

2019年11月27日

消費増税の影響に関する調査について

株式会社 鹿児島銀行
株式会社 九州経済研究所

【調査の概要】

調査目的	消費増税が県民の家計にどのような影響を与えたか、県民が消費増税にどのように対応するか調査することで、卸・小売事業者や金融業などの事業活動などに利用してもらう。
調査時期	2019年10月下旬
調査対象	鹿児島銀行の県内本支店窓口来店者
調査方法	回答者本人が記入(無記名式)
回答数	有効回答数 727人
回答者属性	【性別】 男性 39.8% 女性 59.9% 不明 0.3% 【年齢別】 10代 1.7% 20代 21.0% 30代 21.9% 40代 20.9% 50代 20.9% 60代 9.0% 70代以上 4.4% 不明 0.2%

【調査結果のポイント】

- ① 消費増税の家計への影響を尋ねたところ、「大いにある」「ややある」の合計は 69.2%と、前回調査(2014年4月調査、89.3%)より 20.1ポイント減少した。
- ② 「軽減税率制度」および「キャッシュレス決済によるポイント還元事業」の理解度は前者が 73.6%、後者が 67.3%といずれも約7割に上った。
- ③ 「キャッシュレス決済によるポイント還元事業」について、「積極的に利用している」「ときどき利用している」の合計は 51.8%、「あまり利用していない」「全く利用していない」の合計は 48.2%とほぼ半々の結果となった。主な決済手段は「クレジットカード」が 79.7%と突出しており、以下「QRコード決済」(44.5%)、「流通系電子マネー」(26.1%)などが続いた(複数回答)。

1. 消費増税の家計への影響

2019年10月に消費税率が8%から10%に引き上げられた。消費増税が家計に与える影響について尋ねたところ、「ややある」が最も多く51.2%だった（図表1）。以下、「あまりない」（25.1%）、「大いにある」（18.0%）、「わからない」（4.2%）、「全くない」（1.5%）の順となった。「大いにある」「ややある」を合計すると69.2%と、前回調査（14年4月、以下前回）の89.3%から20.1ポイント減少した。一方、「全くない」「あまりない」の合計は26.6%と前回（10.6%）から16ポイント増加し、消費増税の家計への影響は前回増税時を下回った。

2. 消費増税への対応

消費増税への対応としては「何もしていない」が64.2%で最多となり、「支出を減らす」の32.5%を大幅に上回った（図表2）。以下、「収入を増やす」（0.9%）、その他（3.4%）の順となった。前回では「何もしていない」とした割合が52.0%、「支出を減らす」は47.3%だった。今回は政府のキャッシュレス決済によるポイント還元や軽減税率の導入など経済対策の効果が一定程度表れている。半面、「支出はこれ以上減らせない」「何もできない」といった意見もみられる。

また、「支出を減らす」を選択した場合の品目として「外食」が55.0%で最も多く、次いで「衣服・履物」（53.3%）、「食料品」（43.3%）、「娯楽・教養費」（37.9%）などが続いた（図表3）。前回と比べると、「水道・光熱費」「娯楽・教養費」や軽減税率対象の「食料品」などは減らす割合が大きく減少した一方、「外食」は増加した。

3. 軽減税率制度およびキャッシュレス決済によるポイント還元事業について

政府は消費増税と同時に、外食と酒類を除く飲食料品などの税率を8%に据え置く「軽減税率制度」を今回初めて導入した。導入前は制度内容が複雑で分かりにくいといわれていたため、同制度についてどの程度理解しているか尋ねたところ、「よく理解している」「おおよそ理解している」の合計は73.6%となり、理解は進んでいる（図表4）。

また、景気対策の一環として中小企業を対象にした「キャッシュレス決済によるポイント還元事業」を20年6月末まで実施している。同事業についてどの程度理解しているか尋ねたところ、「よく理解している」「おおよそ理解している」の合計は67.3%となり、軽減税率制度と同様に理解は進んでいるといえる（図

