

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成22年9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. 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。
4. 現在の経済状況

～円高で輸出が足踏み～

暑い夏が続き、農業や経済にも影響が出ていましたが、台風一過、秋を通り越して冬に近い気候になっております。円が値上がりしているところに、TPP(環太平洋戦略的経済連携協定)をはじめとする国際問題が発生し、我が国の経済はまだ不透明な状況が続く様子です。9月末に実施しました茅ヶ崎市景気動向調査の集計ができましたので、9月末に遡って景況を確認することに致します。

7月の梅雨明け以降、9月末になっても暑さが衰えなかったことは記憶に新しいでしょう。記録的な猛暑となり売上を伸ばしたのはエアコンでした。7月には参議院議員選挙がありました。民主与党の議席が過半数を割り、衆参でねじれ国会がスタートすることとなりました。これからの経済にも大きな影響が出てきそうです。猛威をふるっていた宮崎県の口蹄疫が4ヶ月を経てやっと終息したのは8月でした。113歳女性が所在不明になったことから高齢者の見守り問題が大きな社会問題にも発展しています。9月には菅政権が正式に発足し、日本経済の再構築が始まっています。しかし、尖閣諸島問題によって日中関係が緊張状態に入ったことも忘れてはなりません。

円高は更に進み80円から81円台を推移しています。その結果、好調であったアジア向け輸出が減少傾向を示しています。これに合わせて国内生産の伸びが止まってしまいました。自動車を筆頭に、生産拠点を海外に移す企業が多くなった反面、輸出は緩やかではありますが、持ち直してきました。

国内経済では7月から9月の間に大きな変化が現れました。猛暑の影響でエアコン需要が膨らんだことは説明しましたが、これにはエコポイントも関係しています。新車販売は9月末を待たずにエコ割引が無くなり、8月の駆け込み需要の後、大きく落ち込んでしまいました。10月以降エコ割引の反動が予想されています。9月に駆け込み需要があったのはタバコでした。10月1日からの値上げに備えて、買い溜め需要がかなり発生しました。戸建住宅の受注が回復してきましたが、住宅に関するエコポイントの効果が少なからず発生しているようです。最高で30万ポイントですが、それでもリフォームや住宅建設のきっかけ作りには役立っているのです。

アメリカを中心に世界経済が回復基調に入っています。大企業が中心ですが7月にはボーナスも支給され、給与も回復してきました。若年層の失業率も僅かではありますが低下してきました。しかし、将来に対する良い材料は少ないようです。このような状況を日本政府は次のようにコメントしています。

景気は、このところ足踏み状態となっている。また、失業率が高水準にあるなど厳しい状況にある。

5. 茅ヶ崎市経済の業況

(1) 業況（総合的な判断）

～暑すぎて消費は全体的に減少～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年9月比	22年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	31.2	25.6	36.6	40.8	39.0
商 業	63.0	55.2	44.5	46.1	41.1
大 型 店 舗	44.5	11.1	33.3	-	-
建 設 業	32.0	27.0	42.3	54.4	47.0
製 造 業	21.8	13.1	43.5	26.0	32.9
サ ー ビ ス 業	22.2	17.6	20.0	42.9	39.2
そ の 他	47.9	36.0	26.1	-	-

茅ヶ崎市内の業況は回復しないうちに足踏み状態となってしまいました。前年同月比では製造業のみプラスの回答を示しています。円高の影響を受けて、輸出関連の製造業が生産を落とし始めている中で、首都圏の強みで受注がまだ落ち込んでいないようです。全国平均ではマイナス26.0のD I値ですから、茅ヶ崎市の21.8はかなり高い数値であることが確認できます。6月に対しても13.1のD I値ですから、業績を伸ばしている製造業が多いことを示しています。

しかし、業績が良いのは製造業のみであり、産業全体では対前年比がマイナス31.2のD I値と、茅ヶ崎市全体としては景況が悪い状態であることには変わりはありません。特に大きな落ち込みを示しているのが大型店以外の商業です。対前年比はマイナス63.0のD I値であり、ほとんどのお店が業績悪化を訴えている状況です。6月に対してもマイナス55.2ですから、この3ヶ月で更に悪化していることが確認できます。これには猛暑の影響が現れています。暑すぎて買い物に出てこない状況も現れてしまいました。避暑を兼ねて大型店に市民は向かったようですが、大型店のD I値が対前年比ではマイナス44.5、6月比ではマイナス11.1であることから、買い物には繋がらなかったことが確認できるでしょう。

住宅エコポイント効果もあり、首都圏での新規着工は増えていますが、市内の建設業者はその恩恵をあまり受けなかったようです。対前年のD I値はマイナス32.0、6月比でもマイナス27.0でした。受注は大手建設会社が集まってしまったようです。それでも全国平均がマイナス54.4ですから、日本全体の中では良い方に入っていることとなります。

製造業の業績と連動することが多いサービス業ですが、今回の調査では対前年比がマイナス22.2、6月比との対比ではマイナス17.6となり、業績が悪化している企業が多いことが分かります。製造業を中心に大企業の業績が回復していますが、それは経費削減の結果でもあります。サービス業に対する支出が抑えられたことを意味するものではないでしょうか。

(2) 業況（前年同月比の推移）

～茅ヶ崎の経済成長は一時ストップ～

前年同月比の推移を確認しましょう。平成21年3月の調査時点から市内全産業のD I値はマイナスながら上昇を続けてきました。プラスに転じるまでもう一步でしたが、今回の調査では再び下降してしまいました。サービス業が唯一減少を免れ横ばいとなり、その他の業種は全て前回6月の調査よりも減少しています。特に大きく減少したのが建設業です。前回の調査ではプラスに転じ、住宅エコポイント効果の継続が期待されましたが、一挙にマイナス32.0にまで下がってしまいました。首都圏全体では住宅の着工数が前年よりも増加していますが、その恩恵は6月で止まってしまったのかもしれない。住宅エコポイントは対象期間が1年延びましたので、再び上昇に転じることを期待したいと思います。

茅ヶ崎経済を牽引しているのが製造業であることは今回の調査でも確認していますが、D I 値の伸びは止まってしまいました。急激な円高の影響とは思われますが、自動車や家電製品の一部では生産拠点をアジア諸国に移すことを表明しており、一時的な減少では無くなる危険も潜んでいます。茅ヶ崎の製造業も円高への対応を検討する時期に来ているのではないのでしょうか。

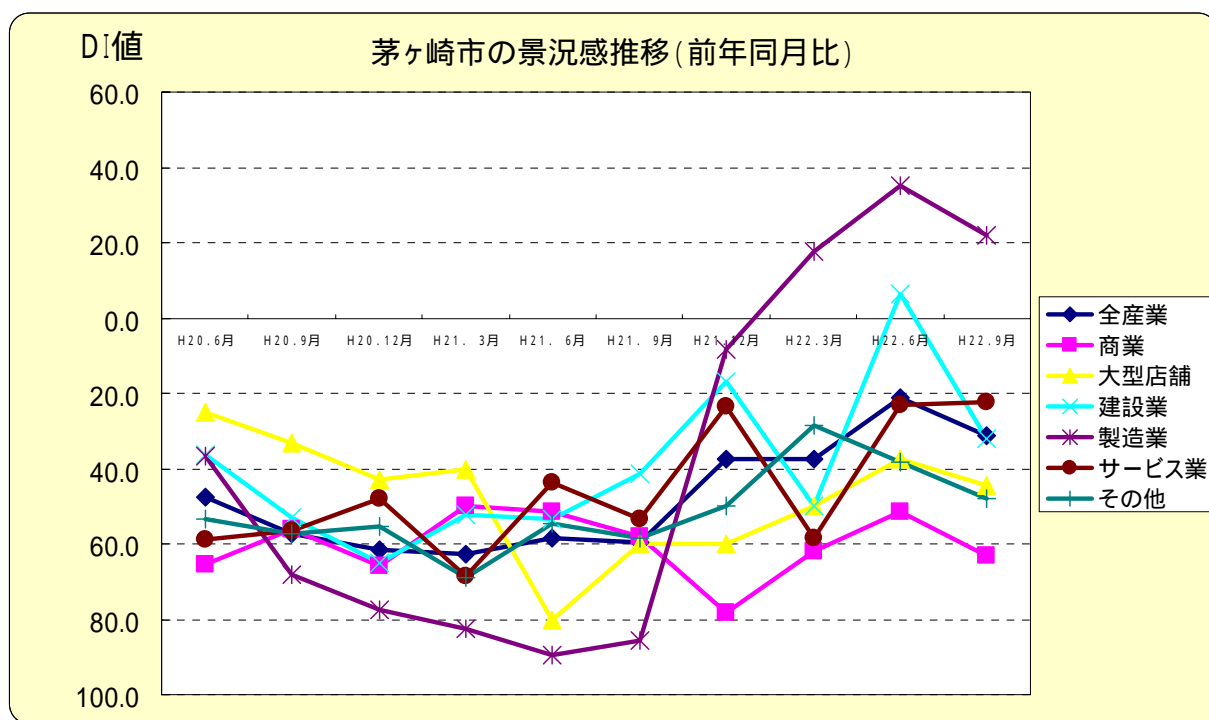
猛暑に見舞われエアコンや飲料の販売は伸びたはずですが、茅ヶ崎の大型店も一般商業も前回調査の6月よりD I 値が下がっています。9月に入れば本来売上が上がってくる秋物の需要が、暑さの為に盛り上がりなかったことも原因の一つでしょう。暑すぎて買い物客が街に出てこなかったことも事実です。生鮮食品を扱っている小売店では、商品の劣化を心配して、店頭に並べることを控えたぐらいです。上昇傾向が続いていた商業ですから、暑さが引いた後の需要を期待したいと思います。

