

消費税率の引き上げにともなう消費意識調査 ～増税前に駆け込み消費をするのは全体の2割弱に留まるも、 今後5年内に大きな買い物を見込む割合は4割近くに上る～

シニアマーケットの専門機関である株式会社シニアコムは、2013年10月上旬に50歳以上の男女に対して、「買い物に関するアンケート第3弾」と題した調査を実施しました。

- 調査手法：WEBアンケート調査
- 対象者：50歳以上の男女個人（シニアコム MASTER 会員）
- 有効回答数：902人（男性632人 女性270人）
- 実施時期：2013年10月

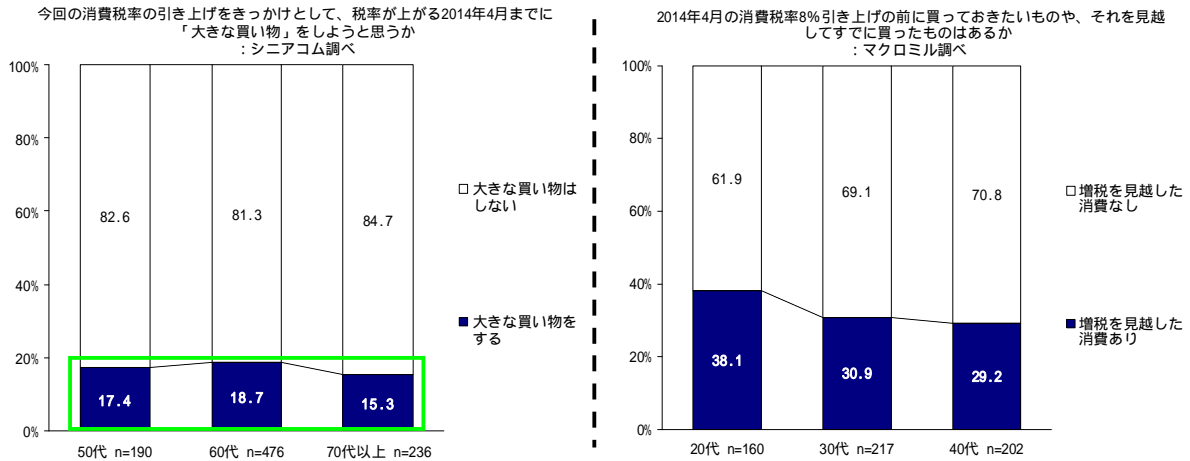
この「買い物に関するアンケート」は、景況感や税制変更などにあわせて生活者の買い物行動や意識を尋ねるシリーズ調査になり、今回は10月初旬に政府より消費税率の引き上げが発表されたタイミングで、税率アップ前の買い物意向およびその理由や動機などを聴取しました。

（調査結果サマリー）

- 消費税率の引き上げ前に、高額な買い物やローンを組んで買うような「大きな買い物」をするのは2割弱に留まり、その背景には、シニアならではの「熟練消費者の意識」と「安心志向の意識」が影響している。
- ただし「金融資産3,000万円以上」の富裕層では、駆け込み消費の意向が4人に1人の割合で見られ、具体的に購入しようと思うジャンルには「旅行」が特徴的に挙がる。
- また今回の消費税率の引き上げ時期に関わらず、今後5年のうちに「大きな買い物」をする見込みをうかがうと、全体のおよそ4割近くが具体的に「大きな買い物」を見込んでおり、特に「不動産/自動車/旅行」を中心とした商材の購入意向を持ち合わせている。
- さらにそのような買い物ニーズは、「購入した商品が古くなる/買い替えの時期が来る」といったプロダクトのライフサイクルに関連するものに加え、定年退職や子供の独立、家族の介護といったシニア期ならではのライフステージの変化がスイッチになっている。

消費税率の引き上げ前に「大きな買い物」をするのは2割弱に留まる

まずアンケートでは、高額な買い物やローンを組んで買うものを「大きな買い物」として、消費税率が引き上げられる2014年4月までに「大きな買い物」をする意向を聴取しました。

