

## 茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

- 1．調査期間 平成20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	28	21.2%
大型店舗	14	9	64.3%
建設業	71	15	21.1%
製造業	57	25	43.9%
サービス業	74	16	21.6%
その他	52	12	23.1%
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

ゴールデンウィークが終わったと思ったら梅雨の話題が持ち上がる季節になってしまいました。ガソリン値下げは束の間の需要創造で終わってしまったようです。1月から3月までの話題と言えば中国の餃子問題でしょう。未だにその原因は解明されていません。消費者は「中国製」を敬遠するようになり、加工食品ばかりでなく、食品全体で中国からの輸入量は減少しているようです。その分だけ国内産の食品が需要を伸ばしているわけでも無さそうです。全世界を襲っている原油価格の高騰とエネルギー問題、そして中国やインドの経済振興等が重なり、小麦製品を中心に食品全体が値上げを行いつつあります。国内消費は一層厳しい状況になりつつあります。しかし、気候だけは3月に入ってから急に良くなりました。桜の開花は1週間から2週間早かったようです。2月の平均気温が5.4度と寒かったですから、一層暖かく感じたのかもかもしれません。

このような状況で日本政府は4月18日付けで月例経済報告を発表しました。業況の判断では、「慎重さがみられる」という3月の表現から、4月には「慎重さが増している」

との表現に変わっています。基調判断は次のように記述されています。

景気回復は、このところ足踏み状態にある。

- ・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。
- ・企業収益は、弱含みとなっている。設備投資は、おおむね横ばいとなっている。
- ・雇用情勢は、厳しさが残るなかで、改善に足踏みがみられる。
- ・個人消費は、おおむね横ばいとなっている。
- ・住宅建設は、おおむね持ち直している。

毎年3月から5月にかけては消費需要がふくらむ傾向にあります。しかし、本年は雇用者所得が横バイである一方、消費総合指数は上昇しています。この結果、実質家計支出は減少しています。特に新車の販売は影響を受けており、2月と3月で連続して減少しています。

国内需要は決して良い方向には向かっておりません。企業は売上の減少分を海外に求め始めました。サブプライム住宅ローン問題が後を引き経済が停滞しているアメリカへの輸出は減少していますが、アジアやEUへの輸出は対前年で増加しています。そして、海外への所得移転も増えています。法人企業統計季報は製造業・非製造業ともに平成19年後半の2四半期連続して減益であったことを発表しています。平成20年2月現在の失業率は3.9%になり、低下傾向が止まったことがわかります。新卒者の内定率は上昇していますが、企業の収益力は全体的に足踏み状態になっていると考えられます。

住宅建設は審査期間の短縮等によって平成19年の終盤から持ち直し傾向が現れました。しかし、2月の実績では、前年比で分譲住宅は増加しましたが、貸家と持ち家は減少しています。マンションの販売在庫は依然高い水準にあり、建設業の復興は期待できそうにありません。

倒産件数も増加しており、日本経済全体が足踏み状態になっていることは確かです。そこで政府は次のような先行き見通しをたてています。

先行きについては、改正建築基準法施行の影響が収束していくなかで、輸出が増加基調で推移し、景気は緩やかに回復していくと期待される。ただし、サブプライム住宅ローン問題を背景とするアメリカの景気後退懸念や株式・為替市場の変動、原油価格の動向等から、景気の下振れリスクが高まっていることに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	19年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	40.0	35.6	68.1	46.9	43.1
商 業	36.0	37.0	72.7	48.4	41.6
大 型 店 舗	14.3	28.6	62.5	-	-
建 設 業	33.3	13.3	50.0	59.4	61.8
製 造 業	44.0	25.0	60.9	41.3	41.1
サ ー ビ ス 業	28.6	42.9	69.2	43.3	38.0
そ の 他	75.0	75.0	91.7	-	-

平成20年の第1四半期は市内全体では対前年比でマイナス40.0、前回調査の12月比でマイナス35.6の調査結果となりました。前項でも説明しましたが、アメリカの伸び悩みとエネルギー価格の世界的な高騰は茅ヶ崎市経済にも大きな影響を及ぼしていることが確認できます。その他を除き、特に大きな影響を受けているのは製造業でしょう。対前年比でマイナス44.0、12月比でマイナス25.0のDI値を示しています。対前年比の全国平均がマイナス41.3ですから、茅ヶ崎市の製造業は全国と比較しても落ち込みが大きいこととなります。首都圏という好立地に支えられて比較的業況が良かった製造業ですが、輸出横バイの影響を正面から受け止めてしまったのではないのでしょうか。

商業も業況が大きく低下しています。前年同月比でマイナス36.0、12月比でマイナス37.0のDI値になりました。全国平均よりも状況は良いかもしれませんが、マイナスのDI値であることは、物価高騰の影響を大きく受けていることを示しています。同じ商業でも大型店舗は落ち込みが比較的少なかったようです。対前年比でマイナス14.3、12月比でマイナス28.6のDI値を示しており、一般小売店よりも影響が少なかったことが分かります。量販店のメリットを生かして、販売単価の上昇を最小限に食い止めているとも考えられます。

建設業は前年同月比でマイナス33.3のDI値を示しています。12月比ではマイナス13.3に留まり、全国平均がマイナス59.4ですから、悪いながらも同業者よりはまだ状況が良いことが分かります。サービス業は前年同月比ではマイナス28.6のDI値ですが、12月比ではマイナス42.9を示しており、平成20年に入ってから落ち込みが大きいことが確認できます。

