

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成28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	27	23.1%
大 型 店 舗	12	5	41.7%
建 設 業	74	18	24.3%
製 造 業	53	22	41.5%
サ ー ビ ス 業	90	18	20.0%
飲 食 業	54	5	9.3%
合 計	400	95	23.8%

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（D I 値を集計）

※D I 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） ～低迷が続く製造業～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	27年12月比	先行き見通し	H27.3月	先行き見通し
全 産 業	△ 13.8	△ 16.9	△ 12.8	△ 23.6	△ 22.1
商 業	△ 11.4	△ 26.7	△ 16.3	△ 33.9	△ 29.9
大 型 店 舗	0.0	20.0	△ 20.0	—	—
建 設 業	0.0	0.0	△ 11.7	△ 9.4	△ 26.1
製 造 業	△ 33.4	△ 18.2	△ 4.8	△ 25.9	△ 14.8
サ ー ビ ス 業	△ 11.8	△ 33.3	△ 18.8	△ 14.6	△ 14.2
そ の 他	△ 12.5	△ 16.7	16.7	—	—

平成28年3月の調査結果がまとまりました。産業全体では、前年同月比でマイナス13.8、12月のとの対比でもマイナス16.9のD I 値を示しており、市内企業の景況は悪化していることが分かります。全国平均はマイナス23.6ですから、全国程には悪くなっていないようです。しかし、業種毎に業況は異なります。最も苦戦しているのが製造業です。前年同月比でマイナス33.4、12月比でもマイナス18.2です。全国平均でもマイナス25.9ですから、市内の製造業の業況の悪さが分かります。中国を中心にアジア諸国の経済成長が鈍化していますので、その影響を強く受けていると思われます。

前回12月調査と比較して業況が大きく下がっているのが商業とサービス業です。商業は同月前年比マイナス11.4ですが、12月比ではマイナス26.7であり、この3ヶ月間に悪化している状況が分かります。同じ商業でも大型店舗では12月対比でプラス20.0のD I値となっており、専門性よりも安さを求める買物行動に移っていると考えられます。サービス業では12月対比がマイナス33.3であり、市内では最も悪い数値です。家庭でも事業所でも経費を節約する傾向にあると思われま

す。決して良い業況ではありませんが、市内建設業は前年比も12月比もプラスマイナスゼロを示しています。業界全体としては十分ではありませんが、安定した建築需要が続いていることが分かります。

茅ヶ崎市内では製造業が苦戦していますが、政府は平成28年6月17日に発表した月例経済報告で次のように業況を説明しています。

景気は、このところ弱さもみられるが、緩やかな回復基調が続いている。

- ・ 個人消費は、消費者マインドに足踏みがみられるなか、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 設備投資は、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 輸出は、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 生産は、横ばいとなっている。
- ・ 企業収益は、高い水準にあるものの、改善に足踏みがみられる。企業の業況判断は、慎重さがみられる。
- ・ 雇用情勢は、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。

