

茅ヶ崎市景気動向調査 (12月)結果

1. 調査期間 平成24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	50	40.0%
大型店舗	13	9	69.2%
建設業	71	29	40.8%
製造業	50	33	66.0%
サービス業	67	22	32.8%
飲食業	55	16	29.1%
交通運輸業	19	6	31.6%
その他		2	
合計	400	167	41.8%

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

1. 現在の経済状況

新政権への期待が膨らむ日本経済

新政権は緊急経済政策を発表し、停滞している日本経済を上向かせるように資金を投入しようとしています。円はまだまだ高い水準ですが、円安傾向を示しています。また、株価も上昇しようとしています。今回の景況調査は新政権への期待は膨らんでいます。具体的な方向性が出されていない中で行われました。昨年12月の経済社会状況を確認しておきましょう。

やはり最も大きな変化は政権が民主党から自民党に代わったことでしょう。消費税を上げる前に日本経済を上昇させることが政治課題となっています。新政権が発足したのは暮れの12月26日ですから、期待感は膨らんでいます。業況に影響を与える迄には至っておりません。中国との領土問題も残っており、輸出の減少を食い止めることはできませんでした。中国からの旅行者も激減し、観光地では大きく収益を

落としてしまいました。しかし、東日本大震災関連の復興需要は継続しており、公共投資は増えています。これに伴い住宅建設も上向いています。消費税が上がることも建築需要を押し上げる要因になっています。

アメリカではオバマ政権が2期目に入りました。経済も少しずつ回復してきました。日本の製造業も生産が向上き始めたようです。トラックを中心とする運送機械が伸びてきました。世界各国がアジア諸国への投資を継続させていますから、国内の製造業への発注が期待されます。

国民生活はそれほど改善されていません。家計の収入はわずかに上昇していますが、消費者物価は依然低下を続けています。円安傾向に呼応して、ガソリン価格が上がっており、家計でも企業活動でも、燃料費の負担が大きくなっています。昨年は1月から急に寒くなったので、冬物が動きましたが、利幅が少ないため小売全体では厳しい状況が続いているようです。

このような状況を、平成25年1月23日発表の月例経済報告では、次のよう

に説明しています。

景気は、弱い動きとなっているが、一部に下げ止まりの兆しもみられる。

・輸出は、このところ緩やかに減少している。生産は、下げ止まりの兆しがみられる。

・企業収益は、製造業を中心に弱含んでいる。設備投資は、弱い動きとなっている。

・企業の業況判断は、慎重さがみられるものの、一部に改善の兆しもみられる。

・雇用情勢は、依然として厳しさが残るなかで、このところ改善の動きに足踏みがみられる。

・個人消費は、このところ底堅い動きとなっている。

・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。

2. 茅ヶ崎市経済の業況

厳しい中でもひと休み

	茅ヶ崎市			全国	
	前年12月比	24年9月比	先行き見通し	12月比	先行き見通し
全産業	57.7	18.1	17.2	34.1	24.7
商業	59.2	20.8	34.9	40.4	23.0
大型店舗	62.5	0.0	12.5	-	-
建設業	53.5	17.3	0.0	22.6	23.6
製造業	65.6	28.2	15.6	35.9	26.8
サービス業	58.8	5.5	11.8	30.9	21.9
その他	47.6	21.9	40.1	-	-

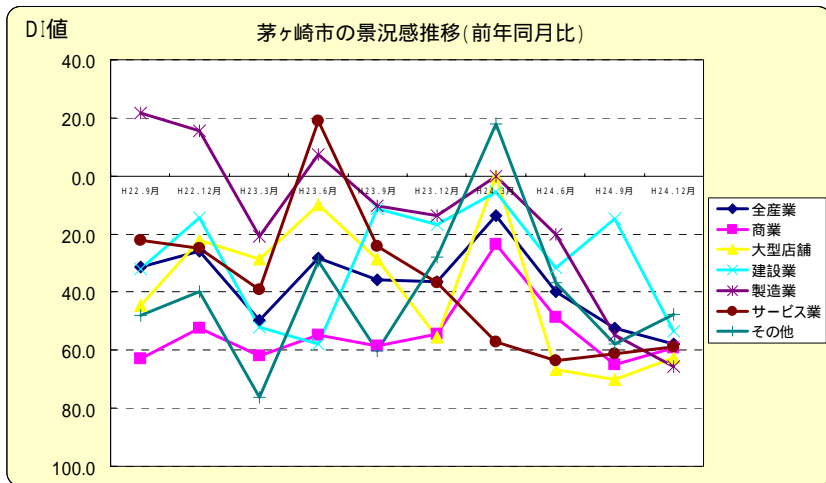
政権が交代したとは言え、市内企業の業況が急に回復することはありませ
ん。12月の調査時点では全産業で同月
比のD I値がマイナス57.7に達してお
り、非常に厳しい状態であったことが
分かります。一方で前回調査の9月と
の比較ではマイナスは18.1に留まっ
ており、厳しい業況が続いている中では

