

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成21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	28	21.1%
大型店舗	13	6	46.2%
建設業	79	22	27.8%
製造業	57	23	40.4%
サービス業	76	18	23.7%
その他	55	18	32.7%
合計	413	115	27.8%

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

高速道路が一律1000円となり、5月の連休は高速道路の渋滞が各所で発生していました。茅ヶ崎にも全国から観光客が訪れたのではないのでしょうか。平成21年1月-3月期景況調査の集計・分析が出来ましたので報告いたします。

平成21年に入って最大の出来事はアメリカ大統領にオバマ氏が就任したことでしょう。1月20日は全世界にとって将来記念すべき日として記憶されるのではないのでしょうか。経済不況ただ中での就任は、オバマ大統領に対する全世界の期待を集めることになりました。2月は地球環境の変化を再認識させられました。2月2日は浅間山が噴火し、火山灰が関東にまで降り注ぎました。2月14日バレンタインデーは全国105カ所で2月の最高気温を記録しました。桜も例年よりも2週間程早く開花しました。開花してから急に寒くなりましたから、今年は花見が長くできました。そして、3月の話題はWBCでしょう。日本は苦戦の末、決勝戦で韓国を破り優勝しました。経済が落ち込んでいる中、明るい話題となりました。

我が国の経済に関してはまだ光が見えない状況です。政府は5月25日に月例経済報告を発表し、次のように現在の経済を説明しています。

景気は、厳しい状況にあるものの、このところ悪化のテンポが緩やかになっている。

- ・輸出、生産は、下げ止まりつつある。
- ・企業収益は、極めて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、急速に悪化しており、厳しい状況にある。
- ・個人消費は、緩やかに減少している。

平成21年1-3月期における最も大きな経済変化は公共投資でしょう。1月27日に成立した第二次補正予算によって約0.3兆円の防災強化対策が講じられることとなりました。その結果、公共工事請負金額等は前年を上回っています。建設業の倒産件数に減少傾向が現れているのはその成果とも考えることができます。また、政府は国民に対しても定額給付金を出し、消費を促しています。その前ぶれかも知れませんが、消費総合指数は前月対比で3月は0.4%上向きました。製造業にも若干の明るさが見えてきました。国際的に在庫調整が進んだ結果、製造業の一部で生産が再開されました。需要が回復したわけではありませんが、不況が底をつきつつあるとの見解も出始めました。中国が実行している経済政策が後押ししていることも、その原因の一つでしょう。

しかし、日本国内全体では不況が進行しています。3月の失業率は4.8%に達し、これからも増える傾向です。派遣社員の仕事的大幅に減少しています。労働者の給与は更に減少しています。百貨店の売上が前年比で1割以上のマイナスを示すように、消費者は高額商品の購買を控える傾向が強くなっています。量販店は大幅値下げを行い、消費者の購買意欲を促しています。その結果、消費者物価は低下傾向を示すことになりました。

住宅建設にも若干の変化が現れています。3月の住宅建設は前月比で2.6%増加しています。持家や分譲住宅の建設が減少した一方で貸家の建設が増加した結果です。

不況が底をつき始めたとの見解はありますが、自動車関連産業では未だに需要の回復は見込まれておりません。アメリカ経済の影響を大きく受ける業界ですから、楽観視はできない状況でしょう。アメリカ経済は復興の兆しは見えてきたとはいえ、過去の負債を整理している状態です。本格的に生産が開始するのは、本年度の後半以降になると考えられています。我が国の経済は今しばらくの辛抱が必要と言うことになります。このような経済状況を見据えて、政府は先行きを次のように説明しています。

先行きについては、当面、雇用情勢が悪化するなかで、厳しい状況が続くとみられるものの、対外経済環境における改善の動きや在庫調整圧力の低下、経済対策の効果が景気を下支えすることが期待される。一方、生産活動が極めて低い水準にあることなどから、雇用情勢の一層の悪化が懸念される。加えて、世界的な金融危機の影響や世界景気の下振れ懸念など、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）

3月末の時点では、全国平均よりも数値は良いですが、DI値はマイナス62.6を示しており、茅ヶ崎市の経済は前年と比較して大きく落ち込んでいることが確認できます。前回調査の12月比較してもマイナス48.2のDI値であり、この三ヶ月で更に景況が

悪化していることが分かります。その中でも特に落ち込みが激しいのが製造業です。対前年比でマイナス82.6という数値を示しました。これは全国平均よりも悪い数値です。12月と対比してもマイナス73.9という数値であることから、製造業を営むほとんどの事業所で業績が大きく落ち込んでいることが分かります。製造業に引っ張られるように業況が悪くなっているのがサービス業です。対前年比でマイナス68.7まで落ち込んでいます。茅ヶ崎の経済を引っ張ってきた製造業がここまで落ち込むと、他の業種でも当分は復興が期待できないのではないのでしょうか。

全産業が大きく落ち込んでいる中で、12月との対比で落ち込みが最も少ない業種は建設業でした。前年対比ではマイナス52.3ですが、12月との対比ではマイナス14.3に留まっています。全国の平均前年対比よりも落ち込みが少ない状況です。年度末に実施された公共投資の成果が、若干ですが現れてきたのかも知れません。

国民の消費マインドの減少を反映して、全国における商業のD I値はマイナス72.8と大きな落ち込みを示しています。茅ヶ崎の商業はマイナス50.0ですから、全国平均よりも落ち込みが少なかったようです。政府が月例経済報告で述べているように、百貨店の売上は大きく減少しています。茅ヶ崎の大型店は量販店ですから、百貨店ほどには落ち込まなかったようです。3月は進学・進級の季節であり、消費需要が大きくなるはずですが、前回調査の12月と比較して、一般小売店も大型店もマイナス40を超える落ち込みとなりました。茅ヶ崎の消費動向は依然冷え切った状態であることを商業者のD I値が示しています。

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	20年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	△ 62.6	△ 48.2	△ 50.5	△ 72.8	△ 64.0
商 業	△ 50.0	△ 42.8	△ 57.7	△ 75.5	△ 65.5
大 型 店 舗	△ 40.0	△ 40.0	△ 80.0	—	—
建 設 業	△ 52.3	△ 14.3	△ 36.8	△ 72.1	△ 68.3
製 造 業	△ 82.6	△ 73.9	△ 36.4	△ 73.5	△ 63.4
サ ー ビ ス 業	△ 68.7	△ 50.0	△ 37.5	△ 70.2	△ 61.4
そ の 他	△ 68.8	△ 64.7	△ 80.0	—	—

(2) 業況（前年同月比の推移）

前年同月比の推移でD I値を確認すると、茅ヶ崎の全産業平均では経済の下降が依然続いていることが分かります。下降の幅が少なくなっていることから、不況の進行が若干ですが弱まっていると解釈することも可能でしょう。この判断は次回の調査結果を見てから行うことに致しましょう。

