

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成21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	133	32	24.1%
大型店舗	13	5	38.5%
建設業	78	18	23.1%
製造業	57	15	26.3%
サービス業	76	15	19.7%
その他	55	14	25.5%
合計	412	99	24.0%

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

年末を控え、景気の回復を期待したいところです。しかし、ボーナス支給額が前年よりも減少するとの調査結果が示すように、それほど明るい年の瀬にはなりそうにありません。平成21年9月末調査の結果に合わせ、平成21年7月から9月の経済・社会情勢を振り返ってみましょう。

何と云っても、最も大きな話題は衆議院議員選挙で民主党が圧倒的勝利を得たことでしょう。9月16日には特別国会が召集され、鳩山内閣が発足しました。景気回復に向けて、国民の期待を集める結果となりました。11月には平成22年度予算の為の事業仕分けが公開で行われ、新政権が一步を歩み始めました。

社会現象では新型インフルエンザが世界的に大流行し、WHO(世界保健機構)は6月にフェーズ6を宣言し、パンデミック状態であることを認めました。日本では京都を中心に感染が広がり、修学旅行の中止が相次ぎました。関西では経済活動に一部影響を及ぼすまでになりました。

7月には北朝鮮が日本海にミサイルを発射して、国際的な緊張感が高まった時期でもありました。このように不安定な社会を反映するような経済報告が11月20日に発表されています。

〈現状〉

景気は、持ち直してきているが、自律性に乏しく、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある

(物価)

物価の動向を総合してみると、緩やかなデフレ状況にある

政府はこの発表で始めて「デフレ」状況にあることを報告しました。この減少は消費者物価の変動として現れています。生鮮食品を除く総合消費者物価は平成21年1月から前年対比でマイナスに転じ、5月から急激に低下しました。7月から9月が底の状態となったためデフレを判断したのでしょう。世の中全体にダウンサイジングの傾向が強まっており、百貨店ばかりか量販店にまで購入単価の低下が始まっています。

その一方で、政府の経済対策と中国の景気回復に引きずられたアジア全体への輸出の伸びで、7-9月期の実質GDP成長率は前期比4.8%にまで回復してきました。エコポイントやエコカー減税の効果があり、個人消費は拡大傾向を示しています。

このように業績を回復させている企業が増えてはいますが、完全失業率は9月現在5.3%を超えて高い数値に留まっています。また、減少幅は少なくなったとはいえ、定期給与は前年対比でマイナスを示しています。人件費の削減で企業は収益を確保しましたが、その一方で生活者の財布は更にきつく紐が絞められることになりました。

公共投資は順調に進み、土木を中心に経済効果が現れてきました。しかし、政権交代に伴い、本年度7月補正予算の執行が一時的にストップしてしまいました。その影響が10月に現れることになるでしょう。ドル安円高は更に進んでおり、輸出関連の企業は更に業績が悪化することも予測されています。このような状況で政府は先行きを次のように説明しています。

(先行きのプラス要因)

- ・在庫調整の一巡
- ・経済対策の効果
- ・対外経済環境の改善

(先行きのリスク要因)

- ・雇用情勢の一層の悪化懸念
- ・世界景気の下振れ懸念
- ・デフレの影響
- ・金融資本市場の変動の影響

6. 茅ヶ崎市経済の業況

(1) 業況 (総合的な判断)

日本全体では中国の景気回復と政府の経済政策で景気が持ち直している状況ではありますが、茅ヶ崎の経済は9月末の状況では対前年比で $\Delta 59.6$ 、前回調査の6月と比べても $\Delta 28.6$ のDI値となっています。全国平均は $\Delta 61.4$ ですから、全国よりは僅かに良い状況かもしれませんが、景気回復を期待できる数値にはなっておりません。輸出とエコポイントの効果が現れているといわれている製造業では、対前年比で $\Delta 85.7$ という低いDI値であり、6月との比較ではそれほど落ち込んではいないものの、多くの企業が業績不振に陥っていることが確認できます。全国平均でも $\Delta 67.0$ ですから、茅ヶ崎市製造業の落ち込み状況が大きいことが分かるでしょう。

落ち込みが依然大きいのは大型店です。対前年比で $\Delta 60.0$ を示しています。6月と比べても $\Delta 20.0$ の値です。商業も対前年で $\Delta 58.0$ 、6月との比較では $\Delta 43.7$ と落ち込んでいますので、単価の下落と買い控えは大型店より中小小売店により多くの影

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年9月比	21年6月比	先行き見通し	前年9月比	先行き見通し
全 産 業	△ 59.6	△ 28.6	△ 36.5	△61.4	△46.4
商 業	△ 58.0	△ 43.7	△ 52.0	△64.0	△50.1
大 型 店 舗	△ 60.0	△ 20.0	△ 20.0	—	—
建 設 業	△ 41.2	△ 5.6	△ 29.4	△57.5	△49.8
製 造 業	△ 85.7	△ 7.1	△ 30.8	△67.0	△40.7
サ ー ビ ス 業	△ 53.4	△ 33.4	△ 42.9	△56.9	△47.8
そ の 他	△ 58.4	△ 21.4	9.1	—	—

響を与えていることが分かります。デフレ傾向は茅ヶ崎市商業全体を容赦なく襲っているのです。

サービス業においては対前年比で△53.4、6月との比較で△33.4のD I 値となりました。短期的にも業況が悪化している状況が分かります。企業も家庭も無駄遣いをしない傾向が続いているようです。

前年対比で最も高いD I 値を示したのは建設業でした。高いと言っても△41.2ですから決して業況が良い状態ではありません。全国平均は△57.5であり、6月との比較でも△5.6に留まっています。政府の月例報告でも確認しましたが、公共投資が進んでおり、茅ヶ崎市内の建設業者も、一部ですが、その恩恵を受けていることが確認できます。

