

# 茅ヶ崎市景気動向調査 (9月)結果

1. 調査期間 平成24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	124	43	34.7%
大型店舗	13	10	76.9%
建設業	72	29	40.3%
製造業	50	32	64.0%
サービス業	67	20	29.9%
飲食業	55	9	16.4%
交通運輸業	19	8	42.1%
その他		5	
合計	400	156	39.0%

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。

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](http://www.chigasaki-cci.or.jp/keiki_doukou/index.html)

## 1. 現在の経済状況

# 9月まではわずかに上向き傾向

暑い夏から一気に秋に気候が変わってしまいました。政治の世界では日本も含め指導者の交代が進んでいます。

9月に行いました調査の集計が終わりました。政府が発表している経済統計資料の説明とは大きく異なる結果も一部には出ております。経済関連の統計の多くが平成24年8月までの調査結果であり、領土問題の影響が反映されておりません。統計数値の解釈では現状を踏まえてコメントしたいと思えます。

前回調査の後、夏休みがありました。経済や社会にも大きな出来事がいくつもありました。私たちの生活に大きな影響を与えるのは気候です。「暑い夏」と言っても8月と9月では夏の感じ方が違っていきます。8月は極端に雨が少なかったようです。辻堂の観測では平成23年8月に112.0mmの降雨量でしたが、今年は17.5mmしかありませんでした。飲

料はよく売れたことでしょう。今年の9月は、雨は昨年より若干少なめですが気温が高かったようです。平成23年9月の平均気温が<sup>24.6</sup>に対し、今年は<sup>25.2</sup>でした。気温の高い日が多かったことが分かります。秋物衣料は今年もあまり売れなかったことでしょう。

調査は9月末に行いましたから、経営者の業況感には国際的な政治不安が大きく影響を与えているようです。政治的には二大政党の党首選挙や領土問題が発生しましたが、7月から9月にかけては明るい話題も多くありました。7月27日にはロンドンオリンピックが開催され、なでしこジャパンをはじめ女性が活躍しました。イチローがヤンキースに電撃移籍して活躍したのも7月でした。9月にはiPhone 5が発表され携帯電話市場で新たな動きが始まりました。

ボーナスも入り、学校は夏休みでしたから家族旅行の需要は多くありました。8月まではエコカー補助金が残っていましたから新車の販売も順調でした。家庭の財布は少しではありますが、緩んでいたようです。

産業界も同様です。ヨーロッパの経済は厳しい状況が続いていますが、アメリカの経済が上向いてきたので、自動車を中心に製造業では設備投資への意欲が高まってきました。流通業でも海外進出への意欲が高まっています。公共投資が積極的に行われていることもあり、建設関連の需要も確保されています。東日本大震災の被災地では瓦礫の片付けがほぼ終了し、一部では住宅の建設も活発化しています。生活関連の産業では低価格志向の小売店にお客様が集まっていることは従来と変わりません。しかし、安くてもデザインや性能が向上する傾向があり、デフレ傾向が変化することはなさそうです。経済が僅かですが動き始めたことを反映して、国内の雇用が改善されつつあります。8月の完全失業率は7月より0.1%低下して4.2%になりました。15〜24歳の若者は0.2%低下して8.0%です。有効求人倍率が向上していることから経済が動きはじめたことを確認することができます。

このような経済状況を平成24年10月12日に発表した月例経済報告で、政府は次のように説明しています。

景気は、引き続き底堅さもみられるが、世界景気の減速等を背景として、このところ弱めの動きとなっている。

- ・生産は、減少している。輸出は、弱含んでいる。
- ・企業収益は、持ち直しているが、頭打ち感がみられる。設備投資は、一部に弱い動きもみられるものの、緩やかに持ち直している。
- ・企業の業況判断は、製造業を中心に慎重さがみられる。
- ・雇用情勢は、依然として厳しさが残るものの、改善の動きがみられる。
- ・個人消費は、おおむね横ばいとなっているが、足下で弱い動きがみられる。
- ・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

# 建設業を除いて総崩れ

	茅ヶ崎市			全国	
	前年9月比	24年6月比	先行き見通し	9月比	先行き見通し
全産業	52.4	32.9	48.2	26.6	24.7
商業	65.0	45.0	51.4	30.0	23.0
大型店舗	70.0	40.0	60.0	-	-
建設業	14.8	18.5	52.0	16.6	23.6
製造業	54.8	25.0	50.0	27.8	26.8
サービス業	61.1	42.1	25.0	22.5	21.9
その他	57.9	28.6	47.0	-	-

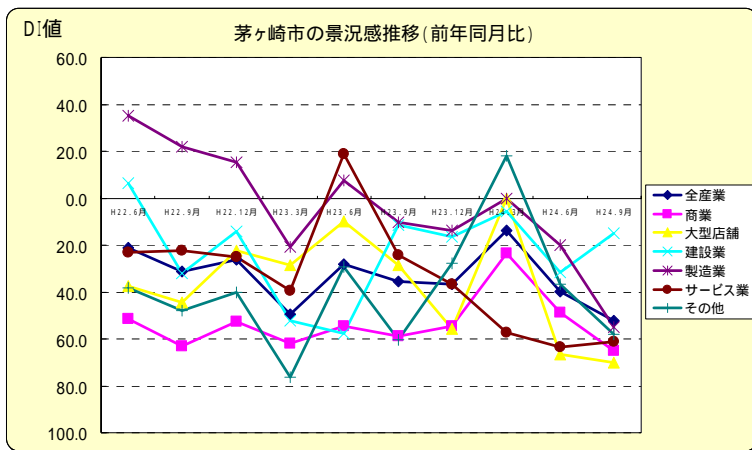
経済統計や政府が発表している経済報告では、日本の経済がわずかに回復しつつあるとの表現を取っています。

