

茅ヶ崎市景気動向調査（9月）結果

1. 調査期間 平成30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	32	27.4%
大型店舗	12	4	33.3%
建設業	74	10	13.5%
製造業	53	19	35.8%
サービス業	90	26	28.9%
飲食業	54	10	18.5%
合計	400	101	25.3%

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)～2020年に向けて建築需要が拡大～

	茅ヶ崎市			全国	
	前年9月比	30年6月比	先行き見通し	H30.9月	先行き見通し
全産業	△18.4	△7.0	△19.8	△16.0	△14.9
商業	△40.6	△25.0	△40.7	△25.0	△10.0
大型店舗	△66.7	△33.3	0.0	—	—
建設業	22.2	15.8	11.1	△7.6	△10.5
製造業	22.3	0.0	△25.0	△9.6	△7.4
サービス業	△41.7	0.0	△32.0	△13.9	△13.9
その他	△5.0	△22.2	△6.3	—	—

9月の調査で顕著な特徴が現れているのが建設業と製造業です。共にDI値は20ポイントを超えています。全国平均は両業種ともマイナスであることから、茅ヶ崎市内の建設業には2020年に向けた東京オリンピック・パラリンピック効果が、製造業には円安による輸出効果を確認することができます。安定して伸びているのは建設業です。前回調査の6月と比べても、先行き見通しと合わせて、需要が拡大していることが確認できます。製造業は6月調査よりも20ポイント上昇という大きな伸びですが、先行き見通しがマイナスであることから、波があることが分かります。

その対局にあるのが大型店を含む商業です。対前年同月比では商業がマイナス40、大型店はマイナス66.6と大きなマイナスを示しています。全国平均と比べても大きく落ち込んでいます。6月と比べてもマイナスの幅は大きくなっており、この3ヶ月間で業況が更に悪くなっていることが分かります。6月～9月はボーナス支給日が含まれていますが、自然災害も発生しており、心理的にも市内の消費を押し上げる力はなかったようです。サービス業は、6月からはあまり変化していませんが、前年同月比ではマイナス41.7のDI値であり、全国平均よりも大きく下回っています。サービス業では、商業と同様、飲食を中心に市内での消費が更に下がっていることが示されています。市内ではものづくり系の企業は業況を回復していますが、市民の財布の紐は更にキツくなっていることが推察されます。

このような茅ヶ崎市内の状況に対して、政府は11月22日発表の月例経済報告で業況を次のように説明しています。

景気は、緩やかに回復している。

- ・ 個人消費は、持ち直している。
- ・ 設備投資は、増加している。
- ・ 輸出は、おおむね横ばいとなっている。
- ・ 生産は、緩やかに増加している。
- ・ 企業収益は、改善している。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、着実に改善している。
- ・ 消費者物価は、このところ上昇テンポが鈍化している。

(2) 業況 ～大型店は業況悪化を更新～

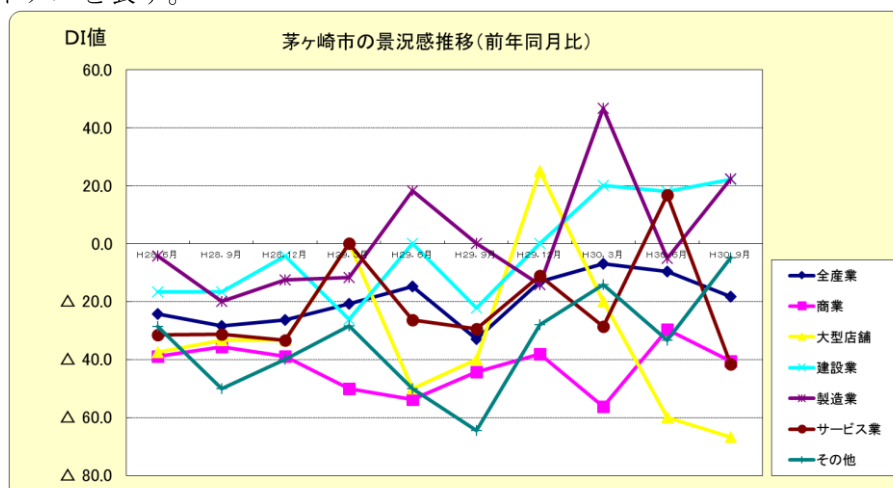
市内全体では平成30年3月から緩やかに業況が悪化していることが示されていますが、業種毎に動きは大きく異なっています。大型店が最も大きな変化を示しています。平成29年12月の調査ではプラス25であったD I値が、6月の調査ではマイナス60、今回は更にマイナス66.7にまで落ち込んでいます。この3年間では最も業況は悪くなっています。一般商業では平成30年3月の落ち込みから僅かに回復したものの、今回の調査ではマイナス40.6にまで低下しています。暑い夏が続いたことと、自然災害が日本各地で発生したため、心理的に消費が抑えられてしまったようです。サービス業は前回調査で一時的にD I値がプラスに転じましたが、今回の調査ではマイナス41.7まで大きく後退しています。飲食も含めを、市民の購買意欲が低下していることがここでも確認できます。

