

## 茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成26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  
※大型店舗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	41	32.8%
大型店舗	12	7	58.3%
建設業	71	21	29.6%
製造業	50	25	50.0%
サービス業	68	17	25.0%
飲食業	55	11	20.0%
交通運輸業	19	5	26.3%
合計	400	127	31.8%

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)を把握  
※DI値(景気判断指数)とは、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しています。

### 【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](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）～駆け込み需要は大型店舗に集中～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	25年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	1.6	△ 7.3	△ 30.4	△4.4	△28.2
商 業	△ 10.8	△ 23.1	△ 48.7	△6.0	△40.8
大 型 店 舗	57.1	71.4	0.0	—	—
建 設 業	9.5	△ 4.8	△ 5.6	11.0	△11.5
製 造 業	0.0	△ 8.0	△ 30.4	0.6	△22.5
サ ー ビ ス 業	5.9	5.9	△ 18.8	△17.3	△22.4
そ の 他	△ 7.2	△ 24.3	△ 44.3	—	—

4月1日から消費税が8%になったため、3月は多くの業種でまとめ買いの傾向が顕著になりました。特に業況が伸びたのが大型店舗です。前年同月比で57.1、前回調査の12月との比較では71.4のDI値を示しており、大幅に売上が伸びたことが分かります。市内の大型店舗は量販店のため、高額商品よりも日用雑貨等、消耗品の売上が伸びたと考えられます。同じ商業でも大型店舗以外のお店ではDI値は前年同月比でマイナス10.8、12月との比較でもマイナス23.1であり、買い溜め効果どころか、多くのお店で業況が悪化から抜け出すことができなかつたことが分かります。他の業種にも駆け込み需要が少なからず期待されていましたが、建設業とサービス業で僅かにDI値がプラスを示しましたものの製造業はプラスマイナスゼロであり、3業種とも駆け込み需要を享受することはできなかつたようです。建設業と製造業は12月との比較ではマイナスのため、この3ヶ月間受注は停滞していたこととなります。消費税増税直前の駆け込み需要は大型店舗に集中してしまい、茅ヶ崎市全体としては、前年同月よりは僅かに景況は回復したものの、昨年末の方が景況は良かったことが分かります。全国的には産業全体でDI値はマイナス4.4のため、駆け込み需要は期待よりは大きくなかつたことが分かります。市全体の業況は全国平均よりも僅かに上回っていたと考えられます。

政府は5月24日に発表した月例経済報告で、現況を次のように説明しています。

景気は、緩やかな回復基調が続いているが、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動により、このところ弱い動きもみられる。

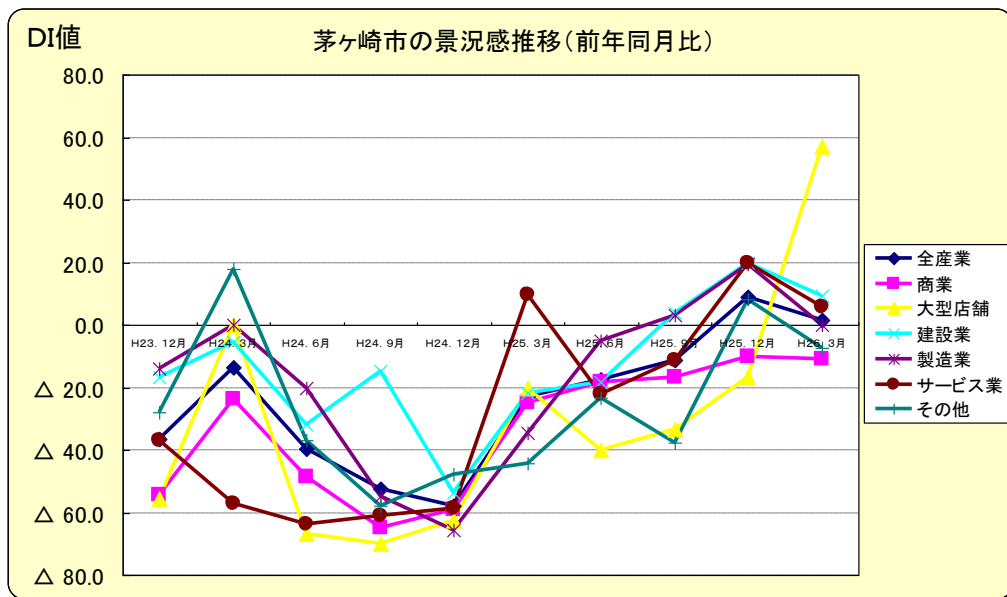
- ・個人消費は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動により、このところ弱い動きとなっている。
- ・設備投資は、増加している。
- ・輸出は、横ばいとなっている。
- ・生産は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響もあって、このところ弱含んでいる。
- ・企業収益は、改善している。企業の業況判断は、このところ慎重となっているが、先行きは改善がみられる。
- ・雇用情勢は、着実に改善している。
- ・消費者物価は、緩やかに上昇している。

