

青森県内の消費税率引き上げに関する消費動向 ～県内給与所得者を対象としたアンケート調査から

青森地域社会研究所(理事長 浜谷哲)は、平成 26 年 6 月上旬に、夏のボーナス調査と並行し、消費税率引き上げに関する消費動向アンケート調査を実施しました。本調査は県内在住の給与所得者 1,000 人を対象に 924 人(回答率 92.4%)から回答を得たもので、消費税率引き上げによる消費支出への影響、引き上げ前の駆け込み需要、今後の消費活動などについてまとめたものです。

本調査の詳細を含むリポートは、改めて「月刊れぞおん青森」8月号(8月11日刊行予定)に掲載します。

■調査結果の概要

- ・ 消費税率引き上げの影響は「影響あり」が 8 割強を占めた。
- ・ 4 月以降の消費支出は昨年に比べ約半数が「増加」、支出減少は 2 割未満にとどまる。
- ・ 今後 1 年間の消費支出の見通しも 5 割強が増加、同様の傾向が続くとみられる。
- ・ 消費税率引き上げを意識した駆け込み購入をした回答者の割合は約 4 割にとどまった。
- ・ 駆け込み購入の品目はペーパー類・洗剤など「日用雑貨」が最も高い割合となった。
- ・ 今後切り詰めていきたいものについては、食費関連の切り詰め傾向が強まっている。
- ・ 今回の消費税率引き上げについては約 7 割が肯定的に捉えている。

回答者内訳

(単位:人)

年代	男性	女性	合計
20 代	99	121	220
30 代	101	153	254
40 代	132	122	254
50 代	106	90	196
合計	438	486	924

注:20代は20歳未満、50代は60歳以上を含む

【本件に関するお問い合わせ先】

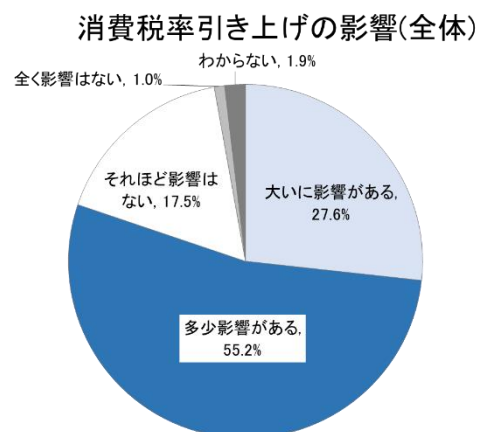
一般財団法人青森地域社会研究所 主任研究員 野里和廣 (のざとかずひろ)

E-Mail: nozato@airs.or.jp TEL:017-777-1511 FAX: 017-735-3417

1. 消費税率引き上げの影響について

—「影響がある」は8割強

まず、消費税率引き上げによる影響の程度を尋ねたところ、全体では「大いに影響がある」が27.6%、「多少影響がある」が55.2%となり、多少なりとも影響がある(「大いに」と「多少」の合計)とする割合は82.8%となった。一方、「それほど影響はない」は17.5%、「全く影響はない」は1.0%、「わからない」は1.9%となった。

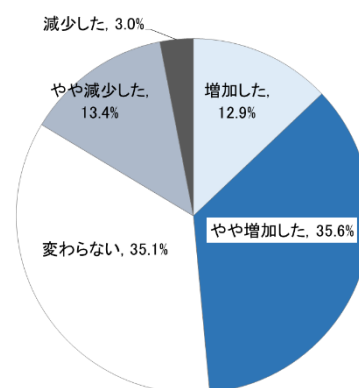


2. 昨年の同時期と比べた、4月以降の消費支出について

—支出増加は約半数、減少は2割未満にとどまる

次に、消費税率引き上げ後の4月以降、消費支出が昨年の同時期と比べてどのように変化したかを尋ねてみた。全体では「増加した」が12.9%、「やや増加した」が35.6%となり、多少なりとも増加(「増加」と「やや増加」の合計)した割合は48.5%と、約半数を占めた。一方、「変わらない」は35.1%、「やや減少した」は13.4%、「減少した」は3.0%となり、多少なりとも減少(「やや減少」と「減少」の合計)したとする割合は16.4%と2割未満にとどまった。

4月以降の消費支出(全体)

