

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

- 1．調査期間 平成17年3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	41	29.9%
大型店舗	15	7	46.7%
建 設 業	71	20	28.2%
製 造 業	57	20	35.1%
サービス業	68	19	27.9%
そ の 他	52	5	9.6%
合 計	400	112	28.0%

- 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．現在の経済状況

平成17年の1月は北陸を中心に大雪に見舞われてしまいました。九州でも雪が降り、交通が混乱した記憶はまだ新しいところです。また、花だよりが聞こえそうな3月20日にはマグニチュード7.0という福岡県西方沖地震が発生し、国民全体を驚かせました。この影響は3月の景況調査にはほとんど現れることはありませんが、今後、異常気象に対する関心が高まり、消費には慎重になることが懸念されます。

このような状況において、平成17年4月13日に内閣府は月例経済報告を発表しました。要点は次のように整理されています。

景気は、一部に弱い動きが続いており、回復が緩やかになっている。

- * 企業収益は改善し、設備投資は緩やかに増加している。
- * 個人消費は、持ち直しの動きがみられる。
- * 雇用情勢は、厳しさが残るものの、改善している。
- * 輸出は弱含み、生産は横ばいとなっている。

大企業は企業内の整理統合によってムダを排除する作業を続けてきました。特に不採算部門を切り捨てたり、他の企業に売却したりすることも行われてきました。その結果として大企業では収益の大幅な改善が進みました。この作業が一段落して、次の活動に向けた投資が徐々に膨らんできていると理解することができます。さらにこれまで控えていた新卒の採用にも取り組む企業が多くなろうとしています。しかし、中国とアメリカに支えられてきた輸出需要が減速傾向にあることはあきらかです。「生産は横ばい」との表現がありますが、中小企業に回って来ていた生産需要はピークを越えてしまったと理解して良いのではないのでしょうか。

その一方で個人消費には持ち直しの動きがあることを述べています。初売りが好調であったことがそれを裏付けているようです。海外旅行が3月において前年実績を上回っていることから、買い控えの状態からは抜け出す気配を感じることができます。企業や金融機関の構造改善や政府の行政改革の方向と着地点がかなり明確になってきました。日本経済が大きく伸びることは無いことを国民全体が理解するとともに、生活に必要な商品は買い控えすることなく購入する傾向を確認することができます。だからといって、従来と同じ店やチャネルで商品を購入しているとは限りません。比較的安価でありながらデザインセンスの良い店にお客様は移りつつあります。商店街を構成している旧来型の店舗は相変わらず苦しい毎日です。

内閣府は月次経済報告の中で先行きについて次のようにまとめています。

先行きについては、企業部門の好調さが持続しており、世界経済の着実な回復に伴って、景気回復は底堅く推移すると見込まれる。一方、情報化関連分野でみられる在庫調整の動きや原油価格の動向等には留意する必要がある。

しかし、中国では反日運動が発生しています。短期的には中国への輸出が減少することを覚悟しなければならないようです。内閣府がまとめているように、世界の動きを注意深く読み取る必要があります。

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3月比	16年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	33.6	37.3	20.4	33.4	27.4
商 業	48.7	51.3	37.5	34.0	26.8
大 型 店 舗	28.6	28.6	0.0	-	-
建 設 業	20.0	21.1	15.0	42.9	39.8
製 造 業	5.6	15.0	0.0	24.0	20.6
サ ー ビ ス 業	35.3	37.5	11.1	35.5	27.8
そ の 他	75.0	80.0	40.0	-	-

内閣府の発表では緩やかになってきているとはいっても、日本経済全体は回復基調にあることを説明しています。しかし、茅ヶ崎市の景況調査（3月）では前年比も12月比も全ての業種でDI値がマイナスになっています。全ての業種において、程度の差はありますが、業況は悪化していることが分かります。

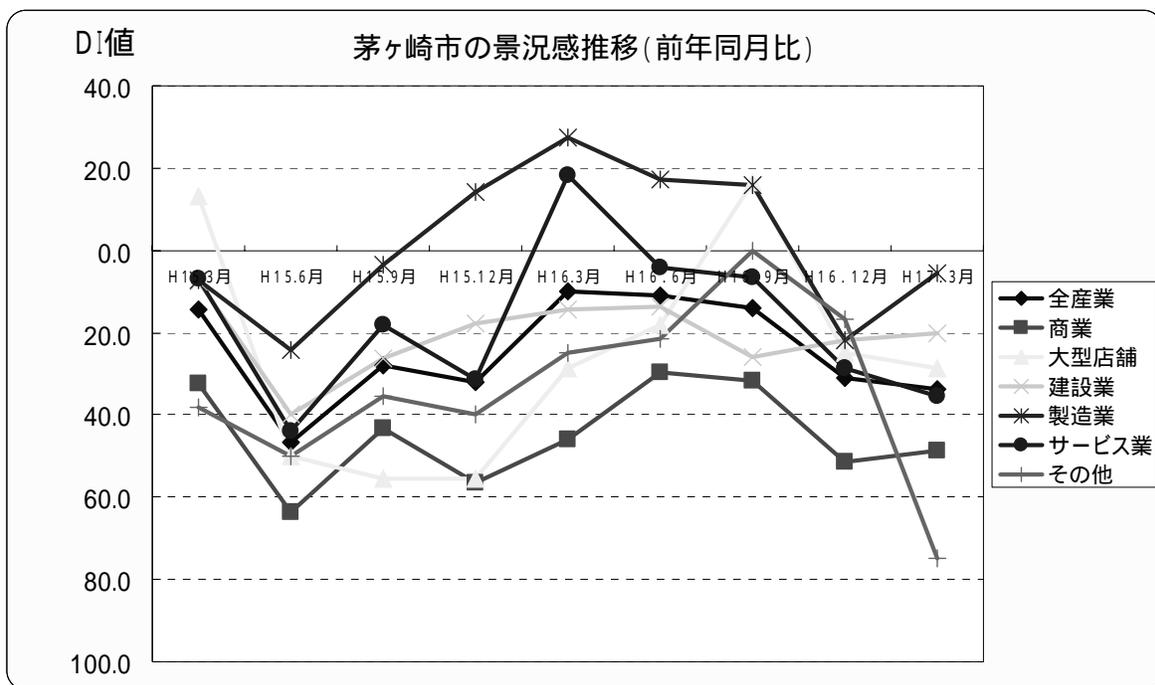
注目しておきたいのは製造業です。大企業を中心に回復が強調されていますが、製造業は昨年対比でマイナス5.6、12月対比ではマイナス15.0のDI値でした。昨年並みではあるが、12月よりは状況が悪い事業所が多いこととなります。仕事はあっても受注単価が更に下がっている傾向があることを聞かされます。

