

<ジーコム独自調査レポート No.127>

消費増税による生活への影響と 「ポイント還元制度」への期待度

福岡県居住者の「消費税率引き上げに対する意識」に関する調査

2019年8月

調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2019年7月26日（金）～8月2日（金）

4. 調査規模

545サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	245	45.0
女性	300	55.0
全体	545	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	48	8.8
30代	113	20.7
40代	107	19.6
50代	97	17.8
60代	130	23.9
70代以上	50	9.2
全体	545	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	306	56.1
福岡市以外都市圏	117	21.5
その他福岡県	122	22.4
全体	545	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	171	31.4
公務員	12	2.2
団体職員・病院勤務	15	2.8
経営者・会社役員	10	1.8
派遣社員・契約社員	36	6.6
商工自営	28	5.1
農林漁業	1	0.2
自由業	8	1.5
学生	6	1.1
パート・アルバイト	74	13.6
専業主婦(主夫)	122	22.4
無職	60	11.0
その他	2	0.4
全体	545	100.0

■世帯年収	件数	構成比(%)
200万未満	41	7.6
200～400万未満	147	27.3
400～600万未満	119	22.1
600～800万未満	91	16.9
800～1000万未満	37	6.9
1000～1200万未満	19	3.5
1200～1500万未満	10	1.9
1500～2000万未満	7	1.3
2000万円以上	1	0.2
わからない	67	12.4
全体	539	100.0

※学生除く

■ライフステージ	件数	構成比(%)
未婚	133	24.4
既婚・子どもなし	65	11.9
既婚・子どもが小学生以下	119	21.8
既婚・子どもが中学生以上で扶養	68	12.5
既婚・子育て終了	160	29.4
全体	545	100.0

【報告書の見方】

- 本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- 報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

