

## 茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成18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	133	20	15.0%
大型店舗	13	5	38.5%
建設業	71	22	31.0%
製造業	57	23	40.4%
サービス業	74	16	21.6%
その他	52	13	25.0%
合計	400	99	24.8%

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

ゴールデンウィークも終わり、筍から青竹に育ちつつある季節となりましたが、平成18年の1月から3月を振り返ってみましょう。北陸を中心に豪雪の話題で新年を迎えましたが、結果としては冬が一ヶ月早く通り過ぎた気候だったようです。梅の開花が少し遅くなり、桜が少し早めに咲き出し、梅と桜の花見が一緒にできたところもありました。

新年を迎えて印象に残っているのは福袋の売れ行きでしょう。全国的に前年実績を上回っている店舗が多かったことを日本商工会議所も報告しています。良い話題でスタートした平成18年でしたが、1月の小売業の販売実績は前年を大きく下回ってしまいました。その原因は寒すぎた冬にあったようです。一ヶ月早く襲ってきた寒波は冬物需要を喚起し、1月には売れる物がなくなってしまう店舗も出てきました。東北の靴屋さんからは1月に「こしはもう長靴ねーぞ。メーカーの在庫も無くなってしまった。」という報告も受けております。春は早く来るだろうと期待しましたが、桜が咲いたとたんに寒波が到来し、3月は寒い春になってしまいました。

そしてもう一点ショッキングな報道が1月にありました。日本の人口問題です。これまで人口は増加を続けてきましたが、統計局が発表している「人口推計月報」によると、平

成17年は対前年4万3千975人減少していたのです。高齢者の増加に目を奪われがちですが、平均出生率（一人の女性が産む子供の数）が平成17年は1.29人まで落ちこんでいます。このまま推移すれば平成18年はさらに低下するとの予測もあります。日本の将来に対する警鐘が鳴らされたことを認識しなければなりません。

このような状況を、内閣府は平成18年4月14日付の月例経済報告で次のように説明しています。

景気は、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。
- \* 輸出は増加し、生産は緩やかに増加している。

株価は一時1万7千500円まで上昇しました。日銀は、企業の平成17年度経常利益は5年連続で増加を見込んでいることを発表しています。完全失業率は2月に4.1%まで改善しています。このように景況を表す多くの指標が景気回復を裏付けていることから、「景気は、回復している」との表現になったと思われます。

特に景気回復を裏付けているのが個人消費の動きです。衣料品等の冬物では在庫がなくなってしまったために1月の売上は伸びませんでした。需要そのものは大きかったのです。所得が僅かではありますが上向いてきたことで「消費マインドが改善」したことを指摘しています。そこで企業の業績向上が個人消費にまで及んでいると考え、景気回復を判断したようです。

アメリカやアジアの好景気に支えられて、製造業の設備投資は増加を続けています。都会への回帰を促すように、ビルやマンションの建設も進んでいます。しかし、このような景気回復を手放しで喜んでいることができない事態が発生しています。最大の課題は石油問題です。配達灯油（18L）の4月価格は、平成17年で1233円、平成18年には1513円に上昇しました。灯油の消費量が多い雪国では、これだけで大きな打撃を受けています。石油資源に頼っている日本では、これから素材価格や交通機関の運賃上昇が見込まれています。輸出においては価格競争力が減少し、国内では消費マインドが再び減少する危険も孕んでいます。1-3月期は確かに景気が回復しましたが、これからの日本経済は決して楽観できないようです。

政府は日本経済の先行きを次のように表現しています。

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。

## 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	17年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	22.3	21.4	11.2	25.1	23.1
商 業	15.0	15.0	20.0	23.2	20.8
大 型 店 舗	60.0	60.0	40.0	-	-
建 設 業	25.0	23.8	0.0	38.1	35.3
製 造 業	4.3	8.7	4.4	14.9	16.6
サ ー ビ ス 業	40.0	25.0	18.8	27.1	22.9
そ の 他	27.3	30.8	7.7	-	-

内閣府の発表では「景気は、回復している」でしたが、今回の調査では、茅ヶ崎市の経済は全ての業種でマイナス基調に戻ってしまったことを示す結果となりました。特に前年対比で景況感のマイナスが大きいのは大型店です。DI値はマイナス60.0を示しています。冬物が昨年末に売れてしまった反動は相当大きかったようです。平成17年12月期との比較でもDI値はマイナス60.0と大きなマイナスを示しています。

都心回帰の影響で回復感のあった建設業も今回の調査でマイナスに転じてしまいました。年度末の公共投資が少なからず存在しているわけですから、今回の調査で落ち込んでいることを深刻に受け止める必要があるかもしれません。金融機関の貸出金利が上昇することから、住宅建設の駆け込み需要が期待されていたはずですが、茅ヶ崎の建設業者にはその恩恵が届いていないようです。

好調を続けていた製造業も前年比と前年比の両方でDI値がマイナスに転じてしまいました。マイナスの値が一桁であるため、全国平均と比べて、大きな落ち込みとは言えませんが、茅ヶ崎の製造業が景気回復基調から外れてきたのではないかと心配されます。サービス業も同様に心配です。製造業に引っ張られて業況が回復することを期待しましたが、回復することなく、今回の調査ではマイナス値を更に拡大し、対前年のDI値はマイナス40.0にまで落ち込んでしまいました。これは全国平均を大きく下回る数字です。

意外にも落ち込みが少なかったのは商業です。対前年及び対前回ともにマイナス15.0というDI値でした。これは全国平均よりも良い値となっています。DI値がマイナスですから決して景況が良い状況とはいえません。しかし、市内の一般小売店では、売上を増やしたお店が増えてきたことを示しています。これは内閣府が説明する「消費マインドの改善」を示すものかもしれません。安価な商品は同様に動いていますが、その一方で、少し良い商品を購入したいという消費マインドが茅ヶ崎市の住民にも生まれてきているのかもしれません。この流れがしばらく続くことを期待したいと思います。

