

茅ヶ崎市景気動向調査（12月）結果

1. 調査期間 平成25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
※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	33	26.4%
大型店舗	12	7	58.3%
建設業	71	27	38.0%
製造業	50	32	64.0%
サービス業	68	17	25.0%
飲食業	55	7	12.7%
交通運輸業	19	9	47.4%
合計	400	132	33.0%

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） ～大型店を除いて大幅に業績向上～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年12月比	25年9月比	先行き見通し	前年12月比	先行き見通し
全 産 業	8.9	6.6	△ 2.6	△7.4	△11.0
商 業	△ 10.0	13.8	△ 13.4	△17.4	△14.1
大 型 店 舗	△ 16.7	△ 16.7	0.0	—	—
建 設 業	20.0	8.7	8.7	△14.0	0.4
製 造 業	19.3	3.1	△ 3.4	△2.4	△4.3
サ ー ビ ス 業	20.0	20.0	30.8	△9.1	△18.8
そ の 他	8.3	△ 4.4	△ 30.8	—	—

平成26年1月17日に政府が公表した月例経済報告では、「景気は、緩やかに回復している」と表現されています。次のように複数の局面で改善が進んでいることを説明しています。

- ・輸出は、このところ弱含んでいる。生産は、緩やかに増加している。
- ・企業収益は、改善している。設備投資は、持ち直している。
- ・企業の業況判断は、幅広く改善している。
- ・雇用情勢は、改善している。
- ・個人消費は、一部に消費税率引上げに伴う駆け込み需要もみられ、増加している。
- ・物価は、底堅く推移している。

12月の調査結果は政府の経済政策が茅ヶ崎市にも及んでいることがわかります。茅ヶ崎市の産業全体でD I値は対前年比でプラス8.9、対9月比でもプラス6.6を示しており、昨年の12月は、茅ヶ崎市全体が元気を取り戻したと考えてよさそうです。全国平均ではマイナス7.4ですから、茅ヶ崎市内事業所の業況回復は比較的早かったこととなります。しかし、市内大型店だけはD I値が昨対比も9月対比ともにマイナスであり、取り残された感があります。大型店でも百貨店の業績は良くなっています。茅ヶ崎市内の大型店は量販店であるため、経済政策の恩恵を多く受け取ることができなかつたのでしょう。

建設業・製造業・サービス業は対前年比でプラス約20.0のD I値です。建設業は公共投資の効果と消費税増税の駆け込み需要で業況が向上したと思われます。製造業は輸出の好調に連動しています。これらの業種に引っ張られてサービス業の業況も良くなったわけですが、前回調査の9月と対比してもプラス20.0を示しており、業況回復がかなり大きかったことがわかります。

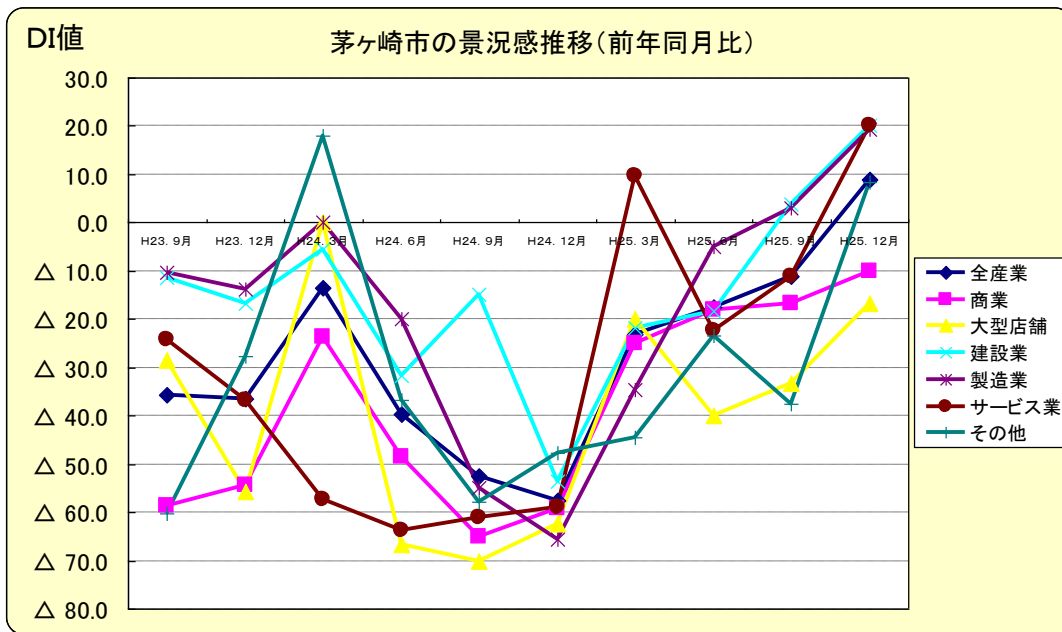
また、これまで回復の兆しが見受けられなかった商業においても業況に良い変化が出てきました。前年同月比ではマイナス10.0ですが、9月との比較ではプラス13.8にまでD I値が上がりました。商店街の小売店にも政府の経済政策が良い影響を及ぼしていることが確認できます。