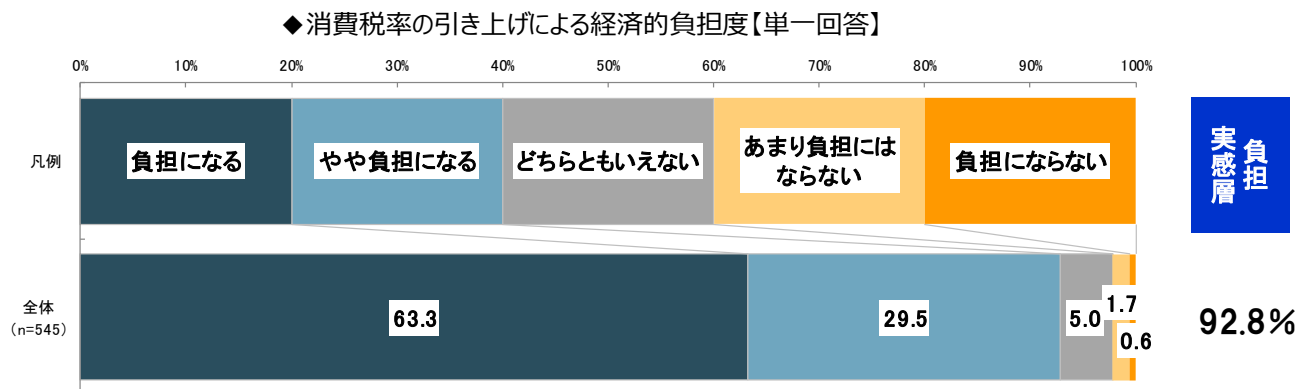
1. 消費税率の引き上げによる経済的負担度

10月の消費税率の引き上げについて、9割強が経済的負担を懸念。

消費税率の引き上げについて、「負担になる」と「やや負担になる」を足し合わせた「負担実感層」は92.8%である。

- ・性別では、男性は「やや負担になる」、女性は「負担になる」の割合が高い。
- ・年代別や世帯年収別では大きな差は見られない。

【参考】2014年4月の消費税率引き上げ時に実施した調査では、負担実感層は90.6%。



		調査数	負担になる	やや負担になる	どちらともいえない	あまり負担にはならない	負担にならない	負担実感層
全体		545	63.3	29.5	5.0	1.7	0.6	92.8
性別	男性	245	55.1	36.3	6.1	1.6	0.8	91.4
	女性	300	70.0	24.0	4.0	1.7	0.3	94.0
年代別	30代以下	161	67.1	26.7	4.3	1.2	0.6	93.8
	40・50代	204	61.8	31.9	4.9	1.0	0.5	93.6
	60代以上	180	61.7	29.4	5.6	2.8	0.6	91.1
世帯年収別	400万未満	188	66.0	26.6	5.3	1.6	0.5	92.6
	400～800万未満	210	63.8	30.0	4.3	1.9	0.0	93.8
	800万円以上	74	52.7	33.8	9.5	1.4	2.7	86.5