業況を高く維持しているのが建設業です。平成30年3月からプラス20ポイント周辺で推移しています。首都圏の建設需要が安定して高まっていることが分かります。製造業も今回の調査では業況が良い状態を示していますが、平成30年6月調査ではマイナス、3月調査ではプラス40を越えており、需要の変化が大きいことが示されています。輸出依存度が高いので、世界の政治情勢の影響を受けているとも思われます。

<茅ヶ崎市> 調査票項目「景気(業況)」の集計値を表示

	H28.6	H28.9	H28.12	H29.3	H29.6	H29.9	H29.12	H30.3	H30.6	H30.9
全産業	△24.2	△28.4	△26.3	△20.8	△14.9	△32.9	△13.2	△6.9	△9.6	△18.4
商業	△38.9	△35.7	△39.0	△50.0	△53.8	△44.4	△38.1	△56.3	△29.6	△40.6
大型店舗	△37.5	△33.3	△33.3	0.0	△50.0	△40.0	25.0	△20.0	△60.0	△66.7
建設業	△16.7	△16.7	△4.4	△26.1	△0.0	△22.2	0.0	20.0	17.9	22.2
製造業	△4.3	△20.0	△12.5	△11.8	18.2	0.0	△14.3	46.6	△5.2	22.3
サービス業	△31.5	△31.3	△33.4	0.0	△26.3	△29.4	△11.1	△28.6	16.7	△41.7
その他	△28.6	△50.0	△39.9	△28.5	△50.0	△64.5	△28.1	△14.3	△33.4	△5.0

