

茅ヶ崎市景気動向調査（12月）結果

1. 調査期間 平成21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	26	19.5%
大型店舗	13	5	38.5%
建設業	78	13	16.7%
製造業	57	25	43.9%
サービス業	76	17	22.4%
その他	55	13	23.6%
合計	412	99	24.0%

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

平成21年12月の調査結果がまとまりました。既に3ヶ月を経過しておりますので、昨年末の経済状況を確認しながら、経済の状況をまとめて見たいと思います。平成21年10月から12月にかけては、新政権が動き出した時期でした。記憶に新しいことは「事業仕分け」ではないでしょうか。11月11日にスタートしています。仕分けのメンバーが官僚に対して、申請された予算の内容を質問し、その回答によって事業の可否を決定するものでした。事業仕分けがマスコミ等を通じて、広く国民に公開されたことによって、新政権の意気込みが伝わってきました。しかし、7月に前政権が決定した補正予算の執行が先送りになったことは、日本の経済社会に不安を与えたことは確かです。実際に補正予算が動き出したのは11月に入ってからだったようです。

平成21年9月は比較的晴れの日が多かったですが、10月と11月は平成20年よりも降雨量が大幅に増えています。山崩れ等による被害が各地に発生していました。12月は平成20年より気温は低かったですが、それでも最高気温が19℃を超えており、決して寒い12月ではありませんでした。年末ぎりぎりまで日本各地のスキー場には雪がほとんど無かったことが思い出されます。

政権が変わっても拭いきれない社会不安に加え自然への不安が重なり、10月は厳しい経済情勢でしたが、11月頃からはアジアの景気回復の恩恵を被り、経済全体が若干明るさを取り戻しました。中国では経済政策の効果で自動車の販売台数が世界一になりました。パソコンのOSにおいてもwindowsの新バージョンが発売され、パソコンの需要が世界的に増加しました。これらの製品を生産しているのがアジアの諸国です。中国を筆頭に韓国・インド・タイ・シンガポール・台湾の経済は急激に復興しています。日本の景気もアジア諸国に引っ張られて若干ですが上がって来たようです。円高はまだ進んでいますが、輸出は10月以降確実に増加しています。製造業の生産高も上昇を続けています。工場の稼働率は平均で8割程度にまで上がって来ました。企業の経常利益も大きく改善されています。

消費経済においてはエコカー減税やエコポイントの効果が継続しており、ハイブリッド車を中心に需要が高まっています。全体的には個人消費は上向いていると言えるでしょう。しかし、心配なのは雇用と給料です。企業は業績回復を最優先させるため、新卒の採用を未だに控えています。12月の失業率は、若干は下がったとはいえ、5%を超えています。そして、最も深刻なのは12月のボーナスが大幅に減少したことでしょう。世界各国政府の経済政策で日本の経済は若干上向いてきましたが、その裏には採用を控えたり、人件費を抑えたりする企業のコスト削減行動がありました。日本経済の本当の復興までは今しばらく時間がかかるかもしれません。このような日本の経済動向に対して、平成22年2月23日に発表された月例経済報告では次のようにコメントしています。

景気は持ち直してきているが、自立性に乏しく、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある。

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	21年9月比	先行き見通し	前年12月比	先行き見通し
全 産 業	37.6	32.6	43.0	63.8	56.8
商 業	78.3	54.1	81.0	71.7	61.0
大 型 店 舗	60.0	60.0	40.0	-	-
建 設 業	16.7	16.7	58.4	62.4	59.8
製 造 業	8.3	16.7	5.0	59.4	51.7
サ ー ビ ス 業	23.5	29.4	37.5	58.6	56.6
そ の 他	50.0	30.8	33.4	-	-

政府は「景気は持ち直してきている」との表現をとっていますが、昨年の12月および前回9月との比較では、茅ヶ崎市内全体ではマイナス30以下のDI値を示しています。全国平均がマイナス63.8ですから、茅ヶ崎市の経済は全国平均よりも良い状態ではあるようです。

依然マイナスのDI値ではありますが、全国平均よりもかなり良いDI値を示しているのが製造業と建設業です。製造業のDI値は昨年対比でマイナス8.3となり、もう少しでプラスになるところにまで回復しています。それでも前回9月調査時点よりも12月の方が悪化している企業が多いことから、市内製造業の景気は全国平均よりは良いものの、景気の良い状態には達していないことが分かります。建設業では全国平均がマイナス62.4であるのに対し、茅ヶ崎では昨年対比でマイナス16.7、前回の9月対比でもマイナ

ス16.7のDI値でした。「景気は持ち直してきている」との表現は相対的に見たときに、茅ヶ崎市にも当てはまっているとも言えるでしょう。

依然として景況が悪いのは商業および大型店です。百貨店の撤退が続いていることから分かるように、高額商品に対する需要は大きく減少しています。安いからと言って大量には買わない世の中になってしまいました。商業の全国平均はマイナス71.7であり、茅ヶ崎市における対前年比はマイナス78.3ですから、商業においては世間並み以下の景況であることが分かります。前回調査の9月に対してもマイナス54.1ですから、商業者としては「景気は持ち直してきている」ことを認めることは難しいでしょう。市内大型店も、前年対比においても前回の9月対比でもマイナス60.0を示しており、業況の悪化を食い止めることができている状況であることが確認出来ました。茅ヶ崎市のDI値だけを見ても、景気が回復する兆しを示し始めたところであり、一般消費を促すレベルには達していないのです。

健闘しているのがサービス業です。茅ヶ崎市ではサービス業と製造業が比較的連動するのが特徴ですが、今回の調査でもその傾向があらわれています。全国平均のマイナス58.6に対して、茅ヶ崎市の対前年比はマイナス23.5となりました。製造業や建設業と同様に、決して良い状態ではありませんが、全国平均よりも茅ヶ崎市内のサービス業は、多くの企業が回復基調をうまく掴んでいることが確認出来ました。

(2) 業況（前年同月比の推移）

商業を除き「景気は持ち直してきている」状況が茅ヶ崎市内にも確かに現れていることが、前年同月比の推移から確認できます。躍進的に回復しているのは製造業です。前はマイナス80より低かったDI値が一挙にマイナス8.3にまで回復しました。中国の景気対策に乗っかり、アジア全体が景況を伸ばしていますが、茅ヶ崎市の製造業は首都圏の立地を生かして、輸出需要を獲得しているようです。しかし、生産拠点は中国やタイに移っており、この需要がどこまで続くかは予断を許しません。製造業者は景況が回復している間に、次の稼ぎ口を確保する必要がありそうです。

製造業に引っ張られる形で業況が回復しているのがサービス業です。前回調査の9月ではマイナス53.4でしたから、今回はマイナスの数値が半分になったこととなります。商業や消費動向は決して良くはなっていませんので、茅ヶ崎市内のサービス業の多くが製造業に影響を受けていることがここでも確認ができるでしょう。製造業が業況をさらに伸ばせば、サービス業もDI値をプラスに転じることが可能かもしれません。

