

## 茅ヶ崎市景気動向調査（6月）結果

1. 調査期間 平成19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	132	30	22.7%
大型店舗	14	6	42.9%
建設業	71	18	25.4%
製造業	57	23	40.4%
サービス業	74	14	18.9%
その他	52	10	19.2%
合計	400	101	25.3%

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

7月には中越での大地震、そして参議院選挙と日本の経済を大きく揺るがす出来事が続きました。また、厚生労働省は平成18年度における日本人の平均寿命が男性79.0年、女性85.81年であったことを発表しました。日本は世界一の長寿国家を維持したことになるようです。平成19年度後半は経済政策の見直しが計られ、日本経済にも再び変化が現れるかもしれません。政府の経済政策にはこれまでもまして注意を払う必要があります。

前回調査後の社会の動きを確認しておきましょう。4月に入ってやっと東京で平成19年の初雪が降りました。5月の連休には日本各地で真夏日が観測されています。そして、5月26日に観測史上もっとも遅く奄美地方の梅雨入りが発表されました。梅雨入りの頃は雨の量は少なかったですが、7月に入って九州を中心に大雨の被害が出ていることは記憶に新しいことでしょう。5月末の株主総会では高収益をあげた大企業が多かったようですが、異常気象は家計を引き締めてしまったようです。

4月には東京都知事選挙が行われ、石原都知事が三選を果たしました。この結果、東京オリンピックに向けた経済活動が動き出すことが期待されています。セブン&アイホールディングスが電子マネー「NANACO」の運用を始めたのも4月でした。これに先立つ3月18日にはJR東日本の「SUICA」と互換性がある「PASMO」がスタートしており、首都圏を中心に電子マネーへの期待が高まっています。

このような状況に対して日本政府は8月の月例経済報告で次のように経済を説明しています。

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、着実に改善している。
- \* 個人消費は、持ち直している。
- \* 輸出は、緩やかに増加している。生産は、横ばいとなっている。

家計調査等によると家計消費は5月には前月に対して増加しています。しかし、6月には減少しています。旅行においては国内旅行が前年を上回り、海外旅行は前年を下回りました。外食は前年を上回っています。そこで全体的には「個人消費は持ち直している」との表現になったようです。

企業業績の好調さは雇用情勢にも反映されています。完全失業率は6月には3.7%にまで低下しました。有効求人倍率も5月で1.06倍、6月でも1.07倍となり若干ですが人不足の状態に入ってきたことがわかります。また、建築の分野でも動きがあったようです。持家の着工は4-6月期で前期比マイナス3.6%でしたが、貸家と共同建分譲住宅ではともにプラスの数値となっています。新設住宅着工床面積では4-6月期においてマイナス0.1%でした。アジアとアメリカへの輸出は相変わらず増加しており、その恩恵がやっと一般生活者にも届き始めたようです。

## 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	19年3月比	先行き見通し	前年6月比	先行き見通し
全 産 業	7.3	13.4	14.8	29.5	25.1
商 業	24.1	26.6	23.1	26.5	20.3
大 型 店 舗	16.7	0.0	0.0	-	-
建 設 業	33.3	22.2	25.0	46.0	43.2
製 造 業	14.3	0.0	9.5	23.4	25.9
サ ー ビ ス 業	23.1	8.4	9.1	24.5	18.0
そ の 他	11.1	0.0	25.0	-	-

内閣府では景気は回復しているとの見解を示していますが、全国の対前年比DI値はすべての業種でマイナス20以下の値を示しています。大企業の業況は確実に回復していますが、全国的には中小企業の業績回復にはまだまだほど遠い状況であることが確認できます。

茅ヶ崎市の経済は対前年比では全産業平均で一桁のマイナスであり、決して回復してい

るとはいえませんが、全国と比較すると業況が良いようです。茅ヶ崎経済の牽引力となっているのが大型店と製造業です。大型店は対前年比でD I値が16.7、製造業では14.3を示しています。そして、ともに前回調査の3月とほぼ同じ業況を維持できているとの回答です。梅雨入りは遅れましたが、5月の連休は比較的暖かい陽気でしたから、大型店では衣料品の動きが活発になったのかもしれませんが。製造業は明らかに輸出効果が続いています。量産品は中国に生産機能が集中してきましたが、試作品や少量品に関しては、茅ヶ崎を含め首都圏に生産が集まっていることがわかります。サービス業も対前年比で23.1というD I値を示しています。さまざまなアウトソーシングが進んでいる結果ではありますが、企業にとっては人件費を中心に経費節減効果をねらった行動と考えていいでしょう。対前年比では好調ですが、前回調査の3月との比較ではマイナス8.4を示しており、伸びが少なくなってきたと考えられます。

業況が更に悪化しているのが商業と建設業です。特にマイナスが大きいのは建設業です。対前年比ではマイナス33.3、前回調査の3月比でもマイナス22.2という数値です。首都圏では商業ビルや高層マンションの建設が続いていますが、茅ヶ崎市内の建設業者に回ってくる仕事の量は減少していることがわかります。商業の中心は中小の小売店です。大型店が大きく業況を向上させているにもかかわらず、商業の業況は悪くマイナス24.1という数値を示しています。前回調査の3月比では更に悪いマイナス26.6でした。大型店の業況が回復していることから、市内全体では消費性向が高まっているようです。しかし、専門店を中心とする市内の中小小売店にまで市民は足を伸ばしてくれなかったようです。茅ヶ崎市内でも好業績企業と業績低迷企業の格差が大きくなっていると考えていいようです。

## (2)業況（前年同月比の推移）

前回調査と同様にサービス業が製造業のD I値を上回っていることと、大型店のD I値が一挙にプラスに転じたことが6月調査の特徴といえるでしょう。サービス業は従来製造業の動きに合わせて変化してきました。前回調査の3月では大型店舗のD I値がプラスマイナスゼロとなり、今回6月調査では16.7まで上昇しました。サービス業が製造業のD I値を上回っている現象は、大型店の好業績が後押ししていることも考えられます。大型店は店員やバックヤード作業をアウトソーシングすることが多くなっています。サービス業はそのような需要も確保しているのではないのでしょうか。

製造業はとうとうD I値をプラス二桁に高めました。平成17年9月調査からプラスマイナスを繰り返してきましたが、平成19年に入ってから回復に向かっていることが確認できます。製造業の国際分業はある程度定着してきましたので、茅ヶ崎市内製造業の業況がこのまま維持できることを期待したいと思います。

