

茅ヶ崎市景気動向調査（12月）結果

1. 調査期間 平成26年12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	24	20.2%
大 型 店 舗	12	8	66.7%
建 設 業	73	25	34.2%
製 造 業	50	17	34.0%
サ ー ビ ス 業	71	19	26.8%
飲 食 業	56	7	12.5%
交 通 運 輸 業	19	3	15.8%
合 計	400	103	25.8%

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. 茅ヶ崎市経済の業況

(1) 業況(総合的な判断) ～市内の業況は短期的に横バイ～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年12月比	26年9月比	先行き見通し	前年12月比	先行き見通し
全 産 業	△ 10.2	0.0	△ 9.8	△29.7	△29.6
商 業	△ 9.5	4.8	△ 10.6	△44.6	△43.9
大 型 店 舗	△ 50.0	△ 12.5	△ 12.5	—	—
建 設 業	4.4	△ 8.7	0.0	△9.4	△15.7
製 造 業	△ 18.8	0.0	△ 35.3	△23.6	△24.5
サ ー ビ ス 業	△ 10.6	0.0	0.0	△26	△23.6
そ の 他	1.4	11.4	1.4	—	—

12月は昨年よりも多少上回るボーナスも出ており、市内企業の業況回復が期待されました。しかし、産業全体ではマイナス10.2であり、昨年よりも良くなっていると実感している企業は少なかったことが分かります。前回調査9月との比較ではプラスマイナスゼロのDI値であり、この3ヶ月間では大きな変化がなかったことが分かります。

ボーナスの影響はほとんど見られなかったこととなります。全国平均よりも茅ヶ崎市のD I値は高いですから、業況が回復していないことは同じですが、他の地域よりは業況が良い状態であることが分かります。業種別としては大型店が苦戦しています。D I値は前年比でマイナス50.0、9月比でもマイナス12.5でした。最もボーナス効果が期待できるはずの大型店に経済効果が普及してこなかったのです。それだけ消費税の影響は大きかったと言えるでしょう。その一方で、大型店を除く商業ではこの3ヶ月間で僅かですが業況回復を確認する事ができます。9月対比でD I値がプラス4.8を示しています。前年対比でもマイナス9.5に収まりました。全国平均がマイナス44.6ですから、専門小売店を中心とする商業では全国よりもいち早く経済効果が現れたのかもしれませんが。業況がプラスを示しているのは建設業です。前年対比ではプラス4.4、9月対比ではマイナス8.7です。首都圏では公共工事や建物建設が各地で行われていますが、これがD I値にも現れていることが確認できます。しかし、9月対比でマイナスであることは原材料や人件費の値上がりで収益が減少している事業所が多いことを示していると考えて良いでしょう。製造業とサービス業は昨年対比ではマイナスですが、9月対比ではプラスマイナスゼロであり、この3ヶ月では業況に大きな変化がなかったことが分かります。

