

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成15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	137	38	27.7%
大型店舗	15	9	60.0%
建設業	71	20	28.2%
製造業	57	31	54.4%
サービス業	68	24	35.3%
その他	52	18	34.6%
合計	400	140	35.0%

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（DI値を集計）

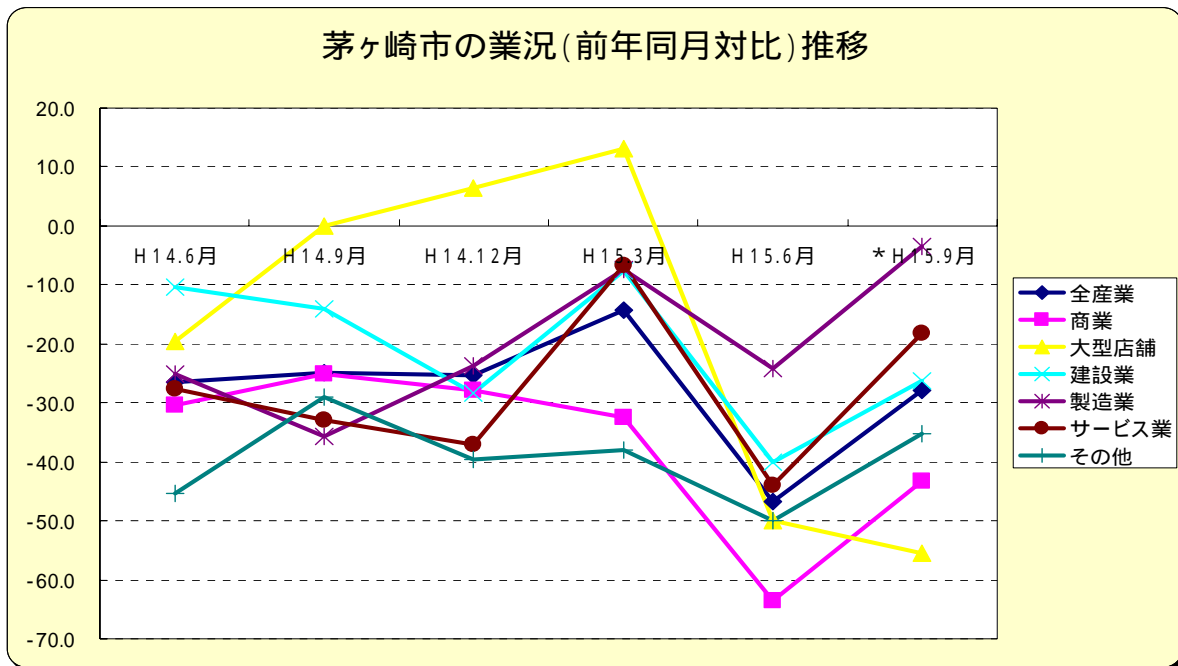
DI値（景気判断指数）は、売上・利益等の判断状況を表すものであり、ゼロを基準として、プラス値は景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値は景気の下向き傾向を示す回答の割合が多いことを示す。

5. 現在の経済状況

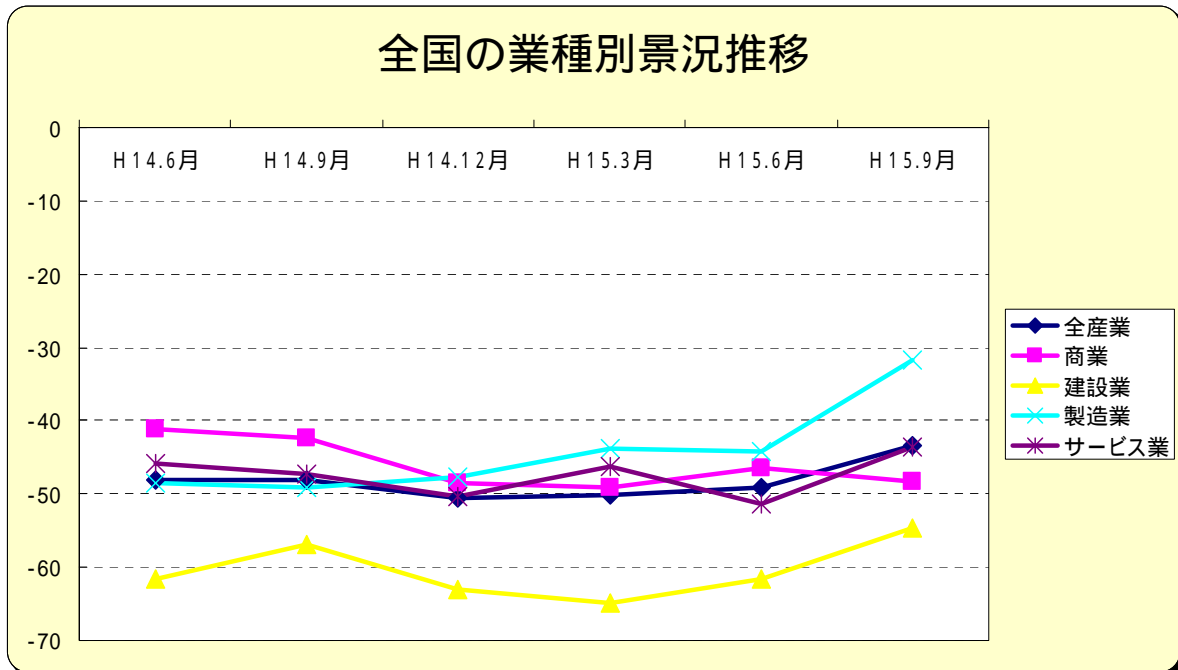
今年の夏は日本全体が冷夏に苦しめられました。東北地方北部では梅雨が明けたことを確認できなかったようです。エアコン・夏服・西瓜に代表される夏向け商品が動かなかつたため、商業は全体的に苦しい状況です。内閣府が発表した9月の月例経済報告では「景気は持ち直しに向けた動きが見られる」と表現されています。イラク戦争が一段落してアメリカ経済が動き始めました。その結果、日本の輸出が増加傾向を示しているようです。国内においては、携帯電話とパソコンそしてデジカメの需要が製造業全体の景況数字を押し上げたようです。個人消費は「おおむね横ばいで推移している」との見解を示しています。

お彼岸を過ぎても暖かい日が続きました。夏物に続いて秋冬物の動きが鈍くなりそうです。夏のボーナスも前年に比較して減少しています。大企業の一部で業績の回復が見込まれてはいるものの、中小企業にはまだ冷夏が続きそうです。

6. 茅ヶ崎市経済の業況



< 全 国 >



<茅ヶ崎市の平成15年9月調査結果>

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年9月比	15年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	27.8	29.7	21.6	43.4	31.2
商 業	43.2	50.0	43.3	48.3	32.3
大 型 店 舗	55.6	44.4	44.4	-	-
建 設 業	26.3	25.0	21.1	54.6	44.5
製 造 業	3.5	6.5	0.0	31.7	24.9
サ ー ビ ス 業	18.2	17.4	19.1	43.6	31.3
そ の 他	35.3	41.2	52.9	-	-

(1)業況（総合的な判断）

前回調査した平成15年6月と比較して、9月現在での景況感は全体では29.7、全ての業種でマイナス数値を示しています。特に商業では50.0という大きな数字になっており、業績がいまだに悪いことが分かります。昨年の9月と比較では、産業全体では27.8のDIになっています。若干1.9ポイントですが、この3ヶ月の景況感は昨年よりも悪くなっているようです。

しかし、前年同月比の景況感推移を見ると、平成15年6月と比較して大きく改善されていることが分かります。産業全体では46.8から27.8まで、19ポイント回復しています。特に製造業においては24.1から一挙に3.5まで回復しました。パソコン・携帯電話・デジカメ関連の精密機械加工が市内の工場にも回り始めたと考えられます。最もDI値の悪い商業においても63.6から43.2まで改善されています。公共投資が期待できない建設業でも40.0から26.3まで数値が上がりました。唯一景況感が低下しているのが大型店舗です。対前年DI値は平成15年6月の50.0から9月は55.6へと5.6ポイント低下しました。冷夏の影響と大型店舗間の競争が激しくなっている結果ではないでしょうか。

(2)茅ヶ崎市経済の先行き

経済の先行きに関しては業種によってとらえ方が大きく異なってきました。産業全体では21.6であり、前回調査の34.0と比べて12.4ポイント改善されています。IT（情報技術）関連の需要とアメリカ経済に復活の兆しが見えてきたことが、経済復興への期待感となったのではないのでしょうか。

