

## 茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

- 1．調査期間 平成16年9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	42	30.7%
大型店舗	15	8	53.3%
建 設 業	71	27	38.0%
製 造 業	57	19	33.3%
サービス業	68	16	23.5%
そ の 他	52	14	26.9%
合 計	400	126	31.5%

- 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9月現在の経済状況

今年は9月になっても真夏日が続き、秋冬物の衣料品は動きが遅かったようです。また、台風の当たり年でもありました。天候は不順でしたが、アメリカや中国の経済が活発であることから、輸出を中心に経済全体が活気を取り戻してきたようです。

内閣府が10月1日に発表した月例経済報告では「先行きについては、国内民間需要が着実に増加していることから、景気回復が見込まれる。一方、原油価格の動向が内外経済に与える影響や世界経済の動向等には留意する必要がある。」とまとめています。景気回復の兆しは8月から現れています。家計調査の実質消費支出は8月にはプラスに転じていることがそれを裏付けているようです。大手旅行業者では7月に前年比が73.5%増、8月には44.8%増という大幅な増加を示しました。しかし、経済社会がすべてプラスに転じているわけではありません。チェーンストアや家庭電気製品そして外食の販売額は7月・8月ともに対前年比マイナスを示しています。

設備投資の分野でも二面性が表れています。日本銀行の調査（9月）では設備投資計画が製造業では前年度比プラスであるにもかかわらず、非製造業ではマイナスを示しています。そして、完全失業率にも変化が現れています。総務省の調査では、8月は前月比0.1ポイント低下して4.8%になり完全失業者は減少しました。しかし、15-64歳の生産年齢人口では完全失業率が9.6%という高い水準にあります。

日本の経済は内閣府が説明するように「景気回復が続くとみこまれる」兆候が現れていますが、決して楽観できる状態では無いようです。アメリカでは大統領選挙が行われました。選挙結果に日本の経済は少なからず左右されるでしょう。10月には新潟中越地震が発生しており、人々の心が再び慎重になるかもしれません。また、WTOやFTAによって米国以外の関税が下がる兆しも見え始めています。電子や自動車関連製品に引っ張られている製造業はしばらくの間、景気のいい状態が続くと思われませんが、安価な商品が流通する国内需要では金額としての伸びはあまり期待できないようです。

## 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9月比	16年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	14.0	15.4	9.4	30.6	23.2
商 業	31.7	31.7	16.7	33.6	26.5
大 型 店 舗	16.7	0.0	28.6	-	-
建 設 業	25.9	30.8	14.8	42.1	35.9
製 造 業	15.8	22.2	10.5	18.4	15.3
サ ー ビ ス 業	6.7	13.3	6.7	31.2	20.8
そ の 他	0.0	0.0	7.1	-	-

記録的な猛暑も落ち着きを取り戻した9月期ですが、製造業を除いてDI値が6月との比較でプラスの業種が無くなってしまいました。産業全体では対前年比でマイナス14.0、6月との比較ではマイナス15.4であり、若干ではありますが、景況感は悪くなってしまいました。茅ヶ崎市においては、内閣府が説明しているような「景気回復が続くとみこまれる」状況では決してないことがわかります。

唯一DI値がプラスを示している製造業ですが、対前年と比較しても15.8ポイント、6月との比較では22.2ポイントであり、「景気回復が続くとみこまれる」状態にあることがわかります。アメリカや中国ではいまだ好景気が続いており、製造業の好調はまだ続くことが予想できます。

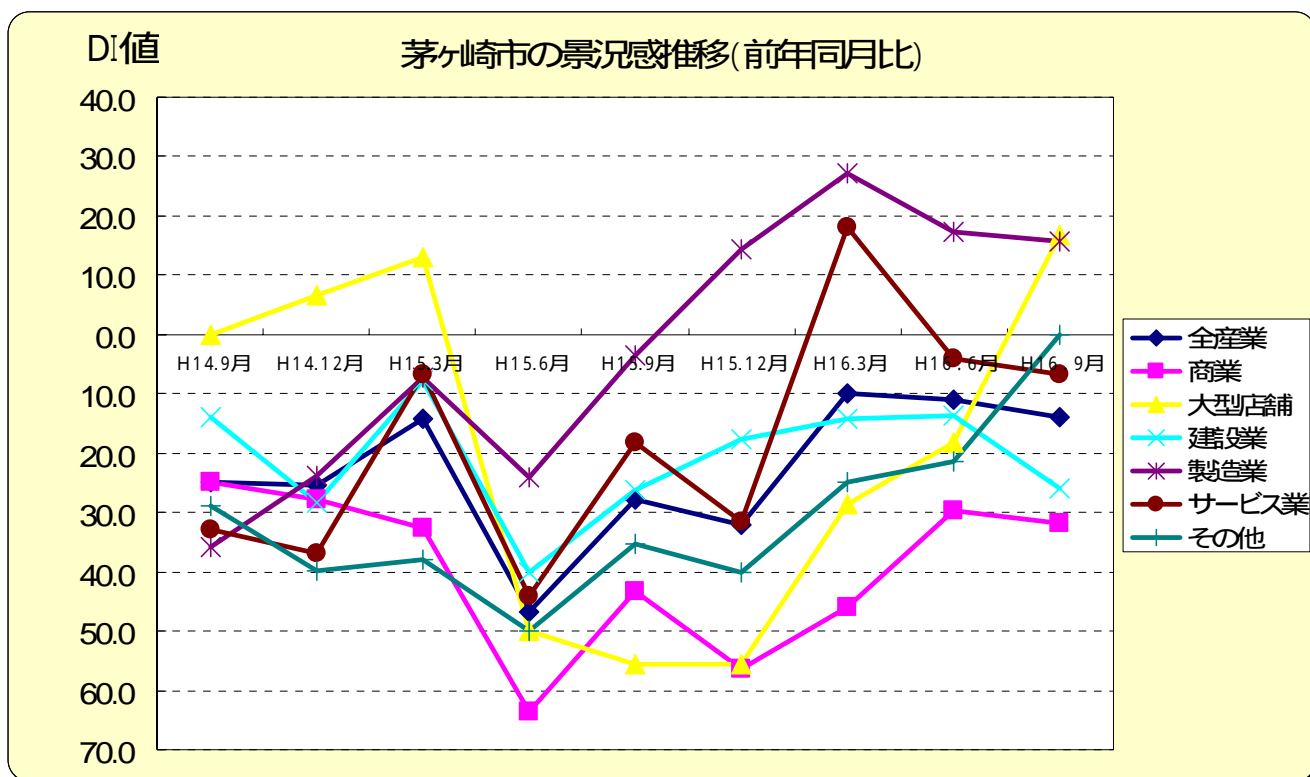
商業としてはマイナス31.7を示しており、この数字は対前年比と同じです。不景気が定着してしまったようです。同じ商業でも大型店は複雑な動きを示しています。対前年では16.7のプラスDI値を示し、不景気から脱した感があります。しかし、6月との比較ではプラスマイナス0に戻っています。再び市民の財布の紐が締まってきたのではないのでしょうか。

建設業も厳しさがいっそう増してきました。対前年比でマイナス25.9であったDI値が6月との比較ではマイナス30.8まで数値が下がってしまいました。悪いながらも全国のDI値よりも良い数値を示していた茅ヶ崎の建設業ですが、徐々に全国の数値との

差が縮まってきています。

残念なのはサービス業です。3月の調査では回復基調を示していましたが、今回の調査では対前年比でマイナス6.7、6月との比較ではマイナス13.3にまでDI値が下がってしまいました。製造業とある程度関連して伸びてきたサービス業ですが、需要が一段落したのかもしれませんが、これからは新たなサービスの創造を期待したいと思います。

(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)

	H14.9月	H14.12月	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	*H16.9月
全産業	24.9	25.4	14.2	46.8	27.8	32.0	9.9	11.1	14.0
商業	25.0	27.8	32.5	63.6	43.2	56.4	45.9	29.8	31.7
大型店舗	0	6.5	13.1	50.0	55.6	55.6	28.6	18.2	16.7
建設業	14.0	28.4	7.7	40.0	26.3	17.7	14.3	13.7	25.9
製造業	35.8	23.8	7.3	24.1	3.5	14.3	27.3	17.2	15.8
サービス業	33.0	37.0	6.8	44.0	18.2	31.5	18.2	4.1	6.7
その他	29.0	39.7	38.0	50.0	35.3	40.0	25.0	21.5	0.0

茅ヶ崎市の景況を対前年比DI値推移で確認してみましょう。6月との比較ではDI値が向上していた製造業ですが、対前年比では下降傾向が続いていることがわかります。唯一「好調」である製造業ですが、勢いがなくなりつつあるのです。そして、サービス業はやはり製造業に歩調を合わせていることが確認できました。製造業の景況が低下するとサービス業は直ぐに反応するようです。

茅ヶ崎市内の産業全体としては、6月に引き続きDI値が低下し、景況は下降に向かっていること

がわかります。悪いながらも回復基調を示していた商業においても、マイナス数値が6月に比べて大きくなってしまいました。建設業においても同様です。9月の調査から景況が大きく下降を始めました。7月には企業ではボーナスが出ていますが、建築需要には結びつかなかったようです。

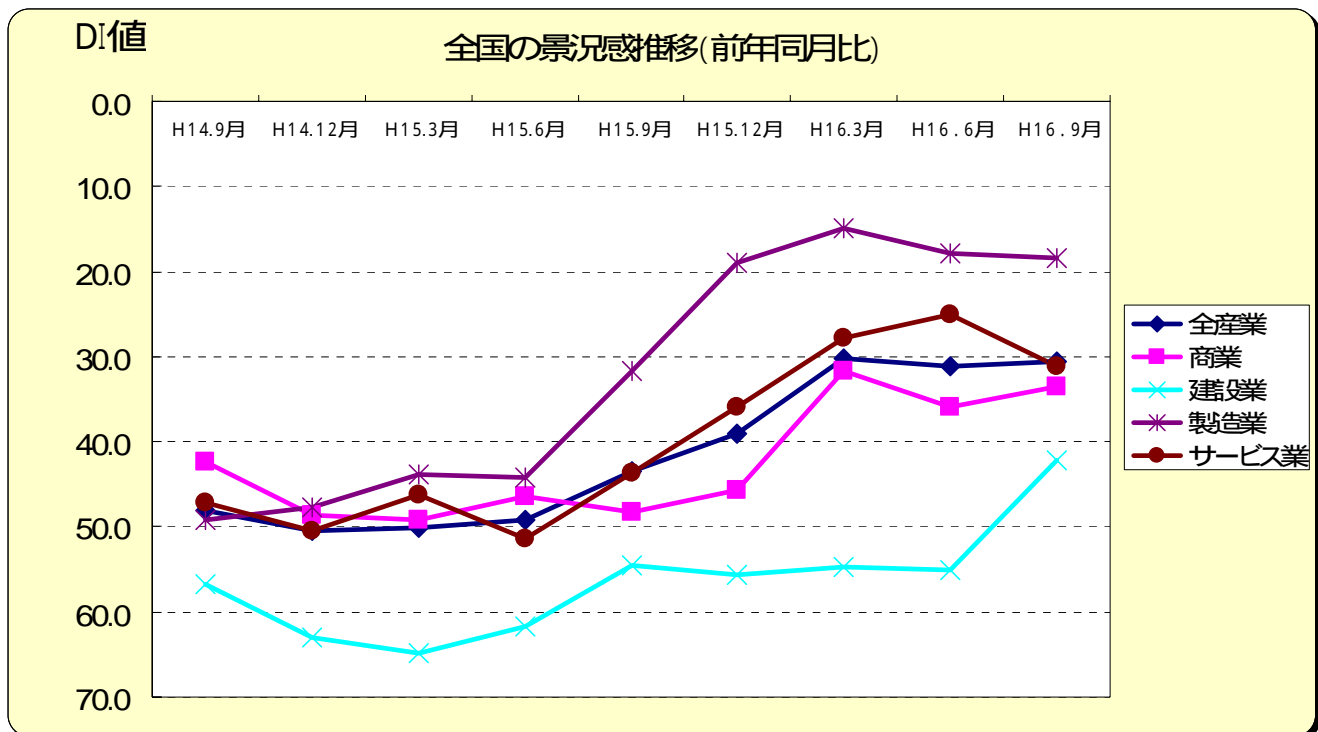
茅ヶ崎市内の景況が下降し始めたにも関わらず、大きな改善を示しているのが大型店です。対前年比の推移では、6月調査時点でDI値がマイナスであったものが、一挙にプラス16.7まで回復しました。ボーナスや猛暑そしてアテネオリンピックの好影響がDI値に反映されたようです。大型店舗に引きずられてDI値をプラスマイナス0まで持って行ったのがその他の業種です。大型店やその他業種においてDIが大きく改善したのがボーナスや猛暑と五輪であるとする、次の調査においてDI値が低下する心配があります。前項で確認したように、6月との比較では大型店のDI値が0になっていました。9月の数値は一過性かもしれませんが、せっかく掴んだ回復のきっかけですから、継続した販促を期待したいと思います。

