

(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10月1日～10月14日 回答率 99%

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

- ① 5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。
- ② 5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。
- ③ 6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／分からない）から選択し、その判断理由を自由形式で記述。

2. 結果概要

(1) 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67.7%、「どちらとも言えない」は23.2%、「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9.1%となった。

判断理由では、前年同月の売上データと比べると4月を境に客数減・売上減となった、半年間の売上累計は前年比83%であった、お客様の問い合わせや案内件数が減ったという声があり、消費減退後の回復状況については、5月以降影響は認められないという声がある反面、今時点でも回復せず低迷しているという声があった。一方で、入場者増によりテナントショップの売上が伸びた、製品は海外へ輸出されるため影響がないなど、消費減退はなかったという声もあった。

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」と回答した割合は、東青地区で73.3%、津軽地区で65.5%、県南地区で63.4%、下北地区で70.0%となった。

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68.9%、企業関連で61.1%、雇用関連で71.5%となった。特に、家計関連の住宅で100%と高くなった。

(2) 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4～6月頃」は4.0%、「26年7～9月頃」は7.1%、「26年10～12月」は16.2%、「27年1月以降」は14.1%とする一方で、「消費減退がなかった」は7.1%、「分からない」とする回答が51.5%あった。

判断理由では、月を追う毎に前年対比(売上高)は上がってきているものの確保はできていないという声や、9月より徐々に回復しているという声がある一方で、先行きの見通しが立たない、消費税10%になったら消費がかなり落ち込む、増税を予定しているので回復時期は予想できないといった次の消費税増税の影響を懸念する声が多くあった。

地区別に見ると、「26年4～6月頃」、「26年7～9月頃」と回答した割合は、東青地区で6.6%、津軽地区で17.2%、県南地区で10.0%、下北地区で10.0%となった。

分野別に見ると、「26年4～6月頃」、「26年7～9月頃」と回答した割合は、家計関連で14.9%、企業関連、雇用関連では0%（回答者なし）となった。

3. 統計表

表1 消費税増税による消費減退の有無

(%)

n= 99	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
平成26年7月	44.9	25.5	15.3	9.2	5.1
平成26年10月	47.5	20.2	23.2	4.0	5.1
前期調査との差	2.6	▲ 5.3	7.9	▲ 5.2	0.0

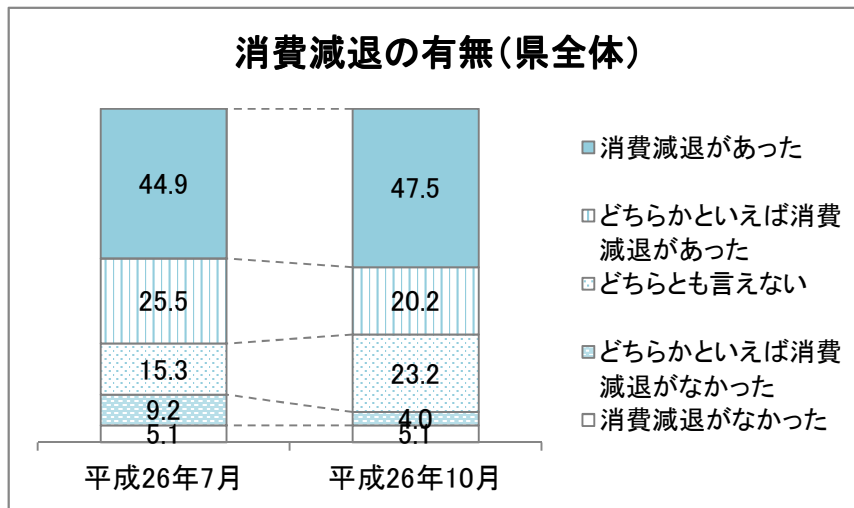


表2 消費税増税による消費減退の有無(地区別)

(%)

n= 99	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
県全体	47.5	20.2	23.2	4.0	5.1
東青	50.0	23.3	13.3	6.7	6.7
津軽	48.3	17.2	24.1	3.4	6.9
県南	46.7	16.7	30.0	3.3	3.3
下北	40.0	30.0	30.0	0.0	0.0

