

茅ヶ崎市景気動向調査（3月）結果

1. 調査期間 平成31年3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	15	12.8%
大 型 店 舗	12	3	25.0%
建 設 業	74	23	31.1%
製 造 業	53	15	28.3%
サ ー ビ ス 業	90	18	20.0%
飲 食 業	54	7	13.0%
合 計	400	81	20.3%

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) ～茅ヶ崎市産業全体が大きな落ち込み～

	茅ヶ崎市			全 国	
	前年3月比	30年12月比	先行き見通し	H31.3月	先行き見通し
全 産 業	△ 32.4	△ 18.4	△ 43.5	△ 16.9	△ 19.1
商 業	△ 57.1	△ 35.8	△ 50.0	△ 25.9	△ 28.4
大 型 店 舗	0.0	0.0	△ 66.7	—	—
建 設 業	0.0	△ 14.2	△ 52.6	△ 5.8	△ 6.8
製 造 業	△ 46.6	△ 20.0	△ 40.0	△ 16.6	△ 21.4
サ ー ビ ス 業	△ 42.9	△ 12.5	△ 21.4	△ 11.7	△ 12.3
そ の 他	△ 42.8	△ 17.9	△ 48.8	—	—

日本全国でも景況判断はマイナスですが、茅ヶ崎市内の産業は全国の2倍ほど景況が悪化していることが分かります。前回調査の12月と比べても下がっていますから、年度末3月の景況は下降傾向にあったことが分かります。その中でも特に不況を訴えているのが商業です。マイナス57.1であり、全国より2倍以上悪く、前回調査からの落ち込みでも最も大きな数値を示しています。大型店舗も決して景気が良い状態ではありませんから、茅ヶ崎市内の消費は落ち込んでいることが分かります。製造業とサービス業そしてその他の業種は商業ほど悪くはありませんが、ほぼ同様の傾向を示しています。その一方で、大型店と建設業はプラスマイナスゼロのDI値を示しています。大型店は前回調査の12月との比較でもゼロであり、安定を保っていることが分かります。建設業では全国平均よりも僅かに高い数値ですが、前回調査の12月と比較するとマイナスであり、年度末やオリンピック需要等が一段落していることが分かります。

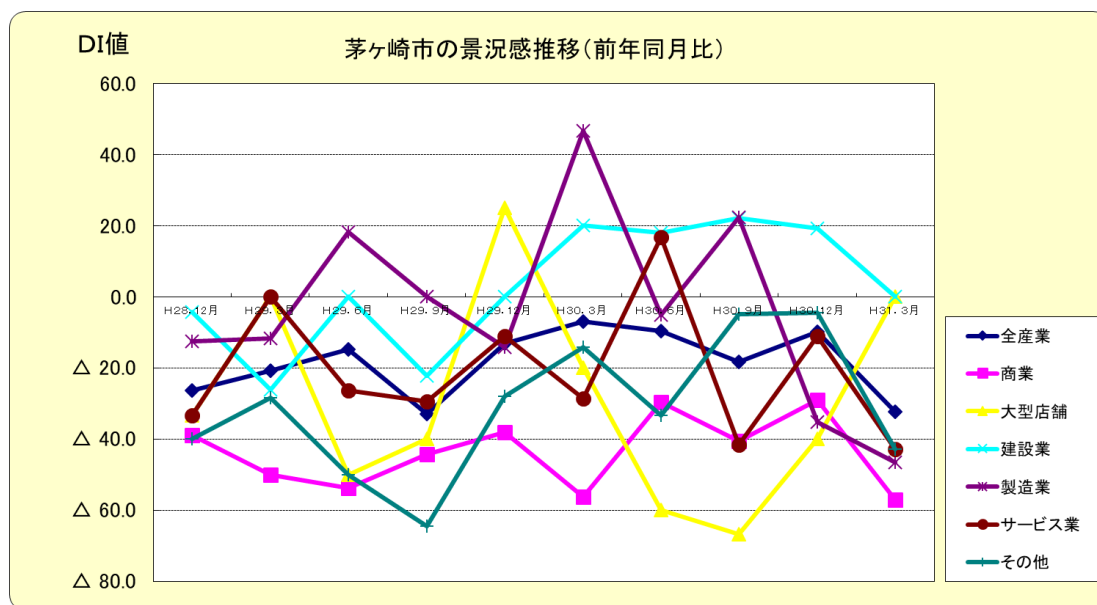
茅ヶ崎市内では消費も産業需要も低迷している状況です。これに対して、政府は5月24日付けで発表している月例経済報告の中では、日本全体の景況を次のように説明しています。

景気は輸出や生産の弱さが続いているものの、緩やかに回復している。

- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 設備投資はこのところ機械投資に弱さもみられるが、緩やかな増加傾向にある。
- ・ 輸出は弱含んでいる。
- ・ 生産はこのところ弱含んでいる。
- ・ 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。企業の業況判断は製造業を中心に慎重さがみられる。
- ・ 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緩やかに上昇している。

(2) 業況 ～茅ヶ崎市経済を牽引してきた建設業に陰り～

<茅ヶ崎市>



	H28.12	H29.3	H29.6	H29.9	H29.12	H30.3	H30.6	H30.9	H30.12	H31.3月
全産業	△26.3	△20.8	△14.9	△32.9	△13.2	△6.9	△9.6	△18.4	△9.8	△32.4
商業	△39.0	△50.0	△53.8	△44.4	△38.1	△56.3	△29.6	△40.6	△29.0	△57.1
大型店舗	△33.3	0.0	△50.0	△40.0	25.0	△20.0	△60.0	△66.7	△40.0	0.0
建設業	△4.4	△26.1	△0.0	△22.2	0.0	20.0	17.9	22.2	19.3	0.0
製造業	△12.5	△11.8	18.2	0.0	△14.3	46.6	△5.2	22.3	△35.3	△46.6
サービス業	△33.4	0.0	△26.3	△29.4	△11.1	△28.6	16.7	△41.7	△11.1	△42.9
その他	△39.9	△28.5	△50.0	△64.5	△28.1	△14.3	△33.4	△5.0	△4.5	△42.8

