

豊田景気実感調査

Viewing over Our Toyota's Economic Condition



第25号

発行日 2023.12.19

令和5年11月調査結果

“豊田の景況感、全国比優位な状況も回復基調に一服感”

	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	52.3	50.0	51.6	51.4	51.9	51.3	53.1	51.7	45.4	47.5	57.8	47.1
全国	50.1	48.0	48.7	49.5	49.6	48.5	50.3	49.4	48.2	46.9	48.5	48.0
東海	48.6	—	—	49.7	50.0	—	—	46.8	46.9	—	—	47.5

※全国、東海は内閣府11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

令和5年11月 調査結果総括

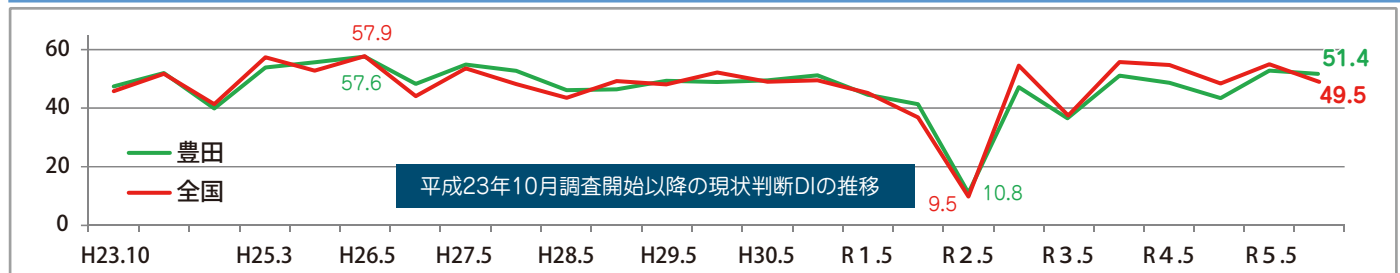
現状の豊田における景況感は全ての業種に一服感が見られ、その要因としては景気モニターから寄せられた「物価高の影響」と「実質所得の低下」であることがはっきりと確認されています。前回の5月調査から引き続いて、人の動きは活発になっているものの、消費者物価・企業物価の上昇をマイナス要素として、これらが相殺される形で限定的な景況感の回復となっている様子がうかがえます。全国に比べ、車中心の生活が浸透している豊田にあって、ガソリン代の高騰も、大きく景況感にマイナス要素として影響している様子が確認できました。

先行き見通しについてはあらゆるモノの値上がりや人手不足、消費刺激施策が終了することを懸念しつつも、人の動きが活発になっていることや、受注回復傾向といった明るいプラス意見がこれを上回る形で、全国比でも前向きな先行き景況感を持たれていることがわかりました。

景況感を慎重に見る傾向の強い豊田において、今回の調査結果では全国比「晴れマーク」が多くなっており、これは久しぶりの状況となっています。

令和5年11月 特別調査結果

【所得見通し調査】所得が増えていくことへの期待感の回答割合は、2019年5月コロナ禍前の水準26.6%に迫る25.6%まで高まっています。
 【お小遣い調査】変わらないとの回答は73%、お小遣いは増えているとの回答は前回調査比微増（1.2p増）と徐々に改善してきています。
 【新しいNISA制度】33%の方が「利用予定なし」となっており、投資を勧める側の丁寧な説明や魅力的な商品の提供がカギであることが、同じく投資のイメージを調査した結果（難しい・怖い・危ない・損をするとのイメージが一定数存在）からも確認されています。
 【物価上昇】トヨタ自動車のお膝元である豊田にあって、ガソリン価格の高騰が最も意識されている物価上昇項目であることが確認されています。
 【PayPayキャンペーン】時流に合った効果的な消費刺激策であることが、景気モニターから寄せられた声からもはっきりと確認されています。



1. 調査期間：令和5年11月6日～30日

2. 調査客体：293名（家計/企業/雇用等） うち有効回答：215名 / 有効回答率：73.4%

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

4. D I 算出方法：

評価段階	5	4	3	2	1
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、非製造業から構成しています。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）横這い

