

青森県景気ウォッチャー調査特別調査（令和2年1月期）  
消費税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。

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%

3. 調査項目

設問	回答方法
①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／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）
①の理由	自由記述
②消費税増税による今後の消費動向の変化に対する判断	5段階（消費動向が上向きに変化する／どちらかといえば消費動向が上向きに変化する／どちらとも言えない／どちらかといえば消費動向が下向きに変化する／消費動向が下向きに変化する）
②の理由	自由記述

令和2年2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

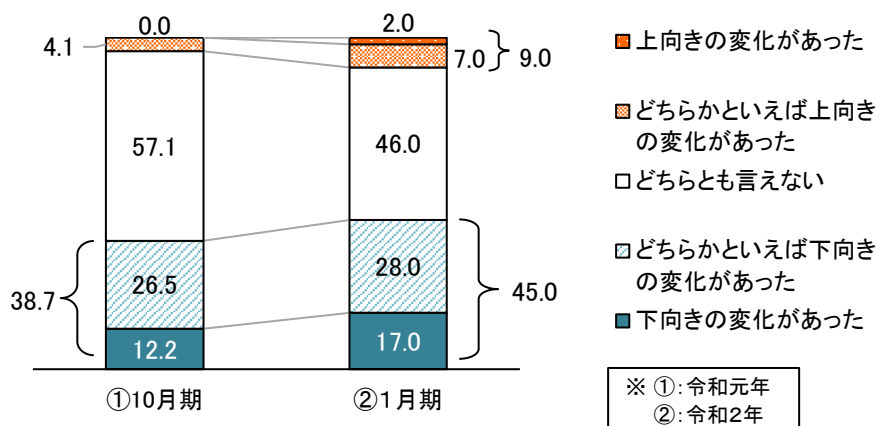
### ① 県全体の動向

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9.0%、「どちらとも言えない」との回答が46.0%、「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45.0%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4.9ポイント増加し、「どちらとも言えない」との回答が11.1ポイント減少し、「(どちらかといえば)下向きの変化があった」との回答が6.3ポイント増加した。

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、「カード支払の還元が浸透した(都市型ホテル=津軽)」という声があり、また、最も回答が多かった「どちらとも言えない」理由としては、「あまり変化を感じない(美容院=県南)」、「駆け込み需要、増税後の反動減とも、それほど大きくないと感じた(新聞社求人広告=東青)」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、「駆け込みがあったカテゴリで明らかな落ち込みが見られる(家電量販店=東青)」、「お客様の来店回数が減った(レストラン=県南)」などの声があった。

増税後からの消費動向の現状判断 回答別構成比(県全体)(%)

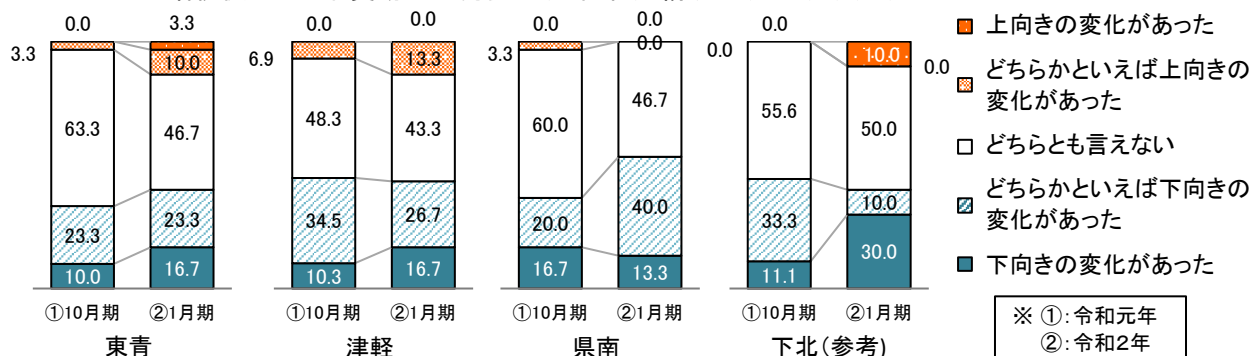


### ② 地区別の動向 (※下北地区については、サンプル数が少ないため参考値)

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、津軽地区と県南地区では「(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、東青地区と下北地区では「(どちらかといえば)上向きの変化があった」が増加し、津軽地区は大きな変化がなく、県南地区では「(どちらかといえば)下向きの変化があった」が増加した。

