

## 茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成28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	117	20	17.1%
大 型 店 舗	12	6	50.0%
建 設 業	74	18	24.3%
製 造 業	53	16	30.2%
サ ー ビ ス 業	90	19	21.1%
飲 食 業	54	8	14.8%
合 計	400	87	21.8%

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)～茅ヶ崎の業況は6月より悪化～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年9月比	28年6月比	先行き見通し	H27.9月	先行き見通し
全 産 業	△ 28.4	△ 28.2	△ 16.7	△27.8	△22.5
商 業	△ 35.7	△ 37.8	△ 20.0	△35.6	△31.8
大 型 店 舗	△ 33.3	△ 33.3	△ 50.0	—	—
建 設 業	△ 16.7	△ 16.6	△ 29.4	△16.1	△14.9
製 造 業	△ 20.0	△ 12.5	20.0	△24.7	△18.0
サ ー ビ ス 業	△ 31.3	△ 33.3	0.0	△23.8	△19.9
そ の 他	△ 50.0	△ 62.5	△ 37.5	—	—

国政では第三次安倍再改造内閣が発足し、都政では小池都政がスタートしたのが、前回調査した6月から9月までの大きな出来事でした。政治的には大きな変化がありましたが、茅ヶ崎市の経済は集計結果が示すように対前年比でマイナス28.4を示し、1年前よりも大きく悪化していることが分かります。全国平均でもマイナス27.8ですから、景気後退の流れは、日本全体から見て、平均的な状態であったことが確認出来ます。前回調査した6月時点との比較でもマイナス28.2の値が示されており、この3ヶ月間で景況が悪くなっていたことが分かります。

業況の悪化が目立つのは事業者です。商業一般と大型店舗の双方でマイナス30を下回るDI値が示されています。茅ヶ崎市民の財布の紐は一層きつくなっているようです。公共投資やオリンピック需要が期待できる建設業でも前年比と前年比が共にマイナス16台のDI値です。首都圏の建設需要はまだ動き出していないようです。茅ヶ崎経済を支えている製造業も前年比でマイナス20であり、6月との比較でもマイナス12.5を示していることから、苦しい業況が続いていることが確認できます。家計は楽にならず、企業の業況も悪化していますから、両者に便利性を提供するサービス業の業況も大きく後退しています。政局は新体制を整え、中小企業や地域経済の活性化をめざしています。茅ヶ崎市もその恩恵を期待したいと思えます。

茅ヶ崎市内企業の業況は良い状況ではありませんが、11月25日に政府が発表した月例経済報告では現状を次のように説明しています。

**景気は、このところ弱さもみられるが、緩やかな回復基調が続いている。**

- ・ 個人消費は、総じてみれば底堅い動きとなっている。
- ・ 設備投資は、持ち直しの動きに足踏みがみられる。
- ・ 輸出は、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 生産は、持ち直しの動きがみられる。
- ・ 企業収益は、高い水準にあるものの、改善に足踏みがみられる。企業の業況判断は、一部に慎重さがみられるものの、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 雇用情勢は、改善している。
- ・ 消費者物価は、横ばいとなっている。

## (2) 業況 ～業況の下降は選挙で一時ストップ～

平成27年12月から今年の3月までは市内の消費需要が回復して、商業と大型店舗の業況がかなり上向いていました。前回6月の調査では商業と大型店舗が大きく後退し、製造業の回復を相殺した状況でした。今回は製造業を除き、業況の更なる下落を避けることはできましたが、市内製造業の業況が悪くなり、茅ヶ崎市全体の業況は下降する結果となっています。

今回の調査で残念な結果を示したのが製造業です。昨年12月調査を底に大幅に業況の回復を示していました。今回はDI値がプラスに転じることを期待していましたが、が逆にマイナス20.0に下がってしまいました。中国を中心とするアジアへの輸出が伸び悩んでいることがその原因でしょう。

商業と大型店舗は今回の調査でも前回と同様の回答を得ています。DI値は共にマイナス30台の値であり、更に悪くなることだけは回避できたようです。茅ヶ崎市民の購買意欲は低迷していることがここからも確認できます。

建設業もDI値は前回と同じであり、業況が下がることを食い止めました。マイナスではありませんが、市内産業の中では業況が最も良い産業です。

サービス業は製造業の業況ダウンの影響を受けることが心配されましたが、他の産業と同様に下降を食い止めました。商業と大型店舗が悪いながらも僅かに上昇を示していることがサービス需要を支えたようです。茅ヶ崎市内の事業所は2つの選挙結果がどのように地域経済に影響を与えるかを様子見している状態だったのではないのでしょうか。

