

茅ヶ崎市景気動向調査（12月）結果

1. 調査期間 平成20年12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	49	36.8%
大型店舗	13	7	53.8%
建設業	79	20	25.3%
製造業	57	22	38.6%
サービス業	76	26	34.2%
その他	55	18	32.7%
合計	413	142	34.4%

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

梅も咲き季節はすっかり春めいてきました。原油価格も下がってきましたが日本経済の春はまだほど遠いようです。平成20年12月期の調査がまとまりましたので、10月から12月に遡って経済状況を確認いたします。

この期間の最も大きな変化は「チェンジ」をスローガンとしたオバマアメリカ大統領の誕生でしょう。平成21年1月20日から新政権がスタートしています。金融機関や自動車産業の立て直しに期待がかかります。ローンがアメリカの自動車経済を支えてきましたから、その影響は日本の自動車産業、さらにはその裾野が広がる日本経済全般にも大きな影響を与えています。しかし、立て直しには時間を要する事も表明していますので、日本経済の早期回復は見込めそうにありません。

日本経済を支えてきた中国やインドにも変化が現れています。中国製品が多く流れているのはアメリカです。そのアメリカ経済が弱体化してしまいましたから中国経済の成長率が一桁台に下がっています。このため、日本から中国への輸出が減少しています。そこに追い打ちをかけるかのように11月26日にインド史上最悪と呼ばれるテロが発生したことによって、上昇ムードにあったアジア経済に水が差される結果となりました。12月になり世界銀行は世界経済の予測を発表しました。そこには過去最低の経済成長率になることが説明されています。

日本国内においては比較的暖かい天候が続いた影響で、衣料を中心に売上不振を招いて

しまいました。辻堂での計測データでは、10月の平均気温が19.1、11月が13.0、12月が9.5となっています。平均気温では昨年よりも僅かに高いだけですが日々の変化を追うと暖かさが分かります。10月は20を越える日が多く、11月の初旬まで暖かさが続きました。その後冷え込んできましたが、12月には19を越える日もありました。冬物需要を当て込んでいたアパレル業界では、1社を除きほとんどの企業が販売不振に陥ってしまいました。

そんな中で明るい話題はノーベル賞でした。物理学賞を南部・小林・益川の三氏、化学賞を下村氏が受賞しました。日本全体へ科学に対する興味が広がった一瞬だったのではないのでしょうか。

日本政府は平成21年2月19日に発表した月例報告で次のように日本経済を説明しています。

景気は、急速な悪化が続いており、厳しい状況にある。

- ・輸出、生産は、極めて大幅に減少している。
- ・企業収益は、大幅に減少している。設備投資は、減少している。
- ・雇用情勢は、急速に悪化しつつある。
- ・個人消費は、緩やかに減少している。

日本経済が悪化していることを認め、個人消費以外には「極めて」「大幅に」「急速に」という言葉が付いているように、景気はかなり悪くなっていることを認識していることが分かります。

最大の原因は外需のマイナスであると説明しています。10 - 12月期の成長率はアメリカがマイナス3.8%、ドイツがマイナス8.2%、フランスがマイナス4.6%、英国が5.9%、韓国はなんとマイナス20.8%です。我が国はマイナス12.7%であり、韓国ほどではありませんが景気が大きく後退していることが分かります。輸出依存国家の弱さが浮き彫りとなりました。

生産面では在庫が急速に膨らみ、12月の生産は対前年比マイナス9.8%に落ち込んでいます。雇用情勢にも大きな影響を与えました。派遣切りで住まいを失った人々が日比谷公園等で年越しを行ったのは記憶に新しいでしょう。12月における求人倍率は0.72倍完全失業率は4.4%にまで上昇しました。その後も雇用削減の動きは広がっており、単純労働者の不安は強まっています。

更に心配されるのが倒産です。不動産業者の倒産が相次いでおります。9月に大型倒産があり、10月と11月は多少落ち着きましたが12月には再び上昇を始めました。政府の特別景気対策で息をついた企業が多くありましたが、それでもこの3月には再び倒産企業が増えることが予想されています。

個人消費は全体としては12月の前年比較で総合消費指数マイナス0.4%でした。確かに緩やかな減少と言うことにはなりますが、衣料品・旅行・自動車の落ち込みはかなり大きくなっています。実質雇用者所得は12月こそ下がりましたが、8月からは上昇傾向にありました。所得の減少よりも、経済不安による買い控えが原因と思われます。まだまだ出口が見えない日本経済の先行きを政府は次のように説明しています。

当面、悪化が続くとみられ、急速な減産の動きなどが雇用の大幅な調整につながる懸念される。加えて、世界的な金融危機の深刻化や世界景気の一層の下振れ懸念、株式・為替市場の変動の影響など、景気をさらに下押しするリスクが存在す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12月比	20年9月比	先行き見通し	前年12月比	先行き見通し
全 産 業	61.7	58.6	75.2	70.2	71.6
商 業	66.0	53.2	81.0	69.2	69.4
大 型 店 舗	42.9	57.1	71.4	-	-
建 設 業	65.0	55.0	72.2	74.2	75.3
製 造 業	77.3	77.3	75.0	72.7	73.9
サ ー ビ ス 業	48.0	64.0	63.6	67.3	70.2
そ の 他	55.5	47.0	77.8	-	-

平成20年12月期の調査では、茅ヶ崎市の経済はかつて経験したことがない程悪い状況になっていることが分かります。産業全体で前年対比マイナス61.7、前回調査の9月と比べてもマイナス58.6のDI値になりました。全国平均はマイナス70.2ですから日本全体よりも落ち込みは僅かに少ないようです。

最も落ち込みが激しいのは製造業です。対前年比でマイナス77.3、9月比でもマイナス77.3であり、全国平均のマイナス72.7よりも低い値になっています。茅ヶ崎市内の製造業は首都圏という立地を生かして比較的工作を集めやすい状況にありましたが世界的な需要減少の中で例外なく悪化の一途をたどっていることが確認できます。

次に悪いのが商業です。前年対比でマイナス66.0、9月対比ではマイナス53.2です。全国平均がマイナス69.2ですから、全国並みの悪さであるといえるでしょう。大型店舗は対前年比がマイナス42.9、9月比はマイナス57.1ですから、商業よりも悪化を抑えることができていることが分かります。消費者の所得は大きくマイナスになっていることはありませんが、経済不安と社会不安によって消費マインドがかなり下がっています。専門店が多い一般の小売店での買い物が減り、低価格志向の大型店にお客様が移行しています。それでも大型店は大きなマイナス値を示しているのですから、消費の冷え込みが進行していることが分かります。茅ヶ崎市の商業は製造業に牽引されていますので、このまま製造業が回復しなければ、商業は更に厳しい状況になっていくでしょう。

昨年末から新聞では大手不動産業者の倒産報道が多く見受けられます。首都圏のマンションは供給過剰な状態になっていたのでしょうか。不動産業者の不振を反映し、茅ヶ崎市の建設業は前年対比でマイナス65.0、9月比はマイナス55.0のDI値となりました。全国平均がマイナス74.2ですから、落ち込みはこれでも少ないほうだった様子です。