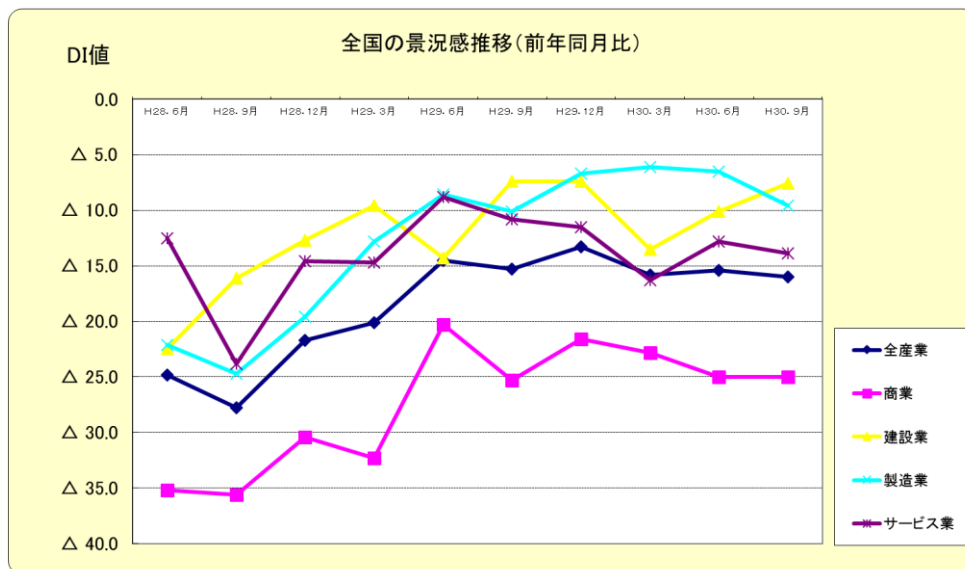
※「△」はマイナスを表す。



<全 国>

	H28.6	H28.9	H28.12	H29.3	H29.6	H29.9	H29.12	H30.3	H30.6	H30.9
全産業	△24.8	△27.8	△21.7	△20.1	△14.5	△15.3	△13.3	△15.8	△15.4	△16.0
商業	△35.2	△35.6	△30.4	△32.3	△20.3	△25.3	△21.6	△22.8	△25.0	△25.0
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	△22.5	△16.1	△12.7	△9.6	△14.3	△7.4	△7.4	△13.5	△10.1	△7.6
製造業	△22.1	△24.7	△19.6	△12.8	△8.6	△10.1	△6.7	△6.1	△6.5	△9.6
サービス業	△12.5	△23.8	△14.6	△14.7	△8.8	△10.8	△11.5	△16.3	△12.8	△13.9
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) 先行き見通し ～製造業は再びダウン、大型店はなんとか回復～

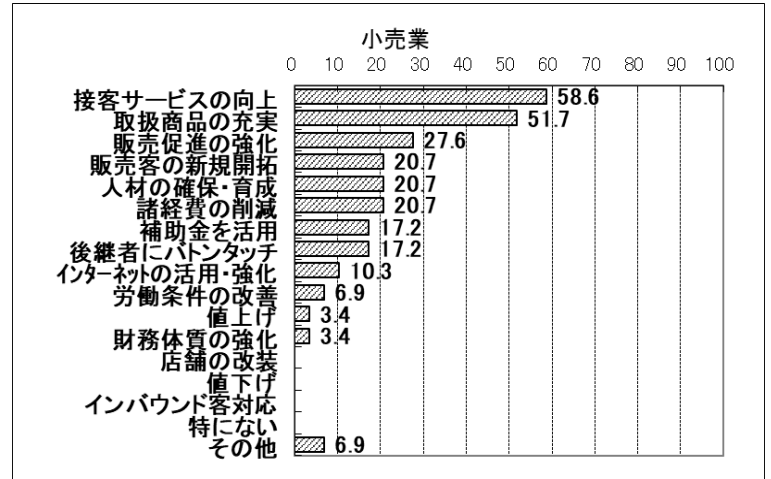
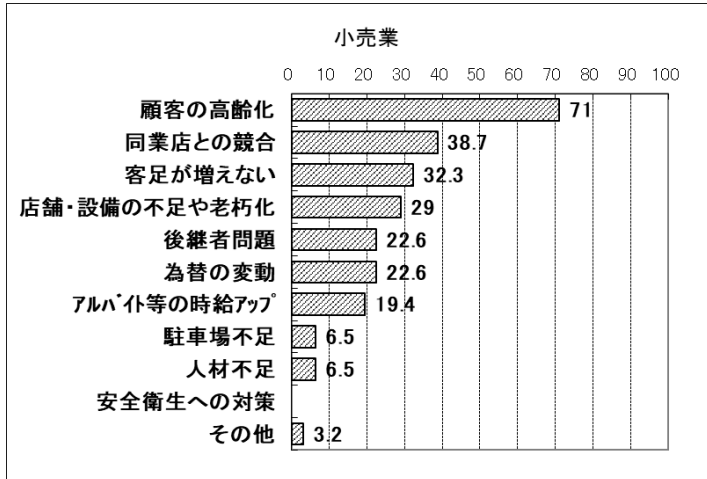
全国平均では全ての業種が先行きマイナスのD I 値を示しています。業種毎にはそれほど大きな差はありません。全体的に見通しは明るくないことが分かります。それに対して茅ヶ崎市は業種による差が大きく現れています。悪い状況がこのまま続きそうなのが一般商業です。D I 値は今回の調査とほぼ同じマイナス40.7を示しています。同じ商業でも大型店はゼロにまで回復する見通しを立てています。年末需要を期待しているのでしょうか。サービス業は商業ほどではありませんが先行きは明るくありません。景気の回復感はみられないと言うことでしょうか。残念なのが製造業です。景況に波がありますが、今回の調査でプラス22.3まで回復したD I 値は、再びマイナスに落ち込むとの見通しを示しています。D I 値は僅かに下がりますが、建設業だけは先行きのD I 値がプラスを示しています。首都圏の建設需要は、これからも活発に動くことが期待されているようです。市内建設業が稼いだ収益が、市内でより多く循環することを期待したいです。