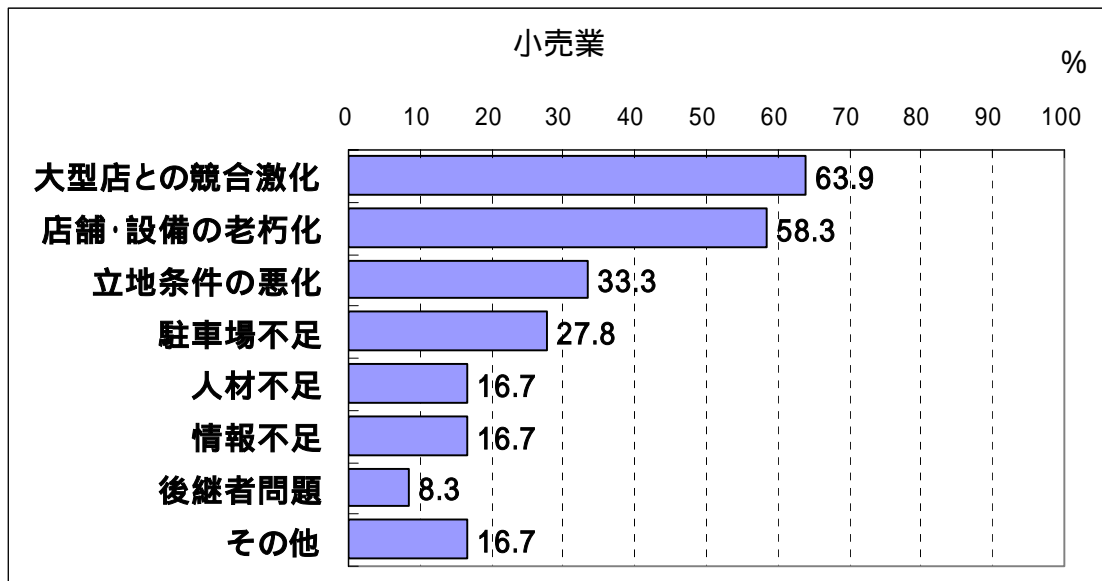
経済の先行きを最も期待しているのがサービス業です。6月の調査では16.0であった数値が9月には19.1にまで跳ね上がりました。サービス業といっても業種は様々です。しかし、これだけ数値が向上するためには多くの業種で需要の高まりを実感していることとなります。そして、前年対比でも大きくDI値が向上したのが製造業です。先行き見通しで±0を示しました。大量生産型ではない、高付加価値型の首都圏製造業が復活の兆しを見せているのかも知れません。このほか、商業が前回の6月よりも先行き見通しが良くなっています。それでも43.3であり悪い状態であることに変わりはありません。

先行き見通しが前回の6月よりも低下している業種は3つありますが、最も数値が低下

したのはその他業種です。ここにも色々な業種が含まれていますが、10月1日から排気ガス規制が本格的に始まる運送業は確かに危機感を抱いています。次に危機感が大きいのが大型店です。6月の37.5から9月は44.4へと6.9ポイント低下しました。建設業は対前年比では景況感が向上していましたが、先行きでは6月と比較して若干ですが数値を落とし21.1になりました。まだ、回復基調にあるとは言えないようです。

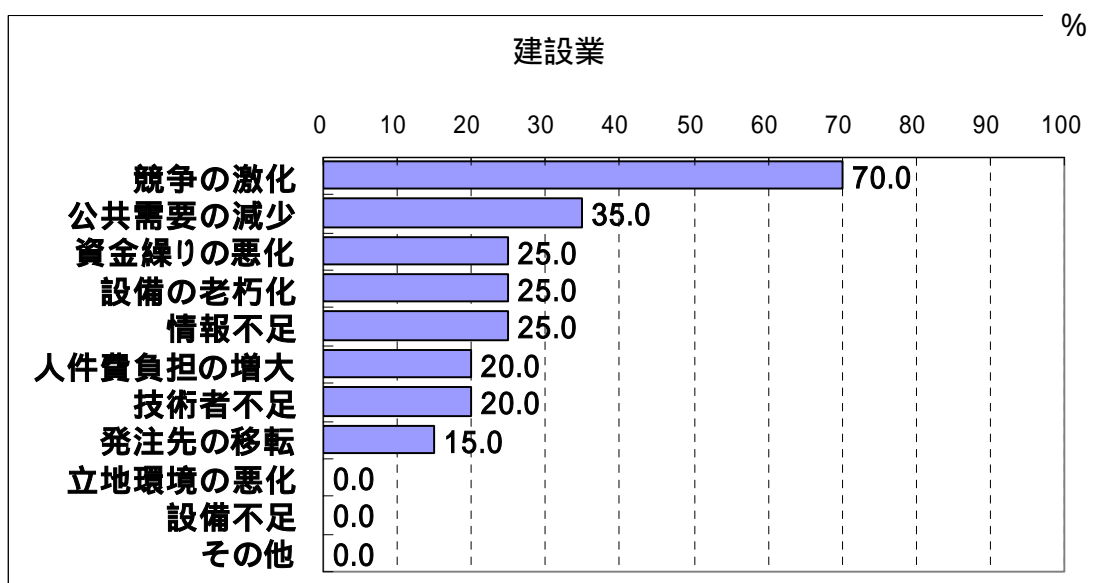
7. 主要業種の経営課題

(1) 小売業



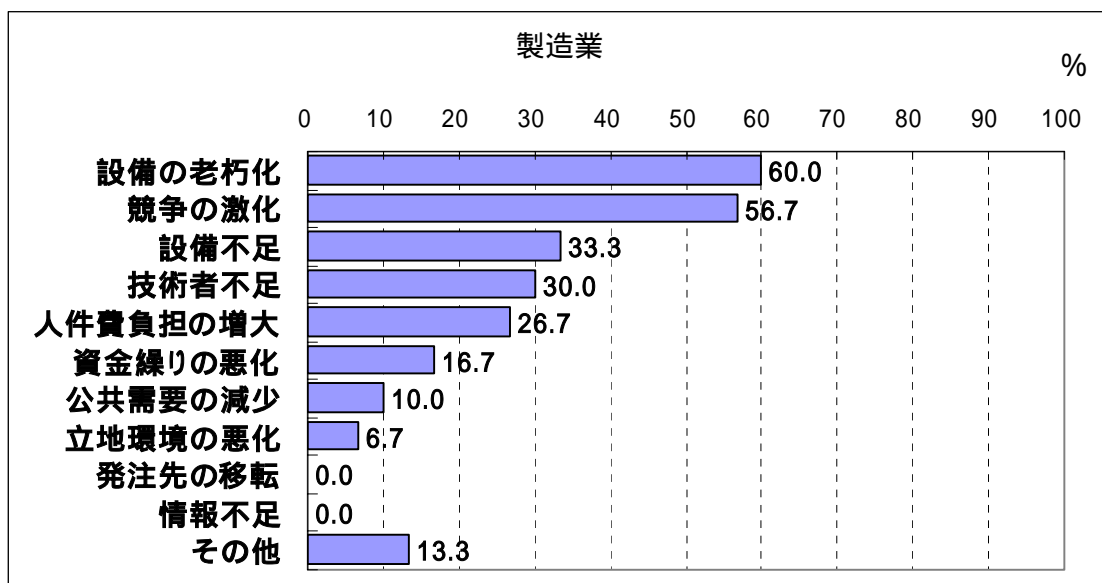
6月と同様、「大型店との競合」が小売店の経営課題の第一位になっています。この3ヶ月で大きくクローズアップされたのが「店舗・設備の老朽化」です。6月から約2割比率が向上し、約6割の企業が経営課題としています。待っているだけではチャンスを獲得できないので、活動を始めようとしたら店舗・施設が古くなっている事に気が付いたのではないのでしょうか。逆に大きく低下したのは「後継者問題」です。6月には約2割の回答がありましたが、9月は1割以下に減少しました。後継者問題に悩む前に、経営者自ら行動を起こさなければならぬことに気が付いたのかもしれません。

(2) 建設業



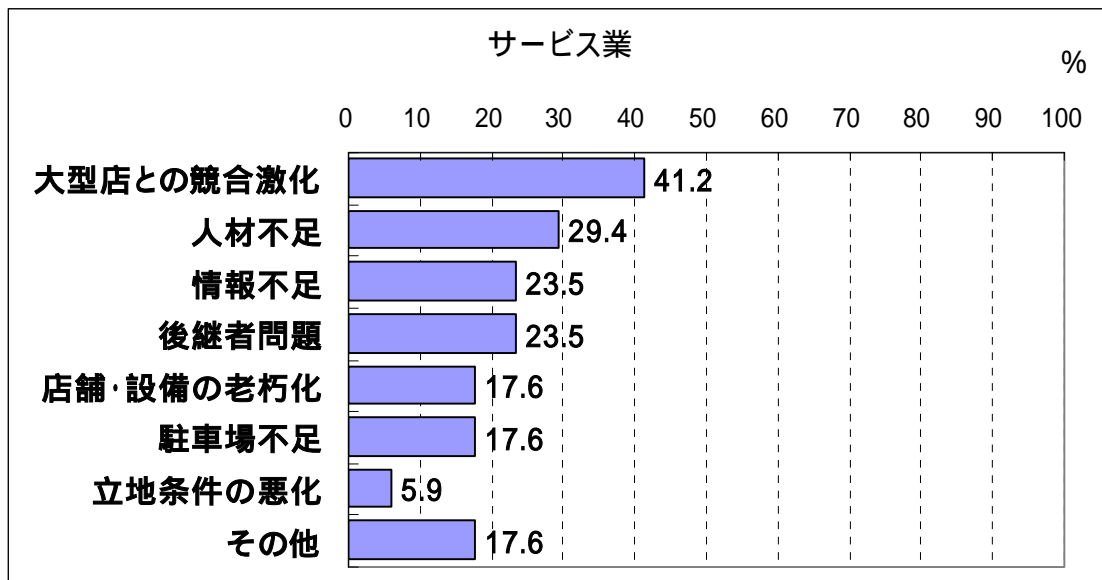
建設業では経営課題の第一位が「競争の激化」であることは6月と同様です。9月においては7割の企業が経営課題にあげています。第2位には「公共投資の減少」が上がってきました。6月は3割弱の回答でしたが、9月は3割5分の企業が経営課題にあげています。公共投資の減少は既に始まっていたのですが、7月を過ぎ公共関係の予算が動き出し、中小企業にまで公共投資が回ってこないことを実感したのではないのでしょうか。反対に減少した経営課題は「人件費の増大」です。6月に4割あった回答が半分の2割に減少しました。建設業においては7月から9月にかけて、公的仕事の受注量が減少し、人件費を心配する状況ではなくなっているのではないだろうか。

