

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成29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	117	19	16.2%
大型店舗	12	5	41.7%
建設業	74	23	31.1%
製造業	53	10	18.9%
サービス業	90	23	25.6%
飲食業	54	9	16.7%
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)～製造業を除き業況は悪化～

	茅ヶ崎市			全国	
	前年9月比	29年6月比	先行き見通し	H28.9月	先行き見通し
全産業	△32.9	△23.8	△20.8	△15.3	△15
商業	△44.4	△38.9	△40.0	△25.3	△23
大型店舗	△40.0	△40.0	△20.0	—	—
建設業	△22.2	△5.6	△11.7	△7.4	△8.7
製造業	0.0	11.1	37.5	△10.1	△9.0
サービス業	△29.4	△25.0	△35.3	△10.8	△9.6
その他	△64.5	△50.0	△34.4	—	—

今年の夏は不安定な天気が続きましたが、市内企業の景況も良い状況ではありませんでした。産業全体では、対前年比で全国平均のDI値がマイナス15.3に対して茅ヶ崎市はマイナス32.9ですから、市内企業の苦しい状況がわかります。前回調査の6月と比較してもマイナス23.8ですから、業況の悪化が進行していることが分かります。

特に業況が悪いのが流通系の業種です。商業がマイナス44.4、大型店舗でもマイナス40.0のDI値を示しています。6月との比較でも商業がマイナス38.9、大型店舗は40.0ですから、茅ヶ崎市全体に購買意欲の低下が続いていることが心配されます。

首都圏では建築需要が活発に動いていますが、市内建設業はその恩恵をあまり受けていないようです。対前年比でマイナス22.2、6月比でもマイナス5.6のDI値です。全国平均よりも低いことから、人件費が比較的安価な地域の業者に仕事が流れていることも考えられるでしょう。

市内で唯一元気なのが製造業です。対前年比では横バイですが、6月との比較ではプラス11.1、全国平均がマイナス10.1ですから市内製造業は首都圏の強みを活かしていることがうかがわれます。大企業中心に好況が続いていますが、市内製造業にもその流れが届

いていることが確認できます。しかし、サービス業の業況が悪化していることから、比較的好況な製造業でも、企業として外部に出ていく経費を極力抑えていることが伺われます。

茅ヶ崎市内の産業は決して良い業況とは言えませんが、平成29年10月25日発表の月例経済報告では、業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。

- ・ 個人消費は、緩やかに持ち直している。
- ・ 設備投資は、持ち直している。
- ・ 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

<茅ヶ崎市> ～製造業と建築業が減速して流通業が底から脱出～

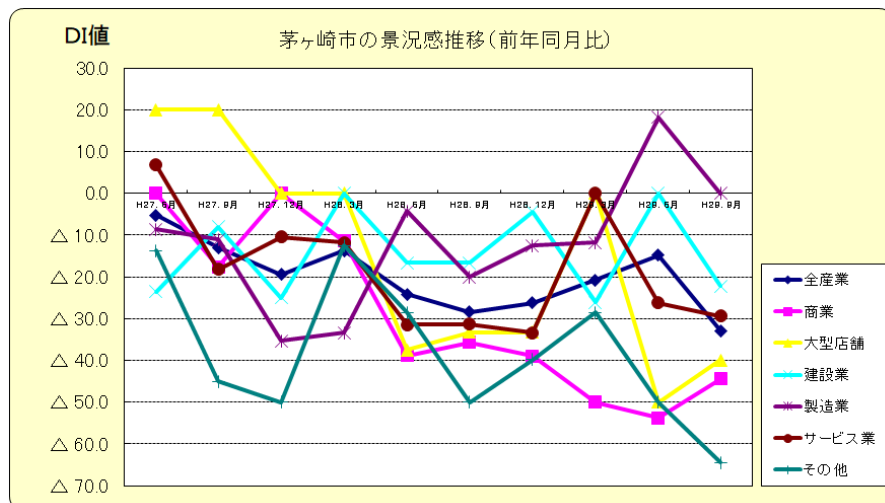
9月のD I値だけでは、市内製造業は他の業種よりも元気があるように見えました。しかし、推移を眺めると、前回の6月よりも大幅に業況が落ち込んでいることが分かります。業績が良い大企業の影響が残っているとはいえ、薄れて来ているのかもしれませんが。同様の傾向が建設業にも現れています。前回調査ではD I値がゼロまで回復していましたが、再びマイナス20にまで下がってしまいました。最近の建設需要は不安定になっていることが分かります。

