

(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27年1月5日～1月15日 回答率 99%

質問項目

- ①消費税増税による消費減退に対する判断とその理由
- ②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（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。
- ② 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72.7%、「どちらとも言えない」は16.2%、「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11.2%となった。

判断理由では、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、売上の低迷が続いている、来客数・着工棟数・売上高すべて減少した、前年比70～80%の実績で推移しているという声がある一方で、直接影響する業界ではない、消費の落ち込みを想定した対応がうまくいったなど、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」とする回答が合わせて、東青地区で79.3%、津軽地区で73.3%、県南地区で70.0%、下北地区で60.0%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」とする回答が合わせて、家計関連で73.0%、企業関連で66.7%、雇用関連で85.8%となった。特に、家計関連の小売で90.0%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3.0%、「26年7～9月頃」は5.1%、「26年10～12月」は11.1%、「27年1月以降」は19.2%とする一方で、「消費減退がなかった」は9.1%、「分からない」とする回答が52.5%あった。

判断理由では、増税直後のみ低迷したが夏には完全に回復した、4月には消費減退を感じたが5月には回復したという声がある一方で、12月期も売上が戻っていない、お客様の購買行動の動きが少ない、消費回復の時期は賃金の動向次第と思うが見通しはたたないという声もあった。

地区別に見ると、「26年4～6月頃」、「26年7～9月頃」、「26年10～12月頃」とする回答が合わせて、東青地区で13.7%、津軽地区で20.0%、県南地区で26.7%、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」、「26年10～12月頃」とする回答が合わせて、家計関連で21.7%、企業関連で11.1%、雇用関連では14.3%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
平成27年1月	48.5	24.2	16.2	5.1	6.1
前期調査との差	1.0	4.0	▲ 7.0	1.1	1.0

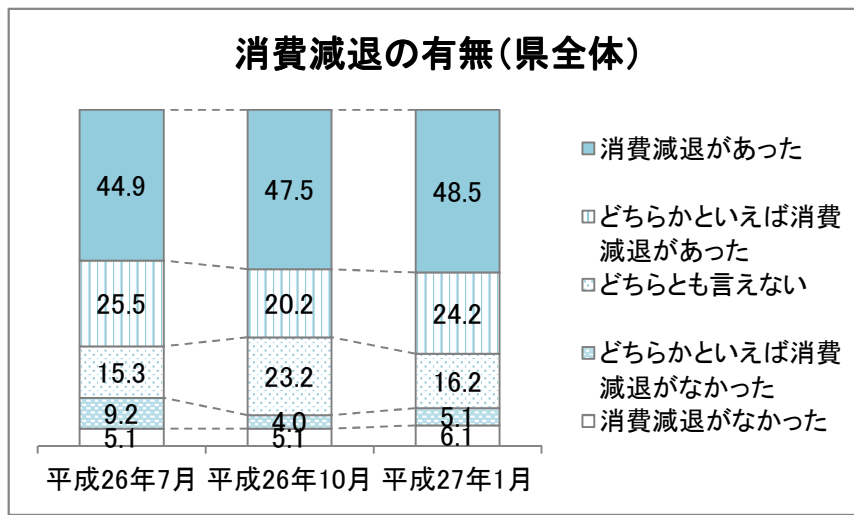


表2 消費税増税による消費減退の有無(地区別)

(%)

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	48.5	24.2	16.2	5.1	6.1
東青	55.2	24.1	13.8	0.0	6.9
津軽	50.0	23.3	16.7	3.3	6.7
県南	46.7	23.3	13.3	10.0	6.7
下北	30.0	30.0	30.0	10.0	0.0

