

消費税が上がっても女性が“アイテムを変えたくない”日用品は？

～ “支出の前倒し”で増税対策…新車の購入、家のリフォーム、結婚式も！～

国内1,300社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は、消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第101号として、消費税増税に関する意識調査の結果をご紹介します。バックナンバー https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html

■ 「できれば見送りしてほしい」「絶対やめてほしい」が本音

2019年10月から消費税率を10%に引き上げることが発表されました。今回は、消費税増税をテーマにアンケートを行い、税率アップ後の日用品の買い方や収入の増減に応じたお金の使い方などについて聞きました。

最初に、今回の消費税率引き上げに対してどう思うかを調査。「関心がある」「良いことだ」「しかたがないことだ」「できれば見送りしてほしい」「絶対やめてほしい」の各項目について、どのように思うかを答えてもらいました(表1)。

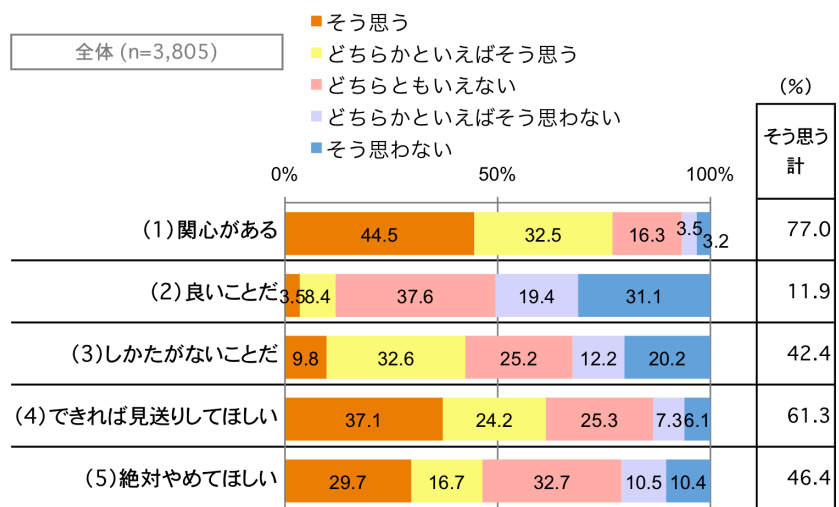
「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」を合わせた“そう思う”計が最も高かったのが「関心がある」で、77.0%。すべての人に関わる増税なので当然ながら高い数値となりました。次いで、「できれば見送りしてほしい」が61.3%、さらに「絶対やめてほしい」が46.4%でした。すでに決定事項とはいえ、「できれば見送りしてほしい」「絶対やめてほしい」と思う人も少なくないことがわかります。「良いことだ」と肯定的に考えている人はやはり少数派です。

■ 「見送りしてほしい」は主婦の切実な思い？

しかし職業別では、考え方に違いが表れました。「関心がある」に対して“そう思う”と答えた人が、全職業のうちで最も多かったのが「定年退職」。「定年退職」は、「良いことだ」でも全職業中最も高く、逆に「絶対やめてほしい」では最も低くなっていました。年金生活者が多いことを思うと意外な気もしますが、他の職業に比べ、肯定的に受け止めていることがうかがえます。「良いことだ」が高く、「絶対やめてほしい」が低い、同様の傾向が見られたのが、富裕層の「会社役員・経営者」でした。

一方で、「できれば見送りしてほしい」が最も高かったのが「専業主婦(主夫)」。消費税増税は家計を直撃する問題なので、「見送りしてほしい」は主婦の切実な思いであると想像されます。