茅ヶ崎市内全体では前回調査の9月と比較して大きな変化はありませんでしたが、政府は平成27年2月に発表した月例経済報告で現況を次のように説明しています。

景気は、個人消費などに弱さがみられるが、緩やかな回復基調が続いている。

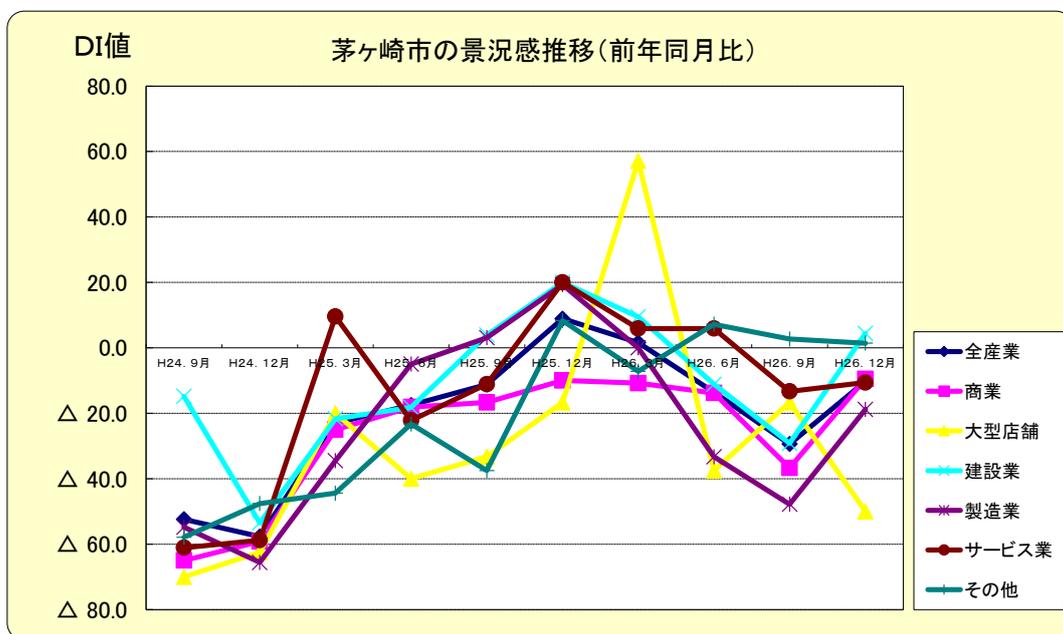
- ・個人消費は、消費者マインドに弱さがみられるなかで、底堅い動きとなっている。
- ・設備投資は、おおむね横ばいとなっている。
- ・輸出は、このところ持ち直しの動きがみられる。
- ・生産は、持ち直しの動きがみられる。
- ・企業収益は、全体としてはおおむね横ばいとなっているが、大企業製造業では改善の動きもみられる。企業の業況判断は、おおむね横ばいとなっている。
- ・雇用情勢は、改善傾向にある。
- ・消費者物価は、横ばいとなっている。

(2) 業況 ～大型店を除き業況は回復基調～

消費税増税前の業況には戻っていませんが、前回9月調査時点を底にして、茅ヶ崎市内の業況に回復の兆しが現れてきました。産業全体では9月のマイナス29.4から今回はマイナス10.2まで回復しています。しかし、プラスに転じたのは建設業だけで有り、それもD I値は4.4に留まりました。市内大型店はほぼ2年前の状態であるマイナス50.0にまで値が下がってしまいました。大変な落ちこみです。年末商戦では盛り上がり欠けたことでしょう。建築に関しては本来もっとD I値が上がっていたのかもしれませんが。昨年末では円安で材料単価が上がり、人手不足で人件費が上がるという現象が起きていました。工事が遅れる現場も多く出ていました。公共工事の経済効果が100%発揮できなかったことは残念です。

今回の調査では大型店を除く商業の業況が大きく改善されたことが特徴の一つです。最近の2年間では、マイナスではありますが、最も高いD I値です。ボーナスを手にした市民の一部が専門小売店等に戻ってきたのかもしれませんが。全国平均では商業は前回

よりも下がっていますから、茅ヶ崎市の特別な事情によるものでしょう。持続することが期待されます。製造業とサービス業はともに前回より回復していますが、製造業の回復が大きいことが分かります。市中の在庫がそろそろ無くなり始めそうです。しかし、本格的生産までは至りませんでした。



<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	H24.9	H24.12	H25.3	H25.6	H25.9	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12
全産業	△52.4	△57.7	△23.0	△17.5	△11.2	8.9	1.6	△13.6	△29.4	△10.2
商業	△65.0	△59.2	△25.0	△18.1	△16.7	△10.0	△10.8	△13.8	△36.7	△9.5
大型店舗	△70.0	△62.5	△20.0	△40.0	△33.3	△16.7	57.1	△37.5	△16.7	△50.0
建設業	△14.8	△53.5	△21.7	△18.2	3.9	20.0	9.5	△11.1	△29.2	4.4
製造業	△54.8	△65.6	△34.5	△5.0	3.1	19.3	0.0	△33.3	△47.8	△18.8
サービス業	△61.1	△58.8	9.6	△22.2	△11.1	20.0	5.9	5.9	△13.3	△10.6
その他	△57.9	△47.6	△44.4	△23.3	△37.5	8.3	△7.2	7.2	2.7	1.4