大型店は平成18年12月を底にV字回復を示し、今回の調査では一挙にD I値を二桁に押し上げました。大企業の好業績が市内給与生活者の所得を多少なりとも押し上げているのかもしれませんが。店舗改装や品揃えの工夫を行うなど、大型店の販売努力が消費拡大につながったことも確かでしょう。

首都圏の建築需要を受け止めた時期もありましたが、建設業では平成18年3月の調査

からマイナスのDI値が続いています。前回調査の3月では若干ですが回復の兆しを見せましたが、今回の調査結果ではマイナス33.3まで低下してしまいました。建設業の周辺にある建築資材販売業者等にまで影響が出ていることは明かです。建設業としては新たな活路を検討せざるを得ない時期に入ろうとしているようです。

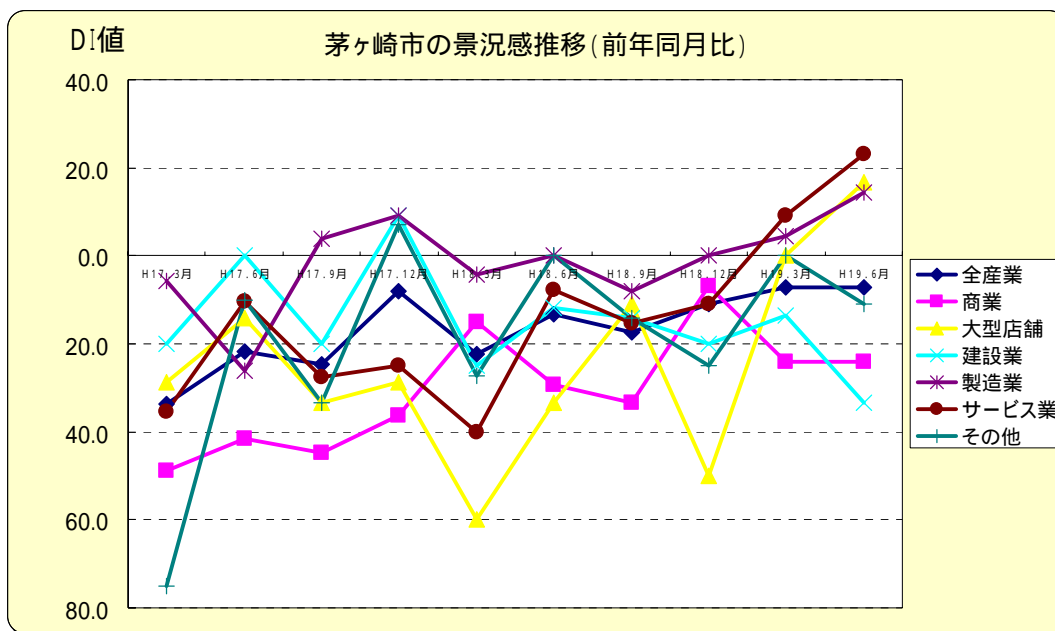
平成18年12月まではマイナスながら回復基調を示していた商業ですが、前回の3月そして今回6月と連続して大きなマイナスDI値を示してしまいました。市内全体の消費は若干ですが上向いているようですが、市内の中小小売店からは客足が遠退いてしまった様子です。中小小売店の高齢化と諦めの心が、DI値のマイナスを多くする要因の一部ではないでしょうか。平成19年に入ってから業種による業況の格差が広がっていることが分かります。

<茅ヶ崎市> \*印は、調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	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	*H19.6月
全産業	33.6	21.7	24.8	8.7	22.3	13.2	17.4	11.1	7.2	7.3
商業	48.7	41.6	44.9	36.4	15.0	29.2	33.3	6.9	24.0	24.1
大型店舗	28.6	14.3	33.3	28.6	60.0	33.3	11.1	50.0	0.0	16.7
建設業	20.0	0.0	20.0	9.1	25.0	11.7	14.3	20.0	13.6	33.3
製造業	5.6	26.1	4.0	9.1	4.3	0.0	8.0	0.0	4.6	14.3
サービス業	35.3	10.5	27.7	25.0	40.0	7.7	15.4	11.1	9.1	23.1
その他	75.0	10.0	33.4	7.1	27.3	0.0	14.3	25.0	0.0	11.1

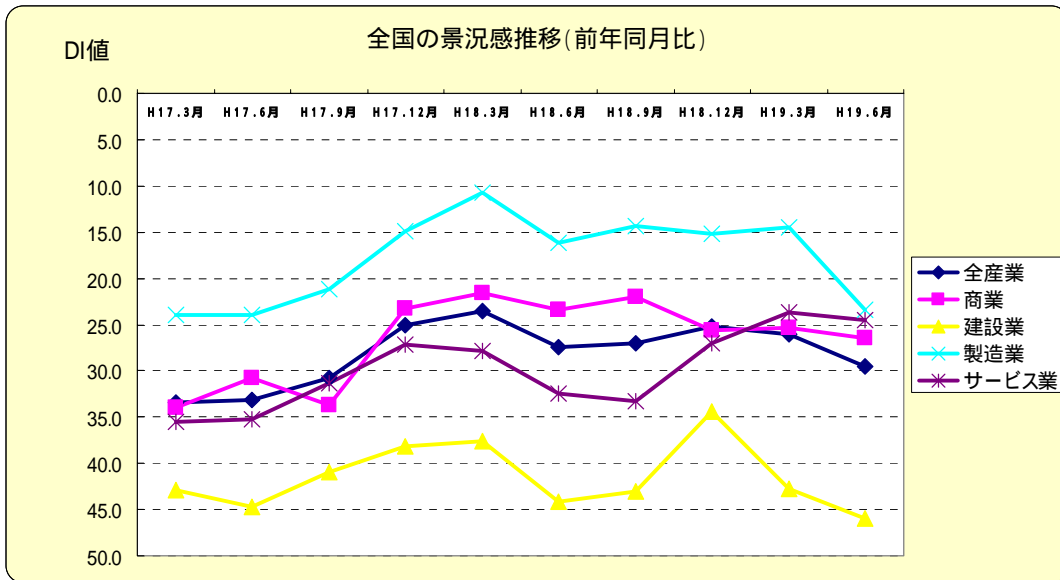
\*「」はマイナスを表す。

\*表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



< 全 国 >

	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	H19.6月
全産業	33.4	33.2	30.8	25.1	23.5	27.5	27.0	25.2	26.0	29.5
商業	34.0	30.8	33.7	23.2	21.6	23.4	22.0	25.6	25.4	26.5
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	42.9	44.7	41.0	38.1	37.6	44.1	43.1	34.4	42.8	46.0
製造業	24.0	23.9	21.2	14.9	10.7	16.1	14.3	15.2	14.5	23.4
サービス業	35.5	35.2	31.3	27.1	27.8	32.5	33.3	27.0	23.7	24.5
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



