

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成25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
※調査用紙を郵送しファックスで回収
3. 回収状況

<回収状況>

業種	調査対象数	回答数	回収率
商業	125	32	25.6%
大型店舗	12	7	58.3%
建設業	71	26	36.6%
製造業	50	33	66.0%
サービス業	68	19	27.9%
飲食業	55	12	21.8%
交通運輸業	19	13	68.4%
合計	400	142	35.5%

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. 茅ヶ崎市経済の業況

(1) 業況（総合的な判断） ～製造業と建設業に経済効果が波及～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年9月比	25年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	△ 11.2	△ 4.5	△ 10.2	△15.1	△11.6
商 業	△ 16.7	△ 10.7	△ 10.7	△22.9	△15.4
大 型 店 舗	△ 33.3	0.0	△ 16.6	—	—
建 設 業	3.9	7.7	△ 8.0	4.1	3.3
製 造 業	3.1	6.0	△ 6.9	△16.2	△10.6
サ ー ビ ス 業	△ 11.1	△ 5.9	△ 16.6	△14.7	△16.8
そ の 他	△ 37.5	△ 25.0	△ 19.7	—	—

政府は平成25年10月24日の月例経済報告で「景気は、緩やかに回復しつつある。」との説明を行っています。次の8項目で現在の景況を説明しています。

- ・ 輸出は、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 生産は、緩やかに増加している。
- ・ 企業収益は、大企業を中心に改善している。
- ・ 設備投資は、非製造業を中心に持ち直しの動きがみられる。
- ・ 企業の業況判断は、さらに改善している。
- ・ 雇用情勢は、改善している。
- ・ 個人消費は、持ち直し傾向にある。
- ・ 物価の動向を総合してみると、デフレ状況ではなくなりつつある。

茅ヶ崎市においては残念ながら、前年同月比でマイナス11.2、前回調査の6月と比べてもマイナス4.5のDI値になっており、回復しつつある状態とはまだ判断できません。しかし、業種別には業況に差が見受けられます。「ものづくり」ができる建設業と製造業では、前年対比と6月対比の両方でDI値がプラスを示しています。10ポイントに満たない数値ですが、「緩やかに回復しつつある」状況を確認することができるでしょう。特に製造業では、3割の企業が売上高も利益も「増加」したと回答しており、政府の経済効果が波及していることが分かります。製造業の全国平均がマイナス16.2ですから、茅ヶ崎市内の製造業は「都市型」の特徴を生かすことができたことになるでしょう。

その一方で非製造業では苦戦が続いています。特に大型店舗では6月とはほとんど変わりませんが、昨年対比ではマイナス33.3と大きく落ち込んでいます。諸経費が上がっていますが、売上高は伸び悩んでいます。利益を確保し難い状況になっていることが分かります。商業とサービス業でも対前年比と6月比の両方でDI値はマイナスです。大型店舗ほど落ち込んではいませんが、「回復しつつある」状況ではありません。

その他の業種ではDI値のマイナス数値が大きく、苦戦している企業が多い状態が続いていることがわかります。茅ヶ崎市内で「回復しつつある」ことが確認できるのは製造業と建設業の2業種でした。