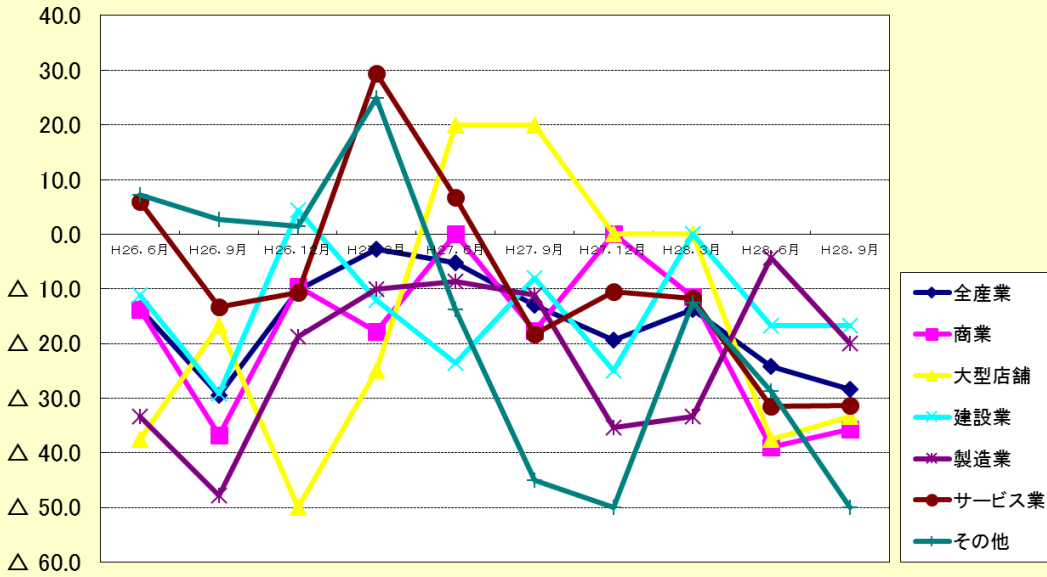
<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3	H28.6	H28.9月
全産業	△13.6	△29.4	△10.2	△2.7	△5.2	△13.0	△19.4	△13.8	△24.2	△28.4
商業	△13.8	△36.7	△9.5	△17.8	0.0	△17.6	0.0	△11.4	△38.9	△35.7
大型店舗	△37.5	△16.7	△50.0	△25.0	20.0	20.0	0.0	0.0	△37.5	△33.3
建設業	△11.1	△29.2	4.4	△12.0	△23.6	△8.6	△25.0	0.0	△16.7	△16.7
製造業	△33.3	△47.8	△18.8	△10.0	△8.7	△11.1	△35.3	△33.4	△4.3	△20.0
サービス業	5.9	△13.3	△10.6	29.5	6.7	△18.2	△10.5	△11.8	△31.5	△31.3
その他	7.2	2.7	1.4	25.0	△13.7	△45.0	△50.0	△12.5	△28.6	△50.0

※「△」はマイナスを表す。

※ 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

DI値 茅ヶ崎市の景況感推移(前年同月比)

