
「船橋市商工業戦略プラン」
基礎調査報告書

平成27年3月

船 橋 市

目 次

I 商工業の現状把握	1
1. 社会潮流の変化	1
2. 商業の概要調査結果	7
(1) 小売業の現況と動向	7
(2) 卸売業の現況と動向	37
3. 工業の概要調査結果	50
4. 現地実査調査結果	72
5. 庁内各課へのヒアリング調査結果	74
II 事業者ニーズの把握	82
1. 企業・商店街アンケート調査結果	82
(1) 非製造業アンケート調査	82
(2) 製造業アンケート調査	101
(3) 商店街アンケート調査	127
2. 企業・業界団体ヒアリング調査結果	151
III 消費者ニーズの把握	162
1. 消費者アンケート調査結果	162
(1) 市民向けアンケート調査	162
(2) 市外住民向けアンケート調査	170
(3) インターネットの利用状況	180
2. 市民グループディスカッション調査結果	181
IV 商工業の課題と今後の方向性	190
1. 船橋市の商工業の課題と今後の方向性	190
(1) 基礎調査結果のポイント	190
(2) 船橋市の商業の課題と今後の方向性	192
(3) 船橋市の工業の課題と今後の方向性	194
V 参考資料	196
1. アンケート調査票	196
(1) 製造業アンケート調査票	196
(2) 非製造業アンケート調査票	204
(3) 商店街アンケート調査票	212
(4) 消費者アンケート調査票（船橋市民向け）	220
(5) 消費者アンケート調査票（船橋市外の居住者向け）	224

I 商工業の現状把握

1. 社会潮流の変化

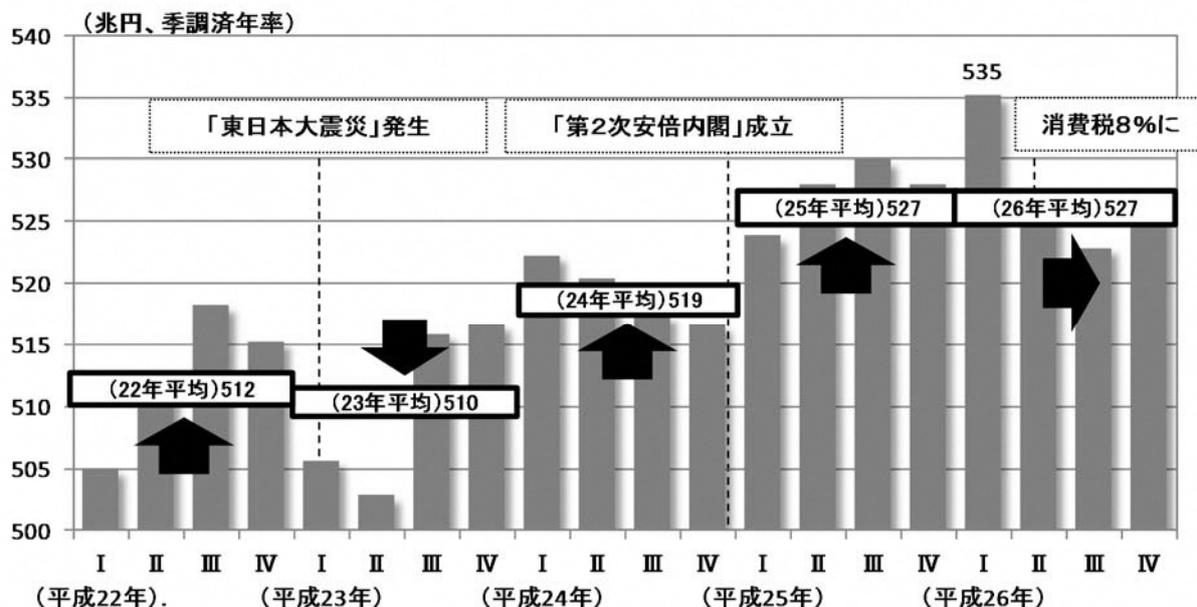
① 人口減少や高齢化、財政再建が長期的な課題

日本経済は、第2次安倍内閣（平成24年12月成立）が進める一連の経済政策「アベノミクス」の取り組みもあって、物価及び雇用面においては徐々に経済効果が発現している。その結果、バブル崩壊以降長期に亘って続いてきた日本経済のデフレ構造及び極端な円高に終止符が打たれようとしている。