そして、特筆すべきは建設業の動きです。政権が変わり、公共投資は抑えられ、新規着工数は伸び悩んでいる筈ですが、茅ヶ崎市内の建設業は平成20年12月期を底にして、上昇を続けています。今回の調査ではマイナス16.7にまでDI値を上げました。1年3ヶ月ぶりの数値です。公共投資は全体としては抑えられていますが、補修工事等は年度後半から市内各地で行われています。また、リフォームやバリアフリー工事に関しては減税も行われています。大きな工事ではありませんが、リフォームを中心とする建設工事が動きはじめたのかもしれません。平成22年1月から住宅に関するエコポイントがスタートしました。建設業に更なる追い風となることを期待したいと思います。

明暗が分かれたのが商業です。今回の調査が行われた12月はボーナスの支給月でもあ

< 茅ヶ崎市 > 調査票項目「景気（業況）」の集計値を表示

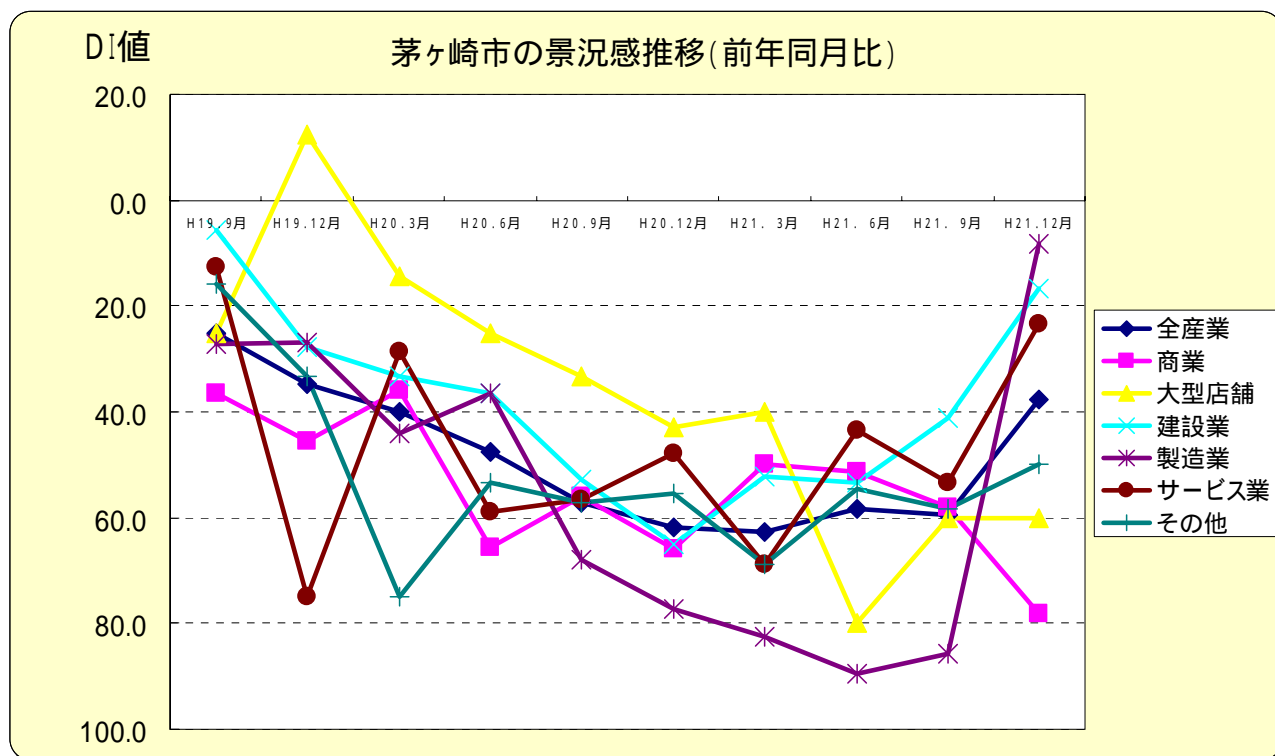
	H19.9月	H19.12月	H20.3月	H20.6月	H20.9月	H20.12月	H21.3月	H21.6月	H21.9月	H21.12月
全産業	25.2	34.7	40.0	47.5	57.1	61.7	62.2	58.5	59.6	37.6
商業	36.4	45.5	36.0	65.6	56.1	66.0	50.0	51.5	58.0	78.3
大型店舗	25.0	12.5	14.3	25.0	33.3	42.9	40.0	80.0	60.0	60.0
建設業	5.5	27.8	33.3	36.4	52.9	65.0	52.3	53.4	41.2	16.7
製造業	27.3	26.9	44.0	36.6	68.0	77.3	82.6	89.5	85.7	8.3
サービス業	12.5	75.0	28.6	58.8	56.5	48.0	68.7	43.5	53.4	23.5
その他	15.8	33.3	75.0	53.3	57.2	55.5	68.8	54.5	58.4	50.0

