

2019年12月23日
ライフネット生命保険株式会社

～消費税増税による家計の見直し・節約に関する調査 2019～

■増税が消費者に与える影響 負担増加額の予想と節約目標は？

- ◆ 増税による負担増加額予想 平均額は5,655円/月 お子さまのいる人の平均は6,829円/月
- ◆ 月々の節約目標額 平均額は6,766円/月 お子さまのいる人の平均は8,193円/月

■増税後の節約と家計の見直しの実態は？

- ◆ 増税後に行ったこと「キャッシュレス決済での買い物」「家計の見直し・節約」が高い割合
- ◆ 増税後に見直し・節約した家計費目 1位「食費」「ガマン型節約」が多数派
- ◆ 今後、家計の見直し・節約として行いたいもの 1位「格安スマホへの乗り換え」

■実践している切なくなった節約術とは？

- ◆ 実践して切なくなった節約術の1位に「食費の見直し」、3位に「光熱費削減」
- ◆ 切なくなった節約術では「昼食抜き」「水シャワー」「割引シール待ち」といった回答が



本内容の転載に際しては、「ライフネット生命調べ」とご記載ください。
グラフを利用されたい場合は、ライフネット生命へお問い合わせください。

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部：川端、安藤
TEL: 03-5216-7900

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

アンケート総括

ライフネット生命保険株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:森亮介)は 2019 年 10 月 16 日~17 日の 2 日間、全国の 20 歳~59 歳の男女を対象に、「消費税増税による家計の見直し・節約に関する調査 2019」をインターネットリサーチで実施、1,000 名の有効回答を集計しました。

■増税が消費者に与える影響 負担増加額の予想と節約目標は？

◆ **増税による負担増加額予想** 平均額は 5,655 円/月 お子さまのいる人の平均は 6,829 円/月

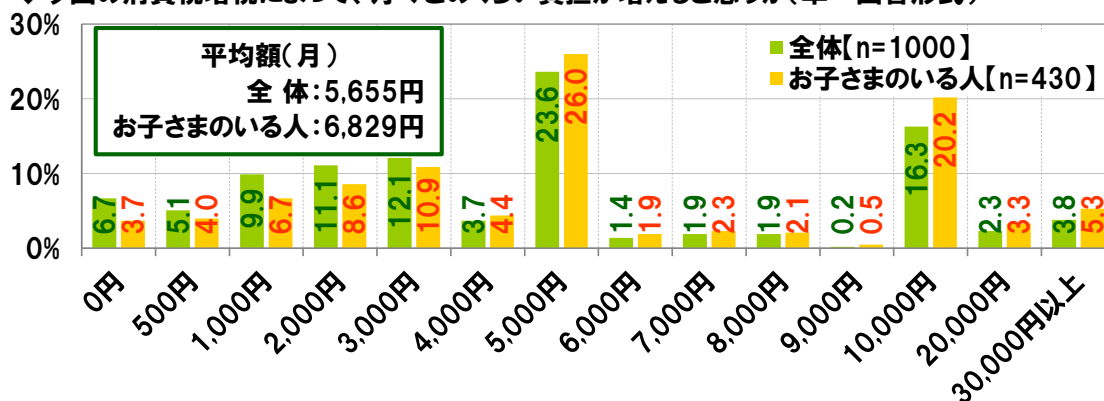
◆ **月々の節約目標額** 平均額は 6,766 円/月 お子さまのいる人の平均は 8,193 円/月

2019 年 10 月に、消費税が 8%から 10%に引き上げられました。増税前後における、家計の状況や意識について聞きました。

はじめに、全回答者(1,000 名)に、今回の消費税増税によって、月々どのくらい負担が増えると思うか聞いたところ、「5,000 円」(23.6%)や「10,000 円」(16.3%)に回答が集まり、平均額は 5,655 円となりました。

お子さまのいる人(430 名)については、平均額が 6,829 円で、全体の平均額と比べて 1,174 円高くなりました。お子さまのいる人は、増税による負担増加額を高く見積もっているようです。