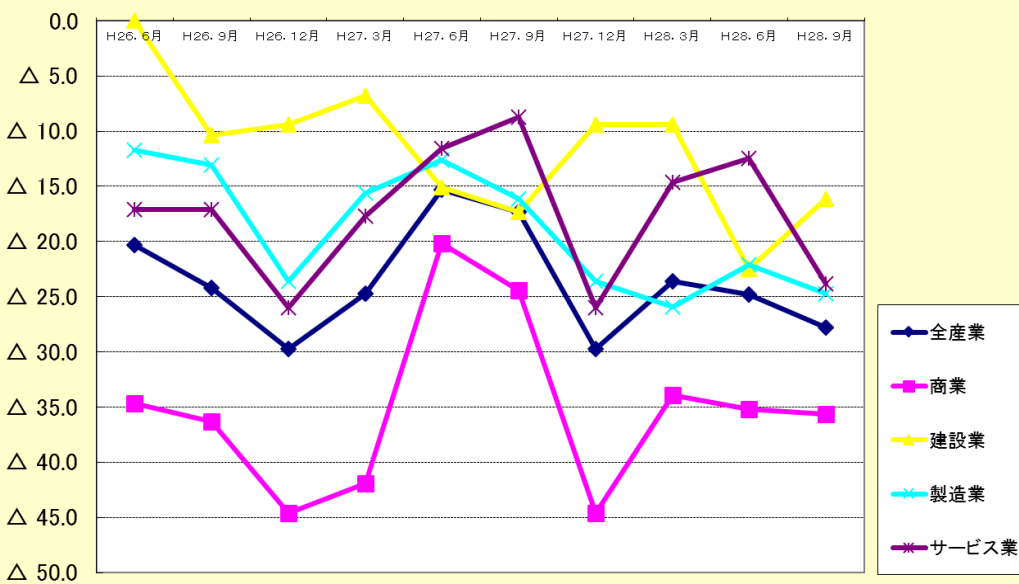


<全 国>

	H26.6	H26.9	H26.12	H27.3	H27.6	H27.9	H27.12	H28.3	H28.6	H28.9月
全産業	△20.3	△24.2	△29.7	△24.7	△15.3	△17.3	△29.7	△23.6	△24.8	△27.8
商業	△34.7	△36.3	△44.6	△41.9	△20.2	△24.4	△44.6	△33.9	△35.2	△35.6
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	0.0	△10.4	△9.4	△6.8	△15.1	△17.3	△9.4	△9.4	△22.5	△16.1
製造業	△11.7	△13.1	△23.6	△15.6	△12.6	△16.1	△23.6	△25.9	△22.1	△24.7
サービス業	△17.1	△17.1	△26	△17.7	△11.6	△8.7	△26.0	△14.6	△12.5	△23.8
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。

DI値 全国の景況感推移(前年同月比)



### (3) 茅ヶ崎市の先行き見通し ～製造業に明るい兆し！～

全国の先行き見通しはマイナス22.5のDI値を示していますが、茅ヶ崎市ではマイナス16.7であり、マイナスではありますが僅かに楽観視されていることが分かります。しかし、業種毎に大きく判断が分かれています。期待が持てるのが製造業です。前年対比でマイナス20.0であるDI値が先行き見通しではプラス20.0にあがっています。全国でもマイナスの状態ですから、都市型の茅ヶ崎市製造業に受注または問合せが集まっていることが分かります。製造業ほどの明るさはありませんが、サービス業ではプラスマイナスゼロの値を示しています。対前年比がマイナス31.3ですから、業況回復を見通している企業が増えていることが分かります。製造業からの引き合いがあるのかもしれませんが。

逆の見通しを立てているのが大型店舗です。対前年比よりも更に悪いマイナス50.0という値です。商業でもマイナス20.0ですから、流通業全体に先行きに明るい材料は無さそうです。建設業も先行きに不安を抱えています。前年対比よりも悪いマイナス29.4の値です。現在は建設中の物件が関東で多く見受けられますが、次の受注が動いていないと思われます。全国の値よりも低い数値ですから、関東の建築需要は足踏み状態になっているようです。

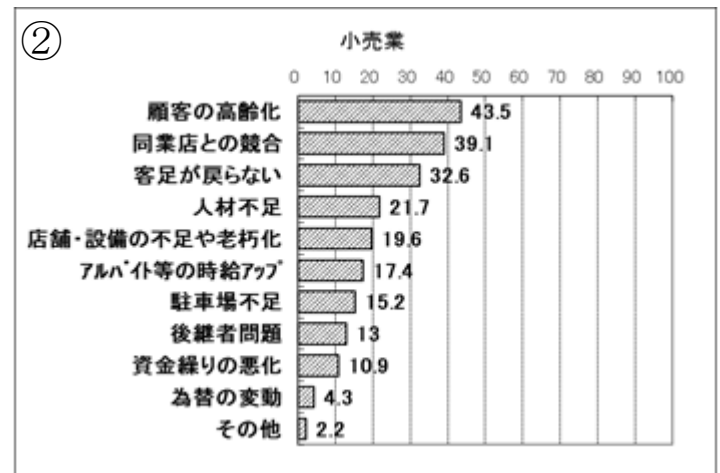
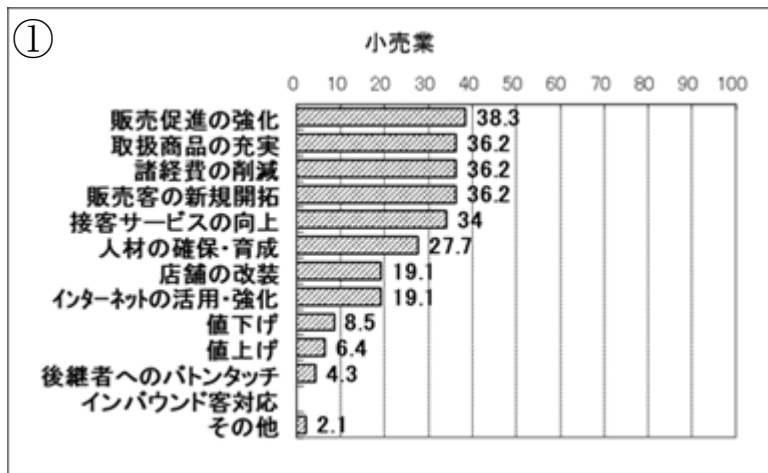
茅ヶ崎市の景況は製造業に明るさが出てきましたが、月例経済報告では次のような先行き見通しです。