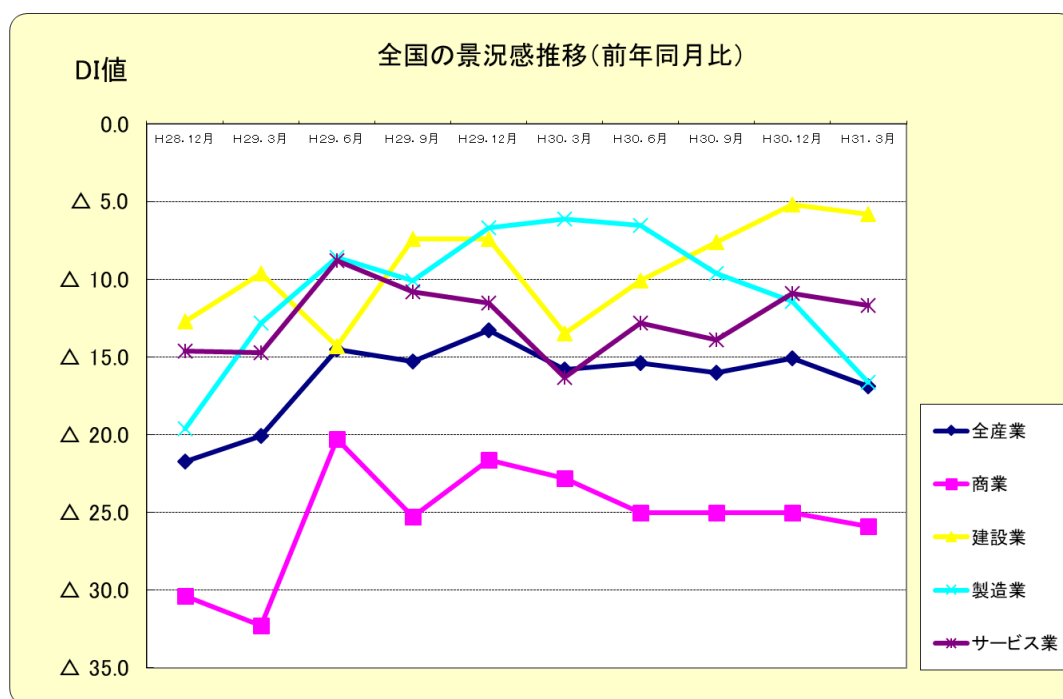
※「△」はマイナスを表す。※ 表中、「商業」欄は小売業の数字を使用。

茅ヶ崎市の製造業は都市型製造業として経済を引っ張る存在ではありますが、業績に大きなバラツキがあり、安定していません。しかも、過去2回の調査では連続して景況が悪化しています。平成30年3月から安定して茅ヶ崎市の経済を支えてきたのは建設業ですが、3月の調査ではDI値がゼロに下がってしまいました。オリンピックまで1年、建築工事は盛んに行われていますが、新たな契約は減少しているようです。注目したいのは流通業です。中小小売店を中心とする商業は前回よりも更に落ち込んでいますが、大型店の景況は2回連続で回復しています。市内の大型店は量販店が中心です。消費者である市民は、飲食店や専門小売店よりも価格が安い大型店で優先して買物をしていると思われます。

<全 国>

	H28.12	H29.3	H29.6	H29.9	H29.12	H30.3	H30.6	H30.9	H30.12	H31.3
全産業	△21.7	△20.1	△14.5	△15.3	△13.3	△15.8	△15.4	△16.0	△15.1	△16.9
商業	△30.4	△32.3	△20.3	△25.3	△21.6	△22.8	△25.0	△25.0	△25.0	△25.6
大型店舗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	△12.7	△9.6	△14.3	△7.4	△7.4	△13.5	△10.1	△7.6	△5.2	△5.8
製造業	△19.6	△12.8	△8.6	△10.1	△6.7	△6.1	△6.5	△9.6	△11.4	△16.6
サービス業	△14.6	△14.7	△8.8	△10.8	△11.5	△16.3	△12.8	△13.9	△10.9	△11.7
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 ～茅ヶ崎市経済は更に大幅悪化～

期待の建設業は先行き見通しマイナス52.6、製造業でもマイナス40.0のDI値です。建設では新規受注が大きく減少しているのでしょうか。製造業では対中輸出の減少が懸念されているのではないのでしょうか、現状の延長では茅ヶ崎市経済を牽引する業種が無くなってしまいます。業況が回復している大型店舗でも先行き見通しはマイナス66.7であり、消費が落ち込むことを見込んでいます。商業でもサービス業でも良い材料を見つけることが難しい状況と思われます。全ての産業で全国平均よりもDI値は低いことから、景況悪化の影響を比較的早期に受ける都市型の企業が茅ヶ崎に多いことが確認できます。

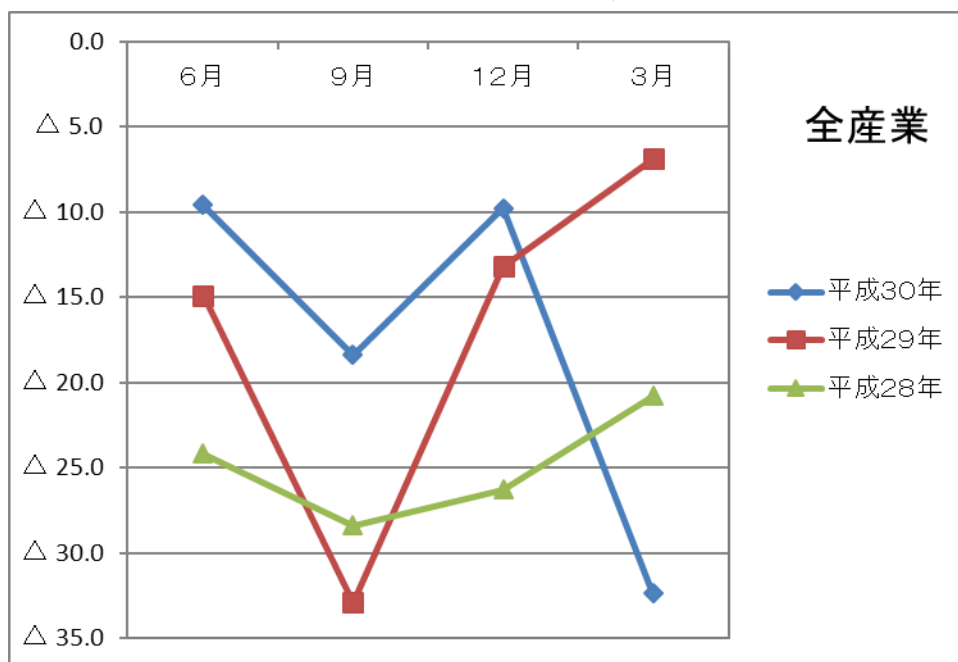
茅ヶ崎市経済の先行きはかなり厳しいですが、日本政府は5月に発表した月例経済報告の中で日本全体の先行きを次のように説明しています。

当面、弱さが残るものの、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に一層注意するとともに、中国経済の先行き、海外経済の動向と政策に関する不確実性、金融資本市場の変動の影響に留意する必要がある。