*負担実感層:「負担になる」+「やや負担になる」

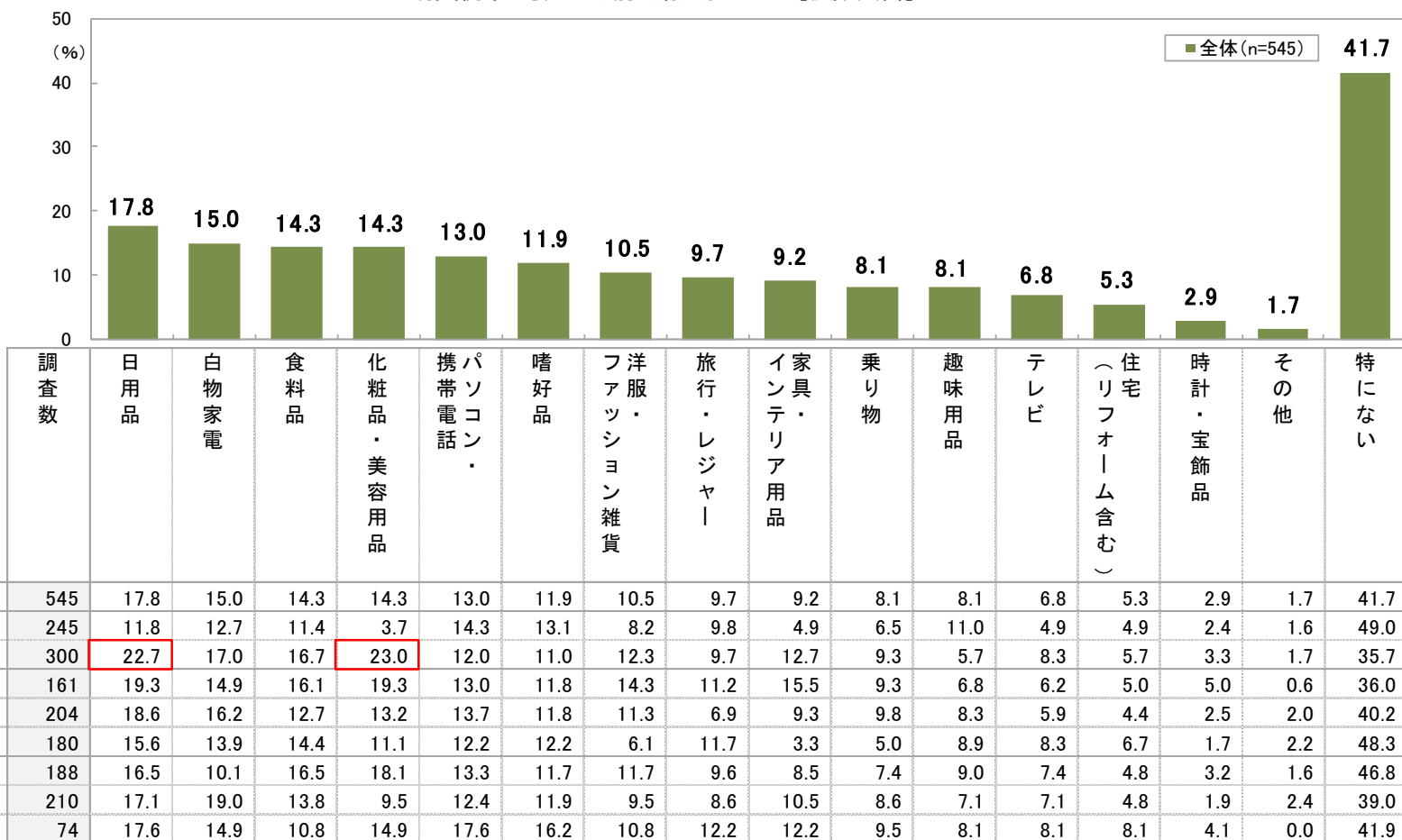
2. 消費税率の引き上げ前に購入したいもの

買いだめできるものが上位だが、4割強は影響せず。

消費税率の引き上げ前に購入しておきたいものは「日用品」の割合が17.8%で最も高く、次いで「白物家電」15.0%、「食料品」「化粧品・美容用品」14.3%の順である。

- ・性別では、女性は「日用品」「化粧品・美容用品」の割合が高い。
- ・年代別や世帯年収別では大きな差は見られない。

◆消費税率の引き上げ前に購入したいもの【複数回答】



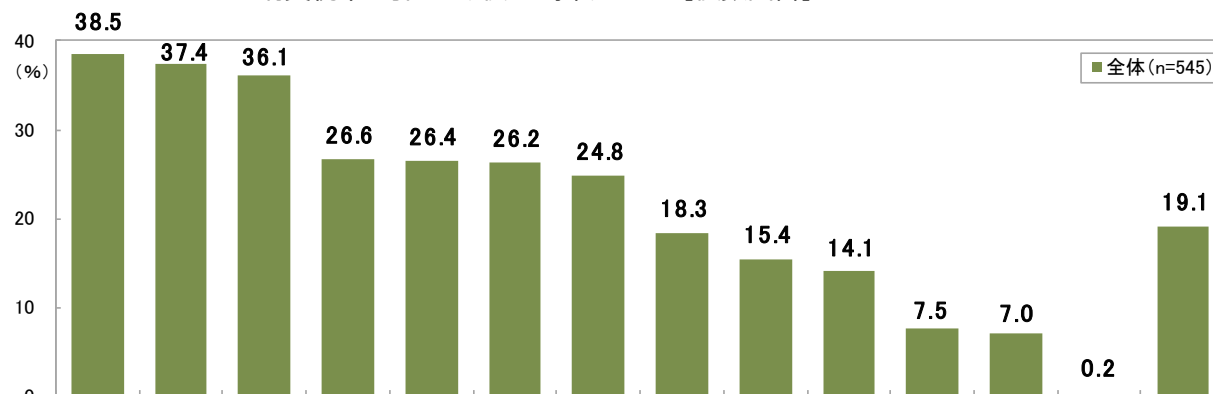
3. 消費税率の引き上げ後に心掛けたいこと

女性の半数近くが外食頻度の見直しを検討。

消費税率の引き上げ後に心掛けたいことについて、「なるべく低価格のお店・商品を選ぶ」の割合が38.5%で最も高く、次いで「なるべく外食は控えて自炊する」37.4%、「できる限り新しいものは購入せず、今あるもので済ませる」36.1%の順である。

- ・性別では、女性は「なるべく外食は控えて自炊する」「買い物に出る回数を減らす」「ガスや電気などの光熱費を抑える」の割合が高い。
- ・年代別や世帯年収別では大きな差は見られない。