第2次安倍内閣発足後の実質GDP（四半期、季調済・年率換算）は増加傾向に転じ、平成25年平均では527兆円（前年比+1.5%）となり、平成26年1～3月には、4月からの消費税引き上げの駆け込み需要の影響もあって、個人消費及び民間企業の設備投資が全体を底上げし、535兆円となっている（図表1）。

もっとも、平成26年4月に消費税が5%から8%に引き上げられると、駆け込み需要の反動減などから平成26年平均の実質GDPは前年比横ばいで推移した。わが国が持続的な経済成長を実現するためには、人口減少・高齢化、財政再建という長期的な課題への対応が必要不可欠な状況となっている。

図表1 実質GDPの推移（四半期）



(出所)内閣府「国民経済計算」

② 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催決定

日本経済が長期的な課題に取り組むなか、平成25年8月に開催された国際オリンピック委員会（IOC）総会において、第32回オリンピックの開催都市が東京都に決定した。

この東京オリンピックは、「東京だけでなく、スポーツだけでなく、2020年だけでなく（Beyond Tokyo, Beyond Sports Beyond 2020）」を合言葉に、日本社会全体を元気にする取り組みを推進していく方針としており、その全国の経済波及効果は2.5～150兆円、千葉県への経済波及効果（平成26年1月にちばぎん総合研究所が推計）は852億円とそれぞれ推計されている（図表2）。全国の各地域では、東京オリンピックを地域活性化の起爆剤と位置づけ、様々な取り組みに着手しており、東京オリンピックの開催期間までの間に観光客等をいかに県内に呼び込めるかが、経済波及効果を高めるポイントといえる。

また、東京オリンピック開催までに、日本の文化を世界に発信していくことも重要なテーマであり、東京オリンピックの開催を新たな成長に向かうターゲットイヤーと位置付け、オール日本で推進していくことが求められている。

図表2 東京オリンピック・パラリンピックの概要

	第32回オリンピック競技大会	第16回パラリンピック競技大会
開催日程	平成32年7月24日(金)～8月9日(日)《予定》	平成32年8月25日(火)～9月6日(日)《予定》
大会 コンセプト	○都市の中心で開催するコンパクトな大会 東京圏にある33競技会場のうち、28会場及び全てのIOCホテルが選手村(東京都中央区晴海)から半径8km圏内に立地	
ビジョン	Discover Tomorrow 未来(あした)をつかもう	
競技種目	28競技《予定》	22競技《予定》
	陸上競技、水泳、サッカー、テニス、ボート、ホッケー、ボクシング、バレーボール、体操、バスケットボール、レスリング、セーリング、ウエイトリフティング、ハンドボール、自転車競技、卓球、馬術、フェンシング、柔道、バドミントン、射撃、近代五種、カヌー、アーチェリー、テコンドー、トライアスロン、ゴルフ、ラグビー	アーチェリー、陸上競技、ボッチャ、カヌー、自転車、馬術、5人制サッカー、7人制サッカー、ゴールボール、柔道、パワーリフティング、ボート、セーリング、射撃、水泳、卓球、トライアスロン、シッティングバレーボール、車いすバスケットボール、車椅子フェンシング、ウィルチェアーラグビー、車いすテニス
経済波及 効果	【日本全体】2.5兆円(みずほ総研)～150兆円(大和証券) ※東京都の推計は約3兆円 【千葉県】852億円(ちばぎん総合研究所)	