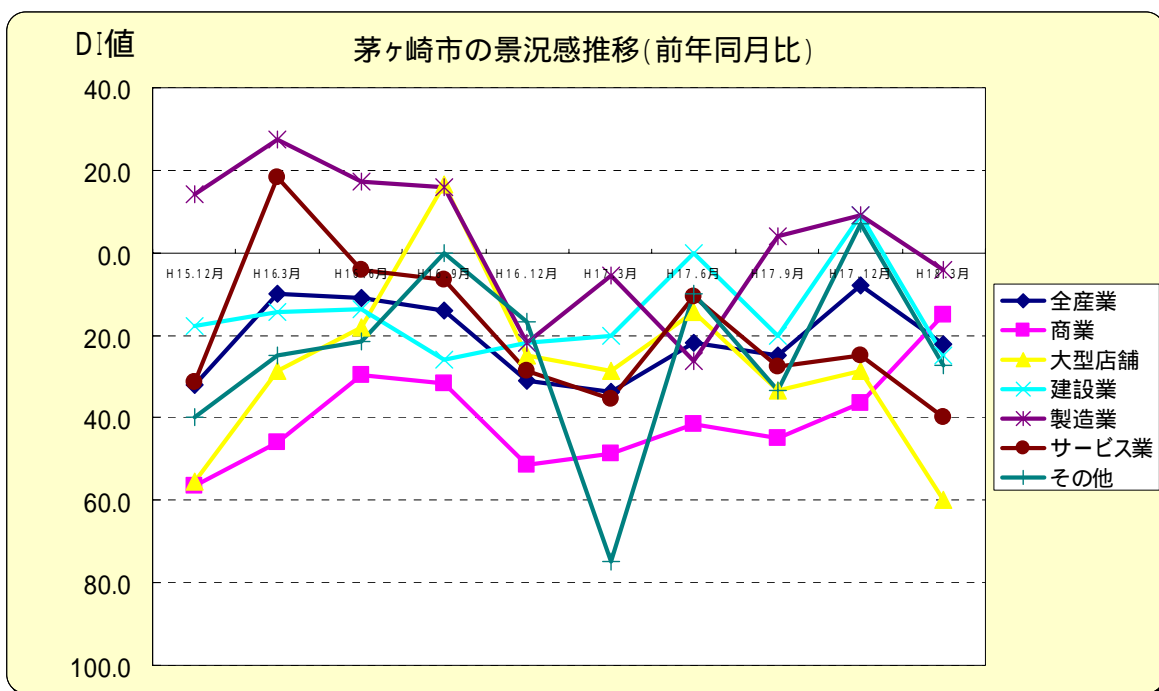
### (2) 業況（前年同月比の推移）

業況を前年同月比の推移で確認します。今回の調査では小売店の動きに大きな変化が見られるようです。平成16年9月の調査で一気にプラスに転じた大型店は、平成16年12月の調査では再びマイナスに転じ、若干の下降傾向を示していました。今回の調査では一挙にマイナスが大きくなったことが確認できます。大型店が大きな落ち込みを示している一方で、商業で示される市内の一般小売店は平成16年12月を底にして、DI値が少しずつですが上向いてきていることを確認できます。そして、今回の調査では、マイナス

でこそあれ、大型店の数値を上回る結果となりました。政府が説明するような「景気は、回復している」とは限りませんが、茅ヶ崎市民の買いもの行動に変化が生じていることは確かでしょう。少子高齢化の進展とともに、専門店を見直し、会話しながら商品を購入する消費者が増えつつあるのかもしれませんが。

息切れを感じるのが製造業です。平成17年9月の調査でDI値がプラスに転じ、前回の12月調査でもプラスを維持しました。日本全体で製造業の業績が良い状態ですから、今回の調査でも元気な製造業を期待していました。しかし、結果としては、数値は大きくありませんが、マイナスへの転落です。製造業景気回復の恩典を真っ先に受けたのが茅ヶ崎市の製造業でした。需要が安定し、生産数量が増加してきたのかもしれませんが。国内でもコストの安い九州や東北に生産が移ったことも考えられます。また、FTP（2国間協定）の合意で輸入の関税が低くなったことによって、再び生産をより人件費の安い海外にシフトする工場が現れているのかもしれませんが。サービス業も製造業に同調するかのようになりDI値を下げてしまいました。茅ヶ崎のサービス業は経済の動きに敏感に反応することを今回も確認できたようです。

残念だったのが建設業です。首都圏建築ブームの影響で、多少のブレはあったものの、平成17年12月の調査では製造業と同じプラスのDI値を確保しました。しかし、今回の調査では再びマイナス25.0まで落ち込んでしまいました。政府のコメントでは、賃貸住宅を中心に建設需要は盛り上がっていることになっています。しかし、人口の減少に関連して、住宅建設が山を越えてしまった可能性もあります。次回の調査結果を待って答えを確認したいと思います。



<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)

