

## 茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成27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	119	31	26.1%
大 型 店 舗	12	8	66.7%
建 設 業	73	25	34.2%
製 造 業	50	21	42.0%
サ ー ビ ス 業	71	20	28.2%
飲 食 業	56	8	14.3%
交 通 運 輸 業	19	7	36.8%
合 計	400	120	30.0%

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)～前年に対して少ない落ち込み～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	26年12月比	先行き見通し	前年3月比	先行き見通し
全 産 業	△ 2.7	△ 10.7	△ 10.7	△24.7	△18.4
商 業	△ 17.8	△ 21.5	△ 32.0	△41.9	△25.2
大 型 店 舗	△ 25.0	△ 12.5	△ 25.0	—	—
建 設 業	△ 12.0	△ 24.0	△ 16.7	△6.8	△10.1
製 造 業	△ 10.0	△ 15.0	0.0	△15.6	△14.0
サ ー ビ ス 業	29.5	5.8	18.7	△17.7	△15.5
そ の 他	25.0	22.5	△ 0.7	—	—

昨年4月に消費税が増税されました。今回の調査結果から、一年を経過してどのような影響が出ているのかを確認することができるでしょう。昨年の3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、大型店を中心に業況は一時的に回復しました。今回の調査はその3月と比較するわけですから、前年対比は通常よりもマイナスが大きくなります。全国の調査結果が示すように、産業全体ではマイナス24.7、商業だけではマイナス41.9という大きな落ち込みを確認できます。しかし、茅ヶ崎市では産業全



<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気（業況）」の集計値を表示

	H24.12	H25.3	H25.6	H25.9	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3
全産業	△ 57.7	△ 23.0	△ 17.5	△ 11.2	8.9	1.6	△ 13.6	△ 29.4	△ 10.2	△ 2.7
商業	△ 59.2	△ 25.0	△ 18.1	△ 16.7	△ 10.0	△ 10.8	△ 13.8	△ 36.7	△ 9.5	△ 17.8
大型店舗	△ 62.5	△ 20.0	△ 40.0	△ 33.3	△ 16.7	57.1	△ 37.5	△ 16.7	△ 50.0	△ 25.0
建設業	△ 53.5	△ 21.7	△ 18.2	3.9	20.0	9.5	△ 11.1	△ 29.2	4.4	△ 12.0
製造業	△ 65.6	△ 34.5	△ 5.0	3.1	19.3	0.0	△ 33.3	△ 47.8	△ 18.8	△ 10.0
サービス業	△ 58.8	9.6	△ 22.2	△ 11.1	20.0	5.9	5.9	△ 13.3	△ 10.6	29.5
その他	△ 47.6	△ 44.4	△ 23.3	△ 37.5	8.3	△ 7.2	7.2	2.7	1.4	25.0

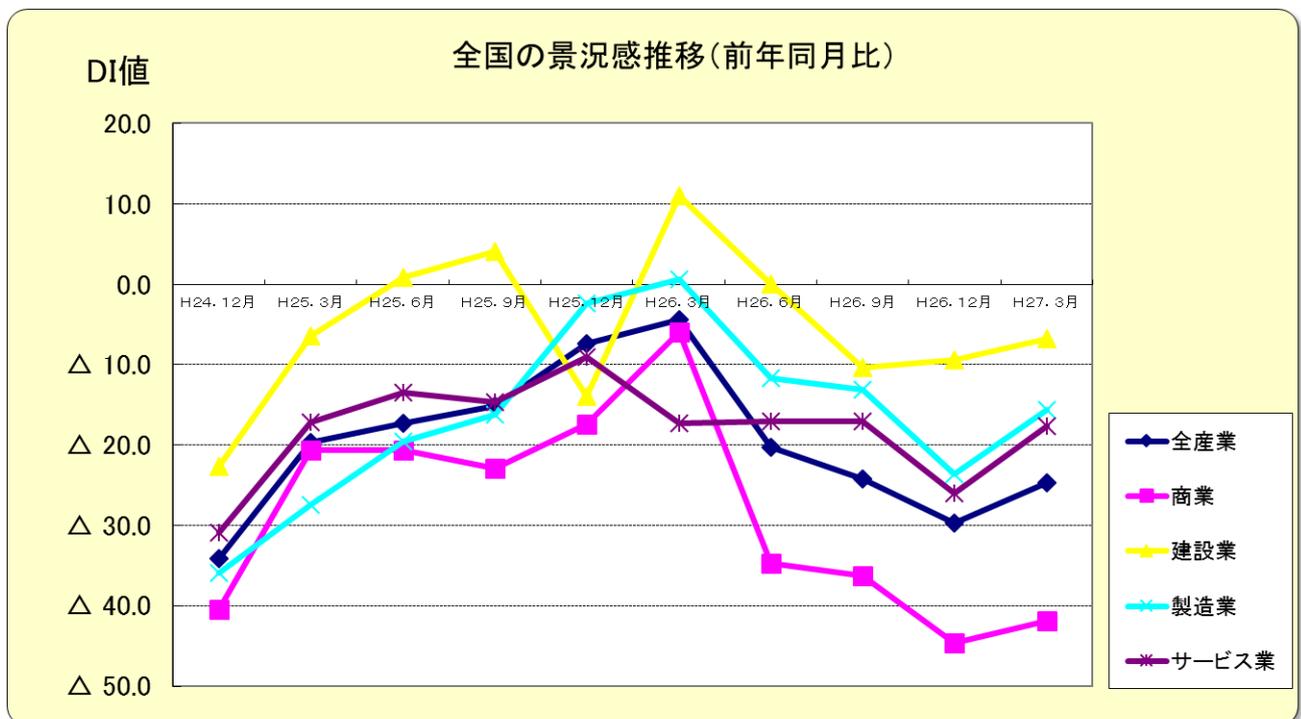
※「△」はマイナスを表す。

※表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

<全 国>

	H24.12	H25.3	H25.6	H25.9	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3
全産業	△ 34.1	△ 19.7	△ 17.3	△ 15.1	△ 7.4	△ 4.4	△ 20.3	△ 24.2	△ 29.7	△ 24.7
商業	△ 40.4	△ 20.6	△ 20.6	△ 22.9	△ 17.4	△ 6.0	△ 34.7	△ 36.3	△ 44.6	△ 41.9
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	△ 22.6	△ 6.4	0.8	4.1	△ 14.0	11.0	0.0	△ 10.4	△ 9.4	△ 6.8
製造業	△ 35.9	△ 27.4	△ 19.6	△ 16.2	△ 2.4	0.6	△ 11.7	△ 13.1	△ 23.6	△ 15.6
サービス業	△ 30.9	△ 17.2	△ 13.5	△ 14.7	△ 9.1	△ 17.3	△ 17.1	△ 17.1	△ 26.0	△ 17.7
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。



