

2019年9月27日  
株式会社ヴァリュース**【消費増税対策に対する認知・利用意向調査】****利用に前向きな政策は“キャッシュレス決済によるポイント還元”  
男性 20～30 代では 2 人に 1 人が「積極的に利用したい」**

- ◆ 「店内での飲食と持ち帰り、宅配の場合で税率が異なること」は約 9 割が認知
- ◆ 増税対策、男性 20～30 代は堅実で計画的、女性は買い溜めや高額な買い物の前倒し傾向あり
- ◆ 増税対策を考えている人は、決済アプリ、株アプリ、家計簿アプリなどファイナンス系アプリを積極活用

インターネット行動ログ分析によるマーケティング調査・コンサルティングサービスを提供する株式会社ヴァリュース（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻本 秀幸、以下「ヴァリュース」）は、2019年10月1日からの消費増税に関して、政府が導入する消費増税対策に対する認知と利用意向を、一般ネットユーザーの行動ログとデモグラフィック（属性）情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用して調査しました。

**【調査・分析概要】**

全国のヴァリュースモニター（20歳以上男女）を対象として、2019年8月21日～8月27日に「消費税増税に関する調査」を実施し（回答者 10,783 人）、その回答者をネット行動分析の対象とした。

※アンケート調査は性年代別人口とネット利用率に合わせたウェイトバック集計をおこなっている。

※行動ログは、ネット行動ログとユーザー属性情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用。

※アプリユーザー数は、Android スマートフォンでの起動を集計し、ヴァリュース保有モニターでの出現率をもとに、国内ネット人口に則して推測。

※アプリ名、カテゴリは Google Play のアプリカテゴリに準拠。

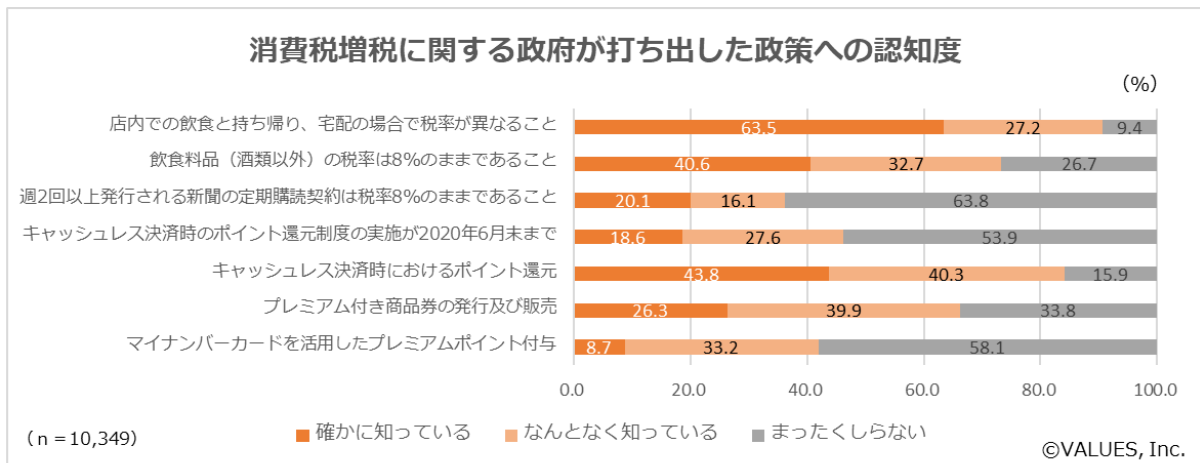
※メール、Google Chrome、YouTube、Google マップ、Gmail、Google+ などプリインストールアプリは除く。

**◆ 「店内での飲食と持ち帰り、宅配の場合で税率が異なること」は約 9 割が認知**

2019年10月に消費税率は8%から10%に引き上げられます。今回は主に食料品に適用される軽減税率が導入され、キャッシュレス決済を対象にポイント還元制度、また、プレミアム付商品券制度など、消費増税のタイミングで、政府による様々な対応策が実施されます。政府が打ち出した多岐に渡る政策を消費者はどの程度認知しているのでしょうか。増税対策をおこなう人の特徴や、どのような増税対策を検討しているかを明らかにするため、インターネットによるアンケート調査およびネット行動分析をおこないました。

