

『消費税増税 影響分析プロジェクト』レポート第1弾
「消費税増税」が家電や車など耐久消費財購入のきっかけになった人は53.6%
生活必需品は「安売り」「セール」で衝動的にまとめ買い

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、「消費税増税 影響分析プロジェクト」^{※1}の一環として、『消費税増税を意識して買った商品』に関する調査を実施しました。本調査は、株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが提供するスマートフォンアプリ「みんなレポ」^{※2}のユーザーのうち、2014年1月31日～2月28日に「消費税増税を意識して商品を買った」という書き込みを行った138人の回答を分析し、結果をまとめました。

◆調査結果のポイント

1. 増税前に意識して買ったモノで最も多かったのは「家電」、次いで「パソコン・スマートフォン」

「増税を意識して買ったモノ」をジャンル別に集計した結果、最も買ったものは「家電」であり28人が購入。次いで「パソコン・スマートフォン」の購入者が17人だった。

(図1参照)

2. 増税が「以前から欲しいと思っていたモノ(耐久消費財)」を購入するきっかけになった人は53.6%

「増税を意識して買ったモノ」を分類したところ、74人(回答者の53.6%)が「耐久消費財」を「計画的」に購入したことがわかった。また、このグループの回答者のコメントには「前から気になっていた」「前から欲しかった」という言葉が目立つ。「前から欲しかったが『いつ』買うか決めていなかった」消費者が、消費税増税の前に購入に動いたと考えられる。

(図2, 表2-1参照)

3. 生活必需品は、小売店の「安売り」「セール」で衝動的にまとめ買い

「増税を意識して買ったモノ」の分類で「生活必需品」を買った人のコメント(表2-2)から、「計画的」に購入した人も「衝動的」に購入した人も増税前にまとめ買いをしているが、「衝動的」にまとめ買いをした人は小売店の安売りやセールなどによって、計画していなかったまとめ買いをしていることがわかる。このことから、今後、小売店で行われる「増税前セール」などにより、これまでまとめ買いを考えていなかった消費者も「衝動的」にまとめ買いをすることが考えられる。

(図2, 表2-2参照)

◆調査結果まとめ

耐久消費財は「もともと購入を検討していたが、『いつ買うか?』を決めていなかった消費者」が「増税前」を機に購入していることがわかった。このことから10%への増税前にも消費者のこのような「潜在需要」が顕在化することが考えられる。従って、次回の増税前の購買を期待するなら、それまでに「どれだけ消費者の中の潜在需要を大きくできるか」がポイントになると考えられる。

一方で、生活必需品は「衝動的」なまとめ買いが発生していることがわかった。このような「衝動的まとめ買い」をする消費者は事前の意識調査では現れないため、増税直前まで予想以上に生活必需品のまとめ買いが発生することが推測される。

※¹「消費税増税 影響分析プロジェクト」とは

株式会社インテージが保有するリサーチデータやリサーチ基盤を活用し、2014年4月から始まる消費税増税の影響を分析するプロジェクトです。今回の増税前後の影響について食品、日用雑貨品の分野を対象に、『市場』『消費者』『店頭』の3つの視点で分析し、その知見を活かして企業の消費税対策に向けたマーケティング活動を支援します。

※²「みんレポ」とは

生活する中で、買い物や飲食、旅先などに関する情報を記録し、ユーザー間で共有するスマートフォンアプリです。この情報を分析したり、ユーザーとの共創の場として活用することにより、生活者からインサイトを導きます。

調査概要

調査方法:みんレポ(スマートフォンアプリを利用した調査)

調査対象:みんレポのユーザーのうち、「消費税増税を意識して商品を買った」という書き込みを行った138人

調査地域:全国

調査期間:2014年1月31日(金)~2月28日(金)

