

## 茅ヶ崎市景気動向調査（6月）結果

1. 調査期間 平成25年6月現在
2. 調査対象 茅ヶ崎商工会議所会員より無作為抽出  
※大型店については茅ヶ崎市大型店連絡協議会加盟店舗  
※調査用紙を郵送しファックスで回収

3. 回収状況

業種	調査対象数	回答数	回収率
商業	125	36	28.8%
大型店舗	12	6	50.0%
建設業	71	25	35.2%
製造業	50	20	40.0%
サービス業	68	21	30.9%
飲食業	55	10	18.2%
交通運輸業	19	7	36.8%
合計	400	125	31.3%

4. 調査項目 月の売上・利益・業況(総合的な判断)等についての状況(DI値を集計)  
※DI値(景気判断指数)は、売上・利益等の判断状況を表すものであり、ゼロを基準として、プラス値は景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値は景気の下向き傾向を示す回答の割合が多いことを示す

### 【お問合せ】

茅ヶ崎商工会議所 中小企業相談所

TEL : 0467-58-1111 FAX : 0467-86-6601

HP : [http://www.chigasaki-cci.or.jp/keiki\\_doukou/index.html](http://www.chigasaki-cci.or.jp/keiki_doukou/index.html)

## 5. 茅ヶ崎市経済の業況

### (1) 業況（総合的な判断）～経費先行で収益の改善は道半ば～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年6月比	25年3月比	先行き見通し	前年6月比	先行き見通し
全 産 業	△ 17.5	△ 10.8	△ 2.7	△17.3	△13.7
商 業	△ 18.1	△ 23.6	△ 15.1	△20.6	△22.8
大 型 店 舗	△ 40.0	△ 20.0	20.0	—	—
建 設 業	△ 18.2	△ 4.5	10.0	0.8	4.6
製 造 業	△ 5.0	0.0	△ 10.5	△19.6	△13.4
サ ー ビ ス 業	△ 22.2	0.0	0.0	△13.5	△12.7
そ の 他	△ 23.3	△ 18.5	4.1	—	—

政府は6月13日に発表した月例経済対策で、現在の景気を次のように説明しています。

景気は、着実に持ち直している。

- ・輸出は、持ち直しの動きがみられる。生産は、持ち直している。
- ・企業収益は、製造業を中心に改善している。設備投資は、下げ止まりつつある。
- ・企業の業況判断は、改善の動きがみられる。
- ・雇用情勢は、厳しさが残るものの、改善している。
- ・個人消費は、持ち直している。
- ・物価の動向を総合してみると、緩やかなデフレ状況にあるものの、このところ一部に変化の兆しもみられる。

6月の調査では、産業全体で全国とほぼ同様の業況判断となっておりますが、茅ヶ崎市の経済はまだ「持ち直している」状況とは言えません。政府は製造業を中心に改善していることを指摘していますが、全国平均でもD I値はマイナス19.6であり、中小製造業は苦しい状況にあることが分かります。茅ヶ崎市の製造業は全国平均よりは良い状況ですが、3月と比べても好転しておらず、マイナス値から抜け出すことはできませんでした。サービス業もマイナス22.2であり、全国平均よりも下がっています。

政府が改善を指摘している個人消費に関しても、商業全体ではマイナス18.1、大型店ではマイナス40.0を示しており、茅ヶ崎市民の消費志向は決して高まっていないことが分かります。3月と比較すると、商業でマイナス23.6、大型店ではマイナス20.0ですから、消費志向は逆に下がっていると考えの方が良さそうです。

政府の経済政策で重要視されたのが公共投資です。全国平均では建設業のD I値が0.8とプラスを示しており、経済政策効果が若干現れていることが確認できます。しかし、茅ヶ崎市の建設業はマイナス18.2であり、茅ヶ崎市には経済効果が十分は現れていないことが確認できます。3月よりもD I値が下がっていますから、これからも茅ヶ崎市の建設業の業況好転を大きく期待はできないでしょう。