(2) 業況 ～茅ヶ崎全体の業況がプラスに転換～

茅ヶ崎市内の事業所では業況の低迷が続いていましたが、平成24年12月を底にして、回復を続けました。そして、とうとう平成25年12月の調査ではD I値がプラスに転じました。プラスの幅は1桁であり、依然と半数近くの事業所で業況が回復していない状況ではあります。しかし、この1年間、茅ヶ崎市全体の業況は上向いており、市内多くの事業所に明るさが見えてきていることでしょう。

特に大きな改善を示しているのが建設業・製造業そしてサービス業です。今回の調査では一挙に2桁のD I値に達しました。特にサービス業はマイナスからの復活ですから、30ポイント以上の回復ということになります。全国の景況感推移では、製造業とサービス業のD I値はマイナスに留まり、建設業はプラスからマイナスに転じています。前項でも説明しましたように、茅ヶ崎市は全国に先駆けて、政府の経済政策効果を受け入れたことが分かります。

商業・大型店舗でも業況は上昇傾向を示してはいますが、D I値はマイナスに留まっています。企業の業況は回復していますが、市民のお財布はそれほど膨らんでいないことが確認できます。12月はボーナス時期であり、大きな消費が期待されたわけですが、業況がプラスに転じる程の収入増加ではなかったようです。燃料や食料の価格が上がっていることが、商業・大型店舗の業況回復の制約となっていることも確かです。

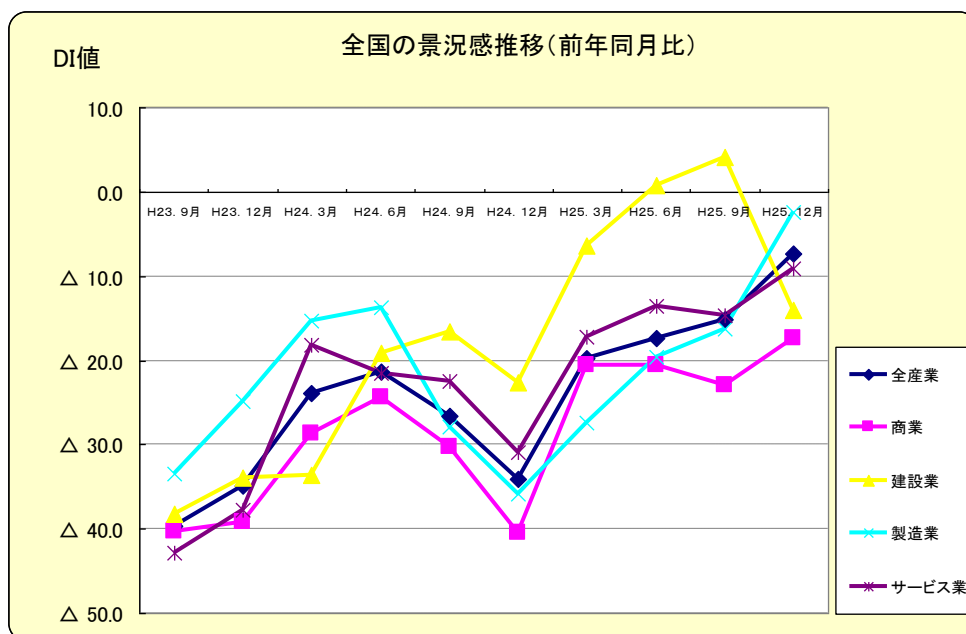


(3) 茅ヶ崎市の先行き見通し ～楽観視はしていない市内事業所～

この1年で大きく業況が回復していますが、先行き見通しは僅かにマイナスの値を示しています。4月の増税に対する駆け込み需要が見込まれるにもかかわらず、半数以上の市内事業所は業況が更に改善することを期待していないという結果でしょう。最も悲観的なのが一般の商業者です。駆け込み重要は量販店に取られ、物価の上昇による売上の減少を心配していると思われます。市内大型店はD I 値ゼロの判断です。駆け込み需要を期待しているのは確かですが、それによって業況が大きく向上するとは考えていないようです。

