

# 景気動向調査報告書

(平成29年4月調査)

平塚商工会議所

## 1. 調査方法と回答企業の概要

### (1) 調査方法

この景気動向調査は平塚市の企業を対象として、平成29年4月に実施したものである。また、比較データとして平成19年～平成28年における過去10年間の調査結果をもとにした。調査方法は郵便・FAXによる無記名の調査票（アンケート）回収方式である。今回の調査票発送数、回収数、回収率を図表1に示す。

図表1 平成29年4月 調査回収状況

業種	発送数 (件)	回収数 (件)	回収率	28年回 収率
<b>工業</b>	<b>699</b>	<b>252</b>	<b>36.1%</b>	<b>35.4%</b>
製造業	315	131	41.6%	39.6%
建設業	384	121	31.5%	31.1%
<b>商業</b>	<b>963</b>	<b>296</b>	<b>30.7%</b>	<b>34.4%</b>
小売業	299	126	42.1%	43.8%
卸売業	125	36	28.8%	33.1%
飲食業	154	30	19.5%	20.4%
サービス業	385	104	27.0%	33.1%
<b>合計</b>	<b>1,662</b>	<b>548</b>	<b>33.0%</b>	<b>34.7%</b>

なお、今回の調査では、「最近の経営上の問題点」、「今後の経営課題」について、若干の修正を行うと共に、支援・施策や大型店進出の影響に関する質問を行った。

### (2) DIの意味

景況を表すDIとはディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略で、良くなったとする企業数から、悪くなったとする企業数を差し引いた数の全体に対する比率である。

### (3) 回答企業の概要

工業関連（製造業・建設業）の回答企業について、従業員数および創業年数に関する情報を図表2に示す。回答企業249社のうち、創業20年以上と実績のある企業が208社と工業関連企業全体の84%を占めている。また、従業員数をみると従業員20名以下の小規模企業が181社と工業関連企業全体の73%を占めている。

図表2 工業関連の回答企業

従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	6	18	50	19	93
6人～20人	2	10	47	29	88
21人～50人	0	5	11	18	34
51人～100人	0	0	4	8	12
101人～300人	0	0	2	12	14
301人～	0	0	3	5	8
合計	8	33	117	91	249

注1) 3社が創業年数または従業員数について未回答

商業関連（小売業・卸売業・飲食業・サービス業）の回答企業について、従業員数及び創業年数に関する情報を図表3に示す。回答企業290社のうち、創業20年以上の実績のある企業が237社と商業関連企業全体の82%を占めている。また、従業員数を見ると従業員5名以下の小規模企業が176社と商業関連企業全体の61%を占めている。

図表3 商業関連の回答企業

従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	9	28	68	71	176
6人～20人	2	8	25	24	59
21人～50人	0	3	12	11	26
51人～100人	0	2	6	6	14
101人～300人	1	0	5	3	9
301人～	0	0	1	5	6
合計	12	41	117	120	290

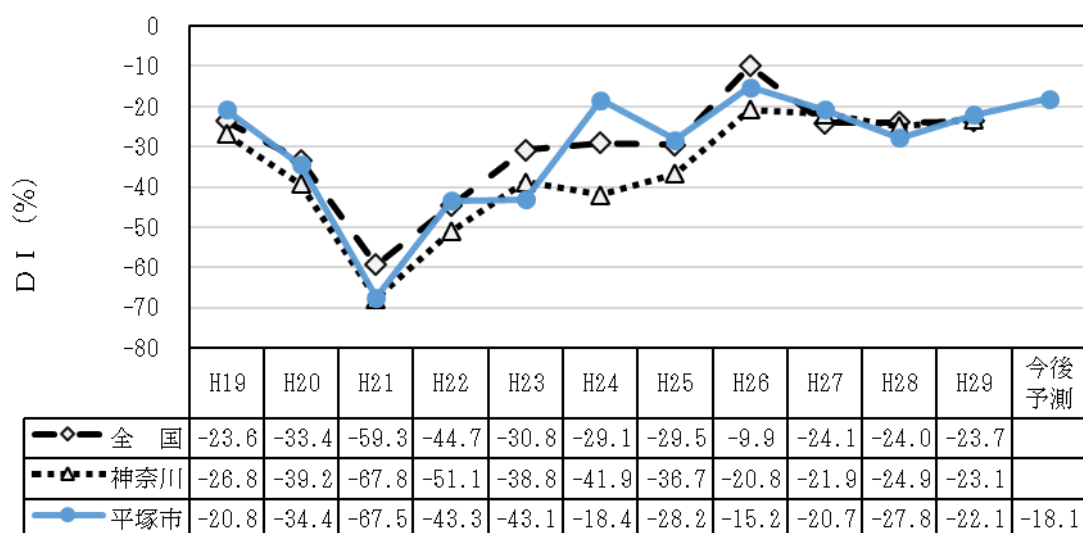
注2) 6社が創業年数または従業員数について未回答

## 2. 調査結果の概要について

### (1) 売上高の状況

図表4に全国および神奈川県との売上DI比較データを示す。平塚市の全業種の売上DIは前回調査より5.7ポイント上昇して-22.1%となった。全国の売上DIの数値は昨年から0.3ポイント、神奈川県は昨年から1.8ポイント上昇している。平塚市の売上DIの数値の上昇は、全国、神奈川県と比較して上昇幅が大きくなっている。今後予測の売上DIの回答は-18.1%と、平塚市の先行きの売上見通しは、4.0ポイントの上昇となっている。

図表4 売上DI（全業種）



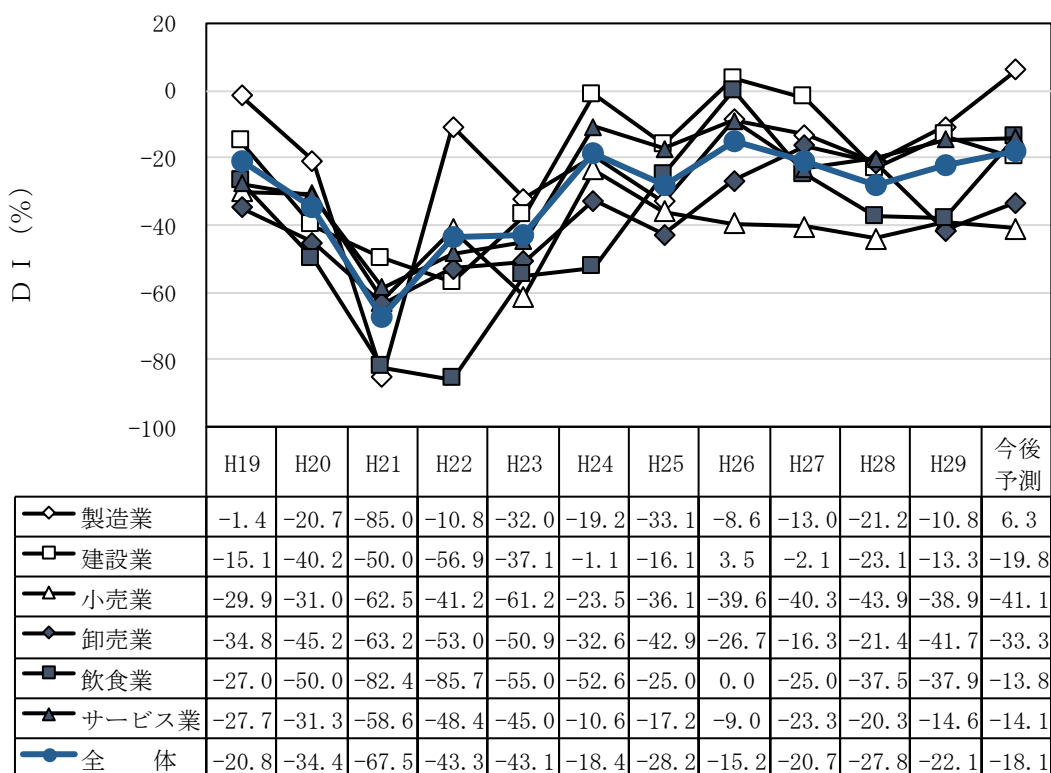
なお、消費税率の引き上げが平成26年4月1日より実施されているが、この年の平塚市における景気動向調査は消費税引き上げ後の5月時点の調査データである。平成26年の全国及び神奈川県データのデータは4月以前の調査結果であり、消費税引き上げ前の駆け込み需要が反映されているものと推察される。平成29年については、全国のデータは中小企業庁発表（平成29年3月実施）、神奈川県のデータは神奈川産業振興センター発表（平成29年2月実施）の全業種の平均である。

注3) 平塚市の調査は平成23年及び平成26年は5月に実施、それ以外の年は4月に実施をしている。

注4) 全国、神奈川県の売上比較データ（H23.5）は、平成23年3月11日の東日本大震災以前に実施した調査であるため、震災の影響が反映されていない。

図表5に平塚市の業種別売上D Iを示す。卸売業、飲食業を除く4つの業種で売上D Iの上昇が見られる。製造業の売上D Iは、-10.8%と前回調査から10.4ポイントの上昇となった。建設業においても、今回の調査においては-13.3%と前回調査から9.8ポイントの上昇を示しており、工業関連企業の売上D Iに改善が見られる。

図表5 売上D I（平塚市の業種別）



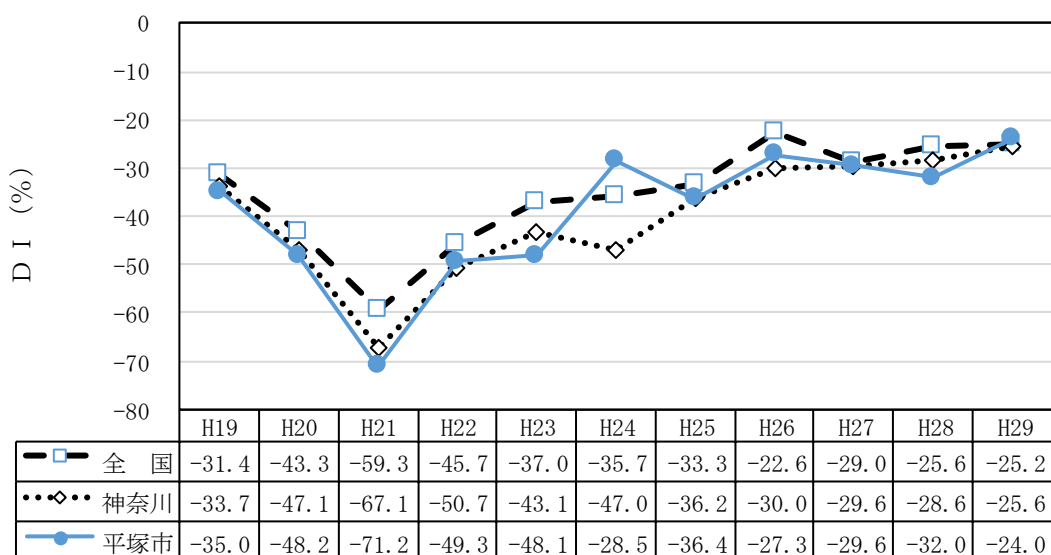
今後の予測としては、建設業、小売業の2業種においては、売上D Iの下降が見られるが、製造業、卸売業、飲食業、サービス業の4業種においては、売上D Iは上昇となっている。6業種全体での今後の予測の売上D Iは-18.1%と平成29年の今回の調査から4.0ポイントの上昇がみられる。

