

2014年5月26日

株式会社メトロアドエージェンシー

## メトロアド マーケティング・レポート Vol.8

### 消費税率8%。増税がもたらす消費行動への影響調査

4月から消費税が8%に増税されたが、東京メトロ利用者の3月末の駆け込み需要は多くが日常的な生活用品・食料品に留まっており、高額な商品の購入者は少なかった。また、増税後も購入意欲は衰えておらず、増税の影響は少ないと言えそう。

株式会社メトロアドエージェンシー（本社：東京都港区、代表取締役社長：野村勝彦）では、首都・東京で毎日の生活を送る東京メトロの利用者について、そのさまざまなライフスタイルや意識を探る各種の調査を実施しています。

本年4月1日、消費税率が8%に増税されました。マスコミ、ニュース等ではスーパー、百貨店などでの駆け込み需要の様子等が多く報道されましたが、都心で働くビジネスマン・OLなどの実態はどうだったのでしょうか。今回は「メトロアド マーケティング・レポート」として、メトロを通勤・通学などで利用している人を対象に「消費税率8%。増税がもたらす消費行動への影響」を調べてみました。

メトロアドエージェンシーでは、今後も「東京を動かす力」東京メトロ利用者のさまざまなライフスタイルをとらえるための調査を実施してまいります。

#### 【調査結果の概要】

■東京メトロ利用者が、4月から消費税が8%に増税されることを意識して3月末までに購入した商品（記述式で回答）で多かったのは、「ビール、米、化粧品、トイレtpーパー」などの日常的な生活用品・食料品で、かつ保存の利く商品であった。次いでパソコン、洗濯機、テレビ等の家電製品などが続いた。

■それらの商品を購入した時期は、ほとんどが増税直前の3月に集中していた。そこで、買いため・まとめ買いをどの程度したのかを確認するために、日常的な生活用品・食品各種の選択肢を提示して回答を得たところ、記述式と同様、トイレtpーパー、洗剤、アルコール類、シャンプー、米などの概ね2～3か月分の分量を、3月に駆け込み購入していた。

■消費税が8%に上がることを意識して、増税前に何らかの商品を購入した人は59%であり、最も高額な商品は6千万円のマンションであった。しかし、商品を購入した人の中で、多くの人は高額な買物をしておらず、百万円以上の商品を購入した人はわずか6%。最も多かったのは1万円未満の人（39%）で、増税が分かっても高額な買物をした人は少ない。まとめ買いの総額も、日用雑貨・飲料等が多かったため、79%の人が3万円未満の出費にとどまった。

2014年5月26日

株式会社メトロアドエージェンシー

■増税を意識しながらも購入したものが「無い」という人(41%)の購入しなかった理由は、「高額商品でない限り影響がない」「不要な商品を買う必要がない」「3%のことで買いためる必要がない」など、状況を冷静に見ていた様子が窺える。

■4月から消費税があがり、東京メロの利用者にも世間で言われるような増税後の買い控えなどが起こるのであろうか。増税後に購入したい商品を確認したところ、今後半年以内に買いたいと思う商品は「家電製品・AV機器」が72%と最も多く、2位の「おしゃれ・ファッション」の23%を大きく引き離している。具体的な商品名をみると、1位がパソコン(19%)、2位が衣料品/スーツ(10%)、3位が車(9%)、4位がテレビ・冷蔵庫(各8%)などであり、住宅を購入するという人も3%見られた。

■このように東京メロ利用者は、増税後も各種の商品に対して購入意欲を見せており、増税が直接的に買い控えなどの影響をもたらすことはないと言えそうである。

「消費税率8%。増税がもたらす消費行動への影響調査」の概要

- 調査方法: インターネット調査
- 調査対象: 東京、神奈川、千葉、埼玉に在住し、東京メロを週1日以上利用している20歳以上69歳までの男女。
- 実施期間: 2014年4月16日(水)~4月18日(金)
- 有効回答数: 1,000名