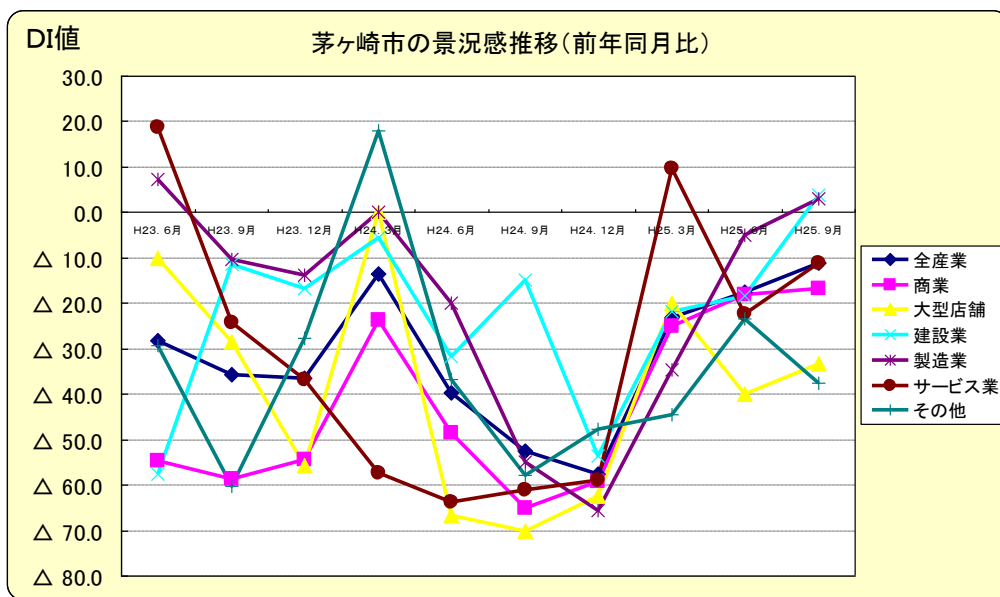
(2) 業況 ～建設業を除いて業況回復の速度が低下～

製造業と建設業はともに今回の調査でD I 値がプラスに転じました。しかし、勢いがあるのが建設業です。前回6月の調査よりも20ポイント以上D I 値が上がっています。平成24年度の補正予算と平成25年度の予算で組み込まれた公共投資の効果と、消費税アップを前にした建築需要の拡大が市内建設業者を活気づけていることを確認することができます。

製造業は平成24年12月を底にして、急速に業況が回復してきました。調査毎にD I 値が30ポイント程度上がってきました。今回の調査でも伸びてはいますが、前回よりも10ポイント程度の改善に留まっています。円安は続いてはいますが、アジアへの輸出が減少する等、マイナス要因が多かったことが影響していると考えられます。

商業やサービス業も同様に回復速度が落ちてきました。サービス業では平成24年12月から平成25年3月にかけて一挙に業況が回復しました。6月調査では30ポイント以上D I 値が低下して、再びマイナスに転じました。製造業や建設業の回復に合わせて、業況の回復が期待されましたが、10ポイント程度の改善に留まり、マイナスから抜け出すことはできませんでした。

商業の分野では回復は進んでいますがその速度は遅く、プラスに転じる勢いを見ることはできません。特に大型店舗では、前回マイナス40以上に下がった状態を10ポイント弱改善できたただけでした。収入よりも物価の上昇の方が大きかったですから、消費は伸び悩んだようです。一般の商業でもD I 値は僅かに改善されていますが、前回の調査とほとんど変わり無く、業況は横ばいです。経済全体には明るさが見えてきましたが、市民の消費意欲は一段落していることが分かります。その他の業種でD I 値が下がっていることは、既に勢いが無くなってしまった業種があることを示していると思われます。

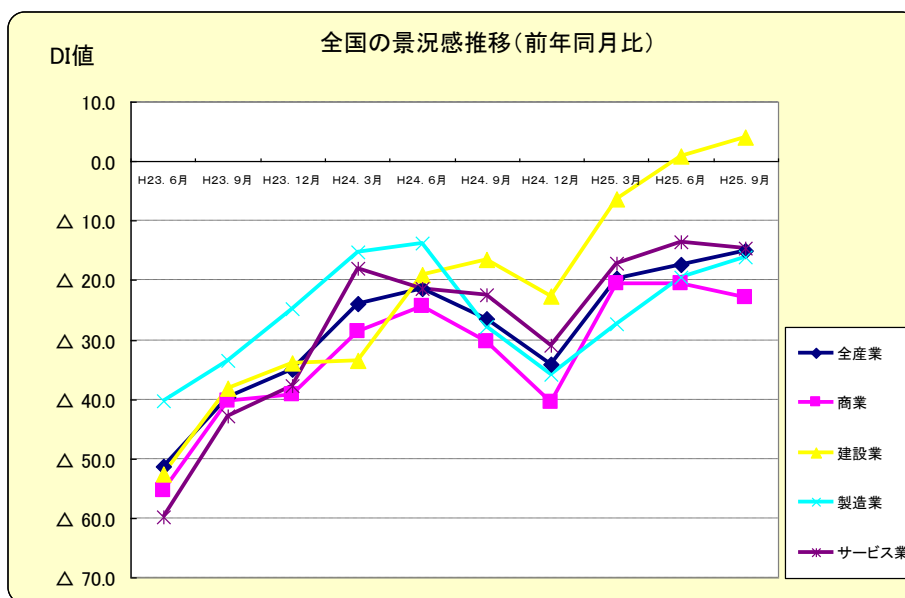


(3) 茅ヶ崎市の先行き見通し ～建設業に陰りの兆候～

政府の経済対策に乗り、建設業と製造業が茅ヶ崎経済を引き上げることを期待しましたが、先行き見通しは全産業でマイナス10.2であり、プラスに転じることはありませんでした。全国でもマイナス11.6ですから、中小企業を中心とする地方経済は、暫くは回復途上ということになりそうです。大幅回復を実現し、期待が膨らむ建設業でもマイナス8.0であり、今後は良くなることが期待できない企業が多いことが分かります。消費税アップに関連する経過措置による契約期限が9月末であることが、10月以降の大型物件契約に対する不安材料になっていると思われます。