前回

今回

52.9▲1.551.4

●前回比

・総合：不変（晴→晴）

・家計：不変（晴→晴）

・企業：良化（曇→晴）

・雇用：不変（晴→晴）

●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）

業種別内訳

低迷していた「飲食」が回復も、物価高の影響で景況感は足踏み状態にある。

前回比

全国比

【改善・悪化】

【優位・劣位】

評価段階別内訳

景況感のマイナス評価がやや増加している。

前回比

全国比

【上昇・下落】

【優位・劣位】

景気モニター生の声

< +：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

+：まとめ買いをするお客様（特に外国人）が多くなっている。（家：百貨店売場主任）

+：各地区でのイベント・行事が復活し、それに合わせてお客様も動いてきた。（家：観光名所等職員）

+：新規得意先からの問い合わせや商談受注の進展が見られる。（企：金属製品製造経営者）

+：車の生産台数が高いレベルで安定している。（企：輸送用機械器具製造従業員）

+：トヨタ自動車の決算報告を受けて、今後の景気が良くなっていくのではと期待している様子を感じている。（企：輸送用機械器具製造従業員）

+：土地を探されているお客様が増えてきている。（企：不動産業経営者）

-：目的以外の商品には見向きもしない。（家：商店街代表者）

-：値上げラッシュがメディアで取りざたされているため、消費者は自然と買い控えが強まっている。（家：その他小売業経営者）

-：週末と平日、また月ごとで利用客数の差が激しい。週末だけ利用者が多い。（家：通信会社社員）

-：入札価格の下落。建設資材価格上昇に現状予算価格がついていない。（企：建設業経営者）

-：ガソリン代等燃料等の固定費の上昇。（企：輸送業経営者）

先行き判断

総合DI（豊田）横這い

前回

今回

54.2▲2.551.7

●前回比

・総合：不変（晴→晴）

・家計：不変（晴→晴）

・企業：良化（曇→晴）

・雇用：不変（晴→晴）

●全国比

・総合：良化（劣位→優位）

・家計：不変（優位→優位）

・企業：良化（劣位→優位）

・雇用：良化（劣位→優位）

住宅価格↑、実質賃金↓、「住宅」関連の先行き見通しの大幅悪化を確認。

前回比

全国比

【改善・悪化】

【優位・劣位】

先行き見通しがやや悪化している状況が窺える。

前回比

全国比

【上昇・下落】

【優位・劣位】

< +：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

+：クリスマス、年末年始、ボーナスなどで期待したい。（家：商店街代表者）

+：消費者のお金の使い方がコロナ前と比べ大きく変化しているように感じられるが、消費指向を間違わなければ売上に結び付けることができると感じている。（家：一般小売店経営者）

+：旅行に行かれる方が増えてきたので、少しずつですが回復していくと思います。（家：旅行代理店従業員）

+：エネルギー費用高騰分を、価格転嫁出来てきたため。（企：輸送用機械器具従業員）

+：自動車関連企業の生産増加に向けた動き、大量離職に係る相談が減少している。（雇：職業安定所所員）

+：高い車に乗っている人が増えてきたと感じる。旅行に行く人が高止まりし、ホテル代が高止まっている。（雇：学校就業担当者）

-：商品の値上げが影響しているのか、購買力が減少傾向。（家：商店街代表者）

-：PayPay20%還元キャンペーンが終わるから。（家：百貨店売場主任）

-：物価高の影響や、先行きが見通しにくい状況から、消費者の財布の紐が緩くなることは考えにくい。（家：レジャー従業員）

-：人手不足、資材価格上昇は続く。（企：建設業経営者）

-：物価高による消費購買力の低迷が続く。（企：金属製品従業員）

水準判断

総合DI（豊田）横這い

前回

今回

46.0+1.147.1

●前回比

・総合：不変（曇→曇）

・家計：不変（曇→曇）

・企業：不変（曇→曇）

・雇用：良化（曇→晴）

●全国比

・総合：不変（劣位→劣位）

・家計：不変（劣位→劣位）

・企業：良化（劣位→優位）

・雇用：良化（劣位→優位）

景況感横這いのDI50を3業種が上回ったものの、全体では慎重な足もとと景況感を確認。

前回比

全国比

【改善・悪化】

【優位・劣位】

足元景況感はコロナ禍沈静化によりプラス評価が増加している。

前回比

全国比

【上昇・下落】

【優位・劣位】

自由回答：景気モニターからの貴重な声

■この2カ月間は PayPay キャンペーンの利用がとても多く、当店の利用者が増えた。来店されるお客様のほとんどが PayPay 支払いの日もあった。また景気が低迷する時期にキャンペーンを開催してほしい。過去の商品券より断然今回のキャンペーンの方が良い。

