

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成26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

業 種	調査対象数	回 答 数	回 収 率
商 業	119	53	44.5%
大 型 店 舗	12	7	58.3%
建 設 業	73	24	32.9%
製 造 業	50	24	48.0%
サ ー ビ ス 業	71	15	21.1%
飲 食 業	56	6	10.7%
交 通 運 輸 業	19	7	36.8%
合 計	400	136	34.0%

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。

5. 茅ヶ崎市経済の業況

(1) 業況(総合的な判断)～戻らない茅ヶ崎市の景況～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年9月比	26年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	△ 29.4	△ 24.8	△ 23.2	△24.2	△20.2
商 業	△ 36.7	△ 29.0	△ 27.0	△36.3	△31.1
大 型 店 舗	△ 16.7	△ 16.7	△ 16.6	—	—
建 設 業	△ 29.2	△ 8.3	△ 34.8	△10.4	△12.6
製 造 業	△ 47.8	△ 34.8	△ 23.8	△13.1	△11.8
サ ー ビ ス 業	△ 13.3	△ 26.6	0.0	△24.9	△18.0
そ の 他	2.7	△ 27.5	△ 22.9	—	—

4月に消費税が5%から8%に引き上げられ、6月までは駆け込み需要の反動で景気が落ち込みました。その後は回復することが期待されていましたが、今回の調査において、6月との比較で市内全体ではDI値がマイナス24.8を示し、市内企業の業況は6月よりも悪化していることが分かります。前年同月比でもマイナス29.4であり、業況は悪化していると考えた方が良さそうです。全国平均よりも僅かに茅ヶ崎市内の業況は悪いようです。

業況悪化の原因は消費税が上がったことだけではありません。日銀の金融緩和によって円安が進み、石油に代表される輸入品の価格が高騰していることが大きく影響してい

ます。売上の伸びよりも、電気代や原材料費等の営業経費の増加の方が大きかったことがわかります。最も大きな影響を受けているのが製造業です。6月との比較でマイナス34.8、前年同月比でマイナス47.8のD I値を示しています。買い控えとコストアップの両面から影響を受けているようです。全国平均がマイナス13.1ですから、市内製造業の落ちこみの大きさが分かります。大型店ではD I値のマイナスは相対的に小さいですが、一般商業では製造業に次いでマイナスが大きくなりました。買い控えに加え、消費税の価格転嫁が十分に行われていないこともその原因に含まれるでしょう。サービス業は全国平均よりもマイナスが小さいですが、6月との比較ではマイナス26.6であり、他の業種と同様に業況が悪化していることが確認できます。公共投資に支えられている建設業も業況は悪化しています。全国平均がマイナス10.4ですから、建築資材や人件費の高騰が市内で大きく発生していることが分かります。

茅ヶ崎市内の業況は芳しくありませんが、政府は10月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、このところ弱さがみられるが、緩やかな回復基調が続いている。

- ・個人消費は、持ち直しの動きが続いているものの、このところ足踏みがみられる。
- ・設備投資は、増加傾向にあるものの、このところ弱い動きもみられる。
- ・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、このところ減少している。
- ・企業収益は、改善に足踏みがみられる。企業の業況判断は、慎重となっているものの、大企業製造業ではやや改善している。
- ・雇用情勢は、着実に改善している。
- ・消費者物価は、このところ上昇テンポが鈍化している。

