

茅ヶ崎市景気動向調査 (6月)結果

1. 調査期間 平成24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等
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	125	36	28.8%
大型店舗	13	6	46.2%
建 設 業	71	22	31.0%
製 造 業	50	22	44.0%
サービス業	67	13	19.4%
飲 食 業	55	6	10.9%
交通運輸業	19	6	31.6%
そ の 他		1	
合 計	400	112	28.0%

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。

本調査よりレイアウトを変更しました。各経営実態の資料に関しては HP 上にアップしております。また、ご希望の方はお問い合わせいただければ資料をお送りいたします。

お問い合わせ

茅ヶ崎商工会議所中小企業相談所 担当:大津

TEL:0467-58-1111 FAX:0467-86-6601

HP: http://www.chigasaki-cci.or.jp/keiki_doukou/index.html

1. 現在の経済状況

消費は上向いても デフレ傾向は継続

先日オリンピックが閉会しましたが、開催国であったイギリスでは、大きな経済効果や地域再開発に繋がっていません。これを契機にヨーロッパ経済が前向きに転ずることを期待したいと思えます。皆様にご協力いただきました6月末現在の景況調査結果がまとまりました。まずは4月から6月までの経済状況を確認しておきましょう。

本年は3月の後半まで寒さが続き、入学式は開花の遅れた桜に囲まれるという嬉しい4月となりました。しかし、4月下旬は急に暑くなり、原子力発電に期待が出来ない状況であったため、連休ごろからクールビズが始まるなど、省エネへの気運が早まったようです。そこに、栃木と茨城で竜巻が発生し、4月からの四半期は天候不安で始まりました。

経済的に明るい話題となったのが5月22日スカイツリーの開業であり、さらに渋谷でも新たなファッション施設が開業するなど、連休中は東京が観光地となり人が集まってくるという新たな動向を見ることができました。東日本大震災から一年が経過し、今年は関東各地でも花火が復活しています。自粛ムードであった消費が、これらをきっかけに、少しずつ膨らんできました。給与は増えていませんが、消費が緩やかに伸びていることが消費総合指数で示されています。エコカー補助金が後押ししていた自動車の登録台数も高水準を維持しています。求人倍率も上昇し、完全失業率も4%半ばで横ばいとなつています。これらの消費を支えているのは60才以上の中高年齢層であるとの調査結果も示されています。

しかし、収まらないのはデフレ傾向です。消費者物価は4月から下降を示し始めました。国内企業物価も下降しています。アジアやアメリカの需要増加を期待する企業が多くなり、輸出は持ち直していますが、生産や販売の拠点をアジアに移転させる国内企業が増

えてきました。国内景気を支えてきた中国の経済成長が急に弱くなり始めたことも報告されています。将来に対して不安はあるものの、日本政府は7月23日発表の月例経済報告で次のように経済の状況を説明しています。

- ・景気は、依然として厳しい状況にあるものの、復興需要等を背景として、緩やかに回復しつつある。
- ・生産は、緩やかに持ち直している。
- ・輸出は、持ち直しの動きがみられる。
- ・企業収益は、持ち直している。設備投資は、緩やかに持ち直している。
- ・企業の業況判断は、大企業を中心に小幅改善となっている。
- ・雇用情勢は、持ち直しているものの、東日本大震災の影響もあり依然として厳しい。
- ・個人消費は、緩やかに増加している。
- ・物価の動向を総合してみると、下落テンポが緩和しているものの、緩やかなデフレ状況にある。

2. 茅ヶ崎市経済の業況

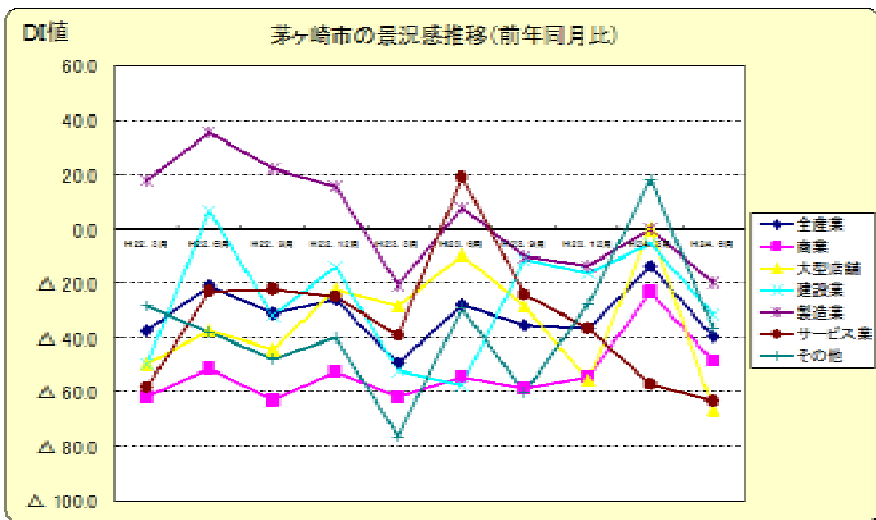
復興需要の恩恵から外れた茅ヶ崎市経済

	茅ヶ崎市			全国	
	6月比	3月比	先行き見通し	6月比	先行き見通し
全産業	39.8	23.6	32.4	21.3	24.7
商業	48.6	40.0	39.4	24.4	26.3
大型店舗	66.7	50.0	50.0	-	-
建設業	31.8	5.0	31.9	19.1	19.6
製造業	20.0	18.2	22.7	13.7	22.4
サービス業	63.6	0.0	16.6	21.5	22.7
その他	36.7	33.4	54.2	-	-