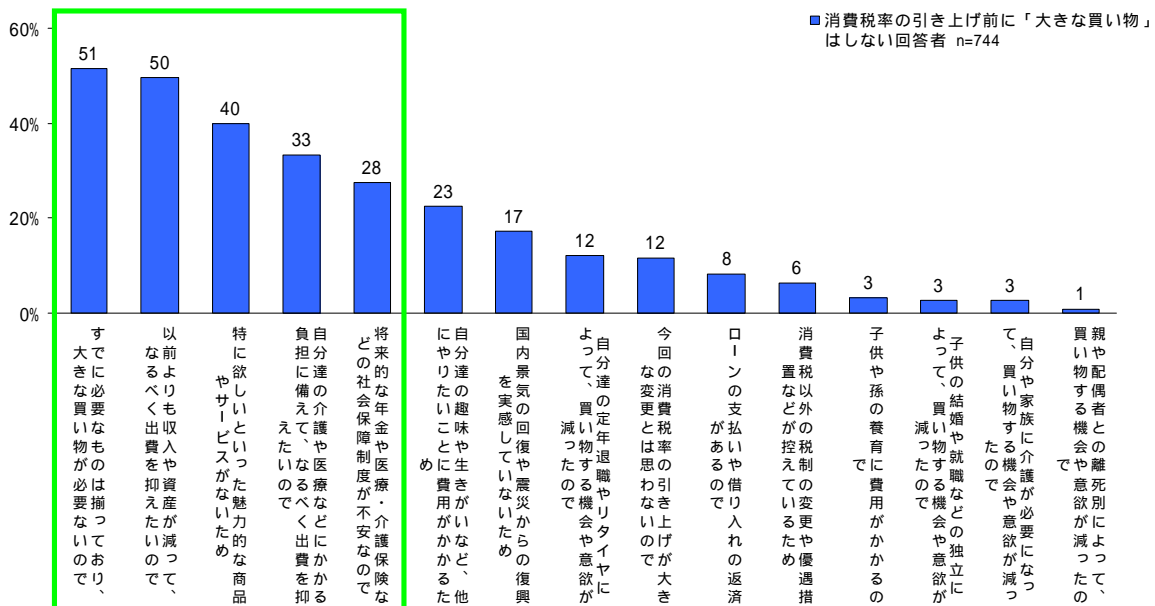


- 50代以上で増税前の駆け込み消費を示す「大きな買い物をする」と答えた割合は15~19%に留まり、8割強が「大きな買い物をしない」手堅い財布を持った消費者と言えます。
- マクロミルが行った同様の調査結果を参照しても、**若年層と比べて消費意向の差**が見て取れます。

その背景には、シニアならではの「熟練消費者の意識」と「安心志向の意識」が影響

前述の50代以上で「大きな買い物をしない」回答者にその理由を聴取すると、次のような要因が挙げられました。

消費税率の引き上げ前に「大きな買い物」をしない理由



- この結果から、シニアならではの特徴的な消費意識として次のような要因に集約されます。

「熟練消費者の意識」の特徴

- ✚ 身の周りに必要なものは揃っており、ほとんどのモノやサービスには充足している
- ✚ 多くの消費経験を経ており、今でも強く欲求するようなモノやサービスが少ない

