

## 長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2020年1月調査)～

## 慎重化する消費税増税後の消費行動

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)。

 調査結果のポイント

## ＜消費税増税後の消費行動について＞

増税前と比べ消費が「減少した」という回答割合が「増加した」を上回る

- ・ 消費税増税前と比べた消費の変化について尋ねると、増税前に比べ消費が「減少した(「減った」+「やや減った」)」(28.9%)という回答割合は、「増加した(「増えた」+「やや増えた」)」(16.4%)を上回っており、増税を機に消費行動は慎重化している。
- ・ 世帯年収別にみると、世帯年収が低くなるほど「減少した」という割合が高くなっている。

ポイント還元をきっかけにキャッシュレス決済の利用者が増加

- ・ 政府が実施している増税の負担軽減策の中で最も効果を実感されているものは、19年10月調査(以下、前回調査という)に続き「キャッシュレス決済によるポイント還元」(47.2%)だった。
- ・ 日頃の買い物での決済手段は、前回調査ではキャッシュレス派と現金派はほぼ半々であったが、今回はキャッシュレス派が57.1%と現金派(42.9%)を上回った。
- ・ 増税前と比べたキャッシュレス決済の利用状況を尋ねると、「利用頻度が増えた」(30.7%)と「ポイント還元制度をきっかけにキャッシュレス決済を始めた」(14.4%)を合わせた45.1%が利用頻度を増やしている。

ポイント還元終了後は、消費行動の一層の慎重化が懸念される

- ・ ポイント還元終了後の消費行動では、全体では約7割が「変わらない」と回答しているが、消費は「減少する(「減る」+「やや減る」)」という回答割合が25.3%と、「増加する(「増える」+「やや増える」)」(5.1%)を上回っており、消費行動の一層の慎重化も懸念される。

- 当初は、駆け込み需要が少なく増税の影響は限定的と考えられていたものの、実際に増税が実施されると、消費者の消費行動は増税前と比べて慎重化していることが明らかとなった。ただ、増税だけでなく、19年10月に県内に大きな被害をもたらした台風19号も少なからず消費行動に影響していると考えられる。
- また、足元では新型コロナウイルスの感染拡大による外出の自粛などもあり、消費をさらに下押しするリスクが高まっている。そうした中で、消費者が最も負担軽減効果を実感している「キャッシュレス決済によるポイント還元」が20年6月に終了する予定であり、消費行動の一層の慎重化が懸念される。

## ＜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

## 【調査の概要】

### 「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2020年1月中旬～下旬

調査対象： 長野県内在住の1,000世帯

回答属性： 単独世帯 199世帯  
二人以上世帯 801世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%  
年齢別

|       |       |
|-------|-------|
| 20代以下 | 4.9%  |
| 30代   | 15.1% |
| 40代   | 22.6% |
| 50代   | 26.2% |
| 60代   | 20.3% |
| 70代以上 | 10.9% |