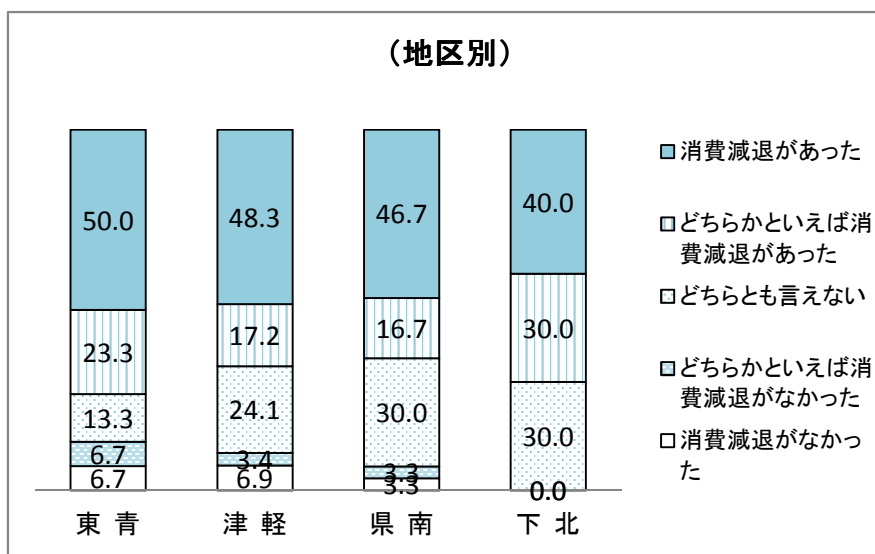


表3 消費税増税による消費減退の有無（分野別）

(%)

n= 99		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		47.5	20.2	23.2	4.0	5.1
家計関連		50.0	18.9	21.6	4.1	5.4
小売		79.3	10.3	10.3	0.0	0.0
飲食		41.7	0.0	41.7	8.3	8.3
サービス		18.5	33.3	29.6	7.4	11.1
住宅		66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
企業関連		38.9	22.2	33.3	0.0	5.6
雇用関連		42.9	28.6	14.3	14.3	0.0

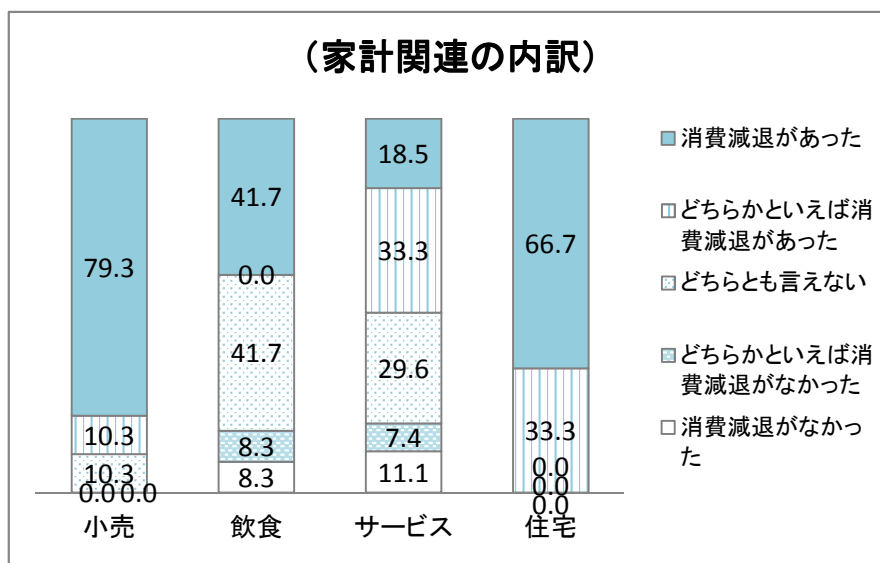
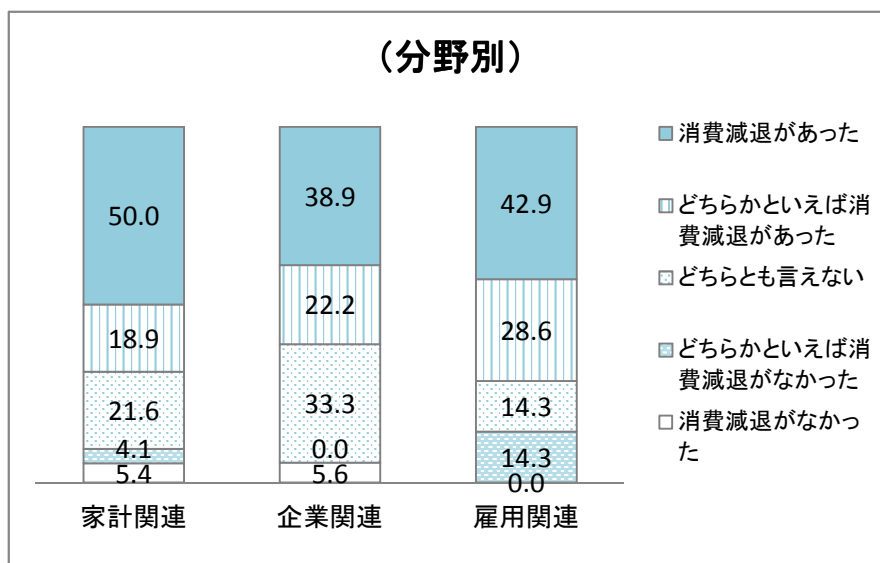


