

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成29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	16	13.7%
大 型 店 舗	12	5	41.7%
建 設 業	74	26	35.1%
製 造 業	53	17	32.1%
サ ー ビ ス 業	90	18	20.0%
飲 食 業	54	7	13.0%
合 計	400	89	22.3%

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)～厳しさが増す商業に対して少し明るい製造業～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	28年12月比	先行き見通し	H28.3月	先行き見通し
全 産 業	△ 20.8	△ 17.9	△ 25.0	△20.1	△19.5
商 業	△ 50.0	△ 58.3	△ 40.0	△32.3	△29.8
大 型 店 舗	0.0	△ 20.0	△ 20.0	—	—
建 設 業	△ 26.1	△ 27.3	△ 21.0	△9.6	△16.7
製 造 業	△ 11.8	11.7	△ 20.0	△12.8	△15.3
サ ー ビ ス 業	0.0	△ 7.2	△ 25.0	△14.7	△9.6
そ の 他	△ 28.5	△ 12.5	△ 28.6	—	—

3月と言えば卒業や年度末であり、様々な消費が行われる季節です。しかし、今年は茅ヶ崎市市内でも、全国でも、昨年対比のDI値はマイナス20であり、景況が悪くなっていることが分かります。最も悪化しているのは商業です。全国平均のマイナス32.3より、更に悪くマイナス50になりました。前回調査の12月との比較では更に悪く、マイナス58.3を示しています。大型店舗は前年対比でゼロ、12月対比でマイナス20.0ですから、決して良い状況ではありません。茅ヶ崎市民の財布は、依然、緩んではないようです。

商業に対して製造業がほぼ逆の動きを示しています。対前年比はマイナス11.8ですが、12月比では11.7というプラスのDI値に変わりました。平成29年に入り、製造業の業況が上向いたことを示しています。アメリカの景気が持ち直していることに関係があるかもしれません。サービス業のDI値は対前年比ゼロ、12月比マイナス7.2であり、マイナスの幅が小さいです。これにより、茅ヶ崎市のサービス業が製造業に支えられていることを再確認できるでしょう。

全国平均ではマイナス9.6のDI値を示している建設業ですが、茅ヶ崎市市内では対前年比

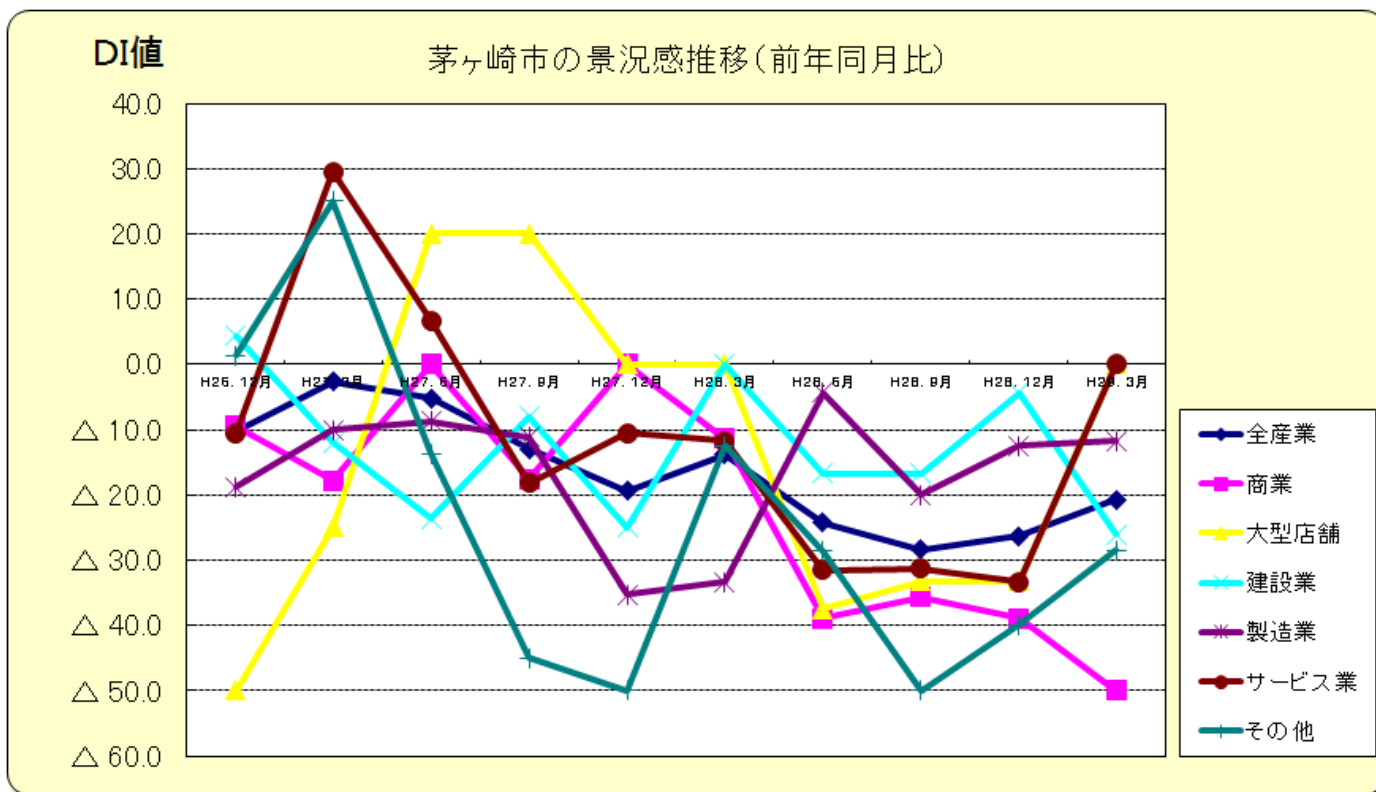
ではマイナス 26. 1、12 月比ではマイナス 27. 3 となっており、厳しさが増していることが分かります。年度末で公共投資も含め工事を行っています、受注そのものが停滞しているのかもしれませんが。また、首都圏よりも地方に建築需要が移動していることも考えられるでしょう。

