

令和元(平成31)年度 金沢商工会議所 消費動向モニタリング調査(基礎調査) 結果概要

- 調査目的 令和元年10月から実施された消費税率引上げ、軽減税率制度導入に伴う消費者行動の変化や、キャッシュレス・消費者還元事業の利用状況を明らかにし小規模事業者の事業の見直し、今後の事業戦略の立案・実施の参考に資する。
- 調査実施期間 令和2年3月時点
- 調査対象 当所議員・評議員企業に勤務する従業員117名
- 回答数 83名(男性:40名、女性:43名)
- 回答率 70.9%

※集計結果は四捨五入し、表記しているため、合計が100%にならない場合がある。

※キャッシュレス・消費者還元事業:対象店舗でキャッシュレス決済を行った場合にポイントが還元される制度(以下、ポイント還元制度)。

●回答年齢層

年齢層	人数	%
20代	8	9.6%
30代	15	18.1%
40代	23	27.7%
50代	32	38.6%
60代以上	5	6.0%
合計	83	100%

■調査結果の概要

- 消費税率引上げや軽減税率制度の導入前後では、自身の消費行動について「あまり変化していない」(53.7%)、「多少、変化した」(26.8%)、「大きく変化した」(3.7%)の順に選択され、約3割が消費行動の変化を実感している。変化した部分として、キャッシュレス決済利用率の増加や外食回数の減少、節約意識の高まりを上げる声が多く聞かれた。
- 消費税率引上げや軽減税率制度の導入に関しては、個人消費の冷え込みや高価格品の買い控えを感じる一方、軽減税率制度の有益さを認識した等の意見が見られた。しかしながら、同制度については、制度そのものの煩雑さ等を指摘する声が多く挙げられた。
- 支払方法については、「可能ならほぼキャッシュレス」(37.3%)、「どちらかと言えばキャッシュレス」(26.5%)、「どちらかと言えば現金」(20.5%)、「ほぼ現金」(15.7%)と、半数以上が現金よりもキャッシュレス決済制度を利用した支払が多いと回答した。現金での支払が多い層は、その理由として「現金払いに不便を感じない」(50.0%)、「浪費の危険性がある」(46.7%)、「ネット環境やセキュリティ等に不安がある」(43.3%)の順に多く選択された。キャッシュレス決済制度を利用した支払が多い層は、利用する制度として「クレジットカード」(92.2%)、「電子マネー」(54.9%)、「QRコード決済」(39.2%)を選択し、その理由として小銭を扱わない簡便さやポイント等の付加価値を目的とした意見が見られた。
- 店舗を選ぶ際、キャッシュレス決済制度が利用可能かを気にする割合としては、「あまり気にしない」(41.0%)、「少し気にする」(28.9%)、「とても気にする」(16.9%)、「まったく気にしない」(13.3%)の順に選択された。気にかける理由では、ポイント還元制度を利用したい等が、気にかけない理由では、現金払いが多い等が、それぞれ挙げられた。
- ポイント還元制度について、制度終了前に購入したいものでは「美容・化粧品」、「家電製品・AV機器」、「家具・インテリア」(同率19.6%)が、制度に関係なく購入するものでは「食料品」(10.2%)が、制度終了後は買い控えるものでは「家電製品・AV機器」、「車・バイク」(同率17.8%)が、それぞれ最も多く選択された。

■質問1:消費税率引上げや軽減税率制度の導入前後で、あなた自身の消費行動に変化はありましたか。

□全体

項目	回答数	%
① 大きく変化した	3	3.7%
② 多少、変化した	22	26.8%
③ あまり変化していない	44	53.7%
④ まったく変化なし	13	15.9%
⑤ その他	0	0.0%
合計	82	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	1	2
②	6	16
③	25	19
④	7	6
⑤	0	0
合計	39	43

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~	不明
①	0	1	1	1	0	0
②	3	5	4	10	0	0
③	3	9	17	13	2	0
④	2	0	1	7	3	0
⑤	0	0	0	0	0	0
合計	8	15	23	31	5	0

- 消費税率引上げや軽減税率制度に関する消費行動の変化については、「あまり変化していない」(53.7%)が最も多く選択された。一方で、「多少、変化した」(26.8%)・「大きく変化した」(3.7%)と、約3割が自身の消費行動が変化したと回答している。

