

## 長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2019年7-9月調査)～

### 3割超が消費税増税を意識した駆け込みをせず

本調査は、県内の消費動向や消費意識に関わるテーマに対する考え方を分析するため、県内1,000世帯を対象に実施している(年4回、3カ月ごと実施)。調査の概要については、最終項をご覧ください。

#### 調査結果のポイント

##### <消費税増税について>

##### 「キャッシュレス決済によるポイント還元」は、半数が実際に効果があると回答

- 消費増税に伴う負担軽減策の認知度を尋ねたところ、「キャッシュレス決済によるポイント還元」が91.8%と最も高く、次いで「軽減税率の導入」(90.7%)、「プレミアム付商品券の発行」(74.1%)などとなった。
- 実際に効果があると思う負担軽減策について尋ねたところ、「キャッシュレス決済によるポイント還元」が51.0%と最も高く、次いで「軽減税率の導入」(45.3%)、「自動車税率の引き下げ」(16.2%)などとなった。一方で、「負担軽減につながるものはない」との回答も18.0%あった。

##### 消費税増税後、支出を抑えたいものは外食がトップ

- 消費増税を見据えて購入したものについて尋ねたところ、「日用品」が39.8%と最も高く、次いで「酒類」(17.5%)、「衣料品」(12.9%)などとなった。一方で、「増税を見据えて購入したものはない」との回答も35.0%あった。
- 消費増税後に、抑えたい(抑えている)支出について尋ねたところ、「外食」が42.3%と最も高く、次いで「衣料品」(22.7%)、「娯楽・教養」(20.7%)などとなった。一方で、「支出を抑えていない」との回答が36.2%あった。

##### <キャッシュレス決済について>

##### キャッシュレス派と現金派の割合は、ほぼ半々

- 日頃の買い物での主な決済手段について尋ねたところ、「キャッシュレス決済を優先しているが、現金決済も使う」が45.4%と最も高く、次いで「現金決済を優先しているが、キャッシュレス決済も使う」(43.8%)となった。また、キャッシュレス派と現金派の割合は、ほぼ半々となった。
- 主に利用しているキャッシュレス決済の方法を尋ねると、全体で最も利用が多かったのが「クレジットカード」で79.5%、次いで「カード型の電子マネー」(53.4%)、「スマートフォン決済(バーコード・二次元コード型)」(30.5%)などとなった。
- キャッシュレス決済の問題点について尋ねたところ、全体で「セキュリティ」が65.4%と最も高く、次いで「お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまうこと」(50.3%)、「盗難や紛失」(49.9%)などとなった。

##### <お問い合わせ先>

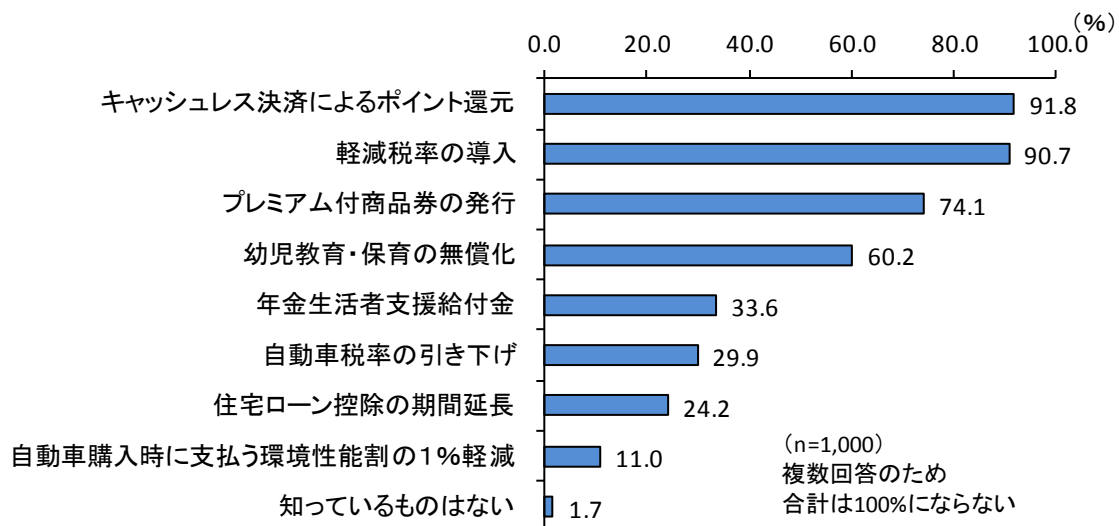
一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501  
 担当：調査部 上席研究員 桑井 裕至  
 研究員 佐藤 翔胤