茅ヶ崎市の景況は決して回復しているとは言えませんが、政府は 4 月 20 日に発表した月例経済報告で次のように説明しています。

景気は、一部に改善の遅れもみられるが、緩やかな回復基調が続いている。

- ・ 個人消費は、総じてみれば持ち直しの動きが続いている。
- ・ 設備投資は、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 輸出は、持ち直している。
- ・ 生産は、持ち直している。
- ・ 企業収益は、改善している。企業の業況判断は、改善している。
- ・ 雇用情勢は、改善している。
- ・ 消費者物価は、横ばいとなっている。

(2) 業況 ～大型店とサービス業が急回復～



<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3	H28.6	H28.9	H28.12	H29.3
全産業	△10.2	△2.7	△5.2	△13.0	△19.4	△13.8	△24.2	△28.4	△26.3	△20.8
商業	△9.5	△17.8	0.0	△17.6	0.0	△11.4	△38.9	△35.7	△39.0	△50.0
大型店舗	△50.0	△25.0	20.0	20.0	0.0	0.0	△37.5	△33.3	△33.3	0.0
建設業	4.4	△12.0	△23.6	△8.6	△25.0	0.0	△16.7	△16.7	△4.4	△26.1
製造業	△18.8	△10.0	△8.7	△11.1	△35.3	△33.4	△4.3	△20.0	△12.5	△11.8
サービス業	△10.6	29.5	6.7	△18.2	△10.5	△11.8	△31.5	△31.3	△33.4	0.0
その他	1.4	25.0	△13.7	△45.0	△50.0	△12.5	△28.6	△50.0	△39.9	△28.5