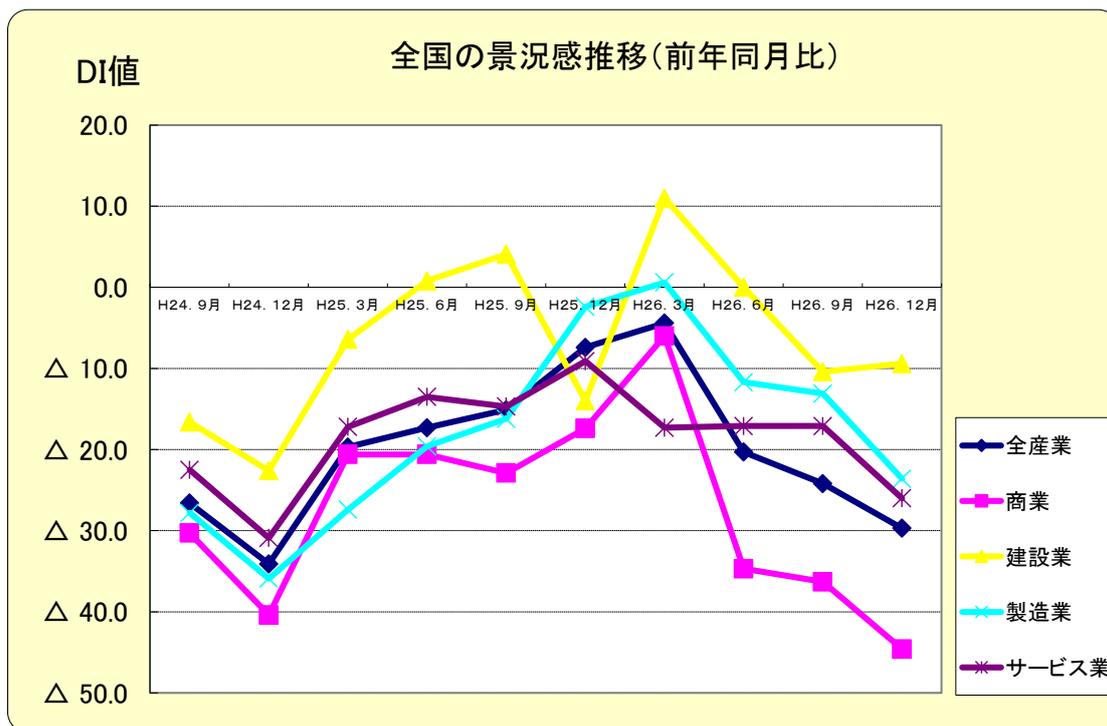
※「△」はマイナスを表す。

※表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

<全国>

	H24.9	H24.12	H25.3	H25.6	H25.9	H25.12	H26.3	H26.6	H26.9	H26.12
全産業	△26.6	△34.1	△19.7	△17.3	△15.1	△7.4	△4.4	△20.3	△24.2	△29.7
商業	△30.0	△40.4	△20.6	△20.6	△22.9	△17.4	△6.0	△34.7	△36.3	△43.6
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	△16.6	△22.6	△6.4	0.8	4.1	△14.0	11.0	0.0	△10.4	△9.4
製造業	△27.8	△35.9	△27.4	△19.6	△16.2	△2.4	0.6	△11.7	△13.1	△23.6
サービス業	△22.5	△30.9	△17.2	△13.5	△14.7	△9.1	△17.3	△17.1	△17.1	△26.0
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。



(3) 茅ヶ崎市の先行き見通し ～製造業が不安材料～

原油価格が下がり、燃料や石油製品の値上げが回避できそうな状況です。しかし、市内事業所では先行きに対して慎重な姿勢を示しています。産業全体でマイナス9.8です。全国平均の先行き見通しはマイナス29.6と比較すると、茅ヶ崎市は多少恵まれてはいるようです。それでもプラスを示している業種はありません。建設需要を確実に見込むことができる建設業でもプラスマイナスゼロの見通しです。仕事はあっても工事を進めることができない状況は、直ぐには解消しないようです。大型店と商業はともにDI値マイナス10程度の先行き見通しです。食品メーカーは一部製品の値上げを表明しており、商業者の多くが、消費志向が弱まると判断していることが分かります。

茅ヶ崎市経済に最も大きな影響を与える製造業が先行き見通しマイナス35.3を示していることが不安材料となります。全国平均でもマイナス24.5に留まっていますから、市内製造業が抱えている不安はかなり大きいと言えるでしょう。これ以上の業況回復を望むことはできないと判断している事業が多いということです。製造の一部を国内に移転するとの報道もありますが、需要の拡大が期待されるアジアに照準を合わせ、既に製造拠点の多くが移動してしまいました。国内生産の復興を大きく期待できないことが市内製造業の不安に繋がっていると考えます。

先行きに不安材料を抱えているのが茅ヶ崎市ですが、政府は平成27年2月に発表した月例経済報告のなかで次のように先行きを説明しています。

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、消費者マインドの弱さや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 ～お客様が僅かに戻ってきたが競合は増大～

