【NRC自主調査レポート】

消費税増税と「キャッシュレス・消費者還元事業」 に関する調査

2019年6月調査結果



調査仕様·結果概要

調査目的

消費税増税による影響と「キャッシュレス・消費者還元事業」の利用意向の把握

調査課題

- (1)消費税増税による消費者の行動把握(買い控え・駆け込み購入)
- (2)「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知と政策の利用意向
- (3)キャッシュレス決済の利用状況の把握

設問

以下の設問を用いて、調査を行った。(調査票は10ページ参照)

- Q1:買い控えを検討しているモノ・サービス
- Q2:駆け込み購入を検討しているモノ・サービス
- Q3:「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知度
- 04:「キャッシュレス・消費者還元事業」で利用したい決済手段
- Q5:「キャッシュレス・消費者還元事業」で利用したいモノ・サービス
- O6:直近1年間のキャッシュレス決済利用状況

調査結果概要

(1)消費税増税による消費者の行動把握(買い控え・駆け込み購入)

- ・ 女性の方が、男性に比べ消費税増税への対策(「買い控え」や「駆け込み購入」)を検討。
- ・女性の消費税増税対策率は「ファッション」、「日用品」、「生活家電・情報機器」で高い。
- ・ 一方で、「日用品」、「ファッション」、「生活家電・情報機器」は「キャッシュレス・消費者還元事業」での利用意向が高く、 「キャッシュレス・消費者還元事業」を活かすことで、「ファッション」、「日用品」、「生活家電・情報機器」は「買い控え」や「駆け込み購入」の影響を緩和できる可能性がある。

(2)「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知と政策の利用意向

- 「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知は62.5%。
- ・「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知が高いほど、「キャッシュレス・消費者還元事業」の利用意向も高い。よって、「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知を高めることで、事業の利用促進が図れる可能性がある。

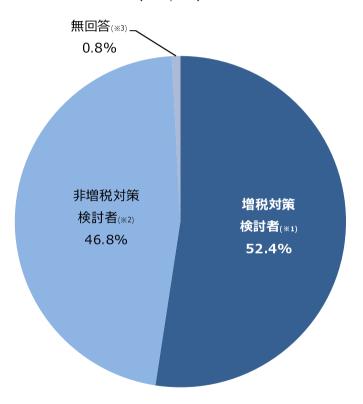
(3)キャッシュレス決済の利用状況の把握

- ・ 直近1年間で利用されているキャッシュレス決済手段は、全体で「クレジットカード」、「電子マネー」が多い。
- ・ 20~30代で「電子マネー」「QR決済」「デビットカード」の利用率が全体に比べ高く、その中でも「QR決済」は「キャッシュレス・消費者還元事業」での利用意向も高い。
- ・ キャッシュレス決済を利用していない人は、「キャッシュレス・消費者還元事業」の利用意向は低い。 そのため、事業を活用させるためには、キャッシュレス決済を一度でも体験することがキーとなると考えられる。

(1)消費税増税による消費者の行動把握(買い控え・駆け込み購入)

調査結果

- ① 増税対策検討者(※1)は、全体で52.4%。
- ② 増税対策検討者を性年代別にみると、女性(59.4%)は男性(45.3%)に比べ、増税対策を検討している比率が高い。
- ③ 女性20~30代で特に増税対策検討者の比率(65%前後)が高い。
- ①「Q1:買い控え」または「Q2:駆け込み購入」の **増税対策検討状況**(N=1,200)



②③【性年代別】								
		全体		非増税対策 検討者	無回答			
	全体	1,200	52.4	46.8		0.8		
年齢	15~19才	74	43.2	55.4		1.4		
	20~29才	148	55.4	43.2		1 4		