■質問2:問1で「大きく変化した」「多少、変化した」と回答した方に伺います。変化したのはどのような部分でしたか。

※一部のみ掲載。

問1の回答	性別	年齢層	変化した部分(自由記述)
多少、変化した	男性	20代	日用品を除く10%対象のものの買い控え。外食が減った。
多少、変化した	男性	50代	持ち帰りが多くなり、代金決済も電子決済が中心となった。
多少、変化した	女性	40代	導入前に増税が予想されるものをいくつか買い替えや新規購入をした。また、増税されたものを購入する際には、必要かどうかよく考えて買うようになった。
大きく変化した	女性	30代	現金を使わなくなった。還元事業対象店の利用が増えた。

- 性別を問わず「現金の支払ではなく意識的にキャッシュレス決済を行うようになった」、「店内飲食をしなくなった」、「出来るだけものを購入しなくなった」など、キャッシュレス決済利用率の増加、外食回数の減少、節約意識の高まりを挙げる声が聞かれた。
- ポイント還元制度については、複数の女性から「対象店舗ではクレジットカードを利用するようになった」、「対象店舗かを気にするようになった」、「対象店舗の利用が増えた」といった意見が挙げられた。

■質問3:消費税率引上げや軽減税率制度の導入に伴い感じたことを自由にご記入下さい。

※一部のみ掲載。

問1の回答	性別	年齢層	変化した部分(自由記述)
あまり変化していない	男性	40代	軽減税率のおかげか、あまり増税した実感が無い。外食時に多少、感じる程度。高額品の購入をしていないからかもしれないが。
多少、変化した	女性	40代	今までと同じ量の買い物をしてレジで会計のときに高額になっているので、少し控えようかなと思う。8%と10%の商品の区別がわかりづらい。
あまり変化していない	男性	60代以上	価格表記に消費税がかかるのはわかっているが、支払い時に「あーこんなに高くなるんだ」と思う。
まったく変化していない	女性	50代	普段の生活では必要のない買い物を控えることになったことはいいことだと思う。しかし、仕事面では軽減税率になるものとならないものがあるので伝票の仕分けが大変になった。
あまり変化していない	男性	30代	全て10%のほうの方がわかりやすい。
多少、変化した	女性	20代	制度が難しい(対象となるお店やキャッシュレス決済が様々)。高齢者の方にはなじみないと思う。ただ使い分けを理解した上で利用できるとお得である。
多少、変化した	女性	50代	請求費、領収書等記入時の消費税率の記載に多少時間がかかる。8%、10%の表示が高齢者には理解しにくい。
多少、変化した	男性	50代	良かった点:電子決済によるポイント還元等により、増税負担の重しをあまり感じない点 改善を感じる点:軽減税率との区別がわかりづらい。また、法人での経理処理負担増加
あまり変化していない	男性	50代	導入する店は、税率の判断・システム設定など大変だったと思う。軽減税率の判断が難しく、徹底できないと思う。
あまり変化していない	女性	30代	なるべく持ち帰って食べられる物は持ち帰りにして2%を浮かせようと思う。

※ 問1:消費税率引上げや軽減税率導入に伴う消費行動の変化

- 消費税率の引上げについて「個人消費が落ち込んだ」、「高い買い物をするときに抵抗が生まれた」等の意見があった一方で、軽減税率制度やポイント還元制度を引き合いに「食品関係の品が軽減税率なのは助かります」、「還元されるため消費税率が上がった実感はあまりない」との声も聞かれた。
- しかしながら、軽減税率制度については「軽減税率の対象なのかどうかわかりづらい」・「店内飲食とテイクアウトの税率が異なるのがややこしい」、「事業者は管理や判断が大変では」・「税率の判断・システム設定など大変だったと思う」等、制度そのものの複雑さに加え、事業者負担の増加を指摘する声も相次ぐ結果となった。

■質問4:日頃、支払が必要なすべての場面において、どの程度、キャッシュレス決済制度を利用していますか。

□全体

項目	回答数	%
① 可能であればほぼキャッシュレス	31	37.3%
② どちらかと言えばキャッシュレス	22	26.5%
③ どちらかと言えば現金	17	20.5%
④ ほぼ現金	13	15.7%
合計	83	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	13	18
②	9	13
③	11	6
④	7	6
合計	40	43