(2) 業況（前年同月比の推移）

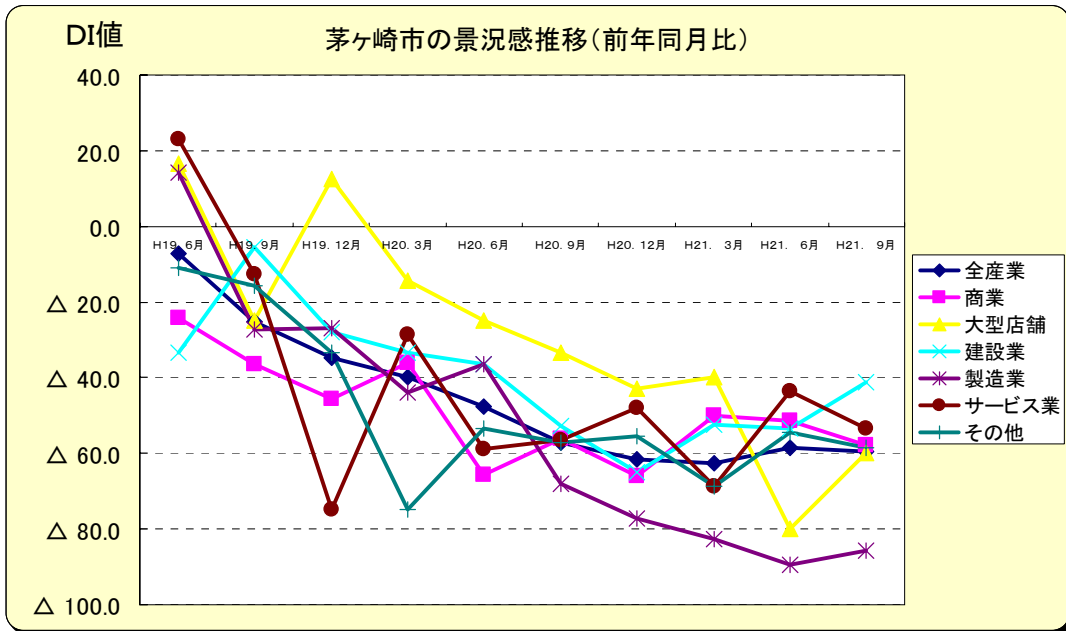
茅ヶ崎全体でみると平成21年3月に景気が底をつき、持ち直しが期待できる状況にはなっています。しかし、6月の調査では上昇したD I 値が9月の調査では若干ですがマイナスの値を増やしてしまいました。衆議院議員選挙で一時的に経済政策がストップしたことが影響しているのかもしれませんが。

茅ヶ崎市が期待したいのは製造業の復興です。6月の調査では△89.5という大きなマイナスを示していました。今回の調査では、依然大きなマイナスではありますが、△85.7となり僅かではありますが、上向きに転じたことが確認できます。世界的には製造が持ち直しているのが期待したいところですが、円高がこれ以上進むと輸出依存度が高い製造業は再び下降する心配があります。

デフレ傾向のまっただ中にあるのが商業と大型店舗です。大型店は6月よりも20ポイント数値を上げましたが依然△60.0のD I 値であり、決して回復したとは言えないようです。商業全体では△58.0であり再び下降傾向を示すようになりました。大型店ではエコポイントの影響で家電製品を中心に消費が若干回復しました。しかし、中小の小売店の業況回復にはあまり貢献していないようです。7月はボーナス時期ですが、買い控え等によって大きな消費回復に繋がらなかったことが分かります。

夏休みがあった7月と8月には旅行やレジャー・飲食への需要が高まり、サービス業の売上増に繋がるはずですが、6月の調査で上向いたD I 値は9月調査で再び下降傾向に転じてしまいました。高速道路の1000円効果で車での移動は多かったですが、サービス業の売上増加には貢献しなかったようです。高速道路1000円対策は節約志向をさらに強めることになったとも考えられます。

唯一上昇傾向を示しているのが建設業です。底と判断できる平成20年12月調査よりも20ポイント以上D I 値が回復しています。この動きは政府の公共投資と連動しており、



<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

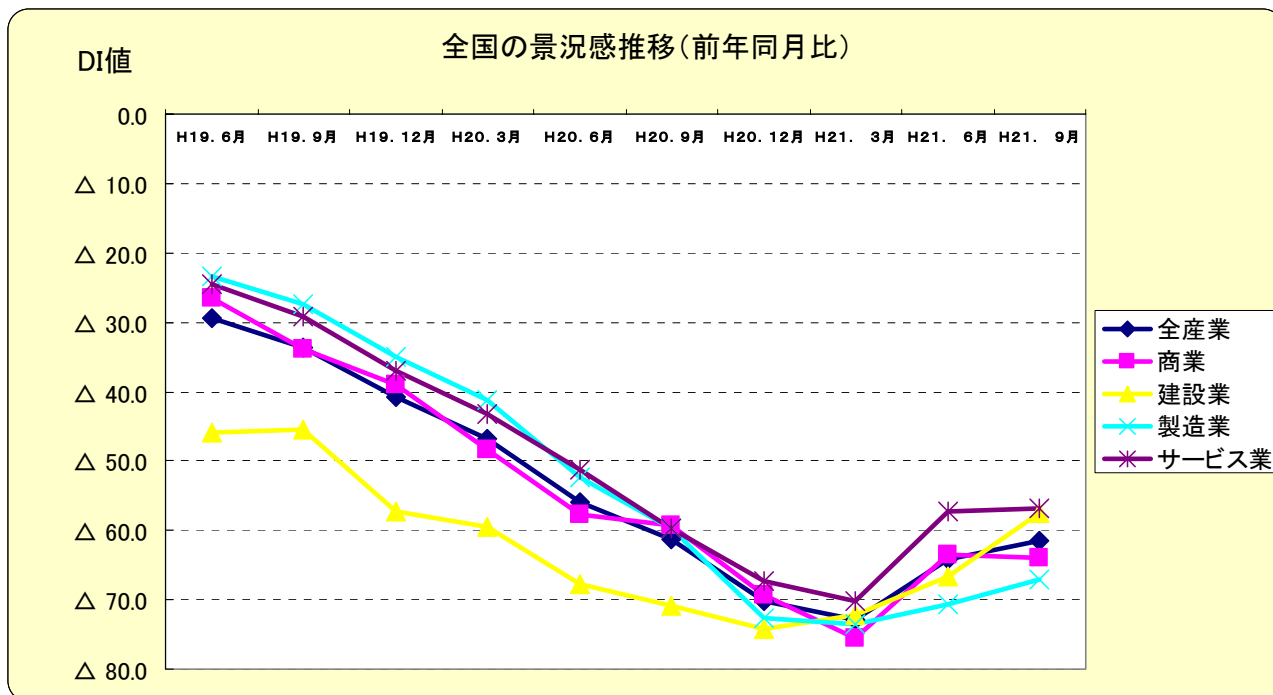
	H19.6月	H19.9月	H19.12月	H20.3月	H20.6月	H20.9月	H20.12月	H21.3月	H21.6月	H21.9月
全産業	△7.3	△25.2	△34.7	△40.0	△47.5	△57.1	△61.7	△62.2	△58.5	△59.6
商業	△24.1	△36.4	△45.5	△36.0	△65.6	△56.1	△66.0	△50.0	△51.5	△58.0
大型店舗	16.7	△25.0	12.5	△14.3	△25.0	△33.3	△42.9	△40.0	△80.0	△60.0
建設業	△33.3	△5.5	△27.8	△33.3	△36.4	△52.9	△65.0	△52.3	△53.4	△41.2
製造業	14.3	△27.3	△26.9	△44.0	△36.6	△68.0	△77.3	△82.6	△89.5	△85.7
サービス業	23.1	△12.5	△75.0	△28.6	△58.8	△56.5	△48.0	△68.7	△43.5	△53.4
その他	△11.1	△15.8	△33.3	△75.0	△53.3	△57.2	△55.5	△68.8	△54.5	△58.4

