

2020年2月

2019年冬季・物価と消費に関するアンケート調査
特別項目「消費増税の影響について」調査結果

消費増税による家計負担、6割が「重くなっている」
ポイント還元制度、キャッシュレス決済は若い年代ほど意識・利用

(株)滋賀銀行のシンクタンクである(株)しがぎん経済文化センター(大津市、取締役社長 北川 正義)は、滋賀銀行の店頭にご来店の女性を対象に「2019年冬季・物価と消費に関するアンケート調査」を行い、その中で特別項目「消費増税の影響について」の調査を実施した。以下のとおり、調査結果を公表する。

【調査の概要】

- ・調査名：2019年冬季・物価と消費に関するアンケート調査
特別項目「消費増税の影響について」
- ・調査時期：2019年12月16日～18日の3日間
- ・調査対象：滋賀銀行の本支店にご来店の女性(県内在住者のみ)
- ・有効回答数：606人(うち29歳以下：83人、30代：93人、40代：164人
50代：128人、60歳以上：138人)

【調査結果の要旨】**(1) 増税前に「駆け込みで買い物をした」は3割**

- ・消費税の増税前に駆け込みで買い物をしたかについて、全体では「駆け込みで買い物をした」(30.1%)は3割となった。
- ・年代別では、「50代」(36.1%)がやや多く、「60歳以上」(21.2%)は少ない。

(2) 駆け込み購入の品目は「日用品」「化粧品」

- ・駆け込み購入における具体的な購入品目について、全体では「日用品」(67.5%)が最も多く、6割を超えた。次いで「化粧品」(41.4%)、「医薬品」「衣類」「家電製品」(ともに18.3%)。
- ・年代別では、すべての年代で1位、2位が「日用品」「化粧品」となった。

(3) 増税による家計負担、6割超が【重くなっている】

- ・消費増税による家計負担について、全体では「かなり重くなっている」(6.6%)と「ある程度重くなっている」(60.0%)を合計した【重くなっている】は66.6%と、3分の2を占めた。
- ・年代別の【重くなっている】の割合は、「50代」(76.2%)が最も多く、年代が若いほど【重くなっている】の割合は低いものの、「29歳以下」(57.7%)でも5割を超えた。

(4) 買い物時のポイント還元制度、若い年代ほど意識

- ・買い物時にポイント還元制度を意識しているかについて、全体では「かなり意識している」(12.7%)と「ある程度意識している」(48.9%)を合計した【意識している】は61.6%と、6割を占めた。
- ・年代別では、若い年代ほど【意識している】の割合が多い。特に「29歳以下」は「かなり意識している」(28.0%)が他の年代に比べて突出して多く、「ある程度意識している」(50.0%)を合計した【意識している】は78.0%と、8割近くに達した。

(5) キャッシュレス決済、「使用頻度が増えた」は3割超。若い年代ほど積極利用

- ・消費増税後のキャッシュレス決済の利用変化について、全体では「使用頻度が増えた」(36.7%)が最も多く、3割超となった。
- ・年代別でみると、若い年代ほど「使用頻度が増えた」の割合が多く、特に「30代」(56.2%)、「29歳以下」(54.9%)は5割を超えた。「60歳以上」は「今後も使うつもりはない」(48.3%)が突出して高く、キャッシュレス決済への関心は低い。

【調査結果の詳細】特別項目：消費増税による影響について

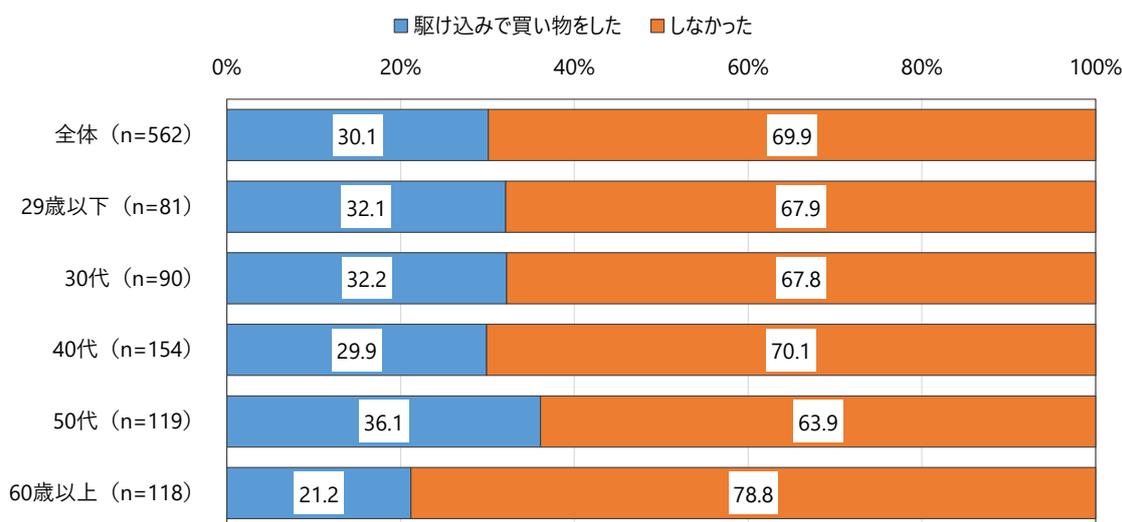
2019年10月1日、消費税率が8%から10%に引き上げられた。今回、特別項目として、消費増税が家計や消費に及ぼす影響について調査した。