製造業においても先行き見通しはマイナス6.9になりました。急な落ちこみではありませんが、変化するアジア情勢の中で、不安を抱える企業が増えてきたのではないのでしょうか。

商業や大型店及びサービス業では先行き不安を抱えていますが、マイナスの幅は10から20ポイントの間に留まっていることから、前向きな企業が増えてきたと考えて良さそうです。一般の商業者ではマイナス10.7ですから、全国平均と比較しても業況が回復することを期待する企業が多くなっています。しかし、大型店舗とサービス業はマイナス16.6ですから、一般商業者以上に苦しい店の割合は大きい状況です。景気は確かに回復基調にありますが、物価がそれ以上に上がっており、商業や大型店及びサービス業の業況回復は大きく期待できない結果になっています。その他業種ではマイナスは20ポイント近くあり、多くの業種で先行き不安が解消されていないことが分かります。



6. 主要業種の経営課題・今後の対策

(1) 小売業

① 経営課題 ～心配される経営意欲の低下～

6月調査			9月調査		
第1位	顧客の高齢化	48.6	第1位	顧客の高齢化	43.8
第2位	同業店との競合	31.4	第2位	同業店との競合	28.1
第3位	客足が戻らない	22.9	"	大型商業施設との競合	28.1
"	大型商業施設との競合	22.9	第4位	経営者の高齢化	25
第5位	店舗・設備の不足や老朽化	20	第5位	後継者問題	21.9
"	後継者問題	20	第6位	店舗・設備の不足や老朽化	18.8
"	経営者の高齢化	20	"	資金繰りの悪化	18.8
第8位	石油価格の高騰	14.3	"	客足が戻らない	18.8
第9位	駐車場不足	11.4	第9位	人材不足	12.5
"	立地条件の悪化	11.4	"	石油価格の高騰	12.5
"	電気料金の値上げ	11.4	"	電気料金の値上げ	12.5
第12位	人材不足	8.6	第12位	駐車場不足	6.3
"	資金繰りの悪化	8.6	"	立地条件の悪化	6.3
その他	2.9		その他	3.1	

売上高や客数が増加したとの回答が2割ほどありますが、半数程度の小売店は減少が続いている状況です。経営課題の上位2つは「顧客の高齢化」と「同業店との競合」であり、回答率もほとんど前回の調査と同じでしたので、状況は改善されていないことが分かります。同率2位に上がったのが「大型商業施設との競合」です。テラスモール湘南はオープン2周年を迎え、イベントを行っています

からその影響が出ているようです。この下に続くのが「経営者の高齢化」と「後継者問題」です。そして、「店舗・設備の不足や老朽化」と同率ですが「資金繰りの悪化」が前回よりも約1割回答を増やしてきました。競合が一層激しくなり、店主の高齢化が進み、資金繰りが苦しくなるという課題がこれ以上拡大すると、経営に対して前向きな姿勢を持たなくなる経営者が増えることが心配されます。石油や電気料金は現在も高値を維持していますが、経営課題としての重要性が下がっています。高値で安定する覚悟を決めたものと思われる。小売店では一部に改善は見られるもの、全体的には業況は改善されていないようです。

② 今後の対策 ～既存客を大切にしたい～

6月調査			9月調査		
第1位	接客サービスの向上	37.1	第1位	接客サービスの向上	53.3
第2位	販売客の新規開拓	34.3	第2位	取扱商品の充実	40
第3位	取扱商品の充実	31.4	第3位	販売客の新規開拓	36.7
第4位	販売促進の強化	28.6	第4位	販売促進の強化	30
第5位	インターネットの活用・強化	25.7	第5位	インターネットの活用・強化	23.3
第6位	諸経費の削減	20	第6位	人材の確保・育成	20
"	広告宣伝の強化	20	"	諸経費の削減	20
第8位	人材の確保・育成	17.1	第8位	後継者へのバトンタッチ	16.7
第9位	後継者へのバトンタッチ	14.3	第9位	広告宣伝の強化	10
"	店舗の改装	14.3	第10位	好立地場所への移転	6.7
第11位	商品価格の値下げ	11.4	"	他社との連携	6.7
第12位	好立地場所への移転	5.7	第12位	店舗の改装	3.3
第13位	他社との連携	2.9	第13位	商品価格の値下げ	0
その他	2.9		その他	3.3	

上位4つの対策は前回と同じです。この中で「接客サービスの向上」が前回よりも1割5分以上回答を増やしています。「取扱商品の充実」も1割近く伸びています。「販売客の新規開拓」も行いますが、品揃えを見直し、来店客への接客を向上させることによって年末商戦を迎える姿勢が見えてきます。前回よりも回答が大きく下がっている