日本全体では政府が「足踏み状態」との表現をとっていますが、茅ヶ崎経済は足場が一部崩れかけているようです。

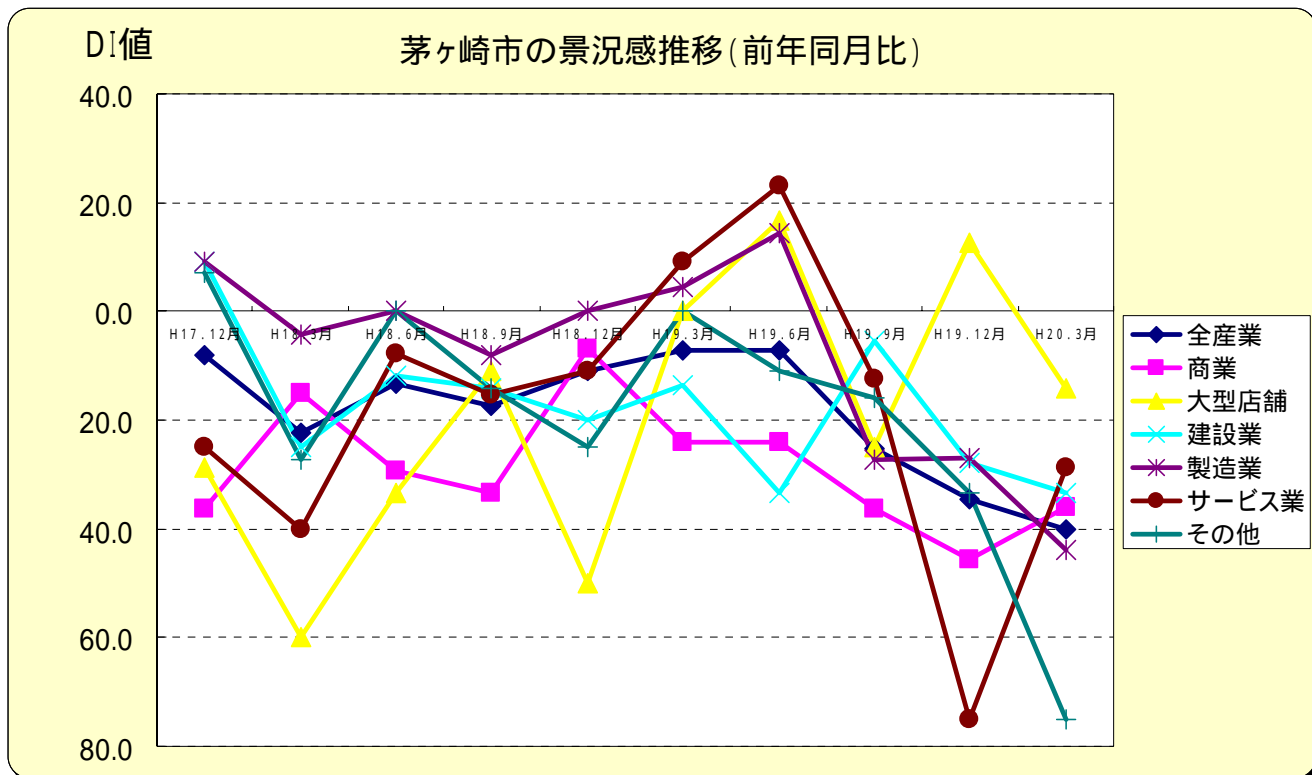
### (2) 業況（前年同月比の推移）

前回の調査では大型店舗が唯一プラスのDI値を示していましたが、今回の調査ではマイナス14.3にまで低下し、市内で業況の良い業種は無くなってしまいました。市内全体のDI値マイナス40.0は前回調査のマイナス値を更新しており、最近の2年間ではもっとも悪い結果となりました。

比較的好調であった製造業がマイナス44.0にまで落ち込んだことは茅ヶ崎経済の深刻さを物語っています。サービス業が前回調査のマイナス75.0から復興したとはいえ、

マイナス28.6であり、決して良い状況とはいえません。その他業種はサービス業に代わってマイナス75.0まで落ち込んでいます。

おもしろい動きを示しているのが商業です。大型店はプラスから一挙にマイナスDI値に落ち込みましたが、一般小売店中心の商業では前回の調査よりも約10ポイント改善されているのです。諸物価の高騰で財布の紐をきつく絞ったのは大型店舗や量販店の利用者であり、一般小売店の利用者は若干ですが増えたこととなります。餃子問題等で安心・安全が求められるようになり、一般小売店の品揃えが一部で認められているのかもしれない。



<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	H17.12月	H18.3月	H18.6月	H18.9月	H18.12月	H19.3月	H19.6月	H19.9月	H19.12月	H20.3月
全産業	8.7	22.3	13.2	17.4	11.1	7.2	7.3	25.2	34.7	40.0
商業	36.4	15.0	29.2	33.3	6.9	24.0	24.1	36.4	45.5	36.0
大型店舗	28.6	60.0	33.3	11.1	50.0	0.0	16.7	25.0	12.5	14.3
建設業	9.1	25.0	11.7	14.3	20.0	13.6	33.3	5.5	27.8	33.3
製造業	9.1	4.3	0.0	8.0	0.0	4.6	14.3	27.3	26.9	44.0
サービス業	25.0	40.0	7.7	15.4	11.1	9.1	23.1	12.5	75.0	28.6
その他	7.1	27.3	0.0	14.3	25.0	0.0	11.1	15.8	33.3	75.0

\* 「 」はマイナスを表す。

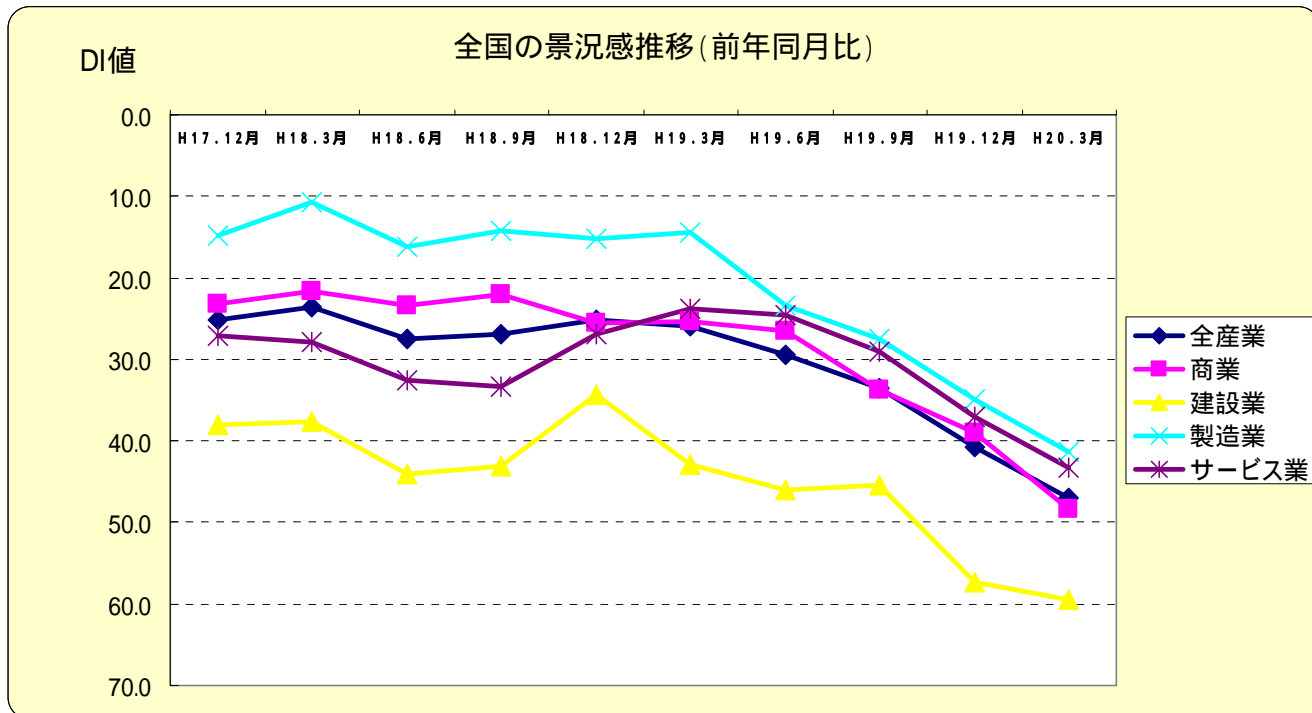
\* 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