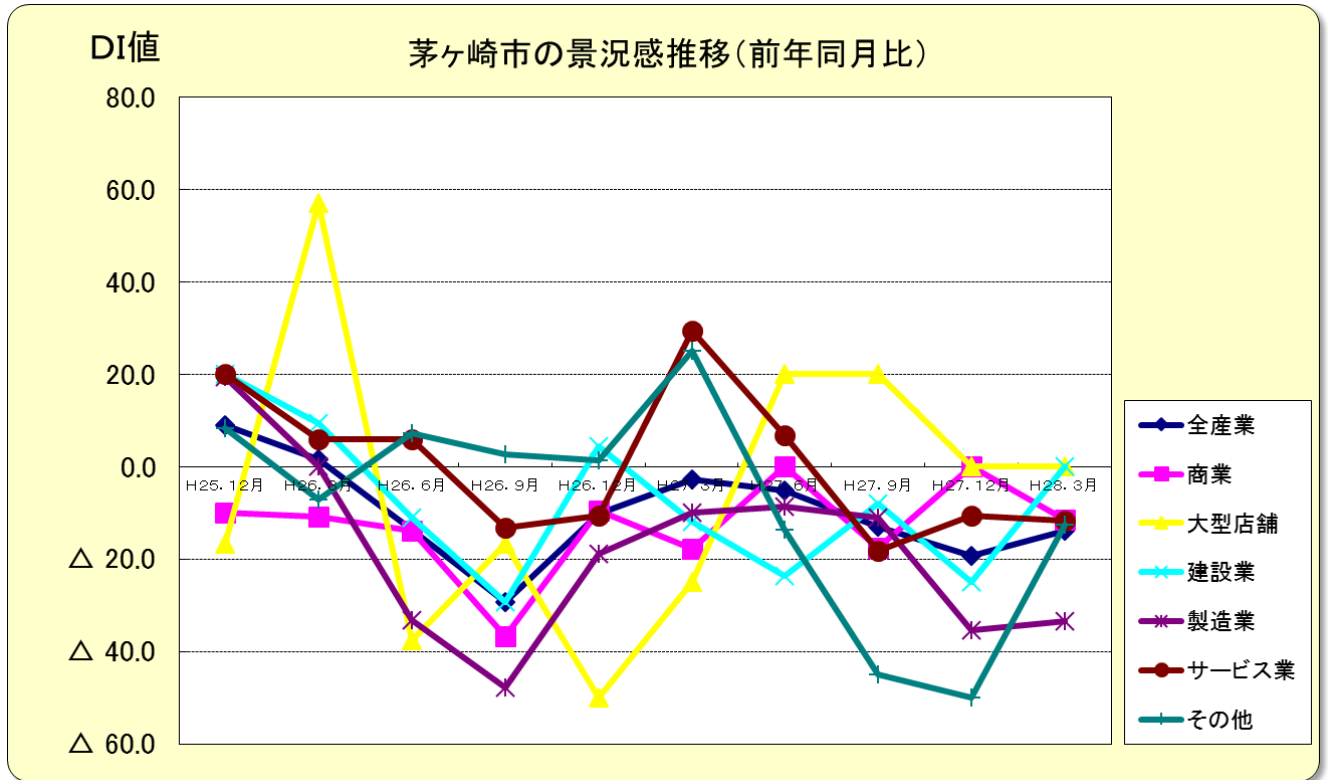
(2) 業況 ～薄れる市内商業の元気～

業種間のバラツキが大きかったD I値が収束の方向に向かいつつあることをグラフが示しています。回復するかに見えていた商業とサービス業は今回の調査で再び下降に転じています。平成27年9月調査でプラス20.0であった大型店舗も、今回の調査では前回同様にプラスマイナスゼロとなり元気が薄れています。サービス業も含め商業全体に元気感が薄れてきているようです。昨年12月にはボーナスが支給されていますが、実質所得は減少が続いており、家庭や企業の財布は一層紐が固くなっていることが分かります。3月は進学や就職や転勤等で家庭や企業の支出が増えるはずですが、余分な支出が茅ヶ崎市内では押さえられてしまいました。

良い方向に収束しているのが建設業です。昨年9月調査で上向いたものの、12月調査では落ち込んでしまいました。しかし、今回の調査では、プラスにまでは達しませんでした。企業が景況が上向いていることが示されています。年度末で公共工事が進んだことがその主な要因と考えられますが、首都圏では再開発も含め、オリンピック関連の工事が始まっていることも上向きの要因でしょう。

厳しいのは製造業です。前回と同様にマイナス30を下回っています。大手製造業は大きな利益を上げていますが、市内の多くの製造業はその恩恵を受けていないことが分かります。日本国内での製造が一部では復帰していますが、都市型製造業である茅ヶ崎市には復帰の兆しは無さそうです。

<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気（業況）」の集計値を表示



	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3月
全産業	8.9	1.6	△ 13.6	△ 29.4	△ 10.2	△ 2.7	△ 5.2	△ 13.0	△ 19.4	△ 13.8
商業	△ 10.0	△ 10.8	△ 13.8	△ 36.7	△ 9.5	△ 17.8	0.0	△ 17.6	0.0	△ 11.4
大型店舗	△ 16.7	57.1	△ 37.5	△ 16.7	△ 50.0	△ 25.0	20.0	20.0	0.0	0.0
建設業	20.0	9.5	△ 11.1	△ 29.2	4.4	△ 12.0	△ 23.6	△ 8.6	△ 25.0	0.0
製造業	19.3	0.0	△ 33.3	△ 47.8	△ 18.8	△ 10.0	△ 8.7	△ 11.1	△ 35.3	△ 33.4
サービス業	20.0	5.9	5.9	△ 13.3	△ 10.6	29.5	6.7	△ 18.2	△ 10.5	△ 11.8
その他	8.3	△ 7.2	7.2	2.7	1.4	25.0	△ 13.7	△ 45.0	△ 50.0	△ 12.5