特に製造業の予測は+6.3ポイントと、良くなると回答した企業が、悪くなると回答した企業を上回っている他、飲食業の予測においても24.1ポイントと大幅な上昇がみられる。

(2) 採算の状況

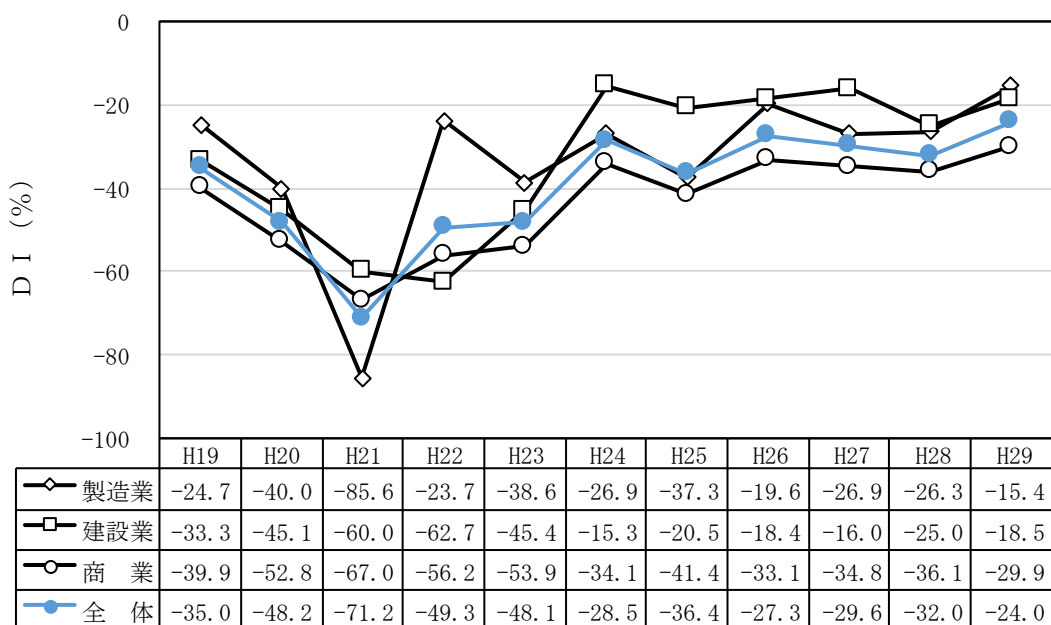
図表6に全国および神奈川県との比較データを示す。平塚市の業種全体の採算D I（経常利益ベース）は、昨年より8.0ポイント上昇して-24.0%となった。この採算D Iについては、全国では-25.2%、神奈川県では-25.6%と上昇し、平塚市は、神奈川県と比べて1.6ポイント高い。

図表6 採算D I（全業種）



図表7に平塚市の業種別採算D Iを示す。製造業、建設業、商業ともに、マイナス水準と厳しい状況が続いているが、今回調査の全体の採算D Iは、-24.0%と前回調査から8.0ポイント上昇している。特に、製造業は-15.4%と昨年と比較して10.9ポイントほど上昇となっている。

図表7 採算D I（平塚市の業種別）



### 3. 製造業の景況

#### (1) 製造業の経営状況

製造業の回答企業 129 社の内、従業員 20 人以下の小規模企業が 74 社と半数以上を占める。また、創業 50 年以上の企業が 61 社、創業 20 年以上 50 年未満の企業が 45 社と創業年数が長く、実績のある企業が多数を占めている。

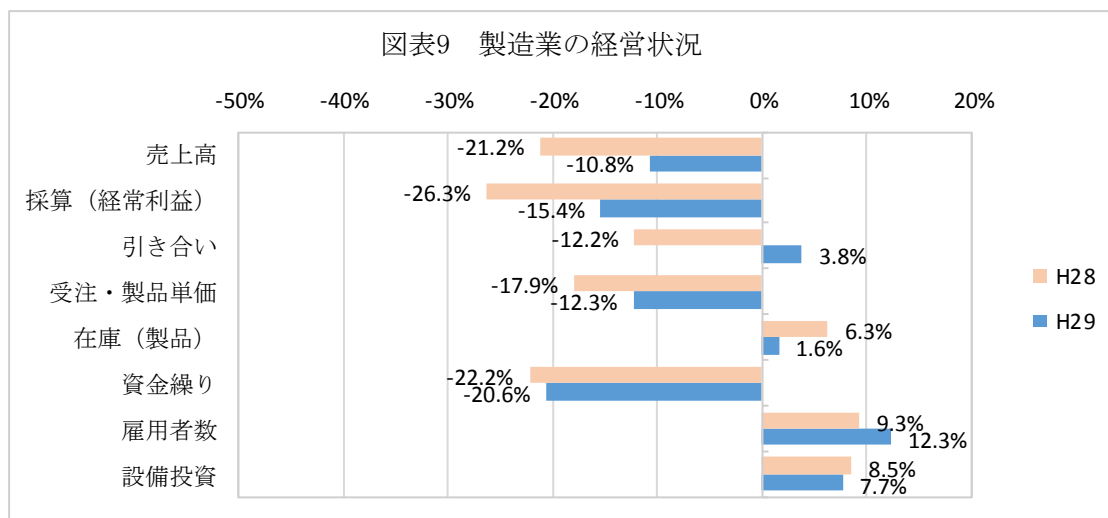
図表 8 製造業の回答企業

従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	2	12	15	12	41
6人～20人	2	4	16	11	33
21人～50人	0	3	7	15	25
51人～100人	0	0	3	7	10
101人～300人	0	0	2	11	13
301人～	0	0	2	5	7
合計	4	19	45	61	129

注5) 2社が創業年数または従業員数について未回答

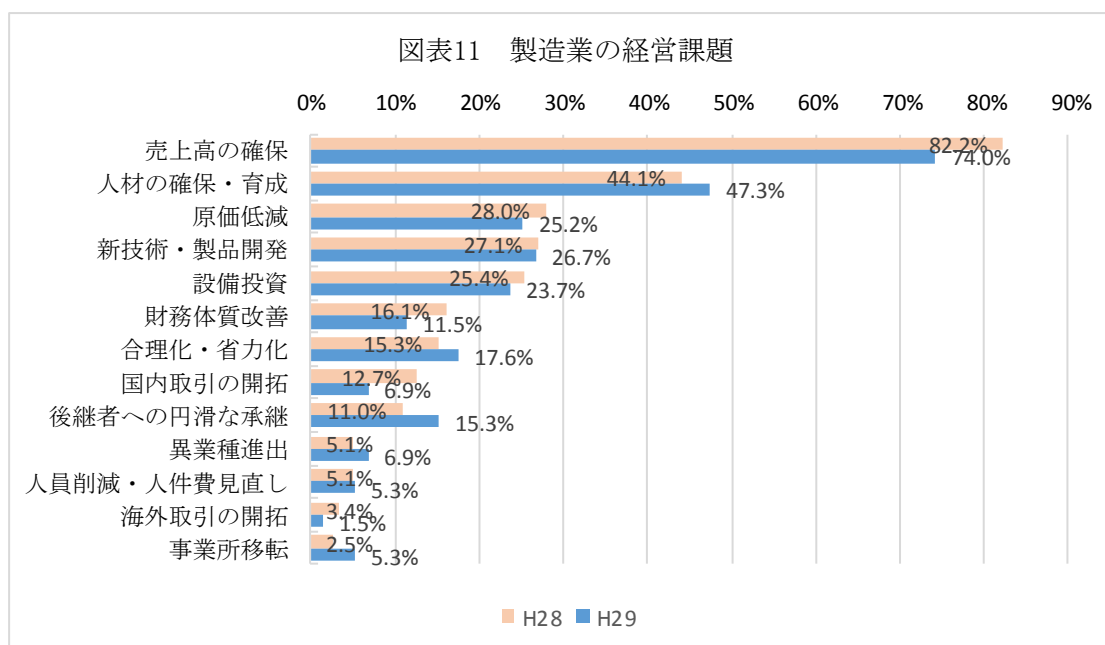
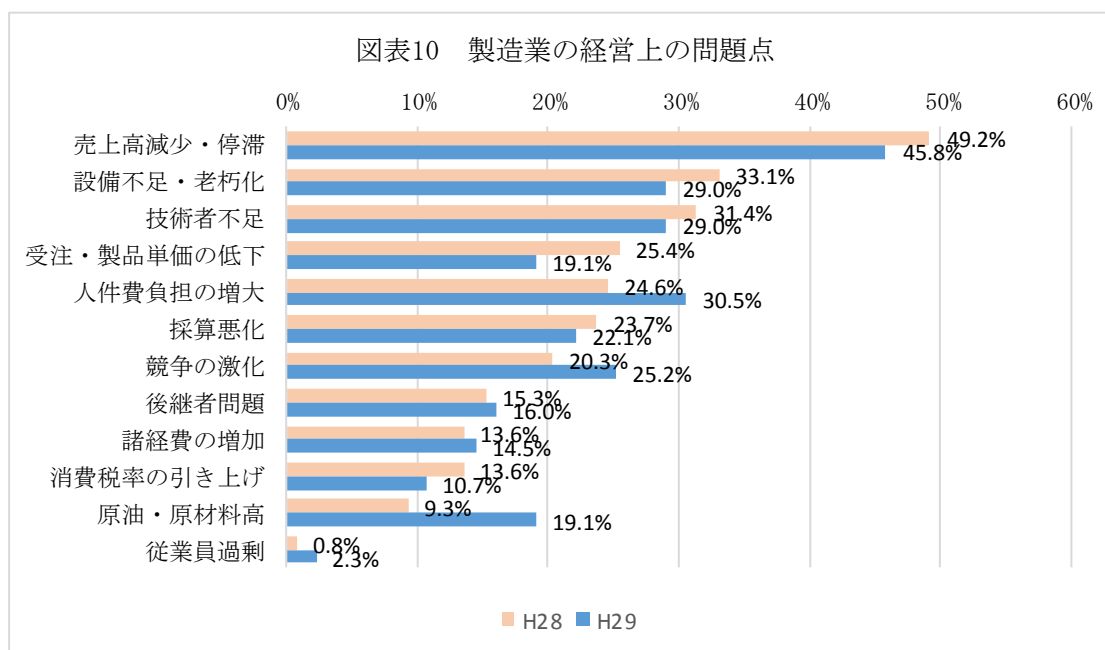
図表 9 に製造業の経営状況の指標を示す。製造業の各種 D I を見ると、「売上高」は、昨年調査の -21.2% から今回は -10.8% と 10.4 ポイントの上昇となった。前回は、-12.2% だった「引き合い」の D I が今回は +3.8% とプラスに転換し、「受注・製品単価」の D I も 5.6 ポイント改善するなど、これらの 2 つの要因が売上高 D I を上昇させていると推察される。