(2) 業況 ～景況の回復は一時停滞～

市内大型店舗は前回のマイナス10.0からプラス57.1へとDI値が大きく上昇しています。消費税の増税を前に買い溜めする需要を一手に引き受けていたことが分かります。しかし、他の業種は前回調査の平成25年12月をピークにDI値は下がってしまいました。産業全体は前回の8.9が1.6まで低下しています。茅ヶ崎市内では大型店舗を除き、増税前の駆け込み需要よりも昨年の年末需要の方が大きかったと考えられます。

駆け込み需要はそれほど取り込むことはできませんでしたが、多くの業種でDI値はプラスを維持しています。しかし、大型店舗を除く商業はマイナス10.8であり、前回調査よりも僅かですが、DI値が下がっています。小売店を中心とする市内商業者に特需は訪れなかったようです。

製造業・建設業・サービス業の3業種は、前回調査で約20のDI値を示していました。建設業は工事完了期間に制約があったため、3月の調査では減少が予想されていましたが、製造業とサービス業に関しては業況が下がる要因はないと推測していました。円安によって受注を確保してきた市内の製造業とサービス業ですが、アジア各地で発生している政情の不安定が、受注減に繋がっていることも心配されます。また、その他業種のDI値が今回の調査ではマイナスに転じています。前回の調査では大きく改善しているだけに、消費税値上げを前に景況の改善がひと段落しているとも解釈できます。



(3) 先行き見通し ～すべての業種で業況悪化を予想～

4月からは消費税が3%上がり8%になりました。この影響を先行き見通しが示しています。産業全体のD I値がマイナス30.4を示していることから分かるように、市内の経済は大きく落ち込むことが見込まれており、市内の事業所は消費税を重く受け止めているようです。これは、全国平均でもマイナス28.2であり、国内で発生するであろう平均的数値であることが分かります。

もっとも影響を受けると見込んでいるのは大型店舗を除く商業です。市内ではマイナス48.7、全国平均でもマイナス40.8であり、全国的に大幅な落ちこみが予想されています。消費税増税前の駆け込み需要も取り込めず、増税後更に業況が低下することになれば、企業としての存続に、注意が必要でしょう。市内で更に心配されるのが製造業の落ちこみです。D I値はマイナス30.4を示しています。政府の経済政策で活気が出てきた受注が大幅に落ち込むという見通しです。長引いている海外の政情不安の影響もあると考えられます。サービス業もマイナス18.8ですから、製造業同様に国内の景況回復が一時的に減速するとの見方が広がっているようです。前回調査で業況が大きく改善した3業種の中では建設業で先行き見通しを楽観視している事業所が多いようです。D I値はマイナス5.6となったものの、消費税前の駆け込み需要の後、積雪被害による修繕需要で2月から3月にかけて、ある程度売上を確保できたことから、4月以降は減少するものの、公共投資や東京五輪関連の需要が出始めることを期待していると考えられます。消費税増税で停滞した景況を回復させる雰囲気づくりが必要なことから、4月以降の景況を政府は次のように見通しています。

当面、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動により弱さが残るものの、次第にその影響が薄れ、各種政策の効果が発現するなかで、緩やかに回復してい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。

## 6. 主要業種の経営課題・今後の対策

### (1) 小売業

#### ① 経営課題 ～駆け込み需要の確保も難しい～

消費税前の駆け込み需要と考えられる、売上高が伸びた小売店は3割程度ありました。しかし、仕入や諸経費が下がらず業況の回復に繋がった小売店は少なかったようです。大型店舗にお客様が流出し、小売店には駆け込み需要がそれほど訪れなかったことが示されています。3月の調査では経営課題の第1位は前回と同様に「顧客の高齢化」ですが、前回よりも回答が1割増えています。「同業者との競合」も「客足が戻らない」ことも同様、前回よりも回答が増えています。若い顧客は大型店に向かい、中小小売店のお客様の高齢化が更に目立つようになったということでしょう。今回大きく回答が伸びた課題としては、「店舗・設備の不足や老朽化」です。前は1割弱であったのが、2倍以上に伸びていることが分かります。駆け込み需要が他の小売店に行ってしまう、このままでは集客が見込めないと考える経営者が増えた可能性があります。物理的問題として、「駐車場不足」よりも優先する課題となりました。「電気料金の値上げ」は前回とほぼ同様に2割程度の回答ですが、「資金繰りの悪化」の回答が前回の3倍に伸びています。回答そのものは1割強でそれほど大きくはありませんが、今後の動向を見守る必要があります。