表1 「2019年10月から消費税率が上がることに對し、どのように考えますか。それぞれについて、あなたの気持ちに近いものを教えてください」 についての回答



《 職業別 “そう思う” 計 》

そう思う計	(1)関心がある	(2)良いことだ	(3)しかたがないことだ	(4)できれば見送りしてほしい	(5)絶対やめてほしい
全体(n=3805)	77.0	11.9	42.4	61.3	46.4
会社役員・経営者(n=115)	73.9	19.1	45.2	50.4	38.2
会社員(n=1372)	75.7	11.8	41.7	61.7	47.3
自営業(n=300)	77.3	9.7	36.7	64.3	49.3
パート・アルバイト(n=447)	74.8	11.9	44.7	60.2	45.9
公務員(n=133)	77.4	14.3	50.3	55.6	40.6
自由業(n=89)	74.2	15.8	40.4	60.7	47.2
専業主婦(主夫)(n=528)	81.1	6.7	46.6	67.4	47.7
学生(n=69)	74.0	15.9	49.3	56.6	44.9
定年退職(n=358)	84.6	19.3	46.9	52.2	35.8
無職(n=329)	73.5	10.6	32.8	67.1	56.9
その他(n=65)	69.2	10.8	35.4	55.4	40.0

全体 ■ +10% ■ +5% ■ -5% ■ -10% (%)

調査機関：インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチ『DIMSDRIVE』実施のアンケート「消費税増税」。
期間：2018年11月27日～12月7日、DIMSDRIVE モニター3,805人が回答。表2～表5、エピソードも同アンケートです。

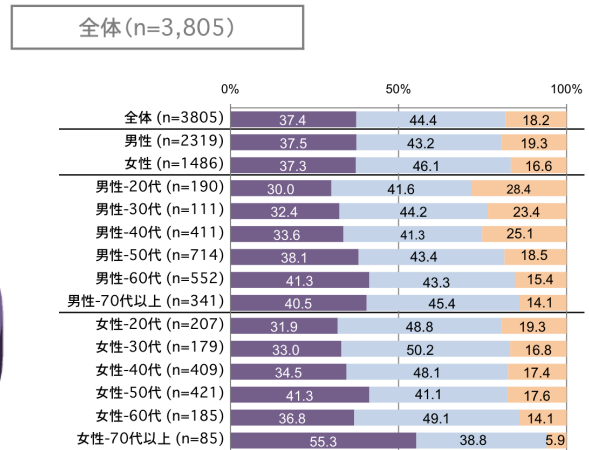
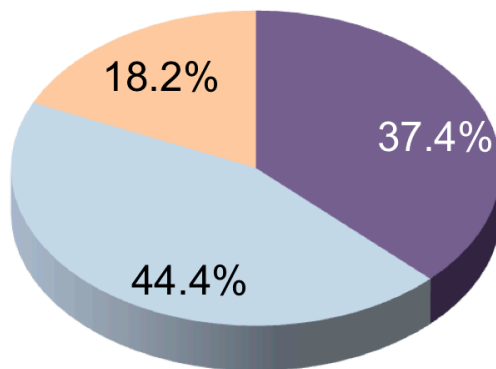
月の支出・収入が3000円こう増えたら、減ったら、あなたはどうする？

～ 消費税の影響は、給料やスマホ代とはこんなに違う ～

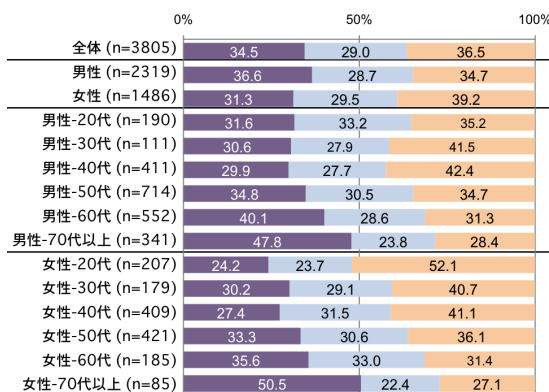
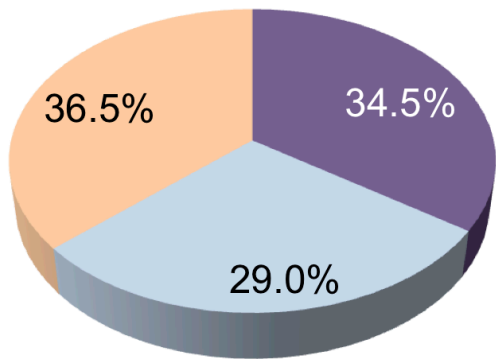
表2 「(a) ～ (c) のように支出・収入が1か月あたり3000円増える、または減る場合に、どのように対応しますか。あなたの気持ちに近いものをそれぞれ教えてください」 についての回答

