

青森県景気ウォッチャー調査特別調査（令和元年10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1日～10月23日 回答率 99%

3. 調査項目

設問	回答方法
①消費税増税による駆け込み需要に対する判断	5段階（駆け込み需要があった／どちらかといえば駆け込み需要があった／どちらとも言えない／どちらかといえば駆け込み需要がなかった／駆け込み需要がなかった）
①の理由	自由記述
②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）
②の理由	自由記述
③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）
③の理由	自由記述

調査項目①である「駆け込み需要に対する判断」の調査結果については、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）を受けて同年7月に実施した「消費税増税に伴う県内経済への影響等」調査結果との比較を行った。

1. 結果概要

(1) 消費税増税による駆け込み需要の有無

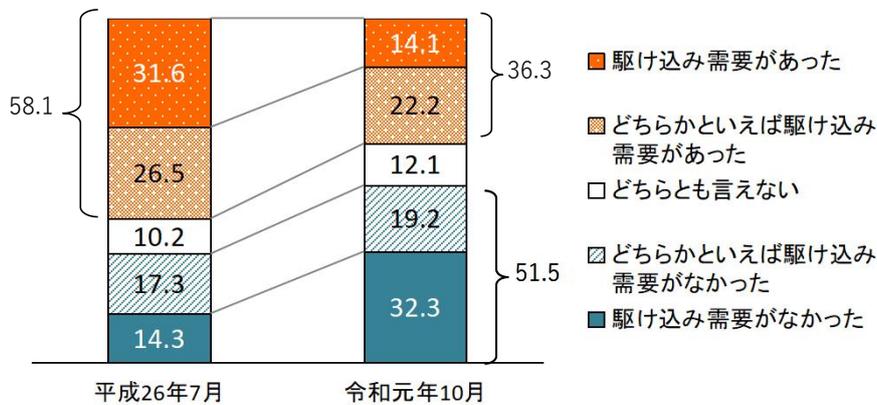
① 県全体の動向

県全体をみると、「駆け込み需要があった」「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答が合わせて36.3%、「どちらとも言えない」との回答が12.1%、「どちらかといえば駆け込み需要がなかった」「駆け込み需要がなかった」との回答が合わせて51.5%となった。

平成26年7月期調査と比べると、「駆け込み需要があった」「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答が21.8ポイント減少した。

判断理由では、「駆け込み需要があった」理由としては、「リフォーム、新築問わず、動きが顕著であった(住宅建設販売=津軽)」、「売上、客数とも大きく伸びた(家電量販店=県南)」という声があった一方で、飲食業やサービス業においては、増税の影響がなかったという声が多く、また「食品扱いなので、変化がない(観光名所等=県南)」、「主力が食品の為(食料品製造=下北)」と、食品を取り扱う業種で「駆け込み需要がなかった」とする声があった。その他、「前回の5%から8%の時程の量ではなかった(ガソリンスタンド=津軽、下北)」と、前回と比べ動きが鈍かったことを上げる声もあった。

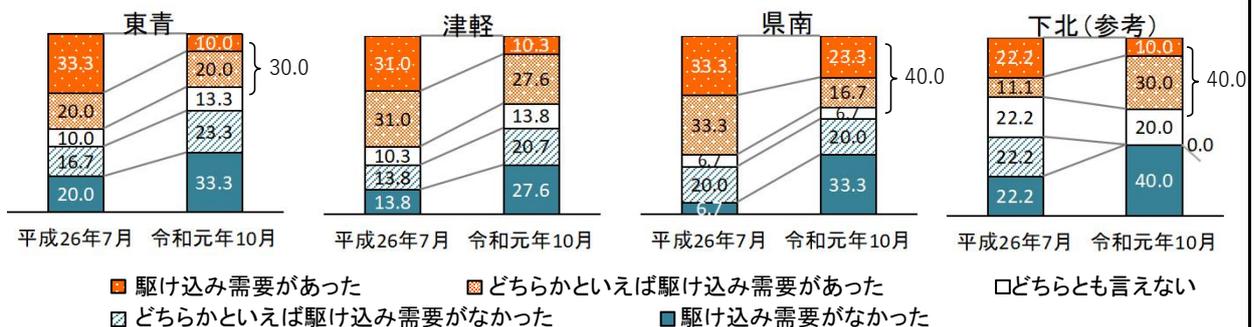
駆け込み需要の有無 回答別構成比(県全体)(%)



② 地区別の動向

地区別にみると、「駆け込み需要があった」「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答が最も多かったのは県南地区と下北地区で40.0%、最も少なかったのは東青地区で30.0%だった。

平成26年7月期調査と比べると、「駆け込み需要があった」「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答は下北地区を除く3地区で減少し、最も減少の幅が大きかったのは県南地区となった。