## 【株式会社メトロアドエージェンシー 会社概要】

社名	株式会社メトロアドエージェンシー	URL	<a href="http://www.metro-ad.co.jp/">http://www.metro-ad.co.jp/</a>
代表取締役社長	野村 勝彦		
所在地	東京都港区西新橋一丁目6番21号	NBF虎ノ門ビル	4階
設立	平成19年(2007年)2月5日		
資本金	5,000万円		
株主	東京地下鉄株式会社(100%)		

### 《お問い合わせ先》

株式会社メトロアドエージェンシー  
企画制作本部マーケティング局マーケティング部  
お問い合わせフォーム: <https://www.metro-ad.co.jp/info/>

Metro Ad Marketing Report Vol.8

**消費税率8%。  
増税がもたらす消費行動への影響調査**  
2014/5/26



株式会社メトロ アド エージェンシー

消費税率8%。増税前に購入したもの、これから購入するもの。

4月1日から消費税が8%になった。東京メトロ利用者が増税前に8%に上がることを意識し、対抗策として購入した商品は「ビール、米、化粧品、トイレトペーパー」など、多くが日常的な生活用品・食品で、かつ保存の利く商品が優先された。次いで、家電製品などが続くが、高額商品の購入者は少なかった。

東京メトロを週1日以上利用する人のうち、4月1日から消費税が8%に上がることを意識して増税前の3月末までに何らかの商品を購入した人は、全体の59%と6割近くに達しました。

消費税率8%を意識して購入した商品を、記述式（自由回答形式）で最大5つまで回答してもらった上位は、

- 1位：ビール
- 2位：米
- 3位：化粧品
- 4位：ビール以外のアルコール類
- 5位：トイレトペーパー

などでした。下表を見ても明らかのように、10位までの商品を見るとビール・アルコール飲料・たばこ等の嗜好品、米・水（ミネラルウォーター）、化粧品、トイレトペーパー・洗剤・シャンプー等の日常的な生活用品・食品などが上位にあがっています。今回の消費税8%増税に対しては、日常的に使用するもので、かつ保存の利く商品を購入する対抗策を取った人が多かったといえます。

やや値の張る商品では、家電製品・AV機器の分野でパソコンが7位に入りましたが、洗濯機・テレビ・冷蔵庫・掃除機・ブルーレイレコーダーなどはいずれも11位～20位の範囲であり、優先順位は低かったようです。

ちなみに、住宅・自動車等の大型商品の分野では、唯一、車が12位に上がり、中にはこの機会に大きめの買物を決断した人もいたようです。なお、今回は、家具・インテリア用品や、趣味・スポーツ・アウトドアといった商品は20位以内には上がりませんでした。

Q. 4月1日から消費税が8%に上がりました。あなた自身が消費税が8%に上がることを意識して増税前(3月末)までに購入したものは何でしょうか。ご家庭で利用するもの、個人で利用するものどちらでも構いません。最大5つまで記入。(自由回答)

(消費税8%に上がることを意識して購入した商品：上位20位) 購入者全体 N=588人

順位	商品	人	構成比	嗜好品	食品・飲料等	おしゃよれシヨン	日用品	機器	家電製品・AV	住宅・自動車等	家具・インテリア	趣味・スポーツ・アウトドア
1	ビール	62	10.5%	●								
2	米	59	10.0%		●							
3	化粧品	58	9.9%			●						
4	酒/ワイン/焼酎/ウイスキー/チューハイ	57	9.7%	●								
5	トイレトペーパー	51	8.7%				●					
6	洗剤	45	7.7%				●					
7	パソコン	42	7.1%					●				
8	シャンプー	35	6.0%				●					
9	たばこ	35	6.0%	●								
10	水(ミネラルウォーター)	27	4.6%		●							
11	洗濯機	26	4.4%					●				
12	車	23	3.9%							●		
13	テレビ	22	3.7%					●				
14	ティッシュペーパー	20	3.4%				●					
15	冷蔵庫	20	3.4%					●				
16	食品	18	3.1%		●							
17	靴	17	2.9%			●						
18	掃除機	16	2.7%					●				
19	ブルーレイレコーダー	15	2.6%					●				
20	日用品	15	2.6%				●					