## 7. 茅ヶ崎市経済の先行き

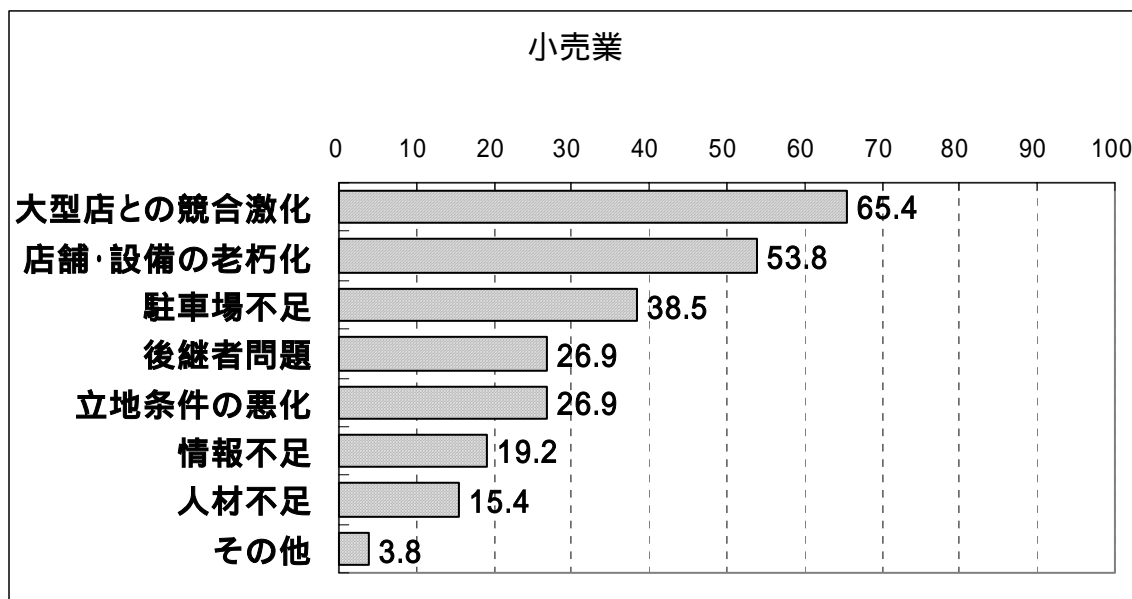
先行きについては、企業部門の好調さが持続し、これが家計部門へ波及し国内民間需要に支えられた景気回復が続くと見込まれる。一方、原油価格の動向が内外経済に与える影響等には留意する必要がある。

日本政府はこのように比較的楽観的な見通しを立てています。しかし、7月には中越大地震が発生し新潟県と長野県に大きな被害が発生しています。また、梅雨明けも遅れ、季節の変動がずれてしまいました。さらに、7月末には参議委員選挙が行われました。予測できないことも多かったです。景況の見通しは全国的にも茅ヶ崎市内でも決して良くはありません。特に心配なのは製造業です。今回の調査で回復基調を確認しているにもかかわらず、市内製造業者はマイナス9.5という見通しを立てています。現在以上の受注を見込むことができないとの判断かもしれません。製造業は数ヶ月先の受注を確保します。先行きがマイナスということは3ヶ月先までの受注を確保できていない事業所が多いということになるでしょう。しかし、サービス業はプラス9.1という比較的強気の見通しを持っています。大型店がプラスマイナスゼロの見通しですから、ここでもサービス業を大

型店がある程度支えている姿を確認することができます。大型店は夏のボーナス需要を期待しているのかもしれませんが。中小小売店を中心とする商業の見通しはマイナス23.1となっており出口が見いだせない状況であることが確認できます。地域経済を牽引している製造業の業況が悪くなれば、市内中小小売店は尚一層苦しい状況に追い込まれることが心配されます。また、その他業種での先行き見通しがマイナス25.0というのも気になる数値です。円安・原油高・高齢化が更に進みそうな状況です。市民生活にとって負の要因がこれ以上増えない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

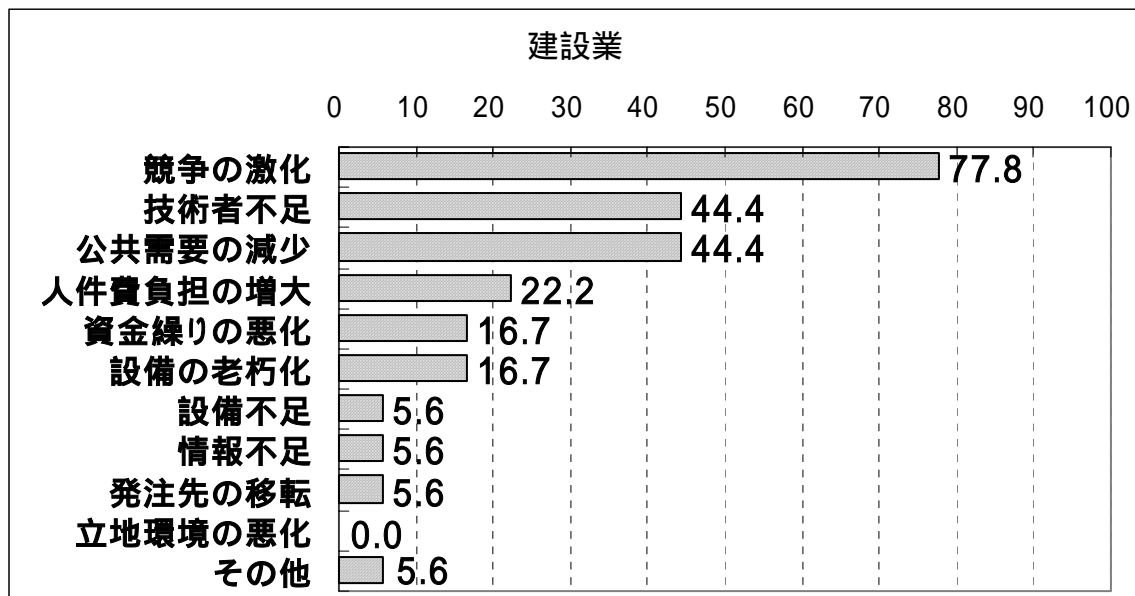


大型店が業績を伸ばしている一方で、業況がより一層厳しくなっている小売店ですが、経営課題は前回調査とは大きく変わってはいないようです。大型店との競合は今回も第1位の経営課題であり、回答率もほぼ前回同様の約6割5分になっています。2番目も前回同様店舗設備の老朽化であり、回答率も約5割で前回と変わりありません。