			討者	検討者 	
	全体	1,200	52.4	46.8	0.8
年齢	15~19才	74	43.2	55.4	1.4
	20~29才	148	55.4	43.2	1.4
	30~39才	187	56.1	43.9	_
	40~49才	221	53.8	45.7	0.5
	50~59才	186	52.7	46.2	1.1
	60~69才	221	53.4	45.2	1.4
	70~79才	163	46.0	53.4	0.6
性×年齢	男性小計	592	45.3	53.9	0.8
	15~19才	37	35.1	64.9	_
	20~29才	75	45.3	52.0	2.7
	30~39才	95	47.4	52.6	_
	40~49才	111	46.8	53.2	_
	50~59才	93	50.5	47.3	2.2
	60~69才	107	45.8	54.2	_
	70~79才	74	37.8	60.8	1.4
	女性小計	608	59.4	39.8	0.8
	15~19才	37	51.4	45.9	2.7
	20~29才	73	65.8	34.2	_
	30~39才	92	65.2	34.8	-
	40~49才	110	60.9	38.2	0.9
	50~59才	93	54.8	45.2	
	60~69才	114	60.5	36.8	2.6
	70~79才	89	52.8	47.2	

+10 +5 -5 -10 対全体 ポイント差

- ※1: 「Q1:買い控えを検討しているモノ・サービス」または「Q2:駆け込み購入を検討しているモノ・サービス」でいずれかのモノ・サービスに回答
- ※2: ※1に該当せず、「Q1:買い控えを検討しているモノ・サービス」で「検討しているものはない」、「Q2:駆け込み購入を検討しているモノ・サービス」で「購入する予定はない」のいずれかに回答
- ※3: 「O1:買い控えを検討しているモノ・サービス」、「O2:駆け込み購入を検討しているモノ・サービス」ともに回答なし

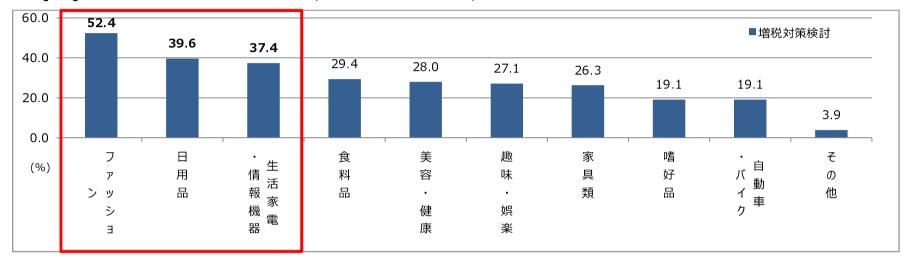
(1)消費税増税による消費者の行動把握(買い控え・駆け込み購入)

調査結果

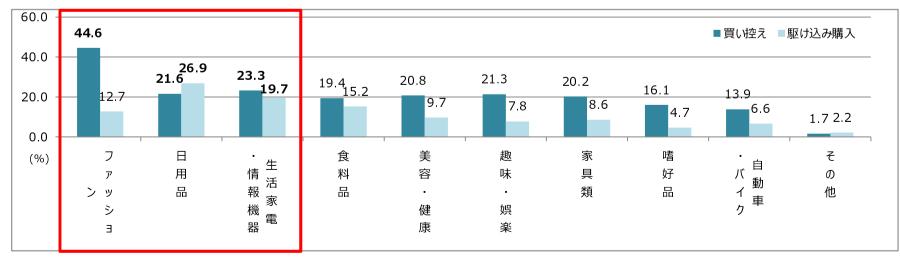
女性増税対策検討者に絞り、どのモノ・サービスが増税対策で検討されているかをみると

- ① 全体では「ファッション」(52.4%)、「日用品」(39.6%)、「生活家電・情報機器」(37.4%)の順に高い。
- ②「ファッション」は「駆け込み購入」に比べ「買い控え」が高く、「日用品」「生活家電・情報機器」は「買い控え」「駆け込み購入」が同程度。

①Q1・Q2増税対策を検討しているモノ・サービス(女性増税対策検討者 N=361)



②Q1・Q2増税対策を検討しているモノ・サービスの「Q1:買い控え」「Q2:駆け込み購入」内訳(女性増税対策検討者 N=361)