**消費税率8%。増税前に購入したもの、これから購入するもの。**

**消費税が8%になる前に購入した商品の購入時期は、購入商品がビールや米、化粧品、トイレトペーパーなどの日常的な商品であったためか、ほとんどが増税直前の3月に集中した。**

4月1日から消費税が8%に上がることを意識して、増税前の3月末までに何らかの商品を購入したという人（588人）が購入した商品は、延べ1366件であり一人当たり2.3商品でした。

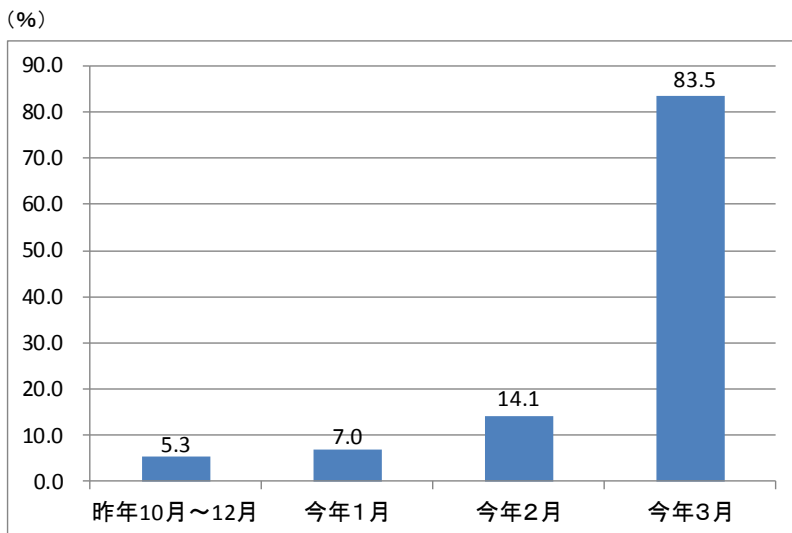
購入した商品は、男性ビジネスマンはビールやその他のアルコール類、OLは化粧品、男女に共通して米、水（ミネラルウォーター）、トイレトペーパーなどの日常的な商品であり、かつ保存の利く商品が多かったため、購入した時期は8%に上がる直前の3月に集中しており84%に達しています。

主な購入商品とその理由は、

- ビール・・・毎日飲むので／どうせ飲むので／毎日消費するので
  - 化粧品・・・消耗品だから／どうせ使うから／頻度が高いので／腐らないから
  - 米・・・必要なので／必ず食べるから2カ月分／必需品なので／あっても困らないので
  - 水・・・よく消費するし、日持ちするから／良く買うから／必需品
  - トイレトペーパー・・・保存可能だから／必要なので／日常でよく使い買いだめできるから
- など、日常的必需品のため、若干の買いだめでささやかな節約を試みた人が多いと言えます。

Q. あなたが消費税が8%にあがることを意識して増税前(3月末)までに購入したものの購入時期をお知らせください。

(588人の購入者が購入した商品延べ1366件の購入時期)



消費税率8%。増税前に購入したもの、これから購入するもの。

日常的な生活用品・食品各種の選択肢を提示し、買いだめ・まとめ買いをどの程度したのかを確認したところ、記述式と同様、トイレトーパー、洗剤、アルコール類、シャンプー、米などの概ね2~3ヵ月分の分量を、3月に駆け込み購入していた。