しかし、今回の調査結果では茅ヶ崎市の景況は大きく後退していることが示されています。その原因は調査時点にあると考えます。調査は9月末で行われたため、尖閣諸島を中心とする国際的領土問題が日本の経済にも影響を与え始めた時期でした。時間の微妙なズレを考慮して業況の判断を行いたいと思います。

茅ヶ崎市と全国平均の前年9月比を比較してみましよう。産業全体では、全国平均がマイナス<sup>26.6</sup>のDI値であるのに対し、茅ヶ崎市はマイナス<sup>52.4</sup>という大きなマイナスを示しています。茅ヶ崎市の経済が社会変化の影響を受けやすいことをあらためて確認する数値ではないでしょうか。領土問題をきっかけに経済問題にまで発展した国際関係ですが、9月末現在、全国的にはまだ影響は出ていませんでしたが、茅ヶ崎市では2週間で経済へのマイナス効果となって現れたことが確認できます。自動車や家電を中心に日本の製品が売れなくなりました。その影響を真っ先に受けるのが製造業です。茅ヶ崎市ではサービス業がこれに呼応します。

さらに流通業にも短期間に伝播したのではないでしょう。商業と製造業は全国平均の2倍、サービス業は3倍マイナス数値が大きくなっています。全国との比較はできませんが大型店は大きな打撃を受けており、DI値はマイナス70.0にまで下がっています。7月と8月はボーナスと夏休み、そしてロンドンオリンピックで市民の気持ちが一変になっていきました。そこに、急に領土問題等が発生したのですから反動は大きかったようです。6月との対比では流通業とサービス業で落ちこみが大きかったことが示されています。

これだけ茅ヶ崎市内の景況が悪化しているにもかかわらず、全国平均よりもDI値が高いのが建設業です。全国平均マイナス16.6に対して、茅ヶ崎市ではマイナス14.8です。建設業全体にマイナスではありますが、他業種よりは良いDI値を示していることから、建設業では国際的政治問題等の影響を受けにくいことが確認できるでしょう。



## 東日本大震災直後 よりも悪化

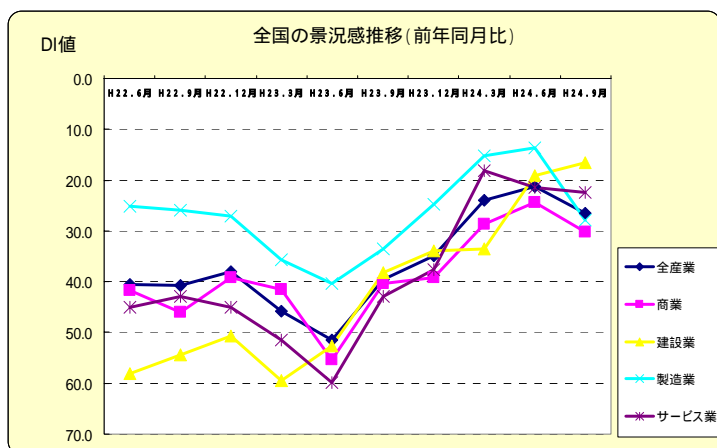
グラフには平成22年6月からの推移が示されています。市内全産業では昨年3月の東日本大震災時にマイナス49.7まで景況が落ち込みました。今回の調査では更に悪化しマイナス52.4にまで下がっていることが分かります。東

日本大震災では国内での混乱でしたが、今回は国際的な経済問題に発展しており、その影響は東日本大震災以上であることが分かります。前回調査した6月は、昨年の6月が東日本大震災後の景気回復時期であったため、昨年と比較すると業況は良くないと判断しました。その6月よりも今回は大幅に業況が悪化しているとの結果が出ています。悪化が目立つのが製造業です。6月にマイナス20.0であったDI値が今回はマイナス54.8ですから、30ポイント以上低下したことになります。中国景気に茅ヶ崎市内の製造業も支えられなかったことが分かります。

商業や大型店舗といった流通業とサービス業はDI値がマイナス60を超えています。これまでの流れから判断すると、底の状況にまで落ち込んでいることが分かります。特に小売分野では一般小売店も大型店舗も共倒れの状態です。消費の落ちこみはかなり大きくなっています。このまま買い控えが進めば大型店の存立そのものが危ぶまれる事態に発展しかねません。サービス業は6月よりもわずかですが数値が

向上しています。しかし、先行指標となつている製造業が大きく下がっていますので、回復基調にあるとの判断はできません。

唯一明るい兆候を示しているのが建設業です。前回マイナス31.8まで下がったDI値がマイナス14.8まで回復しました。公共投資と震災復興の影響であることは確かであり、今後東北の復興が更に進むことが期待されます。茅ヶ崎市内の建設業者にはこれからも期待できそうです。



### 3 茅ヶ崎市経済の先行き

## 建設業でも募る将来不安

ロンドンオリピックの余韻の中で起こった国際問題は茅ヶ崎市経済の将来見通しを暗くしています。産業全体ではマイナス48.2というDI値を示しており、全国平均のマイナス24.7を大幅に下回っています。茅ヶ崎市では現在の状況をかなり深刻に受け止めていることが分かります。最も強く不安を抱いているのは大型店舗です。マイナス60.0のDI値を示しています。かなり深刻な状態と思われま。商業もマイナス51.4ですから流通関連の事業所の多くが灯りの見えない状況であることが確認できるでしょう。政治も含め少しでも不安要因が減少することを期待したいと思います。

