

青森県景気ウォッチャー調査特別調査（令和2年4月期）
消費増税による県内の消費動向への影響に関する調査について

1. 概要

令和元年10月1日からの消費税及び地方消費税の税率改正（消費税増税）による県内の消費動向への影響について把握するため、青森県景気ウォッチャーを対象に特別調査を行った。

なお、本調査は令和2年10月期までの実施を予定していたが、新型コロナウイルス感染症が世界的に流行し、感染拡大が続く現在の状況においては、消費税増税による影響の分を見極めることが難しくなっており、今後さらに判断が困難になると想定されることから、本調査の実施は今期をもって終了する。

2. 調査期間

令和元年10月期：令和元年10月1日～10月23日	回答率	99%
令和2年1月期：令和2年1月6日～1月23日	回答率	100%
令和2年4月期：令和2年4月1日～4月17日	回答率	99%

3. 調査項目

設問	回答方法
消費税増税後から現在までの消費動向の変化に対する判断	5段階（消費動向に上向きの変化があった／どちらかといえば消費動向に上向きの変化があった／どちらとも言えない（変化がなかった／判断がつかない）／どちらかといえば消費動向に下向きの変化があった／消費動向に下向きの変化があった）
上記の理由	自由記述

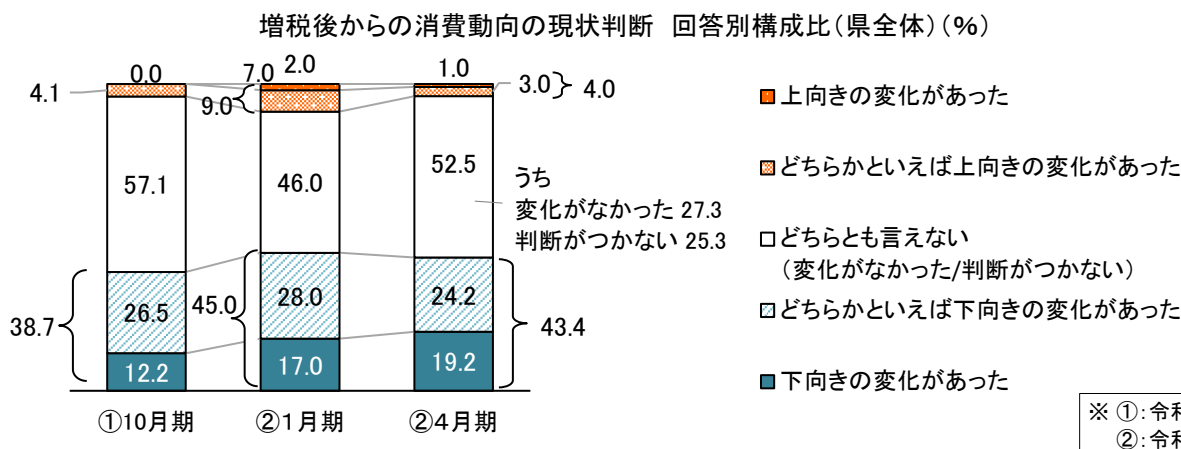
令和2年4月
青森県企画政策部統計分析課

(1) 消費税増税後から現在までの消費動向の変化

① 県全体の動向

県全体をみると、「消費動向に上向きの変化があった」「どちらかといえば消費動向に上向きの変化があった」との回答が合わせて4.0%、「どちらとも言えない」との回答が52.5%（うち「変化がなかった」27.3%、「判断がつかない」25.3%）、「消費動向に下向きの変化があった」「どちらかといえば消費動向に下向きの変化があった」との回答が合わせて43.4%となった。