消費税率が8%にあがる前に、東京メトロの利用者は具体的に日常的な生活用品・食品各種の買いだめ・まとめ買いをどの程度したのでしょうか。

日常的な生活用品・食品等の選択肢を提示して確認したところ、上位には前述の記述式（自由回答形式）の回答と同様、トイレトーパー、洗剤、アルコール類、シャンプー、米などのジャンルが挙げられ、それ以外の商品でも3月になってから多くの生活用品・食品で買いだめ・まとめ買いをした様子が窺えました。

購入した分量は、商品・回答者によって様々でしたが、一部を除いて概ね2~3ヵ月以内と思われる分量が多い結果となりました。

Q. 消費税率が8%にあがる前の「日用品の買いだめ・まとめ買い」についてお伺いします。消費税率があがる3月末までに、以下のような日用品で買いだめ・まとめ買いしたものはありますか。また、その時期と分量は。(複数回答)

	N=588	買いだめ・まとめ買い実施率 (%)	買いだめ・まとめ買い実施時期				購入分量 (主な回答)
			昨年10月12月	今年1月	今年2月	今年3月	
25%以上	衛生用品 (トイレトーパー、医療品など)	38.8	2.6%	5.7%	13.9%	87.1%	トイレトーパー48個、ティッシュ15箱
	洗剤 (洗濯用洗剤、住宅用洗剤、台所用洗剤など)	35.4	2.8%	4.8%	11.6%	90.4%	アタック5箱、アタック詰め替え2個、食器用洗剤600mlを6本
	アルコール類	34.7	6.9%	5.8%	5.5%	88.2%	ビール1~3ケース等
	トイレタリー用品 (シャンプー・ボディソープなど)	27.7	1.8%	7.2%	13.4%	87.7%	シャンプー3本、ボディソープ6本、リンス15個
	米	25.5	2.0%	3.9%	9.4%	86.7%	10kg、20kg、30kgなど、なかには100kgも。
20%以上	化粧品 (化粧水・口紅・ファンデーションなど)	24.0	2.1%	5.0%	13.3%	87.9%	化粧水4本、ファンデーション2個、マスカラ2本
	加工食品 (インスタント食品・冷凍食品)	23.0	3.9%	4.3%	12.6%	86.5%	カップヌードル10個、冷凍餃子50個、カップラーメン1ダース
	ミネラルウォーター	22.8	6.1%	8.8%	11.4%	82.9%	天然水36本、2リットル12本、南アルプス天然水4ケース
	嗜好飲料 (コーヒー・紅茶)	20.6	3.4%	6.8%	16.5%	83.5%	インスタントコーヒー6瓶、コーヒー2ダース、BOSS30本
	オーラルケア用品 (歯ブラシ・歯磨き粉など)	20.6	4.4%	5.8%	14.1%	84.0%	アクアフレッシュ10本、ガム歯ブラシ10本
	調味料・甘味料	20.1	4.5%	6.0%	15.9%	86.1%	醤油10本、めんつゆ20本、砂糖2袋
19%以下	茶系飲料 (緑茶・麦茶・ウーロン茶)	18.7	1.1%	9.1%	16.6%	81.8%	烏龍茶2ダース、緑茶1キロ等
	たばこ	16.0	4.4%	5.6%	12.5%	83.8%	5カートン~10カートン購入が多い。なかには50カートンも。
	家庭日用品 (スポンジ・ゴミ袋・ボディタオルなど)	14.8	0.0%	8.1%	14.9%	82.4%	ゴミ袋50枚、スポンジ10個
	ジュース・清涼飲料	13.1	2.3%	6.9%	16.8%	84.7%	野菜ジュース3ダース、なっちゃん20本、ジュース2ダース
	家庭用化学製品 (消臭剤・防虫剤など)	9.7	3.1%	10.3%	10.3%	80.4%	消臭剤12個、防虫剤30キロ、トイレ用消臭剤1つ
	ベビー用品 (紙おむつ・粉ミルクなど)	4.1	4.9%	17.1%	12.2%	78.0%	おむつ1~5袋程度、粉ミルク2個