内閣府の発表にもありますが、公共投資は抑えられていますが、民間住宅の着工件数は増加しています。特に首都圏ではマンションの建築が進んでいる状況が確認できます。残念ながら、市内の建設業者にはその恩恵が届いていないようです。昨年対比でマイナス20.0、12月対比でマイナス21.1とほぼ同じ回答になっています。

今回の調査で異常と思われる数値を示しているのがその他業種の回答です。昨年対比でマイナス75.0、12月対比ではマイナス80.0となっています。その他業種に分類される事業所のほとんどで業況が悪化していることとなります。さまざまな業種が含まれていますから、その原因を特定することはできません。しかし、最終ユーザーである消費者の家計が改善されていないことが全てにつながると考えられます。その一端を示しているのが商業と大型店そしてサービス業の状況でしょう。

景気は回復傾向にあるといわれながら、DI値は大型店において昨年対比と12月対比でともにマイナス28.6を示しています。商業では昨年対比でマイナス48.7、12月対比ではマイナス51.3です。そして、サービス業では昨年対比でマイナス35.3、12月対比でマイナス37.5を示しています。市民の消費に直接結びついている大型店も含めた商業・サービス業者の業況は決して良くはなっていないことが分かります。特に中小の事業者ではマイナス傾向が強く残っていることから、茅ヶ崎市民の財布の紐は相変わらずきつく締められているように感じられます。

(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)

	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	*H17.3月
全産業	14.2	46.8	27.8	32.0	9.9	11.1	14.0	31.0	33.6
商業	32.5	63.6	43.2	56.4	45.9	29.8	31.7	51.5	48.7
大型店舗	13.1	50.0	55.6	55.6	28.6	18.2	16.7	25.0	28.6
建設業	7.7	40.0	26.3	17.7	14.3	13.7	25.9	21.8	20.0
製造業	7.3	24.1	3.5	14.3	27.3	17.2	15.8	21.7	5.6
サービス業	6.8	44.0	18.2	31.5	18.2	4.1	6.7	28.6	35.3
その他	38.0	50.0	35.3	40.0	25.0	21.5	0.0	16.7	75.0

日本全体の景気動向と茅ヶ崎市との違いは昨年対比D I 値の変化でより明確に確認することができます。産業全体の業況は1年前の平成16年3月をピークに下降傾向を示しています。日本全体のD I 値でも平成16年3月がピークですが、その後は横バイ状態になっています。景気回復の恩恵を受けていない事業所が茅ヶ崎市内に多いことが確認できます。

常に景気を牽引しているのが製造業ですが、12月期と比べるとD I 値は良くなりました。しかし、マイナス5.6に留まってしまいました。12月期の大きな落ち込みは一時的であったことが確認できますが、平成16年3月をピークに減少傾向にあることは確かです。製造業は大企業を中心に業績を回復させていますが、茅ヶ崎市内の製造業からは徐々に仕事が減っていることとなります。

公共投資が減少し、苦しい立場が続いていたのが建設業です。平成17年3月期には僅かですがD I 値が向上しました。首都圏全体で活発に行われているビルや住宅の立替・改修工事が茅ヶ崎にもやっと回ってきたと考えて良いのではないのでしょうか。次回の調査でも上昇が続くことを期待したいです。

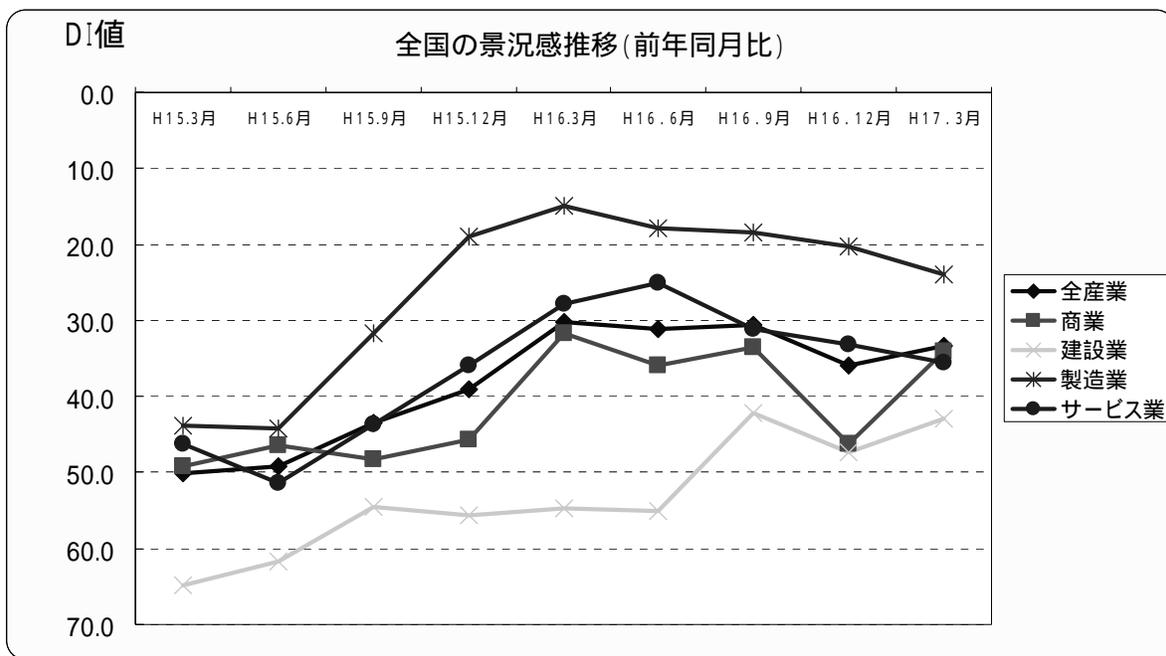
商業やサービス業では、昨年の暖冬で12月の業況は大きく低下しました。今年に入ってから天候が一変し、1月と2月は大雪となりました。季節の需要と3月の卒業・入学需要によって、業況が回復することを期待しました。商業は若干ですが上昇しましたが、サービス業はわずかですがD I 値が減少しました。天候異変や先行き不安の影響が大きく、消費はやはり控えられてしまいました。その余波を最も大きく受けたのがその他業種です。平成16年9月期にはゼロにまで回復したD I 値ですが、今回の調査でマイナス75.0まで一気に減少することとなりました。D I 値の全国調査結果を示しておきますので参考にしてください。