まず、消費税増税に関して政府が打ち出した政策の認知状況から見ていきましょう（図表 1）。最も認知度が高かった政策は軽減税率に関するもので「店内での飲食と持ち帰り、宅配の場合で税率が異なること」は約 9 割の人が認知。一方、「マイナンバーカードを活用したプレミアムポイント付与」については半数以上の人々が「まったく知らない」と回答しており、政策により認知度に差があるようです。店内での飲食とテイクアウトの税率が違うことはテレビなどでも事例が取り上げられ、消費者の認知が進んだと考えられます。

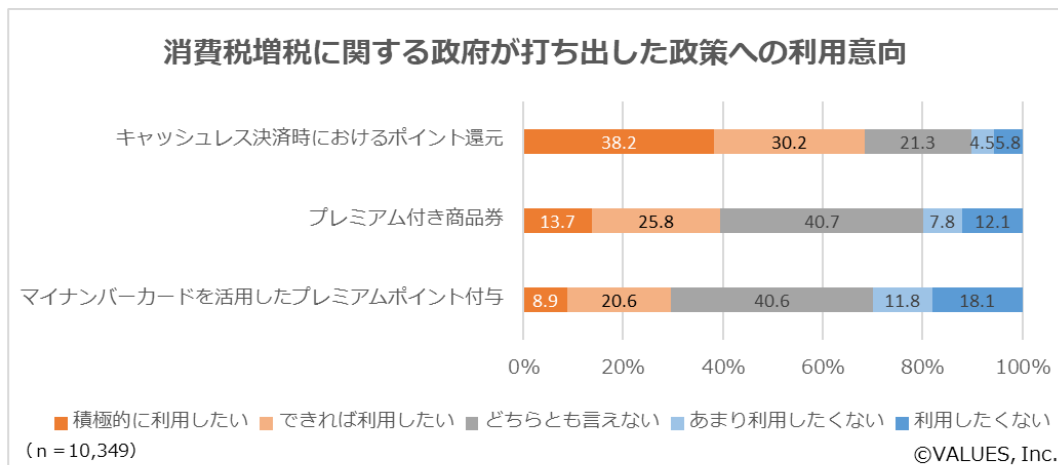
図表 1 消費税増税に関する政府が打ち出した政策への認知度



◆ 利用に前向きな政策は「キャッシュレス決済時におけるポイント還元」  
特に男性 20～30 代では 2 人に 1 人が「積極的に利用したい」

次に、「マイナンバーカードを活用したプレミアムポイント付与」「プレミアム付き商品券」「キャッシュレス決済時におけるポイント還元」の3つの政策について、利用意向をたずねたところ、最も利用意向が高かったのは「キャッシュレス決済時におけるポイント還元」で「積極的に利用したい」「できれば利用したい」を合わせると、約7割の人が利用に前向きであることがわかりました（図表2）。

図表 2 消費税増税に関する政府が打ち出した政策への利用意向



特に男性 20～30 代の若年層では、2 人に 1 人が「積極的に利用したい」と回答しており（図表3）、PayPay や楽天ペイなど QR コード決済アプリ各社のキャンペーン施策も相まって、キャッシュレス決済促進が期待されます。