消費税率8%。増税前に購入したもの、これから購入するもの。

増税前に購入した最も高額な商品は6千万円のマンションであった。百万円以上の商品を購入した人はわずか6%。4割の人は最も高額な商品が1万円未満であり、増税が分かっていても大きな買物はしていなかった。まとめ買いの総額も、日用雑貨・飲料などが多かったため、79%の人が3万円未満の出費にとどまった。

これまで見てきたように、消費税率8%への増税前、東京メトロを利用する多くの人々は、日常生活用品・食品で、かつ保存のきく商品を購入していたが、金額的には少なく1万円未満が39%を占めていました。

一方で、300万円以上、1000万円以上（ともに1%ずつ）といった高額な買い物をした人もいました。消費税の増税を意識して購入した商品で、最も高額だった商品は6000万円のマンションで、上位6人が住宅を購入していました。

100万円以上の買い物をした人（35人／6%）の内訳は、

- ①車 : 22人
- ②住宅 : 6人
- ③リフォーム、バイク : 各2人
- ④ベッド、結婚式・披露宴、装飾品 : 各1人

であり、車の購入が最も多く、住宅の購入が続きました。

まとめ買いの総額は、日用雑貨・飲料などの購入が多い関係で少なく、3万円未満が79%と8割近くを占めました。

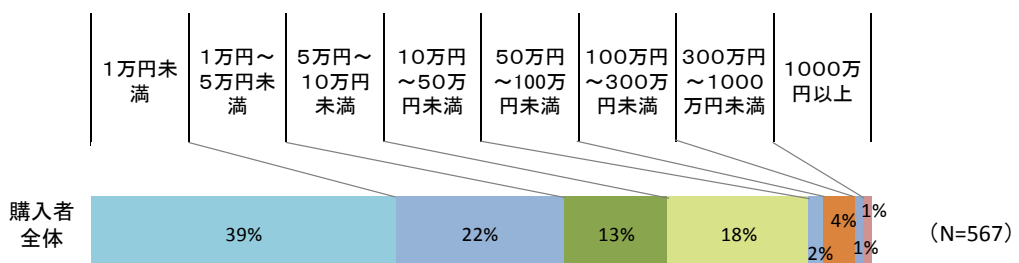
ちなみに、まとめ買いの総額が多かった上位5位は、

- ①家具 : 150万円(筆筒1、ダイニングテーブル・椅子4、ソファーセット1、書棚1)
- ②本棚2つ : 100万円
- ③LED照明4部屋分 : 72万円
- ④エアコン2台 : 40万円
- ⑤エアコン3台 : 25万円

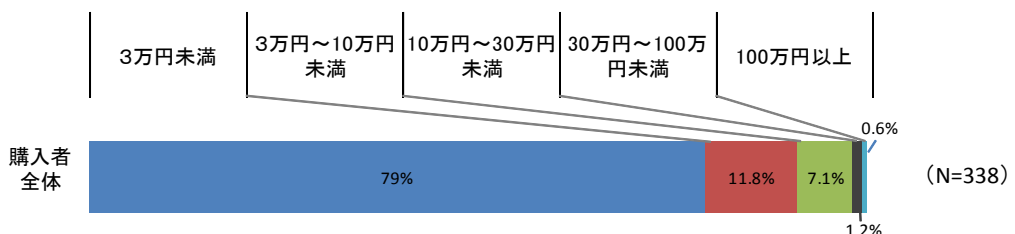
と、インテリア、エアコンとなっています。

Q. あなたが消費税の増税を意識して購入した商品で、最も高額だった商品は何でしょうか。

(1個・1台あたりで最も高かったもの)



(まとめ買い等で総額が最も高かったもの)



## 消費税率8%。増税前に購入したもの、これから購入するもの。

消費税が8%に上がることを意識して購入したものが「無い」という人(41%)の購入しなかった理由は、「高額商品でない限り影響がない」「不要な商品を買う必要がない」「3%のことで買いためする必要がない」など、状況を冷静に見ていた様子が窺える。