< 全 国 >

	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	*H17.3月
全産業	50.1	49.1	43.4	39.0	30.2	31.1	30.6	35.9	33.4
商業	49.2	46.4	48.3	45.6	31.7	35.9	33.6	46.3	34.0
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	64.8	61.7	54.6	55.6	54.8	55.0	42.1	47.3	42.9
製造業	43.9	44.3	31.7	18.9	14.9	17.8	18.4	20.2	24.0
サービス業	46.2	51.4	43.6	35.9	27.9	25.0	31.2	33.1	35.5
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

今年の3月は比較的のどかな気候に恵まれ、回答からも安心感を受け取ることができます。DI値がプラスに転じることはありませんが、全産業では若干ですが業績が良くなると回答する事業所が増加したようです。大きく落ち込んだその他業種ですが、先行き見通しではマイナス40.0にまで回復が見込まれています。

注目したいのは大型店と製造業です。大型店は4月以降一気に業績を回復させる意向を示しており、先行きのDI値は±0になっています。昨年後半から今年3月に至る落ち込みをカバーするために、さまざまな販促を行う姿勢を伺うことができます。製造業では、3月期に少し回復したことから先行きを期待し、DI値は±0になりました。少しではありますが、取引先からの受注を確保している事業所が増えていると考えて良さそうです。

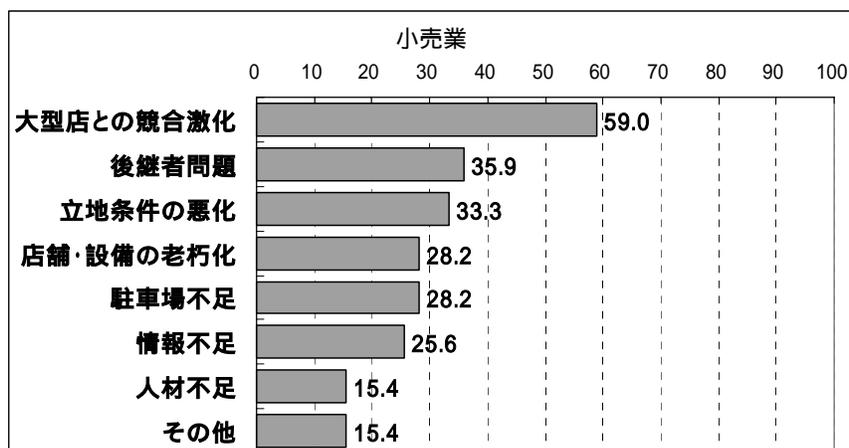
建設業では先行きのDI値が対前年比よりも5.0ポイント増加しています。引き続きビルや住宅の建築需要が増加する見込みを立てているようです。築20年以上を経た住宅の改修工事も始まっています。より多くの市内建築業者がこのような需要を確保できることを期待したいと思います。

サービス業でも先行きDI値は対前年実績よりも20ポイント以上の改善が期待されています。それでもDI値がプラスにならないことは、2極化が生じていることを意味していると思われます。積極的に営業活動を行おうとしている事業所と若干あきらめの状況に入っている事業所です。3月時点での先行きではあきらめ感が先行している事業所の方が多く結果となったようです。

商業でも、先行きDI値は依然とマイナスですが、対前年実績よりも約10ポイント回復する見込みです。気候が良くなることによって財布の紐がゆるみ、買い物客がより多く訪れることを期待している店が少しですが増加したことを示していると思われます。

8 . 主要業種の経営課題

(1) 小売業

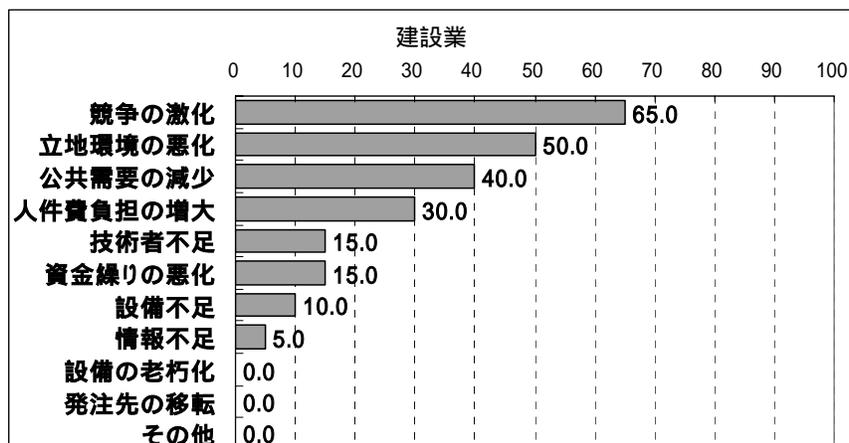


先行き感において若干ですが前向きな店舗が増えて来たことを思わせるDI値でしたが、経営課題においては新たな局面を迎えているようです。前回調査から大きく変化した項目が3つあります。「大型店との競合」「後継者問題」「情報不足」です。特に「情報不足」に関しては前回調査ではゼロでしたが、一挙に25.6%にまで跳ね上がりました。天候不順や中国との関係、さらには大企業の整理統合等さまざまな課題が浮上してきました。これらが小売店での不安に繋がっているのでしょう。