※「△」はマイナスを表す。

※ 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

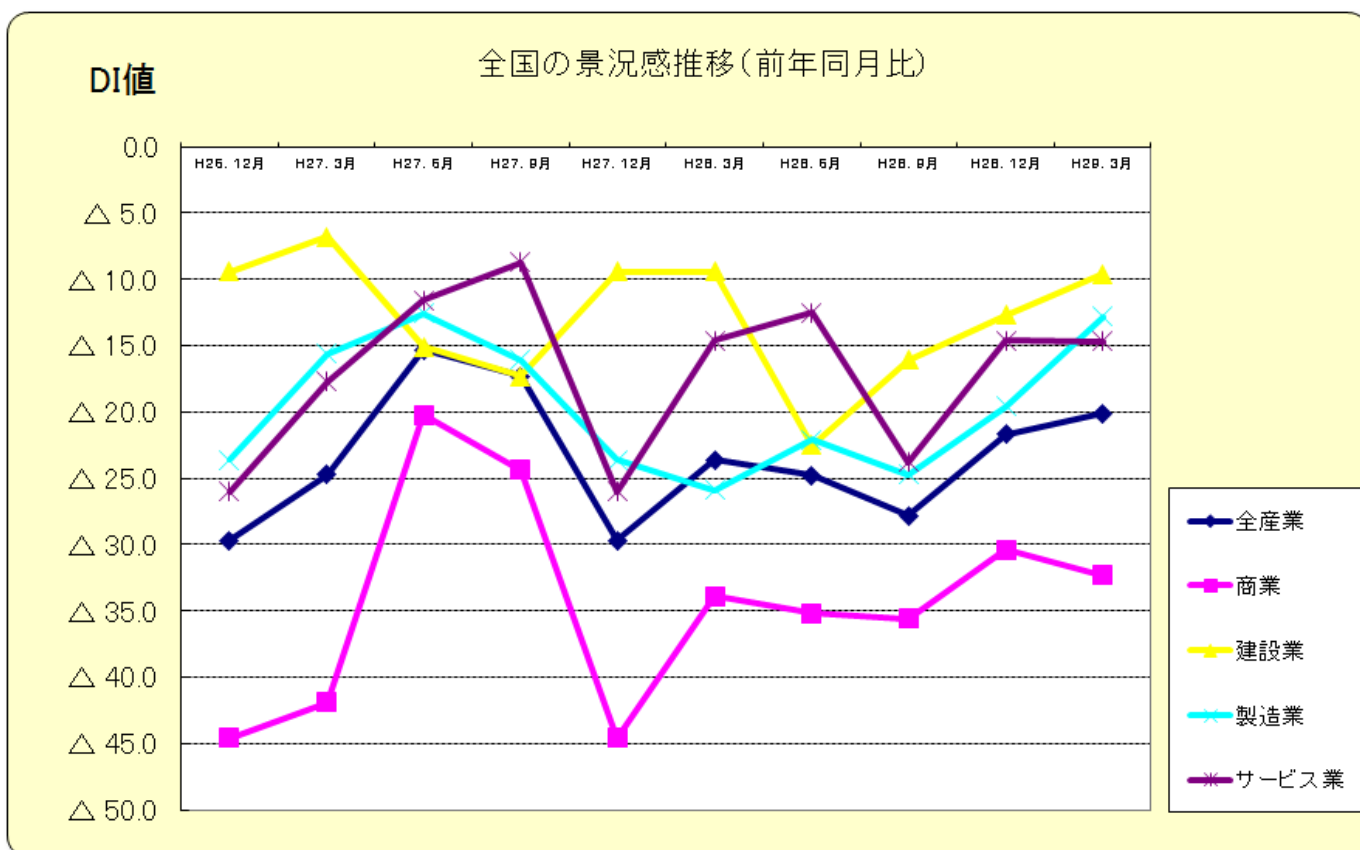
茅ヶ崎市全体のDI値では前回調査の12月と景況はそれほど変わっていないことになりませんが、業種によって変化が大きく値が変わっているのが今回調査結果の特徴です。グラフ上では重なっていますが、大型店とサービス業がほぼ同じ動きを示しているのが分かります。前回から共に景況が回復し、ゼロにまで登りました。中小小売店を中心とする商業はマイナス50という大きな落ち込みですから、茅ヶ崎市の景況が良くなっているわけではなさそうです。茅ヶ崎市民は安さを求めて大型店舗に集まったと思われれます。サービス業も経費節約に関連する業種が伸びたのではないのでしょうか。

製造業は前回調査からDI値は横バイです。製造業では、大企業が輸出を伸ばして業績を向上させています。しかし、茅ヶ崎市内の製造業はそれほど恩恵を受けていないことも分かります。年度末で業績向上が期待された建設業ですが、回復基調から一挙にマイナス26.1まで下がってしまいました。一時的に供給過剰になっていることも考えられます。

<全 国>

	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3	H28.6	H28.9	H28.12	H29.3
全産業	△29.7	△24.7	△15.3	△17.3	△29.7	△23.6	△	△27.8	△21.7	△20.1
商業	△44.6	△41.9	△20.2	△24.4	△44.6	△33.9	△	△35.6	△30.4	△32.3
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	△9.4	△6.8	△15.1	△17.3	△9.4	△9.4	△	△16.1	△12.7	△9.6
製造業	△23.6	△15.6	△12.6	△16.1	△23.6	△25.9	△	△24.7	△19.6	△12.8
サービス業	△26	△17.7	△11.6	△8.7	△26.0	△14.6	△	△23.8	△14.6	△14.7
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 ～全ての業種が抱える不安～