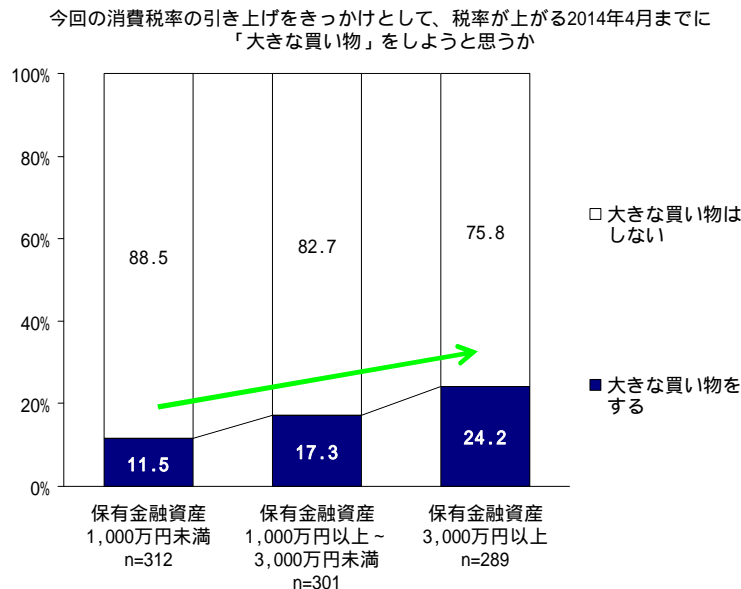
「安心志向の意識」の特徴

- ✚ 収入や資産の目減りを不安視し、なるべく余計な出費は抑えようとする
- ✚ 今後将来的な医療や介護など、老後に必要となる出費に備えようとする

これまでに当社が行ってきた調査や事例でもこのようなシニアならではの消費意識が特徴に挙げられましたが、今回調査でも顕著な背景要因に挙がっています。

ただし富裕層では、駆け込み消費の意向が4人に1人の割合で見られる

先ほどの増税前の駆け込み消費の意向を保有金融資産のレンジ別に見ていくと、手堅い財布を持った消費者だけとは言えない傾向が見られました。

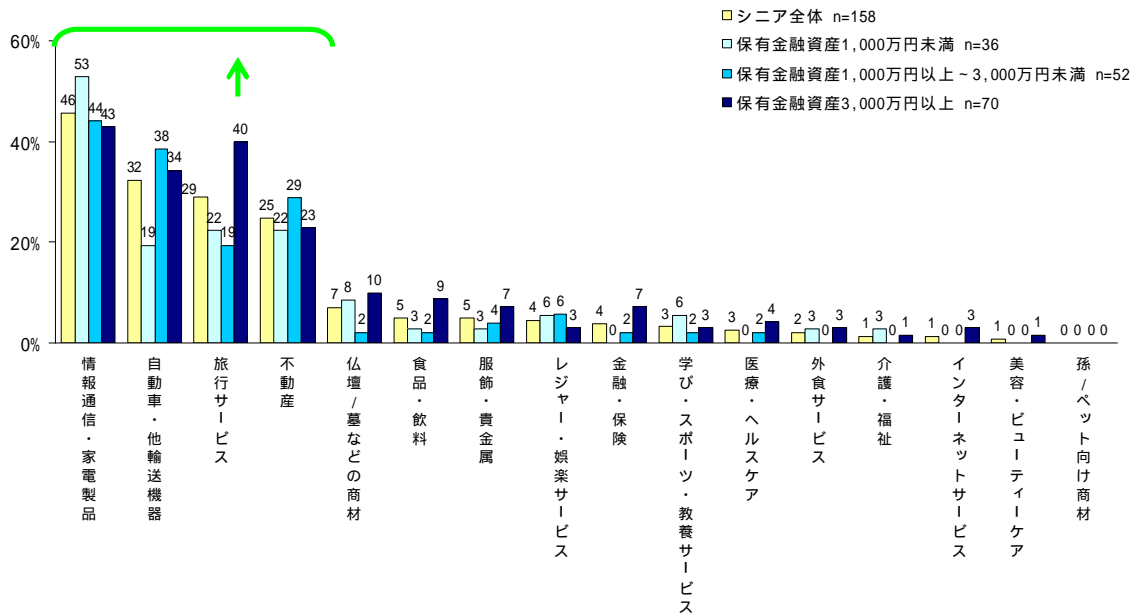


- 「**金融資産3,000万円以上**」の層が増税前に「大きな買い物をする」意向は**24%に上り**、「金融資産1,000万円未満/1,000万円以上～3,000万円未満」の層と比べて高いポイントになっています。
- このことから高額水準の資産を持つ富裕層であれば、およそ**4人に1人が増税前の駆け込み消費の意向**を持ち合わせています。

富裕層が駆け込み消費するジャンルには、「旅行」が特徴的に高く挙がる

前問のように増税前の駆け込み消費意向がある方に、どのような商品・サービスの分野で「大きな買い物」するか尋ねたところ、ここでも資産別の傾向が見られました。

消費税率の引き上げ前にしようと思う「大きな買い物」商品・サービスの分野
：前問で「大きな買い物」をする回答者への設問



- **全体**の傾向では、「大きな買い物」をする分野に「情報通信・家電製品/自動車・他輸送機器/旅行サービス/不動産」が上位に挙げられます。
- 特に「金融資産3,000万円以上」の層では、他層と比べて「旅行」のポイントが高く表れています。

