

（参考3）消費税増税に伴う県内経済への影響等

1. 本調査について

平成26年4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）に伴う県内経済への影響等について、青森県景気ウォッチャーの方々に答えていただき、その結果をまとめたものです。

調査期間

平成26年7月1日～7月11日 回答率 98%

質問項目

- ①消費税増税による駆け込み需要に対する判断とその理由
- ②消費税増税による消費減退に対する判断とその理由
- ③消費税増税による消費減退の回復時期に対する判断とその理由

回答方法

- ①5段階（駆け込み需要はあった／どちらかといえば駆け込み需要はあった／どちらとも言えない／どちらかといえば駆け込み需要はなかった／駆け込み需要はなかった）から選択し、その判断理由を自由形式で記述。
- ②5段階（消費減退があった／どちらかといえば消費減退があった／どちらとも言えない／どちらかといえば消費減退がなかった／消費減退がなかった）から選択し、その判断理由を自由形式で記述。
- ③5段階（平成26年4月～6月／平成26年7月～9月／平成26年10月～12月／平成27年1月以降／消費減退がなかった）から選択し、その判断理由を自由形式で記述。※「分からない」との回答有り。

2. 結果概要

（1）消費税増税による駆け込み需要の有無

県全体を見ると、「駆け込み需要はあった」、「どちらかといえば駆け込み需要はあった」とする回答が合わせて58.1%、「どちらとも言えない」は10.2%、「どちらかといえば駆け込み需要はなかった」、「駆け込み需要はなかった」とする回答が合わせて31.6%となった。

判断理由では、飲食業を中心に増税の影響がなかったという声があった一方で、「3月前年比14.7%増の売上げであった（一般小売店）」、「3月の高額商品の販売が好調であった（家電量販店）」、「9月契約が通常年の約3倍であった（住宅建設販売）」など、駆け込み需要による売上げの増加をあげる声が多くあった。

地区別を見ると、「駆け込み需要はあった」、「どちらかといえば駆け込み需要はあった」と回答した割合が、県南地区が66.6%と最も高く、下北地区では33.3%と最も低かった。

分野別を見ると、「駆け込み需要はあった」、「どちらかといえば駆け込み需要はあった」と回答した割合が、雇用関連では71.5%と最も高く、家計関連では56.8%、企業関連では58.8%であった。

(2) 消費税増税による消費減退の有無

県全体を見ると、「消費減退があった」、「どちらかといえば消費減退があった」とする回答が合わせて70.4%、「どちらとも言えない」は15.3%、「どちらかといえば消費減退がなかった」、「消費減退がなかった」とする回答が合わせて14.3%となった。

判断理由では、「4月の売上げは対前年比15%減（卸売業）」、「4月から6月が前年比73%（一般小売店）」、「4月昨年比92%、5月同78%（衣料専門店）」など売上げの減少を上げる声があったほか、駆け込み需要の影響がなかった飲食業でも客数・売上げが減少したという声があった。一方で、「日々購入するものだから（食料品製造）」、「前年度対比は下がっていない（美容院）」など、消費減退はなかったという声があった。

地区別に見ると、「消費減退があった」、「どちらかといえば消費減退があった」と回答した割合が、東青地区が76.7%と最も高く、県南地区では63.3%と最も低かった。

分野別に見ると、「消費減退があった」、「どちらかといえば消費減退があった」と回答した割合が、家計関連では71.6%、企業関連では70.5%であったが、雇用関連では57.2%と低かった。

(3) 消費税増税による消費減退の回復時期

県全体を見ると、「26年4月～6月頃」は6.1%、「26年7月～9月頃」は22.4%、「26年10月～12月」は31.6%、「27年1月以降」は21.4%とする一方で、「消費減退がなかった」は12.2%、「分からない」とする回答が6.1%あった。

判断理由では、「日用品であるため回復は早い（食料品製造）」、「前回増税時より遅いが購買状況が戻ってきている（スーパー）」など早期の回復をあげた声があった一方で、農業生産者の秋の収穫時期や秋冬物衣料の時期に回復を期待する声や、消費税10%増税の影響が回復を遅くするといった声があった。

地区別に見ると、「26年4月～6月頃」と回答した割合は、県南地区が13.3%と最も高かった。「27年1月以降」と回答した割合は、下北地区が33.3%と最も高かった。

分野別に見ると、「26年10月～12月頃」、「27年1月以降」と回答した割合が雇用関連では85.7%で、家計関連では55.4%あったが、企業関連では29.4%と低かった。

3. 統計表

表1 消費税増税による駆け込み需要の有無

(%)

n= 98	駆け込み需要はあった	どちらかといえば駆け込み需要はあった	どちらとも言えない	どちらかといえば駆け込み需要はなかった	駆け込み需要はなかった
県全体	31.6	26.5	10.2	17.3	14.3

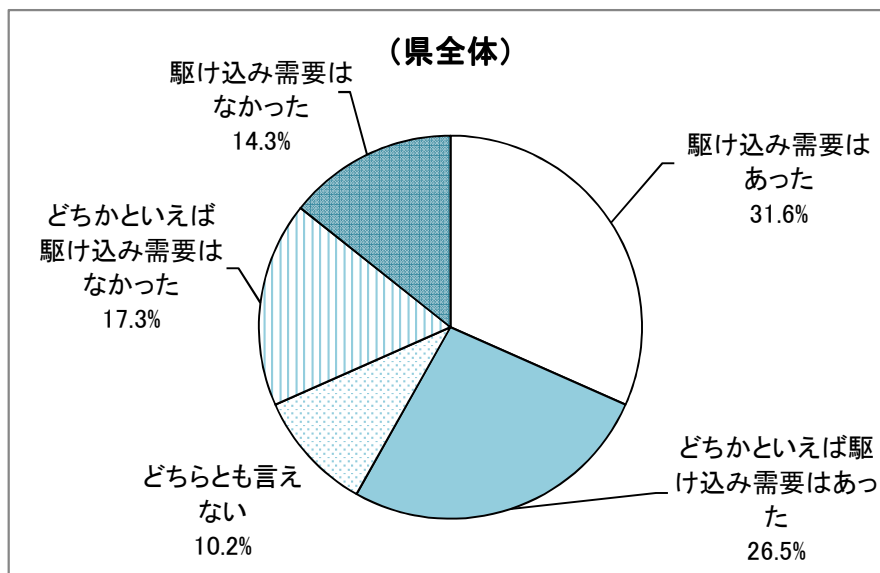


表2 消費税増税による駆け込み需要の有無 (地区別)

(%)

n= 98	駆け込み需要はあった	どちらかといえば駆け込み需要はあった	どちらとも言えない	どちらかといえば駆け込み需要はなかった	駆け込み需要はなかった
県全体	31.6	26.5	10.2	17.3	14.3
東青	33.3	20.0	10.0	16.7	20.0
津軽	31.0	31.0	10.3	13.8	13.8
県南	33.3	33.3	6.7	20.0	6.7
下北	22.2	11.1	22.2	22.2	22.2