政府が11月に発表した月例経済報告で次のように先行きを表現しています。

先行きについては、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、緩やかな回復が続くことが期待される。ただし、通商問題の動向が世界経済に与える影響や、海外経済の不確実性、金融資本市場の変動の影響等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 ～お客様の高齢化が更に進行～

上位4つの課題は前回調査と同じですが、前回4割弱であった顧客高齢化が7割の回答を集めて第1位となりました。小売店の9割以上で客数増の回答がありませんから、市内の小売店では若者が更に買物をしなくなっていることが分かります。

今回の調査で大きく回答が増えた課題が為替変動です。前は1割に満たない回答でしたから大きな変化の1つと考えて良いでしょう。円の為替変動はそれほど大きくありませんでしたから、諸国で発生している国際問題への不安が為替に向けられたのではないのでしょうか。

前回よりも大きく回答が下がっている課題は人材不足です。前は2割を超えていました。人材が確保できたとはいえにくいですから、客足が少なくなり人材を確保する必要が無くなっているお店が増えていると思われます。安全衛生に関しても前回1割あった回答がゼロになっています。顧客高齢化の影に隠れてしまったようです。アルバイトや従業員を採用しているお店では時給アップ問題が発生していますが、2割弱の回答であり、前回よりも僅かですが厳しくなっていることが分かります。市内小売店では業績回復に向かうような良い話題は無さそうです。

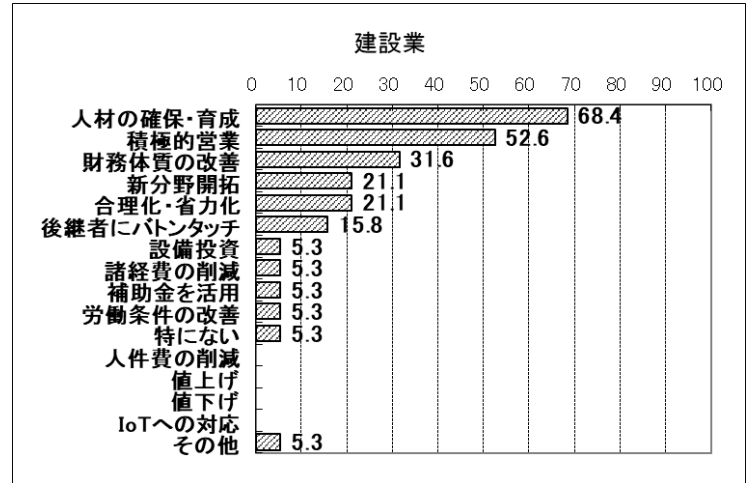
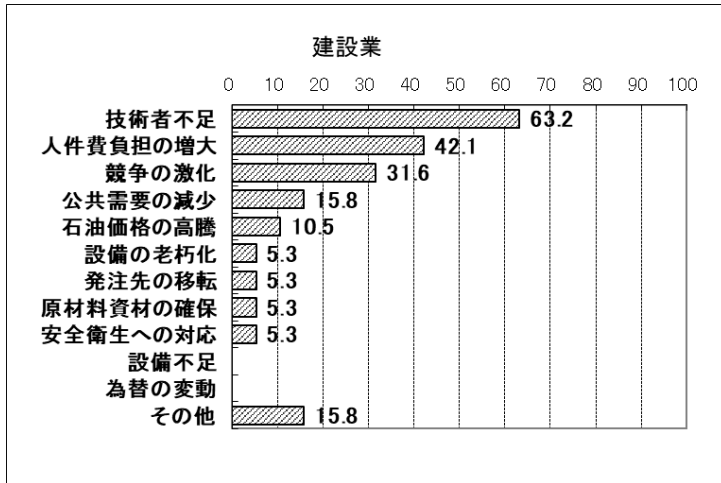
② 今後の対策 ～補助金への期待が急拡大～