茅ヶ崎市の経済を引っ張っている製造業でも先行きが見通せない事業所が多い状況であり、DI値はマイナス50.0になっています。中国を中心とするア

ジアでの需要が高まっていただけに、ダメージは大きいようです。大手製造業ではタイやベトナムそしてインド等に生産拠点を設け、リスクを分散させようとしています。しかし、日本からの調達が増えるという保証はありません。市内製造業では、世界の製造機能がどのように変化していくか見通せない状況が暫く続くと考えます。

他の業種に比べて先行き見通しを楽観している事業所が多いのはサービス業です。DI値はマイナス25.0で全国平均とほぼ同じ数値です。景気の回復を期待している事業所が増えているのかもしれませんが、茅ヶ崎市内製造業の先行き見通しが悪いことを考慮すると、厳しい先行きが待っていると考える方が良さそうです。

最後に今回の調査で唯一前回よりもDI値が改善した建設業の先行きを確認しましょう。復興需要への期待は無くなっています。先行きのDI値はマイナス52.0まで下がってしまいました。輸出が減少すれば首都圏での建設投資も減少するとの見方かもしれません。関東における復興需要も一段落してき

たのかもしれない。

茅ヶ崎市の産業界では、多くの企業が9月末現在で明るい要因を見つけることができない状況とされます。しかし、何もしなければ衰退に向かうことになってしまいます。自ら情報を集め、次の方向を自ら見出す努力が必要でしょう。

政府は次のように先行きを説明しています。

当面は弱めの動きが続くと見込まれる。その後は、復興需要が引き続き発現するなかで、海外経済の状況が改善するにつれ、再び景気回復へ向かうことが期待されるが、欧州や中国等、対外経済環境を巡る不確実性は高い。こうしたなかで、世界景気のさらなる下振れや金融資本市場の変動等が、我が国の景気を下押しするリスクとなっている。また、収益や所得の動向、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

客足が戻らない  
こじこじが急浮上

特別項目  
経営課題

小売業 経営課題			9月調査		
6月調査			9月調査		
第1位	顧客の高齢化	63.9	第1位	顧客の高齢化	45
第2位	同業店との競合	36.1	第2位	同業店との競合	35
第3位	大型商業施設との競合	30.6	第3位	客足が戻らない	35
第4位	後継者問題	22.2	第4位	大型商業施設との競合	22.5
第5位	店舗・設備の不足や老朽化	13.9	第5位	後継者問題	20
	駐車場不足	13.9	第6位	経営者の高齢化	17.5
	情報不足	13.9	第7位	駐車場不足	15
	資金繰りの悪化	13.9		立地条件の悪化	15
	客足が戻らない	13.9		電気料金の値上げ	15
	電気料金の値上げ	13.9	第10位	人材不足	12.5
第11位	立地条件の悪化	8.3	第11位	資金繰りの悪化	10
	人材不足	8.3		石油価格の高騰	10
	石油価格の高騰	8.3	第13位	店舗・設備の不足や老朽化	5
	原材料の安全確保	8.3	第14位	情報不足	2.5
	その他	2.8		原材料の安全確保	2.5
				その他	0

悪化の流れを止めることができない小売業では、前回同様に顧客の高齢化が最大の課題となっています。しかし、回答は前回よりも2割近く下がっており、突出した課題が無く、複数の課題が絡み合う状況になりつつあるようです。3割5分の回答を集め同率2位となったのが同業者との競合と客足が戻

らないことです。この中で客足が戻らないことが今回調査の特徴です。前回は1割5分に満たない回答でしたが、今回の調査では3割5分に達しました。「いくら待っても去ったお客様は戻って来ない。」このような店が一挙に増えたことを示しています。その結果、残ったお客様の年齢は高くなってしまうと言ったことでしょうか。同業店や大型店との競争は、小売を行う以上、当たり前前の課題であり、競争を乗り越えなければ店を継続させることはできません。

そしてもう一つの変化は、前回の調査で同率5位であった二つの経営課題が大幅にダウンしたことです。店舗・設備の不足や老朽化と情報不足の二つです。共に1割程度の減少ですが、店舗設備を整備したところで客足が戻ることはないことを、ハッキリ感じ取った結果ではないでしょうか。

このほかわずかに回答を増やした課題もいくつかあります。その一つが立地条件の悪化で1割5分の回答を集めました。道路工事等何らかの影響で店舗立地が変わってしまった店が複数存

在することが分かります。電気料金や石油価格などエネルギー価格の値上げも回答を増やしています。エネルギー関連のコストアップに困っている店が存在することも分かりました。

そして、資金繰りがそれほど悪化していないことから、小売店の多くはまだまだ継続が可能であることが推測されます。

# 決め手がない対策

今後の課題

6月調査			9月調査		
第1位	接客サービスの向上	63.9	第1位	接客サービスの向上	47.6
第2位	販売書の新規開拓	47.2	第2位	販売書の新規開拓	42.9
第3位	取扱商品の充実	38.9	第3位	取扱商品の充実	35.7
第4位	経費の削減	33.3	第4位	販売促進の強化	35.7
第5位	販売促進の強化	33.3	第5位	経費の削減	33.3
第6位	インターネットの活用・強化	19.4	第6位	インターネットの活用・強化	23.8
第7位	広告宣伝の強化	13.9	第7位	広告宣伝の強化	11.9
第8位	人材の確保・育成	11.1	第8位	省エネ活動の推進	11.9
第9位	店舗の改装	2.8	第9位	人材の確保・育成	9.5
第10位	好立地場所への移転	2.8	第10位	店舗の改装	4.8
第11位	商品価格の値下げ	2.8	第11位	商品価格の値下げ	2.4
第12位	省エネ活動の推進	2.8	第12位	好立地場所への移転	0
第13位	他社との連携	2.8	第13位	他社との連携	0
第14位	サマータイムへの対応	2.8	その他	その他	2.4
その他	その他	0			

