

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成19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	132	31	23.5%
大型店舗	14	8	57.1%
建設業	71	22	31.0%
製造業	57	23	40.4%
サービス業	74	11	14.9%
その他	52	10	19.2%
合計	400	105	26.3%

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

4月の完全失業率が3%台に下がったり、出生率が1.3人を上回ったり、5月に入って日本経済の復活傾向を示す数値が発表されています。貿易収支の黒字が続いており、日本の経済はアメリカやアジア諸国に支えられていることが分かります。今回調査した3月末の茅ヶ崎経済でも、若干ですが上向き傾向が現れてきました。

1月から3月は暖冬の影響がそのまま残ってしまい、東京では初雪が観測されない状況でした。4月に入ってから急に寒気が入り込み初雪が観測されたことは記憶に新しいのではないのでしょうか。経済活動に大きな影響を与えるような出来事は少なかったですが、3月18日から始まったICカード乗車券「PASMO」は各方面から期待が高まっているようです。このような経済社会に対して、5月の月例経済報告で政府は次のような判断を下しています。

(我が国経済の基調判断)

景気は、生産の一部に弱さがみられるものの、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。
- * 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。
- * 個人消費は、持ち直しの動きが見られる。
- * 輸出は、横ばいとなっている。生産は、このところ横ばいとなっている。

3月は進級進学シーズンであり、本来消費は上向き傾向にあります。しかし、今年は個人消費が慎重になってきたようです。家計調査においても商業販売統計においても、3月は前月よりも数値が減少しています。暖冬の影響で春物衣料が動いたことから、家計調査では2月が前月よりも増加しています。国内旅行は増減がありますが、海外旅行は毎月前年を上回っています。外食も前年を上回る状況が続いています。1月 - 3月期はサービス分野での支出が増えていたことを確認できます。

製造業が好調であることは貿易黒字が続いていることで裏付けできますが、設備投資においても前年比で2桁の増加を示しています。日銀の調査によると、特に大企業では設備投資を更に推し進める計画を持っていることが分かります。その反面、中小製造業は設備投資に対して2桁の減少を示しています。日本全体では中小製造業にまで経済効果が届いていないことが分かります。

首都圏ではビルやマンションの建築が進んでいますが、我が国全体では増加傾向は示されていませんでした。新築住宅着工総戸数では1月 - 3月期は対前年6.1%減、新設住宅着工床面積においても対前年6.0%減となっています。しかし、耐震建築に対する優遇税制が打ち出されていますから、今年度はリフォームを中心に建築分野が若干ではありますが動くことが考えられます。

心配された企業倒産は減少しており、社会的には安定してきたようです。日本政府は先行きを次のように判断しています。また、4月25日の経済財政諮問会議では「成長力加速プログラム」を取り決めました。日本全体に活気が出ることを期待したいと思います。

先行きについては、企業部門の好調さが持続し、これが家計部門へ波及し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。

(政策の基本的態度)

政府は、「日本経済の進路と戦略」に沿って、「新成長経済」の実現に向けた改革への取組を加速・深化する。また、平成19年度予算、税制改正法案等の成立を受け、これらを着実に執行・実施する。

政府・日本銀行は、マクロ経済運営に関する基本的視点を共有し、物価の安定基調を確実なものとするとともに、物価安定の下での民間主導の持続的な成長を図るため、一体となった取組を行う。

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	18年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	7.2	12.9	15.8	26.0	20.8
商 業	24.0	35.7	35.8	25.4	16.7
大 型 店 舗	0.0	25.0	12.5	-	-
建 設 業	13.6	0.0	9.1	42.8	41.6
製 造 業	4.6	4.4	23.8	14.5	14.5
サ ー ビ ス 業	9.1	9.1	25.0	23.7	16.6
そ の 他	0.0	11.1	12.5	-	-

茅ヶ崎市の経済も3月期にはやっと回復の兆しが見えてきたようです。産業全体のDI値がマイナスではありますが前年同月比で一桁にまで回復しました。全国平均が未だマイナス26.0を示していますので、茅ヶ崎市経済は大きく回復してきたことが分かります。茅ヶ崎市経済を引っばっているのはやはり製造業です。前年同月比と前回12月比が共にDI値4.0を超える値を示しています。全国平均がマイナス14.5ですから、茅ヶ崎市製造業は首都圏という地の利を活かして受注を確保していることが分かります。

そして、今回の調査で注目する必要があるのがサービス業です。全年同月比DI値が9.1を示しています。全国平均がマイナス23.7ですから、茅ヶ崎市のサービス業が抜きん出て元気であったことが分かります。製造業と連動するだけでなく、前項でも確認したとおり、旅行や外食等の分野に消費が向けられたことも要因の1つと考えられます。しかし、前回12月調査と比較するとマイナスを示していることから、年末の需要を上回る程ではなかったことも確認できます。

明暗を分けているのが商業の分野です。大型店は年末需要と比較すれば業況は下がっていますが、前年並みの業績でした。しかし、一般小売店は前年同月よりも24.0マイナスの結果となってしまいました。暖冬の影響で春物需要が前倒しで動いたはずですが、一般小売店には殆ど影響が無かったようです。一般小売店の動向は全国平均とほぼ同じです。製造業の回復が消費にまで繋がっていないことが改めて確認できます。

最後は建設業です。前回12月調査並の受注はありましたが、昨年ほどの年度末需要を確保することができなかつたと考えられます。公共投資が減少していますから、この数値は世情を表していることが分かります。しかし、全国平均はマイナス42.8というDI値を示しています。首都圏という立地に支えられて、茅ヶ崎市の建設業はマイナスを少なく押さえることができたと考えられるでしょう。

