

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成25年3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. 回収状況

業種	調査対象数	回答数	回収率
商業	125	46	36.8%
大型店舗	13	5	38.5%
建設業	71	25	35.2%
製造業	50	30	60.0%
サービス業	67	22	32.8%
飲食業	55	12	21.8%
交通運輸業	19	9	47.4%
合計	400	149	37.3%

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。

【お問合せ】

茅ヶ崎商工会議所 中小企業相談所

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

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

5. 茅ヶ崎市経済状況～製造業と建設業で回復の兆し～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	24年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	△ 23.0	△ 8.8	△ 8.9	△19.7	△10.3
商 業	△ 25.0	△ 32.7	△ 28.6	△20.6	△12.0
大 型 店 舗	△ 20.0	△ 16.7	△ 16.7	—	—
建 設 業	△ 21.7	△ 4.0	4.4	△6.4	△0.8
製 造 業	△ 34.5	3.4	△ 3.4	△27.4	△13.8
サ ー ビ ス 業	9.6	18.2	22.2	△17.2	△6.3
そ の 他	△ 44.4	△ 10.0	△ 21.6	—	—

昨年の12月との比較では業況に対するD I値がマイナス8.8まで回復し、茅ヶ崎市内の業況が上向きつつあることが分かります。しかし、前年同月比では茅ヶ崎市の産業全体ではマイナス23.0を示しており、回復の傾向を示しているとは言え、多くの企業で前年よりも業況は悪くなっていることが分かります。この値は全国平均よりも低く、茅ヶ崎市内での回復は遅れていると言えそうです。

市内産業の中で業況が最も良いのはサービス業です。12月との比較ではプラス18.2にまでD I値が上がっています。前年同月でもプラス9.6であり、全国平均がマイナス17.2であることから分かるように、茅ヶ崎市内のサービス業は他の地域よりも回復の速度が速いようです。

製造業でも業況の回復が期待できそうです。12月との比較ではプラス3.4のD I値を示しています。それでも前年同月比ではマイナス34.5ですから、回復傾向にはありますが、決して儲かっている状況とは言えないようです。建設業も12月との比較ではマイナス4.0であり、もう少しでプラスになるところでした。前年同月比ではマイナス21.7ですから、業績が回復する程には業況が改善されていないことが分かります。建設業の全国平均はマイナス6.4ですから、茅ヶ崎市では回復が相対的に遅れていると考えて良さそうです。

商業の分野では依然苦戦が続いています。特に中小小売店が多い商業では、12月との比較を示すD I値が前年同月比よりも下がっており、市民の財布は決して緩んでいないことが確認できます。相対的ではありますが、大型店では僅かに業績が回復しています。

6. 茅ヶ崎市経済業況～茅ヶ崎市の経済は前向きに転換～

<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	H22.12	H23.3	H23.6	H23.9	H23.12	H24.3	H24.6	H24.9	H24.12	H25.3
全産業	△ 26.1	△49.7	△28.3	△35.7	△36.6	△13.6	△39.8	△ 52.4	△ 57.7	△ 23.0
商業	△ 52.5	△61.9	△54.7	△58.7	△54.5	△23.6	△48.6	△ 65.0	△ 59.2	△ 25.0
大型店舗	△ 22.2	△28.5	△10.0	△28.6	△55.6	0.0	△66.7	△ 70.0	△ 62.5	△ 20.0
建設業	△ 14.2	△52.2	△57.7	△11.4	△16.6	△5.5	△31.8	△ 14.8	△ 53.5	△ 21.7
製造業	15.4	△20.9	7.4	△10.4	△13.8	0.0	△20.0	△ 54.8	△ 65.6	△ 34.5
サービス業	△ 25.0	△39.3	18.8	△24.1	△36.7	△57.2	△63.6	△ 61.1	△ 58.8	9.6
その他	△ 40.0	△76.2	△29.2	△60.2	△27.8	18.1	△36.7	△ 57.9	△ 47.6	△ 44.4

※「△」はマイナスを表す。

※ 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

政権が交代し、緊急経済対策を打ち出しましたが、平成25年3月の調査時点では実施途中でした。それでも、DI値は全ての業種で上昇に転じました。特に大きく業況が回復したのはサービス業です。マイナス58.8から一挙にプラスに転じました。实体经济は大きく変化していませんから、家庭や事業所では、心理的に多少の余裕が生まれ、サービス業への支出を増やしたと考えることができるでしょう。