茅ヶ崎市で落ち込みが最も少なかった産業はサービス業です。それでも対前年比でマイナス48.0、9月比がマイナス64.0でした。前年対比よりも前回調査の9月対比の方が落ち込みが大きかったようです。9月から12月にかけての世界同時不況に相応して急速に需要が減少したようです。

(2) 業況（前年同月比の推移）

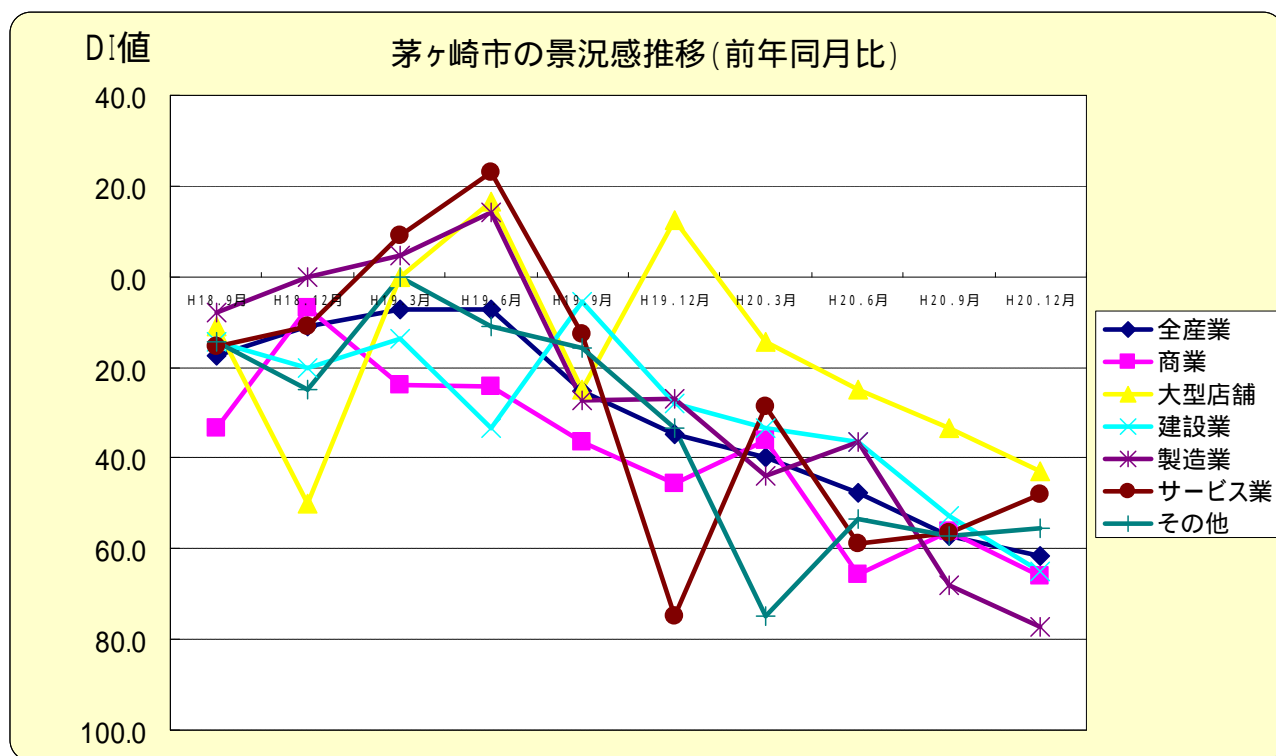
対前年比でDI値の変化を確認してみましょう。平成19年12月期を除き、平成19年6月期をピークに景況は悪化の一途を辿っていることが確認できます。特に悪化が目立つのが製造業でしょう。平成19年6月期にはプラス14.3あったDI値が今回の調査ではマイナス77.3まで下がってしまいました。茅ヶ崎市内の製造業者のほとんどが仕事が減少していると考えて良いでしょう。自動車の減産が茅ヶ崎市の製造業にも大きな影響を与えることになりました。

建設業も低下傾向の流れを止めることはできませんでした。前回調査の9月期よりもDI値が7ポイント下がっています。首都圏では建築中の物件はありますが、新規着工が減少していることが原因でしょう。不動産業者の撤退が続いていますから、復活は当分期待できそうにありません。

商業系は複雑な動きをしています。高騰を続けていたガソリン価格は平成20年8月をピークに下がり続けています。しかし、円高はそのまま続いています。そこで輸入商品は値下げが行われました。これだけ材料がととのえば消費は上向くはずでしたが、前回調査では一旦上昇傾向をしめた商業も今回の調査では減少傾向に転じています。安売りを全面に出して売上向上をめざした市内大型店舗ですが、平成20年から続く減少を食い止めることができませんでした。

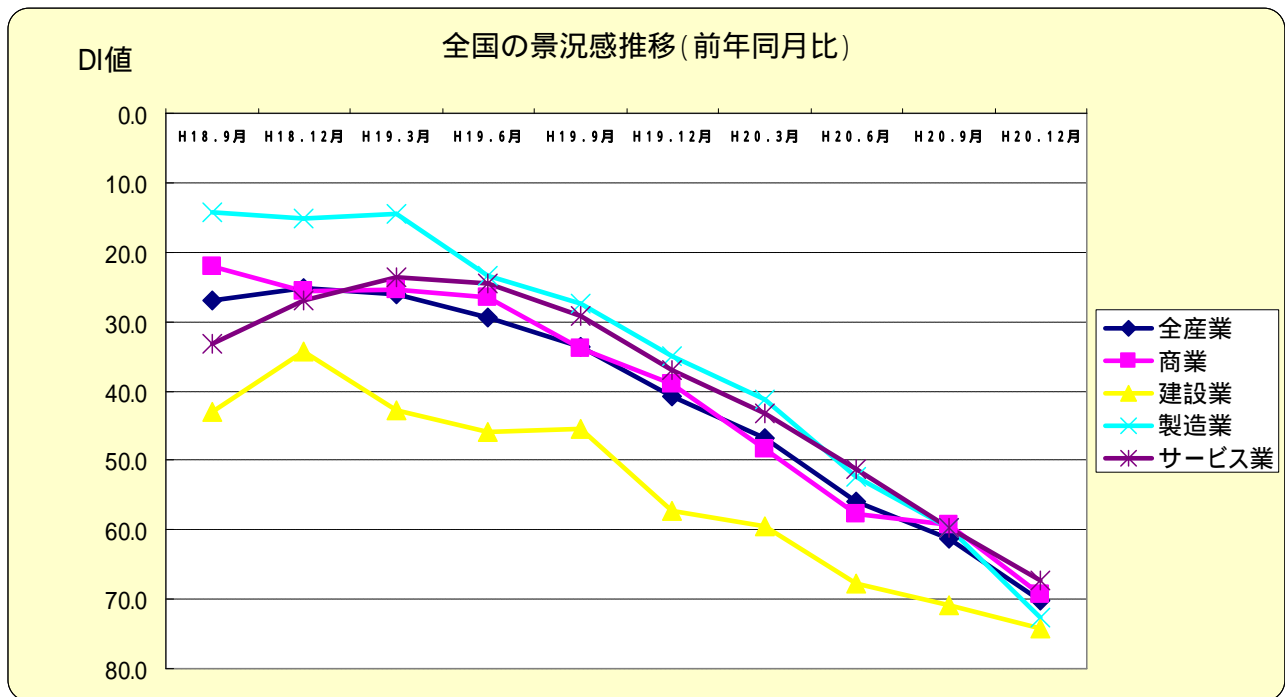
唯一上昇傾向を示しているのがサービス業です。前回調査の9月期よりも大幅に景況は悪くなっているとはいえ、対前年比では平成20年6月から上昇傾向を示しており、DI値は12月期で10ポイント上がっています。決して業績が良いわけではありませんが不採算部門を切り離して外部に任せるような需要が発生しているのかもしれませんが。