* 「△」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>

	H19.6月	H19.9月	H19.12月	H20.3月	H20.6月	H20.9月	H20.12月	H21.3月	H21.6月	H21.9月
全産業	△29.5	△33.6	△40.8	△46.9	△56.0	△61.2	△70.2	△72.8	△64.2	△61.4
商業	△26.5	△33.8	△39.0	△48.4	△57.7	△59.2	△69.2	△75.5	△63.4	△64.0
大型店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	△46.0	△45.4	△57.3	△59.4	△67.7	△70.8	△74.2	△72.1	△66.7	△57.5
製造業	△23.4	△27.5	△34.9	△41.3	△52.4	△59.8	△72.7	△73.5	△70.6	△67.0
サービス業	△24.5	△29.1	△37.1	△43.3	△51.2	△59.7	△67.3	△70.2	△57.3	△56.9
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



政府の経済政策の効果が建設業に現れていることが確認できます。しかし、依然D I 値は△ 4 1. 2であり、恩恵を被っている事業所が限られた状態です。建設業だけでは茅ヶ崎市の経済を引き上げる力はなさそうです。

7. 茅ヶ崎市経済の先行き

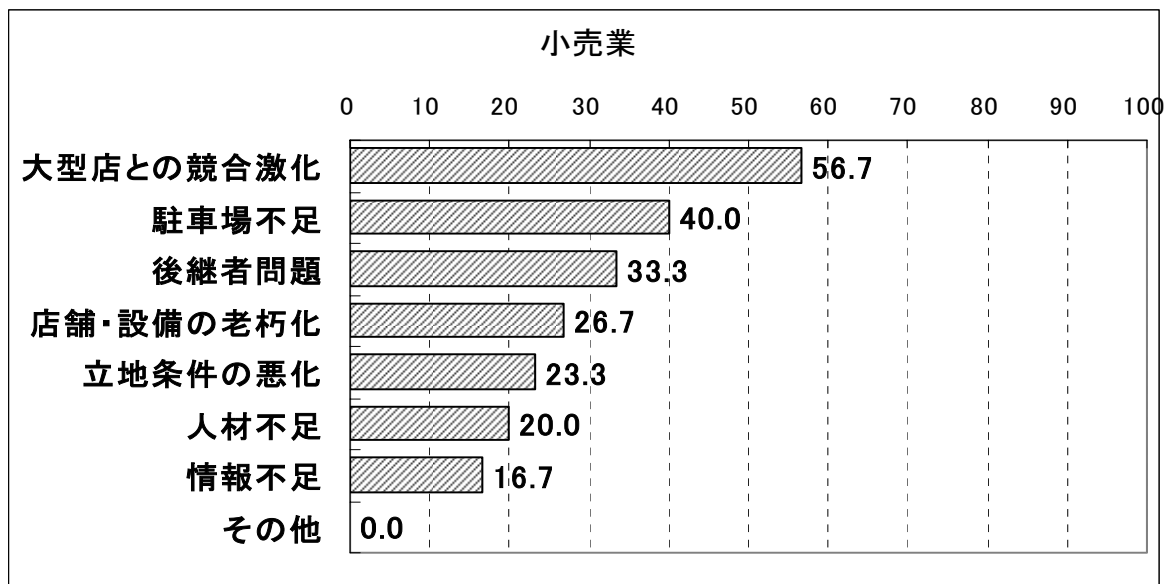
新たな政権への期待を含めて、茅ヶ崎市の先行き見通しを検討してみましょう。産業全体では△ 3 6. 5であり、全国平均の△ 4 6. 4よりも上回っています。前向きに考えている企業が多少多く存在しているのかもしれませんが、その一つがその他業種です。D I 値が9. 1とプラスを示しています。新たな需要が生まれていることを示す値ではないでしょうか。その他業種を除けば先行きのD I 値は全ての業種でマイナスですが、マイナスの値が最も小さいのは建設業です。10月以降も公共投資が進むことを期待していると思われます。

茅ヶ崎市にとって有り難いことは製造業の先行き見通しです。D I 値は△ 3 0. 8を示しています。6月との比較でも△ 7. 1に収まり、先行きも全国平均△ 4 0. 7を上回る値ですから、茅ヶ崎市内製造業には復興の兆しが現れていると考えて良いのかもしれませんが。

デフレ傾向をまともに受けている商業・大型店・サービス業にとって先行きは決して明るくないようです。サービス業で△ 4 2. 9、商業で△ 5 2. 0、大型店では△ 2 0. 0というD I 値になっています。大型店は前回調査と比べて先行きのD I 値が高くなっています。低価格商品の導入やエコポイントの効果を期待しての回答とも考えることができそうです。消費者物価は下がっていますが、定期給与やボーナスの支給額も減少しています。政府の経済政策も需要が一巡すれば消費が停滞することが予測されています。一般消費者を最終顧客とする商業やサービス業は、しばらくの間、業況の回復は難しいのかもしれませんが。

8. 主要業種の経営課題

(1) 小売業



依然売上不振が続いている小売業ですが、夏休みや9月の連休が過ぎて、経営課題が変わってきました。最も大きな変化は駐車場不足です。6月の調査では1割5分程度の回答でしたが、今回の調査では4割にまで達しました。大型店との競合激化に次いで2番目の経営課題に上昇しました。夏休みや9月の連休は高速道路1000円効果で車利用客が急増しています。車利用客を受け入れるだけの駐車場スペースが無かったということでしょう。これを裏付けるのが立地条件の悪化に対する回答です。6月の調査では3割以上の回答を集め2番目の経営課題でした。今回の調査では約1割回答を落とし、順位も5番目に後退しました。道路状況に大きな変化はありませんから、車利用客の増加で立地条件の悪化がそれほど問題ではなくなったと考えられるでしょう。

1位の大型店との競合にも若干ですが変化が出ています。回答率が若干下がりました。概況でも確認しましたが、茅ヶ崎市内の大型店はデフレの中でかなり苦戦しており、中小小売店対大型店という単純な競争ではなくなっているようです。