図表 3 「キャッシュレス決済時におけるポイント還元」への利用意向

		n=	「キャッシュレス決済時におけるポイント還元」への利用意向				
			積極的に 利用したい	できれば 利用したい	どちらとも 言えない	あまり利用 したくない	利用したく ない
全 体		10349	38.2	30.2	21.3	4.5	5.8
性 年 代 別	男性全体	5205	44.3	28.4	18.8	3.4	5.1
	男性_20代	827	50.4	22.4	18.4	3.7	5.1
	男性_30代	1075	51.5	24.9	16.8	2.7	4.1
	男性_40代	1259	44.9	27.3	19.0	3.0	5.8
	男性_50代	1031	40.5	30.7	19.1	3.5	6.2
	男性_60歳以上	1013	34.6	35.9	20.8	4.4	4.2
	女性全体	5144	32.1	32.0	23.9	5.5	6.5
	女性_20代	847	34.3	32.3	19.3	5.1	9.1
	女性_30代	1057	35.1	29.8	21.4	5.5	8.2
	女性_40代	1273	31.8	31.7	26.9	4.6	5.1
	女性_50代	1025	30.8	32.2	25.0	6.4	5.6
	女性_60歳以上	941	28.6	34.5	25.5	6.3	5.1

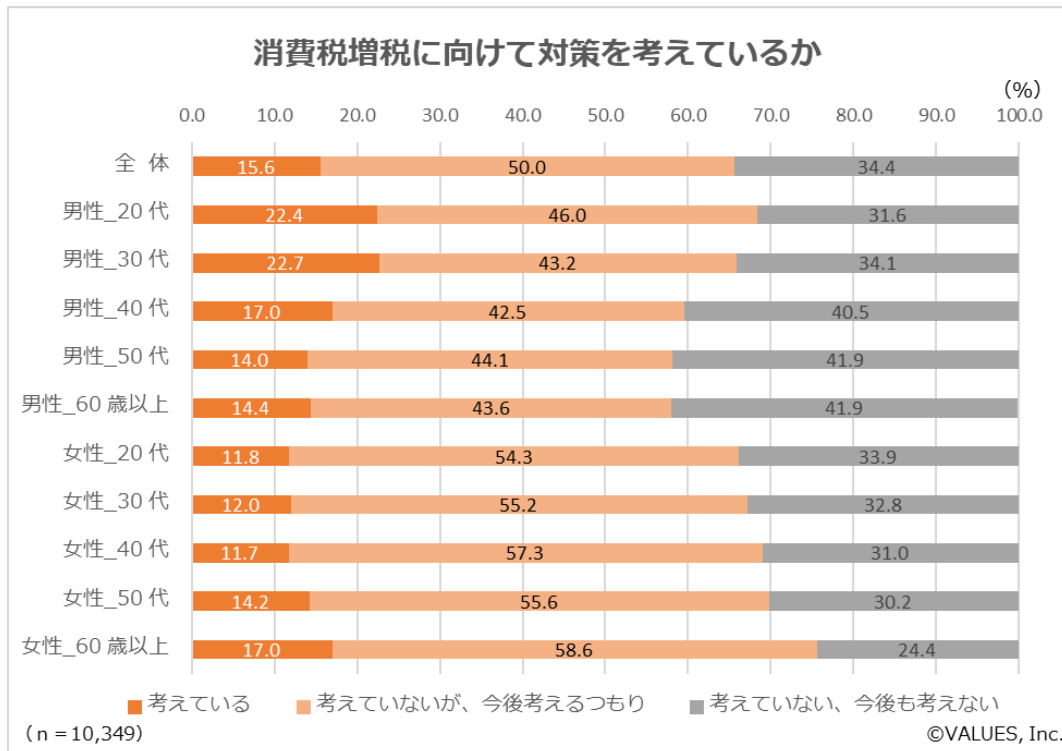
単位 (%)

©VALUES, Inc.

◆ 増税対策、男性 20～30 代は堅実で計画的、女性は買い溜めや高額な買い物の前倒し傾向あり

8 月下旬の時点で増税対策を考えている人は 15.6%にとどまりましたが、年代別に見ると男性 20～30 代で「考えている」と回答した人の割合が他と比べて高くなっていました（図表 4）。

