

## 茅ヶ崎市景気動向調査（6月）結果

- 1．調査期間 平成16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	137	50	36.5%
大型店舗	15	11	73.3%
建 設 業	71	23	32.4%
製 造 業	57	36	63.2%
サービス業	68	24	35.3%
そ の 他	52	16	30.8%
合 計	400	160	40.0%

- 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。

### 5．平成16年6月現在の経済状況

内閣府の6月月例経済報告では「景気は、企業部門の改善が家計部門に広がり、堅調に回復している。」とまとめています。特に大きな変化が見られたのが海外旅行です。去年はSARS等の影響で国内旅行が伸びましたが、今年5月の海外旅行は前年同月比で124.2%の増加となっています。また、DVDや薄型テレビも依然好調な動きを示しています。アテネ五輪に向けて、国民全体が心理的に明るさを増してきているのではないのでしょうか。アメリカや中国の経済は依然と好調であり、電子機器・運送用機器を中心に輸出は好調です。大企業は決算期を迎え、史上最高益を記録する企業も出てきそうな状況です。中小製造業の受注も増加しています。

しかし、好材料ばかりではありません。日本チェーンストア協会の調査では、前年同月比で4月も5月もマイナス成長でした。5月の完全失業率は4月との比較で0.1%減少し4.6%となりましたが、15歳から24歳までの完全失業率は依然と9.9%という

高い比率を示しており、新規雇用はいまだに厳しい状況です。7月・8月は暑い夏が予想されています。エアコンや飲料の伸びが期待されます。夏休みの海外旅行も増加が期待できそうです。需要は瞬間風速かもしれませんが、取りこぼしのない営業を期待したいと思います。

## 6. 茅ヶ崎市経済の業況

### (1) 業況（総合的な判断）

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年6月比	16年3月比	先行き見通し	前年6月比	先行き見通し
全 産 業	11.1	17.5	3.2	31.1	23.8
商 業	29.8	41.6	10.4	35.9	25.5
大 型 店 舗	18.2	18.2	18.2	-	-
建 設 業	13.7	18.2	13.0	55.0	40.3
製 造 業	17.2	5.7	16.6	17.8	19.9
サ ー ビ ス 業	4.1	4.2	29.2	25.0	18.4
そ の 他	21.5	28.6	12.5	-	-

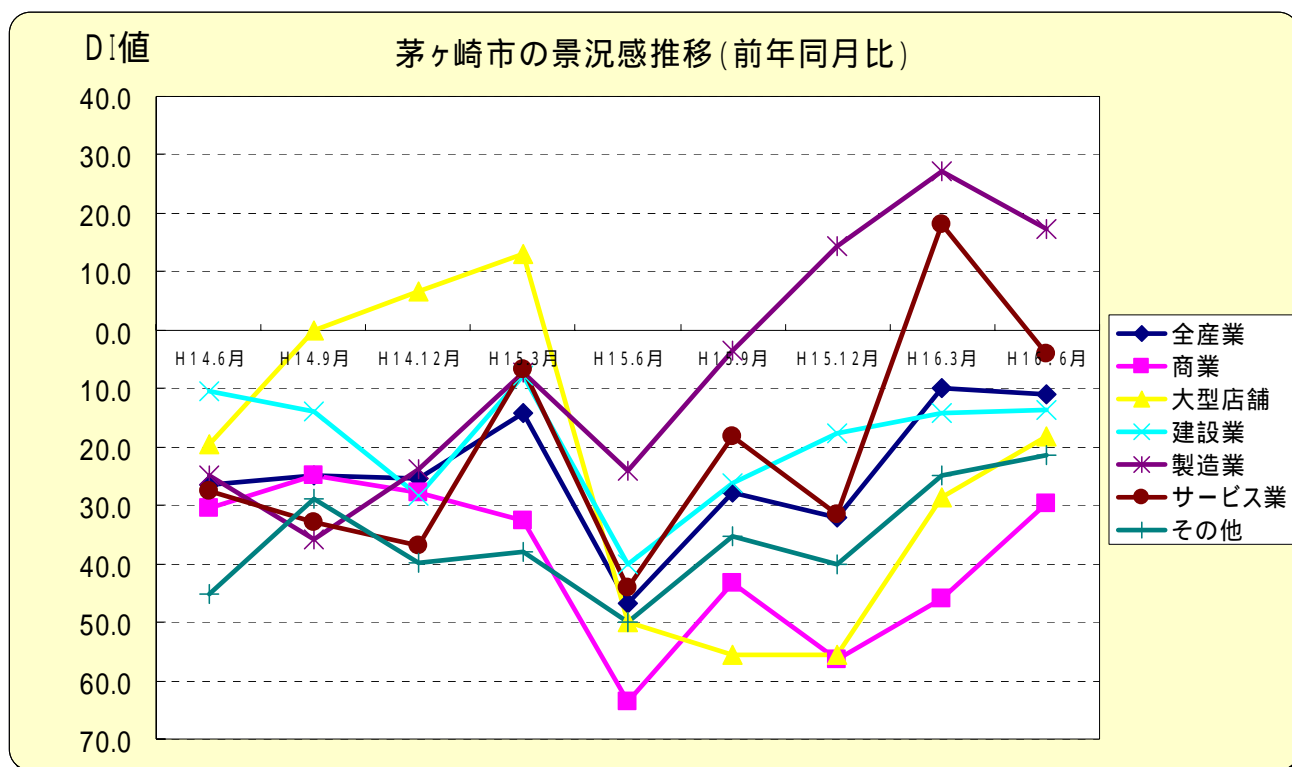
消費税が総額表示に変更される直前の3月比と前年同月比のDI値を比較すると、業種によって相違があることが分かります。全体的には依然として茅ヶ崎市のDI値はマイナスであり、内閣府が指摘しているような景気が回復している状況ではありません。全国的にも前年同月比のDI値はマイナス30を超えており、景気が回復していると言われているのは一部の業種でしかないことが分かります。全国の景況感よりも茅ヶ崎市内事業者の景況感の方が良くなっており、産業全体でマイナス11.1に留まっています。しかし、3月との対比ではマイナス17.5を示しており、決して右肩上がりの状況ではなさそうです。その原因の多くは商業にあります。前年同月比でマイナス29.8であったDI値が対3月比ではマイナス41.6に落ち込んでいます。総額表示化が3月の駆け込み需要を産み出したようです。

建設業でも同様の傾向が若干ですが見受けられます。公共投資が減少しているとはいえ、年度末である3月には公共投資は多くなります。3月と比較して6月の景況感が低下することは季節変動と理解すべきでしょう。建設業では全国との比較で特徴が現れています。茅ヶ崎市のDI値が前年同月比でマイナス13.7あるのに対して、全国の数値はマイナス55.0と言う数値になっています。茅ヶ崎市の建設業が悪いのは確かですが、日本全体の建設業の落ち込みと比較すると、まだまだ恵まれた状況にあることが分かります。

6月も元気な数値を示しているのは製造業です。前年同月比で17.2、3月比で5.7であり、全国平均がマイナス17.8であるのに対して、好調な状態を示しています。昨年6月よりも、今年の3月との比較でプラスの値が小さくなっているのが多少気になります。次回の調査で数値が持ち直すことを期待したいと思います。

そしてサービス業ですが、前年同月比ではマイナス4.1、3月比では4.2であり、緩やかですが回復基調に向かっていると考えて良いのではないのでしょうか。商業は低調ですが、製造業の好調さがサービス業を引き上げているようです。また、マスコミ等で高齢者介護問題が取り上げられているように、高齢社会に対応する新たなサービス業へ需要が高まっているとも考えられるでしょう。

(2)業況（前年同月比の推移）



<茅ヶ崎市> \*印は、調査票項目(11)「景気(業況)」の集計値を表示(平成15年度調査より)

	H14.6月	H14.9月	H14.12月	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	*H16.6月
全産業	26.6	24.9	25.4	14.2	46.8	27.8	32.0	9.9	11.1
商業	30.5	25.0	27.8	32.5	63.6	43.2	56.4	45.9	29.8
大型店舗	19.5	0	6.5	13.1	50.0	55.6	55.6	28.6	18.2
建設業	10.4	14.0	28.4	7.7	40.0	26.3	17.7	14.3	13.7
製造業	25.0	35.8	23.8	7.3	24.1	3.5	14.3	27.3	17.2
サービス業	27.6	33.0	37.0	6.8	44.0	18.2	31.5	18.2	4.1
その他	45.3	29.0	39.7	38.0	50.0	35.3	40.0	25.0	21.5

茅ヶ崎市の景況を前年対比推移で確認してみましょう。前回の調査と比較して大きく変化したのが製造業です。平成15年6月期から上昇を続けて、平成15年12月期にはプラスに転じました。その後も前回の平成16年3月期までは上昇しましたが、今回の調査ではプラスではあるものの、景況感の伸びは収まりました。米国の経済復興もそろそろ一段落を迎えようとしていることが報道されたり、中国も過剰な経済成長に対する警戒感を発表しています。市内の製造業においても急速な伸びは一段落し、ある程度安定した生産に落ち着いていく予兆とも考えられます。

製造業に引きずられる傾向を示しているのがサービス業です。今回の調査でも、プラスであった景況感が若干ですがマイナスに戻ってしまいました。この2年の変化を眺めると、市内サービス業は製造業の変化に対して、大きな反応を示していることがわかります。市内サービス業は製造業と比較的強いつながりがあることが確認できそうです。

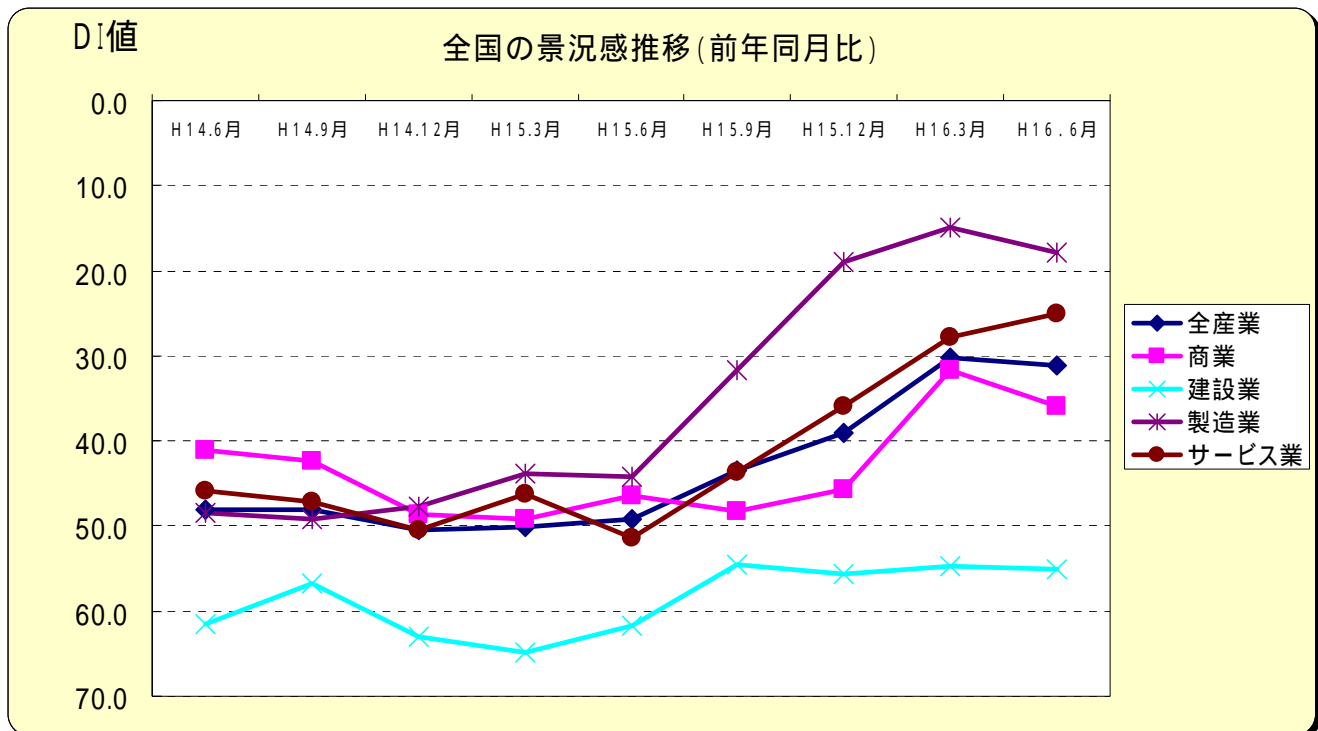
平成15年6月期から今回の調査に至るまで、マイナスではありますが回復基調を示してきたのが製造とサービスを除く全ての業種です。日本全体では落ち込みが未だ大きい建設業も回復を続けてきましたが、最近3回の調査を見る限りでは、回復傾向に陰りが出てきたようです。景況感はプラスに転じる一歩手前まで来ているのですが、まだ景気の後押しが足りないようです。平成15年12月期から順調に回復傾向を示しているのが商業と大型店です。両者とも2年前の平成14年6月期の景況感戻ってきました。アテネ五輪に向けて薄型テレビやDVDプレーヤー等、デジタル家電の販売が伸びていることが商業全体を引っ張っているようです。以上の結果として、平成16年6月現在、茅ヶ崎市全体の景況感の改善は成長傾向にあるものの一息ついている状態であると理解することができそうです。