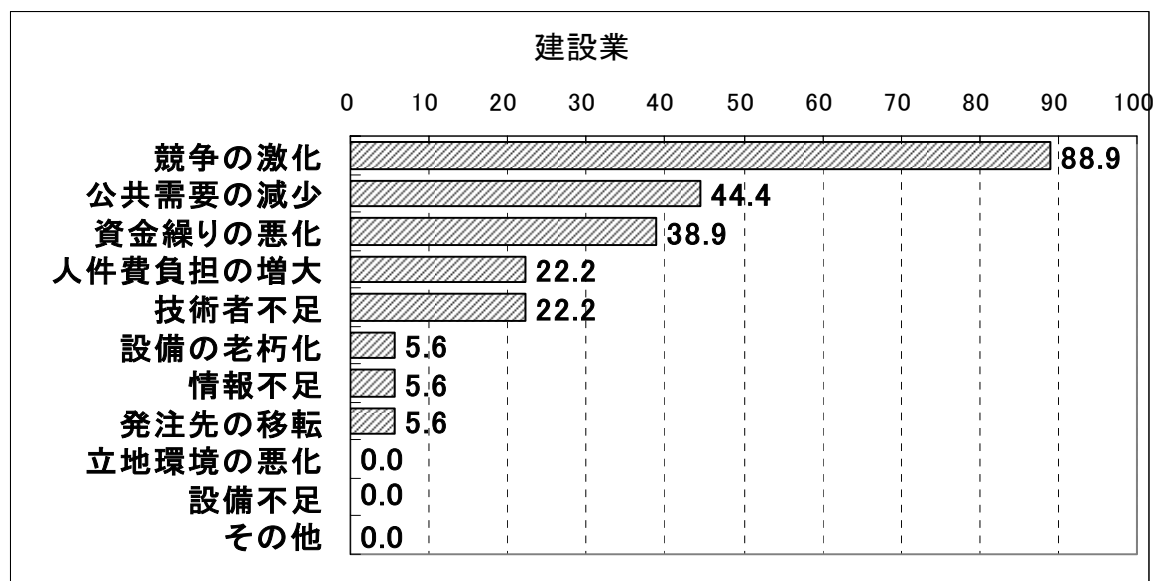
人材不足も回答率が下がっている課題の一つです。6月の調査では3割弱ありましたが、今回は2割に下がりました。良い人材を採用できたというより、駐車場不足の方が人材不足よりも重要な課題になったと解釈した方が現実的かも知れません。人材に関する経営課題である後継者問題は相変わらず残っています。

店舗の老朽化は前回とほぼ同様の回答率となっています。現在の景況では投資しても回収の目途は立たないでしょう。しばらくの間は老朽化問題は残ると思われれます。

(2) 建設業

公共投資の効果が現れ、一部の企業には仕事が入るようにはなった建設業ですが、それでも競合激化は解消されておりません。6月よりも一割近く回答を伸ばし、経営課題の断然1位となっています。仕事が出てきたが故に更に、取り合う姿勢が強まったのかも知れません。

公共投資の恩恵を受けているはずの建設業ですが、経営課題の2番目は公共需要の減少

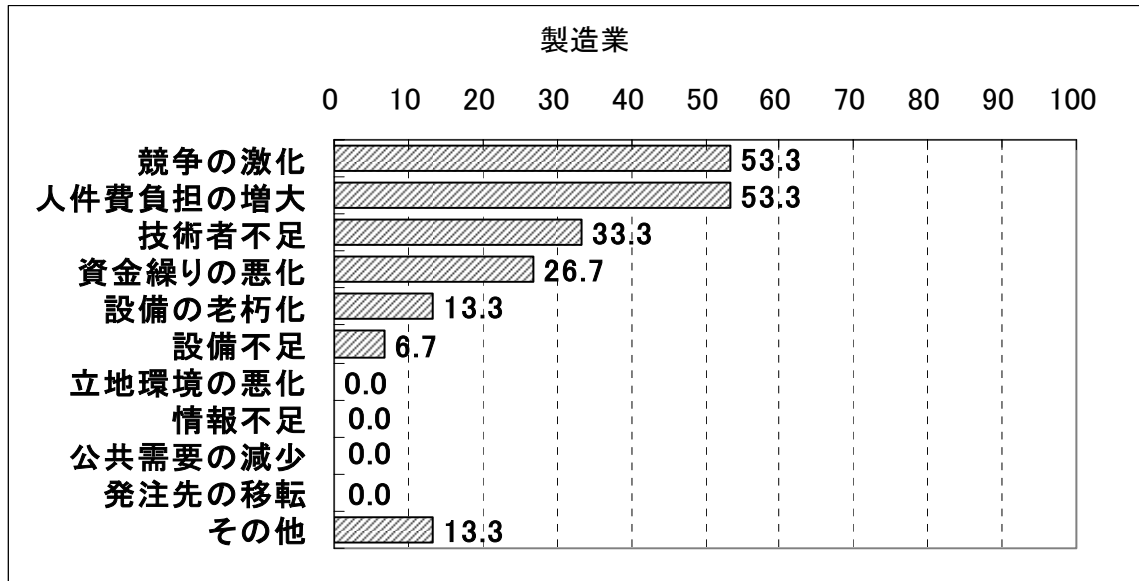


であり、6月の調査よりも若干は減少していますが4割を超える回答を集めています。政府は積極的に公共投資を行っていますが、その恩恵を受けている茅ヶ崎市内の建設業は僅かであると考えて良いのかもしれませんが。恩恵が現れると考えられる経営課題は三つあります。一つは資金繰りです。前は4割の回答でしたが、今回は僅かですが下がっています。二つ目の人件費負担の増大についても前回調査より若干ですが回答率が下がりました。最後は技術者不足です。仕事が増えれば技術者不足が経営課題となるはずですが。技術者不足は前回調査よりも回答率が僅かに上がっています。この三つはいずれも僅かな変化に留まっています。9月末現在、茅ヶ崎市における政府の公共投資効果は十分に現れていないといえるでしょう。もう一つ公共投資効果と見なすことができるのが設備に関する経営課題です。設備の老朽化の回答は前回ゼロでした。今回調査では1割に満たない回答率ですが経営課題とする事業所が現れました。僅かですが、仕事の問い合わせが市内事業者に来ていていると考えて良いと思われます。

(3) 製造業

未だに底ではありますが上向きを感じ始めたのが製造業でしょう。経営課題だけを見ると不況から脱しつつあることが確認できます。最も大きな変化は経営課題の第1位です。前は競合激化が7割5分を締めて単独1位でした。今回の調査では競合激化は2割回答を下げ、人件費負担の増大と同率首位になりました。人件費負担の増大は前回とほぼ同様の回答率ですから、単純に競合が少なくなったと考えて良いでしょう。それだけ製造業には仕事が回ってきたということでしょう。売上に結びつくのは1～2ヶ月後になるかも知れませんが、年末までに僅かでも業績が向上することを期待したいと思います。しかし、人件費負担は解決しそうにありません。仕事が出てきても単価は決して高くはなりません。人件費負担は更に大きくなることも予想されます。