業況が悪いながらも業況の底から抜け出そうとしているのが商業と大型店舗です。6月の調査では製造業と建設業の業況が向上しましたので、その一部が消費に廻ったことも考えられます。製造業と建設業の業況が今回低下しているのも、流通系企業の業況が再び悪化することが心配されます。サービス業が前回よりも更にD I値が悪化させている原因は、製造業と建設業のD I値が下がったことにもあると思われます。

	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3	H28.6	H28.9	H28.12	H29.3	H29.6	H29.9
全産業	△5.2	△13.0	△19.4	△13.8	△24.2	△28.4	△26.3	△20.8	△14.9	△32.9
商業	0.0	△17.6	0.0	△11.4	△38.9	△35.7	△39.0	△50.0	△53.8	△44.4
大型店舗	20.0	20.0	0.0	0.0	△37.5	△33.3	△33.3	0.0	△50.0	△40.0
建設業	△23.6	△8.6	△25.0	0.0	△16.7	△16.7	△4.4	△26.1	△0.0	△22.2
製造業	△8.7	△11.1	△35.3	△33.4	△4.3	△20.0	△12.5	△11.8	18.2	0.0
サービス業	6.7	△18.2	△10.5	△11.8	△31.5	△31.3	△33.4	0.0	△26.3	△29.4
その他	△13.7	△45.0	△50.0	△12.5	△28.6	△50.0	△39.9	△28.5	△50.0	△64.5

※「△」はマイナスを表す。

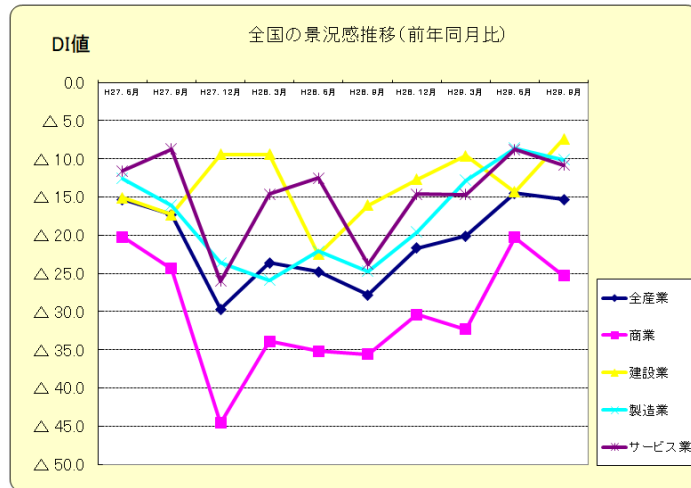
※ 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



<全 国>

	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3	H28.6	H28.9	H28.12	H29.3	H29.6	H29.9
全産業	△15.3	△17.3	△29.7	△23.6	△24.8	△27.8	△21.7	△20.1	△14.5	△15.3
商業	△20.2	△24.4	△44.6	△33.9	△35.2	△35.6	△30.4	△32.3	△20.3	△25.3
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	△15.1	△17.3	△9.4	△9.4	△22.5	△16.1	△12.7	△9.6	△14.3	△7.4
製造業	△12.6	△16.1	△23.6	△25.9	△22.1	△24.7	△19.6	△12.8	△8.6	△10.1
サービス業	△11.6	△8.7	△26.0	△14.6	△12.5	△23.8	△14.6	△14.7	△8.8	△10.8
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 ～製造業のみが明るい観測

