

## 消費増税などを控えて、消費マインドは低い水準が続く

～ 第 41 回熊本の消費予報調査－2019 年 5 月調査－ ～

### はじめに

当研究所では、毎年 5 月と 11 月に熊本県在住の女性を対象として、「収入」、「支出意欲」、「暮らし向き」及び、「日常的な支出」、「非日常的な支出」についての今後の見通しや、「熊本地震前と比較した現在の生活環境」などについて尋ねている。これらの調査結果の分析を通じて、熊本県の女性の消費マインドの今後の見通しなどを探りたい。

### 【調査結果の概要】

#### 1. 消費マインドは低い水準

➢ 2014 年 4 月の消費増税後に「支出意欲」が低下する中、熊本地震が発生した。その後、「収入」の見通しには回復感がみられたが、「支出意欲」の見通しは低い水準にとどまっている(図表 1)。

#### 2. 住宅関連には支出意欲

➢ 被災した住居の建て替えや、消費増税前の住宅取得など、住宅関連には支出意欲がうかがえる。それに伴う家財の購入などが「非日常的な支出の見通し」の水準を押し上げていることもうかがえた。

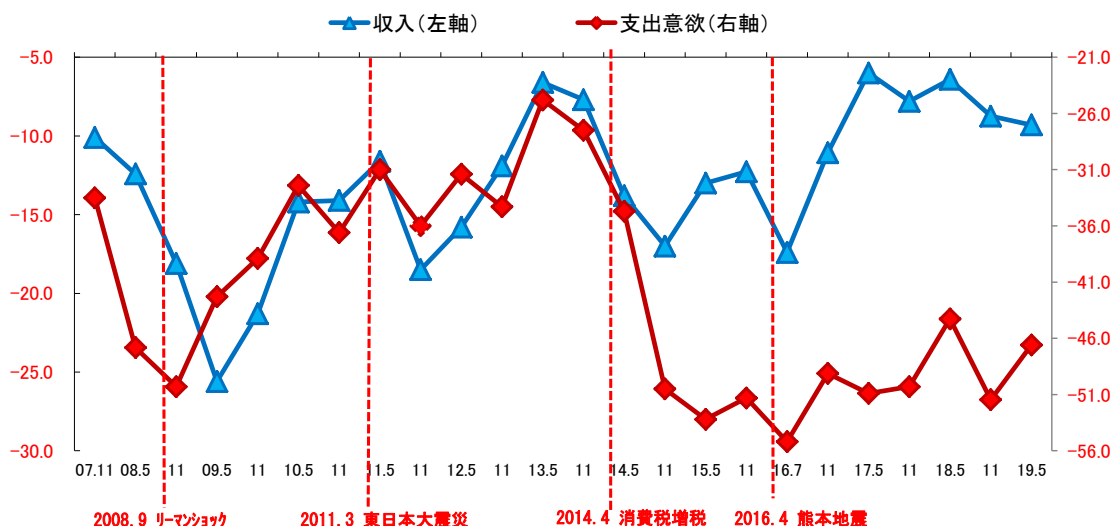
#### 3. 根強い震災の影響

➢ 消費増税による「日用品」の消費行動への影響では、熊本地震前と比較して「生活環境が未回復」の人で「影響がある」という回答が 4 割を超えるなど、影響の根強さがうかがえた。

#### 4. 消費増税への備え

➢ 消費増税による影響を乗り越え、未来を切り開くために、事業者にとってはマーケティング・マネジメントの経営技術にICTを活用することや、業務を変革する「経営力」が必要になると思われる。

図表 1 今後の見通し D I の長期推移 (収入と支出意欲)



#### 【調査の概要】

1. 調査対象：熊本県在住の20歳以上の女性
2. 調査期間：2019年5月15日～17日
3. 調査方法：調査会社登録モニターへのネット調査（調査会社：㈱マクロミル）
4. 有効回答：515人

