

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成18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	132	33	25.0%
大型店舗	14	10	71.4%
建設業	71	21	29.6%
製造業	57	27	47.4%
サービス業	74	16	21.6%
その他	52	15	28.8%
合計	400	122	30.5%

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

今年は梅雨が長く続き、8月に入るまで曇りや雨の日ばかりでした。山陰・北陸・長野そして九州では記録的な大雨となり大きな被害が発生しました。気象庁は平成18年7月15日から24日にかけての大雨を「平成18年7月豪雨」と名付けたようです。梅雨が明けた8月は比較的好天が続き、子供達は夏休みを楽しむことができたようです。そして9月ですが、16日から17日にかけて台風13号が九州に上陸し、竜巻による被害が続出したことは記憶に新しいのではないのでしょうか。気象の変化は消費者の行動にも大きな影響を与えたようです。消費総合指数では7月は前月比1.3%減少しましたが8月は0.7%の微増となりました。商業販売統計の小売業販売額においても7月は1.6%減少したものの8月は2.0%増加していることが報告されています。国内旅行においても同様の傾向が現れています。

社会の動向として最も注目されたのは7月の北朝鮮ミサイル発射と9月の安部政権誕生でしょう。ミサイルによる直接の被害は無かったわけですが、7月に消費動向が低下した

原因は長雨だけではなかったと思われます。秋の味覚である松茸は北朝鮮からも輸入されていますが、ミサイルの影響で価格が高騰し、例年以上に高嶺の花になってしまったようです。経済への影響は10月以降となりますが、安倍政権が誕生したことで経済政策が今後どのように変化するか注目されます。地方経済の活性化に期待したいところです。

このような状況を、内閣府は平成18年10月12日の月例経済報告において次のようにまとめています。

景気は、回復している。

- * 企業収益は改善し、設備投資は増加している。
- * 雇用情勢は、厳しさが残るものの、改善に広がりが見られる。
- * 個人消費は、このところ伸びが鈍化している。
- * 輸出は、横ばいとなっている。生産は、緩やかに増加している。

7月から9月にかけてはボーナスとお中元そして夏休みが重なるため、日本全体で消費が進む傾向があります。しかし、今年は長引いた梅雨やミサイルの影響で個人消費は大きく伸びることが無かったようです。しかし、ボーナスは大企業を中心に前年よりも上回っており、家庭の収入は若干ですが改善されていることが分かります。完全失業率は8月において4.1%であり大きな変化はありませんが、常用雇用者数は前年と比べて増加しており、雇用面においても今後消費が膨らむことは期待できそうです。軽自動車を中心とする新車販売の増加や外食の前年を上回る利用がその傾向を示しているようです。

日本の経済は主に輸出によって支えられてきましたが、全体としては横ばいとなっています。これはアメリカの景気回復が一段落したことが原因のようです。しかし、中国を中心とするアジアへの輸出は活発に動いており、製造業を中心に設備投資が増加しています。「日銀短観」では2006年度は売上高で4年連続、経常利益で5年連続の増加を見込んでいます。

公共投資は依然として減少しておりますが、住宅建設は横ばいまたは微増傾向を示しています。8月の着工戸数は前月比で7.2%の増加となりました。ターミナル駅周辺には高層住宅の建築も継続しており、都心回帰を期待する住宅建設はしばらく続きそうです。

その他の経済要因として石油価格の上昇を確認しておく必要があります。全体的には価格転嫁は行われていないようですが、ガソリンの価格等を見ても分かるように、原油価格に直接影響を受ける商品においては値上げが行われているようです。今後原油価格がどのように推移するか注意が必要でしょう。

10月の月例経済報告では先行きについて次のようにまとめています。

企業部門の好調さが家計部門へ波及しており、国内民間需要に支えられた景気回復が続くと見込まれる。一方、原油価格の動向が内外経済に与える影響等には留意する必要がある。

(政策の基本的態度)

政府は、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2006」に基づき、構造改革を加速・深化する。重点強化期間内に物価の安定基調を確実なものとし、物価の安定の下での民間主導の持続的な成長を図るため、政府・日本銀行は一体となった取組を行う。

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9月比	18年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	17.4	17.2	13.9	27.0	21.2
商 業	33.3	33.4	36.6	22.0	15.8
大 型 店 舗	11.1	30.0	0.0	-	-
建 設 業	14.3	14.3	0.0	43.1	36.6
製 造 業	8.0	7.7	8.3	14.3	14.3
サ ー ビ ス 業	15.4	0.0	7.7	33.3	21.8
そ の 他	14.3	13.3	8.4	-	-

政府が発表している日本全体の経済傾向では「景気は回復している」ことになっていますが、今回の調査でも茅ヶ崎市の経済は全ての業種においてマイナス傾向であることが確認できます。全国の指標よりは良い結果を示していますが、産業全体では前年同月比でマイナス17.4というDI値でした。全国的に業況が悪い業種は建設業であることがマイナス43.1という数値で確認できますが、茅ヶ崎市においてはマイナス14.3で収まっています。DI値はマイナスですが、首都圏の比較的活発な建設需要を受け止めている企業が存在することが分かります。

今回の調査で特にDI値が低く現れたのは商業です。全国がマイナス22.0であるにも関わらず、茅ヶ崎市の商業はマイナス33.3という数値を示しています。市内大型店は一般小売店よりは良い数値を示していますがそれでもマイナス11.1に留まりました。久しぶりに増えたボーナスですが、茅ヶ崎市内の一般小売店での買い物にまで廻ってこなかったようです。

「景気回復」の牽引役となっている製造業ですがDI値で確認する限り決して牽引役にはなっていないようです。全国でもマイナス14.3、茅ヶ崎市はそれよりも少し良いですがマイナス8.0という数値です。他の業種よりは良いですが市内の景気を支えるだけの力はありません。サービス業も元気はなくマイナス15.4という結果で終わりました。

前回6月との比較でも大きな傾向は変わりません。3ヶ月前よりも業況が悪くなっている企業が多いということになります。その中でも特に変化が大きいのは市内大型店です。前年対比ではマイナス11.1で収まっていたましたが、6月との比較ではマイナス30.0に落ち込んでしまいました。一般小売店でも6月との比較ではマイナス33.4を示していることから分かるように、茅ヶ崎市全体として消費が低迷しているようです。長い梅雨の影響と考えると良いのではないのでしょうか。この3ヶ月間大きな変化が見られなかったのはサービス業です。DI値はプラスマイナスゼロとなりました。経済全体が落ち込んでいる中でも一定の需要を確保できる状態になりつつあるのかもしれませんが。その答えは次回の調査が示してくれるでしょう。

