

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

- 1．調査期間 平成17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	133	31	23.3%
大型店舗	13	9	69.2%
建設業	71	22	31.0%
製造業	57	28	49.1%
サービス業	74	20	27.0%
その他	52	14	26.9%
合計	400	124	31.0%

- 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

7月から9月にかけて国内では大きな出来事が2つありました。衆議院選挙と「愛・地球博」の閉会です。郵政法案が国会で否決されたことから、衆議院を解散して総選挙となったわけですが、選挙の結果はご存じの通り自民党の圧勝でした。郵便事業の民営化は行財政改革のほんの一端でしかありません。指定管理者制度を含め、公共事業のあらゆる分野が民営化されることが予想されます。真夏の選挙と騒がれましたが、通常ですと景気が悪い代名詞となる8月に選挙需要が突然現れ、中小企業の一部はその恩恵を受けたことは確かです。特に中小の印刷業では選挙ポスターやチラシの制作で忙しかったようです。

9月25日には愛知県で行われていた「愛・地球博」が閉会しました。開会当初は交通の不便さから集客に不安が持たれました。しかし、閉会に近づくにつれて入場者は多くなったようです。結果として目標を上回る入場者を集め、収益も黒字で締めくくることができたようです。「愛・地球博」は国内の観光地に大きな影響を与えたようです。中国では抗日運動、欧米諸国ではテロが多発しており海外旅行が低調となり、その分国内旅行が多くなったわけですが、国内の多くの観光地では、「愛・地球博」の開催期間中は観光客が少なかったことを訴えています。それだけ「愛・地球博」の集客力が強かったことになります。

これらの出来事を踏まえ、内閣府は10月12日に発表した月例経済報告で現在の景気を次のようにまとめています。

(我が国経済の基調判断)

景気は、緩やかに回復している。

- * 企業収益は改善し、設備投資は増加している。
- * 個人消費は、緩やかに増加している。
- * 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。
- * 輸出は持ち直し、生産は横ばいとなっている。

大企業を中心に景気が回復していることは事実です。夏のボーナスも前年を上回り、新卒の求人数も多くなっています。景気を反映する株式市場も、かつての高値までは到達していませんが、海外資本やネットを利用する個人投資家によって、株価は順調に上がっています。これらは製造業を中心に輸出によって支えられているようです。中国の抗日運動も下火になり、中国との輸出入も回復しています。アメリカではハリケーンの影響で消費が減退するかもしれませんが、7月から9月は横ばいを維持しています。

公共投資は相変わらず低調に終わっていますが、都市部を中心にマンションや商業ビルの建築が進んでいます。特にマンションは賃貸を目的に一括購入する業者が出てきており、建てるのと完売する様相を示しています。交通の便利なところに再び移り住む傾向が出ているのかもしれませんが。

小売業においては、政府が指摘しているように、消費マインドが高まっているようです。特に政府が掲げた「クールビズ」に刺激され、カジュアルなワイシャツやブレザーの売上げは増えました。しかし、9月の末まで暑い夏が続きましたから、秋冬物の値崩れが心配されます。

9月に新政府が誕生し、構造改革が更に加速されることになりました。日本全体の景気は回復基調ですが、税制や社会保険・介護保険の見直しによって国民の税負担が増加することも考えられます。また、100%輸入頼りの石油価格が更に上がることも予想されています。石油を頼りにしている製品やサービスは単価を上げることとなります。10月以降、これらの影響が大きくなれば、消費マインドが再び弱まることにもなりかねません。社会の動向を注視していきたいと思えます。

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9月比	17年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	24.8	17.2	22.3	30.8	24.4
商 業	44.9	31.0	32.3	33.7	24.6
大 型 店 舗	33.3	37.5	44.4	-	-
建 設 業	20.0	10.5	28.5	41.0	39.3
製 造 業	4.0	3.6	0.0	21.2	15.7
サ ー ビ ス 業	27.7	33.3	26.3	31.3	27.5
そ の 他	33.4	7.2	15.4	-	-

9月期で突出しているのは製造業です。前年同月比と同年6月比、両方ともプラスのDI値を示しています。全国的にはマイナス21.2というDI値ですから、茅ヶ崎の製造

業は首都圏の立地を活かして受注を行っていることが分かります。内閣府の経済報告にもありましたが、中国やアメリカへの輸出が回復したことにその原因があるのかもしれませんが。また、国内でも進んでいる設備投資の結果とも考えられます。景気が緩やかに回復しつつあることが、製造業において確認することができます。

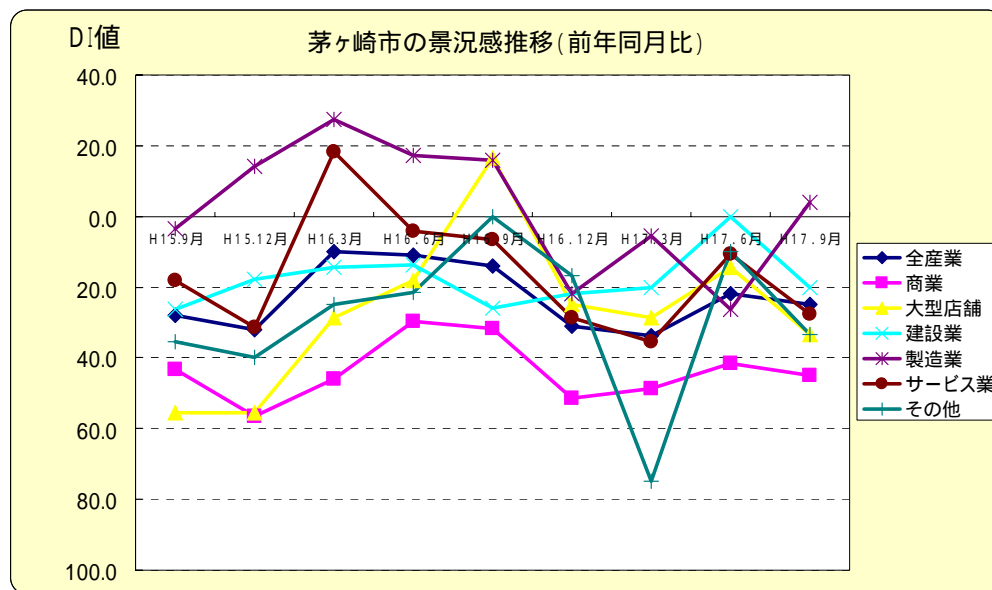
一時回復するかと思われた建設業ですが、前年同月比でマイナス20.0、同年6月比でもマイナス10.5というDI値を示しています。首都圏では商業ビルやマンションの建設が行われていますが、そろそろその需要も収まってくるのかもしれませんが。全国的には前年同月比でマイナス41.0を示していますから、悪くなったとは言え、全国の建設業よりも茅ヶ崎の業者は恵まれた状況にあるようです。

中小小売店が多い商業では前年同月比でマイナス44.9、同年6月比でマイナス31.0を示しています。大型店舗でも前年同月比でマイナス33.3、同年6月比でマイナス37.5を示しています。全国的に見ても商業ではマイナス33.7というDI値を示しています。DI値から判断する限りでは、決して消費マインドが高まっていることは確認できません。特に茅ヶ崎の商業においては、前年同月比で全国平均よりも約10ポイント低い数値になっており、市内中小小売店の販売力が更に低下していることが分かります。

これまで製造業に比較的近い動きをしていたサービス業ですが、製造業のDI値がプラスに転じたにもかかわらず、マイナス27.7という低いDI値になってしまいました。製造業ではコスト削減のために、外部に依存している事業所サービスを見直しているのかもしれませんが。個人サービスにおいても、消費者の利用頻度が少なくなっていることが示されていると考えられます。

以上確認したように、茅ヶ崎市においては製造業が持ち直して来てはいるものの、他の業種は全てマイナスのDI値でした。サービス業と大型店舗では前年9月よりも、同年6月との比較の方が、マイナスが大きい結果となっています。茅ヶ崎市全体としては前年同月比がマイナス24.8、同年6月比でマイナス17.2という結果となりました。

(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)

	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	H17.6月	*H17.9月
全産業	27.8	32.0	9.9	11.1	14.0	31.0	33.6	21.7	24.8
商業	43.2	56.4	45.9	29.8	31.7	51.5	48.7	41.6	44.9
大型店舗	55.6	55.6	28.6	18.2	16.7	25.0	28.6	14.3	33.3
建設業	26.3	17.7	14.3	13.7	25.9	21.8	20.0	0.0	20.0
製造業	3.5	14.3	27.3	17.2	15.8	21.7	5.6	26.1	4.0
サービス業	18.2	31.5	18.2	4.1	6.7	28.6	35.3	10.5	27.7
その他	35.3	40.0	25.0	21.5	0.0	16.7	75.0	10.0	33.4