6. 茅ヶ崎市経済の先行き

～ 製造業も抱える先行き不安～

暑さが過ぎて需要が回復することを期待したいところですが、市内事業所の見解は厳しいようです。特に厳しい見解を示しているのが製造業です。前年同月比で21.8のD I 値を示しているにもかかわらず、先行き見通しはマイナス43.5となり、受注の減少を覚悟していることが分かります。全国平均でもマイナス32.9ですから、市内の製造業にとって円高の影響は大きいようです。製造業に比べてサービス業の先行きはマイナスが少ないようです。市内でもマイナスがもっとも少ない業種です。低価格のサービスを提供する事業所では、ある程度安定した需要を確保しているのかもしれない。

建設業も見通しは明るくありません。先行き見通しのD I 値はマイナス42.3であり、エコポイントや減税効果を期待していないことが分かります。大手企業の給与が回復してきたとはいえ、中小企業ではまだ人件費の節約が続いており、回復の兆しは見えません。リフォーム需要は増えていますが、茅ヶ崎の建設業にまでは回ってきていないようです。



<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

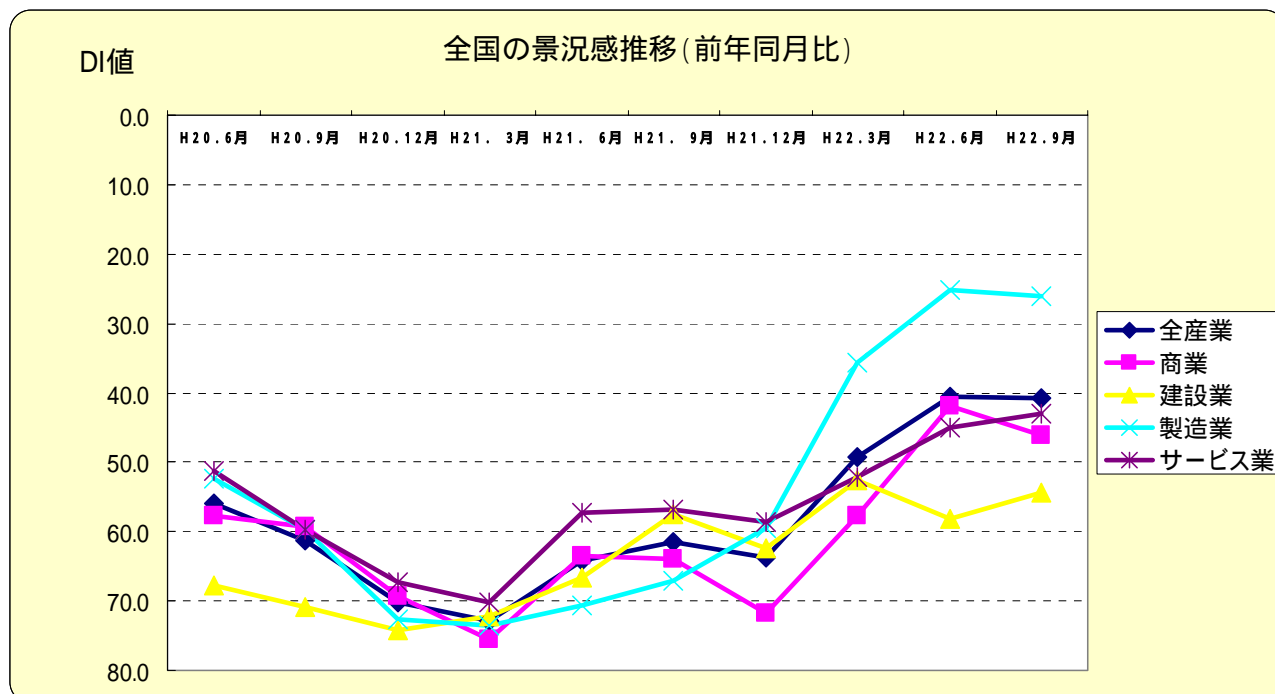
	H20.6月	H20.9月	H20.12月	H21.3月	H21.6月	H21.9月	H21.12月	H22.3月	H22.6月	H22.9月
全産業	47.5	57.1	61.7	62.2	58.5	59.6	37.6	37.3	21.1	31.2
商業	65.6	56.1	66.0	50.0	51.5	58.0	78.3	61.9	51.6	63.0
大型店舗	25.0	33.3	42.9	40.0	80.0	60.0	60.0	50.0	37.5	44.5
建設業	36.4	52.9	65.0	52.3	53.4	41.2	16.7	50.0	6.3	32.0
製造業	36.6	68.0	77.3	82.6	89.5	85.7	8.3	17.7	35.0	21.8
サービス業	58.8	56.5	48.0	68.7	43.5	53.4	23.5	58.3	23.0	22.2
その他	53.3	57.2	55.5	68.8	54.5	58.4	50.0	28.6	38.4	47.9

* 「 」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>

	H20.6月	H20.9月	H20.12月	H21.3月	H21.6月	H21.9月	H21.12月	H22.3月	H22.6月	H22.9月
全産業	56.0	61.2	70.2	72.8	64.2	61.4	63.8	49.3	40.5	40.8
商業	57.7	59.2	69.2	75.5	63.4	64.0	71.7	57.7	41.8	46.1
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	67.7	70.8	74.2	72.1	66.7	57.5	62.4	52.6	58.1	54.4
製造業	52.4	59.8	72.7	73.5	70.6	67.0	59.4	35.6	25.1	26.0
サービス業	51.2	59.7	67.3	70.2	57.3	56.9	58.6	52.1	45.1	42.9
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



今回の調査で最も悲観的な先行きを示しているのが商業です。それでも、前年同月比よりも先行き見通しのDI値のほうが改善されているので、現在よりも期待を持っている事業者が僅かですが存在することが確認できます。この傾向は大型店も同じです。尖閣諸島問題以来、日中関係の緊張が続いていますので、観光や消費にも影響が出ていることは確かです。消費マインドが上がらないことを覚悟しているようです。

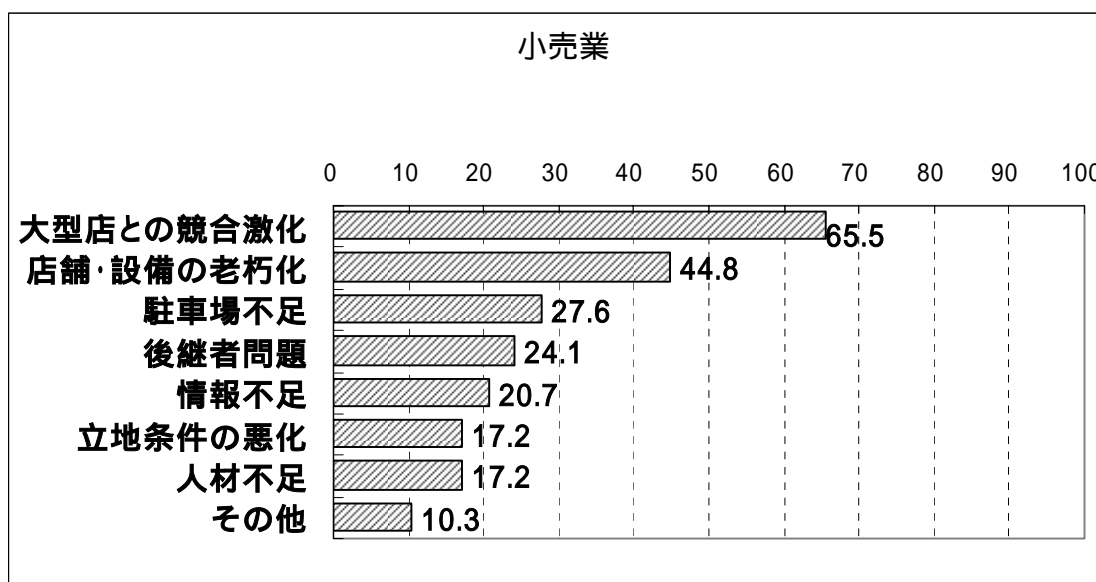
市内事業所の先行き感は厳しい状況ですが、日本政府は次のような見方をしています。

当面は弱めの動きも見込まれるものの、海外経済の改善や各種の政策効果などを背景に、景気が持ち直していくことが期待される。一方、海外景気の下振れ懸念や為替レート・株価の変動などにより、景気がさらに下押しされるリスクが存在する。また、デフレの影響や、雇用情勢の悪化懸念が依然残っていることにも注意が必要である。