製造業は売上高の上昇にともなって「採算（経常利益）」の D I についても、昨年の -26.3% から -15.4% と 10.9 ポイント上昇している。「設備投資」と「雇用者数」の D I がプラスとなっていること、特に「雇用者数」の D I は、昨年よりも 3.0 ポイント上昇し、雇用に積極的な状況がうかがえる。製造業の売上 D I の今後の予測が +6.3% と今回調査の -10.8% から大きく上昇していることから、生産体制を強化しているものと推察する。



## (2) 製造業の経営上の問題点と課題

図表10 および図表11 に製造業における問題点と経営課題についての回答結果を示す。経営上の問題点について、昨年の回答率と比べてみると「原油・原材料高」が9.8ポイントと大きく上昇しているほか、「人件費負担の増大」が昨年に続き上昇し、30.5%となっている。その一方で、「売上高減少・停滞」は3.4ポイント、「受注製品単価の低下」は6.3ポイント下降している。



製造業の経営課題において、「人材の確保・育成」が昨年の44.1%から47.3%と3.2ポイントの上昇が見られる。問題点において「人件費負担の増大」が上昇しているものの、人材の不足感は依

然として強いものと思われる。

また「後継者への円滑な承継」が昨年の11.0%から、今回調査では15.3%と4.3ポイント上昇している。製造業では20社の企業が事業承継を経営課題として捉えている。また、「事業所移転」については7社が検討しており、割合では昨年よりも2.8ポイント増加している。

### (3) 製造業における消費税率引き上げの影響

製造業の「消費税率引き上げ」を経営上の問題点として回答した企業は昨年の13.6%から10.7%と2.9ポイント下降しており、全6業種の中では、問題としている企業の割合は2番目に少ない。

## 4. 建設業の景況

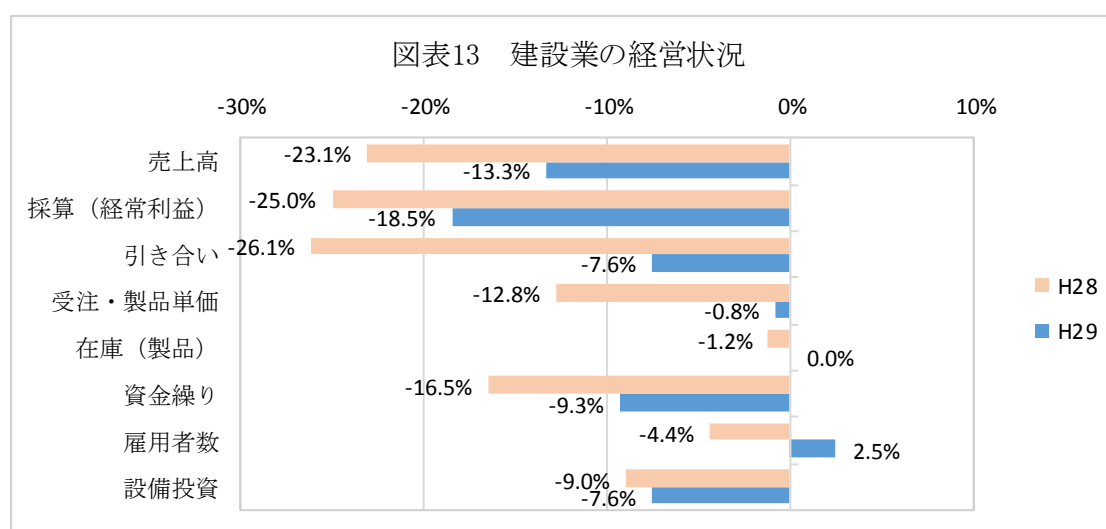
### (1) 建設業の経営状況

建設業の回答企業120社の内、従業員20人以下の小規模企業が107社と89%を占める。また、創業20年以上の企業が102社と創業年数が長く、実績のある企業が多数を占めている。

図表12 建設業の回答企業

従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	4	6	35	7	52
6人～20人	0	6	31	18	55
21人～50人	0	2	4	3	9
51人～100人	0	0	1	1	2
101人～300人	0	0	0	1	1
301人～	0	0	1	0	1
合計	4	14	72	30	120

図表13に建設業の経営状況の指標を示す。



建設業の「引き合い」のD Iを見ると、昨年の-26.1%から今年は-7.6%へと大幅に上昇し、「売上高」のD Iも昨年の-23.1%から9.8ポイント上昇して-13.3%となっている。それに伴い、「雇用

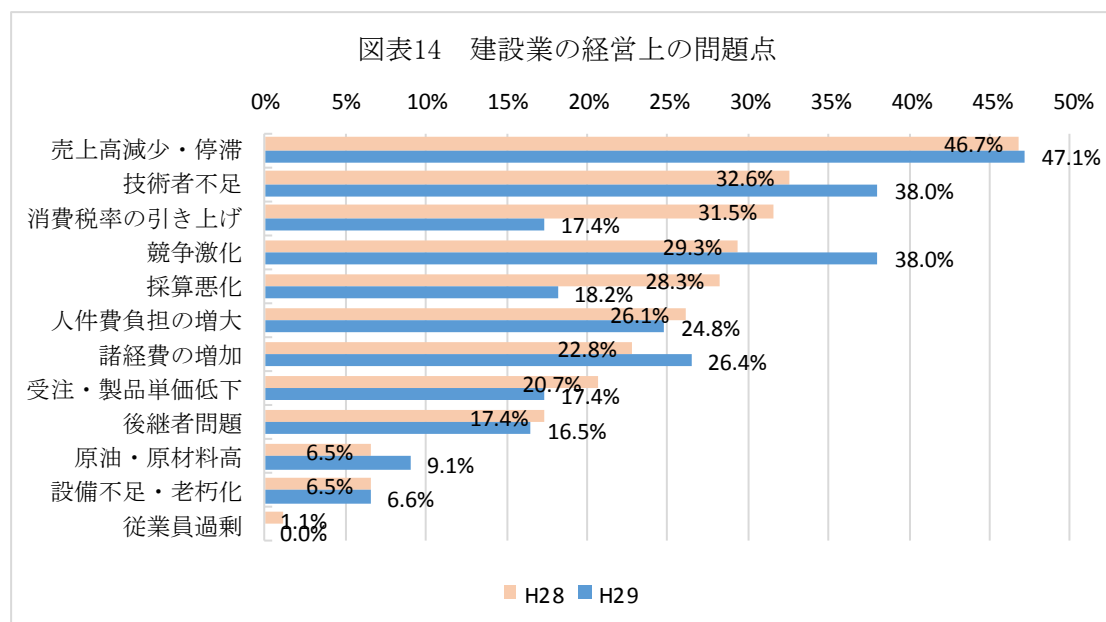


者」のD Iは昨年の-12.8%からプラス2.5%と6.9ポイントの上昇がみられる。

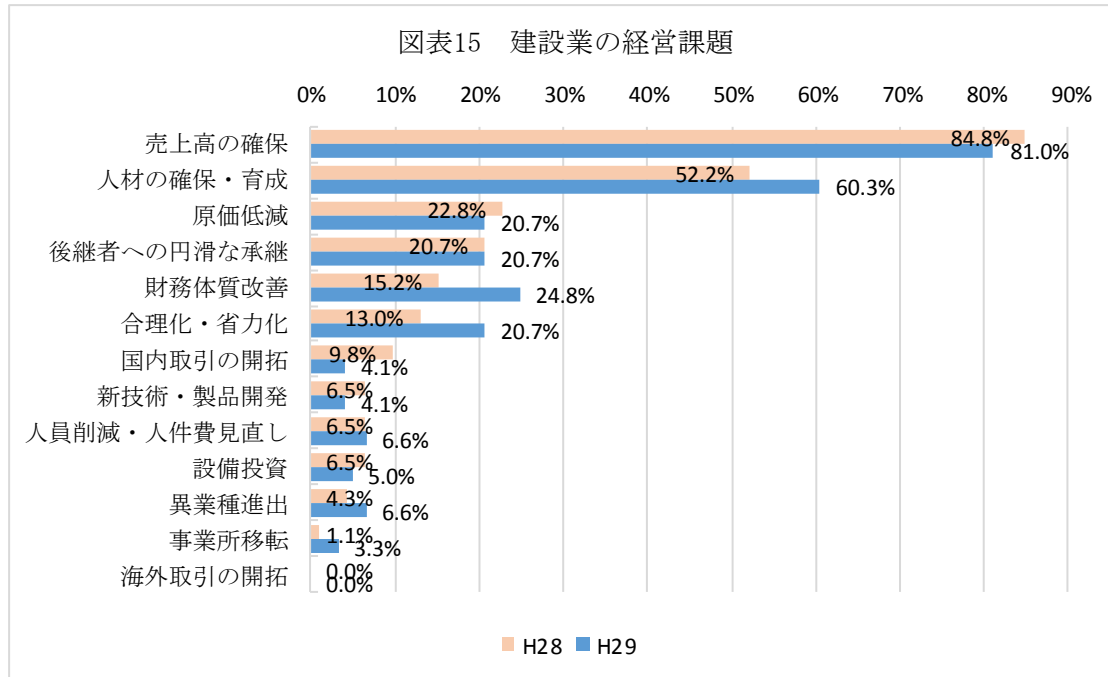
「受注・製品単価」のD Iは昨年の-12.8%から、今年は-0.8%と12.0ポイント上昇し、引き合いの増加や人手不足による業界の繁忙感から受注単価の低減が昨年よりも抑制されている傾向にあると推察される。受注量の改善や受注単価の維持の影響が、「採算（経常利益）」のD Iに良い影響を与えており、昨年の-25.0%から-18.5%と6.5ポイントの上昇となっていると推察する。

## （2）建設業の経営上の問題点と課題

図表14および図表15に建設業における問題点と経営課題についての回答結果を示す。建設業においては、「引き合い」D Iの大幅な上昇があったものの、「競争激化」を問題点としてあげる企業は昨年の29.3%から38.0%と8.7ポイントの上昇となり、12項目の問題点の中でもっとも上昇が大きくなっている。昨年に続いて大きく上昇している「技術者不足」は、今回も2番目に回答が多い問題点として取り上げられており、32.6%から38.0%と5.4ポイントの上昇がみられ、人材の確保が難しくなっている様子がうかがえる。