ありますが、9月よりは業況が回復し
てきた企業が増えてきているようです。
この傾向が最も現れているのが大型店
舗です。同月比ではD I値がマイナス
62.5ですが、9月との対比ではプラスマ
イナス0となりました。12月はポーナ
ス時期でもあり、11月から急に寒くな
りましたから、多少ですがお金が循環
したことが分かります。一般の商業で
も、百貨店ほどではありませんが、こ
の傾向を確認することができます。サ
ービス業も9月との比較ではマイナス
5.5ですから、宴会等の年末需要を確保
して一息できた企業が増えたのではな
いでしょうか。

しかし、長く続いた円高の影響でし
ょうか、製造業は市内で最も業況の悪
い業種となっています。同月比でマイ
ナス65.6、9月比でもマイナス28.2のD I
値です。自動車や家電では生産拠点を
アジア諸国に移動させていますから、
その影響がじわじわと出ているのかも
しれません。12月にひと休みできた企
業も少なかったようです。

公共投資によって業況回復が期待さ
れている建設業も対前年比ではマイナ

ス53.5というD I値であり、市内企業の
業況は依然悪い状態でした。9月との
比較ではマイナス17.3ですから、ひと休
みできた企業はあったようです。関東
首都圏では、工事需要が一段落したよ
うです。

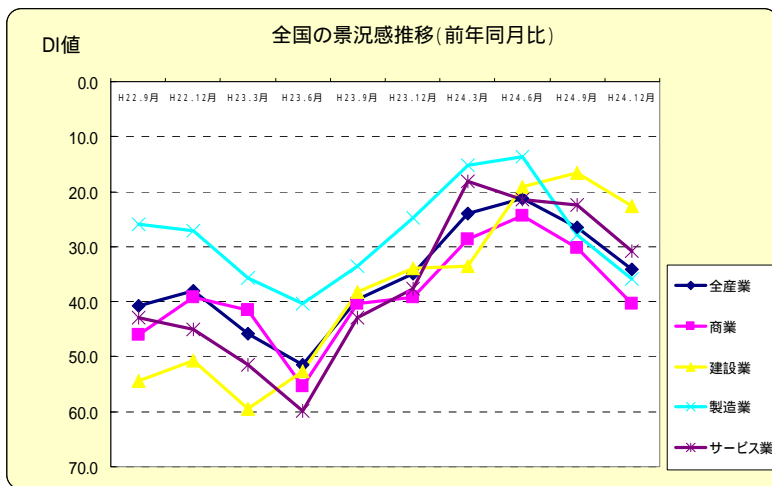


全ての業種が 業況悪化に集約

前年同月比の推移では、市内全ての業種で業況が昨年12月に落ち込んでいることが確認できます。特に落ちこみが激しいのが製造業です。前回調査よりも10.0ポイント以上もDI値が下がっています。日本全体として中国への輸出が減少していますが、その影響が現れているのかもしれませんが、マイナス^{65.6}という値はこの1年間で最も悪い数値です。前回の調査では上向きを示していた建設業も今回の調査では大きなマイナスを示しています。日本全体の住宅建設は緩やかに増加していますが、政権交代等の社会不安が首都圏の新築工事を控えさせているのかもしれないません。製造業と建設業の業況悪化に引つ張られて、茅ヶ崎市の産業全体でも業況はこの1年で最も悪い状況になっています。

悪い中でも底から脱する傾向が現れて来たのが流通関係の業種です。大型店と商業が前回調査の9月よりも同月

比でわずかにDI値を上げました。サービス業も前回に続いて上がっています。市民も耐えるだけの生活から、お買い得商品には反応を示すようになりましたから、流通・サービスの分野では不景気の底が見えてきたのかもしれませんが。



3 茅ヶ崎市経済の先行き

経済復興への期待は慎重

全ての業種で厳しい業況の年末となりましたが、先行きにはわずかの希望を持ち始めているようです。産業全体では先行きのDI値はマイナス^{17.2}であり、9月との対比よりもわずかですが、改善されています。対前年のDI値がマイナス^{57.7}ですから、業況の回復を期待している企業が増えているのは確かです。しかし、業種によってその期待は大きく異なります。

最も期待度が大きいのはサービス業です。DI値はプラス^{11.8}を示しています。お金が出回ればサービス需要は増えますので、新政権への期待が膨らんでいるのかもしれませんが、同様に期待度が大きいのは建設業です。DI値はプラスマイナスゼロになりました。消費税が上がることは確かですから、契約金額が大きい建設では駆け込み需要が期待されています。それでもゼロに留まっているのは慎重な態度の現れでしょう。

既に円安の傾向が現れており、業況の回復が期待されているのは製造業ですが、茅ヶ崎市内では先行きのD.I値はマイナス^{15,16}にとまっています。円高の恩恵をうける企業は限られていると言ふことでしょうか。また、中国への輸出が回復していませんから、円高だけでは業況の回復を見込むことができない企業もあると思われます。市内製造業は先行きに慎重な姿勢を示しています。

逆に厳しさが復活しそうなのが大型店と商業です。9月との対比で業況が回復した大型店でも先行きはマイナス^{12,15}を示しています。商業ではマイナス^{34,9}であり、更に悪くなりそうな状況です。経済が動き出しても、家計が豊かにならなければ消費には向かいません。大型店と商業の心配は市民の収入が確実に増えることが期待できないことにあるようです。