経営課題の順位を上げたのが「後継者問題」です。前回5位でしたが今回の調査では2位に浮上しました。前回の調査に引き続き回答率が増加していることから分かるように、後継者不足に悩む経営者は時間の経過とともに増えていくようです。3月は進学や進級の時期でもありますから、社会に出たり進学したりする後継者が多かったのではないのでしょうか。

前回の調査で回答率が低下した「大型店との競合」ですが、今回の調査では前回の調査よりも約1割回答が増加しました。大型店は昨年の落ち込みを挽回するために、今年に入ってから販促に力を入れているようです。大型店の先行き見通しから分かるように、積極的な営業店展開に入ろうとしています。市内の需要に大きな変化はありませんから、大型店との競合はこれからも大きな経営課題になりそうです。

(2) 建設業



D I 値の改善が続いている建設業ですが、絶対量が少ない建築需要の中で相変わらず「競争の激化」が第1位の経営課題になっています。回答率も6割を超え、前回とほぼ同じと考えて良いでしょう。今回の調査ではそれ以外の経営課題に変化が見受けられます。「立地環境の悪化」「技術者不足」「人件費負担の増大」「設備の老朽化」に注目してみましょう。

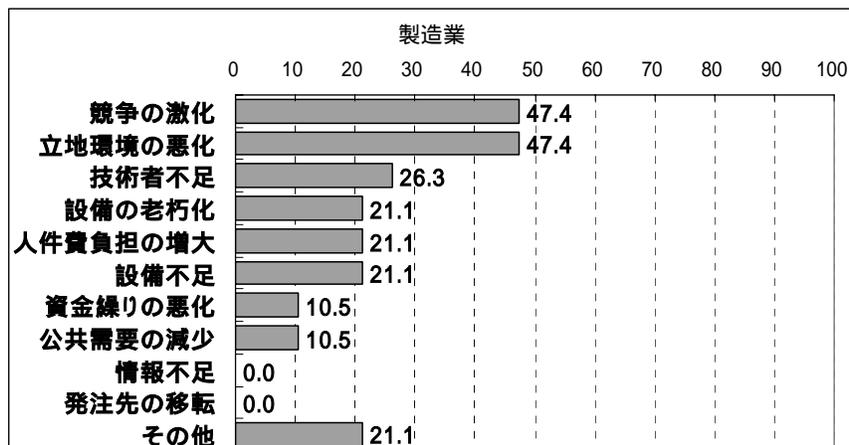
前回の調査ではゼロ回答であった「立地環境の悪化」ですが、今回の調査では5割の回答を集め、一挙に第2位に浮上しました。今年に入ってから立地環境が急速に変化したこととなりますが、茅ヶ崎市内ではそれほど大きな変化は無かったはずですが、建築の現場は市外に存在することが多いですから、年度末の道路整備に伴う交通渋滞に巻き込まれることが多かったことも考えられます。この原因については更に追求が必要と思われます。

逆に回答率が下がって順位を落としたのが「技術者不足」です。前は約5割の回答を集め第2位の経営課題でしたが、今回の調査では回答率が1割5分に下がり、順位も5位に後退しました。新しい工事に必要な技術者を一応は確保できた事業所が多かったことを示しているようです。

こちらは良い傾向ですが、「人件費負担の増大」を訴える回答が前回よりも約1割減少して3割の回答になりました。競争は激化していますが、D I 値の変化が示すように、十分ではないものの、請負件数が増加している事業所が増えているのではないのでしょうか。

回答がゼロになってしまったのが「設備の老朽化」です。前回の調査では約3割の回答を集めていた経営課題です。年を明けてから、必要な設備は全て更新を終わらせたと考えて良いのでしょうか。このような事業所もあるとは思いますが、老朽化した設備でも十分利用可能であったことも考えられます。それ以上に重要な「立地環境の悪化」に経営課題が移った事業所が多かったのではないのでしょうか。

(3) 製造業



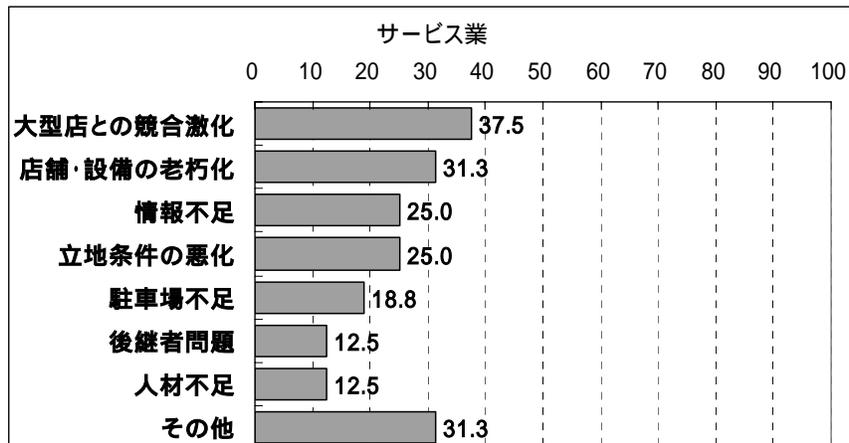
大きな回復を望むことが難しい状況に変化はありません。今回の調査でも「競争の激化」が第1位の経営課題となっています。しかし、第2位以下では変化が現れています。「立地環境の悪化」「技術者不足」「設備の老朽化」「資金繰りの悪化」がその項目です。特に大きな変化が現れているのが「立地環境の悪化」です。前回は1割強の回答で7位でしたが、今回は約5割の回答を集め、同率1位に上がりました。建設業においても立地環境の変化が大きな経営課題になっていました。茅ヶ崎市内及び周辺に大きな変化が起きたことは確かです。製造業への影響も大きいようですから、原因の追及を行う必要があります。