雇用・所得環境の改善が続くなかで、各種政策の効果もあって、緩やかな回復に向かうことが期待される。ただし、海外経済の不確実性や金融資本市場の変動の影響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 ～一部で客足は戻ってきたが人材不足～



D I 値は業況の悪い状態が続いていることを示していますが、経営課題では顧客の高齢化は前回同様に1位ですが1割ほど回答が下がっています。また、2番目だった客足の減少は2割回答が下がり、経営課題の順位も3位になりました。駐車場不足への回答も前回より約1割増えました。市内小売業の一部では客足が回復していると考えて良さそうです。比較的若い世代の集客に成功したようです。しかし、同業者との競合は僅かですが増加し、順位も2位になりました。少ない市場であることに変わりはありません。

前回よりも回答が大きくなったのが人材不足です。約1割の増加です。時給アップも回答を増やしました。スタッフを確保しようとするれば時給を上げる必要があります、それでも応募者が少ない状況が拡大しています。店舗設備不足の順位は5番目ですが、回答は前回よりも僅かに増えています。店舗設備に関する課題は解決されなかったようです。

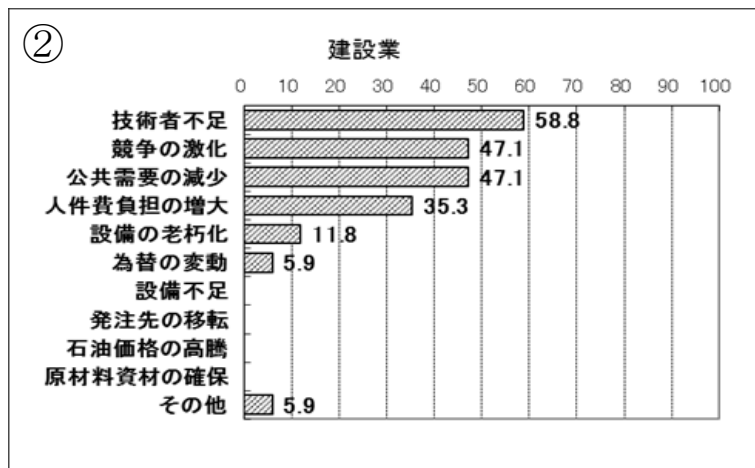
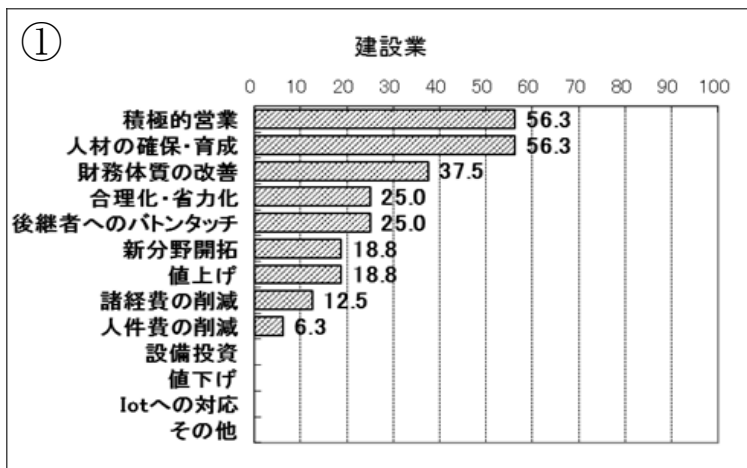
#### ② 今後の対策 ～人材を確保するために諸経費を更に見直し～