悪い景況のなかで、今回の調査で上向き傾向を示している業種が3つあることは、喜ばしい結果です。建設業と商業は前回の12月調査よりも10ポイント以上数値が改善されています。大型店も僅かですが改善しています。建設業は補正予算で実施された公共投資の恩恵でしょう。大型店も含め商業全体に改善傾向が現れているのは、政府や行政による景気対策の成果と考えることができます。大型店では値下げを行った成果も現れているのではないのでしょうか。

商業と建設業が上向いてきたといっても、実態経済とは食い違いがあることを示しているのが製造業の動向です。平成20年9月期の調査から下がり始めたD I値は今回の調査でも更に低下し、マイナス82.6に達しました。最低のD I値を更新している状態です。政府の経済政策等で一時的に需要が生まれただけで、茅ヶ崎の経済は決して上向いている状態ではないのです。このまま、製造業のマイナスが大きくなれば、茅ヶ崎市全体の景況も再び悪化に向かうことが考えられます。アメリカでは自動車メーカーの再建が始まったばかりです。まだまだ安心できない状況であることは確かです。

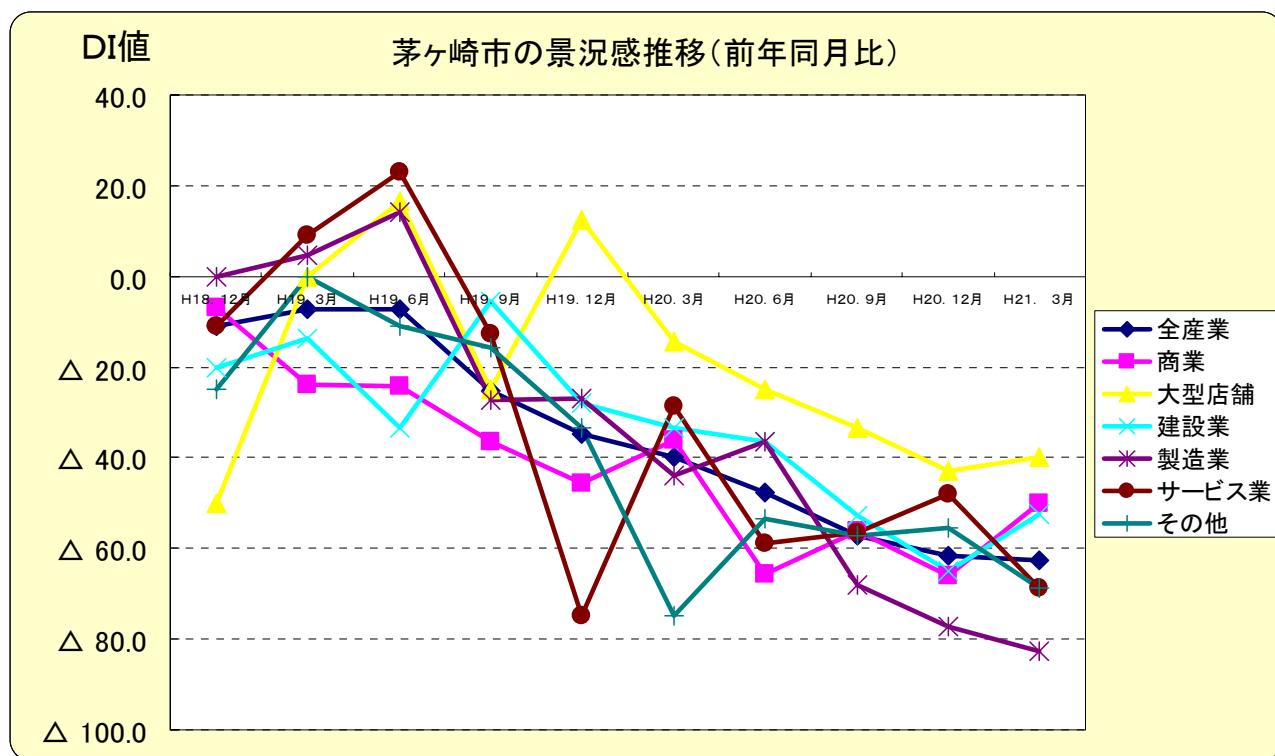
前回調査ではサービス業が一時的に回復傾向を示しましたが、今回の調査では再びマイナス傾向に戻りました。経営努力で一時的に増加傾向を示すことは出来ても、牽引者が不在の茅ヶ崎市経済では長続きしなかったということでしょう。

<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	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	H21.3月
全産業	△11.1	△7.2	△7.3	△25.2	△34.7	△40.0	△47.5	△57.1	△61.7	△62.2
商業	△6.9	△24.0	△24.1	△36.4	△45.5	△36.0	△65.6	△56.1	△66.0	△50.0
大型店舗	△50.0	0.0	16.7	△25.0	12.5	△14.3	△25.0	△33.3	△42.9	△40.0
建設業	△20.0	△13.6	△33.3	△5.5	△27.8	△33.3	△36.4	△52.9	△65.0	△52.3
製造業	0.0	4.6	14.3	△27.3	△26.9	△44.0	△36.6	△68.0	△77.3	△82.6
サービス業	△11.1	9.1	23.1	△12.5	△75.0	△28.6	△58.8	△56.5	△48.0	△68.7
その他	△25.0	0.0	△11.1	△15.8	△33.3	△75.0	△53.3	△57.2	△55.5	△68.8