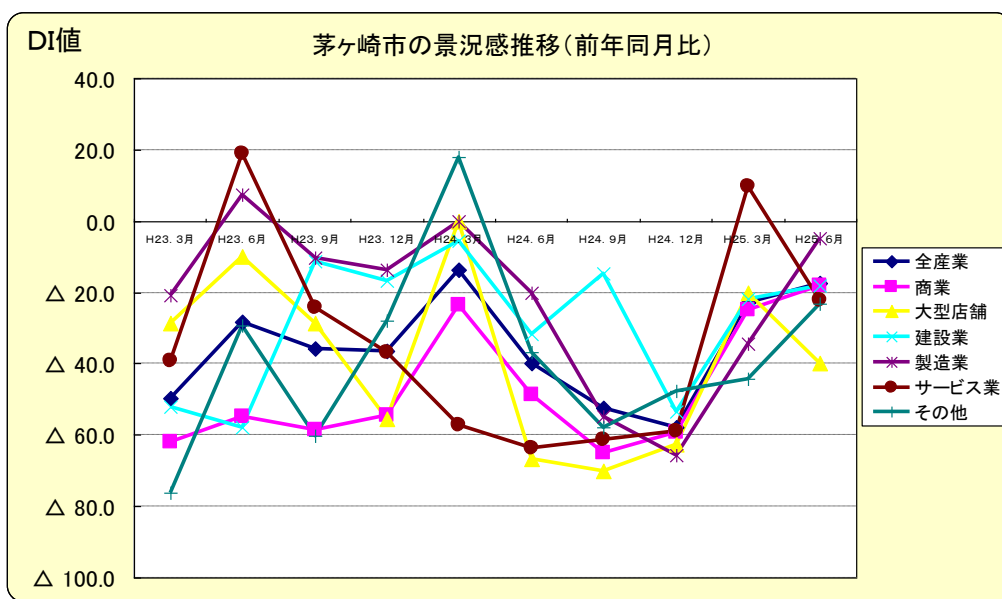
6月に調査した経営実態でも、茅ヶ崎市内では、諸経費の上昇が売上高の上昇を上回っています。市内中小企業に経済政策の効果が現れるのは今しばらく先になりそうです。

## (2) 業況 ～緩やかな業況回復～

前年同月比D I 値の推移では政権交代後に茅ヶ崎市全体の景況が回復しつつあることを確認することができます。しかし、全ての業種でD I 値はマイナスであり、業績回復が遅れている企業が多いことがわかります。市内中小企業の中で回復の兆しが見えてきたのは製造業です。前回調査の3月末時点ではマイナス34.5でしたが、今回の調査ではマイナス5.0にまで回復しています。円安によって輸出関連企業の業績が回復していることや、輸出そのものが活発になりつつあることがその要因と思われます。円高は輸入原材料の価格上昇に繋がりますが、直線的に業況が回復していることから、市内製造業は加工中心の製造業が多いことが確認できるでしょう。しかし、製造業の推移に影響されているサービス業が再びマイナスに転じてしまいました。サービス業の回復が極端であったことの反動かもしれません、3月と比べて業況が悪くなっていることは確かです。製造業の回復速度が落ちることが心配されます。

サービス業と同じ傾向を示しているのが大型店です。前回3月の調査では回復の兆しを示しましたが、今回は再びマイナス40.0にまで下がってしまいました。一般商業では僅かに回復していますが、市内大型店を利用する客層が、買物を控えているのかまたは単価の安い商品に流れていることが考えられます。市民の収入が増えていないところに、輸入関連商品の値上げがありましたから、消費意欲が下がってしまったのかもしれませんが、一方で高級品の販売が回復しつつあることが、一般商業のD I 値を僅かに回復させたのでしょう。

政府の緊急経済対策では公共投資にウェイトがかかっており、建設業の業況回復に期待が寄せられました。しかし、3月から6月までの伸びは僅かしかありませんでした。全国的にはD I 値がプラスに転じていますから、茅ヶ崎市内の経済効果は少なかったこととなります。東北中心の建築需要が収まるまでは大きな回復は期待できないようです。



### (3) 茅ヶ崎市の先行き見通し ～茅ヶ崎市経済の復興が始まる～

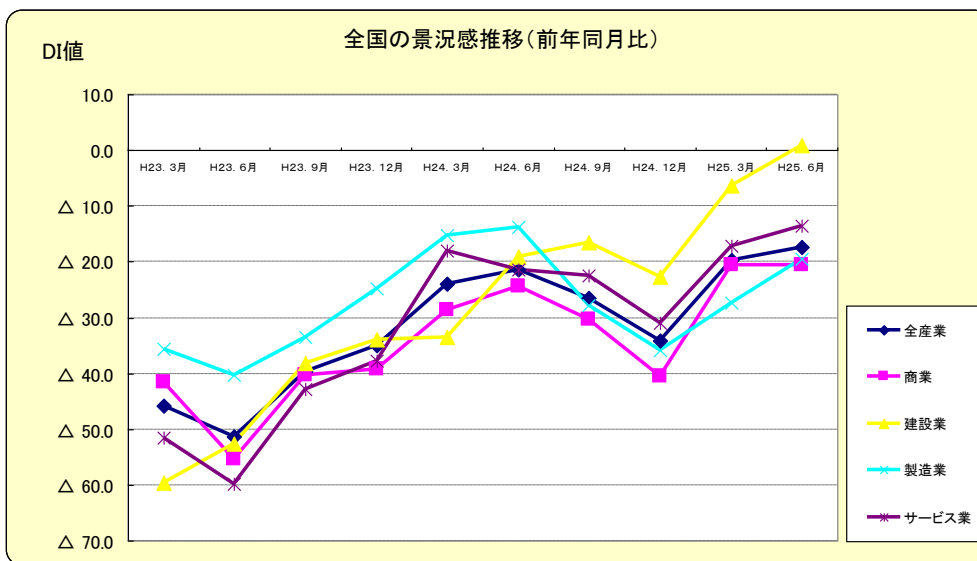
緊急経済政策が実施されて以来半年を過ぎました。政府は6月の月例経済報告で先行きを次のようにまとめています。