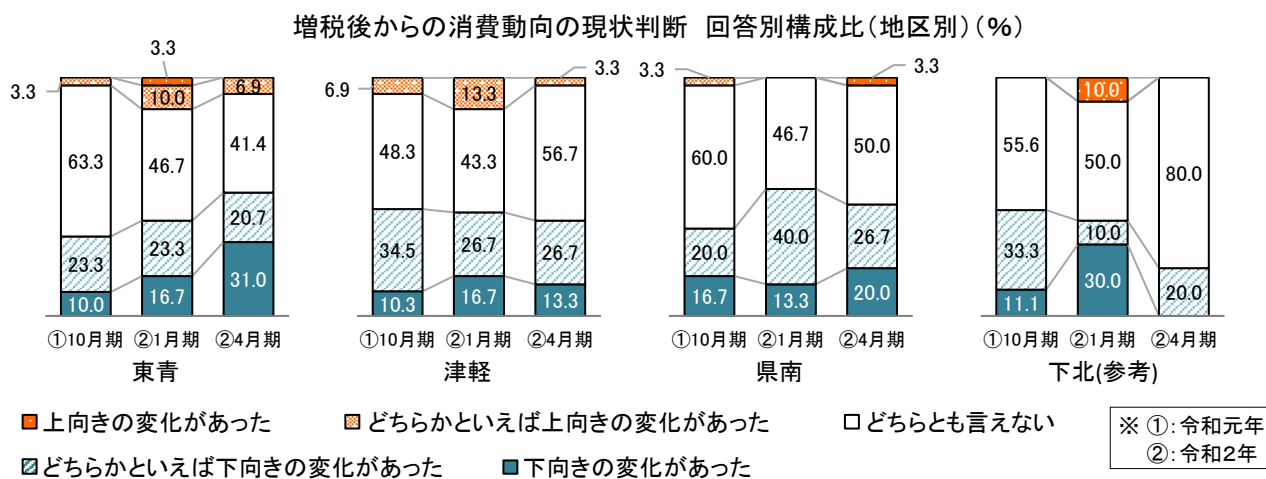
前期調査と比べると、「（どちらかといえば）上向きの変化があった」との回答が5.0ポイント減少し、「どちらとも言えない」との回答が6.5ポイント増加し、「（どちらかといえば）下向きの変化があった」との回答が1.6ポイント減少した。



② 地区別の動向 (※下北地区については、サンプル数が少ないため参考値)

地区別にみると、全地区において「どちらとも言えない」との回答が最も多かったが、東青地区では「（どちらかといえば）下向きの変化があった」との回答が多い傾向となった。

前期調査と比べると、東青地区では「下向きの変化があった」が増加し、津軽と下北地区では「どちらとも言えない」が増加し、県南地区では「上向きの変化があった」が微増した。

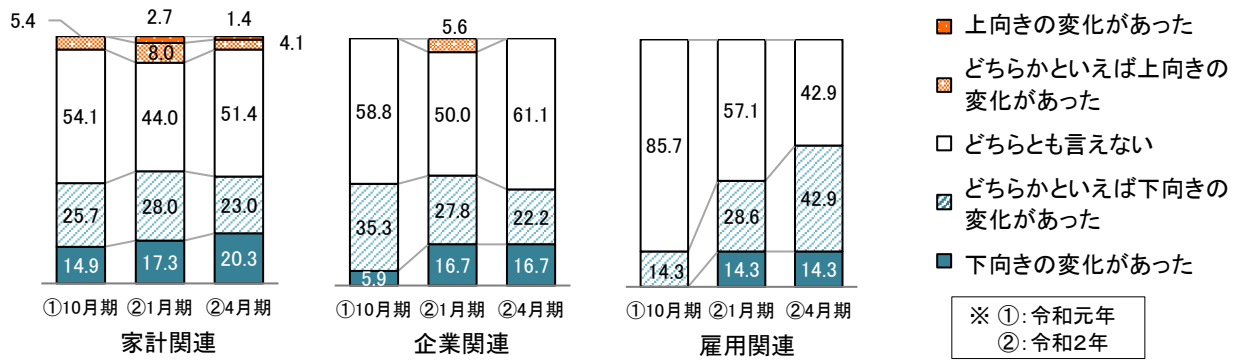


③ 分野別の動向

分野別にみると、家計関連と企業関連で「どちらとも言えない」との回答が最も多く、雇用関連では「（どちらかといえば）下向きの変化があった」との回答が多い傾向となった。

前期調査と比べると、家計関連と企業関連では「どちらとも言えない」が増加し、雇用関連では「どちらかといえば下向きの変化があった」が増加した。

増税後からの消費動向の現状判断 回答別構成比(分野別)(%)