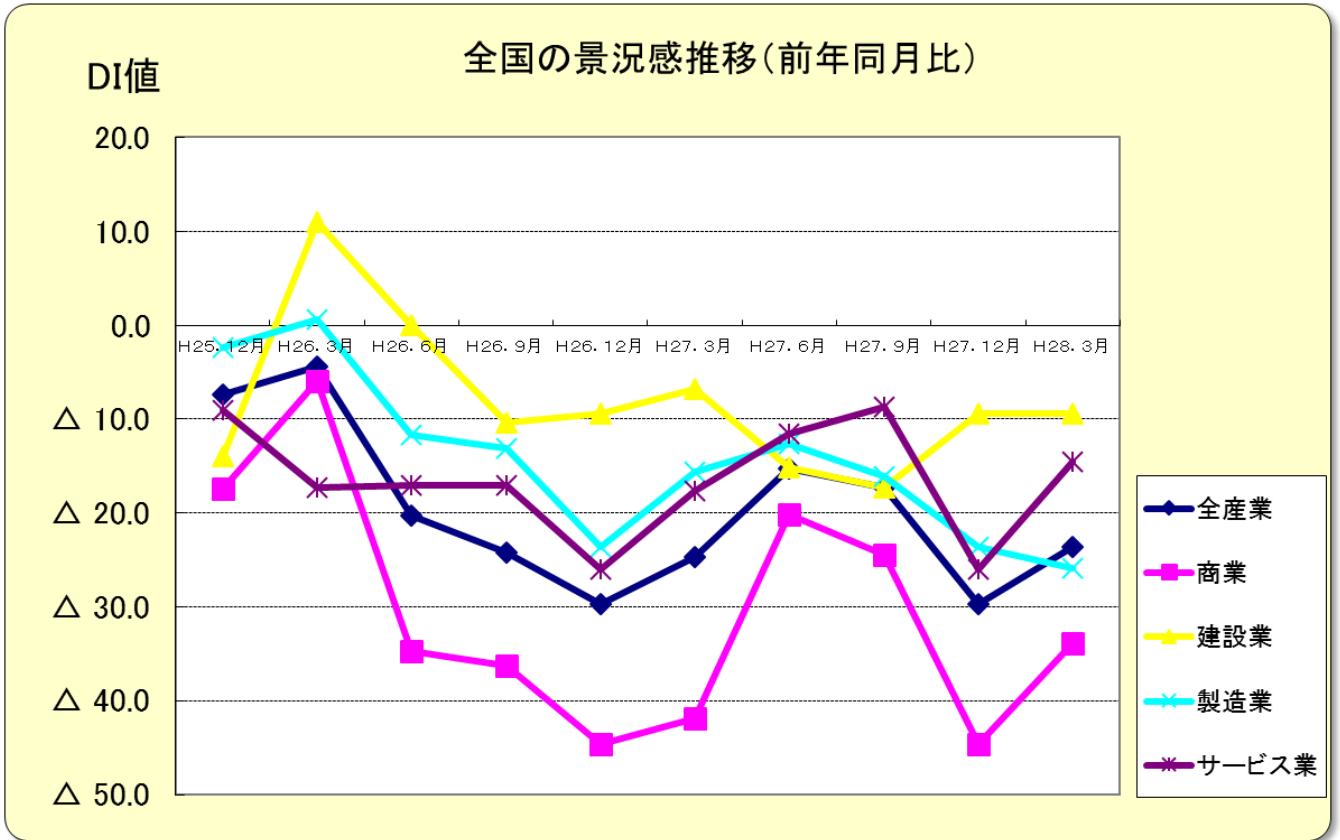
※「△」はマイナスを表す。

※ 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

<全 国>

	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3
全産業	△ 7.4	△ 4.4	△ 20.3	△ 24.2	△ 29.7	△ 24.7	△ 15.3	△ 17.3	△ 29.7	△ 23.6
商業	△ 17.4	△ 6.0	△ 34.7	△ 36.3	△ 44.6	△ 41.9	△ 20.2	△ 24.4	△ 44.6	△ 33.9
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	△ 14.0	11.0	0.0	△ 10.4	△ 9.4	△ 6.8	△ 15.1	△ 17.3	△ 9.4	△ 9.4
製造業	△ 2.4	0.6	△ 11.7	△ 13.1	△ 23.6	△ 15.6	△ 12.6	△ 16.1	△ 23.6	△ 25.9
サービス業	△ 9.1	△ 17.3	△ 17.1	△ 17.1	△ 26	△ 17.7	△ 11.6	△ 8.7	△ 26.0	△ 14.6
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 ～製造業に僅かな期待感～

3月調査時点では市内企業の業況は、マイナスですが収束しそうな傾向を確認しました。しかし、先行きは業種によるバラツキが大きくなりそうです。全国平均の先行きはマイナス22.1ですが、茅ヶ崎市はマイナス12.6であり、全国よりも不安が少ないことが示されています。特にその他業種ではプラス16.7の値です。業種を特定することはできませんが、ある程度受注を確保できている企業が存在することが分かります。その他を除くと、大きな落ち込みを示していた製造業がマイナス4.8にまでDI値を上げました。在庫調整が進んでいますから、製造が復帰することを期待しているものと思われます。

悪化の見通しを立てているのが大型店舗と建設業です。大型店舗は12月比でプラス20.0の値を示しており業況はそれほど悪くありませんでしたが、見通しではマイナス20.0となり、市内では最も悪い業種となりました。商業もマイナス16.3、サービス業もマイナス18.8であり、前年同月比よりも低い数値です。家計や企業の消費を促す材料を見出すことが難しい状況が示されています。建設業では、首都圏の再開発やオリンピック関連の需要が期待されています。しかし、先行き見通しはマイナス11.7となり、それらの受注が確実では無いことが分かります。公共投資が減額されていることも原因の一つかもしれません。

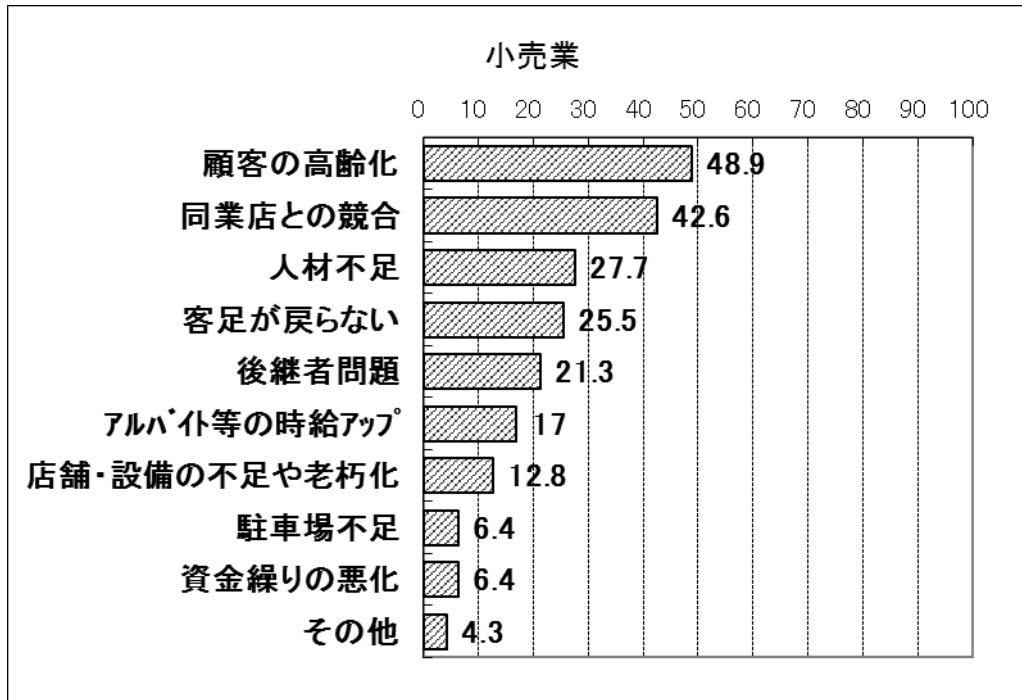
茅ヶ崎市内事業者の業況先行きは曇っていると判断して良いでしょう。しかし、政府が去る6月17日に発表した月例経済報告では先行きを次のように、希望を持って説明しています。

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。また、平成 28 年（2016 年）熊本地震の経済に与える影響に十分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 ～人材不足が深刻化～

