

2019年12月16日

消費増税が与えた家計への影響

～当所「県内世帯の消費動向アンケート調査」より～

静岡経済研究所（理事長 一杉逸朗）が、11月に実施した「県内世帯の消費動向アンケート調査」※から、明らかになった「消費増税が与えた家計への影響」についてお知らせします。

（1）消費増税による家計への負担と節約意向

■負担感について

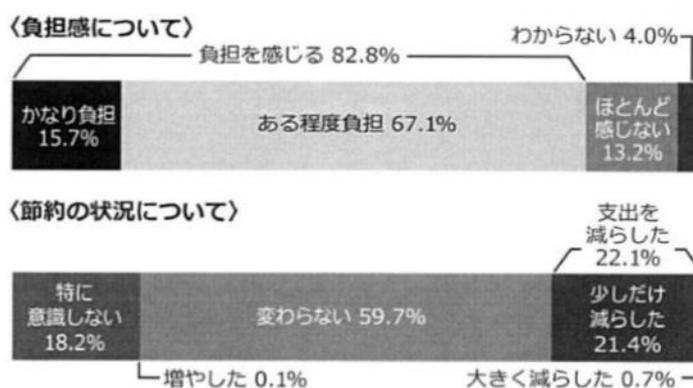
消費増税の家計への影響について尋ねたところ、「かなり負担になる」（15.7%）、「ある程度負担になる」（67.1%）を合わせると、8割超の世帯で負担を感じるという結果となった。

■節約の状況について

増税前と比べて増税後はどの程度節約しているかについては、「変わらない」（59.7%）が約6割、「特に意識しない」（18.2%）が約2割を占めた。一方、「大きく減らした」（0.7%）、「少しだけ減らした」（21.4%）は合わせて2割程度にとどまった。

以上から、増税を負担に感じつつも、具体的な節約行動までには至っていないことが明らかとなった。

図表 消費増税による家計への負担と節約意向



※

<調査概要>

- ①調査対象：静岡県内の家計を預かる方 1,243名
 - ②調査方法：静岡銀行本支店の店頭および自宅にて記入を依頼
 - ③調査時点：2019年11月
 - ④回答者の内訳：〈年齢別〉 20代（3.9%）、30代（10.4%）、40代（33.9%）、50代（42.0%）、60代以上（9.1%）、不明（0.8%）
 〈世帯収入別〉 300万円未満（11.9%）、300万円以上500万円未満（12.9%）、500万円以上700万円未満（19.8%）、700万円以上900万円未満（22.5%）、900万円以上（31.7%）、不明（1.2%）
- ※小数点以下第2位を四捨五入しており、合計が100%にならない場合がある