市内全産業の先行き見通しはマイナス20.8のDI値であり、全国平均よりも悪い値なっています。その原因は流通及びサービス業にあります。最も悲観的な見通しを立てているのが商業で、マイナス40.0のDI値です。大型店舗もマイナス20.0の値です。そして、サービス業は全国平均を大幅に下回るマイナス35.3の値です。市民や企業の消費に支えられている産業では明るい材料を見つけることができない状況になっていることが分かります。

業況の向上が期待されている建築業ではマイナス11.7のDI値が示されており、十分な受注を確保できていない企業が多くいることが分かります。全国平均もマイナスですから、全ての建築業者に行き渡るほどには建築需要が膨らんでいないことが分かります。

茅ヶ崎市にとって明るい材料は製造業です。先行き見通しはプラス35.3を示しています。全国平均がマイナスですから、市内製造業には首都圏ならではの受注が入っていることと思われます。製造業の好況が続き、市内全域に経済効果が現れることを期待致します。

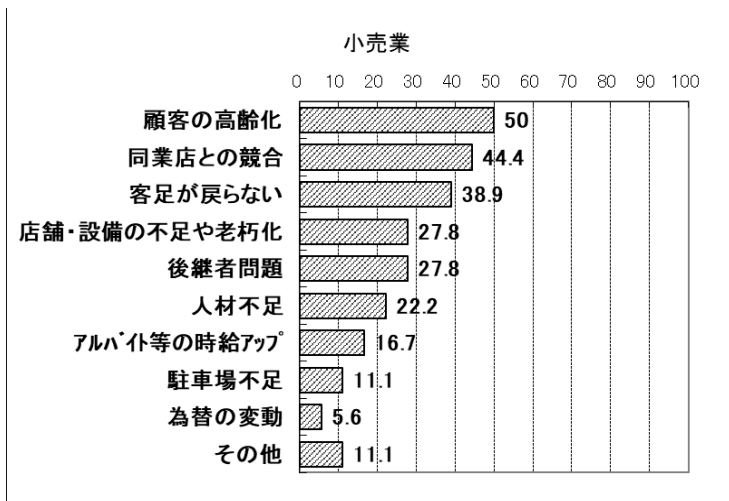
茅ヶ崎市内の先行きはこのような状況ですが、政府は10月25日に発表した月例経済報告の中で、先行きを次のようにまとめています。

先行きについては、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。

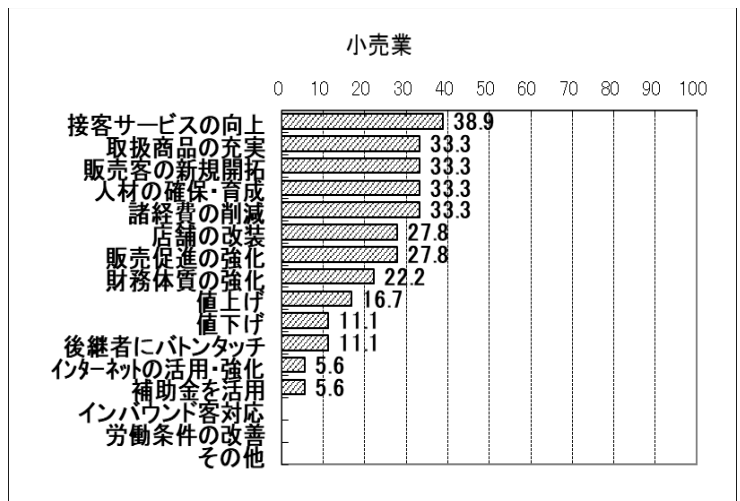
6. 主要業種の経営課題・今後の対策

(1) 小売業

① 経営課題 ～高齢化が定着し客単価が減少～



② 今後の課題 ～接客+メニュー提案で単価を上昇～



① 経営課題 ～お客様の高齢化が定着し客単価が減少～

経営課題の上位二つは前回調査と同じですが、人材不足が2割以上回答を下げたので、客足が戻らないことが3位になりました。市内の小売業は厳しい業況にありますが、課題解決の糸口はなかなか見つからないようです。人材不足への回答が下がっていますが、客数も客単価も増えてはいませんので、人材を補充する必要性がなくなったお店が増えていると思われます。