政府が発表している今年度月例経済報告の前年同月比では、3月が大幅に落ち込み、4月は大きく伸びています。これが一般的な消費税増税の影響ですが、茅ヶ崎市ではかなり異なる業況が示されています。前回の調査（12月）より落ち込んだのは建設

業と商業であり、他の業種ではD I 値が上昇しています。サービス業とその他では20を越えるD I 値にまで業況が回復しています。駆け込み需要があった大型店でも業況が上向いていることから、茅ヶ崎市の経済は回復の方向に向かっていることが確認できます。しかし、サービス業が大幅に回復しているにもかかわらず、産業全体のD I 値は僅かにマイナスであり、半数以上の企業が業況の悪い状況から抜け出せておりません。日本全体では大企業を中心に業況が回復しつつありますので、次回5月末調査に期待したいと思います。

### (3) 茅ヶ崎市の先行き見通し ～製造業に復活の兆し～

株価が2万円を超えるなど、日本全体では景気回復が各所に現れています。しかし、茅ヶ崎市の産業全体では先行き見通しマイナス10.7という結果です。全国平均よりは高い数値ですが、プラスに転じるだけの景気回復は期待されていないことが分かります。特に商業と大型店は悲観的であり、マイナス32.0とマイナス25.0の調査結果となりました。物価の上昇に比べて家計の収入が増えていないことは、流通業者にとってマイナス要因でしょう。オリンピック需要が期待されている建設業でも先行きはマイナスです。昨年3月までの駆け込み需要後に業況は下降し、前回調査で一時回復したかに見えましたが、公共投資も含め明るい材料は少ないでしょう。

茅ヶ崎市にとって嬉しいことは製造業の変化です。昨年9月の調査以来、D I 値が上がっています。今回は先行き見通しD I 値がゼロとなりました。決して十分ではありませんが、市内製造業の受注は確実に増えていると考えて良いでしょう。サービス業は飲食店が中心と思われますが、18.7の先行き見通しです。家庭も企業も収入が増えることを期待する数値でしょう。茅ヶ崎市経済を牽引する製造業の業況が更に良くなることを期待致します。

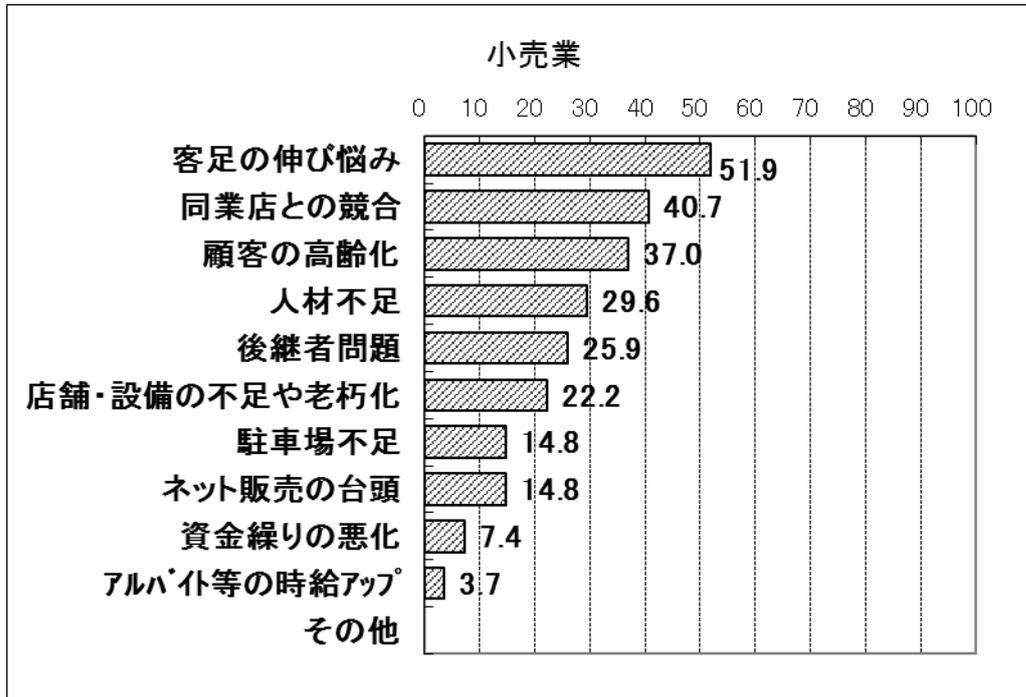
政府は月例経済報告のなかで先行きを次のように説明しています。

雇用・所得環境の改善傾向が続くなかで、原油価格下落の影響や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、海外景気の下振れなど、我が国の景気を下押しするリスク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

