

# 消費増税に関するアンケート調査

## 調査結果の概要

- 「軽減税率」について、概要を知る人は約9割
- キャッシュレス決済による「ポイント還元」について、理解は今一歩
- 高額商品の購入希望者のうち、駆け込み購入する人は約4割
- 日用品を買いだめする人は5割弱。岐阜県・愛知県は全国と比較しやや高め
- キャッシュレス化は進むとみられる
- 今でも9割は何らかのキャッシュレス決済を利用
- 増税後にキャッシュレスデビューする「はじめてキャッシュレス」は極めて少数派
- 増税後は外食産業などで消費が落ち込む可能性あり
- 税金は、自分たちの老後や、子供たちの未来のために使ってほしい

## 調査要領

1. 調査方法 インターネットによるアンケート調査
2. 調査内容 消費増税に対する意識調査
3. 調査期間 2019年8月2日～5日
4. 回答状況 有効回答 1,260名 回答者の内訳は図表1のとおり

図表1 回答者の内訳

地域別	(人, %)				年齢別	岐阜県				愛知県				全国				合計			
	男性	女性	計	構成比		男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比				
岐阜県	210	210	420	33.3	30歳未満	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	126	126	252	20.0
愛知県	210	210	420	33.3	30歳代	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	126	126	252	20.0
全国	210	210	420	33.3	40歳代	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	126	126	252	20.0
合計	630	630	1,260	100.0	50歳代	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	126	126	252	20.0
					60歳以上	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	42	42	84	6.7	126	126	252	20.0
					合計	210	210	420	33.3	210	210	420	33.3	210	210	420	33.3	630	630	1260	100.0

(注)端数を四捨五入しているため、内訳の合計等が合致しない場合がある。

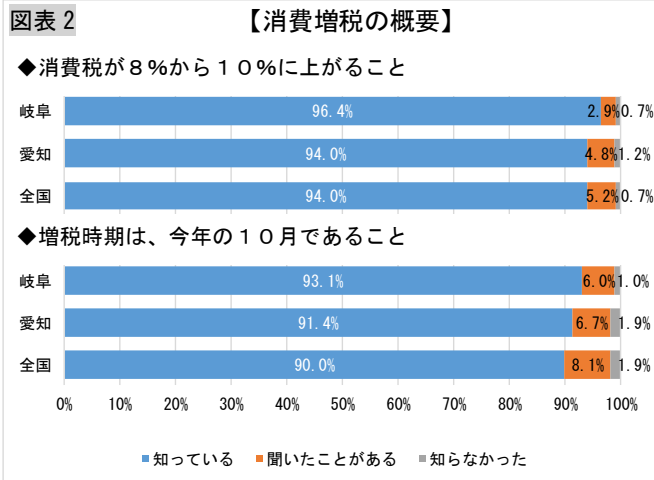
## 1. 調査の目的

2019年10月、いよいよ消費税が10%に増税される。前回、2014年4月に5%から8%に引き上げられて以来、5年半ぶりの増税となる。今回は軽減税率や、キャッシュレス決済でのポイント還元

など、これまでの増税時にはない制度や対策が導入される。そこで、当地域および全国の消費者の消費増税に対する意識や、増税前後の行動について、アンケート調査を実施した。