<全 国>

	H14.9月	H14.12月	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	*H16.9月
全産業	48.1	50.5	50.1	49.1	43.4	39.0	30.2	31.1	30.6
商業	42.3	48.6	49.2	46.4	48.3	45.6	31.7	35.9	33.6
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-		
建設業	56.8	63.0	64.8	61.7	54.6	55.6	54.8	55.0	42.1
製造業	49.2	47.7	43.9	44.3	31.7	18.9	14.9	17.8	18.4
サービス業	47.2	50.4	46.2	51.4	43.6	35.9	27.9	25.0	31.2
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。



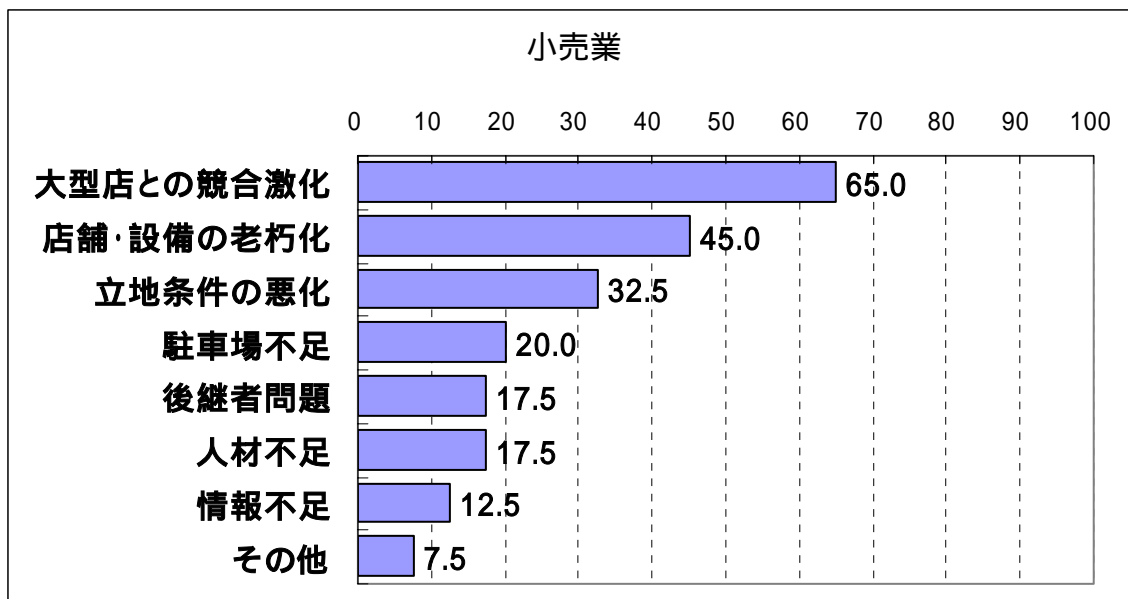
## 7. 茅ヶ崎市経済の先行き

6月の調査と比較して、9月調査での先行きは悪くなっています。6月では先行き感がプラス3.2でした。9月調査ではマイナス9.4に下がってしまいました。期待していたオリンピックも終わり、景気を刺激する社会イベントが無くなったことも原因の一つではないでしょうか。先行き不安を大きく抱えているのが大型店です。6月には18.2であったDI値が一挙にマイナス28.6まで低下しています。大型店として消費を訴えるものが無くなってしまった状況ではないでしょうか。サービス業も先行きを比較的悲観的に眺めているようです。6月調査では29.2あったDI値が9月にはマイナス6.7まで低下してしまいました。大型店同様に社会的話題が乏しくなっていることに原因があると思います。

商業と建設業では先行き不安がさらに増えています。本来であれば、年末に向けて景気に対する期待が大きいはずですが、しかし、商業と建設業では「売れないモード」に多くの店が入ってしまったようです。全体としては「売れないモード」ですが、お客様から選ばれて好業績を上げている企業もわずかですが存在します。このような「元気印」の企業を一社でも多く増やすことが、茅ヶ崎の経済をさらに発展させる起爆剤となるはずですが。

## 8. 主要業種の経営課題

### (1) 小売業

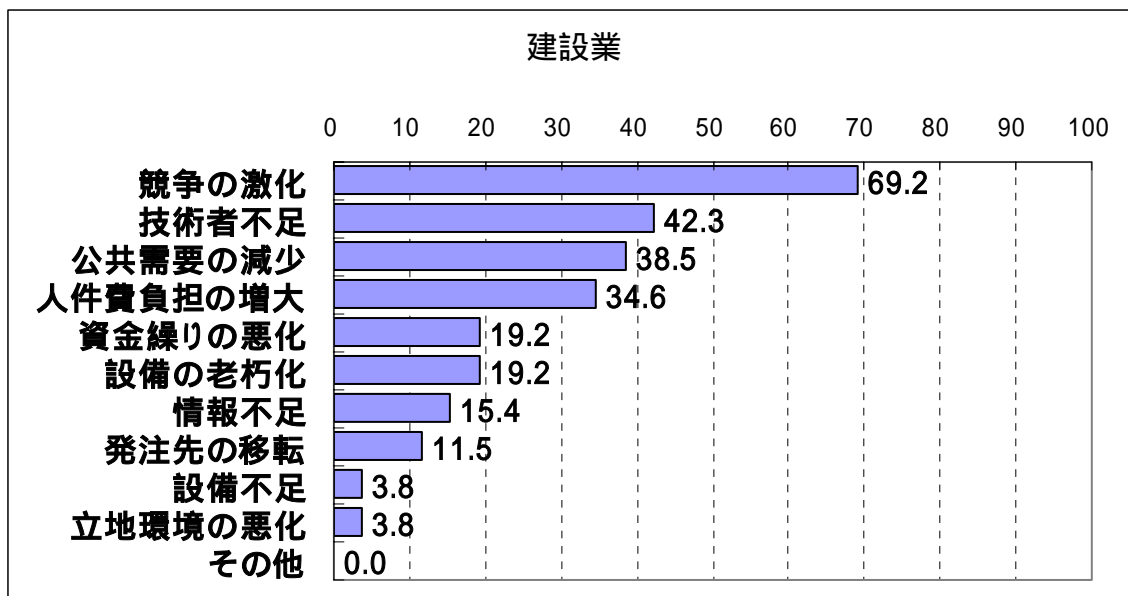


小売店の経営課題は前回の調査と同様に「大型店との競合激化」が一番でした。人材不足と情報不足が入れ替わった以外は、順位の変動もありませんでした。しかし、数値は全体に下がっており、経営問題が全体的に少なくなっているようです。

景況の説明で大型店が急速に回復していることを示しましたが、その余波が今回の調査でも現れたと思われます。大型店は自らを維持しなければなりませんから、不況を理由に収益を落とすことができません。大型店が伸びる分だけ、地元中小商店の売上げが減少することにもなりかねません。中小小売店は業績の悪化を大型店のせいにしてはどの改

善もありません。若干ですが消費は動き始めました。店舗が老朽化しているのであれば改装をしないではいけません。それだけではお客様の購買意欲を盛り上げることはできません。品揃えを見直して、大型店とは差別化した接客を試みるが必要な時期に来ていると思われます。店舗の老朽化と立地条件の悪化は前回の調査よりもそれぞれ5%および9%程度減少しています。次回の調査でもこれらの数字が減少することを期待したいと思います。

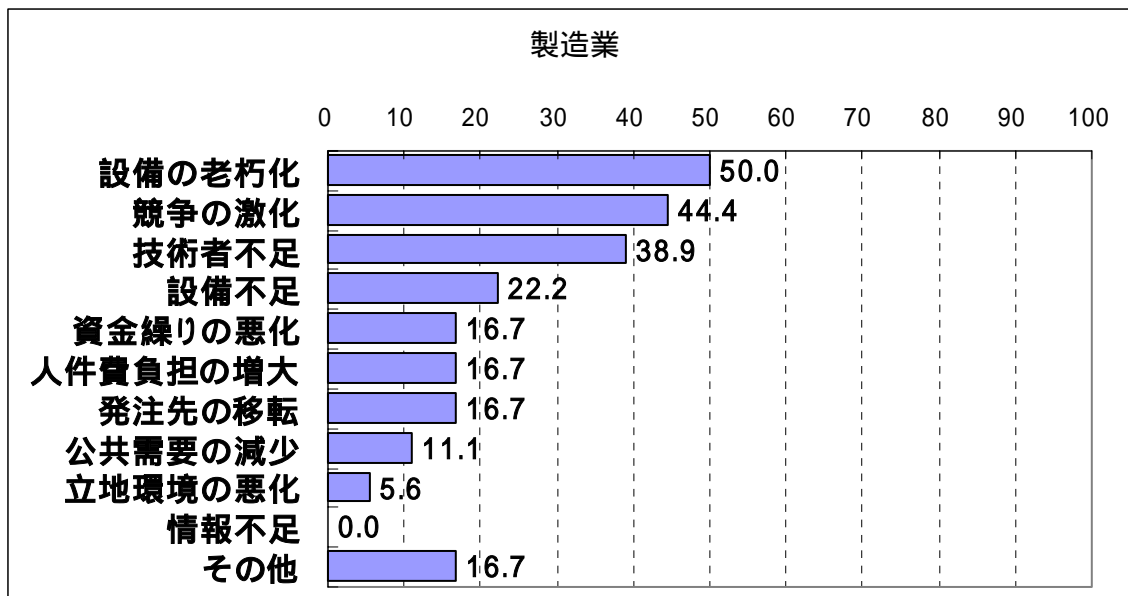
## (2) 建設業



建設業では少し変化が出てきました。圧倒的支持を受けていた「競争激化」が約1割回答率を下げました。公共投資に対する期待も減少したらしく5割あった回答が4割を切りました。少ないパイを取り合うのではなく、新しい需要を作り出す方向に一部の建設業者が動き始めたのではないのでしょうか。その結果でしょう、「技術者の不足」が4割の支持を集め2番目の経営課題に上がってきました。「人件費の増大」は今回も3割の回答を集め経営課題の4番目に入っています。物価等が下がり建築の契約金額が低下していますが、人件費は決して下がっていません。それだけ人件費の負担が大きくなるのしかかってくるのでしょうか。この問題はこれからもしばらく続きそうです。