(4) 茅ヶ崎市景気動向調査 1年間のまとめ

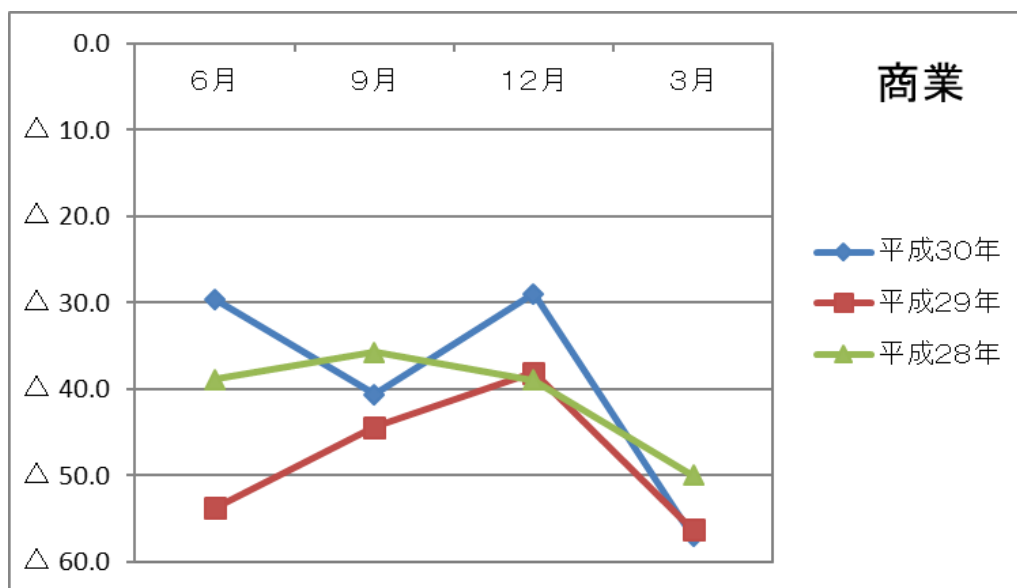
茅ヶ崎市の景況を1年間振り返ってみましょう。ID値の動きを四半期単位で3年度比較してみました。

① 全産業 ～平成30年度は年度末に大きく景況悪化～



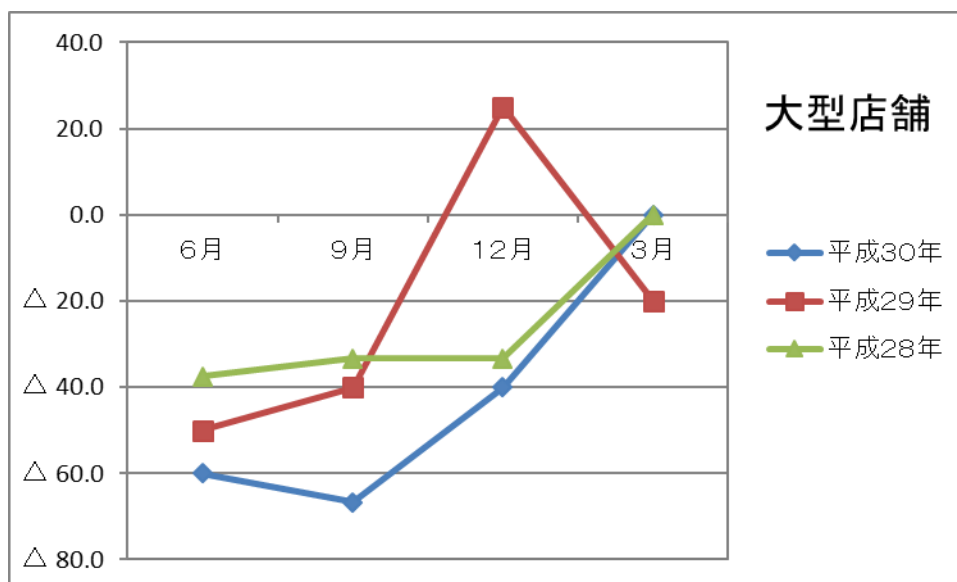
平成30年度はマイナスでありながら、過去3年では、最も良い状態で茅ヶ崎市経済はスタートしました。しかし、例年であれば上昇するはずの年度末需要の恩恵を受けることなく、三年間では最も低い業況になってしまいました。

② 商業 ～悪いなりに回復基調であったが年度末に落ち込み～



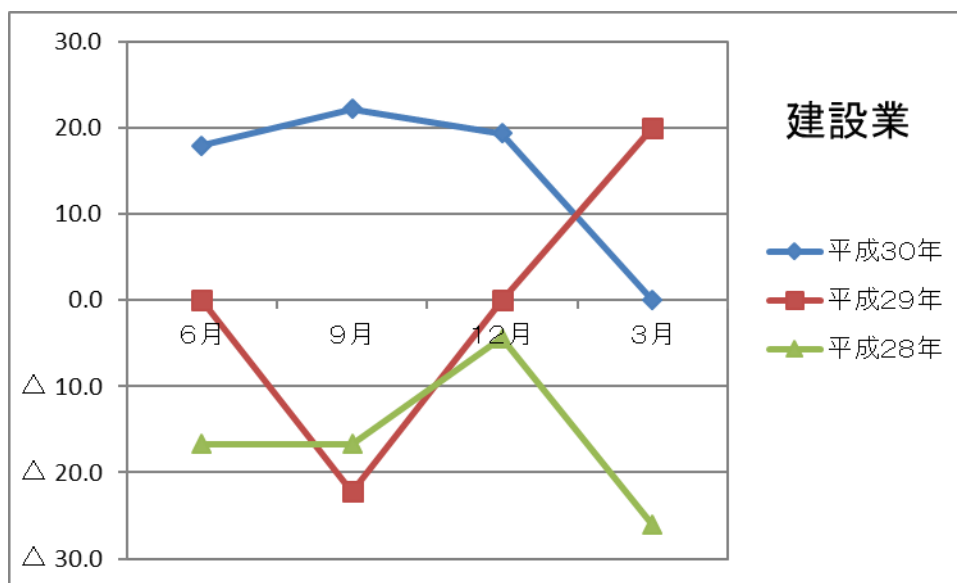
商業者は産業全体と同様に、DI値はマイナスではありますが、過去3年では最も高い値から平成30年度はスタートしました。しかし、大きく改善することは無く、年度末の3月には平成29年とほぼ同じ値にまで落ち込んでいます。商業者の多くが希望を持ってない状態であることが分かります。

③ 大型店舗 ～過去3年では最低からスタートして年度末に回復～



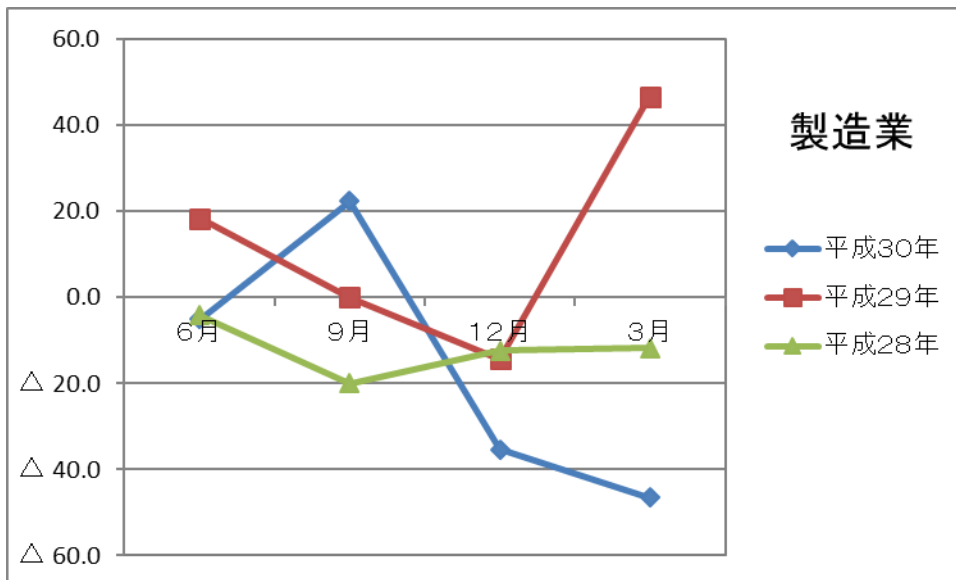
大型店は過去3年では最低のDI値から平成30年度はスタートしました。9月は僅かに落ち込みましたが、12月はマイナスを減らし、年度末の3月には平成28年度とおなじゼロにまで回復しました。決して良い状況とは言えませんが、大型店にお客様が戻ってきたと思われまます。

