

News Release

平成24年12月25日

「FFG生活者アンケート調査（第2回）」の調査結果のお知らせ

福岡ファイナンシャルグループのグループ会社である株式会社FFGビジネスコンサルティングでは、この度「FFG生活者アンケート調査（第2回）」を実施しました。

この調査は、その時々の特ピックスや社会的な動向に着目し、九州にお住まいの方々を対象とした消費者行動や社会心理に関するアンケートを行うことによって、より早く・より身近な目線で地域の皆様の生活者意識を捉えようとする取り組みで、本年6月実施に続く第2回目の調査となります。

今回は、平成26年4月以降段階的に税率の引上げが予定されている「消費税」、および、クリスマスや大晦日・正月等の「年末年始」に関し、消費者行動や社会心理についてアンケート調査を実施しました。調査結果をまとめましたので、その概要をお知らせいたします。

今後も、様々な特ピックスや社会情勢の変化に着目した「FFG生活者アンケート調査」を実施してまいります。どうぞご期待ください。

【調査項目】

1. 消費税率引き上げに関する意識調査（FFG生活者アンケート調査 Vol.3）
2. 年末年始の消費者行動（FFG生活者アンケート調査 Vol.4）

【調査概要】

1. 調査対象：福岡県・長崎県・熊本県在住の男女500人
2. 調査時期：平成24年12月
3. 調査方法：インターネット調査
4. 回答者の属性

(上段:件数、下段:構成率・%)

居住県	男女計	男性	女性
全体	500	250	250
	100.0	50.0	50.0
福岡県	300	150	150
	60.0	30.0	30.0
長崎県	100	50	50
	20.0	10.0	10.0
熊本県	100	50	50
	20.0	10.0	10.0

以上

《 本件に関するご照会先 》
福岡ファイナンシャルグループ 営業企画部 森山、田中
TEL 092 - 723 - 2576

消費税率引き上げに関する意識調査

【調査結果の概要】

1. 消費税率引き上げによる消費支出や日常生活への影響について、65.4%が「大きな影響がある」と感じている。
2. 家計への負担について、91.4%が「重くなる」と感じている。
3. 「税率増加により社会保障の信頼性が確保され、現在及び将来生活に安心感がもてるか」との質問について、20.8%が「安心感がもてる」と感じている一方で、54.2%が「安心感はない」と感じている。
4. 消費税率が引き上げられた後の消費財に対する支出額の変化について、「減少」の回答率が高かった品目は、67.6%の「外食」、66.0%の「被服及び履物」等で、低かった品目は27.0%の「教育」や29.8%の「保健医療」等との結果となった。
5. 耐久財（全体）の購入時期について、60.9%が「増税に関係なく購入したい時」、次いで34.7%が「一回目の引き上げ前」という結果となった。
6. 消費税率が引き上げられた後の非消費支出項目への支出額の変化について、「減少」の回答率が高かったのは41.6%の「財産の購入」および37.6%の「預貯金」。「預貯金」については「増加」も11.4%と、他項目と比較して高い。

1. 調査対象：福岡県、長崎県、熊本県在住の20歳以上の男女500人
2. 調査時期：平成24年12月
3. 調査方法：インターネット調査
4. 回答者の属性

(上段:件数、下段:構成率・%)

居住県	男女計	男性	女性
全体	500	250	250
	100.0	50.0	50.0
福岡県	300	150	150
	60.0	30.0	30.0
長崎県	100	50	50
	20.0	10.0	10.0
熊本県	100	50	50
	20.0	10.0	10.0

【調査の目的】

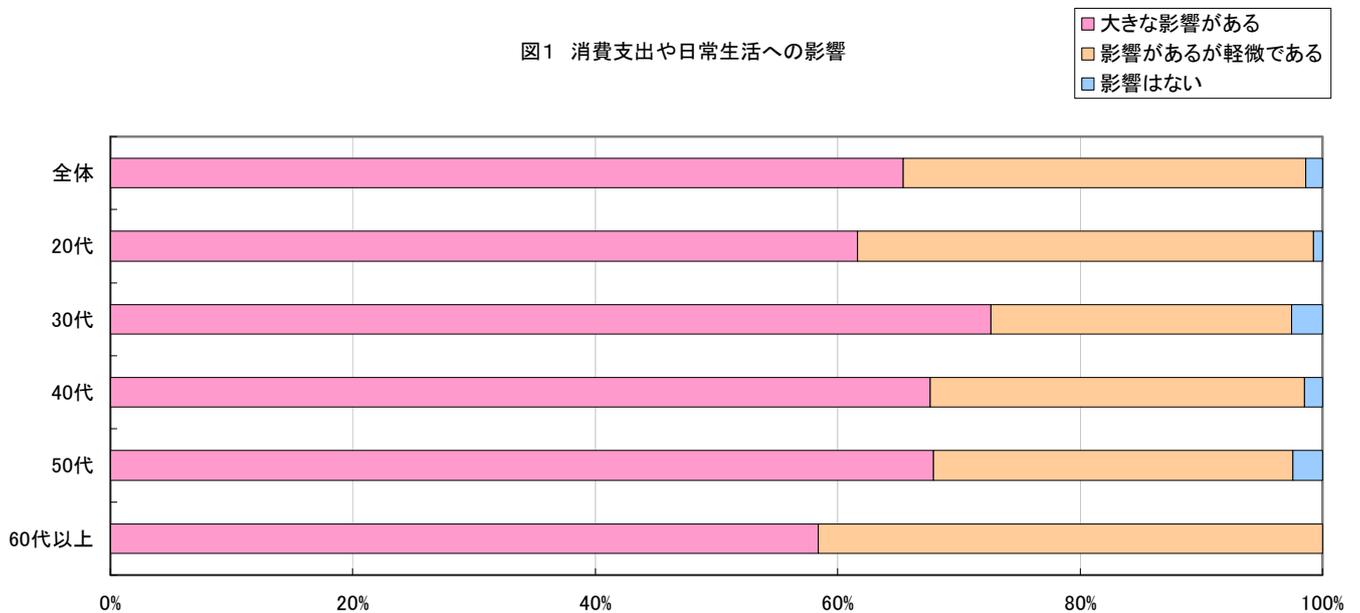
平成24年8月10日、消費税増税を柱とする社会保障・税一体改革関連法案が成立し、消費税率は平成26年4月に8%、27年10月に10%へと引き上げられる予定です。