変化は第3位に現れています。前は立地条件の悪化で3割5分の回答率でしたが、今回は駐車場不足が約2割回答を伸ばして4割に迫り、3位に上がってきました。大型店に買物客が集まる理由として駐車場が重要であると認識していることが分かります。立地条件の悪化は前回よりも1割程度回答を下げましたが依然2割5分の回答を得ており、解決されてはいないようです。

人材不足が前回よりも支持を下げた1割5分になっています。一般小売店の業績低下は来店客が増えないことであり、人材の有無は重要な課題ではなかったのでしょうか。このほか、情報不足がわずかですが支持を増やしています。社会の動きがつかめず不安を抱えている小売店が増えつつあるのかもしれませんが。大きな動きではありませんが、次回の調査でどのように変化するか見守りたいと思います。

## (2) 建設業



復活の兆しが見えてこない建設業ですが、その原因は競争の激化に集中してきました。前回よりも1割以上回答を増やし8割に迫ろうとしています。中小建設業に回ってくる仕事は更に少なくなっているようです。公共投資は今年度も低下し公共需要は減少していますが、経営課題としては若干ですが回答率が下がっています。年度が替わり、6月期ではまだ公共投資が動き出していないのが現実でしょう。

技術者不足が前回同様4割5分の回答を集めています。この回答だけを見れば、仕事の問い合わせは市内の建設業にも入ってきていると考えることができます。しかし、高い技術水準が要求されており、市内の事業所では請け負うことができない状況になっている可能性があります。首都圏で未だに進んでいるビルや高層マンションの建築を請け負うためには、従来型の建設業を脱皮しなくてはならないようです。

人件費負担増大は前回よりも1割以上回答率を下げた結果、今回の調査では上位3つに経営課題が集中する結果となりました。資金繰りの悪化も回答を下げていることから、事業規模を縮小して、収支の均衡を保とうとしている事業者が増えているとも考えられます。

今回の調査では、数値は小さいですが、設備に関する回答が伸びていることも特徴の一つと考えていいでしょう。設備老朽化と設備不足への回答が増えています。わずかではありますが新しい仕事の問い合わせがきているのではないのでしょうか。1社でも多くの事業所でこれらの受注に応えて欲しいと思います。

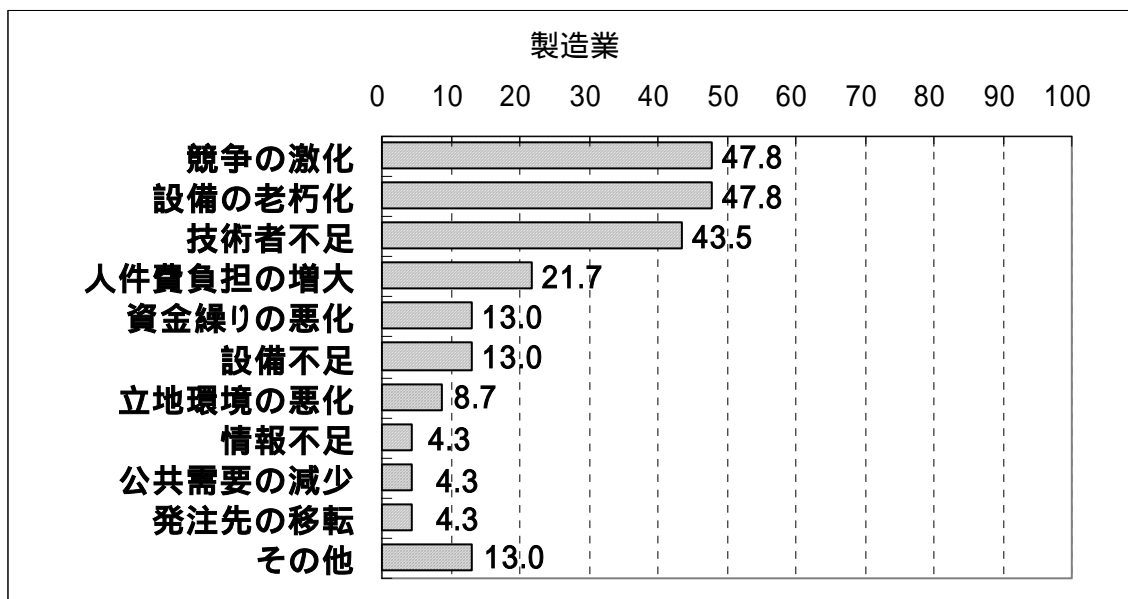
## (3) 製造業

二桁のD I値を確保した製造業では経営課題にも若干の変化が出ています。前回の調査で5割を超えていた競争激化と技術者不足がともに1割程度回答率を下げています。仕事と技術者の両方がある程度確保できている状況を示しているものと考えられます。これに対して前回調査から大きく浮上したのが設備の老朽化です。前は3割に満たない数値でしたが、今回の調査では2割近く回答を増やし4割を超え、経営課題の第2位になりました。

た。設備不足は若干ですが回答率が下がっていることから量は足りていることが分かります。今後受注を確保するためには、精度維持のために設備投資が必要になってきている企業が多くなっていると判断できます。経営課題は上位3つにほぼ集中する結果となっています。

人件費増大は前回同様2割強の回答です。受注を確保できていても、利幅が大きい仕事を抱えている事業所は解決の方向をまだ見だせていないようです。比率は大きくはありませんが、前回よりも1割近く回答率を増やしているのが資金繰り悪化です。製造業全体としては業績のいい企業が増えています、人件費負担や設備投資負担を抱える企業が出始めていることが分かります。