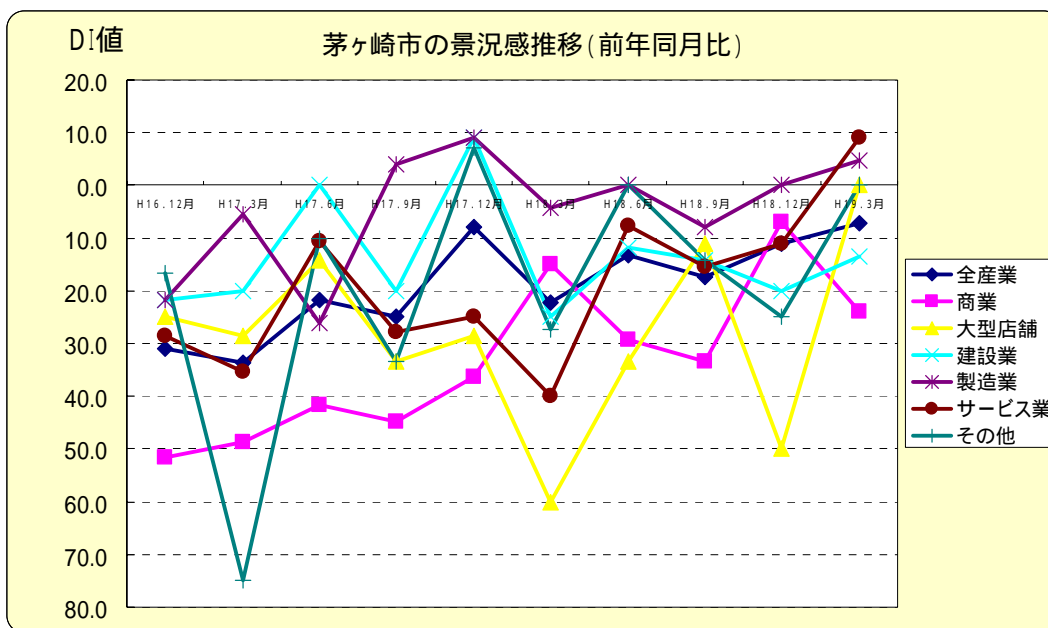
(2)業況（前年同月比の推移）

<茅ヶ崎市> *印は、調査票項目「景気（業況）」の集計値を表示

	H16.12月	H17.3月	H17.6月	H17.9月	H17.12月	H18.3月	H18.6月	H18.9月	H18.12月	*H19.3月
全産業	31.0	33.6	21.7	24.8	8.7	22.3	17.2	17.4	11.1	7.2
商業	51.5	48.7	41.6	44.9	36.4	15.0	33.4	33.3	6.9	24.0
大型店舗	25.0	28.6	14.3	33.3	28.6	60.0	30.0	11.1	50.0	0.0
建設業	21.8	20.0	0.0	20.0	9.1	25.0	14.3	14.3	20.0	13.6
製造業	21.7	5.6	26.1	4.0	9.1	4.3	7.7	8.0	0.0	4.6
サービス業	28.6	35.3	10.5	27.7	25.0	40.0	0.0	15.4	11.1	9.1
その他	16.7	75.0	10.0	33.4	7.1	27.3	13.3	14.3	25.0	0.0

*「」はマイナスを表す。

*表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



茅ヶ崎市の業況は何とか浮上を始めたのではないのでしょうか。全産業のDI値マイナス7.2という数値は過去2年間では最も高い値です。製造業の業況がプラスで安定できれば、産業全体のDI値がプラスに転じることも可能な状況にまで来ているようです。

期待される製造業ですが、平成17年9月期の調査でプラスに転じて以来、上下の幅が小さくなり、安定してきていることが分かります。平成18年9月期から上昇傾向にありますが、アメリカやアジア諸国への輸出が横ばいとなっているため、大きく伸びることは期待できません。

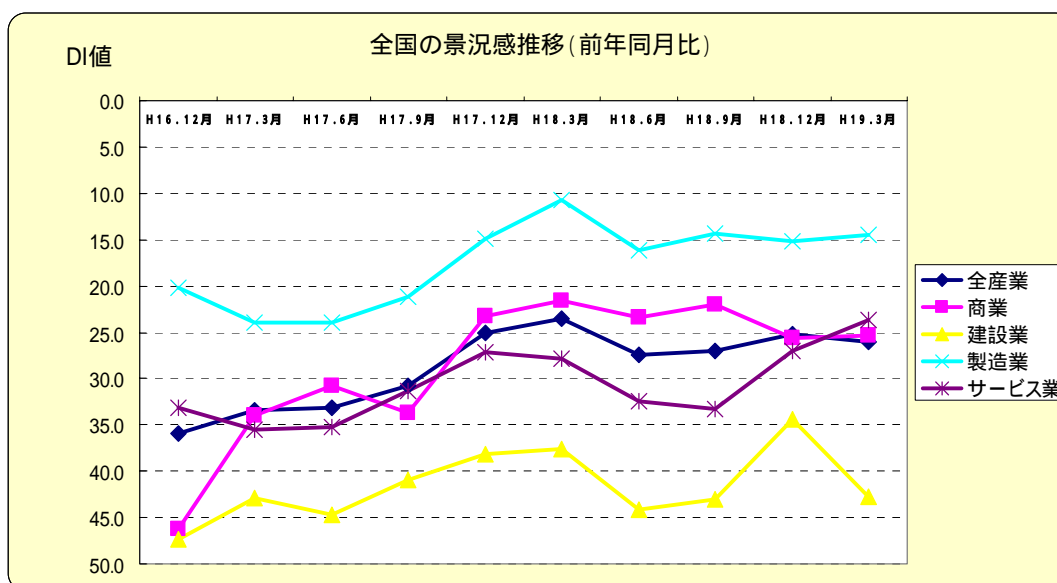
製造業に引っぱられて業況を伸ばしたのがサービス業です。DI値もこの2年間では初めてプラスに転じました。今回の調査では外食や旅行関連のサービス業に活気があったことから、一挙にプラスに転じたと考えられますが、製造業がこのまま業況をプラスで維持できれば茅ヶ崎市のサービス業は安定すると思われれます。