*「」はマイナスを表す。

*表中「商業」欄は小売業の数字を使用。

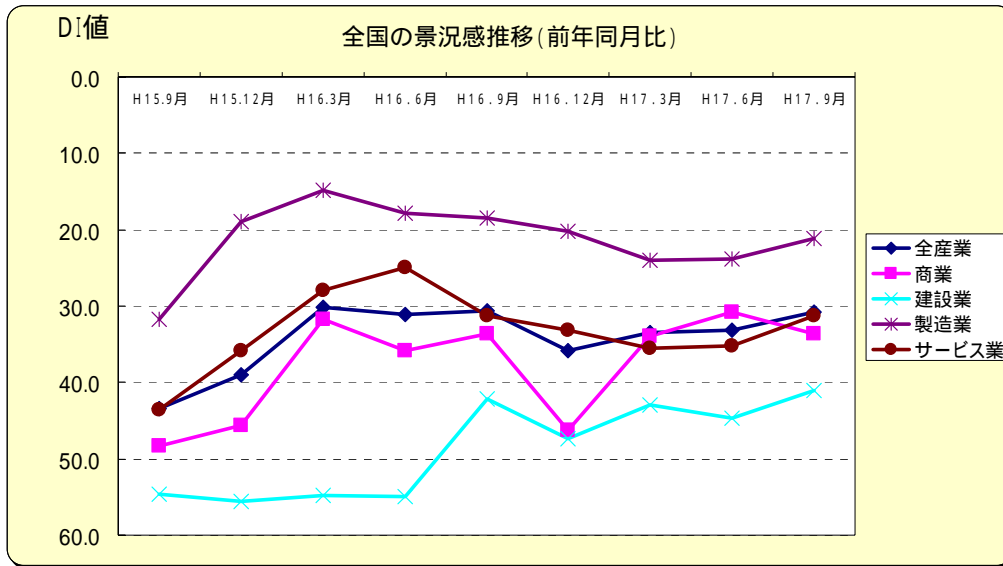
前回(6月)の調査では市内の産業全体が上向き傾向を示しました。しかし、今回の調査では製造業以外の業種が再びマイナス傾向を示していることが確認できます。特に商業では、昨年12月調査から続いていた回復傾向が本年6月で頭打ちしてしまったことが分かります。その分大型店舗に買い物客が移動したわけでもなさそうです。市内大型店舗では前回調査(6月)で一挙にマイナス数値を縮めましたが、先行き見通しの通り、今回の調査ではマイナスが大きくなってしまいました。昨年9月の調査でプラスに転じたDI値でしたが、傾向としては、昨年9月をピークに業況は減少傾向にあることが分かります。日本全体としては消費傾向が回復基調にあるとの見方が強まっていますが、茅ヶ崎市においては、市民の財布の紐は更にきつく縛られる傾向にあるようです。

建設業は昨年12月調査時点から回復傾向が見られていました。そして、前回(6月)の調査ではDI値が±ゼロとなり、見通しにおいてもほぼ業況が維持できることを期待していました。しかし、結果は20ポイント減少してしまいました。首都圏における建築需要の回復が一段落したのでしょうか。また、夏休みを挟み一時的に休止したのでしょうか。その答えは次回の調査で明らかになると思います。

前回調査では業況の悪化が予想されていた製造業ですが、今回の調査ではDI値がプラスに転じました。昨年12月を底に上昇と下降を繰り返していますが、傾向としては良くなっているのかもしれませんが、また、3ヶ月から6ヶ月のスパンで製造業は生産調整を行っているとも考えられます。次回の調査結果を見てから判断したいと思います。

昨年12月調査までは比較的製造業と連動した動きを示していたサービス業ですが、本年3月の調査からは製造業とは逆の動きをしていることが確認できます。サービス業といっても業種が多いため、一様に原因を推測することはできません。しかし、製造業との短期的な連動が少なくなったことは確かでしょう。グラフを再度確認してみましょう。本年3月時点から、サービス業は製造業の後追いをしているようにも考えられるのです。この答えも次回の調査を待ってから出したいと思います。

茅ヶ崎市内の産業全体としては本年3月から再び回復傾向が現れているのではないのでしょうか。しかし、これは製造業が今回の調査でプラスに転じた結果です。このまま、製造業が好調に推移すれば、茅ヶ崎全体の景気を引き上げてくれることが期待されます。



< 全 国 >

	H15.9月	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	H17.6月	H17.9月
全産業	43.4	39.0	30.2	31.1	30.6	35.9	33.4	33.2	30.8
商業	48.3	45.6	31.7	35.9	33.6	46.3	34.0	30.8	33.7
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	54.6	55.6	54.8	55.0	42.1	47.3	42.9	44.7	41.0
製造業	31.7	18.9	14.9	17.8	18.4	20.2	24.0	23.9	21.2
サービス業	43.6	35.9	27.9	25.0	31.2	33.1	35.5	35.2	31.3
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-

7. 茅ヶ崎市経済の先行き

内閣府が10月12日に公表している月例経済報告では、次のように先行きを判断しています。

先行きについては、企業部門の好調さが家計部門へ波及しており、国内民間需要に支えられた景気回復が続くと見込まれる。一方、原油価格の動向が内外経済に与える影響等には留意する必要がある。

ここでも指摘されているように、最大の不安要素は原油価格の高騰です。アメリカではハリケーンの影響もあり、世界各国から援助を求めています。その影響もあり、日本国内では原油の価格が更に上がることが予想されています。航空会社では国際運賃を既に実質値上げしています。これから寒くなる日本において、石油価格が上がることは全ての産業でコストアップとなることが考えられます。

今回の業況調査においても先行き見通しは決して良くありません。産業全体ではマイナス22.3を示しています。全国平均ではマイナス24.4ですから、世の中全体よりも多少楽観視しているかもしれません。まず茅ヶ崎経済を引っ張る存在である製造業を確認します。日本全体ではマイナス15.7であるのに対して、茅ヶ崎市内の製造業は±ゼロとなっています。製造業においては現状を維持できそうな先行き見通しです。しかし、大型店舗ではマイナス44.4という厳しい見通しを立てています。大手企業の業況は回復

していますが、労働者の給与は決して向上しておりません。特に公務員の給与は削減されることが明確となっています。市内商業者でも考え方は大型店舗と同様と考えられ、マイナス32.3の見通しです。個人消費の面では決して楽観視できないことを市内商業者は感じているようです。

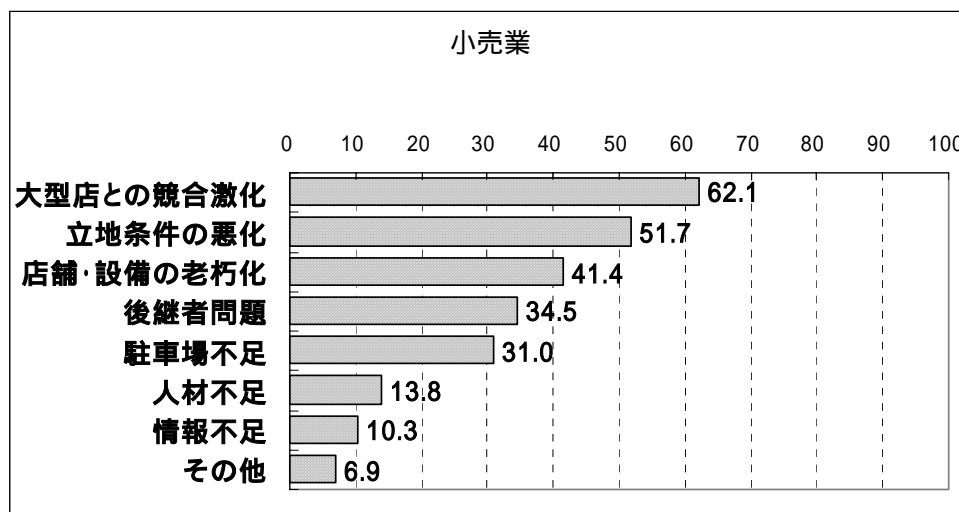
建設業においても先行きは明るくなく、マイナス28.5というDI値を示しています。首都圏の建築需要はやはり一段落したと考えているのかもしれませんが、2000年の予測では来年から日本の人口が減少すると言われていましたが、本年度修正され、今年から人口の減少が始まる予測になりました。見通しが明るくない原因もこのようなところにあるのかもしれませんが。

サービス業においても見通しはマイナス26.3になっています。マイナスのDI値ながら上下を繰り返していますが、マイナス幅が大きくなる見通しです。製造業は比較的元気な動きとなっていますが、それ以外の業種、そして個人需要に期待を持ってない状況ではないでしょうか。

