

茅ヶ崎市景気動向調査（6月）結果

- 1．調査期間 平成23年6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

～震災から4ヶ月、明るさを取り戻しつつある首都圏経済～

東日本大震災から4ヶ月が過ぎ、日本の経済は前向きな姿勢を取り戻そうとしています。しかし、福島原発による放射線問題は食品を中心に輸出にまで影響を及ぼしています。4月から6月の日本は震災復興と電力不足、そして自動車産業に話題が集まっていました。

震災の影響は北関東から東北太平洋沿岸部まで広がりました。主要メーカーの工場やパーツ工場、断熱材等の建材工場も被災しました。東北だけでなく日本全国の自動車関連産業と住宅関連産業は3月後半から4月前半まで、操業を縮小する事態になってしまいました。末端では売れる物が無い状態です。東北では道路を始めとする物流網が寸断されたため、輸送ができない状態がしばらく続きました。

5月の連休前には東北新幹線が青森県まで開通し、観光客の増加を期待しました。しかし、放射線量が高いことが災いして、東北の観光需要は盛り上がりませんでした。観光に関しては中部や西日本に流れたようです。

福島原発は首都圏に電力不足という大きな課題を投げかけました。計画停電が行われた地域では連続生産を行う製造業が一時的に生産中止にまで発展しました。身近なところでは、納豆やヨーグルト等が品薄になりました。東日本での電力不足を西日本で補うことを多くの企業が計画しました。しかし、原子力発電所の安全性確保が不十分であるため、メンテナンスで停止している原発を稼働させることができない事態に発展しています。

6月に入り心理的にも復興需要が芽生えてきました。飲食店にも客が戻りはじめ、クールビズに代表される省電力・涼感商品への需要が大きく膨らんでいます。被災地を応援する為の売出しも多く開催されています。小笠原諸島と平泉が世界遺産に登録されたことも明るい材料となりました。地デジ化によるテレビの買換需要もあり、6月の時点では個人消費は上向いてきました。製造業においても生産体制が整いはじめました。震災前の状態には戻ってはいませんが、政府は平成23年6月20日付けの月例経済報告で次のように状況を説明しています。

- ・景気は、東日本大震災の影響により依然として厳しい状況にあるなかで、このところ上向きの動きがみられる。
- ・生産は、東日本大震災の影響により減少していたが、上向きの動きがみられる。輸出は、減少していたが、上向きの動きがみられる。
- ・企業収益は、増勢が鈍化している。設備投資は、東日本大震災の影響により、このところ弱い動きがみられる。
- ・企業の業況判断は、慎重さがみられる。
- ・雇用情勢は、東日本大震災の影響により、このところ持ち直しの動きに足踏みがみられ、依然として厳しい。
- ・個人消費は、引き続き弱さがみられるものの、下げ止まりつつある。
- ・物価の動向を総合してみると、緩やかなデフレ状況にある。

5. 茅ヶ崎市経済の業況

(1) 業況（総合的な判断）

～震災の影響からいち早く抜け出そうとしている茅ヶ崎市～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年6月比	23年3月比	先行き見通し	前年6月比	先行き見通し
全 産 業	28.3	2.6	22.1	51.4	38.4
商 業	54.7	26.1	56.4	55.4	42.7
大 型 店 舗	10.0	30.0	0.0	-	-
建 設 業	57.7	16.0	48.0	52.7	45.8
製 造 業	7.4	39.3	23.1	40.3	27.7
サ ー ビ ス 業	18.8	15.0	5.5	59.9	41.4
そ の 他	29.2	11.5	8.7	-	-

茅ヶ崎市の前年同月比を全国平均と比べてみて下さい。全産業で全国平均ではマイナス51.4ですが、茅ヶ崎市はマイナス28.3に留まっています。しかも、製造業とサービス業はプラスの値を示しています。また、前回調査の3月との比較では、全産業で僅かですがプラスに転じていることが分かります。茅ヶ崎市は東日本大震災の影響を全国に先駆けて抜け出そうとしていると考えて良さそうです。特に業況が回復しているのは製造業です。前年同月比でプラス7.4、3月比ではプラス39.3にまでDI値が上がっています。震災の影響による落ちこみ以上に6月は業況が伸びているようです。前年同月比だけであればサービス業の回復が最も高くなっています。全国平均ではマイナス59.9ですから、茅ヶ崎市のサービス業はかなり恵まれた状態であることが分かります。

商業分野では大型店の業況回復が注目されます。震災直後の3月との比較ではプラス30.0までDI値が上がりました。前年同月比ではマイナス10.0であり、プラスまでもう一歩でした。中小小売業が中心である商業では3月比も前年同月比もマイナスの値は大きく、買い物需要の回復は大型店に留まり、一般小売店にまで到達していない事が確認できるでしょう。

東北では仮設住宅の需要がある程度高まっていますが、茅ヶ崎市の建設業者はその恩恵を余り受けていないようです。3月比ではマイナス16.0ですが前年同月比ではマイナス57.7であり、全国平均よりも悪い数値です。6月の時点では建築資材や職人が東北

に集まっており、首都圏では工事が予定通りにはできない状態になっていたのではないのでしょうか。茅ヶ崎市の経済は建設業を除き、全国に先駆けて復興需要を確保していると思われる。

(2) 業況 (前年同月比の推移)

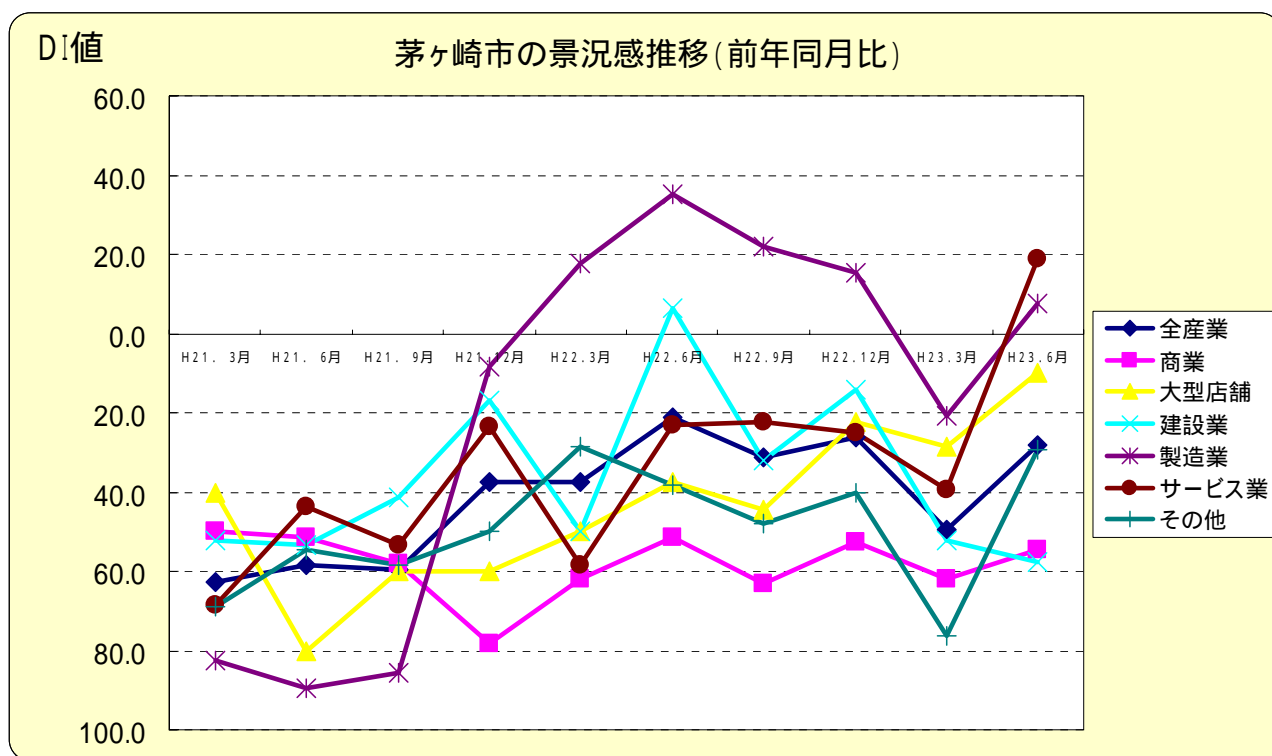
～復興需要で業況が大幅改善～

<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	H21.3月	H21.6月	H21.9月	H21.12月	H22.3月	H22.6月	H22.9月	H22.12月	H23.3月	H23.6月
全産業	62.2	58.5	59.6	37.6	37.3	21.1	31.2	26.1	49.7	28.3
商業	50.0	51.5	58.0	78.3	61.9	51.6	63.0	52.5	61.9	54.7
大型店舗	40.0	80.0	60.0	60.0	50.0	37.5	44.5	22.2	28.5	10.0
建設業	52.3	53.4	41.2	16.7	50.0	6.3	32.0	14.2	52.2	57.7
製造業	82.6	89.5	85.7	8.3	17.7	35.0	21.8	15.4	20.9	7.4
サービス業	68.7	43.5	53.4	23.5	58.3	23.0	22.2	25.0	39.3	18.8
その他	68.8	54.5	58.4	50.0	28.6	38.4	47.9	40.0	76.2	29.2