前回調査では接客サービスの向上が6割を超える回答を集め1位でしたが、今回調査では1位の課題ではあります。回答は5割を切りました。経営課題が同様に突出する対策が出てきていないことから、低迷している現状から逃れる決め手が見いだせない状況と推測されます。上位5位までの対策はほぼ前回同様であり、対策を実行したそれらの成果を確認できなかったと考えて良いのではないのでしょうか。

今回調査では6位にわずかですが変化が出てきました。それはインターネットの活用・強化です。前回と順位は同じですが、回答率がわずかに上昇しています。経済低迷の中でも成長を続けているネット販売に興味を持つ店舗や、スマートフォンを利用する販促に興味を持つ店がわずかですが増えたと考えます。

好立地場所への移転と他社との連携は今回ゼロ回答になりました。新天地を求めたり新たなパートナーを求めたりするような積極姿勢を示す店舗が減ってきているようです。新しいことを何かする姿勢は薄れていますが、環境

問題にだけは反応を示しています。前回わずかの回答しか無かった省エネ活動に対して、今回は1割を超える回答が集まりました。苦しい経済情勢であっても、社会活動としての省エネへの関心は高まっていると理解して良いようです。茅ヶ崎市内の小売店からは、ムリせず焦らず景気の回復をじっと待つとする意志を感じます。

# 建設業

# 受注減でコスト負担が増加

特別項目

経営課題

6月調査			9月調査		
第1位	競争の激化	57.1	第1位	競争の激化	60
第2位	公共需要の減少	47.6	第2位	公共需要の減少	48
第3位	受注単価の減少	47.6	第3位	受注単価の減少	44
第4位	資金繰りの悪化	23.8	第4位	人件費負担の増大	24
第5位	技術者不足	23.8	第5位	技術者不足	20
第6位	人件費負担の増大	14.3	第6位	経営者の高齢化	20
第7位	設備の老朽化	9.5	第7位	資金繰りの悪化	16
第8位	設備不足	4.8	第8位	石油価格の高騰	8
第9位	発注先の移転	4.8	第9位	納期の短縮	8
第10位	石油価格の高騰	4.8	第10位	設備の老朽化	4
第11位	電気料金の値上げ	4.8	第11位	情報不足	4
第12位	立地環境の悪化	0	第12位	設備不足	0
第13位	情報不足	0	第13位	立地環境の悪化	0
第14位	納期の短縮	0	第14位	発注先の移転	0
第15位	円高による輸出関連の売上げ減少	0	第15位	円高による輸出関連の売上げ減少	0
その他	その他	4.8	その他	電気料金の値上げ	0
			その他	その他	0



震災の復興需要を含め他の産業よりも業況が良かった建設業ですが、国際問題や政治の不透明感によって受注が増えない状況になってきているようです。前回の調査と上位3つの経営課題はほぼ同じです。公共需要は減少を続け、競合が更に激しくなっていることが理解できます。

経営課題4位の変化に注目してみましよう。前回は資金繰り悪化が2割を超える回答を集めていましたが、今回は1割を切る回答となりました。代わって4位に上がってきたのが人件費負担の増大です。資金は何とか調達しましたが、利益が減少して人件費負担が重くのしかかる事業所が増えていることが分かります。回答は少ないですが前回よりも増えているのが石油価格の高騰です。受注が伸び悩んでいる状況でのコストアップは、建設業の経営を圧迫することになりそうです。納期の短縮も回答は少ないですが、前回ゼロ回答から上昇した経営課題です。厳しい現場管理が求められることになりました。

前回の調査ではわずかですが回答が

あった設備不足・発注先の移転・電気料金の値上げは今回ゼロ回答でした。経営課題は上位3つに集まってきたようです。

今回特別項目として質問しました経営者の高齢化に対しては2割の回答が集まり、経営課題の5位に入りました。建設業においても今後は後継者問題が大きくなるかもしれません。

## 耐え忍ぶ経営にシフト

### 今後の課題

建設業 今後の経営対策

6月調査			9月調査		
第1位	営業力の強化	59.1	第1位	積極的営業	55.6
第2位	新分野開拓	45.5	第2位	人材の確保・育成	44.4
第3位	人材の確保・育成	40.9	第3位	新分野開拓	29.6
第4位	合理化・省力化	27.3	第4位	合理化・省力化	25.9
"	縮経費の削減	27.3	第5位	財務体質の改善	18.5
第6位	他社との連携	22.7	"	縮経費の削減	18.5
第7位	財務体質の改善	13.6	第7位	人雇の削減・給与手当ての見直し	14.8
第8位	人雇の削減・給与手当ての見直し	9.1	第8位	他社との連携	11.1
"	省エネへの取り組み	9.1	"	後継者へのバトンタッチ	11.1
第9位	設備投資	0	第10位	設備投資	7.4
"	電子商取引の導入・充実	0	"	事業所の移転	7.4
"	事業所の移転	0	第12位	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	"	省エネへの取り組み	0
その他		0	その他		0

上位3位までは前回調査と同じです。仕事を確保するために積極的営業を行う基本方針は変わりません。そのため強化すべき対策として人材の確保・育成が対策の2位に上がりました。前回4割5分を超えていた新分野開拓は3割弱の回答に下がっています。新たな分野でリスクを抱えるよりも建設分野で残ることを目指そうとする事業所が増えたのかもしれませんが、他社との連携も1割以上回答が減りました。ここでも新たな試みよりも、現業を優先させる事業所が増えていることを確認できます。