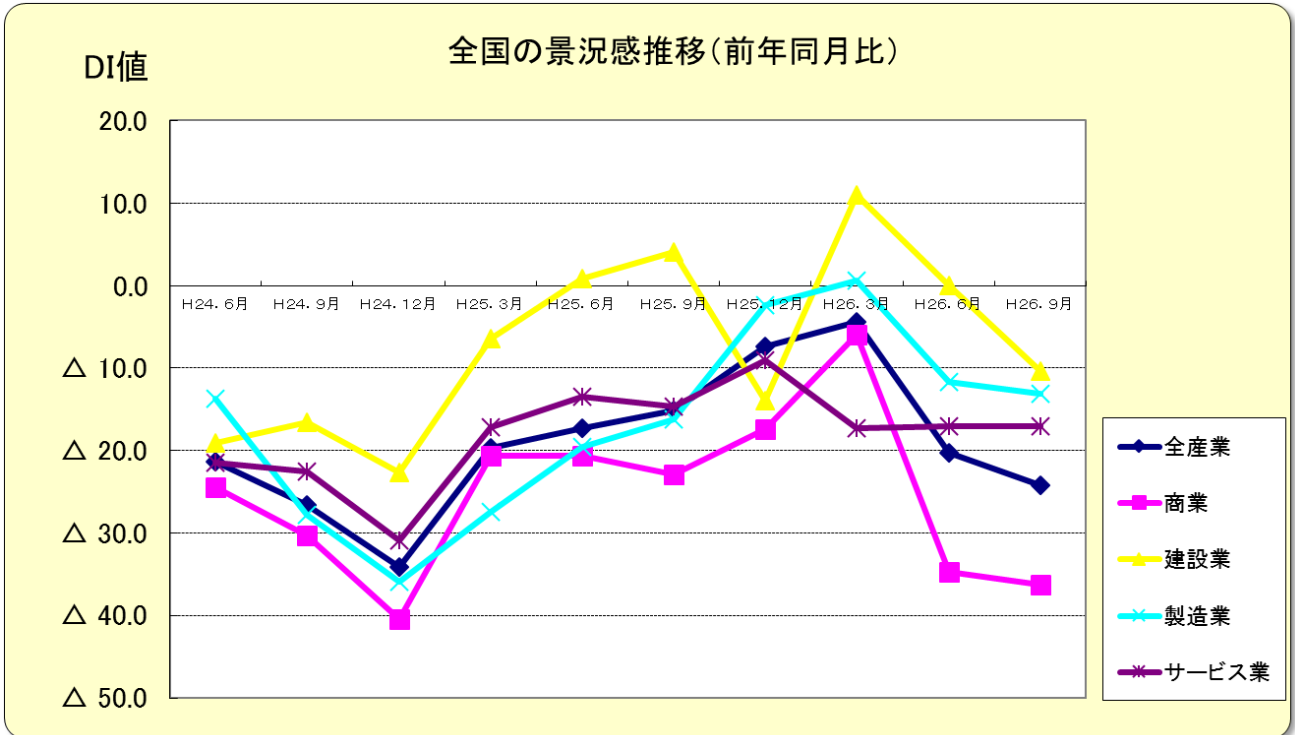
(2) 業況 ～消費税と円安による物価上昇で消費マインドが低下～

昨年12月からの市内企業の景況感を確認しておきましょう。政府の経済対策によって、期待感から平成25年12月は一般商業を除き、市内の産業全体がプラスのD I値に転じました。今年3月は駆け込み需要が期待されましたが、大型店舗を除きそれほど大きな動きにはつながりませんでした。それでも6月の調査では大型店舗・製造業・建設業では駆け込み需要の反動が現れました。景況の回復が期待されていた9月は、大型店舗を除いて、景況は更に悪化していることがわかります。

日本全体では自動車や家電等輸出関連の大企業の業績が伸びており、株価も上昇を続けています。大企業を中心に所得が増えている世帯では高額商品の購入が高まっています。大型店舗の業況回復にはこれらの商品が一部貢献しています。そして、買い溜めした商品がそろそろなくなり、通常の買い物が始まったことも回復の要因と考えられます。しかし、大型店舗のD I値がプラスに転じるほどの強い動きではありませんでした。大型店舗を除く商業では平成25年12月からマイナス10程度のD I値で安定的に推移していましたが、今回の調査ではマイナス36.7まで落ち込んでしまいました。消費税と物価上昇によって市民の購買意欲が低下したことが確認できるでしょう。

