www.cd-s.info/">http://www.cd-s.info/</a> )
調査期間	2014年4月12～13日の2日間		
サンプル数	300名		

※ 報道目的のデータの利用は自由ですが、必ず「コミュニケーションデザイン総合研究所調べ」などと明記してください。またその際は下記お問い合わせ先までご一報いただくと幸いです。

<調査主体: コミュニケーションデザイン総合研究所> <http://www.cd-s.info>

株式会社コミュニケーションデザイン(東京都港区、代表取締役社長: 玉木剛)内に設置されており、ユニークな視点に立った独自の調査・研究を行い、その結果を公開することにより、世の中に「気付き」や「新しい価値基準」を提供。企業活動や消費者がより豊かな生活をおくる事に寄与することを目的とします。

【お問い合わせ先】コミュニケーションデザイン総合研究所 <http://www.cd-s.info/>  
(株式会社コミュニケーションデザイン内) 担当: 高野・大久保  
電話: 03-5545-1661 FAX: 03-5545-1662 E-mail: takano@cd-j.net