#### 【回答者の属性】

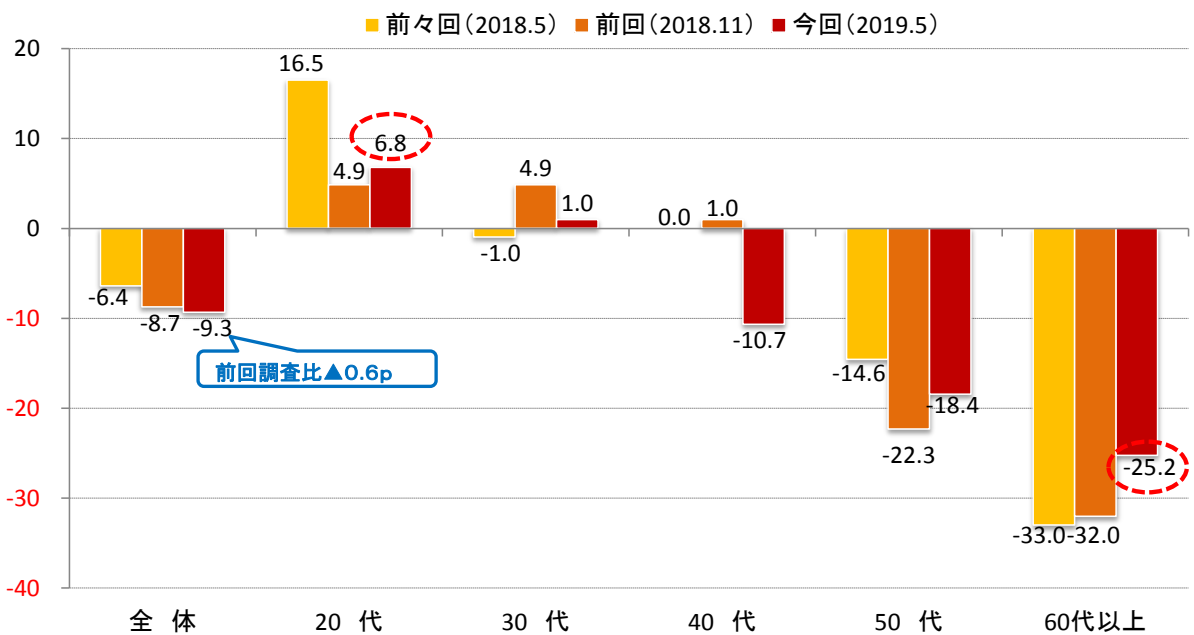
年代	実数 (人)	構成比 (%)
20 代	103	20.0
30 代	103	20.0
40 代	103	20.0
50 代	103	20.0
60代以上	103	20.0
合計	515	100.0

1. 今後の見通し DI

(1) 収入の見通し

- 収入の見通しDIは▲9.3で、前回調査比でわずかに悪化した。
- 年代別で最も高かったのは「20代」。自由回答をみると、収入増加の要因として、「昇給」や「子どもの保育園入園に伴う新規就業」などを要因にあげる意見がみられた。
- 最も低かったのは「60代以上」(図表2)。収入減少の要因として、「年金生活のため物価上昇で実質的な収入が減少する」や「定年退職した」などの意見があった。

図表2 収入の見通しDI (「増えそう」－「減りそう」)