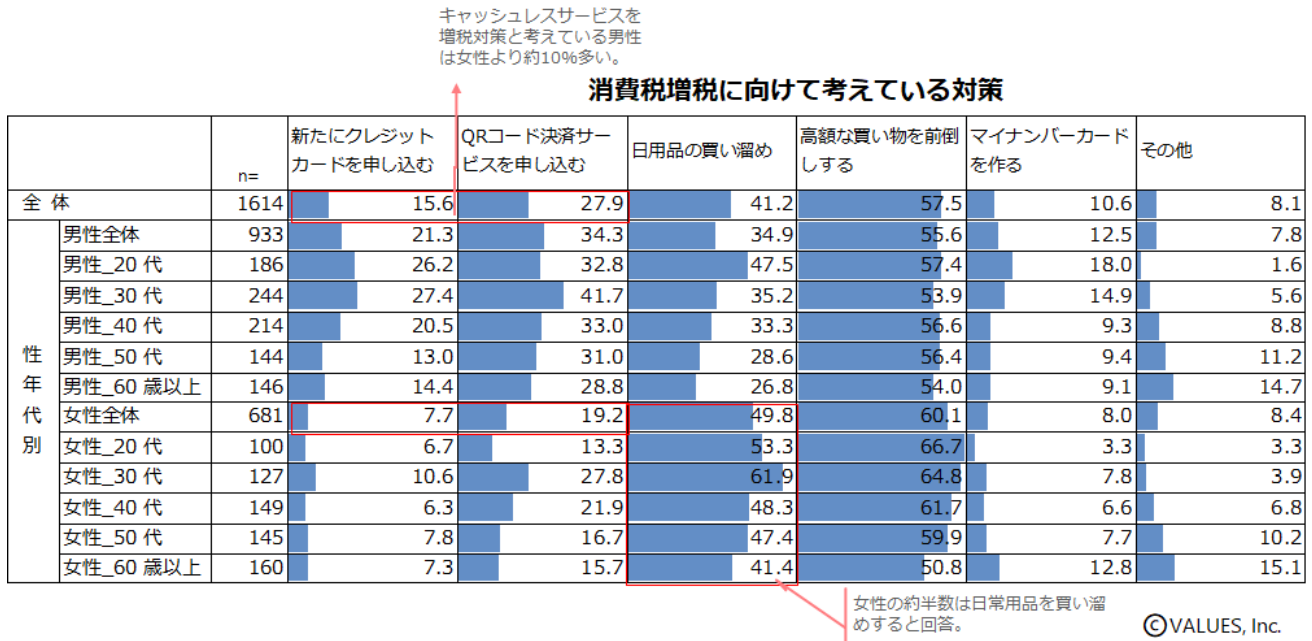
図表 4 消費税増税に向けて対策を考えているか



また、消費税増税に向けて対策を考えている人に具体的な対策もたずねたところ（図表 5）、男性若年層の具体的な増税対策としては、「新たにクレジットカードを申し込む」や「QRコード決済サービスを申し込む」などが特徴として挙げられ、増税後の還元も踏まえた計画性の高さがうかがえます。

一方、女性は男性に比べると「日用品の買い溜め」や「高額な買い物を前倒しする」と回答した割合が高く、日常消費での増税対策に注目が集まる傾向があるようです。

図表 5 消費税増税に向けて考えている対策



◆ 増税対策を考えている人は、決済アプリ、株アプリ、家計簿アプリなどファイナンス系アプリを積極活用

増税対策を考えている人はどのような特徴を持っているのでしょうか。アンケートで「消費税増税対策を考えている」と回答した人が特徴的に利用しているアプリを、特徴値順でランキングにしてみました（図表 6）。

上位は「PayPay」、「Kyash」、「Google Pay」、「楽天ペイ」、「Origami」、「ファミペイ」などキャッシュレス決済サービスが独占。また、楽天証券の株アプリ「iSPEED」や家計簿アプリ「マネーフォワード ME」などファイナンス系アプリがトップ 20 に多数ランクインしました。デジタルを活用した家計の見直し、堅実な資産作りなど、マネー情報に敏感な賢い消費者像がうかがえます。

