

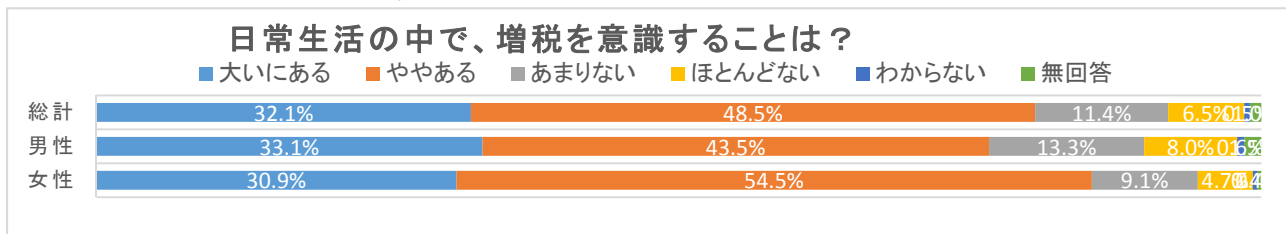
渋谷の大学生に聞く消費増税 1ヶ月の意識 —大学生の 8 割が増税意識、買い控えが 3 割—

5月30日に総務省から家計調査4月分が公表されるのを前に、國學院大學(学長:赤井益久)では、本学学生を対象に4月の消費増税後の消費に関するアンケート調査を実施し651名から有効回答を得ました。

主な調査結果・調査概要は下記のとおりです。

▶ 主な調査結果

- ◇ 大学生全体の8割が増税意識
- ◇ 増税直後の「買い控え」行動は大学生の3人に1人
- ◇ 飲食・交際費において全体の消費削減策を講じる堅実な意向
- ◇ 若者のつまみ食い消費行動・価値観が観察される



▶ 調査概要

- ◇ 調査方法：学内者専用システムによるインターネットリサーチ
(誤差:±0.07%、信頼度 95%)
- ◇ 有効回答数：本学学生男女 651 名
- ◇ 調査日時：2014年5月15日(木)～5月25日(日)
- ◇ 調査機関：國學院大學

▶ 解説コメント(要旨)

解説:宮下雄治(國學院大學経済学部准教授) 専門:マーケティング論、商業・流通論

2014年4月の消費者態度指数は、前月比0.5ポイント低下し2011年8月以来の低い水準になった。今回の調査においても大学生の若者において、消費マインドの低下を示す現状と一定数の買い控えの存在を確認することができた。

日常生活のなかで増税を意識している大学生は全体の8割(80.6%)と高く、特に女性が増税に対する意識が強い傾向が観察された(女性85.4%、男性76.6%)。増税を意識する品目をみると、「食料品・飲料」(62.2%)が最も多く、「公共交通機関」(49.6%)などが続き、大学生の生活に必要な品目での増税意識の高さがみられた。

増税に伴う「買い控え」の実態をみると、全体の3割が消費支出を抑制しており、具体的な品目では「日々の飲食代」(79.0%)、「外食・飲み会代」(64.6%)が圧倒的に高く、飲食・交際費において全体の消費削減策を講じている堅実な意向が観察された。個人用消費への支出が大半を占める大学生の消費において、現代の若者は高額品や奢侈品などへの支出が日常的に少なく、慎ましい消費行動・価値観の一面をうかがい知ることができる。

生活の中で増税を意識するもの

食料品・飲料	62.2%
商品価格の値上げ	57.4%
公共交通機関の利用	49.6%
日用品・雑貨	39.6%
趣味・嗜好品	30.3%
外食	26.1%
娯楽・レジャー	11.1%
家電製品	7.2%
勤務先の売上・客足の減少	4.4%
特になし	2.4%
その他	2.0%
仕送り・小遣いの減少	1.6%

調査データの無断転載・引用を防ぐため、個別に提供いたします。転載・引用をご希望の方、本調査に関するお問い合わせはこちらまで。

■ 本件の転載・引用・取材等のお問い合わせ先 ■
 國學院大學 総合企画部広報課 担当:高次(かつキ)
 〒150-8440 東京都渋谷区東 4-10-28
 TEL:03-5466-0130 FAX:03-5466-0528 MAIL:kouho@kokugakuin.ac.jp