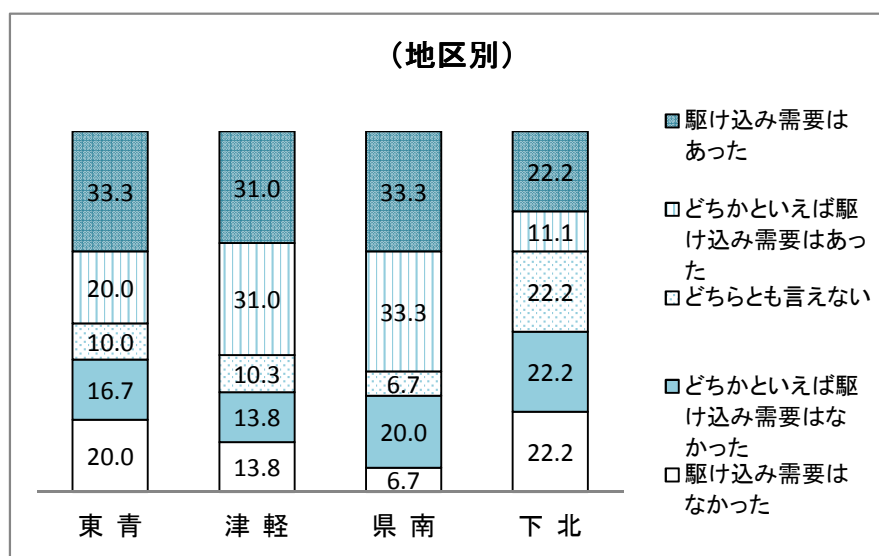


表3 消費税増税による駆け込み需要の有無（分野別）

(%)

n= 98		駆け込み需要はあった	どちらかといえば駆け込み需要はあった	どちらとも言えない	どちらかといえば駆け込み需要はなかった	駆け込み需要はなかった
合 計		31.6	26.5	10.2	17.3	14.3
家計関連		31.1	25.7	9.5	17.6	16.2
小売		51.7	34.5	3.4	3.4	6.9
飲食		0.0	0.0	16.7	66.7	16.7
サービス		11.1	29.6	14.8	14.8	29.6
住宅		83.3	16.7	0.0	0.0	0.0
企業関連		35.3	23.5	17.6	11.8	11.8
雇用関連		28.6	42.9	0.0	28.6	0.0

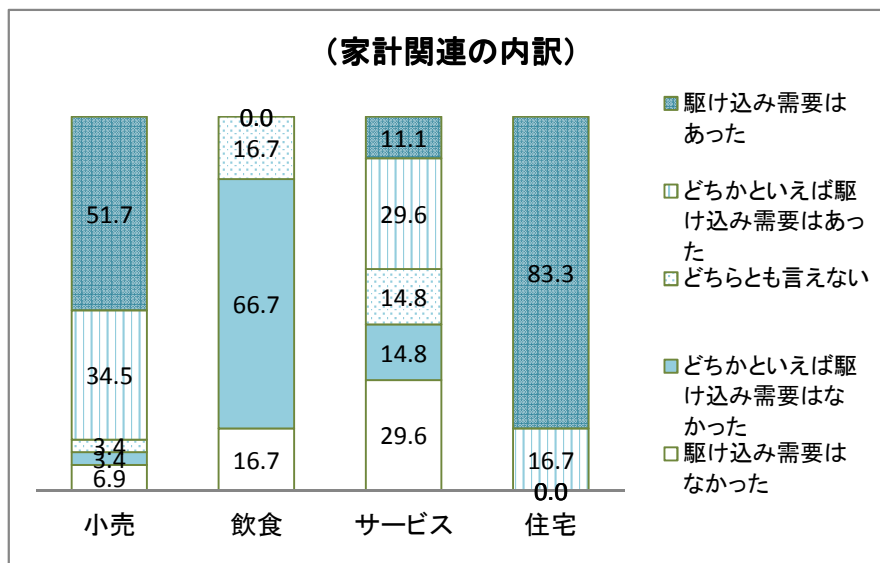
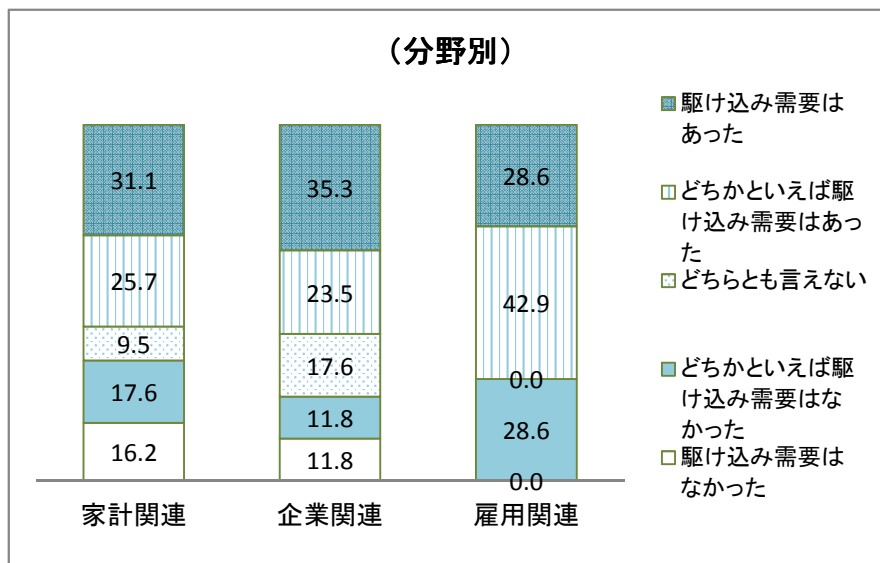


表4 消費税増税による消費減退の有無

(%)

n= 98	消費減退があつた	どちらかといえば消費減退があつた	どちらとも言えない	どちらかといえば消費減退がなかつた	消費減退がなかつた
県全体	44.9	25.5	15.3	9.2	5.1