対策は優先順位に変化が現れました。1位は前回と同じ販促強化ですが、回答は2割程下がりました。2番目に取扱商品充実が入りましたが、この対策も前回より回答が下がっています。顧客新規開拓も1割以上回答は下がっています。接客サービスでは前回よりも2割近く下がっています。これらの対策の優先順位は高いですが、重要性は前回よりも低下していることが分かります。

優先順位はそれほど高くはありませんが、前回よりも回答を大きく増やしている対策が3つあります。1つは今回同率2位の諸経費削減です。前回よりも1割回答が増えています。多少売上が伸びてもそれ以上に経費が増回している現状が示されています。2つめは人材確保育成です。前回よりも1割以上増えています。経営課題と合わせると確保することが優先されると判断できます。3つめは店舗改装です。前回よりも1割以上回答が増えています。数は少ないですが必要性を感じている店舗が増えていることが分かるでしょう。

## (2) 建設業

### ① 経営課題 ～受注は拡大しているが人材不足～



前回7割の回答を集めて1位であった競争激化が今回は3割近く回答を下げました。公共投資の減少は続いています、民間の建築需要は増加していることが分かります。それでも競争激化は約5割の回答を集めていますから、十分な需要に迄は膨らんでいないことが分かります。回答そのものは僅かに増えただけですが、課題の1位となったのは技術者不足です。人件費増大も僅かに回答を増やして4位にいますので、賃金アップを行っても建築人材が不足している状況が続いていることがわかります。

設備老朽化より下の経営課題は回答も少なく、重要性も高くありません。為替変動の影響は前回同様僅かに残っていますが、原材料確保はゼロ回答となり、安定した確保が可能となっていることが分かります。市内建設業はD I値が示す以上に業況が回復している企業が多いようです。

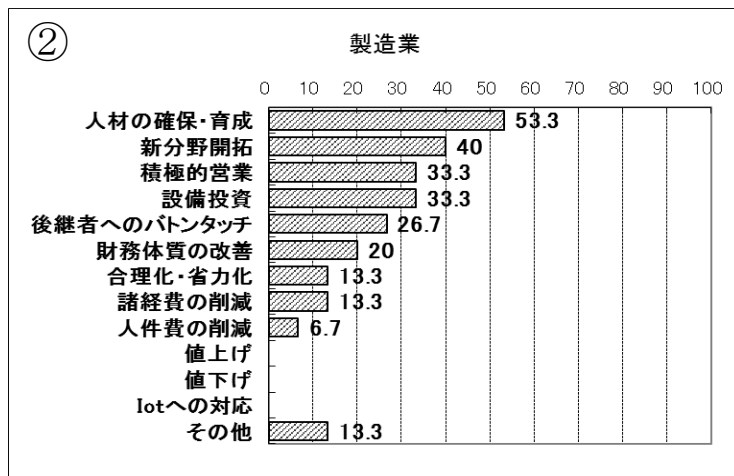
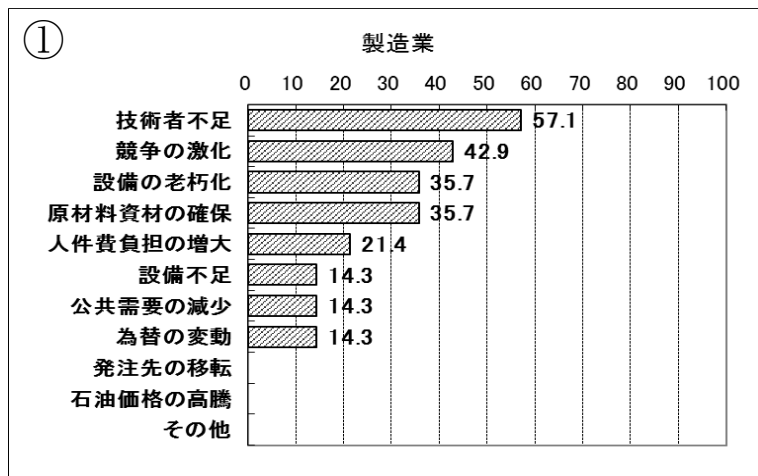
### ② 今後の対策 ～事業資金を確保しながら営業強化～