(1) 増税前に「駆け込みで買い物をした」は3割

消費税の増税前に駆け込みで買い物（買いだめや前倒し購入）をしたかたずねたところ、全体では「駆け込みで買い物をした」(30.1%)は3割となった。

年代別では、「50代」(36.1%)がやや多く、「60歳以上」(21.2%)は少ない。

図1 消費増税前に駆け込みで買い物をしたか



(2) 駆け込み購入の品目は「日用品」「化粧品」

前問で「駆け込みで買い物をした」と回答した方に、購入した品目をたずねた。全体では「日用品」(67.5%)が最も多く、6割を超えた。次いで「化粧品」(41.4%)、「医薬品」「衣類」「家電製品」(ともに18.3%)となった。

なお、3位の家電製品について具体的な品目の記入を求めたところ、回答数が多い順に「冷蔵庫」(9件)、「エアコン」(6件)、「洗濯機」(5件)、「掃除機」「テレビ」(ともに2件)であった。

年代別では、すべての年代で1位、2位が「日用品」「化粧品」となった。日用品は上の年代ほど、化粧品は下の年代ほど割合が高い傾向にある。全体の5位以内には入らなかったが、「嗜好品(酒、タバコなど)」が「30代」(3位、24.1%)、「50代」(4位、20.9%)、「60歳以上」(3位、24.0%)で2割を占めた。

表1 駆け込みで購入した品目(複数回答)

		(単位:%)					
		全体 (n=169)	29歳以下 (n=26)	30代 (n=29)	40代 (n=46)	50代 (n=43)	60歳以上 (n=25)
1	日用品 (67.5)	日用品 (53.8)	日用品 (65.5)	日用品 (65.2)	日用品 (74.4)	日用品 (76.0)	
2	化粧品 (41.4)	化粧品 (53.8)	化粧品 (44.8)	化粧品 (39.1)	化粧品 (37.2)	化粧品 (36.0)	
3	医薬品 (18.3)	衣類 (30.8)	嗜好品(酒、タバコなど) (24.1)	医薬品 (28.3)	家電製品 (23.3)	嗜好品(酒、タバコなど) (24.0)	
4	衣類 (18.3)	医薬品 (19.2)	食料品 (20.7)	家電製品 (19.6)	嗜好品(酒、タバコなど) (20.9)	家電製品 (20.0)	
5	家電製品 (18.3)	食料品 (11.5)	5	医薬品 (17.2)	衣類 (17.4)	衣類 (18.6)	5
				家電製品 (17.2)			医薬品 (16.0)
							食料品 (16.0)