建設業の復活は今回の調査でも実現しませんでした。平成17年12月期の調査では製造業の業況に連動して建設業のDI値もプラスに転じました。しかし、今回の調査では製造業には連動しませんでした。前回調査よりは若干上昇しましたが、回復までには至っていません。首都圏への人口流入は続いています、その恩恵を受けているのは限られた茅ヶ崎市建設業者であることが分かります。

明暗を分けた商業分野ですが、グラフから分かるように、一般小売業と大型店の動きが平成18年3月期以来逆さまになっています。一般小売店の業況が比較的良いときは大型店が落ち込み、大型店が良いときは一般小売店が落ち込みます。市民という限られた市場で商いを行っていることが分かります。それでも、商業全体では上昇傾向であることが確認できます。辻堂駅前では再開発が始まっています。茅ヶ崎市では、大型店と一般小売店が協力して地域としての集客力アップを検討しなければならない時期に入ったのではないのでしょうか。

<全 国>

	H16.12月	H17.3月	H17.6月	H17.9月	H17.12月	H18.3月	H18.6月	H18.9月	H18.12月	H19.3月
全産業	35.9	33.4	33.2	30.8	25.1	23.5	27.5	27.0	25.2	26.0
商業	46.3	34.0	30.8	33.7	23.2	21.6	23.4	22.0	25.6	25.4
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	47.3	42.9	44.7	41.0	38.1	37.6	44.1	43.1	34.4	42.8
製造業	20.2	24.0	23.9	21.2	14.9	10.7	16.1	14.3	15.2	14.5
サービス業	33.1	35.5	35.2	31.3	27.1	27.8	32.5	33.3	27.0	23.7
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



7. 茅ヶ崎市経済の先行き

このまま茅ヶ崎市の業況を安定させたいところですが、先行き見通しは明るくありません。茅ヶ崎市の経済を牽引している製造業の先行き見通しはマイナス23.8のDI値を示しています。中国は急な成長を見直し、アメリカ経済も大きな伸びはなくなりました。石油価格も下がることはなさそうです。このような不安材料を製造業が懸念しているのではないのでしょうか。それに対し、サービス業は強気な見解を示しています。先行き見通しはプラス25.0というDI値です。全国平均がマイナス23.7ですから、いかに強気の予想を立てているかが分かります。家計が少し楽になっていることと業務のアウトソーシングが進んでいること等がプラス要因になっているのではないのでしょうか。どちらの見方が正しいかは次回の調査を楽しみにしたいと思います。

サービス業同様に大型店もDI値12.5という強気の見通しを持っています。新年度の需要やゴールデンウィークの消費拡大を狙っているのかもしれませんが。実際に家計消費が膨らんでいるのは確かです。大型店は膨らみつつある需要を一手に吸収しようと考えているのでしょうか。その一方、一般小売店は極めて厳しい先行き見通しをたてています。全国平均がマイナス16.7であるのに対して、マイナス35.8と言うDI値です。茅ヶ崎市内の一般小売店がいかに危機感を持っているかが分かります。家計消費が拡大しても、近隣大型店同士の競争に持って行かれ、一般小売店は更に苦しくなるとの見解でしょう。せっかく回復基調にある一般小売店の業況ですから、諦めずに市民に対して話題を提供して欲しいと思います。

建設業はマイナス9.1と言う先行き見通しを示しています。大きな受注を期待できないとの考え方があるようです。しかし、既に説明したように、今年度から耐震建築への優遇税制が始まります。新築ではなくリフォームに視点を移せば、需要を膨らませることは可能な1年です。前向きに取り組んでいただき、次回の調査ではDI値が更に向上することを期待したいと思います。

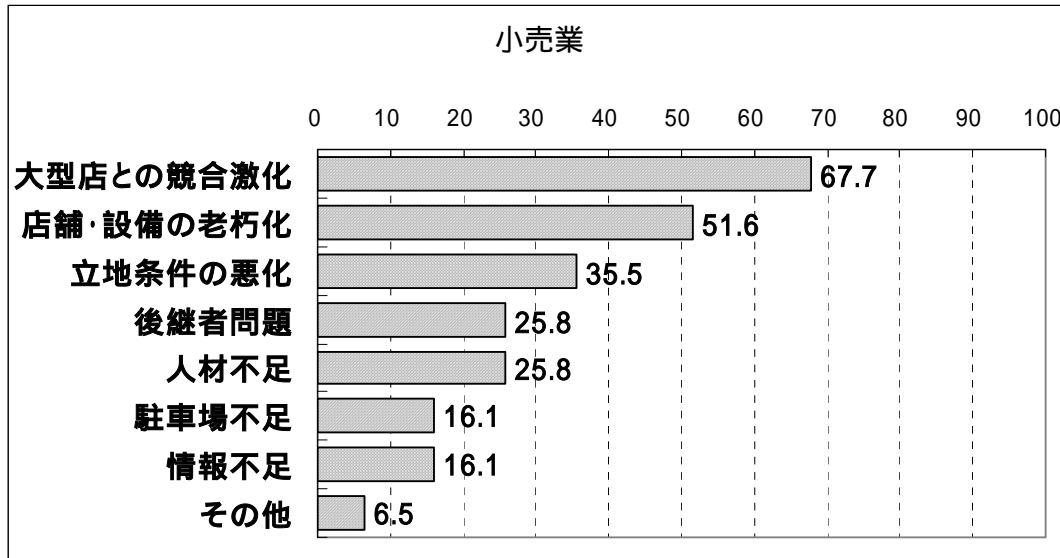
8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業