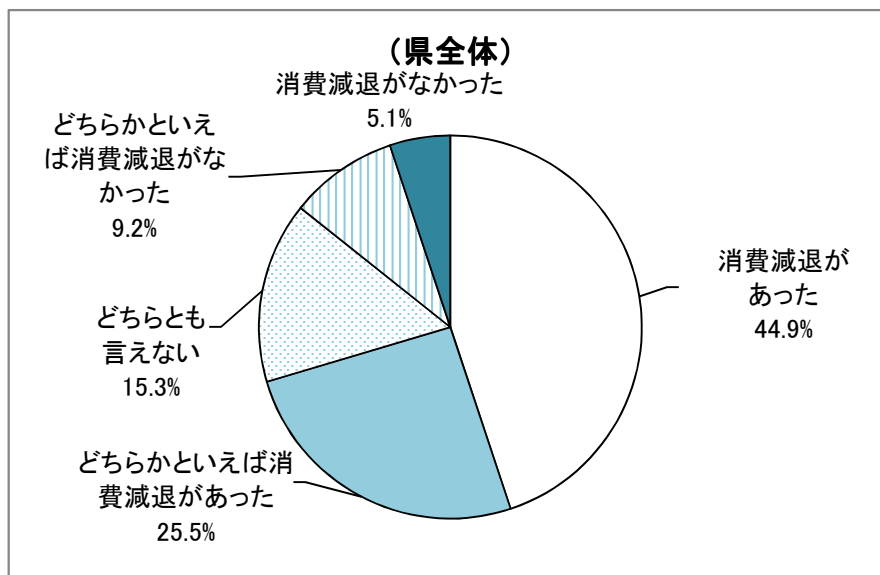


表5 消費税増税による消費減退の有無 (地区別)

(%)

n= 98	消費減退があつた	どちらかといえば消費減退があつた	どちらとも言えない	どちらかといえば消費減退がなかつた	消費減退がなかつた
県全体	44.9	25.5	15.3	9.2	5.1
東青	56.7	20.0	16.7	3.3	3.3
津軽	48.3	24.1	6.9	13.8	6.9
県南	30.0	33.3	20.0	10.0	6.7
下北	44.4	22.2	22.2	11.1	0.0

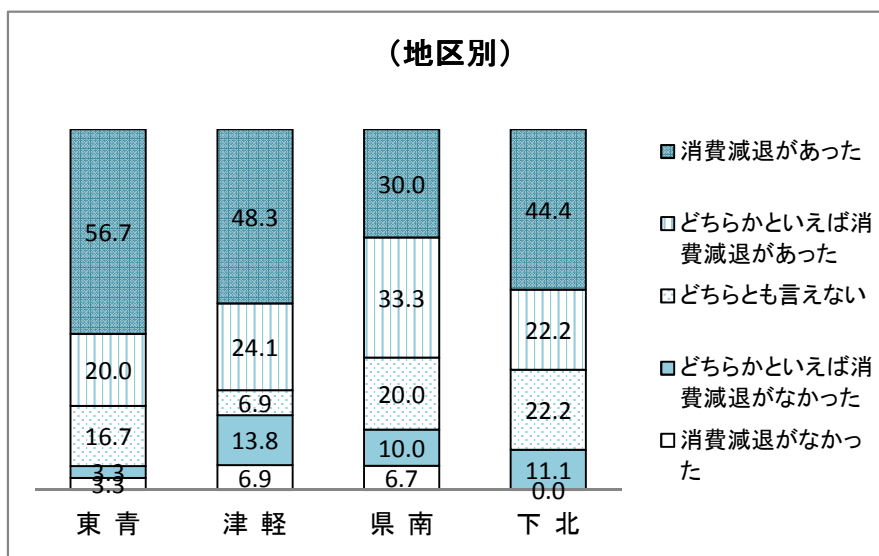


表6 消費税増税による消費減退の有無（分野別）

(%)

n= 98		消費減退があった	どちらかといえば消費減退があった	どちらとも言えない	どちらかといえば消費減退がなかった	消費減退がなかった
合 計		44.9	25.5	15.3	9.2	5.1
家計関連		44.6	27.0	14.9	8.1	5.4
	小売	62.1	34.5	3.4	0.0	0.0
	飲食	41.7	25.0	25.0	8.3	0.0
	サービス	25.9	22.2	18.5	18.5	14.8
	住宅	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0
企業関連		52.9	17.6	11.8	11.8	5.9
雇用関連		28.6	28.6	28.6	14.3	0.0

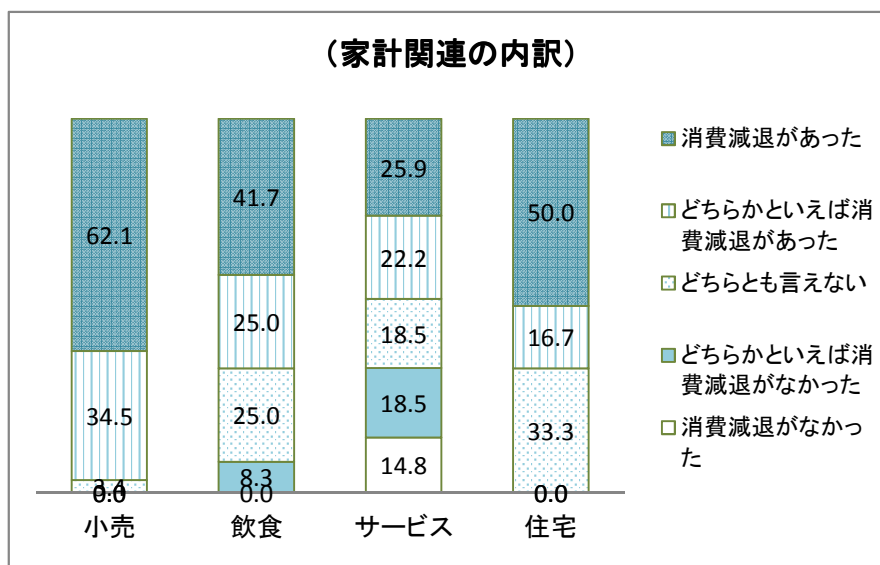
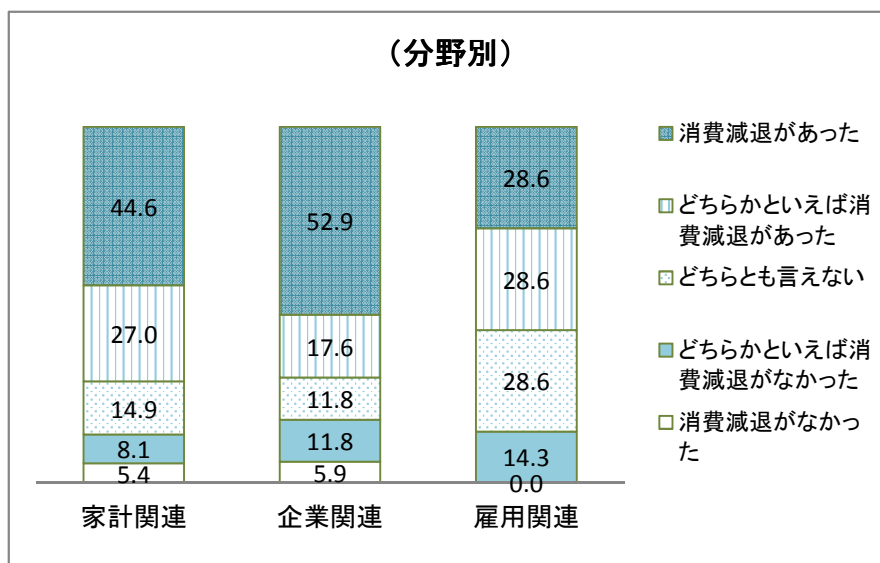