<全国>

	H14.6月	H14.9月	H14.12月	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	*H16.6月
全産業	48.1	48.1	50.5	50.1	49.1	43.4	39.0	30.2	31.1
商業	41.1	42.3	48.6	49.2	46.4	48.3	45.6	31.7	35.9
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	61.6	56.8	63.0	64.8	61.7	54.6	55.6	54.8	55.0
製造業	48.5	49.2	47.7	43.9	44.3	31.7	18.9	14.9	17.8
サービス業	45.8	47.2	50.4	46.2	51.4	43.6	35.9	27.9	25.0
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\*「-」はマイナスを表す。

\*表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



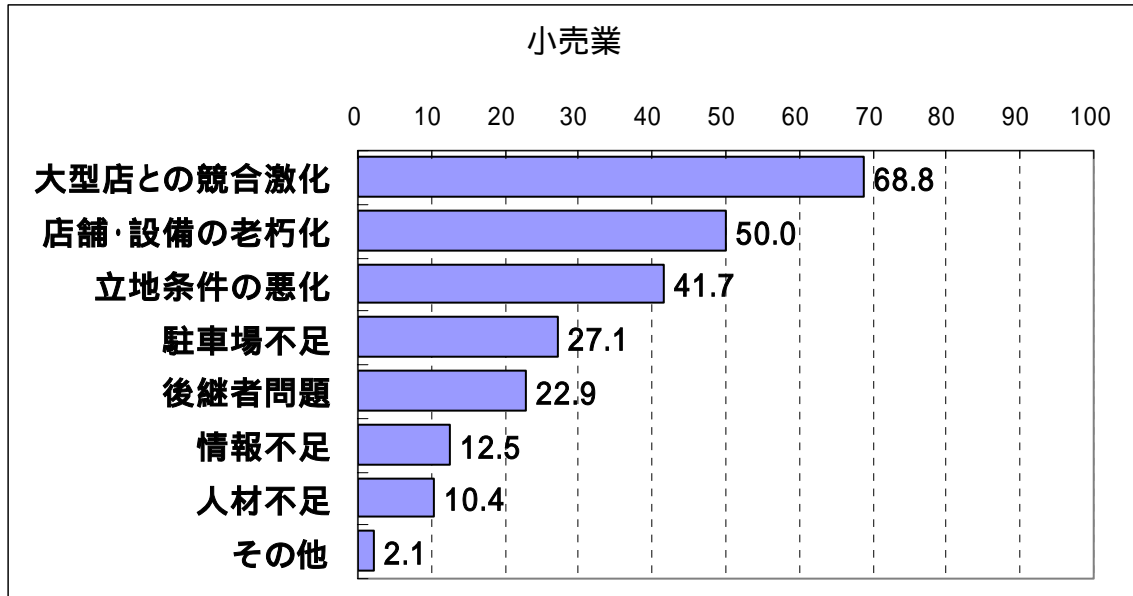
## 7. 茅ヶ崎市経済の先行き

茅ヶ崎市経済の先行きに関しては、産業全体ではプラス3.2であることが示すように、全体的には成長を期待していることが分かります。特に大きな期待を持っているのが大型店です。今回調査でマイナス18.2であったDI値が、見通しではプラス18.2に跳ね上がっています。強気の見通しといえるでしょう。アテネ五輪や夏休みに期待している姿が想像されます。更に回復を期待しているのが商業です。先行き見通しがマイナス10.4であり、6月の実績値から19.4ポイント高い数値になっています。製造業と建設業では収束観が出てきたようです。製造業では6月の実績よりも0.6低い16.6、建設業では0.7増加してマイナス13.0のDI値になっています。製造業は安定した需要に落ち着き、建設業では従来の仕事以外に需要を開拓しなければならない時期に入ったようです。そして、これまでは製造業に引っ張られてきたサービス業ですが、今後の見通しでは強気の姿勢を示しています。マイナスから一挙に29.2までDI値が跳ね上がっています。市民全体に財布の紐が緩みつつあることを期待しているようです。

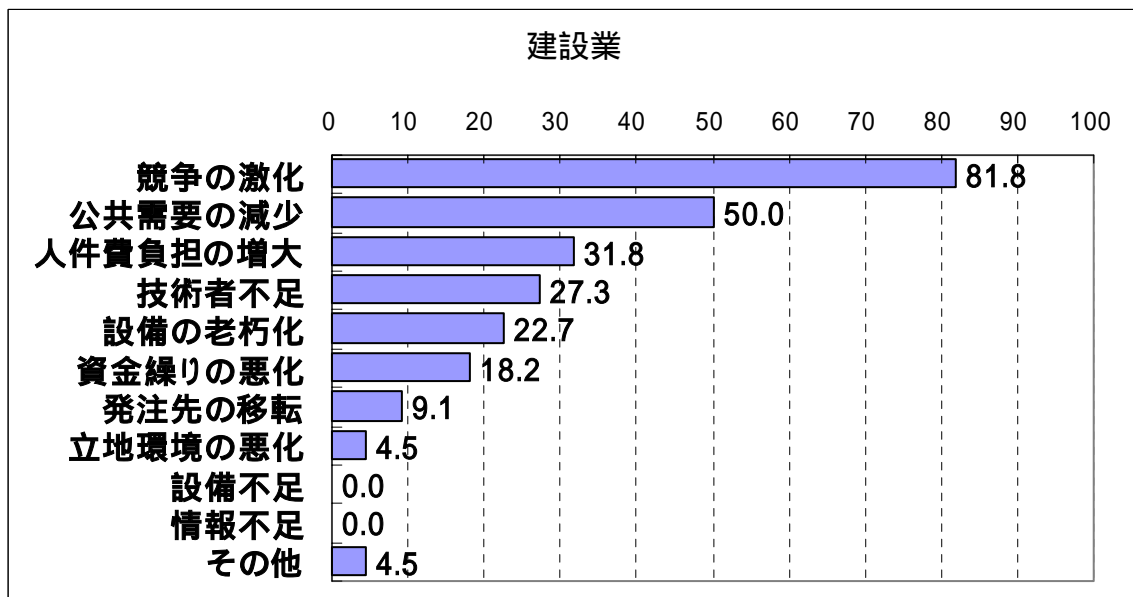
## 8. 主要業種の経営課題

### (1) 小売業

小売業の経営課題で見られるのは「大型店との競合激化」です。前回3月の調査よりも1割4分増え、約7割の店舗が経営課題としています。景況感でも確認したように、大型店は強気の見通しを持っています。それだけに、販売促進や店舗改装を積極的に行っているようです。中小小売店にはそんな大型店の動きが脅威に写っているようです。順位は変わりませんが、情報や人材が不足していることに対する課題意識が前回よりも向上しています。製造業を中心に市内の事業者の業績は回復し、中小小売店にも回復の兆しは見え始めています。しかし、この傾向が永遠と続く保証はありません。これからの社会に対する不安感が小売店では大きくなったのかもしれませんが、しかし、世の中が変化し始めたのは確かです。次の一手を打とうとしている小売店が抱える問題点が人材不足ではないでしょうか。動こうとしても、最低限の従業員しかおらず、しかも新たな人材を雇用する力までは無いという状況と考えられます。



(2) 建設業

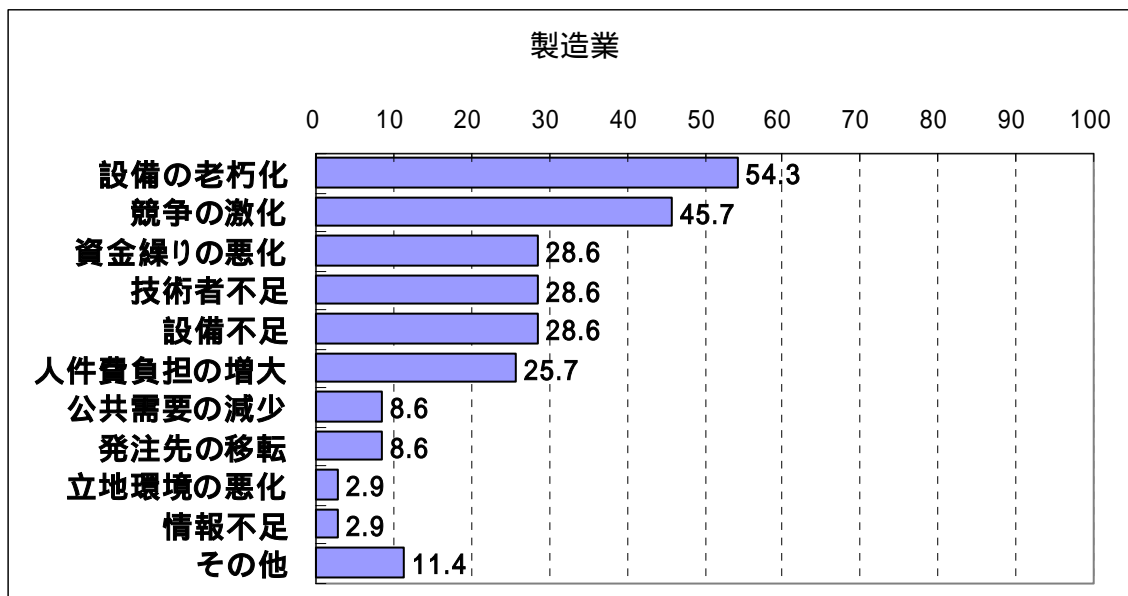


建設業界は更に需要が減少しているようです。8割の事業所が、競争が激しくなっていることを訴え、公共需要の減少も5割の事業所が経営課題としています。前回の調査が3月という年度末であったため、例年よりも少ないとはいえ、公共投資の恩恵を受けることができましたが、今回は年度が始まったばかりで、公共投資がまだ動いていない状況が伺われます。公共投資の見直しは、尚、続けられており、企業として公共投資に頼らなくても良い体質への脱皮は今後も続ける必要がありそうです。