建設業の経営課題については、「売上高の確保」は、昨年から3.8ポイントほど下降したものの、81.0%と今年も最も多く8割以上の企業が課題として取り上げている。また、「人材の確保・育成」は昨年から8.1ポイント上昇して60.3%と2番目に多くの企業が取り上げており、有効求人倍率が高くなっている昨今の雇用環境を反映しているものと考えられる。このように人材の確保が難しいためか、「合理化・省力化」が昨年の13.0%から7.7ポイント上昇して20.7%となっており、人手不足を生産性の改善で対応しようとする企業が増加しているものと思われる。また「後継者への円滑な承継」も、昨年同様に20.7%の企業が取り上げており、建設業121社の内、25社が後継者に事業を承継しようとしている。



### (3) 建設業における消費税率引き上げの影響

建設業においては、平成26年の消費税率引き上げ以降、3年間、全体の3割以上が問題点として取り上げられていた。しかし、4回目の今回の調査では消費税の引き上げを問題として捉える企業は、昨年の31.5%から17.4%と14.1ポイントの大幅な下降となっている。

## 5. 小売業の景況

### (1) 小売業の経営状況

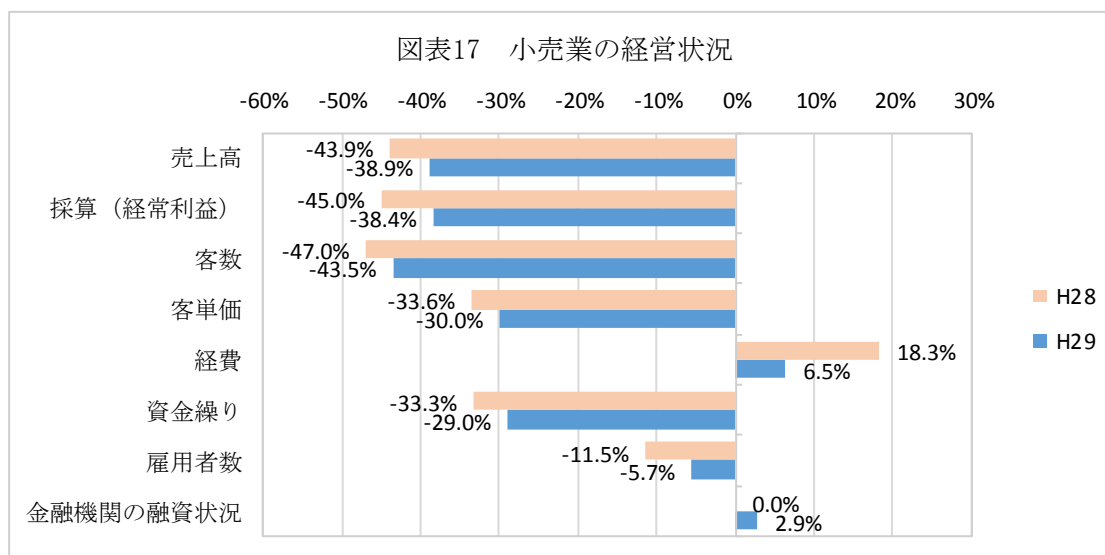
小売業の回答企業122社の内、従業員5人以下の小規模企業は76社と62%である。また、創業50年以上の企業が70社、創業20年以上50年未満の企業が43社である。平塚市の小売業は商業関連業種の中でも、飲食業やサービス業などに比べて創業年数の長い企業が多い。

図表16 小売業の回答企業

従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	2	5	25	44	76
6人～20人	0	1	11	13	25
21人～50人	0	1	5	6	12
51人～100人	0	0	0	2	2
101人～300人	0	0	2	2	4
301人～	0	0	0	3	3
合計	2	7	43	70	122

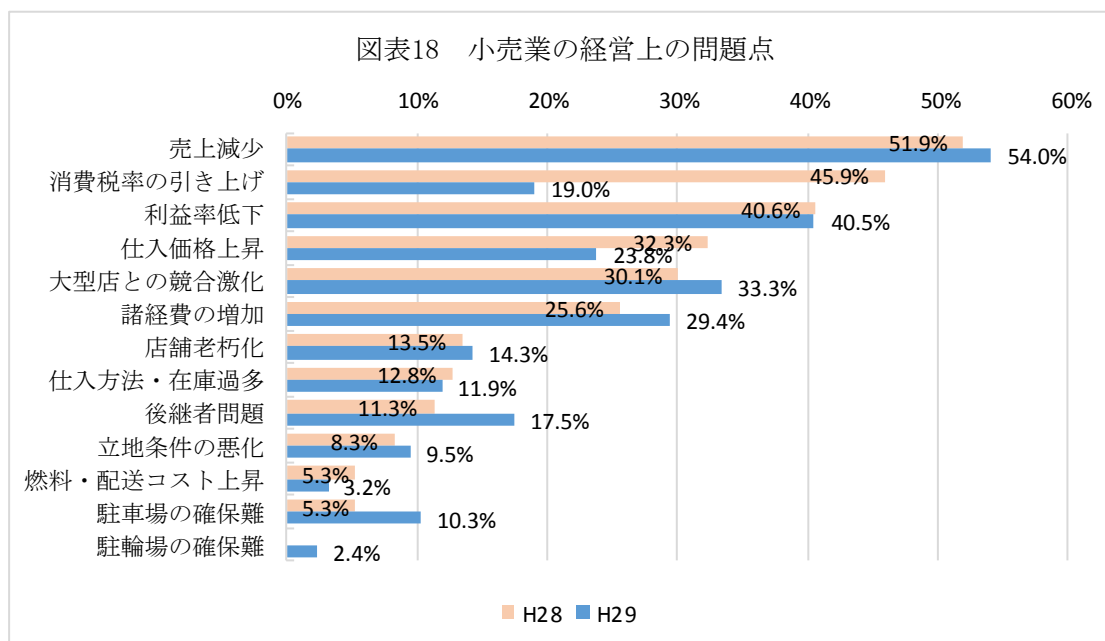
注6) 4社が創業年数または従業員数について未回答

図表17に小売業の経営状況を示す。小売業においては、「売上高」を構成する「客単価」のD Iが昨年の-33.6%から、今年は-30.0%と3.6ポイントの上昇がみられ、「客数」のD Iにおいても、昨年の-47.0%から-43.5%と3.5ポイントの上昇がみられる。その結果、「売上高」のD Iは昨年の-43.9%から-38.9%と5.0ポイントの上昇となったと推察する。その一方で「経費」のD Iは、昨年の+18.3%から11.8ポイント改善し、+6.5%となっており、「採算（経常利益）」のD Iに良い影響を及ぼしたものと思われる。

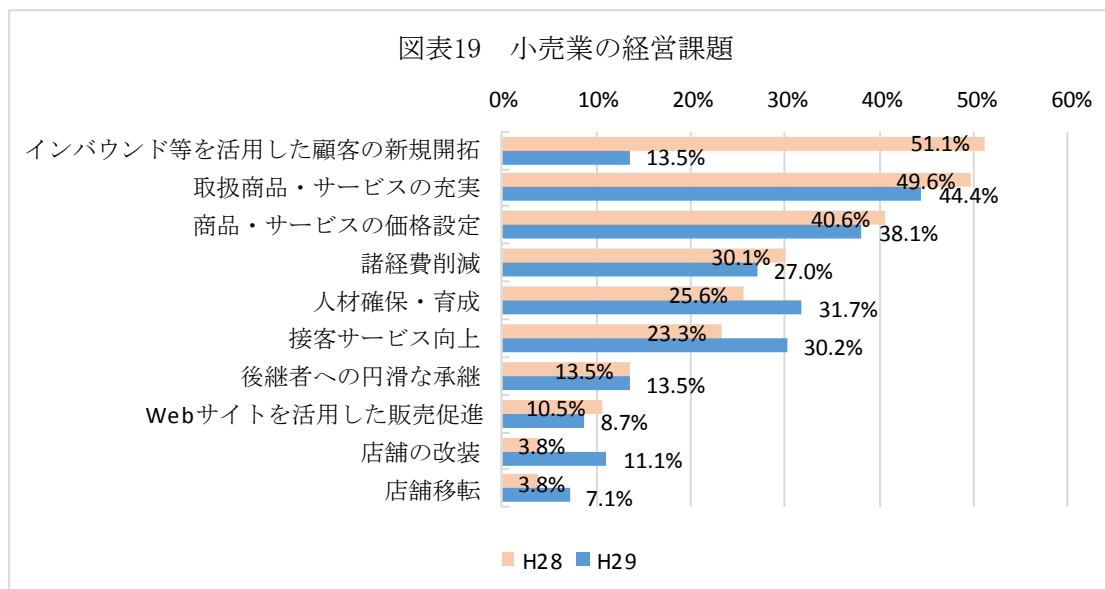


## (2) 小売業の経営上の問題点と課題

図表18および図表19に小売業における問題点と経営課題についての回答結果を示す。今回の調査では「駐輪場の確保難」の質問を新たに追加したが、2.4%と回答項目の中で最も低い回答結果になった。その一方で、「駐車場の確保難」は10.3%と昨年から5ポイント上昇している。



商業関連企業の経営課題の回答項目について、前回まで「顧客の新規開拓」としていた項目を、今回から「インバウンド等を活用した顧客の新規開拓」に修正した。前回は半数を超える企業が「顧客の新規開拓」を経営課題に取り上げていたが、「インバウンド等を活用した」との文言をいれた今回の調査では、回答が大きく減少する結果となった。近年の外国人観光客の増加などをビジネスにつなげることを意識している企業は、13.5%である。



### (3) 小売業における消費税率引き上げの影響

小売業で「消費税率引き上げ」を経営上の問題点として回答した企業は、昨年、45.9%であったが、今回の調査では、問題点とする企業が26.9ポイントと大きく減少して、19.0%となった。