対策で注目したいのが「広告宣伝の強化」と「店舗の改装」です。売上と連動する「販売促進の強化」には3割回答があり継続実施が予定されていますが、広告宣伝は前回の半分になりました。「店舗の改装」も1割以上下がっています。「諸経費の削減」は前回同様に2割の回答があることから、資金を必要とする対策へは消極的になっていることが分かります。「商品価格の値下げ」はゼロ回答になりました。安くしても集客効果は無かったということでしょう。「インターネットの活用・強化」や「人材の確保・育成」には前回同様に2割を超える回答があります。販売促進強化も含め、年末商戦に向けて前向きなお店が増えてくることを期待したいと思います。

(2) 建設業

①経営課題 ～仕事はあるが儲けが減少～

建設業 経営課題		建設業 経営課題			
6月調査		9月調査			
第1位	技術者不足	52	第1位	競争の激化	52
第2位	競争の激化	44	"	受注単価の減少	52
"	人件費負担の増大	44	第3位	人件費負担の増大	40
第4位	資金繰りの悪化	36	"	技術者不足	40
第5位	受注単価の減少	28	第5位	石油価格の高騰	20
第6位	公共需要の減少	20	第6位	資金繰りの悪化	16
第7位	石油価格の高騰	8	第7位	公共需要の減少	12
第8位	発注先の移転	4	"	経営者の高齢化	12
"	経営者の高齢化	4	第9位	設備の老朽化	4
"	電気料金の値上げ	4	"	電気料金の値上げ	4
第11位	設備不足	0	第11位	設備不足	0
"	立地環境の悪化	0	"	立地環境の悪化	0
"	設備の老朽化	0	"	発注先の移転	0
"	輸出関連の売上げ減少	0	"	その他	0
"	その他	8			

公共投資や消費税アップの影響で建設需要全体が拡大していますが、人手不足と原材料コストの高騰で経営は厳しくなっているようです。前は「技術者不足」が経営課題の1位でしたが、今回は約1割回答が下がり、順位も同率2位でした。「競争の激化」が入れ替わって1位になりました。回答も1割近く増えています。注目すべきは「受注単価の減少」でしょう。前回よりも2割以上回答を増やし、同率で1位

に上がってきました。東日本大震災の復興と公共投資が重なり建築作業員が不足し、円安等の影響で建築資材が上がっていますが、受注単価引き下げ競争は更に激しくなっていることが分かります。前回1割にも達していなかった「石油価格の高騰」が今回は2割の回答を集めていることから利益が出しにくい状況になっていることが確認できます。その一方で「資金繰りの悪化」は前回よりも2割回答が下がっています。利幅は縮小していますが工事代金の回収は順調であり、経営状況が悪化することは当面無さそうです。

②今後の対策 ～コスト削減しながら人を確保～

建設業 今後の経営対策		建設業 今後の経営対策			
6月調査		9月調査			
第1位	積極的営業	45.8	第1位	人材の確保・育成	60
第2位	諸経費の削減	41.7	第2位	諸経費の削減	40
第3位	人材の確保・育成	33.3	第3位	合理化・省力化	32
"	財務体質の改善	33.3	"	財務体質の改善	32
第5位	合理化・省力化	25	第5位	後継者へのバトンタッチ	28
第6位	新分野開拓	20.8	第6位	人員の削減・給与手当ての見直し	24
第7位	他社との連携	16.7	第7位	積極的営業	16
第8位	人員の削減・給与手当ての見直し	12.5	第8位	他社との連携	12
第9位	設備投資	4.2	第9位	新分野開拓	8
"	事業所の移転	4.2	第10位	設備投資	0
第11位	海外展開	0	"	事業所の移転	0
第12位	後継者へのバトンタッチ	0	"	海外展開	0
"	その他	4.2	"	その他	0

前は「積極的営業」が経営課題のトップでしたが、3割以上回答が下がり、大きく順位を下げました。1位に上がったのは「人材の確保・育成」です。前回の約2倍である6割の回答を集めました。「他社との連携」や「新分野開拓」への回答が下がっていることから、関東の建築需要が拡大していることが分かります。対策の2位から4位まではコスト高への対策です。

競争によって受注単価が減少していますから、「諸経費の削減」は前回同様に重点対策となっています。受注は拡大していますから、運転資金の確保も必要です。今回は「合理化・省力化」が加わりました。現場の作業改善を更に進め、少しでも利益を増やすことが必要との判断でしょう。「人員の削減・給与手当ての見直し」が前回よりも1割程度多くの回答を集めていることから、現場の生産性向上を目指していることが分かります。経営課題で「経営者の高齢化」が急に浮上してきましたが、対策でも「後継者へのバトンタッチ」が前回のゼロ回答から一挙に3割近くの回答率に達しました。建築需要が当面続くと予想される今の時期に、世代交代を行う企業が増えそうです。