この消費税率引き上げに対する意識や影響について、FFGビジネスコンサルティングでは福岡県、長崎県、熊本県在住の方々に対してアンケート調査を行いました。

問1. 消費支出や日常生活への影響度合い

消費税率引き上げによる消費支出や日常生活への影響について尋ねると、65.4%が「大きな影響がある」、33.2%が「影響があるが軽微である」と回答している。特に、「大きな影響がある」との回答率は30代が72.6%と最も高く、次いで50代（67.9%）、40代（67.6%）が続いており、子育て世代を中心とした世代がその影響を重く受け止めていることが分かる。

図1 消費支出や日常生活への影響



問2. 消費増税についてどのように感じますか

(1) 「消費税の支払いが増加し、家計の負担が重くなる」と感じますか

(2) 「税収の増加で社会保障の信頼性が確保され、現在及び将来の生活に安心感が出る」と感じますか

(1) 消費税率引き上げによる家計への負担について尋ねると、全体の91.4%が重くなると考えており、年代別でも全ての年代において90%以上が負担が重くなると感じている。特に、「そう思う」との回答率は、30代、40代、50代が20代、60代と比較して相対的に高く、子育て世代を中心とした世代が、家計への負担増加をより強く意識しているという結果になった。

(2) 消費税率引き上げによる税収増加と生活の安心感との関係について尋ねると、「現在及び将来の生活に安心感がもてる」との回答率は全体の20.8%だった一方で、「安心感はない」との回答率は全体の54.2%となり、消費税率引き上げによる現在及び将来の生活への安心感醸成は限定的という結果となった。

年代別では、若者世代の方が将来への不安感が大きいという傾向にある。30代では、「現在及び将来の生活に安心感がもてない」との回答率が他の年代と比べて最も高い一方で、「安心感がもてる」との回答率も他の年代と比べて最も高く、生活への安心感に対する見方が二極化する傾向がより強く見られる。

図2-1 「消費税の支払いが増加し、家計の負担が重くなる」と感じるか

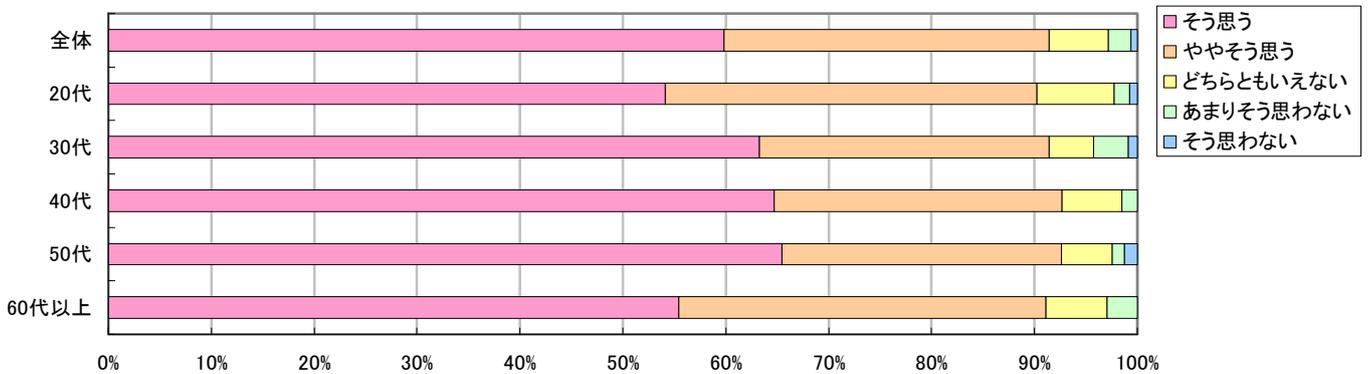
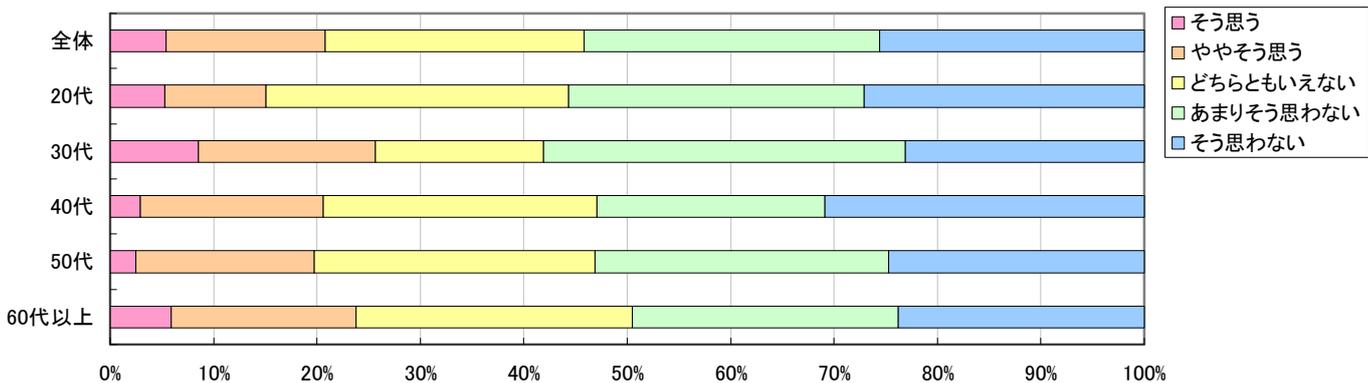


