

# 「消費税増税前の消費行動」に関する アンケート調査結果について

## <調査結果のポイント>

### 1. 駆け込み需要について

- ・調査対象の33.8%が2019年10月の消費税増税を意識した買い物（駆け込み）を実施（図表1）。
- ・駆け込み行動の80%以上が直前の7～9月に集中。

### 2. 増税を意識して購入した（購入予定の）商品

- ・生活家電（冷蔵庫、洗濯機、エアコンなど）や娯楽家電（テレビ、オーディオ機器など）等の家電製品の購入が目立つ（図表2）。
- ・最も高額な商品の価格（住宅・リフォーム関係を除く）は、30万円以内が多数。

### 3. 増税前の“買いだめ”について

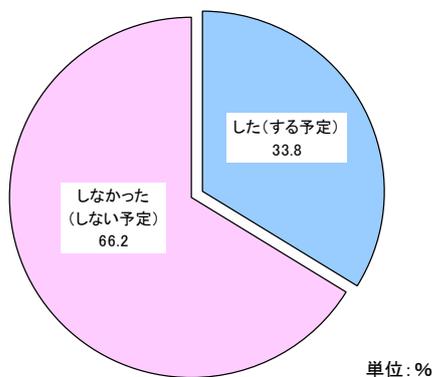
- ・「生活雑貨・日用品」（56.8%）、「化粧品」（23.9%）と続く。
- ・軽減税率の対象となる「食料品（除く酒類）」にも一定の“買いだめ”が発生。

### 4. 増税が生活に与える影響

- ・3分の2以上の人（67.1%）が増税の影響を懸念。

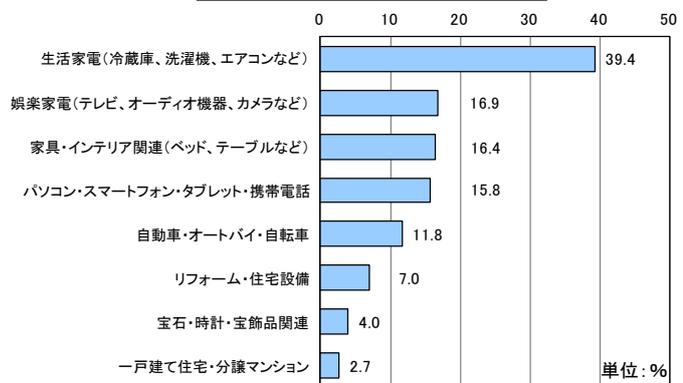
<図表1>

2019年10月の消費税増税を意識した買い物の有無  
n=1103



<図表2>

増税を意識して購入した（購入予定の）商品  
n=373



※結果の詳細は、10月下旬公表の「第6回 消費動向に関するインターネット調査」に記載

## <調査の概要>

(1) 調査時期 2019年9月初旬

(2) 調査方法 インターネット調査

- ・ 「第6回 消費動向に関するインターネット調査」(10月下旬公表予定)に付随する調査として実施。

(3) 調査対象者 栃木県、茨城県、群馬県、埼玉県の20歳以上の男女  
(20歳～69歳：有職者 70歳以上：有職者+無職等)

(4) 回答者数 1,103人

(5) 回答状況 下表の通り

		回答者数(人)	構成比(%)
全体		1,103	100.0%
性別	男性	558	50.6%
	女性	545	49.4%
年代	20-29歳	200	18.1%
	30-39歳	205	18.6%
	40-49歳	203	18.4%
	50-59歳	203	18.4%
	60-69歳	208	18.9%
	70歳以上	84	7.6%
未既婚	既婚	639	57.9%
	未婚	464	42.1%
地域	栃木県	276	25.0%
	茨城県	275	24.9%
	群馬県	277	25.1%
	埼玉県	275	24.9%