■豊田市駅周辺の日常的な来客数の改善に対する対策をお願いしたい。これは、一企業で何とかなる問題ではない。

■客数が増えて、店（ラーメン）は忙しくなってきましたが、仕入れ値が安く増えて利益が減っています。客離れが怖くて値上げ出来ません。

■市県民税を下げてほしい。豊田市の飲食店やスーパー、ドラッグストアでの割引やサービス等、市民の家計が少しでも助かるよう独自のプランをもっと計画してほしい。

■車で移動が多い地域なので、ガソリン代など、地域別で税金控除があっても良いのではないかと思います。

■仕事が忙しくなり、頑張ってる自分へのご褒美として欲しい物を購入する予定です。貯金も大事だけれど、消費することで経済が上向きになり、住みよい社会になるといいな、と思います。

■超高齢化社会における若者世代への負担増、新NISA制度の開始に伴う株価のバブル化、アメリカ大統領選挙の行方と中東状況、ウクライナとロシア間の紛争の行方、自動車のEV化がどれほど進むか、それに伴い電力の確保ができるか等、懸念。

■銀行定期預金の利率を物価上昇並みに上げるべきである。

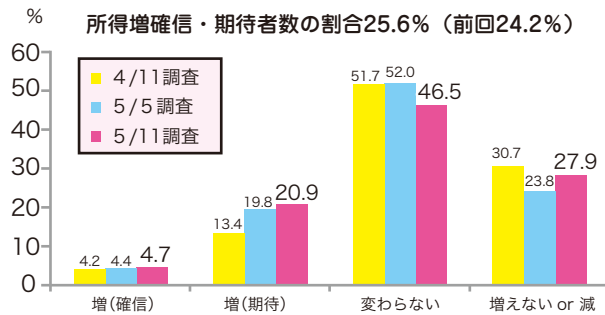
～ 貴重なご意見、ありがとうございました。～

【特別調査】

所得見通し※ 消費意欲の調査

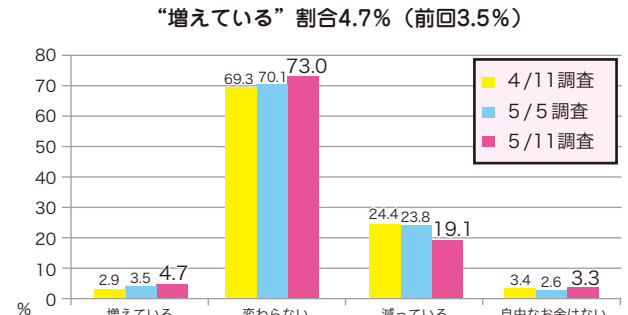
※平成24年から調査を継続しています。

今後、所得は増えていくと思いますか？



所得増への期待感改善傾向にある一方で、ネガティブ回答も増加。「コロナ禍」により10%台の水準に低位推移していた所得増への期待感が、前回20%を超え、今回調査も引き続き上昇しています。「コロナ禍」の落ち着いたことにより経済活動が活性化し、所得に反映されてくるとの期待感の強さがうかがえます。

自由に使えるお金【小遣い等】は増えましたか？



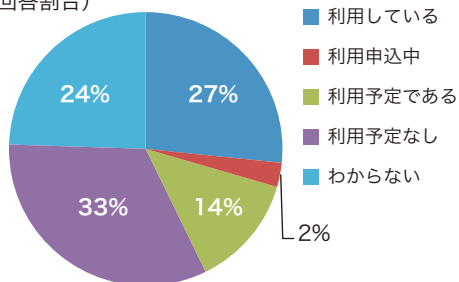
「お小遣い」が増えているとの回答が引き続き微増（前回比+1.2p）消費活動に直結する「お小遣い」については、増えているとの回答が微増していますが、所得増を期待する声を相殺する形でモノの値上がり、物価高の影響が存在し、「変わらない」との回答が依然70%を超える状況に落ち着いています。

新しいNISA制度に関する調査

今のNISA制度の利用状況と新しいNISA制度の利用予定

投資に対するイメージ

(回答割合)