④ 建設業 ～平成30年度は茅ヶ崎市経済を牽引したが年度末に失速～



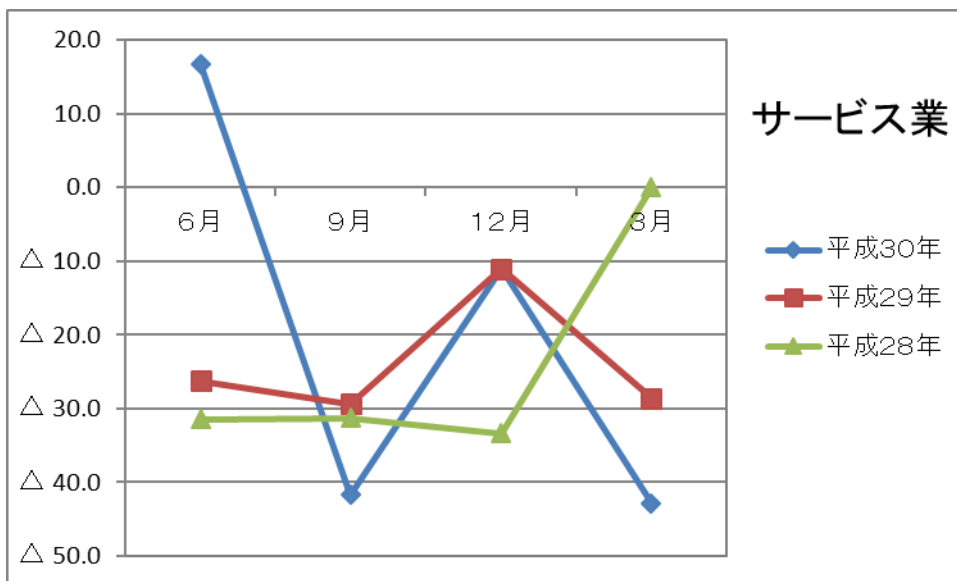
建設需要は平成29年12月から一挙に膨らみまました。前回調査の12月まで、オリンピック等に伴う新規受注が旺盛であったことが分かります。しかし、平成30年度年度末の3月はDI値がゼロにまで下がってしまいました。公共投資も含めて、新築物件の減少が心配されます。

⑥ 製造業 ～平成30年度下期から大幅ダウン～



平成28年度低迷していた受注は、平成29年度には活発の動きを示していました。特に平成29年度年度末3月にはDI値が50に迫ろうとしていました。しかし、継続することなく平成30年度の下半期は大きく落ち込む結果となりました。対中貿易の減少や日韓問題等、で海外需要が一段落していると判断できそうです。

⑦ サービス業 ～平成30年度第二四半期から業績悪化～

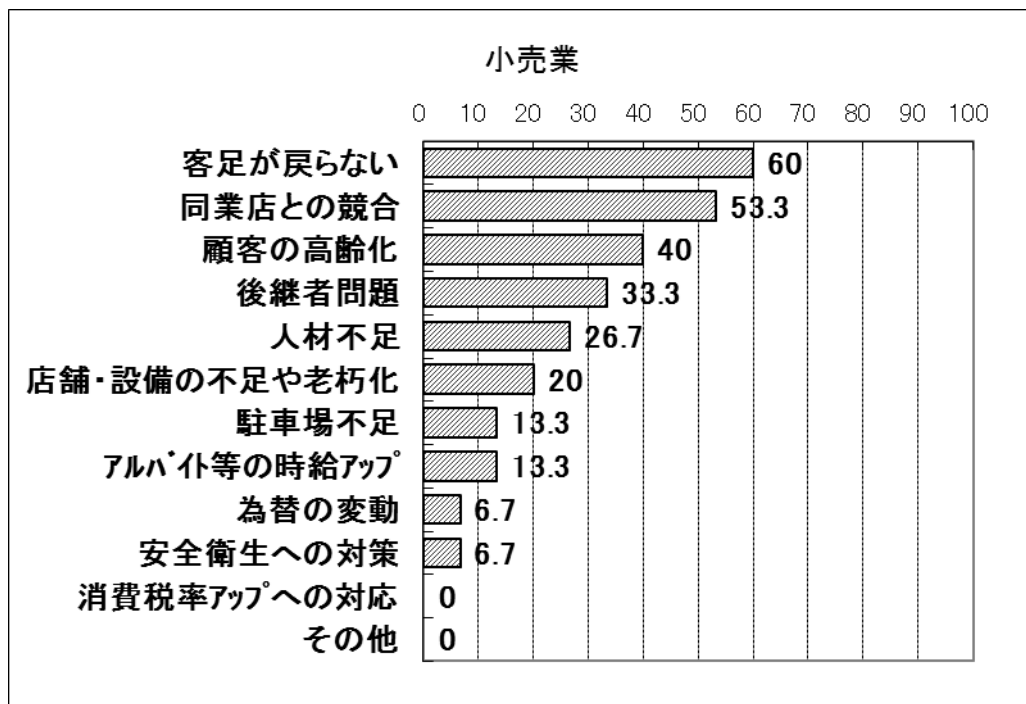


飲食店中心のサービス業ですが平成30年度のスタートはDI値が20に迫る勢いを示し好調でした。しかし、夏には最低に落ち込み、12月に回復は示したものの、年度末3月は再び三年間では最も悪い状況に落ち込んでしまいました。茅ヶ崎市の個人及び法人は自分でできることは自分で行うという気運が強まっているようです。