平成25年3月では円安もだいぶ進み、製造業の業績回復が期待されました。平成24年12月のマイナス65.6から、平成25年3月調査では大きく改善はしましたがマイナス34.5に留まりました。茅ヶ崎市内の中小工場には円安の恩恵はまだ届いていなかったことが分かります。その他では、市内で最も低いDI値になっています。建設業もほぼ製造業と同じ変化でした。3月は年度末であり、公共投資が盛り上がる筈ですが、DI値はマイナス21.7に留まっており、緊急経済対策の効果はまだ現れておりません。

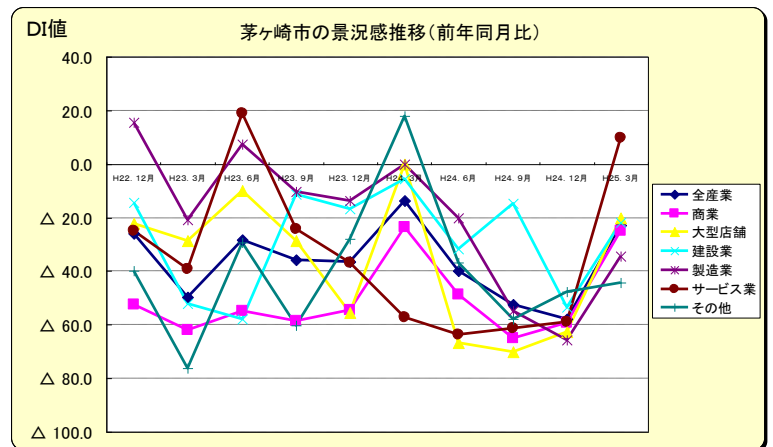
商業も業況は回復に転じています。しかし、DI値は商業でマイナス25.0、大型店ではマイナス20.0であり、業況の回復が十分ではないことが分かります。低迷を続けてきた、商業と大型店にとってはそれでも、明るい兆しでしょう。

7. 茅ヶ崎市の先行き見通し

～緊急経済対策への期待と心配が交錯～

茅ヶ崎市全体では先行き見通しのDI値はマイナス8.9になり、もう一步でプラスに転じるところまで来ています。全国平均はマイナス10.3ですから、茅ヶ崎市内の企業は先行きに対して比較的楽観視していることがわかります。しかし、業種別には先行き見通しが大きく異なります。最も明るい先行きを示しているのがサービス業です。DI値は

22.2を示しています。これまで抑えられていたサービス需要が、株価の上昇等で膨らむことを期待している現れでしょう。建設業も僅かですがDI値がプラスに転じています。平成24年度の補正予算の多くが公共投資に向かっています。被災地の復興だけでなく、耐震や省エネそして高齢者支援を目的とする建設投資に広く資金が回るようになります。建設業のDI値が4.4に留まっていることは、市内の建築業者が受け止めることができる建設需要には限りがあることを示しています。円安が進み輸出の増加が期待されていますが、市内製造業の先行きはそれほど明るくはありません。12月との比較ではプラスに転じたDI値が先行きでは再びマイナスに下がってしまいました。円安がいつまで続くのか、また輸出が本格的に回復できるのか、市内製造業の不安要素は解決できていないようです。市内の商業者は円安や緊急経済対策等に対して、懐疑的な見方をしてしています。特に



一般商業者のD I 値はマイナス28.6であり、前年同月比や12月との比較でも改善している様子はありません。大型店もマイナス16.7であり、見通しは明るくありません。産業レベルでは経済が動きだしていることは確かでしょう。しかし、商業者のお客様である消費者の収入が急に上がることはありません。円安によって輸入関連商品の単価が上がりますから、消費が下がることも覚悟しなければなりません。商業者としては、今しばらく景気の明るさは期待できないでしょう。

8. 主要業種の経営課題・今後の対策

1) ①小売業の経営課題～お客様は動きはじめたが競合は厳しい～

顧客の高齢化は前回同様経営課題のトップですが、2位以下に変化がありました。「同業店との競合」が経営課題の2位に上がりましたが、回答率は下がっています。回答も順位も上がったのが「大型商業施設との競合」です。お客様が動きはじめましたが、買物先の多くが大型店と言うことでしょう。前回2位であった「客足が戻らない」が今回2割程度回答を下げていることから、買物客が動きはじめていることは確かでしょう。「駐車場不足」への回答率も1割弱ですが上がっています。大型店との競合は駐車場不足を再び小売店の経営課題に押し上げたようです。「人材不足」や「石油価格の高騰」、そして「経営者の高齢化」は経営課題の順位こそ下がっていますが、回答率は僅かに減少しているだけであり、前回から大きく変化していることはありません。