建設業は昨年の9月にDI値をマイナス5.5まで改善しましたが、前回調査の12月そして今回もマイナスの値が大きくなってしまいました。今回のマイナス33.3は過去2年間では最も低かった平成19年6月と同じ値です。首都圏を中心に続いてきたビルやマンション建設が山を越えてしまったのかもしれませんが。

グラフを眺めると、その他業種を除きDI値が集まってきたことが分かります。主立った業種が再度スタートラインに並んだと考えても良いのではないのでしょうか。先行き不透明な社会に対し、各業種がどのように対応するのかを見守りたいと思います。

<全 国>

	H17.12月	H18.3月	H18.6月	H18.9月	H18.12月	H19.3月	H19.6月	H19.9月	H19.12月	H20.3月
全産業	25.1	23.5	27.5	27.0	25.2	26.0	29.5	33.6	40.8	46.9
商業	23.2	21.6	23.4	22.0	25.6	25.4	26.5	33.8	39.0	48.4
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	38.1	37.6	44.1	43.1	34.4	42.8	46.0	45.4	57.3	59.4
製造業	14.9	10.7	16.1	14.3	15.2	14.5	23.4	27.5	34.9	41.3
サービス業	27.1	27.8	32.5	33.3	27.0	23.7	24.5	29.1	37.1	43.3
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



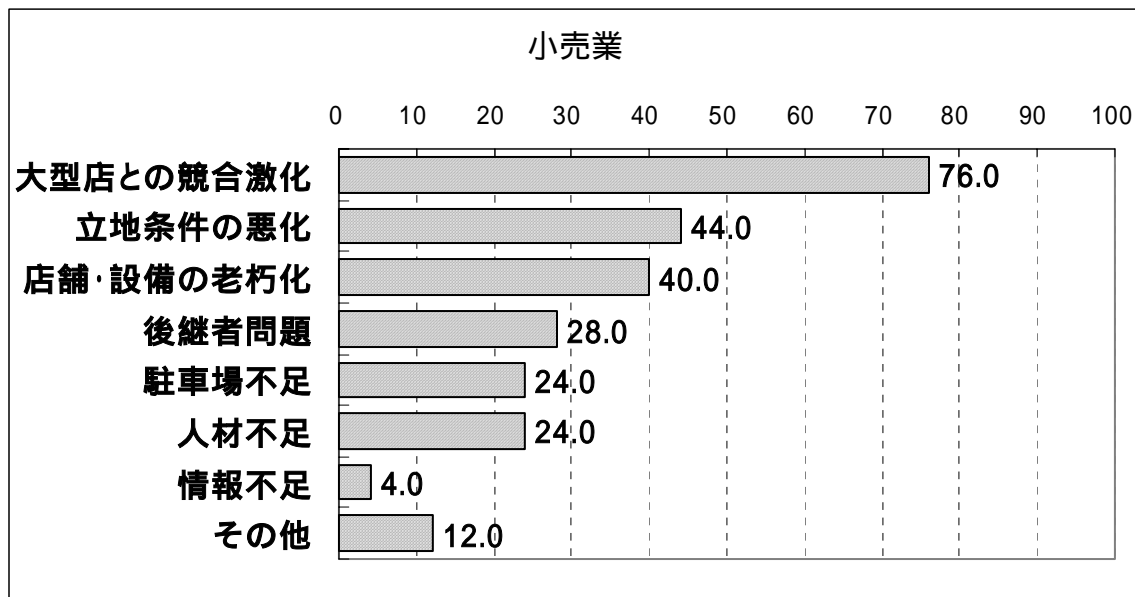
## 7. 茅ヶ崎市経済の先行き

前回の調査でも茅ヶ崎市経済に関して悲観的な見方が多くありましたが、今回の調査でも、前回以上に見通しが暗くなっています。市内全体ではマイナス68.1のDI値となりました。この傾向は茅ヶ崎だけではありません。全国の先行き見通しもマイナス43.1に低下しており、日本全体に不況感が漂っていることが分かります。茅ヶ崎市内ではその他業種がマイナス91.7という悲観的なDI値を示しており、主要業種以外ではほとんどの企業が希望を持ってない状況であることが分かります。商業とサービス業がマイナス70前後の数値となっており、依然厳しい状況にあることを示しています。前回調査と比較して、先行き不安が大きく広がっているのは大型店・建設業・製造業の三業種です。特に大型店は前回調査の2倍以上のマイナスとなっており、その深刻さが伺われます。製造業でもマイナスは60を超えており、多くの企業で受注が回復できない状態が伺われます。

平成20年は春が早足でやってきて経済にも希望を与えましたが、散り際も早かったようです。しかし、いつまでも業況が悪い原因を社会の変化に押しつけていることはできません。茅ヶ崎市内の企業は新たな事業活動を見いだす時期に入っているのではないのでしょうか。

