

## 茅ヶ崎市景気動向調査（12月）結果

1. 調査期間 平成27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	117	25	21.4%
大型店舗	12	4	33.3%
建設業	74	20	27.0%
製造業	53	17	32.1%
サービス業	90	20	22.2%
飲食業	54	11	20.4%
合計	400	97	24.3%

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

### 5. 茅ヶ崎市経済の業況

#### (1) 業況(総合的な判断)－商業者に改善の兆し－

マイナス金利が2月16日から実施され、経済がどのように動くか注目されています。発表前となる12月末現在の調査結果を検討致します。茅ヶ崎全体としては前年比及び9月比の両方でマイナスのDI値となっています。全国平均がマイナス29.7ですから、市全体として景況は僅かに悪くなっていますが、全国平均よりも落ち込みが少なかったことが分かります。円安や原油価格の低下によって大企業を中心に業況が回復していますが、茅ヶ崎市全域には経済効果は十分に波及していないということでしょう。

市内の事業所で景気回復を実感できたのは商業者の皆さんでしょう。前年同月比プラスマイナスゼロですが9月比ではプラス28.0の値になりました。大型店舗は前年同月比で商業者と同様にプラスマイナスゼロですが、9月比ではマイナス50.0であり、経済効果が薄れてきたことが推察されます。年末商戦で市内商店街には多少活気が見られたのではないのでしょうか。経済効果が確認できるほどではありませんが、サービス業において

前年同月比ではマイナスのところ9月比ではプラスマイナスゼロに留まりました。飲食店が中心となりますが、9月より業況が悪化することは食い止めることができたことが分かります。

D I 値の落ち込みが大きいのは建設業と製造業です。ともに全国平均よりも悪い値です。首都圏では商業ビルを中心に整備が進んでいますが、新規の着工物件が少なくなっているようです。公共投資も減少が続いていますから、建設業にとって厳しい状況が続いているようです。製造業は対前年比でマイナス35.3、9月比ではマイナス11.7になりました。受注が減少しているのは明かです。中国の景気成長が鈍化した影響が現れていると思われる。

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年12月比	27年9月比	先行き見通し	H27.12月	先行き見通し
全 産 業	△ 19.4	△ 4.0	△ 16.3	△29.7	△29.6
商 業	0.0	28.0	△ 13.1	△44.6	△43.9
大 型 店 舗	0.0	△ 50.0	△ 50.0	—	—
建 設 業	△ 25.0	△ 10.0	6.2	△9.4	△15.7
製 造 業	△ 35.3	△ 11.7	△ 35.7	△23.6	△24.5
サ ー ビ ス 業	△ 10.5	0.0	5.3	△26.0	△23.6
そ の 他	△ 50.0	△ 36.4	△ 57.1	—	—

このような茅ヶ崎市の業況ではありますが、政府は2月25日に発表した月例経済報告の中で現状を次のように説明しています。

**景気は、このところ一部に弱さもみられるが、緩やかな回復基調が続いている。**

- ・ 個人消費は、総じてみれば底堅い動きとなっている。
- ・ 設備投資は、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 輸出は、弱含んでいる。
- ・ 生産は、このところ横ばいとなっている。
- ・ 企業収益は、改善している。企業の業況判断は、一部に慎重さがみられるものの、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 雇用情勢は、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 — 製造業と建設業が息切れ —

茅ヶ崎市全体では平成27年3月からの業況減少を平成27年12月も抑えることはできませんでした。マイナス2.7からマイナス19.4に下がっており、ジワジワと悪化が進んでいる状況が示されています。

残念なのは大型店舗です前2回の調査ではプラスのD I 値でしたが、今回の調査ではプラスマイナスゼロに下がりました。消費者の所得が僅かに増えて購買意欲は高まったはずですが、12月は期待した程のボーナスが出なかった企業も多かったことが原因しているのかもしれませんが。その一方で大型店舗以外の事業者は6月の調査と同様にプラスマイナスゼロのD I 値となりました。経済効果までは行きませんが、客足が戻って来たお店が出

てきたことは確かでしょう。茅ヶ崎市民の買物が一時的ではありますが、量販店から専門店に移ったと考えることもできそうです。サービス業の値も僅かですが改善されていることからその中心となる飲食店の一部には客足が戻っているのではないのでしょうか。