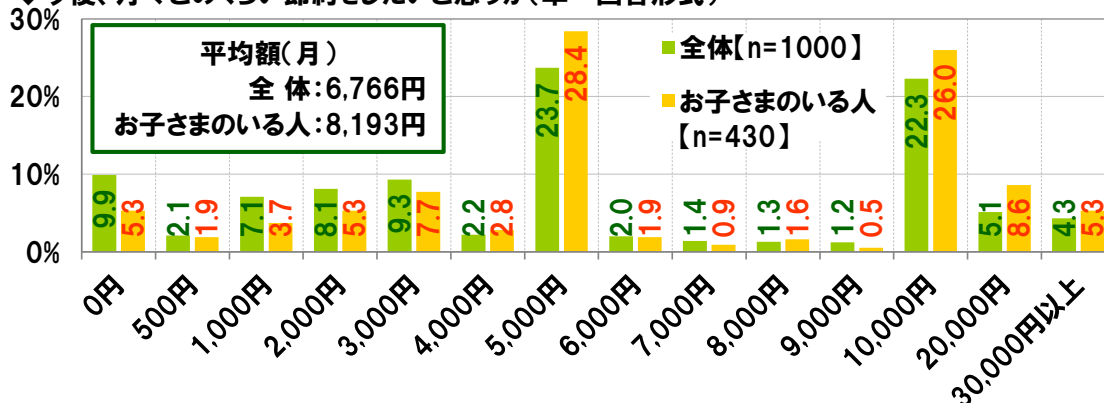
◆今回の消費税増税によって、月々どのくらい負担が増えると思うか(単一回答形式)



次に、全回答者(1,000 名)に、今後、月々どのくらい節約をしたいと思うか聞いたところ、「5,000 円」(23.7%)や「10,000 円」(22.3%)に回答が集まり、平均額は 6,766 円となりました。

お子さまのいる人(430 名)についてみると、平均額は 8,193 円で、全体の平均額と比べて 1,427 円高くなりました。節約目標を高め設定している人が多いようです。

◆今後、月々どのくらい節約をしたいと思うか(単一回答形式)