## 8. 主要業種の経営課題

### (1) 小売業



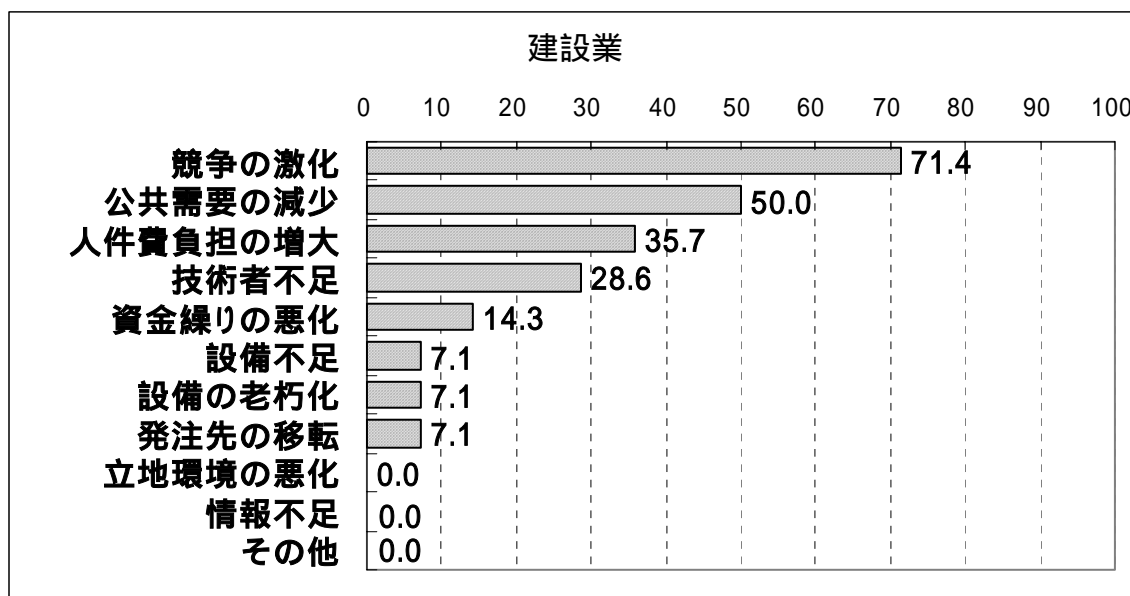
前回調査よりもDI値が若干改善された小売業ですが、先行きは不安だらけです。大型店との競合が依然経営課題の第1位となっており、回答も前回より1割以上も大きな比率になりました。お客様が減少している状況でより一層大型店の動向が気になっているようです。今回の調査で大きく変化したのは立地条件の悪化です。前は3割に満たない回答でしたが、今回は4割を超えています。辻堂駅前の再開発がそろそろ現実味を帯びてきたと考えられます。新しい店舗ができると自店の老朽化が気になるのでしょう。店舗の老朽化も若干ですが回答を増やしています。人材不足と後継者問題は横バイと考えて良いでし

よう。前回から解決できずに繰り越された経営課題となりました。

立地条件悪化の陰に隠れてしまったのが駐車場不足です。前は4割弱の回答でしたが、今回は2割5分を切りました。駐車場が急に増えることはないでしょう。駅前立地となる辻堂の商業ゾーンは駐車場以上に茅ヶ崎市内の一般小売店には脅威な存在となっているようです。

景気の低迷・物価の上昇等に加えて、2009年秋には辻堂駅北口の活動が始まります。茅ヶ崎市内の小売店は何かしなければ、さらに厳しい状況が待っているかもしれません。これから1年の間に進む方向を決めなくてはならないでしょう。

## (2) 建設業

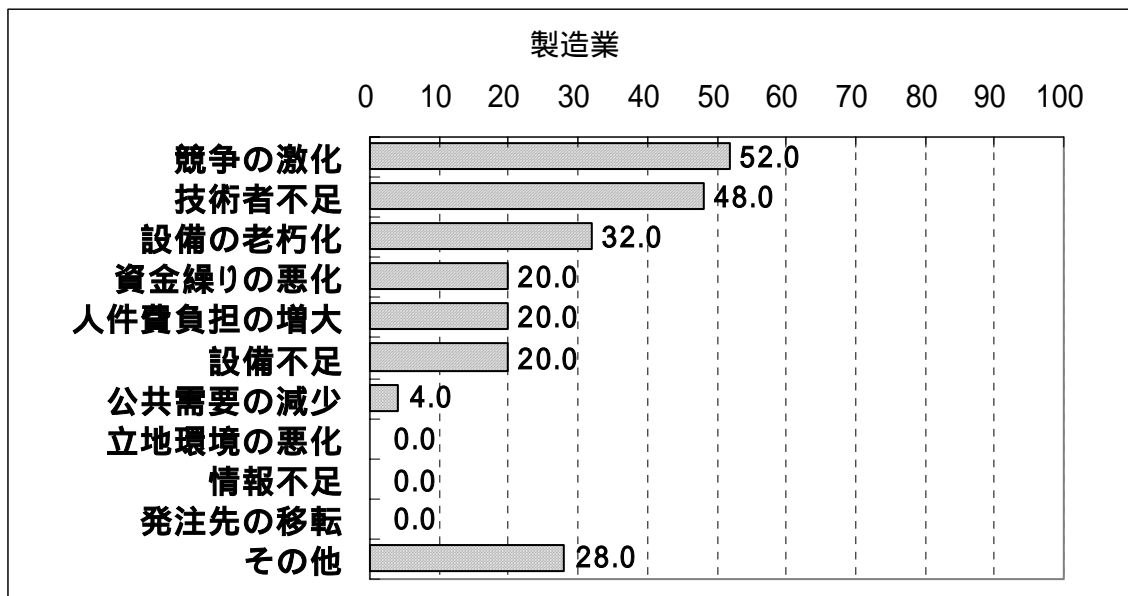


首都圏の建設需要が一段落した状況を示している建設業ですが、競争の激化は前回同様7割の回答を集め、第1位の経営課題です。今回の調査では2位以下に変化が生じていません。既に建築業界では当たり前となっている公共需要減少は、前回同様に第2位ですが、回答を1割5分伸ばして5割に達しました。政権が代わり、公共投資の増加を期待したことがここに現れていると思われます。技術者不足には大きな変化はありませんが、人件費負担の増大が1割ほど回答を増やして3位に上がってきました。仕事量が減少している結果と思われます。しかし、資金繰りは約1割ほど改善されており、切羽詰まった状況では無さそうです。

建設需要が急に拡大することは期待できませんが、情報不足を経営課題に挙げている企業が今回の調査ではゼロになりました。これは将来見通しが明るくなったというよりも、昨年改正された建築基準法の運用がやっと軌道に乗ってきたことを表していると思われます。

日本の政府は住宅建築において、200年住宅構想を発表しています。新築はもちろん、既存の住宅を改装して長持ちさせ、流通を活発にする構想です。更に環境保護とエネルギーの節約が建築の課題として加わります。建築は新たな需要開拓に動き出すと思われます。

### (3) 製造業



製造業はかつての勢いを失いつつあるようです。経営課題の中でこの事実を裏付けているのは資金繰りと人件費負担の状況です。人件費負担増大は前回よりも若干ですが多くの回答を集め2割となりました。また、資金繰り悪化では前回より5分程度回答を増やし、こちらも2割となりました。競争が激しく、技術者が不足している状況は前回と同じですが、人件費負担が増加し、資金繰りに影響が出始めた企業が増えているようです。