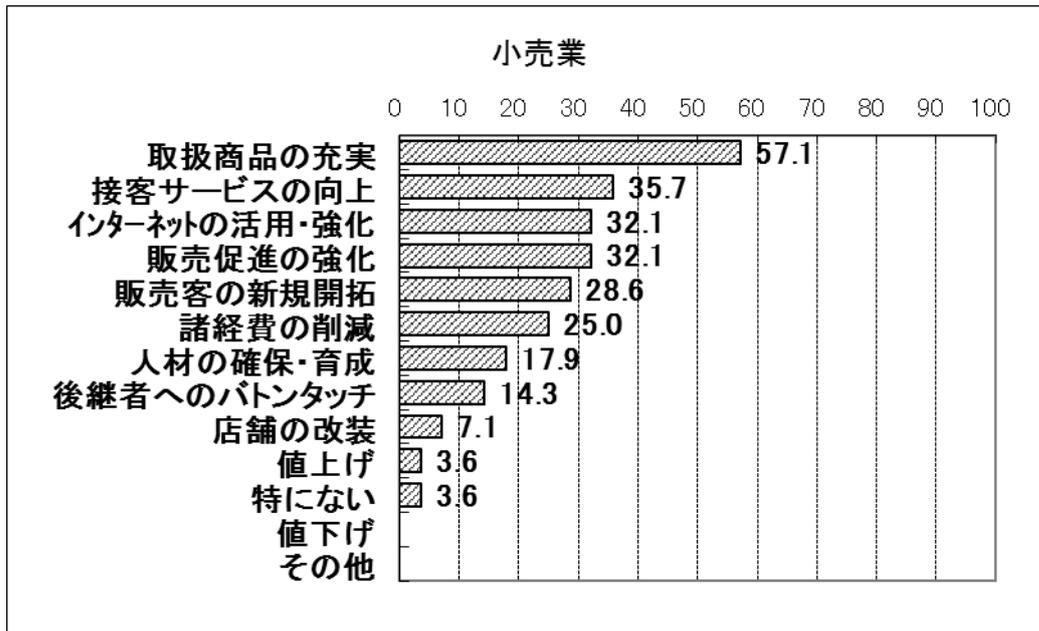
#### ① 経営課題 ～客足が鈍い上にコストアップで粗利減少～



前回の調査では顧客の高齢化が1位の回答でしたが、今回は客足が伸び悩んでいることが5割以上の回答を集めて1位の回答に上がって来ました。消費税増税から1年が経過しましたが、客数が減少していることは小売業の経営実態でも5割を超える回答を集めており、客離れは小売店にとって切実な経営課題となっていることが分かります。経営実態では諸経費の増加にも約3割回答があり、その結果、総利益は5割を超えるお店で減少しています。消費税増税は仕入面でのコストアップとして小売店の経営を圧迫していることが確認できる結果となりました。更に今回の調査では同業業者との競合が前回よりも五分程度回答を増やしています。消費税の転嫁以上に価格競争が行われていることが示されています。しかし、資金繰り悪化は、僅かに伸びていますが、まだ1割にも達していませんので、日常の経営には問題は無さそうです。

回答は1割5分程度ですが、前回よりも回答が増えている駐車場不足とネット販売台頭に注目してみましょ。競合している同業者は大きな駐車場を持っている大型店であることが分かります。さらに、競業相手としてネット販売のウェイトが高まっていることも確認ができました。ネット販売では日常性の高い商品も積極的取り組んでいますので、市内小売店にとって脅威は大きくなるものと思われます。

② 今後の対策 ～商品提案とネット強化に活路～

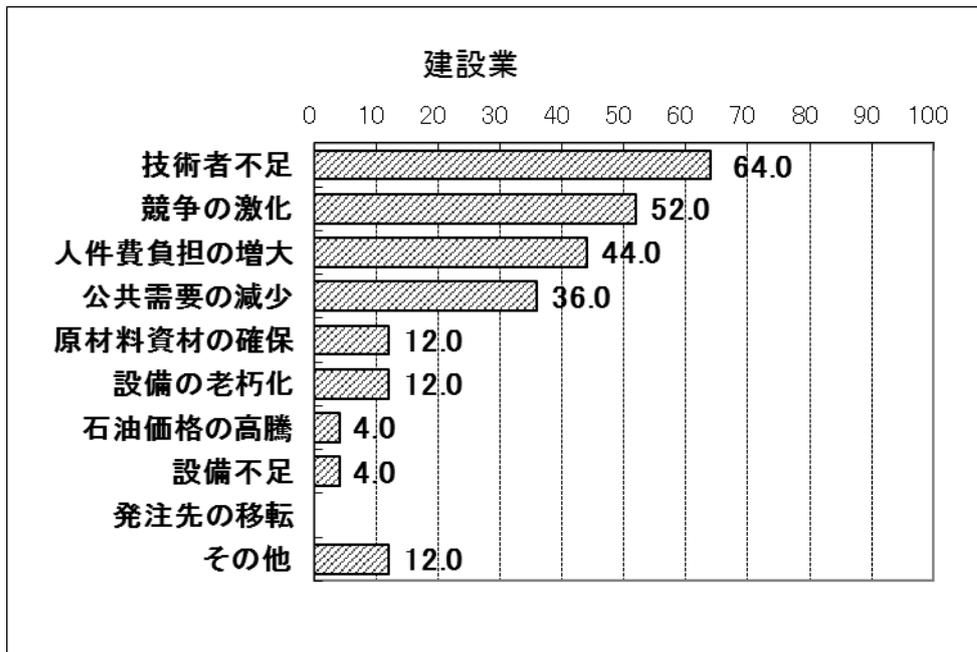


前回1位であった接客サービスは約一割減少し、取扱商品充実が2割以上の多くの回答を集めて1位になりました。接客サービスだけでは消費税値上がり分をカバーできず、新たな商品の投入が必要となっていることが分かります。前回よりも1割以上多くの回答を集めているのがネット活用強化です。経営課題でもネット販売の脅威が高まっています。小売店自らもインターネットを有効活用する気持ちが高まってきたようです。前回2位であった販促強化へ期待がネット活用に移ったと考えて良さそうです。