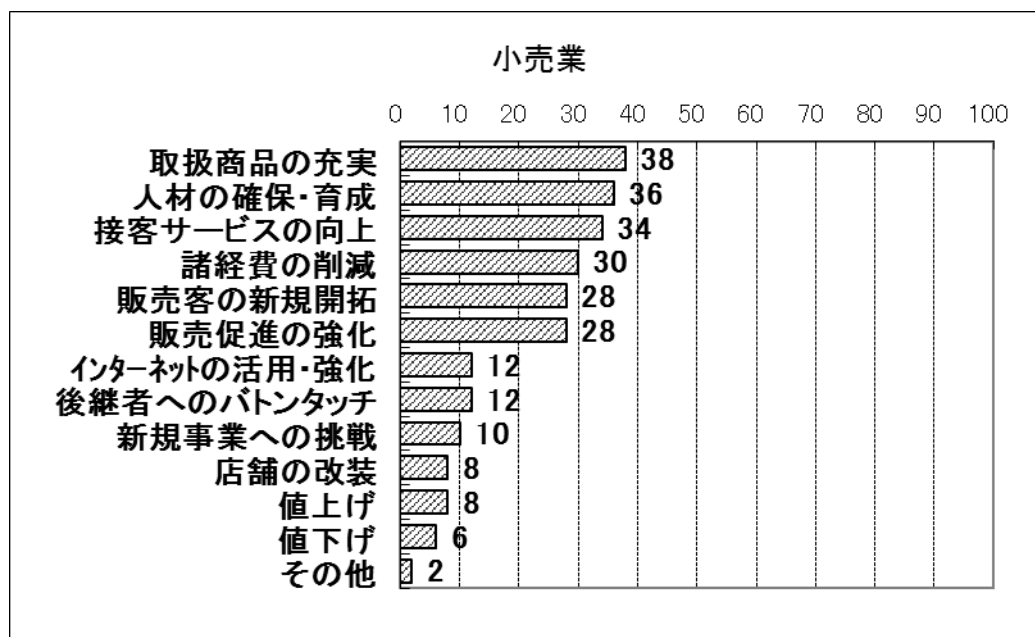


小売業の経営課題は、多少回答は下がっていますが、上位2つは前回と同じです。若いお客様が増えず、競合が激しい状況は変わりません。経営実態調査では客数の減少に4割の回答が集まっていますから、「客足が戻らない」は回答以上に、小売業にとって大きな課題となっていることが分かります。

前回の調査から大きく変化したのは3位の人材不足です。前回よりも1割回答が増えています。人材が他の産業に行ってしまう、小売業ではパートやアルバイトの応募が少ない状況であることが確認できます。

前回よりも比較的大きく回答が下がっているのが店舗施設不足・老朽化と時給アップです。前回調査から3ヶ月間に店舗改装等を行ったとは考えにくいので、設備よりも人材不足に課題が移ったのでしょうか。人材を採用するに際して、時給の値上がりは多少収まってきているようです。後継者問題は前回とほぼ同様の回答ですから、後継者問題は解決されずに今回も引き継がれました。この他、前回ゼロ回答であった資金繰り悪化に、僅かですが、回答がありました。売上が低下して、資金繰りが苦しくなっているお店が出てきていることが心配されます。

② 今後の対策 ～品揃えと人材確保を優先して解決～

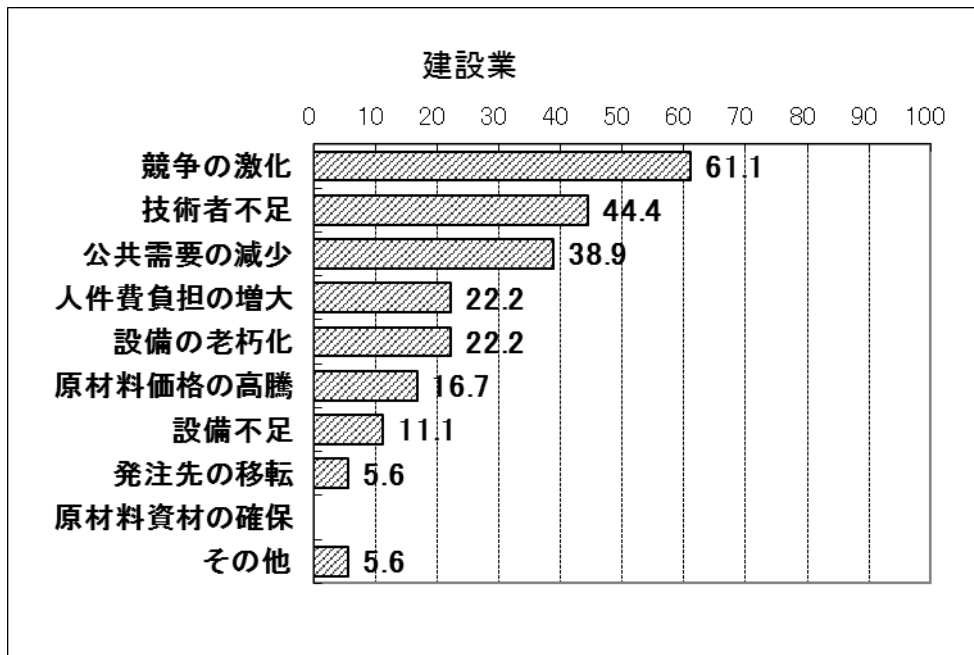


人材不足は小売業にとって重要な課題となっており、対策にも変化が出ています。前回1位だった接客サービス向上と2位であった顧客の新規開拓がともに約2割回答を下げました。代わって1位になったのが品揃え強化、2位になったのが人材確保育成です。人手不足を商品力で補い、その間に人材を確保することになりそうです。下がってはいますが、今回も3割の回答を集め、対策の上位に入っているのが諸経費削減です。経営実態調査でも、粗利益が減少している店が3分の1であることが示されています。これらのお店が経費削減を行う意志を示していることが分かります。この他に前回よりも回答が増えた対策は店舗改装と値上げです。回答は1割に達していませんが、前向きなお店が僅かですが存在することが確認できます。販促強化は約3割、インターネット活用強化は1割強のお店が継続して実施する意志を示しています。前回調査では後継者への交代に2割の回答がありましたが、今回は1割強に減りました。交代が実行されたというより、対策としての優先順位が一時的に下がったと思われる。