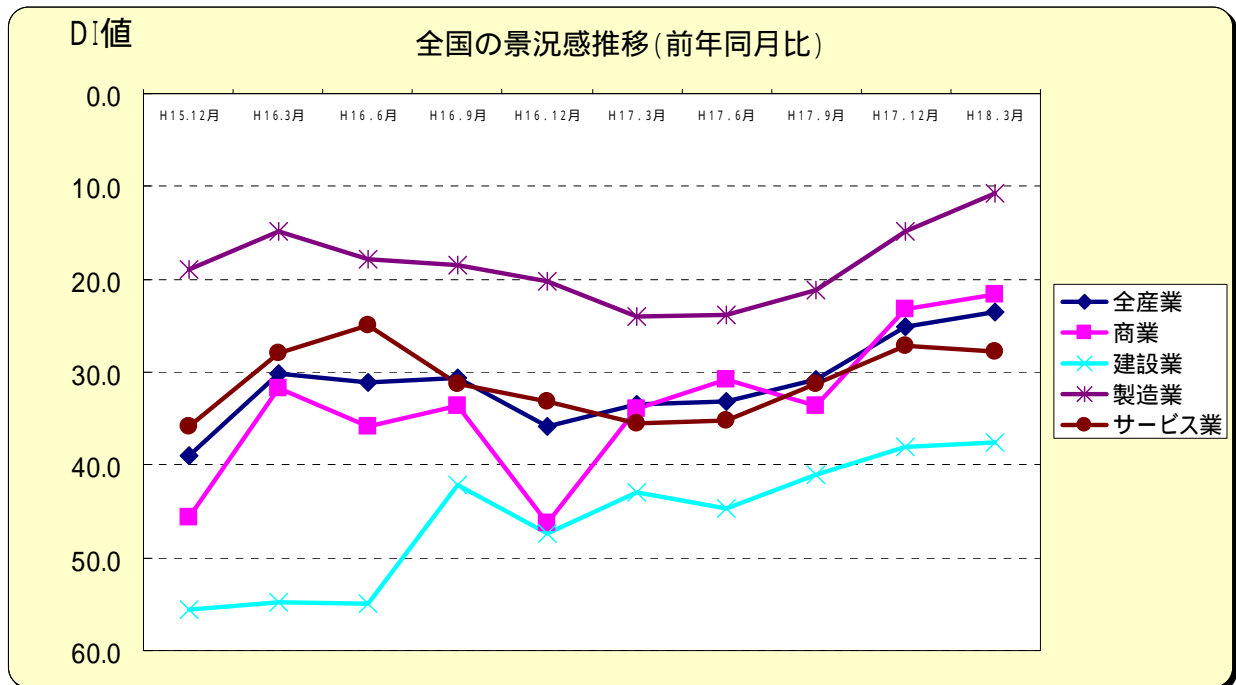
	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	H17.6月	H17.9月	*H17.12月	*H18.3月
全産業	32.0	9.9	11.1	14.0	31.0	33.6	21.7	24.8	8.7	22.3
商業	56.4	45.9	29.8	31.7	51.5	48.7	41.6	44.9	36.4	15.0
大型店舗	55.6	28.6	18.2	16.7	25.0	28.6	14.3	33.3	28.6	60.0
建設業	17.7	14.3	13.7	25.9	21.8	20.0	0.0	20.0	9.1	25.0
製造業	14.3	27.3	17.2	15.8	21.7	5.6	26.1	4.0	9.1	4.3
サービス業	31.5	18.2	4.1	6.7	28.6	35.3	10.5	27.7	25.0	40.0
その他	40.0	25.0	21.5	0.0	16.7	75.0	10.0	33.4	7.1	27.3

< 全 国 >

	H15.12月	H16.3月	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	H17.6月	H17.9月	H17.12月	H18.3月
全産業	39.0	30.2	31.1	30.6	35.9	33.4	33.2	30.8	25.1	23.5
商業	45.6	31.7	35.9	33.6	46.3	34.0	30.8	33.7	23.2	21.6
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	55.6	54.8	55.0	42.1	47.3	42.9	44.7	41.0	38.1	37.6
製造業	18.9	14.9	17.8	18.4	20.2	24.0	23.9	21.2	14.9	10.7
サービス業	35.9	27.9	25.0	31.2	33.1	35.5	35.2	31.3	27.1	27.8
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

政府が指摘しているように原油価格の高騰という大きな不安材料があります。また、歯止めがかからない少子化も、社会的には将来への不安材料です。しかし、茅ヶ崎市の産業全体としては先行き見通しに対してマイナス11.2のDI値を示しています。全国平均がマイナス23.1ですから、茅ヶ崎は日本全国と比べると、多少ですが、先行きに対して楽観視している企業が多いことが分かります。

業種別では大型店の先行き見通しが最も厳しく、DI値はマイナス40.0を示しています。まちづくり3法の見直し案がほぼ固まり、郊外型の大型店は出店を規制されることになりました。茅ヶ崎市は駅周辺に大型店が集まっており、新しい3法が動き出すと、駅周辺において大型店同士の競合が更に厳しくなることが予想できます。マイナス40.0という先行き見通しに対するDI値には、3法見直しの影響が現れているのかもしれませんが、先行き見通しが明るくないのは一般小売店も同じです。全国なみのマイナス20.0を示しています。多少は良くなったものの、再び買い物客が減少すると考えている店が多いことが分かります。所得の伸びは僅かであり、それを上回る原油価格の高騰を見込んでいるのではないのでしょうか。一時的に消費マインドが改善しても、物価上昇によって再び低下する危険があることも確かです。

今回の調査で一挙に落ち込んだ建設業ですが、先行き見通しに関してはDI値0.0を示しています。今回の調査で落ち込んだのは一時的現象であり、首都圏の建築ブームはまだ続いていると考えている企業が半分程度存在していることを示しているようです。定年退職者のピークは平成19年(2007年)といわれおり、定年退職者は現在増加しています。退職金の一部が住宅リフォームに回ることも期待できるため、建設業の一部では、先行きを明るくとらえているようです。

日本全体で製造業の景気が良くなっているにもかかわらず、市内製造業は慎重な姿勢を示しています。先行き見通しのDI値はマイナス4.4です。この数値は対前年比とほぼ同様です。すでに確保している受注残から判断して、現状から大きく変化することは無いとの結論と思われれます。茅ヶ崎の製造業にどの程度仕事が安定して入ってくるかは、次回の調査結果に期待しましょう。

サービス業でも見通しは決して明るくありません。対前年のDI値よりは改善されていますが、先行き見通しはマイナス18.8を示しています。決して良くなる見通しではありません。茅ヶ崎の経済はサービス業の仕事を増やせるほどの規模にまで良くなっていないことを示しているのではないのでしょうか。製造業にもっと明るさが増すことを期待したいと思います。

