

# 豊田景気実感調査

豊田商工会議所  
The Toyota Chamber of Commerce and Industry

Viewing over Our Toyota's Economic Condition

第17号

発行日 2019.12.6

## 令和元年11月調査結果 “豊田の景気実感 後退ながらイベント効果が下支え”

	現状判断 D I				先行き判断 D I				水準判断 D I			
	家計	企業	雇用	総合	家計	企業	雇用	総合	家計	企業	雇用	総合
豊田	40.8	41.4	46.6	41.4	43.3	41.2	45.0	42.6	41.0	42.8	50.0	42.3
全国	35.0	40.5	40.2	36.7	44.1	44.0	40.1	43.7	32.2	41.2	44.9	35.6
東海	35.8	—	—	38.0	42.5	—	—	41.9	35.6	—	—	36.4

※全国、東海は内閣府10月調査 【天気図の見方】 D I 値 大きな晴れ：60点以上 / 晴れ：50～60点未満 / 曇：40～50点未満 / 雨：40点未満

### 【調査結果 総括】

〈現状、先行き、水準の各判断（総合）とも半年前に比べ後退し、景況実感D I値は引続き横這いを示す50を下回りました。その中において9～10月に当地で開催されたラグビーW杯等での消費喚起効果が当地の景気実感に反映され、一定の下支えになっていることが推察されます。〉

- ✓ 現状判断総合D I（41.4）の前回比低下幅は小幅（3.1pの低下）に止まりました。消費増税の影響等から10月にかけて大きく低下した全国（36.7）とは多少様相を異にしています。当地のDIは、家計（3.6pの低下）と企業（3.1pの低下）が小幅低下、雇用が改善（2.0pの改善）に転じました。中でも家計は消費増税後も40.8（全国35.0）に止まり、とくに、飲食が全国レベルを上回る40.3（前回35.4）まで回復したことが象徴的です。小売（36.8）も低い値ながら全国（31.8）を上回っています。これら背景につきましては、モニターの方から「ラグビーW杯の盛り上がりによる消費刺激」や「安定した自動車生産数」といったプラス面の声が寄せられています。また、ラグビーW杯の波及効果については、宿泊需要などの拡がりを窺わせる声も聞かれました。
- ✓ 先行き判断総合DI（42.6）については、消費税増税の反動減も含め今後大きな波乱要因を指摘する声は少なく、足踏み状態（1.2pの低下）が続くと見通します。モニターの方からは、従来からの「競争激化による来客数の減少」「採用難に伴う人件費等のコスト上昇」「企業の経費削減」といった負の予見の長期化（“根雪化”）を懸念する声が根強く、これに「消費税増税による先行き消費への悪影響」懸念が加わり、先行き慎重な見方が払拭できない様子が窺われます。また、先行き警戒感の強い住宅（11.2pの低下）では、「低調な販売予測」「不動産取引の一服感」「金融機関の融資姿勢の慎重化」などの懸念の声が寄せられています。
- ✓ なお、当地景気実感のプラス面としては、飲食が先行きも改善（7.0pの改善）を見込み、イベントをきっかけとした業績回復期待の声が強まっているほか、雇用が全国対比で強い判断を維持しており、現状判断（46.6）、先行き判断（45.0）とも改善し、水準判断も50.0の水準をキープしていることが挙げられます。
- ✓ 以上から、豊田の景気実感はイベント効果から後退色の中を足踏み状態に堪えており、一先ず全国比優位な状況に回帰したと総括しております。

#### 【特別調査】

- ①所得見直し、小遣い等は、引続き消費意欲の喚起には乏しい状況が続いています。
- ②消費税増税後の消費手控え行動は、前回調査での冷静な態度が今回も継続されていることが再確認されました。但し、生産者側モニターからは消費行動が抑制されているとの声が多く聞かれ、消費税増税に対する需給者双方の認識ギャップが大きいことが明らかになりました。
- ③SDGsの認知度は約50%でした。今後は官民連携したSDGsに関する取組みの展開により、認知度向上が期待されます。
- ④ラグビーW杯サモア戦は5人に1人が外で観戦し、それら豊田市への個人の直接消費に係る還元額は約12億円と簡易試算しております。