## 2. 消費増税についての理解度

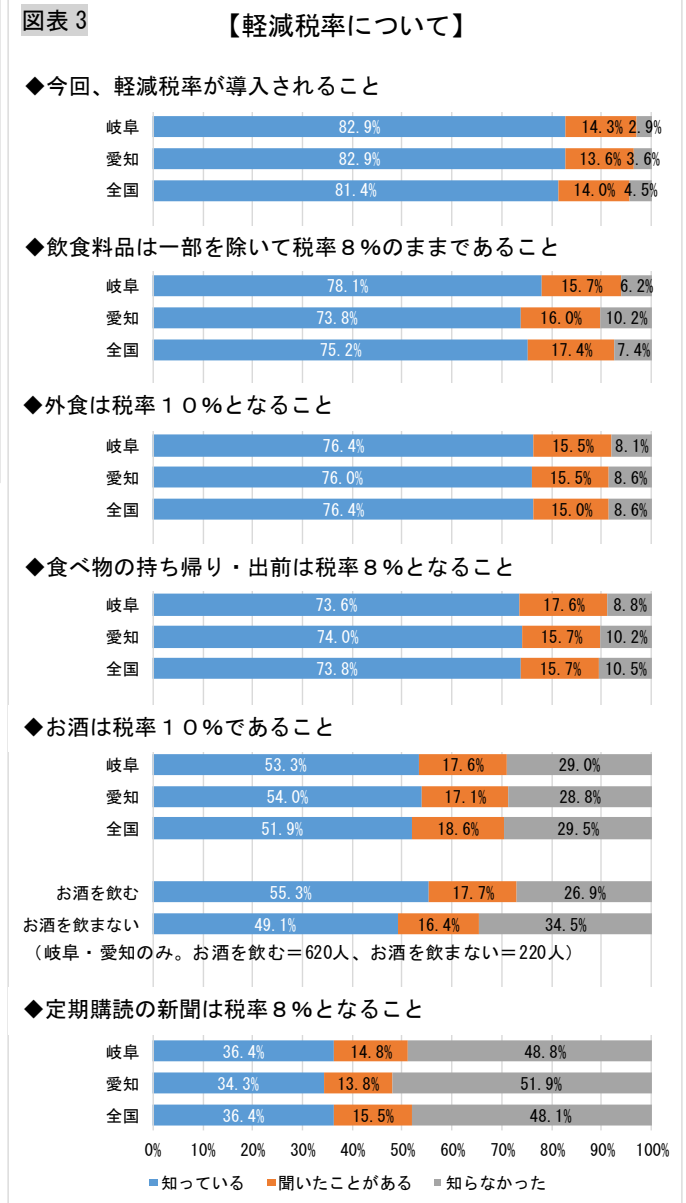
～「軽減税率」概要は知っている。キャッシュレス決済の「ポイント還元」理解は今一步～



消費増税の概要や軽減税率の内容等について、知っているかどうかをたずねた。

「消費税が8%から10%に上がること」、「増税時期は今年の10月であること」は、9割以上が知っており、「聞いたことがある」を含めるとほぼ全ての人が知っているという結果となった(図表2)。

今回初めて導入される軽減税率については、「知っている」、「聞いたことがある」人(以下、「知る人」という)はいずれの地域でも95%以上と多数となった(図表3)。詳細についてみると、「飲食料品は一部を除いて税率8%のままであること」、「外食(店の中などで飲食する場合)は税率10%となること」、「食べ物の持ち帰り・出前は税率8%となること」を知る人が約9割となり、認知が進んでいることがわかる。一方、「お酒は税率10%であること」については知る人が約7割、「定期購読の新聞は税率8%となること」については約5割と相対的に低い結果となった。食料品の購入や外食などが広く一般の人を対象とするのに対し、購買層が限られることが、認知度が低い要因と考えられる。



増税と併せて導入される幼児教育無償化に関しては、「3～5歳児の認可保育所などの利用料が無料になること」について、20代から40代までで「子供あり」と回答した人のうち、知る人の割合は7割を超えた(図表4)。一方、「子供なし」では半数に満たなかった。

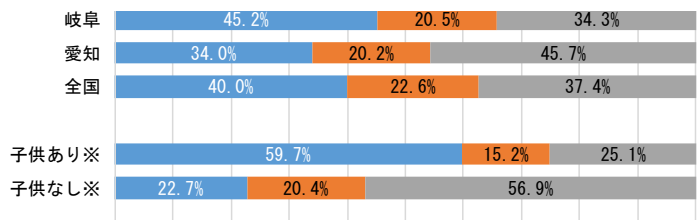
増税対策に関しては、「中小の小売店などでキャッシュレス決済をすると、価格の2%または5%がポイント還元されること(増税後9か月間)」について知る人は約7割となった(図表5)。「聞いたことがある」と回答した割合が4割近くを占めており、詳しくは知らない人が多い。制度の分かりにくさが影響している可能性がある。

また、「学齢3歳未満の子供がいる世帯・住民税非課税世帯はプレミアム付き商品券を購入できること」については、いずれの地域でも知る人の割合が5割程度となった。対象者が含まれる可能性がある「子供あり」の方が、「子供なし」と比較し、知る人の割合が14.6%高い。