前回調査と異なる今ひとつのポイントは資金繰りです。前回は3割5分程度の回答でしたが、今回は2割を切る回答率になっています。年度末に集中していた工事代金の回収が進んでいることを示していると思われます。このほか、回答率に大きな変化はありません

が、経営課題としての優先順位が高くなったのが人件費負担の増大です。仕事量が減っても、現場を管理するために最低限の従業員を抱えていなければならない建設業の辛さが反映されているのではないのでしょうか。

### (3) 製造業

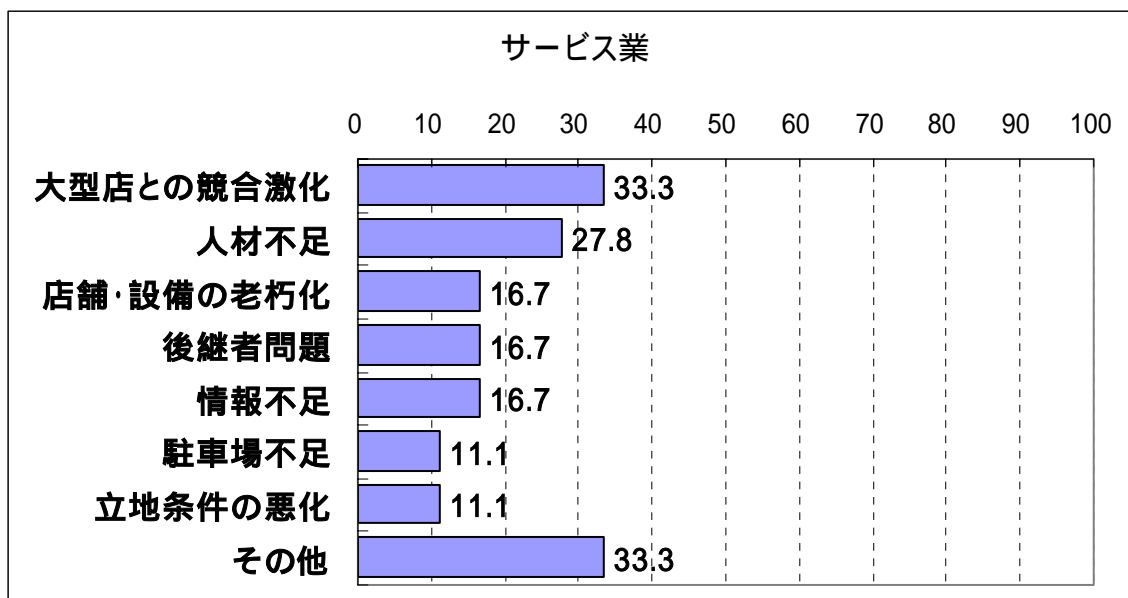


製造業は業績の回復が顕著な業種ですが、それだけに新たな経営課題が発生しています。それは設備の老朽化です。仕事が入るようになったので、改めて設備の老朽化が認識されているようです。仕事が増加するということは設備への需要ばかりでなく、経費が先行して出費されることにもなります。この影響が資金繰りの悪化に現れているのではないのでしょうか。これまでですと、製造業に資金が必要なときは金融機関が資金を貸し付けしてくれましたが、金融機関そのものが財務の健全化を経営課題としており、中小製造業への融資が従来のように行われていないことも資金繰り悪化の原因になっていると考えられます。景気が回復しているとは言え、いつまで続くか分からない状況ではあります。設備の老朽化を経営課題の一番としていますが、製造業としてどこまで設備投資を行うべきか迷いがあるはずで、受注先の動向を良く眺めながら、設備投資の可否を検討すべきではないのでしょうか。

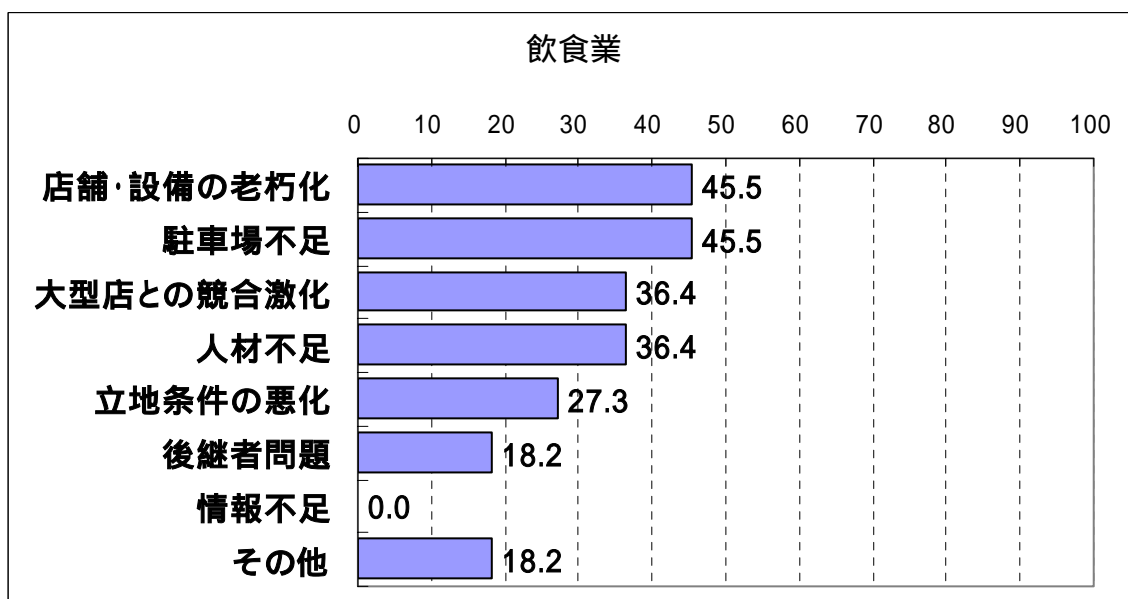
### (4) サービス業

茅ヶ崎市内では景況感において変化が大きい業種ですが、経営課題にも若干の変化が現れています。再び経営課題の第1位は大型店との競争になりました。景況感が3月期よりも低下している原因はここにあるのかもしれませんが。小売業と同様、大型店が需要の回復に乗じて、販売促進攻勢をサービス業の分野にまで広げ始めたようです。その結果、「人材不足」「店舗・設備の老朽化」「後継者問題」「情報不足」等、旧来からの経営課題よりも「その他」に含まれる新たな課題が発生しているようです。新規参入の多い業種でもありますから、今後も景気動向によって企業の業績は左右されることとなります。それだけに各社

が経営基盤を強化する事もこれからは考えなくてはならないでしょう。



(5) 飲食業



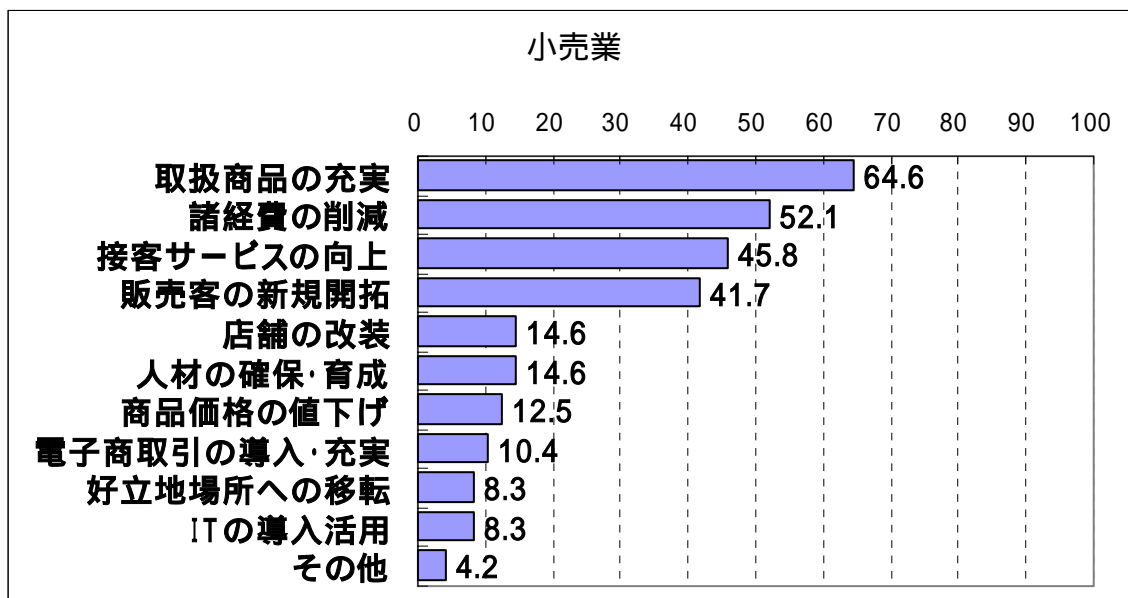
飲食業にも変化が現れました。前回の調査では7割5分の店が訴えていた店舗設備の老朽化ですが、今回の調査では回答率が5割を切る数値となりました。経営課題の第1位ではありますが、3割程度の店では店舗改装を行ったようです。そして、新たに重要課題となったのが駐車場不足です。前回は2割5分の回答率でしたが、今回の調査では5割に迫る回答率となり、店舗設備の老朽化と同率の首位になりました。市民の財布の紐が緩くなったことと、店舗改装が相乗効果を発揮してお客様が戻ってきたのではないのでしょうか。そこで、駐車場不足が新たな経営課題になってきたと思われれます。直ぐには解決できる問題ではありませんが、飲食店としては嬉しい経営課題ではないのでしょうか。



前回の調査で順位の2番と3番につけていた人材不足と大型店との競合ですが、今回の調査では共に順位を下げています。しかし、回答率そのものは殆ど前回と同様であり、相変わらず3割の店で解決できない課題となっているようです。市民の財布の紐が緩んできたとはいえ、「食」に対する要求は社会的に厳しくなっています。「安くて、美味しい」に更に「安全安心」が選択のキーワードに加わりつつあるようです。飲食店として食材に気を遣う必要性が高まっているのではないのでしょうか。