新政権では緊急経済対策を実行して日本経済の立て直しを表明しています。茅ヶ崎市経済にも早期にその結果が出ることを期待したいと思います。

4. 主要業種の経営課題と今後対策

小売業

客数減少がとまらない

経営課題

9月調査		12月調査	
第1位	顧客の高齢化 45	第1位	顧客の高齢化 50
第2位	同業店との競合 35	第2位	客足が戻らない 37.5
第3位	客足が戻らない 35	第3位	同業店との競合 35.4
第4位	大型商業施設との競合 22.5	第4位	店舗・設備の不足や老朽化 25
第5位	後継者問題 20	第5位	大型商業施設との競合 18.8
第6位	経営者の高齢化 17.5	第6位	人材不足 16.7
第7位	駐車場不足 15	第7位	経営者の高齢化 16.7
第8位	立地条件の悪化 15	第8位	石油価格の高騰 14.6
第9位	電気料金の値上げ 15	第9位	後継者問題 10.4
第10位	人材不足 12.5	第10位	駐車場不足 8.3
第11位	資金繰りの悪化 10	第11位	立地条件の悪化 8.3
第12位	石油価格の高騰 10	第12位	電気料金の値上げ 6.3
第13位	店舗・設備の不足や老朽化 5	第13位	資金繰りの悪化 4.2
第14位	情報不足 2.5	第14位	情報不足 2.1
その他	0	その他	2.1

12月の年末需要が期待された小売業ですが、D.I値が示すように、業況

が回復することはありませんでした。経営課題の三位までは前回と同様で、「顧客の高齢化」「客足が戻らない」「同業店との競合」でした。顧客の高齢化傾向は更に高まっているのが気になるところです。高齢者のお客様は継続して来店していますが、比較的若いお客様の来店が更に減少していると思われます。大型商業施設との競合は前回よりも5分程度下がっているため、大型店との競合ではなさそうです。買い控えや同業者との競合で来店客が減少しているようです。その原因の一つにあげられているのが店舗・設備の不足や施設の老朽化です。前回よりも2割回答を伸ばして経営課題の4位に浮上しています。改装の必要性を感じていると言ふことです。業種は特定できませんが、市内では店舗改装等を行う専門店が複数あったと考えられます。回答は少ないですが、前回よりも比率が上がっている課題は「人材不足」と「石油価格の高騰」です。職場が不足していますから比較的人材を確保しやすい状況のため、小売店舗では人材を確保するだけの収益を確保できない

のが現状でしょう。石油価格に関しては、新政権への移行とともに円安傾向が出てきたことを反映しているようです。冬はまだ続きますので、更に燃料費負担が大きくなるのが心配されます。

再び浮上した インターネットへの興味

今後の課題

小売業 今後の経営対策

9月調査			12月調査		
第1位	接客サービスの向上	47.6	第1位	接客サービスの向上	40.8
第2位	販売客の新規開拓	42.9	第2位	販売客の新規開拓	38.8
第3位	取扱商品の充実	35.7	第3位	諸経費の削減	30.6
"	販売促進の強化	35.7	第4位	取扱商品の充実	28.6
第5位	諸経費の削減	33.3	"	インターネットの活用・強化	28.6
第6位	インターネットの活用・強化	23.8	"	販売促進の強化	28.6
第7位	広告宣伝の強化	11.9	第7位	人材の確保・育成	18.4
"	省エネ活動の推進	11.9	"	広告宣伝の強化	18.4
第9位	人材の確保・育成	9.5	第9位	店舗の改装	14.3
第10位	店舗の改装	4.8	第10位	商品価格の値下げ	6.1
第11位	商品価格の値下げ	2.4	第11位	他社との連携	4.1
第12位	好立地場所への移転	0	第12位	好立地場所への移転	2
"	他社との連携	0	"	その他	0
"	その他	2.4			

市内小売店は業況が悪化しても現地で営業を続ける意向に変わりはありません。しかし、対策に決め手が見つからないようです。上位二つの対策は「接客サービスの向上」と「販売客の新規開拓」で変わりませんが、両方も回答は下がっています。対策の3位に「諸経費の削減」が入っていますが、回答そのものは下がっています。「諸経費の削減」が限界にきている店が出てきたようです。「取扱商品の充実」と「販促促進の強化」への回答が3割を割ってしまったことに原因があります。この他の対策はほぼ全てがわずかずつ回答を増やしています。決して商売を諦めているわけではないことが確認できます。中でも大きな資金が必要な店舗改装は1割程度回答を増やしていますから、わずかではあります。積極的に店舗が出てきたことが分かります。今後の対策の中で注目すべきは「インターネットの活用・強化」でしょう。前回よりも、今回は更に回答を高め、同率ですが対策の4番目になりました。年末の話題の一つにスマートフォンとタブレットパソコンの普及がありました。

た。そして、スマートフォンを使ったネット通販利用者が増えていることも報道されました。12月には「Polemi」が発売されましたので、この話題が一層盛り上がりました。来店客の増加を期待するよりもネット販売を強化しようとするお店が増えたことは時代の流れでしょう。この成果を次回の調査に期待したいと思います。