6. 主要業種の経営課題・今後の対策

(1) 小売業

① 経営課題 ～競合更に激しく高齢者の来店が減少～

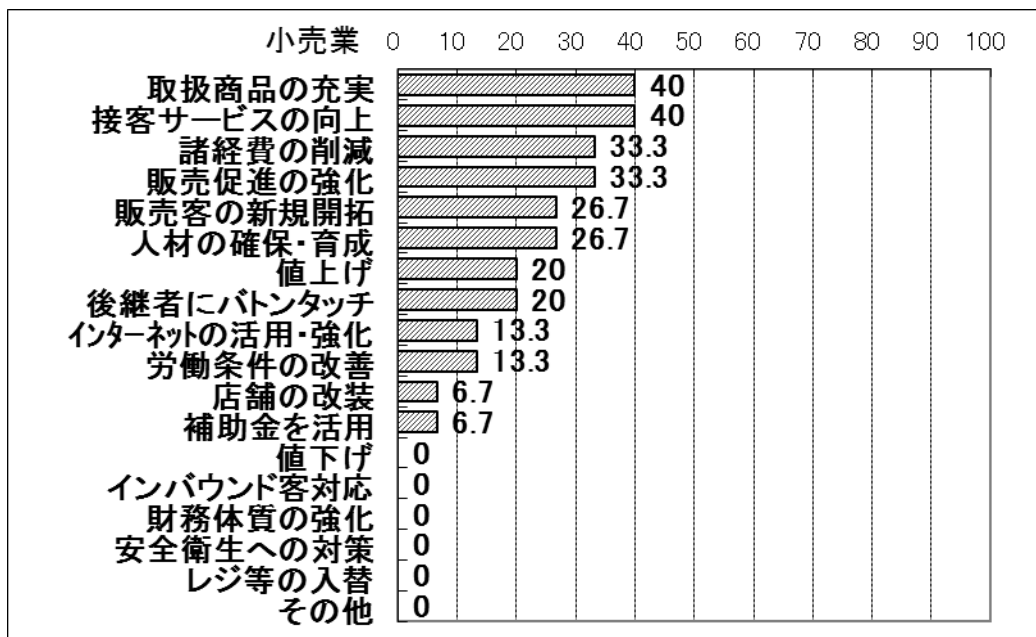


客足が戻らないが前回よりも約2割回答を増やして、課題の一番になりました。顧客の高齢化への回答が下がっていますが、これまで来ていた高齢のお客様まで来店しなくなっていると解釈すべきでしょう。少ない顧客を競合店同士で取り合う状況が増していることが分かります。前回の調査では4割を超える回答を店舗設備老朽化が集めていましたが今回は2割に半減しています。店舗改装や設備更新よりも客数減少が切実な課題となっていることが分かります。

回答はそれほど多くありませんが、人材不足と時給アップへの回答が前回より増加しています。募集しても応募者が少ない状況であることが確認できます。

大きく下がっている課題として注目したいのは消費税率アップへの対応です。前回は2割5分を超える回答がありましたが、今回はゼロ回答です。レジの入替や価格変更等、準備は終わったことが示されていることにはなりますが、関心が薄れてしまっていることが心配されます。

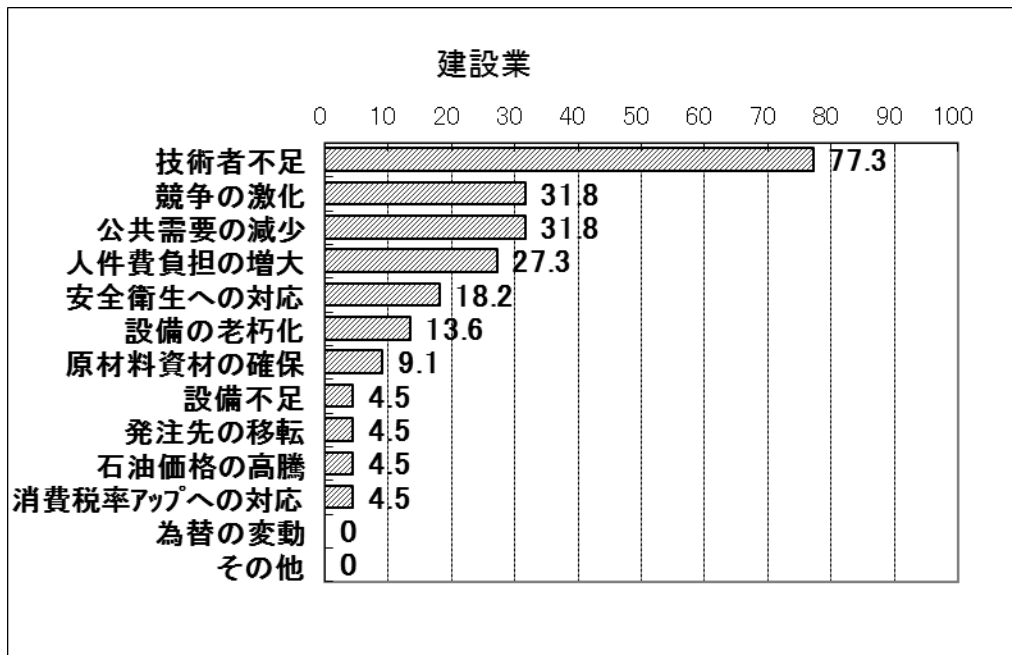
② 今後の対策 ～決め手がなく品揃えと接客で乗り切る～



業況の落ち込みが長く続いており、回復への決め手が無い状況に差しかかっているようです。前回は品揃え強化に5割を超える回答がありましたが、今回は4割にまで減少しています。接客サービスは1割増加して、同様に4割の回答になりました。諸経費削減から人材育成までの対策は前回よりも僅かずつ回答を増やしていますが、上位の回答に大きな差が見られなくなりました。今後の対策に決め手がない状況と判断します。前回よりも回答を増やし2割を超えている対策として、新規開拓と値上げに注目します。客数が減少を補うために新規顧客獲得をめざす積極的な店舗が僅かですが増えていることが確認できます。また、値上げは前回のゼロ回答から一挙に2割まで回答を増やしています。消費税アップ対策の1つとして値上げを行うことも考えられるでしょう。