前回よりも回答が増えているのが、店舗施設老朽化・時給アップ・駐車場不足の三つです。駐車場不足は前回の回答はゼロでした。店舗設備や駐車場不足といった設備面の不備を、客足が戻らない原因と考えている店が増えていることが分かります。従業員やパートを採用している小売店にとって、時給アップは大きな負担になっているようです。売上が伸びていませんから、大きな負担になっていることでしょう。

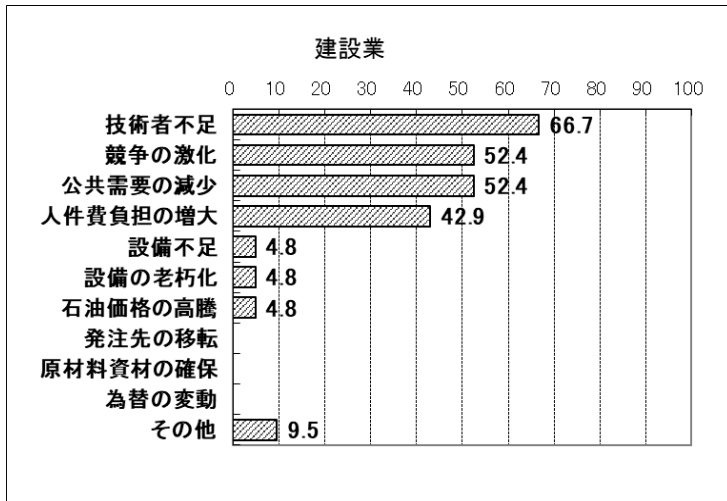
② 今後の対策 ～接客とメニュー提案で客単価アップ～

今後の対策は前回調査と大きく変化しました。第1位であった販促強化が約2割回答を下げたほか、同率で2位であった人材確保と諸経費削減は共に3割台に回答を下げました。代わって1位となったのが接客サービス向上です。顧客の新規開拓も3割台に回答を上げました。前は販促によって来店頻度を高めようとしたのでしょうか。しかし、客数は思ったほど増えなかったのではないのでしょうか。今回の調査では、接客によって来店したお客様により多く買っていただくことをめざしていると思われます。既存客よりも新規顧客の開拓に視点を変えたお店も増えました。インターネット活用も1割近く回答が下がっています。インターネットだけでは集客効果は発揮できなかったということでしょう。

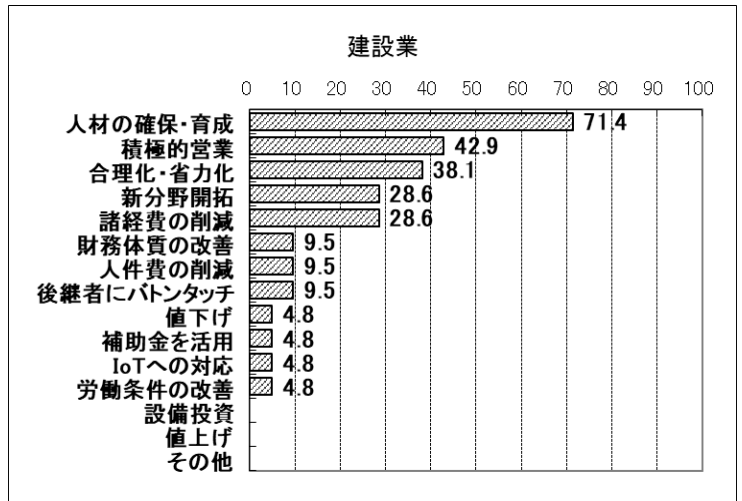
今回の注目したいのは店舗改装です。前回よりも2割多くの回答を集めています。思い切って店舗改装に活路を求めようとする積極的店舗も増えてきたことが分かります。価格戦略は値上げ派と値下げ派がほぼ拮抗しています。店によって価値観がことなることが分かります。今回加えた財務体質強化には2割を超える回答が集まりました。業況が悪い状況が続いていますから、少なからず資金繰りは苦しくなっているお店が増えているはずで