建設業

公共投資が増えても更に競争激化

経営課題

建設業 経営課題

9月調査			12月調査		
第1位	競争の激化	60	第1位	競争の激化	74.1
第2位	公共需要の減少	48	第2位	受注単価の減少	40.7
第3位	受注単価の減少	44	第3位	技術者不足	33.3
第4位	人件費負担の増大	24	第4位	資金繰りの悪化	25.9
第5位	技術者不足	20	"	人件費負担の増大	25.9
"	経営者の高齢化	20	"	公共需要の減少	25.9
第7位	資金繰りの悪化	18	第7位	石油価格の高騰	11.1
第8位	石油価格の高騰	8	第8位	設備の老朽化	7.4
"	納期の短縮	8	"	情報不足	7.4
第10位	設備の老朽化	4	"	経営者の高齢化	7.4
"	情報不足	4	第11位	立地環境の悪化	3.7
第12位	設備不足	0	"	発注先の移転	3.7
"	立地環境の悪化	0	第13位	設備不足	0
"	発注先の移転	0	"	円高率による輸出関連の増上げ減少	0
"	円高率による輸出関連の増上げ減少	0	"	電気料金の値上げ	0
"	電気料金の値上げ	0	"	その他	0
"	その他	0			

公共投資の効果が茅ヶ崎市内の建設業にも現れてきたようです。「公共需要の減少」に対する回答が前回よりも2割以上下がっています。しかし、競合はさらに激しさを増し、前回よりも1割以上回答を増やしています。公共投資が増えてもそれだけでは十分な量では無かったということです。出てきた公共投資に対して各社が入札した結果「受注単価の減少」を食い止めることはできなかったようです。今回の調査でも4割の回答が集まり、2番目の経営課題となりました。技術者不足が前回よりも1割以上回答を増やしていることと「設備の老朽化」の回答が若干ですが増えていることは、建設各社の受注量増加を示す結果でしょう。しかし、資金繰りの悪化を訴える企業が約1割増えていることも気になります。受注はできましたが単価が低く、その上人件費等の支払が先行し資金繰りが苦しくなっているのかもしれない。石油価格の高騰の影響も再び上昇しており、今後経費負担が増加することも予想されます。

前回ゼ口回答であった立地環境の悪

化と発注先の移転に今回は回答が入りました。わずかの回答であり傾向を掴むことはできませんが、推移を見守っていきたいと思います。

新分野に活路を期待

今後の課題

建設業 今後の経営対策

9月調査		12月調査			
第1位	積極的営業	55.8	第1位	人材の確保・育成	66.7
第2位	人材の確保・育成	44.4	第2位	積極的営業	48.1
第3位	新分野開拓	29.8	第3位	新分野開拓	40.7
第4位	合理化・省力化	25.9	第4位	経費の削減	25.9
第5位	財務体質の改善	18.5	第5位	合理化・省力化	22.2
"	経費の削減	18.5	"	財務体質の改善	22.2
第7位	人員の削減・給与手当ての見直し	14.8	"	人員の削減・給与手当ての見直し	22.2
第8位	他社との連携	11.1	第8位	他社との連携	7.4
"	後継者へのバトンタッチ	11.1	"	後継者へのバトンタッチ	7.4
第10位	設備投資	7.4	第10位	設備投資	3.7
"	事業所の移転	7.4	第11位	事業所の移転	0
第12位	電子商取引の導入・充実	0	"	海外展開	0
"	好立地場所への移転	0	"	その他	0
"	海外展開	0			
"	省エネへの取り組み	0			
"	その他	0			

競合は激しくなっていますが、仕事の絶対量が増えているのでしょうか、前

回1位の対策であった積極的営業の回答が5割を切り、2位となりました。代わって1位になったのは「人材の確保・育成」です。前回よりも2割も回答が多く6割を超えています。建設業にとっては嬉しいことでしょう。その一方で回答を増やしたのが「新分野開拓」です。前回よりも1割多くなっています。復興需要もあり、短期で見れば仕事は確かに出てきています。しかし、復興需要が終われば次の当ては無くなってしまうかもしれません。建設業各社にあるのかもしれませんが、ある程度仕事が出ている今から次の活動分野を開拓しておこうと考えても不思議ではありません。受注単価が低いことと資金繰りが苦しいことに対する対策にも前回よりも多くの回答が集まっています。「財務体質の改善」と人件費等の経費見直しです。月々の返済資金や固定経費の削減を更に進めることになりそうです。利益率を高めるために合理化と省力化が必要ですが、前回よりも回答が下がっていることから、対策を実行した会社があったと思われる。「他社との連携」や「後継者への

「バトンタッチ」は今回も回答が少なく、多くの会社では現在の経営体制で時代を乗り切ろうとする姿勢に変わりが無いことが分かります。新政府が掲げる成長戦略の多くが公共投資に関係しています。短期間ではありますが、市内建設業での受注がさらに拡大し、単価が改善することを期待したいと思えます。