今後の対策でも変化が生じました。前回7割を超える回答を集めていた人材確保育成が2割弱下がりました。1割以上回答を増やし同率1位になったのが積極的営業です。前回と比較して人材を確保できた企業は増えましたが、業界としてはまだ人材不足を抱えている企業が半数を超えています。仕事がある間に受注しなければなりませんから、営業活動は積極的になります。

対策の3位に上がった財務体質改善は前回よりも3割以上多くの回答を集めています。建設業では人件費や外注費は入金よりも先行しますから、資金を確保しないと安心して受注できません。市内建設業では受注が増えつつあると考えて良いでしょう。この傾向を裏付けているのが新分野開拓です。前回よりも2割近く回答が下がっています。受注の見通しが付き、新分野開拓の必要性が下がってきたことになります。諸経費削減も1割以上回答が下がっています。値上げする企業も僅かですが増えました。多少見積を高くしても、受注が可能な状況になっていると思われます。

### (3) 製造業

#### ① 経営課題 ～受注が増加し人材と原材料の安定確保が課題～



先行き見通しが市内では最も明るいのが製造業です。競争激化は前回よりも1割回答を下げて、順位も下がりました。前回2位の人件費負担増大は2割以上回答が下がり、順位も大きく下がりました。競合が激しい状況に変わりはありませんが、受注が増加し、利益も出ている企業が増えていることが分かります。新たな課題として浮上したのが技術者不足です。受注見通しに対して人材が不足している状況が現れています。更に、原材料確保についても前回より3割近く回答が増加しています。技術者不足よりも回答は低いですが、経営課題としての重要性は急速に高まっています。設備老朽化は前回より僅かに回答は下がっています。設備の更新は進まなかったようです。為替変動は前回よりも僅かに下がっています。しかし、今後円安が進むことも予想されますので、今後の動きを確かめる必要があるでしょう。

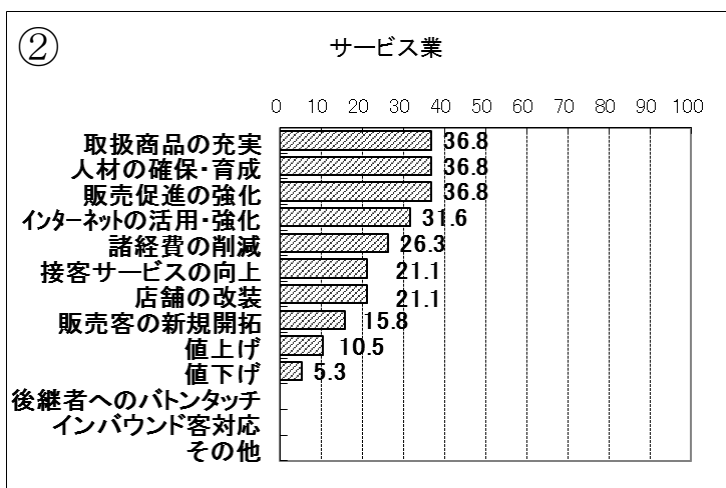
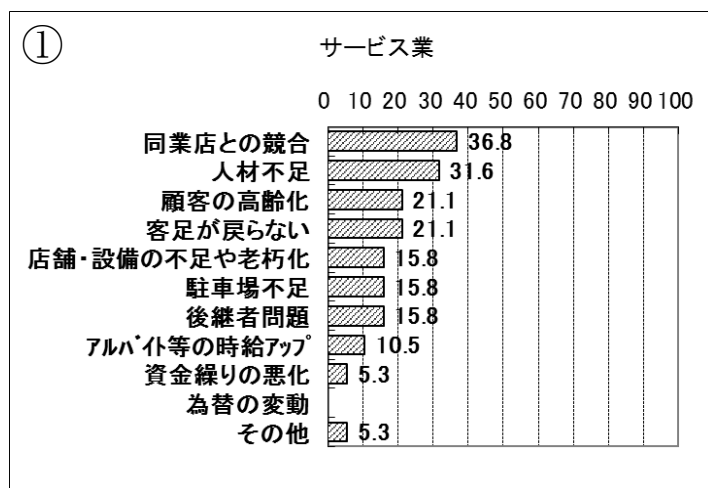
#### ② 今後の対策 ～確実に受注するために人材確保と資金調達～