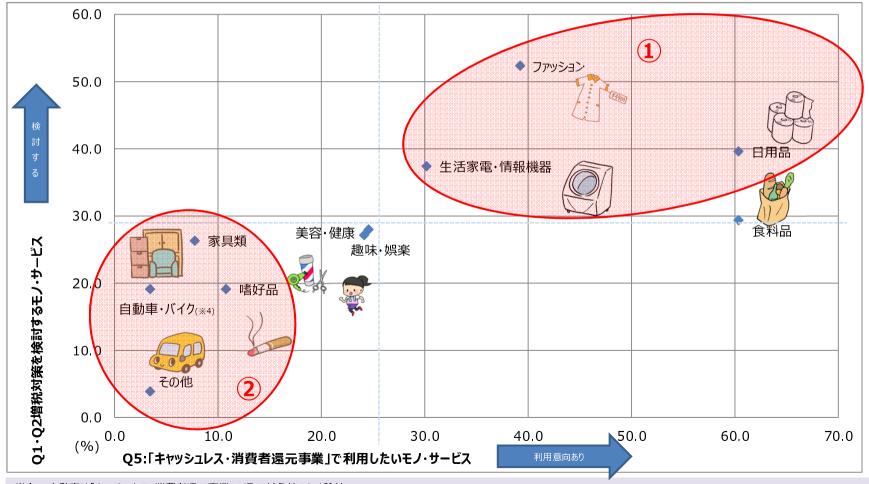
(1)消費税増税による消費者の行動把握(買い控え・駆け込み購入)

調査結果

女性増税対策検討者で、「Q1・Q2増税対策を検討しているモノ・サービス」と「Q5「キャッシュレス・消費者還元事業」で 利用したいモノ・サービス」の関係をみると、

- ① 消費税増税により増税対策(「Q1:買い控え」または「Q2:駆け込み購入」)を検討する割合が高い人で「キャッシュレス・消費者還元事業」を利用して購入してみたいモノ・サービスは「日用品」「ファッション」「生活家電・情報機器」。
- → これらは、「キャッシュレス・消費者還元事業」の利用促進により「買い控え」や「駆け込み購入」の影響を緩和できる可能性がある。
- ② 一方、「家具類」「嗜好品」は増税による影響は大きくないが、「キャッシュレス・消費者還元事業」でも利用意向が低い。

「Q1·Q2増税対策を検討するモノ・サービス」と「Q5:「キャッシュレス・消費者還元事業」で利用したいモノ・サービス」の関係(女性増税対策検討者)



(2)「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知と政策の利用意向

調査結果

- ① 「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知・計(※5)は62.5%。
- ② 性年代別でみると、全体に比べ、40代以上で認知が高く、30代以下で低い傾向。

①Q3:「キャッシュレス·消費者還元事業」の認知度

②【性年代別】

(%)

(N=1,200)	
無回答	詳しく 知っている 1.3%
知らなかった 36.8%	知っている 20.5%
	聞いたことが ある程度 40.8%
	認知·計(※5) 62.5%

		全体	詳しく知って いる	知っている	聞いたことが ある程度	知らなかった	無回答	認知・計
	全体	1,200	1.3	20.5	40.8	36.8	0.8	62.5
年齢	15~19才	74	2.7	8.1	25.7	62.2	1.4	36.5
	20~29才	148	4.1	14.9	39.2	39.9	2.0	58.1
	30~39才	187	1.1	19.8	35.8	43.3	_	56.7
	40~49才	221	0.5	21.3	42.5	35.3	0.5	64.3
	50~59才	186	1.1	25.3	45.7	26.9	1.1	72.0
	60~69才	221	_	24.0	44.8	30.3	0.9	68.8
	70~79才	163	1.2	20.9	41.1	36.8	-	63.2
性×年齢	男性小計	592	1.7	23.3	40.5	33.8	0.7	65.5
	15~19才	37	5.4	8.1	21.6	64.9	_	35.1
	20~29才	75	5.3	20.0	33.3	38.7	2.7	58.7
	30~39才	95	1.1	26.3	38.9	33.7	_	66.3
	40~49才	111	_	20.7	44.1	35.1	-	64.9
	50~59才	93	2.2	25.8	46.2	23.7	2.2	74.2
	60~69才	107	<u>-</u>	26.2	50.5	23.4	_	76.6
	70~79才	74	1.4	27.0	32.4	39.2	_	60.8
	女性小計	608	0.8	17.8	41.0	39.6	0.8	59.5
	15~19才	37	-	8.1	29.7	59.5	2.7	37.8
	20~29才	73	2.7	9.6	45.2	41.1	1.4	57.5
	30~39才	92	1.1	13.0	32.6	53.3	_	46.7
	40~49才	110	0.9	21.8	40.9	35.5	0.9	63.6
	50~59才	93	_	24.7	45.2	30.1	_	69.9
	60~69才	114	_	21.9	39.5	36.8	1.8	61.4
	70~79才	89	1.1	15.7	48.3	34.8	-	65.2

