

平成 31 年 3 月 28 日

株式会社日本政策金融公庫

消費者動向調査：軽減税率

消費税の「軽減税率制度」 消費者の受け止め方を調査 ～約7割の消費者が制度を認知、制度運用には「わかりやすさ」を求める～

<平成31年1月 消費者動向調査>

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業は、平成 31 年 1 月の消費者動向調査で、消費税率引き上げ時に実施される予定の「軽減税率制度*」について、消費者がどのように受け止めているか調査しました。

※ 平成 31 年 10 月に予定されている消費税率 10%への引き上げの際に、低所得者への配慮の観点から「酒類・外食を除く飲食料品等」を対象に、消費税率を 8%とする制度。

その結果、「軽減税率制度」の認知度は約 7 割であることがわかりました。

また、「軽減税率制度」導入にあたり店側に期待することについては、「一目で軽減税率の適用有無がわかるようにしてほしい」旨の回答が約 5 割で最多となりました。さらに、「軽減税率制度」導入後の価格表示については、「消費税込みの総額表示が望ましい」と回答した消費者が約 7 割となっており、消費者は、「わかりやすさ」を求めていることがうかがえます。「わかりやすさ」を求める消費者にこたえる観点からも、これまで以上に徹底した周知が望まれるところです。

詳細は以下のとおりです。

<調査結果のポイント>

○ 「軽減税率制度」の認知度は約7割（資料：図1, 2）

「軽減税率制度」の認知度については、「よく理解している（10.5%）」「おおよそ理解している（57.3%）」と回答した消費者が約 7 割を占める結果となりました。また、「知らない（9.4%）」との回答は約 1 割にとどまっており、消費者の間である程度認知されている状況であることがうかがえます。

他方、「軽減税率制度の開始時期」については、「知らない（57.3%）」との回答が「知っている（42.8%）」を上回っており、制度の開始時期は必ずしも広く認知されている状況とは言えず、制度の内容、詳細について、消費者に対する周知の徹底が期待される結果となっています。

なお、年代別では、若年層（20～30 代）の認知度の低さが目立つ結果となっており、年代が上がるほど認知度が高まる傾向も見取れます。

○ 「軽減税率制度」に「賛成」が反対を上回る（資料：図3, 4, 5）

「軽減税率制度」の賛否については、「賛成（12.4%）」「どちらかという賛成（24.9%）」と回答した消費者が約 4 割となり、「反対（13.2%）」「どちらかという反対（17.4%）」と回答した消費者（約 3 割）を上回る結果となりました。

「賛成」の理由としては、「低所得者に配慮された制度だから（48.3%）」「税金の負担方法として公平だから（40.3%）」との回答が多く、「反対」の理由としては、「制

度が複雑でわかりづらいから（56.8%）」が半数を超える結果となり、「わかりやすさ」を求める消費者の意向がうかがえます。

○ 「イートインスペース等での飲食回数」は減る、事業者には正確でわかりやすい対応を求める(資料:図6, 7)

「軽減税率制度」の対象品目は、「酒類・外食を除く飲食料品等」とされており、イートインスペース等での飲食は軽減税率の対象外となります。そこで、制度導入が消費行動に与える影響について調査したところ、約3割の消費者が「店内・イートインスペースでの飲食が減ると思う」と回答しています。特に、男性に比べ女性の方が、年代別では若年層がその割合が高くなっています。

また、「軽減税率制度」導入に際し、事業者にも最も期待することについては、「一目で軽減税率が適用されるのかどうかわかるようにしてほしい（49.6%）」との回答が約5割を占め、ここでもやはり、「わかりやすさ」を求める消費者の姿勢がうかがえます。さらに、「間違いのないように会計を行ってほしい（26.6%）」「時間がかからないようにスムーズに会計を行ってほしい（23.0%）」といったように、事業者に対し、しっかりとした準備・対応を求めていることがうかがえます。

○ 価格表示について約7割が「税込表示」を求める(資料:図8)

「軽減税率制度」導入後の価格表示のあり方については、「税込価格で標準税率及び軽減税率の両方を表示（59.7%）」「税込価格で標準税率及び軽減税率のその店での適用の多い方を表示し、異なる場合があることを明示（12.6%）」が約7割となりました。