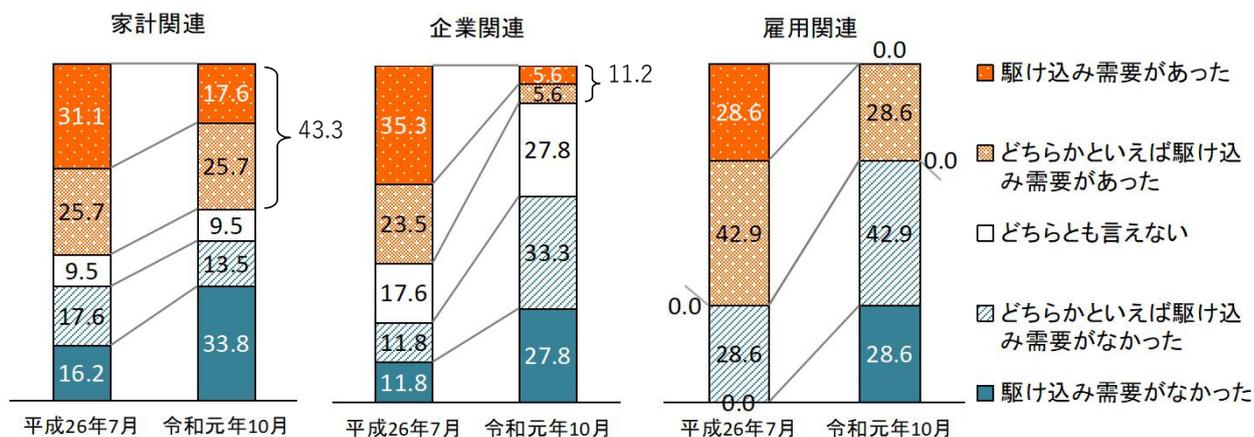


③ 分野別の動向

分野別にみると、「駆け込み需要があった」「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答が最も多かったのは家計関連で43.3%であり、最も少なかったのは企業関連で11.2%だった。

平成26年7月期調査と比べると、「駆け込み需要があった」「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答は、全分野で減少し、最も減少の幅が大きかったのは企業関連となった。

駆け込み需要の有無 回答別構成比(分野別)(%)



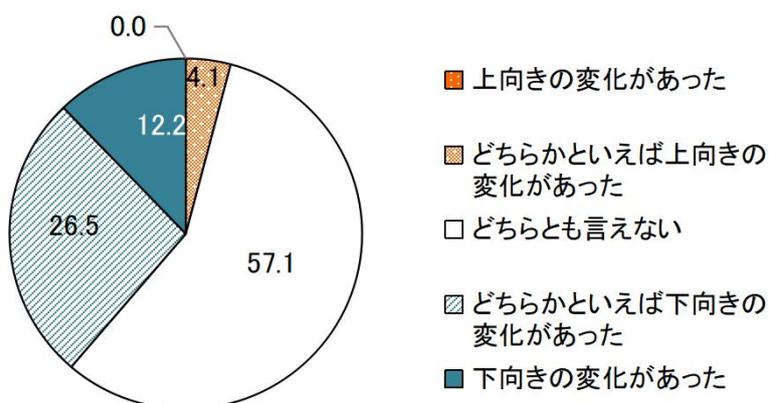
(2) 消費税増税後から現在までの消費動向の変化

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」との回答はなく、「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4.1%、「どちらとも言えない」との回答が57.1%、「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」との回答が合わせて38.7%となった。

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、「ポイント還元があったから(卸売業=東青)」という声があった一方で、最も回答が多かった「どちらとも言えない」理由としては、「現状、判断材料に乏しい(一般小売店=東青)」、「まだ消費税増税が始まったばかりで何とも言えない(商店街=津軽)」などの声が多く、他には「特に影響がないため(観光名所等=県南)」などの声があった。また、「下向きの変化があった」理由としては、「駆け込み需要の反動(スーパー=津軽)」、「消費が慎重になっている気がする(旅行代理店=津軽)」などの声があった。

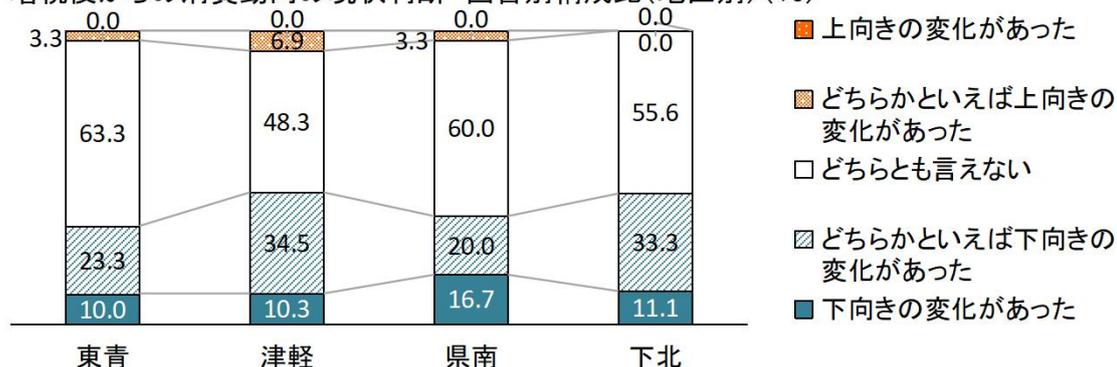
増税後からの消費動向の現状判断 回答別構成比(県全体)(%)



