

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1．調査期間 平成16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	137	26	19.0%
大型店舗	15	7	46.7%
建設業	71	14	19.7%
製造業	57	22	38.6%
サービス業	68	11	16.2%
その他	52	15	28.8%
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（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．現在の経済状況

平成15年12月までは気温が高く暖冬といわれましたが、平成16年1月には全国的に冬らしい気候になりました。しかし、3月は暖かい日が続き、東京では3月18日に桜の開花宣言が出ました。これは2002年に次いで観測史上2番目に早い記録と言うことです。お花見需要がずれてしまいました。

大企業の業績は向上しており、平成16年は不景気が「申（サル）」年になって欲しいと思います。平成16年3月の内閣府発表月例経済報告では「景気は、設備投資と輸出に支えられ、着実な回復を続けている。」とし、先行きに関しては「世界経済が回復する中で、日本の景気回復が続くと見込まれる。一方、為替レートなどの動向には留意する必要がある。」と説明されています。しかし、決して楽観視はできそうにありません。中国向けの機械輸出は堅調に推移していますが、アメリカ向けの輸送用機器や電気機器の伸びは一服しているようです。年度末の景気を左右する公共投資も前年を下回る実績になっています。完全失業率も0.1%上昇し5.0%に上がってしまいました。

「為替レートに注意が必要」とのことですが、3月15日では111円台となっております。

ドルに対して円安の傾向が続いています。円高に推移すると日本は輸出に頼っているだけに景気に大きな影響が出てきます。しかし、アメリカ経済の復興と中国経済の成長は続いており、円安が続く限り日本の経済は製造業を中心に復興が期待できることとなります。また、個人消費は確かに持ち直しています。しかし、所得はヨコバイになっただけでまだ上向いてはいません。3月は進級進学及び年度末であるため個人消費は進みますが、消費税が総額表示になる4月以降どのように推移するかは小売業者の対応如何になりそうです。

6. 茅ヶ崎市経済の業況

(1) 業況（総合的な判断）

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	15年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	9.9	13.2	4.3	30.2	24.8
商 業	45.9	45.9	28.0	31.7	23.3
大 型 店 舗	28.6	14.3	14.3	-	-
建 設 業	14.3	0.0	14.3	54.8	49.1
製 造 業	27.3	18.2	18.2	14.9	19.2
サ ー ビ ス 業	18.2	9.1	30.0	27.9	20.5
そ の 他	25.0	35.7	6.6	-	-

前回の調査時点平成15年12月との比較では茅ヶ崎市の産業全体ではマイナス13.2の数値が示されています。マイナスではありますが、前回12月の数値よりも10ポイント以上改善されています。前は製造業だけがプラスでしたが、今回は建設業とサービス業がマイナスからプラスに転じました。建設業も少ないとはいえ、年度末の公共投資需要を確保できたと思われれます。しかし、昨年並みの需要を確保できていない業者が多いことは前年3月比の数値から分かります。サービス業は急速に回復してきたようです。しかし、いまだ不景気から抜き出すことができないのが商業です。前回調査の平成15年12月の数値よりも2ポイント下がりマイナス45.9の数値になってしまいました。一方で、大型店は大きく業況を戻しました。マイナスではありますが、前回調査よりも30ポイント改善されマイナス14.3になりました。景気が上向いたことによる消費需要は市内中小小売店ではなく大型店に流れたことがわかります。

全国と比較すると、茅ヶ崎市内業者の回復が早いことが分かります。産業全体では全国が約9ポイント改善してマイナス30.2ですが、茅ヶ崎市ではマイナス9.9まで、22ポイントが改善されています。商業の落ち込みは全国平均よりも大きいですが、建設業・製造業そしてサービス業が景況の回復に大きく貢献しているのです。

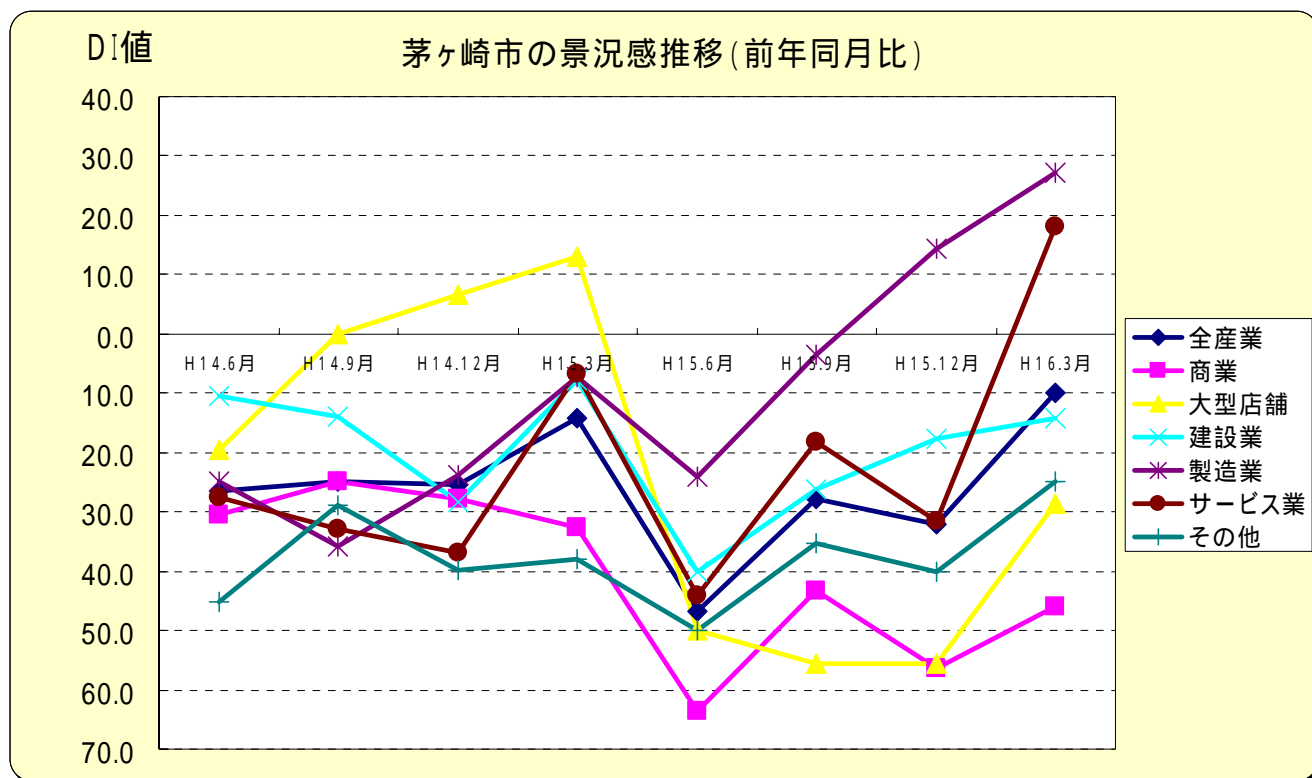
(2) 業況（前年同月比の推移）

前年同月比のDI値を平成14年6月調査から比較してみると、平成15年12月に多少の停滞はありましたが、市内事業所の景況感平成15年6月を「底」に上昇を続けていることが分かります。この傾向は全国的にもいえることです。全国ではまだ全ての産業がマイナスのDI値ですが、茅ヶ崎市では製造業とサービス業がマイナスから抜け出すことができました。安定した伸びを示しているのが製造業です。テロ被害以降のアメリカの復興に中国の経済成長が加わり、更に円安が後押しをしている結果と判断することができ

ます。特に大きな伸びを示しているのがサービス業です。平成15年6月にはマイナス44.0であった値が今回の調査では18.2まで改善されました。大手事業所等では、間接部門やサービス部門のアウトソーシングが行われており、市内サービス業もその需要をつかむことができたのかも知れません。

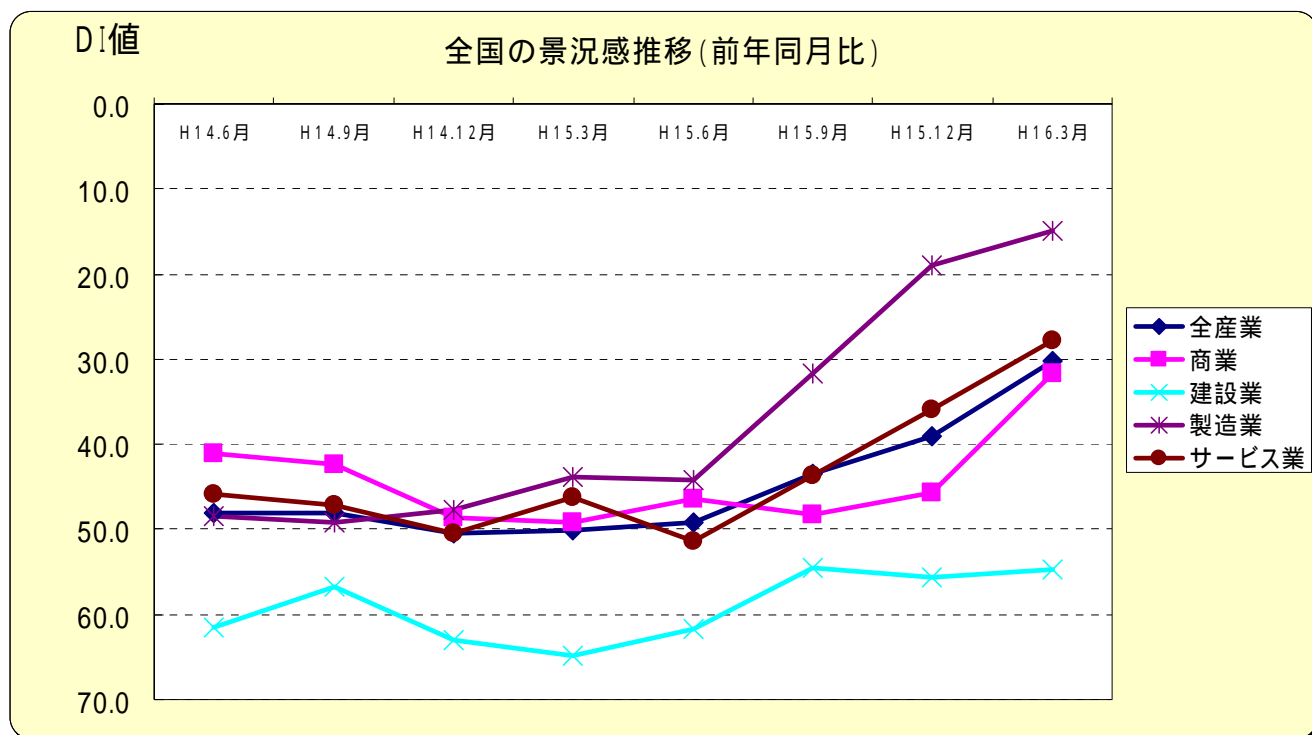
建設業もマイナス14.3まで回復してきており、プラスに転じるまで後一步にきています。しかし、グラフの傾斜が緩やかになっていることから分かるように、改善の勢いが少なくなっているようです。プラスに転じる為には、新たな需要開拓が必要かも知れません。市内大型店舗は平成16年に入ってから急速に業績を回復させているようです。平成15年12月が「底」と考えて良さそうです。それに比べて、抜けきれないのが商業です。平成15年6月が「底」ではありますが、平成16年3月は平成15年9月よりも低い数値であり、決して上昇傾向とはいえません。市内の中小小売店にはまだ春は来ていないようです。