## 8. 主要業種の経営課題

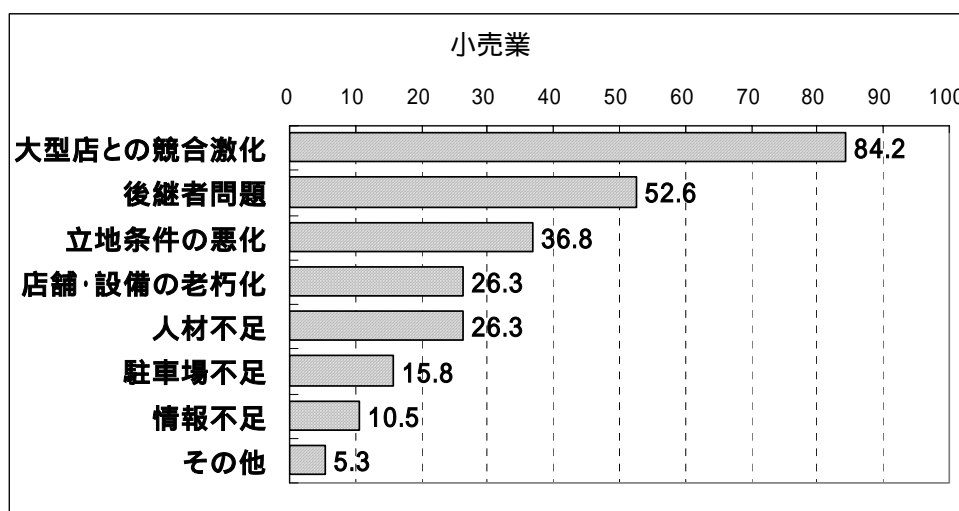
### (1) 小売業

大型店の落ち込みに対して、市内小売店は回復の兆しを示しています。大型店はそれだけに販売促進を強化しているようすが伺われます。小売業が抱える経営課題の一番は大型店との競合であることに変わりありませんが、前回は5割強であった回答率が、今回は8割5分に迫るところまで急上昇しました。大型店も必死であることが分かります。更に浮上した経営課題は後継者問題です。3月と言えば卒業の月でもあります。前回は3割弱であった回答が今回は5割を超えました。回答のあった店舗の半数が後継者問題を抱えたこ

とになります。店を継ぐことなく社会に出たり、進学したりした後継者候補が今年は多くなったと判断できます。

回答率が低下した経営課題として店舗の老朽化を挙げることができます。前回4割あった回答が今回は3割を切りました。それだけ後継者問題が経営者にとって大きなテーマであることになります。後継者が決まっていれば店舗改装を行う気持ちも強くなります。後継者が居なくては店舗改装どころではありません。

立地条件と駐車場不足は前回とほぼ同様の回答率であり、立地条件に大きな変化が無かったことを確認できます。若干ですが回答率が低下している経営課題は人材不足と情報不足です。後継者問題を抱えればそれは人手不足にも繋がるものですが、大型店との競合や後継者問題は経営者にとってそれ以上に重要な問題であることが確認できます。情報不足が低下したことはそれだけ不安要素が減少したことを意味します。競合店や経済の動きが見えてきたことになります。それがD I 値の改善にも繋がっていると考えらるでしょう。

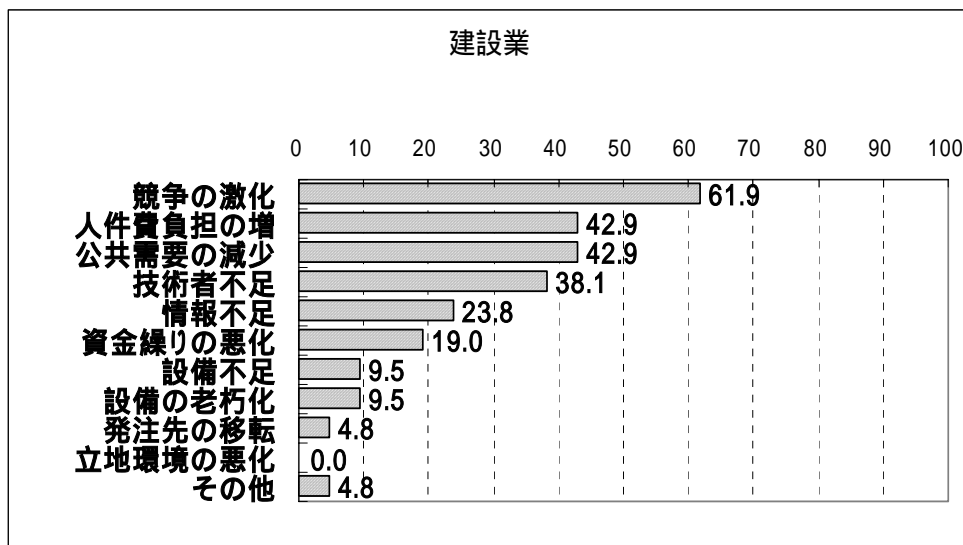


## (2) 建設業

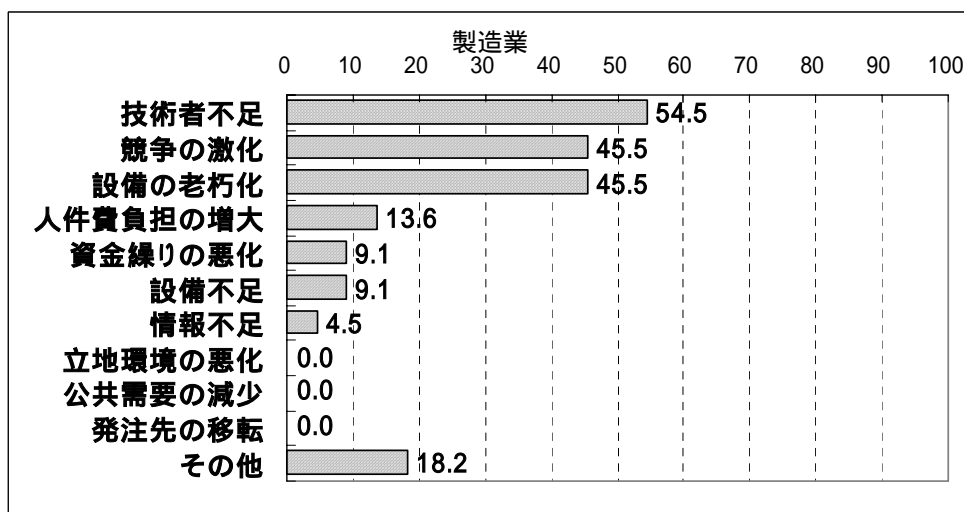
前回と比較してD I 値を大きく下げた建設業ですが、経営課題には大きな変化はありません。1位は競争の激化であり、前回同様6割以上の回答を集めています。首都圏の建築ブームで仕事はありますが、既存の建設業者全てに回るほどの仕事量ではないことが今回も確認できます。人材面では若干の変化がありました。前回は技術者不足が約半数の回答を集めていました。技術者不足は4割弱に低下し、人件費負担の増加が4割を超える回答を集め経営課題の2番目に上がってきました。必要な人材をある程度確保できた事業所が多くあったのでしょう。技術者を補充した結果、人件費負担が大きくなってしまったことが分かります。技術者は必要ですが、技術者の高い人件費をカバーできるほど高い利益を確保できていない状況であることが推測されます。前回よりも低下した経営課題には設備老朽化があります。前回は2割程度ありましたが今回は約1割に減少しました。設備不足は前回の2倍である約1割の回答を集めています。老朽化した設備をある程度入れ替え、それでも新たな仕事に対応する設備が不足している状況が生まれつつあるようです。