表 5)。

ポイント還元事業の利用状況を尋ねたところ、「積極的に利用している」「ときどき利用している」の合計は 51.8%、「あまり利用していない」「全く利用していない」の合計は 48.2%とほぼ半々の結果となった(図表 6-1)。地域別でみると、鹿児島市は利用割合が全体平均より高く、鹿児島市以外(本土)や離島と地域差がみられた(図表 6-2)。年代別にみると、20~40代の利用割合が全体平均より高く、年代が上がるにつれて利用割合が低くなる傾向がみられた(図表 6-3)。

「積極的に利用している」「ときどき利用している」と回答した方に、いつからキャッシュレス決済を使い始めたか尋ねたところ、「10月1日より以前から」が 70.7%に上った(図表 7-1)。一方、「10月1日以降」は 29.3%となり、年代別では特に 50~60代の割合が多かった(図表 7-2)。今後もポイント還元事業をきっかけに、中高年層でキャッシュレス決済の普及が進むことが見込まれる。

キャッシュレス決済をはじめた理由は、「ポイントが貯まる・使えるから」が 69.7%と最も多かった(図表 8)。以下、「支払いがスムーズだから」(55.8%)、「キャンペーンや割引などの特典があるから」(30.0%)などが続いた。

ポイント還元事業の主な決済手段は、「クレジットカード」が 79.7%と突出している(図表 9)。以下、「QRコード決済」(44.5%)、「流通系電子マネー」(26.1%)などが続いた。

ポイント還元事業の主な利用場所は、「コンビニエンスストア」が 72.6%と最も多かった(図表 10)。以下、「ショッピングセンター」(47.5%)、「スーパー」(43.5%)などが続いた。比較的来店頻度の高い店で使われており、キャッシュレスを日常の買い物で積極的に利用していることがうかがえる。

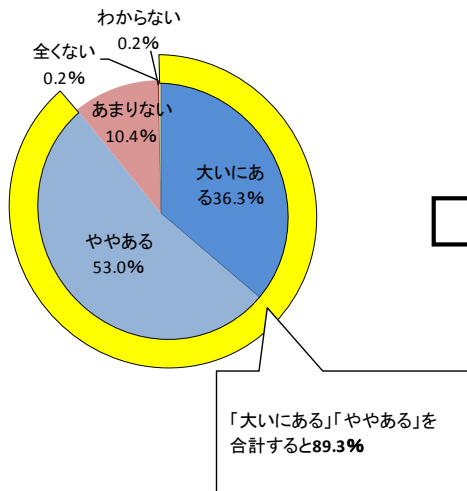
ポイント還元事業を利用して購入した(したい)モノ・サービスは、「食料品」が 66.3%と最も多く、次いで「日用品」(57.8%)、「衣服・履物」(35.8%)などが続いた(図表 11)。

以上

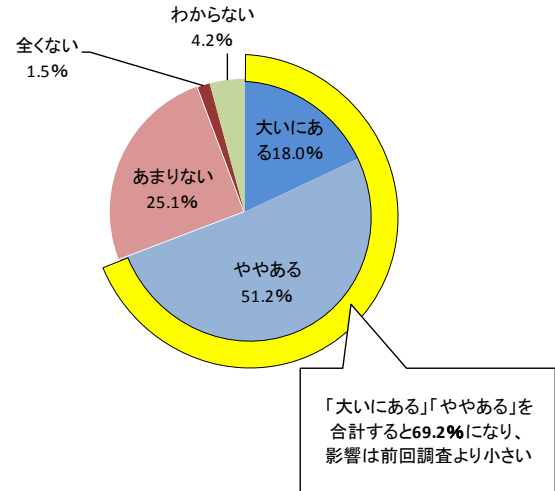
【本件に関するお問い合わせ】 (株)九州経済研究所 (Tel 099-225-7491)