衆議院選挙が終わり、新内閣が発足しております。産業の活性化が更に消費経済の活性化に繋がるような政策の実行を期待したいと思います。

8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業



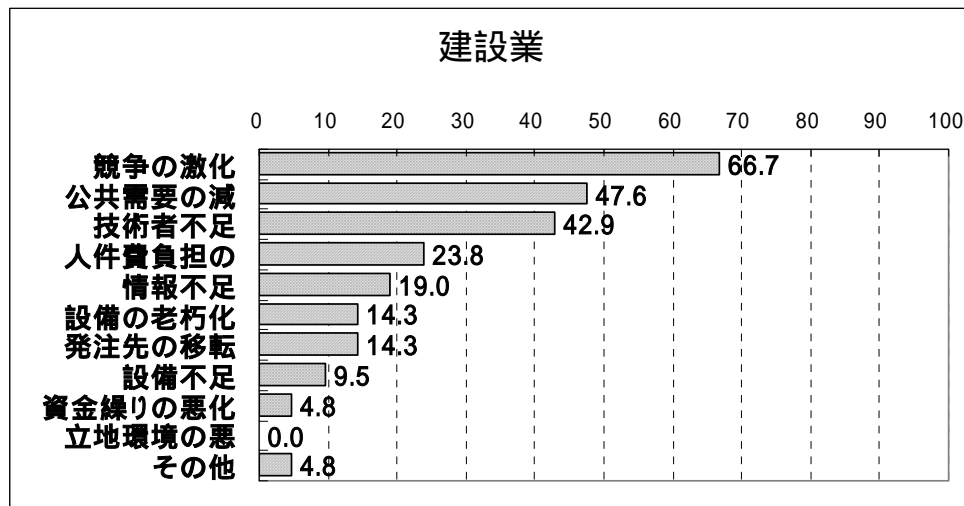
今回の調査でも良い材料が見つからない小売業ですが、経営課題の第一は大型店との競合であることに変化はありません。しかし、2位以下で変化が生じています。前回3割程度の回答であった立地条件の悪化が約5割の回答を集めて第2位に浮上してきました。6月から9月の間では市内立地に大きな変化は無かったですから、市内小売店の近隣で発生している課題と判断されます。道路工事等の小さな変化でも中小の小売店には大きな影響を与えることが分かります。回答率は3割程度ですが、前回よりも課題として膨らんできたのが後継者問題です。子供たちの夏休みを利用して、後継者問題を話し合った小売店が多くあったのではないのでしょうか。後継者を期待できない小売店が1割程度増える結果となってしまいました。

店舗設備の老朽化や駐車場不足に関しては、前回とほぼ同様の回答率になっています。

特に店舗設備の老朽化は順位でも3位に留まっており、重要な経営課題であることは今回も変わりません。しかし、後継者問題が大きくなってきたことから、店主の投資意欲が薄れることが心配されます。

前項で確認したように、大型店も含め市内商業者の先行き見通しは明るくありません。このままでは市内の商業が共倒れになりかねません。市民の財布の紐を商業全体でゆるめることが必要になるのではないのでしょうか。年末の販売促進を期待したいと思います。

(2) 建設業

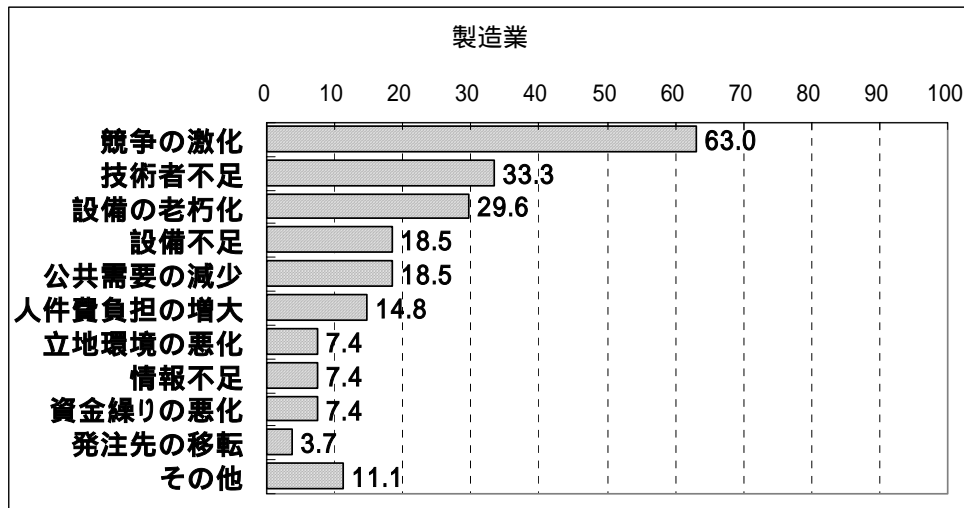


DI値の推移からも分かるように、市内建設業者の受注は減少しているようです。当然の結果ですが、受注競争の激化が経営課題の第1位となりました。回答率も前回よりも1割以上増加して7割に迫る数値になっています。経営課題の第2位は前回同様公共需要の減少ですが、回答率は約1割減少しました。公共投資を頼らずに、民間需要に活路を求めようとしている建設業者が増加しつつあるのではないのでしょうか。そこで、1割近く回答を増やしている情報不足が気になります。2割程度の数字で大きくはありませんが、再び仕事が減少している中で不安を抱えている建設業者が増加していることが考えられます。

前回の調査から大きく回答率が下がった経営課題は技術者不足です。前は6割近い回答率を集め第1位でしたが、今回の調査では約4割の回答率で第3位でした。技術者が不足していることよりも、仕事が減少していることの方がより重要な課題であったことが分かります。1割程度回答率が減少した経営課題としては資金繰りがあります。需要が上向いていたときの売上が無事回収できたと考えて良いのではないのでしょうか。新築需要が減少しつつあるのであれば、最近話題にはなっていますが、リフォーム需要にも目を向ける必要があるかもしれません。

(3) 製造業

業況の良さが経営課題にも現れています。経営課題の第1位が競争の激化であることは変わりませんが、回答率は前回の調査よりも若干減少しています。同様に回答率を大きく下げた経営課題が2つあります。1つは設備の老朽化で前回から約1割5分下がり約3割の回答率です。業況は上向いているのですから、機械や設備の更新が実際に行われたと考

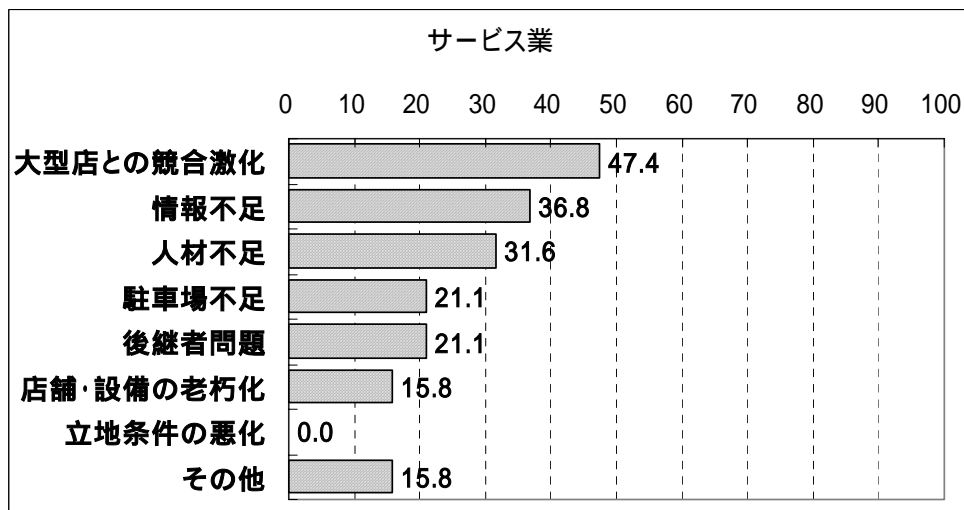


えることができるでしょう。もう1つが人件費です。前回4割近くあった回答が今回は1割5分まで減少しています。仕事が順調に入り、人件費の負担感が和らいでいるようです。

一方、新たに浮上りつつある経営課題もあります。その1つが前回ゼロであった公共需要の減少です。今回の調査では2割弱の回答率です。製造業の中には公共的仕事を請け負っている工場があることを確認できました。また、公共需要の減少を上回る民間需要が現状では存在することも分かります。もう1つが設備不足です。こちらも1割5分程度回答率が上昇しました。従来設備だけでは現在の生産需要に追いつけない工場が出てきていることになります。

技術者不足は順位こそ第2位ですが、回答率は前回と同様で約3割です。仕事は比較的好調に入っているようですが技術者不足は解決できなかったようです。大手製造業の中には生産拠点を再び日本国内に移そうとしている企業もあります。このまま安定した生産が続くことを期待したいと思います。