<茅ヶ崎市> *印は、調査票項目(11)「景気(業況)」の集計値を表示(平成15年度調査より)



	H14.6月	H14.9月	H14.12月	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	*H16.3月
全産業	26.6	24.9	25.4	14.2	46.8	27.8	32.0	9.9
商業	30.5	25.0	27.8	32.5	63.6	43.2	56.4	45.9
大型店舗	19.5	0	+6.5	+13.1	50.0	55.6	55.6	28.6
建設業	10.4	14.0	28.4	7.7	40.0	26.3	17.7	14.3
製造業	25.0	35.8	23.8	7.3	24.1	3.5	14.3	27.3
サービス業	27.6	33.0	37.0	6.8	44.0	18.2	31.5	18.2
その他	45.3	29.0	39.7	38.0	50.0	35.3	40.0	25.0

< 全 国 >



	H14.6月	H14.9月	H14.12月	H15.3月	H15.6月	H15.9月	H15.12月	*H16.3月
全産業	48.1	48.1	50.5	50.1	49.1	43.4	39.0	30.2
商業	41.1	42.3	48.6	49.2	46.4	48.3	45.6	31.7
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	61.6	56.8	63.0	64.8	61.7	54.6	55.6	54.8
製造業	48.5	49.2	47.7	43.9	44.3	31.7	18.9	14.9
サービス業	45.8	47.2	50.4	46.2	51.4	43.6	35.9	27.9
その他	-	-	-	-	-	-	-	-

* 「 」はマイナスを表す。

*表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

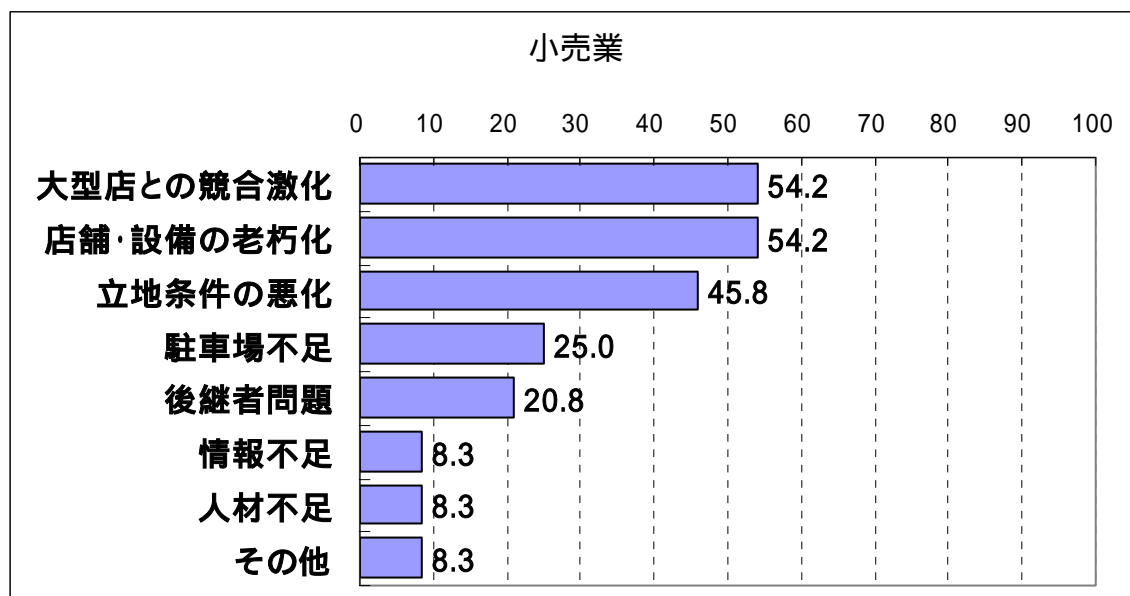
7. 茅ヶ崎市経済の先行き

全国的な見通しがマイナス24.8であるにもかかわらず、茅ヶ崎市全体としてはマイナス4.3まで回復しています。しかし、これは茅ヶ崎市の全体的な傾向ではありません。前回調査時点との比較でDI値をゼロにまで改善した建設業であっても先行き感はマイナス14.3を示しています。長期的に見て建築需要が大きく膨らむことはないという考え方が示されていると考えられます。製造業は先行き見通しを18.2まで高めており、当面の受注を確保できていることが分かります。サービス業の先行き感のDI値は何と30.0にまで上がっています。輸出中心の製造業に引っ張られて市内の景気は上向いています。それは大型店の先行き見通しが平成15年12月の数値よりも約20ポイント改善されていることから分かります。しかし、商業のDI値は11ポイント改善されていますが、

それでもまだマイナス28.0という数値です。市内商業者には景気回復の恩恵が殆ど回ってこないことを示しているのではないのでしょうか。

8. 主要業種の経営課題

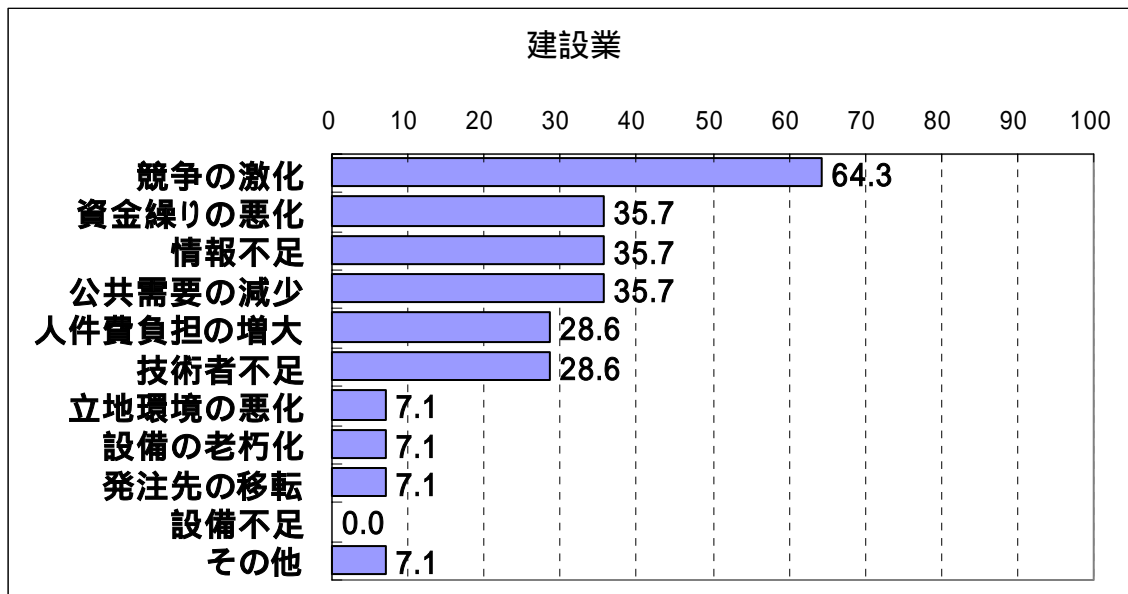
(1) 小売業



「大型店との競合激化」は従来から経営課題の第1位を占めてきましたが、同率で「店舗・設備の老朽化」が重要な経営課題に入ってきました。景況調査で景気回復感が茅ヶ崎市全体に表れていることを説明しましたが、中小小売店でもほぼ半数の店舗がその景気回復基調を感じ始めたようです。いざ、お客様を呼び込もうとしたときに、自店の老朽化が目立つのでしょうか。大型店との競合に打ち勝とうとすれば最低限の設備投資をして行かなくてはなりません。一方、「立地条件の悪化」は前回調査よりも回答率が上がっています。道路整備や交通機関の変化によって、立地が悪化している小売店が増えていることが分かります。

「情報不足」と「人材不足」ともに1割に満たない回答率に下がりました。前回までは売れないことに対する単なる言い訳だったのかも知れません。インターネット等で情報はいくらでも入手できます。また、大手企業の退職者が多い現在、人材は比較的集めやすい状況にあります。市内の景気が回復した結果、問題は店舗や経営者自身にあることに気が付いたのではないのでしょうか。

(2) 建設業



平成15年6月から着実に業績を回復させている建設業ですが、「競争の激化」に変化はないようです。そして、「公共需要の減少」を訴える事業所が約1割減少していることから分かるように、年度末である1月～3月は、十分ではありませんが、公共投資の恩恵を得ている事業所が多くなっていることが分かります。そこで新たな問題点が発生しました。

「資金繰りの悪化」です。受注は増えましたが、人件費や外注費等の支払いで先にお金が出てしまい、資金繰りはかえって悪化してしまったのではないのでしょうか。これまで当てにしていた金融機関からも十分な借入ができない状況を想像することができます。

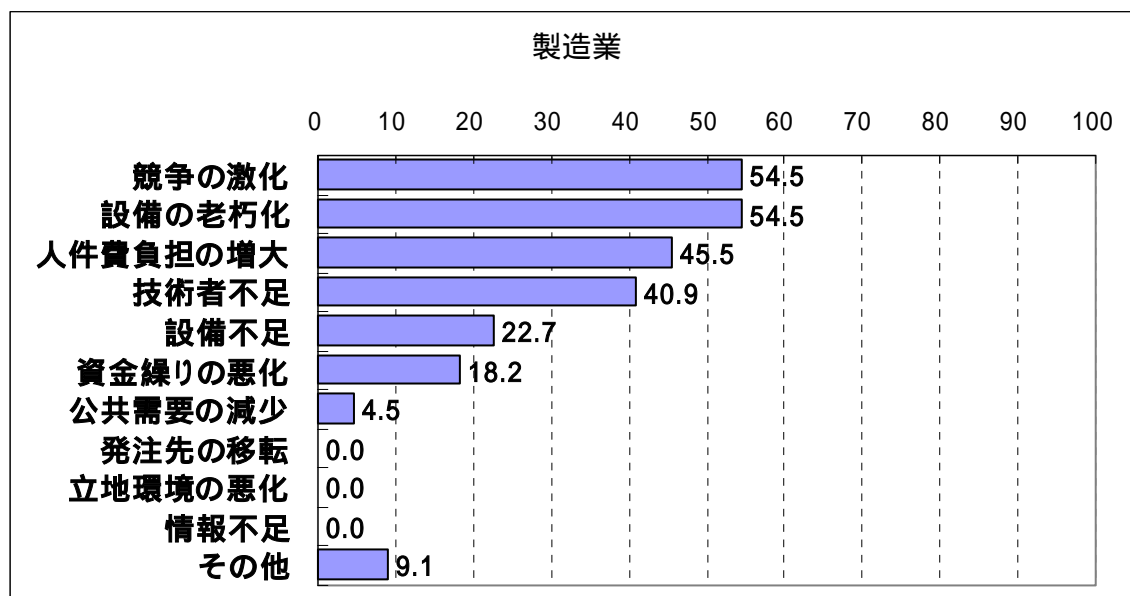
経営課題として浮上した項目として「情報不足」をあげることができます。今回は1割程度の回答であったものが3割を超える回答を集めています。入札の案内がインターネット経由になっていることもあり、公共需要を中心に発注形態が電子化されていることに気が付いていない事業所がまだ存在するのではないのでしょうか。また、高齢者住宅の改装需要なども今後期待される分野です。しかし、この需要をどうすればつかむことができるのかという情報は既存の建築業者には不足しているかも知れません。