4位以降に合理化・省力化・財務体質の改善・諸経費の削減・人員の削減・給与手当ての見直しが続くのはまさに耐え忍ぶための対策でしょう。諸経費削減は前回よりも回答が下がっていますから、この3ヶ月間にある程度成果が上がったと思われる。今後は財務体質の改善を更に強化するとともに、人件費負担の軽減への取り組みが始まることとなります。

今回の特別項目として経営課題で経営者の高齢化を質問し、2割の回答を



集めました。これに呼応する対策の一つが後継者へのバトンタッチです。今回は1割の回答を集めました。高齢を意識している経営者の半分が世代交代を行う予定であることが確認できました。円滑な事業継承を期待いたします。省エネに関しては前回1割弱の回答がありました。今回はゼロ回答でした。先行き見通しが暗い状況で、省エネよりも優先すべき対策が多くなったのが建設業の実態でしょう。

## 製造業

# 高まる単価競争

### 経営課題

中国への輸出が減少することによって受注競争は更に激しくなっています。前回よりも回答を増やしている経営課題は、設備の老朽化・受注単価の減少・資金繰りの悪化・設備不足の4つです。受注単価の減少と資金繰りの悪化は前回よりも1割以上多くの回答を集めており、国際問題の解決が遅ればその余波さらに広がるのが予想されます。残る2つが設備に関する課題です。経

営課題の2位が技術者不足であることと合わせると、世界の中で競争して生き残る為には、市内の工場には新たな技術と生産設備の導入が必要となっていることが分かります。納期短縮は1割に満たない回答ですが、前回の2倍回答を集めています。ここからも生産性の向上が求められていることが確認できるでしょう。国際的な競争では円高問題も関係しますが、円高の影響は今回の調査でも1割に満たない回答でした。茅ヶ崎市の製造業には円高に左右されない技術力が求められているようです。

電力不足から心配されたエネルギーコスト問題では、前回2位であった電気料金の値上げが半減して2割を切りました。石油価格の高騰も半減して1割を切っています。経営課題として残っています。心配したほどの負担にはならなかったようです。コスト面では大きなウェイトを占めるのが人件費負担の増大ですが、前回よりも順位は下がっています。回答率はほとんど変わっていません。人件費問題を抱えている工場では今回も継続して経営課題

になっていいると思われまます。今回の特別項目である経営者の高齢化に関しては1割にも満たない回答でした。市内の製造業には比較的若い経営者が多いのかもしれませんが、それだけに、今後も海外との競争に立ち向かうことが求められることになるのでしよう。

製造業 経営課題

6月調査		9月調査	
第1位	競争の激化	50	51.6
第2位	電気料金の値上げ	40.9	32.3
第3位	技術者不足	36.4	29
第4位	設備の老朽化	27.3	25.8
第5位	人件費負担の増大	18.2	19.4
第6位	石油価格の高騰	18.2	16.1
第7位	受注単価の減少	13.6	16.1
第8位	情報不足	9.1	12.9
第9位	設備不足	9.1	9.7
第10位	納期短縮	9.1	9.7
第11位	資金繰りの悪化	4.5	9.7
第12位	設備の老朽化	4.5	6.5
第13位	立地環境の悪化	4.5	6.5
第14位	納期の短縮	4.5	6.5
第15位	公共需要の減少	0	3.2
その他	その他	9.1	6.5

特別項目

# 更なるコスト削減に挑戦

### 今後の課題

製造業 今後の経営対策

6月調査			9月調査		
第1位	営業力の強化	59.1	第1位	積極的営業	58.1
第2位	新分野開拓	50	第2位	新分野開拓	51.6
第3位	人材の確保・育成	40.9	第3位	人材の確保・育成	38.7
第4位	設備投資	22.7	第4位	合理化・省力化	25.8
第5位	海外展開	22.7	第5位	設備投資	16.1
第6位	合理化・省力化	13.8	第6位	海外展開	16.1
第7位	事業所の移転	9.1	第7位	他社との連携	16.1
第8位	人員の削減・給与手当ての見直し	9.1	第8位	経費削減	12.9
第9位	他社との連携	9.1	第9位	財務体質の改善	9.7
第10位	経費削減	9.1	第10位	人員の削減・給与手当ての見直し	9.7
第11位	財務体質の改善	4.5	第11位	後継者へのバトンタッチ	9.7
第12位	好立地場所への移転	4.5	第12位	電子商取引の導入・充実	0
第13位	省エネへの取り組み	4.5	第13位	事業所の移転	0
第14位	電子商取引の導入・充実	0	第14位	好立地場所への移転	0
第15位	サマータムへの対応	0	第15位	省エネへの取り組み	0
その他	9.1	その他	3.2		

今後の対策では上位3つは前回と変わりません。人材を育成しながら、現分野での営業を展開しながら、新分野にも挑戦する姿勢が示されています。しかし、4位以下の対策に変化が出てきました。前回同率4位であった設備投資と海外展開が2割の回答を切り、前回6位であった合理化・省力化が2割5分の回答を集め4位に上がりました。前項で確認したように、受注単価が下がっている工場では更なる生産性

向上が必須ということになります。海外展開への回答は下がっていますが、ことに変わりはありません。単価競争が更に強まれば、海外展開への動きが加速されるかもしれません。

回答そのものは多くありませんが、前回の調査より増えているのが他社との連携・諸経費の削減・財務体質の改善の3つです。他社との連携は中小企業対策の一つでもあります。企業同士の出会いは様々な事業に繋がる可能性を持っています。これからも積極的な取り組みに期待したいところです。諸経費削減と財務体質の改善は受注単価競争への対応策の一環でしょう。コスト削減を行いながら受注が回復するのを待っている姿勢も伺われます。