## <消費税増税について>

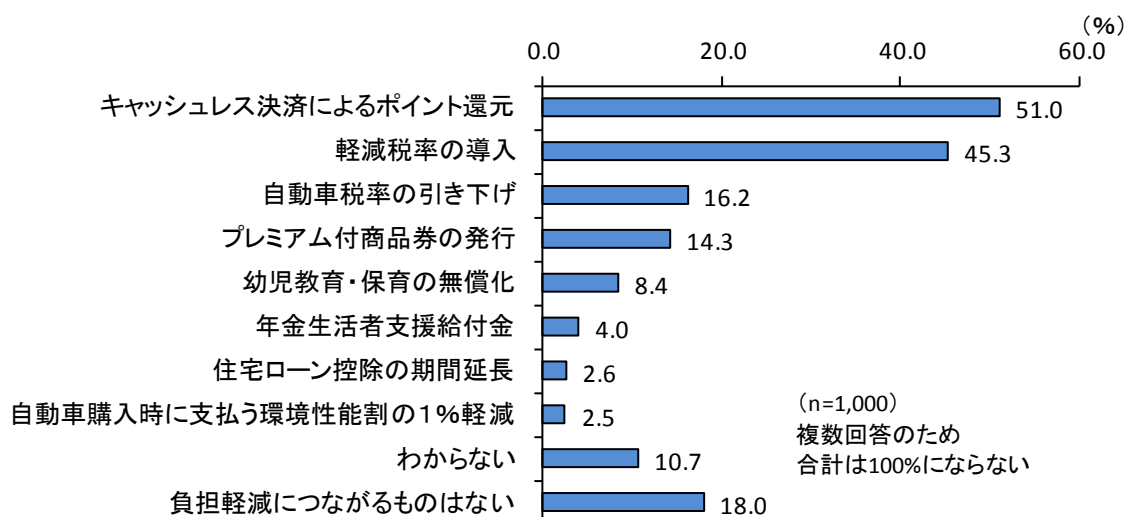
### ◆ 「キャッシュレス決済によるポイント還元」は、半数が実際に効果があると回答

- 消費増税に伴う負担軽減策の認知度を尋ねたところ、**図表1**のように「キャッシュレス決済によるポイント還元」が91.8%と最も高く、次いで「軽減税率の導入」(90.7%)、「プレミアム付商品券の発行」(74.1%) などとなった。
- 実際に効果があると思う負担軽減策では、**図表2**のように「キャッシュレス決済によるポイント還元」が51.0%と最も高く、次いで「軽減税率の導入」(45.3%)、「自動車税の引き下げ」(16.2%) などとなった。一方で、「負担軽減につながるものはない」との回答も18.0%あった。
- 実際に効果があると思う負担軽減策を年代別でみると (**図表3**)、「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」に大きな差はなかったが、「プレミアム付商品券の発行」や「幼児教育・保育の無償化」は、対象となる世帯が多い30代の割合が高かった。一方、「負担軽減につながるものはない」は40~60代の割合が高かった。