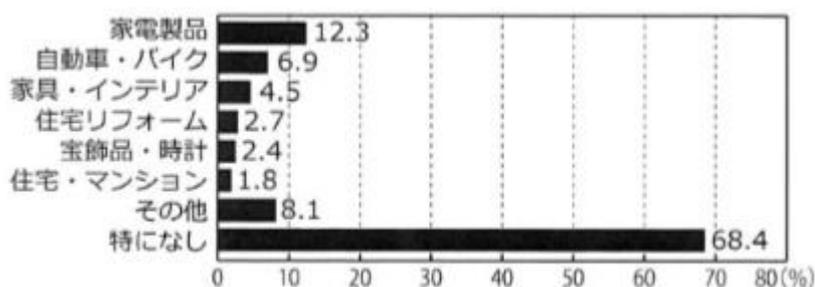
(2) 前倒しで購入したものと食事に関する消費の変化

■ 7割の家計が「前倒し購入なし」

消費増税前に「前倒しで購入した」商品について質問したところ、「特になし」(68.4%)との回答が7割近くを占めた。

軽減税率の導入やキャッシュレス決済によるポイント還元制度などの政策もあり、駆け込み需要は少なかったとみられる。

図表 消費増税前に前倒しで購入したものの（複数回答）

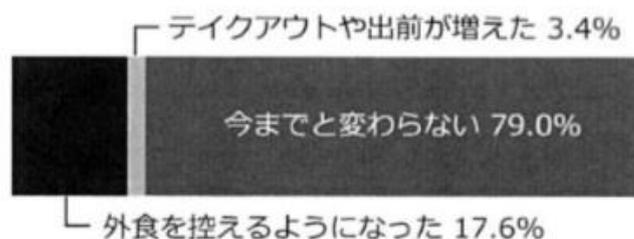


■ 軽減税率により食事に関する消費の仕方に変化があったのは約2割

軽減税率により、食料品（テイクアウト含む）は8%、外食は10%の税率が適用されているが、これにより、食事の仕方変わったかを質問したところ、「今までと変わらない」(79.0%)との回答が約8割を占めた。

一方、「外食を控えるようになった」(17.6%)、「テイクアウトや出前が増えた」(3.4%)は約2割あり、外食業界では相応の影響が出ているとみられる。

図表 軽減税率による食事の仕方の変化



(3) キャッシュレス決済の利用状況

■消費増税前後でキャッシュレス決済利用率は+9.2ポイント上昇

消費増税前後でキャッシュレス決済の利用状況の変化をみると、増税前は46.4%、増税後は55.6%と+9.2ポイント上昇。世代別でも、全世代で利用率が上昇した。

図表 利用している“キャッシュレス決済”（複数回答）

	キャッシュレス率		利用しているキャッシュレス決済方法					利用していない	
	増税前	増税後	クレジットカード	デビットカード	プリペイド電子マネー※1	モバイル系決済サービス※2	その他		
全体	46.4	55.6	91.5	4.6	70.7	33.0	0.7	3.1	
世代	20代	53.2	62.9	93.8	10.4	70.8	47.9	0.0	2.1
	30代	48.0	56.6	92.2	5.5	62.5	42.2	0.0	3.9
	40代	48.0	58.2	93.0	5.1	73.4	39.1	0.7	1.7
	50代	45.9	54.8	92.8	4.1	74.7	28.5	1.0	1.4
	60代以上	36.1	43.3	77.0	2.0	49.0	12.0	0.0	16.0

※1 プリペイド式電子マネー利用率の内訳 nanaco(39.0%)、WAON(38.5%)、Suica(20.0%)、TOICA (16.0%)、LuLuCa(12.5%)、楽天Edy(5.6%)、EPICA(0.5%) 他

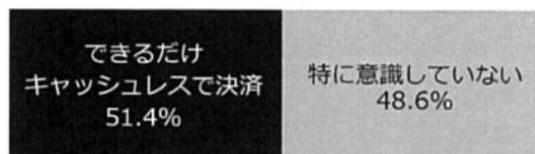
※2 モバイル系決済サービス利用率の内訳 PayPay(15.5%)、LINE Pay(9.0%)、iD(7.2%)、Apple Pay(5.7%)、QUIC Pay(3.3%)、Origami Pay(3.1%)、d払い(1.7%)、メルペイ(1.3%)、Google Pay(1.2%)、楽天ペイ(1.1%) 他

■ポイント還元制度によるキャッシュレス決済の利用状況は約半数

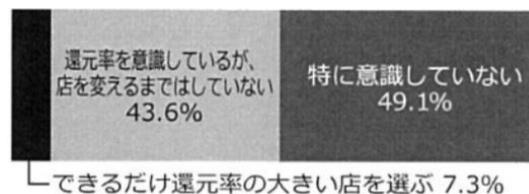
キャッシュレス決済によるポイント還元制度にかかる決済方法の変化については、「できるだけキャッシュレスで決済」との回答が51.4%となった。

一方、店選びについては、「できるだけ還元率の大きい店を選ぶ」は7.3%にとどまり、「還元率を意識しているが、店を変えるまではしていない」が43.6%、「特に意識していない」が49.1%となった。

図表 ポイント還元制度にかかる決済方法



図表 ポイント還元制度にかかる店選び



※本件の調査概要は、「SERI Monthly 2020年1月号」に掲載します（12月末発刊）

本件のお問い合わせ先 岩間