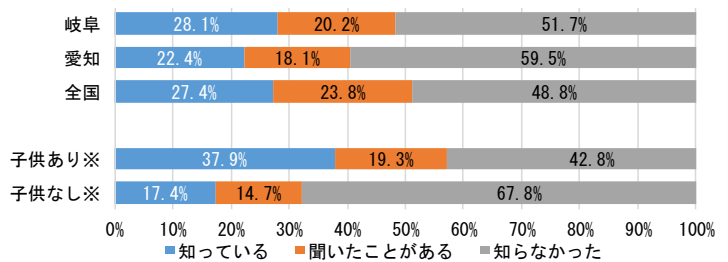
「住宅ローン減税の控除期間延長など、増税後の住宅購入・リフォーム支援策があること」、「新規購入時の自動車税の税率引き下げなど、増税後の自動車に関する税金体系が大きく変わること」については知る人が約4割となった。いずれも増税前に「購入した・購入予定」とした人と、「購入予定なし」とした人の間で差があったことから、関心のない項目への認識は低いとみられる。

図表4 【税の使い道 幼児教育無償化について】

◆ 3～5歳児の認可保育所などの利用料が無料になること

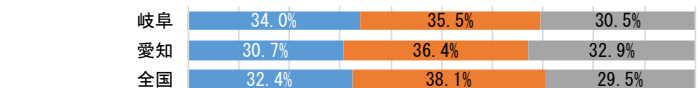


◆ 0～2歳児は住民税非課税世帯の認可保育所などの利用料が無料になること

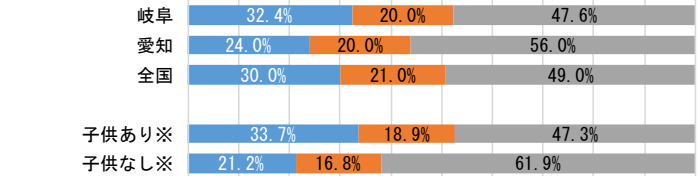


図表5 【増税対策について】

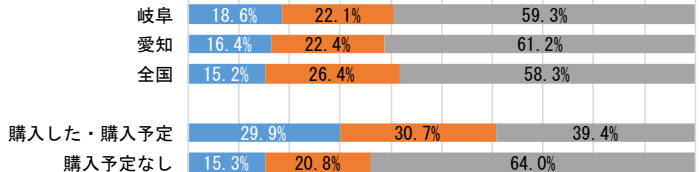
◆ 中小の小売店などでキャッシュレス決済をすると、価格の2%または5%がポイント還元されること(増税後9か月間)



◆ 学齢3歳未満の子供がいる世帯・住民税非課税世帯はプレミアム付き商品券を購入できること

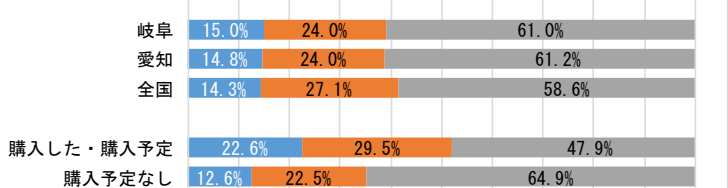


◆ 住宅ローン減税の控除期間延長など増税後の住宅購入・リフォーム支援策があること



(岐阜・愛知を集計。購入した・購入予定=127人、購入予定なし=713人)

◆ 新規購入時の自動車税の税率引き下げなど増税後の自動車に関する税金体系が大きく変わること



(岐阜・愛知を集計。購入した・購入予定=190人、購入予定なし=650人)

※ 「子供あり」…岐阜県・愛知県の20代から40代で「子供あり」と回答した人(243人)  
「子供なし」…年齢を問わず、岐阜県・愛知県で「子供なし」と回答した人(339人)