輸出が持ち直し、各種政策の効果が発現するなかで、企業収益の改善が家計所得や投資の増加につながり、景気回復へ向かうことが期待される。ただし、海外景気の下振れが、引き続き我が国の景気を下押しするリスクとなっている。

6月の調査では経済施策の成果を確認することは出来ませんでした。しかし、先行き見通しでは全産業ではマイナス2.7にまでDI値が改善されています。先行きに明るさを持っている企業が増えていることが分かります。特に明るい期待を抱いているのが大型店です。大手企業の業況が回復していますから、それが従業員の給与増加に繋がることが予想されています。為替差益だけで業績が回復している企業もありますから、期待できる数値かもしれません。しかし、一般商業の見通しDI値はマイナス15.1であり、業績回復を期待していないお店が多いことが分かります。社会保険等の負担が増えていますから、それ以上に収入が増えないと消費には結びつきません。買物客が高齢者中心のお店では業況の回復はそれほど期待できないでしょう。

建設業では先行き見通しDI値がプラス10.0に上がっています。公共投資の効果が茅ヶ崎市に出てくるのは7月以降との判断でしょう。建設の分野では資材や職人が東北に集まり、全国的には資材・職人不足の状態です。その解消が7月以降になるとの判断でしょう。

茅ヶ崎市経済にとって最も気になるのが製造業の動きです。急速に回復してきた製造業ですが、先行きDI値はマイナス10.5に下がっています。全国平均でもマイナス13.4であり、希望が持てる数値ではありません。この半年の業績回復は円高による為替差益が中心となりました。中国や韓国との国際問題は継続しています。ヨーロッパ経済も困窮が続いています。アジア諸国の経済発展はもう少し先になるでしょう。市内製造業にとって明るい要因が少ないということでしょう。



## 6. 主要業種の経営課題・今後の対策

### (1) 小売業

#### ① 経営課題 ～歯止めがかからない客離れ～

3月調査			6月調査		
第1位	顧客の高齢化	44.4	第1位	顧客の高齢化	48.6
第2位	同業店との競合	28.9	第2位	同業店との競合	31.4
第3位	大型商業施設との競合	26.7	第3位	客足が戻らない	22.9
第4位	店舗・設備の不足や老朽化	22.2	"	大型商業施設との競合	22.9
第5位	客足が戻らない	17.8	第5位	店舗・設備の不足や老朽化	20
第6位	駐車場不足	15.6	"	後継者問題	20
"	後継者問題	15.6	"	経営者の高齢化	20
"	立地条件の悪化	15.6	第8位	石油価格の高騰	14.3
"	電気料金の値上げ	15.6	第9位	駐車場不足	11.4
第10位	人材不足	13.3	"	立地条件の悪化	11.4
"	石油価格の高騰	13.3	"	電気料金の値上げ	11.4
"	経営者の高齢化	13.3	第12位	人材不足	8.6
第13位	情報不足	6.7	"	資金繰りの悪化	8.6
第14位	資金繰りの悪化	2.2	その他	その他	2.9
	その他	2.2			

一般商業のD I 値は僅かに改善しましたが、一般小売業では多くの店舗が客数・客単価が減少している状況です。経営課題の上位2つは前回同様に「顧客の高齢化」と「同業店との競合」であり、両方とも回答率が僅かですが上がっています。大型店との競合に代わって3位に上がってきたのが「客足が戻らない」ことでした。経済政策が実行されても一般小売店にはお客様は足を運んでくれませんで

した。従来以上に高齢者のお客様ばかりになってしまったようです。高齢者問題は小売店側にも重要な問題となっています。経営者自身が高齢化しており、店を誰かに任せたくても後継者がいない店が増えてきました。店舗や設備が古くなっていることは分かっていますが直すだけの気力が薄れてしまいます。「電気料金の値上げ」への回答が下がりましたから、経済的にそれほど大きな影響ではなかったと言うことでしょうか。一方で、「石油価格の高騰」は僅かに回答を上げました。高値で安定したガソリン代に負担感を持つ企業が増えてきました。

#### ② 今後の対策 ～決め手に欠ける今後の対策～

3月調査			6月調査		
第1位	販売促進の強化	48.8	第1位	接客サービスの向上	37.1
第2位	取扱商品の充実	46.5	第2位	販売客の新規開拓	34.3
第3位	接客サービスの向上	44.2	第3位	取扱商品の充実	31.4
第4位	販売客の新規開拓	37.2	第4位	販売促進の強化	28.6
第5位	諸経費の削減	27.9	第5位	インターネットの活用・強化	25.7
"	インターネットの活用・強化	27.9	第6位	諸経費の削減	20
第7位	広告宣伝の強化	18.6	"	広告宣伝の強化	20
第8位	店舗の改装	11.6	第8位	人材の確保・育成	17.1
第9位	人材の確保・育成	9.3	第9位	後継者へのバトンタッチ	14.3
第10位	商品価格の値下げ	4.7	"	店舗の改装	14.3
第11位	好立地場所への移転	2.3	第11位	商品価格の値下げ	11.4
第12位	他社との連携	0	第12位	好立地場所への移転	5.7
	その他	0	第13位	他社との連携	2.9
			その他	その他	2.9