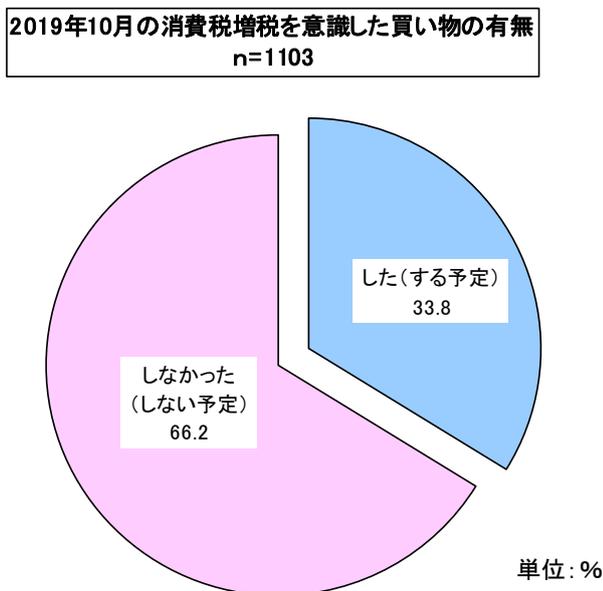
(6) 注意点

- ・ 図表中のnとは、回答者数のことである。
- ・ 集計は、小数点の2位を四捨五入しているため、数値の合計は100%にならない場合がある。

## <結果の概要>

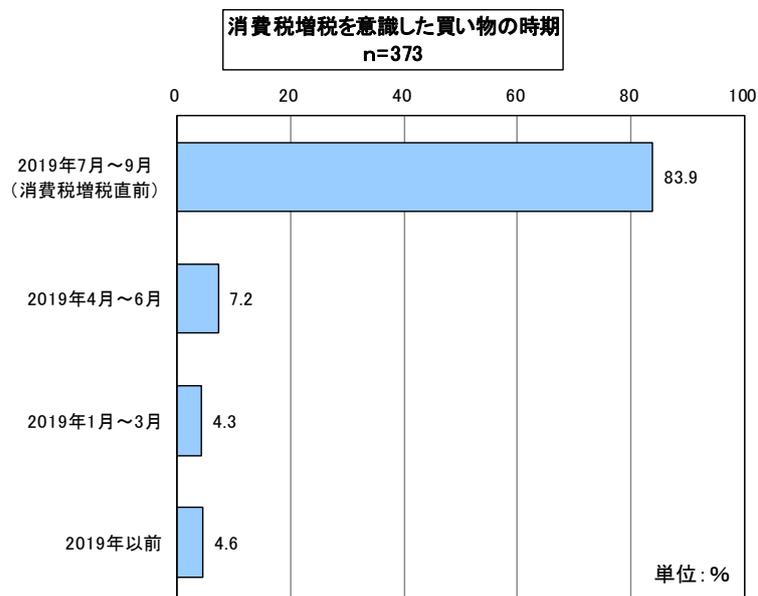
### (1) 2019年10月の消費税増税を意識した買い物の有無

- 消費増税（以下、増税）を意識した消費行動では、「した（する予定）」（33.8%）、「しなかった（しない予定）」（66.2%）となった。



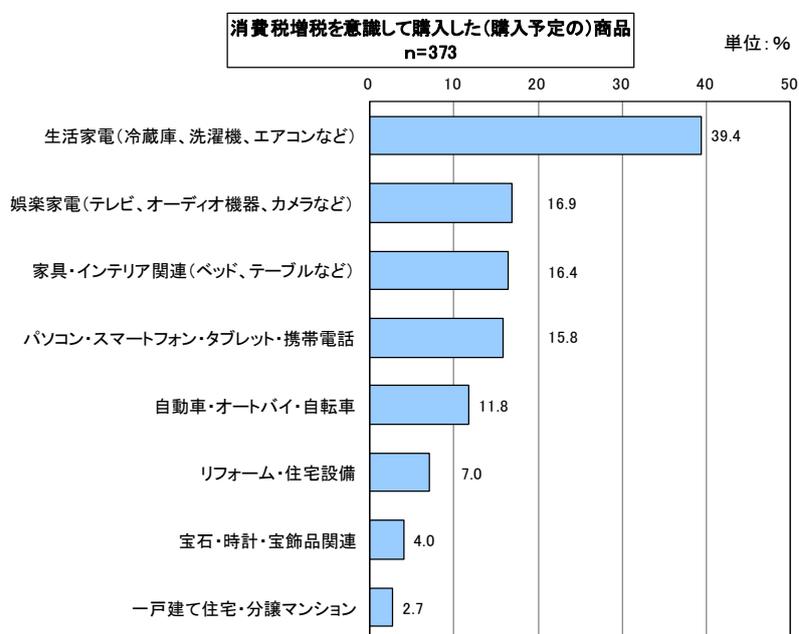
### (2) 増税を意識した買い物（駆込み）の時期

- 2019年7月～9月の増税直前が83.9%と最も多く、次いで「2019年4月～6月」（7.2%）、「2019年1月～3月」（4.3%）、「2019年以前」（4.6%）となった。