このほか気になる回答が情報不足と発注先の移転です。前回調査ではともにゼロ回答であった経営課題です。発注先の移転は決して1社だけの問題ではありません。茅ヶ崎市の工場立地が相対的に不利になっているとすれば製造業全体の課題です。情報不足は先が読めないことにつながりますから、この二つの経営課題がどのように変化するか注意していきたいと思えます。



#### (4) サービス業

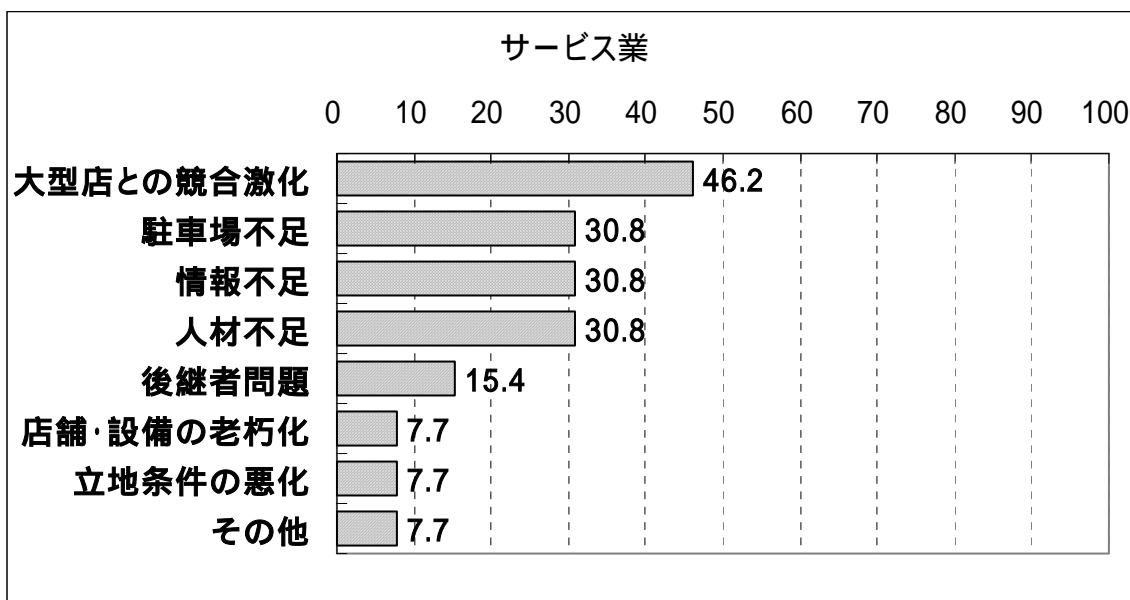
製造業以上に業況が良くなっているサービス業は経営課題も大きく変化しています。大型店との競合激化は第一位ですが前回調査よりも約1割5分回答を下げ、5割を切りました。前回同率首位であった人材不足はほぼ半分の3割まで低下しました。前回3割の回答を集めていた店舗設備老朽化は2割以上回答を下げ、1割を切ってしまいました。前回大きな経営課題となっていた人材不足は解消できたようです。それが受注の拡大にもつながっていると考えられます。また、店舗や施設に関してもある程度の更新が行われたのではないのでしょうか。後継者問題も若干ですが低くなっています。4月からの新年度で後継者を確保できた企業がわずかですがあったものと思われれます。

駐車場不足と情報不足はともに前回同様3割の回答率を示しています。来店客に対する

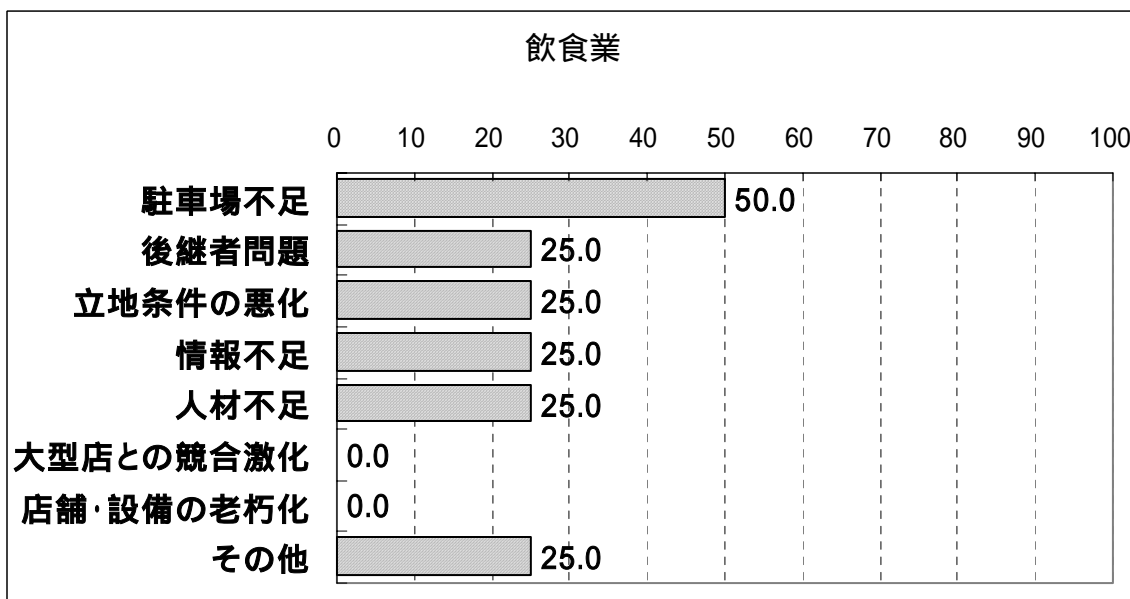


サービスとして不可欠な駐車場の確保は難しかったようです。今回調査で業況が改善された事業は、出張サービスやネットサービスのように店舗でのサービスを必要としない分野であった可能性が高いのではないのでしょうか。

前回のゼロ回答から若干ですが新たな経営課題として出てきたのが立地条件悪化です。1割にも満たない回答ですが気になるところです。一時的な経営課題であれば問題ありませんが、建設が進んでいる新たな大型商業施設等が悪影響を及ぼし始めているとしたら、大きな問題に発展する可能性もあります。この変化には注意していきたいと思います。