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~	不明
①	1	9	9	12	0	0
②	2	5	4	10	1	0
③	1	1	6	7	2	0
④	4	0	4	3	2	0
合計	8	15	23	32	5	0

- キャッシュレス決済制度の利用程度については、「可能ならほぼキャッシュレスで支払っている」(37.3%)、「どちらかと言えばキャッシュレスでの支払が多い」(26.5%)と、半数以上がキャッシュレス決済制度での支払頻度が現金での支払頻度を上回ると回答した。

■質問5:問4で「どちらかと言えば現金」「ほぼ現金」と回答した方に伺います。その理由について、当てはまるものをすべて選択して下さい。

□全体

項目	回答数	%
① 特に理由なし(なんとなく不安等)	5	16.7%
② 現金払いに不便を感じない	15	50.0%
③ 浪費の危険性がある	14	46.7%
④ どの仕組みがよいか不明	7	23.3%
⑤ ネット環境やセキュリティ等が不安	13	43.3%
⑥ その他	3	10.0%
回答者数	30	-

□性別(回答数)

	男性	女性
①	4	1
②	9	6
③	8	6
④	3	4
⑤	6	7
⑥	3	0
回答者	18	12

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~	不明
①	1	0	0	4	0	0
②	1	1	4	5	4	0
③	3	0	4	5	2	0
④	0	0	2	4	1	0
⑤	0	0	7	4	2	0
⑥	0	0	2	0	1	0
合計	5	1	10	10	4	0

- キャッシュレス決済制度と比べて現金での支払率が高い層は、その理由として、4割以上が「現金払いに不便を感じない」(50.0%)、「浪費の危険性がある」(46.7%)、「ネット環境やセキュリティ等に不安がある」(43.3%)を選択した。
- その他として、「キャッシュレス決済サービス提供会社の仕組みがよくわからない」(男性/40代)等の意見が見られた。

■質問6:問4で「可能ならばキャッシュレス」「どちらかと言えばキャッシュレス」と回答した方に伺います。
日頃、どのようなキャッシュレス決済制度を利用していますか。当てはまるものをすべて選択して下さい。

□全体

項目	回答数	%
① クレジットカード	47	92.2%
② デビットカード	14	27.5%
③ 電子マネー(電車等での利用を除く)	28	54.9%
④ プリペイドカード	6	11.8%
⑤ QRコード決済	20	39.2%
⑥ その他	1	2.0%
回答者数	53	-

□性別(回答数)

	男性	女性
①	20	27
②	5	9
③	14	14
④	3	3
⑤	8	12
⑥	1	0
回答者	22	29

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~	不明
①	3	11	12	20	1	0
②	2	3	4	4	1	0
③	2	4	6	15	1	0
④	0	1	2	2	1	0
⑤	2	3	5	9	1	0
⑥	0	1	0	0	0	0
合計	3	13	13	21	1	0

※一部のみ掲載。

問4の回答	問6の回答	性別	年齢層	理由(自由記述)
どちらかと言えばキャッシュレス	①②③	男性	20代	ポイントがつくから。小銭を数えて出す手間がない。
可能ならキャッシュレス	①②④	男性	40代	ポイント還元が享受できるため。
可能ならキャッシュレス	①	女性	30代	クレジットカードのポイントをためたい。
どちらかと言えばキャッシュレス	①⑤	女性	50代	キャッシュレスで支払うと還元されるため。現金支払より簡単に支払できるため。
どちらかと言えばキャッシュレス	①③	男性	40代	電子マネーであれば、チャージ毎に金額が確認でき、使いすぎる心配がないから。
どちらかと言えばキャッシュレス	①③⑤	女性	20代	小銭が出ないので小さい財布しか必要がなくなり楽になった。同時に、携帯電話やカードがあれば財布の必要がなくなり楽。一番は、ポイントや還元がある点。
可能ならキャッシュレス	①③⑤	男性	40代	手持ちの現金を持ち歩きたくない(面倒なため)。