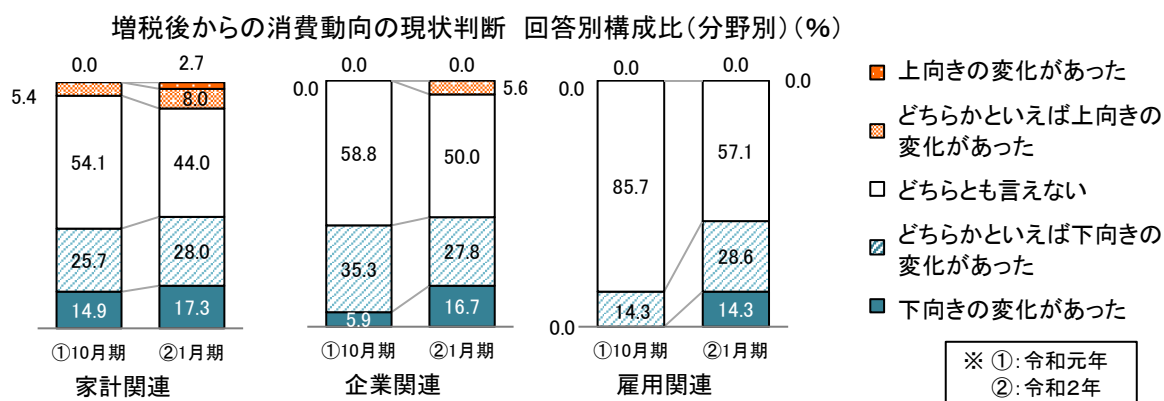
増税後からの消費動向の現状判断 回答別構成比(地区別)(%)



### ③ 分野別の動向

分野別にみると、全分野において「どちらとも言えない」との回答が最も多かったが、家計関連では「(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「(どちらかといえば)下向きの変化があった」と「(どちらかといえば)上向きの変化があった」がそれぞれ微増し、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。



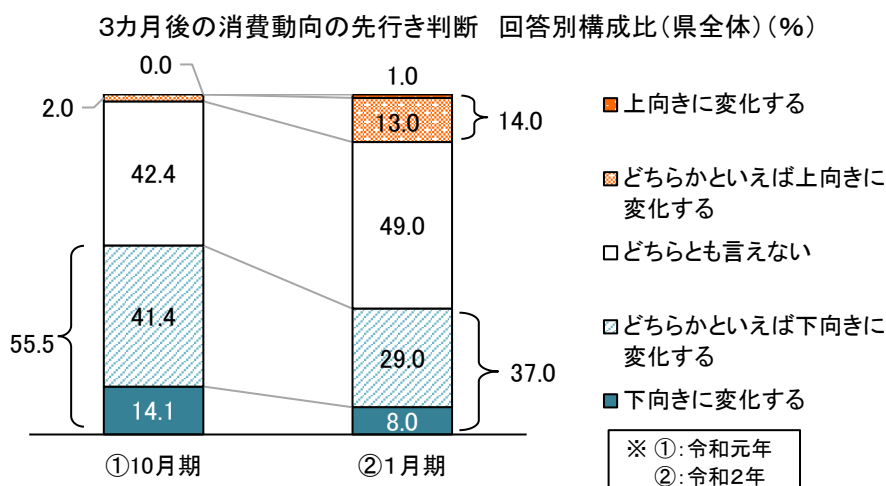
## (2) 消費税増税による3カ月後の消費動向の変化

### ① 県全体の動向

県全体をみると、「消費動向が上向きに変化する」「どちらかといえば消費動向が上向きに変化する」との回答が合わせて14.0%、「どちらとも言えない」との回答が49.0%、「消費動向が下向きに変化する」「どちらかといえば消費動向が下向きに変化する」との回答が合わせて37.0%となった。

前期調査と比べると、「(どちらかといえば)上向きに変化する」との回答が12.0ポイント増加し、「どちらとも言えない」との回答が6.6ポイント増加し、「(どちらかといえば)下向きに変化する」との回答が18.5ポイント減少した。