最も強気で臨んでいるのはサービス業です。何と先行きのD I 値が30.8を示しています。全国平均ではマイナス18.8ですから、市内サービス業の好調さが分かります。しかし、牽引役となる製造業の先行きはマイナスに転じています。公共投資に期待がかかる建設業でもプラス8.7に留まっています。海外情勢の変化に対応しているのでしょう、二つの業種ともに慎重な先行き見通しをたてています。サービス業にも慎重な姿勢が必要となるかもしれません。茅ヶ崎市内事業所のこのような見通しに対して、政府は次のような見通しを説明しています。

輸出が持ち直しに向かい、各種政策の効果が下支えするなかで、家計所得や投資が増加し、景気の回復基調が続くことが期待される。ただし、海外景気の下振れが、引き続き我が国の景気を下押しするリスクとなっている。また、消費税率引上げに伴う駆け込み需要及びその反動が見込まれる。



6. 主要業種の経営課題・今後の対策

(1) 小売業

① 経営課題 ～期待したほどは来店客が増えない～

9月調査		12月調査	
第1位	顧客の高齢化 43.8	第1位	顧客の高齢化 41.9
第2位	同業店との競合 28.1	第2位	同業店との競合 29
"	大型商業施設との競合 28.1	"	大型商業施設との競合 29
第4位	経営者の高齢化 25	第4位	経営者の高齢化 25.8
第5位	後継者問題 21.9	第5位	電気料金の値上げ 22.6
第6位	店舗・設備の不足や老朽化 18.8	第6位	客足が戻らない 19.4
"	資金繰りの悪化 18.8	第7位	駐車場不足 16.1
"	客足が戻らない 18.8	"	後継者問題 16.1
第9位	人材不足 12.5	第9位	石油価格の高騰 12.9
"	石油価格の高騰 12.5	第10位	店舗・設備の不足や老朽化 9.7
"	電気料金の値上げ 12.5	"	立地条件の悪化 9.7
第12位	駐車場不足 6.3	第12位	人材不足 6.5
"	立地条件の悪化 6.3	第13位	資金繰りの悪化 3.2
その他	3.1	その他	3.2

DI値はマイナスですが、業況が上向いていることは確かです。上位4つの経営課題は前回と順位も回答率もほぼ同じです。市内小売業の経営環境には大きな変化がなかったことが分かります。しかし、前回2割弱の回答を集めていた「資金繰りの悪化」が今回の調査では1割に満たない回答となりました。

収益に大きな改善はないようですが、現金収入が確実に増えていることが分かります。「駐車場不足」が前回よりも1割程度回答を増やしていることから、来店客が回復しつつあるお店が増えていることは確かでしょう。その一方で「客足が戻らない」への回答も僅かに増えており、ボーナス需要が見込まれた12月は、期待したほど来店客が多くはならなかったことを示しています。注目したいのは「電気料金の値上げ」です。前回よりも1割回答を増やし、2割を超えました。ガソリン代も上がっています。市民の購買意欲は多少上がって来ていますが、諸物価の上昇によって売上増には結びつきにくい状況です。その上、電気料金に代表される諸経費の負担が増えています。市内の小売業は楽観視できない状況でしょう。

② 今後の対策 ～積極的な営業活動～

9月調査		12月調査	
第1位	接客サービスの向上 53.3	第1位	接客サービスの向上 55.2
第2位	取扱商品の充実 40	"	販売客の新規開拓 55.2
第3位	販売客の新規開拓 36.7	第3位	インターネットの活用・強化 31
第4位	販売促進の強化 30	第4位	取扱商品の充実 27.6
第5位	インターネットの活用・強化 23.3	第5位	諸経費の削減 24.1
第6位	人材の確保・育成 20	第6位	後継者へのバトンタッチ 20.7
"	諸経費の削減 20	第7位	広告宣伝の強化 13.8
第8位	後継者へのバトンタッチ 16.7	"	販売促進の強化 13.8
第9位	広告宣伝の強化 10	第9位	人材の確保・育成 10.3
第10位	好立地場所への移転 6.7	第10位	価格の表示方法 6.9
"	他社との連携 6.7	第11位	店舗の改装 3.4
第12位	店舗の改装 3.3	"	好立地場所への移転 3.4
第13位	商品価格の値下げ 0	"	商品価格の値下げ 3.4
その他	3.3	"	他社との連携 3.4
		その他	0

対策の1位は「接客サービスの向上」であることは今回も同じですが、同率順位に「販売客の新規開拓」が上がってきました。「インターネットの活用・強化」も前回より1割弱多くの回答を集め対策の3位に浮上しています。「販売促進の強化」が下がっていますが、「広告宣伝の強化」は僅かですが上がっています。