※ 問4：日頃のキャッシュレス決済制度・利用度合

※ 問6：日頃、利用するキャッシュレス決済制度 / ①クレジットカード、②デビットカード、③電子マネー、④プリペイドカード、⑤QRコード決済

- 現金と比較してキャッシュレス決済制度を利用した支払率が高い層では、「クレジットカード」(92.2%)、「電子マネー(電車等での公共交通機関での利用を除く)」(54.9%)が特に多く利用されていることがわかった。
- また、その理由として、性別を問わず「釣銭が増えるのを防げる」・「財布がかさばらない」、「5%還元等のサービスがある場合は利用している」・「(クレジットカード等の)ポイントがあるから」等、小銭を扱わないことの簡便さや付加価値を目的とした意見が多く聞かれた。

■質問7：日頃、商品・サービスを購入する店舗を選ぶ際、キャッシュレス決済制度の利用が可能であるかをどの程度、気にされますか。

□全体

項目	回答数	%
① とても気にする	14	16.9%
② 少し気にする	24	28.9%
③ あまり気にはしない	34	41.0%
④ まったく気にしない	11	13.3%
合計	83	100%

□性別(回答数)

	男性	女性
①	7	7
②	10	14
③	18	16
④	5	6
合計	40	43

□年代別(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60～	不明
①	1	3	6	4	0	0
②	1	9	6	8	0	0
③	5	1	10	16	2	0
④	1	2	1	4	3	0
合計	8	15	23	32	5	0

※一部のみ掲載。

問4の回答	問6の回答	問7の回答	性別	年齢層	理由(自由記述)
どちらかと言えば現金	-	少し気にする	女性	40代	できるのであれば、キャッシュレスの方がお得なのかな？と思うので。
ほぼ現金	-	あまり気にはしない	男性	40代	キャッシュレス決済の仕組みがよくわからない。
どちらかと言えばキャッシュレス	①②③	とても気にする	男性	20代	可能な限りキャッシュレスで払いたいから。
どちらかと言えばキャッシュレス	①⑤	とても気にする	女性	30代	現金を少額しかもっていないことが多いため。
ほぼキャッシュレス	①③	とても気にする	男性	40代	同水準の店舗ならキャッシュレス決済ができる(選択肢が多い)方を選ぶ。
どちらかと言えば現金	-	あまり気にはしない	男性	50代	高額商品の買い物は利用可能か否かを確認するが、その他は基本的に現金支払で対応。
どちらかと言えばキャッシュレス	①③⑤	少し気にする	女性	40代	キャッシュレス決済が可能ならば使用し、還元を受けたい。
どちらかと言えば現金	-	まったく気にしない	女性	60代以上	クレジットカードは持っているが、実際には現金で払うことに慣れている。

※ 問4：日頃のキャッシュレス決済制度・利用度合

※ 問6：日頃、利用するキャッシュレス決済制度 / ①クレジットカード、②デビットカード、③電子マネー、④プリペイドカード、⑤QRコード決済

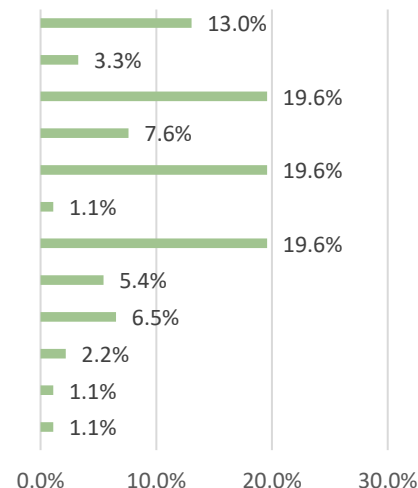
- 店舗を選ぶ際、キャッシュレス決済制度が利用可能かをどの程度、気にするかを尋ねたところ、「あまり気にはしない」(41.0%)、「少し気にする」(28.9%)、「とても気にする」(16.9%)、「まったく気にしない」(13.3%)の順に選択された。
- クレジットカード等で支払えるかを気にかける理由では「手持ちの現金が少ない」、「ポイント還元制度を利用したい」が、気にかけない理由では「現金払いが多いため」、「ほとんどの店舗で利用できるから」等の意見が聞かれた。

■質問8:ポイント還元制度について、還元期間(本年6月まで)の終了前に買おうと思うもの、終了後に買い控えるものはありますか。
項目ごとに1つを選び、○を記入して下さい。