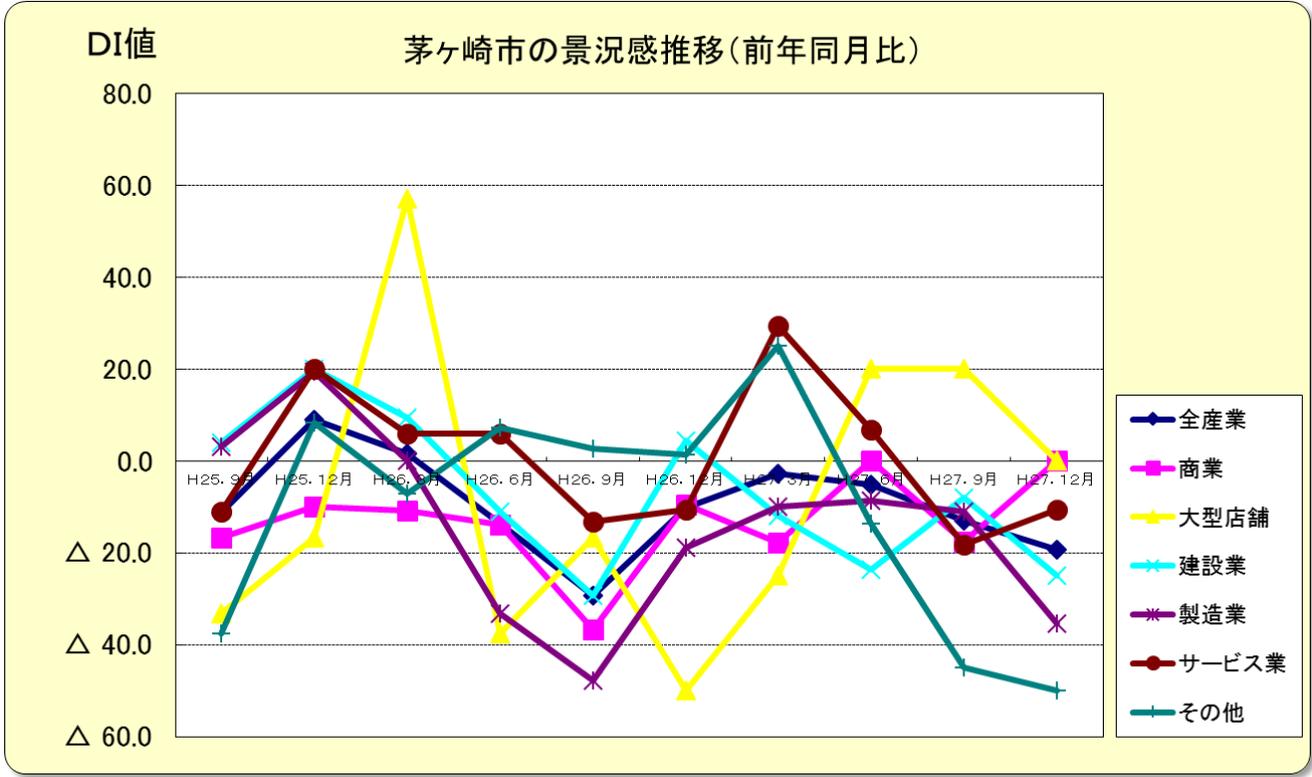
茅ヶ崎市の課題はやはり製造業と建設業でしょう。特に製造業では平成27年6月から再び下がり始め12月では下げ幅が急に大きくなり、再びマイナス30を越えてしまいました。中国を中心にアジア経済の成長が鈍化してきましたが、その影響を真っ先に受けているのが都市型である茅ヶ崎の製造業です。建設業は前回調査の9月に回復基調を示しましたが、今回の調査で再び下がってしまいました。9月は一時的な受注増であったようです。平成26年12月をピークに市内建設業の受注は減少していると考えたほうが良さそうです。

＜茅ヶ崎市＞ 調査票項目「景気（業況）」の集計値を表示

	H25.9	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12
全産業	△ 11.2	8.9	1.6	△ 13.6	△ 29.4	△ 10.2	△ 2.7	△ 5.2	△ 13.0	△ 19.4
商業	△ 16.7	△ 10.0	△ 10.8	△ 13.8	△ 36.7	△ 9.5	△ 17.8	0.0	△ 17.6	0.0
大型店舗	△ 33.3	△ 16.7	57.1	△ 37.5	△ 16.7	△ 50.0	△ 25.0	20.0	20.0	0.0
建設業	3.9	20.0	9.5	△ 11.1	△ 29.2	4.4	△ 12.0	△ 23.6	△ 8.6	△ 25.0
製造業	3.1	19.3	0.0	△ 33.3	△ 47.8	△ 18.8	△ 10.0	△ 8.7	△ 11.1	△ 35.3
サービス業	△ 11.1	20.0	5.9	5.9	△ 13.3	△ 10.6	29.5	6.7	△ 18.2	△ 10.5
その他	△ 37.5	8.3	△ 7.2	7.2	2.7	1.4	25.0	△ 13.7	△ 45.0	△ 50.0

※ 「△」はマイナスを表す。

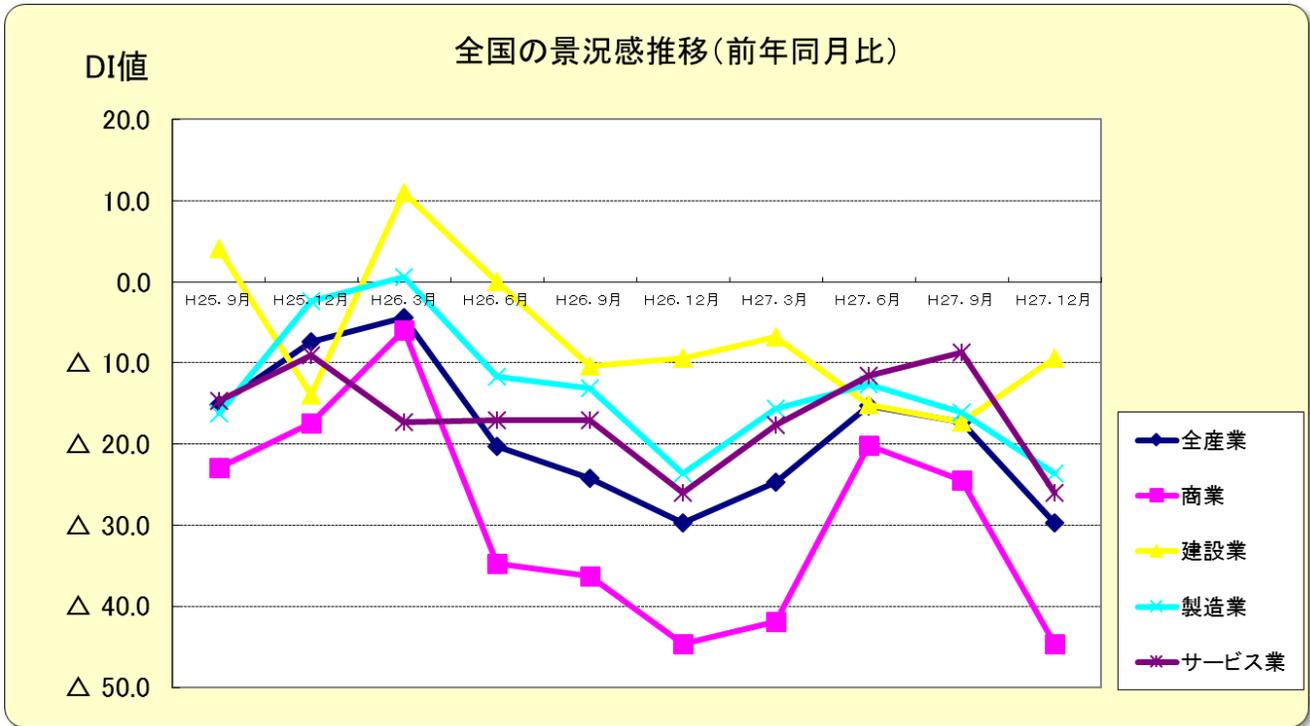
※ 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