前回調査の3月末では今後の対策として「販売促進の強化」と「取扱商品の充実」と「接客サービスの向上」が4割を超えて重点対策となっていました。しかし、多くの店でお客様を戻すことはできませんでした。今後の対策で1位は接客サービス向上ですが、前回よりも比率を下げ4割を切りました。2位は「販売客の新規開拓」ですが、こちらも比率は下

がっています。期待された「インターネットの活用・強化」もそれほど効果が無かったのか、回答が下がりました。「広告宣伝の強化」や「商品価格の値下げ」、そして「店舗の改装」など回答が高まっている対策もありますが、今後の経営対策に関して決め手に欠ける状況になっているようです。

## (2) 建設業

### ① 経営課題 ～受注は増えたが経費が先行～

3月調査			6月調査		
第1位	競争の激化	60.9	第1位	技術者不足	52
第2位	技術者不足	34.8	第2位	競争の激化	44
第3位	資金繰りの悪化	26.1	"	人件費負担の増大	44
"	公共需要の減少	26.1	第4位	資金繰りの悪化	36
第5位	人件費負担の増大	21.7	第5位	受注単価の減少	28
"	石油価格の高騰	21.7	第6位	公共需要の減少	20
第7位	受注単価の減少	13	第7位	石油価格の高騰	8
第8位	設備不足	8.7	第8位	発注先の移転	4
"	経営者の高齢化	8.7	"	経営者の高齢化	4
第10位	電気料金の値上げ	4.3	"	電気料金の値上げ	4
第11位	立地環境の悪化	0	第11位	設備不足	0
"	設備の老朽化	0	"	立地環境の悪化	0
"	情報不足	0	"	設備の老朽化	0
"	発注先の移転	0	"	輸出関連の売上げ減少	0
"	円高等による輸出関連の売上げ	0	"	その他	8
"	その他	4.3			

前回6割の回答を得ていた「競争の激化」が今回は4割下がり、順位も2位に下がりました。代わって1位になったのが「技術者不足」です。政府の経済対策効果で受注物件が増えていることが確認できます。「公共需要の減少」への回答が下がっていることも、受注が増えていることを示しています。しかし、東北に職人が集まっているために茅ヶ崎市内では職人の確保が難しくなっていることが今回の調査で明らかとなりました。

さらに、今回の調査では「人件費負担の増大」が4割以上の回答を得て3位に入りました。職人不足に加えて職人の人件費が上がっていることが分かります。仕事は増えているようですが、経営課題の5位に「受注単価の減少」が入っていることが示すのは利益率の減少です。その結果、浮上した経営課題が「資金繰りの悪化」です。受注しても入金は後になる為、職人への支払等が先行します。その上、人件費が上がっているますから、資金繰りは一層苦しくなったようです。石油価格は高値安定になっていますので、経営課題という意識は少なくなっています。電気料金も上がってはいますが、現場作業では建築業者の負担になることは少ないので、経営課題として取り上げられることが少ないと考えます。

### ② 今後の対策 ～ムダ遣いを控え、更に受注を増やして乗り切る～

3月調査			6月調査		
第1位	積極的営業	63.6	第1位	積極的営業	45.8
第2位	新分野開拓	36.4	第2位	諸経費の削減	41.7
"	合理化・省力化	36.4	第3位	人材の確保・育成	33.3
"	人材の確保・育成	36.4	"	財務体質の改善	33.3
第5位	諸経費の削減	22.7	第5位	合理化・省力化	25
第6位	人員の削減・給与手当ての見直し	18.2	第6位	新分野開拓	20.8
"	他社との連携	18.2	第7位	他社との連携	16.7
第8位	財務体質の改善	13.6	第8位	人員の削減・給与手当ての見直し	12.5
第9位	設備投資	4.5	第9位	設備投資	4.2
"	後継者へのバトンタッチ	4.5	"	事業所の移転	4.2
第11位	事業所の移転	0	第11位	海外展開	0
第12位	海外展開	0	第12位	後継者へのバトンタッチ	0
"	その他	0	"	その他	4.2