7. 主要業種の経営課題

(1) 小売業

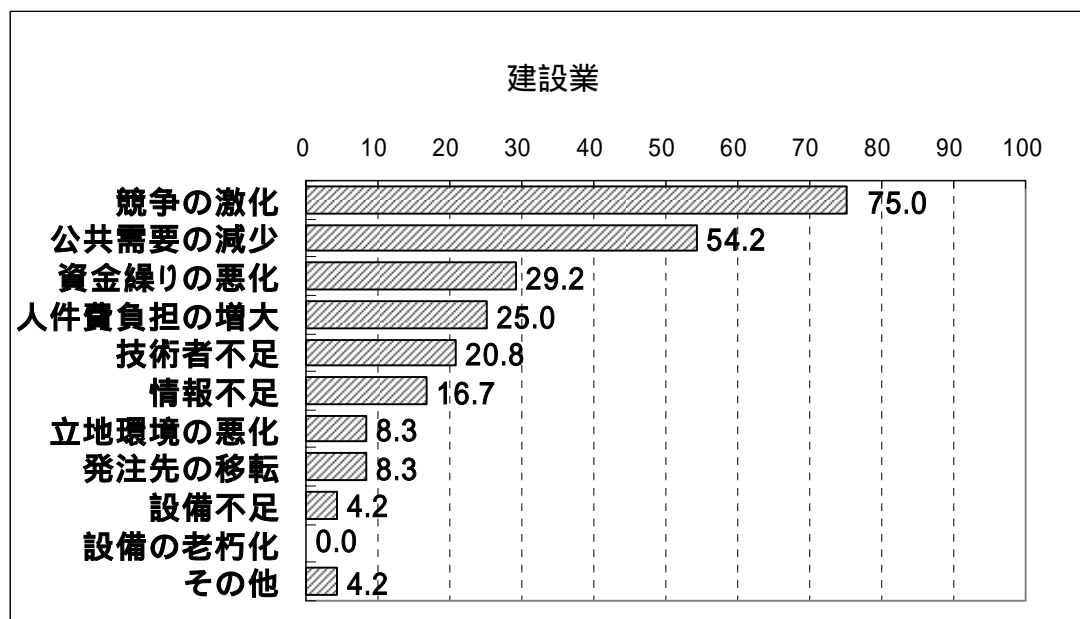
～購買意欲の減少に悩む小売業～



業況が回復基調から一転して下降に向かってしまいました。経営課題に大きな変化は見られませんが、店舗・設備の老朽化が前回よりも1割弱回答を伸ばしていますが、他の上位三つの課題は前回とほぼ同様の比率です。消費が増えていませんので大型店との競合は第1位の課題です。店舗・設備の老朽化への回答が増えた理由としては、現在の業績では改装資金が捻出できない店が増えていることが考えられます。変化したのは立地条件の悪化と人材不足です。前は共に2割を超える回答を集めていましたが、今回は2割に達しませんでした。暑すぎた天候や経済のデフレ化傾向で、買い物客が減少しているため立地問題や人材不足の課題としての重要性が低くなったのでしょうか。駐車場不足・後継者問題・情報不足の三つの課題は解決されずに今回の調査に持ち越されたようです。

(2) 建設業

～格差が開きつつある建設業～



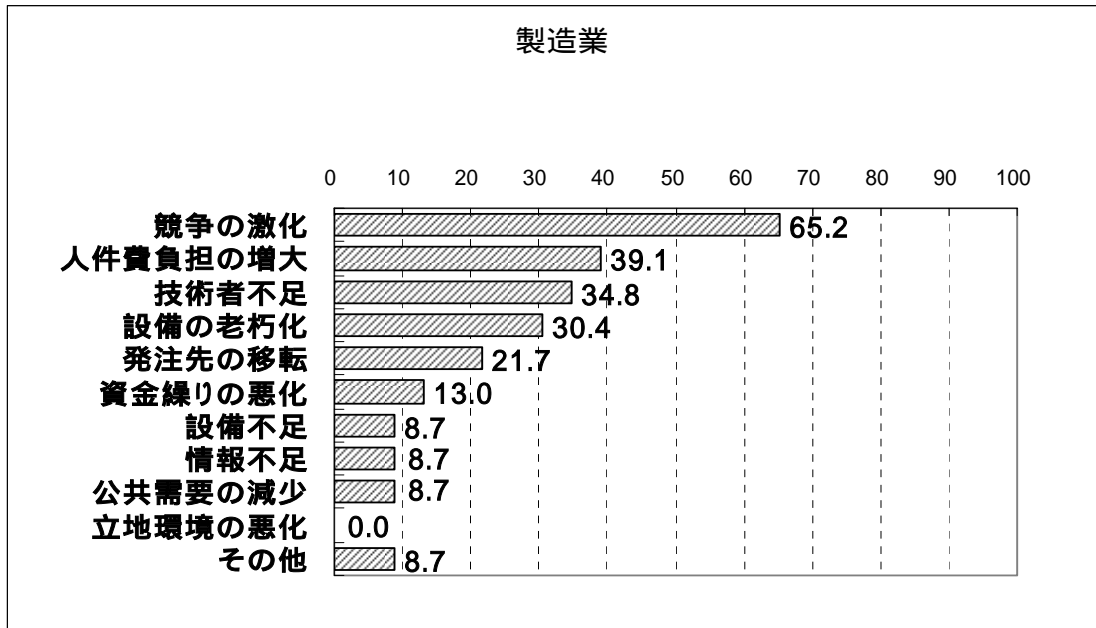
DI値がプラスから一挙にマイナスに落ち込んだ建設業では、経営課題にも若干の変化が現れました。課題の1位は競争の激化ですが、前回9割近くあった回答が今回は7割5分にまで下がりました。DI値は減少していますが、受注量が前回調査よりも増加している事業所が増えているようです。資金繰りの悪化、人件費負担の増大、技術者不足という三つの課題において、僅かではありますが回答が下がっています。建設業においては新規着工数が増えてはいますが、特定の事業所に仕事が集まっているのではないのでしょうか。

建設業を支える公共需要は更に減少しており、前回調査よりも1割多くの回答を集めました。新政权になり公共需要は一層減少傾向を強めているようです。しかし、まだはっきりした政治の方向が出ておりませんので、情報不足への回答は増えています。市内建設業者は需要が膨らんでいる地元リフォーム需要を確保することが課題ではないのでしょうか。

(3) 製造業

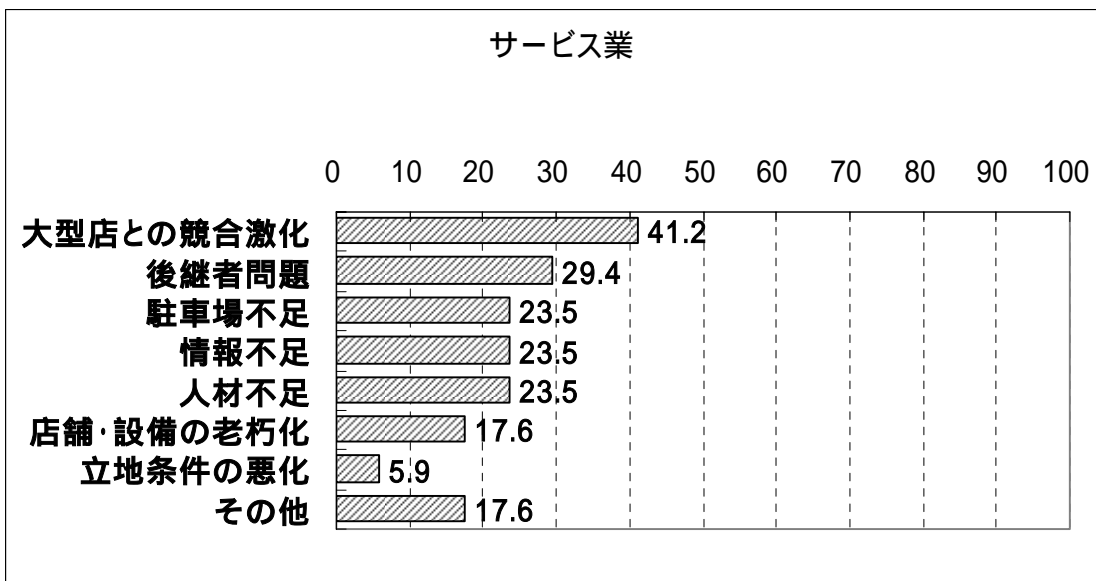
～利益が減少している製造業～

今回の調査で伸びが止まってしまった製造業には利幅の減少という新たな課題が発生しているようです。競争の激化は前回よりも1割程度減少していることから、十分ではないにしろ、受注はある程度確保できていることが分かります。設備の老朽化が前回よりも1割減少しているということは、需要が見込めるために設備を更新した事業所があったことを示していると思われます。技術者不足は3割5分で前回とほぼ同様の回答で改善は無かったようです。今回調査の大きな変化は、人件費負担の増大と資金繰りの悪化への回答が上がっていることです。受注があっても、アジアとの競合で利幅が減少していることを示しています。人件費負担の増大は第2位の経営課題にもなっています。更に深刻な課題は発注先の移転です。5分強ですが前回より回答が上がり2割を超えました。まだ、多くはありませんが円高が長引けば発注先が海外移転することも十分考えられるでしょう。今後の動向に注目したいと思います。



(4) サービス業

～ 駐車場不足を訴える事業所が増加～



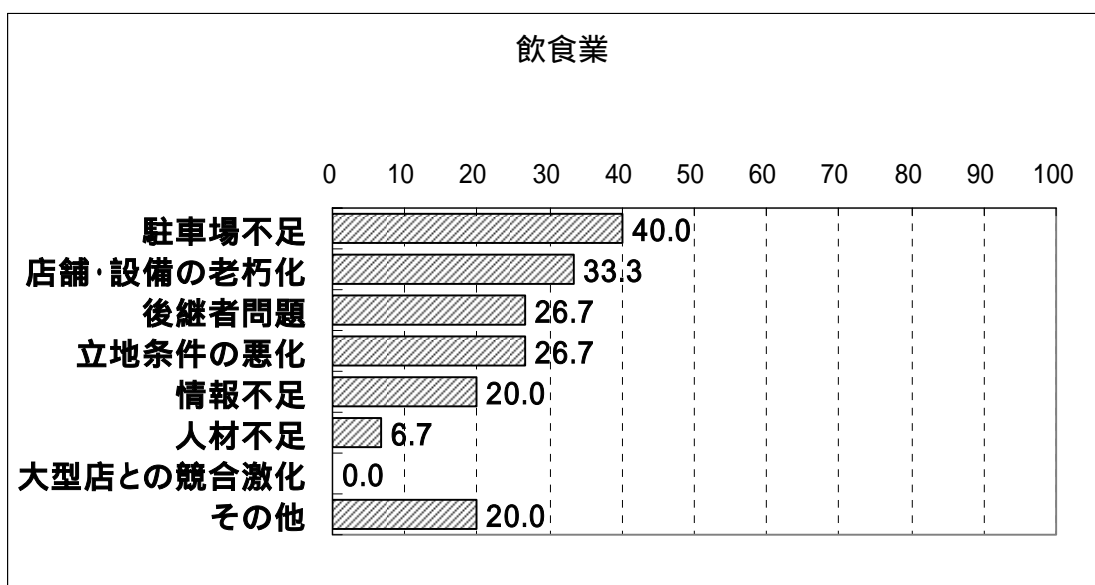
業況は前回調査とほぼ同様でしたが、経営課題には若干の変化が現れています。前回は大型店との競合激化と後継者問題そして人材不足が同率で1位でした。今回は大型店との競合激化は4割以上の回答を集め1位でしたが、他の2つは1割以上回答を落としました。後継者問題と人材不足を解決できた事業所が複数あったようです。