表4 消費税増税による消費減退の回復時期

(%)

n= 99	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
平成26年7月	6.1	22.4	31.6	21.4	12.2	6.1
平成26年10月	4.0	7.1	16.2	14.1	7.1	51.5
前期調査との差	▲ 2.1	▲ 15.3	▲ 15.4	▲ 7.3	▲ 5.1	45.4

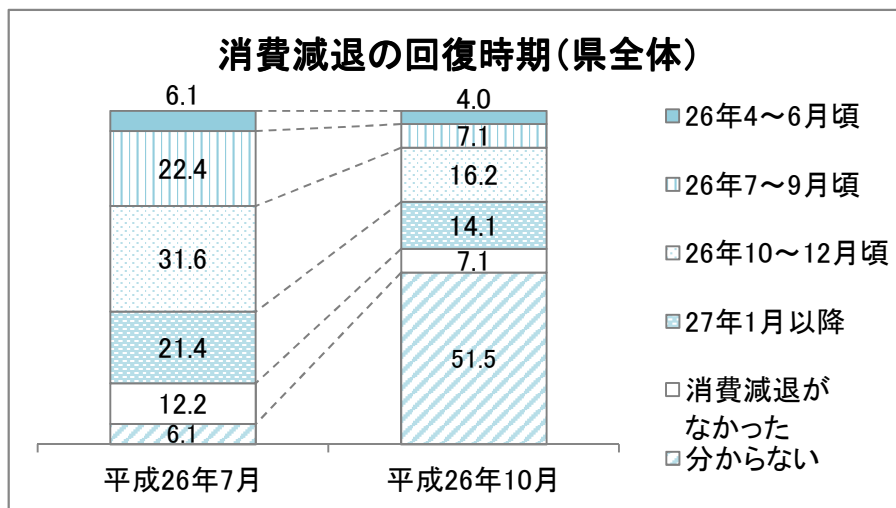


表5 消費税増税による消費減退の回復時期(地区別)

(%)

n= 99	26年4～6月頃	26年7～9月頃	26年10～12月頃	27年1月以降	消費減退がなかつた	分からない
県全体	4.0	7.1	16.2	14.1	7.1	51.5
東青	3.3	3.3	16.7	16.7	13.3	46.7
津軽	3.4	13.8	13.8	10.3	3.4	55.2
県南	3.3	6.7	16.7	20.0	6.7	46.7
下北	10.0	0.0	20.0	0.0	0.0	70.0