前回調査の12月よりも景況が良くなった製造業に茅ヶ崎市の先行きを期待したところですが、製造業の先行きは残念ですがマイナス20を示しています。製造業の回復は相対的な減少でしか無かったようです。市内全体のDI値はマイナス25ですから、全国平均よりも先行きに厳しい見方をしていることがわかります。

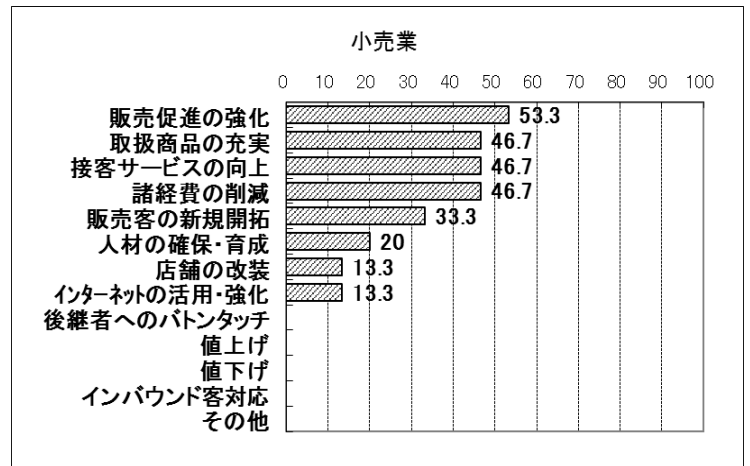
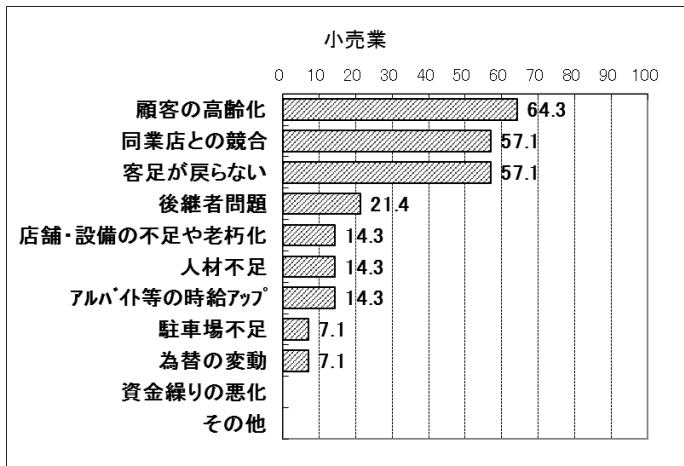
業種別に最も見通しが暗いのが商業で、マイナス40を示しています。今回の調査で前年比と前年比が共にマイナス50を越えていましたが、更に悪くなるとの見方をしている事業所が多いことがわかります。前年比でゼロまで回復している大型店舗でも先行きはマイナス20ですから、市内の商業は大小を問わず厳しい状況にあることがわかります。新年度の需要がある程度期待される建設業とサービス業もマイナス20を越える回答となっています。首都圏では東京オリンピックに向けて各種の活動がスタートしていますが、市内の建設業には需要がまだ届いていないようです。サービス業の業況回復も、継続はしない見込みであることがわかります。茅ヶ崎市内の事業所は業種を問わず、先行きに不安を持っていることが確認できるでしょう。このような状況ですが、政府は4月の月例経済報告の中で先行きを次のように説明しています。

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、緩やかに回復していくことが期待される。ただし、海外経済の不確実性や金融資本市場の変動の影響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 ～上位3つの課題は更に深刻化～



現状にも先行きにも大きな不安を抱えている小売業ですが、上位3つの課題は前回と同じです。それぞれが回答を2割以上増やしていることから、3つの課題が更に深刻になっていることが分かります。特に顧客の高齢化は6割を超えており、店の存続にも係わる問題となっているようです。人や設備に関する課題が前は2割を超えていましたが、設備老朽化・人材不足・時給アップは今回1割台に下がっています。客数が減り、しかも年配のお客が多くなれば、人や設備の充実を行う気力が薄れてしまうことでしょう。