総利益が減少していますから諸経費削減を更に進めることが求められるはずですが、調査結果では前回よりも1割程度低い回答になっています。経費削減は限界近くに来ているようです。消費税の価格転嫁も図りたいところですが、値上げは5分にも満たない上、前回よりも回答を下げています。今回特別に設定した「特にない」への回答は5分にも達していないので、小売店は今後何らかの対策を講じることは確かでしょう。その反面、自ら経営することを諦め、後継者へのバトンタッチを考えているお店も僅かに増えています。

## (2) 建設業

### ① 経営課題 ～人手不足は続くがコストアップは一段落～

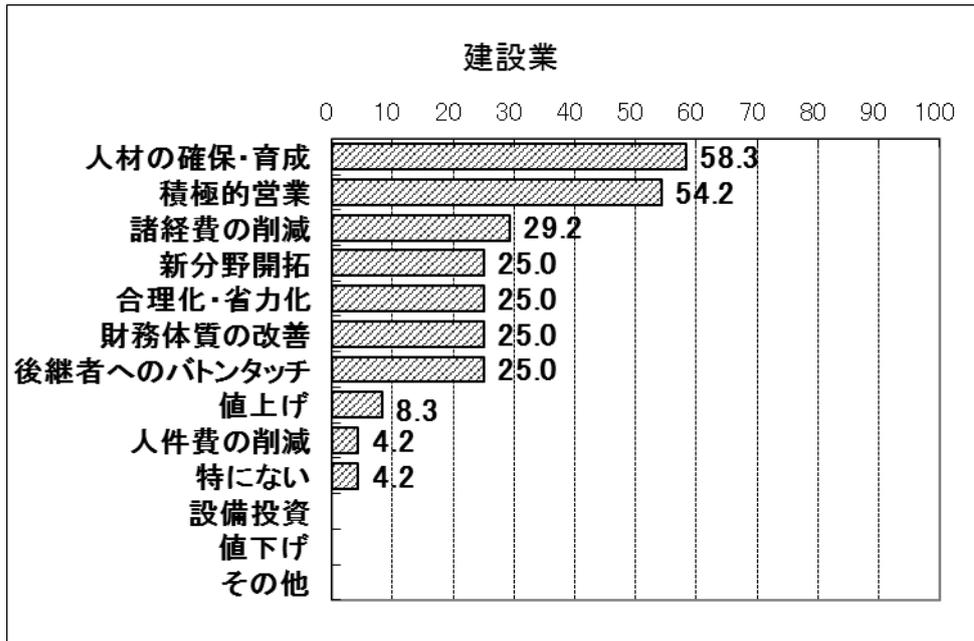


経営実態調査では売上が横ばいである企業が多いにもかかわらず、従業員は増加しています。受注単価の減少に5割近い回答が集まっていることから、現場の数は増えていることが分かります。忙しくても売上高は伸びず、投入した人件費を回収できず、粗利が減少している企業が多くなっていると思われます。

経営課題には大きな変化は現れていませんが、公共需要減少が前回よりも1割5分以上回答を増やしていることから分かるように、競争は更に激しくなっています。経営課題でも人件費負担増大は回答を僅かですが増やしており、経営実態調査の結果を裏付けています。経営課題の1位は前回同様に技術者不足ですが、回答は僅か下がっています。競争は激しくなっているとは言え、現場は確保できていることが分かります。

前回より回答が下がっている課題の中で、原材料確保と石油価格高騰を確認します。原材料確保は僅かに下がっていますが、1割以上の回答を集めてみます。前回よりも原材料の流通量が多くなっていることが確認できます。石油価格高騰への回答は5分に達しないレベルに下がりました。移動距離が大きな建設業者にとってありがたいことです。コストアップは一段落という状況でしょう。

② 今後の対策 ～経費を節約しながら営業強化～

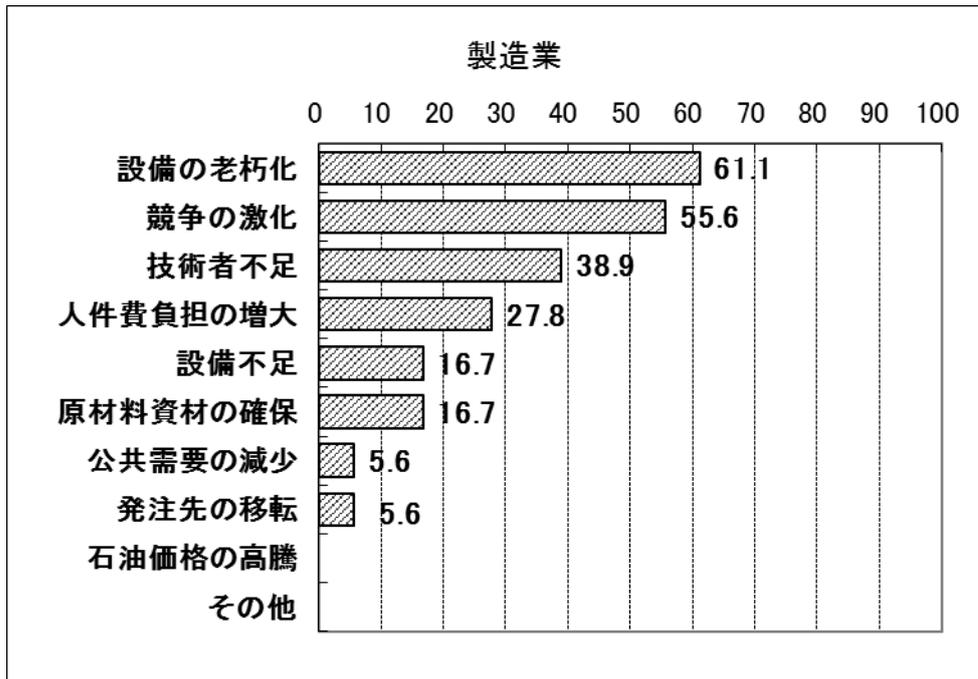


今回の調査では対策の上位2つが肩を並べているのが特徴です。前回は人材確保育成が7割を超える回答を集め1位でしたが、今回は積極営業に1割5分程度の回答が移動しました。多くの現場を抱えながらも、次の仕事を確保する活動に対策を移している企業が増えていることが分かります。そして、回答は5分程度の増加ですが、対策の順位が3位に上がったのが諸経費の削減です。人材確保で人件費は出ていきますから、利益を確保するためには諸経費削減が必須となります。同率4位の対策の中で前回よりも回答を増やしているのは後継者へのバトンタッチです。前回よりも1割程度上がっています。駆け込み需要の工事が一段落したので、今後の経営を次世代に任せる気持ちになった経営者が増えているのかもしれない。