(3) 製造業



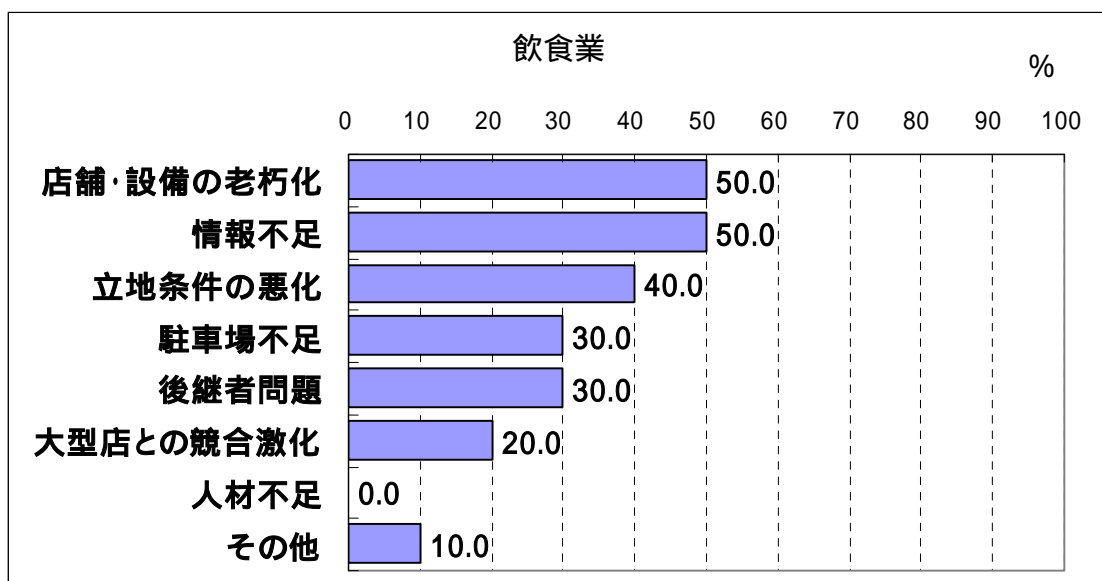
製造業では6月同様、9月は半数以上の企業が抱えている経営課題は「設備の老朽化」と「競争の激化」です。この二つの課題が飛び抜けて高くなっていることも今回調査の特徴となっています。回答率が増加した課題としては「設備不足」をあげることができます。今回の調査では製造業復活の兆しが現れてきました。仕事が入ってくるようになると設備の必要性を感じるようになる事が分かります。その一方、建設業と同様に「人件費負担の増大」が約1割5分減少しています。仕事が少し戻ってきたので負担感が減少したと考えられます。

(4) サービス業



6月から大きな変化が現れました。2割に満たなかった「大型店との競合激化」が4割の会社から経営課題として取り上げられ、第1位になりました。サービス業においても大型店や大手チェーンとの競合が激しくなっていることがわかります。順位が上がった経営課題では「後継者問題」があります。大型店等との競合が激しくなり、経営者や店主の経営意欲が下がってきているのかもしれませんが。

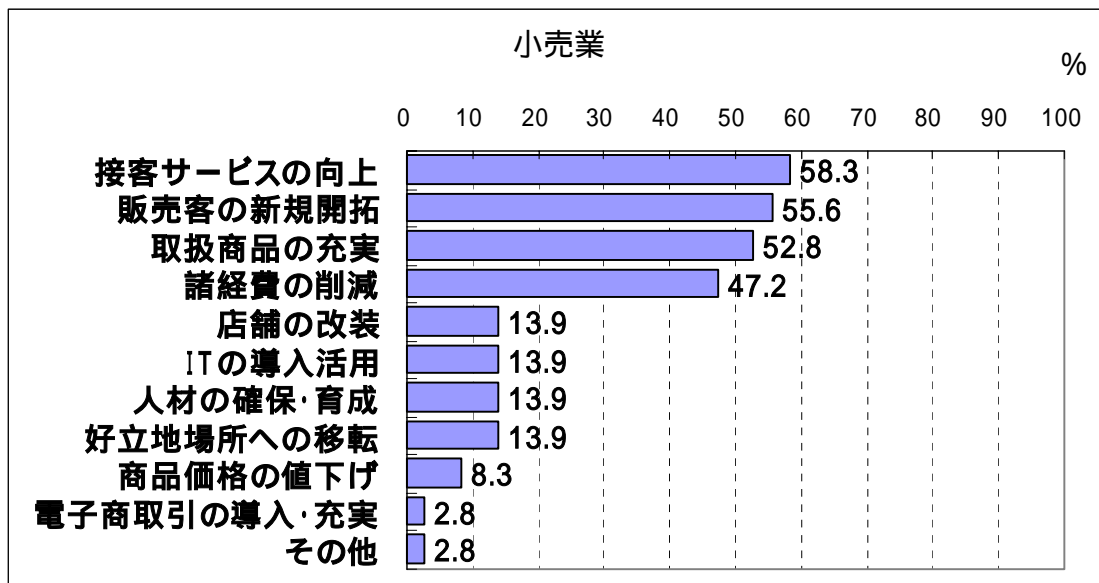
(5) 飲食業



飲食店からの回答が多かったので、今回はコメントを加えたいと思います。飲食店では大型店との競合がそれほど発生していないようです。独自の味を出すことができることがこの業種の武器といえるでしょう。その中で半数の企業が挙げている経営課題が2つあります。「店舗・設備の老朽化」と「情報不足」です。資金が不足しているので、傷んでいても店舗を改装できない事業所が半数あることとなります。飲食業は接客商売でもあります。ある程度情報はお客様から入手できるはずですが、それだけに情報の重要性を認識しているのかもしれませんが。このほか「立地条件の悪化」に4割回答があることが特徴的です。立地条件の悪化にはいくつかの理由が考えられます。大きな事業所の移転、ショッピングセンター出店による流れの変化等です。味で差別化できる飲食店ですが、立地条件の変化はやはり業績に影響を与えるようです。

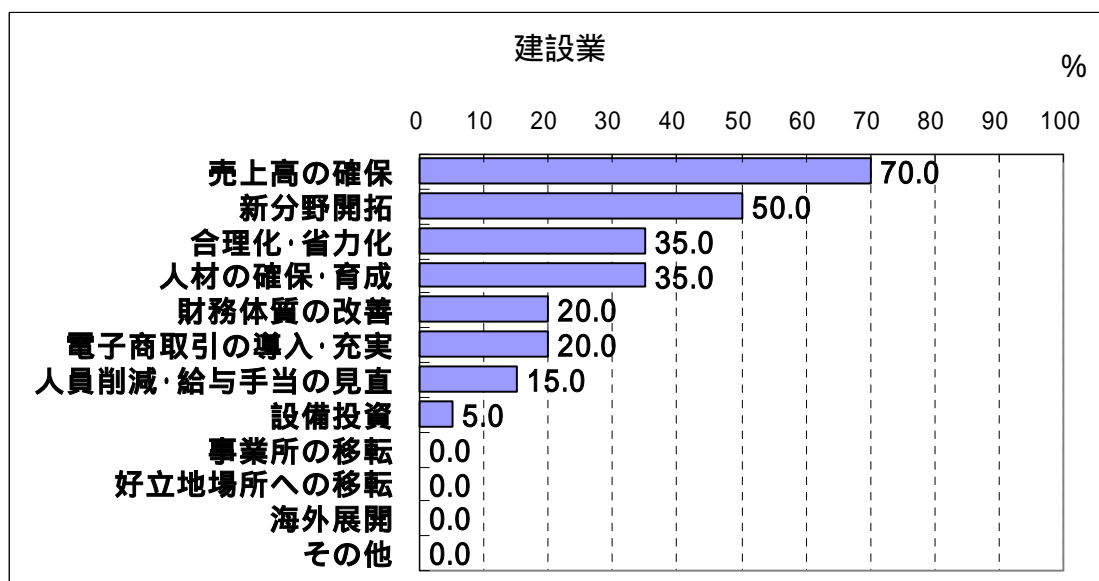
8. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業



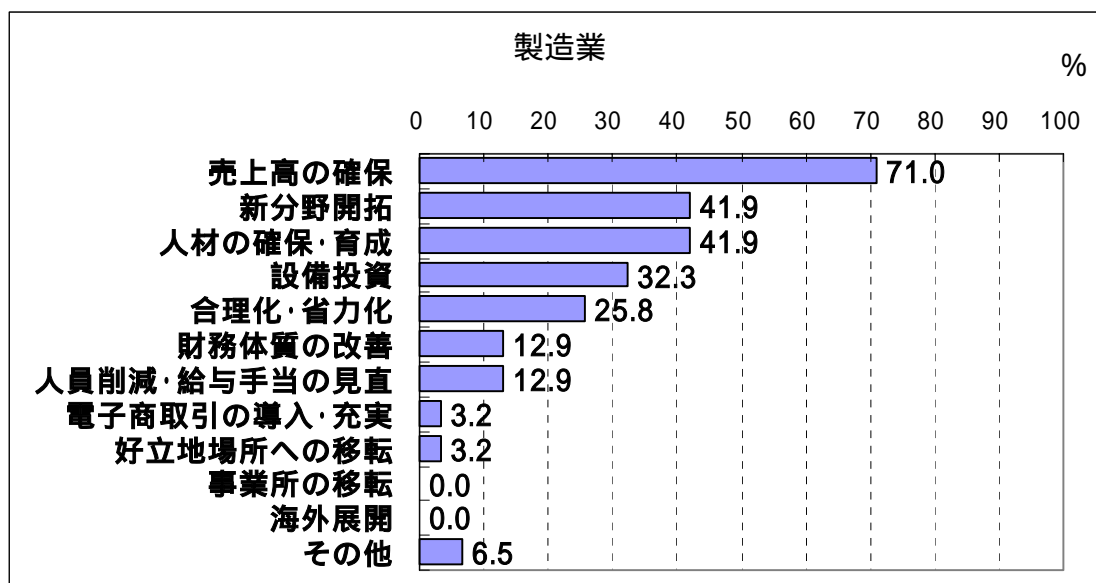
6月と順位は変わりませんが、小売業の対策は上位4つに対策が絞られてきました。「接客サービス向上」「販売客の新規開拓」「取扱商品の充実」「諸経費の削減」です。経営課題の2番目に店舗や設備の老朽化があげられていました。しかし、対策の中で「店舗の改装」の順位は大きく離れた5位になっています。余分な経費をかけずに、現在の店舗でお客様を呼ぶことに挑戦する姿勢が伺われます。