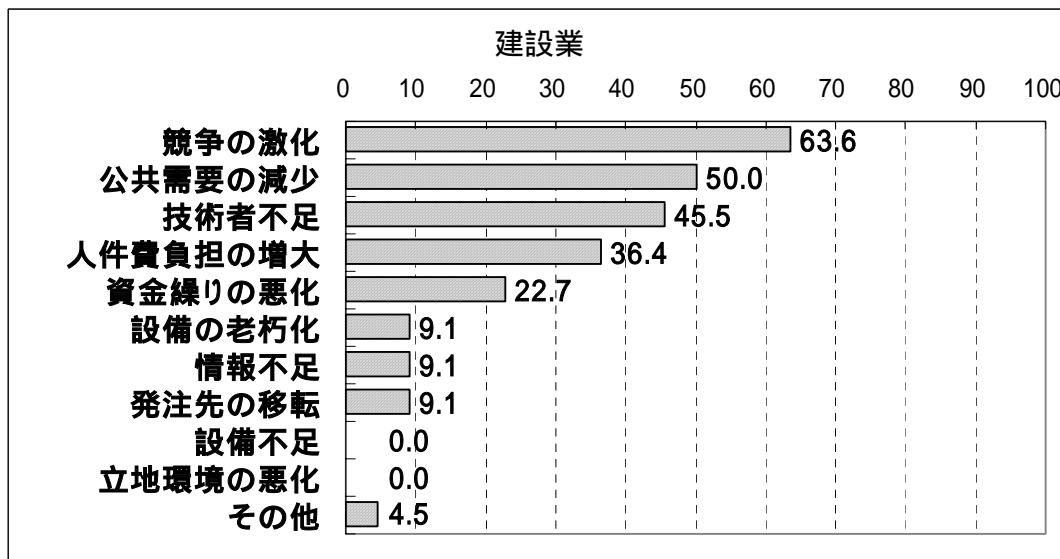
今回の調査で景況の落ち込みが最も大きかったのが小売業です。一方で、回復の幅が大きかったのは大型店でした。小売業の経営課題にはDI値の変化が反映されているようです。前回の調査では大型店との競争激化が5割にまで下がりましたが、今回は再び上昇し、7割弱になっています。前回二番目に付けており5割近くの回答を集めていたのが後継者問題ですが、今回は3割回答を下げています。3月は進級進学の時期ですから、何らかの回答を得た小売店が多くあったと考えられます。後継者問題にかわって第2位の課題となったのが店舗の老朽化で、5割の回答を集めました。競争する大型店は規模が小さくても改装を行ってお客様を集めています。店舗改装に踏み切ることができない小売店では、老朽化が目立つ結果となっているようです。

今回の調査では立地条件の悪化が第3位に入っていますが、回答率そのものは前回よりも1割弱下がっています。人材不足と情報不足も回答率を下げました。駐車場不足は横ばいです。この1月 - 3月期において、大型店では店舗改装や販売促進が積極的に行われて

来たことが分かります。平成19年3月の時点では、一般小売店から大型店に買い物が流れてしまったようです。



(2) 建設業

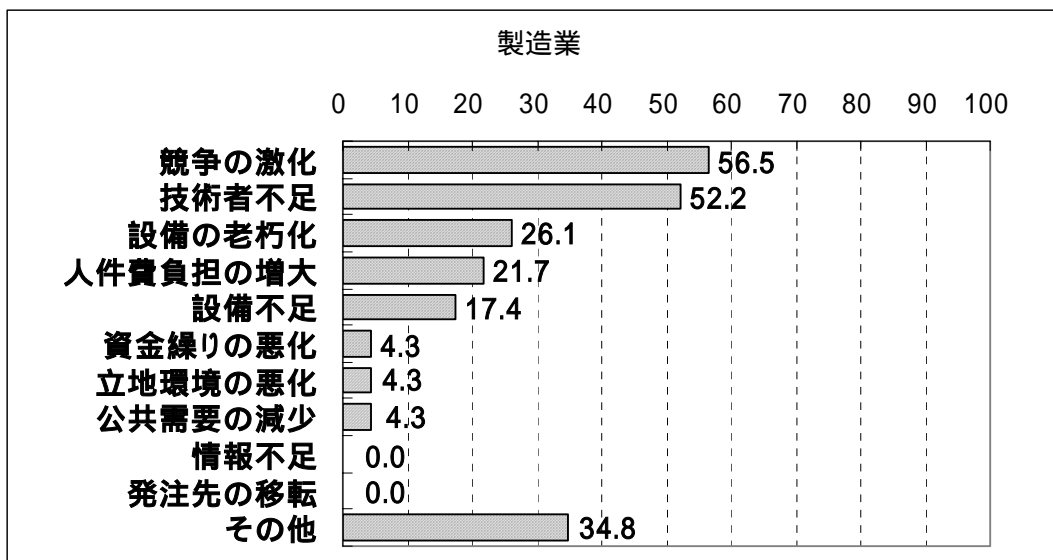


建設業では仕事の絶対量が減少していることが経営課題の変化から確認できそうです。第1位は前回同様に競争激化ですが、回答率は前回より1割上がっています。首都圏での建設は未だ続いています。中小の建設業者に下りてくる仕事は少なくなっていると考えて良さそうです。そして、今回の調査では年度末であることを反映して、第2位には公共需要減少が上がってきました。前回よりも2割近く回答率が上がっています。公共需要が減少していることは長年続いていることです。あえて課題として取り上げられたと言うことは、公共需要を入札で落とすことができなくなってきたことを意味しているのではないのでしょうか。公共投資は全て入札になっています。従来地元建設業者に落ちていた工事が入札によって他の業者に移ってしまったことが考えられます。

順位は同じですが、前回よりも回答率が上がっているのは技術者不足です。従来と同じ当たり前の技術では受注できなくなってきたのでしょうか。特に耐震工事を含みリフォーム工事を受注しようとするとならばバリアフリー等様々な知識と技術が必要となります。次の時代を生き抜くために準備を始めた建設業者も出てきたようです。

大きく回答率が減少した経営課題として人件費負担増加をあげることができます。前回よりも1割下がり、4割を切りました。仕事量の減少にあわせて、実際に人員を減少させたのかもしれませんが。定年退職者が多く出ていることも考えられます。技術者不足はそれらの影響かもしれません。多少気になるのが資金繰り悪化です。横バイではありますが、前回よりも若干回答率が高まっています。新築需要だけでは十分な需要を確保できそうにありません。地元住民や地元事業所との交流を更に広げる必要がありそうです。