■質問8-1:ポイント還元制度について、還元期間(本年6月までを予定)の終了前に購入しておきたいもの。

□全体

項目	回答数	%
(ア)日用品	12	13.0%
(イ)食料品	3	3.3%
(ウ)美容・化粧品	18	19.6%
(エ)衣料品(ファッション)	7	7.6%
(オ)家電製品・AV機器	18	19.6%
(カ)習い事・教室・資格・自己啓発	1	1.1%
(キ)家具・インテリア	18	19.6%
(ク)車・バイク	5	5.4%
(ケ)住宅・リフォーム	6	6.5%
(コ)旅行	2	2.2%
(サ)スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞等	1	1.1%
(シ)その他	1	1.1%
回答件数(不明を除く)	92	100%



※その他:スポーツ用品
(男性/50代)

□性別
(回答数)

	男性		女性	
(ア)	1	3.1%	11	18.3%
(イ)	1	3.1%	2	3.3%
(ウ)	4	12.5%	14	23.3%
(エ)	5	15.6%	2	3.3%
(オ)	7	21.9%	11	18.3%
(カ)	1	3.1%	0	0.0%
(キ)	6	18.8%	12	20.0%
(ク)	2	6.3%	3	5.0%
(ケ)	1	3.1%	5	8.3%
(コ)	2	6.3%	0	0.0%
(サ)	1	3.1%	0	0.0%
(シ)	1	3.1%	0	0.0%
合計	32	100%	60	100%

□年代別
(回答数)

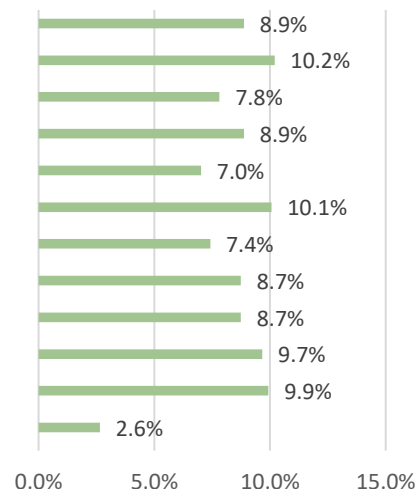
	20代	30代	40代	50代	60~	不明
(ア)	0	2	4	6	0	0
(イ)	0	1	0	2	0	0
(ウ)	3	2	5	8	0	0
(エ)	0	1	1	5	0	0
(オ)	3	3	5	7	0	0
(カ)	0	0	0	1	0	0
(キ)	2	4	5	7	0	0
(ク)	2	0	1	2	0	0
(ケ)	2	1	1	2	0	0
(コ)	0	0	0	2	0	0
(サ)	0	0	1	0	0	0
(シ)	0	0	0	1	0	0
合計	12	14	23	43	0	0

- ポイント還元制度の終了前に購入しておきたいものとして、「美容・化粧品」、「家電製品・AV機器」、「家具・インテリア」が同率(19.6%)で最も多く選択された。
- 男女別に選択割合の差が最も大きい項目を確認すると、男性に比べ女性が「日用品」を、女性に比べ男性が「衣料品」を、より多く選択している。

■質問8-2:ポイント還元制度について、還元期間(本年6月までを予定)は特に気にせず購入するもの。

□全体

項目	回答数	%
(ア)日用品	67	8.9%
(イ)食料品	77	10.2%
(ウ)美容・化粧品	59	7.8%
(エ)衣料品(ファッション)	67	8.9%
(オ)家電製品・AV機器	53	7.0%
(カ)習い事・教室・資格・自己啓発	76	10.1%
(キ)家具・インテリア	56	7.4%
(ク)車・バイク	66	8.7%
(ケ)住宅・リフォーム	66	8.7%
(コ)旅行	73	9.7%
(サ)スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞等	75	9.9%
(シ)その他	20	2.6%
回答件数(不明を除く)	755	100%



※その他:具体例の記入なし

□性別
(回答数)

	男性		女性	
(ア)	38	10.2%	29	7.6%
(イ)	38	10.2%	39	10.2%
(ウ)	33	8.9%	26	6.8%
(エ)	30	8.1%	37	9.7%
(オ)	27	7.3%	26	6.8%
(カ)	35	9.4%	41	10.7%
(キ)	30	8.1%	26	6.8%
(ク)	32	8.6%	34	8.9%
(ケ)	32	8.6%	34	8.9%
(コ)	33	8.9%	40	10.4%
(サ)	35	9.4%	40	10.4%
(シ)	9	2.4%	11	2.9%
合計	372	100%	383	100%