事業所の移転や省エネへの取り組みは今回ゼロ回答になりました。先行きが見通せない状況で、生き残り対策が優先されていることがここでも確認できるでしょう。

サービス業

難しい業績の回復

経営課題

サービス業 経営課題

6月調査			9月調査		
第1位	同業店との競合	38.5	第1位	同業店との競合	45
第2位	人材不足	38.5	第2位	人材不足	40
第3位	後継者問題	30.8	第3位	顧客の高齢化	25
第4位	顧客の高齢化	23.1	第4位	資金繰りの悪化	25
第5位	店舗・設備の不足や老朽化	15.4	第5位	客足が戻らない	25
第6位	資金繰りの悪化	15.4	第6位	店舗・設備の不足や老朽化	10
第7位	客足が戻らない	15.4	第7位	駐車場不足	10
第8位	大型商業施設との競合	15.4	第8位	情報不足	10
第9位	駐車場不足	7.7	第9位	経営者の高齢化	10
第10位	立地条件の悪化	7.7	第10位	大型商業施設との競合	10
第11位	情報不足	7.7	第11位	後継者問題	0
第12位	電気料金の値上げ	7.7	第12位	立地条件の悪化	0
第13位	石油価格の高騰	0	第13位	石油価格の高騰	0
第14位	原材料の安全確保	0	第14位	原材料の安全確保	0
第15位	その他	0	第15位	電気料金の値上げ	0
その他	0	その他	10		

前回の調査に続いて極めて悪い業況が続いているのがサービス業です。同業店との競合は前回よりも増えています。そして、受注するための人材不足も更に増えています。この2つが主な経営課題ですが、3位以下に大きな変化が出ています。前回調査では3割の回答を集め3位であった後継者問題が今回はゼロ回答になっています。今回ゼロ回答となったのはこのほかに、立地条件の悪化と電気料金の値上げの2

つです。これら3つが解決したとは思えませんが、業績が悪化しており、これらが課題としても上がらない状態と理解した方が良いでしょう。

お客様の高齢化は一層進んでいます。客足が戻らないことが前回よりも1割ほど回答を増やしていることから、新規顧客を確保できていないことが分かります。同様に資金繰り悪化を訴える事業所も1割増加しています。業績の悪化が資金繰りを更に圧迫していることがわかります。

前回の調査では大型店舗との競争が1割5分を超えていましたが、今回は1割に減少しました。同業店との競争は激しくはなっていますが、需要全体が減少している結果ではないでしょうか。

今回の特別項目である経営者の高齢化には1割の回答しかありませんでした。サービス業全体では比較的若い経営者が活躍していることが確認できました。比較的新規参入がしやすい業種ですが、景況の影響を受けやすい業種でもあります。若い経営者がどのような舵取りを行うか手腕が問われる時期

に入ったのではないのでしょうか。

## 新規よりも既存顧客を大切に

～今後の課題～

サービス業		今後の経営対策	
6月調査		9月調査	
第1位	販売客の新規開拓 46.2	第1位	接客サービスの向上 60
第2位	インターネットの活用・強化 38.5	第2位	人材の確保・育成 35
第3位	人材の確保・育成 30.8	第3位	販売客の新規開拓 30
第4位	販売促進の強化 23.1	第4位	インターネットの活用・強化 25
第5位	取扱商品の充実 15.4	"	販売促進の強化 25
"	接客サービスの向上 15.4	第6位	広告宣伝の強化 20
"	広告宣伝の強化 15.4	第7位	取扱商品の充実 15
第8位	店舗の改装 7.7	第8位	店舗の改装 10
"	好立地場所への移転 7.7	"	好立地場所への移転 10
"	商品価格の値下げ 7.7	"	商品価格の値下げ 10
"	簡経費の削減 7.7	"	簡経費の削減 10
"	省エネ活動の推進 7.7	第12位	他社との連携 5
第13位	他社との連携 0	第13位	省エネ活動の推進 0
"	サマータイムへの対応 0	"	その他 5
"	その他 7.7		

今後の対策では上位が入れ替わりしました。販売客の新規開拓が2割回答をおとし、代わって接客サービスの向上が4割5分回答を増やして6割を集め

ました。新たな顧客の開拓よりも、既存顧客の満足度を高める対策に多くの事業所がシフトしようとしていることになりそうです。人材確保・育成が若干回答を増やして2位の対策になっていることから、人的サービス品質の向上を目指していることが分かります。前回よりも1割以上回答が下がっているのがインターネットの活用・強化です。時流はインターネット優先ですが、茅ヶ崎市内のサービス業者はふれあいを重視しようとしているのかもしれない。また、販売促進の強化への回答はわずかに増えています。人間としての触れ合いを重視し、来店客の満足度を高めようとする姿勢を確認することができるでしょう。

社会全体のテーマである省エネ活動の推進に関しては前回も回答はわずかでしたが、今回はゼロ回答になりました。サービス業は全体的に省エネへの関心が薄いのかもしれません。

## 飲食業

### 切実な店舗の老朽化

～経営課題～

茅ヶ崎市の飲食店の悩みは前回同様に店舗・設備の不足や老朽化であり、回答率はわずかですが上がっています。お客様は新しく値頃感のある店に移ってしまう傾向があり、古い店舗のままでは戻って来ないと判断しているようです。客足が戻らないとの回答は前回の調査では3割程度でしたから、1割増えたことになりました。飲食業の課題は上位2つに集中してきたのが今回の特徴でもあります。