(3) 製造業

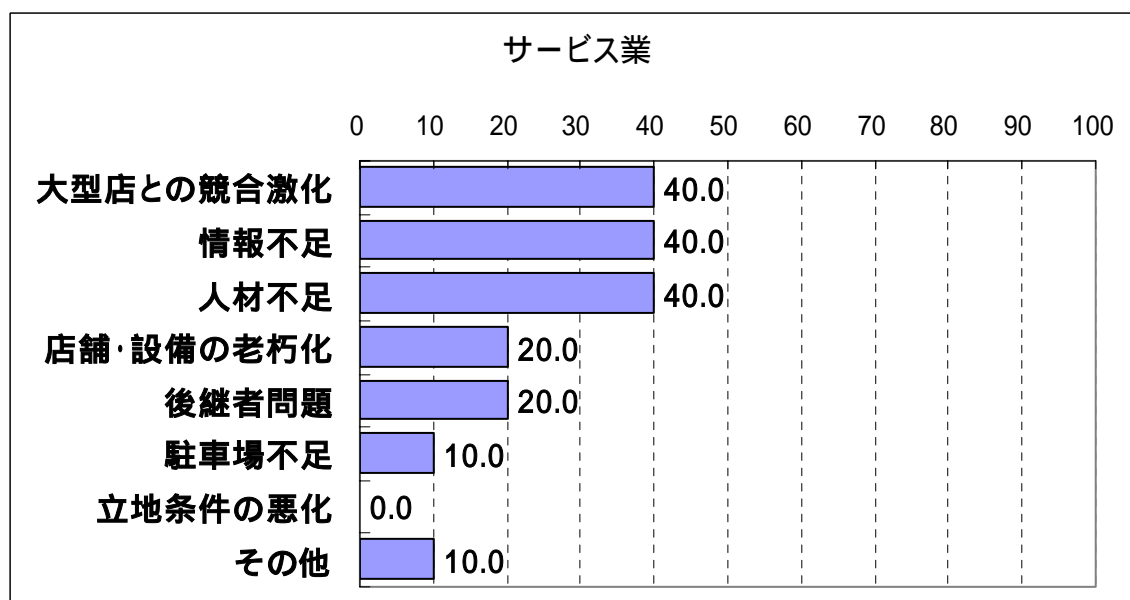
経営課題の上位4項目に変化はありません。しかし、その差が小さくなっています。これまで断然1位だった「設備の老朽化」は前回よりも2割程度回答率を下げています。受注量はある程度確保できている製造業ですから、その分だけ設備投資が行われたことが分かります。設備投資によって競争の激化が少しは和らいだのかも知れません。そして、「技術者の不足」は1割弱ですが、回答率を伸ばしました。仕事が増えるようになって、更に良い仕事をとるためには、更に上の技術を狙わなければならないのでしょうか。

仕事が増えるようになって「資金繰りの悪化」は若干ですが改善されたようです。元請けとなって外注を使っていれば、一時的に資金繰りが悪くなることがあります。しかし、茅ヶ崎の製造業では資金繰りが改善されていることから、加工賃収入を得ている工場が多い

ことが分かります。これからの首都圏の工場として付加価値が高い仕事をとることができるよう、技術を向上させていただきたいと思います。



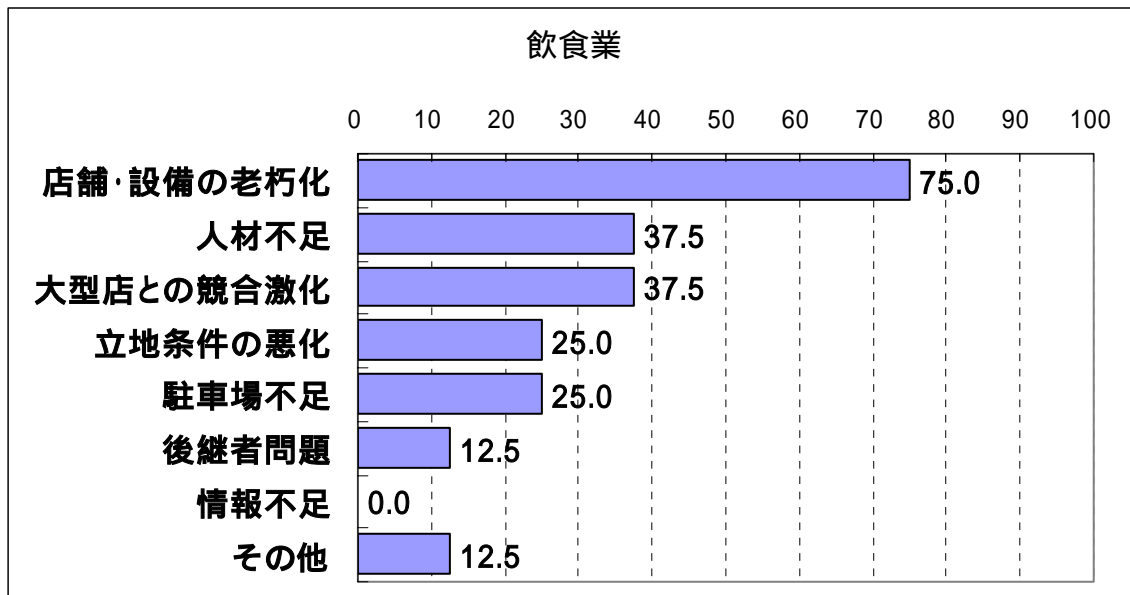
(4) サービス業



茅ヶ崎市内で、現在の景況感及び先行き感が最も明るい産業がサービス業です。前回の調査で第2位だった「大型店との競争激化」が後退して、「情報不足」と「人材不足」と同率（40%）首位になりました。製造業に引っ張られて景気が良くなった結果、仕事の絶対量が増え、中小のサービス業者にも仕事が回るようになってきたと考えられます。それだけに「人材不足」と「情報不足」がクローズアップされたのではないのでしょうか。特に「情報不足」はほぼ2倍に達しています。これにはまだまだ仕事を増やすことができるという前向きな解釈ができるでしょう。仕事があるからこそ問題にならなくなったのが「店

舗・設備の老朽化」と「後継者問題」です。

(5) 飲食業

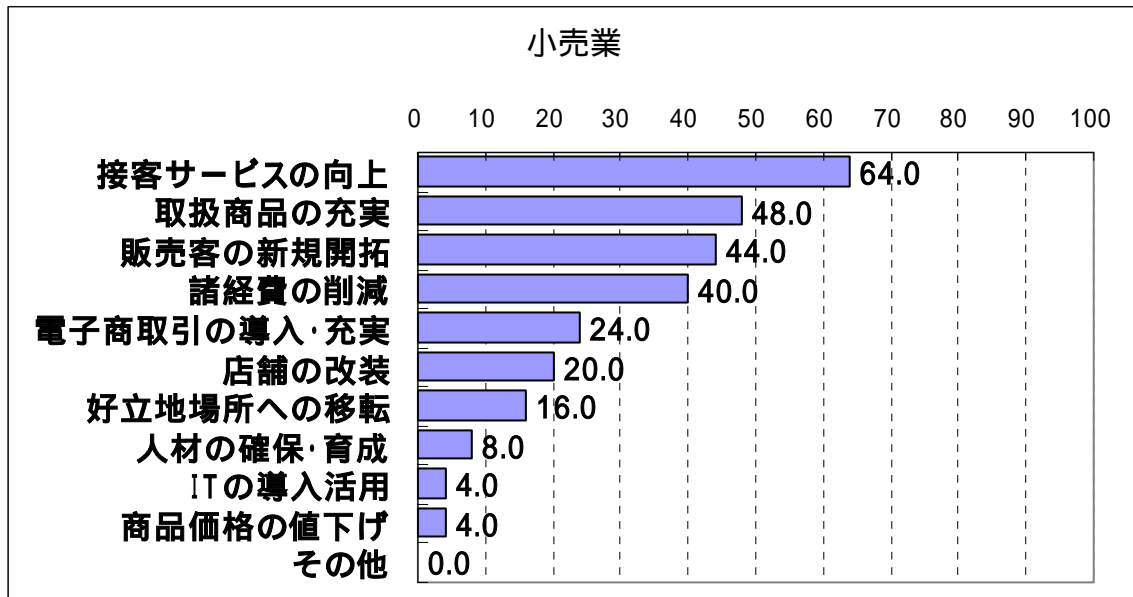


前回は経営課題の第1位を「駐車場不足」としていました。しかし、今回の調査では4分の3の事業所が経営課題を「店舗・設備の老朽化」と答えています。お客様が来ない理由は駐車場が不足していることではなかったということでしょうか。お客様は比較的新しくきれいな店舗を選んでいったという結論を飲食店が出したと考えられます。また、市内の景気が多少上向いていることから、飲食店の利用者も多くなっていることが予想できます。動き始めたお客様はやはり目新しい飲食店をめざすのでしょうか。そしてこの回答が多いことは、飲食店に投資意欲が湧いてきたとも考えることができます。

「大型店との競合激化」と「立地条件の悪化」も低下した経営課題です。お客様から選ばれた飲食店を検討した結果の回答ではないでしょうか。立地が良いとか大きいという理由よりも、美味しさやその店の特徴が選択理由となっていたと考えられます。「人材不足」を解消して、選ばれる飲食店づくりをめざしていることが伺われます。

9. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業



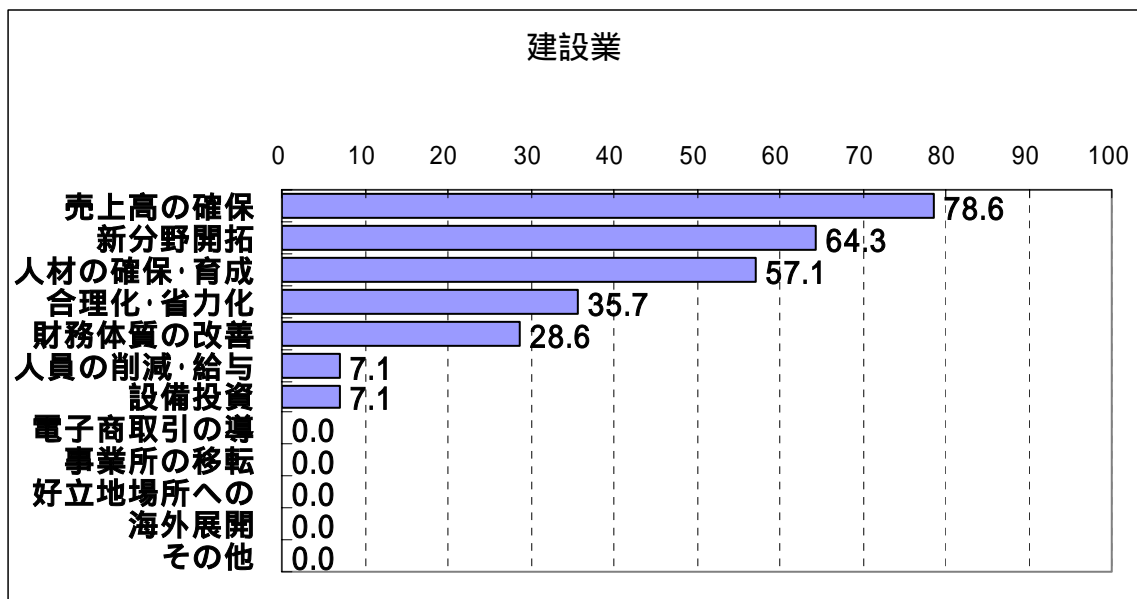
市内の景気は多少明るさを見せていますが、なかなか明るさが見えない中小小売業は接客サービスの向上が対策の第1位になっています。12月の第1位が「取扱商品の充実」でしたから、1位と2位が入れ替わったことになります。3位と4位は変わりませんでした。そして、4位までが4割以上の回答を集めました。

今回の調査で大きく支持を増やした対策は「電子商取引の導入・充実」です。前回の平成15年12月では1割に満たなかった回答ですが、今回は回答者のほぼ四分の一から支持されています。家庭内に8割以上普及しているインターネットを利用して自店の商品を受注販売する気持ちを抱いている小売店が増加したのです。インターネットでの商品販売は和菓子屋さんや地方物産品のようにオリジナル商品を持っているお店が強いようです。携帯メールのメールマガジンと連携して商品販売を行っているお店も出てきました。どのような商品をどのように紹介したら販売に結びついたかを記録して、電子商取引をシェイプアップして頂きたいと思えます。

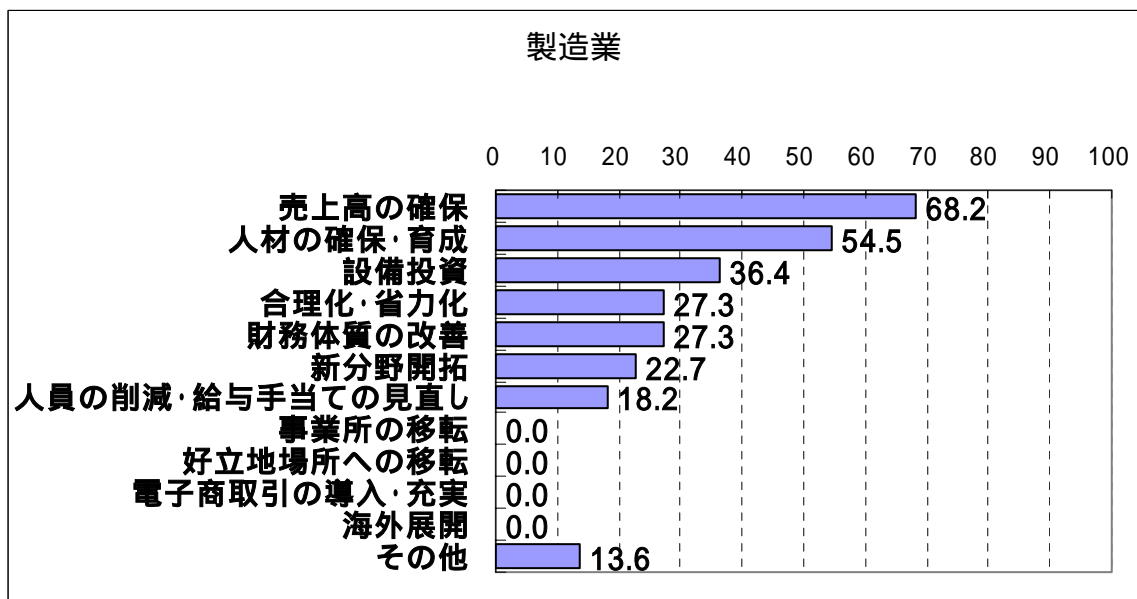
(2) 建設業

前回調査の平成15年12月と比較して景況感がプラスマイナスゼロにまで回復した建設業ですが、売上高は絶対的に不足していることがわかります。回答者の約8割が「売上高の確保」を今後の対策に掲げています。大きく変化したのは第2位となった「新分野開拓」です。建築業全体としても、建築需要は今後伸びないことを前提に、異業種に活路を求めようとしています。畑作や酪農等、農業分野への進出は多く事例が見受けられるようになりました。茅ヶ崎市でも6割を超える建設業者が新分野への進出を検討しています。具体的な検討内容は不明ですが、高齢者福祉の分野には建築業を活かす分野がありそうです。このほか合理化や財務体質の強化が支持率を高めています。苦しいとは言いながら、まだ改善の余地があったことがわかります。茅ヶ崎市内の建築業者もそろそろ建築だけで

は事業を続けることは難しいことが理解されてきたようです。どの分野に挑戦しても簡単に儲けさせてくれることはありません。しかし、建築のノウハウを生かすことができる分野をそれぞれの企業が見つけ出して欲しいと思います。



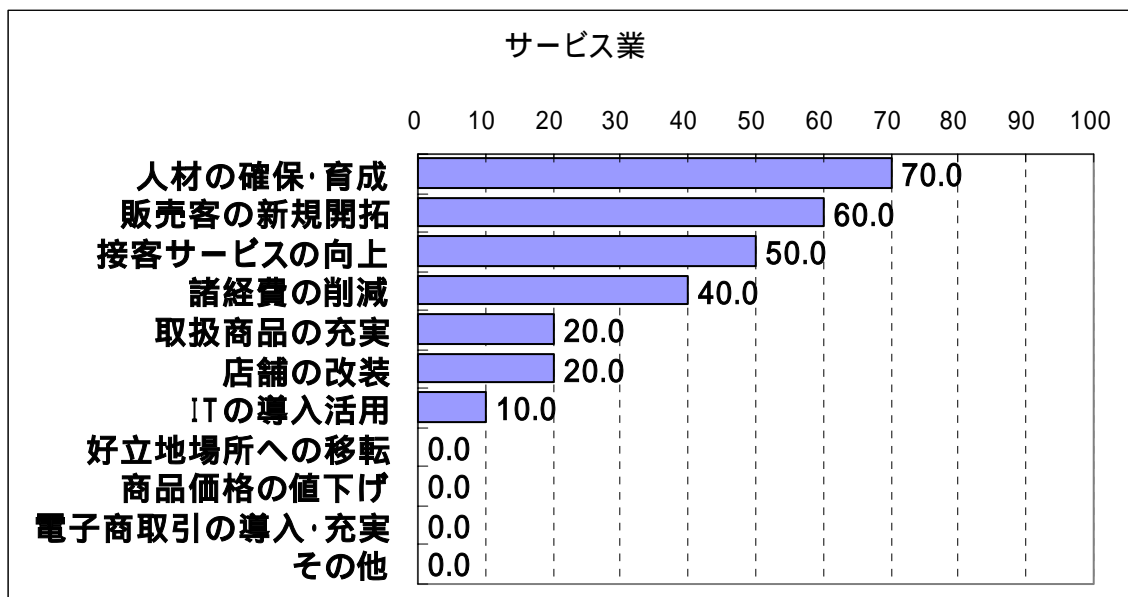
(3) 製造業



更にD I値の改善が続いている製造業ですが、経営課題の第1位は「売上高の確保」で変わりません。仕事が確保されている事業所が増えているせいでしょうか、支持率は約1割下がっています。「人材の確保・育成」は前回とほぼ同様の支持率であり第2位であることも同じでした。変化が現れたのは第3位です。「新分野開拓」が第6位に下がり、「設備投資」が約3割5分の回答を得て第3位に上がりました。売上高は決して十分ではありませんが、設備投資ができる程度にまでは回復してきていることが分かります。合理化や省

力化は約3割の事業所で経営課題となっていますが、両者とも5分程度支持率を下げています。今回の調査で浮上した「設備投資」は生産増強であることが裏付けられました。この状況が少しでも長く続き、製造業者の財務体質を強化できる状態を作りあげたいものです。

(4) サービス業



前回調査時である平成15年12月と比較しても前年同月比と比較しても、DI値が一挙にプラスに転じ、先行き見通しも大きくプラス30を示しているサービス業ですが、経営課題にも変化が現れました。これまで第1位であった「接客サービスの向上」が第3位に後退して、「販売客の新規開拓」が6割の支持率で第2位、「人材の確保・育成」が7割の支持率で第1位に繰り上がりました。人材を確保しなければならないほどに仕事が入ってきていることを示していると思われます。新規開拓もいまがチャンスというところでしょう。サービス業全体に活気ある回答が多くなっているようです。

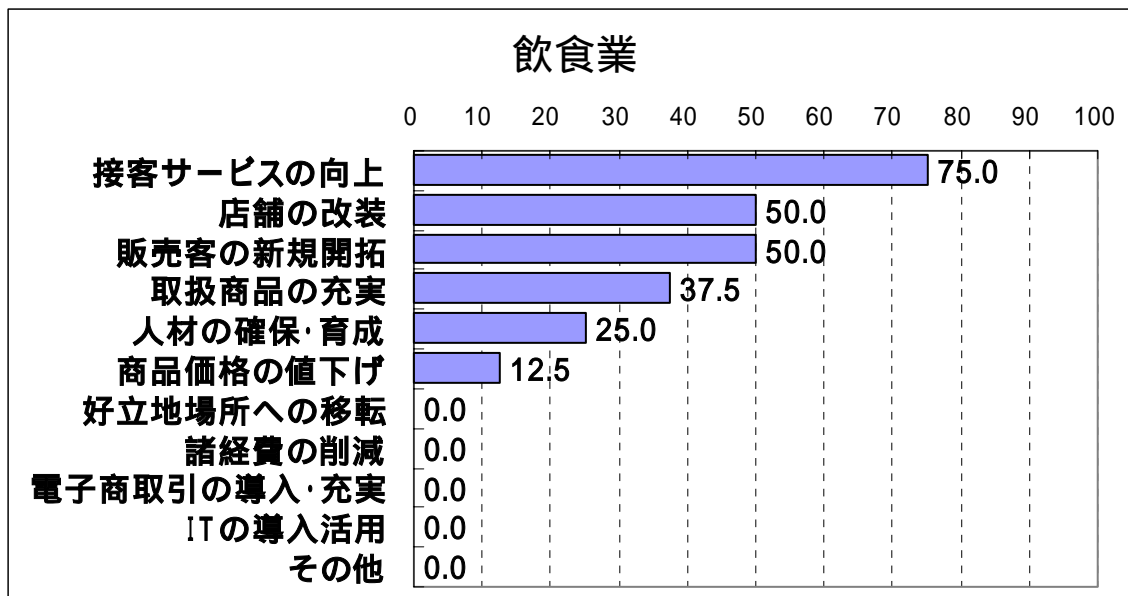
その一方「ITの導入・活用」や「電子商取引の導入・充実」は減少しました。時代の流れから言えば、サービス業では更に重要な対策となるはずですが、新しいしくみを考えるよりも、現在発生している仕事の引き合いを受注することの方が先決になっていると考えられます。