### 3. 高額品の駆け込み需要

#### ～高額商品等の駆け込み需要は限定的～

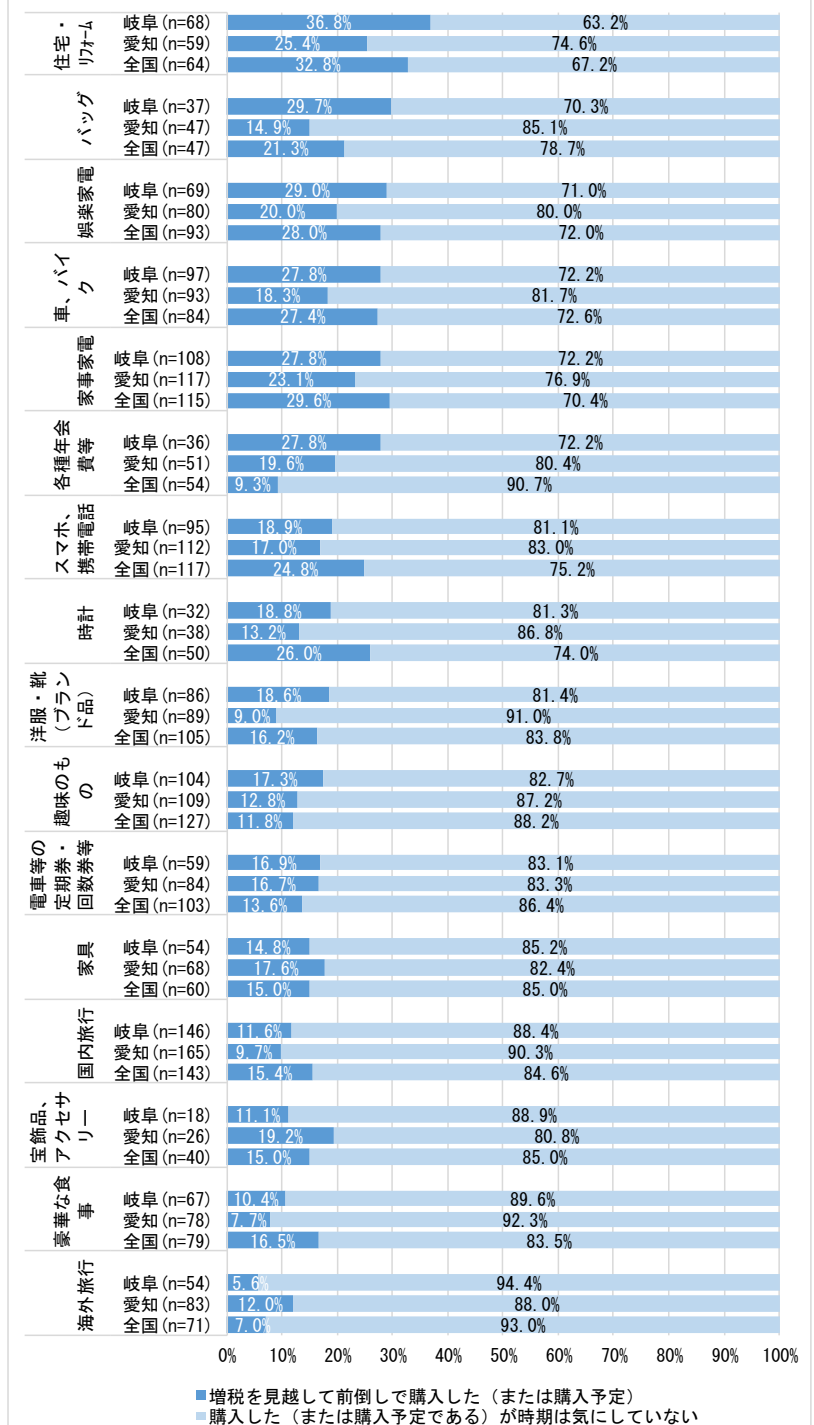
高額商品およびサービス（年会費・旅行等）について、最近購入した、または購入予定がある人に対し、今回の増税がその購入時期に影響を与えたかどうかをたずねたところ、すべての商品・地域で「購入した（または購入予定である）が時期は気にしていない」（増税が購入時期に影響しない）と回答した割合が6～9割程度となり、駆け込み需要は限定的であるとみられる（図表6）。

今回質問した16項目のいずれかについて、購入した、または購入予定がある人は、どの地域でも約7割となった（図表7）。その購入者・購入予定者のうち、1項目でも駆け込み購入した人（増税を見越して前倒しで購入した（または購入予定））は、岐阜県で38.2%、愛知県で36.5%、全国で40.7%となり、駆け込み購入を全くしない人の方が多数となった。

図表7

	いずれかの高額商品等について、購入した・または購入予定がある人(★)の割合	★を100としたとき、1項目以上の商品を駆け込み購入する人の割合
岐阜	70.5%	38.2%
愛知	71.7%	36.5%
全国	71.4%	40.7%

図表6 【増税の購入時期への影響（購入した、または購入予定ありの人のみ）】



## 4. 日用品・消耗品の買いだめについて

～日用品を買いだめする人は5割弱。購入量は3か月分未満を買いだめする人が多数～

増税前に日用品、消耗品を増税前に買いだめするかについてたずねた。それぞれの商品を使用・飲食等している人のうち、買いだめをしないと回答した人は、いずれの商品・地域でも6～9割と多数であった。また、買いだめをする人の中でも「3か月分未満を買いだめする」と回答した人が多く、買いだめする対象期間が短い（量が多くない）ことから、増税後の日用品・消耗品の需要の落ち込みはさほど深刻ではないとみられる。