(4) サービス業

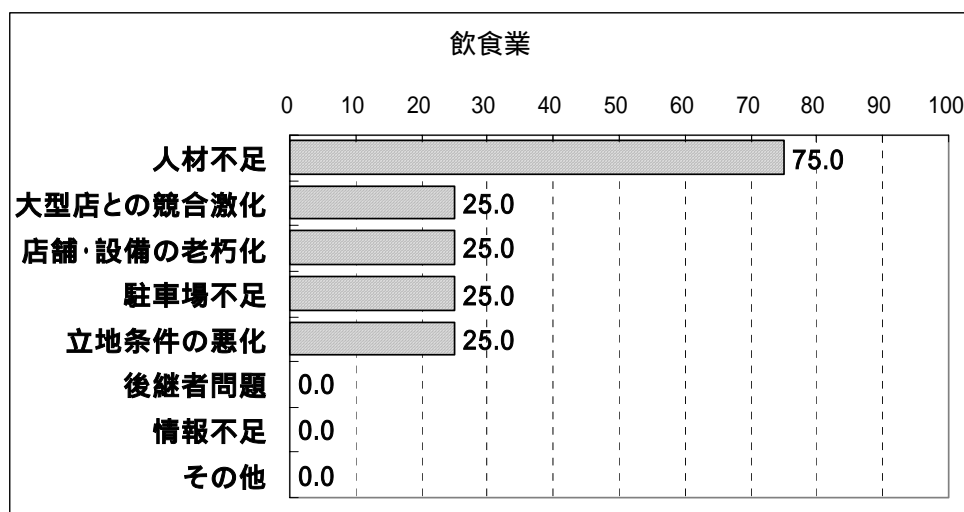


前回の調査では先行き見通しがDI値でプラスになっていましたが、期待に反し、結果は大きく減少してしまいました。その原因の一番は、前回同様、大型店との競合でした。

しかし、経営課題の第2位以降は大きく入れ替わりました。前回よりも1割回答率を伸ばし、2位に浮上したのが情報不足です。前回の見通しが大きく外れた理由がここにあったと判断されたのかもしれませんが。そして、第3位が人材不足です。サービス業の多くが接客を基本としていますから、人材によって大きく業績が左右することは確かです。人材に関連して、前回よりも回答率を約1割伸ばして第4位に入ったのが後継者問題です。2割程度ですから決して多いとは言えませんが、業績が悪化して弱気になっている経営者が出てきているのではないのでしょうか。

回答率を大きく下げたのが店舗施設の老朽化です。前回から1割以上低下し、2割を切ってしまいました。前は業況が一時的に良くなり、強気の姿勢が見受けられました。しかし、業況が悪化した現在、店舗改装や設備の更新に対して弱気になってきたことが分かります。駐車場不足は今回も2割を超える回答があり、前回からほとんど解決はされていないようです。

(5) 飲食業

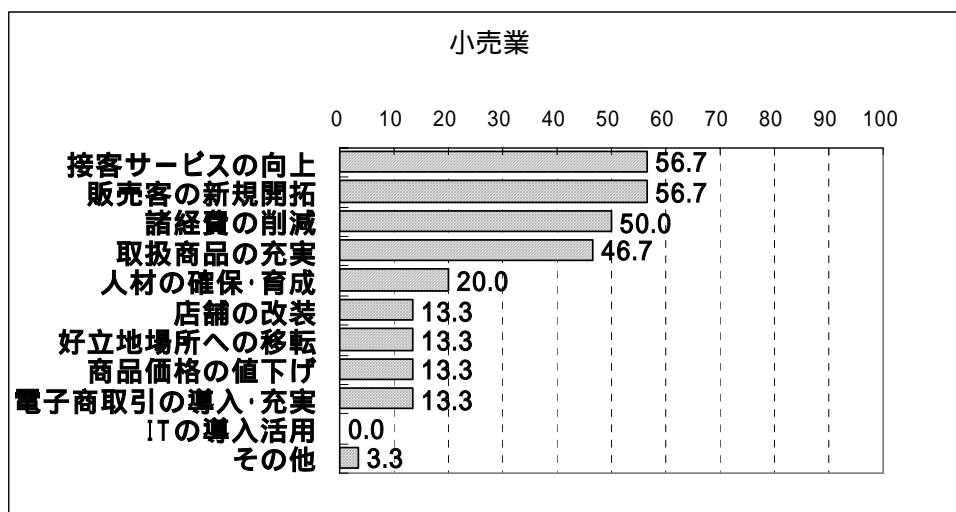


今回も飲食業では経営課題が大きく変化しました。前回同率1位であった店舗老朽化・駐車場不足・立地条件悪化の3課題が、半分以下の2割5分にまで減少しました。3課題に代って第1位となったのが人材不足で7割5分の回答を集めました。大型店との競合も若干ですが減少していることから、飲食店は業績が回復しつつあるのではないかと判断されます。その要因の1つが店舗改装かもしれません。前回調査時の経営3課題全てが大幅に減少していることから、市内飲食店の多くが何らかの店舗改装を行っていると考えられるからです。大型店舗も含め小売店では決して業況が回復していませんので、飲食店だけが何もせずに業績が良くなることは考えにくいことです。市内飲食店の多くが店舗改装を行っているのであれば、その前向きな姿勢は市民から高く評価されていることとなります。

今回の調査でも後継者問題や情報不足は飲食店業界の経営課題とはなっておりません。それだけ、市内飲食店の経営者が若いということでしょう。そして、世の中の動きを感知して、将来を考える経営者が飲食業では育っているとも考えられます。

9. 主要業種の今後の対策

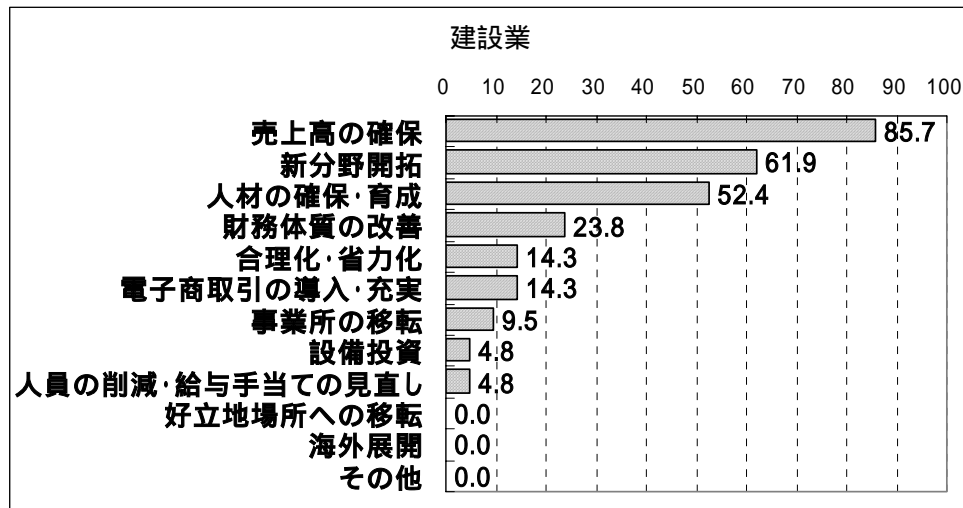
(1) 小売業



世の中一般的な動きに反して苦しい展開となっている小売業ですが、今後の対策は上位4つに絞られたことが分かります。前回のよりも重要性が増した対策は新規顧客開拓と経費の削減です。特に新規顧客開拓は前回調査よりも2割5分程度回答率が上がっています。既存顧客を中心とする接客サービスは最も大切な対策であることに変わりはありませんが、前回よりも2割回答率が下がっています。既存客だけでは減少する売上に歯止めを掛けることができないとの結論に達したのではないのでしょうか。そして、諸経費削減も前回より1割強回答率が上がりました。既にかなり経費を節約しているはずですから、これからは代表者の人件費が更に削減されることになるのかもしれませんが。そして、前回第2位であった取扱商品の充実が今回は回答率を1割程度減じて4位になりました。売上の減少を歯止めするために商品の多様化を図りましたが、その成果を確認することができなかったようです。茅ヶ崎市民は、小売店でいくら品揃えを増やしても、いらぬものは買わない姿勢を強く持っているのかもしれませんが。5位以下の対策は2割以下の回答率であり、小売店にとってそれほど重要な対策ではないと考えられます。しかし、前回と比較して上下している対策があります。1つは商品価格値下げです。前回よりも3倍近い回答を集めています。新規顧客を開拓するために値下げすることを一部の小売店が検討しているようです。逆に必要無しと、判断された対策がIT活用です。今回調査ではゼロになってしまいました。新規開拓方法の中にインターネット等の活用が含まれていないことが確認できます。