(出所)内閣府他各種資料からちばぎん総合研究所が作成。

③ アジアにおける急速な人口増加と訪日外国人の増加

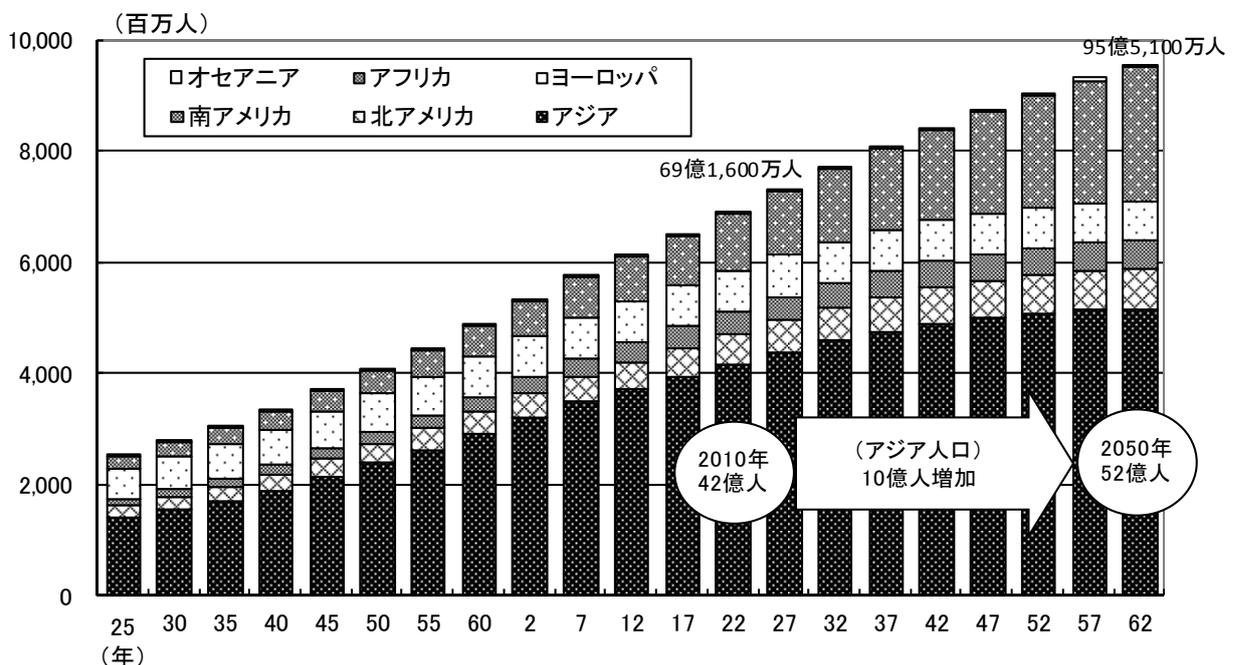
世界の人口の将来推計をみると、平成22年の69億1,600万人から平成62年には95億5,100万人（平成22年比+26億3,500万人）に増加する見通しとなっている（図表3）。そのうちアジアにおける人口増加は同+10億人と世界の人口増加の約4割を占めており、平成22～62年にかけてアジアで増加する人口は、平成22年時点の南北アメリカの人口とほぼ同じ規模となっている。

こうしたアジアの人口増加や高い経済成長の伸びに支えられた市民の可処分所得の増加は、今後のアジア圏内のビジネス及び観光面の交流活動にプラスの影響を与える可能性が高い。

近年の訪日外客数（インバウンド）の推移をみると、平成22年の861万人から23年には622万人（平成22年比▲27.8%）と東日本大震災の影響から大幅に落ち込んだが、その後、24年（836万人）には増加に転じた（図表4）。平成25年には1,036万人と、初めて1,000万人を突破したあとも増勢が続いて、平成26年には1,341万人（前年比+29.4%）となった。この間の訪日外客数の増加率を国別にみると、中国やタイ、マレーシア、フィリピンなどアジアの国々の高さが際立っている（図表5）。