12月調査			3月調査		
第1位	顧客の高齢化	50	第1位	顧客の高齢化	44.4
第2位	客足が戻らない	37.5	第2位	同業店との競合	28.9
第3位	同業店との競合	35.4	第3位	大型商業施設との競合	26.7
第4位	店舗・設備の不足や老朽化	25	第4位	店舗・設備の不足や老朽化	22.2
第5位	大型商業施設との競合	18.8	第5位	客足が戻らない	17.8
第6位	人材不足	16.7	第6位	駐車場不足	15.6
"	経営者の高齢化	16.7	"	後継者問題	15.6
第8位	石油価格の高騰	14.6	"	立地条件の悪化	15.6
第9位	後継者問題	10.4	"	電気料金の値上げ	15.6
第10位	駐車場不足	8.3	第10位	人材不足	13.3
"	立地条件の悪化	8.3	"	石油価格の高騰	13.3
第12位	電気料金の値上げ	6.3	"	経営者の高齢化	13.3
第13位	資金繰りの悪化	4.2	第13位	情報不足	6.7
第14位	情報不足	2.1	第14位	資金繰りの悪化	2.2
その他	その他	2.1	その他	その他	2.2

今回新たな課題として浮上しているのは「電気料金の値上げ」です。前回よりも2倍以上の回答を集めています。店舗を運営するためには、電力消費が不可欠です、燃料として使用する石油よりも、電気料が上がることの方が経営を圧迫することが分かります。

1) ②小売業の今後の対策～販促・品揃え・接客の見直し～

動きはじめた買物客をいかにして自店のお客様にするかが小売店の課題となります。前回は「接客サービスの向上」が対策の第1位でしたが、今回は「販売促進の強化」に移りました。「接客サービスの向上」への回答が下がった訳ではありません。1位の「販売促進の強化」と2位になった「取扱商品の充実」への回答がともに2割程度増えたことが変化の要因です。お客様に興味を持ってもらうためには販促を強化することが必要との気持ちが現れています。品揃えを強化することもお客様の「気を引く」ことにつながります。顧客の新規開拓への回答率が1割程度下がっていることも客足が戻ってきつつあることの現れでしょう。「諸経費の削減」と「インターネットの活用・強化」は対策の順位は下がっていますが、回答そのものは前回とそれほど変わっていません。必要なお店は継続して実施す

12月調査			3月調査		
第1位	接客サービスの向上	40.8	第1位	販売促進の強化	48.8
第2位	販売客の新規開拓	38.8	第2位	取扱商品の充実	46.5
第3位	諸経費の削減	30.6	第3位	接客サービスの向上	44.2
第4位	取扱商品の充実	28.6	第4位	販売客の新規開拓	37.2
"	インターネットの活用・強化	28.6	第5位	諸経費の削減	27.9
"	販売促進の強化	28.6	"	インターネットの活用・強化	27.9
第7位	人材の確保・育成	18.4	第7位	広告宣伝の強化	18.6
"	広告宣伝の強化	18.4	第8位	店舗の改装	11.6
第9位	店舗の改装	14.3	第9位	人材の確保・育成	9.3
第10位	商品価格の値下げ	6.1	第10位	商品価格の値下げ	4.7
第11位	他社との連携	4.1	第11位	好立地場所への移転	2.3
第12位	好立地場所への移転	2	第12位	他社との連携	0
その他	その他	0	その他	その他	0

ることになります。また、回答率は少ないですが、今回の調査では「他社との連携」に対する回答率がゼロになりました。1店舗単独でも商売が継続できる程度の見通しが立ってきたと言うことでしょう。

2) ①建設業の経営課題～利益は取れるようになったが燃料費負担が増加～

経営課題の1位は「競争の激化」で変わりません。しかし、前回よりも回答率が1割以上下がっています。十分ではありませんが、建築需要が膨らんできたことが分かります。期待されている公共投資減少への回答率は前回とほとんど変わりません。民間の建築需要が増加していることが分かります。また、前回2位であった「受注単価の減少」は今回3割以上回答率を減らして順位も7位に後退しました。仕事量だけでなく、単価も上がり利益が取りやすくなってきていることがわかります。「技術者不足」は前回とほぼ同様の回答であり、被災地に建築人材が回っている状況はあまり改善されていないようです。

