

2017年実施「逗子市商工会・地域経済動向調査」報告書

2018年1月10日

一般社団法人エコ食品研究会

## 目次

1. 地域経済動向調査の目的
2. 地域経済動向調査の目標
3. 地域経済動向調査書の企画
  - 1) 調査比較対象の2次データの決定
  - 2) 調査書の決定
4. 地域経済動向調査の結果の集計
  - 1) 設問毎の集計と結果
  - 2) 設問間の関係性を踏まえた集計と考察
5. 調査結果の視覚化（見える化）：景気判断指数
6. 逗子市商工会オリジナル指数
7. 商圈分析から俯瞰した業種別の逗子市の市場性
8. 調査に関するお問合せ先

## 1. 地域経済動向調査の目的

逗子市商工会管内の地域経済概況や、事業者の現状、さらには躍動度等を把握し、その結果を基にした「商工会の事業者支援業務のあり方」を検討することである。

## 2. 地域経済動向調査の目標

地域経済動向調査の目標は主に以下の3点である。

- ・業種毎の景況感を可能な限り「視覚的に」表現する。
- ・業種毎の近未来における事業運営姿勢を「視覚的に」表現する。
- ・得られた景況感や事業運営姿勢を、商工会事業の施策に具体的に落とし込む。

## 3. 地域経済動向調査書の企画

### 1) 調査比較対象の2次データの決定

今回調査した集計結果を分析するにあたって比較対象が必要になるが、本報告書では以下の2次データ元から引用して（または出典）考察していく。改めて引用や出典を記載しない限り、以下の引用元（出典）とする。

- ・神奈川県全体の地域経済動向把握

調査元: 帝国データバンク横浜支店、財務省関東財務局、公益財団法人神奈川県産業振興センター、日本銀行横浜支店、

- ・政治による地域経済動向への影響の把握

調査元: 神奈川県統計センター（企画分析課）、神奈川県商工会議所連合会、三菱東京UFJ銀行（経済調査室）

- ・その他の出典

経済産業省発表の各統計

総務省発表の各統計

農林水産省発表の各統計

厚生労働省発表の各統計

国土交通省発表の各統計

日本百貨店協会発表の各統計

日本フランチャイズチェーン協会発表の各統計

- ・本調査（1次データ）との差異分析

神奈川県商工会連合会 中小企業景況調査報告書

神奈川県 統計センター

(<http://www.pref.kanagawa.jp/div/1169/>)

関東財務局 県内経済動向・統計



質問（2）

御社の主力商品やサービスを記載ください

（例 中古車販売という小売業の場合、軽トラック等）

（例 食品スーパーという小売業の場合、野菜等）

（例 マッサージというサービス業の場合、肩こり施術等）

--

質問（3）

当てはまる従業員（常時雇用の正規社員のこと。役員除く。個人事業の場合は、親族除く。パートやアルバイトは含みません）の人数を「○」で選んでください

- 1) 1～5人    2) 6人～20人    3) 21人～50人    4) 51人～100人  
5) 101人～200人    6) 201人～300人    7) 301人以上    8) 補正：0人

質問（4）

パート、アルバイト（時給を決め、時間管理で雇用している従業員）の雇用人数を「○」で選んでください。

- 1) 1～2人    2) 3～4人    3) 5～6人    4) 7～8人    5) 9～10人  
6) 11～20人    7) 21～30人    8) 31人以上    9) 補正：0人

質問（5）

事業の形態について「○」で選んでください。

- 1) 個人事業    2) 株式会社    3) 有限会社    4) 合同会社    5) 合名会社  
6) 合資会社

質問（6）

当てはまる資本金の額を「○」で囲んでください。個人事業の方は個人事業に「○」をしてください。

- 1) 個人事業    2) 100万円以下    3) 300万円以下    4) 500万円以下  
5) 700万円以下    6) 900万円以下    7) 1000万円以下  
8) 1000万円～5000万円以下    9) 5001万円～1億円以下  
10) 1億1円～3億円以下    11) 3億1円以上

・質問の内容と回答欄（逗子市地域の事業運営傾向を把握するための質問）

質問（7）

平成29年1月～9月は平成28年4月～12月に比べ業績(売上-費用=利益、つまり利益)はどうでしたか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 良くなった    2) やや良くなった    3) 変わらない    4) やや悪くなった  
5) 悪くなった

質問（8）

平成29年1月～9月は平成28年4月～12月に比べ売上高はどうでしたか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 良くなった    2) やや良くなった    3) 変わらない    4) やや悪くなった  
5) 悪くなった

質問（9）

平成30年の業績(売上-費用=利益、つまり利益)見通しは、平成29年の1月～9月の推移から判断すると、どのような予想でしょうか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 良くなる    2) やや良くなる    3) 変わらない    4) やや悪くなる  
5) 悪くなる

質問（10）

平成30年の売上高見通しは、平成29年の1月～9月の推移から判断すると、どのような予想でしょうか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 良くなる    2) やや良くなる    3) 変わらない    4) やや悪くなる  
5) 悪くなる

・質問の内容と回答欄（逗子市地域の求人動向を把握するための質問）

質問（11）

平成29年1月～9月は平成28年4月～12月に比べ雇用人数はどうでしたか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 増えた    2) 変わらない    3) 減った

質問（12）

平成30年の雇用人数見通しは、平成29年の1月～9月の推移から判断すると、どのような予想でしょうか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 積極的に増やす      2) 可能なら増やす      3) 変わらない      4) やや減らす  
5) 大幅に減らす

・質問の内容と回答欄（逗子市地域の事業承継意識を確認するための質問）

質問（13）

経営者の年齢についてお聞かせください。経営者の年齢はおいくつですか。

歳
---

質問（14）

事業を将来に渡り継続する場合、後継者や後継者候補の存在が必要ですが、現在、思いあたる後継者や後継者候補は社内外問わずに存在しますか。

- 1) 存在する      2) どちらとも言えない(悩んでいる)      3) 存在しない  
4) 現経営者の引退とともに事業を止める考えである

・質問の内容と回答欄（逗子市地域事業者の設備投資意欲を把握するための質問）

質問（15）

平成29年1月～9月は平成28年4月～12月に比べ設備投資はどうでしたか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 将来の売上確保のために積極的に投資した      2) 修繕や保守を目的に投資した  
3) 特に投資していない

質問（16）

平成30年の設備投資見通しは、平成29年の1月～9月の推移から判断すると、どのような予想でしょうか？当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 売上確保のために積極的に増やす      2) 修繕や保守を目的に増やす  
3) 今のところ投資する予定は無い

・質問の内容と回答欄（逗子市地域特性を踏まえた事業化動向を把握するための質問）

質問（17）

逗子市商工会管内の地域において高齢化が進展しています。平成29年1月～9月にお

いて、高齢者向けの商品やサービスを開発し、提供した実績があるか否か教えてください。

- 1) ある
- 2) 高齢者向けと意識したわけでは無いが高齢者向けでも有用なものである
- 3) ない

上記で1) ある、2) 高齢者向けと意識したわけでは無いが高齢者向けでも有用なものである、に○をした方に質問です。可能でしたら簡単にその商品やサービスを記載ください。参考になるインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケートに添付いただいてもかまいません。

#### 質問（18）

平成30年以降、高齢者向けの商品やサービスを開発し提供していく計画や思いがありますか。当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 積極的に進める
- 2) 可能であれば進めたい
- 3) 今のところ計画や思いも無い

検討されている方（上記で1) または2) を選択）は、差し支えない範囲で検討内容を簡潔にご紹介ください。参考になるインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケート送付時に添付いただいてもかまいません。あるいは、他社事例で類似するものがありましたら、そちらのインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケート送付時に添付いただいてもかまいません。

#### 質問（19）

逗子市商工会においては「小坪漁港で水揚げされた水産物」を使った商品化やサービス開発の支援を進めています。平成29年1月～9月において、「小坪漁港で水揚げされた水産物」を使った商品やサービスを開発し、提供した実績があるか否か教えてください。

\* 「小坪漁港で水揚げされた水産物」とは・・・小坪漁港は逗子市唯一の水産物を水揚げ



している漁港です。主にタコ、しらす、ワカメ、ヒジキ、アカモク、メカブ、サザエ等々が季節毎に水揚げされています。

- 1) ある
- 2) 意識したわけでは無いが「小坪漁港で水揚げされた水産物」を使ったものである
- 3) ない

上記で1) ある、2) 意識したわけでは無いが「小坪漁港で水揚げされた水産物」を使ったものである、に○をした方に質問です。可能でしたら簡単にその商品やサービスを記載ください。参考になるインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケートに添付いただいてもかまいません。

#### 質問（20）

平成30年以降、「小坪漁港で水揚げされた水産物」を使った商品やサービスを開発し提供していく計画や想いがありますか。当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 積極的に進める
- 2) 可能であれば進めたい
- 3) 今のところ計画や想いも無い

検討されている方（上記で1）または2）を選択）は、差し支えない範囲で検討内容を簡潔にご紹介ください。参考になるインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケート送付時に添付いただいてもかまいません。あるいは、他社事例で類似するものがありましたら、そちらのインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケート送付時に添付いただいてもかまいません。

#### 質問（21）

逗子市商工会管内においては「観光」をテーマにした活性化の支援を進めています。平成29年1月～9月において、観光をテーマにした商品やサービスを開発し、提供した

実績があるか否か教えてください。

\*観光とは・・・逗子市の観光とはインターネット等々で紹介されることが多い地域資源（海岸、お寺、公園等々）やマリンスポーツ（ヨット、釣り、カヤック、スキューバダイビング、海水浴等々）を指しています。

- 1) ある      2) 意識したわけでは無いが観光をテーマにしたものがある      3) ない

上記で1) ある、2) 意識したわけでは無いが観光をテーマにしたものがある、に○をした方に質問です。可能でしたら簡単にその商品やサービスを記載ください。参考になるインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケートに添付いただいてもかまいません。

#### 質問（22）

平成30年以降、観光をテーマとした商品やサービスを開発し提供していく計画や想いがありますか。当てはまるものを「○」で選んでください。

- 1) 積極的に進める      2) 可能であれば進めたい  
3) 今のところ計画や想いも無い

検討されている方（上記で1）または2）を選択）は、差し支えない範囲で検討内容を簡潔にご紹介ください。参考になるインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケート送付時に添付いただいてもかまいません。あるいは、他社事例で類似するものがありましたら、そちらのインターネット URL や商品やサービスの紹介チラシを本アンケート送付時に添付いただいてもかまいません。

#### 質問（23）

最後の質問です。回答されている皆様が、逗子地域外のご友人や知人に、逗子の観光スポットを紹介する際、どのスポットを紹介しますか。思いつくままに、記載ください。

(例 逗子市○△232-1 樹齢 600 年の樫の木)

(例 ○△□神社)

(例 △△△海水浴場)

(例 □□□公園)

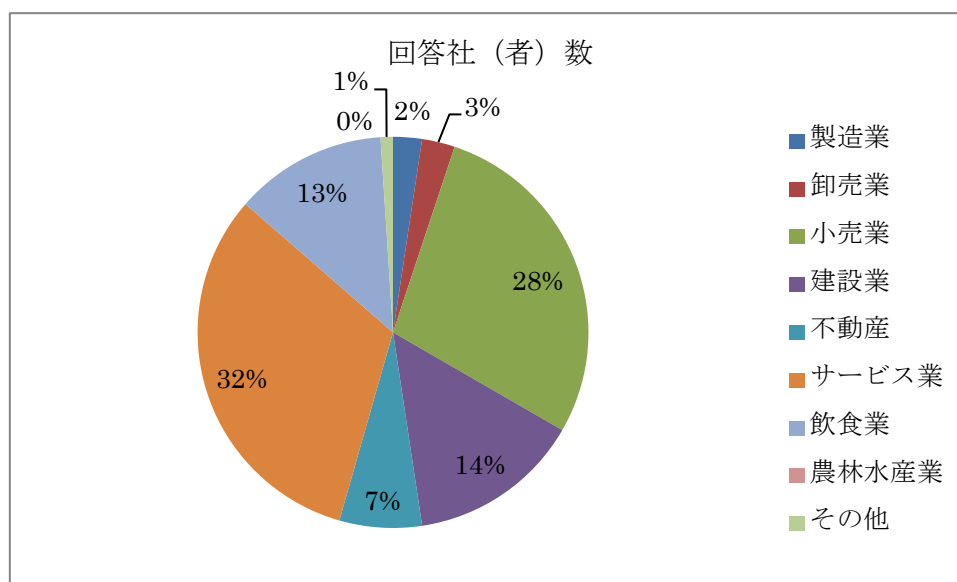
#### 4. 地域経済動向調査の結果の集計

##### 1) 設問毎の集計と結果

質問 (1) 有効回答数は下表のとおりである。

業種	回答社 (者) 数
製造業	7
卸売業	8
小売業	83
建設業	42
不動産	18
サービス業	91
飲食業	35
農林水産業	0
その他	2
回答社 (者) 合計	286

(逗子市 2017 年地域経済動向調査 回答事業者の業種)



(逗子市 2017 年地域経済動向調査 回答事業者の業種構成比)

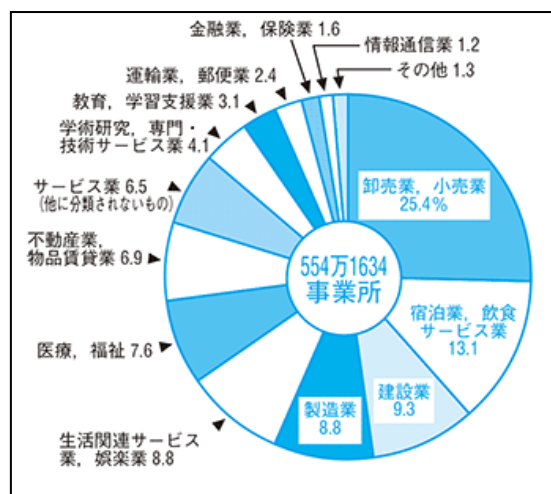
##### ・考察

全国の民営事業者の構成比 (次ページ) と比較すると、逗子市回答事業者は、製造業、飲食業が大きく下回る一方、卸売業、小売業、サービス業は大きく上回る結果であった。

逗子市の事業者構成比は、あくまで回答した事業者の集計結果であるので、実存する

事業者の構成比とは乖離するものであるが、実感として、逗子市商工会管内事業者の製造業や飲食業の業者構成比は、全国平均や隣接市町村に比べて、極めて少ない印象であり、代わって、卸売/小売、サービス業は非常に多く所在する印象である。

一方、調査ボリュームにおいては、本調査の調査対象 915 件のうち、286 件から有効な回答を得られたことから、本調査結果の信頼度は、逗子市の地域経済動向を認識する上で、相応の確度が達成できたと判断している。



(総務省ホームページ)

## 質問 (2)

自由記入形式にて記載されていた内容を、順不同で列挙している。本質問は、業種の判断、さらには主力商品やサービス、付随取り扱い商品やサービスの把握に活用することが意図であった。

### 〈製造業〉

鎌倉彫器製品、一盆・菓子皿、鉄道車両重要部品の製造、米国産生地と日本国内縫製、パン・菓子の製造販売、豆腐の製造販売

### 〈卸売業〉

ゴルフ用洗浄剤、ゴルフボール (練習場用)、ゴム製品 (ゴムテグカ、地下足袋)、食用油の再生剤、農業用・園芸用資材、子ども用自転車の輸入卸販売、こども自転車スクールと子供用自転車卸、電解水生成装置、自然食品・自然化粧品の卸

### 〈小売業〉

日本茶 (ティーパック、業務用)、ベビー・キッズ向けギフト商品、自家焙煎コーヒー、LP ガズ販売、灯油販売、食肉、LP ガス・灯油、器具類 電気製品販売、青果・酒・米・野菜果物、中古車買取・低価格車販売、画材・額縁・学校教材、ガソリン、惣菜販売、野菜・果物・食品、医療、調剤薬局、家庭金物等職人が作る道具、生花、雑貨・小物販売、玄米仕入・自家精米、酒類・食品販売、学校教材、タバコ、新車・中古車販売及び整備業で軽自動車の新車販売、洗い張・染物・仕立、婦人服 (カットソー、ニット)

ト、コート)、婦人靴・鞆、着物全般及び和装小物の販売、振袖・訪問着・男性用着物のレンタルと販売、振袖を着用しての記念写真、メガネ・コンタクト、天然石・雑貨・アクセサリーの販売と修理、印章販売と買い主印刷、ノベルティグッズ制作、パナソニック商品(アフターサービス)、鶏肉・焼き鳥・惣菜、メガネ、化粧品、健康食品販売、米穀・燃料・園芸用土、調剤、婦人物下着、衣類、靴下、鞆、カルソニパンツ、生花・生花切り花・鉢花、二輪車販売修理、リサイクル品の販売、精肉・お惣菜、果物・野菜、和菓子、婦人服一般、ハワイアンショップ、リサイクル買取・安価販売、クリーニング、釣り餌仕掛け、自転車・パーツ、布団・貸布団、貴金属、時計、切手・、金券総合。ジュエリー宝石、鮮魚販売、アートフラワーのアレンジメントと雑貨、グラスサンドアートの販売、ダンス用品、靴・衣類等、カーテン・カーペット、バッグ・アクセサリ、シューズ、服飾小物、衣料品、小物・雑貨、スポーツ用品、テニス・バドミントンのガット張り。ウェア等のプリント加工、板ガラス、ベビー用品、DIY用品及びガーデニング材料、Tシャツ、婦人飾雑貨及び婦人服販売、古着商(きもの)他古美術等、ウインドサーフィン用品、マリンスポーツの小売、健康商品販売、健康食品、野菜、米、調味料、ベビー用品、生活雑貨、生地(USAコットン)、手芸材料、家電、医療品販売、有機野菜・無添加食品、衣料品、照明ランプ、食パン等のパンや菓子、二輪車修理販売

#### 〈建設業〉

リフォーム、弱電・通信設備設置、住宅新築・増改築、リフォーム、建築塗装、リフォーム工事、電気工事、塗装・ブラスト、橋梁・道路、マンション補修等、新築、リフォーム、ガーデン、家具・木材、給排水衛生設備工事全般、建設請負業、公共民間新築、改修工事等 生活環境改良の為の工事 型枠工事、建築設計、建築板金、石材工事、墓石・外構、内装仕上げ業、消防設備メンテナンス、障子・表具・リフォーム(住宅、店舗)、リノベーション事業、住宅電気設備工事、石材業、工事施工会社、建築工事請負、襖・障子・表装・新築工事及びリフォーム、リノベーション工事、金属製建具工事、アルミスチール・ステンレス建具の取付他、自動ドア装置の取付・修理・保証 消防設備工事及び点検業務、防災システムの設計及び施工、建築工事及び設備工事、住宅建築、リフォーム、官公庁発注工事、土木工事、新築・リフォーム、電気設備設計施工等、住設器機販売施工、空調設備工事、サッシ組み立て・取り付け工事、サッシ販売・取付、エクステリア販売、取付 建築業一般

#### 〈不動産業〉

賃貸・売買の仲介、不動産賃貸業、不動産賃貸、賃貸物件紹介、アパート賃貸、アパート・テナント、駐車場、不動産管理、不動産売買、賃貸の仲介、賃貸管理業務、売買・賃貸の仲介、ワンルームマンション経営

#### 〈サービス業〉

ヘアカット、商標保護、新聞、肩こり施術等、修理、ハウスクリーニング、ペット美容、美容業（カット・カラー・パーマ）、子どもの英語教室、バレエ教室 逗子市役所受託事業（駐輪駐車場、公園管理、高齢者センターバス送迎）市民交通センター運営、ガーデンケア（お庭の手入れ草刈、民間施設の管理）、クリーニング、ダスキンのレンタルクリーニング、建設機械整備、ビツクラスの小型車のレンタカー、広告デザイン業、ポスター・カレンダー・チラシ等の制作、学習塾、小中高正対象の受験学校補償の指導、自動車の整備及び钣金塗装、軽自動車及び普通自動車、理容、小学校3年生～高校3年生・浪人生を対象とした個別学習指導、理容業、国際コンサルティング、マタニティケア、専門知識・技術の提供 便利屋、造園、不用品の買取・販売、税務・会計の計算・指導・相談、金融データ（米ブルームバーグ社）のフォーマット変換、学習等指導、害虫防除、全国のアウトドア活動の普及発展のお手伝い、スクールの企画・実行、ヨガ教室、肩こり・腰痛施術、整骨業（打撲、捻挫を対象に施術、疼痛の緩和など）、訪問介護、居宅介護支援等、自家用電気工作物の保安全管理、犬のシャンプー・トリミング、パーマ、カット、スポーツクラブ運営、小動物診療、犬美容 保育園、児童保育貸し教室、美容業（パーマ、カット、カラー他）、美容全般（ヘアー、ネイル、着付け、エステティック、エクステ、ヘアーケア）、健康食品、化粧品、税理士業、クリーニング、リンパマッサージ、カイロプラクティック、介護、軽衣料品、家政婦さんの紹介、バイオリン演奏実技指導、カット・カラー・パーマ、クリーニング全般、美容業、営業写真館（証明写真、七五三、成人式等記念写真）、代理業、知財出願等、個別指導の学習塾、介護福祉事業、訪問介護（輸送サービス）、通所介護、居宅介護支援事業、整体、足つぼ、気功ヒーリング、オーラチャクラ、理髪施術全般、美容業、ボディトリートメント、動物医療、美容全般、理容室、グラフィックデザイン、衣類クリーニング、整骨院（捻挫、打撲などの治療）、マッサージ（肩こり施術）、整体業務、演奏業、教育、シーカヤック体験、うみべのトリミングサロン、人材育成・教育、船舶保管業、船舶の保管、宿泊・飲食、お弁当、唐揚げ工場の自動化及びメンテナンス、捻挫・打撲・筋肉痛等柔道整復師・あんまマッサージ、士業、書類制作代行、公共・一般測量、建物耐震診断・定期調査測量、税理士業、医療接骨・整体

#### 〈飲食業〉

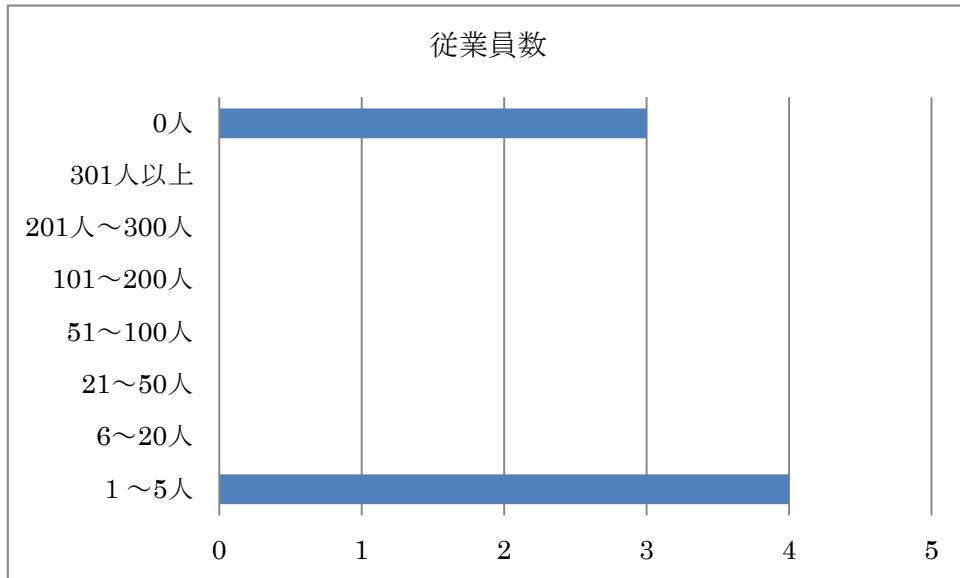
弁当・惣菜の販売・注文販売、レストラン、ラーメン、弁当販売、お好み焼き・もんじゃ焼き、サンドイッチ製造販売、寿司、手づくり料理・カラオケ、加工食品、酒とおつまみの提供、そば・てんぷら、海鮮居酒屋、酒類・刺身、串焼、和食（比内地鶏を扱うお店）、寿司店、芋焼酎・赤鶏たたき、イタリア料理（ピッツァ、パスタ）、100円おつまみ、昼はランチ夜は居酒屋、ワイン料理、食事処、酒処、中華料理とタイ料理、大口のケータリング、寿司・和食、低価格でボリュームのある定食 料理、日本料理、料理提供、日本料理・季節料理、鮮魚料理

〈その他〉

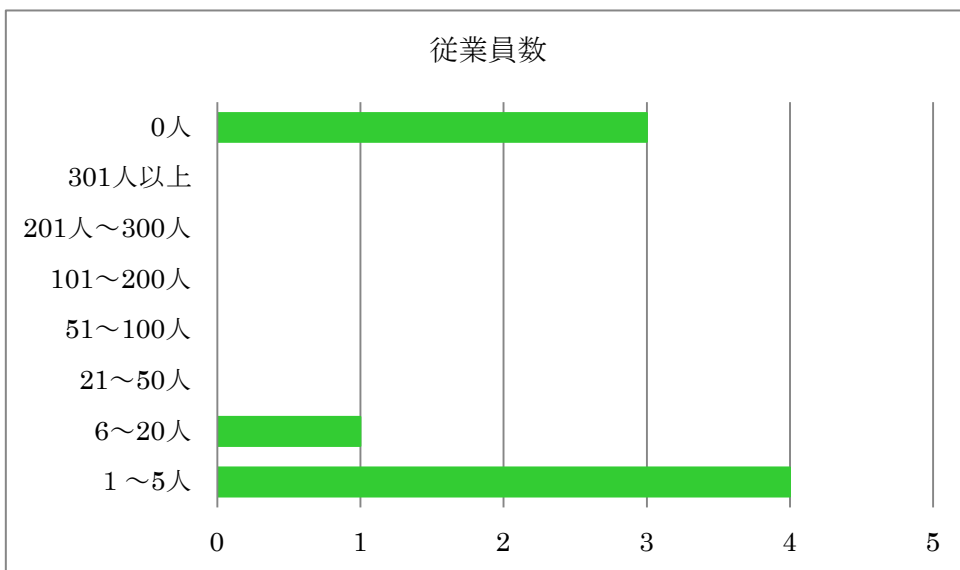
生命保険・損害保険、金融業（生損害保険）

質問（3）

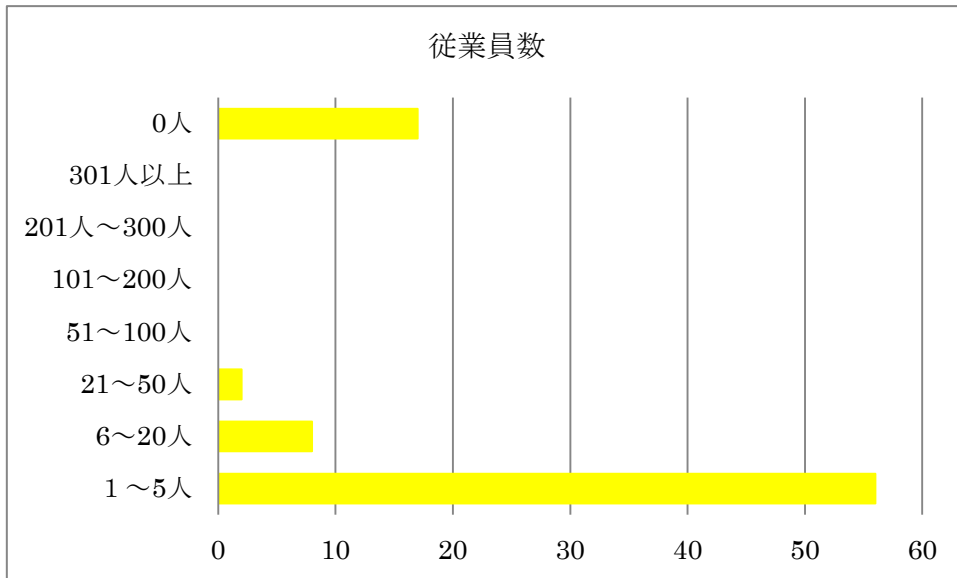
製造業



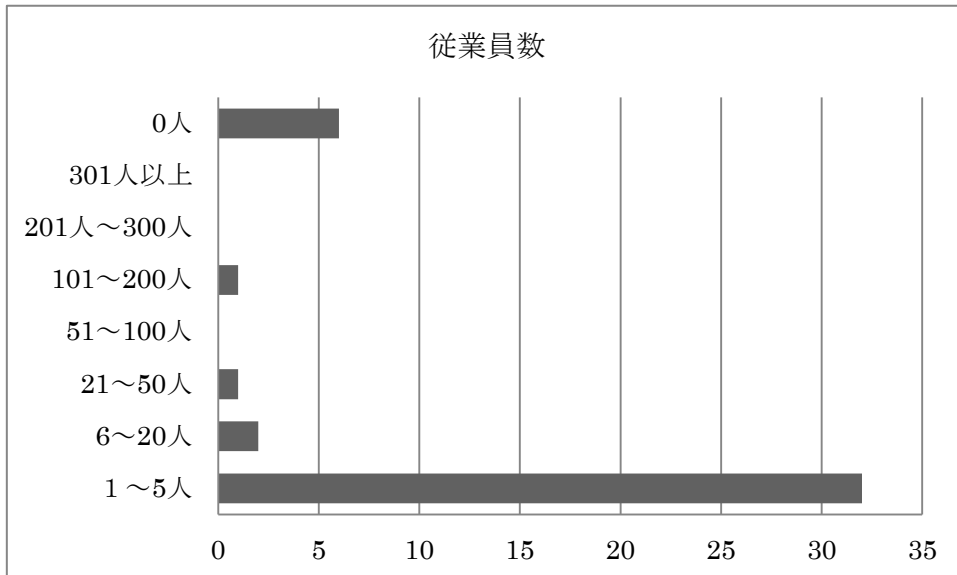
卸売業



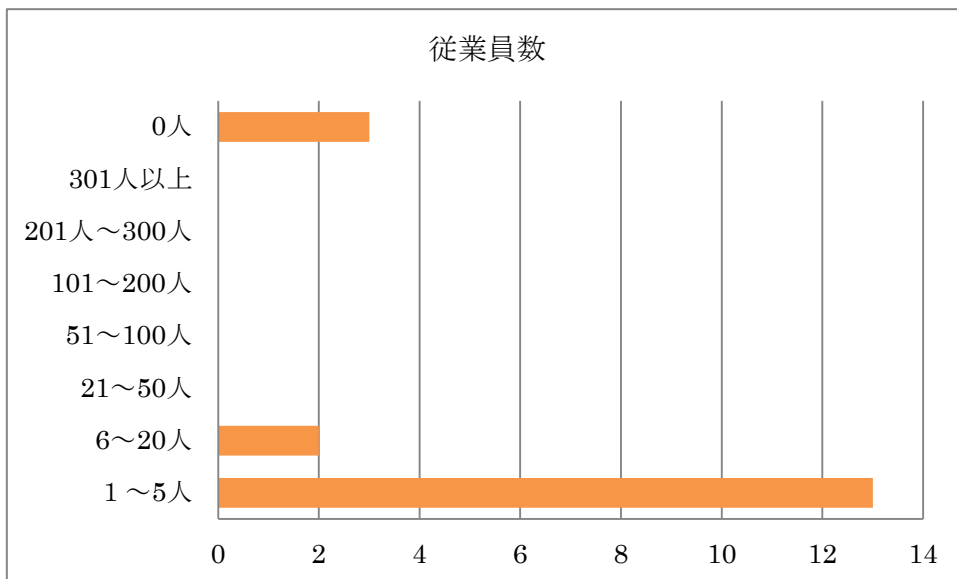
### 小売業



### 建設業

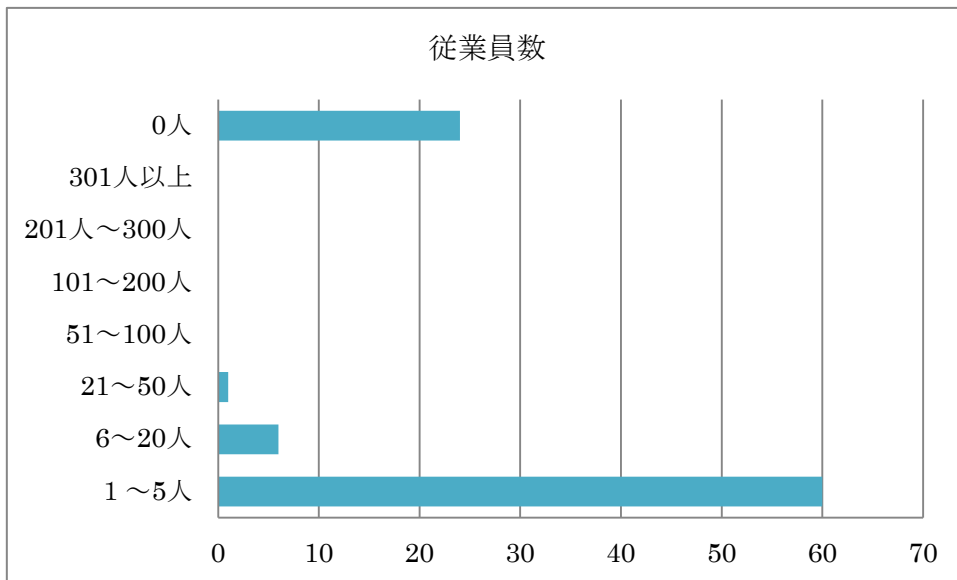


### 不動産業

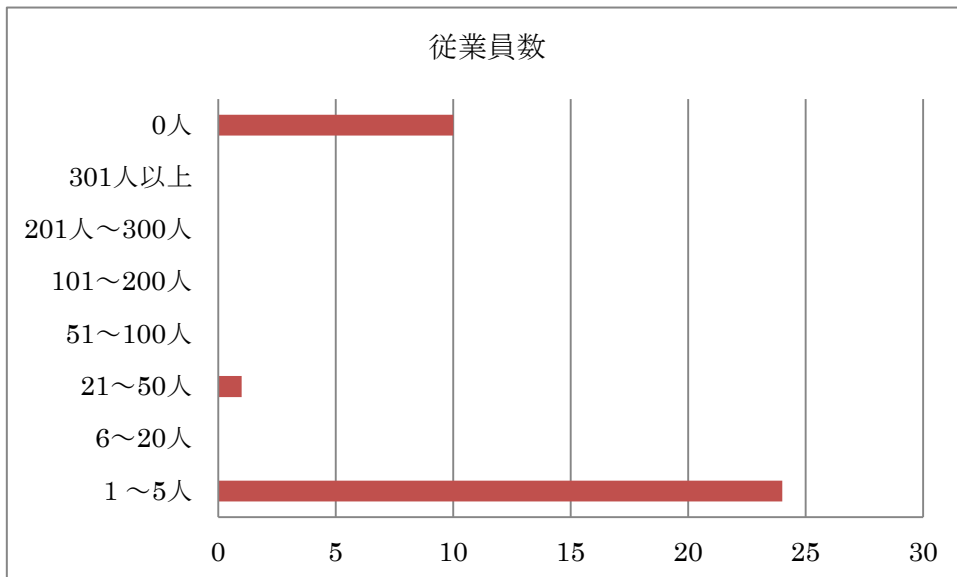




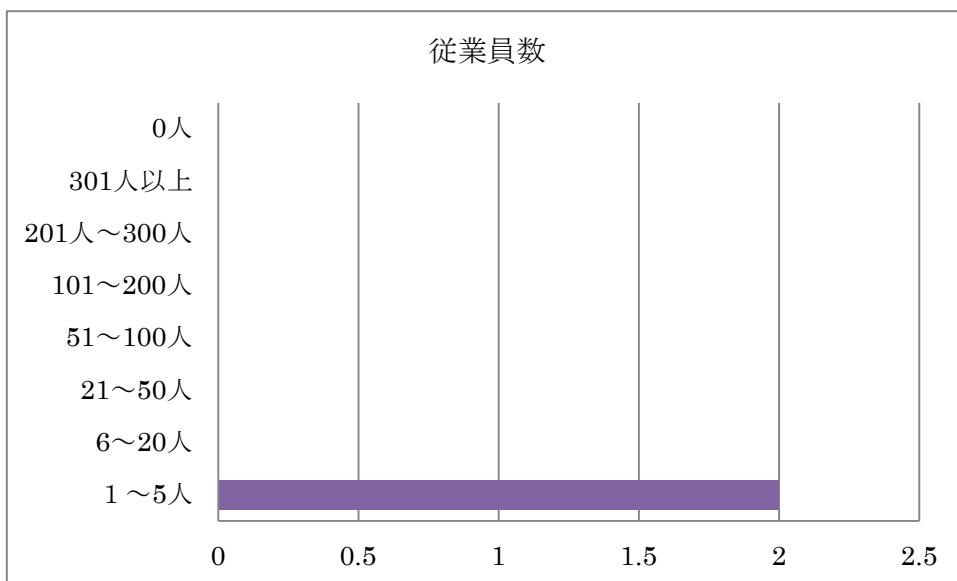
### サービス業



### 飲食業



### その他

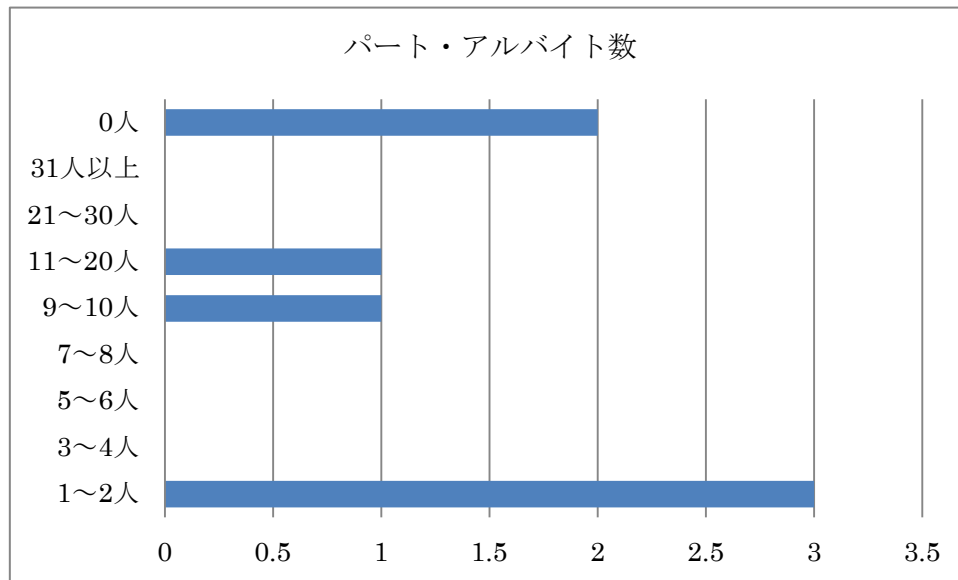


・考察

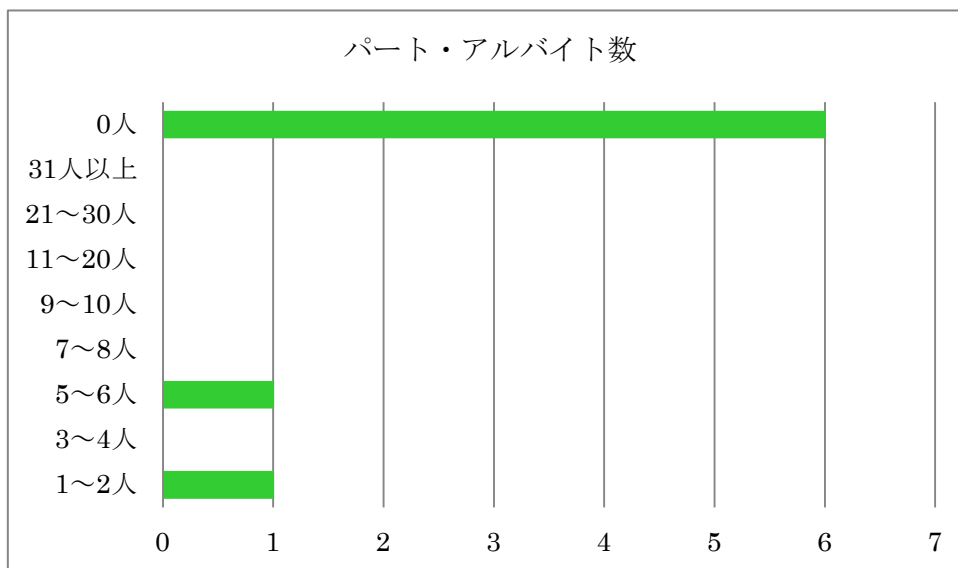
回答した逗子市商工会管内の事業者の約9割は、小規模事業者であった。

質問（4）

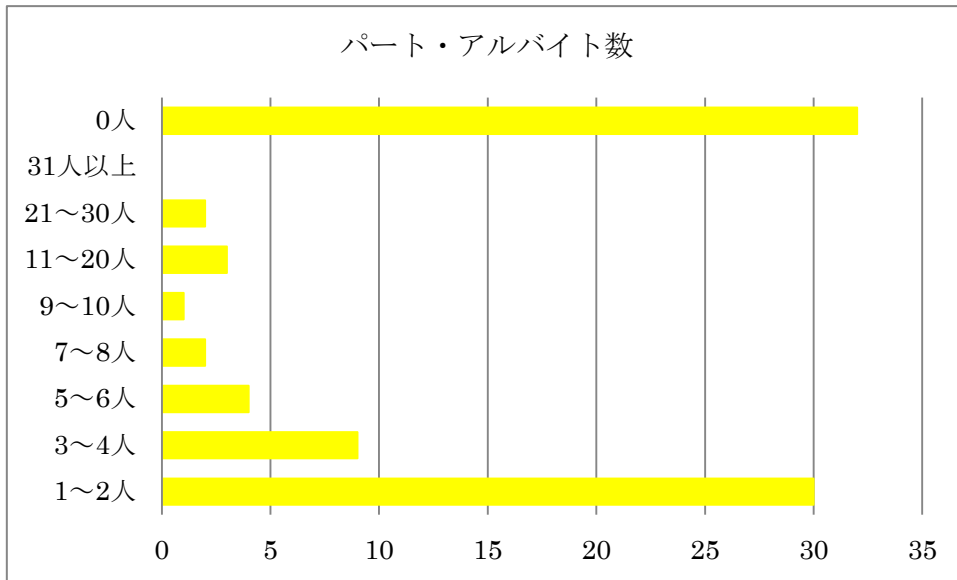
製造業



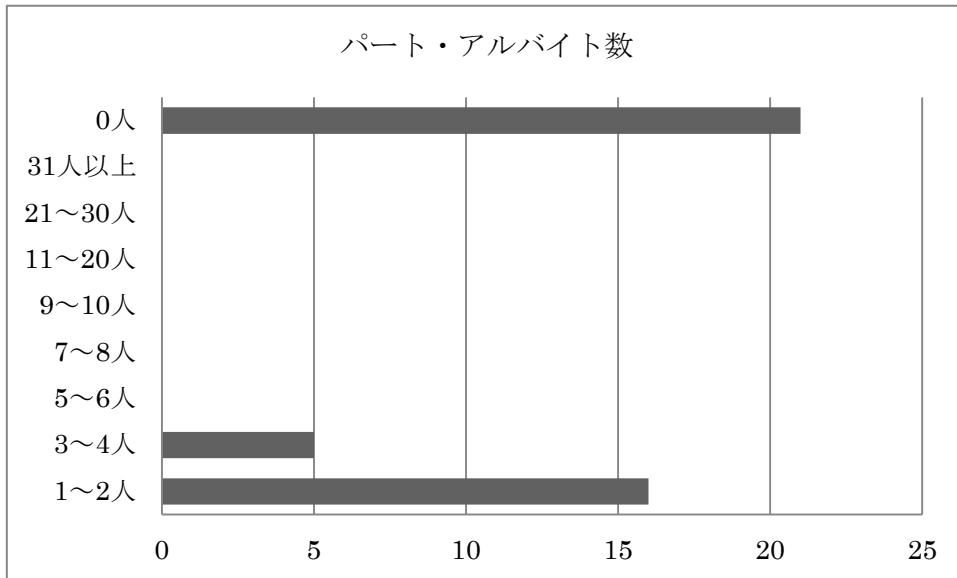
卸売業



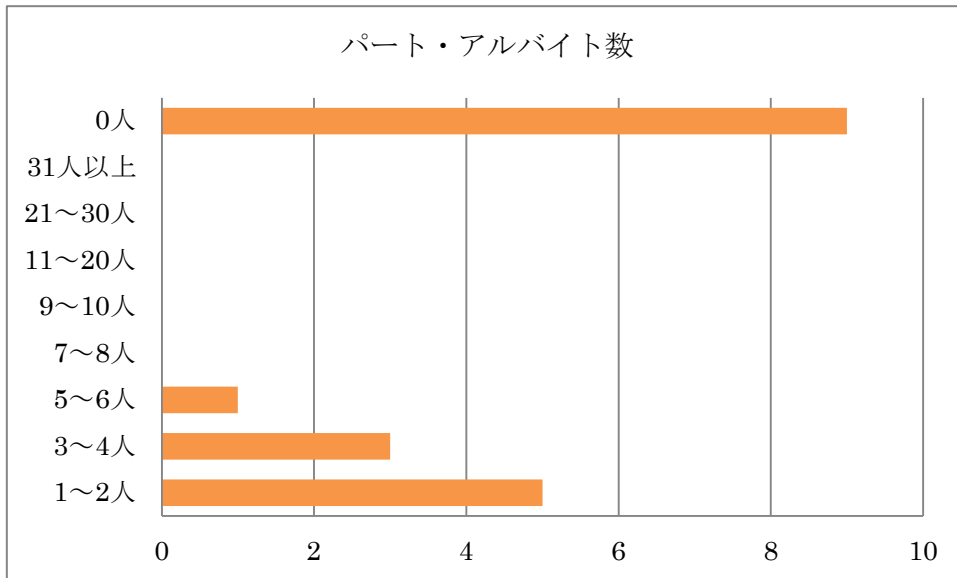
### 小売業



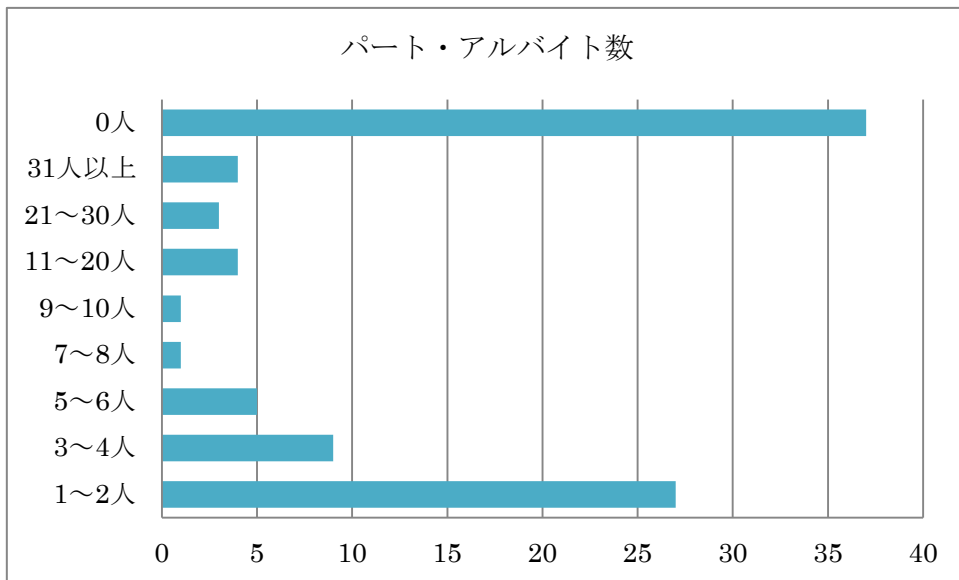
### 建設業



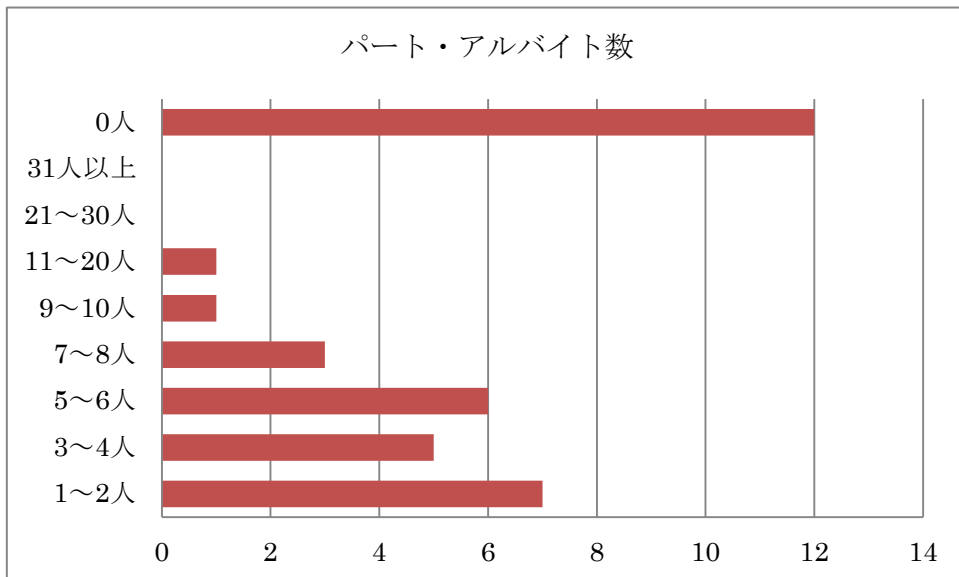
### 不動産業



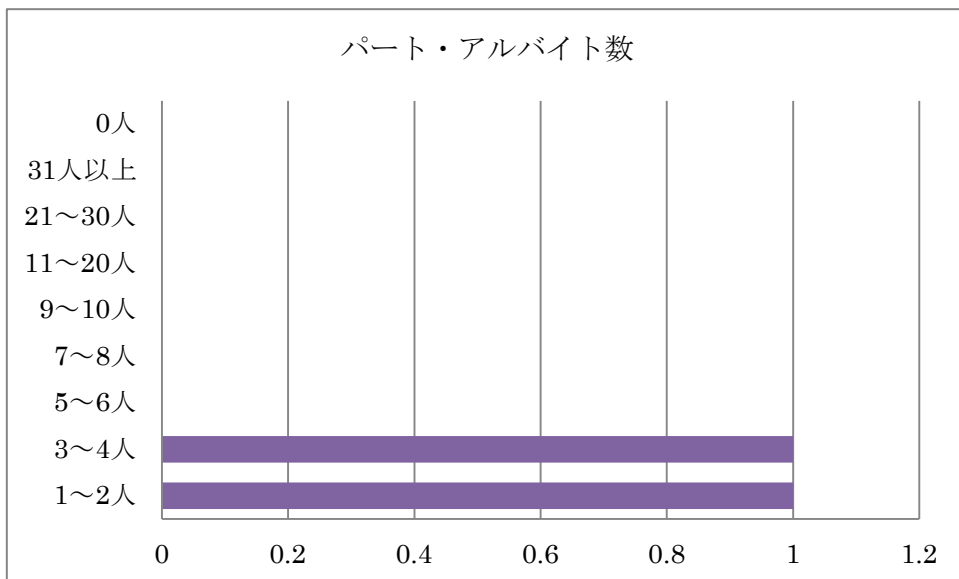
# サービス業



# 飲食業



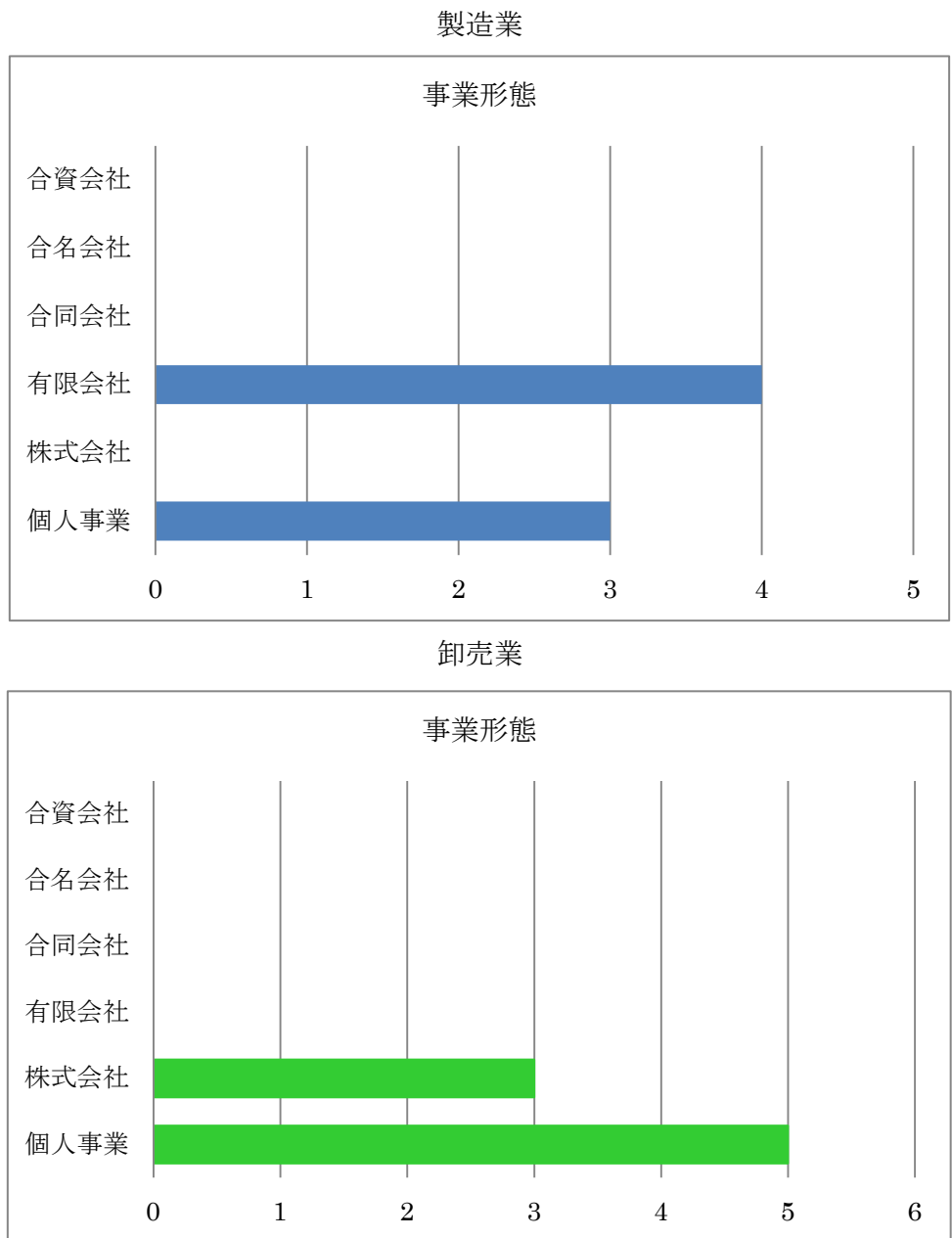
# その他



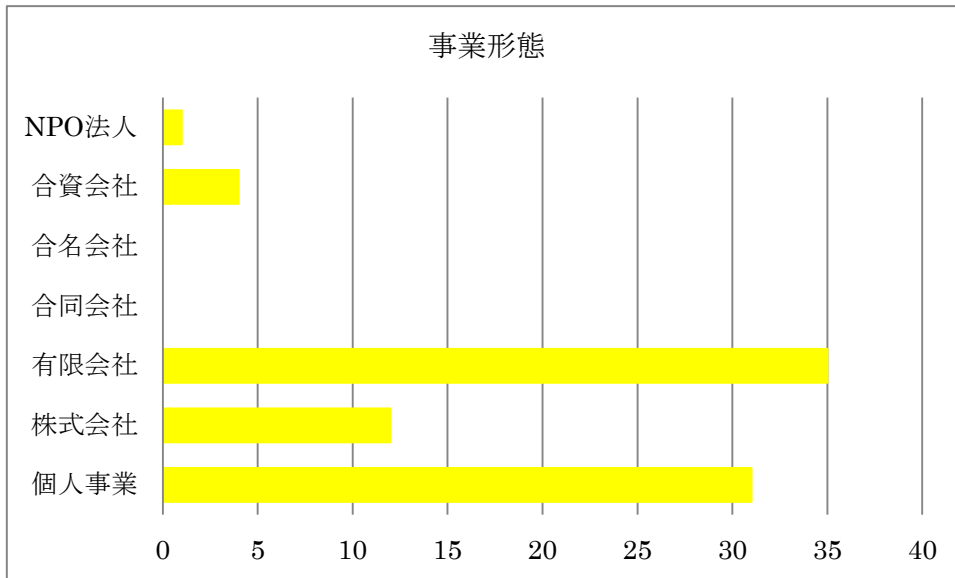
・考察

回答した逗子市商工会管内の事業者の多くは、原則、家族で経営を切り盛りする「家族経営型」である一方、節目需要等を中心とした需要期に不足するマンパワーを、親族、知人等のパート・アルバイトで充足している実態が垣間見えた。