12月調査			3月調査		
第1位	顧客の高齢化	41.9	第1位	顧客の高齢化	52.5
第2位	同業店との競合	29	第2位	同業店との競合	40
"	大型商業施設との競合	29	第3位	客足が戻らない	30
第4位	経営者の高齢化	25.8	第4位	店舗・設備の不足や老朽化	22.5
第5位	電気料金の値上げ	22.6	"	電気料金の値上げ	22.5
第6位	客足が戻らない	19.4	第6位	後継者問題	17.5
第7位	駐車場不足	16.1	第7位	資金繰りの悪化	12.5
"	後継者問題	16.1	第8位	人材不足	10
第9位	石油価格の高騰	12.9	第9位	駐車場不足	5
第10位	店舗・設備の不足や老朽化	9.7		その他	7.5
"	立地条件の悪化	9.7			
第12位	人材不足	6.5			
第13位	資金繰りの悪化	3.2			
	その他	3.2			

#### ② 今後の対策 ～資金を投入して顧客開拓～

消費税増税をきっかけに今後の対策にも変化が出てきました。4月からは消費が落ち込むのは必須です。何もしなければ顧客が戻ってこないという危機意識をもつ小売店が増えているようです。3月の調査では、今後の対策1位としては、「接客サービスの向上」で変わりませんが僅かに回答は減っています。前回第2位の「販売客の新規開拓」は2割回答を落として4位の対策となり、第2位には「取扱商品の充実」、第3位には「販売促進の強化」があがっています。品揃えを増やし、広告宣伝を積極的に行って、新たな顧客に来てもらう、という積極的姿勢が増えていることがわかります。前回ほとんど回答が無かった「店舗の改装」にも今回は2割の回答が集まっています。「人材の確保・育成」にも2割の回答が集まっています。これらも小売店の積極的姿勢を示すものと考えられます。「諸経費の削減」や「後継者へのバトンタッチ」にも2割の回答があります

12月調査			3月調査		
第1位	接客サービスの向上	55.2	第1位	接客サービスの向上	47.5
"	販売客の新規開拓	55.2	第2位	取扱商品の充実	42.5
第3位	インターネットの活用・強化	31	第3位	販売促進の強化	37.5
第4位	取扱商品の充実	27.6	第4位	販売客の新規開拓	35
第5位	諸経費の削減	24.1	第5位	諸経費の削減	22.5
第6位	後継者へのバトンタッチ	20.7	第6位	店舗の改装	20
第7位	広告宣伝の強化	13.8	"	人材の確保・育成	20
"	販売促進の強化	13.8	"	後継者へのバトンタッチ	20
第9位	人材の確保・育成	10.3	第9位	インターネットの活用・強化	15
第10位	価格の表示方法	6.9	"	消費税対策	15
第11位	店舗の改装	3.4	第11位	商品価格の値下げ	0
"	好立地場所への移転	3.4		その他	0
"	商品価格の値下げ	3.4			
"	他社との連携	3.4			
	その他	0			

が、前回よりも回答は下がっています。販売促進に準じる対策では有りますが、「インターネット活用・強化」が前回よりも大きく回答が下がりました。消費税増税対策として効果がそれほどみられなかったと考えられます。インターネットの活用等よりも、店舗として改善すべき点があります。今回の調査で特別に設置した「消費税対策」に対しては1割5分の回答でした。積極的な対応を行う小売店がそれほどは多くはなかったこととなります。従来と同じ価格表示で、増税後のお客様の動向を見極めようとしているのかもしれませんが、4月以降の動向を見守る必要があります。

(2) 建設業

① 経営課題 ～受注が減っても人と資材は不足～

消費税増税前の需要が一段落している建設業ですが、経営課題の第1位は前回と同様に「技術者不足」です。しかし、回答は1割程度下がっており、僅かに低下していることがわかります。前回第2位の「人件費負担の増加」は前回よりも2割程度回答が増えています。順位としては3位に留まっていますが、順位としては3位に留まっています。今回大きく増えたのが「競争の激化」でした。昨年10月までに前倒