駆け込み需要の反動が続いているのが建設業です。建設業では駆け込み需要が昨年12月の調査に現れています。受注後は工事を行っていますが、新たな受注はあまり発生

※『全国』の数値は全国各地の商工会議所が、その管内に所在する各業種組合等にヒアリング調査したものを、日本商工会議所がまとめた LOBO 調査のものです。



(3) 茅ヶ崎市の先行き見通し ～期待感の少ない先行き～

日本全体では雇用は増え、給与も上がってきていますが、茅ヶ崎市の産業全体の先行き見通しはマイナス23.2であり、全国平均よりも僅かに下がっています。物価の上昇や社会保険負担の増大等、業況へのマイナス要因が優先していることが現れています。サービス業ではDI値がプラスマイナスゼロであり、先行きを楽観視していることが分かります。しかし、製造業はマイナス23.8、建設業もマイナス34.8であり、両者とも全国平均を大きく下回っています。2020年の東京五輪に向けた公共投資等が始まってはいますが、建設業や製造業ではコストアップ要因が重くのしかかっていることが分かります。

これに対し、商業の先行き見通しは、DI値はマイナスですが全国平均よりも僅かに良い回答です。大型店舗のDI値もマイナス16.6に留まっており、政府の経済政策によって所得が向上した一部市民の購買行動に期待が持たれていることが分かります。茅ヶ崎市内では、全ての産業において、明るさはまだ見出されていないと考えて良いでしょう。このような状況の中で政府は10月に発表した月例経済報告のなかで次のように先行きを説明しています。

先行きについては、当面、弱さが残るものの、雇用・所得環境の改善が続くなかで、各種政策の効果もあって、緩やかに回復していくことが期待される。ただし、駆け込み需要の反動の長期化や海外景気の下振れなど、我が国の景気を下押しするリスクに留意する必要がある。

6. 主要業種の経営課題・今後の対策

(1) 小売業

① 経営課題 ～増えない新しいお客様～

6月調査			9月調査		
第1位	顧客の高齢化	48.3	第1位	顧客の高齢化	53.1
第2位	同業店との競合	44.8	第2位	客足が戻らない	43.8
第3位	客足が戻らない	31	第3位	後継者問題	34.4
第4位	後継者問題	27.6	第4位	同業店との競合	28.1
第5位	人材不足	20.7	"	店舗・設備の不足や老朽化	28.1
第6位	店舗・設備の不足や老朽化	13.8	第6位	資金繰りの悪化	18.8
第7位	資金繰りの悪化	10.3	第7位	人材不足	15.6
第8位	駐車場不足	6.9	第8位	駐車場不足	9.4
第9位	アルバイト等の時給アップ	3.4	第9位	アルバイト等の時給アップ	3.1
	その他	0		その他	3.1

前回同様、「顧客の高齢化」が経営課題の1位になっています。更に回答は5割を越えました。2位には前回よりも1割以上回答を増やした「客足が戻らない」が3位から上がりました。そして、「同業店との競合」は3割を切り4位に下がりました。市内小売店では業況悪化が続いていますが、それは店舗間の競争よりも買い控えに原因があるとみているようです。消費税の駆け込み需要の反動は若いお客様に強く表れており、買い物に来てくれるのは高齢者ばかりになってしまったようです。「後継者問題」が3位に上がったことから、戻らない景況の中で、店の経営に不安を持つ店主が増えていることがわかります。「人材不足」への回答が減少していることから、来客が増えていない状況を確認することができます。

回答は2割弱ですが、「資金繰りの悪化」が前回よりも回答を増やしています。小売業では売上高と総利益が9割のお店で横ばい又は減少しています。しかし、諸経費は約7割が横バイです。売上高と粗利率のどちらか又は両方が減少していることとなります。その結果、資金繰りが苦しくなったお店が増えていることとなります。

② 今後の対策 ～購入を促す接客を重視～

6月調査			9月調査		
第1位	取扱商品の充実	45.2	第1位	接客サービスの向上	65.6
"	接客サービスの向上	45.2	第2位	販売客の新規開拓	46.9
第3位	販売促進の強化	38.7	第3位	取扱商品の充実	31.3
第4位	販売客の新規開拓	25.8	"	諸経費の削減	31.3
"	諸経費の削減	25.8	"	インターネットの活用・強化	31.3
第6位	人材の確保・育成	22.6	"	販売促進の強化	31.3
第7位	後継者へのバトンタッチ	19.4	第7位	店舗の改装	12.5
第8位	インターネットの活用・強化	16.1	"	人材の確保・育成	12.5
第9位	店舗の改装	9.7	第9位	後継者へのバトンタッチ	9.4
第10位	商品価格の値下げ	0	第10位	商品価格の値下げ	3.1
	その他	3.2		その他	0