同率1位の二つの経営課題に経営者の注意が向けられ、その他の経営課題の重要性は薄らいだようです。前回4割を超えていた「技術者不足」ですが、同じ3位ではありますが、約2割回答を下げています。必要な人材を確保できた工場が多かったのではないのでしょうか。しかし、中小工場が受注を確保していくためには新しい技術を吸収して行かなければなりません。技術者の確保は常に経営課題となるはずです。

前回調査では5割の回答を集め同率1位であった「設備の老朽化」ですが、今回は約2割の回答率となり、順位も4位に後退しました。前回の調査から今回の調査までの3ヶ月間に、比較的多くの工場が設備の更新を行ったのかもしれませんが。現在の設備で生産を継続できる工場も存在します。市内の製造業は安定成長に入ろうとしているのかもしれません。

最後に「資金繰りの悪化」を検討します。前回は1割5分程度であった回答率ですが、今回の調査では約1割に低下しました。資金繰りが安定した工場が多くなってきたことの現れと考えられます。市内製造業は全ての事業所で不況から抜け出したわけではありませんが、ある程度安定した受注を確保できる状態に入ってきたと考えられるのではないのでしょうか。

(4) サービス業

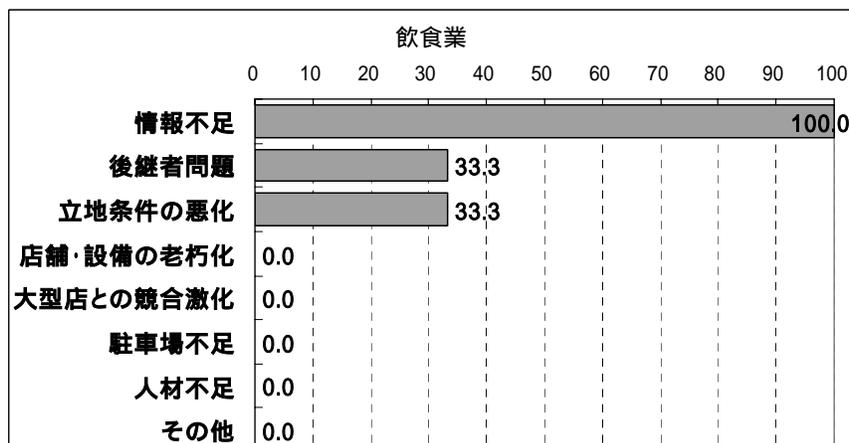


D I 値が連続して低下しているサービス業ですが、経営課題の上位3つは前回同様「大型店との競合激化」「店舗・設備の老朽化」「情報不足」でした。この3つの課題はなかなか解決できないことが分かります。今回の調査では4位以下で変化が現れました。今回2割5分の回答を集め4位となっている「立地条件の悪化」ですが、前は1割5分程度の回答率でした。製造業と建築業でも立地環境の悪化を訴える回答が多かったわけですが、同じ影響がサービス業にも現れていることとなります。立地環境の変化が一時的な現象であるかどうかを確認する必要があります。

「駐車場不足」は2割程度の回答ですが、前回の調査から1割以上回答率が上昇しています。車を利用するお客様が急激に増加することは考えにくいですが、従来利用できた駐車場を利用できなくなった事業所が出てきたのではないのでしょうか。これは立地環境の悪化につながっているとも考えられます。

逆に回答率が低下したのが「人材不足」です。前回から約1割低下し、1割強の回答になっています。サービス業に該当する業種はさまざまですが、人材不足に関してはほぼ解決できたと考えて良さそうです。

(5) 飲食業



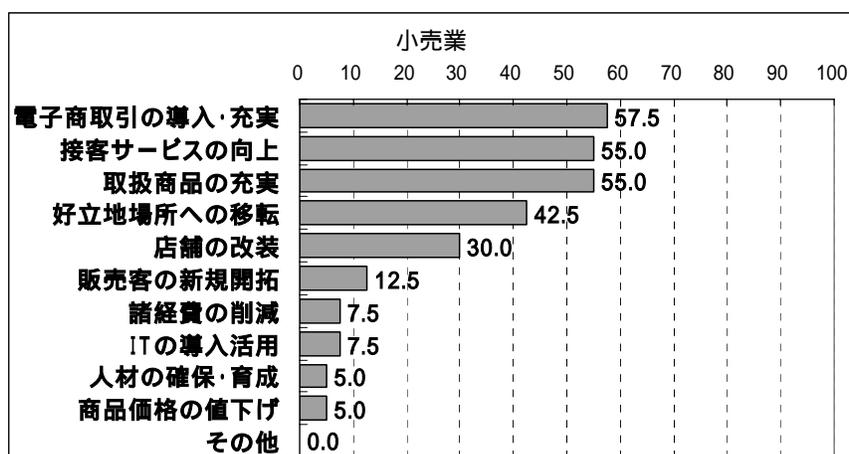
飲食業に関しては、前回とは経営課題が大きく変化しました。前回6割の回答を集め第1位であった「店舗・設備の老朽化」は今回ゼロ回答でした。必要な店は全て改装を行ったということになるのでしょうか。しかし、現実には飲食店の改装が多く行われてはおりません。老朽化以上に大切な経営課題が持ち上がってきたと考えるべきでしょう。それが「情報不足」です。回答をいただいた全ての店で経営課題となっています。これから先どうなるか不安な状況に市内の飲食店が置かれていることとなります。老朽化ばかりでなく、「大型店との競合激化」「駐車場不足」「人材不足」も「情報不足」の陰に隠れ、ゼロ回答になっているのが今回の大きな変化です。飲食店では売上げが減少しているのでしょうか。しかし、その原因を特定できないのではないのでしょうか。市民全体が将来への生活不安を抱え、無駄遣いを行わなくなった結果と思われるかもしれません。外食を減らして家で食べる方向に社会全体が向かっていることは確かです。メニュー等の見直しを行う必要があるかもしれません。