(2) 建設業



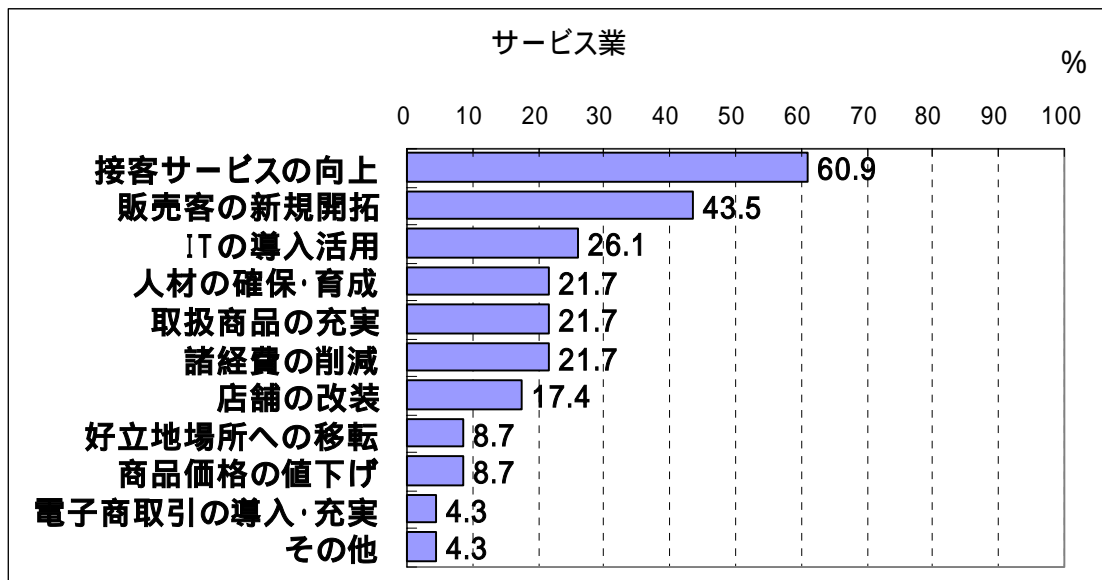
建築業にも変化が現れました。「売上高を確保」するとの回答は更に増加し7割に達しました。そして「新分野開拓」に半数の企業が回答しました。6月はこの対策を3割5分の企業が支持しているだけでした。公共投資が減少に伴い減少する建築需要を当てにせず、建築以外の分野を開拓する気持ちが芽生えてきたのではないのでしょうか。それに伴い「合理化・省力化」対策は、6月より約1割減少している。

(3) 製造業



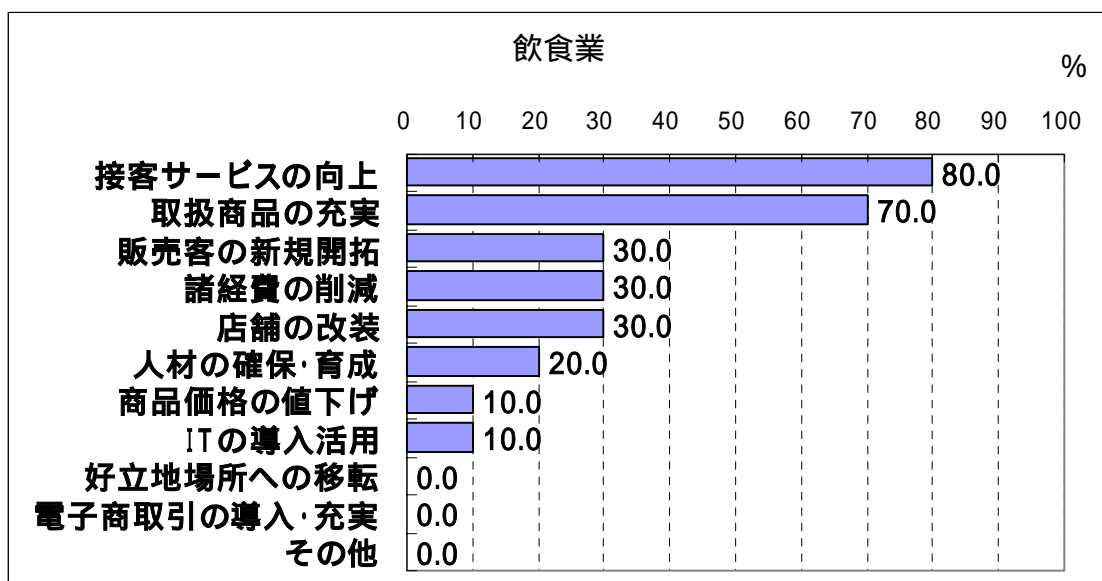
製造業では1位が「売上高の確保」であることは6月と同様です。事業意欲を示している「新分野開拓」が約1割減少し約4割の回答となりました。「合理化・省力化」は約2割減少しました。製造業者の事業意欲が減少したわけではありません。景況感が示すように、製造業者全てではありませんが、受注が増加している企業が増え、それらの生産に気持ちが向いている結果ではないのでしょうか。それを裏付けるかのように、「設備投資」が約5分向上し、3割を超えました。この需要が恒常的であるかどうかは、社長自らが判断を下さなければなりません。

(4) サービス業



サービス業の対策は6月から大きく変化しています。「接客サービスの向上」は依然1位ですが6月よりも1割減少しています。「諸経費の削減」は半減して約2割になりました。ぎりぎりまで経費を切りつめている事業所が多くなってきたのではないのでしょうか。人材の確保育成や取扱商品の充実も数値を下げており、これらの対策が一段落したことを示しています。9月になって最も大きく向上したのは「ITの導入活用」です。1割5分程度増加しています。「販売客の新規開拓」も若干ですが増加し、4割を超えています。この3ヶ月で攻めの経営に移っていることが理解できます。この意気込みがこれからの経済見通しを明るくしてくれることに期待したいと思います。

(5) 飲食業

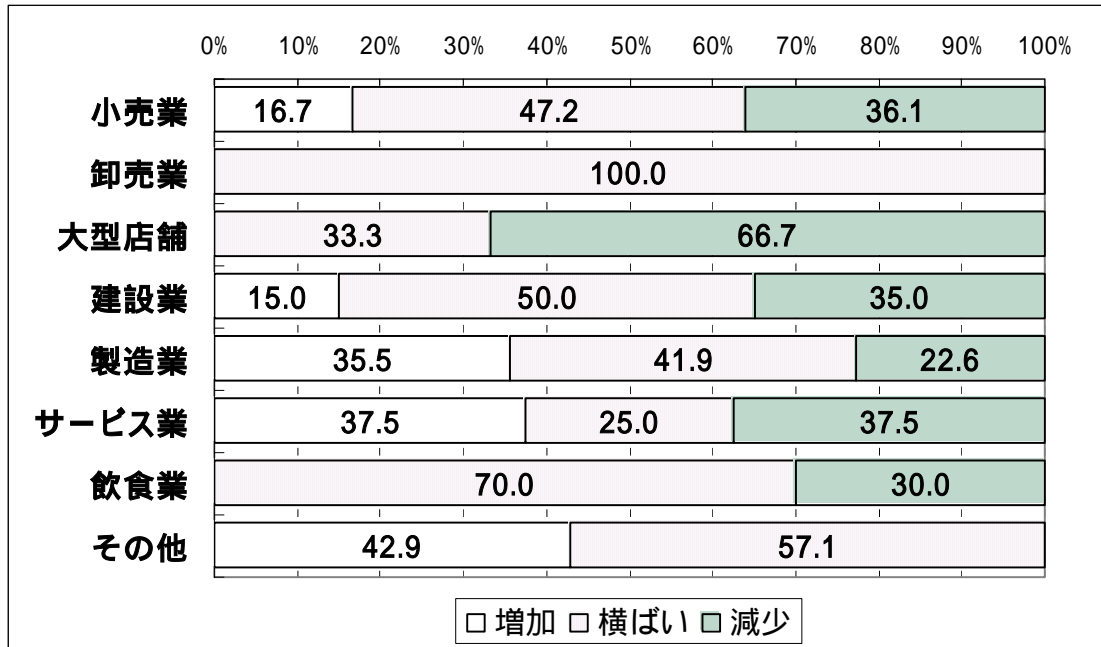


飲食業の対策では、「接客サービスの向上」と「取扱商品の充実」が7割以上の回答をそれぞれ集めています。それ以外の対策が全て3割以下であることは、この2つの対策が飲食業にとって大切なテーマであることが分かります。意外に少ないのが「販売客の新規開拓」です。飲食店の場合は口コミやマスコミがお客様を呼びますから、自ら新規開拓する必要を感じていないのではないのでしょうか。また、インターネットが世の中に普及しようとしている状況にもかかわらず、「ITの導入活用」が1割の回答にとどまっていることは、さらなる可能性があることを示しています。ホームページを掲載したり、携帯電話のメールを利用する販促を実行したりする効果はこれから更に大きくなりそうです。

