

茅ヶ崎市景気動向調査（6月）結果

1. 調査期間 平成17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	133	41	30.8%
大型店舗	13	7	53.8%
建設業	71	19	26.8%
製造業	57	24	42.1%
サービス業	74	19	25.7%
その他	52	12	23.1%
合計	400	122	30.5%

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. 現在の経済状況

6月は上場企業の多くが株主総会を開催する月でもあります。茅ヶ崎市内では相変わらず景気が良くない状態が続いていますが、創業以来の最高益を確保した上場企業が複数あったことは、記憶に新しいのではないのでしょうか。ムダを取り除いたところに、アメリカや中国からの受注を確保した結果といえるようです。このような状態を内閣府は次のようにまとめています。

景気は、弱さを脱する動きがみられ、緩やかに回復している。

- * 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、持ち直している。
- * 雇用情勢は、厳しさが残るものの、改善に広がりが見られる。
- * 輸出、生産は横ばいとなっている。

大企業を中心に企業の収益は改善していることは確かです。倒産件数を確認すると、5月は1100件であり、これは1991年以来の低い水準になっています。また、完全失業率は4.4%で落ち着いています。15~24才の完全失業率が9.1%と高水準であることが心配されますが、中高年の再雇用が進み始めたことが確認できます。

心配されるのは中国の反日運動です。4月に大規模なデモが行われ、日本人経営の店舗に対して投石が行われま

した。既に収まっており、経済的に大きな影響は出ませんでした。日本に対する不信感是中国国民に残っているようです。同様の感情が韓国にも生まれています。「歴史認識の違い」が原因ですが、中国も韓国もそれだけ経済成長が進んでいることを物語っているのではないのでしょうか。

個人消費に関して、政府は「持ち直し」の表現をとっています。4月においては、確かに消費支出は増加しています。5月においては、消費支出は減少していますが海外旅行が大きく増加しています。4～6月では個人消費に持ち直し傾向が見られるのは確かです。しかし、多くの中小小売店では売上高に回復が見られていないことも事実です。持ち直し傾向があるとはいえ、中小小売店にまでお客様の足が向いていない状況に変化は無いと思われます。

平成17年は暑い夏が続いています。「クールビズ」の影響で紳士服の販売が伸びているとの報告もあります。しかし、ロンドンではテロによる爆破事件があり、世界全体がいまだに不安を抱えています。先行きについて、政府は「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」と見込んでいます。茅ヶ崎市出身の野口さんが搭乗したスペースシャトルの成功にあやかって、中小企業の夢が少しでも広がる夏であって欲しいと思います。しかし、目を離すことができないのが原油価格の動向です。物価全体に影響を与えます。物価が上昇すれば、国民の消費性向は再び下がることが予想されます。いまから対応策を検討しておく必要がありそうです。

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6月比	17年3月比	先行き見通し	前年6月比	先行き見通し
全 産 業	21.7	16.7	19.0	33.2	28.1
商 業	41.6	22.5	26.8	30.8	28.7
大 型 店 舗	14.3	14.3	42.9	-	-
建 設 業	0.0	5.6	5.3	44.7	40.4
製 造 業	26.1	20.8	30.4	23.9	18.3
サ ー ビ ス 業	10.5	10.6	5.2	35.2	28.2
そ の 他	10.0	18.2	18.2	-	-

内閣府は「景気は、弱さを脱する動きがみられ、緩やかに回復している」と表現していますが、DI値で業況を見る限り、全国においては産業全体でマイナス33.2を示しています。全ての産業においてマイナスのDI値であることから分かるように、経営者が感じている業況では回復傾向が現れていないことが分かります。茅ヶ崎市においては6月のDI値は全産業でマイナス21.7を示しています。マイナスではありますが、全国の数値より10ポイント以上良い数字を示しています。特に建設業のDI値はゼロを示しており、首都圏においてマンションやビル工事が多く行われていることが分かります。しかし、本年3月との比較では若干ですがマイナスを示しており、建築需要が拡大傾向では無いことが確認できます。

茅ヶ崎市内で最も業況を悪く感じているのが事業者です。全国の数値がマイナス30.8であるのに対して、茅ヶ崎では約10ポイント低い、マイナス41.6を示しています。「個人消費は持ち直し」の表現は茅ヶ崎市内には該当していないことが分かります。

市内製造業は、持ち直すことはできなかったようです。6月の調査では対前年比マイナス26.1を示しており、業況が悪くなっていることが分かります。前回調査の3月と比較してもマイナス20.8であり、日本全体の回復基調から外れてしまったことが確認できます。

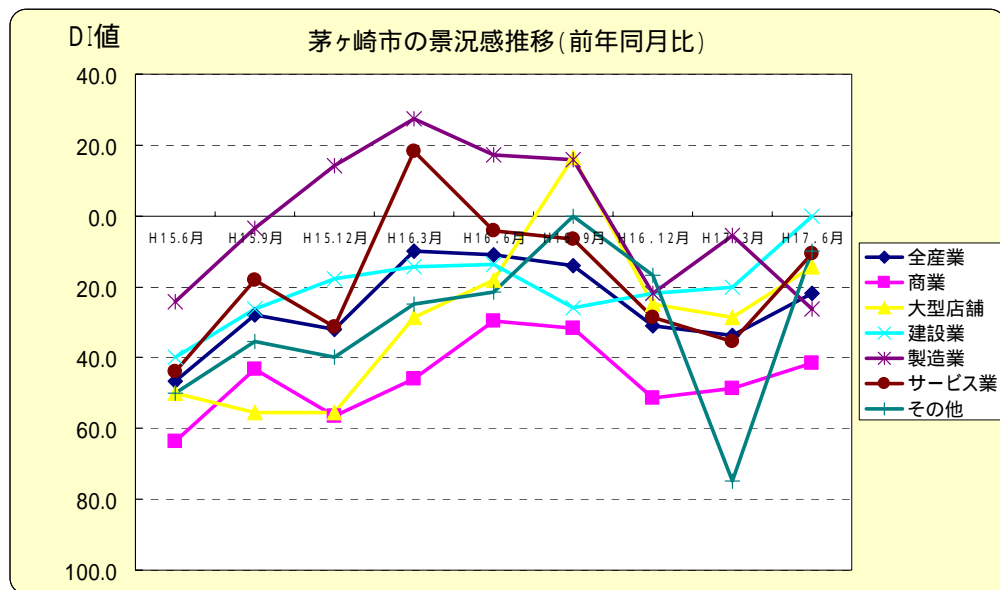
一方、若干ですが回復基調を示しているのがサービス業です。全国のDI値がマイナス35.2であるのに対し、茅ヶ崎市内ではマイナス10.5という値になっています。サービス業には多くの業種が含まれますから一概に動向を説明できませんが、ゴールデンウィークが含まれていた5月において、サービス業に個人消費が流れたのではないのでしょうか。

「個人消費の持ち直し」傾向は、茅ヶ崎市内では、大型店において若干ですが確認することができます。対前年

比及び3月比においてもマイナス14.3を示しています。前回調査における「先行き」感にまではたどり着きませんでした。マイナスのDI値が半分になったことは確かです。マイナスではありますが「持ち直し」傾向は認められることとなります。

日本全体では「緩やかな回復」を示しているようですが、茅ヶ崎の業況では、一部の企業にその傾向は限定されているようです。多くの市内企業は景気低迷から逃れることができない状態にあることが確認できます。

(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)

	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	*H17.6月
全産業	46.8	27.8	32.0	9.9	11.1	14.0	31.0	33.6	21.7
商業	63.6	43.2	56.4	45.9	29.8	31.7	51.5	48.7	41.6
大型店舗	50.0	55.6	55.6	28.6	18.2	16.7	25.0	28.6	14.3
建設業	40.0	26.3	17.7	14.3	13.7	25.9	21.8	20.0	0.0
製造業	24.1	3.5	14.3	27.3	17.2	15.8	21.7	5.6	26.1
サービス業	44.0	18.2	31.5	18.2	4.1	6.7	28.6	35.3	10.5
その他	50.0	35.3	40.0	25.0	21.5	0.0	16.7	75.0	10.0

今回の調査で注目すべき業種として建設業と製造業を上げることができます。建設業は公共投資が減少しているにもかかわらず、とうとうDI値が±ゼロにまで上がってきました。首都圏では現在でも高層のビルやマンション建設が進められています。茅ヶ崎の建設業者もこれらの建築需要に支えられていると考えることができます。東海道本線沿線では建築途中や造成中の物件も多く見受けられることから、茅ヶ崎市内建設業者はしばらくの間、受注を確保できることが予想されます。

製造業において、前回の調査では「持ち直し」感が現れていました。しかし、それは年度末という一時的な傾向であることが確認できます。今回の調査では昨年12月よりも低いDI値を示しています。平成16年3月をピークとして、製造業の業況は下降傾向にあることが確認できました。中国の日本製品不買運動もその原因の一つかもしれません。中国やアメリカの景気が悪くなっているわけではありませんから、海外製造拠点の整備が進み、再び生産が海外に移動

していると考えるべきではないでしょうか。茅ヶ崎市産業全体のDI値はマイナス21.7まで回復してきましたが、経済全体を牽引する製造業に元気がありませんので、これから先大きな改善は難しいかもしれません。