(3) 製造業

①経営課題 ～2極化傾向が強まる～

6月調査			9月調査		
第1位	設備の老朽化	50	第1位	競争の激化	50
第2位	技術者不足	45	第2位	設備の老朽化	43.8
第3位	競争の激化	35	第3位	技術者不足	28.1
第4位	経営者の高齢化	25	第4位	経営者の高齢化	18.8
第5位	電気料金の値上げ	20	"	受注単価の減少	18.8
第6位	人件費負担の増大	15	第6位	電気料金の値上げ	15.6
"	発注先の移転	15	第7位	人件費負担の増大	12.5
第8位	資金繰りの悪化	10	第8位	設備不足	9.4
"	公共需要の減少	10	"	石油価格の高騰	9.4
"	石油価格の高騰	10	第10位	資金繰りの悪化	6.3
"	受注単価の減少	10	"	立地環境の悪化	6.3
第12位	設備不足	5	"	公共需要の減少	6.3
"	立地環境の悪化	5	"	発注先の移転	6.3
"	輸出関連の売上げ減少	5	その他	その他	6.3
その他	その他	5			

製造業は再び「競争の激化」の兆候を示しています。前回1位であった「設備の老朽化」と入れ替わりました。そして大きく浮上したのが「受注単価の減少」です。前回よりも1割近く多くの回答を集めました。円安効果と政府の経済対策で受注を確保してきた製造業にも回復速度の減少が現れてきたようです。その一方で「設備の老朽化」や「技術者不足」

といった比較的前向きな課題も上位に残っています。製造業の経営実態では、売上や利益が増加している企業と同じくらい減少している企業が存在することが示されています。需要の伸びが収まろうとしているなかで、継続受注を増やしている企業と受注が減少している企業の2極化が進んでいることとなります。「経営者の高齢化」は回答は下がっていますが、今回も経営課題の上位に入っています。事業継承がそれほど進んでいないことがわかります。「電気料金の値上げ」や「人件費負担の増大」等のコストアップ要因の回答は下がっており、経費増は沈静化しつつあることが分かります。その結果として資金繰りも改善されています。

②今後の対策 ～生産性アップと営業強化～

6月調査			9月調査		
第1位	人材の確保・育成	60	第1位	積極的営業	46.9
第2位	積極的営業	45	第2位	合理化・省力化	40.6
"	設備投資	45	"	人材の確保・育成	40.6
第4位	新分野開拓	35	第4位	新分野開拓	34.4
第5位	合理化・省力化	25	第5位	設備投資	25
第6位	後継者へのバトンタッチ	20	第6位	諸経費の削減	18.8
第7位	他社との連携	15	第7位	他社との連携	15.6
第8位	人員の削減・給与手当ての見直し	10	"	後継者へのバトンタッチ	15.6
"	海外展開	10	第9位	人員の削減・給与手当ての見直し	6.3
第10位	財務体質の改善	5	"	海外展開	6.3
"	諸経費の削減	5	第11位	財務体質の改善	3.1
第12位	事業所の移転	0	第12位	事業所の移転	0
その他	その他	0	その他	その他	0

前回1位の「人材の確保・育成」が2割回答を下げて、対策の順位も2位に下がりました。再び1位になったのが「積極的営業」です。そして前回よりも1割5分回答を増やした「合理化・省力化」が対策の同率2位に上がりました。「合理化・省力化」は損益分岐点を下げることになりますから、受注量が減っても利益が出る企業体質を

作りあげながら、営業を強化する対策に移行しようとしていることが分かります。「諸経費の削減」への回答も前回より1割以上増えています。また、「設備投資」への回答が前回よりも2割下がっていることは、安定した受注確保を期待できない企業が増えていることを示しています。「新分野開拓」が前回とほぼ同様の回答であることから、現在の受注だけに頼ることができない企業が依然3分の1は存在することをが分かります。「海外展開」や「財務体質の改善」への回答が今回も増えることはありませんでした。どちらも下降傾向です。円高が継続しており、受注が減少しているとはいえ、経営的には多少の余裕が残っていると思われます。