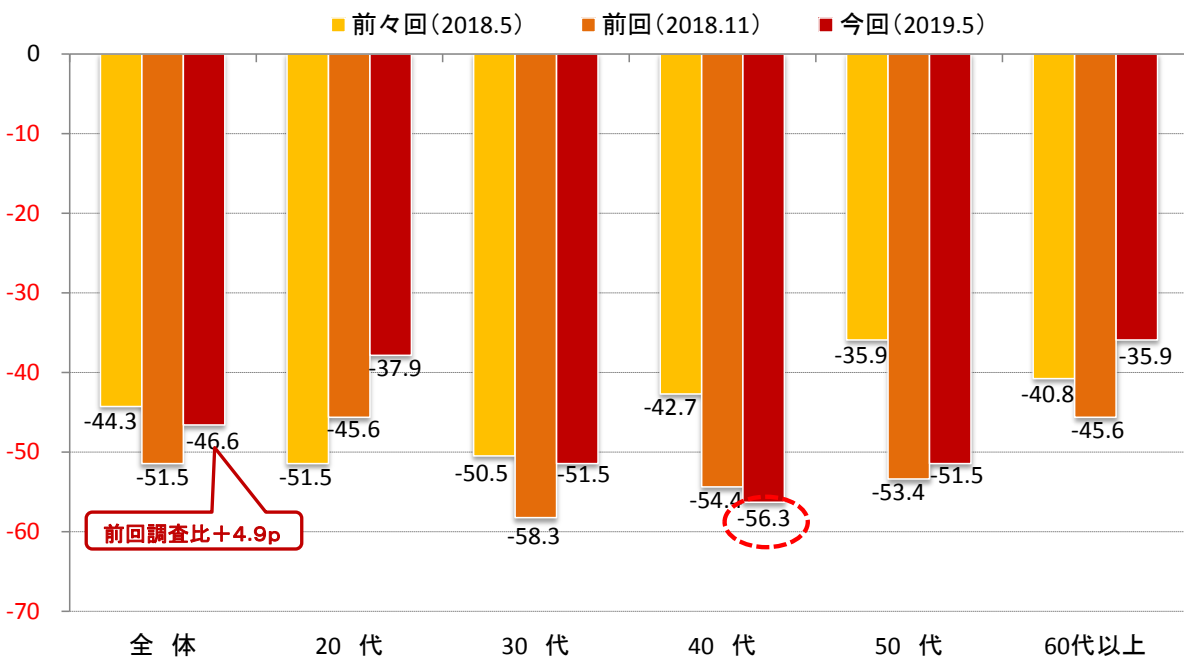
【収入の見通しに関する主な自由回答】

収入の見通し	年代	コメント
増えそう	20代	昇給したため
	20代	子どもを保育園に入れ、パートを始める
	30代	転職予定なので
	40代	パートから正社員になったから
	50代	賃金が上がった
変わらない	20代	仕事の内容や生活に大きな変化がないから
	30代	給料が増えないから
	40代	生活に変化がなさそうだから
	50代	給料が上がる見込みがない
	60代以上	年金生活だから
減りそう	30代	働き方改革のため残業が減るし、昇給予定がない
	40代	転職するから
	50代	働き方改革で残業が禁止
	60代以上	年金なので、物価の上昇に伴って実質的に収入が減る
	60代以上	定年退職したので

(2) 支出意欲の見通し

- 支出意欲の見通しDIは▲46.6 で前回調査比でわずかに改善した。しかしながら、リーマンショック前からの長期推移(1頁のグラフ参照)をみると依然として低い水準にとどまっている。
- 年代別で最も低かったのは、「40代」(図表3)。自由回答では、支出意欲低下の要因として、「消費増税」をあげる意見が多くみられた。
- 「消費増税」については年代を問わず影響がうかがえた。自由回答では、「消費税分を引き締めと思う」(60代以上)などの意見がみられた。

図表3 支出意欲の見通しDI (「緩める」+「少し緩める」) - (「引き締める」+「少し引き締める」)