商品別にみると、買いだめをすると回答した割合が相対的に高いのは、「洗濯用洗剤、柔軟剤」、「ティッシュペーパー、トイレットペーパー」、「台所・住宅用洗剤」、「石鹸、シャンプー、リンス」、「歯磨き粉、歯ブラシ」などの日用品であった。

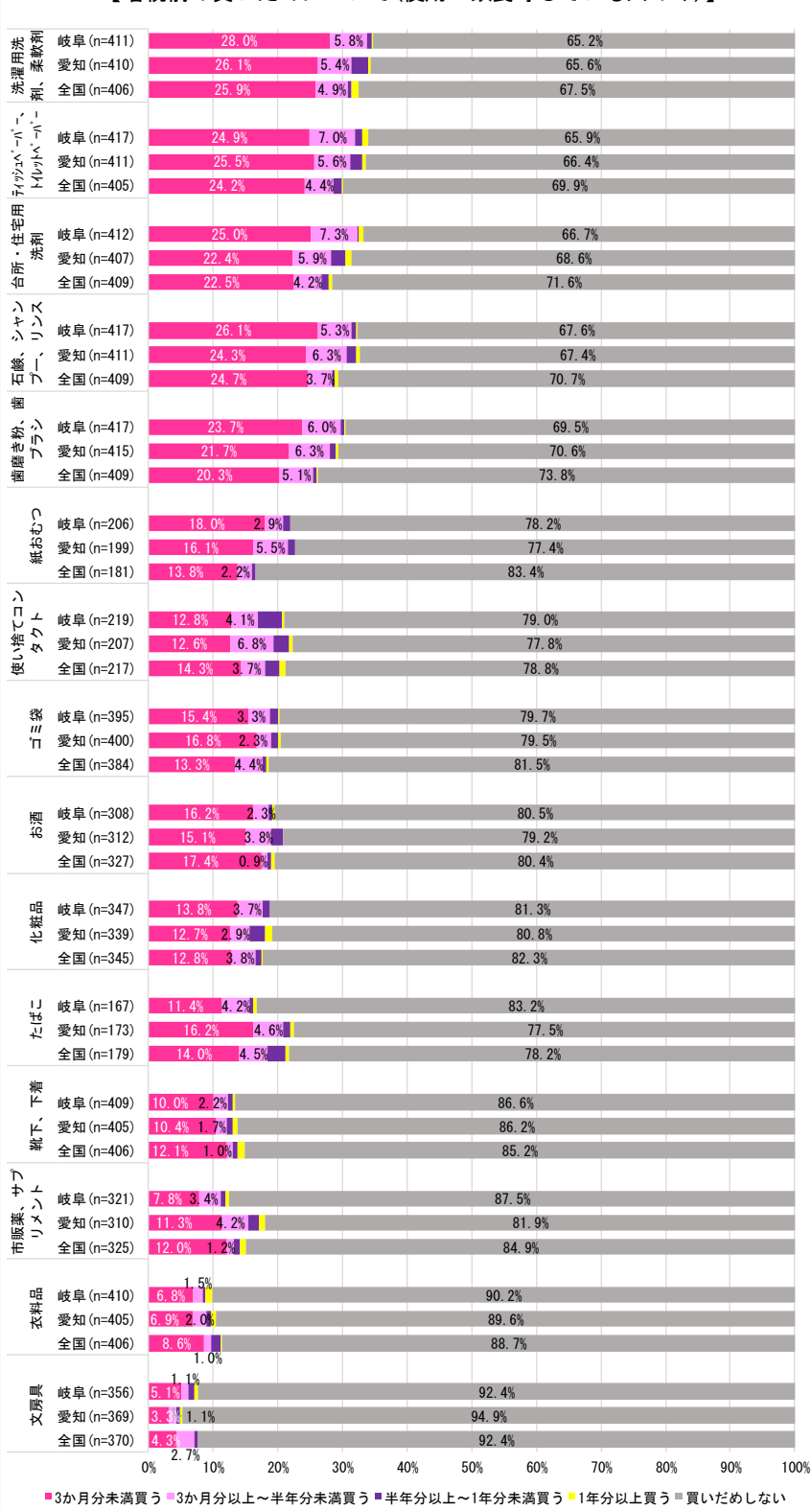
また、今回の質問のうち、いずれかの日用品※を買いだめすると答えた人は、岐阜県で47.4%、愛知県で47.1%となり、全国の42.9%よりも若干高い割合となった（図表9）。またいずれの地域でも、男性よりも、購入決定権があると考えられる女性の方が買いだめをする比率が高かった。