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。

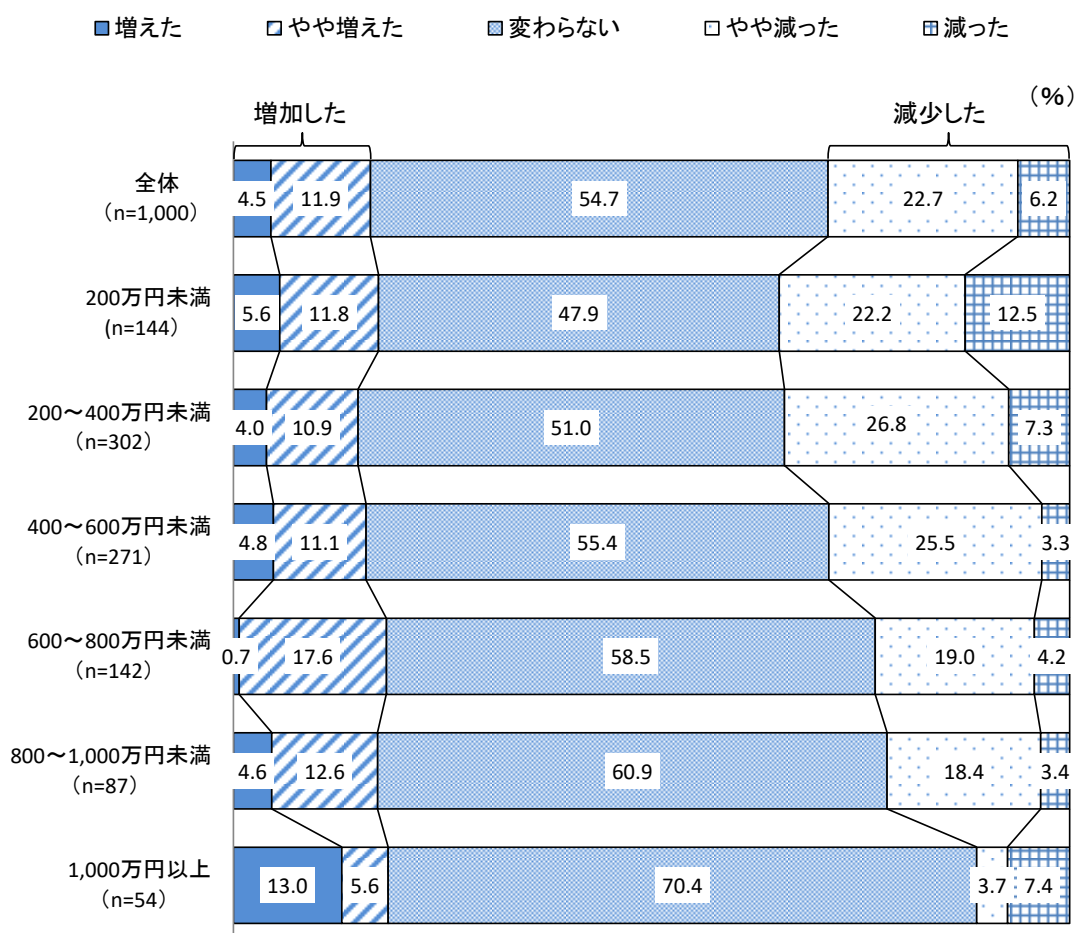
詳細な調査結果は経済月報4月号をご覧ください。

## <消費税増税後の消費行動について>

### ◆ 増税前と比べて消費が「減少した」という回答割合が「増加した」を上回る

- 増税前と比べて消費の変化について尋ねると、図表1のように、全体では「変わらない」が54.7%と最も多くなった。しかし、増税前と比べ消費が「減少した（「減った」＋「やや減った」）」という回答割合は28.9%、「増加した（「増えた」＋「やや増えた」）」という回答割合は16.4%となり、「減少した」が「増加した」を上回った。
- これを世帯年収別にみると、年収が低くなるほど「減少した」という割合が多くなっている。また、「800～1,000万円未満」以下の層では、いずれも「減少した」が「増加した」を上回っている。世帯年収が低い世帯ほど、増税による家計への負担が大きいと考えられ、増税後の消費行動が慎重化している。