(5) 飲食業

設備の老朽化が経営課題の第1位になった飲食業ですが、対策の第1位は前回同様「接客サービスの向上」で7割5分の回答を得ています。本来高い支持率があるはずの「店舗改装」は5割の支持を得て、新規開拓と同率2位に留まっています。設備や建物の老朽化は分かっていますが、建て替えるだけの資金を準備できない飲食店が多いのではないのでしょうか。

支持率が下がっている対策は「取扱商品の充実」と「人材の確保・育成」です。前回調

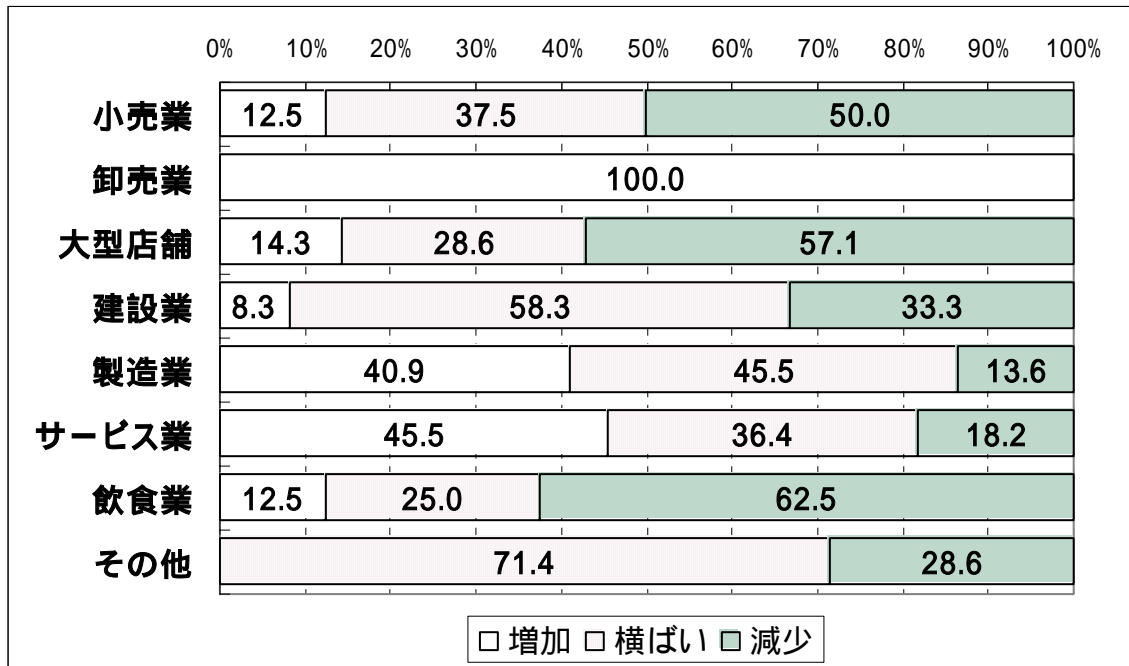
査では大型店との競争を意識した対策を講じようとしていましたが、今回は特徴ある中小飲食店をめざす方向に向かおうとしているのでないでしょうか。無理して人を増やさず、メニューを絞り込んで特徴を出すとともにコストを下げるのです。これを裏付ける回答が「商品価格の値下げ」です。従来ゼロ回答であったものが今回は1割を超える支持を集めました。米国産牛肉のBSE問題や鳥インフルエンザ問題を抱える飲食店では、材料の調達に苦勞が絶えません。値下げ動向はこのような外的要因をしのぐ対策に過ぎないかもしれません。個性ある飲食店を作り出し、お客様から選ばれる店への脱皮が必要な時期にさしかかっているようです。



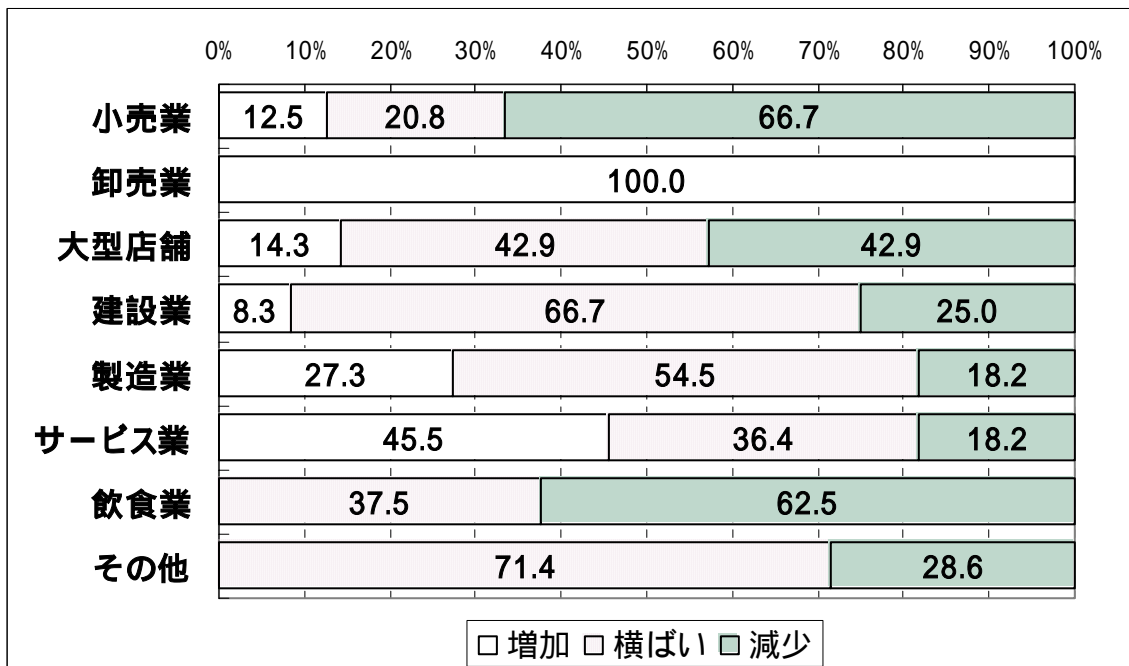
10. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