経営課題として重要性が増してきたのは駐車場不足と情報不足です。特に駐車場不足は前回ゼロ回答ですから急に浮上してきたこととなります。特定のサービス業と想われますが、お客を集めている

事業所が存在することが分かります。情報不足は若干の上昇ですが、経済や社会の変化を掴みにくい事業所が僅かですが増えていると考えられます。店舗・設備の老朽化の回答が下がっていますが、業況に大きな変化が無いことから、実際に改装等を実行した事業所があったと考えて良いようです。製造業の業況に影響を受けやすいサービス業ですから、これからの悪化が心配されます。

(5) 飲食業

～暑い夏でお客様が増加？～

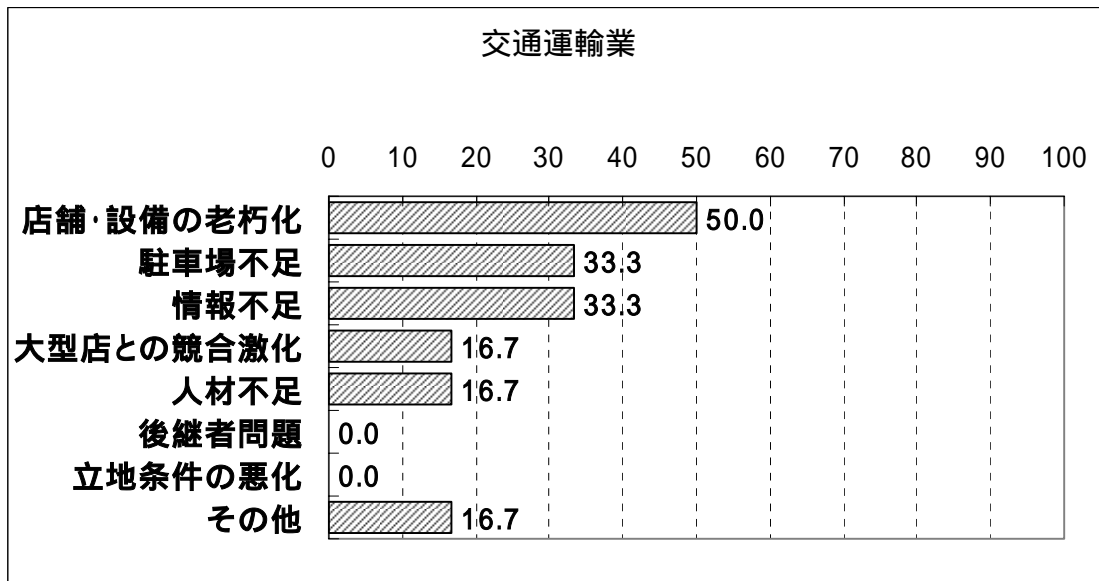


暑い夏が飲食店にどのような影響を与えたかは興味があるところです。経営課題が大きく変化していることから、影響は大きかったと思われます。前回の調査では店舗・設備の老朽化が7割近い回答を集め1位でしたが、今回は3割の回答に下がり2位に後退しています。代わって1位に上がったのは駐車場不足です。景気が良くない状態で店舗改装が行われたとは考えにくいですから、駐車場不足が重要課題となるほどお客様が飲食店を利用したと思われます。夏休みの時期でもあり、家族での利用をある程度確保したようです。これを裏付けているのが大型店との競合激化です。前回2割以上の回答を集めていましたが、今回はゼロ回答です。ビール需要も大きかったですから、中小の飲食店にもお客様が回ってきたことがわかります。しかし、先行きに不安を持つ事業者も増えています。情報不足を訴える事業者が前回よりも1割増えて2割に達しました。決して大きい数値ではありませんが日本が抱えている海外問題は原材料の仕入れ価格にも影響を与えますから、飲食店はその動向に注意が必要でしょう。

(6) 交通運輸業

～夏休み需要で運送量が増加～

運送業は取り扱っている荷にも関係しますが、季節変動が比較的大きい業種です。特に消費財の物流は季節や気温等に左右されます。今回の調査では前回1位であった大型店との競合激化が4割回答を下げ2割を切りました。茅ヶ崎の運送業者には夏の需要を確保している事業所が多いことがわかります。駐車場不足が3割の回答を集め経営課題の2位に入ったことから運送量が増えていたことが確認できるでしょう。その一方で情報不足が前回の約2倍である3割の回答を集め、同率2位になっ

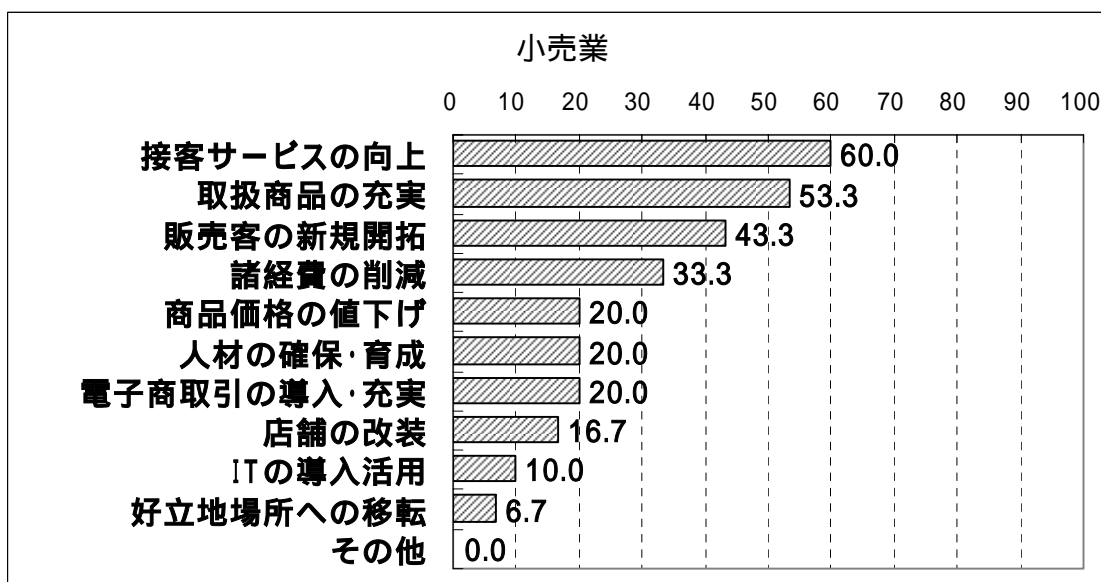


ていることから、今後への見通しは決して開けていない事業所が多いことが確認できます。このほか、前回は人材不足が約3割の回答を集めていましたが、今回は2割を切っています。運送量が一時的に増加したと考えられますから、不足している人材をバイトや下請けで賄ったのではないのでしょうか。販売単価の低下に伴って、物流費を削減する傾向が高まっています。運送量のある程度確保している事業所であっても、運賃の値下げを求められることが増えそうです。

8. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業

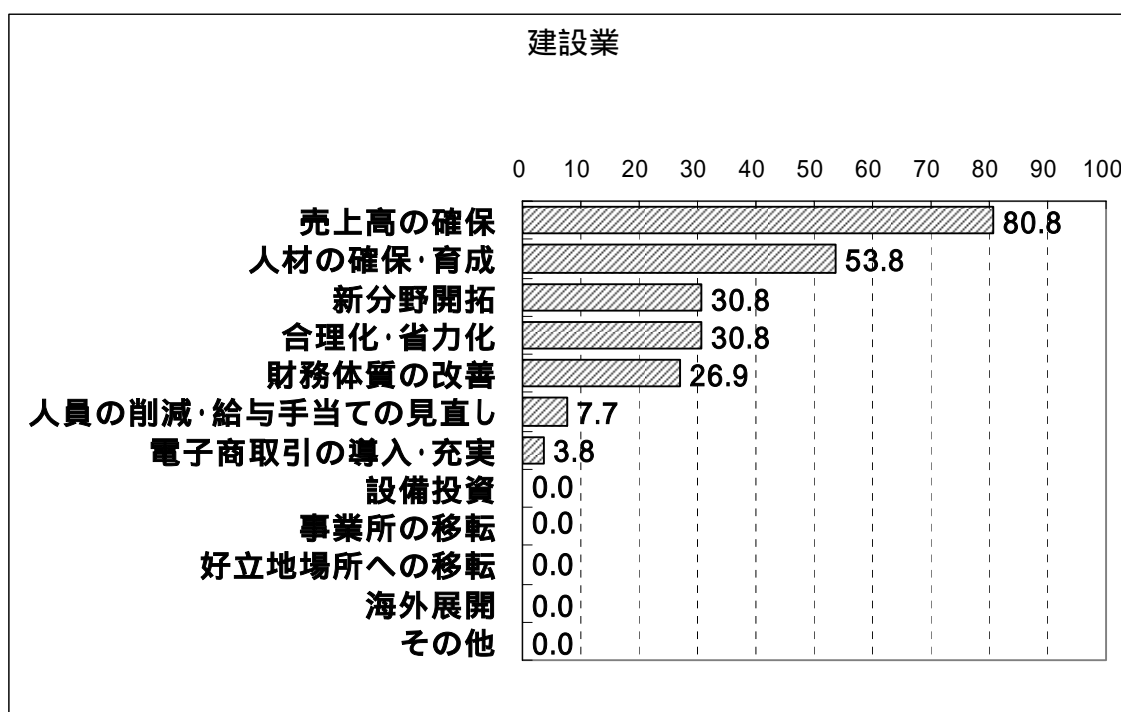
～更なる経費削減が必要な小売業～



小売業では再び業況が下降傾向に入ってしまったので、今後の対策にも若干の変化が出ています。1位は接客サービスの向上であり、回答率も前回とほぼ同様でした。今回は前回調査の2位と3位が入れ替わりました。この二つの対策は互いに補完するものであり、どちらが優先するとも判断しにくいと思われます。大きな変化は4位の対策に現れました。前回の調査では2割に達していなかった諸経費の削減が3割を超える回答を集めました。既に経費の削減は限界に達しているはずですが、更に削減を求められるほど業況が厳しい状態になっていることが分かります。商品価格の値下げと人材の確保・育成はともに前回よりも1割程度回答を落としていますので、市民の消費マインドが冷えていることを感じている事業者が増えていると判断できます。その反面、店舗の改装を今後の対策とする回答が前回よりも1割以上増えており、僅かですが前向きな事業者が存在することが確認できます。不況を商売に活かす商いがあることを示しているようです。

(2) 建設業

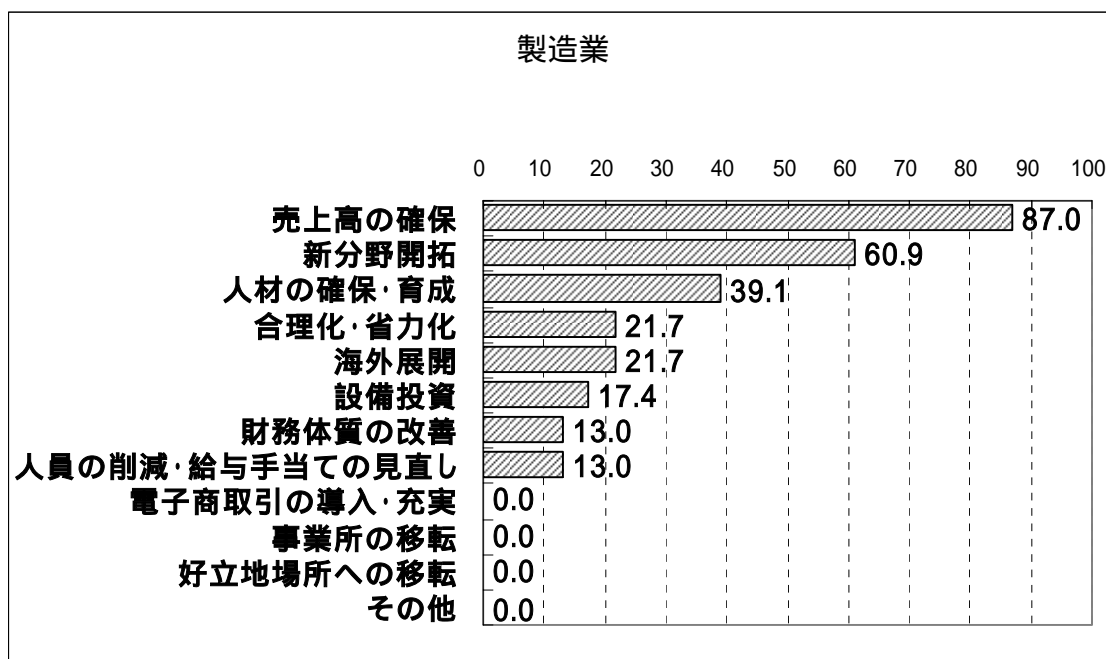
～ 建築コスト削減に向かう建設業～



前回調査でやっとプラスに転じたDI値が今回は再びマイナスに落ちてしまいました。このため、今後の対策にも変化が現れました。1位は前回と同じで、減少した仕事を再度確保する営業対策であり、1割回答を増やして8割を超えました。人材の確保・育成は前回同様5割以上の回答を集め2位の対策であることから、マイナスになっていても仕事が無くなっている状態ではないことが分かります。同率ですが対策の3位に上がってきたのが合理化・省力化です。前回は1割に満たない回答ですから、2割5分程度回答を増やしたことになります。財務体質の改善と新分野開拓の回答が下がっていることと合わせて考えると、仕事の見込みはある程度確保できていても、受注単価が下がっていると思われます。だからこそ、合理化と省力化によってコストを下げるのが重要になったのでしょう。

(3) 製造業

～海外展開にも興味を示す製造業～

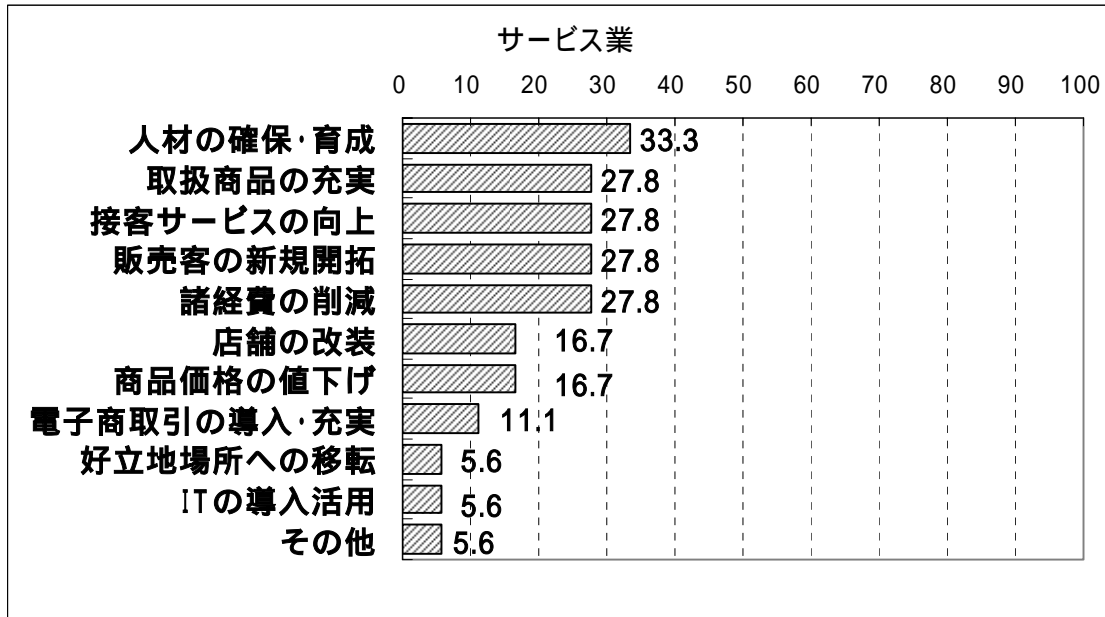


伸びが止まってしまった製造業では国内生産に対する危機感が生まれてきているようです。対策の1位は売上高の確保であり、前回よりも回答を1割増やし9割に迫ろうとしています。売上が急に減り始めたことへの対応でしょう。2位も前回同様に新分野開拓です。多くの製造業が新たな仕事の新分野を今なお求めていることが確認できます。しかし、回答率は前回よりも若干下がっています。また、合理化・省力化と設備投資がともに1割程度回答を落としています。これに対して回答を増やした対策が海外展開と人員の削減・給与手当ての見直しです。まだ比率は2割程度ですが、海外に生産拠点を求めようとしている事業者が増えつつあるということでしょう。売上が急に減少しましたので、人件費の削減に入らざるを得なくなった事業所も出てきたようです。財務体質の改善は前回よりも若干は上がりましたが、まだ1割程度であり、資金的には若干余裕ある事業所が多いことが分かります。