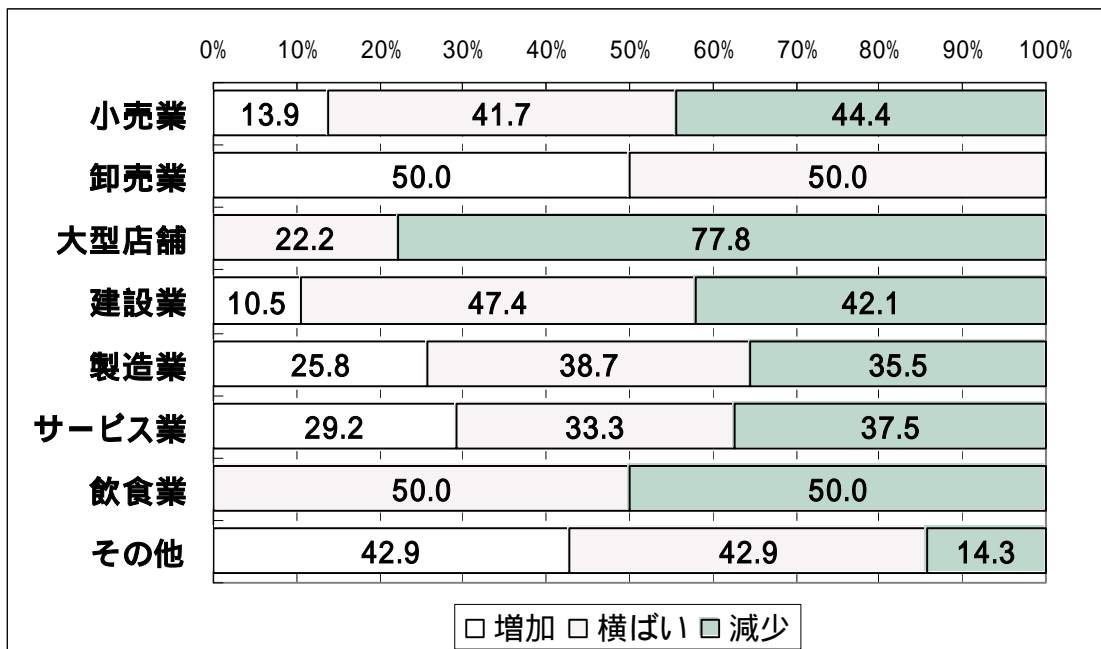
9. グラフが示す市内企業の経営実態

(1) 産業全体の経営実態

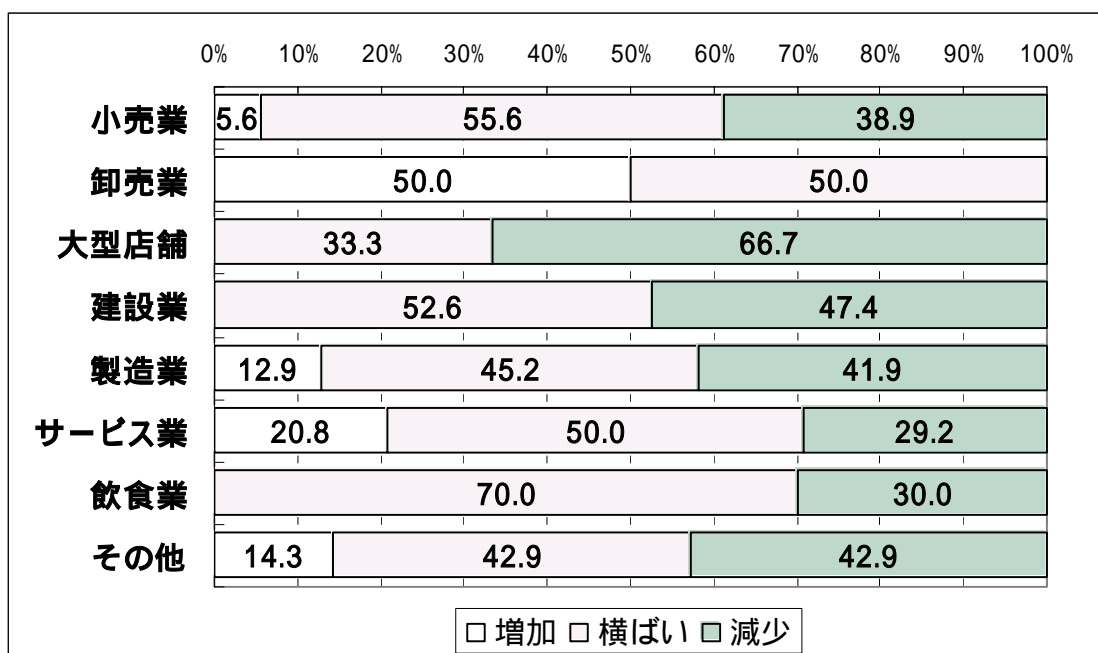
売上高



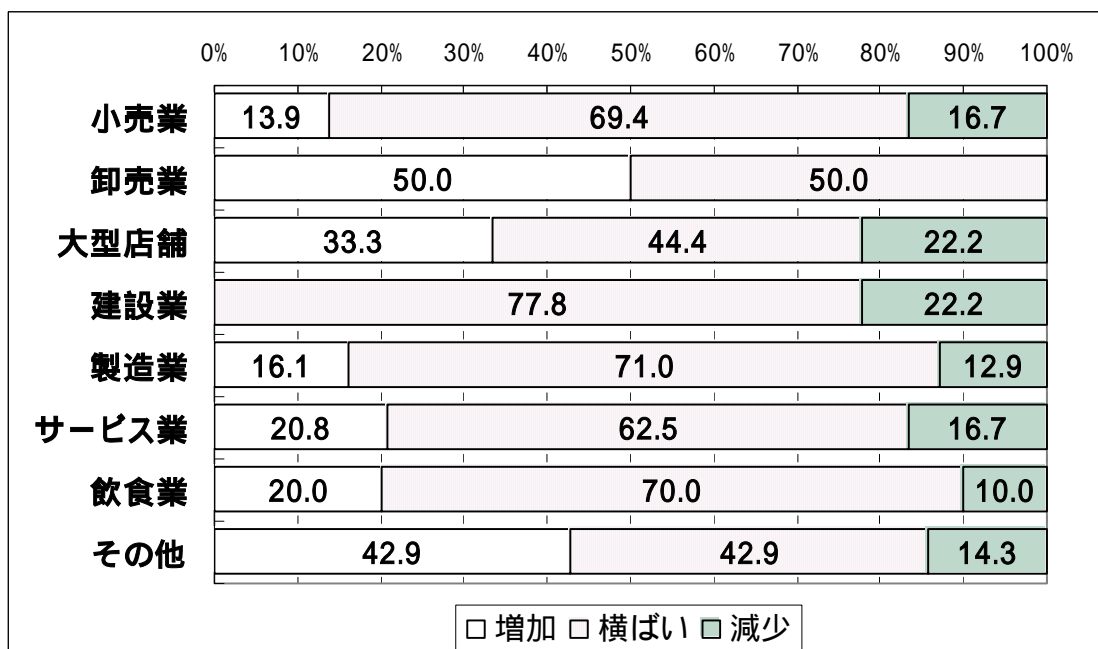
利益



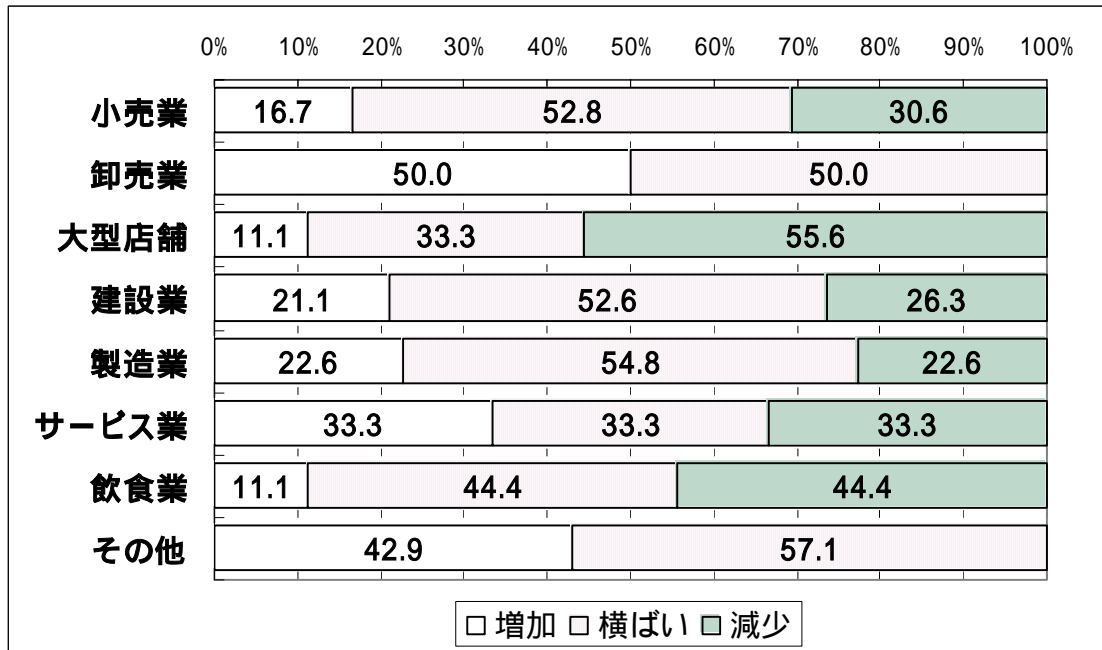
利益率



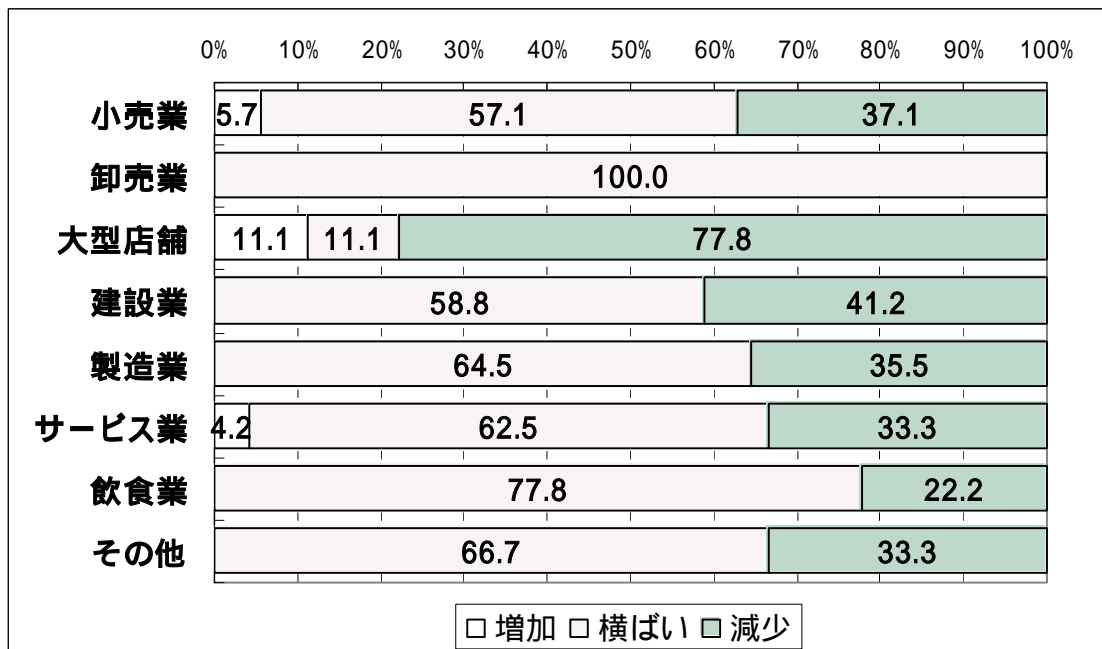
諸経費



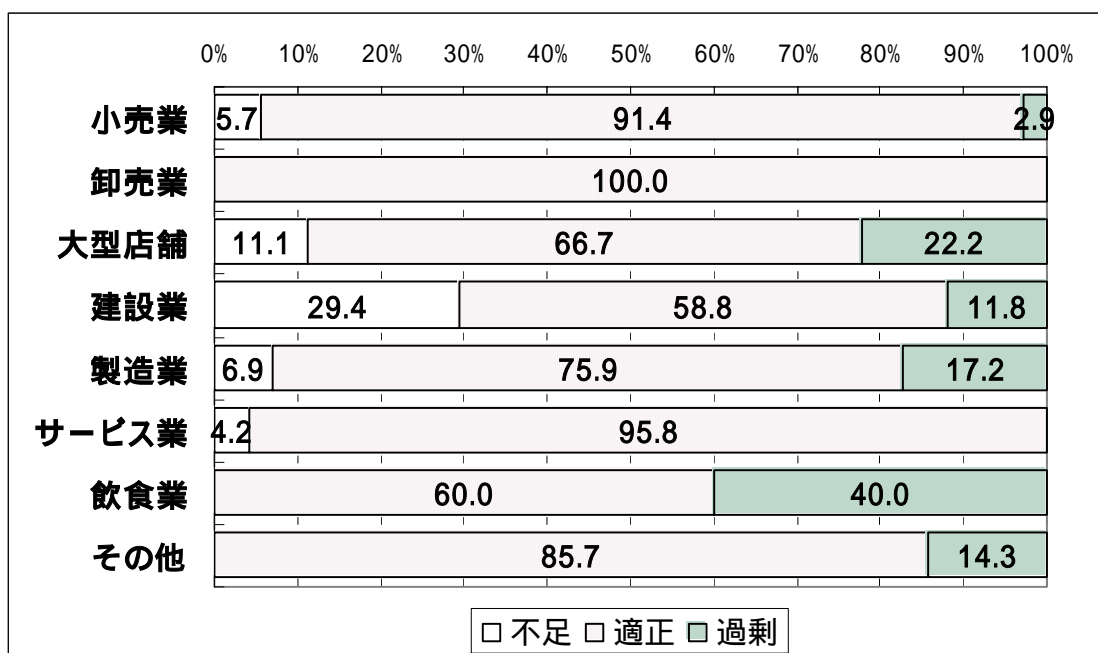
客数、引き合い



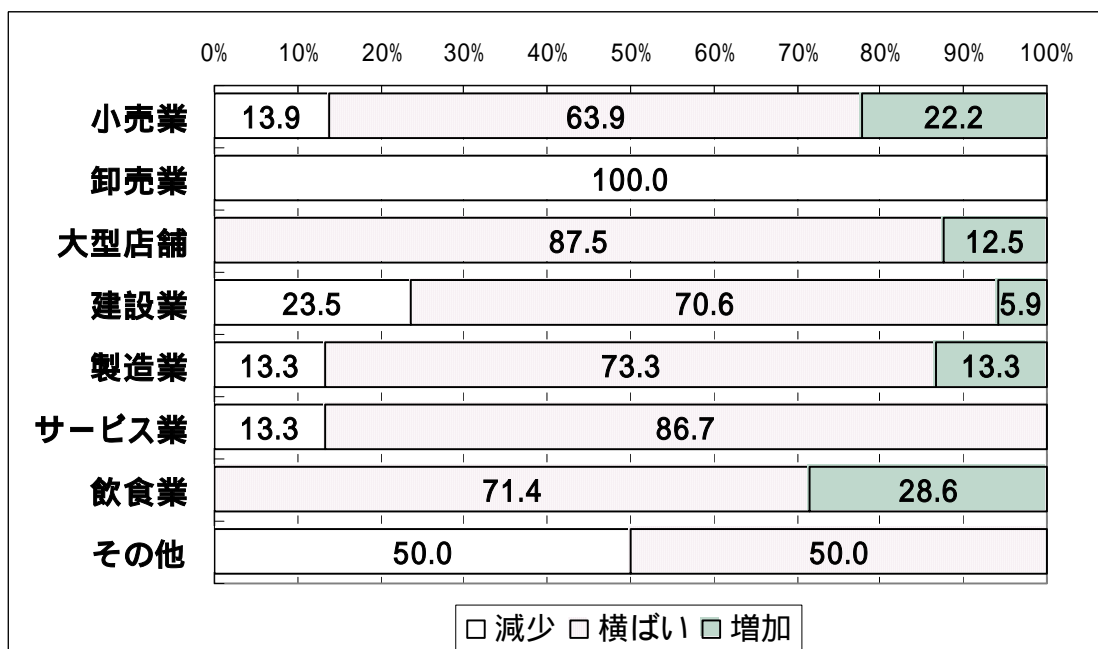
客単価、受注・製品単価



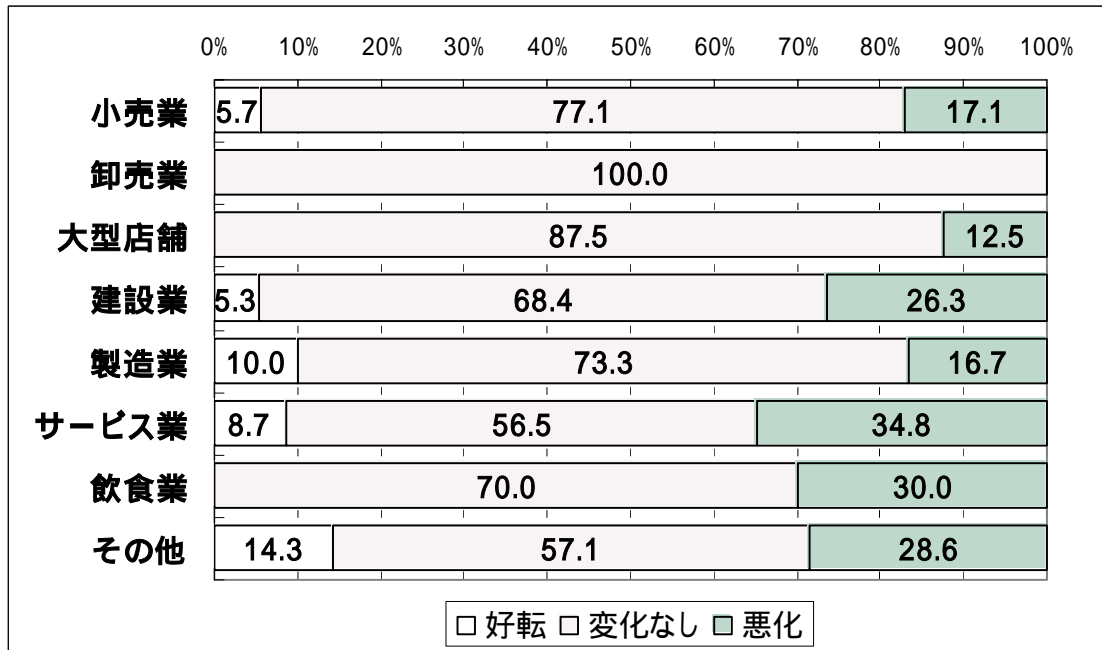
従業員数