## 9. 主要業種の今後の対策

### (1) 小売業

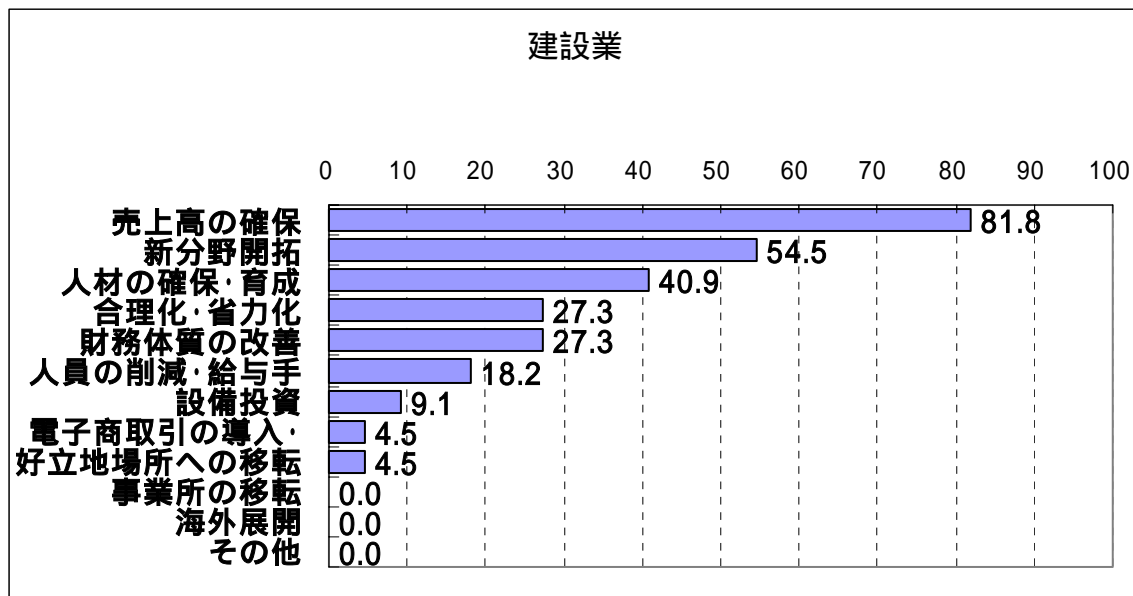


対策の上位4つに変化はありませんが、順位が入れ替わりました。3月期には接客サービス向上が第1位でしたが、6月期の第1位は、6割回答を集め、取扱商品の充実になりました。接客サービスだけでなくお客様に自店の商品をPRできなければ売上に結びつかないことが明らかになったのではないのでしょうか。自店独自の品揃えを行い、お客様に選ばれる店になることが必要となってきたことが分かります。

そして、回答率を1割以上増やして第2位に食い込んだのが経費の削減です。品揃えを強化しようとするとう当然資金が必要になります。借入が難しい時代ですから、その資金を、経費を削って捻出しようとしているのではないのでしょうか。

反対に回答率と順位が大きく下がった対策として、電子商取引をあげることができます。3月期には2割4分だった回答が6月期には1割にまで下がっています。活用すべき店は導入を終え、実店舗も含めて、品揃えの充実に対策の重点を移したと見るべきではないのでしょうか。小売店はやっと動き出した消費需要を自店にまで呼び込むために、品揃えという積極策を取り入れようとしているようです。

## (2) 建設業



建設業の景況回復が収束状態であることを反映して、対策にも大きな変化を見ることはできません。売上高の確保が8割の回答を集め依然と第1位を占めています。新分野開拓も若干は低下しましたが5割の回答を集め第2位です。人材の確保育成は2割近く回答率を下げましたが順位は第3位です。売上の確保は更に難しくなり、新分野開拓や人材確保育成は若干実施できた企業はあるものの、未だに実行できていない事業所が多いようです。

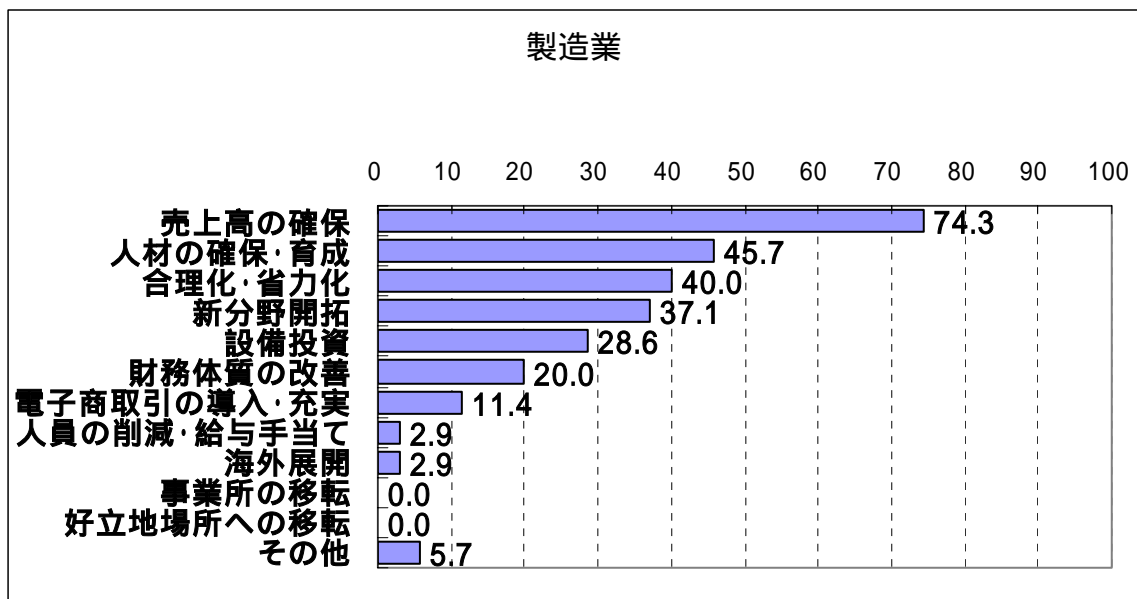
売上高の確保に関しては、公共需要が減少していることを認めなければなりません。売上高の確保を対策としても、公共需要の確保を狙っている限り、成果を期待することはできないと思われます。一件の受注単価は低いですが高齢者住宅への改装需要を狙ったり、農業への転換を検討している建設業者も現れてきました。自社のノウハウを生かすことができる、地域密着ビジネスの展開を検討すべき時期に入ったのではないのでしょうか。

## (3) 製造業

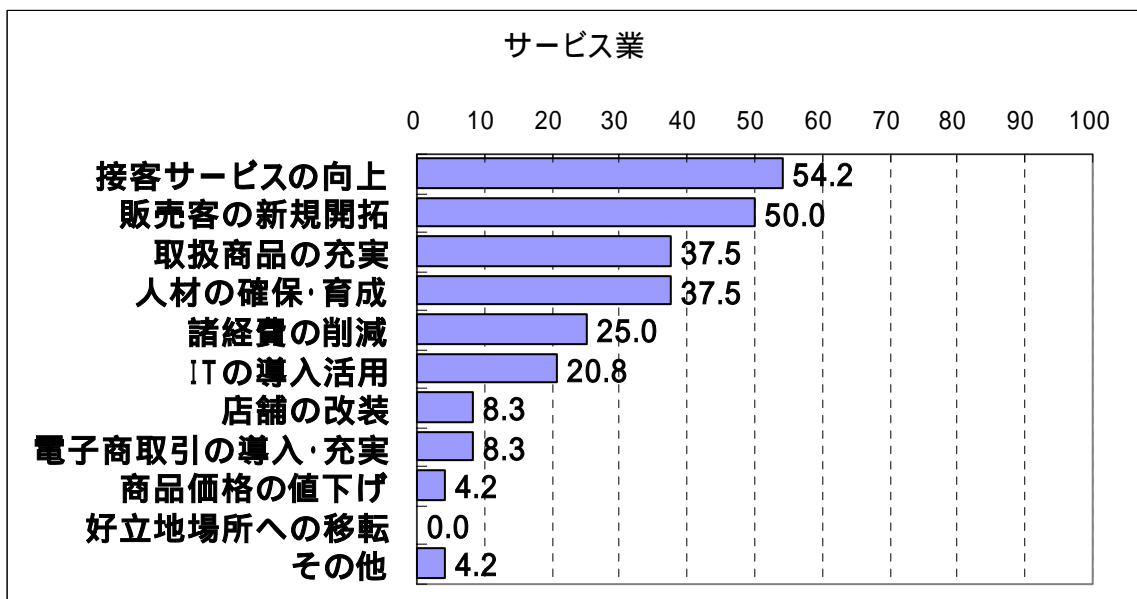
景況感の回復が最も早かった製造業ですが、対策には3月期から変化が見られます。上位の2項目はほぼ同じですが、売上高確保の回答率が向上していることが気になります。仕事はある程度順調に入っていますが、加工単価が低いのではないのでしょうか。需要はあっても売上高を確保しなければ採算があわないのかもしれないかもしれません。人材の確保育成・設備投資・財務体質改善がそれぞれ1割程度回答率を下げっていますが、その理由の一つとして一部の企業ではその成果を達成できていると理解できるのではないのでしょうか。反対に回答率が上昇している対策があります。合理化省力化は1割以上回答率を伸ばし、4割の回答を集めています。新分野開拓も1割程度回答率が上がり4割弱の数値です。単価が低い状態で利益を出すためには、合理化と省力化が必要になってくるわけです。

新たに回答があった対策として電子商取引をあげることができます。オンライン受注やインターネット受注ですが、成果を上げるためにはそれなりに工夫が必要です。1社ではカバーできない受注を、異なる技術を持っている企業で共同受注することも可能です。仕

組みを作るだけでなく、技術をPRできる仕組みを作り、利用者に提案することが必要ではないでしょうか。このほか、海外展開に活路を求める事業所があることも変化の一つです。今後の選択肢の一つとなっていくことが予想されます。



(4) サービス業

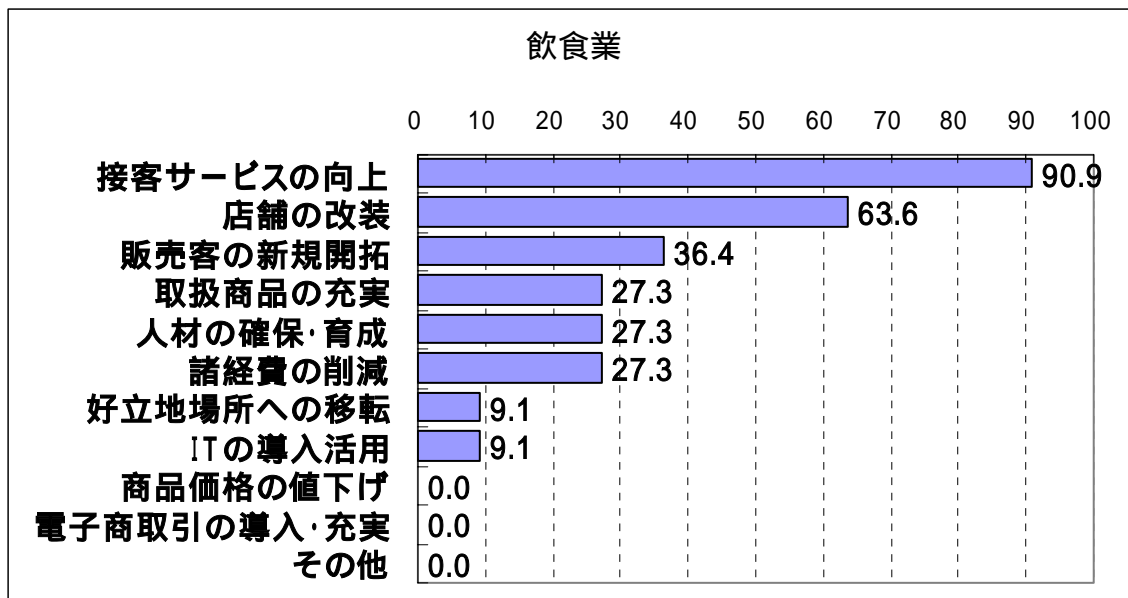


再び景況感がマイナスに転じたサービス業ですが、今後の対策にも変化が現れました。人材の確保育成が3割回答率を下げて第4位に下がりました。接客サービスの向上が若干ですが回答率を上げて第1位になりました。サービス業では人材確保が一段落し、一歩前に進んで、接客サービスに対策の重点が移ったようです。顧客の新規開拓は第2位ではありますが、回答率は3月期の調査よりも1割低下して5割の数値を示しています。お客様の確保も一段落したと考えて良いのではないのでしょうか。大きく向上した対策には取扱商