図表9

【いずれかの日用品を買いだめする割合】

	男性	女性	全体
岐阜	38.1%	56.2%	47.4%
愛知	37.1%	57.6%	47.1%
全国	33.3%	52.4%	42.9%

図表8 【増税前の買いだめについて（使用・飲食等している人のみ）】



※ いずれかの日用品とは、洗濯用洗剤、柔軟剤、ティッシュペーパー、トイレットペーパー、台所・住宅用洗剤、石鹸、シャンプー、リンス、歯磨き粉、歯ブラシ、紙おむつ、ゴミ袋、化粧品を言う

## 5. 支払方法の増税後の変化

～現金からキャッシュレスへのシフトは進む。

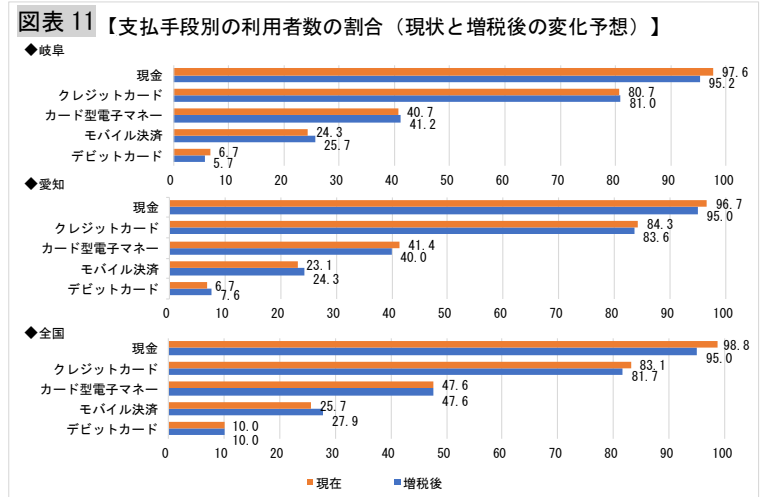
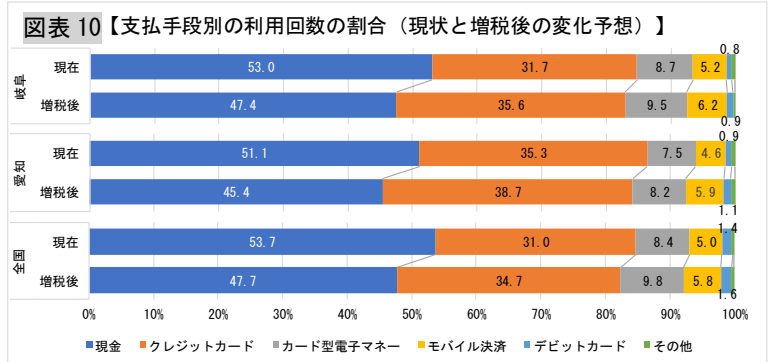
今でも9割は何らかのキャッシュレス決済を利用。「はじめてキャッシュレス」はごく少数派～

増税対策として、2019年10月から9か月間、中小・小規模の小売店や宿泊・飲食サービス業において、キャッシュレス決済をすると2%または5%のポイント還元がある。現在と増税後について、全体を100とした場合の各支払手段の利用割合（回数ベース）についてたずねた（図表10）。回答者の平均は、いずれの地域でも、また現在も増税後も、割合の高い順から「現金」、「クレジットカード」、「カード型電子マネー」、「モバイル決済」、「デビットカード」の順となった。現在から増税後の変化については、いずれの地域でも「現金」が減少し、「クレジットカード」、「カード型電子マネー」、「モバイル決済」、「デビットカード」の利用割合が増加しており、キャッシュレスが進むことが予想される。

一方、支払手段別の利用者数の割合（1%以上利用する人を利用者とする）については、あまり変化はない（図表11）。現在と増税後で支払手段の割合を変えるという人は半数を超えており（図表12）、図表10の変化は、現金の利用割合を減らす一方で、キャッシュレス決済の利用割合を増やす動きを反映したものと考えられる。

地域別にみると、岐阜県・愛知県では、全国と比較して、現在・増税後ともに「カード型電子マネー」、「モバイル決済」、「デビットカード」の利用者数の割合が低い結果となった（図表11）。

現在、支払手段が現金のみという人の割合は約1割で、そのうち、増税後にキャッシュレスの支払手段を利用しようとする「はじめてキャッシュ



図表12

	現在の支払でキャッシュレス決済を利用している	現在と増税後で支払手段の割合を変える
岐阜	89.0%	51.9%
愛知	90.0%	52.1%
全国	89.5%	52.1%