12月調査			3月調査		
第1位	技術者不足	70.4	第1位	技術者不足	61.9
第2位	人件費負担の増大	33.3	第2位	競争の激化	57.1
第3位	受注単価の減少	29.6	第3位	人件費負担の増大	42.9
第4位	競争の激化	25.9	第4位	原材料資材の確保	33.3
第5位	経営者の高齢化	22.2	第5位	設備の老朽化	23.8
第6位	石油価格の高騰	14.8	"	公共需要の減少	23.8
第7位	原材料資材の確保	11.1	第7位	設備不足	0
第8位	設備不足	7.4	"	発注先の移転	0
"	公共需要の減少	7.4	"	電気料金の値上げ	0
"	電気料金の値上げ	7.4	"	その他	19
第11位	資金繰りの悪化	3.7			
"	立地環境の悪化	3.7			
"	設備の老朽化	3.7			
"	発注先の移転	3.7			
	その他	7.4			

して受注が増加しましたが、その後減少し、3月になっても回復しなかったことが考えられます。「原材料資材の確保」も3倍になっています。受注が減っている上に、人件費が上がり、資材まで不足するという悪循環に3月は見舞われたこととなります。さらに注目したいのが「公共需要の減少」が増えていることです。前は1割に達していませんでしたから、今回の2割を超える数値の重みが分かります。公共投資の総額は減少していませんので、首都圏への配分が変化している可能性もあります。いずれにしろ市内建設業にまわってくる公共投資が、増加していないという状況が考えられます。

② 今後の対策 ～次の仕事への探索が再開～

経営課題に変化は出てきましたが、対策の上位は前回と同様で、「人材の確保・育成」・「積極的営業」・「合理化・省力化」の順でした。3つの対策全ての回答が下がっていますが、特に「人材の確保・育成」が前回より3割弱下がっています。前回よりも回答が増えた対策は「新分野開拓」と「後継者へのバトンタッチ」です。両者とも前は1割5分程度でした

12月調査			3月調査		
第1位	人材の確保・育成	74.1	第1位	人材の確保・育成	47.6
第2位	積極的営業	40.7	第2位	積極的営業	38.1
第3位	合理化・省力化	37	第3位	合理化・省力化	33.3
第4位	諸経費の削減	25.9	第4位	新分野開拓	28.6
第5位	財務体質の改善	18.5	"	諸経費の削減	28.6
第6位	新分野開拓	14.8	"	後継者へのバトンタッチ	28.6
"	後継者へのバトンタッチ	14.8	第7位	財務体質の改善	23.8
第8位	設備投資	7.4	第8位	人件費の削減	19
"	他社との連携	7.4	第9位	設備投資	9.5
第10位	事業所の移転	3.7		その他	0
"	人員の削減・給与手当の見直し	3.7			
第12位	海外展開	0			
	その他	3.7			

から、約2倍になっています。一般的には東京五輪まで建築需要は続くと考えられていますが、市内建築業は将来にそれほど多くの期待を抱いていないこととなります。「諸経費の削減」が増え、「財務体質の改善」は2割を超えています。建設業界に留まるにしても、経費を更に節減して、いざという時のために資金を確保することが必要との気持ちが表れています。好調であった建設業にも不安材料が増えてきたようです。

(3) 製造業

① 経営課題 ～売上が伸び悩む中でコストは上昇～

売上高が伸びている企業もありますが、経費の増加がそれ以上に大きく、製造業の業績は伸び悩んでいます。受注単価も下がっている企業の割合が多く、資金繰りは全体的に悪くなっています。その結果、課題の第1位は前回同様に「競争の激化」で5割を超える回答となっています。消費税増税前の駆け込み需要は市内製造業には感じられなかったようです。第2位と第3位の順位は同じになり

12月調査			3月調査		
第1位	競争の激化	53.1	第1位	競争の激化	52
第2位	設備の老朽化	34.4	第2位	技術者不足	40
第3位	技術者不足	25	"	設備の老朽化	40
"	受注単価の減少	25	第4位	人件費負担の増大	36
第5位	経営者の高齢化	18.8	第5位	電気料金の値上げ	28
"	電気料金の値上げ	18.8	第6位	原材料資材の確保	16
第7位	人件費負担の増大	15.6	第7位	設備不足	8
第8位	公共需要の減少	12.5	"	公共需要の減少	8
第9位	資金繰りの悪化	9.4	第9位	発注先の移転	0
"	設備不足	9.4	"	その他	8
"	石油価格の高騰	9.4			
第12位	発注先の移転	3.1			
第13位	立地環境の悪化	0			
"	原材料資材の確保	0			
	その他	12.5			