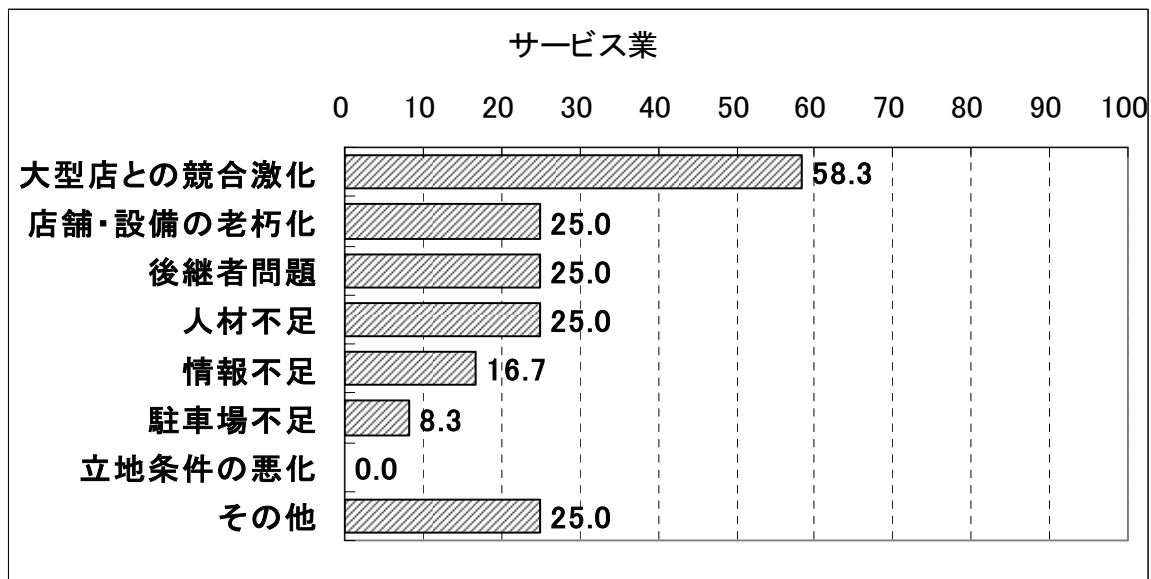
受注が増えていることは技術者不足からも推察できます。前回2割5分だった回答が、今回は3割を超える回答を集めています。経営課題の順位も3番目に着けています。前回ゼロ回答であった設備不足にも僅かですが回答者が現れたことも受注増を裏付けているのではないのでしょうか。その一方で設備老朽化に対する回答が2割以上下がっています。受



注に合わせて設備を入れ替えた可能性もありますが、資金に余裕がある製造業は少ないはずで、現在の設備で間に合う仕事を受注できたとすればありがたいことです。また、コストを下げるためには保有設備を有効利用することを優先すべきなのかも知れません。

このほかにも上向き傾向を裏付けるような経営課題の変化をいくつか発見することができます。その一つが資金繰りです。前は悪化を訴える回答が3割ありましたが、今回は僅かにですが減少しています。実際に資金繰りが良くなった製造業があったということでしょう。立地環境悪化と公共需要減少そして情報不足は今回ゼロ回答になりました。まだまだ苦しい状況にある茅ヶ崎市内製造業ですが、若干ですが明るい兆しが見えてきたようです。

(4) サービス業



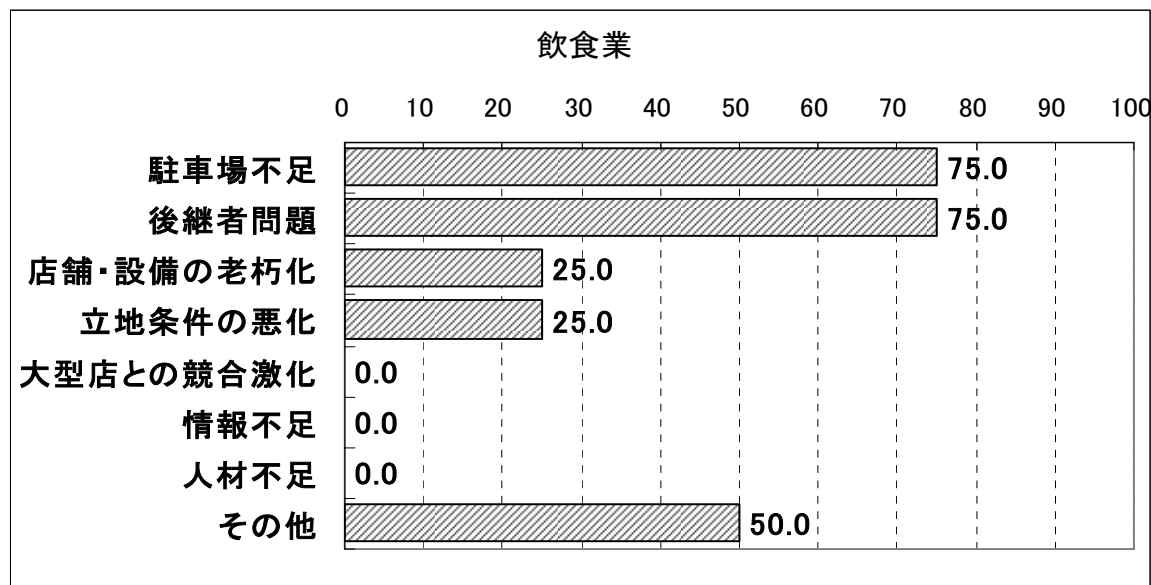
価格志向の浪はサービス業にも押し寄せています。経営課題にも変化が現れています。課題の第1位は大型店との競合激化ですが、6月調査では4割に満たなかった回答が今回

は6割弱にまで増えています。サービス業の分野でも大型店が低価格志向をPRしていることが確認できます。そして今回、経営課題の2番目には2割5分の回答を集めた3つの課題が並びました。店舗の老朽化と人材不足は前回より僅かに回答を増やしています。後継者問題は前回よりも2割以上多くの回答を集めました。店舗の老朽化と人材不足は6月以降解決できずに今回も課題として残ったようです。注目すべきは後継者問題が大きくなったことでしょう。デフレが進み、大型店が価格志向に走れば中小サービス業は収益を確保することができなくなります。9月末の時点で後継者問題が浮上してきたのは将来に対する不安を事業主が持ち始めたからではないでしょうか。後継者がいない事業所は、小売店と同様、事業から撤退することも考えられます。デフレ傾向が早く収まることを期待したいと思います。

興味深いのは情報不足と駐車場不足への回答が下がったことです。情報不足は前回3割の回答を集めていましたが今回はその半分に減っています。どうなるかの不安よりも、直ぐには良くなるということが明確になったのかもしれません。駐車場不足は小売業とは反対の傾向です。前は2割近く回答を集めていましたが、今回は1割を切りました。大型店との競合が激しくなって来店客が減っていると考えて良さそうです。