④判断理由

判断理由では、「(どちらかといえば) 上向きの変化があった」理由としては、「食品の売上が安定し、市のプレミアム商品券も消費行動にプラスに働いた(百貨店=東青)」という声があった。最も回答が多かった「どちらとも言えない」の理由としては、「受注への影響がない(住宅建設販売=津軽)」などのほか、「コロナウイルスの影響が大きすぎて、増税まで判断つかない(旅行代理店=津軽)」などの声があった。一方で、「(どちらかといえば) 下向きの変化があった」理由としては、「増税後の昨年10月～12月の売上額が過去10年間で最低(広告・デザイン=津軽)」などの声があり、また、「増税にコロナが追打ちをかけ、廃業も考えざるを得ない(広告・デザイン=県南)」との声もあった。

(2) 判断理由

消費税増税後から現在までの消費動向の変化

先行き	分野	地区	業種	理由
消費動向に上向きの変化があった	家計	県南	卸売業	政府の主導した消費者還元と企業の還元率の高い所(店)に人が流れ、うまく利用できた人達は増税になってもかえって安く買えたり、恩恵を受ける事ができた。カードは怖いと思う(情報漏れ、使い過ぎetc)方は、恩恵がなかったと思う。二極化。
どちらかといえ ば消費動向に上 向きの変化が あった	家計	東青	卸売業	増税(10%)に慣れてきているようです。
			百貨店	食品の売上安定し、入店客も多かった。また、市のプレミアム商品券も消費行動にプラスに働いたと思う。
どちらとも言え ない	家計	東青	観光名所等	10月有料入場者、前年・前月比とも増だった。
			設計事務所	賢い消費行動。
			スナック	私達飲食業は、以前と同じ飲食代です。接待は勿論消費税は頂く事が出来ませんが、やはり個人は(消費税)込みの代金ですが仕方なく諦めるしかないのです。御来店下さるだけ有りがたいと思っております。
			商店街	消費増税による消費動向は、思った程感じられなかった!
			一般小売店	生活必需品、観光商品について増税の影響は感じなかった。
			美容院	必要なものは買わなければいけないが、よーく考えて買っているようです。
		津軽	パチンコ	大きな変化が無かったから。
			コンビニ	コンビニは、今ほしい人がくる商売なので、外出する機会が無いといけない。その為、判断はつけにくい。
			設計事務所	2%の増加は思った程、消費者にとって大きくない様に感じているみたいです。消費税についてあれこれ言われる方も殆どいませんでした。
			住宅建設販売	受注への影響がないから。
			衣料専門店	売上に変化なし。
			旅行代理店	コロナウイルスの影響が大きすぎて、増税まで判断つかない。
			レストラン	特に影響があったように感じない。
		県南	商店街	軽減税率やキャッシュレスのメリットが数値で出てこないから。
			コンビニ	お客様の声が良いとも悪いとも聞こえてこない。
			スナック	コロナのせいでよくわからない。
			観光名所等	特に増税に左右されないため。
美容院	2%のUPしか変わらなかったせいかもしれません。日常の当然の事だと思っている様に感じました。			
旅行代理店	消費税増税のプラス、マイナスが、コロナで飛んでしまったようです。			
スーパー	増税よりも、政府の不公平なポイント還元政策による、販促コスト増が多大なマイナス影響を与えている。すっぱり6月でやめるべき!!			