設備の老朽化と設備不足の回答が減少していることも、今回調査の特徴でしょう。ともに1割近くの数値が下がっています。景況感は悪化しているのですから、受注が減少していることは確かでしょう。古くなった設備を更新しなければならないことは分かっていますが、投資しても回収できるだけの売上を確保できる保証がないとの声も聞こえてきます。前回調査では立地環境悪化・情報不足・発注先移転を若干の企業が経営課題として上げていましたが、今回は3つの課題ともゼロ回答でした。仕事量の減少を冷静に受け止めている段階と思われる。

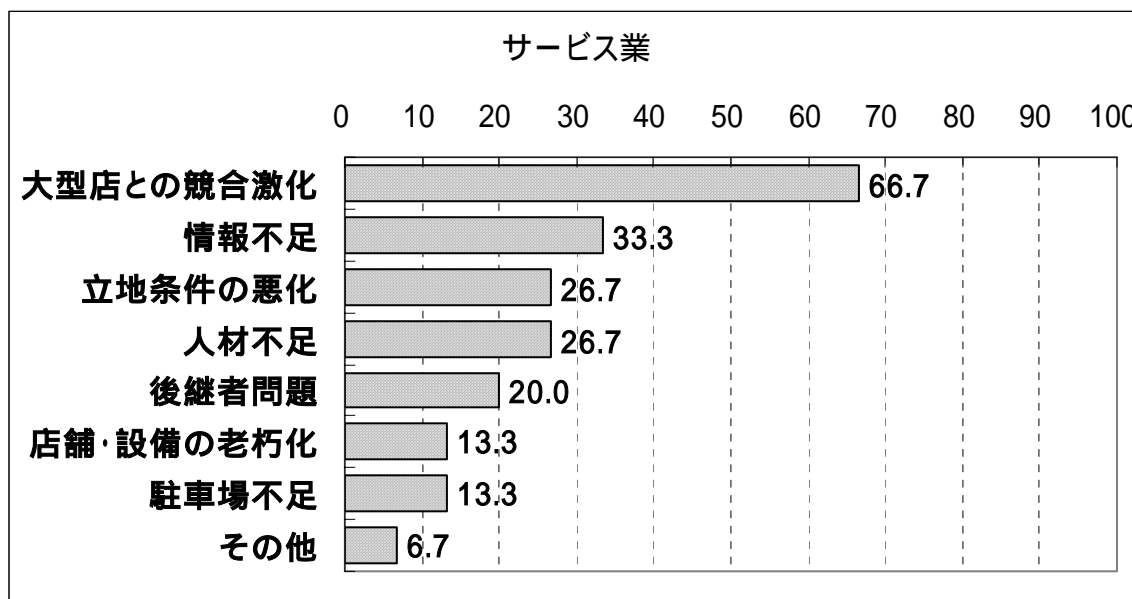
### (4) サービス業

前回の調査でD I値がマイナス75.0まで下がったサービス業ですが、今回の調査ではマイナス28.6まで回復しました。まだまだ良い状況ではありませんが、底からは脱することができたようです。経営課題も大きく変化しました。大型店との競合激化が2割以上回答を伸ばして第1位に浮上しています。大手サービス業が攻勢を仕掛けてきたようです。しかし、大手の営業が業界を底から引き上げたとも言えるでしょう。

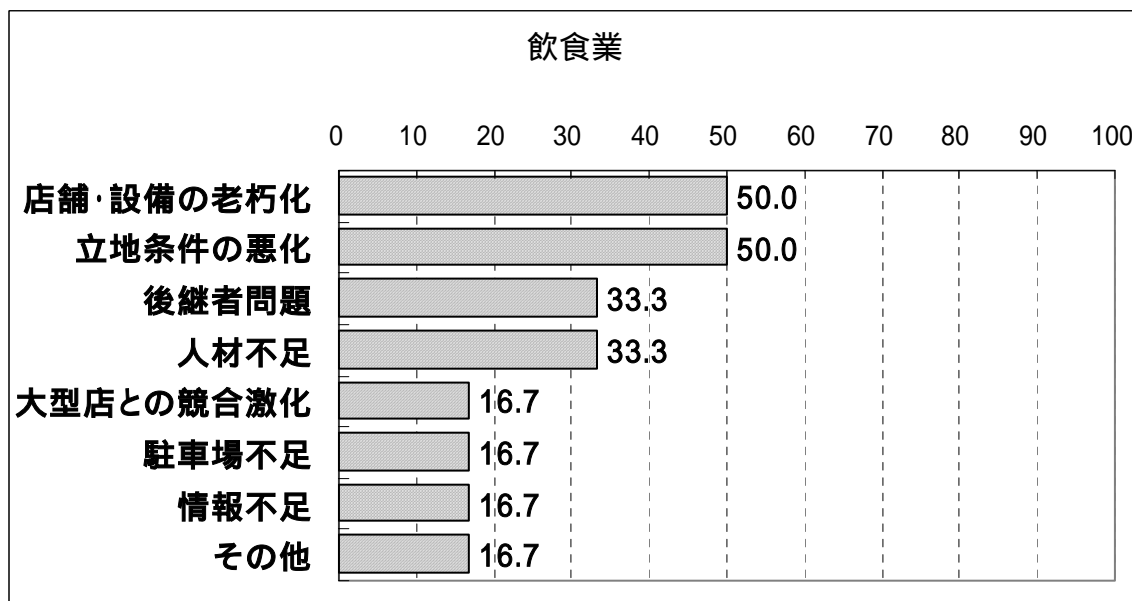
前回第1位であった後継者問題は半分以下の回答となり2割に留まりました。前回よりも3割減少したのですから、ある程度跡継ぎを確保できた企業が多かったのではないのでしょうか。前回同率で首位だった人材不足もほぼ半分の回答率になっています。ある程度人材を確保できた企業が増えたようです。サービス業が底から脱出できた要因のひとつとして、後継者や人材を確保できたことをあげても良さそうです。



今回の調査で情報不足が第2位になっていますが、数値は前回とほぼ同じです。前回以上に先が見えない状態になっているわけではなさそうです。このほかにも大きな変化を示しているのが立地条件悪化です。前は1割しか回答がありませんでしたが、今回は2割5分を超え、第3位に上がっています。大型店の進出等、一部のサービス業に大きな影響を与える変化が生じているようです。変動の幅が大きいことが茅ヶ崎市サービス業の特徴となっていますが、安定化に向かうことを期待いたします。