◆消費税率の引き上げ後に心掛けたいこと【複数回答】



調査数	おなるべく低価格のお店・商品を選ぶ	なるべく外食は控えて自炊する	できる限り新しいものではなく、今あるもので済ませる	買い物に出る回数を減らす	お金のかけがえのないことを余暇時間にはなるべくお金のかけがえのないことを	コンビニ等ではなく、イートインにする	ガスや電気などの光熱費を抑える	通信費を見直す	ネットショッピングや通販利用を減らす	収入を増やす	副業や投資などで、収入を増やす	保険を見直す、または、解約する	新聞や雑誌の購読をやめる	その他	今までと変わらない	
全体	545	38.5	37.4	36.1	26.6	26.4	26.2	24.8	18.3	15.4	14.1	7.5	7.0	0.2	19.1	
性別	男性	245	39.6	28.2	19.6	23.7	22.9	18.8	17.1	15.5	15.1	8.6	9.0	0.0	23.3	
	女性	300	37.7	45.0	39.3	32.3	28.7	29.0	19.3	15.3	13.3	6.7	5.3	0.3	15.7	
年代別	30代以下	161	38.5	44.7	31.7	28.0	28.0	29.8	21.7	11.8	19.3	7.5	4.3	0.0	15.5	
	40・50代	204	37.7	32.8	32.8	21.1	23.0	23.5	21.1	14.2	14.2	5.4	5.4	0.5	21.1	
	60代以上	180	39.4	36.1	43.9	31.7	28.9	26.1	31.1	20.0	18.9	9.4	10.0	11.1	0.0	20.0
世帯年収別	400万未満	188	45.7	41.5	38.8	32.4	28.7	20.7	29.3	23.4	19.1	12.8	9.0	11.7	0.5	17.6
	400～800万未満	210	35.7	35.7	33.8	24.3	26.2	30.5	25.2	17.1	15.7	15.2	8.6	4.3	0.0	16.2
	800万円以上	74	31.1	33.8	29.7	23.0	21.6	21.6	16.2	13.5	12.2	20.3	1.4	2.7	0.0	28.4

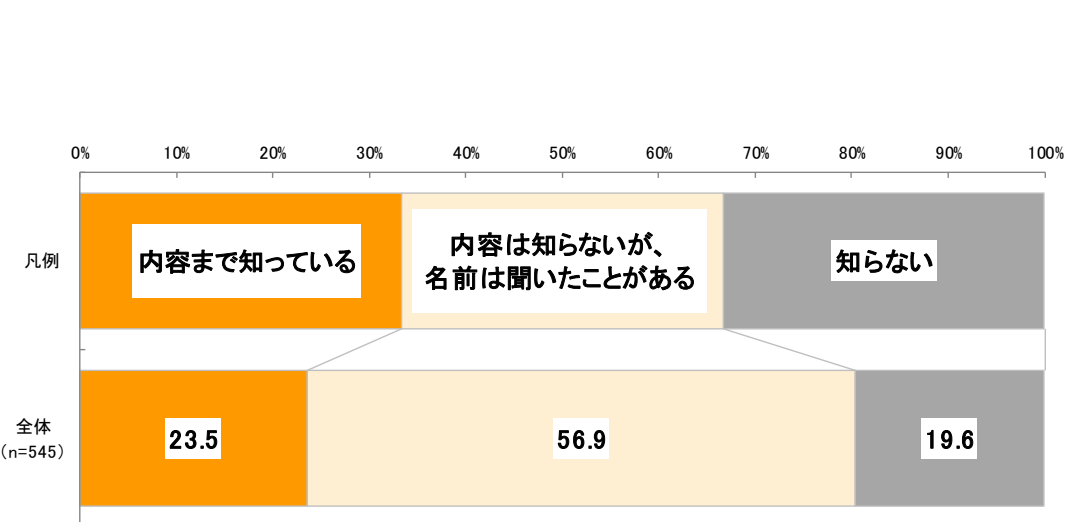
4. 「ポイント還元制度」の認知度

女性や若年層で認知度が低い。

「ポイント還元制度」について、「内容まで知っている」23.5%、「内容は知らないが、名前は聞いたことがある」56.9%、「知らない」19.6%である。

- ・性別では、女性は男性に比べて「知らない」の割合が高い。
- ・年代別では、年代が下がるにつれて「知らない」の割合が高くなる。
- ・世帯年収別では、800万円以上層はそれ未満に比べて「内容まで知っている」の割合が高い。