今後の対策は「積極的営業」が1位であることは前回と同じですが、2割程度回答が下がっています。受注は増えて楽にはなっていませんが、経営を安定させるためには更に受注を増やさなければならない状況であることが確認できます。単価が下がっていますから、利益を確保するためには更なる「諸経費の削減」が必要となります。「財務体質の改善」が3割の回答を集め対策の同率3位になっていることが示すように、自転車操業に近い状態になりつつあるようです。職人を確保することは前回同様に3割を超える回答を集めており、継続する対策となっています。前回対策の上位にいた「合理化・省力化」と「新分野開拓」は、ともに1割以上回答を下げました。それだけ受注を増やした企業が多かったことが分かります。これらがゼロ回答になっていないことは、現在の建築需要が長く続くとは考えていない企業が存在していることを示しています。仕事があるあいだに企業としての将来を考える、そんな建設業者もいることが分かります。建設業では当面後継者へのバトンタッチを考えなくても良さそうです。

### (3) 製造業

#### ① 経営課題 ～更なる受注のためには設備と技術に課題有り～

3月調査			6月調査		
第1位	競争の激化	62.1	第1位	設備の老朽化	50
第2位	設備の老朽化	27.6	第2位	技術者不足	45
"	受注単価の減少	27.6	第3位	競争の激化	35
第4位	経営者の高齢化	20.7	第4位	経営者の高齢化	25
"	電気料金の値上げ	20.7	第5位	電気料金の値上げ	20
第6位	人件費負担の増大	17.2	第6位	人件費負担の増大	15
"	技術者不足	17.2	"	発注先の移転	15
"	設備不足	17.2	第8位	資金繰りの悪化	10
第9位	石油価格の高騰	13.8	"	公共需要の減少	10
第10位	資金繰りの悪化	6.9	"	石油価格の高騰	10
"	立地環境の悪化	6.9	"	受注単価の減少	10
"	情報不足	6.9	第12位	設備不足	5
第13位	円高等による輸出関連の売上げ	3.4	"	立地環境の悪化	5
第14位	公共需要の減少	0	"	輸出関連の売上げ減少	5
"	発注先の移転	0	"	その他	5
"	その他	10.3			

前回6割以上の回答を集め1位であった「競争の激化」が、約3割回答を下げ3位に後退しました。茅ヶ崎市内の製造業には仕事が出てきたようです。しかも、前回3割近くの回答を集めていた「受注単価の減少」も、今回は1割の回答に留まりました。茅ヶ崎市内の製造業には通常の単価で仕事が入ってきたことが分かります。そこで、新たな課題が持ち上がりました。「設備の老朽化」と「技術者不足」です。受注単価の高い仕事は高度な生産技術を要求

します。茅ヶ崎市内の製造業では、設備が不足している訳ではありませんが、現在の設備と人材は得意先の要求に答えられないところが出てきたことが分かります。それに加えて経営者の高齢化も経営課題の重要性が高くなりました。後継者がいなければ設備投資に踏みきることができないからです。電気料金や石油価格の値上げに関しては、経営課題としての重要性が下がっています。人件費に関しても同様です。経費が増えている傾向はありませんが、資金繰りで前回よりも悪化している企業が増えています。受注量は増大していますが、入金よりも人件費や外注費が先行しているようです。円安等の影響で当面の受注は確保できていますが、発注先が海外に移転してしまえば、将来の受注減少に繋がりますので、注意が必要です。

#### ② 今後の対策 ～技術者の確保と設備投資で長期の対策～

3月調査			6月調査		
第1位	積極的営業	75	第1位	人材の確保・育成	60
第2位	新分野開拓	46.4	第2位	積極的営業	45
第3位	人材の確保・育成	35.7	"	設備投資	45
第4位	合理化・省力化	21.4	第4位	新分野開拓	35
"	設備投資	21.4	第5位	合理化・省力化	25
第6位	諸経費の削減	17.9	第6位	後継者へのバトンタッチ	20
第7位	他社との連携	14.3	第7位	他社との連携	15
"	後継者へのバトンタッチ	14.3	第8位	人員の削減・給与手当ての見直し	10
第9位	海外展開	10.7	"	海外展開	10
第10位	財務体質の改善	7.1	第10位	財務体質の改善	5
第11位	人員の削減・給与手当ての見直し	3.6	"	諸経費の削減	5
第12位	事業所の移転	0	第12位	事業所の移転	0
"	その他	0	"	その他	0

前回7割を超えていた「積極的営業」は3割回答を下げ2番目の課題に下がりました。1位には6割の回答を集めた「人材の確保・育成」が浮上しました。そして、3位には前回よりも2割以上回答を増やした「設備投資」が入りました。茅ヶ崎市内の受注は先が長い継続的なものである可能性が高いようです。経営者の高齢化が経営課題の上位になっているにも関わらず設備投資に踏みきるのでありますから、確実な受注であると判断できます。「合理化・省力化」も僅かに増えていますから、市内製造業の投資意欲がかなり上がってきていることが分かります。「後継者へのバトンタッチ」も回答が増えていますから、設備投資を行った上でのバトンタッチになるのかもしれない。「新分野開拓」が前回よりも1割以上下がっていることも受注が順調であることを示していますが、3割5分の回答を集めていますから、製造業の一部では、将来に備えて新たな活動分野を模索していることを示しています。前回の調査では「諸経費の削減」が2割近くの回答を集めていましたが、今回は5分まで減少しています。経営課題で「受注単価の減少」が下位になったことと合わせ、市内の製造業には利益率の高い仕事が入ってきていると思われます。今後ともこの傾向が続くことを期待したいと思います。