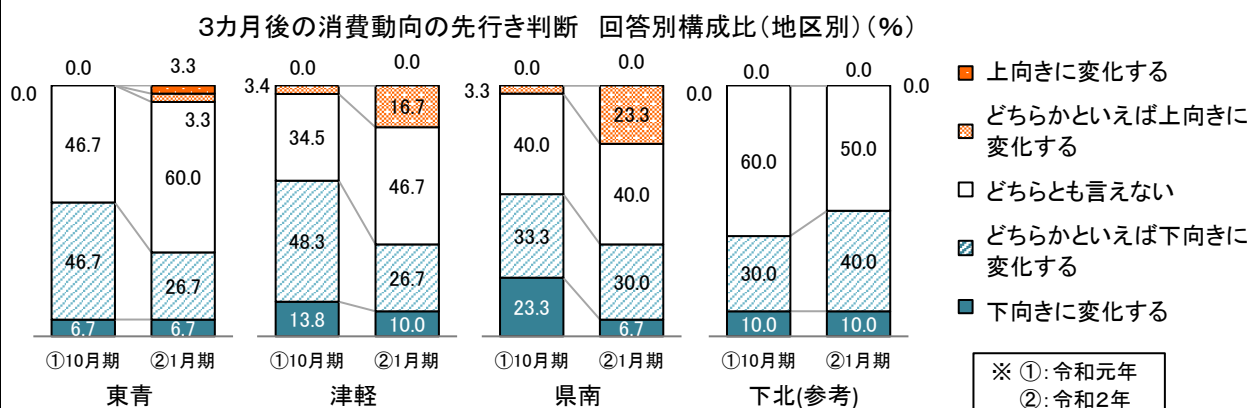
判断理由では、「(どちらかといえば)上向きに変化する」理由としては、「オリンピックも近くなり、ムードが変化する(一般飲食店=東青)」という声が多く、また、最も回答が多かった「どちらとも言えない」理由としては、「消費税増税だけを考えれば、すでに平常感がある(都市型ホテル=東青)」、「様々なイベントも一段落し、通常の消費動向に戻ると思う(建設=県南)」などの声や、他には、「見通しが見えない(乗用車販売=津軽)」などの声もあった。一方で、「(どちらかといえば)下向きに変化する」理由としては、「まだまだ消費増税の効果(影響)が継続(住宅建設販売=東青)」、「食品は8%だが仕入れは10%が多く、カバーするにはやはり値上げするしかないのでは(食料品製造=津軽)」などの声があった。



### 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。

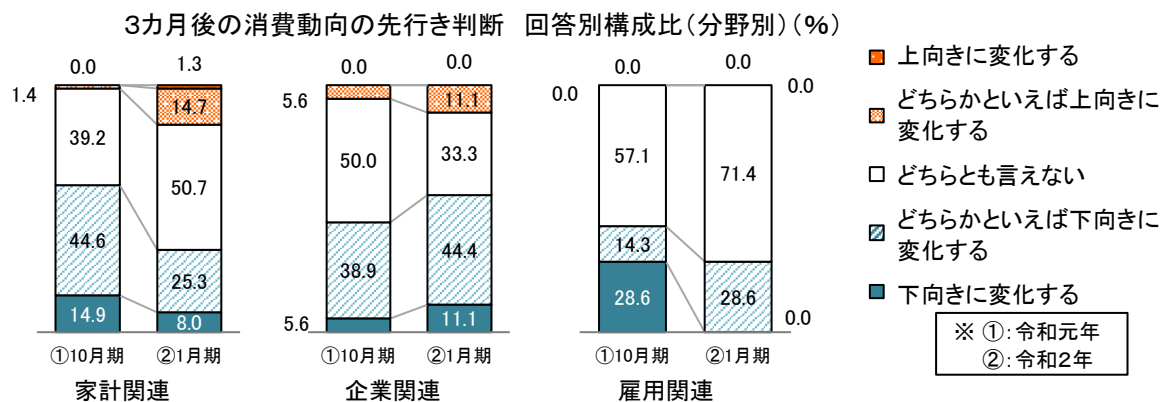
前期調査と比べると、東青地区及び津軽地区は「どちらとも言えない」が増加し、県南地区は「どちらかといえば上向きに変化する」が増加し、下北地区では「どちらかといえば下向きに変化する」が増加した。



### ③ 分野別の動向

分野別にみると、家計関連と雇用関連では「どちらとも言えない」との回答が最も多く、企業関連では「どちらかといえば下向きに変化する」との回答が最も多かった。

前期調査と比べると、家計関連では「（どちらかといえば）上向きに変化する」が増加し、企業関連では「（どちらかといえば）下向きに変化する」が増加し、雇用関連では「どちらともいえない」が増加した。