対全体 ポイント差 +10 +5 -5 -10

※5: 「詳しく知っている」「知っている」「聞いたことがある程度」の合計

(2)「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知と政策の利用意向

調査結果

- ①「キャッシュレス・消費者還元事業」を詳しく知っているほど、「買い控え」や「駆け込み購入」の増税対策を検討している比率が高い傾向。
- → 増税後の方が自己負担が少なくなる場合があるため、詳しく知っているほど非増税対策者が多くなると想定していたが、 増税対策検討者の方が多い結果となった。
- ②「キャッシュレス・消費者還元事業」を詳しく知っているほど、利用意向は高い傾向。
- → 「キャッシュレス・消費者還元事業 Iの認知を高めることでキャッシュレス決済の利用促進が図れる可能性がある。

①Q3:「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知度×「増税対策検討」(N=1,200)

	全体	増税対策検 討者	非増税対策 検討者	無回答	(%)
L	1,200	52.4	46.8	0.8	
詳しく知っている	15	80.0	20.0	_	
知っている	246	53.7	45.9	0.4	
聞いたことがある程度	489	56.9	42.9	0.2	
知らなかった	441	46.7	53.3	_	
無回答	9	11.1	_	88.9	
認知・計	750	56.3	43.5	0.3	

②Q3:「キャッシュレス・消費者還元事業」の認知度×Q4:「キャッシュレス・消費者還元事業」で利用したい決済手段(N=1,200)

	全体	使いたいもの がある(※6)	使いたいもの はない	無回答
全体	1,200	56.1	43.0	0.9
詳しく知っている	15	80.0	20.0	_
知っている	246	74.0	26.0	_
聞いたことがある程度	489	59.7	39.9	0.4
知らなかった	441	42.4	57.4	0.2
無回答	9	_	11.1	88.9
認知・計	750	64.8	34.9	0.3

※6: 利用したい決済手段のいずれかに回答ありの合計

(%)

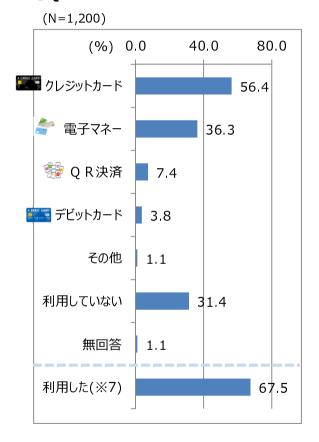
対全体 ポイント差 +10 +5 -5 -10

(3)キャッシュレス決済の利用状況の把握

調査結果

- ① 直近1年間で利用したキャッシュレス決済手段は、全体で「クレジットカード」(56.4%)と「電子マネー」(36.3%)が多い。
- ② 性年代別では、20~30代で「電子マネー」「QR決済」「デビットカード」の利用率が全体に比べ高く、 その中でも「QR決済」は「Q4:「キャッシュレス・消費者還元事業」で利用したい決済手段」でも20~30代の利用意向は高い。

①Q6:直近1年間のキャッシュレス決済利用状況



②Q6:キャッシュレス決済の利用状況【性年代別】(N=1,200)

(%)