経済指標等では、日本経済が回復傾向にあることが示されています。しかし、茅ヶ崎市の経済は、6月の調査結果から判断すると、回復とはとても判断できない状況です。前年同月比では全産業でマイナス^{39.8}のD I値を示しています。6月は震災直後の防災用品特需が現れており、同月比の数値は大きく下がる結果となっています。大型店やサービス業の落ちこみが大きいことが確認できます。震災特需を外した業況を確認できるのは前回調査の3月との比較です。3月調査との比較では、産業全体では全国とほぼ同様ですがマイナス^{23.6}のD I値を示しています。サービス業と建設業は3月と余り変わらないとの判断ですが、それ以外の業種では2桁以上の落ちこみを感じているようです。特に大型店と商業のD I値は大きなマイナスを示しており、テラスモール湘南の影響も含め、茅ヶ崎市内商業が衰退している姿が示されています。

茅ヶ崎市経済を支えている製造業もマイナス^{18.2}のD I値を示しています。輸出は回復しているはずですが、

茅ヶ崎市内の製造業には恩恵が届いていないようです。建設業は、茅ヶ崎市ではマイナス^{5.0}に留まっています。関東周辺では震災後止まっていた建築工事も復活していますので、茅ヶ崎市内の建設業にも仕事がかかっていると思われる。製造業に代わって茅ヶ崎市経済を引っ張って欲しい業種です。



明るさを見出すことができない 茅ヶ崎市経済

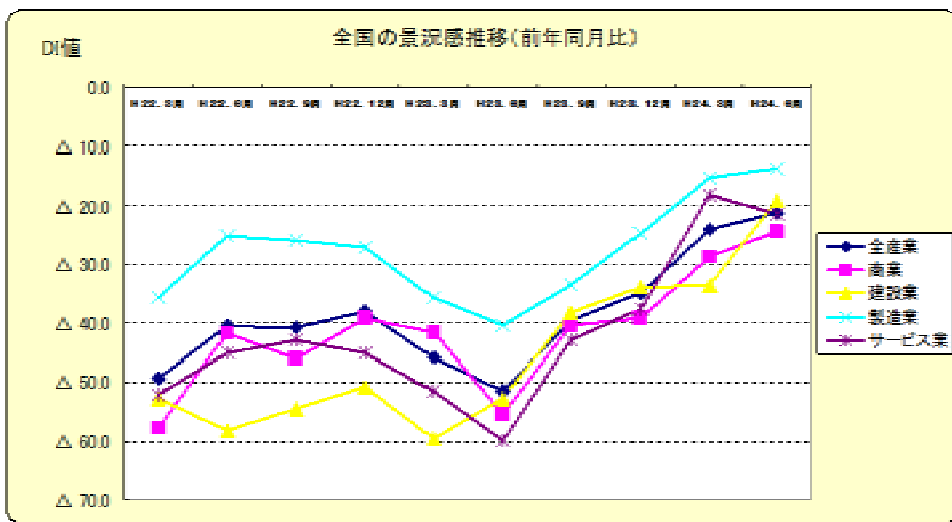
業況の変化を対前年比で分析してみましよう。前回調査の3月は通常の流れではなかったことが確認できます。前年（平成23年）3月は東日本大震災の影響で日本全体の景気が落ち込んでいました。前回の3月調査では低い数値との比較ですからDI値が高くなったと考えて良いでしょう。前年6月は若干特需的な要素は含まれていますが、茅ヶ崎市の経済は通常に近い状態に戻っていますので、今回の調査結果が現実を示していると考えて良いでしょう。前回調査の3月を外してグラフを確認して下さい。商業を除く業種で景況が低下し続けていることが確認できるでしょう。商業には中小小売店が多く含まれていますが、DI値が上昇傾向にあると言っても今回調査ではマイナス⁴⁸・6であり、低迷していることに変わりはありません。最も深刻なのは大型店です。DI値はマイナス⁶⁶・7

となり平成23年12月調査の数値よりも下がってしまいました。テラスモール湘南の影響から抜け出すことができない状況でしょう。

復興需要を最も享受しているのが建設業ですが、茅ヶ崎市内の業者には恩恵がまわってこないどころか、前年よりも仕事が減少していることが今回の調査で確認できました。復興のために多くの予算が組まれていますが、東北に優先してつぎ込まれてしまい、茅ヶ崎市内での公共投資は減少しているのかもしれない。住宅や建物の着工も始まっていますが、12月の水準にまで回復してないことが分かります。

茅ヶ崎市の将来を推測する上で重要なのが製造業の業況ですが、こちらも前回3月調査結果を外してながめると業況は下降していることが確認できます。円高はいつこうに解消されませんでした。そして、国内ではデフレが続いていますから、パーツ等を海外から調達したり、生産拠点を海外に持つて行ったりする大手企業が増えてきました。茅ヶ崎市の製造業は試作や少量生産で生き延びてきましたが、その受注

すら減少し始めたのかもしれない。製造業の状況は更に細かく調査分析が必要となるでしょう。



3・茅ヶ崎市経済の先行き

夏のレジヤードオリンピックに 期待したい茅ヶ崎市経済

前項の業況推移でも茅ヶ崎市の経済が下降していることを説明しましたが、今回調査した先行き見通しのD I値ではより明確にその傾向が示されています。茅ヶ崎市経済を支える存在である製造業がマイナス²²を示しているのです。全国平均もマイナス²²・4とほぼ同じ数値ですが、受注減少に悩む市内製造業が少なくなることはなさそうです。現場を深く分析し、対応策を講じる必要があります。製造業の落ちこみを少しでもカバーすることを期待した建設業も、先行き見通しはマイナス³¹で現在よりも良くなることはあまり期待されていないことが分かります。リフォームに関する住宅工コポイントが終了したこともその要因となるかもしれません。しかし、消費税増税法案が国会を通過しましたので、建築の駆け込み需要が期待できるかも

しれません。次回の調査ではその状況を確認したいと思います。サービス業は復興需要を得ることなく業況が低下を続けていますが、先行きに明るさが見えてきた企業が増えてきているようです。D I値マイナス¹⁶・6となり、3月調査よりもマイナス幅が少なくなりました。しかし、日本全体の景況が回復しない状況で、サービス業はデフレに耐えるために経費削減の対象となっていることも確かでしょう。楽観することはできません。