消費税が8%に上ることを意識して購入したものがいない人は、41%でした。

購入しなかった理由は、

- ・ 高額商品でない限り影響がない
- ・ 不要な商品を買う必要がない
- ・ 3%のことで買いためする必要がない

など、状況を冷静に見ていた様子が窺えます。

実際に何らかの商品を購入した人も、多くの方は日用品や飲料など日常的商品であり、かつ保存の利く商品を概ね2~3ヵ月分の分量を購入していました。8%の消費税を目前にささやかな抵抗した人はいるものの、高額商品を予定していなかった多くの人たちは、冷静に状況を判断していたと思われます。

Q. 消費税が8%にあがることを意識して購入したものが「ない」と言う人は、購入しなかった理由をご記入ください。

### 【 購入しなかった主な理由（抜粋） 】

- ・ たかが3パーセントでそれほど買いためする必要はないと判断した。
- ・ たかだか3%しか変わらない。
- ・ たかだか3%程度のことでも不要かもしれない商品を買う余裕がない。
- ・ たいした差額でないので気にしなかった。
- ・ たった3%の増分であり、高額なものを買う予定もなかった。
- ・ 4月以降も値上がりしない物も多かった。マスコミに踊らされただけ。
- ・ 5%が8%になってもあまり変わらない。
- ・ 5%から8%。3%が大変と思えるほど高額品を買う予定がなかったので静観した。
- ・ 急いで買う必要性を感じなかった。
- ・ 急いで買ったところで、あまりにも大きな商品でない限り、差額は大した金額でない。
- ・ 急いで買っても損すると思った。
- ・ 急いで買わなくてはならないような物は無かった。
- ・ 高額商品の購入予定がそもそもなかった。
- ・ 高額商品は特に必要ではない。
- ・ 高額商品を購入しないため、3%アップしても大きな影響は無い。
- ・ 高額品でない限り対して変わらない。
- ・ 高額品以外はあまり影響ない。



消費税率8%。増税前に購入したもの、これから購入するもの。

今後買いたい具体的商品は、1位がパソコン(19%)、2位が衣料品/スーツ(10%)、3位が車(9%)、4位がテレビ・冷蔵庫(各8%)であり、増税前に購入した商品と同様、増税後も家電製品や車の購入予定者が上位にいる。また、住宅を購入するという人も3%みられた。東京メトロ利用者は、増税後も各種の商品に対して購入意欲を見せており、増税が直接的に買い控えなどの影響をもたらすことはなさそう。

4月から消費税があがりましたが、東京メトロの利用者も世間で言われるように増税の影響で買い控えなどが起きているのでしょうか。

今後、半年くらい間に買いたいもので最もスコアが高かったのは「家電製品・AV機器」(72%)であり、2位、3位の「おしゃれ・ファッション商品」(23%)、「趣味・スポーツ・アウトドア商品」(14%)と比べてもかなりの高率になっています。また、4位には比較的値の張る「住宅・自動車等の大型商品」が挙がっており、13%もの人が買いたいと回答しています。

ちなみに、「家電製品・AV機器」を今後半年くらいうちに買いたいという人は、増税前に「家電製品・AV機器」を購入しなかった人では88%が、また増税前に「家電製品・AV機器」を購入した人でも60%が購入すると回答しており、増税そのものが購入しない理由にはなっていないようです。