(2) 建設業

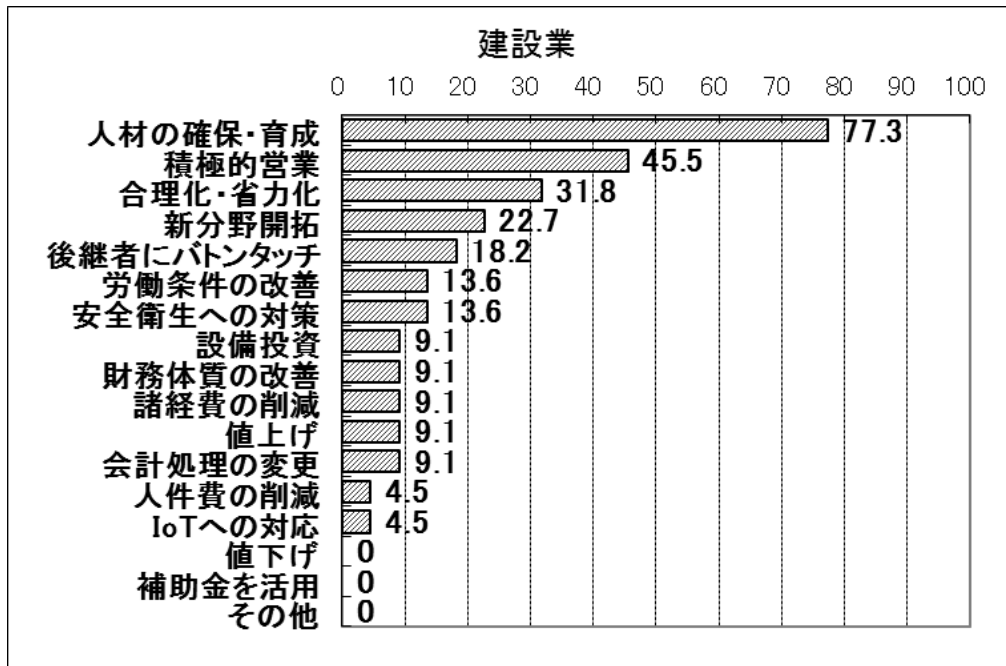
① 経営課題 ～人材不足が更に深刻さを増すと同時に競合も激化～



業況が下がってきてはいますが、建築現場の人材不足は更に深刻になっています。技術者不足が8割に迫る回答になり、他を引き離しています。前回4割5分の回答を集めていた安全衛生対応は、半減して2割を切りました。安全衛生を強化しても人材確保には繋がらなかったのでしょうか。競争激化と公共需要減少への回答が1割程度増えて3割を超えていることから、新規物件が減少していることが分かります。

前回よりも大きく減少しているのが消費税率アップへの対応です。前は2割を超える回答がありましたから、建設業では対応がかなり進んだと思われます。

② 今後の対策 ～人材を確保して受注を確保する体制づくり～

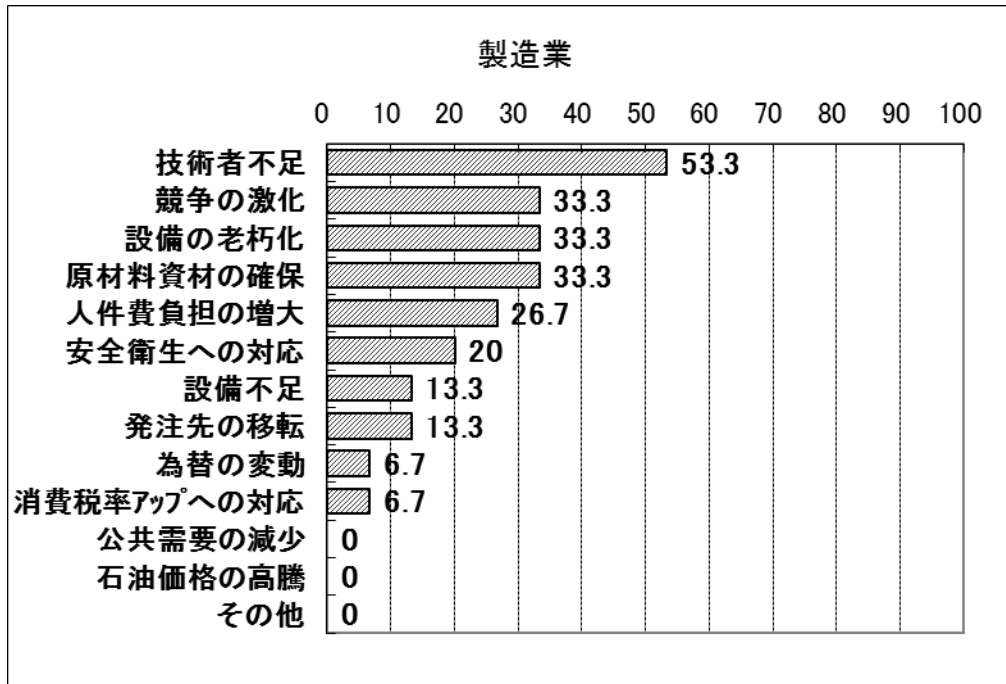


人材不足に対応して、人材確保が8割近くの回答を集めました。そして、積極的営業が前回の2倍以上の回答を集め4割5分に達しています。競合企業に先んじて人材を確保し、積極営業を展開しようとしている事業者が増えていることが分かります。今後競合は一層高まることでしょう。上位で回答を増やしているのが合理化・省力化です。3割の回答ですが、人材不足を設備等の導入で少しでも補おうとする企業が増えていることが分かります。

前回より回答が下がっている対策として新分野開拓と財務体質改善および諸経費削減に注目します。新分野開拓は今回も2割を超える回答を集めていますから、建設事業者の重点対策のひとつではあります。しかし、受注を確保するためには新分野も含め広く営業を行う必要があるとの判断でしょう。財務や経費に関する回答が下がっている理由としては、節約ではなく人材確保と積極営業のために資金を活用する企業が増えていることが考えられるでしょう。

(3) 製造業

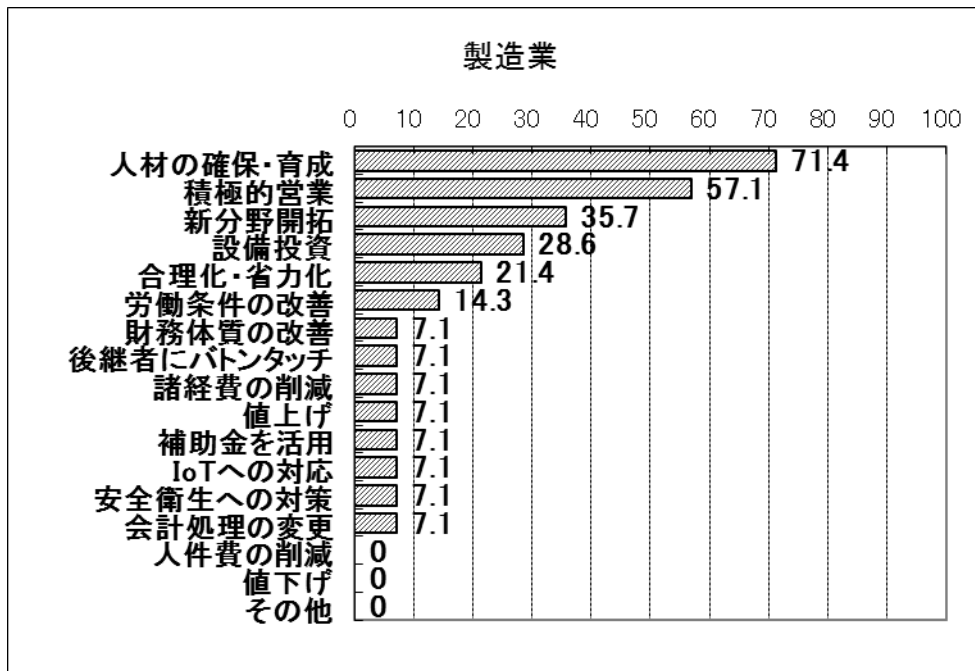
① 経営課題 ～生産人材の不足が急浮上～



景況の悪い状態が続いている製造業ですが、経営課題に大きな変化が現れました。前回の競争激化に代わって、技術者不足が5割を超える回答を集め1位になりました。前回上位の3つの課題は今回も上位にあります。いずれも一割近く回答が下がっています。人材確保に伴って人件費の増大も、前回よりも一割近く増えています。その一方で公共需要の減少は、前回1割を超えていましたが、今回はゼロ回答です。受注は減少していますが、需要が動き出しているのかもしれませんが。新たな仕事を受注しようとしても、人材が不足している状況にあることが確認できます。