(5) 飲食業



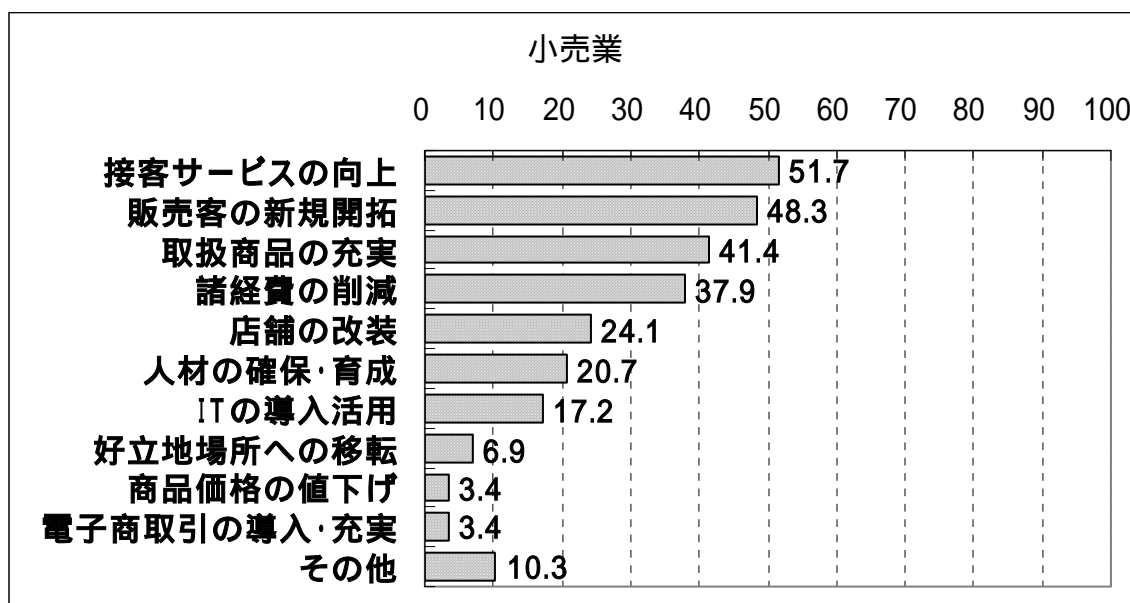
飲食業は前回調査で抱えていた経営課題をかなり解決できたようです。そして、駐車場不足が5割の回答を得て第1位に浮上していることから、好調のサービス業と同様にお客

様が戻ってきていることが推測できます。前回の調査では店舗の老朽化が唯一 5 割を超えて第 1 位、大型店との競合激化は 4 割の回答を集め同率 2 位でした。今回の調査ではこの二つの経営課題がゼロ回答になったのです。大型店との競合が課題ではなくなったということはお客様が戻ってきていることの表れでしょう。多少なりとも店舗改装を実際に行った飲食店も多かったのではないのでしょうか。お客様が戻ってきた結果として、駐車場が不足する事態になったのでしょうか。飲食店にとってはうれしいことです。この状態が続くことを期待したいと思います。

情報不足と人材不足も約 2 割回答率を下げています。人材は何とか確保し、お客様が戻ってきたことから、将来に対する不安が少なくなった飲食店が増えていることを確認できます。しかし、後継者問題・立地条件悪化・情報不足・人材不足を経営課題として抱えている飲食店は 2 割 5 分存在しています。業況が良くなっている飲食店が多くなっている中、業績が伸び悩んでいる飲食店も存在しているのです。飲食業の中で格差が広がっていることが確認できます。

## 9. 主要業種の今後の対策

### (1) 小売業



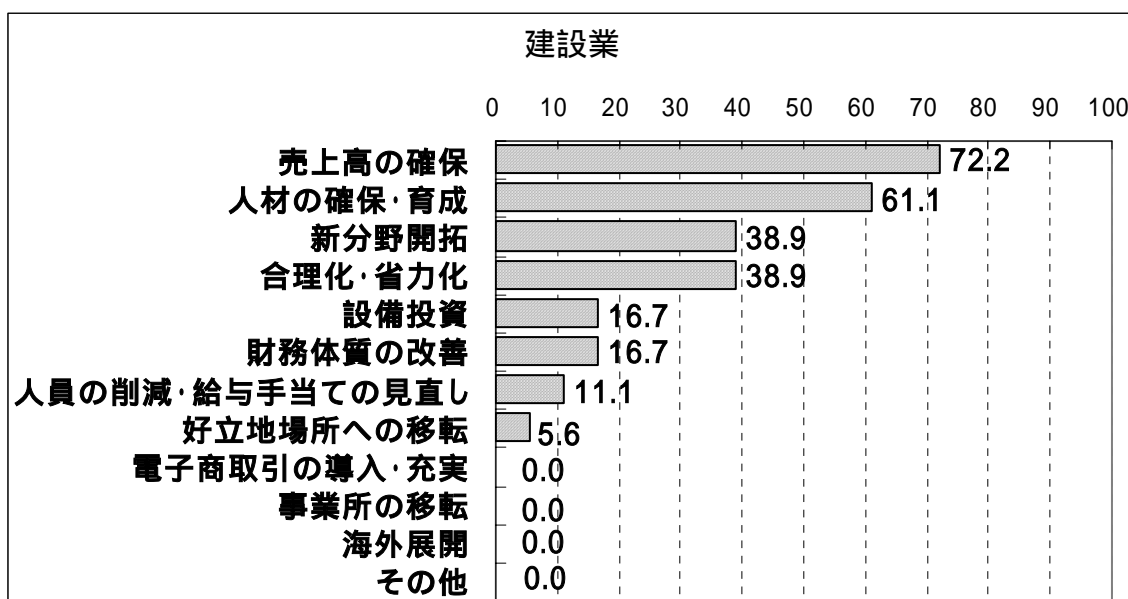
大型店が回復基調にあっても、一般小売店にはお客様が戻ってこない現象が続いています。上位 3 つの対策は前回調査と同様ですが、それ以下の対策に変化が現れています。上位 3 つの中で、接客サービス向上と新規開拓は回答率をわずかに下げました。3 位の取扱商品充実は若干ですが上がりました。商品の差別化に挑戦しようとしている店舗が出てきているのではないのでしょうか。

今回の調査では経費削減と IT 活用が上がってきています。特に経費削減は前回よりも 1 割以上回答を集め 4 割に届こうとしています。前向きに挑戦した結果はあまり芳しくなかったようです。再び経費を削減して、急場を乗り切ろうとする姿勢が強くなってきたよ