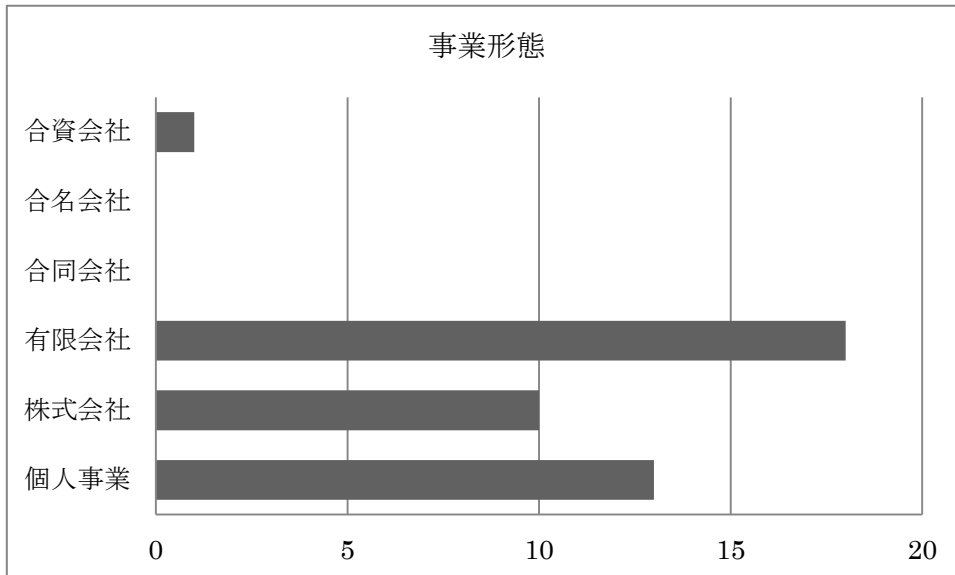
質問（5）



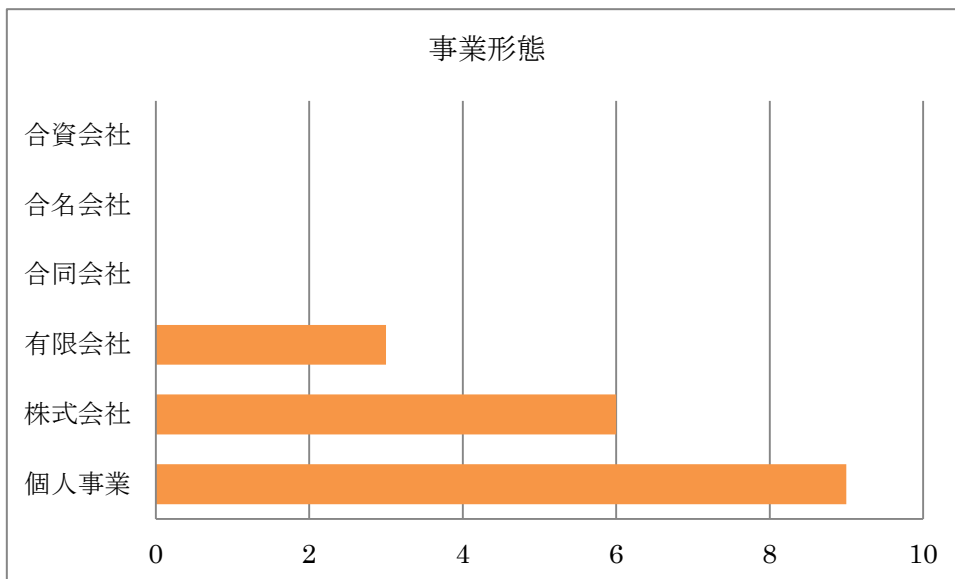
## 小売業



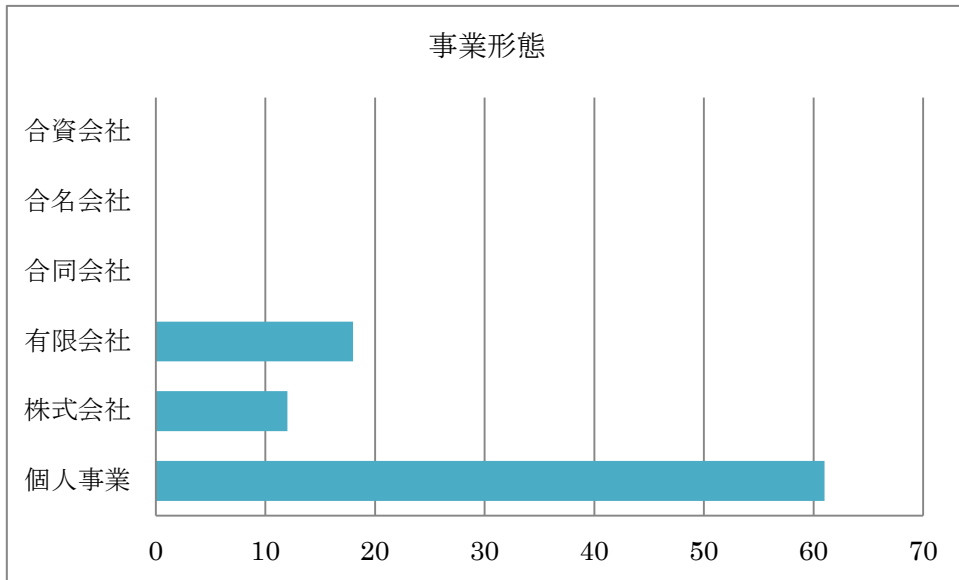
## 建設業



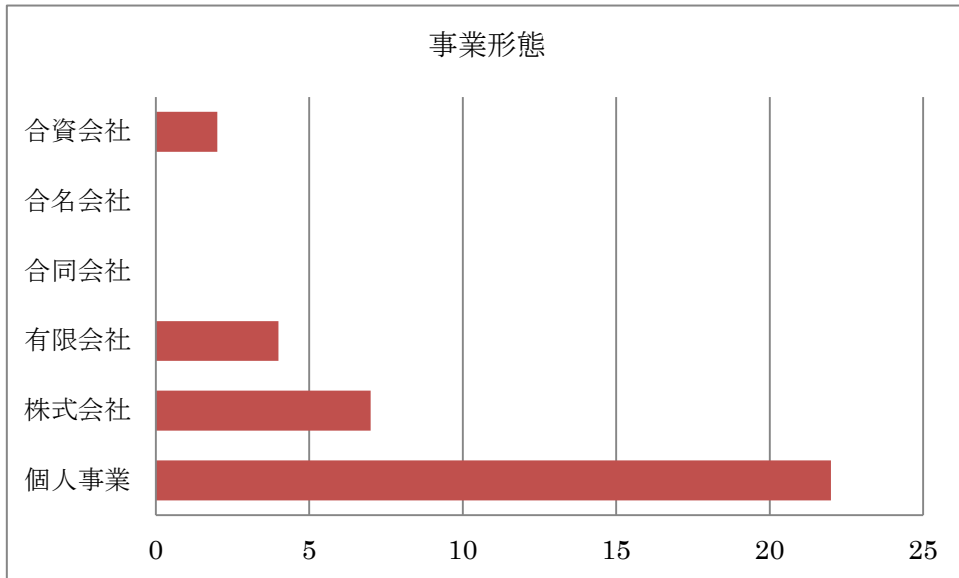
## 不動産業



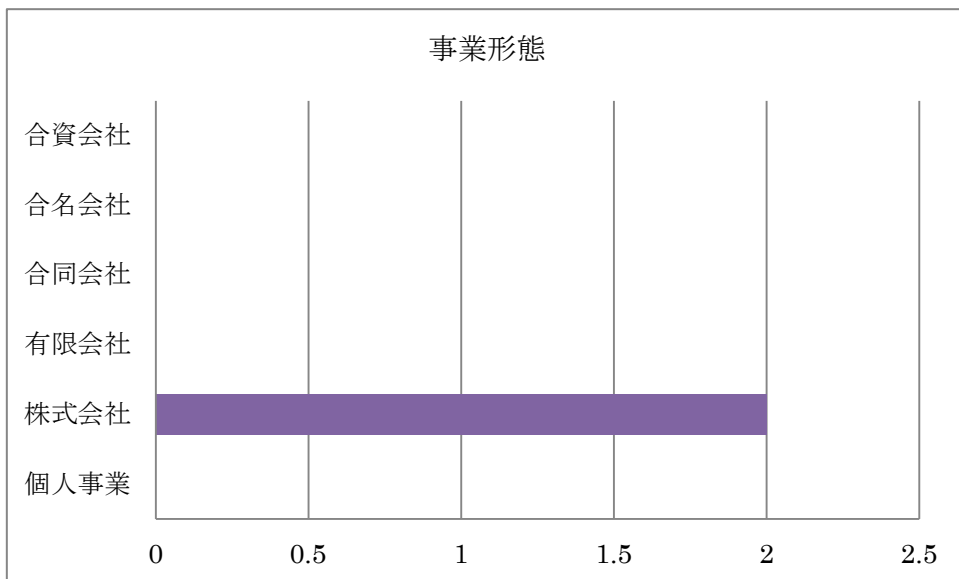
# サービス業



# 飲食業



# その他

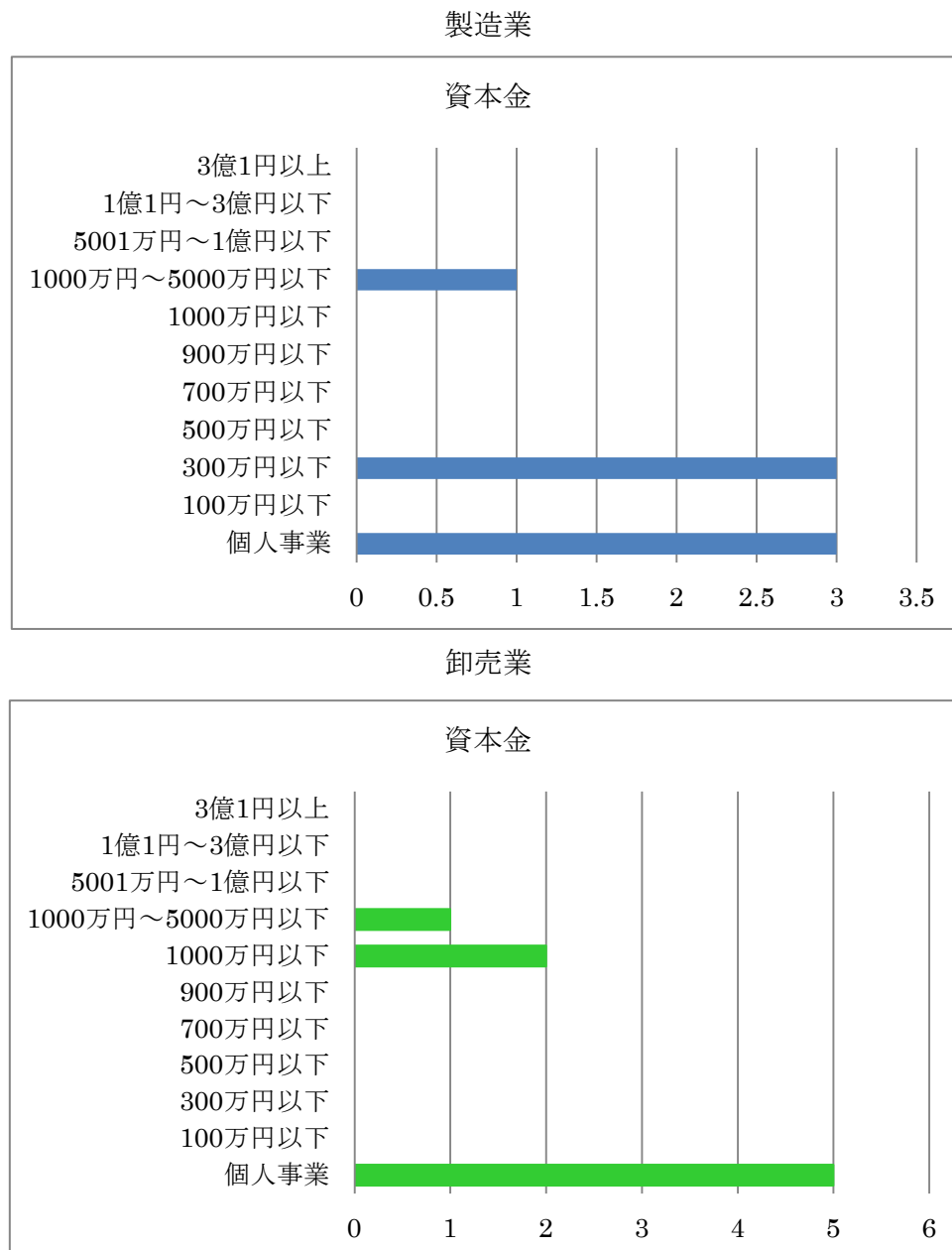


・考察

法人の事業形態として、有限会社を約 3 割が採用している。2006 年の会社法施行における有限会社法の廃止を踏まえると、2017 年時点で約 3 割の法人が、11 年以上の社歴があることがわかる。

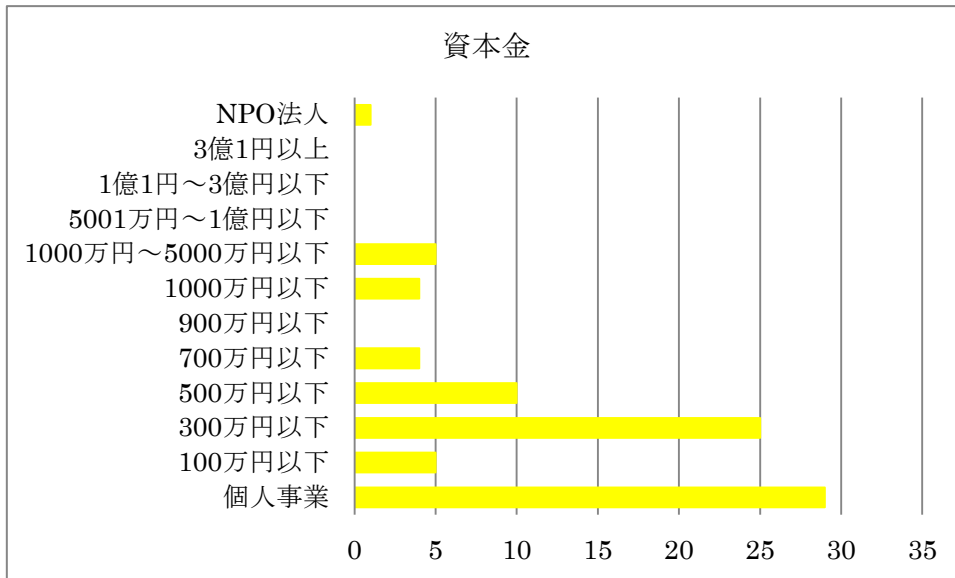
また個人事業は過半数を占め、属人的経営形態が逗子市で主流な事業形態であることを示している。

質問（6）

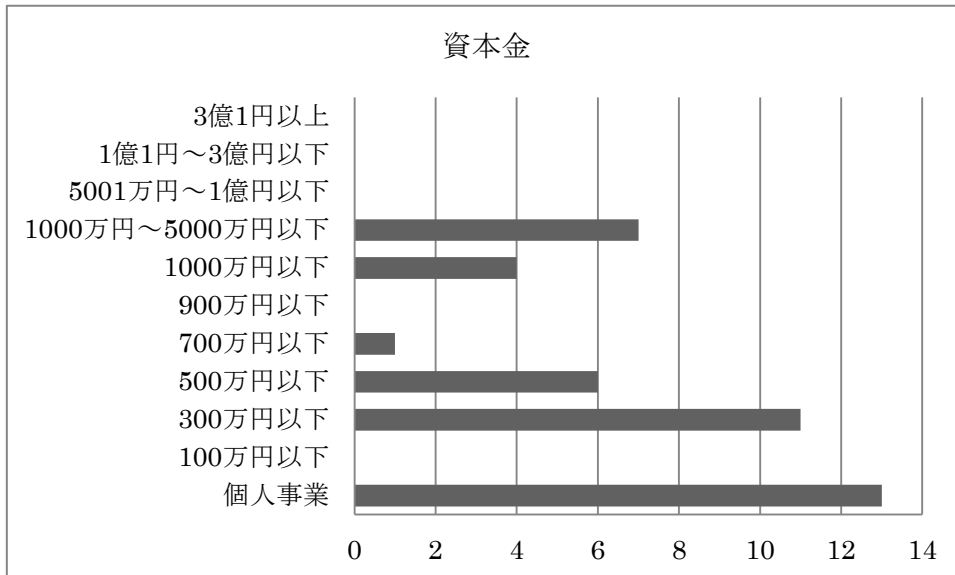




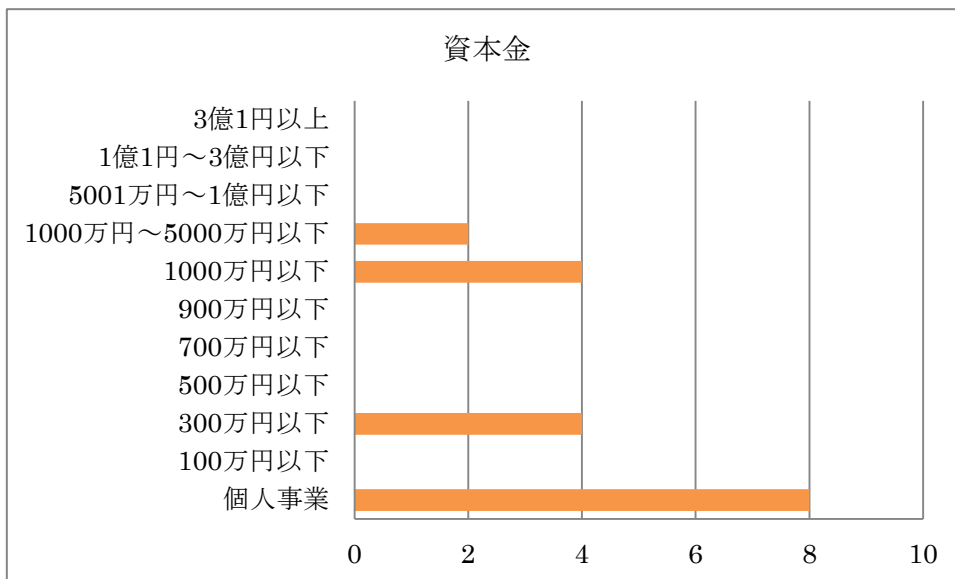
## 小売業



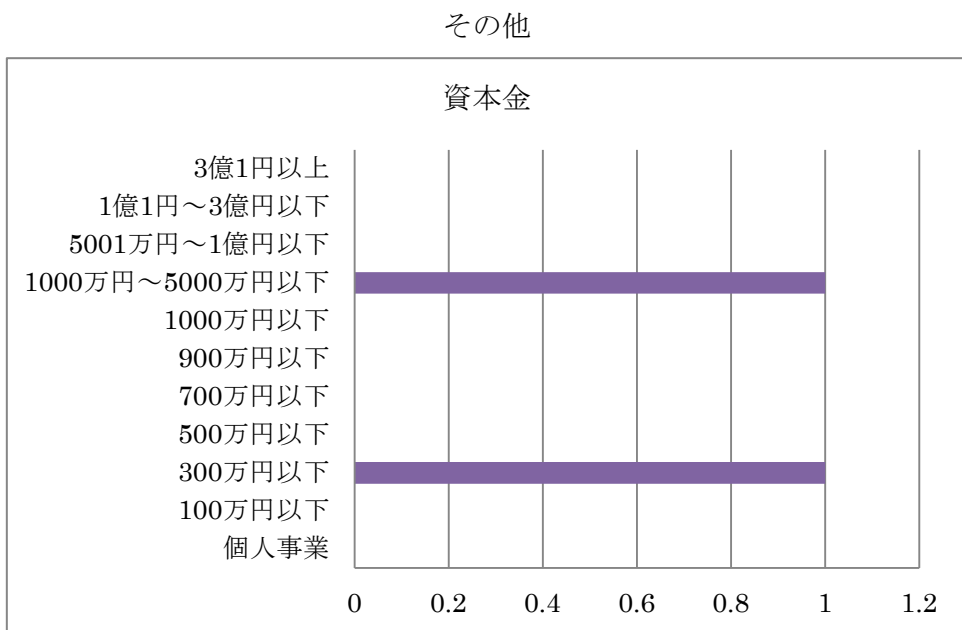
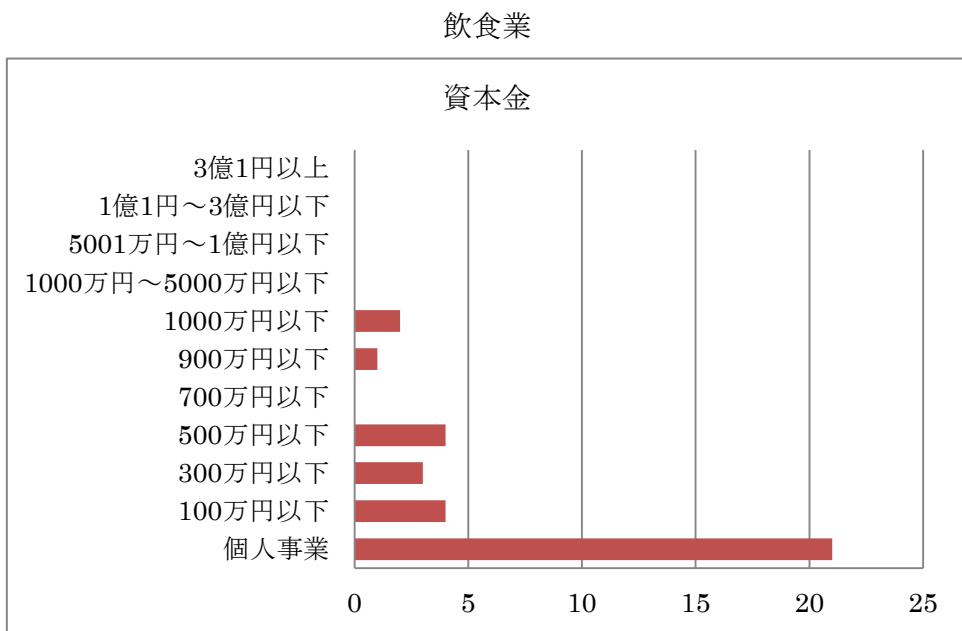
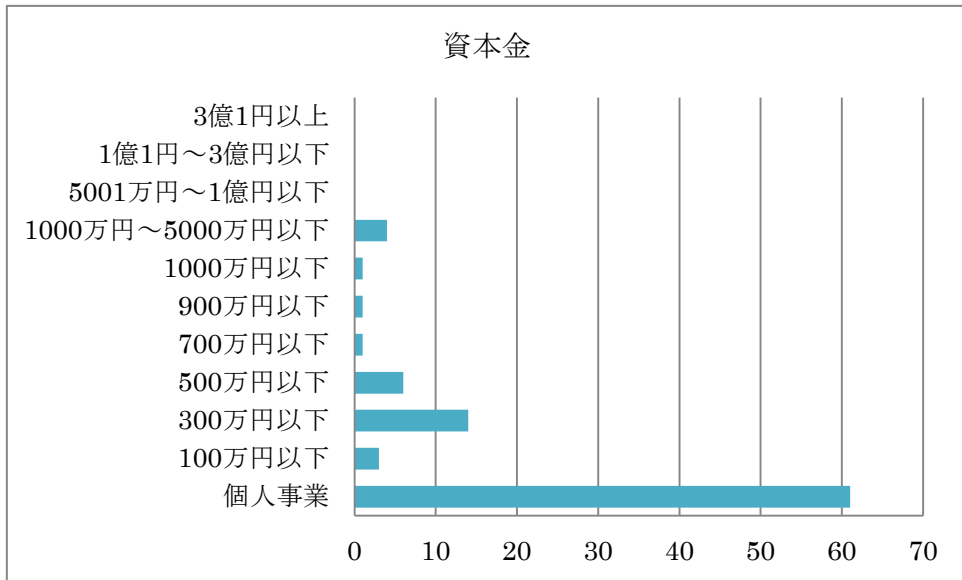
## 建設業



## 不動産業

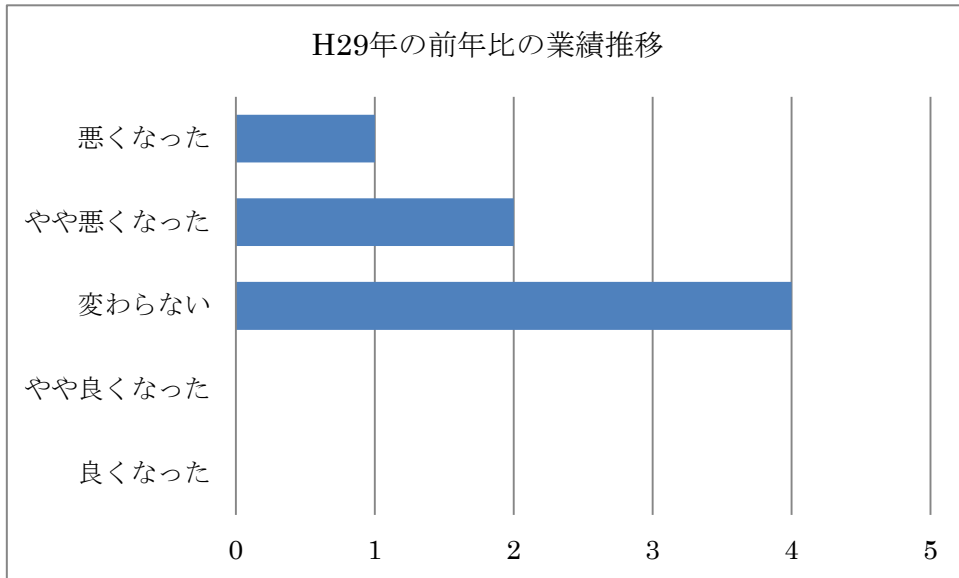


# サービス業

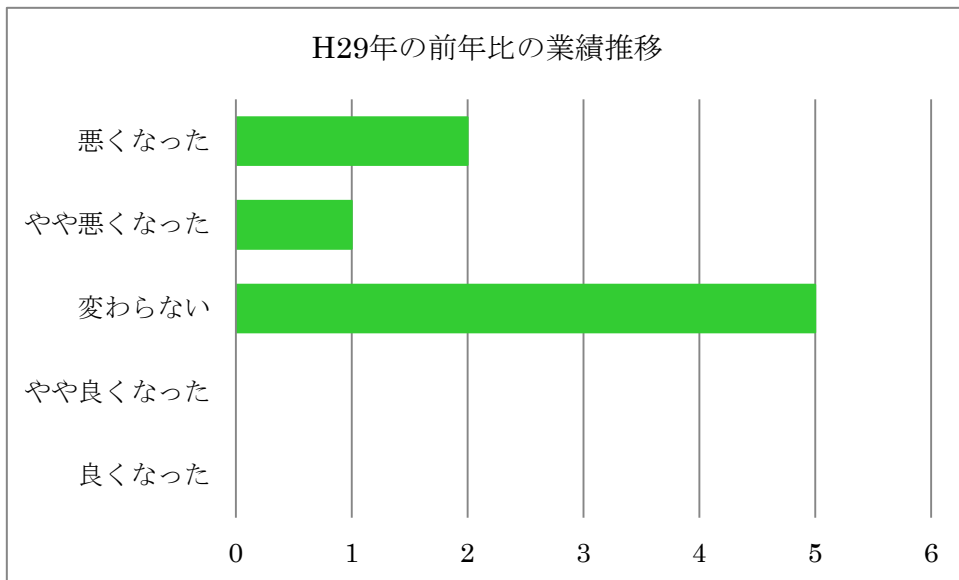


質問（7）

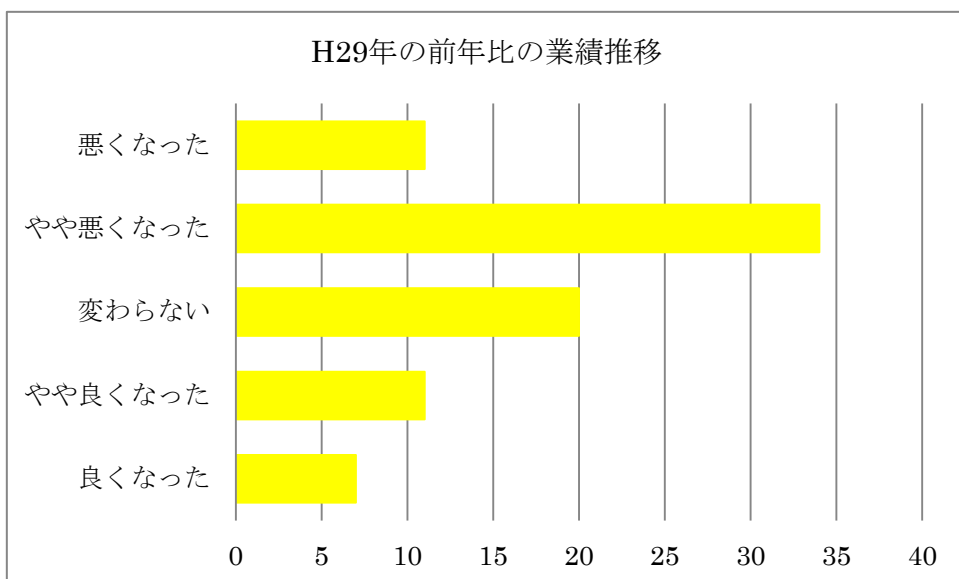
製造業



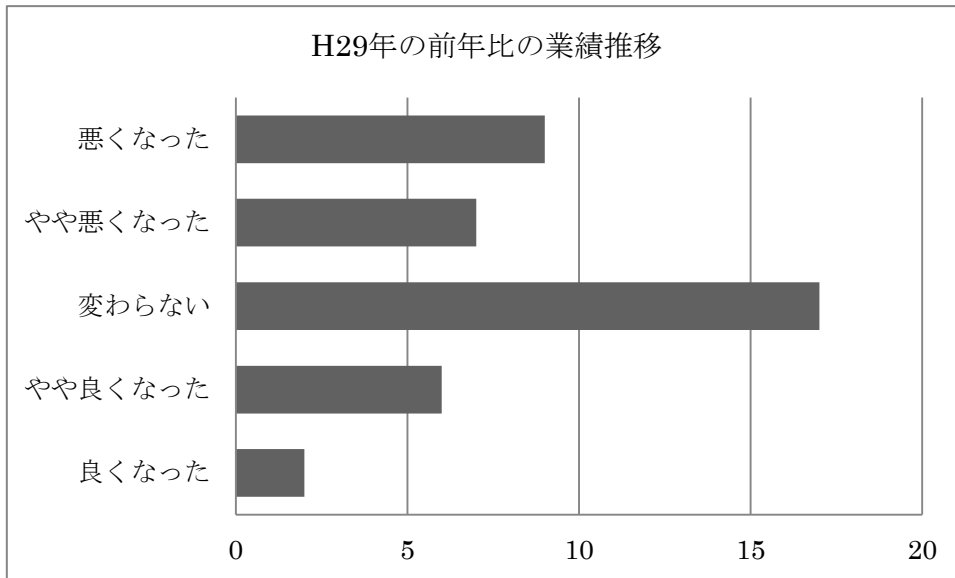
卸売業



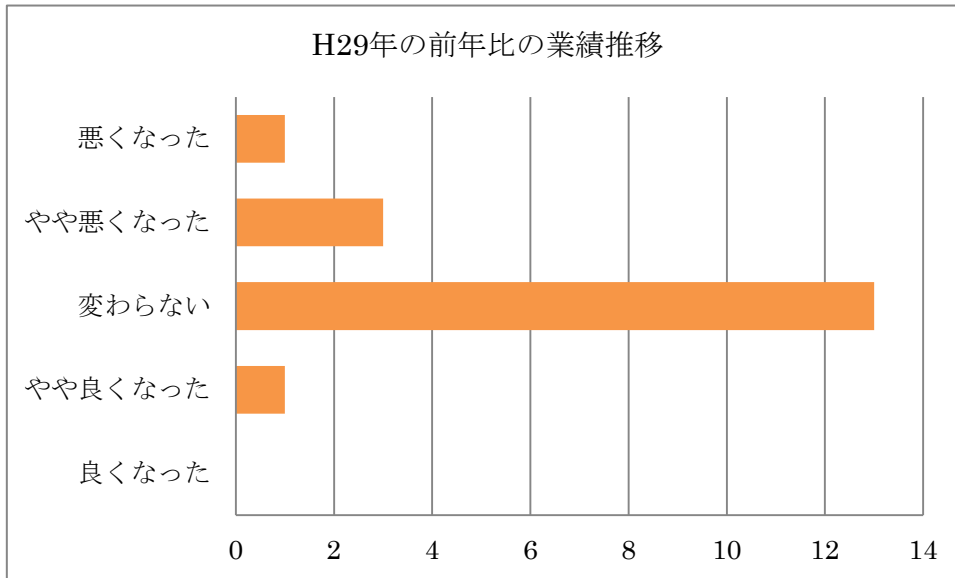
小売業



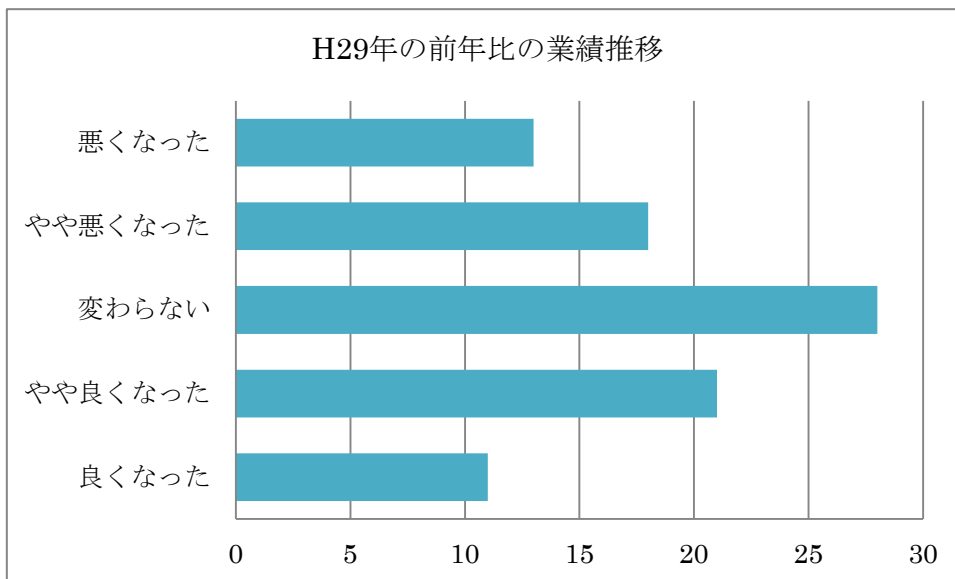
## 建設業



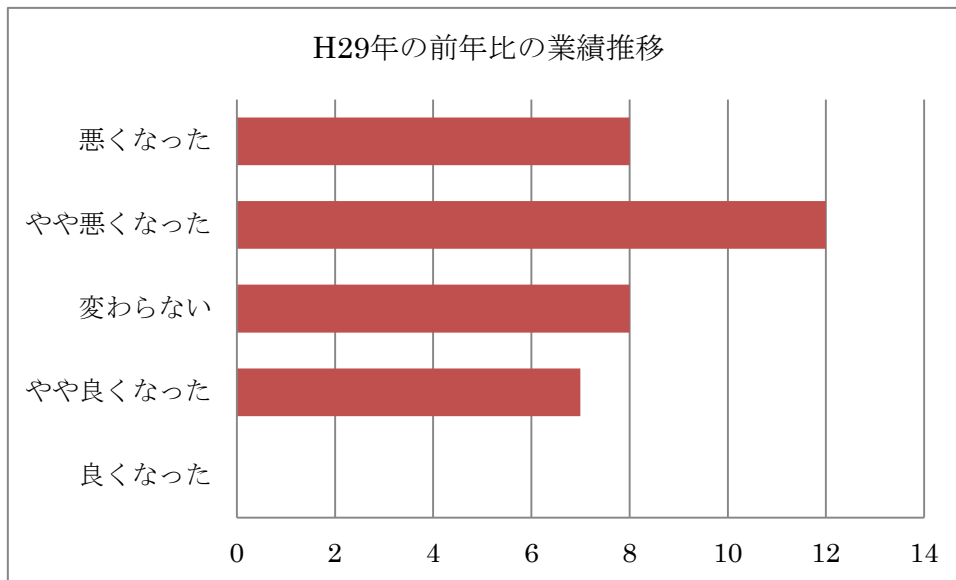
## 不動産業



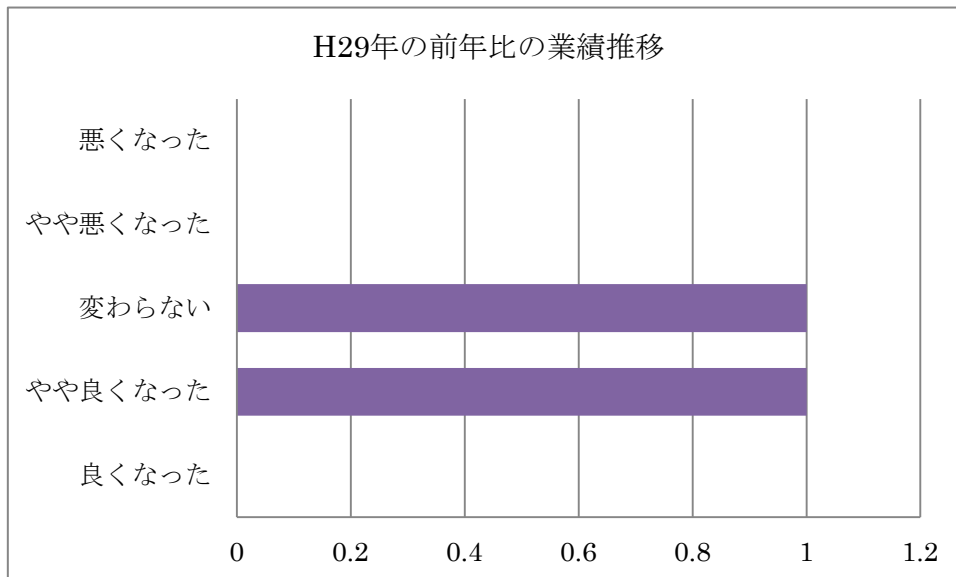
## サービス業



## 飲食業



## その他

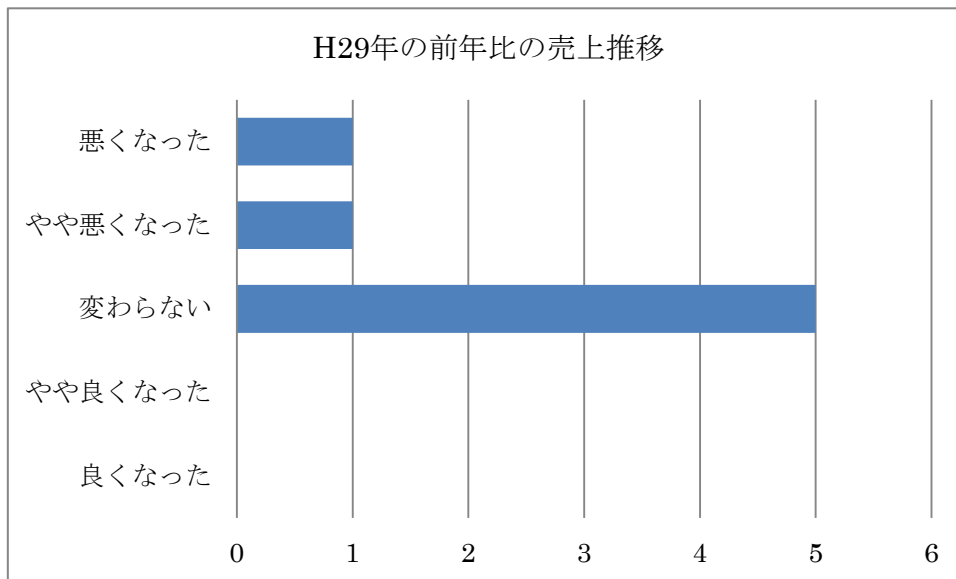


### ・考察

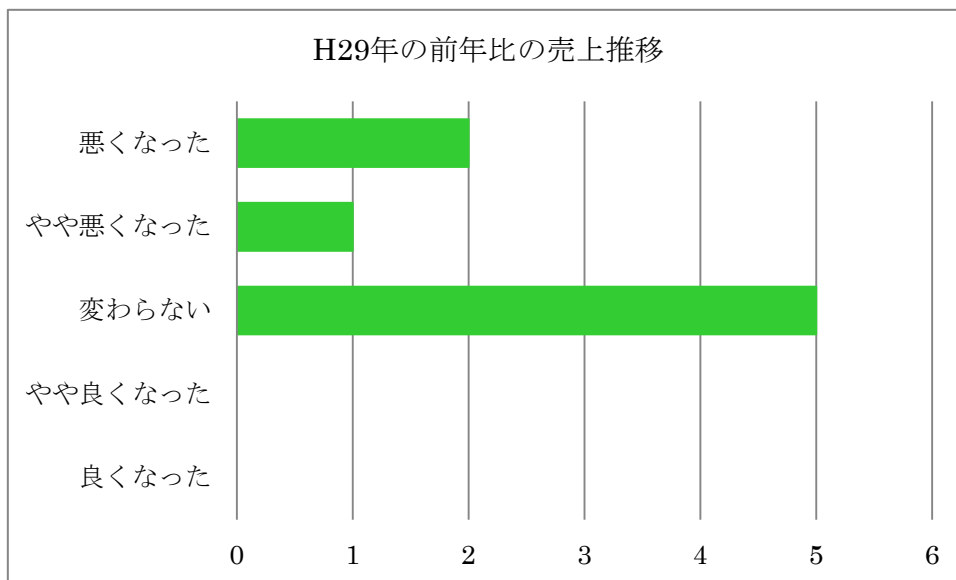
平成 29 年の事業業績は、平成 28 年に比べて、サービス業、その他を除く業種が、概ね悪化している傾向が見られた。

質問（8）

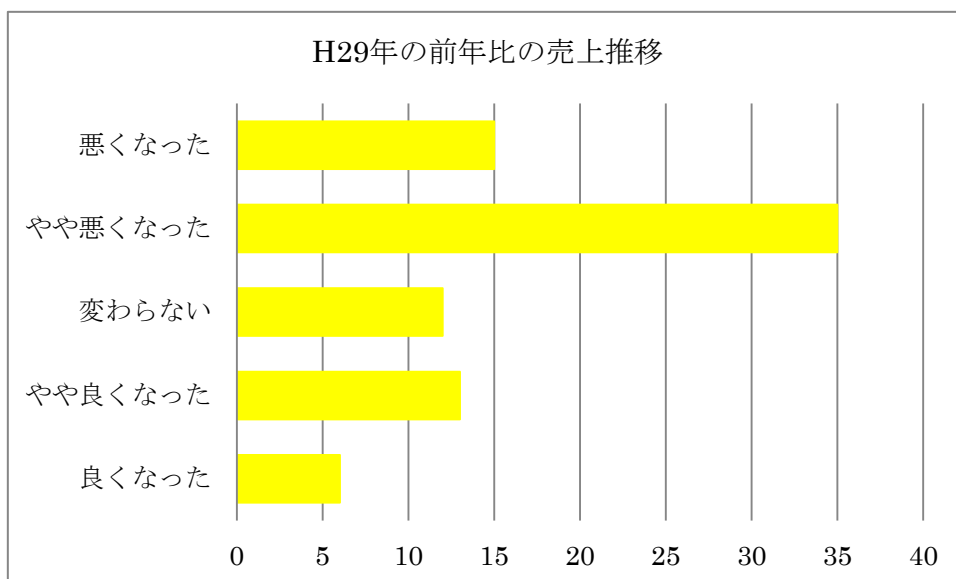
製造業



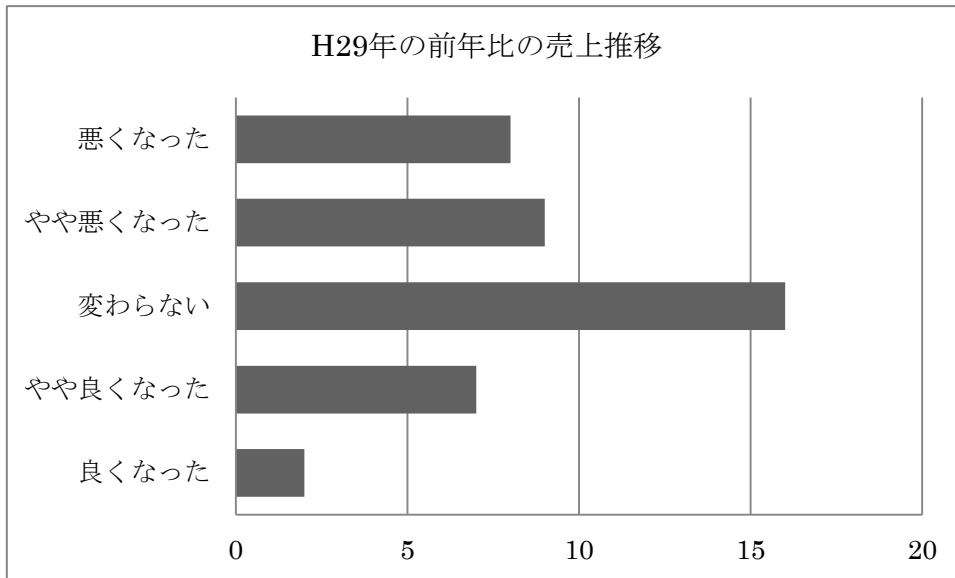
卸売業



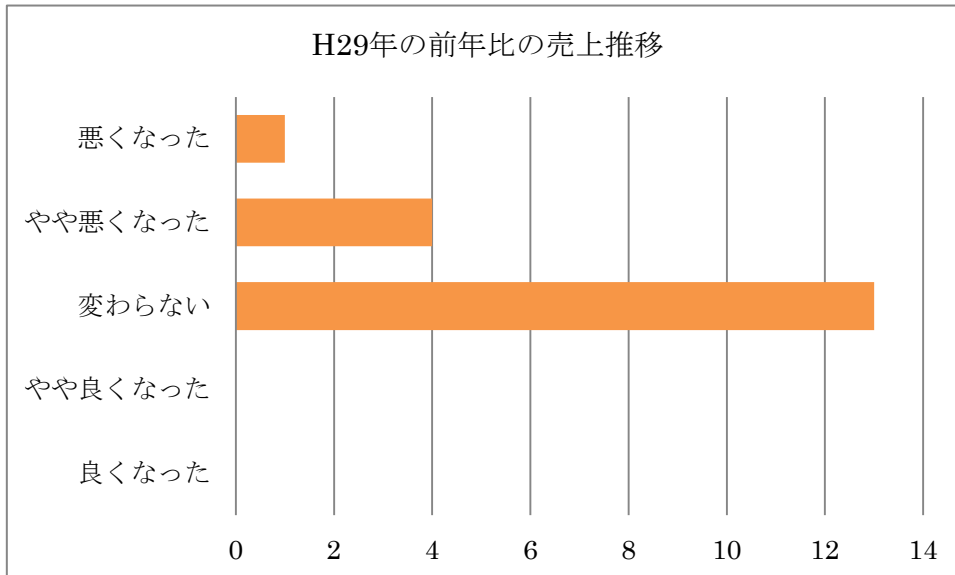
小売業



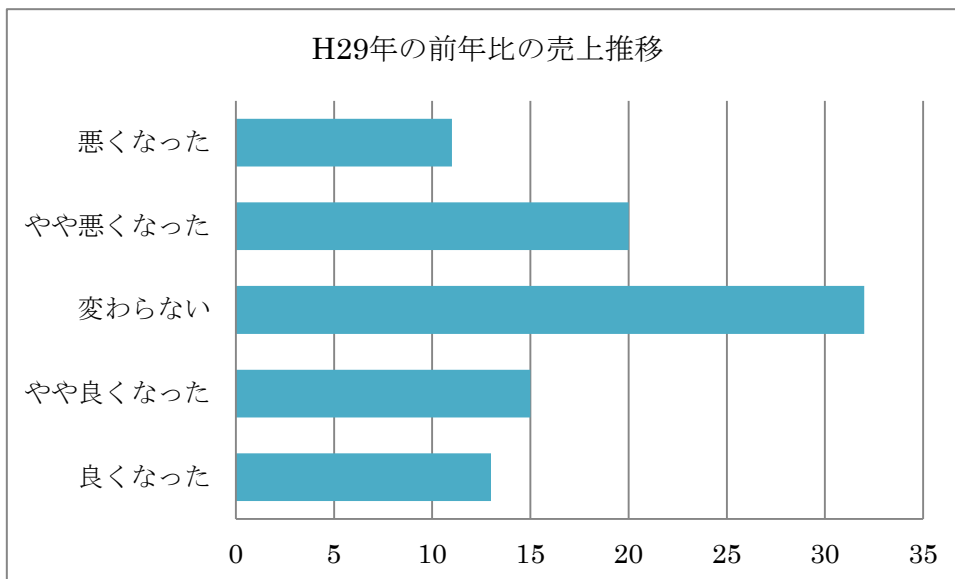
## 建設業



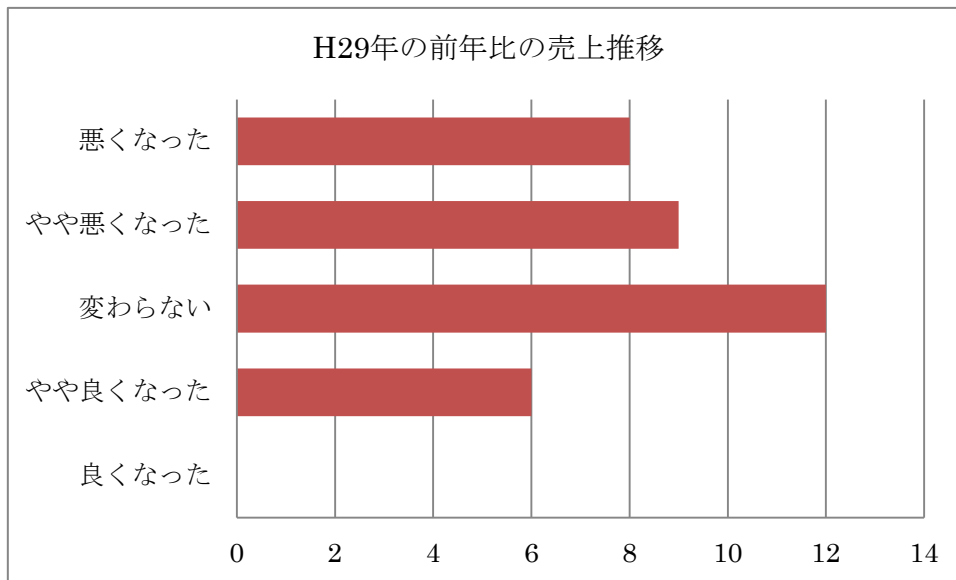
## 不動産業



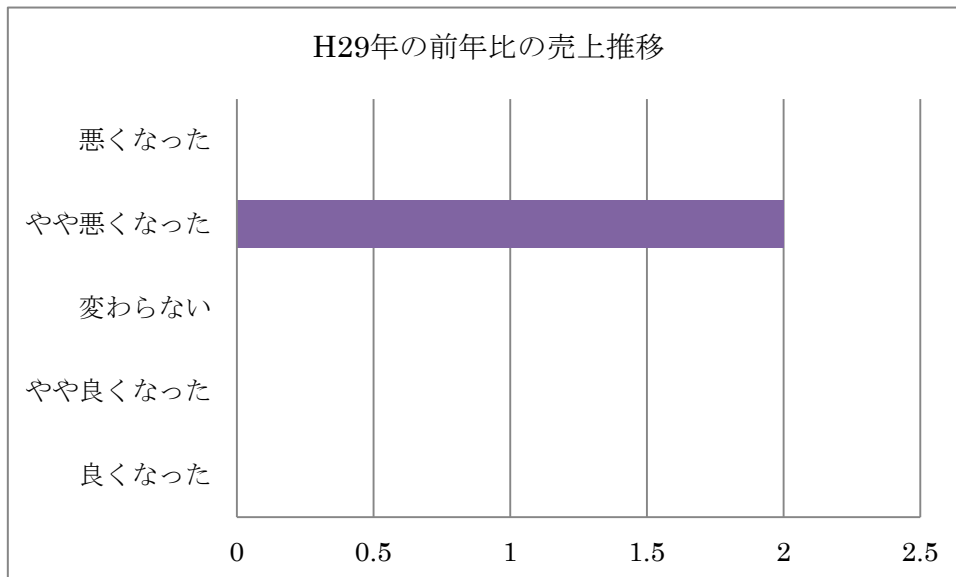
## サービス業



## 飲食業



## その他



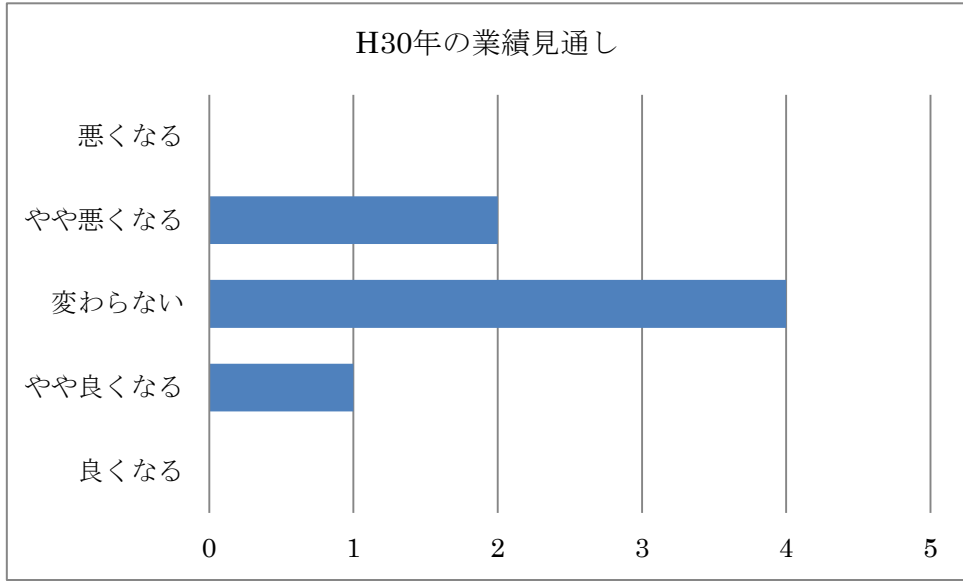
### ・考察

平成 29 年の獲得売上は、平成 28 年に比べて、すべての業種が概ね悪化したと回答している。従って、先述の業績が改善しているとするサービス業、その他においては、コスト管理による事業努力が功を奏していると推察できる。なお本調査では、「売上－費用＝業績」と定義している。

