
消費税増税前の最大関心事は “キャッシュレス決済のポイント還元”等

Q&A サイトで垣間見える、増税前の消費行動の傾向や関心事

【調査結果サマリー】

- 今年（2019年）10月予定の消費税増税に関連し、導入予定のクレジットカードなどのキャッシュレス決済のポイント還元制度への関心が高い
- 前回消費税増税時（2014年4月）の際は、「値上げ」「便上値上げ」などへの関心の高さが伺えた
- 気にしている世代は、子育てなどを含む日々のやりくりで直面している 20代～40代が圧倒的

2019年10月から消費税の税率が現在の8%から10%に引き上げられる予定になっています。

オウケイウェイヴ総研（所在地：東京都渋谷区、所長：大山泰）では、今年10月に予定されている消費税増税前の最近の消費者の行動や意識について、過去の消費税増税前の消費者の行動や意識との変化などを、日本初、最大級のQ&Aサイト「OKWAVE」(<https://okwave.jp> 以下、「OKWAVE」)の中の投稿やそのデータ数等から特徴を探ってみました。

<調査期間 ※下記期間の「OKWAVE」の質問投稿を調査>

①2018年12月01日～2019年5月31日（今回）

②2013年10月01日～2014年3月31日

（2014年4月1日の消費税率5%から8%への増税前の半年間）

■投稿キーワードから見る消費者行動や関心、意識の分析

下段、図①（調査期間2018年12月01日～2019年5月31日（今回））のキーワードマップ^(※1)を見ると、前回の増税には無かった「電子マネー」「ポイント還元」が出ており、図には出ていませんが、「キャッシュレス」「クレジットカード」というキーワードも投稿内に見受けられます。

これは、2019年10月から予定の消費税率の8%から10%への2%増税の際に、電子マネーなどでキャッシュレス決済を行う場合、中小事業者での物品やサービスの購入の場合には、9カ月間の期間限定で5%のポイント還元、コンビニや外食などのフランチャイズ店でキャッシュレス決済をした場合は2%ポイントの還元が行われる制度（「キャッシュレス・消費者還元事業」）が合わせて導入されることなどから、“この制度を使って出来るだけ得する方法を知ろう”とする人や関心が高いことがデータ分析から分かります。また、一部の食料品などへの税率を8%に据え置く軽減税率については、いくつか投稿されていますが、それほど目立ってはいないようです。

下段、図②（調査期間2013年10月01日～2014年3月31日）のキーワードマップを見てみると、「増税」から出ている太めの線（関連性が高い）は、「買う」「購入」となっています。そこからさらに関連性を見ていくと「家電」「パソコン」「家」「土地」「車」となっており、前回2014年4月の増税前には、金額の大きな買い物、駆け込み需要への関心が高かった事が伺えます。

また、「定期（券）」についても多くの勤労者の場合、新年度（4月から）「定期（券）」が新しい価格になるケースが多いことから、「定期（券）」の購入について関心と意識が高かったことが伺えます。さらに、「値上げ」についても関心が高く、具体的な消費項目では「ガソリン」が目立ちますが、同時に「便乗値上げ」についても関心が高かったことが伺えます。

消費税増税に関する実際の投稿

(「OKWAVE」の質問投稿から意見/質問等抜粋)

※原文一部略等あり

【本年増税予定前：2018年12月01日～2019年5月31日の投稿から】

◎新築住宅を検討中です。(中略) 消費税増税を前に、駆け込んだ方が良いか否かで質問です。増税～住宅エコポイント(未定ですが)までの空白期間の請負契約は(中略)避けたいと思っているのですが、空白期間のほうが値引きで得する等など様々な意見がある中、みなさんのご意見をお聞かせください。(中略) 住宅ローン控除があるにしても2～3千万に10%はきついと思うのですが。

◎消費税増税後に賃料の変更がある場合の家賃は短期前払費用として経費処理できますか？(中略) 平成31年分の賃料を、1月～9月まで消費税8%、10月～12月まで消費税10%として請求され、支払いました。(中略) 9月で一旦切れているだろと考えられてしまい(実際、経過措置使わないということなので)9月までは経費ですが、10月～12月は資産計上ということになるのでしょうか。

◎(中略) キャッシュレス対応をすると中小企業には5%のポイント還元があると言われていますが、対象となる業種は、どのようなところになるか教えてください。(特に学習塾は対象になるか) また、政府のどこに問い合わせればわかりますか？

◎(中略) 軽減税率はどうなったのでしょうか。食品は別で例えば切っていないブロック刺身などは軽減税率を適応するなど言っていませんでしたか？何かオリンピック前の集金か、現在景気が良いと言う理由だそうですが景気が良いと感じられますか？