〈a. 消費税率上昇で支出が増える場合（支出増加が1か月あたり3000円）〉

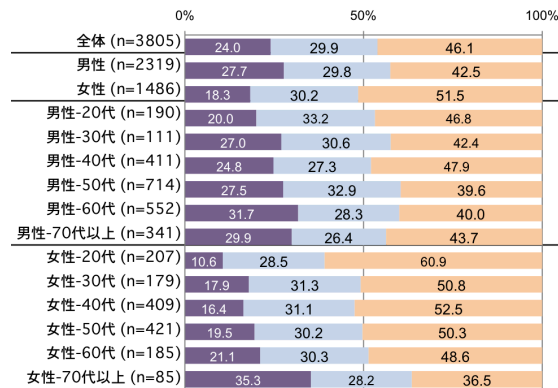
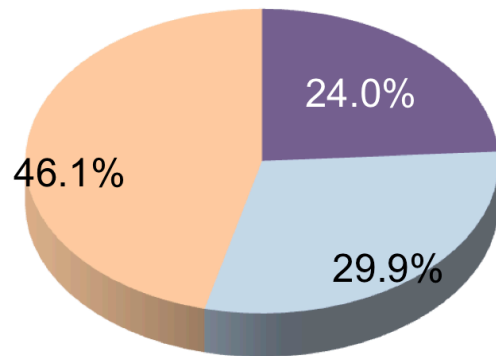
- 日用品への支出を減らす／増やす
- 贅沢品・プチ贅沢への支出を減らす／増やす
- 貯金を減らす／増やす



〈b. スマホ・ケータイ料金が安くなる場合（支出減少が1か月あたり3000円）〉



〈c. 給料・バイト代などの収入が増える場合（収入増加が1か月あたり3000円）〉



■ 意外？納得？ 20代女性に見られる“貯金志向”

消費税の引き上げが決まった一方で、携帯料金の値下げを発表した携帯会社もあります。このように支出が増減したとき、生活費をどのようにやり繰りする人が多いのでしょうか。表2(a)(b)(c)の理由で支出・収入が1か月に3000円増減したとき、どのように対応するかを聞きました(表2)。

〈a.消費税率上昇で支出が増える場合〉には、「贅沢品・プチ贅沢

への支出を減らす」が最も高く、次いで「日用品への支出を減らす」、「貯金を減らす」の順でした。消費税が上がったら「贅沢品・プチ贅沢」は控え、生活費を引き締める人が多く、貯金に手をつけるのは最後の手段であることがわかります。

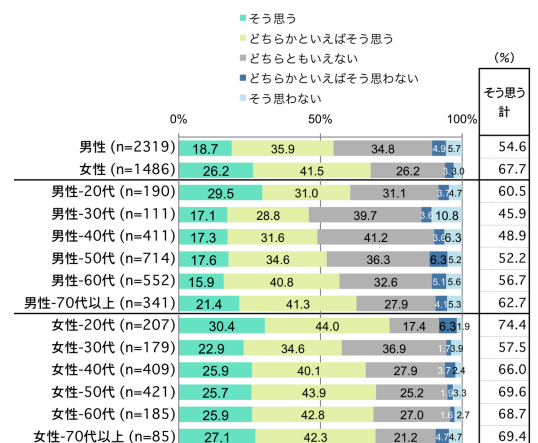
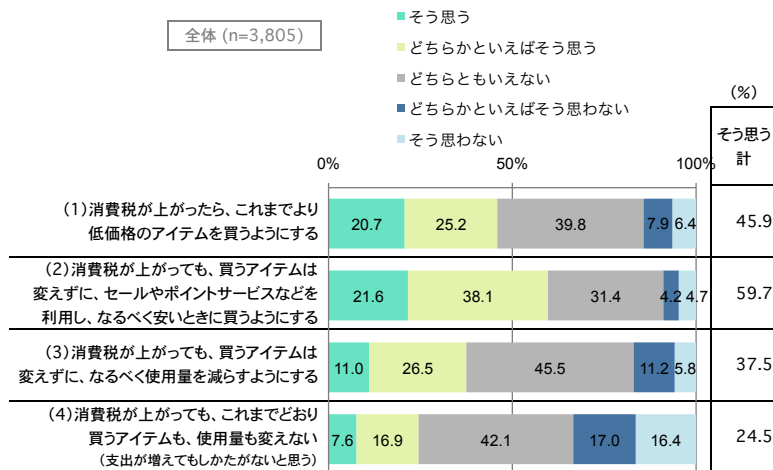
一方、収入が増えた(支出が減った)ときについて、〈b.スマホ・ケータイ料金が安くなる場合〉では、「日用品への支出を増やす」「贅沢品・プチ贅沢への支出を増やす」「貯金を増やす」の3項目はほぼ三分の割合に。しかし、〈c.給料・バイト代などの収入が増える場合〉では「貯金を増やす」が最も高く、次いで「贅沢品・プチ贅沢への支出を増やす」、「日用品への支出を増やす」の順になりました。スマホ・ケータイ料金が安くなったときのいわば“浮いたお金”と、“自分の稼ぎ”が増えたときとは、同じお金でも使い方が違うようです。