### (3) 増税を意識して購入した（購入予定の）商品（複数回答）

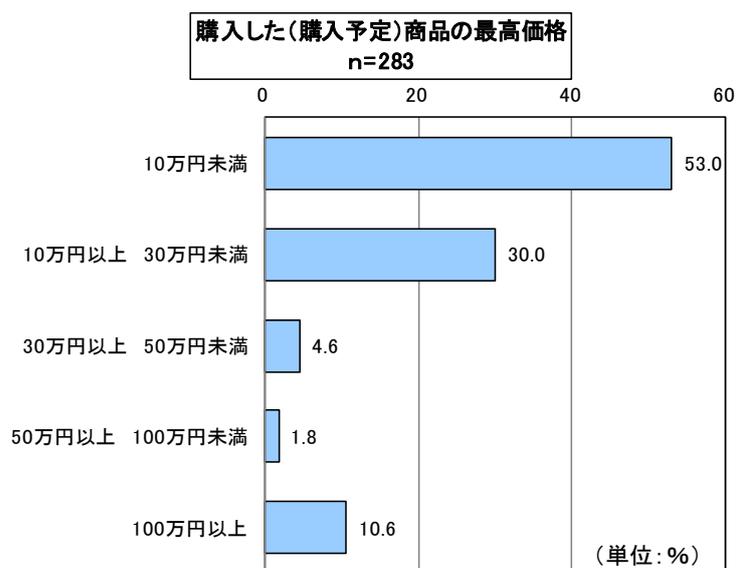
- 増税を意識して購入した商品は、「生活家電」が39.4%と最も多く、次いで「娯楽家電」（16.9%）、「家具・インテリア関連」（16.4%）、「パソコン・スマートフォン・タブレット・携帯電話」（15.8%）等となった。



### (4) 購入した（購入予定の）商品の最高価格

（「リフォーム・住宅設備」、「一戸建て住宅・分譲マンション」は除く）

- 「10万円未満」が53.0%と最も多く、次いで「10万円以上30万円未満」（30.0%）となった。

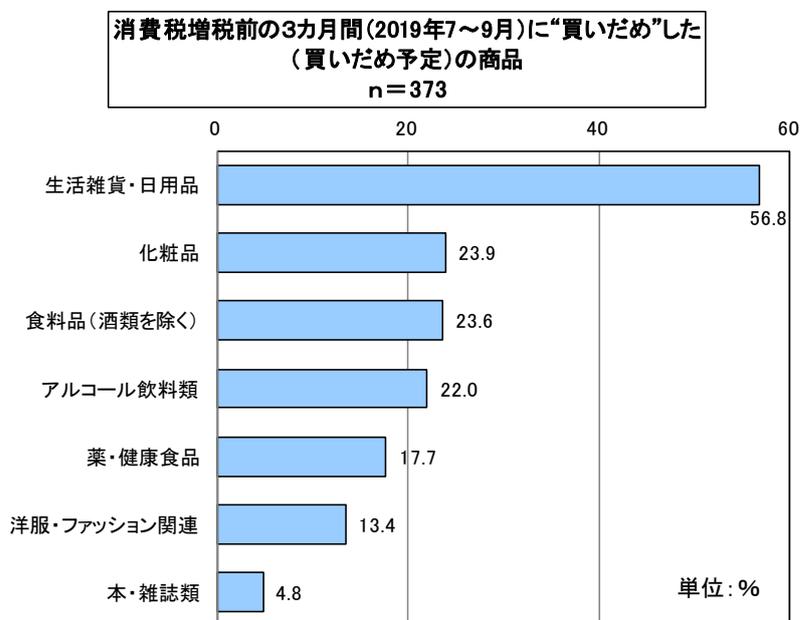


※「リフォーム・住宅設備」、「一戸建て住宅・分譲マンション」は除く

### (5)増税前の3カ月(2019年7~9月)に“買いだめ”した(予定の)商品

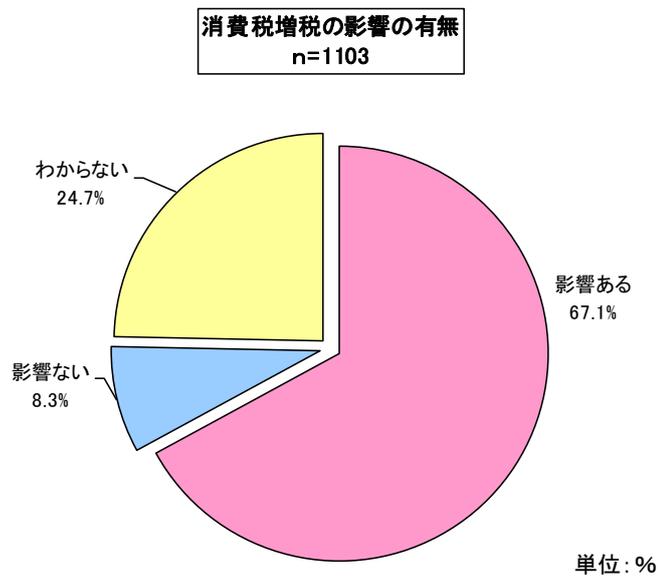
(複数回答)

- 「生活雑貨・日用品」が56.8%と最も多く、次いで「化粧品」(23.9%)、「食料品(酒類を除く)」(23.6%)となった。



### (6)増税が生活に与える影響

- 「影響ある」が67.1%と最も多く、次いで「わからない」(24.7%)、「影響ない」(8.3%)となった。



以上