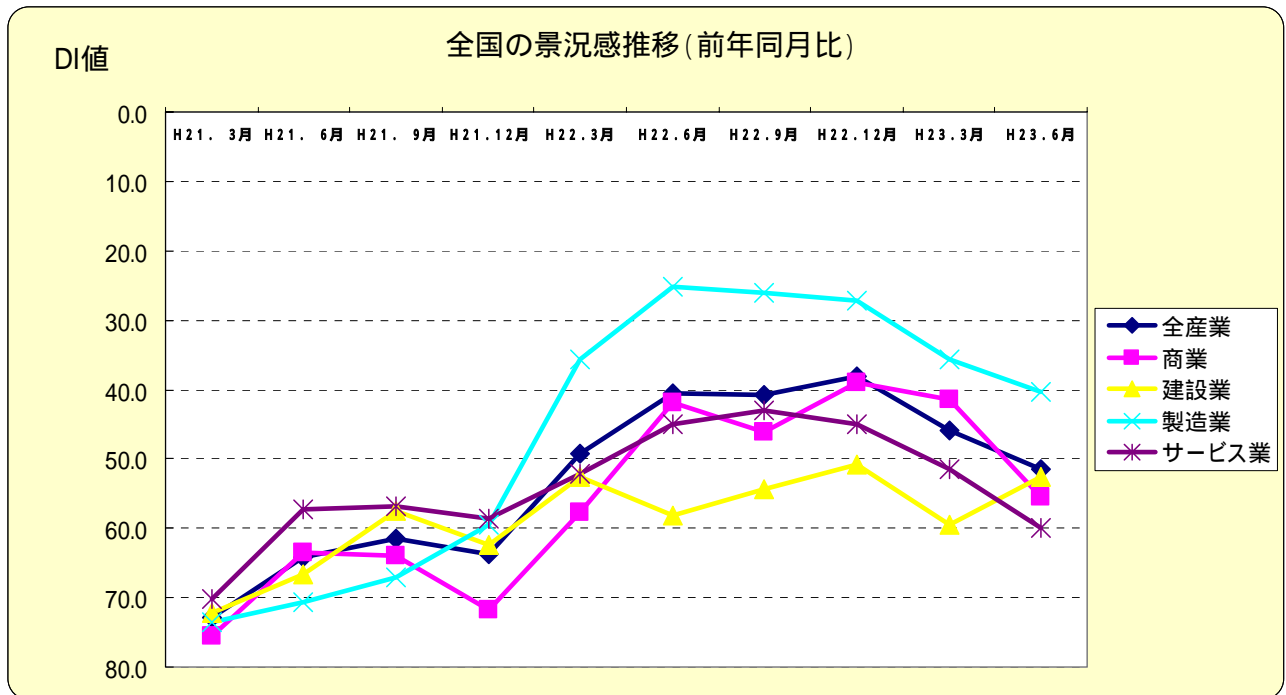
* 「 」はマイナスを表す。

* 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



< 全 国 >

	H21.3月	H21.6月	H21.9月	H21.12月	H22.3月	H22.6月	H22.9月	H22.12月	H23.3月	H23.6月
全産業	72.8	64.2	61.4	63.8	49.3	40.5	40.8	38.1	45.9	51.4
商 業	75.5	63.4	64.0	71.7	57.7	41.8	46.1	39.1	41.5	55.4
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	72.1	66.7	57.5	62.4	52.6	58.1	54.4	50.7	59.5	52.7
製造業	73.5	70.6	67.0	59.4	35.6	25.1	26.0	27.1	35.7	40.3
サービス業	70.2	57.3	56.9	58.6	52.1	45.1	42.9	45.0	51.5	59.9
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



前年同月比の推移を眺めて明らかなことは、茅ヶ崎市のサービス業が震災を契機に大きく業況を伸ばしていることです。震災前の12月はマイナス20にも届かない数値でしたから、多くの事業所で震災前には無かった需要まで確保できたこととなります。我慢していた物が一挙に吹き出した状況です。同様の傾向を大型店も示しています。DI値はまだマイナスですが震災前の数値よりはマイナス幅が小さくなっています。小売の現場でも新たな需要が生まれていることが確認できます。サービス業ではいろいろな業種が含まれるのでその理由を特定できませんが、大型店では新たな需要をある程度推定することができます。それは防災用品(保存食含む)・クールビズ関連商品・省エネ関連商品です。乾電池やラジオそして扇風機が売り切れ状態だったことがそれを示しています。

サービス業同様に製造業のDI値はプラスに転じました。全国平均ではまだ下降傾向ですから、茅ヶ崎市内製造業の回復力が高いことを確認しました。サービス業と違うのは、震災前の業況には戻っていないことです。震災で新たな需要が生まれることはなく、4ヶ月を経てやっと受注が戻って来た状態と考えて良いでしょう。電力不足が無ければ業況の

回復はもっと大きかったかもしれません。

最期に建設業ですが、3月よりも6月は更にDI値が下がっています。震災によって更に仕事が減ったということでしょう。震災によって関東周辺の多くの建物が被害を受けています。6月頃には補修需要等も増えているはずですが、被災地に資材も職人も行ってしまい首都圏の工事が遅れているとも考えられます。また、千葉県や茨城県では液状化現象が発生しており、工事そのものがストップ状態となっていることも推測できます。損壊した建物は必ず補修が必要ですから、近い将来にDI値が改善されることが期待されます。

6. 茅ヶ崎市経済の先行き

～震災特需は無くなるが復興需要は期待～

7月からは大手事業所を中心に使用電力の15%削減が始まりました。テレビの買換需要は7月24日を境に大きく低下しました。しかし、ボーナスや夏休み需要を期待できる季節でもあります。先行きを最も期待しているのは製造業であり、プラス23.1を示しています。車関連や省エネ関連製品の受注をある程度確保できている工場が多いのかもしれませんが、北関東や東北で行われていた加工や組み立てが茅ヶ崎市内の工場に持ち込まれており、7月以降も受注が続く状況と思われます。

大型店も先行きを僅かですが期待しておりDI値はゼロです。前年同月比がマイナス10.0ですから、先行きがゼロであっても回復基調であることは確かです。防災用品と涼を求める商品需要を期待している結果ではないでしょうか。

6月の調査で大幅に業況を向上させたサービス業ですが、先行きには不安を持っておりDI値はマイナス5.5になりました。内容は分かりませんが、3月から6月の受注は震災特需に関連していると判断して良さそうです。

消費需要は統計上回復しつつありますが、茅ヶ崎の商業者にはその実感が全く無いようです。先行き見通しはマイナス56.4まで膨らんでいます。全国平均よりも遙かに大きなマイナスです。需要が回復しつつあると言っても、消費者の財布の紐は決して緩んではいません。一部物価が上がっていますから、安価な商品を求めて大型店にお客様が集まることになるでしょう。また、夏は涼しさを求めて、例年以上に大型店にお客様が出向くことを覚悟しているとも考えることができます。

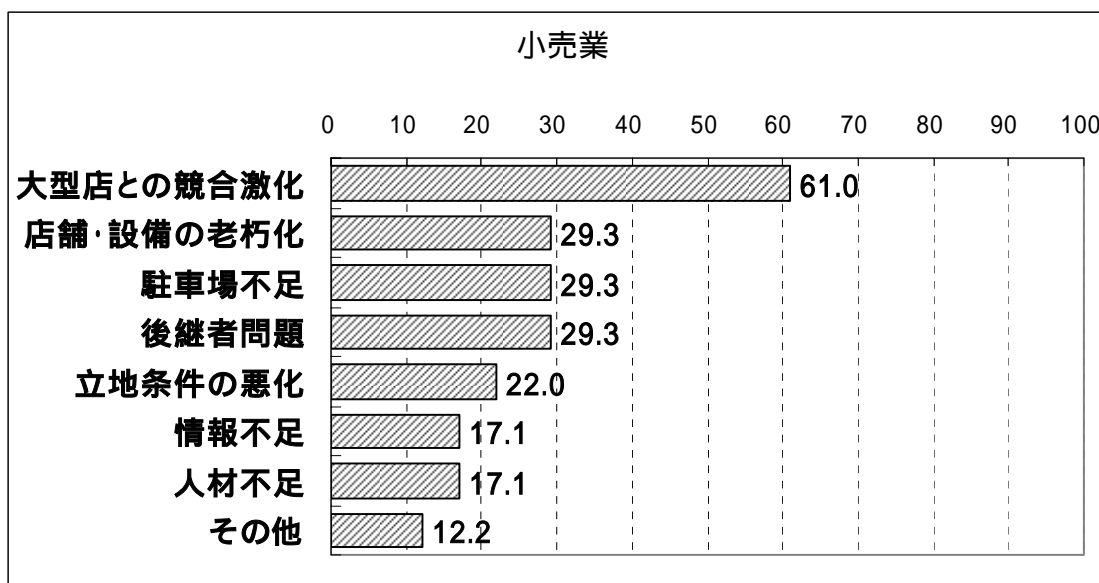
日本経済復興の兆しが見えているにもかかわらず、電力が不足しており弾みを付けることができません。このような状況で政府は先行きを次のようにまとめています。

先行きについては、サプライチェーンの立て直しが進み、生産活動が回復していくのに伴い、海外経済の緩やかな回復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。ただし、電力供給の制約や原子力災害及び原油高の影響に加え、海外経済の回復がさらに緩やかになること等により、景気が下振れす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

～ 大型店との競合が復活～



電力不足と震災から新たな需要が生まれていますが、一般小売店ではこれらの需要を十分に取り込むことはできていないようです。3月の調査では消費全体が落ち込んでしまったため、競合そのものの重要性が薄れていました。しかし、市民の購買意欲が膨らんで来た6月では、その多くが大型店に集まってしまったようです。店舗・設備の老朽化や駐車場不足も課題として残ってはいますが、大型店との競合の陰に隠れてしまいました。

今回の調査では新たな課題も浮上しています。後継者問題と立地条件の悪化です。ともに3割には達していませんが、前回調査よりも回答が増えています。3月の落ちこみを経験して弱気になっている小売店経営者が増えているのかもしれませんが、気になるのは立地条件の悪化です。前回よりも1割以上回答が増えています。市内では大きな変化はありませんから、11月オープン予定の湘南C-Xに対する不安を小売店が感じるようになって来たのかもしれませんが。