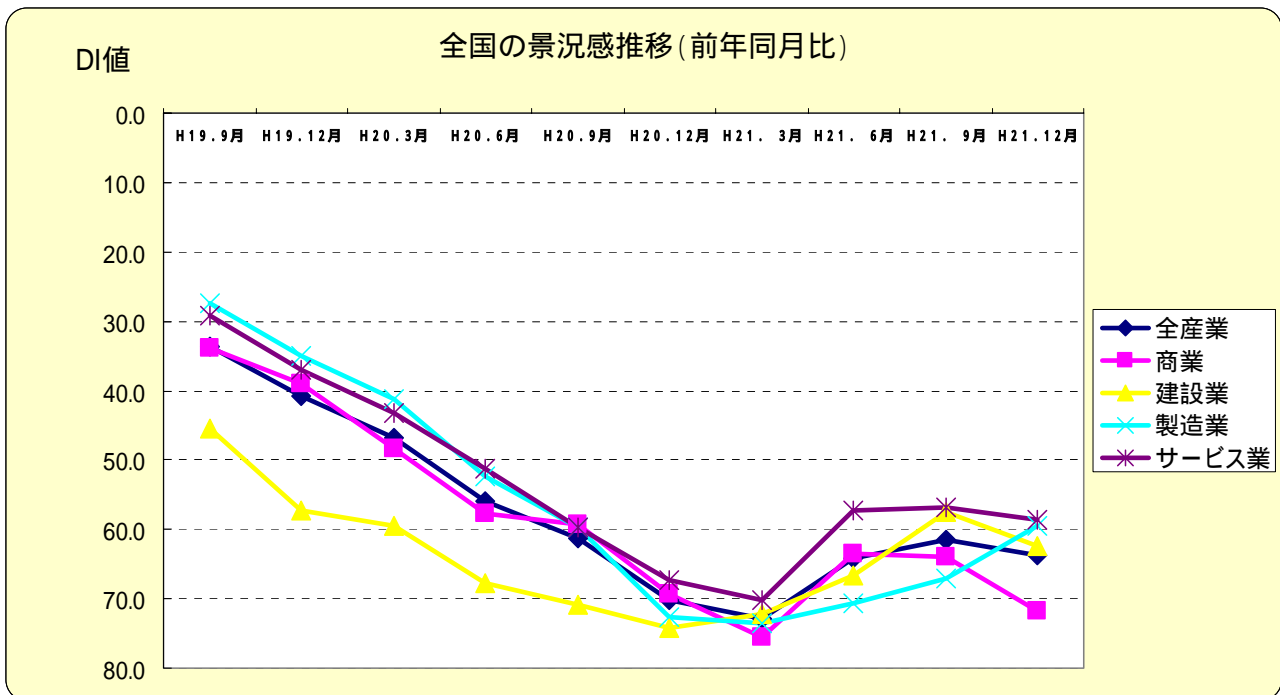
< 全 国 >

	H19.9月	H19.12月	H20.3月	H20.6月	H20.9月	H20.12月	H21.3月	H21.6月	H21.9月	H21.12月
全産業	33.6	40.8	46.9	56.0	61.2	70.2	72.8	64.2	61.4	63.8
商業	33.8	39.0	48.4	57.7	59.2	69.2	75.5	63.4	64.0	71.7
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	45.4	57.3	59.4	67.7	70.8	74.2	72.1	66.7	57.5	62.4
製造業	27.5	34.9	41.3	52.4	59.8	72.7	73.5	70.6	67.0	59.4
サービス業	29.1	37.1	43.3	51.2	59.7	67.3	70.2	57.3	56.9	58.6
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。





ります。商業者としては大きな需要を期待したと思われませんが、ニュース等でも報じられたとおり、12月のボーナスは前年よりも大幅に下がってしまいました。一般小売店は全く期待が外れた様子で、DI値はマイナス78.3にまで低下してしまいました。この1年間で最も低い値です。一方、市内の大型店は前回と同様にマイナス60であり、年末の需要が盛り上がらなかったことが分かります。所得が減少している顧客は、少しでも安く買えるお店を探しています。商業者の業況が悪化している原因の一つにはネット通販の成長が挙げられるでしょう。専門的な商品であっても、店で商品を確認め買うのはネット通販、という行動パターンが出来上がりつつあるようです。顧客の所得が回復するまで商業の厳しさは続きそうです。

7. 茅ヶ崎市経済の先行き

平成21年の10月から12月にかけては、アジアへの輸出を中心に日本の経済全体が上向き傾向を確かに示していました。しかし、平成22年に向けての先行き見通しは決して明るくありません。茅ヶ崎市内産業全体のDI値は43.0を示しています。多くの事業所が景気の回復が期待できないとの見方であることが分かります。全国平均はマイナス56.8ですから、茅ヶ崎市の経済は日本全体の中では良い方なのかもしれません。

しかし、業種別には先行きに大きな差が見られます。今回の調査で大きく躍進した製造業は先行き見通しでも最も高いDI値を示しました。といってもマイナス5.0ですから、半数以上の事業所において、先行き見通しが良くないことには変わりはありません。中国の経済政策やアメリカの復興が続けばプラスに転じる可能性があるのではないのでしょうか。製造業に引っ張られて先行き見通しが良くなるのが期待されるのがサービス業ですが、今回の調査ではマイナス37.5に留まっており、現在より悪くなるとの見通しが広がっているようです。全国平均ではマイナス56.6ですから、先行きに期待を持ってない事業

所が多いことが分かります。

そして期待が掛かるのは建設業でしょう。今回の調査では回復基調にありましたが、先行き見通しはマイナス58.4にまで落ち込んでいます。これは全国平均とほぼ同じ値です。新築・リフォームにエコポイントがスタートすることは既に報道されていましたが、12月の調査時点では、その影響はあまり期待されていなかったことが分かります。それよりも住宅瑕疵担保等が必要となり、建築コストが上がってしまうことが先行きを暗くしてしまったのかもしれない。

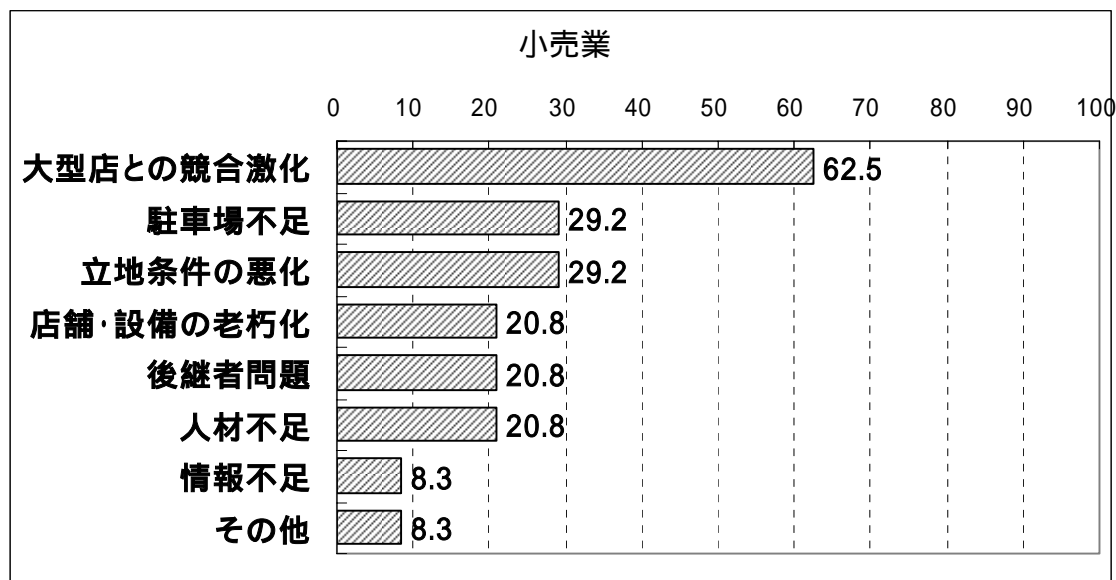
顧客の所得が低下している状況ですから、商業の先行き見通しは大変厳しくなっています。DI値はなんとマイナス81.0にまで達しました。ほとんどの事業者が希望を持っていない状況になってしまいました。安くしなければ売れない。安くすると売っても利益が出せません。事業者は負のスパイラルに入り込んでしまったのかもしれない。これに対し市内の大型店は、マイナス40.0であり、商業よりは良くなるとの見通しを示しています。市内の大型店は百貨店ではありませんから、先行き見通しは悪い中でも改善できると考えたのではないのでしょうか。しかし、安くしても量がさばけなければ利益を確保することはできません。当分マイナスのDI値から逃れることはできないかもしれません。