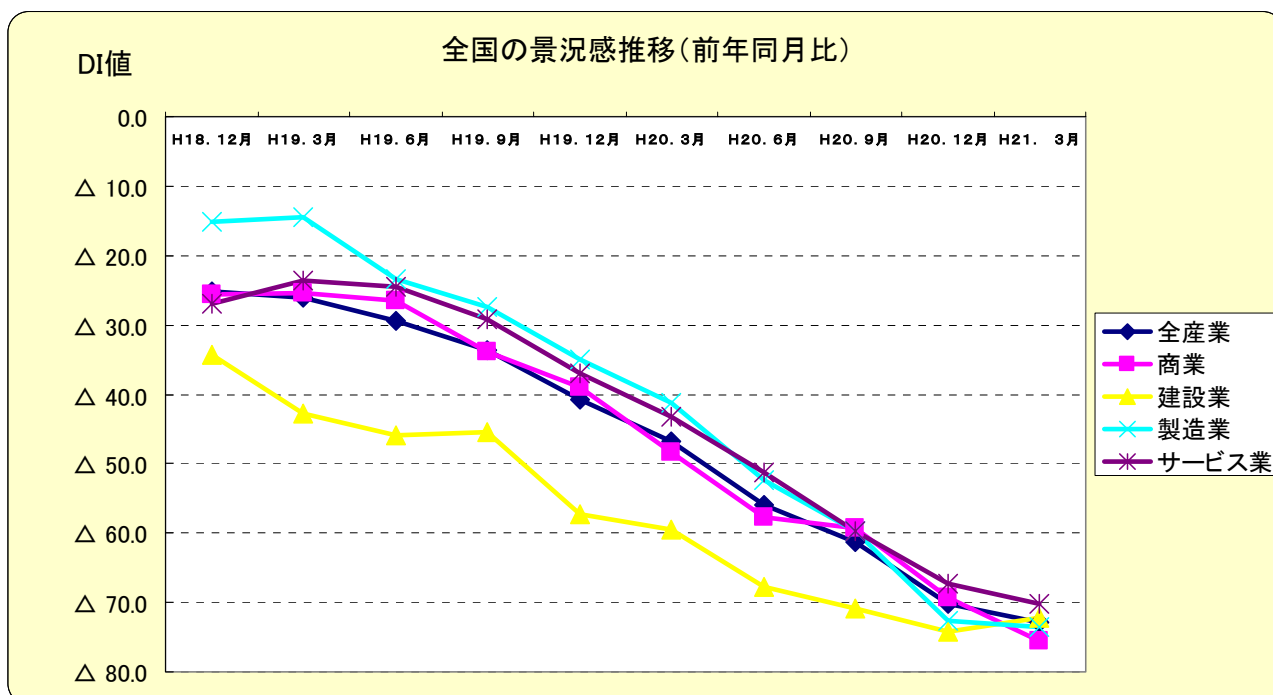
* 「△」はマイナスを表す。

* 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



<全 国>

	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	H21.3月
全産業	△25.2	△26.0	△29.5	△33.6	△40.8	△46.9	△56.0	△61.2	△70.2	△72.8
商 業	△25.6	△25.4	△26.5	△33.8	△39.0	△48.4	△57.7	△59.2	△69.2	△75.5
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	△34.4	△42.8	△46.0	△45.4	△57.3	△59.4	△67.7	△70.8	△74.2	△72.1
製造業	△15.2	△14.5	△23.4	△27.5	△34.9	△41.3	△52.4	△59.8	△72.7	△73.5
サービス業	△27.0	△23.7	△24.5	△29.1	△37.1	△43.3	△51.2	△59.7	△67.3	△70.2
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



7. 茅ヶ崎市経済の先行き

アメリカでは新大統領が新たな政策を打ち出し、日本においても麻生内閣が経済復興に様々な手を打とうとしています。これらの動きをどのように茅ヶ崎市経済は捕らえているのでしょうか。先行き見通しのDI値で確認しましょう。

産業全体ではマイナス50.5であり、依然多くの事業所で景気が更に悪くなるとの見通しを持っていることが分かります。全国平均がマイナス64.0ですから、先行きに希望を持つ事業所が茅ヶ崎には全国よりも多く存在していることとなります。その代表が製造業です。前年比でマイナス82.6、12月比でもマイナス73.9を示していますが、先行き見通しではマイナス36.4にまで改善しています。在庫調整の成果が見えてきた事業所が増えてきたと思われます。サービス業も同様の傾向を示しています。

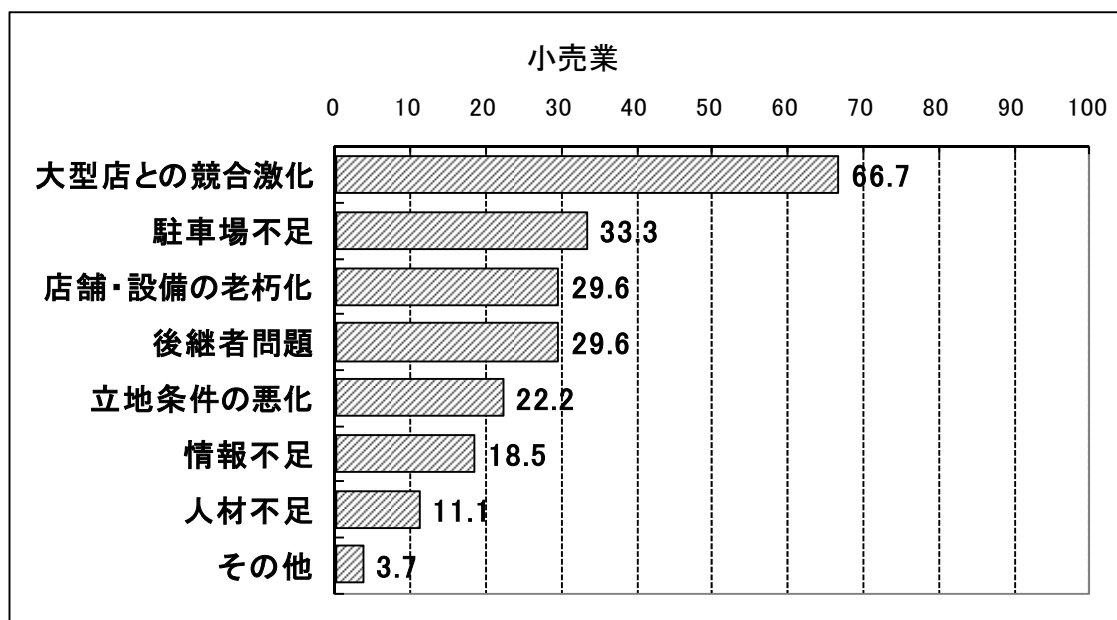
公共投資が更に増えることを反映して、建設業もマイナス36.8の先行き見通しを示しています。全国平均がマイナス68.3ですから、茅ヶ崎市内の建設業者には公共投資

の恩恵を受ける事業所が比較的多く存在すると考えることができます。それでもマイナスですから、建設業全体では民間需要の復活を今しばらく待つ必要がありそうです。

大きな不安を抱えているのは事業者です。商業でマイナス57.7、大型店ではマイナス80.0のD I値を示しています。今年の4月以降実際に使用することが期待される定額給付金ですが、茅ヶ崎市内の事業者はあまり当てにしていけないようです。手取り給与が減少しているのが一般的生活者ですから、当然消費に回るお金は少なくなるでしょう。維持費が大きい大型店ほど経営が苦しくなることを実感しているようです。収入が減少すれば消費者は生活防衛に入ります。外食を減らし、おなじ効能であれば価格の安い商品に移ります。必要がない高額商品は買い控えするでしょう。製造業の先行き見通しが更に明るくなるまで、茅ヶ崎市経済の復興は待たなければならないようです。