※設問での選択肢は以下のとおり

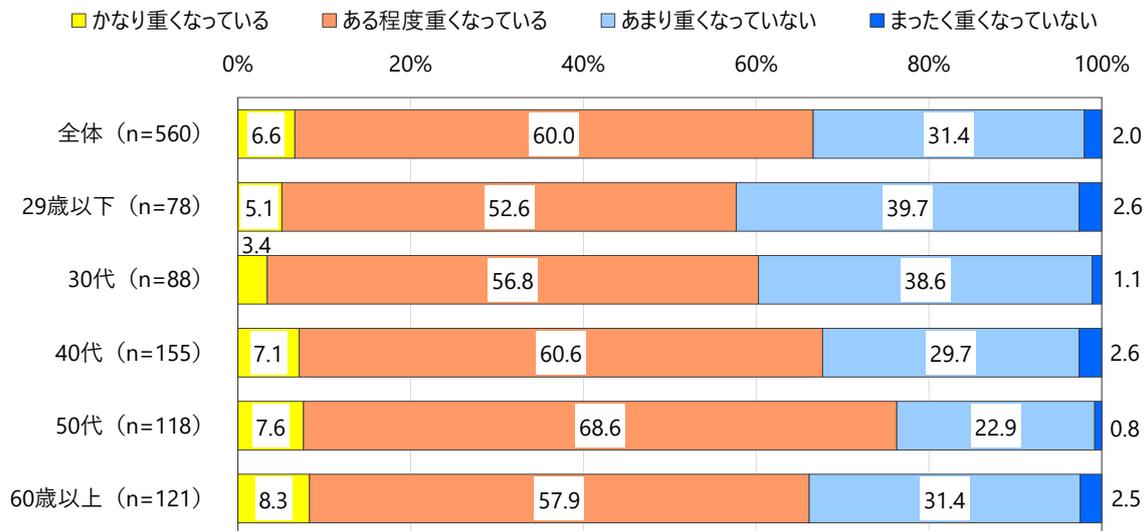
①食料品	②日用品	③化粧品	④医薬品	⑤嗜好品(酒、タバコなど)	⑥衣類	⑦時計や宝飾品	⑧家電製品
⑨家具、インテリア	⑩自動車等関連商品	⑪住宅関係(リフォーム含む)	⑫旅行、レジャー	⑬その他			

(3) 増税による家計負担、6割超が【重くなっている】

消費増税によって、家計への負担はどの程度重くなっているかたずねた。全体では「かなり重くなっている」(6.6%)と「ある程度重くなっている」(60.0%)を合計した【重くなっている】は66.6%と、3分の2を占めた。

年代別で【重くなっている】の割合をみると、「50代」(76.2%)が最も多く、唯一7割を超えた。50代から年代が若いほど【重くなっている】の割合は低いものの、「29歳以下」(57.7%)でも5割を超えた。

図2 消費増税による家計負担

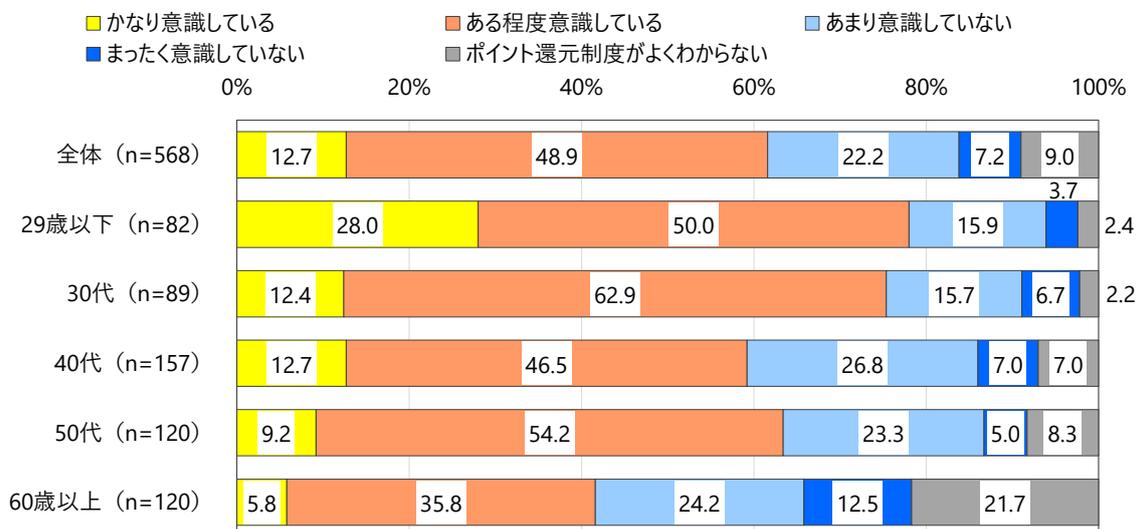


(4) 買い物時のポイント還元制度、若い年代ほど意識

消費増税による消費の落ち込みを防ぐため、政府はキャッシュレス決済を利用した際のポイント還元制度を実施している。買い物時にポイント還元制度を意識しているかたずねたところ、全体では「かなり意識している」(12.7%)と「ある程度意識している」(48.9%)を合計した【意識している】は61.6%と、6割を占めた。