「取扱商品の充実」が3位に下がり、回答を2割伸ばして1位になったのが「接客サービスの向上」です。「販売促進の強化」への回答も下がっており、一方通行の販促では購入に繋がり難いため、来店したお客様への接客で売上を増やそうとしていることが分かります。これだけでは売上を維持することしかできませんから、「販売客の新規開拓」が必要になります。この項目へは前回よりも2割多くの回答を集める結果となりました。

「店舗の改装」も1割強ですが前回よりも回答が多くなりました。新しいお客様を確保するための手段として店舗改装への期待が僅かに増えたこととなります。注目すべきは前回より1割5分程度回答を増やし3割を超えた「インターネットの活用・強化」です。若いお客様を増やすPR手段として再び期待が膨らんでいることが分かります。

経営的には「諸経費の削減」と「後継者へのバトンタッチ」に注目してみましょう。「諸経費の削減」は前回より5分程度ですが回答が上がっています。粗利益が稼げなくなった店では更なる諸経費削減が必要になってきたということでしょう。経営課題では「後継者問題」が前回よりも重視されているにも係わらず、後継者へのバトンタッチは1割ほど減少しています。バトンタッチしたくても後継者がいないお店が増えていることが心配されます。

(2) 建設業

① 経営課題 ～人材不足と人件費の高騰が経営を圧迫～

6月調査			9月調査		
第1位	技術者不足	60	第1位	技術者不足	54.2
第2位	競争の激化	50	第2位	人件費負担の増大	41.7
第3位	石油価格の高騰	35	第3位	競争の激化	33.3
第4位	公共需要の減少	30	第4位	石油価格の高騰	29.2
第5位	人件費負担の増大	25	第5位	公共需要の減少	16.7
第6位	設備の老朽化	15	第6位	設備の老朽化	12.5
"	原材料資材の確保	15	"	原材料資材の確保	12.5
第8位	設備不足	0	第8位	発注先の移転	8.3
"	発注先の移転	0	第9位	設備不足	0
	その他	0		その他	12.5

新規の受注は少なくなっていますが、受注した工事の施工は続いています。しかし、首都圏での人材確保は前回よりも一層難しくなっているようです。経営課題の1位は僅かに回答は下がっていますが、前回同様「技術者不足」です。前回よりも1割5分程回答を増やして「人件費負担の増大」が2位の課題に上がりました。建設業界内で人材の取り合いが始まったようです。前回2位の「競争の激化」が2割弱回答を下げていることから分かるように、人材不足は競合以上に重要な経営課題になっています。「石油価格の高騰」に関しては前回よりも僅かに回答が下がっています。上昇がおさまり、高値ですが安定してきたことによるものでしょう。前回の調査では「公共需要の減少」に3割の回答があり心配されましたが、今回は2割を切る回答に下がっており、年度の後半に向かい、公共工事が動き出したことが分かります。

日本全体では「原材料資材の確保」が問題となっています。しかし、茅ヶ崎市内では前回の1割5分をさらに下回りました。人材不足と合わせると、市内の建設業者は施工の請負が中心であることがわかります。

② 今後の対策 ～諸経費を削減しても人材確保～

6月調査			9月調査		
第1位	人材の確保・育成	70	第1位	人材の確保・育成	60.9
第2位	合理化・省力化	45	第2位	諸経費の削減	43.5
第3位	積極的営業	30	第3位	財務体質の改善	39.1
"	新分野開拓	30	第4位	積極的営業	34.8
"	諸経費の削減	30	第5位	合理化・省力化	30.4
第6位	財務体質の改善	20	第6位	新分野開拓	21.7
第7位	人件費の削減	10	第7位	人件費の削減	13
"	後継者へのバトンタッチ	10	第8位	後継者へのバトンタッチ	4.3
第9位	設備投資	0	第9位	設備投資	0
	その他	0		その他	8.7