<全 国>

	H25.9	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12
全産業	△15.1	△7.4	△4.4	△20.3	△24.2	△29.7	△24.7	△15.3	△17.3	△29.7
商業	△22.9	△17.4	△6.0	△34.7	△36.3	△44.6	△41.9	△20.2	△24.4	△44.6
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	4.1	△14.0	11.0	0.0	△10.4	△9.4	△6.8	△15.1	△17.3	△9.4
製造業	△16.2	△2.4	0.6	△11.7	△13.1	△23.6	△15.6	△12.6	△16.1	△23.6
サービス業	△14.7	△9.1	△17.3	△17.1	△17.1	△26	△17.7	△11.6	△8.7	△26.0
その他	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

※『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 —建設業とサービス業に期待感—

政府が2月25日に発表した月例経済報告では日本経済の先行きを次のように説明しています。しかし、茅ヶ崎市内の事業所では業種毎に異なる見通しを示しています。

**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、緩やかな回復に向かうことが期待される。ただし、海外経済で弱さがみられており、中国を始めとするアジア新興国や資源国等の景気が下振れし、我が国の景気が下押しされるリスクがある。こうしたなかで、海外経済の不確実性の高まりや金融資本市場の変動の影響に留意する必要がある。**

茅ヶ崎市全体では先行きマイナス16.3のDI値ですが、全国平均はマイナス29.6ですから、全国と比較すると悪い方ではないことがわかります。業況が少し良くなった事業者ではマイナス13.1の先行きに留まっており、悪くはなるものの極端な落ち込みは想定していないことから分かります。しかし、大型店舗ではマイナス50.0を示しており、決して楽観視することはできません。

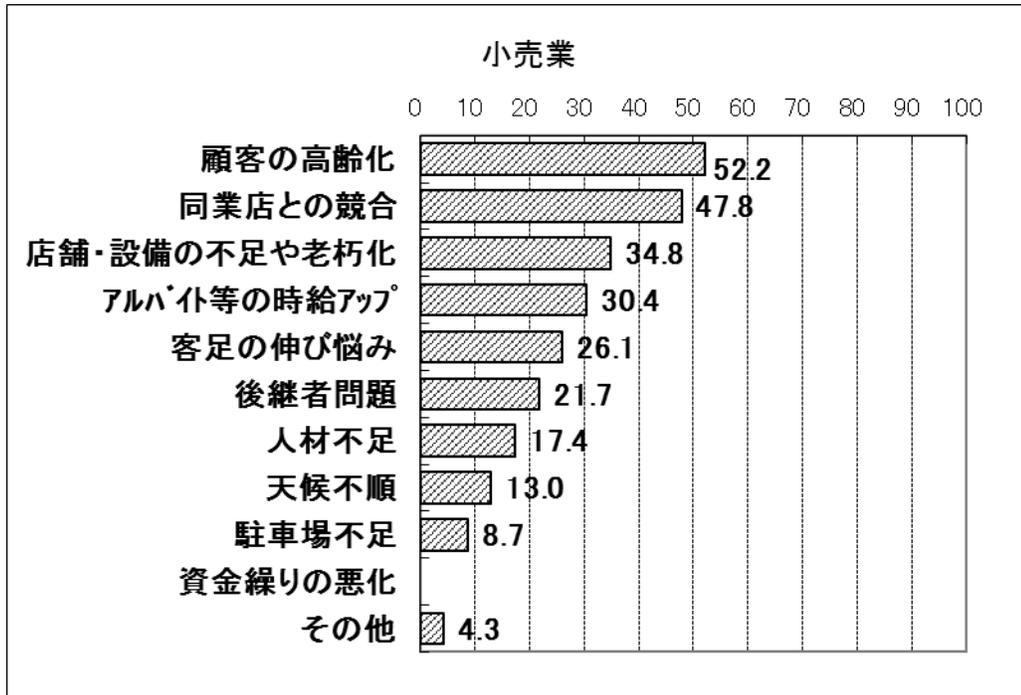
茅ヶ崎市として注視したいのは製造業の先行きです。全国平均のマイナス24.5よりも10ポイントも低いマイナス35.7を示しています。製造業の一部では国内生産を拡大する動きもありますが、都市型製造業が多い茅ヶ崎市内の事業所には恩恵はあまりないようです。しない全体の景況悪化が心配されます。その一方で建設業はプラス6.2となっており、新規受注を楽観的に捉えている事業所が多くなっていることが示されました。東京オリンピックに向けて、首都圏の整備が本格的に始まるとの期待感かもしれません。また、サービス業もプラスのDI値を先行きに示しています。飲食店を中心に多少は経済