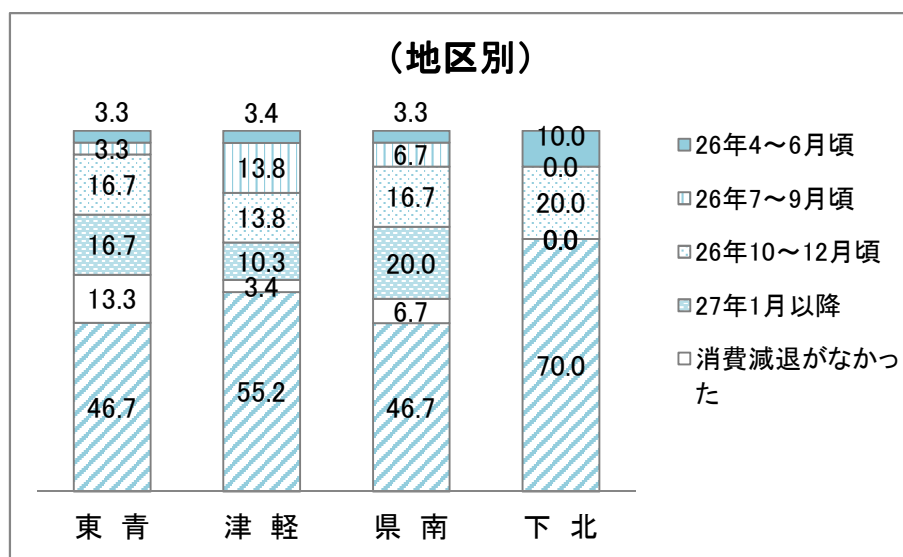
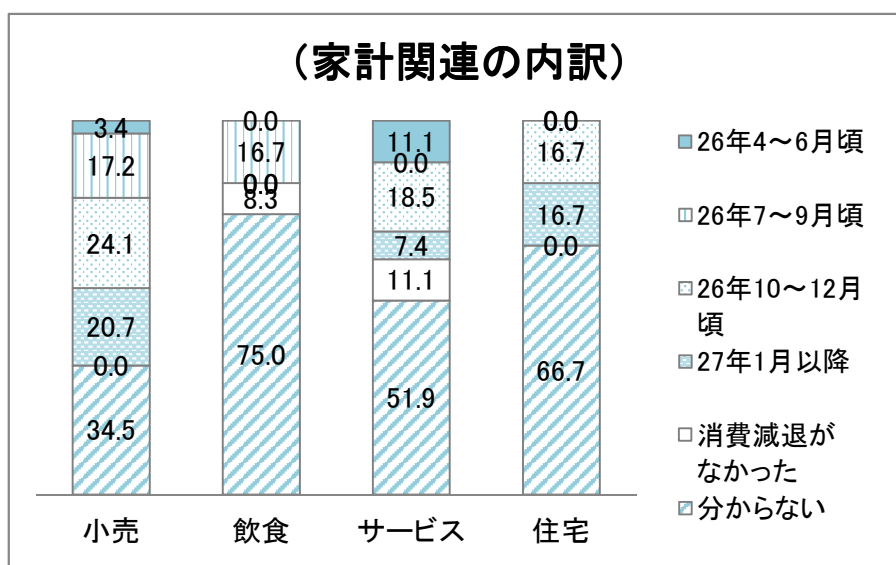
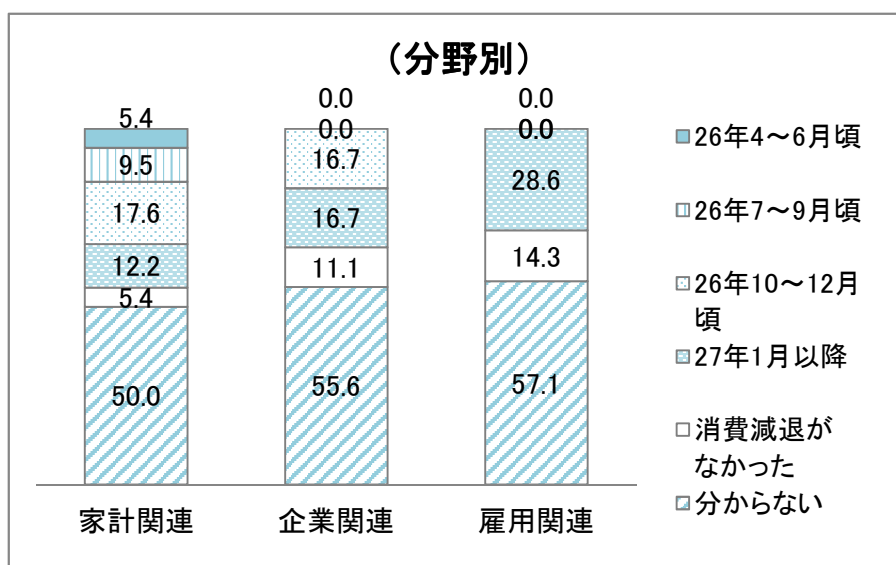


表6 消費税増税による消費減退の回復時期（分野別）

(%)

n= 99	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	4.0	7.1	16.2	14.1	7.1	51.5
家計関連	5.4	9.5	17.6	12.2	5.4	50.0
小売	3.4	17.2	24.1	20.7	0.0	34.5
飲食	0.0	16.7	0.0	0.0	8.3	75.0
サービス	11.1	0.0	18.5	7.4	11.1	51.9
住宅	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	66.7
企業関連	0.0	0.0	16.7	16.7	11.1	55.6
雇用関連	0.0	0.0	0.0	28.6	14.3	57.1



4. 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	コンビニ	波はあるものの売上が大きく減った月がある。
			百貨店	4月以降の客数の減、点数の減、単価はほぼ変わらず。食品は影響は少なかった。
			スーパー	来店頻度が減り、売上げに影響がでた。
			衣料専門店	3月は駆け込み需要があり売上は伸び、反動があるものと覚悟していたが、4月以降の消費意欲減退による反動は予想以上に大きかった。
			家電量販店	増税直後に売上が大きく落としてから、緩やかに持ち直して来たが、回復までには至らず、伸び悩んでいる状態である為。
			商店街	円安によるガソリン高騰、資材の値上げと仕入れ価格の上昇もあり、消費者は生活防衛に入っている。
			卸売業	あきらかに5月から7月売上低迷した為。
			レストラン	業種が特殊なので来客に限られる。でも県外からのお客様は増えているような。
			タクシー	平成26年4月以降の消費税アップにより我々の業界の売上がかなり落ち込み、燃料も上がり、大変です。
			住宅建設販売	イベント集客の大幅な低下。受注契約の大幅な低下。ローコスト会社への移行する顧客の増加。
	津軽	百貨店	高額品や衣料品中心に明らかな消費減退があり、前年比数値に如実に表れた。	
		乗用車販売	特に駆け込みの多い業種のため反動は予想していたが回復が遅い。	
		衣料専門店	4月、5月は0.9%売上がダウン。8月1.2%ダウン。	
		一般小売店	4月から9月の半年間の売上げ累計は前年比83%であった。	
		商店街	駆け込みがかなり有った。	
		レストラン	今でも続き、いつになったら。	
		都市型ホテル	サービス業の場合、駆け込み需要はなく、逆に引き締められる最初の項目が外食、レジャーであるため影響は大きかった。	
		観光名所等	原材料の値上がり。先行き不安。	
		ガソリンスタンド	駆け込み需要、耐久消費財（自動車等の補助金）の反動。	
		住宅建設販売	売上、利益ともはっきりと計算表にデータとして出ている。	
	県南	コンビニ	酒、たばこ等嗜好品の買い控えがある。	
		百貨店	天候不順や円安の影響による一部商品の値上げなどにより増税後の消費回復が遅れているように思われる。	
		スーパー	売価が上がった事と、家計に対するコストが高くなっている為。	
		家電量販店	4月度～6月度まで前年割れで推移した。7月度～9月度は前年UPしたが、消費が伸びたからだとは感じられない。必需品の単価が上がった為と思います。	