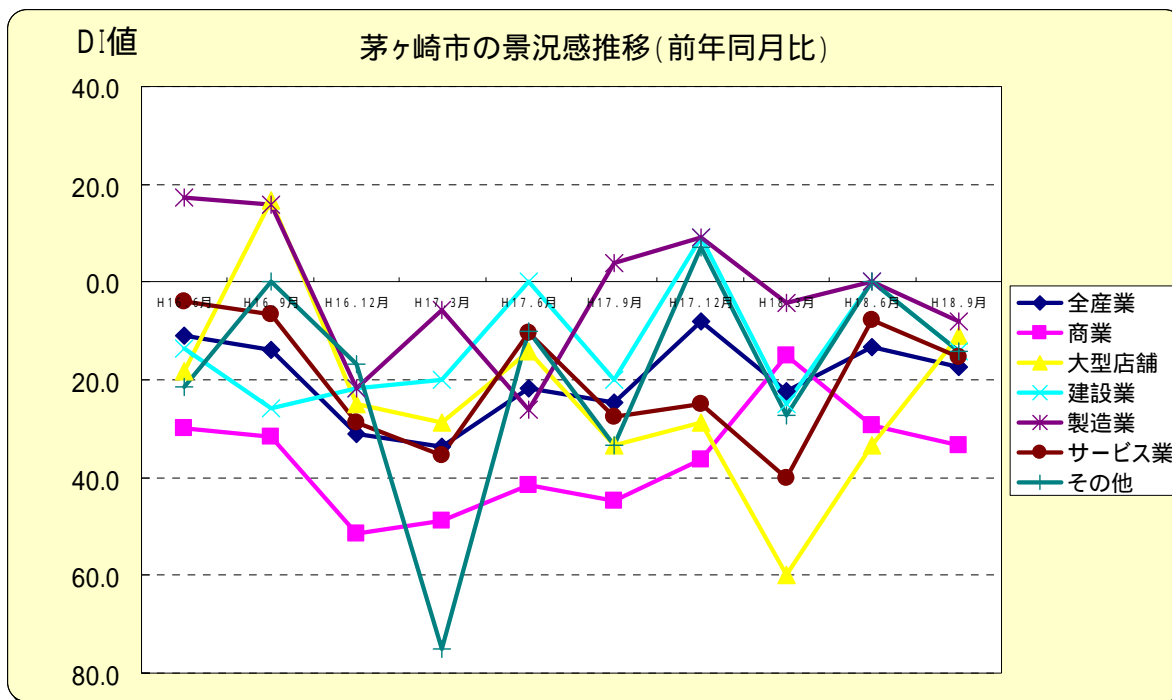
(2)業況（前年同月比の推移）

<茅ヶ崎市> *印は、調査票項目「景気（業況）」の集計値を表示

	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	H17.6月	H17.9月	H17.12月	H18.3月	H18.6月	*H18.9月
全産業	11.1	14.0	31.0	33.6	21.7	24.8	8.7	22.3	17.2	17.4
商業	29.8	31.7	51.5	48.7	41.6	44.9	36.4	15.0	33.4	33.3
大型店舗	18.2	16.7	25.0	28.6	14.3	33.3	28.6	60.0	30.0	11.1
建設業	13.7	25.9	21.8	20.0	0.0	20.0	9.1	25.0	14.3	14.3
製造業	17.2	15.8	21.7	5.6	26.1	4.0	9.1	4.3	7.7	8.0
サービス業	4.1	6.7	28.6	35.3	10.5	27.7	25.0	40.0	0.0	15.4
その他	21.5	0.0	16.7	75.0	10.0	33.4	7.1	27.3	13.3	14.3

「 」はマイナスを表す。

表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。



平成17年12月の調査で茅ヶ崎の経済は一時復活の兆しを見せましたが、翌年3月の調査では再び落ち込んでしまいました。6月はサービス業を中心に上昇傾向を示しましたが、今回の調査では産業全体で前回調査よりもマイナス0.2という結果を示し、7月以降の経済の回復はほとんど無かったことが分かります。横ばいの中で唯一回復基調を示しているのは市内大型店です。本年3月の調査ではDI値がマイナス60.0となりましたが、6月の調査ではマイナス30.0、今回はマイナス11.1まで回復しています。茅ヶ崎市民の購買意欲が戻りつつあるのかもしれませんが、しかし、大型店でもDI値はまだマイナスですから、市内一般の小売店までは市民の足は向いていません。前回同様マイナス30を下回っており、動き出した消費需要を吸収することはできなかつたようです。

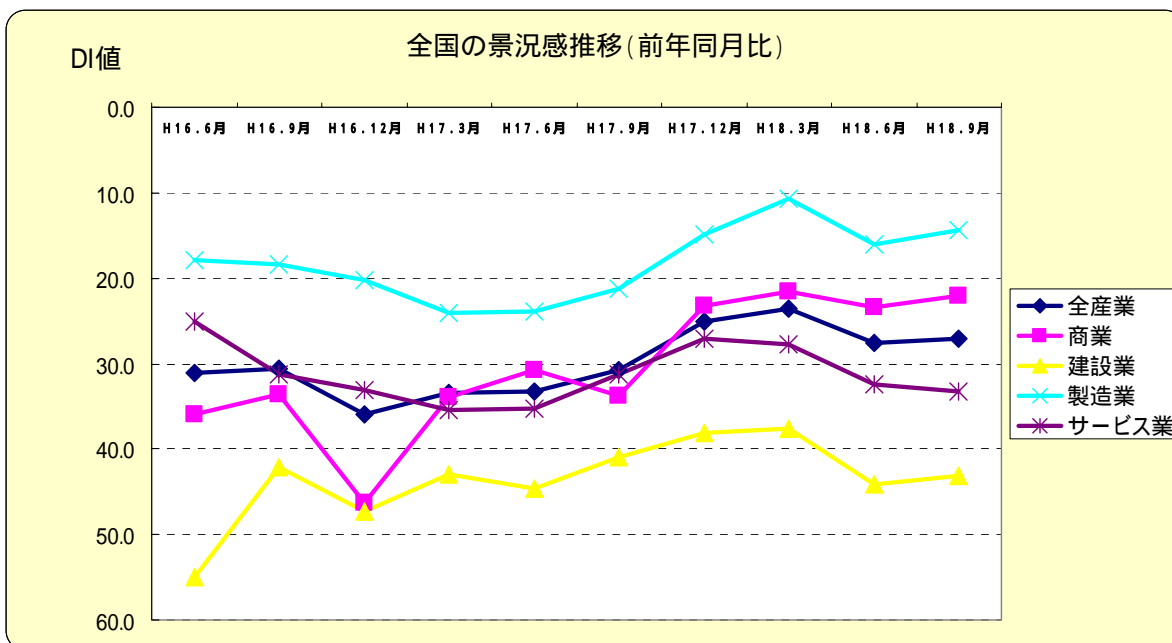
平成17年12月の調査ではともにプラスのDI値を示した建設業と製造業ですが、業況は前回とほぼ同様で再び上昇することは出来ませんでした。建設業は前回の6月と同じ

