

景気動向調査報告書 概要版（令和4年4月調査）

平塚市における業種全体の売上DIおよび採算DIは、本年は▲30.4%、▲41.6%とそれぞれ昨年より上昇している。特に、業種別にみると売上DIは全てが上昇しており、採算DIは商業関連が少し悪化しているものの全体では上昇しており特に昨年は下落していた建設業の回復が顕著である。今後の売上DIの予測としては、建設業、小売業、卸売業の悪化が予測されるが、業種全体としては▲25.5%と改善される見通しである。

*DIとは、「良い」と答えた企業の割合から、「悪い」と答えた企業の割合を引いた数値

■景気動向調査

この調査は、平塚市内の企業の景気動向を把握することを目的として、年に1度、当所会員企業のご協力を得て、会員企業を対象として実施している。

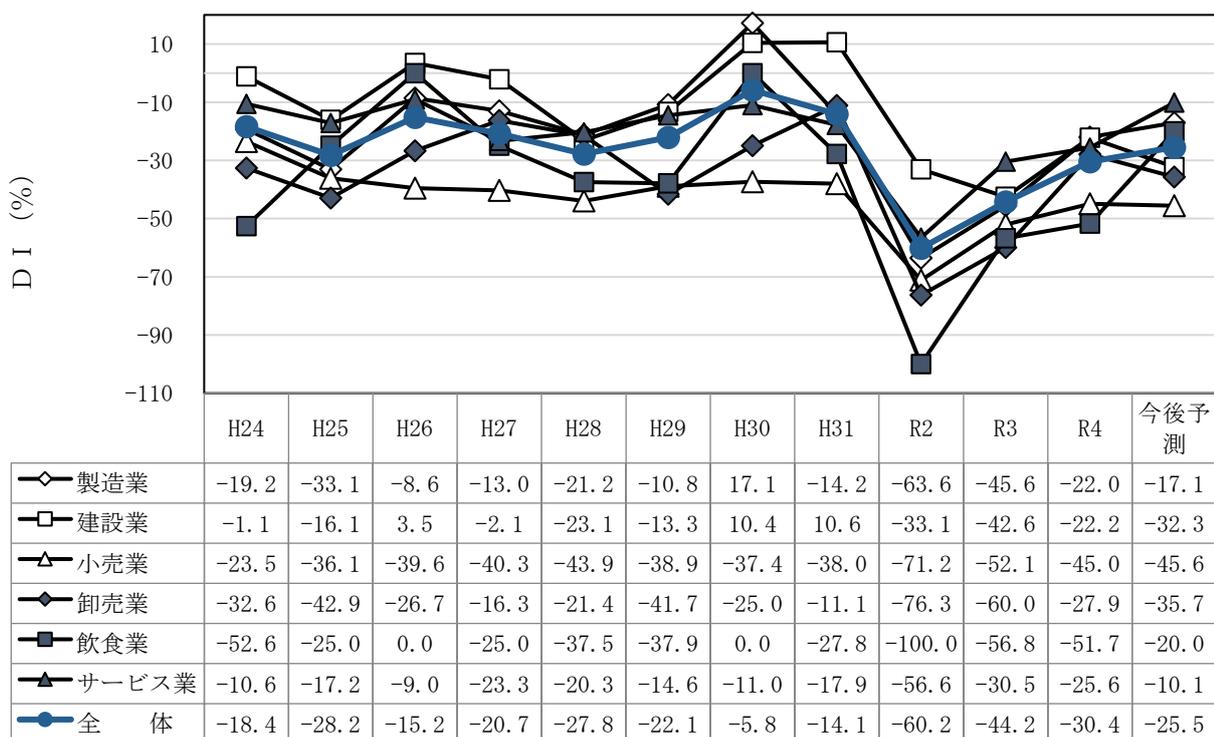
- (1) 調査期間：令和4年4月8日（金）～4月28日（木）
- (2) 調査方法：郵便・FAX・インターネットによる調査票（アンケート）回収方式
- (3) 回収状況：全業種38.2%（工業38.0%、商業38.4%）と昨年（35.6%）に比べて回収率が高い