今回の調査で急に改善傾向が現れた3業種を検討してみましょう。最も大きな変化を示しているのはその他の業種です。しかし、その他には複数の業種が含まれているため、その原因を特定することはできません。2番目に大きな変化を示しているのがサービス業です。サービス業の中にも様々な業種が含まれていますが、ゴールデンウィークに関連するサービス業や衣替えの季節需要を吸収するクリーニング業等が昨年よりも業績を向上させているのではないのでしょうか。3番目は大型店舗です。茅ヶ崎市内の大型店舗はいわゆる百貨店ではありませんから、比較的買やすい価格帯を品揃えしている量販店に地域の住民が足を向けるようになったこととなります。裏を返せば、市内量販店では販促効果が現れてきたとも言えるでしょう。

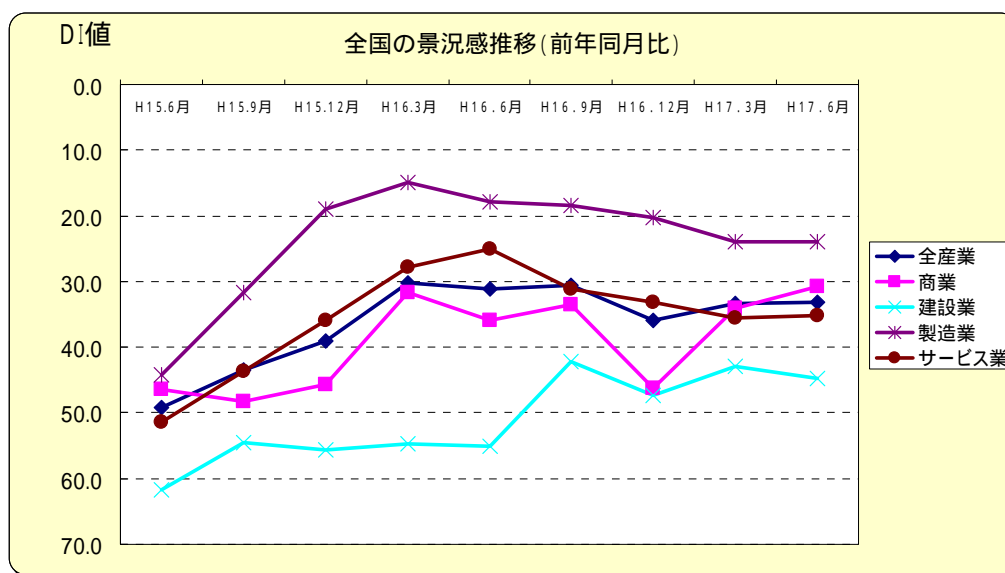
大型店やサービス業に引っ張られて、一般商業者のDI値も、若干ですが向上しています。しかし、未だマイナス40を超えることができずにおり、決して業績が回復しているとは言えません。今回の調査では内閣府のコメントが示すような「緩やかな回復」を確認することができます。しかし、茅ヶ崎の産業をリードしてきた製造業が再び下降傾向に移っていることから、緩やかな回復が一時的現象であることが心配されます。

<全 国>

	H15.6月	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	*H17.6月
全産業	49.1	43.4	39.0	30.2	31.1	30.6	35.9	33.4	33.2
商 業	46.4	48.3	45.6	31.7	35.9	33.6	46.3	34.0	30.8
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	61.7	54.6	55.6	54.8	55.0	42.1	47.3	42.9	44.7
製造業	44.3	31.7	18.9	14.9	17.8	18.4	20.2	24.0	23.9
サービス業	51.4	43.6	35.9	27.9	25.0	31.2	33.1	35.5	35.2
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

平成17年6月現在での先行き見通しですが、産業全体では全国でマイナス28.1を示しているのに対して、茅ヶ崎市ではマイナス19.0に留まっています。全国数値よりも若干ですが楽観視されていることが分かります。全国と茅ヶ崎市の大きな違いはサービス業と建設業に現れています。茅ヶ崎市のサービス業は、前回の調査である3月から急速に業況を回復させましたが、先行き見通しではプラス5.2という強気のD I値を示しています。これに対して全国ではマイナス28.2という消極的な数値でした。茅ヶ崎市は湘南の中心地でもあり、夏には海水浴客が集まる土地柄でもあります。夏を目の前にしたサービス業の期待は大きいと言えるのではないのでしょうか。

そして建設業です。全国ではマイナス40.4という悲観的な先行きを示していますが、茅ヶ崎市ではプラスには届かないものの、マイナス5.3というD I値を示しています。首都圏の建築需要はしばらく続くという読みがあるように思われます。といっても半数の事業所は業況の悪さを実感しているのですから、茅ヶ崎市建設業者全てに仕事が行き渡っているのではなさそうです。

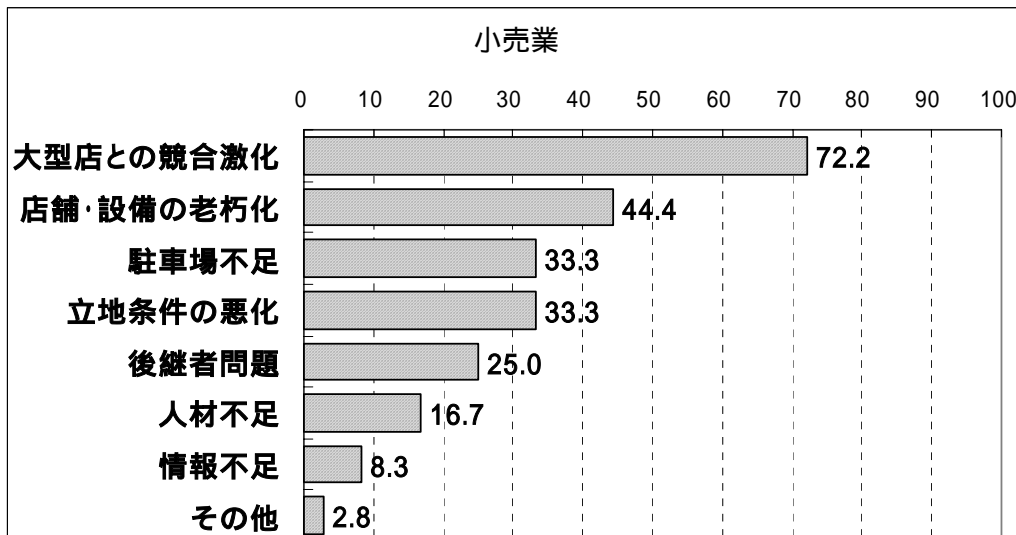
茅ヶ崎市内で先行き見通しを最も厳しく感じているのは大型店舗です。6月の調査でD I値がマイナス14.3であるにもかかわらず、先行き見通しはマイナス42.9という悲観的な数値を示しています。7月はボーナスや贈答の季節ですが、社会不安をぬぐい去ることができないために消費は伸び悩むとの見方をしているのかもしれませんが、「クールビズ効果」も薄れていくことでしょう。

期待したいのは製造業ですが、全国の数値がマイナス18.3であるにもかかわらず、茅ヶ崎市内の事業所ではマイナス30.4という厳しい数値になっています。昨年3月をピークに下がり始めた受注ですが、年度末である3月に若干持ち直したものの、夏場は更に受注が滞るとの読みではないのでしょうか。俗に言う「二・八月」を抜ける9月には業況が回復することを期待したいと思います。

商業は平成16年12月を底として、マイナスながらもD I値が回復しているようです。茅ヶ崎市の先行きでは前回調査の3月と比較するとマイナス26.8という数値まで回復しています。大企業を中心に業績が回復し、ボーナスもこれまでよりは多めに支給されることが期待されています。このような市民の財布を若干ですが期待する数値かもしれませんが、それでも、D I値は大きなマイナス数値を示しているのですから、消費者の行動に大きな変化は現れていないようです。

8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業



業況の検討において、大型店のD I値が上昇したことを指摘しましたが、その影響が小売店の経営課題に現れて

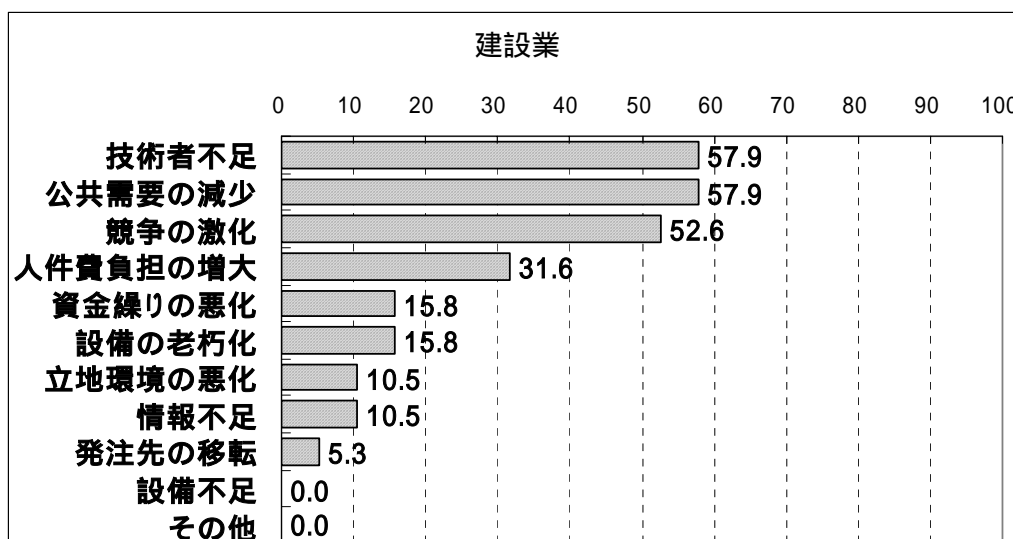
います。大型店との競合が経営課題の第1位であることに変わりはありませんが、前回の調査より1割以上大きな数値となりました。大型店が積極的に販促を行うと、中小の小売店は少なからずマイナス影響を被る図式ができあがっているようです。