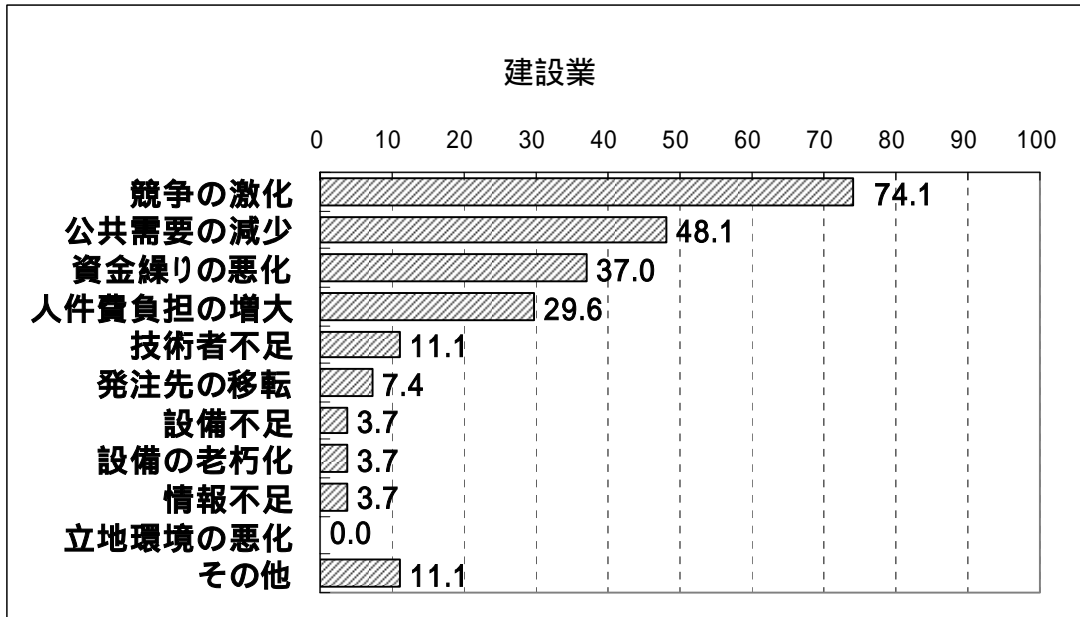
(2) 建設業

～ 経営状況は更に悪化～

東日本大震災は建設分野では日本全国に大きな影響を及ぼしています。建材と職人不足です。競合が激しい状況は前回調査とほぼ同様ですが、着工している工事に遅れが出ている現場もあると思われます。震災復興に公共の資金が回っていますから、首都圏での公共需要は少なくなっているでしょう。その結果、人件費負担が増え、資金繰りも悪化している企業が増える結果となりました。この状態が長引けば、企業としての存続問題にまで発展する心配があります。発注先の移転が僅かですが増えていることも気になります。今後復興需要が見込まれる東北に期待がかかっていることは確かですが、茅ヶ崎市の建設業としては今後の動向を見据えたいところです。

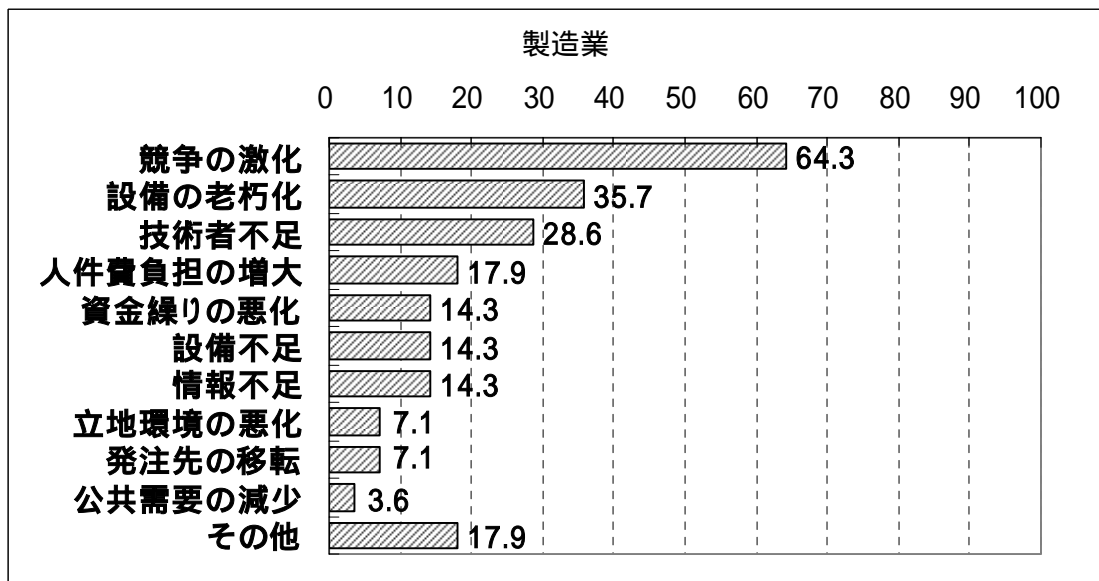
このような状況ではありますが、技術者不足と設備不足がほんの僅かですが回答を増やしています。栃木県・千葉県・茨城県では被災した建物が多く存在します。これらの補修

も始まっています。首都圏の建設需要が少しでも動き出すことを期待したいと思います。



(3) 製造業

～ 仕事が入り経営は一息～



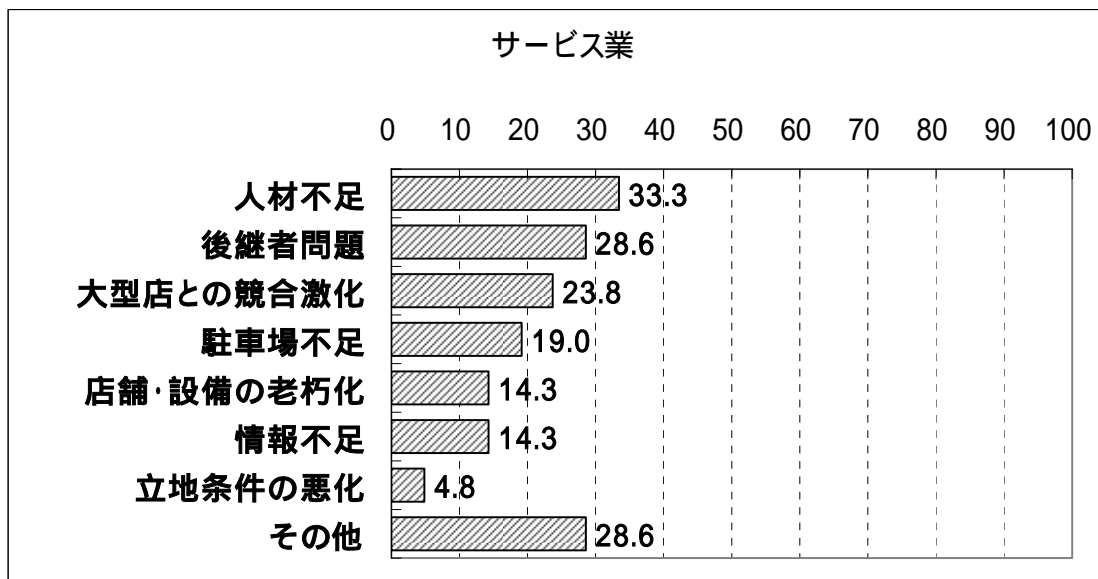
茅ヶ崎市内の製造業にも仕事は戻って来たようです。しかし、決して十分な量では無いらしく、競争は再び激しくなっています。前回調査とは経営課題にも変化が現れています。前回2位であった技術者不足が回答を1割程度下げ3位となり、代わって設備の老朽化が2位に上がりました。高度な技術を要する仕事よりも生産性を求められる仕事を中心になっているのかもしれませんが。競争は激しくとも、仕事量はある程度確保できているらしく、人件費負担も軽くなり、資金繰りも良くなっている企業が増えています。

しかし、この需要が今後どのようになるかについて不安を持つ企業も僅かですが増えています。情報不足が前回よりも1割多い回答を集めています。東北の復興見通し、電力問

題、生産拠点の海外シフト等、製造業は大きな課題を抱えています。将来を見据えた舵取りが必要になりそうです。

(4) サービス業

～受注が急増し人手不足～



茅ヶ崎市のサービス業は、今回の調査で急速に業況が回復していることが確認できました。経営課題でも裏付けとなるデータが示されています。今回の調査で1位となったのは人材不足でした。サービス業の特性として、仕事が入れば人を動かさなければなりません。人材の質によって業績が左右されることとなります。急激な需要増加に人材調達が追いつかない企業が増えているようです。大型店との競合が僅かですが下がっていることも、茅ヶ崎市内の仕事量が増えていることを示しています。

経営課題では2番目ですが、前回よりも大きく回答を増やしたのが後継者問題です。茅ヶ崎市内サービス業者の経営者は年齢が上がってきているのではないのでしょうか。仕事が入ってきたことはうれしいですが、後継者が決まっていなことに不安を抱きはじめたのかもしれない。駐車場不足や店舗施設老朽化の課題は残っていますが、優先順位は下がっています。今後もこの需要が続くことを期待したいと思います。