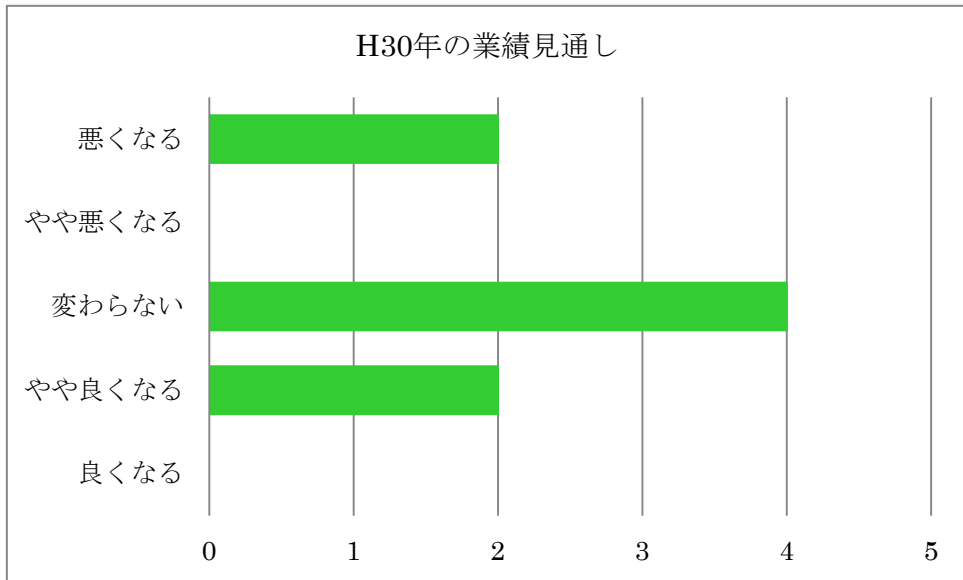


質問（9）

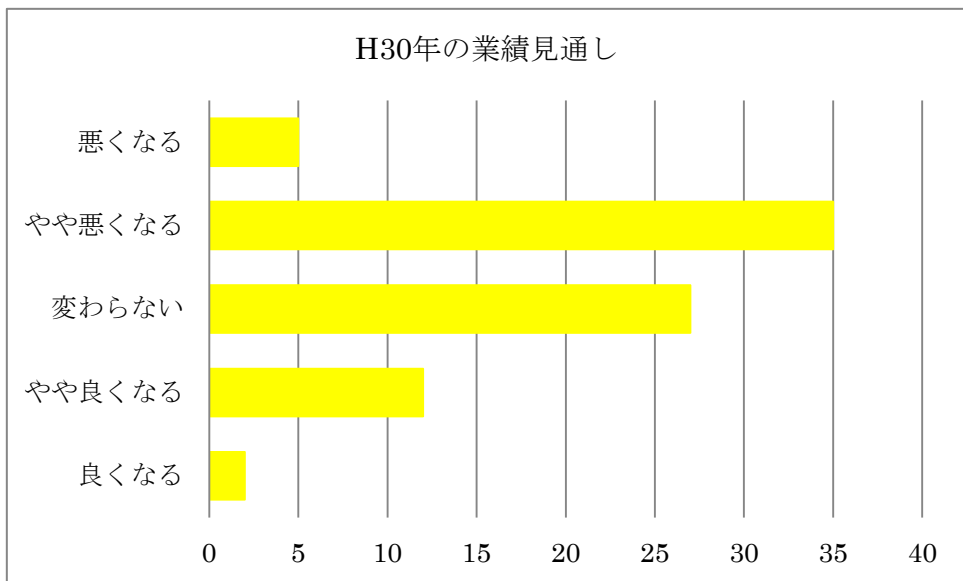
製造業



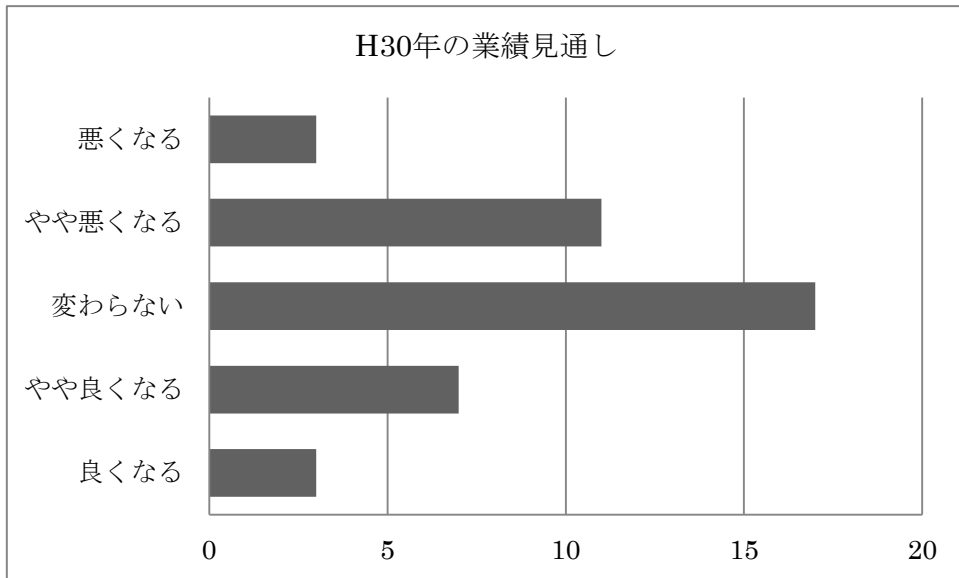
卸売業



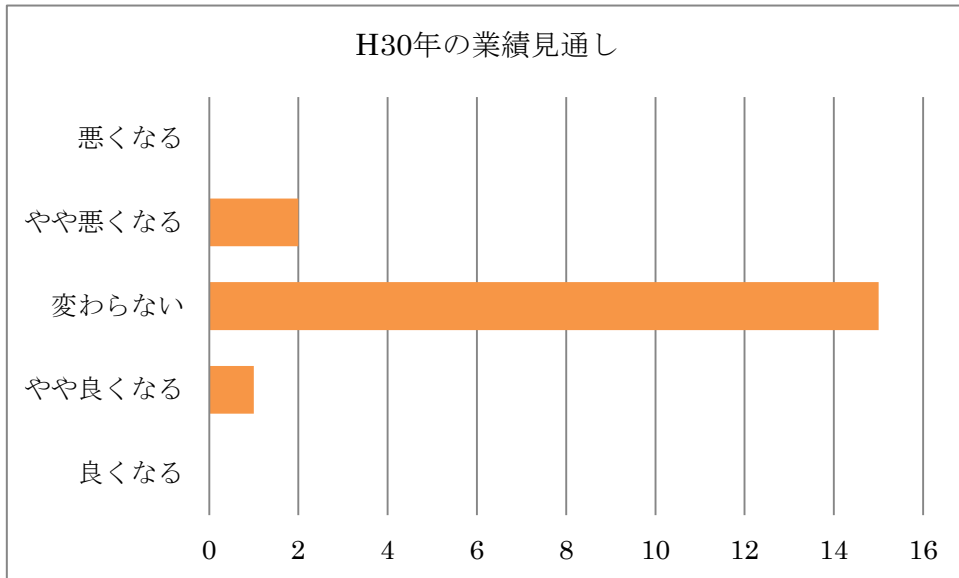
小売業



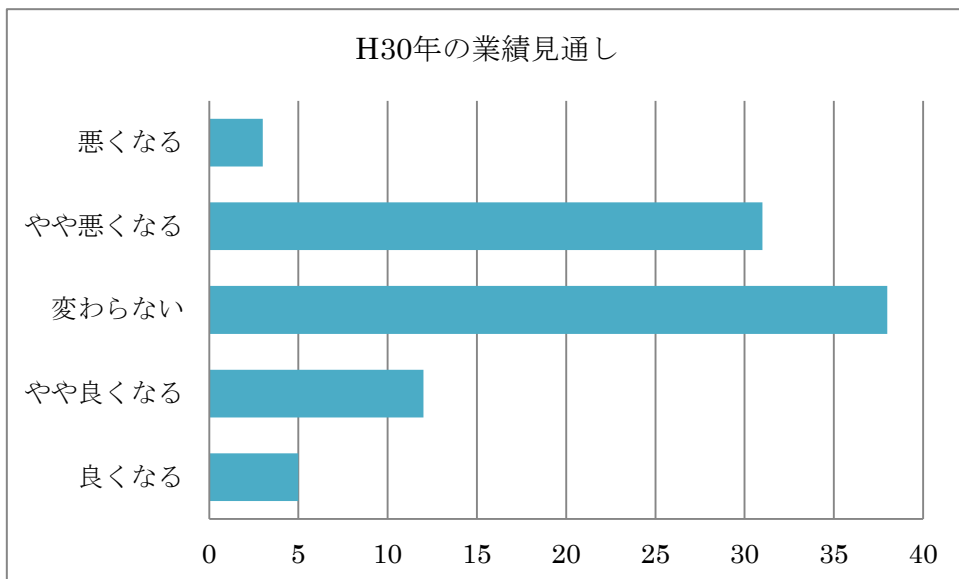
## 建設業



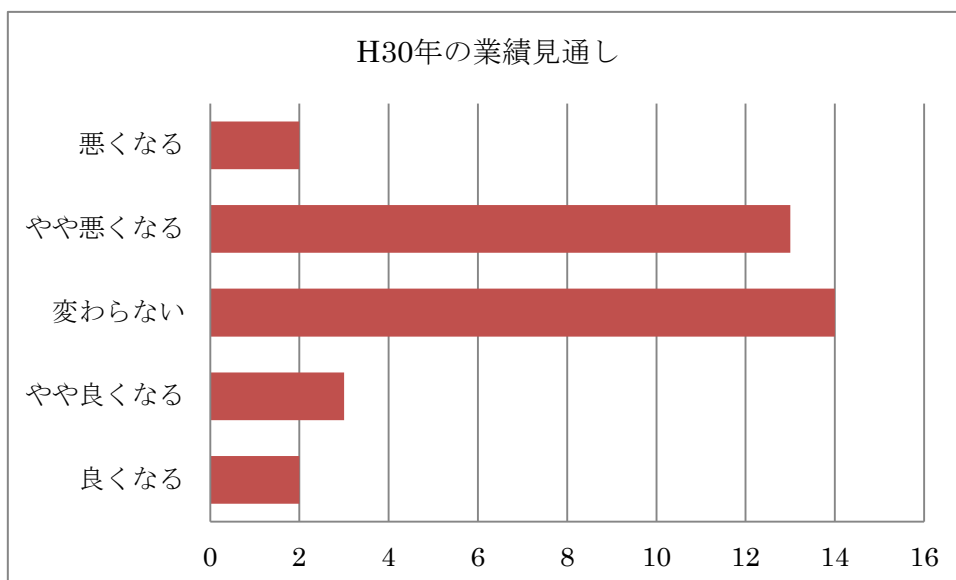
## 不動産業



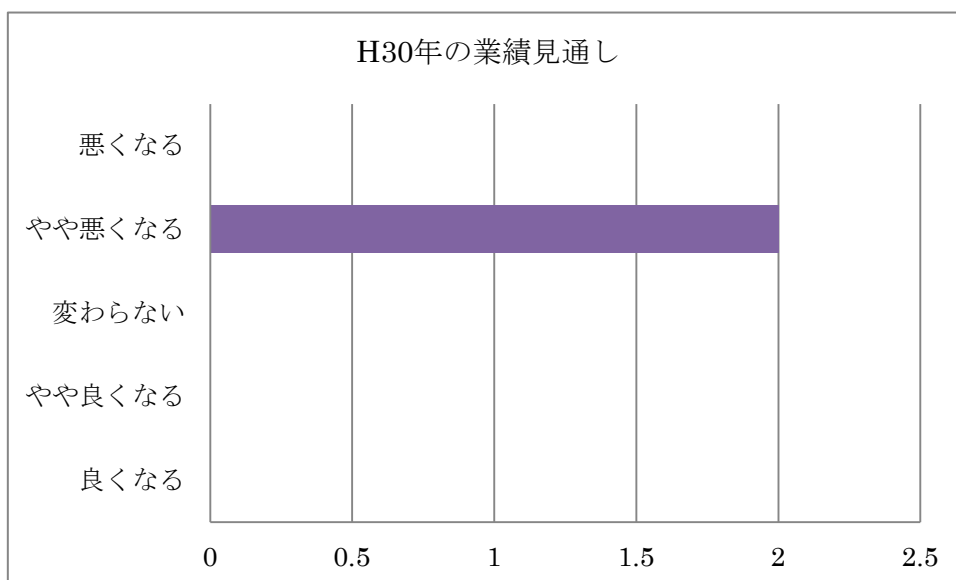
## サービス業



## 飲食業



## その他

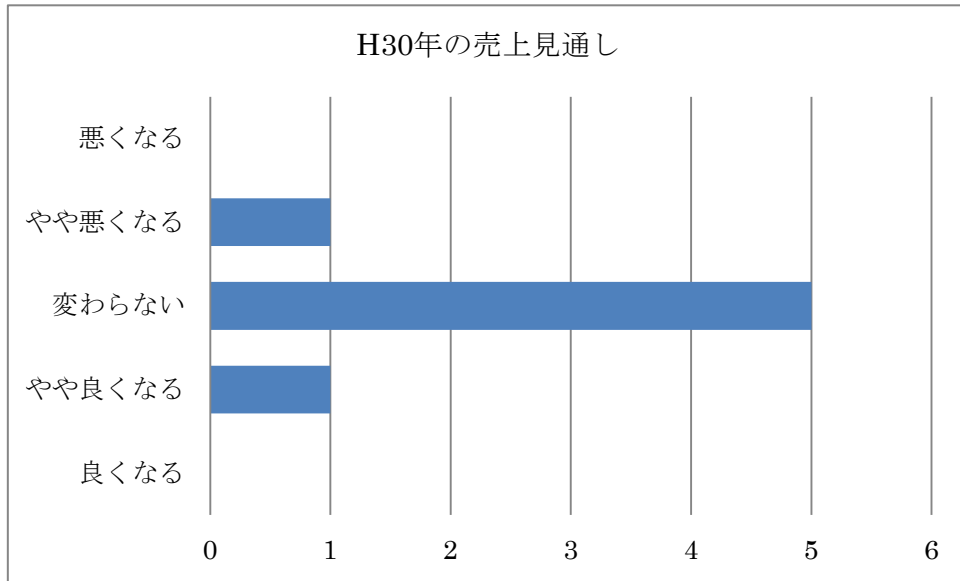


### ・考察

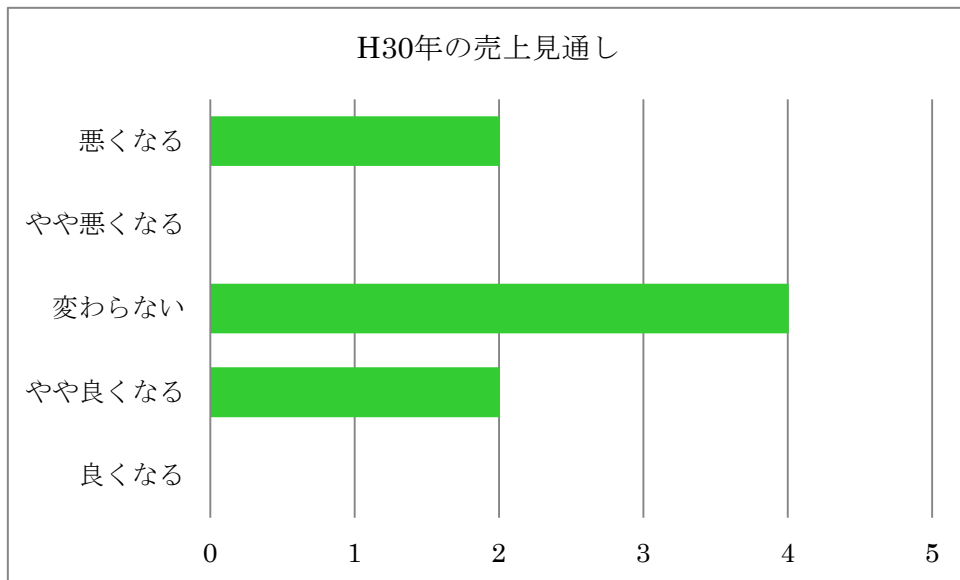
平成 30 年の業績見通し（予測）は、全業種で弱気（悲観的）の見通しである。多くの 2 次データであるように、節約志向による買上点数の減少傾向や、単価下落傾向が下げ止まらない影響が大きいと考えられる。

質問（10）

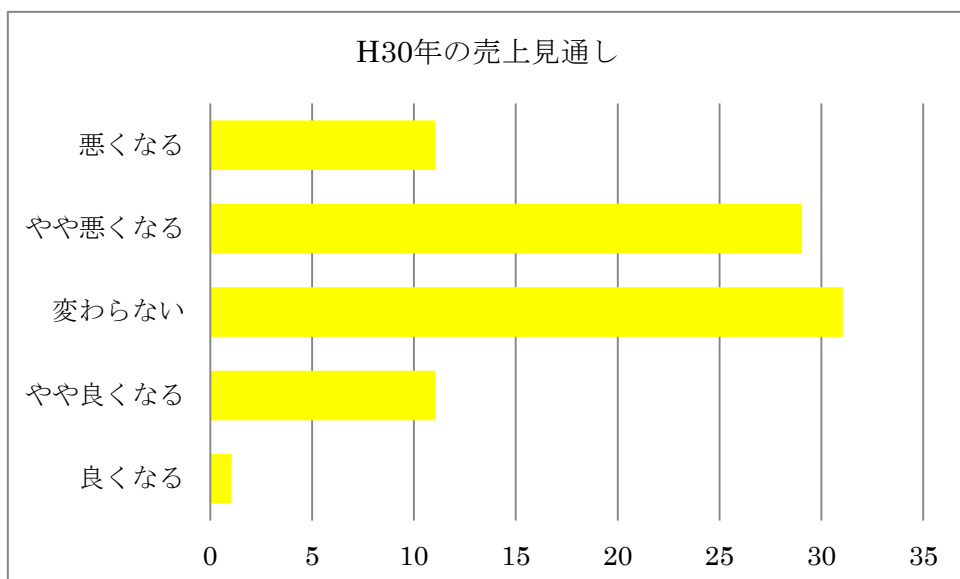
製造業



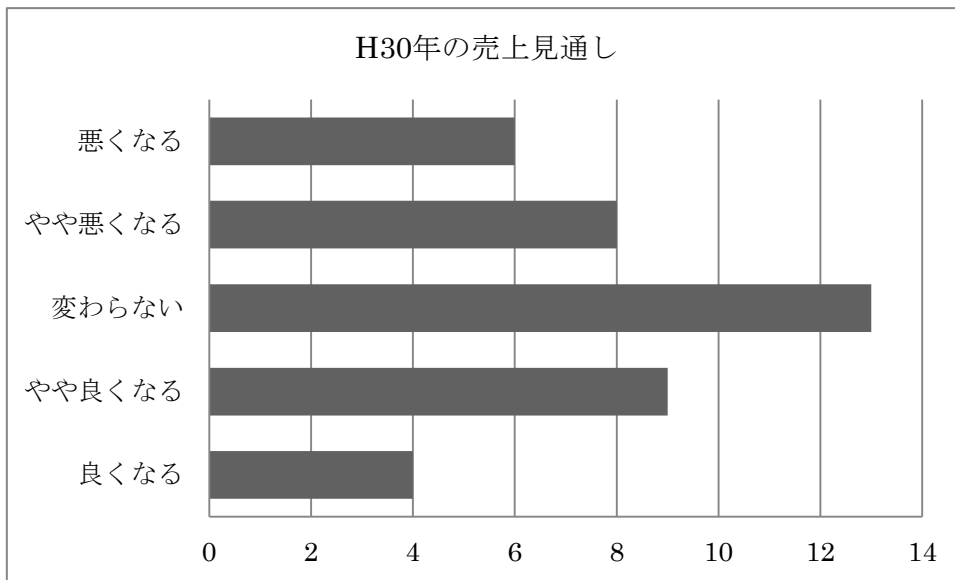
卸売業



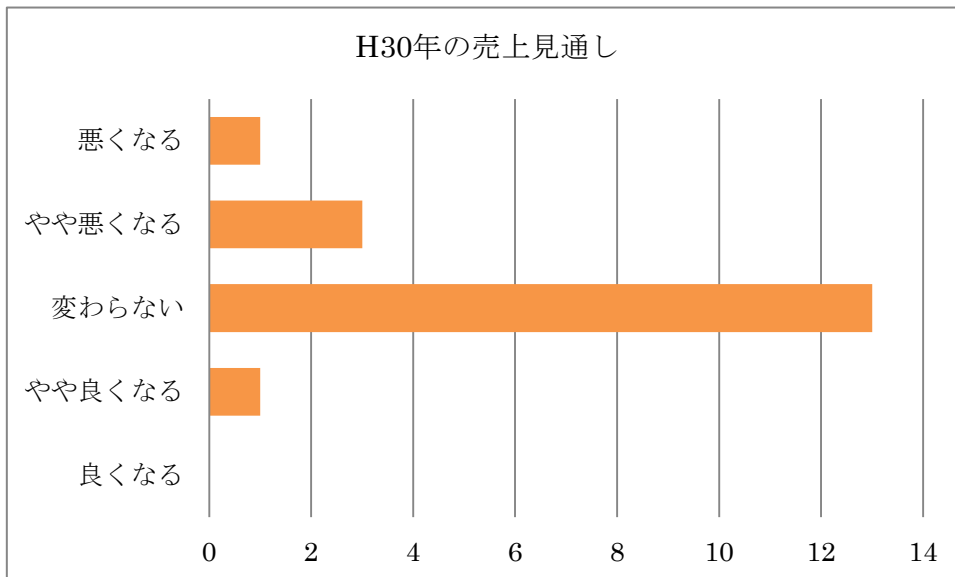
小売業



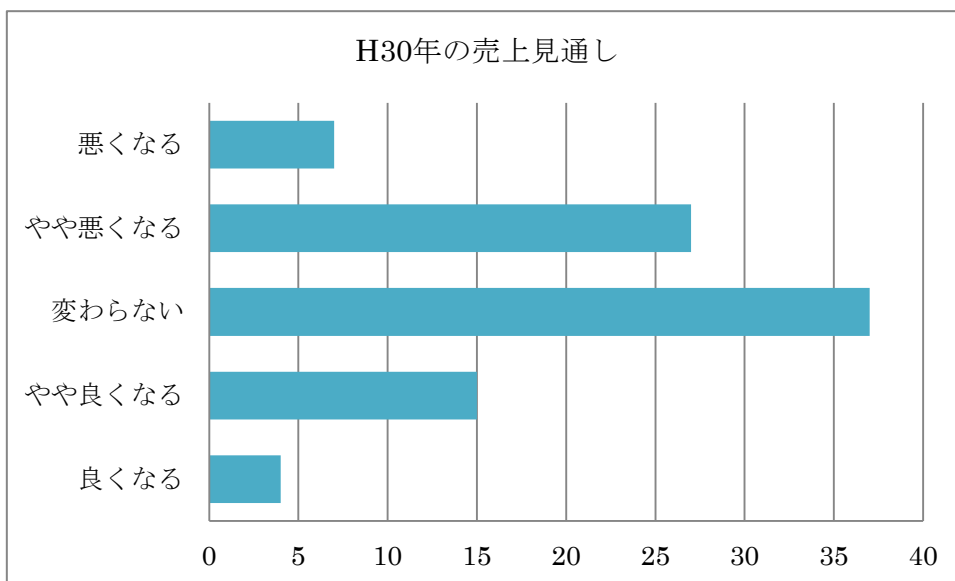
## 建設業



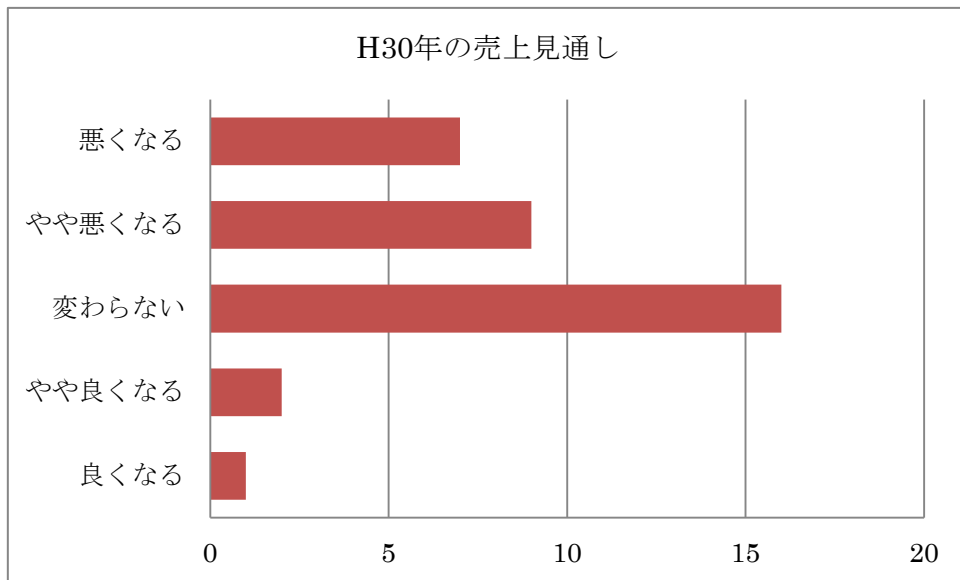
## 不動産業



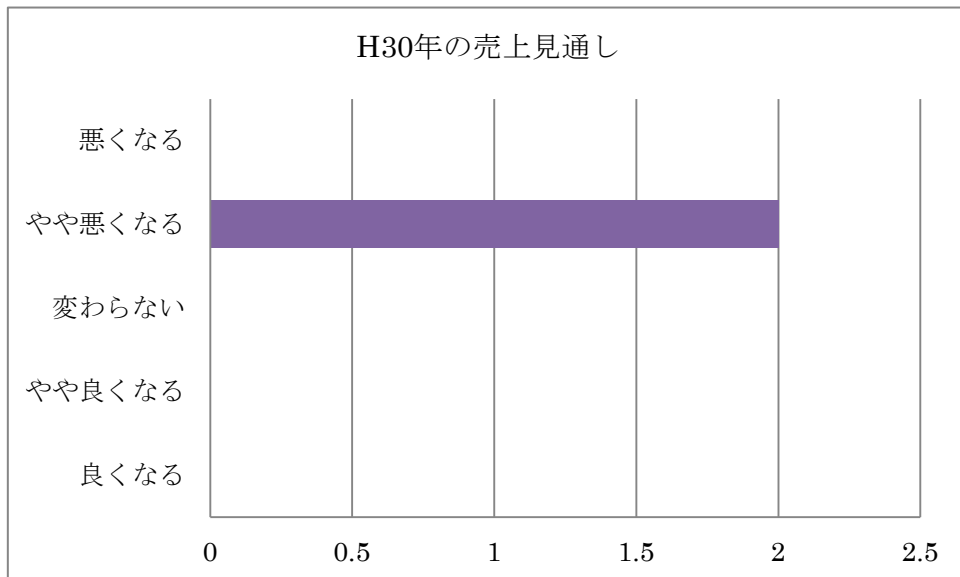
## サービス業



## 飲食業



## その他

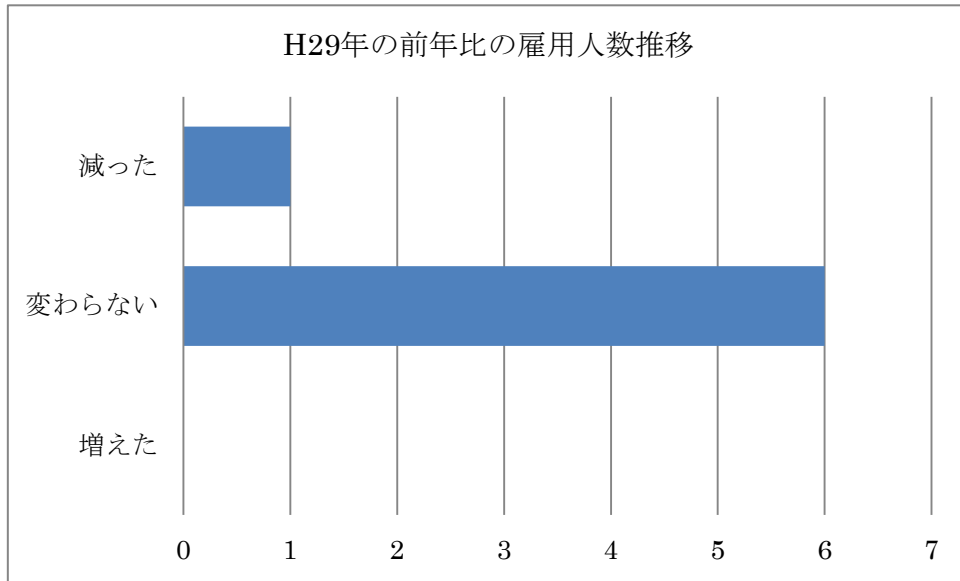


### ・考察

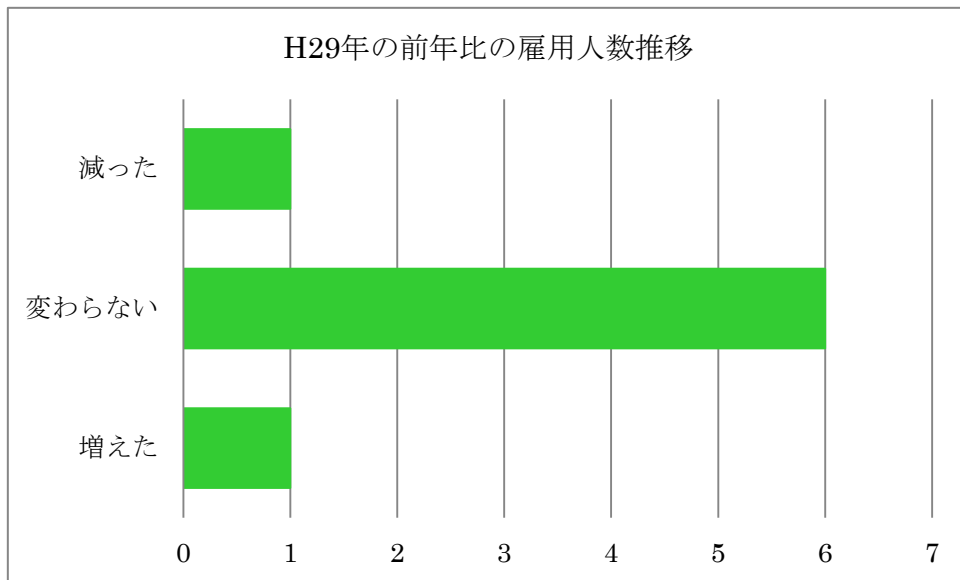
平成 30 年の売上見通し（予測）は、全体的に弱気（悲観的）の見通しである。多くの 2 次データであるように、節約志向による買上点数の減少傾向や、単価下落傾向が下げ止まらない影響が大きいと考えられる。

質問（11）

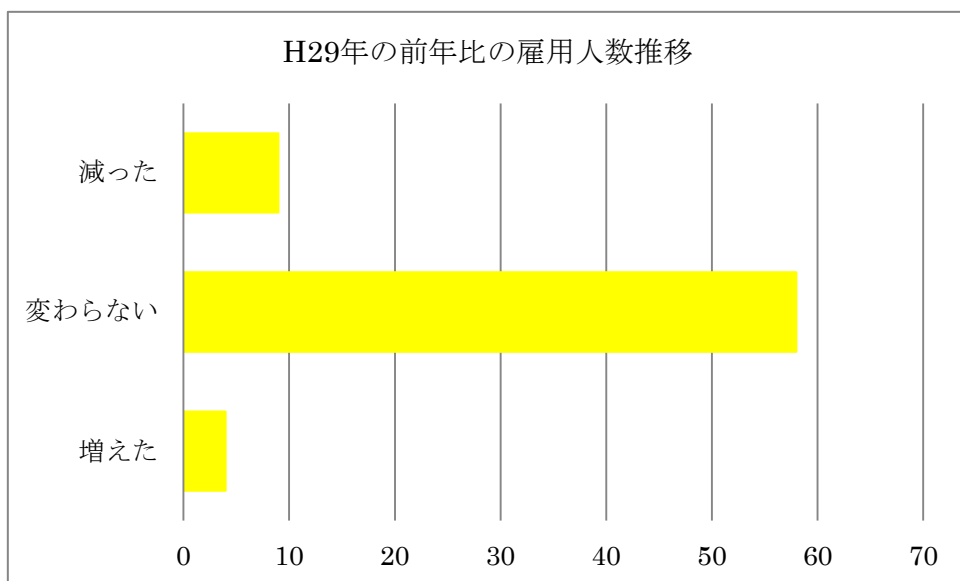
製造業



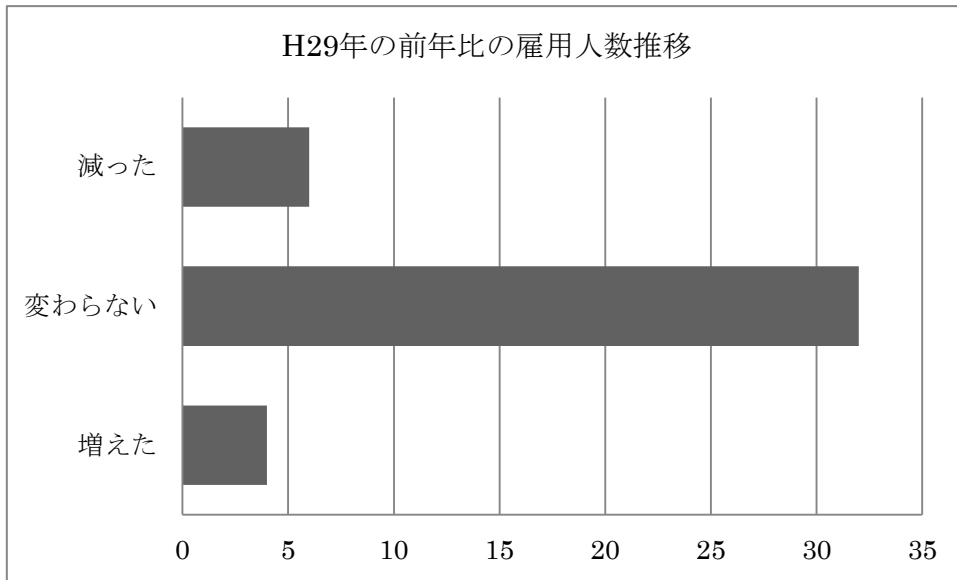
卸売業



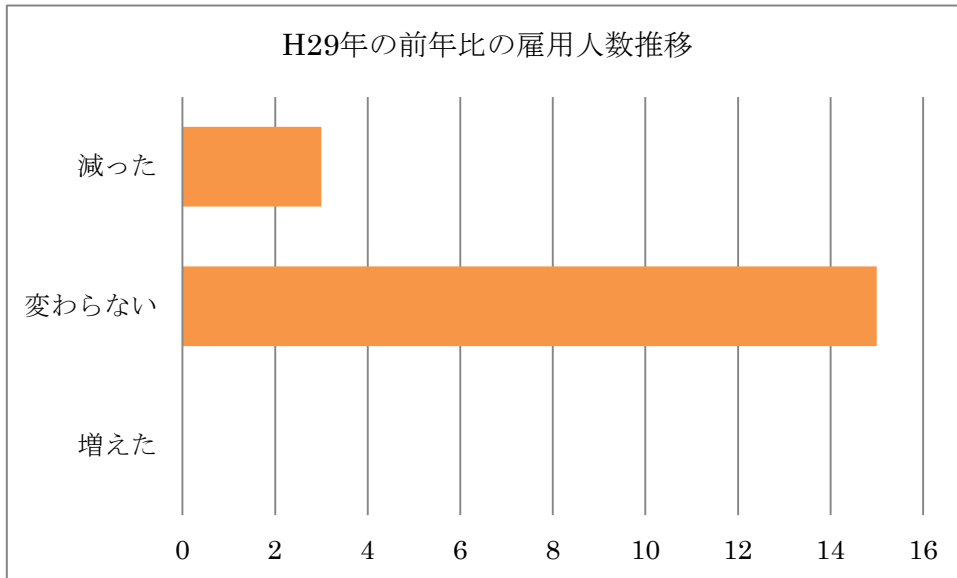
小売業



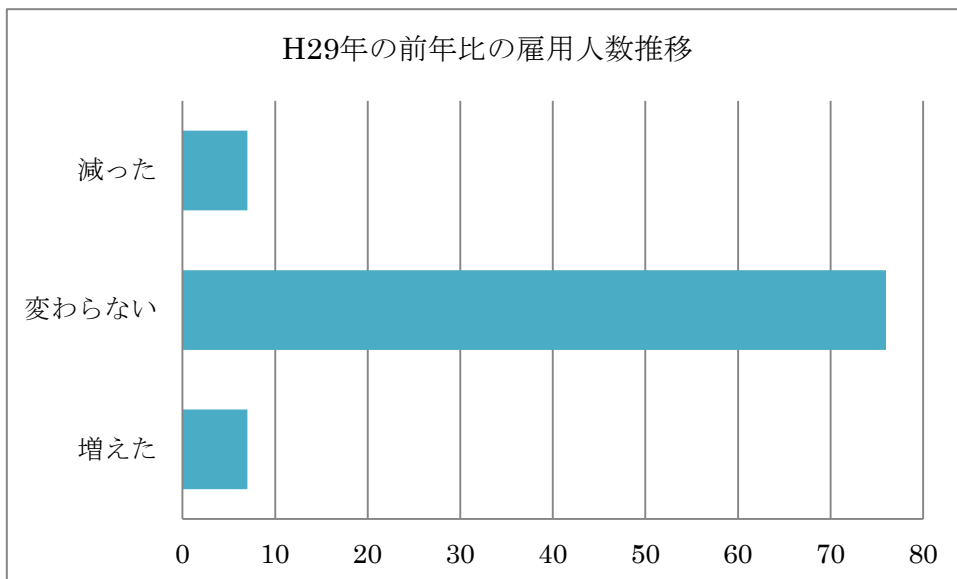
### 建設業



### 不動産業

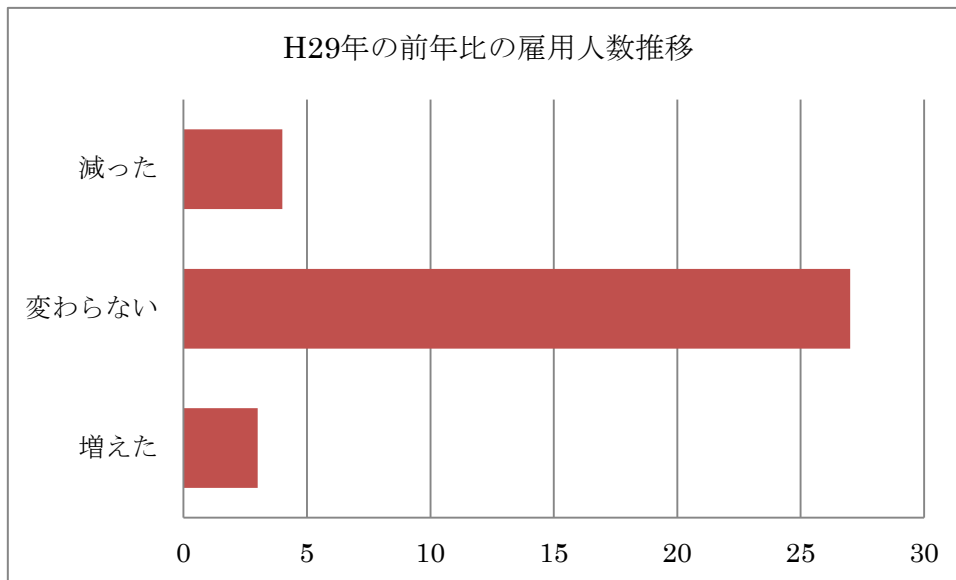


### サービス業

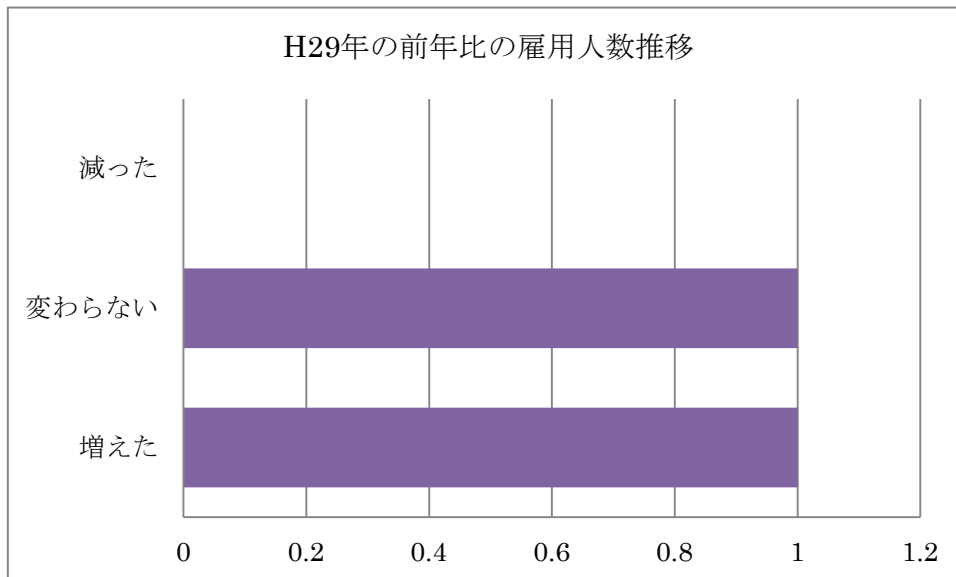




## 飲食業



## その他

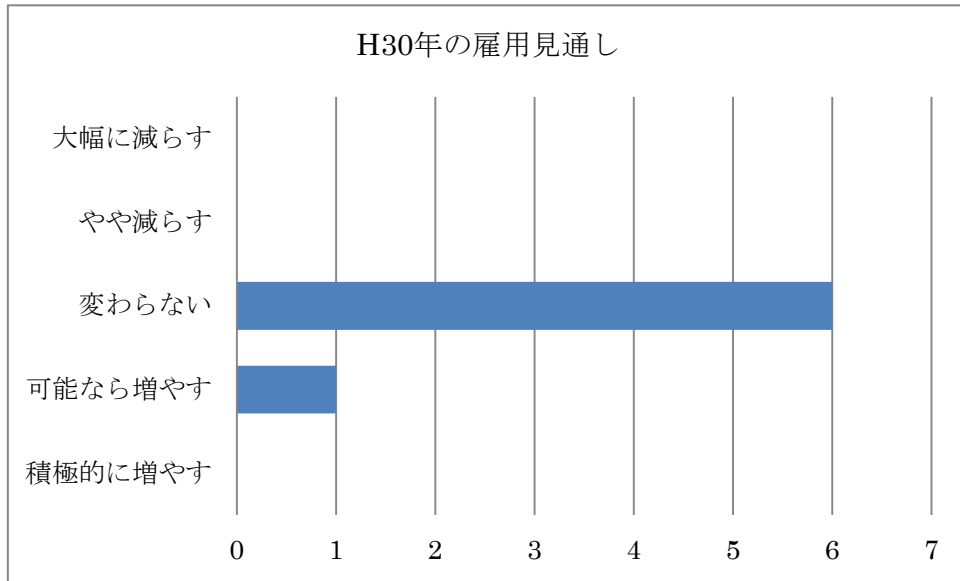


### ・考察

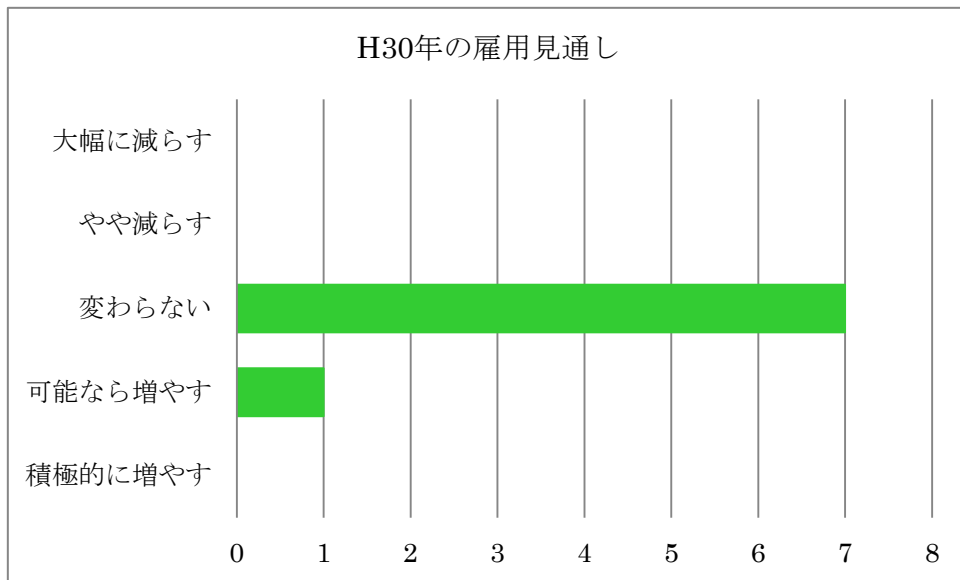
平成 29 年の平成 28 年に比べた雇用人数推移は、概ね一進一退の状況で、全体的には微減傾向であった。

質問（12）

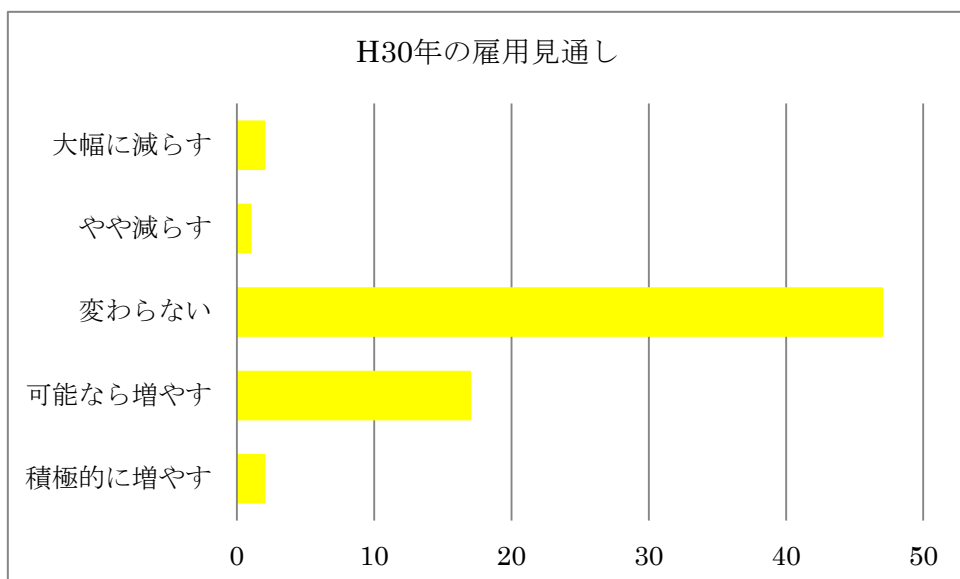
製造業



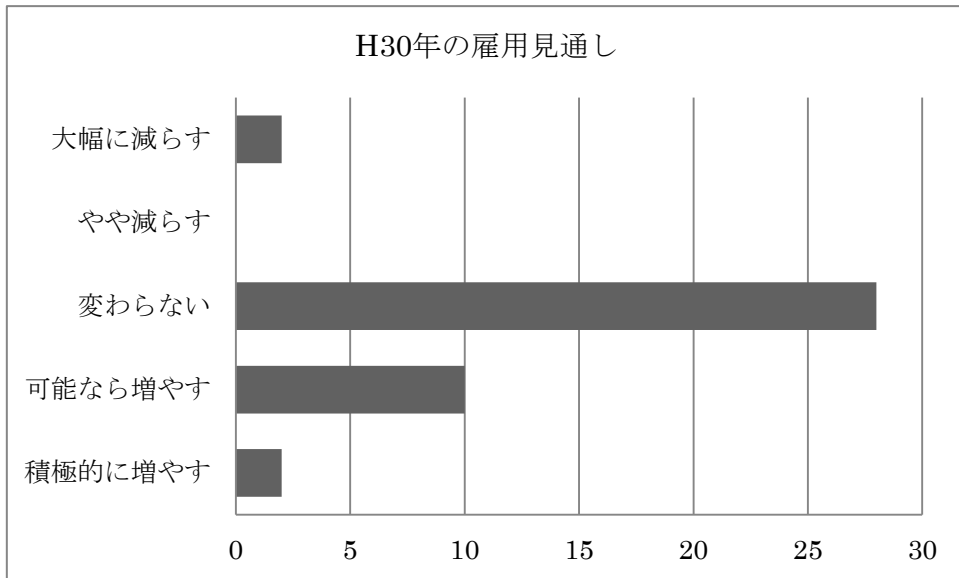
卸売業



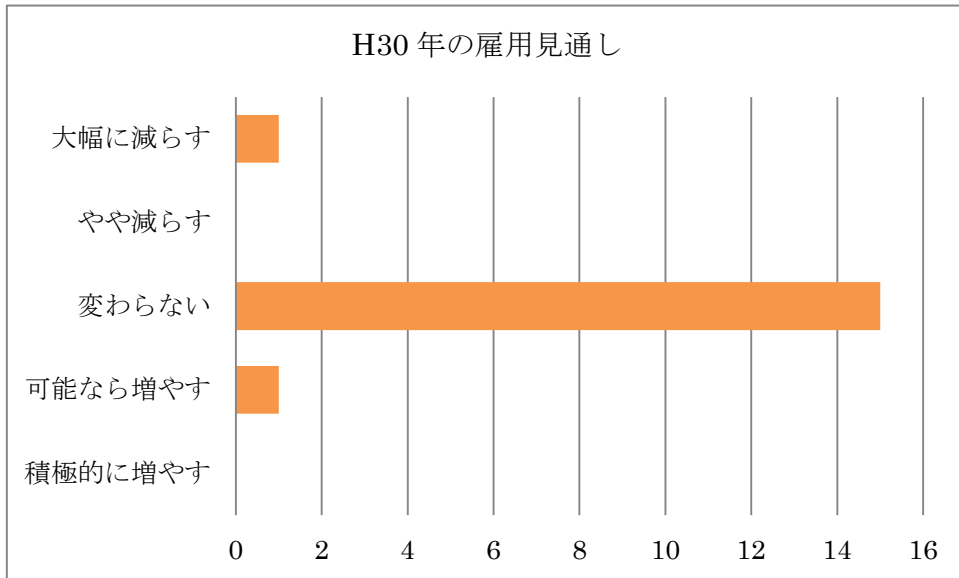
小売業



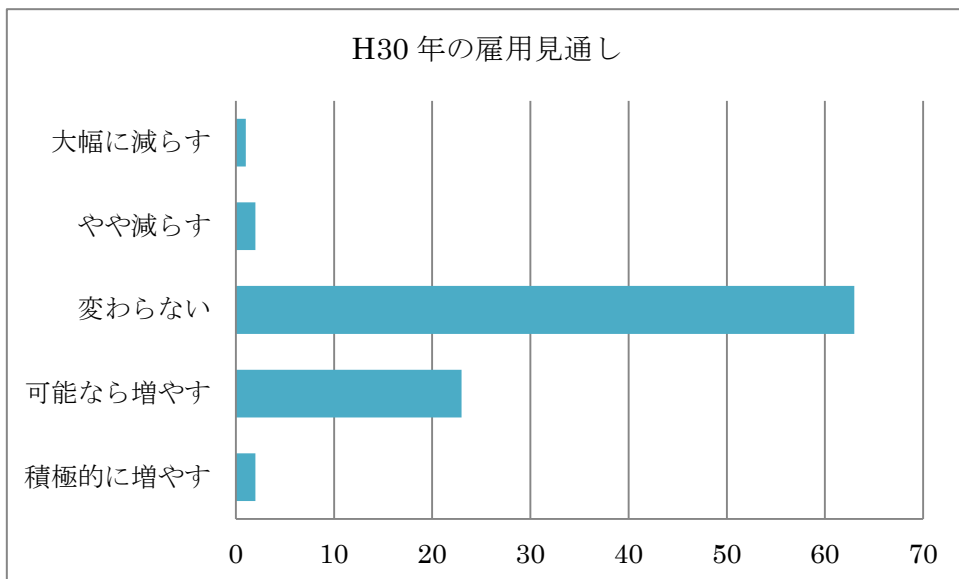
## 建設業



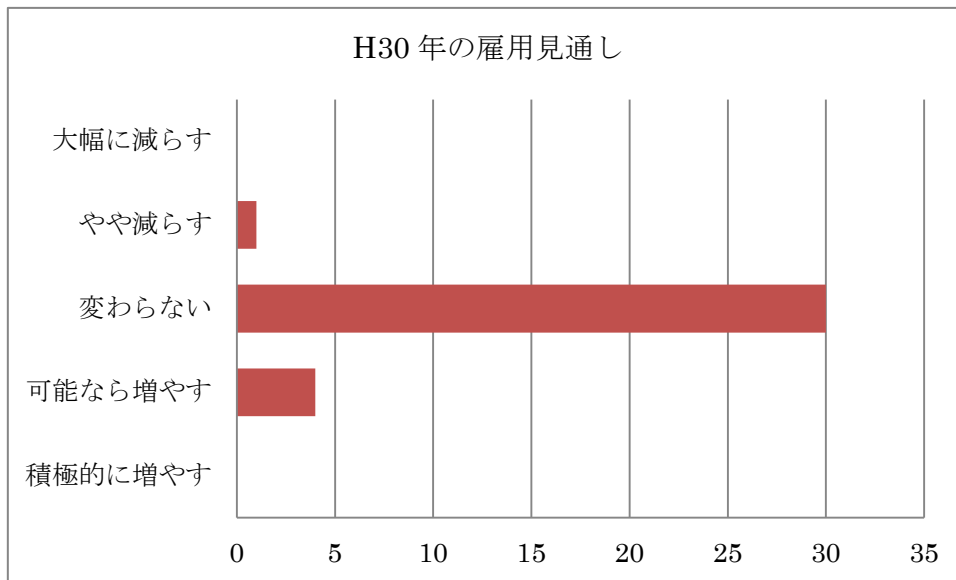
## 不動産業



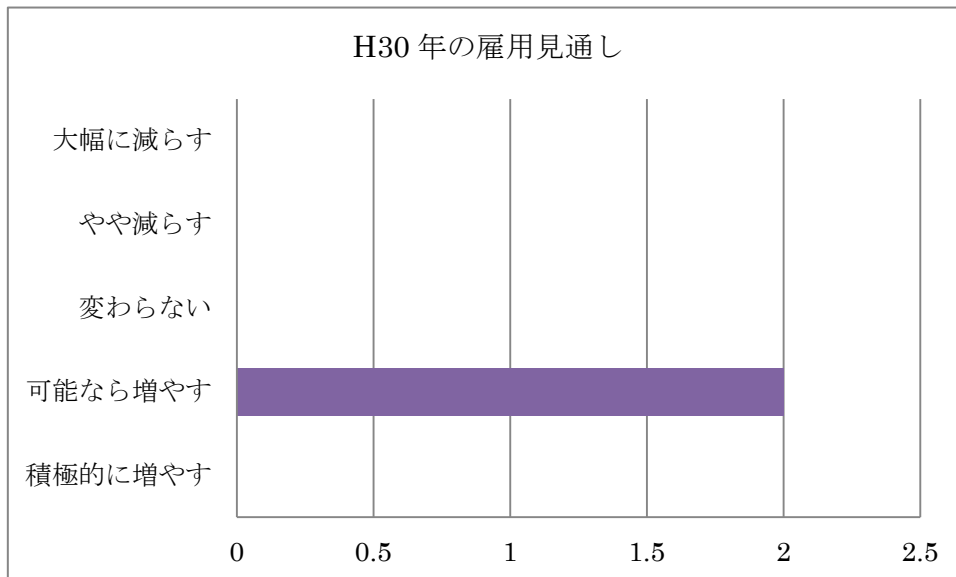
## サービス業



## 飲食業



## その他

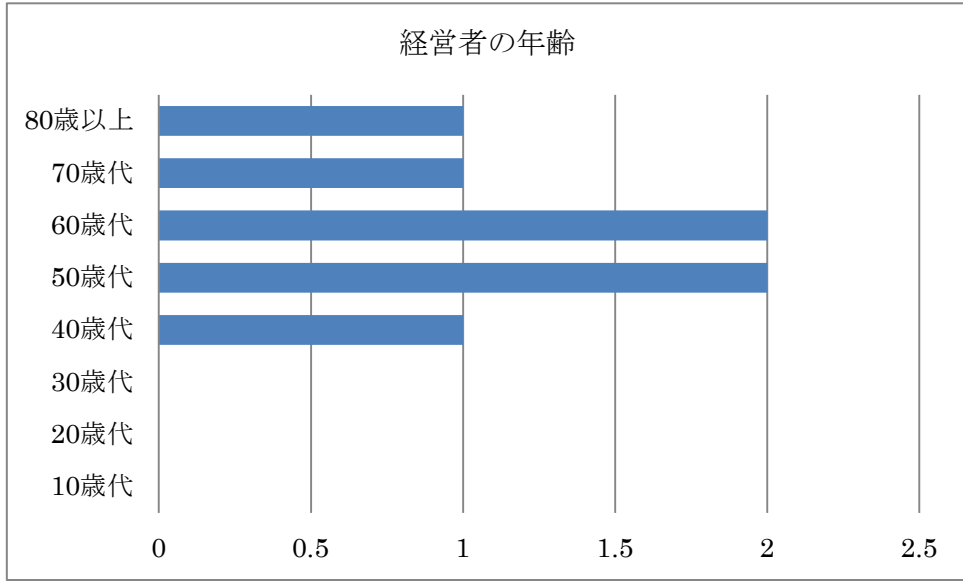


### ・考察

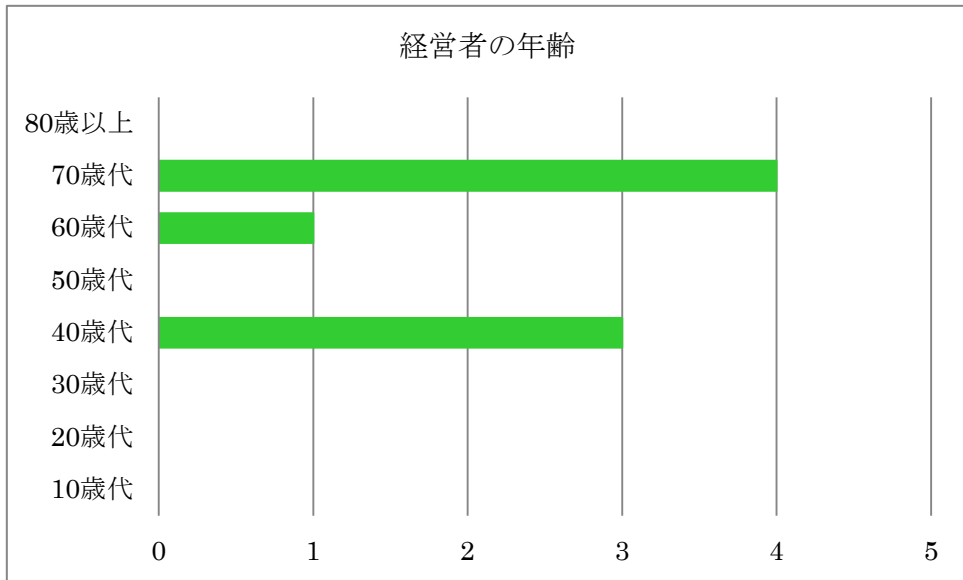
平成 30 年の雇用見通しは、全ての業種で微増を検討している傾向がみられた。これは事業におけるマンパワーの必要性よりも、地域貢献的な「地元愛」を背景にした「事業者の思い」によるところが大きい。