対策の1位は、1割程度回答は下がっていますが、前回同様に「人材の確保・育成」です。しかし、採用すれば人件費の負担が増大します。「諸経費の削減」と「財務体質の改善」が、ともに前回よりも1割以上回答を増やしています。これは、人件費を確保するために他の経費を削減し、先行する人件費の資金を確保するために財務体質の強化が必要であることを示しています。前回経営課題の2位であった「合理化・省力化」は1割5分程度回答が下がっています。合理化・省力化の余地が少なくなり、諸経費削減に着手しなければ増加する人件費を賄うことができなくなりつつある状況と判断します。「新分野開拓」は前回よりも1割程度下がっていますから、仕事量はある程度確保できていることが分かります。しかし、かけ込み需要の工事が終わる前に次の現場を確保しなければなりません。「積極的営業」は課題の順位は下がっていますが、回答は前回よりも5分程度上がりました。引き合いが増加している企業は1割程度しかありませんから、建築需要は大きくなっているとはいえ、全ての企業に仕事が潤沢にまわる程の規模ではないことが確認できます。

(3) 製造業

① 経営課題 ～仕事が減って競争激化～

6月調査			9月調査		
第1位	競争の激化	50	第1位	競争の激化	60.9
第2位	技術者不足	38.5	"	設備の老朽化	60.9
"	設備の老朽化	38.5	第3位	技術者不足	34.8
"	石油価格の高騰	38.5	第4位	人件費負担の増大	26.1
第5位	人件費負担の増大	26.9	第5位	石油価格の高騰	17.4
第6位	設備不足	11.5	第6位	設備不足	8.7
"	公共需要の減少	11.5	"	原材料資材の確保	8.7
第8位	発注先の移転	7.7	第8位	公共需要の減少	4.3
第9位	原材料資材の確保	0	"	発注先の移転	4.3
	その他	11.5		その他	8.7

市内の製造業では業況の悪化が続いており、「競争の激化」が前回よりも約1割回答を増やしています。今回の調査で「設備の老朽化」が同率で1位になっています。前回よりも2割以上多く回答が集まっていますから、仕事を取るためにも設備更新が必要な企業が増えていることが分かります。原材料確保を除いて、上位2つ以外の経営課題は全て回答が下がっています。人材が不足して、採用のために人件費負担が増えている企業が3割程度ありますが、5割を超える企業が受注減少に苦しんでいる姿が現れています。経済政策で期待される公共需要に関しては、減少しているとの回答が1割以下に下がっていますから、製造業にとって少ないながらその恩恵は受けているようです。

前回は4割近くの回答があった「石油価格の高騰」ですが、今回は2割に満たない回答でした。落ち着いているとはいえ高値を維持していますから負担は大きいはずですが。しかし、受注が落ちているため、経費として支出する金額は少なくなっているということでしょう。回答は1割に満たないのですが、前回ゼロであった「原材料資材の確保」への回答がありました。円安によって安価な原材料が手に入り難くなった企業があるのかもしれませんが。今後の動向を見守りたいと思います。

② 今後の対策 ～設備の老朽化を人材で賄う～

6月調査			9月調査		
第1位	積極的営業	38.5	第1位	積極的営業	60.9
"	新分野開拓	38.5	第2位	人材の確保・育成	52.2
"	人材の確保・育成	38.5	第3位	設備投資	34.8
第4位	合理化・省力化	34.6	第4位	新分野開拓	30.4
"	設備投資	34.6	"	諸経費の削減	30.4
"	諸経費の削減	34.6	第6位	後継者へのバトンタッチ	21.7
第7位	後継者へのバトンタッチ	19.2	第7位	合理化・省力化	17.4
第8位	人件費の削減	15.4	第8位	財務体質の改善	8.7
第9位	財務体質の改善	11.5	第9位	人件費の削減	4.3
	その他	11.5		その他	8.7