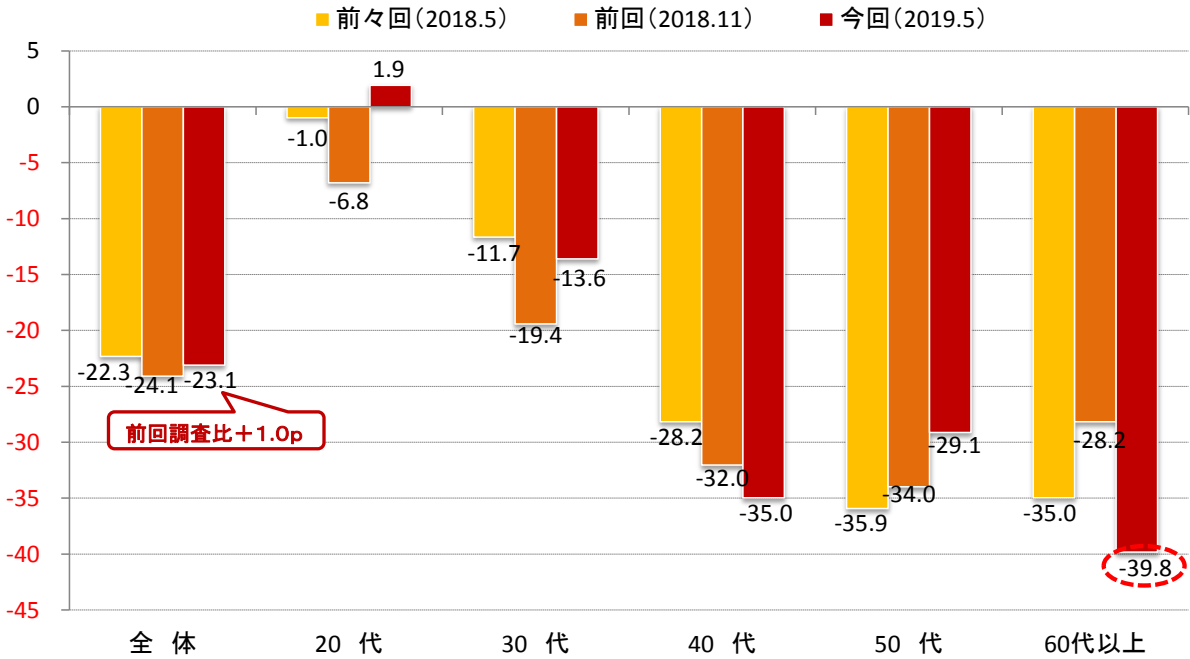
【支出意欲の見通しに関する主な自由回答】

支出意欲の見通し	年代	コメント
緩める	60代以上	消費税が上がる前に買いこむ
少し緩める	20代	自分にご褒美をあたえたい
	40代	消費税が上がる前に買っておきたいものを買う
いままでと変わらない	60代以上	節約に疲れた
	20代	必要なものは買う
少し引き締める	30代	緩めることはできないが、今までの生活水準は変えるつもりはない
	40代	これ以上引き締めようがない
	20代	10連休でかなりのお金を使ったから
引き締める	30代	将来が不安だから
	40代	消費税増税のため
	50代	物価が上がっているから
	60代以上	身の回りの整理(終活)をしたいと思っているため
引き締める	20代	外食を減らす
	30代	消費税分を引き締めと思う
	40代	消費税も上がるし、いろいろと値上がりしてるから
	50代	これからどんどん景気が悪くなりそうだから
60代以上	消費税が上がるから	

(3) 暮らし向きの見通し

- 暮らし向きの見通しDIIは▲23.1で、低い水準ながら前回調査比でわずかに改善した。
- 年代別では、「60代」の▲39.8が最も低い(図表4)。自由回答では「消費増税」や「物価上昇」などを要因にあげる意見が多くみられた。収入増加を見込みにくい高年齢層を中心に物価の上昇が暮らし向きに影響を与えていることがうかがえる。

図表4 暮らし向きの見通しDII (「良くなる」+「やや良くなる」) - (「悪くなる」+「やや悪くなる」)



【暮らし向きの見通しに関する主な自由回答】

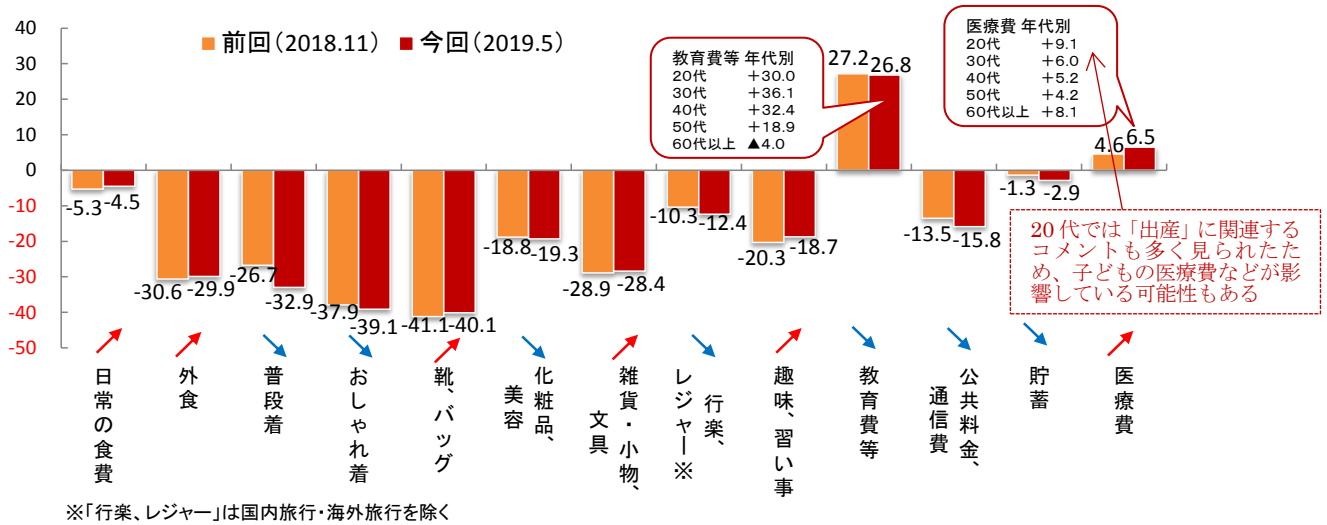
暮らし向きの見通し	年代	コメント
良くなる	20代	収入が増えるのでその分充実しよう
やや良くなる	20代	副業を始めたので少しか貯金などできる予定
	20代	給料が良いところに転職するから
	30代	幼稚園が無料化するから
いままでと変わらない	50代	子供が社会人になり、これまでの出費が減ったから
	20代	仕事も私生活も変わらないから
	30代	収入も増えるが支出も増える
やや悪くなる	60代以上	収入面が増える一方、支出が増えるので
	30代	残業ができなくなり収入の増収が見込めない
	40代	消費税が10%になるため、購入を控えると思うので
	50代	残業が減るし、消費税が上がるので
悪くなる	60代以上	消費税が上がる、物価も上がる
	30代	地震後、収入が少なくなったから
	40代	消費税が上がる
	50代	収入は増えないのに生活必需品が値上がりして余裕がない
	60代以上	収入は変わらないのに消費税が上がるから