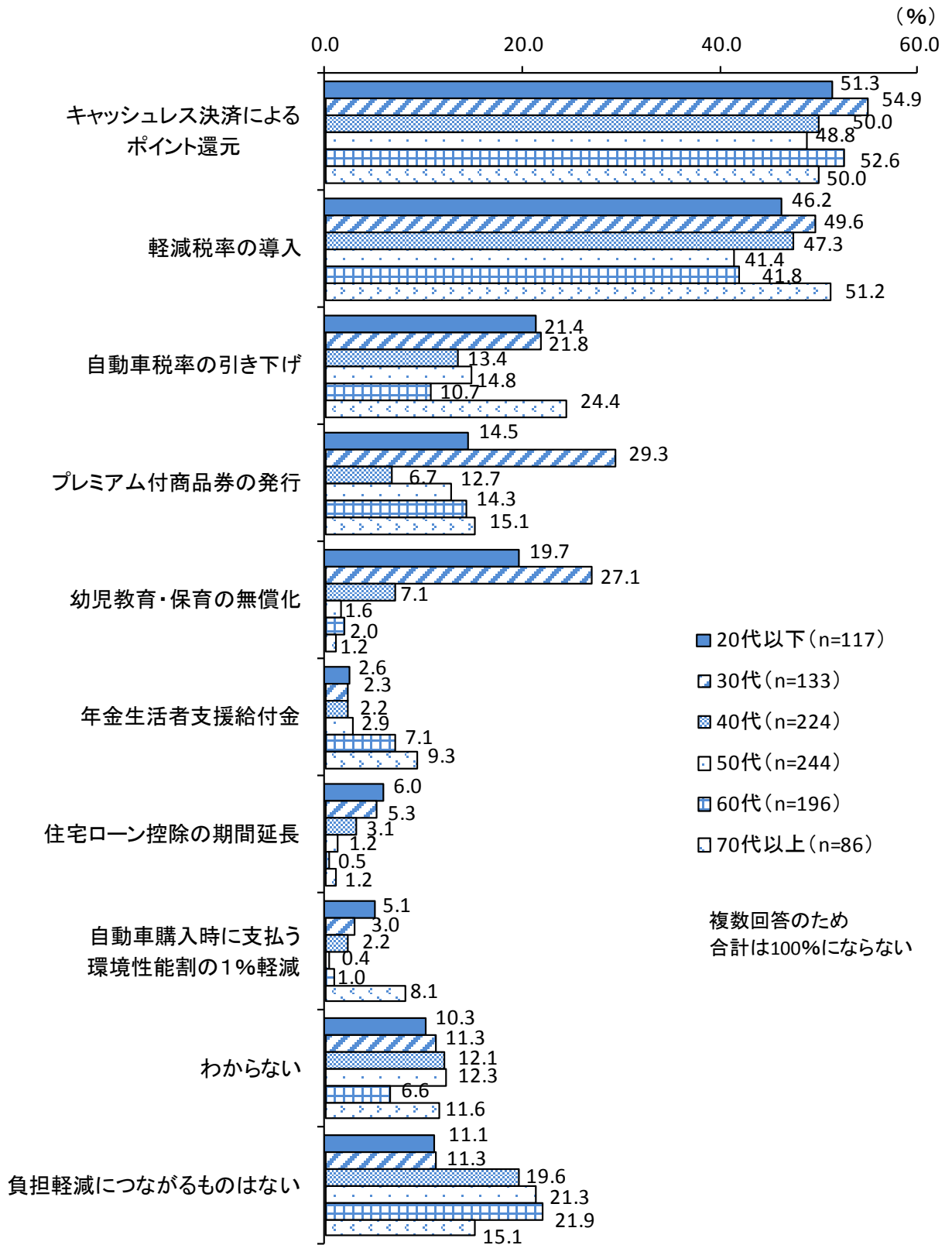
図表1 消費税増税に伴う負担軽減策の認知度



図表2 実際に効果があると思う負担軽減策



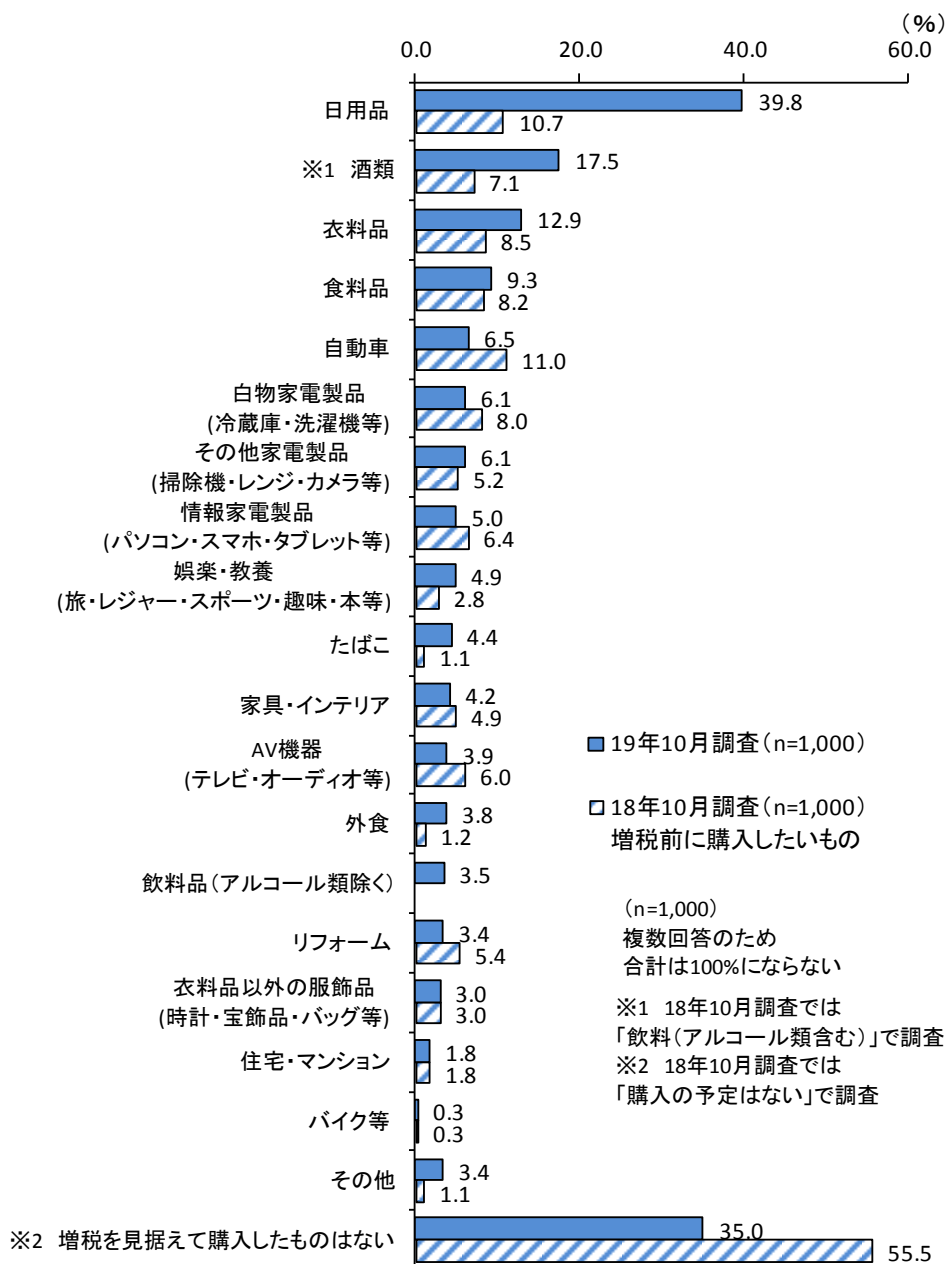
図表3 実際に効果があると思う負担軽減策（年代別）



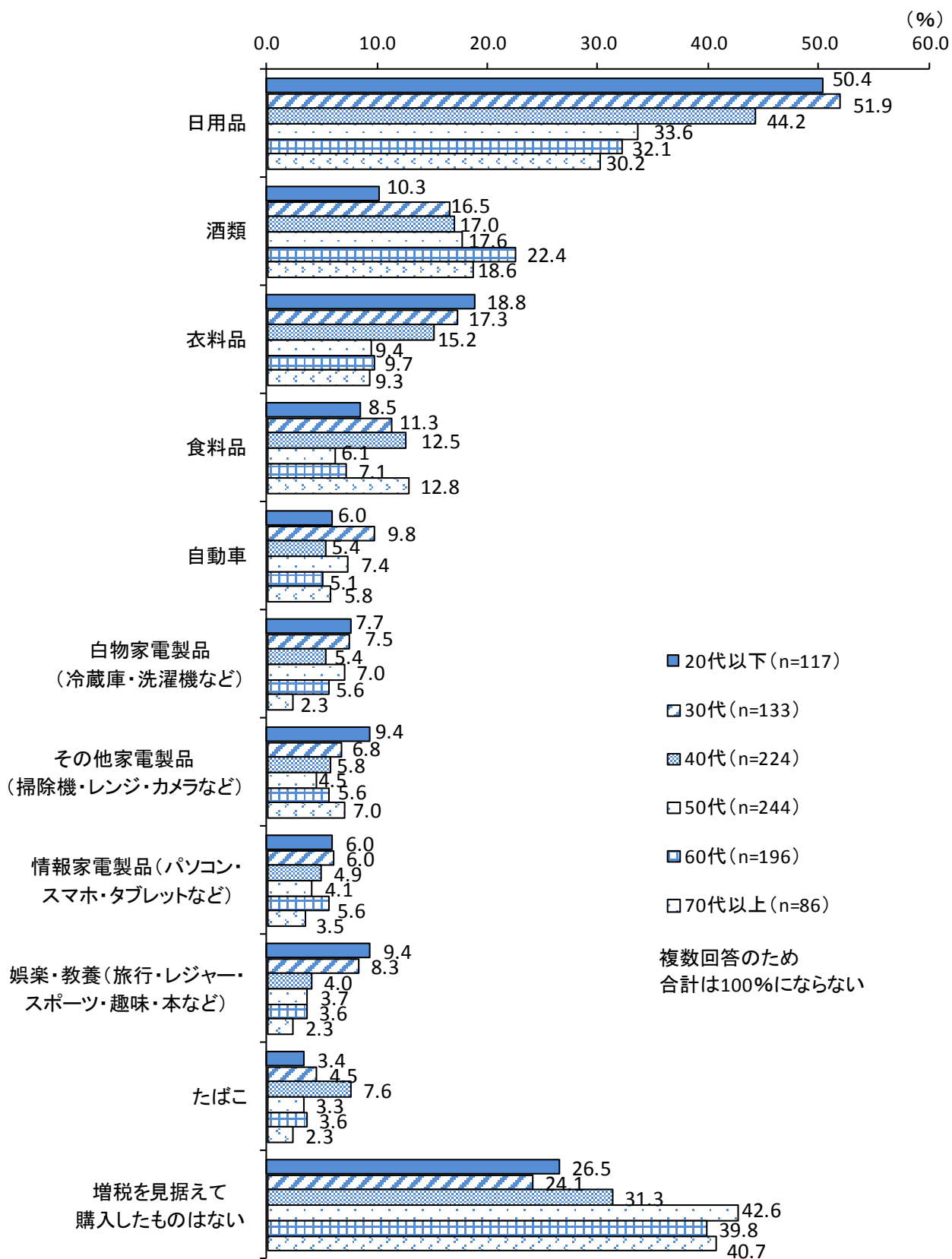
◆ 日用品の駆け込み需要が目立ったが、3割超は駆け込みをせず

- 消費増税を見据えて購入したものを尋ねると、図表4のように「日用品」が39.8%と最も高く、次いで「酒類」(17.5%)、「衣料品」(12.9%)などとなった。「日用品」に駆け込み需要がみられた他は、目立った品目はなく、「購入したものはなし」も35.0%あった。
- 1年前に行った同様の調査と比較してみると、「増税を見据えて購入したものはなし」が55.5%から35.0%へ20.0ポイント減少している。品目でみても、「日用品」が29.1ポイントと大幅に増加し、「酒類」も10.4ポイント増加した。
- また、消費増税を見据えて購入したものを年代別でみると(図表5)、最も多かった「日用品」は20代以下~40代の割合が高かった。「増税を見据えて購入したものはなし」は50~70代以上の割合が高かった。