ましたが、「技術者不足」と「設備の老朽化」は前回同様に重要な経営課題となっています。今回は「技術者不足」への回答が1割以上増え、より一層深刻となっていることが分かります。既存の設備や技術だけでは新たな受注を確保しにくい状況になっていると考えられます。そして、第4位と第5位と第6位にコスト要因が入っていることが今回の特徴です。人材の確保が難しくなっているところに、原材料や動力費の負担が大きくなり、経営全体を圧迫している可能性があります。それは資金繰りの悪化を裏付けることも考えられます。「原材料資材の確保」は前回ゼロ回答であり、今回の調査で浮上した課題です。原料の輸入先であるアジア諸国の政情不安定が関係する可能性もあります。今後も動向を見守る必要があります。

② 今後の対策 ～コスト削減しながら新たな分野を開拓～

「積極的営業」が前回同様第1位であり、5割を超える回答となっています。また、「諸経費の削減」があがってきました。受注が大きく伸びることは期待できないので経費削減で乗り切ろうとしていることが考えられます。今回の調査では同率3位で「新分野開拓」・「合理化・省力化」・「人材の確保・育成」が対策として取り上げられました。「人材の確保・育成」は前回第2位から下がっている

12月調査			3月調査		
第1位	積極的営業	62.5	第1位	積極的営業	52
第2位	人材の確保・育成	37.5	第2位	諸経費の削減	44
第3位	合理化・省力化	31.3	第3位	新分野開拓	36
"	設備投資	31.3	"	合理化・省力化	36
第5位	新分野開拓	28.1	"	人材の確保・育成	36
第6位	諸経費の削減	21.9	第6位	設備投資	28
第7位	海外展開	15.6	第7位	財務体質の改善	16
第8位	後継者へのバトンタッチ	9.4	第8位	後継者へのバトンタッチ	12
第9位	人員の削減・給与手当ての見直し	6.3	第9位	人件費の削減	8
"	他社との連携	6.3	"	その他	8
第11位	財務体質の改善	3.1			
"	事業所の移転	3.1			
	その他	9.4			

今回重視されているのは「新分野開拓」と「合理化・省力化」の2つになると考えられます。生産性を上げて、現在の受注量でもより多くの収益を確保すること、同時に新たな仕事の分野を探す努力も行うこととなります。「財務体質の改善」も回答はまだ少ないですが、前回よりも5倍に増えています。業況回復よりも経費削減を優先する事業所が増え始めたように感じられます。



(4) サービス業

① 経営課題 ～競合は激しくなっているが企業の事情は様々～

サービス業には様々な業種業態が含まれており、競合が激しくなっていること以外は、企業それぞれで経営課題が異なってきたことが今回の調査では確認できます。業績においても売上が伸びている企業が3割ある反面、減少している企業も4割あります。客数や客単価も同様です。2局化傾向が示されているのかもしれませんが。前回調査で上位3つに入り、回答が4割を超えていた「人材不足」と「顧客の高齢化」は大きく回答を下げています。業態を変えて景況が向上した企業の存在を裏付けています。「客足が戻らない」への回答は前回同様2割弱あり、これらの企業は改善できずに今回の調査を迎えたこととなります。しかし、「店舗・設備の不足や老朽化」・「駐車場不足」・「後継者問題」は明らかに前回よりも回答が増えています。「同業者との競合」に敗れている原因を「店舗設備の老朽化」と「駐車場不足」と考えている企業が増えていると思われます。これは、需要はあるものの他社に顧客を奪われている企業の経営課題と考えられます。「後継者問題」が増加していることは、前回の調査から3月までの間に経営者の若返りが少なかったことを示していることとなります。

12月調査			3月調査		
第1位	同業者との競合	43.8	第1位	同業者との競合	50
"	人材不足	43.8	第2位	店舗・設備の不足や老朽化	25
"	顧客の高齢化	43.8	"	顧客の高齢化	25
第4位	客足が戻らない	18.8	第4位	駐車場不足	18.8
第5位	店舗・設備の不足や老朽化	12.5	"	後継者問題	18.8
"	後継者問題	12.5	"	人材不足	18.8
"	資金繰りの悪化	12.5	"	資金繰りの悪化	18.8
"	経営者の高齢化	12.5	"	客足が戻らない	18.8
第9位	電気料金の値上げ	6.3	第9位	電気料金の値上げ	6.3
第10位	駐車場不足	0		その他	6.3
"	立地条件の悪化	0			
"	石油価格の高騰	0			
"	大型商業施設との競合	0			
	その他	6.3			