対策の上位3つは前回と同様に接客サービス向上・取扱商品充実・販促強化です。販促強化が2割程度下がり、接客と取扱商品が1割以上回答を増やしています。販促を行っても顧客の高齢化に歯止めをかけることはできなかったということでしょう。顧客の新規開拓も僅かですが下がっていますから、主要顧客である高齢者への品揃えと接客を強化しようとしていることがわかります。

回答は2割弱ですが前回のゼロ回答から急浮上しているのが補助金活用です。借入を行おうとしても返済余力が少なく、難しい状況であることがわかります。

前回よりも回答が下がっている対策がいくつか見受けられます。諸経費削減は前回よりも1割下がっています。削減幅が足りないお店がありそうです。インターネット活用も前回よりも1割下がっています。期待ほどには若いお客様を増やすことができなかったのではないのでしょうか。日本全体では話題となっているインバウンド客への対応についても、前回同様にゼロ回答でした。市内小売店には外国人買い物客がまだ少ないことが分かります。

(2) 建設業



① 経営課題 ～人手不足で人件費負担が更に拡大～

今回の調査でも課題の1位は技術者不足です。回答も6割で前回とほぼ同じです。人手不足は解消されていないことがわかります。そして、人件費負担増大が前回より1割程多くの回答を集めていることが示すように、給与や時給等が上がっていることも確認できます。受注が増えている建設業ですが、人材不足は続きそうです。

競争激化は前回よりも1割回答が下がっていますがそれでも3割を越える回答です。入札等での競争が続いていると思われます。その一方で公共需要に関してはかなり改善されています。前回よりも2割回答が下がっています。

設備面では老朽化が1割減り、設備不足はなくなっています。建設関連機械の更新が進んでいることがわかります。経費面では燃料費に関係する石油価格高騰ですが、前回よりも僅かに下がっています。単価は下がっていませんので、ある程度は利益で吸収できているのでしょう。気になるのは発注先の移転です。前回ゼロでしたが今回は1割にも満たないですが回答はありました。工事現場は首都圏であるため直接の影響は出ませんが、今後の動きは確認したいと思います。為替変動も前回同様にゼロ回答でした。国際的社会的変化の影響は茅ヶ崎市の建設業者には及んでいないようです。

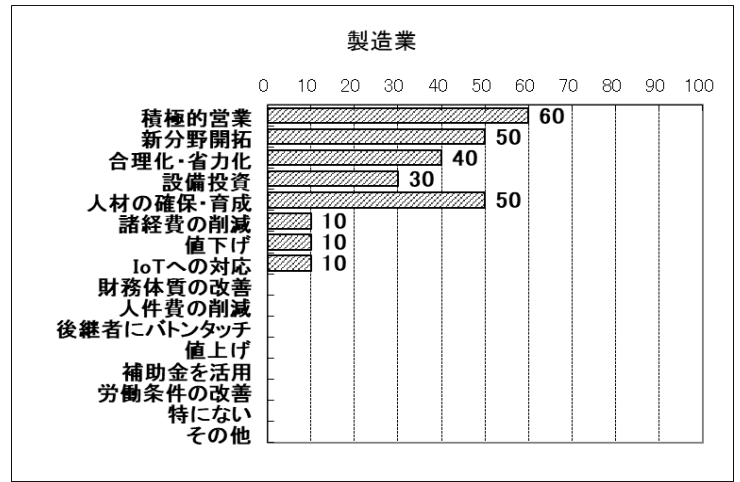
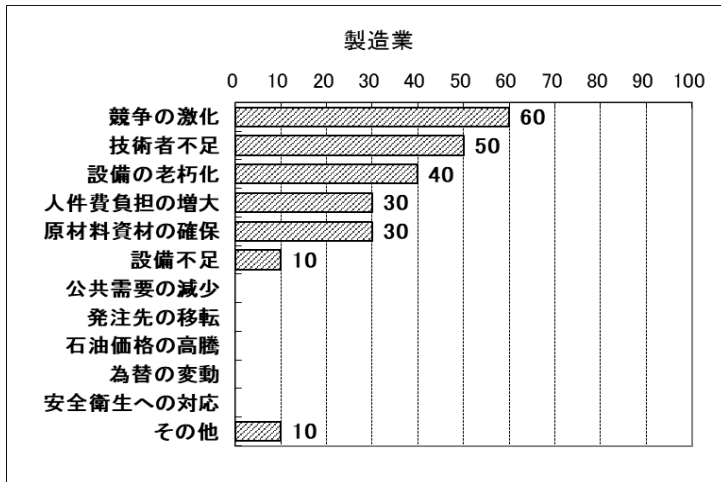
② 今後の対策 ～財務体質強化で受注増加に対応～