2. 日常・非日常の支出の状況

(1) 日常的な支出の見通し

➢DIがプラスとなったのは「教育費等」と「医療費」。年代別では、「教育費等」は「30代」、「医療費」は「20代」のDIが最も高かった。自由回答では「子どもの年齢が上がるにつれて教育費が必要になる」(30代)、「医療費が増えることを見込んで支出を引き締める」(60代以上)などの意見がみられた。  
 ➢最もDIが低かったのは「靴、バッグ」の▲40.1で、「おしゃれ着」や「普段着」などが続いた(図表5)。

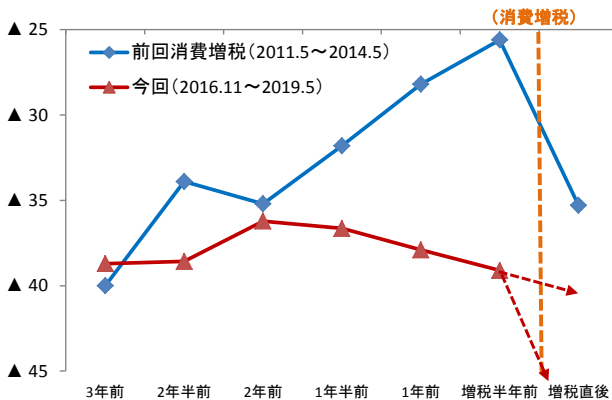
図表5 日常的な支出の今後の見通しDI(「増やす・増えそう」-「減らす・減りそう」)



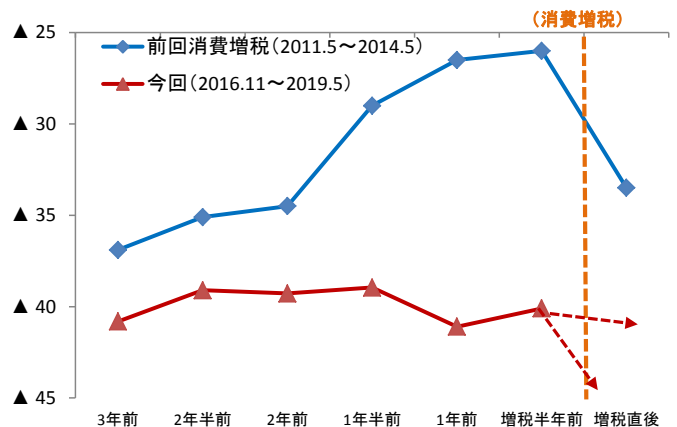
【参考】日常的支出に関する消費増税の影響検証

➢前回増税時(2014年4月:5%→8%)には、「おしゃれ着」や「靴、バッグ」の支出見通しが増税1年半前から半年前にかけて上昇する動きがみられたが、今回はそのような動きはみられていない。  
 ➢「キャッシュレス決済のポイント還元」などの政府の消費増税の影響緩和策が駆け込み消費を抑制している可能性もある。