「軽減税率制度」導入後でも、消費者は「わかりやすさ」を求める観点から支払総額が一目でわかる「総額表示」を支持していることがうかがえます。

○ 約5割の消費者はキャッシュレス決済の利用頻度が増える(資料:図9)

「軽減税率制度」導入に際し、キャッシュ決済での「ポイント還元」が実施された場合のキャッシュレス決済の利用頻度の変化については、約5割が「増える（53.6%）」と回答しています。実施が検討されている「ポイント還元」については、キャッシュレス決済の普及に一定の効果があると言えそうです。

調査時期	平成31年1月
調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査対象	全国の20歳代～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人）

※四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある。

図1-1 軽減税率制度の認知度

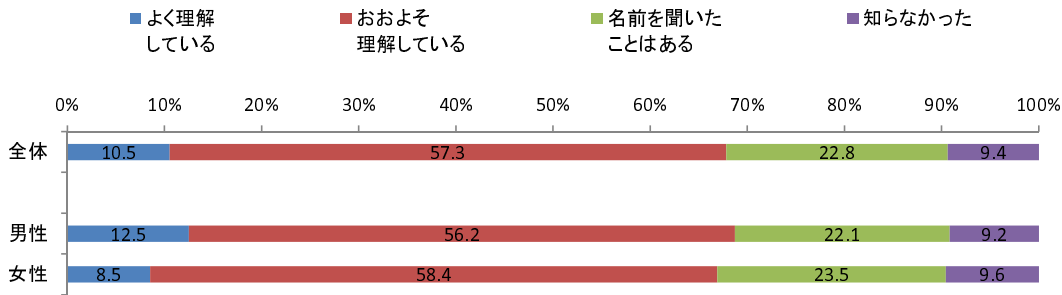


図1-2 軽減税率制度の認知度(年代別)

