

# 「消費増税後の消費浮揚策を考える」

～静かに進む生活防衛意識の高まりを「チャンス」に変える～

## セミナーの概要

2019年10月の消費税率の引き上げにより、消費者の行動が不確実性を深めています。

2019年に8%から10%に引き上げられた消費税による消費財市場への影響は、軽減税率制度ほかの対策もあり「消費者マインドに持ち直しの動きが見られる」との報告が見られます（内閣府の消費動向調査 2019年12月）。一方、同調査では1年後の物価上昇を予想する割合が80%前後と、将来的な不安に伴う節約志向の強まりを警戒すべき兆候も見られます。

今後は①増税後の消費回復の行方、②2019年末商戦や2020年五輪によるスポット需要の影響、③キャッシュレス消費者還元事業やプレミアム付商品券事業といった消費誘導策の影響をもとに、消費者の意識や需要の変化を捉えることが重要です。

本セミナーは、消費税率の引き上げを契機とした消費者・ショッパーの変化を、各種マクロデータや市場データをもとに明らかにします。消費増税後の消費者心理の変化を知り、新たなビジネスチャンスにつなげたい方の参加をお待ちしております。

## 受講対象者

- ◆ 食品・日用品メーカー、卸の営業・マーケティング関連部門担当者
- ◆ 小売業の商品部、マーケティング関連部門担当者

※業種により、お申し込みを受けできない場合がございます。あらかじめご了承ください。

## 開催概要

開催日： 2020年3月12日（木） 13：30～17：00

会場： TKP市ヶ谷カンファレンスセンター  
東京都新宿区市谷八幡町8番地  
JR、東京メトロ有楽町線、都営新宿線「市ヶ谷」駅徒歩2分

受講料： 1名様につき 税別30,000円（税込33,000円）

# プログラム

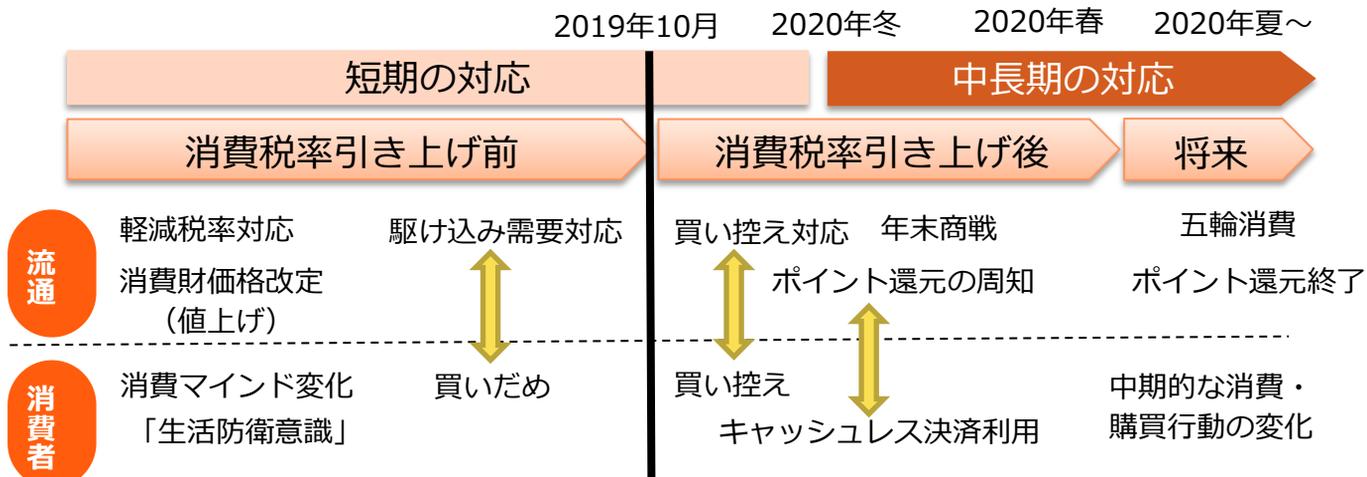
時間	内容・講師
13:30～ 13:40	セミナーのねらい
13:40～ 14:10	<p><b>2019年10月で生じたこと・これから生じるであろうこと</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費増税後の経済状況、消費状況、政策対応</li> <li>・流通業界団体、主要流通各社の反応</li> </ul> <p>公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 加藤 弘之</p>
14:20～ 15:30	<p><b>消費増税後の売上トレンドと注目ポイント</b></p> <p>■ <b>2019年10月増税後の消費動向</b></p> <p>① 増税前後の購買行動レビュー 駆け込み需要と反動減の状況／前回（2014年4月）との比較 2019年12月の年末商戦による消費の回復状況</p> <p>② カテゴリー別動向 主要カテゴリー別の販売動向／注目カテゴリー・商品</p> <p>③ 業態別動向 消費者の購買行動から、主要カテゴリー別の特徴を明らかにします</p> <p>■ <b>「消費増税後のこれから」見通しと考慮すべき要因</b></p> <p>直近で実施した自主企画調査を加味して、今後の見通しと考慮すべき要因を整理します</p> <p>株式会社インテージ FMCG事業本部 小売・流通ユニット 古林 紀彦 氏</p>
15:40～ 16:50	<p><b>消費者調査分析／消費増税後の消費者意識</b></p> <p>※消費増税前調査（2019年7月）と増税後調査（2020年2月）との比較を通じ、消費増税による消費者の意識変化や、消費促進に向けた訴求ポイントを探ります</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費意識、生活防衛意識の変化と、店舗選択、販促反応等への影響</li> <li>・カテゴリー別 購買意向の変化、チャネル／店舗選択行動の変化</li> <li>・軽減税率に対する認識と購買行動に対する影響</li> <li>・「キャッシュレス・消費者還元事業」後の決済や店舗選択の変化</li> <li>・暮らし向きの変化と今後の消費・購買意欲 など</li> </ul> <p>公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 重富 貴子</p>
16:50～ 17:00	<p><b>セミナーのまとめ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費増税後の消費浮揚策に求められる点</li> </ul>