### (3) 判断理由

#### ① 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	東青	一般飲食店	周りとの逆の対応、値上げせずすえ置きで消費税は普通に10%頂きましたが、便乗の値上げもしませんでしたので思ったより集客できました。
		下北	一般飲食店	早目のテレビなどのお知らせでお客様の方がこころよく納得した気配があります。
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	観光名所等	9月より10月の方がテナント売上が多い。
			商店街	従来よりも、家族（ファミリー）で動くことが増加、する気運が増えているのではと思われる。
		津軽	コンビニ	たばこ等のかけこみが少しあった。
			設計事務所	建築工事に関しては消費税2%upでも金額が大きいので増税前に完成させる物件が多かった。（駆け込み。）大型物件の数は少ないが、物件数は増えてきている。
			都市型ホテル	カード支払の還元が浸透したものと思われる。
			美容院	キャッシュレス還元のお得感。
	企業	東青	食料品製造	ネット販売に駆け込み需要があった。食品なので基本変わらないのですが、10%と思いついでる方もいました。
どちらとも言えない	家計	東青	スナック	私達飲食業は増税は全く関係有りません。諦めております。
			乗用車販売	増税という言葉はあまり聞かない。
			一般小売店	生活必需品、観光商品は堅調。その他の特段の変化は感じないから。
			観光型ホテル・旅館	売上の減少はなかったが、軽減税率の対応により従業員の業務が増えた。
			美容院	来店する回数を少なくしている人が多い。
			旅行代理店	売上げは前年比と同じ位。
			スーパー	軽減税率でのトラブル・動向の変化はないが、わかりにくすぎる。
		津軽	住宅建設販売	受注の量までは、影響が現れていないから。
			パチンコ	変化が無かったから。
			家電量販店	10月・11月と増税前の駆け込み需要の影響を受け前年割れの実績となった。キャッシュレス・ポイント還元事業により12月に入ってからほぼ前年同様の進捗状況に持ち返しているが、油断ならず今後の予測がむずかしい。
	県南	観光名所等	10月は前年若干プラス。11月は若干マイナス。-1%。	
		旅行代理店	特に影響は感じられない。	
		コンビニ	当方で販売している商品は8%据え置きなので、変化は感じない。	
		商店街	9月の駆け込み需要の後に、大きく売上が落ちた話が多く聞かれた。その後ポイント還元等の浸透で、持ち直した話も出ている。	
		一般飲食店	実施された直後はあまり感じなかったが、今になって、節約らしさが徐々にではあるが感じられる。	

先行き	分野	地区	業種	理由
どちらも 言えない	家計	県南	スナック	全く変わらない。
			観光名所等	食品扱いなので、変化が見られない。
			美容院	あまり変化を感じない。
			パチンコ	軽減税率や、キャッシュレス還元など、多少増税のイメージ等緩和されたのではないかと思う。
		下北	レストラン	キャッシュレス5%還元がある2020年6月まではあまり問題はなさそうだがその後が心配。
			都市型ホテル	増税により売上が落ち込む様な事はなかったです。但し、上向きでは絶対ない。
	ガソリンスタンド		増税が原因なのか、景気が悪くてなのか、消費が冷え込んだままです。	
	企業	東青	広告・デザイン	特に変化がない。
			建設	業界的に「かけ込み」需要は無かった。増税の影響は「限定的」と思っていたが、社員を含め案外「買控え」している人が多い。
		津軽	経営コンサルタント	事業者は消費税の転嫁が順当に出来れば、問題は無いと思う。税込みで価格設定している飲食店も、全体的に単価を少し値上げしている店が多く、客も抵抗を感じていないように見える。
		県南	建設	増税後に、ハロウィン、クリスマス、正月と各イベントが続いていたため、目立った落ち込みの変化は見られなかったように思われる。しかし、個人的な感覚では、年賀状の価格が上がったこと、SNSを利用する人が増えたためか、年賀状でのやりとりを控えた又はやめた人が多く見受けられた。
			経営コンサルタント	10月に入ってからの2、3日だけが消費を控えたのではないかと感じました。上げ幅が2%と比較的すくなく上がったことと食料品の軽減税率が効いているのではないかと思います。
			広告・デザイン	増税前は消費の低迷を懸念していたが、いざ始まると、それなりに慣れて、変化をあまり感じない。
	雇用	東青	新聞社求人広告	駆け込み需要、増税後の反動減とも、それほど大きくないように感じたので。
県南		新聞社求人広告	特に影響がないように思えた。	
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	設計事務所	専門店（靴）に行ったら「売行きが悪い」店員の一言。
			都市型ホテル	多少なりとも下向きの影響があったが、大きな混乱ではなく冷静だったと思われる。
			住宅建設販売	住宅の受注、前年対比マイナスとなっているため。モデルハウス集客低下、顧客の慎重心理も強く長期戦となっているため。
			コンビニ	イトイン使用の時10%の為、いままで利用していたのをがまんして買わない等。
	津軽	商店街	商店街	消費税増税前の買いだめ等により来街者が減った。また、年末年始も例年と比べると近隣デパート、スーパーの買物客が減っていた。
			乗用車販売	前年比60～80%で消費が落ち込んでいる。
		県南	卸売業	5%還元を独自で打ち出している大手企業の作戦に地元の中小企業がかなわない様子がよくみえる。
	旅行代理店		増税前に旅行が前倒しされたような気がします。	
	ガソリンスタンド		増税前に若干の駆け込み需要は感じられたが、増税後、上回る停滞が感じられる。	
	設計事務所		特に年明けから消費の落ち込みを感じる。	