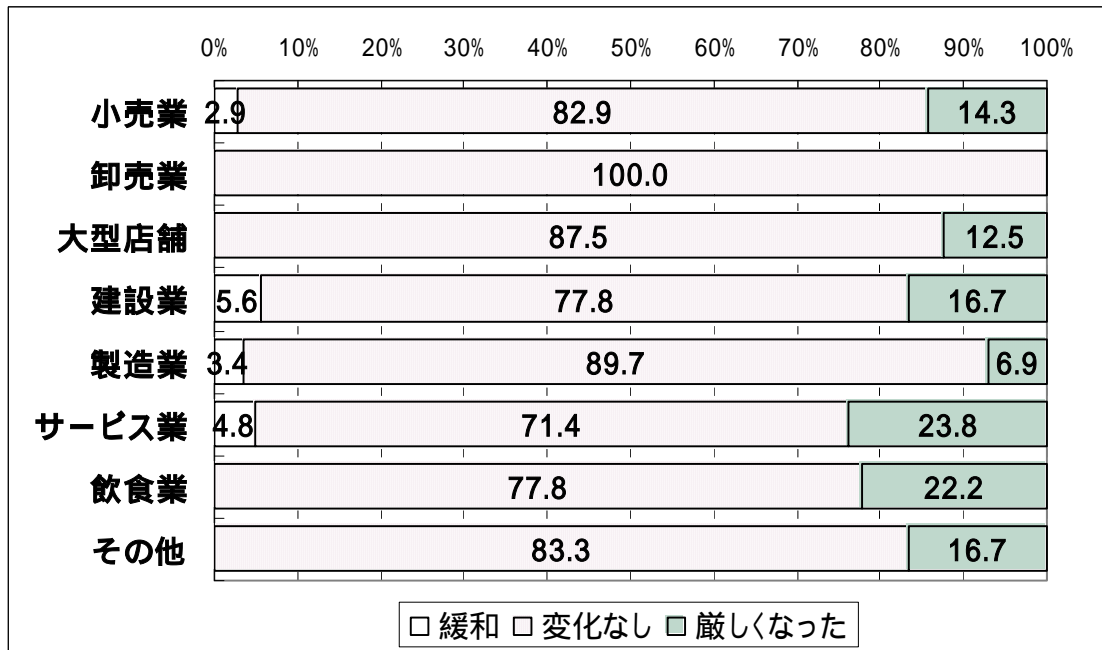
商品在庫、製品・材料在庫



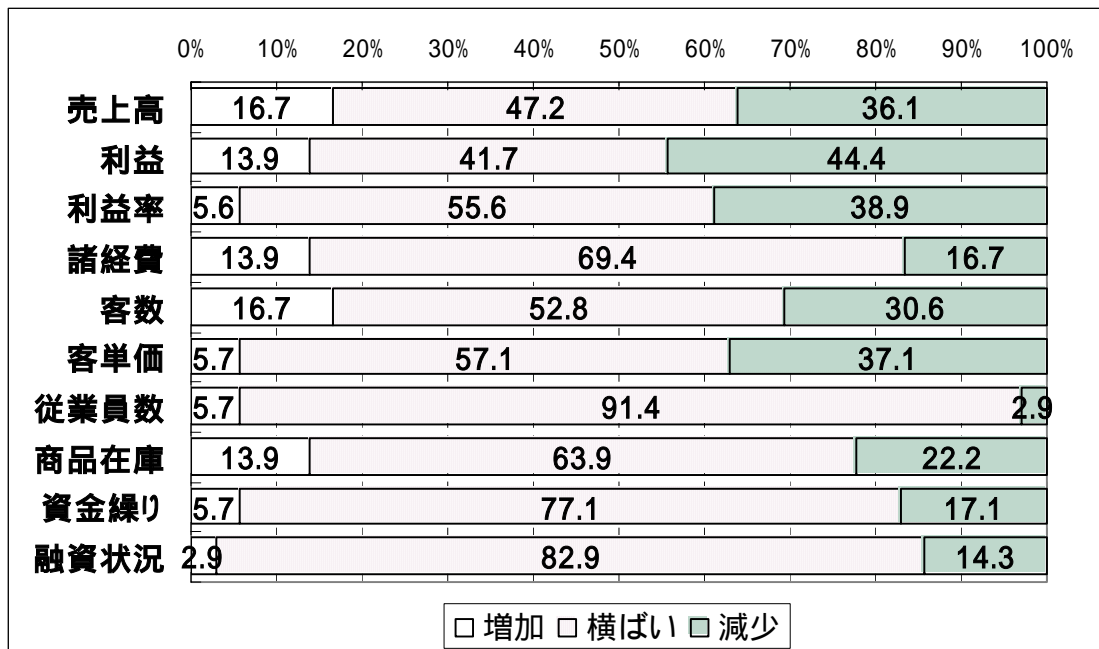
資金繰り



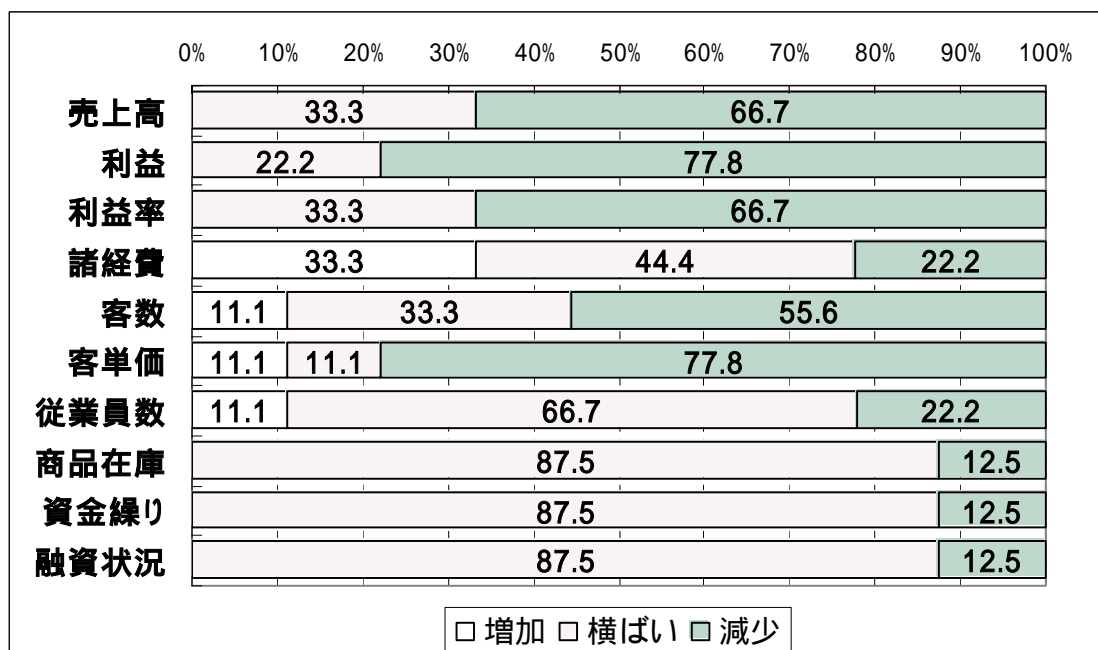
金融機関の融資状況



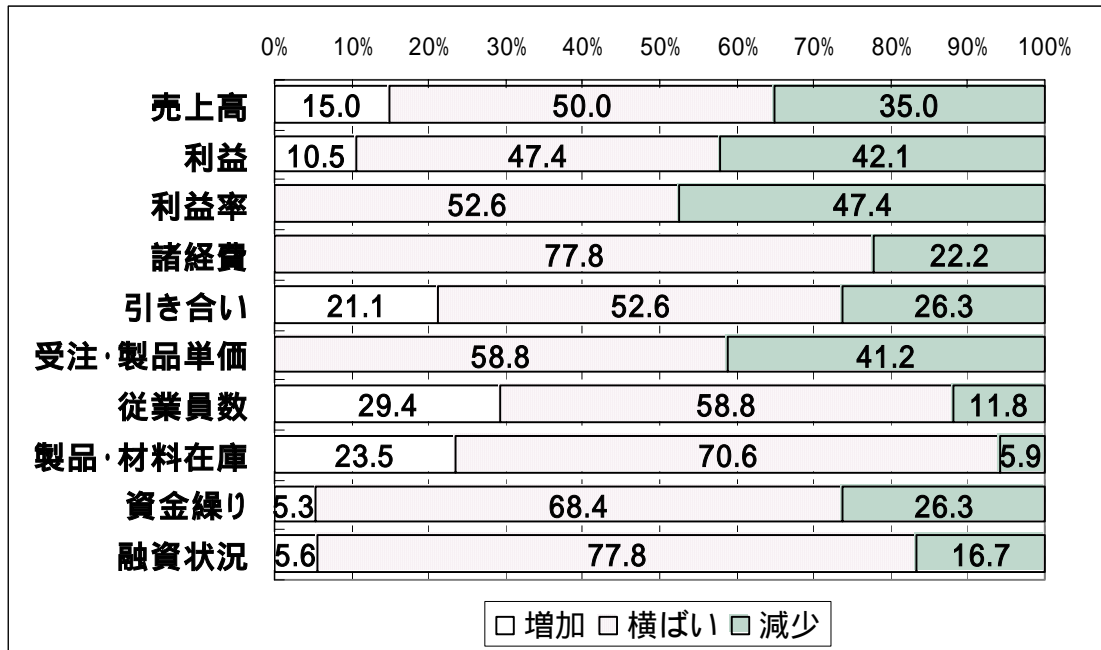
(2) 業種別経営実態
小売業



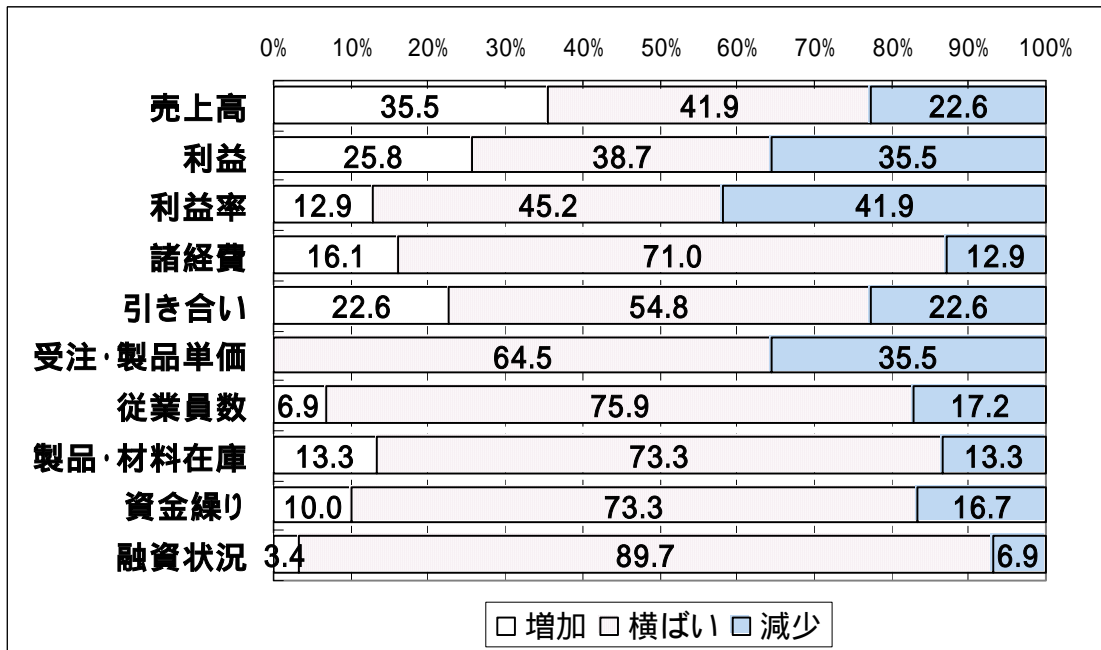
大型店舗



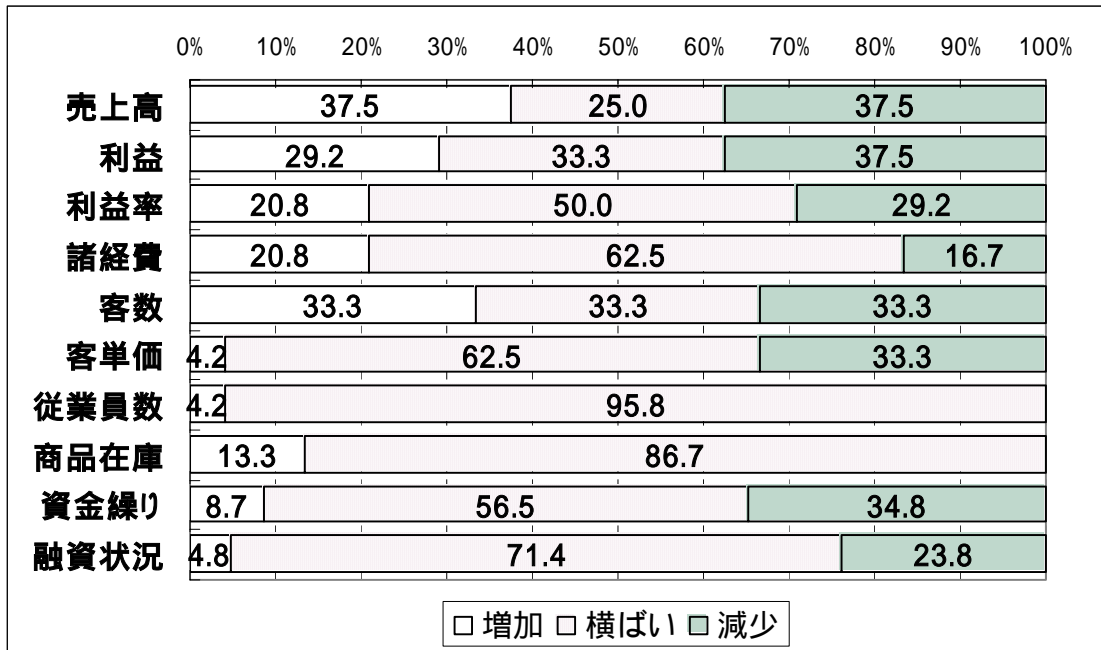
建設業



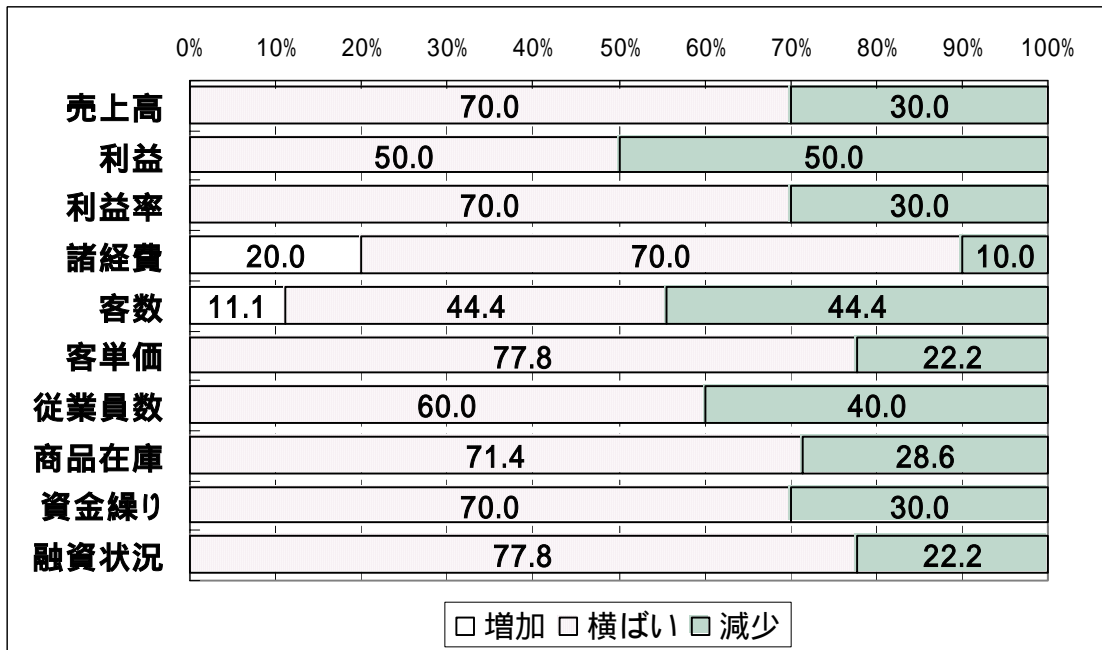
製造業



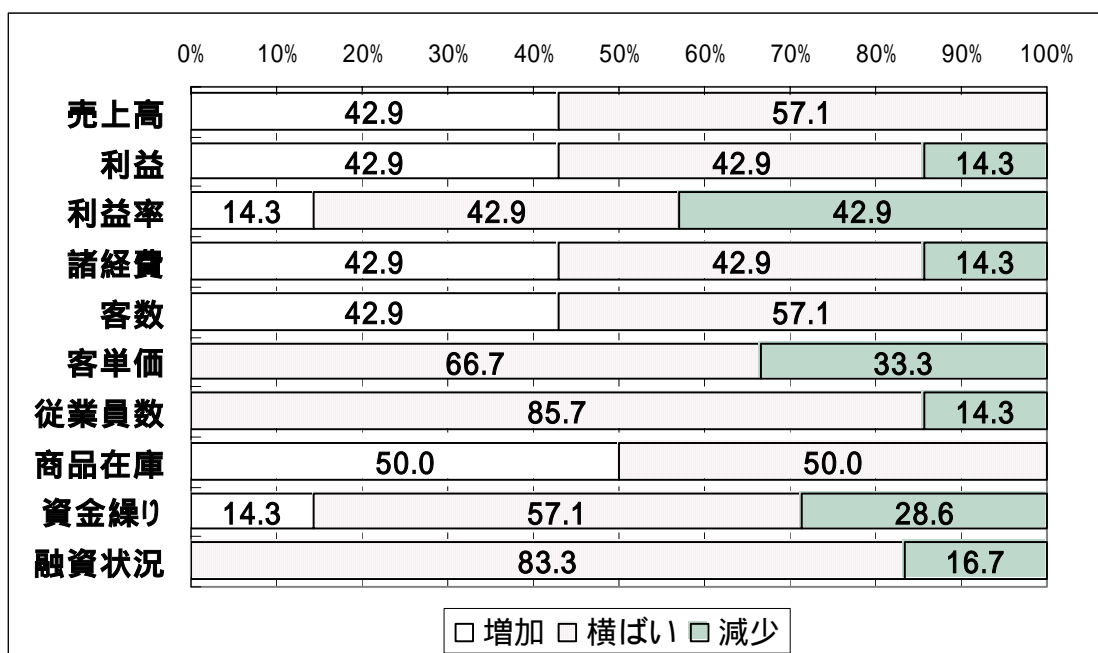
サービス業



飲食業