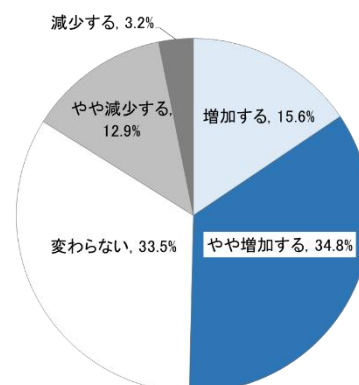


3. 今後1年間の消費支出の見通しについて

—今後も同じ傾向が続く、支出増加は5割

今後1年間の消費支出の見通しについて尋ねてみたところ、全体では「増加する」が15.6%、「やや増加する」が34.8%となり、多少なりとも増加(「増加」と「やや増加」の合計)する割合は50.4%となった。一方、「変わらない」は33.5%、「やや減少する」は12.9%、「減少する」は3.2%となり、多少なりとも減少(「やや減少」と「減少」の合計)する割合は16.1%となった。この結果は、前項の「4月以降の消費支出」(図3)とほぼ同じ構成比となり、今後も同様の傾向が続く見通しである。

消費支出の見通し(全体)



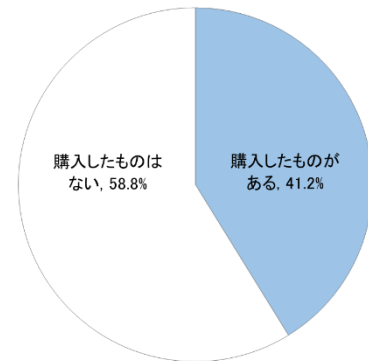
4. 消費税引き上げ前の駆け込み需要について

—消費税率を意識した駆け込み需要は4割にとどまる

(1) 駆け込み購入の有無

回答者全体で「購入したものがあ

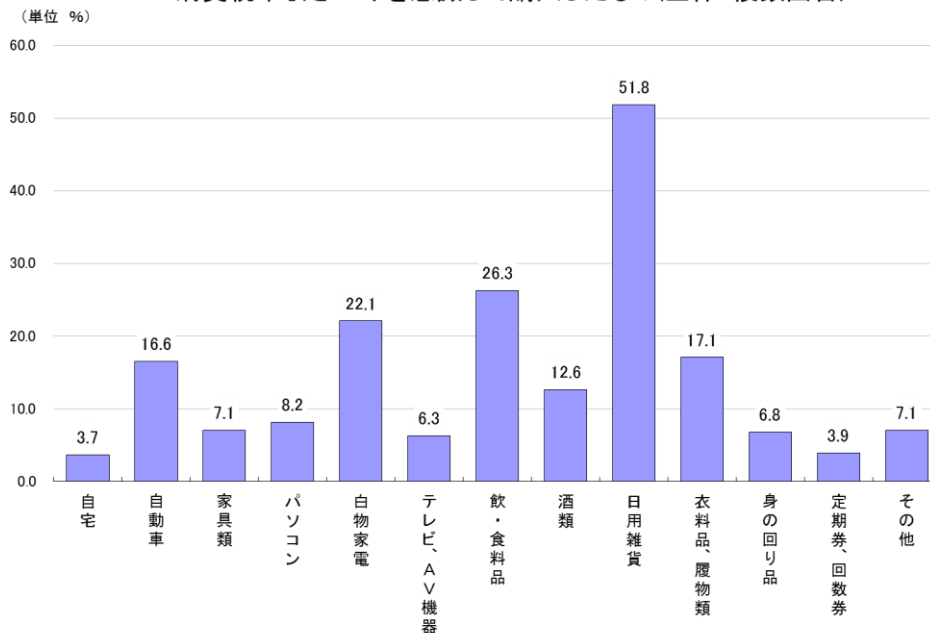
消費税率引き上げを意識した
駆け込み購入(全体)



(2) 駆け込み購入の品目

前項で「購入したものがあ

消費税率引き上げを意識して購入したもの(全体:複数回答)