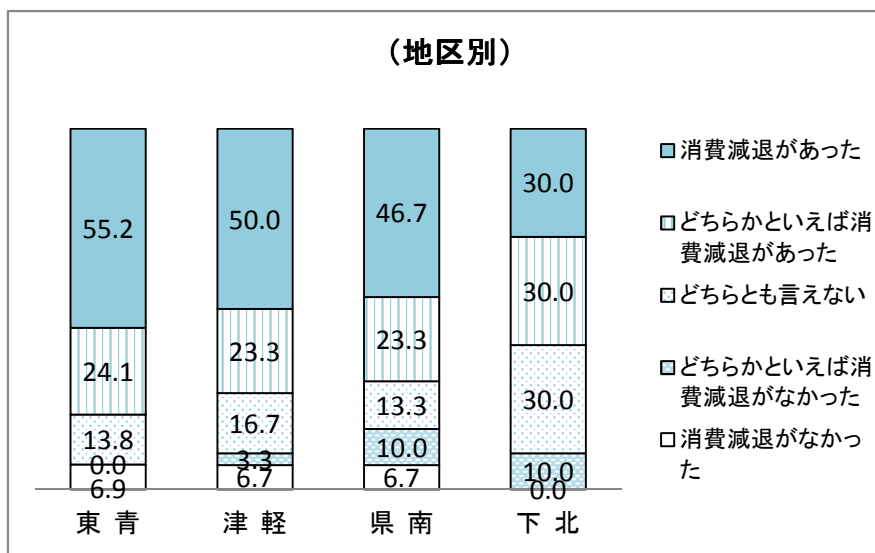


表3 消費税増税による消費減退の有無（分野別）

(%)

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	48.5	24.2	16.2	5.1	6.1
家計関連	54.1	18.9	16.2	2.7	8.1
小売	80.0	10.0	10.0	0.0	0.0
飲食	45.5	9.1	36.4	0.0	9.1
サービス	33.3	25.9	18.5	7.4	14.8
住宅	33.3	50.0	0.0	0.0	16.7
企業関連	27.8	38.9	16.7	16.7	0.0
雇用関連	42.9	42.9	14.3	0.0	0.0

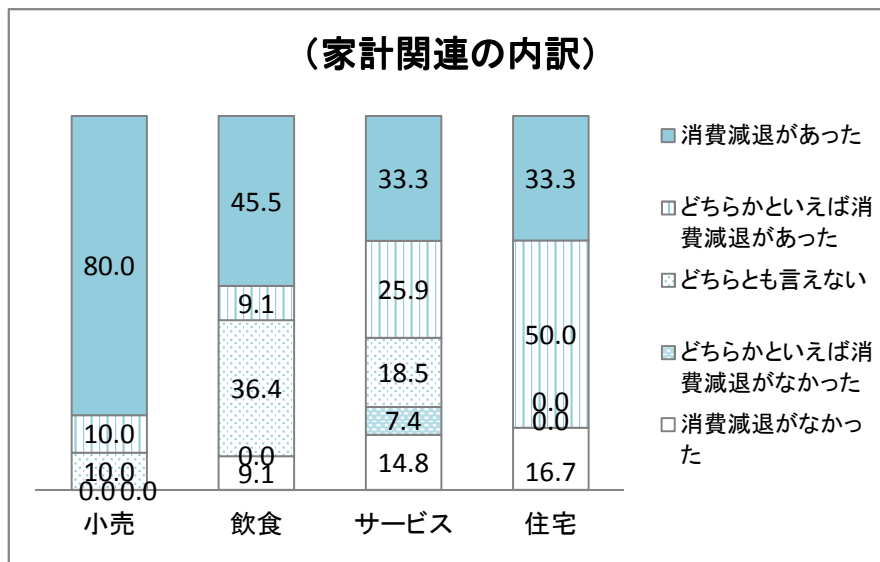
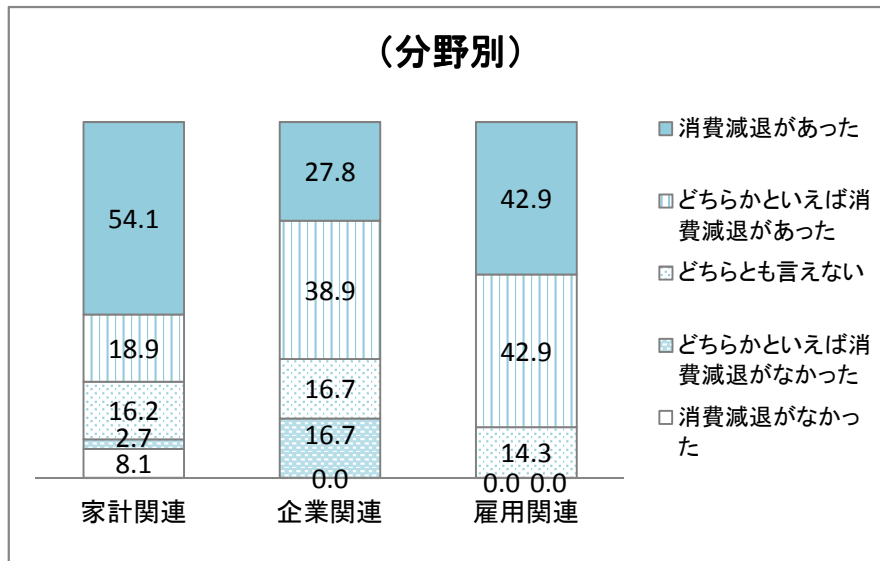