図2-2 「税収の増加で社会保障制度の信頼性が確保され、現在及び将来の生活に安心感が出る」と感じるか

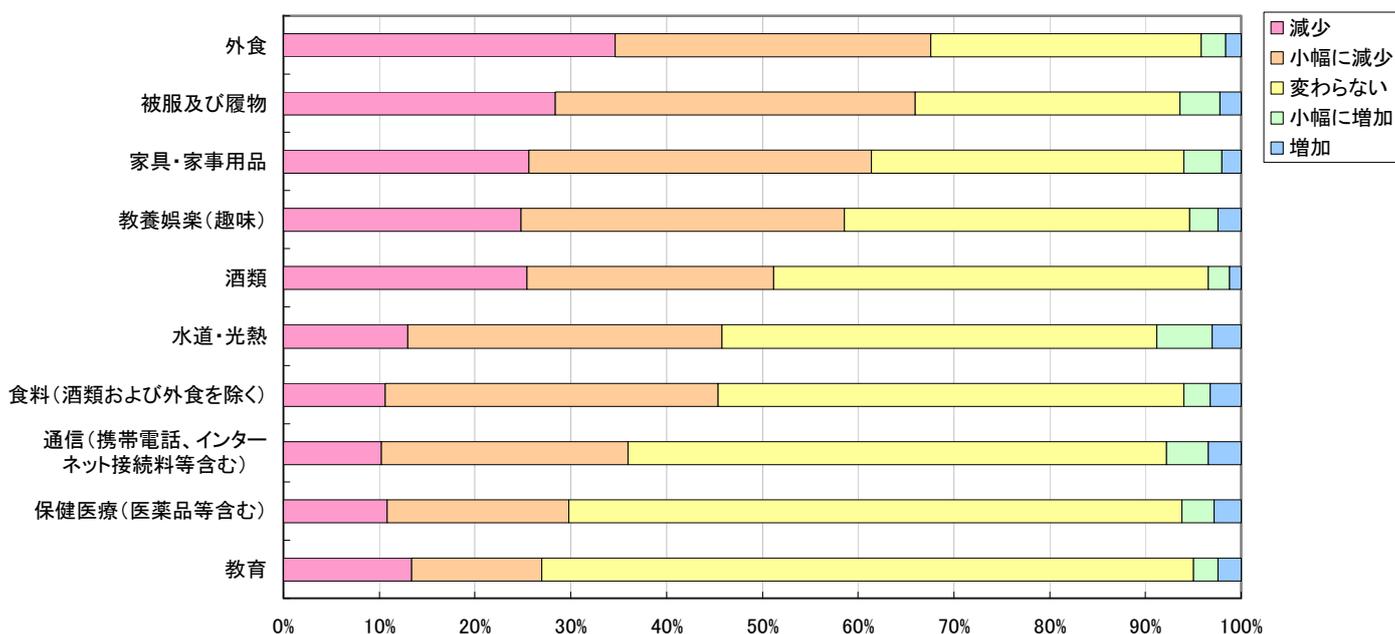


問3. 消費財に対する支出額の変化

消費税率が引き上げられた後の、消費財に対する支出額の変化を各種の品目別に尋ねたところ、最も多く「消費額を減少させる」との回答があったのは「外食」(67.6%)となり、次いで「被服及び履物」(66.0%)、「家具・家事用品」(61.4%)が続いており、不要不急の支出を減少させる傾向が見られた。また一方で、支出額を減少させるとの回答率が少なかったのは、「教育」(27.0%)、「保健医療」(29.8%)、通信(36.0%)となっている。