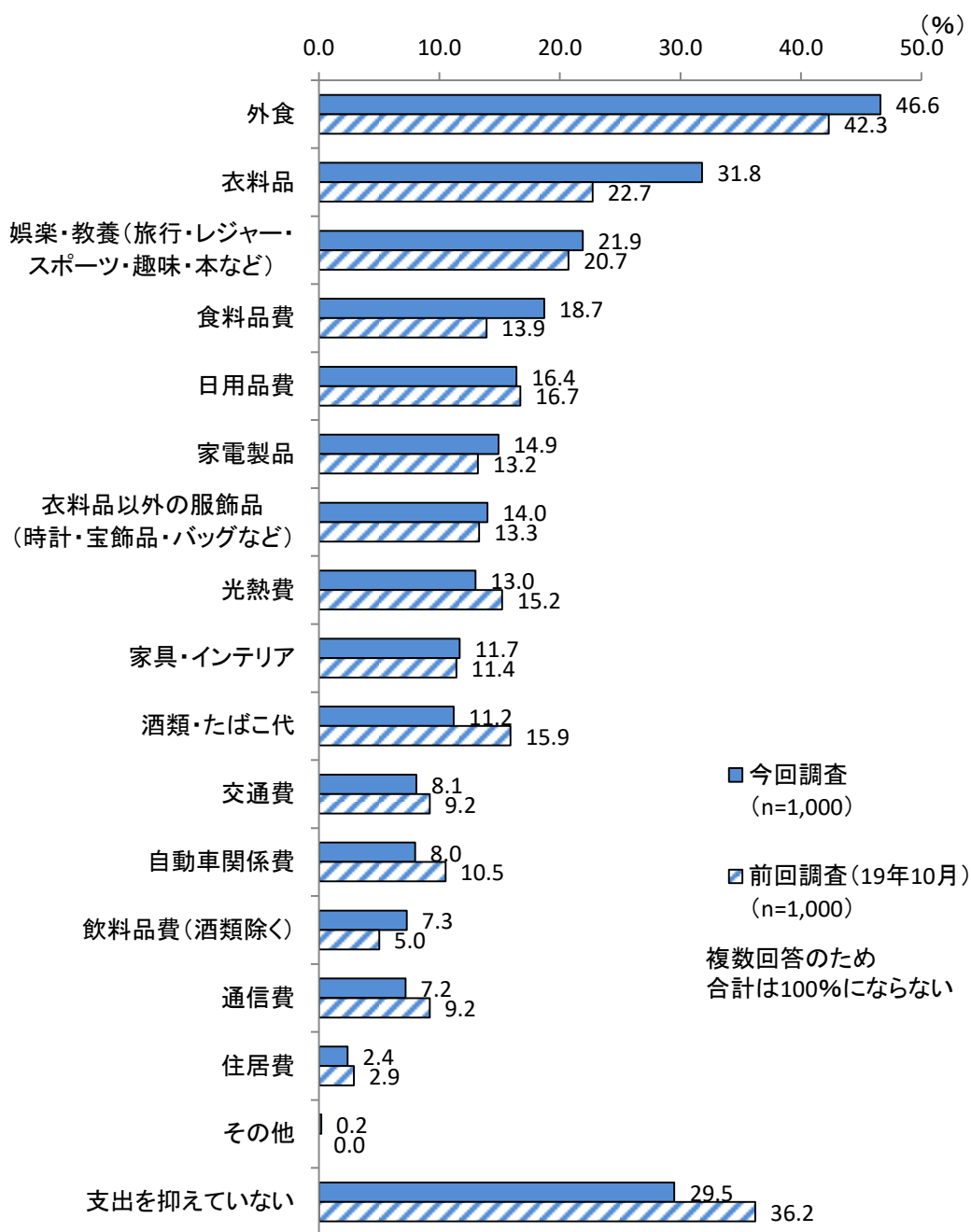
図表1 増税前と比べて消費の変化  
(世帯年収別)



◆ 前回調査よりも支出を抑える動きが強まる

- 増税後に支出を抑えている品目について尋ねると、**図表2**のように「**外食**」が46.6%と最も多く、次いで「**衣料品**」(31.8%)、「**娯楽・教養(旅行・レジャー・スポーツ・趣味・本など)**」(21.9%)などとなった。また、前回調査より回答割合が増えた品目を増加幅の大きい順にみると、「**衣料品**」が9.1ポイント、「**食料品費**」が4.8ポイント、「**外食**」が4.3ポイントと続いた。
- 一方、「**支出を抑えていない**」は29.5%と、前回調査から6.7ポイント減少しており、消費者の支出を抑える動きが強まっている。