◎(中略) 高齢者社会の中で、(中略) 電子マネーカードがあまりにも多いので、どのカードかレジの前で時間が掛かります。そこで、日本銀行発行の全国全店共通の電子マネーカード発行し、他の電子マネーカードは破棄、その上で消費税の還元をすれば、高齢者も悩まなくて良いと思います。皆様のご意見をお聞かせ下さい。

【前回消費増税時：2013年10月01日～2014年3月31日の投稿から】

<ガソリンについて>

◎(中略) 100均商品・ガソリン(中略) 私の思いつくものでは上記が消費税増税後にディスカウントの可能性が無く、増税前に必ず買い置きすべきものだと

思います。皆さんはどんな物を買いましたか？またはする予定ですか？

◎消費税増税絡みで4月からガソリン上がりますが、原油価格の変動も合わせると今後リッターいくらくらいになるのでしょうか。駆け込みで満タンにしたとしても値上げが不安です。

<住宅について>

◎消費増税後の金利。2014年4月から消費税が8%に上がることが決定しましたが、増税による住宅ローンの金利はどのような影響があるか、現状分かることがあれば教えてください。

◎消費税により賃貸アパートの家賃上がりますか？賃貸住宅に住んでいます。今のところ、値上げはありません。ですが、今後消費税増税により家賃が上がるような気がしているのですが、どうなると思いますか？

<車・電車について>

◎消費税増税後の近鉄電車の回数券使用について。(中略)現在、近鉄電車の回数券250円区間を使用しています。消費税増税後は260円にあがるのですが、回数券はそのまま使えるのか、10円足して乗ることが出来るのか、おしえてください。

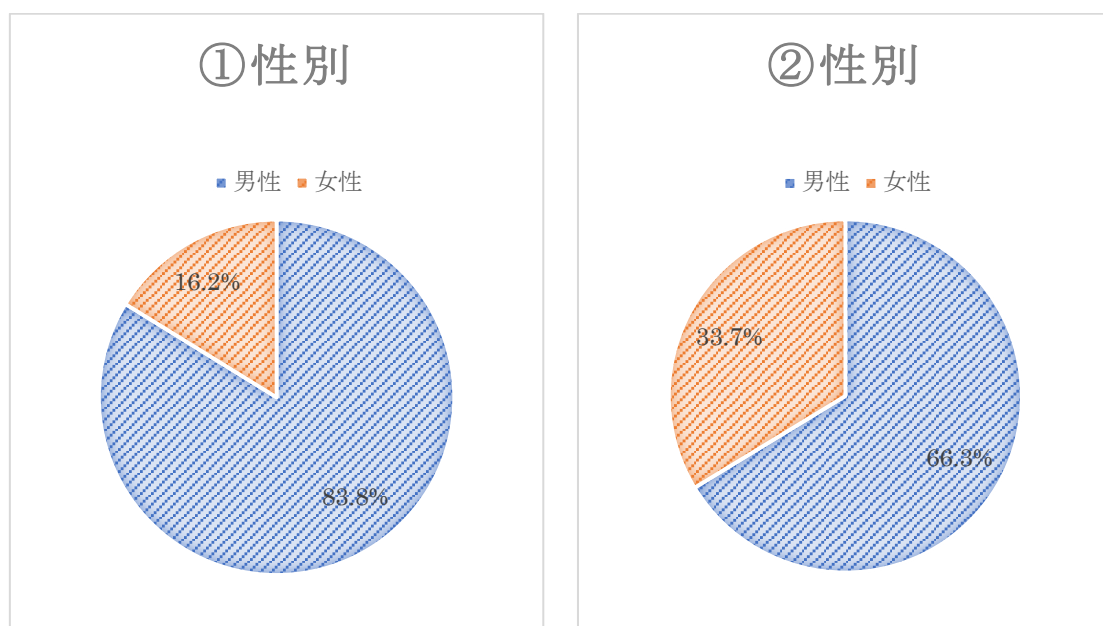
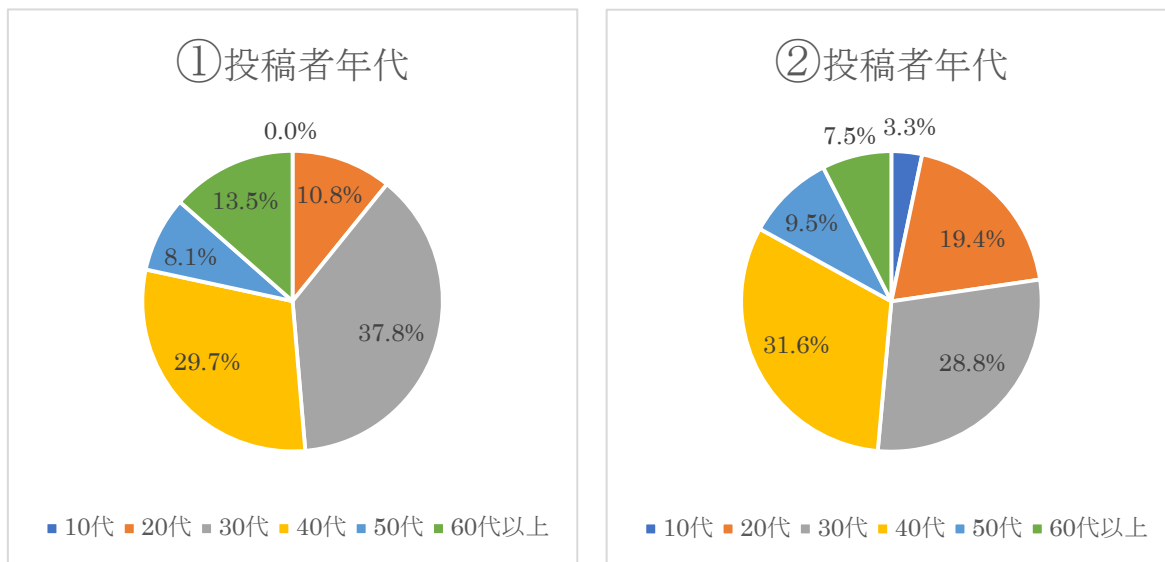
◎増税前の車の購入時期。来年の消費税増税前に車を購入しようと思っていますが、3月中に契約すれば5%のままなののでしょうか。それとも、3月いっぱいだと8%が適用になってしまうのでしょうか？