※ プログラムや講師は、都合により変更となる場合がございます。あらかじめご了承ください。

# セミナーのポイント

本セミナーでは、2019年10月の「消費増税」と消費者の「生活防衛意識」を踏まえ、消費財流通において、どのような対応をしていくべきか考えます。特に消費税率の引き上げにより消費者・ショッパーの意識や購買行動がどのように変化していくのかについて、下記の3つのポイントから考えます。

ポイント	セミナーで取り上げる視点
①消費税率引き上げに伴う短期的な需要変動	増税前の駆け込み需要のインパクト(確認) 増税後の買い控えの影響&購入商品の変化 軽減税率の効果 等
②中長期的な消費マインドや購買行動の変化	消費増税と消費財価格の改定がもたらす節約志向/バリュー消費志向の行方 変化する購買行動と変化しない購買行動 等
③政策的な消費誘導の影響	軽減税率やキャッシュレス決済に対するポイント還元策等の制度の普及状況と、店舗選択や購買行動への影響 等



## データ分析／消費者調査について

本セミナーでは、継続的に実施している市場データや消費者調査をもとに、2019年の消費増税後に生じた消費者の変化を分析・報告します。

### インテージによる消費増税に関する売上データ分析報告

外部講師プロフィール (株)インテージ FMCG事業本部 小売・流通ユニット  
古林 紀彦氏

2002年、(株)インテージ入社。マーケティングリサーチ、POSデータの企画・分析を行って来た。ヘルスケア分野を中心に、食品、飲料、雑貨を担当

### 流通経済研究所による消費者調査

- 1) 調査方法：インターネット定量調査
- 2) 対象者(地域)：20歳以上の男女(全国) 2,000s(予定)
- 3) 調査時期：2019年7月(前回)、2020年2月(今回)

# プログラム

## ■開催概要

- 日時：2020年3月12日(木) 13:30～17:00
- 会場：TKP市ヶ谷カンファレンスセンター
- 参加費：1名につき  
30,000円(税込33,000円)
- 定員：50名

## ■参加申込方法

- ① 申込書に必要事項をご記入のうえ、FAXをお送りいただくか、ホームページからお申込みください。
- ② お申込受付後、ご請求書を郵送させていただきます。
- ③ 参加費は、請求書に記載されております。「お支払い期限」までに指定の銀行口座へお振り込みください。
- ④ 受講票は、開催1週間前から順次メールでお送りいたします。
- ⑤ 開催間際のお申込みは、ご参加いただけない場合がございます。あらかじめお電話でご確認ください。

## ■ご注意

- お申込後、当日ご欠席の場合も参加費を申し受けます。ご都合がつかない場合は、代理の方がご出席ください。
- 業種によっては、ご参加できない場合があります。
- セミナーの録音・撮影は、ご遠慮ください。
- 資料はご参加者のみにお渡しします。
- 資料データの配布はいたしません。

## ■免責事項

天災地変、交通事情等、弊所が管理できない事由により、セミナー内容の一部変更及び中止のために生じた損害等には責任を負いかねますことをご了承ください。

## ■お問い合わせ先

(公財)流通経済研究所  
「消費増税後の消費浮揚策を考える」セミナー事務局  
TEL:03-5213-4532 Email: shopper\_seminar3@dei.or.jp  
担当: 中田、加藤(弘之)、重富

## 流通経済研究所 ショッパー研究セミナー 「消費増税後の消費浮揚策を考える」(3/12(木)開催) 参加申込書

■参加費：1名様につき 30,000円 (税込:33,000円)

お申込日:2020年 月 日

<b>FAX</b>	03-5276-5457			公益財団法人 流通経済研究所 行	 申込ページQRコード
<b>URL</b>	<a href="http://www.dei.or.jp/seminar/seminar_200312">http://www.dei.or.jp/seminar/seminar_200312</a>				
ふりがな 貴社名			所在地	〒	
参加者 1 ※	ふりがな 氏名			所属/役職	
	電話	( )		Eメール	
参加者 2	ふりがな 氏名			所属/役職	
	電話	( )		Eメール	

※複数でのお申込の場合、特にお申し出のない場合は、参加者1の方にご請求書をお送りします。

連絡通信欄	
-------	--

ご請求書送付先:参加者と異なる場合は、ご記入ください

氏名		所属/役職	
Eメール		所在地	〒
電話	( )	(上記と異なる場合)	

## ■個人情報のお取り扱いについて

ご記入いただいた個人を特定できる情報については、以下の通り利用させていただきます。

- 1)お申込いただいたセミナー等の事務処理に必要なご連絡、ご請求
  - 2)(公財)流通経済研究所からの各種情報の案内
- なお、2)に関して、ご登録内容の変更や配信停止は、お電話(03-5213-4531)または専用ページ(<http://www.dei.or.jp/dm/>)からお願いいたします。  
(配信停止の手続きにはお時間がかかる場合があります。行き違いでメールが届きました場合には、ご容赦をお願い申し上げます。)