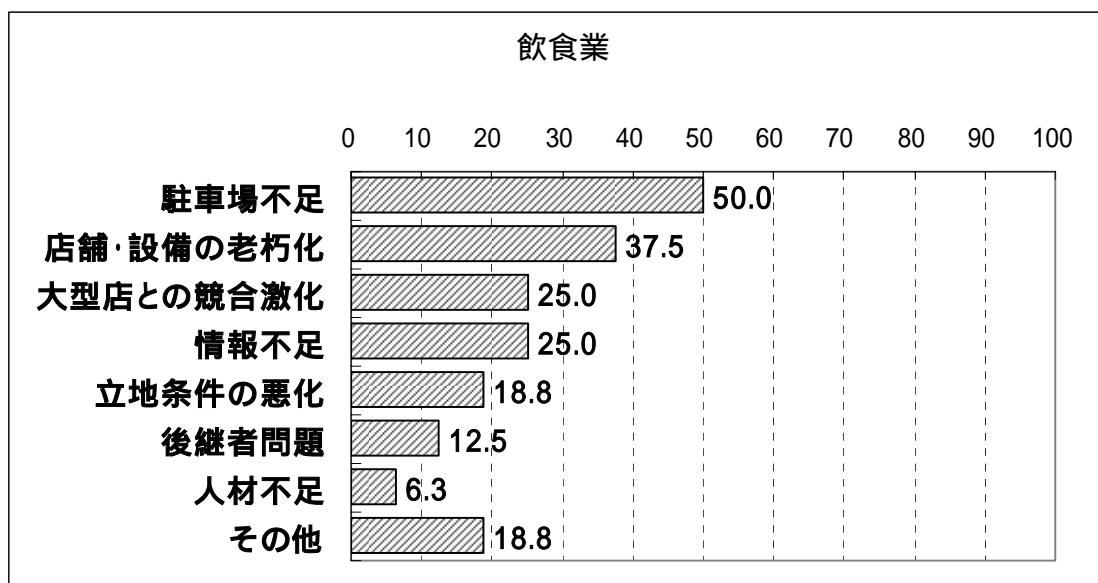
(5) 飲食業

～お客様が戻ってきた飲食店～

震災直後は節約ムードが高まり、飲食店からお客様が激減してしまいました。今回の調査では経営課題の1位に駐車場不足が浮上したことが示すように、来店客が増えているのです。大型店との競合が減少するくらい、外食需要が増加していることとなります。我慢の反動かもしれません。前回1位であった店舗・施設の老朽化は下がっても4割近い回答を集めています。古い店舗でもお客様が戻ってきたようです。

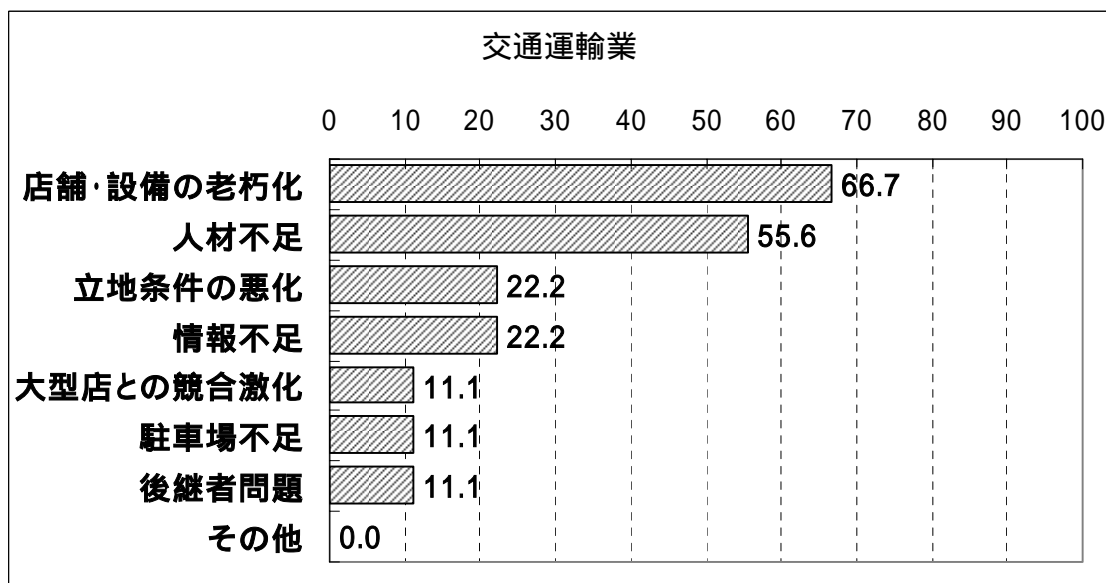
この状況を飲食店は手放しで喜ぶことはできないようです。情報不足が前回よりも1割以上回答を伸ばしています。今後どうなるか分からないという将来に不安を抱える飲食店が増えていることを示しています。この不安が後継者問題にも繋がっているのかもしれない

せん。お客様が戻ってきたことは嬉しいですが、店舗改装等に積極的に取り組むまでの覚悟はできない状況ではないでしょうか。



(6) 交通運輸業

～仕事が増えて人手不足～

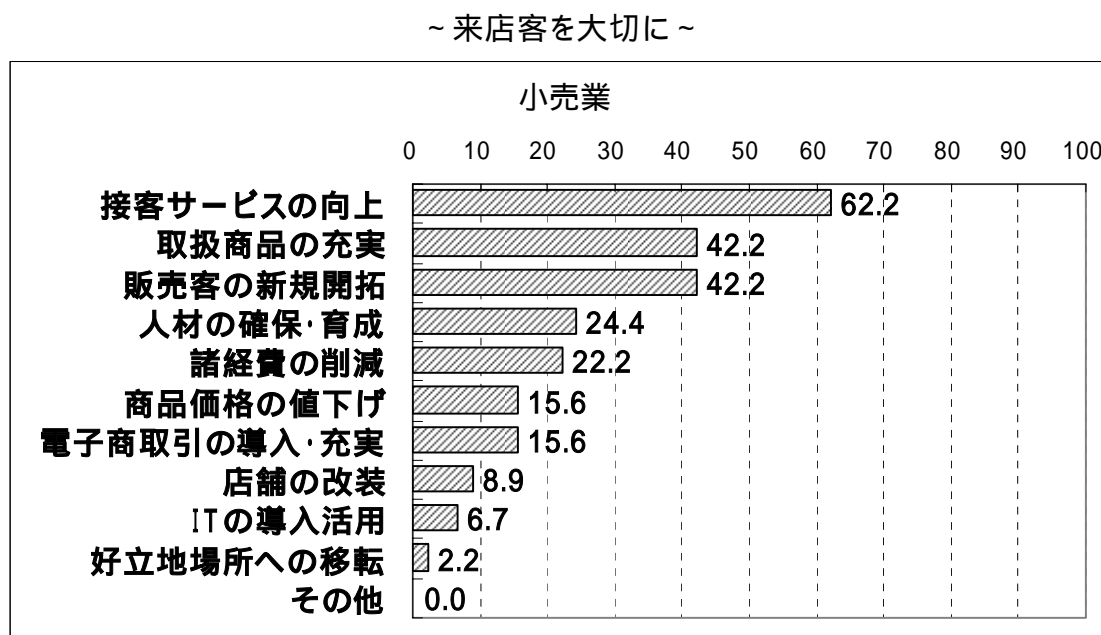


震災直後は燃料不足が心配された運輸業でしたが、首都圏ではなんとか乗り切ることができました。道路整備されると東北への出荷が増加し、運送需要はある程度高まっていると思われます。それを裏付けるのが人材不足でしょう。経営課題の1位は前回同様に店舗・設備の老朽化ですが、1割以上多くの回答を集めています。それ以上に変化したのが人材不足です。前回よりも3割以上多くの回答を集め、2位に浮上しました。運送需要が高まれば車輜とドライバーが必要となります。車輜整備も当然増えてきます。ここにも整備士という人材が必要となります。交通運輸の業界にも復興需要がわき上がっているのでしょう。

しかし、将来に対する不安は残っています。情報不足は今回も2割を超える回答を集めていますし、立地条件の悪化が前回のゼロ回答から一気に2割まで増えました。大型店との競合や後継者問題を抱える企業もでています。復興需要で交通運輸関連の需要は一時的に増えていますが、長期に続く保証はありません。社会の動きを注視する必要があるようです。

8. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業

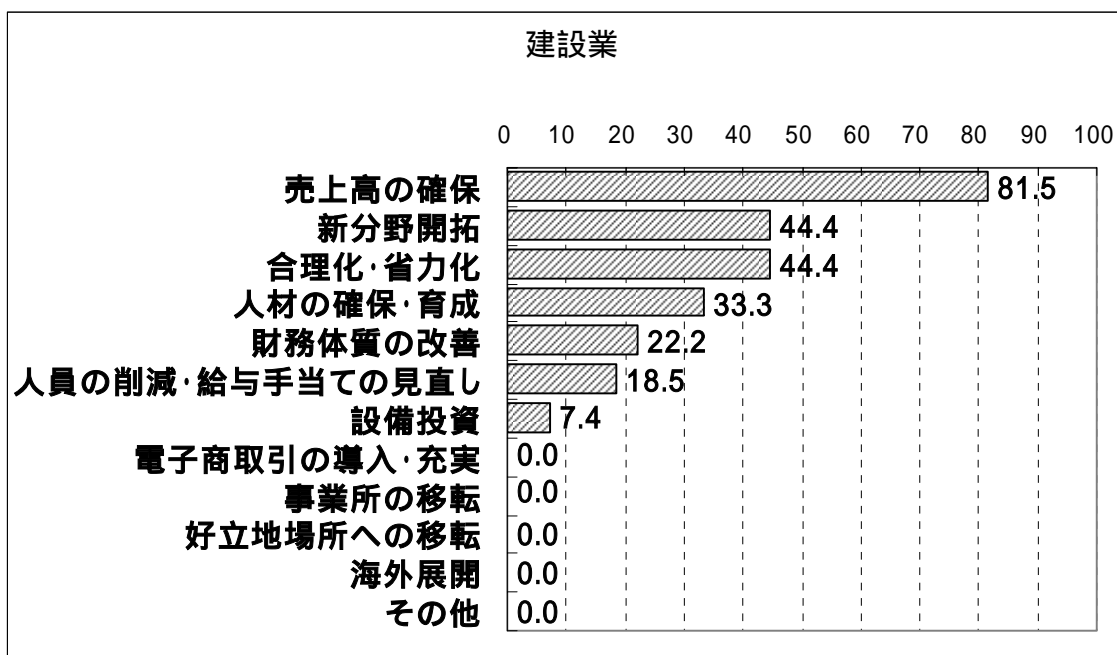


市民にも買い物意欲が出始めてはいますが、大型店で止まってしまいます。しかし、広告宣伝費にお金をかけることができない一般小売店は、これまで以上に来店客を大事にして、リピーターと口コミ客を増やす対策を進めようとしています。今後の対策は前回同様に接客サービス向上が1位ですが、今回の調査では僅かですが多くの回答を集めています。人材の確保・育成の回答が増加していることから接客に力を入れようとしている姿勢がうかがわれます。取扱商品の充実と販売客の新規開拓は、数値は下がっていますが、それでも共に4割は確保しており、重点対策であることに変わりはありません。諸経費の削減と店舗の改装も回答率が下がった対策です。経費削減は既に限度にきており、店舗改装の資金調達も難しい状況となっているお店が増えていると思われます。