マイナス14.3を示しており、マイナスではあっても首都圏の建設需要をある程度吸収できていることがわかります。全国の建設業が平成18年3月の調査をピークに業況が低下傾向にあることと比較しても、茅ヶ崎市内の建設業が比較的恵まれた状況であることが確認できます。問題は製造業でしょう。前回の調査から0.3というわずかな数値ですがDI値は低下しています。大手製造業の業況が回復していることから、海外も含め製造拠点の再整備が行われていると考えられます。茅ヶ崎市内の製造業がどのような位置づけになるのかを確認する必要がありそうです。

前回の調査で驚異的な回復を示したサービス業ですが、今回の調査では再びマイナスに転じてしまいました。このような変化を示している業種が他には無いため、落ち込みの原因を特定することは出来ません。全国的にもサービス業はDI値がマイナス30前後で推移しており、大きな変化は見受けられません。前回調査でプラスマイナスゼロにまで回復したのは、一時的な特需が発生したと考えるべきでしょう。茅ヶ崎市内のサービス業は全国平均よりは業況は良いことが確認できますが、DI値がプラスに転じる程の需要を創造できていないと判断できるでしょう。

<全 国>

	H16.6月	H16.9月	H16.12月	H17.3月	H17.6月	H17.9月	H17.12月	H18.3月	H18.6月	H18.9月
全産業	31.1	30.6	35.9	33.4	33.2	30.8	25.1	23.5	27.5	27.0
商業	35.9	33.6	46.3	34.0	30.8	33.7	23.2	21.6	23.4	22.0
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	55.0	42.1	47.3	42.9	44.7	41.0	38.1	37.6	44.1	43.1
製造業	17.8	18.4	20.2	24.0	23.9	21.2	14.9	10.7	16.1	14.3
サービス業	25.0	31.2	33.1	35.5	35.2	31.3	27.1	27.8	32.5	33.3
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



7. 茅ヶ崎市経済の先行き

天候や社会の状況に左右された様子の茅ヶ崎市経済ですが、先行きに関しては全体的には楽観しているようです。産業全体ではマイナス13.9のDI値となっています。マイナスではありますが、現状よりも4ポイントほど上向きな結果を示しています。しかし、業種別には大きな隔たりが見受けられます。今回の調査で唯一回復基調にあった市内大型店がプラスマイナスゼロの先行きを示しています。大型店はこの半年の変化が示すように、消費が上向いてきたことを実感しているのかもしれませんが。大型店に反して、一般小売店は先行きを更に厳しく見えています。現状よりも3ポイント下げてマイナス36.6というDI値になりました。大型店に出かけた市民が一般小売店にまで回遊する仕掛けが欲しいところでしょう。

大型店同様に強気の見通しを立てているのは建設業です。先行きのDI値はプラスマイナスゼロになりました。首都圏の高層ビル・マンションの着工が今後も続くことを予測しての回答であろうと考えます。建築物は事前に建築確認が必要ですから、裏付けのある強気の見通しとなっているはずですが。建設業の全国平均先行きがマイナス36.6であることから、首都圏ならではの建築需要であることが改めて確認できます。

茅ヶ崎市経済の牽引役として期待したい製造業では、先行きは横ばいまたは微減を見込んでいるようです。日本全体では製造業の業績が向上しているといっても、限られた企業の業績が向上しているに過ぎません。全国の先行き見通しがマイナス14.3であり、茅ヶ崎市製造業のマイナス8.3よりも低い数字となっています。中小製造業の多くが業況の悪化を見通しているのです。茅ヶ崎市においては全国ほどではありませんが、徐々に業況が悪くなるとうとしている傾向が出始めているようです。

今回の調査では業況が悪化したサービス業ですが、先行き見通しはそれほど厳しくないようです。DI値は現状の約半分となりマイナス7.7となっています。大型店と同様に需要が現在よりも大きくなる感触を得ているのかもしれませんが。しかし、全国的にはマイナス21.8という大きなマイナス値を示しており、決して楽観できる状況ではないことがわかります。

8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業

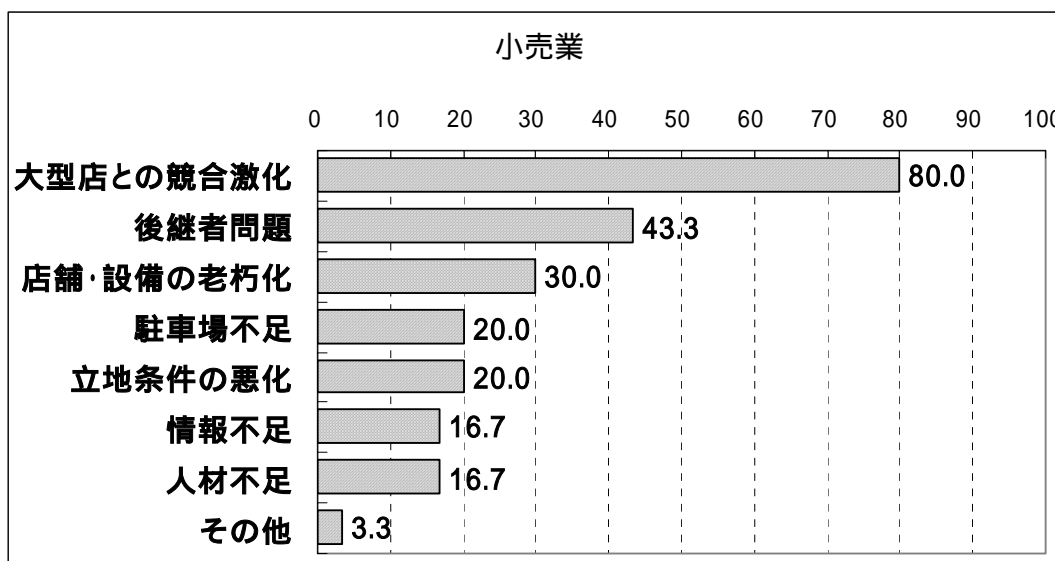
今回の調査結果が示しているように、大型店にはお客様が戻りつつありますが、市内一般の小売店は未だ厳しい状況にあります。経営課題も前回同様第1位が大型店との競合であり8割の回答を集めています。しかし、大型店の見通しが正しいとすれば、一般小売店も大型店の競合を問題にするだけでなく、前向きな販促を検討しなければならないでしょう。