## 6. 卸売業の景況

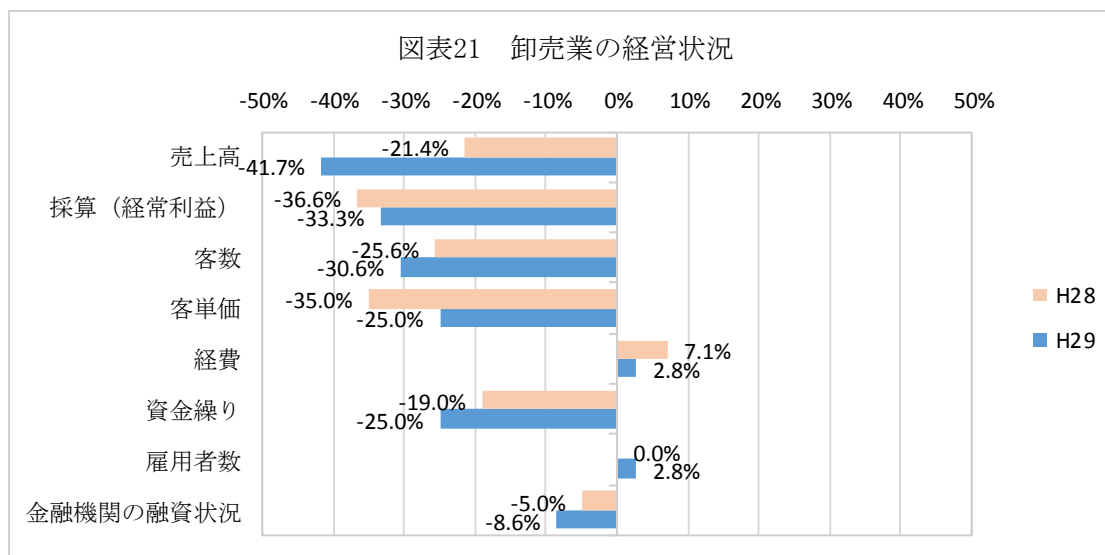
### (1) 卸売業の経営状況

卸売業の回答企業36社の内、従業員5人以下の小規模企業は23社と64%である。また、創業50年以上の企業が19社、創業20年以上50年未満の企業が13社である。

図表20 卸売業の回答企業

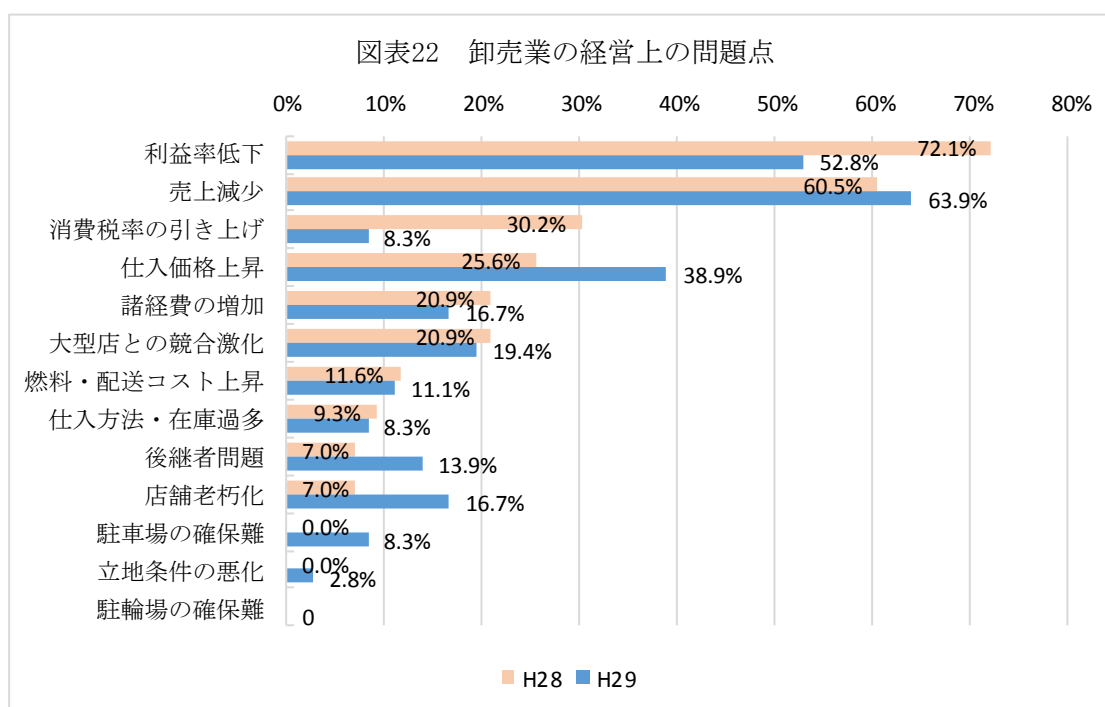
従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	0	4	10	9	23
6人～20人	0	0	2	5	7
21人～50人	0	0	1	2	3
51人～100人	0	0	0	1	1
101人～300人	0	0	0	1	1
301人～	0	0	0	1	1
合計	0	4	13	19	36

図21に卸売業の経営状況を示す。卸売業では「売上高」のD Iが昨年の-21.4%から-41.7%と20.3ポイントの下降となった。その一方で、「採算（経常利益）」のD Iは、昨年の-36.6%から3.3ポイント上昇した。「客単価」のD Iが昨年から10.0ポイント上昇した他、「経費」のDIに改善が見られた影響と思われる。また、商業関連企業の中で唯一、雇用者数がプラスに転じている。

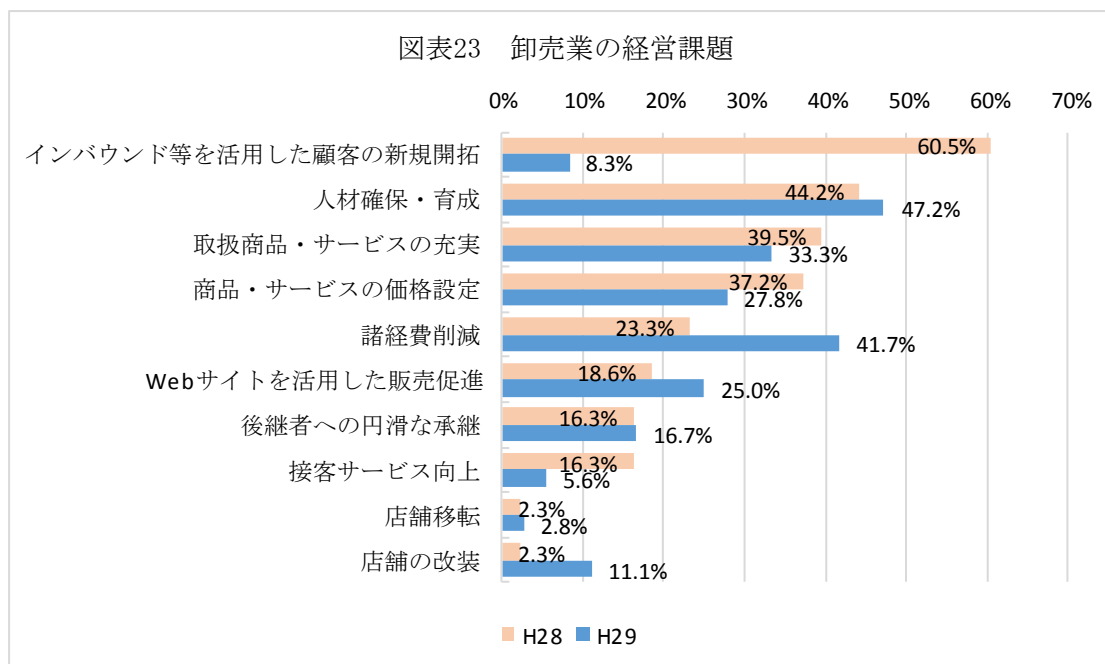


## (2) 卸売業の経営上の問題点と課題

図表22および図表23に卸売業における問題点と経営課題についての回答結果を示す。卸売業の問題点は「利益率の低下」と「消費税率の引き上げ」が、20ポイント程度下降し、「仕入価格の上昇」、「店舗老朽化」、「後継者問題」が上昇した。また、「駐車場の確保難」は8.3%と上昇したが、「駐輪場の確保難」を問題と回答した企業はなかった。



経営課題としては、昨年はトップであった「顧客の新規開拓」を「インバウンド等を活用した顧客の新規開拓」に修正したが、回答率は8.3%と大幅に減少した。インバウンドを優先課題として意識している企業は3社に留まっている。その一方で、「諸経費の削減」、「Webサイトを活用した販売促進」、「店舗の改装」の回答率が上昇している。



### (3) 卸売業における消費税率引き上げの影響

卸売業において「消費税率の引き上げ」を経営上の問題点として回答した企業は昨年、30.2%であった。今年の調査では、8.3%と昨年から21.9ポイント下降し、卸売業は工業関連も含めた6業種の中で、「消費税率の引き上げ」を問題として取り上げる企業の割合が最も低くなった。

## 7. 飲食業の景況

### (1) 飲食業の経営状況

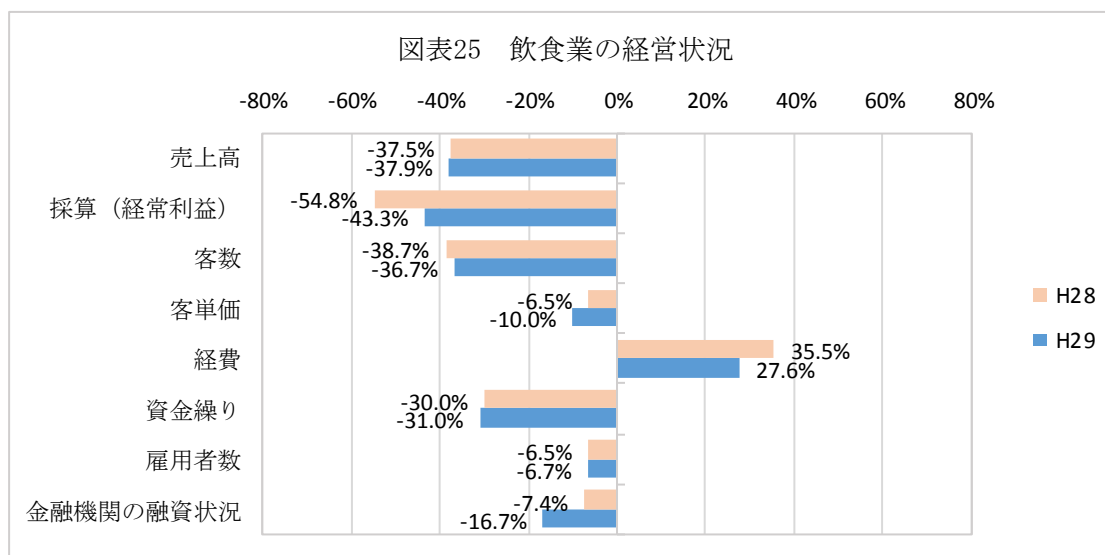
飲食業の回答企業29社の内、従業員5人以下の小規模企業は19社と66%である。また、創業20年以上の企業が18社、創業20年未満の企業が11社となっている。