(4) サービス業

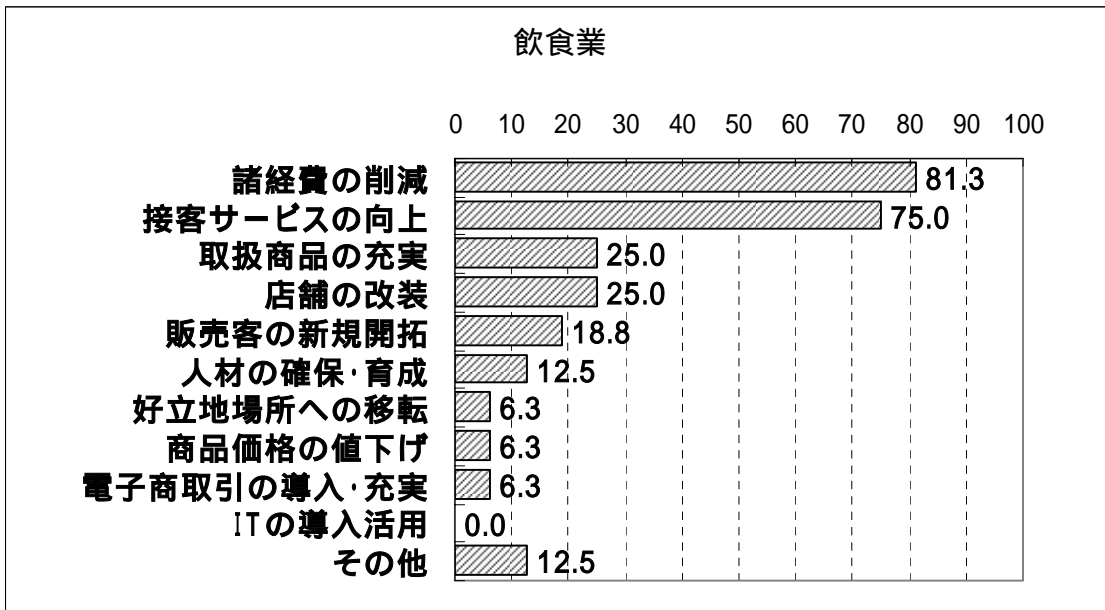
～決め手がないサービス業～

マイナスではありますが、前回調査とほぼ同じDI値を確保したサービス業ですが、今後の対策には変化が現れました。前回1位であった販売客の新規開拓が5割から3割弱に回答を下げました。諸経費の削減も1割弱低い回答となり3割を切りました。店舗の改装が1割程度上がっていることから、ほんの一部ですが業績が向上しているサービス業が存在すると思われます。今回1位に上昇した対策は人材の確保・育成ですが、回答率は前回よりも僅かに下がっています。対策の上位五つの回答率がほとんど変わらないことから、サービス業はこれといった有力な対策が見出せない状況にあると考えます。製造業の伸びが止まっていますから、サービス業も静観状態なのかもしれません。



(5) 飲食業

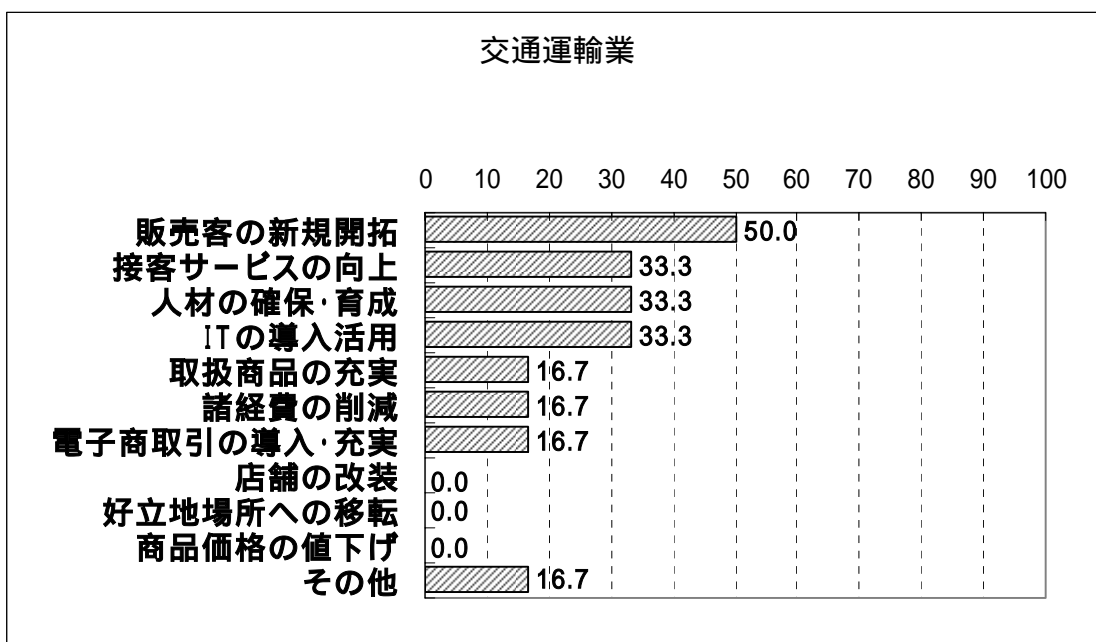
～急な落ち込みを経費削減でのりきる飲食業～



茅ヶ崎市の産業は全体的に業況を下げてしまいましたが、飲食業はその影響を大きく受けていることが、今後の対策に現れました。前回1位であった接客サービスの向上は僅かですが回答を伸ばし7割5分に達しましたが、諸経費の削減が大幅に回答を集め一挙に8割を超えました。売上が急速に減少しているためと思われます。販売客の新規開拓や人材の確保・育成は2割を切るまでに低下してしまいました。店舗の改装や取扱商品の充実を行おうとしている積極的な店舗が2割5分程度あり、格差が広がっているようです。前回はITの導入活用の回答がわずかにありましたが、今回の調査ではゼロ回答になっています。売上の急激な減少を乗り越えるためには経費の削減が最優先課題となっているのが飲食業です。

(6) 交通運輸業

～ 新たな仕事分野を求めている運送業～

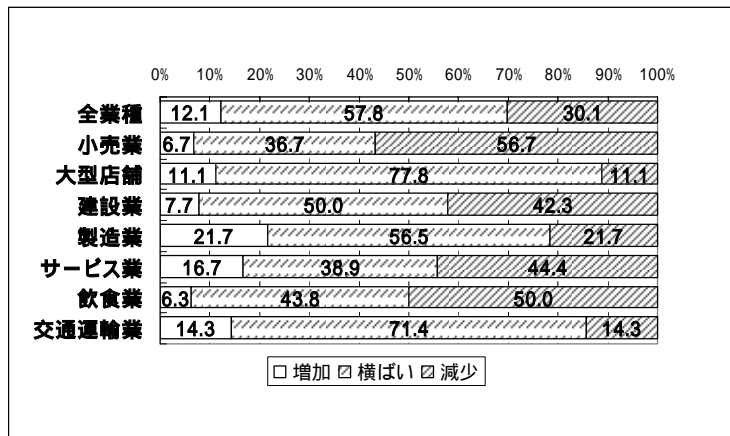


産業全体に業況が低下していることは荷動きの減少にも繋がっているようです。前回1位と2位の対策であった人材の確保・育成と接客サービスの向上が共に約3割に回答を下げました。前回よりも3割回答を増やして5割に達し、1位の対策となったのが販売客の新規開拓です。商品価格の値下げも今回はゼロ回答となっていることと合わせ、既存顧客の物量が減少していることは確実でしょう。新規顧客開拓のツールとして期待されてきたのが電子商取引ではないでしょうか。前回のゼロ回答から今回は2割弱の回答を得ています。前回3割近くの回答を集めていた店舗の改装は今回ゼロ回答に下がってしまいました。余裕のある事業所が無くなってしまったのかも知れません。諸経費の削減については前回とほぼ同様であることから、急激な売上減少には陥っていないと思われます。産業全体に好材料が無いため、新たな仕事の分野を探そうとしている姿勢が窺われます。

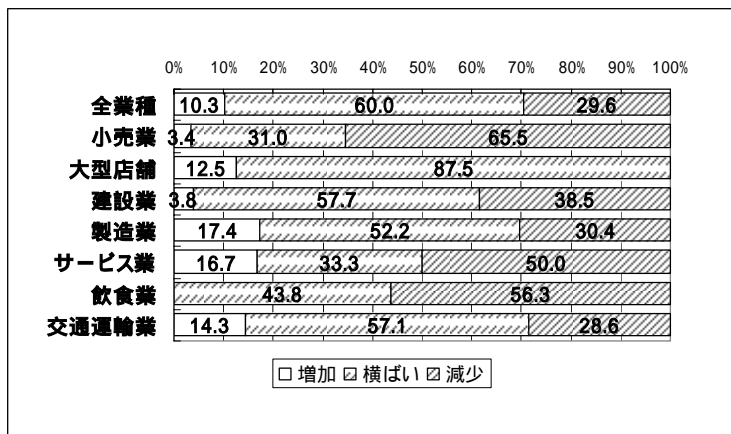
9. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