(2) 建設業

① 経営課題 ～競争激化で受注減少、技術者不足～



② 今後の対策 ～人材を確保して受注拡大～



① 経営課題 ～競争激化で受注が減少していることに加え技術者不足～

多少順位の移動はありますが、前回調査と経営課題は大きな違いがありません。しかし、技術者不足は前回よりも1割以上回答が増えていますから、人手不足は更に深刻になっていることが分かります。人件費負担増大は前回同様4割を超える企業で経営課題となっています。

競争激化も前回よりも僅かです回答が増えています。公共需要も継続して下がっており、見積物件が減っていると思われます。人手不足の企業では営業活動も積極的には行えない状況でしょう。建設業の経営課題は上位4つに集中していることが今回も確認できました。

② 今後の対策 ～人材を確保して受注拡大～

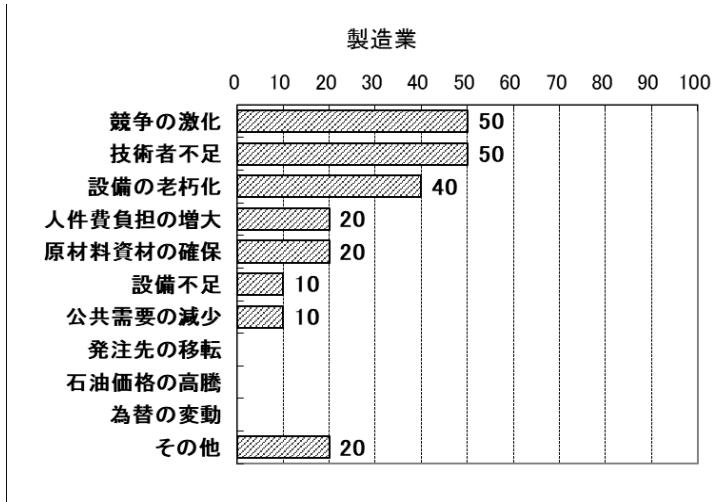
前回よりも回答が下がっていますが、7割を超える回答が集まっている対策が人材確保育成です。2位から4位までも前回と同じですが、回答が少しずつ増えています。人材不足を省力化等で補いながら、新分野も含めて営業活動を強化する姿勢が現れています。

今回の調査では、財務体質改善の回答が下がる一方で、諸経費削減と人件費削減への回答が増えています。積極的に営業は行いますが、利幅が減っており、経費削減で乗り切ろうとしているようです。また、前回1割弱回答があった値上げはゼロ回答となり、反対にゼロ回答であった値下げに回答が若干ですが入りました。物価上昇の転嫁ができないほど、一部ですが入札競争は激しくなっているようです。