「利用予定がある」と回答された方を含めると、43%の方が現行NISA 利用中または新NISA を利用予定であることがわかりました。一方で、33%の方が「利用予定なし」と回答されており、これは投資に対するイメージ調査から「難しい」「損をする」「怖い・危ない」といったネガティブイメージを持っておられる方が一定数存在していることが要因として考えられます。

その他、投資に対するイメージで「利用した方がいいと思う」との回答が最も多かったことなどから、新しいNISA 制度の利用者が増加するためには、投資を勧める側の適切な説明や情報提供、魅力的且つ明瞭な商品ラインナップが揃っていくことが必要であることが確認されています。

興味がない・自分には関係ない

怖い・危ない

面倒くさい

難しい

利用した方がいいと思う

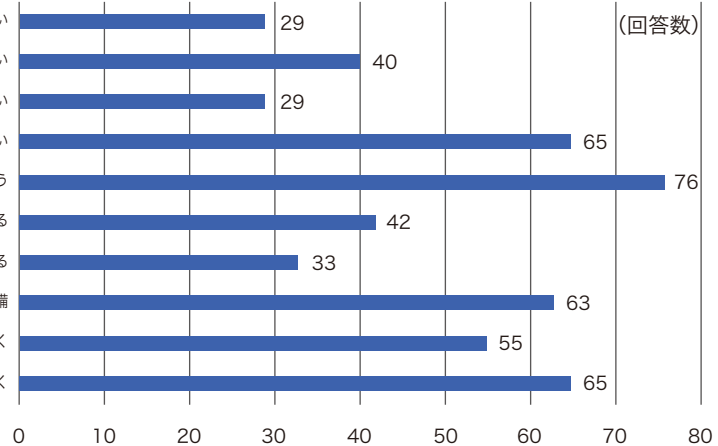
損をする

儲かる

老後資金等の準備

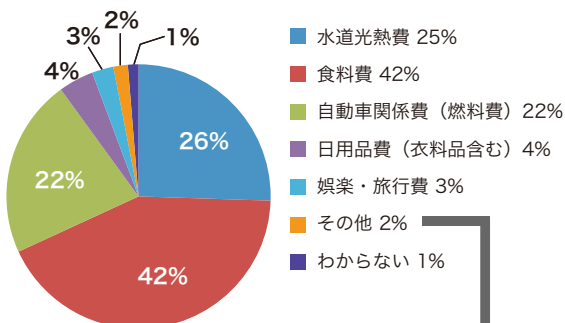
知識が身につく

堅実・こつこつ



物価上昇に関する調査

最も値上がりを実感している支出項目は？



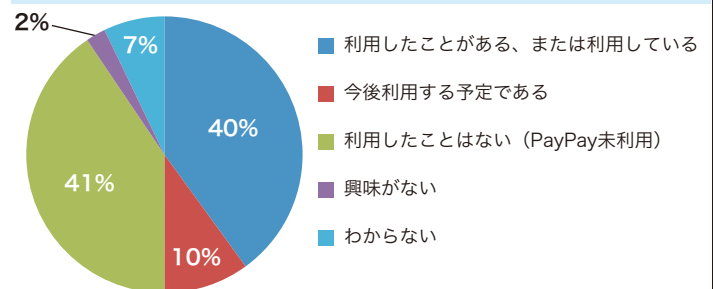
具体的な商品・サービス項目は？

- ガソリン価格
- 食料品
- 水道光熱費（特に電気代）

その他に、
娯楽施設のチケット
不動産価格
ホテル代
コーヒー生豆などの
回答がありました。

PayPayキャンペーンに関する調査

PayPayで最大20%戻ってくるキャンペーンの利用状況



利用した店舗は？

- スーパー（やまのぶ・メグリアなど）
- 飲食店
- コンビニ

その他に
T-FACE、酒屋
雑貨店、本屋
薬局などの回答が
ありました。

自由回答欄でも紹介しておりますが、伸び悩む所得、生活必需品を中心とした物価上昇を背景とした厳しい生活環境下において、このPayPay キャンペーンは非常に効果的であったことがわかります。景気モニターの半数が利用するこうした有効な施策の他、地域独自の景気対策・生活支援策が今後も継続して求められていることが本調査を通して確認されています。