期待することはできないのですが、公共投資の減少は今回も4割の回答を集め経営課題の3位を守りました。そして、経営課題の5位に上がってきたものが情報不足です。建築

ブームで茅ヶ崎の建設業者にもある程度仕事が回ってきていますが、これから先に対して不安を持っている業者が2割程度存在することを示しています。先行き見通しのD I値が±0を示していますが、これから先の情報不足を感じている事業所が増加していることを考えると、決して見通しは明るいとは言えないでしょう。



### (3) 製造業



値は小さいとはいえD I値がマイナスに転じてしまった製造業ですが、経営課題を見る限りではそれほどの危機感を感じ取ることはできません。前回の調査と比較しても仕事そのものは確保できているようです。仕事が確保できていることを示す大きな変化があります。前回1位であった競争の激化が5割の回答を切り2位に下がりました。今回1位になった経営課題は技術者不足です。回答率は前回と変わらないことからこの三ヶ月の間に技術者を補給できなかったことが分かります。即ち、D I値は低下しましたが、仕事の問い合わせや受注は今でも多くあることが分かります。問い合わせのあった仕事を技術者不足のために受注できない現象が起きているのではないのでしょうか。企業側の事情が設備にも現れています。前回4割に満たなかった設備の老朽化が、今回は4割を超え同率の2位に

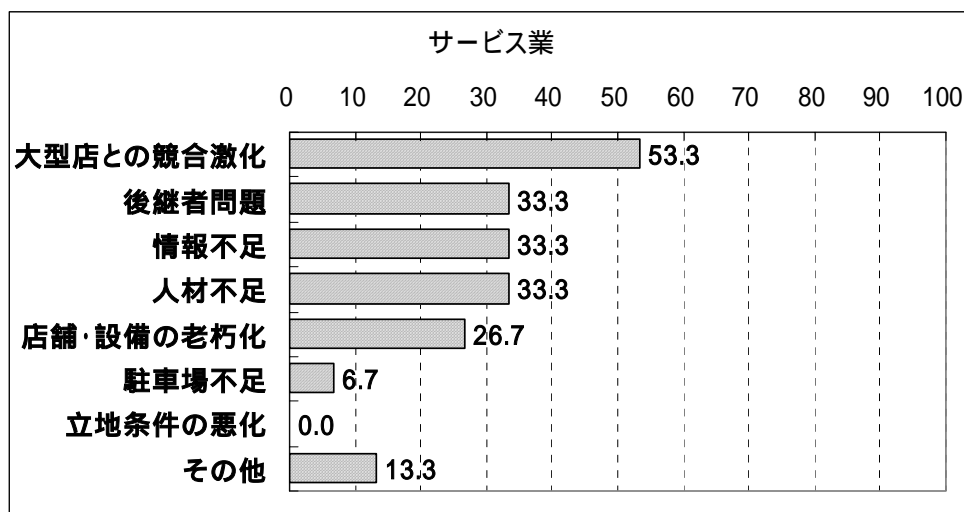


浮上しました。ここからも仕事そのものは存在することが分かります。新しい仕事に対応できる設備の導入は茅ヶ崎市製造業のこれからの課題といえるでしょう。

今回の調査では上位3つに経営課題は集中しました。比較的重要な経営課題から外れた課題として人件費負担の増加があります。前は3割近い回答を集めていましたが、今回は1割強でしかありません。人件費をまかなえるだけの付加価値を確保できていることが分かります。また、前回1割程度あった発注先の移転や立地環境の悪化は今回ゼロとなり、発注先や立地条件は落ち着いていることが分かります。

現在の経営課題だけを眺めると、茅ヶ崎市製造業には先行き不安が少ないように思えてきます。しかし、DI値が示すように先行きはマイナスです。実際技術者を補充すべきか、設備投資を実行すべきかを悩んでいる製造業者は多く存在するのではないのでしょうか。

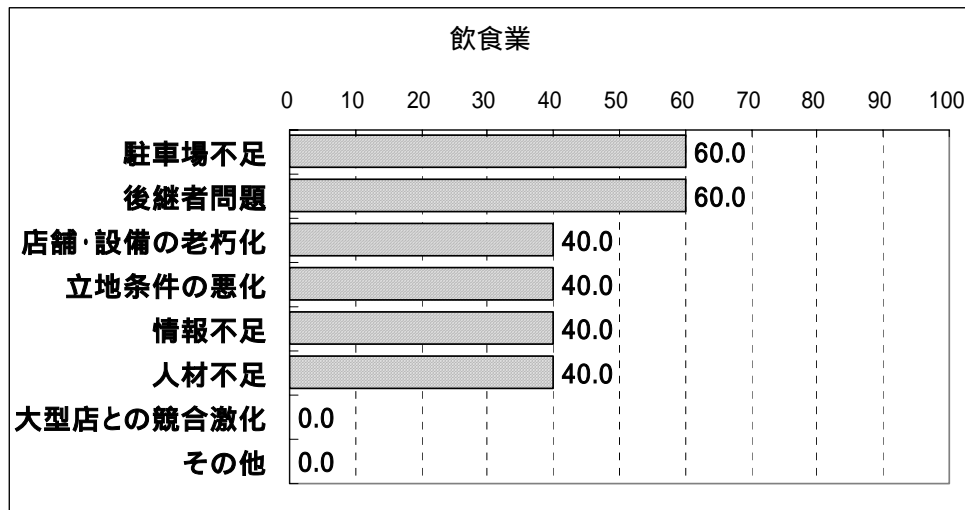
#### (4) サービス業



低迷を続けているサービス業ですが、前回よりも深刻な問題が発生していました。経営課題の1位は前回同様大型店との競走です。回答率が若干高くなっていることから、大型店が販促に力を入れていることが分かります。新たな課題とは後継者問題です。小売業のところでも指摘しましたが、期待していた後継者候補が社会に出たり、進学したりして、後継者が不在となった事業所が3割程度存在するのでしょうか。前はそのような事業所が2割でしたから、3月は中小零細企業の経営者にとって不安を抱える月となっていることが分かります。後継者問題と同様に経営課題として浮上してきたのが店舗・施設の老朽化です。増加の割合は1割に満たないですが、大型店との対抗上、店舗や設備を新しくしたい事業所が増えているようです。