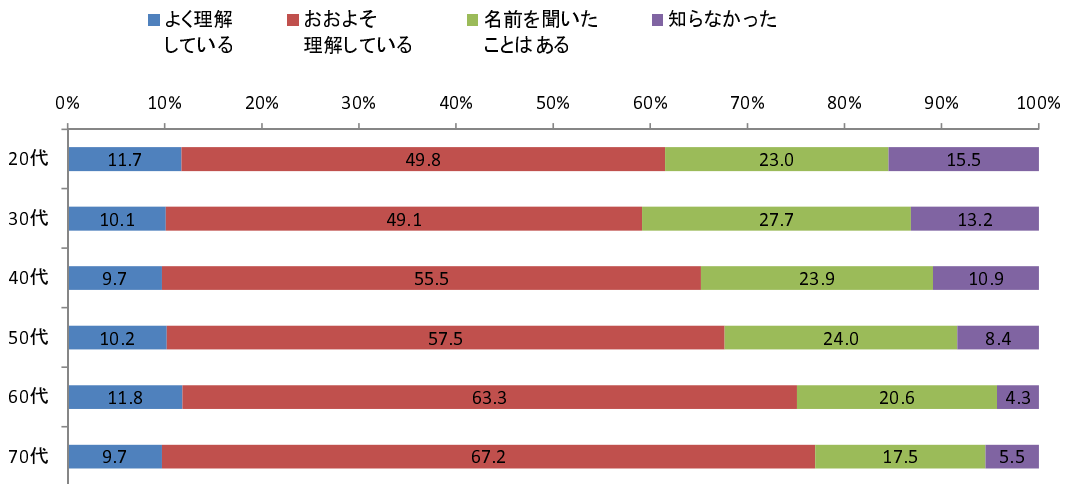


図2-1 制度の開始時期を知っているか

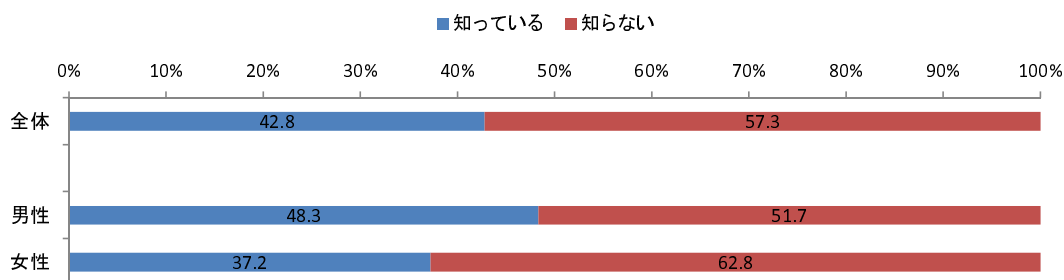


図2-2 制度の開始時期を知っているか(年代別)

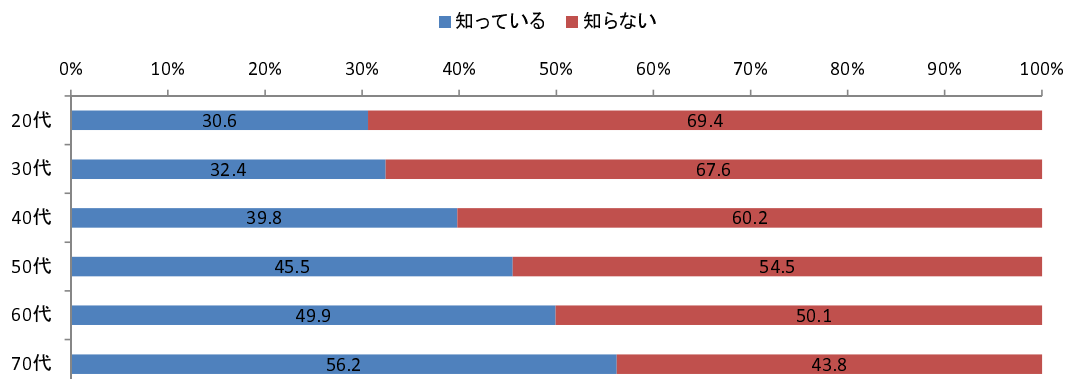


図3 制度に賛成か反対か

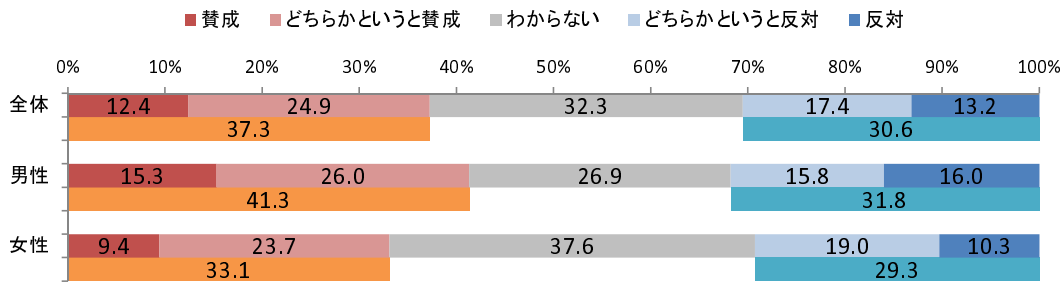


図4 賛成の理由(一つ選択)

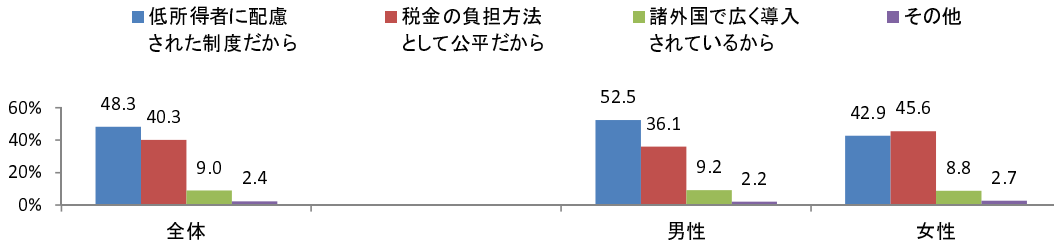


図3において「賛成」、「どちらかという賛成」との回答者に質問。

図5 反対の理由(一つ選択)