上位6つまでは前回と同じ対策が並んでいます。その中で大きく変化しているのは人材確保育成です。前は8割を超えていましたから、僅かですが沈静化していることが確認できます。それでも7割近くで人材確保を継続させるとの回答です。積極営業は前回同様5割の回答です。仕事の絶対量は増えていますが、積極的に取りに行かなければ受注できない状況が示されています。

対策の上位で回答が増加しているのが財務体質強化・新分野開拓・合理化省力化の3つです。新分野開拓は2020年後を見据えた対策かもしれません。合理化及び省力化は人材不足を補う対策でしょう。今回注目したいのは財務体質強化です。前回よりも1割弱回答が増えています。仕事を受注する為には、先行する経費を賄うために資金が必要となります。引き合いの増加に対応する対策でしょう。

前回よりも下がっている対策では労働条件改善・値上げ・人件費削減の3つに注目してみましょう。値上げと人件費削減は今回ゼロ回答です。収益の改善でこれらは吸収できたのでしょうか。労働条件改善は前回よりも1割下がっています。人材確保の為に、労働条件改善に取り組んでいる事業所が増えてきたようです。IoTへの対応は今回もゼロであり、市内建設業にはまだ必要とされていないことがわかります。

(3) 製造業



① 経営課題 ～仕事はあっても受注競争は激化～

製造業は業況が回復して、受注の引き合いも増えています。公共需要減少への回答は今回ゼロになっていることから、仕事が増えていることは確かでしょう。それでも競争激化は前回よりも4割回答を増やして課題のトップになりました。アジアの企業も含め、競合する企業が増えるのかもしれませんが、技術者不足も前回より1割増えていることから、技術者の採用が進んでいないことが分かります。設備不足は前回と同じですが、設備老朽化は5分程度ですが下がっています。技術者不足を設備でカバーしている事業所も出てきました。人件費負担増は収まっては来ていますが、3割の事業所では人件費を下げるできない状態が続いていることになるでしょう。

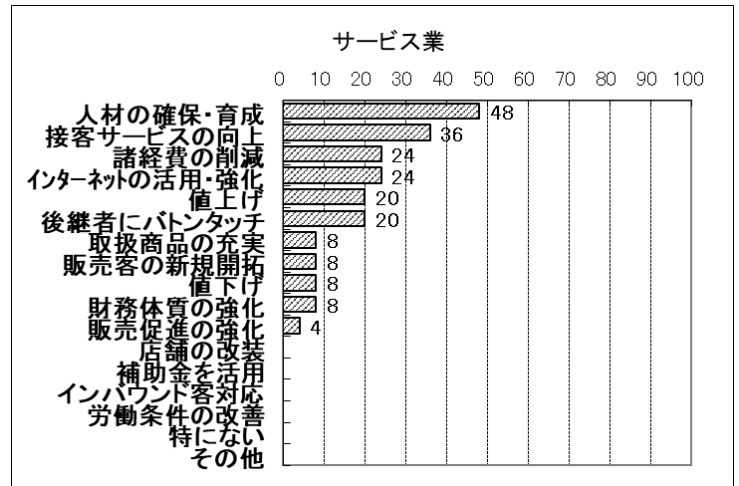
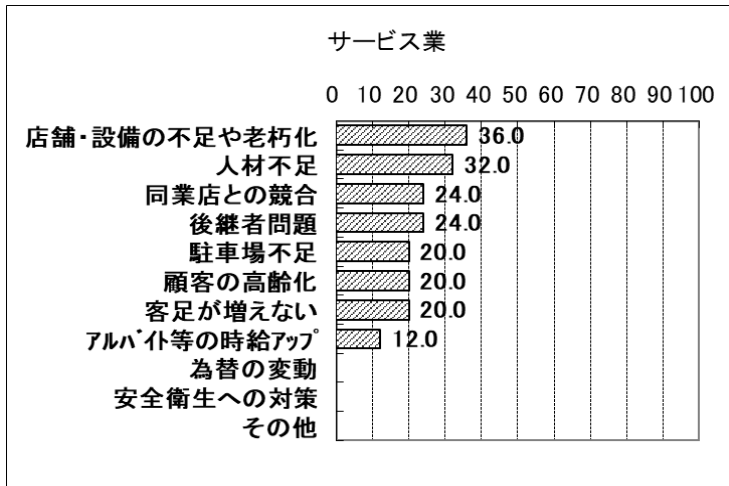
経費面では改善がなされているようです。石油価格・安全衛生・為替変動で今回の回答がゼロになっています。これらの課題がなくなっていることはありませんので、それだけ収益が回復していると考えて良いでしょう。