回答率は低いですが、今回新たに発生した経営課題は「設備不足」と「情報不足」です。この二つは前回ゼロ回答でした。今回は「設備不足」が3.8%、「情報不足」は15.4%という回答です。「情報不足」は「設備の老朽化」の次に経営課題として認識されるようになりました。建設業者はじっとしては受注を取ることができないことを、実感し始めたのではないのでしょうか。いざ活動を開始してみると、不足しているノウハウの重要性に気がついたのではないのでしょうか。

### (3) 製造業

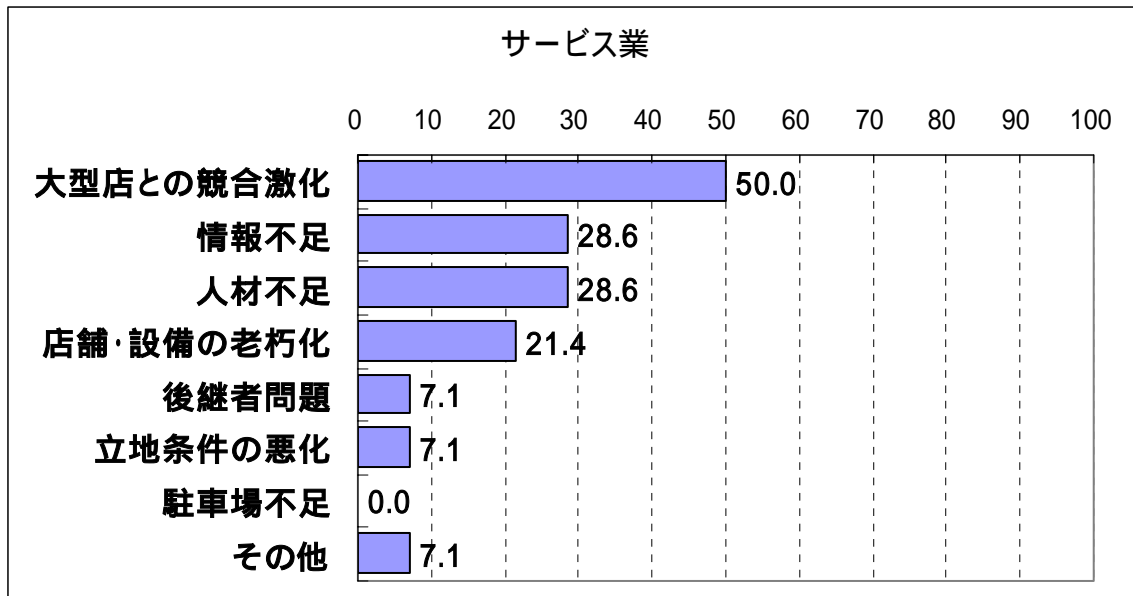


景況感のプラスが続いている製造業ですが、「設備の老朽化」と「競争の激化」は前回の調査同様にほぼ半数の企業が経営課題としており、上位を占めています。好調が続いていても価格競争が激しく、設備投資に踏み切れない状態ではないでしょうか。下位の経営課題にも好調を示すような変化が現れています。

良い変化として資金繰りが好転していることが指摘できます。前回調査では約3割あった「資金繰りの悪化」が、今回は2割を大きく割りました。好調が続いた結果資金繰りが改善した企業が多かったようです。もう一点が人件費負担に現れています。前回調査では「人件費負担の増大」を経営課題とした企業が2割5分ありましたが、今回の調査では2割を切りました。経営者としては一安心というところでしょう。

しかし、いつまでも安心はしてられないようです。まだ比率は小さいですが、次の経営課題が生まれているようです。その一つが「技術者不足」です。日本の技術で世界に通用するのは電子関連技術および超精密加工に限られてきたようです。中小企業が身につけてきた技術だけでは、受注先からの注文に応じることができなくなっているのではないでしょうか。これからの時代を生き抜くためには、先を見通した技術の育成が必要になるでしょう。もう一点気になるのが「発注先の移転」です。前回の調査では1割に満たなかった回答ですが、今回は2倍の回答率になっています。件数が少ないと言ってもこれは氷山の一角である可能性もあります。国際的に競合している企業であれば、技術が育ち、かつ人件費が安いアジアの諸国に生産の拠点を移すことがこれからも十分考えられるからです。茅ヶ崎市内の製造業は、これからの時代を生き抜くための新技術習得が課題となりそうです。

#### (4) サービス業



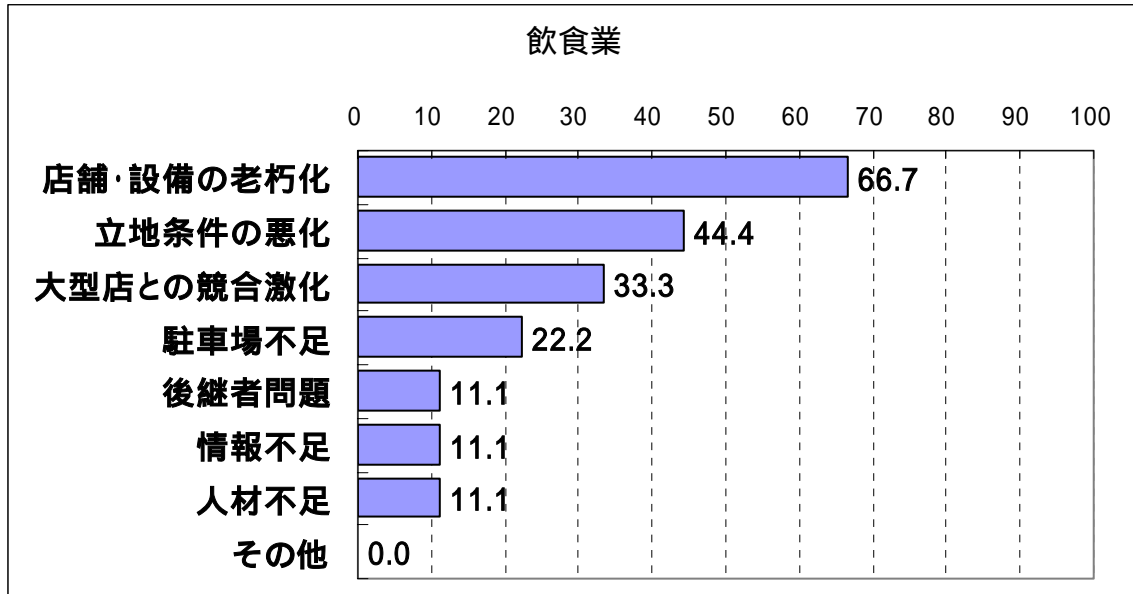
好転の兆しを示していたサービス業ですが、今回の調査では景況感が下降を始めてしまいました。その原因として考えられるのが競争条件の変化です。前回調査では「大型店との競合激化」を訴える企業が3割強でしたが、今回の調査では5割に増加しました。中小サービス業の分野に大手企業が参入してきたようです。競合が激しくなり不安も増しているのでしょう。「情報不足」は前回調査から1割以上増加して2番目の経営課題となりました。「店舗・設備の老朽化」に関しては経営課題の比率が上昇しました。大型店との競合に備えて店舗・設備の更新を検討している企業が増えたことが考えられます。

景気の動向に大きく左右されるという特徴を持つのがサービス業です。茅ヶ崎の経済好転を牽引してきた製造業が対前年比のD I値で前回の調査から減少傾向を示し始めました。また、景況を取り戻した大型店も先行き不安を感じています。サービス業としてはしばらく景気の動向を見極める必要があります。

#### (5) 飲食業

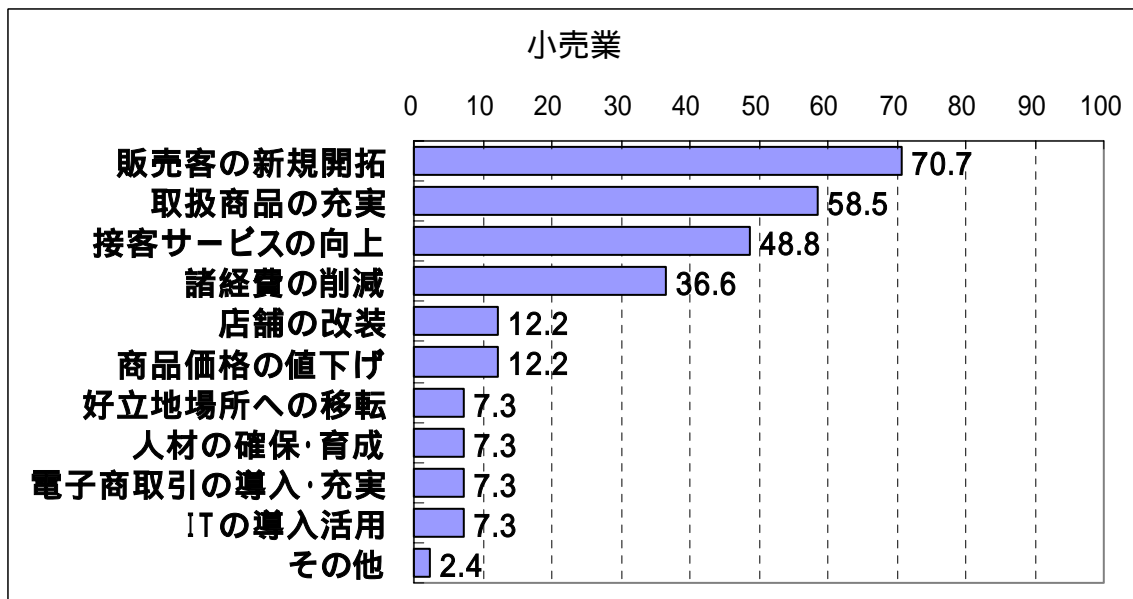
再び「店舗・設備の老朽化」が復活しました。前回の調査では5割を割っていましたが、今回は7割に近い回答率です。店舗・設備の老朽化が気になる程にお客様が戻ってきたことを意味するのではないのでしょうか。大型店の景況が好転していることからわかるように、市民の財布は多少ですが緩んできたようです。これまで離れていたお客様が戻ってきたり、利用回数が増え始めたりしたと考えられます。また、前回調査では業績が悪い原因の一つをほぼ半数の飲食店が「駐車場不足」としてきましたが、それは必ずしも経営課題で無いことに気がついたようです。今回の調査では「駐車場不足」が約2割に半減しています。今後の問題として気になるのが「立地条件の悪化」です。前回の調査では3割に満たなかった回答ですが、今回の調査では4割を超え、2番目の経営課題にまで上昇しました。道路や建築物に市内では大きな変化は無かったはずですから、回答した飲食店個別の立地問題と思われます。解決不可能な課題であるかどうかの検討が必要でしょう。