今回値上げへの回答が僅かに増えましたが1割には達しておらず、消費税増税の転嫁はやはり難しいことが分かります。また、今回特別に設定した「何も無い」への回答も1割に満たないので、建設業では積極的姿勢を持ち続ける企業が大勢を占めていることが確認できました。

### (3) 製造業

#### ① 経営課題 ～受注は確保、しかし設備更新の余裕がない粗利益～

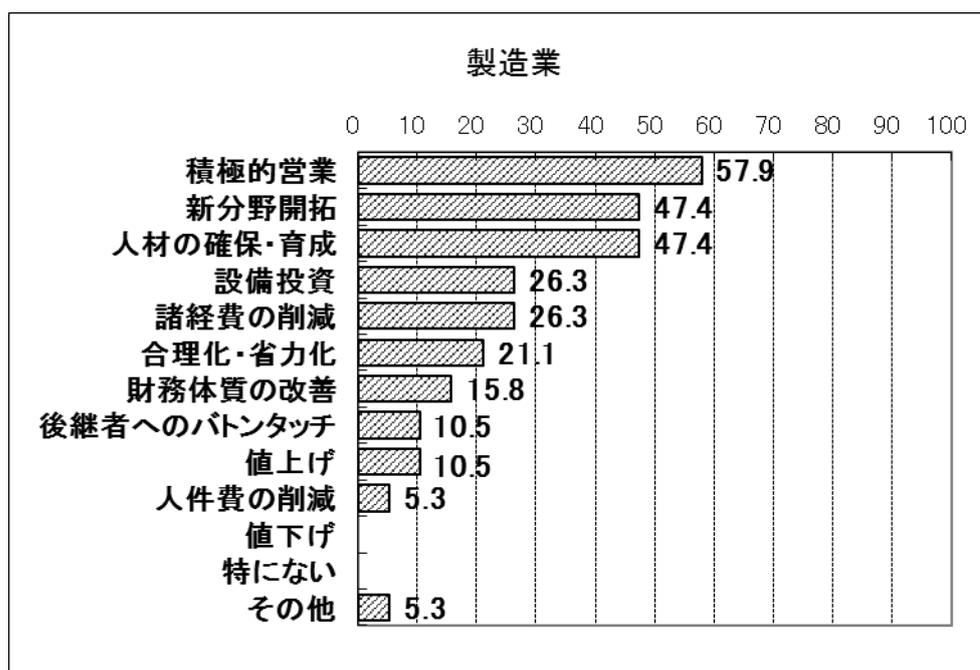


経営実態調査では約3割の企業で売上高は伸びているものの、7割が単価は横ばい、そして5割近くが諸経費が増加している状況です。この結果、4割を超える企業で総利益が減少しているとの回答を示しています。経営課題では設備老朽化が1割以上多くの回答を集め1位となったのが唯一の変化でした。経営実態調査でも7割の企業が売上高増又は横ばいを示していますから受注は確保できていることが分かります。しかし、競合は激しくなっていることに加えて諸経費が上がっていますから利益が出にくい状況です。老朽化した設備を更新する経済的余裕が無い企業が多くなっていると思われます。

技術者不足以下の経営課題は前回よりも回答を下げっていますが、下げ幅は僅かなので、大きな状況変化は無いと判断されます。その中で、公共需要の減少が前回よりも5分程度回答が下がっています。前回より僅かですが公共投資の成果が現れていることが確認できるでしょう。

日本全体では大企業を中心に景気が回復しつつありますが、市内製造業では受注の伸び以上にコストが膨らんでおり、利益増にまでは繋がっていないことが確認できました。これからの納品単価アップを期待したいところです。