② 地区別の動向

地区別にみると、全地区において「どちらとも言えない」との回答が最も多く、東青地区が63.3%と最も多かった。「どちらかといえば下向きの変化があった」「下向きの変化があった」との回答が最も多かったのは津軽地区で、合わせて44.8%となった。

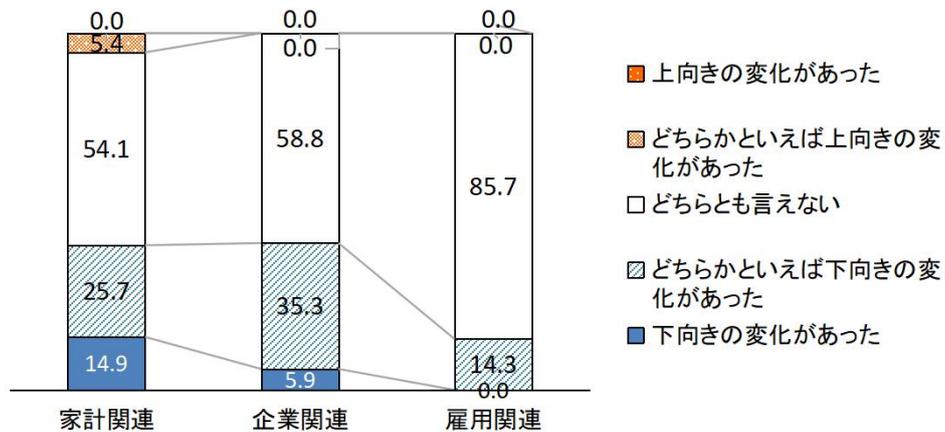
増税後からの消費動向の現状判断 回答別構成比(地区別)(%)



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」との回答が最も多く、雇用分野が85.7%と最も多かった。「どちらかといえば下向きの変化があった」「下向きの変化があった」との回答が最も多かったのは企業分野で、合わせて41.2%となった。

増税後からの消費動向の現状判断 回答別構成比(分野別)(%)



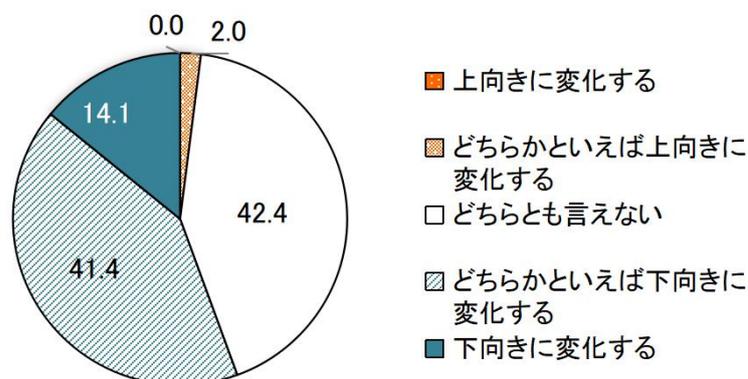
(3) 消費税増税による3カ月後の消費動向の変化

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」との回答はなく、「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2.0%、「どちらとも言えない」との回答が42.4%、「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」との回答が合わせて55.5%となった。

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、「キャッシュレス還元事業等によるお得感(飲料品製造=県南)」という声があった一方で、「どちらとも言えない」理由としては、「キャッシュレスの還元がどこまで浸透するか全く分からない(商店街=県南)」などの声が多く、他には、「年末に向けて、お客様は10%に慣れてくるのではないか(スーパー=下北)」などの声があった。また、「下向きに変化する」理由としては、「生活に不必要な物は買わない傾向がますます強くなる(衣料専門店=東青)」、「キャッシュレスポイントの分かりにくさで、年配の方はその恩恵を受けにくいと思われる(スーパー=津軽)」などの声があった。

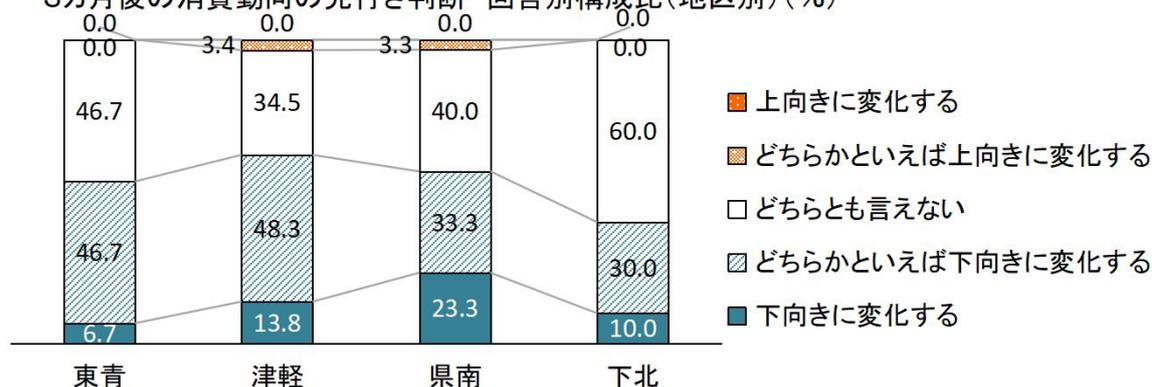
3カ月後の消費動向の先行き判断 回答別構成比(県全体)(%)