8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業

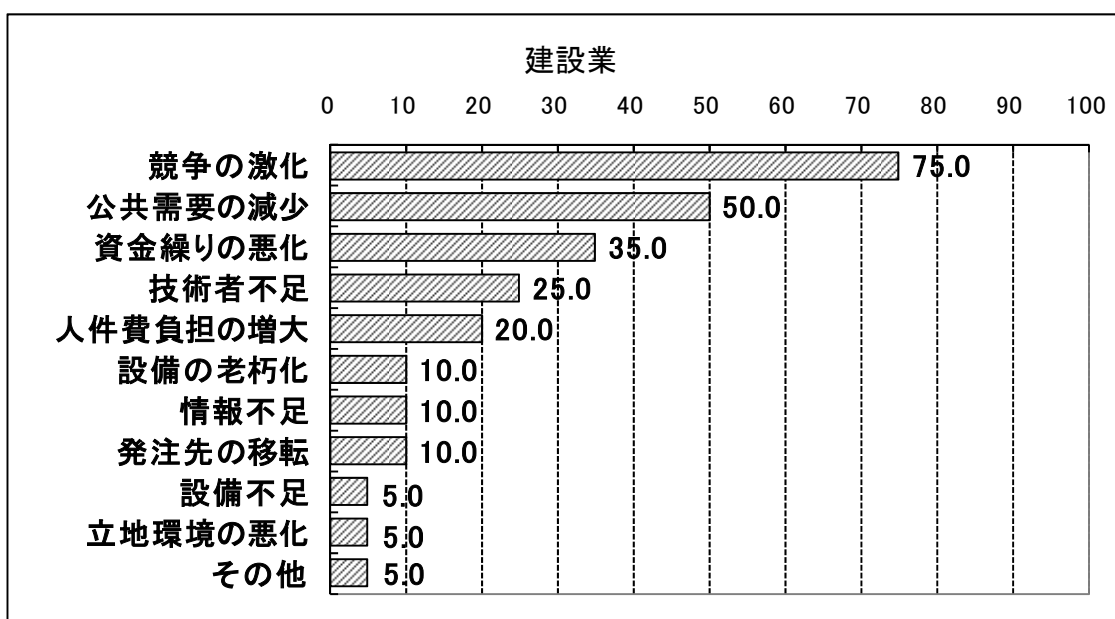


前回調査よりも若干D I値が改善された小売業ですが、需要そのものが減少していますから、大型店とのお客の取り合いは更に激しくなっています。経営課題の1位は前回同様大型店との競合であり、回答率も多くなりました。前回の調査では2番目の課題として店舗・施設の老朽化があげられていましたが、今回は1割弱回答を下げ3位に後退しました。代わって2位に上がったのは駐車場不足です。消費が盛り上がらない状況ですから、店舗や施設の老朽化よりも直接集客に役立つ駐車場不足が優先課題となったのでしょうか。しかし、2位から4位までの差はほとんど無く、大型店との競合以外の経営課題は特に際立つものがない状態です。駐車場問題や店舗施設老朽化と同程度の回答を集めているのが後継者問題ですが、前回とほぼ同じ数値であることから、特に進展が無いことが分かります。立地条件に関しても前回とほとんど変化はありません。

数値は多くありませんが、前回調査よりも減少したのは人材不足です。前は2割近く

の回答を集めていましたが、今回は1割強に下がっています。客足が伸びない現在、人材を確保する必要性が薄らいだお店が増えているようです。反対に回答が増えているのは情報不足です。前回1割に満たない回答でしたが、今回の調査では2割に近い回答を集めています。経済の低迷が長引いており、将来不安を抱える店舗が増えていることを示しているのではないのでしょうか。小売店には定額給付金の回収という大きなチャンスが存在します。これをきっかけにお客様との接点を増やして行くことを期待したいと思います。

(2) 建設業



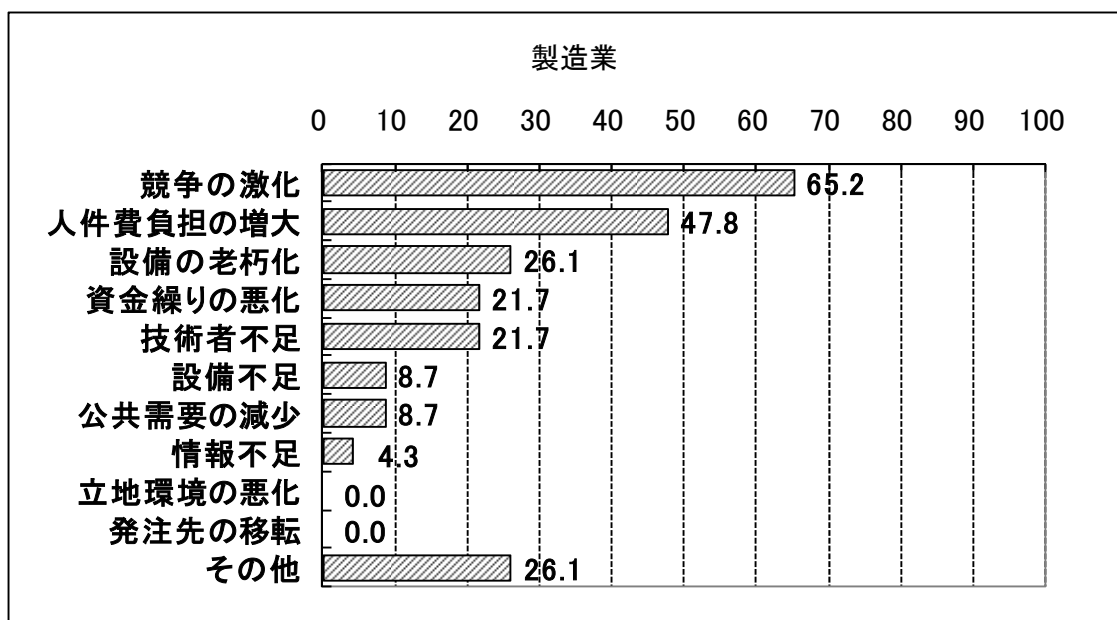
公共投資増加の恩恵を最も受けることになる建設業ですが、仕事が動き出したことで競争は激しくなっているようです。競争激化は前回と同様に経営課題の1位ですが、回答率は前回よりも1割5分増やし7割5分に達しています。同様に1割以上回答を増やし経営課題の2位に上がってきたのが公共需要の減少です。3月期は公共投資が絶対的に増えているはずですが。それでも公共投資の減少が経営課題として重視されているのは、競争の激しさが物語るように、取り合いになっている可能性があります。期待したほどの発注量が無かったのかも知れません。

一方で、前回同率首位であった資金繰りの悪化は、今回の調査では2割以上回答が下がり3位に後退しました。政府が年末に実施した緊急融資や雇用対策を上手く利用した事業所が多くあったのではないかと思います。人件費負担の増大に対する回答が下がっていることから、手元資金が一時的にしる豊富になり、人件費の負担感が少なくなっていることが分かります。

回答率は多くありませんが、前回調査よりも数値を増やしているのが技術者不足です。前回よりも1割程度多くの回答を集め2割5分に達しました。技術者が必要となるような仕事を受注しているのですから、公共投資を中心に建設需要は大きくなっていると考えて良いでしょう。