#### (4) サービス業

##### ① 経営課題 ～需要に追いつかず人手不足～

3月調査			6月調査		
第1位	同業店との競合	35	第1位	人材不足	33.3
第2位	人材不足	25	第2位	同業店との競合	28.6
第3位	立地条件の悪化	20	"	顧客の高齢化	28.6
"	顧客の高齢化	20	第4位	客足が戻らない	23.8
"	客足が戻らない	20	第5位	後継者問題	19
第6位	店舗・設備の不足や老朽化	15	第6位	店舗・設備の不足や老朽化	14.3
"	資金繰りの悪化	15	"	経営者の高齢化	14.3
第8位	駐車場不足	10	第8位	資金繰りの悪化	9.5
"	後継者問題	10	第9位	駐車場不足	4.8
"	情報不足	10	"	電気料金の値上げ	4.8
"	石油価格の高騰	10	第11位	立地条件の悪化	0
"	経営者の高齢化	10	"	石油価格の高騰	0
"	大型商業施設との競合	10	"	大型商業施設との競合	0
第14位	電気料金の値上げ	0	"	その他	9.5
その他	5				

前回調査の3月ではD I 値がプラスに転じて業況の回復を示しましたが、今回の調査では再びマイナスに転換してしまいました。その原因の1つが人材不足にあったようです。経営課題の1位は、「同業者との競合」と入れ替わり「人材不足」になりました。急激な需要に人手が追いつかなかったのではないのでしょうか。「客足が戻らない」との回答も若干増えており、一部では人手不足でお客様を逃がしてしまった事業所があることが分かります。顧客の

高齢化が進んでいることから、離れていったのは比較的若い客層でしょう。前回と比較して「後継者問題」と「経営者の高齢化」が回答を増やしています。需要が回復したことによって、経営者の一部が体力の衰えを感じたのかもしれませんが。「店舗・設備の不足や老朽化」は前回とほぼ同様の回答率であることから、施設整備を思い切れない高齢経営者の姿を想像することができます。D I 値はマイナスに戻りましたが、経営的にはそれほど悪化した様子はありません。業種別の経営状況では諸経費の増加している事業所が4割ありますが、経営課題と合わせると、「電気料金の値上げ」が原因の1つとは考えることができます。しかし、石油価格の高騰はゼロ回答になり、「資金繰りの悪化」も前回よりも回答が下がっています。経営の安定感は増しています。また、「立地条件の悪化」も今回はゼロ回答ですから、経営課題は人手不足に集約されそうです。

##### ② 今後の対策 ～人材確保と人的サービス向上で業況回復をめざす～

3月調査			6月調査		
第1位	接客サービスの向上	42.9	第1位	接客サービスの向上	55
"	販売客の新規開拓	42.9	第2位	インターネットの活用・強化	30
"	インターネットの活用・強化	42.9	第3位	人材の確保・育成	25
第4位	販売促進の強化	23.8	第4位	諸経費の削減	20
第5位	人材の確保・育成	19	"	広告宣伝の強化	20
"	諸経費の削減	19	第6位	取扱商品の充実	15
第7位	取扱商品の充実	14.3	"	店舗の改装	15
"	店舗の改装	14.3	"	好立地場所への移転	15
第9位	好立地場所への移転	9.5	"	商品価格の値下げ	15
"	商品価格の値下げ	9.5	"	後継者へのバトンタッチ	15
"	広告宣伝の強化	9.5	第11位	販売客の新規開拓	10
第12位	他社との連携	0	"	販売促進の強化	10
その他	4.8	第13位	他社との連携	5	
		その他		5	

今後の対策でも人材不足を補うことが中心になっています。1位は前回同様「接客サービス向上」ですが、1割以上多くの回答を集めています。「人材の確保・育成」も回答を伸ばし3位に入りました。「販売客の新規開拓」が前回よりも3割以上回答を下げていることから分かるように、需要を増やすよりも、人的サービスを向上させることが業況回復の重点対策となっていることが

確認できます。対策の2番目は「インターネットの活用・強化」ですが、回答は前回よりも1割以上下がっています。「販売促進の強化」も大きく回答を下げ1割に留まりました。お客様を増やすことより、人的サービスを充実させることが優先されていることがここでも分かります。今回の調査では「広告宣伝の強化」の重要性が高まり、1割以上多くの回答を集めました。サービス向上をPRすることになるのでしょう。「商品価格の値下げ」で一時しのぎをする事業所も僅かですが増えています。経営者の高齢化に対応して、「後継者へのバトンタッチ」を考えている事業所が1割5分あることも確認できました。経営対策の3位である「人材の確保・育成」には、後継者育成も含まれていることでしょう。経営面では「諸経費の削減」が前回同様2割の回答を集め、4位の対策になっています。人件費の負担が増えることは避けられませんので、諸経費の削減は必須ということになります。今回の調査では「好立地場所への移転」も回答を増やしており、「接客サービスの向上」以外は対策が分散しています。提供するサービスによって今後の対策に違いが出てきていることが確認できます。