② 地区別の動向

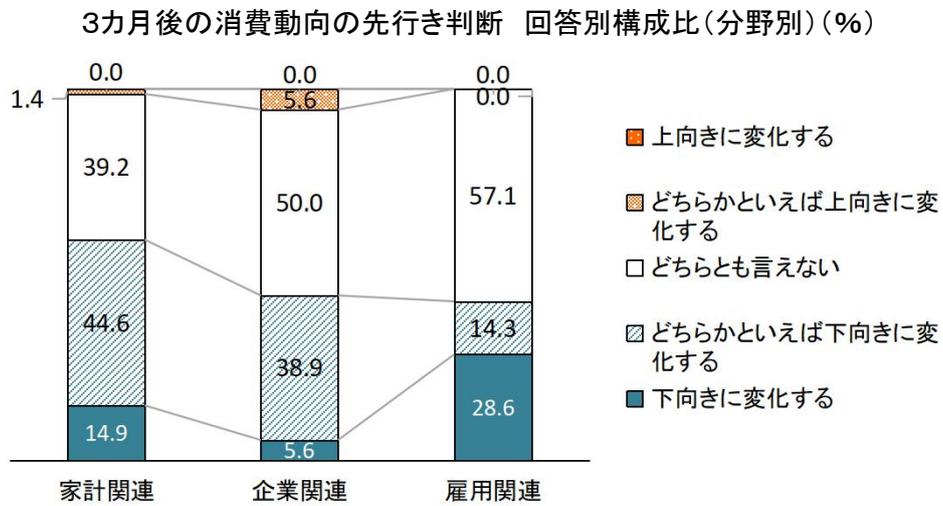
地区別にみると、最も多かった回答は、県南地区と下北地区では「どちらとも言えない」、東青地区では「どちらとも言えない」と「どちらかといえば下向きに変化する」、津軽地区では「どちらかといえば下向きに変化する」であった。

3カ月後の消費動向の先行き判断 回答別構成比(地区別)(%)



③ 分野別の動向

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



(4) 判断理由

① 駆け込み需要に対する判断理由

現状	分野	地区	業種	理由	
駆け込み需要があった	家計	東青	卸売業	9月最終週の商品の動きがよかった。(売上増)	
			百貨店	売上が大きく伸ばしたため。	
			一般飲食店	特に9月はそのような流れがあった気がします。天候も良かったのでそれを後押ししていたように感じます。客足は悪くなかったです。	
		津軽	設計事務所	小規模の物件であれば2%upはさほど気にならない数字だと思うが、それ以外であれば大きな金額になるからです。	
			家電量販店	小売部門は昨年比200%以上の実売実績。	
			住宅建設販売	2%upだが、住宅の場合、金額が大きな物なので、十分気にする。リフォーム、新築問わず、動きが顕著であった。	
		県南	百貨店	衣料品は婦人高額商品を中心に前年110%以上の需要があった。	
			衣料専門店	化粧品などの消耗品、宝飾・呉服などの高額品の需要が9月初頭からあった。月末には気温の低下も奏功しシーズン衣料・寝具等の伸びが見られた。	
			家電量販店	8月、9月で8月が118%、9月は160%の前年比になった。売上、客数とも大きく伸びた。	
			旅行代理店	キップ売り上げが伸びた。	
			住宅建設販売	前3月より増税前3月の契約が上回った。	
		下北	スーパー	業種によって(家具、化粧品、お酒類)はあった。	
		企業	県南	建設	自分も白物家電や新車購入、屋根・外壁塗装など、高額となるものは駆け込みした。
		どちらかといえば駆け込み需要があった	家計	東青	スーパー
商店街	お客様(消費者)の方達は、マスコミ報道等で知っており、3%、5%、10%と従来の経由等で、理解していると思われる。				
ガソリンスタンド	スマホやクレジットカードを持たないであろう年配の方々が、スーパーやホームセンターで買い物をする姿が目についた。				
住宅建設販売	半年前(住宅は)契約数の上昇が見られた。消費者もどうせ建てるなら3月末契約という声が多かった。				
津軽	乗用車販売			前年に比べ売上げが伸びた。	
	百貨店			化粧品でまとめ買いが見られた。	
	スーパー			若干の売上増加。	
	一般小売店			7、8月はマイナスで9月も中旬まで影響なし。下旬に少しあった。	
	商店街			昨年同時期と比較すると売り上げが増えた店舗があった。但し、業種によってかなり違う。	
県南	ガソリンスタンド			5%から8%より少ない。	
	タクシー			増税日の1週間から10日位前からは、いくらかあった。	
		卸売業	自分が勤めている会社で、売り上げがあがっている。		