これらを総合すると、市内小売業の多くが景気の回復を感じており、積極的な営業活動に入ろうとしていることが分かります。タブレット端末の普及に応じて、再びネット販売強化の姿勢を打ち出したことも確認できました。乗り切ろうとしている姿勢も見受けられます。「後継者へのバトンタッチ」も増えており、時代の変化を強く感じている経営者が増えたことも確認できます。市内小売業はお客様の変化に合わせて、新たな顧客を開拓する気持ちが芽生え始めたようです。今回特別に調査した消費税増税にともなう価格表示に関しては、1割にも満たない回答でした。具体的対応方法を検討している市内の小売業はまだ少ないことが分かります。

(2) 建設業

① 経営課題 ～人手不足が継続～

建設業 9月調査			建設業 経営課題 12月調査		
第1位	競争の激化	52	第1位	技術者不足	70.4
"	受注単価の減少	52	第2位	人件費負担の増大	33.3
第3位	人件費負担の増大	40	第3位	受注単価の減少	29.6
"	技術者不足	40	第4位	競争の激化	25.9
第5位	石油価格の高騰	20	第5位	経営者の高齢化	22.2
第6位	資金繰りの悪化	16	第6位	石油価格の高騰	14.8
第7位	公共需要の減少	12	第7位	原材料資材の確保	11.1
"	経営者の高齢化	12	第8位	設備不足	7.4
第9位	設備の老朽化	4	"	公共需要の減少	7.4
"	電気料金の値上げ	4	"	電気料金の値上げ	7.4
第11位	設備不足	0	第11位	資金繰りの悪化	3.7
"	立地環境の悪化	0	"	立地環境の悪化	3.7
"	発注先の移転	0	"	設備の老朽化	3.7
その他	0		"	発注先の移転	3.7
			その他	7.4	

前回の調査では「競争の激化」が5割を超える回答を集めトップでしたが、今回は半分になり、代わって「技術者不足」が1位になりました。しかも、7割を超える回答を集めています。「受注単価の減少」に対する回答も下がっており、市内の建設業者は公共投資と消費税増税の駆け込み需要で多くの受注を得ていることが分かります。

このため、市内建設業では人材不足が切実な経営課題になっているのです。「人件費負担の増大」は課題の2番目ですが、回答率は前回よりも下がっており、お金を出しても人材補給ができない状態になっているようです。日本全体では更に原材料不足が大きな課題になっていますが、茅ヶ崎市では1割程度の回答に留まっています。茅ヶ崎市内の建設業者は請負工事が中心であることが確認できます。経営的にも安定しています。「資金繰りの悪化」や「電気料金の値上げ」への回答は1割に到達しておらず、市内建設業者は人材さえ確保できれば安定経営できる状態と言えるでしょう。

② 今後の対策 ～人材を補給しながら積極受注～

建設業 9月調査			建設業 今後の経営対策 12月調査		
第1位	人材の確保・育成	60	第1位	人材の確保・育成	74.1
第2位	諸経費の削減	40	第2位	積極的営業	40.7
第3位	合理化・省力化	32	第3位	合理化・省力化	37
"	財務体質の改善	32	第4位	諸経費の削減	25.9
第5位	後継者へのバトンタッチ	28	第5位	財務体質の改善	18.5
第6位	人員の削減・給与手当ての見直し	24	第6位	新分野開拓	14.8
第7位	積極的営業	16	"	後継者へのバトンタッチ	14.8
第8位	他社との連携	12	第8位	設備投資	7.4
第9位	新分野開拓	8	"	他社との連携	7.4
第10位	設備投資	0	第10位	事業所の移転	3.7
"	事業所の移転	0	"	人員の削減・給与手当ての見直し	3.7
"	海外展開	0	第12位	海外展開	0
その他	0		その他	3.7	

人材不足に対応して今後の対策でも、7割以上の回答を集めた「人材の確保・育成」がトップになっています。2番目の対策には前回よりも2倍以上の回答を集めた「積極的営業」が入りました。僅かに回答を増やして「合理化・省力化」が前回同様3位です。人材を何とか確保して、仕事があるうち受注したいと考える

経営者の姿勢が現れています。人件費や燃料費は確実に上がります。利益を確保する為には仕事の効率性を上げ、諸経費を削減することが必要になります。「財務体質の改善」は前回よりも1割以上回答が下がっていますので、工事代金の回収も順調に進んでいることが確認できます。経営課題で注目した「経営者の高齢化」に対応する対策は「後継者へのバトンタッチ」ですが、この回答は前回の半分程度に下がっています。譲りたくても後継者がいない状態なのかもしれません。市内建設業者は後継者問題も含め、人材不足を解決する対策に重点が置かれていることが分かります。