的余裕が出てくることを期待しているものと思われます。茅ヶ崎市内の事業所1社でも多くに春が訪れることを期待します。

## 6. 主要業種の経営課題・今後の対策

### (1) 小売業

#### ① 経営課題 — 設備老朽化と時給アップが新たな課題 —

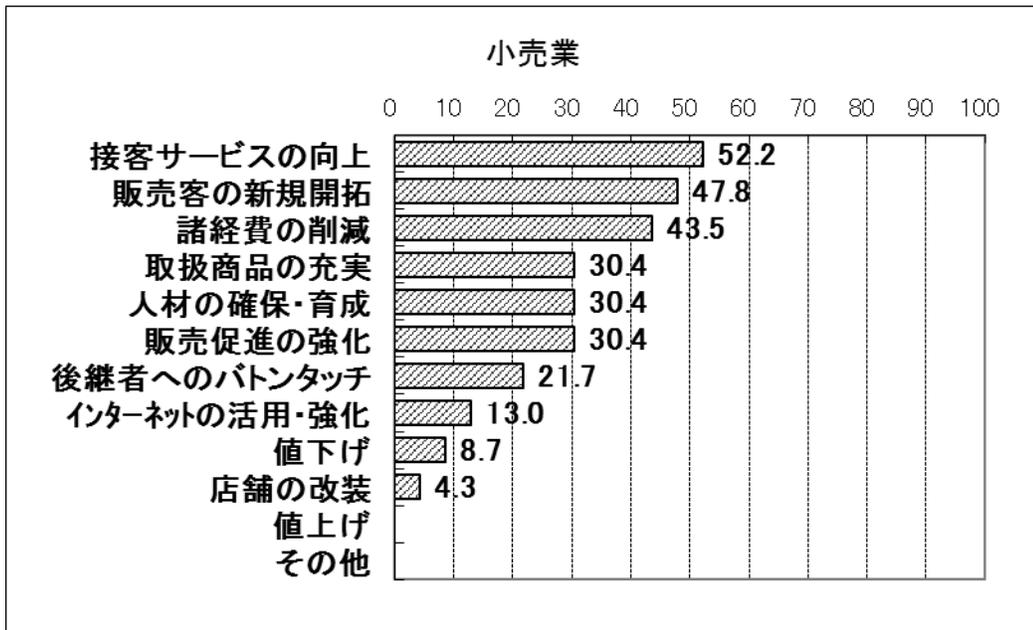


業況が回復していることが経営課題の変化として現れています。経営課題の上位2つは前回と同じですが、顧客の高齢化が優先課題になりました。客足の伸び悩みが減少していますから、市内小売店には高齢のお客様が戻ってきたようです。同業店との競争も僅かに激しくなっていますが、お客様が年配者ばかりだと将来が不安になるのでしょう。

今回の調査では3位と4位に前回では下位の2つの課題が浮上しています。店舗の老朽化と時給アップです。競合店と比較して古いことは不利になるとの意識があるようです。アルバイトやパートの時給は高騰しており関東では千円を超えているお店もあります。売上高以上に人件費負担が増えていると思われます。その一方で、前回4位であり約2割回答を集めていた駐車場不足が1割を切る回答になりました。戻って来た高齢者は歩いてもこれる近隣の住民だったのかもかもしれません。

今回新たな課題とした「天候不順」に対して1割強の回答が寄せられました。昨年は異常とも思われるほど天気や気候が安定しておりませんでした。しかし、小売店にとって天候不順はそれほど大きな課題にはなっていなかったことが確認できました。

② 今後の対策 —既存顧客は接客サービスで確保し更に新規開拓—



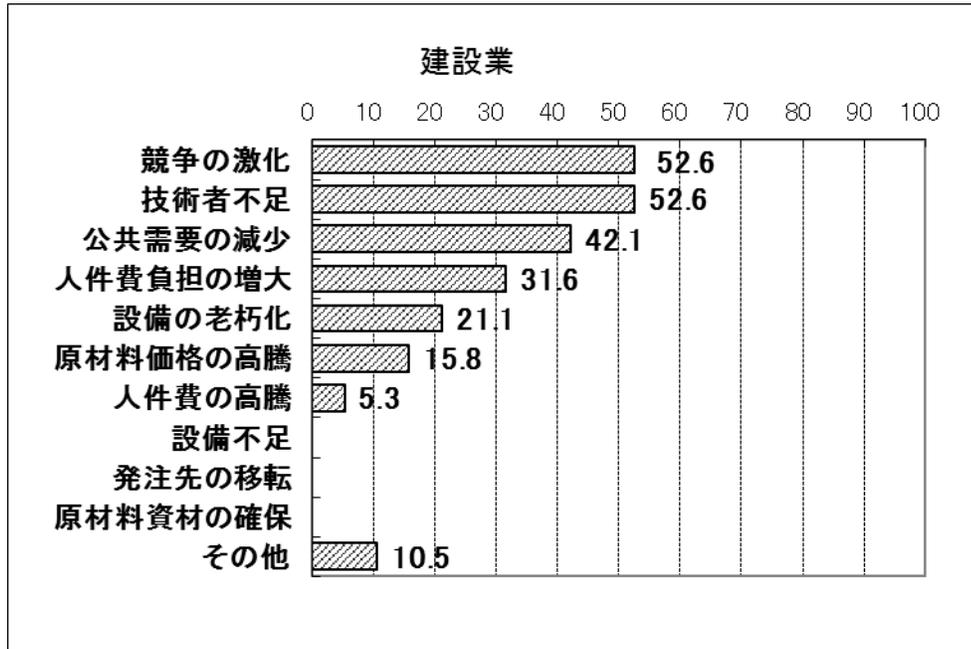
高齢のお客様が目立ってもいなくても、お店を支えて下さる大切なお客様です。5割を超える回答が集まったことが示すように、既存のお客様に繰り返し来ていただくために最重要視しているのが接客サービスです。高齢者ばかりでは店の将来が寂しいとの理由からでしょう、顧客新規開拓も2番目に入りました。そして、諸経費の削減が3番目の課題となっていることから、多くの店で売上の回復以上に人件費が上がっていることが推測できます。経営課題で時給アップが上位に上がりましたが、その原因はアルバイトを募集しても集まらないことにあります。その結果だったのです。これを反映して人材確保育成は前回よりも1割多い回答を集めました。

前回1位であった取扱商品充実は今後も約3割の回答を集めていますが3位に後退しました。販促強化とインターネット活用そして店舗改装も回答が下がっています。客足が戻って来たのでこの重要性が後退したことがわかります。

注目したいのは後継者へのバトンタッチです。前回よりも1割5分回答を増やしています。お客様の高齢化問題を解決する1つの解決策にもなりそうです。経営者が若返れば、同世代のお客様が増加します。客足が戻って来て安心したのでしょうか、後継者へのバトンタッチを真剣に考える経営者が増えました。回答は低いです。値下げと値上げの方向が示されています。値下げが増えて値上げはゼロの回答になりました。茅ヶ崎市民の財布の紐は決して緩んでいないということでしょう。