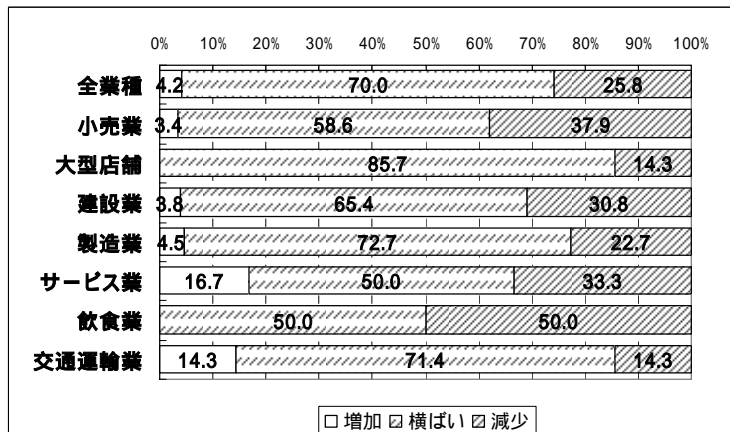
売上高



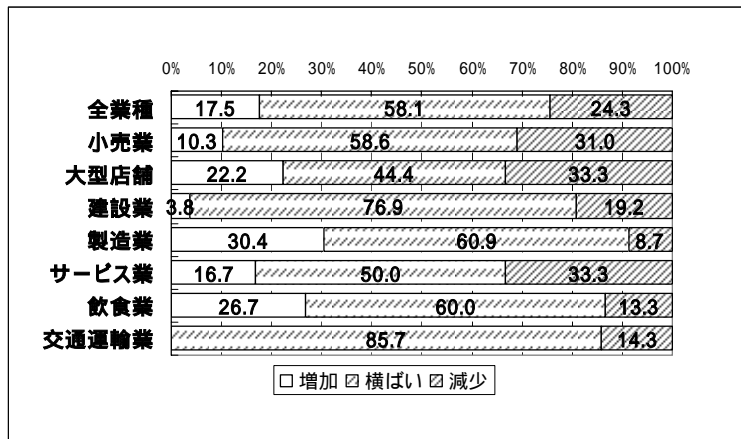
利益



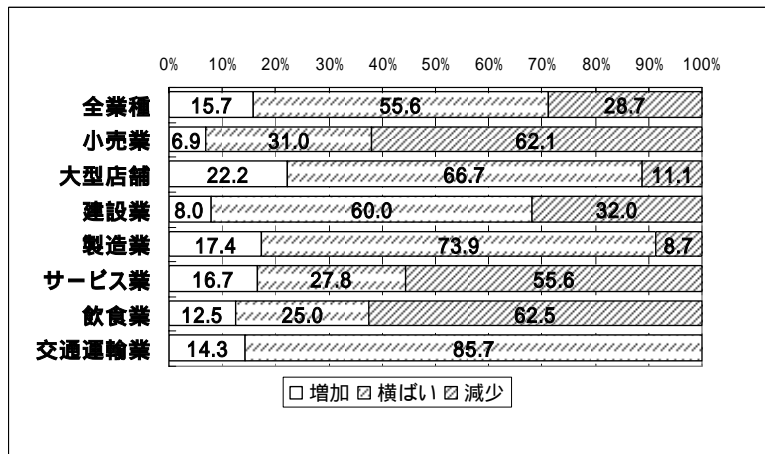
利益率



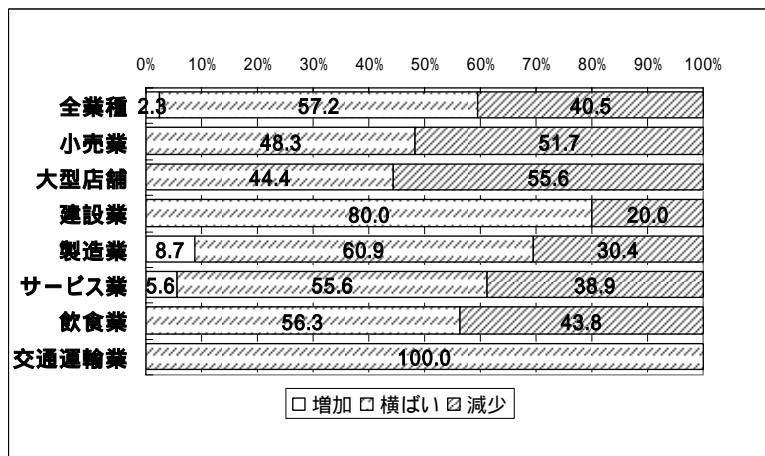
諸経費



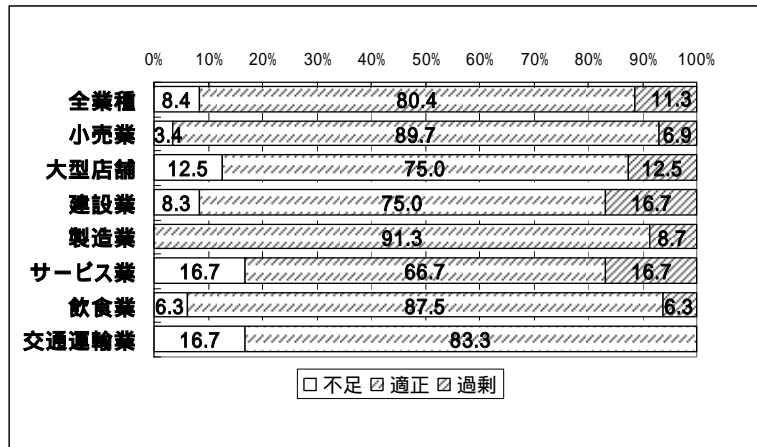
客数、引き合い



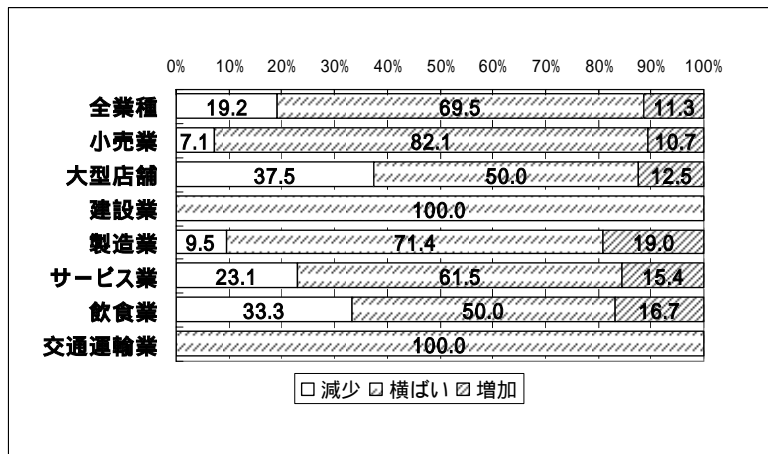
客単価、受注・製品単価



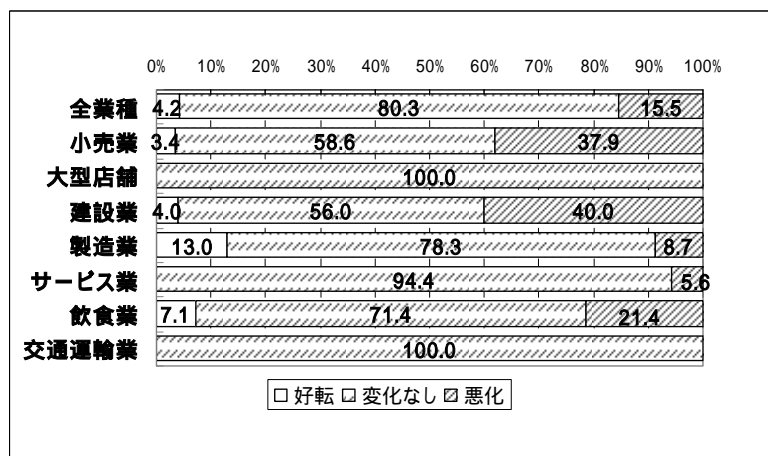
従業員数



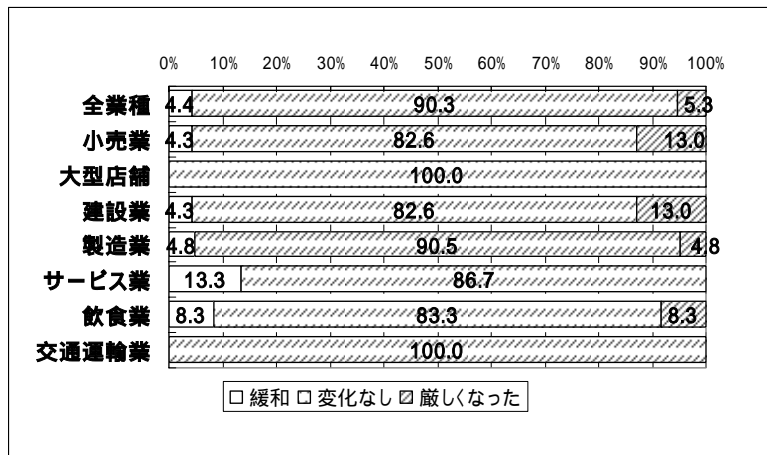
商品在庫、製品・材料在庫



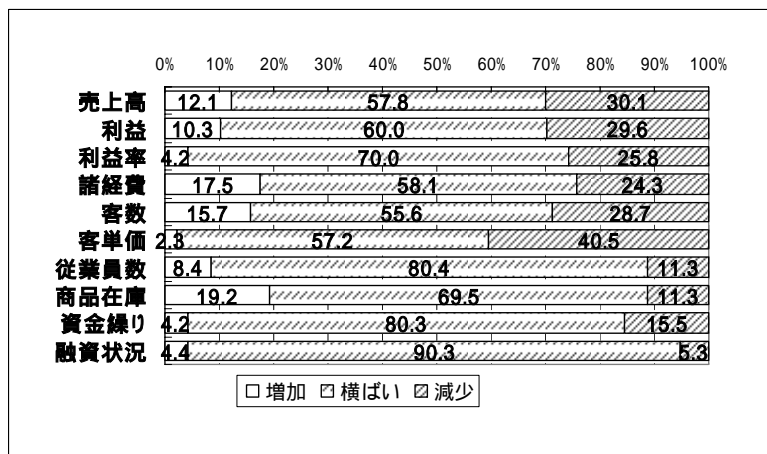
資金繰り



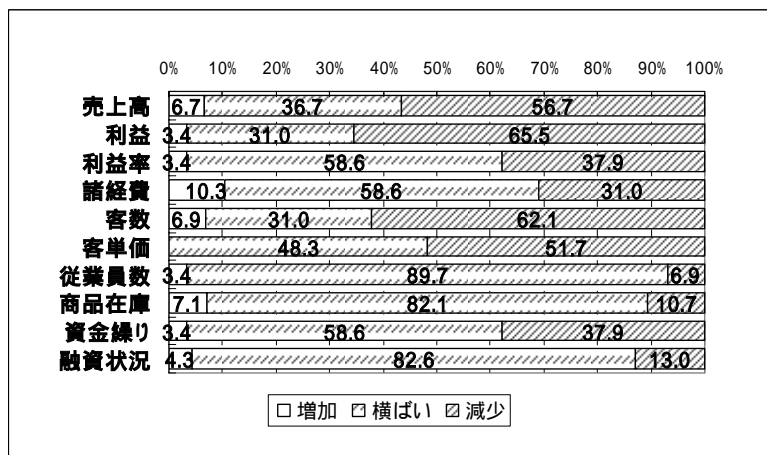
金融機関の融資状況



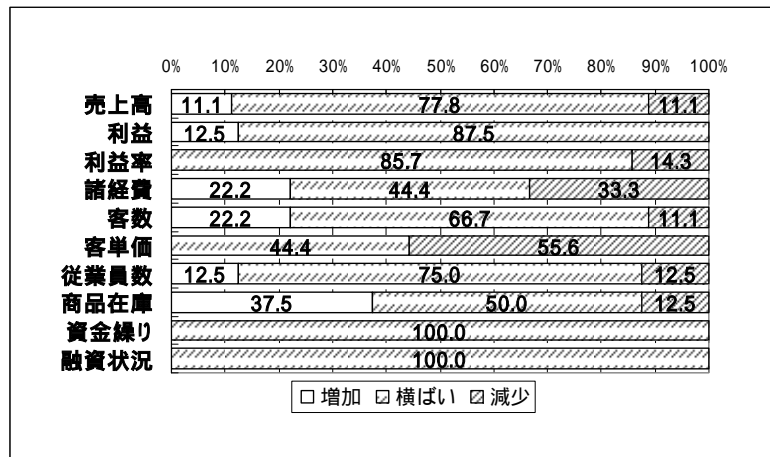
(2) 業種別経営実態 全業種



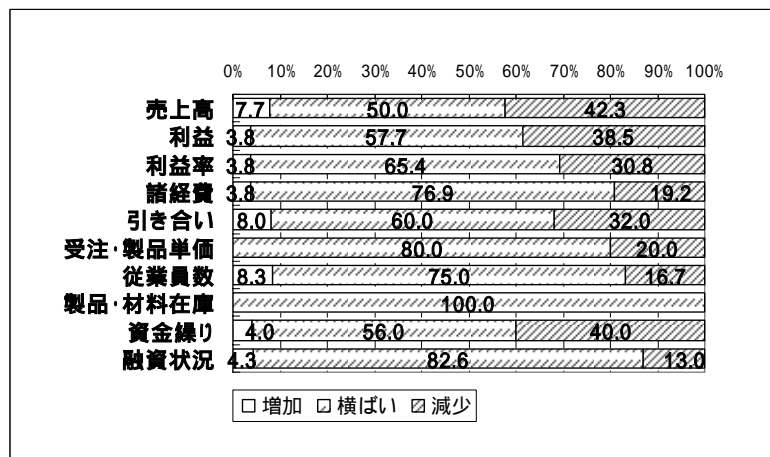
小売業



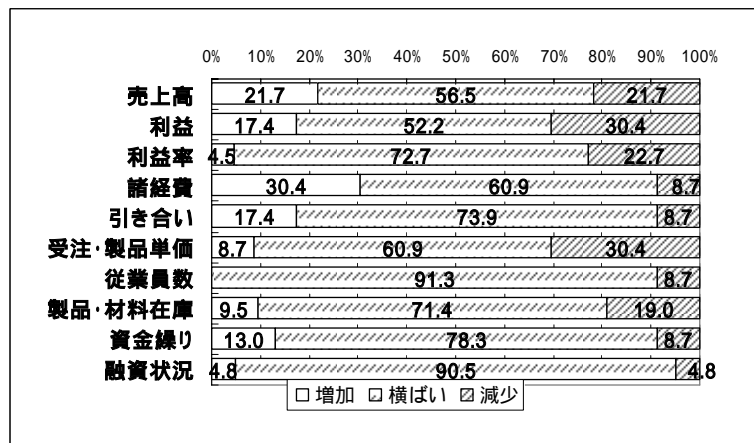
大型店舗



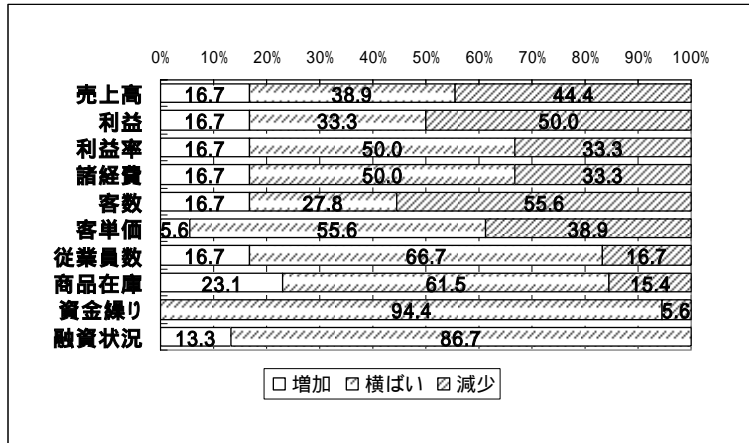
建設業



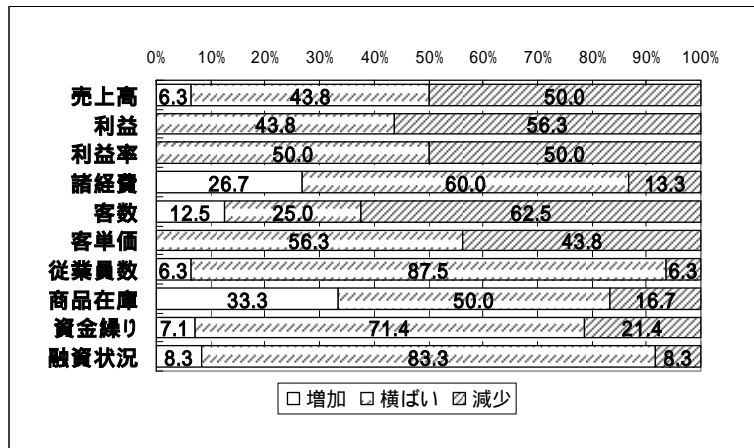
製造業



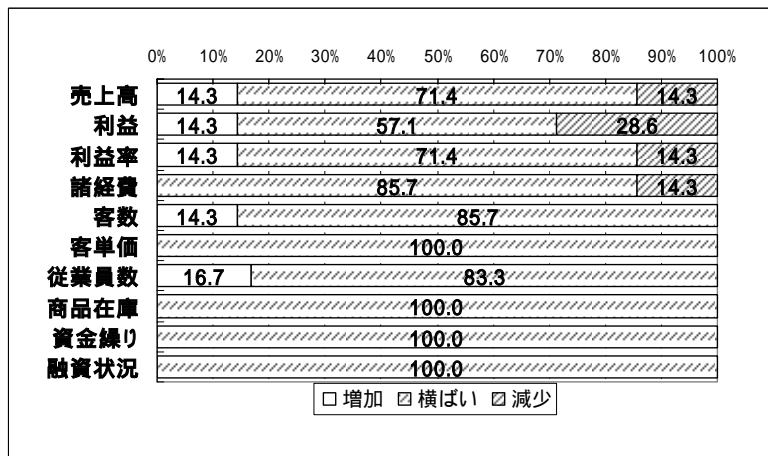
サービス業



飲食業



交通運輸業



10. 回答者からの景気動向又は、茅ヶ崎市産業の活性化に関する自由記述

業種別コメント内容
<p>*小売業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営診断士による個別訪問。低利賃金活用PRその他普及。 ・猛暑が続き、来店客数が外出を控えたため減少しました。涼しくなって元に戻るよう期待しています。 ・景気悪化の為、売り上げも悪化。