質問（13）

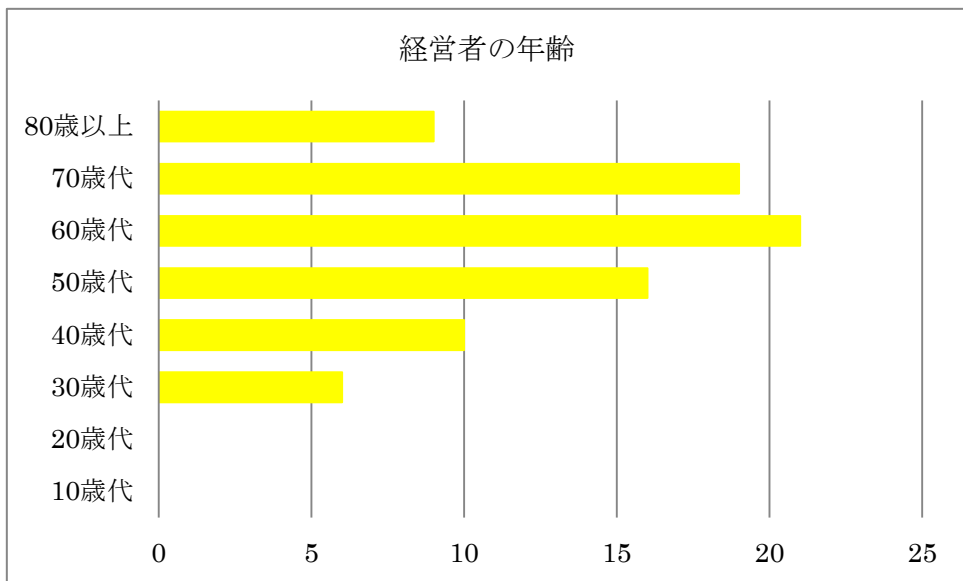
製造業



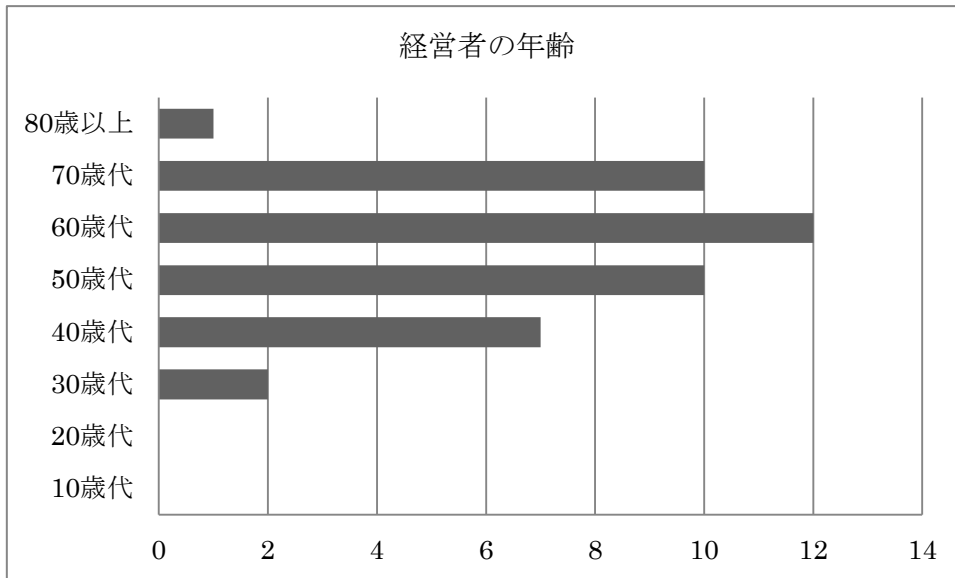
卸売業



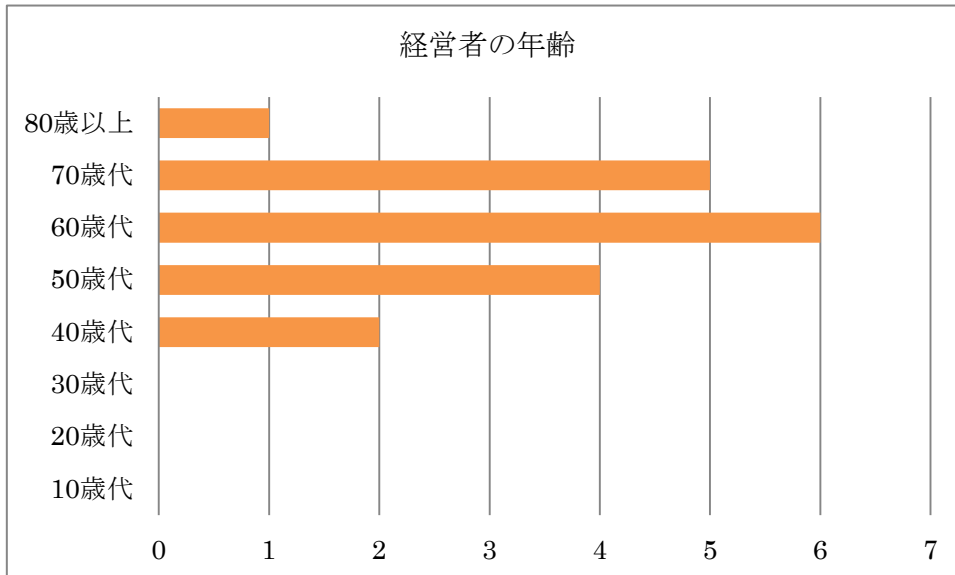
小売業



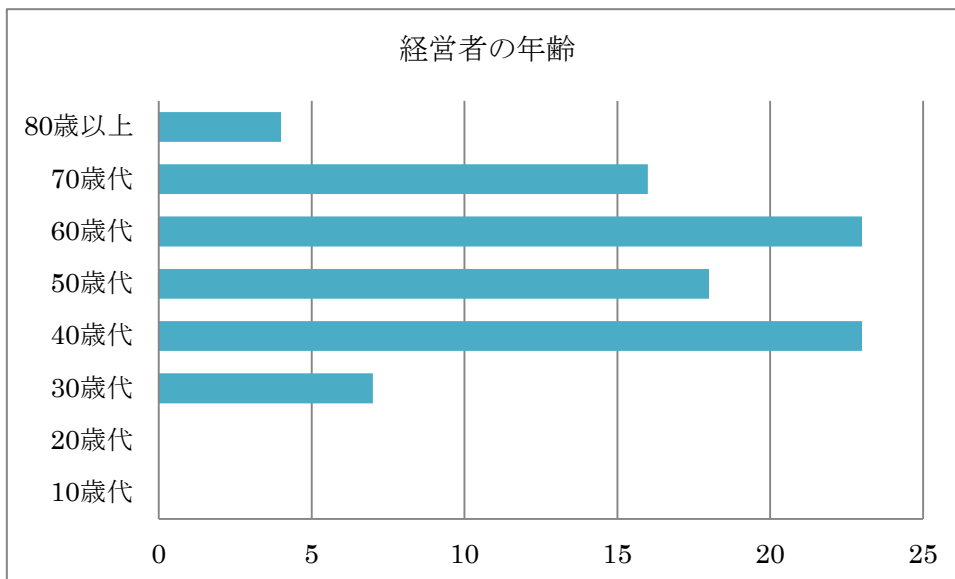
## 建設業



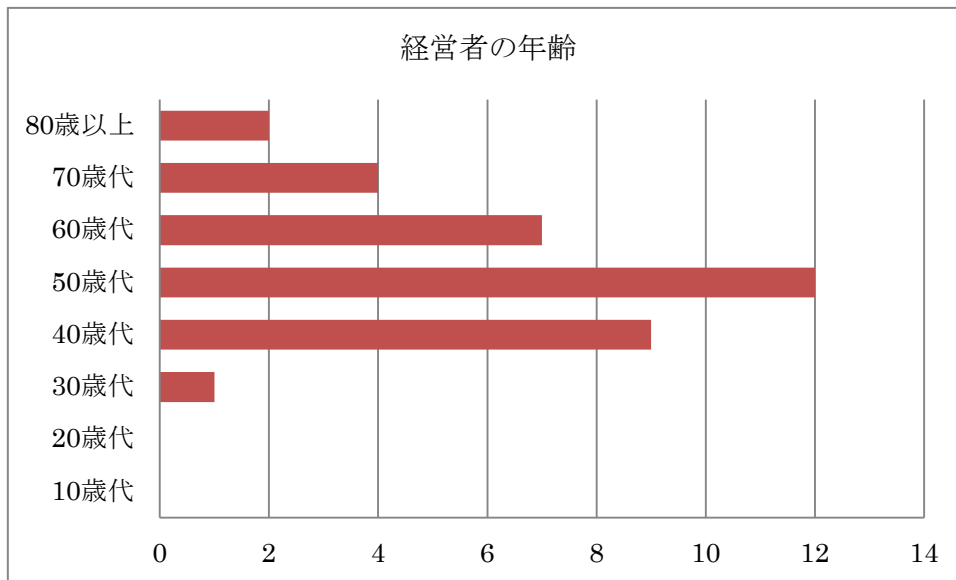
## 不動産業



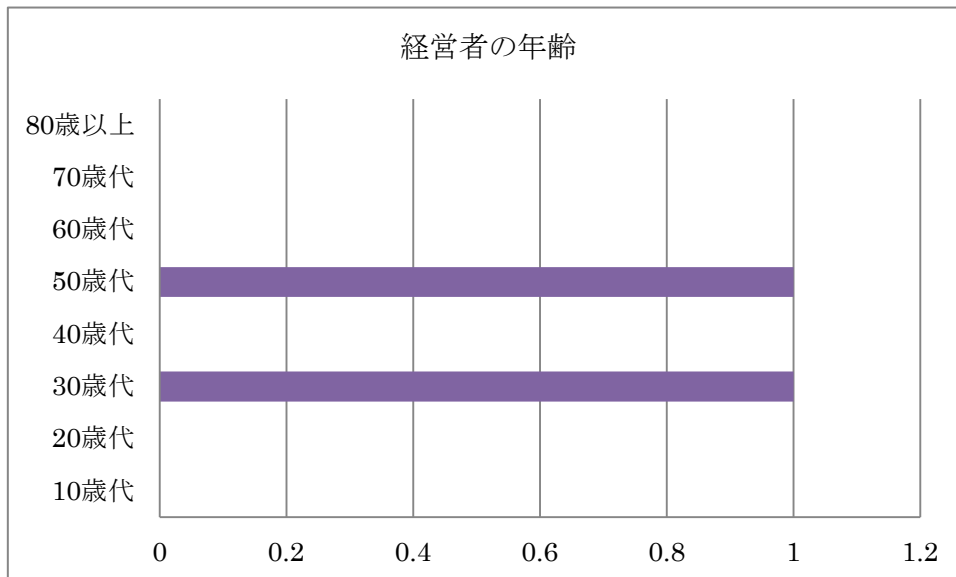
## サービス業



## 飲食業



## その他

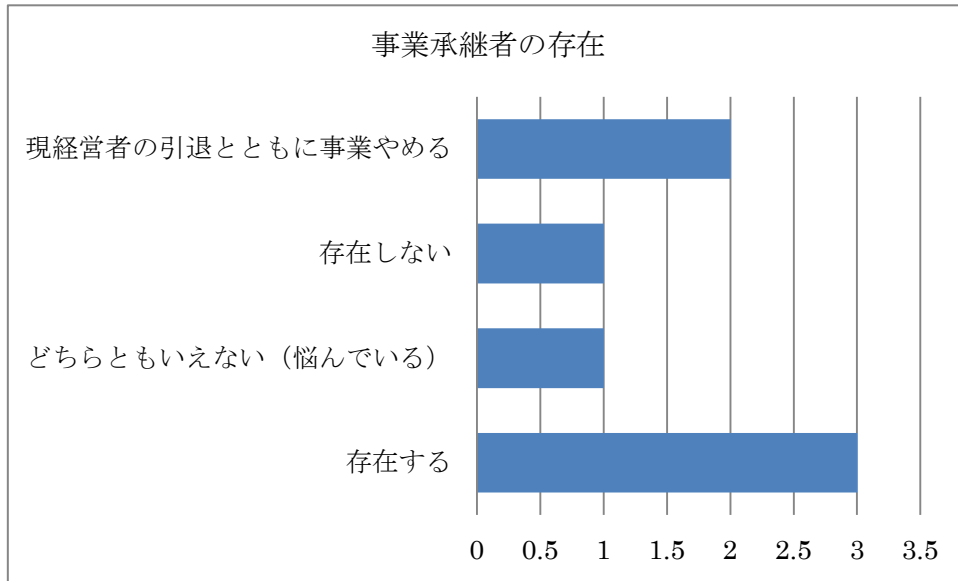


### ・考察

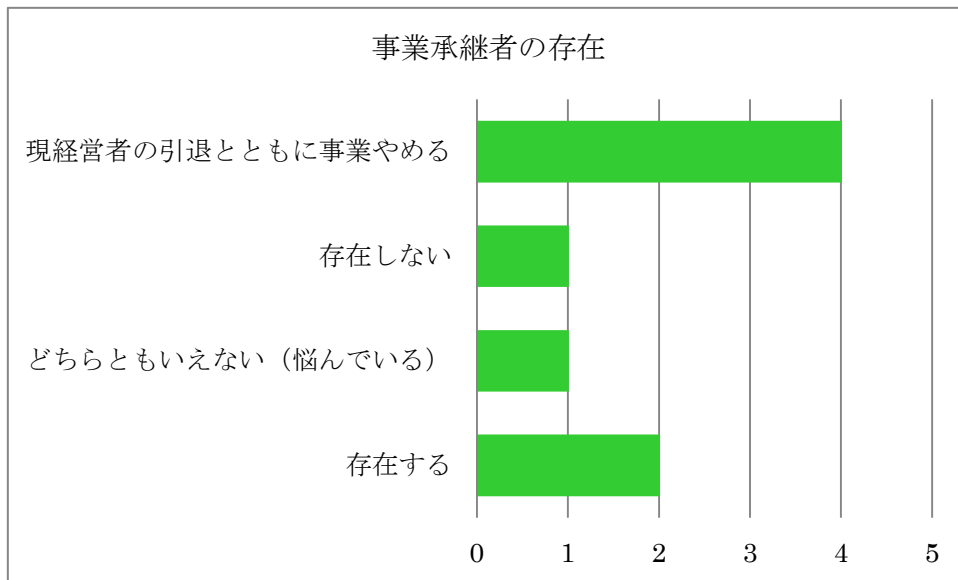
約5割の経営者が60歳以上で高齢化している。現状のままで推移すると、あと10年程度で、約7割が60歳以上の高齢経営者、20年程度で約9割が60歳以上の高齢経営者になることになる。

質問(14)

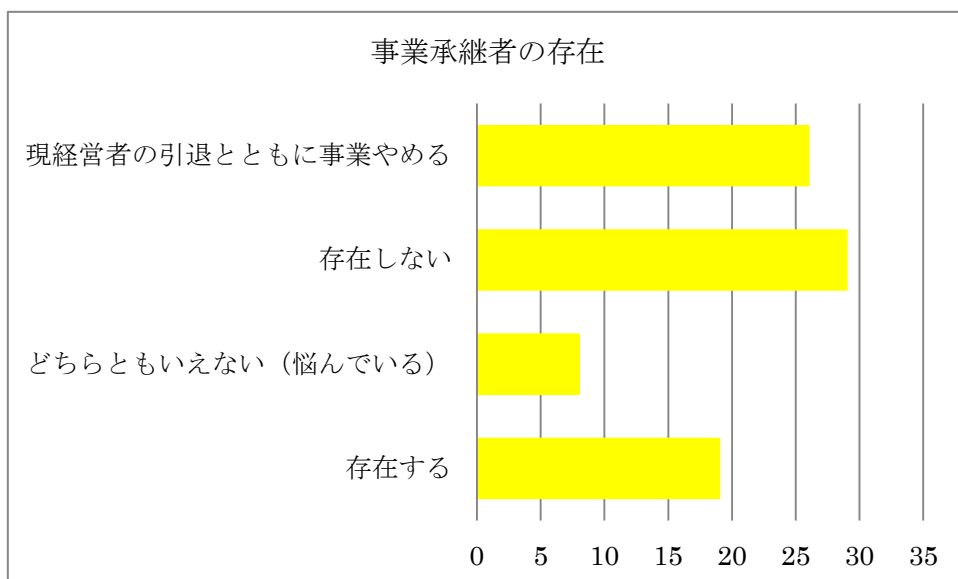
製造業



卸売業

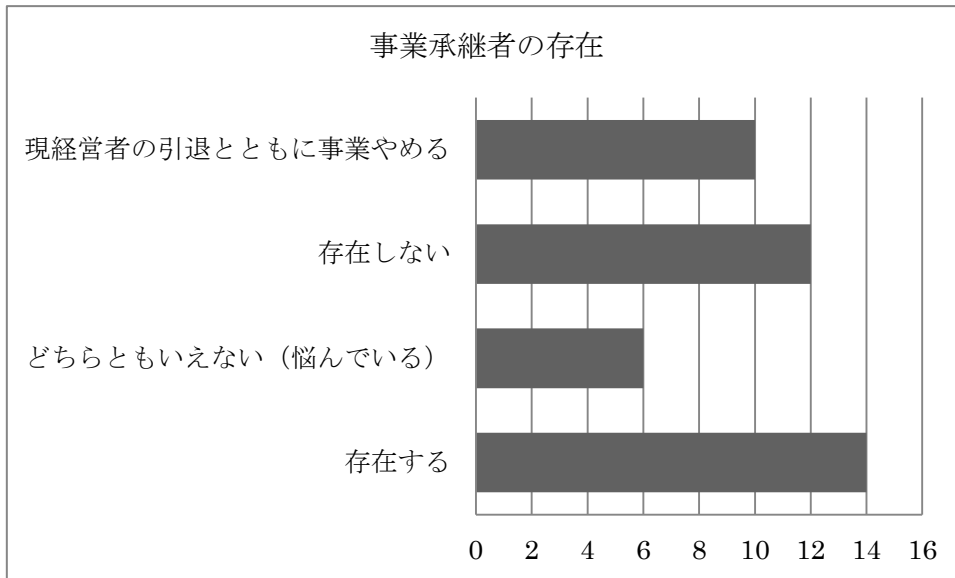


小売業

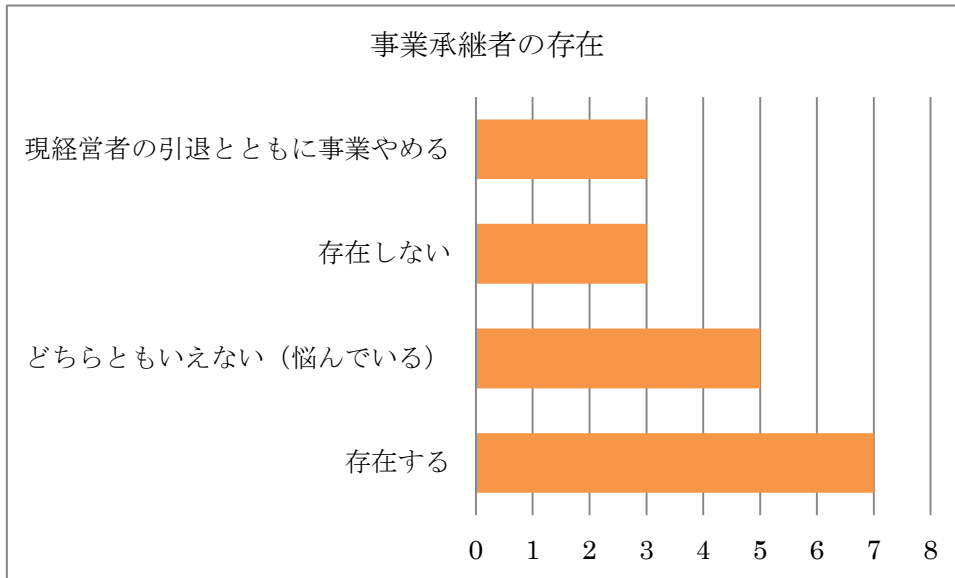




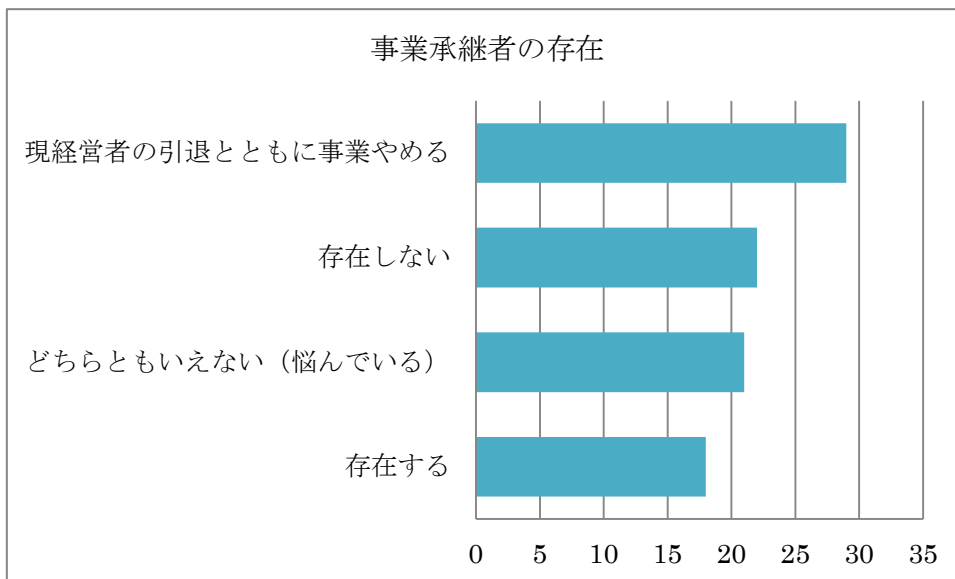
## 建設業



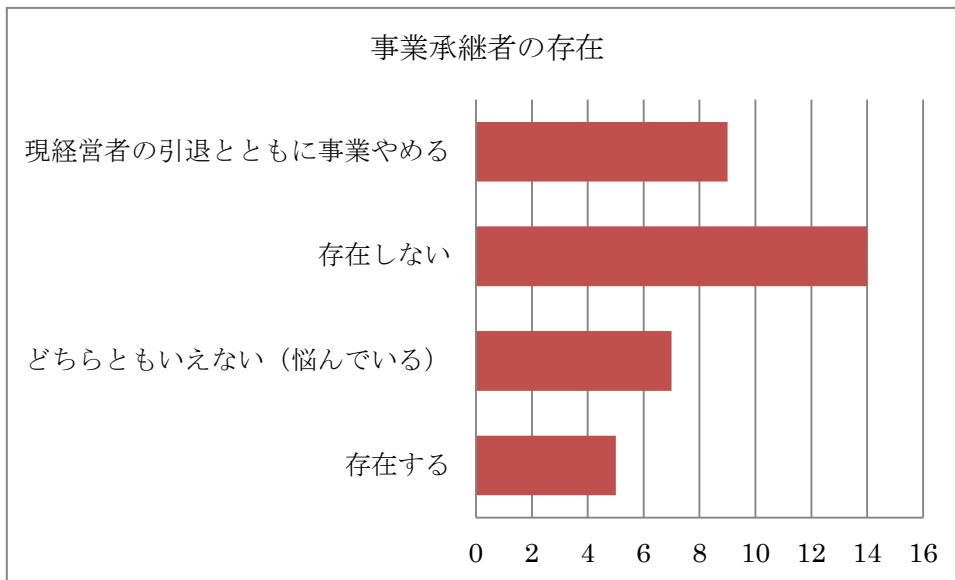
## 不動産業



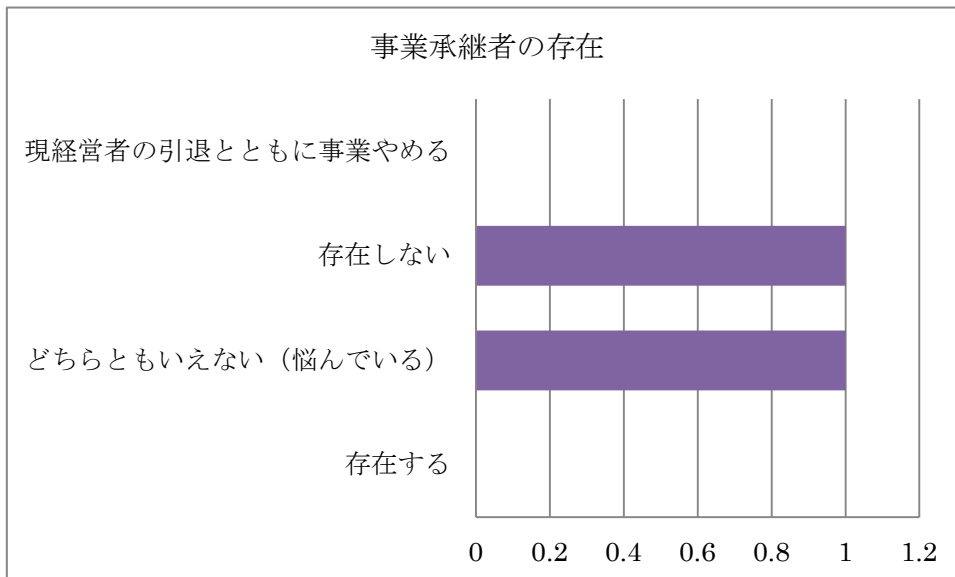
## サービス業



## 飲食業



## その他

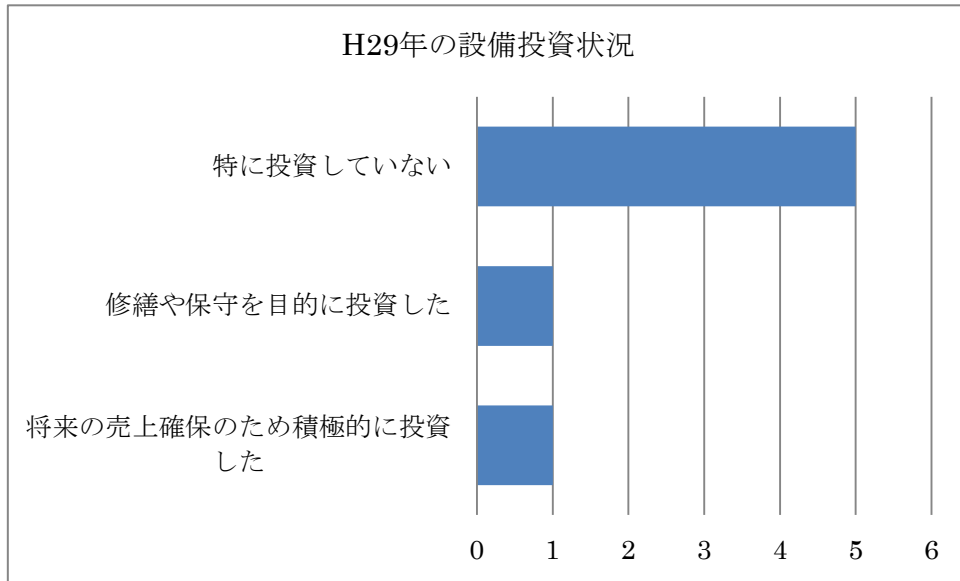


### ・考察

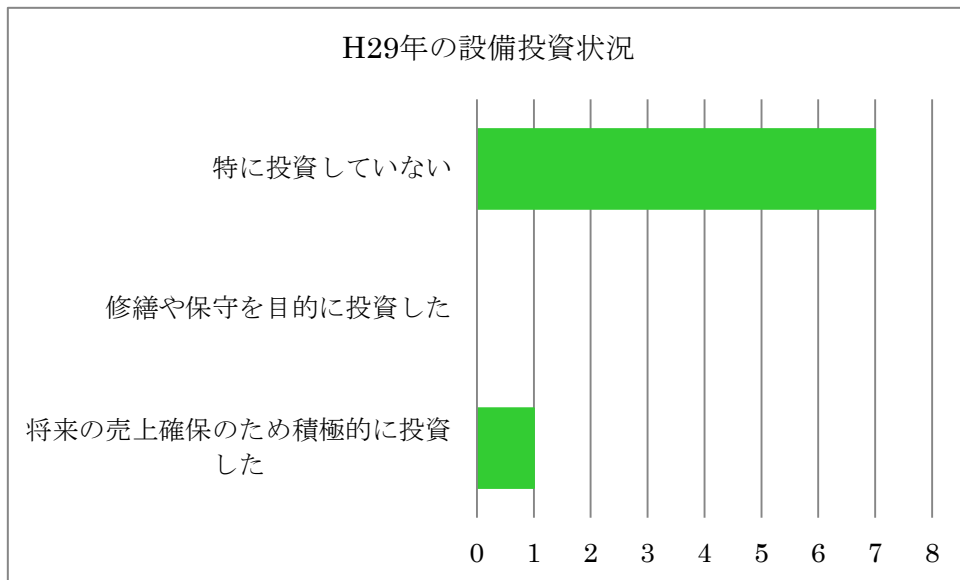
全体で約 25%の事業者が、後継者を年頭に置かないで、現経営者限りで事業をやめる志向考えが浮き彫りになった。また、後継者が存在しないとする事業者も約 25%にのぼり、事業承継対策の重要性を裏付ける結果が垣間みれた。

質問（15）

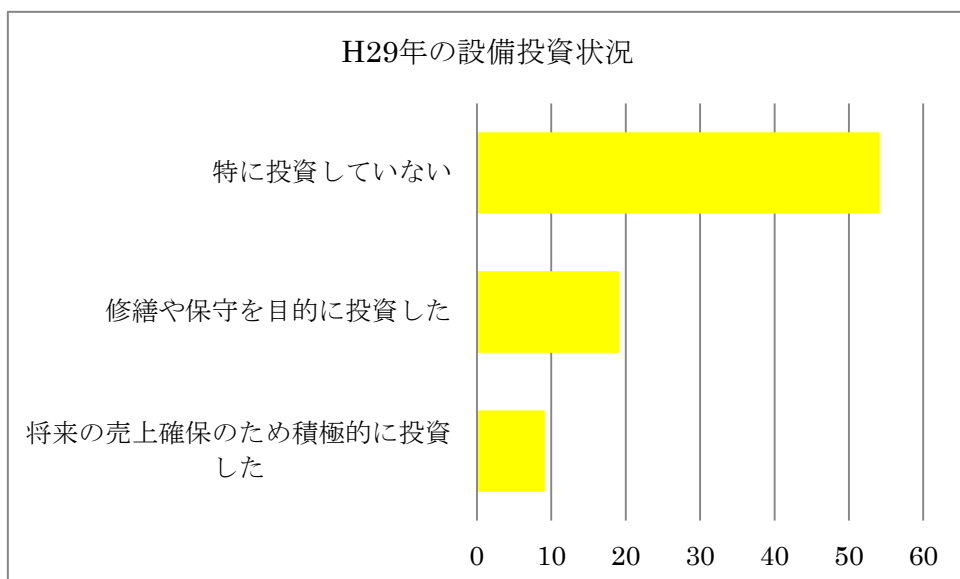
製造業



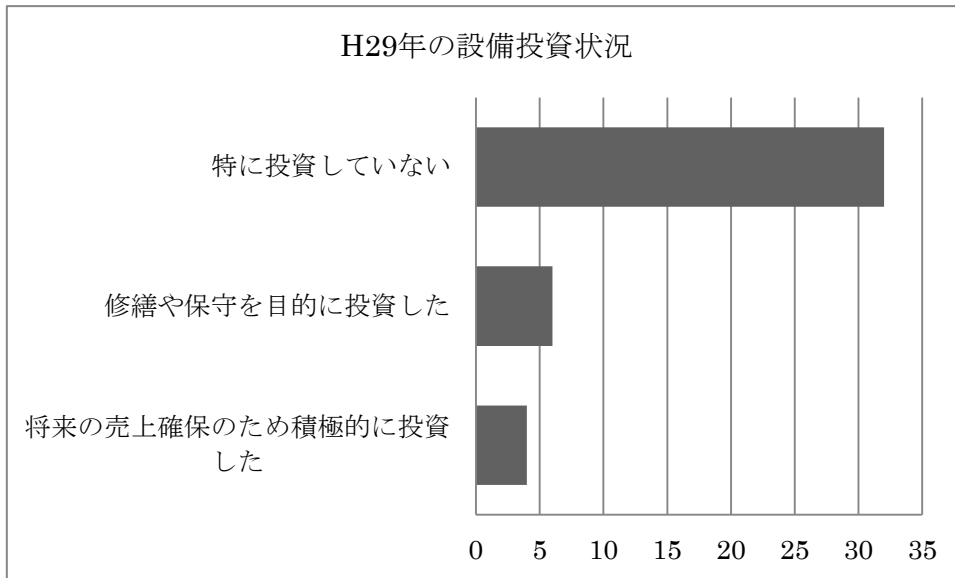
卸売業



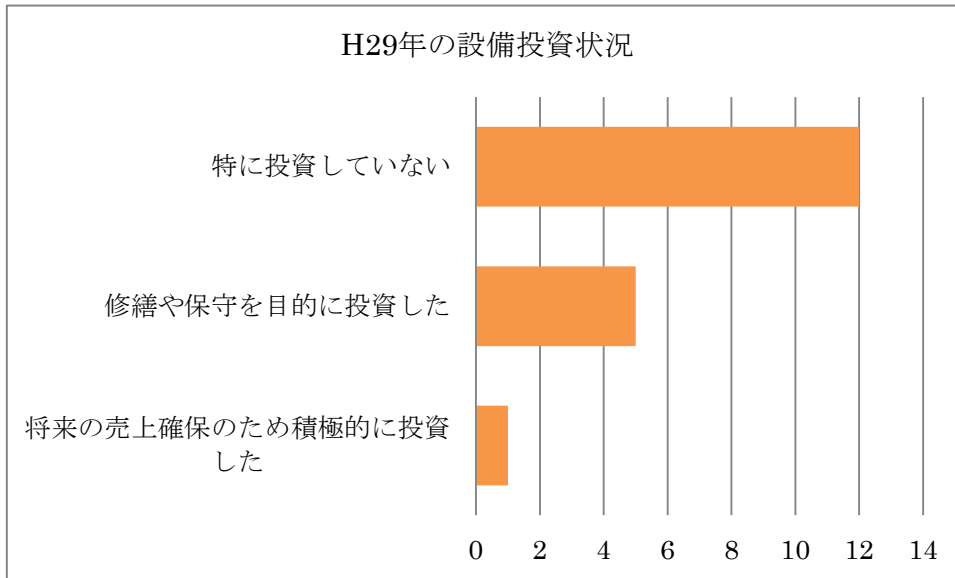
小売業



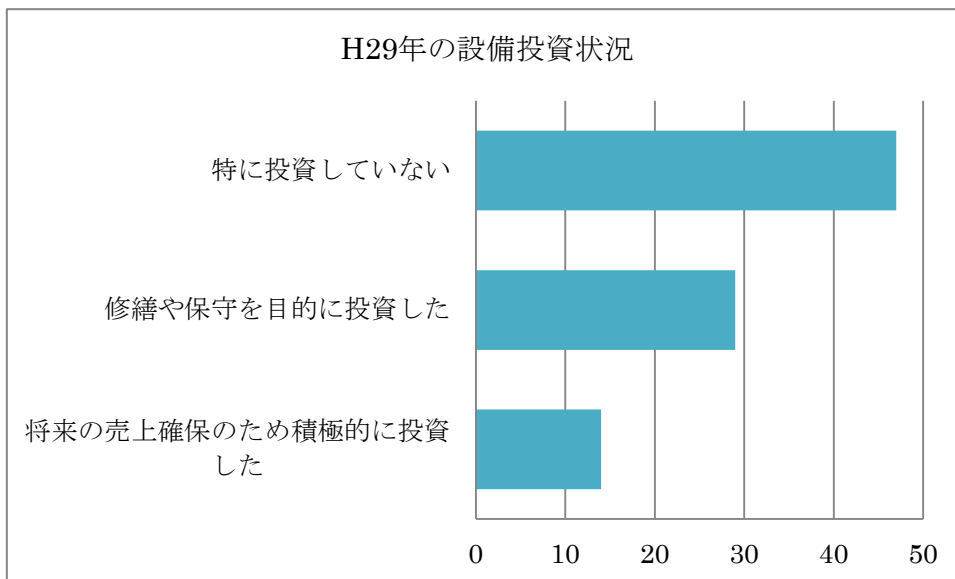
## 建設業



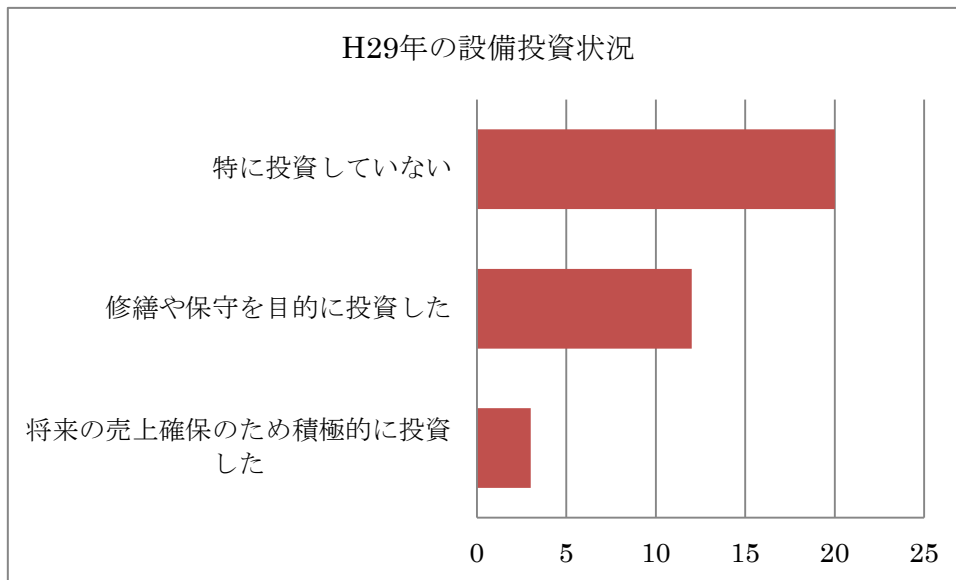
## 不動産業



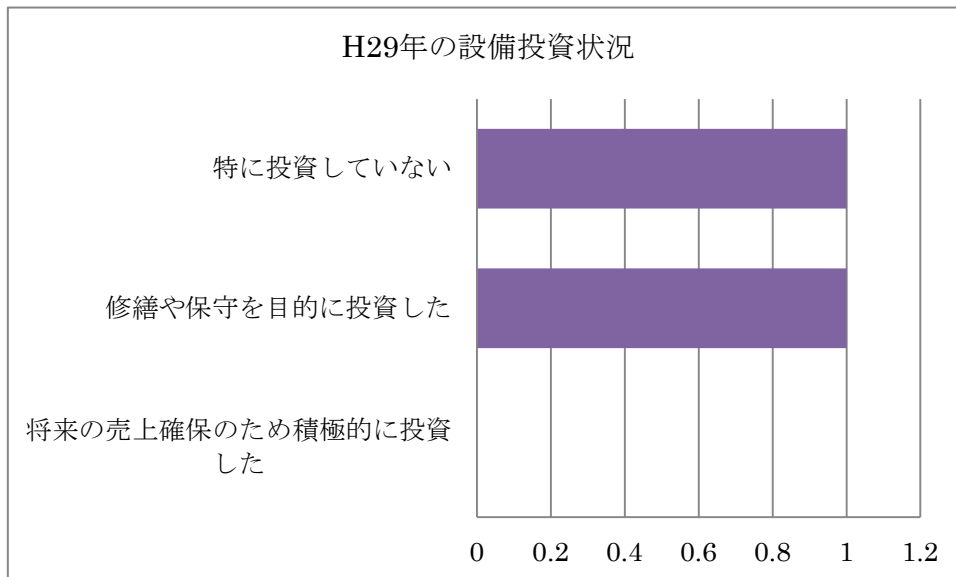
## サービス業



## 飲食業



## その他

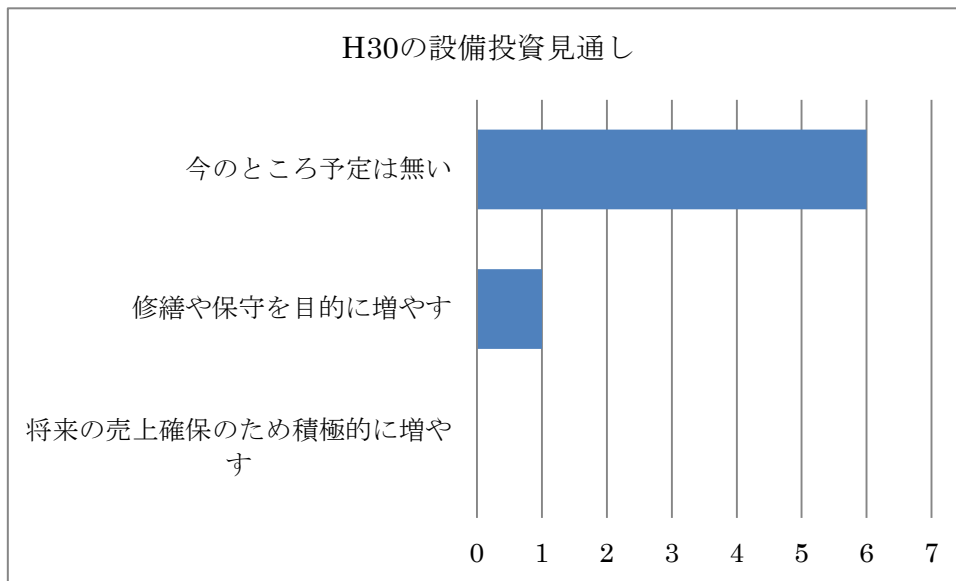


### ・考察

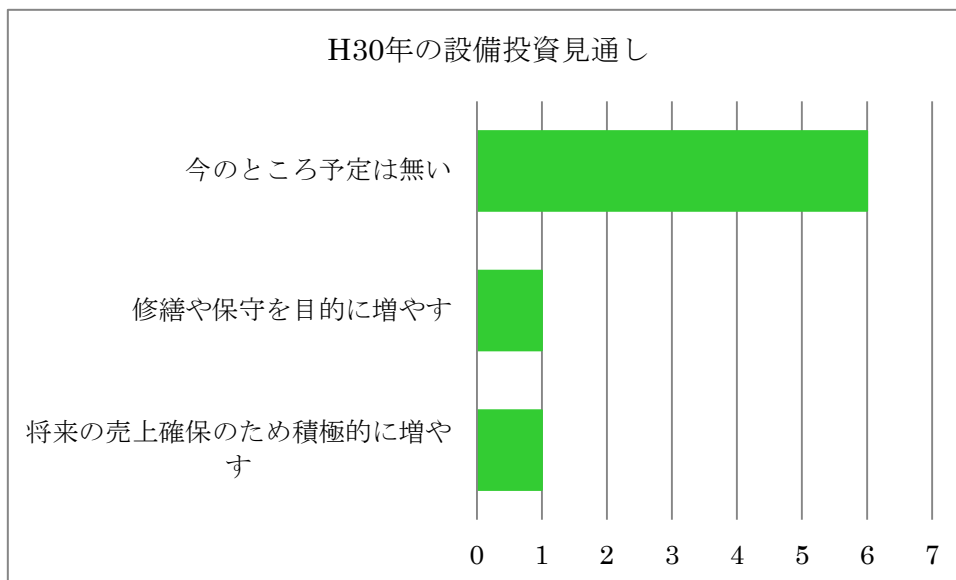
全業種の約9割の事業者が、平成29年度に「新たな設備投資を実施していない」「修繕や保守目的の設備投資を実施した」と回答している。これは新たな収益機会を模索する投資ではないため、逗子市商工会管内の平成30年度の業績や売上に多大な影響が考えられる。

質問（16）

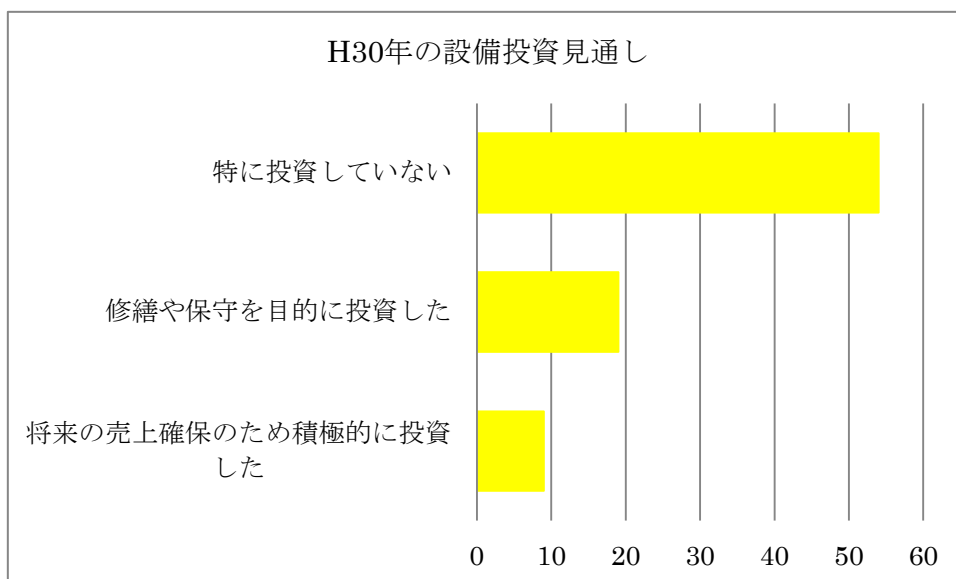
製造業



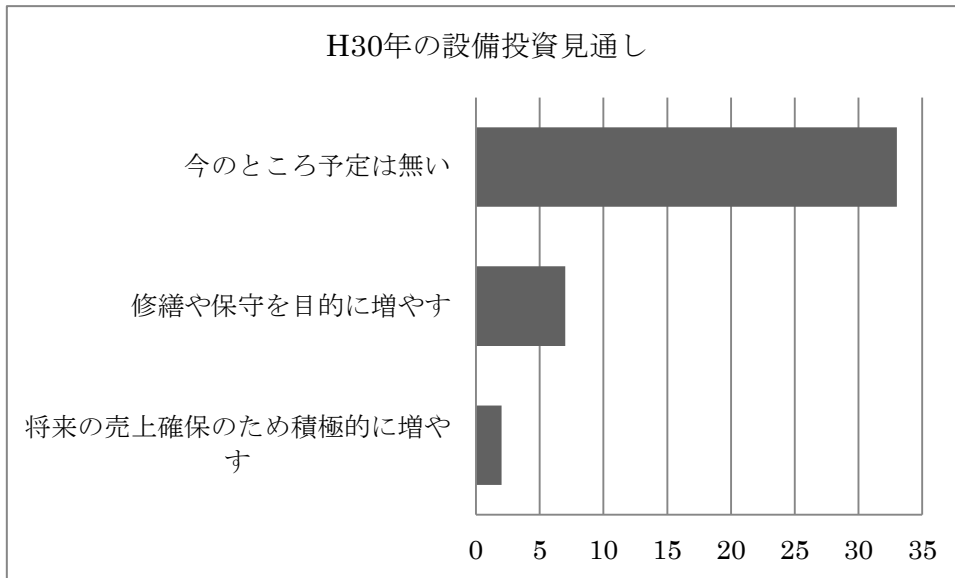
卸売業



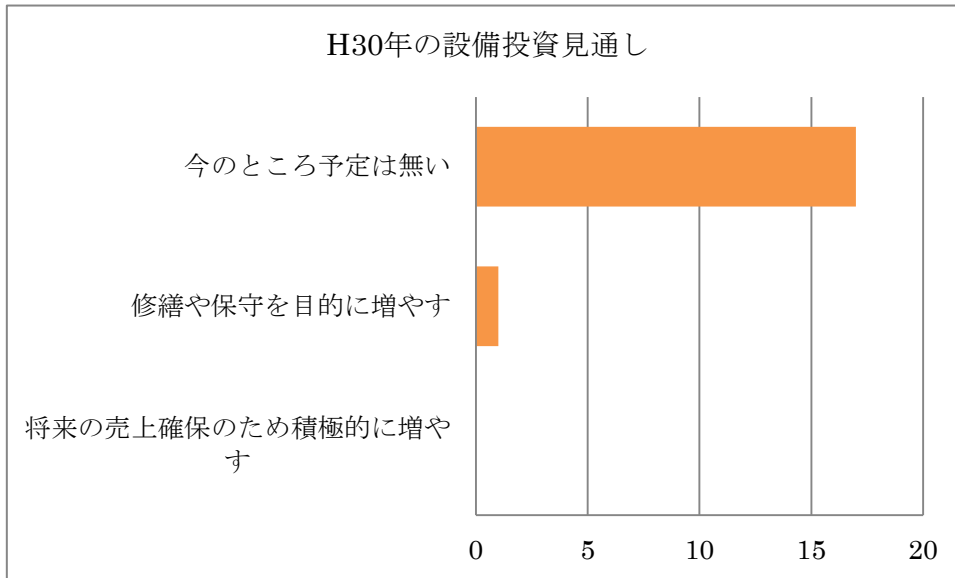
小売業



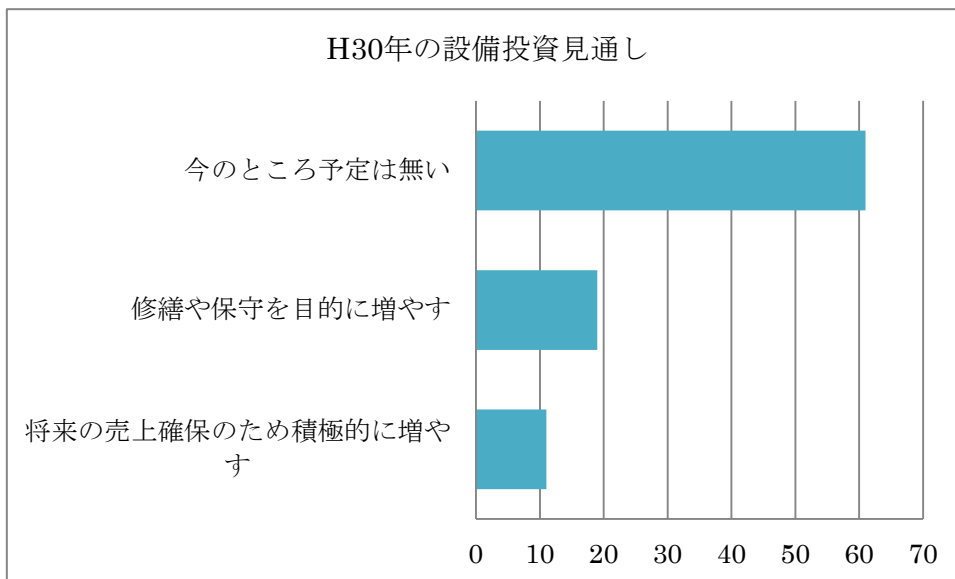
## 建設業



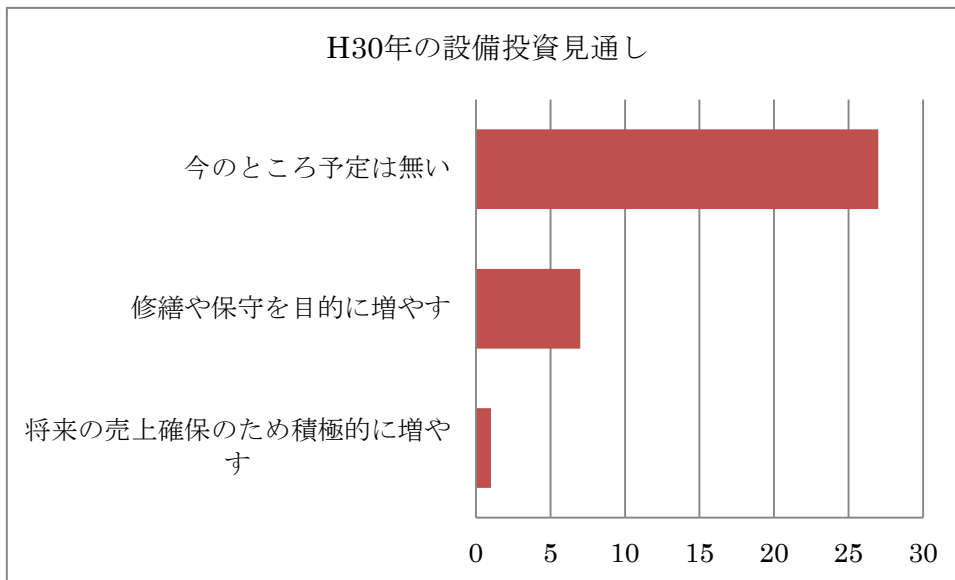
## 不動産業



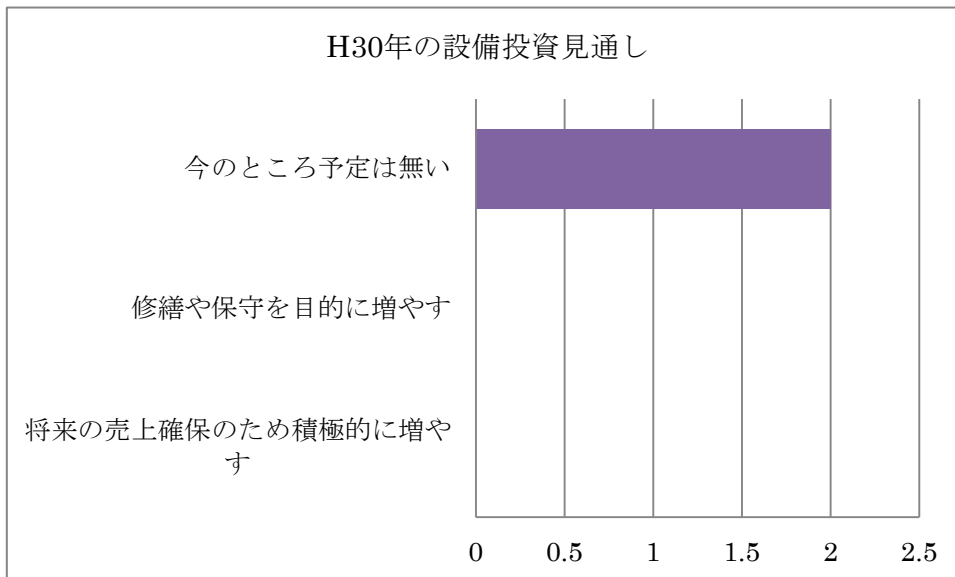
## サービス業



## 飲食業



## その他



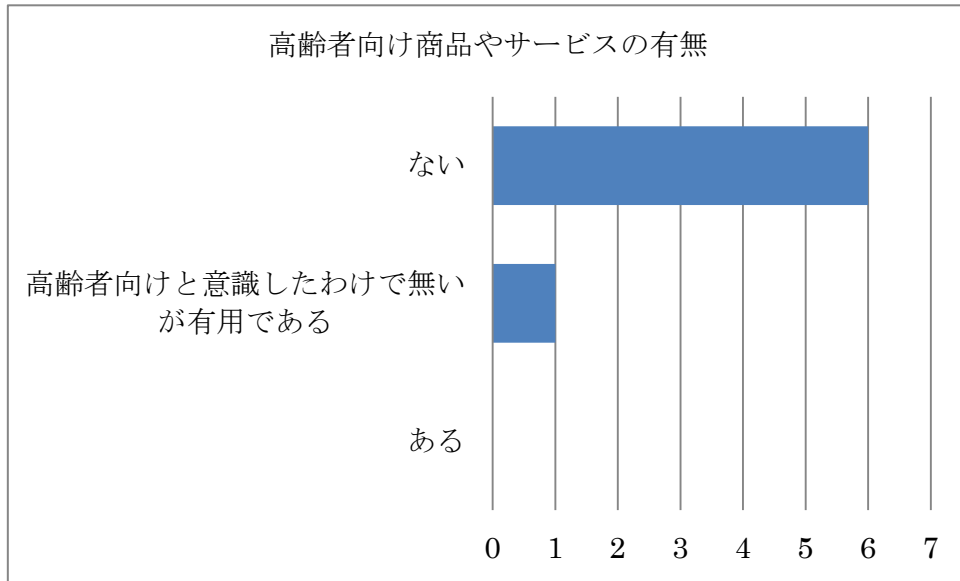
### ・考察

平成30年の設備投資見通しは、全業種の事業者の約95%が弱気(悲観的)な回答(修繕や保守を目的とした設備投資・投資予定は無い)であった。このことは平成31年以降の業績や売上見通しに多大な影響を及ぼす可能性を示唆している。