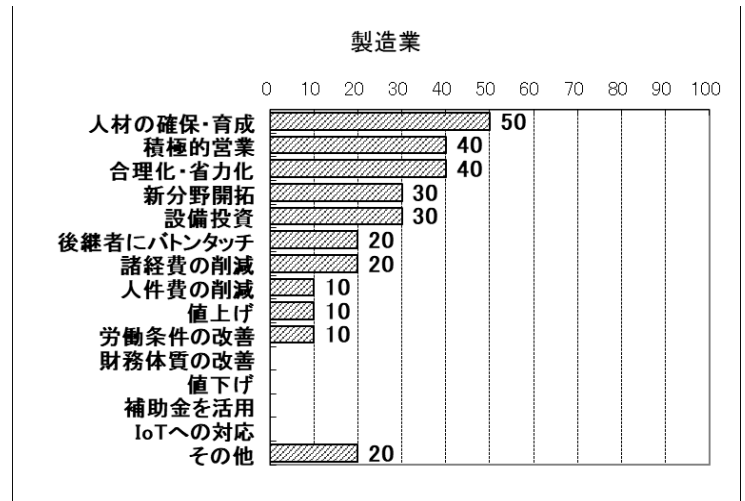
今回新たに設定した労働条件改善には一桁の回答しかありませんでした。人材確保のために労働条件を改善しようとする企業は、現状ではほとんどいないことが分かりました。

(3) 製造業

① 経営課題 ～引き合いはふえているが人材不足と競合激化～



② 今後の対策 ～人材確保とコスト削減で受注拡大～



① 経営課題 ～引き合いは増えているが人材不足と競合激化～

業況に明るさが見えている製造業ですが、人材不足は更に進み、競争も激しくなっています。前回6割近くの回答を集め1位であった設備老朽化は2割近く回答を下げています。競争力強化をめざし企業が設備投資を行ったのでしょうか。設備不足への回答も減少しています。技術者不足と競争激化は前回よりも僅かですが回答を増やして、同率1位となりました。

今回注目したいのは原材料資材確保です。2割の回答ですが、前回より2倍強の回答です。円安や国際問題等が絡み合っているのではないのでしょうか。為替変動がゼロ回答になっていますから、為替そのものが市内の製造業に悪影響を及ぼしてはいないことが分かります。

② 今後の対策 ～人材確保とコスト削減で受注拡大～

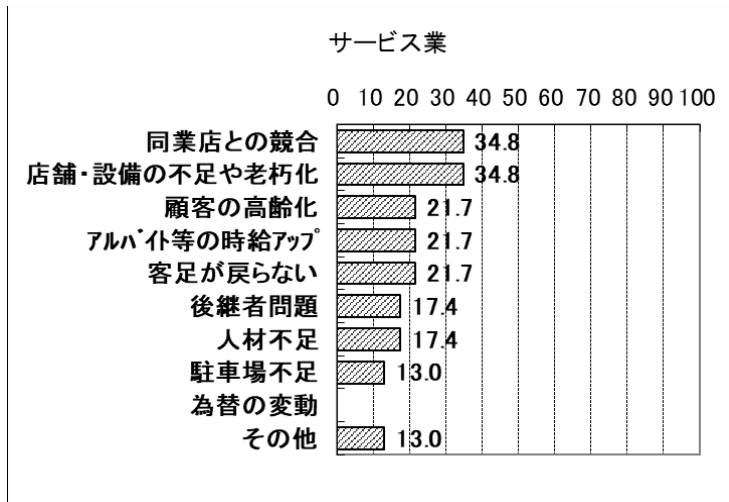
対策の上位三つは前回と同様です。回答もほぼ同じでした。業況が良くなっていますから、主要な対策は継続させると言うことなのでしょう。人材確保と生産性向上を行いながら、営業活動を更に強化することが基本姿勢として示されています。また、財務体質改善が今回ゼロ回答ですから、市内製造業の財務状況が改善されていることが分かります。

新分野開拓と設備投資は前回よりも僅かに回答が下がっていますが3割の回答は維持しています。競争力向上と新たな活動分野の開拓に積極的に取り組もうとしている前向きな企業が茅ヶ崎市の製造業を更に牽引していくことを期待したいです。