(5) 飲食業



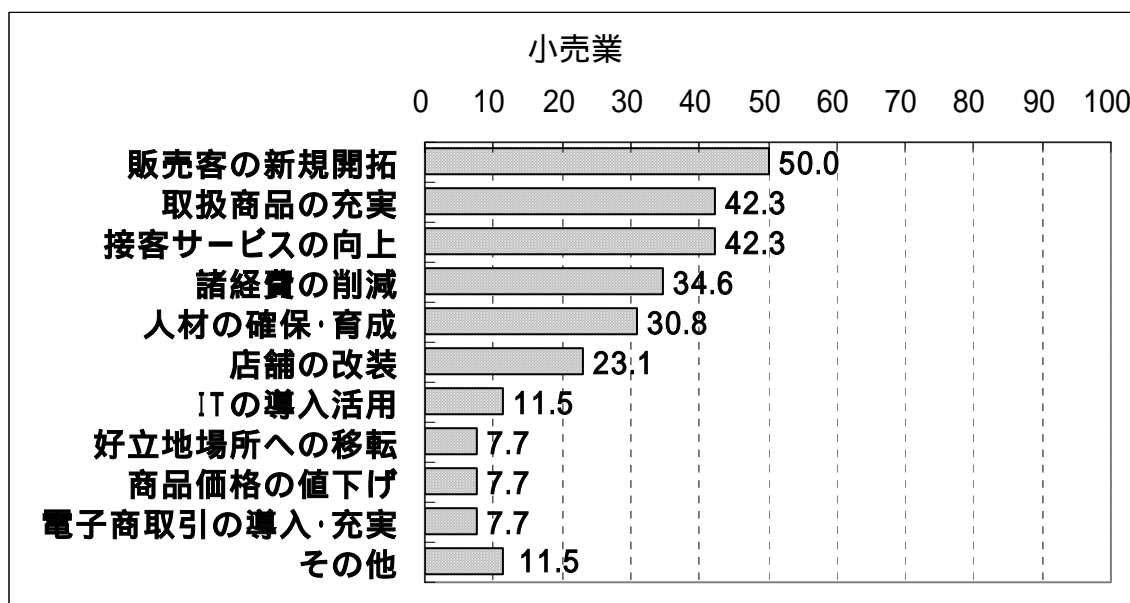
原料である食品が値上がり傾向にあり、飲食店はメニューの変更に頭を悩ませているのではないのでしょうか。店舗の老朽化は今回も第1位の経営課題ではありますが、前回よりも1割以上回答率が下がっています。一部の店舗で改装を行ったのかもしれませんが、前回

の2倍回答を集めたのが立地条件悪化です。大型店との競合に関しては若干比率が伸びていますが、大きな変化ではないので新たに大型店ができたわけではなさそうです。年度末に集中していた道路工事の影響を受けた飲食店があったのかもしれませんが。今回は第3位に同率で4つの経営課題が挙げられていました。今回は後継者問題と人材問題が三分の一回答を集め同率で3位になっています。人材不足は前回2番目の経営課題でしたが、若干比率が下がっております。比率が下がったとはいえ、後継者問題が浮上してきましたから、人材問題は決して解決の方向に向かっているとは言えないでしょう。燃料や原材料が値上がりしても、簡単にはメニューを値上げできません。飲食店といえども接客業です。アイデアと人的サービスでこの局面を乗り切ろうとしている飲食店が増えようとしているのかもしれませんが。

このほか、駐車場不足と情報不足が前回よりも1割弱下がり、大型店との競合激化と同率で並んでいます。値上がり傾向で、飲食店全体に客足が減少しているようです。

## 9. 主要業種の今後の対策

### (1) 小売業

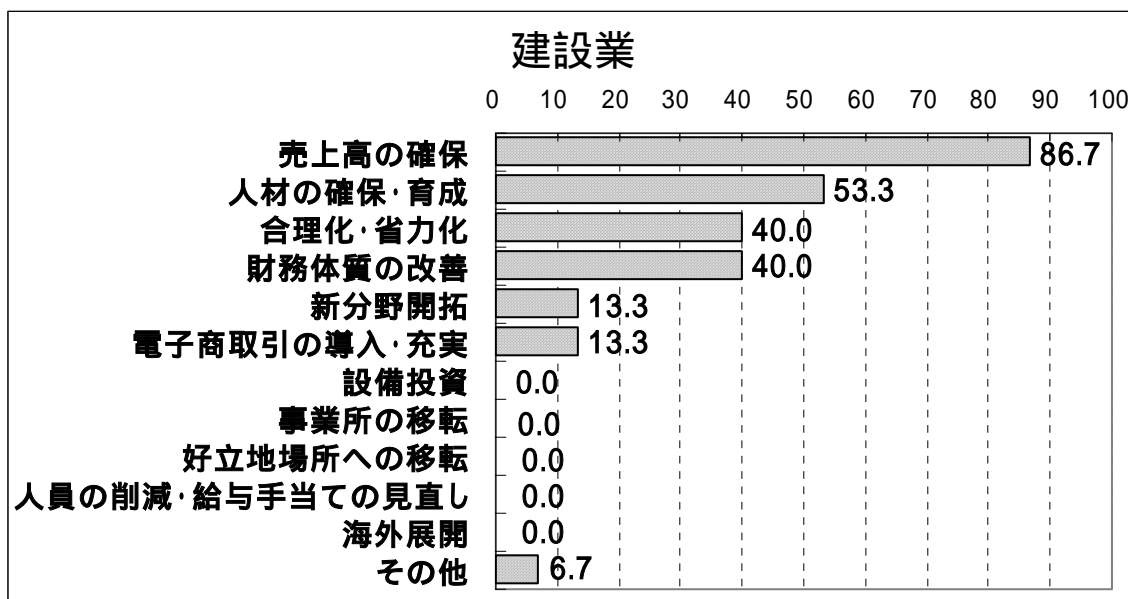


先行き見通しが最も厳しい小売業ですが、待ちから攻めの姿勢への転換傾向が見受けられるようになりました。今回は諸経費の削減が5割を超える回答を集めていましたが、2割以上下がっています。接客サービスも1割程度回答が下がりました。新規開拓はほんの僅か下がっていますが、今回も5割の回答を集め第1位の対策となりました。経費を節減して来客を待っていても業績が向上することは無かったようです。品揃えを強化して、新規のお客様を獲得する前向きな対策を打ち出す店舗が増えていることが分かります。品揃え充実は前回よりも1割以上多くの回答を集め、接客サービスと同率ですが第2番目の対策に上がってきました。この前向きな姿勢が市民に受け入れられることを期待したいと思います。回答率は2割強で大きくはありませんが、前向きな姿勢は店舗改装にも現れてい