まだまだ厳しい状況の中にあるものの、僅かですが回復への期待をいただいている企業が増えてきたのが流通です。大型店ではマイナス⁵⁰・0、商業でもマイナス³⁹・4であり、現状のD I値よりも少し改善されています。大震災と放射線の影響が少しずつ薄れ、消費が拡大しているのは確かです。大型店では、テラスモール湘南対策が効果を発揮し始める時期なのかもしれません。夏を控え、更にオリンピックもロンドンで開催され、茅ヶ崎市内が最も活気付く季節となることも流通業者には多少の灯りとなっているでしょう。こ

のような茅ヶ崎市の先行きですが、日本全体としては次のように政府がまとめています。

先行きについては、復興需要等を背景に、景気回復の動きが確かなものとなることが期待される。ただし、欧州政府債務危機を巡る不確実性が依然として高いなかで、世界景気に減速感が広がっている。こうした海外経済の状況が、金融資本市場を通じた影響も含め、我が国の景気を下押しするリスクとなっている。また、電力供給の制約、デフレの影響等にも注意が必要である。

4・主要業種の経営課題と 今後対策

小 売 業

更にすすむ 顧客の高齢化

経営課題

大型店間の競争によって存在感が小さくなっていく一般小売店ですが、お客様の高齢化が6割を超え、前回同様経営課題の1位となりました。前回の回答は4割でしたから、今回は2割伸ばしたことになります。急に年配者が増えることはありませんので、これまで来ていた比較的若い世代が買物に来なくなってしまうことが心配されます。

3月調査			6月調査		
第1位	顧客の高齢化	41.7	第1位	顧客の高齢化	63.9
第2位	店舗・設備の不足や老朽化	27.8	第2位	同業店との競争	36.1
第3位	石油価格の高騰	25	第3位	大型商業施設との競争	30.6
第4位	同業店との競争	22.2	第4位	後継者問題	22.2
"	客足が戻らない	22.2	第5位	店舗・設備の不足や老朽化	13.9
"	後継者問題	22.2	"	駐車場不足	13.9
第7位	駐車場不足	16.7	"	情報不足	13.9
"	大型商業施設の出店	16.7	"	資金繰りの悪化	13.9
第9位	人材不足	13.9	"	客足が戻らない	13.9
第10位	立地条件の悪化	11.1	"	電気料金の値上げ	13.9
"	原材料の安全確保	11.1	第11位	立地条件の悪化	8.3
"	電気料金の値上げ	11.1	"	人材不足	8.3
第13位	情報不足	5.6	"	石油価格の高騰	8.3
"	資金繰りの悪化	5.6	"	原材料の安全確保	8.3
"	その他	2.8	"	その他	2.8

今回の調査では競争を同業者と大型商業施設に分けて質問をおこないました。大型店との競争は3割を超え、重要な経営課題ですが、それ以上に同業者との競争が激しいことが確認できました。顧客の高齢化が進み一般小売店で買物するお客様の絶対数が減少している茅ヶ崎市では、同業者こそが真の競争相手となってきたようです。小売店同志の競争は商店街等の活気に繋がる事が多いので、良い方向に競争が進んでいくことを期待したいと思います。前回2番目の経営課題であった店舗施設の老朽化は回答が半減し1割強に下がりました。客足が戻らないとの回答も同率に下がっていることから、テラスモール湘南の影響は一段落したことが分かります。現在の店舗で残っているお客様を維持することに商いの方向が定まったのではないのでしょうか。そこであらためて経営課題として認識されはじめたのが資金繰りの悪化と電気料金の値上げです。共に1割強の回答ですが、売上が減少してくるとじわじわと経営を苦しめることとなります。その一方で、石油価格の高騰と原材料

の安全確保は回答が下がっており、落ちつきをみせていることが確認できました。また、情報不足も回答は1割弱で低いです。前回よりも上がってきています。消費税増税や円高、そしてTPP等、小売店にも影響する社会問題の行方に、再び関心を持つお店が増えつつあるのかもしれませんが。

経費削減で 耐え忍ぶ経営

〜今後の課題〜

3月調査			6月調査		
第1位	接客サービスの向上	47.4	第1位	接客サービスの向上	63.9
第2位	取扱商品の充実	44.7	第2位	販売客の新規開拓	47.2
第3位	販売促進の強化	42.1	第3位	取扱商品の充実	38.9
第4位	販売客の新規開拓	34.2	第4位	経費の削減	33.3
第5位	経費の削減	26.3	"	販売促進の強化	33.3
第6位	人材の確保・育成	21.1	第6位	インターネットの活用・強化	19.4
第7位	商品価格の値下げ	13.2	第7位	広告宣伝の強化	13.9
"	インターネットの活用・強化	13.2	第8位	人材の確保・育成	11.1
"	広告宣伝の強化	13.2	第9位	店舗の改装	2.8
第10位	後継者へのバトンタッチ	10.5	"	好立地場所への移転	2.8
第11位	店舗の改装	7.9	"	商品価格の値下げ	2.8
第12位	他社との連携	5.3	"	省エネ活動の推進	2.8
第13位	好立地場所への移転	2.6	"	他社との連携	2.8
第14位	省エネ活動の推進	0	"	サマータイムへの対応	2.8
"	その他	2.6	"	その他	0

今回の調査では堪え忍ぶ経営が中心である一方、閉塞状況から抜け出したいと考えるお店が出てきていることが確認できました。対策の1位は前回同様に取り扱商品の充実ですが回答は僅かに下がっています。前回2位であり4割を超える回答を集めていた販売促進の強化も1割程度回答が下がりました。今回同率で2位に上がって来たのは諸経費削減です。テラスモール湘南に刺激されて、前向きに経営を行ってみたがあまり効果がなかったのでしょうか。経費を削減して耐える経営に切り換えたお店が増えてきたようです。商品価格の値下げ・店舗の改装・他社との連携等への回答が前回より下がっていることも、守りに移行しようとしている店が増えているためと思われる。人材の確保・育成でも1割程度回答が下がっています。