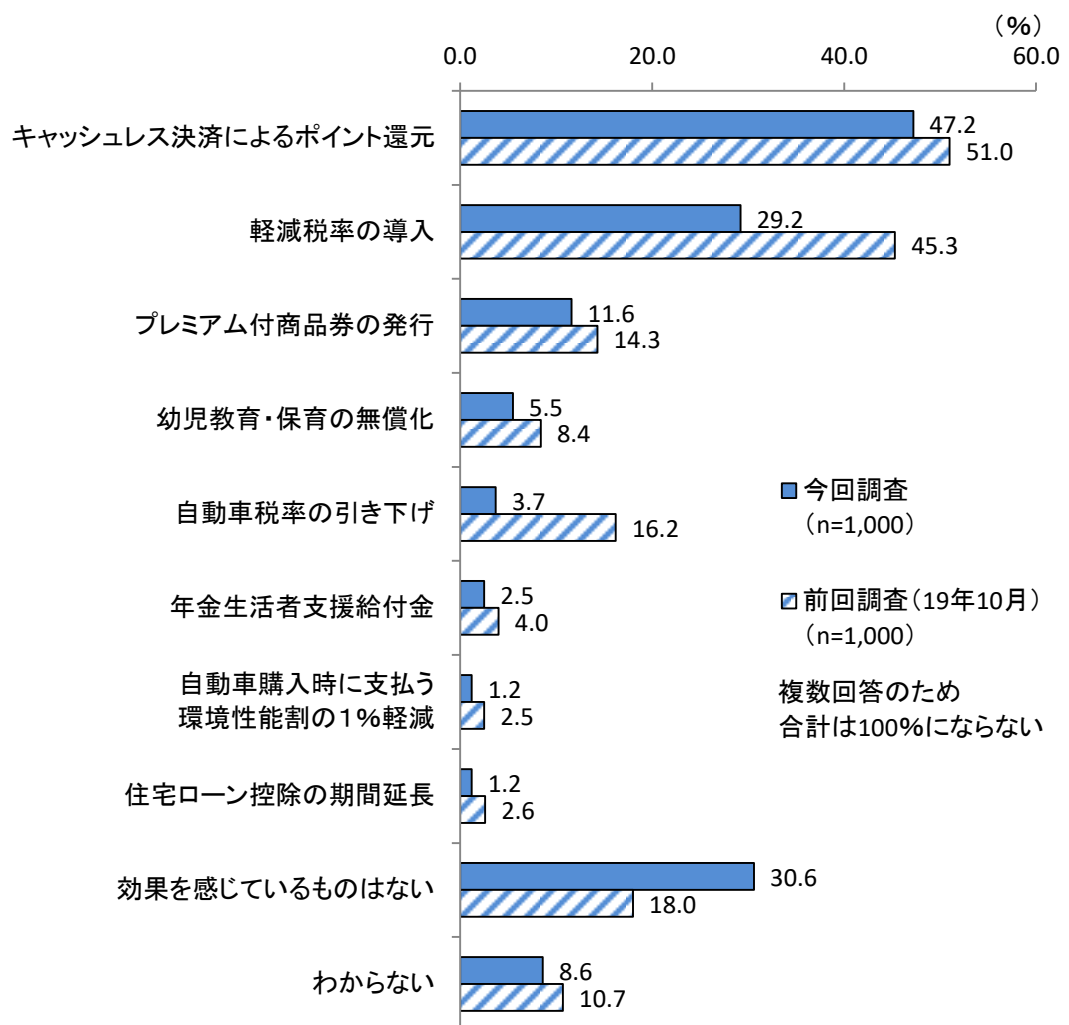
図表2 支出を抑えている品目



◆ 効果を実感している負担軽減策は「キャッシュレス決済によるポイント還元」が最多

- 政府が実施している増税の負担軽減策の効果について尋ねると、図表3のように、前回調査で45.3%と高かった「軽減税率の導入」は29.2%に減少し、逆に「効果を感じているものはない」が30.6%と前回調査に比べ12.6ポイント増加した。「自動車税率の引き下げ」や「幼児教育・保育の無償化」などの回答割合も前回調査に比べ減少しており、負担軽減策は当初期待していたほど効果を発揮しなかったとみられる。
- こうした中で、効果を実感している負担軽減策として最も回答が多かったのは、前回調査に続き「キャッシュレス決済によるポイント還元」(47.2%)だった。