(2) 建設業

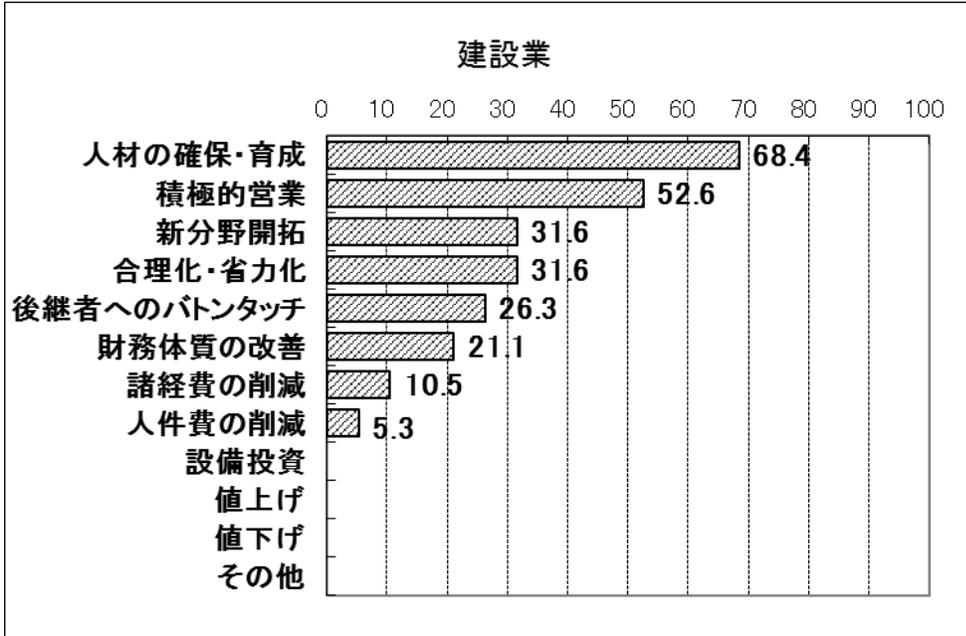
① 経営課題 —受注の減少に加え経費が徐々に増加—



建設業においては厳しさを示す経営課題が増えてきました。前回は7割を超える回答が技術者不足に集まっていたましたが、今回は2割減少しました。代わって2割回答を増やしたのが競争激化です。急速に仕事量が減少していることが分かります。公共投資の減少に呼応して、公共需要が減少していることも確認ができます。民間と公共ともに競合は激しくなっているようです。

経費面では特に人件費に課題が集まっています。今回特別に設定した人件費高騰への回答は1割にも達していませんので、時給等がそれほど上がっていることは無さそうです。しかし、人件費負担は前回よりも僅かですがアップしています。それだけ受注価格の競争が激しくなっていることが分かります。前回ゼロ回答であった原材料価格高騰にも今回は1割5分の回答が集まりました。経営実態調査では建設業の業績はそれほど悪化していない結果を示していますが、現実には仕事量が減少しているために人件費等の経費負担が経営にのしかかりつつある状況でしょう。

② 今後の対策 —営業の活発化と同時に経費削減—

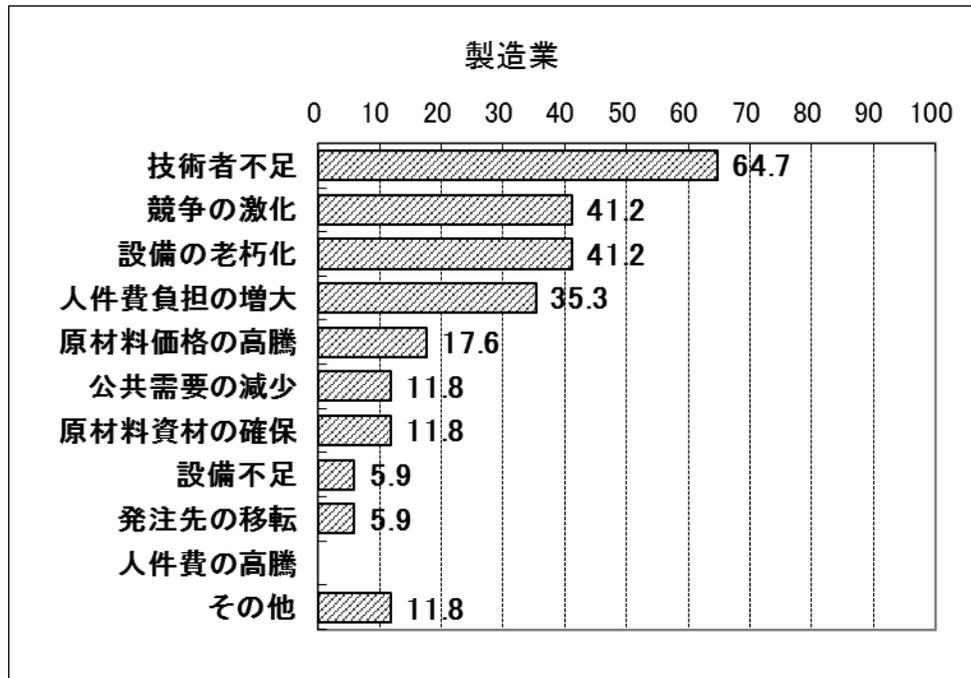


前回調査の9月から急速に業況が厳しくなった建設業ですが、それでも人材不足は続いています。対策の1位は回答は1割減っていますが前回同様に人材確保育成です。2位も同様に積極営業ですが回答は1割近く上がっています。少なくなっている需要を取り合っている状況が分かります。新分野開拓は3位ですが、回答率は前回とほぼ同じです。受注が減っていても新たな分野をめざす企業が増える状況までは至っておりません。