表4 消費税増税による消費減退の回復時期

(%)

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
平成27年1月	3.0	5.1	11.1	19.2	9.1	52.5
前期調査との差	▲ 1.0	▲ 2.0	▲ 5.1	5.1	2.0	1.0

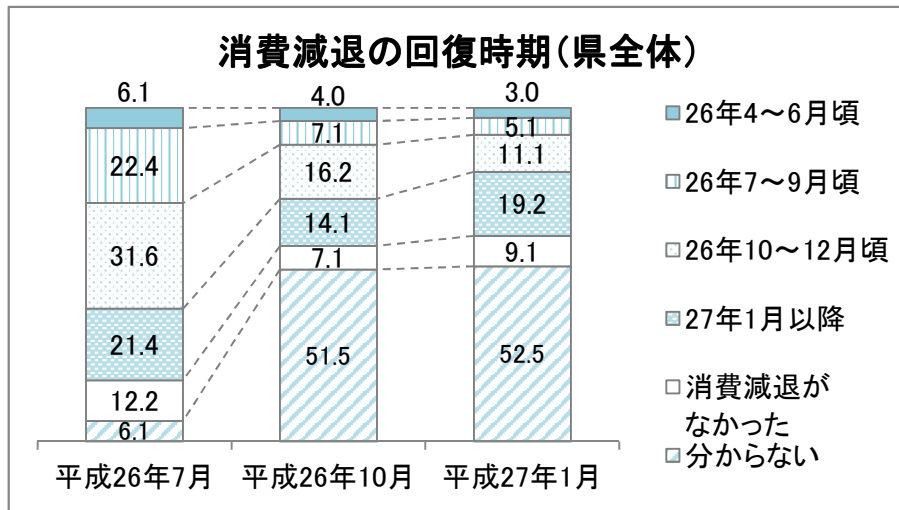


表5 消費税増税による消費減退の回復時期(地区別)

(%)

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	3.0	5.1	11.1	19.2	9.1	52.5
東青	3.4	3.4	6.9	20.7	3.4	62.1
津軽	0.0	6.7	13.3	13.3	13.3	53.3
県南	3.3	6.7	16.7	20.0	10.0	43.3
下北	10.0	0.0	0.0	30.0	10.0	50.0