(3) 製造業

① 経営課題 ～受注の伸びが鈍化～

9月調査		12月調査	
第1位	競争の激化 50	第1位	競争の激化 53.1
第2位	設備の老朽化 43.8	第2位	設備の老朽化 34.4
第3位	技術者不足 28.1	第3位	技術者不足 25
第4位	経営者の高齢化 18.8	"	受注単価の減少 25
"	受注単価の減少 18.8	第5位	経営者の高齢化 18.8
第6位	電気料金の値上げ 15.6	"	電気料金の値上げ 18.8
第7位	人件費負担の増大 12.5	第7位	人件費負担の増大 15.6
第8位	設備不足 9.4	第8位	公共需要の減少 12.5
"	石油価格の高騰 9.4	第9位	資金繰りの悪化 9.4
第10位	資金繰りの悪化 6.3	"	設備不足 9.4
"	立地環境の悪化 6.3	"	石油価格の高騰 9.4
"	公共需要の減少 6.3	第12位	発注先の移転 3.1
"	発注先の移転 6.3	第13位	立地環境の悪化 0
その他	6.3	"	原材料資材の確保 0
		その他	12.5

輸出関連の需要に支えられて業況が回復してきましたが、今回の調査では伸びが鈍化していることが確認できます。経営課題のトップは「競争の激化」で前回と変わりませんが、回答は僅かに多くなっています。「受注単価の減少」が2割5分、「公共需要の減少」が1割強ですが共に前回よりも回答が増えています。

仕事量が減り、単価も下がる現象が現れ始めたのではないのでしょうか。「設備の老朽化」と「技術者不足」は上位の経営課題ですが、回答が下がっていることは受注量の減少を裏付けていると考えます。この状況に電気料金値上げや人件費負担増大が加わり、資金繰りが悪化した事業所が増えていることが分かります。このような事業所はまだ少ないですが、今後増えることが心配されます。受注量が減少し始めたといっても業績に影響を与える程ではなさそうです。輸入コストが上がってはいますが、原材料確保に問題は無いとの回答が示すように、市内製造業では賃加工が中心であることが確認できるでしょう。コストを下げながら受注を確保することが課題となります。

② 今後の対策 ～積極的国内営業の一方で海外シフトも検討～

9月調査		12月調査	
第1位	積極的営業 46.9	第1位	積極的営業 62.5
第2位	合理化・省力化 40.6	第2位	人材の確保・育成 37.5
"	人材の確保・育成 40.6	第3位	合理化・省力化 31.3
第4位	新分野開拓 34.4	"	設備投資 31.3
第5位	設備投資 25	第5位	新分野開拓 28.1
第6位	諸経費の削減 18.8	第6位	諸経費の削減 21.9
第7位	他社との連携 15.6	第7位	海外展開 15.6
"	後継者へのバトンタッチ 15.6	第8位	後継者へのバトンタッチ 9.4
第9位	人員の削減・給与手当ての見直し 6.3	第9位	人員の削減・給与手当ての見直し 6.3
"	海外展開 6.3	"	他社との連携 6.3
第11位	財務体質の改善 3.1	第11位	財務体質の改善 3.1
第12位	事業所の移転 0	"	事業所の移転 3.1
その他	0	その他	9.4

対策は前回同様に「積極的営業」が1位で、回答が6割を超えており、重要性が一層大きくなっていることが分かります。「合理化・省力化」と「人材の確保・育成」も上位の対策ですが、回答率は下がっています。仕事を積極的に取りに行かなければ受注に結びつ

けることができない状況になってきたことが分かります。また、「設備投資」への回答が前回よりも5分程度増えています。旧来の設備だけで受注することが難しくなっているのかもしれませんが。諸経費を削減して難局を乗り切ろうとしている事業所も増えています。「財務体質の改善」は前回同様僅かであり、経営余力が十分残っていることが確認できます。

今後の対策で注目したいのは、新分野開拓が減って海外展開が増えていることです。「海外展開」は前回よりも1割程度多くの回答を集めています。アジア等とのコスト競争に巻き込まれようとしている事業所が茅ヶ崎市内でも増えているのではないのでしょうか。