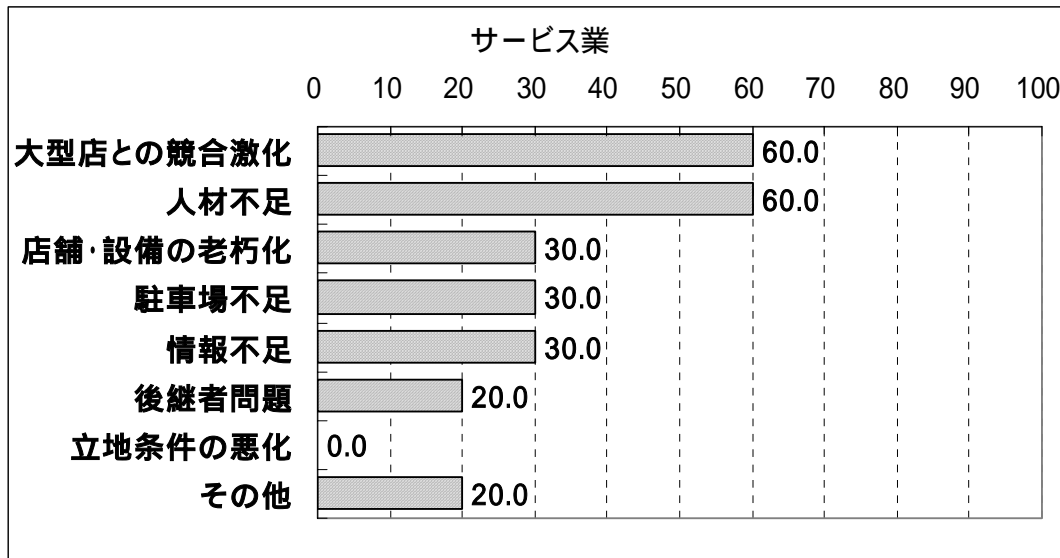
(3) 製造業



一歩抜け出した様相を示している製造業ですが、経営課題には変化が出てきました。上位5つに集中していることは変わりませんが、入れ替わりが生じています。経営課題の第1位は前回同様競争激化ですが、回答率は1割弱下がりました。仕事は減少していないことが確認できます。技術者不足は第2位で変わりませんが、1割以上の伸びを示しています。受注するためには品質と精度を更に向上しなければならない状況になってきているようです。上位5つの中でもこの二つの経営課題に特に集中していることが分かります。設備に関する二つの課題は共に回答率を若干ではありますが下げています。市内製造業でも設備投資が進んでいると考えられます。

回答率は2割程度ですが、人件費負担増加に対する回答が増えていることは気になります。高度な加工を行うために優秀な技術者を雇うことも必要でしょう。しかし、茅ヶ崎市内の中小工場もアジアの中小企業との競合が始まっています。仕事はあっても加工賃が下がる傾向も有るのです。人件費が上がらなくてもその分だけ負担が大きくなっていることも考えられます。いずれにしても、現状の技術レベルに満足することなく、より付加価値の高い仕事を受注できるように設備と人材を補強しなければならないようです。

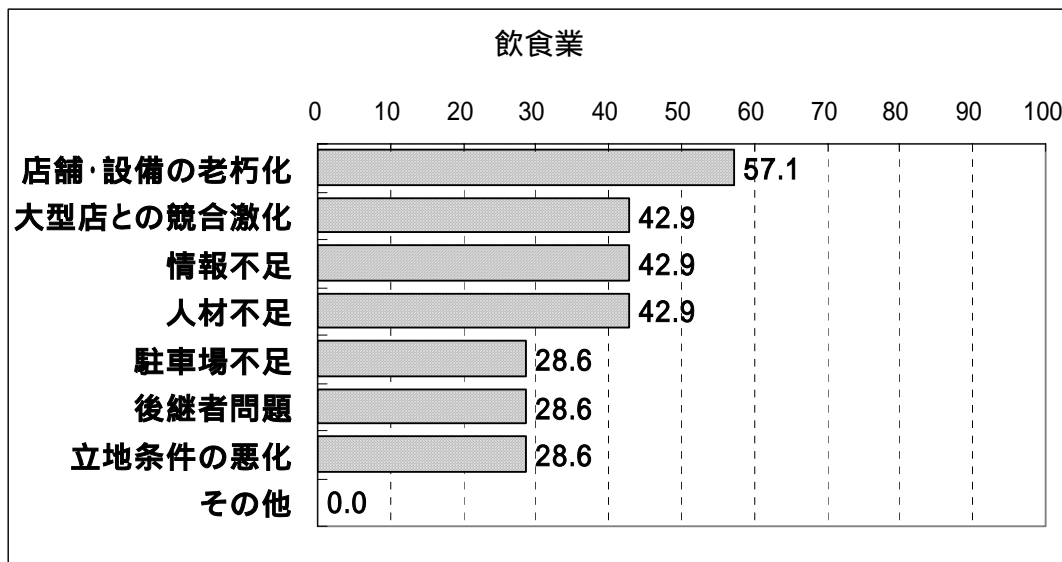
(4) サービス業



D I 値がプラスに転じたサービス業ですが、従来から持っている経営課題が解決されたわけではありませんでした。それ以上に新たな課題が発生していることが分かります。大型店との競合は前回よりも若干回答率が下がりましたが、それでも6割の回答を集め経営課題の一番となっています。業況が良くなったといえども決して安定はしていない状況が分かります。しかし、先行き見通しでもD I 値はプラスを示しているため、何らかの対策は持っていると考えられます。今回の調査で5割近く回答を伸ばして同率1位になったのが人材不足です。業況が急速に良くなったということはそれだけ仕事が増えていることとなります。人材の補給が間に合わない現状を示しているようです。サービス業の強気の見通しを実現させるためにも人材の確保が必要と思われます。