② 今後の対策 ～積極営業を省力化によるコスト削減でサポート～

上位5つの対策は前回と同じですが、順位が入れ替わっています。1位は前回よりも2割回答を増やした積極営業です。仕事が増える以上に競合相手が増えていることが確認できます。そして、前回よりも回答を増やしているのが合理化省力化と設備投資です。新しい機械設備を導入すれば生産性が上がりコスト削減が実現できます。そして、今回1割の回答を集めました。値下げにも繋がり、積極営業を支えることとなります。新規開拓と人材確保育成は前回同様の5割回答です。解決できず持ち越しとなりました。IoTへの対応は前回同様に1割の回答に留まっており、それほど必要とされていないことが確認できます。

前回回答があった対策で今回ゼロ回答になったものが複数あります。その中で後継者へのバトンタッチに注目します。前は2割の回答でした。業況回復に合わせて事業継承が進んだのかもしれませんが。財務体質改善・人件費削減・補助金活用もゼロ回答です。収益面で資金繰り面でも改善が進んでいることが分かります。

(4) サービス業



① 経営課題 ～競合店との差別化に苦慮～

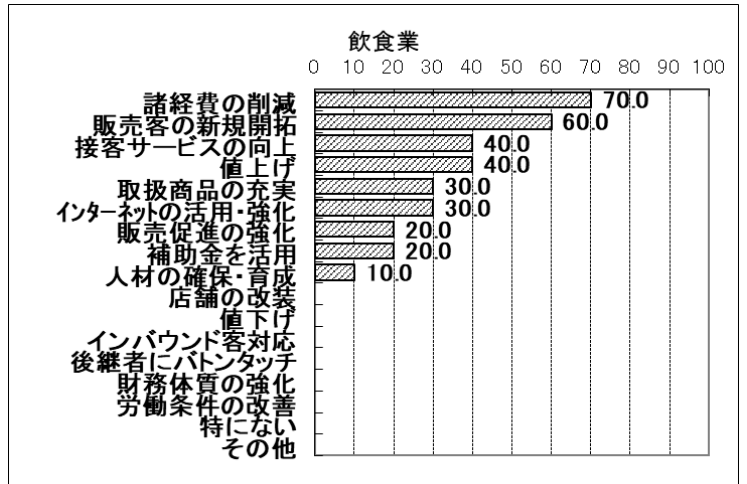
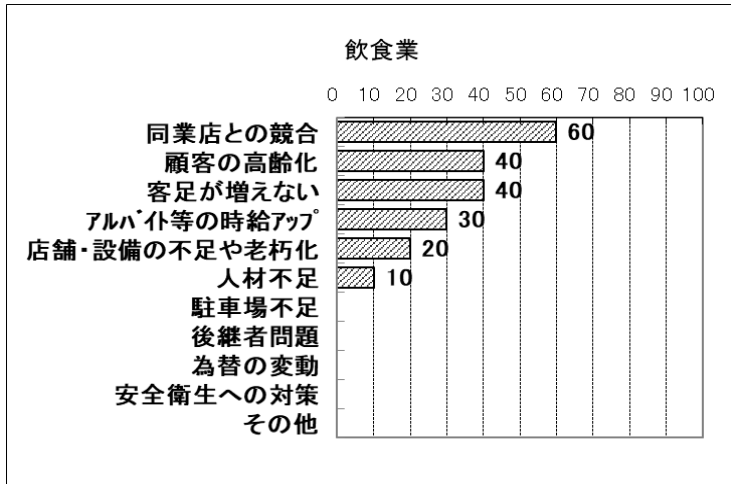
課題の上位2つは前回と同じですが順位が入れ替わりました。今回の調査では人材不足よりも店舗や設備面の不備が優先されていることが分かります。3位の課題となっている同業者との競合は前回の約2倍回答を集めています。競合にお客様を奪われている要因として、店舗設備老朽化が目立っているのでしょう。駐車場不足も前回よりも1割5分程度回答を増やしていますから、店舗設備と同様に競合店との比較で課題として浮上したと考えてよいでしょう。