9月調査			12月調査		
第1位	顧客の高齢化	53.1	第1位	顧客の高齢化	52.2
第2位	客足が戻らない	43.8	第2位	同業店との競合	34.8
第3位	後継者問題	34.4	"	客足が戻らない	34.8
第4位	同業店との競合	28.1	第4位	人材不足	26.1
"	店舗・設備の不足や老朽化	28.1	第5位	後継者問題	21.7
第6位	資金繰りの悪化	18.8	第6位	店舗・設備の不足や老朽化	17.4
第7位	人材不足	15.6	第7位	アルバイト等の時給アップ	8.7
第8位	駐車場不足	9.4	第8位	駐車場不足	4.3
第9位	アルバイト等の時給アップ	3.1	"	資金繰りの悪化	4.3
	その他	3.1		その他	0

商業全体が業況の回復を示していますが、その多くを占める小売店では新たな課題が増えてきました。課題の一番はお客様の高齢化で変わりませんが、「客足が戻らない」への回答が1割程度下がりました。DI値はマイナスですが、改善された理由がありました。しかし、増えている客足を確保するために同業者も販促等をおこない、競合が激しくなっています。増えたお客様に対応できる人材の確保ができないお店も出てきました。1割に回答が達してはいませんが、「アルバイト等の時給アップ」を課題とするお店も増えています。客足が増えてきたからこそ発生する課題への回答が増えているのです。経営的にも多少の余裕が出ています。「資金繰りの悪化」を訴えるお店が前回は2割近くありましたが、今期は1割に達しない回答でした。「後継者問題」も僅かに収まってきました。それもお店が忙しくなってきた結果でしょう。業況の回復は決して十分ではありませんが、茅ヶ崎市内の専門小売店には少しずつお客様が戻っています。年末の一時的な減少かもしれませんが、来て下さったお客様を売上に繋げることが総合的課題となるでしょう。

② 今後の対策 ～販促と品揃えの強化と同時に経費削減～

9月調査			12月調査		
第1位	接客サービスの向上	65.6	第1位	接客サービスの向上	47.8
第2位	販売客の新規開拓	46.9	第2位	販売促進の強化	47.8
第3位	取扱商品の充実	31.3	第3位	取扱商品の充実	34.8
"	諸経費の削減	31.3	"	諸経費の削減	34.8
"	インターネットの活用・強化	31.3	"	販売客の新規開拓	26.1
"	販売促進の強化	31.3	"	インターネットの活用・強化	21.7
第7位	店舗の改装	12.5	第7位	人材の確保・育成	17.4
"	人材の確保・育成	12.5	"	店舗の改装	13
第9位	後継者へのバトンタッチ	9.4	第9位	後継者へのバトンタッチ	8.7
第10位	商品価格の値下げ	3.1	第10位	商品価格の値下げ	4.3
	その他	0		値上げ	4.3
				値下げ	0
				その他	0

前回同様1位となった「接客サービスの向上」は、来て下さったお客さまを売上に繋げる対策でもあります。しかし、前回よりも約2割回答が下がっています。接客サービスに並ぶ対策として5割近くの回答を集めたのが「販売促進の強化」です。増えてきたと言ってもまだまだ少ないお客様を自店に取り込む対策です。「顧客の新規開拓」は前回

よりも1割回答が下がっていますから、客足が戻って来た小売店が多いことは確かでしょう。取扱商品の充実も僅かに回答を増やしていることから、市内小売店が商売に対して積極的な姿勢を示し始めたことが分かります。その一方で、「諸経費の削減」への回答も僅かですが増えました。小売業では総利益が減少しているとの回答が5割近くを占めています。円安で製造コストが上がり、値上げするメーカーが出てきました。諸経費の削減は客足が戻っても対策として続きそうです。課題の人材不足に対応する対策は人材の確保と育成ですが、僅かに増えていますが、2割には達しませんでした。客足の増加が続くと考えているお店はそれほど多くないようです。今回の調査で特別に取り上げた対策は「値上げ」と「値下げ」です。どちらも回答は低く、12月の時点では価格政策を検討している小売店は未だ少ないことがわかります。

(2) 建設業

① 経営課題 ～技術者不足は更に深刻～

9月調査			12月調査		
第1位	技術者不足	54.2	第1位	技術者不足	66.7
第2位	人件費負担の増大	41.7	第2位	競争の激化	45.8
第3位	競争の激化	33.3	第3位	人件費負担の増大	41.7
第4位	石油価格の高騰	29.2	第4位	公共需要の減少	20.8
第5位	公共需要の減少	16.7	第5位	原材料資材の確保	16.7
第6位	設備の老朽化	12.5	第6位	石油価格の高騰	12.5
"	原材料資材の確保	12.5	第7位	設備不足	4.2
第8位	発注先の移転	8.3	"	設備の老朽化	4.2
第9位	設備不足	0	第9位	発注先の移転	0
	その他	12.5		その他	8.3