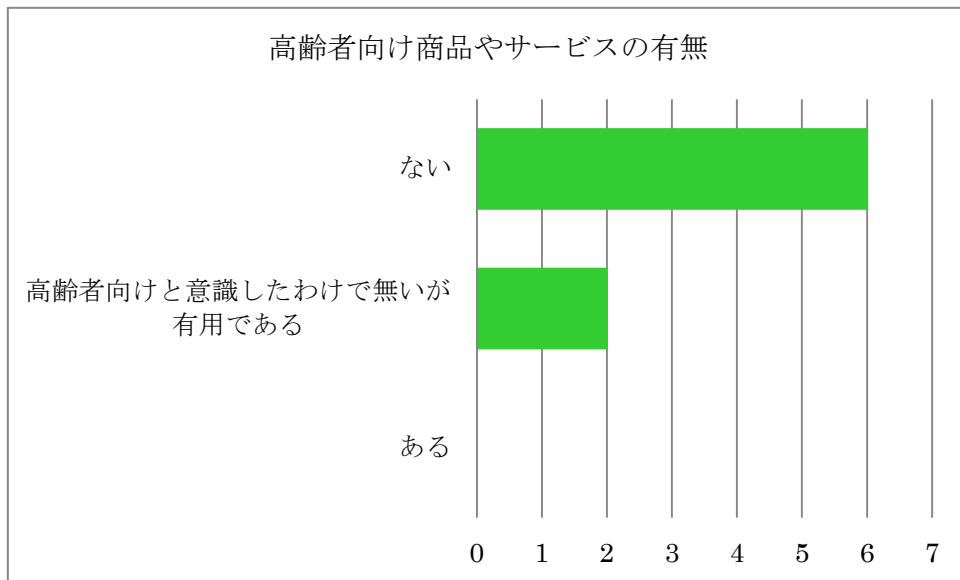


質問（17）

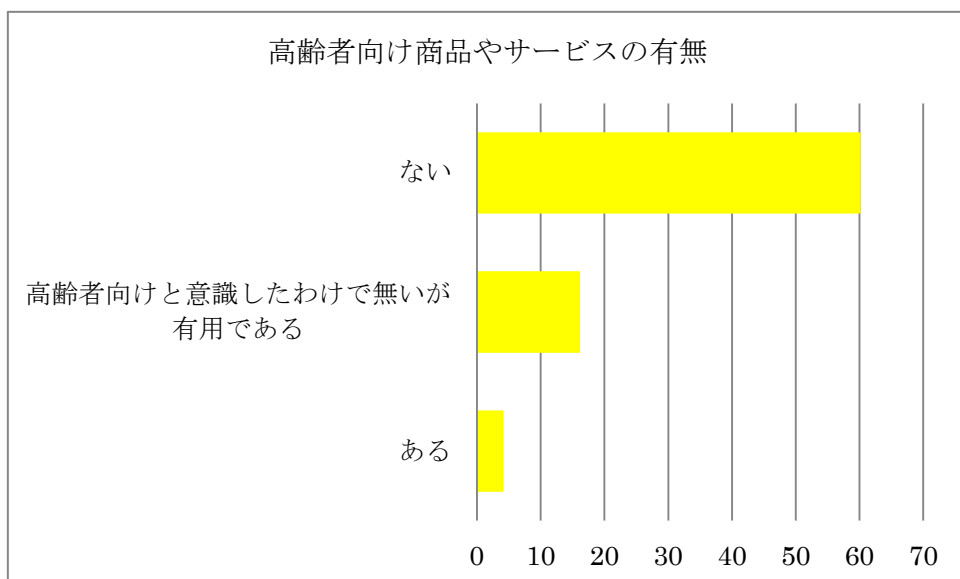
製造業



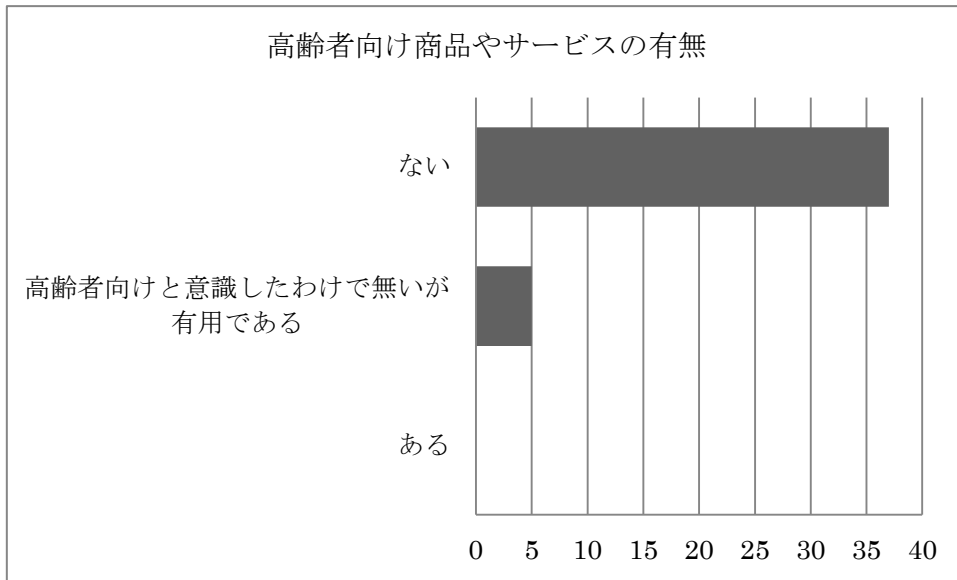
卸売業



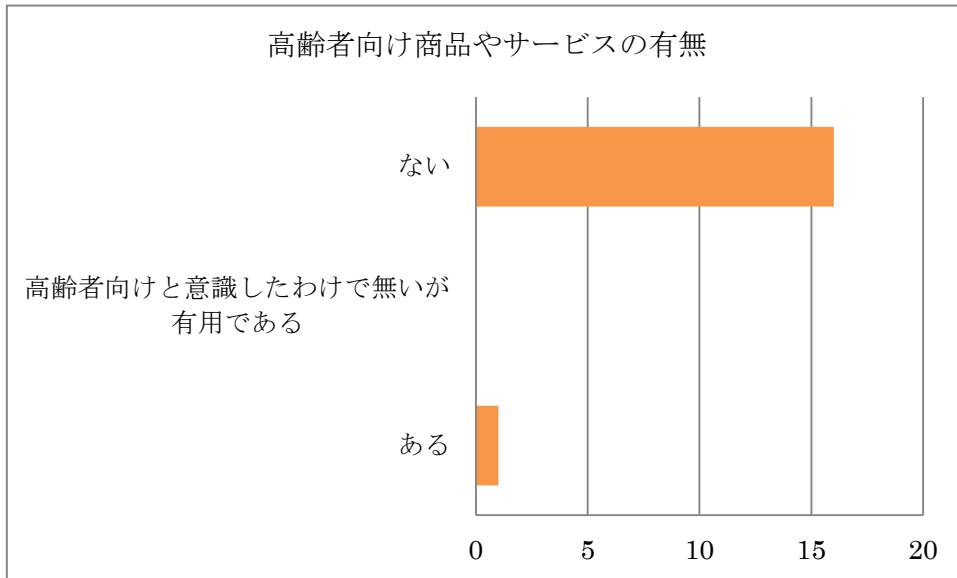
小売業



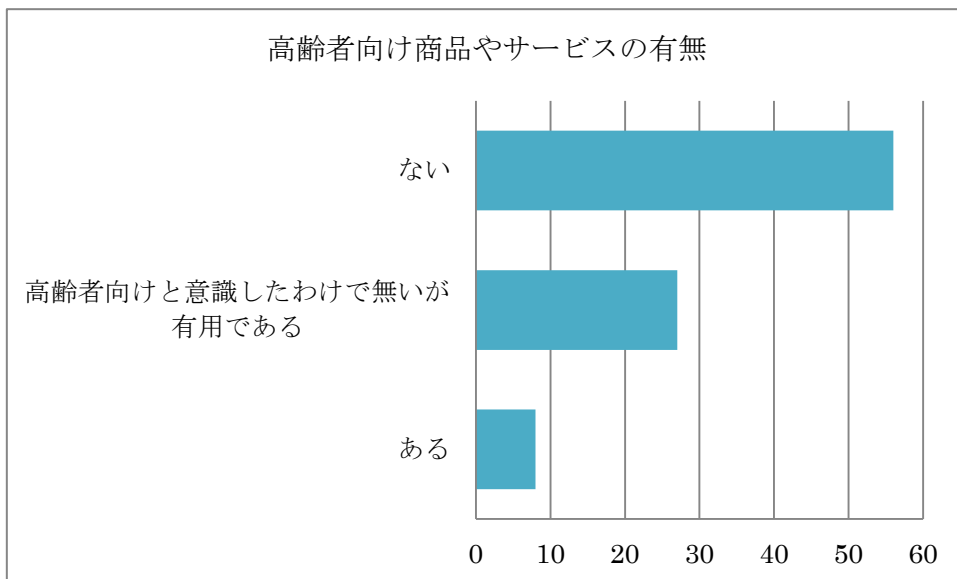
### 建設業



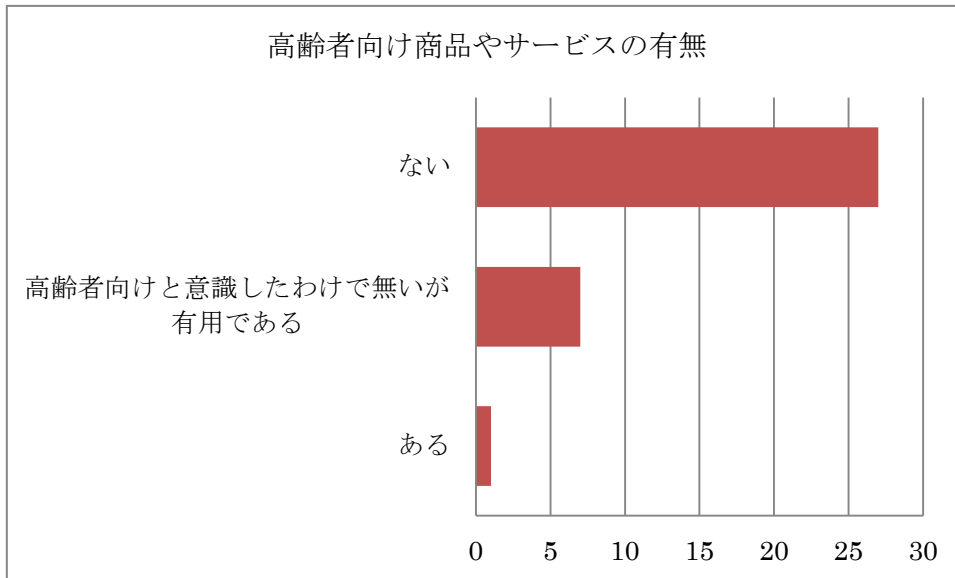
### 不動産業



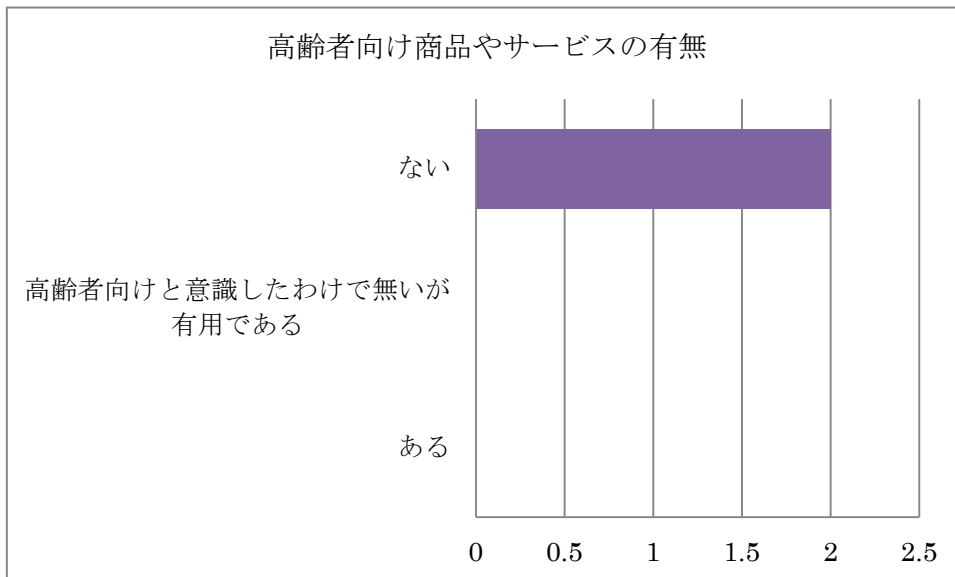
### サービス業



## 飲食業



## その他

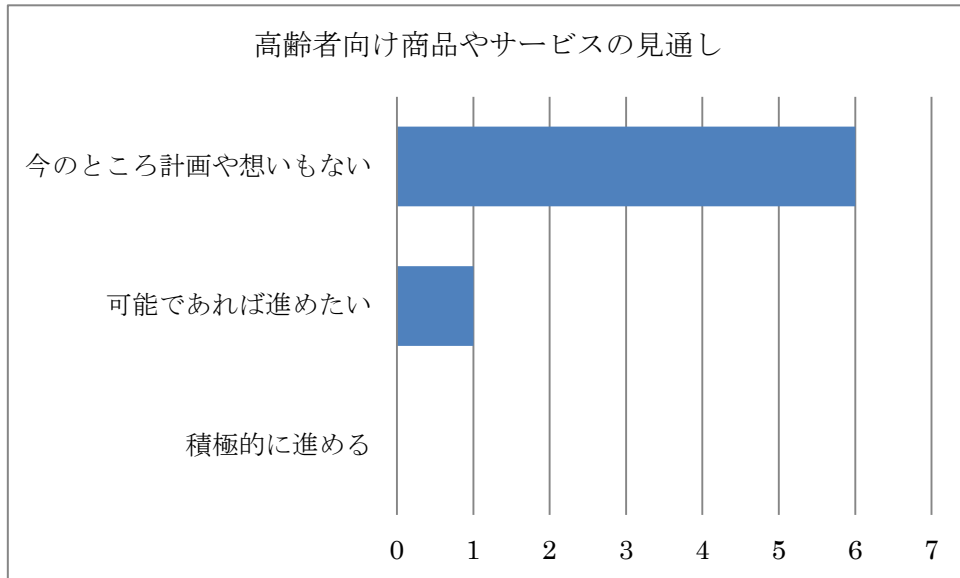


### ・考察

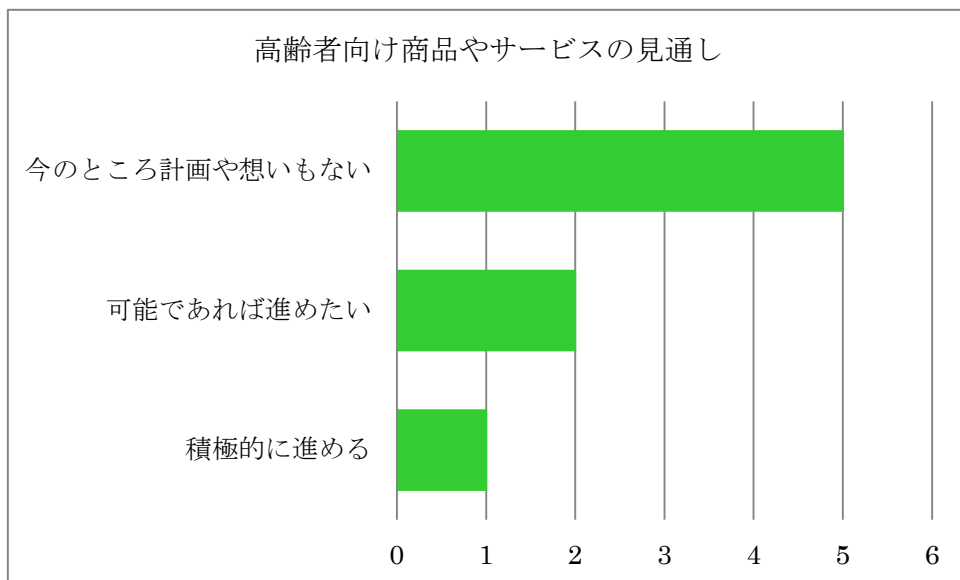
逗子市は、神奈川県内で高齢化率が1位2位を競うほどの実情であるにも関わらず、高齢者向けの商品やサービス化は進んでいないとの回答が多数であった。多くの2次データでは、高齢者（や介護）向け商品やサービスの市場成長率が高いことが示されていることから、地域外の事業者に逗子市の需要が吸引されている可能性を示唆している。

質問（18）

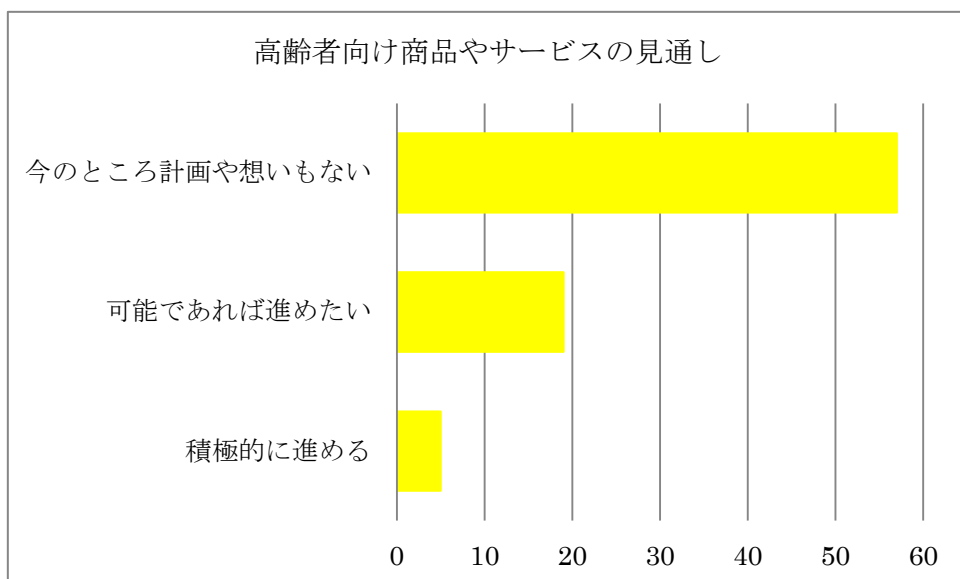
製造業



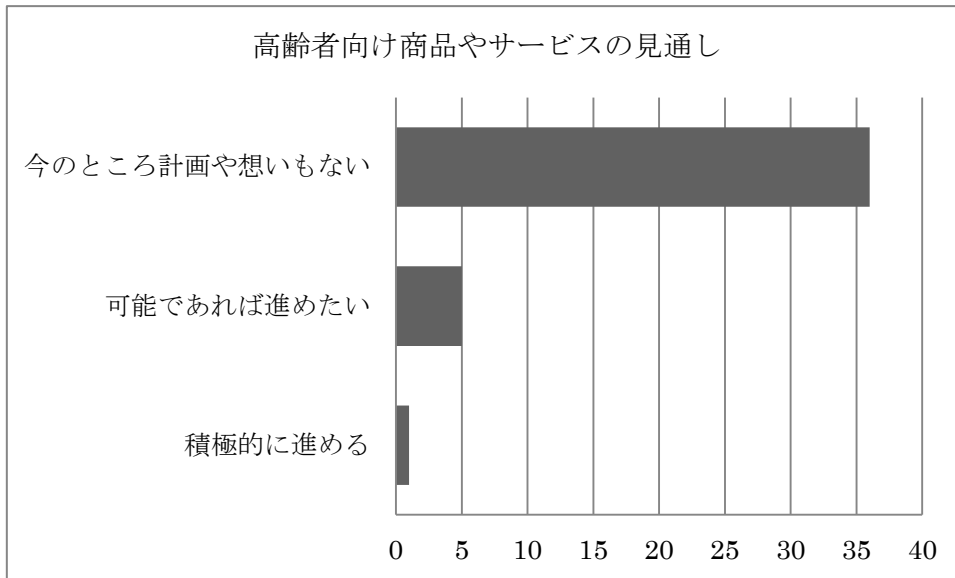
卸売業



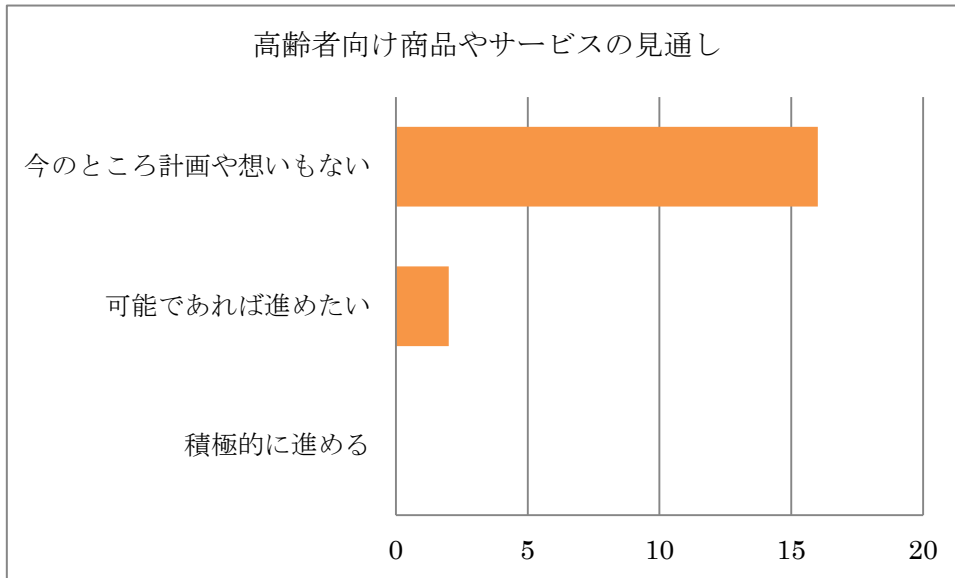
小売業



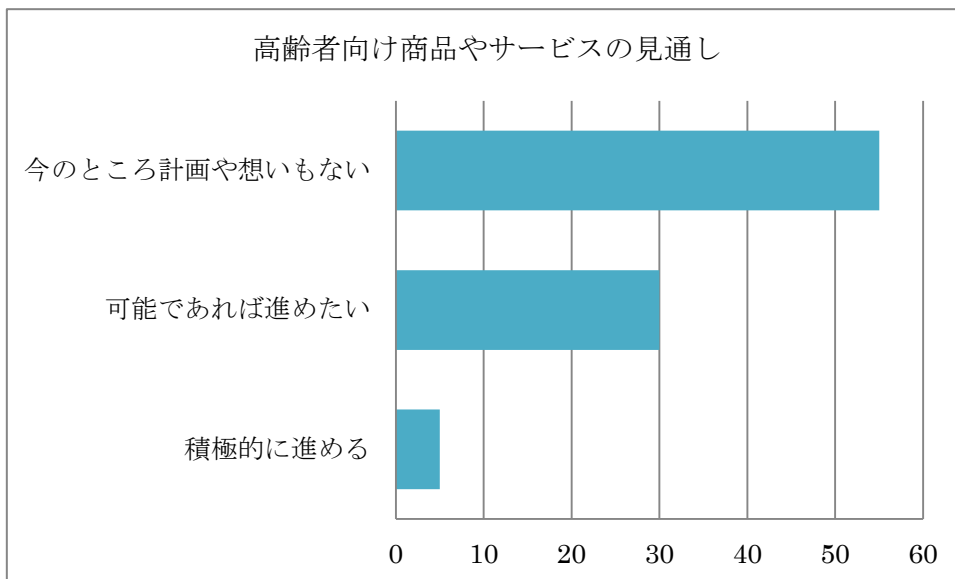
## 建設業



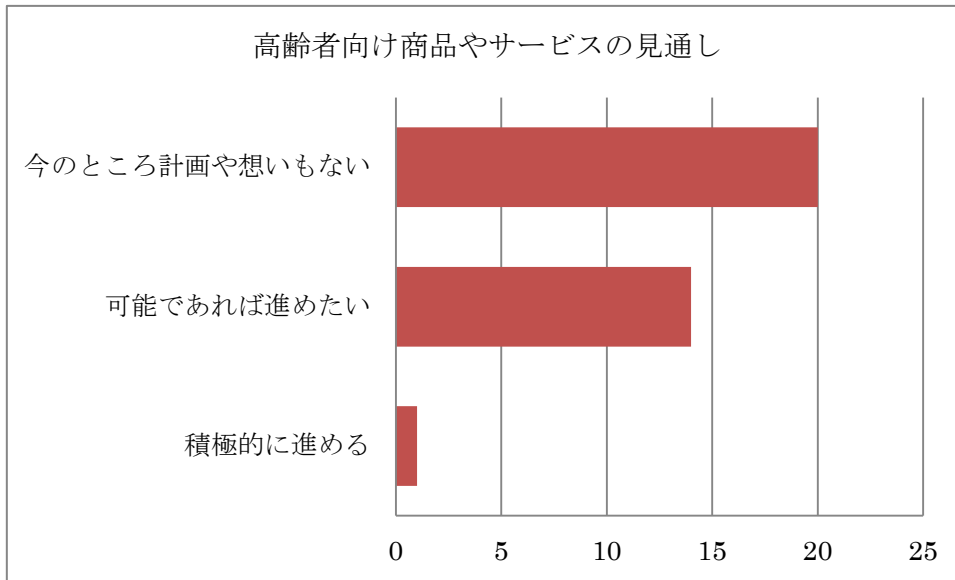
## 不動産業



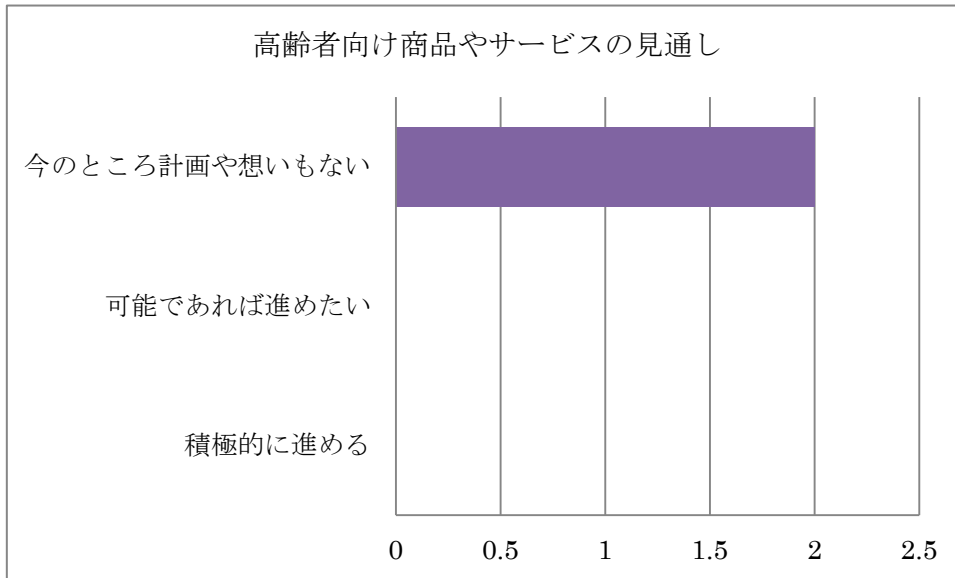
## サービス業



## 飲食業



## その他

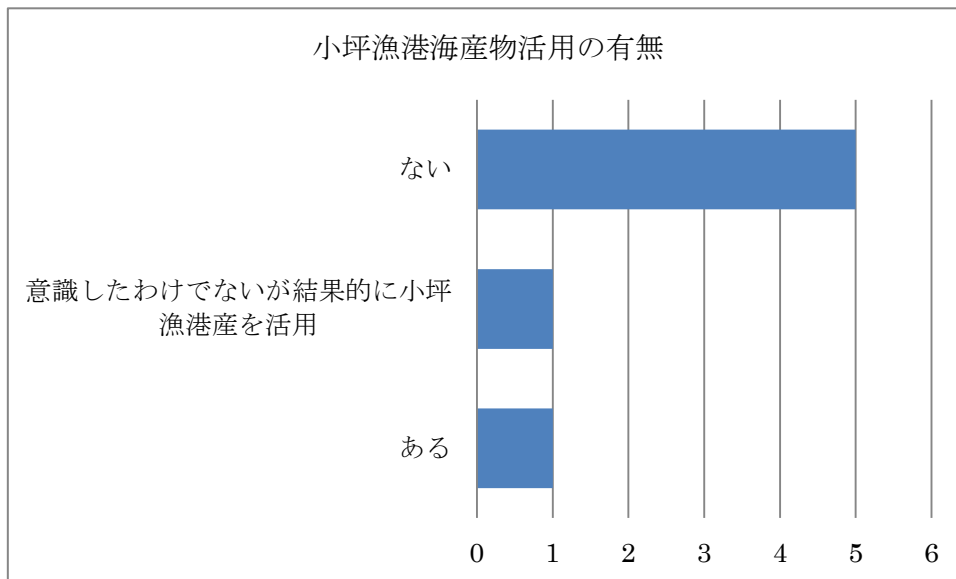


### ・考察

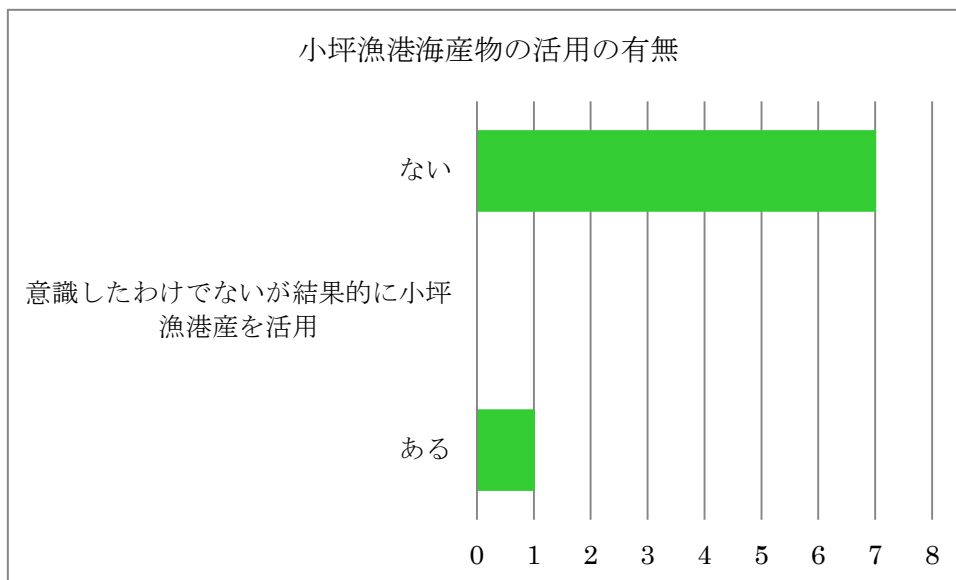
逗子市は、神奈川県内で高齢化率が1位2位を競うほどの実情であるにもかかわらず、高齢者向けの商品やサービス化の見通しは明るくない傾向であった。多くの2次データでは、高齢者（や介護）向け商品やサービスの市場成長率が高いことが示されていることから、地域外の事業者に逗子市の需要が吸引されないためにも、積極的な商品化やサービス化を期待したいところである。

質問（19）

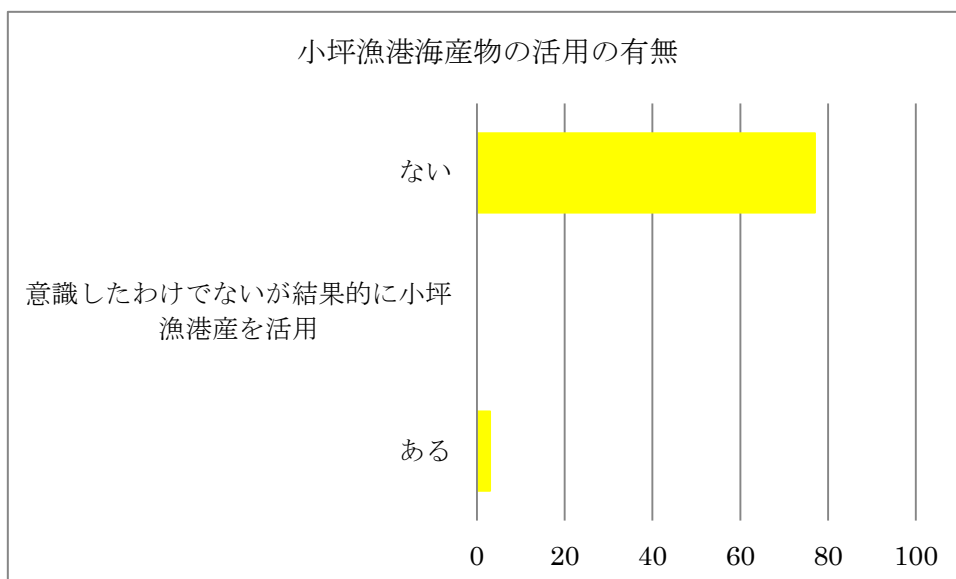
製造業



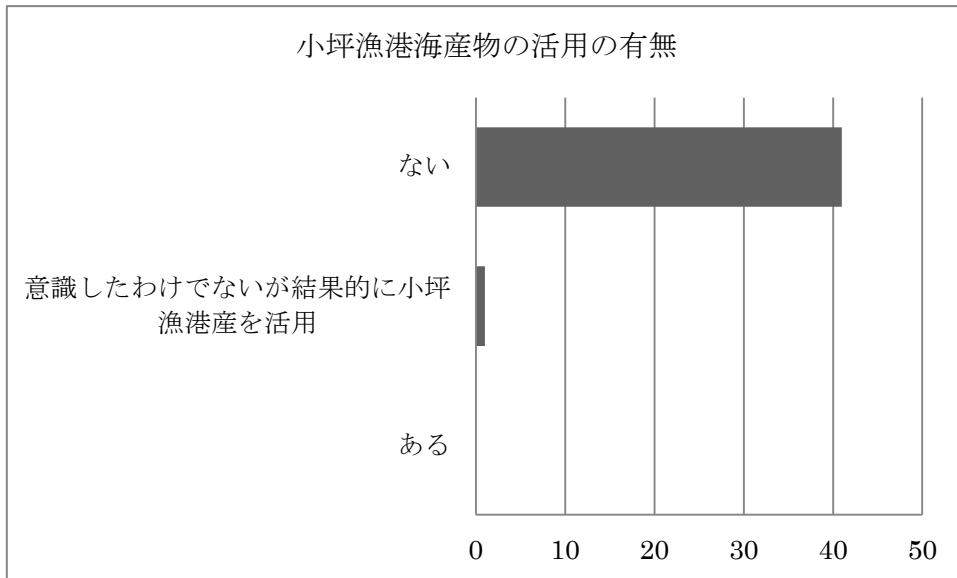
卸売業



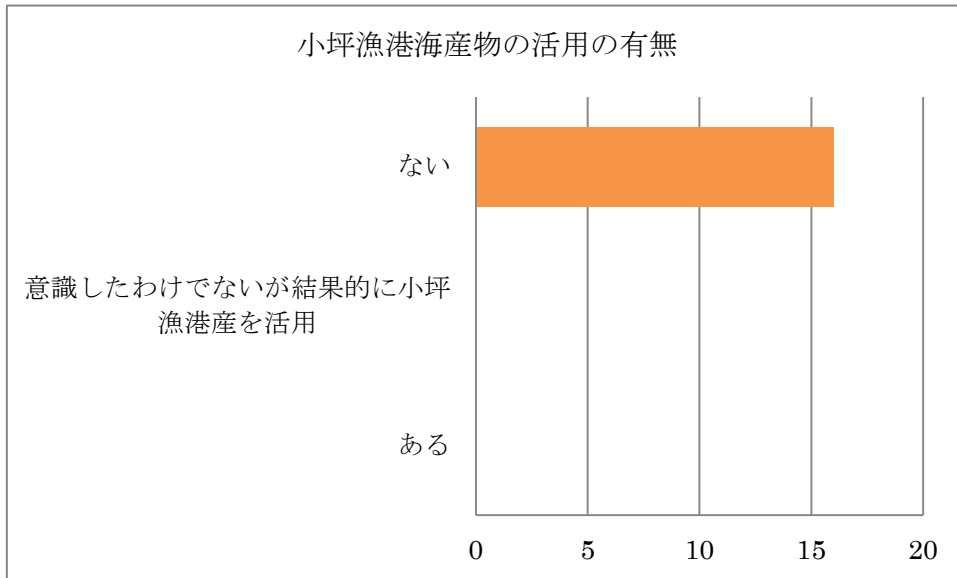
小売業



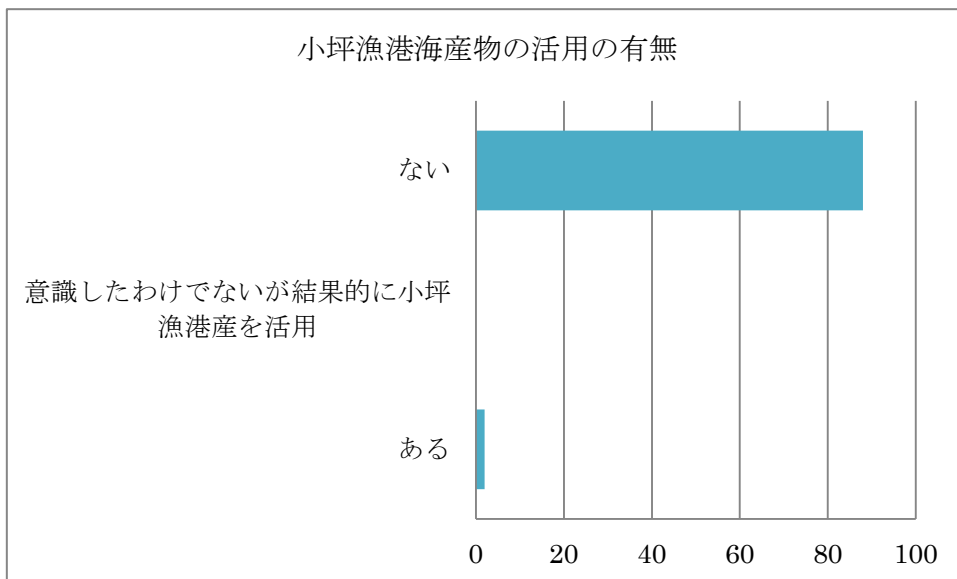
### 建設業



### 不動産業

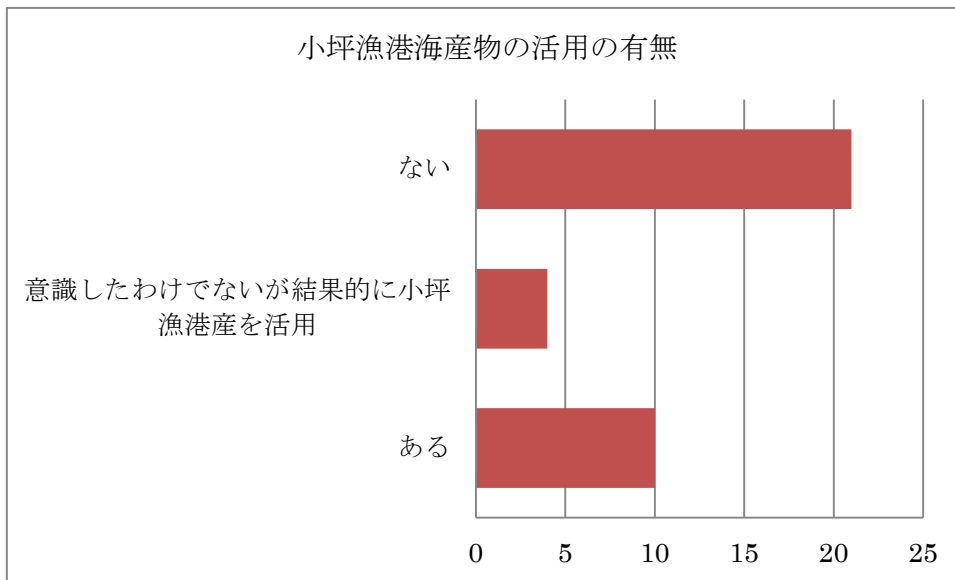


### サービス業

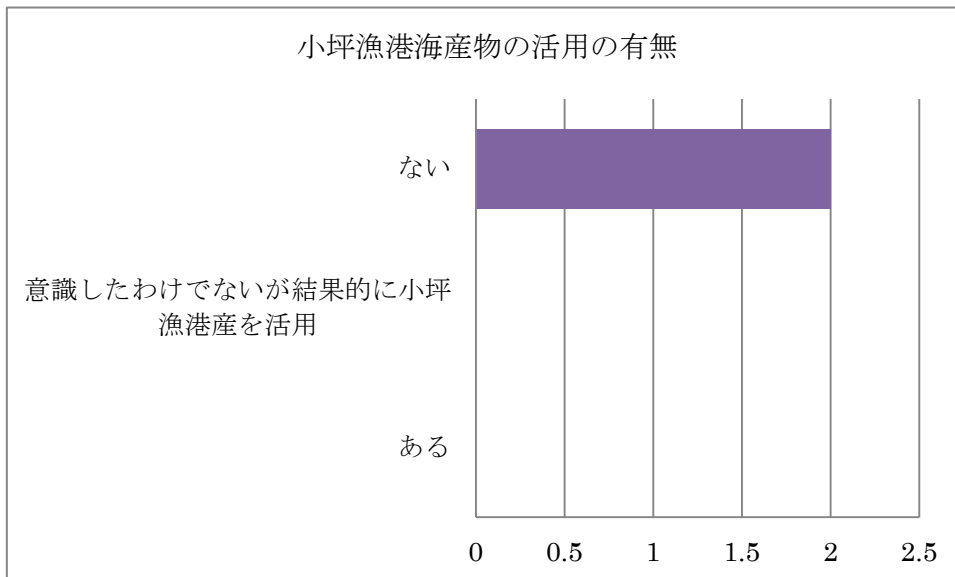




## 飲食業



## その他

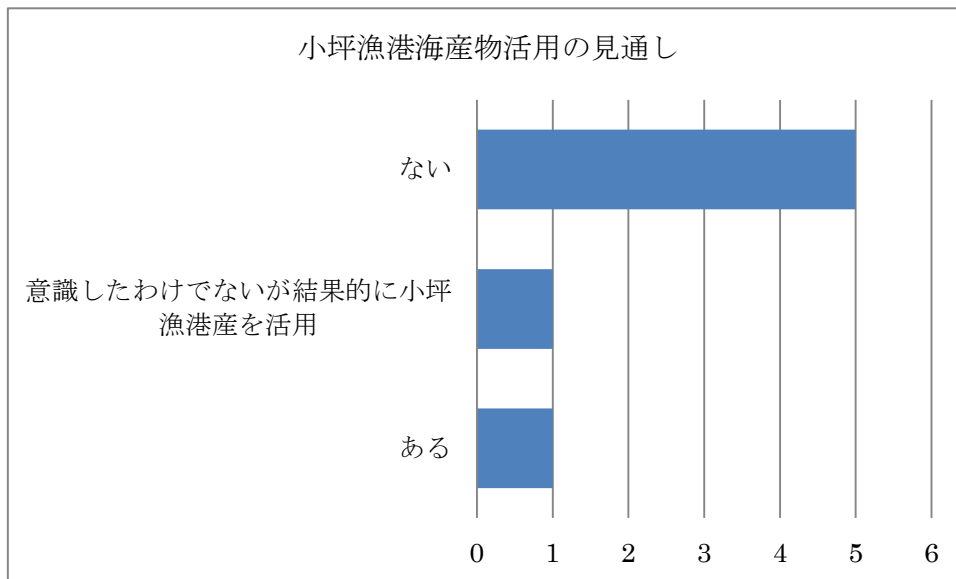


### ・考察

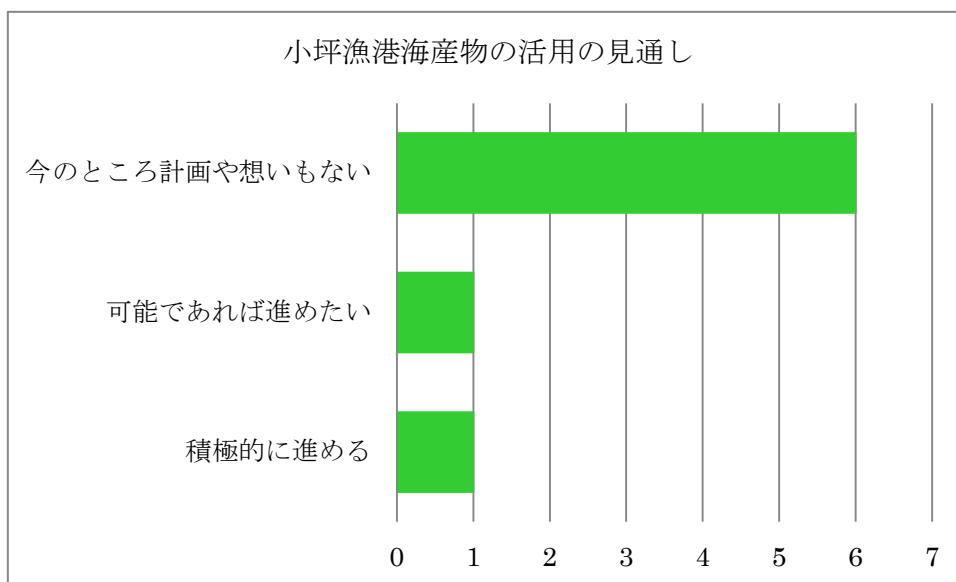
逗子市内で唯一の一次産業であり、海に面した逗子市にとって、非常に大きな地域資源である「小坪漁港」と「その水産資源」を、事業者が有効に活用していない傾向がわかった。

質問（20）

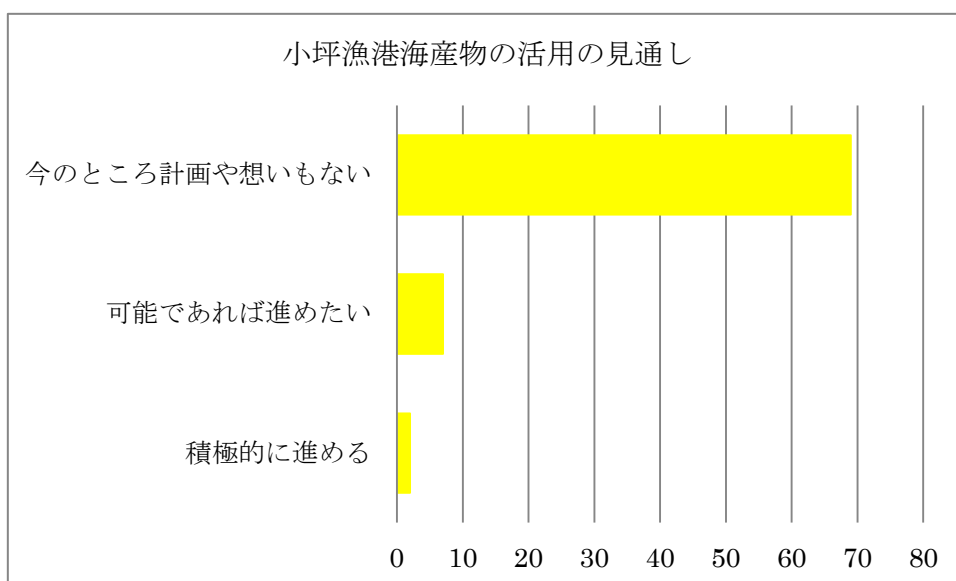
製造業



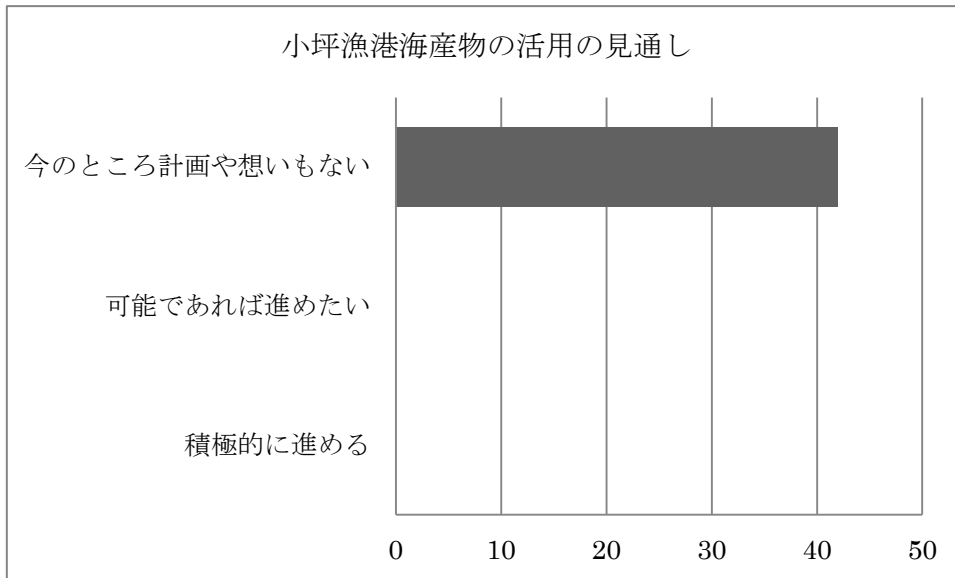
卸売業



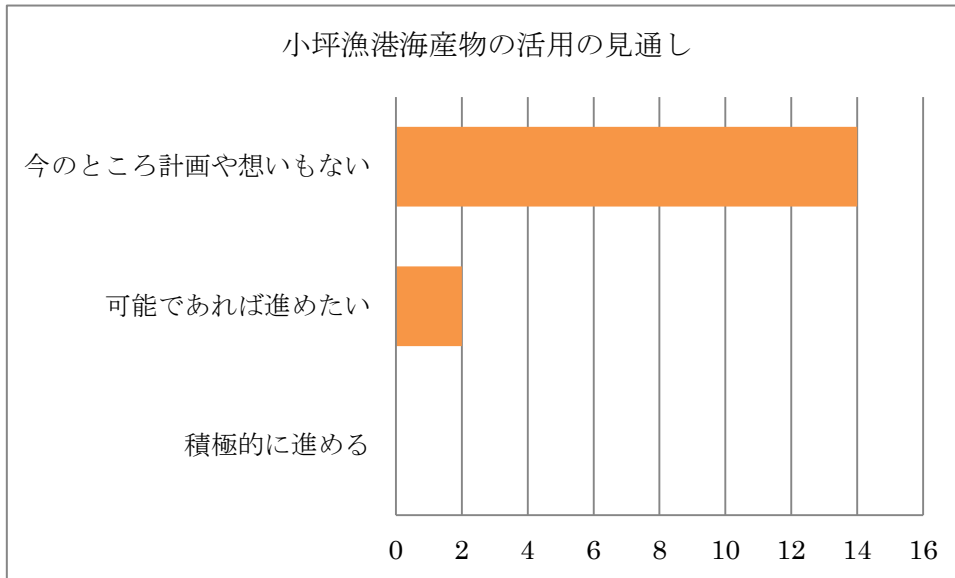
小売業



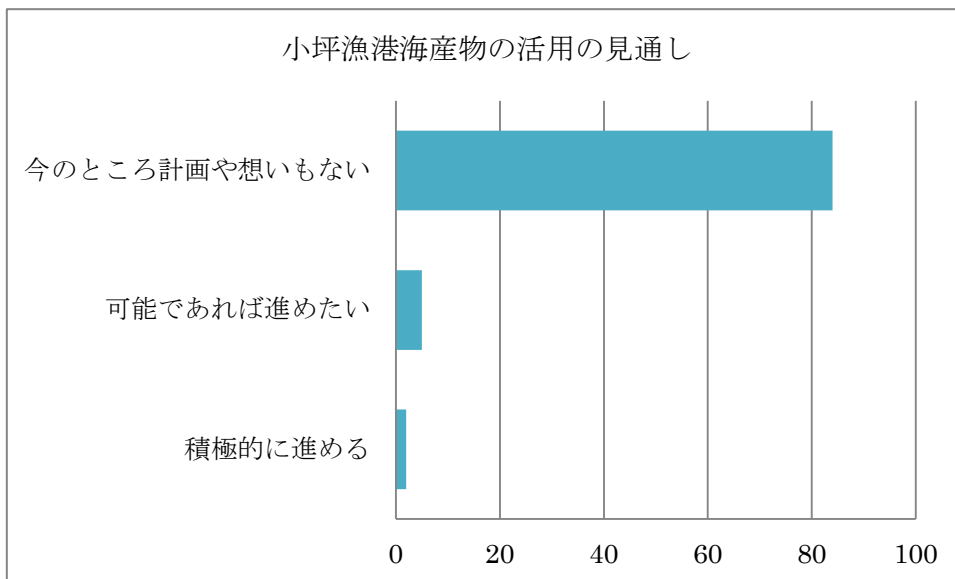
## 建設業



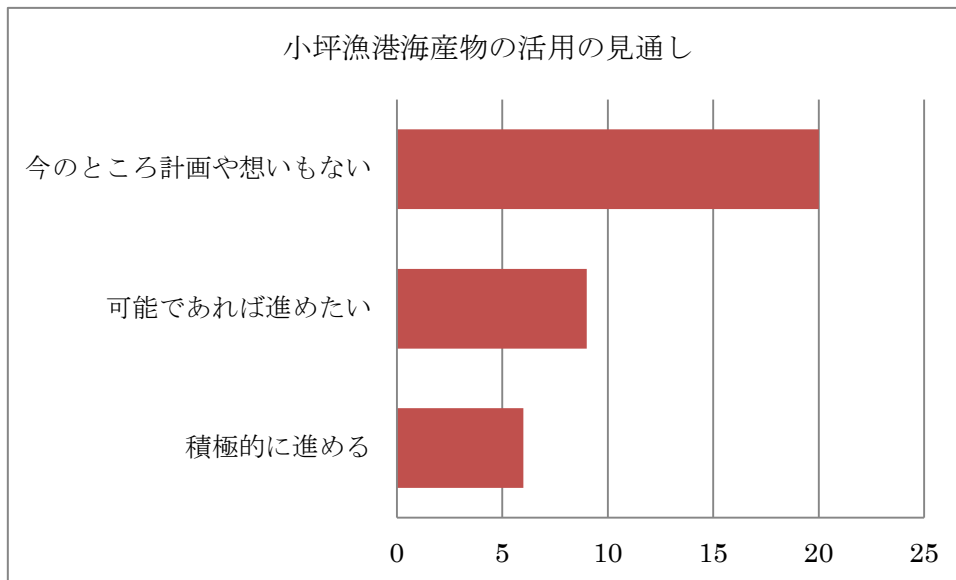
## 不動産業



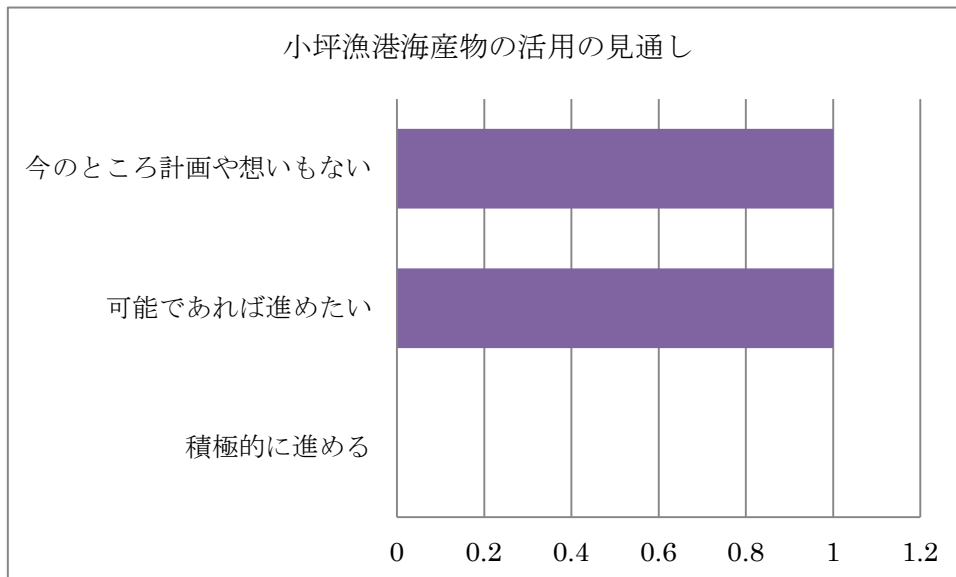
## サービス業



## 飲食業



## その他

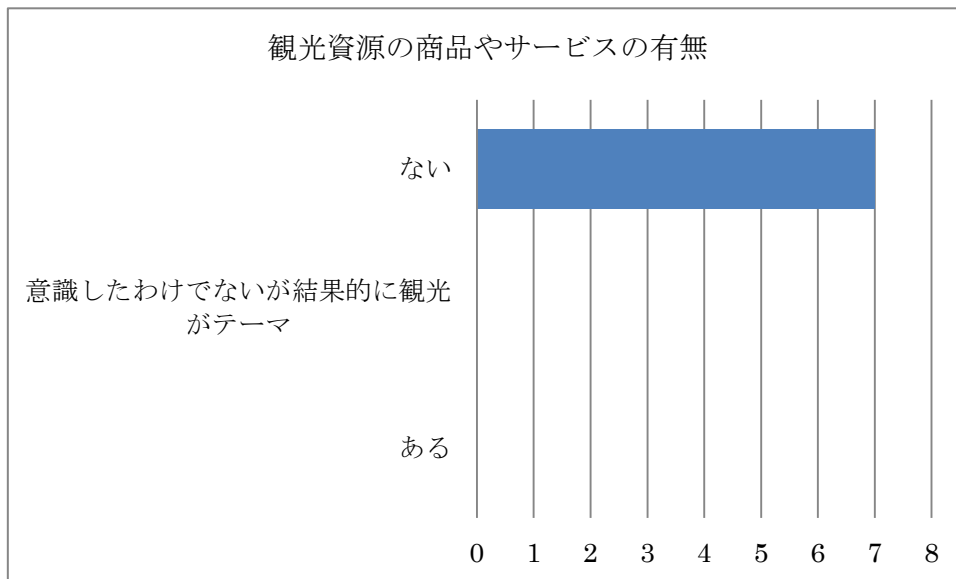


### ・考察

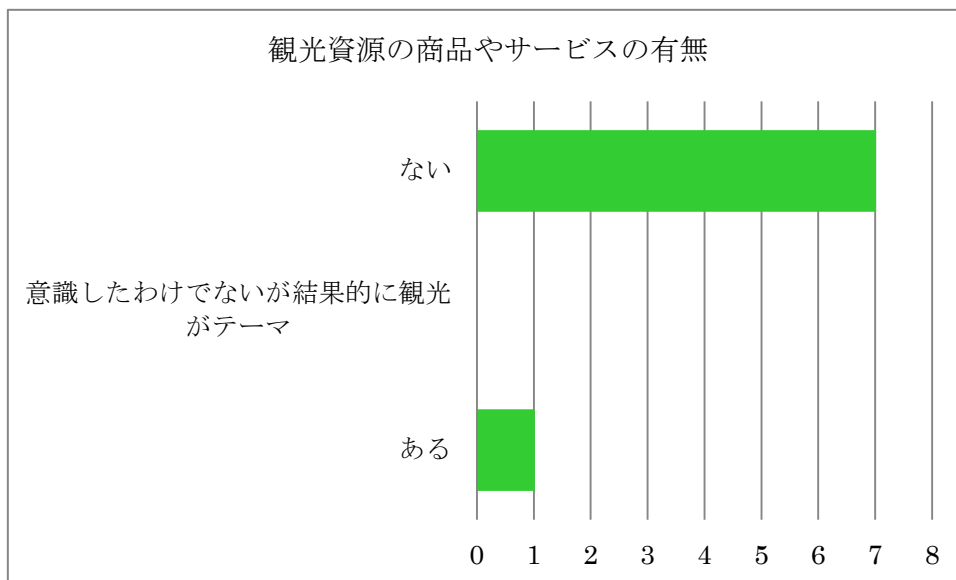
逗子市内で唯一の一次産業であり、海に面した逗子市にとって、非常に大きな地域資源である「小坪漁港」と「その水産資源」を、事業者が有効に活用していく意志が低い傾向がわかった。