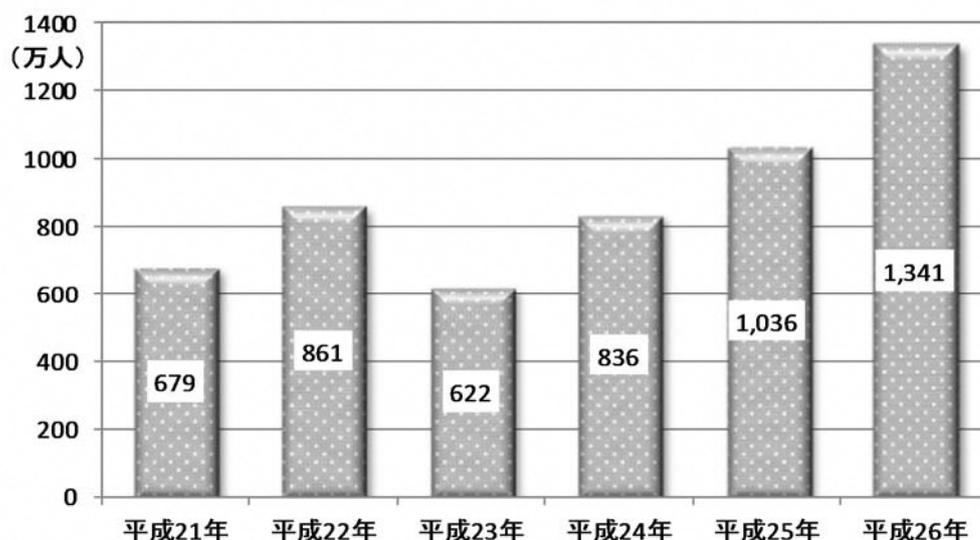
今後は、こうした外国人観光客の誘致に向けて、地域の魅力の再確認及びブラッシュアップを進めるとともに、タイムリーかつ的確な情報発信が重要である。

図表3 世界人口の推移（推計）



（注）総務省「世界の統計2014」

図表 4 訪日外客数（インバウンド）の推移



(出所) 日本政府観光局

図表 5 訪日外客数（インバウンド）の推移<<国別>>

(単位: 千人、%)

	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	前年比
総数	8,611	6,219	8,358	10,364	13,414	29.4
アジア計	6,528	4,724	6,388	8,116	-	-
韓国	2,440	1,658	2,043	2,456	2,755	12.2
中国	1,413	1,043	1,425	1,314	2,409	83.3
台湾	1,268	994	1,466	2,211	2,830	28.0
香港	509	365	482	746	926	24.1
タイ	215	145	261	454	658	45.0
シンガポール	181	111	142	189	228	20.4
マレーシア	115	82	130	177	250	41.3
インドネシア	81	62	101	137	159	16.0
フィリピン	77	63	85	108	184	70.0
ヨーロッパ計	853	569	776	904	-	-
英国	184	140	174	192	220	14.8
フランス	151	95	130	155	179	15.3
ドイツ	124	81	109	122	140	15.1
北アメリカ	906	685	876	982	-	-
米国	727	566	717	799	892	11.6
カナダ	153	101	135	153	183	19.7
オセアニア	261	189	242	285	-	-
豪州	226	163	206	245	303	23.8
その他	63	52	76	77	-	-

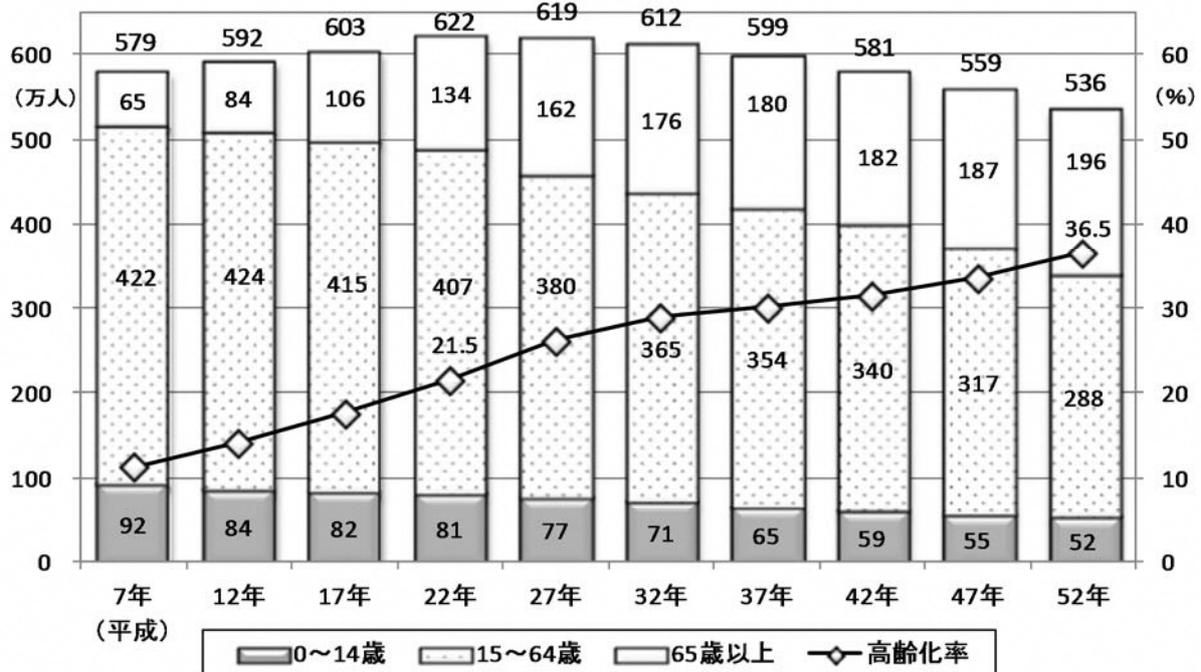
- (注) 1. 出所: 日本政府観光局「訪日外客数の動向」
 2. 国別は平成26年の実績が10万人以上を掲載。
 3. 地域別計は未集計。