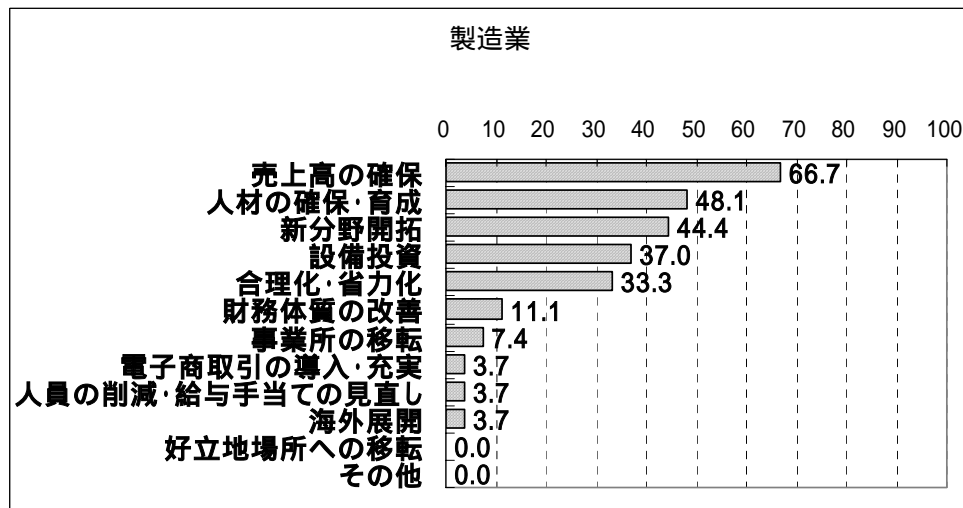
(2) 建設業

建設業における対策は若干の変化はありますが、前回と基本的な違いはありません。しかし、上位3つの対策を眺めると、建設業者の意識が変わろうとしているようにも見受けられます。受注確保が最大の対策ですが、従来と同じ分野での受注に限界を感じている事業所が出てきたのではないのでしょうか。売上の確保が若干回答率を下げ、新規分野の開拓が5分程度ですが回答率を伸ばしています。建設業では業界全体で業種転換を研究していますが、その影響が現れているのかもしれませんが。全くの異業種への転換だけではなく、住宅改修等にも建設業の活路はありそうです。どの分野であれ、新規分野開拓には人材が



必要です。調査においても前回より8分程度回答率が増加しています。また、受注の減少や新分野開拓に関連し、設備投資意欲が更に下がっていることも確認できます。これ以上の設備や機械が不要であると考える建設業者も現れているのでしょう。前はそれでも1割はあった回答率が、今回は半分以下となり5分を割りました。建設業は回復をめざして営業活動をしてきましたが、既存の分野だけで回復を求めることに無理があるのかもしれない。リフォーム等への取り組みを期待したいと思います。

(3) 製造業



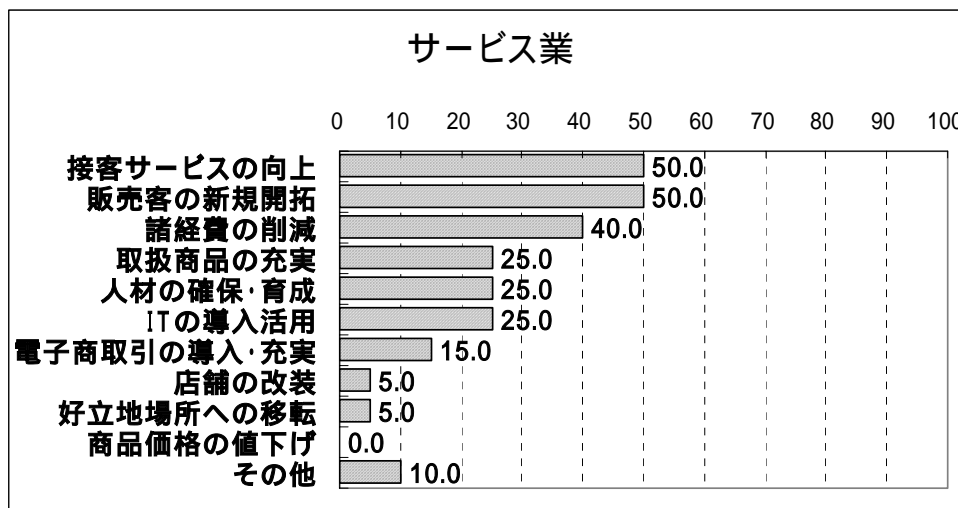
製造業では今後の対策でも業績が上向いていることが反映されています。上向いているとは言っても、DI値が少しプラスに転じているだけのことであり、十分な受注が確保できているわけではありません。このため、対策の第1位は前回と同様で、売上高を確保することです。対策では5位までは順位の変化がありません。しかし、回答率が微妙に変化しており、製造業のこれからの姿が現れているようです。回答率が減少した対策は人材の確保育成です。約半数の企業で重要な対策ではありますが、少しですが、人材を確保できるようになっているようです。新分野への進出・設備投資・合理化省力化の3つは回答率が増加しています。業績が上向いているため設備投資意欲が増していることがここでも確

認できます。しかし、新分野進出と合理化省力化の回答率が増加していることは、現状に満足することなく、将来に備えた活動を行おうとしていることを表しているのではないかと思います。製造業者には先を見るだけの余裕が生まれているようです。

今回の調査では以上の上位5つの対策に回答が集中したことも特徴といえるでしょう。上位5つの他に製造業の特徴が現れている対策として次の2つを挙げることができます。1つは財務体質改善です。前は2割5分の回答を集めていましたが、今回は1割強の回答率です。受注が確保でき財務体質が強化できたことが分かります。もう1つが海外展開です。前の比率は低いですが1割弱の回答がありました。今回の調査では半分以下になっています。海外進出を検討していた製造業の一部では、現在の立地で経営を行うことができると判断したのではないのでしょうか。

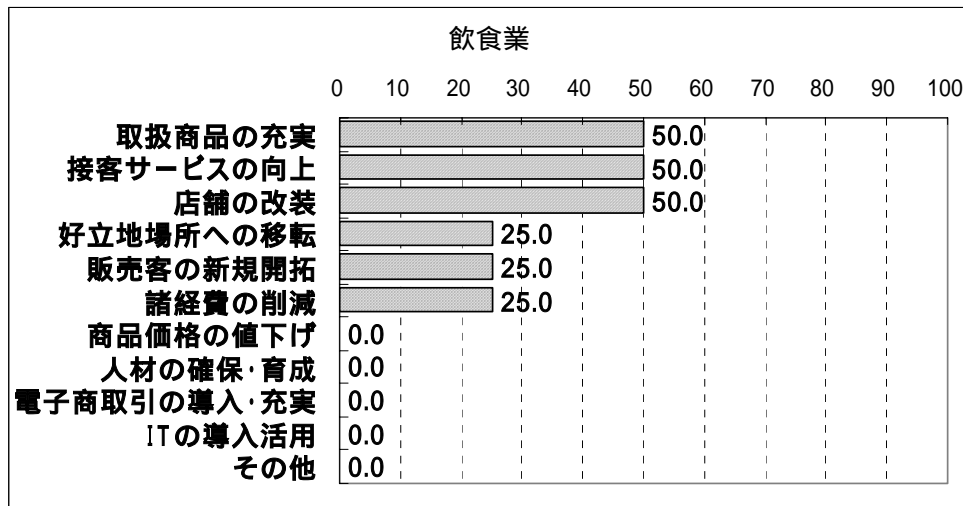
茅ヶ崎の製造業は業況が上向きに転じました。企業にも余裕が見られます。しかし、いつまでも良い状況が続く保証はありません。業績が比較的良くなっている今こそ、次への投資を検討する必要があるでしょう。

(4) サービス業



サービス業では期待が外れ業況は悪化してしまいました。そこで新たな対策が浮上してきました。上位2つの対策は前回同様、接客サービスと新規開拓です。しかし、回答率とともに低下し、2つの対策ともに5割に留まりました。また、取扱品目の充実も1割減少し2割5分になりました。積極的に営業展開をしても経費倒れになると考える企業が多くなっているようです。第3位の対策として諸経費削減が浮上してきたことがそれを物語っています。前回調査では2割に満たなかった回答率が、今回は4割まで膨らみました。無理して売上を伸ばすよりも、利益確保対策に重点を置いたことが分かります。同様に回答率を伸ばした対策がIT導入と電子商取引です。IT導入でも2割5分程度の回答ですから、決して重要な対策とは言えないでしょう。しかし、サービス業ではパソコンとインターネットを商売の道具として使いこなす企業が増加しようとしていることは確かでしょう。人的つながりを大切にするサービス業ですが、営業や管理面ではITの活用が更に重要な課題になるようです。

(5) 飲食業



飲食業では大きな変化が現れています。前回の調査ではゼロ回答であった取扱商品の充実が5割の回答を集め同率1位になりました。反対に前回同率第1位であった人材確保育成は今回の調査ではゼロになってしまいました。店舗改装は若干回答率を下げ5割の回答になりましたが、同率第1位にとどまりました。このほか前回同率第1位であった移転と新規開拓がともに2割5分まで下がっています。店舗改装や移転といった投資を伴う活動は一段落しつつあり、飲食店本来の特徴であるメニューや接客の見直しに向かっている店が多くなっているのでしょうか。