表7 消費税増税による消費減退の回復時期

(%)

n= 98	26年4～6月頃	26年7～9月頃	26年10～12月頃	27年1月以降	消費減退が なかった	分からない
県全体	6.1	22.4	31.6	21.4	12.2	6.1

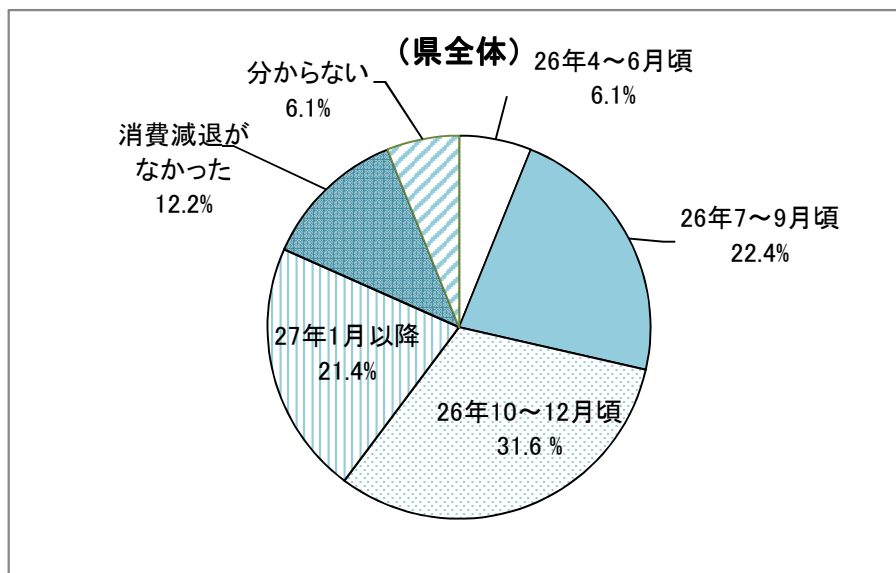


表8 消費税増税による消費減退の回復時期 (地区別)

(%)

n= 98	26年4～6月頃	26年7～9月頃	26年10～12月頃	27年1月以降	消費減退がなかった	分からない
県全体	6.1	22.4	31.6	21.4	12.2	6.1
東青	6.7	26.7	30.0	20.0	13.3	3.3
津軽	0.0	17.2	44.8	20.7	6.9	10.3
県南	13.3	23.3	23.3	20.0	20.0	0.0
下北	0.0	22.2	22.2	33.3	0.0	22.2

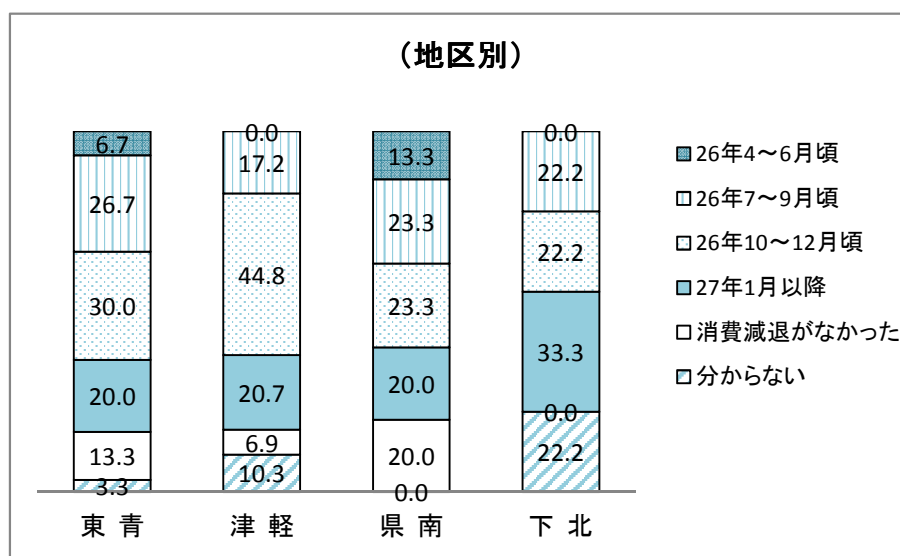
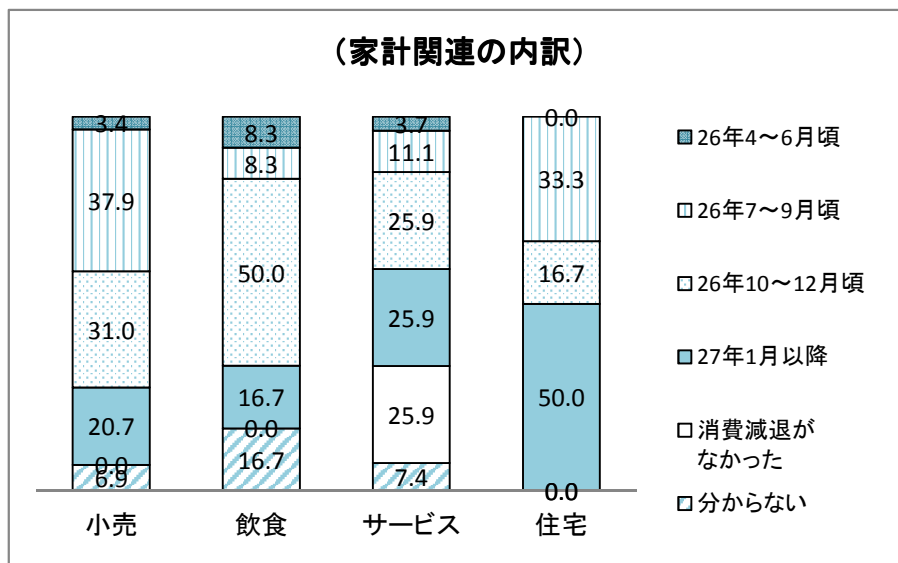
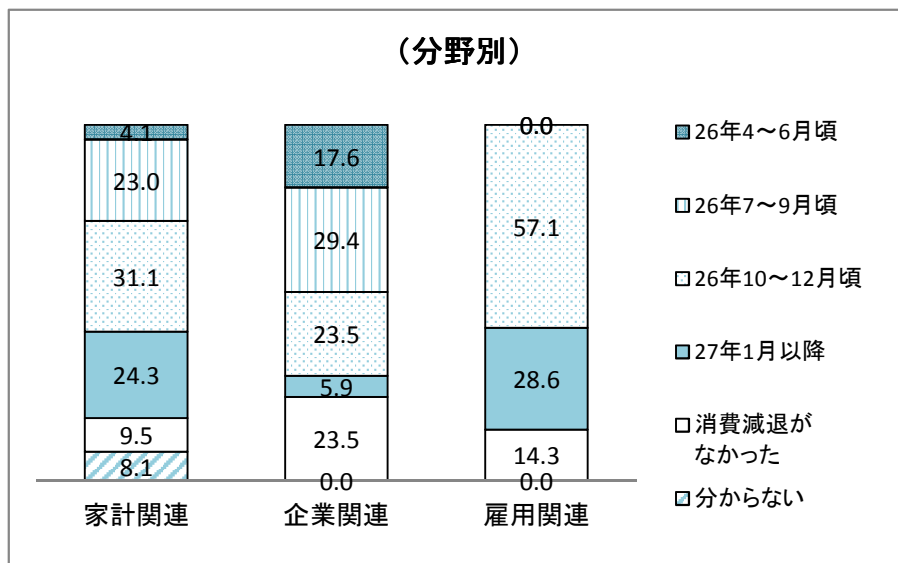