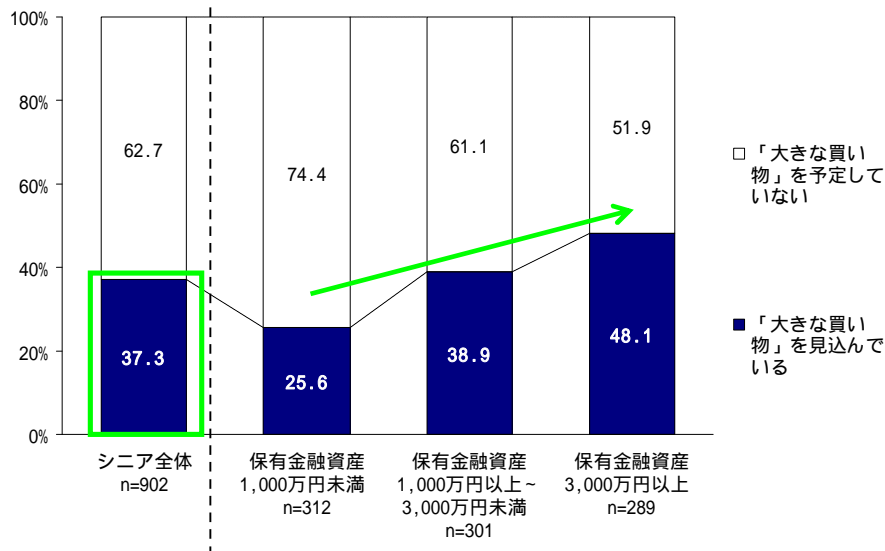
ここまでのアンケート結果を振り返ると、概してシニアの方々は消費税率のアップでは「大きな買物をしない」手堅い財布を持った消費者であり、一部の富裕層のみが「旅行」を中心としたハレの消費意向を持ち合わせていると見えるかもしれません。

しかしながらシニアの方々に、今回の消費税率の引き上げ時期に関わらず、今後5年のうちに「大きな買い物」をする見込みをうかがうと、手堅い財布を持ちながら、その一方では使う時には金額を支払う消費者である面も見られます。

今後5年ほどの間に「大きな買い物」を見込んでいる割合は4割弱に上る

アンケートの終盤では、今後5年ほどの間に「大きな買い物」として消費を見込んでいるものを聴取すると、**全体の4割弱**から**具体的な買い物予定あり**の回答が挙がりました。