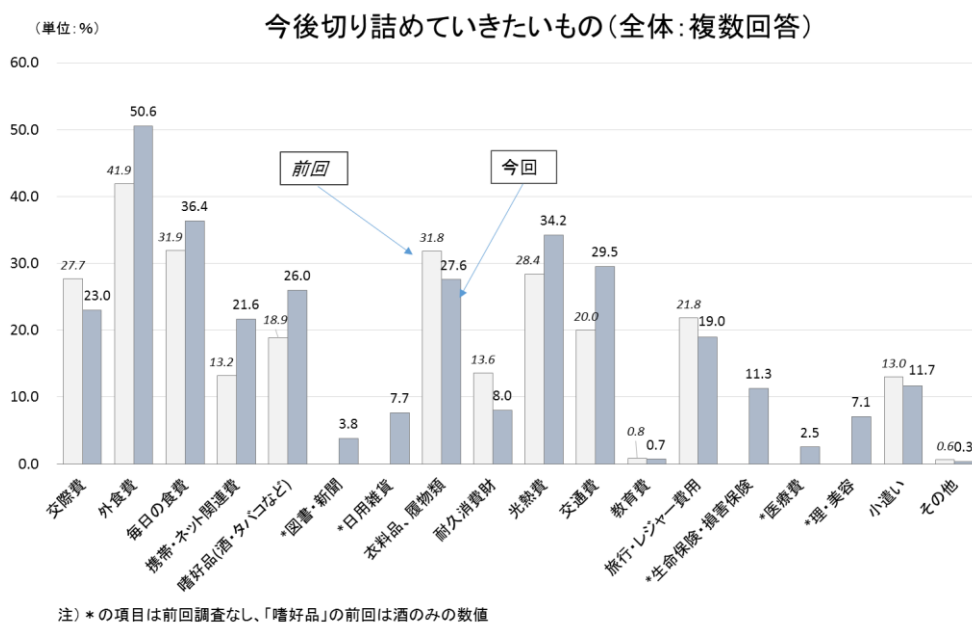


5. 今後切り詰めていきたいもの

—食費関連の切り詰め傾向が強まる

次に今後切り詰めていきたいものについて尋ねたところ(複数回答、いくつでも)、全体では「外食費」の割合が 50.6%でトップとなり、次いで「毎日の食費」(36.4%)、「光熱費」(34.2%)、「交通費」(29.5%)、「衣料品・履物類」(27.6%)、「嗜好品(酒・タバコなど)」(26.0%)、「交際費」(23.0%)などの順となった。また、「教育費」(0.7%)はほとんどの回答者が切り詰めの対象としていない状況がみられた。

平成 24 年 6 月の消費動向アンケートにおける同様の調査(前回調査)と比較すると、「外食費」、「毎日の食費」、「携帯・ネット関連費」、「嗜好品」、「光熱費」、「交通費」の割合が増加した。食費関連の支出を切り詰める傾向が強まっており、ガソリン・灯油などのエネルギー関連、通信関係の節約も目立った。一方、「交際費」、「衣料品・履物類」、「耐久消費財」、「旅行・レジャー費用」、「小遣い」は割合が減少した。これらについては前回調査の段階で切り詰めがかなり進んでいたものとみられる。また、耐久消費財は駆け込み需要で需要が一段落したものと考えられる。

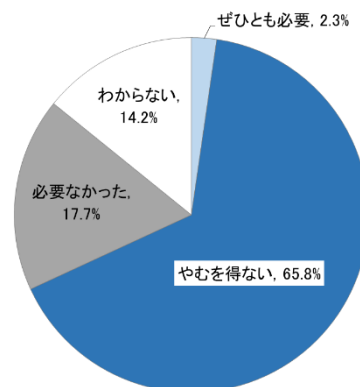


6. 今回の消費税率引き上げをどう思うか

—肯定的な捉え方は約 7 割

最後に今回の消費税率引き上げについてどう思うか尋ねたところ、全体では「ぜひとも必要」の割合が 2.3%、「やむを得ない」が 65.8%となり、引き上げを肯定的に捉えている割合は 68.1%となった。一方、「必要なかった」は 17.7%、「わからない」は 14.2%となった。

今回の消費税率引き上げについて(全体)



まとめ

本調査の結果をみると、消費者の8割強が今回の消費税率引き上げによる影響があるとしており、引き上げ後の消費支出については、「支出額が増加」とする割合が約半数を占めている。「買い控え」ではなく、「支出増もやむなし」とする傾向がうかがわれ、今後も同様の傾向が続く見通しである。

3月末までの駆け込み需要については、実際に駆け込み購入をしたとする回答者は全体の4割程度にとどまっていた。品目で割合が高かったのは「日用雑貨」、「飲・食料品」と日常生活の必需品であり、青森県の消費者は消費税率引き上げに対して比較的冷静であったといえよう。

今後、切り詰めていきたいものについては、2年前の「消費動向アンケート調査」との比較を加えてみた。割合が高かった項目は前回調査とほぼ同様であったが、本調査では食費、ガソリン・灯油、ネット関連費、嗜好品の割合が前回は上回った。特に「外食費」は前回もトップであったが、今回はさらに割合が増加し、回答者の半数が切り詰める対象としている。「光熱費」、「交通費」はこのところの原油価格上昇の動きも影響したものとみられる。

今回の消費税率引き上げについては、肯定的に捉えている回答が全体の7割近くを占めた。しかしながら、積極的に「ぜひとも必要」とする回答は2.3%にとどまっている。

消費税率引き上げは消費活動へ影響を及ぼすものではあるが、その税収は国の歳入全体の中で大きなウェイトを占めている。8%への税率引き上げを見込んだ平成26年度当初予算(図13参照)によると、消費税収入(国税分のみ)は15兆3,390億円で、歳入総額の16.0%、国税収入の30.7%を占めている。今回の消費税引き上げは社会保障の充実のために使われる税金である。我々は将来の生活を支える財源であることを認識した上で、バランスの取れた理解を深めることも大事ではないだろうか。