図表1 消費増税の家計への影響

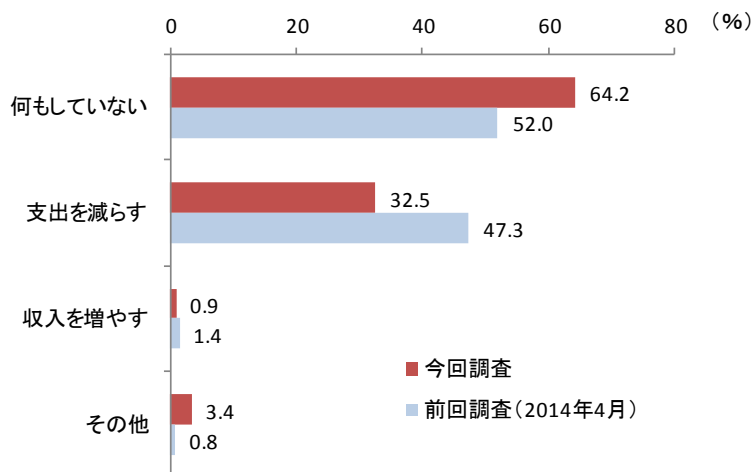
【前回調査(2014年4月)】



【今回調査】

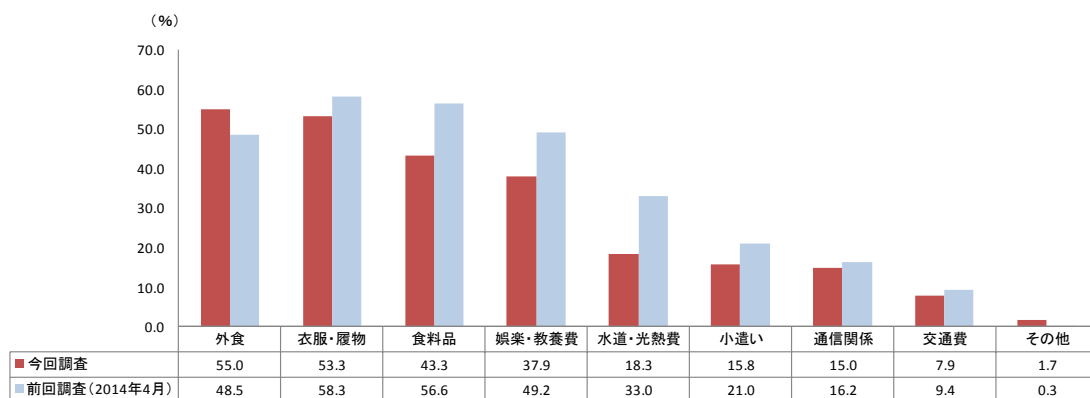


図表2 消費増税への対応



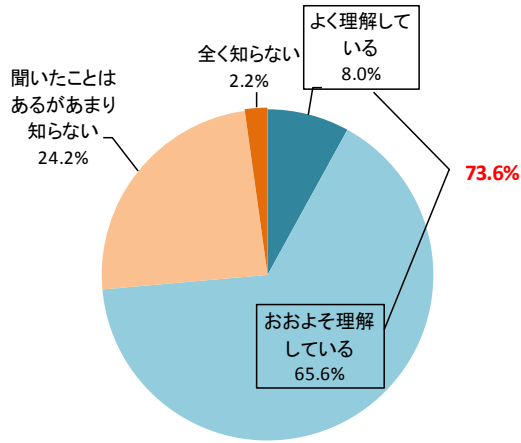
注)複数回答

図表3 支出を減らすとした品目

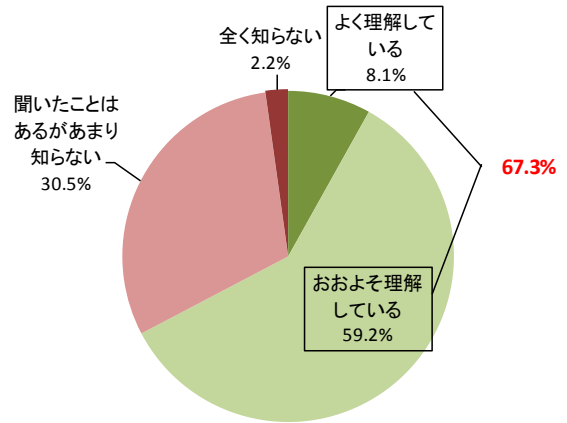


注)複数回答

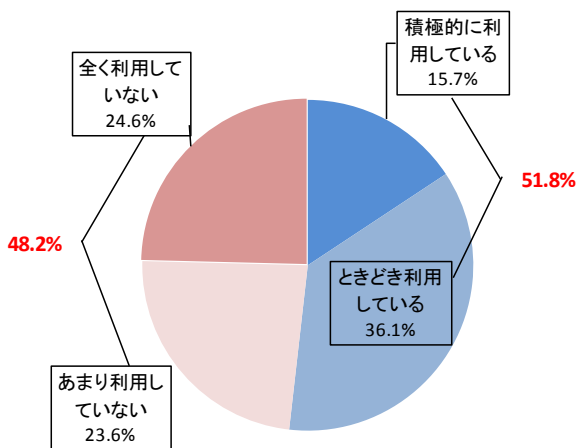