## 9. 主要業種の今後の対策

### (1) 小売業

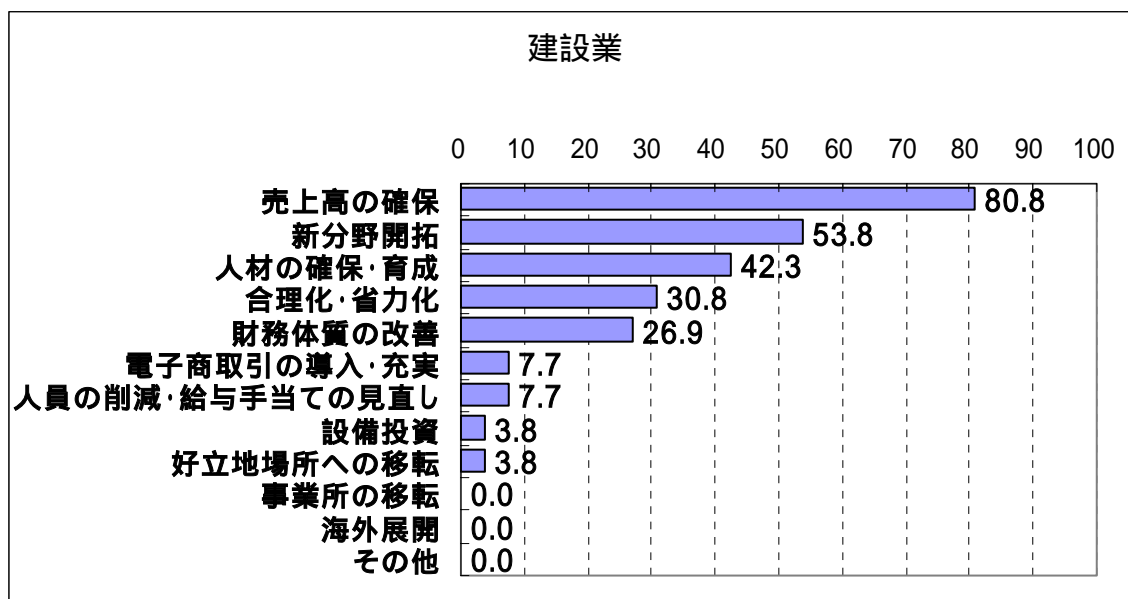


今回の調査でも回復のきっかけが掴めなかったことが分かった小売業ですが、今後の対策の上位を常に占めている4項目に大きな変化が生まれました。前回第1位であり6割を超えていた「取扱商品の充実」が6割を割って第2位に下がりました。今後の重要対策であることには変わりはありませんが、それ以上に大切な対策が浮上したのです。それが「販売客の新規開拓」です。前回の4割から一挙に7割まで支持を増やしました。取扱商品を充実させても従来のお客様だけでは売上げを伸ばすことができなかった結果であると考えます。特に注目したいのがこれから定年を迎える団塊の世代ではないかと考えます。新し

いお客様としてこの世代を取り込むことができるかどうかで、小売店の将来は大きく変化しそうです。

今後の対策の中で順位を大きく下げたのが「経費の削減」です。前回の調査では5割の回答を集めていましたが、今回は4割を切りました。決して業績が好転しているわけではありませんので、経費削減に限界が生じていることを表していると考えられます。いずれにしろ、新規顧客の開拓という前向きな対策に小売店が立ち向かおうとしている積極的な姿勢が生まれたことは、茅ヶ崎市の経済にとって頼もしいことではないでしょうか。この成果が現れることを期待いたしましょう。

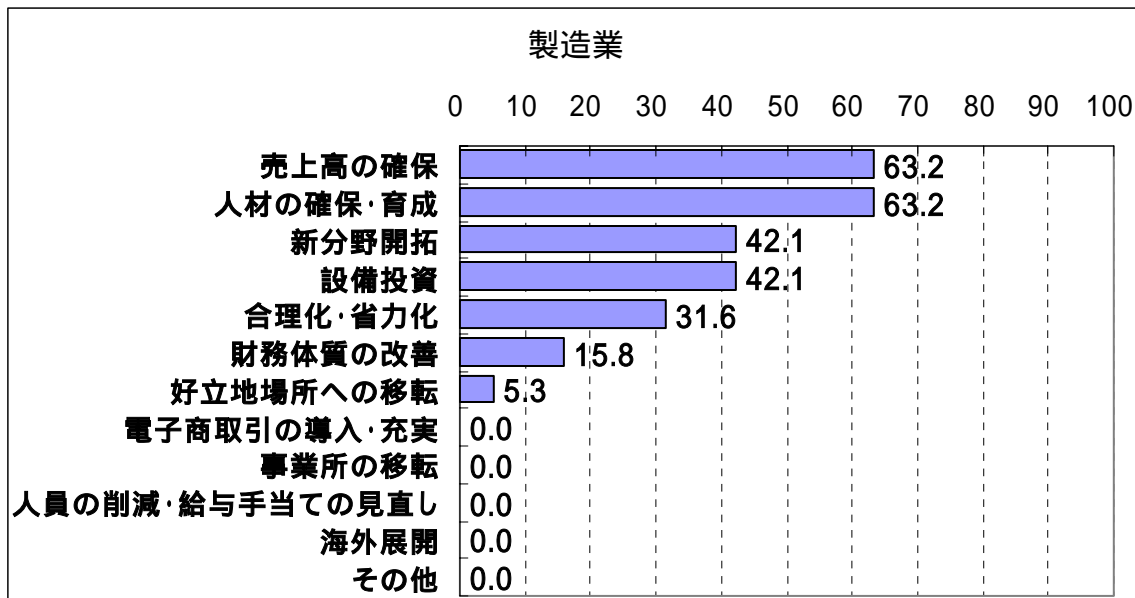
## (2) 建設業



明かりが見えない建設業ですが、今回の調査でも今後の対策には大きな変化が見受けられませんでした。業界では建設業の生き残り対策として、新分野への進出を検討していますが、調査結果に変化がないことから分かるように、新たなビジネスへの挑戦はほとんど進んでいないと考えて良いようです。上位の5項目までの順位は変わりありませんが、「合理化・省力化」に多少ですが、前向きな姿勢が見受けられ、回答率が3割を超えました。少しでも利益が出せる体質に持って行こうとする企業が若干ですが増えていることが伺われます。

前回は指摘したように、建設業においては待っているだけで仕事に来る状況ではないことは確かです。市内の新住民であった人々も既に20年程度の長きにわたって茅ヶ崎に暮らしているのではないのでしょうか。これからも茅ヶ崎で生活をするためには住宅の補修や改装が必要となるはずですが、大きな物件をねらうのではなく、地道に地域の需要を確保する対策を始める時期に来ているのではないのでしょうか。

### (3) 製造業



好調な製造業ですが、今後の対策にも積極性が見受けられるようになりました。「売上げの確保」が第1位ですが、前回約7割5分であった回答が今回の調査では6割強に減少しました。売上げがある程度確保できた結果と判断できます。そこで浮上してきた対策が二つあります。一つは「人材の確保・育成」です。品質を高め、次の仕事に結びつけようとするれば次の人材を確保しなければなりません。しかし、長引く不況で生産技術を持つ人材は減少しています。公的機関や大学等に協力を求め、地域として人材を確保・育成することが必要ではないでしょうか。もう一つが「設備投資」です。前は3割を切っていた回答ですが、今回の調査では4割を超える回答となりました。好調が続いているだけにやっとなのですが設備投資意欲が市内製造業にも現れてきたようです。財務体質が多少悪化しても設備投資を行うという強い意志も感じられます。

興味深いのは「新分野開拓」です。前回4割を切っていた回答が今回は4割を超えました。決して大きな変化ではありませんが、製造業の前向きな姿勢を表しているのではないのでしょうか。儲かっているうちに是非とも次の儲け口を探してほしいと思います。「合理化・省力化」への支持が減少したことも、このような前向きな姿勢に転じたことが原因と考えられます。

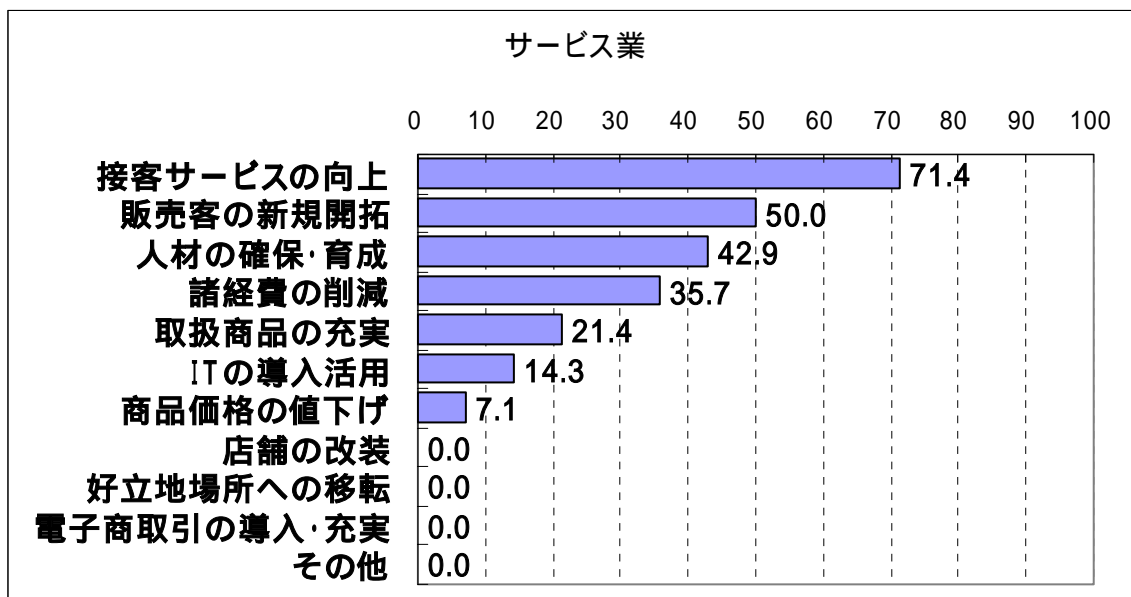
製造業の今後の対策は上位7項目に絞られましたが、下位項目に「好立地場所への移転」があります。前回の調査ではゼロ回答でした。企業数は少ないですが、受注先の移転に伴って工場の移転を検討している企業があることは確かです。この流れが広がらないことを願いたいと思います。

#### (4) サービス業

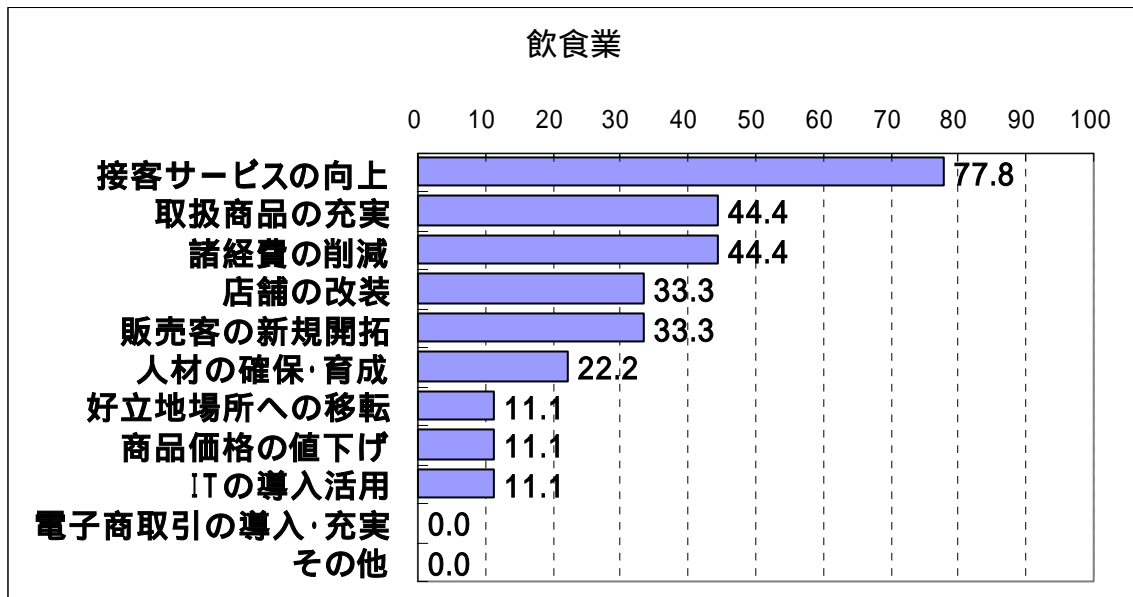
復活を目指さなければならないサービス業の対策は「接客サービスの向上」に集中してきました。前回5割強であった回答が今回は7割を超えました。初心に戻ってお客様から支持されるサービスを提供することを目指す姿勢が現れているのではないのでしょうか。無理にお客様を増やすのではなく、サービスの質を向上させることに次の対策を絞り込んだようです。「人材の確保・育成」はこれに連動して若干ですが回答が上がっています。「取扱商品の充実」が前回調査から若干ですが数値を下げていますが、取扱商品の見直しと充実は実現しつつあると考えて良さそうです。サービス業は現場でのサービス向上という次のステップに向かっているのではないのでしょうか。