子供の教育や健康に関わること、日常生活での利用頻度が高い携帯電話等への支出額は、消費税率引き上げの影響は比較的小さいという結果となった。

図3 支出額の変化

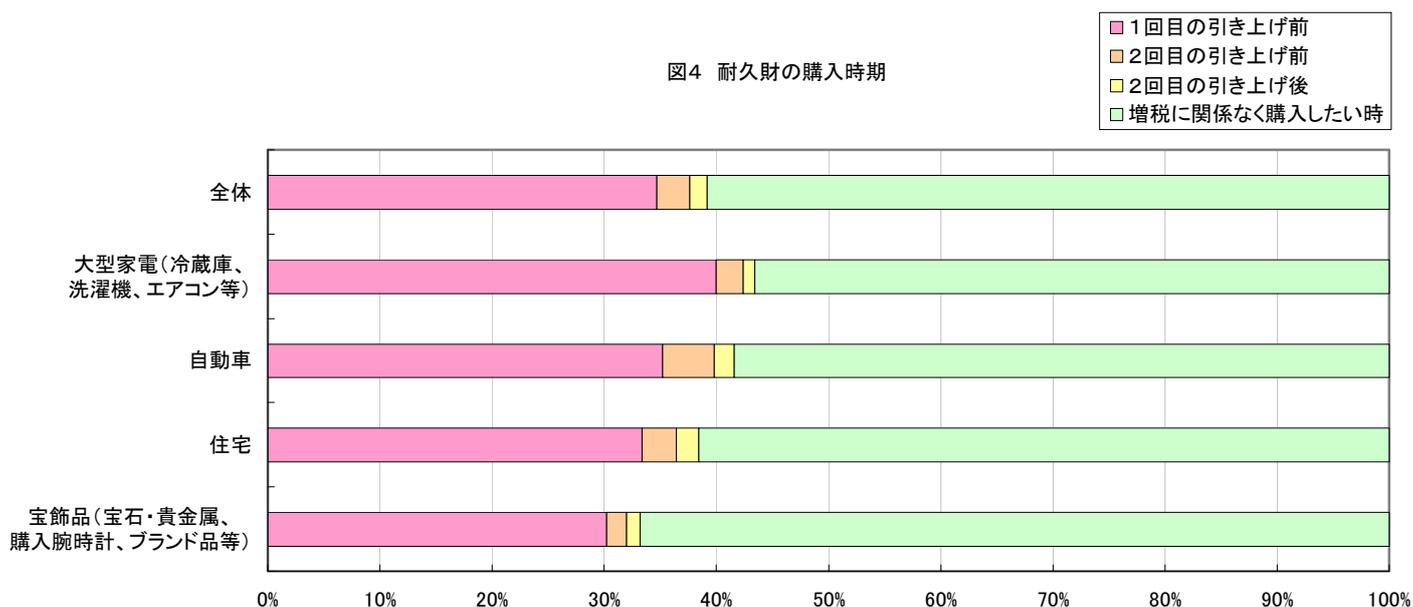


問4. 耐久財の購入時期

耐久財の購入時期に対する意識を各種の品目別に尋ねたところ、全体として「増税に関係なく購入したい時期」（60.9%）との回答率が最も高く、次いで「一回目の引き上げ前」（34.7%）が続いている。品目別では、金額の大きい自動車や住宅よりも、他の品目と比較して耐用年数が短く、金額の小さい大型家電は消費税の引き上げ前に購入したいという傾向が見られた。