■調査結果の概要

(1) 売上高の状況

業種全体の売上DIは、昨年より13.8ポイントと大幅に上昇して▲30.4%となった。今後の予測でも全体として▲25.5%と更に上昇するとの見通しである。

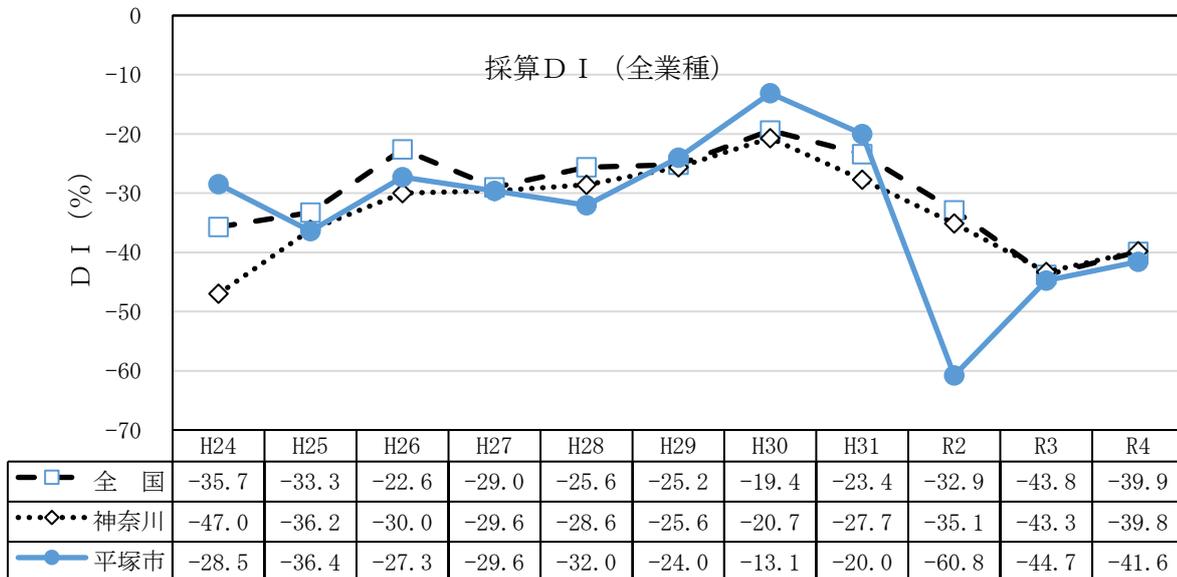
売上DI（平塚市の業種別）



(2) 採算の状況

業種全体の採算D Iは、昨年より 3.1 ポイント上昇して▲41.6%となった。製造業、建設業は上昇しているが商業は 3.0 ポイント下降している。

採算D I (平塚市の業種別)



■業種別の景況

◎製造業

売上D Iは昨年より 23.6 ポイントと上昇して▲22.0%となった。採算D Iは昨年より 14.4 ポイント上昇して▲28.8%となった。売上D Iが上昇した要因は最近の原材料や原油などのエネルギーコスト上昇分が価格に転嫁されたことが大きな要因と思われる。一方で、製造業の経営課題に見られるように原価低減が大きな項目になっているおり、売上拡大に合わせたコスト削減に向けた行動にあると思われる。

◎建設業

売上D Iは 22.2%、採算D Iは 28.8%と昨年に比べ大きく上昇している。売上D I、採算D I好転の要因は、建設業の課題にみられる「売上高の確保」「原価の低減」の二つに注力している結果と思われる。

◎小売業

売上D Iは昨年より 7.1 ポイント上昇して▲45.0%となった。採算D Iは 10.7 ポイント下降して▲63.6%となった。また、「客数」のD Iは▲63.1%と下降しているが、「客単価」のD Iは▲29.5%と昨年より上昇している。資金繰りのD Iは▲36.7%と昨年より 1.2 ポイント若干悪化している。