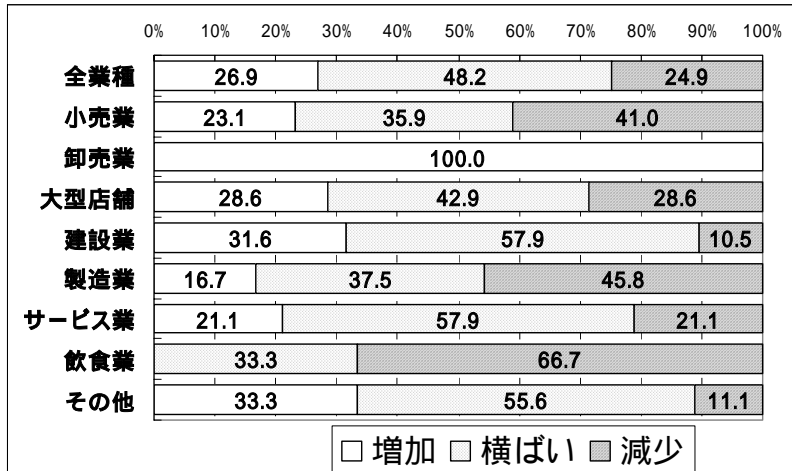
更にもう1つ重要な対策が挙げられています。経費削減です。前回のゼロから一挙2割5分まで回答が膨らみました。既に確認したように、今後の対策の中から設備投資を伴う対策が減少しています。これは意欲の減退というよりも実際に設備投資が行われたことを意味しているようです。その結果が経費節減であると考えます。一時的に大きな資金が支出されたわけですから、企業として手持ち資金は減少しているはずですが、そこを節約で乗り切ろうとしているのではないのでしょうか。

飲食業が相変わらず利用価値を認めていないのはITであり電子商取引です。前回と同様ゼロの回答率になっています。しかし、一般的には携帯電話を使った電子クーポンやおさいふ携帯は飲食店での使用が多くなっています。飲食店の側からは必要性が認められないITですが、お客様の便利さを向上させる意味からITや電子商取引の導入を積極的に検討する時期が迫ってきているようです。

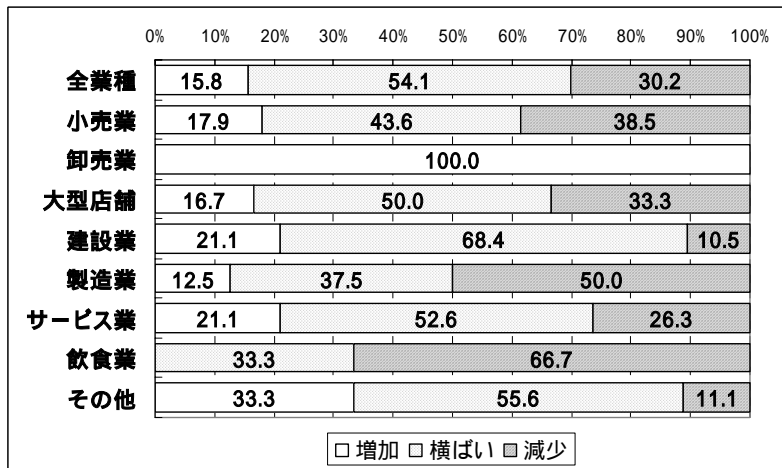
10. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