また、不要不急で、一種の贅沢品といえる宝飾品については、他の品目と比較すると、消費税引き上げによる早目の購入意向は小さい。

図4 耐久財の購入時期

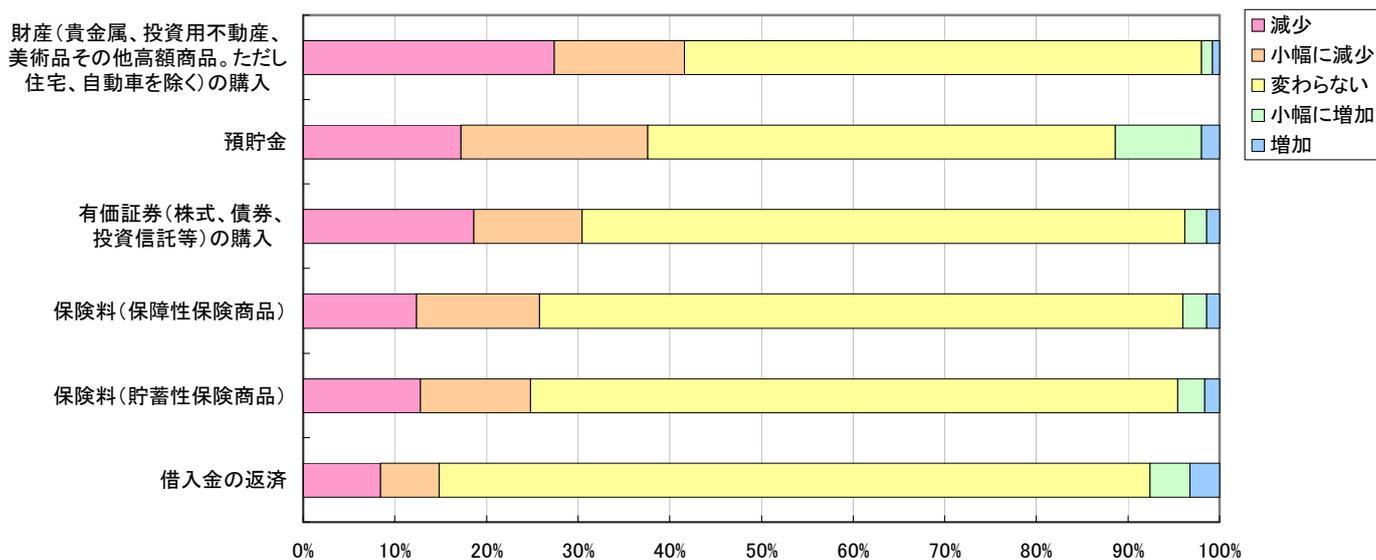


問5. 非消費支出項目への支出額の変化

消費税率が引き上げられた後の、非消費支出項目への支出額の変化について尋ねたところ、減少させるとの回答率が高かったのは「財産の購入」（41.6%）、次いで「預貯金」（37.6%）となっており、不要不急の支出を控え、預貯金の預け入れを減らし生活費に充てるという傾向が見られる。一方、「増加させる」の回答率を見ると、「預貯金」（11.4%）の回答率は他の項目よりも高く、将来に対する備えの意識の高まりも見られる。

「減少させる」との回答率が最も低かったのは「借入金の返済」（14.8%）となっている。

図5 非消費支出額の変化



年末年始の過ごし方に関する意識調査

【調査結果の概要】

1. クリスマスの過ごし方について、「ケーキを食べる」が56.0%と最も多く、30代を頂点として年代が上がるにつれて低下する傾向にある。
2. 大晦日の過ごし方について、「年越しそばを食べる」が66.4%と最も多く、年代が上がるにつれて増加する傾向にある。次いで「テレビ視聴」や「大掃除」等の項目が続いている。
3. 正月のおせち料理について、45.6%が「自分もしくは家族の手作り」で、特に50代、60代は、他の年代と比較すると「自分で作る」割合が高い傾向が見られた。
4. 正月の過ごし方について、「テレビ視聴」が46.2%と最も多く、次いで45.4%が「初詣に行く」としている。「お年玉を渡す」は28.6%で第3位となり、他の年代と比較すると、子育て世代を中心とした世代に比較的多い傾向が見られた。
5. 正月の帰省予定について、39.2%が「帰省する」、34.4%が「もともと実家に住んでいる」という結果となった。「帰省しない」は24.0%で、年代が上がるにつれてその回答率も高くなっている。

1. 調査対象：福岡県、長崎県、熊本県在住の20歳以上の男女500人
2. 調査時期：平成24年12月
3. 調査方法：インターネット調査
4. 回答者の属性

(上段:件数、下段:構成率・%)

居住県	男女計	男性	女性
全体	500	250	250
	100.0	50.0	50.0
福岡県	300	150	150
	60.0	30.0	30.0
長崎県	100	50	50
	20.0	10.0	10.0
熊本県	100	50	50
	20.0	10.0	10.0