(4) サービス業

① 経営課題 ～お客様が戻り人手不足～

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	44.4	第1位	同業店との競合	43.8
第2位	客足が戻らない	27.8	"	人材不足	43.8
第3位	後継者問題	22.2	"	顧客の高齢化	43.8
"	資金繰りの悪化	22.2	第4位	客足が戻らない	18.8
第5位	顧客の高齢化	16.7	第5位	店舗・設備の不足や老朽化	12.5
第6位	立地条件の悪化	11.1	"	後継者問題	12.5
"	人材不足	11.1	"	資金繰りの悪化	12.5
"	経営者の高齢化	11.1	"	経営者の高齢化	12.5
"	電気料金の値上げ	11.1	第9位	電気料金の値上げ	6.3
第10位	店舗・設備の不足や老朽化	5.6	第10位	駐車場不足	0
第11位	駐車場不足	0	"	立地条件の悪化	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	5.6		その他	6.3	

先行き見通しにも強気の姿勢を市内サービス業は示していますが、経営課題にもそれは現れています。「同業者との競合」が前回同様1位であり、回答率にもほとんど変化はありません。前回2位であった「客足が戻らない」への回答が1割以上上がり2割をきりました。代わって「人材不足」が3割以上

多くの回答を集め同率1位になっています。製造業と建設業の好業績に引っ張られて業況が大幅に改善されていますが、人手不足という新たな課題をサービス業が抱えていることが分かります。前回上位であった「後継者問題」や「資金繰りの悪化」はともに回答を1割以上上げています。業況が回復し経営が楽になったことを示しています。注目したいのは「顧客の高齢化」です。今回の調査では4割以上の回答を得て同率1位ですが、前は2割に満たない回答でした。お客様は戻ってきましたが年齢層が高い方が中心であったということでしょう。先行きが多少心配されます。

② 今後の対策 ～人材を確保しお客様の満足度を向上～

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	33.3	第1位	接客サービスの向上	35.3
"	インターネットの活用・強化	33.3	"	人材の確保・育成	35.3
第3位	人材の確保・育成	27.8	第3位	販売客の新規開拓	29.4
第4位	広告宣伝の強化	22.2	第4位	販売促進の強化	23.5
"	販売促進の強化	22.2	"	取扱商品の充実	23.5
第6位	取扱商品の充実	16.7	第6位	インターネットの活用・強化	17.6
"	店舗の改装	16.7	"	他社との連携	17.6
"	販売客の新規開拓	16.7	第8位	広告宣伝の強化	11.8
第9位	好立地場所への移転	11.1	第9位	店舗の改装	5.9
"	商品価格の値下げ	11.1	"	商品価格の値下げ	5.9
"	諸経費の削減	11.1	"	諸経費の削減	5.9
"	後継者へのバトンタッチ	11.1	"	後継者へのバトンタッチ	5.9
第13位	他社との連携	5.6	第13位	好立地場所への移転	0
その他	0		"	価格の表示方法	0
			その他	5.9	

対策のトップは「接客サービスの向上」であり、前回とほぼ同じ回答率です。人材不足に対応して重要性が増したのが「人材の確保・育成」です。前回よりも1割弱回答を増やし、同率1位です。接客サービスの向上を人材確保で実現することになります。顧客の高齢化に対応しているのが顧客の

「販売客の新規開拓」でしょう。前回よりも1割以上多くの回答を集めました。戻って来た顧客が高齢化している現実を直視し、将来のお客様を開拓する必要性を感じた結果でしょう。前回2位であった「インターネットの活用・強化」は今回2割をきり、「広告宣伝の強化」も半減しました。この2つによって、お客様が戻ってきたわけですが、事業所が求めた客数は戻ってこなかったということでしょう。新規顧客を開拓するため他の手段を検討していると思われます。「販売促進の強化」と「取扱商品の充実」の回答が若干増えていますが、それは若者向けサービスの拡大を意味しているのかもしれませんが、人手不足を解消し、戻って来たお客様の満足度を向上させると同時に、長い付き合いができる若い顧客層の開拓を行うことになりそうです。

(5) 飲食業

① 経営課題 ～コストの上昇が顕在化～

9月調査		12月調査			
第1位	駐車場不足	33.3	第1位	電気料金の値上げ	57.1
"	顧客の高齢化	33.3	第2位	石油価格の高騰	42.9
"	資金繰りの悪化	33.3	第3位	店舗・設備の不足や老朽化	28.6
第4位	店舗・設備の不足や老朽化	25	"	駐車場不足	28.6
"	立地条件の悪化	25	"	顧客の高齢化	28.6
"	客足が戻らない	25	"	客足が戻らない	28.6
"	大型商業施設との競合	25	"	大型商業施設との競合	28.6
"	電気料金の値上げ	25	第8位	同業店との競合	14.3
第9位	同業店との競合	16.7	"	後継者問題	14.3
"	人材不足	16.7	"	資金繰りの悪化	14.3
"	石油価格の高騰	16.7	第11位	立地条件の悪化	0
第12位	後継者問題	0	"	人材不足	0
"	経営者の高齢化	0	"	経営者の高齢化	0
その他	0		その他	0	