1. 調査期間：令和元年11月5日～25日

2. 調査客体：300名（家計/企業/雇用等） うち有効回答：237名 / 有効回答率：79.0%

3. 調査項目：  
 ・ 2～3ヶ月前に比べ現在の景気はどう変化したと感じますか？ ⇒ 現状判断 D I  
 ・ 2～3ヶ月前の景気は現状に比べどう変化すると予想しますか？ ⇒ 先行き判断 D I  
 ・ 現在の景気的水準をどう判断されますか？ ⇒ 水準判断 D I

<問い合わせ先>  
 豊田商工会議所：伊藤  
 0565-32-4595  
 豊田信用金庫：高橋  
 0565-36-1384

4. D I 算出方法：

評価段階		5	4	3	2	1
評価	現状判断	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
	先行き判断	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	水準判断	良い	やや良い	どちらでも	やや悪い	悪い
付与点数		1	0.75	0.5	0.25	0

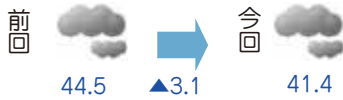
各判断項目毎に、評価段階別の回答者数構成比（100%比）を出し、その構成比に上記の付与点数を掛け、合計します。それがD I値です。

本調査は、豊田市に居住または勤務されている個人の方で、家計、企業、雇用の動向を敏感にキャッチ出来る方を対象に、身の周りの景気の実感を聞く調査です。内閣府の「景気ウォッチャー調査」（こちらは毎月実施）に準じて、豊田商工会議所と豊田信用金庫とが協働し半年に1回（5月/11月）実施しています。また、家計は小売、飲食、サービス、住宅、企業は製造、非製造業から成ります。なお、本調査では別に特別調査を実施しています。

<調査にご協力頂いた皆さまに心よりお礼申し上げます。>

## 総括

総合DI (豊田) 悪化



### ●前回は

- ・総合：悪化 (曇濃化)
- ・家計：悪化 (曇濃化)
- ・企業：悪化 (曇濃化)
- ・雇用：良化 (曇薄まる)

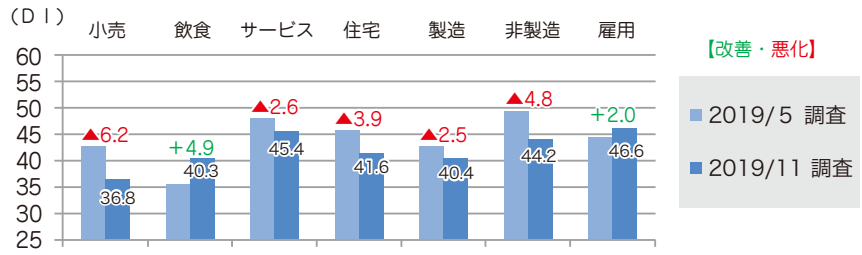
### ●全国比

- ・総合：良化 (劣位→優位)
- ・家計：良化 (劣位→優位)
- ・企業：良化 (劣位→優位)
- ・雇用：良化 (劣位→優位)

現状判断

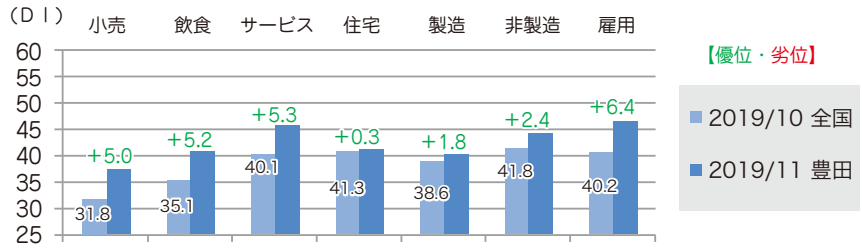
## 業種別内訳

飲食の上昇はラグビーW杯に起因するコメントが寄せられています。



前回比

全ての業種で全国比優位となりました。



全国比

総合DI (豊田) 悪化



### ●前回は

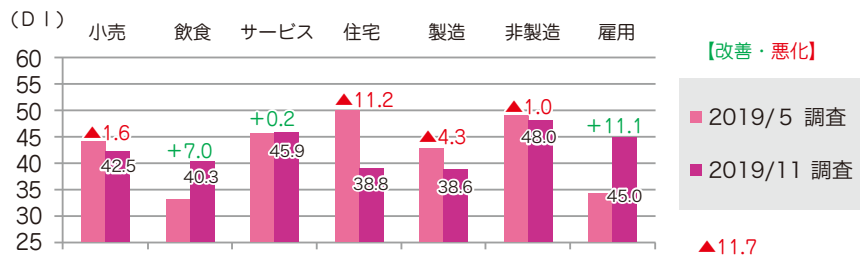
- ・総合：悪化 (曇濃化)
- ・家計：悪化 (曇濃化)
- ・企業：悪化 (曇濃化)
- ・雇用：良化 (雨→曇り)