(4) サービス業

①経営課題 ～再び競争が激化～

サービス業 経営課題			サービス業 経営課題		
6月調査			9月調査		
第1位	人材不足	33.3	第1位	同業者との競合	44.4
第2位	同業者との競合	28.6	第2位	客足が戻らない	27.8
"	顧客の高齢化	28.6	第3位	後継者問題	22.2
第4位	客足が戻らない	23.8	"	資金繰りの悪化	22.2
第5位	後継者問題	19	第5位	顧客の高齢化	16.7
第6位	店舗・設備の不足や老朽化	14.3	第6位	立地条件の悪化	11.1
"	経営者の高齢化	14.3	"	人材不足	11.1
第8位	資金繰りの悪化	9.5	"	経営者の高齢化	11.1
第9位	駐車場不足	4.8	"	電気料金の値上げ	11.1
"	電気料金の値上げ	4.8	第10位	店舗・設備の不足や老朽化	5.6
第11位	立地条件の悪化	0	第11位	駐車場不足	0
"	石油価格の高騰	0	"	石油価格の高騰	0
"	大型商業施設との競合	0	"	大型商業施設との競合	0
その他	その他	9.5	その他	その他	5.6

前回は「人材不足」が3割以上の回答を確保して経営課題の1位でしたが、今回は2割回答を落とし、上位の対策から外れました。代わって1位になったのが「同業者との競合」です。そして「客足が戻らない」ことも2位の課題に上がりました。一時回復したサービス需要が前回の調査で落ち込みましたが、今回の調査で回復はほとんど見られませんでした。多くの企業が収益

悪化を訴えています。利用者減少を食い止めることができず、競合が激しくなっている状況が分かります。そこに浮上してきたのが「後継者問題」です。将来に希望を持たなくなった経営者が増えてきたのかもしれない。

需要の落ちこみは経営にも影響を出し始めました。前回1割弱であった「資金繰りの悪化」が今回は2倍の回答に膨れあがりました。「顧客の高齢化」や「店舗・設備の不足や老朽化」よりも当面の資金繰りが問題となっている企業が増えているようです。

今回の調査で新たに経営課題となったのは「立地条件の悪化」です。1割程度ですが前回はゼロ回答ですから、この3ヶ月で急な変化が発生しているとも考えられます。公共工事等によって、一時的に交通環境等が変化していることも考えられるでしょう。

②今後の対策 ～ネット活用と販促強化で需要回復をねらう～

サービス業 今後の経営対策			サービス業 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	55	第1位	接客サービスの向上	33.3
第2位	インターネットの活用・強化	30	"	インターネットの活用・強化	33.3
第3位	人材の確保・育成	25	第3位	人材の確保・育成	27.8
第4位	諸経費の削減	20	第4位	広告宣伝の強化	22.2
"	広告宣伝の強化	20	"	販売促進の強化	22.2
第6位	取扱商品の充実	15	第6位	取扱商品の充実	16.7
"	店舗の改装	15	"	店舗の改装	16.7
"	好立地場所への移転	15	"	販売客の新規開拓	16.7
"	商品価格の値下げ	15	第9位	好立地場所への移転	11.1
"	後継者へのバトンタッチ	15	"	商品価格の値下げ	11.1
第11位	販売客の新規開拓	10	"	諸経費の削減	11.1
"	販売促進の強化	10	"	後継者へのバトンタッチ	11.1
第13位	他社との連携	5	第13位	他社との連携	5.6
その他	その他	5	その他	その他	0

前回は「接客サービスの向上」が5割以上の回答を集めて最重要対策となっていました。今回は1位ではありませんが2割回答が下がりました。そして、「インターネットの活用・強化」が同率で1位になっています。来店して下さったお客様を大切にすることは減少を食い止めることができないため、インターネットによる集客を図ろうと

していることが分かります。回答が増加しているその他の対策は、「人材の確保・育成」・「広告宣伝の強化」・「販売促進の強化」・「取扱商品の充実」・「店舗の改装」・「販売客の新規開拓」の6つです。需要の拡大を狙った対策が増えていることが分かります。

大きく下がっている対策として「諸経費の削減」に注目してみましょう。売上が減少すれば、それを乗り切るために経費を削減するのが一般的です。しかし、経費を削減するよりも販売促進や広告宣伝、そして人材確保に資金を投入しようとしている姿勢を認めることができるでしょう。市内サービス業はサービス需要の減少は一時的であり、今後回復させようとしているようです。

(5) 飲食業

①経営課題 ～大型商業施設にお客様が移動～

6月調査			9月調査		
第1位	顧客の高齢化	50	第1位	駐車場不足	33.3
第2位	同業店との競合	30	"	顧客の高齢化	33.3
"	店舗・設備の不足や老朽化	30	"	資金繰りの悪化	33.3
"	経営者の高齢化	30	第4位	店舗・設備の不足や老朽化	25
第5位	資金繰りの悪化	20	"	立地条件の悪化	25
第6位	駐車場不足	10	"	客足が戻らない	25
"	人材不足	10	"	大型商業施設との競合	25
"	石油価格の高騰	10	"	電気料金の値上げ	25
"	大型商業施設との競合	10	第9位	同業店との競合	16.7
"	電気料金の値上げ	10	"	人材不足	16.7
第11位	後継者問題	0	"	石油価格の高騰	16.7
"	立地条件の悪化	0	第12位	後継者問題	0
"	客足が戻らない	0	"	経営者の高齢化	0
その他		40	その他		0