12月調査			3月調査		
第1位	競争の激化	74.1	第1位	競争の激化	60.9
第2位	受注単価の減少	40.7	第2位	技術者不足	34.8
第3位	技術者不足	33.3	第3位	資金繰りの悪化	26.1
第4位	資金繰りの悪化	25.9	"	公共需要の減少	26.1
"	人件費負担の増大	25.9	第5位	人件費負担の増大	21.7
"	公共需要の減少	25.9	"	石油価格の高騰	21.7
第7位	石油価格の高騰	11.1	第7位	受注単価の減少	13
第8位	設備の老朽化	7.4	第8位	設備不足	8.7
"	情報不足	7.4	"	経営者の高齢化	8.7
"	経営者の高齢化	7.4	第10位	電気料金の値上げ	4.3
第11位	立地環境の悪化	3.7	第11位	立地環境の悪化	0
"	発注先の移転	3.7	"	設備の老朽化	0
第13位	設備不足	0	"	情報不足	0
"	円高等による輸出関連の売上げ減少	0	"	発注先の移転	0
"	電気料金の値上げ	0	"	円高等による輸出関連の売上げ	0
"	その他	0	"	その他	4.3

仕事が増え単価の減少が収まれば資金繰りが良くなることを期待します。しかし、資金繰り悪化への回答は前回とほとんど変わりません。仕事は来ていますが、代金回収までには暫く時間がかかることが示されています。

前回と比較して重要性が増したのは「石油価格の高騰」です。約2倍の回答を集めました。「電気料金の値上げ」は1割にも満たない回答率ですから、これはガソリンを中心とする燃料費の高騰と考えて良さそうです。現場に移動するためのガソリン代が高騰し、経費を圧迫していることは確かでしょう。

2) ②建設業の今後の対策～新分野よりも建設分野で積極的営業を展開～

「積極的営業」が前回よりも1割5分程度回答率を増やして、経営課題のトップになったことが特徴的です。新分野開拓も依然3割を超える回答率ですが、緊急経済政策や円安によって膨らみつつある建設需要を取りに行くことが最重要課題になっていること

12月調査			3月調査		
第1位	人材の確保・育成	66.7	第1位	積極的営業	63.6
第2位	積極的営業	48.1	第2位	新分野開拓	36.4
第3位	新分野開拓	40.7	"	合理化・省力化	36.4
第4位	諸経費の削減	25.9	"	人材の確保・育成	36.4
第5位	合理化・省力化	22.2	第5位	諸経費の削減	22.7
"	財務体質の改善	22.2	第6位	人員の削減・給与手当ての見直し	18.2
"	人員の削減・給与手当ての見直し	22.2	"	他社との連携	18.2
第8位	他社との連携	7.4	第8位	財務体質の改善	13.6
"	後継者へのバトンタッチ	7.4	第9位	設備投資	4.5
第10位	設備投資	3.7	"	後継者へのバトンタッチ	4.5
第11位	事業所の移転	0	第11位	事業所の移転	0
"	海外展開	0	第12位	海外展開	0
"	その他	0	"	その他	0

が分かります。今回は「人材の確保・育成」が6割以上の回答率を集め経営課題の1位でしたが、今回は3割回答を落としています。長期の経営対策よりも直近の仕事確保を優先させる企業が多かったようです。今の人員で工事を進めるためには合理化と省力化が必要となりますから、回答率も上昇しています。

経営面では諸経費削減と財務体質改善への回答率が下がっています。資金繰りが好転するまでには時間が掛かりそうですが、経営面での改善は僅かですが進んでいることが確認できます。

新たな方向としては「他社との連携」に対する回答率が上がっていることに注目したいと思います。前回よりも1割程度多くの回答率を集めています。積極営業の裏には、他社と連携してより広い建設分野の仕事を受注しようとする企業も存在していると思われます。

3) ①製造業の経営課題～経営者の高齢化と電気料値上げが課題として浮上～

円安や緊急経済対策等、製造業には有利な条件が次々に出されています。しかし、現実には海外との競争は更に激化しており、経営課題としても前回より2割程度多くの回答を集めています。2位以下の回答率は3割にも達しておらず、競争が更に激しくなっていることが分かります。「設備の老朽化」と「受注単価の減少」は前回と同じ順位ですが、回答率は大きく下がっています。