今回の調査で経営課題として回答があった他の項目は「後継者問題」と「立地条件の悪化」の二つです。この二つは「情報不足」に次いで同率2位になっています。注目したいのは「立地条件の悪化」です。前回の調査よりも2割回答を増やしています。市内の一部で立地が大きく変化した地域があるのかもしれませんが。

「後継者問題」も前回から1割弱回答を増やしました。将来に対する不安ばかりでなく、三割のお店では内なる後継者問題で悩んでいることが分かります。将来に対する不安は後継者に対しても不安を与える結果となったのかもしれませんが。

9. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業



厳しい業況が続いて来た小売業ですが、今回の調査では大きな意識変革が行われていることが示されています。現在の店舗や業種・業態へのこだわりから離れようとしている店舗が多くなっていることを示す調査結果になっています。最も大きな変化は「電子商取引の導入・充実」です。前回2割程度の回答から、一挙に約6割に達する回答に跳ね上がり、今後の対策の第1位になりました。「接客サービスの向上」と「取扱商品の充実」は約5割

の回答を集めていますが、待っているだけでなく積極的にお客様の懐に飛び込むことを考えていることが分かります。その手段としてインターネットのホームページに代表される「電子商取引」を取り上げたのでしょう。電子商取引への期待は理解できますが、お客様の興味を引き続ける難しさも理解したうえで始めていただきたいと思います。

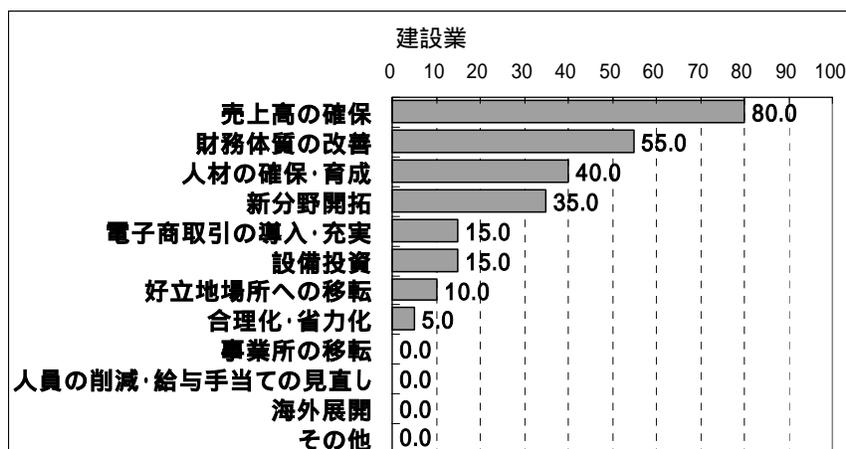
現在の店舗へのこだわりから離れようとしている回答は「好立地場所への移転」に現れています。前は1割にも満たなかった回答ですが、今回は4割を超え、4位に上がりました。人通りが悪くなった場所での営業を諦める店舗が4割に達したと考えることもできます。ここでも前向きな姿勢が出てきたことが伺われます。

現在の店舗で商いを続けるにしても、現状のままでは十分な集客ができないと考えている店舗が3割に達していることも確認できます。前回1割程度の回答であった「店舗の改装」ですが、今回の調査では3割の回答を集めています。

そして、大きく回答を下げたのが「販売客の新規開拓」と「諸経費の削減」です。ともに3割程度の減少です。

今回の回答は小売業者が気持ちの入れ替えを行ったことを示しています。次回以降これらの対策がどの程度実行され、成果を結んだかを確認したいとおもいます。

(2) 建設業

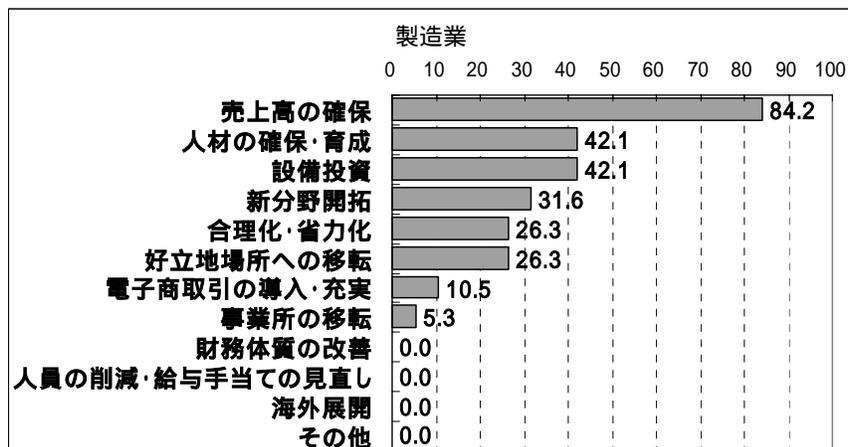


「立地条件の悪化」を新たな経営課題として取り上げた建設業ですが、「好立地場所への移転」は1割程度の回答しかなく、移転までは考えていないことが分かります。第1位の対策は前回同様「売上高の確保」で、8割の回答を集めています。対策として掲げているも容易には実現できないことが分かります。対策の中では2位以下で変化が現れています。特に「財務体質の改善」は注目に値します。前は2割程度の回答でしたから、今回の調査では3割上昇したことになります。半数以上の建設業者が掲げる対策であることが分かります。仕事を請け負うためには、下職等への支払が先行するため財務体質を強くする必要があります。売上はまだ不足していますが、受注を少しずつ確保しているのではないのでしょうか。