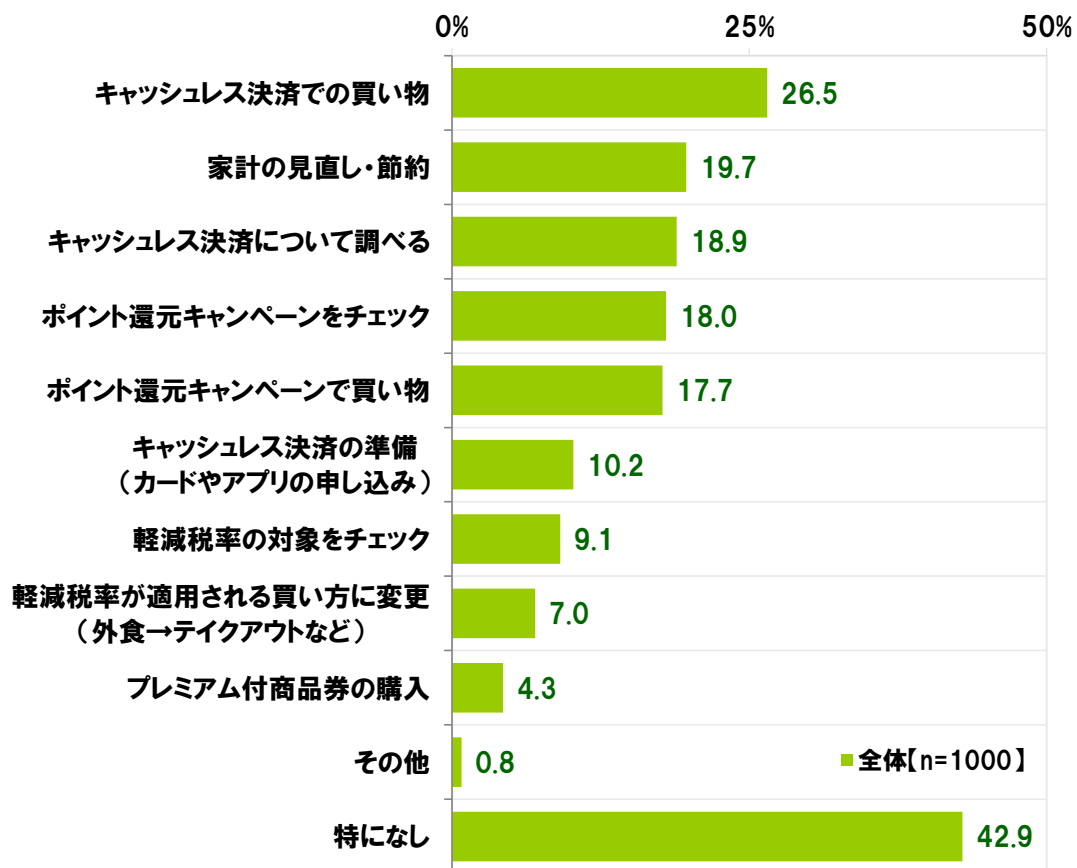


■増税後の節約と家計の見直しの実態は？

- ◆ 増税後に行ったこと「キャッシュレス決済での買い物」「家計の見直し・節約」が高い割合
- ◆ 増税後に見直し・節約した家計費目 1位「食費」「ガマン型節約」が多数派
- ◆ 今後、家計の見直し・節約として行いたいもの 1位「格安スマホへの乗り換え」

では、節約と家計の見直しの実態はどうなっているのでしょうか。全回答者(1,000名)に、消費税増税後に行ったことを聞いたところ、「特になし」(42.9%)が最も高く、次いで、「キャッシュレス決済での買い物」(26.5%)、「家計の見直し・節約」(19.7%)となりました。また、「ポイント還元キャンペーンをチェック」(18.0%)や「ポイント還元キャンペーンで買い物」(17.7%)といったポイント還元に関する項目も上位になりました。

◆消費税増税後に行ったこと(複数回答形式)

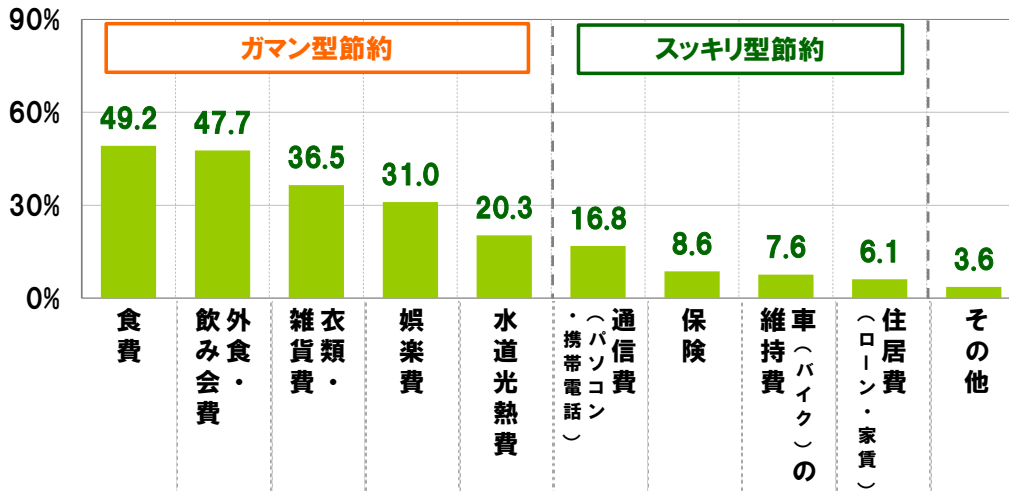


続いて、消費税増税後に家計の見直し・節約を行った人(197名)に、消費税増税後に見直し・節約したものを聞きました。「食費」(49.2%)が最も高く、次いで「外食・飲み会費」(47.7%)、「衣類・雑貨費」(36.5%)、「娯楽費」(31.0%)、「水道光熱費」(20.3%)となりました。一度見直せば効果が持続する“スッキリ型節約”より、日々の生活での出費を抑える“ガマン型節約”が上位となりました。

◆消費税増税後に見直し・節約したもの(複数回答形式)

対象: 消費税増税後に家計の見直し・節約を行った人

■全体[n=197]



