

新聞広告共通調査プラットフォーム

J-MONITOR

13紙共同「選挙と景気・消費行動についての調査」結果

2013年7月実施

J-MONITOR連絡協議会

朝日新聞 産経新聞 日本経済新聞 毎日新聞 読売新聞
北海道新聞 東京新聞 中日新聞 神戸新聞 西日本新聞
サンケイスポーツ スポーツ報知 日刊スポーツ
電通 博報堂DYメディアパートナーズ

J-MONITORとは

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR(ジェイ・モニター)」は、株式会社ビデオリサーチが、各新聞社の読者モニターパネルを定められた共通の手続き・手順で募集・管理し、同じ調査システム上で各紙の実査を行いデータ提供を行う一連の調査システムの総称です。

調査概要

調査地域	首都圏(東京・神奈川・埼玉・千葉) 近畿圏(大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山) 中京圏(愛知・三重・岐阜) 福岡県 北海道
調査対象者	調査対象地域に居住し、当該新聞を定期購読する 15～69歳の男女個人
抽出方法	新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの 公募。応募者をJ-READ [※] の当該地域・対象者の 性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付
調査方法	パソコンを利用したウェブ調査
標本サイズ	6,469人 一般紙(1パネル約300名×20パネル) スポーツ紙(1パネル約150名×3パネル)
回収数(率)	4,550人(70.3%)
調査実施日	2013年7月22日(月)～27日(土)
調査実施機関・ レターヘッド	株式会社ビデオリサーチ

※J-READ(全国新聞総合調査)(株)ビデオリサーチが年1回全国47都道府県で
主要新聞(約110紙)の閲読状況などを測定する調査

目次

- ・対象者プロフィール 3
- 【参議院選挙について】
- ・選挙権の確認 4
- ・参院選挙投票状況 5
- ・投票先決定時期 6
- ・投票する際に重視した政策や課題 7
- ・投票する際に参考にした情報源 8
- ・ネット選挙運動に関してとった行動 9
- ・選挙期間中の新聞の読み方の変化 10
- ・支持政党 11
- ・普段の選挙行動 12
- ・選挙における一般的情報源 ①② 13, 14
- 【景気・消費行動について】
- ・景気改善感覚 15
- ・今後の購入・支出増予定商品 16
- ・消費税引き上げになった場合の家計の見直し 17
- ・消費税引き上げになった場合の事前購入商品 18

エリア別調査実施新聞

首都圏:朝日、産経、日本経済、毎日、読売、東京、
サンケイスポーツ、スポーツ報知、日刊スポーツ
近畿圏:朝日、産経、毎日、読売、神戸 ※神戸新聞は兵庫県のみ
中京圏:朝日、読売、中日
北海道:朝日、読売、北海道
福岡県:朝日、読売、西日本

対象者プロフィール(全紙計)

■性年齢

男性					女性					合計
29歳以下	30代	40代	50代	60代	29歳以下	30代	40代	50代	60代	
276	343	481	526	677	363	376	452	499	557	4,550 (人)
6.1	7.5	10.6	11.6	14.9	8.0	8.3	9.9	11.0	12.2	100 (%)

平均
47.5 (歳)

■未既婚

未婚	既婚	合計
1,229	3,321	4,550 (人)
27.0	73.0	100 (%)

■最終学歴

中学校	高等学校・ 高等専修 学校	短大・高専・ 専門学校	大学・ 大学院	在学中	合計
38	1,121	975	2,098	318	4,550 (人)
0.8	24.6	21.4	46.1	7.0	100 (%)

■職業

給料事務・ 研究職	給料労務・ 作業職	販売・ サービス職	経営・ 管理職	専門職・ 自由業	商工自営業	農・林・漁業	中学生	高校生	短大・ 専門学校生	大学・ 大学院生	各種学校・ 予備校	主婦	その他	無職	合計
688	357	406	235	345	177	11	18	92	12	187	7	1,225	194	596	4,550 (人)
15.1	7.8	8.9	5.2	7.6	3.9	0.2	0.4	2.0	0.3	4.1	0.2	26.9	4.3	13.1	100 (%)

■同居家族人数

1人(あなた だけの 単身世帯)	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人	10人以上	合計
239	1,293	1,252	1,145	415	159	33	12	1	1	4,550 (人)
5.3	28.4	27.5	25.2	9.1	3.5	0.7	0.3	0.0	0.0	100 (%)

平均
3.2 (人)

■住居形態

一戸建て 持家	一戸建て 借家	分譲 マンション	賃貸 マンション	賃貸 アパート	給与住宅 (社宅)	官公住宅	UR(旧公 団)・公社・ 公営の分譲 一戸建て住 宅	UR(旧公 団)・公社・ 公営の分譲 集合住宅	UR(旧公 団)・公社・ 公営の賃貸 住宅	同居・ 間借り	その他	合計
2,662	101	968	315	184	67	32	2	19	112	55	33	4,550 (人)
58.5	2.2	21.3	6.9	4.0	1.5	0.7	0.0	0.4	2.5	1.2	0.7	100 (%)

■世帯年収

100 万円未満	100~ 200 万円未満	200~ 300 万円未満	300~ 400 万円未満	400~ 500 万円未満	500~ 600 万円未満	600~ 700 万円未満	700~ 800 万円未満	800~ 900 万円未満	900~ 1,000 万円未満	1,000~ 1,200 万円未満	1,200~ 1,500 万円未満	1,500~ 2,000 万円未満	2,000~ 3,000 万円未満	3,000 万円以上	収入なし	答えたく ない・ わからない	合計
56	124	329	548	537	498	392	370	220	226	210	134	48	9	7	18	824	4,550 (人)
1.2	2.7	7.2	12.0	11.8	10.9	8.6	8.1	4.8	5.0	4.6	2.9	1.1	0.2	0.2	0.4	18.1	100 (%)

平均
614.0 (万円)

■個人年収

100 万円未満	100~ 200 万円未満	200~ 300 万円未満	300~ 400 万円未満	400~ 500 万円未満	500~ 600 万円未満	600~ 700 万円未満	700~ 800 万円未満	800~ 900 万円未満	900~ 1,000 万円未満	1,000~ 1,200 万円未満	1,200~ 1,500 万円未満	1,500~ 2,000 万円未満	2,000~ 3,000 万円未満	3,000 万円以上	収入なし	答えたく ない・ わからない	合計
859	433	474	429	330	267	173	138	86	59	42	27	13	2	2	761	455	4,550 (人)
18.9	9.5	10.4	9.4	7.3	5.9	3.8	3.0	1.9	1.3	0.9	0.6	0.3	0.0	0.0	16.7	10.0	100 (%)

平均
277.0 (万円)

■1ヶ月のお小遣い

3,000 円未満	5,000 円未満	10,000 円未満	15,000 円未満	20,000 円未満	30,000 円未満	40,000 円未満	50,000 円未満	70,000 円未満	100,000 円未満	150,000 円未満	150,000 円以上	なし	答えたく ない	合計
180	253	665	312	536	746	266	505	150	117	23	35	418	344	4,550 (人)
4.0	5.6	14.6	6.9	11.8	16.4	5.8	11.1	3.3	2.6	0.5	0.8	9.2	7.6	100 (%)

平均
23,343 (円)

Q. 7月21日(日)に行われた参議院議員選挙で、あなたは選挙権を持っていましたか。(SA)

・全体で、96.4%が7月21日(日)時点で選挙権を保有。

■ 持っていた

■ 持っていなかった

(N=新聞購読者)

(%)



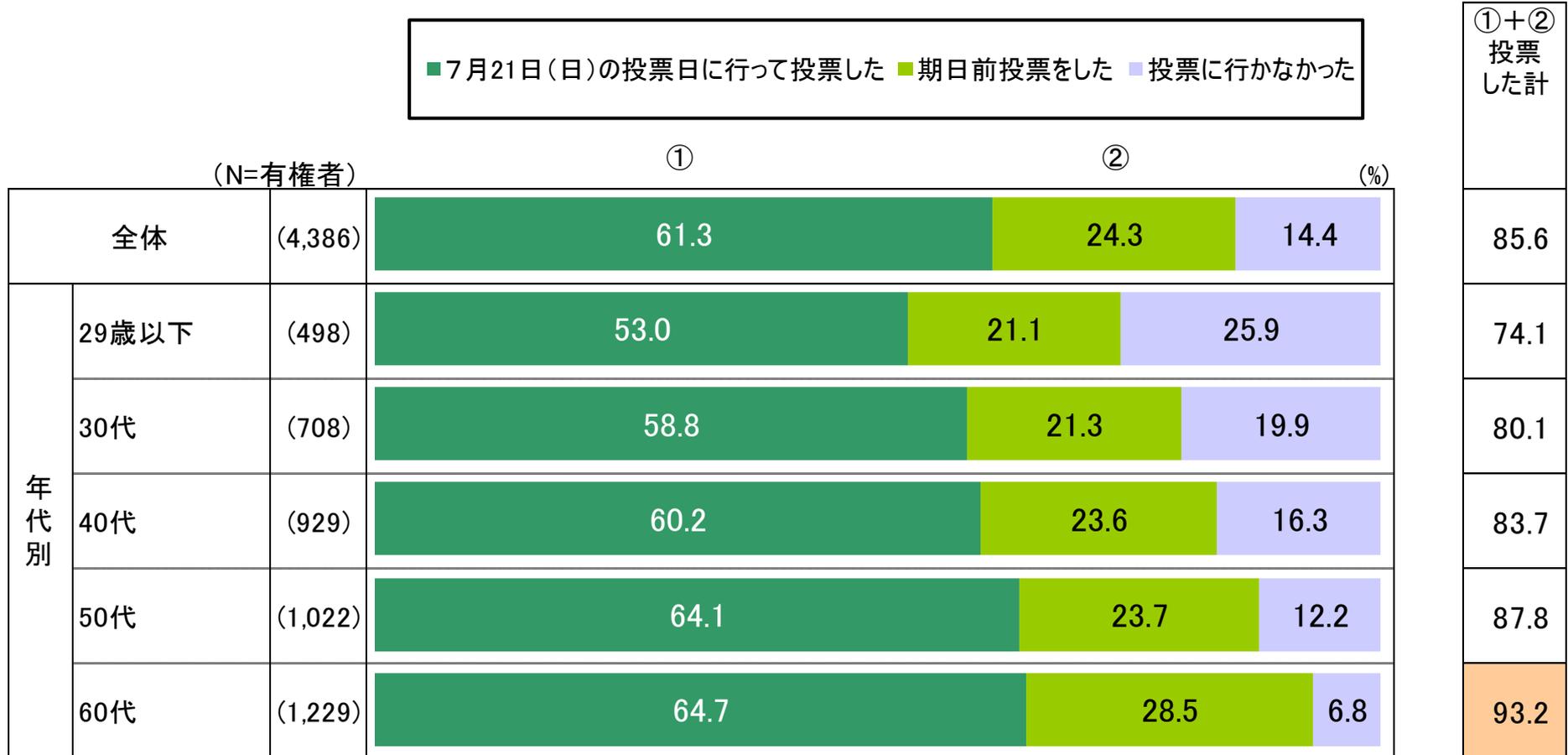
参院選投票状況

対象：有権者

Q. あなたは、今回の参議院議員選挙に行きましたか。(SA)

- 全体で85.6%が投票。うち、当日投票61.3%、期日前投票が24.3%。
- 投票率は高年代ほど高く、60代は9割以上。29歳以下でも7割以上の投票。

■ 7月21日(日)の投票日に行って投票した ■ 期日前投票をした ■ 投票に行かなかった



①+②
投票
した計

■ : 全体を10ポイント以上上回る属性

■ : 全体を5ポイント以上上回る属性

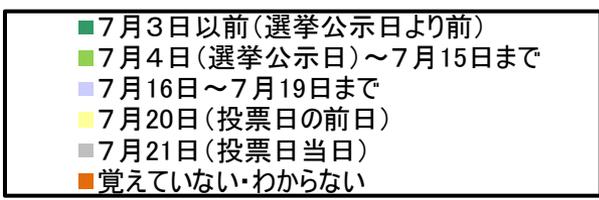
投票先決定時期

対象：投票者

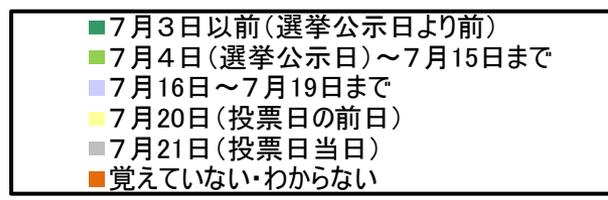
Q. あなたは、今回の参議院議員選挙で、どの時期に投票する政党や候補者を決めましたか。それぞれについて、お知らせください。(SA)

- 投票先決定時期は、公示日前は政党で32.5%、候補者は17.3%。前日、当日の直前の時期に3割以上の人が決めている。
- 年代別では、高年代の方が早めに決める傾向だが、公示日より前に決めていたのは、60代で政党41.9%、候補者は24.3%。

<政党について>



<候補者について>



(N=投票者)

		(N)	7月3日以前	7月4日~15日	7月16日~19日	7月20日	7月21日	覚えていない
全体		(3,756)	32.5	14.9	18.2	10.8	20.5	3.2
年代別	29歳以下	(369)	19.5	12.2	20.9	11.7	29.8	6.0
	30代	(567)	25.4	13.8	16.2	10.9	28.6	5.1
	40代	(778)	28.4	14.5	16.6	10.2	26.2	4.1
	50代	(897)	33.7	13.3	19.7	11.9	19.2	2.2
	60代	(1,145)	41.9	17.8	18.1	9.9	10.7	1.7

(%)

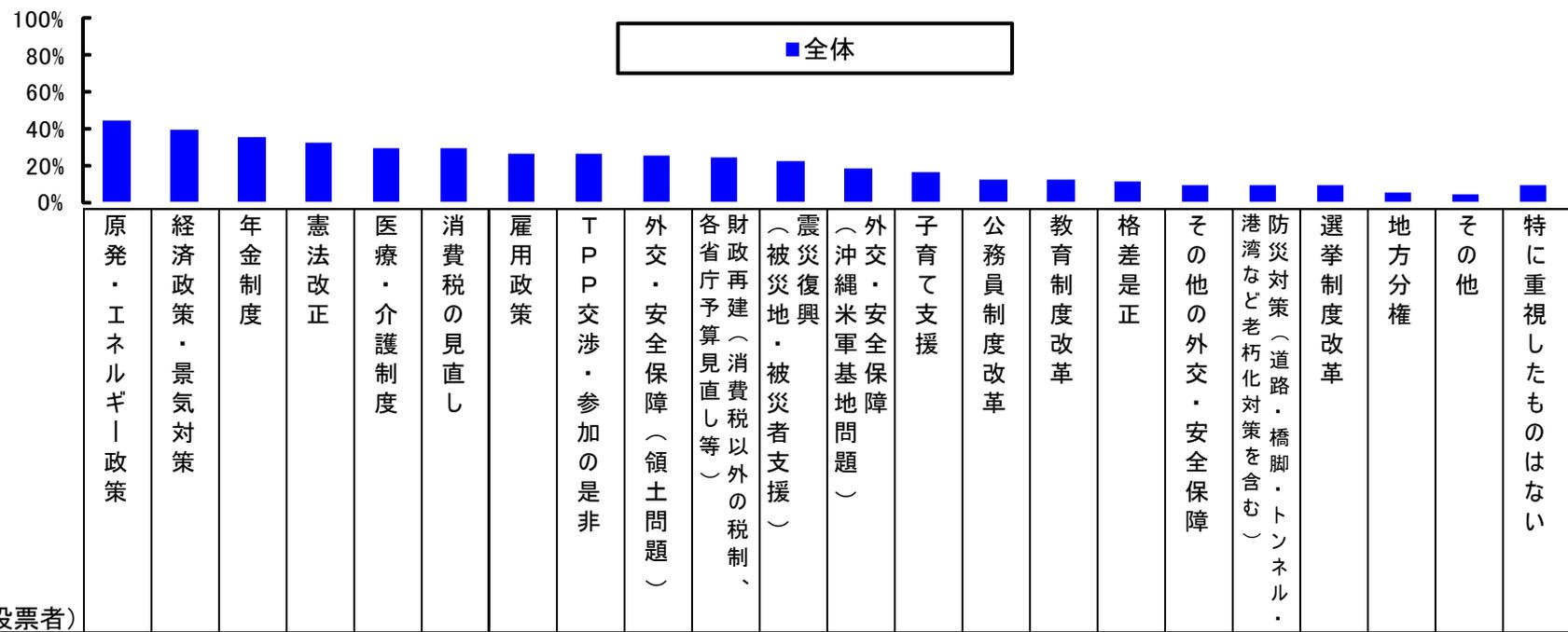
		(N)	7月3日以前	7月4日~15日	7月16日~19日	7月20日	7月21日	覚えていない
全体		(3,756)	17.3	19.1	21.5	13.2	25.6	3.4
年代別	29歳以下	(369)	10.0	12.7	21.1	15.7	33.9	6.5
	30代	(567)	12.5	15.5	18.7	12.5	35.4	5.3
	40代	(778)	16.1	17.2	18.1	11.3	32.9	4.4
	50代	(897)	15.6	19.5	23.3	14.4	25.1	2.1
	60代	(1,145)	24.3	23.8	23.8	13.0	13.4	1.7

投票する際に重視した政策や課題

対象：投票者

Q. あなたは、今回の参議院議員選挙で投票する政党や候補者を決める際に、どのような政策や課題を重視しましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。(MA)

- ・「原発・エネルギー政策」(44.9%)、「経済政策・景気対策」(39.6%)、「年金制度」(35.4%)が上位3位。
- ・年代別では、総じて60代は高い傾向。29歳以下では「雇用政策」、30代では「子育て支援」が重視されている。



		(N=投票者)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
全体	(3,756)	44.9	39.6	35.4	32.7	28.9	28.9	26.4	26.1	25.4	23.9	22.6	18.3	16.3	12.2	12.1	10.7	9.5	9.1	8.8	5.5	4.0	9.4	
年代別	29歳以下	(369)	32.0	36.3	21.4	28.2	19.8	25.2	33.1	24.4	22.0	17.9	12.7	15.4	16.8	6.2	10.8	9.5	6.5	5.7	5.1	5.4	4.6	13.3
	30代	(567)	35.6	33.0	23.8	20.8	24.0	27.3	25.0	22.2	15.9	16.4	15.0	9.7	31.7	8.5	15.9	8.5	7.9	6.2	3.7	4.2	3.4	11.3
	40代	(778)	36.6	35.5	28.1	27.2	21.9	28.7	23.4	22.6	19.7	21.5	17.7	12.6	17.4	9.8	13.6	8.1	8.1	5.8	6.0	4.0	4.9	11.3
	50代	(897)	46.7	42.0	39.9	31.8	29.2	29.0	29.4	23.9	25.8	23.6	22.3	18.8	9.9	12.3	10.0	11.0	9.1	8.7	7.8	5.2	4.2	10.3
	60代	(1,145)	57.8	44.9	47.1	44.5	39.0	31.1	24.6	32.7	34.8	31.4	33.1	26.8	12.7	17.7	11.1	13.7	12.3	14.2	15.1	7.4	3.3	5.2

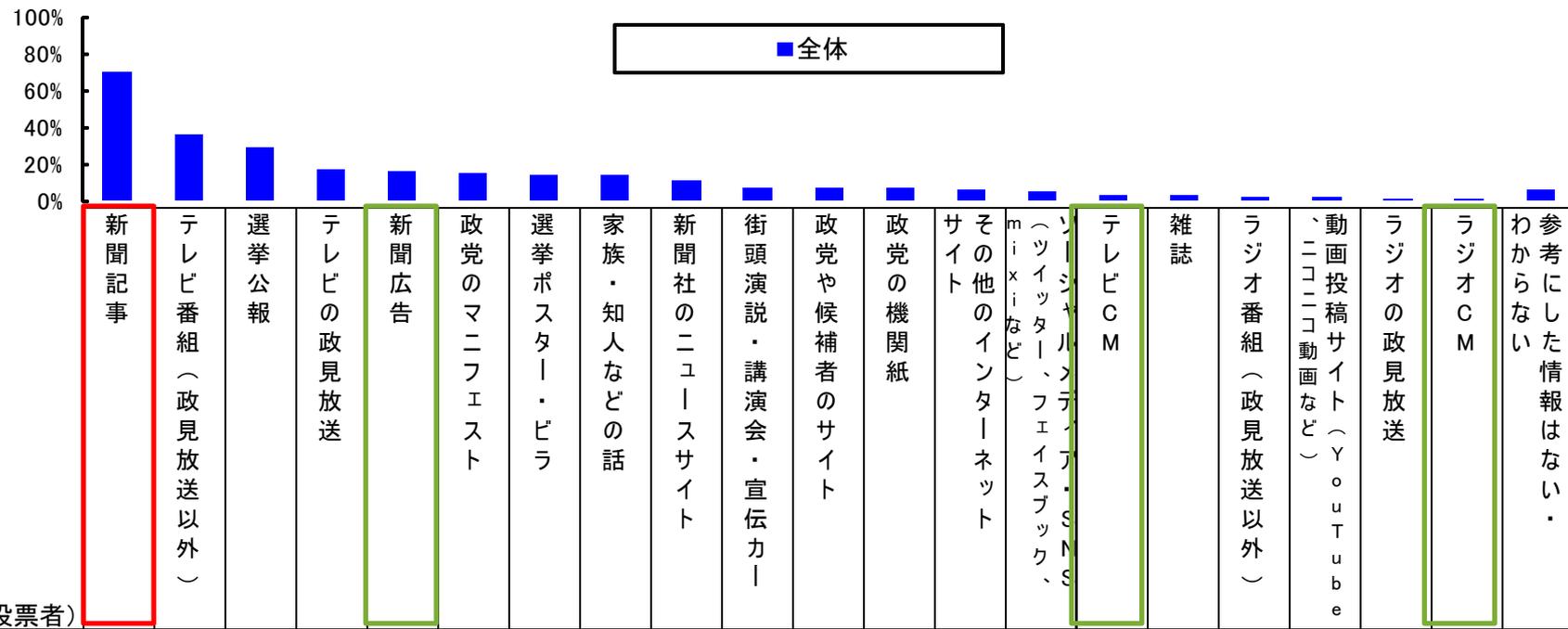
■全体を10ポイント以上上回る属性 ■全体を5ポイント以上上回る属性

投票する際に参考にした情報源

対象：投票者

Q. あなたは、今回の参議院議員選挙で候補者や政党を決める際に、どのような情報を参考にしましたか。
あてはまるものをすべてお知らせください。(MA)

- ・「**新聞記事**」が70%と突出して高い。次に、「**テレビ番組(政見放送以外)**」(36.6%)、「**選挙公報**」(29.8%)が続く。
- ・**広告**としては、「**新聞広告**」が16.8%と最も高く、「**テレビCM**」は3.2%、「**ラジオCM**」は0.3%。



(N=投票者)

		全体	70.0	36.6	29.8	16.9	16.8	15.5	14.6	14.4	11.7	7.5	7.4	7.0	6.1	5.5	3.2	2.9	2.7	2.2	1.5	0.3	6.1
年代別	29歳以下	(369)	57.2	31.2	16.0	15.7	16.0	15.7	16.3	16.0	8.9	7.0	10.3	5.4	10.6	13.6	5.4	1.9	1.9	6.0	0.5	0.3	8.7
	30代	(567)	65.8	34.7	26.1	14.8	17.6	15.9	18.2	17.8	9.9	8.3	8.6	6.2	7.1	7.9	4.1	2.1	2.8	3.5	1.1	0.5	7.8
	40代	(778)	63.6	34.8	26.6	13.2	14.7	15.2	15.7	12.2	6.4	9.3	6.6	5.7	5.0	4.5	2.7	1.8	1.8	1.5	1.2	-	7.2
	50代	(897)	72.4	40.1	32.8	18.8	16.8	13.6	12.5	14.7	10.7	7.0	6.1	6.5	6.7	4.9	2.7	4.5	2.7	1.3	1.4	0.4	5.6
	60代	(1,145)	78.6	37.6	36.0	19.1	18.1	17.1	13.2	13.4	18.0	6.4	7.4	9.3	4.4	2.7	2.7	3.2	3.5	1.4	2.4	0.2	4.2

全体を10ポイント以上上回る属性

全体を5ポイント以上上回る属性

ネット選挙運動に関してとった行動

対象：投票者

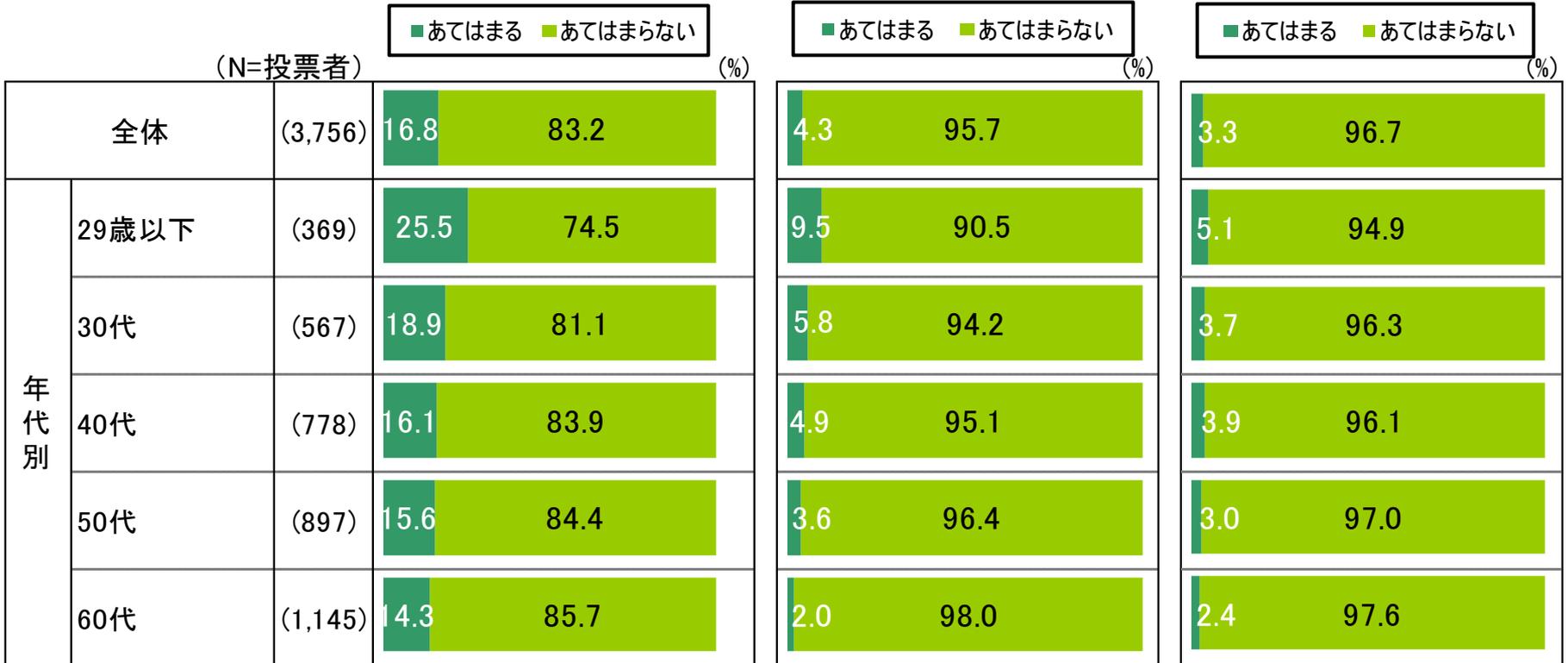
Q. 国政選挙では、今回の参議院議員選挙から「ネット選挙運動」が解禁されました。
「ネット選挙運動」についてあてはまるものをお知らせください。(SA)

- ・「政党や候補者のホームページを見に行った」16.8%、「政党や候補者のSNSのアカウントなどを登録した」、4.3%、「政党や候補者のメール受信のための情報登録をした」3.3%となった。
- ・年代別では総じて、29歳以下がやや高い。

<政党や候補者の
ホームページを見に行った>

<政党や候補者のSNSの
アカウントなどを登録した>

<政党や候補者の
メール受信のための
情報登録をした>



選挙期間中の新聞の読み方の変化

対象：投票者

Q. あなたは、今回の参議院議員選挙が実施されることが決まってから、通常と比べて、新聞に対する接触状況に変化はありましたか。それぞれ、「はい」か「いいえ」でお知らせください。(SA)

- ・「新聞で何が重要な選挙の争点なのか把握した」が59.4%と最も高く、「テレビなどで見聞きした選挙の話題を新聞で確認した」(48.9%)、「新聞の選挙や政治に関する情報を家族や友人と話題にした」(46.7%)が続く。
- ・年代別では、29歳以下で「新聞で得た政党や候補者の情報をインターネットで詳しく調べた」が高いことが特徴。

※数値は「はい」回答者の割合

	全体 (N=投票者) (3,756)	29歳以下 (369)	30代 (567)	40代 (778)	50代 (897)	60代 (1,145)
新聞で何が重要な選挙の争点なのか把握した	59.4	49.1	56.4	54.4	57.7	69.0
テレビなどで見聞きした選挙の話題を新聞で確認した	48.9	39.6	44.6	44.7	49.2	56.5
新聞の選挙や政治に関する情報を家族や知人と話題にした	46.7	45.8	49.9	44.7	42.9	49.6
新聞に掲載されている政党の広告に注目した	45.6	40.4	47.4	47.3	44.7	45.8
普段より新聞を詳しく読むようになった	43.3	42.0	39.9	38.6	44.1	47.9
新聞に掲載されている候補者の広告に注目した	39.1	38.8	42.2	41.4	37.1	37.6
普段より新聞を読む時間が増えた	37.3	38.8	33.7	32.4	37.1	42.0
購読している新聞の社説を読むようになった	30.6	26.8	26.5	25.3	27.3	39.9
新聞で得た政党や候補者の情報をインターネットで詳しく調べた	14.3	26.3	18.9	12.7	13.3	10.0

■ : 全体を10ポイント以上上回る属性

■ : 全体を5ポイント以上上回る属性

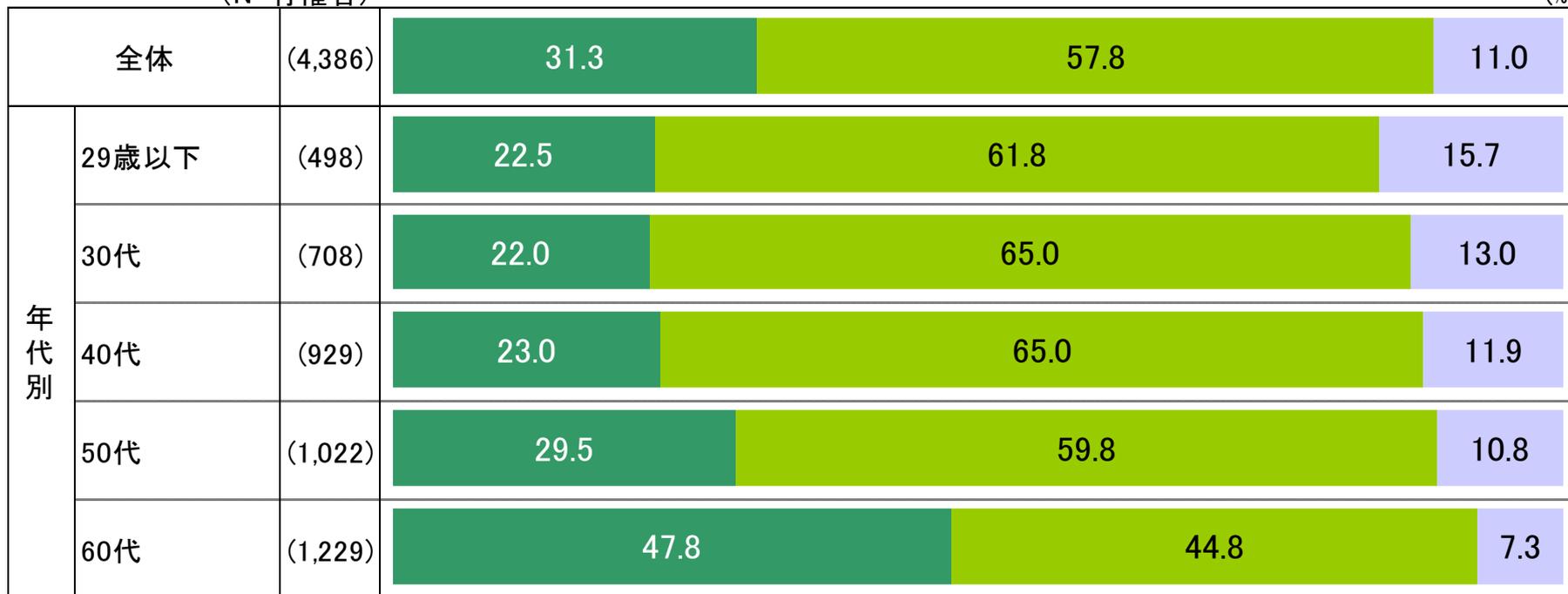
Q. あなたは、普段、支持している政党はありますか。(SA)

- 3割が支持政党あり。
- 年代別は、60代では5割弱が「支持政党がある」と回答している。

■ 支持政党がある ■ 支持政党はない ■ わからない・回答したくない

(N=有権者)

(%)



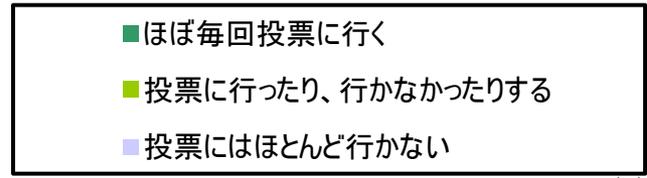
普段の選挙行動

対象：有権者

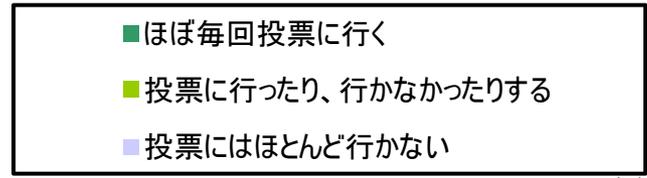
Q. あなたは、普段、国政選挙や地方選挙の投票に行きますか。それぞれについて、お知らせください。(SA)
 ※投票は、期日前投票を含みます

- 普段の選挙行動は、「ほぼ毎回投票に行く」が国政選挙では82.4%、地方選挙では78.8%。
- 年代別では、29歳以下では「ほとんど行かない」が1割程度いるが、他の約9割の人は投票に行く。

<国政選挙(衆院選、参院選)>



<地方選挙(知事選、都道府県議選など)>



(N=有権者) (%)

		(N)	ほぼ毎回投票に行く	投票に行ったり、行かなかったりする	投票にはほとんど行かない
全体		(4,386)	82.4	12.4	5.3
年代別	29歳以下	(498)	66.5	21.3	12.2
	30代	(708)	76.7	15.8	7.5
	40代	(929)	80.7	13.6	5.7
	50代	(1,022)	83.4	12.6	4.0
	60代	(1,229)	92.5	5.6	1.9

(%)

全体		78.8	15.2	5.9
29歳以下		62.4	23.3	14.3
30代		72.7	18.8	8.5
40代		77.6	16.0	6.4
50代		80.6	15.6	3.8
60代		88.4	9.0	2.5

選挙における一般的情報源①

対象：有権者

Q. これまで国政選挙や地方選挙が行われた際の、以下に挙げる項目について、あてはまると思う情報源をすべてお知らせください。(MA)

- ・全項目を通じて、各情報源としては、「新聞の報道、解説などの記事」がもっとも高く、次いで「テレビの報道、解説などの番組」が続く。
- ・投票する政党や候補者の決定や、公約の内容認知には選挙公報も高い。

	新聞の報道、解説などの記事	政党や候補者の新聞広告	テレビの報道、解説などの番組	政党のテレビCM	テレビの政見放送	選挙公報	政党のマニフェスト	はがき、ピラ	政党や候補者の選挙ポスター、	候補者の街頭演説や講演会	新聞社のニュースサイト	政党や候補者のサイト	動画投稿サイト (YouTube、ニコニコ動画など)	ソーシャルメディア・SNS (ツイッター、フェイスブック、mixi など)	その他のインターネットサイト	この中にはない
	(N=有権者:4,386)															
投票に行こうと思うきっかけになる	53.3	14.5	40.3	6.7	10.7	17.4	14.0	9.0	8.2	9.7	3.5	2.8	1.8	2.8	26.2	
投票する政党(国政選挙の比例代表)の決定に役立つ	58.4	18.3	44.6	5.4	13.3	21.0	20.5	6.9	7.3	10.0	4.4	2.9	1.6	3.4	13.6	
投票する候補者の決定に役立つ	52.2	17.0	38.1	3.8	12.9	21.8	14.4	9.9	9.8	8.3	4.9	3.1	1.7	3.4	13.7	
政党や候補者の公約の内容を知るきっかけになる	53.3	18.6	38.6	6.5	13.8	22.7	19.3	8.6	7.5	8.1	5.0	2.3	1.4	3.0	11.1	
政党や候補者の公約の内容がわかりやすい	45.6	14.8	32.6	4.7	10.8	18.7	14.5	6.5	5.7	6.5	5.0	1.9	1.1	2.4	15.2	
政党や候補者に関する情報を比較して見ることができる	52.4	13.1	32.1	3.5	9.5	21.1	9.7	4.3	3.0	7.3	3.5	1.6	1.0	3.1	13.8	
政党や候補者に関する情報をじっくりと見ることができる	50.7	13.5	23.6	2.7	9.1	19.8	9.8	5.0	4.0	6.0	5.8	2.0	1.3	2.7	15.2	
選挙の動向がわかりやすい	54.9	8.3	46.1	2.8	4.7	5.4	3.9	1.8	2.2	8.5	1.6	2.0	1.1	3.2	15.6	
政党の姿勢や特徴の理解に役立つ	52.5	13.2	38.6	4.6	8.8	13.5	12.3	4.5	4.3	6.9	3.6	1.8	1.1	3.0	15.2	
情報の内容が信頼できる	54.7	10.1	30.5	2.8	8.1	15.3	6.6	2.7	3.3	7.4	2.4	1.2	0.9	1.8	21.1	

：50%以上

：30～50%未満

：20～30%未満

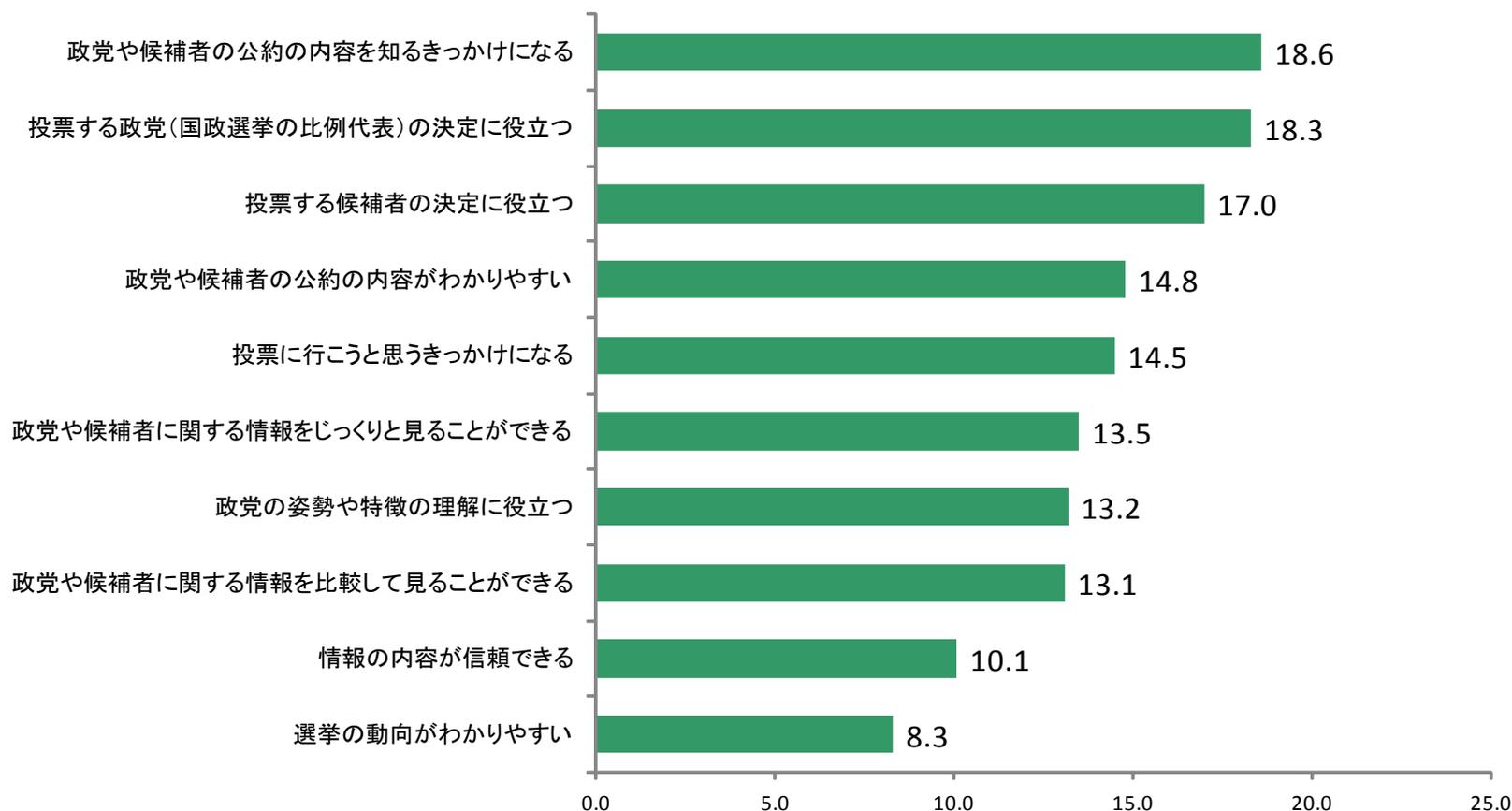
選挙における一般的情報源②

対象：有権者

Q. これまで国政選挙や地方選挙が行われた際の、以下に挙げる項目について、あてはまると思う情報源をすべてお知らせください。(MA)

・「政党や候補者の新聞広告」で高かったのは、「政党や候補者の公約の内容を知るきっかけになる」(18.6%)、
「投票する政党(国政選挙の比例代表)の決定に役立つ」(18.3%)、「投票する候補者の決定に役立つ」(17.0%)が上位。

(N=有権者:4,386)

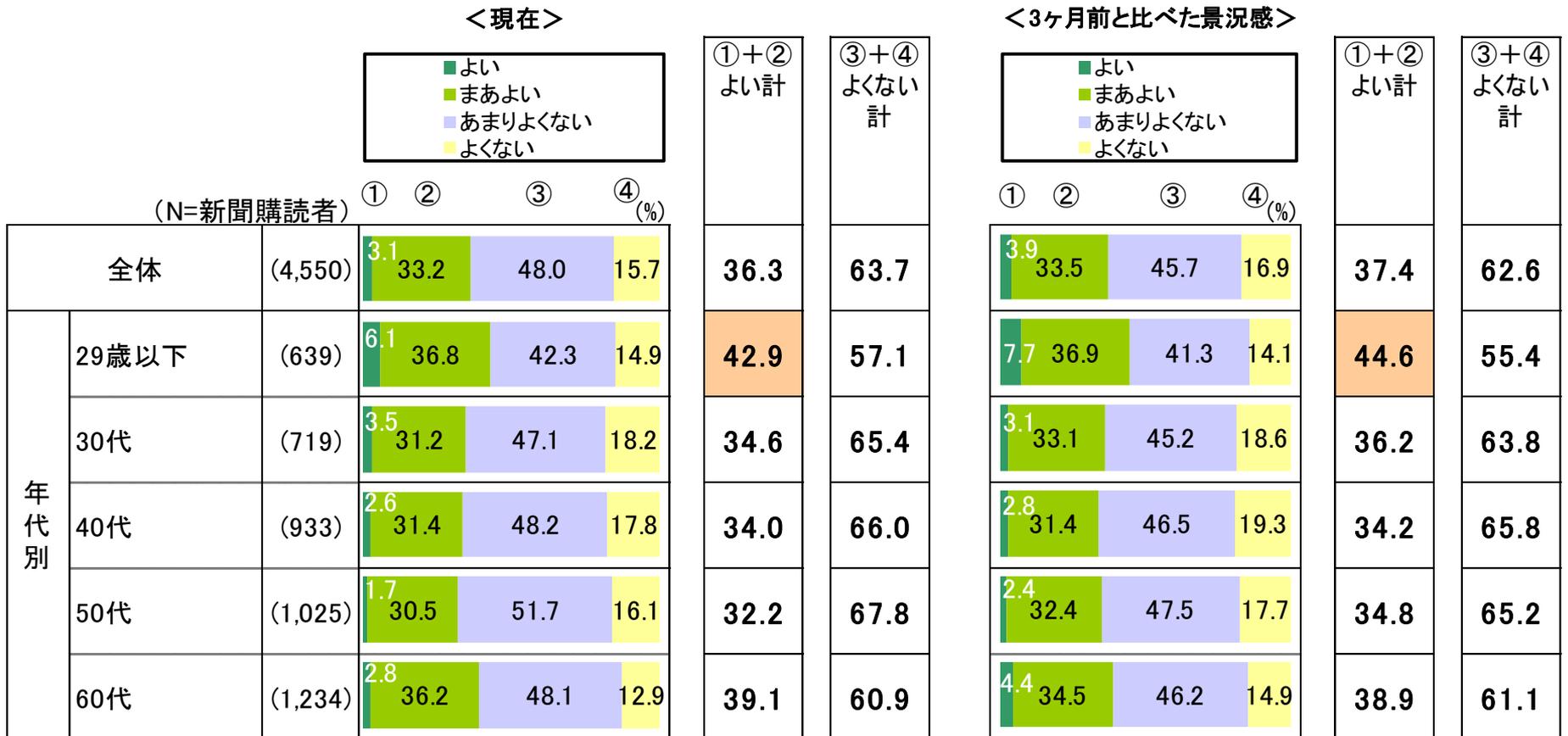


景気改善感覚

対象：全員

Q11. あなたの現在の景況感と、3ヶ月前と比べた景況感をそれぞれお知らせください。(SA)

- ・現在の景況感は、「よい」が36.3%、3か月前との比較でも、37.4%とあまり変化は見られない。
- ・年代別では、現在、3か月前との比較ともに29歳以下では他年代より高く、4割程度が「よい」と感じている。



■ : 全体を10ポイント以上上回る属性

■ : 全体を5ポイント以上上回る属性

今後の購入・支出増予定商品

対象: 全員

Q. 以下の中で、あなたやあなたのご家庭が今後新たに購入(買い替えを含む)したり、支出を増やす予定があるものはありますか。あてはまるものをすべてお知らせください。(MA)

- ・今後の支出意向は、「国内旅行」(31.1%)、「家電製品」(26.5%)、「貯蓄」(24.4%)、「外食」(23.1%)、「パソコン・携帯電話・スマートフォン」(22.5%)が上位。
- ・年代別では、29歳以下で「洋服・ファッションアイテム」、30代で「貯蓄」、60代では、「国内旅行」、「海外旅行」が高い。



(N=新聞購読者)

		全体	(4,550)	31.1	26.5	24.4	23.1	22.5	20.4	18.3	16.9	14.5	14.3	12.5	11.9	9.0	8.9	5.7	5.6	2.7	2.8	26.5
年代別	29歳以下	(639)	23.5	16.7	27.4	19.7	18.5	23.3	27.1	10.5	12.2	12.1	5.6	6.3	5.5	7.8	4.1	4.9	4.2	2.5	29.1	
	30代	(719)	28.5	25.7	30.5	23.8	20.3	21.3	21.3	15.7	11.7	7.9	11.0	10.8	8.5	10.7	6.0	7.1	3.5	3.2	27.7	
	40代	(933)	25.5	25.9	26.4	22.2	21.1	18.1	17.8	18.0	13.3	8.9	10.6	10.0	7.2	10.3	6.2	6.2	2.7	4.1	28.8	
	50代	(1,025)	29.0	30.4	24.8	21.7	25.1	19.1	16.6	20.3	14.6	15.8	15.5	12.9	9.6	7.6	6.0	5.8	2.3	2.3	26.4	
	60代	(1,234)	42.5	29.0	17.4	26.3	24.8	21.0	13.7	17.3	18.1	22.0	16.0	16.1	12.1	8.3	5.8	4.5	1.7	2.3	22.9	

全体を10ポイント以上上回る属性

全体を5ポイント以上上回る属性

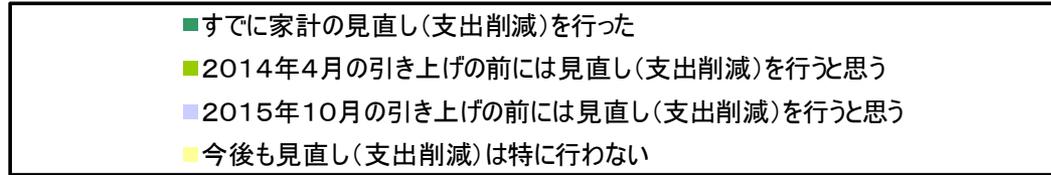
消費税引き上げになった場合の家計の見直し

対象: 全員

Q. 政府は、消費税率を2014年4月に5%から8%に、2015年10月に10%まで引き上げる予定です。

あなたは、消費税の引き上げで家計の見直し(支出削減)をしますか。下記の中からあてはまるものをお知らせください。(SA)

- 引き上げになった場合、の家計の見直しについては、「すでに行った」が15.5%、2014年4月まで、2015年10月までの予定も含めると、7割が見直しを考えている。
- 年代別では、60代ではやや高く、約2割が「すでに家計の見直しを行った」と回答。



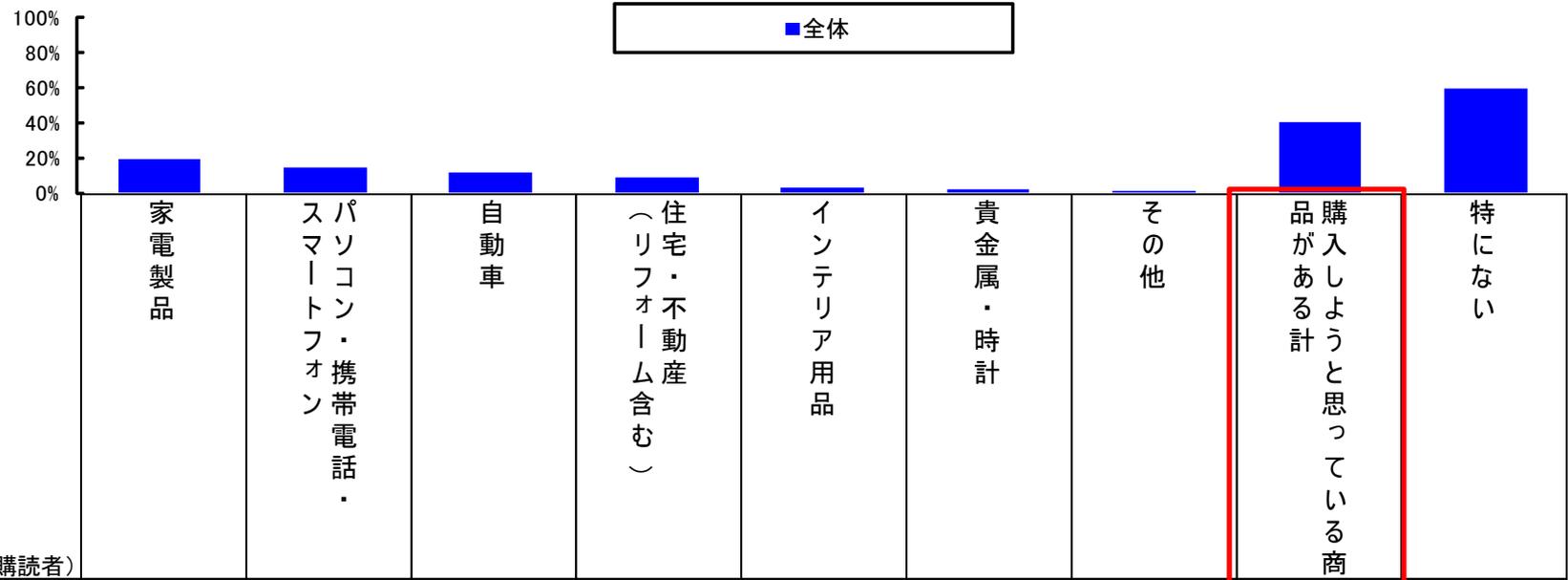
(N=新聞購読者)		①	②	③	(%)	見直し計 ①+②+③	
全体	(4,550)	15.5	47.0	8.3	29.2		70.8
年代別	29歳以下	(639)	12.1	45.5	8.9	33.5	66.5
	30代	(719)	13.2	48.5	7.9	30.3	69.7
	40代	(933)	13.7	51.4	8.9	25.9	74.1
	50代	(1,025)	15.4	48.8	7.4	28.4	71.6
	60代	(1,234)	19.9	42.1	8.5	29.6	70.4

消費税引き上げになった場合の事前購入商品

対象：全員

Q. 消費税率の引き上げが決まった場合、引き上げの前に予定を早めて購入しようと思っているものがありますか。
 下記の中からあてはまるものをすべてお知らせください。(MA)

・予定を早めて購入しようと思っている人は全体で、4割程度。
 ・「家電製品」(19.5%)、「パソコン・携帯電話・スマートフォン」(14.3%)、「自動車」(12.1%)が上位に挙がっている。



(N=新聞購読者)

		家電製品	パソコン・携帯電話・スマートフォン	自動車	住宅・不動産 (リフォーム含む)	インテリア用品	貴金属・時計	その他	購入しようと思っている商品がある計	特にない
全体	(4,550)	19.5	14.3	12.1	8.3	3.2	1.9	1.5	40.8	59.2
年代別	29歳以下 (639)	17.2	16.3	8.9	5.9	3.6	4.1	1.7	39.3	60.7
	30代 (719)	19.7	13.5	12.7	4.7	2.4	1.9	1.0	39.4	60.6
	40代 (933)	20.6	12.2	13.5	7.2	3.4	2.0	1.3	40.3	59.7
	50代 (1,025)	21.5	15.9	12.8	9.8	3.4	1.9	1.6	43.3	56.7
	60代 (1,234)	18.2	14.0	11.8	11.1	3.2	0.6	1.9	40.6	59.4