図表4 消費増税を見据えて購入したもの



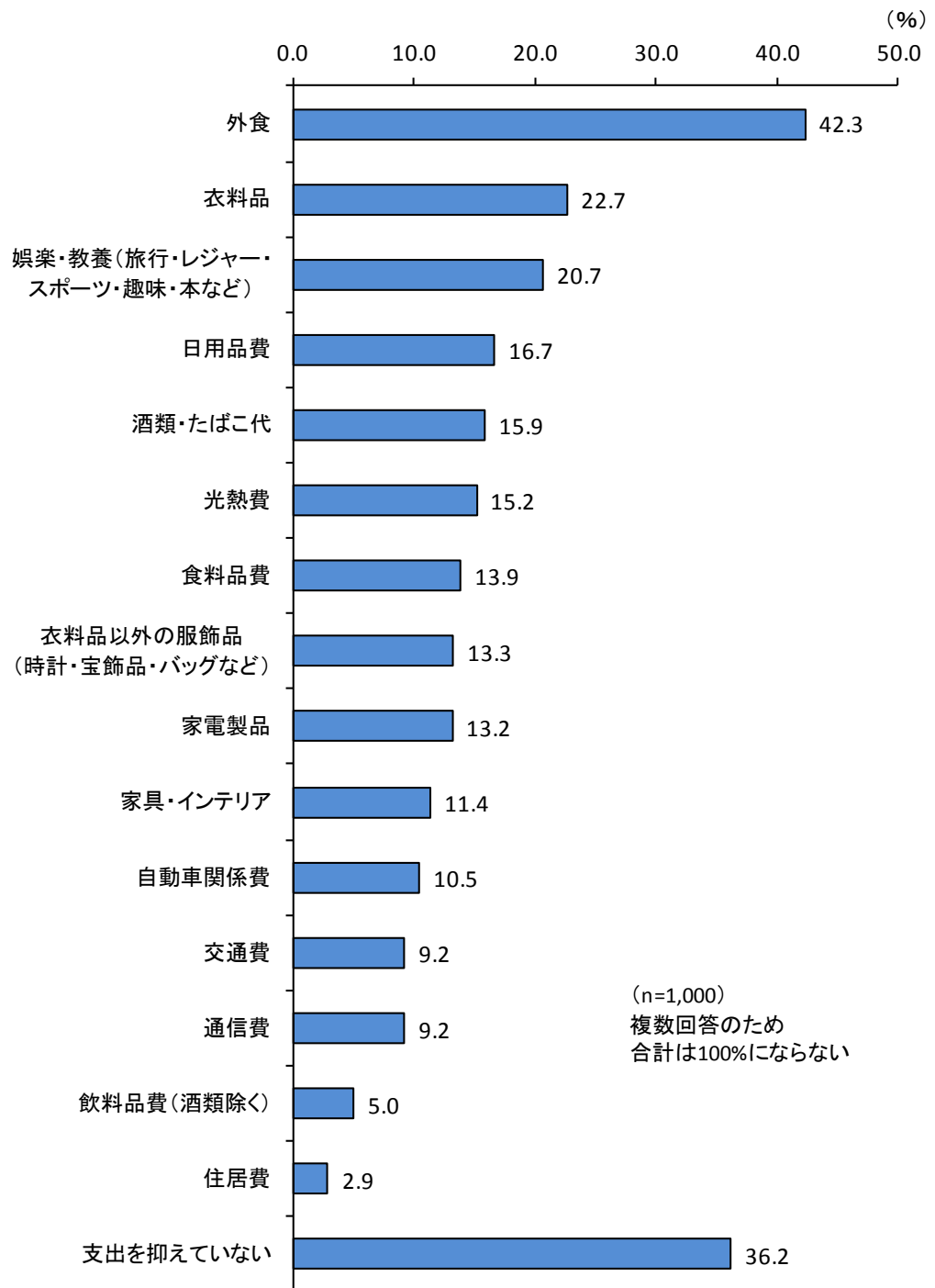
図表5 消費税増税を見据えて購入したもの（上位10項目）（年代別）



◆ 消費税増税後、支出を抑えたいものは外食がトップ

- ・ 消費税増税後に、抑えたい（抑えている）支出について尋ねたところ、図表6のように「外食」が42.3%と最も高く、次いで「衣料品」（22.7%）、「娯楽・教養」（20.7%）などとなった。
- ・ 一方で、「支出を抑えていない」は36.2%となった。