市内建設業においても人材不足は更に深刻な問題になっています。経営課題の一番が「技術者不足」であることは前回と同じですが、回答は更に1割増えています。その上、課題の2番目に回答を1割増やした「競争の激化」が上がって来ました。公共需要減少が前回よりも回答を僅かに増やしていることから、現場の数は減っていませんが、新規の契約が減少傾向を示し始めたことが分かります。人件費負担増大は、順位は下がっていますが、前回と同じ回答率です。人材を確保するための支出は大きく経営にのしかかっています。コスト面では前回3割近くの回答を集めていた「石油価格高騰」が今回は1割強に下がりました。代わって上昇したのが「原材料の確保」です。まだ2割に達していませんが、確実に単価は上がってきています。今後の動向を見守りたいと思います。

② 今後の対策 ～人材確保育成が再優先対策～

9月調査			12月調査		
第1位	人材の確保・育成	60.9	第1位	人材の確保・育成	76
第2位	諸経費の削減	43.5	第2位	積極的営業	40
第3位	財務体質の改善	39.1	第3位	新分野開拓	32
第4位	積極的営業	34.8	"	合理化・省力化	32
第5位	合理化・省力化	30.4	"	財務体質の改善	32
第6位	新分野開拓	21.7	第6位	諸経費の削減	24
第7位	人件費の削減	13	第7位	後継者へのバトンタッチ	16
第8位	後継者へのバトンタッチ	4.3	第8位	人件費の削減	12
第9位	設備投資	0	第9位	設備投資	0
	その他	8.7	"	値上げ	0
			"	値下げ	0
				その他	0

経営課題では人材不足が抜き出てはいませんでしたが、対策では7割5分を越えており、建設業者が人材確保に専念していることが分かります。前は6割でしたから、1割5分回答を増やしています。それ以外の対策は2位の積極営業でさえ4割程度ですから、人材確保の大切さが分かります。積極営業は前回4位でしたから、新規物件を確保するため市内の事業所の一部が営業を開始したことが分かります。前回2位と3位だった対策は経費削減と財務体質強化という経営に関することでした。両方とも回答が下がっていますが、経費削減は2割程度低下しました。人材確保が現場から求められる再優先対策であり、費用を掛けてでも実行する強い姿勢が現れています。しかし、現場の合理化には前回同様に3割の回答が集まっており、限られた人材で現場をまわす努力が継続されることが分かります。新たな動きは新分野開拓です。前回よりも1割回答が増えています。人材不足や資材の高騰が続きそうであるため、建設以外の分野への進出を検討している企業が増えていることも考えられます。今回特別に質問した「値上げ」「値下げ」はともに回答はゼロであり、今後の対策として未だ検討される段階ではないということでしょう。

(3) 製造業

① 経営課題 ～人材不足と人件費負担が利益を圧迫～

9月調査			12月調査		
第1位	競争の激化	60.9	第1位	競争の激化	50.8
"	設備の老朽化	60.9	第2位	技術者不足	47.1
第3位	技術者不足	34.8	"	設備の老朽化	47.1
第4位	人件費負担の増大	26.1	第4位	人件費負担の増大	29.4
第5位	石油価格の高騰	17.4	第5位	設備不足	17.6
第6位	設備不足	8.7	"	原材料資材の確保	17.6
"	原材料資材の確保	8.7	第7位	公共需要の減少	11.8
第8位	公共需要の減少	4.3	第8位	発注先の移転	5.9
"	発注先の移転	4.3	第9位	石油価格の高騰	0
	その他	8.7		その他	17.6

前回調査の9月と比べると業況は回復しています。しかし、DI値はマイナス20程度に留まっています。経営課題の1位は前回と同様に競争激化ですが、回答が1割下がっていることが業況の回復を裏付けています。設備不足への回答が、2割には達していませんが、前回よりも若干増えていることから、業況の回復がうかがわれます。受注が増えて重要性が増した課題は人材不足とそれに伴う人件費負担の増大です。特に技術