<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示



	H18.9月	H18.12月	H19.3月	H19.6月	H19.9月	H19.12月	H20.3月	H20.6月	H20.9月	H20.12月
全産業	17.4	11.1	7.2	7.3	25.2	34.7	40.0	47.5	57.1	61.7
商業	33.3	6.9	24.0	24.1	36.4	45.5	36.0	65.6	56.1	66.0
大型店舗	11.1	50.0	0.0	16.7	25.0	12.5	14.3	25.0	33.3	42.9
建設業	14.3	20.0	13.6	33.3	5.5	27.8	33.3	36.4	52.9	65.0
製造業	8.0	0.0	4.6	14.3	27.3	26.9	44.0	36.6	68.0	77.3
サービス業	15.4	11.1	9.1	23.1	12.5	75.0	28.6	58.8	56.5	48.0
その他	14.3	25.0	0.0	11.1	15.8	33.3	75.0	53.3	57.2	55.5

< 全 国 >



	H18.9月	H18.12月	H19.3月	H19.6月	H19.9月	H19.12月	H20.3月	H20.6月	H20.9月	H20.12月
全産業	27.0	25.2	26.0	29.5	33.6	40.8	46.9	56.0	61.2	70.2
商業	22.0	25.6	25.4	26.5	33.8	39.0	48.4	57.7	59.2	69.2
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	43.1	34.4	42.8	46.0	45.4	57.3	59.4	67.7	70.8	74.2
製造業	14.3	15.2	14.5	23.4	27.5	34.9	41.3	52.4	59.8	72.7
サービス業	33.3	27.0	23.7	24.5	29.1	37.1	43.3	51.2	59.7	67.3
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

「100年に一度の不況」とも言われていますが、アメリカ大統領が代わっても悪くなりすぎた世界経済は急には回復しそうにありません。自動車産業全体が減産を表明しているため、日本の経済は平成20年12月期よりもさらに悪化することが考えられます。今の時代を反映して、茅ヶ崎市経済に対する不振は更に大きくなっています。全産業ではマイナス75.2のDI値となっています。日本の全国平均がマイナス71.6ですから、茅ヶ崎市内事業者の経済不安感はかなり大きいことが分かります。特に大きなマイナス数値を示しているのが商業です。買い物は一層低価格志向が強まるからです。低価格を唱っている大型店でも先行きはマイナス71.4でした。低価格を打ち出しても需要の落ち込みの方が大きいと予測しているようです。ネット通販等では大型店以上に低価格を売り物にしているからでしょう。

政府は経済政策として公共投資をある程度復活させる意向も示しています。実際に土木工事は昨年末に前倒しで行われているようです。しかし、建設業の先行きはマイナス72.

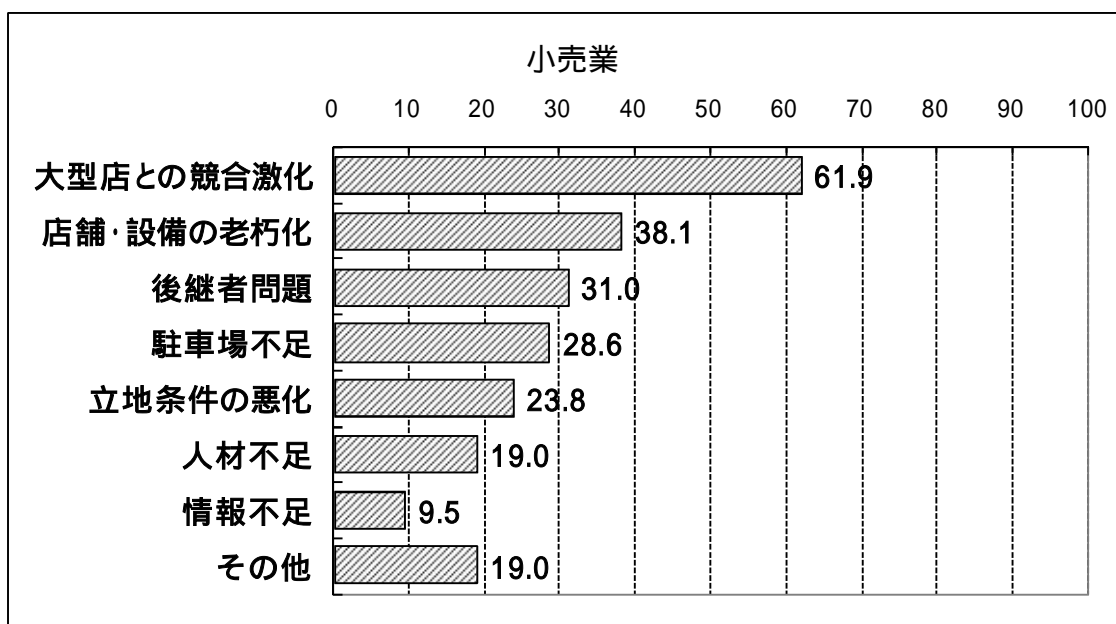
2となり、現在以上に業況が悪化する見通しであることが分かります。全国平均がマイナス75.3ですから、日本全国同じ状況であることが確認できます。マンションや商業ビルも含めて経済が落ち込んでいるため、設備投資を延期する動きが広がっています。公共投資だけでは建設業全体を底上げする力はなさそうです。

対前年比では上昇傾向が現れているサービス業ですが先行きは決して明るくはなく、マイナス63.6のDI値となりました。全国平均よりも若干はいいものの、需要が大きく減少することを覚悟しているようです。企業も家庭も経費削減の傾向は強まっており、できることは自ら行うようになります。外部にだす需要は当分減少が続くと考えられます。

最後に茅ヶ崎市経済に最も強い影響力のある製造業の先行きを確認いたします。DI値はマイナス75.0で全国平均よりも若干ですが下回っています。大手企業の減産は自動車だけではありません。鉄鋼もデジタル機器も減産を発表しています。省エネに対応する製造業に、僅かですが期待が持てる程度なのかもしれません。不況の影響を受けにくかった茅ヶ崎の製造業ですが、今回はその反動が大きいようです。