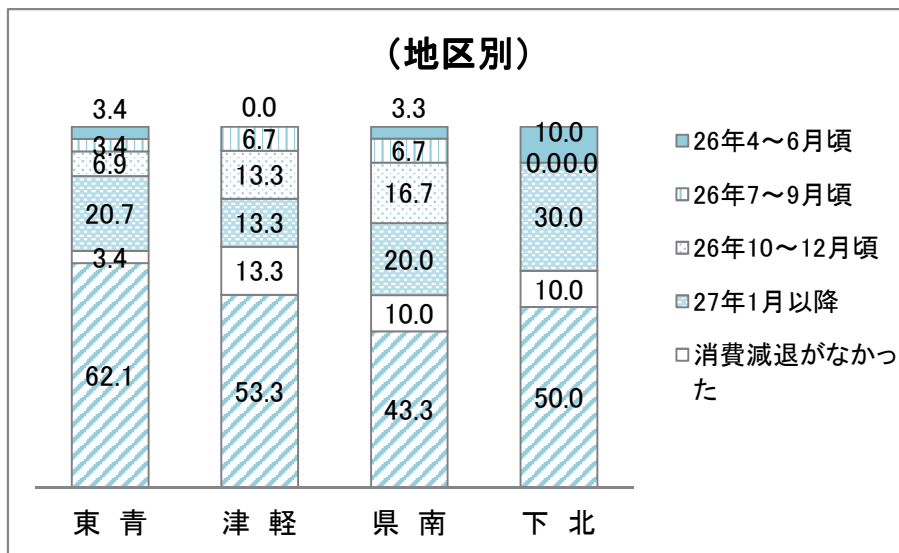
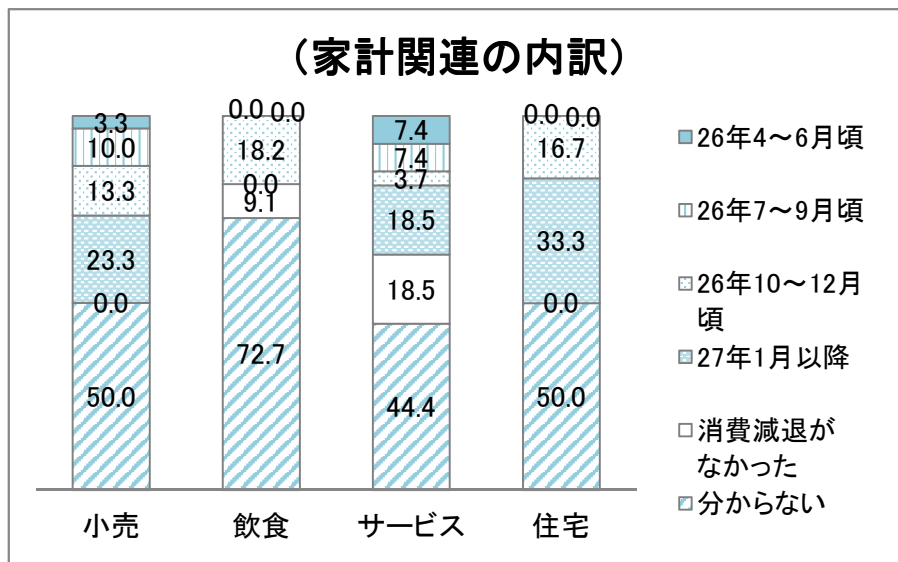
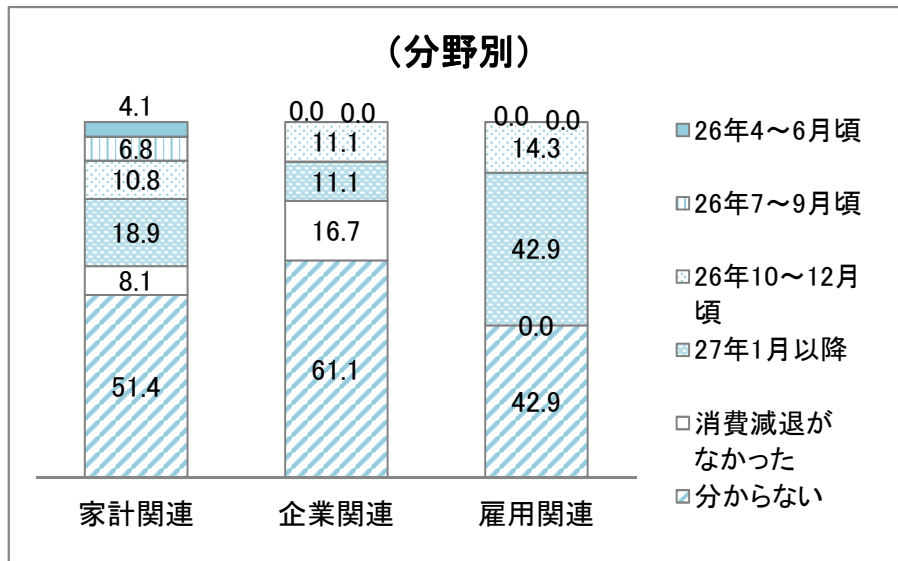


表6 消費税増税による消費減退の回復時期（分野別）

(%)

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	3.0	5.1	11.1	19.2	9.1	52.5
家計関連	4.1	6.8	10.8	18.9	8.1	51.4
小売	3.3	10.0	13.3	23.3	0.0	50.0
飲食	0.0	0.0	18.2	0.0	9.1	72.7
サービス	7.4	7.4	3.7	18.5	18.5	44.4
住宅	0.0	0.0	16.7	33.3	0.0	50.0
企業関連	0.0	0.0	11.1	11.1	16.7	61.1
雇用関連	0.0	0.0	14.3	42.9	0.0	42.9