### ●全国比

- ・総合：不変 (劣位→劣位)
- ・家計：不変 (劣位→劣位)
- ・企業：不変 (劣位→劣位)
- ・雇用：良化 (劣位→優位)

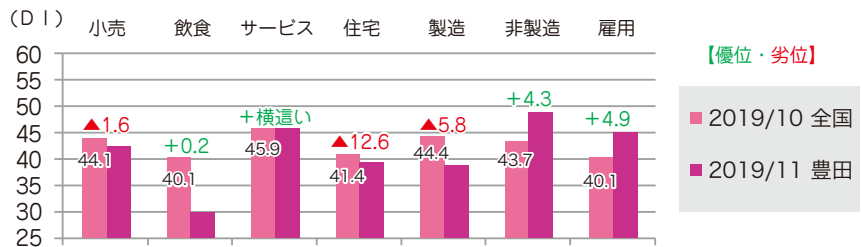
先行き判断

住宅が大幅悪化、雇用は持ち直しが見られます。



前回比

製造が大きく劣位となったものの、全国比大きな乖離はありません。



全国比

総合DI (豊田) 悪化



### ●前回は

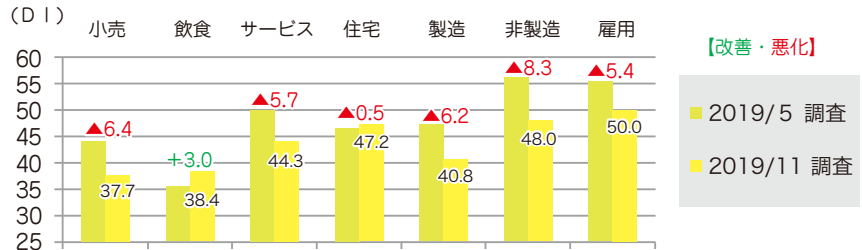
- ・総合：悪化 (曇濃化)
- ・家計：悪化 (曇濃化)
- ・企業：悪化 (曇濃化)
- ・雇用：悪化 (晴薄まる)

### ●全国比 (総合は豊田優位)

- ・総合：不変 (優位→優位)
- ・家計：不変 (優位→優位)
- ・企業：不変 (優位→優位)
- ・雇用：不変 (優位→優位)