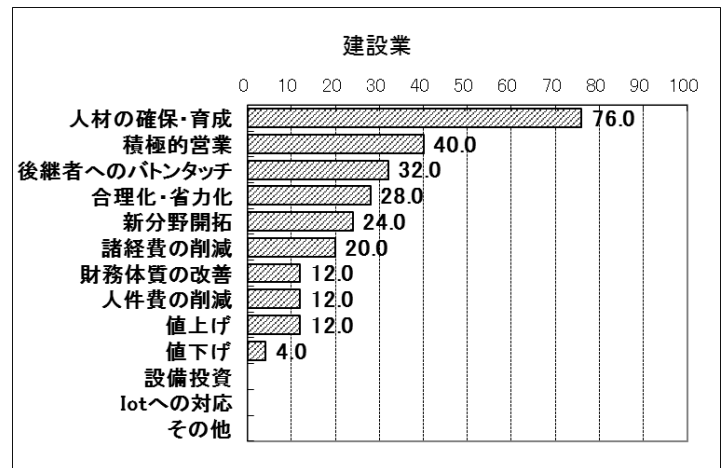
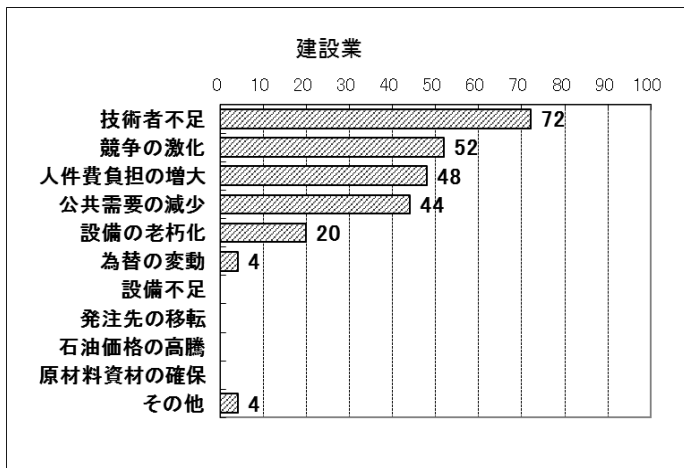
前回よりも回答が上がった課題が2つあります。1つは後継者問題です。このような状況ですから、年配の経営者はできれば引退したいと考えているのでしょう。しかし、店を任せることができる後継者がいない現実に直面しているようです。もう一つは為替の変動ですが、回答は上がっていますが1割に達していません。為替の変動に影響を受ける市内の小売店は一部に限られるようです。

② 今後の対策 ～新規顧客よりも今のお客様を大切に～

前回上位4つの対策が全体に順位を下げ、新たに1位となったのが販促強化です。前回1位の新規開拓は1割回答を下げて5位に後退しました。若い新規客を呼ぼうとしましたが、効果は無く、従来のお客様が結局は店を支えて下さっていることに気が付いたのではないのでしょうか。従来のお客様に来店を促すために、販促を強化し、品揃えとサービスを強化することになるのでしょうか。収益性が高まることは期待できませんから、更なる経費節減で店舗の維持を図ることになります。インターネットの活用も回答は下がっていますから、集客にはそれほど効果が無かったと見て良いでしょう。後継者へのバトンタッチが今回はゼロ回答になってしまいました。経営課題ではその重要性が高まっていますが、バトンタッチできる後継者がいないことをここでも確認することができます。更に、インバウンド客への期待も今回なくなっていました。