日本政府は平成22年2月23日の月例経済報告で次のように先行きを説明しています。

当面、厳しい雇用情勢が続くとみられるものの、海外経済の改善や緊急経済対策の効果などを背景に、景気の持ち直し傾向が続くことが期待される。一方、雇用情勢の一層の悪化や海外景気の下振れ懸念、デフレの影響など、景気を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。

8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業

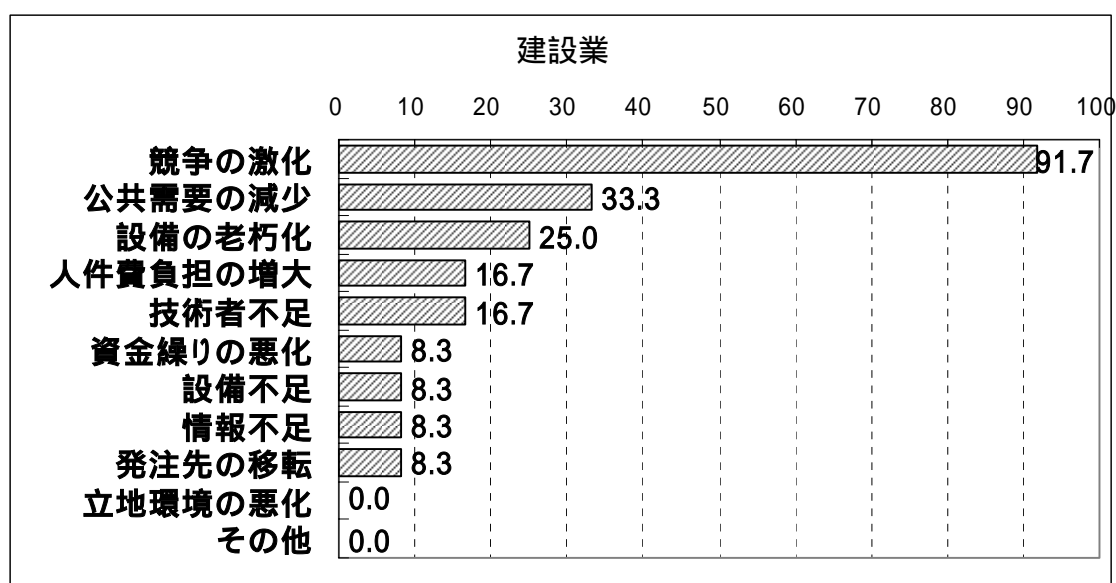


エコポイントやエコカー減税等、お買い得感のある商品に需要は集まっています。しかし、これらの商品は一般の小売店の売上げ増にはあまり貢献していません。先行き見通しの厳しい小売業の経営課題は前回の調査と比べて大きな変化はありませんでした。大型店

との競合は更に強まっていますが駐車場不足や店舗の老朽化、そして後継者不足という経営課題はそれぞれ1割ほど回答率が下がっています。年末になっても需要が回復しない状況を経験して、経営意欲が下がってしまったのかもしれませんが。立地条件の悪化が若干ですが回答を集め、同率で経営課題の2位に上がったことから、景況が良くならない理由を外部に求める消極的な姿勢が現れているようです。

前回の調査は9月末に行われましたが、政権が変わったところで期待と不安が共存していた時期でした。情報不足は前回のほぼ半分となり1割を切っています。世の中の状況が見えてきましたが、将来に期待が持てないことが明確になったのが12月であったのかもしれませんが。ここで諦めてしまえばお客様は戻ってくることはありません。顧客は安い商品だけに満足しているわけではありません。買物はレジャーでもありません。買う物がとりあえず無くても店に遊びに来てもらうための工夫を今こそ行う必要があります。

(2) 建設業



D I値がプラスに転じるまでに後一步と言うところまで回復してきた建設業ですが、建築の需要は決して十分ではありません。経営課題の第1位は前回と同様に競争激化ですが、さらに回答を集め9割を超えてしまいました。2番目の経営課題は公共需要の減少ですが、前回よりも1割以上下がっていることから、新政権になって抑えられているとはいえ公共投資はある程度行われていることが確認できます。

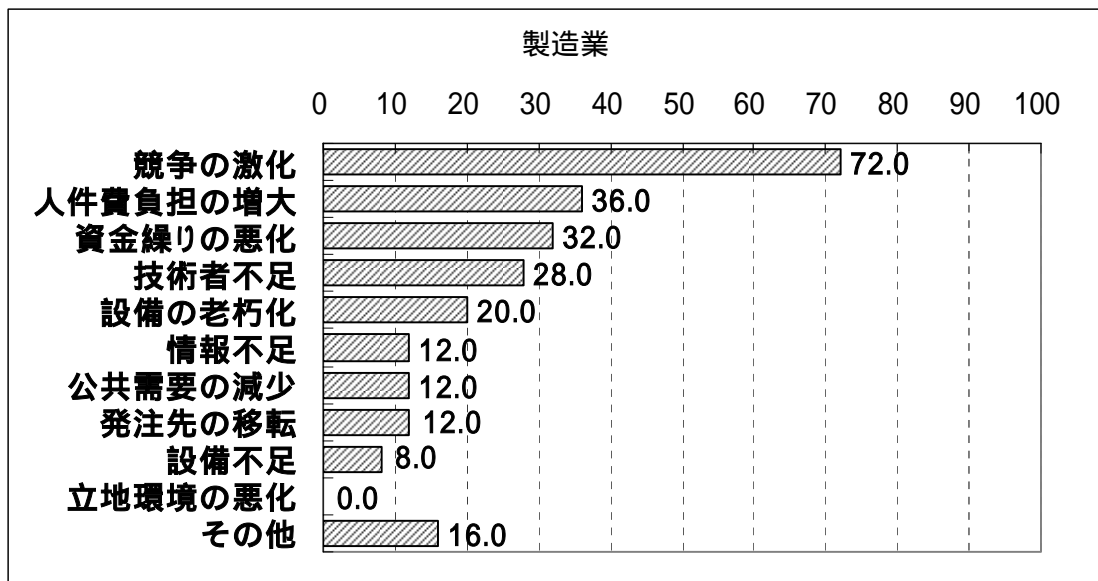
前は経営課題の3番目に資金繰り悪化が入っていましたが、今回の調査では回答率が3割低下し、重要度が大きく低下しています。D I値は依然マイナスですが回復傾向が示すように、仕事が入り始め資金の回収も順調に行われ始めたと理解することができるでしょう。同様に人件費負担増大と技術者不足も回答が低くなりました。人件費の負担が軽くなったということは、それだけ収入が増えていると理解して良いでしょう。これらの回答は全て建設業の回復基調を示すものでしょう。