品の充実があります。人材とお客様の確保の次は、売上を更に稼ぐこととなります。このためにはサービス商品の充実が必要となることが確認できます。

このほか回答率が低下した対策として諸経費削減があります。3月期と比較すると1割5分の低下です。経費の削減という消極策から積極策への転換期が来ていると考えて良さそうです。それを裏付ける対策としてIT活用をあげることができます。3月期と比較して1割の上昇です。サービス業には前向きな姿勢が見えてきたことが分かります。

### (5) 飲食業

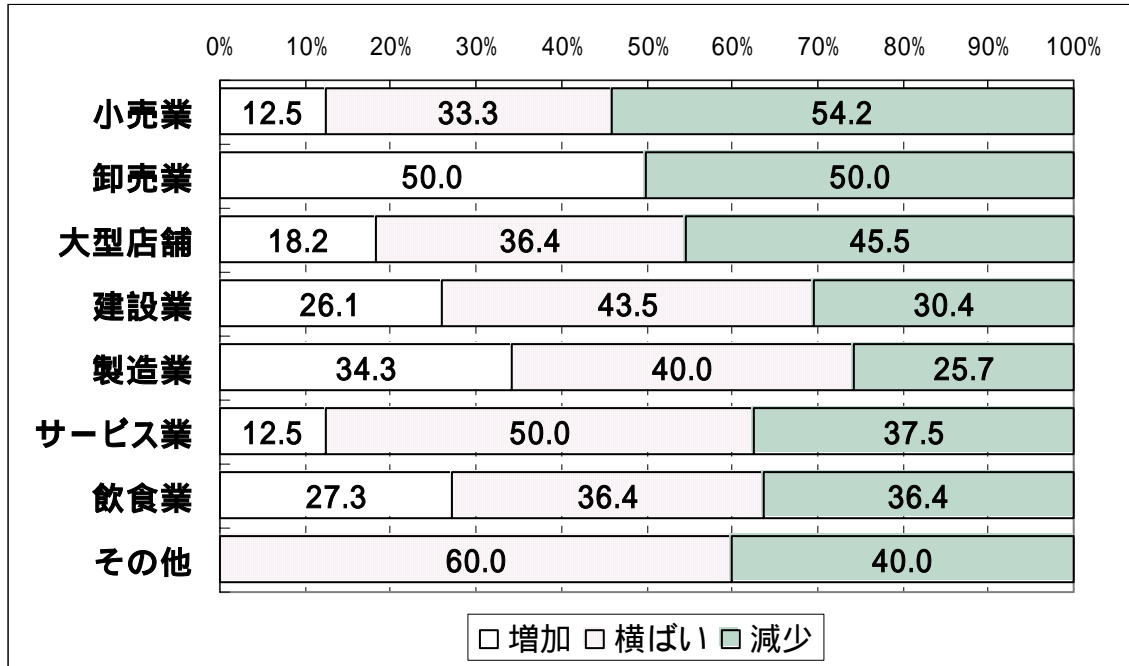


飲食業では積極策に転じようとしている姿勢が見られます。特に顕著なのは接客サービスの向上です。第1位であることに変わりはありませんが、回答率は3月よりも1割5分向上して9割を超えました。ほぼ全ての店舗が接客サービス向上に主眼を置いていることとなります。店舗改装にも積極的になってきました。3月期よりも1割以上回答率が上がり6割を超えました。人材確保にも積極的であり、約3割の回答率を得ています。更に、値下げという消極的店舗は今回の調査では無くなってしまいました。IT活用を目論む店舗が出てきていることも積極性の表れといえるでしょう。その反面経営的な苦しさも訴えています。3月期にはゼロであった経費削減が、6月期には約3割に上昇しました。これは決して後ろ向きな対策ではありません。積極策に転じるためには、さまざまな経費の支出が先行します。その資金を少しでも多く捻出するためには経費の削減が必要になると理解すべきでしょう。飲食業においても、開き始めた市民の財布の紐を、更にゆるめる努力を継続したいものです。

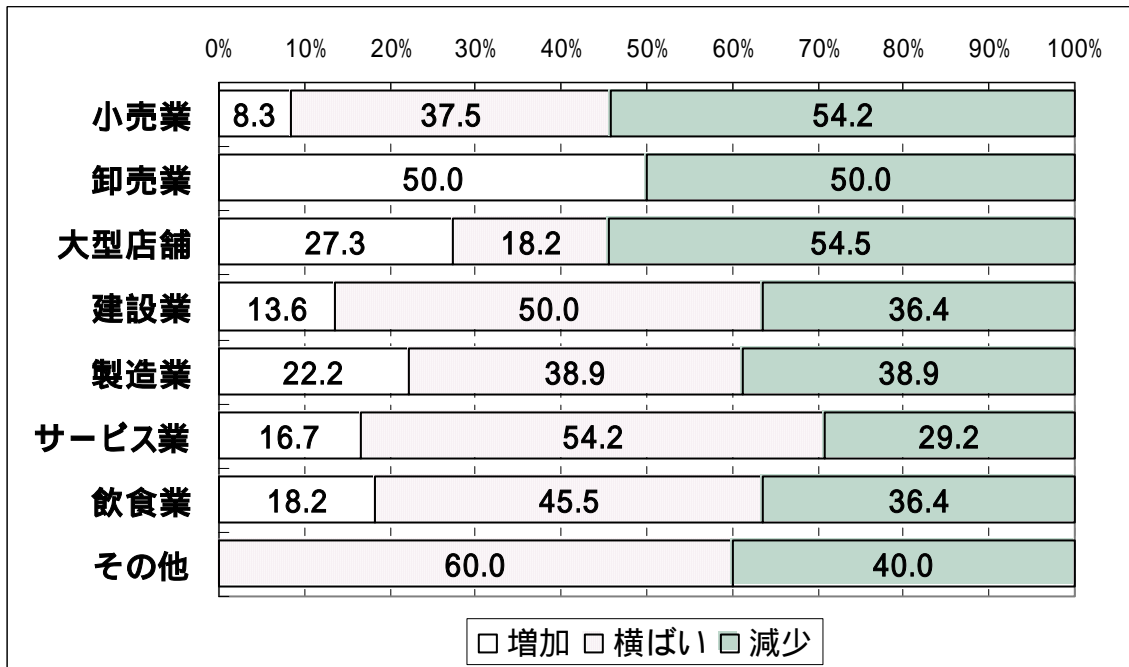
10. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