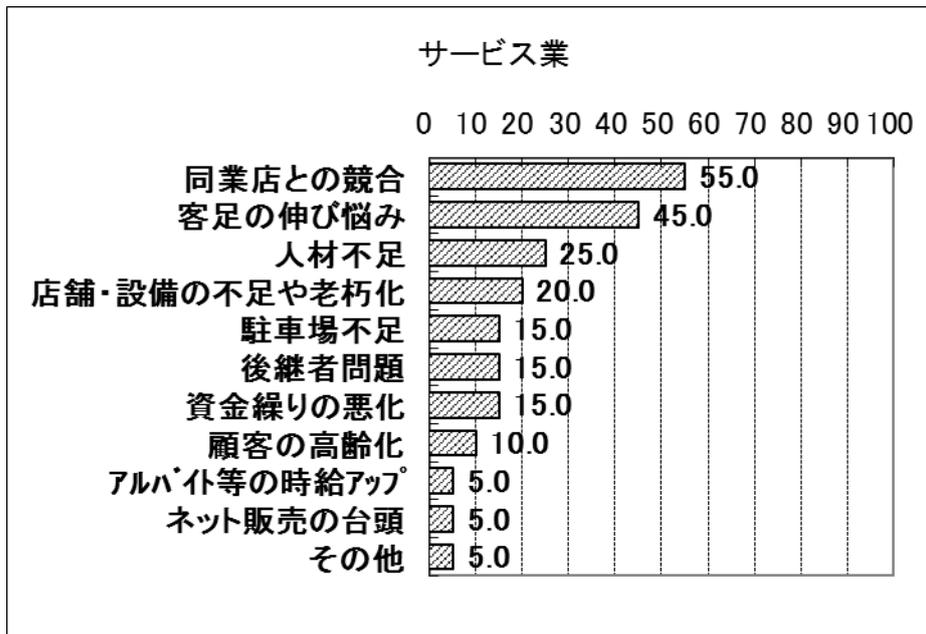
② 今後の対策 ～営業を強化して新たな分野で利益確保～



状況はそれほど変化していませんが、今後の対策では新たな傾向がいくつか見られます。1位である積極営業は前回とほぼ同様です。新分野開拓が多少伸びていますが、2位・3位の対策は前回と同じと考えて良いでしょう。設備投資と合理化・省力化はともに1割ほど回答が下がっています。必要ではあっても資金の余裕が十分では無くなっていることがここからも分かります。1割以上多くの回答を集めたのが諸経費削減と財務体質強化です。財務体質強化は前回ゼロ回答ですから、市内製造業の収益性悪化が急速に広がっていることが心配されます。人件費以外の諸経費削減によって利益を確保し、資金繰りを確保する貯めに資金を調達する企業が増えていることが示されています。消費税増税を値上げによってカバーすることを期待しましたが、前回よりも1割以上回答が下がり、今回は1割の回答に留まりました。価格転嫁は期待できそうにありません。今回特別に設定した「特にない」への回答はゼロでしたから、市内製造業は概ね前向きに今後の経営を考えていることが分かります。

(4) サービス業

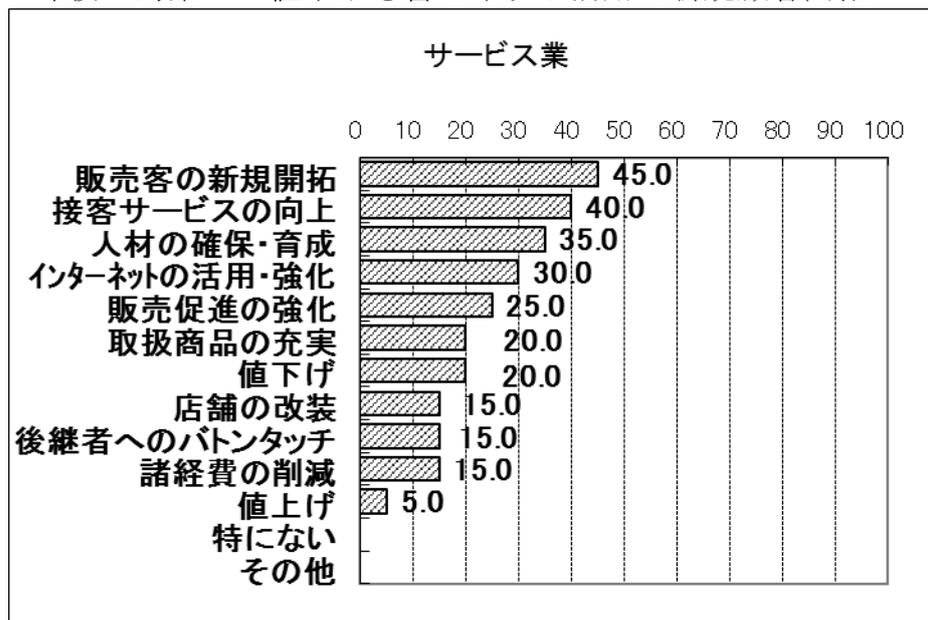
① 経営課題 ～収益は確保、競合が激しく伸びない客足～



経営実態調査では売上高が減少している企業は2割に留まり、比較的業況が良い状態が示されています。単価が7割の企業で横ばいですから、客数が伸びています。諸経費はも3割5分の企業で増えていますが、4割の企業で売上高が伸びているので総利益を増やした企業は3割ありました。その一方で総利益が減少した企業も3割ありますので、サービス業では二極化が進んでいると思われます。経営課題の1位と2位は前回と同じ同業者との競合と客足伸び悩みですが、両方とも回答を1割5分以上伸ばしています。収益は確保していても、消費税増税による落ち込みをカバー仕切れていない状況であることが分かります。店舗設備や駐車場に関する課題が前回よりも増えているので、大型店やチェーン店との競合が激しくなっていると思われます。

アルバイト等の時給アップは顧客高齢化はともに回答が下がっているので、収まりつつあることがわかります。また新たに設定したネット販売台頭への回答は5分程度ですから、サービス業ではそれほど大きな課題ではないようです。注意すべきは資金繰り悪化が前回よりも1割程度上がっていることです。市内サービス業の二極化傾向を指摘しましたが、一部の企業では資金繰りに影響が出ていることが分かります。