**飲食業 経営課題**

6月調査			9月調査		
第1位	店舗・設備の不足や老朽化	50	第1位	店舗・設備の不足や老朽化	55.6
第2位	同業店との競合	33.3	第2位	客足が戻らない	44.4
"	顧客の高齢化	33.3	第3位	同業店との競合	22.2
"	客足が戻らない	33.3	"	駐車場不足	22.2
第5位	後継者問題	16.7	"	後継者問題	22.2
"	情報不足	16.7	"	情報不足	22.2
"	原材料の安全確保	16.7	"	電気料金の値上げ	22.2
第8位	駐車場不足	0	第8位	立地条件の悪化	11.1
"	立地条件の悪化	0	"	人材不足	11.1
"	人材不足	0	"	顧客の高齢化	11.1
"	資金繰りの悪化	0	"	資金繰りの悪化	11.1
"	石油価格の高騰	0	"	経営者の高齢化	11.1
"	電気料金の値上げ	0	第13位	石油価格の高騰	0
"	大型商業施設との競合	0	"	原材料の安全確保	0
その他	0	"	大型商業施設との競合	0	
			その他	0	

特別項目

2割の回答を集めた課題が5つありますが、前回ゼロ回答から急上昇したものが2つあります。駐車場不足と電気料金の値上げです。新しいお客様を呼ぶためには駐車場が必要であることは確かです。電気料金に関しては夏のエアコンで値上げを実感したようです。前回3割の回答を集めていた同業店との競合が今回は2割の回答に下がりました。客足が戻らないのは老朽化も含めて自店に原因があることを悟った店が増えたと思われます。後継者問題も情報不足もわずかに回答を増やして同率3位の課題になっています。後継者問題に関しては、今回の特別項目である経営者の高齢化と合わせて検討することが必要でしょう。経営者の高齢化には1割の回答しかありませんから、飲食業における後継者問題は必ずしも高齢化と同じではなさそうです。高齢では無くても、店を誰かに譲りたいと考えている経営者が出てきているようです。

前回よりも大きく回答が下がっているのは顧客の高齢化と原材料の安全確保です。原材料の安全確保に関しては

**飲食業 今後の経営対策**

6月調査		9月調査			
第1位	接客サービスの向上	83.3	第1位	接客サービスの向上	55.6
第2位	店舗の改装	33.3	第2位	店舗の改装	44.4
"	販売費の新規開拓	33.3	"	簡経費の削減	44.4
"	簡経費の削減	33.3	"	販売促進の強化	44.4
"	インターネットの活用・強化	33.3	第5位	販売費の新規開拓	33.3
第6位	取扱商品の充実	16.7	第6位	人材の確保・育成	22.2
"	人材の確保・育成	16.7	"	インターネットの活用・強化	22.2
"	販売促進の強化	16.7	第8位	商品価格の値下げ	11.1
第9位	好立地場所への移転	0	第9位	取扱商品の充実	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	0	
その他	0				

前回の調査では飲食店の対策は接客

今回ゼロ回答です。茅ヶ崎では放射線問題が一段落したと考える良さそうです。また、高齢者を積極的に顧客とするように発想を変えた店もあると思われます。

本気で店舗改装とコスト削減

今後の課題

サービスの向上が8割の回答を集め、1位の課題でした。今回も1位ではありませんが、回答は3割減少しています。その代わり、同率2位になった3つの課題が回答を増やしています。最も大きく伸びたのは販売促進の強化です。前回よりも3割近く高くなっています。接客だけでなく、お客様が得する提案が求められるようになったことが分かります。残りの2つは前回よりも1割多い回答です。店舗の改装はこれまで対策に上がって来ましたが、そろそろ本気で改装しなければならぬ状況になってきたのではないのでしょうか。改装するためには資金が必要ですから、経費削減にも本気で取り組まなければならぬということでしょう。市内飲食店はお客様に対して、目に見える形で店が変わったことをPRすることになりそうです。その一方で、前回ゼロ回答であった商品価格の値下げにも回答が入っています。デフレに合わせて値下げをお客様を集めようとする店の生き方もあるようです。

前回調査よりも回答が下がった対策が2つあります。一つはインターネット

トの活用・強化です。1割低下しています。販売客の新規開拓が前回と同じ回答率であることと合わせて考えると、新規開拓よりも既存のお客様に店が変化したことを訴える方を優先しているようです。もう一つは取扱商品の充実です。今回はゼロ回答にまで下がりました。商品を充実させても店にお客様が来てくれなければ変化が分かりません。店舗の改装や販売促進の強化のように、お客様に来店を促すことが対策の中心となるのがここでも確認できます。

## 交通運輸業

# 得意先の業績が悪化

### 経営課題

運送業とその車両を整備する整備業にも転機が訪れています。前回1位であった設備の老朽化が大きく後退し、人件費負担の増大が1位になっていました。同率2位に発注先の移転と今回の特別項目である得意先の事業縮小が入っていることから分かるように、得意先に変化が現れてきたことが分かりま

す。得意先が移転したり事業を縮小したりすれば、運送も整備も仕事は減ってしまいます。事業者の数は変わりませんが、当然競争が激しくなります。交通運輸関連の事業所では受注が減少し、ドライバーや整備士の人件費が経営に重くのしかかっているようです。そして、情報不足も前回より1割以上多く集めています。これから先業界がどのようなようになるかの見通しがたない企業が増えていることを示しています。受注が減少しているところに追い打ちをかけているのが燃料費の高騰です。前回よりわずかに回答が下がってはいますが、依然と3割に近い事業所が負担を感じています。

設備の老朽化と同様に、前回調査よりも大きく下がった対策が2つあります。設備不足と立地環境の悪化です。設備不足は今回ゼロ回答であり、老朽化と同様に、受注が減ってしまった経営課題では無くなってしまったようです。立地環境の悪化も今回ゼロ回答となっています。企業の存続そのものが危ぶまれる事業所が出てきているかもしれません。