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	百貨店	昨年7月以降は前年実績のキャッチアップを予想していたが、なかなか回復の兆しが見えない。
			スーパー	消費税増税前に駆け込み需要はありましたが、その後の売上回復が遅い。大型家電等の購入についても、支払いが増税後であり、食品購入に与える影響があったと思われる。
			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はしていたが、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。衣料品の小売業であることから秋の衣替えから景気は上向くのではと期待した、予想通り高額品を含め好調であったが年末年始の繁忙期に減速、要因がつかみきれない。
			家電量販店	売上の低迷が続いている為。
			商店街	なかなか売上の回復が底を打っておらず低迷している。
			卸売業	増税後、財布の紐がかたく、消費者は節約できるものは徹底して節約したと考えます。その結果が消費低迷につながったと思います。
			レストラン	昨年の春から夏に影響があった。
			観光型ホテル・旅館	県外客中心の観光シーズンと地元客中心のオフシーズンで極端に状況が分かれた。地元客の利用が目立って少ない。
			タクシー	消費税3%増税にて、人々が物を買わなくなり、余分な物にはお金を使わなくなっていると思われます。
			美容院	安定的に購入されてたお客様が減っている。低価格の商品に移っている方も多くなった。
			住宅建設販売	前年比、契約数大幅減のため。
	津軽	コンビニ	売上、客単価が減りました。その分増えれば良いのですが、まったく増える見込みが無いのが残念です。悪い意味ではないですが、コンビニ<スーパーと言う方向が出ているのでは。	
		百貨店	宝飾、家具、美術品などの高額品の動きが鈍くなった。また、デイリー性の高い一般食品においても客単価が落ち込み、増税による生活防衛意識が高くなっていることが読み取れる。	
		乗用車販売	前年比70~80%の実績で推移している。	
		衣料専門店	増税前の反動で5月、6月、特に悪かった。現在やっと増税前の状態。	
		一般小売店	4月~8月まで前年比70%台になってしまった。	
		商店街	4月以降、来客者がへった。	
		一般飲食店	又消費税どこまであがる。これから無駄遣いしないで少しでも貯めてと言う人が多いです。これが減退につながっていると思います。	
		都市型ホテル	店舗売上げが10~15%落ち込み、回復に時間がかかっている。	
観光名所等	今回のみならず、各物価の値上がりや今後の老後を考えたりで、しばらく続くと思われる。但し、年金暮らしの高額受給者は除く。			

回答	分野	地区	業種	理由
消費減退があった	家計	津軽	ガソリンスタンド	円安、原油高に4月からの買い控えが重なり、消費が落ち込んだ。
			住宅建設販売	来客数、着工棟数、売上高すべてにおいて減少。
		県南	百貨店	円安の影響等による相次ぐ値上げもあり、購買行動が慎重になっており、不要不急なもの（衣料品等）や高額品（宝飾品、寝具等）の消費が落ち込んでいるため。
			スーパー	実質の所得が増えていないため。年明け、値上げ。（食品類）
			乗用車販売	今まで以上に財布の紐が硬くなっている。企画等に反応しない。
			一般小売店	あくまでイメージですが、増税前の売上増より、増税後の売上減が3倍返し位のレベルで年末まで続いたような気がする。
			卸売業	増税直後（4～5月）はそれほど影響なかったが、6月に入ってかなり落ち込み、お盆、年末の特需期には、いくらか持ち直したもののメーカー等の値上げも重なりダメージは継続中です。
			レストラン	客単価、客数が下がっている。
			旅行代理店	円安と消費税。
			タクシー	出来るだけ、バス等を使っているようだ。買い物は、スーパー等で安売りの時を見計らって、買い物をし、余分なお金は使わないようにしているようだ。
	下北	スーパー	消費税が始まる前の2月、3月は売上が伸びたが、4月から低迷が続き、単価ダウン、低価格志向が続いている。	
		一般小売店	昨年の増税以来、客数減・客単価の減は止まりません。所得が増えてない中での増税は可処分所得の減少ですから当たり前といえば当たり前です。	
		一般飲食店	宴会も数も減り、値段も安くなるし、でも料理はおとされないので、本当に困っています。58年も一生懸命に働いてきたのに何故こんな世の中なのか、悲しいです。	
	企業	東青	経営コンサルタント	消費税増税に対し、給与の上昇は全く追いついていない。食品等の中には値上げ品目も多く見られた上の増税なので、消費者は苦しくなっている。所詮、収入の範囲での消費なので給与、年金等の上昇が見込めない現状ではやむを得ないことと思う。
			広告・デザイン	昨年3月までの駆け込み需要以降、消費が落ち込み回復しきっていない状況が続いている。
		津軽	広告・デザイン	特に4月～8月の5ヵ月間は受注が減少した。
		県南	飲料品製造	増税後、定番商品の出荷数量が落ち込んだが、反動が見られず、増税前の傾向と比較しても落ち加減。値上げの影響も多少あったかと考えるが、やはり一番の要因は消費税と考える。
			建設	増税前の駆け込みの反動があった様だ。特に車の落ち込みが激しいという話はよく聞く。
雇用	津軽	新聞社求人広告	増税に加え、食料品等の値上げで、市民の暮らしは節約を余儀なくされている。特に高齢世帯での質素な生活ぶりが際立っている。年金で暮らす生活弱者に目を向ける必要がある。	
	県南	新聞社求人広告	住宅関係（不動産）の動きが極端に減った。	