「積極的営業」が今回も対策の1位ですが、回答は前回よりも2割以上増えています。受注の減少を積極的営業で補おうとする強い姿勢を感じます。新しい仕事を確保するためには設備の更新が必要ですが、「設備投資」には前回同様に3割程度の回答しかありません。対策の2番目が5割の回答を集めた「人材の確保・育成」です。設備投資をしたくても、受注が減少している現在、投資回収リスクは高くなっています。営業も含め人材を確保して、老朽化した設備を使いこなすことを市内製造業は検討していると思われます。受注が減少すれば新分野開拓に向かうはずですが、今回の調査では対策の順位は下がり、回答も1割弱少なくなっています。リスクの大きい新分野よりも、現業での営業を重視していることが分かります。「諸経費の削減」も僅かに回答は下がっていますが、依然3割の企業で重要な対策になっています。

今回の調査で回答が増えた対策の1つが「後継者へのバトンタッチ」です。増加は僅かですが2割を超えました。製造業の需要が更に減少することになれば、弱気になる経営者が増える可能性が有ります。市内製造業の経営者が前向きな姿勢を持ち続けることを期待します。

(4) サービス業

① 経営課題 ～若い顧客の減少～

6月調査			9月調査		
第1位	人材不足	44.4	第1位	顧客の高齢化	35.7
第2位	同業店との競合	38.9	第2位	同業店との競合	28.6
第3位	客足が戻らない	33.3	"	人材不足	28.6
第4位	顧客の高齢化	22.2	"	客足が戻らない	28.6
"	資金繰りの悪化	22.2	第5位	店舗・設備の不足や老朽化	14.3
第6位	後継者問題	16.7	"	駐車場不足	14.3
"	アルバイト等の時給アップ	16.7	"	後継者問題	14.3
第8位	店舗・設備の不足や老朽化	11.1	"	資金繰りの悪化	14.3
第9位	駐車場不足	0	第9位	アルバイト等の時給アップ	7.1
	その他	5.6		その他	7.1

今回の調査でサービス業の顧客に変化が現れていることが確認できます。前回の調査では「人材不足」が4割の回答を集め経営課題の1位でしたが、今回は1割以上回答が下がり、順位も3位に後退しました。前回より回答を1割以上増やして1位になったのが「顧客の高齢化」です。「同業者との競合」と「客足が戻らない」も人材不足と並んで同率2位の課題ですが、回答は前回よりも下がっています。従来の顧客が急に年を取ることはありません。顧客の高齢化が意味する所は若い顧客が減少し、相対的に顧客が高齢化しているということでしょう。回答は1割程度ですが、「店舗・設備の不足や老朽化」と「駐車場不足」への回答は増えています。これは若い顧客を確保するための課題とも考えられます。流動性の高い若い顧客を定着させることに上位の課題は繋がるようです。「後継者問題」や「資金繰りの悪化」、そして「アルバイト等の時給アップ」についても回答は前回よりも減少しており、経営的には安定した状態の企業が多いようです。

② 今後の対策 ～販促と人材を強化して新規顧客確保～

6月調査			9月調査		
第1位	販売客の新規開拓	44.4	第1位	人材の確保・育成	46.7
第2位	人材の確保・育成	38.9	第2位	販売客の新規開拓	40
第3位	接客サービスの向上	33.3	"	販売促進の強化	40
"	インターネットの活用・強化	33.3	第4位	接客サービスの向上	26.7
"	販売促進の強化	33.3	第5位	インターネットの活用・強化	20
第6位	後継者へのバトンタッチ	22.2	第6位	店舗の改装	13.3
第7位	取扱商品の充実	16.7	"	商品価格の値下げ	13.3
第8位	店舗の改装	11.1	"	諸経費の削減	13.3
"	諸経費の削減	11.1	"	後継者へのバトンタッチ	13.3
第10位	商品価格の値下げ	0	第10位	取扱商品の充実	6.7
	その他	0		その他	6.7