今回の調査で大きく浮上したのは後継者問題です。前回は4分の1程度の回答でしたが、今回は4割以上の回答を集めて第2位になりました。夏休み中にお子様方が進路を決めた小売店が多かったのかもしれませんが。その結果、後継者が決まった小売店が少なかったのでしょうか。経営者にとっては大型店との競合以上の経営課題ではないでしょうか。

前回の調査では店舗の老朽化と立地の悪化が同率2位でしたが、店舗の老朽化は約1割、

立地の悪化が約2割減少し、順位も下がりました。後継者が決まっていれば店舗改装を行う気持ちも強くなります。経営課題として3割が店舗の老朽化をあげていますが、後継者が見つからなければ店舗改装は行われなくなるかもしれません。立地条件そして駐車場は急に変化することは無いので、今回の調査では後継者問題が他の経営課題を上回って経営者に大きくのし掛かってきたことが分かります。

前回の調査から若干変化した課題として情報不足をあげることができます。前回よりも3%程度回答を増やしたのですが、何か行動を起こそうとしている小売店が出てきているのかもしれませんが、お客様を待っているだけでなく、情報を集めて行動に出ることが必要な時期に入っているのではないのでしょうか。



(2) 建設業

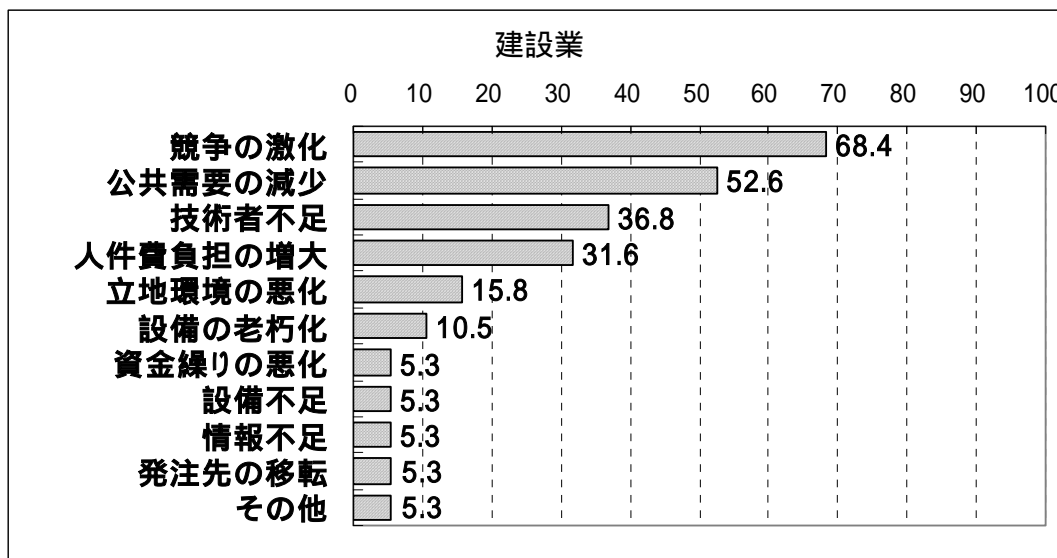
全国の建設業よりは恵まれた状態にある茅ヶ崎市の建設業ですが、競争の激化は前回同様経営課題の第1位になっています。回答率もほぼ同じ約7割です。先行き見通しのD I値がプラスマイナスゼロとはいえ、現場の数が十分ではないことに変わりはないようです。

順位は同じ第2位ですが公共需要に関しては1割程度回答率が減少しています。予算金額が増えていることはありませんから、調査対象期間に本年度の公共工事が動き出したと考えることができます。

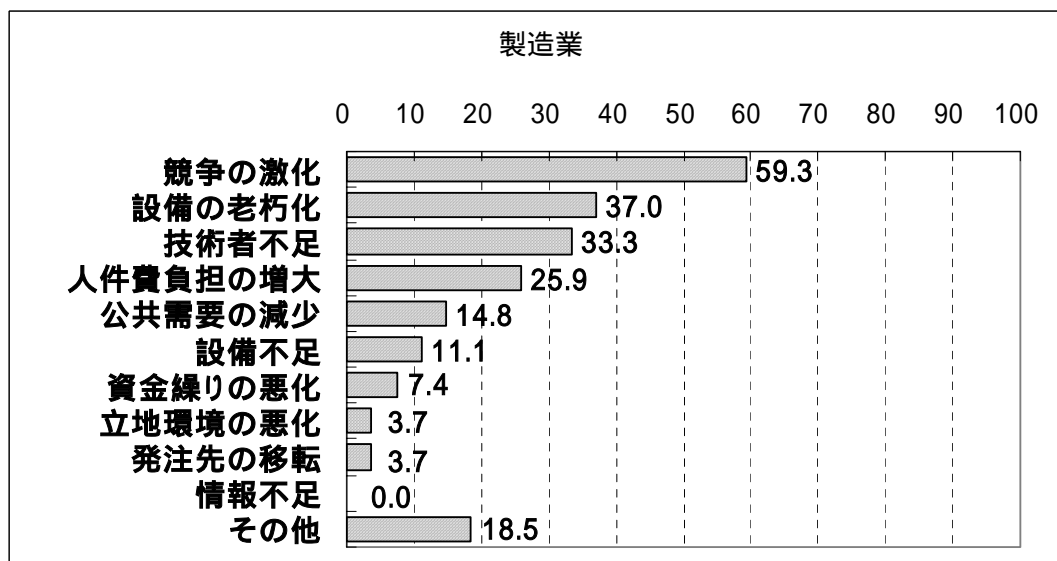
今回の調査では第3位の課題に変化が現れました。人件費負担よりも技術者不足が優先される結果となりました。前回は3割程度の回答率でしたが、今回は5分程度回答率を伸ばしました。逆に人件費負担の増大は1割以上回答率が下がっています。人件費の支払いに不安を感じない程度は受注を確保している建設業者が増えていると考えられます。このため、現場に必要な技術者が不足していることとなります。先行き見通しが多少明るくなっていることを裏付ける調査結果と思われます。