興味深いのは前回よりも機械や設備に関する回答が増えていることです。設備老朽化は前回1割にも満たない回答率でしたが、今回の調査では2割5分の回答を集め、3番目の

経営課題に上がって来ました。前回ゼロ回答であった設備不足も1割弱ではありますが今回は回答が入りました。人間の技術よりも機械設備が必要となる仕事が増えているのではないのでしょうか。

リーマンショックから少しずつですが立ち直りつつあるようです。仕事を求めて地方から首都圏に人が集まってくる図式は変わっていません。時間はかかるかもしれませんが、建築需要が安定することを期待したいと思います。

(3) 製造業

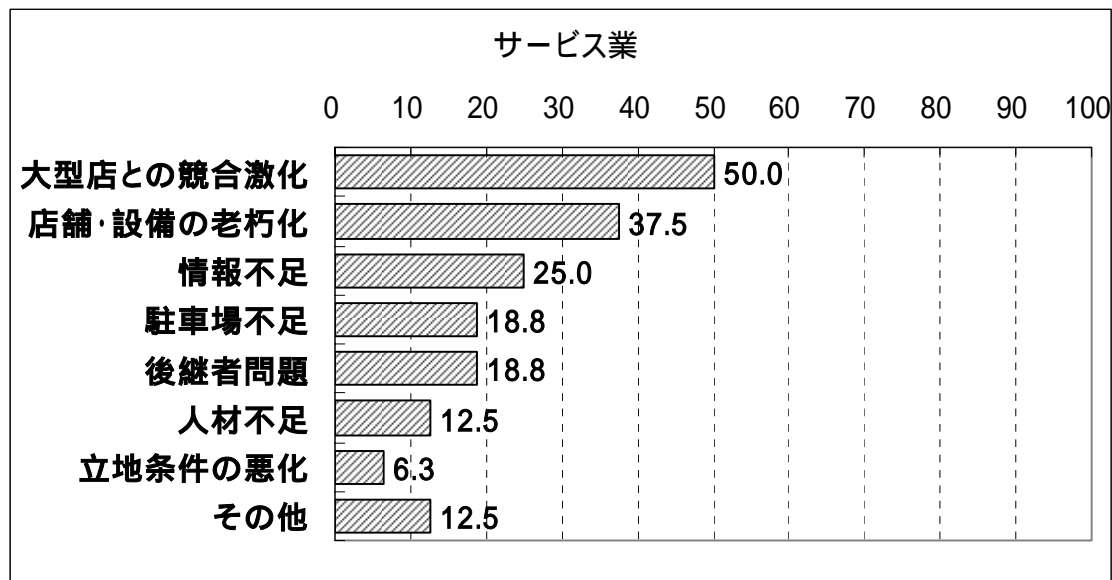


前回の調査から急激な回復を示したのが製造業です。経営課題は大きく変わりました。前回同率1位であった競争激化が7割の回答を集め、単独トップとなりました。出てきた仕事を各社が一斉に取り合っているようです。競争の激しさは復活していますが、製造業各社の経営は前回よりも良くなっているようです。人件費負担増大は前回と同様2番目の経営課題ですが、前回よりも2割近く回答が下がっています。技術者不足の回答も若干ですが下がっています。反対に設備に関する経営課題は少しですが増加しています。老朽化が1割弱、設備不足もほんの僅かですが増加しています。生産性を上げてコストを落とすことが必要な仕事が増えたと考えられます。

このまま需要が増えればD I 値がプラスに転じることも期待されますが、新たな課題も発生しています。一つは資金繰り悪化です。仕事が無くて資金繰りが苦しい状況はある程度乗り越えてきたようです。しかし、今回は仕事が急に入ったことによって、支払いが先行するために発生する経営課題です。経営課題の3番目に今回は上がって来ました。このほかにも前回ゼロ回答であった情報不足が浮上しております。回答は1割程度ですが、決して無視できない回答です。とりあえず仕事が入って来たのは有り難いですが、いつまで続くのでしょうか。また、世界の中で日本がどのような位置づけになっていくのか不安をもつ経営者が出てきたのではないのでしょうか。それが情報不足という経営課題に現れたと考えます。「コンクリートから人へ」の政府の方針が現れているのが公共需要の減少でしょう。国内需要が伸びないことを理由に海外に製造拠点を移動するメーカーが増えています

が、その影響を茅ヶ崎市内製造業も受け始めたことを表しているのが発注先の移転ではないでしょうか。一時的に受注は増加していますが、楽観できないのが製造業です。

(4) サービス業



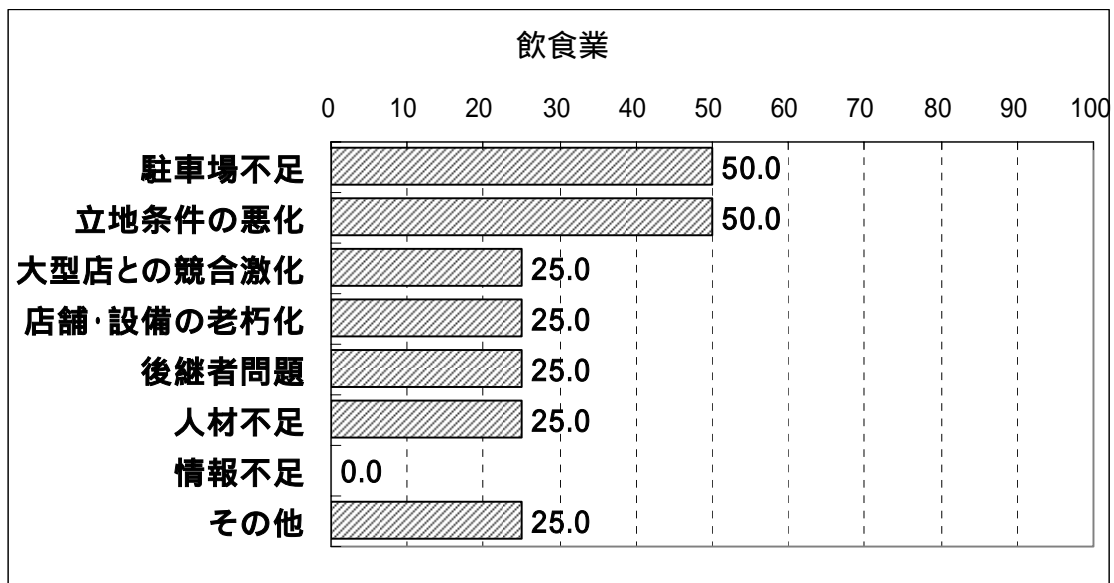
製造業に引っ張られる形で業況が上向いているなかで、経営課題にも僅かですが変化が見られます。その一つは経営課題の1位である大型店との競合です。前は6割近くにまで回答を集めていましたが、今回は5割丁度の回答です。大型店との競合は依然激しいですが、仕事は入って来たと言うことでしょうか。その裏付けが店舗設備の老朽化と駐車場不足ではないでしょうか。店舗設備の老朽化は2番目の経営課題であることは同じですが、1割以上多くの回答を集めています。駐車場不足も前回よりは1割ほど多くの回答を集めています。この二つの課題が生じるほどに需要が増えてきたと言うことでしょうか。