その他



10. 回答者からの景気に対する自由記述

業種	内容
小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・景気の見通しについては好転(一時的)になっているが、大手との競争で体力維持が限界にきている状況。 ・この状況が続く予想で、顧客ニーズに合った新商品を開発する。 ・高齢化が進み、年金もカット等により景気は持ち直さない。長期金利は上がり、さらに悪くなりそう。 ・コミュニティバスの利用により駅ビルおよび大型店での買い物が便利になり、近隣の零細商店の利用が大幅に減少した。
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・どの分野においても売上げ減少になるとつい冒険もしづらく、飛び跳ね難いので守りの体制になってしまう。 ・当社なりの出来る限りの体質改善をしています。現在は給料の支払いが少しずつ安定しつつあります。でも、まだ資金繰りは追われています。少し好転の兆しありと言ったところでしょうか。 ・仕事があっても単価が安く、業績が横ばいもしくは減少。やはりデフレの影響は大きい。

業種	内容
製造業	・諸官庁も大企業向けが多く、弱小企業にはまわって来ない。官の研究投資も激減している。
サービス業	・景気は依然として良くないようです。資金繰りも当然悪化して、個人資産の取り崩しをしています ・改善されない面もあるが、総じて好転のキザシが強まっている。ただ、円高問題が強まりコスト削減の努力は今後も求められる。
飲食業	・夏場の天候不良、景気の悪さ、飲酒に対するきびしさ、一部肉に対する関税引き上げなど足かせが増える一方。 ・冷夏のせいで夏期（7～9月）の売り上げ大幅ダウンする。
交通運輸業	・今年より設備投資の増大で経営を圧迫する。（排ガス規制）

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