資金繰りと情報不足が前回よりも1割近く回答率を下げています。現場を確保できているだけでなく、経営面でも不安材料が少なくなっていることが分かります。工事代金の回収もすすみ、先の受注見通しも立ってきたのでしょう。建設需要が大きく膨らんでいるわ

けではありませんが、茅ヶ崎市内の建設業者には今のところ多少の光明がさしているようです。



(3) 製造業



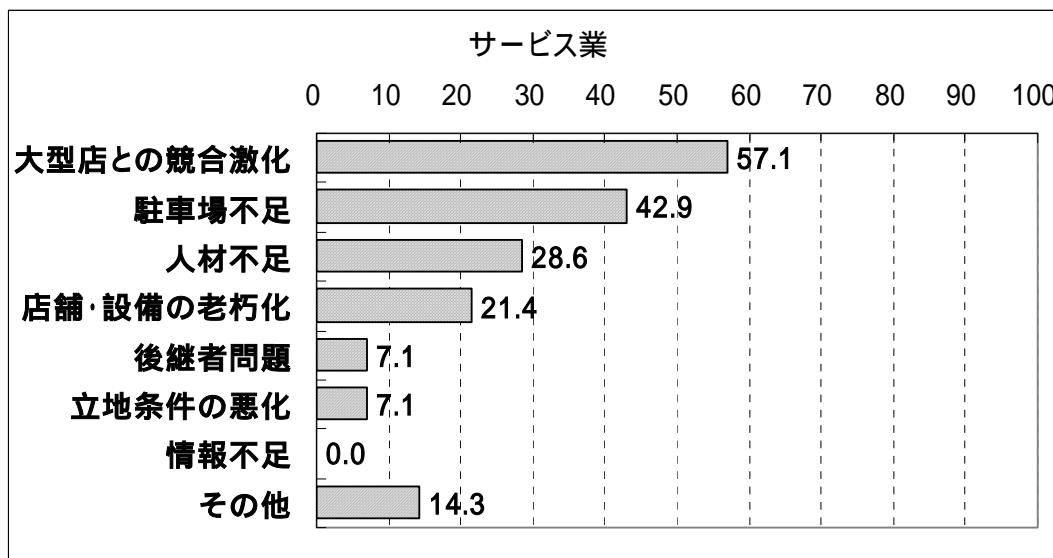
一時的に復活したものの徐々に業況が悪くなっている製造業ですが、今回の調査では経営課題に少し変化が出てきました。競争が激化している状況は前回と変わらず約6割を占めて第1位です。前回同率で第1位であった技術者不足が3割近く回答率を下げ第3位に後退しました。その結果、回答率は前回とほぼ同様ですが、設備の老朽化が第2位に上がりました。製造業の一部では必要な技術者を確保できたと考えられるでしょう。しかし、老朽化した設備を入れ替えるまでには至らなかったようです。

人件費負担と設備不足も前回よりも回答率が低くなった経営課題です。人件費そのものは安くなっていませんから、技術者や設備を導入することによって、付加価値の高い仕事を受注できるようになった企業が増えてきたようです。

回答率は少ないですが、前回の調査では新たな経営課題が発生しています。その中でも1割5分の回答を集めたのが公共投資の減少です。建設業界だけでなく製造業にも公共投資減少の影響が現れ始めたことが分かります。環境の悪化と発注先移転も新たに発生した課題です。市内でも宅地化がまだ進んでいますから、その影響を受け始めたのかもしれませんが。発注先の移転に関しては大企業を中心に製造拠点の再整備が行われている影響ではないでしょうか。今後この二つの課題がどのように変化するか注目したいと思います。

最後に資金繰りですが、悪化を訴える企業は1割にも満たないことから、おおむね製造業は安定した受注を確保できていることが分かります。しかし、前回よりも3%程度回答が増えていることが気になるところです。業況が僅かずつですが後退している状態で、資金繰りに影響が出始めているのかもしれませんが。

(4) サービス業



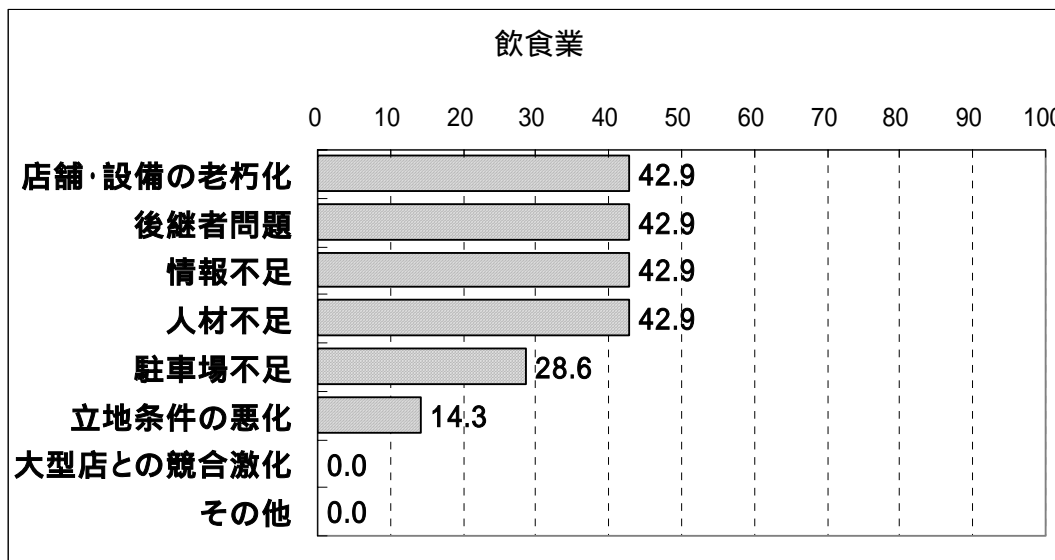
前回調査との比較で落ち込みが無かったサービス業ですが、大型店との競合は今回も若干回答率を高めて第1位となりました。しかし、第2位以下の経営課題に変化が生じています。前回第2位であった人材不足は2割以上回答率が下がり第3位になりました。人材を確保できた企業多かったようです。人材不足に代わって第2位に浮上したのが駐車場不足です。前回よりも3割近く回答率が増えました。サービスの提供方法に変化が現れているのかもしれませんが。お客様に来ていただいてサービスを提供する業態が増加していると考えられます。