経営課題の中で大きく変化したのは「後継者問題」です。前は第2位で3割以上の回答を集めていましたが、今回は2割5分の回答に下がりました。後継者問題は3月の季節的課題といえるかもしれません。「後継者問題」に代わって第2位に上がってきたのは「店舗・設備の老朽化」です。大型店との競合を乗り切るための手段として店舗改装が重要であることは小売店の多くが認識していることです。しかし、現実的には、店舗改装に踏み切ることができないところに解決できない課題があるのではないのでしょうか。店舗改装できなければお客様が集まらないと諦めることもありません。品揃えや店主の服装を変更して、それがお客様の話題に上れば、集客につながります。「話題の提供」に挑戦してみてください。

前回大きく伸びた経営課題のひとつに「情報不足」がありました。今回の調査では1割に満たない回答になりました。不足していた情報が手に入ったわけではないと思いますが、情報に対する要望が減少したことは確かです。小売店では「これからどうしたらいいの？」が常に課題ではあります。しかし、誰も正確な答えを出すことはできません。小売店として「できること」「やりたいこと」を明確にして、お客様にPRしてみませんか。

このほか「駐車場不足」が若干回答を増やし、第3位に上昇していますが、店舗改装と同様直ぐに解決できる問題ではありません。やはり話題づくりをめざす方が良さそうです。

(2) 建設業

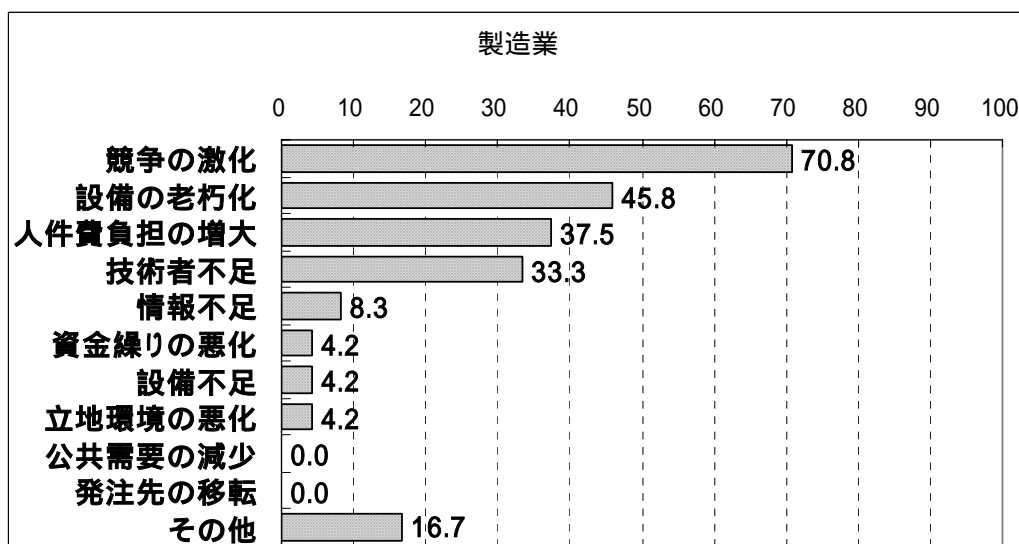


業況が回復基調にある建設業では、前回調査と比較して経営課題が大きく変化しています。前回第1位の「競争の激化」が第3位に後退し、「技術者不足」が4割以上の回答を伸ばして一挙に第1位になりました。これは「仕事がある」ことを意味しています。仕事を取るためには技術者が必要になってきたのです。業況でも検討しましたが、仕事が技術力のある業者に集まっているのではないのでしょうか。腕の良い職人を確保できた業者が競争に勝ち残るのかもしれませんが。

「技術者不足」と同率で第1位となったのが「公共投資の減少」です。前回調査よりも約2割回答を伸ばしています。新年度に期待したのではないのでしょうか。結果としては前年度以上に公共投資は減少することになっています。公共投資を期待したい気持ちは分かりますが、現実的には公共投資が増える可能性は今後ありません。公共投資を当てにしている建設業の将来は暗くなってしまいます。首都圏を中心に盛り上がっているビル需要そして、リフォーム需要等に地元業者として応える新たな仕組みが必要ではないのでしょうか。

建設業の経営課題が上位3つに集中しているのも今回の特徴です。「人件費負担の増大」が前回同様約3割の回答を集めていますが、それ以外は全て2割に満たない回答でした。その中で、今回の調査で新たな課題に挙がってきたものがあります。「設備の老朽化」です。前回ゼロ回答でしたが、今回は約1割5分の回答を集めました。この回答も「仕事がある」ことを裏付けています。そして、仕事が多い多くの業者に広がっていることも示しています。仕事があるからといって安心はしてられません。首都圏の建築需要にも必ず飽和状態が訪れます。稼いだ資金で次の方向を検討すべきではないでしょうか。

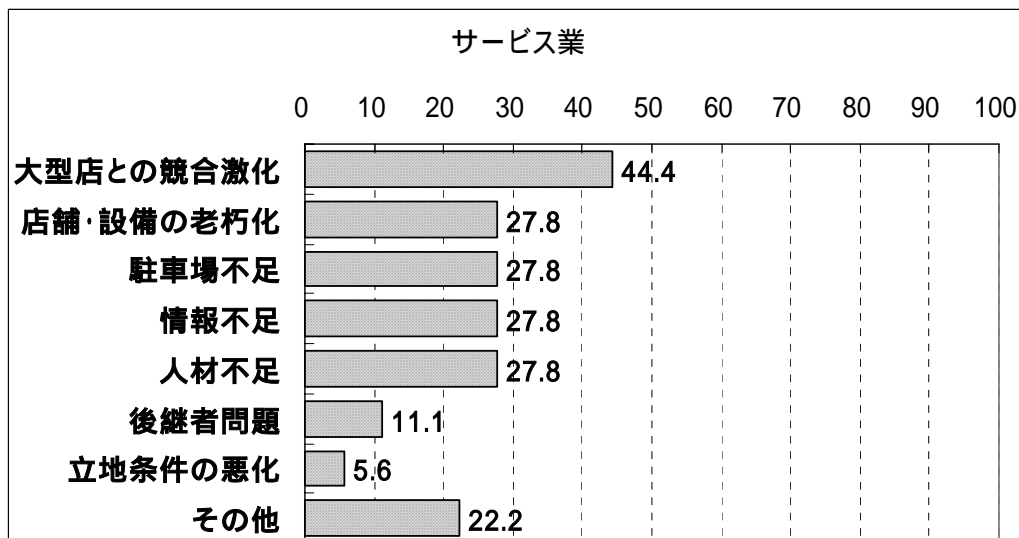
(3) 製造業



製造業では、第1位の「競争の激化」が更に2割回答を集めて7割に達しました。仕事の減少が激しいことが分かります。発注元である大企業の業績は比較的好調ですから、発注先が変化していることとなります。アジア各国で生産体制が再び強化されたことが分かります。第2位には「設備の老朽化」が入っていますが、前回調査の2倍に膨らんでいます。仕事が減少している原因の一つが加工精度にあったことも分かりました。ここからも、アジア各国の生産拠点で設備投資が進んでいることが分かります。そして、第3位には「人件費負担の増大」が入っています。この項目も前回調査より1割5分以上多くの回答を集めています。仕事が減少している上に、利幅が少なくなっていることが分かります。これもアジア各国との競争による影響ではないでしょうか。更に、第4位には「技術者の不足」が入っています。順位は下がっていますが、回答率は前回よりも増えています。競争が激しくなっている中、良い仕事を取るためには技術者が必要になってきたのではないのでしょうか。

上位4つ以外は1割にも満たない回答であり、茅ヶ崎市製造業の経営課題が明確になって来たと考えられるでしょう。このままでは、茅ヶ崎市の製造業はアジアとの競争のなかで埋もれてしまう可能性があります。製造業は本来、付加価値が高く、雇用効果も大きい業種です。茅ヶ崎市製造業の将来を地域として検討する時期に入ったのかもしれない。