(5) 飲食業

① 経営課題 ～客数は増加したが高齢者が多い～

3月調査			6月調査		
第1位	人材不足	60	第1位	顧客の高齢化	50
第2位	店舗・設備の不足や老朽化	50	第2位	同業店との競合	30
第3位	情報不足	30	"	店舗・設備の不足や老朽化	30
"	資金繰りの悪化	30	"	経営者の高齢化	30
第5位	同業店との競合	20	第5位	資金繰りの悪化	20
"	駐車場不足	20	第6位	駐車場不足	10
第7位	後継者問題	10	"	人材不足	10
"	客足が戻らない	10	"	石油価格の高騰	10
"	電気料金の値上げ	10	"	大型商業施設との競合	10
第10位	立地条件の悪化	0	"	電気料金の値上げ	10
"	顧客の高齢化	0	第11位	後継者問題	0
"	石油価格の高騰	0	"	立地条件の悪化	0
"	経営者の高齢化	0	"	客足が戻らない	0
"	大型商業施設との競合	0	"	その他	40
"	その他	0			

政府の経済政策効果が現れている業種です。回答者の4割で客数と売上が増加しています。経営課題にも大きな変化がありました。前回1位であった「人材不足」は5割回答を下げ、経営課題としての重要性がほぼ無くなりました。今回1位になったのは前回ゼロ回答の「顧客の高齢化」です。「客足が戻らない」への回答がゼロ回答であることから分かるように、市内の飲食店にはお客様が入るようになって

はなっています。しかし、戻って来たのは年配者ばかりだったようです。「同業店との競合」や「大型商業施設との競合」がそれぞれ1割ずつ回答を増やしていることから、比較的若い客層は同業者や大型商業施設に行っているようです。「店舗・設備の不足や老朽化」と「資金繰りの悪化」は回答は下がっていますが、今回も比較的上位の課題として残っています。今回の調査では前回ゼロ回答の「経営者の高齢化」が重要課題と認識され、3割の回答が集まりました。しかし、「後継者問題」はゼロ回答であり、高齢の経営者の多くが後継者を確保していると考えて良さそうです。また、「石油価格の高騰」と「電気料金の値上げ」は、まだ1割程度の回答であり、それほど経営を圧迫していないことが分かります。

② 今後の対策 ～メニューを増やして若者にPR～

3月調査			6月調査		
第1位	販売促進の強化	60	第1位	取扱商品の充実	40
第2位	取扱商品の充実	40	"	販売客の新規開拓	40
"	接客サービスの向上	40	第3位	接客サービスの向上	30
"	諸経費の削減	40	"	諸経費の削減	30
第5位	販売客の新規開拓	30	"	広告宣伝の強化	30
"	人材の確保・育成	30	第6位	店舗の改装	20
第7位	インターネットの活用・強化	20	"	インターネットの活用・強化	20
第8位	店舗の改装	10	第8位	好立地場所への移転	10
"	広告宣伝の強化	10	"	人材の確保・育成	10
"	他社との連携	10	"	他社との連携	10
第11位	好立地場所への移転	0	第11位	商品価格の値下げ	0
"	商品価格の値下げ	0	"	販売促進の強化	0
"	その他	0	"	後継者へのバトンタッチ	0
			"	その他	10

今回は6割の回答を集め1位であった「販売促進の強化」が今回はゼロ回答になりました。集客効果は十分あったようです。しかし、戻って来たのは年配者ばかりなので、客層の若返りを狙う対策に重点が置かれています。前回と同じ回答率ですが「取扱商品の充実」が対策の1位となりました。飲食店ですからメニューの充実ということになります。2位に

は「販売客の新規開拓」が同率で入っていますので、開拓対象は若い客層になることは明らかです。「広告宣伝の強化」が1割回答を増やしているのは若者へのPRを行うためでしょう。インターネットへの対応も前回同様2割の回答を得ています。店舗改装を行うという意欲的な店も1割増加しました。年配顧客は戻ってきましたが、更に将来のお客様である若者に興味を持ってもらうことが飲食店の課題であり、対応が変わってきました。しかし、決め手はなく飲食店それぞれが模索している状態と考えて良さそうです。