半数以上が売上・粗利益・客数が減少していると回答している飲食業では、この3ヶ月で経営課題が大きく変化しました。今回は競合相手は同業店が中心でしたが今回の調査では「大型商業施設との競合」が激しくなっていることが示されています。今回も1位は「顧客の高齢化」ですが、「駐車場不足」が前回よりも2割回答を伸ばして同率で1位になっています。同率の4位には「店舗・設備の不足や老朽化」・「立地条件の悪化」・「客足が戻らない」・「大型商業施設との競合」・「電気料金の値上げ」が入りました。お客様は駐車場がある大型商業施設に集まってしまい、駐車場が少なく老朽化がすすんでいる一般の飲食店の客数が減少しているのです。その結果、「資金繰りの悪化」を経営課題とする回答が1割以上増加したと考えられます。テラスモール湘南は2周年を迎えており、お客様の目が一般飲食店から離れてしまったのかもしれませんが。売上が減少している状況を、「電気料金の値上げ」と「石油価格の高騰」がさらに厳しくしています。特に「電気料金の値上げ」は前回よりも1割5分程度多くの回答を集めており、収益性を更に悪化させています。今回は「経営者の高齢化」が3割の回答を集め、同率2位の経営課題でした。しかし、今回はゼロ回答となりました。自らの高齢化を意識できないほど業績の悪化が進んでいるのかもしれませんが。

②今後の対策 ～多少のお金をかけて集客アップ～

6月調査			9月調査		
第1位	取扱商品の充実	40	第1位	接客サービスの向上	50
"	販売客の新規開拓	40	第2位	取扱商品の充実	41.7
第3位	接客サービスの向上	30	第3位	販売客の新規開拓	33.3
"	諸経費の削減	30	"	人材の確保・育成	33.3
"	広告宣伝の強化	30	"	インターネットの活用・強化	33.3
第6位	店舗の改装	20	第6位	諸経費の削減	25
"	インターネットの活用・強化	20	"	広告宣伝の強化	25
第8位	好立地場所への移転	10	"	販売促進の強化	25
"	人材の確保・育成	10	第9位	店舗の改装	16.7
"	他社との連携	10	第10位	好立地場所への移転	8.3
第11位	商品価格の値下げ	0	第11位	商品価格の値下げ	0
"	販売促進の強化	0	"	他社との連携	0
"	後継者へのバトンタッチ	0	"	後継者へのバトンタッチ	0
その他		10	その他		0

経営課題は大きく変化しましたが、対策の上位3つには前回同様に「接客サービスの向上」・「取扱商品の充実」・「販売客の新規開拓」が入っています。その中でも「接客サービスの向上」が5割の回答を集め、最重要対策となりました。同率の3位には「販売客の新規開拓」「人材の確保・育成」と「インターネットの活用・強化」が上がってきました。遠ざかっているお客様よりも店に来て下さっているお客様への接客を大切にして売上を確保する一方で、インターネットを活用して新規顧客や既存個客の来店を促そうとしていることがわかります。売上が下がっており経営は苦しいはずですが、「諸経費の削減」は前回よりも僅かに回答が下がっています。「販売促進の強化」がゼロ回答から2割5分にまで上がっていることが示すように、売上向上をめざして経費を使うことが検討されているようです。店舗改装のように大きな資金が必要な対策を実行しようとしている店舗は減ってきました。大きなお金をかけることはできませんが、現在の店舗で売上と集客増をめざす意気込みが感じられます。

(6) 交通運輸業

① 経営課題 ～売上が下がりコスト負担増加～

交通運輸業 6月調査		交通運輸業 経営課題 9月調査	
第1位	燃料費の高騰 57.1	第1位	人件費負担の増大 46.2
第2位	電気料金の値上げ 42.9	"	設備の老朽化 46.2
第3位	競争の激化 28.6	"	燃料費の高騰 46.2
"	人件費負担の増大 28.6	第4位	競争の激化 38.5
"	設備の老朽化 28.6	"	得意先の事業縮小 38.5
第6位	資金繰りの悪化 14.3	第6位	後継者問題 15.4
"	技術者不足 14.3	第7位	資金繰りの悪化 7.7
"	発注先の移転 14.3	"	技術者不足 7.7
"	得意先の事業縮小 14.3	"	経営者の高齢化 7.7
第10位	設備不足 0	第10位	設備不足 0
"	立地環境の悪化 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
"	経営者の高齢化 0	"	発注先の移転 0
"	後継者問題 0	"	電気料金の値上げ 0
その他	0	その他	0