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	東青	コンビニ	高目の商品から安価な物への移行が見られた。
			設計事務所	住宅着工の減少。
		津軽	観光型ホテル・旅館	4月売上減、5月、6月回復したとほっとするまもなく、7月、8月売上減、9月微増、10月増額分が11月でプラスマイナ→ゼロになる、12月微増。以上の数字から判断しました。
			設計事務所	建設関連等、金額が高いものに対して5%から8%になると、その中味3%はかなりの金額であり、減退は顕著に表れている。
		県南	コンビニ	客数減少、客単価減少。
			一般飲食店	5%から8%になり、消費税分が重く感じられ、その金額もエッと思うくらい大きく思う。
			観光型ホテル・旅館	一時的なものですぐに回復。
			ガソリンスタンド	全体的に節約傾向にあると思う。
			住宅建設販売	4月から夏にかけてお客様の数が減った。
		下北	コンビニ	日用品や日持ちするものは増税前にまとめ買いがあったようで消費減退があった。現在では消費減退を強く意識することはない。
	ガソリンスタンド		増税前の駆け込み需要があったせいか、4月以降の売上が減少した。その後、回復するかと思ったが、なかなか戻らない感じです。	
	企業	東青	建設	「駆け込み」がありましたので。
			食料品製造	税率が上がった事であらゆる物が高くなったと感じる。
			飲料品製造	売上高の減少。消費者の買い控え等。
建設			積極的に買い物をしているように見えない。	
経営コンサルタント		食料品以外の商品については、H26年3月以前の売上に比較して減少した商品が多い為。		
県南		経営コンサルタント	駆け込み需要の後ではあるが、消費は回復していないのではないかと。物を買って改めて5%から8%になった実感が判るのでないか。	
下北		食料品製造	お歳暮の単価も下がっている。	
雇用	東青	人材派遣	固定費的なものは変動が少なかったが、新たな事業、投資については、若干ではあるが減速、のびの弱さが出ていた。	
		新聞社求人広告	半年もすると、だいぶ慣れてきた。	
どちらとも言えない	家計	東青	都市型ホテル	業種柄3月における特需もなかったが、4月以降の反動による減少もなかった。
			競輪場	直接影響する業界ではないため。

回答	分野	地区	業種	理由
どちらとも言えない	家計	津軽	旅行代理店	消費する内容（物品、レジャー）によって差がある。
		県南	衣料専門店	増税後の影響というより物価上昇の割に賃金が追いつかず、そして将来への不安が消費への拡大の妨げになっていると感じます。
			スナック	消耗品などはまとめ買った話は聞くものの、サービスを売る仕事にはない。
		下北	レストラン	8%になってからは、どちらとも言えないが10%になると悪くなるかもしれない。
	都市型ホテル		売上は厳しい状況が続いているが、それが増税によるものか、その他の要因なのかは判断が難しい。	
	企業	東青	食料品製造	若干ですが駆け込み需要の反動減がありましたが、みその価格は生活を左右するほどの価格ではないので消費縮小・拡大は季節的要因の方が大きくなります。ただし、消費税増税は生産者側への影響は大きい。
県南		紙・パルプ製造	消費税増税の消費動向が多きく変動していない。	
		広告・デザイン	仕事は減っているのは事実。すべて景気の原因にはできないが、攻めるより守りに入っている会社が多い様に思える。広告予算も減っている。	
どちらかといえば消費減退がなかった	家計	県南	観光名所等	商品の値上げなどはしていないから。
		下北	タクシー	スーパーマーケットでのバーゲンセールは盛況だ。
	企業	津軽	電気機械製造	主力で生産しているスマートホン向けの部品は、スマートホンの新モデルが秋に発売されたため増税の影響をほとんど受けなかったと思います。
		県南	食料品製造	必然的消費分野に属した業態だから。
			電気機械製造	当社がかかわっているのは工場や開発で使う生産財なので、消費税とは関係なく必要な時に注文がある。景気の先行きの影響の方が多い。
消費減退がなかった	家計	東青	一般飲食店	消費税に対する消費の落ち込みを想定していて、それがうまくいったと思います。
			観光名所等	入場料、駐車料など各種料金に消費税はなし。
	県南	美容院	消費税の値上げは政府の方針だと納得して当然の様子でどなたも口に出すことはないです。ただ、3%だけのアップと置いていたら10%より2%低い実感があると感じているそうです。	
		設計事務所	職种的には、民間事業は反動減が有っても良いように感じるが、当社は官工事が主の為あまり影響がなかった。	