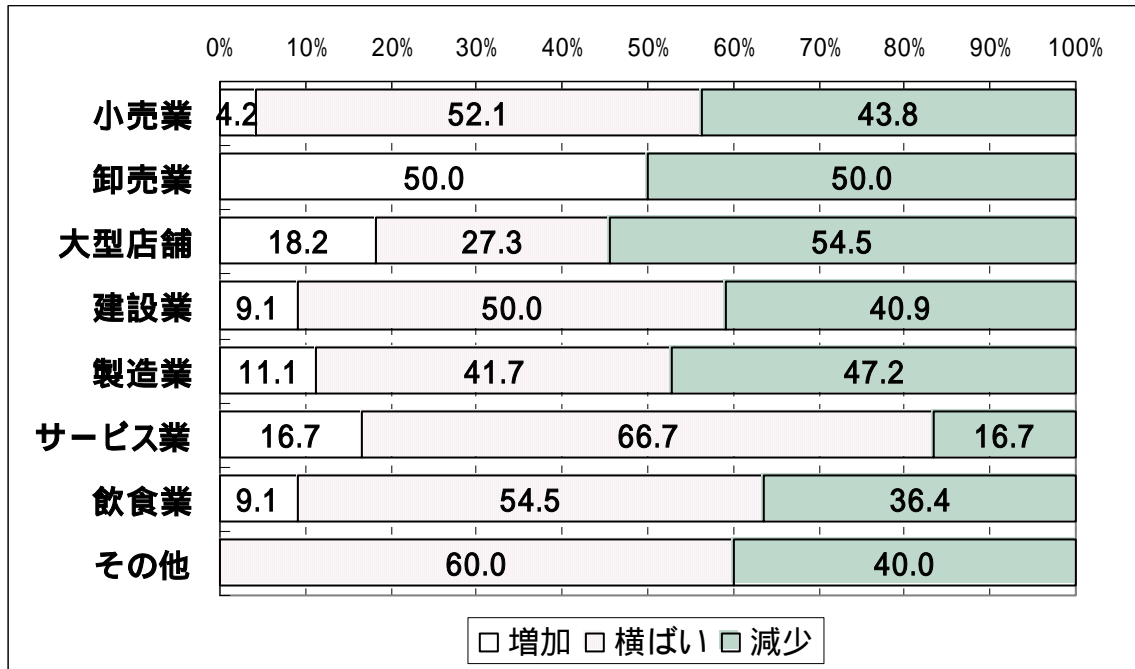
売上高



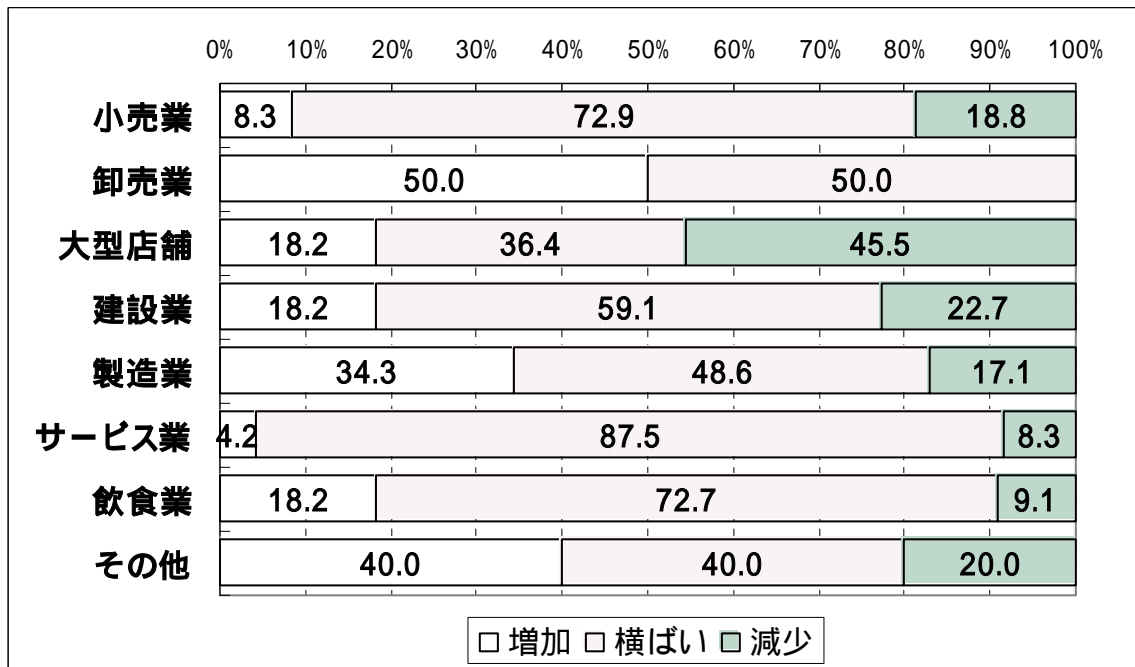
利益



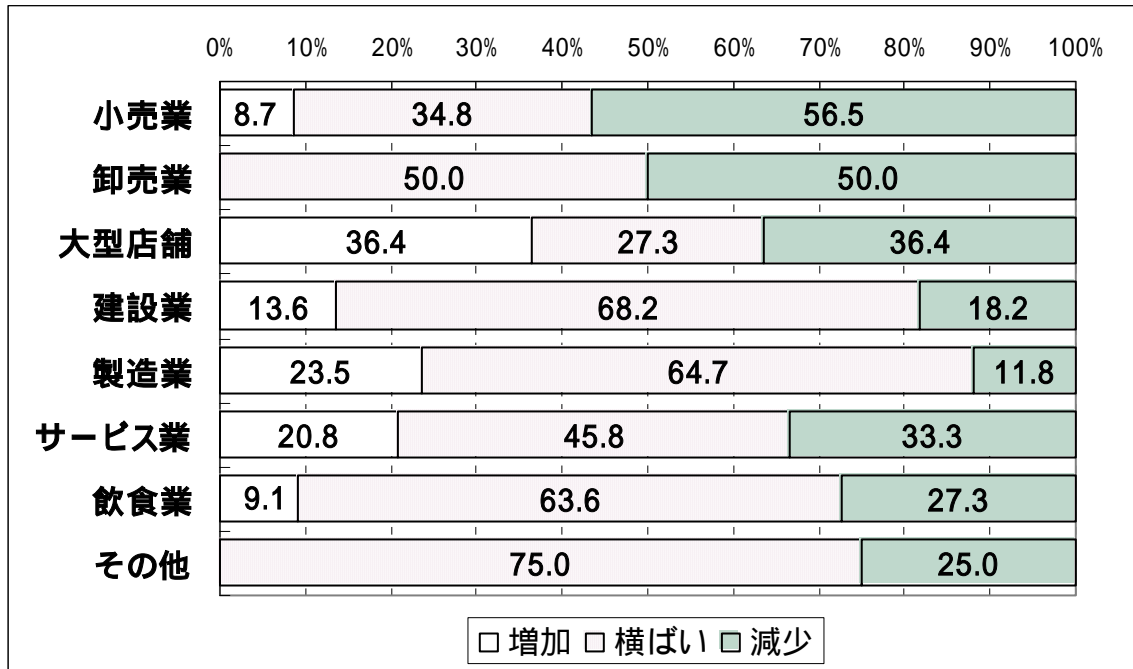
利益率



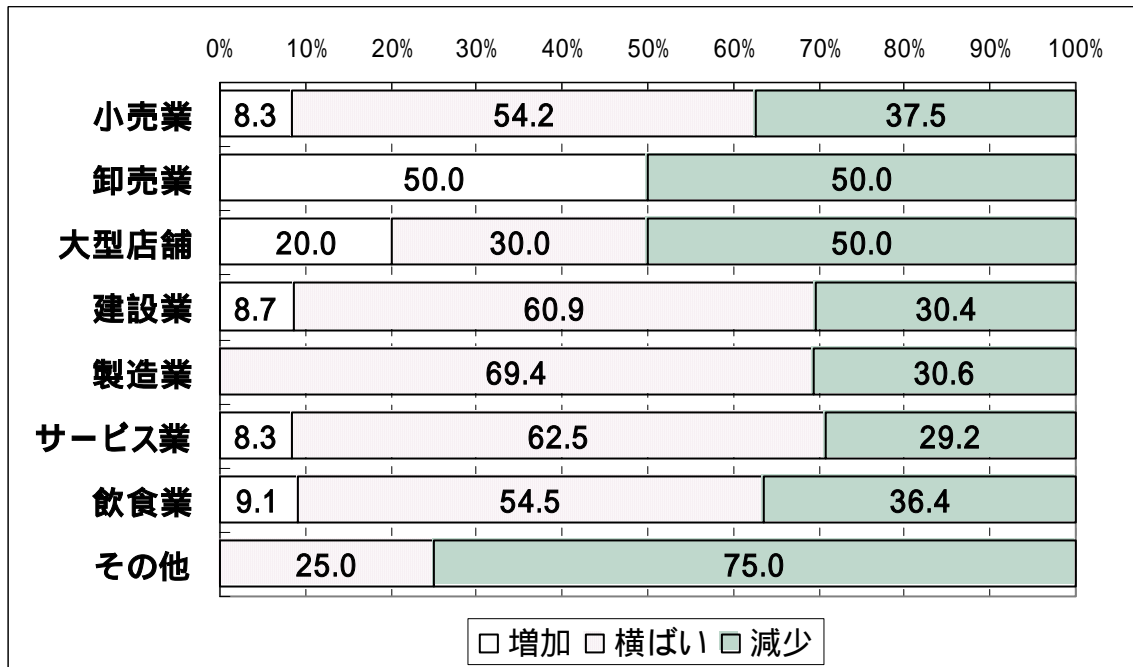
諸経費



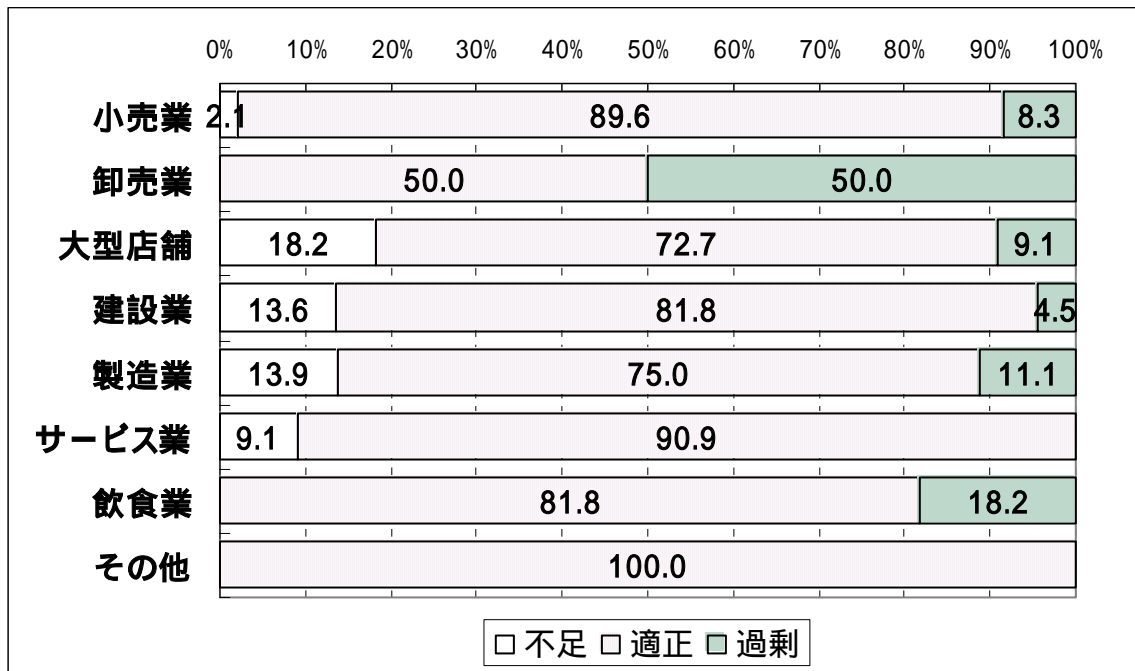
客数、引き合い



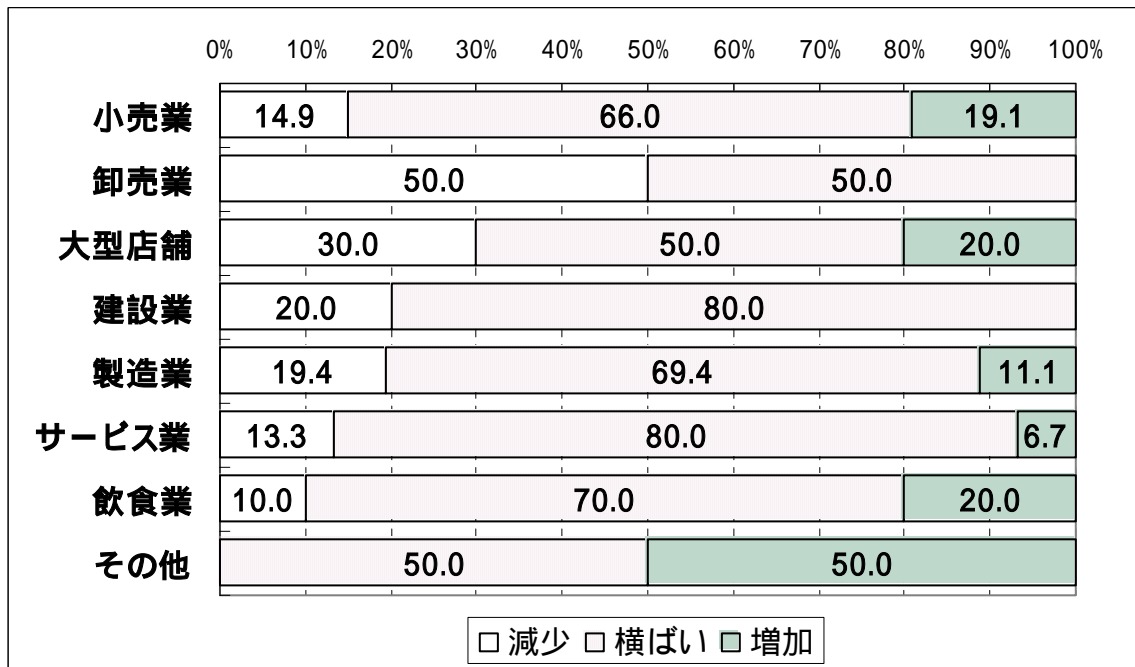
客単価、受注・製品単価



従業員数

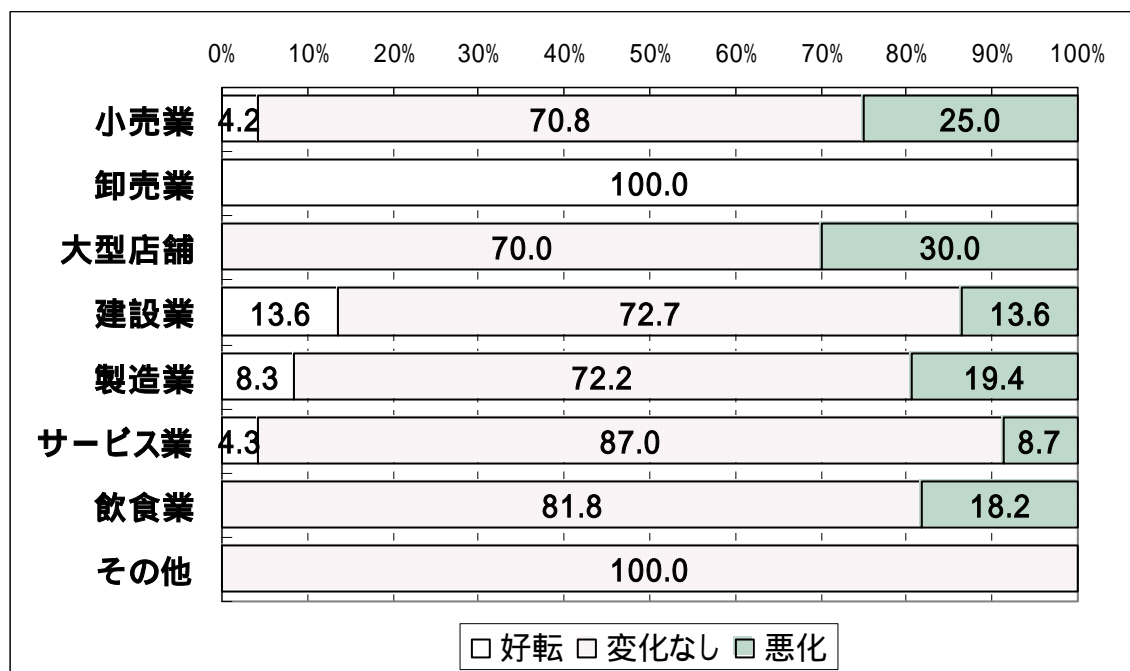


商品在庫、製品・材料在庫

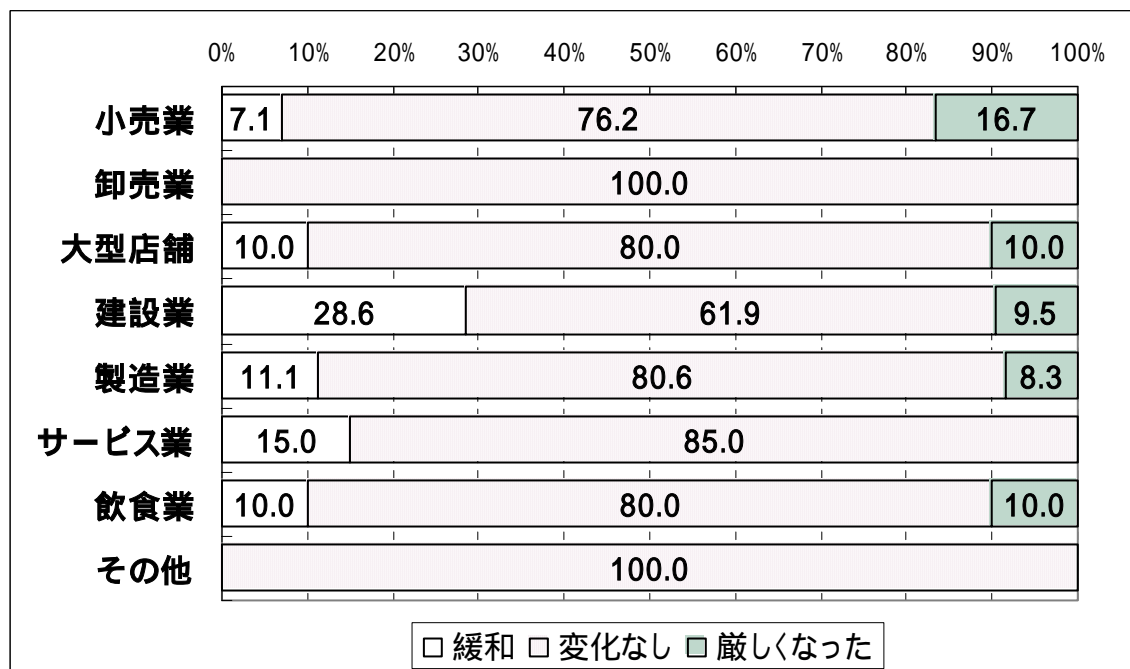




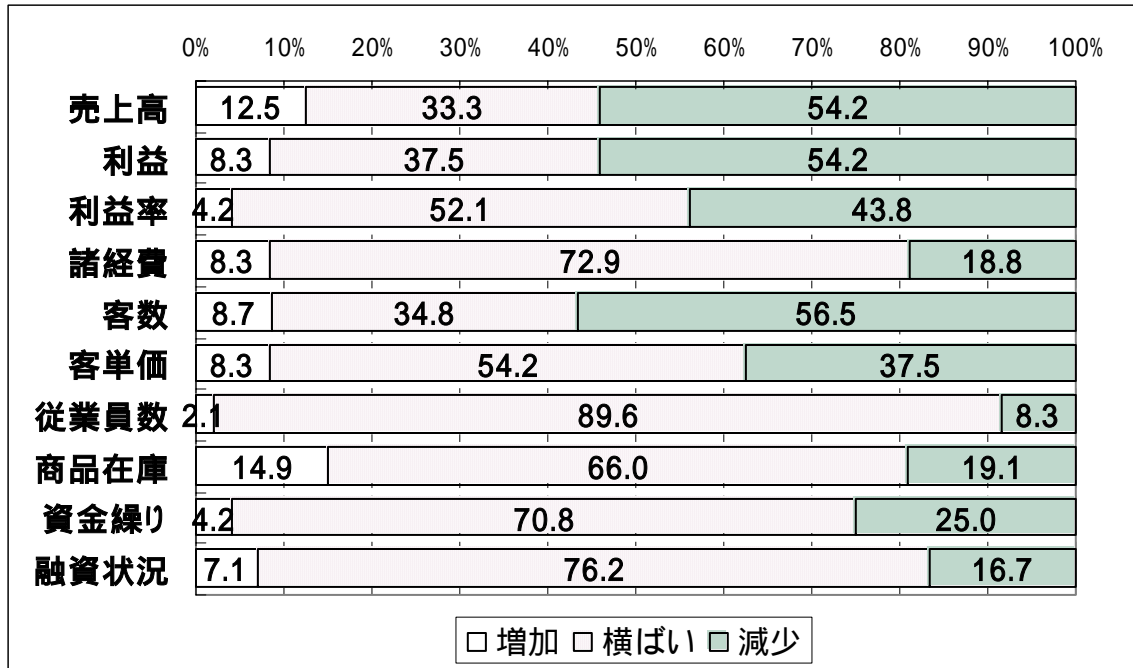
## 資金繰り



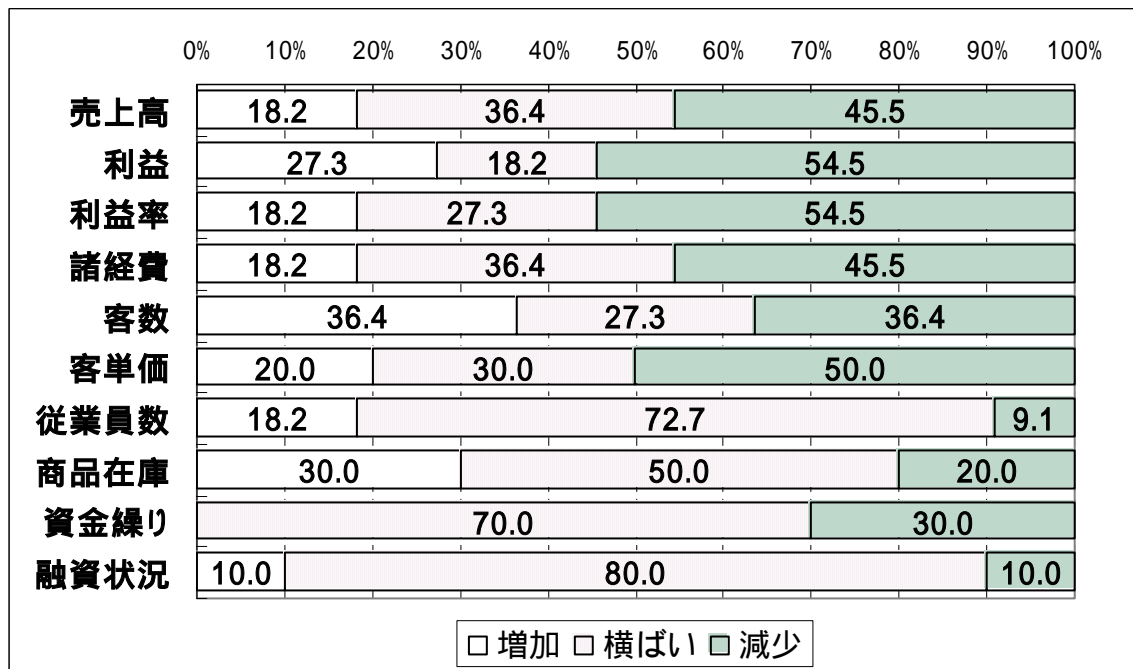
## 金融機関の融資状況



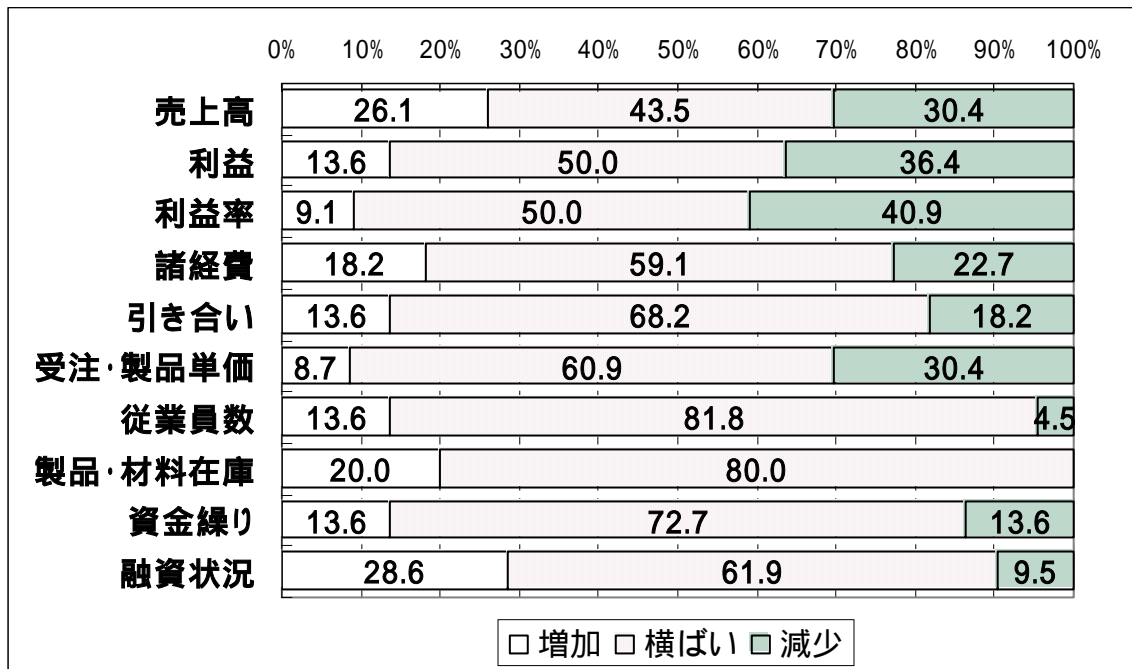
(2) 業種別経営実態  
小売業



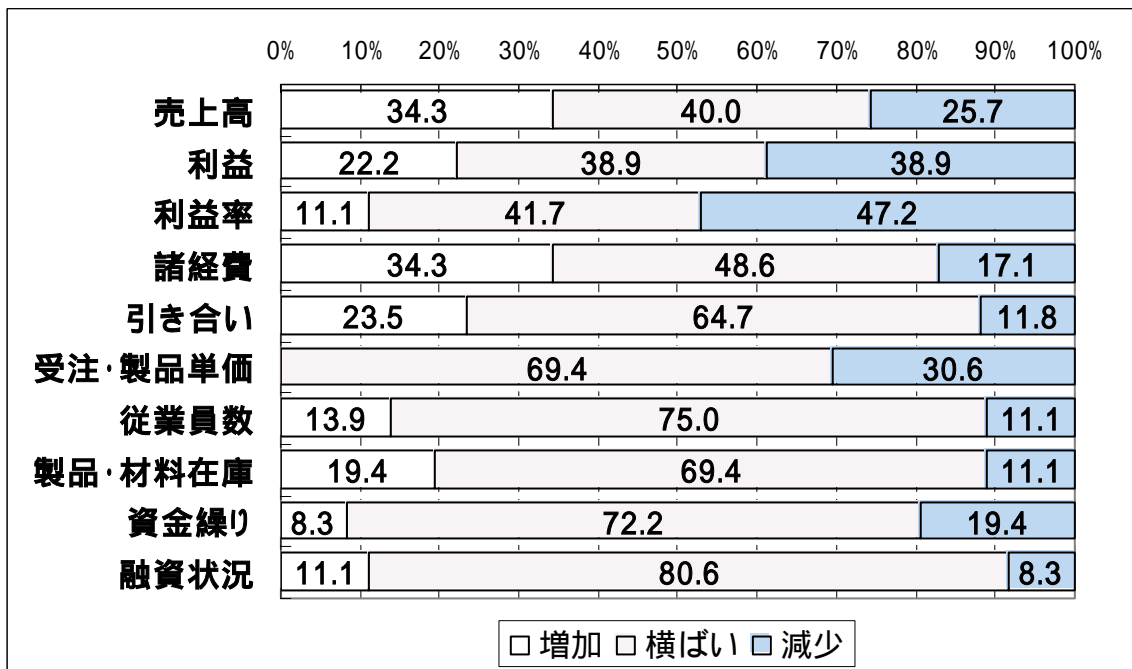
大型店舗



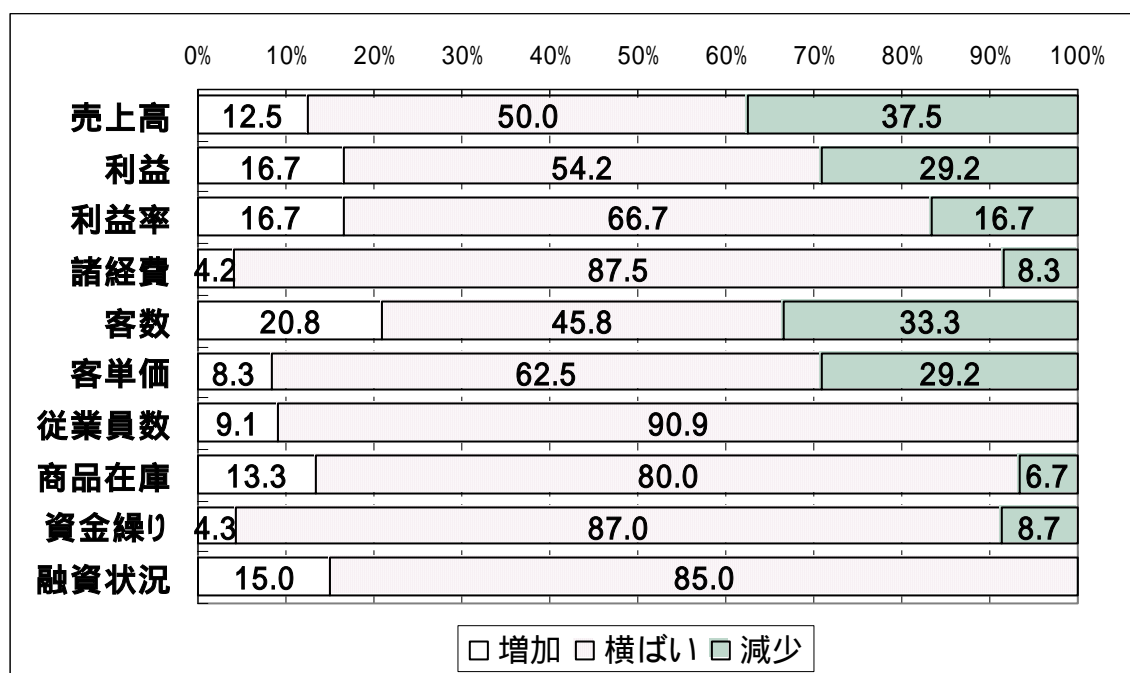
建設業



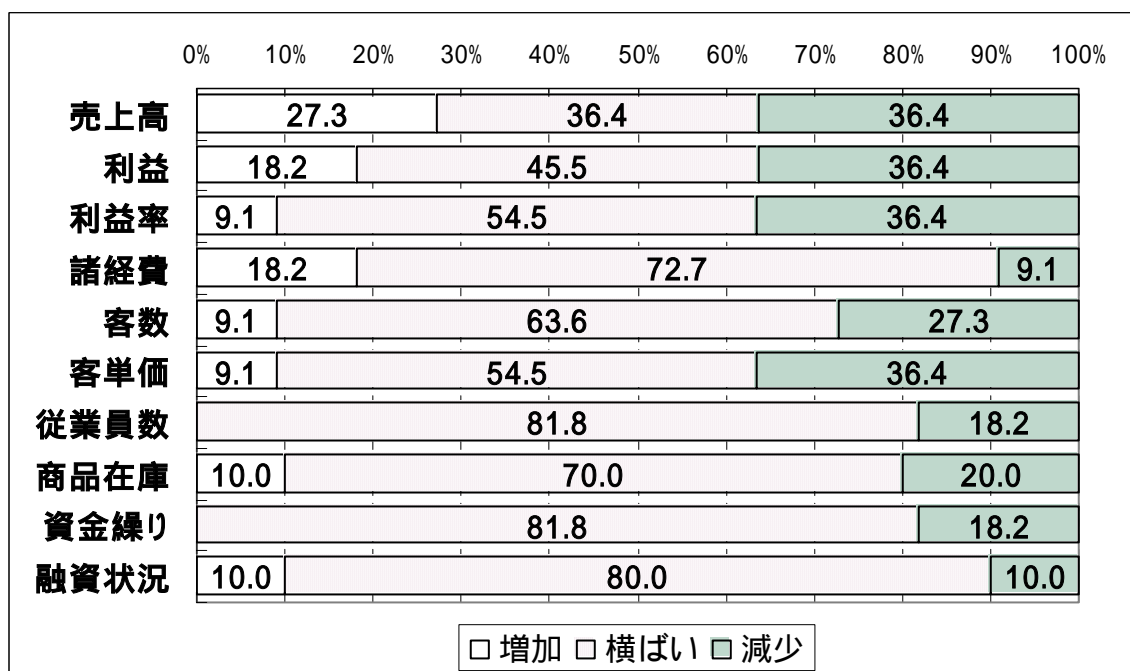
製造業



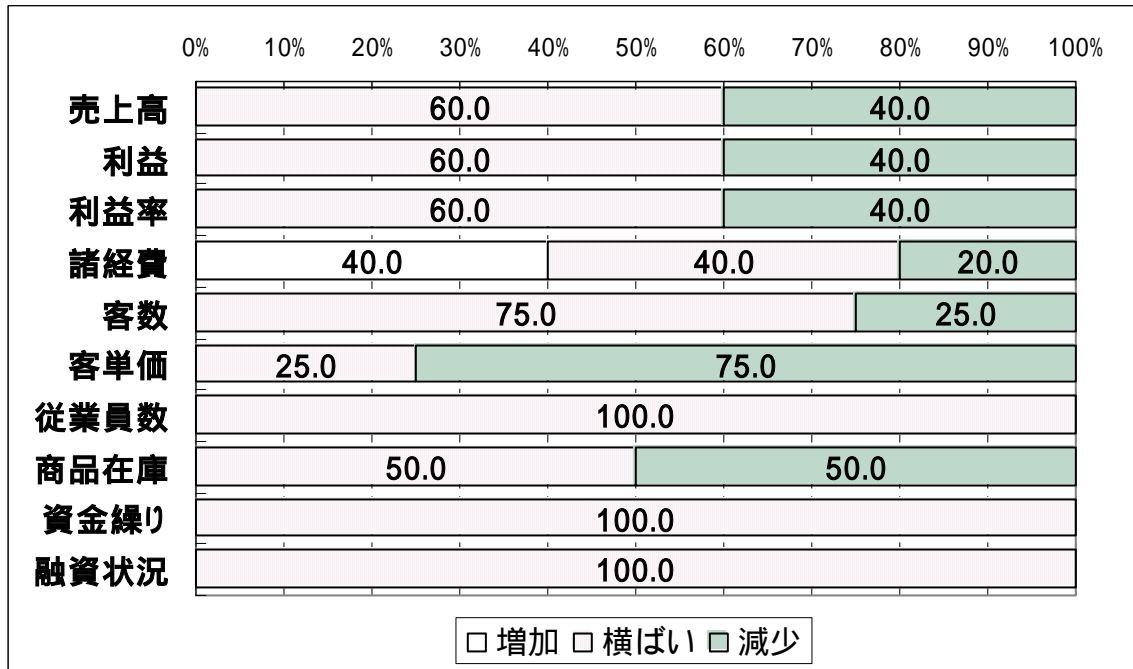
## サービス業



## 飲食業



その他