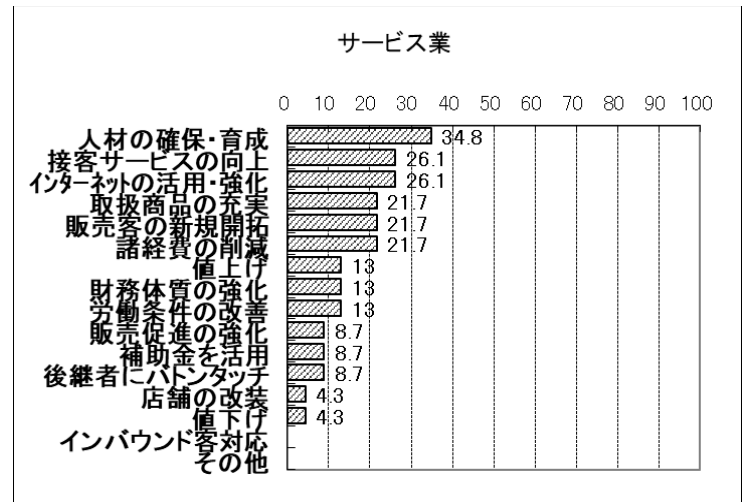
その一方で、諸経費削減・人件費削減・後継者へのバトンタッチは前回よりも回答を増やしている対策です。業況が良いうちに事業継承しようとする経営者が増えてきたのかもしれませんが。市内製造業の中には諸経費や人件費削減が必要なほど利益が減少している企業も、まだ僅かですが、増えつつあるのではないのでしょうか。今回新たに設定した労働条件改善は1割の回答でした。今回をスタートに暫く動向を確認したいと思います。

(4) サービス業

① 経営課題 ～店舗の老朽化と人材不足で客数減少～



② 今後の対策 ～人材を確保して人的サービス強化～



① 経営課題 ～設備能力不足と人件費アップで苦戦～

サービス業は業況調査で苦戦をしていることが示されていますが、需要が減少し競争が激しくなっていることは、前回の調査と同じです。今回の調査では同率1位に店舗設備老朽化が上がってきました。前回よりも回答を2割増やしています。最新の設備を導入することがお客様から求められているのでしょうか。

前回3割を超える回答を集めて2位の課題であった人材不足は、今回の調査では1割以上回答が下がりました。時給アップが1割以上回答を増やしていることと合わせると、市内サービス業ではある程度人材は確保できたようです。しかし、確保できたが故に時給アップという課題を抱える企業が増えたのではないのでしょうか。それでも客足が戻らないへの回答が5分程度増えていますから、苦戦は続いています。お客様の若返りもほとんど進んでいないようです。

② 今後の対策 ～人材を確保して人的サービス強化～

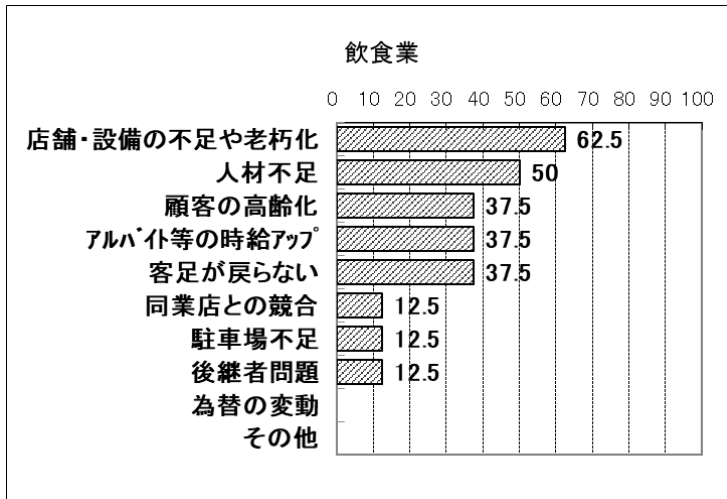
対策の1位は前回同様に人材確保育成ですが、回答が2割程度下がっています。経営課題と同様に、人材を確保できた企業が増えていることが分かります。この人材の活用して接客サービスを向上させることになるのでしょうか。接客サービス向上への回答が前回よりも僅かですが増えています。