質問（21）

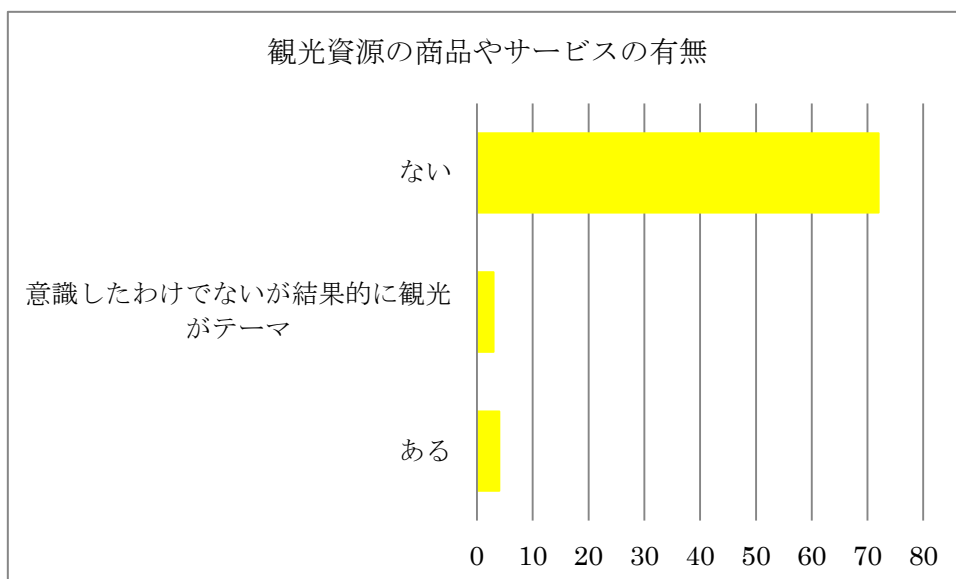
製造業



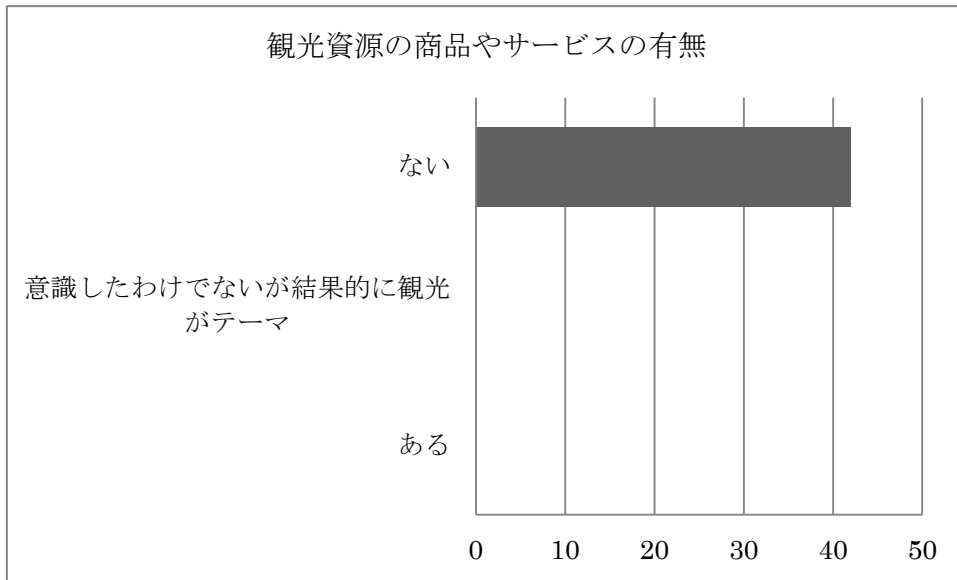
卸売業



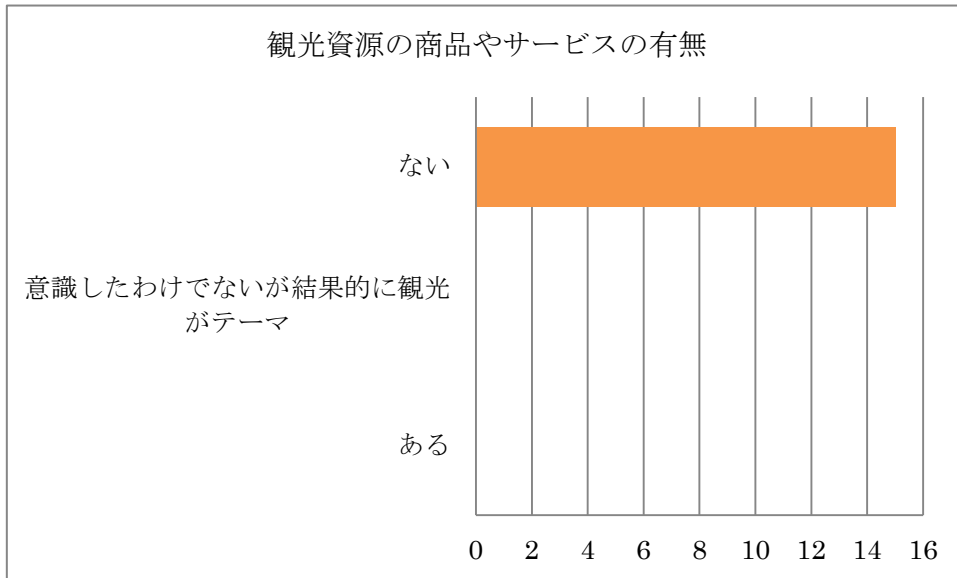
小売業



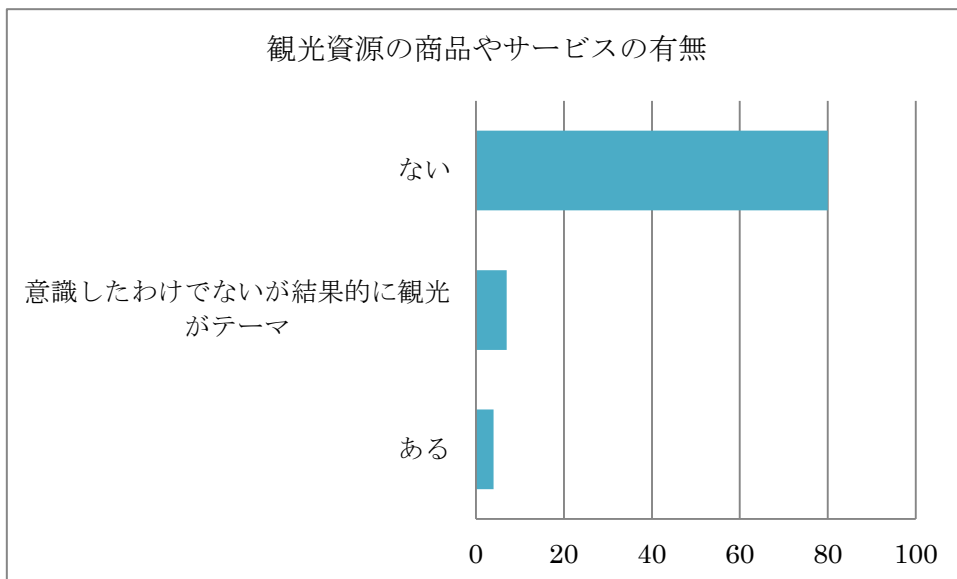
### 建設業



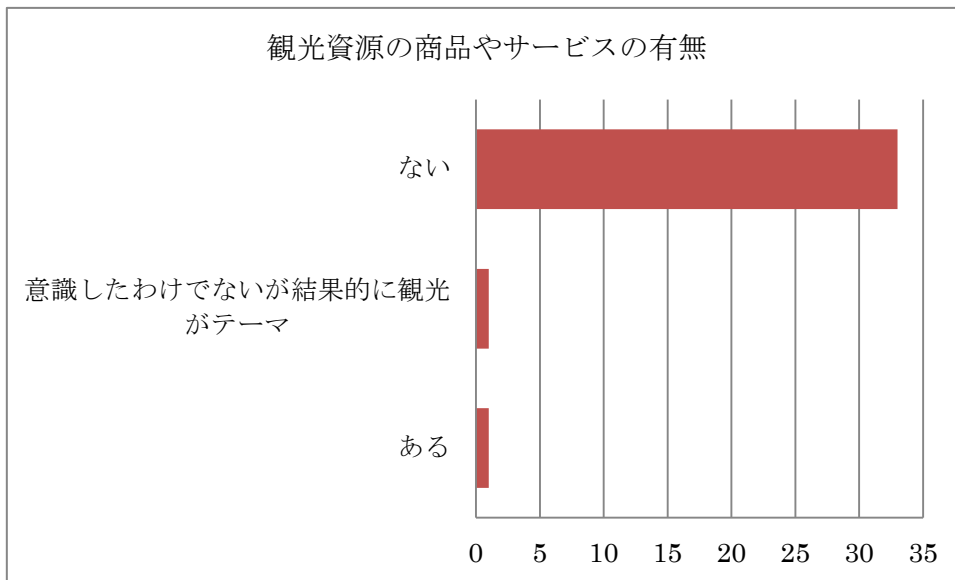
### 不動産業



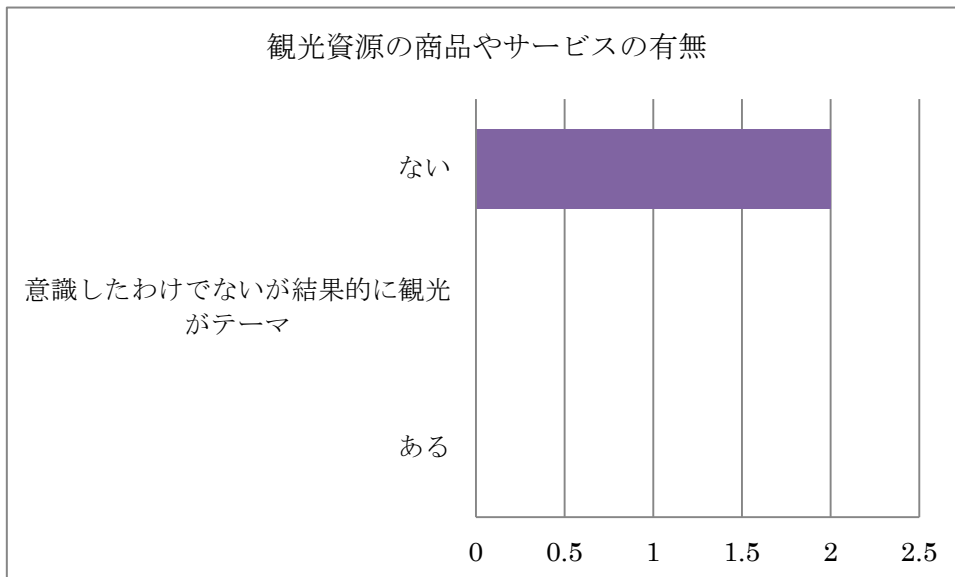
### サービス業



## 飲食業



## その他

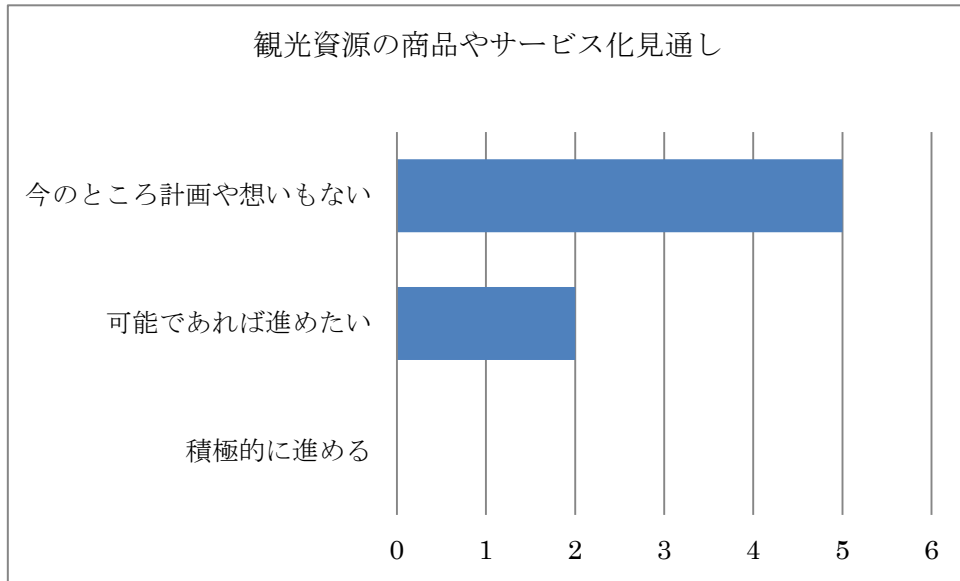


### ・考察

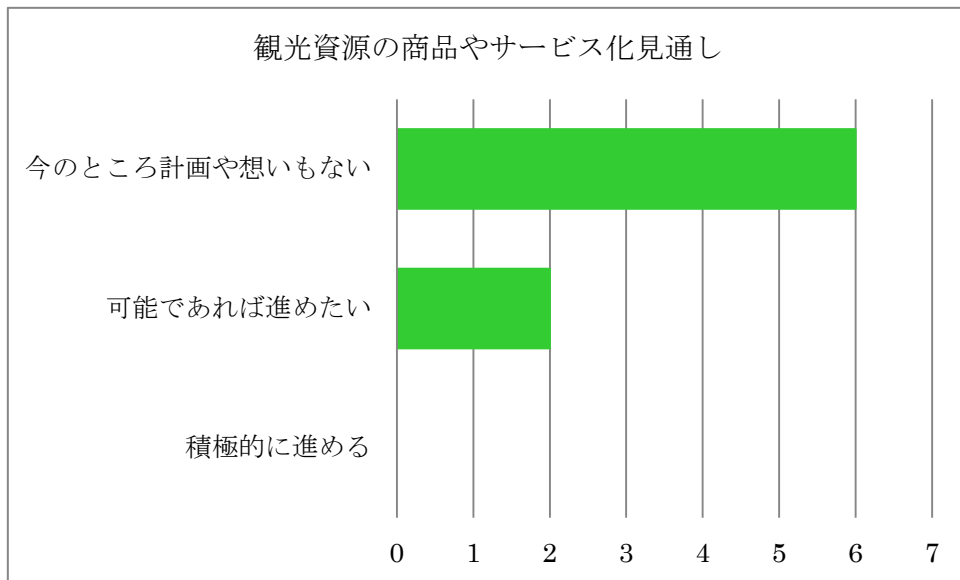
逗子市観光資源を商品やサービスに活かす動きは、進んでいないことが回答で明確になった。言い換えると、観光資源の活用方法に苦慮している実情が垣間見えた。

質問（22）

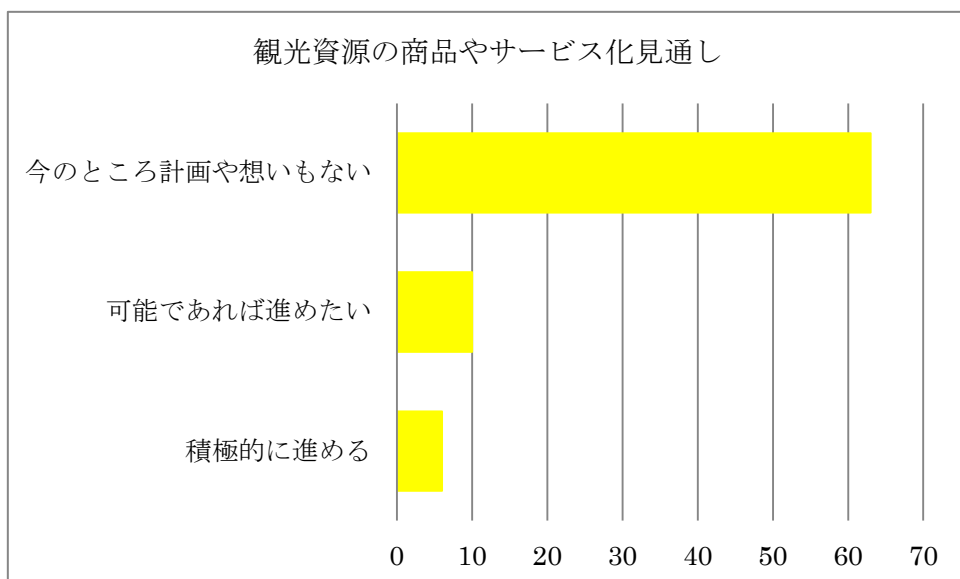
製造業



卸売業

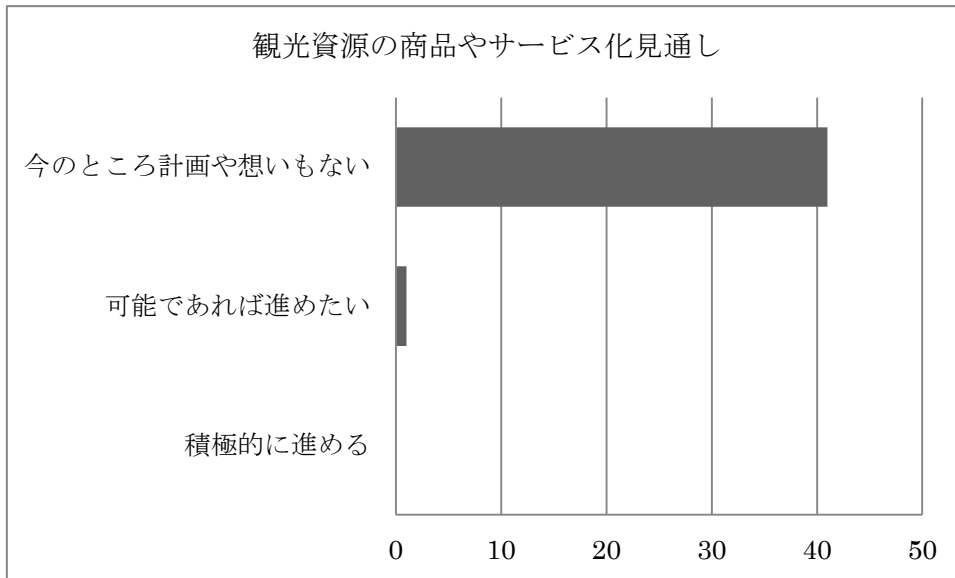


小売業

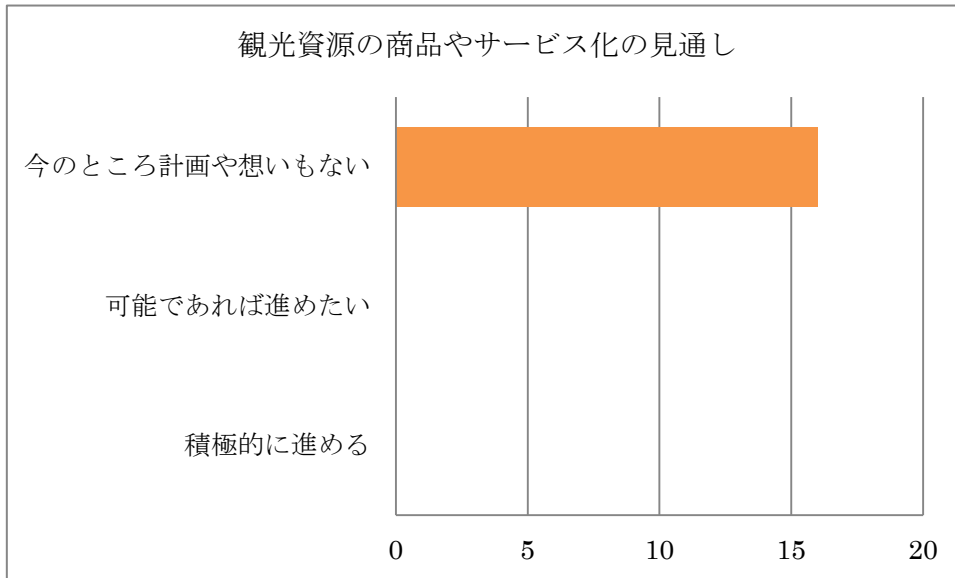




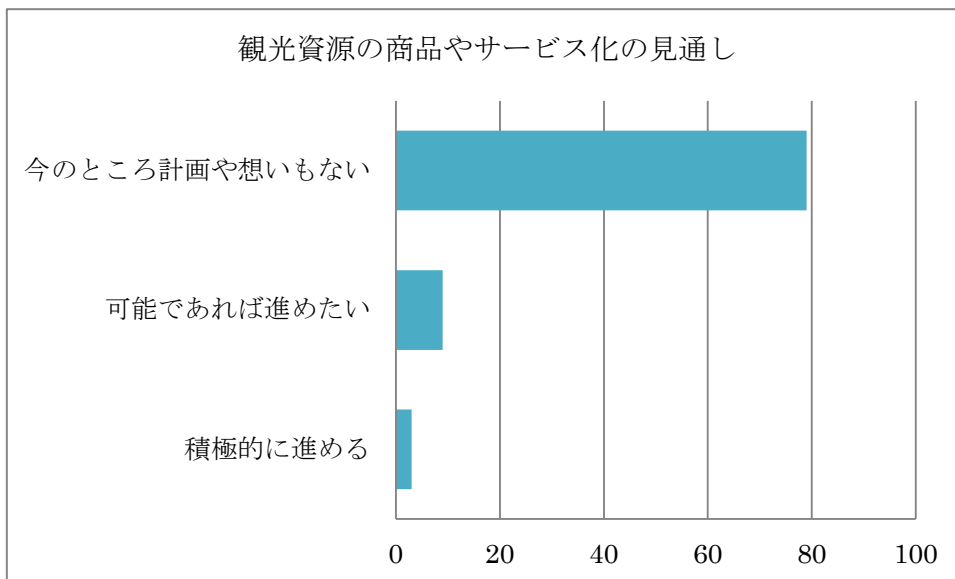
## 建設業



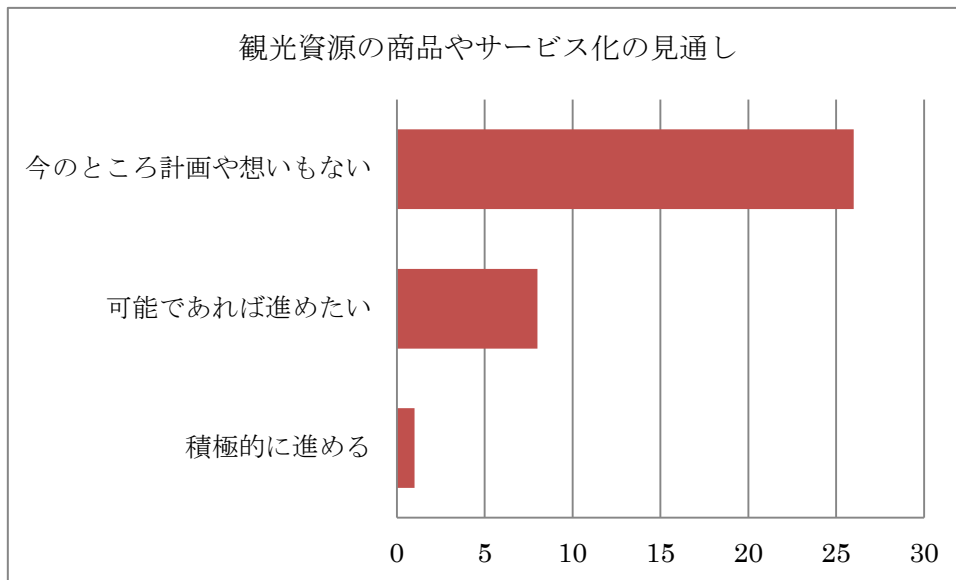
## 不動産業



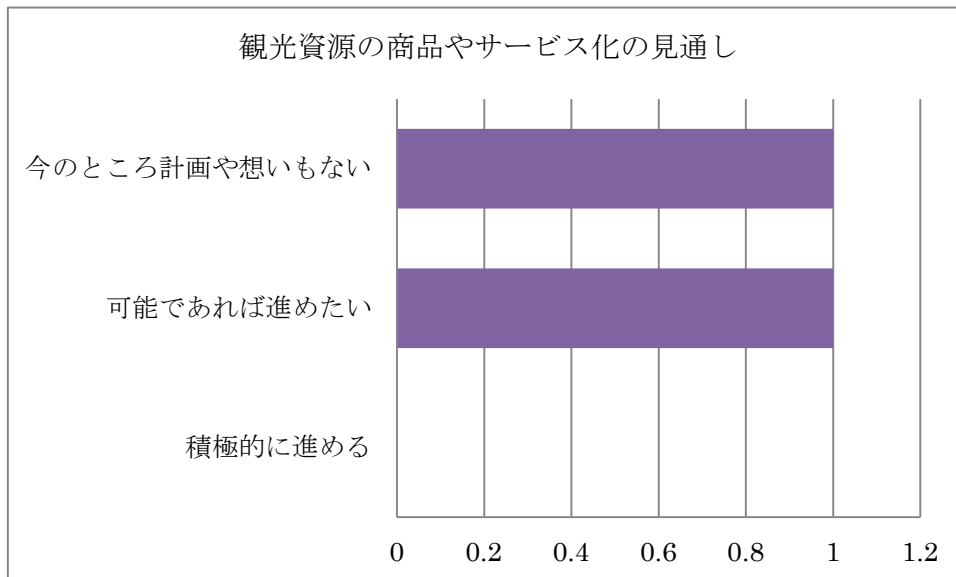
## サービス業



## 飲食業



## その他



### ・考察

逗子市観光資源を商品やサービスに活かす意志を持つ事業者が 1 割程度存在することがわかった。観光資源を活用した商品やサービスは、外需の獲得にあたり大きなテーマであることから、これらの意志を持つ事業者を増やしていきたいところである。

### 質問 (23)

五霊神社	3
池子の森	3
久木大池	1
まんだら堂	8
神武寺	20
披露山公園	45

逗子海水浴場	20
逗子海岸	87
城山公園	1
逗子マリーナ	27
小坪漁港	14
なぎさ橋	4
披露山	1
食事処ハチドリ	1
大崎公園	15
逗子花火大会	7
NIGHT WAVE	1
逗子国際映画祭	1
逗子ハイランドの桜	17
蘆花記念公園	5
クリスマスライトアップ	1
鷹取山	8
亀ヶ丘神社	5
浪子不動	1
岩殿寺	3
桜山古墳群	6
飯島公園	1
桜山郷土資料館	1
台山緑地	1
六代御前	4
田越川のホタル	1
法性寺	1
二子山ハイキングコース	5
桜山中央公園	1
心霊トンネル	1
逗子商店街	3
アートフェスティバル	1
その他	17

## 2) 設問間の関係性を踏まえた集計と考察

### ・経営者の年齢から見た経営取組姿勢の考察

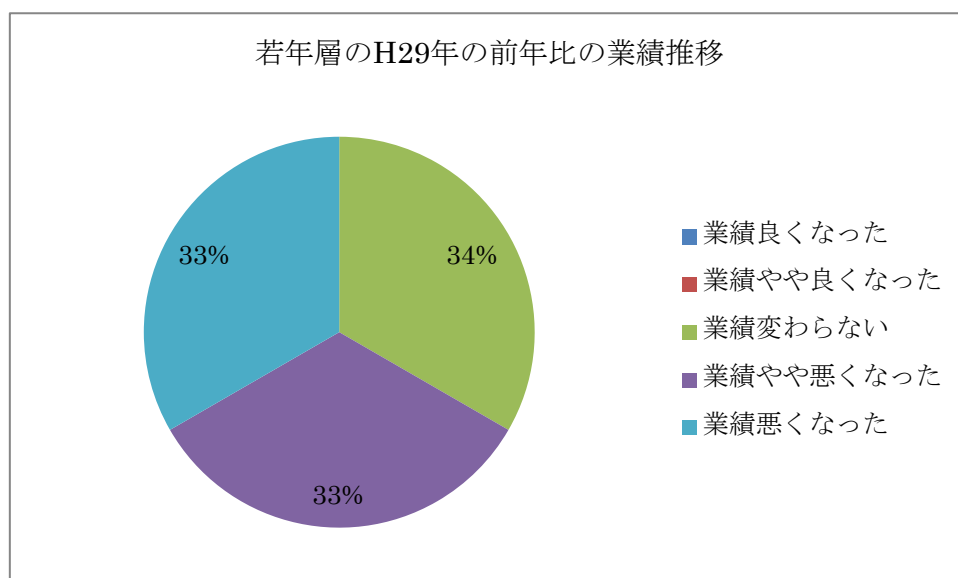
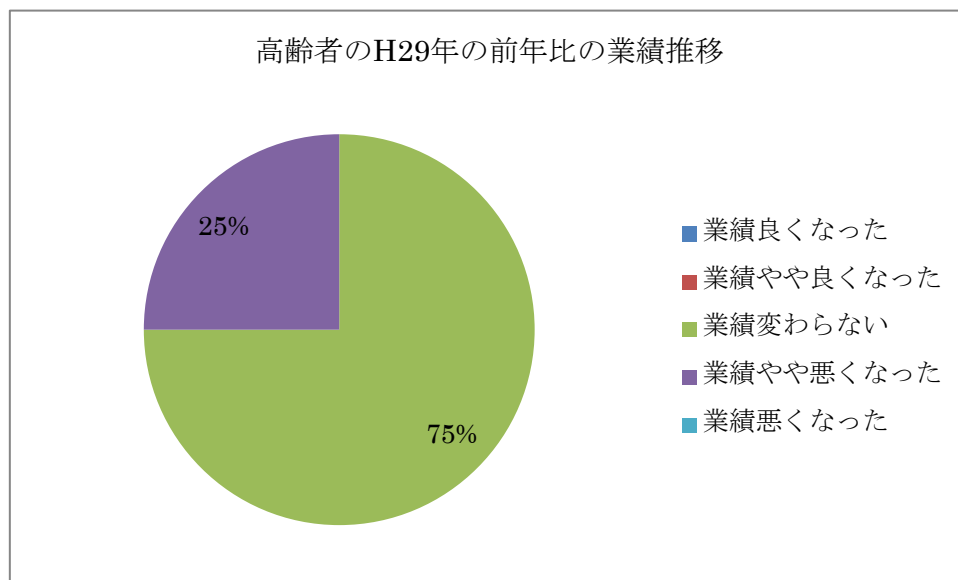
本項では、逗子市経営者の高齢化が課題に上がる近年を踏まえ、経営者の高齢化が経営や事業運営姿勢にどのように表出するのかの考察を試みた。以後の記述では、高齢と若年という言葉を活用するが、以下の定義の通りである。

高齢：60歳以上の経営者を指す

若年：60歳未満の経営者を指す

### 〈製造業の経営状況〉

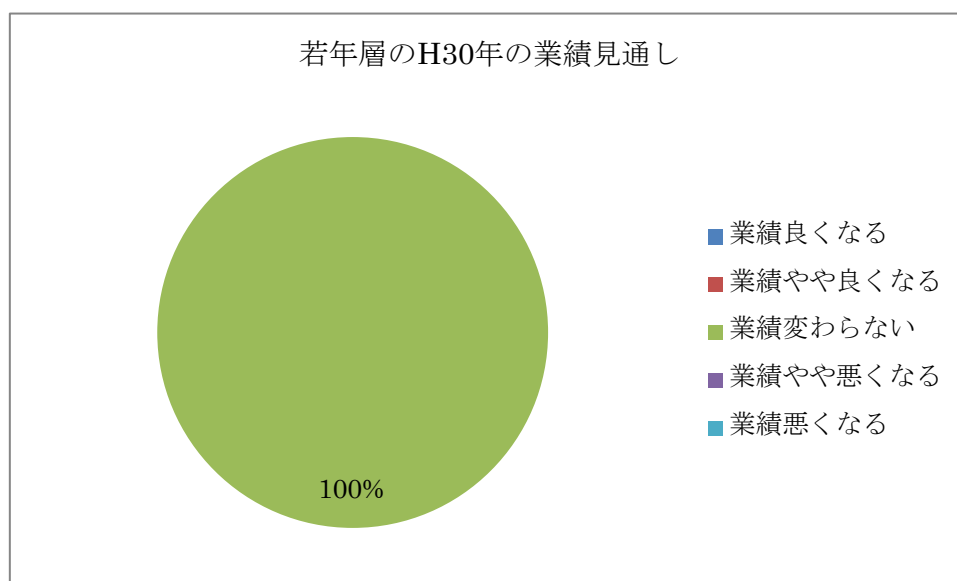
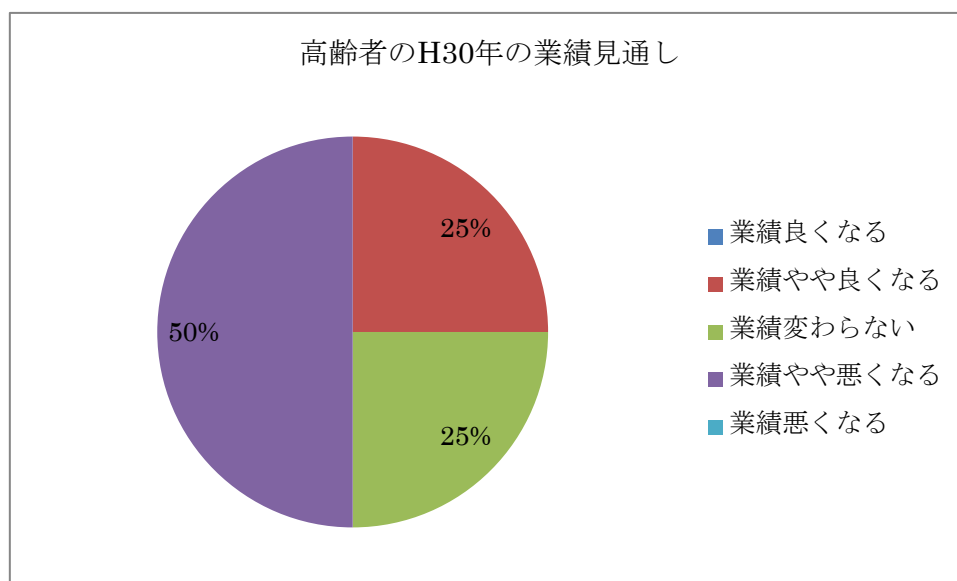
下グラフが示す通り、経営者が若い方が、経営業績が芳しくない傾向が読み取れた。逗子市内に所在する製造業の製造内容を確認していくと、経験と勘、さらには技術的な蓄積が求められる内容も多い。そのため、経営年数の蓄積が経営の「功」に大きく影響することが理解できる。



## 〈製造業の経営見通し〉

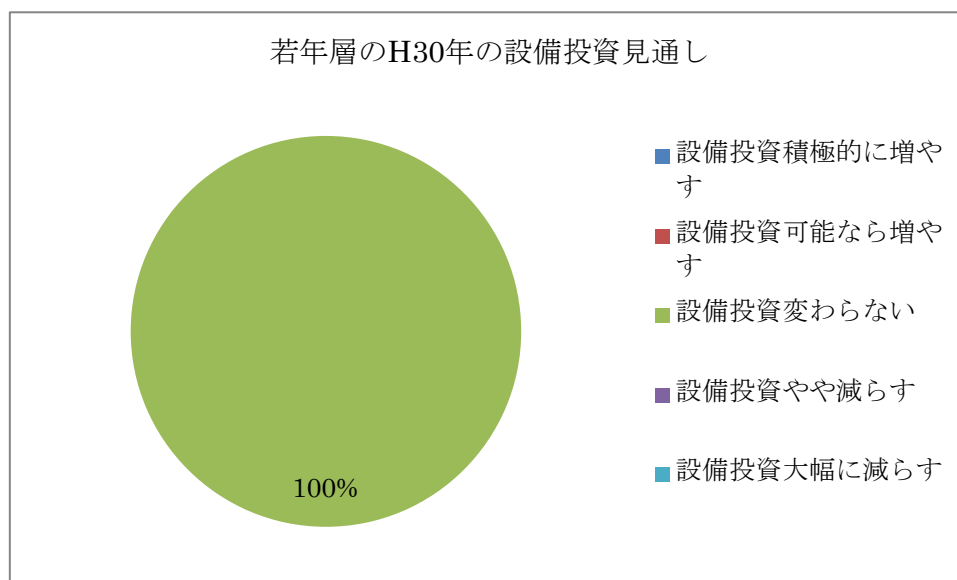
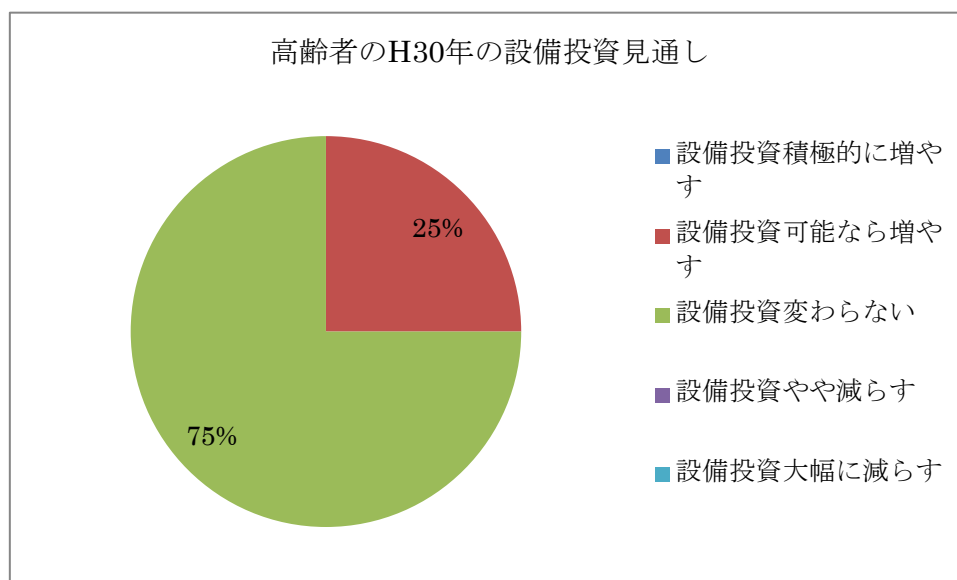
下のグラフが示す通り、経営者が高齢であるほど、今後の業績見通しを悲観的（弱気）に回答する傾向がわかった。一方、経験と勘、さらには技術的な蓄積が求められる製造物を生産する事業者ほど、経営年数の蓄積が自信となり、業績見通しを楽観的（強気）に回答する高齢経営者が多いこともわかった。

若年経営者にとっては、経営年数が浅く、経験と勘や、技術的蓄積の習熟度から、もたらされる自社の強みの理解が不十分であるため、経営の見通しを立てられないとする事情が垣間見ることができた。



## 〈製造業の設備投資見通し〉

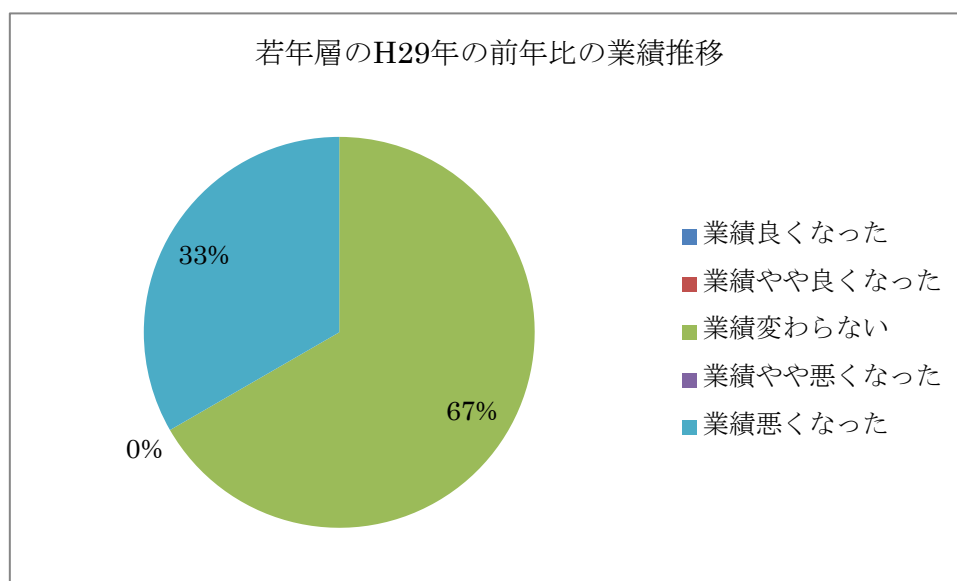
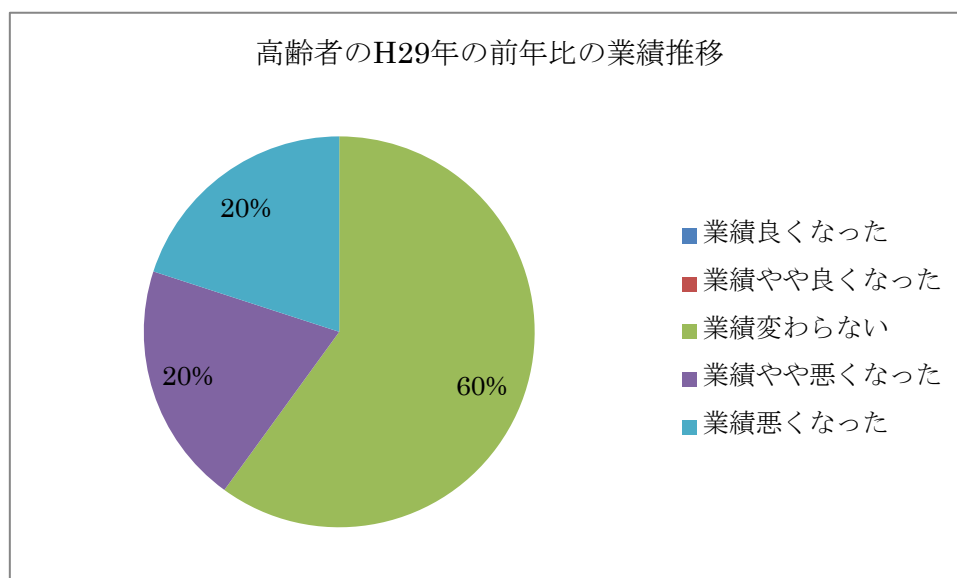
下のグラフが示す通り、経営者が高齢である事業者ほど、設備投資意欲が高いことが読み取れた。経験と勘、さらには技術的な蓄積が求められる製造内容の事業者ほど、経営年数の蓄積が自信となり、設備投資見通しを楽観的（強気）に回答する傾向が高いと推察できる。



## 〈卸売業の経営状況〉

下のグラフが示す通り、若年層経営者と高齢経営者の業績状況に大差は見られなかった。日本経済新聞社が平成 29 年にまとめた「第 46 回日本の卸売業調査」では、平成 28 年度の売上高は前年度に比べ 0.1%減少した。営業利益も 10.6%減と 2 年ぶりの減収減益である。平成 27 年度は消費増税の直後だった前年度の反動増で増収増益だったが、訪日外国人（インバウンド）の需要一巡や根強い節約志向が色濃く残り、平成 28 年も尾を引いているとのことであった。

本調査対象の卸売業数社のヒアリング調査では、逗子市内においては、インバウンド需要の一巡は感じられず、オリンピックに向け期待が持てる一方、消費者の節約志向は顕著で、このことが経営に大きなインパクトがあることが垣間みれた。

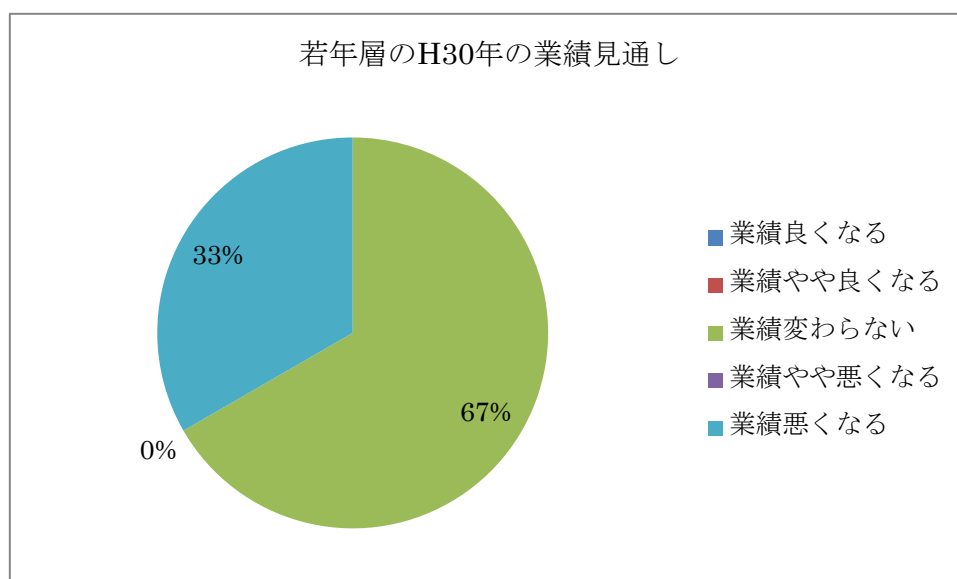
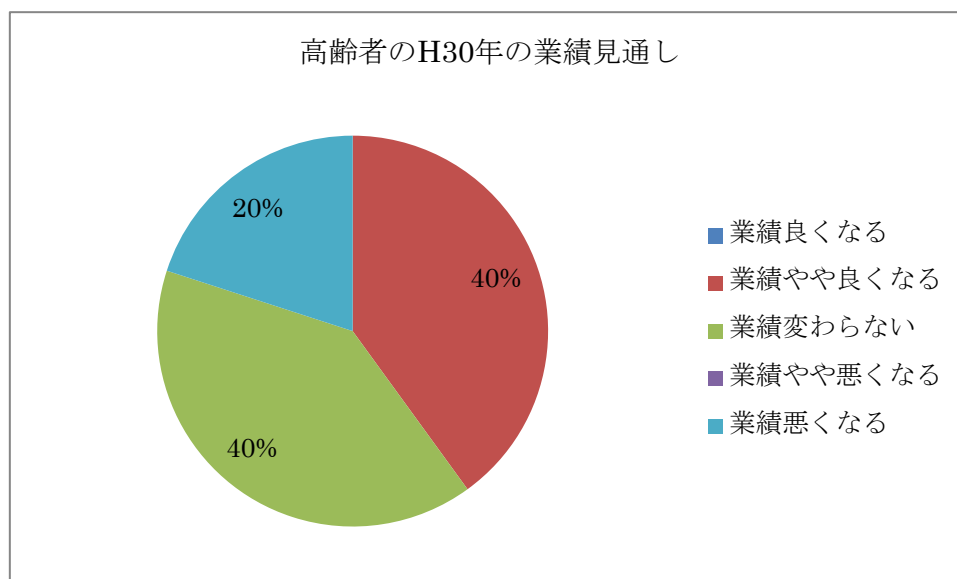


## 〈卸売業の経営見通し〉

下のグラフが示す通り、若年層経営者の方が、業績の見通しに弱気であることがわかった。また、高齢経営者の方が、業績見通しを強気（楽観的）で判断している視点も読み取れた。

様々な2次データで周知の通り、卸売業は寡占化や中抜きが進み、近未来の見通しは厳しいものがある。その風潮がインターネット等のメディアを介して、若年層の目に留まりやすいとする意見を、調査回答者から耳にしている。結果、弱気な見通しを立てている若年経営者は少なくないと推察する。

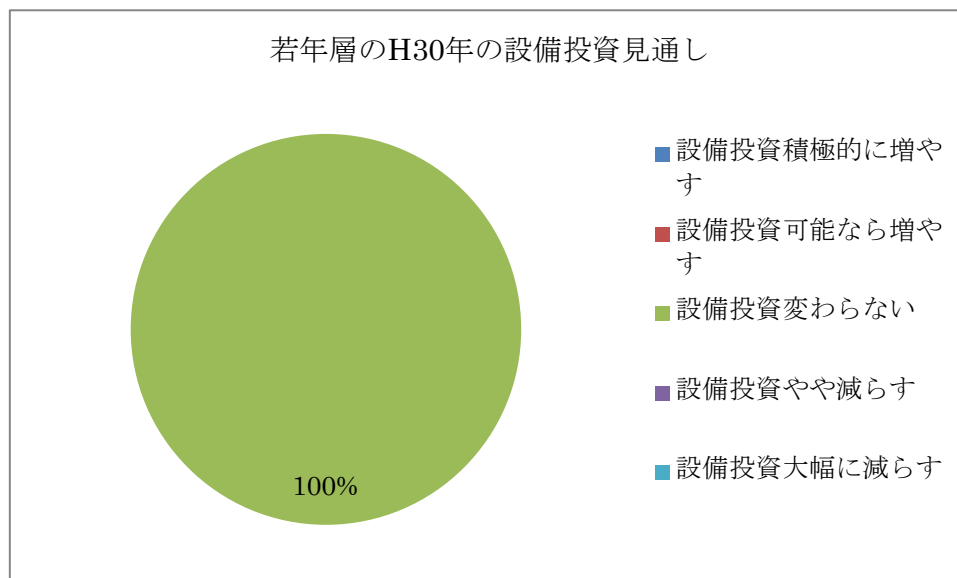
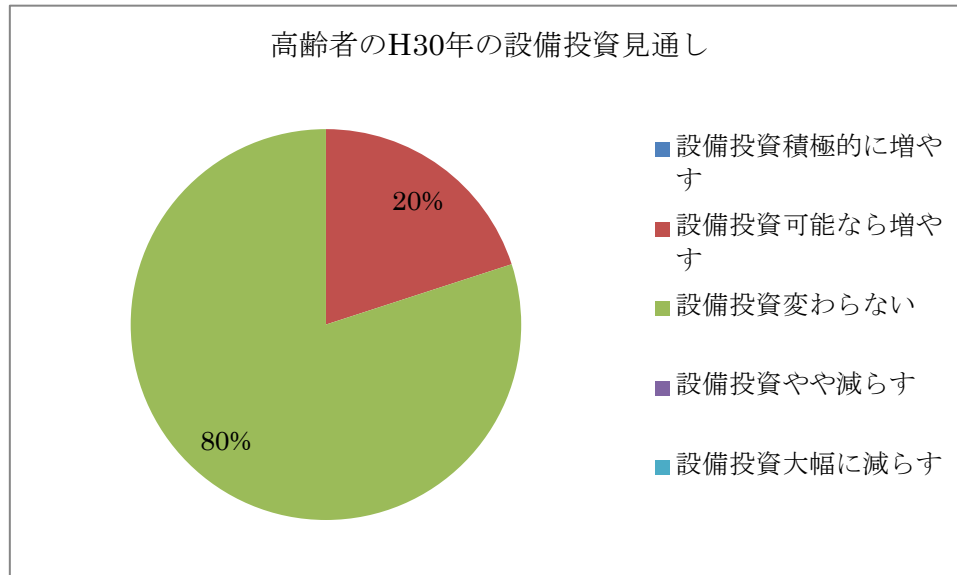
一方、高齢経営者は、同年代の年齢経営者である小売業や製造業等が卸先事業者が多いこと、さらには関東一円と東海地方の一部を卸先に抱えていることを背景に、既存顧客への営業強化により、さらなる需要掘り起こしが可能と見る風潮が感じとれた。





## 〈卸売業の設備投資見通し〉

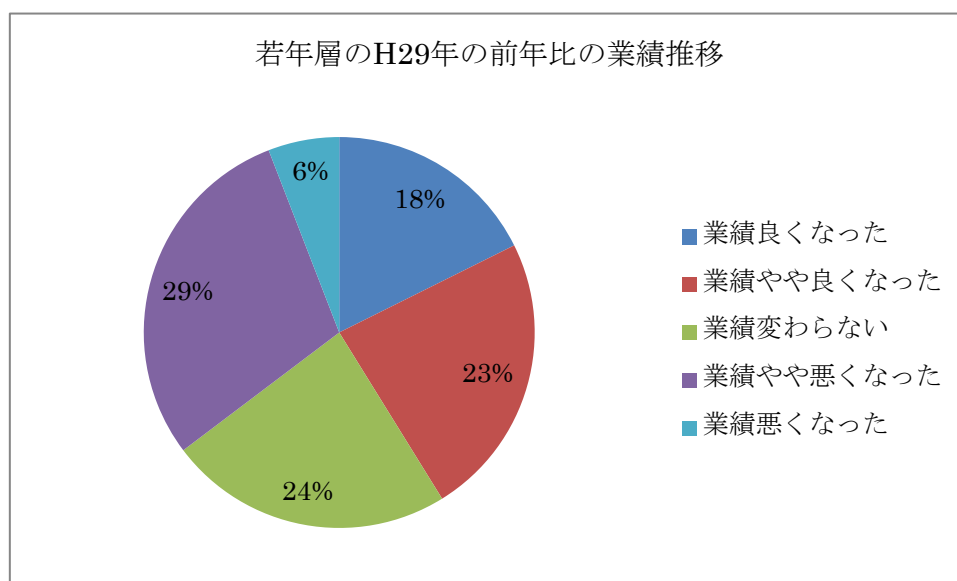
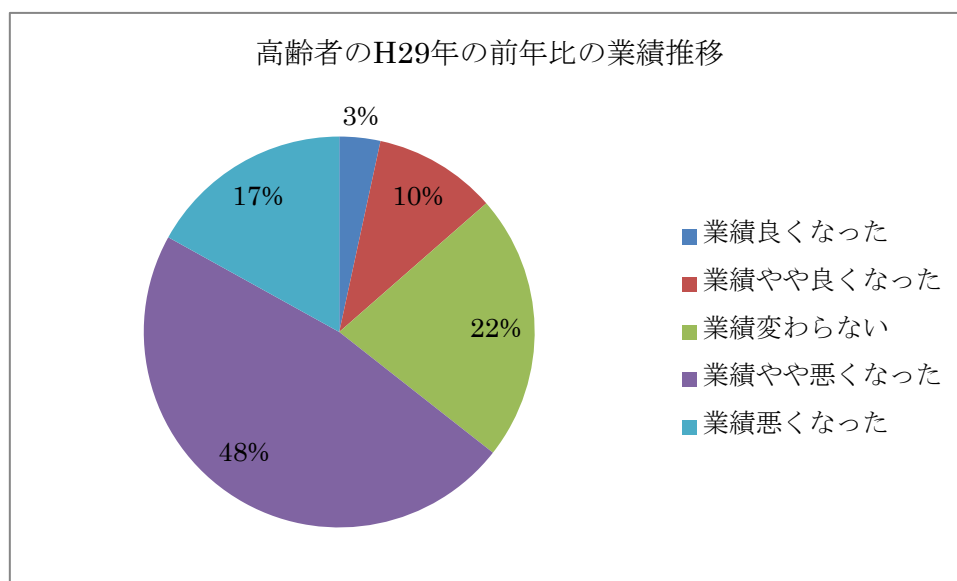
下のグラフが示す通り、経営者が高齢である事業者ほど、設備投資意欲が高い可能性が理解できた。これは、若年層経営者の方が、業績の見通しに弱気（悲観的）であること、さらには、高齢経営者の方が、業績見通しを強気（楽観的）で判断していることが影響しているようである。



## 〈小売業の経営状況〉

下のグラフが示す通り、経営者が若年の方が、業績が良好である傾向がみられた。回答した数者のヒアリングでは、ファッション性や流行性の高い雑貨や小物類の売りが好調で「観光地でもある隣接地の葉山や鎌倉の影響を受け、観光としての買い回り客が一定数存在するため」としている。

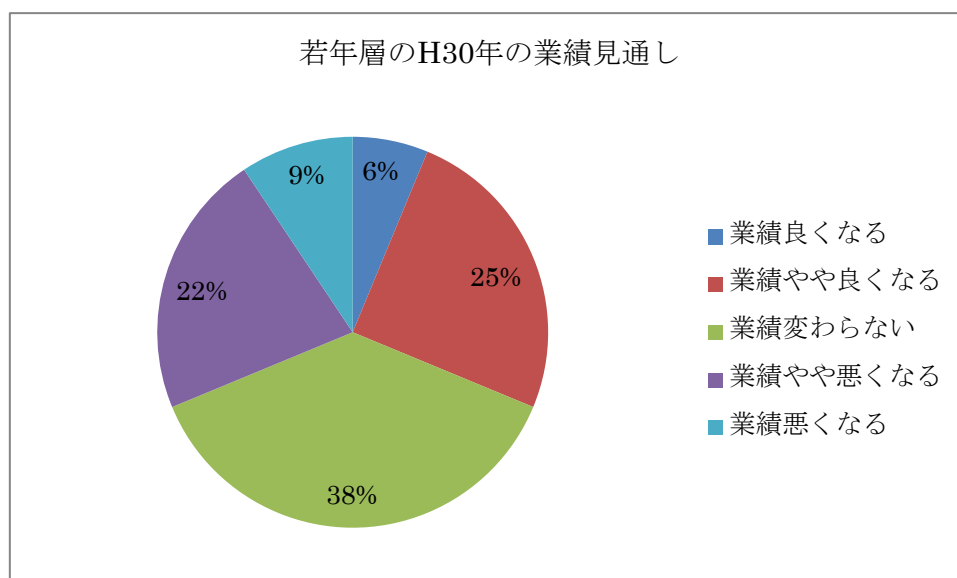
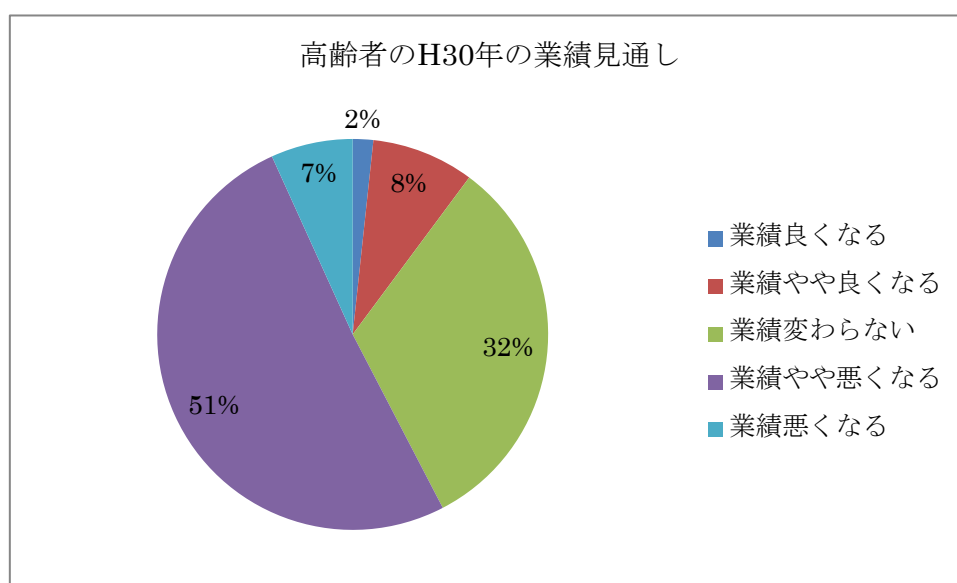
一方、高齢経営者の小売り内容はファッション性や流行性が乏しく、且つ日用品が中心であるため、近隣の食品スーパーやドラッグストア等の量販店に客足を取られている傾向が垣間見えた。



## 〈小売業の経営見通し〉

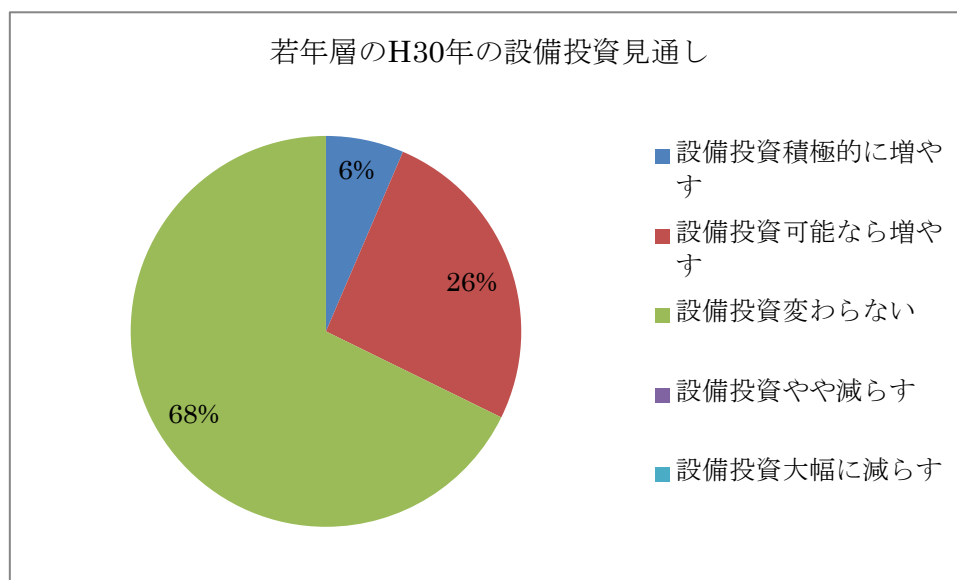
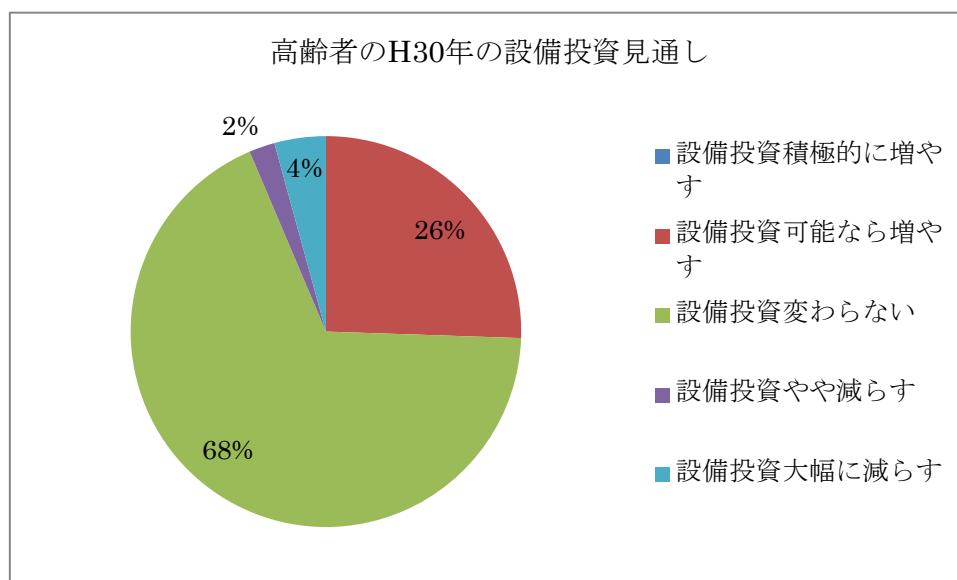
下のグラフが示す通り、経営者が若年の方が、業績見通しが良好である傾向がみられた。ファッション性や流行性の高い雑貨や小物類の売りが好調で「観光地でもある隣接地の葉山や鎌倉の影響を受け、買い回り客が今後も、一定数存在するため」としている。

一方、高齢経営者の小売り内容はファッション性や流行性が乏しく、且つ日用品が中心であるため、近隣の食品スーパーやドラッグストア等の量販店に客足を取られている傾向を背景に、弱気（悲観的）な見通しになっている。