図表6 消費税増税後に抑えたい(抑えている)支出

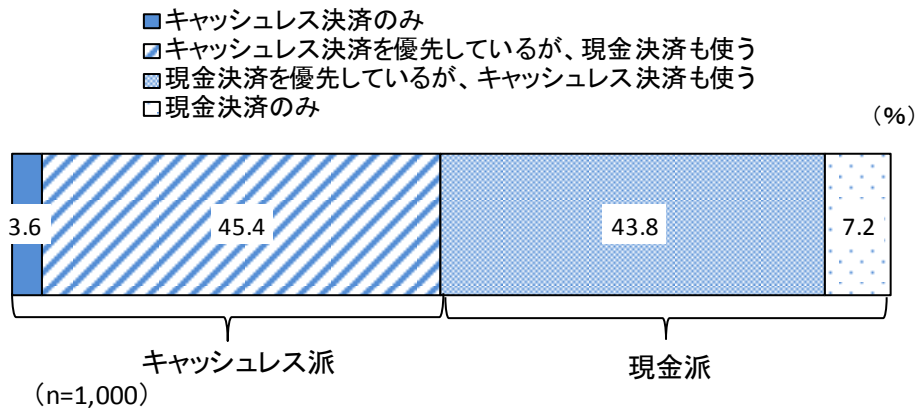


## <キャッシュレス決済について>

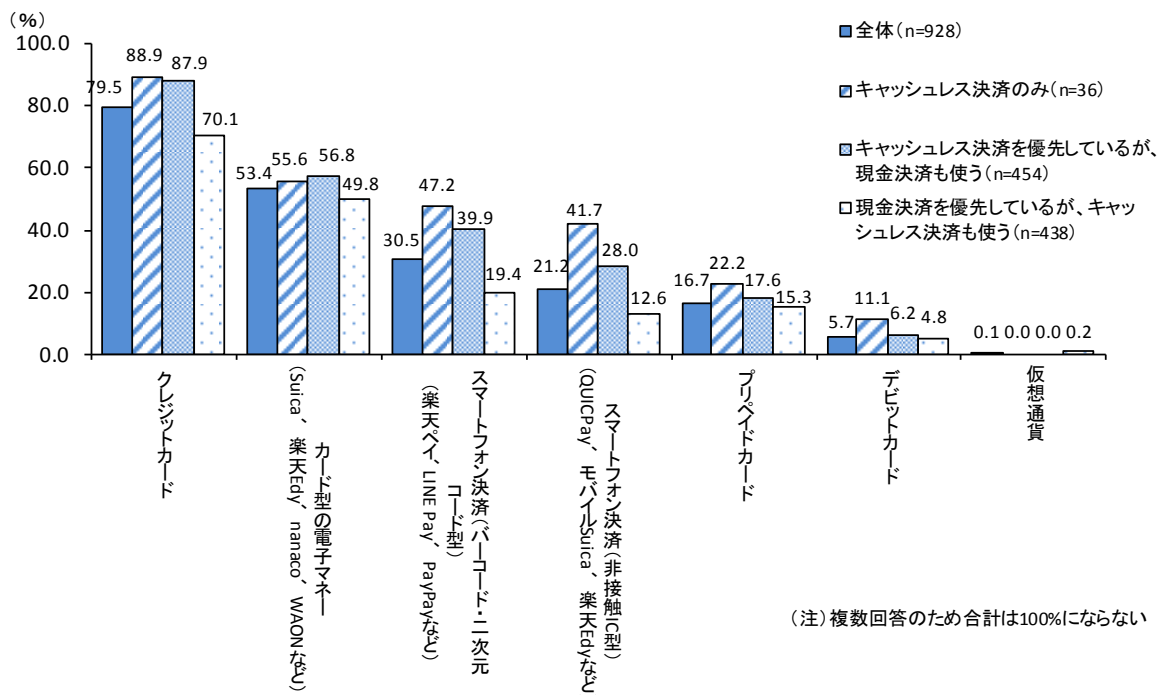
### ◆ キャッシュレス派と現金派の割合は、ほぼ半々

- 日頃の買い物での主な決済手段について尋ねたところ、**図表7**のように「キャッシュレス決済を優先しているが、現金決済も使う」が45.4%と最も高く、次いで「現金決済を優先しているが、キャッシュレス決済も使う」(43.8%)となった。また、キャッシュレス派と現金派の割合は、ほぼ半々となった。
- 主に利用しているキャッシュレス決済の方法を尋ねると(**図表8**)、全体で最も利用が多かったのが「クレジットカード」で79.5%、次いで「カード型の電子マネー」(53.4%)、「スマートフォン決済(バーコード・二次元コード型)」(30.5%)などとなった。
- 「クレジットカード」はいずれの層でも最も高い。また、「スマートフォン決済」は、キャッシュレス決済を優先して利用している層ほど高くなっている。