前回調査で上位3つに入り、回答が4割を超えていた「人材不足」と「顧客の高齢化」は大きく回答を下げています。業態を変えて景況が向上した企業の存在を裏付けています。「客足が戻らない」への回答は前回同様2割弱あり、これらの企業は改善できずに今回の調査を迎えたこととなります。しかし、「店舗・設備の不足や老朽化」・「駐車場不足」・「後継者問題」は明らかに前回よりも回答が増えています。「同業者との競合」に敗れている原因を「店舗設備の老朽化」と「駐車場不足」と考えている企業が増えていると思われます。これは、需要はあるものの他社に顧客を奪われている企業の経営課題と考えられます。「後継者問題」が増加していることは、前回の調査から3月までの間に経営者の若返りが少なかったことを示していることとなります。

② 今後の対策 ～コスト削減しながら新たな顧客づくりに挑戦～

経営課題は分散しましたが、今後の対策には方向性が示されています。おおきな特徴は「販売客の新規開拓」が4割以上の回答となり第1位に上がったことです。前は約3割ですから1割以上回答が増えています。業種業態は異なっていますが、既存の顧客だけでは業況回復が望めないと判断する経営者が増えていることを示しています。そして、「諸経費の削減」と「販売促進の強化」への回答が増えていることも確認できます。「諸経費の削減」は前回よりも3割近く多くの回答となっていますから、既存顧客の減少は深刻な状況ですが、販売促進強化が打開策と考えられます。業種業態を変えるのではなく、新たな顧客を確保するのが当面の対策となりそうです。現状の打開策を店舗改装や値下げに求める事業所も増えています。比率は下がっていますが、対策の4位と5位には「接客サービスの向上」と「人材の確保・育成」が入っているため、サービス品質の維持向上が今後とも重要な対策であることが確認できます。

12月調査			3月調査		
第1位	接客サービスの向上	35.3	第1位	販売客の新規開拓	43.8
"	人材の確保・育成	35.3	第2位	諸経費の削減	37.5
第3位	販売客の新規開拓	29.4	"	販売促進の強化	37.5
第4位	販売促進の強化	23.5	第4位	接客サービスの向上	31.3
"	取扱商品の充実	23.5	第5位	人材の確保・育成	25
第6位	インターネットの活用・強化	17.6	"	後継者へのバトンタッチ	25
"	他社との連携	17.6	第7位	店舗の改装	18.8
第8位	広告宣伝の強化	11.8	"	商品価格の値下げ	18.8
第9位	店舗の改装	5.9	"	インターネットの活用・強化	18.8
"	商品価格の値下げ	5.9	第10位	取扱商品の充実	6.3
"	諸経費の削減	5.9	"	消費税対策	0
"	後継者へのバトンタッチ	5.9		その他	6.3
第13位	好立地場所への移転	0			
"	価格の表示方法	0			
	その他	5.9			

「諸経費の削減」と「販売促進の強化」への回答が増えていることも確認できます。「諸経費の削減」は前回よりも3割近く多くの回答となっていますから、既存顧客の減少は深刻な状況ですが、販売促進強化が打開策と考えられます。業種業態を変えるのではなく、新たな顧客を確保するのが当面の対策となりそうです。現状の打開策を店舗改装や値下げに求める事業所も増えています。比率は下がっていますが、対策の4位と5位には「接客サービスの向上」と「人材の確保・育成」が入っているため、サービス品質の維持向上が今後とも重要な対策であることが確認できます。

今回特別に設定した「消費税対策」については回答がゼロでした。積極的に対応しようと考えている事業所が少ないのかもしれませんが。4月以降の状況を眺めて、今後の対策を検討される可能性もあります。

(5) 飲食業

① 経営課題 ～新しい顧客を獲得できないうえにコストは上昇～

今回の調査では約半数のお店が売上高の減少と諸経費アップに回答しています。しかし、客単価は約4割の店で上がっているとの回答です。この原因と考えられる回答が経営課題に現れています。前回は「電気料金の値上げ」と「石油価格の高騰」が1位と2位の経営課題でしたが、今回は「店舗・設備の老朽化」・「人材不足」・「顧客の高齢化」が同率で1位となっています。