表9 消費税増税による消費減退の回復時期（分野別）

(%)

n= 98	26年4～6月頃	26年7～9月頃	26年10～12月頃	27年1月以降	消費減退が なかった	分からない
合 計	6.1	22.4	31.6	21.4	12.2	6.1
家計関連	4.1	23.0	31.1	24.3	9.5	8.1
小売	3.4	37.9	31.0	20.7	0.0	6.9
飲食	8.3	8.3	50.0	16.7	0.0	16.7
サービス	3.7	11.1	25.9	25.9	25.9	7.4
住宅	0.0	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0
企業関連	17.6	29.4	23.5	5.9	23.5	0.0
雇用関連	0.0	0.0	57.1	28.6	14.3	0.0



4. 消費税増税による駆け込み需要に対する判断理由

回答	分野	地区	業種	理由
駆け込み需要はあった	家計	東青	スーパー	買い置きできる商品は2月中旬から3月下旬まで売上高が伸びた。 ※米、酒、調味料、冷凍食品、菓子、雑貨等。
			衣料専門店	スーツ他高価格品がここ数年にない販売額でした。
			家電量販店	苦戦していた冷蔵庫、洗濯機、ブランド品等の高額商品に需要が生じた他、紙製品類や洗剤等の消耗品や米、冷凍食品でのまとめ買いが目立った為。
			卸売業	対前年比を見てもあきらかに売上が増した。
			住宅建設販売	住宅の場合、半年前の6ヶ月前の契約で5%が有効でありました。その結果9月の契約が通常年の3倍にもなったため。
	津軽		乗用車販売	自動車は特に需要大であったと考える。
			一般小売店	25年4月～26年1月まで累計が前年比96%だったのが、2月112%、3月147%であったので。
			美容院	買いだめはありました。
			設計事務所	住宅関連の需要が増えた。
			住宅建設販売	売上、お客様数等でも数字に表れている。
	県南		スーパー	3/30、3/31に保存ができる食品の動きが好調だった為。
			乗用車販売	3月上旬までを予想していたが、以外に早く2月上旬には終わってしまった。
			家電量販店	3月の高額商品販売はすさまじかった。
			一般小売店	単価の高い物を買えるお客様は駆け込みの3月ではなく、もっと前から消費税を話題に買い物をしていた。3月は必需品としての買い物が多かったようだ。
			卸売業	それぞれ生活防衛のためか、予想以上の需要があった。
			タクシー	車、住宅、電化製品等は目立っていたと思う。
			設計事務所	民間工事において、去年は多かったが、今年は少ない。
			住宅建設販売	2、3月の現金客が購入をいそいだ。
	下北		スーパー	売上げが上がった。
			ガソリンスタンド	3月31日のガソリンの販売数量がいつもの約2.5倍ほどあった。
	企業	東青	食料品製造	消費税増税前となる26年3月の出荷が前年同月比26%増であった。
			経営コンサルタント	住宅着工を始め車、及び耐久消費財を中心に幅広く買い置きが行われたと見られる。
			広告・デザイン	自動車ディーラーは販売台数を大幅に伸ばし、またそれ以外の家電、日用品の量販店も同様であった。リフォーム系も受注に対して追いつかず、断っている状況だと聞いている。

回答	分野	地区	業種	理由
駆け込み需要はあった	企業	津軽	食料品製造	3月には例年より売上が伸びた。
		県南	紙・パルプ製造	トイレットペーパーやティッシュペーパーは、増税前の駆け込み需要が目立った。
			建設	建築物件の発注量が多かった。消費税増税による駆け込み需要と考えると説明がつかなかった。
	雇用	東青	新聞社求人広告	耐久消費財は活況と聞いている。
		津軽	人材派遣	消費税増税前の26年3月中は雑貨、食品、家電量販店は活況をあげ、レジは長蛇の列が連日続いていた。
どちらかといえば駆け込み需要はあった	家計	東青	設計事務所	住宅着工件数が増。
			コンビニ	3月末に少しだけ駆け込みと思える売れ方があった。
		津軽	商店街	物販店において売上が3月に上がった。
			衣料専門店	必要なスーツ、ジャケット、スラックス需要あった。
			観光型ホテル・旅館	昨年対比、2月宿泊107名増、2月日帰り87名増、3月宿泊193名増、3月日帰り4減、との結果からあえて②と判断しました。
			ガソリンスタンド	4月上旬の売上の落ち込みは顕著でした。
			旅行代理店	3%の負担増を考えての行動があった。
	県南	ガソリンスタンド	油の販売と一般家電の販売が伸びた。	
		美容院	生活用品ではなく、高級な品の差額が大きいので、思い切って買ったり注文（電化製品など）した話を聞いています。	
		百貨店	駆け込み需要については一部の売場（化粧品、寝装品、たばこ等）については、見られたが、店全体としては、大きな駆け込み需要はなかった。 食料品についても、消耗雑貨の一部でまとめ買いは見受けられたが、全体としては大きな影響はなかった。また、当店は生鮮がメインの為、消費期限の関係からまとめ買いはほとんどなかった。	
		観光型ホテル・旅館	3月下旬の宿泊者増、4月上旬の宿泊者減の流れが、他の月とは異なる動きであった。明らかに消費税の影響によると判断している。	
		衣料専門店	3月だけは、駆け込み需要があったように思いますというのは、1月昨年割れ、2月昨年並と続き、3月は昨年比116%の売上げでした。	
		コンビニ	3月31日深夜まで、たばこカートン購入のお客様があった。	
	企業	東青	建設	「住宅」をやっていないので、実感はありませんでしたが、中規模の民間投資については多少影響があったように感じます。
			津軽	広告・デザイン
		下北	一般小売店	駆け込み需要は高額品、食料品だけかと思いましたが、実用衣料やギフトの返礼品等でも若干あり、3月は客数増、売上増でした。