10. 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	内容
小売業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人店が少ない商店街なのでなかなか特色を出すことが難しい。</li> <li>・地域統一ブランド「湘南工房」の立ち上げ。 湘南地域のためのインターネットモール「湘南スタイル.jp」の立ち上げ。道の駅「茅ヶ崎」の設置</li> <li>・融資を受けても返済が無理です。店舗・設備をリニューアルしても顧客増は望めない。経費の削減、我慢のみです。</li> <li>・市は市の中心商店を活性化に力を入れてるように見えますが少し離れた商店・小売業にも目を向けてほしい</li> <li>・湘南ブランドの活性化 市のイメージ作りによる活性化</li> <li>・団塊の世代が3年の内に700万とも定年を迎える事により労働力の減退。新たなるシルバー世代（消費世代）にデビューするための商品開発、カルチャーセンターの充実、地元業者によるシルバー産業の構築提案事業推進。</li> </ul>

小売業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・時代に合った商品の開発のみが明るさ</li> <li>・大型店の出店を規制してもらいたい</li> <li>・今年の6月は史上最低の売上げだったとどの業種の人も言っている。いよいよ負け組・勝ち組の選別が鮮明になってきたようだ。</li> </ul>
建設業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・競争入札で「安いが一番」ですが、安いなりの内容に陥りやすいと感じる現場が多いと思う。もし、PC入札になったら「たたき合い」には勝てません。正社員を雇っているとボランティアの仕事は出来ません。