今回特別に設定した「新規事業への挑戦」には1割の回答がありました。小売業の業況は決して良くありませんが、新規事業を求めている企業は1割程度であることが分かりました。小売業の多くは現在の事業で事業を継続させようとしていることが分かります。

(2) 建設業

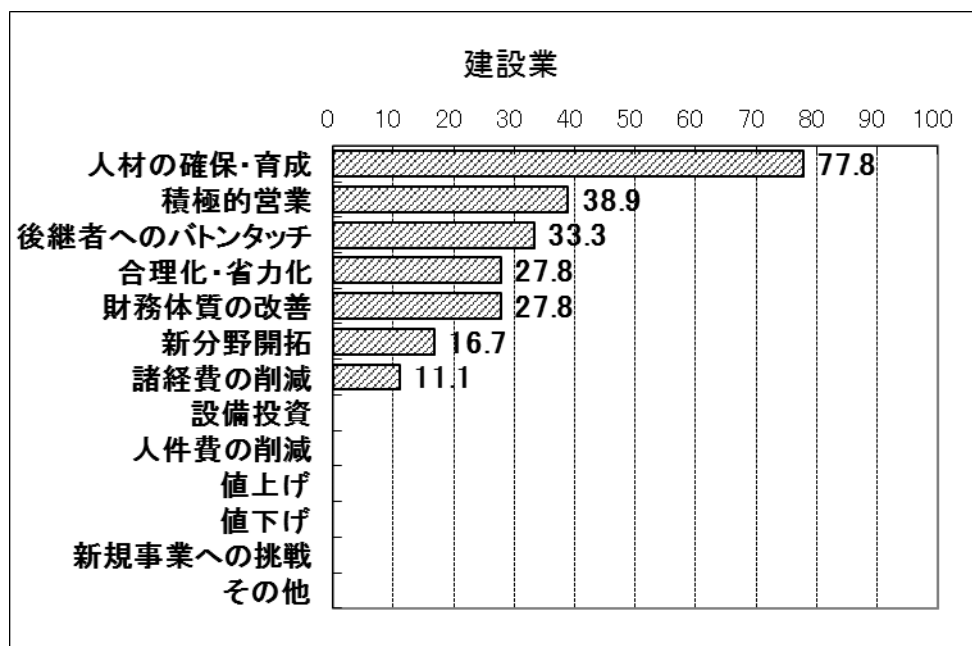
① 経営課題 ～激しさを増す受注合戦～



前回調査よりも業況が回復している建設業ですが、受注競争は更に激しさを増しています。経営課題の順位は前回とほぼ同じですが、回答率に変化が出ています。上位4つの内、1位の競争激化が1割程回答を増やし6割を超えました。しかし、他の3つは下がっています。下げ幅は比較的大きかったのが人件費負担増大です。年度末ですから公共工事等の発注は出てきましたが、十分な量では無いことが分かります。しかし、受注できている市内事業所は増えており、人件費負担が僅かに軽減したようです。

設備老朽化と原材料高騰は前回よりも僅かに増えていますがほぼ同様の回答です。設備の更新は行われず、原材料高騰も一部では続いていることが分かります。前回ゼロであった設備不足と発注先移転に僅かですが回答がありました。特に発注先が移転すると受注に大きな影響が出ますから、今後動向を見守る必要があるでしょう。原材料の入手に問題はなさそうです。

② 今後の対策 ～人材を集めて受注拡大～

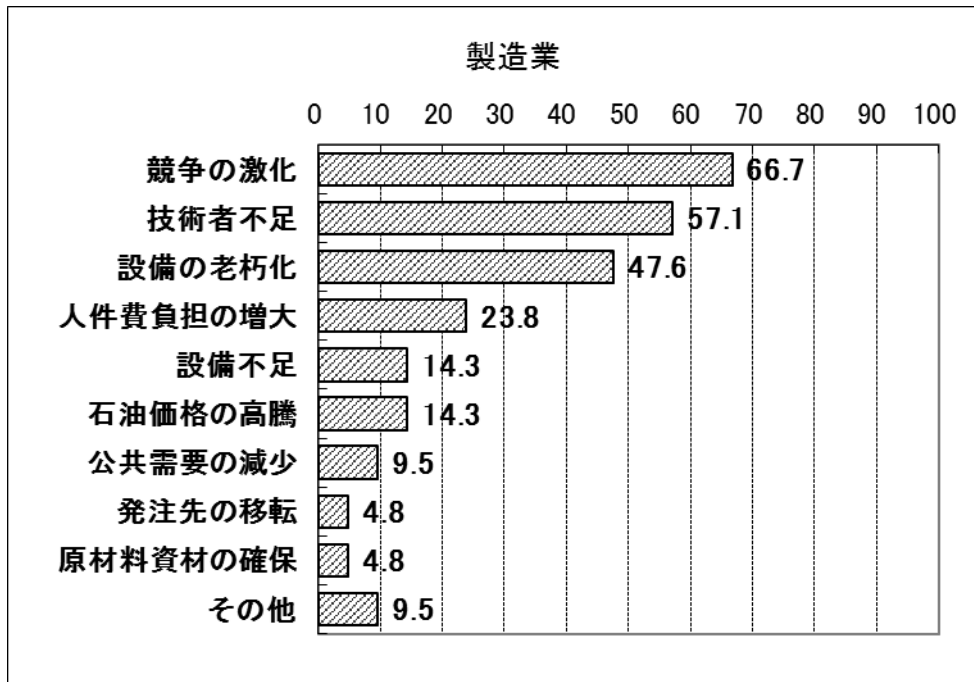


経営課題では技術者不足は2位であり、前回よりも回答が下がっていますが、人材確保は市内建設業者にとって最重要テーマとなっていることが分かります。前回よりも約1割回答を増やして8割に迫っています。経営課題で競争激化が進んでいることを確認しましたが、営業活動を積極的に行うことよりも、必要な人材や人員を確保できたところが工事を受注できる構図になっていることが分かります。新分野開拓が前回よりも1割以上下がっていることから、発注件数が増加していることを確認できます。