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	4月のみ影響が見られた。5月以降は悪くなかった。
		県南	観光型ホテル・旅館	増税直後のみ、ホテル集客状況が低迷したが、夏には完全に回復。現在は、売店単価も増加しており、回復していると判断している。
		下北	コンビニ	26年4月中は、やはり消費減退があるなど感じていたが、5月には回復していたと思う。増税しても、必要なものは買わなければいけないので、仕方がないという感じ。
26年7～9月頃	家計	津軽	衣料専門店	8%増税に慣れてきた。9月の秋の商戦が良かった。
		県南	美容院	最初は8%になったと、上がった事が現実になった思いを口にしていた。夏頃にはあきらめて買い控えでもしようかとなったが、食料品で高くなった実感をうけたらしい。
26年10～12月頃	家計	東青	スーパー	特に、12月頃から高額商品の購買動向が見受けられた。
			レストラン	年末を迎えるにつれて、例年どおりになったような。
		津軽	一般小売店	9月～11月の3ヵ月間は3ヵ月累計で前年より売上が上昇した。12月は大雪のため大幅ダウン。
			レストラン	12月だけ回復。1月からどうなるのか。
	県南	旅行代理店	経済が下がってボトムになり自然反転すると思う。	
	企業	津軽	経営コンサルタント	H26年の12月ボーナス時期と一致し、前年同期と比べ減少していない。今後も反動減も一服したと思われる為。
県南		経営コンサルタント	一部消費者や外国人の購買意欲で物は売れているが、多くの庶民は買い控えせざるを得ないのでないか。	
27年1月以降	家計	東青	衣料専門店	昨年秋の立ち上がりの時期に消費の持ち直し感があつた、単純に2月以降の入学、入社、衣替えの時期に期待する。
			家電量販店	家電、ブランド品、インテリア等の高額商品で売上が低迷し、低価格志向が今後も続くと思われる。
			商店街	12月期も期待通りには売上が戻っていない。
			住宅建設販売	是非とも今年回復し、次回増税に向けての駆け込みに期待します。
		津軽	ガソリンスタンド	原油の急激な下落で消費がわずかに回復傾向です。
			設計事務所	10%になることを先延ばししただけで、目先のことで将来のビジョンが描かれていないので回復どころではないか。
		県南	百貨店	消費増税により売上が落ち込んだ4月以降に回復すると予想されるが、弱含みに推移すると思われる。
			スーパー	年明け以降、徐々に食品の値上げが続くため。
			一般小売店	26年12月は選挙もあり特に悪かった。
			ガソリンスタンド	価格体系に慣れたかもしれない。

回答	分野	地区	業種	理由
27年1月以降	家計	下北	スーパー	物価の変動や低価格と高額品の2極分化。原発による景気減退のため。
			ガソリンスタンド	原油価格の下落で、商品の値下げにより、消費者の財布の紐も緩んでくるのではないかと思います。
	企業	県南	建設	2回目の増税が延期となったことから、その前に購入するという気持ちが出てくるのではないかと。
		下北	食料品製造	期待感から。
	雇用	東青	新聞社求人広告	次の消費増税の先が見えたので、また駆け込み消費に期待できそう。
		県南	新聞社求人広告	法人税引き下げ等での希望的観測。
消費減退等影響がなかった	家計	東青	競輪場	直接影響する業界ではないため。
		県南	観光名所等	他と比べて値上がりなどしていないので、値下げなどもあるから利用するお客様がいるので特に影響はありませんでした。
		下北	タクシー	我が家の経済状況から。
	企業	津軽	電気機械製造	現在生産している部品は輸出される物が多いため増税の影響はほとんどないと思います。
		県南	電気機械製造	当社がかかわっているのは工場や開発で使う生産財なので、消費税とは関係なく必要な時に注文がある。景気の先行きの影響の方が多い。
	分からない	家計	東青	百貨店
一般飲食店				総合的なことは専門の方がいろいろいっていますが、良いところは良く、悪いところはいつまでも悪いのが本当のところだと思います。ただ、消費税に関して国の有り方もわかりますが、何でもかんでも後回しにする姿勢はいかかだと思います。消費税を上げたら他を下げるとかして欲しい。
都市型ホテル				8%から10%が先延ばしになったものの、今すぐ回復するとは思えない。
タクシー				今後、2%増税が見込まれますので、もっと物が売れなくなり、余分な物にはお金を使わなくなるといいますので分かりません。
美容院				しばらく、無理なのではないかと思えます。この先10%になることを話すお客様が多く、まだまだ減退は続くと思われま。
設計事務所				回復する為には現状を打破し、好転する経済策がなければ見込みが当分ない。
津軽				コンビニ
		乗用車販売	景気回復の有効的な政策が見つからない。	
		商店街	回復要素が見当たらない。	
		一般飲食店	これから先も消費税があがる話がある限り回復の状況は見えないような気がします。	
		都市型ホテル	基本的な地方経済回復の為の政策が無い限り、消費が回復することは無いと考える。	