前回より約2倍の回答を集めているのが合理化省力化です。限られた人員で生産性を高め、収益性を高めようとする企業が増えていることが示されています。更に諸経費と人件費を切り詰めて利益を捻出しようとしています。一方で、財務体質改善は前回よりも1割程度下がっています。建築需要が減少することを市内の事業者はある程度見通していたのではないのでしょうか。この事態を想定して資金調達は既に行われていたと考えることができます。後継者へのバトンタッチも約1割回答が増えています。次の世代に交代する準備が建設業会で着々と進んでいると考えて良さそうです。

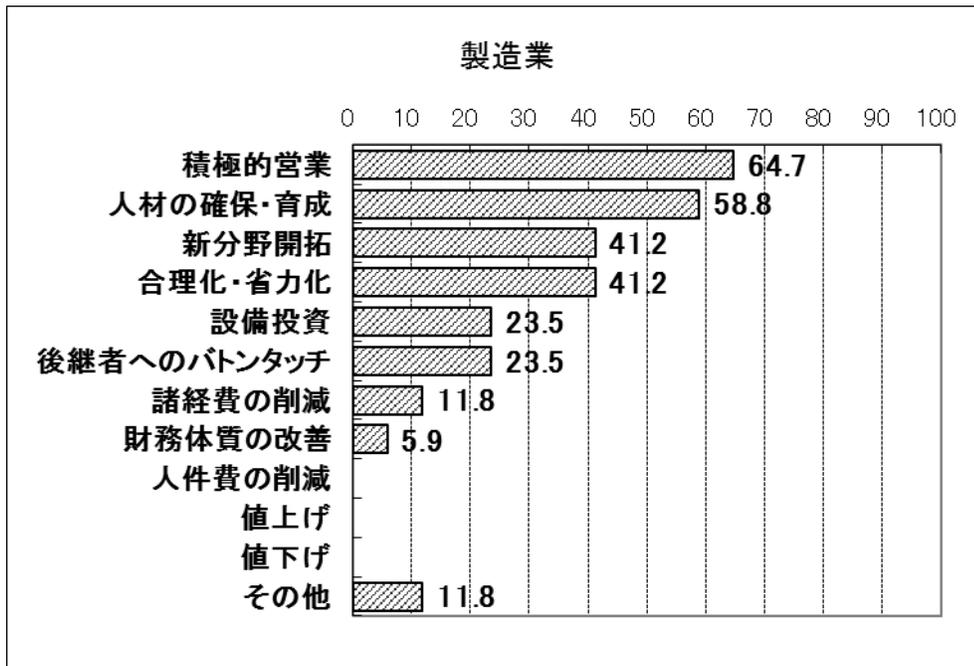
(3) 製造業

① 経営課題 一人件費と原材料コスト負担が増大—



市内製造業では業況の悪化が続いていますが、それでも技術者等の人材不足には6割5分の回答が集まっています。人材不足は製造業の慢性的経営課題になろうとしています。2位と3位も前回同様に競争激化と設備老朽化です。回答も若干下がっていますが大きな変化はありません。公共投資の減少も前回とほぼ同じ回答です。受注の減少は徐々に、確実に進んでいることが分かります。しかし、受注の減少は経営面でそろそろ限界に達しているのかもしれませんが。3位以下の回答に変化が出ています。人件費負担増大への回答が前回よりも3割増えました。技術者不足と相俟って人件費が収益を圧迫し始めたことが分かります。回答は2割に達していませんが、原材料価格高騰への回答も増えてきました。経営実態調査でも諸経費の増加に4割近い回答集まっています。受注が減少していますが、人件費はほぼ固定化しており、原材料単価は円安等の影響で高騰していますから、収益性はかなり悪化していると判断します。原材料確保難は前回よりも下がっていますから、高くても調達に問題はないことがわかります。

② 今後の対策 —積極営業と人材確保を同時に進行—

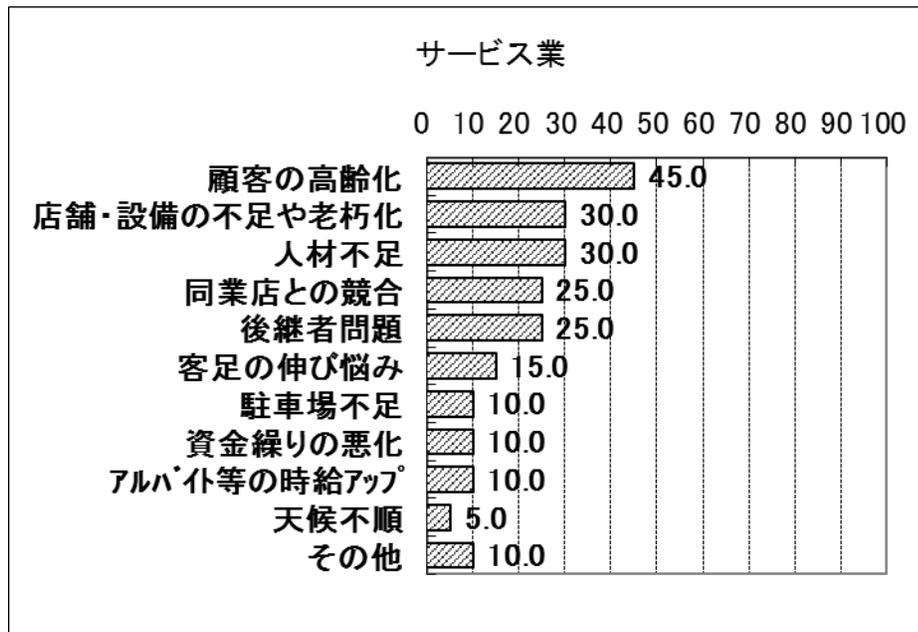


前回は新分野開拓が5割を超える回答を集め対策の1位でしたが、今回は1割下がって順位も3位に後退しました。代わって1位になったのが積極営業です。回答も2割増えて約6割5分に達しました。人材確保育成も前回より2割以上多くの回答が集まり2位の対策になりました。新分野開拓に挑戦してみた結果、それほど魅力的な分野を見つけることができなかつたのではないのでしょうか。確実に儲かる分野は限られています。業種転換等を行った次の日から儲かるビジネスは皆無といっていでしょう。人材を確保しながら現業で受注を確保する対策を重視する結論に達した事業所が増えたことが分かります。