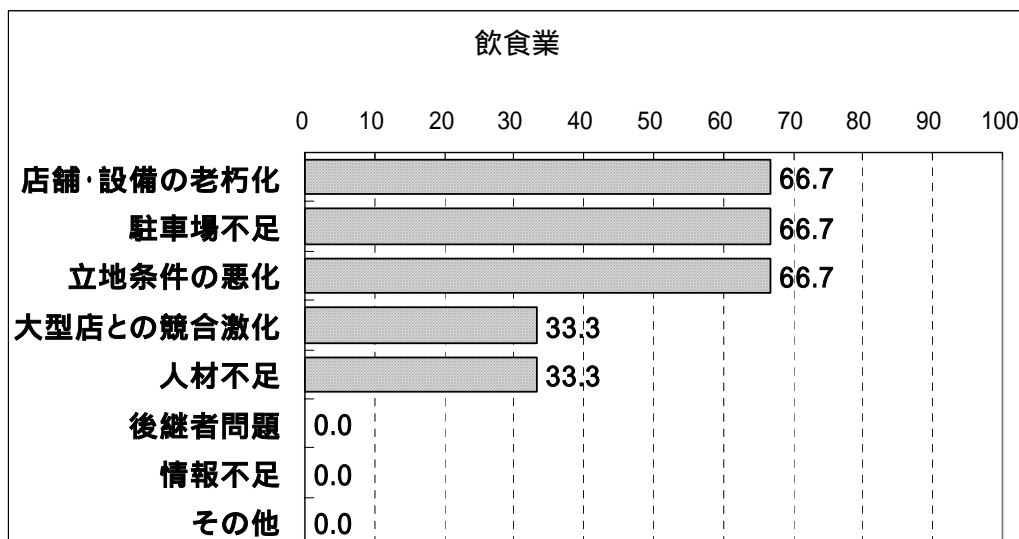
(4) サービス業



先行き見通しではD I値がプラスを示しているサービス業ですが、大型店との競合は激しくなっているようです。前回の調査と同様に経営課題の第1位ですが、回答率が高くなっています。経営課題の2番目には4つの課題が同率で並んでいます。4つの中で前回よりも回答率を上げてきているのが「人材不足」と「駐車場不足」です。特に人材不足は2割以上も回答を増やしています。先行き見通しが比較的明るいということは、お客様が増えることと同様と考えて良いようです。お客様への対応を確実にを行うためには、人材を増やすことが経営課題となるでしょう。駐車場不足も増えるお客様への対応策と考えられます。店舗設備の老朽化と情報不足はほぼ横バイですが、依然約3割の回答を集めており、3ヶ月間では解決できなかったことが分かります。

順位を大きく下げたのは「立地条件の悪化」です。前回2割5分あった回答が今回は5分程度に下がっています。突然立地が良くなったとも考えにくいですが、お客様が増えていることは確かではないでしょうか。扱っているサービスにもよりますが、客数の増減は決して店舗の立地だけに左右されるものではないことがここから確認できるようです。

(5) 飲食業



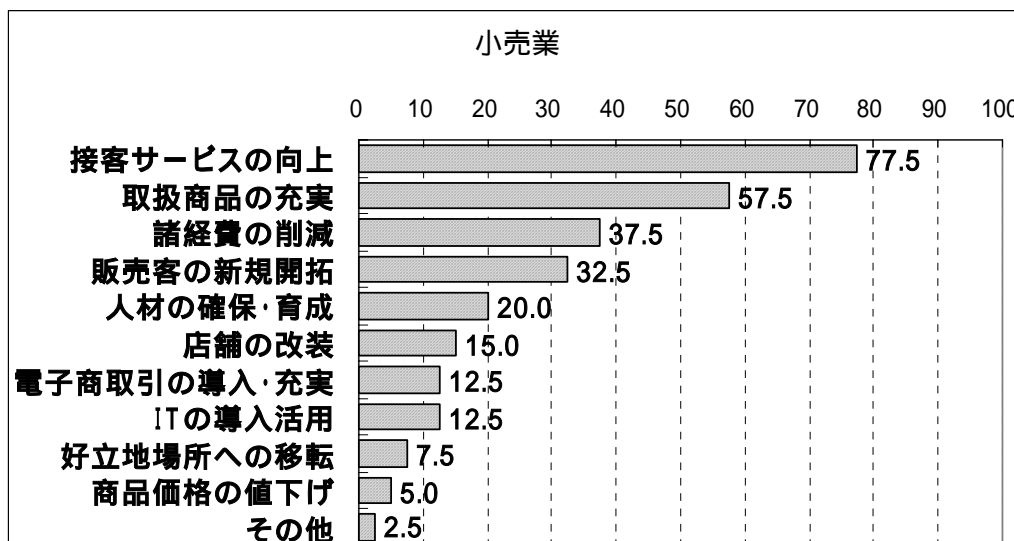
飲食店の経営課題は大きく変化しました。前回10割回答で第1位であった「情報不足」が今回はゼロ回答になっております。不安は脱ぐい去られ、店としてやるべきことが明確になったのかもしれませんが。3分の2の回答を集めた3つの課題が第1位になっています。「駐車場不足」と「店舗・設備の老朽化」は前回ゼロ回答であった課題です。駐車場が不足していると言うことはそれだけお客様が入るようになった現れでしょう。お客様が入るようになれば店舗や施設を手直ししたくなるものです。高級飲食店は集客に苦労していますが、大衆的な飲食店にはお客様が戻ってきていると考えて良いのではないのでしょうか。

同率第1位の課題としても一つ「立地条件の悪化」が入っています。前回は約3割の回答ですから、立地に何らかの変化があったと考えて良いのかもしれません。それを裏付けるのが3分の1の回答を集めた「大型店との競合激化」ではないのでしょうか。前回の回答ではゼロであった課題です。チェーン店や大型店の進出や店舗改装によってでしょうか、少なからず影響を受けている飲食店が3分の1あることが分かります。

興味深いのは人の問題です。前回3分の1の回答を得て第2位の課題であった「後継者問題」が今回はゼロ回答になっています。急に後継者ができたと考えにくいので、新年度になってとりあえず後継者問題は陰を潜めたいと解釈したいと思います。前回のゼロ回答から3分の1の回答を得て上がってきたのが「人材不足」です。一部の店は忙しくなってきたことが分かります。後継者よりもとりあえずは今必要な人材の確保が経営課題になっているものと考えられます。

9. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業

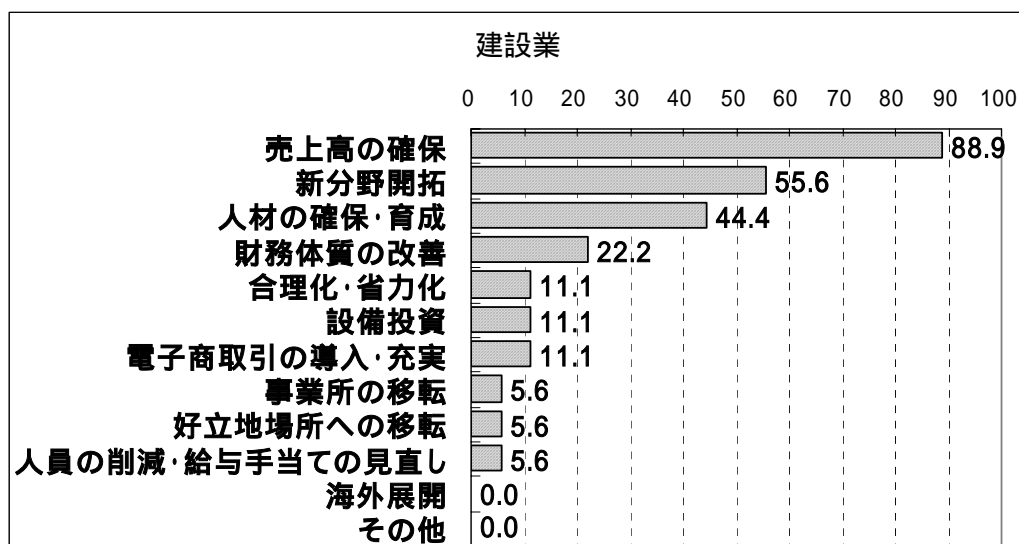


若干は上昇傾向にあります。D I値が依然マイナスを続けている小売業では今回の調査で再び今後の対策が変化しました。大きな変化は電子商取引に対する評価です。前回の調査では今後の対策の第1位が約6割の回答を集め「電子商取引の導入・充実」でしたが、今回の調査では約1割に減少し、順位も第7位に後退しました。店舗販売が伸び悩み、ネット販売を期待していたわけですが、答えは決して甘くなかったということでしょう。その結果、今回の調査では店売りを強化する対策が上位を占めています。「取扱商品の充実」はほぼ前回と同様の回答率でしたが、「接客サービスの向上」が2割回答を伸ばして第1位になりました。インターネットが家庭内に普及していても、小売店の販売は人とのふれあいにあることを確認したのではないのでしょうか。人材の確保に約2割、顧客の新規開拓に約3割の回答が集まるなど、店売り強化の対策が実行されようとしていることが確認できます。しかし、経営課題にも現れているように大型店等との競合はさらに激しくなっており利益は取りにくくなっているようで

す。今回の調査では「諸経費の削減」が3割回答を増やして今後の対策の第3位に浮上しています。

前回調査から大きく回答率を下げた対策が2つあります。「好立地場所への移転」と「店舗の改装」です。「店舗の改装」は前回3割の回答を集めていましたが、今回は1割5分に低下しました。「好立地場所への移転」は3割以上回答率を下げ、今回は1割を割ってしまいました。現在の店舗で、経費を節約しながら店売りを強化する姿勢がここにも現れています。店舗改装を実際に行った店舗もあるのではないのでしょうか。専門店として自店の特徴を分かりやすくPRし、自店のファンを一人ずつ増やしていく地道な活動が小売店には求められているようです。