回答は2割に満たないですが、伸び率が高いのが商品価格の値下げと電子商取引の導入・充実です。接客だけでなく、安さで購買意欲を高めようとしている店が増えている一方で、店売り以外にインターネットでの販売にも挑戦しようとしている店が出てきていることを示しています。携帯電話からスマートフォンへの買い替えが進んでおり、ネット販売は新たな発展に向かおうとしています。再びネット販売に興味を示す小売店が増えてくると考えられます。

(2) 建設業

～ 再び新分野への期待感増加 ～



建設業では回復が遅れているようです。しかし、復興需要が期待できる業種でもあります。今後の対策では売上高の確保が前回同様1位となりました。しかし、新分野開拓と合理化・省力化も回答を増やしています。建設分野で売上を求める一方で、他分野にも期待を寄せている企業が増えていることが分かります。そして、経費削減にも継続して取り組む姿勢が現れています。また、人材の確保・育成も増加している対策のひとつです。建設需要は確実に大きくなるようとしています。これを契約に結びつけるためには人材確保が必要と判断したのでしょうか。

それ以外の対策は前回とほとんど変わりません。財務体質の改善と人員の削減・給与手当ての見直しはそのまま解決されずにいるようです。電子商取引以下の対策は今回も回答がありませんでした。市内の建設業にはそれほど新たな動きは見受けられないようです。

(3) 製造業

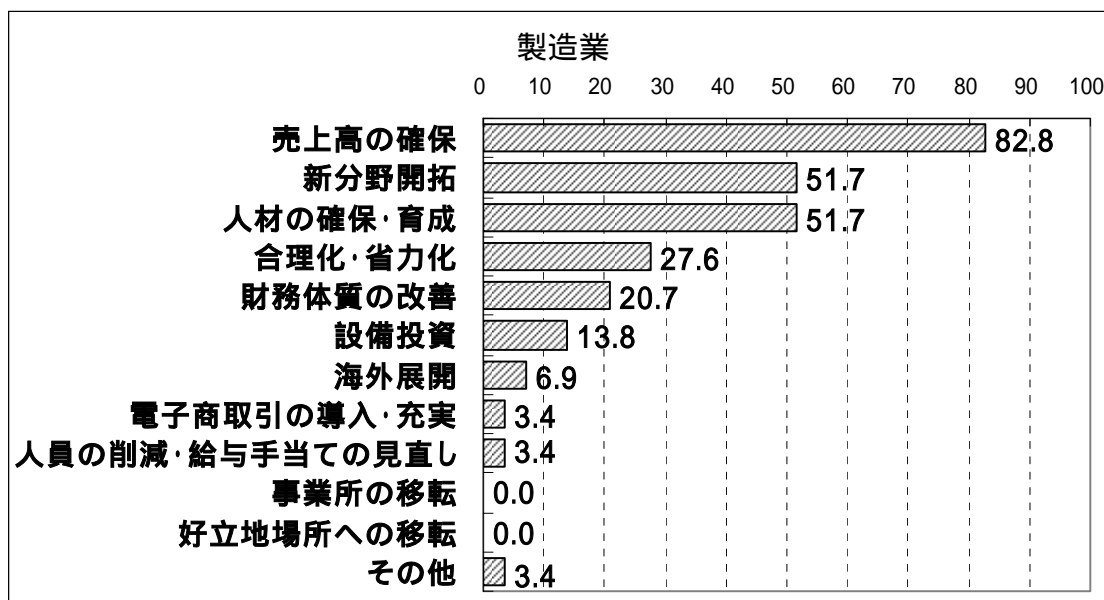
～ まだまだ足りない仕事量 ～

全国に先駆けて業況が回復している茅ヶ崎の製造業ですが、震災前の状態には達しておらず、より多くの仕事を求め営業活動を行おうとしています。売上高の確保も含め、製造業の対策上位3つは前回と同じですが、いずれも回答を増やしており、上位3つへの集中度が高まっています。中でも人材の確保・育成は前回より1割以上多くの回答を集めていますから、仕事量が多くなってきたことは確かでしょう。しかし、別の分野に進出してリスクを分散させたい気持ちも高まっていることが分かります。

回答率はそれほど高くはありませんが、比率を上げてきている対策が2つあります。合理化・省力化と財務体質の改善です。合理化・省力化は製造コスト削減対策でしょう。仕事は増えても受注単価が低くなっている工場が増えているのではないのでしょうか。また、受注が増えたことによって、少しでも借入金を減らし、身軽な体質に変わろうとしている

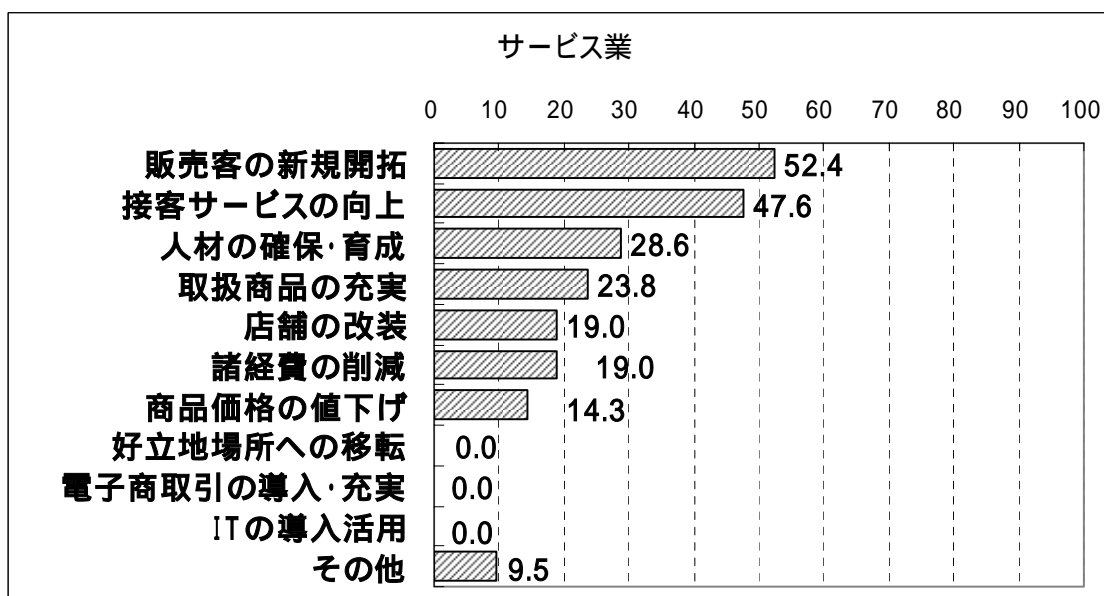
企業も増えているようです。

海外展開も含め、事業所を移転しようと考えている事業所は前回よりも減っています。移転だけであれば今回の調査ではゼロ回答となりました。これらの事業所では移転しなくても仕事を確保できる見通しがついたのかもしれませんが。



(4) サービス業

～ 需要がある間に需要拡大～



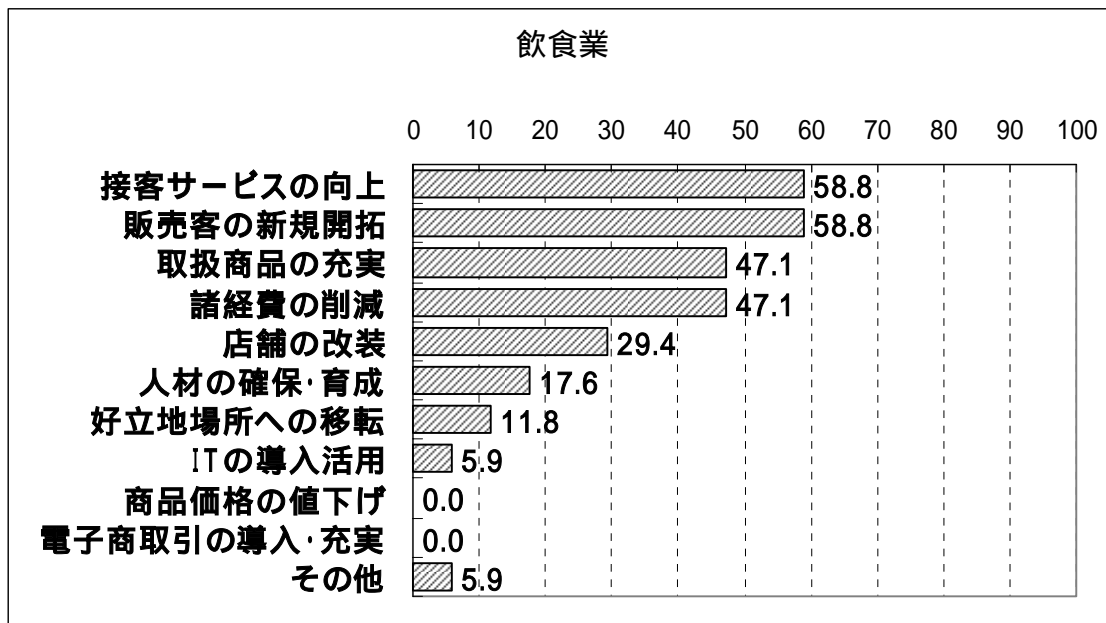
急速に需要が拡大したサービス業ではこの機に乗じて販売客の新規開拓等、積極的営業活動を行う姿勢が示されています。上位2つの対策は前回と同じですが、回答率が共に1割以上増えています。販売客の新規開拓が僅かに上回っていることから、営業拡大に意欲を示す企業がより多くなっていることが分かります。しかし、接客サービスの向上も5割