(2) 建設業

① 経営課題 ～更に深刻な人材不足～



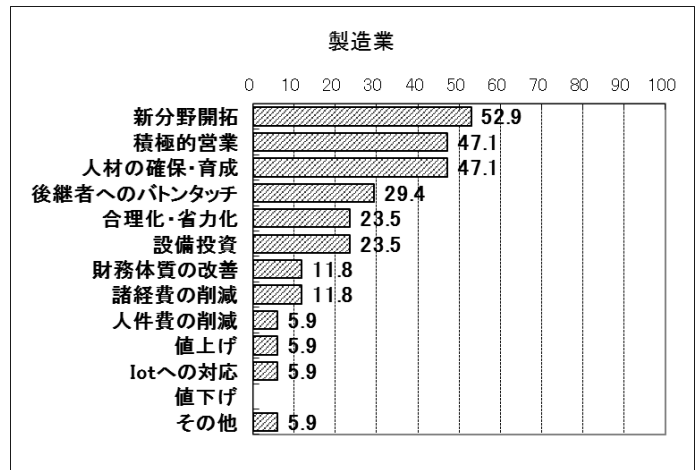
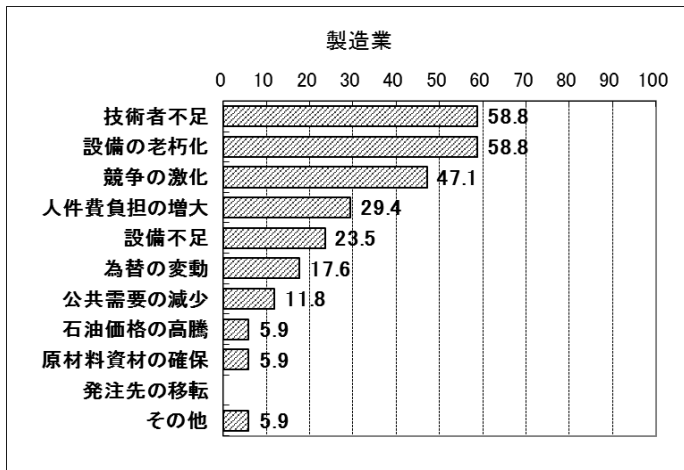
経営課題の1位は前回と同様に技術者不足ですが、回答が約2割も増え、7割を超えました。市内の事業所のほとんどがこの問題を抱えていることが分かります。上位4つの課題は前回と同じですが、人件費負担増に前回よりも1割以上多くの回答が集まり順位が3位に上がりました。限られた人材を競って雇うことになり、人件費が上がっていることが確認できます。受注面でも公共需要が少なくなり、その分受注競争は厳しくなりそうです。前回の調査では石油価格高騰・原料資材確保にも回答がありましたが、今回はゼロ回答です。建設業の経営課題は人材不足に集中していることがここからも確認できます。今回、僅かですが、為替変動に回答が入りました。市内建設業の中には、海外と何らかの関係を持っている企業があると思われます。

② 今後の対策 ～人材の確保・育成を更に強化～

経営課題が人材不足に集中していたことに対応し、今後の対策も人材の確保・育成が、前回と同様に対策の1位です。回答は7割を超え、市内事業所が人材獲得競争を繰り広げていることが分かります。対策の2位が積極営業ですが、前回よりも1割以上回答は低くなっています。人材を確保しなければ受注できない事業所も出てきました。対策の順位は3番目ですが、前回よりも1割以上多くの回答を得たのが後継者へのバトンタッチです。建設業では、まだ一部ですが、後継者が育ってきたと考えることができるでしょう。新分野の開拓は今回も2割を超える回答を集めていますが、前回よりは僅かに下がっています。人材さえ確保できれば仕事はあると考えて良さそうです。人件費負担が大きくなりますが、財務体質改善は、僅かですが、回答は下がりました。諸経費削減は僅かに増えていますから、運転資金は確保したものの、節約しながら経費を使っている状況がうかがわれます。

(3) 製造業

① 経営課題 ～受注するためには人材と設備が必要～



前回と上位3つの課題は同じですが、1位であった競争激化が3位となり、技術者不足と設備老朽化が同率で首位になりました。仕事の引き合いがあっても人材と設備が揃ってなければ受注に繋がらない状況になっているようです。上位3つの課題は全て前回よりも多くの回答を集めていますから、より深刻になっていることが分かります。設備不足も前回よりも1割以上多くの回答を集めていますから、加工能力が需要に追いついていない状況であることも確認できます。人件費負担増大は僅かに下がっていますが、人件費そのものが下がっているわけではないので、人件費が企業経営の大きな負担となっていることに変わりはありません。

回答は2割に達しませんが、為替変動への回答が増えています。海外取引に関係している事業所が、他の産業よりも多いことが分かります。石油価格高騰と原材料の確保への回答は僅かに残っていますが、前回より下がっており、茅ヶ崎市製造業全体の課題では無くなったこと確認できます。