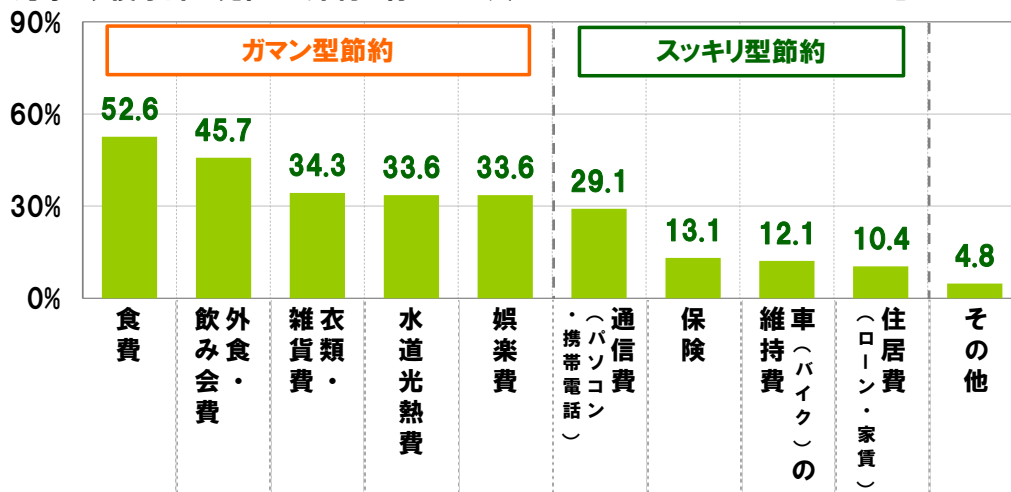
今後家計の見直し・節約を行いたい人(289名)に、今後見直し・節約したいものを聞いたところ、「食費」(52.6%)が最も高く、次いで「外食・飲み会費」(45.7%)、「衣類・雑貨費」(34.3%)、「水道光熱費」「娯楽費」(いずれも 33.6%)となりました。“ガマン型節約”の意向が高いようです。

“スッキリ型節約”では、「通信費(パソコン・携帯電話)」(29.1%)が高い割合となり、「保険」(13.1%)との回答も一定数みられました。

◆今後見直し・節約したいもの(複数回答形式)

対象: 今後家計の見直し・節約を行いたい人

■全体[n=289]

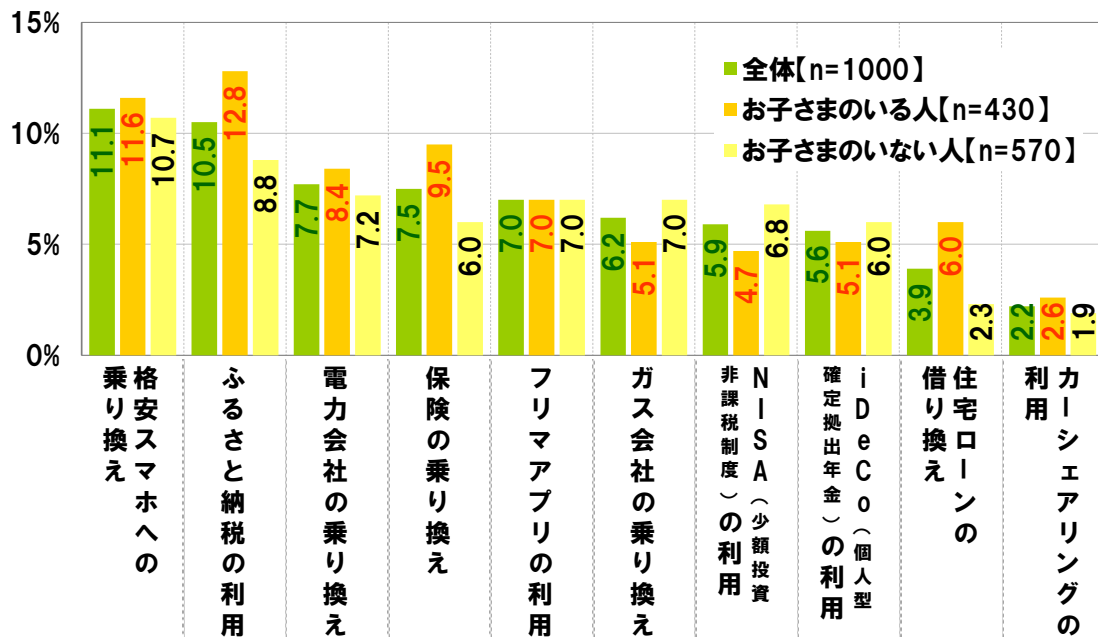


また、全回答者(1,000名)に、今後、家計の見直し・節約として行いたいものを聞いたところ、「格安スマホへの乗り換え」(11.1%)が最も高く、次いで「ふるさと納税の利用」(10.5%)、「電力会社の乗り換え」(7.7%)、「保険の乗り換え」(7.5%)、「フリマアプリの利用」(7.0%)となりました。通信料を見直すために格安スマホを検討する人が多いようです。また、返礼品が魅力的なふるさと納税に関する項目が上位となりました。税制面で優遇されるNISA(少額投資非課税制度)、iDeCo(個人型確定拠出年金)や、車の維持費を節約できるカーシェアリングに関心を持っている人もいます。