図表 4 「軽減税率制度」の理解度



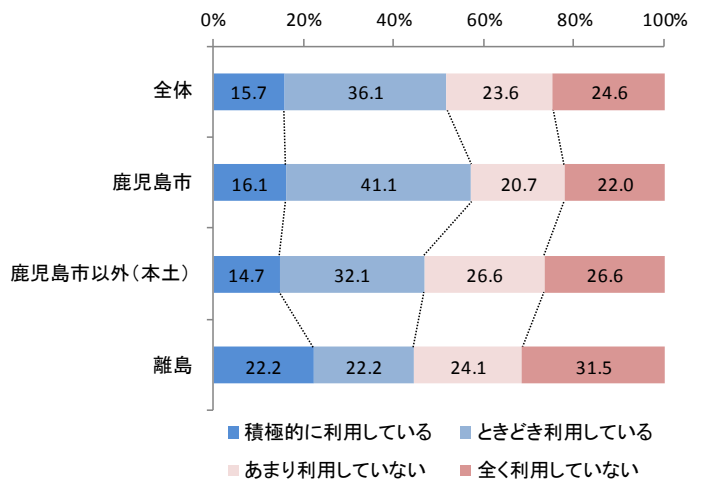
図表 5 「キャッシュレス決済によるポイント還元事業」の理解度



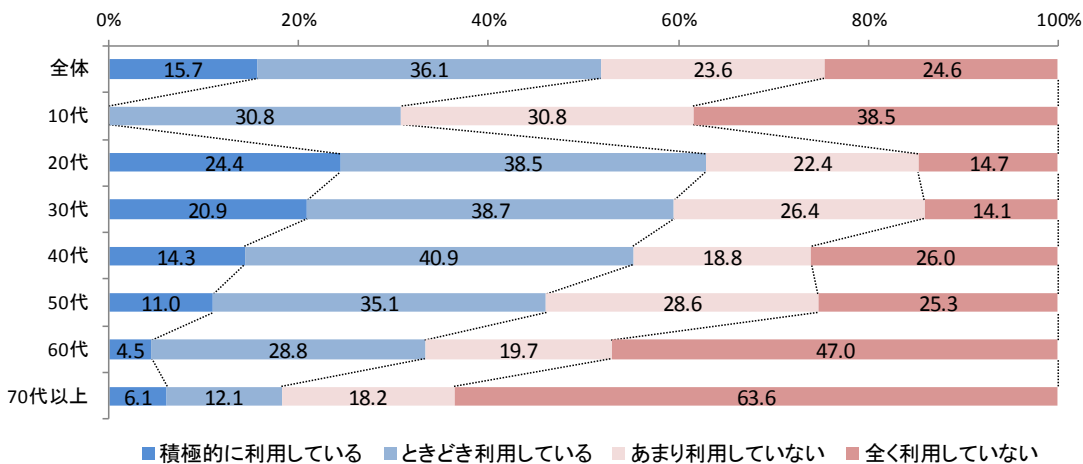
図表 6-1 ポイント還元事業の利用状況



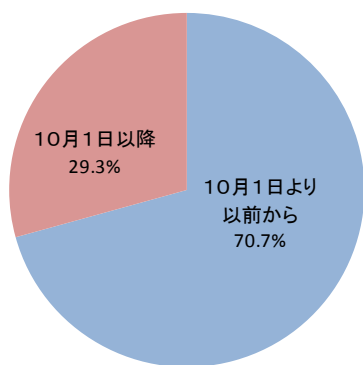
図表 6-2 ポイント還元事業の利用状況 (地域別)



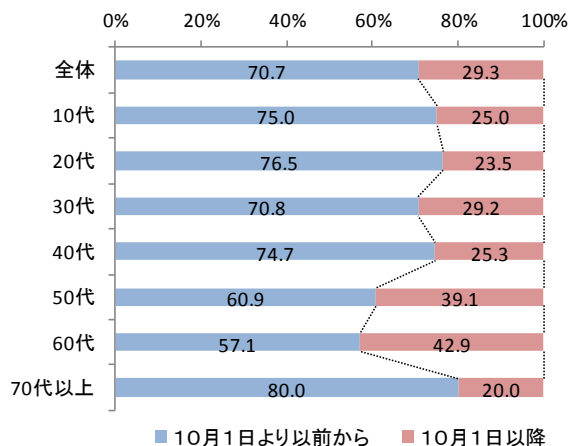
図表 6-3 ポイント還元事業の利用状況 (年代別)