しかし、全ての店が守りに入っているわけではありません。2割にまでは達していませんがインターネットの活用・強化は回答を伸ばし、4番目の経営対策に上がってきました。販売促進

の強化も下がったとは言え3割以上の回答を得ています。前回ゼロ回答であった省エネ活動の推進にも僅かですが回答が入りました。そして、今回の特別テーマであるサマータムへの対応にも僅かな回答が入っています。まだまだ数は少ないですが、生活者に話題を提供して、来店を促そうとする前向きな経営者が現れていることは確かでしょう。

小売店の商いが苦しいとは言え、移転を考えているお店は僅かにあります。が増えていく様子は見受けられません。茅ヶ崎市の商業はまだ回復への期待が持たれていると考えて良いのかもしれない。

建設業

受注単価の減少が 資金繰りにも影響 経営課題

期待されていた震災後の復興需要ですが、市内建設業者にはそれほど恩恵をもたらすことはなかったようです。経営課題も前回3月と大きく変わってはいません。一般建築需要も公共需要も十分な量ではないことが今回の調査でも示されました。受注量に大きな変化はなかったようですが、問題はその内容です。今回の調査では受注単価の

3月調査		
第1位	競争の激化	61.1
第2位	公共需要の減少	50
第3位	受注単価の減少	38.9
第4位	技術者不足	27.8
第5位	資金繰りの悪化	22.2
第6位	人件費負担の増大	16.7
"	石油価格の高騰	16.7
第8位	設備不足	5.6
"	設備の老朽化	5.6
"	情報不足	5.6
"	発注先の移転	5.6
"	職人や原材料の不足	5.6
第13位	立地環境の悪化	0
第14位	電気料金の値上げ	0
第15位	納期の短縮	0
	その他	11.1

6月調査		
第1位	競争の激化	57.1
第2位	公共需要の減少	47.6
"	受注単価の減少	47.6
第4位	資金繰りの悪化	23.8
"	技術者不足	23.8
第6位	人件費負担の増大	14.3
第7位	設備の老朽化	9.5
第8位	設備不足	4.8
"	発注先の移転	4.8
"	石油価格の高騰	4.8
"	電気料金の値上げ	4.8
第12位	立地環境の悪化	0
"	情報不足	0
"	納期の短縮	0
"	円高による輸出関連の売上げ減少	0
	その他	4.8

減少が約1割回答を増やし同率で課題の2番目になりました。競合の激しさが入札価格の減少に跳ね返ってきたようです。その結果、僅かではありませんが資金繰りの悪化を訴える企業が増えってきました。人件費の負担は大きくなるまでには至っていないようです。これから建設の絶対量が増えなければ、受注単価の減少を避けることはできず、建設業全体の経営悪化を招く心配があります。公共投資の発注方法等にも価格だけではない評価が求められることとなります。技術者不足や設備不足への回答が僅かですが減少していることも、単価が高い高度な受注が減りつつあることを示しているのかもしれない。

前回同様に季節的課題として石油価格の高騰を質問しましたが、今回は回答が1割以上上下がり5分にも達しませんでした。石油価格は決して安くなつてはいませんが、高騰する状況ではなくなつたことがここでも確認できます。逆に僅かですが回答を集め始めたのが電気料金の値上げです。前回の調査ではゼロ回答でしたから、僅かですが影

響が開始したようです。どのように変化するか見守っていきたいと思います。時事問題としては円高の影響も確認しましたが回答はゼロでした。市内建設業では輸出関連企業と取引している会社はあまりないと考えて良さそうです。

新事業分野への挑戦が再び始まる

今後の課題

3月調査			6月調査		
第1位	営業力の強化	66.7	第1位	営業力の強化	59.1
第2位	人材の確保・育成	33.3	第2位	新分野開拓	45.5
第3位	財務体質の改善	27.8	第3位	人材の確保・育成	40.9
"	経費の削減	27.8	第4位	合理化・省力化	27.3
第5位	新分野開拓	22.2	"	経費の削減	27.3
"	合理化・省力化	22.2	第6位	他社との連携	22.7
"	他社との連携	22.2	第7位	財務体質の改善	13.6
第8位	後継者へのパトナージュ	11.1	第8位	人員の削減・給与手当ての見直し	9.1
"	人員の削減・給与手当ての見直し	11.1	"	省エネへの取り組み	9.1
第10位	事業所の移転	5.6	第9位	設備投資	0
"	省エネへの取り組み	5.6	"	電子商取引の導入・充実	0
第12位	設備投資	0	"	事業所の移転	0
"	電子商取引の導入・充実	0	"	好立地場所への移転	0
"	好立地場所への移転	0	"	海外展開	0
"	海外展開	0	"	サマータイムへの対応	0
"	その他	5.6	"	その他	0

東日本大震災の復興需要をある程度期待していた建設業ですが、市内事業所にまでは仕事がまわってきていないのではないのでしょうか。対策の1位は営業強化で前回と同じですが回答が僅かに下がっています。前回の2倍回答を集め対策の2番目に上がって来たのが新分野開拓です。バブル経済が崩壊して建築需要が大幅に減少した時期に、建設業は農業を中心に他業種への進出を模索しました。しかし、それほど多くの成功事例を見つけることは出来ませんでした。その経験をした上で再び新分野開拓への挑戦が始まるようになっていようです。人口が減少している上、復興需要も公共投資も期待できないとなると新たな事業分野を模索する方法しか残らないのかもしれない。人材の確保・育成も前回の2倍近い回答を集めて対策の3番目に上がっています。営業力強化と新分野開拓を実現するためには人材が必要となるとの回答でしょう。