(2) 建設業

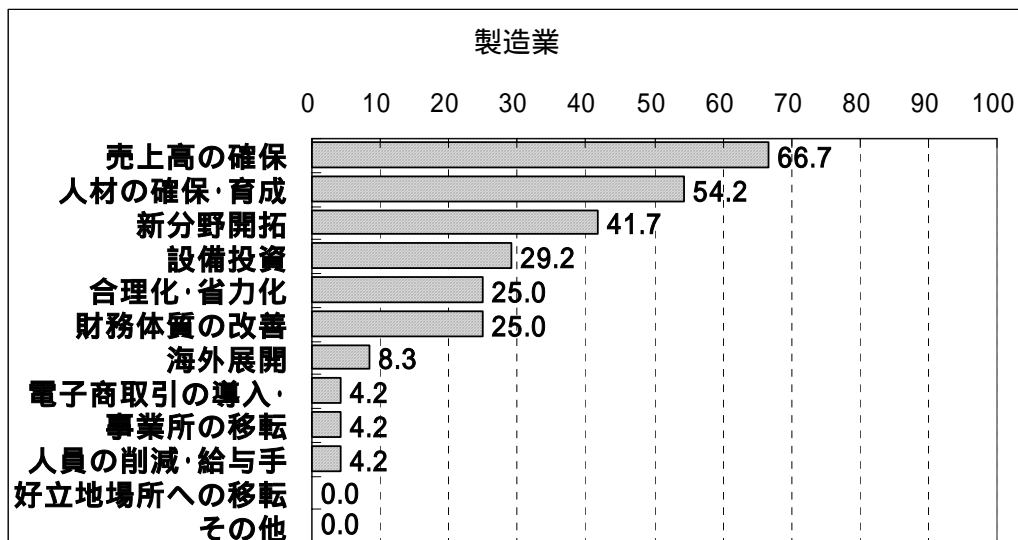


相対的に業況が良い建設業ですが、売上高の確保は決して容易ではないようです。回答企業の9割が「売上高の確保」を対策の第1位にしています。前回の調査よりも約1割回答率が増加していることから分かるように、競争は更に厳しくなっているようです。その一方、「新分野開拓」が5割を超えて第2位に浮上してきたことから、既存分野に行き詰まりを感じ、新たな分野への可能性を模索している企業が増えていることが今回の調査から読み取ることができます。現状ではある程度、首都圏の建築需要を確保していますが、更に将来を考えると決して楽観視はできないということでしょう。「人材の確保・育成」が4割の回答を集め第3位にあることは、方向性を見出した企業がそれだけあることを示しているのではないのでしょうか。

順位が大きく低下した対策として「財務体質の改善」を挙げることができます。前回は5割を超えていましたが、今回は2割に下がっています。工事代金の回収が順調に進んだり、資金手当ができたりしたのでしょうか。厳しい状況からしばし抜け出した企業が多くなっていることがわかります。5位以下は多くても1割程度の回答であり、今後の対策として取り上げるべき項目はありませんが、強いて説明するならば小売業と同様にネット取引に対する期待は薄れたようです。

首都圏という立地から、一時的に建築需要に恵まれている企業が多いようですが、決して将来が安定しているわけではありません。地域住民の「住生活」に焦点を当て、「安心」できる業者であることをPRすることから、新分野を開拓することもできるのではないのでしょうか。

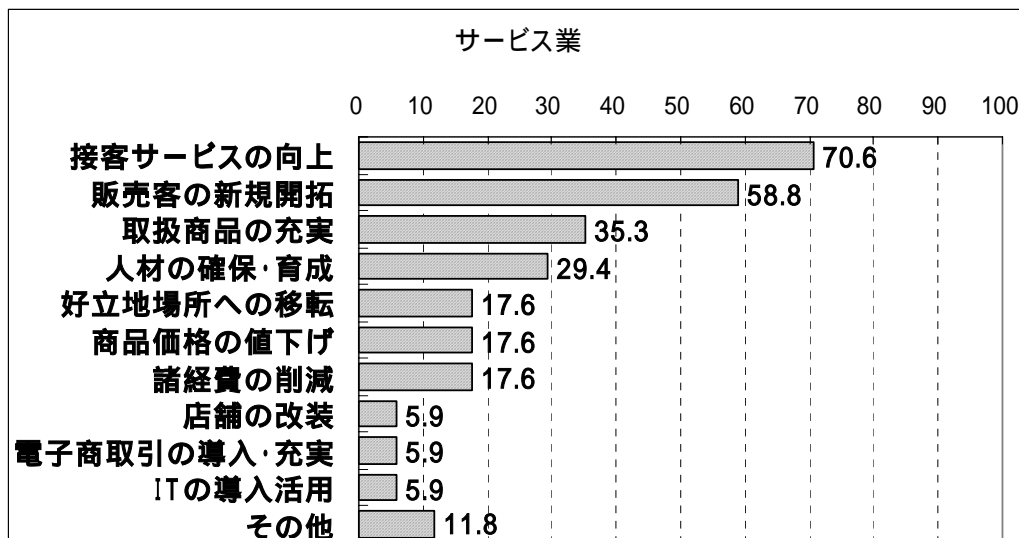
(3) 製造業



製造業にも変化が現れてきました。今後の対策の第1位が「売上高の確保」であることに変わりはありません。しかし、その回答率が前回から2割程度下がっていることがわかります。これだけでは受注を確保できている企業が多くなっているように思えますが、第3位に「新分野開拓」が入っていることに注目してください。前回の調査よりも1割回答を増やしています。現在の受注分野だけでは将来性が薄れてきていることを認識している企業が増えていることがわかります。「人材の確保・育成」が同様に1割回答を増やしている理由も同様に解釈することができるのではないのでしょうか。「設備投資」が回答を1割下げたことも、新分野への移行を模索している企業が増えつつあることにつながります。

前回のゼロ回答から大きく浮上した対策として「財務体質の改善」を挙げることができます。今回は2割5分の回答です。決して良くはありませんが、先行きが見えてきた企業が多くなってきたのではないのでしょうか。事業を継続するにしても、新分野に挑戦するにしても、企業として勝ち残るためには財務体質を強化しておく必要があります。また、今回の調査で「好立地場所への移転」がゼロ回答になったことも注目すべきでしょう。仕事を追っかけて移転するよりも、現在の工場での事業展開を考えることに結論を見出した企業が多いこととなります。しかし、その一方で「海外展開」を対策とする企業が1割弱出てきたことも注意が必要でしょう。茅ヶ崎市内製造業は、次の展開への準備段階に入ったのかもしれません。

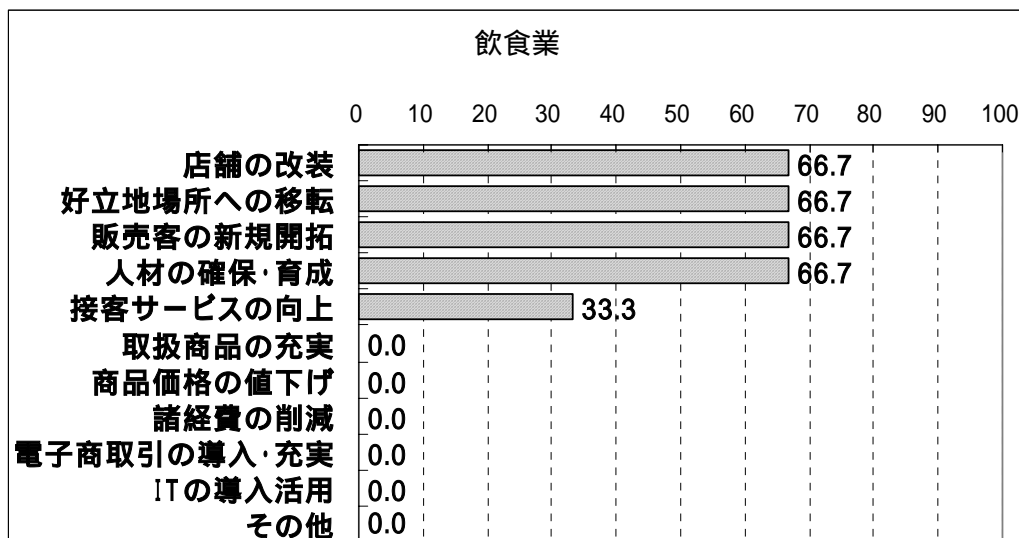
(4) サービス業



サービス業においても変化が現れています。大きな変化はIT（情報技術）の活用に関する対策です。前回6割の回答を集め第2位であった「ITの導入活用」及び、2割の回答を集めていた「電子商取引の導入・充実」はともに6分程度の回答に下がってしまいました。店舗での販売をネットで更に強化しようとした対策ですが、業況の回復が示すようにある程度は成果を出すことができましたようです。しかし、DI値をプラスに引き上げるほどの力はありませんでした。そこで、サービス業では、小売業と同様に、店舗での売上確保に対策の重点を移動させようとしていることが分かります。今後の対策第1位は「接客サービスの向上」で変わりありませんが、1割程度回答を増やしています。第2位に「販売客の新規開拓」が浮上しましたが、前回よりも2割回答を増やし約6割になりました。第3位は「取扱商品の充実」ですが、この対策も前回よりも3割回答が増えています。更に第4位に入っている「人材の確保・育成」は前回ゼロ回答であった対策です。また第5位に入っている「好立地場所への移転」も前回調査よりも回答を増やした対策です。動き出した需要を人的販売で一挙に引き上げようとの方針が見受けられます。今後の見通しではDI値がプラスになっています。人的サービスが成果を発揮することを期待したいと思います。