今回の調査では前回ゼロ回答だった経営課題にも回答が集まるようになりました。金額は十分でなくても工事を受注できれば、そこに新たな経営課題が発生するようです。

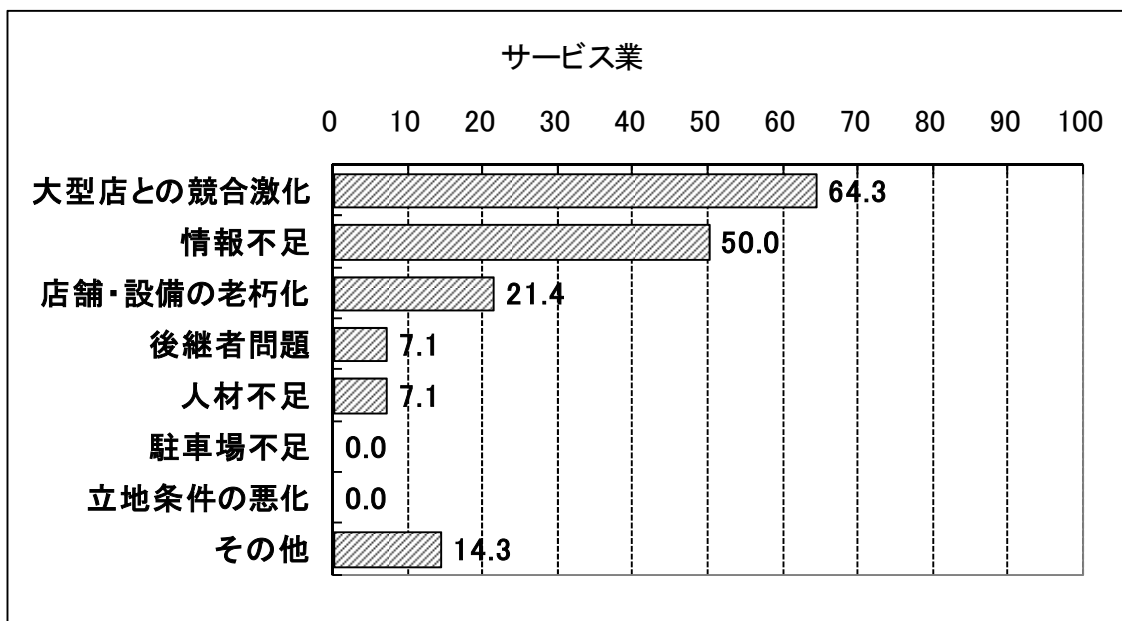
(3) 製造業



DI値がマイナス80を超え、ほとんどの事業所で景況の悪さを実感しているのが茅ヶ崎市内の製造業です。仕事が少ない状況は前回調査とほとんど変わり無く、競争の激化はほぼ同じ回答率で首位を保っています。今回大きく経営課題として浮上したのが人件費負担の増大です。同じ2位ではありますが、1割以上多くの回答を集めています。仕事が減少し、受注できても単価が安い状態が増幅されている可能性があります。この状態であれば、当然資金繰りはきつはずですが、資金繰りの悪化を経営課題に挙げる事業所は前回と同程度でした。増えなかったということは、多くの事業所で年末の緊急融資を上手く利用できたことを示しているのではないのでしょうか。高度な仕事に対する受注が減少していることは技術者不足への回答が示しています。前回3割近くあった回答が2割強に下がりました。仕事は有っても単価が安いことが多いことがここでも確認できます。設備の老朽化に対する回答が減っていることも単価の安い仕事の比率が増えていることを物語っているようです。

今回の調査では1割に満たないですが、前回よりも回答を増やしているのが設備不足と公共需要の減少です。公共需要は年度末で増えているはずですから、ここでの課題は期待した公共需要の絶対量が少ないことではないかと思えます。少ないながらも在庫調整や公共投資によって、僅かですが仕事は動き始めたのではないのでしょうか。しかし、多くの量は期待できませんから、競争は更に激しくなることが予想されます。現在の受注先だけに偏らず、今は、新たな仕事の方向を検討する時期ではないのでしょうか。

(4) サービス業



前回調査では上向き傾向を示していましたが、今回の調査では大きくDI値を下げてしまいました。その結果、経営課題として上がってきたのが大型店との競合激化です。前回よりも2割近く多くの回答を集めています。前回1位の情報不足は2位ではありますが回答率は前回と同じ5割です。サービスの対象は分野が広く、変化が激しい業界です。5割の事業所が情報不足を訴えるほど、先行きが見通せない状態にあることが再確認できるでしょう。そこに製造業を中心に需要の少ない状態が続き、競争が激しくなったと考えられます。また、お客様はより新しい店舗を求める傾向があるのか、店舗施設の老朽化が前回よりも若干回答を多く集め、経営課題の3位に上がっています。サービス業の一部では店舗施設が集客の武器となっていることが確認できます。

反対に大きく後退したのが後継者問題です。前回調査時点から3ヶ月間で解決できた事業所が多くあったとは考えにくいです。受注が急激に減少し、後継者問題は二の次になってしまったのではないかと考えます。

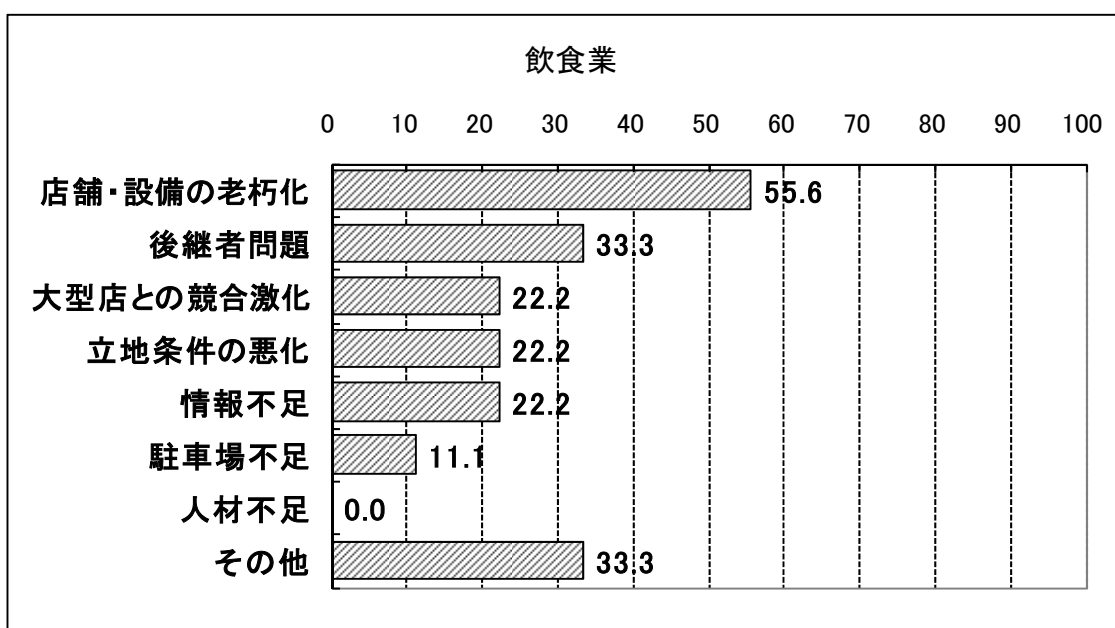
サービス業は自ら需要を生み出すというよりも、ある程度ゆとりある経済の中で代行サービスとして需要が生まれる傾向があります。サービス業の需要回復のためにも製造業の復興が期待されます。