事業所も家庭も節約志向に入っています。サービス業はしばらくの間苦しい経営を強いられそうです。

(5) 飲食業



外食需要が減少し、苦しいはずの飲食店ですが、経営課題の変化を見る限り、茅ヶ崎市内の飲食店は悪い状態ではないようです。経営課題の1位が6月調査とは大きく変わりました。前回1位の立地条件の悪化は2割5分まで回答を一挙に下げました。代わって、駐車場不足と後継者問題が7割5分の回答を集め同率で首位になりました。前回より3倍多くの回答を集めたことになります。駐車場不足が増えて、立地条件の悪化が減少したことは同じ要因でしょう。茅ヶ崎がある湘南は7月から9月にかけて日本全国から観光客が集まってきます。高速道路1000円効果で今年はより多くの観光客が車で押し寄せたのではないのでしょうか。人が集まる環境があれば、飲食業にとって立地条件がそれほど大きな

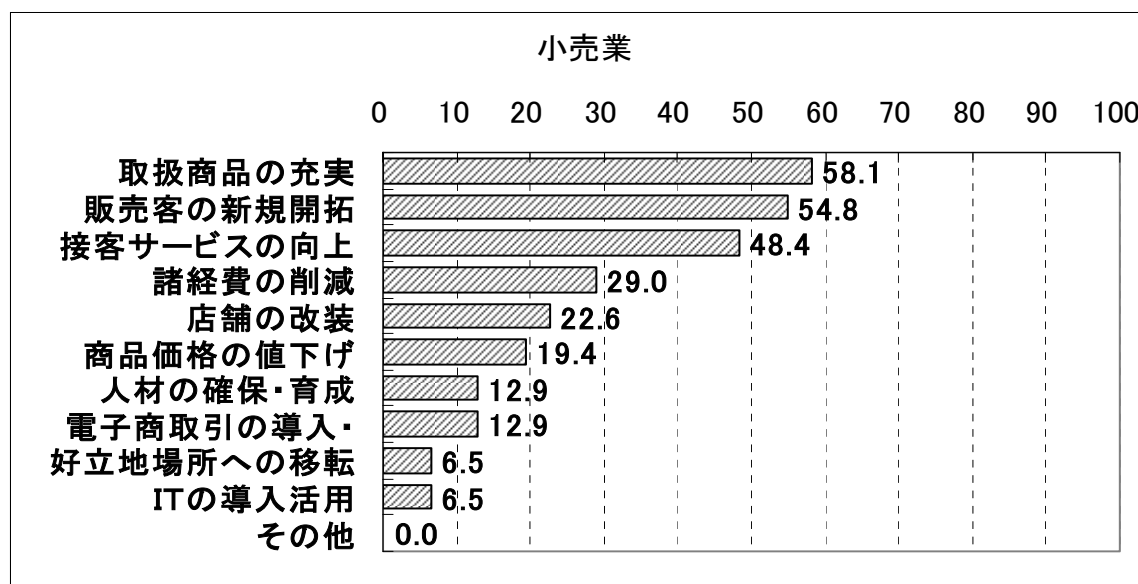
問題とならないでしょう。さらに駐車場が十分にあればお客様を集めることができる状況になっていたのではないのでしょうか。小売業でも同様に駐車場不足を経営課題に挙げていることから、集客という面で、高速道路1000円効果は茅ヶ崎市に現れたと考えて良さそうです。

後継者問題が今回の調査で浮上した理由は何でしょうか。夏が去った後の湘南のことを事業主は考えたのかも知れません。大型店との競合は無いとはいえ、メニューは確実に低価格化に向かっています。忙しさが一段落して、冷静に将来を考えたときに将来に対する不安が持ち上がってきたのかも知れません。

以上の他には情報不足にも変化が出ています。前は2割5分の回答でしたが、今回はゼロ回答です。サービス業と同様に悪いなりに将来の姿が見えてきたのではないのでしょうか。飲食業も世の中の景気が急には向上しないことを前提に新たな舵取りを始めることになりそうです。

9. 主要業種の今後の対策

(1) 小売業



景気回復の遅れから厳しい状態が続いている小売業ですが、今後の対策にも苦しい状況が現れています。対策の1位は前回と同様に取扱商品の充実ですが、前回よりも僅かに回答が下がっています。前回2番目だった接客サービスは1割弱回答を下げ5割を切りました。代わって2位に上がったのが販売客の新規開拓です。上位三つの対策が若干ですが入れ替わっていることから、これはという決め手に欠けている状態を推察することができます。消費者の低価格志向には一店舗だけでは打つ手が限られるといったところでしょう。

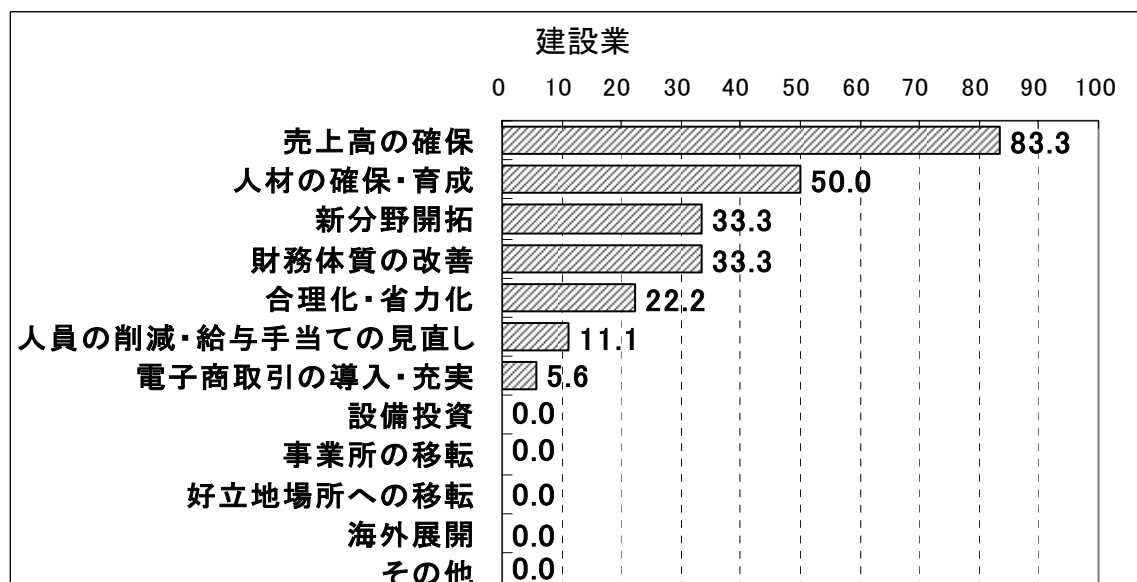
対策の4位以下では大きな変化が現れました。一つは諸経費の削減です。前は2割を切る回答でしたが、今回は1割増加し3割弱に達しました。対策の順位も4番目です。売上も利益も伸びない状態なので、更に経費を削減せざるをえないとの判断でしょう。人材の確保育成も前回より1割以上回答が下がった対策です。売上不振の状態でも人材確保どころではないというのが本音ではないのでしょうか。