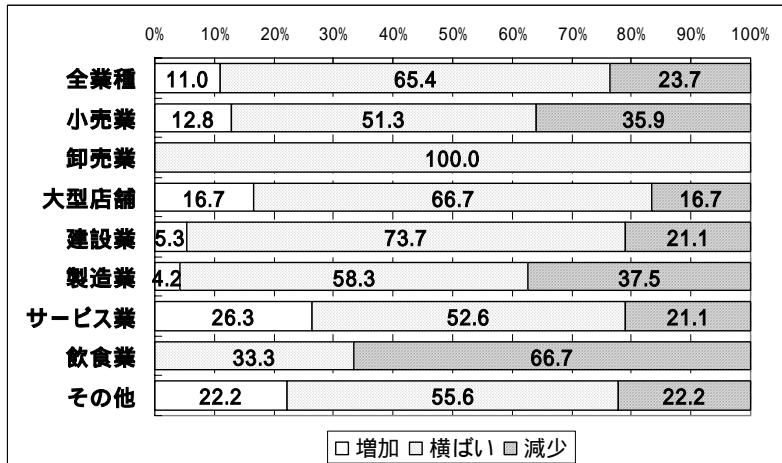
売上高



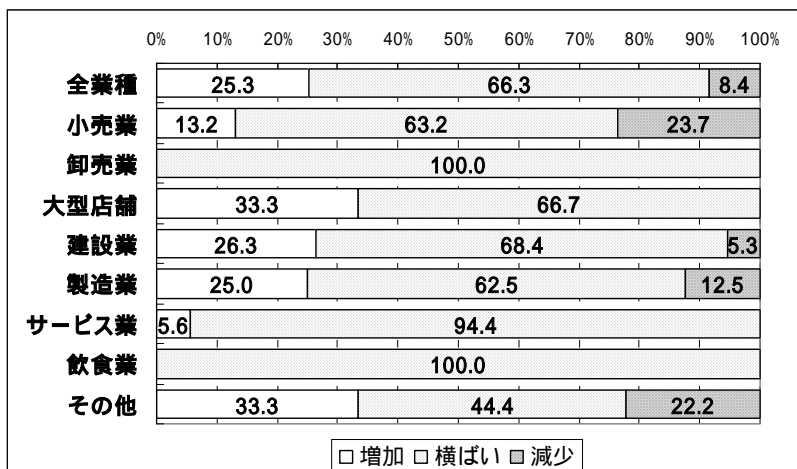
利益



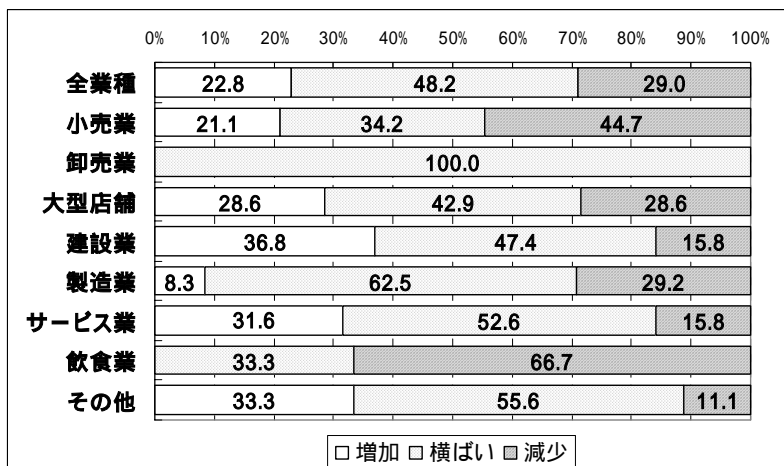
利益率



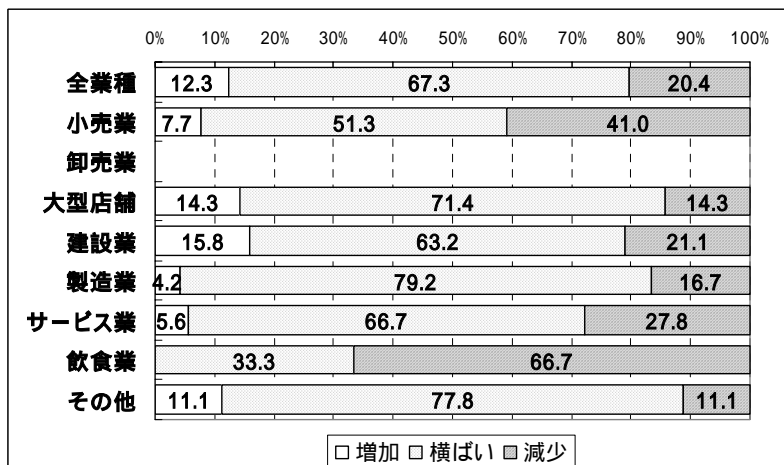
諸経費



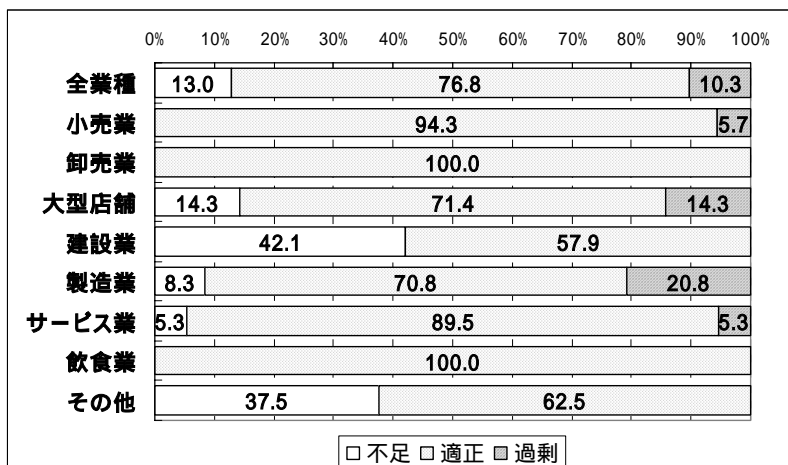
客数、引き合い



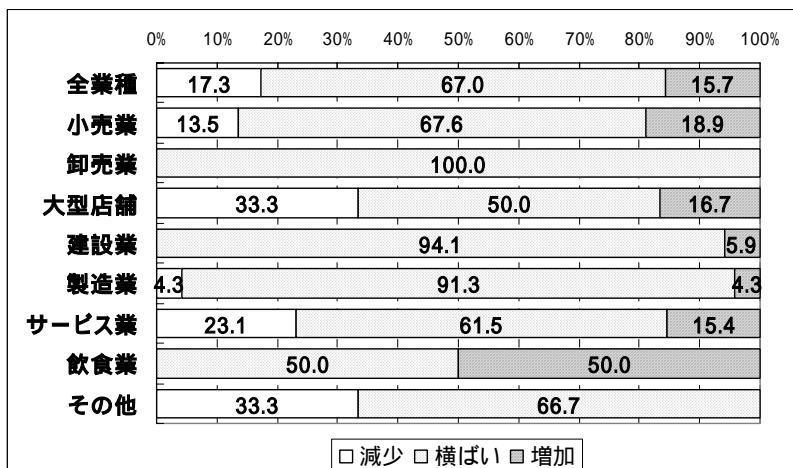
客単価、受注・製品単価



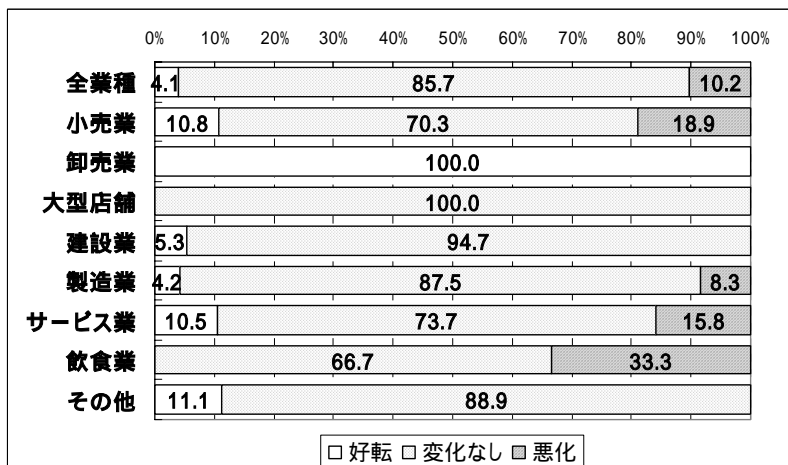
従業員数



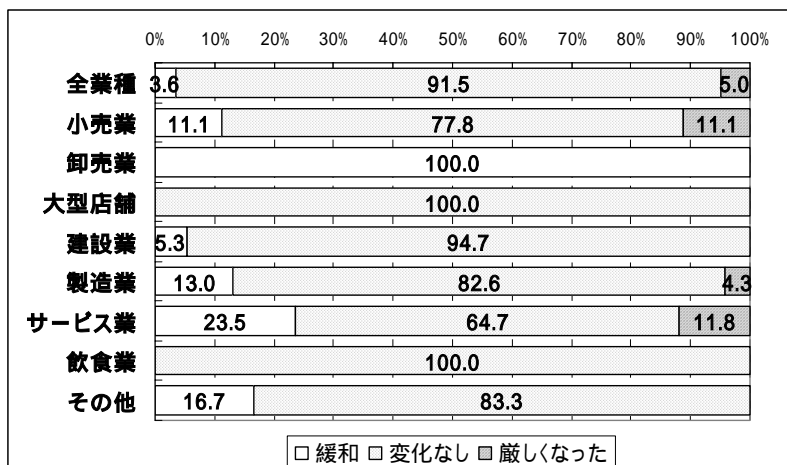
商品在庫、製品・材料在庫



資金繰り

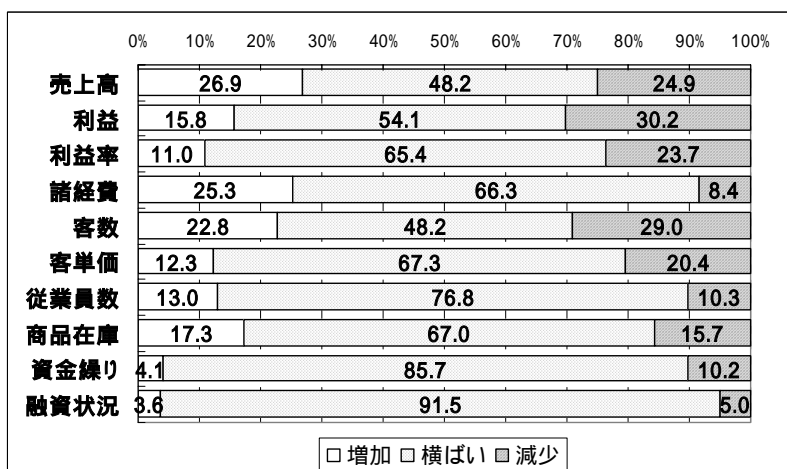


金融機関の融資状況

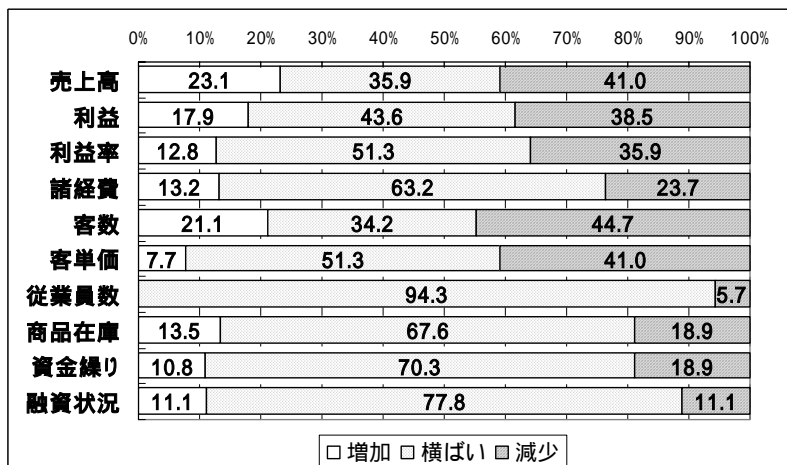


(2) 業種別経営実態

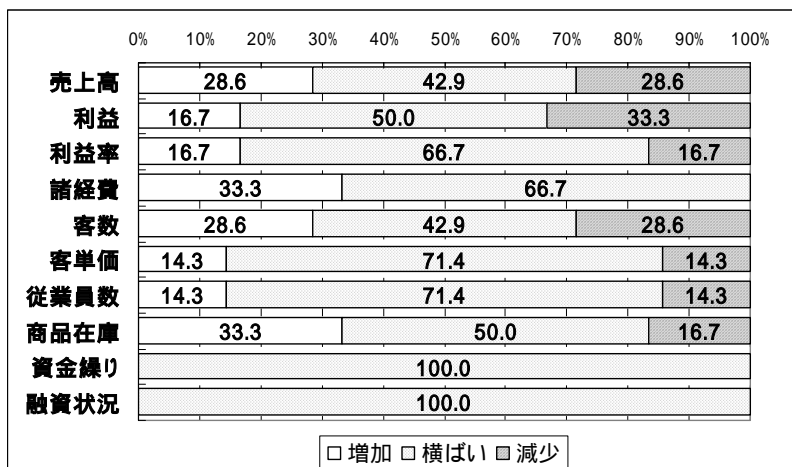
全業種



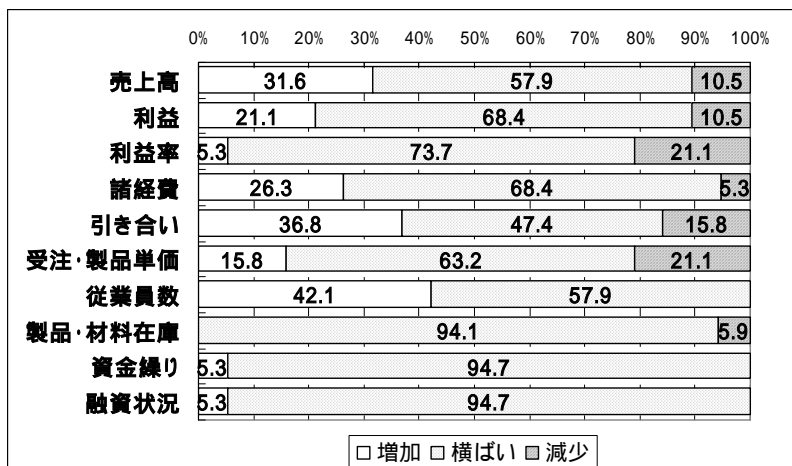
小売業



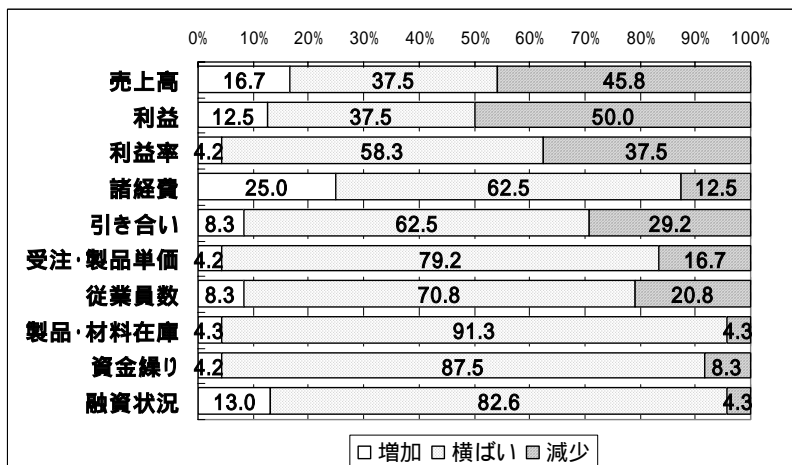
大型店舗



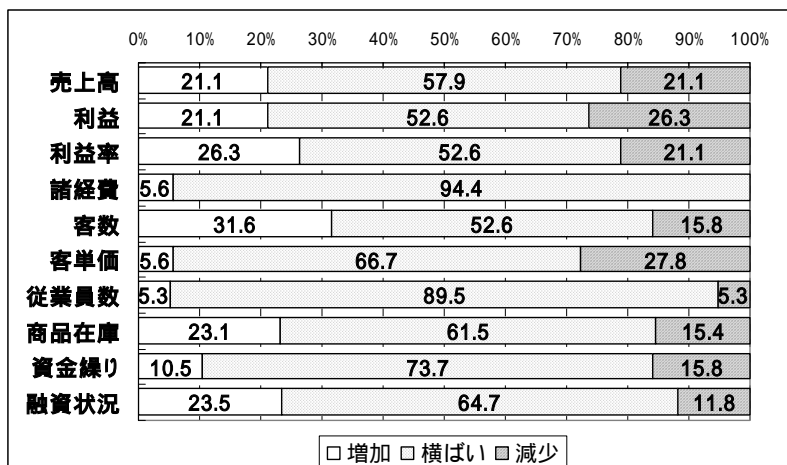
建設業



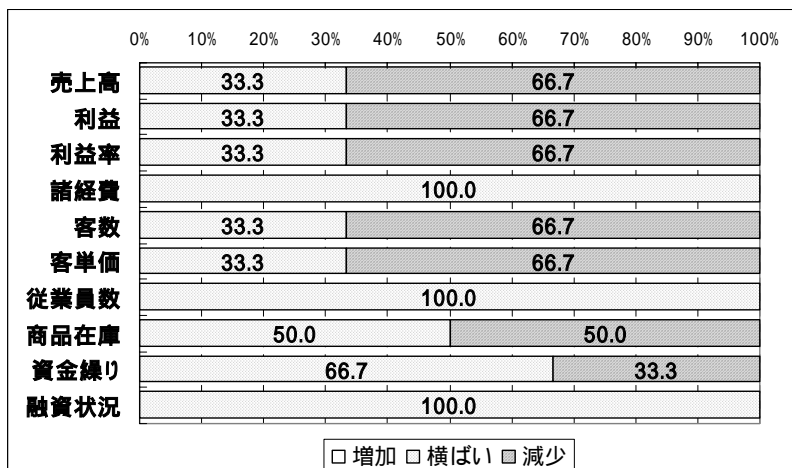
製造業



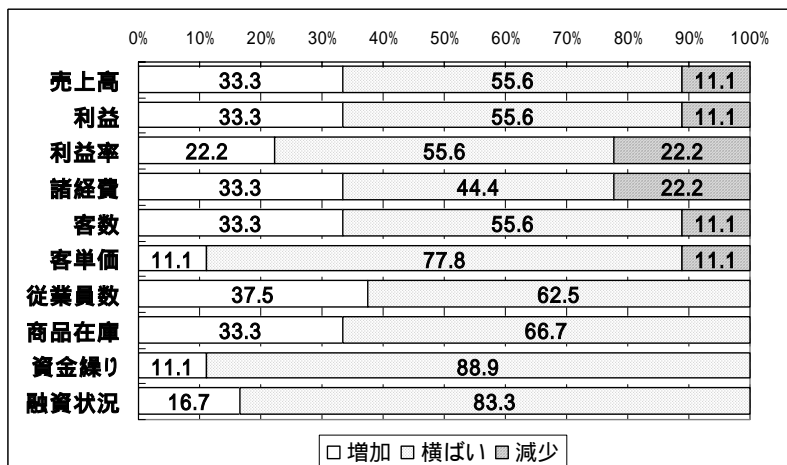
サービス業



飲食業



その他



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</p> <ul style="list-style-type: none">・ 1 1 月にエイヴィの開店もあり、小売業はさらに厳しくなる状況が予想される。市街地空洞化が進んでおり、今後は福島県のように大型店出店規制も必要と思う。・ 原油高により物価の上昇あり。・ 商店街の道路・歩道などの整備を早く進めて欲しい。・ コミュニティバスの利用者が途中下車して商店街の個店も利用してもらえるような工夫・努力が必要。現在は中央へ完全吸収型となっており、コミュニティバスの通過路面店はバス運行が大きなマイナスになっている。・ このまま供給過剰（ショッピングセンター）が続くと従来の商店街がなくなり、年配者の買物に困るのではないかと？商店の努力も必要だが限界もあると思う。・ 客単価は減少し、1 0 0 円ショップの台頭や営業時間延長の店の増加等で苦しい。エイヴィ出店で更に競争の激化で売上は悪くなりそう。飲食店の閉店が増加し、顧客の確保が難しい。・ 茅ヶ崎市内に本社を持たない大型ショッピングセンター他（大型企業）に対するインフラ条項を条例化する。