その反面、人に関する経営課題は回答を下げています。後継者問題と人材不足は前回は2番目の経営課題でした。今回は特に人材不足が1割以上低い回答となりました。新たなサービスではなく、既存のサービス需要が増加したようです。

茅ヶ崎市内のサービス業は製造業の景況に大きく左右され、今回の調査ではDI値の改善がありました。しかし、これがいつまで続くのかは読めない事業所が多くなっているようです。情報不足が前回よりも1割ほど上昇していることから推測できます。また、前はゼロ回答であった立地条件の悪化にも今回は回答が入っており、市内の一部では営業環境が変わりつつある地域が出ています。僅かな変化でしかありませんが、今後も動きを追っていききたいと思います。

(5) 飲食業

12月のボーナスが前年よりも大幅に減少し、年間所得が低下した影響は飲食業にも現れています。前回の調査では駐車場不足と後継者問題が同率で1位でした。しかし、駐車場不足は同率1位に変わりはありませんが、2割5分回答を下げています。後継者問題は



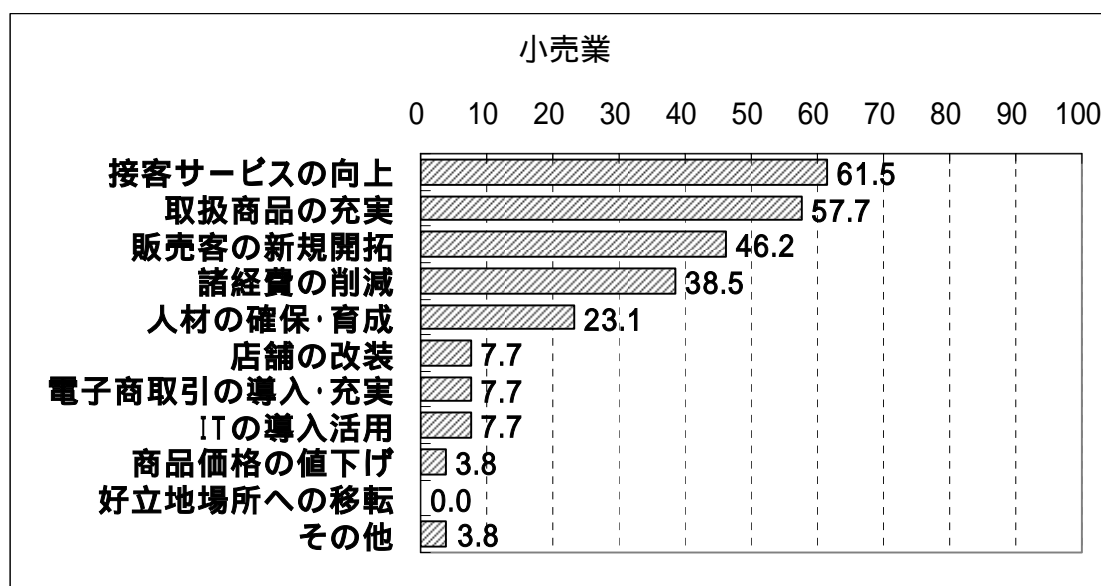
5割も下がりました。後継者問題に変わって同率1位に上がって来たのが立地条件の悪化です。駐車場の心配をしなくても良くなったのですから、それだけ来店客が少なくなっていると考えて良いでしょう。客足が遠退いた理由の一つに立地条件が悪くなったことをあげる店も増加していることとなります。立地条件悪化の原因と考えられるのが、大型店との競合です。前回のゼロ回答から、今回は2割5分にまで上がってきました。近くに大型の飲食店ができて売上が減少したのかもしれませんが、後継者問題が大きく下がったのは何故でしょうか。一挙に後継者が現れたとは考えにくいでしょう。来店客が減少したため、店を継続されることに対する意欲が薄れている経営者が出てきているのではないかと心配されます。

前回ゼロ回答であった経営課題の中から人材不足にも今回は回答が2割5分集まりました。お客様が少なければ人材不足という課題は出てこないでしょうから、市内飲食店の中にはお客様が集まってくる店が存在することを示していると思われます。市内飲食業には二極化傾向が出始めているかもしれません。

9. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業

先行きを厳しく捉えている店が多いのが小売業です。売れない状況から脱出する為に接客に力を入れようとする姿勢が感じられます。前回の調査では取扱商品の充実が対策の1位であり、約6割の回答を集めていました。今回の調査では取扱商品の充実の回答は変わりませんが、それを上回る回答を集めた接客サービスの向上が1位となりました。人材の確保育成は前回調査よりも1割ほど回答が増えています。品揃えするだけではお客様は買わなくなっています。購買意欲を売場で駆り立てる必要があるのです。お客様と話すチャンスを増やし、お客様に買う気を起こさせるような人的サービスを積極的に展開することが小売業の対策ということになるでしょう。新規顧客の開拓も1割近く回答を下げ、対策としても3番目に後退しました。新規顧客も獲得しなければなりません。既存のお客様を大切に、より深いお付き合いを続けることを望んでいるお店が増えていることにな



ります。収益性が苦しくなっている状況を抜け出す対策としては、諸経費の削減を取り上げる店が増えています。前回よりも1割弱回答を増やしています。

前回よりも1割以上回答が下がっている対策は店舗改装と値下げです。お客様の目を引きつけるために店舗改装は有効な手段ですが、需要そのものが冷え切っている状態では店舗改装の効果を期待できないと判断した店が多かったようです。前回よりも1割5分ほど回答が下がっています。お客様は低価格商品を買う傾向があるのは確かです。12月は多くの店で大幅なディスカウントを行いました。それでも売れ残りがでているようです。これ以上値下げすれば維持できないと考えている店が増えたと考えられます。ネット販売が広く普及した現在では、その優位性も少なくなっています。よほど特殊な商品を持っていないと、結局は安売りに繋がってしまうのがネット販売の特徴にもなってきました。