(5) 飲食業

景気が悪くなり、企業や家庭やサラリーマンが真っ先に引き締めるのが外食です。茅ヶ崎市の景況はかなり悪くなっていますから、市内飲食店では苦しい経営が続いていることが想像できます。その中でもお客様に選ばれた飲食店にはお客様が集まっています。選ばれる為の大きなポイントが店舗施設であると、飲食店では考えているようです。前回調査よりも若干は減少していますが、今回も経営課題の1位にあげられています。店舗が老朽化しているということは、それだけ長い年数で事業を継続している結果でしょう。しかし、

3割の店舗が後継者問題を抱えています。店舗改装を行う為にも後継者問題が解決されていなければならないでしょう。前回の調査時点から解決できない課題として残っているようです。

経営課題は前回調査と大きな変わりはないのですが、順位を大きく上げたのが大型店との競合激化です。回答率は2割程度ですが、飲食業の傾向を明確に示しています。飲食店を利用するお客様が安くて見栄えの良い店に移っていく傾向が現れているのです。寿司専門店からネタの良い回転寿司へ、専門店である居酒屋からチェーン店の居酒屋へ、しかも食材が安心できる店となると、チェーン展開している大型店が優先して選ばれることとなります。いまはまだ2割程度の回答ですが、経済低迷が更に長引けば、より多くの回答を集めることが予想されます。



9. 主要業種の今後の対策

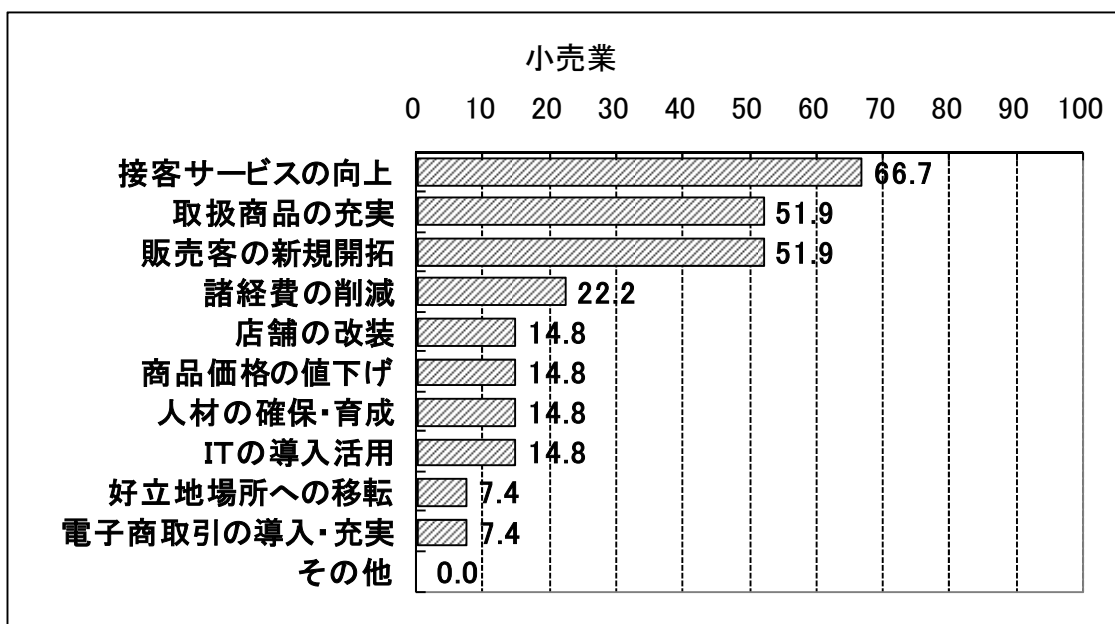
(1) 小売業

景気の低迷が長引いていることから、今後の対策は前回調査と比べて大きな変化はありません。無理をせず現在来て下さっているお客様を大切にする姿勢が見受けられます。経営課題の1位は接客サービスの向上で、前回と変わりません。回答は若干ですが増えています。前回調査では新規顧客の開拓が6割の回答を占めていましたが、今夏は5割強に減少しています。経営課題としては重要であることに変わりありませんが、積極さが薄れているのではないのでしょうか。商品の充実も同様です。これは品揃え強化とも表現できる対策ですが、無理をすれば在庫として残ってしまうので慎重になっている店が増えたのではないのでしょうか。この上位3つが当面の重点対策ということになります。

4位以下で比較的大きな変化を示しているのが商品価格の値下げです。回答は1割5分程度ですが、消費者が小売店に求めている役割の一つです。大型店は「何千アイテムを値下げ！」との行動にでて、消費者の購買意欲を盛り上げようとしています。実際、低価格

商品を販売している店舗にお客様が集まっています。前回よりも1割程度多くの回答を集め同率5位の対策に上がってきました。景気の低迷が更に続けば、値下げが更に増えることも予想されます。

順位を下げたのが電子商取引です。前回調査では1割を超える回答でしたが、今回は1割を切っています。ネット販売の需要は増えていますが、価格志向が強く一般的小売店では対応が難しいことが分かってきたのではないのでしょうか。ネット販売に代わって若干回答を集めたのがIT活用です。ITの分野は広いですが、ポイントカード等に期待が持たれているのではないかと思います。無理をせず、小売店それぞれが自店でできる範囲の販促を行い、乗り切ろうとしている姿勢を感じ取ることが出来ます。