経営的には財務体質の改善への回答が前回よりも1割以上下がっていることに注目したいと思います。業績が改

善されたわけではありませんので、当
面の活動資金を金融機関等から調達で
き、資金繰りが改善された事業所が増
えたと考えて良いのではないでしょう
か。ここで生まれた多少の余裕で新分
野開拓という将来への道を模索しよう
としているのかもしれませんが。しかし、
すぐに効果が出てくることは期待して
いないようです。合理化・省力化と諸
経費の削減は継続する対策です。人員
の削減・給与手当の見直しに取り組み
事業所も残っています。

他社との連携は前回同様約2割の回
答を集めています。単独での経営に行
き詰まりを感じている事業所は継続し
て連携できるパートナーを探している
ことでしょう。建設業にとって業種の
枠を超えた交流が必要な時期に入っ
ているのかもしれませんが。

製 造 業

電気料金値上げは 重要課題

経営課題

先行きも決して明るくない製造業です
が、受注競争は前回よりも激しくなっ
ているようです。しかし、競争の激化
への回答は5割であり、D I値の悪化
ほど製造業は苦しんでいない状況であ
ることが推測できます。特に資金繰り
の悪化に関しては前回よりも1割以上
回答が下がっており、競争が激しくな
ってはいても経営的にはまだ余裕があ

3月調査			6月調査		
第1位	設備の老朽化	39.1	第1位	競争の激化	50
第2位	競争の激化	34.8	第2位	電気料金の値上げ	40.9
"	技術者不足	34.8	第3位	技術者不足	36.4
第4位	電気料金の値上げ	30.4	第4位	設備の老朽化	27.3
第5位	資金繰りの悪化	17.4	第5位	人件費負担の増大	18.2
"	人件費負担の増大	17.4	第6位	石油価格の高騰	18.2
"	石油価格の高騰	17.4	第7位	受注単価の減少	13.6
"	受注単価の減少	17.4	第8位	情報不足	9.1
第9位	設備不足	13	"	発注先の移転	9.1
第10位	情報不足	8.7	"	円高による輸出関連の売上げ減少	9.1
"	発注先の移転	8.7	第11位	資金繰りの悪化	4.5
第12位	立地環境の悪化	4.3	"	設備不足	4.5
"	公共需要の減少	4.3	"	立地環境の悪化	4.5
"	納期の短縮	4.3	"	納期の短縮	4.5
第15位	職人や原材料の不足	0	第15位	公共需要の減少	0
	その他	4.3		その他	9.1

る状態と判断できます。今回調査で特
別質問事項とした円高による輸出関連
の売上減少への回答も1割に達してお
らず、競争は厳しくなっているも受注
量はある程度確保していると思われま
す。

今回の調査で特に注目すべきは電気
料金の値上げです。4月からの値上げ
は4割の回答を占め、2番目の経営課
題になりました。人件費負担の増大が
僅かに増えただけなので、利益の減少
にまでは影響していないことが分か
ります。

技術者不足は課題の順位は下がって
いますが、回答は前回よりも僅かに増
えています。仕事に高い品質が求めら
れていることは変わりません。このほ
か、利益に係る受注単価の減少や
人件費負担の増大、石油価格の高騰に
関しても前回とほとんど変わらない回
答でした。利益が取りにくくなってい
ることは確かです。電気料金の値上げ
がどの程度利益を圧迫するかを継続確
認したいと思います。

円高とデフレの影響で生産拠点を海
外に移す動きが活発化していますが、

今回の調査でも受注先の移転は1割に達しておらず、心配はいらぬことが確認できました。しかし、日本を取り巻く国際環境は日々変化しています。中小製造業といえども受注した製品が最終的にはどのように利用されているかを確認し、国際問題への関心と理解を深めることが必要でしょう。

新分野に活路を期待

～今後の課題～

3月調査			6月調査		
第1位	営業力の強化	52.2	第1位	営業力の強化	59.1
第2位	人材の確保・育成	47.8	第2位	新分野開拓	50
第3位	新分野開拓	43.5	第3位	人材の確保・育成	40.9
第4位	設備投資	34.8	第4位	設備投資	22.7
第5位	海外展開	21.7	第5位	海外展開	22.7
第6位	合理化・省力化	13	第6位	合理化・省力化	13.6
"	他社との連携	13	第7位	事業所の移転	9.1
"	省エネへの取り組み	13	"	人員の削減・給与手当ての見直し	9.1
第9位	財務体質の改善	8.7	"	他社との連携	9.1
"	人員の削減・給与手当ての見直し	8.7	"	経費の削減	9.1
"	経費の削減	8.7	第11位	財務体質の改善	4.5
"	後継者へのパトナタッチ	8.7	"	好立地場所への移転	4.5
第13位	電子商取引の導入・充実	0	"	省エネへの取り組み	4.5
"	事業所の移転	0	第14位	電子商取引の導入・充実	0
"	好立地場所への移転	0	"	サマータイムへの対応	0
その他	4.3	その他	9.1		

世界的なデフレ状況の中で、都市型製造業として存在価値を認められてきた茅ヶ崎市の製造業にも転機が訪れているようです。対策の1位は営業力の強化で変わりませんが、2位と3位が入れ替わりました。新分野開拓が5割の回答を集める結果となりました。製造拠点の海外移転が活発になっていますが、取引先に追従して海外展開を検討している工場は前回同様で2割程度です。海外展開よりも日本国内で新分野を開拓したいというのが市内製造業者の気持ちなのかもしれません。現在の仕事を発展させる意欲が薄れたせいでしょうか、設備投資への回答が前回よりも1割以上下がっています。人材の確保・育成も3番目の重要対策ではありますが、1割近く回答が下がっています。このまま、受注が減少することになれば、この傾向が更に高まるかもしれません。事業所の移転を考えている工場は1割りにも満たない状況です。茅ヶ崎市内の工場は現在の場所での生き残りを模索しようとしています。将来に対する不安は高まっています。経営的には余裕があるようです。