経営内容にも変化が出そうです。設備投資・諸経費削減・財務体質改善への回答は下がりました。業況の悪化が続いていますから、これらの対策が実施されたと考えて良いでしょう。今回対策として回答が増加したのは合理化省力化と後継者へのバトンタッチです。人材確保は簡単には進みませんので、現在の人員と設備で生産性を上げることに4割の企業が挑戦することになります。そして、IOTが薦められようとしている状況で、次の世代に経営を任せる企業も2割を超えることになりそうです。

(4) サービス業

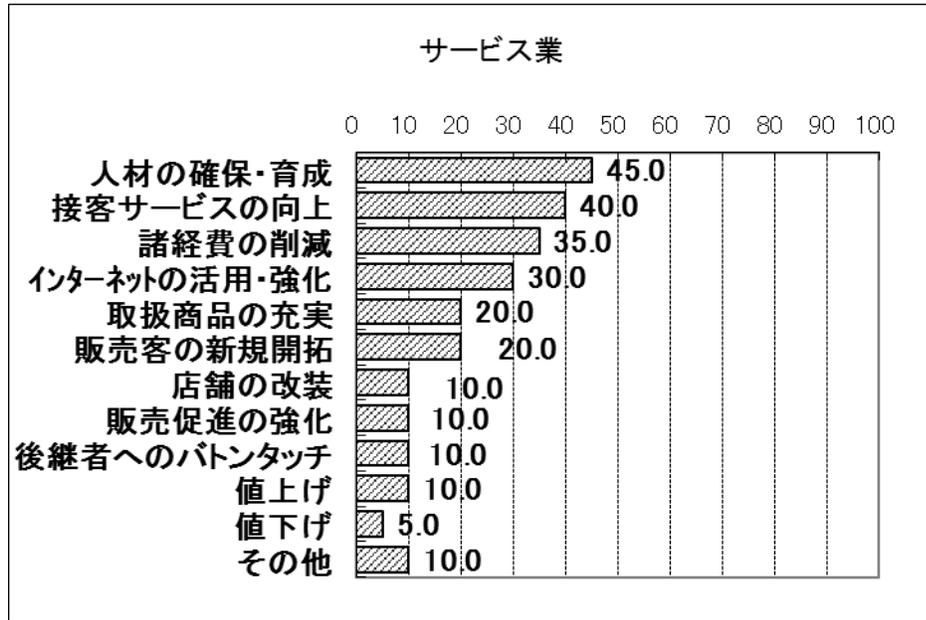
① 経営課題 —客足は戻ってきたが年配者が中心—



経営実態調査では客数の減少に三分の一の回答が集まっています。そして、諸経費は増加と総利益の増加にそれぞれ3割の回答があります。サービス業にはいろいろな業態がありますが業況が良い事業所と悪い事業所に2極分化していることが考えられます。本調査でも客足伸びないことへの回答が下がっている一方で競合激化への回答は増えています。業況が良い事業所と悪い事業所の回答が混ざっていると思われる。共通課題となっているのが顧客の高齢化と人材不足でしょう。顧客高齢化は前回よりも1割以上回答が増えており、将来不安の材料になっています。人材不足は業種を越えた経営課題にもなっていますが、サービス業では前回よりも2割回答が下がっていることから、人材不足は僅かに解消されたことが分かります。それでも3割の事業所には深刻な課題となっています。店舗設備問題は上位の課題ですが、客足がもどって来ている事業所が主に抱える課題です。利用者が増えて施設等が不足している状況が3割の事業所で発生していることがわかります。

前回3番目の課題であった駐車場不足は今回2割近く下がって1割の回答となっています。駐車場の増設を行ったとは考えにくいので、回答の減少分は客足が少なくなった事業所と考えて良いでしょう。

② 今後の対策 —人的サービス向上と経費削減—

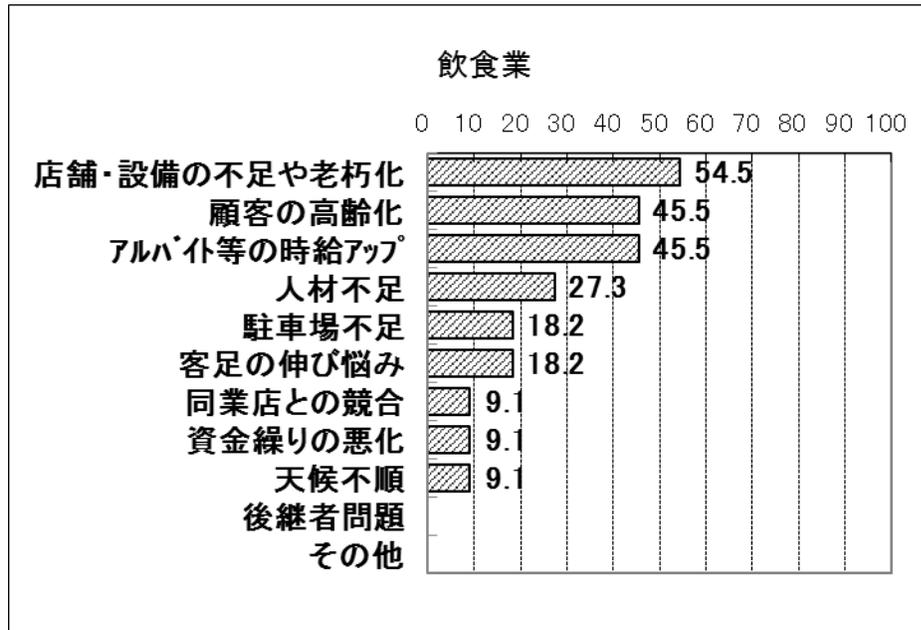


サービス業の要である人材確保育成が前回同様対策の1位です。しかし、回答は2割下がっています。ここでも人材不足が僅かに改善したことが示されています。2番目の対策である接客サービス向上は前回よりも約2割回答を増やしています。人材を確保できた事業所は人材教育を行いサービス品質の向上をめざしているのです。諸経費削減とインターネット活用も前回より1割以上回答が増えている対策です。収益が悪化している事業所の対策でしょう。経費を削減して業績悪化を乗り切る一方で、インターネットを活用して利用者数を増やす計画と思われます。