者不足は前回よりも1割多くの回答を集め、設備老朽化と同率で2番目の課題になりました。設備の老朽化は前回6割を超える回答を集めていましたので、この3ヶ月の間に新たな設備投資を行ったことが考えられます。コスト面では2面性が明確になりました。前回2割近くの回答があった石油価格高騰は今回ゼロ回答でした。代わって2割近くの回答を集めたのは原材料資材の確保です。製造業では総利益が減少しているとの回答が約半数を占めています。安価な原材料が入手し難い状況になろうとしていること分かります。受注は多少回復していますが、人件費と原材料費の負担で利益は減少していることでしょう。

② 今後の対策 ～新分野開拓と合理化で事業を継続～

9月調査			12月調査		
第1位	積極的営業	60.9	第1位	積極的営業	52.9
第2位	人材の確保・育成	52.2	第2位	人材の確保・育成	47.1
第3位	設備投資	34.8	第3位	新分野開拓	41.2
第4位	新分野開拓	30.4	第4位	合理化・省力化	35.3
"	諸経費の削減	30.4	"	設備投資	35.3
第6位	後継者へのバトンタッチ	21.7	第6位	後継者へのバトンタッチ	17.6
第7位	合理化・省力化	17.4	"	値上げ	17.6
第8位	財務体質の改善	8.7	第8位	諸経費の削減	11.8
第9位	人件費の削減	4.3	第9位	人件費の削減	5.9
	その他	8.7	第10位	財務体質の改善	0
			"	値下げ	0
				その他	11.8

今後の対策1位は前回同様「積極的営業」です。回答は1割弱下がっていますから、僅かですが受注が拡大していることが分かります。2番目も前回と同じく人材の確保育成です。こちらも回答が僅かですが下がっています。受注不足と人材不足の状態から出ることができない企業が多く存在することを示しています。今回の調査で回答が比較的多くなった対策は新分野開拓と合理化省力化の二つです。大きくなる人件費や原材料費の負担を少しでも軽くするためには、合理化や省力化に取り組む必要があるでしょう。前回よりも2割近く多い回答を集めていますから、合理化省力化が緊急に求められていることが分かります。新分野も前期より1割以上多くの回答を集め4割を超えました。受注が回復してはいますが、十分な受注を確保できる見通しが無いとの判断でしょう。経営面での取組として諸経費と人件費の削減がありますが、諸経費削減は前回より2割程度回答が下がり、人件費削減は僅かの増加に留まっています。経費の削減はそろそろ限界に達していると思われれます。今回特別に設定した対策である「値上げ」と「値下げ」では値上げに2割弱の回答が集まりました。実際にできるかどうかは別として、納品先に値上げを求めるよう考えている企業が出てきたことは確かです。成果を期待したい致します。

(4) サービス業

① 経営課題 ～増えない需要を取り合う競争激化～

9月調査			12月調査		
第1位	顧客の高齢化	35.7	第1位	同業店との競合	31.6
第2位	同業店との競合	28.6	"	客足が戻らない	31.6
"	人材不足	28.6	第3位	人材不足	26.3
"	客足が戻らない	28.6	第4位	後継者問題	21.1
第5位	店舗・設備の不足や老朽化	14.3	"	顧客の高齢化	21.1
"	駐車場不足	14.3	第6位	店舗・設備の不足や老朽化	15.8
"	後継者問題	14.3	第7位	駐車場不足	10.5
"	資金繰りの悪化	14.3	"	アルバイト等の時給アップ ^o	10.5
第9位	アルバイト等の時給アップ ^o	7.1	第9位	資金繰りの悪化	5.3
	その他	7.1		その他	21.1

サービス業では、売上を伸ばしている企業は1割程度であり、4割近くが減少と回答しています。この状況が経営課題にも現れています。前回課題の1位であった顧客の高齢化は1割5分回答を下げ、順位も4位に後退しました。前回同率2位の「同業店との競合」と「客足が戻らない」が、回答を僅かに上げて同率1位になりました。このように売上が伸び悩んでいるサービス業ですが、人材不足が前回同様に3番目の課題になっており、人材不足はサービス業にまで及んでいることが確認できます。人材不足はアルバイト等の時給アップにも繋がります。前回よりも回答は増えていますがまだ1割程度の回答に留まっています。資金繰り悪化の回答が1割ほど下がっていることから、人件費のアップはサービス業にとってそれほど大きな負担にはなっていないことが分かります。サービス業の経営課題はグラフが示すように分散しており、提供するサービスや業態によって経営課題が異なっていると考える良さそうです。