前回の調査では情報不足と人材不足が共に4割の回答を集めて同率2位でした。今回の調査では、両者とも約1割回答率を下げた後継者問題と並びました。DI値が落ち込んでいることから、この二つの経営課題が解決の方向に向かっているとは考えにくいです。この二つの経営課題以上に後継者問題の重要性が高まってきたと理解すべきでしょう。前回2割の回答を集めていた駐車場不足も今回は1割を切る回答になっています。

## (5) 飲食業



内閣府の月例経済報告では、外食産業において景気回復が進んでいることが説明されています。前回の調査と同様に大型店との競合激化を経営課題とする回答がゼロであることは、飲食店それぞれがお客様を確保できている状況を示していると考えられます。今回の調査では、集客が進んでいるための経営課題と家族の事情の二つが大きく浮上してきました。集客が進んでいることを示す経営課題は駐車場不足です。前回よりも回答率が1割上がりました。それだけ多くのお客を集めることができていることを物語っています。茅ヶ崎市内の飲食店は内閣府のコメント同様に景気の回復が進んでいるようです。

その一方で経営者として家族の問題が浮上してきました。前回の調査よりも後継者問題の回答率は1割上がっています。小売業及びサービス業と同じ悩みといえるでしょうか。継いでくれるはずの後継者候補がいなくなってしまったのではないのでしょうか。零細企業の経営者にとって後継者問題は3月病となっているのかもしれませんが。

前回の経営課題1位であった店舗・施設の老朽化は、1割回答を下げて2番目のグループに下がりました。立て替えが進んだわけではないと思いますが、現在の店舗でもお客様を呼ぶことができるのですから、老朽化はしていても経営問題としての重要性はそれほど高くないと考えます。

若干気になるのが立地条件の悪化と情報不足です。共に今回の調査では4割の回答を集め2番目のグループに入っています。消費マインドの改善によって茅ヶ崎市内飲食店にお客様が戻ってきているようですが、何らかの原因で立地条件が悪化している店が4割も存在することになります。そして、将来への情報が同様に不足しているようです。将来の姿が明確に分かる人間はおりません。飲食店の経営者は自ら方向を定めて、お客様を引っばっていく必要があるのではないのでしょうか。

### 9. 主要業種の今後の対策

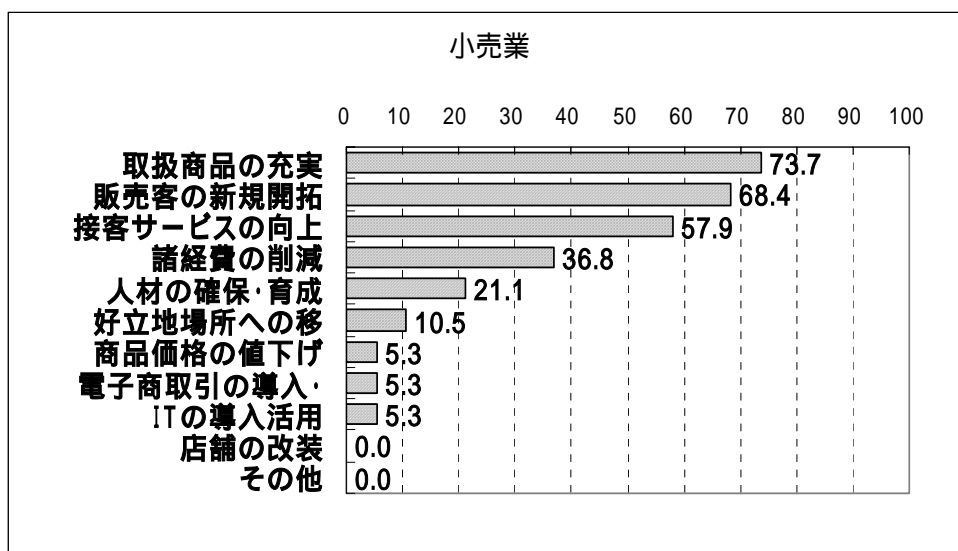
#### (1) 小売業

今回の調査では小売業には積極的な姿勢が見受けられます。後継者問題を抱えているとはいえ、上位3つの対策は前回よりも更に回答率を高めています。特に大きな伸びを示しているのが顧客の新規開拓です。前は5割を切っていましたが今回は7割に迫る回答を

集めました。接客サービスの向上も5割を超える回答を集めており、市内小売店に明るさが出始めていることを確認できます。茅ヶ崎市民の消費マインドが改善されてきたことを裏付ける兆候かもしれません。

小売業の対策は上位3つに集中してきましたが、前回の調査から大きく回答を増やした対策があります。諸経費の削減です。売上不振が続いている時には重要な対策として取り上げられて来ましたが、今回、再び浮上してきたこととなります。小売店は積極策を実施しますが、ムダな経費を使わないという厳しい側面を読み取ることができるでしょう。

重要性が低下した対策を二つあげることができます。1つは人材の確保・育成です。前回は3割を超える回答でしたが、今回の調査では2割程度に回答率が下がってしまいました。積極的姿勢が強まったことと照らし合わせると、必要な人材はある程度確保できたと考えることができるのではないのでしょうか。もう一つは店舗の改装です。前回2割近くあった回答率ですが今回はゼロでした。3ヶ月の間に店舗改装が完了したとは考えにくいので、小売店としての対策に基本的な変化が生じたと考えるべきでしょう。ハードの充実から商品・販促・接客というソフトの充実に、対策が完全移行したといえるでしょう。IT活用に関しても回答率が上がらないことから、小売店としては品揃えと店頭での接客で勝負しようとしていることが分かります。