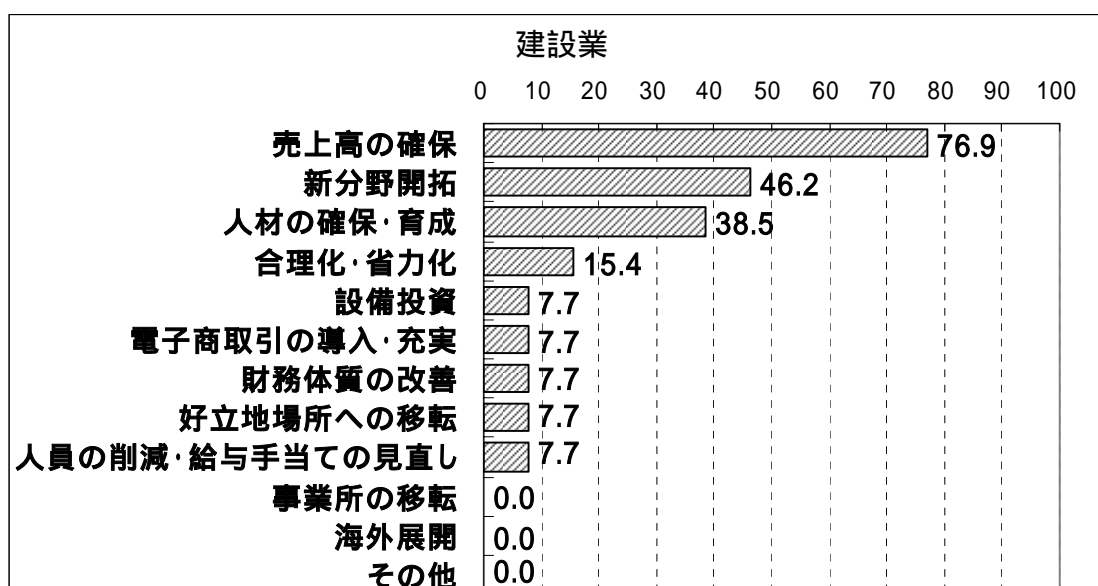
小売業としてはこれ以上の安売りに巻き込まれないよう、お客様との対面販売で確実な商いを行うことで、凌いでいくしか方法は無いのかも知れません。

(2) 建設業

建設業全般の業況が悪い中でも、茅ヶ崎市の建設業は首都圏の立地を生かして受注が集まってきました。対策の1位が売上確保であることは前回と変わりませんが、回答率が1割弱下がっていることから仕事が動き出したことが分かります。人材の確保育成が前回よりも1割程度下がっていることから、人材不足の状況は若干ですが解消された様子です。また僅かですが、設備投資を行う企業も出てきました。

経営体質にも改善がみられます。大きな変化は財務体質の改善でしょう。前回は3割を超えていましたが、今回の調査では1割に満たない回答です。合理化や人件費の見直しも僅かですが前回よりも下がっています。仕事が動き出し、経営改善は一休みの状態とも考えられます。

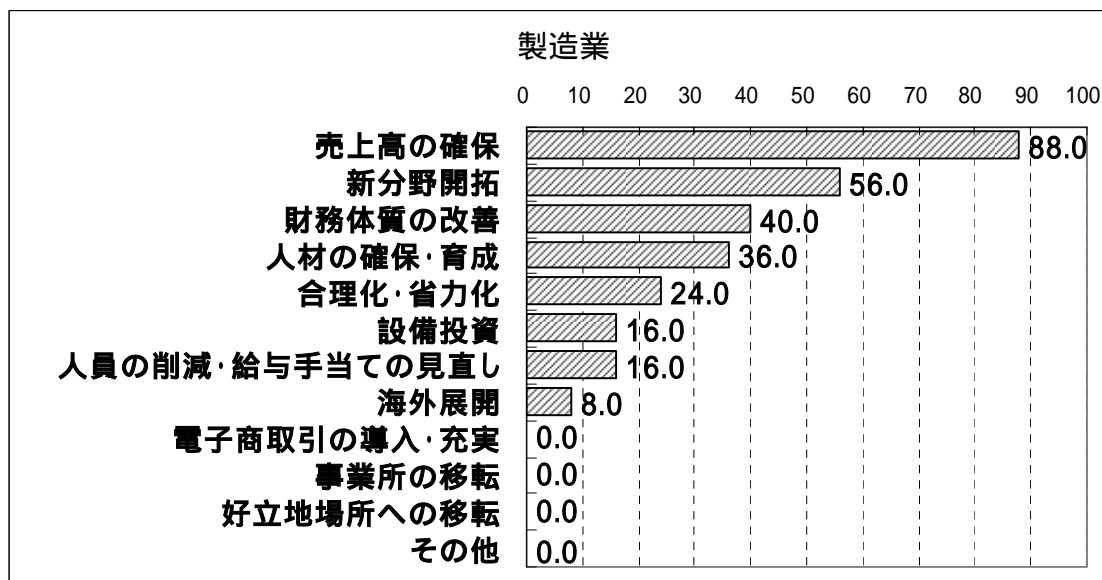
業況は回復しつつあるとは言っても、DI値は依然マイナスです。今後の対策2位には新分野開拓が入っていることを忘れてはなりません。前回よりも1割以上多くの回答を集めているのです。仕事は入るようになった企業もありますが、建築分野以外に仕事を求め



ている企業も増えているのです。茅ヶ崎市の建設業界は二極化傾向が強まって来たようです。茅ヶ崎市での営業よりも、他に移転することを検討している企業が出てきました。

アジアの景気回復に引っ張られて、首都圏では建築需要が上がってきています。しかし、長期に続く保証はありません。建設業者には長い目で見て企業の将来を考えることが求められるでしょう。

(3) 製造業



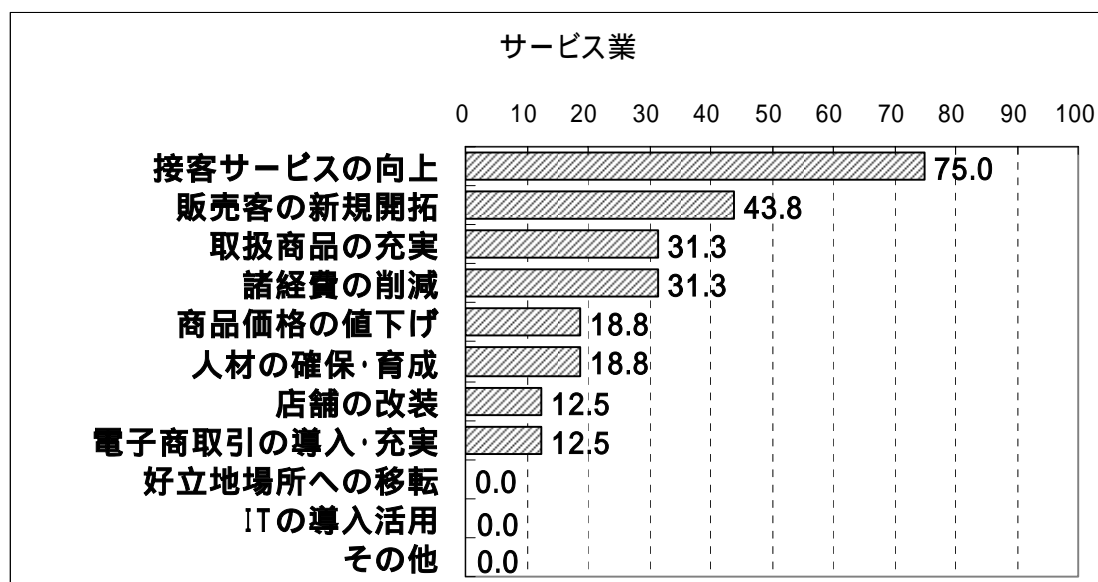
前回調査時点から急速に業況が回復した製造業では対策にも変化が現れました。上位二つの対策は同じですが、両方とも回答率が下がっています。売上高確保では僅かですが下がり、9割を切りました。新分野開拓は1割低下しています。業況が回復しているとは言っても、DI値がプラスに転じたわけではありません。9割の工場では受注不足の状態が続いていることが分かります。一方では、ある程度仕事の見通しが立ってきた工場が出て