前回上位をであった「駐車場不足」・「顧客の高齢化」・「資金繰りの悪化」が3割をきる回答となり、代わって「電気料金の値上げ」と「石油価格の高騰」が上位に上がりました。経営的に苦しい状況にはなっていませんが、電気料金や燃料費そして原材料である食品も値上げが続いていますので、経費アップが重くのしかかってきていることが分かります。「客足が戻らない」と「大型店との競合」

が激しいとの回答が僅かですが比率を上げていることから、客足が伸び悩んでいる状況が伺えます。12月は忘年会需要を期待していたはずですが、市内飲食店では期待していたほどのお客様が集まらなかったと思われます。今回の調査で再び経営課題として現れたのが「後継者問題」です。前回はゼロ回答でしたから、急に浮上してきたことが分かります。「店舗・設備の老朽化」への回答が上がっていることに関連しているのかもしれませんが、若いお客様は新しい大型店やチェーン店に向かう傾向があります。インターネットへの対応もこれからは必要です。中高年の経営者が将来への不安を抱き始めたのかもかもしれません。

② 今後の対策 ～インターネットで新規顧客を開拓～

9月調査		12月調査			
第1位	接客サービスの向上	50	第1位	接客サービスの向上	57.1
第2位	取扱商品の充実	41.7	"	インターネットの活用・強化	57.1
第3位	販売客の新規開拓	33.3	第3位	販売客の新規開拓	42.9
"	人材の確保・育成	33.3	第4位	人材の確保・育成	28.6
"	インターネットの活用・強化	33.3	"	価格の表示方法	28.6
第6位	諸経費の削減	25	第6位	取扱商品の充実	14.3
"	広告宣伝の強化	25	"	諸経費の削減	14.3
"	販売促進の強化	25	"	広告宣伝の強化	14.3
第9位	店舗の改装	16.7	"	販売促進の強化	14.3
第10位	好立地場所への移転	8.3	"	他社との連携	14.3
第11位	商品価格の値下げ	0	第11位	店舗の改装	0
"	他社との連携	0	"	好立地場所への移転	0
"	後継者へのバトンタッチ	0	"	商品価格の値下げ	0
その他	0		"	後継者へのバトンタッチ	0
			その他	0	

今後の対策では1位は「接客サービスの向上」で前回と同じです。今回同率首位に上がったのが「インターネットの活用・強化」です。前回よりも2割以上回答を増やしています。大型店やチェーン店にお客様の足が向いていることに強い危機感を持った結果でしょう。その目的は明らかで、対策の3位である「販売客の新規開拓」です。スマートフォンの普及がインターネット検索を更に便利にしてい

ます。中高年のお客様に対しても、インターネットを利用する販売促進は有効となるでしょう。「広告宣伝の強化」や「販売促進の強化」への回答が下がっていますが、これはインターネット販売への転換でしょう。経営課題では電気料金や石油代といったコストの上昇が上位に上がりましたが、対策としての「諸経費の削減」への回答は下がっています。飲食店への客足が増えていることを実感しているのではないのでしょうか。経費削減という消極的対応ではなく、新規顧客を開拓して、コストアップを吸収する戦略を優先させているようです。今回の調査では消費税増税関連して価格表示について確認しています。市内飲食店は約3割が対応を検討していることが分かりました。現在は総額表示が主流ですから、本体価格表示への変更を考えていることになるでしょう。コストが上昇している状況で消費税アップ分を現在の価格で吸収することは難しいとの判断でしょう。

(6) 交通運輸業

① 経営課題 ～コストアップで経営が悪化～

交通運輸業 経営課題					
9月調査		12月調査			
第1位	人件費負担の増大	46.2	第1位	人件費負担の増大	37.5
"	設備の老朽化	46.2	"	燃料費の高騰	37.5
"	燃料費の高騰	46.2	第3位	競争の激化	25
第4位	競争の激化	38.5	"	資金繰りの悪化	25
"	得意先の事業縮小	38.5	"	設備の老朽化	25
第6位	後継者問題	15.4	"	電気料金の値上げ	25
第7位	資金繰りの悪化	7.7	第7位	技術者不足	12.5
"	技術者不足	7.7	"	設備不足	12.5
"	経営者の高齢化	7.7	"	立地環境の悪化	12.5
第10位	設備不足	0	第10位	公共需要の減少	0
"	立地環境の悪化	0	"	経営者の高齢化	0
"	公共需要の減少	0	"	後継者問題	0
"	発注先の移転	0	"	取引先の物流変更	0
"	電気料金の値上げ	0	"	その他	0
"	その他	0			