興味深いのは後継者問題です。大きな伸びではありませんが対策の3位に入りました。回答企業の3分の1がバトンタッチを行おうとしているのです。ある程度先まで受注の目処がついたのかもかもしれません。財務体質強化と人件費削減も回答を増やしています。経営を身軽で安定した状態に持って行き、後継者に将来を託そうとしているようです。今回特別に設定した新規事業への挑戦への回答はありませんでした。市内の建設業では、建設分野だけで当面は企業を存続させることが可能と考えていることが分かります。

(3) 製造業

① 経営課題 ～強まる2極化傾向～

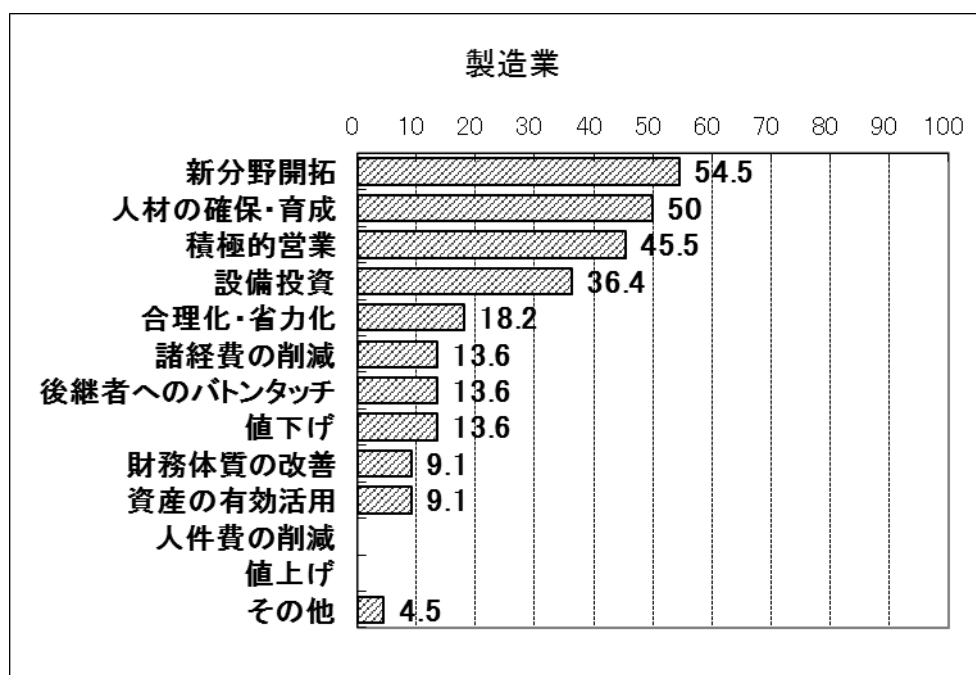


景気動向調査では2回連続マイナス30を下回っていますが、経営実態調査では売上高と利益ともに減少は多いですが、増加している企業も約3割あります。諸経費は増えていますが、引き合いが増加している企業も3割を越えています。市内製造業では2極化が進んでいると思われます。共通しているのは競争激化です。前回は約4割の回答でしたから、1割5分以上伸びたことが分かります。仕事の絶対量が不足しているのでしょうか。前回1位の技術者不足への回答は下がっていますが、今回も5割を超えています。技術者不足は慢性的課題となりそうです。

設備に関連する課題が2つとも回答を上げています。設備老朽化と設備不足です。設備不足の回答は1割5分程度ですが、前回よりも1割増えています。技術者不足と合わせると、引き合いが来ても技術と設備の対応ができず受注を逃しているケースが多くなっているのではないのでしょうか。

人件費増大と石油価格も含めた原材料価格高騰も回答が下がっています。これら調達コストの上昇は収まりつつあると考えて良いでしょう。原材料確保は前回よりも更に回答が下がっていますので、量的な問題はほぼ収まったようです。

② 今後の対策 ～活路を求め新分野開拓～

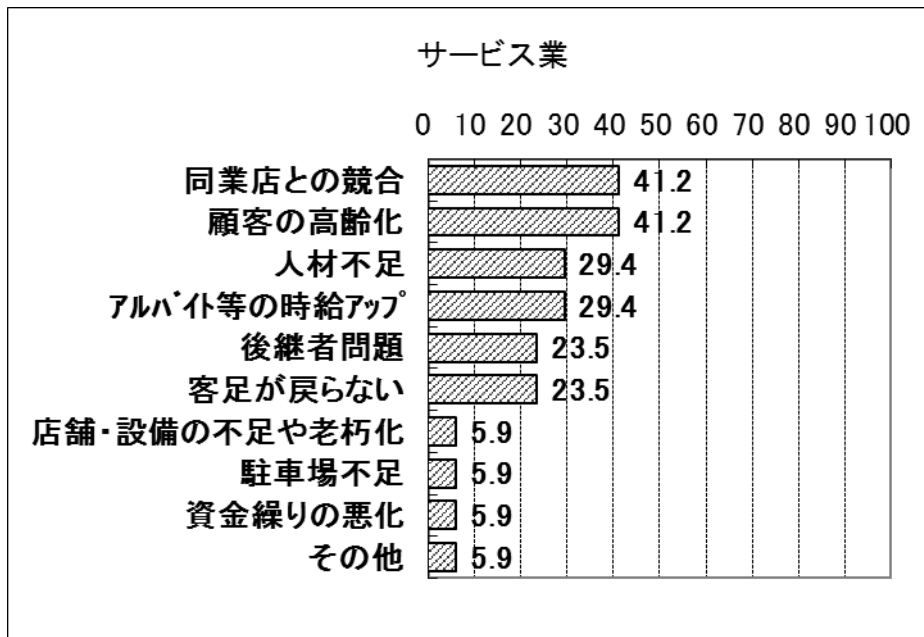


業況の低迷が半年続いていますので、対策にも大きな変化が出てきました。前回6割以上の回答を集めた積極営業が、約2割回答を下げ5割を切りました。代わりに1位になったのは1割以上回答を増やした新分野開拓です。経営実態調査の2極化が積極派と待避派として今後の対策に現れたようです。人材確保育成は前回よりも若干下がっていますが、今回も5割の回答を集めており、両者共通の対策となっています。2極化は設備に関する対策でも説明できそうです。前回4割回答を集めた合理化省力化が2割以上回答を下げ、設備投資が1割以上回答を増やしています。受注の拡大を見込んでいる事業所は設備投資を行います。新分野をめざす事業所は投資を抑えます。