きたようです。

対策の3位以下に大きな変化が現れました。前回3位であった合理化・省力化は1割ほど回答を下げ、5位に後退しました。変わって3位に上がったのは財務体質の改善です。前は1割にも満たない回答でしたから、3割以上多くの回答を集めたこととなります。急に受注が入り、支払いが先行している状況がここでも確認出来ます。合理化・省力化が下がったことから、多くの工場で当面の仕事が確保できていることがわかります。財務体質の改善と同様に多くの回答を集めた対策があります。4位の人材の確保育成です。財務体質の改善ほど劇的な上昇ではありませんが、前回よりも1割程度回答が増えています。急に入って来た仕事に対して人繰りができない工場があったものと思われます。また、設備投資に関する対策は前回とほとんど変わらず、2割にも達していないことから、年末に受注した仕事の多くは既存の設備で間に合う程度の内容であることが推測できます。

このほか、僅かですが海外展開の回答が上がっています。需要が増加している海外への進出を狙っている工場はこれからも徐々に広がっていくかもしれません。

(4) サービス業

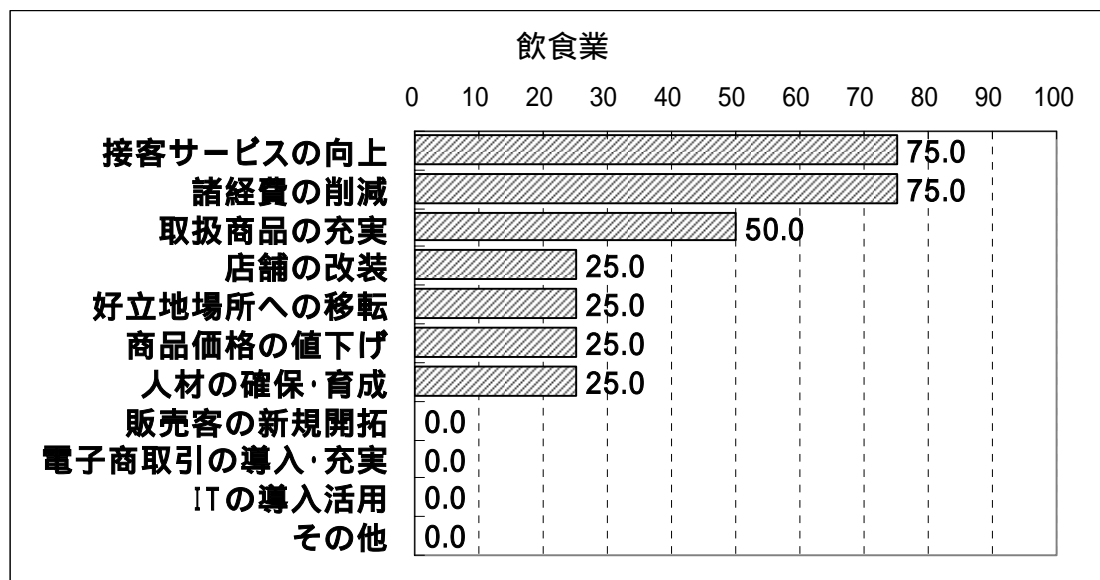


景気が良くなると需要が増える傾向がありますが、12月末では先行きにあまり期待が持てないという回答でした。接客サービスを更に強化し、新規顧客を開拓するという基本路線には変わりありませんが、対策の3位以降に変化が現れています。前回3位の人材の確保育成は2割以上回答が下がり、代わって取扱商品充実が3割の回答を集め、3位に上がりました。接客サービスが既に水準以上に達しているところでは、お客様が興味を引くような商品・サービスを提示する必要があるということです。値下げが前回よりも若干回答を増やしていることから、お客様に提示する新商品や新サービスは従来よりも価格を下げることになりそうです。

経営面では経費削減を確認することが必要でしょう。前は4割の回答でしたが、今回は3割強にまで減少しました。仕事が動き出し、経費削減を全面的に打ち出す必要が無くなった事業所が僅かですが出てきたものと考えられます。前回ゼロ回答であった電子商取

引にも回答が寄せられました。店の落ち込みをネット販売でカバーしたいと考える事業所が現れたわけですが、ネット販売で稼ぐには独自のノウハウと商品・サービスを持つ必要があります。今後どのように成長するのかを見定めたいと思います。

(5) 飲食業



顧客の懐が寂しくなる中で、真っ先に影響を受けるのは飲食店です。お客様の来店頻度が下がってしまいます。接客サービスを強化しても限られた財布の中身を増やすことはできません。接客サービス向上が1位の対策であることは前回と同じです。しかし、2割5分回答が下がったことは、飲食店が売上増加をあまり期待していないことの現れではないでしょうか。今回の調査では諸経費の削減が2割5分回答を伸ばし、接客サービスの向上と同率1位になりました。売上増加を見込めない故の対策ではないでしょうか。新規顧客の開拓は前回5割の回答を集めていましたが、今回はゼロ回答になってしまいました。無理な拡大販売は行わない飲食業全体の姿勢を感じます。取扱商品の充実は前回同様対策の3位にあり、回答率も5割を維持しました。メニューを定期的に少しずつ変えることは、飲食業の基本的戦術となっているようです。

今回の調査では、前回ゼロ回答であった対策の中から4つの対策に回答が寄せられました。店舗改装と人材の確保育成は積極的な対策と考えて良いでしょう。消極的対策としては好立地への移転と値下げがあげられます。茅ヶ崎市内の飲食店の多くは現状維持で経費を減らして乗り切ろうとしています。不況にもかかわらずお客様を集めている積極派と値下げや移転を検討している消極派の存在が認められるようです。茅ヶ崎市の飲食業は三極分化することも考えられます。