④ 国内の人口減少・高齢化の進行に伴う経済下押し圧力の強まり

本県の人口を展望すると、平成 27 年には減少に転じ、52 年には 536 万人（国勢調査ベースの実績・推計値、平成 22 年比▲86 万人）になると推計されている（図表 6）。また、本県の産業の主な担い手である生産年齢人口（15～64 歳）は、12 年（424 万人）には既にピークアウトしており、52 年の 288 万人（12 年比▲136 万人）まで減少する見通しとなっている。この間、高齢化率（総人口に占める 65 歳以上の人口割合）は、右肩上がりの上昇を続けて、52 年には 36.5%（22 年比+15.0 ポイント）と急速に高齢化が進む見込みである。

こうした本市を取り巻く社会の人口減少や高齢化の急速な進行、労働力人口の減少は、本市経済にとっては、消費マーケットや生産活動の縮小など、需給両面に渡って下押し圧力として働くことが懸念される。市内の産業が持続的に発展していくためには、こうした人口動態や社会構造の変化に対応し、マーケットの拡大が見込まれる成長産業に事業領域をシフトしていくことが重要である。

図表 6 千葉県の人口と高齢化率の推移



(注) 1. 出所:総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計(平成25年3月)」。

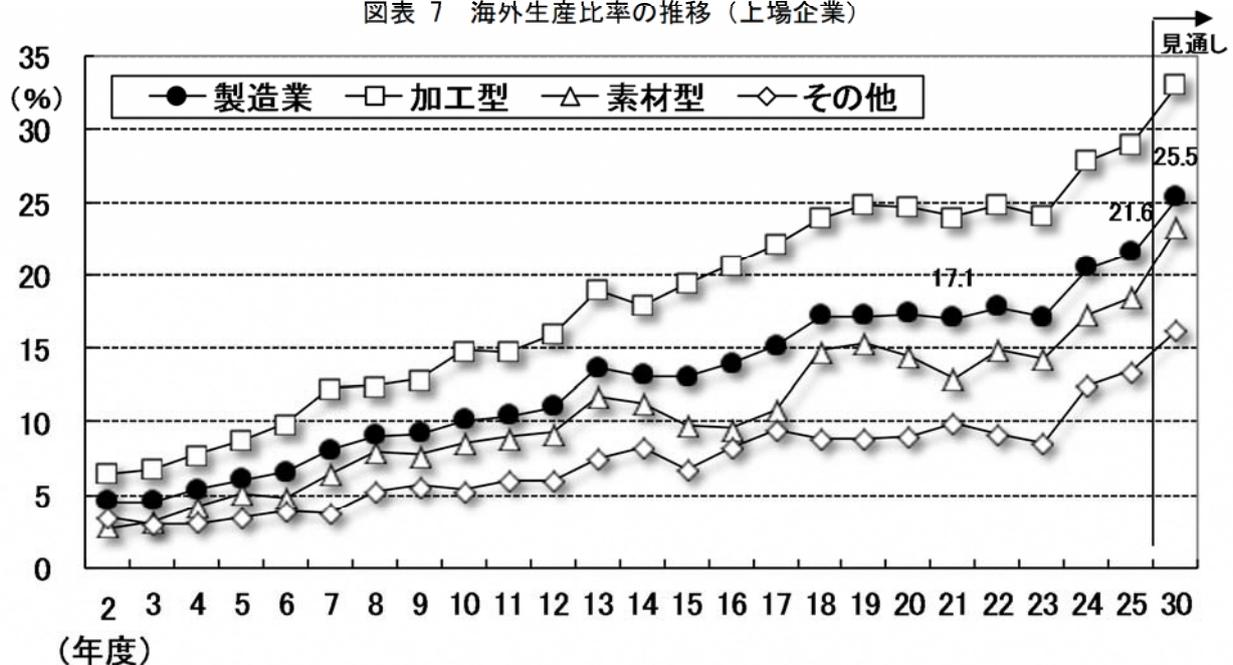
2. 平成27年以降は推計値。

⑤ グローバル化の進展に伴う国内産業の空洞化

製造業の海外シフトは、バブル期以降、主に海外の安価な労働力を活用した生産コストの削減を目的に進んできたが、近年では、アジアの新興国を中心とした海外の旺盛な消費需要の獲得などを目指す傾向が強まっている。

製造業の過去5年間の海外生産比率（上場企業）の推移をみると、平成21年度の17.1%から平成25年度には21.6%（平成21年度比+4.5ポイント）に上昇しており、業種別では、労働生産性の高い加工型産業の海外進出意欲の高さが際立っている（図表7）。企業の海外展開の先行きをも、海外に生産拠点を置く理由として、「現地、進出先近隣国の需要が旺盛又は今後の拡大が見込まれる」をあげる企業が約半数を占めていることから、製造業の海外シフトの動きは、更に強まる見通しとなっている（平成30年度製造業海外生産比率見通し：25.5%）。