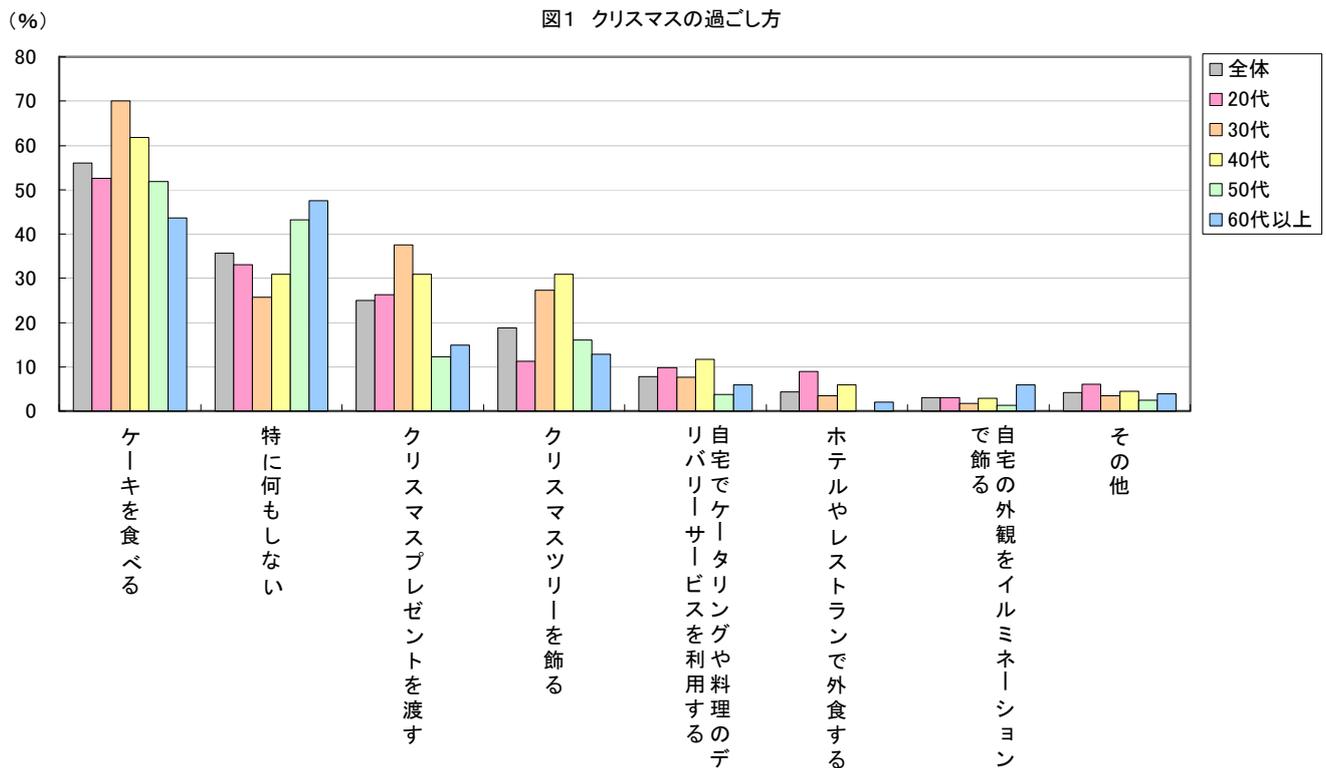
【調査の目的】

師走も押し迫り、また新しい年が始まろうとしています。年末年始にはいろいろな行事があり、毎年決まった過ごし方をする人や、そうではない人等、様々な過ごし方があります。

年末年始の過ごし方について、F F G ビジネスコンサルティングでは福岡県、長崎県、熊本県の方々に対してアンケート調査を行いました。

問1. 今年のクリスマスの過ごし方（複数回答）

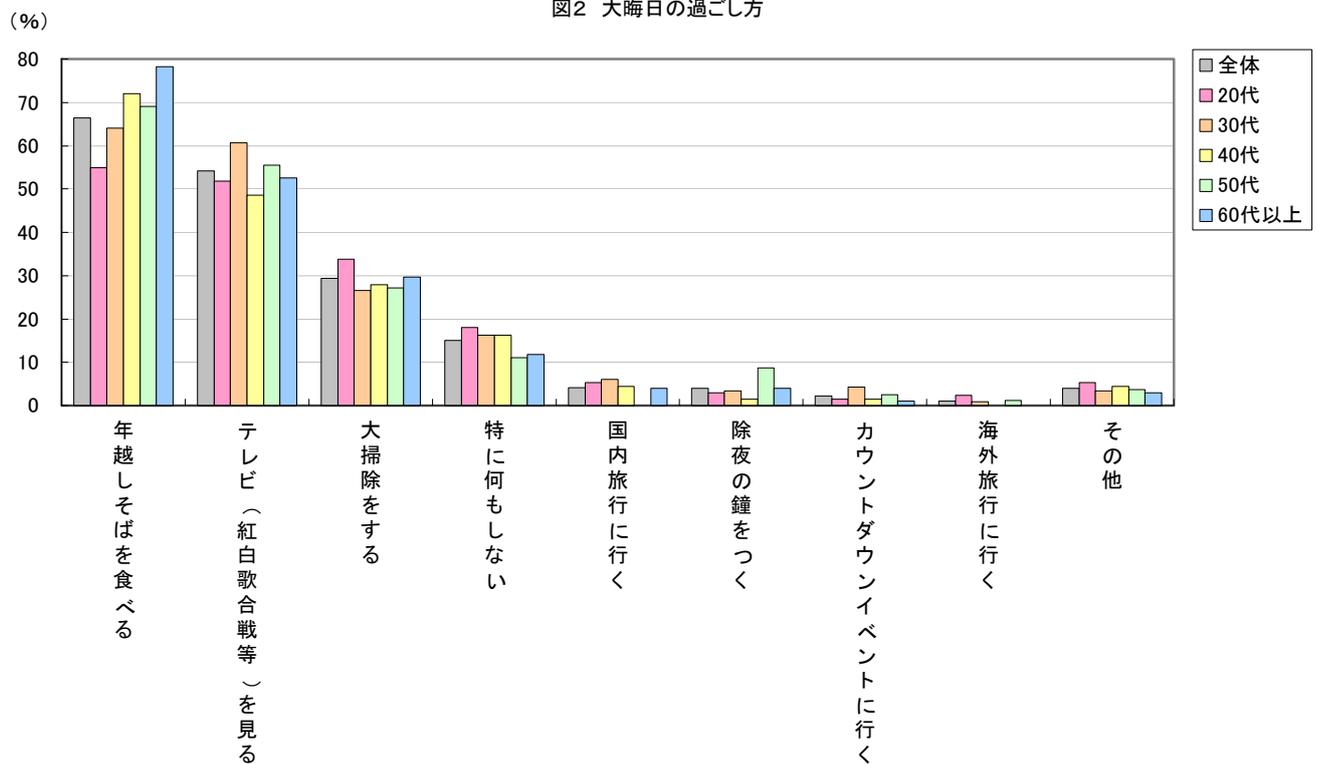
クリスマスの過ごし方について、全体として回答率が高かったのは、「ケーキを食べる」（56.0%）、次いで「特に何もしない」（35.6%）となった。ケーキを食べる人の割合は、30代を頂点として、年代が上がるにつれて低下する傾向がある。また、全体として、何らかのクリスマスイベントを行うのは、子育て世代を中心とした世代が多いという傾向が見られる。