前回の調査で上位2つの対策は回答下げています。代わって1位となったのが人材確保育成です。回答そのものは僅かに上がった程度ですが、積極営業と新分野開拓の重要性が下がった結果です。安定した受注が増えてきた結果、人材を確保することの重要性が高まったこととなります。設備投資・後継者への引継・財務体質強化の3つも前回よりも回答を増やしている対策です。設備投資を実際に行うところはそれだけ安定した受注を確保できたと考えて良いでしょう。財務体質の改善も受注に伴う運転資金の確保と考えられます。この中で後継者への引継は前回よりも1割以上多くの回答を集めています。経営安定の見通しがつき始めた企業が多くなったと考えて良いのではないのでしょうか。後継者にバトンタッチする数少ないチャンスと考える経営者が増えたのでしょうか。

受注が進んでいることの裏付けの1つと思われませんが、値上げ・値下げという価格対策、話題にはなっているIot対策は影を潜めてしまいました。

#### (4) サービス業

##### ① 経営課題 ～まだ余裕はあるが需要減で競合は激化～



業況が苦しいサービス業では経営課題にも上位と下位の入れ換えが起きました。人材不足と顧客の高齢化は上位に残っていますが、両者とも前回調査よりも約1割回答が下がっています。設備施設の老朽化は前回よりも回答は半減しています。代わって課題の1位となったのは、前回1割の回答を集めていただけの同業者との競合です。そして、同様に1割の回答しかなかった客足が戻らないにも2割を超える回答が集まりました。サービス業では前回調査から3ヶ月の間に需要が急速に減少していたことが分かります。人手不足や若者離れが解消したわけではありませんが、これらの重要性は低下したことになります。回答はそれほど多くありませんが前回よりも1割多くなっているのが駐車場不足です。サービス業の中でも売上が増加している企業もあるので、これらの企業が抱える課題ではないでしょうか。アルバイト等の時給アップへの回答も半減しています。重要が減少していますから人手を増やす必要がない企業が多いということでしょう。しかし、前回2割の回答があった資金繰り悪化は、今回1割に満たない回答に下がっています。業況は苦しいですが、経営的には多少の余裕が残っていると思われます。

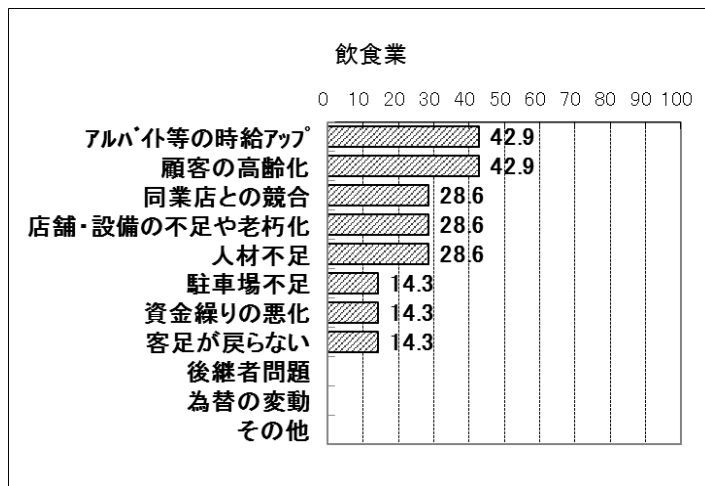
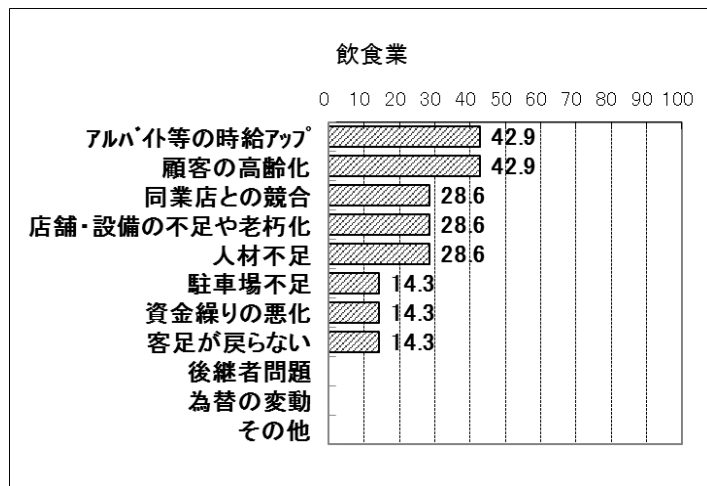
##### ② 今後の対策 ～魅力ある商品づくりと販促強化～