図表7 海外生産比率の推移（上場企業）



(注)1. 出所：内閣府「平成25年度企業行動に関するアンケート調査報告書」

2. 平成25年度は実績見込み、平成30年度は見通し。

2. 商業の概要調査結果

(1) 小売業の現況と動向

1) 小売業の概況

① マーケット（人口）

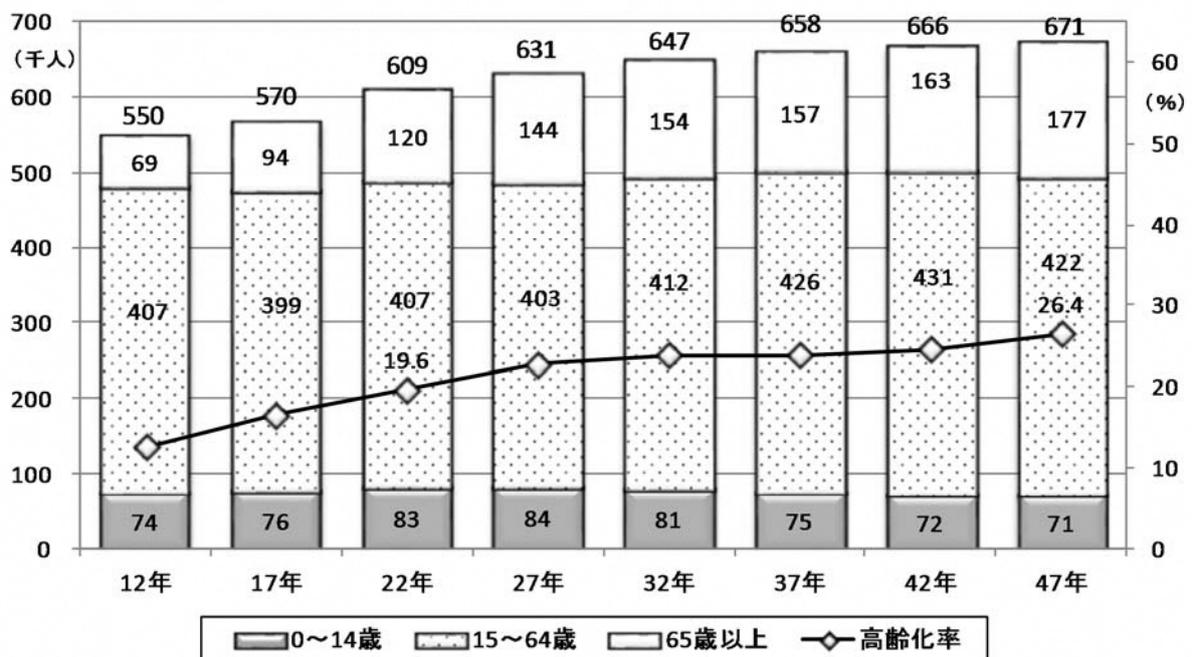
a. 全体

本市の人口推移をみると、平成12年の550千人から右肩上がりの増加が続いて、平成22年には609千人（平成12年比+10.7%）となっている（図表8）。また、本市人口の先行き見通しを推計値でみると、平成47年の671千人（平成22年比+10.2%）まで緩やかな増加が続く見通しとなっている。

この間の高齢化率の推移をみると、平成22年の19.6%から上昇傾向が続いて、平成47年には26.4%となる見通し。

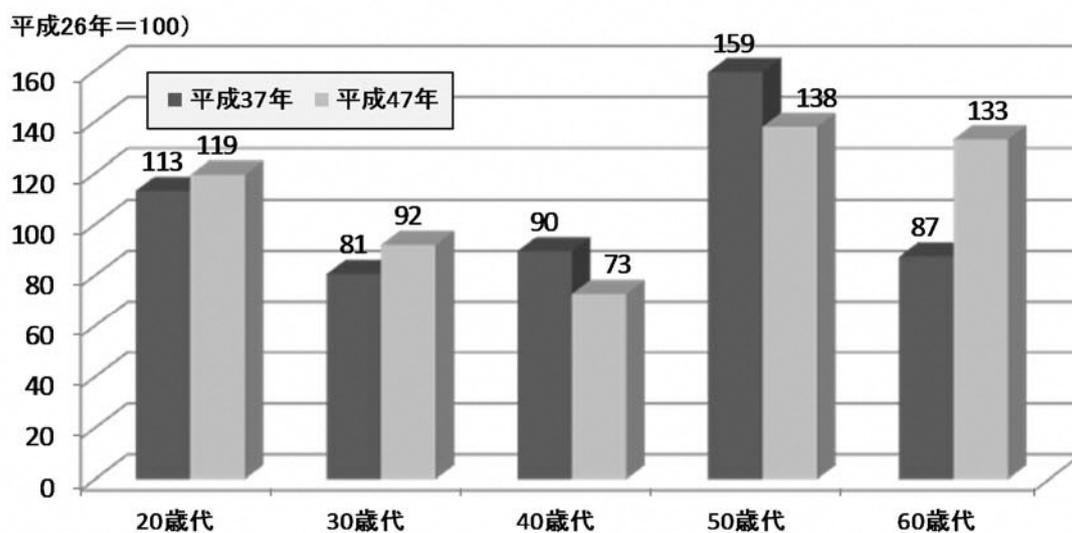