サービス業も小売業もネットへの期待が薄れている結果となっていますが、政府が進めているIT戦略において、本年度は仕上げの年となります。光ファイバーを中心とする高速回線が全家庭で利用できるようになることはほぼ確実です。インターネット等のITインフラが整備される陰に、新たなサービス需要が生まれることとなります。

(5) 飲食業



飲食業にも変化が現れました。特に大きな変化は「取扱商品の充実」です。前回では10割回答でしたが、今回は一挙にゼロ回答になりました。メニュー構成は飲食店の最重要課題ですから、必要が無くなったわけではないでしょう。年度変わりである前回はメニューの改編時期に当たったのではないのでしょうか。今回メニューは定着し、次の方策にテーマが移ったと考える方が良いでしょう。次の方策としては4つのテーマが同率首位になっています。その中でも大きな変化を示した方策が「人材の確保・育成」です。前回のゼロ回答から一挙に3分の2まで上昇しました。新メニューが受け入れられ、お客様が増えたのかもしれませんが、人手不足が感じられます。店舗に関しても今回は重視されていることが分かります。「店舗改装」と「好立地場所への移転」がともに2倍の回答となりました。現在の店舗では売上に限界を感じている飲食店が3分の2存在すると考えて良いのかもしれません。対策の一つが現店舗の改装であり、一つが移転ということになります。改装や移転に費用が出せるほどには景気が回復していることを示しているのではないのでしょうか。

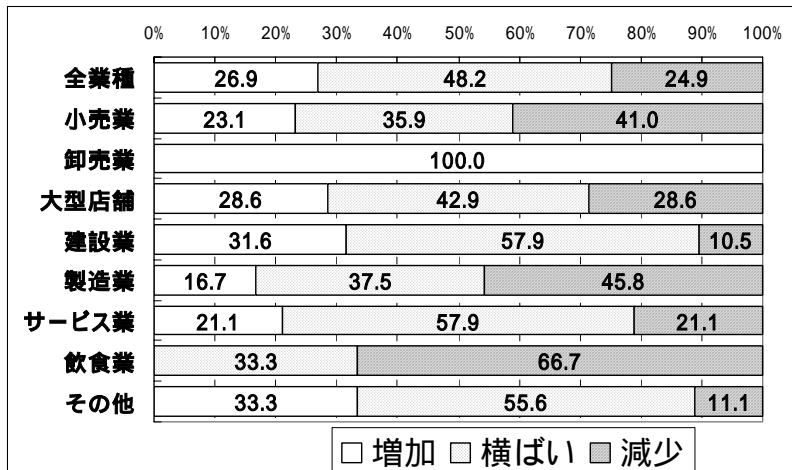
ゼロ回答から再び今後の対策に上がってきた項目には「接客サービスの向上」があります。回答率は3割程度ですが、飲食店にとって接客サービスは常に経営のテーマであることに変わりはありません。今後の方策としての重要度の差が回答率の差になっていると考えます。

飲食店にお客様が戻ってきているとはいえ、お客様の目は厳しくなっています。従来以上に雰囲気と価格と味を大切にしているようです。お客様に選んでいただくためには、食べ方に関する話題づくりが必要になってきました。メニュー一つ一つにいろいろな「こだわり」を持たせることが大切です。そして、接客する従業員がどれだけお客様を愉ませることができるかも今後の課題となりそうです。

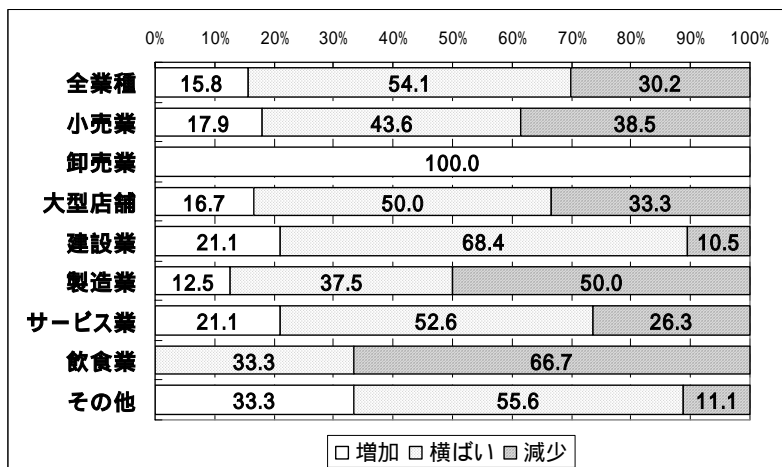
10. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