8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業

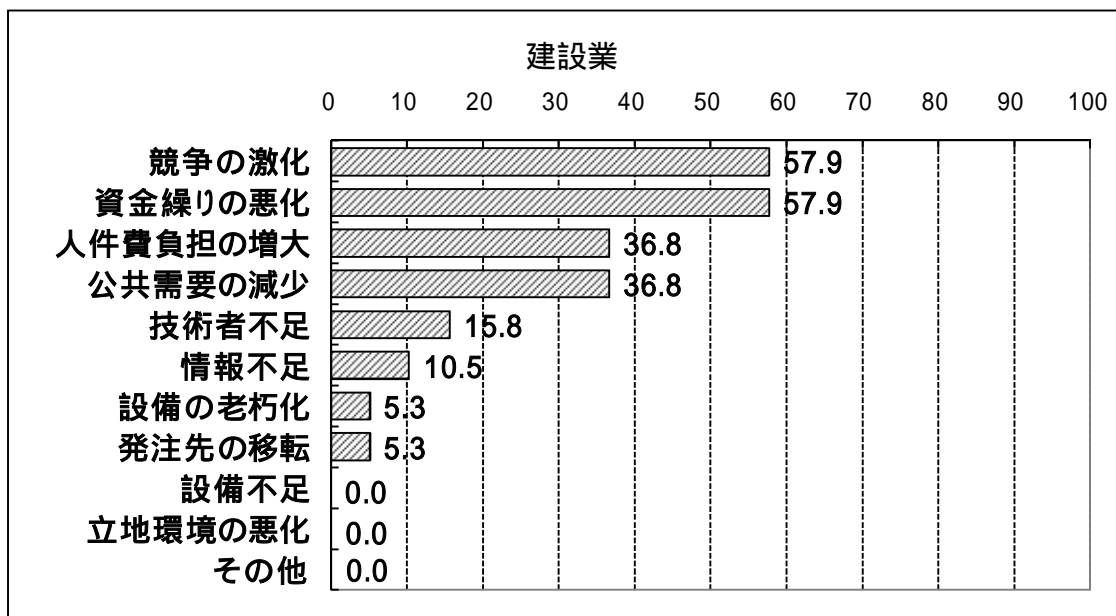


厳しさが一層増している小売業ですが、経営課題には若干の変化が現れてきました。第1位は前回調査と同様に大型店との競合ですが、回答が6割を超えました。冷えている消費を奪い合う形になっているようです。大型店は低価格で攻めてきますから、一般小売店としては守るのにも限界を感じているのではないのでしょうか。経営課題の2番目には店舗の老朽化が入りました。前回よりも1割ほど多くの回答を集めています。駐車場不足も順位は4番目ですが、前回よりも1割ほど回答率が上がっています。この両者から、小売店が現在の店舗では集客力に欠けていると感じていることが分かります。しかし、客足が減少している現在、店舗に投資する資金と気力が無くなっていると思われます。

後継者問題は前回と同様に約3割の回答を集めています。順位は3番に後退しました。後継者問題を抱えている小売店は、ほとんどが今回の調査でも後継者を見つけることができない状況にあるようです。

立地条件や人材そして情報に関してはほぼ前回と同様の回答です。経営課題だけを取り上げると、業績が低迷している状況があまり影響していない様子です。しかし、景気が後退していることは事実であり、自店だけでは解決できない状況にあることを認識しておくべきでしょう。

(2) 建設業



不動産業の倒産件数が急増していることから分かるように、建築需要は落ち込んでいます。少ない受注を取り合っていることを示すように、経営課題の一番である競争激化は前回よりも1割以上多くの回答を集め、5割を超えました。経営課題の3番目に人件費負担の増大が入って来たことから分かるように、売上高は確実に減少していると思われます。人件費の負担が大きくなり、資金繰りが悪化している企業が前回よりも1割5分以上増加しているのです。更に追い打ちをかけているのが公共需要の減少です。民間工事が少なければ、より確実な公共工事を狙いますが、その量は少なくなっているのです。緊急経済対策で今でこそ公共需要をある程度期待できますが、12月の時点では減少していたことがわかります。

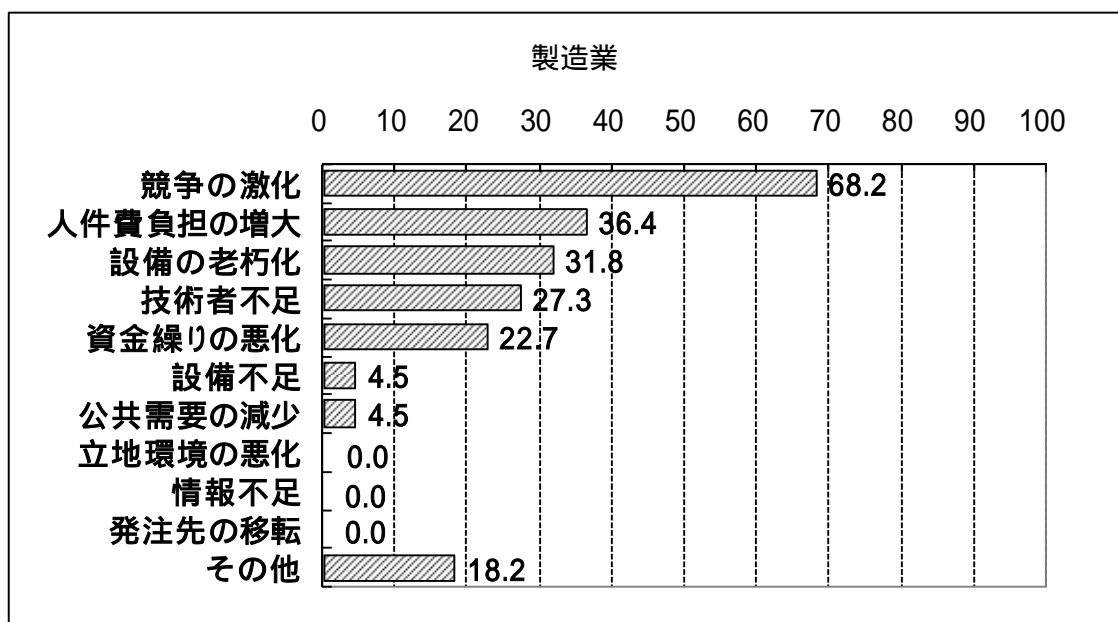
前は経営課題の3番目に技術者不足が入っていました。回答も約3割を集めていましたが、今回の調査では1割以上回答が減少し、順位も5番目に後退しています。需要があっても技術者が不足するのであり、受注が減少している現在、技術者の必要性さえ薄れてきたこととなります。仕事が少なくなれば新しい設備も必要ありません。もともと少ない回答ですが、設備の老朽化も回答は半減しています。