新たな経営課題として取り上げられたのが店舗設備の老朽化です。前回の調査ではゼロ回答でしたが、今回は一挙に2割を超える回答率となりました。駐車場不足が第2位に浮上したことと同様に、店舗の存在が重要になっていることが分かります。出向くサービスから来ていただくサービスに変換していることがここでも確認できます。

大きく後退したのは情報不足です。前回2割5分あった回答が一挙にゼロまで下がってしまいました。少なくとも回答をいただいたサービス業の皆様はそれぞれの方向を見いだしたと考えることが出来ます。この他にも、後継者問題が2割近く回答を下げました。事

業の方向性が明確になった1つのきっかけは後継者問題を解決できたことにあるのかもしれませんが、先行き見通しが更に明るくなることを期待したいと思います。

(5) 飲食業



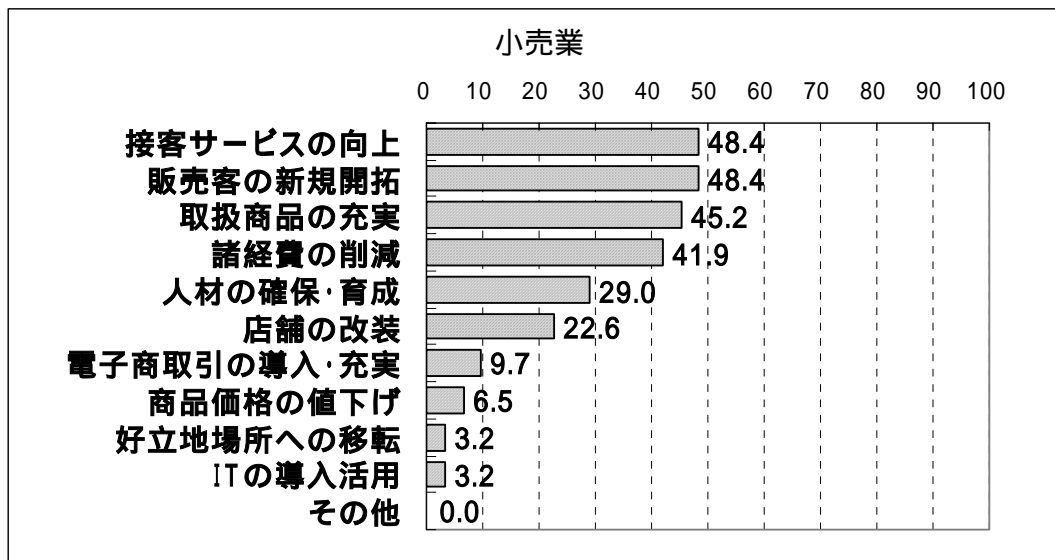
政府が10月に発表している月例経済報告では、外食への消費が増加していることを指摘しています。茅ヶ崎市においてもこれを裏付ける調査結果になっているようです。前回同率第1位で回答の4割を占めていた大型店との競合は今回の調査では経営課題から姿を消してしまいました。この他にも前回同率1位であった駐車場不足が約1割、立地条件悪化は約2割5分回答率が減少し、経営課題の重要性が薄らいでいることが分かります。これらは急に解決できる問題ではありませんので、これらが問題とならないくらいお客様が戻ってきていると考えることが出来るでしょう。

そこで経営課題としての重要性が高まったのが店舗の老朽化と情報不足そして人材不足です。人材不足は前回ゼロ回答ですから、今回の調査で新たに発生した課題といえるでしょう。これもお客様が戻ってきたからこそ発生した経営課題でしょう。店舗の老朽化と情報不足は前回2割の回答率でしたから、今回は2倍以上の回答を集めたこととなります。お客様が戻って来つつあるとはいえ、全ての飲食店にそれが該当するわけではありません。先行きの不安そして店舗改装資金を確保できない飲食店も多く存在することを示しているものと思われます。また、今回の調査ではある程度お客様が戻ってきていますが、この状態がいつまで続くか不安に思っている飲食店も多いのではないのでしょうか。

最後は後継者問題です。今回の調査では同率第1位になっていますが、回答率そのものは前回とほとんど同じです。お客様が戻ってきていても後継者問題は解決されていないことが分かります。このまま業況が安定し、後継者が現れることを期待したいと思います。

9. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業



市内の一般小売店は相変わらず苦戦状態の続いていることを指摘しましたが、今後の対策には少し変化が出てきました。お客様の新規開拓が1割以上回答率を増やし、単独第1位になりました。自店には十分なお客様が来ていなくても、社会全体として消費性向が向上していると感じ取っているようです。大型店まで出向いているお客様を何とか市内小売店も吸収したいところでしょう。接客サービス向上と取扱商品の充実そして人材の確保育成は前回と同様の回答を集めており、解決できていないまま継続して対策を講じているようです。

今回の調査で対策の上位に上がってきたのが諸経費の削減です。前回よりも1割5分以上回答率が上がり第4位となりました。経費の削減は極限まで来ているはずですが、更に削減しなければならないまでに業況が悪化していることが分かります。店舗改装も1割程度多くの回答を集めました。2割程度の回答率ですが、前向きな店舗が出てきたことも確かです。

前回の調査では電子商取引やITの活用が1割を超える回答を集めていましたが、今回はともに1割を割り込みました。インターネット等を利用する電子商取引にはまだ期待を寄せる店舗が残っていますが、ITを新たに導入活用しようとする店舗は一層少なくなっていることが分かります。この他、値下げや好立地への移転等、後ろ向きの対策は更に回答率を下げています。ここからもまだ僅かですが、動き出した需要を捕らえようとする小売店が増えていることが確認できます。