## 〈小売業の設備投資見通し〉

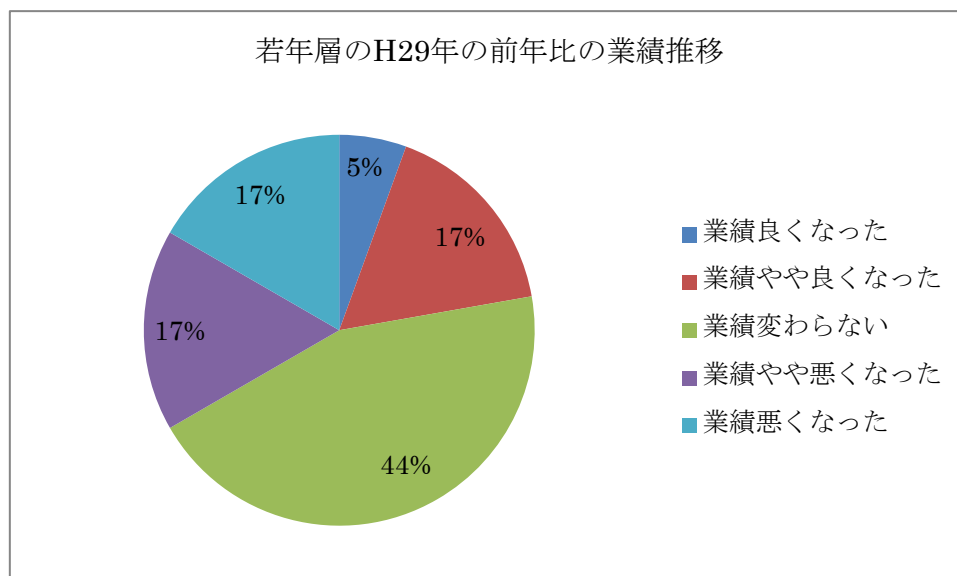
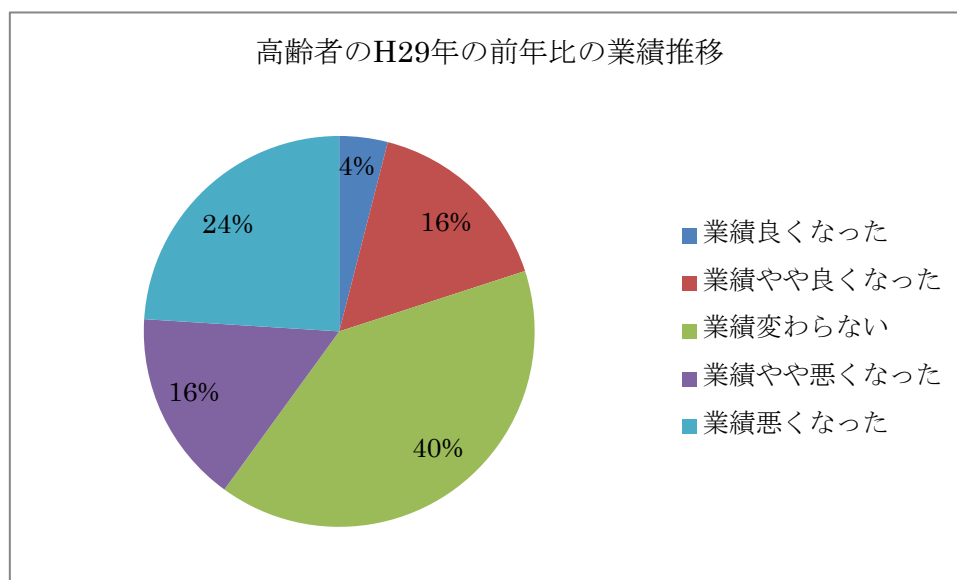
下のグラフからわかるとおり、高齢経営者、若年経営者の設備投資意欲に大差は見られなかった。観光地である隣接地の葉山や鎌倉の観光客等を囲い込む意志での、展示陳列強化や、ファッション性や流行性の高い品揃え強化のための什器等の充足を目的とする設備投資の意志を数者から聞くことができた。



## 〈建設業の経営状況〉

下のグラフからわかるとおり、高齢経営者、若年経営者の業績に大差は見られなかった。業績が改善した事業者の意見としては、不動産業との連携によるリフォーム需要の取り込みの成功や、商圈の拡大（逗子のみでなく、鎌倉や葉山等、広く神奈川県や隣県・隣都）のための積極的な営業活動が功を奏したとのことであった。

消費者の節約志向は避けられず、1件あたりの受注単価は下げ止まらない中、受注件数でリカバーしなければならぬ現状も垣間見えた。

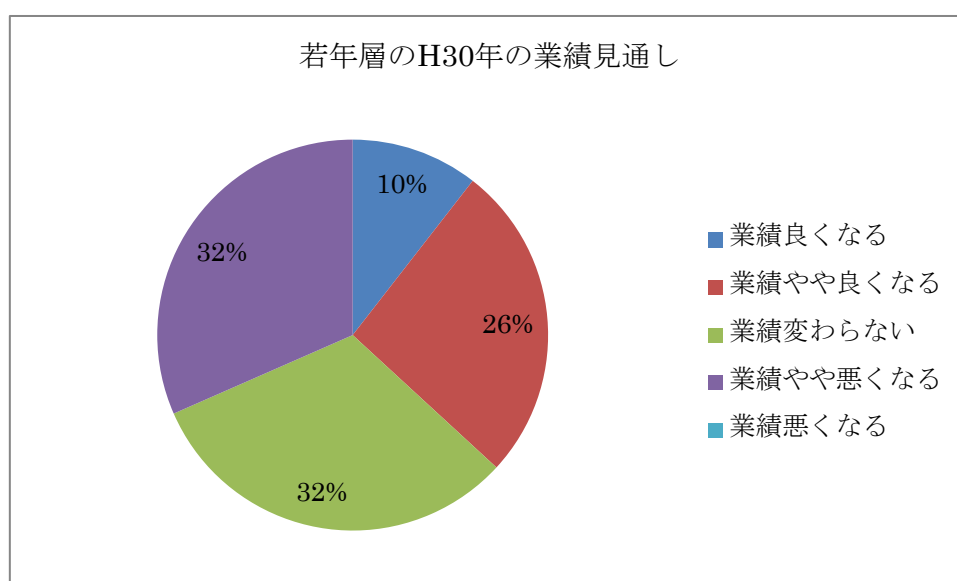
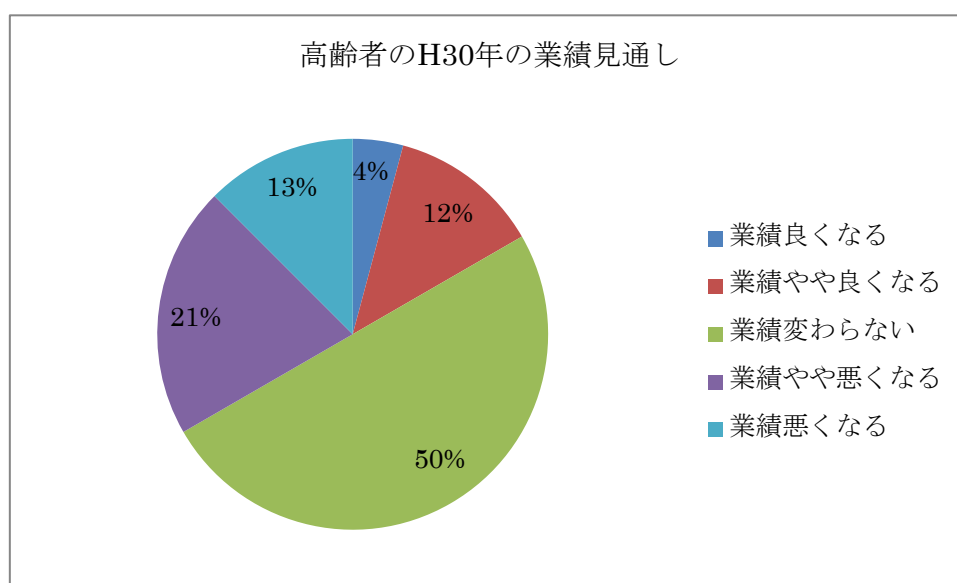


## 〈建設業の経営見通し〉

下のグラフからわかるとおり、若年経営者の方が、高齢経営者よりも業績の見通しを強気（楽観的）に判断している。近年のリフォーム需要等はファッション性や流行性が高いため、高齢経営者よりも若年経営者の方が関係性が明るい。

一方、受注単価が下落傾向であるが、若年経営者の方が、積極的な営業活動にポジティブで、単価の下落を、件数でカバーしていけると思考している風潮も感じ取れた。

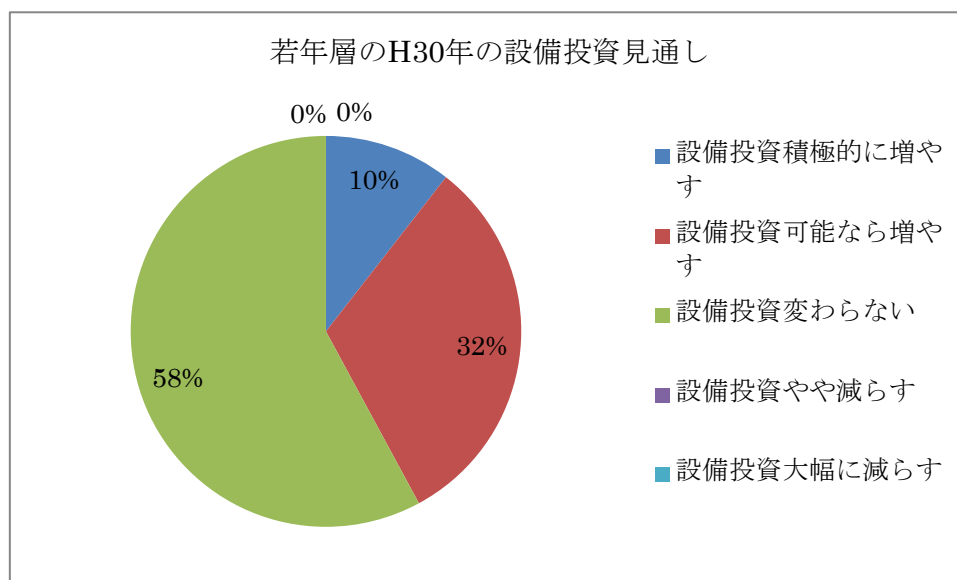
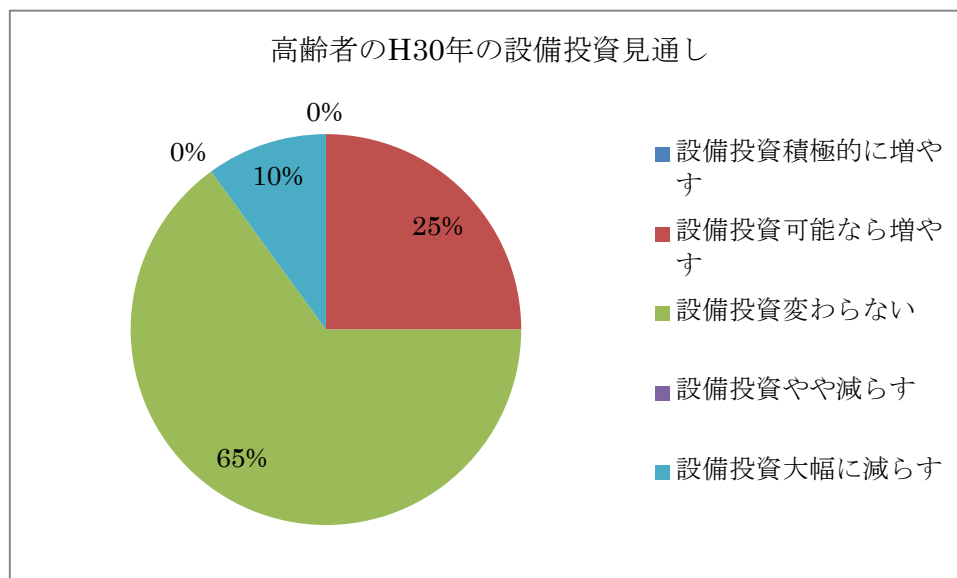
平成 27 年以降、首都圏を中心に関東一円で、高層ビル、新築マンション、商業施設、戸建て住宅の建設に意欲的な 2 次データが揃っており、その下請け的需要を、東京五輪を追い風に獲得していけるかもポイントである。



## 〈建設業の設備投資見通し〉

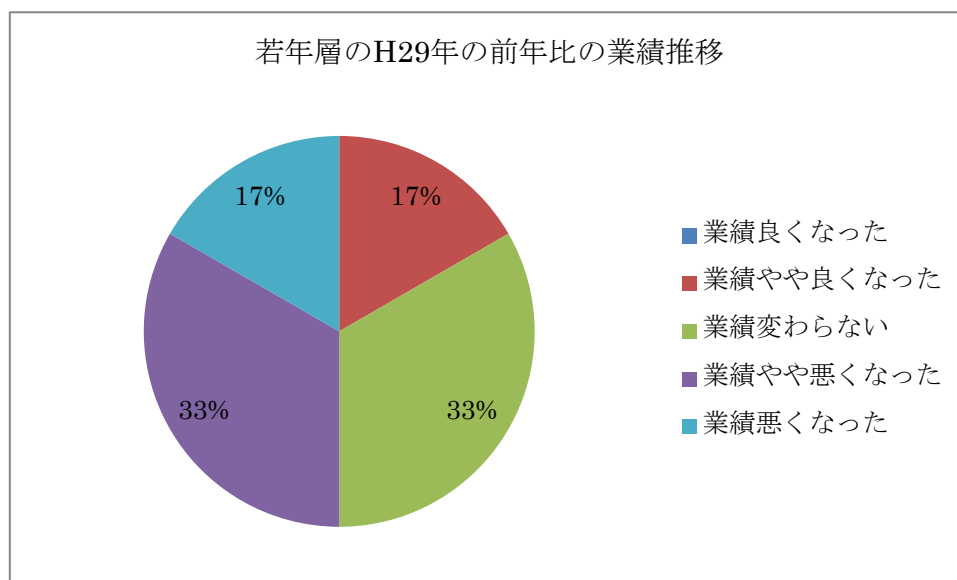
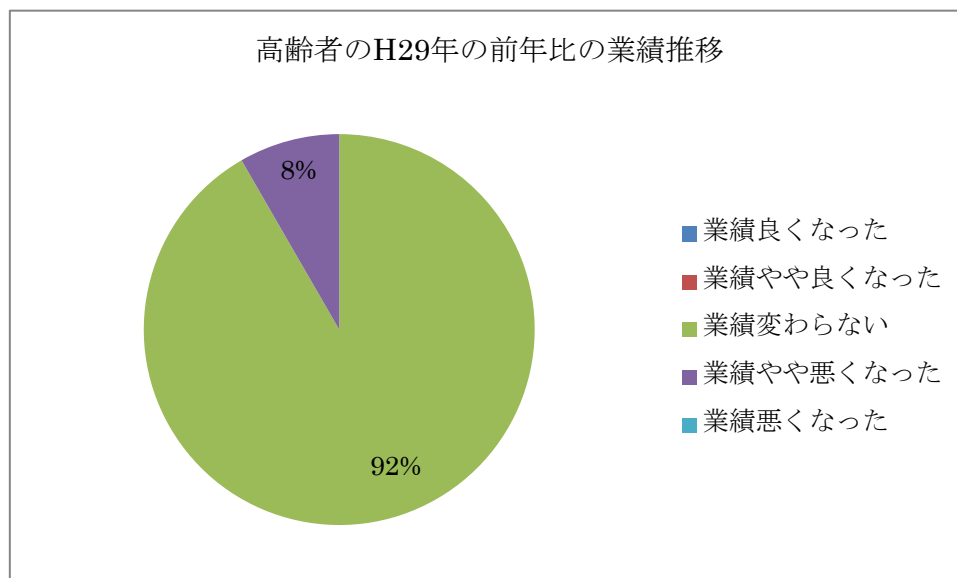
下のグラフからわかるとおり、若年経営者の方が、高齢経営者よりも設備投資意欲が高いと判断できる。

これは、業績見通しが若年層の方が強気（楽観的）である傾向を反映したものと推察できる。



## 〈不動産業の経営状況〉

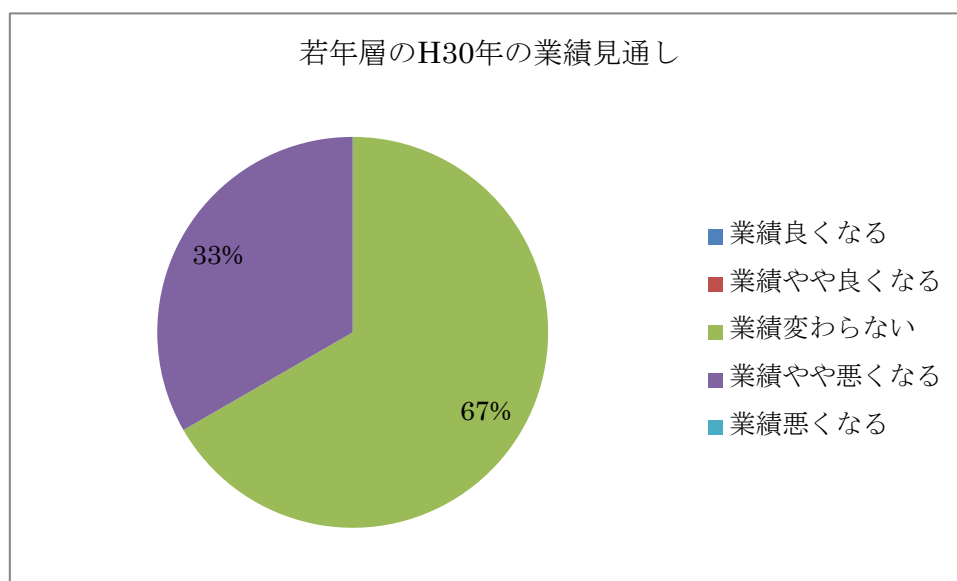
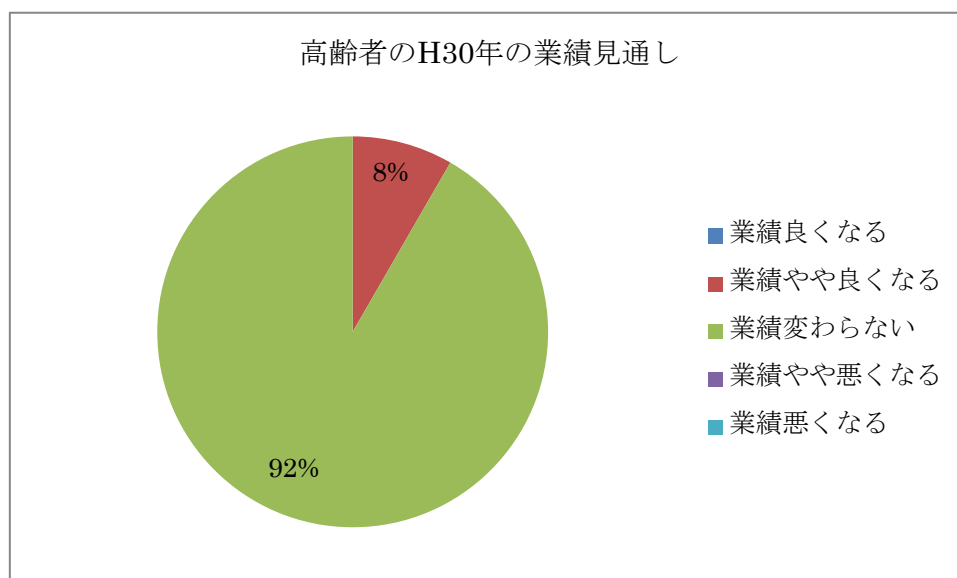
下のグラフからわかる通り、若年経営者の方が高齢経営者よりも、業績の善し悪しが明確であり、躍動度が高いことがわかる。若年経営者の方が、顧客ニーズにあった物件の斡旋等に意欲的であり、その斡旋の成否を問わず、経営でのチャレンジの多少が少なからず影響しているかと推察できる。





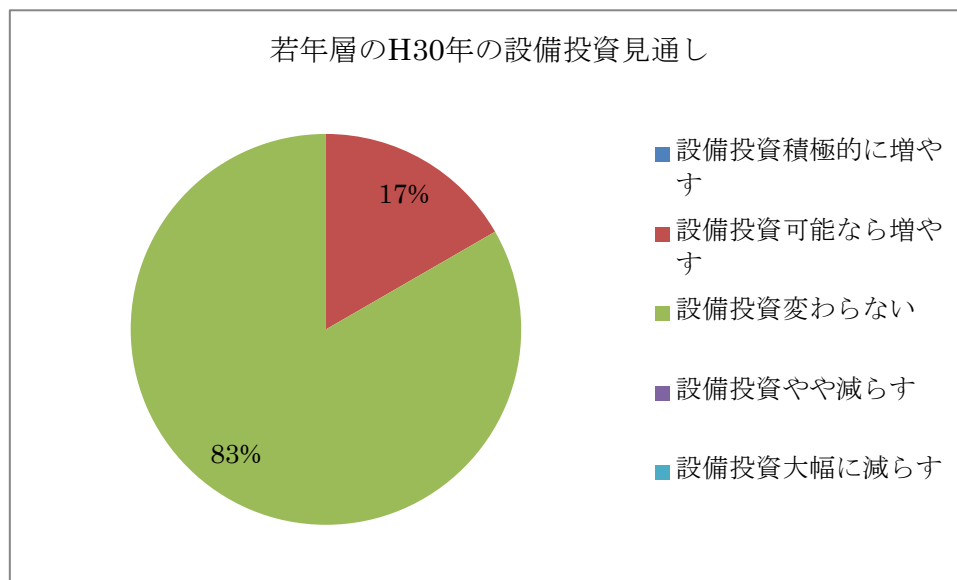
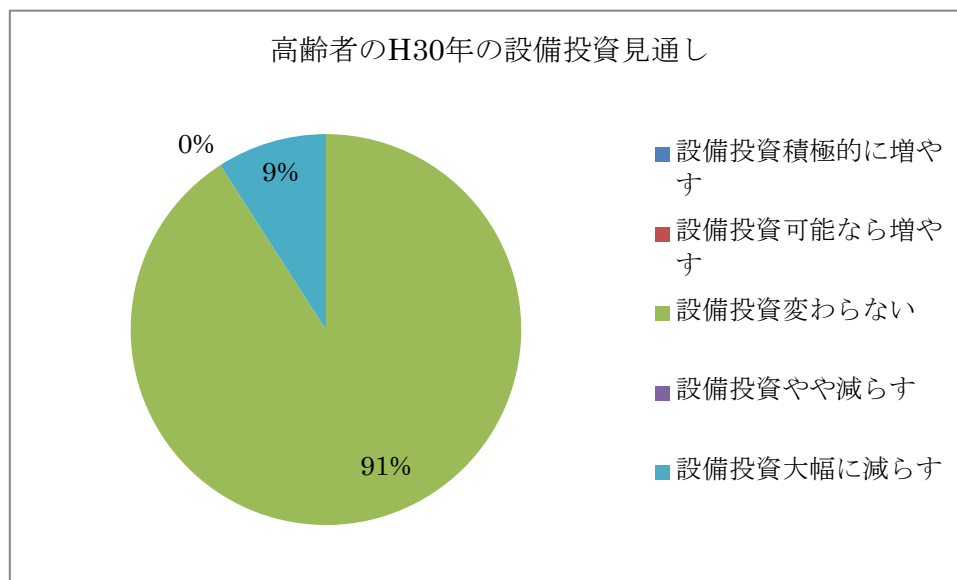
## 〈不動産業の経営見通し〉

下のグラフでは、若年層の業績見通しが弱気（悲観的）である傾向が目につく。これは先述の「経営の状況」に記載の通り、躍動度の高い経営者ならではだと推察できる。躍動度の高い経営者は、インターネット等や各種メディア情報に敏感であり、2019年問題が正念場であると理解している模様である。少子高齢化が進む現在の日本、さらには神奈川県でも高齢化の進展が1位2位を争う逗子市においては、人工減少が避けられず、全国の世帯数さらには逗子市の世帯数も、2019年をピークに減少していくと、多くの2次データで報じられており、そのような社会の変化に対応していかなければならないとの実感が深い。今後は、この市場背景を基に、需要の変化に 대응する「取り扱い物件」や「ビジネスモデル」を模索していくことになると思われる。



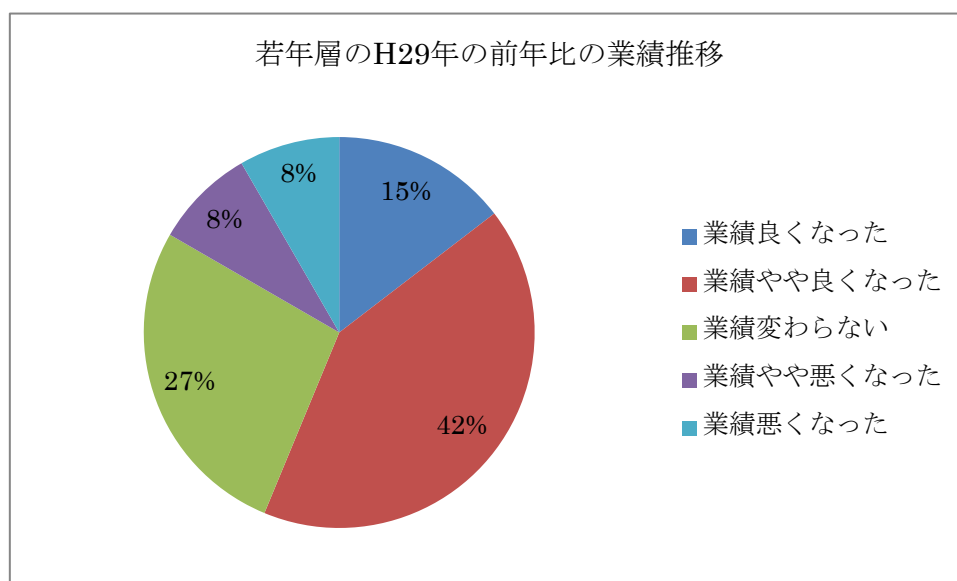
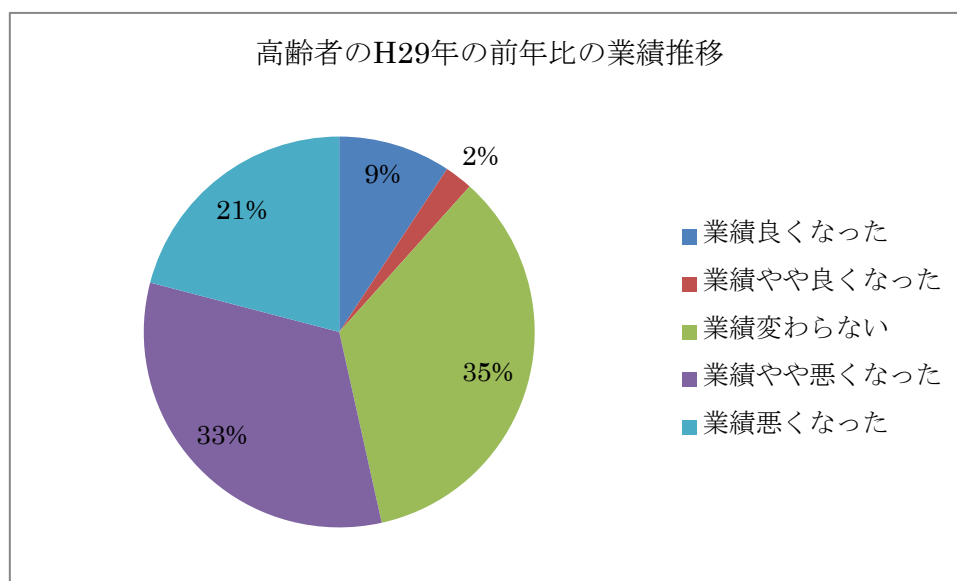
## 〈不動産業の設備投資見通し〉

下のグラフでは、若年層経営者の設備投資意欲が高いことが読み取れる。2019年問題を踏まえ、新たなビジネスモデルの構築や魅力的な物件の確保と販売が急がれる中、IT関連での「サービス拡充」を目的とした投資意欲が高いことが数社の声から読み取れた。



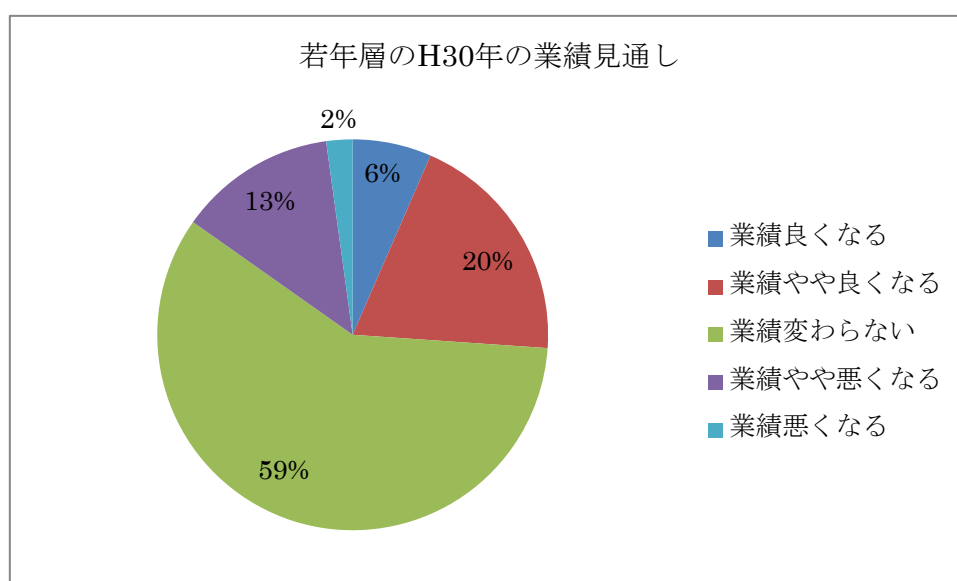
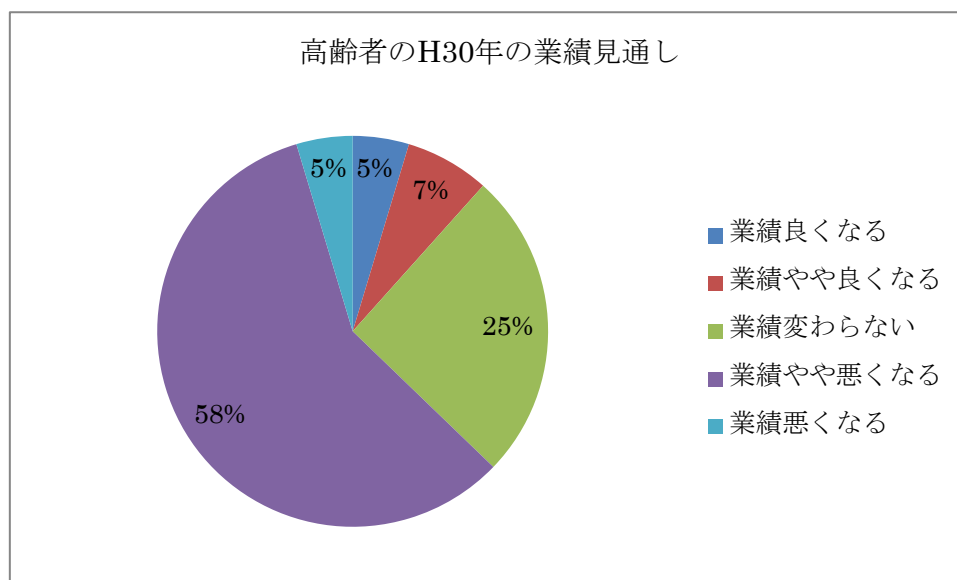
## 〈サービス業の経営状況〉

下のグラフより、若年経営者の業績が活況であることが読み取れる。日本経済新聞社がまとめたサービス業の業況調査（第35回サービス業調査）では、平成28年8月～平成29年7月に決算期を迎えたサービス業社の多くが、増収であり、共働き世帯の増加による家事支援サービスや保育等の子供向け各種サービス、さらには各種の習い事提供サービス等が伸長している。無論、本調査対象の逗子市においても同じような傾向がみられた。これは、若年経営者がまさに子育て中世代に身近な存在であること、さらには、女性の社会進出を肌身に感じていることが背景にあると思われる。



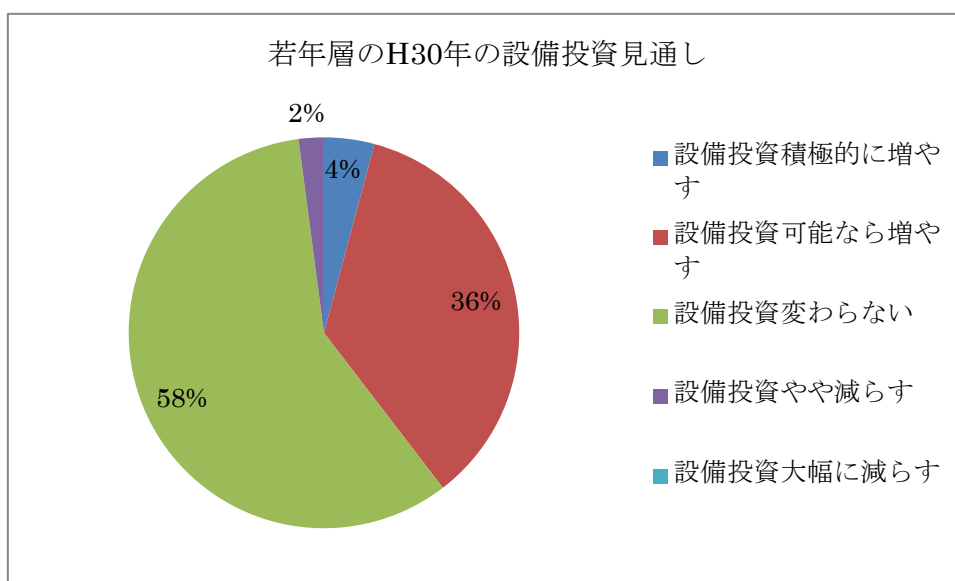
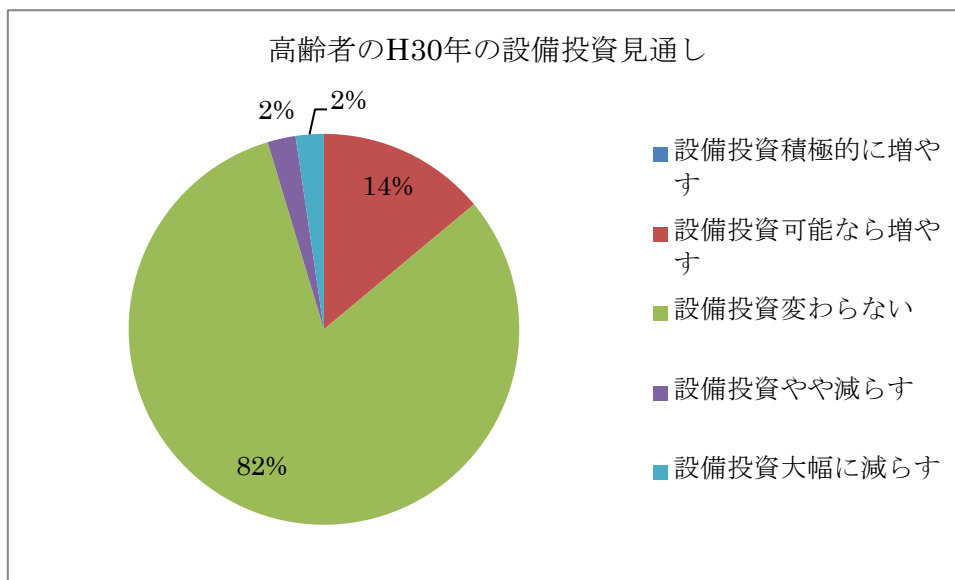
## 〈サービス業の経営見通し〉

下のグラフより、若年経営者の業績見通しが、強気（楽観的）であることが読み取れる。これは、先述の「経営の状況」の業績の状況を踏まえ、引き続き「活況」が続くものと予想している若年経営者が多いことが背景であると読み取れる。



## 〈サービス業の設備投資見通し〉

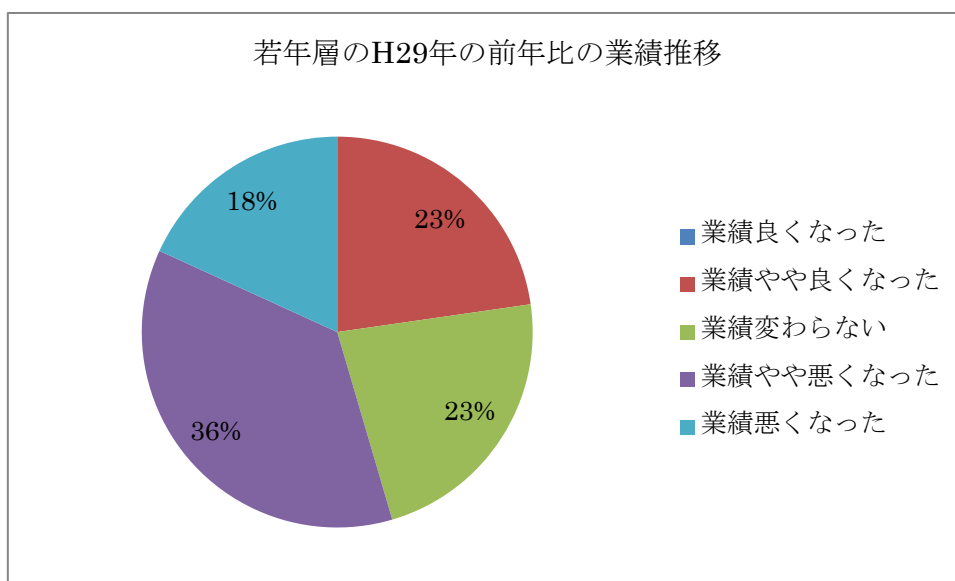
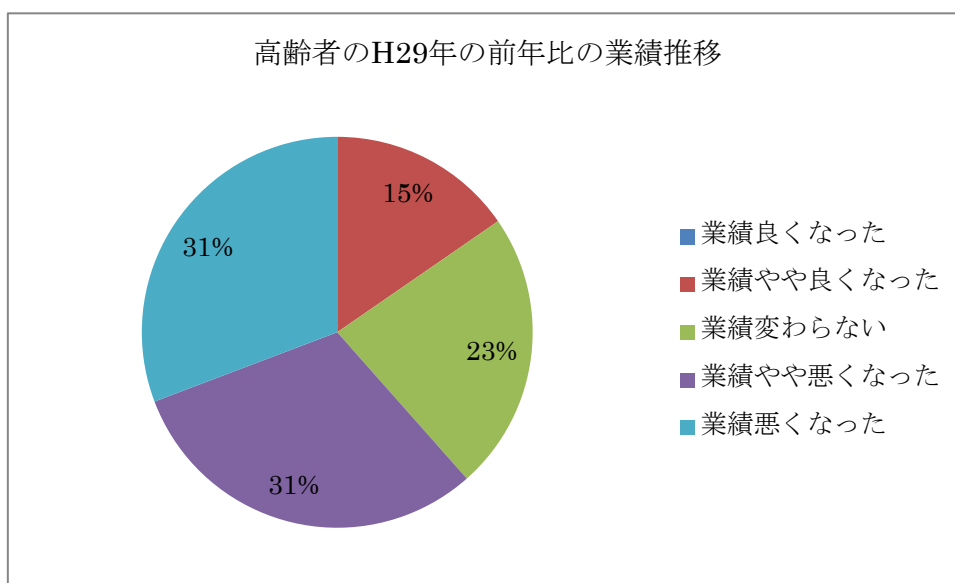
下のグラフより、若年経営者の設備投資意欲の方が、高齢経営者よりも強気であることが読み取れる。これは、先述の「経営の見通し」の状況が「強気（楽観的）」であることが背景にあると推察できる。



## 〈飲食業の経営状況〉

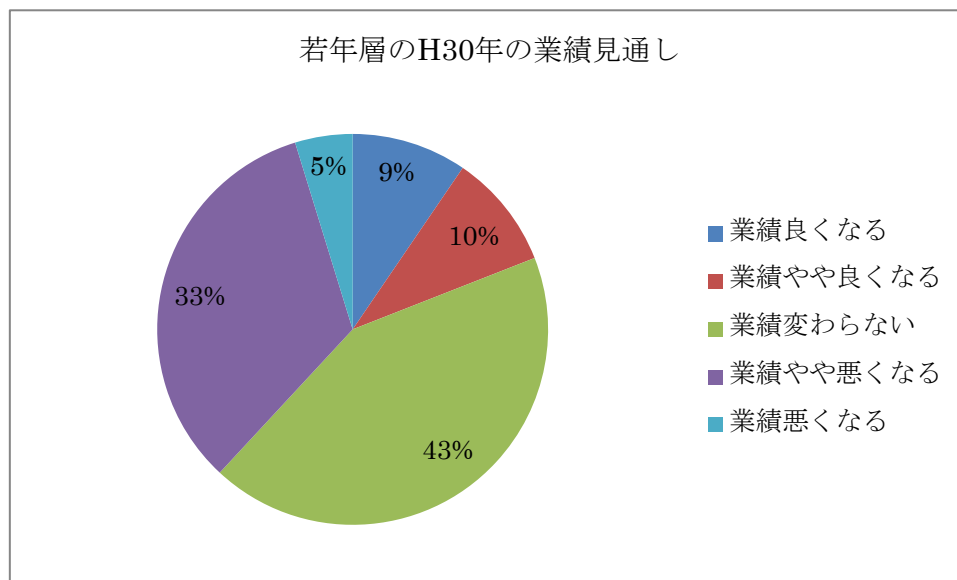
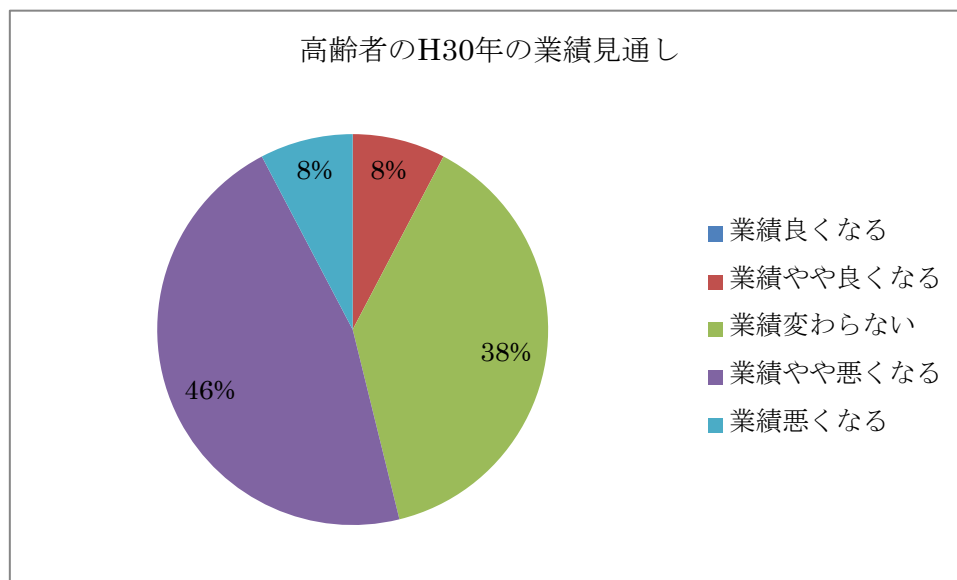
下のグラフより、若年経営者の方が若干、業績が改善していることがわかった。飲食業は、顧客の流行に左右されやすい。また近年の消費者は飽きが早く、一つのメニューやビジネスモデルが持続する期間が長続きしにくい傾向もある。従って、流行に比較的敏感な若年経営者の方が、上手く経営の舵をとりやすいとも言える。

一方、若年、高齢経営者ともに、業績が悪化したとする事業者が過半数を超えた。この要因として、各種経済指標が改善をみせても、消費者が景気上昇の実感に乏しいことがあげられる。つまり、根強い節約志向が、外食に向ける個人消費の伸び悩みを引き起こしている。結果、来店数、客単価の下落傾向に拍車をかけている。



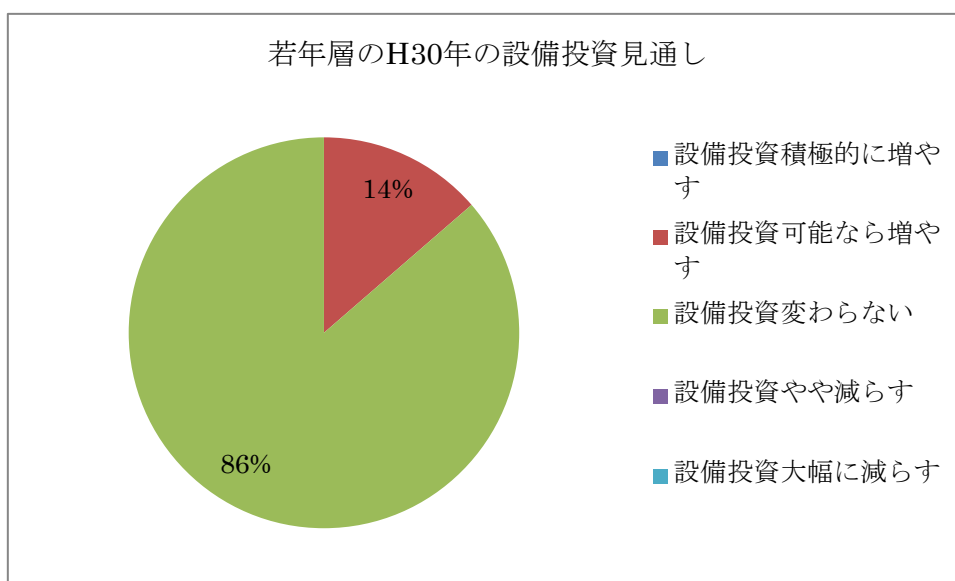
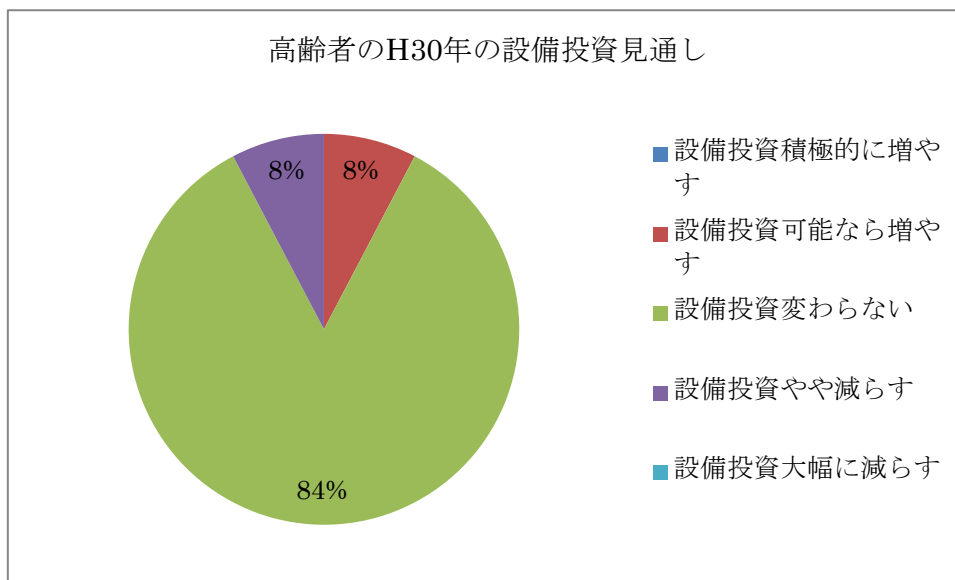
## 〈飲食業の経営見通し〉

若年経営者の方が、経営の見通しは明るいとする回答が多かった。これは、インターネット等のメディアを介した情報収集、得られたトレンドのメニューへの反映、さらには、SNS等のメディアを活用した販促活動を得意とする若年層経営者の自信とも読み取れる。



## 〈飲食業の設備投資見通し〉

下のグラフより、若年経営者の方が若干、設備投資意欲が高いことが読み取れた。これは、先述の経営の見通しが明るいことに起因し、販促活動にインターネットを活用しようとする「IT投資」要素が高いことが、回答事業者の生の声で垣間みれた。










## 5. 調査結果の視覚化（見える化）：景気動向指数

### ・本調査における景気動向指数の定義

本調査結果では、景気動向指数：ディフュージョンインデックス（略 DI）指数を採用し、地域経済の動向を見える化した。

具体的には、回答において「(やや) 良い」「(可能なら) 実施する」をDIでは強気（楽観的）（つまりプラスと表現）とし、「(やや) 悪い」「実施しない」をDIでは弱気（悲観的）（つまりマイナスと表現）とする。結果、景気動向指数は、強気、弱気の回答割合の差で示すことになる。なお、その割合の区分に応じて、天気図を採用し、さらに視覚的に認識しやすいように工夫している。

DI	天気図
30.1 以上	
10.1～30.0	
10.0～△10.0	
△10.1～△30.0	
△30.1 以下	







例えば、平成 29 年の売上高が、以下のような回答の場合、経営者の平成 29 年の売上は、強気（楽観的）であったことが視覚的にわかるようになる。



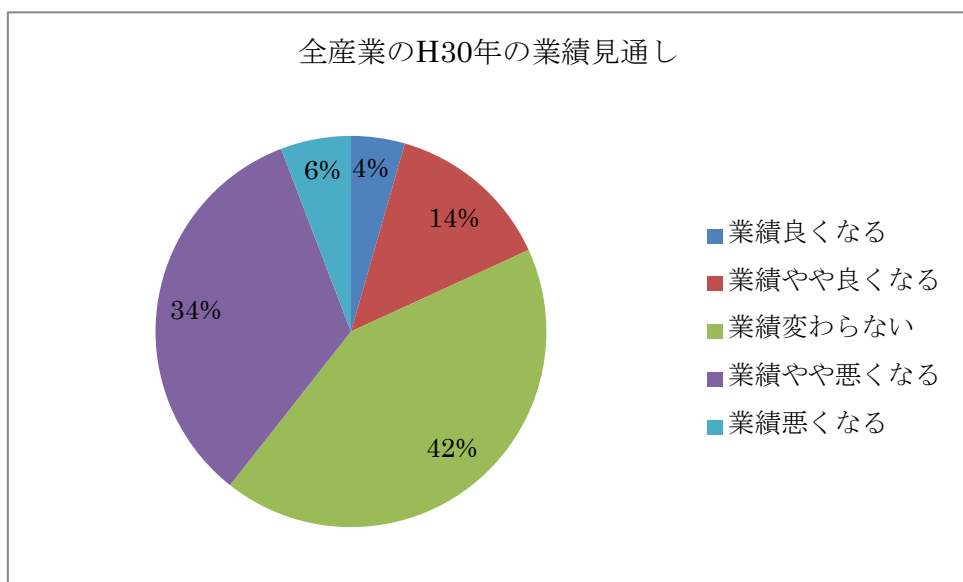
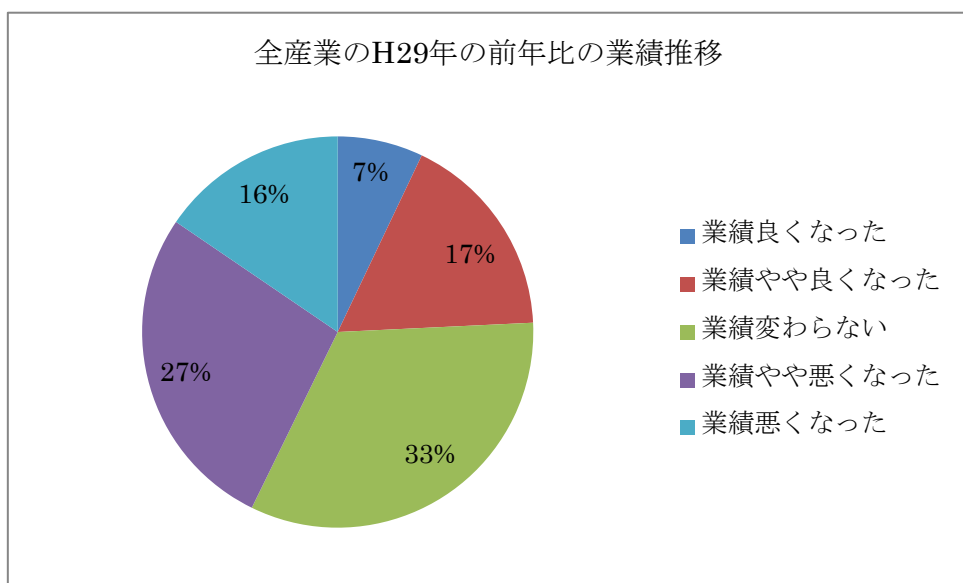
売上高 良い 50% 変わらない 30% 悪い 20%

(50% - 20% = 30%)

・全産業の DI 指数（全産業の景況天気図）

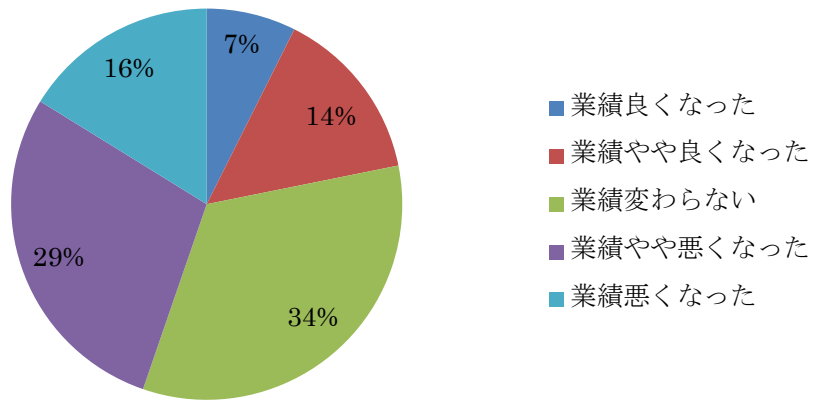
	業績		売上		設備投資	
平成 29 年結果	△19		△24		△3	
平成 30 年予想	△22		△22		22	

〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉

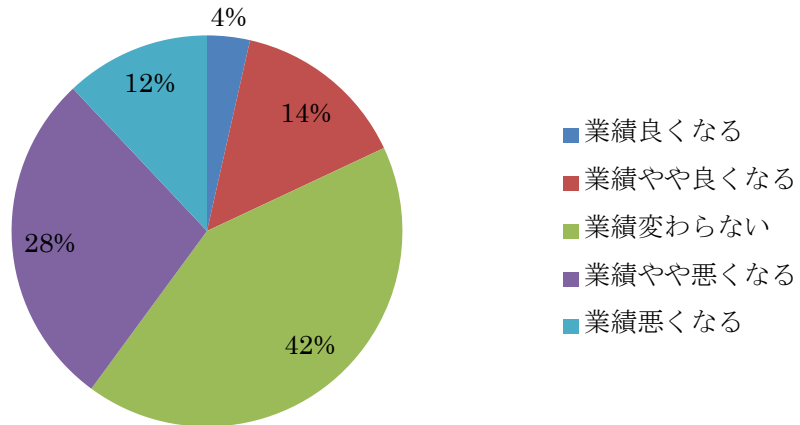


〈売上に関わる DI 指数算定の背景〉

全産業のH29年の前年比の売上推移

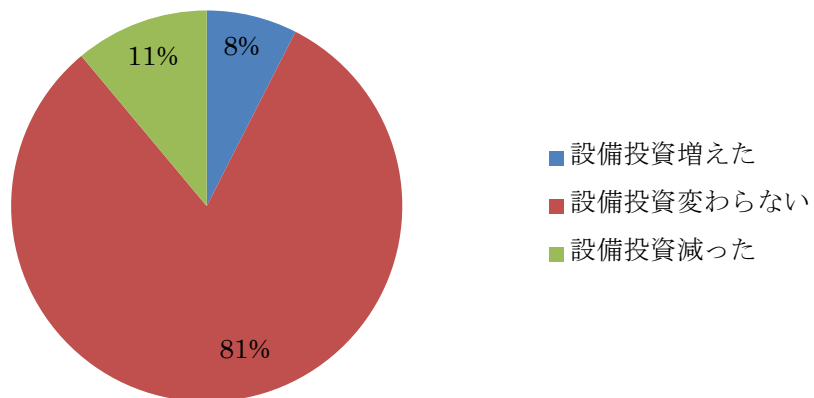


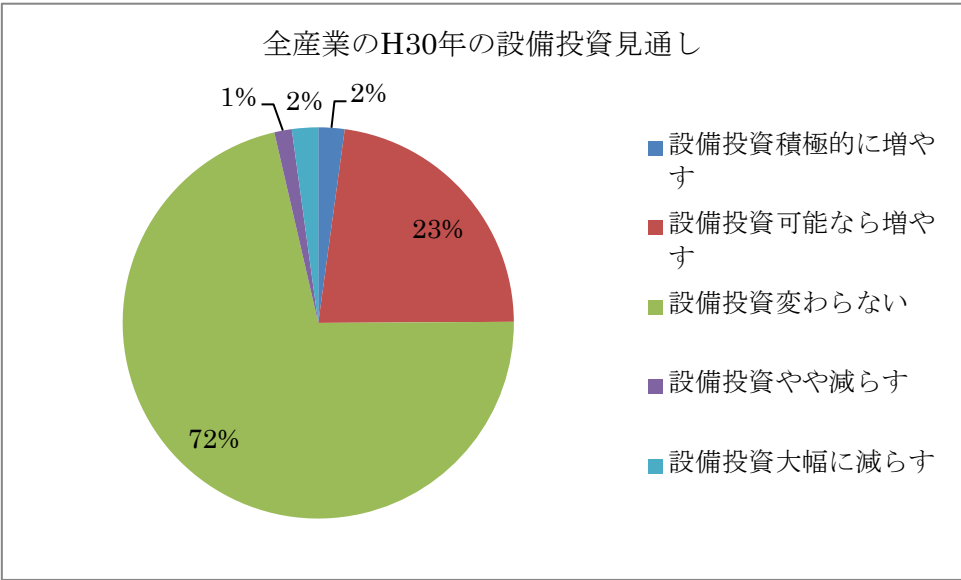
全産業のH30年の売上見通し



〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉

全産業のH29年の前年比の設備投資推移



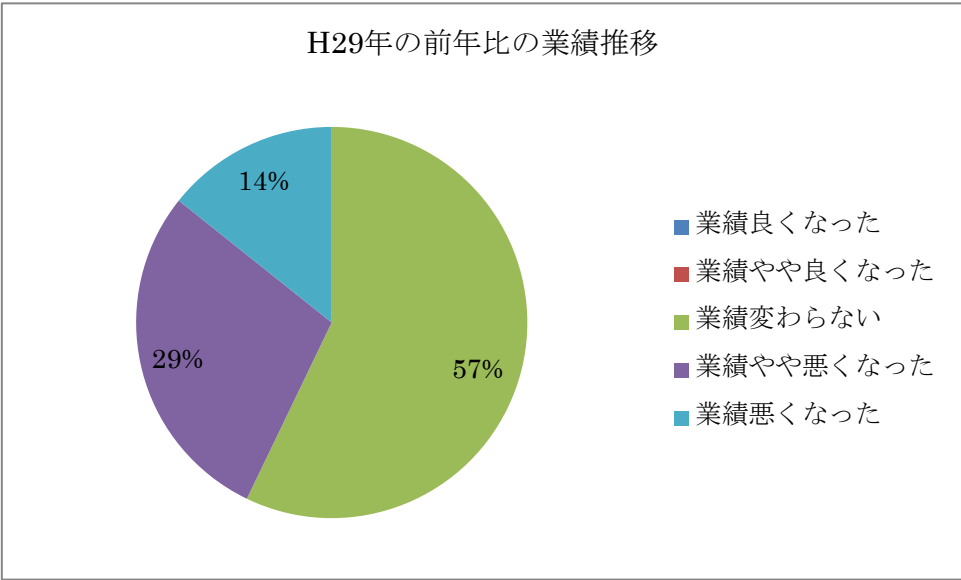


・業種別の DI 指数（業種別の景況天気図）

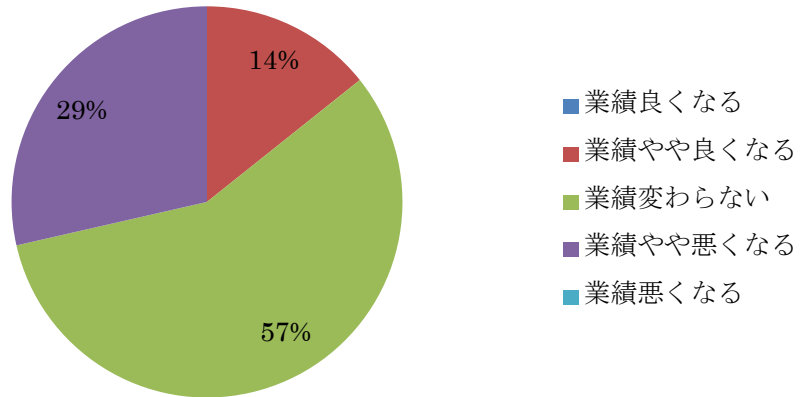
〈製造業〉

	業績		設備投資	
	平成 29 年結果	△44		△14
平成 30 年予想	△15		14	

〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉

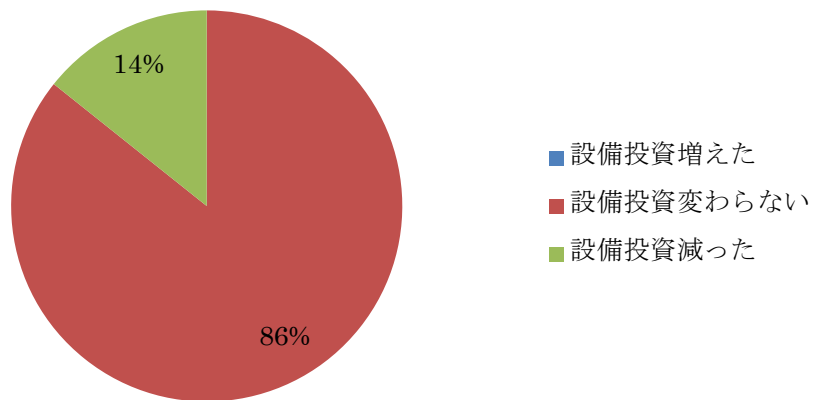


H30年の業績見通し

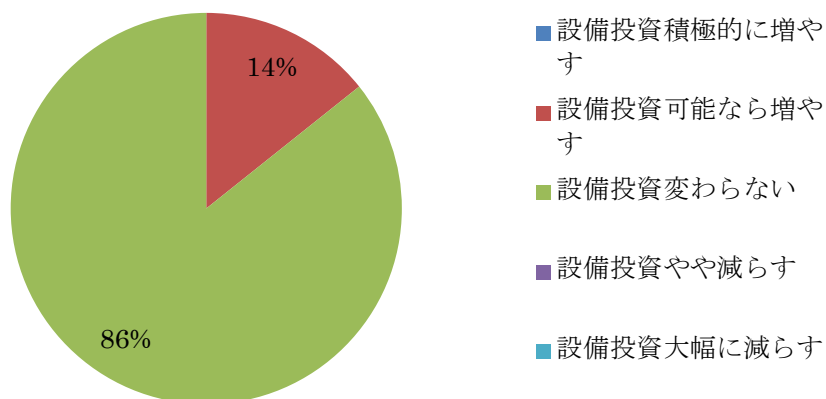


〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉

H29年の前年比の設備投資推移



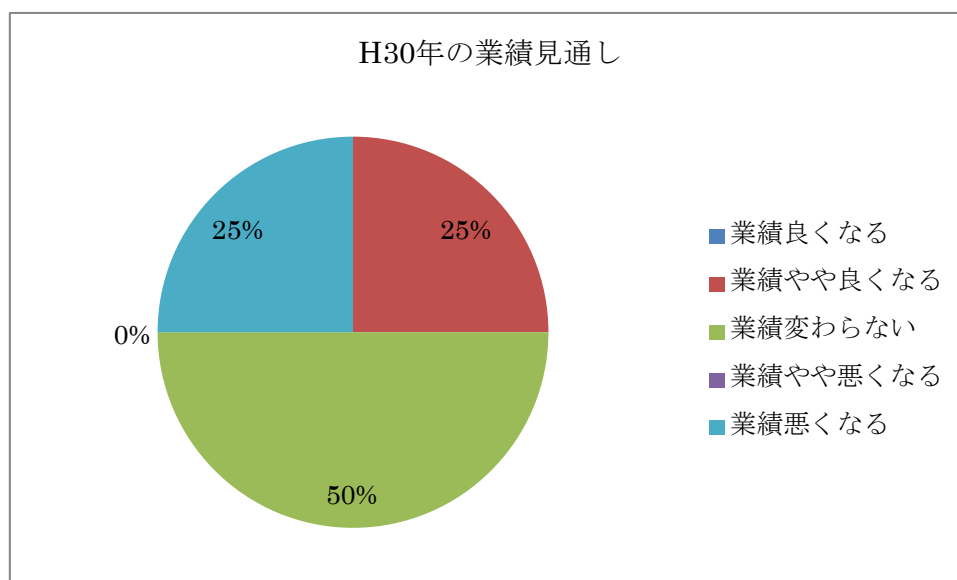
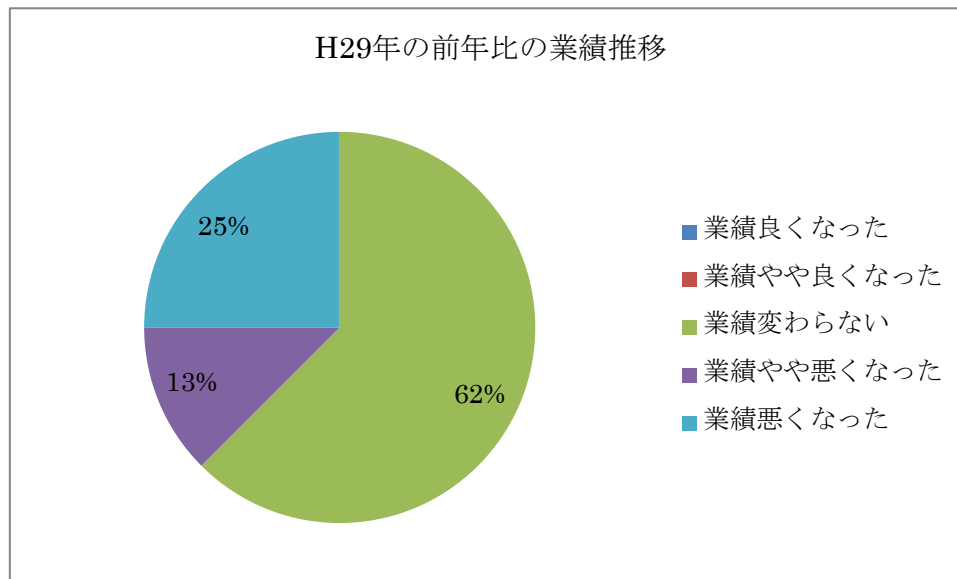
H30年の前年比の設備投資見通し



〈卸売業〉

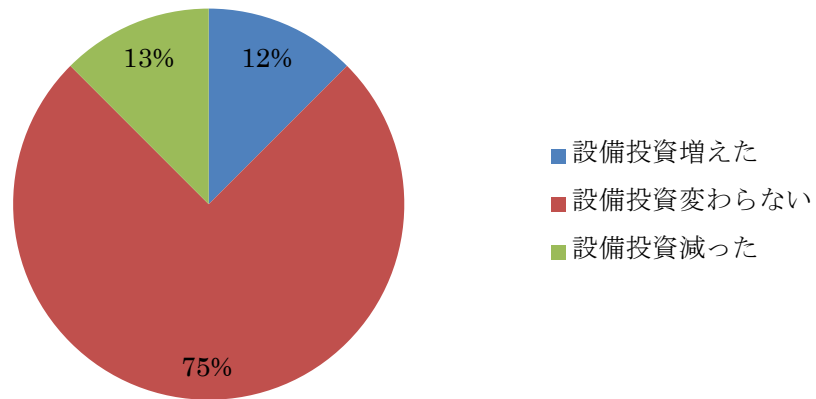
	業績		設備投資	
	平成 29 年結果	△38		1
平成 30 年予想	0		12	

〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉

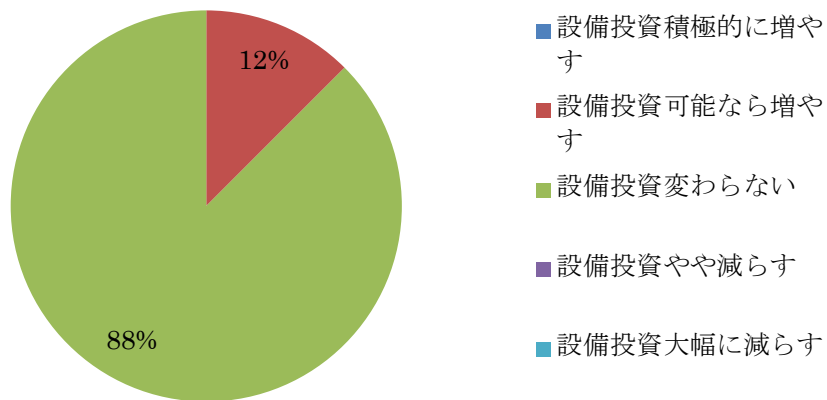


〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉

H29年の前年比の設備投資推移



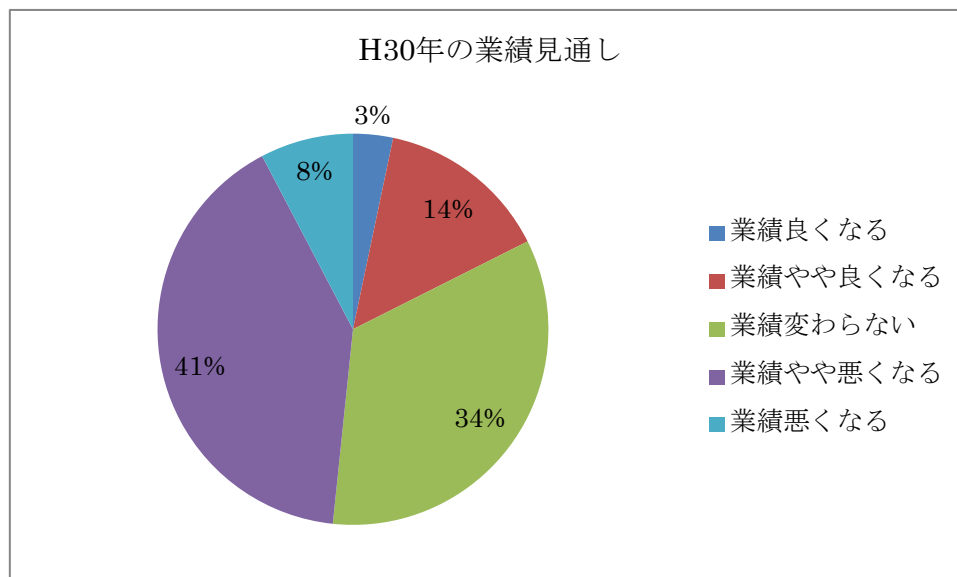
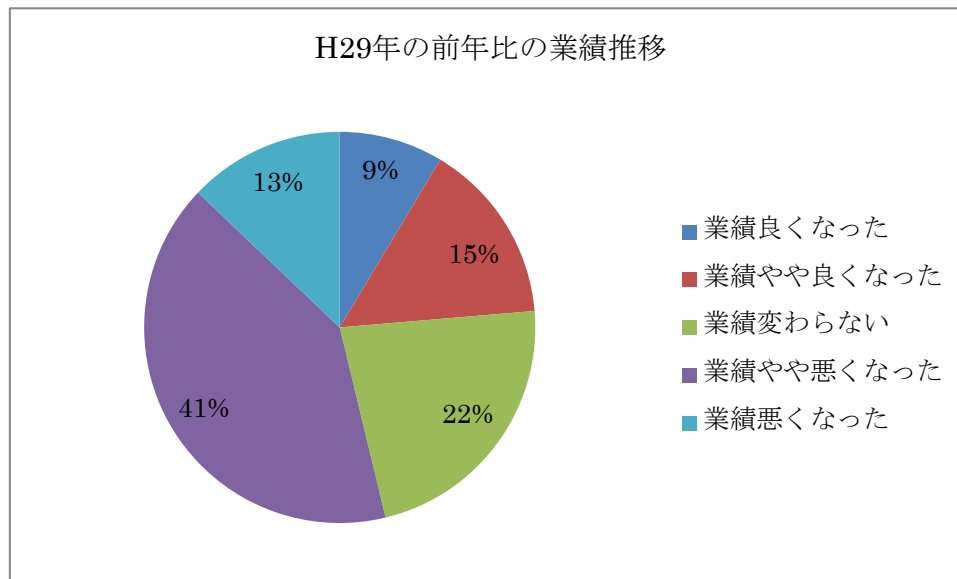
H30年の前年比の設備投資見通し



〈小売業〉

	業績		設備投資	
平成 29 年結果	△30		△5	
平成 30 年予想	9		24	

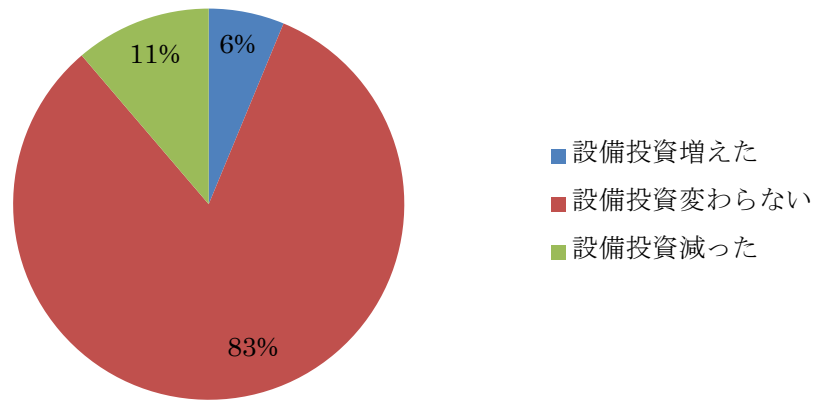
〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉



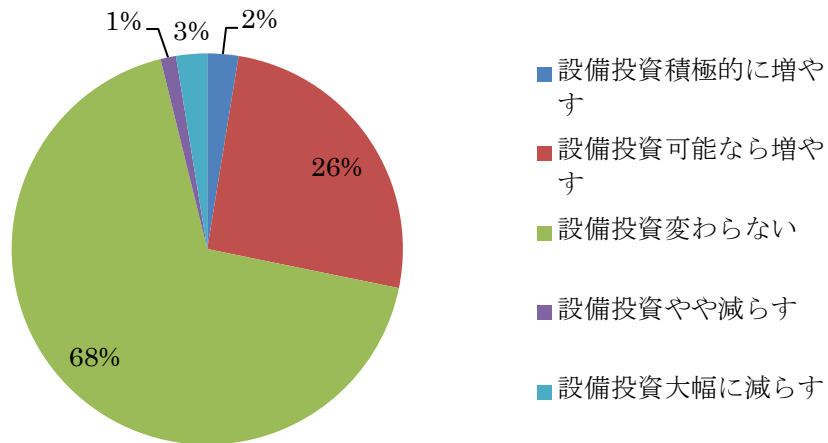


〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉





H29年の前年比の設備投資推移



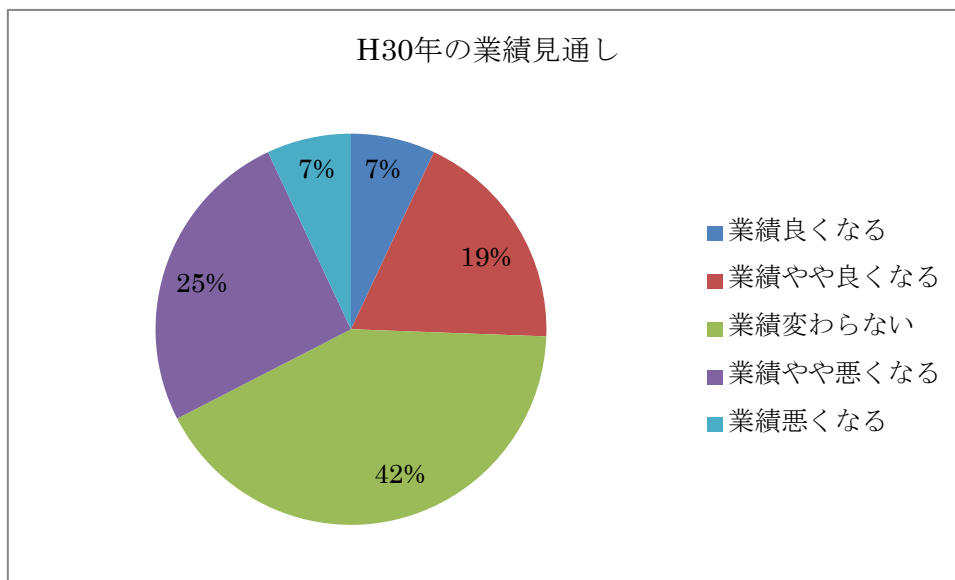
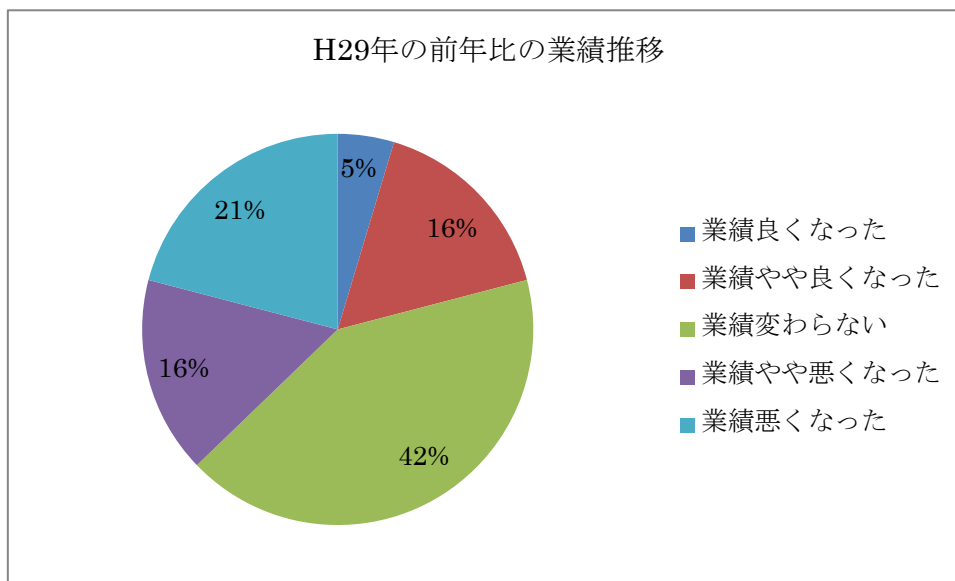
H30年の前年比の設備投資見通し



〈建設業〉

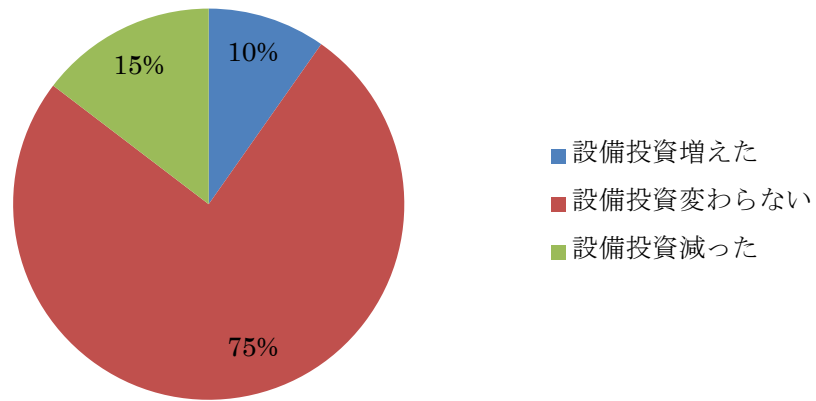
	業績		設備投資	
平成 29 年結果	△16		△5	
平成 30 年予想	△6		28	

〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉

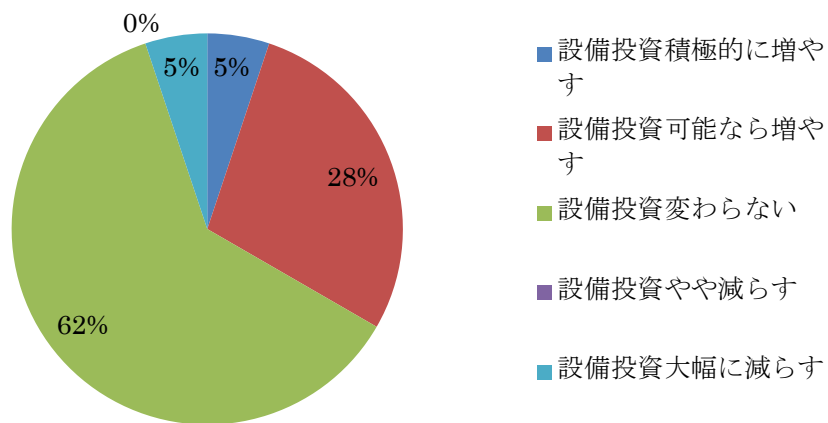


〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉





H29年の前年比の設備投資推移



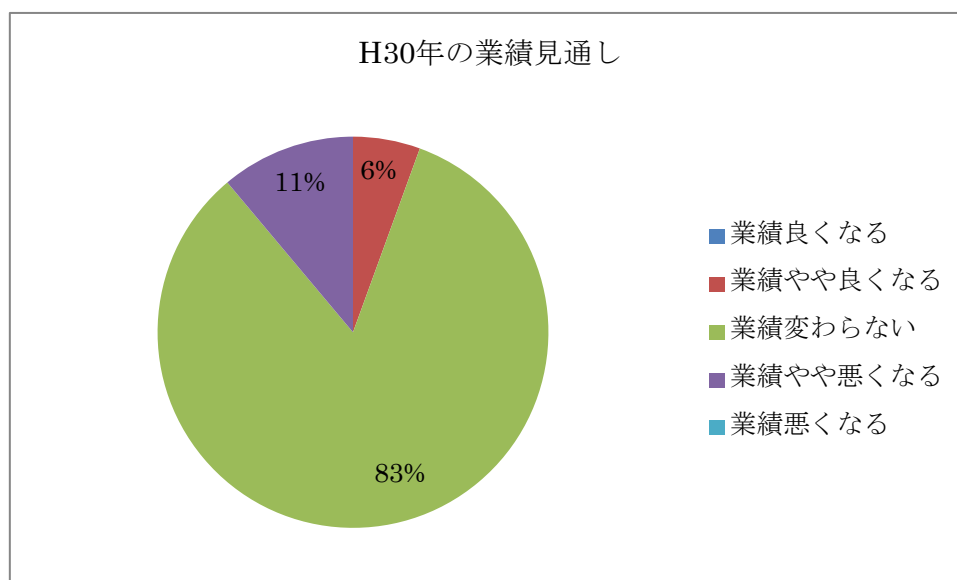
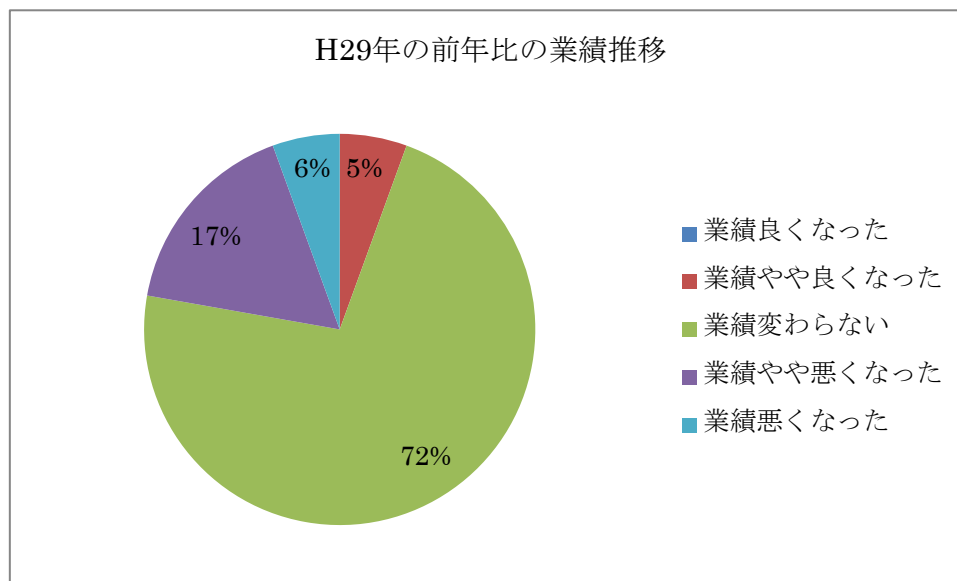
H30年の前年比の設備投資見通し



〈不動産業〉

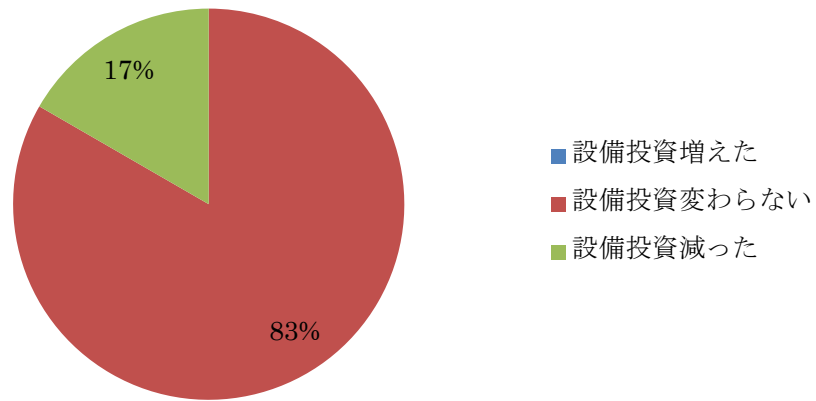
	業績		設備投資	
平成 29 年結果	△18		△17	
平成 30 年予想	△5		0	

〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉

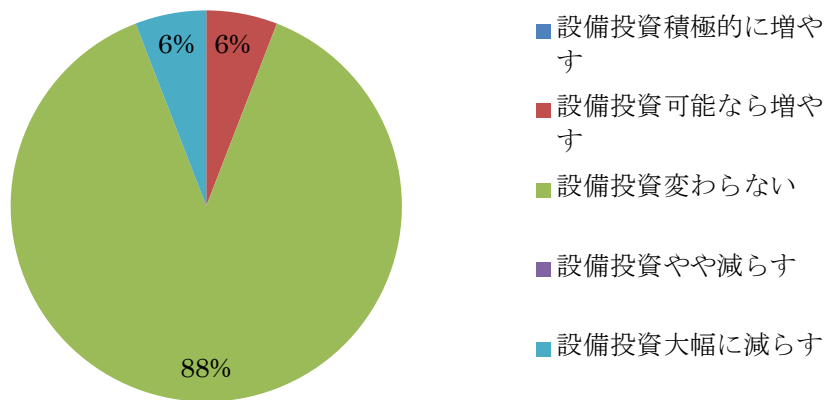


〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉




H29年の前年比の設備投資推移



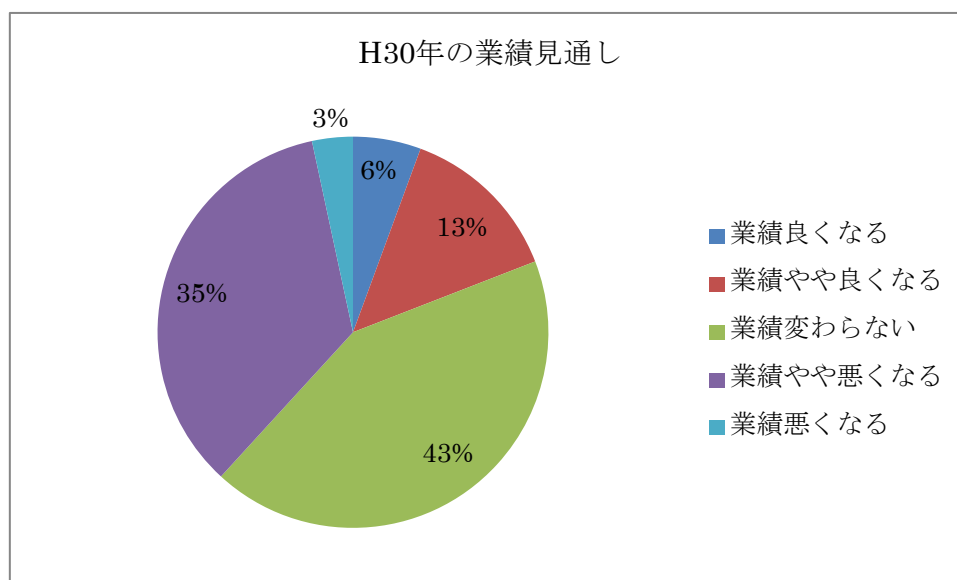
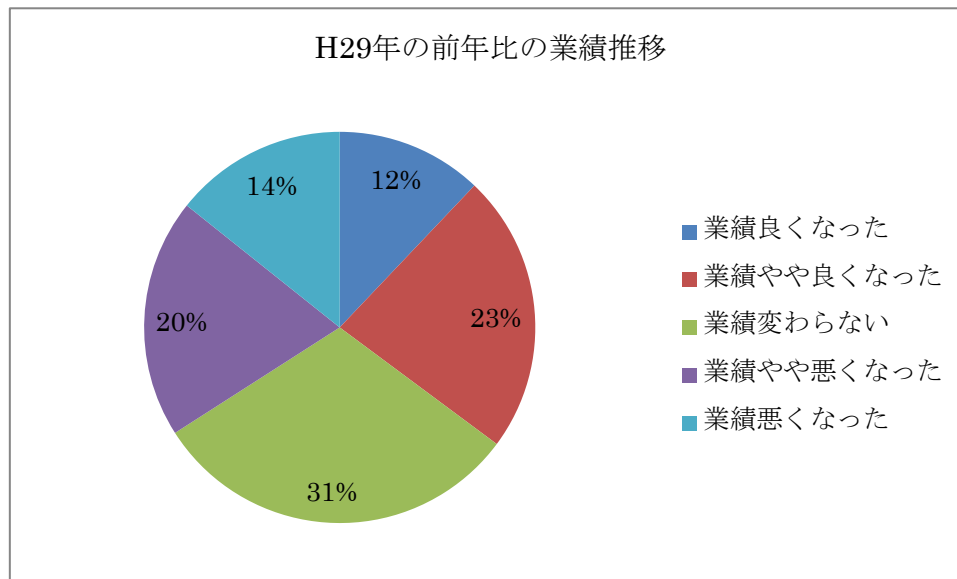
H30年の前年比の設備投資見通し



〈サービス業〉

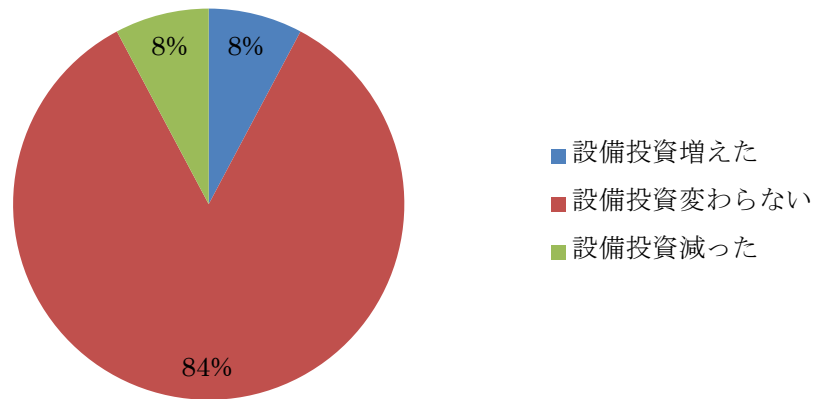
	業績		設備投資	
平成 29 年結果	1		0	
平成 30 年予想	△19		25	

〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉

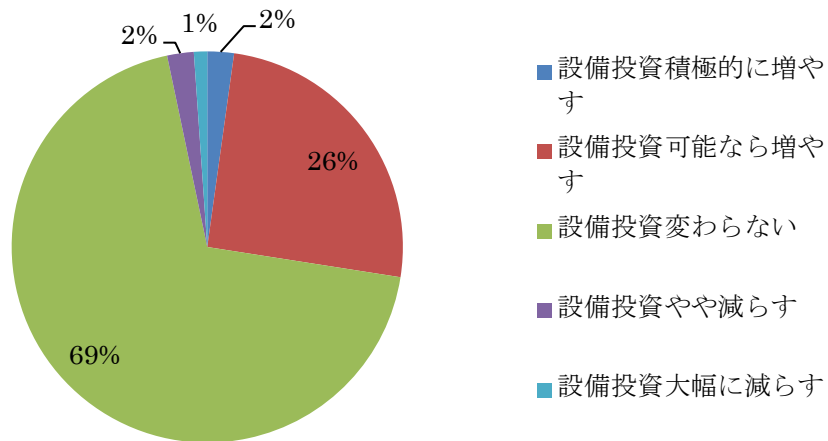


〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉





H29年の前年比の設備投資推移



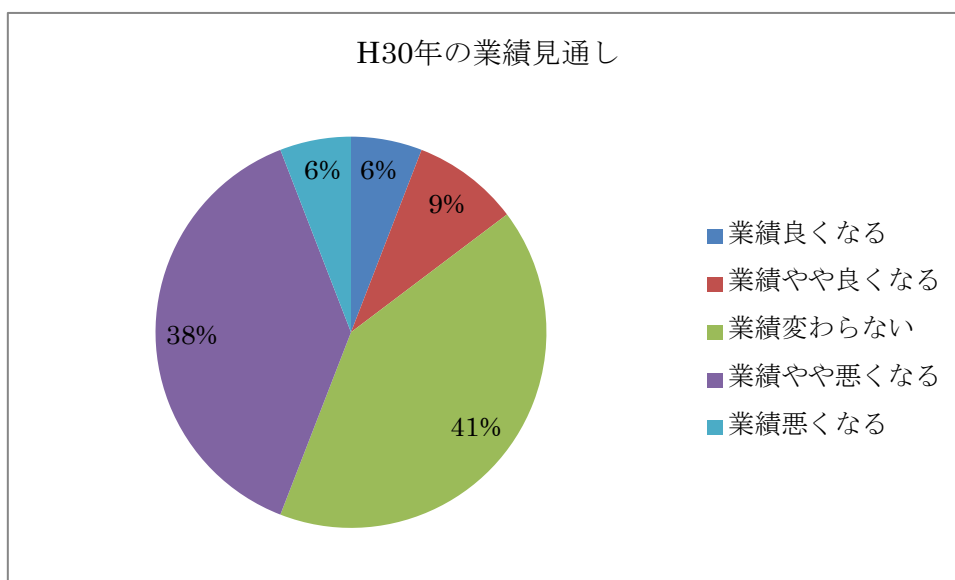
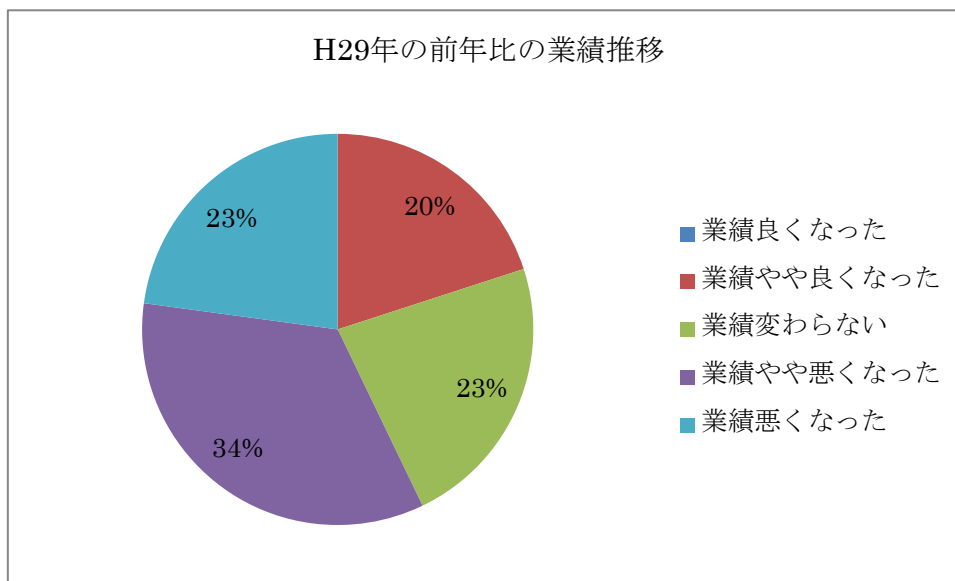
H30年の前年比の設備投資見通し



〈飲食業〉

	業績		設備投資	
平成 29 年結果	△37		△3	
平成 30 年予想	△29		8	

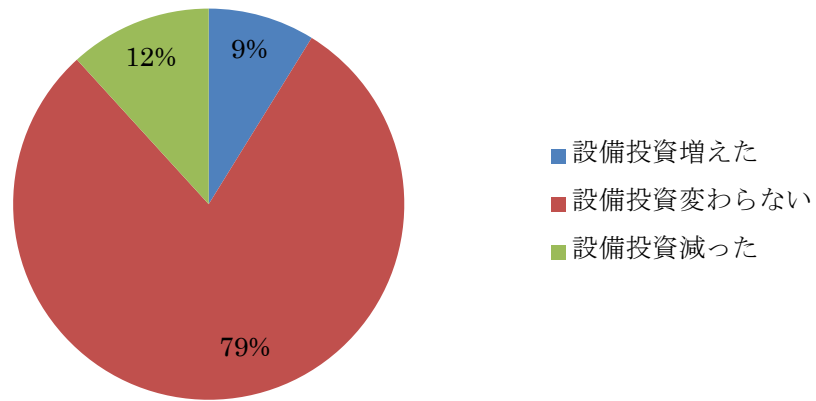
〈業績に関わる DI 指数算定の背景〉



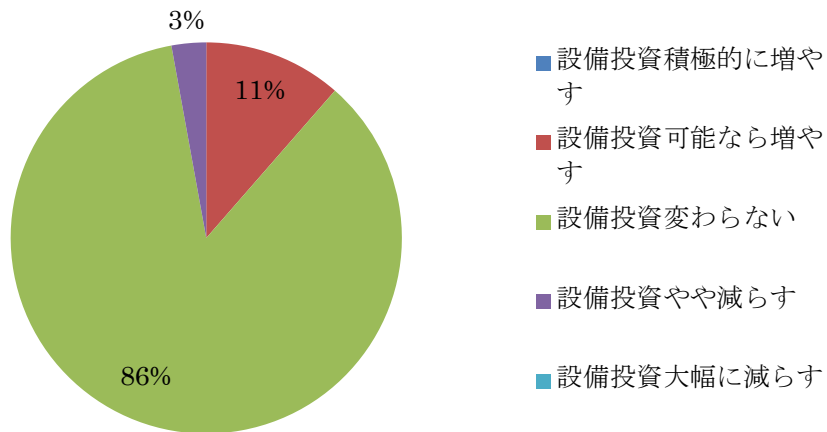


〈設備投資に関わる DI 指数算定の背景〉

H29年の前年比の設備投資推移



H30年の前年比の設備投資見通し



## 6. 逗子市商工会オリジナル指数

### ・逗子市商工会オリジナル指数の定義






調査の結果、逗子市商工会管内の地域経済動向を垣間見ることができたが、より逗子市らしい管理指数として以下の4つの指数を提案する。

指数名称	需要影響視点	
事業承継対策実施 意識指数	内需と外需の維持	逗子市商工会管内の事業者の事業継続は、地域経済の活況や躍動に非常に大きなインパクトを与える。そこで、経営者の事業承継対策の意識の向上と推進を目的に、本指数を設定する。なお集計対象は全業種で全産業として表現する。
高齢者向け商品サービス開発 意識指数	内需の拡大 域外への需要 漏出防止	逗子市は神奈川県の中でも高齢化が著しい地域である。逗子市商工会管内の事業者が高齢者（介護含む）対策の商品やサービスを開発し販売していかなければ、域外から需要（市場）を奪われることになりかねない。そこで、経営者の高齢者向け商品やサービス開発の重要性の認識を促進するために本指数を設定する。なお集計対象は全業種で全産業として表現する。一見無関係と思われる業界でも「高齢者向け」は無関係では無い。例えば不動産業では、単身高齢者向け集合住宅の仲介等々のサービス提供が考えられるからである。

<p>小坪漁港水産資源活用 意識指数</p>	<p>外需の拡大</p>	<p>逗子市唯一と言っても過言ではない一次産業の担い手は小坪漁港の漁師である。次代に一次産業を残し、さらには外需を獲得していく上でも、小坪漁港で水揚げされる水産資源を活用した商品化やサービス化は進めていきたいところである。そこで経営者の小坪漁港の認知、さらには水産資源の活用の意識向上を目的として、本指数を設定する。なお集計対象は全業種で全産業として表現する。一見無関係と思われる業界でも「小坪漁港や水産資源」は無関係では無い。例えばサービス業では、個々の漁師の通販サイト構築による直販システムの構築等々、無限の可能性を秘めているからである。</p>
<p>逗子市観光資源活用 意識指数</p>	<p>外需の拡大</p>	<p>逗子市は、隣接する鎌倉市等々と比較し観光資源を活用した商品やサービスが少ない。逗子市地域のさらなる経済飛躍を考える上で、観光資源を開発し、それを活用した商品やサービス化の推進は、域外からの購買人口流入のみならず、域外での購買人口の獲得にもつながる。そこで、経営者の観光資源の開発並びに活用</p>

		<p>したビジネス展開意識の向上を目的に、本指数を設定する。なお集計対象は全業種で全産業として表現する。一見無関係と思われる業界でも「逗子市観光資源」は無関係では無い。例えば建設業では、逗子海岸が一望できる分譲マンションの建設の受託等々、無限の可能性を秘めているからである。</p>
--	--	---

本指数の見える化にも天気図を採用する。具体的には、回答において「存在する」「進める」等の趣旨を強気（楽観的）（つまりプラスと表現）とし、「存在しない」「想いが無い」等の趣旨を弱気（悲観的）（つまりマイナスと表現）とする。結果、指数は、強気、弱気の回答割合の差で示すことになる。

指数	天気図
60.1 以上	
30.1~60.0	
30.0~△30.0	
△30.1~△60.0	
△60.1 以下	

例えば、経営者が事業承継者について、以下のような回答の場合、経営者の事業承継実施 意識指数は、強気（楽観的）であったことが視覚的にわかるようになる。




事業承継者の存在 存在する 50%    どちらとも言えない 30%    存在しない 20%

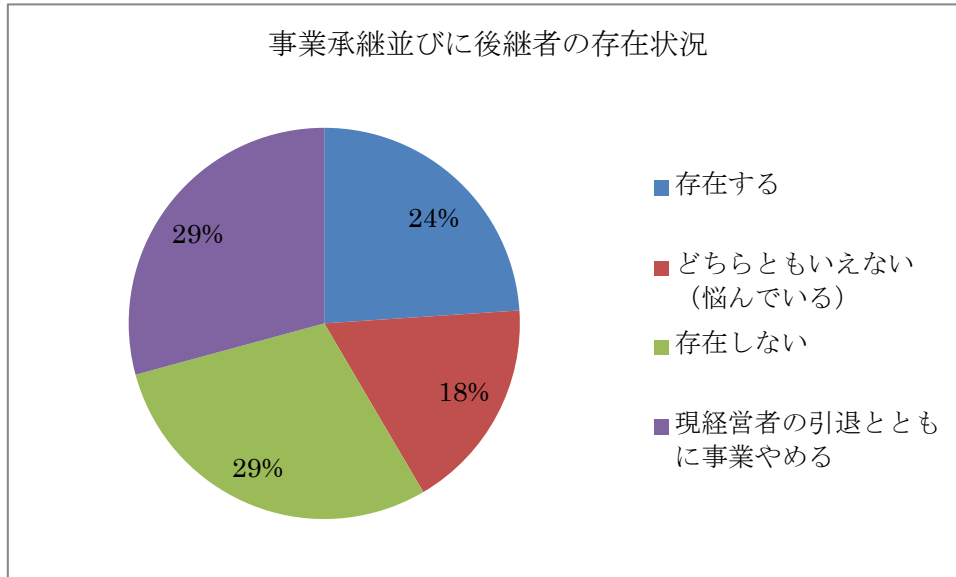
$$(50\% - 20\% = 30\%)$$

・オリジナル指数の集計と結果


〈事業承継対策実施 意識指数〉

	指数	
平成 30 年予想	△34	

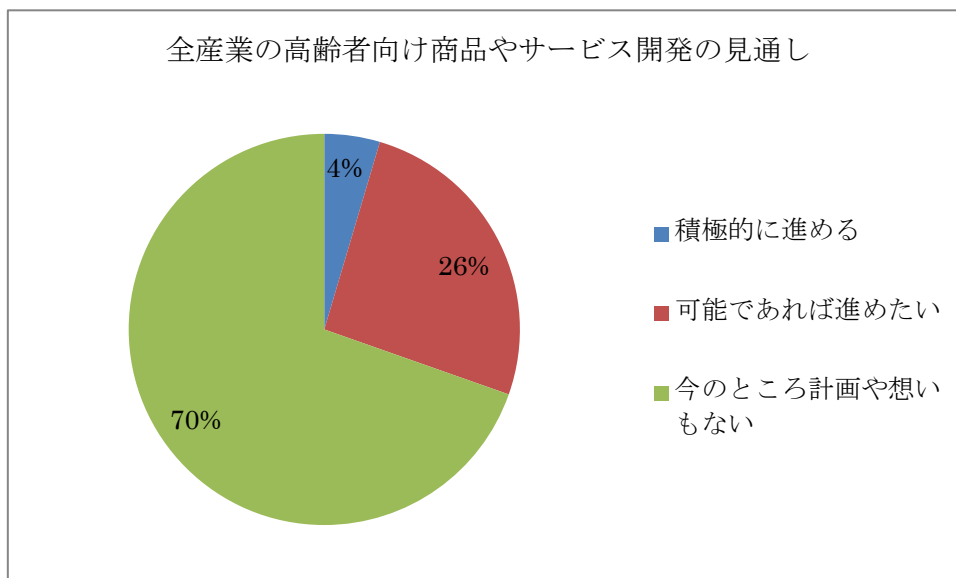
〈指数算出の背景〉



〈高齢者向け商品サービス開発 意識指数〉

	指数	
平成 30 年予想	△40	

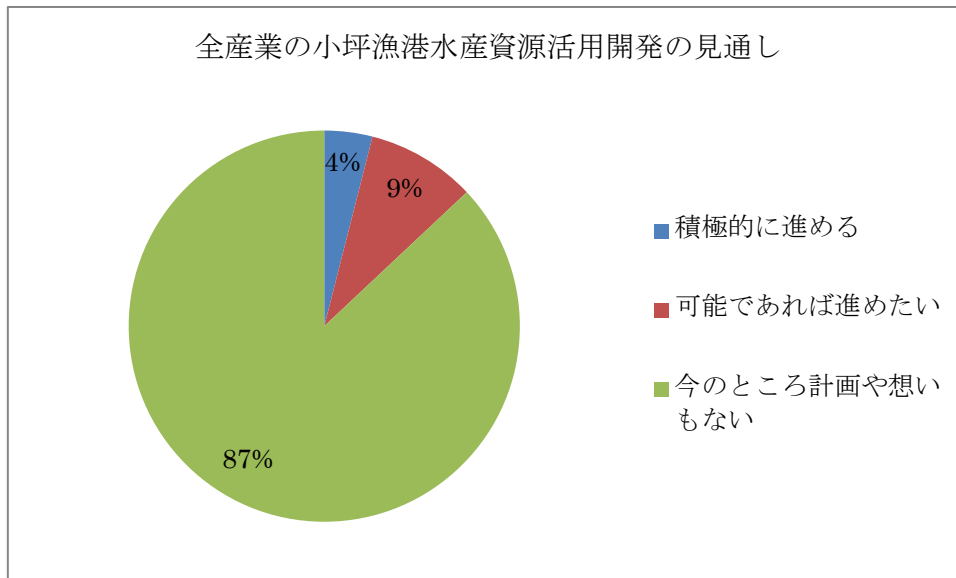
〈指数算出の背景〉



〈小坪漁港水産資源活用 意識指数〉

	指数	
平成 30 年予想	△74	

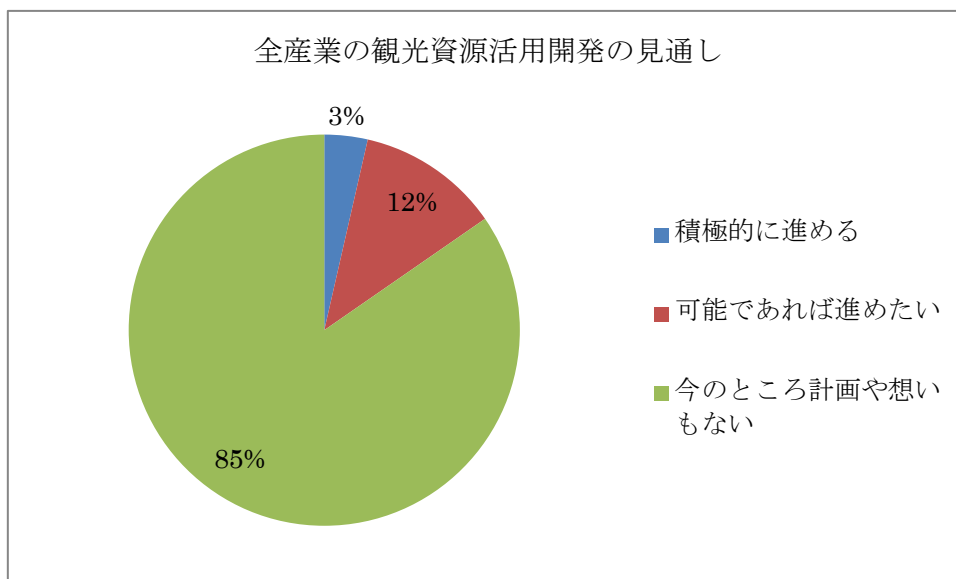
〈指数算出の背景〉



〈逗子市観光資源活用 意識指数〉

	指数	
平成 30 年予想	△70	

〈指数算出の背景〉



## 7. 商圈分析から俯瞰した業種別の逗子市の市場性

### ・調査目的と調査手法

本調査では、逗子市の地域経済の見通しを、逗子市商工会の会員事業者支援に役立てる目的で、逗子市商工会管内の市場成長の可能性を以下の手法で検討した。

検討手法：ライリーの法則、コンバースの法則、ライリーコンバースの法則

市場対象：逗子市全域

市場比較対象：鎌倉市、横須賀市

分析条件：逗子市と隣接する鎌倉市、横須賀市の市場動向を踏まえ、これらの両市との関係性から、逗子市商工会管内の業種別の市場性を分析した。ほか、市場吸引の可能性が高い横浜市、川崎市、藤沢市等との関係性は、2018年度の地域経済動向調査にて検討する

### ・調査条件

〈人口と世帯数〉2017年12月1日現在（横須賀市は2018年1月1日現在）

	鎌倉市	逗子市	横須賀市
人口（人）	172,281	57,598	400,221
世帯数	73,687	24,473	166,874

〈距離条件〉

横須賀市：13 km

鎌倉市：10 km

### ・調査結果と考察

〈製造業〉

単位：百万円	製造業
平成28年経済センサス - 活動調査(逗子市実績)	1,031
平成29年経済センサス - 活動調査(鎌倉市実績)	297,380
鎌倉市との関係性から見た逗子形成可能市場規模	6,214
市場成長の可能性	-5,183

本分析は、逗子市に所在する製造業の特性を踏まえている。多くの製造業は、大企業の下請けあるいは孫請け的取組が多いという特性である。

結果、逗子市商工会管内には年あたり6,214百万円の製品出荷額の市場形成能力が備わっているものの、実情は1,031百万円にとどまっており、5,183百万円の伸びしろがある。つまり成長性が高いと見る反面、工場稼働率が低い、あるいは工場立地（工場不足）による生産力の向上、等が課題であることを示唆している。

〈小売業・卸売業〉

単位：百万円	
	小売業
平成 26 年商業統計調査神奈川県（逗子市実績）	34,769
平成 26 年商業統計調査神奈川県（鎌倉市実績）	139,585
鎌倉市との関係性から見た逗子形成可能市場規模	29,167
市場成長率の検討	5,602

単位：百万円	
	卸売業
平成 26 年商業統計調査神奈川県（逗子市実績）	7,007
平成 26 年商業統計調査神奈川県（鎌倉市実績）	42,532
鎌倉市との関係性から見た逗子形成可能市場規模	8,887
市場成長率の検討	-1,880

商業統計調査の卸売業と小売業の販売額を元に分析した。ただし、消費者の買い物行動は、逗子市内に立地する事業者のみでなく、通販や宅配、逗子市外でも買い物をしている実情がある。そのため商業統計調査に計上されている小売りや卸売り販売額が、全ての逗子市民の支出を吸収していないことに留意いただきたい。一方、小売りや卸売り事業者の計上する販売額は、逗子市外からの消費者支出の吸収が含まれることも留意いただきたい。

結果、逗子市商工会管内では、小売業は 29,167 百万円の市場が推定で形成できるが、実情は 34,769 百万円であり、5,602 百万円をオーバーしている。つまり、内需の市場は飽和状態であり、外需獲得策を模索する必要性を示唆している。

一方、卸売業は 8,887 百万円の市場が推定で形成できるが、実情は 7,007 百万円であり、1,880 百万円の伸びしろがある。従って内需の更なる掘り起こし、さらには、近隣商圏からの消費者支出の吸引を狙った「経営のチャレンジ」の必要性を示唆している。

〈建設業・不動産業〉

単位：百万円	
	建設/不動産業
総務省家計調査住居関連費（全国・世帯当たり）（円）	213,675
総務省家計調査住居関連費（逗子市・全世帯）	5,229
神奈川県家計調査住居関連費（横須賀市・世帯あたり）（円）	223,164



神奈川県家計調査住居関連費（横須賀市・全世帯）	37,240
横須賀市との関係性から見た逗子形成可能市場規模	10,328
市場成長の可能性	-5,099

横須賀市との関係性から分析した。ただし、消費者の買い物行動（戸建て住宅の発注や住居の斡旋等）は、逗子市内に立地する事業者のみでなく、逗子市外の事業者へ支出している実情もある。この点には特に留意いただきたい。

結果、逗子市商工会管内では、10,328百万円の市場が推定で形成できるが、実情は5,229百万円であり、5,099百万円の伸びしろがある。つまり、内需獲得策を中心に模索する必要性を示唆している。

#### 〈サービス業〉

単位：百万円	
	サービス業
総務省家計調査サービス関連費合計（全国・世帯当たり）（円）	1,160,402
総務省家計調査サービス関連費合計（逗子市・全世帯）	28,399
神奈川県家計調査サービス関連費合計（横須賀市・世帯あたり）（円）	505,980
神奈川県家計調査サービス関連費合計（横須賀市・全世帯）	84,435
横須賀市との関係性から見た逗子形成可能市場規模	30,783
市場成長の可能性	-2,384

横須賀市との関係性から分析した。ただし、消費者の買い物行動（サービス利用料等）は、逗子市内に立地する事業者のみでなく、逗子市外の事業者へ支出している実情もある。そこで、逗子市外の事業者への支出が、世帯あたり支出額に含まれていることに留意いただきたい。

結果、逗子市商工会管内では、30,783百万円の市場が推定で形成できるが、実情は28,399百万円であり、2,384百万円が未達である。つまり、内需獲得策さらには、逗子市内への集客による外需獲得を模索する必要性を示唆している。

#### 〈飲食業〉

単位：百万円	
	飲食業 (中食込)
総務省家計調査外食費（全国・世帯当たり）（円）	164,541
総務省家計調査外食費（逗子市・全世帯）	4,027

神奈川県家計調査外食費（横須賀市・世帯あたり）（円）	214,044
神奈川県家計調査外食費（横須賀市・全世帯）	35,718
横須賀市との関係性から見た逗子形成可能市場規模	13,022
市場成長の可能性	-8,995

横須賀市との関係性から分析した。ただし、消費者の買い物行動（外食利用）は、逗子市内に立地する事業者のみでなく、逗子市外で利用する実情もある。そこで、逗子市外の事業者への支出が、世帯あたり支出額に含まれていることに留意いただきたい

結果、逗子市商工会管内では、13,022 百万円の市場が推定で形成できるが、実情は4,027 百万円であり、8,995 百万円が未達である。つまり、内需獲得策さらには観光客等の逗子市内への集客による外需獲得を模索する必要性を示唆している。

## 8. 調査に関するお問合せ先

- ・調査全般に関すること

逗子市商工会 福島宛て hfukushima@k-skr.or.jp

- ・調査手法や集計並びに分析に関すること

一般社団法人エコ食品健研究会 久保宛て mkubo@eco-health-food-lab.org