うです。IT活用も前回より1割近く支持率を増やしています。電子商取引のようにインターネットで商品を販売することは諦めた店が多いようです。IT活用は2割に満たない対策ではありますが、PR等への活用を行おうとしている積極的な店舗が増えてきたことを示しているようです。

このほか、店舗改装や人材育成そして移転と値下げも回答率を下げています。店舗改装・人材育成・移転には大きな資金が必要となります。投資しただけの売上および利益増加を期待できないと判断する店舗が増えているのではないのでしょうか。また、値下げに関しても「下げても売れない」ことを実感した結果と考えられます。専門店としての品揃えと接客に活路を求めようとしている店舗が増えていきそうです。

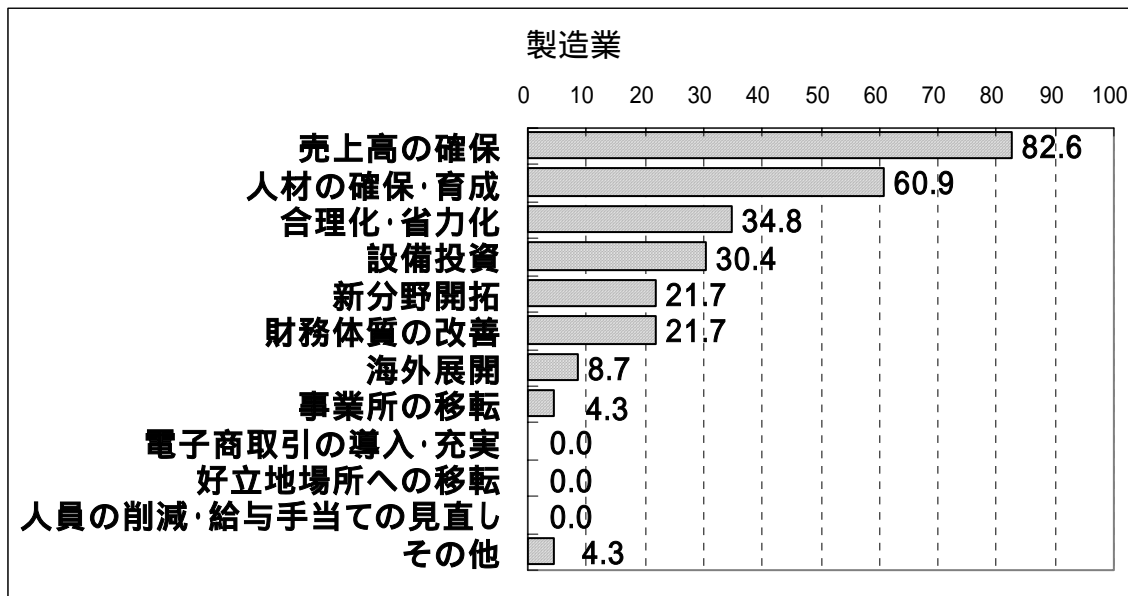
## (2) 建設業



回復がかなり難しくなってきた状態を今後の対策から読み取ることができます。売上高確保が前回同様7割以上の回答を集め対策の第1位でした。仕事を確保することが依然トップとなるほど仕事量が少ないことが分かります。しかし、今回の調査で人材育成が1割5分程回答を増やしています。新分野開拓はわずかですが回答率を下げました。建設業の需要そのものが増えることはないとの認識から新分野への進出を業界全体が検討していましたが、新分野よりも建設分野での新規受注確保を目指そうとする企業が出てきたのではないのでしょうか。合理化・省力化や設備投資への回答が少しずつ伸びていることも建設分野で生きるとをめざす企業が増えてきている現れかもしれません。

今回の調査で大きく順位を下げているのが財務体質改善です。前は4割を超え、同率2位でしたが、今回は回答率が2割を割ってしまいました。生き残るためには財務体質を改善するだけでなく、人材育成等の前向きな対策を講じなければならないと考える企業が増えていると考えられます。