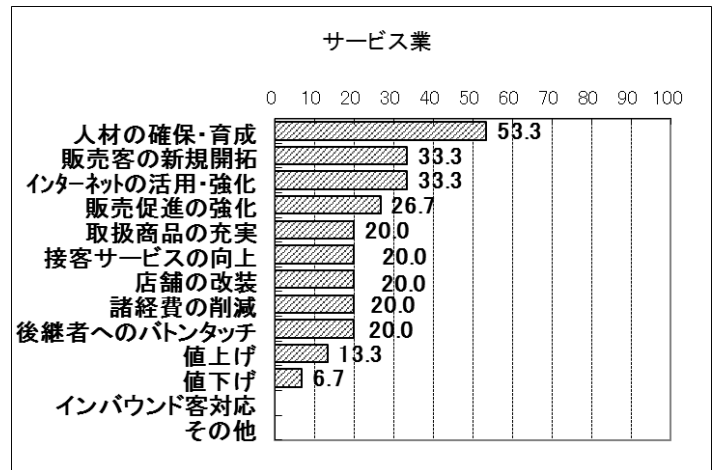
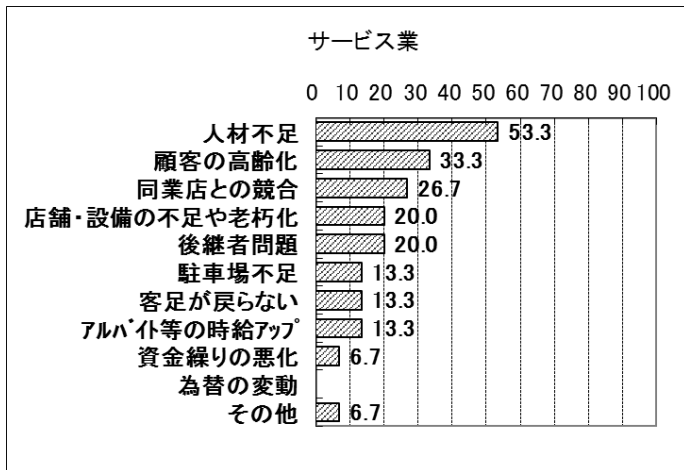
② 今後の対策 ～将来展望は開けておらず新分野に期待～

人材と設備に悩んでいる製造業ですが、今後の対策では人材確保育成は3位、設備に関しては5位と6位ですから、最優先される対策ではなくなっています。1位は前回と同様に新分野開拓です。製造業では、将来に対して希望が持てない状況が続いているのではないのでしょうか。積極的営業への回答は前回よりも約1割増えており、市内製造業は決して諦めてはいないことが分かります。

回答は1割程度ですが、財務体質改善は前回よりも回答が増えています。その一方で経費削減は前回の半分程度の回答です。経費削減は行ったものの、受注が減少して資金繰りが悪くなっている事業所が増えていることも確かでしょう。ビッグデータの活用でも話題となっているIOTですが、僅かに回答は増えているものの、1割にも満たず、茅ヶ崎市内の製造業にとって身近なテーマにはまだなっていないことがわかります。

(4) サービス業

① 経営課題 ～深刻さが増す人手不足と顧客の高齢化～



人的サービス中心のサービス業では人手不足が更に深刻な問題になっています。前回同様に経営課題の1位ですが、回答は前回よりも1割以上多くなりました。前回よりも1割5分程多くの回答を集めて課題の2位に上がって来たのが顧客の高齢化です。客足が戻らないへの回答は前回よりも増えてはいますが、1割強の回答に留まっています。年配のお客様は従来と同じようにサービスを利用して下さっていますが、若い顧客が離れてしまっている状況でしょう。同業者との競合や設備の老朽化は前回よりも回答は下がっていますが、大きな変化ではないので、解決されずに持ち越されたことがわかります。後継者問題と駐車場不足は、前回よりも僅かに回答を伸ばした対策です。お客様の若返りを目指すためには、若い世代に経営を譲り、来店しやすいように駐車場を整備することが必要と考えた結果ではないでしょうか。