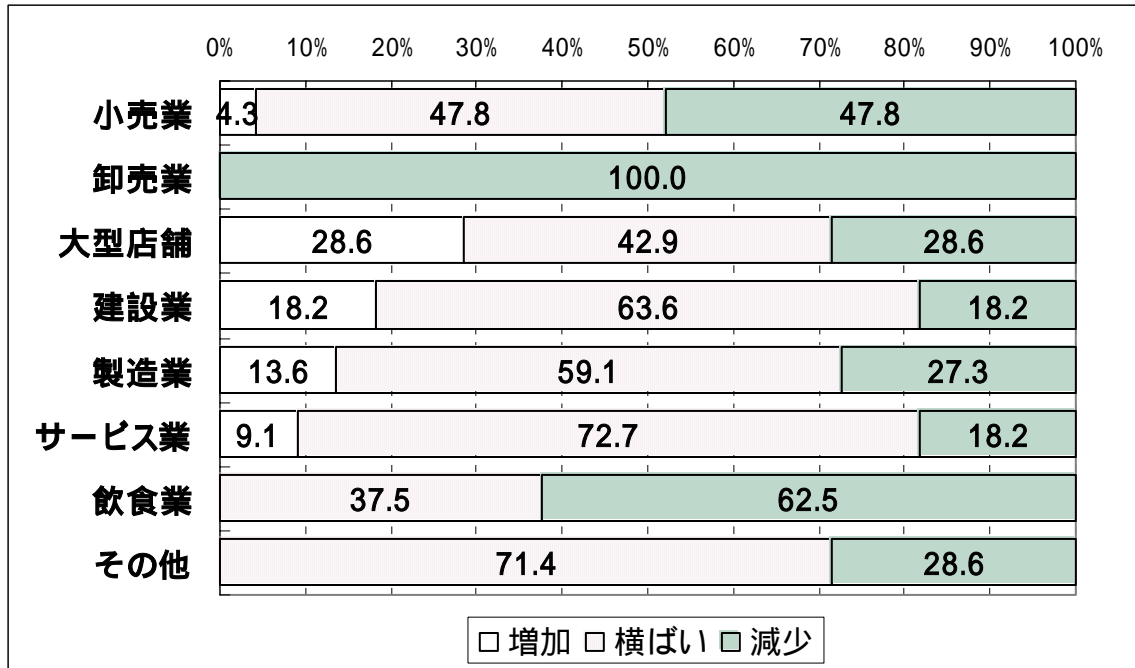
売上高



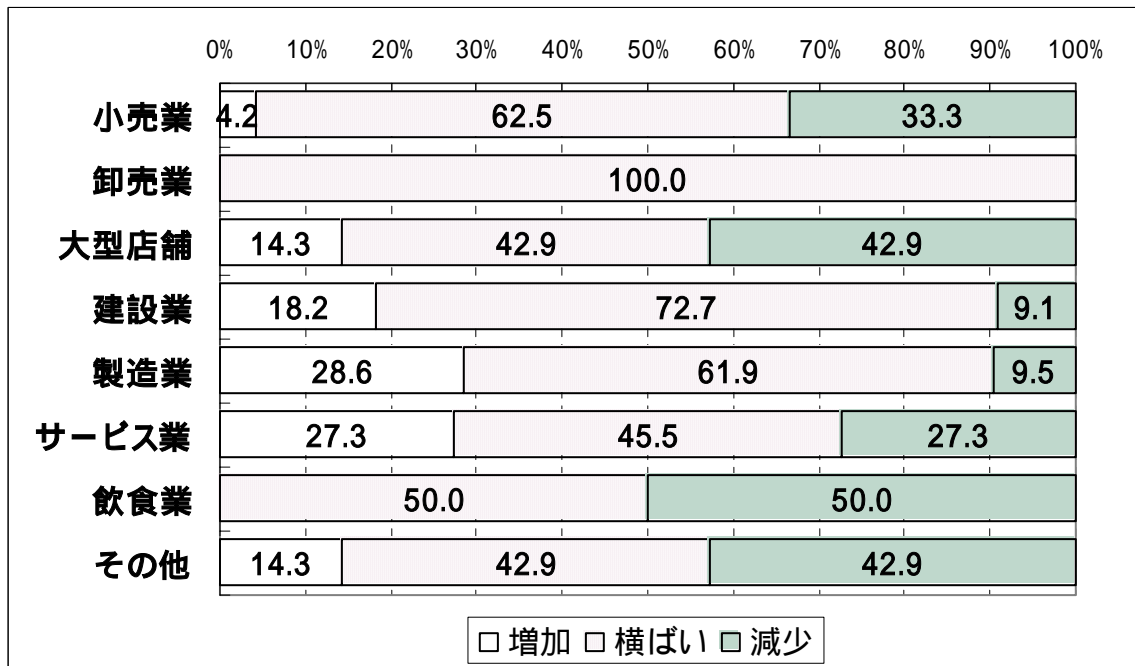
利益



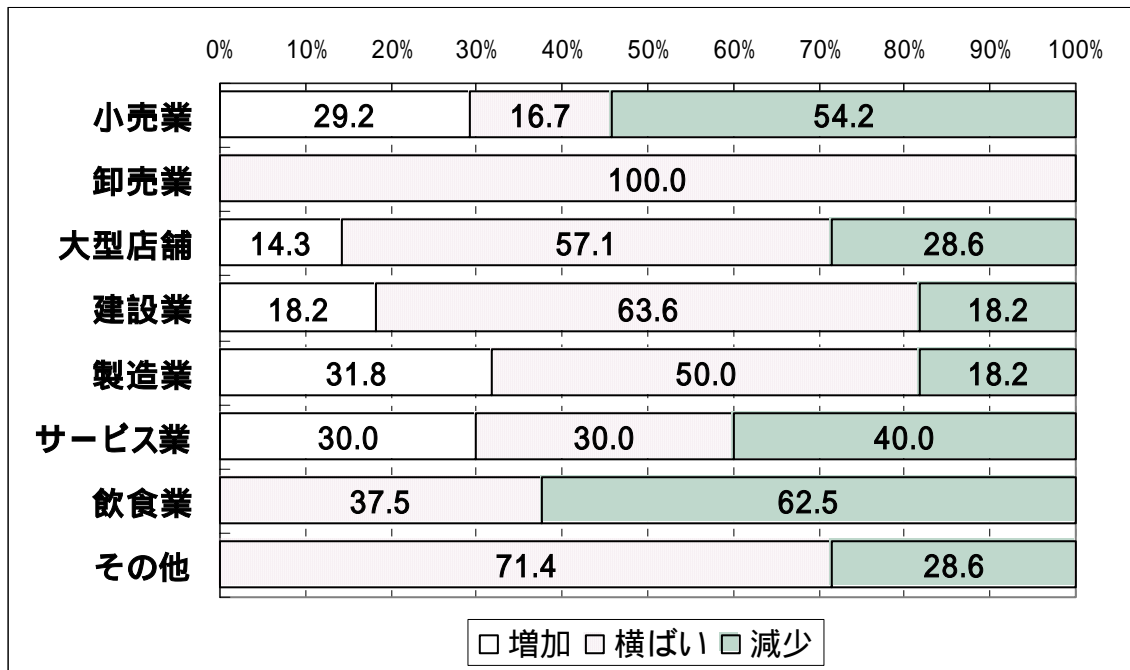
利益率



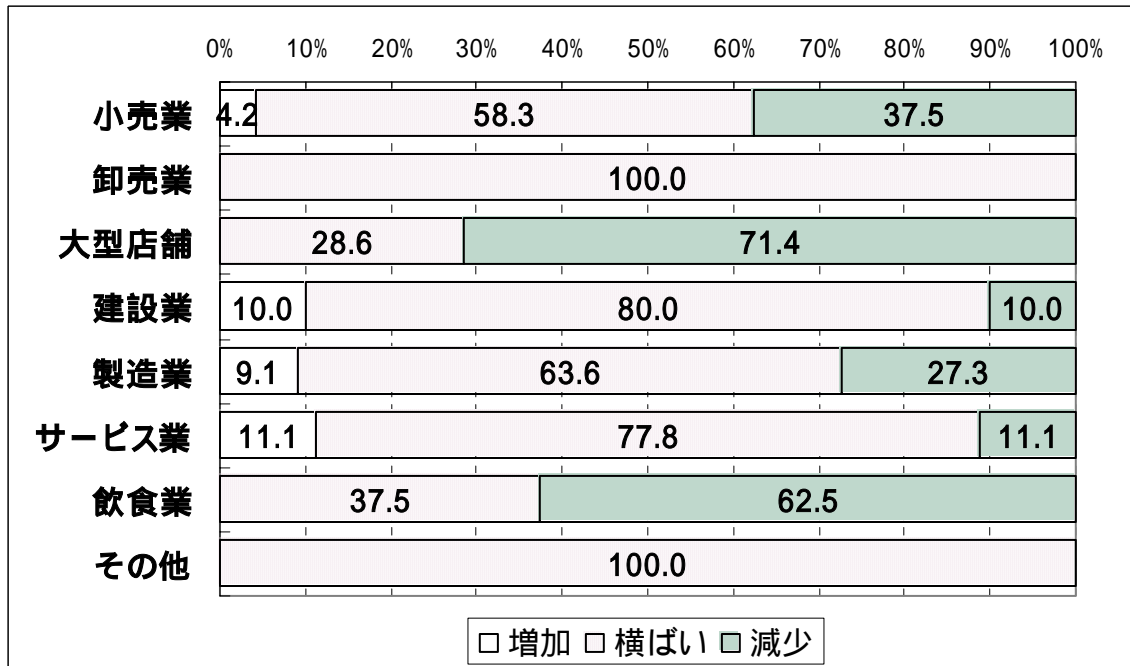
諸経費



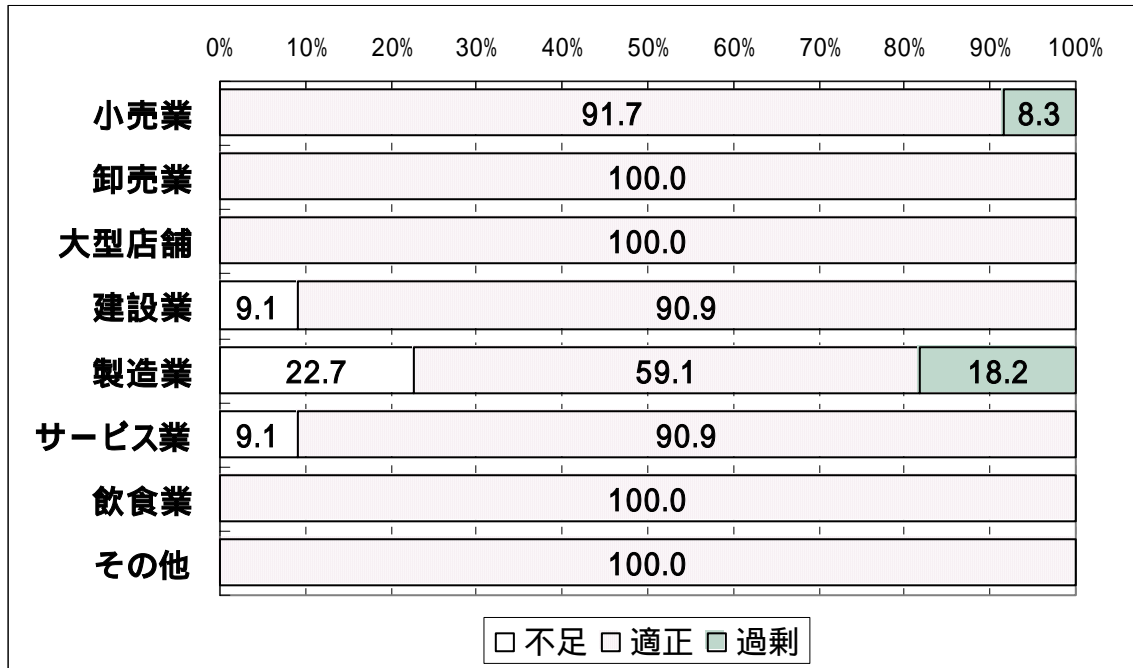
客数、引き合い



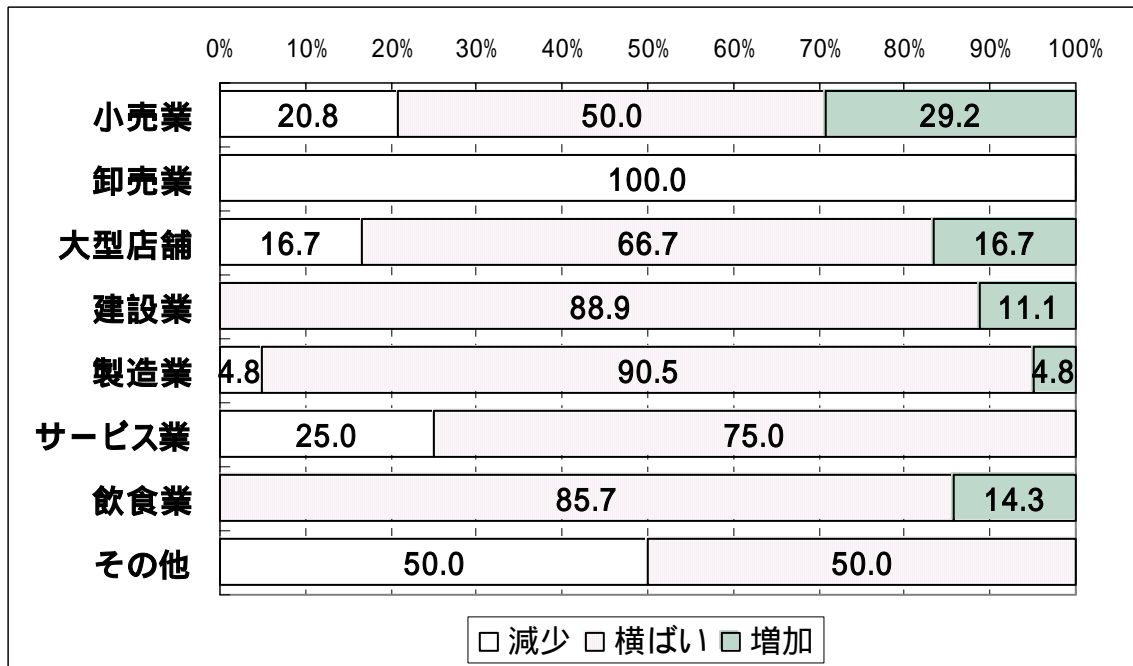
客単価、受注・製品単価



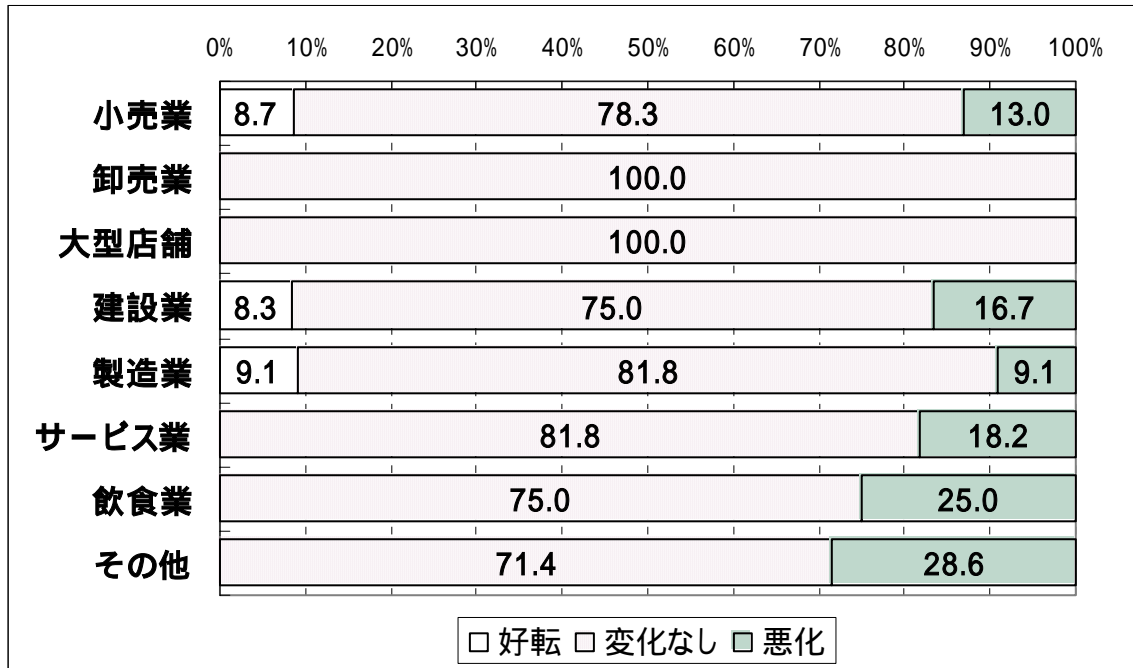
従業員数



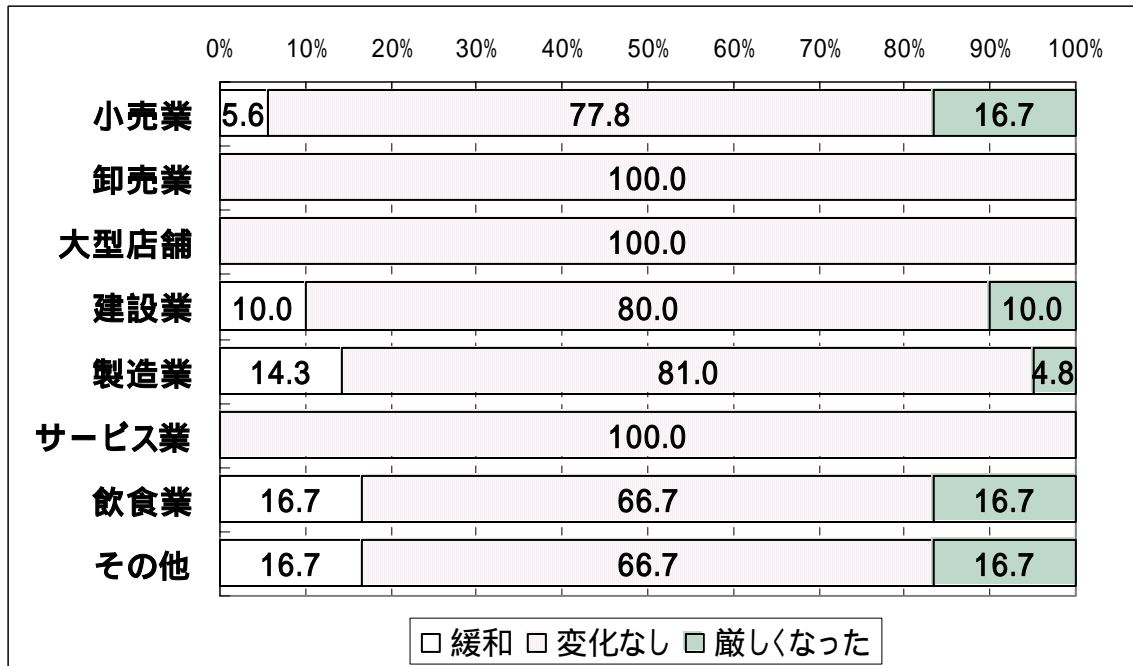
商品在庫、製品・材料在庫



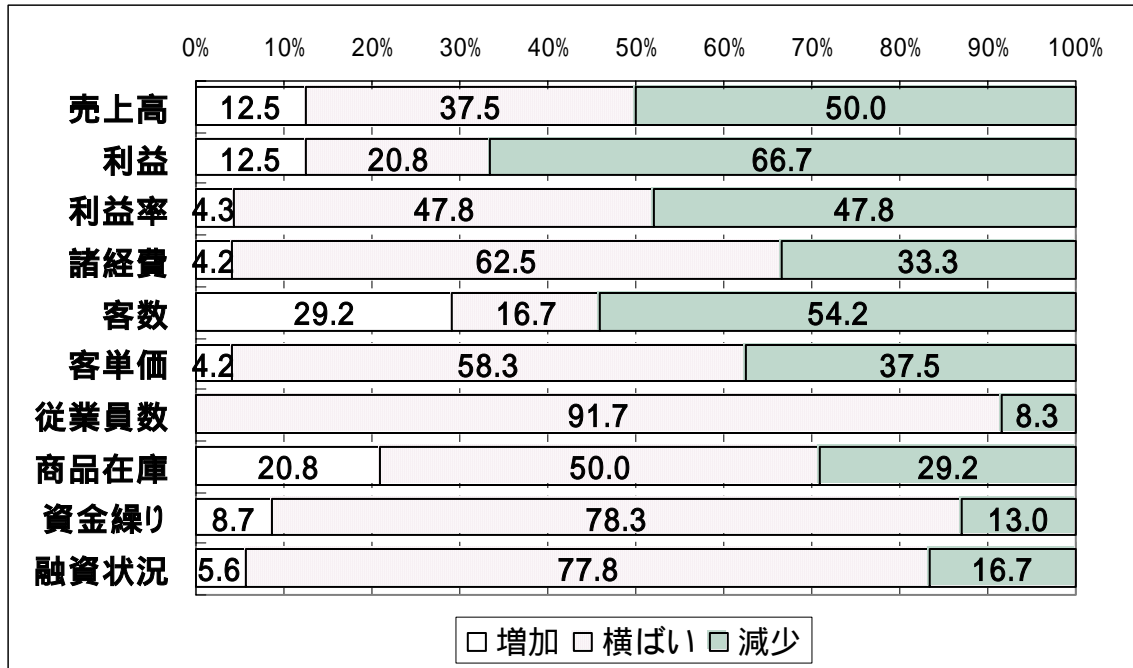
資金繰り



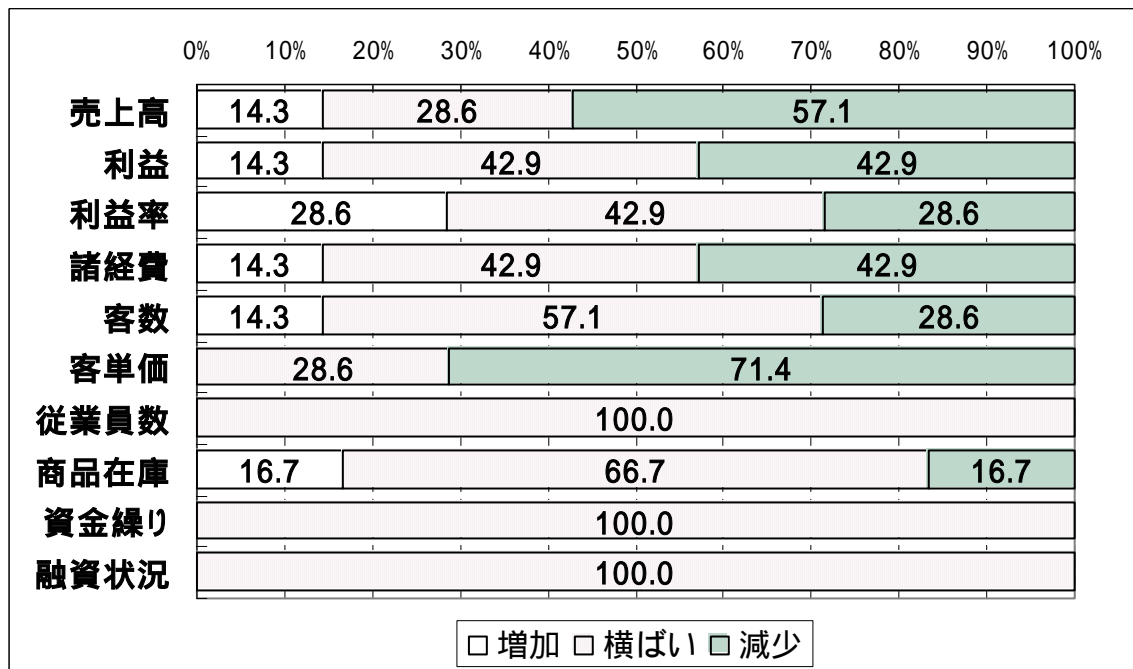
金融機関の融資状況



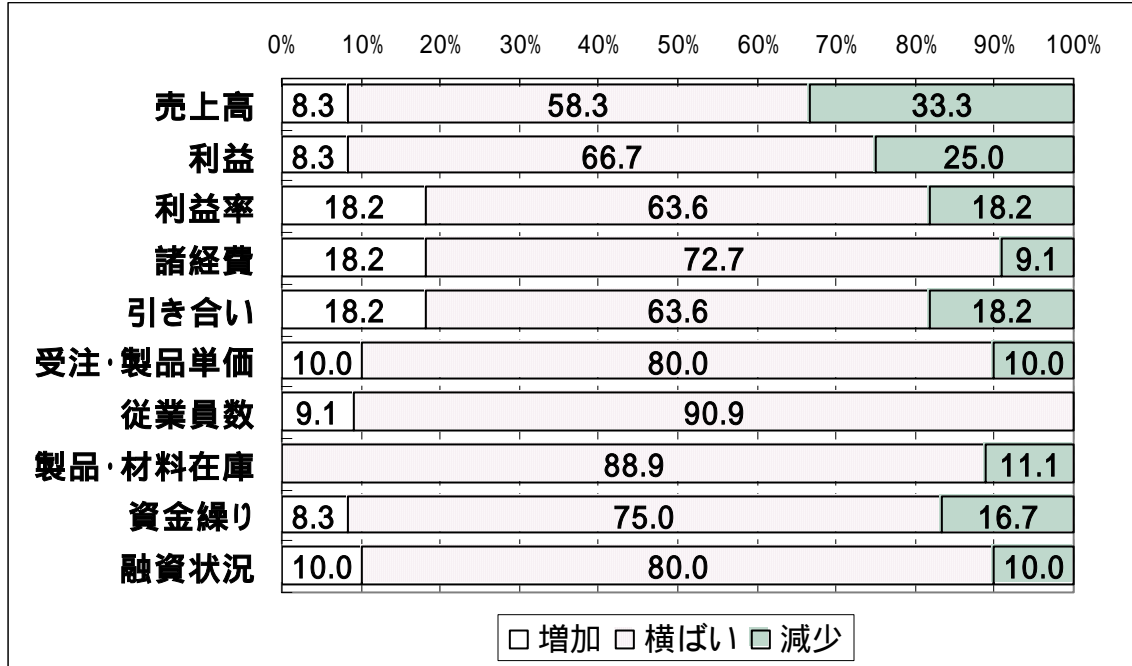