経営に関する対策は全体に回答が低いです。諸経費削減や財務体質強化は僅かに増えていますが、注目したいのは値下げです。前回ゼロ回答ですから1割以上回答が増えたこととなります。製造業の一部で景気後退が始まっているか心配されます。そして、今回特別に設定した資産の有効活用への回答は1割に達しておらず、不動産収入等を強化しようとする製造業は未だ一部であることが確認できました。

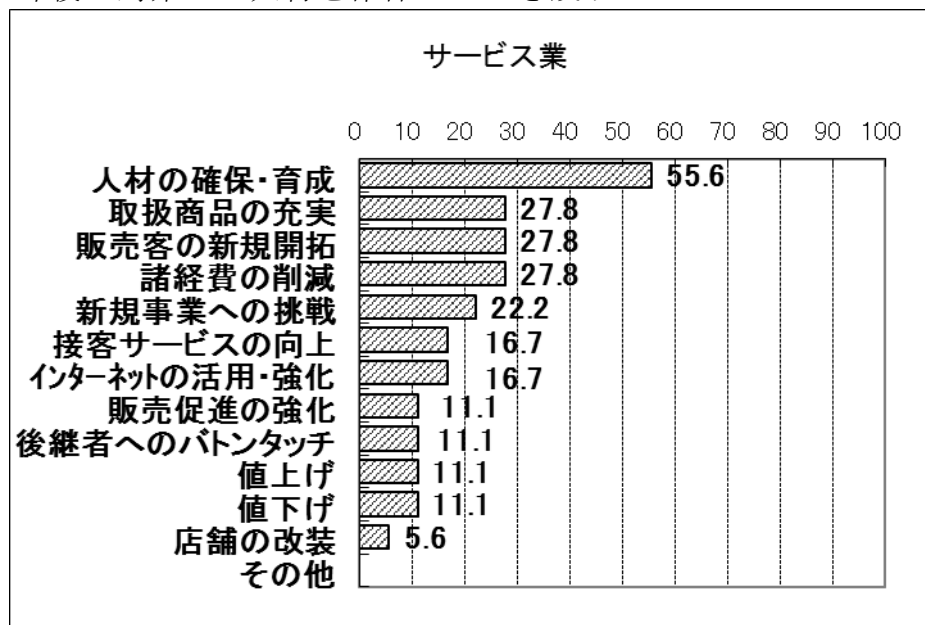
(4) サービス業

① 経営課題 ～需要の減少に時給アップが追い打ち～



D I 値では前回とほぼ同程度のマイナスが示されていますが、経営実態調査では売上高・総利益・客数で減少が増加を上回っています。特に、客数減少は4割の回答です。経営課題で明らかなことは同業者との競合が激しくなったことです。前回よりも1割5分程度多くの回答を集めました。サービス業全体に利用者が減少している状況が分かります。お客様の高齢化と合わせ売上を増やすことが難しい状況となっています。更に2つの課題が追い打ちをかけています。人材不足と時給アップです。人材不足は前回と同様ですが、時給アップは前回よりも2割程回答を増やしています。3ヶ月の間に急速に上昇したことが分かります。人手不足と人件費負担増加が急にのしかかり、設備や駐車場そして資金繰りの問題は影を潜めてしまいました。サービス業の基本は人的サービスですから、このまま人材不足と時給アップが続けばいずれ資金繰りの悪化にも繋がるのが心配されます。

② 今後の対策 ～人材を確保して生き残り～

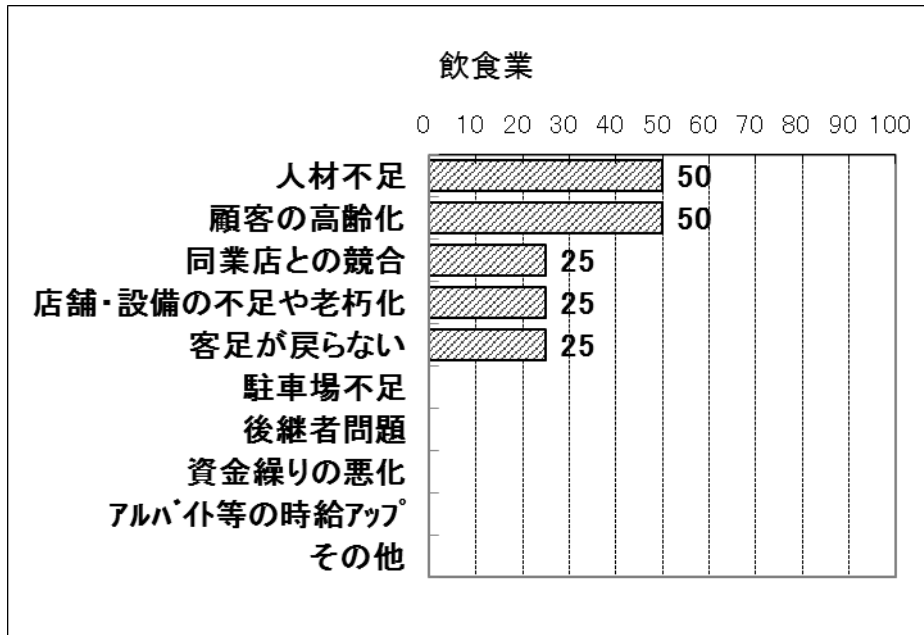


人材確保育成は前回よりも更に重要な対策となっています。1割ほど多くの回答が集まり、5割を超えました。それだけスタッフを集めることに苦労している状況が分かります。利用者は減少していますから売上を伸ばすためには客単価を上げなければなりません。取扱商品充実が前回よりも7分程度多くの回答を集めたのはこのためでしょう。単価アップと平行して新規顧客を開拓し、人件費以外の諸経費を削減して乗り切ろうとしている姿勢が伺われます。