製造業

更に進む受注単価の減少

～経営課題～

9月調査		12月調査	
第1位	競争の激化 51.6	第1位	競争の激化 46.9
第2位	技術者不足 32.3	第2位	設備の老朽化 40.6
第3位	設備の老朽化 29	第3位	受注単価の減少 37.5
第4位	受注単価の減少 25.8	第4位	技術者不足 34.4
第5位	電気料金の値上げ 19.4	第5位	資金繰りの悪化 15.6
第6位	資金繰りの悪化 16.1	第6位	人件費負担の増大 12.5
第7位	人件費負担の増大 16.1	第7位	設備不足 9.4
第8位	設備不足 12.9	第8位	情報不足 9.4
第9位	発注先の移転 9.7	第9位	石油価格の高騰 9.4
第10位	石油価格の高騰 9.7	第10位	電気料金の値上げ 9.4
第11位	納期の短縮 9.7	第11位	経営者の高齢化 6.3
第12位	情報不足 6.5	第12位	円高等による輸出関連の売上げ減少 6.3
第13位	経営者の高齢化 6.5	第13位	立地環境の悪化 3.1
第14位	円高等による輸出関連の売上げ減少 6.5	第14位	公共需要の減少 3.1
第15位	公共需要の減少 3.2	第15位	発注先の移転 0
第16位	立地環境の悪化 0	その他	3.1
その他	6.5		

業況がさらに悪化している製造業には転換期を迎えているようです。受注が減少すれば競争は激しさを増すものですが、今回の調査では課題の1位が「競争の激化」であることは前回と同じですが、回答が若干下がっています。前回2位であった技術者不足は回答を増やしてはいますが、順位は4位に下がっています。2位と3位に上がったのは「設備の老朽化」と「受注単価の減少」です。受注競争はいまや国際的であり、単価の競争だけでは無くなって来ています。設備老朽化が浮上してきたことが物語るように、世界的競争の中では現在の日本の技術水準に世界が追いつき、一部では日本を超えているのです。現在の機械と人材では世界が求める水準を競争価格で生産することができなくなってきたようです。設備不足への回答は前回よりも減少していますから、今すぐ対応を迫られている状態ではないと思われまます。円高の影響は前回同様1割に満たないものであり、茅ヶ崎市内の製造業の多くは直接輸出に関係していないことが確認できます。しかし、「受注単価の減少」

は円高の影響を間接的に受けていることになるでしょう。

受注は減少していますが、経営的には新たな問題は発生していないようです。年末を控え資金手当等が進んだようです。「資金繰りの悪化」や「人件費の負担の増大」に対する回答は前回よりも減少しています。「石油価格の高騰」については前回と同様でほぼ1割の回答です。大量に石油を使用する工程が少ない製造業が茅ヶ崎市内では多いことが今回も確認できました。

今回の調査で回答は1割に達していませんが、前回よりも回答を増やしているのが情報不足です。これも市内製造業が転換期に差し掛かっていることの表れではないでしょうか。「設備の老朽化」を課題とした企業が増えた一方で、どこに経営課題があるかを特定できない企業もわずかですが増えたようです。

設備投資と人材育成で乗り切る

～今後の課題～

製造業 今後の経営対策

9月調査			12月調査		
第1位	積極的営業	58.1	第1位	積極的営業	65.6
第2位	新分野開拓	51.6	第2位	人材の確保・育成	46.9
第3位	人材の確保・育成	38.7	第3位	新分野開拓	37.5
第4位	合理化・省力化	25.8	第4位	合理化・省力化	31.3
第5位	設備投資	16.1	第5位	設備投資	21.9
"	海外展開	16.1	"	諸経費の削減	21.9
"	他社との連携	16.1	第7位	財務体質の改善	15.6
第8位	諸経費の削減	12.9	第8位	海外展開	12.5
第9位	財務体質の改善	9.7	"	他社との連携	12.5
"	人員の削減・給与手当での見直し	9.7	第10位	後継者へのバトンタッチ	9.4
"	後継者へのバトンタッチ	9.7	第11位	事業所の移転	0
第12位	電子商取引の導入・充実	0	"	人員の削減・給与手当での見直し	0
"	事業所の移転	0	"	その他	0
"	好立地場所への移転	0			
"	省エネへの取り組み	0			
"	その他	3.2			

受注が落ち込んでいいるからといって、諦めていないのが茅ヶ崎市の製造業です。「積極的営業」が今回も対策の1位であり、回答も増えて6割を超えました。前回は2位の対策が「新分野開拓」でしたが、1割以上回答を下げた3位になりました。代わって2位に浮上したのが人材の確保育成です。回答も1割増えています。「合理化・省力化」と「設備投資」がともに回答を増やしていることから、生産性の向上と加工水

準のアップに舵取りを決めた企業が増えてきたことも確認できます。自ら海外に進出しようと考えている企業も1割ありますが、前回よりも減っています。

生き残りをかけた経営は更なるスリム化を目指しています。「諸経費の削減」と「財務体質の改善」が回答を増やしています。回答が多い「諸経費の削減」でも2割強ですから、多くの製造業はスリム化の限界に達していることでしょう。

新政府の経済成長戦略が機能し、茅ヶ崎市経済にまで達するまでには少し時間がかかりそうです。市内の製造業は今しばらく耐えることが求められるでしょう。

サービス業

需要減少に歯止めがかからず競争激化

経営課題

産業も家計も厳しい状況が続いています。サービス業の競争は更に激しくなっています。「同業者のとの競合」が前回同様課題の1位であり、回

答も5割に達しました。前回2位の「人材不足」は今回も2位ですが、回答は1割下がりに3割に留まりました。また、前回3位の「顧客の高齢化」も同様に回答を1割下げ1割5分になりました。「客足が戻らない」への回答も前回同様であることから、利用者の減少に歯止めがかからない状況であることが分かります。