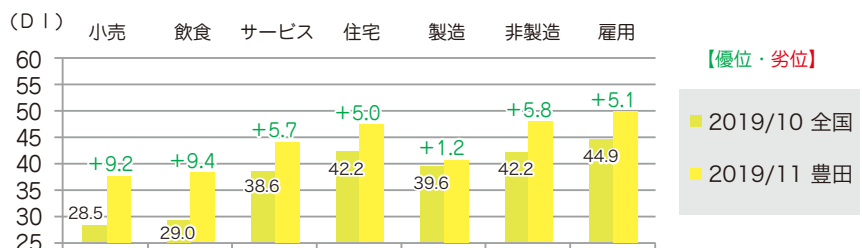
水準判断

飲食が僅かに改善も、その他足元景況感は総じて悪化となっています。



前回比

家計部門中心に全ての部門で大きく優位な状況にあります。

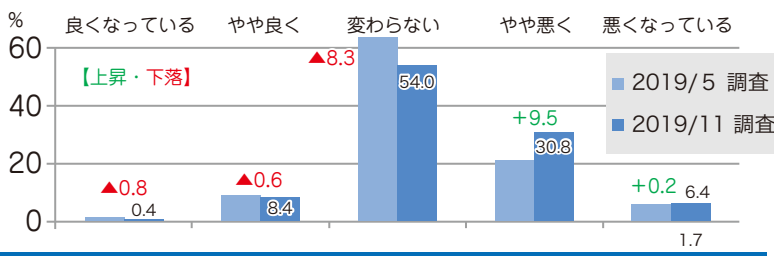


全国比

## 評価段階別内訳

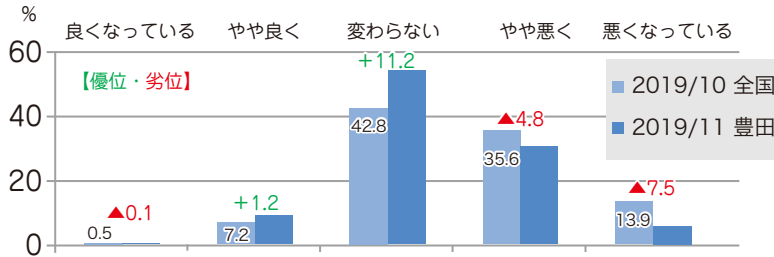
良化評価、“変わらない”から悪化評価へ回答がシフト。

前回比



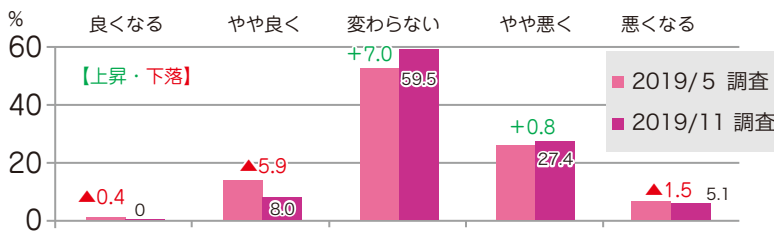
全国に比べ“変わらない”との回答が圧倒的に多い。

全国比



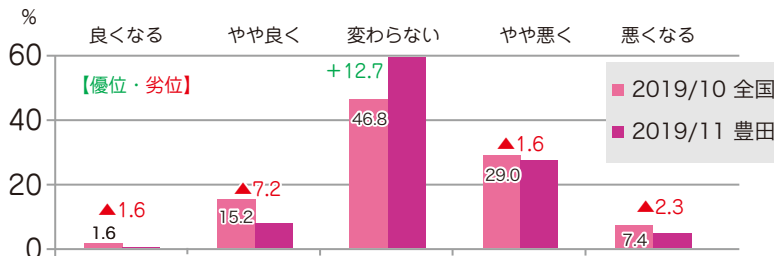
良化評価から“変わらない”へ回答がシフト。

前回比



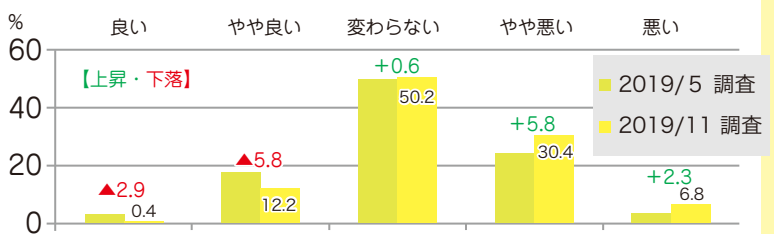
全国に比べ良化評価が少なく、“変わらない”が圧倒的に多い。

全国比



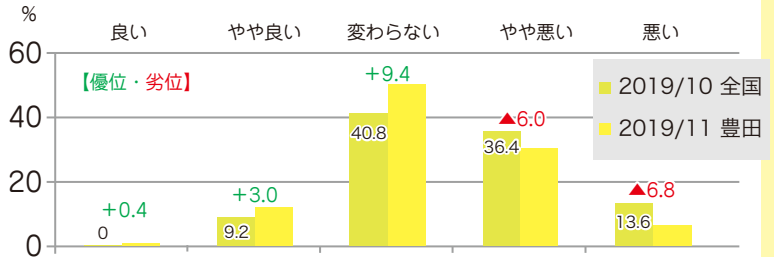
良化評価から、“変わらない”、悪化評価に回答がシフト。

前回比



全国に比べ良化回答が多く、悪化評価が少ない。

全国比



## 景気モニター一生の声

< + : 回復感あり - : 回復感なし >

※家計動向=家、企業動向=企、雇用関連=雇、と略

- + : お客様からの見積り依頼が増えた。(家/小売・車部品販売等経営者)
- + : 安定した来客数で増加傾向にある。(家/サービス・ゴルフ場従業員)
- + : 数か月前と比べて、計画値より実績値が下振れすることが少なくなった。(企/製造・輸送用機械器具従業員)
- + : 建築関係の業者が忙しそうにしている。(企/非製造・不動産業経営者)
- + : 新聞等の折り込みチラシに求人広告が多くなっている。(雇/学校就業担当者)
- : 消費増税後、販売売上が減少している。(家/小売・商店街代表者)
- : ラグビーW杯をきっかけとする一過性の宿泊需要は高まりを見せた一方、ビジネス需要は春より伸び悩んでおり、長期的な景気動向はあまり良いとは考えられない。(家/サービス・都市型ホテル経営者)
- : 消費税増税による買い控えの声が聞こえてきます。モノとお金のバランス、商品のライフサイクルが昔と変わってきたと感じます。(家/サービス・通信会社社員)

