

消費税増税前後の購買行動

2019年10月、消費税が8%から10%に増税されました。しかし、食品の多くは軽減税率が適用されるため、必ずしも食品スーパーには影響がないという考えもありました。そこで、rsSMデータを用いて増税前1週間、増税後1週間の動向を集計しました。

まず、消費増税前1週間（2019年9月24日～9月30日）のカテゴリー別出現率（＝期間中来店者のうち、当該カテゴリーを購買した人の割合）を集計し、前年同週（2018年9月25日～10月1日）と比較しました。

図表1は前年同週に比べて出現率が高まったカテゴリー、図表2が低下したカテゴリーです。みりん^{※1}や各種飲料、ビール類、アイスクリームなどの出現率が高まりました。

図表1 前年同週に比べて出現率が高まったカテゴリー

カテゴリ	出現率		
	18年9月25日～ 10月1日	19年9月24日～ 9月30日	差 (ポイント)
食品:調味料:基礎調味料:みりん	1.2%	2.6%	1.4%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:コーヒー飲料	11.6%	13.2%	1.6%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:スポーツ飲料	2.8%	3.5%	0.7%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:炭酸飲料	9.8%	11.2%	1.4%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:茶系飲料	15.1%	16.9%	1.8%
嗜好食品:飲料:野菜・果実飲料:果実飲料	7.8%	8.8%	1.0%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:ノベルティアイス	6.3%	7.7%	1.4%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:マルチパックアイス	5.5%	7.3%	1.7%
嗜好食品:酒類:ビール類:ビール	3.5%	4.3%	0.8%
嗜好食品:酒類:ビール類:新ジャンル	5.8%	6.4%	0.7%

図表 2 前年同期に比べて出現率が低下したカテゴリー

カテゴリー	出現率		
	18年9月25日～ 10月1日	19年9月24日～ 9月30日	差 (ポイント)
食品:加工食品:水物:豆腐	26.9%	24.9%	-1.9%
食品:加工食品:水物:納豆	21.4%	18.7%	-2.7%
食品:加工食品:水物:油揚げ	15.5%	13.8%	-1.6%
食品:加工食品:漬物:キムチ漬	7.4%	4.7%	-2.7%
食品:穀物類:パン:菓子パン	22.8%	20.9%	-1.9%
食品:穀物類:麺類:生・ゆでうどん	7.7%	5.8%	-1.9%
食品:即席食品:即席麺:カップ麺	15.3%	12.3%	-2.9%
食品:即席食品:即席麺:袋麺	6.5%	4.9%	-1.5%
食品:調味料:加工調味料:鍋つゆ	6.0%	4.4%	-1.6%
嗜好食品:菓子:乾菓子:スナック	12.8%	11.3%	-1.5%
嗜好食品:菓子:乾菓子:チョコレート	14.2%	11.9%	-2.3%

出現率が増加したカテゴリーに関しては、購買者1人当たりの購買金額も集計しました（図表3）。すると、どのカテゴリーも1人当たり購買金額が増加しました。特にビール、新ジャンルの増加幅が大きく、購買者が増えただけではなく、金額も増加しており、駆け込み需要が見られたと言えそうです。

図表 3 購買者 1 人当たり購買金額

カテゴリ	購買者 1 人当たり購買金額(円)		
	18年9月25日～ 10月1日	19年9月24日～ 9月30日	対前年同週
食品:調味料:基礎調味料:みりん	269.4	317.6	117.9%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:コーヒー飲料	250.3	265.8	106.2%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:スポーツ飲料	204.9	226.4	110.5%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:炭酸飲料	231.9	245.2	105.7%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:茶系飲料	291.1	306.7	105.4%
嗜好食品:飲料:野菜・果実飲料:果実飲料	210.1	216.9	103.2%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:ノベルティアイス	295.0	312.7	106.0%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:マルチパックアイス	339.3	361.0	106.4%
嗜好食品:酒類:ビール類:ビール	1,152.2	1,564.2	135.8%
嗜好食品:酒類:ビール類:新ジャンル	856.3	1,127.1	131.6%

それでは、増税前に出現率が高まったカテゴリーは、増税後ではどのような動きを示したのでしょうか。増税後 1 週間の出現率と購買者 1 人当たりの購買金額を集計し、前年同週と比較しました（図表 4、図表 5）。

出現率はあまり大きく変わらないカテゴリーが多い中、ビール、新ジャンルは低下しました。やはり前週の駆け込みの影響が見られたようです。一方、茶系飲料は引き続き高まりました。これは、前年に比べて気温の高い地域が多かったことが影響していると思われます。購買者 1 人当たりの購買金額においても、ビール、新ジャンルは前年同週を下回りました。

図表 4 消費増税後 1 週間の出現率

カテゴリ	出現率		
	18年10月2日～ 10月8日	19年10月1日～ 10月7日	差 (ポイント)
食品:調味料:基礎調味料:みりん	1.3%	1.0%	-0.3%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:コーヒー飲料	12.7%	13.1%	0.3%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:スポーツ飲料	3.2%	3.3%	0.1%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:炭酸飲料	10.9%	10.8%	-0.1%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:茶系飲料	15.6%	16.8%	1.2%
嗜好食品:飲料:野菜・果実飲料:果実飲料	8.5%	8.7%	0.2%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:ノベルティアイス	7.2%	7.5%	0.3%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:マルチパックアイス	6.2%	6.7%	0.5%
嗜好食品:酒類:ビール類:ビール	3.9%	3.1%	-0.9%
嗜好食品:酒類:ビール類:新ジャンル	6.2%	4.9%	-1.3%

図表 5 消費増税後 1 週間の購買者 1 人当たり購買金額

カテゴリ	購買者 1 人当たり購買金額(円)		
	18年10月2日～ 10月8日	19年10月1日～ 10月7日	対前年同週
食品:調味料:基礎調味料:みりん	261.9	253.8	96.9%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:コーヒー飲料	246.2	242.6	98.5%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:スポーツ飲料	203.9	214.0	105.0%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:炭酸飲料	220.2	227.8	103.4%
嗜好食品:飲料:清涼飲料:茶系飲料	282.7	288.1	101.9%
嗜好食品:飲料:野菜・果実飲料:果実飲料	211.4	210.8	99.7%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:ノベルティアイス	297.8	306.0	102.8%
嗜好食品:菓子:アイスクリーム:マルチパックアイス	344.9	356.2	103.3%
嗜好食品:酒類:ビール類:ビール	1,136.5	1,024.0	90.1%
嗜好食品:酒類:ビール類:新ジャンル	820.2	762.0	92.9%

軽減税率が適用されないアルコールで一部駆け込みが見られたものの、2014年の増税時には見られた調味料を中心とした駆け込みはあまり見られませんでした^{※2}（2014年4月増税時の動向は[こちら](#)）。しかし、食品以外の支出は増えることから、食品の買い控え／低単価商品へのスイッチが進む可能性があります。一方、外食を控えるようになり、食品スーパーの惣菜等の売上が増加する可能性もあります。株式会社ショッパーインサイトでは、今後も各カテゴリーの詳しい動向をご紹介します。

※1 i-code分類では「みりん」カテゴリーは本みりん、みりん風調味料が該当します

※2 「[消費税増税時の購買行動（2014年4月増税時の動向）](#)」参照