前回は2割を超えていましたが、今回の調査で1割に下がってしまった対策がに後継者へのバトンタッチです。特に阻害する要因はありませんので、減少した1割の事業所では実際に事業継承が行われたことでしょう。回答そのものは低いですが、値上げと値下げで傾向が変わっています。値上げは今回も1割の回答を集めていますが、前回よりも僅かですが減少しています。値下げは前回ゼロ回答でしたが今回は5分の回答を得ています。値上げが優先されていますが、値下げせざるを得ない事業所も増えてきたことを示しています。

(5) 飲食業

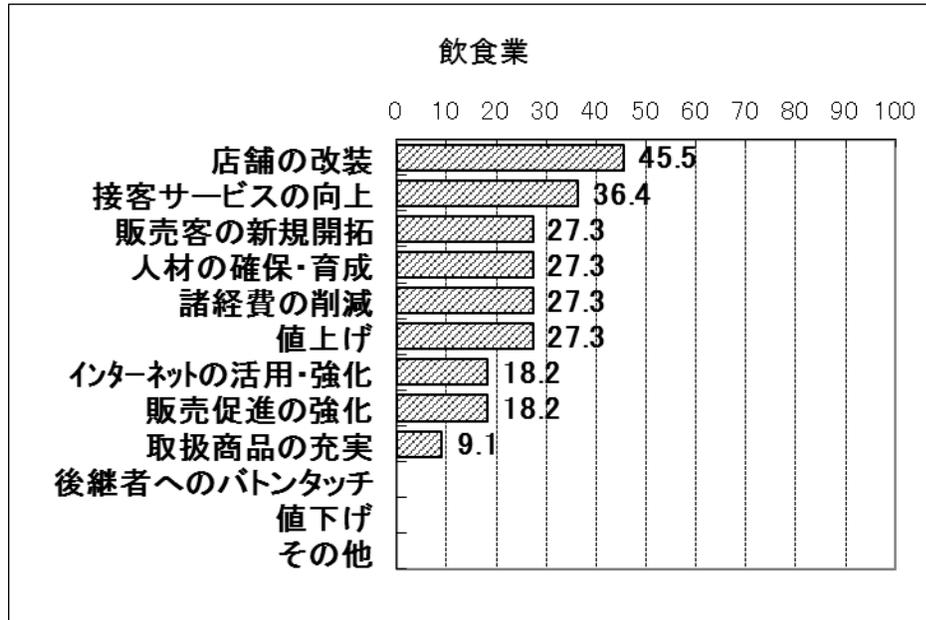
① 経営課題 —店舗施設が来店客の要請に十分応えられない—



経営実態調査では業績が悪化しているお店の比率が比較的高いという結果が示されています。しかし、本調査結果からは、業績は悪くなりつつあるものの業況はそのものは決して悪くない状態であると判断できます。前回は経営課題の1位が駐車場不足でしたから客足がかなりあったことが分かります。しかし、今回は回答が4割近く下がっています。急に駐車スペースが広くはなりませんので、駐車場不足が問題になりにくいお客様が増えたことが考えられます。客足伸び悩みへの回答が減少していますから、飲食業全体ではライン客が増えているはずですが、顧客の高齢化が前回よりも1割以上増えていることから、戻ってきたお客様の多くが高齢者であることが分かります。近くに住んでいる年配者がお店の大切なお客様になっているのです。高齢者を中心にお客様を更に多く迎える為には店舗施設が老朽化しており機能も不足していると判断したのでしょう。時給アップは順位は下がっていますが前回よりも回答は僅かに増えています。アルバイトやパートの時給が更に上がっていることがここでも確認できます。人材不足は3割近くの回答を集めていますが前回より僅かに下がっており、改善はされていることが分かります。

今回特別に設定した天候不順には1割弱の回答しかありませんでした。市内飲食店ではそれほど影響を受けなかったことが示されています。

② 今後の対策 —店舗を改装して更に集客力向上—



今後の対策では店舗改装と新規顧客開拓を除いて、前回よりも回答が下がっています。店舗改装は前回も同率で1位の対策ですが、今回は5分程増加して単独トップになりました。経営課題の最重要テーマである店舗施設の改善に、飲食店が本気で取り組もうしていることが示されています。接客サービス向上も僅かに回答は下がっていますが、2番目に位置づけされており、今回も重点対策になっています。

前回同率首位であった諸経費削減は今回一割以上回答が下がっています。同様にインターネット活用と販促強化も回答は下がっています。これらの対策は実行される程度の成果を残したと考えて良いでしょう。

前回3割の回答を集めていた対策の1つに値上げがあります。食材費や水道光熱費が上がっていますから値上げでカバーをするしかありません。しかし、前回から今回にかけて僅かしか改善されていません。値上げを実行したお店は少なかったことを示しています。値下げは今回もゼロ回答です。経営実態調査でも示されていますが、飲食店における諸経費のアップは他の業種よりも大きく、業界全体で値上げしなければ乗り切れない状況になっています。しかし、値上げは必ずしも十分には行われていないことが確認できました。

回答が増えた対策の1つである顧客新規開拓ですが、前は1割の回答でしたから2割近く増えたこととなります。店舗改装を行うのですから新しいお客様を増やさなければなりません。店舗改装そのものが新規開拓にも繋がります。若い世代の両者が増えるような店舗改装を期待致します。