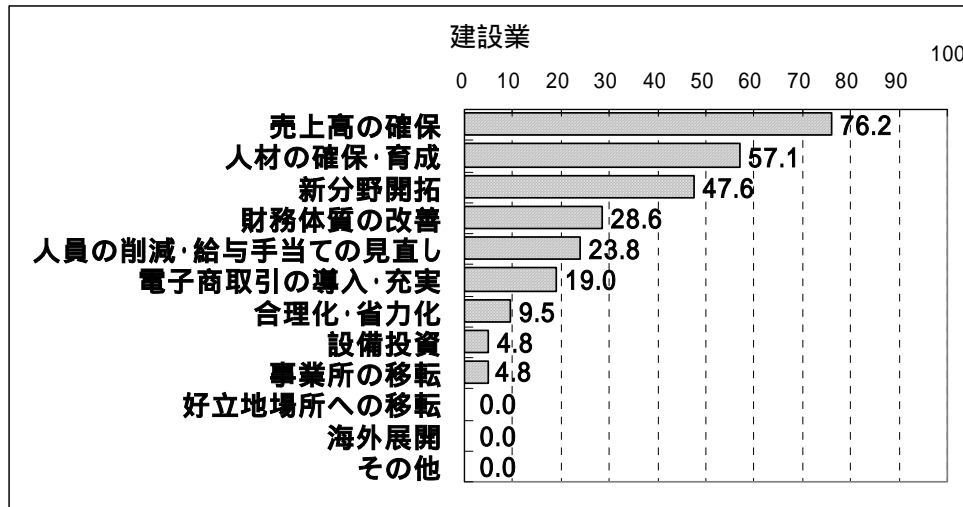


## (2) 建設業

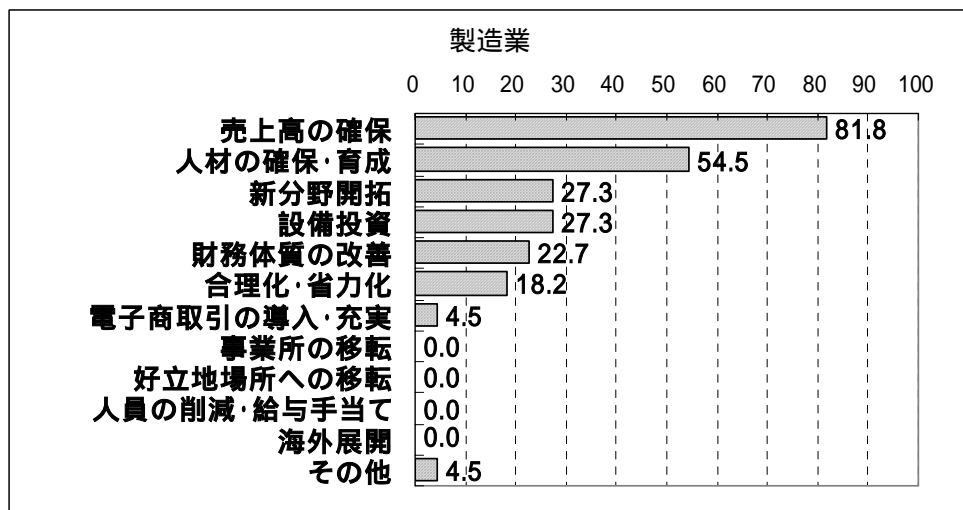
先行き見通しではD I値が±0を示しており、他の業種と比較すると先行きを楽観している業種です。しかし、最重点対策が売上高の確保となっているように、決して仕事が豊富にある状態ではないことが確認できます。それでも、首都圏の建築ブームを反映して、人材の確保・育成が6割近い回答を集め、対策の2位を維持しています。変化は3位以下に現れています。前回の調査から約1割回答率を上げたのが新分野開拓です。建築の分野で仕事を集めることに限界を感じている企業が増えていることを示しています。一般的には農業や介護福祉サービスへの業種転換が増えているようです。

最も大きな対策の変化は人員の削減と人件費の見直しです。前回の調査ではゼロ回答でしたが、今回は2割を超える回答を集めました。仕事はある程度確保できていますが、受注単価が低下しているのではないのでしょうか。

電子商取引以下4つの対策は、いずれも若干ですが、回答率が下がっています。人間の作業が中心となりますから合理化や設備投資の効果はそれほど大きくないのでしょうか。また、電子商取引に関してもWeb上で受注できる工事には限界があるため多くを期待しない結果となったようです。



### (3) 製造業



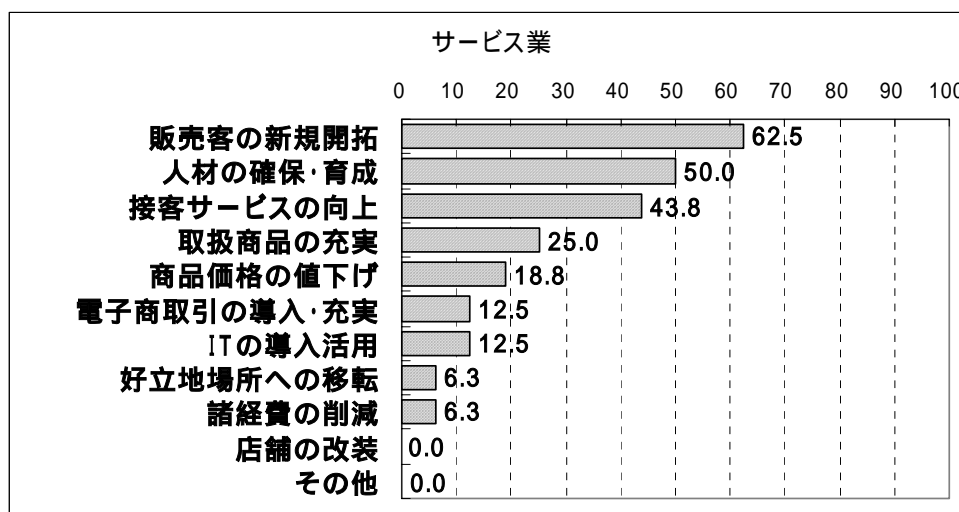
前回調査と上位2つの対策は同じです。しかし、1位の売上高確保の回答率が1割以上大きくなっています。他の業種よりも回復している製造業ですが、前回調査時点よりも営業活動の必要性が高まってきたようです。製造業の勢いが若干弱まってきたのかもしれませんが、DI値が低下した原因とも考えることができるでしょう。人材の確保・育成は前回とほぼ同率で2位となりました。製造業には高度な技術が求められるようになっており、そのような分野では、仕事をまだ確保できる状態にあることが分かります。