◆「ポイント還元制度」の認知度【単一回答】



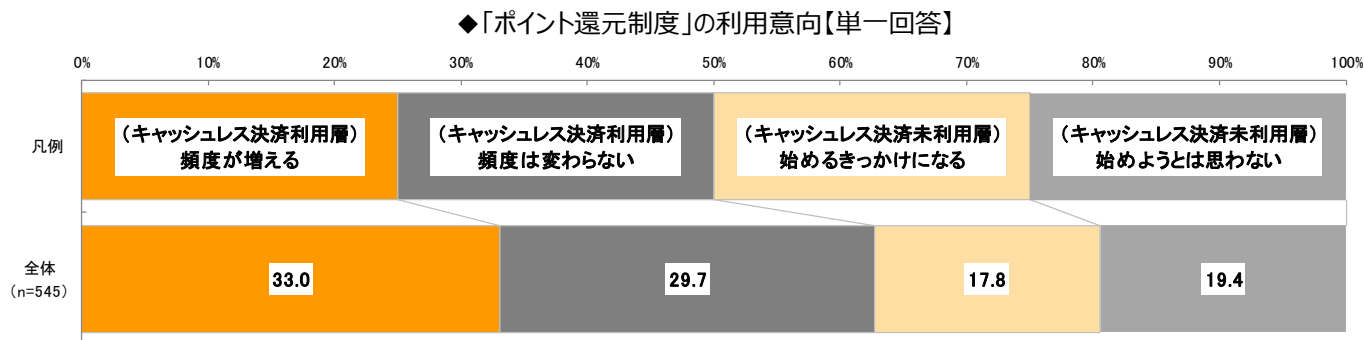
		調査数	内容まで知っている	内容は知らないが、名前は聞いたことがある	知らない
全体		545	23.5	56.9	19.6
性別	男性	245	28.2	58.4	13.5
	女性	300	19.7	55.7	24.7
年代別	30代以下	161	21.7	47.2	31.1
	40・50代	204	21.1	60.3	18.6
	60代以上	180	27.8	61.7	10.6
世帯年収別	400万未満	188	22.9	53.2	23.9
	400～800万未満	210	21.9	60.0	18.1
	800万円以上	74	33.8	54.1	12.2

5. 「ポイント還元制度」の利用意向

世帯年収が400万未満層は、「ポイント還元制度」によるキャッシュレス決済開始意向度が低い。

「ポイント還元制度」の利用意向について、「（キャッシュレス決済利用層）頻度が増える」33.0%、「（キャッシュレス決済利用層）頻度は変わらない」29.7%、「（キャッシュレス決済未利用層）始めるきっかけになる」17.8%、「（キャッシュレス決済未利用層）始めようとは思わない」19.4%である。

- ・性別や年代別では大きな差は見られない。
- ・世帯年収別では、年収が下がるにつれて「（キャッシュレス決済未利用層）始めようとは思わない」の割合が高くなる。



		調査数	頻度が増える (キャッシュレス決済利用層)	頻度は変わらない (キャッシュレス決済利用層)	始めるきっかけになる (キャッシュレス決済未利用層)	始めようとは思わない (キャッシュレス決済未利用層)
全体		545	33.0	29.7	17.8	19.4
性別	男性	245	32.7	30.6	15.1	21.6
	女性	300	33.3	29.0	20.0	17.7
年代別	30代以下	161	37.9	27.3	21.1	13.7
	40・50代	204	35.3	30.9	16.7	17.2
	60代以上	180	26.1	30.6	16.1	27.2
世帯年収別	400万未満	188	23.9	29.8	16.5	29.8
	400～800万未満	210	39.5	28.6	18.1	13.8
	800万円以上	74	39.2	33.8	17.6	9.5