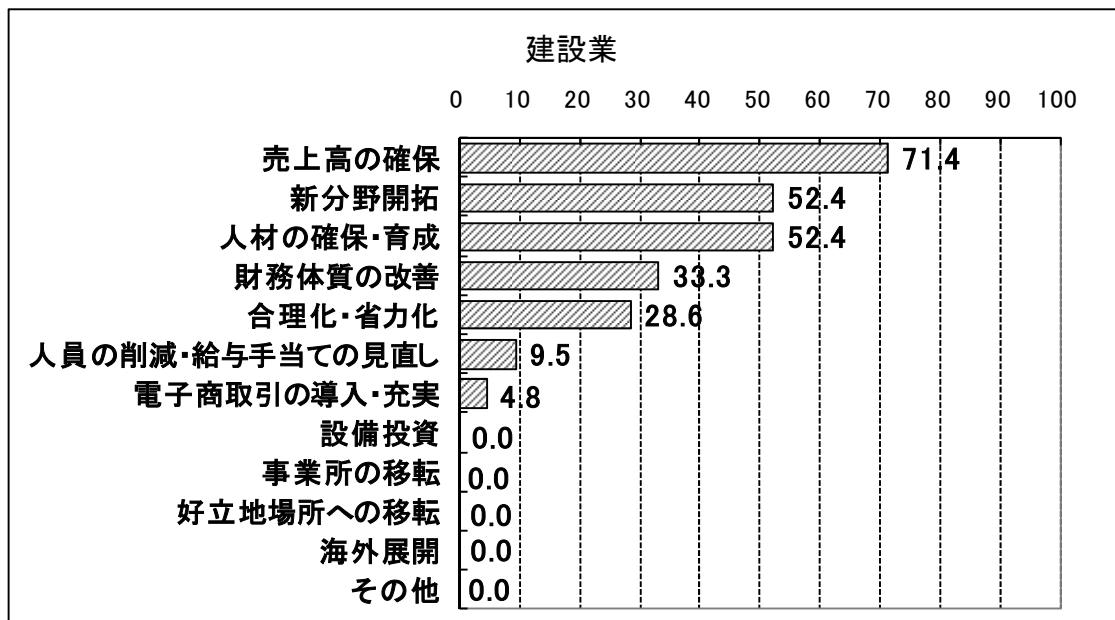


(2) 建設業

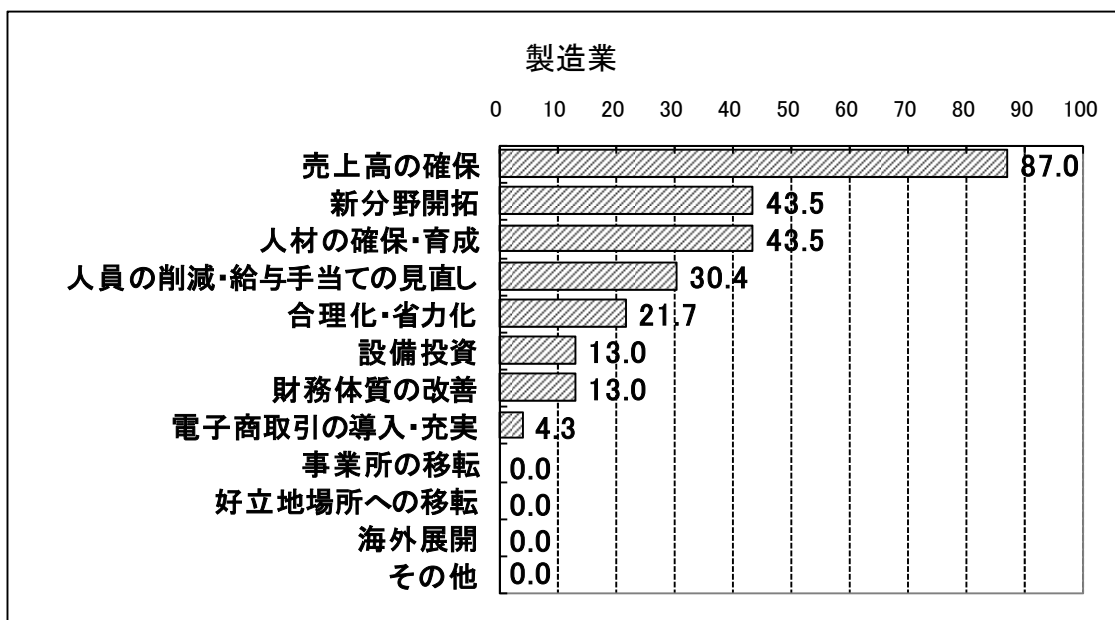
不動産業の倒産が多く、住宅の供給過剰が問題となりましたが、政府の経済対策によって公共需要に期待が持てる状況になってきました。売上高確保は今回も7割を超える回答を集め1位の対策ですが、前回よりも僅かに下がっています。僅かではありますが仕事が動き始めたのではないのでしょうか。それを裏付けるのが人材確保育成と人件費の見直しです。人材育成は前回の約2倍の数値となり、新分野開拓と並んで2位の対策となりました。仕事が出てきたからこそ、その仕事をこなす人材が必要となるのです。また、人件費の見直しは1割を切る回答になっています。これ以上の人件費削減は必要ないと考える事業所が増えていることとなります。しかし、新分野進出は重要な対策となっており、建設需要が出てきたとはいっても、まだまだ十分な仕事量ではないことが分かります。

今回は4番目の対策となっていますが、財務体質改善は前回の調査よりも僅かですが多くの回答を集めています。仕事が出てきても業績向上にまでは至っていないようです。合理化・省力化も3割弱の回答を集め、更なるコスト削減に向かう事業所が多いことを示しています。

公共投資によって建築は若干の動きが出てきたようです。しかし、製造業の復興が遅れているので、本当の景気回復ではありません。継続して新分野への進出を検討する必要があります。



(3) 製造業



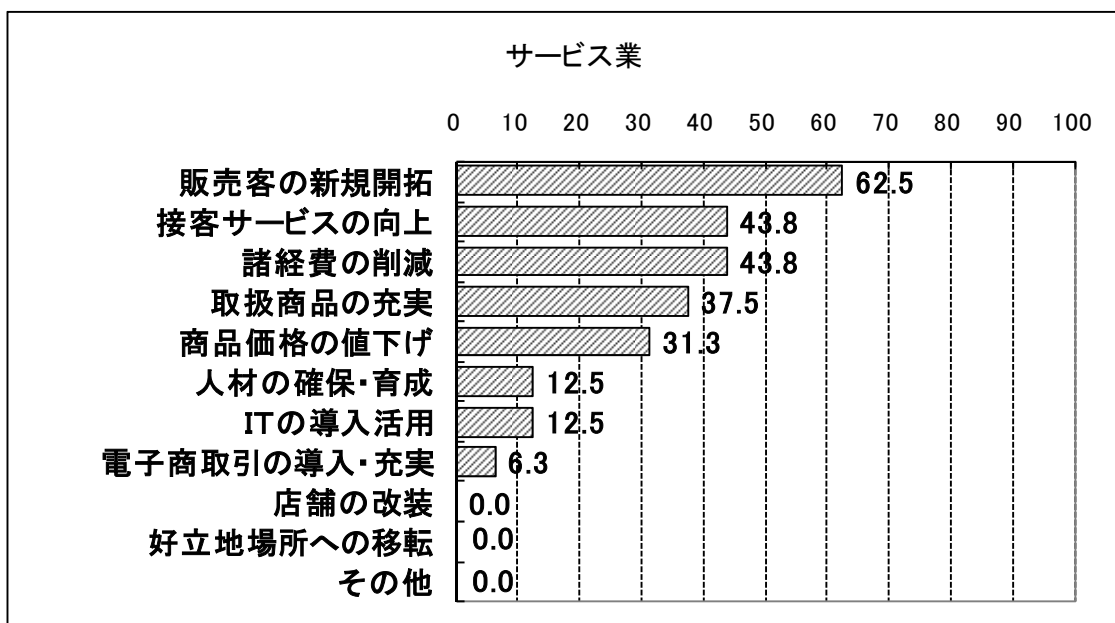
最も悪い状態に陥っている製造業ですが、抜け出す為にはどのような対策を行おうとしているのでしょうか。圧倒的に売上高確保が対策の1位であることは前回の調査と同じです。しかし、前回は9割を超えていた回答が、今回は僅かではありますが9割を割り込んでいます。諦めてしまったわけではないと思います。僅かですが、仕事を確保できた事業所が