回答は1割程度であるが、前回よりも回答を増やしている課題として、発注先の移転と消費税率アップへの対応に注目しましょう。市内企業に発注している企業が茅ヶ崎市から移転したことは確実でしょう。まだ影響は少ないですが、移転企業が増えない対策が必要かもしれません。消費税アップ対応は前回ゼロでしたから、現実問題として認識した企業が増えて来たことが分かります。

② 今後の対策 ～技術者を確保して積極的営業展開～

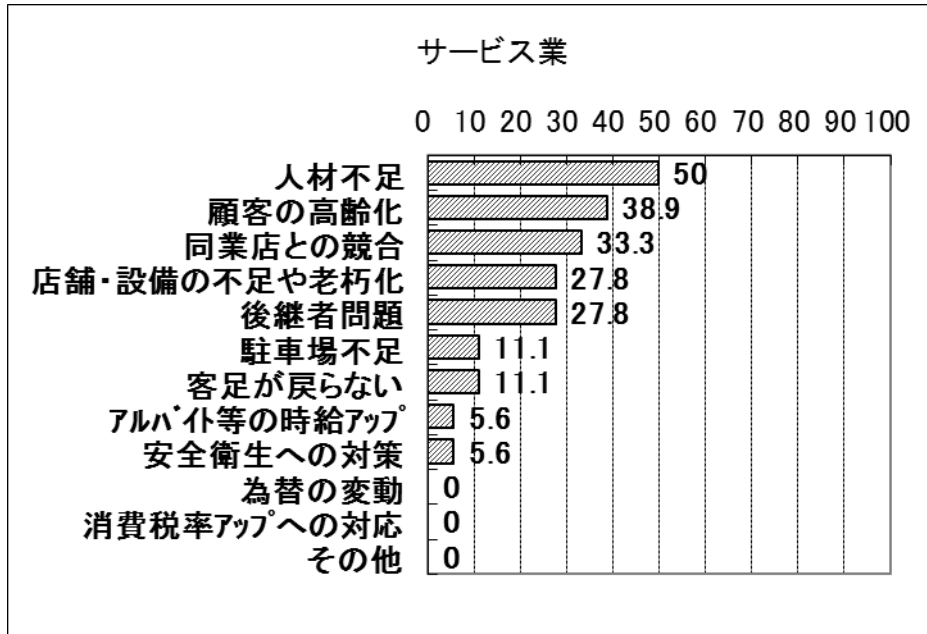


前回の最優先対策である積極的営業の回答そのものはほぼ同じです。しかし、人材確保が3割以上多くの回答を集め、7割を超えて1位になりました。人材が居なければ営業を行っても受注に繋がらない状況にあることがここでも確認することができます。新分野開拓の回答が約一割増えていることから、製造業の一部は新たな仕事を求めて営業活動に入っていることが分かります。製造に携わる人材は新規分野の開拓にも必要となります。設備投資や合理化・省力化への回答が下がっていることから、人材優先に製造業が体制を変えようとしていることが分かるでしょう。労働条件改善の回答は1割5分程度ですが、前回よりも1割程回答が増えています。これも人材確保の為の対策と考えられます。

財務体質改善以下の8つの対策は同じ回答比率です。その中でも財務体質改善・補助金活用・IoT対応・会計処理変更は前回ゼロでした。資金を調達して、今後への対応を準備している企業が増えようとしています。

(4) サービス業

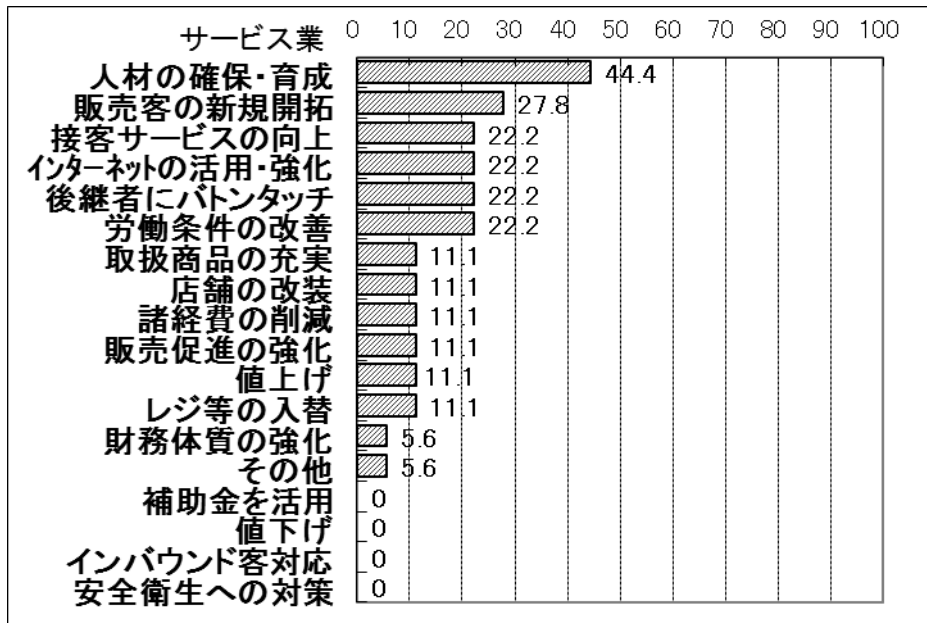
① 経営課題 ～顧客は確保できているが人材不足でサービス不十分～



回答は増えていますが経営課題の1位は人材不足で前回と変わりません。二番目には前回よりも1割程度回答を増やした顧客高齢化が入りました。客足が戻らないは1割程度の回答に留まっており、サービス業では、高齢化は進んでいますが顧客は確保できていることが分かります。しかし、人材が不足しており十分なサービスができていない状況が進もうとしているようです。店舗・設備老朽化と後継者問題は前回とほぼ同じ回答率ですから、継続的課題ということになります。

前回よりも大きく回答を下げているのが消費税率アップ対応と安全衛生対応です。消費税率アップ対応は前回2割を超えていましたが、今回はゼロ回答です。必要な企業は対応を実施したと考えて良いでしょう。安全衛生関しても前回よりも約1割回答が下がっています。こちらも未対応が一部残っているのの対応を終わらせた企業が多いことが分かります。