</li> <li>・景気が上昇してきているとの事であるが、中小の企業までその上昇影響はまだ無く厳しい環境である。中小企業までに影響を与える即効性ある施策を期待する。</li> </ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新製品を出し、良い評価を受けつつあり、今後、それらの受注ができそう。</li> </ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心市街地の再開発の促進</li> <li>・私共の業種はIT産業で、ここ2～3年で新規参入会社がたくさん生まれました。同時にIT不況になったことで、売上が激減しました。そのため新規業態に変更しています。</li> <li>・住宅地の細分化が将来の街並・環境悪化を招き、市の魅力が劣化する恐れがある。</li> <li>・産学官の協力関係機構の発足</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・南口は特にマンションや建売住宅が増え、ベッドタウン化している様に思える。茅ヶ崎らしい又は茅ヶ崎の産業を前面に押し出し、東京のマネ事は無理な様な気がします。</li> <li>・アロハ茅ヶ崎等、良いアイデアで皆様がんばって下さっている様子うかがえます。</li> <li>・地産・地消を徹底して欲しい。</li> <li>・イベント等の考え方を考える。たとえば湘南祭をGWに行うなど。GWは外に出る人が多いので市外に流出を防ぐと共に、市外からのお客の導入を図るなどお願いします。</li> </ul>

実施主体

( 1 ) 主催 茅ヶ崎商工会議所

( 2 ) 協力 茅ヶ崎市

問い合わせ

茅ヶ崎商工会議所中小企業相談所

TEL 0467-58-1111

FAX 0467-86-6601