近くの回答を集めており、既存客も大切に作る姿勢は崩れていません。上位2つの対策以外に回答を増やしているのが店舗の改装です。今回は2割弱の回答を集めました。一部ではありますが、積極的な店舗展開に着手する事業所が出てきたことは確かです。この結果、諸経費の削減や商品価格の値下げというマイナス思考が減少したようです。

また、前回は電子商取引の導入・充実やITの導入活用に望みを託す事業所が僅かにありました。今回は好立地場所への移転も含め、これらの回答はゼロとなっています。市内のサービス業の多くは現在の店舗と営業力で拡販可能と判断したと思われる。

(5) 飲食業

～客足が戻り積極的提案営業～

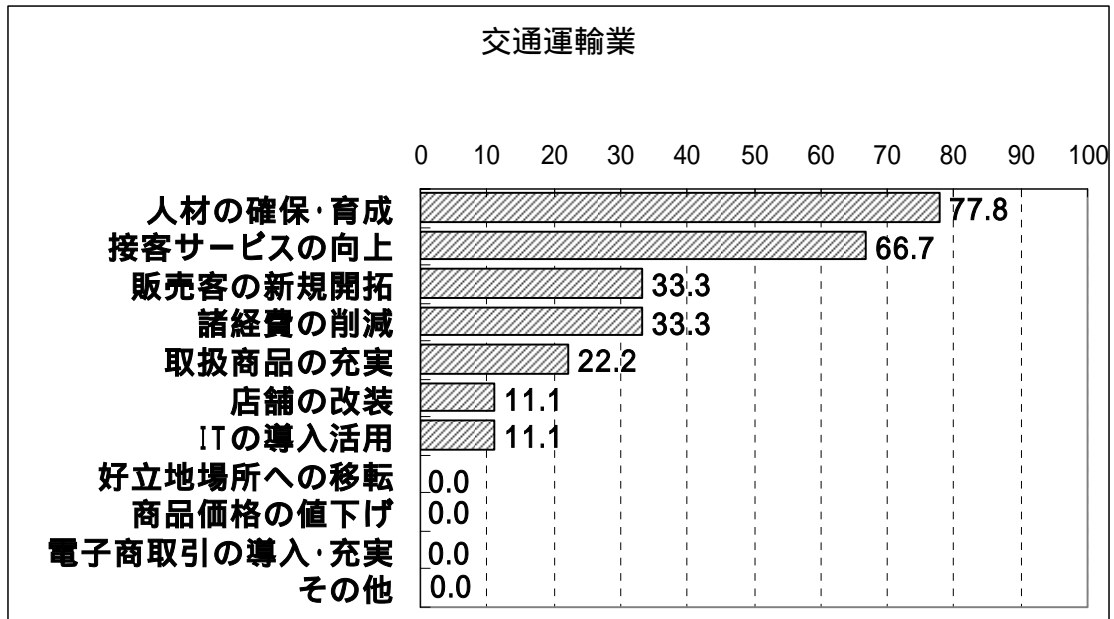


飲食店では多くの店で客足が戻り、明るさが見えているのではないのでしょうか。対策の1位が接客サービスの向上であることは前回と同様ですが、販売客の新規開拓と取扱商品の充実が回答を増やしました。伸び率が大きいのは取扱商品の充実です。前回よりも2割多くの回答を集めました。戻って来たお客様に満足いただく為に良い接客を心がけ、繰り返し来ていただくためにメニューを充実させるという一連の対策を実行すると思われる。外食に興味を持ち始めた市民に対して、積極的にPRを行おうとしている姿勢が販売客の新規開拓に表れています。前回ゼロ回答であったITの導入活用にも僅かに回答があったのは、このような姿勢の表れでしょう。明るさが見え始めたことは諸経費の削減にも現れています。前回は5割を超える回答を集めて単独2位の対策でしたが、若干回答が下がり、同率3位に後退しました。経費削減は継続して進めますが、お客様が戻りつつあるので対策の重要度が下がったと思われる。

今回の調査では好立地場所への移転を対策として上げているお店が1割を超えたことが気になります。お客様が戻って来た店が多いようですが、業績が好転していない店舗もやはり存在するという事です。その一部が移転を検討していると考えられます。お客様が戻ってきたといっても、比較的大衆向けの飲食店に限られるようです。会社の経費で落とすような高額のレストランではしばらく苦労が続くことでしょう。

(6) 交通運輸業

～コスト削減と人的サービスで乗り切る～



震災後の復興需要もあり運輸関連の仕事は増えているようです。仕事を確実にこなし、繰り返し受注を確保しようとする対策が、接客サービスの向上と人材の確保・育成でしょう。運送業や整備業では技術の高さや正確さが評価されますが、仕事を確保するためにはお客様との人間関係を保つ努力が大切であることが示されています。上位2つの対策には前回よりも1割以上多くの回答が集まりました。既存のお客様を大切にする姿勢が強くあらわれています。

その一方で販売客の新規開拓も僅かですが回答を増やしています。需要がある間に顧客を増やそうとしている事業所も存在するのです。また、前回の調査と大きく異なるのは諸経費の削減への取り組みです。前はゼロ回答でしたが、今回は3割を超える回答を集めました。コストを削減して新規顧客を開拓すると同時に、収益力を高めて財務体質を向上させたいという経営者の気持ちが表れていると思われます。

大震災によって物流体制の見直しが行われようとしています。運輸関連の業種はその動向を確認することが必要でしょう。

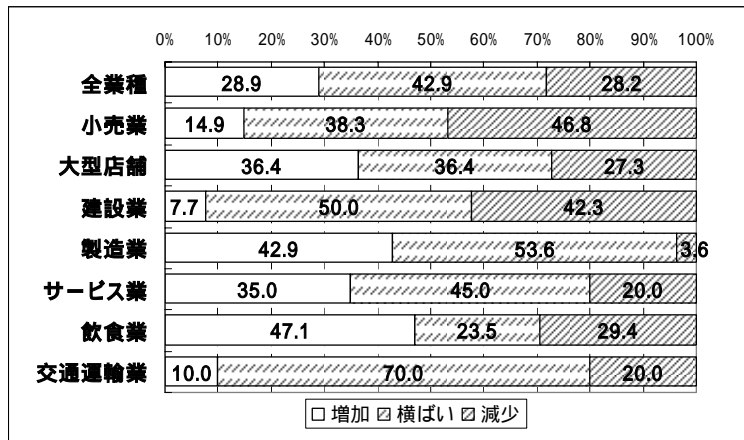
9. 回収状況

業種	調査対象数	回答数	回収率
商業	125	47	37.6%
大型店舗	13	11	84.6%
建設業	71	27	38.0%
製造業	49	29	59.2%
サービス業	70	21	30.0%
飲食業	53	18	34.0%
交通運輸業	19	10	52.6%
合計	400	163	40.8%

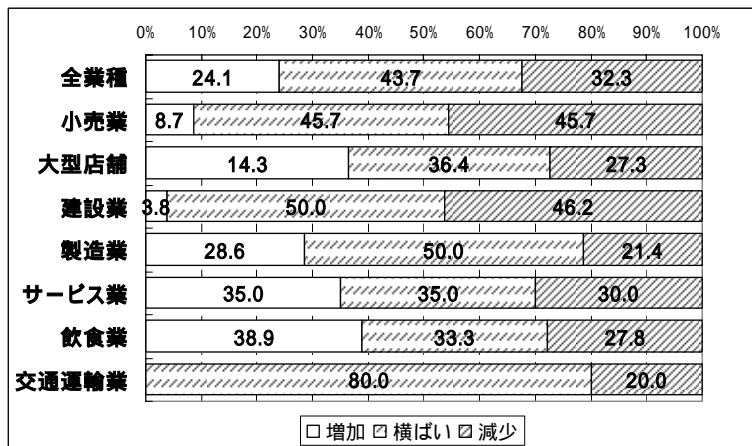
10. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