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	家計	県南	スーパー	売上がマイナスになっていないのは、自社の原資で販促強化を ただけであり、前倒し需要があった業種であり、反動減は避 けられない。
			衣料専門店	増税前の駆け込み需要があった分、増税後の反動があった。数値 的な変動幅は前回（2014年4月）と同程度だった。但し今回は 政治主導でキャッシュレス決済などの緩和策がとられたが、弊 社は資本金1億円以上で対象外の為、緩和される要因が無い。
			百貨店	全体の売上がかなり落ちている。
			家電量販店	10月度から前年割れが続いている。9月まで前年upで来てい た。
		下北	スーパー	特に年末、クリスマス、年始が良くなかった。
	企業	県南	食料品製造	可処分所得の増加の見込めない中での増税に対し消費活動は保 守的になる。
			飲料品製造	日本酒の店頭での動きがにぶく、出荷にも影響あり、サイフの ひもが固くなった気がする。キャッシュレス促進還元の効果も 限定的。アルコール関係には効果なし。
			電気機械製造	いろいろなモノが高くなった。購買意欲は下がっています。
	雇用	津軽	新聞社求人広告	取引先などから、良い話が聞こえてこない。
	消費動向に 下向きの変化が あった	家計	東青	レストラン
タクシー				年末の正月用品の買い出しの勢いは例年通りだったが、それ以 外の「外出」や「外食」の回数が極端に減少したことは間違い ない。
衣料専門店				消費税の8%から10%増、2%程度でそれほど影響が無いのでは と言われていたが、高額品については10%という「額」は想像 以上の負担に感じているようです。
家電量販店				駆け込みがあったカテゴリで明らかな落ち込みが見られる。逆 に、軽減税率対象の食品は好調。
		津軽	一般小売店	10～12月の売上げ前年比が強烈に悪い。
県南		レストラン	飲食業はかなり悪いです。お客様の来店回数が減りました。	
		一般小売店	ダウンは、10、11、12月の3カ月。新年からは回復傾向であ る。	
		タクシー	たった2%とは言え収入が増える訳でもないのでぜいたくはし ない。買い物等も安い時に買い、いかに支出を減らすか、腐心 している。	
		住宅建設販売	来場者数、契約数ともに減った為。	
下北		一般小売店	10月の増税から3カ月連続で対前年比マイナス10%です。軽減 税率の商品もあるのですが、明らかに購買意欲が下がっており ます。	
		コンビニ	客数自体減った。余計なものは買わないようにしているよう だ。	
企業		東青	経営コンサルタント	12月は例年に比較し明らかに売上の落ち込んでいる先が多い。 年明け後も一般消費の伸びる見込みは少ないと思われる。
		津軽	広告・デザイン	売上高が極端に少なくなった。
		下北	食料品製造	増税後、各店舗の売上が落ちている。
雇用		津軽	人材派遣	周辺の方々や私自身もそうだが、クレジットカードや電子マ ネーを使用し、キャッシュレスでポイントをため、増税に対抗 する方が増えた。