現状	分野	地区	業種	理由
どちらかといえ ば駆け込み需要 があった	家計	県南	ガソリンスタンド	燃料油について10~20%程度の駆け込み需要があった。
		下北	コンビニ	タバコが少し売れた。
			ガソリンスタンド	灯油の利用シーズンではないが、灯油の注文が増え、例年の倍近くの数量が出た。しかし、前回の5%から8%の時程の量ではなかった。
	企業	東青	経営コンサルタント	自動車及び関連商品（冬用タイヤ）に需要が見られたが期待した程ではなかった。スーパー他一般小売にも若干の需要が見られたが予想した程ではない。
	雇用	津軽	新聞社求人広告	車の冬タイヤの購入や日用雑貨の買いだめが見られた。
		県南	新聞社求人広告	増税前セールとうたった広告が、いくらかあった。
どちらとも言え ない	家計	東青	衣料専門店	「10月から消費税が上がるぞ～」とイベントを仕掛けて効果はあったが、売上の前倒しだろうから今月からその分減少。販促したからであって駆け込みではない。
		津軽	美容院	いつも通りに、消費してくれているお客様が多い。
			パチンコ	身の回りでは需要は無いように感じたが、他人から聞いた話によると多少あったらしいので。
		県南	商店街	一部ある様な報道があるが、身近な所ではあまり感じられない。
		下北	一般小売店	ドラッグストアは増税前は混雑しましたが、一般の小売店はどちらとも言えないです。
	企業	東青	広告・デザイン	商品によって駆け込み需要があったものと、無かったものに分かれる。
		県南	経営コンサルタント	駆け込み需要については、増税の%が小さかったこともあり、日曜消耗品について若干のみ感じました。高額品については、増税後の値引きセールを期待しているのかも？
		東青	パチンコ	サービス業なので…。
どちらかといえ ば駆け込み需要 がなかった	家計	東青	設計事務所	周辺の動きがいたって静かでした。
			美容院	まだ増税に関しては何もしていません。
			津軽	都市型ホテル
		津軽	旅行代理店	事前に料金改正していた為、特に駆け込み需要はなかった。
			県南	一般飲食店
		県南	美容院	お客様の口から消費税ということばを聞かなかった。金額が小さいからか。当り前の様に思っている様だった。
		企業	東青	建設
	津軽		経営コンサルタント	増税分還元されるような制度が多数始まったので、日配品、食料品については、買い溜め等の行動は見られなかった。当初はスーパーのレジでスマホ決済に戸惑って、客もレジ担当者も困惑し、渋滞していた。
			食料品製造	今さら無駄に金を使ったり時間を使いたくないあきらめムード。
	県南		飲料品製造	流通をになう卸業者による商品の優先順位で、日本酒は下位で、出荷の動きが感じられなかった。小売店の話聞くが、ほぼ動きなしの様子。
			広告・デザイン	業種にもよると思うが、広告の場合、スケジュール等、広告を打つ時期のこともあり、増税があるからと言って出稿するわけではない。

現状	分野	地区	業種	理由
どちらかといえ ば駆け込み需要 がなかった	雇用	東青	新聞社求人広告	セールを実施しているのを見かけはしたが、混雑、混乱はみられず、思ったほどではないと感じた。
		津軽	人材派遣	週2～3日スーパー、ドラッグストア、ホームセンター等で買い物をしているが、9月末の来客数は普段とあまり変化がないと感じた。2014年4月、5%から8%の増税の際はお店がたくさんのお客で賑わっていた記憶がある。
駆け込み需要が なかった	家計	東青	コンビニ	コンビニではキャッシュレス還元を実施している為あまり変化ないと思われたため。
			乗用車販売	2%。
			旅行代理店	旅行業で駆け込みは感じなかった。
			レストラン	ジャンルがちがうような。
			観光型ホテル・旅館	9月、10月の受注がほぼ昨年と同じであったこと。
			都市型ホテル	宿泊業の為。
			観光名所等	あまり増税で人が動くような施設でないと思う。
			タクシー	タクシー利用は「買い置き」が利かないので駆け込み利用は皆無であった。
			競輪場	増税に影響しない。
			津軽	スナック
	観光名所等	観光客向け商品を提供。		
	県南	コンビニ	たばこカートン買い、予約等なかった。	
		レストラン	9月30日に「増税前に。」と言う方が1組来店されました。飲食店は駆け込み需要は全くなかったです。	
		スナック	飲食なので。	
		観光名所等	食品扱いなので、変化がない。	
		パチンコ	パチンコ店の場合、今のところ、お客様に大きく影響がないため。	
		設計事務所	仕事は入札方式が多いので、何時も同じ。	
	下北	都市型ホテル	元々駆け込み需要等当てはまる業種ではないです。	
		一般飲食店	回りが年配（年より）が多いせい税金が上がるという事はわかっているけど別にあせっている様子なし。	
	企業	津軽	広告・デザイン	特段、8～9月の仕事量が増えていなかった。
			食料品製造	取引先からそのような商談・取組がなかった。
		下北	電気機械製造	もともとBtoB取引のため在庫を持つような駆け込み発注はほとんど無いため。
			食料品製造	主力が食品の為。
雇用	県南	人材派遣	当社の事業（求人・派遣等）にはあまり影響は無かった。	