ます。前回よりも1割弱増えているのです。

ITの導入は1割程度の回答ですが前回よりも僅かですが増えています。しかし、電子商取引は1割弱減少しています。パソコンやインターネットを活用する意識はありますが、ネット販売にはあまり期待を抱いていないことが確認できます。

## (2) 建設業

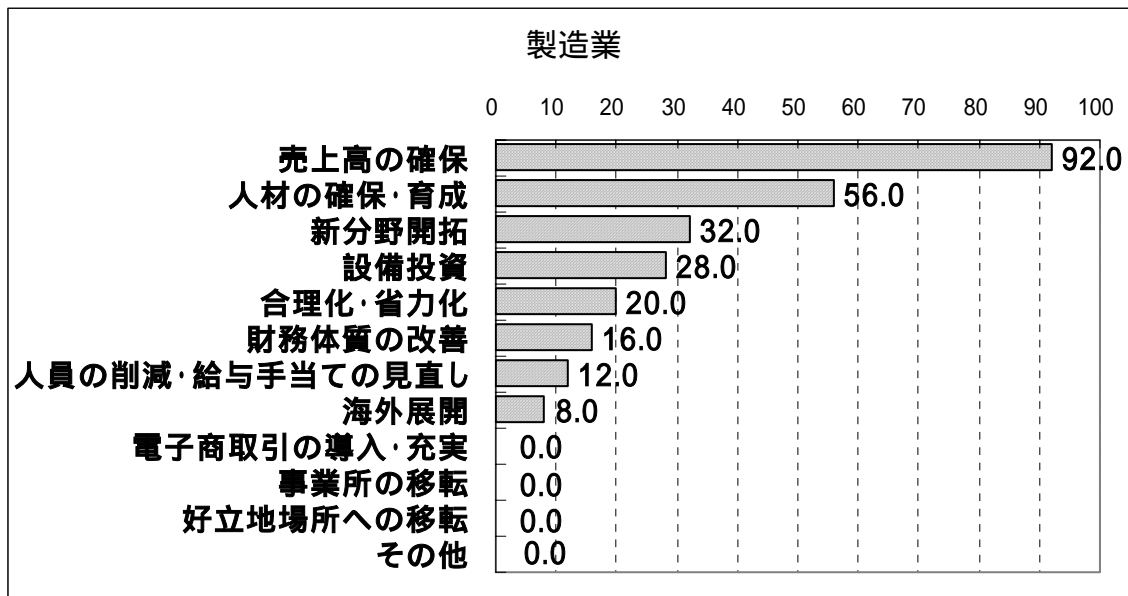


建築需要の減少に加え、建築基準法改正によって新築が減少した建設業ですが、2000年住宅構想等、住宅改装を促進する政府の対策が始まり建設業も落ち着きを取り戻しつつあるようです。しかし、今回も売上高の確保がダントツで1位であることが示すように、全体量が不足していることは確かです。そして、第2位にも5割を超える回答を集め人材確保・育成が前回同様に入っています。現場が足りない、仕事を取ろうと考えても人材がいない。建設業にはまだ厳しい状況からの抜け道が開けていないことが確認できます。

今回はそれ以上に先行き見通しが悪いことが今後の対策で裏付けることができます。合理化・省力化が前回よりも2割弱、財務体質改善が3割弱それぞれ回答を増やし、同率で3位の対策になりました。既に限界に達していると思われるが、更に合理化と省力化によって経費を削減し、生き延びるために資金を確保する対策を打つものと思われます。政府の住宅改装強化策が浸透して、新築需要の増加にまで繋がることを期待したいと思いません。

前回3位の対策であった新分野開拓は今回2割回答を落とし1割強しかありません。これに代わって伸びてきたのが電子商取引で、両者同じ回答率でした。建築分野以外を開拓することは理想ではありますが、世の中全体で景気が沈んでいますから、簡単ではありません。住宅改装や補修も含めて住宅分野で需要を再度開拓する対策を、まだ僅かですが、一部の企業が始めようとしているのでしょう。こちらの成果も期待したいと思いません。

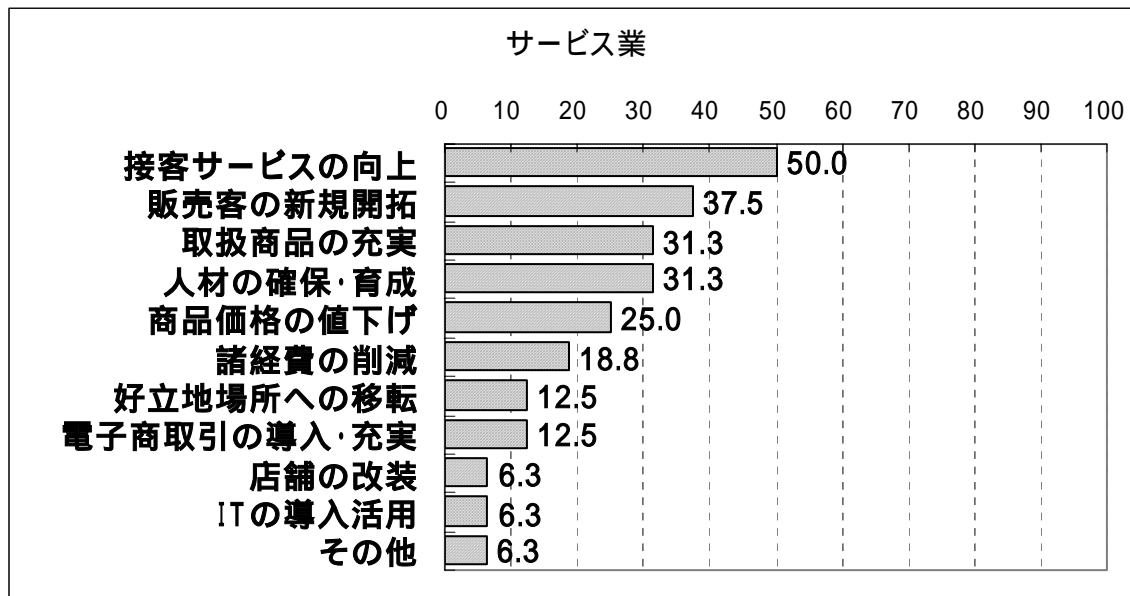
### (3) 製造業



先行きがかなり厳しくなってきた製造業ですが、それを物語るように第1位の対策である売上確保は前回よりも3割近くの回答を集め9割を超えました。人材の確保・育成も前回同様5割を超える回答を集め2番目の対策になっています。受注を確保するためには人材が必要となることが、今回も確認できます。前回の調査で約4割を占めていた新分野開拓と設備投資は同じ順位ですが、それぞれ1割程度回答率が下がり約3割に留まりました。製造業全体に受注が減少しており可能性のある分野が限られていること、そして製品のライフサイクルが一層短くなり、設備投資を回収しにくくなっていることが今回の回答に繋がっていると考えられます。海外展開を対策として掲げる企業は前回よりも減少して1割を切りました。苦しいからと言って海外にも魅力的な活動分野が見つからないのでは無いでしょうか。製造業におけるアジア地域内での競合は一層激しくなり、海外進出が必ずしも解決策にはならないのでしょうか。