□年代別
(回答数)

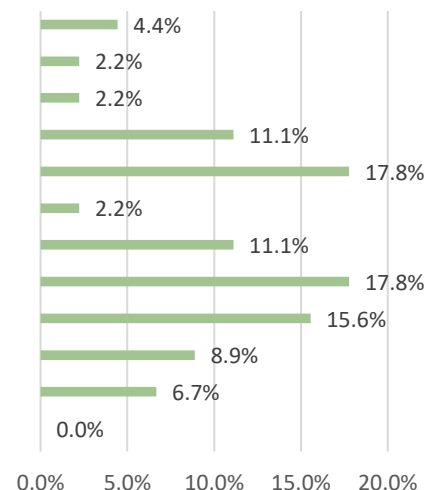
	20代	30代	40代	50代	60~	不明
(ア)	8	11	18	25	5	0
(イ)	8	13	22	29	5	0
(ウ)	5	11	18	21	4	0
(エ)	7	13	21	22	4	0
(オ)	4	9	16	19	5	0
(カ)	7	13	23	29	4	0
(キ)	5	9	17	20	5	0
(ク)	5	13	20	24	4	0
(ケ)	5	12	19	25	5	0
(コ)	7	13	21	27	5	0
(サ)	7	12	21	30	5	0
(シ)	2	3	7	7	1	0
合計	70	132	223	278	52	0

- ポイント還元制度の還元期間を特に気にせず購入するものとして、「食料品」(10.2%)、「習い事等」(10.1%)、「スポーツ観戦等」(9.9%)の順で選ばれた。
- 男女別に選択割合の差が最も大きい項目を確認すると、男性に比べ女性が「衣料品」と「旅行」を、女性に比べ男性が「日用品」を、より多く選択している。

■質問8-3:ポイント還元制度について、還元期間(本年6月までを予定)の終了後は買い控えるもの。

□全体

項目	回答数	%
(ア)日用品	2	4.4%
(イ)食料品	1	2.2%
(ウ)美容・化粧品	1	2.2%
(エ)衣料品(ファッション)	5	11.1%
(オ)家電製品・AV機器	8	17.8%
(カ)習い事・教室・資格・自己啓発	1	2.2%
(キ)家具・インテリア	5	11.1%
(ク)車・バイク	8	17.8%
(ケ)住宅・リフォーム	7	15.6%
(コ)旅行	4	8.9%
(サ)スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞等	3	6.7%
(シ)その他	0	0.0%
回答件数(不明を除く)	45	100%



□性別
(回答数)

	男性	女性
(ア)	0 0.0%	2 9.5%
(イ)	0 0.0%	1 4.8%
(ウ)	0 0.0%	1 4.8%
(エ)	3 12.5%	2 9.5%
(オ)	4 16.7%	4 19.0%
(カ)	1 4.2%	0 0.0%
(キ)	2 8.3%	3 14.3%
(ク)	4 16.7%	4 19.0%
(ケ)	5 20.8%	2 9.5%
(コ)	3 12.5%	1 4.8%
(サ)	2 8.3%	1 4.8%
(シ)	0 0.0%	0 0.0%
合計	24 100%	21 100%

□年代別
(回答数)

	20代	30代	40代	50代	60~	不明
(ア)	0	1	1	0	0	0
(イ)	0	0	1	0	0	0
(ウ)	0	0	0	1	0	0
(エ)	1	0	1	3	0	0
(オ)	1	1	2	4	0	0
(カ)	1	0	0	0	0	0
(キ)	1	0	1	3	0	0
(ク)	1	1	2	4	0	0
(ケ)	1	0	3	3	0	0
(コ)	1	0	2	1	0	0
(サ)	1	1	1	0	0	0
(シ)	0	0	0	0	0	0
合計	8	4	14	19	0	0

- ポイント還元制度の終了後は買い控えるものとして、「家電製品・AV機器」、「車・バイク」が同率(17.8%)で最も多く選択された。
- 男女別に選択割合の差が最も大きい項目を確認すると、男性に比べ女性が「日用品」を、女性に比べ男性が「住宅・リフォーム」を、より多く選択している。