年代別でみると、若い年代ほど【意識している】の割合が多い。特に「29歳以下」は「かなり意識している」(28.0%)が他の年代に比べて突出して多く、「ある程度意識している」(50.0%)と合計した【意識している】は78.0%と、8割近くに達した。次いで「30代」(75.3%)も7割超を占めた。一方で「60歳以上」(41.6%)は4割にとどまり、「ポイント還元制度がよくわからない」(21.7%)の割合が他の年代に比べて多い。

図3 買い物の際にポイント還元制度を意識しているか

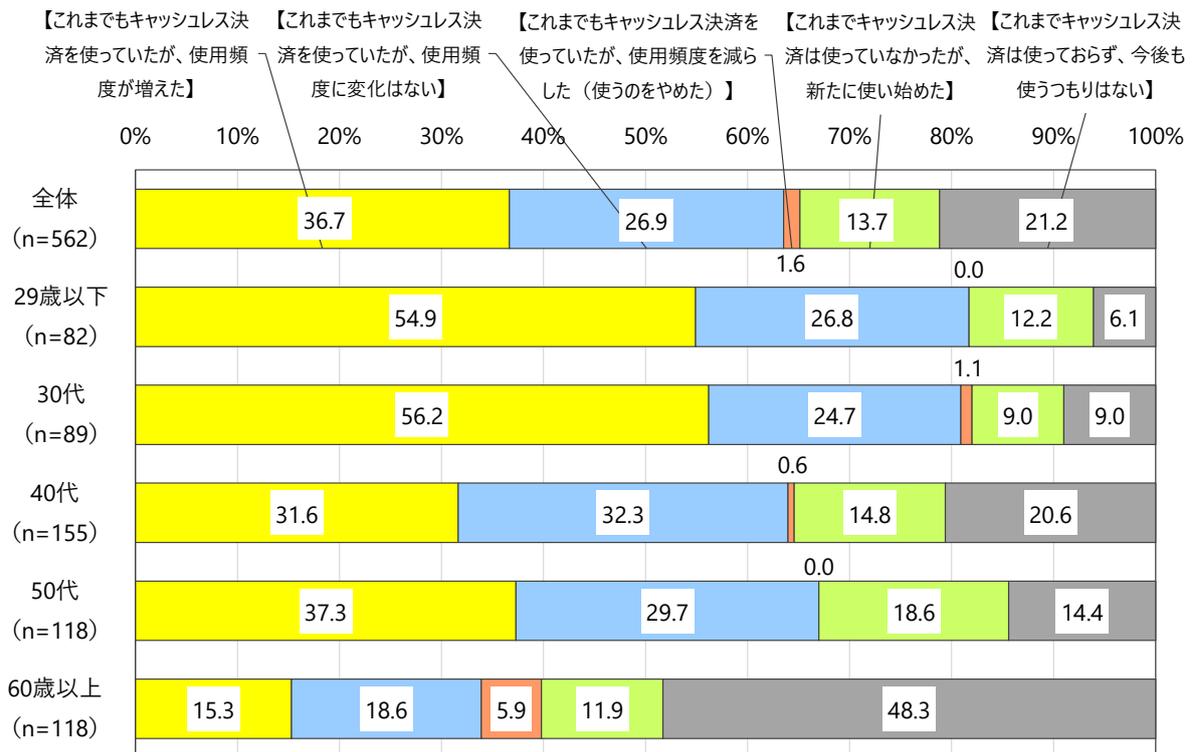


(5) キャッシュレス決済、「使用頻度が増えた」は3割超。若い年代ほど積極利用

消費増税後、キャッシュレス決済の利用に変化があったかたずねたところ、全体では「これまでキャッシュレス決済を使っていたが、使用頻度が増えた」(36.7%)が最も多く、3割超となった。「これまでキャッシュレス決済は使っていなかったが、新たに使い始めた」(13.7%)は約1割。一方で、「これまでキャッシュレス決済は使っておらず、今後も使うつもりはない」(21.2%)は2割であった。

年代別でみると、若い年代ほど「使用頻度が増えた」の割合が多く、特に「30代」(56.2%)、「29歳以下」(54.9%)は5割を超えた。「新たに使い始めた」は「50代」(18.6%)、「40代」(14.8%)で多くなった。「60歳以上」は「今後も使うつもりはない」(48.3%)が突出して高く、キャッシュレス決済への関心は低い。

図4 増税後のキャッシュレス決済の利用変化



以上

本調査結果に関するお問い合わせ先：(株)しがぎん経済文化センター

産業・市場調査部 長山 (TEL 077-523-2245)