問2. 今年の大晦日の過ごし方（複数回答）

今年の大晦日の過ごし方について尋ねたところ、全体で最も回答率が高かったのは、「年越しそばを食べる」（66.4%）で、年代が上がるにつれて回答率も高くなる傾向が見られる。次いで「テレビを見る」（54.2%）、「大掃除をする」（29.4%）と続いているが、これらには年代による傾向は特に見られなかった。また、旅行の予定については、「国内旅行に行く」が4.2%、「海外旅行に行く」が1.0%という結果となった。

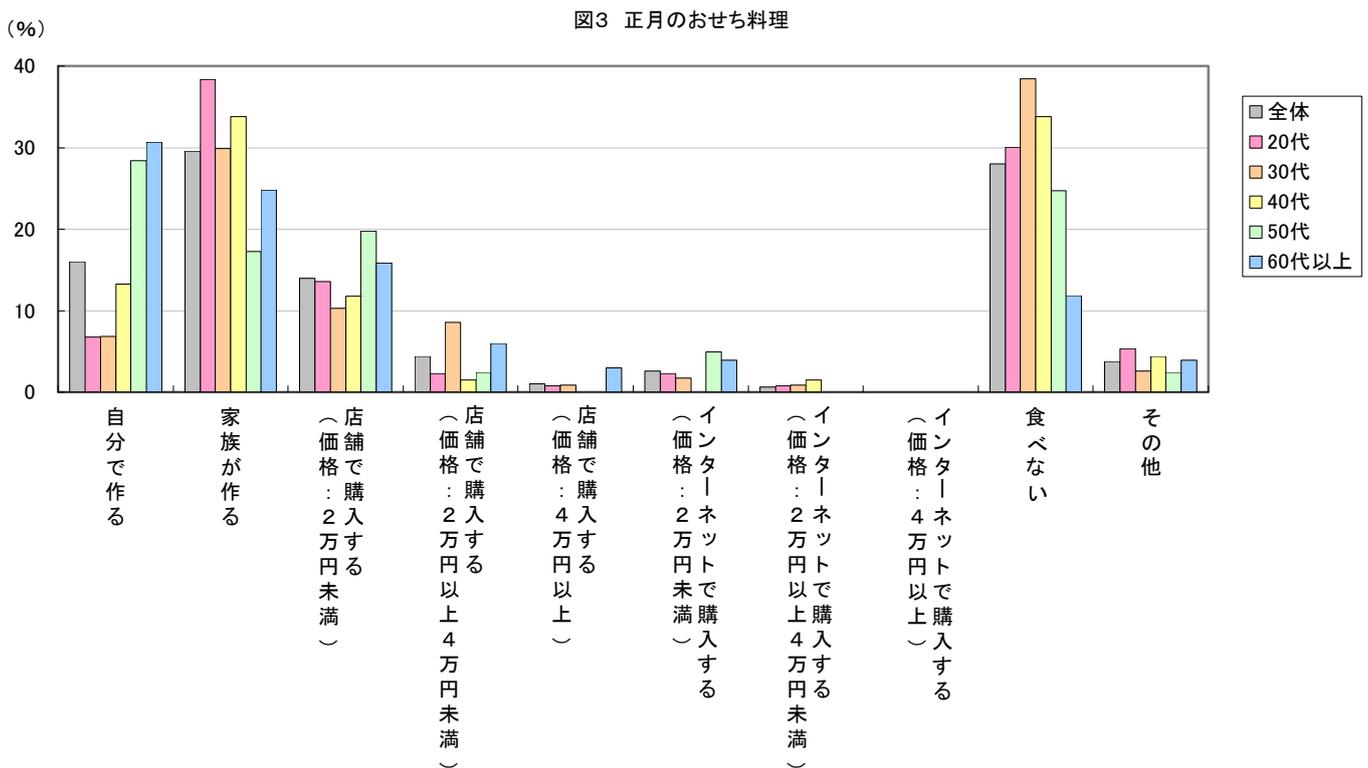
図2 大晦日の過ごし方



問3. 正月のおせち料理

正月のおせち料理の準備の仕方を尋ねたところ、45.6%が「自分もしくは家族が作る」と、手作りで準備すると回答。特に50代、60代において「自分で作る」人が多い傾向が見られる。購入する場合は、「店舗で購入する」（19.4%）との回答が多かった一方で、「インターネットで購入する」（3.2%）との回答も一部に見られた。金額別に見ると、2万円未満の商品を購入するとの回答率が最も高い結果となった。