先行き	分野	地区	業種	理由
どちらとも言えない	家計	県南	家電量販店	2月末までと3月からは、まったく違った流れになっているので判断がつきにくい。
			下北	一般飲食店
		ガソリンスタンド		正直、コロナの悪影響で、増税の影響など忘れてしまった。
		コンビニ	9月と10月の売上げの変化はなかった。	
	企業	津軽	食料品製造	食品関係の仕事なので特に売り上げには影響はないが、仕入は食品ばかりでないので8%の消費税には納得がいかない。
			経営コンサルタント	ポイント還元等であり実感がないが、この地方ではいまだに現金払いの人が多く、その方々は増税感を感じていると思う。
			電気機械製造	特に影響は出ていない。
		県南	経営コンサルタント	消費税の増税後は、キャッシュレス還元の制度や各企業の販売努力もあり、消費動向は落ちていないと感じた。
		下北	食料品製造	扱っている商品が食品で軽減税率適用の為。
	雇用	東青	新聞社求人広告	軽減税率制度もあり、みきわめが難しい。
どちらかといえば消費動向に下向きの変化があった	家計	東青	旅行代理店	旅行単価が上り、客数が減った。
			コンビニ	買上げ単価が下がっている為。
			住宅建設販売	慎重な顧客が増加。8%から10%のメリットもうすく…（ローン減税、すまい給付、エコポ）認知度低く、ゆっくりと考える方が多く、すすまない。
		津軽	観光型ホテル・旅館	一日も早く新型コロナウイルスが終息することを願っております。
			都市型ホテル	来館数、売上げ共に下がった。
			観光名所等	ほとんど、新型コロナウイルス感染者報道ニュースの為気にならなくなっている。
			商店街	買物客と一人当たりの買物額は減っている。
		県南	一般飲食店	最初はそうでもなかったが、今年に入ってから、じわじわ客減が見受けられる。
			ガソリンスタンド	駆け込み需要は若干あったと思われるが、増税後、消費支出に対して慎重な行動を取られる方が多くなっているように感じられる。
			衣料専門店	今冬については「増税」の他、「暖冬」もあったので衣料品が苦戦。
	タクシー		余程のことがないかぎり、タクシーは使わなくなった。又、街にも出かけない。	
	下北		スーパー	衣料品を中心に若干落ち込みがあった。5%還元で多少持ちこたえている。
		一般小売店	落ちた売上は戻りません。	
	企業	東青	経営コンサルタント	今迄の影響を見ると予想したほどの落ち込みは見られない。但し、5%ポイントの切れる6月以降に影響が出てくるものと思われる。
			津軽	建設
		県南	飲料品製造	コロナ以前に数量の落ち込みが感じられた。「2%あがった」というより「10%」というイメージが大きい。
			電気機械製造	税額アップの効果は徐々に悪影響として出ていて、本当に必要なものしか買わない傾向となっている。

先行き	分野	地区	業種	理由	
どちらかといえ ば消費動向に下 向きの変化が あった	雇用	東青	求人情報誌	税込みでの価格を提示された。	
		津軽	新聞社求人広告	景気に関して、増税して良かったという話はいまだ聞いていない。	
		県南	新聞社求人広告	買い控えがあったように思う。	
消費動向に下向 きの変化があっ た	家計	東青	都市型ホテル	消費税増税後の売上減少、集客の落ち込み。	
			衣料専門店	以前の増税よりマイナス効果が大きかったようです。景気が横ばいで家庭の収入が減っているのに10%（税額が見やすい）負担はどう見ても問題がある。効果、私たちの生活は豊かになるのでしょうか。	
			一般飲食店	コロナに増税、タバコ禁止と追いうちをかける政策に、国民がいつまでたえられるのか本当に疑問だ。そのうち不穏な事件でも起きるような不安を感じる。	
			レストラン	増税後からは明らかに売上が下がったのでは！！県内は静かだし、人もまばら。3月から動く気配だったのに、コロナで…どうなるのでしょうか？	
			タクシー	個人消費の財布のひもは確実に固くなり、その影響が真っ先に外食機会の激減となって表面化したように感じられた。持ち帰れば8%のまま、外食だと10%だなんて外食するなど言っているようなもので、全く消費という点から見たら逆効果としか思えない。今となっては外食はご法度だが、逆に持ち帰りは10%だけけど外で食べれば8%とした方が余程気が利いていたのではと思う。	
			家電量販店	増税前の駆け込み以上に売上が落ち込んでいる。食品の売上が落ちていない事を考えると、増税対象の消費の落ち込みがわかる。	
		津軽	一般小売店	4月から9月までの6カ月間の前年比105.1%。10月から3月までの6カ月間の前年比86.2%。	
			県南	レストラン	いろんな事が重なり、下向きの変化にしか思えない。
				パチンコ	あまりにも、コロナの影響が強くて今は見えにくいですが、消費税10%は経済、景気の流れに重くのしかかっていると思う。
				設計事務所	影響を受けた。
				百貨店	衣料、酒類の売上が現実に落ち込んでいる。
住宅建設販売				建物が10%消費税により、冷えこみがあつた。	
企業	東青	建設	「税金が国民の為に使われている」という実感が持てない人が多いと感じた。		
		津軽	広告・デザイン	増税後の昨年10月～12月の売上額が過去10年間に於いて同期間売上額合計が最低で有った。	
		県南	広告・デザイン	増税にコロナが追打ちをかけてるカタチになっている。20年以上営業しているが、廃業も考えざるを得ない。	
	雇用	津軽	人材派遣	消費税増税分を節約しようという方が周りに多い。	