合理化・省力化と財務体質改善も前回と同じ順位したが、合理化・省力化は若干増加、財務体質改善は若干減少しています。少しでも利益を確保して、借入金を減らしたい気持ちが伝わってきます。前回ゼロであった人件費削減に今回は1割を超える回答が集まっていることから経費節減を更に進めようとしている企業が増えようとしていることが分かります。

#### (4) サービス業

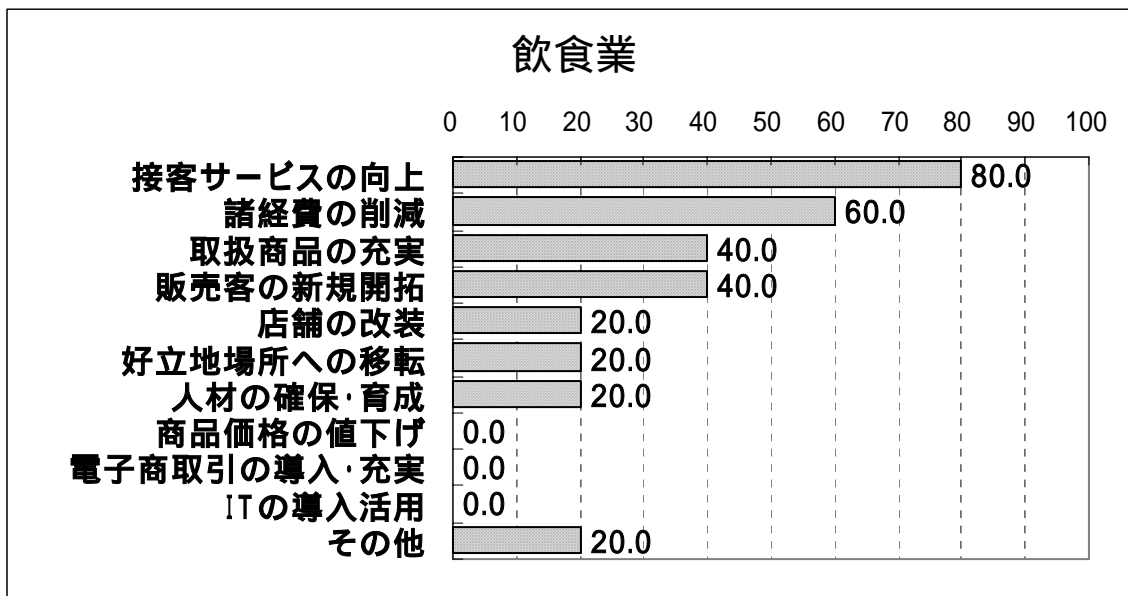


急激な落ち込みから、マイナスではありますが回復したものの見通しは決して明るくないというのが市内サービス業の回答です。対策も大きく変化しました。前回1位の対策であった人材確保育成は4割以上回答率を下げ、3割強になりました。前回2位の接客サービス向上も比率は若干下がりましたが依然5割を集め最も重要な対策となりました。サービス業は、完全ではありませんが業況が回復基調に向かっています。その要因の一つが人材確保であったと思われます。しかし、サービス品質の向上は必ずしも達成はできなかったのでしょうか。顧客の新規開拓も前回とほぼ同じ数値です。業況を示すDI値はまだマイナス、新規開拓には前回同様に力を入れるひつようがあるのでしょうか。今回の調査で、人材確保・育成と同様の比率で3番目の対策に上がってきたのが取扱商品充実です。新たに確保したお客様が離れないようにまた既存客の売上を増加させるためには取扱商品・サービスを増やす必要があるということです。

前回から回答率が大きく減少した対策がもう一つあります。諸経費削減です。前回のほぼ半分で2割を切りました。前は急速に業況が悪化していましたので、経費削減は不可欠の対策でありました。その成果がある程度でたため、経費削減活動は一段落したようです。

今回の調査で大きく回答を増やした対策が二つあります。前はともにゼロ回答でしたから対策の絶対数は少ないながら、企業にとっての重要性は高いと考えます。一挙に2割5分の回答を集めたのが値下げです。諸物価が高騰の兆しを見せているときに、サービス業は単価を下げる戦略に出る企業が出てくることとなります。ネット販売にも1割を超える回答が集まりました。顧客の新規開拓や既存客の売上拡大にネット販売は力を発揮できるので、新たな対策として浮上したものと思われます。この二つの成果を期待しましょう。前回ゼロであった店舗改装とIT導入にも若干の回答が集まりました。サービス業はいろいろな方向を模索しているようです。

(5) 飲食業



飲食業も先行き厳しい状況にあることを今後の対策から理解することができます。前回1位の対策であった店舗改装が3割以上回答を下げ2割に後退しました。店舗改装を飲食店が一挙に行ったとは考えにくいので、それどころではなくなったと理解します。店舗改装に代わり接客サービス向上が3割以上回答を増して8割を集めました。お客様は入っていても、一人当たりの単価が少ないと思われます。取扱商品充実も前回よりは若干回答を下げましたが、まだ4割の回答を確保しており重要対策の一つであることは確かです。すなわち、お客様に満足していただいて客単価を上げることが今回の重点対策なのです。

しかし、お客様の絶対数が不足している飲食店も増えているようです。新規開拓は前回1割程度の回答でしたが今回は一挙に4割に達しました。既存のお客様の単価が下がっているのかもしれませんが。

管理面で大きく数値を伸ばしたのが諸経費削減です。前回も4割を超えそれなりの重要対策となっていました。今回は6割に達し、2番目の対策に浮上しました。飲食業では原材料費及び燃料費が上がっています。メニューの定価を維持するためには諸経費を切り詰めなければなりません。利幅が減少しつつあることをこの回答が示しているのです。

店舗の移転と人材確保育成は前回とほぼ同じ回答率です。前回から成果が現れていないようです。値下げとIT導入は今回ゼロ回答になりました。原材料が上がっていますから値下げは当然対策の範囲外になるでしょう。また、飲食業ではインターネットも重要なPR手段となっていますが、市内飲食店ではこちらもゼロ回答であり、有効な販促手段にはなっていないようです。