レス」の割合は約1割（回答者全体の1%未満）とごく少数となった。これは、モバイル決済において、各社が大がかりなキャンペーンを実施したことで、ポイント還元で多少なりとも興味がある人が、すでに利用をはじめているといった事情が影響しているのかもしれない。



## 6. 消費増税後の行動

### ～外食産業などで消費が落ち込む可能性あり～

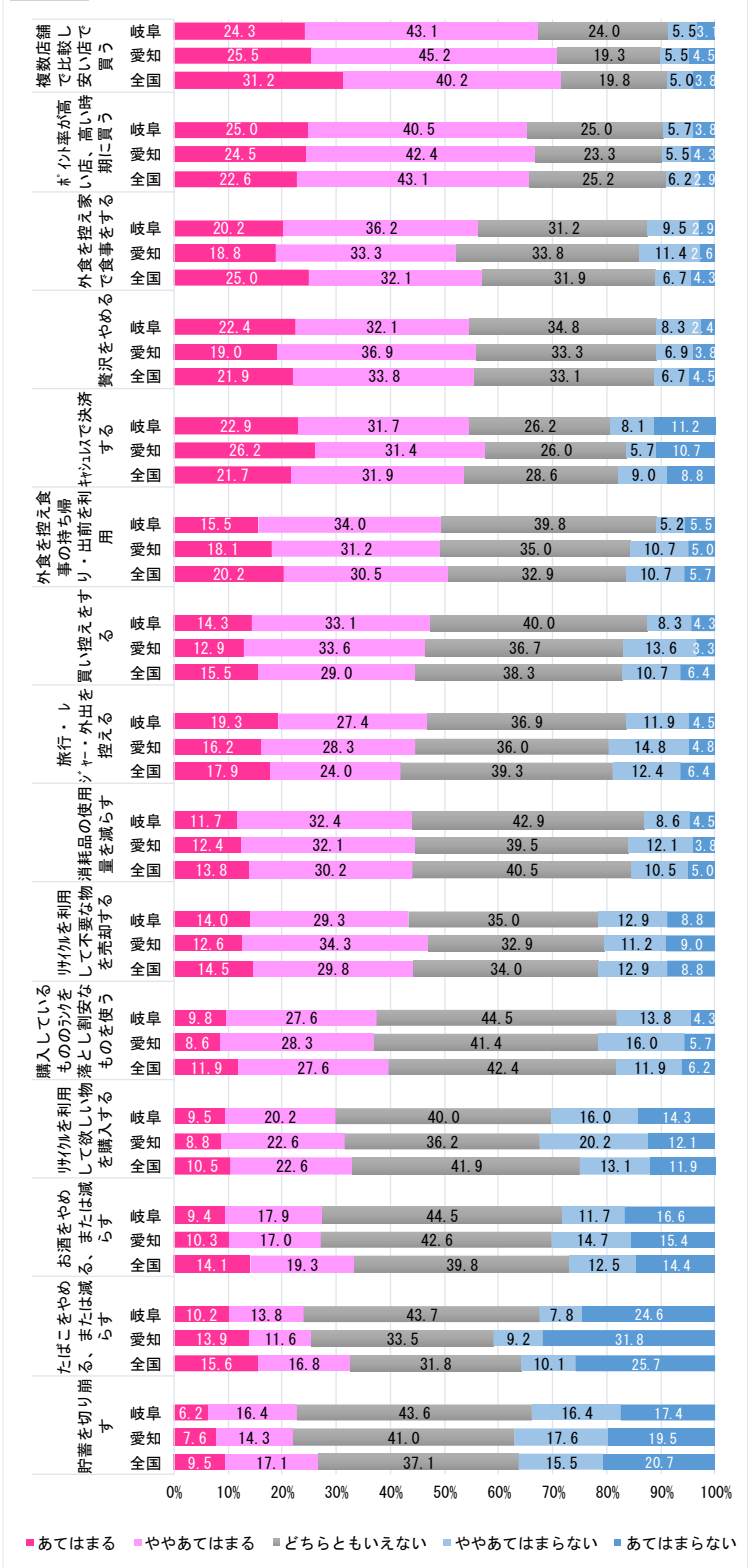
増税後の行動についてたずねた（図表 13）。外食を控えて「家で食事をする」、「持ち帰り・出前を利用する」と回答した人※が約 5 割となり、外食産業は今後厳しい局面に立たされそうだ。また、「贅沢をやめる」と回答した人は 5 割超、「買い控えをする」と「旅行・レジャー・外出を控える」も 4 割超となり、消費にマイナスの影響が出る可能性がある。