◎卸売業

売上D Iは昨年より 32.1 ポイントと大きく上昇して▲27.9%となった。採算D Iも 13.3 ポイント上昇して▲44.2%となった。また、「客数」のD Iも 3.7 ポイント、「客単価」のD Iも 22.2 ポイント上昇しているものの「資金繰り」のD Iは 9.5 ポイント下降している。

◎飲食業

売上D Iは昨年より 5.1 ポイント上昇して▲51.7%、採算D Iも 5.0 ポイント上昇して▲58.6%となった。「客数」「客単価」のD Iが、それぞれ、13.1 ポイント、12.3 ポイントと上昇したことが要因と思われる。

◎サービス業・観光業

売上D Iは昨年より 4.9 ポイント上昇して▲25.6%となったものの、採算D Iは 2.8 ポイント下降して▲38.1%となった。「客数」D Iは 12.3 ポイント、「客単価」のD Iは 2.9 ポイントとそれぞれ上昇している。

■新型コロナウイルスによる経営への影響

今回の調査では、いずれの業種の売上D Iも採算D Iもリーマンショック後の平成 21 年よりも上回っている。さらに、前回調査時と比較しても、売上D Iは全業種で改善されている。また、採算D Iにおいては、商業以外は前回よりも改善されている。商業の採算D I悪化の原因は小売業が 10.7 ポイント、サービス業・観光業が 2.8 ポイント下降したことにある。直接顧客と接する小売業においては客数のD Iが昨年より 5.6 ポイント下降しており、「顧客の新規獲得」が経営課題となっている。また、サービス業・観光業においても小売業と同様に「顧客の新規獲得」が経営課題となっている。

「新型コロナウイルス感染症の拡大」を問題点としている企業は全体的にすべての業種で前回よりも減少している。しかし、実際に顧客と接する「小売業」は 43.5%、「飲食業」は 62.7%、「サービス・観光業」は 42.9%といずれも前回よりも減少しているものの 40%を超える高い数値になっている。

■考察

コロナ禍もあって厳しい事業環境の中にある今こそ、新たなビジネス・モデルをつくり出すチャンスである。世界の市場が低迷する中、大きな環境の変化を捉えて新たな市場開拓を促進し事業展開を図り、自社の業績拡大を実現する絶好のチャンスでもある。新市場を開拓する時、基本的には以下の二つの方法がある。

- ①自社の技術・能力・ノウハウを活用して新たな市場を探し出し、その市場のニーズに合わせた商品・サービスを提供する手法
- ②自社が持つ現在の技術・能力・ノウハウに関連した新たな技術・能力・ノウハウを開発して新たな市場を探し出して提供する手法

①については「ハード」と「ソフト」をキーワードとして考えてみる。今、コロナ下で業績が落ち込んでいる飲食業を例にとると、「ハード」に相当するものは「自社のメニューに基づく料理」であり、「ソフト」は「その料理の作り方」である。即ち、①を事業として実施する場合には「その料理の作り方を教える事業」になる。「作り方」を教えるためには ZOOM などを活用し「オンライン」で客を集めて実施するのが現代の環境にあった手法になる。また、オンライン以外でも「料理教室」などを開催し、得意料理を教えるのも一方法である。

②については、小売業が自社のホームページを充実させ、SNS を活用して自社の商品を売る方法、つまり販売の場所を自店以外に広げることである。近隣を対象にしたビジネスであれば、配達も重要な手段になる。

上記①、②を飲食業と小売業だけでなく、どのような事業にも当てはめて実施することが可能である。是非、自社の事業に当てはめて、上記①及び②を活用した新たな事業法を考えることで、このコロナ禍のこの時期に自社を発展させて頂きたい。

*調査結果の詳細につきましては、平塚商工会議所のホームページよりダウンロードできる「報告書」をご覧ください。