しかし、経営的には既に対策が打たれていたようです。「資金繰りの悪化」は前回よりも回答が下がり、2割に留まりました。新たな課題となったのは「後継者問題」です。前回のゼロ回答から1割5分に増えました。長引く景気低迷でバトンタッチを意識している経営者が増えてきたと考えてよいでしょう。「経営者の高齢化」は1割の回答であり前回と変わりませんので、「後継者問題」は経営者の年齢とは直接関係がなさそうです。将来に希望を持ってない会社が増えているのかもしれない。「駐車場不足」以下の経営課題も前回よりは回答が下がっています。経営者の姿勢が少し後ろ向きになっていることが心配です。

サービス業 経営課題

9月調査			12月調査		
第1位	同業店との競合	45	第1位	同業店との競合	50
第2位	人材不足	40	第2位	人材不足	30
第3位	顧客の高齢化	25	第3位	客足が戻らない	25
"	資金繰りの悪化	25	第4位	資金繰りの悪化	20
"	客足が戻らない	25	第5位	後継者問題	15
第6位	店舗・設備の不足や老朽化	10	"	顧客の高齢化	15
"	駐車場不足	10	第7位	店舗・設備の不足や老朽化	10
"	情報不足	10	"	経営者の高齢化	10
"	経営者の高齢化	10	第9位	駐車場不足	5
"	大型商業施設との競合	10	"	情報不足	5
第11位	後継者問題	0	"	大型商業施設との競合	5
"	立地条件の悪化	0	"	電気料金の値上げ	5
"	原油価格の高騰	0	第13位	立地条件の悪化	0
"	原材料の安全確保	0	"	石油価格の高騰	0
"	電気料金の値上げ	0	"	その他	5
"	その他	10			

インターネットへの期待増大

今後の課題

今後の対策には大きな変化が出てきました。これまでは接客サービスの向上で乗り切ろうとしていましたが、前回よりも2割5分回答を下げ、3割5分の回答に留まりました。代わって1位になったのが「インターネットの活

用・強化」です。前回の2倍にあたる5割に達しています。「販売促進の強化」も1割回答が下がっていることから、既存のお客様だけでは企業を存続できないところまでいつてしまったのかもかもしれません。スマートフォンやタブレットパソコンの普及に合わせて、利用者が拡大している「Twitter」や「FaceBook」で代表されるSNS（社交流サイト）への対応を検討しているのではないかと思えます。ネットの活用に合わせて取扱サービスを充実させる対策も行おうとしています。ネットの活用には新たな人材が必要と考えますが、回答では前回よりも1割下がっています。見越して人材を確保してあったのかもしれませんが。インターネット以外の対策として回答を増やしているのは「店舗の改装」と「商品価格の値下げ」です。両方とも前回よりも5分回答を増やし、1割5分の回答になりました。提供するサービスによって対策が違ってくるようです。移転への回答も5分に半減していますから、多くの会社では現在の場所での再出発を目指しているようです。

サービス業 今後の経営対策

9月調査			12月調査		
第1位	接客サービスの向上	60	第1位	インターネットの活用・強化	50
第2位	人材の確保・育成	35	第2位	接客サービスの向上	35
第3位	販売客の新規開拓	30	第3位	取扱商品の充実	25
第4位	インターネットの活用・強化	25	"	販売客の新規開拓	25
"	販売促進の強化	25	"	人材の確保・育成	25
第6位	広告宣伝の強化	20	第6位	諸経費の削減	20
第7位	取扱商品の充実	15	"	広告宣伝の強化	20
第8位	店舗の改装	10	第8位	店舗の改装	15
"	好立地場所への移転	10	"	商品価格の値下げ	15
"	商品価格の値下げ	10	"	販売促進の強化	15
"	諸経費の削減	10	第11位	好立地場所への移転	5
第12位	他社との連携	5	第12位	他社との連携	0
第13位	省エネ活動の推進	0	"	その他	0
"	その他	5			

飲食業 古くなくても直す資金が不足

今後の課題

「店舗・設備の老朽化」は市内飲食店の多くが抱え、解決がなかなかできない経営課題として定着していました。今回の調査では1割程度回答を下げ、5割をきる結果となっています。また、

前回調査でも2位であった客足ですが、こちらにも1割回答を下げ、3割強に留まりました。順位が代わる程ではありませんが重要性を増したのが「同業店との競合」と「情報不足」と「電気料金の値上げ」です。「駐車場不足」の解答が減少していることから、客足が戻らないと言うことは来店のお客様少なくなつたことを意味していると考えてもいいでしょう。そして、飲食店同士がお客様を取り合うことになってしまっています。「電気料金の値上げ」は利益を圧迫し始めたようです。政権が代わってもまだ世の中どうなるか分からないと考える店が増えたことになりました。前回よりも経営課題が分散したことが分かります。

「人材不足」と「資金繰りの悪化」は前回よりもわずかに回答を増やした経営課題です。回答そのものは1割強程度で少ないですが、人材不足を感じているほどに前向きな店が僅かですが増えているのかもしれない。その一方で資金繰りが悪化している店も有り、飲食店では2極化傾向が出ているのかもしれない。この他に前回ゼロ回答か

ら上がって来た経営課題に「石油価格の高騰」と「大型商業施設との競合」があります。出前が中心の飲食店ではガソリン代の高騰は経費の増加に繋がります。また、近隣の大型商業施設内で飲食店の入れ替え等が発生している可能性もあります。今後の動きを見守りたいと思います。