②今後の対策 ～接客と販促強化にインターネット活用が加わる～

9月調査			12月調査		
第1位	人材の確保・育成	46.7	第1位	接客サービスの向上	42.1
第2位	販売客の新規開拓	40	"	販売促進の強化	42.1
"	販売促進の強化	40	第3位	販売客の新規開拓	31.6
第4位	接客サービスの向上	26.7	第4位	インターネットの活用・強化	26.3
第5位	インターネットの活用・強化	20	第5位	取扱商品の充実	21.1
第6位	店舗の改装	13.3	第6位	人材の確保・育成	15.8
"	商品価格の値下げ	13.3	第7位	諸経費の削減	10.5
"	諸経費の削減	13.3	第8位	店舗の改装	5.3
"	後継者へのバトンタッチ	13.3	"	商品価格の値下げ	5.3
第10位	取扱商品の充実	6.7	"	後継者へのバトンタッチ	5.3
	その他	6.7	"	値下げ	5.3
			第11位	値上げ	0
				その他	15.8

今後の対策は前回と比べて大きく変化しました。前回1位の「人材の確保・育成」は2割回答を下げ、6番目に後退しました。今回1位に浮上したのは前回よりも1割5分回答を増やした「接客サービスの向上」です。販促強化も僅かに回答を増やし、同率1位になりました。3番目には顧客新規開拓が入っていることから、売上の増加をめざしている姿勢が現れています。売上増加対策としては「インターネットの活用」と「取扱商品の充実」が続いています。取扱商品充実は前回よりも1割5分回答を増やしていますから、回答は2割程度ですが、早期に実施すべき対策であると思われます。経費削減は1割程度の回答ですから、節約よりも、資金を使ってでも売上アップに取り組もうと

していることが確認できます。

(5) 飲食業

① 経営課題 ～急速に進む顧客の高齢化～

9月調査			12月調査		
第1位	人材不足	75	第1位	店舗・設備の不足や老朽化	57.1
第2位	店舗・設備の不足や老朽化	50	"	顧客の高齢化	57.1
"	駐車場不足	50	第3位	人材不足	42.9
第4位	顧客の高齢化	25	第4位	資金繰りの悪化	14.3
"	客足が戻らない	25	"	アルバイト等の時給アップ	14.3
"	アルバイト等の時給アップ	25	"	同業店との競合	14.3
第7位	同業店との競合	0	"	駐車場不足	14.3
"	後継者問題	0	第8位	後継者問題	0
"	資金繰りの悪化	0	"	客足が戻らない	0
	その他	0		その他	28.6

飲食店は今回の調査でも売上を伸ばしているお店が4割を超えています。前回は人材不足が課題の1番でしたが、今回は回答を下げた3番目に後退しました。3割ほどの店で人材確保に成功したようです。それでも4割のお店は今でも人材不足で困っています。今回の調査では店舗施設の老朽化が課題の1番になりました。人材不足を解消した店では、前回2位の課題に取り組むことになります。1位には前回よりも3割回答を伸ばした顧客の高齢化が同率で上がりました。市内の飲食店にお客様が戻ってきていますが、年配者が中心になっていることが分かります。そして新たな課題も発生しています。資金繰りの悪化です。アルバイト等の時給アップは前回より下がっていますから、人件費負担の増加では無さそうです。総利益の減少も1割5分に満たない回答ですから、原材料費の値上がりでも無さそうです。飲食店では諸経費の増加に3割の回答があります。消費税アップや諸物価の高騰で経費が増加して、資金繰りに影響が出てきたようです。前回の調査では客足が戻らないことに2割5分の回答がありましたが今回はゼロ回答です。市内飲食店では、客数は確保されていることが示されています。

② 今後の対策 ～既存客への接客と顧客の新規開拓～

9月調査			12月調査		
第1位	インターネットの活用・強化	80	第1位	接客サービスの向上	71.4
第2位	店舗の改装	60	第2位	販売客の新規開拓	57.1
"	人材の確保・育成	60	第3位	人材の確保・育成	42.9
第4位	販売促進の強化	40	第4位	取扱商品の充実	28.6
第5位	取扱商品の充実	20	"	店舗の改装	28.6
"	販売客の新規開拓	20	"	諸経費の削減	28.6
"	諸経費の削減	20	"	販売促進の強化	28.6
第8位	接客サービスの向上	0	第8位	商品価格の値下げ	14.3
"	商品価格の値下げ	0	第9位	インターネットの活用・強化	0
"	後継者へのバトンタッチ	0	"	後継者へのバトンタッチ	0
	その他	0	"	値上げ	0
			"	値下げ	0
				その他	0