回答	分野	地区	業種	理由
分からない	家計	津軽	観光名所等	大手企業や官庁等は別として、小規模事業所が多い県内は、相当な時間を要する。
			住宅建設販売	この地域では実質賃金下がっている為、消費行動が少なくなっている。賃金が上がらないと消費拡大はなかなか難しいと思う。
		県南	コンビニ	増税後、1年経ってみないと分からない。
			乗用車販売	お客様の購買行動の動きが少ない。H29年1月～3月に駆け込み需要があるか。(8%→10%)
			衣料専門店	4月、5月は悪かったものの、それ以降はそれ程の影響は感じなかったのですが、12月にきて最低な売上になってしまいました。増税の影響というよりは天候による影響が大きかったように思います。
			卸売業	所得が上がったとは言え、それは中央の話であり、青森県までは少し時差がある。所得が上がらなければ消費は増えない。企業の業績が上がらなければ、所得にも反映されない。ここにきて倒産件数が増えているのは、景気がよくない現れだと思えます。更に1月からメーカーの値上のラッシュでは先行き不透明と言わざるを得ない。
			一般飲食店	良い時もあるが、悪いときもある。一概に増税による要因だけでは考えにくい。マスコミ(好景気)に操られ回復したように自分たちも錯覚している所もあるのでは。
			レストラン	食品等の値上げにともない、更に外食や宴会をするお客様が減る。食品等の値上げ、増税するが、個人企業等に勤めている人の給料は上がらない。(変わらない)その為何をけずるか。(外食、酒、娯楽等になる)結果、お客様の数は減り、売上は上がらず、従業員の給料、数が減る、つぶれる。残るのは大企業のみ。アベノミクスは大企業だけ儲かる。
	タクシー	今の景気では、回復ということは考えられない。大都会の大企業とは全く違う。パート、アルバイト、年金暮らしが殆ど、ゆとりなどほとんどないと思う。		
	下北	一般小売店	所得の高い都市であれば、心理的な消費減退で消費は回復するのかもしれないが、低所得の地域では使いたいと思っても使えない人が多いのではないのでしょうか。高齢化、過疎化により地域経済が下降してますので、所得の増加も期待できません。消費は回復するのでしょうか。	
		一般飲食店	回復する前から物価の値上げ又は消費税増税踏んだり蹴つたりの状態が続くと思います。でもアベノミクスとやらで景気が良くなると言っていますが、それはほんの一部の方だと思います。58年も続けて来たのにこんな思いをすることは生まれてから初めてです。	
	企業	東青	食料品製造	若干ですが駆け込み需要の反動減がありましたが、みその価格は生活を左右するほどの価格ではないので消費縮小・拡大は季節的要因の方が大きくなります。ただし、消費税増税は生産者側への影響は大きい。
			建設	「駆け込み」を期待するならば、次の回復期は2016年の秋～2017年の春なのではないでしょうか。「増税前」に消費が回復するという皮肉ですね。
			経営コンサルタント	消費回復の時期は賃金の動向次第と思うが、いつ頃上昇がみられるか見通しは立たない。円安は地方にとってマイナスの面が多く、株高は無縁の人が多く。
津軽		飲料品製造	今後、10%への増税も予定されているので、見通しがたたない。	

回答	分野	地区	業種	理由
分からない	企業	津軽	建設	消費税増税の延期が決まったとは言え、回復は見込めないのではないか。
			広告・デザイン	政府は中央都市部の企業や大企業を基に政策判断をしているのでは。先頃の衆院選では、中小企業や地方を元気になどを大きな声で言っていたが、もっと以前からそういう政策をするんだと公約をしていたのではないのでしょうか。今更ですか。
		県南	飲料品製造	現在も引き続き影響が続いている様子。原材料、資材などに対しての分も感じられる。市場に明るい話がありなく、その後の約束された10%への増税の話もいろいろと出る。
			広告・デザイン	予想がつかない。すでに地元で利益のある仕事を受注することを諦めている。今は、東京・大阪など中央と接点を結び、地元以外での利益を目指している。
	雇用	東青	人材派遣	都市部、大企業等からの波及影響に期待するところが大と感じる。個人消費の大幅な改善は期待少と捉えております。
		津軽	新聞社求人広告	政府の「地方創生」に期待はするが、実効性が果たしてどこまであるのか。末端に浸透するような施策を望んでいる。