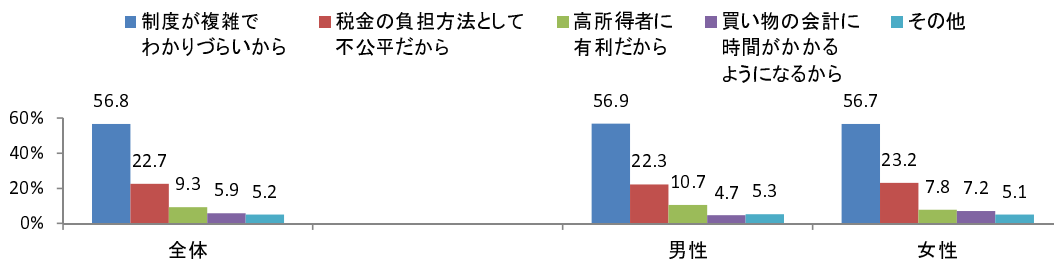


図3において「反対」、「どちらかという反対」との回答者に質問。

図6-1 イートインスペース等での飲食回数

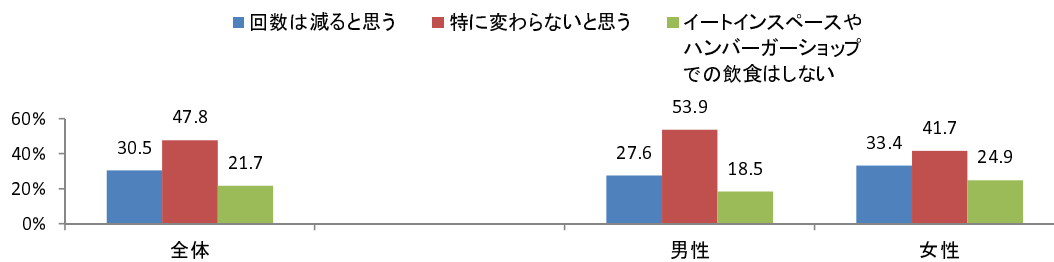


図6-2 イートインスペース等での飲食回数(年代別)

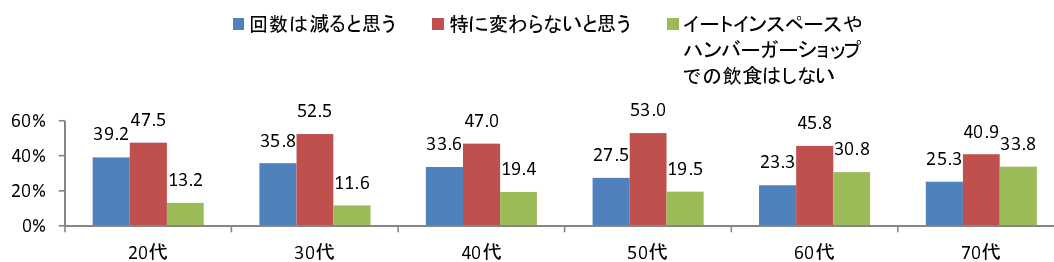


図7-1 制度導入にあたり店側に最も期待すること

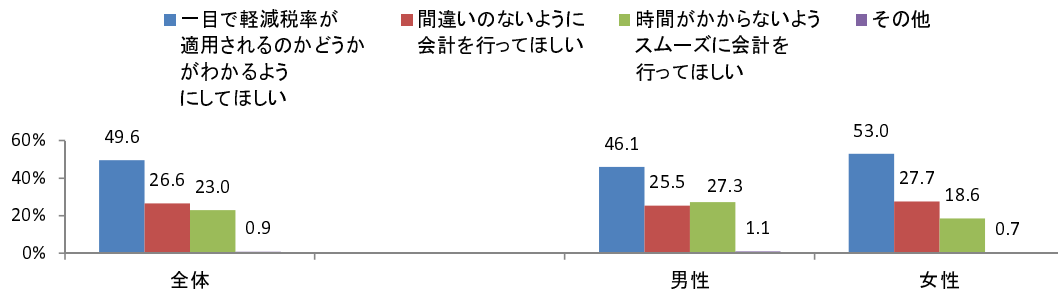


図7-2 制度導入にあたり店側に最も期待すること(年代別)