ることが分かります。設備が老朽化すると修繕費等が多く必要になるのが交通運輸業の特徴でもあります。「設備の老朽化」も前回より2割近く回答を増やしていますから、修理や修繕費が多く必要になっていると思われます。同率4位の2つの課題が売上減少の原因と考えられます。「競争の激化」と「得意先の事業縮小」です。「競争の激化」は前回よりも約1割、「得意先の事業縮小」は2割以上多くの回答を集めました。競争による受注単価が下がっているうえに、物量が減るといいう苦しい状況を迎えている企業が増えていることとなります。前回ゼロ回答であった「後継者問題」が今回は1割5分の回答を集めました。まだ僅かですが経営者自身が高齢化を意識し始めました。業況が苦しい状況が続けば、後継者問題が更に大きくなるのが心配されます。

② 今後の対策 ～生産性向上と人件費の見直し～

交通運輸業 6月調査		交通運輸業 今後の経営対策 9月調査	
第1位	新分野開拓 42.9	第1位	人材の確保・育成 50
第2位	人材の確保・育成 28.6	第2位	新分野開拓 33.3
第3位	合理化・省力化 14.3	"	合理化・省力化 33.3
"	設備投資 14.3	第4位	人員の削減・給与手当ての見直し 25
"	財務体質の改善 14.3	第5位	積極的営業 16.7
"	人員の削減・給与手当ての見直し 14.3	"	他社との連携 16.7
"	後継者へのバトンタッチ 14.3	"	取引先の見直し 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	設備投資 8.3
"	安全対策の強化 14.3	"	後継者へのバトンタッチ 8.3
第11位	積極的営業 0	第11位	財務体質の改善 0
"	事業所の移転 0	"	事業所の移転 0
その他	0	その他	0

「合理化・省力化」は前回よりも約2割多くの回答を集めました。4位には、「人員の削減・給与手当ての見直し」が前回よりも1割回答を増やして上がりました。生産性を向上させ、人件費を見直すことによって利益が出やすい体質を作ろうとしています。前回ゼロ回答であった「積極的営業」が今回は約1割6分の回答を集めています。売上減少を悩んでいるだけでなく、営業に力を入れる企業が出てきたことが分かります。一方で「財務体質の改善」への回答はゼロになりました。また、設備投資への回答が1割に満たないことは、先行きが不透明な企業が多い現れでしょう。新たな経営課題として「後継者問題」が発生したことを確認しましたが、「後継者へのバトンタッチ」を検討している企業は1割に達していません。事業継承したくても後継者が見つからない状況かもしれません。物流はこれからも大きく変化しそうです。更なる効率化が求められることでしょう。

6割近くの企業が売上と総利益が減少している状況で、人件費の負担が急速に大きくなってきました。前は「燃料費の高騰」が経営課題の1位でしたが、今回は「人件費負担の増大」・「設備の老朽化」・「燃料費の高騰」が同率で1位になっています。「人件費負担の増大」は前回よりも約2割多くの回答を集めていますから、固定費として重くのしかかっている

前回1位の「新分野開拓」は1割回答が下がり同率2位となり、1位には「人材の確保・育成」が上がりました。運輸業ではドライバー、自動車整備業では整備士の善し悪しが売上に左右します。コスト競争よりもサービス品質を上げることを重視しようとしているようです。新分野開拓はそれでも重要な対策の1つです。同率2位になった

7. 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"> ・サザンコンサートの景況が前半はかなりありました。後半は、あっという間に沈み込み、9月全体ではマイナス。6月と比べれば良い。
<p>*飲食業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京五輪決定。消費税アップ。都心は劇的に変わりそうです。茅ヶ崎は？ ・観光施設等があまりないので、発展が望めない。 ・消費税アップになったら経営が大変です。
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保証協会の条件を緩和するべきです。商業関係は、過去の銀行間条件。保証協会へ会議所がもっと言うべきである。 ・魅力ある街作り。商店街・駅前にでもシンボル植樹。サザンの桑田さんの手型・足型を駅前に飾るなどする。 ・駅ビルの改装により、客足が増える事を願う。 ・地産地消のものを積極的に取り入れるようにすれば、市民も町もより生き生きする。
<p>*工業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茅ヶ崎市の産業活動が活発になる様、望みます。
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・すべて横ばいのマーク付でしたが、数年少しずつマイナス売上げが止まったような気がします。 ・商業地域の拡大と準商地域の商業への繰入により有効利用し、パワーアップを計る。

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 TEL0467-58-1111・FAX 0467-86-6601