回答	分野	地区	業種	理由
どちらかといえば駆け込み需要はあった	企業	県南	経営コンサルタント	最終の負担者である消費者は当然に前倒しで物を購入した。一部企業者では、たな卸商品など購入したが、仕入税額控除があるので他の事業者はそれほど駆け込みで購入しなかった。
		雇用	東青	人材派遣
	津軽		新聞社求人広告	4月に落成するものを前倒しして、祝賀会などを3月中に開催するなどの動きがあった。
	県南	新聞社求人広告	どの業種も軒並み広告出稿が増えた。	
どちらとも言えない	家計	東青	観光型ホテル・旅館	3月、4月ともに前年を下回った。GWは予約好調であったが消費税の影響ナシと考える。
		津軽	百貨店	食品、日用品、化粧品等一部の商品で駆け込み需要はあったものの想定していた額を大幅に下回った。また、主力である衣料品についてはほとんど駆け込み需要は認められなかった。
			パチンコ	基本的に物販がないのですが、温泉入浴等の入浴前売券は多少需要があった。
		下北	一般飲食店	駆け込み需要するだけの金銭的な余裕がなかったからです。
	企業	津軽	電気機械製造	弊社は携帯電話向けの部品をメインに作っていますが、特に受注の変動はありませんでした。
		県南	飲料品製造	卸経由での仮需の動きは定番商品であったが、その先店頭での動きがあまり感じられなかった。中央と地域の違い、またアルコールでいえば、種類の違いの原因かもしれない。
			電気機械製造	当社は、生産財を作っているもので、駆け込みしたところで「仕事はその分なければ、買ったものを遊ばせるだけで3%ぐらいの差はすぐ埋まる」と顧客も考えているようだ。賢い。
どちらかといえば駆け込み需要はなかった	東青	一般飲食店	飲食業なのでないですね。	
		都市型ホテル	婚礼で一部あったものの、大きな動きはなかった。	
	津軽	一般飲食店	人はやっぱり衣食住がたいせつな物、消費増税による駆け込み需要性はちょっと小さいかなと思いますが、生活していくため必要であると思います。	
		都市型ホテル	仕事の性質上（サービス、飲食提供）による。	
	県南	一般飲食店	そういう業種でない。	
		スナック	今が一番辛いですが、頑張りたいと思う。	
		旅行代理店	旅行の実施の動機（時間有無、行き先、お金）要因が大きく影響する。	
	下北	タクシー	私個人で特になにもしなかった。	
	企業	津軽	経営コンサルタント	日用品の販売している企業が少ないためか感じられなかった。
		県南	食料品製造	生鮮食品扱いだから。

回答	分野	地区	業種	理由
駆け込み需要はなかった	家計	東青	商店街	そういう業種が商店街には少ない。
			レストラン	増税の影響は大きい、この先どうなるのだろうか。
			観光名所等	増税（影響）ナシ。
			美容院	お客様の優先順位で買い物を選んでいるようでした。
駆け込み需要はなかった	家計	津軽	スナック	消耗品などは、まとめ買いした話は聞くものの、サービスを売る仕事には影響がないです。
			タクシー	サービス提供者者なので、駆け込み需要はありませんでした。
		県南	観光名所等	当店では消費税分の値上げ等はしていない為。
		下北	都市型ホテル	宿泊に関する限り、駆け込みとは観光客になると思うが、海外はともかく、国内では余り聞かない。
	企業	津軽	飲料品製造	1、2、3月の売上が前年並で、大幅に増大しなかった。
		県南	広告・デザイン	業種によると思うが、広告の場合、タイミングや時期の問題があり、増税されるとしても、タイミングが合わなければ意味がない。

5. 消費税増税による消費減退に対する判断理由

回答	分野	地区	業種	理由
消費減退があった	家計	東青	タクシー	平成26年4月以降、車の数が、人の流れが悪くなっていると見えました。
			衣料専門店	大方の予想通りスーツ他の高額品の売上減が回復しないままクールビズに入り売上減退、内税表示から外税表示になった事で増税が実感され消費抑制になっている。
			美容院	商品購入の回転率が低下している。
			スーパー	駆け込み需要があった商品の売上げが4月に入って大きく落ち込みました。
			商店街	可処分所得が変わらないのであれば、その分、購入金額は変わらず、むしろ財布のヒモをしめる結果になっている。
			一般飲食店	ひどかったですよ。直後の4月は予想を超えてた、読みが甘かったです。いい勉強になりました。
			住宅建設販売	4月以降、集客、契約数ともにダウンしたため。
			卸売業	4月の売上は対前年比で15%程落ちました。3月、4月、5月の3ヵ月で前年対比100%である。
			家電量販店	4月1日を境に売上げが大幅な昨年割れに転じた為。
		津軽	乗用車販売	明らかに4月より需要の落ち込みがある。
			住宅建設販売	売上、お客様数等でも数字に表れている。
			百貨店	書籍などほとんど影響のなかったものもあるが、概ね前年実績を大きく下回る状況となっている。
			都市型ホテル	昨年対比で明らかに売上が落ちた。
			ガソリンスタンド	円安、原油の上昇、売上げ減少。
			商店街	4月以後、物販店の売上が伸びない。
			一般小売店	26年4月から6月が前年比73%と落ち込んでいる。
		県南	レストラン	売上、客単価の低下。回数の減少（来店）
			タクシー	財布のヒモが非常にカタくなった。短い距離だとタクシーを使わず、歩くかバスを利用。
			卸売業	駆け込み需要の反動が4月は大きかった。5月は持ち直しつつある様子が認められたが、6月が不振だった。
			一般小売店	4・5月は反動による減退（売上減）があったので、3月の売上増はほぼ帳消しとなっている。
			住宅建設販売	4、5月は売上げが下がった。来場数もおちた。
		下北	スーパー	売上げの減少、価格へのお客様の不安、表示による誤解など。
			一般飲食店	消費税のことを考えるとこれからどのようになるか先が真っ暗で経済的にも精神的にも心の余裕等はありません。大変な世の中になってくると思います。