一方で、「複数店舗で比較し、安い店で購入」と回答した人は約 7 割、「ポイント率が高い店、高い時期に買う」と回答した人は 6 割超、「キャッシュレスで決済する」と回答した人は 5 割超となった。増税で支出が増える分、出来るだけ安く買いたい、ポイントをたくさんもらってお得に買い物をしたいと考える消費者は多いようだ。ポイント還元のあるキャッシュレス決済についても前向きな人が半数を超えた。

地域別にみると、岐阜県・愛知県では「お酒」や「たばこ」をやめる、または減らすと回答した割合が全国よりも低く、嗜好品へのこだわりが比較的強いようだ。

図表 13

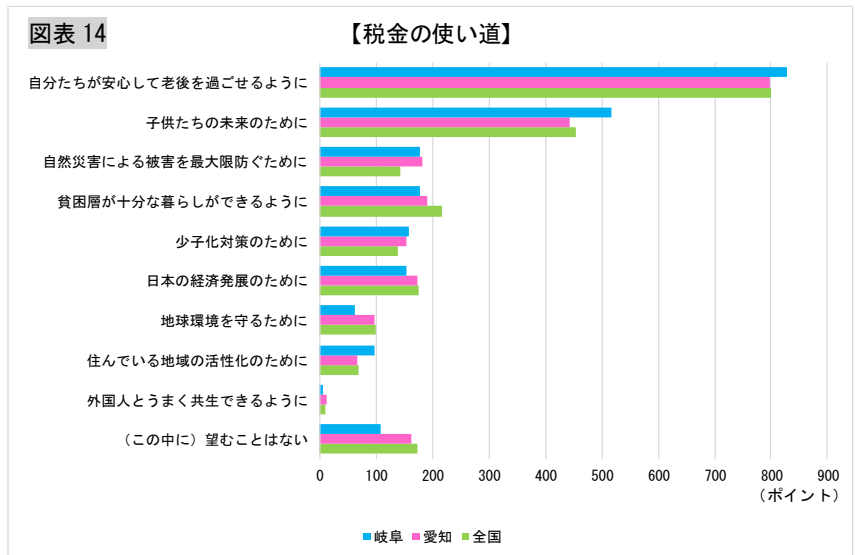
【消費増税後の行動について】



## 7. 税金をどのように使ってほしいか

### ～税金は、自分たちの老後や、子供たちの未来のために使ってほしい～

税金の使い道について、望むものから順に3つを選んでもらい、1位を3点、2位を2点、3位を1点としてポイント化し、集計した(1位のみ回答必須。図表14)。すべての地域で1位は「自分たちが安心して老後を過ごせるように使ってほしい」となった。老後2000万円問題などが記憶に新しく、不安を感じている人が多くいるとみられる。2位は「子供たちの未来のために使ってほしい」となった。1、2位については、「まずは自分と家族を幸せに」といった思いが表れている。



## 8. まとめ

今回の消費増税や増税対策については、大枠で理解が進んでいるようだ。高額商品等の駆け込み需要は限定的、日用品などでは約半数の人が買いだめをする意向があるが、極端に多くの量を買いたい求める人はほとんどいないという結果となった。しかしながら増税が近づくにつれ、消費者の心境の変化や販売業者のプロモーションなどから、想定を上回る駆け込み需要が発生する可能性は捨てきれない。

キャッシュレス化については増税を機に若干進むとみられるが、消費者は支払手段を大きくは変えず、現金の利用割合を減らし、既に利用しているキャッシュレス決済の割合を増やすとみられる。今後のキャッシュレス化の進展は、増税後の9か

月間でいかにキャッシュレス決済が消費者に定着するかにかかっていると見えよう。

増税後の行動では、外食産業などに消費の落ち込みが懸念されるが、その分、キャッシュレス決済によるポイント還元などもうまく利用しながら、安く購入する工夫をしたり、ポイントを利用してお得に買い物をしたいと考える人が多いことが分かった。

税金の使い道については、老後2000万円問題があつてか、自分たちの老後のために使ってほしいとの回答が最も多く、2位は子供たちの未来のために使ってほしいという結果となった。消費者の負担が増えるこの増税、私たちの未来のために有意義に使われることを願う。

(研究員 高木 安希子)