経営課題と同様に前回上位の対策であった項目は人材確保育成を残して下位に下がり、新たな対策に移っています。同率1位には3つの対策があがっています。取扱商品充実は前回よりも2割回答が多くなりました。業況の悪化は求められる商品サービスが変化していることに原因があると考えているのでしょう。接客サービス向上も回答が下がっていますから、質の向上よりも新たな商品サービスを提供して需要を開拓しようとしているようです。販促強化は前回1割程度の回答ですから2割以上回答が増えています。新しいサービスを提供するために販促を積極的に行う姿勢が示されています。その手段としてインターネットの活用を更に進めるようとしていることが分かります。新規顧客開拓は前回より2割回答が下がり下位の対策に下がっています。新規開拓よりも、既存のお客様に新しいサービスを提案することで業況の回復を狙っている企業が多いようです。



## (5) 飲食業

### ① 経営課題 ～需要は減ってはいないが競合は激化し経費アップ～

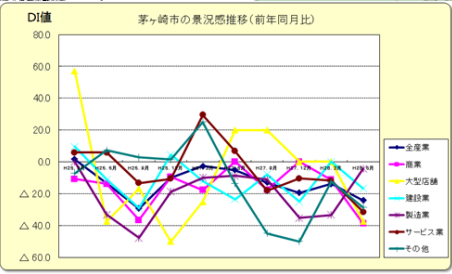
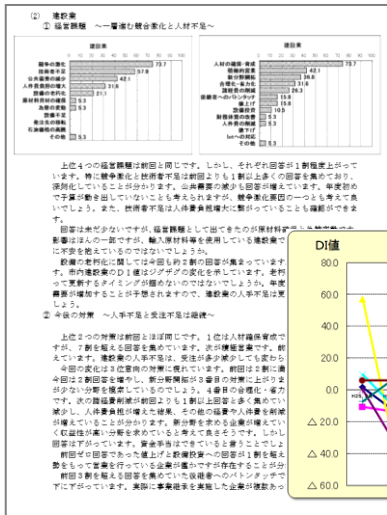


前回から大きく変化した課題は店舗施設老朽化と同業者との競合です。店舗施設老朽化は前回よりも約3割回答が下がりました。前回のゼロ回答から今回3割に迫る回答を集めたのが同業者との競合です。しかし、客足が戻らない課題は前回とほぼ同じ回答です。飲食業全体の需要に大きな変化はありませんが、同業者が積極的に営業活動を行い、競合が激しくなっている状況になっているようです。顧客の高齢化も前回より1割以上回答が下がっていますから、比較的若いお客様も動き出していることが分かります。駐車場不足は前回とほぼ同じ回答ですから、競合上の課題の1つとして残っていることが分かります。

競合激化にのしかかっている課題が人件費です。人材不足への回答は前回より倍増し、時給アップは前回と同じ回答率で課題の1位になりました。時給を上げてても人手が集まらない状況が続いています。前回のゼロ回答である資金繰り悪化が経営課題入りしました。一部のお店では資金繰りにも影響が出始めていることが分かります。

### ② 今後の対策 ～他店との競合を避ける新規顧客開拓と経費見直し～

他店との競合を勝ち抜くために考えられている対策は新規顧客開拓です。今回は6割を超える回答を集めてトップですが、前回はゼロ回答でした。既存の顧客だけでは生き残ることが難しいと判断している飲食店が多いことが分かります。新規客に興味を持ってもらうために、新メニューを開発し、サービスの向上もめざすこととなります。接客サービスは前回よりも回答が下がっていますが取扱商品充実は前回よりも約1割増えていることから、新メニューの開発が優先されることでしょう。そして、販売促進強化に前回よりも2割以上多くの回答を集めたこと示すように、広告宣伝にも力を入れることとなります。しかし、インターネット活用は前回よりも回答が下がっていますので、販促ツールとしては期待されていないようです。更に、時給アップにも耐えなくてはなりませんので、諸経費削減対策も同時に行うこととなります。店舗改装と人材確保育成は重要性こそ下がっていますが、前回より僅かに回答が下がっているだけであり、引き続き実施すべき対策となっています。



インターネットでも調査結果を公開しています

※商工会議所 HP にて  
過年度分も掲載  
<http://www.chigasaki-cci.or.jp>

会社・団体での会議の資料にも  
ご活用いただけます！

地域を知る中小企業診断士  
による講評です。