前回よりも大きく回答を下げている対策が3つあります。顧客新規開拓と販促強化そして店舗改装です。新規開拓を期待できないほど、需要そのものが減っているサービス分野が増えているのかもしれませんが。販売促進を行っても効果が薄いと判断したようです。そして店舗改装ですが、経営課題では2位に上がっていることから、改装が行われた結果ではなさそうです。サービス業各社は、現在ご利用いただいているお客様へのサービスを向上させることに主眼を置こうとしているのではないのでしょうか。

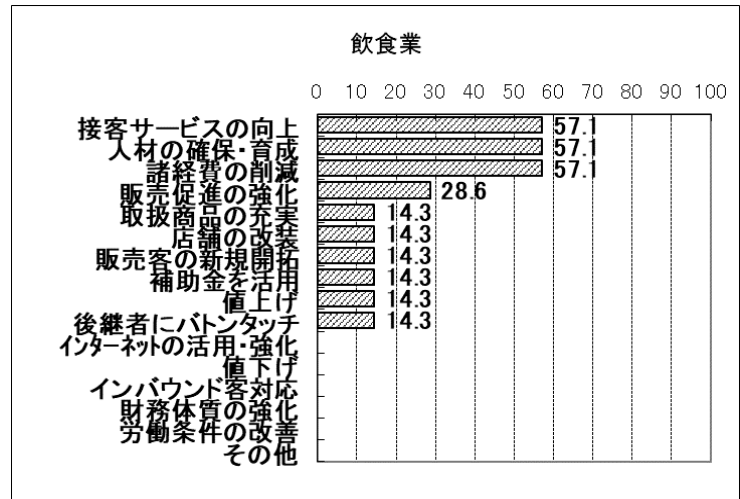
今回新たに設定した対策では、財務体質強化と労働条件改善に1割強、補助金活用には1割弱の回答が集まっています。今後の推移を継続確認したいと思います。

(5) 飲食業

① 経営課題 ～店舗の老朽化と人材不足で客数減少～



② 今後の課題～店舗の老朽化と人材不足で客数減少～



① 経営課題 ～店舗の老朽化と人材不足で客数減少～

飲食業では7割5分のお店で客数が減少しています。店舗施設老朽化をその主な原因としていることが今回の調査で現れています。前回よりも3割弱回答を増やし6割を超えています。人材不足は前回と同様に5割の回答でした。人材不足も客離れ要因のひとつであることは確かです。顧客高齢化は1割以上回答が増え、客足がもどらないも2割以上回答が増えていることから、若者離れが更に進んでいることが分かります。また、同業者との競合は前回同様に1割強の回答です。客離れの原因は競合ではなく、茅ヶ崎市民が外食を控えていることにありそうです。

② 今後の対策 ～人材確保とサービスを向上させながら諸経費削減～

今後の対策は大きく変化しました。前回6割以上の回答を集めて1位であった諸経費削減が回答を僅かに下げ、接客サービス向上と人材確保育成がそれぞれ3割と2割回答を増やしました。その結果、3つの対策が同率1位になりました。経費を削減して耐えているだけでは業況の回復が見込めないとの判断ではないでしょうか。スタッフを揃えて接客を充実させる方向に多くの飲食店が舵を取ったようです。取扱商品充実が3割以上回答を下げていることから、対策が接客中心に移っていることは確かでしょう。販促強化も店舗改装も前回よりは僅かに回答が多くなりました。積極的なお店も増えていることが分かります。

新規顧客開拓とインターネット活用も回答が大幅に下がっています。共に2割以上下がっていますが、インターネット活用は今回ゼロ回答でした。外食需要が減少している現在、新規開拓に手間とお金を掛けるより、既存の来店客を大切にすることを優先していることがここでも確認できます。今回新たに設定した財務体質強化と労働条件改善に関してはゼロ回答でした。飲食店の労働条件改善は、社会一般では話題となっていますが、茅ヶ崎市内にはこの問題は顕在化はしていないようです。