図表24 飲食業の回答企業

注5) 1社が創業年数または従業員数について未回答

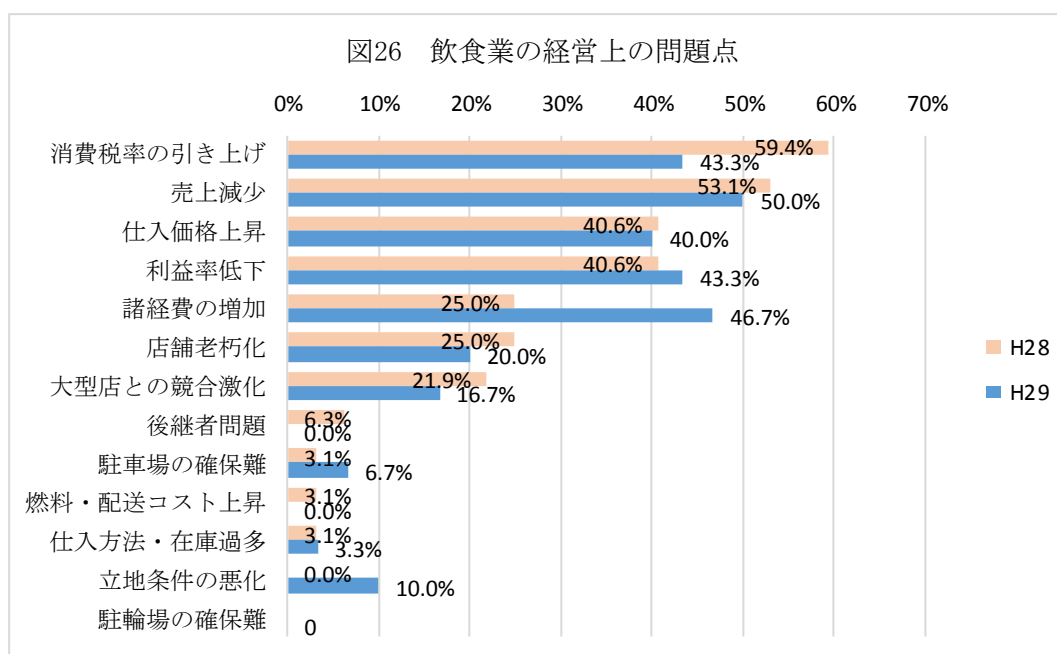
従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	2	4	8	5	19
6人～20人	1	3	2	2	8
21人～50人	0	0	1	0	1
51人～100人	0	0	0	0	0
101人～300人	1	0	0	0	1
301人～	0	0	0	0	0
合計	4	7	11	7	29

図25に飲食業の経営状況を示す。飲食業においては「売上高」のD Iが昨年の-37.5%から今年は若干下降し-37.9%となった。その一方で、「採算（経常利益）」のD Iは昨年の-54.8%から11.5ポイント上昇して-43.3%と改善がみられた。「経費」のD Iが昨年の35.5%から今年は27.6%と経費が増えたと回答した企業の割合が減っていることも要因と考えられる。



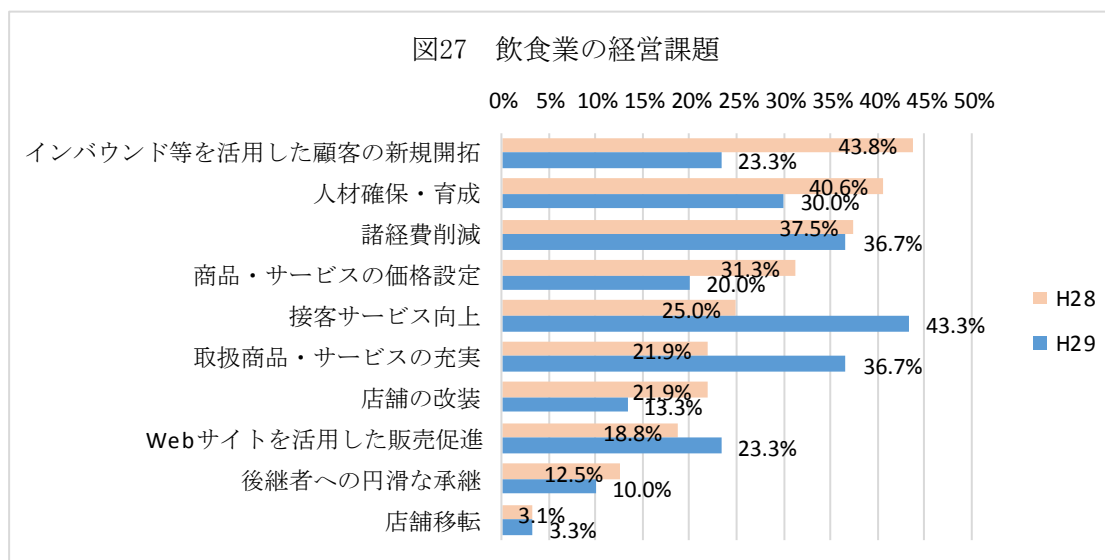
## (2) 飲食業の経営上の問題点と課題

図表26および図表27に飲食業における問題点と経営課題についての回答結果を示す。飲食業においては、「諸経費の増加」が21.7ポイント上昇した他、昨年は問題点との回答が全くなかった「立地条件の悪化」が10.0%と上昇している。「駐車場の確保難」は昨年よりも3.6ポイントの上昇があったが、「駐輪場の確保難」を問題点として取り上げた企業はなかった。



飲食業における経営課題を見てみると、「インバウンド等を活用した顧客の新規開拓」が23.3%と

昨年の「顧客の新規開拓」と比較すると20.5ポイント下降している。しかし、このインバウンド等の項目において、商業関連企業4社の中では最も高い回答率となっている。また、昨年から大きく上昇した経営課題としては、「接客サービスの向上」、「取扱商品・サービスの充実」がある。



### (3) 飲食業における消費税率引き上げによる影響

飲食業において「消費税率の引き上げ」を経営上の問題点として回答した企業は昨年の59.4%から43.3%と減少したものの、4割以上の企業が問題点として捉えている。飲食業における「消費税率の引き上げ」への問題意識は、工業、商業の6業種を通じて最も高い。

## 8. サービス業の景況

### (1) サービス業の経営状況

サービス業の回答企業103社のうち、従業員5人以下の小規模企業は58社と56%である。また、創業20年未満の企業が29社、創業20年～49年の企業が50社である。創業50年以上の企業は24社、23%であり、小売業と比較するとその割合は34ポイント低くなる。

図表28 サービス業の回答企業

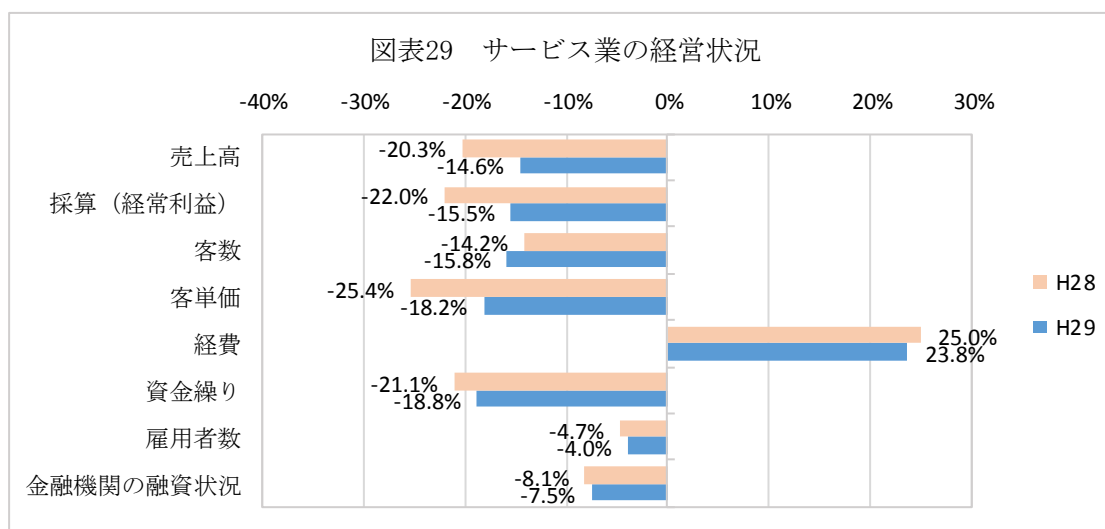
従業員数	創業年数				合計
	5年未満	5年～19年	20年～49年	50年以上	
0人～5人	5	15	25	13	58
6人～20人	1	4	10	4	19
21人～50人	0	2	5	3	10
51人～100人	0	2	6	3	11
101人～300人	0	0	3	0	3
301人～	0	0	1	1	2
合計	6	23	50	24	103

注8) 1社が創業年数または従業員数について未回答

図29にサービス業の経営状況を示す。「客数」のD Iが昨年の-14.2%から1.6ポイント下降し、-15.8%となったものの、「客単価」のD Iは昨年の-25.4%から7.2ポイント上昇し、-18.2%と