性年代別では、収入が増えた(支出が減った)とき(b、c)、女性の20代で「貯金を増やす」が飛び抜けて高くなっているのが目立ちました(表3)。お金の余裕ができたとき、「プチ贅沢」をするのではなく“貯金に回す”という、20代女性の意外にも堅実な指向性がうかがえます。

■ 消費税が上がっても、“いつものアイテム”は変えたくない

表4 「ふだん使っている日用品に関して、消費税率が上がったらどんな対応をしようと思いますか」についての回答

《(2)「アイテムは変えずに、セールやポイントサービスなどを利用し、なるべく安いときに買う」の性年代別》



今度は、消費税率が上がったら日用品の買い方や使い方を考えるかどうかを調べるため、表4の(1)~(4)各項目について、どう思うかを答えてもらいました。その結果、“そう思う”計が最も高かったのが(2)「消費税率が上がっても、買うアイテムは変えずに、セールやポイントサービスなどを利用し、なるべく安いときに買うようにする」。次いで、(1)「消費税率が上がったら、これまでより低価格のアイテムを買うようにする」、(3)「消費税率が上がっても、買うアイテムは変えずに、なるべく使用量を減らすようにする」の順でした。安いアイテムに変える人よりも、なるべく安いときをねらいつつ、アイテムは変えない人が多いことがわかります。(4)「消費税率が上がっても、これまでどおり買うアイテムも、使用量も変えない(支出が増えてもしかたがないと思う)」でも、4人に1人が“そう思う”と答えていて、多少支出が増えても、お決まりの銘柄は変えたくないという消費者の気持ちがうかがえます。

(2)の性年代別では、“そう思う”と答えた人は男性に比べて女性で高く、中でも20代で最も高くなっていました。お気に入りのアイテムへのこだわりが特に強い年代と考えられそうです。

表3 「(a)~(c)のように支出・収入が1か月あたり3000円増える、または減る場合に、どのように対応しますか。あなたの気持ちに近いものをそれぞれ教えてください」についての回答(女性・20代)

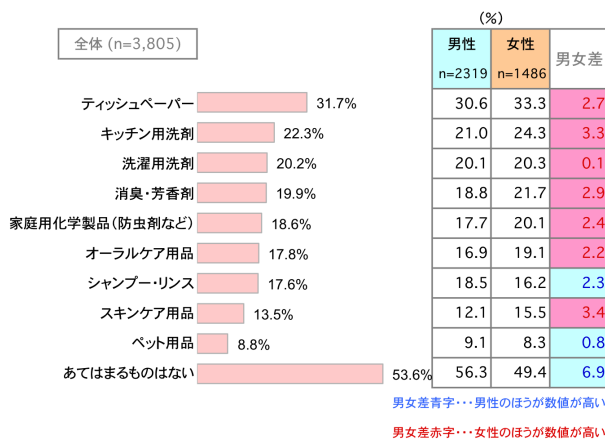
女性-20代 (n=207)	日用品への支出を減らす/増やす	贅沢品・プチ贅沢への支出を減らす/増やす	貯金を減らす/増やす
a.消費税率上昇で支出が増える場合	31.9%	48.8%	19.3%
b.スマホ・ケータイ料金が安くなる場合	24.2%	23.7%	52.1%
c.給料・バイト代などの収入が増える場合	10.6%	28.5%	60.9%