② 今後の対策 ～値下げも含めネット活用で新規顧客開拓～

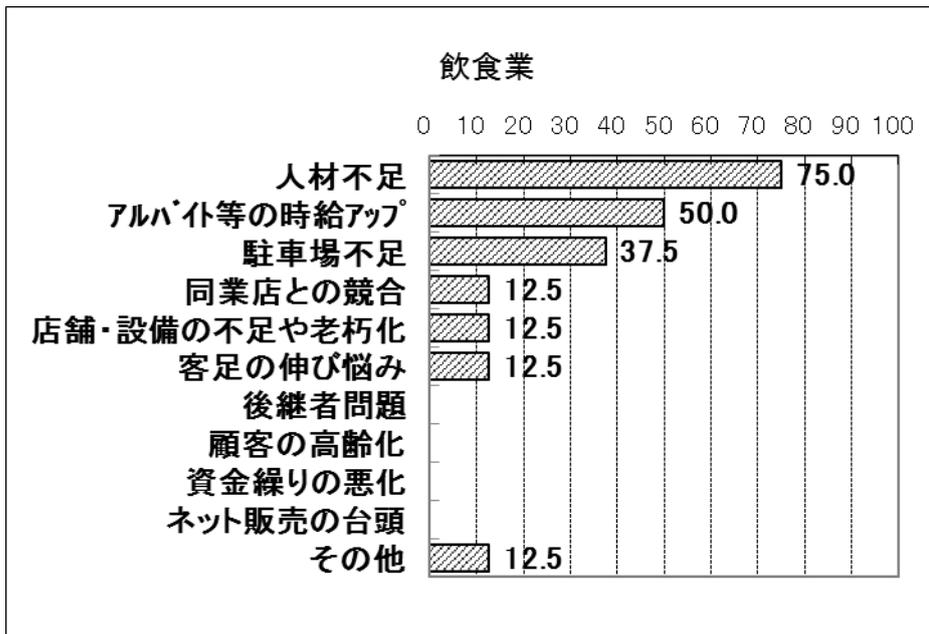


前回の調査では接客サービスや販促強化という既存個客に対する対策が中心でした。接客サービスは僅かに回答を下げた程度でしたが、販促強化は1割5分以上下がりました。今回の調査で1位になったのは前回より1割以上多くの回答を集めた顧客新規開拓です。既存個客だけでは事業拡大を見込むことができないとの判断でしょう。その手段としての人材確保・インターネット活用への回答が増えています。前回5分程度であった値下げにも2割の回答が集まっています。競合対策や新規顧客開拓のために値下げを打ち出している企業が増えていることが分かります。

二極化の現れとしては諸経費削減をあげることができます。前回より5分程度ですが回答が増えています。資金繰りが悪化している企業の一部は、経費削減によって事態を乗り切ろうとしているようです。

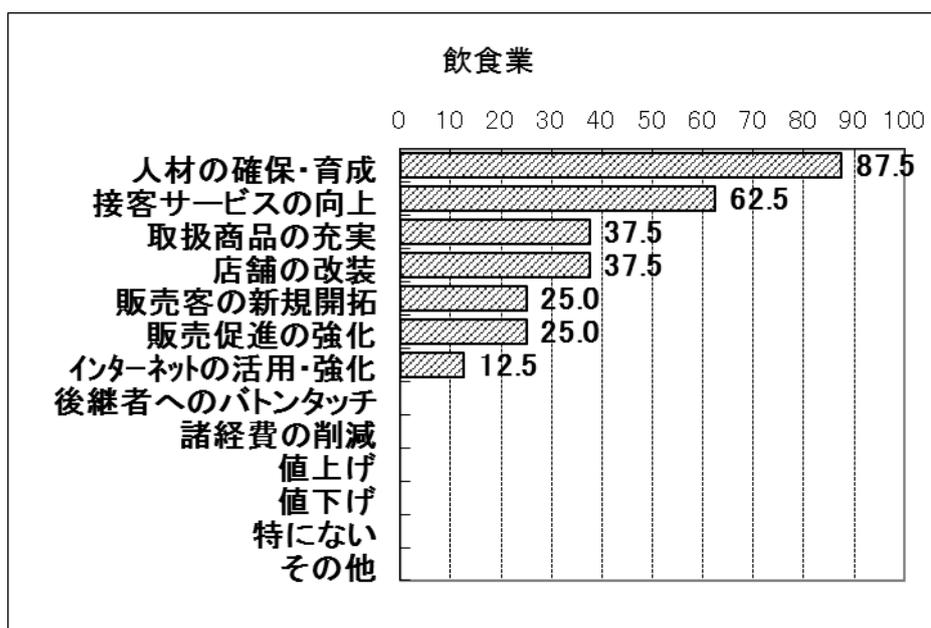
(5) 飲食業

① 経営課題 ～客数は増加したが人手不足が新たな課題～



市内では最も元気な業種です。経営実態調査では客数・客単価・売上高において減少している企業がありませんでした。半数のお店が売上高を増やしました。しかし、6割近いお店で諸経費の増加を回答しており、売上高の増加が利益の増加に必ずしも結びついていないことを示しています。経営課題でも業況が良くなっていることが示されています。前回同率で1位であった店舗設備老朽化と顧客高齢化ですが、店舗設備は4割以上回答を落とし、顧客高齢化はゼロ回答となりました。今回の調査で1位となったのが人材不足で7割5分の回答を集めていますから、市内飲食店への客足が急に伸びたことが分かります。アルバイト賃金は上がっていることも半数のお店で経営課題となりました。前回4位の経営課題であった資金繰り悪化は今回ゼロ回答となっており、市内飲食店の経営は全体的に改善されていることが分かります。今回特別に設定したネット販売台頭への回答はゼロであり、飲食店においてもネット販売が競合することは無いことが確認できました。しかし、前回ゼロ回答であった客足伸び悩みに今回は1割を超える回答がなされており、飲食店の一部では苦戦していることが示されています。まだ二極化まで行きませんが、今後差が開くことは心配されます。

② 今後の対策 ～人材確保が最優先課題～



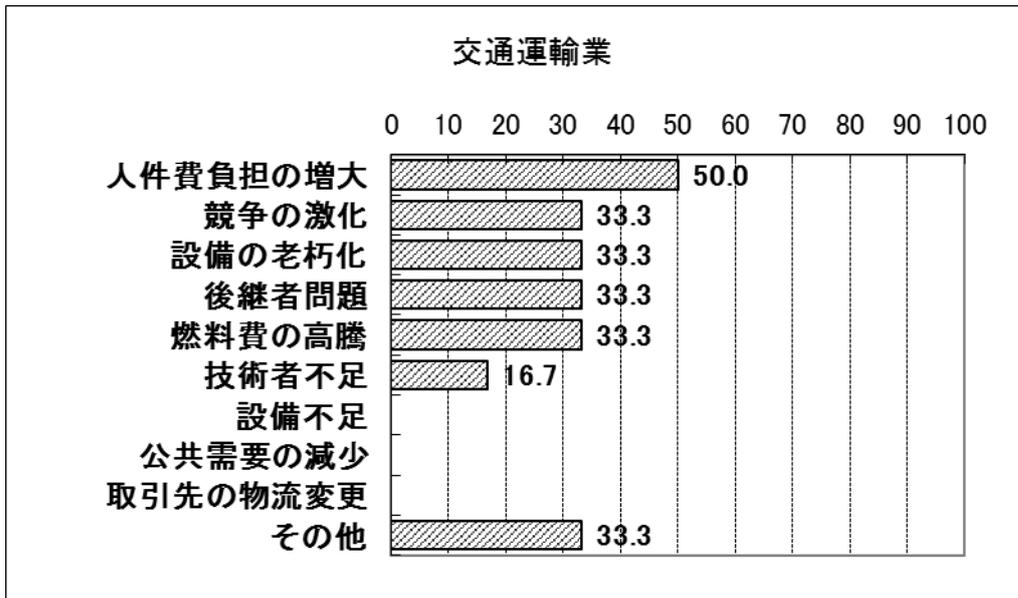
人手不足を解消することが飲食業の当面の対策であることが示されています。7割の企業が人材確保育成に回答しています。だれでも良いわけではありません。人材確保と平行して接客サービス向上も重要な対策として、今回も6割の企業から回答を得ています。必要性が大きく低下したのが新規顧客開拓です。前回よりも3割以上低くなっています。更に必要性が無くなっているのが値下げです。前は1割5分弱の回答でしたが今回はゼロ回答です。