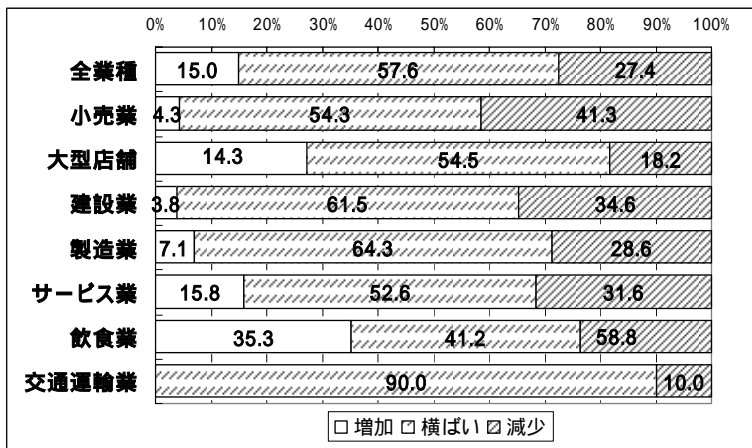
売上高



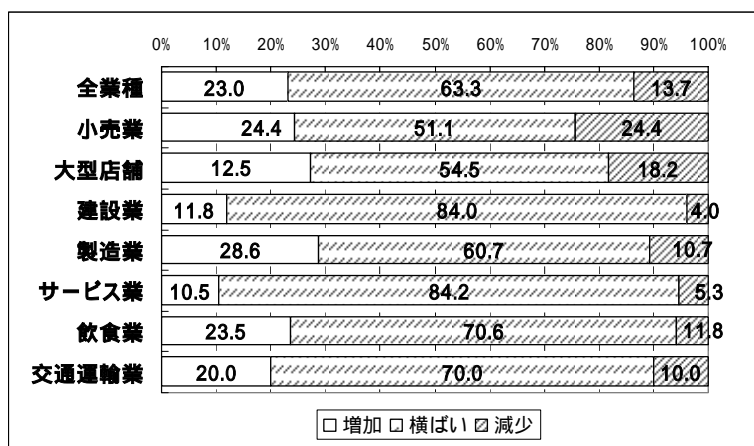
利益



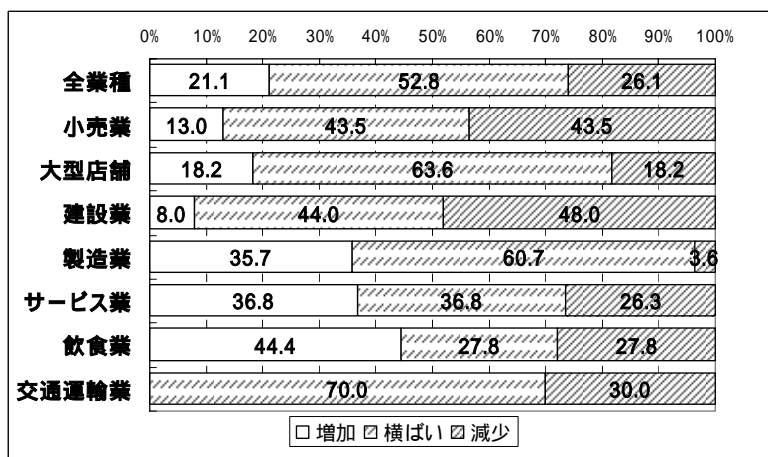
利益率



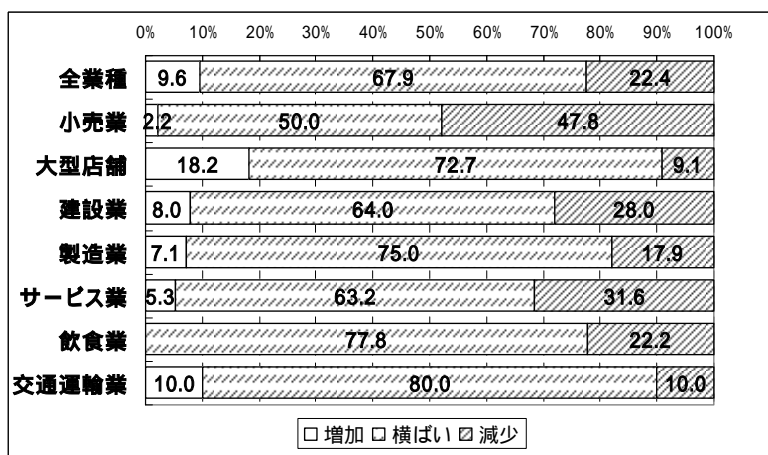
諸経費



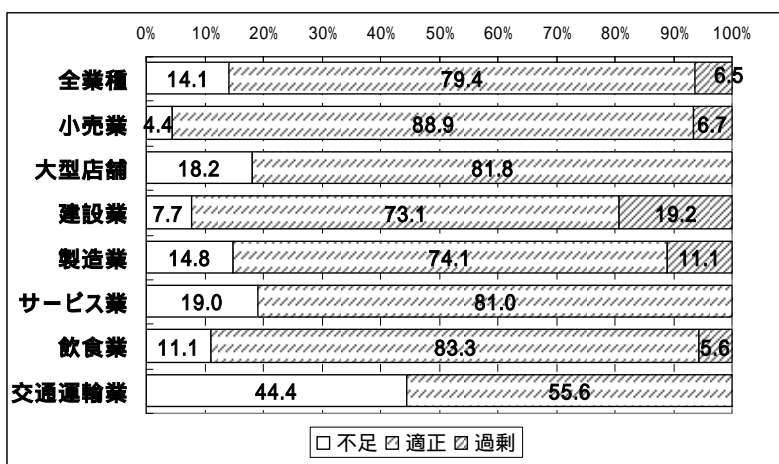
客数、引き合い



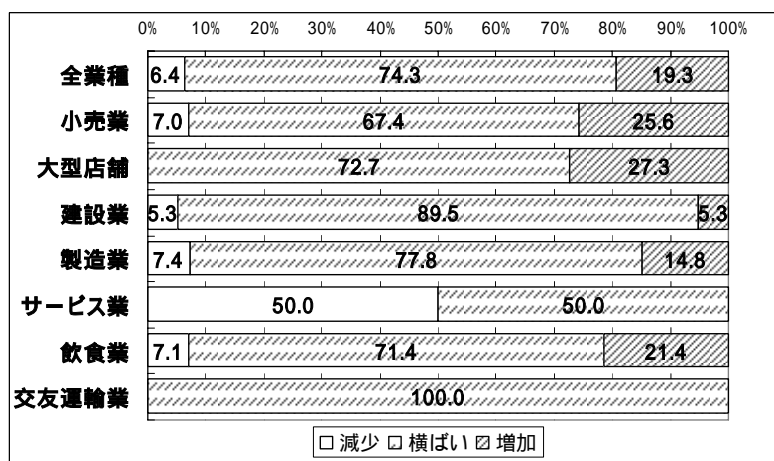
客単価、受注・製品単価



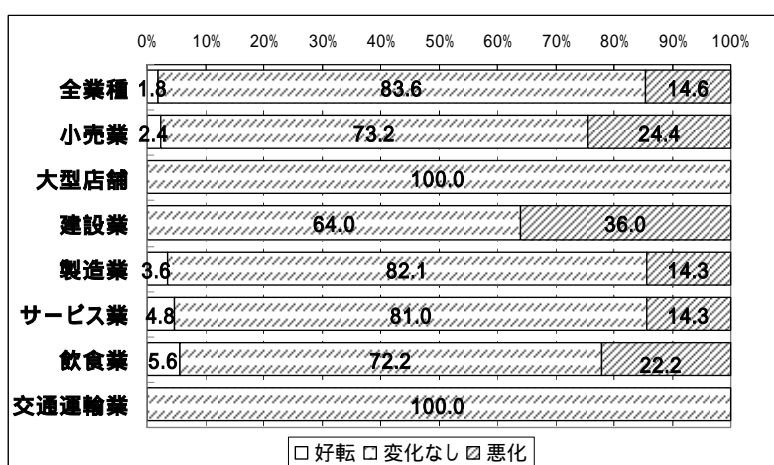
従業員数



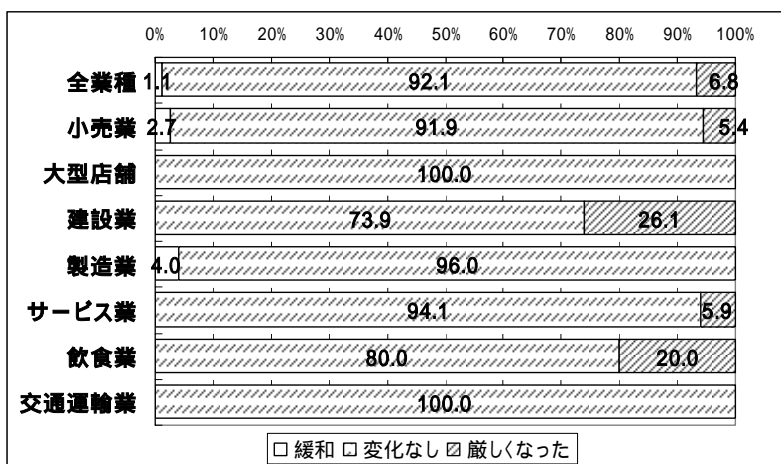
商品在庫、製品・材料在庫



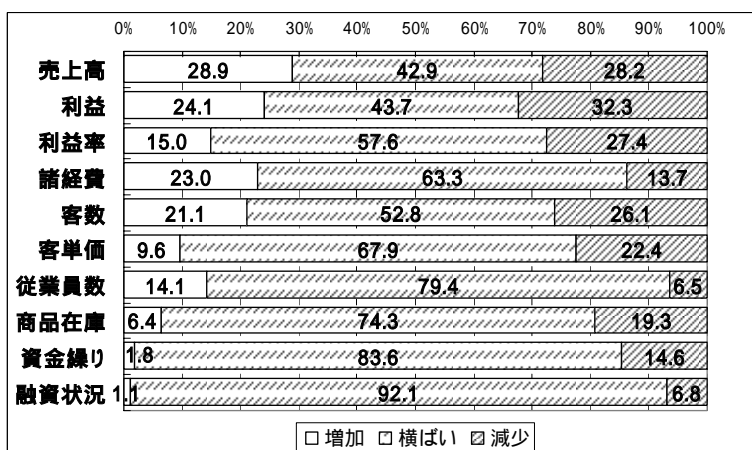
資金繰り



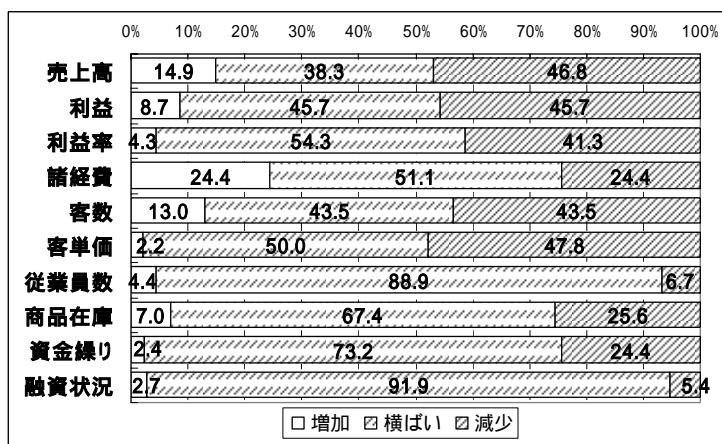
金融機関の融資状況



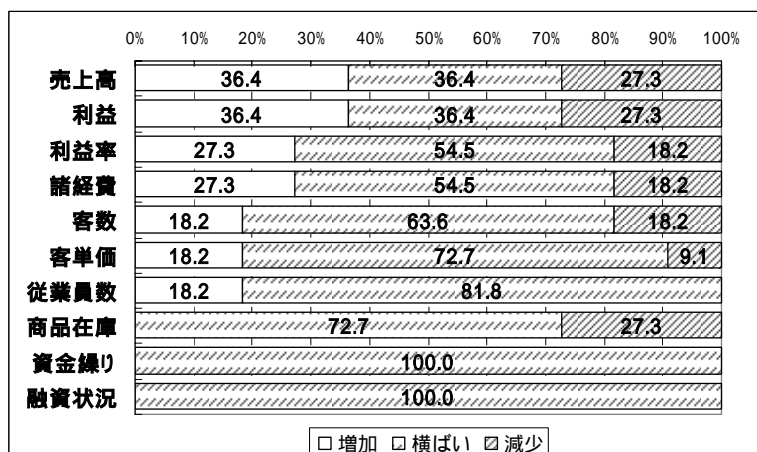
(2) 業種別経営実態 全業種



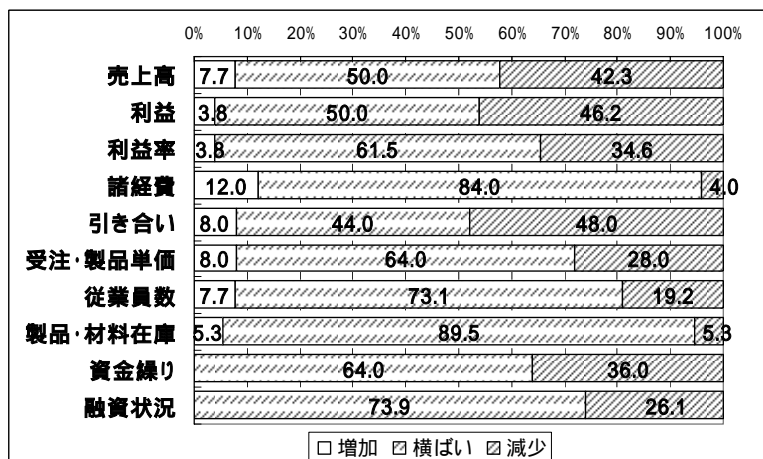
小売業



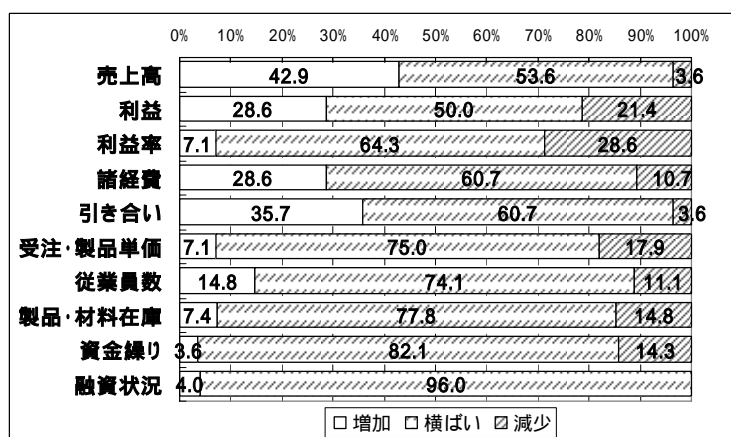
大型店舗



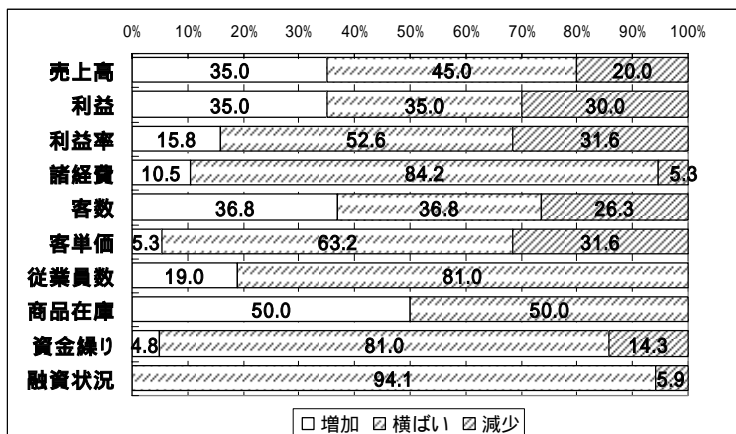
建設業



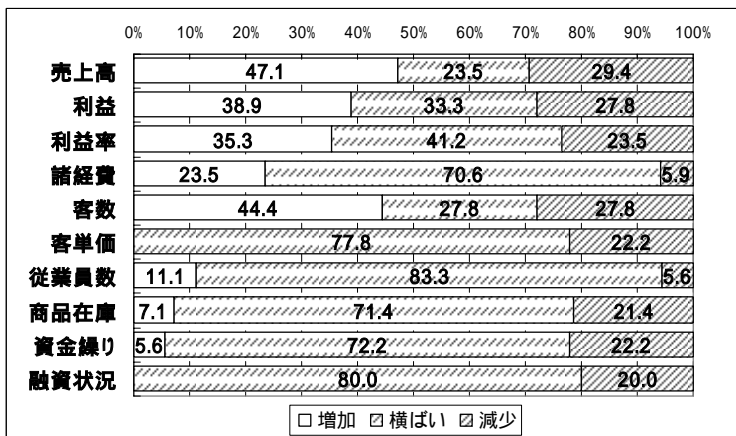
製造業



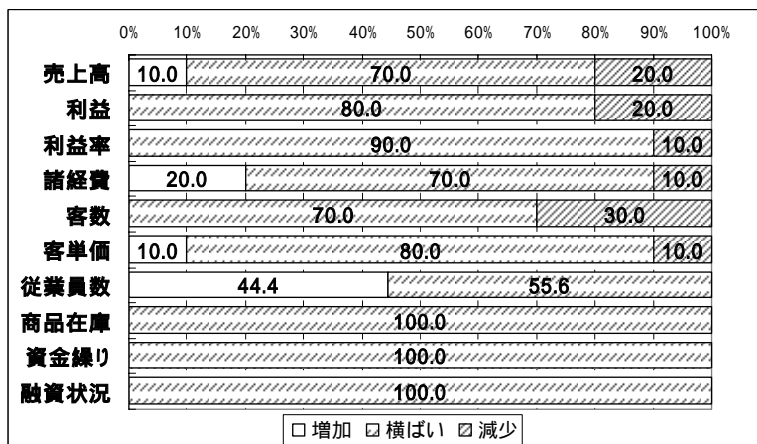
サービス業



飲食業



交通運輸業



1 1 . 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"> ・ 9月頃に出来る大型店が少々気になります。 ・ 大震災・原発事故以降、生活を見直す。将来への不安などにより消費意欲が低下しているように思います。 ・ 見通し全く立たず。 ・ デジタルの世の中になってしまふけれど、人間が頭を使わなくなるみたい。