このほか、今後の対策として回答率が変化している項目が二つあります。一つは「諸経費の削減」です。前回の調査よりも1割以上多くの回答を集めています。業績が再び下降を示し始めたので経費削減への意識も高まりつつあるのでしょうか。もう一つは「ITの導入・活用」です。この項目は若干ですが比率を下げました。必要と考えている企業は既に導入を終わらせていると考えられます。

サービス業は決して他の産業に付帯して業態をなす業種ではありません。品質が高くコストが低いサービスが実現できれば、アウトソーシングの需要を確保することができます。これからも品質向上とコスト削減に挑戦して欲しい業種です。



## (5) 飲食業



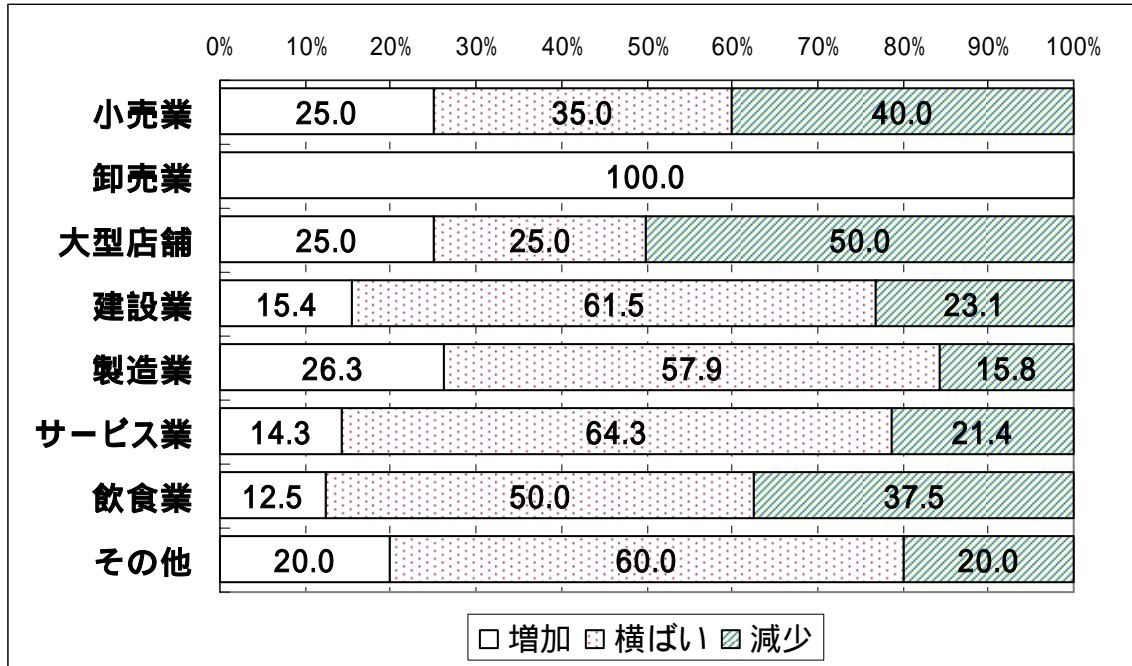
飲食業の対策は上位6項目に集中していることは今回の調査結果も同様です。しかし、内容が若干ですが変化しました。9割の回答を集めていた「接客サービスの向上」が8割弱に回答を下げました。最も重要な対策であることには変わりはありませんが、サービスの向上を実現できた飲食店が増えてきたのでしょう。「店舗の改装」も6割あった回答が、3割まで下がっています。こちらも改装を実現した飲食店が増えたことを表しているのではないかと思います。

今後の対策としての支持が高まったものには2つの項目があります。一つは、「取扱商品の充実」です。前は3割を切る回答でしたが、今回は4割を超える回答を集めました。飲食店は「食」を提供する業種ですから、接客と同様かそれ以上に「メニュー」の充実を行い、お客様に新鮮感を与えなければならないようです。もう一つが諸経費の削減です。大型店の景況が良くなっていることが物語るように、市民の消費意欲は高まっています。しかし、高級品にまで手を出すことができる状態ではありません。飲食店も同様です。メニューの価格を上げることはできませんから、コストを下げるのがやはり課題となります。サービス業と同様に、良い物をどれだけ安く提供できるかに挑戦が必要でしょう。

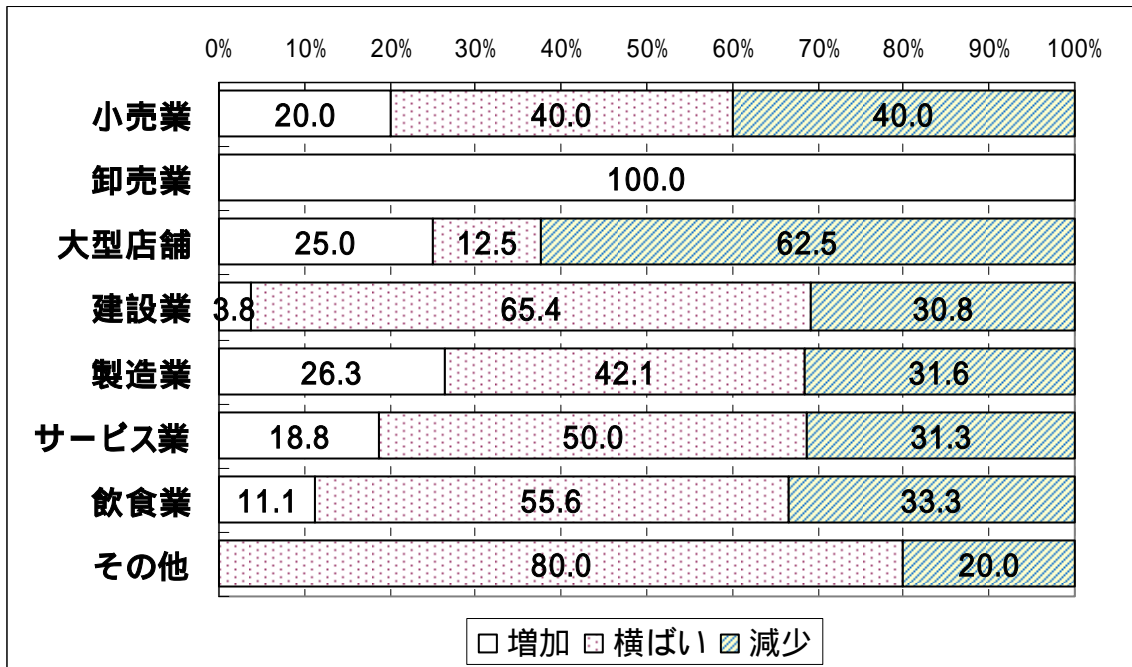
10. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