回答	分野	地区	業種	理由
消費減退があった	家計	県南	卸売業	買い物をしてみて8%の重さ（負担感）が予想以上と感じたお客様が多かったようだ。
			レストラン	店の負担が大きくなった。
			タクシー	今迄は気軽にタクシーを使って下さっていた方々もバスを利用している。
			設計事務所	反動減だと思う。
			住宅建設販売	お客様の問い合わせや案内件数が減った。
		下北	スーパー	売上高減。単価ダウン。大きく、たくさん買うことがなくなった。本当に必要なものしか買ってこれなくなった。
			一般小売店	前年同月の売上データと比べると4月を境に客数減、売上減です。特に、一点当たり単価が落ちてきていると思います。必要な物は買わなければならないが、より安いもの（特価品）を購入しているように感じます。物価上昇していると報道されていますが、店頭ではまだまだデフレ傾向にあると思います。
			一般飲食店	青森県全体から見れば良くなった所もあるみたいですが、下北地方私の所は特別かも分かりませんが良くなったと聞いたことがありません。昔は人通りが多いうるさくて夜も眠れないこともありましたが、今では、夜猫の子一匹も歩いていないことも多くなってきました。他の人達はどうしているのか思うことも多々あります。
		企業	東青	食料品製造
	経営コンサルタント			物価の値上がりが見え始めたが、消費増税の範囲を超えているものが見受けられる。給与の上昇が追いついていないので、消費の減退は避けられなかった。
	広告・デザイン			収入が増えていないため、全体として消費が伸びていない。特に車など高額商品は減少している。
	津軽		食料品製造	前年対比の売上高の減少。収益面での減少（退）。
			広告・デザイン	4月からの売上額が減退し、今時点でも回復せず低迷している。
県南	飲料品製造		消費税増税前に価格改定（値上げ）をおこなった。増税前の仮需があり、多少、その後数量の減少が予測されたが、思った以上に回復がなく、全体的に減少、未だに引きずっており消費税の影響と判断している。	
下北	食料品製造		平成26年4月以降の数字を見る限りあったと思われる。	
雇用	津軽		新聞社求人広告	増税前の駆け込みで自動車や大型家電などを購入した人や賃金が上がらない企業、サラリーマンはどこで節減を図っているのか。まちまちだろうが、収入が変わらないのに支出が膨らむのでは消費が落ち込むのは当然だろう。
	県南	新聞社求人広告	住宅関係の広告が激減した。	
どちらかといえば消費減退があった	家計	東青	都市型ホテル	増税後は多少来客数も落ちた。いずれ回復し上向くと思ったが伸びはみられない。
			美容院	消費税導入された時には仕方がないという空気を感じ、業績への影響は少なかったが、近頃はジャブのように減少傾向になっている。
			設計事務所	使用する材料等の見直しによる工事費圧縮。