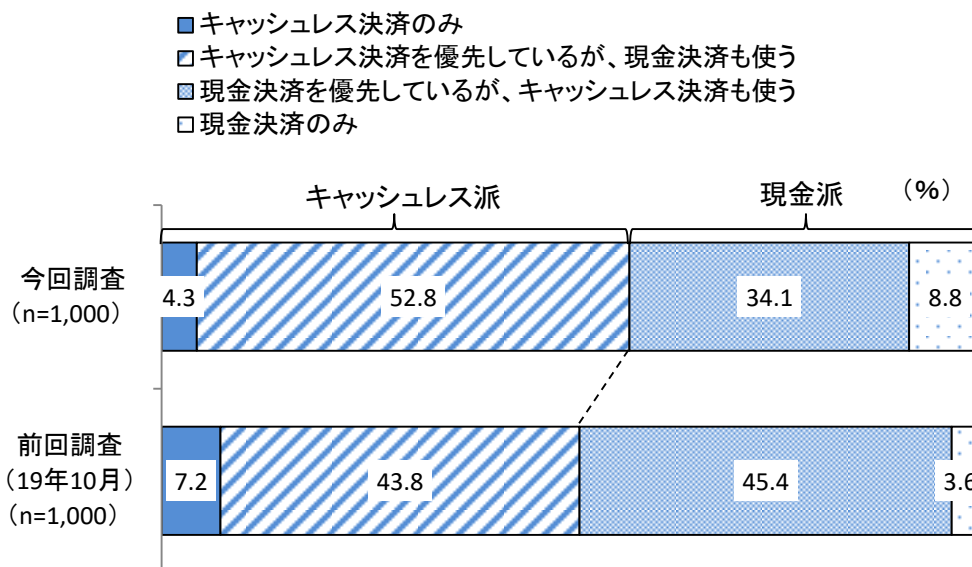
図表3 効果を実感している負担軽減策



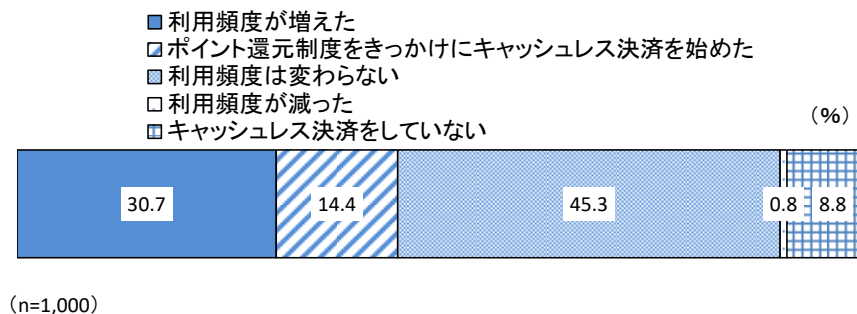
◆ キャッシュレス派が6割弱に

- 日頃の買い物での決済手段について尋ねたところ、**図表4**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52.8%と最も多く、「キャッシュレス決済のみ」(4.3%)と合わせた「キャッシュレス派」が57.1%となり、「現金決済を優先しているが、キャッシュレス決済も使う」(34.1%)と「現金決済のみ」(8.8%)を合わせた「現金派」(42.9%)を上回った。前回調査ではほぼ半々だったが、今回はキャッシュレス派の割合が増加した。
- また、増税前と比べたキャッシュレス決済の利用状況について尋ねると、**図表5**のように「利用頻度が増えた」が30.7%となり、「ポイント還元制度をきっかけにキャッシュレス決済を始めた」(14.4%)と合わせた45.1%が利用頻度を増やしている。