< + : 回復感あり - : 回復感なし >

※家計動向=家、企業動向=企、雇用関連=雇、と略

- + : 消費税10%に慣れ、寒くなればアパレルの客単価UPボーナス支給などで購買力UPか。(家/小売・その他小売業経営者)
- + : 消費税は上がりましたが、ラグビーワールドカップや来年の東京オリンピックなど、意識が外に向いていくことが続くため。(家/サービス・観光名所従業員)
- + : クライアントによっては年度内予算消化に伴う駆け込み需要が見られ、税率があがってもさほど影響はないと思われるから。(企/製造・輸送用機械器具従業員)
- : 地域の人口の減少・高齢化が進んでいる。(家/小売・スーパー店員)
- : 回復要素が少ない。豊田市全体の飲み会、出張回数の激減など。(家/飲食・その他飲食店経営者)
- : 消費税増税及び海外情勢の不安定で受注量が減少。(企/製造・金属製品経営者)
- : 設備新設の計画の話が聞こえてこない。特に海外が厳しい。(企/製造・電気機械製造経営者)
- : 今後の生産計画、受注量の数字が落ち込む予測があるから。(企/製造・輸送用機械器具従業員)

## 自由回答：景気モニターからの貴重な声

- ・ラグビーワールドカップに関して、相当なお金を使って行ったイベントで、どれだけ地元が潤ったか発表してほしい！
- ・スポーツイベントがあっても飲食以外の小売店にはほぼ無関係。グッズ販売を周辺商店に斡旋するなどの努力が必要では？
- ・毎回書いていますが、人手不足が深刻です！雇用促進、外国からの労働者受け入れなどももっと積極的に行ってほしい。
- ・スタジアム、参考館、文化会館の興行の誘致に期待しています。イオンシネマ、松坂屋が撤退しないことを願っています。
- ・豊田には中途半端な規模（面積、出店数）のショッピングセンターしかない。どの年齢層も楽しめる大型ショッピングセンターを誘致しないと、近隣の市に消費が取られてしまうと思います。

～ 貴重なご意見、ありがとうございました。～

# 【特別調査】

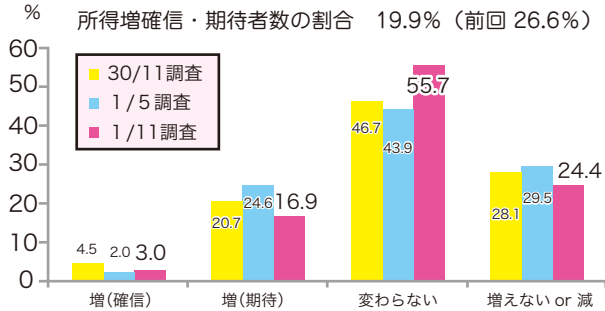
下記調査は景気実感モニターの方を対象に実施しております。

(消費関連調査)

## 所得増への期待感※・小遣い等の現況

※平成24年から調査を継続しています。

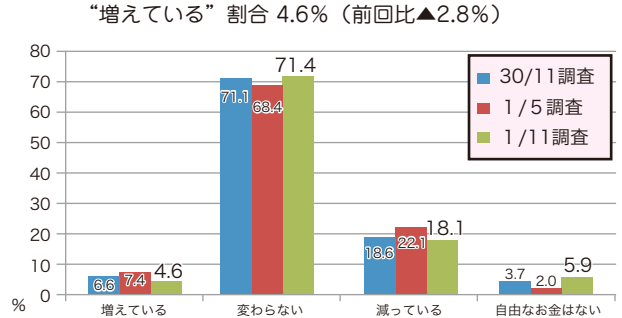
今後、所得が増えていくと確信・期待していますか？



前回調査比所得増への期待感薄らく

前回対比で「所得増確信・期待」、「増えないあるいは減る」とも減少した一方で「変わらない」のみが増加しました(+11.8%)。全体として期待感が薄らいでいる状況が窺えます。