(3) 製造業

急激に業況が悪化した製造業では経営課題も大きく変化しています。第1位は競争激化で変わりませんが、前回よりも1割弱多くの回答を集めました。少なくなっている仕事を奪い合う構図が更に強まっていることがわかります。変化は2番以降に現れています。前回2番目であった設備老朽化は1割ほど回答が減少して3位に後退しました。代わって浮上したのが人件費負担の増大です。前回よりも若干増加しただけですが、売上が減少して

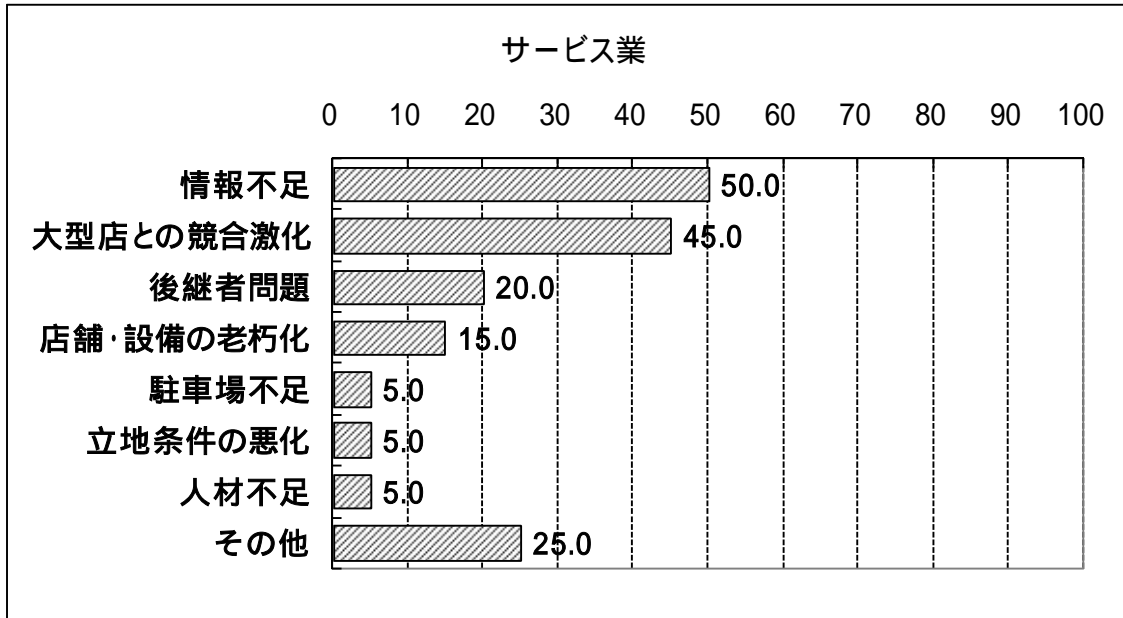
じわじわと人件費負担がのしかかってきているようです。この現象を裏付けているのが資金繰りの悪化です。こちらも前回より1割多くの回答を集めています。売上は遅れて入金されますが、人件費等の経費は先行して出て行ってしまいます。このまま需要が復活しなければ、資金繰りに困る企業が更に増えることになるでしょう。平成20年12月の時点では資金繰りに困っている企業はまだ2割程度に収まっていると解釈すべきではないでしょうか。この回答がこれからどのように推移するか注意する必要があります。

技術者不足は前回と同様に3割弱の回答を集めています。技術力を要求される仕事が調査時点では存在したことが分かります。仕事の絶対量が減少すれば、技術者の需要も減少してしまいます。製造業全体で急激に仕事が減少していますが、苦しいながらも仕事が集まっている企業が存在することも確かでしょう。公共需要はあまりあてにされていない様子で、今回の調査でも公共需要の減少を訴える企業は5分にも届きませんでした。



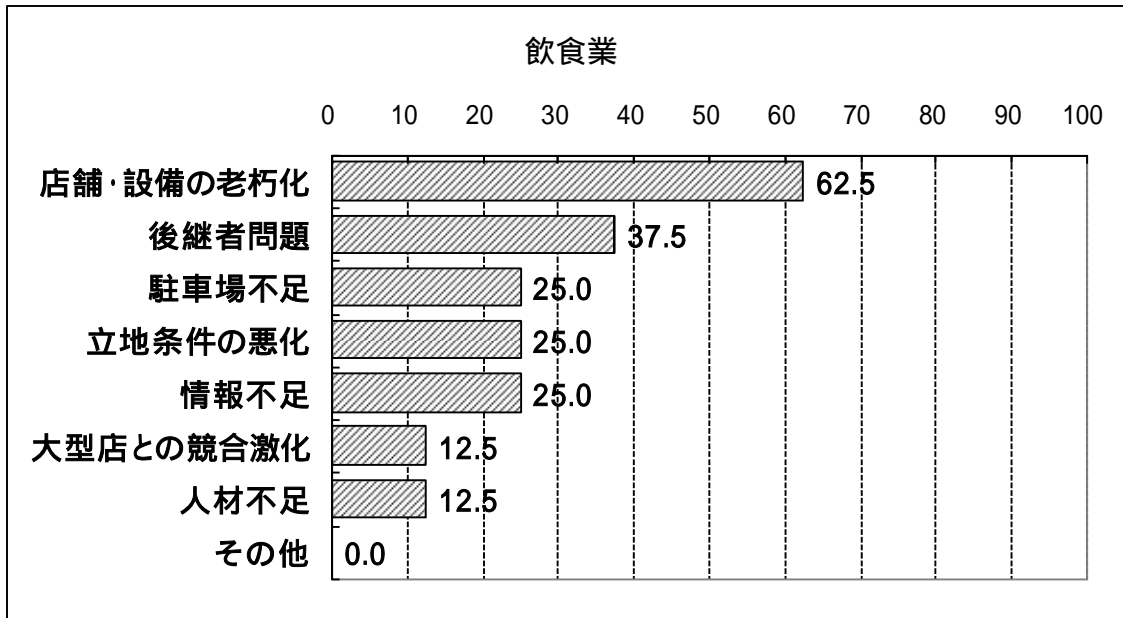
(4) サービス業

茅ヶ崎市内では唯一上昇傾向にある業種ですが、業況は決して良いわけではありません。前回との比較では大きな落ち込みを示しています。見通しもかなり悪くなっています。このような状況を反映しているように、経営課題にも変化が現れています。前回1位であった大型店との競合は回答率が1割以上伸びていますが順位は2番目です。第1位には前回の2倍近い回答を集めた情報不足が浮上しました。減少した需要はさらに大型店との取り合いになっていますが、それ以上に不安なのはこれから先を見通すことができないということでしょう。これから社会がどうなるのかという情報が不足しているのです。というよりもどの様に変化するのかを明確に予測できる人間がいないということでしょう。前回3位であった店舗設備の老朽化は若干ですが回答を下げた4位に後退しました。代わって浮上したのが後継者問題です。前回よりも2倍以上の回答を集めています。業況が悪く、次の代に経営を譲りたくない経営者が増えてきたのかもしれない。しかし、身近なところには後継者がいないことが問題なのです。後継者がいなければ設備への投資意欲は湧いてきません。老朽化が若干ですが回答を下げたのもこんなところに原因の一つがあるのかもしれない。