アルバイトの時給アップと資金繰り悪化への回答は前回よりも下がっており、これらの課題を乗り切った事業所が多かったことを示しています。

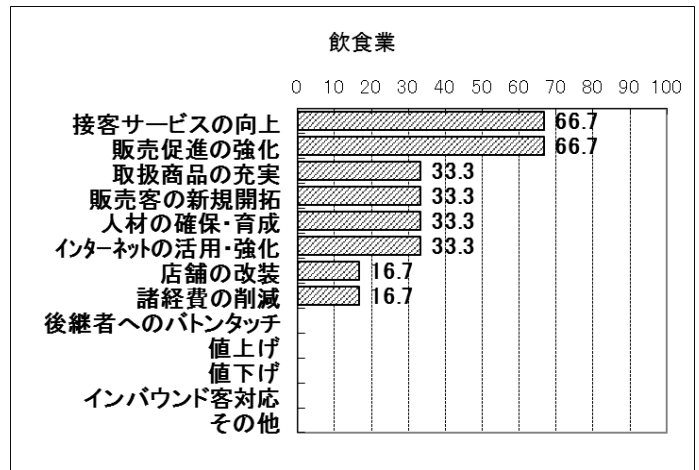
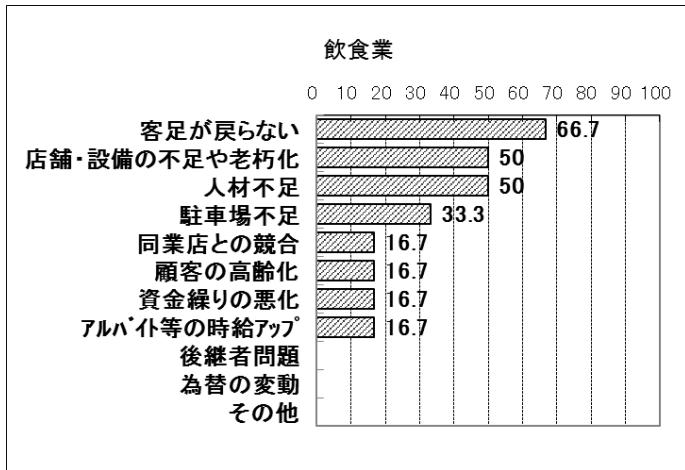
② 今後の対策 ～新規顧客開拓に向けて販促と品揃えを強化～

今後の対策では人材の確保育成が今回も断然1位であり、多少下がったとは言え、5割を超える回答を集めています。人手不足が慢性化することが心配されます。前回の調査よりも1割以上多くの回答を集めて課題の同率2位に浮上したのが新規顧客の開拓です。お客様の若返りを行うためには新しいお客様を増やさなければなりません。その手段となるのが販促強化・取扱商品充実・接客サービス向上・店舗改装ということになるでしょう。接客サービス向上と店舗改装は前回よりも回答が下がっていますから、強化することになるのは販売促進と取扱商品の充実でしょう。

経費削減は前回とほぼ同じ回答ですから、引き続き取り組まれることとなります。後継者へのバトンタッチは前回よりも回答を増やしています。これも顧客の若返り対策の一つと考えたいと思います。面白いのは値上げと値下げです。共に前回よりも回答が増えています。市内では値上げの方が優先されているようです。インバウンド客への対応は今回もゼロでした。市内のサービス業にインバウンド需要はまだ到達していないのかもしれない。

(5) 飲食業

① 経営課題 ～お客様が減少し資金繰りに影響も～



飲食業は収益の悪化を約半分の事業所が訴えています。その最大の原因が来店客数の減少でしょう。前回調査の2倍回答を集めて1位に浮上しました。茅ヶ崎市内では、それほどに景気が悪化していることとなります。店舗設備老朽化にも半数の回答が集まっており、前回から解決できずに繰り返されたことが分かります。人材不足も同率で2位の経営課題です。前回よりも約2割多くの回答が集まっていますから、飲食店においても人材不足は重要な課題となっていることが確認できます。これらの他に回答を増やした経営課題は、同業者との競合と資金繰り悪化の二つです。同業者が販促に力を入れ始めたということでしょう。資金繰りが悪化しているお店が少しずつ増えていることが心配されます。パート・アルバイトの時給アップは前回よりも半減しています。幾分落ち着いてきたのではないのでしょうか。

② 今後の対策 ～既存顧客の来店を促す接客と販促強化～

前回1位でした新規顧客開拓が、2割回答を落として同率3位になりました。代わって1位になったのが接客サービス向上と販促強化です。経営課題の1位が客足が戻らないであることから、新規顧客開拓は大きな成果を上げることができなかったようです。今回の調査では既存顧客の来店を促すために、販売促進を強化したり接客サービスを向上させたりすることに軸足が移ることになります。人材確保育成にも前回の3倍である3割の回答が集まっています。これも接客サービス向上に繋がることとなります。インターネット活用は前回ゼロ回答からの復活であり、お客様に来店を促すことを期待されているのでしょう。

店舗改装と諸経費削減は前回よりも大きく回答を下げました。経費削減をしたくても削減できる経費が無くなってきたのではないのでしょうか。諸経費削減はそろそろ限界に来ているかもしれません。店舗改装は前回調査で4割強の回答でしたが、今回は2割に達していません。店舗改装を実際に行った結果というよりも、集客の活動に優先して資金を投入する姿勢が示されたのではないのでしょうか。