自由に使えるお金【小遣い等】は増えましたか？



前回調査比大きな変化なし「増えている」は僅か4.6%

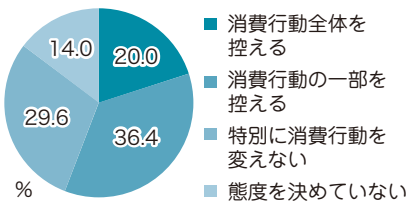
「変わらない」が7割を占める中で、前回対比で「増えている」、「減っている」が減り、「変わらない」(+3.0%)、「自由なお金はない」(+3.9%)が増え、消費意欲の停滞感が窺えます。

## 消費税増税後の「消費行動」への影響調査

・・前回調査の追跡調査です・・

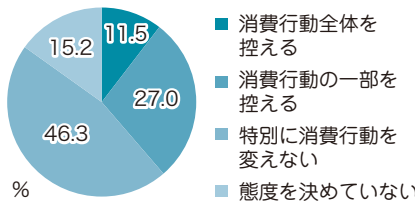
2014年直前調査

8%増税時



2019年5月直前調査

今回10%増税時

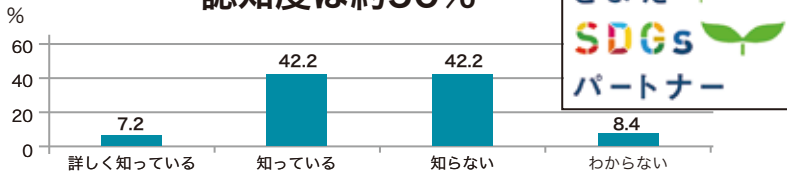


8%時に比べ、冷静な見方。

消費税増税により消費行動を控えるとの回答は、前回38.5%に対し今回は33.3%でした。2014年の8%増し税時は56.4%でしたので、消費を控える方が少ない状況は継続されています。もっとも、それでも約3割の方が手控えるとされており、とくに供給者側のモニターの方からは増税による消費動向の不透明感を懸念する声が寄せられています。

## モニターのSDGsの認知度調査

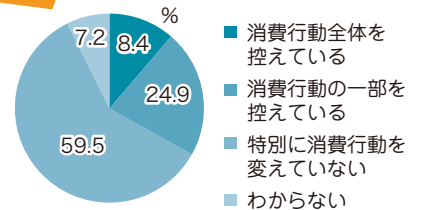
認知度は約50%



SDGs (sustainable development goals) は、気候変動、貧困等各国が直面する社会的な課題を解決に導くための地球規模の活動です。「誰一人取り残さない」をテーマに、2015年に国連で17の共通目標が採択され、我が国でも政府が活動の推進を図っています。豊田市もこれに呼応して先進的に取組み、11月には「SDGsパートナー」制度を開始しました。全ての個人・組織が自分事として取り組むことが提唱されています。



今回増税後11月調査



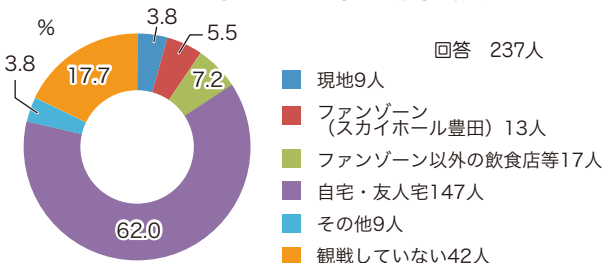
館ひろしさんはじめ著名人も観戦に訪れた豊スタでのサモア戦。豊スタの入場者数は39,695人と想定以上の盛り上がりとなりました。モニターの方も実に8割の方が試合を観戦し、約5人に1人が外に繰り出し応援されました。これをきっかけにスポーツによる街づくりが進んでいくことが期待されます。



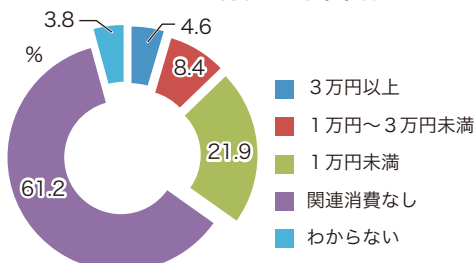
<ラグビースタム>ギネス達成時の様子 2018年

## ラグビーW杯観戦・消費調査

日本xサモア戦の観戦場所



ラグビーW杯関連消費額



豊田市におけるラグビーW杯の経済効果  
<個人直接消費額試算> 約12億円

※豊田市における15~64歳の生産年齢人口27万人に左記割合と金額を当てはめて簡易的に当ER編者が試算。