前回から大きく後退したのは駐車場不足です。前は6割以上の回答を集め同率首位でしたが、今回は3割ほど回答率を下げ、3割に留まりました。急に駐車場が増えたことはありませんので、それ以上に人材不足が重要な課題となっていると判断できるでしょう。店舗の老朽化と後継者不足がそれぞれ1割程度回答を増やしていますが、立地条件悪化は経営課題から外れてしまいました。お客様が戻ってきたので立地問題は表に出なくなったのでしょうか。サービス業では、接客サービスを中心とする人的サービス品質向上が大切であることがわかります。

(5) 飲食業



政府が発表している月例経済報告の中では、外食需要が大きくなっていることが説明されていました。前回の調査では大型店との競合、店舗老朽化、立地悪化、人材不足が全て5割の回答を集め同率1位でした。この中から店舗老朽化が抜き出る形に今回は変化しています。更に情報不足が一気に4割の回答を集めたことも大きな変化です。飲食店は経済の波に乗って多少お客様が戻ってきていますが、先行きが読めない状況になっているようです。

今回の調査で新たな経営課題として浮上しているものがもう一つあります。後継者問題です。前回はゼロでしたから、季節的な経営課題かもしれません。進級進学時期を迎えて、子ども達が他の職業に就いてしまったお店も有るのではないのでしょうか。

大きく回答率が低下したのは立地条件の悪化です。前回よりも2割強下がっています。お酒を出す飲食店ですと飲酒運転の取り締まり強化、駐車場が少ない飲食店ですと駐車違反取締強化が立地条件の悪化に繋がります。今回の調査ではこれらの取り締まり強化にお客様が順応してきていることを示しているのではないかと考えます。美味しい店・雰囲気の良い店・楽しくなるような店にはお客様が戻ってきているのでしょうか。しかし、大型店やチェーン店は定期的に改装を行っていますので、中小の飲食店としては店舗の老朽化が気になるのでしょうか。

9. 主要業種の今後の対策

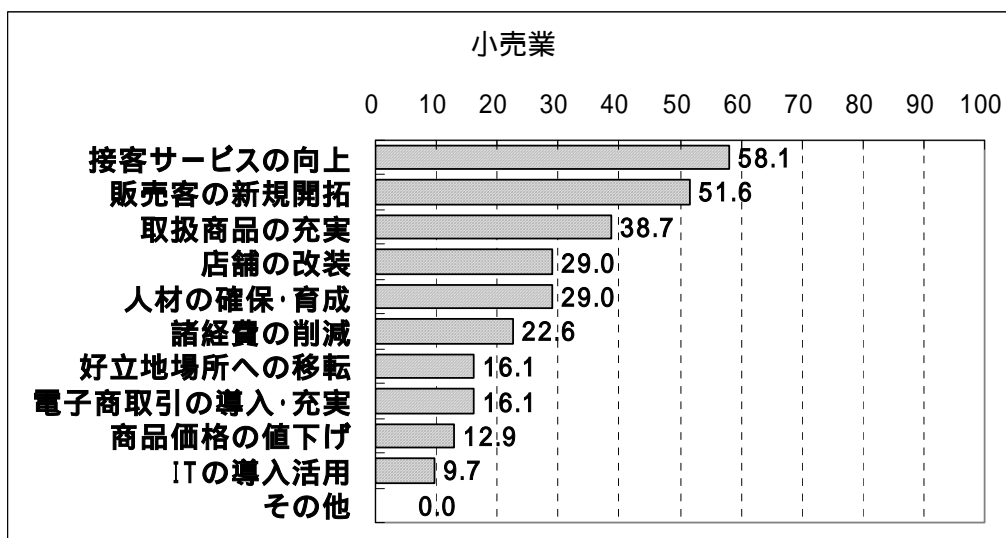
(1) 小売業

大型店の攻勢によって業況が悪化したことへの対応策として、約6割の回答を集め、接客サービス向上が第1位になりました。前回よりも1割回答率が上がっています。前回1位であった品揃え充実は、回答率が約2割減少して3位に後退しました。新規顧客の開拓が前回よりも1割強回答を増やして2位になっています。前回の対応である程度品揃えはできたのではないのでしょうか。今回は接客サービスの向上に取り組んで既存顧客の定着を

図るとともに、これからのお客様を開拓することに力を入れようとしていることが分かります。人材確保は前回よりも1割弱回答を下げているので、必要人数は確保できていることが分かります。サービスの質を高めることに対策が移ってきたようです。

経営課題では店舗の老朽化が第2位になっていましたが、実際に改装を行おうとしている小売店は3割程度であることも確認できます。前は2割に満たない回答率でしたから業況は良くないとはいえ、市民の消費活動が上向いていることは一般の小売店も理解しているようです。店舗改装を行うためには資金が必要です。前回よりも諸経費の削減が増えているのは、この資金負担を減らすためかもしれません。

電子商取引やITの活用は前回よりも対応策としての回答率は下がっています。人間的なふれあいを重視する姿勢が強まって来たようです。しかし、諦め組も僅かですが増えています。好立地への移転が前回よりも1割以上回答を増やしてしまいました。移転には大きな費用が必要となります。茅ヶ崎市内でできることに今一度挑戦していただきたいと思えます。