■ 支出増もやむなし？ 女性が“ランクを下げたくない”日用品は…

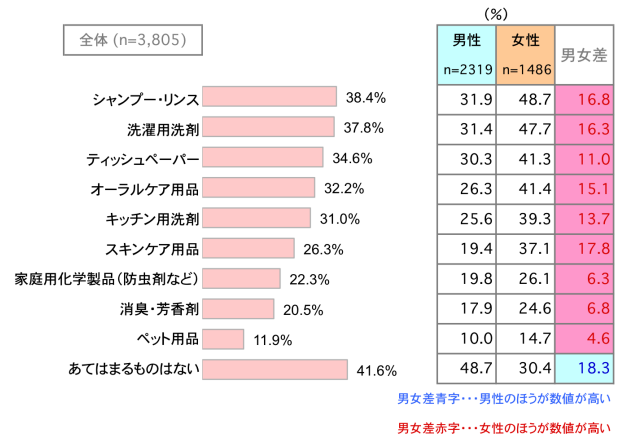
表5 「消費税率が上がったら、日用品の買い方をどのようにしようと思いますか。」

(1) ~ (4) それぞれの買い方にあてはまる日用品を教えてください」 についての回答

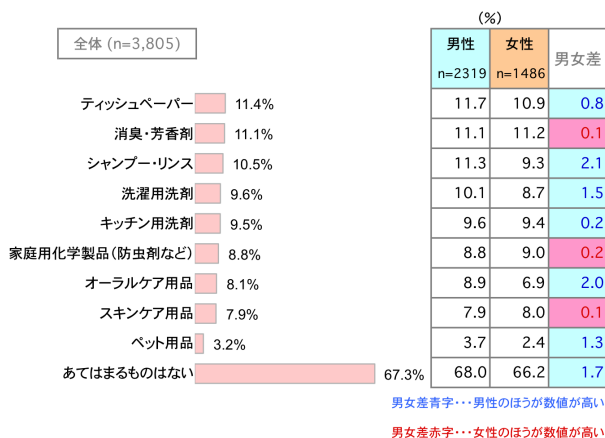
(1) これまでより低価格のアイテムを買うようにするもの



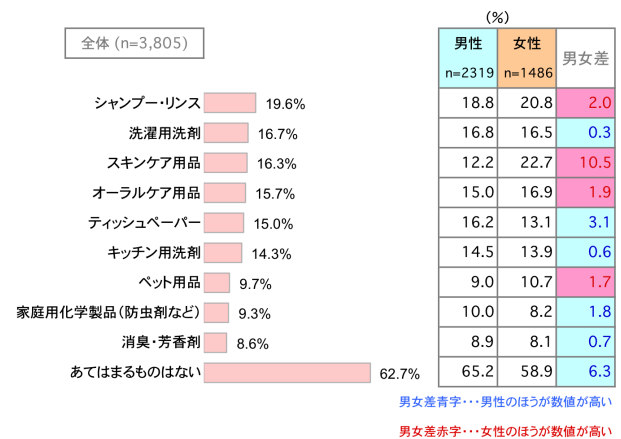
(2) アイテムは変えずに、セールやポイントサービスなどを利用し、なるべく安いときに買うようにするもの



(3) アイテムは変えずに、なるべく使用量を減らすようにするもの



(4) アイテムも使用量も変えない(支出が増えてもしかたがないと思う)もの



消費税率が上がったら日用品の買い方や使い方をどうするか、さらに、表5(1)~(4)の買い方・使い方に当てはまる日用品を答えてもらいました。(1)「これまでより低価格のアイテムを買うようにするもの」とは、アイテムの品質を下げることで増税を乗りきろうというもの。品質より価格の安さを優先させるアイテムと言えます。ここでの1位は「ティッシュペーパー」。2位「キッチン用洗剤」、3位「洗濯用洗剤」と続きました。(2)「アイテムは変えずに、セールやポイントサービスなどを利用し、なるべく安いときに買うようにするもの」とは、品質は下げたくない、でもできるだけ安く買って支出は抑えたい、というもの。1位「シャンプー・リンス」、2位「洗濯用洗剤」、3位「ティッシュペーパー」の順でした。