このような状況から抜け出そうとしている小売店も増えてきました。時代に合わせて値

下げに踏み切る店も増えて、回答率は2割弱に上がりました。店舗改装を対策にあげる店舗も増え、2割を超えました。積極策に出ようとしている元気な店舗も存在するのです。

小売店は従来通りの「待ち」の商いでは売上を確保しにくくなっています。また、景気が悪いからこそ生まれている新たな市場もあります。この時代を乗り切るには新たな発想が必要ではないでしょうか。

(2) 建設業



公共投資効果で茅ヶ崎市の建設業も受注が増えてきているようです。それだけでは決して十分な量ではありませんから売上高の確保は今後の対策として更に重要性を増しています。6月と同様に8割を超える回答を集めています。仕事が入って来ていることを反映して2位以下の対策に変化が見られます。

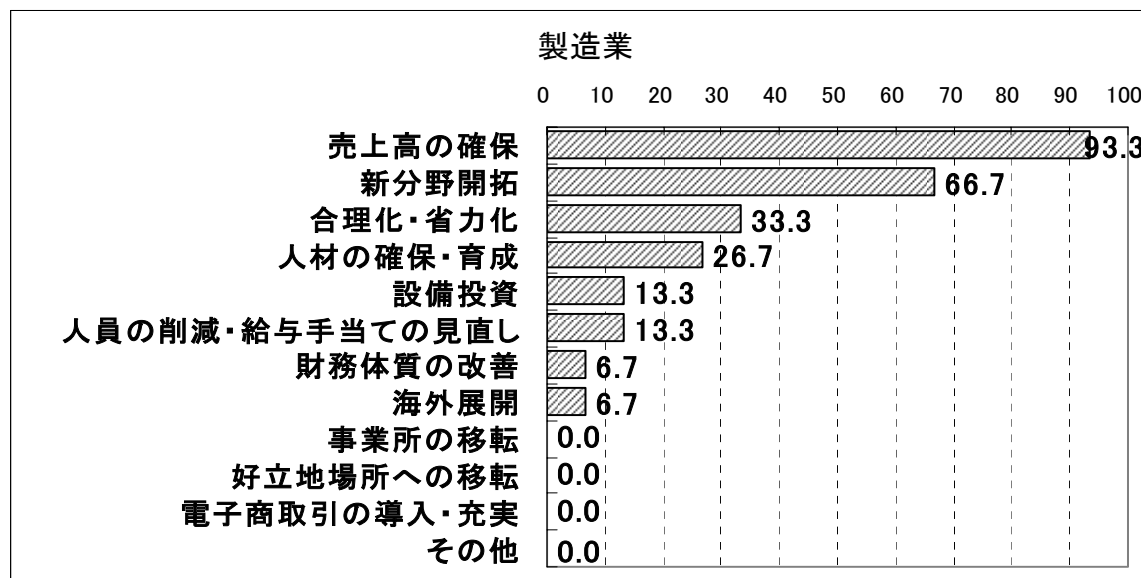
前回の調査で2番目の対策だった新分野開拓は1割回答を下げた3番目の対策になっています。代わって2位になったのは人材の確保育成です。前は2割5分の回答率でしたから、実に2倍の回答を集めたこととなります。仕事が増え、人材が必要となっている事業所が多くなっていることが分かります。新分野を求める企業が減ってきたことも頷けるでしょう。

しかし、経営状態は決して万全ではありません。対策の4番目に財務体質改善が上がってきました。前は2割に満たない回答でしたから、今回は1割以上多くの回答を集めたこととなります。仕事が入れば人件費等の諸経費が先払いになります。企業として手持ち資金を確保しておかなければ仕事を受注することができません。財務体質の改善は仕事を確保するための必要条件となります。その一方、合理化・省力化は前回よりも1割回答を下げ、対策の順位も5番目になりました。仕事が入り、収益性が改善された結果と思われます。同様のことが給与手当にも現れています。人員削減・給与の見直しが前は2割を僅かに切る回答でしたが、今回は1割程度の回答にまで下がりました。人件費負担が減少していることは明かです。

僅かな変化ですが、電子商取引に取り組もうとする企業が出てきました。建設需要として今後期待されているのはリフォームです。エコやバリアフリーに関連する改装には税制

等の優遇策を設けることが政府から発表されています。ホームページではリフォームを提案する販促が確かに増えています。茅ヶ崎市内の建設業者にもこのような動きがあるのかもしれませんが。

(3) 製造業



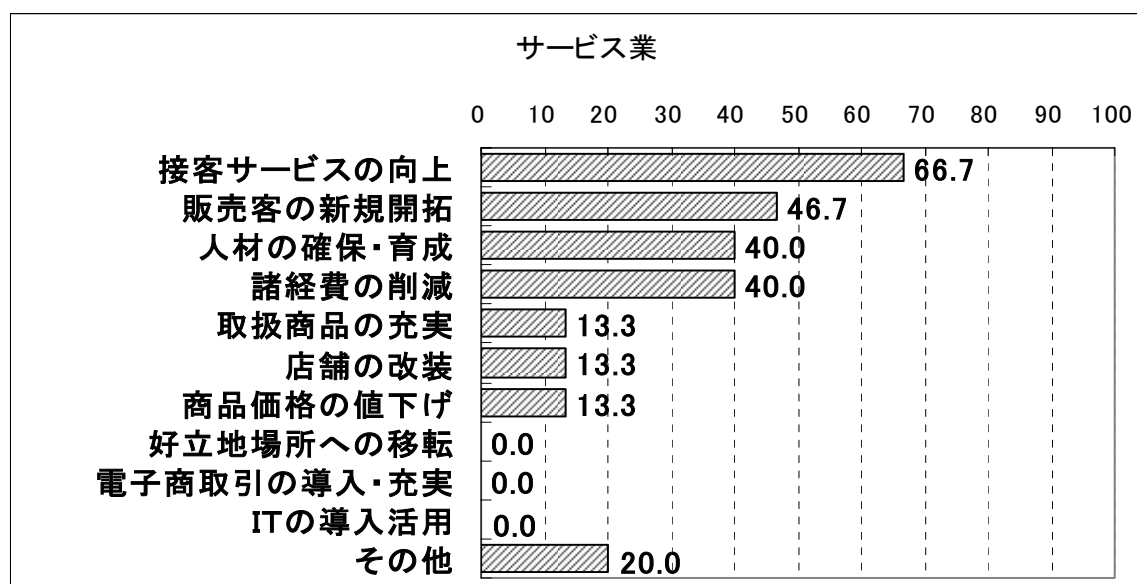
日本全体では動きが始まったといわれていますが、茅ヶ崎市の製造業はやっと底をついた状態でしか有りません。売上確保は最大の対策です。その重要性はさらに高まっており、回答率は9割に達しました。対策2番目の新分野開拓も約1割回答を増やして7割に迫ろうとしています。これまでの分野では受注を取ることができないと考える企業が増えたことを示しています。慣れない分野での営業活動が始まりそうです。