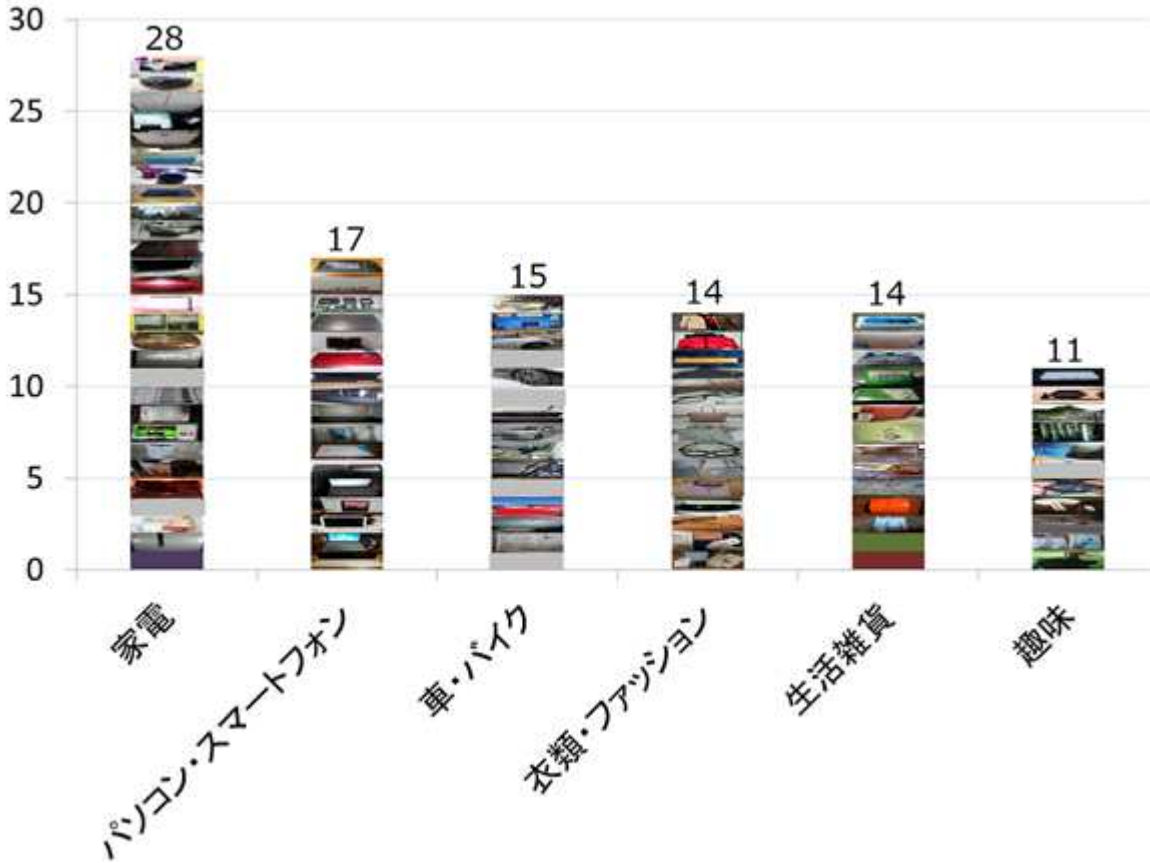
調査実施機関:株式会社ドコモ・インサイトマーケティング

調査結果

[図 1] 「消費税増税前に買ったモノ」のジャンル別購入人数

下記棒グラフは、「回答者が実際に買ったモノ」の写真で作成
(人)

トータル回答者 138 人



[図 2] 増税前の購入品マップ

「生活必需品・耐久消費財」と「計画的な購入・衝動的な購入」の 2 軸で分類。






74 人 (回答者の 53.6%)が増税前に「耐久消費財」を「計画的」に購入



[表 2-1] 図 2 より「耐久消費財」を「計画的」に購入したユーザーのコメント抜粋

性年代	買ったモノ	投稿写真	買った理由
30代女性	財布		ついに、お財布を新調！ ずーっと気になりつつも 、なかなか買う決心がつかなかったけど、やっと買いました(o´▽`o)
50代女性	ホームベーカリー		ずっと欲しかった ホームベーカリー雪の中、届きました！早く作りたい((o(∇^∇)o))
30代女性	パソコン		増税前に 前から欲しかった 新しいパソコン買っちゃいました。
30代男性	車		消費税が上がるので買いました。消費税上がらなくても高いのに...お金あまりないのに...。でも将来必要だからねえ(∧_∧;)

[表 2-2] 図 2 より「生活必需品」を購入したユーザーのコメント抜粋

性年代	買ったモノ	投稿写真	計画性	買った理由
30代 女性	冷凍食品		計画的	コツコツと冷凍食品が半額の時に買い増やしてます。買ってるそばから両親がたこ焼きオヤツで食べられ2つになった(*_*);
30代 女性	リップクリーム		衝動的	ひとつ買いに行っただけがが増税前におまとめいかがですか!?まだ買えるとは思うのですが、3つ買ってきました(^^)
20代 女性	化粧品		衝動的	新宿に寄った時にケイトのセールやってて買いました\('ω')/アイシャドウが可愛かったのを見てたらついでにBBまで(^-^≡^-^)^本当はもっとたくさん買いたかったけど手持ちの問題で(^-^≡^-^)^増税前に買いため\('ω')/笑
60代 男性	ミネラル ウォーター		衝動的	近所のスーパーで安売りしていたので増税されるとこの値段ではもう出ないかも知れないので買いためました。いつか来る震災に備えて心ばかりの備蓄です。ちなみに1本58円。(^^)
20代 女性	アイスクリーム		衝動的	少し安かったのでハーゲンダッツ大量購入?増税前にっと思っただけ結局増税されても買うんだろうなあΣ(°д°)笑

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。生活者とお客様を「情報」でつなぎ、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の生活者の暮らしを豊かにすることを目指します。

【この件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当

担当:小関(おぜき)/中路(なかじ)

TEL:03-5294-6000 FAX:03-5294-8318

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>