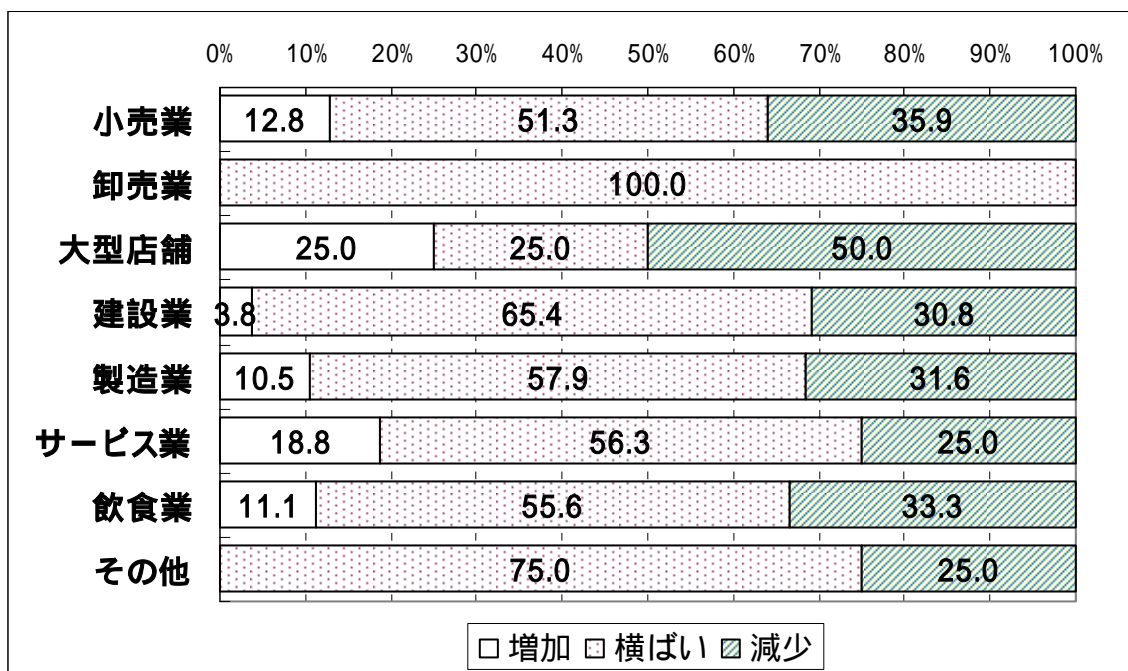
売上高



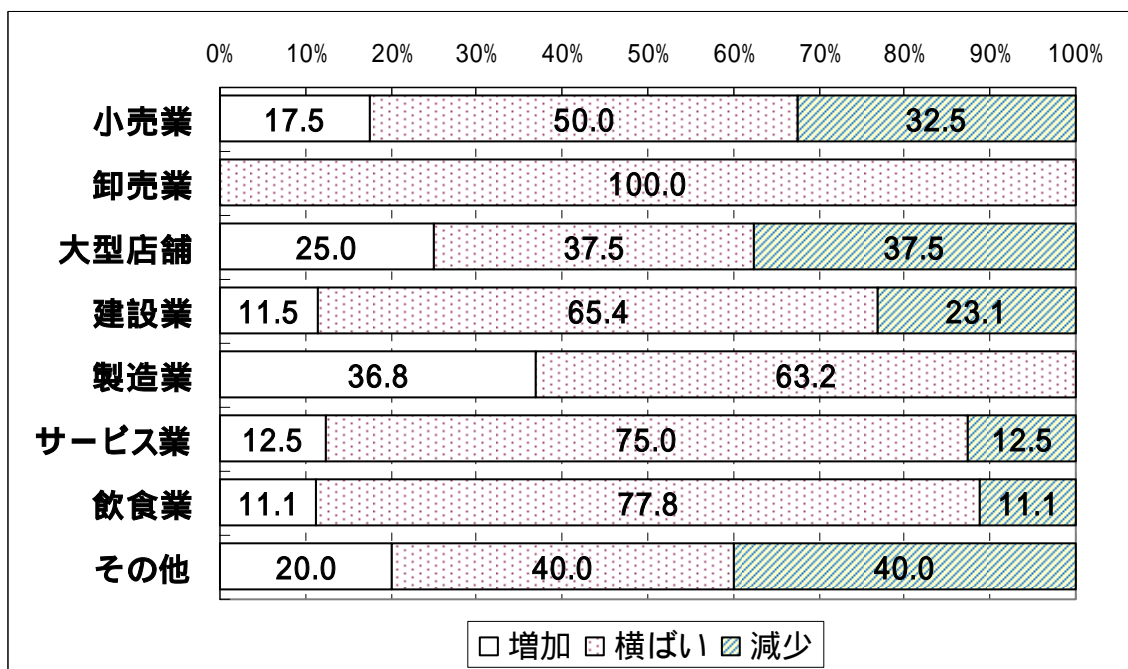
利益



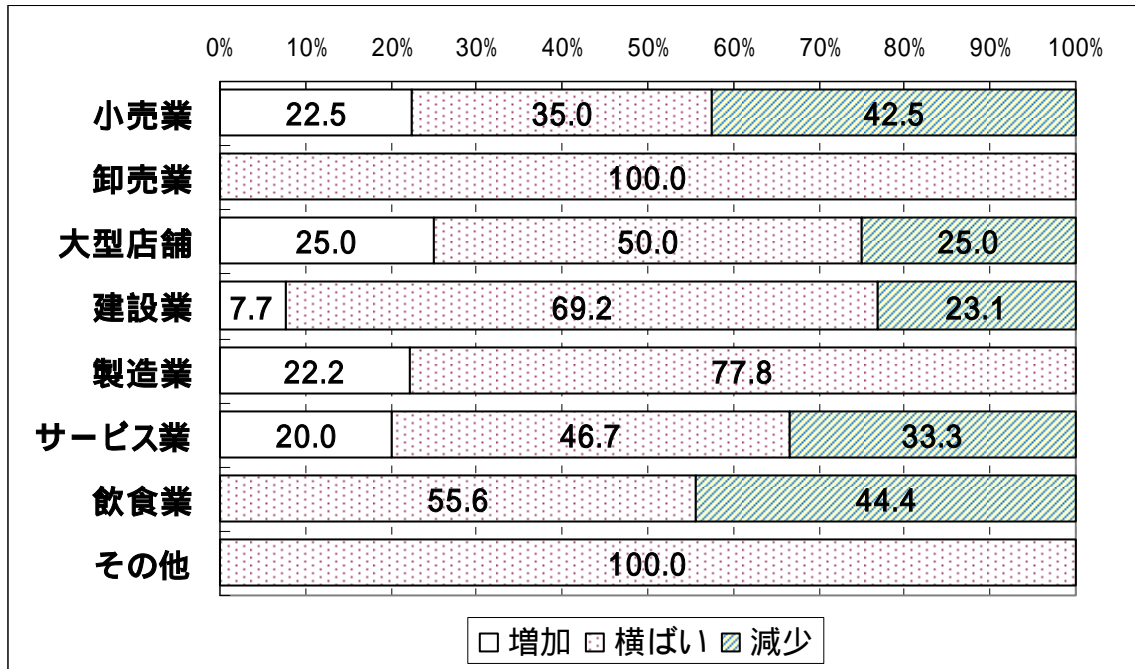
## 利益率



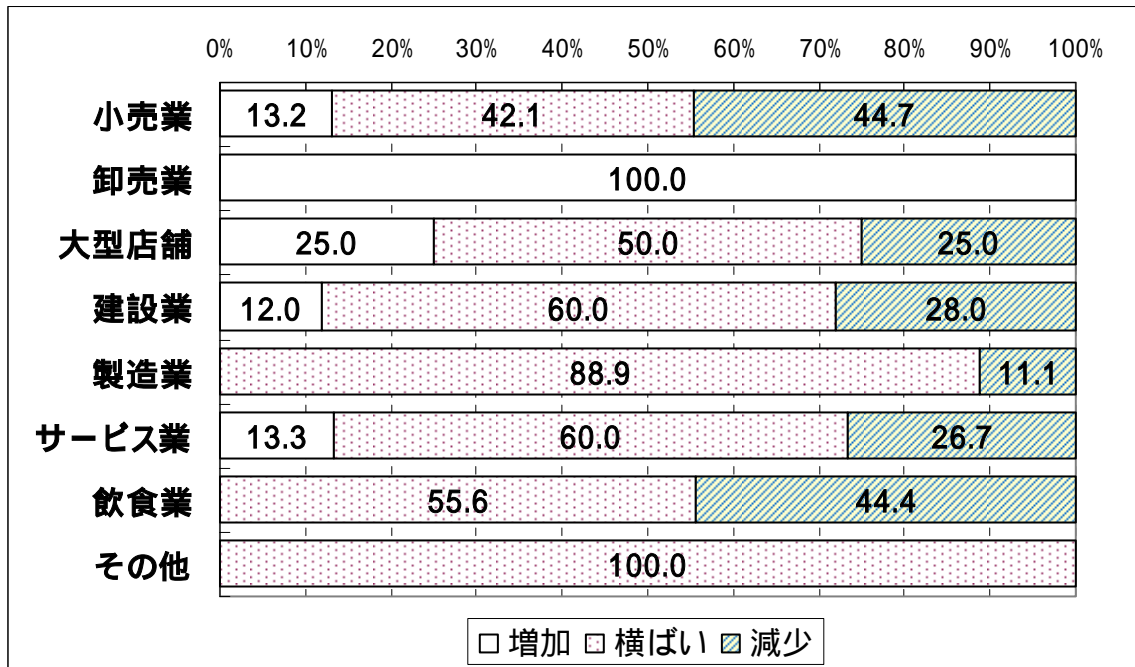
## 諸経費



客数、引き合い

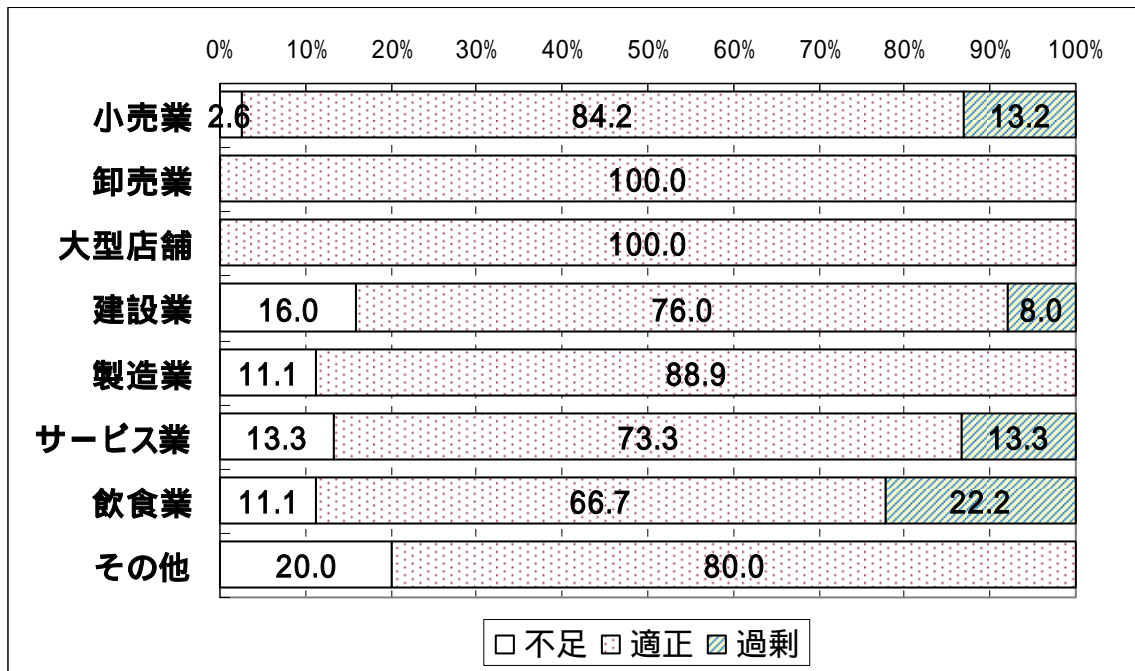


客単価、受注・製品単価

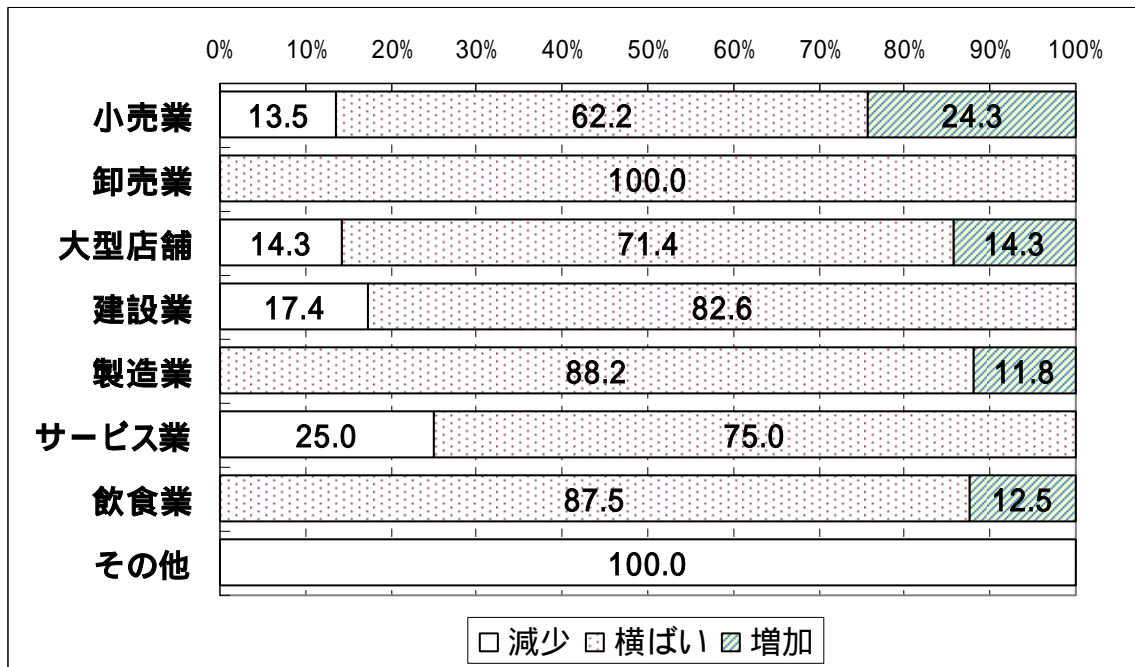




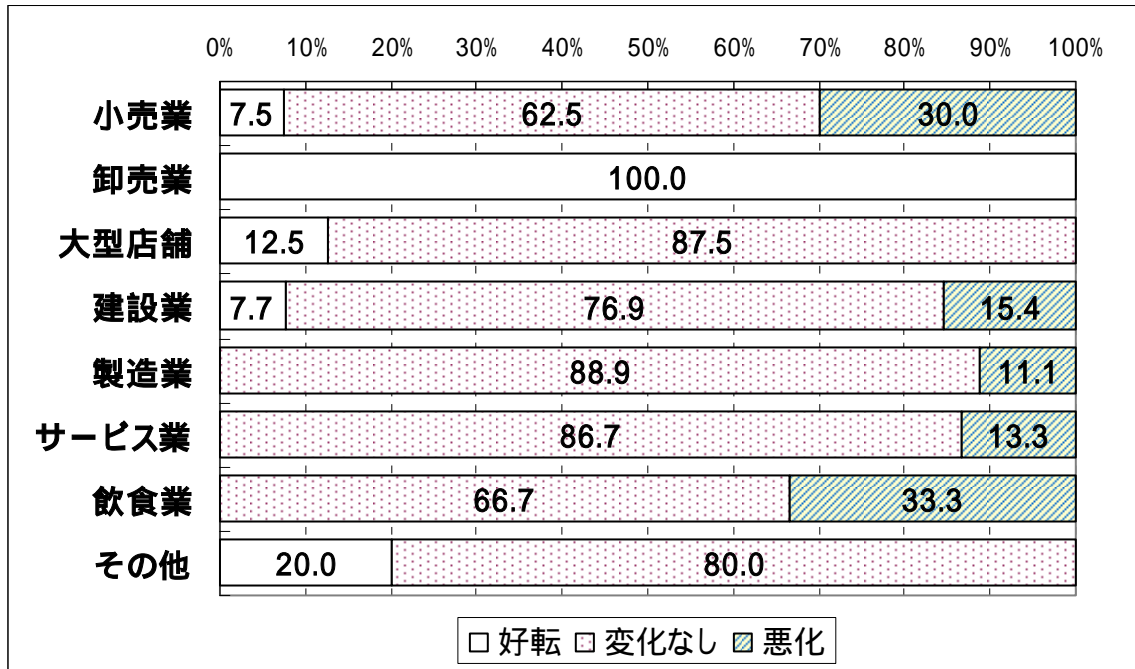
従業員数



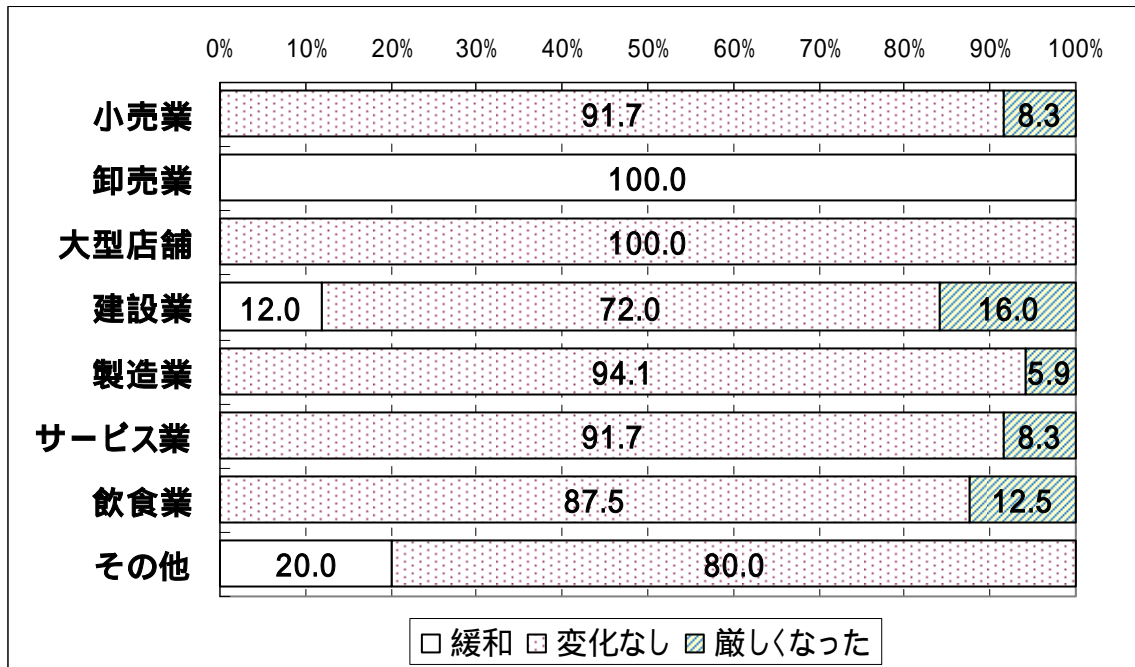
商品在庫、製品・材料在庫



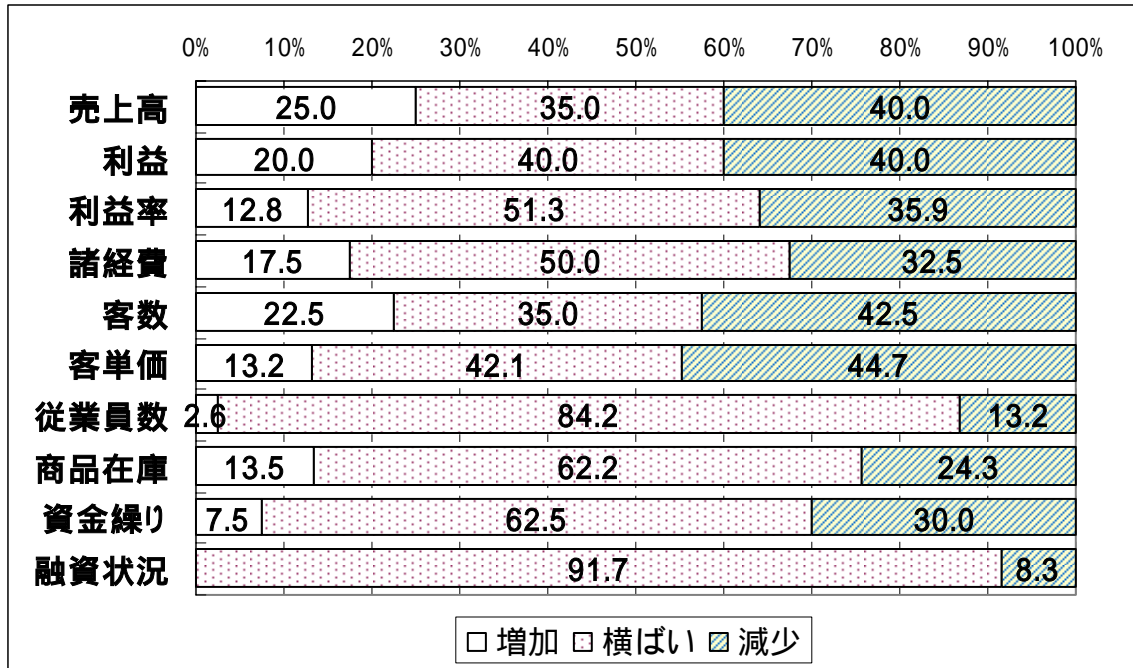
資金繰り



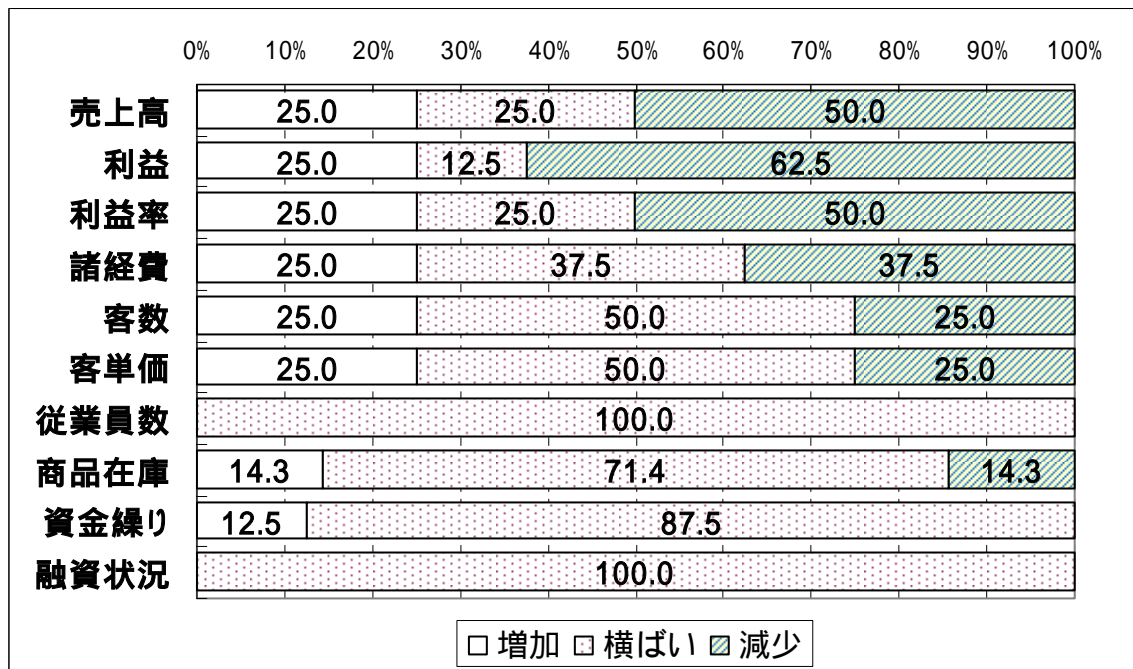
金融機関の融資状況



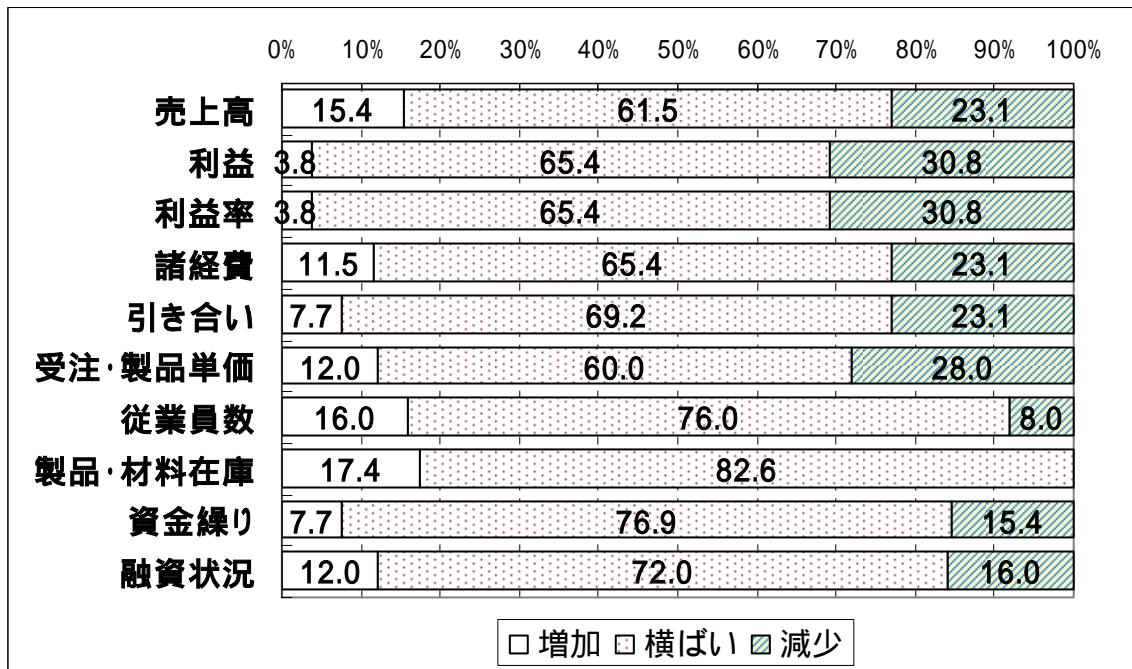
(2) 業種別経営実態  
小売業



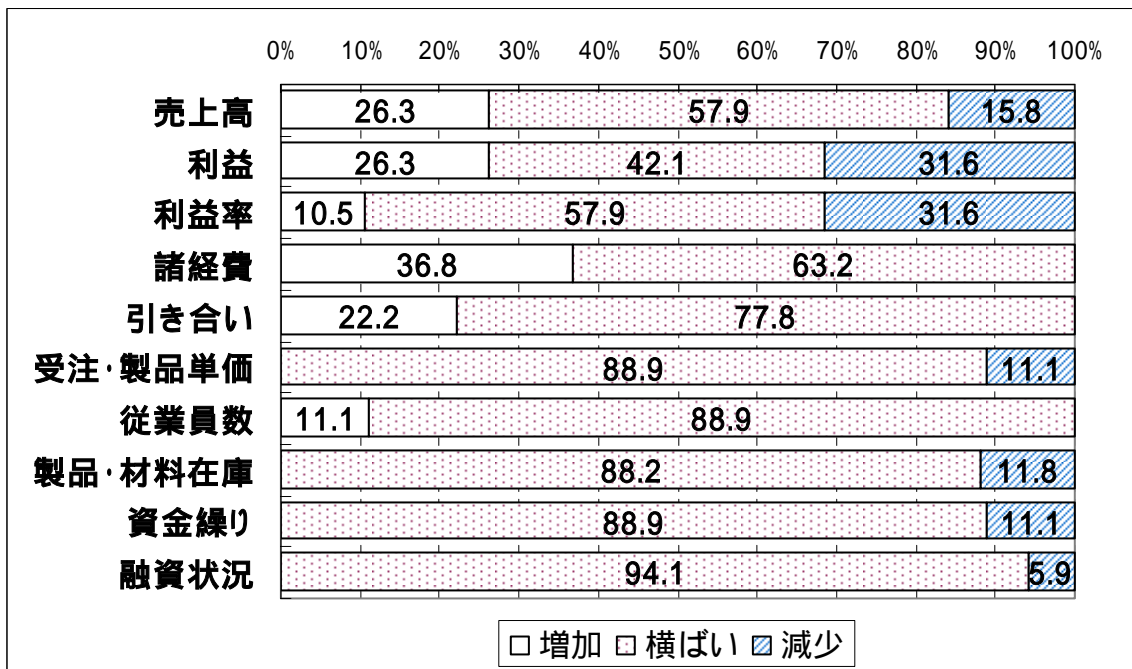