〔おしゃれ着〕



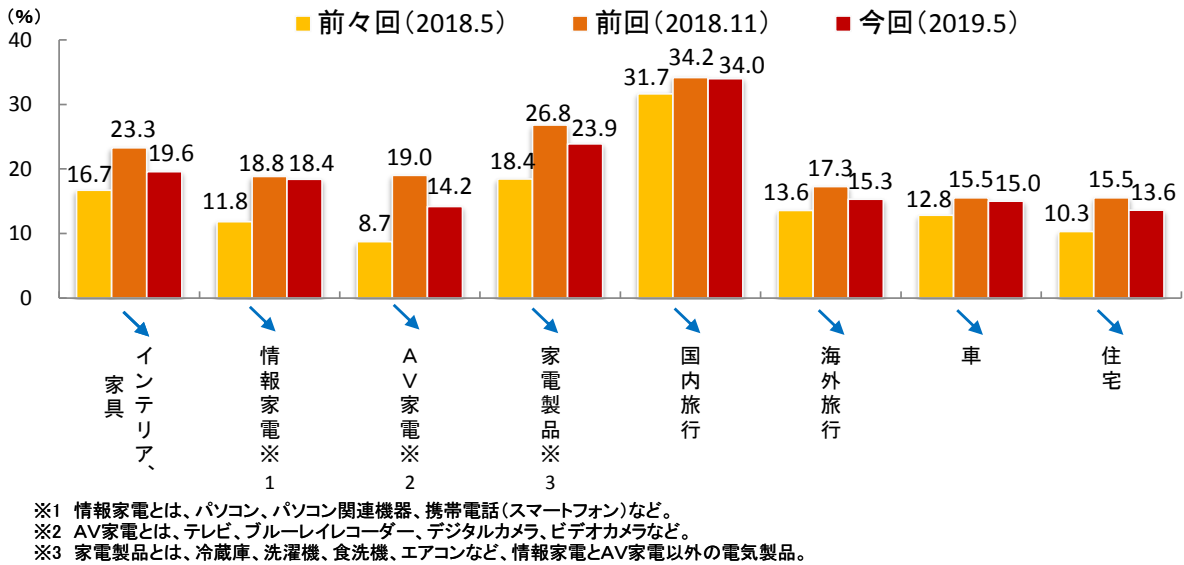
〔靴、バッグ〕



(2) 非日常的な支出の見通し

- 非日常的な支出については、全項目で前回調査と比べて低下したが、前年同期の調査(2018年5月)と比較すると、全項目で上回る結果となった。
- 自由回答では「消費増税前に買っておきたいものを買う」(3頁、自由回答)などの意見がみられ、耐久消費財を中心に駆け込み需要のニーズもうかがえる(図表6)。

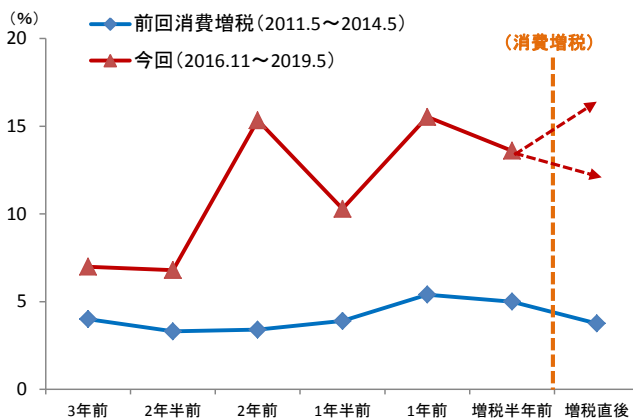
図表6 非日常的な支出品目の今後半年間の支出見通し



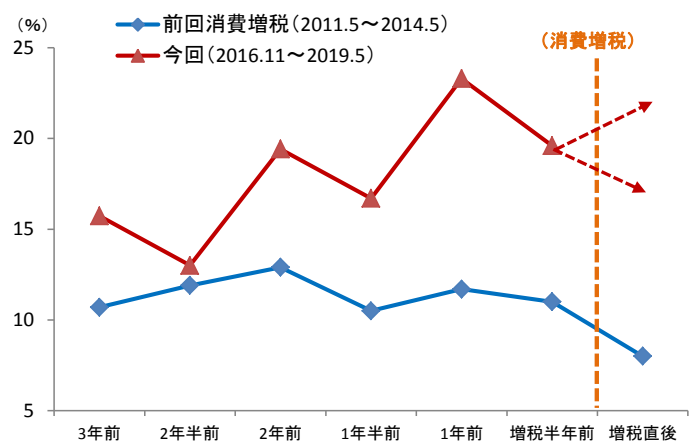
【参考】非日常的支出に関する消費増税の影響検証

- 前回の消費増税時と比較すると、「住宅」は比較的高い水準で推移している。消費増税の駆け込み消費に加えて、熊本地震で被災した住居の立て直しなどが水準を押し上げている可能性がある。
- 「インテリア、家具」についても、高い水準で推移している。被災住居の立て直しや、消費増税前の住宅の駆け込み取得などが、「非日常的な支出」の水準を押し上げられていることも考えられる。