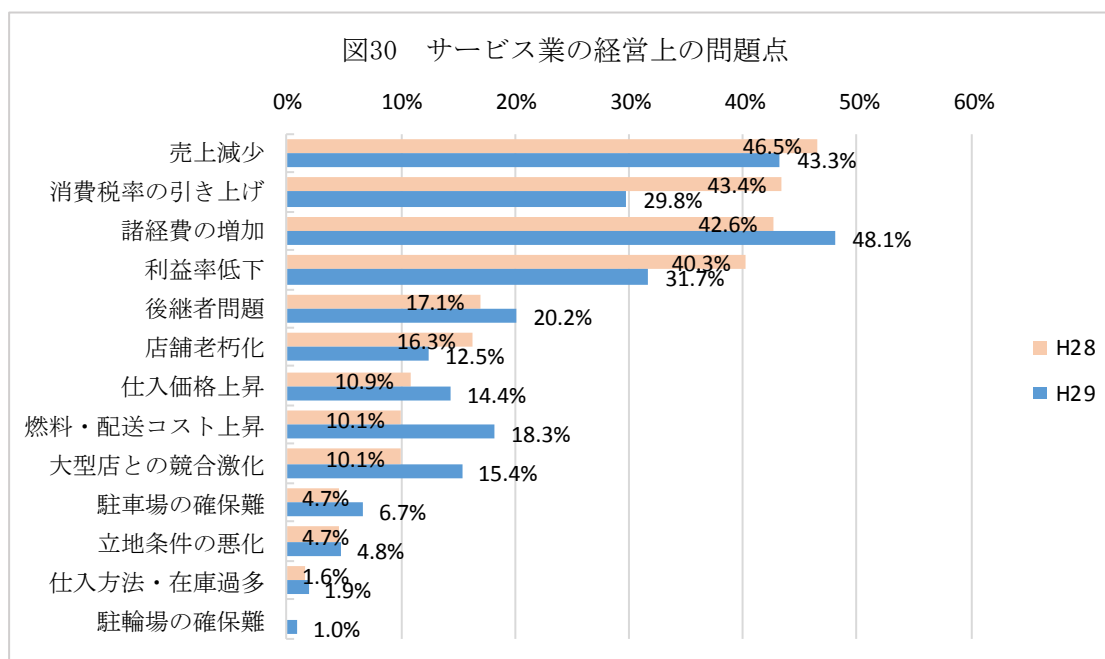


なった。「売上高」及び「採算（経常利益）」は共に昨年と比べてD I の上昇が見られる。

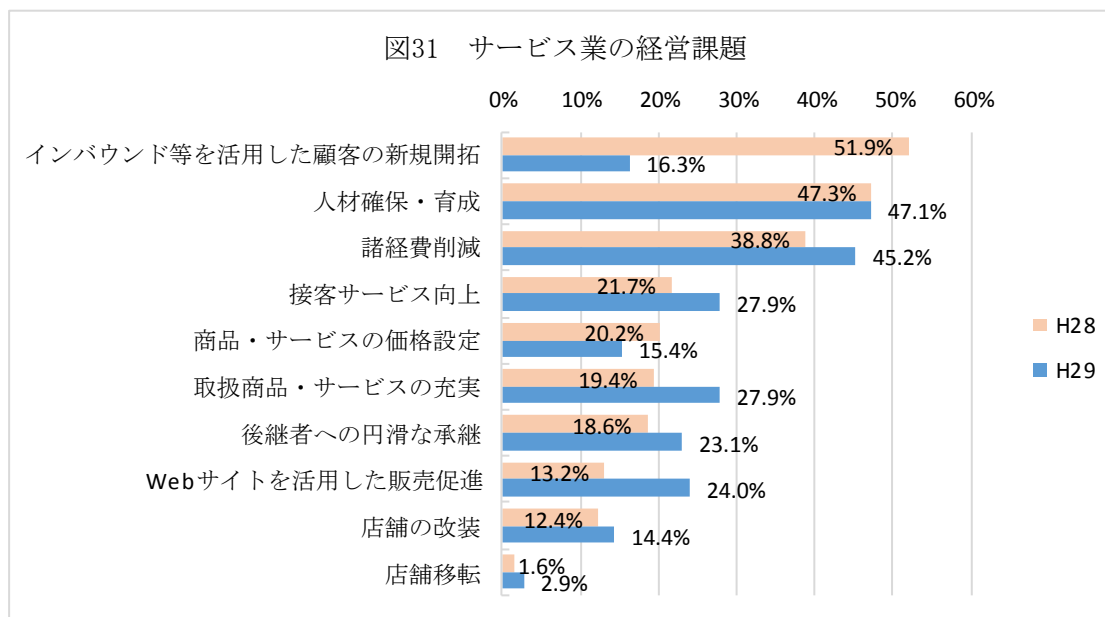


## (2) サービス業の経営上の問題点と課題

図表30 および図表31 にサービス業における問題点と経営課題についての回答結果を示す。サービス業における問題点として、「燃料・配送コストの上昇」と「諸経費の増加」の昨年からの上昇が目立つ。また、「駐車場の確保難」は2.0ポイント上昇し6.7%であり、商業関連4業種のすべてで、「駐車場確保難」の回答率が上昇している。



サービス業の経営課題としては、「人材確保・育成」が47.1%、「諸経費削減」が45.2%と今年も上位に位置している。昨年から最も上昇した項目は、「Webサイトを活用した販売促進」の10.8ポイントの上昇であり、今年から新たにたずねた「インバウンド等を活用した新規取引先の開拓」の16.3%を上回った。



### (3) サービス業における消費税率引き上げの影響

サービス業において「消費税率の引き上げ」を経営上の問題点として回答した企業は昨年の43.4% から13.6ポイント下降して29.8%となった。サービス業における「消費税率の引き上げ」の回答率は、商業、工業関連6業種の中で、飲食業に次いで2番目に高い。

また、商業、工業関連6業種における「消費税率の引き上げ」の回答率を昨年と今年で比較をすると、すべての業種において、回答率は下降している。

## 8. 希望する支援施策について（工業関連企業）

工業関連企業に経営課題について、どのような支援、施策を希望するか、自由記述によるアンケートを行ったところ、支援、施策への希望に関するコメントが72件、特に希望なしのコメントが11件、回答の記述がないものが169件であった

	希望あり	希望なし	記述なし	合計
製造業	36	8	87	131
建設業	36	3	82	121
合 計	72	11	169	252

### （1）製造業

製造業においては、回答企業131社のうち、36社から支援、施策への希望に関するコメントがあった。補助金・助成金に関するコメントが8件、人材確保・育成に関するコメントが8件、情報提供に関するものが6件と多く、この3項目で頂いたコメントの件数全体の6割を占めている。

#### <希望する支援・施策に関するコメント>

1	補助金・助成金	設備投資、高齢者継続雇用の補助金、助成金のサポート
2	補助金・助成金	諸制度の情報提供と補助金等申請書の助言
3	補助金・助成金	大型設備更新のための補助金
4	補助金・助成金	設備投資、高齢者継続雇用の補助金、助成金のサポート
5	補助金・助成金	設備の補助制度を強化して頂きたい
6	補助金・助成金	補助金を受けたい、設備の為の
7	補助金・助成金	補助金等の斡旋で資金基盤の安定化への助力
8	補助金・助成金	補助金などによる支援
9	人材確保・育成	従業員の確保
10	人材確保・育成	人件費の増大については、経営者の費用（給与）をマイナスして対応しているが今後は難しい
11	人材確保・育成	人材育成です
12	人材確保・育成	人材の紹介
13	人材確保・育成	人材確保のため、市内学校等への会社説明会開催支援

14	人材確保・育成	若手求職者の紹介
15	人材確保・育成	設問6より設問7の⑦が今後の課題と思われる
16	人材確保・育成	量産できない製品なので、1名か2名をこつこつと育てる様にしています。人数も目の届く範囲で。
17	情報提供	成功している会社の事例などを聞きたいです
18	情報提供	情報提供
19	情報提供	いろいろな情報が欲しい
20	情報提供	地域における各種情報（業者動向、人材等）の提供
21	情報提供	改善などの成功例の紹介「～ケースでこうなった」みたいな体験談をHPなどで教えて欲しい。
22	情報提供	貸工場、人材情報の提供
23	販路開拓	発注企業様（プラスチック射出成形）とのマッチング
24	販路開拓	現在の受注品がだんだんなくなっていく中で、新規の受注品がまったく見えてこないのが現状です
25	販路開拓	悪くなる一方です。このままでは5年後は無いと思います。市内の仕事のあっせんがあると良いのでは？
26	販路開拓	ビジネスマッチング
27	知的財産	パテント関係の進め方など基本的な支援をお願いしたい
28	知的財産	総務経理部門、特許、商標にかかる費用の補助、大企業と比べ相対的負荷が大きい
29	資金調達	売上減少時の融資等の対策強化
30	資金調達	融資の拡充、緩和
31	資金調達	現状は受注増加でも、資金繰りで苦しんでいる（外注支払い）
32	景気動向	今はガマン！様子見ながら行く
33	その他・複合	異業種の動向、今後の見通し、後継者の教育
34	その他・複合	ビジネスマッチング、補助金など
35	その他・複合	為替の安全とエネルギーコスト低減
36	その他・複合	事業継承時の税金対策

37	なし	なし
38	なし	??
39	なし	特になし
40	なし	特になし
41	なし	特になし
42	なし	特にありません
43	なし	特に無し
44	なし	なし

## (2) 建設業

建設業においては、回答企業 121 社のうち、36 社から支援、施策への希望に関するコメントがあった。人材確保・育成に関するコメントが 11 件と多く、この項目だけで頂いたコメントの件数全体の 3 割を占めている。

### <希望する支援・施策に関するコメント>

1	人材確保・育成	人材確保並びに人件費負担の増大が問題です
2	人材確保・育成	人材確保の支援
3	人材確保・育成	人材紹介
4	人材確保・育成	人材育成に関する支援
5	人材確保・育成	各種講習会、研修会の実施
6	人材確保・育成	現在既に手を打っております
7	人材確保・育成	技術者の紹介等
8	人材育成・確保	閉鎖や解散をするような同業者の方に、従業員等の斡旋をお願いしたい。
9	人材育成・確保	人員不足の増員確保を自社にて、今後考えていく
10	人材育成・確保	従業員の不足がいちばん難しい
11	人材育成・確保	技術者を確保したい

12	公共工事	公共工事の地元（平塚市内）優先策→時元が取れば下請けも地元、材料屋も地元、打ち上げも地元で地元活性化
13	公共工事	市内公共工事は市内の事業者を優先して発注する事。税金に関する重要な事だと思います。
14	公共工事	地域密着型 官民含め応援希望
15	公共工事	市内物件に市内業者の発注を！
16	消費税	消費税率が下がって欲しい
17	消費税	消費税廃止
18	資金調達	運転資金不足時、早急な融資
19	資金調達	借入が楽になれば廻るのですが
20	販路開拓	仕事量の確保
21	販路開拓	顧客の確保
22	補助金・助成金	リフォーム業に関わることでの助成金
23	情報提供	情報交換などの話し合い
24	事業承継	後継者への引き継ぎ方
25	その他	単価を少しでも上げて欲しい
26	その他	技術低下に伴う採算悪化
27	その他	規制緩和により登録業者が増えた為、競争相手が多くなりました。しかし、官公庁も見直しをする傾向が見えてきました。見守っていきたいです。
28	その他	年齢がいつているので、今のままで維持できればと思っている
29	その他	ハウスメーカーの坪単価が安くて下請け業者はやっていけない。6時から21時までやっても、1日3千~1千くらいにしかならない。
30	その他	現在のところ、不透明。今後の状況により考えたい
31	その他	安定した市場造りをし、健全経営に支援を希望します
32	その他	たくさんあり
33	その他	景気向上策をたくさん考え実行してほしい
34	その他	いずれにしても積極姿勢で行く

35	その他	永続するための自社開発努力しかありません
36	その他	経営者の力不足
37	なし	特別に無し
38	なし	無し。あてにしていない
39	なし	特になし

#### 9. 大型店進出と関連による影響について（商業関連企業）

大型店進出と関連による影響について、商業関連企業に自由記述のアンケートを行ったところ、影響ありと思われるコメントが63件、影響なしと思われる、またはその他に関すると思われるコメントが80件、回答記述のないものが153件であった。

影響については、サービス業においては大型店進出の影響を気にかけているコメントが他の業種と比較して少ない傾向がある。

	影響あり	影響なし他	記述なし	合計
小売業	35	30	61	126
卸売業	8	7	21	36
飲食業	10	8	12	30
サービス業	10	35	59	104
合計	63	80	153	296