(2) 業種別経営実態
小売業



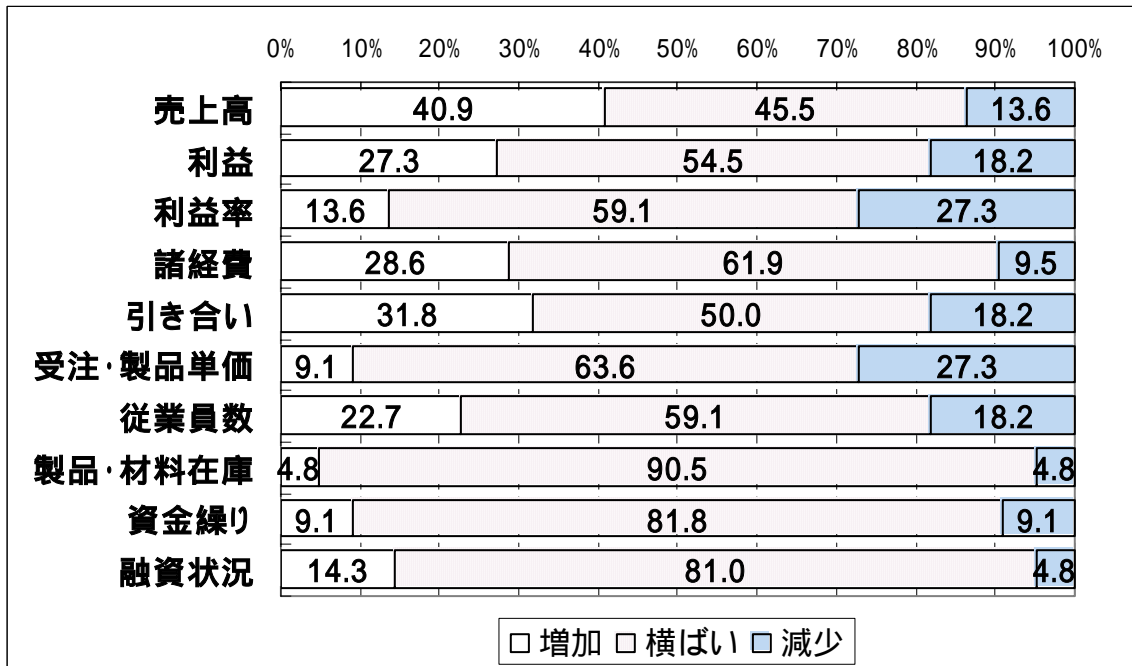
大型店舗



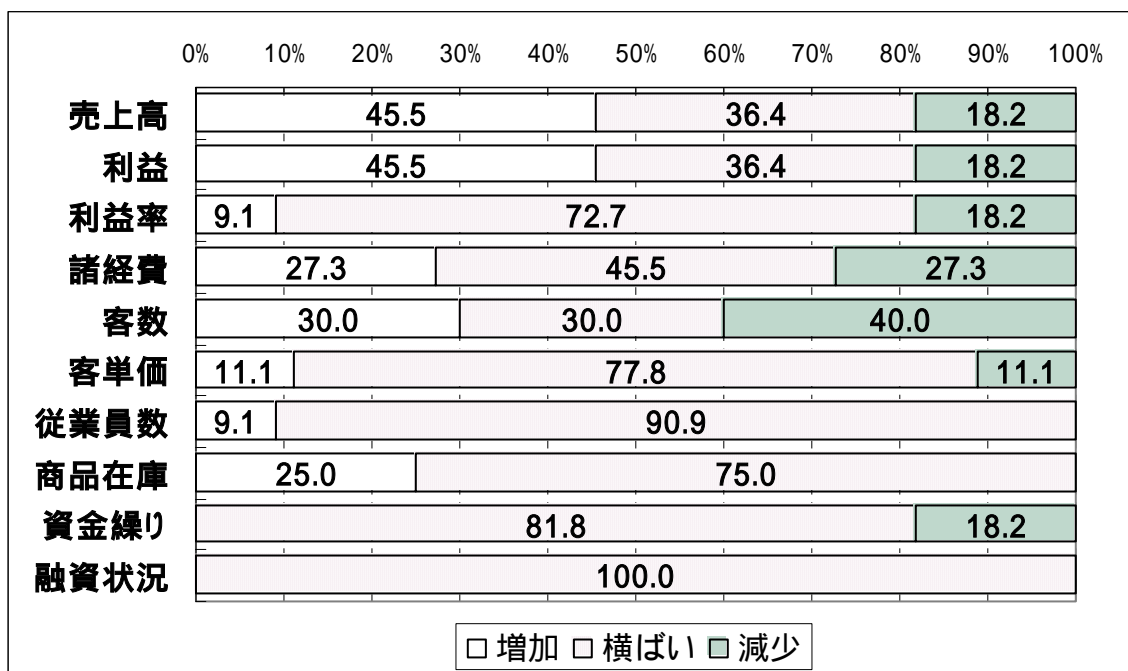
建設業



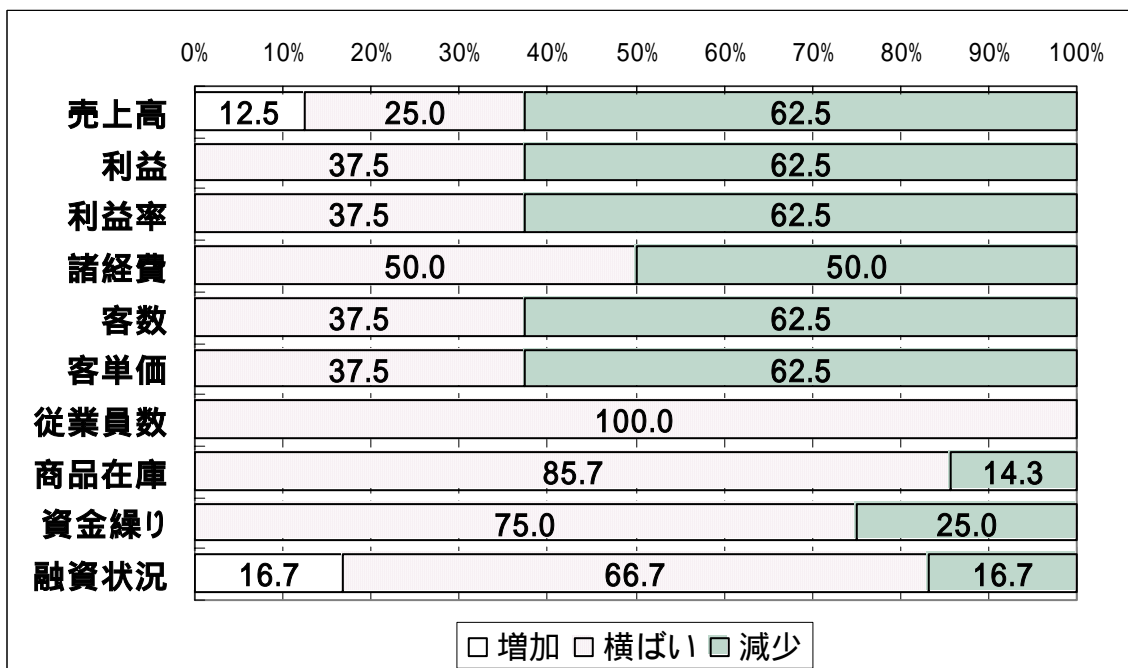
製造業



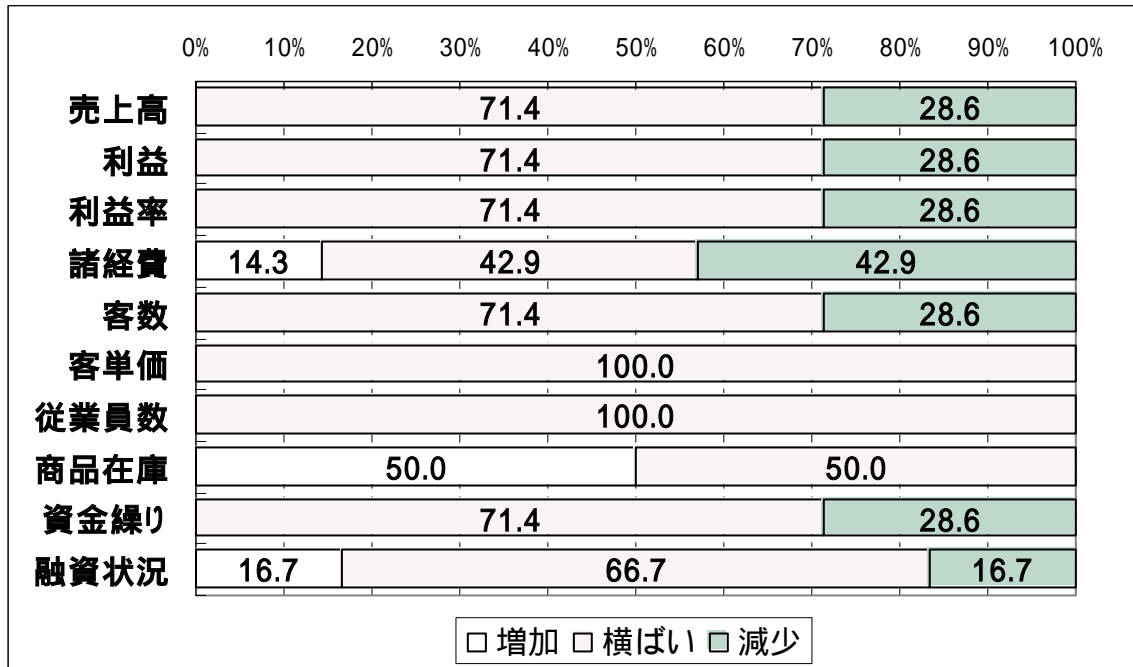
サービス業



飲食業



その他



10. 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	内容
小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商業に関する条例を強化して営業種目や時間等の規制を増やすべき。 ・ 自転車問題の早期解決。 ・ 最近、駅周辺にたむろする浮浪者対策。周辺商店が迷惑している。
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 町家の工務店の仕事をしているので仕事は少ない
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内市場の縮小 ・ 粗鋼生産量は日本全体で上向き。セメント生産量は下向き。

サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 異業種連携。イベント（ジャズ）を地域振興に利用した中心市街地の活性化。 ・ 景気動向については明るさが見えてきた。本市産業の活性化のためには研究開発支援の市の方針を強化・明確にすべきである。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当店は駅近くに3店舗ありますが、駐車場が無いために客は駐車場のある店に行ってしまう。商店街に駐車場が欲しい。有料駐車場に停めて店に来ると高い買い物になってしまう。大型店と競合しても駅近くに安い駐車場があれば駅前が良いと思う。 ・ 小売業又はその他の業種は特に個性を生かした商法を考えると良いと自分では常に思いつつ、なかなか現実の生活におわれて難しいが今年はなんとか頑張ろうと思う。

実施主体

- (1) 主催 茅ヶ崎商工会議所
(2) 協力 茅ヶ崎市

問い合わせ
茅ヶ崎商工会議所中小企業相談所
TEL 0467-58-1111
FAX 0467-86-6601