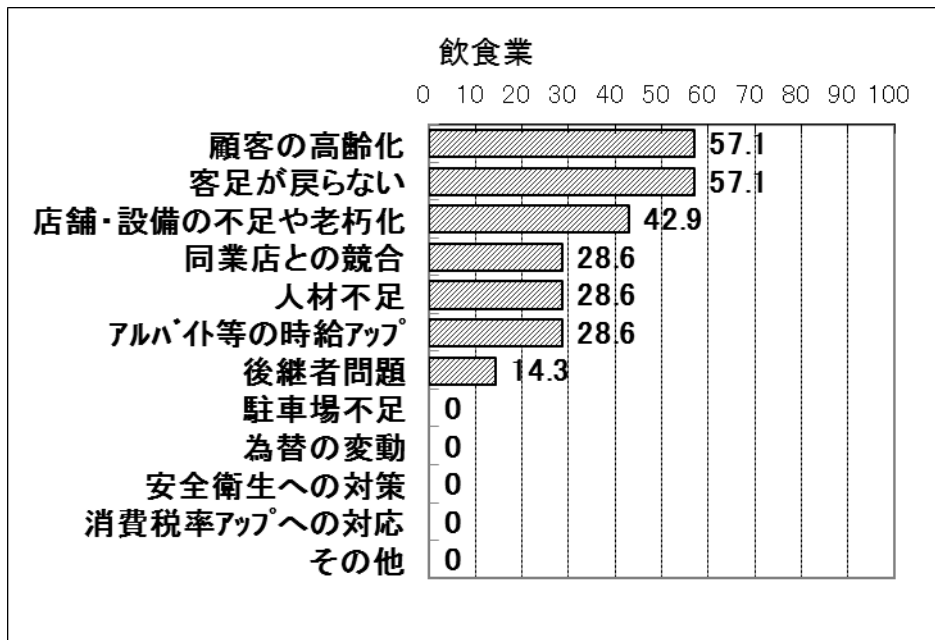
② 今後の対策 ～労働条件を改善して人材確保～



今後の対策は経営課題に対応して、人材確保・育成が4割を越える回答を集めて1位になりました。2位以下のとの差が1割5分程度あることから、多くの企業では人材確保・育成が優先的に実施されることとなります。前回1位の新規顧客開発は今回も同程度の回答を集めています。新規顧客開発を行うためには、人材の確保が必要であるとの結論を出す企業が増えていることが分かります。労働条件を改善する企業が増えているのも人材確保の為でしょう。回答数は1割程度ですが、前回よりも回答を増やしているのがレジ等の入替です。前回の調査で経営課題として2割以上の回答を消費税率アップ対応が集めましたが、その対策の1つがレジの入替です。レジ入替以外で対応した企業が多かったことが分かります。また、インバウンド客対応は今回もゼロ回答でしたから、茅ヶ崎市内では外国人観光客はまだ少ないようです。

(5) 飲食業

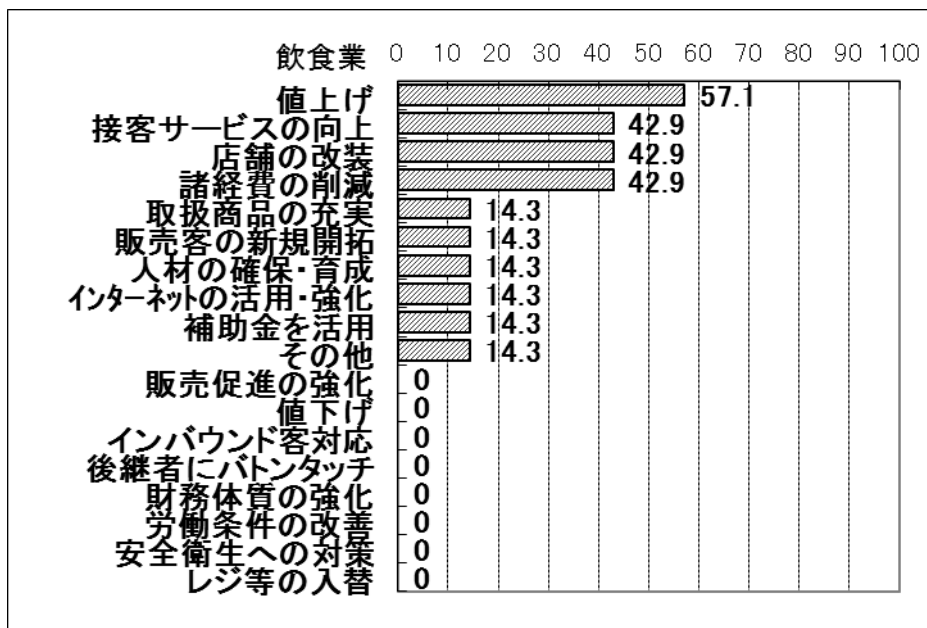
① 経営課題 ～消費税アップ対策から客数減少に移行～



前回調査では消費税アップ対策が1位でしたが、今回の調査ではゼロ回答となりほぼ解決していることが分かります。代わって1位になったのが顧客高齢化と客足が戻らないことでした。飲食店では若い顧客が減少していることが分かります。店舗・設備の老朽化も前回よりも1割5分程度回答を増やして4割を超えました。若い顧客の減少は店舗・設備の老朽化に原因があると考えているお店が多いことが確認できます。同業種との競合は3割近くの回答ですが、前回よりも僅かに増えた程度です。競合はありますが前回とそれほど変化はありません。時給アップについても課題ではありませんが前回と大きな変化はありませんでした。

人材不足は前回よりも減少はしていますが、まだ3割程度の飲食店では課題として残っています。時給アップと同じ回答ですから、人材確保のために時給アップが必要となっていることが分かります。安全衛生問題は前回1割5分程度の回答がありましたが、今回はゼロ回答です。安全衛生問題を抱えていたお店は整備を終えていると考えてい良いでしょう。

② 今後の対策 ～消費税アップに備えて値上げと接客向上～



課題から消費税アップ対応が消えましたが、対策の中でもレジ入替がゼロ回答になりました。必要なお店は既にレジを入れ換えたことがここからも分かります。今回対策の1位には、6割近い回答を集めた値上げが浮上しました。前回は1割程度の回答でしたから大きな変化です。店内での飲食は税率が2%上がります。食材の仕入は8%に据え置かれますが、消耗品や燃料は実質値上げとなります。メニューの価格改定を行うことが飲食店では必須であることが示されています。2位以下の3つの対策も前回よりも多くの回答を集めています。上げ幅が大きいのが店舗改装で、前回よりも3割以上増えています。若い顧客を獲得するために、多くの店で改装が行われることでしょう。諸経費削減も前回より1割5分程度回答を増やしています。消費税アップによって経費全体が上がりますので、利益を確保するためには諸経費を見直すことが必要となります。接客サービス向上は1割程度の増加です。リピーターを確保するために不可欠な対策です。

後継者へのバトンタッチ・安全衛生対策・インバウンド対策・労働条件改善は前回1割程度の回答がありましたが、今回はゼロ回答です。飲食店では上位4つの対策に絞り込み、実行しようとしていることが分かります。