前回の調査で5割を超える回答を集めて2位であった「人材の確保・育成」は今回4割の回答で3位に下がりました。同様に5割近い回答を集めていた「新分野開拓」も約1割

の減少となりました。また、「合理化・省力化」は2割以上減少し5分の回答となりました。売上高の確保は最大の課題ですが、従来ほど深刻ではないようです。D I 値の変化からも分かるように、少しずつですが物件が動き出しているものとおもわれます。人の確保はある程度完了し、新分野への展開や合理化・省力化への熱意が少しですが和らいだこととなります。回答は少ないですが「設備投資」を行おうとする事業所が若干でも増加したことも仕事が動き出したことを意味していると考えられます。

(3) 製造業



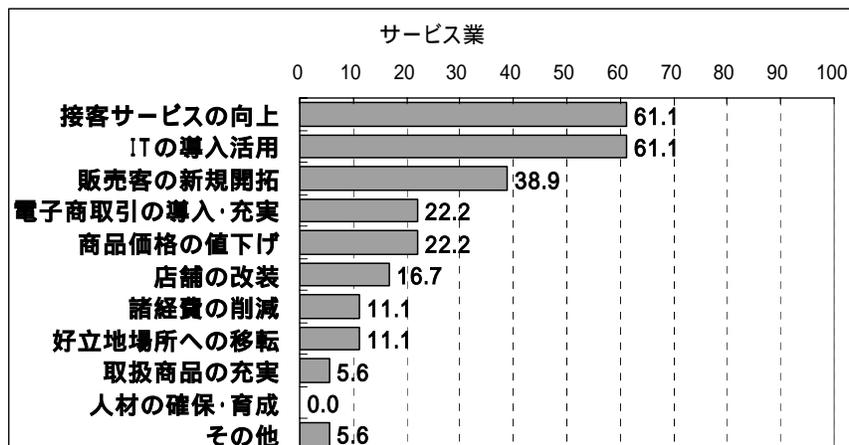
前回の落ち込みから多少ですが復活の兆しを見せている製造業ですが、売上高が絶対的に不足していることは確かです。対策の第1位は前回同様「売上高の確保」ですが、1割以上の上乘せした回答になっています。「人材の確保・育成」は、回答率が若干少なくなっていますが4割の回答を集め、前回同様第2位の対策となっています。新たな仕事を確保するためにはまだまだ人材が不足しているようです。

興味深い変化は第2位以降に現れています。同率2位には「設備投資」が入りました。設備投資を行おうとするからには先行き見通しが立っていることとなります。約4割の工場では安定した受注の目処が付いていると考えて良さそうです。「新分野開拓」が前回の調査から1割5分程度回答を下げているのも、先行きが見えてきた工場が増えていることを表していると思われます。

その一方で不安要素も生まれています。前回の調査ではゼロ回答であった「好立地場所への移転」が今回の調査では2割5分を超えました。さすがに海外展開を行う工場はありませんが、現在の工場を離れる決意をした経営者が現れたこととなります。

以上から分かるように製造業では二極分化の傾向があるようです。十分な受注はないですが工場を続けていく目途が立ってきた工場と、現在の場所では受注を確保することができない工場です。オンライン受注への期待も減少しています。工場移転を検討している工場に対してはより具体的な対応策を検討する必要があるようです。

(4) サービス業



サービス業にも変化が現れました。前回第1位であった「販売客の新規開拓」が約2割回答を下げ3位になりました。第1位には6割の回答を集めた「接客サービスの向上」が浮上しました。新規開拓がある程度成果を出し、今回の調査では、確保したお客様の満足度を高める時期に入ったことがわかります。これを裏付けるのが「ITの導入活用」「電子商取引の導入・活用」「商品価格の値下げ」です。

「ITの導入活用」は回答を3割以上増加させて6割を確保し、同率第1位になっています。名簿管理や販促にITが利用されることが考えられます。確保したお客様を逃すことのないよう管理面・販促面を充実されることになるでしょう。

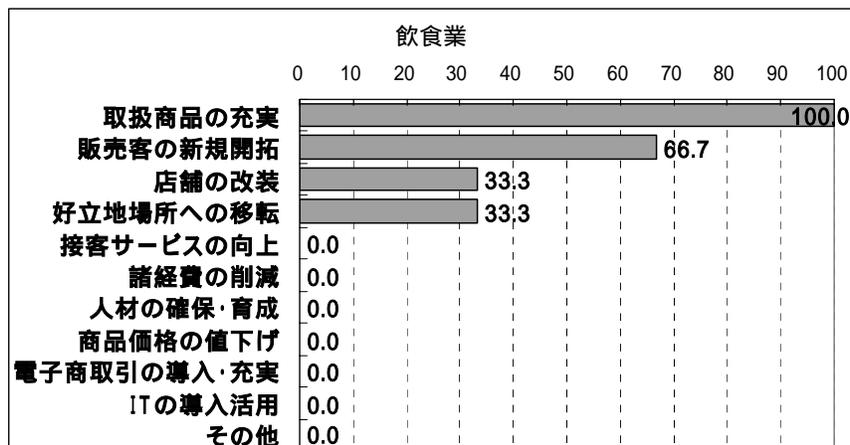
「電子商取引の導入・活用」も前回の調査よりも約1割回答を増やしています。馴染みとなったお客様ほど安心してインターネットで注文してくれるものです。「電子商取引の導入・活用」は確保したお客様の満足度を高めることにやはり貢献します。