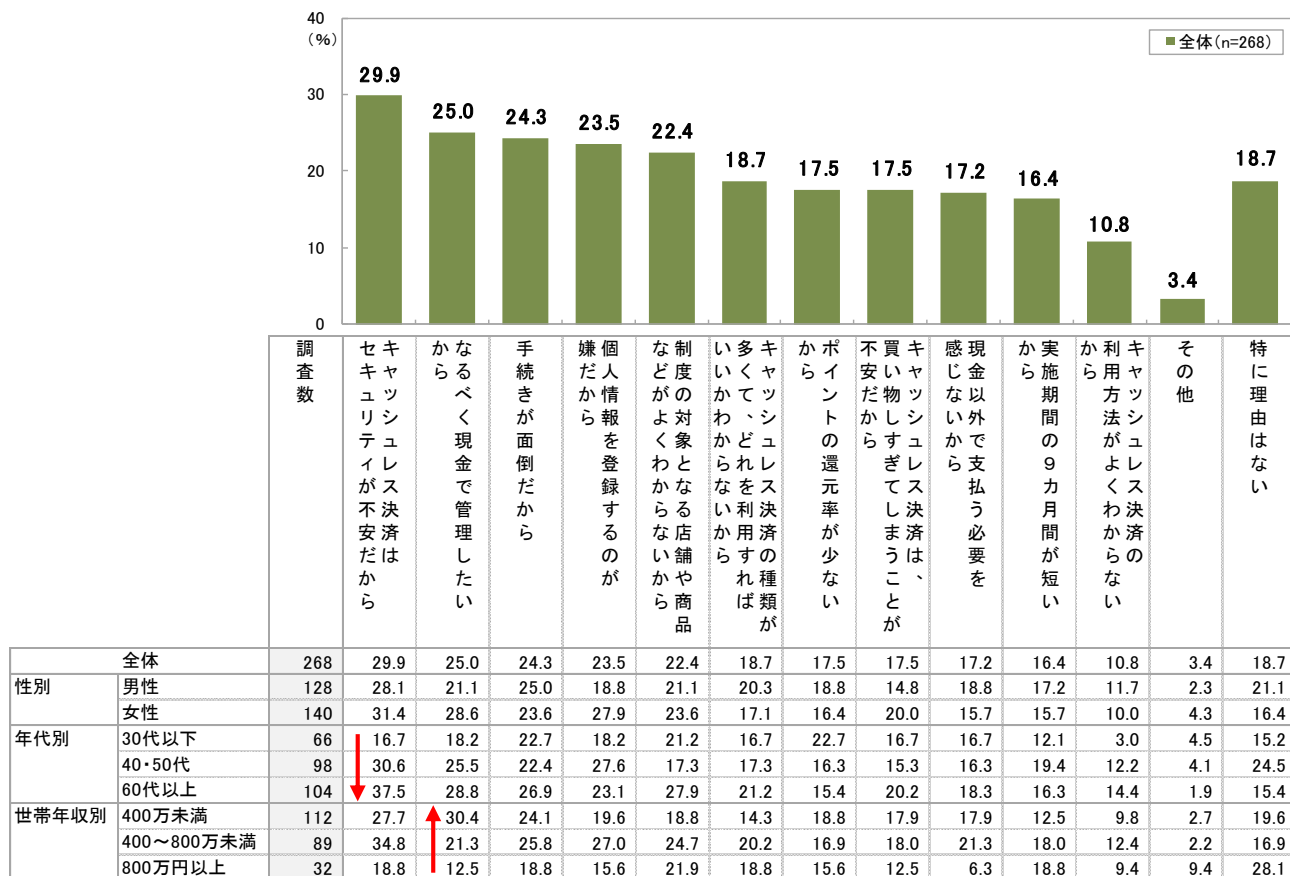
6. 「ポイント還元制度」の非利用意向理由

世帯年収400万未満層にとって「ポイント還元制度」の内容は、すでに定着している現金での管理メリットを覆すものに至っていない。

「ポイント還元制度」の非利用意向理由について、「キャッシュレス決済はセキュリティが不安だから」の割合が29.9%で最も高く、「なるべく現金で管理したいから」25.0%、「手続きが面倒だから」24.3%の順である。

- ・性別では大きな差は見られない。
- ・年代別では年代が上がるにつれ「キャッシュレス決済はセキュリティが不安だから」の割合が高くなる。
- ・世帯年収別では年収が下がるにつれ「なるべく現金で管理したいから」の割合が高くなる。

◆「ポイント還元制度」の非利用意向理由【複数回答】 ※非利用意向層限定



発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail : inq@gcom-net.co.jp