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	津軽	観光型ホテル・旅館	宿泊や日帰りの単価が下がった。売店や飲み物の売上げも減少。
			設計事務所	増税で5%から8%になった時点で、物価がかなり高くなったという思いがあり、生活用品は購入するが、その他は控えるようにしているのではと思います。
		県南	観光型ホテル・旅館	増税直後は影響（特に集客面）があったが、それは一時的なものであり、5月以降には影響はなくなった。
			ガソリンスタンド	3%の増税は商品の価格を上げたに等しい。
		下北	コンビニ	平成26年3月末までに日用品や煙草のまとめ買いがあったようで、4月中は消費減退がありました。
			都市型ホテル	ツアーの件数が減りました。但し、個人（少人数）での観光客は増加傾向にあり、大きく売上げを落とす事はなかった。
	ガソリンスタンド		ここ最近では、増税前と変わらなくなってきたが、増税後数ヶ月は売上げが減少した。特に灯油の落ち込みは顕著だった。	
	企業	津軽	建設	将来が見通せない以上、消費を増やすことは出来ない。
			県南	経営コンサルタント
		広告・デザイン		年間スケジュール等の見直し。印刷物等のコスト削減を細かい部分まで見直している。
雇用	東青	新聞社求人広告	価格上昇により、消費行動が先細り気味。	
		求人情報誌	3%増税後取引額そのものが減退した。冬期に向けより消費減退が進むと思う。	
どちらとも言えない	家計	東青	観光型ホテル・旅館	4月は目立って前年比減があったが、5月以降影響は認められない。
			津軽	一般飲食店
		スナック		出る人はいつも出ているし、飲食店では歩いている人が決まっているようです。なので変化はあまり感じられない。
		旅行代理店		職種によって給料は上がったり、そうでもなかったりでどちらとも言えない。
	県南	パチンコ	必要な生活用品は買わざるを得ないので。	
		衣料専門店	増税の影響が思っていたより感じませんが、それ以上に便乗値上げなのか、さまざまなものが高く感じられたり、毎年のように下がってくる年金への不安だったり、今後かかるだろう介護医療費だったり将来への不安材料が沢山あり消費減退へつながっているのではと思います。	
		一般飲食店	まだはっきりした判断が見えない。これからだと思う。消費税だけではない複合的な要因が混じっているので判断は難しい。	
		旅行代理店	旅行業では、円安と貸切バス料金規制の悪影響がある。	
		美容院	美容院	無駄買いしない。必要な品を良く考えてアクションを起こすので生活サイズ以上に動かなくなった。8%に対しての意見は少ない。

回答	分野	地区	業種	理由
どちらとも言えない	家計	県南	パチンコ	消費税増税はしかたのない事と思っているが、実際買い物をした時の5%から8%は1ヵ月を計算してみると中々の負担となっている。可処分所得が変わらない中、少しでも負担をなくそうと会員〇%引とかポイント増セールの時とかに買い物するようにしている。このあと10%になる事を考えるとどうなるのと思ってしまう。
		下北	レストラン	忙しく感じた月もあったが毎月バラバラなのでどちらとも言えない。
			タクシー	よく利用されているコンビニ(ローソン)が8月31日で店を閉店してしまった。
	企業	東青	建設	多少の「駆け込み需要」がありましたので、そこと比較すると「やや減」かもしれません。
		津軽	経営コンサルタント	建築関係はそれなりに受注があり、小売関係は良くなかったが、それが増税なのか、天候なのかわからない。
		県南	食料品製造	(生鮮)食品製造の立場では日々購入する品目が多いので増税による駆け込みと増税後の減退も薄く感じた。しかし、他の品目の駆け込み購買による生鮮食品に対する買い控えがあったかもしれない。
			紙・パルプ製造	消費税増税の消費動向が大きく変動していない。
		電気機械製造	本来は消費減退していると思うが、株高や節約疲れの反動で一時的にお金が回っているように感じる。産直や地元の店がそこそこ流行っているのは良いエコノミーかと。産業界は何もしないわけにもいかないので必要なものは買う。それでかろうじて注文はあるが、今のままでは先細りである。	
	雇用	津軽	人材派遣	弊社は消費税の影響をあまり受けない事業所なので、営業面での実質的な影響は少ないが、私自身買い物する際、消費税増税を意識し、控えめに買い物をしている。このような行動をとっているのは、私だけではないような気がする。
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	消費税の影響は特段感じられなかった。
		県南	スナック	増税の影響は大きい。この先どうなるの。
	雇用	東青	人材派遣	予想より大きな変化はなかった。元々が景気が大きく動いていた風潮もなかった事もあり、微細な動きであったと感じておりますよ。若干の景気上昇と消費増税による減退が相殺された感はあり、企業、年収帯よって、影響に差が大きいですが、平均でみるとこの回答となります。
消費減退がなかった	家計	東青	一般飲食店	おそらく、みなさんがとられるのと違う対応をしたので、それが項を奏しているのだと思います。要するに深く考えず条件として捉えることが大事だと思います。政府のことをとやかくいってもそれでどうにかなるものでもありませんので、いかに対処するかそれのみ考えます。
			観光名所等	入場者増に比例してテナントのショップも売上げを伸ばしている。
	津軽	美容院	客層が消費税を気にしているようで、気にしていない。	
	県南	観光名所等	値上げをしていない為。スーパー等と比べて安いので。	
	企業	津軽	電気機械製造	生産している製品は最終的には海外へ行く物が多いためほとんど影響を感じませんでした。