「商品価格の値下げ」は前回のゼロ回答から、一挙に2割を超える回答を集めました。価格を下げることによって新規顧客を確保することもできますが、回答から判断する限り、確保したお客様が他店に移らないようにするために「値下げ」を利用していると考えられます。

更にサービス業で注目に値するのは「諸経費の削減」です。前は5割近くの回答を集めていましたが、今回の調査では約1割に減少してしまいました。経費の削減でできることは実施した結果と思われます。「人材の確保・育成」にも同様な考察が成り立つでしょう。前回の調査では約2割5分の回答を集めていましたが、今回の調査ではゼロ回答です。人材の確保・育成は一段落したことになります。

以上から分かるように、サービス業では前回調査からさまざまな販売促進と経営改善を行い、それなりの成果を残すことができたようです。今後もその成果が持続することを期待したいと思います。

(5) 飲食業



飲食業においても大きな変化が現れました。前回調査では10割の回答を集め第1位であった「接客サービスの向上」は、今回の調査ではゼロ回答になってしまいました。前回の調査では「販売客の新規開拓」が1割強しかありませんでした。これは顧客をある程度確保できていたことを示していると思われましたが、今回の調査では、お客様数が減ったことを示すかのように「販売客の新規開拓」が6割以上の回答を集め、第2位に上がってきました。

今回の調査で10割の回答を集めて第1位になったのが「取扱商品の充実」です。飲食業では接客サービスをいくら充実しても、メニューに魅力が無ければお客様が離れていってしまうことを体験したのではないのでしょうか。「店舗の改装」が5割から3割に減少したことも同じ理由と考えられます。店舗改装しても美味しくなければお客様は離れていってしまいます。

前回の調査では「諸経費の削減」という守りの姿勢に4割近い回答が集まりましたが、今回はゼロ回答です。人材育成もゼロ回答です。市民の財布は決してゆるんではいけません。外食に出かける回数は減少していますから、飲食店を利用するときの評価はこれまでよりも一層厳しくなっています。人材育成は一段落したとの解釈ができますが、経費の削減はボリュームやサービスの減少につながってしまったのではないのでしょうか。ゼロ回答が多くなったと言うことは「お客が減ってそれどころではない」という飲食店の気持ちの現れではないのでしょうか。

都心部の飲食店ではグルメ情報をインターネットで提供し、提示したお客様には割引等のサービスを行う販促が盛んに行われています。このような販促は「ITの導入活用」に含まれることとなりますが、前回同様、この回答はゼロでした。茅ヶ崎市内の飲食店ではグルメ情報の集客力はまだ少ないと考えて良いのでしょうか。

1 1 . 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 ・景気は益々悪化するでしょう。すべての規制緩和のやりすぎと思う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・雇用が増えないと活性化にならない。200～300万の雇用の為の貸付金(一部助成)が雇用条件付で行われれば、100社で各1～2名の雇用が生まれ、借入金以上の生産が生ずる。 ・チラシ販売戦略から、集客型販売方法にすると販売拠点を(日貸)できるような、土地ないし建物を提供して欲しい(駐車場確保) ・9月の茅ヶ崎モール閉店による近隣大型店の安売り合戦が今から心配。道路の混雑、客の流れの変化も不安がある。一般小売店は早く廃業した方が良いのかも。 ・私どもの商店街でも、借店舗が5～6店やめてしまいました。今後が心配です。 ・先行き不安のためか買い控え(お金を使わない)傾向にあるような気がします。 ・今後の景気や行政の政策等への不安からか、買い控えの様子があるような気がします。 ・土日の通行客の大幅な減少について、中心市街地への車・自転車の流入が悪化。この対策が一番であり、なされていないのが売上通行客の悪化につながっている。 ・これ以上大型店は不必要です
<p>*建設業 ・地元業者に仕事が来るよう行政指導、地元に見返りのあるイベントなど市長、職員全員、市議全員、市民全員の発想の転換が急務と思います。私も含め。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設産業では、実体経済は依然としてデフレ傾向に影響を受け、諸物価の単価切り下げにあい、収益性が低い状況に置かれている。 ・毎回、同一業者のアンケートより、業者を変えてアンケート調査が必要かと思われます。 ・市内業者のプライオリティーをお願いします。
<p>*製造業 ・粗鋼生産量は上向き、しかしセメント生産量は減少傾向。人員の採用は主として茅ヶ崎在住者を採用している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景気動向に期待はしていないが、各々がもう少し努力、改善のポイントを見つけるべきだと考えています。 ・一国の平行な道路の整備は市内の人の行動の活性化となる
<p>*サービス業 ・散策(ウィンドーショッピング)しながらグルッと一周できる様な街(商店街)作りを望みます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不動産賃貸は悪化が激しくなる。マンション増に依り。 ・産業活性化プロジェクトを設立する。(茅ヶ崎産業プロジェクト)個々に動いてもなかなか厳しい現実があるので。 ・企業価値とは、単に利益追求にあらず。市民団体、ボランティアとの連携による社会参加、貢献もあっていいと思う。当社が昨年9月より始めた「地域通貨心をつなぐCリングポスト」もおかげ様で順調であり、そろそろ第2ステージのプレミアムグッズや、もっと積極的な市民団体との連携による地域活性を考えている。 ・予断は許しませんが、底が見えてきたようです。 ・Jcomの茅ヶ崎市広報で、当市の松林の美しさを見たが、NHKの「義経」に関連、日経新聞平成15年2月8日号池波彰太郎の「平家」に腰越状に署名した義経が「相模川の畔で2,700の同勢と合い疾風のように去った」とあるから、必ず当地に義経の跡がある筈。それを探索し松林と共に宣伝しては如何。(同紙には相模川畔の絵もあり)

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 0467-58-1111・FAX 0467-86-6601