(2) 建設業

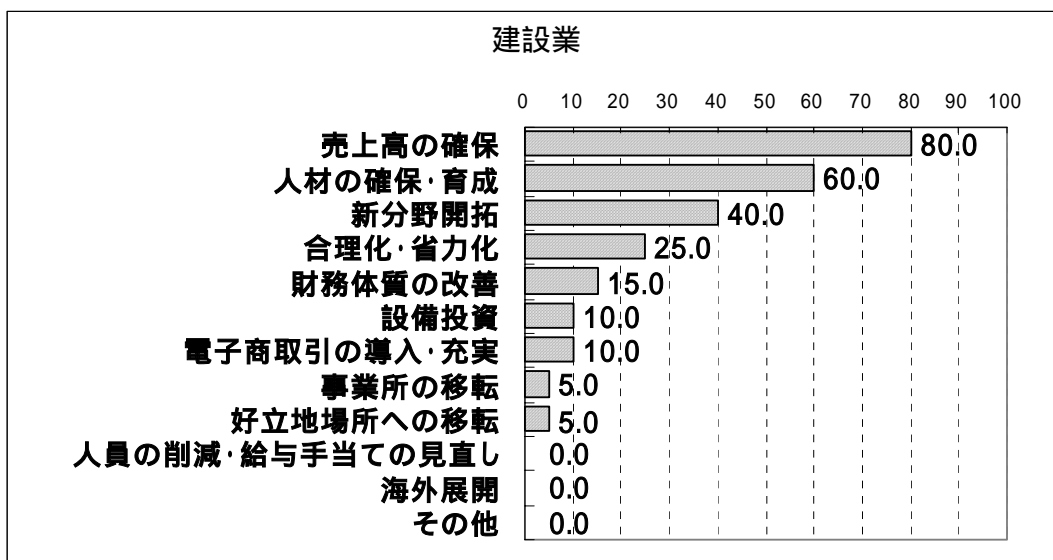
先行き見通しが多少明るいと言っても、売上を確保することが重点対策であることに変化はありません。回答率が前回よりも1割伸びていることから、営業の必要性が更に高まっていることが分かります。

前回調査では第2位に新分野開拓が入っていましたが、今回は2割弱回答率が下がって第3位に順位も下がりました。建設業は業界全体で新分野への挑戦を検討してきましたが、

茅ヶ崎市においては、建築需要がある程度確保できることから、新分野進出の熱が冷めてきたようです。新分野進出に代わって第2位になったのは人材確保育成です。前回よりも2割5分程度回答率を増やして6割を占めています。それだけ、仕事を確保できている企業が増えていることが分かります。

前回の調査では合理化と財務体質改善がともに3割5分の回答を集めていましたが、今回は合理化が2割5分、財務体質改善が1割5分に下がりました。さらに、人員の削減は対策から外れてしまいました。ここからも、ある程度工事が安定し、資金繰りが安定してきたことを確認することが出来ます。前はゼロであった設備投資ですが、今回は1割の企業に対策として取り上げていることも仕事が安定してきた現れでしょう。

しかし、気になる対策も現れています。前回ゼロであった好立地への移転です。回答は僅かですが茅ヶ崎市では仕事を取ることが難しくなっている企業が存在すると考えても良いのではないのでしょうか。



(3) 製造業

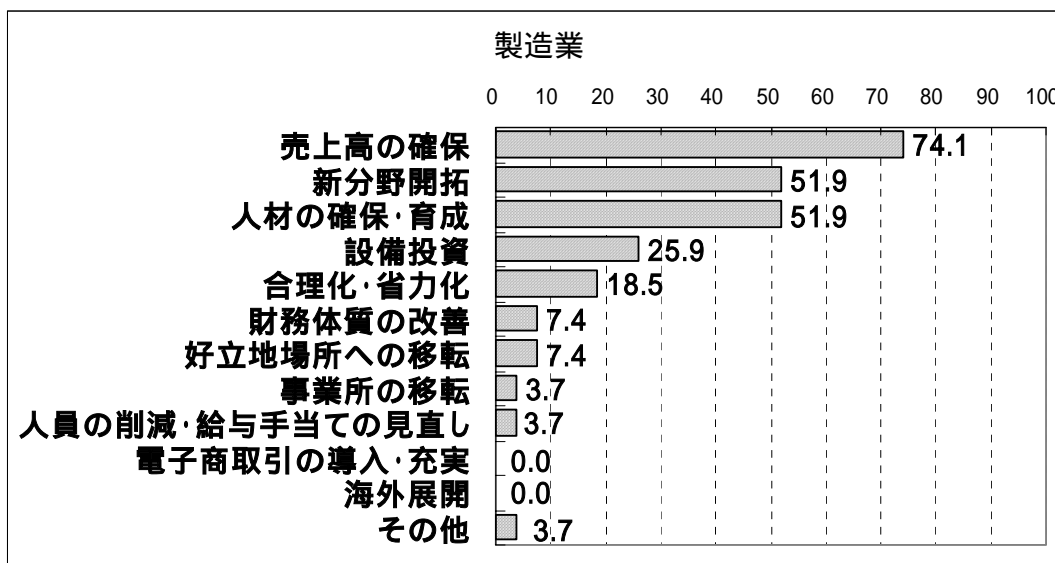
製造業の受注が減少傾向にあることは今後の対策においても確認ができます。対策の第1位が売上高の確保であることは前回の調査と同様ですが、回答率が前回より1割増加しています。そして、新分野開拓への回答も1割ほど増えて5割を超えました。現在仕事にそれほど苦労はしていないものの、将来の仕事に対して不安を抱える製造業者が増えているようです。新たな分野に挑戦する姿勢も見え始めました。

順位は同率で第2位であることに変わりありませんが、人材の確保育成は回答率が1割強下がりました。DI値が悪くなっていることから分かるように、人材よりも仕事の確保が優先する企業が増えていると考えられます。