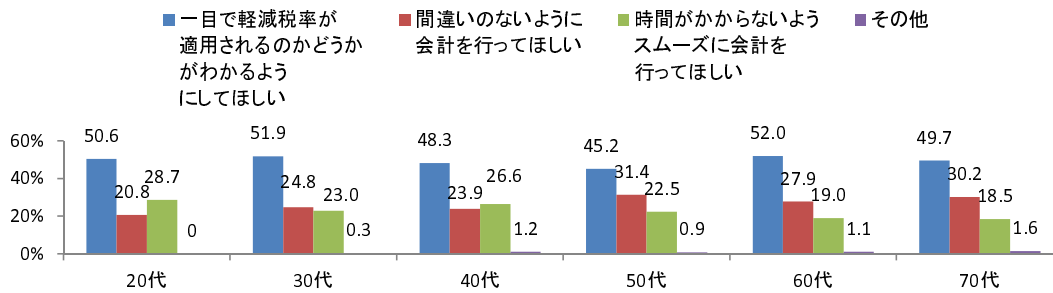


図8 価格の表示方法

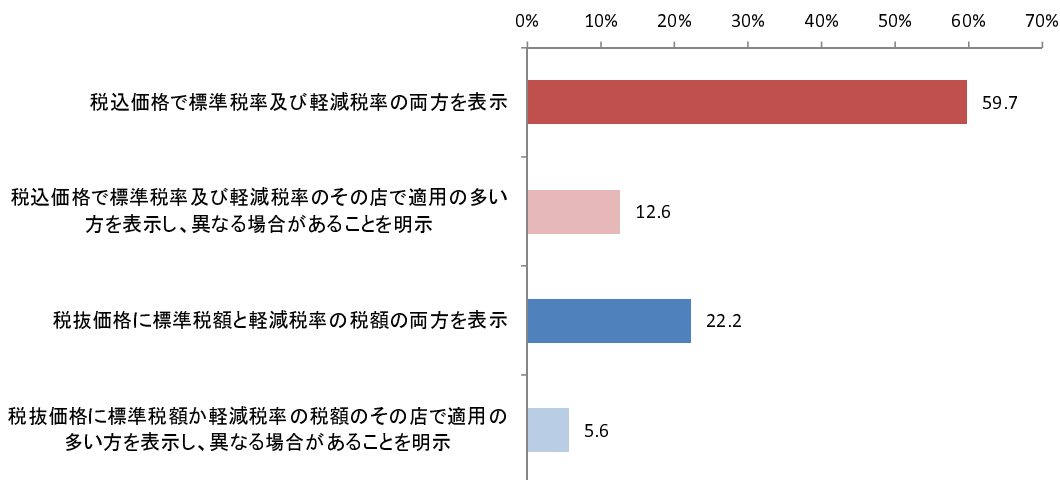


図9 制度導入に際しポイント還元が実施された場合のキャッシュレス決済の利用頻度

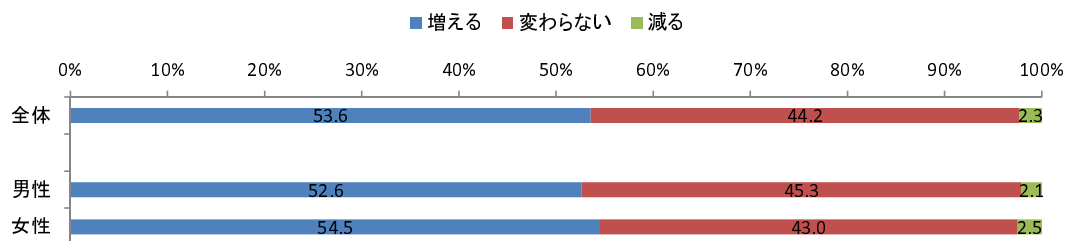


図4、5を除く全ての設問について軽減税率制度を「知らなかった」との回答者も含め2,000名に質問。