出てきたのかもしれませんが。対策の2位と3位は前回と変わっていません。新分野開拓が伸び、人材の確保育成が下がった結果、同率で2位になりました。既存の分野で受注の復活を待つだけでなく、新分野に挑戦しようとする事業所も、僅かではありますが増えようとしていることが分かります。

次に財務体質の改善に注目して下さい。前回2割を超えていましたが、今回は1割強に回答を下げました。年末に行われた緊急経済対策の成果が現れたと解釈しても良いのではないのでしょうか。しかし、受注は回復していませんので、人件費の見直しを行う事業所が前回と比べ1割以上増えています。対策の順位も4位に浮上しました。合理化・省力化も同様の理由から回答を僅かですが多く集めたようです。設備投資を行おうとしている事業所も減少しました。中小の製造業はとりあえず年末融資で資金繰りに余裕を持たせ、更なる経費削減でこの不況を乗り越えようとしているようです。

前回ゼロ回答であった電子商取引導入への回答が、僅かですが今回はありました。受発注ネットワークは既に複数立ち上がっています。自社の営業力だけでは受注できないと判断した製造業が、これらのネットワークに救いを求めているのかもしれませんが。

(4) サービス業

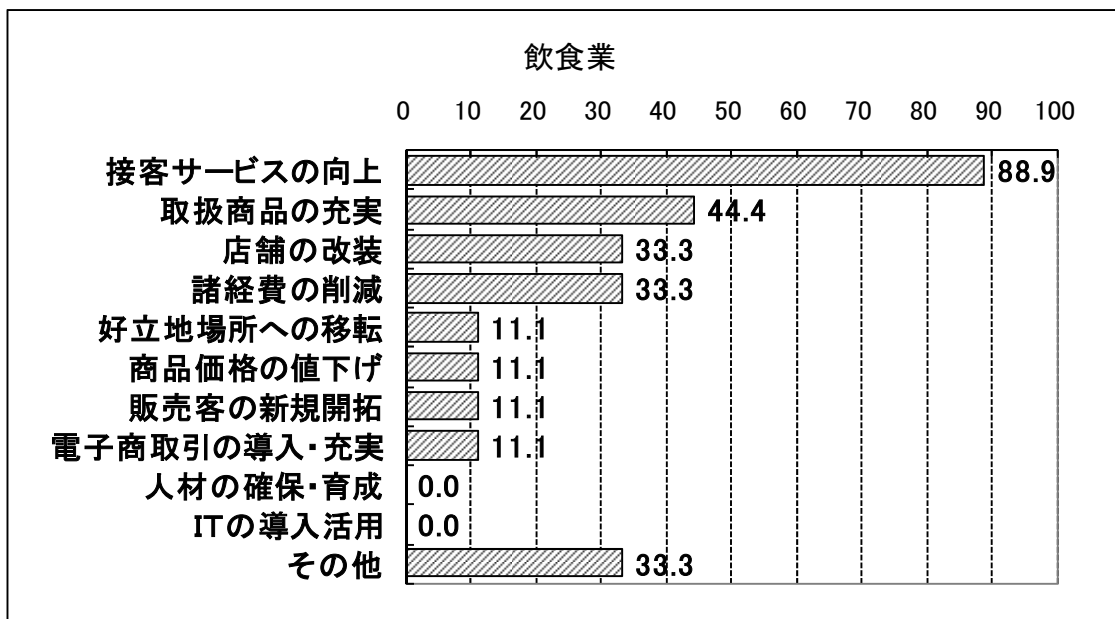


サービス業も景況の悪化に苦しんでいる業種の一つです。前回同様、対策の1位は販売客の新規開拓ですが、回答は僅かに下がっています。接客サービスの向上も前回と同様に2位ですが、こちらは1割近く回答が下がっています。需要が減少している状態では、単純な新規開拓やサービス向上だけではお客様の購買意欲を刺激することは難しいと考える事業所が出てきたのではないのでしょうか。その兆候を示しているのが取扱商品の充実と値下げです。取扱商品の充実は前回よりも5分程度上がったただけですが、値下げは1割以上も上がっています。目新しさを出すと共に、既存の商品サービスは値下げすることによって需要を確保する対策ではないのでしょうか。自社のサービスを利用して頂く利点を、お客

様に明確に示す戦術を検討している事業所が増えていると考えることができます。

一方で前回から大きく回答を下げた対策があります。人材の確保育成とITの導入活用です。共に前は2割の回答を集めていましたが、今回は1割強に留まっています。対策の優先順位が需要の確保に向けたものと思われまます。

(5) 飲食業



飲食店の対策は前回から大きく変化しています。飲食店にも大きな経済不況の波が押し寄せていることが対策の上からも確認ができます。対策の1位が大きく変わりました。前は経費削減が7割5分を占めていましたが、今回は約3割に半減しました。代わって1位になったのが接客サービスの向上です。他の対策を大きく引き離しています。経費削減を行って年末年始を乗り切りましたが、更に景気は悪化しているようです。来店して下さったお客様に対するサービスを向上させ、次の来店を促すことで乗り切ろうとしているのではないのでしょうか。この動きを更に裏付けるのが取扱商品充実です。前回よりも約2割回答を伸ばし、4割を超えています。来店したお客様に新しいメニューを提案してリピーターを増やす戦略と考えられます。

店舗改装は前回とほぼ同様に3割を超える回答を集めており、改装によってお客様の興味を引く戦術を優先している店舗があることを示しています。この上位4つの対策以外はまとまった回答を得ることはできませんでした。その中でも、前回対策として上がっていましたが今回ゼロ回答となった対策が二つあります。人材の確保育成とITの導入活用です。両者とも直接売上に貢献できる対策ではありませんが、特に人材の確保育成がゼロになった要因にはこれ以上の人件費をかけず、現在のスタッフで売上向上に挑戦する飲食店経営者の覚悟が伺われます。