大型店



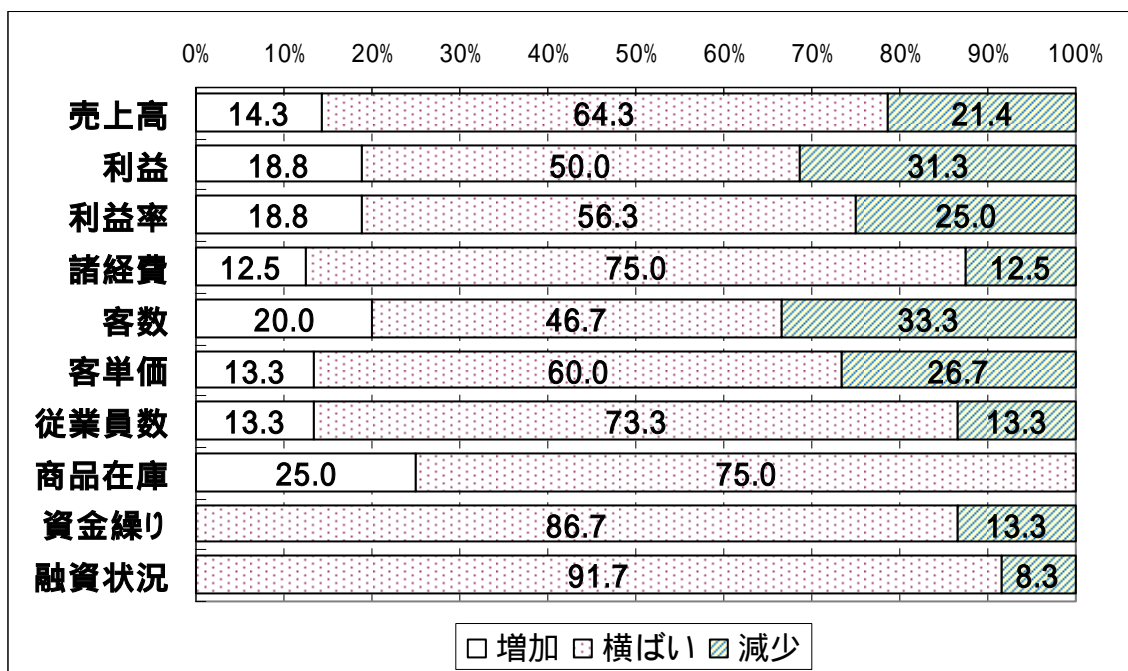
建設業



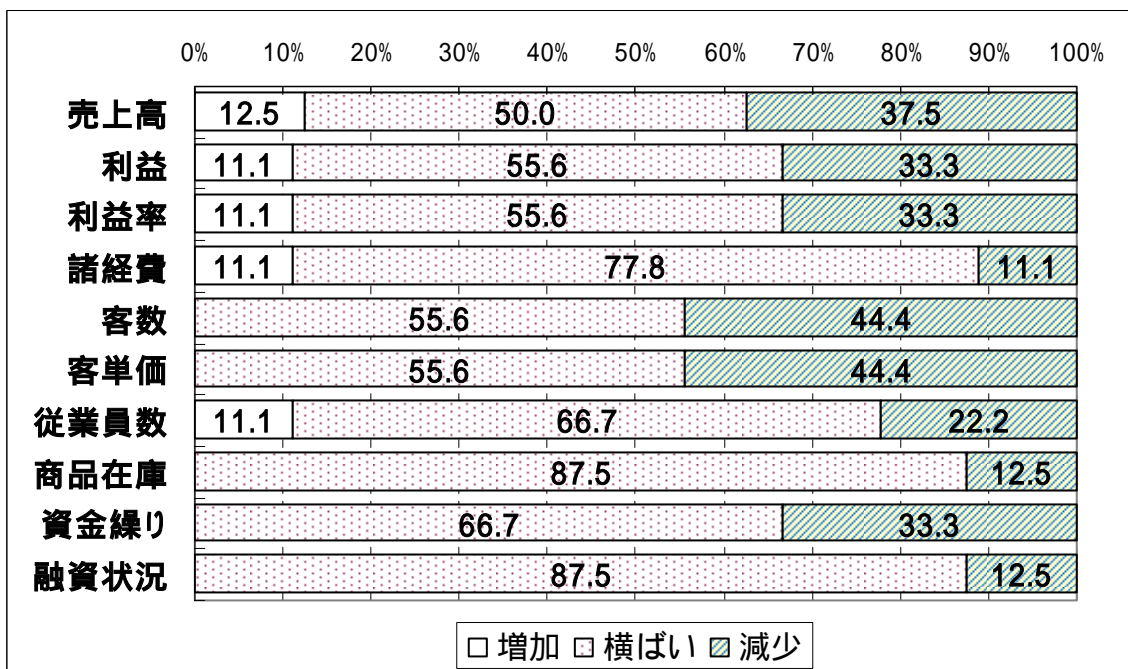
製造業



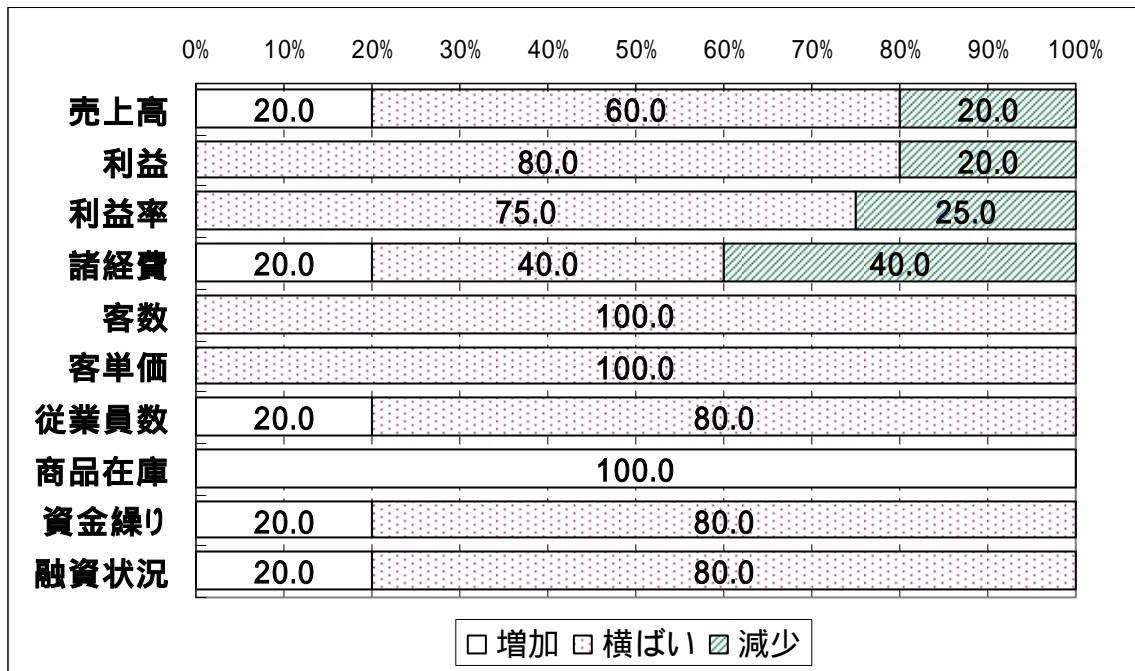
## サービス業



## 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>・ 自分たちの努力はもちろんですが、景気好転に期待している。</li> <li>・ 許可制に守られていた酒屋・米屋・その他の業種については今後の生き残りに問題がある。1品の種類での商売を許可廃止になり、多くの店での取り扱いが増えれば閉店に追い込まれるのは当たりまえ。いまさら何が活性化かと多くの商店がなげいている。計画の無い政策は身を滅ぼす。</li> <li>・ 当社のアンケートの回答は全社的なものであり、茅ヶ崎市における小売業は悪化するばかりでアンケート回答の内容とは異なります。</li> <li>・ ハイテク・ベンチャー企業の誘致。大型店に対抗できる優良専門店の育成。同業種連合・同業組合の活性化策ならびに支援。</li> <li>・ 資金繰りについては自己資金で営業していますが借入金を導入したら営勤成り立たない状況です。</li> <li>・ 異業種統一の茅ヶ崎ブランドを作り、全国に売り出すこと。</li> </ul>
建設業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当社はメンテナンス業務を行っていますが、他市の業者に発注するケースあるいは見積りを取るケースが多く、市内業者を大切にしてほしい。</li> <li>・ 20代労働者の将来へ向けた育成システム。フリーターの増加を防ぐ方法を市としても何か考えると良いのではないか。</li> </ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ パート社員で新規採用しても長続きしない。学生のアルバイト以下の感覚になっている。</li> <li>・ 粗鋼生産量の増加、プラント化学（石油）関係の設備補修など増加傾向にある。</li> </ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景気の悪さに反比例して同業者の新規店の増加が問題である。それと人口密度が高いのだから助成金を利用して地域のイベントを多くして人の集まることを考えて欲しい。</li> <li>・ インフラ、特に道路、その中でも最低4メートル確保の道路網の整備を。</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