				電子マネー	QR決済	デビットカー	その他	利用してい	無回答	利用した
			カード			ř		ない		
	全体	1,200	56.4	36.3	7.4	3.8	1.1	31.4	1.1	67.5
年齢	15~19才	74	1.4	23.0	2.7	1.4	2.7	73.0	1.4	25.7
	20~29才	148	54.7	46.6	16.2	10.8	0.7	23.0	1.4	75.7
	30~39才	187	71.7	42.2	11.8	6.4	0.5	17.1	0.5	82.4
	40~49才	221	70.1	46.2	9.5	2.7	1.8	18.6	0.5	81.0
	50~59才	186	72.0	43.5	8.1	2.7	1.6	18.3	1.1	80.6
	60~69才	221	52.9	29.9	2.3	2.3	_	38.9	1.4	
	70~79才	163	33.7	13.5	-	-	1.2	58.9	1.8	39.3



Q4:「キャッシュレス・消費者還元事業」で利用したい決済手段【性年代別】(N=1,200)

(%)

			クレジット カード	電子マネー	Q R決済	デビットカー ド	その他	使いたいも のはない	無回答	使いたいも のがある
	全体	1,200	37.9	27.3	16.6	4.1	0.8	43.0	0.9	56.1
年齢	15~19才	74	9.5	21.6	12.2	4.1	-	64.9	2.7	32.4
	20~29才	148	37.8	28.4	29.1	7.4	2.0	31.8	1.4	66.9
	30~39才	187	49.7	35.3	26.2	7.0	0.5	28.9	-	71.1
	40~49才	221	46.6	34.4	21.3	2.7	0.9	33.0	0.9	66.1
	50~59才	186	49.5	35.5	18.3	4.3	1.6	29.0	1.1	69.9
	60~69才	221	34.8	21.7	7.2	2.7	-	51.6	1.4	
	70~79才	163	16.6	8.0	0.6	1.2	0.6	77.3	-	22.7

対全体 ポイント差 +10 +5 -5 -10

※7: 直近1年間で利用した決済手段のいずれかに回答ありの合計

(3)キャッシュレス決済の利用状況の把握

調査結果

直近1年間のキャッシュレス決済の利用者(利用した)・非利用者別(利用していない)で「Q4:「キャッシュレス・消費者還元事業」で 利用したい決済手段」をみると

- キャッシュレス決済を利用していない人は、「キャッシュレス・消費者還元事業」の利用意向は低い。
- →「キャッシュレス・消費者還元事業」を活用させるためには、キャッシュレス決済の経験をさせること取り組み強化がキーとなると考えられる。

Q6:キャッシュレス決済の利用状況×Q4:「キャッシュレス・消費者還元事業」で利用したい決済手段(N=1,200)

(%)

	全体	クレジットカー	電子マネー	Q R決済	デビットカード	その他	使いたいもの	無回答	使いたいもの
		ド					はない	положения	がある
								000000000000000000000000000000000000000	
全体	1,200	37.9	27.3	16.6	4.1	0.8	43.0	0.9	56.1
利用した	810	53.7	37.8	22.2	5.7	0.7	23.5	0.1	76.4
利用していない	377	5.0	5.3	5.0	0,8	1.1	85.1	0.8	14.1
無回答	13	7.7	7.7	-	-	-	38.5	53.8	7.7

対全体 ポイント差 +10 +5 -5 -10

付録:調査票

テーマ:「消費税」についてお伺いします

【すべての方に】

問1 2019 年 10 月から消費税が 10%に増税される予定ですが、消費税増税をきっかけに購入・ 利用の頻度を減らそうと検討しているモノ・サービスをお知らせください。(〇はいくつでも)

1	食料品(※1)	5	ファッション	9	趣味·娯楽
2	日用品	6	嗜好品(お酒・たばこ等)	10	その他
3	美容・健康	7	自動車・バイク	11	検討しているものはない
4	生活家電·情報機器	8	家具類		

※1:「1.食料品」は軽減税率対象です。

【すべての方に】

問2 あなたが、消費税増税前に事前に購入する予定がある(事前に購入した)モノ・サービスを お知らせください。(〇はいくつでも)

1	食料品(※1)	5	ファッション	9	趣味·娯楽
2	日用品	6	嗜好品(お酒・たばこ等)	10	その他
3	美容·健康	7	自動車・バイク	11	購入する予定はない
4	生活安雷 · 情報機器	8	安且類		