前回から大きく変化しているのは接客サービス向上とインターネット活用の2つです。前回の調査では接客サービスは4割、インターネット活用には3割の回答がありましたから、今回一挙に下がったことが分かります。人手不足を補うことが最優先されたことが現れています。販促強化と後継者へのバトンタッチはほぼ前回と同じ回答です。解決されずに今回の対策として引き継がれました。価格戦略に多少興味深い結果が示されています。回答は少ないですが、前は値上げが値下げを上回っていました。今回は値上げと値下げが同じ回答です。提供するサービスの種類に応じ選択されますが、値下げ派が増えたことはそれだけ景気が下がっていることを示しているのかもしれませんが。

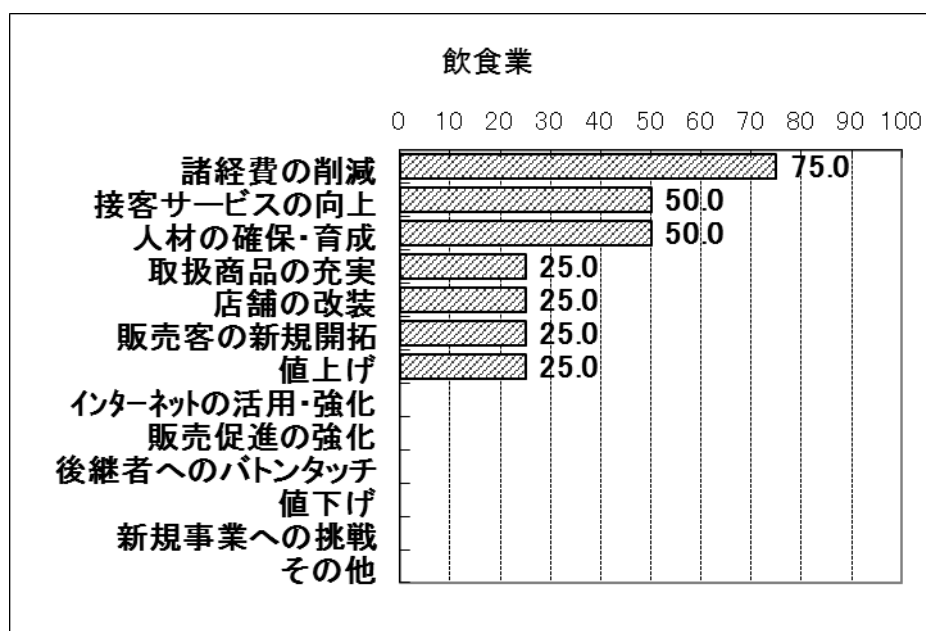
(5) 飲食業

① 経営課題 ～業況は良くなっているが仕入れコストがアップ～



経営実態調査では売上高・客数・客単価は増加が減少を上回っており、業況が比較的良い状態であることが分かります。しかし、6割のお店で総利益が減少し、諸経費も5割のお店で増加しています。売上が上がっても利益が出にくい状況です。このような状況で飲食店の経営課題は人材不足とお客様の高齢化に絞られています。特に人材不足は前回よりも2割以上多くの回答を集めています。前は時給アップに5割近くの回答がありましたが今回はゼロです。飲食店では時給をアップしてもスタッフを集めることができないほど応募が少ないということでしょう。お客様の高齢化も更に進んでいますので、将来に対する不安が持ち上がっていることが予想されます。前回1割にも満たなかった同業者との競合に2割5分の回答が集まっています。市内の飲食需要が下がっていることが心配されます。客足が戻らないへの回答も増えていきますから、先行きは安泰とは言えないようです。ここからも客数の伸びが止まっていることが確認できます。そして、資金繰り問題がゼロ回答であったことは、調査した時点では経営に支障が出るほどには業績は悪化していない状況であったことが分かります。前回2割近くもあった駐車場問題が今回はゼロ回答です。来店客数が少なくなりつつあることは確かでしょう。独自に集客を工夫し、実行することが必要です。

② 今後の対策 ～コスト削減とサービス品質の向上～



前回の調査では店舗改装や顧客の開拓等、積極的な経営を行おうとする姿勢が強かったです。しかし、今回は諸経費削減が前回よりも5割多くの回答を集め、7割5分に達しました。売上の伸び以上に人件費をはじめ諸経費がアップしている状況が示されています。諸経費の削減はインターネットと販売促進にも現れました。前回2割近くの回答がありましたが今回はゼロ回答です。販促経費まで削減しなければならない程、食材等の仕入れコストが上がっているようです。そこで値上げに寄ってコストアップを賄おうとしているお店が2割5分あることも確認しました。

対策の2番目は接客サービス向上であり、5割の回答を集めています。人材確保育成も同様に5割です。飲食店の売り場では人手不足によるサービスの低下を招かないように、サービスの質を向上させる対策が実行されそうです。回答そのものは2割5分程度ですが、前回よりも1割5分多くの回答を集めたのがメニューの充実です。客数の減を客単価の上昇でカバーしようとする、現場の意気込みを感じます。単価を上げてそれ以上に価値ある接客を行うことが飲食店の基本的戦略になるのでしょうか。