飲食業 経営課題		
9月調査		12月調査
第1位	店舗・設備の不足や老朽化	43.8
第2位	客足が戻らない	31.3
第3位	同業店との競合	25
"	駐車場不足	25
"	情報不足	25
"	電気料金の値上げ	25
第6位	駐車場不足	18.8
"	立地条件の悪化	18.8
第8位	人材不足	12.5
"	資金繰りの悪化	12.5
第10位	後継者問題	6.3
"	顧客の高齢化	6.3
"	石油価格の高騰	6.3
"	経営者の高齢化	6.3
"	大型商業施設との競合	6.3
"	その他	0
第1位	店舗・設備の不足や老朽化	55.6
第2位	客足が戻らない	44.4
第3位	同業店との競合	22.2
"	駐車場不足	22.2
"	後継者問題	22.2
"	情報不足	22.2
"	電気料金の値上げ	22.2
第8位	立地条件の悪化	11.1
"	人材不足	11.1
"	顧客の高齢化	11.1
"	資金繰りの悪化	11.1
"	経営者の高齢化	11.1
第13位	石油価格の高騰	0
"	原材料の安全確保	0
"	大型商業施設との競合	0
"	その他	0

インターネットで販促強化

今後の課題

飲食業 今後の経営対策

9月調査		12月調査
第1位	接客サービスの向上	62.5
第2位	店舗の改装	43.8
"	諸経費の削減	37.5
"	販売促進の強化	31.3
第5位	販売者の新規開拓	25
第6位	人材の確保・育成	25
"	インターネットの活用・強化	25
第8位	商品価格の値下げ	18.8
第9位	取扱商品の充実	12.5
"	好立地場所への移転	0
"	広告宣伝の強化	0
"	省エネ活動の推進	0
"	他社との連携	0
"	その他	0
第1位	接客サービスの向上	55.6
第2位	店舗の改装	44.4
"	諸経費の削減	44.4
"	販売促進の強化	44.4
第5位	販売者の新規開拓	33.3
第6位	人材の確保・育成	22.2
"	インターネットの活用・強化	22.2
第8位	商品価格の値下げ	11.1
第9位	取扱商品の充実	0
"	好立地場所への移転	0
"	広告宣伝の強化	0
"	省エネ活動の推進	0
"	他社との連携	0
"	その他	0

今後の対策1位は今回も変わらず「接客サービスの向上」です。回答は6割を超えました。来店したお客様に美味しく食べていただくことが何よりの販促と言つていいでしょう。接客サービスの善し悪しが今や瞬時にお客様の知り合いに伝わる時代になっています。スマートフォンでメニューや店内を写し、その場でTwitterやFacebookに書き込みするお客様が急速

に増えていきます。インターネット活用が前回よりもほぼ2倍回答を集めたのも、売場でのこのようなお客様行動に対応するためでしょう。お客様に感動を与えれば良い書き込みを期待できます。店主自ら情報を発信すれば、店のファンを増やすことも可能です。しかし、インターネットで新規顧客を狙っているわけではなさそうです。「販売客の新規開拓」は前回よりも僅かに回答を下げています。既存のお客様との絆を強くすることが主な目的でしょう。取扱商品（メニュー）の充実と公告宣伝への回答は前回ゼロでしたから、インターネット活用と同時平行して行う対策になっていると考えて良いでしょう。

重要度が下がった対策としては、第一に「諸経費の削減」をあげることができます。3位の対策ですが今回は4割をきりました。インターネット活用や広告宣伝が増えていることから分かるように、多少お金を掛けてでもお客様を呼ばなければ忘れられてしまうという、危機感が出てきたのかもしれない。しかし、「店舗の改装」や「販

売促進の強化」そして「人材の確保・育成」への回答は下がっています。お金の使い方がインターネット中心になるうとしていることがわかります。

交通運輸業

仕事は出てきたが競走激化

経営課題

交通運輸業 9月調査		交通運輸業 12月調査	
第1位	人件費負担の増大	42.9	50
第2位	情報不足	28.6	33.3
"	発注先の移転	28.6	33.3
"	燃料費の高騰	28.6	33.3
"	得意先の事業縮小	28.6	16.7
第6位	競争の激化	14.3	16.7
"	技術者不足	14.3	16.7
"	設備の老朽化	14.3	16.7
第9位	資金繰りの悪化	0	16.7
"	設備不足	0	16.7
"	立地環境の悪化	0	16.7
"	公共需要の減少	0	0
"	経営者の高齢化	0	0
"	後継者問題	0	0
"	電気料金の値上げ	0	0
"	その他	0	0

交通関連の企業は前回調査の9月と大きく状況が変わっているようです。

前回は「人件費負担の増大」や「情報不足」そして「発注先の移転」等、受注が減少し経費負担に悩んでいる企業が多かったですが、今回は「競争の激化」が5割の回答を集め、1位の経営課題となりました。「人件費負担の増大」も3割回答があり同率2位ですが、「設備の老朽化」と「後継者問題」が並んでいます。「技術者不足」も前回より僅かですが回答を増やしています。設備や人材が問題になっていることは、仕事の依頼が増えている裏付けと考えられます。運送に仕事が出てくれば、車輛の整備も必要になります。それでも人件費負担はまだ大きいと言うことです。ですから、決して十分な物量には達していないようです。少ない物量を巡って受注競争が行われていたことがわかります。同率2位の後継者問題は前回の調査ではゼロ回答でした。経営者の高齢化も前回ゼロ回答から上がって来た経営課題です。そして、情報不足が回答を1割下げていることと合わせる、年末である程度仕事が出てきて一安心したのか、高齢の経営者が引退を考え始めたかと解釈することができそう