②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理由

先行き	分野	地区	業種	理由
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	ポイント還元があったから。
		津軽	美容院	必要な出費と考えてくれている。
			住宅建設販売	2%upも分かりつつ、優遇措置も理解し、動きがある。
		県南	卸売業	売上額がのびている。
どちらとも言え ない	家計	東青	乗用車販売	売上げに変化が無い。
			設計事務所	消費者は冷静に受け止め（諦め）極端な動きは感じられない。
			一般小売店	現状、判断材料に乏しい。
			一般飲食店	記しているのが10月1日なので何とも言えない。希望的にです が対応の仕方を間違えていなければ10月以降も落ち込むことは ないように思います。
			スナック	お客様に変化有りません。（話題が有りませんね）飲食業務と して、全部10%ですから大変ですが、諦めています。
			都市型ホテル	駆け込み需要が無い分その反動も少ない。
			観光名所等	あまり増税で人が動くような施設でないと思う。
			タクシー	ポイント還元の高いスーパーには人が群がり独自ポイントで対 抗する店舗は閑古鳥が鳴いているという極端な現象が起きてい る様だ。外食費は抑え、更にラグビーのWCは自宅で家呑み観 戦という影響もあり飲食店の人の入り具合は極端に異なる。た だこれも一過性の要素が大きいので今月末位までは様子を見て みないと正確な判断をすることは難しいと思う。
	津軽	商店街	まだ消費税増税が始まったばかりで何とも言えない。	
		パチンコ	変化が無かったので。	
		ガソリンスタンド	まだわからない。	
	県南	コンビニ	余り変化を感じられない。	
		商店街	駆け込み需要もポイント還元等で薄まった感じを受けるから。	
		一般飲食店	ある程度の時間が必要で、まだわからない。	
		レストラン	10月前には、おむつやトイレットペーパーなどをまとめ買いを した。という声は多かったが、車の購入や家の購入をする声は あまりきかなかつた。10月以降の事はまだわからないです。	
		スナック	特にリアクションなし。たった2%という感じ。	
		観光名所等	特に影響がないため。	
		旅行代理店	キップ、パックはほぼ値上げ済みで消費者とは決着済み。	
		美容院	消費税のことを言う人がいない。	
		パチンコ	今のところ無いが、今後、景気が悪くなれば、下がると思う。	

先行き	分野	地区	業種	理由	
どちらとも言えない	家計	県南	設計事務所	自分だけ考えるといつもと同じ。協会で考えると落ちるのでは？	
			下北	一般小売店	増税や軽減税率等がしっかり周知されていた？のか、9月30日から10月1日をまたいでも、日常と変わらずでした。10%に上がった商品が変わらず売れております。
				一般飲食店	まだ直接的に実感がないんだと思う。
				レストラン	最初はにぶい感じで後からなれて来ると思われる。
	企業	東青	経営コンサルタント	増税後期間も短いので判断はむずかしいが、良い話は聞かれない。	
			建設	一般的に「買う（必要がある）もの」が無いのだと思う。	
		津軽	食料品製造	当社としては食品なので大きな影響はない。	
		県南	食料品製造	増税、税率ではなく、景気に停滞感が今年が続いている。	
			飲料品製造	10%になったという消費者の意識が強いが、高いというより、とまどっている様子。	
			電気機械製造	現在のところは変化は感じられない。（もともと仕事が少なくヒマです）	
	雇用	東青	新聞社求人広告	大きな変化は今のところは見られない。変化が起こっているのだとすれば、それがわかってくるのは、むしろこれからなのかもしれない。	
			津軽	新聞社求人広告	軽減税率が周知され、キャッシュレス事業が拡大するには、まだまだ時間が必要と思う。
		県南	人材派遣	当社の事業にはあまり影響は無かった。	
			新聞社求人広告	まだ日が浅いため不透明。	
	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	旅行単位が高くなった為。
衣料専門店				何回か消費税アップがあり、それを体験していることからお客様は冷静、必要のない物は買わない、静観の様子。達観している？	
商店街				8%と10%の消費税の違いに、戸惑う事がある様ですが、1カ月程で慣れると思われる。	
ガソリンスタンド				当社の場合、9月末の特需の反動で来店客数が減少した。	
住宅建設販売				生活の様子見、住宅購入に対し慎重なお客様が増加した感じを受ける。	
津軽			乗用車販売	9月中旬以降、新車の受注が落ち込んでいる。	
			スーパー	駆け込み需要の反動。	
			家電量販店	今のところ前年割れの進捗状況。	
			観光名所等	多少節約を感じる。	
			旅行代理店	消費が慎重になっている気がする。	
県南		下北	衣料専門店	10月1日以降の売上進行により反動減が生じている。	
			都市型ホテル	宴会等で増税後も以前の値段（税込）でと言われるケースがある。	
		下北	コンビニ	売上、客数が10月になって落ちた。	