図表 6 消費税増税対策を考えている人が特徴的に利用しているアプリ

NO.	アプリ	カテゴリ	リーチ差	含有率
1	PayPay-ペイペイ(簡単、お得なスマホ決済アプリ)	ファイナンス	5.13%	18.30%
2	Kyash(キャッシュ) - 誰でも作れるVisaカード	ファイナンス	4.15%	33.10%
3	Google Pay - これからの財布	ファイナンス	3.96%	21.60%
4	楽天ペイ - カード払いをアプリひとつで、楽天ポイントも使える	ファイナンス	3.83%	19.20%
5	Origami スマホ決済アプリ	ファイナンス	3.48%	24.80%
6	ファミペイアプリ	フード&ドリンク	3.17%	18.30%
7	おサイフケータイ アプリ	ツール	3.10%	16.90%
8	LINE Pay - 割引クーポンがお得なスマホ決済アプリ	ファイナンス	2.95%	22.20%
9	iSPEED 株取引・株価・投資情報 - 楽天証券の株アプリ	ファイナンス	2.92%	24.30%
10	家計簿 マネーフォワード ME 無料で人気の家計簿アプリ	ファイナンス	2.82%	23.80%
11	楽天銀行 - 個人のお客様向けアプリ	ファイナンス	2.78%	18.80%
12	Yahoo!メール - 安心で便利な公式メールアプリ	通信	2.56%	16.70%
13	Tポイント	ライフスタイル	2.43%	15.90%
14	Pontaカード(公式)	ライフスタイル	2.42%	17.50%
15	ローソン	ライフスタイル	2.35%	16.30%
16	丸亀製麺	ライフスタイル	2.32%	19.20%
17	住信SBIネット銀行	ファイナンス	2.18%	22.10%
18	エポスカード公式アプリ	ファイナンス	2.16%	19.60%
19	radiko for Android	動画プレーヤー&エディタ	2.09%	18.20%
20	楽天Edy : ポイントがドンドン貯まる便利でお得な電子マネー	ショッピング	2.08%	16.70%

※リーチ差とは一般の人よりもどの程度閲覧されているのかの指標

※含有率とはアプリ利用者全体に占めるターゲットの割合を示す

### ■最先端のマーケティング調査結果をお試し価格で！ 調査レポート・データ提供について

本リリースで用いたデータをはじめ、ネット行動ログ分析サービス【eMark+】や、中国本土でのインターネットリサーチによる定期アンケートを活用した調査レポート・データを販売しています。

#### ●調査レポート・データ提供サービス概要

<https://www.valuesccg.com/service/report/>

### ■【登録無料】色々なサイトのユーザーがわかる！「【VALUES eMark+】Free」について

本リリースで用いたデータは、当社サービス「VALUES eMark+」を使用して集計・分析を行いました。本サービスには<無料トライアル版>である「【eMark+】Free」もございます。

「【eMark+】Free」では、業界別にサイトの訪問者数ランキングや、見たいサイトを指定して、過去からの訪問者数の推移、ユーザー属性（性別、年代など）を確認できます。ご登録・ご利用は無料です。

#### ●「【eMark+】Free」のお申込みはこちら → <https://www.valuesccg.com/free/>

◆株式会社ヴァリューズについて

株式会社ヴァリューズは、マーケティングノウハウと IT 先端技術を活用して、新たな市場価値の創造をサポートする、事業成長支援企業です。

30 万人規模の一般インターネットユーザーの行動ログとデモグラフィック（属性）情報を活用した次世代マーケティング手法「VALUES eMark+」（ヴァリューズ イーマークプラス）サービス提供のほか、経営課題のコンサルティングから、課題解決、販売促進の支援まで、独自のノウハウとソリューションで多くの企業を支援しています。

所在地 : 東京都港区赤坂 2-19-4 FORUM 赤坂 5F

代表者 : 代表取締役社長 辻本 秀幸

事業内容 : 経営に関するコンサルティング及び成長支援事業  
インターネット行動ログ分析事業（ビッグデータ解析事業）  
IT 先端技術を駆使した“売れる仕組み”構築事業

設立 : 2009 年 9 月 30 日

資本金 : 1 億円

URL : <https://www.valuesscg.com/>

**【本件に関するお問い合わせ先】**

株式会社ヴァリューズ 星・築瀬

TEL: 03-6277-6812 E-mail: [press@valuesscg.com](mailto:press@valuesscg.com)