財務体質の改善は前回よりも更に回答を下げ5分を切りました。人員の削減・給与手当ての見直し・諸経費の削減等の節約型対策は今回も1割に達しておらず、当分は経営的に心配ない状態を確保できていると思つて良さそうです。合理化・省力化は一部の工場で対策として残っています。

時節の特別課題として取り上げた省エネへの取り組みとサマータイムへの対応に関しては、回答は僅かでした。特にサマータイムへの対応への回答はゼロでした。サマータイムや省エネを意識しなくても済むほどにまで受注が減少しているかもしれません。市内製造業の生産技術を活かすことができる新たな分野の開拓を期待したいと思えます。

サービス業

激しくなる同業者との競争

～経営課題～

DI値では下降の一途をたどっているサービス業ですが、経営課題は同業者との競合と人材不足に集約されつつあります。前回の調査では客足が戻らないが4割以上を占め第1位でしたが、今回は3割近く回答を下げ重要課題ではなくなっています。今回の調査では競合を同業者と大型商業施設とに分けて確認を行いました。その結果、サービス業の競合相手は大型店ではなく同業者であることが明確になりました。

3月調査			6月調査		
第1位	客足が戻らない	42.9	第1位	同業者との競合	38.5
第2位	後継者問題	35.7	"	人材不足	38.5
第3位	人材不足	28.6	第3位	後継者問題	30.8
第4位	顧客の高齢化	21.4	第4位	顧客の高齢化	23.1
"	石油価格の高騰	21.4	第5位	店舗・設備の不足や老朽化	15.4
第6位	同業者との競合	14.3	"	資金繰りの悪化	15.4
"	資金繰りの悪化	14.3	"	客足が戻らない	15.4
第8位	店舗・設備の不足や老朽化	7.1	"	大型商業施設との競合	15.4
"	立地条件の悪化	7.1	第9位	駐車場不足	7.7
"	情報不足	7.1	"	立地条件の悪化	7.7
"	電気料金の値上げ	7.1	"	情報不足	7.7
第12位	駐車場不足	0	"	電気料金の値上げ	7.7
"	原材料の安全確保	0	第13位	石油価格の高騰	0
"	新規の大型商業施設の出店	0	"	原材料の安全確保	0
"	その他	0	"	その他	0

そして、人的サービスの要となる人材が不足していることが、前回よりも明確になって来ました。後継者問題も含め、市内サービス業では人材を確保することが重要課題になっているようです。一方で中小小売店と同様に顧客の高齢化にも前回同様2割を超える回答が集まっています。古くから営業しているクリーニング業等では昔からのなじみ客が多くあります。新規客が増えない店では、顧客の高齢化が毎回経営課題に挙がるのではないのでしょうか。時節の特別テーマとして今回も電気料金の値上げと石油価格の高騰、そして原材料の安全確保を質問しております。石油価格高騰は前回2割を超える回答を集めました。今回は安全確保と同様にゼロ回答でした。石油価格は決して安くはなっていませんが、ある程度の高値を受け入れ価格に転嫁していると思われる。電気料金の値上げに関しては前回とほぼ同様で1割に満たない回答ですが、クリーニング業のように石油や電動設備を多く利用する業種では切実な経営課題と思われる。

3月調査			6月調査		
第1位	接客サービスの向上	38.5	第1位	販売客の新規開拓	46.2
"	人材の確保・育成	38.5	第2位	インターネットの活用・強化	38.5
第3位	販売客の新規開拓	30.8	第3位	人材の確保・育成	30.8
"	インターネットの活用・強化	30.8	第4位	販売促進の強化	23.1
"	販売促進の強化	30.8	第5位	取扱商品の充実	15.4
第6位	商品価格の値下げ	23.1	"	接客サービスの向上	15.4
"	簡経費の削減	23.1	"	広告宣伝の強化	15.4
"	広告宣伝の強化	23.1	第8位	店舗の改装	7.7
第9位	後継者へのパトタッチ	15.4	"	好立地場所への移転	7.7
"	取扱商品の充実	15.4	"	商品価格の値下げ	7.7
第11位	店舗の改装	7.7	"	簡経費の削減	7.7
"	好立地場所への移転	7.7	"	省エネ活動の推進	7.7
第13位	省エネ活動の推進	0	第13位	他社との連携	0
"	他社との連携	0	"	サマータイムへの対応	0
"	その他	0	"	その他	7.7

業種を絞ってこれらの影響を確認することも必要かもしれません。DI値が下がり続けている業種ですが、資金繰りの悪化は前回同様1割5分程度の回答となっており、経営的に厳しくなっている事業所はまだ少ないようです。湘南の夏需要でサービス業が少しでも上向くことを期待したいと思います。

**事業を継続させるために
新規顧客開拓**
〜今後の課題

D I値が下降し続けていることから分かるように、市内のサービス業においては既存顧客だけでは事業が継続できない状況にまでなろうとしているようです。前回の調査では接客サービスの向上で既存顧客をつなぎ止めようとなりました。それでも顧客の減少を押さえよう。接客サービスの向上は前回4割近く、接客サービスを集め、同率1位の対策でしたが、今回は2割以上回答を下げ、重点対策からは外れています。そして、前回よりも1割5分以上の回答を増やして1位になったのが新規開拓です。対策の2位には1割近く回答を伸ばしたインターネットの活用・強化が入りました。販売客の新規開拓にはインターネットを利用することが有効であるとの判断でしょう。最近ではホームページやブログだけでなくTwitterに代表される交流サイトの利用者が増えています。これらを利用する「口コミ」客を狙うものと思われま。前回2位の人材の確保・育成は1割弱回答が下がってはいますが、3割を確保し3位の対策としてあげられています。