5. 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	観光型ホテル・旅館	主に建築関係、人件費高騰を理由に料金増が目立つ。
		津軽	美容院	あまり気にならずに前年度を超えた。
		県南	観光型ホテル・旅館	現地に来てからの消費も抑え気味にあった。
		下北	コンビニ	消費税増税前に家を新築する、車を購入するなど大きな買い物をした方がいらっしやいました。回復状況としては、日用品のまとめ買いの物が無くなったであろう5月にはほとんどもどったと思います。私個人の感想としてそんなに大きな混乱はなかったように思います。
26年7～9月頃	家計	東青	衣料専門店	実質的に回復は9月からです。紳士服販売は、4月からの反動減とクールビズ期間でスーツの需要が落ちる事も重なり消費の反応が大きかったことがあります。秋冬物の実売期の10月頃から回復すると推測していましたが9月から回復基調に入り喜んでいる。意外に感じたのは高級品志向になってきている事です。消費者数減が如実に表れている現在、客単価が上がる事は好材料であります。
		津軽	一般飲食店	今9月少し回復しているように思うのでこの先も景気回復につながるような気がします。
			スナック	まとめ買いもなくなり、スーパー、ドラッグストアーなど人の流れが増えた感じがした。
		県南	衣料専門店	2ヵ月くらいは影響があったように思います。売上も7月、8月は昨年並、9月は良くなかったですが（私の担当ブランド）、10月も昨年並で推移してます。お客様の意識は現在の8%ではなく、来年度実施されるだろうと思われる10%の再引き上げの方へ気持ちがいってます。抵抗感があると思いますが。
			家電量販店	7月度～9月度は前年UPの売上でした。
26年10～12月頃	家計	東青	コンビニ	常連客でなく、フリーのお客様が大きく減少していたが、やや戻りつつあるような感じがする。
			百貨店	増税後、月を追う毎に前年対比(売上高)は上がってきている。ただし、7月頃には前年実績の確保を予測していたが、8月も確保できなかった。昨年の夏と比べ天候不順、気温の低さなど夏物商材の売上げも良くなかった（衣料品）。
			商店街	見通すのは難しいが、一応年内までには、回復してほしいという願望も込めて。
			卸売業	3月中に買いだめした商品が家庭内で消費され、9月より徐々に回復してる為。
		津軽	一般小売店	7月迄の4ヶ月間は累計前年比73%で8月単月は94%、9月単月は104%であったため回復傾向にあるが、10月～12月はその回復傾向が続いても1月以降は駆け込み需要があったので期待できない。
			観光型ホテル・旅館	冬のボーナスで多少の回復があるのでは。
		県南	卸売業	期待を込めて年内に回復してほしい。そのためには収入が増えることが不可欠。
			美容院	8%に慣れてきているのと、税込みと税抜きを今迄よりも気にしなくなった。冬仕度前には大丈夫かな。
			設計事務所	もう少し回復までかかる。

回答	分野	地区	業種	理由
26年10～12月頃	家計	下北	タクシー	この時期タクシーの利用者が増える。
			ガソリンスタンド	業界によって回復時期は違うと思うが、我々ガソリンスタンド業界は灯油の需要期がはじまる秋から冬にかけて回復するのではないかと思います。
	企業	津軽	経営コンサルタント	このまま、天候による被害（農産物）が無ければ年末は消費が増えるので消費増税の影響も少なくなる可能性が大きい。仮に10%に消費税が決定すれば駆け込み需要が発生する。
			県南	食料品製造
27年1月以降	家計	東青	家電量販店	増税直後に売上が大きく落ちてから、緩やかに持ち直して来たが、回復までには至らず、伸び悩んでいる状態である為。
			美容院	消費金額が少なく、しかも消費サイクルが長くなっていることから、しばらく減退は続くと思われます。
			住宅建設販売	顧客マインドが節約傾向にあり、今、住宅は決断すべきではないという顧客と、ローコスト会社で資金抑制してきている顧客が増大しており、今のままで10%の増税がなければ回復の兆しが無い。
		津軽	乗用車販売	春の需要期には回復すると思われる。又、軽自動車の自動車税増税による駆け込みも多少期待している。
			衣料専門店	消費税10%になると再び景気悪化のおそれ有り。経済同友会は10%に賛成しているようですが、円安は消費に響く。
		企業	津軽	広告・デザイン
	県南			電気機械製造
			経営コンサルタント	回復は1年位かかると思う。
	雇用		東青	新聞社求人広告
		県南	新聞社求人広告	10%になる前の駆け込み需要がまたあるかも知れないから。
消費減退等影響がなかった	家計	県南	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ない。
			観光名所等	特に変わった動きはありません。
	企業	東青	建設	「駆け込み」をどのように評価するかで判断が分かれますので回答が難しいです。
	雇用	東青	人材派遣	特に特徴的な動きはなかったと感じております。
分からない	家計	東青	一般小売店	4月に入り急に売上が落ちた。嗜好品の販売なので駆け込み需要もなかった。ねぶたの観光客が減った。
			一般飲食店	政策にみなさんとまどうのは自然なことだと思います。なかなか気付くことができないのが人の性ですね。ため息をつくよりも対処をしていけば必ず良くなるんですが、簡単ではないでしょう。自分のことはある程度なんとかなりますが、今のままでは無理でしょう。人に押しつけていた方がラクなんですから故に分らないと回答しました。一番良いのは良い政治ですが、今はひどいもんね。