12月調査			3月調査		
第1位	競争の激化	46.9	第1位	競争の激化	62.1
第2位	設備の老朽化	40.6	第2位	設備の老朽化	27.6
第3位	受注単価の減少	37.5	"	受注単価の減少	27.6
第4位	技術者不足	34.4	第4位	経営者の高齢化	20.7
第5位	資金繰りの悪化	15.6	"	電気料金の値上げ	20.7
第6位	人件費負担の増大	12.5	第6位	人件費負担の増大	17.2
第7位	設備不足	9.4	"	技術者不足	17.2
"	情報不足	9.4	"	設備不足	17.2
"	石油価格の高騰	9.4	第9位	石油価格の高騰	13.8
"	電気料金の値上げ	9.4	第10位	資金繰りの悪化	6.9
第11位	経営者の高齢化	6.3	"	立地環境の悪化	6.9
"	円高等による輸出関連の売上げ減少	6.3	"	情報不足	6.9
第13位	立地環境の悪化	3.1	第13位	円高等による輸出関連の売上げ	3.4
"	公共需要の減少	3.1	第14位	公共需要の減少	0
第15位	発注先の移転	0	"	発注先の移転	0
その他	その他	3.1	その他	その他	10.3

大きな変化は4位に現れました。前回1割にも満たなかった「経営者の高齢化」に、今回は2割を超える回答が集まりました。新たな競争環境に直面し、代替わりを求めなくなった経営者が増えてきていると思われます。特に国際的な競争となると今の経営者の枠を超えることが多いのでしょうか。同率4位は「電気料金の値上げ」です。これも前は1割に満たない回答率ですから、急に浮上した経営課題です。東京電力が打ち出した値上げが動力を電気に頼っている工場を圧迫し始めたことが分かります。「石油価格の高騰」も少しですが、課題としての重要性が増しています。

前回よりも大きく回答率が下がった課題として「技術者不足」と「資金繰りの悪化」をあげることができます。「技術者不足」は前回の半分程度の回答率ですから、それが急に補われたとは考えにくいでしょう。新たな技術よりも既存技術での競争が激しくなっているということでしょう。また競争が激しいなかで、金融機関等からの支援が得られていることが資金繰り悪化に歯止めを掛けているのかもしれませんが。

3) ②製造業の今後の対策～次世代へのバトンタッチも視野に入れた対策実施～

「積極的営業」に7割5分の回答率が集まっていることが示すように、受注がこれからも増える条件は揃っているようです。2位と3位の順位は入れ替わっていますが、上位の3つの対策は前回と同じです。既存分野では競合が更に激しくなるので、新たな分野を開拓することにより多くの力が注がれることになります。

12月調査			3月調査		
第1位	積極的営業	65.6	第1位	積極的営業	75
第2位	人材の確保・育成	46.9	第2位	新分野開拓	46.4
第3位	新分野開拓	37.5	第3位	人材の確保・育成	35.7
第4位	合理化・省力化	31.3	第4位	合理化・省力化	21.4
第5位	設備投資	21.9	第5位	設備投資	21.4
"	諸経費の削減	21.9	第6位	諸経費の削減	17.9
第7位	財務体質の改善	15.6	第7位	他社との連携	14.3
第8位	海外展開	12.5	"	後継者へのバトンタッチ	14.3
"	他社との連携	12.5	第9位	海外展開	10.7
第10位	後継者へのバトンタッチ	9.4	第10位	財務体質の改善	7.1
第11位	事業所の移転	0	第11位	人員の削減・給与手当ての見直し	3.6
"	人員の削減・給与手当ての見直し	0	第12位	事業所の移転	0
	その他	0		その他	0

今後の対策では7位に変化が現れています。「他社との連携」と「後継者へのバトンタッチ」です。現代の工業製品には複合技術が要求されます。1社だけの製造技術では受注が難しくなっているのは確かです。また、新たな技術や設備に挑戦するためには経営者の若さも必要です。まだ、2割に満たない対策ですが、重要性は更に向上するでしょう。

経営的な変化も1点見受けられます。前回1割5分の回答を集めていた「財務体質の改善」が今回は1割を切る回答率になりました。競争が激しい中、収益構造が大きく改善したとの期待は持てません。将来を見据えて、金融機関等からの支援を受けることができたのではないのでしょうか。経費削減等の対策も上位で残っています。製造業には良い条件が揃ってきましたが、気を抜けない日々が続きます。