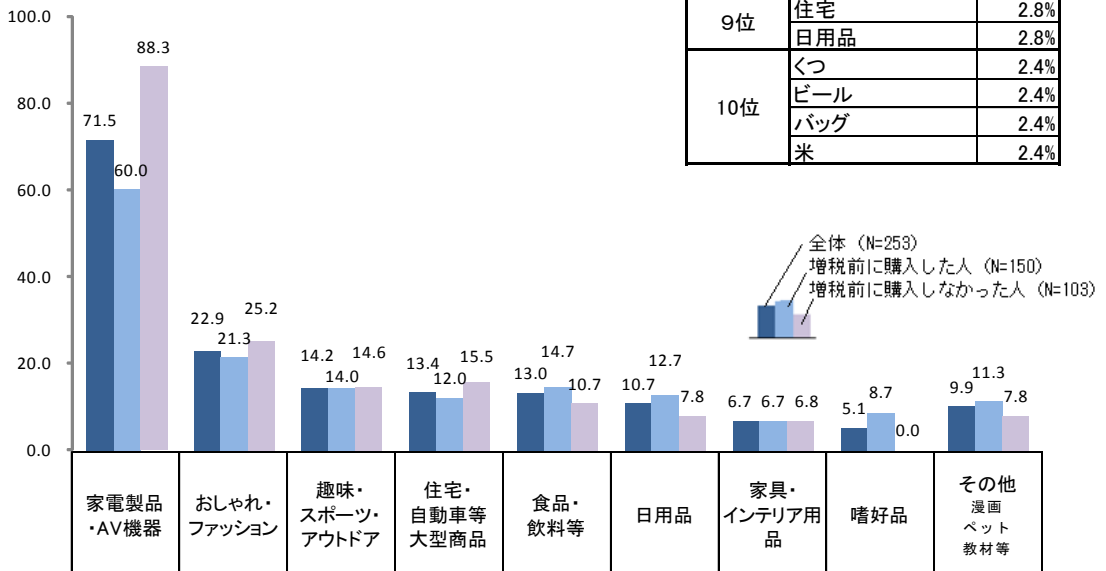
具体的な商品名を見ると、1位がパソコン(19%)、2位が衣料品/スーツ(10%)、3位が車(9%)、4位がテレビ・冷蔵庫(各8%)であり、住宅を購入するという人も3%います。

このように、東京メトロ利用者は、消費税が8%にあがる際に生活用品・食品などの多少の駆け込み購入を見せましたが、それに留まらず、消費税の増税後も各種商品に対して購入意欲を見せており、増税が直接的に買い控えなどの影響をもたらすことはなさそうです。

今後半年くらいまでの間に買いたい商品 (N=253)

1位	パソコン	18.6%
2位	衣料品/スーツ	9.5%
3位	車	9.1%
4位	テレビ 冷蔵庫	7.9%
5位	食料品 タブレット	4.7%
6位	化粧品 スマートフォン	4.3%
7位	デジカメ/カメラ	4.0%
8位	掃除機 洗濯機	3.2%
9位	住宅 日用品	2.8%
10位	くつ ビール バッグ 米	2.4%

Q. 4月以降、消費税が8%にあがりました。消費税があがりましたが、今後半年くらいまでの間に買いたいと思うものはありますか。



消費税率8%。増税前に購入したもの、これから購入するもの。

「消費税率8%。増税がもたらす消費行動への影響調査」の概要

- 調査方法: インターネット調査
- 調査対象: 東京、神奈川、千葉、埼玉に在住し、東京メトロを週1日以上利用している20歳以上69歳までの男女。
- 実施期間: 2014年4月16日(水)～4月18日(金)
- 有効回答数: 1,000名

【株式会社メトロアドエージェンシー 会社概要】

社名	株式会社メトロアドエージェンシー	URL	<a href="http://www.metro-ad.co.jp/">http://www.metro-ad.co.jp/</a>
代表取締役社長	野村 勝彦		
所在地	東京都港区西新橋一丁目6番21号	NBF虎ノ門ビル	4階
設立	平成19年(2007年)2月5日		
資本金	5,000万円		
株主	東京地下鉄株式会社(100%)		

《お問い合わせ先》

株式会社メトロアドエージェンシー  
企画制作本部マーケティング局マーケティング部  
お問い合わせフォーム: <https://www.metro-ad.co.jp/info/>