#### (2) 小売業

##### <影響ありと思われるコメント>

1	広告宣伝にやられているが、私たちはそのように出来ないので地道にやっていくしかない
2	大型店が多すぎる。半径500～700メートルにスーパーが6店ある。
3	他県から安売り店が来て2～3年で撤退して単価が残る
4	販売価格の設定が違う
5	休日はどうしても大型店にとられている
6	商品の価格
7	交通量が増加し問題です。
8	仕入、小売単価の違いが大きすぎるし集客力がない

9	影響は非常に大きい。中心商店街より郊外の移動が客の流れとなっている
10	大型店進出で当社への影響は通常時はあまりかんじられませんが、当社の売り出しの時に買い求め頂く量が少なくなったように感じます
11	人の流れが変わった。全部その場で買えるように
12	人の流れ、交通量の変化
13	時代の変化にはついていけませんし、人の流れもかわります
14	無いとは言えない
15	ほぼ相見積もりとなり、安い金額を提示せざるを得ない
16	勝負にもなりません。
17	若い方々が小売店を利用しない傾向がある
18	お客さまの買い物の流れが変わった。市内駅前通りの店舗がなくなった。専門店がなくなったのが困ります
19	問屋の倒産が相次ぐ。大神地区に来年イオンモールのオープンにより大型ショッピングセンターどうしの競合が激化、大磯NCR跡地にショッピングセンター計画か？大型連休（5月頃）大型倒産か？
20	平塚もスーパーが増えるばかりで、小売はスーパーにまかせろということなのではないか？配達という手もありますが、わたしのお客さまは高齢者なので食べていくだけの利益が出ません。
21	フランチャイズネットによる価格・納期競争
22	人通りの減少
23	来店客減少（特に土曜日、日曜日）
24	安売り
25	大きくなると思われます
26	土日の影響が大きい
27	人通り減少
28	土日のお客さまが従来より少なくなった
29	上流のお客は変わらないが、中クラスの客が来なくなった
30	旧商店街での人出減少（商店街魅力店の不足で人が来ない）、市民センター跡をもっと集客力のあるモノが出来れば商店街に人が多く歩くのに



31	大変です
32	大型店の競合による影響、商店街の人通りの減少
33	個店なので品ぞろい、価格の設定
34	客数、売上のみならず故郷社の確保も影響大である。非常に遺憾である
35	価格競争による利益減と固定客の移動

<影響なしと思われるコメント&その他のコメント>

1	いいものをサービス価格でがんばります
2	別に無し
3	影響なし
4	なし
5	大型店による売上減少は他のサービスや商品構成等で対抗する
6	特になし
7	なし
8	当店舗では影響を感じません。
9	差別化で対応するのが王道
10	なし
11	あまり関係はありません
12	特に感じない
13	当初は相乗効果もあり、客足が増えたのですが、今は全く影響ありません
14	特になし
15	当店は影響ないと思います
16	なし
17	特にないが各個店がきめ細かいサービスを考え行動していくこと
18	分からない

19	取扱商品の違いにより、特に大きな影響はない
20	特になし
21	あまりない
22	製造販売業なので影響はあまり受けないと思っています
23	ナシ
24	影響はありません
25	特になし、自店の問題
26	特別に変わらない
27	異業種のため影響なし
28	特になし
29	今のところ大きな影響はありません
30	なし

## (2) 卸売業

### <影響ありと思われるコメント>

1	卸売業は相手があるので、相手側の運営によって経営が変わります。先方相手側が売上減少したりして、頑張っても、悪化
2	大いに影響あり
3	価格競争激化
4	もうオーバーストアと思います。大神についてもバカの1つ覚えのSCではなく、別のプランを考えるべきと思います
5	低価格、商品の品数多い、年中無休
6	ユーザーへの影響があるかも
7	当社出荷先スーパーの苦戦
8	価格競争をあおられています。弱肉強食

<影響なしと思われるコメント&その他のコメント>

1	自分自身のやるべきことをやってきます
2	あまり影響ない
3	特に影響なし
4	縁起物、善事にさそわれ製品だから善事を沢山言葉に出しお客様に大入叶、除災招福開運等 など書き物必要です。ありがとうございました。
5	別段変わりません
6	ありません
7	無し

(3) 飲食業

<影響ありと思われるコメント>

1	昨年11月頃より客数が減った様子です
2	客数よりバイトなどの人材募集が激減
3	土日のお客さまの入りが減った
4	ランチタイムは大変厳しいです
5	子連れがまったく来店しなくなった
6	集客率の低下は商店の質の悪さにある！一生懸命さが足りない！私を含めて……。週休 2日を取っている商店があるようでは駄目！！
7	地元企業との協力必要
8	回転寿司増加、個人店が減少
9	人材確保に影響大
10	影響あり、平塚のメイン通りのしきり直しをして欲しい

<影響なしと思われるコメント&その他のコメント>

1	特になし
2	会合したときはその影響で客数売上共に上昇、半年過ぎた頃から減少し始めた。

3	わからない
4	価格（安さ）ではかなわないので個別化で勝負！質で勝負！
5	当初懸念があったが今のところそれほど感じない
6	オープン時は、お客さまは一時的に減少するが、必ず戻ってきてくれるので特に問題は無いと感じている。今のところ・・・
7	大型店に競うことなく小売り、小規模の良さを売りにするといいいのでは。
8	あまり変わりはないようです。（良くも、悪くも）

#### （４）サービス業

##### <影響ありと思われるコメント>

1	若干 新しい方向（店）に注目が行く
2	宣伝力、価格競争力は個人店は弱い
3	中心商店街に空き店舗が増加した
4	大変困っています。相手が料金安すぎるため
5	安さをアピールするキャッチコピー
6	人材確保が難しい。人手不足
7	個人営業では手も足も出ない
8	職種柄大型店の影響はありませんが、周辺の既存店舗減収が予想され、最終的に売上減につながることを考えられます
9	大型店というよりも大手にお客さまが集中してしまう
10	ある

##### <影響なしと思われるコメント&その他のコメント>

1	大型店の影響は全くないと言い切れないが、平塚の街事態の商店街の方達（古い方）の考え方や発想が今の時代、今の人たちに対してとの価値観に違いがありすぎると思います。大型店などでお客さんを平塚に来させてるのだから、うまく大型店のお客さんを商店街にも来れるように考えれば良いと思うが発想が違うので無理だと聞きます。平塚市の考え方もおかしいかと。※駅前人がいなさすぎは問題ですね。
---	---

2	なし
3	なし
4	無し
5	特に影響はない
6	別になし、とにかくコンプライアンス重視のためにコスト↑がすごいですよ！
7	それを嘆いても仕方が無い。大型店とて安心していられない時代、自分たちの置かれた環境の中で、切り開いていくしかないのではないかと、他人任せでは切り開けないのではないのでしょうか！成功方式〔(EE+CT+SA) DD〕Cです。Education Experience Creative Thinking Sales Ability Direct Drive Chance & Challenge
8	12月まで落ち込みがあったが、1月以降は回復してきている
9	業種的になし
10	なし
11	直接的に関係していないので影響はない
12	変わらない、平塚駅付近は寂しい、活性化を望む
13	特になし
14	ありません
15	当社の業務では特に影響ありません
16	当業界では大型店との競合ではなく、個人事業者との価格破壊が最大の課題である
17	特になし。地域活性化になれば歓迎
18	安さだけで選ぶ消費者が増え、それだけ世の中の経済が悪化していると感じる
19	大工場移転による影響大
20	特にありません
21	特になし
22	大型店にないサービスを行うので影響はない
23	なし
24	特になし

25	協業できるチャンスもあるので、打ち合わせできる機会が欲しい
26	あまりないようです
27	今のところ特になし
28	美容業なので影響はありません
29	特に問題ありません。大型店にともなう客数増（地域）が期待できます
30	特になし
31	特に影響はなし
32	なし
33	競合する部分がないので影響ありません
34	なし
35	なし、逆に良い影響のもくろみ

## 10. 考察

日本経済は緩やかな回復基調が続いており、先行きについても緩やかな回復が期待されるとのことである。全国および神奈川県調査でも景況感はわずかながら持ち直しの気配もあり、平塚市の調査からも回復基調にあることが確認できた。

景気は回復基調とはいえ、中小企業を取り巻く環境は引き続き厳しい状況が続くと思われる。今回の調査でも、すべての業種にて「経営上の問題点」として「売上減少」を上げる割合が最も高い。各社とも業績を低下させることなく事業を進めていくことが最大の経営課題である。

そのためには、自社の将来の展望（ビジョン）を常に意識しながら、「企業ドメイン」を明確にして事業運営することが重要である。そこで今回は、効率よく事業を運営していくための「ドメイン経営」について整理してみたい。

ドメインとは、自社が「どこで事業するのか」、「どこに軸足を置くのか」、「どの領域で戦うのか」といった、企業の生存領域または事業領域のことである。経営者がドメインを明確化することで、全従業員に向けて進むべき方向を明確にでき、社内の一体感が醸成できる。また、社会に対して企業の役割を明らかにでき、企業の社会的な存在意義を訴求することに役立つ。

では、ドメインをどのように定義したらよいのであろうか。ドメインを導き出す方法として、ドメインの3次元定義というのがある。①顧客軸、②機能軸、③能力軸の3つの側面からドメインを考える方法である。すなわち、「だれに、何を、どのように」提供すればよいか、といった視点から考えると導き出しやすい。特に「何を、どのように」では、物による物理面での定義だけでなく、その物が顧客に提供する機能面によって定義することがポイントである。

具体的には、各業種によって以下のようなドメインが考えられる。

- ・金属加工をベースとしたものづくり企業であれば・・・  
『プレス製品を金型から加工し、組立までを一貫して行う事業』
- ・人が集まる場所の提供など家庭的なサービスを提供するビジネスホテルであれば・・・  
『地元のコミュニティスペース提供業』
- ・食事だけでなく各種イベントを催す接客サービスの割烹料理店であれば・・・  
『モダンな和食をメインとした、宿泊だけがないホテル並みのサービス業』  
・・・等々。

中小企業の経営者にとって大切な能力の一つは、自社について「語る力」である。自社の売り物や目指す方向、日々大事にしている価値観、逆風をも乗り切る意志、これらを「自らの語りや行動」で示す力である。事業の発展には、こうしたドメインを意識した経営者の「語り」が土台として必要になる。

企業のなかには、志の大きな企業と小さな企業があり、その志の違いがその後の企業の発展に大きな影響を与えてしまうことがある。大きな志を持った企業は、環境変化の機会をとらえて、事業の発展へ向けてのエネルギーが社内から生み出される可能性がある。本格的な景気回復にはまだしばらく時間がかかると思われる。今後は、さらなる大きな志を持って、自社のドメインを明確にし、社内一丸となって自社の存在感を社外に訴求することで事業を発展させていきたい。

以上