図表7 現在の決済手段



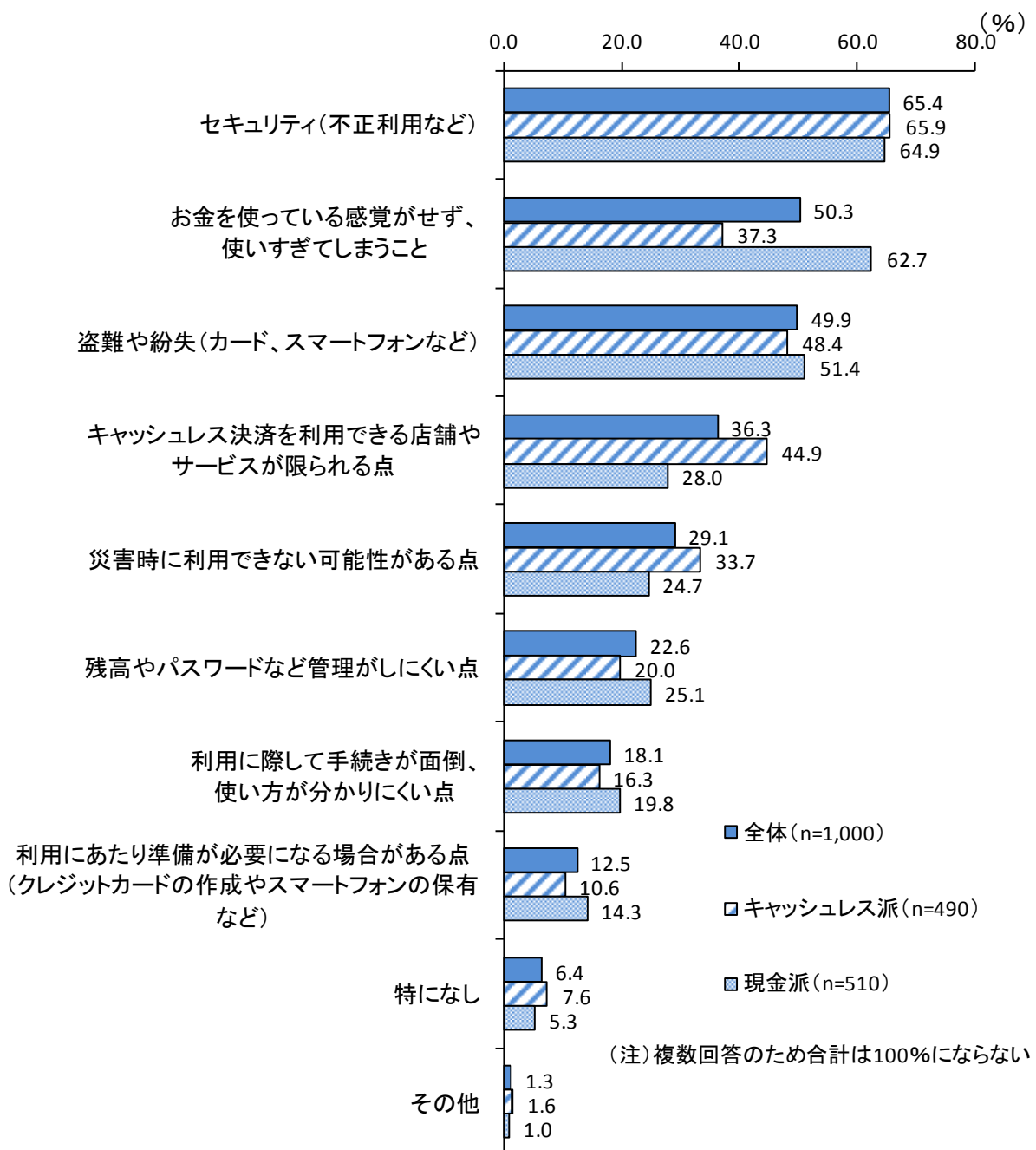
図表8 主に利用しているキャッシュレス決済方法(決済手段別)



◆ キャッシュレス決済の問題点は「セキュリティ」が6割超

- ・ キャッシュレス決済の問題点について尋ねたところ、**図表9**のように、全体では「セキュリティ」が65.4%と最も高く、「お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまうこと」(50.3%)、「盗難や紛失」(49.9%)と続いた。
- ・ これを、キャッシュレス派と現金派に分けてみると、「セキュリティ」はいずれも最も高い結果となった。「お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまうこと」は、現金派がキャッシュレス派に対し25.4ポイント高かった。「キャッシュレス決済を利用できる店舗やサービスが限られる点」は、キャッシュレス派が現金派に対し16.9ポイント高くなった。

図表9 キャッシュレス決済の問題点



以上



## 【調査の概要】

### 「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2019年10月上旬～中旬

調査対象： 長野県内在住の1,000世帯

回答属性： 単独世帯 182世帯  
二人以上世帯 818世帯

性別 男性 46.6% 女性 53.4%  
年齢別

20代以下	11.7%
30代	13.3%
40代	22.4%
50代	24.4%
60代	19.6%
70代以上	8.6%

調査方法： インターネット調査

※ 四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。