回答	分野	地区	業種	理由	
消費減退があった	家計	下北	一般小売店	4月1日～中旬までは、増税前に比べあまり変化を感じませんでした。中旬過ぎから変化を感じて来ました。自分自身もそうですが、増税前と同じような使い方をしていると月末辛くなります。3%はやはり大きいです。ガソリン代等、値上がり増税で二重苦です。	
	企業	東青	広告・デザイン	明らかに売上げがダウンした。	
			食料品製造	消費税増税月となる平成26年4月の出荷が前年同月比△16.5%であった。	
			経営コンサルタント	最近の消費の落ち込みは駆け込みの反動ばかりとは思えない。定期昇給のない多くの人々にとって収入の範囲内での家計なので消費は税込総額で考えることとなる。	
	津軽	広告・デザイン	増税後の4～6月の受注、工事高が大幅に減少した。		
			食料品製造	徐々に回復したが、商品が動かなかった。	
			飲料品製造	4月以降売上高が減少している。	
		県南	広告・デザイン	予定していた内容の縮小や予算削減が多く、無駄をなくし、コストをおさえる様な商談が多かった。	
			紙・パルプ製造	駆け込み需要に相当する反動があった。	
			飲料品製造	仮需が思ったほどなかった状態で、増税後の出荷が増税前より急激に落ち込み、元の水準までなかなかもどってこない。	
	雇用	津軽	新聞社求人広告	所得が上がらないのに、増税では節約するしかない。	
	どちらかといえば消費減退があった	家計	東青	設計事務所	住宅着工件数が大幅に減少。
				コンビニ	4月に売上が少し停滞した。
		津軽	衣料専門店	小売業にとって8%の税率は大きい。	
観光型ホテル・旅館			昨年対比、4、5月共売上が減額した。		
一般飲食店			今、7月どうしたと言うくらい、去年より、客数も売上げ減少しています。		
旅行代理店			いろんな会社の話を総合すると購買力が落ちている傾向が見られる。		
県南		スーパー	増税による負担は増えたが、それでも食品は購入せざるを得ないものなので、大きく節約されているという様子はお客様より感じられないが、ポイント〇倍デーや週末にまとめ買いされるお客様は増えたと感じます。		
		ガソリンスタンド	昨年の4～6月と比べて販売金額が減った。		
		観光型ホテル・旅館	一時的な宿泊人数減少。		
		コンビニ	4月月初めお客様の数が減少した。		
		衣料専門店	4月に入り昨年比92%、5月昨年比78%でした。		

回答	分野	地区	業種	理由
どちらかといえば消費減退があった	家計	県南	家電量販店	3月度の駆け込み需要でエアコン、冷蔵庫、洗濯機、TV、PC等の高額商品は拡販できたが、4～6月はエアコン、冷蔵庫に大きな影響が出た。
			百貨店	3月消費税増税前の売上状況は前比105%、4月は前比94%と2ヶ月平均で前年並みの状況ではあったが、5月～6月については、物産展（横浜中華街、大京都展）により売上獲得にはつながったが、それ以外では売上減少が続いた。消費減退については、増税の影響が考えられると同時に天候不順の影響も考慮しないといけない。
		下北	ガソリンスタンド	4月上旬の販売数量は伸び悩んだ。特に灯油は大きく落ち込み、6月でも多少影響が出ている。
	企業	県南	経営コンサルタント	前倒し購入などの影響は当然にあった。但し、それ程増税について大騒ぎはしていない。
			建設	パタンと民間発注が減った。
	雇用	東青	新聞社求人広告	新年度始めのにぎわいが無かった。
どちらとも言えない	家計	東青	都市型ホテル	売上げは前年比でも同水準である。
		津軽	設計事務所	生活用品は必ず必要なので、そのことに対しては、どちらとも言えない。
		県南	スナック	長く商売をやっています、全くよくないです。
			設計事務所	影響は受けなかったと思う。
		一般飲食店	はっきりは確認できかねるが、ポチポチ消費税増税以上の値上がが起こりそうな気配である。	
	下北	タクシー	日常と変わらないと思う。	
	企業	東青	建設	「駆け込み」以前の状況があまり良くなかったので、「駆け込み」があったとしても「普通の状態」になったとしか感じません。
		県南	電気機械製造	当社は、生産財を作っているもので、駆け込みしたところで「仕事はその分なければ、買ったものを遊ばせるだけで3%ぐらいの差はすぐ埋まる」と顧客も考えているようだ。賢い。
	雇用	東青	人材派遣	大きな落ち込みはなかったが、様子見で受注・発注を控えめにしている所もあった。平均としては、どちらとも言えないと思われる。
		県南	新聞社求人広告	業種によって違いが出ている。
どちらかといえば消費減退がなかった	家計	津軽	タクシー	消費税が上がった時、増税分値上げになったが、お客様から仕方ないという声が多かった。
			スナック	お客様の様子から消費減退とはあまり感じられない。
		県南	旅行代理店	生活防衛をすでに消費者はしており、必要だから消費（購入）している。
	企業	津軽	経営コンサルタント	質問6でも記入したように日用品以外の会社は需要減は少ない。

回答	分野	地区	業種	理由
どちらかといえば消費減退がなかった	企業	県南	食料品製造	日々購入するものだから。
消費減退がなかった	家計	東青	観光名所等	増税（影響）ナシ。
		津軽	美容院	4月からも前年度対比は下がっていない。
		県南	美容院	身近なところでは、必要な時必要な分を買うので気にしていないと聞いています。3%UPでもトータル10%の2%下だというので結構高く感じているそうです。
			観光名所等	客入込数は昨年と同じくらいでした。
	企業	津軽	電気機械製造	4月以降、受注は徐々に増えているため。

6. 消費税増税による消費減退の回復時期に対する判断理由

回答	分野	地区	業種	理由
26年4～6月頃	家計	東青	一般飲食店	もう回復してますよ、うちは、回復というか、いつも世の中いろんな障害はありますから、これもそのひとつですね。
		県南	コンビニ	食品は既に戻っていると思われませんが、たばこ等嗜好品は回復できないのではと思っています。
			観光型ホテル・旅館	GWには改善（宿泊人数）
	企業	東青	食料品製造	弊社の商品に限っていえば、日常ご使用・消費していただく製品であり回復は早い。
		県南	紙・パルプ製造	日用品等の駆け込み需要はせいぜい2～3ヵ月分で、それを過ぎると通常の状態に落ち着いてくる。
			広告・デザイン	増税が実行された以上、割り切って動くしかないという気持ちの切替は早期にすると考えられるが。それは回復ということではない。
26年7～9月頃	家計	東青	スーパー	買い置き商品を消費してお客様の購買状況が戻ってきている。ただし、前回の消費税増税時の戻り方よりは遅い。
		東青	コンビニ	日々の売れ方から予測。
		東青	住宅建設販売	消費税10%へ向けた客の動きが出始めたため。
		東青	都市型ホテル	一般の消費の回復は早いと思われる。
		津軽	乗用車販売	当初3ヶ月程度と考えていたが、回復が遅い。全国的には回復してきている様であるが。
		津軽	観光型ホテル・旅館	6月売上増もあり、夏のボーナス支給を機に夏休み旅行等レジャー関連の消費が回復するのではないかと。
		県南	家電量販店	例年並みの気温（天候）が見込める為。
		県南	一般小売店	理由は無いが期待をするしかない。
		県南	衣料専門店	決して景気が良いとは思えないのですが、日を追うごとに反動が和らいでいっているように感じますので回復に向かっていると思います。
		県南	卸売業	お中元、お盆の特需期を境に。
		下北	レストラン	過去の消費税増税も導入後3～4ヶ月時間が係ったから。
		下北	タクシー	ボーナスが支給されたから。
	企業	東青	広告・デザイン	少しづつ売上げが戻ってきていると聞こえるようになった。
		津軽	経営コンサルタント	夏の帰省により、消費増が予想される為。
		津軽	食料品製造	6月に急に暑くなり夏物商品が一気に動いた。
		県南	飲料品製造	天候によるとも思うが、夏場に例年出荷数量が落ち着くため、その雰囲気にてバタバタ感も消えるのではないかと考える。
		県南	建設	既に発注物件が増えてきた。