〔住宅〕



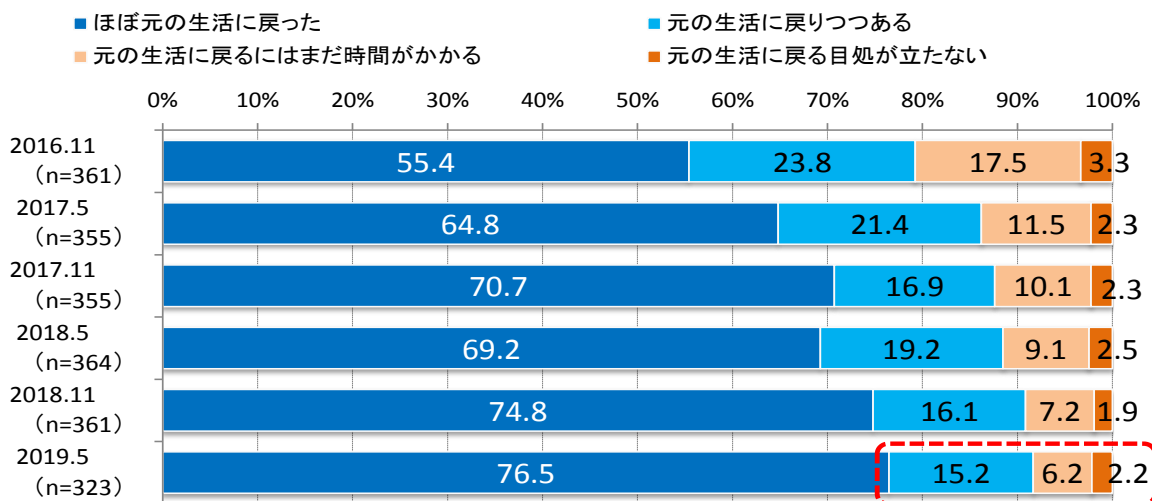
〔インテリア、家具〕



### 3. 熊本地震前と比較した現在の生活環境

- 「ほぼ元の生活に戻った」という回答は前回調査比でわずかに増加し、76.5%が該当している。
- 「元の生活に戻る目処が立たない」、「元の生活に戻るにはまだ時間がかかる」、「元の生活に戻りつつある」という回答は減少しているが、依然として4分の1の回答者が「元の生活に戻る」ことが出来ていない。(図表7)。

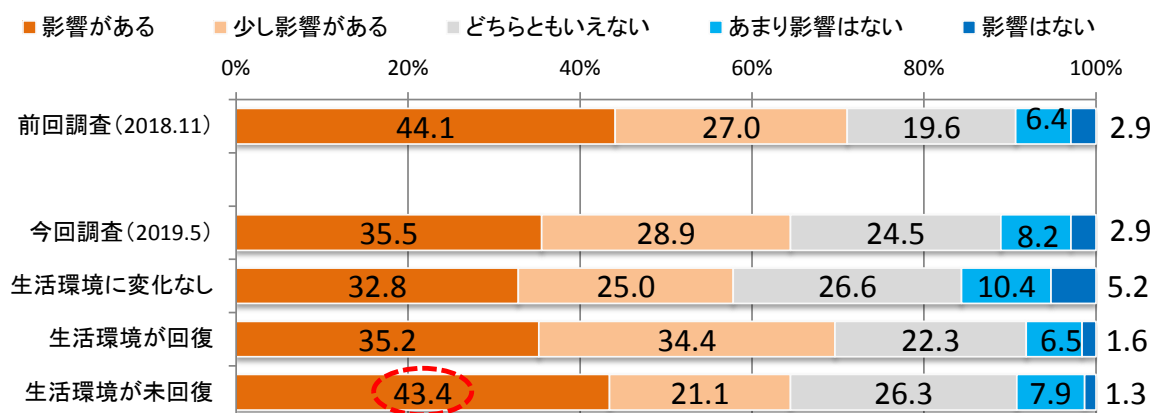
図表7 熊本地震前と比較した現在の生活環境



### 4. 消費増税による「日用品」消費行動への影響

- 消費増税による「日用品」消費行動への影響については、前回調査からはわずかに減少しているものの、消費行動に何らかの影響があるという回答が6割を超えた。
- 「熊本地震前と比較した現在の生活環境の結果」別にみると、「生活環境が未回復」の回答者で「影響がある」という回答が4割を超えて最も多くなっている(図表8)。