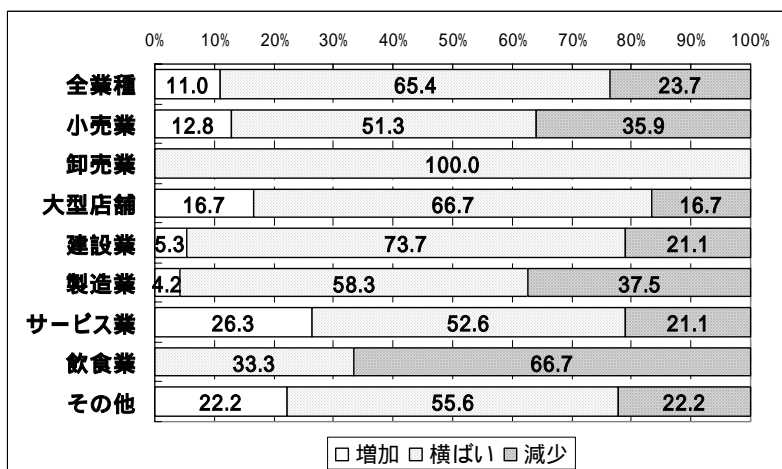
売上高



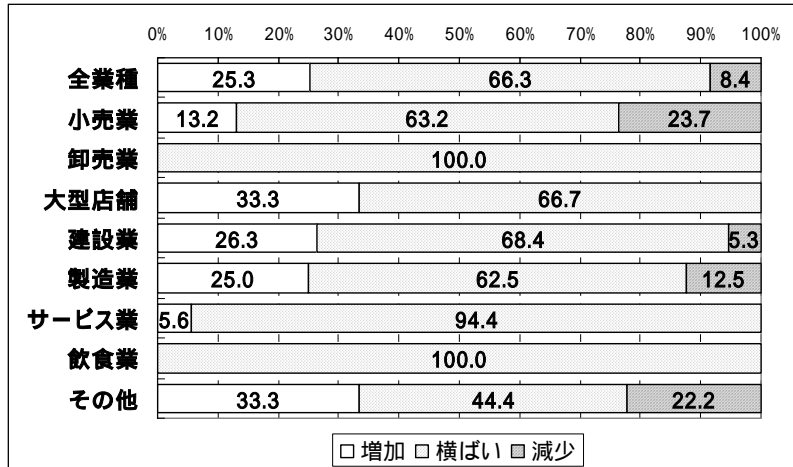
利益



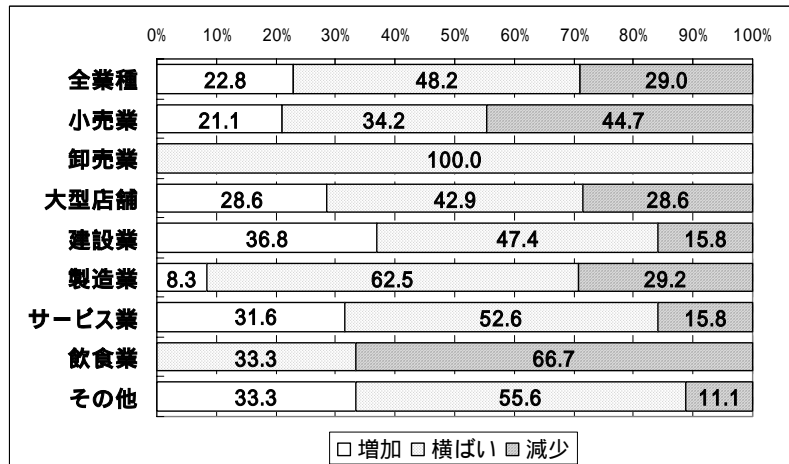
利益率



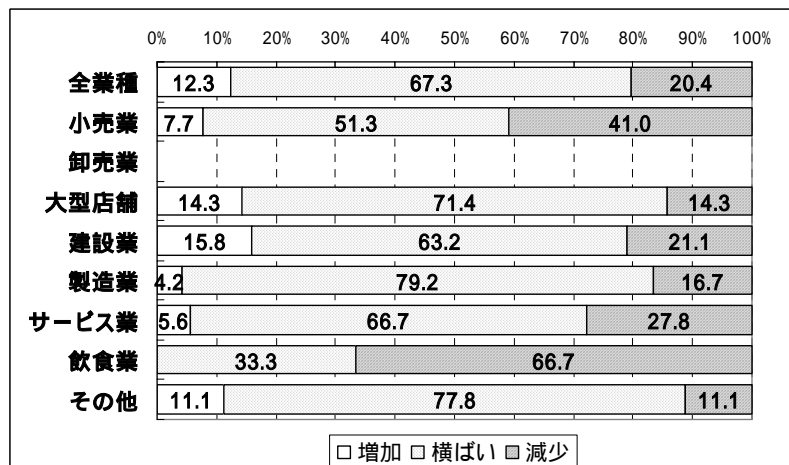
諸経費



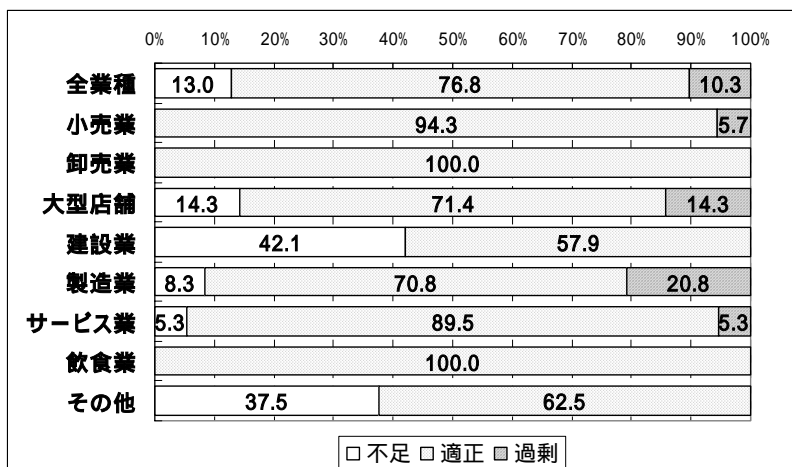
客数、引き合い



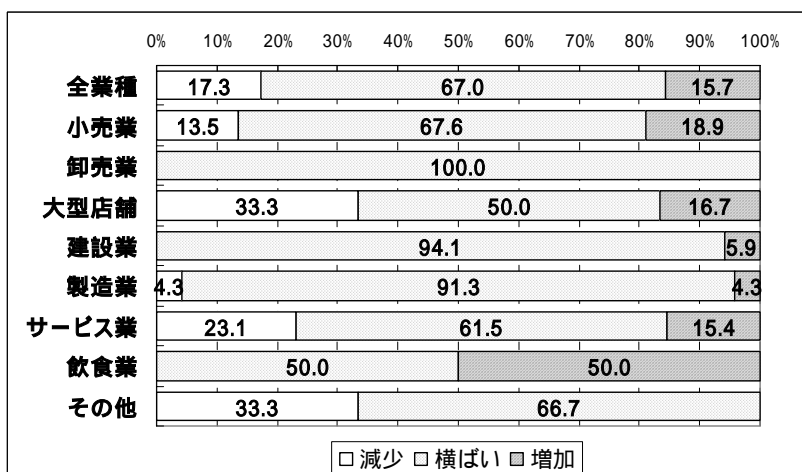
客単価、受注・製品単価



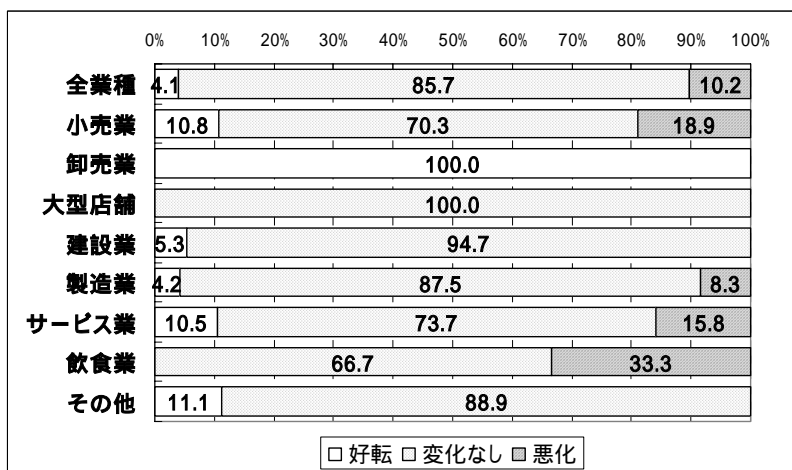
従業員数



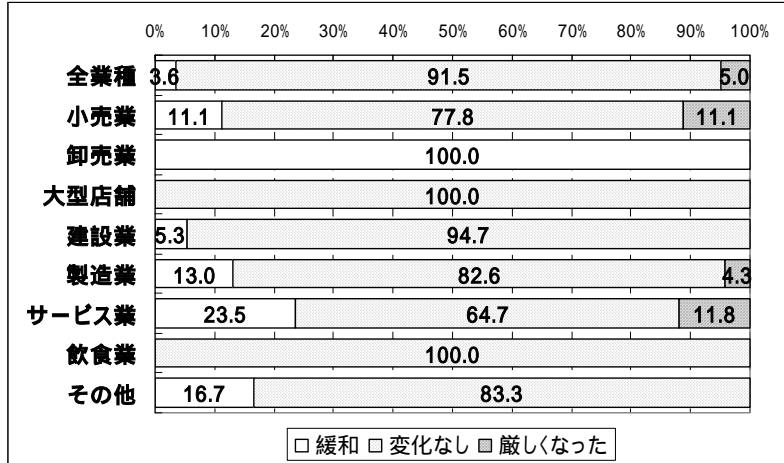
商品在庫、製品・材料在庫



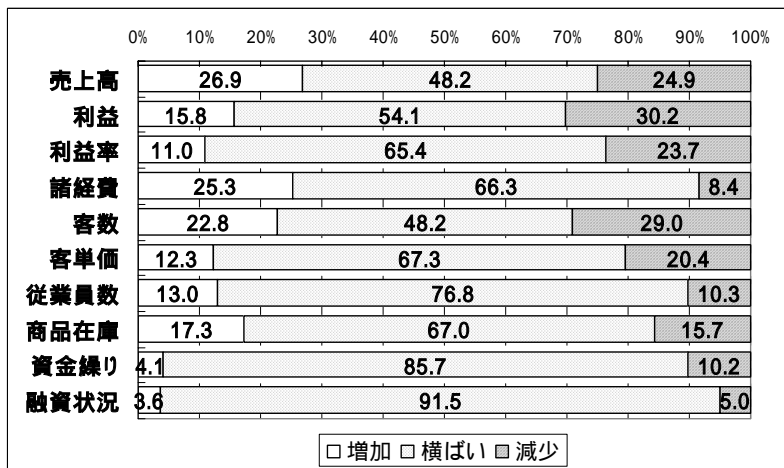
資金繰り



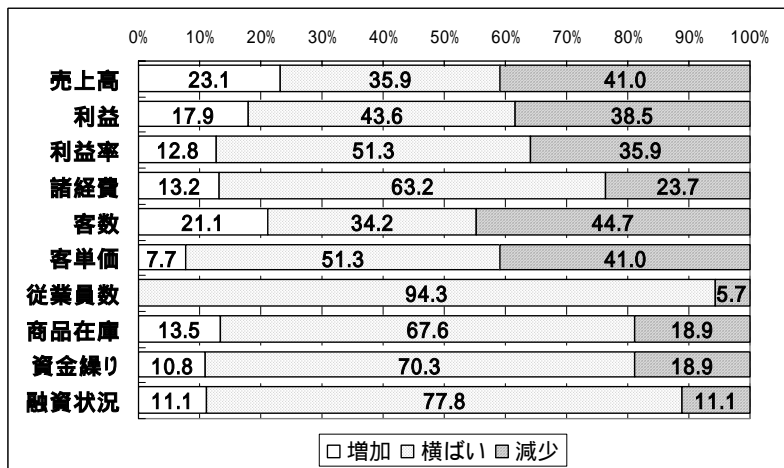
金融機関の融資状況



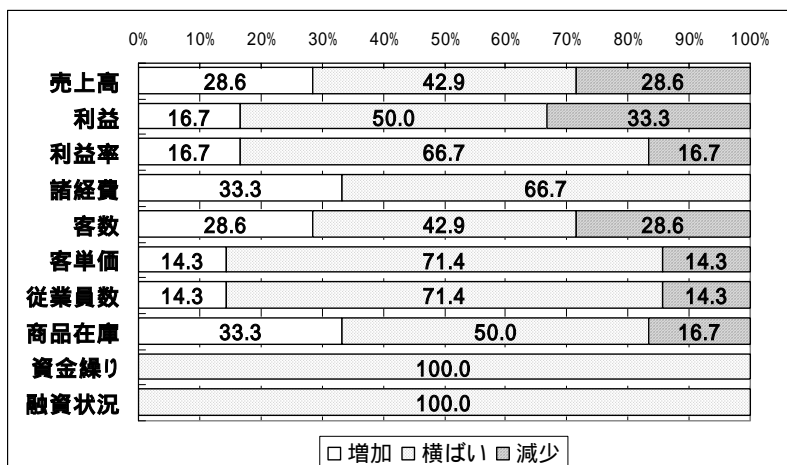
(2) 業種別経営実態 全業種



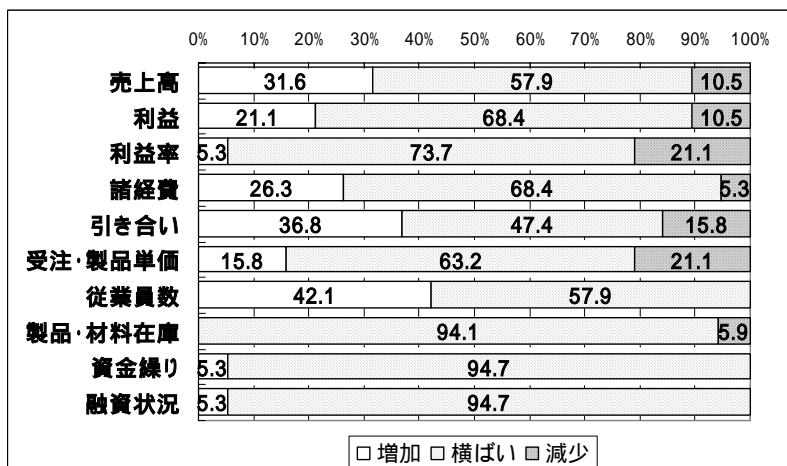
小売業



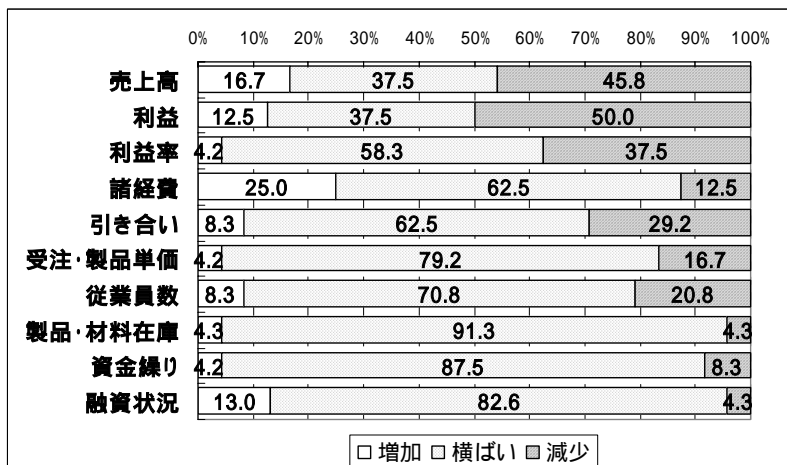
大型店舗



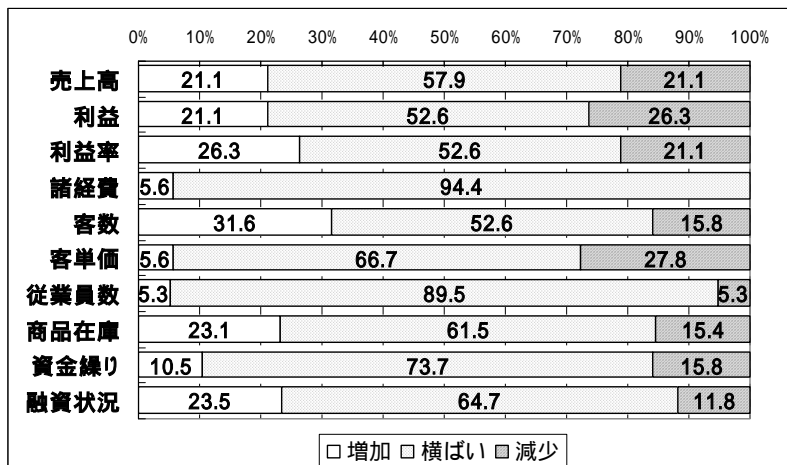
建設業



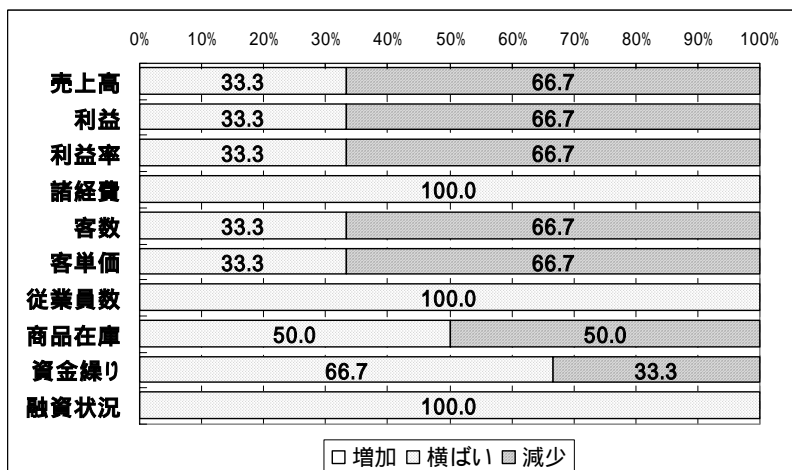
製造業



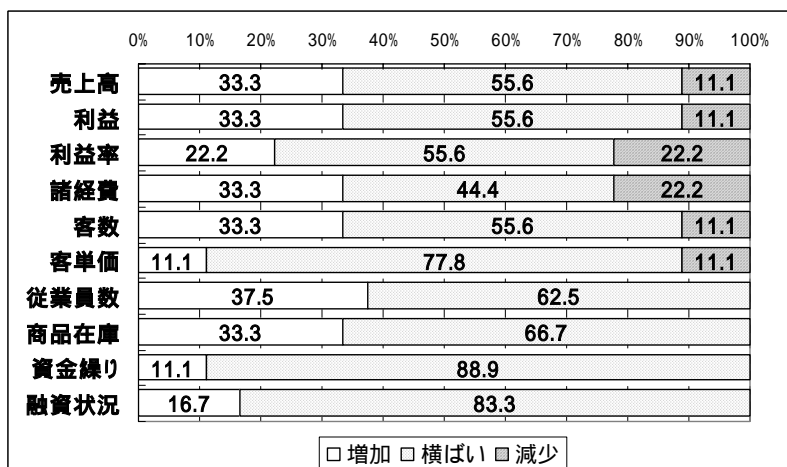
サービス業



飲食業



その他



11. 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"> ・大型店出店が多すぎると思います。ますます商店街が衰退していきます。 ・個人・同業・他業者に聞いても、景気が好転しているとは思えない。 ・客単価がさがっているため、売上が伸びない。今後、エイヴィの進出などでさらに競争激化のため、商業環境は悪化する。TMO活動が有効に機能していない。 ・商店街の通りがきたない。不法看板をもっときびしく撤去し、歩道を歩きやすくきれいにする。茅ヶ崎市のイメージアップ。たとえばアロハシャツなども、もっと市民にアピールする告知広告を強力に行っていく。 ・またスーパーがオープンするようですが、交通はだいじょうぶか。駅周辺の売上が下がると思う。 ・サザンビーチ地下道の完成により、サザンビーチの更なる活用による商業活性化と、駅からサザンビーチに至までの道路イメージの向上のため整備を。 ・ネットオークションをのぞいて見るとありとあらゆる物が思いもよらぬ低価格で手に入る。まさに物があふれているデフレ状態だ。ある商品がネットオークションでかなり安い相場で出まわっているとすると、その情報をみんなが知れば店ではその商品は買わないだろう。一方、商店サイドでその情報を知らなければ、手の打ちようがなく、なんで売れないのか分からないなんて事になる。もはや商売も情報戦争である。 ・大型店のセールが年々早くなってきているため、客足がそちらへ行ってしまう。大型店に合わせると、夏後半売るものがなくなってしまう。 ・この7月7日には、会議所において(株)エイヴィオープンの説明会があるが、こういう大型店が出店すると、益々一般小売商の売上が減少することになる。市長・会議所は一考を要する。 ・大型店舗が地域住民の高齢者にとってすごく不便である。やはりそれぞれの商店街の歩道やちょっとした買い物客のすわって休めるベンチなどを置くスペースがほしい。 ・茅ヶ崎地区に大型商業店舗が多すぎる。行政として指導できることがあると思います。
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨年度よりは売上は伸びています。利益率を上げられない、古い工場等の使われていない土地を活性化すべき。
<p>*製造業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政への新規設備投資に対する優遇税制等のインセンティブの条件制定。
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街や異業種団体などが足並を揃え、集客が望める魅力ある取り組みを実施する必要があると思う。市民（消費者）を動かさなければ不況が打破できないことは言うまでもない。 ・妊娠・出産がしやすい、やさしい市であるように。そのことによって町中が活性化してくると思われる。例えば、乳育保育で大事な母乳保育に関して、母乳マッサージ（母側）の費用について一部負担する気持ちの政策が欲しい。私は5,000円/時間から価格変更して2,000円/30分、4,000円/時間に。それでも支払時は苦しい感情を如実に表わす。結局、若い家庭の家計に負担が重過ぎる。少子化対策の一つとしても考慮して欲しい。さらに、助産院には健康保険の適用がないので、この件のサービスを行政で配慮して欲しい。 ・路上駐輪を一掃し、集客力を高める。 ・南口駅近くに買い物客の駐輪場を確保する。

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