今後5年ほどの間に「大きな買い物」をする見込み



- ここでも層別での差が見られ、**保有する金融資産の金額帯が高まる**ことに応じて、**買い物予定ありの割合が高まっています**。

さらに「大きな買い物」として見込んでいる内容や金額とともに、その買い物の動機・きっかけを聴取すると、次のようなコメントが代表的/多数派の意見に挙がってきました。

今後5年ほどの間に、「大きな買い物」として購入を見込んでいるもの（F A 抜粋）

保有金融資産	No.	性別	年齢	Q_今後5年ほどの間に、「大きな買い物」として購入を見込んでいるジャンル/内容/金額(万円単位)	Q_見込んでいる「大きな買い物」のきっかけ・動機になると思うもの(複数選択肢より)
1,000万円未満	10628	男性	62	不動産 家のリフォーム(太陽光発電の新設・浴室のリフォーム)	500 "臨時の収入やボーナスが入る"
	10876	男性	62	不動産 中古マンション	1200 " 子供が結婚や就職など、独立する。自分達が定年退職やリタイアをする "
	10347	男性	71	不動産 自宅のリフォーム	500 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる,東北大地震などの災害がある"
	10780	男性	71	不動産 屋根、外壁のリフォーム	200 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10237	男性	75	不動産 システムキッチンのリフォーム	100 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10844	女性	61	不動産 家のメンテナンス	100 " 自分達が定年退職やリタイアをする "
	10367	女性	64	不動産 水周りのリフォーム	300 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10350	男性	54	自動車 クルマ	190 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10614	男性	69	自動車 4駆の自動車	300 "買いたいと思う魅力的な商品やサービスがある"
	10834	男性	73	旅行 海外旅行	50 "自分達の趣味や生きがいなど、やりたいことに取り組む"
10708	女性	55	旅行 海外旅行	25 "臨時の収入やボーナスが入る"	
10157	女性	74	旅行 ハワイ旅行	100 "定期的な収入や持っていた資産が増える,自分達の趣味や生きがいなど、やりたいことに取り組む"	
1,000万円以上)3,000万円未満	10797	男性	64	不動産 一戸建て注文住宅の購入	2000 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10871	男性	64	不動産 現在の家を子供たちに譲り、小さめのマンションを購入したい	2000 " 子供が結婚や就職など、独立する "
	10769	男性	65	不動産 家外壁の塗装	100 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10386	男性	69	不動産 わが家のリフォーム第2段階	300 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10792	男性	76	不動産 老後のケアハウス	3000 " 自分や家族に介護が必要になる "
	10202	男性	77	不動産 自宅のリフォーム	500 " 子供が結婚や就職など、独立する。自分や家族に介護が必要になる "
	10839	女性	70	不動産 家の外装メンテナンス	250 "買い物時の割引や特典などがある"
	10325	男性	53	自動車 新車購入・買い替えミニバン	250 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10280	男性	71	自動車 ハイブリッド自動車	300 "買いたいと思う魅力的な商品やサービスがある"
	10700	男性	73	自動車 ボルボ	400 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる,買いたいと思う魅力的な商品やサービスがある"
10375	男性	65	旅行 海外旅行	100 "自分達の趣味や生きがいなど、やりたいことに取り組む"	
10018	男性	70	旅行 海外旅行	200 "自分達の趣味や生きがいなど、やりたいことに取り組む,国内景気の回復や株価の上昇がある"	
3,000万円以上	10332	男性	61	不動産 マンション・リフォーム	800 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる, 自分や家族に介護が必要になる "
	10417	男性	63	不動産 シニア向けの分譲マンション	5000 " 自分や家族に介護が必要になる "
	10726	男性	65	不動産 屋根の補修と太陽光発電	500 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10870	男性	68	不動産 山荘の購入	1500 "自分達の趣味や生きがいなど、やりたいことに取り組む"
	10734	男性	69	不動産 自宅を建て直して一部を貸しビルにする	6000 "定期的な収入や持っていた資産が増える,持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10520	男性	75	不動産 介護やケア付き等のシニア向けマンション	3000 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10490	女性	67	不動産 有料老人ホームの入居金	6000 " 自分や家族に介護が必要になる "
	10620	男性	58	自動車 ホンダ アコード	400 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる,買いたいと思う魅力的な商品やサービスがある"
	10214	男性	61	自動車 クラウンマジェスタ	700 "持っていたものが古くなったため/買い替えが必要になる"
	10493	男性	64	自動車 ベンツSL	800 "自分達の趣味や生きがいなど、やりたいことに取り組む, 自分達が定年退職やリタイアをする ,国内景気の回復や株価の上昇がある"
	10666	男性	64	旅行 クルーズ旅行	500 "自分達の趣味や生きがいなど、やりたいことに取り組む,買いたいと思う魅力的な商品やサービスがある"
	10095	男性	77	旅行 孫家族を伴っての海外旅行	250 " 孫が誕生・成長する "
	10893	女性	66	旅行 世界一周クルーズ	300 "定期的な収入や持っていた資産が増える,買いたいと思う魅力的な商品やサービスがある"
10154	女性	71	旅行 エーゲ海クルーズ	300 " 自分達が定年退職やリタイアをする "	

- 消費税率の引き上げに関わらず、今後5年というスパンで見ると、全体のおよそ4割近くが具体的に「大きな買い物」を見込んでおり、特に「不動産/自動車/旅行」を中心とした商材の購入意向を持ち合わせている層と言えます。
- さらにそのような買い物ニーズは、「購入した商品が古くなる/買い替えの時期が来る」といったプロダクトのライフサイクルに関連するものに加え、「定年退職や子供の独立、家族の介護といったシニア期ならではのライフステージの変化」がスイッチになっているケースも挙げられます。
- そのためシニアを顧客ターゲットに狙う企業であれば、そのようなライフステージが変化するタイミングに併せてアプローチすることが、有効な商談につながるきっかけになると言えます。

当社ではシニアマーケットに特化したコンサルティング会社として、今回のような買い物に関するアンケート調査を実施するのみでなく、シニアならではの“熟練消費者の意識”と“安心志向の意識”から消費実態を把握し、その裏側にある要因を探ることを目指しています。

今後も引き続き、買い物や消費に関する調査を展開し、シニアマーケットにおける“個人”と“企業”の双方に向けたマーケティング機能を果たすことを目指します。

調査結果 資料

- 今回実施した「買い物に関するアンケート 第3弾」の調査資料を公開しております。
 - ✓ クロス集計表
 - ✓ 自由回答集

調査資料の閲覧を希望される方は、下記までお問い合わせください。

リリースに関するお問い合わせ

株式会社シニアコム 担当：高瀬（たかせ）

TEL 03-3560-1854 FAX 03-3560-1816 E-mail sales@seniorcom.co.jp