本戦略プランの計画期間である概ね10年間（平成26～37年）の年齢層別人口増減を指数化（平成26年=100）してみると、20歳代（約1割増加）と50歳代（約6割増加）は増加する一方、30歳代（約2割減少）と40歳代（1割減少）、60歳代（約1割減少）は減少する見込みとなっている（図表9）。また、平成37年から47年にかけては、30～40歳代は、引き続き平成26年を下回る水準で推移する一方、50歳代は約4割増加、60歳代は約3割増加するなど高齢化の動きが加速する見通しとなっている。

図表 8 船橋市の人口と高齢化率の推移



(注) 1. 出所：船橋市「将来人口・世帯数推計」。
2. 平成27年以降は推計値(中位推計)。

図表 9 年齢層別人口増減（平成26年を100とした場合の変動割合）



(注) 1. 出所：船橋市「住民基本台帳」、「将来人口・世帯数推計」。

2. 平成37年・47年は推計値。

b. 市内小地域別

(人 口)

市内小地域別（対象とした町丁は、平成24年2月1日現在の326町丁、以下同じ）にみると、人口密集地域は、東葉高速鉄道飯山満駅～船橋日大（飯山満2・3丁目、習志野台3・4丁目）、東武野田線新船橋駅～塚田駅（北本町2丁目、前貝塚町）、JR南船橋駅（浜町2丁目）など市内鉄道沿線に分布している（図表10、11）。