お子さまのいる人(430名)では、「保険の乗り換え」(9.5%)が1割近くとなりました。

◆今後、家計の見直し・節約として行いたいもの(複数回答形式)

※上位10位までを表示



■実践していて切なくなった節約術とは？

- ◆ 実践して切なくなった節約術の1位に「食費の見直し」、3位に「光熱費削減」
- ◆ 切なくなった節約術では「昼食抜き」「水シャワー」「割引シール待ち」といった回答が

ところで、節約を頑張りすぎて、切なさを感じてしまうことはあるのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、実践して切なくなった節約術を自由回答形式で聞いたところ、1位は「食費の見直し・削減をする」、2位は「水道代を削減する・節水する」、3位は「光熱費を削減する・節電する」となりました。

詳しい内容をみると、1位の「食費の見直し・削減をする」については「昼食を抜きにする(30代女性)」、「肉や魚のない野菜だけの食卓(30代女性)」といった回答がみられました。2位以下の項目については「水シャワー(20代男性)」、「スーパーで割引シールが貼られるのを待つ(30代女性)」、「ティッシュを半分にして使用する(50代女性)」、「もやし生活(20代女性)」などの回答がみられました。

◆実践していて、切なくなった節約術 (自由回答形式) 全体[n=1000]

順位	回答	件数	内容(抜粋)
1	食費の見直し・削減をする	106	昼食を抜きにする(30代女性) 肉や魚のない野菜だけの食卓(30代女性)
2	水道代を削減する・節水する	32	トイレのタンクにペットボトルを入れる(40代女性) 家に帰る前に外出先でトイレを済ませる(50代女性)
3	光熱費を削減する・節電する	28	水シャワー(20代男性) 屋はあまり電気をつけない(30代女性)
4	外食費を削減する	20	外食を減らす(30代男性) 安い店で外食(30代女性)
5	セール・割引を利用する	18	スーパーで割引シールが貼られるのを待つ(30代女性) 特売セールをはしごする(50代女性)
6	間食を減らす	13	デザートを買わない(20代女性) お菓子や飲み物を買うことをやめる(30代女性)
7	日用品費を節約する	12	ティッシュを半分にして使用する(50代女性) 洗濯洗剤の量を減らす(30代女性)
8	安い食材を利用する	11	もやし生活(20代女性) カップ麺ばかり食べる(20代男性)
9	冷暖房費を節約する	9	暖房をつけずスキーウェアなどを着て過ごす(40代女性)
	ポイントを活用する	9	ポイントカード発行(50代男性)
	我慢する	9	ひたすら我慢(30代女性)

■■調査概要■■

- 調査タイトル:消費増税による家計の見直し・節約に関する調査2019
- 調査対象:ネットエイジアリサーチのモニター会員を母集団とする20歳～59歳の男女
- 調査期間:2019年10月16日～17日
- 調査方法:インターネットリサーチ
- 調査地域:全国
- 有効回答数:1,000サンプル(有効回答から1,000サンプルを抽出)

(内訳)

	20代	30代	40代	50代	計
男性	125s	125s	125s	125s	500s
女性	125s	125s	125s	125s	500s

- 実施機関:ネットエイジア株式会社

■■お願い■■

本内容の転載に際しては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

- 会社名 : ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名 : 代表取締役社長 森 亮介
- 設立 : 2006年10月
- 所在地 : 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
- 業務内容 : インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ : <https://www.lifenet-seimei.co.jp/>

本件に関するお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部:川端、安藤

TEL:03-5216-7900

調査協力会社:ネットエイジア株式会社

- ◆ ライフネット生命について URL: <https://www.lifenet-seimei.co.jp/>

当社は、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」という経営理念のもと、インターネットを主な販売チャネルとする生命保険会社です。デジタルテクノロジーを活用しながら、保険相談、お申し込みから保険金等のお支払いまで、一貫してお客さまの視点に立った商品・サービスの提供を実現するとともに、オンライン生保市場の拡大を力強く牽引するリーディングカンパニーを目指します。

ライフネット生命保険株式会社