図表 7-1 キャッシュレス決済を使い始めた時期

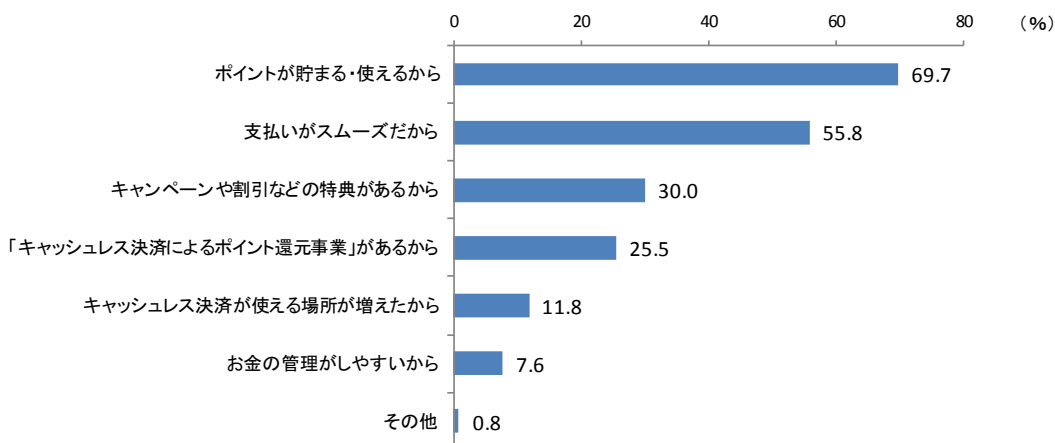


図表 7-2 年代別



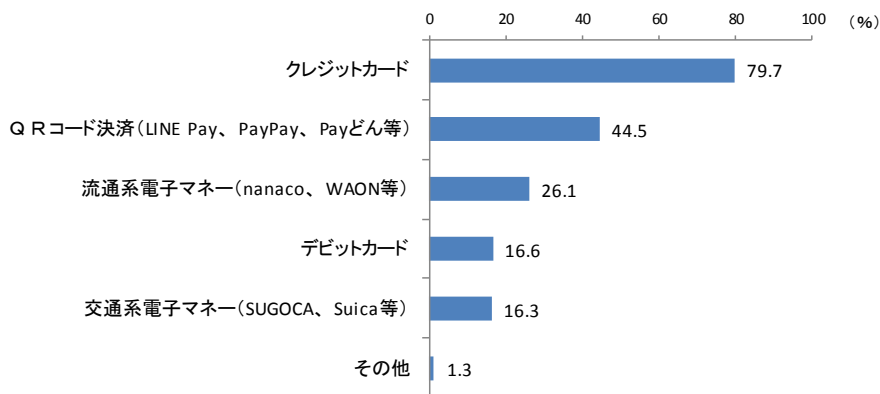
注) 「キャッシュレス決済によるポイント還元事業」を「積極的に利用している」「ときどき利用している」と選択した人のみ回答

図表 8 キャッシュレス決済をはじめた理由