大きく回答率が下がっている経営課題は人材不足です。前回よりも1割以上減少しています。これも情報不足に関連があるのかもしれません。先行きが不透明ですから、どのような人材を求めるべきかを決めかねているのかもしれません。世の中の方向性がある程度定まるまで、サービス業の苦悩は続きそうです。

(5) 飲食業



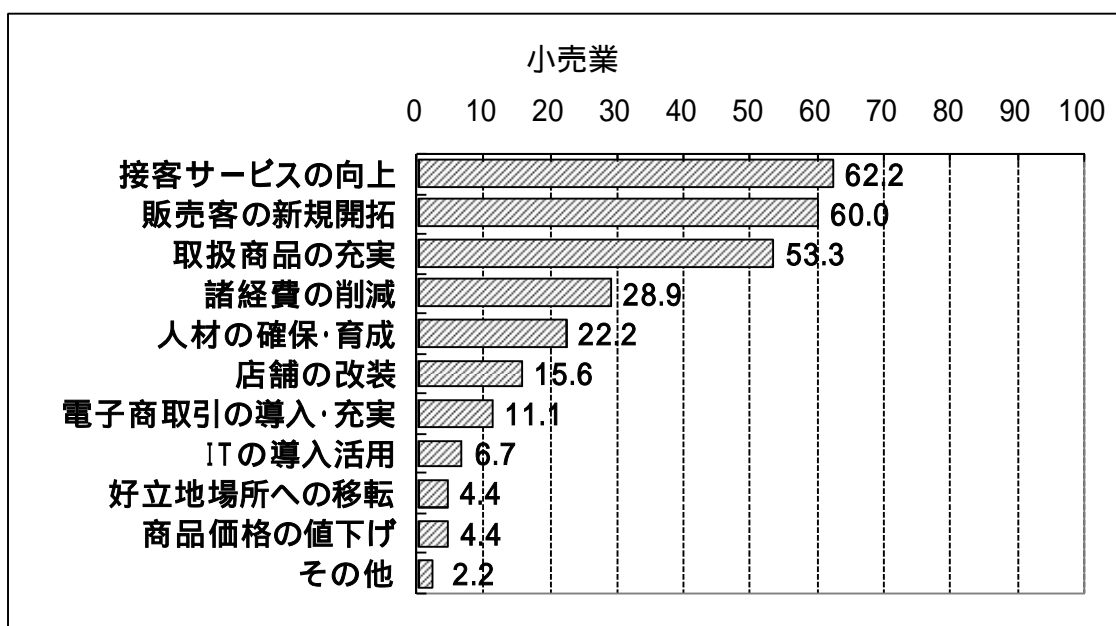
経済が悪くなると、外食需要が減少します。特に単価の高い飲食店は苦戦しているようです。飲食店における経営課題は前回と比べ若干ですが変化が見られます。第1位は店舗施設の老朽化で同じですが約2割多くの回答を集めました。大型店との競合激化が前回のゼロ回答から一挙に1割以上の回答を得ていることから、見栄えの良いチェーン店にお客様を奪われている状況を推測できます。現在の店舗ではお客様の興味を集めることが難しくなったと考える飲食店が多くなっているのです。この回答の裏には、改装したくても先

立つ資金が不足する、投資をしても回収の見込みが立たない等の判断も働いていると思われます。今回は2位の経営課題が3つありました。そこから抜き出したのが後継者問題です。前回よりも1割回答を増やしました。店舗施設の老朽化と合わせると、誰かに店を任せたいという気持ちを持つが経営者が増えていると思われます。店舗が古くなったまま、後継者不在で商いを続ければ、廃業に繋がることにもなりかねません。今後とも注意が必要でしょう。

駐車場不足と立地条件の悪化、そして情報不足は前回とほぼ同様の回答です。この3ヶ月では進展が無かったことが分かります。若干ですが回答を下げたのは人材不足です。5分程度の減少ですが、これも売上が減少している一つの現れではないでしょうか。需要が増してこそ人材不足を感じるのであって、人材が不足しないほどの売上に留まっている飲食店が増えていることを示していると思われます。経済が復興しなければ外食の機会はさらに少なくなってしまう。急な回復を望むことはできませんが、せめて先が見えるような経済社会になって欲しいところです。

9. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業

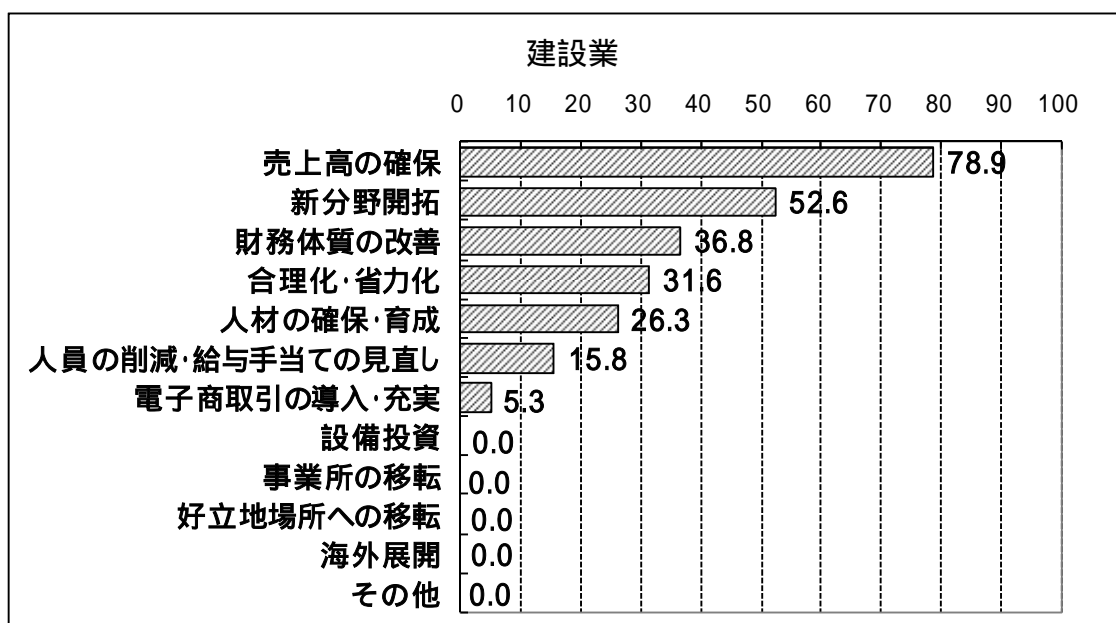


先行き見通しが極めて悪い小売業ですが、今後の対策は前回とあまり変わっていません。上位の3つが少しずつ回答を増やし、それ以下が下がっているため、上位3つと4位以下の差が大きくなっています。接客サービス向上が一番で6割を超えました。2位も前回同様に新規開拓ですが、こちらは前回よりも1割程度回答を増やして6割に達し、第1位に迫っています。既存顧客だけでは売상을伸ばすことが難しいことを実感している小売店が増えていることを示しています。3位は取扱商品の充実で、前回よりも若干回答を伸ばして5割を超えました。