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none">・ 直接、個人客との取引をどんどん伸ばしている会社が今後の茅ヶ崎市産業活性化のキーポイントです。・ 建設における手順書が大変多様化の方向に進んでおり、もっと全てに対して厳しく対応すべきである。・ 工場用地の確保により物づくりの育成に重点を。・ 市民に必要な物は予算がないと言い、派手なパフォーマンスには積極的に写っているのは私だけでしょうか。
<p>*製造業</p> <ul style="list-style-type: none">・ 当社は食品製造業ですが、通信販売もあり、諸事情により販売の変動もあり先行きが見通せず苦慮しています。・ 基幹産業である鉄鋼業の増加が景気の向上に若干好影響をもたらしている。・ 国は基礎科学・技術に投資すべし、このままでは1 0 年後ノーベル賞をもらう人はいなくなる。
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none">・ 会員同士の活性化をはかる。私の見解ですと商工会議所が前面に出て、プログラムを仕切り、会員同士の結びつきを切り離している。本当の活性化とは何かを再度考察が必要です。・ 藤沢・平塚の谷間となっている状況を、パーソン・トリップ、情報、流通、交通、そして何よりも文化の面で再チェックして、神奈川の「要」となるよう打開していかなくてはならないと考えています。・ 湘南の地域の良き条件を生かしきっていない。・ 保留地の開放・ 女性が集まってくる町づくりを。そうすると男性もあとでついてくるようになると言われていた。女性が魅力を感じ、行ってみたい、ショッピングしたい、野口さんを記念して宇宙グッズ・「宇宙ラーメン」とかの名物料理を食べに行ってみたいなど、美しい環境を生かした町づくりを工夫。P R次第では観光開発に有望と見る。・ 茅ヶ崎のことを「湘南」と簡単に言うのではなく、「茅ヶ崎」とブランド力を持たせた町づくりをしなければ、目に見える発展は望めない。・ 半径5 0 0 m以内にデパート（スーパー）が4 店もあるのは多すぎる。市場をくいあってしまうので、簡略化してほしいです。新しいスーパーやデパートはあまり市内にたててほしくないです。

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