## (6) 交通運輸業

### ① 経営課題 ～石油と人件費の高騰が経営を圧迫

3月調査			6月調査		
第1位	燃料費の高騰	66.7	第1位	燃料費の高騰	57.1
第2位	競争の激化	33.3	第2位	電気料金の値上げ	42.9
"	人件費負担の増大	33.3	第3位	競争の激化	28.6
第4位	設備の老朽化	22.2	"	人件費負担の増大	28.6
"	発注先の移転	22.2	"	設備の老朽化	28.6
"	得意先の事業縮小	22.2	第6位	資金繰りの悪化	14.3
第7位	技術者不足	11.1	"	技術者不足	14.3
"	立地環境の悪化	11.1	"	発注先の移転	14.3
"	情報不足	11.1	"	得意先の事業縮小	14.3
"	経営者の高齢化	11.1	第10位	設備不足	0
第11位	資金繰りの悪化	0	"	立地環境の悪化	0
"	設備不足	0	"	公共需要の減少	0
"	公共需要の減少	0	"	経営者の高齢化	0
"	後継者問題	0	"	後継者問題	0
"	電気料金の値上げ	0	"	その他	0
"	その他	0			

経済政策の効果は輸出関連企業の収益を向上させています。しかし、国内産業を基盤とする運送業や自動車整備業では、多くの企業で売上減少の状態が続いています。そこに、燃料や電気代の高騰が加わりましたから、経営は苦しい状態が続いています。電気料金に関しては前回ゼロ回答ですから、一挙に負担感が高まったこととなります。利益が減少すれば、人件費の負担は大きくなります。古くなった設備を更新する資金的な余裕が減少

します。今回の調査ではこの全てが上位の課題として現れました。客数も単価も大きな変化がありませんから、売上が減少している理由は単純に仕事量が少なくなっていることを意味します。「資金繰りの悪化」は前回ゼロ回答でしたから、3月から6月の3ヶ月間で経営が悪化している企業は急拡大していることとなります。発注先の移転や事業縮小の回答は下がっていますが、今回の調査でも1割を超える回答があり、需要が増えることは期待できません。前回1割程度回答があった「立地環境の悪化」や「経営者の高齢化」は今回ゼロ回答になりました。受注の減少と経費の増大はそれだけ重要性の高い経営課題であると言うことでしょう。

### ② 今後の対策 ～新分野に活路を求める～

3月調査			6月調査		
第1位	積極的営業	57.1	第1位	新分野開拓	42.9
"	人材の確保・育成	57.1	第2位	人材の確保・育成	28.6
第3位	人員の削減・給与手当ての見直し	28.6	第3位	合理化・省力化	14.3
"	後継者へのパトナタッチ	28.6	"	設備投資	14.3
"	取引先の見直し	28.6	"	財務体質の改善	14.3
第6位	新分野開拓	14.3	"	人員の削減・給与手当ての見直し	14.3
"	合理化・省力化	14.3	"	後継者へのパトナタッチ	14.3
"	設備投資	14.3	"	他社との連携	14.3
"	他社との連携	14.3	"	取引先の見直し	14.3
第10位	財務体質の改善	0	"	安全対策の強化	14.3
"	事業所の移転	0	第11位	積極的営業	0
"	安全対策の強化	0	"	事業所の移転	0
"	その他	0	"	その他	0

今後の対策も大きく変わりました。前は「積極的営業」と「人材の確保・育成」が6割近い回答を集め1位の対策でした。「人材の確保・育成」は3割を切り、「積極的営業」はゼロ回答になってしまいました。需要そのものが減少しており、営業効果を得ることができなかつたことがわかります。1位に浮上したのが「新分野開拓」です。4

割の回答を集めました。人材はこのために確保することになるのでしょうか。得意先の見直しだけでは事業を続けることが難しいとの判断と思われます。「合理化・省力化」以下の対策が全て同率であることが示すように、経費削減や省力化等、様々な対策を講じながら事業を継続させ、次の活動分野を開拓することに、交通運輸関連の多くの企業が方向転換しようとしているようです。

7. 回答者からの景気動向  
又は、茅ヶ崎市産業の活性化に関する自由記述

業種別コメント内容
<p>*小売業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大型店との販売価格に差がありすぎ、これが解決しない限りこれからの見通しは目処がたたない。</li> <li>・地域・地元の小売店との協力・助け合いイベントなどを恒例化する。</li> <li>・サザン活動再開。茅ヶ崎ライブをきっかけに茅ヶ崎市が更に活気のある街になるよう期待しています。</li> </ul>
<p>*飲食業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・景気が少し上向きになっているというが、実感がない。逆に悪くなっている。</li> </ul>
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サザンオールスターズ復活でチャンス到来。</li> <li>・女性力の活用。保育園問題を解決するべき。</li> <li>・各通りに面した商店会のコラボレーションイベントの充実アピール。</li> </ul>
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商業地の拡大、特に主要道路沿線。公共設備の充実。</li> </ul>

実施主体（1）主催：茅ヶ崎商工会議所 （2）協力：茅ヶ崎市  
問合わせ 茅ヶ崎商工会議所中小企業相談所 TEL0467-58-1111・FAX 0467-86-6601