前回と1位と2位が入れ替わりました。そして、同率の2位に「販売促進の強化」が上がってきました。サービス業が求めているのは若い顧客の開拓であり、そのために新たな人材育成を行うことが重要な対策となります。そして若者に向けた販売促進を強化することになるのでしょうか。「接客サービスの向上」や「インターネットの活用・強化」は2割の回答を確保していますが、前回より下がっています。人材の確保育成を優先させる姿勢がここでも確認できます。前回ゼロであった「商品価格の値下げ」に今回は1割を越える回答が集まりました。若者中心に新規顧客を開拓する手段の1つとして値下げを打ち出す企業が出てきたことを示しています。特に強い決め手を見出すことができないのがサービス業の特徴にもなっています。業況は低下傾向ですから、しばらくは試行錯誤が続くでしょう。

(5) 飲食業

① 経営課題 ～客数増で人手不足～

6月調査			9月調査		
第1位	同業店との競合	50	第1位	人材不足	75
"	店舗・設備の不足や老朽化	50	第2位	店舗・設備の不足や老朽化	50
第3位	人材不足	37.5	"	駐車場不足	50
"	アルバイト等の時給アップ	37.5	第4位	顧客の高齢化	25
第5位	客足が戻らない	25	"	客足が戻らない	25
第6位	駐車場不足	12.5	"	アルバイト等の時給アップ	25
"	後継者問題	12.5	第7位	同業店との競合	0
"	顧客の高齢化	12.5	"	後継者問題	0
第9位	資金繰りの悪化	0	"	資金繰りの悪化	0
	その他	0		その他	0

今回の調査では回答者の6割が売上高・総利益・客数が増加していると回答しています。前回1位であった「同業店との競合」はゼロ回答となり、「人材不足」が7割5分の回答を集めて1位になりました。客数が増えて人手が追いつかない状況の店が増えていることが分かります。来店客が増えたことは駐車場不足にも繋がっています。また店舗の設備不足にも繋がっていることが推測できます。アルバイト等の時給は上がっているはずですが、この回答が下がっていることから時給上昇を上回る収益の増加があったことが分かります。前回1割強あった「後継者問題」も影に隠れてしまいました。

その一方で、「顧客の高齢化」と「客足が戻らない」にはそれぞれ2割5分の回答があり、業況悪化から抜け出せないお店が存在することを示しています。市内飲食業では業況が回復している店が多くなっています。売上が伸び悩んでいるお店は時流に合わせた自助努力が必要でしょう。

② 今後の対策 ～インターネット販促を強化～

6月調査			9月調査		
第1位	接客サービスの向上	62.5	第1位	インターネットの活用・強化	80
"	販売客の新規開拓	62.5	第2位	店舗の改装	60
第3位	人材の確保・育成	50	"	人材の確保・育成	60
第4位	取扱商品の充実	25	第4位	販売促進の強化	40
"	店舗の改装	25	第5位	取扱商品の充実	20
"	諸経費の削減	25	"	販売客の新規開拓	20
"	販売促進の強化	25	"	諸経費の削減	20
第8位	インターネットの活用・強化	12.5	第8位	接客サービスの向上	0
第9位	商品価格の値下げ	0	"	商品価格の値下げ	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	0		その他	0

対策にも大きな変化が出てきました。前回1位であった「接客サービスの向上」はゼロ回答となり、新規開拓も2割に減少しました。ここでも客数が増加していることが確認できます。「取扱商品の充実」も前回より僅かに下がっており、これも改善効果が現れたと解釈できるでしょう。「諸経費の削減」も前回より僅かに下がっており、収益性も改善されたことが分かります。

今後の対策は「インターネットの活用・強化」・「店舗の改装」・「人材の確保・育成」の3つに集約されています。後の2つにはそれぞれ6割の回答が集まっていることから、客数増加に 대응することができるように人材を補充し且つ店舗改装を行う飲食店が増えそうです。最も注目されているのがインターネットの活用であり、8割の回答が集まりました。「販売促進の強化」も前回より1割5分増えています。飲食店は若者に人気のあるtwitterやFacebookで代表されるSNSを積極的に販売促進として利用しよ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 ～景気回復の遅れで競争は激化し収益性低下～