です。

「燃料費の高騰」や「受注先の移転」や事業縮小は前回よりも1割程度回答が下がっています。悪い条件は残っています。資

次世代に事業継続を託す

～今後の課題～

9月調査		12月調査	
第1位	新分野開拓 57.1	第1位	後継者へのバトンタッチ 50
第2位	設備投資 42.9	"	人材の確保・育成 50
第3位	合理化・省力化 28.6	第3位	積極的営業 33.3
"	人材の確保・育成 28.6	"	新分野開拓 33.3
"	後継者へのバトンタッチ 28.6	第5位	合理化・省力化 16.7
第6位	積極的営業 14.3	"	設備投資 16.7
"	好立地場所への移転 14.3	"	財務体質の改善 16.7
"	他社との連携 14.3	"	安全対策の強化 16.7
"	取引先の見直し 14.3	第9位	事業所の移転 0
第10位	電子商取引の導入・充実 0	"	人員の削減・給与手当ての見直し 0
"	財務体質の改善 0	"	他社との連携 0
"	事業所の移転 0	"	取引先の見直し 0
"	人員の削減・給与手当ての見直し 0	"	その他 0
"	安全対策の強化 0		
"	その他 0		

経営課題が大きく変化したことに応じて、今後の対策も変わりました。前回1位であった「新分野開拓」は2割回答を落とし、「設備投資」も半分以下に下がりました。「後継者へのバトンタッチ」と「人材の確保・育成」がともに5割の回答を集めて同率首位になったことが示すように、経営者の多くが次世代に経営を託すことを考えているようです。一方で、前回よりも2倍以上の回答集めた対策が「積極的営業」です。次世代に任せることなく、経営者が自ら先頭に立ち、前向きに方向転換しようとしている企業もあるようです。交通運輸業では、世代交代は前向きに捉えた結果と判断できそうです。

「合理化・省力化」と「設備投資」は前回よりも回答が下がっており、やり残した会社があることを示しています。両者に代わって、前回ゼロ回答であった「財務体質の改善」と「安全対策の強化」が回答を増やしています。積極的に仕事を取ろうとすれば、安全対策を避けて通ることはできません。また、受注すれば経費は先に出ていってしまいます。「財務体質の改善」と「安

全対策の強化」は仕事を増やすために必須の対策なのです。市内交通関連の企業は、9月とは一変して前向きな姿勢を示していることがわかります。

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"> ・ 悪いニュースが多すぎる。経済不安になる。 ・ 高速道路の完成による他市から車での流入。道の駅期待。観光客の増加。 ・ 茅ヶ崎全体が低下しています。マンションが多すぎる。大型商業施設があると良い。 ・ 人が大型商業施設に吸い寄せられる。商店会は飲食店が目立ち、美容院はどこまで増えるのか。物販の店は、激減の一端をたどる。ラスカ売場面積増床と、個店を守るのは経営者だけで良いのかと思う。オーバーストアに打つ手がない。 ・ 販売価格の差がありすぎる。問屋が少なくなり、問屋からの仕入値が大型店の売り値より高い。 ・ 現状の出来ることをしっかりやり抜く。景気は3年ぐらいいまだまだだと思います。
<p>* 飲食業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 街全体が居酒屋依存。 ・ 客数・客単価が減っていますが、仕入で努力して何とか利益を確保しています。厳しい経営には変わりありません。
<p>* サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 震災以来、海近くの物件に客足が遠く景気の先行きも悪く、好転の兆しが見えるのはまだ先の様で行き詰まりすら感じさせる。 ・ 新ビジネスの開拓に関する諸支援策。 ・ 会社BCPのために、動脈産業と静脈産業の構築をつくる。景気が良いとき、悪い時も安定経営ができるように。 ・ 少子高齢化が時代を背景にして、特に問題になっています。人の生命を守る助産師・看護師の職業として生命を見守り続けている私は、お産に保険が適用されないということで、妊婦さんが受診してくれないことに憤りを感じています。 ・ 保育施設の充実・若者のマナーの低下を感じます。 ・ 地域通貨の善用による、コミュニティービジネスを考えるべきだと思います。
<p>* 工業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 輸入材料多く、今後の為替動向に注意しています。ガソリン・電力の値上げも気になります。
<p>* 建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 私たちの職業は今後なくなりますが、どのように考えていますか？ ・ 官公庁発注にたいし、地元育成の立場で育成を希望。 ・ 若い経営者に元気を出させるセミナー等の開催（地元で開店している若い人たちの話を聞きたい。有名な人ではなく、身近な人の話） ・ 新しくスタートラインに立ったつもりで経営を行います。
<p>* 大型店</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 休日のテラスモールでのイベントの影響が大きい。今後も更に大きくなりそうです。 ・ 店舗への案内等を商工会でやってもらいたい。

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