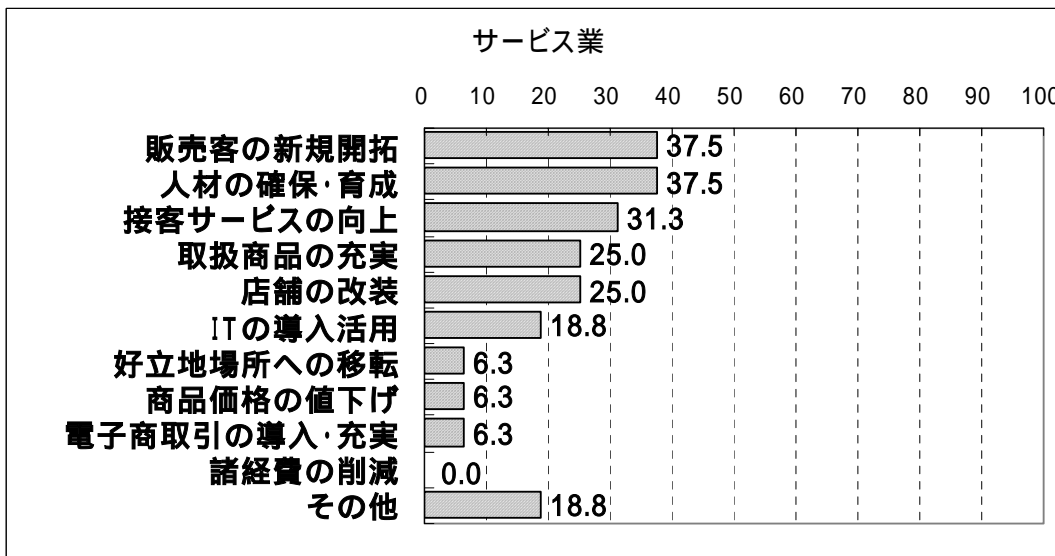
その一方で前向きな企業が増えている傾向も示されています。設備投資が前回よりも1割以上増えて2割5分を超えました。順位も第4位に上がってきました。財務体質の改善は2割下がって回答率は1割を切りました。合理化・省力化も1割減少しています。この3つが全て同一企業の経営対策であることはないと思いますが、少ないながらも業績が良

く前向きな企業が増えていることも事実でしょう。茅ヶ崎市内の製造業においては、いわゆる二極化が始まろうとしているのかもしれませんが。

この他、数値は小さいですが変化が生じた課題として好立地への移転が挙げられます。経営課題の中にも数値は小さいですが立地の悪化と発注先の移転が新たに発生しています。工場移転はこれらへの対応策であると考えて良いでしょう。しかし、海外移転までは行かないようです。



(4) サービス業

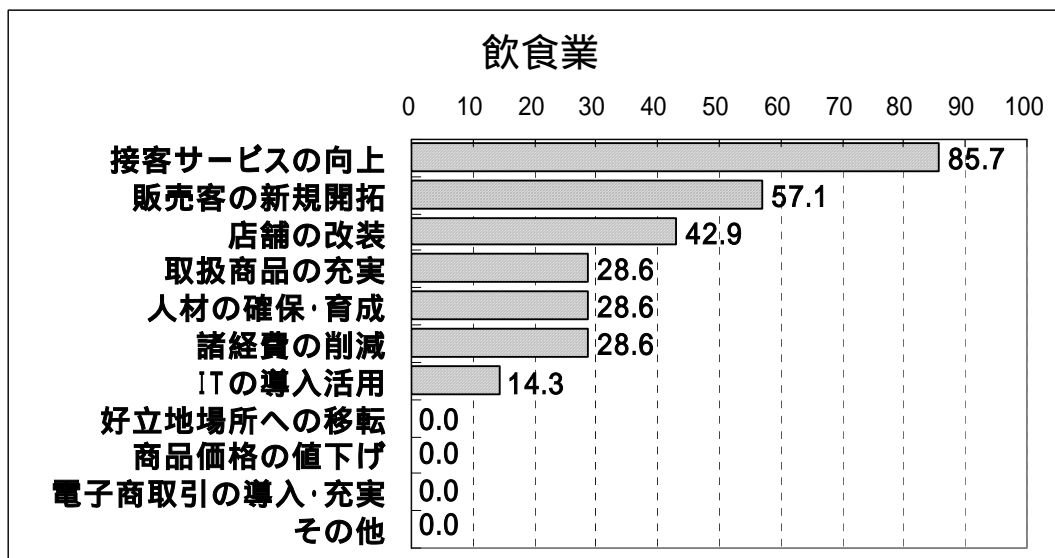


前回調査時点と対策の上位5つは変化がありません。しかし、回答率は変わりました。上位の4対策は2割から3割下がっています。店舗改装が1割近く回答を伸ばし、取扱商品充実と同様2割5分になりました。前回調査との比較でDI値がプラスマイナスゼロまで回復していることと合わせて考えると、サービス業全体にお客様が戻ってきていると考え

ることができるでしょう。人材も確保できた企業が増えてきたのでしょう。その結果、店舗改装という前向きな対策が浮上してきたと思われれます。更に前向きな姿勢を示す対策としてIT導入活用をあげることができます。前回1割に満たなかったものが今回は2割に迫る程回答を増やしました。諸経費削減が回答率ゼロとなっていることも、業況が向上していることを裏付けています。

その一方で、回答率は低いですが、新たな対策として移転や値下げそして電子商取引が加わりました。前の二つは業況の悪化に対する対策でしょう。また、電子商取引も現在の店舗や業態から抜け出すことを目的とする対策です。サービス業全体は比較的業況が向上してきましたが、世情をとらえ損なって今後を模索している企業がでてきていることも確かでしょう。若干ですが二極化の傾向が現れているのかもしれない。

(5) 飲食業



飲食業にもお客様が戻ってきていることを裏付ける対策に回答が集まっています。特に大きく回答を伸ばしたのが接客サービスの向上です。2割以上増えて8割を超えました。お客様の新規開拓は6割のお店で対策として継続して行う予定ですが、開拓の成果は徐々に上がっていると考えて良いでしょう。接客サービスは来店客がいなければできないサービスだからです。また、前回同率第1位であった取扱商品の充実は今回2割以上回答を下げて順位も第4位に下がりました。メニューの改訂が集客に結びついたのかもしれない。

今回、対策として大きく浮上したのは、前回ゼロ回答であった店舗改装です。4割の支持を得て一挙に第3位まで伸びました。ここでも、お客様が戻り意欲が湧いてきた店が増えていることが裏付けされます。移転や値下げ等への回答も前回同様ゼロであることから、お客様が戻ってきているのは飲食店全体の傾向と読み取ることができるでしょう。