経済の活性化に対応して物流も活発に動いています。それだけに人件費の負担は交通・運輸関連の事業所には大きいようです。課題の1位は前回と同様に「人件費負担の増大」です。受注が増えたことによって比率は下がっていますが、それでも負担が大きいことが確認できます。人件費と同様に経営を圧迫し始めたのが燃料費です。同率で首位になりました。「電気料金の値上げ」

も前回のゼロ回答から、2割5分の回答を集めました。競争自体は僅かに緩和していますが、人件費・燃料費・光熱費の高騰が収入の増加を上回っている状況と考えられます。資金繰りが悪化している事業所が増えていることも確認ができました。車輛や整備設備等の老朽化も目立つようになって来たようです。今回の調査では得意先の事業縮小も含めて「取引先の物流変更」に質問を変更してみました。前回4割近くの回答がありましたが今回はゼロでした。1年で最も活気がある年末の調査ですから、取引先の事業縮小や大きな物流の変更は無かったのでしょうか。しかし、物流の集約化・高度化は継続して進んでいます。

② 今後の対策 ～積極的営業で受注を拡大～

交通運輸業 今後の経営対策					
9月調査		12月調査			
第1位	人材の確保・育成	50	第1位	合理化・省力化	37.5
第2位	新分野開拓	33.3	第2位	積極的営業	25
"	合理化・省力化	33.3	"	設備投資	25
第4位	人員の削減・給与手当ての見直し	25	"	人材の確保・育成	25
第5位	積極的営業	16.7	"	財務体質の改善	25
"	他社との連携	16.7	"	人員の削減・給与手当ての見直し	25
"	取引先の見直し	16.7	"	後継者へのバトンタッチ	25
"	安全対策の強化	16.7	"	他社との連携	25
第9位	設備投資	8.3	第9位	新分野開拓	12.5
"	後継者へのバトンタッチ	8.3	"	取引先の見直し	12.5
第11位	財務体質の改善	0	第11位	事業所の移転	0
"	事業所の移転	0	"	安全対策の強化	0
"	その他	0	"	その他	0

前回は「人材の確保・育成」が5割の回答を集めて首位の対策でしたが、今回は半減しています。代わって首位になったのが「合理化・省力化」です。そして、「積極的営業」以下の7対策が同率で並ぶ結果となりました。コストアップは共通の課題ですが、対応方法は企業によって異なっていることを示しています。この中で前回よりも回答を増やしているのが「積極的営業」・

「設備投資」・「財務体質の改善」・「後継者へのバトンタッチ」・「他社との連携」5項目です。コストアップに耐える為に資金を準備し、車輛や設備を充実させて積極的に打って出る、という前向きな事業所が増えていると考えて良いでしょう。後継者へのバトンタッチが増えていると言うことは後継者が居ることを意味しますから、これも前向きな判断と考えられます。人に関する対策である「人材の確保・育成」は前回よりも回答が下がり、「人員の削減・給与手当ての見直し」は前回と同じ回答です。人に関する問題は年末の受注拡大によって薄れたと考えて良いでしょう。人件費の多くは固定費ですから、それだけ受注が大きくなっていくことが分かります。政府の経済政策はこれからも続きます。運送業や整備工場では燃料費と動力費を中心にコストアップが続きます。受注拡大という明るい状況で積極的に営業活動を行かない、利益を確保しようとする前向きな姿勢を感じます。

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"> ・店舗閉鎖による全体売上は減少したが、既存店は増。12月は、上向き。 ・4月から消費税アップについて、財布のヒモがきつくなるので、大きく売上げに影響しそうで、頭が痛いです。 ・サザンビーチの景観向上をはかる。四季を通じての魅力アップをはかる。 ・商店街に人が少なくなっている。 ・お客様の行動パターンが一緒で、お金の使い道も慎重になっている。
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様に販売意欲を持ってもらうよう考える。マンションより戸建が住みやすい土地柄。南北通路を辻堂のように2箇所欲しい。
<p>*工業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・製品によっては、品物（材料）が入りにくい。それに伴い、単価上昇のみ。
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・固定費の削減。
<p>*大型店</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域貢献する為に、本当に必要か否か精査していきたい。諸経費の無駄使い等見直し、雇用拡大に。

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