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	下北	ガソリンスタンド	増税後一週間は数量が減少し、その後は徐々に戻ると思われます。
	企業	津軽	経営コンサルタント	10%になる商品の動きや、経費については、消費を抑えてくるのではないかと思います。
		県南	建設	ある程度必要と思う物は増税前に購入したので、大きな買い物に動く予定はない。大半の人は8%増税の時に学んでいるので、過度な動きは見られない。
			経営コンサルタント	増税後はスーパーなどの買い物も楽に感じられる。それほど空いています。ポイント還元制度にも、参加店が意外に少ない。
		広告・デザイン	自社でできることは、自社で作業し、経費削減しているようだ。	
消費動向に下向きの変化があった	家計	東青	コンビニ	イートインを理解してないお客様が多く、使用する客も減った為かと。
			スーパー	まとめ買いによる反動が出ています。
		津軽	一般小売店	10月になってからは5%バックに反応なし。
		県南	百貨店	特に10月1週目の売上減少が。
			一般小売店	9月の売上伸び率は3割増位でしたが、10月現在は5割減で進行中です。
			タクシー	本当に必要な物しか買わない。乗り物は公共のバス電車等を使う。
			家電量販店	反動として10、11、12月まで前年を下回ると予想される。特に10月度は大きく下がっている。
			住宅建設販売	問い合わせの減少。
	下北	スーパー	10月スタートが良くない為。	
	企業	津軽	広告・デザイン	10月以降の工事量が少なく、見積り依頼件数も昨年より全く少ない。

③消費増税による3か月後の消費動向の変化に対する判断理由

先行き	分野	地区	業種	理由
どちらかといえば消費動向が上向きに変化する	家計	津軽	美容院	そうなって欲しいと願うばかりです。
	企業	県南	飲料品製造	消費者対策のキャッシュレス還元事業との入り乱れで、わけがわからないお得感が感じられ、どさくさまぎれでアップしよう？
どちらとも言えない	家計	東青	乗用車販売	3か月程度の期間。
			一般小売店	観光商品、土産商品に大きな影響はない様に思うが注視していきたい。
			商店街	駆け込み需要が若干有りましたが、10月度動きが心配されます。その後は、通常の状態になると思います。全て、店舗側のサービス精神と努力に関わると思われ、今後はお店側（売る側）の姿勢がますます重要になると思います。
			卸売業	3か月後についてはそこまでは続かないと思う。
			一般飲食店	軽減税がわかりづらいので皆とまどって最初は向えると思いますが、必要なものやどうしても欲しいものは消費すると思うので、そういったものの動きはあるでしょう。ただ要らないものは消えていくのだと思う。個人店や、工夫のないものは淘汰されるかと思っています。
			レストラン	ぜんぜん想像できない。
			美容院	まだ変化の様子はわかりません。
	津軽	家電量販店	駆け込み特需の影響は否めないものの、キャッシュレス、ポイント還元事業の需要平準化対策もありどの様な景気になってゆくのか今のところ先は読み切れない。	
		住宅建設販売	9月末のような動き（顕著）は、おさまりつつある。2020年4月以降が少しずつ下向きが予想されます。	
	県南	コンビニ	ポイント還元が効いていて下向きではないと思いますが、上向きになるとも思えない。	
		商店街	キャッシュレスの還元がどこまで浸透するか全く分からないから。	
		卸売業	来年6月までの5%還元を消費者がどこまで理解して購入していくかなので、何とも言えない。キャッシュレスの媒体浸透が進むかどうにかかっていると思う。とはいえ、カードをもつことを嫌っている若い人たちが、つくるのかな？という話をしている聞くことも多い。持っていない人たちに持ってもらうことができれば、消費は上向きになると思う。	
		レストラン	今までと変わらず、増税を受け入れると思うので、変化するといえば、クレジットカード払いの方が増えそうです。	
		スナック	特にリアクションなし。たった2%という感じ。	
		観光名所等	特に増税に左右されないため。	
		美容院	マスコミでさわいでいる程、口にする人は少ない。客層にもよると思う。身の回りでは駆け込みで買物した人をあまり聞かない。	
	下北	スーパー	あまり変化はないと予想します。年末に向けて、お客様は10%に慣れてくるのではないかと思います。	
		一般小売店	日にちが経つにつれ、増税の影響が出るのか、変化ないのか、3か月後になってみないと何ともです。	
		一般飲食店	あまり気持ち的にこの辺りの方は関係ないような雰囲気です。	