対策の上位にありながら、約1割回答率が低下した対策として設備投資を挙げることができます。今回も3割近い回答を集めていますが対策としての重要性は低下しています。一部の工場ですが実際に設備投資を実行したのではないのでしょうか。大きく後退した対策

には好立地への移転があげられます。前回の調査では2割近い回答を集めました。今回の調査ではゼロ回答になりました。仕事の増加率は減少していても、仕事の絶対量はある程度確保されてきたのではないのでしょうか。茅ヶ崎市内で生産を続ける覚悟を決めていただいたことは好ましいことではあります。

電子商取引への対策は今回も五分に満たない回答でした。最終製品を持つことが少ない中小製造業では電子商取引に対応できる商材そのものがほとんど無い状態です。電子商取引そのものの対策としての価値は、今の段階では見いだせないのでしょうか。

#### (4) サービス業

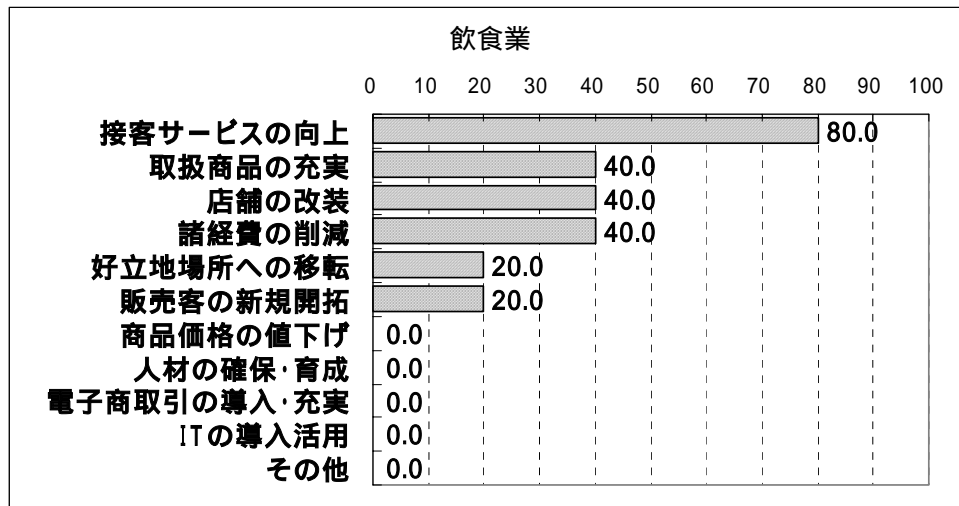


先行きが見えなくなっているサービス業では、今後の対策にも変化が現れています。今回の調査で1位に上がったのは顧客の新規開拓です。前回調査よりも1割以上回答を増やし6割を超えました。その反面減少した対策は接客サービスです。いくら接客を良くしても既存客が中心では売上の増加に繋がらないことを認識したためと考えられます。サービス業にとって人的サービスそのものが商品ですから、接客が良いのは当たり前でしょう。それを新規顧客に販売しなければならないのです。人材の確保・育成は前回同様5割の回答を集めており、単独2位の対策になりました。ここにも人的サービスを基本とするサービス業の特質が現れています。4番目の対策は前回と同様に取扱商品の充実でした。

回答率は低くなりますが、5位以下の対策にも若干の変化が現れています。大きく支持を伸ばしたのは商品価格の値下げです。前回の調査ではゼロであった回答が今回は2割に迫る状態になっています。独自のサービスを打ち出すことができない場合には、低価格路線に転換する事業所が出てくることを示しています。業界全体が低価格に引きずられないよう注意したいと思います。

電子商取引とITの活用は共に回答率を下げています。インターネットはすでに当たり前の道具になっており、利用できるだけでは差別化に繋がらない状況になっているようです。ITに対する期待が減少していることが分かります。また、経費の削減も支持する事業所が減少した対策の1つです。前回から1割以上下がり、今回調査では1割を大きく割り込みました。経費の削減はすでに限界に達し、売上を求めなければならない状態に多くの事業所が陥っていると考えられます。

## (5) 飲食業



飲食業の対策の1位が接客サービスであることは前回の調査と変わりません。しかしその回答率は5分程度ですが増加しています。前回5割の回答を得ていた顧客の新規開拓が2割の回答に低下したことが示すように、飲食業にはお客様が戻ってきたようです。そこで、売上を確保するための最重点対策は接客ということになると思われます。更に、お客様を飽きさせないように、取扱商品の充実も4割に支持を高めてきました。その反面、店舗改装を重点対策とする店舗は1割減少しています。小売店と同様に、ハードよりもソフト対策を充実させることが飲食店でも重視されていることがわかります。

新たに必要となる対策も生まれてきました。前回の調査ではゼロでしたが、今回一挙に4割の回答を集めた対策があります。諸経費の削減です。飲食店にお客様が戻ってきていますが、原油価格や野菜価格の高騰によって、食材と燃料費は確実に上がっています。しかし、物価が高くなっているわけではありませんから値上げすることはできません。そこで諸経費の削減が持ち上がってきたのでしょう。

もう一つの支持を集めた対策が好立地への移転です。飲食店全てでお客様が戻ってきたわけではありません。前回の調査ではゼロであった回答が2割まで増えたと言うことは、立地に悩んでいる飲食店がそれだけ存在することを意味しています。立地が良いことは商売が成り立つ要素の1つですが、立地が全てではありません。飲食業は美味しいとの評判が立てば、交通の不便なところでもお客様は集まってきます。今回の調査では立地条件を悩んでいる飲食店が増加していることを示しましたが、お客様が集まらないことを立地の悪さに転化しない留意も必要でしょう。

飲食店の販促としてインターネットは有用な道具となっていますが、茅ヶ崎市内の飲食業ではその価値を余り認めていないようです。前回同様に今回の調査でも電子商取引やIT活用に関する対策はゼロ回答でした。今後インターネットを効果的に利用している店舗が出てくることを期待したいと思います。