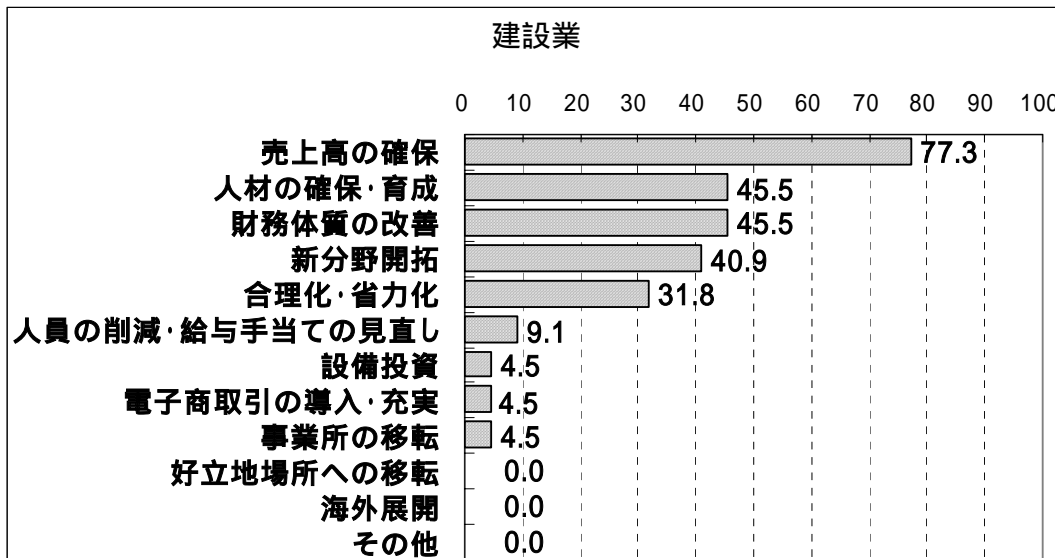


(2) 建設業

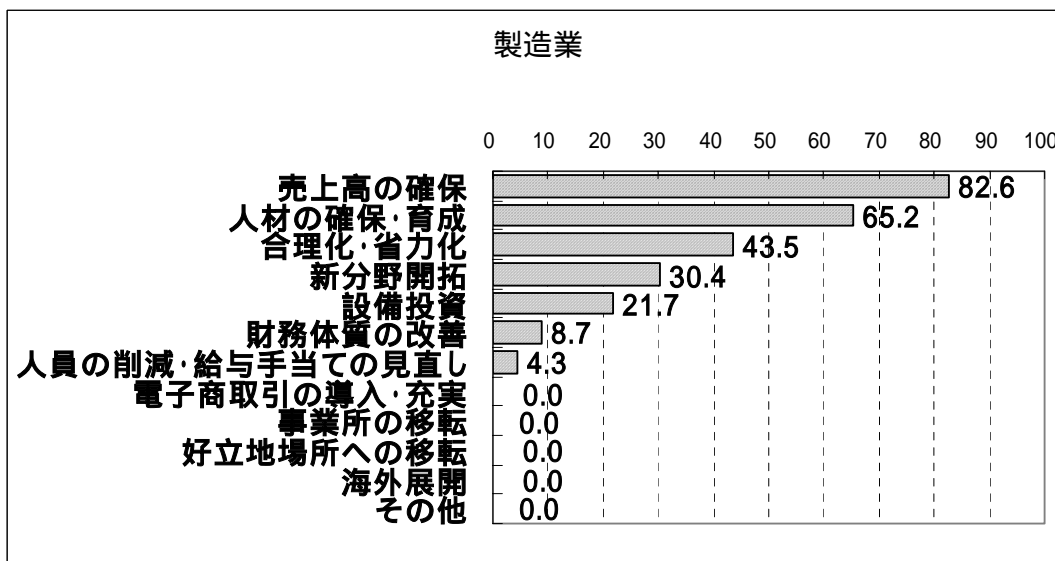
回復基調が止まってしまった建設業ですが、対策の第1位は前回同様売上確保です。しかし、回答率が前回よりも1割程度下がっています。建設分野での売上拡大を諦めた企業が出てきているようです。前回3割に満たなかった新分野開拓が今回は4割を超える回答を集めました。

同率2位で二つの対策が選ばれました。人材確保と財務体質改善です。人材確保は前回とほぼ同じ回答率であることから、この3ヶ月の間には大きな進展が無かったことが分かります。営業活動や現場管理の人材確保はこれからも続くことになりそうです。財務体質改善は前回よりも2割程多い回答を集めました。大きな成長は望めないとの判断から、負債を減らし、身軽な体質づくりに挑戦するのでしょうか。これに連動して、合理化・省力化への対応も僅かですが回答率が上がっています。多少の波であれば吸収できるような財務体質を創り上げることを期待したいと思います。