4) ①サービス業の経営課題～立地条件の悪化が急浮上～

業況は大きく上向いているサービス業ですが、事業所単位では多くの経営課題を抱えています。前回同様に課題の1位は「同業者との競合」です。しかし、回答率は1割5分も低下しており、業況が上向いている事業所が増えていることがここでも確認ができます。「客足が戻らない」への回答も5分程度ですが下がっていますから、お客様も徐々に戻って来ていることは確かでしょう。「駐車場不足」や「設備の老朽化」への回答率も僅かに増えていることも、利用者が増えてきた現象の一つでしょう。また、資金繰りや後継者問題への回答率も下がっています。経営的にも落ち着きが出てきているようです。

12月調査			3月調査		
第1位	同業者との競合	50	第1位	同業者との競合	35
第2位	人材不足	30	第2位	人材不足	25
第3位	客足が戻らない	25	第3位	立地条件の悪化	20
第4位	資金繰りの悪化	20	"	顧客の高齢化	20
第5位	後継者問題	15	"	客足が戻らない	20
"	顧客の高齢化	15	第6位	店舗・設備の不足や老朽化	15
第7位	店舗・設備の不足や老朽化	10	"	資金繰りの悪化	15
"	経営者の高齢化	10	第8位	駐車場不足	10
第9位	駐車場不足	5	"	後継者問題	10
"	情報不足	5	"	情報不足	10
"	大型商業施設との競合	5	"	石油価格の高騰	10
"	電気料金の値上げ	5	"	経営者の高齢化	10
第13位	立地条件の悪化	0	"	大型商業施設との競合	10
"	石油価格の高騰	0	第14位	電気料金の値上げ	0
	その他	5		その他	5

しかし、不安な回答も増えています。前回ゼロ回答であった「立地条件の悪化」に、今回は2割の回答が集まり、3番目の経営課題になっています。比較的多くの事業所では、営業に支障をきたすような立地環境の変化があったようです。また、前回ゼロ回答であった「石油価格の高騰」にも1割の回答率が集まりました。「電気料金の値上げ」も僅かですが回答率が増えています。円安が継続すれば更に影響が拡大することが予想されます。

4) ②サービス業の今後の対策～更なる顧客開拓に向け時流を生かす～

前回の調査ではインターネットへの期待が5割に達していましたが、今回は僅かに下がりがり、同率で「接客サービスの向上」と「販売客の新規開拓」が上がって来ました。インターネットへの期待は依然大きいですが、新規顧客開拓を目的とする方向性が明確に示されたこととなります。訪

12月調査			3月調査		
第1位	インターネットの活用・強化	50	第1位	接客サービスの向上	42.9
第2位	接客サービスの向上	35	"	販売客の新規開拓	42.9
第3位	取扱商品の充実	25	"	インターネットの活用・強化	42.9
"	販売客の新規開拓	25	第4位	販売促進の強化	23.8
"	人材の確保・育成	25	第5位	人材の確保・育成	19
第6位	諸経費の削減	20	"	諸経費の削減	19
"	広告宣伝の強化	20	第7位	取扱商品の充実	14.3
第8位	店舗の改装	15	"	店舗の改装	14.3
"	商品価格の値下げ	15	第9位	好立地場所への移転	9.5
"	販売促進の強化	15	"	商品価格の値下げ	9.5
第11位	好立地場所への移転	5	"	広告宣伝の強化	9.5
第12位	他社との連携	0	第12位	他社との連携	0
	その他	0		その他	4.8

れた新規顧客を満足させるために接客サービスの向上が必要となるわけです。接客・新規・ネットが1組となって展開されることがサービス業の重点対策となります。流れに乗ってお客をさらに拡大させる意向でしょう。

さらに、「販売促進の強化」が前回よりも1割近く回答率を増やして、4位の対策に上がってきました。戻って来たお客様をつなぎ止めようとする姿勢が見受けられます。「取扱商品の充実」や「広告宣伝の強化」は前回よりも回答が下がっている対策です。これらの実施成果がDI値プラスに貢献したのではないのでしょうか。他社との連携は今回もゼロ回答であり、サービス業では複数企業での共同事業にそれほどメリットを感じていないようです。