図表4 日頃の買い物での決済手段



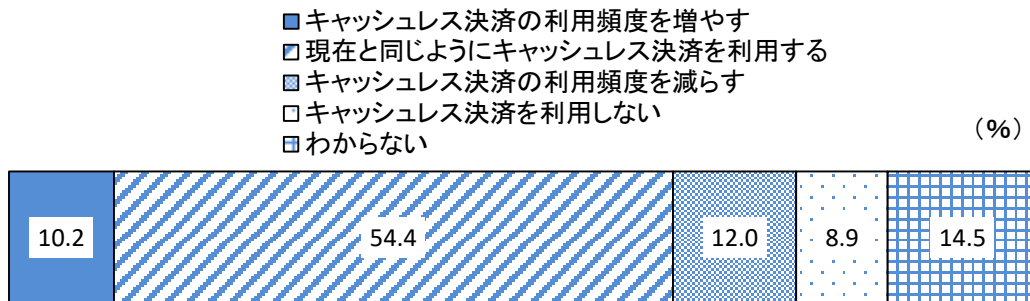
図表5 増税前と比べたキャッシュレス決済の利用状況



◆ ポイント還元終了後も6割以上がキャッシュレス決済を継続利用する意向

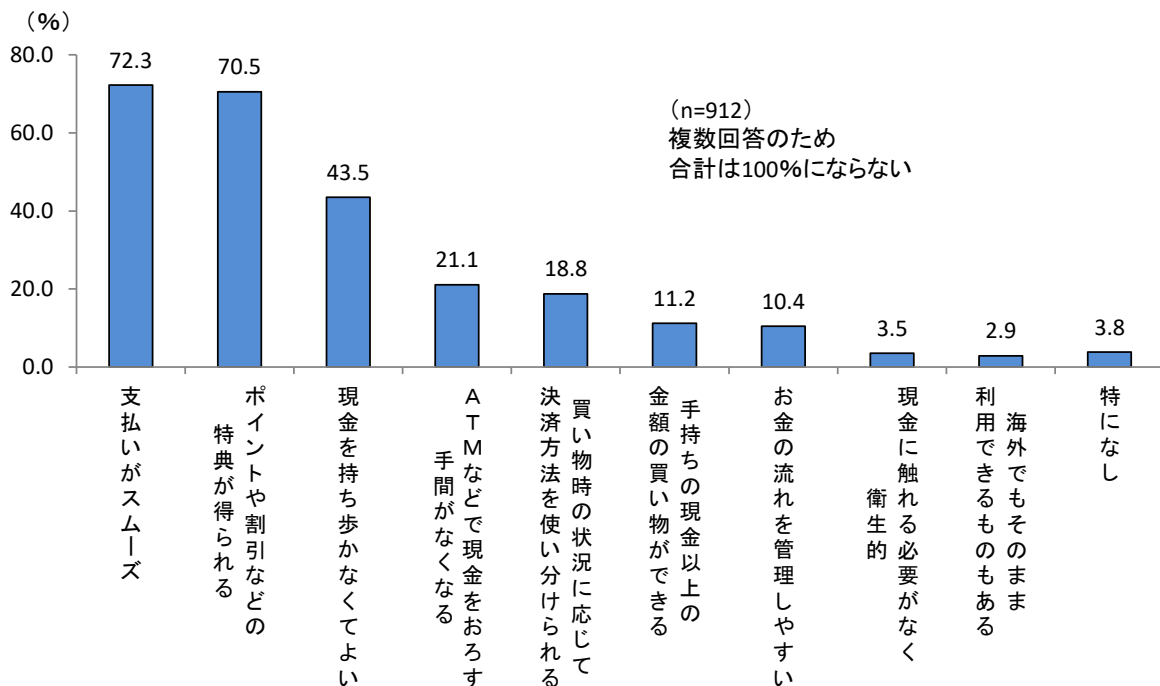
- 2020年6月に予定されているポイント還元終了後のキャッシュレス決済の利用意向について尋ねたところ、**図表6**のように「キャッシュレス決済の利用頻度を減らす」は12.0%にとどまった。一方、「キャッシュレス決済の利用頻度を増やす」(10.2%)と「現在と同じようにキャッシュレス決済を利用する」(54.4%)を合わせた64.6%は引き続き利用する意向である。
- キャッシュレス決済のメリットについて尋ねると、**図表7**のように、「支払いがスムーズ」が72.3%と最も多く、次いで「ポイントや割引などの特典が得られる」(70.5%)、「現金を持ち歩かなくてよい」(43.5%)などとなった。