### (3) 製造業

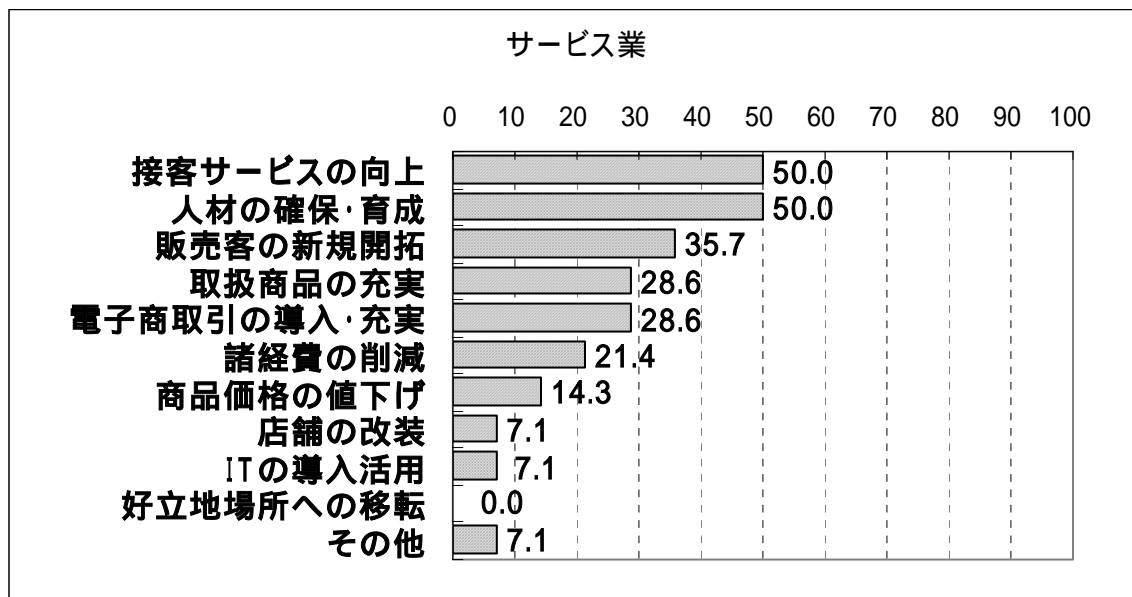


業況を示すD I値が二桁を示した製造業ですが、今後の対策を見る限り受注活動に変化が出ています。売上高の確保は前回同様8割を超え第1位です。仕事があるとはいえ競争が激しい状況であることが分かります。第3位までは前回と同様ですが、人材の確保と合理化・省力化は少しずつですが回答が減っています。この理由は、今回の調査で対策の重要性が増してきた対策を拾い出すことによって理解できそうです。前回から1割程度回答を増やして4位に上がってきたのが設備投資です。財務体質改善は1割以上回答を増やして回答率が2割を超えました。海外展開は前回のゼロ回答から今回は1割弱の回答を集めました。それぞれの対策だけを見ればわずかな回答ですが、これらを総合すると茅ヶ崎の製造業は次の段階に入ろうとしていることが確認できます。アジアを中心とする海外工場の生産能力は高まっており、従来の機械と技術だけでは受注を継続させることが難しいと判断している企業が増えているのです。機械で補うのが設備投資であり、茅ヶ崎を離れて生産機能を市外や海外に求めようとする企業も出てきたのです。そのためには資金が必要ですから、財務体質改善が必要となるのでしょうか。二桁のD I値を維持するためにはより付加価値の高い加工を目指さなければならないようです。

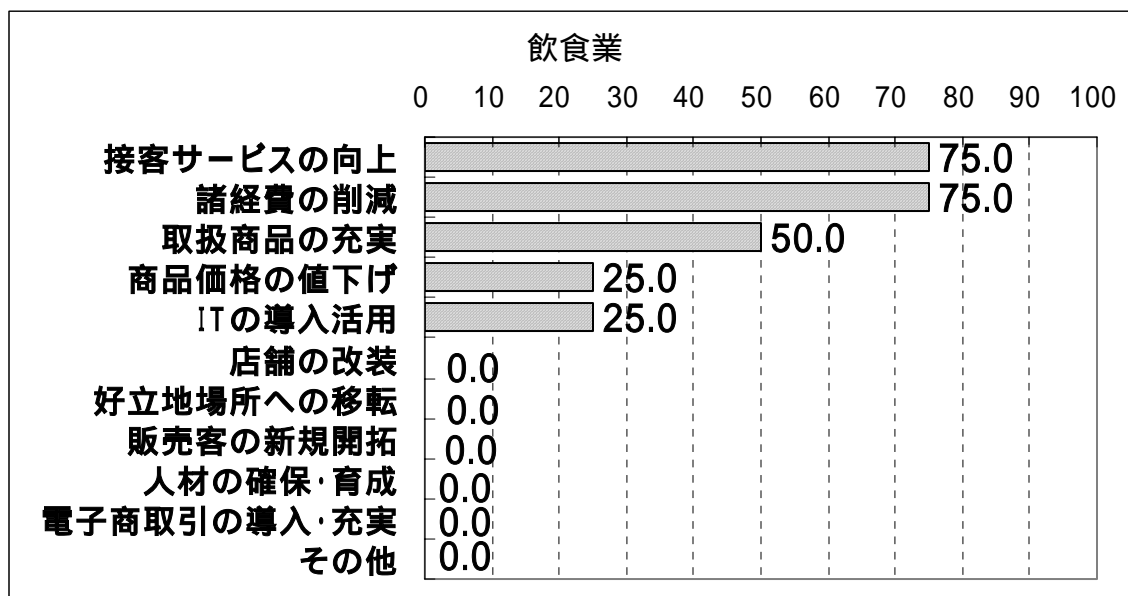
#### (4) サービス業

サービス業では接客サービス向上が1割以上回答を下げ、取扱商品の充実はほぼ現状維持、新規開拓が回答を増やしています。現在のサービス商品と品質を維持しながら、さらに顧客を開拓しようと考えているようです。需要がまだあるとの判断でしょう。そのためには人材を確保しなければなりません。前回よりも1割以上回答を増やして5割に達しています。営業活動では電子商取引への期待が強まっています。前は1割に満たなかった回答が今回は3割に達しようとしています。インターネット受注の成果を期待したいとおもいます。人材の育成やネット受注を行うためには資金が必要です。そこで経費削減が対策として浮上したのでしょう。前は1割にも満たなかったのですが、今回は2割を超える回答になりました。サービス業の自信と積極的姿勢を確認することができます。

回答率が低下した対策として3つ取り上げましょう。店舗改装・IT導入活用・移転です。店舗改装とIT導入活用は前回2割近くの回答を得ていましたが、今回は1割を切る結果となりました。業績が示すように、この二つの対策は実際に実行されたと考えて良いのではないのでしょうか。特にITに関しては導入が進んだので電子商取引への期待が更に大きくなったと考えられます。好立地への移転は前回でも1割に満たない回答でしたが、今回はゼロ回答になりました。茅ヶ崎市という立地で将来に対する不安はなくなったと考えて良いのではないのでしょうか。



## (5) 飲食業



飲食業にはお客様が戻ってきてはいますが、大きな儲けをいただくことができない状況であることが確認できます。対策の一番は接客サービス向上であることは前回と同様です。しかし、前回は対策として残っていた顧客の新規開拓は今回の調査ではゼロ回答になっています。お客様は確実に戻ってきていることがここでも確認できます。しかし、前回よりも5割近く回答率を増やしたのが経費削減です。7割5分にも達し、同率1位になりました。そして、前回ゼロ回答であった値下げが2割5分を占め対策の同率3位になっています。お客様は戻ってきているが、高いメニューは敬遠されている状況なのでしょう。値段を下げて利益を確保するためには、経費削減を進めることしかありません。一挙に5割も上乘せされたということは、飲食業全体に利幅の減少が訪れていると考えられます。

前回から重要性が大きく下がった対策は人材の確保育成です。前回は6割近い回答を集め第2位の対策でした。しかし、今回はゼロ回答です。お客様も戻ってきており、それに対応する人材も確保し終わった状況なのでしょう。店舗改装や移転も今回はゼロ回答になっており、今回はかなり経営課題が解決できていることが確認できます。

対策の第3位になっており、気になるのが取扱商品の充実です。前回よりも回答率が増え5割に達しています。メニューを増やすことによって、せっかく集まってきたお客様を飽きさせない工夫を行っているようです。このほかには対策としてIT導入活用が上がっています。回答率は前回とほぼ同様です。飲食業全体に携帯電話やホームページを使ったクーポン券を利用する傾向があります。これが割引にもつながりますから利幅が減少することにもなりますが、若いお客様を確保するためには不可欠な販売促進になっています。