投稿者の年代・性別の内訳

最後に、①(調査期間2018年12月01日～2019年5月31日)の投稿者、②(調査期間2013年10月01日～2014年3月31日)の投稿者、を年代・性別に分けてみました。

①②とも20代～40代、男性が多いという結果になっています。これは、子育てなど生活の日々のやりくり直面する世代も含んでおり、投稿内容から読み解いても、日々の生活に直結していることが伺えます。

また、20代～40代は比較的、電子マネー、キャッシュレス決済に抵抗感がない世代であり、ポイント還元に興味関心があることが伺えます。



■研究員（早川 貴仁）より

Q&A サイト「OKWAVE」では、日々色々な投稿がされています。

2019年は、10月に消費税増税が予定されていることから、今回、「消費税増税」の投稿についてまとめてみました。投稿の中には政治的なもの、政治制度等に関連しての投稿もありますが、このレポートでは「消費者行動」について取り上げました。その結果、消費に関連し幅広い関心、幅広い分野にわたる内容の投稿が

見受けられました。

- ・ポイント還元（今回の増税では）
- ・車、住宅などの大きな買い物
- ・ガソリンなどの日用品
- ・回数券等の 10 円単位の相談

また、投稿（悩み相談）をする世代が 20 代～40 代という点についても興味深いです。これは生活に直面している世代が“少しでも得ができないか”という点に関心が高く、それに基づいて行動している傾向があるとみられます。

また、本レポートには記載していませんが、今回掲載した消費税増税に関する多くの投稿（質問）の多くは、別のユーザーの回答によって解決されています。今後も Q&A サイト「OKWAVE」の場を通じて、(株) オウケイウェイヴは皆様のお役に立てるよう努力を続け、また、オウケイウェイヴ総研は消費者行動分析等をさらにご提供していきたいと考えています。

■オウケイウェイヴ総研所長・大山泰のコメント

2019 年 10 月に予定されている消費増税（税率 8%から 10%への引き上げ）に関しては、令和のスタート前後から、「消費増税凍結で与党が衆参ダブル選挙を念頭か？」などの政治的な思惑？等の話題が大手報道機関、大手メディアなどで取りざたされていましたが、弊社の Q&A サイトをサーベイし、分析する限りでは、多くの生活者は消費増税予定を前に、日々の消費や出費などにどのような影響があり、実際的な消費行動に係わる変化への関心が高いことがわかりました。

また、2008 年 9 月のリーマンショック、その後の世界的な景気回復を経て今年 2019 年は 11 年を経ましたが、2019 年は“景気の先行き不透明感強まる恐れ”が経済専門家等の分析などから様々に指摘されている中、多くの人が日々の消費について細かく意識を持ち、行動していることも垣間見えています。