サービス業にとつて人的サービスの品質向上は常時実行すべき対策となっております。

前回の調査では2割台の回答に値下げ・諸経費の削減・販促進の強化の3つの対策が上げられていました。販促進の強化は今回も2割以上の回答を確保しましたが、他の2つは1割にも満たない回答でした。値下げによって利用が増えることは無かったのでしよう。諸経費もぎりぎりまで詰めている状況と思われます。新たな顧客を開拓しなければ店を続けることができないことがここでも確認できます。

時節の特別テーマである、省エネとサマータイムに関しては、あまり関心を持たれていないことが分かります。サマータイムへの対応はゼロ回答、省エネ活動の推進への回答も1割に達しませんでした。事業の継続が優先された結果でしょう。

飲食業

店舗・設備の不足や老朽化が急浮上

（経営課題）

3月調査			6月調査		
第1位	客足が戻らない	44.4	第1位	店舗・設備の不足や老朽化	50
第2位	電気料金の値上げ	33.3	第2位	同業店との競合	33.3
第3位	店舗・設備の老朽化	22.2	"	顧客の高齢化	33.3
"	駐車場不足	22.2	"	客足が戻らない	33.3
"	後継者問題	22.2	第5位	後継者問題	16.7
"	原材料の安全確保	22.2	"	情報不足	16.7
"	新規の大型商業施設の出店	22.2	"	原材料の安全確保	16.7
第8位	同業店との競合	11.1	第8位	駐車場不足	0
"	立地条件の悪化	11.1	"	立地条件の悪化	0
"	情報不足	11.1	"	人材不足	0
"	人材不足	11.1	"	資金繰りの悪化	0
"	顧客の高齢化	11.1	"	石油価格の高騰	0
"	資金繰りの悪化	11.1	"	電気料金の値上げ	0
"	石油価格の高騰	11.1	"	大型商業施設との競合	0
"	その他	0	"	その他	0

飲食業もデフレの影響で安さが強調されがちですが、「味」が伴わなければお客様からの支持を得ることは出来ません。前回調査ではテラスモール湘南の影響を受け客足が戻らないことが第1の経営課題でした。今回は店舗・設備の不足や老朽化が5割の回答を集め第

1位の課題となりました。お客様は新しい店に流れてしまうことを1つの結論としたようです。そして、競合相手を同業者と大型商業施設とに分けて確認したところ、3割が同業者との競合を経営課題とし、大型商業施設との競合はゼロ回答になりました。飲食業においても本当の競争相手は同業者であることが確認できました。新しい店ほど多くのお客が集まっているのが茅ヶ崎市の現状かもしれません。

古くから営業している店舗ほど顧客の高齢化が課題となるはずですから、回答店舗の3割は業歴が古い店と思われまます。高齢化すると食が細くなりまますから、客数を確保できても売上は減少することになります。

時事問題では原材料の安全確保が唯一経営課題として回答を集めました。それでも2割に満たない数値です。市内飲食店では原材料の安全性がそれほど重要視されていないようです。経営課題としては資金繰りの悪化に回答があるはずですが今回はゼロ回答でした。決して景気は良くありませんが、市内飲食店では安定した顧客を確保し

ていることが分かります。石油価格の高騰も電気料金の値上げも今回の調査では回答がありませんでした。飲食店にとっては大きな負担にならなかったようです。

攻めに転じる飲食店

今後の課題

3月調査			6月調査		
第1位	諸経費の削減	55.6	第1位	接客サービスの向上	83.3
第2位	取扱商品の充実	44.4	第2位	店舗の改装	33.3
"	接客サービスの向上	44.4	"	販売客の新規開拓	33.3
第4位	人材の確保・育成	33.3	"	諸経費の削減	33.3
"	販売促進の強化	33.3	"	インターネットの活用・強化	33.3
第6位	販売客の新規開拓	22.2	第6位	取扱商品の充実	16.7
"	インターネットの活用・強化	22.2	"	人材の確保・育成	16.7
第8位	商品価格の値下げ	11.1	"	販売促進の強化	16.7
"	後継者へのパトタッチ	11.1	第9位	好立地場所への移転	0
第10位	店舗の改装	0	"	商品価格の値下げ	0
"	好立地場所への移転	0	"	広告宣伝の強化	0
"	広告宣伝の強化	0	"	省エネ活動の推進	0
"	省エネ活動の推進	0	"	他社との連携	0
"	他社との連携	0	"	サマータイムへの対応	0
"	その他	11.1	"	その他	0

東日本大震災への配慮で外食需要が減少していました。前回の調査では堪え忍ぶことを優先する諸経費の削減が5割を超える回答を集め対策の1位でした。しかし、今回の調査では飲食店の対応が大きく変化していることが分かりました。諸経費削減は2割回答を落とし、変わって浮上したのが接客サービスの向上です。一挙に8割以上の回答を集めました。震災から1年を経過し、お祭りやイベントが復活しています。飲食店にも顧客が戻って来つつあることを実感しているのではないのでしょうか。そして、同率2位には店舗の改装・販売客の新規開拓・諸経費の削減・インターネットの活用・強化の4つ対策が並んでいます。顧客が戻って来つつあるといっても完全に戻っている状況ではないようです。諸経費の削減も販売客の新規開拓も継続実施するお店は3割存在します。ここで注目したいのは店舗の改装とインターネットの活用・強化です。店舗の改装は前回ゼロ回答でしたから、これだけでも飲食店が前向きになってきたことが分かります。インターネットの活用も前回

より1割以上回答が増えています。スマートフォン等の普及で、インターネットがより身近になり、飲食業での販促効果が大きいことが認められたと考えて良いでしょう。

前回上位を占めていた取扱商品の充実・人材の確保・育成・販促促進の強化は2割に満たない回答になりました。必要がなくなったと言うよりも、この3ヶ月間対策を実行し、お客様が戻ってきたという成果を出したと判断したいと思います。飲食店は新たなステージに入ったのでしょうか。省エネやサマータイム等、時節の特別テーマに関しては回答がありませんでした。湘南の夏を控え、業績向上に目が向けられているようです。