回答	分野	地区	業種	理由
26年10～12月頃	家計	東青	衣料専門店	増税での消費意欲抑制が緩むのは秋冬物衣料からと考えたいところ、希望的観測です。
	家計	東青	家電量販店	まとめ買いの目立った消耗品、嗜好品、食品等の売上げが回復した他、日々の売上げが回復基調で推移していることから。
	家計	東青	レストラン	まだまだ影響はありそう、年末に動くのを期待したい。
	家計	東青	商店街	スーパーなどの最寄り品・食料品を扱う業種は6月頃までにもどったようだが、買い回り品主体の商店街だと、なかなか平常の購買行動に戻るのが遅いようです。
	家計	津軽	スナック	半年もすれば、消費税8%にも慣れてくるのではないかと。
	家計	津軽	衣料専門店	農業生産者の秋の収穫による。
	家計	津軽	パチンコ	農家の作業が一段落し、それからと思います。しかし、来年の春になると10%増税の声が聞こえ始めて、消費にブレーキがかかると思います。
	家計	津軽	タクシー	消費税増税にかかわりなく、12月は需要期なので回復すると思う。
	家計	津軽	一般飲食店	回復の先はぜんぜん見えませんが、10月催し物がありますので回復につながればと思います。
	家計	津軽	都市型ホテル	回復というより、更なる増税が予定されているため。
	家計	津軽	一般小売店	4～6月がかなり落ち込み、すぐには回復すると思えない、何とか10月頃からは回復して欲しいと願うばかりである。
	家計	県南	一般飲食店	判断は難しいが、為替の問題もあり、更に円安が続くならば、ローカルはもっともっと苦しくなるだろう。
	家計	県南	設計事務所	特になし。
	家計	県南	美容院	暑い時季より寒くなる時季の方が、物入りなので、冬到来前には動きが出ると思います。
	家計	県南	乗用車販売	夏位という報道等はあるが、地方に波及するのは年末ぐらいにまでかかるかも知れない。
	家計	下北	ガソリンスタンド	27年10月から10%になると思われるので、その一年前である秋頃から需要が増えそうな気がする。
	企業	津軽	建設	落ち込みは、お盆前迄に止まりそうな気がします。でも秋頃かも知れません。国では、臨時給付金を支給する様ですが、どうして全員でないのか、条件をつけるのか、消費税は全国民よりとるのに。
	企業	津軽	広告・デザイン	現在、見積り依頼等が減少しており、先々の工事状況は秋ごろから回復してくると思われる。
	企業	津軽	飲料品製造	一時的に回復すると思われるが、来年以降、消費税が増税になるので不透明です。
	企業	県南	経営コンサルタント	人の噂も6ヶ月忘れてしまいます。
	雇用	東青	新聞社求人広告	次の10%に対しての、消費反応が現れる。
	雇用	東青	人材派遣	客先も、半年は動向を見るとの話が多く聞かれた為。都市部を中心ではあるが、仕事が増えているとの話もあり、波及もあるのが半年と思われる。
雇用	県南	新聞社求人広告	希望的観測。	

回答	分野	地区	業種	理由
27年1月以降	家計	東青	美容院	当面、難しい気がします。
			設計事務所	次の消費増税の様子見による。
			タクシー	まだまだ青森は厳しいと思いますので、来年以降に思います。
		津軽	住宅建設販売	総体的に金額のボリュームのある物は3%の差というのは以外に大きいし、一生に1~2度より建てない物もの等は回復に時間がかかる。
			百貨店	3%増税時の経験から6月をある程度回復の目途と捉えていたが、全くそのきざしが見られず、日々の営業の中で感じる肌感覚では相当長引くような気がする。
			設計事務所	27年に10%になるとさらに遅くなる。
		県南	スーパー	灯油代の高騰や、ガスの使用量の増える冬の期間は厳しいと考えます。
			レストラン	出費だけが増え、収入は何も変わらず。
			ガソリンスタンド	しばらくは減退が続くと思う。回復の要素が見当たらない。
	百貨店		お祭り（7月・8月）の時期やお盆の時期には消費が上向くと考えるが、全体的に消費が上向くのは年末から年始の当たりからと考える。10月頃に増税8%→10%への話が出る可能性は高く、それ以降の購買欲は、今年同様の駆け込み需要になるのではないかと考える。	
	タクシー		④に回答しましたが、はっきりはわかりません。市民の皆さんは次の10%増税を警戒しています。	
	下北	一般飲食店	物価が安くなる一方で、税金ばかりが高くなるので安心して生きて行けそうにもありません。仕方ないことだと考えているだけ良いものでしょうか。	
		都市型ホテル	次の増税が終わってからの話になると思います。	
		スーパー	急激な回復は望めず、また10%にそなえて、さらに買いまわり、買い控えを予想している。	
	企業	東青	経営コンサルタント	地方における賃金の上昇が一部に止まっている以上、全体に見て収入は消費増税を補っていない。ガソリン等燃料費の上昇、食料品等の上昇も見られるので回復は相当先になるのではないかと。
	雇用	東青	求人情報誌	消費税10%により現在はわからない。
		津軽	新聞社求人広告	これといった明るい材料が見当たらないから。
	消費減退がなかった	家計	東青	観光名所等
津軽			美容院	次は10%の時でしょう。
県南			観光名所等	当店の品物はほとんど値上げしていない為。
			旅行代理店	原油、為替、人件費の高騰が物価上昇要因と思う。
企業		東青	建設	前途しましたが、「減退」の実感はありません。しかし、来年、又「多少の駆け込み」はあるだろうと予測しています。

回答	分野	地区	業種	理由
消費減退がなかった	企業	県南	電気機械製造	特に意見なし。
			食料品製造	増税よりも円安等、素材原料の高騰の方が懸念。
分からない	家計	東青	スナック	回復する時期に又、増税になるからますます苦しくなります。
			津軽	ガソリンスタンド
			旅行代理店	地方、特に津軽地方では予測できません。
		下北	コンビニ	回復の見込みはないと思います。下ったままでいるでしょう。
			一般小売店	回復の見込みはあるのでしょうか。所得が変わってませんから。