今回の調査では上位二つの対策に重点が置かれることとなりますが、経営の厳しさは前回よりも増しているようです。合理化・省力化は前回同様3割強の回答でしたが、人員削減・給与見直しが1割を超える回答を集めるようになりました。人件費負担を解消しようとしている企業は今後も増えて行くことでしょう。

前回よりも減少した対策もいくつかあります。前回3番目の対策であった人材の確保育成が1割5分程度回答率下がり、4番目となりました。景気の回復が遅れていますから人材確保までの行動はとれない状況ではないのでしょうか。設備投資が若干下がっているのも同様な解釈が成り立つと思われます。経営面で減少しているのは財務体質の改善です。前回調査では3割を超えていましたが、今回の調査では1割に満たない回答率になりました。収益力が向上したとは考えにくいですから、この減少は当面の資金繰りを確保できた企業が多くなったという判断になります。政府が行った緊急金融対策を利用して、資金調達を行った企業が多かったと思われます。

そして気になる変化は海外展開です。まだ1割に満たない回答ですが、前回ゼロであったことから見逃すことができない兆候ではないのでしょうか。アジアの情勢を冷静に眺めると、取り扱い品目によっては生産拠点が日本ではなくなるのが現実起きています。茅ヶ崎市内での生産以外に、海外での生産を検討している製造業は少なくないのかもしれませんが。

(4) サービス業



明るい兆しが未だに見えないサービス業ですが、当面の対策は6月と同様、接客サービスと新規開拓になっています。接客サービスは1割以上伸びていますが、新規開拓は僅かに減少しています。新しいお客様を狙うより、現在のお客様を大切にすることを重点に変化していることが分かります。

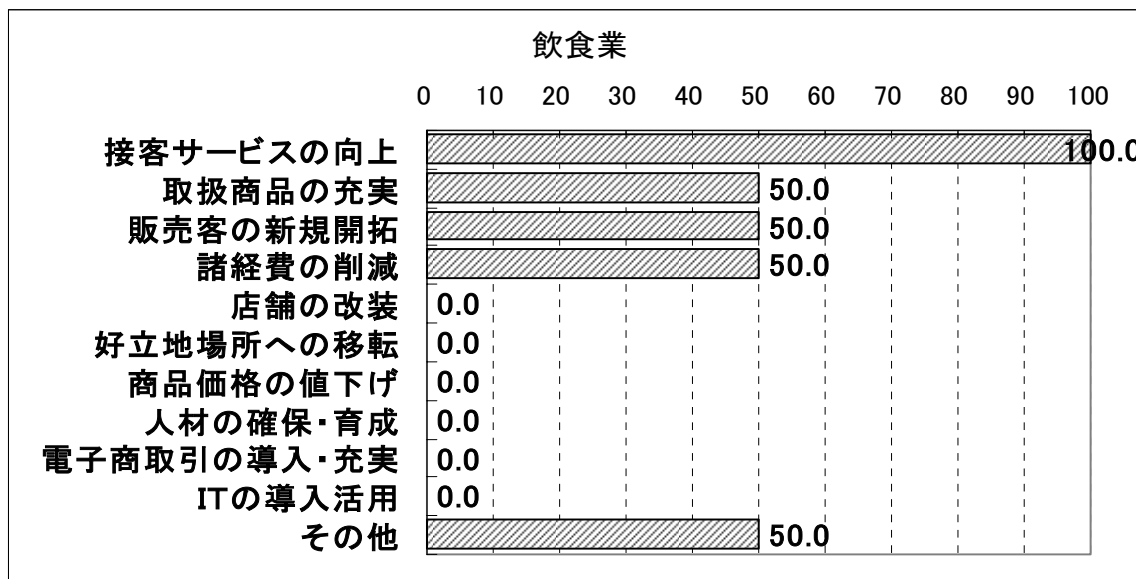
将来展望が開けないサービス業ですが、当面の対策は6月と同様、接客サービスと新規開拓になっています。接客サービスは一割以上伸びていますが、新規開拓は僅かに減少しています。新しいお客様を狙うより、現在のお客様を大切にすることを重点に変化していることが分かります。

大きな変化は3位以下に現れました。人材の確保育成と諸経費の削減がともに4割の回答を集め対策の3番目に上がりました。人材の確保育成は1割5分の伸びですから、緊急性が高いことが分かります。接客サービス向上のためには良い人材が必要になるということでしょう。しかし、人材を確保するためには多くの経費が出ていきます。業績は低迷していますから更にコスト削減を進めなければならない状況にあると解釈できるでしょう。

サービス業における今後の対策は上位4つに絞られることになったのも特徴の一つです。前回よりも最も回答率が下がったのは取扱商品の充実です。3割を超えていた回答が1割強にまで下がってしまいました。商品提案よりもサービスの質を高めてリピート客を確保することを優先する決断でしょう。商品価格の値下げが減少していることも大型店との競争を意識しての判断ではないでしょうか。値下げ競争に入ったらついて行くことができないとの判断かも知れません。それよりも質の向上に重きを置いたことが分かります。

IT導入・移転・電子商取引は前回若干の回答を集めていましたが、今回はゼロ回答となりました。サービス業全体として、新たな展開を行うよりも、既存顧客を大切に、難局を乗り切ろうとする姿勢が伺われます。

(5) 飲食業



湘南の夏が終わり、飲食業は新たな対策に向かい始めました。6月の調査では取扱商品の充実が10割回答でしたが、今回は5割に下がり、代わって接客サービスが満点の回答を集める結果となりました。メニューよりも人的サービスの方がリピーターを確保できるとの判断が多く、飲食店でなされていることが分かります。夏はメニューで秋はサービスでお客様を呼ぶとの共通した考えがあるようです。

5割の回答を集めた対策には取扱商品の充実の他に販売客の新規開拓と諸経費の削減があります。諸経費の削減は前回も5割で、6月同様に実施して行くこととなりますが、今回注目すべきは販売客の新規開拓でしょう。前回と比較して2倍の伸びを示しており、旧来の顧客が減少していることが伺えます。飲食業もダウンサイジングに流されています。新たな顧客の開拓は今まで以上に重要な対策として認識されたようです。

今回の調査では上位4つ以外の対策はゼロ回答となっています。前回回答があったのは店舗改装と移転です。それぞれ2割5分の回答を集めていました。これらに回答した店は既に対策を実施して、その効果が得られたことを期待したいと思います。