また、おせち料理自体を「食べない」（28.0%）との回答も多く、特に20代から40代にかけての年齢層においてその傾向が強く見られる。



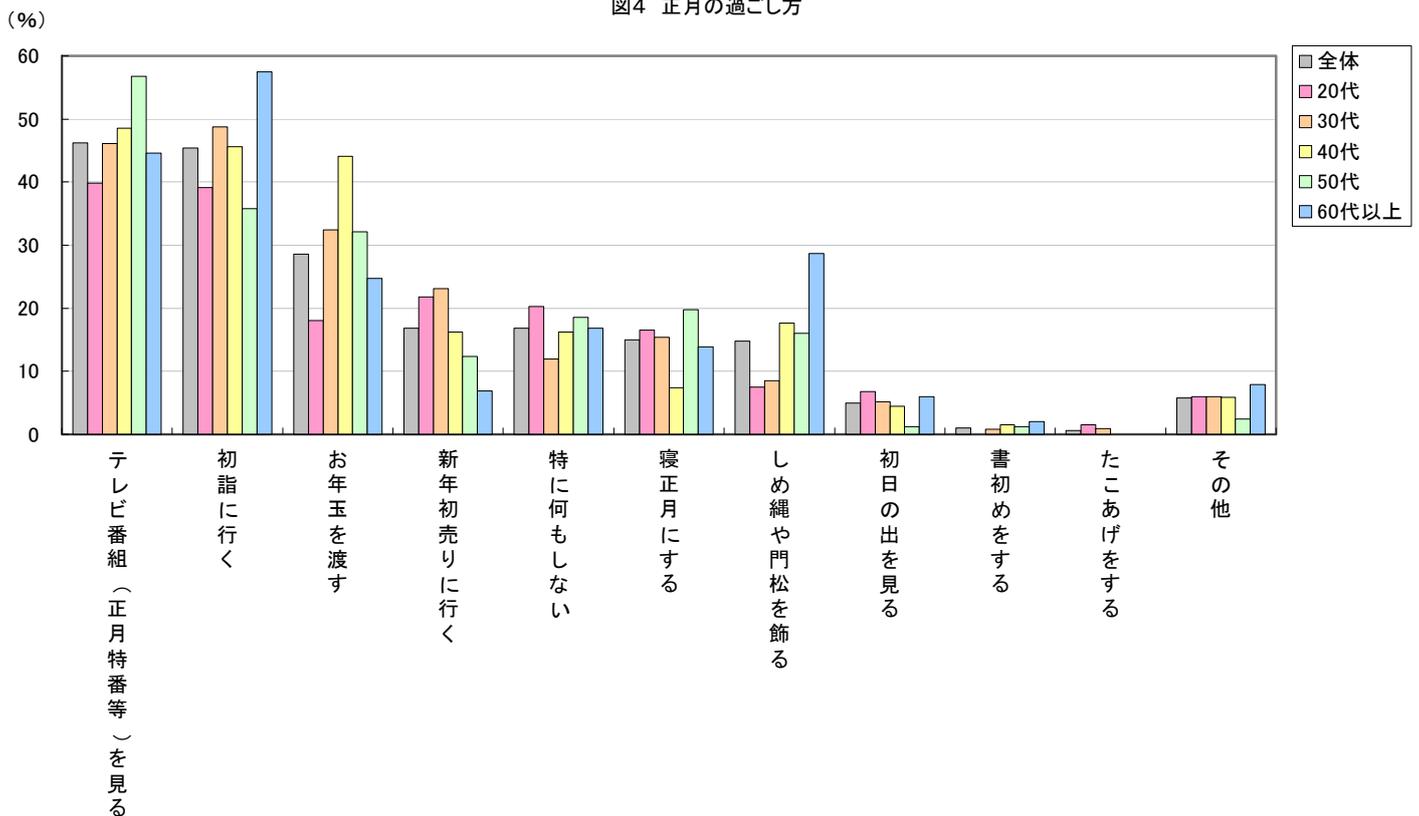
問4. 正月の過ごし方（複数回答）

正月の過ごし方について尋ねたところ、「テレビ番組を見る」（46.2%）が最も多く、次いで「初詣に行く」（45.4%）となっている。「お年玉を渡す」（28.6%）は第3位となり、30代から50代の子育て世代を中心とした世代の回答率が高くなっている。

全体では、「しめ縄や門松を飾る」との回答率は14.8%で7番目だが、60代に限って見ると、3番目に多い28.7%の回答率となっている。

昔からの正月行事である「書初め」（1.0%）や「たこあげ」（0.6%）の回答率は低い結果となった。

図4 正月の過ごし方



問5. 正月の帰省予定（複数回答）

正月の帰省予定について尋ねたところ、「帰省する」は合計で39.2%、「もともと実家に住んでいる」が34.4%という結果となった。「帰省しない」は24.0%で、年代が上がるにつれてその回答率も高くなっている。

帰省手段については、県内・県外ともに自家用車が多いものの、距離が遠くなる県外への帰省については、県内への帰省と比較して、自家用車以外での交通手段の利用が多くなっている。