機械をだます力を身につけ、仕事へ結びつけたり、イベントよりも景品目当ての人が多みたいですね。 ・ 3月11日以後の客が増加して来ています。今後8月中旬以後に大きく変化することが予想されます。 ・ インターネットからの受注をさらに増す対策をします。 ・ 大震災以降益々悪化しています 独自のカラーで進むことだと思います。
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光地（箱根・湯河原）の不況対策が急ピッチで実施されているが、本市では目に付くような変化がない。対策があるなら直ちに降すべき。 ・ リーダーが誰か？リーダーが育っているのか？どこが提案しているのか？誰が提案者なのか伝わらない。 ・ 家族、さらには地域の絆が叫ばれている時代。絆の出発点が家族。日本が世界に誇れる開業助産師の知識・技術・指導力をフルに活用することが緊急課題。開業助産師は高齢化かつ少数になっているだけに国・県・市など政治と行政の支援が緊急課題。 ・ 地震、原発の問題で政府の足踏み状態の中、やはり客先も前が見えない状態なのだと思う。今、捕らえ処のない所に居る感じがする。
<p>*飲食業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 冬場が落ち込むので、冬に人を市内に呼び込める様な取り組みをして頂きたい。 ・ 計画停電があるのか、ないのか。 ・ 日銀の上向きつつある街角ウォッチングでも上向きつつあるという事が実感できません。景気は益々悪くなっている、これは事実です。現に私の知る店でも先月をもって4店閉店しました。
<p>*交通運輸業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 運賃等の値上げ。
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 1) 収益率アップ及び高層化の為、線引きの見直し ・ 2) 商業・準商業地区の固定資産（税）の売上対比にて増減 ・ 3) 商店街特区を設定、助成/対市外商業施設との競合 ・ 地元諸間の交流の活発化により（異業種交流会）により地元の力を底上げする

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