前回よりも回答が下がっている課題としては顧客の高齢化に注目しましょう。顧客高齢化は前回よりも1割程回答が下がっています。客足が増えないへの回答が増えていることから、若い客層が増えたとは考えにくいです。競合店に高齢者お客様まで移ってしまったのかもしれませんが。安全衛生は前回1割弱ありましたが今回はゼロ回答です。現段階では優先順位が下がりました。市内のサービス業は同業者との競合で苦慮していることが分かります。

② 今後の対策 ～乗り切るために経費削減と値上げ～

大きく変化したのが新規顧客開拓です。前は約4割の回答を集めて第1位でした。今回は3割回答が下がっています。課題と合わせて検討すると競合店に既存のお客様が移っていることが裏付けできそうです。開拓どころか既存のお客様をつなぐ為の対策が優先されていることとなります。このために接客を重視することが示されています。それだけでは難局を乗り切ることができないとの判断でしょう。経費削減と値上げへの回答が大きく伸び、2割を超えました。取扱商品充実・店舗改装・販促強化といった積極的な対策は1割以上回答が下がっており、明るい材料が少ないことが分かります。

(5) 飲食業



① 経営課題 ～同業者間の競合で集客に苦しむ～

飲食業では客数が増加しているお店と減少しているお店が混在しています。しかし、経営課題では同業店との競合が前回調査よりも3割以上回答を増やして課題の1位になっています。その結果、客足が増えないへの回答も1割増えています。顧客高齢化への回答は僅かに下がっていますが、競合に頭を悩ませている店が多いことが分かります。時給アップも前回よりも僅かに上がっていますから、人件費は確実に経営を圧迫しています。設備老朽化は今回2割ですが、前はよりも3割減少しています。店舗や設備を改善するだけでは競合に勝てないことも確認できる結果となりました。同業者の攻勢によって、後継者問題・安全衛生対策は影を潜めてしまいました。

② 今後の対策 ～経費削減と新規開拓の両面で生き残り～

対策にも変化が現れました。既存客をつなぎ止める接客サービスは前回とほぼ同じ回答ですが、諸経費削減が5割のびで7割に達し、新規開拓は3割アップで6割に達しています。同業者からお客を取り返すのではなく、経費削減で店を維持しながら、新しいお客様を呼び込む方向に市内の飲食店が考え方を变更しようとしていることが示されています。そして、もう一つ注目すべきは値上げでしょう。前回よりも2割5分回答が増えています。経費削減だけでは店を維持できない状況になっている店が増えていることが分かります。販売促進は前回よりも低下していますが、インターネット活用は僅かですが伸びています。インターネットへの期待はまだ継続しています。補助金への期待も僅かですが膨らんでいます。

回答が減少している対策の中では後継者へのバトンタッチ・店舗改装・労働条件改善の3つが特徴的です。いずれも前は1割以上の回答でしたが、今回はゼロ回答になりました。経営課題でもゼロですから、後継者へのバトンタッチは実行されたのかもしれませんが。同様に一部の飲食店では店舗改装を実行しているのでしょう。人材を確保するために労働条件も改善されていると思われます。外食需要がもう少し膨らまないと、市内飲食店の業況は回復できないことを今回の調査が示しています。