経営に関しても前回3割近くの回答を集めていた諸経費削減が、今回はゼロ回答です。諸経費は消費税や円安で増加していますが、それを上回る売上を確保できていることが示されています。前回ゼロ回答であったインターネット活用にも1割を超える回答があり、前向きな姿勢が伺われます。市内飲食店の今後の対策をからは、市内景気は回復に向かっていると判断しても良さそうです。

今回特別に設定した「特にない」への回答もゼロであり、市内飲食店全体が前向きに動き始めたことが確認できます。この業況が市内小売業にも伝播することを期待します。

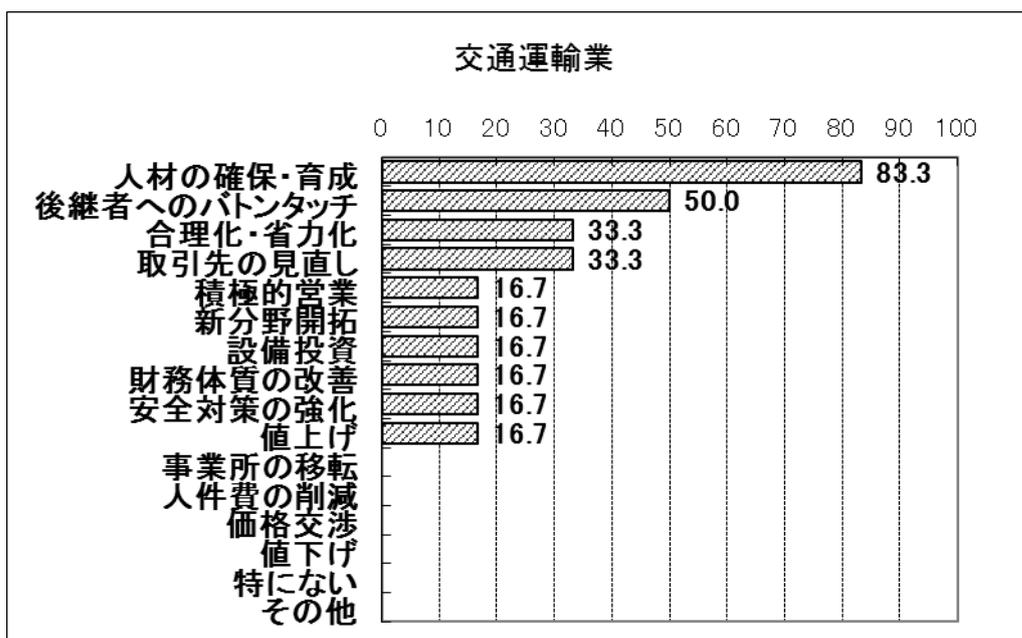
(6) 交通運輸業

① 経営課題 ～受注減でも人手不足と人件費負担が増加～



経営実態調査では売上高・総利益・客数において増加しているとの回答が無く、業界全体で業況が悪化していることが分かります。諸経費は約6割の企業で増加し、総利益の減少が現れています。売上が増えていないにも係わらず従業員数が増えており、人件費負担が増大していることが分かります。経営課題でも5割の回答が集まっています。前回は3割強の回答ですから、この3か月に人件費負担が急に大きくなっていることが分かります。人手不足は日本全体の課題ではありますが、運送業であればドライバー、整備業であれば整備士が不足しており、人材を確保できている企業に仕事に移っているのかもしれませんが、交通運輸関連の企業では前回ゼロ回答であった競争激化に3割の回答が集まっています。大企業を中心とする景気回復で物流量は増えていますが、市外の大企業に仕事の流れていることが考えられます。取引先の物流変更はゼロ回答ですから、技術者を含めた人材確保が受注する為の最重要事項であることが分かります。交通運輸関連企業では燃料費の価格が業績を大きく左右しますが、石油単価が下がったことと円安が相殺されて、燃料単価は高値で安定してしまいました。経営課題においても前回と同様の回答でした。

② 今後の対策 ～人材確保と平行して経営を再構築～



人材確保は前回調査でも最重要対策でしたが、今回は更にその比重が高まり8割を超える回答が集まりました。時給等がアップしていますから、人件費負担は更に重くのしかかることが予想されます。そして、前回ゼロ回答であった後継者へのバトンタッチ以下4つの対策が2位から5位に入りました。後継者へのバトンタッチは半数の企業が実施するとの回答です。取引先を見直して合理化・省力化を実施します。営業活動も活発になりそうです。新分野開拓以下値下げまでも、前回のほぼ半分の回答で残っています。後継者へのバトンタッチを契機に経営全体を見直す姿勢が強くなっていることを読み取ることができそうです。今回特別に設定した「特になし」への回答はゼロでした。業況は厳しいですが諦めずに事業を続ける姿勢が現れています。