安さを優先させる(1)で1位だった「ティッシュペーパー」は、アイテムを変えたくない(2)でも3位にランクインしました。保湿力や触り心地にこだわった高級ティッシュペーパーも市民権を得ている今、気軽に大量消費したい人が多いと同時に、品質にこだわる人も増えているのかもしれませんが。また、(2)の上位2項目「シャンプー・リンス」と「洗濯用洗剤」は、(4)「アイテムも使用量も変えない(支出が増えてもしかたがないと思う)もの」でも1位、2位を獲得。多少支出が増えてもよしとする、品質・銘柄にこだわって選ばれているアイテムだと言えそうです。

男女差に注目すると、アイテムを変えたくない(2)の全品目で、女性の数値が男性を大きく上回っていました。男性に比べ、女性は気に入った銘柄、お決まりの日用品をキープしたい傾向がより強いようです。さらにアイテムにこだわる(4)では、女性の順位が全体とは違うことに気づきます。女性では1位「スキンケア用品」、2位「シャンプー・リンス」、3位「オーラルケア用品」の順。女性にとって、特に「ランクを下げたくない」アイテムなのかもしれません。

■ “支出の前倒し”で増税対策…リフォームから結婚式、おむつ外しまで!?

《 あなたの“消費税増税対策”を教えてください 》

【買いだめ、あるのみ!?!】

- 消耗品の紙類や、絶対今後も使うと思うお気に入りの日用品は買いだめする。(女性・20代)
- トイレトペーパーなどの消耗品や、銘柄を決めている柔軟剤はまとめ買いをする。(女性・30代)
- 冷え性なので冬に必ず使うカイロは今のうちに2年分(消費期限ぎりぎり)買っておこうと思う。(女性・40代)

【高額支出の前倒しは、徹底的に】

- 新車を購入予定なので、税率がアップするまでに納車する予定。(男性・40代)
- 行きたい旅行は10月前までに前倒しでしようと考えています。(女性・50代)
- 家のリフォーム、エアコン買い替え、海外旅行など、金額の大きなものを計画的に進めている。(男性・60代)
- 結婚式の予定を早めた。(女性・20代)
- 子どものおむつが税率アップまでに外れるよう、トイレトレーニングする。(男性・30代)

【ポイント、ネットを駆使】

- モバイルペイやクレジットカードを使用し、ポイント還元を受ける。(男性・20代)
- ポイントをうまく使おうと思います。日用品はネット購入。還元率を考えたら断然ネットです。(女性・30代)
- キャッシュレス決済を心がけて少しでもポイントの還元を受けたいと思っている。(男性・50代)

【買い方、使い方を見直す】

- 日用品は今までどおり買うと思うが、高額商品はよく考えてから買うようになると思う。買い物も情報戦なので、常にお得に買える方法をあれこれ模索検討している。(女性・50代)
- 今まで無造作に使っていたティッシュやトイレトペーパーなどを意識して減らすようにする。(男性・50代)
- これからの一年で、子どもたちと主人に節約を日常化させようと思っている。私がいくら節約しても周りがガンガン使用する毎日を変えたい。(女性・50代)

【何もしない、変わらない】

- 2%上がるだけだから、特に何も対策はしない。(女性・70代以上)
- 8%から10%なのでそれほど上がるという感覚がないのが正直なところ。多少は意識するものの今までと同じ生活を送ると思う。(男性・40代)
- 特別なことはしないで、これまでより丁寧に消費していこうと思っている。(女性・60代)

最後に、10月の消費税率アップにどのような対策を考えているかを教えてもらいました。やはり目立ったのは、「買いだめ」や「ポイント」の活用。「新車」「旅行」「リフォーム」など、大きな支出の“前倒し”を計画している人も少なくありません。中には「結婚式の予定を早めた」、子どものおむつが早く外れるよう「トイレトレーニングする」などというツワモノもいて驚きました。引き上げ率が2%ということもあり、「特に何も対策はしない」という声も…。それでも、多くの人にとって、物の買い方や使い方を見直す機会になることは間違いなさそうです。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。
今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部^{つのだ}(角田、河合)

Tel : 03-6432-0482 / E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp