

2014年1月 29 日

朝日新聞社、産経新聞社、毎日新聞社、読売新聞社  
 北海道新聞社、静岡新聞社、中日新聞社、神戸新聞社、中国新聞社、西日本新聞社  
 報知新聞社、日刊スポーツ新聞社

**景気感覚は徐々に改善～消費税増税に備えつつも家電購入、国内旅行などに意欲あり**  
**―景気・消費行動についての 14 新聞共同調査―**

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)」に参加する 14 新聞(朝日新聞、産経新聞、毎日新聞、読売新聞、北海道新聞、静岡新聞、東京新聞、中日新聞、神戸新聞、中国新聞、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)は、各紙の読者モニターを対象にした共同調査を 1 月に実施しました。本調査は、昨年 7 月に行った景気・消費行動に関する調査の第 2 弾です。

**■ 現在の景気感覚は「よい」44.5%で半年前より増加、「よくない」55.5%に迫る**

政府が 1 月の月例経済報告で、6 年ぶりに回復基調を明記するなど、安倍内閣の政策、いわゆるアベノミクスによる株価上昇や円安の進行に伴う輸出競争力の強化など、一定の成果が見られるなか、新聞読者の現在の景気感覚は「よい」44.5%で、前回調査時 7 月の 36.3%から約 8 ポイントアップ、「よくない」55.5%に迫ってきました。少しずつ景気の改善感覚を実感し始めてきた状況が伺えます。

**■ 8 割以上に今後の支出増意向。「家電製品」「国内旅行」「パソコン・携帯電話・スマートフォン」「洋服・ファッションアイテム」が購入候補の上位に**

今後購入や支出を増やす予定の商品について聞いたところ、「特にない」とした人は 19.6%で、前回 7 月調査時 26.5%から約 7 ポイント減り、8 割以上に支出増意向があることがわかりました。予定している商品では、「家電製品」33.9%(前回 26.5%、+7.4 ポイント)、「国内旅行」33.2%(前回 31.1%、+2.1 ポイント)、「パソコン・携帯電話・スマートフォン」27.9%(前回 22.5%、+5.4 ポイント)、「洋服・ファッションアイテム」26.0%(前回 18.3%、+7.7 ポイント)が上位に挙げられています。

**■ 消費税増税までに何をかう？家計見直しの一方で“耐久財”では約 4 割以上に早めの購入意向あり**

今年 4 月の消費税増税が正式に決まり、すでに家計の見直しをした人は 14.5%、これから増税までに見直す人は 46.4%となりました。この数値は前回 7 月調査時とさほど変わりません。

その一方で、増税前に予定を早めて購入しようと思う商品について聞いたところ、耐久財では「家電製品」(20.0%)、「パソコン」(12.3%)、「携帯電話・スマートフォン」(10.3%)に加え、「住宅・不動産(リフォーム含む)」(5.8%)、「自動車」(6.5%)など、全体の 41.2%の人に購入意向がありました。また「紙製品(ティッシュ・トイレットペーパーなど)」(38.7%)、「洗剤類(洗濯用・食器用)」(32.9%)、「食料品(米・保存食など)」(31.7%)といった“買いだめできる日用品”では全体の 61.5%の人に購入意向があることがわかりました。

**■ より知りたい情報は「相続税控除引き下げ」「高速道路割引の一部継続」「エコカー減税拡充」。その情報を得るのは新聞から**

政府の進める税制改定や各種経済政策で、より知りたい個人向けの情報として、「相続税控除引き下げ」(32.1%)、「高速道路割引の一部継続」(32.0%)、「エコカー減税拡充」(30.6%)などが 3 割を超え、企業向けでは、「先端設備に対する投資への減税」(35.2%)が上位に挙げられました。また、その情報を得るメ

ディアとして約9割の人が新聞に期待を寄せていることがわかりました。

## 【調査概要】

調査対象者： 当該新聞を購読している15歳～69歳の男女個人

調査エリア： 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・岐阜・三重)

北海道、静岡県、広島県、福岡県

標本抽出方法： 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。応募者を各紙ごとに全国新聞総合調査(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。

調査機関・レターヘッド： 株式会社ビデオリサーチ

標本サイズ： 7,048人(一般紙=1パネル約300名×22パネル、スポーツ紙=1パネル約150名×3パネル)

首都圏：朝日、産経、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のみ

中京圏：朝日、読売、中日

北海道：朝日、読売、北海道

静岡県：静岡

広島県：中国

福岡県：朝日、毎日、読売、西日本

回収数(率)： 4,616人(65.5%)

実査日： 2014年1月2日(木)～7日(火)

## 【J-MONITORとは】

今回の調査を行ったJ-MONITORは、新聞広告の広告効果測定を主目的とした新聞社共通の調査プラットフォームです。広告効果の測定システムを標準化・第三者化し、客観的な広告効果指標を確立することを目的として2011年4月にスタートしました。調査の運営・管理は、第三者機関である株式会社ビデオリサーチが行い、共通の手続き・手順で各新聞社の読者モニターを募集・管理し、同じ条件・方法で紙面調査を実施しています。2014年1月現在の参加新聞は、15紙です。(社数では朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社、読売新聞社、北海道新聞社、静岡新聞社、中日新聞社、神戸新聞社、中国新聞社、西日本新聞社、日刊スポーツ新聞社、報知新聞社の13社。東京新聞は中日新聞社発行、サンケイスポーツは産経新聞社発行)。

＜本件に関するお問い合わせ先：J-MONITOR連絡協議会広報幹事＞

中日新聞東京本社 広告局営業推進部 橋本(03-6910-2483)

問い合わせメールアドレス [press@j-monitor.net](mailto:press@j-monitor.net)

**J-MONITORオフィシャルサイト** <http://www.j-monitor.net/>

< 参考資料 >

●現在の景況感

		よい計	よくない計	よい	まあよい	あまりよくない	よくない
全体 (n=4,616)		44.5	55.5	4.2	40.3	43.7	11.8
性別	男性(n=2,370)	45.7	54.3	5.3	40.4	41.0	13.3
	女性(n=2,246)	43.3	56.7	3.0	40.2	46.6	10.2
年代別	29歳以下(n=681)	48.8	51.2	8.5	40.2	37.4	13.8
	30代(n=727)	45.8	54.2	4.4	41.4	42.0	12.2
	40代(n=951)	40.4	59.6	2.9	37.4	45.6	14.0
	50代(n=988)	42.3	57.7	2.7	39.6	46.9	10.8
	60代(n=1,269)	46.3	53.7	3.8	42.5	44.2	9.5

●景気改善感覚：3ヶ月前と比べた景況感

		よい計	よくない計	よい	まあよい	あまりよくない	よくない
全体 (n=4,616)		46.6	53.4	5.1	41.4	41.2	12.2
性別	男性(n=2,370)	48.5	51.5	6.3	42.2	37.8	13.7
	女性(n=2,246)	44.5	55.5	3.9	40.7	44.9	10.6
年代別	29歳以下(n=681)	50.2	49.8	8.7	41.6	35.7	14.1
	30代(n=727)	48.3	51.7	4.8	43.5	38.7	13.1
	40代(n=951)	42.6	57.4	3.5	39.1	43.3	14.1
	50代(n=988)	44.7	55.3	4.4	40.4	43.6	11.6
	60代(n=1,269)	48.1	51.9	5.3	42.8	42.3	9.6

●今後の購入・支出増予定商品

	n=4,616
家電製品	33.9
国内旅行	33.2
パソコン・携帯電話・スマートフォン	27.9
洋服・ファッションアイテム	26.0
外食	25.7
貯蓄	24.6
趣味・レジャーなど娯楽関連	22.2
観劇・コンサート	17.7
自動車	16.9
投資(投資信託・株式などの金融商品)	15.4
海外旅行	14.2
住宅・不動産(リフォーム含む)	11.9
スポーツ用品	11.7
健康関連グッズ・食品	10.5
公営ギャンブル・宝くじ(totoなど)	7.9
インテリア用品	7.3
貴金属・時計	3.8
その他	1.9
特になし	19.6

●消費税引き上げの際の家計の見直し

		（す 支 出 に 削 減 計 ） を 見 直 し た	思 上 げ の 削 減 ） を 見 直 し と	思 上 げ の 削 減 ） を 見 直 し と	き 上 げ の 削 減 ） を 見 直 し と	減 今 後 は も 特 に 見 直 し な い 支 出 削
全体 (n=4,616)		14.5	46.4	9.2	29.9	
性別	男性 (n=2,370)	16.2	42.9	8.8	32.1	
	女性 (n=2,246)	12.7	50.1	9.7	27.6	
年代別	29歳以下 (n=681)	10.9	46.7	9.3	33.2	
	30代 (n=727)	12.4	47.0	10.7	29.8	
	40代 (n=951)	15.6	48.7	9.0	26.7	
	50代 (n=988)	16.1	46.6	7.6	29.8	
	60代 (n=1,269)	15.6	44.1	9.8	30.6	

●消費税引き上げ前（3月まで）の事前購入商品 <耐久財>

n=4,616	
3月までに購入予定	
家電製品	20.0
パソコン	12.3
携帯電話・スマートフォン	10.3
インテリア用品	8.8
自動車	6.5
住宅・不動産(リフォーム含む)	5.8
貴金属・時計	5.6
その他	3.1
特になし	58.8

●消費税引き上げ前（3月まで）の事前購入商品 <日用品>

n=4,616	
紙製品(ティッシュ・トイレtpーパーなど)	38.7
洗剤類(洗濯用・食器用)	32.9
食料品(米・保存食など)	31.7
酒・ビール類	24.4
化粧品	23.6
掃除用品(ゴミ袋・ウエットシートなど)	22.7
飲料(ミネラルウォーター・お茶・コーヒーなど)	22.2
台所用品(スポンジ、ラップ、食器など)	21.9
トイレタリー用品(石鹸、シェービング用品など)	19.5
医療品(救急絆創膏・マスクなど)	16.4
衣料品	15.7
風呂用品(お風呂マット、タオルなど)	14.6
メガネ・コンタクト	12
サプリメント・常備薬	11.7
ペットフード	8.6
タイヤ・カーメンテナンス	4.3
ギフト券(ビール券・アイスクリーム券・施設利用券など) ※金券以外	4
ベビー用品	2.4
屋内スポーツ・健康機器	2
通信教育・月謝	1.9
運転免許取得	1.2
ピアノ・楽器	1.1
その他	1
特になし	38.5

## ● 税制改定や経済政策についての認知・興味

	n=4,616	
	知 っ て い る	知 り た い
<個人向け>		
消費税の増税について	92.8	13.1
相続税の控除引き下げについて	55.4	32.1
自動車取得税の引き下げ	62.2	24.2
エコカー減税拡充	47.9	30.6
軽自動車増税	72.4	16.0
少額投資非課税制度「NISA」について	57.7	27.3
住宅ローン減税の拡充	41.1	28.8
低所得世帯に現金給付	47.7	30.5
子育て世帯に現金給付	45.0	29.7
高速道路割引の一部継続	48.6	32.0
<企業向け>		
企業に対する「復興特別法人税」の一部前倒し廃止	42.2	26.9
給与総額を増やした企業に対する減税	39.0	30.0
大企業の交際費の一部が非課税に	40.8	28.6
先端設備に対する投資への減税	26.5	35.2
その他	0.5	0.9
特にない	5.3	24.3

## ● 税制改定や経済政策についての情報源

	n=4,616
新聞	88.1
雑誌	15.2
テレビ	73.3
ラジオ	12.1
インターネット	51.2
その他	0.6
特にない	1.9