# 新分野開拓に向けて 人材育成

今後の課題

今後の対策は前回同様に、1位は新分野開拓です。前回よりも回答は増えています。その分だけ回答を下げたのは2位の設備投資です。交通運輸関連の事業所は転機に差し掛かっているようですが、設備投資を行って既存の事

交通運輸業 経営課題

6月調査			9月調査		
第1位	設備の老朽化	66.7	第1位	人件費負担の増大	42.9
第2位	人件費負担の増大	33.3	第2位	情報不足	28.6
"	燃料費の高騰	33.3	"	発注先の移転	28.6
第4位	設備不足	16.7	"	燃料費の高騰	28.6
"	立地環境の悪化	16.7	"	得意先の数縮小	28.6
"	情報不足	16.7	第6位	競争の激化	14.3
"	発注先の移転	16.7	"	技術者不足	14.3
第8位	競争の激化	0	"	設備の老朽化	14.3
"	資金繰りの悪化	0	第9位	資金繰りの悪化	0
"	技術者不足	0	"	設備不足	0
"	公共需要の減少	0	"	立地環境の悪化	0
"	従業員の高齢化	0	"	公共需要の減少	0
"	後継者問題	0	"	経営者の高齢化	0
"	受注単価の減少	0	"	後継者問題	0
その他	0		"	電気料金の値上げ	0
			"	その他	0

特別項目  
特別項目  
特別項目

業を継続させるグループと新分野を開拓して企業として生き延びることを模索するグループとに分かれているようです。今回の調査では新分野開拓に向かう事業所がわずかに増加したと判断することができません。

3位以下の対策に大きな変化が出てきました。前回調査で同率3位であった人員の削減・給与手当ての見直しと安全対策の強化が今回はゼロ回答です。前回の調査から3ヶ月の間に、事業を継続させるために人件費の削減を実行し、新分野に営業を掛けるために安全対策を実行したのかもしれない。大きく上昇したのが合理化・省力化と人材の確保・育成の二つです。ここでも受注減に対応して生産性向上をめざす対策と、新分野開拓に向けて人材を確保開発する二方向に対策が分かれています。特別項目である後継者へのバトンタッチには3割弱の回答が集まり同率3位に入っています。転機を乗り切るために後継者にバトンタッチすることが必要と判断した経営者が約3割いることが分かります。

交通運輸業 今後の経営対策

6月調査			9月調査		
第1位	新分野開拓	50	第1位	新分野開拓	57.1
"	設備投資	50	第2位	設備投資	42.9
第3位	人員の削減・給与手当ての見直し	33.3	第3位	合理化・省力化	28.6
"	安全対策の強化	33.3	"	人材の確保・育成	28.6
第5位	積極的営業	16.7	"	後継者へのバトンタッチ	28.6
"	合理化・省力化	16.7	第6位	積極的営業	14.3
"	好立地場所への移転	16.7	"	好立地場所への移転	14.3
第8位	人材の確保・育成	0	"	他社との連携	14.3
"	電子商取引の導入・充実	0	"	取引先の見直し	14.3
"	財務体質の改善	0	第10位	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
"	海外展開	0	"	事業所の移転	0
"	他社との連携	0	"	人員の削減・給与手当ての見直し	0
"	取引先の見直し	0	"	安全対策の強化	0
その他	0		"	その他	0

特別項目

前回ゼロ回答であった他社との連携と取引先の見直しですが、今回は回答を得て今後の対策に加わりました。積極営業と移転と合わせて4つの対策が同率となりました。業界としての傾向ではなく、企業や事業所の業況によって対策が違ってくるということが確認できるでしょう。

## 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"> <li>・ お客様がきているが定着がなかなか難しい。</li> <li>・ 高齢化の街になった。大人に対する商品・情報を発信していきたい。</li> <li>・ テラスモール湘南の影響が今春から大きくなっています。</li> <li>・ 厳しくなった。よほど強いモチベーションが必要です。経営対策をしているが、正直出来る自信がない。</li> <li>・ 全体的に不安ムードが多く、流されやすい。他のせいにしたくないが、明るさが必要。</li> <li>・ 他の市に比べて茅ヶ崎市は、活性化の活動が少ない。以後は、イベントや販売に力を入れてください。</li> </ul>
<p>* 飲食業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 仕入価格が高騰して、利益を圧迫している。値上げもできずに厳しい経営を強いられている。</li> <li>・ 企業誘致や他地域からの移住、道の駅など購買層増加の為の施策。</li> <li>・ 電気料金の値上げがどうなるか心配です。今年の夏は暑すぎた。</li> </ul>
<p>* サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出産は極めて社会問題なのに、真剣に考える気配がない。</li> </ul>
<p>* 工業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製造に対しての積極的な支援（展示会補助・人材育成・顧客紹介・他地域への茅ヶ崎製業の売り込み等）本誌の茅産茅消のイベントがあるが、地元の素材50%以上使用しないと活性化にならないと思います。内容が不明瞭だと感じます。</li> </ul>
<p>* 運送業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ これからは技術力ではなく、部品取替の時代になってきます。コンピュータでみていく、そして取替えです。</li> </ul>
<p>* 建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市内業者に対する市発注物件（物品）の発注のアドバンテージを考慮してください。</li> </ul>
<p>* その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者の購買に対する姿勢の悪化。放置自転車対策の対応をお願いします。</li> </ul>
<p>* 大型店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ テラスモール湘南の影響が大きい。</li> <li>・ 地元商品の紹介・物流・商流をコーディネートして物販・小売業への導入までを茅ヶ崎市がバックアップする体制の強化。</li> <li>・ 客数が東日本大震災以降戻ってきてない。</li> </ul>

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