図表8 「日用品」消費行動への影響



※生活環境が回復：熊本地震前に比べて「ほぼ元の生活に戻った」

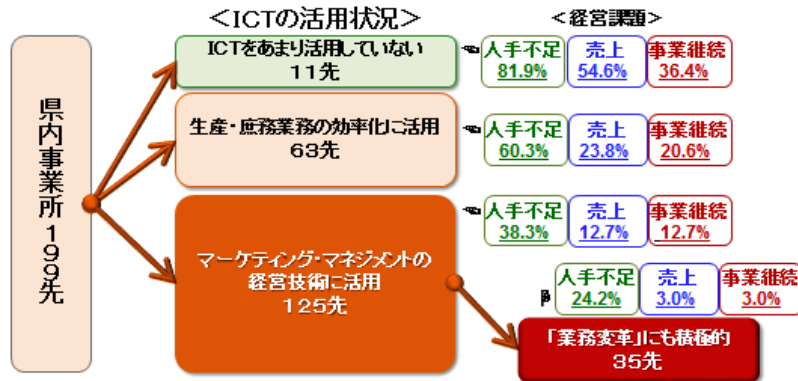
生活環境が未回復：「元の生活に戻る目処が立たない」、「元の生活に戻るにはまだ時間がかかる」、「元の生活に戻りつつある」



5. 消費増税への備え

➢当研究所が昨年10月に実施したアンケートでは、マーケティング・マネジメントの経営技術にICTを活用している企業は「事業継続」などの経営課題の程度が相対的に低い傾向がみられた(図表9)。  
 ➢消費増税による影響を乗り越え、未来を切り開くために、事業者ではマーケティング・マネジメントの経営技術にICTを活用することや、業務を変革する「経営力」が必要になると思われる。

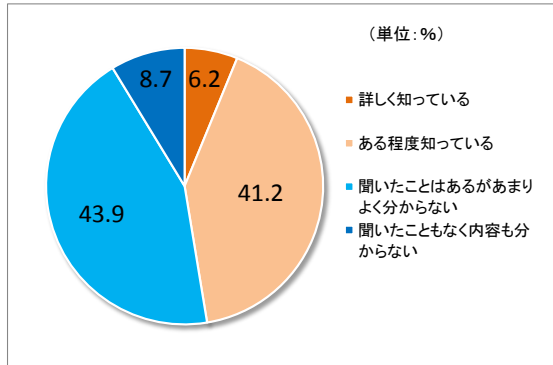
図表9 ICTの活用状況と経営課題



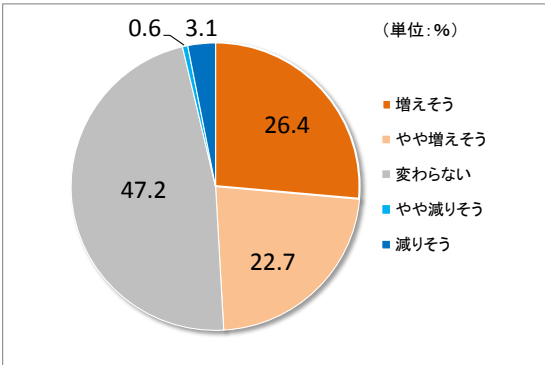
当研究所「県内事業所アンケート」 2018年10月より

【コラム】 軽減税率制度の認知度と消費増税後のキャッシュレスの利用意向について

【軽減税率制度の認知度】



【キャッシュレス決済の利用意向】



※軽減税率制度:2019年10月に予定される消費税率の引き上げ(8→10%)に伴い、食料品等の一部の品目に対して8%の軽減税率を適用する制度。

【主な自由回答】

軽減税率	認知度	年代	コメント
	詳しく知っている	30代	テイクアウトと外食で税率が変わるので外食しにくくなると思う
	ある程度知っている	20代	同じものでも食べる場所が違うだけで税率が変わるなど分かりづらい
		60代以上	もっと幅を広げてもらいたい
	聞いたことはあるがあまりよく分からない	30代	難しいような気もするが、他国では実施しているので慣れの問題だと思う
聞いたこともなく内容も分からない	50代	日常生活品は全て8%のままでお願いしたいです	
	20代	その制度は知らなかった	
40代	よくわからない		
キャッシュレス	利用意向	年代	コメント
	増えそう	30代	ポイント還元があるなら利用したい
		60代以上	キャッシュレスには興味を持っていたのでこれを機にシフトしよう
	やや増えそう	20代	増えると思うが、普段利用するお店がキャッシュレスに対応していない
		50代	少しずつ利用して慣れていきたい
	変わらない	20代	元からキャッシュレスで買うことが多い
減りそう	60代以上	カードを持っていない	