交通運輸業

コストアップで利幅減少

経営課題

運送業と整備業が含まれていますが、車輛を扱う業種として経営課題をある程度共有しています。経営課題の一番は前回同様設備の老朽化です。前回は10割回答でしたから、課題としての重みは若干下がってきました。設備を更新した企業があったのかもしれませんが、しかし、依然と6割以上の事業所が設

3月調査			6月調査		
第1位	設備の老朽化	100	第1位	設備の老朽化	66.7
第2位	燃料費の高騰	50	第2位	人件費負担の増大	33.3
第3位	設備不足	25	"	燃料費の高騰	33.3
"	立地環境の悪化	25	第4位	設備不足	16.7
"	従業員の高齢化	25	"	立地環境の悪化	16.7
第6位	競争の激化	0	"	情報不足	16.7
"	資金繰りの悪化	0	"	発注先の移転	16.7
"	人件費負担の増大	0	第8位	競争の激化	0
"	技術者不足	0	"	資金繰りの悪化	0
"	情報不足	0	"	技術者不足	0
"	公共需要の減少	0	"	公共需要の減少	0
"	発注先の移転	0	"	従業員の高齢化	0
"	後継者問題	0	"	後継者問題	0
"	受注単価の減少	0	"	受注単価の減少	0
	その他	0	"	その他	0

備の老朽化を解決できない状況であることは確かです。設備に関しては設備不足にも2割弱ですが回答が集まっています。老朽化と共に設備が不足している事業所があるということです。設備投資を行う資金を確保できていない事業所が多いと思われます。

今回の調査で急浮上したのが人件費負担増大です。資金繰りの悪化や受注単価減少には回答がないことから、受注件数が減少している事業所が増えていくことが考えられます。また、燃料費の高騰にも3割の回答が集まっていることから、運賃や加工賃への価格転嫁が進んでいないことも分かります。

そして気になる回答が発注先の移転です。前回ゼロ回答ですから、今回の調査で新たに発生した課題です。これは交通運輸業だけの問題ではありません。茅ヶ崎市内では採算が合わない判断すれば、事業所移転に踏み切る企業はこれからも出てくることになりました。他の業種では顕在化しておりませんが、事業所の市外移転が発生した場合はその原因を確認することが必要でしょう。

守りながら将来を模索

今後の課題

3月調査			6月調査		
第1位	設備投資	75	第1位	新分野開拓	50
第2位	人材の確保・育成	50	"	設備投資	50
第3位	新分野開拓	25	第3位	人員の削減・給与手当ての見直し	33.3
"	合理化・省力化	25	"	安全対策の強化	33.3
"	好立地場所への移転	25	第5位	積極的営業	16.7
"	他社との連携	25	"	合理化・省力化	16.7
第7位	積極的営業	0	"	好立地場所への移転	16.7
"	電子商取引の導入・充実	0	第8位	人材の確保・育成	0
"	財務体質の改善	0	"	電子商取引の導入・充実	0
"	事業所の移転	0	"	財務体質の改善	0
"	人員の削減・給与手当ての見直し	0	"	事業所の移転	0
"	海外展開	0	"	海外展開	0
"	取引先の見直し	0	"	他社との連携	0
"	安全対策の強化	0	"	取引先の見直し	0
	その他	0	"	その他	0

ネット通販等の普及と復興需要で物流量は確保されていますが、デフレの影響で物流網の再編成が進んでいること

も確かです。運送業も整備業も厳しい経営状況になっていることが伺われます。前回の調査では設備投資に7割5分の回答が集まり対策の1位でしたが設備投資意欲が衰退し、新分野開拓の伸びとともに5割の回答となりました。財務体質の改善がゼロ回答であることが示すように、経営的に苦しくはない状況でしょう。しかし、これからの物流を考えると、今のままでは経営が成り立たなくなると判断する企業が増えてきたのではないのでしょうか。運送業では分野を特化する企業が多いですが、従来とは異なる分野を開拓する必要性を理解し始めたようです。待っているだけは仕事は来ないことを理解したのでしょうか。積極的営業にも回答が入りました。運送業では安全対策が必須であることにも理解が進んだようです。前回のゼロ回答から一挙に3割の回答を集めました。運送業も整備業も待ちの経営から新分野開拓を含めた積極経営に移行しなければならぬ時期に入ったことが分かります。その成果が出るまでの対策でしょうか。前回ゼロ回答であった人件費の削減・給与手当の

見直しにも3割を超える回答が集まりました。前回2位であった人材の確保・育成は今回の調査ではゼロ回答になっています。これに代わって人件費の削減・給与手当の見直しが浮上したのですから、交通運輸関連企業の収益性がじわじわと低下している状況が推測されます。早期に新たな活動分野が見つかることを期待します。

5 . 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"> ・市道の整備・補修（駅近く）又自動車の運転指導。 ・市政のあり方に市民生活の向上を感じさせる事によって、経済の活性化が起きると思う。市の思いやり。 ・景気は悪化していると思います。 ・景気が良くなれば小売も良くなると思います。 ・歯止めがきかないデフレ。今は行動よりは、個々でできる事をしっかりコツコツやっ行ってきたいと思います。
<p>* サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地震防災マップの充実・実行・食の安全など、住みたい地域を目指すのが一番だと思うし、駅の南北通路ともう1か所つくって欲しい。
<p>* 工業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業努力は実ってきたが、他（金融機関等）がうまくいかない。
<p>* 建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元育成の為に、行政に協力して欲しい。 ・若人を育てる。悪い事は、考えたりしない。変化と前進のみが希望の星を生む。

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