6月調査			9月調査		
第1位	人件費負担の増大	50	第1位	競争の激化	42.9
"	設備の老朽化	50	"	人件費負担の増大	42.9
第3位	競争の激化	37.5	第3位	後継者問題	28.6
"	燃料費の高騰	37.5	"	燃料費の高騰	28.6
第5位	技術者不足	25	第5位	技術者不足	14.3
第6位	設備不足	12.5	"	設備の老朽化	14.3
"	公共需要の減少	12.5	"	取引先の物流変更	14.3
"	後継者問題	12.5	第8位	設備不足	0
第9位	取引先の物流変更	0	"	公共需要の減少	0
	その他	0		その他	0

景気回復の遅れは交通運輸関連の事業所に再び競争の激化をもたらしました。前回1位であった「人件費負担の増大」と同率1位の経営課題となっています。今回の調査では4割の企業が売上高及び総利益が減少していると回答しており、経営課題の1位と対応しています。収益が低下し人件費が重くのしかかっている企業が増えてます。前回より2倍以上の回答を集めた課題は「後継者問題」です。「燃料費の高騰」と同率で3位になりました。経営環境が厳しくなり、経営に自信が持てなくなった経営者が増えているのかもしれませんが。燃料費の高騰は前回より1割程度回答が下がっていますが、若干下がったとはいえ、依然高値で推移していますから運送業者にとっては重要な経営課題でしょう。

今回の調査で新たな経営課題となったのが取引先の物流変更です。1割5分程度の回答ですが、社会の変化に合わせて物流の再構築を行おうとしている荷主企業が存在していることを示しています。物流拠点が変わると、運送業と自動車整備業の両方が影響を受けますので、今後も推移を確認したいと思います。

② 今後の対策 ～人材を確保育成してサービス品質向上～

6月調査			9月調査		
第1位	合理化・省力化	50	第1位	人材の確保・育成	71.4
第2位	積極的営業	37.5	第2位	合理化・省力化	42.9
"	設備投資	37.5	第3位	積極的営業	28.6
"	人材の確保・育成	37.5	第4位	設備投資	14.3
第5位	新分野開拓	25	"	財務体質の改善	14.3
"	後継者へのバトンタッチ	25	"	後継者へのバトンタッチ	14.3
"	安全対策の強化	25	"	取引先の見直し	14.3
第8位	財務体質の改善	0	"	安全対策の強化	14.3
"	事業所の移転	0	"	価格交渉	14.3
"	人件費の削減	0	第10位	新分野開拓	0
"	取引先の見直し	0	"	事業所の移転	0
	その他	0	"	人件費の削減	0
				その他	0

前回2割5分あった「新分野開拓」は今回ゼロ回答になりました。競争は激しくなっていますが、新分野ではなく既存の分野で生き残りをかけようとしている姿勢が現れています。その柱は「人材の確保・育成」と「合理化・省力化」そして「積極的営業」の3つです。「人材の確保・育成」は前回の2倍近くとなり7割を超えました。競争が激しくなっているため、人的サービス品質を向上させて仕事を確保する行動に出ようとしています。前回1位であった「合理化・省力化」は僅かに下がりましたが4割の回答を集めています。生産性の改善は交通運輸関連企業の主要対策であることは今回も変わりません。

今回新たに対策として回答が集まったのは「財務体質の改善」と「取引先の見直し」の2つです。回答は1割5分程度ですが、経営を根本から見直そうとしている企業が増えてきたことが分かります。また、今回の調査で特別に加えた「価格交渉」にも同様の回答が集まりました。燃料費の高騰や消費税の価格転嫁に対応する価格交渉も、まだ僅かですが、行われているようです。

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

***小売業**

- ・来店客様の足は良くないですがネット販売はとても良い。

***サービス業**

- ・地産地消。子供達が安心して登下校でき、遊べる街、地の利を配信してほしい。

***飲食業**

- ・消費税8%の増税は売上減少の一番の原因とおもいます。

***工業**

- ・事業者が地域経済の循環を心がけなければ活性化の道は拓けない！
- ・国の海洋への本気度不足

***建設業**

- ・圏央道の開通に依る流通コストの価格及び人件費等への影響、競争の変数化

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・FAX0467-86-6601