諸経費の削減は前回と同様で4番目の対策ではありますが、若干回答は下がっています。対策を考えなければならない課題ではありますが、これ以上削減できないところまで来てしまったのかもしれませんが、店舗改装も前回より若干下がっていますが、それでも1割5分の回答は維持しています。意欲のある店舗が僅かですが残っていることが分かります。

回答は少ないですが7位以下で少し変化が出てきました。値下げに対する回答が下がり電子商取引が増えているのです。価格の安さでは量販店や大手には太刀打ちできないことは分かっています。そこで、ネット販売に挑戦しようとする小売店が増えているのではないのでしょうか。ネット通販の市場は確かに伸びています。しかし、ネット通販に出店するためには、そこに耐えることができるだけの商品力を持っていることが必要でしょう。

(2) 建設業

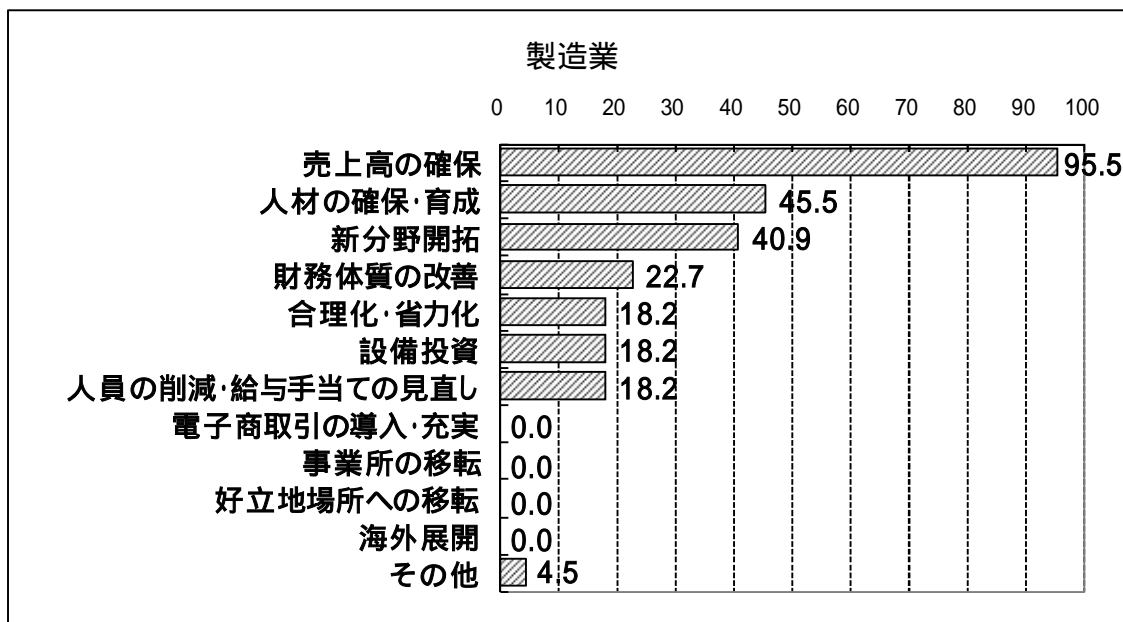


大手不動産業者の倒産が続く建設業界では、異業種への転換を真剣に考える企業が増えてきたようです。対策の一番が売上高の確保であることに変化はありません。回答率もほぼ同様です。しかし、2番目の回答に変化が現れました。前回調査では人材の確保育成が2番目でしたが、3割以上回答率が下がり5番目に後退しました。代わって上がってきたのが新分野開拓です。前回よりも2割ほど多くの回答を集め5割を超えました。半数以上の建設業者が異業種への展開を真剣に考えていることが分かります。建築需要がこれ以上増えることは無いとの判断かもしれません。政府が検討しているような住宅改修であれば大きな金額になることは少なく、現在の規模を維持することは難しいとの判断でしょう。建築だけで生き残ることの難しさが表れる結果となりました。建築の仕事が減少するので、人材育成の必要性も薄れて来たのでしょうか。

対策の3番目は財務体質の改善です。前回よりも2割程度多くの回答を集めました。資金繰りが厳しくなっていることから分かるように、手持ち資金が不足しているのです。財務体質改善の具体的な行動は不足する資金分の融資を受けると、返済を楽にするための借り換えではないのでしょうか。今回は年末の調査でしたから、緊急経済対策と重なり、緊急融資を受けた建設業は増えたのではないのでしょうか。合理化・省力化と人件費の見直しは前回と大きく変わっていません。継続する対策ではありますが、景況の後退が続いていますから、経費削減はすでに限界に達していると判断してもいいでしょう。

電子商取引の導入・充実は前回同様に僅かですが、実施している企業は継続して行うようです。設備投資は今回の調査でとうとうゼロ回答になりました。設備投資ができないほど建築需要が冷え切っていることが確認できます。

(3) 製造業



急激に景況が落ち込んでいる製造業に起死回生の対策があるのでしょうか。諦めずに受注の確保にほぼ全ての企業が挑戦していることが確認できます。人材の確保育成が前回よりも1割多く回答を集めていることから、まだ諦めていない状態であることが分かります。営業の矛先は新分野にも向けられています。前回よりも1割弱回答を増やし、4割を超えました。建設業とは違い、異業種への転換ではありません。加工技術は同じでも、最終製品が異なる分野を開拓しようとしているのです。ここまではまだ積極的な姿勢を感じ取ることができます。今回の調査では上位3つの対策と4位以下では回答率に差ができている事がグラフから読み取ることができるでしょう。3位と4位の間には2割程度の差が発生しているのです。

財務体質改善、省力化、人件費見直しの3つの対策はいずれも2割ほどの回答を集めていますが、前回よりは僅かに下がっています。この3ヶ月間にできることは実施してしまったのでしょうか。設備投資も前回より下がっていますが、こちらは仕事が減少したため投資を抑えた結果だと判断できます。海外展開も今回の調査ではゼロ回答となりました。海外に目を向けても元気な地域が少ないとの判断でしょう。