先行き	分野	地区	業種	理由
どちらとも言えない	企業	東青	広告・デザイン	キャッシュレス還元、プレミアム商品券、自動車税や住宅ローンの減税など国の増税対策がどこまで効果があるのか不明。
			食料品製造	キャッシュレスのキャンペーンに前向きな方が増えているが、年配の方はむしろかしいと思う。
			経営コンサルタント	今後年末を控え、消費動向は上向くはずであるが、今年は例年通りとなれば上々ではないか。
		津軽	建設	消費増税対策としてキャッシュレス還元や軽減税率等あるが、キャッシュレスは国民平等でない。やらない、出来ない人が多いと思う。一部の人が消費が上向きになるのではないか。
			経営コンサルタント	日常生活については、さほど変化は無いと思います。
		県南	経営コンサルタント	ポイント還元などの政府の政策に期待します。
	広告・デザイン		今回の増税があまりに複雑で、実感もないかわりに、皆さん、様子見をしている感がある。	
	雇用	東青	新聞社求人広告	大きく落ち込むとは思わないが、上向く材料が見当たらないので。
		津軽	新聞社求人広告	食料品や生活必需品は従前通りで変わらない半面、外食や趣味、嗜好品は抑える傾向にある。
		県南	人材派遣	当社の事業にはあまり影響は無い。
どちらかといえば消費動向が下向きに変化する	家計	東青	コンビニ	時短営業を実験中ですが、さらにお客様が減るか。
			スーパー	節約志向がさらに高まると思われます。
			衣料専門店	生活に不必要な物は買わない傾向がますます強くなる。生活様式、消費動向が変わってくるようです。
			都市型ホテル	今後の忘新年会のお客様の費用負担に影響すると思われる。
			観光名所等	旅行びかえが起きると考える。来年のオリンピックにお金を使うため消費が下がると思う。
			旅行代理店	長距離の旅行が減り、短距離（単位が安い）旅行が多くなるのでは。
			設計事務所	しばらくは買い控え現象。
			住宅建設販売	住宅の場合、本体ではなく、家具、家電、カーテン、外構、諸経費と増税が総予算を圧迫し、まだまだ慎重なお客様が増えそうなので。
		津軽	乗用車販売	落ち込みが3カ月は続く気がする。
			スーパー	キャッシュレスポイントの分かりにくさで、年配の方はその恩恵を受けにくいと思われる。客層的に60代の層がある程度の割合を占めており、必要最小限での消費に変わっていくのでは？
	商店街		買いだめ等により、多少は下向きとなるのでは。	
	都市型ホテル		増税（負担増）が消費に好影響を与えないため。	
	観光名所等		最低賃金の引き上げに伴う底上げが全体に効果がある一方無駄使いをしない可能性。	
	パチンコ		上向きに変化する要因が無いので。	
	ガソリンスタンド		販売単価の上昇。	
	設計事務所		毎年、秋頃から次年度に向けた物件の依頼が多いが、今年は少ない感じがします。	
	県南		百貨店	消費税は、低所得者に負担が重く。更に値段を安くしなければ売上があげることができないため。
		スーパー	政府の政策は価格競争を招き、デフレに向く。体力の弱い企業の業績は悪化する可能性がある。	

先行き	分野	地区	業種	理由	
どちらかといえ ば消費動向が下 向きに変化する	家計	県南	衣料専門店	生活防衛意識の高まりにより消費動向が弱くなると予測される。	
			一般飲食店	楽観だけしていると大変なことになるのでは？危機感を持たなければやっていけない様な気がする。	
			ガソリンスタンド	個人消費について、より慎重になるものと思われる為。	
		下北	都市型ホテル	皆、出来る限り出費は抑えると思う。	
			ガソリンスタンド	生活必需品はすぐに戻るとは思われますが、住宅や自動車などの高額なものは下向きになるのではと思います。	
		企業	東青	建設	「買う（必要がある）もの」が無い上に増税したら消費は冷え込むと思う。
	津軽			食料品製造	10%は大きい。これ以上の増税は大反対である。
				飲料品製造	増税の影響だと思われる。
	県南		食料品製造	停滞感に加え景気の先行き不透明感が蔓延し消費よりも生活防衛が先行するから。	
			電気機械製造	2%とは言っても利益を削られるわけで、その影響はじわじわと大きくなっていくと思われる。	
	建設		ある程度の方は、増税前の駆け込みをしたと思うので、消費動向の上向きはあり得ないと思う。10%が当たり前と思えるようになってくれば、徐々に回復してくるのではないかと。		
	下北	食料品製造	多分、8%のままの食品にも影響があるのでは。		
消費動向が下向 きに変化する	家計	東青	タクシー	誰もが「先行きが見えていない」ことに対して臆病になっていると感じる。従って不要不急の外出や購入には慎重にならざるを得ないというのが正直なところではないだろうか。	
			津軽	一般小売店	10月の5日間の動向をみての、予測である。
				家電量販店	8月、9月が大きく前年upし駆け込み需要が大きかったから。
		県南	旅行代理店	米中、イギリス、イラン、日韓等もかさなり景気は悪化。	
			タクシー	無駄なく無駄なく、必要最小限、このように言っている人たちが多い。	
		下北	コンビニ	人口減と消費マインドが悪いため。	
	企業	津軽	広告・デザイン	政府は増税を実施する条件が整ったとしているが何を根拠にしているのか。活気が有るのは中央だけ。	
			雇用	津軽	仕事柄、高齢者とお話しする機会が多いが、消費税増税前から増税分を節約するという意見が多かったような気がする。確かに収入が増えていないのに増税されるということは、当然の自己防衛対策だと思う。またキャッシュレスポイント還元制度が終了する来年6月以降の景気を注視したい。
		県南		新聞社求人広告	上向くとは到底思えない。