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業仕分けの影響が強く出ています。 ・どんなサロンショップの人気の高いか業種別に市民アンケートをとってみる（希望するクオリティーなどを） ・本市の気候・風土の歴史・文化を活かした産業の掘り起こし。 ・辻堂駅周辺の開発が本格化し、ますます茅ヶ崎の遅れを痛感します。茅ヶ崎の人は以前は買い物は平塚に行っていたのが今は藤沢。茅ヶ崎が平塚の二の舞にならぬよう、相模線の乗り入れもあるのだから南北の通行、自転車通行を考えて欲しい。
<p>*飲食業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光客を呼べる街にする。 ・政治の現状、世界の経済情勢をみても当分景気の回復は望めそうにありません。何しろ現在持っているお客様を大事にする事以外考えられません。痒い所へ手が届く程に。 ・景気動向は悪く感じています。隣接する辻堂北口の再開発が完成後、消費者が辻堂へ流出することを危惧しています。茅ヶ崎市も周辺はもとより全国から消費者、観光客を集客する施策を望みます。たとえば、計画中の事業を見直しも含め、不要な予算を省き、その施策に充てるなど必要だと思います。
<p>*工業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業の経営課題解決に対しての柔軟な対応。 ・残暑が続いて、逆に販売量が少しですが増加した食品製造業です。 ・補助金の打切り終了に対する返動減（減産）の予測。 ・茅ヶ崎市から発信したPV（太陽光発電）、EV（電気自動車）充電システム等について市民に理解できる広報をお願いします。
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若い人達の人財育成として教育こそ（実践的）室となりますのでお願いしたい。

11. 回収状況

業種	調査対象数	回答数	回収率
商業	128	32	25.0%
大型店舗	13	9	69.2%
建設業	72	26	36.1%
製造業	50	23	46.0%
サービス業	70	18	25.7%
飲食業	53	16	30.2%
交通運輸業	14	7	50.0%
その他		2	
合計	400	133	33.3%

実施主体

- (1) 主催 茅ヶ崎商工会議所
 (2) 協力 茅ヶ崎市
 問合わせ 茅ヶ崎商工会議所中小企業相談所 0467-58-1111・FAX 0467-86-6601