12月調査			3月調査		
第1位	電気料金の値上げ	57.1	第1位	店舗・設備の不足や老朽化	40
第2位	石油価格の高騰	42.9	"	人材不足	40
第3位	店舗・設備の不足や老朽化	28.6	"	顧客の高齢化	40
"	駐車場不足	28.6	第4位	客足が戻らない	30
"	顧客の高齢化	28.6	"	電気料金の値上げ	30
"	客足が戻らない	28.6	第6位	同業店との競合	20
"	大型商業施設との競合	28.6	"	駐車場不足	20
第8位	同業店との競合	14.3	"	資金繰りの悪化	20
"	後継者問題	14.3	第9位	後継者問題	10
"	資金繰りの悪化	14.3	"	その他	10
第11位	立地条件の悪化	0			
"	人材不足	0			
"	経営者の高齢化	0			
	その他	0			

また、景気の回復によってアルバイトやパートが集まりにくくなっていることが「人材不足」に現れています。これらの悪循環によって「客足が戻らない」状況になっていると思われます。電気料金の値上げも含め、食材のコストが上がっているため、まだ一部ですが資金繰りが苦しくなっているお店も出てきました。前回調査では3割近くあった「駐車場不足」問題は今回2割に低下しています。僅かに競合は厳しくなっていますが、客数が伸びないのは自店に原因があるという回答です。「後継者問題」が1割に下がっていることから、飲食店経営者の多くが経営課題を自分自身が解決すべきと考えていることが分かります。

② 今後の対策 ～コストは削減するがサービスとメニューは強化～

対策の1位は「接客サービスの向上」で前回と同じですが、回答が僅かに伸びていることから、お客様の満足を更に高める意欲が高まっていることが分かります。多くのお店で客数が伸びていませんから、当面を乗り切るためにはコスト削減が必須となります。課題の第2位は「諸経費の削減」であり、5割の回答となっています。前回は2割に満たない回答ですから、急激なコストアップがあったと考えられます。

12月調査			3月調査		
第1位	接客サービスの向上	57.1	第1位	接客サービスの向上	60
"	インターネットの活用・強化	57.1	第2位	諸経費の削減	50
第3位	販売客の新規開拓	42.9	第3位	取扱商品の充実	40
第4位	人材の確保・育成	28.6	第4位	人材の確保・育成	30
"	価格の表示方法	28.6	"	インターネットの活用・強化	30
第6位	取扱商品の充実	14.3	第6位	販売客の新規開拓	20
"	諸経費の削減	14.3	"	販売促進の強化	20
"	広告宣伝の強化	14.3	"	消費税対策	20
"	販売促進の強化	14.3	第9位	店舗の改装	10
"	他社との連携	14.3	第10位	商品価格の値下げ	0
第11位	店舗の改装	0	"	後継者へのバトンタッチ	0
"	好立地場所への移転	0	"	その他	0
"	商品価格の値下げ	0			
"	後継者へのバトンタッチ	0			
	その他	0			

3位は前回の2倍以上の回答を集めた「取扱商品の充実」となっています。「人材の確保・育成」も前回とほぼ同率で経営課題の4位になっています。市内の飲食店は、サービスの向上を目指しています。「インターネットの活用・強化」は前回ほどの期待は持たれていませんが3割の店で検討されています。「販売促進の強化」も2割の回答ですが、前回よりも増えています。今回特別に設定した「消費税対策」には2割のお店が取り組む姿勢を示しています。経費削減という大きなテーマはありますが、市内の飲食店は集客アップのために、前向きに取り組もうとしていることが分かります。

(6) 交通運輸業

① 経営課題 ～深刻な人手不足とコスト上昇～

交通運輸業は客数の減少を単価アップで補っている状況です。それでもコスト上昇をカバーすることができず、収益性は低下しています。経済は動いていますから荷の動きは大きくなっています。このような状況にあつて、経営課題の1位は前回と同じ「人件費の増大」ですが、前回の2倍以上の回答を集め8割に達しました。

12月調査			3月調査		
第1位	人件費負担の増大	37.5	第1位	人件費負担の増大	80
"	燃料費の高騰	37.5	第2位	電気料金の値上げ	60
第3位	競争の激化	25	第3位	設備不足	40
"	資金繰りの悪化	25	"	後継者問題	40
"	設備の老朽化	25	第5位	競争の激化	20
"	電気料金の値上げ	25	"	設備の老朽化	20
第7位	技術者不足	12.5	第7位	技術者不足	0
"	設備不足	12.5	"	公共需要の減少	0
"	立地環境の悪化	12.5	"	燃料費の高騰	0
第10位	公共需要の減少	0	"	取引先の物流変更	0
"	経営者の高齢化	0	"	その他	0
"	後継者問題	0			
"	取引先の物流変更	0			
	その他	0			
	その他	0			