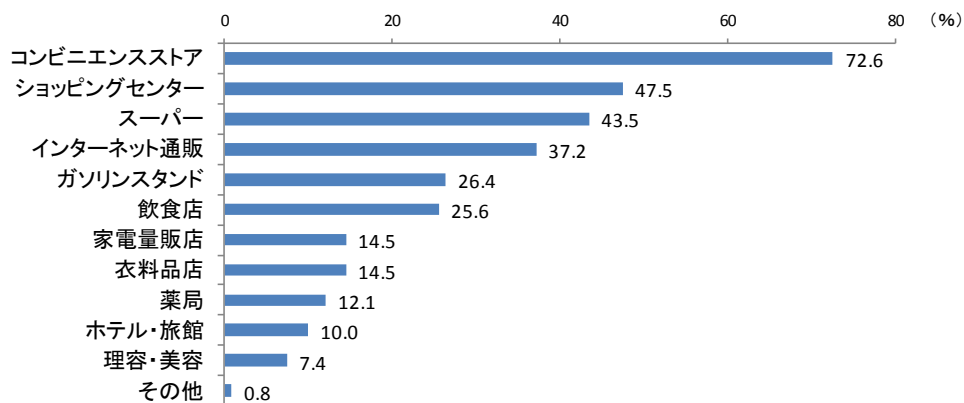
注) 複数回答

図表 9 ポイント還元事業の主な決済手段



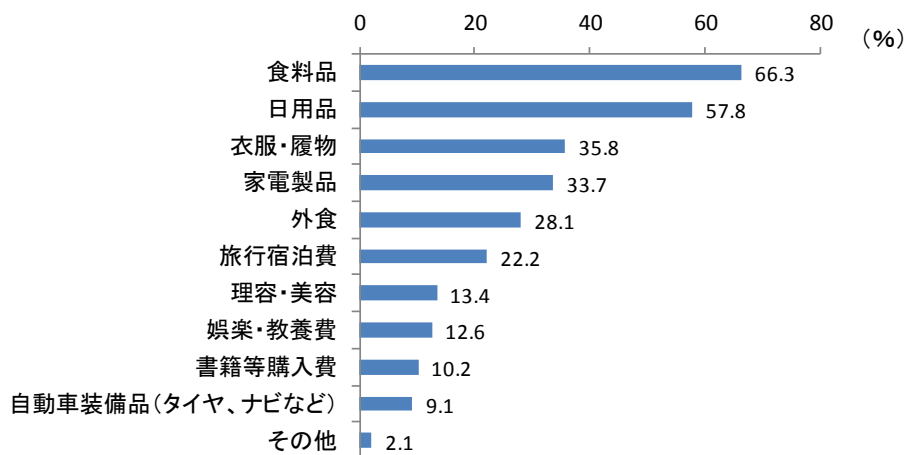
注) 複数回答

図表 10 ポイント還元事業の主な利用場所



注)複数回答

図表 11 ポイント還元事業を利用して購入した(したい)モノ・サービス



注)複数回答