5) ①飲食業の経営課題～客足の回復に僅かの戸惑い～

飲食業では明らかに業績が好転している状況が伺われます。前回1位であった「店舗・設備の老朽化」は今回僅かに回答率を上積みしていますが、順位は2位に後退しています。老朽化以上に重要な課題となったのが人材不足です。前回よりも5割近く回答率を増やして最重要課題に急浮上しました。「客足が戻らない」への回答率が

12月調査			3月調査		
第1位	店舗・設備の不足や老朽化	43.8	第1位	人材不足	60
第2位	客足が戻らない	31.3	第2位	店舗・設備の不足や老朽化	50
第3位	同業店との競合	25	第3位	情報不足	30
"	情報不足	25	"	資金繰りの悪化	30
"	電気料金の値上げ	25	第5位	同業店との競合	20
第6位	駐車場不足	18.8	"	駐車場不足	20
"	立地条件の悪化	18.8	第7位	後継者問題	10
第8位	人材不足	12.5	"	客足が戻らない	10
"	資金繰りの悪化	12.5	"	電気料金の値上げ	10
第10位	後継者問題	6.3	第10位	立地条件の悪化	0
"	顧客の高齢化	6.3	"	顧客の高齢化	0
"	石油価格の高騰	6.3	"	石油価格の高騰	0
"	経営者の高齢化	6.3	"	経営者の高齢化	0
"	大型商業施設との競合	6.3	"	大型商業施設との競合	0
	その他	0		その他	0

2割以上下がったことから分かるように、1月から3月の間に、人材不足を感じるほどに、客足が急速に戻って来たことが分かります。同業店との競合も少なくなりました。「電気料金の値上げ」が霞んでしまうほどの回復であったようです。

その反面で経営的には新たな不安が膨らんでいます。先ずは「情報不足」です。この状態がいつまで続くのか判断しかねていることでしょう。そして、「資金繰りの悪化」です。現金商売が基本ですからお客様が増えれば資金繰りは良くなるのが普通です。しかし、前回よりも2割程度多く回答が集まっています。「石油価格の高騰」や「電気料金の値上げ」はそれほど負担ではないようですが、食材等の価格が上がってきているのかもしれない。そして、「後継者問題」です。回答率は1割程度ですが、前回よりも僅かに上がっています。流れに乗りきれない店の存在が確認できます。

5) ②飲食業の今後の対策～来店客の満足度を向上～

経営課題にも変化が現れています。前はインターネットを活用して、お客様を取り戻すことが中心でしたが、今回は来店客の満足度を上げ、リピーターを増やす対策が中心になってきたようです。前回1位の「接客サービスの向上」と2位の「インターネットの活用・強化」が、ともに

12月調査			3月調査		
第1位	接客サービスの向上	62.5	第1位	販売促進の強化	60
第2位	インターネットの活用・強化	43.8	第2位	取扱商品の充実	40
第3位	諸経費の削減	37.5	"	接客サービスの向上	40
第4位	取扱商品の充実	31.3	"	諸経費の削減	40
第5位	店舗の改装	25	第5位	販売客の新規開拓	30
"	販売客の新規開拓	25	"	人材の確保・育成	30
"	広告宣伝の強化	25	第7位	インターネットの活用・強化	20
第8位	販売促進の強化	18.8	第8位	店舗の改装	10
第9位	人材の確保・育成	12.5	"	広告宣伝の強化	10
第10位	好立地場所への移転	0	"	他社との連携	10
"	商品価格の値下げ	0	第11位	好立地場所への移転	0
"	他社との連携	0	"	商品価格の値下げ	0
"	その他	0	"	その他	0

2割以上回答率を下げました。前回よりも4割以上回答率を増やして1位になったのが「販売促進の強化」です。「取扱商品の充実」も1割程度回答を増やし、経営課題の2位に上がりました。人材不足に対応して、「人材の確保・育成」も前回よりも2割弱回答率を増やしています。

経営上の対策として注目したいのは「諸経費の削減」です。客足が戻って来て売上は向上しているはずですが、それにも係わらず「諸経費の削減」が今後の対策の上位に入っているのは、食材等の原材料費が上がろうとしている兆しではないでしょうか。情報不足が醸し出す不安要素のひとつでしょう。

6) ①交通運輸業の経営課題～燃料費の高騰が経営を圧迫～

為替の変動で収益を増加させている企業が出てきましたが、物の動きが対応しているわけではありません。競争激化は依然大きな課題の筈ですが、今回の調査では「燃料費の高騰」が5割回答率を増やして断然トップの課題となりました。運送に関連する事業所ではコストアップに即応していることが確認できます。競争激化どころの問題ではないというところでしょう。「人件費負担の増大」は、前回同様大きな経営課題として残っています。