建設業における対策は、前回同様上位5項目に集中しています。多くの建設業者が抜け道を見いだせないでいることが今回も確認できました。



(3) 製造業

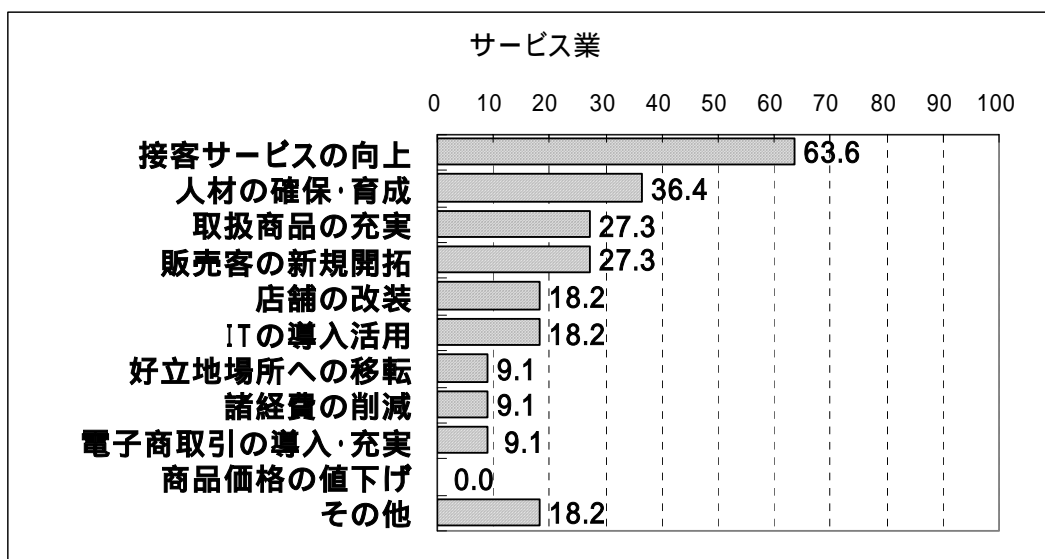


業況ではプラスに転じている製造業ですが、今後の対策を見る限り企業の運営は決して楽ではないようです。製造業の対策は前回同様上位の5項目に集中しています。しかし、前回と比べてそれぞれの重要度に変化が見受けられます。最も優先されている対策は前回同様売上高確保です。しかし、回答率は3割も上がっています。営業活動を行わなければ仕事が他社に流れてしまうようです。それを裏付けているのが合理化・省力化です。前回の調査の2倍の回答を集めて4割を超えました。仕事は有りますが常にコストダウンを求められていることが推定されます。2番目に重要な対策である人材確保育成も回答率を1割弱伸ばしています。品質を高め安定させるのは人間の役割であることが分かります。前回4割を超えていた新分野開拓は今回の調査で3割に低下しました。ここでも、現在の加

工分野にも仕事が確実に存在することを確認できます。近年話題となっている「ワーキングプア」の現象が茅ヶ崎市内にも出現しそうな状況ではないでしょうか。ここから抜け出すためにも人材の確保・育成には力を注ぎたいところです。

政府の経済報告では大企業において設備投資が更に進み、中小企業では減少することが説明されています。茅ヶ崎市内製造業も同じ傾向を示しています。前回の調査で4割を超えていた設備投資が今回は半分になっています。ここにもコストダウンを意識した対策が現れているようです。

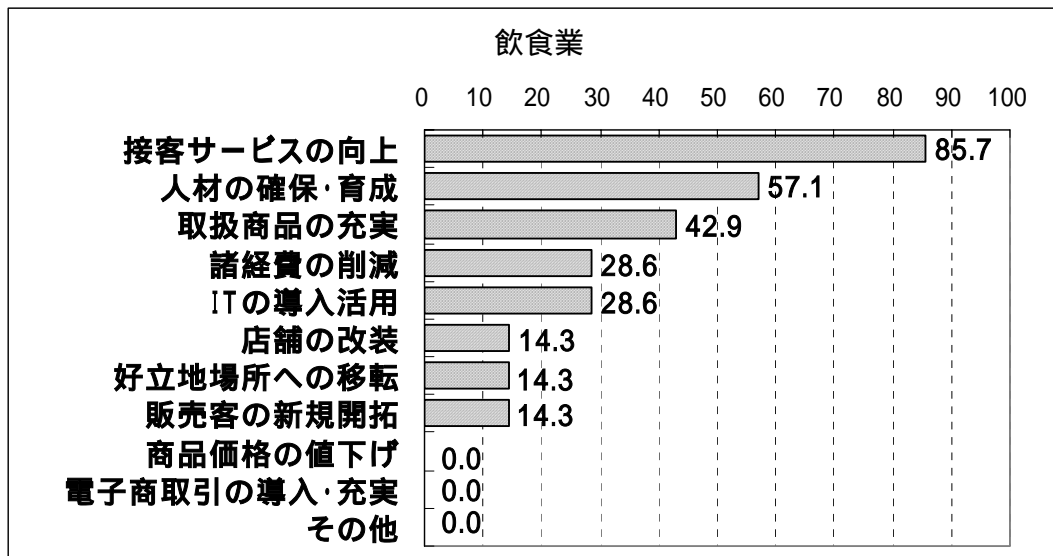
(4) サービス業



今回の調査で明るさが見えてきたサービス業ですが、今後の対策にも変化が見られます。接客サービス向上が最優先されていることは同様ですが、回答率は若干下がっています。前回同率で2位であった顧客の新規開拓と諸経費削減は共に回答率を大きく下げました。特に諸経費削減は一挙に3割下がり、重点対策から外れてしまいました。D I値がプラスに転じたことが示すように、この二つの対策は効力を発揮したと考えることができます。代わって登場したのが人材確保・育成と品揃え充実です。より高度なサービスを提供し、同じお客様により多くのサービスを提供するという戦術の変化を読み取ることができます。付加価値の向上を狙った対策が講じられることになりそうです。

このほかIT関連の対策が回答を増やしています。2割には達していませんが、ITの導入は前回の2倍回答を集めました。また、電子商取引に取り組むサービス業も現れてきました。サービス業の基本は人的サービスですが、その道具としてインターネットや携帯電話を使用することができます。お客様とのコミュニケーションツールとしてIT活用が進んでいく可能性は十分あるでしょう。

(5) 飲食業



飲食店にお客様が戻ってきていることは、今回の結果に現れています。まさにそれを示しているのが顧客の新規開拓です。前回調査では5割の回答を集めていましたが、今回は2割に満たない回答率となり、重点対策から外れています。店舗改装や移転対策も減少していることから、多くの店が現在の店舗で営業を続ける目的を付けたことが分かります。人材に関しても有る程度確保できたことが分かります。2番目の対策ではありますが、前回よりも2割近く回答率が下がっています。

お客様の増加に合わせてスタッフを増やした結果生じるのは、接客サービスの品質低下です。今回の調査では接客サービス向上に8割を超える回答が集まりました。そして、戻ってきたお客様の来店頻度を高める対策も必要となります。これがメニューの充実です。前回よりも2割近く回答を増やし、4割を超えました。

スタッフを多く抱えるようになると、いろいろな経費が発生します。前はゼロであった諸経費削減が一挙に3割近い回答を集めた理由はここにありそうです。また、前回のゼロからやはり3割弱の回答を集めているのがIT導入活用です。電子商取引は今回もゼロ回答ですからインターネットの活用ではなさそうです。諸経費の削減効果を狙うPOSの導入が検討されているのではないのでしょうか。レジの正確性と迅速性を確保しながら、人件費の節約にも繋がります。

以上のように茅ヶ崎市内の飲食店には活気が戻ってきたようです。戻ってきたお客様を飽きさせない工夫を続けたいですね。