※1:「1.食料品」は軽減税率対象です。

【すべての方に】

問3 消費増税の経済対策として、2019 年 10 月~2020 年 6 月の期間にクレジットカード、電子マネー、デビットカード、QR コード等を利用したキャッシュレス決済をした場合、最大 5%のポイント還元がされる予定(※2)ですが、ご存知ですか。(〇は1つだけ)

1	詳しく知っている	3	聞いたことがある程度
2	知っている	. 4	知らなかった

※2:2019 年 5 月 16 日現在での予定。

【すべての方に】

問4 上記経済対策期間(2019年10月~2020年6月)に、あなたがキャッシュレス決済によるポイント還元を受けるために使ってみたいものはありますか。(〇はいくつでも)

 クレジットカード 	4 QR決済(PayPay·LINE Pay等)
2 電子マネー(Suica・PASMO・WAON等)	5 その他
3 デビットカード	6 使いたいものはない

【間4で「1」~「5」とお答えの方に】

問5 上記経済対策期間(2019 年 10 月~2020 年 6 月)に、あなたがキャッシュレス決済によるポイント還元を利用して購入したいモノ・サービス(※3)をお知らせください。(〇はいくつでも)

1	食料品(※4)	5	ファッション	9	趣味·娯楽
2	日用品	6	嗜好品(お酒・たばこ等)	10	その他
3	美容・健康	7	自動車・バイク		
4	生活家電·情報機器	8	家具類		

※3:選択肢には、実際の経済政策では還元対象外となるモノ・サービスも含まれています。

※4「1.食料品」もキャッシュレス決済によるポイント還元対象です。

【すべての方に】

問6 あなたが、この 1 年間に利用したキャッシュレス決済手段をお知らせください。(〇はいくつでも)

1	クレジットカード	4	QR決済(PayPay·LINE Pay 等)
2	電子マネー(Suica・PASMO・WAON等)	5	その他
3	デビットカード	6	利用していない

調查実施概要

調査方法

調査員による個別訪問留置調査

日本リサーチャンターオムニバスサーベイ(NOS)を利用

調査対象

全国の15~79歳の男女個人1,200人

抽出方法

層化3段抽出

【地点抽出】全国200地点を、大字・町丁目を抽出単位として、9地域ブロック×4都市規模で層化無作為抽出

【世帯抽出】全国住宅地図データベースを抽出フレームとして、各抽出地点で訪問世帯を等間隔抽出

【個人抽出】各層の母集団の性別・年代構成比に合わせて各地点で依頼回収する性別・年代を割り当てる(1地点6人ずつ)

抽出世帯において、地点割当に合致する個人に依頼・回収する

母集団は2015年国勢調査人口を用いた

調査実施主体 株式会社日本リサーチセンター(自主調査)

日本リサーチセンターオムニバスサーベイ(NOS)について

弊社では、全国15~79歳男女1,200人を対象に、訪問留置オムニバス調査(NOS)を毎月定期的に実施しています。

弊社訪問調査員が、層化無作為抽出した全国200地点で、住宅地図から無作為に抽出したお宅を訪問し、地域・都市規模と性年代が日本の人口構成に合致す るように対象者に依頼する調査です。そのため、全体結果は、日本全国15~79歳男女の実態や意識をバランスよく反映したものとしてご覧になれます。

日本リサーチセンターオムニバスサーベイ(NOS)の特長

インターネットアンケートパネルを使って簡単に調査ができる時代になりましたが、日本リサーチセンターでは、45年以上にわたって、調査員を使った訪問留置、パネルモニ ターではない毎回抽出方式で、日本リサーチヤンターオムニバスサーベイ「NOS」を継続実施し、代表性のある信頼の高いデータを提供してきました。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのにも有用な手法と言えます。

《データに関するお問い合わせ》

この調査結果について、単純集計表、NOS基本軸I、基本軸II、基本軸IIIでのクロス集計表をご提供できますのでお問い合わせください。

データに関する連絡先:日本リサーチセンター ソーシャルリサーチグループ 渕上 悠人:fuchikamiyt@nrc.co.jp

《引用・転載時のお願い》

本リリースの外部への引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

掲載に関する連絡先:日本リサーチセンター広報室メール:information@nrc.co.jp

掲載では必ず**当社クレジットを明記**していただき、調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。