回答	分野	地区	業種	理由
分からない	家計	東青	レストラン	まったく先が分からなく不安です。
			都市型ホテル	仕入価格も上昇しており、更に電気や油など経費も増加の一途であり、来年の増税も考えると回復時期は不明。
			タクシー	この先、来年消費税が10%になったら消費がかなり落ち込むと思います。回復状況は見込めないと思います。
			パチンコ	4月以降の落ち込みが増税の影響であるとすれば、今後10%になると見込みとすれば悪くなくても良くなる可能性は無いと思います。
		津軽	商店街	回復しないと思う。10%に上がるまで様子見ではないか。
			レストラン	日々の生活物価の高騰に、それに消費税の増税、景気の回復なんて夢の夢。
			都市型ホテル	現在の円高基調では地方の中小企業に期待感はない。
			観光名所等	先行きの見通しが立たない。
			旅行代理店	製造業の原材料の値上がりによる商品への転嫁できる物とできないものがあり、先行きは不透明ではないか。
			ガソリンスタンド	東京オリンピック誘致で、地方の活力が無くなった。
	県南	百貨店	設計事務所	これからさらに増税を予定しているので回復時期は予想できない。
			住宅建設販売	今後、年末までに判断する更なる消費税UPの決定次第では多少の駆け込み需要がまたあるのではないか。
		スーパー	百貨店	食品は回復傾向にあるが、衣料品（特に婦人衣料）や生活用品の中で不要不急なものは控える傾向にあり、とりわけ高額品（宝飾、呉服、寝具等）の動きが鈍いように思われる。
			スーパー	27年10月に増税があるならば、回復に向かう部分が見えてこない為。
			一般小売店	10%の消費税は国際的に見ても理解はできるが、政治に対する不信感が高まるばかりだ。政治家、議員の給料、手当の不透明性は全く理解できないレベルにある。議員数削減も含め、国民の納得できる背景にしなければならない。
			一般飲食店	回復するかどうか諸々の状況を加味し、判断が必要なので現状では分かりかねる。
			レストラン	回りは結局消費税13%をとっている。実質の便乗値上げ。その為店の負担が大きく、このままだと厳しい状況です。
			旅行代理店	仕入れについては消費税を転嫁され、売価には転嫁できず、業績は苦戦している。
			タクシー	回復ということは考えられない。来年の10%増税に対策を凝らしている人達が殆どである。
			住宅建設販売	今後は回復する見込みは少ないと思う。消費増大する要因が見当たらないため。
下北	スーパー	売上高減。単価ダウン。大きく、たくさん買うことがなくなった。本当に必要なものしか買ってくれなくなった。		
	一般小売店	低所得者の多い青森県、特にむつ下北は増税の影響が都会に比べはるかに大きいと思います。国民年金だけで生活している方は本当に大変だと思います。消費の回復は所得水準が上がらない限り無理かと思います。		

回答	分野	地区	業種	理由
分からない	家計	下北	一般飲食店	今の状態ですと、私の考えですが、回復状況は来ないと思います。これからどうすれば良いのか途方に暮れています。昭和32年から57年もがんばって来ましたが、こんな事は初めてです。政治が悪いのか私の考え方が悪い（古い）のか分かりませんが、とにかく命がけで店を守って来ましたが、年も年ですが、あと20年は頑張ると思っていたのですが、この不景気では、疲れてきました。
	企業	東青	食料品製造	実質所得が減少した影響でやはり消費は落ち込んだまま推移し、次の増税に向け再度駆け込みと反動減を繰り返し、結果個人消費は下振れしたまま推移するものと考えています。
			経営コンサルタント	回復の時期は賃金水準向上の行方にかかっていると思われる。大企業の好調や株高の影響は地方に及んでいない。
			広告・デザイン	東京の動きが良く、県内でのマイナス分を東京のビジネスでカバーする会社も。
		津軽	食料品製造	今後、消費税10%も検討される中、販売が不透明でどのような局面になるのか良く分からない。
			建設	2020年の東京オリンピック迄には回復してほしいが、消費税が10%になろうとしている現状は、まだ回復してないと思われる。
		県南	飲料品製造	季節変動が毎年あるものの、それ以上に落ち込んでその他の原因が考えられず。未だに続いており、個々の商品の回復は見られるものの全体の回復にはつながっていない。
			広告・デザイン	さらに消費マインドを下げることになると思われ。利益の確保が厳しく価格競争が激化すると思われる。
		下北	食料品製造	消費者心理として、次の10%になるのかどうか。それ次第。
	雇用	津軽	人材派遣	今年4月の消費税増税後、消費に悪い影響が出ているが、もし平成27年10月にさらに2%増税が予定通り実施された場合、その影響は計り知れない。
			新聞社求人広告	分かりません。先行き不透明で。