図表6 ポイント還元終了後のキャッシュレス決済の利用意向



(n=1,000)

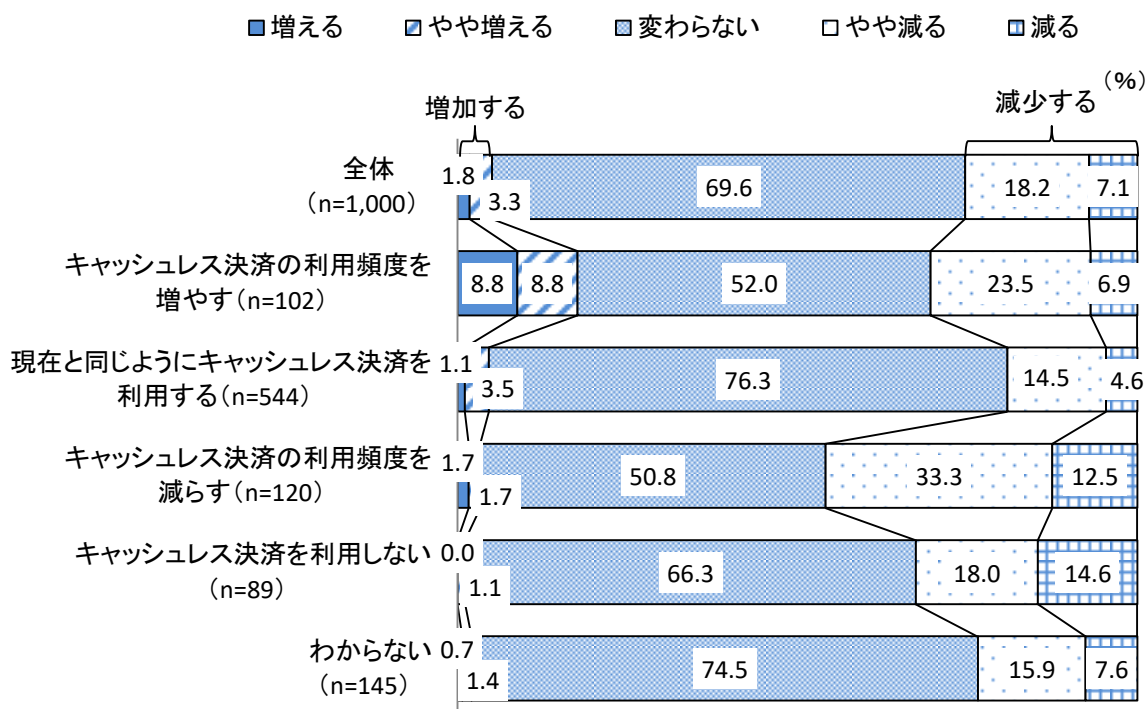
図表7 キャッシュレス決済のメリット  
(キャッシュレス決済利用者のみ)



◆ ポイント還元終了後は、消費が「減少する」という回答が「増加する」を上回る

- ・ ポイント還元終了後の消費行動について尋ねると、図表8のように、全体では「変わらない」が69.6%と最も多くなった。しかし、消費は「減少する（「減る」＋「やや減る」）」という回答割合が25.3%となり、「増加する（「増える」＋「やや増える」）」（5.1%）を上回っている。
- ・ これを、ポイント還元終了後のキャッシュレス決済の利用意向別にみると、いずれも、消費は「減少する」という回答が「増加する」を上回っている。また、キャッシュレス決済の利用を減らす意向の消費者ほど、「減少する」という回答が多くなっており、ポイント還元が終了することで、消費行動がより一層慎重化することが懸念される。

図表8 ポイント還元終了後の消費行動  
(ポイント還元終了後のキャッシュレス決済の利用意向別)



以上