前回は客数を更に伸ばすためにインターネットを活用することに8割の回答が集まり、断トツで1番の対策でした。今回はインターネット活用はゼロ回答です。客足は確保できましたのでインターネット活用は重点対策ではなくなりました。今回の1番は接客サ

ービス向上です。来店したお客様の満足度を高め客単価を上げることに重点が置かれることになりました。取扱商品の充実も3割近くの回答があり、客単価アップを狙っていることが分かります。お客様の若返りをめざして顧客の新規開拓にも取り組む姿勢も明確になっています。販売客の新規開拓が6割近い回答を集め、2位の対策になりました。経営課題の3位に応え、人材確保育成も4割を超える回答を集め、今回も上位の対策に残りました。今回の特別質問では「値下げ」に僅かですが回答が入りました。消費税アップを吸収するためにメニューを改定した結果、お客様が離れていった店もあります。回答は少ないですが、値下げして客足を戻そうと考えているお店があることが確認できました。

(6) 交通運輸業

① 経営課題 ～受注が増加し設備が不足～

9月調査			12月調査		
第1位	競争の激化	42.9	第1位	設備の老朽化	66.7
"	人件費負担の増大	42.9	第2位	人件費負担の増大	33.3
第3位	後継者問題	28.6	"	設備不足	33.3
"	燃料費の高騰	28.6	"	後継者問題	33.3
第5位	技術者不足	14.3	"	燃料費の高騰	33.3
"	設備の老朽化	14.3	"	取引先の物流変更	33.3
"	取引先の物流変更	14.3	第7位	競争の激化	0
第8位	設備不足	0	"	技術者不足	0
"	公共需要の減少	0	"	公共需要の減少	0
	その他	0		その他	0

前回1位であった競争激化が今回はゼロ回答になっています。これは交通運輸関連企業の業況は急速に回復していることを意味しています。経済の復興は大企業を中心に動き始め、物流量は拡大しています。市内交通運輸関連の企業にも経済効果が波及していることが分かります。そこで課題として浮上したのが設備の老朽化です。古い車輛や整備施設等では受注に追いつかなくなったのでしょうか。設備不足が前回のゼロ回答から、今回3割の回答を集めたことも同じ理由と考えます。しかし、良いことばかりではありません。燃料費の高騰や取引先の物流変更にも前回より多くの回答が集まっています。石油価格は調査時点の平成26年12月は未だ高い状況でした。流通系の企業ではグループの再編成がこれからも続きそうです。取引先の物流変更にはこれからも注意を払いたいと思います。

② 今後の対策 ～人材確保を引き続き実施～

9月調査			12月調査		
第1位	人材の確保・育成	71.4	第1位	人材の確保・育成	66.7
第2位	合理化・省力化	42.9	第2位	新分野開拓	33.3
第3位	積極的営業	28.6	"	設備投資	33.3
第4位	設備投資	14.3	"	財務体質の改善	33.3
"	財務体質の改善	14.3	"	安全対策の強化	33.3
"	後継者へのパトタッチ	14.3	"	価格交渉	33.3
"	取引先の見直し	14.3	第7位	積極的営業	0
"	安全対策の強化	14.3	"	合理化・省力化	0
"	価格交渉	14.3	"	事業所の移転	0
第10位	新分野開拓	0	"	人件費の削減	0
"	事業所の移転	0	"	後継者へのパトタッチ	0
"	人件費の削減	0	"	取引先の見直し	0
	その他	0	"	値上げ	0
			"	値下げ	0
				その他	0

今後の対策は1位の人材確保育成を除いて大きく変化しました。交通運輸関連企業の従業員は高齢化が進んでおり、若い人材が不足しています。物流量は増えていますから、人材確保が最優先対策であることは暫く続くでしょう。前回2位と3位であった「合理化・省力化」と「積極的営業」は今回ゼロ回答にまで下がりました。これは仕事が順調に入ってきていることを裏付けています。「設備投資」と「安全対策強化」への回答が増えていることも仕事が安定しているためでしょう。その一方で財務体質強化と価格交渉への回答も増えています。急速な業況回復で運転資金が少なくなった企業が出てきたと思われます。また、燃料費高騰分を取引金額に反映させる価格交渉が進む可能性も示されています。今回の特別質問項目である「値上げ」と「値下げ」への回答はありませんでしたが、価格交渉が「値上げ」を意味していると解釈できそうです。