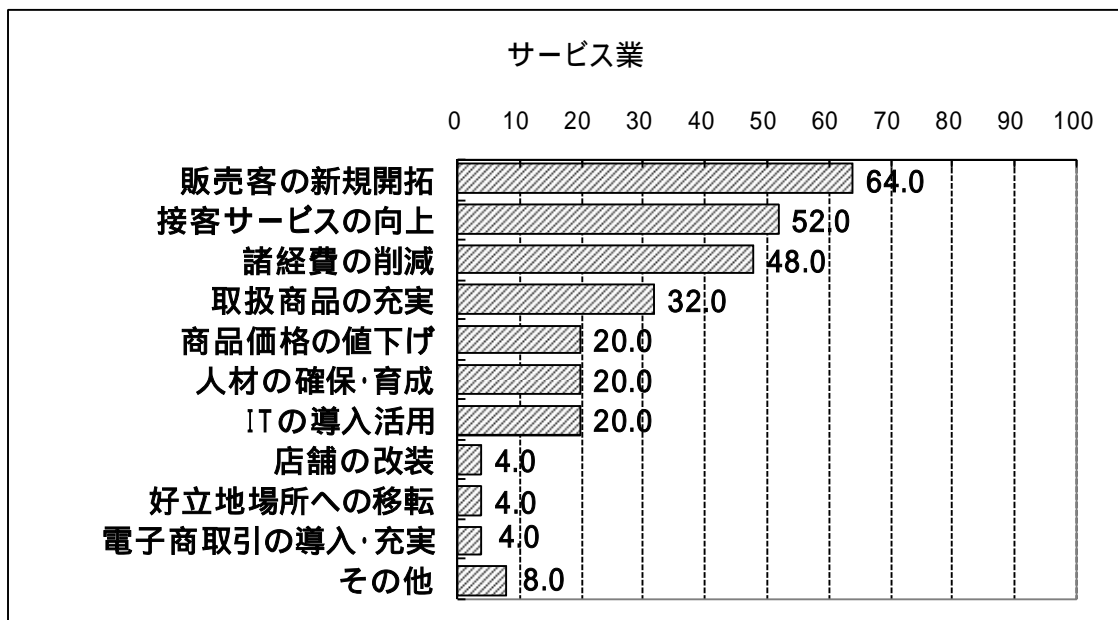
急速に景況が悪化した製造業ですが、まだ体力は残っているようです。新たな需要として省エネ、新エネルギー、ロボット等が期待されています。このような新分野に茅ヶ崎の製造業の技術が生かされることを期待いたします。

(4) サービス業

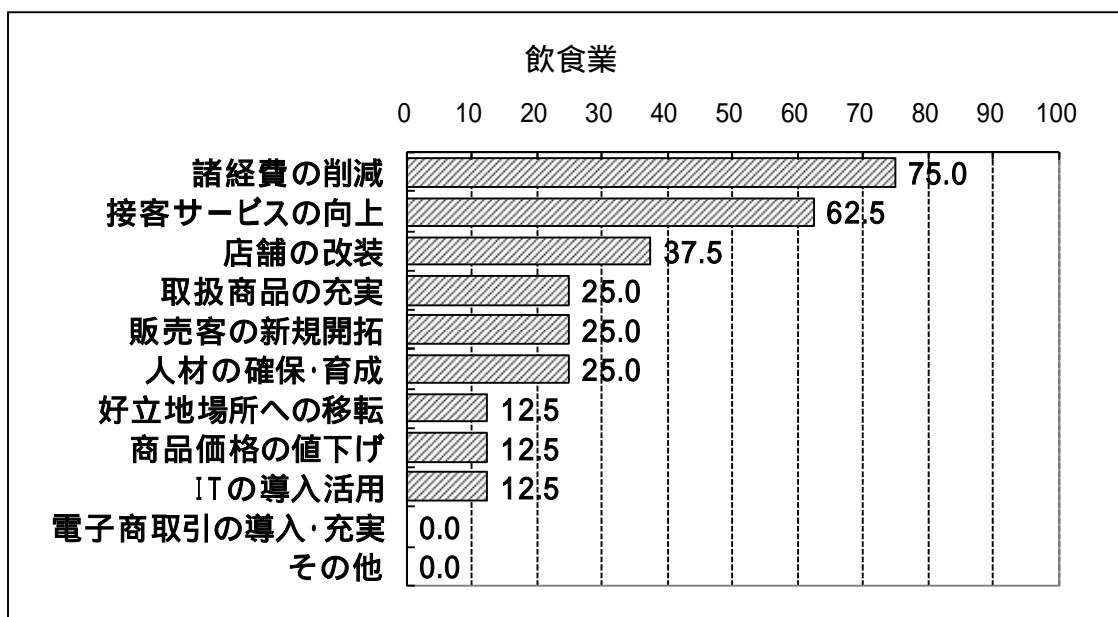
先が見えにくくなっているサービス業では今後の対策も大きく変化しています。前回1位であった諸経費削減は、回答率はほぼ同じですが、対策の順位が3番目に後退しました。今回の調査では新規開拓が6割の回答を集めて第1位になりました。既存顧客の減少を新規でカバーしようとしているのです。そのための対策として接客サービス向上に回答が集まりました。前回よりも2割回答を増やして5割を超えました。経費を削減しながら、接客技術を向上させて新規のお客様を掴む戦略です。4番目の対策である取扱商品の充実は前回とほぼ同じ回答率であり、継続して実行されることでしょう。5番目以下では価格の

値下げとIT活用に変化が出ました。前回の調査では1 / 4の事業者が値下げを検討していましたが、今回は1 / 5に減少しました。値下げが売上にはそれほど貢献しなかったものと思われます。これに代わってIT活用が出てきました。電子商取引ではありませんからホームページやブログを販売促進に利用するのではないのでしょうか。新規顧客の開拓には必要不可欠の対策です。

前回の調査ではゼロ回答であった店舗改装にも今回は回答がありました。僅かですが前向きな事業者が存在していることが分かります。サービス業にはいろいろな業態が含まれていますので、不況を乗り切る対策が一様ではありません。これからも様々な挑戦が繰り広げられると思います。



(5) 飲食業



お客様が減少しているはずの飲食業ですが、前回よりも積極的な展開を行おうとしている事業者が増えているようです。前回よりも若干回答は下がっていますが、第1位の対策は諸経費削減でした。下がったと言っても7割5分の回答率ですから、ほとんどの飲食店が取り上げている対策と考えて良いでしょう。前は同率1位だった接客サービス向上が2割ほど回答を落として2番目の対策となりました。重要な対策ではありますが、既に取り組みが終わった店も出てきたのでしょうか。前回の調査では3位だった取扱商品の充実も今回は半減して2割5分に留まりました。こちらもある程度実現できたのではないのでしょうか。これに代わって浮上したのが店舗改装です。前回の2倍ほど回答を集めました。メニューを充実させ、接客サービスを向上させても、お客様が入ってこなければ商いにならないと判断した飲食店が増えたものと思われます。顧客の新規開拓や人材の確保育成も回答を増やし、2割5分を確保しています。ここからも積極的に店を展開しようとしている飲食店が市内に存在していることが分かります。

前回の調査ではゼロ回答だった対策のなかで今回動き出したものもあります。好立地への移転と価格の値下げです。どちらも1割を超える回答になっていますが、現在の立地では飲食店を続ける事が難しいと考えている事業者が存在することは確かです。また、値下げによって新たなお客様を確保できるかもしれません。それぞれの立地に合わせ、諦めることなくいろいろな挑戦を続けていただきたいと思います。