前回2位であった「燃料費の高騰」は今回回答がありませんでした。しかし、現実には燃料費は高値で推移しており、高値が日常化してしまったことが考えられます。荷物が増えればドライバーは不足し、車輛の整備需要も拡大します。労働条件が必ずしも良く無い交通運輸業界は人材が集まり難い状況にあるようです。今回は「電気料金の値上げ」に6割の回答が集まっていますが、燃料費を含めたコストが上昇し、利益が出しにくい会社が多くなっていると思われます。その結果、8割の企業で「人件費の負担の増大」の回答が増えている可能性があります。競争激化は前回よりも僅かに回答を下げていますから、受注や引き合いは増加しているとみていいでしょう。「設備不足」も前回より3倍近くの回答が集まり、課題としても3位になっています。ここからも受注は増えていることが確認できます。景気の回復で仕事は増えていますが、人材と設備が追いつかない状況となり、資材等の高騰によって経営が不安定になっているようです。高齢の経営者は将来への不安を抱え、「後継者問題」が4割に達したのでしょうか。

② 今後の対策 ～人材確保が再優先～

今後の対策は100%「人材の確保・育成」です。前回調査では「合理化・省力化」が第1位の対策でしたが、今回はゼロ回答となりました。荷の動きが急に活発となり、車も人も設備も不足する状態になっているようです。しかし、ここで無理に人材を集めようとするれば、人件費は一層上昇し、人件費負担が増える結果になりかねません。今回の調査では「人件費の削減」が4割の回答を集め同率2位となっています。なんとか人件費の高騰を抑えたい気持ちが伝わってきます。経営状況でも半数の企業が資金繰り悪化に回答しています。「財務体質の改善」が同率2位となっている理由はここにあるようです。「積極的営業」以下の対策はいずれも2割の回答です。その中でも前回よりも回答が増えているのが「新分野開拓」・「取引先の見直し」・「安全対策の強化」の3つです。前の2つはどちらかという後ろ向きへの対応です。人材不足とコスト上昇は共通の対策ですが、経営的には2局化傾向となる可能性があります。

12月調査			3月調査		
第1位	合理化・省力化	37.5	第1位	人材の確保・育成	100
第2位	積極的営業	25	第2位	財務体質の改善	40
"	設備投資	25	"	人件費の削減	40
"	人材の確保・育成	25	第4位	積極的営業	20
"	財務体質の改善	25	"	新分野開拓	20
"	人員の削減・給与手当ての見直し	25	"	設備投資	20
"	後継者へのバトンタッチ	25	"	後継者へのバトンタッチ	20
"	他社との連携	25	"	取引先の見直し	20
第9位	新分野開拓	12.5	"	安全対策の強化	20
"	取引先の見直し	12.5	第10位	合理化・省力化	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			

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"> <li>・商店街の活性化と統一イベントの実施。</li> <li>・オリンピック東京が決まったのですから、日本の文化を意識するように、目先の欲に走らない日本人のレベルの店を思いお越しして欲しい。</li> <li>・駆け込み需要のため、売上げは上昇。4月以降は下降ぎみです。</li> <li>・消費税8%になった途端に、客足が減少。</li> <li>・市内商工業者に対し、元気の出る施策が必要。</li> </ul>
<p>*サービス業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本社会は定年制を敷いてあるから、能力がある方が縛られる。更に労働力を外国人に依頼すればいいと安易な考え方が広がっていることに違和感がある。日本人社会の意識改革が必要。</li> <li>・業種が異なる会社で発想が違う会社と新商品開発で他にない商品を世に出す予定。</li> </ul>
<p>*建設業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商業地の活性化。資産税に対価する収入が得られる様に、戦略的な開発等を伴う市政策（商業政策）</li> </ul>
<p>*整備業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後の景気は、ますます悪くなると思われる。茅ヶ崎はこれとって注目を浴びる産業がない。（工場地域が少なすぎる）零細企業に助成金制度を作って欲しい。</li> </ul>
<p>*大型店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3月は消費税増税前のため</li> <li>・売上高の増加は1年前に比べ大幅伸長しているがコスト高や諸経費が多く、利益を圧迫している状況。地域への還元もしなければならないが、来店される顧客にもっと還元出来る体制にしていきたい。諸経費が多く見直し検討中。</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 TEL0467-58-1111・FAX 0467-86-6601