更に危惧すべきことが得意先に発生しています。「発注先の移転」と「得意先の事業縮小」への回答率が増加していることです。取引先が物流を見直ししていることも考えられます。交通運輸関連の事業所は新たな局面を迎えているようです。それを裏付けるのが「後継者問題」と「経営者の高齢化」です。特に「後継者問題」は前回3割を超えて

12月調査			3月調査		
第1位	競争の激化	50	第1位	燃料費の高騰	66.7
第2位	人件費負担の増大	33.3	第2位	競争の激化	33.3
"	設備の老朽化	33.3	"	人件費負担の増大	33.3
"	後継者問題	33.3	第4位	設備の老朽化	22.2
第5位	技術者不足	16.7	"	発注先の移転	22.2
"	情報不足	16.7	"	得意先の事業縮小	22.2
"	発注先の移転	16.7	第7位	技術者不足	11.1
"	経営者の高齢化	16.7	"	立地環境の悪化	11.1
"	燃料費の高騰	16.7	"	情報不足	11.1
"	得意先の事業縮小	16.7	"	経営者の高齢化	11.1
第11位	資金繰りの悪化	0	第11位	資金繰りの悪化	0
"	設備不足	0	"	設備不足	0
"	立地環境の悪化	0	"	公共需要の減少	0
"	公共需要の減少	0	"	後継者問題	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

いたものが今回はゼロ回答になりました。燃料問題が急浮上したことも要因のひとつですが、この1月から3月の間に後継者にバトンタッチした事業所が多くあったことが推察されます。

6) ②交通運輸業の今後の対策～世代交代を行い事業の見直し～

経営課題の変化に合わせて今後の対策も変わりました。前回は「後継者へのバトンタッチ」が5割を占めていましたが、今回は2割以上回答率を下げています。経営課題の変化と合わせると、全てではありませんが実際にバトンタッチが行われたことが分かります。新しい経営者が実行し

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

ようとしているのが、先代からの引継である「積極的営業」と「人材の確保・育成」が中心ではありますが、人件費等の見直しと取引先の見直しに意欲を示しています。他社との連携にも興味を持たれています。

「財務体質の改善」は今回の調査でゼロ回答になっていることも、世代交代が実際に行われたことを示しています。後継者にバトンタッチするに当たり、先代が当面の資金手当を行ったのではないのでしょうか。時代の変化を新しい経営者で乗り切ろうとしている事業所が多く見受けられる交通関連の事業所がどのような成果を上げることができるか、注目していきたいと思えます。

9. 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"> ・テラスモールの出店により、土曜日・日曜日が商店街は基より、茅ヶ崎市全体に人が減っています。 ・少しですが、良い方向へ向かっている気がします。お客様は、月15日以降は動かない事が多いです。クレジットカード利用者は、必要な物以外は、買わない傾向有り。 ・街に出てきて、（見たい・聞きたい・得をする）イベントや催し物があればお客様が増えるかもしれません。 ・日本の文化的価値を評価する方向で、安物に流れない雰囲気作りを希望。 ・大型店との価格差がありすぎ、たちうちできない。これが改善されない限り、活性化なし。
<p>* 飲食業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・努力するも依然として、売上げは伸びていない。材料費の値上がり利益率を圧迫している。しかし、質を落とせない。
<p>* サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社での顧客は、中小企業勤務の方が多いため、まだまだ動きはにぶく、物の値上がりに伴い防衛本能が出ている様に思われます。 ・日本社会は、妊娠・出産が少ないから、小学生が少ない。その中で、茅ヶ崎市は若い母親が増えている。ところが、経済面から見ると活気が少ない。茅ヶ崎市の発展を考える時、市民の交流を活発にさせたい。
<p>* 工業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備投資減少が続いている。 ・輸入原料が多いため、円安の影響が大きい。 ・海外進出した取引先が現地調達の拡大を計画している為、当社受注製品の一部が現調化の可能性が高くなっていると思われる。戦略的コストパフォーマンスで対応予定。
<p>* 建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新分野に取り組んでいる会社に対しての資金面も含めたフォローと公共への採用の促進。 ・異業種交流会にて情報共有化。 ・花見や紅葉の名所をつくって、観光化する。 ・インフラの整備。

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 TEL0467-58-1111・FAX 0467-86-6601