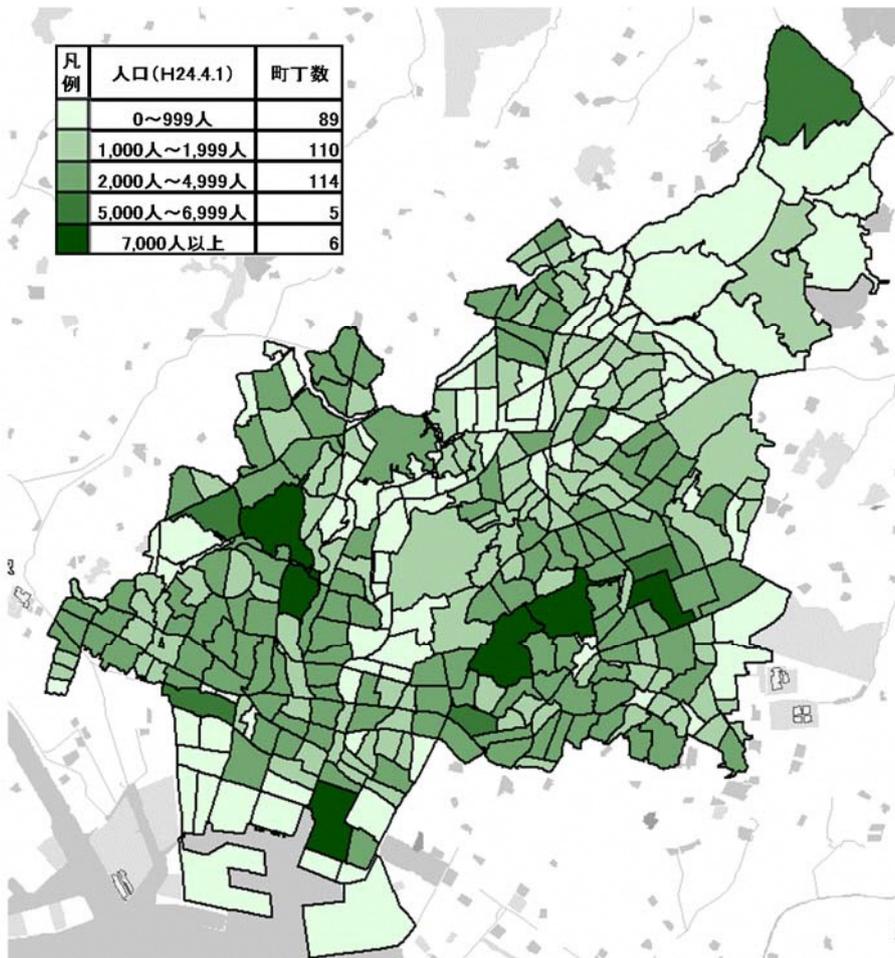
一方、人口100人以下の町丁も10町丁（人口が0の6町丁を除く）あるほか、市内北部の「豊富地区」、「八木ヶ谷地区」、「大穴地区」などで人口が少ない町丁が多い。

図表 10 人口上位10町丁および下位10町丁（平成24年）

《上位》		(人)	《下位》		(人)
1位	飯山満町3丁目	10,102	311位	大穴町	99
2位	習志野台4丁目	9,663	312位	夏見7丁目	82
3位	浜町2丁目	8,014	313位	大穴北6丁目	73
4位	飯山満町2丁目	7,828	314位	三咲町	63
5位	北本町2丁目	7,689	315位	夏見町2丁目	37
6位	前貝塚町	7,200	316位	大穴北7丁目	32
7位	海神町3丁目	6,129	317位	八木が谷町	11
8位	小室町	5,729	318位	潮見町	10
9位	上山町1丁目	5,332	319位	西浦2丁目	4
10位	習志野台3丁目	5,251	320位	西浦1丁目	2

(注) 下位は、人口が0の6町丁(古作町、習志野3丁目、西浦3丁目、浜町3丁目、南海神2丁目、若松3丁目)を除く。

図表 11 人口分布



(人口増減数)

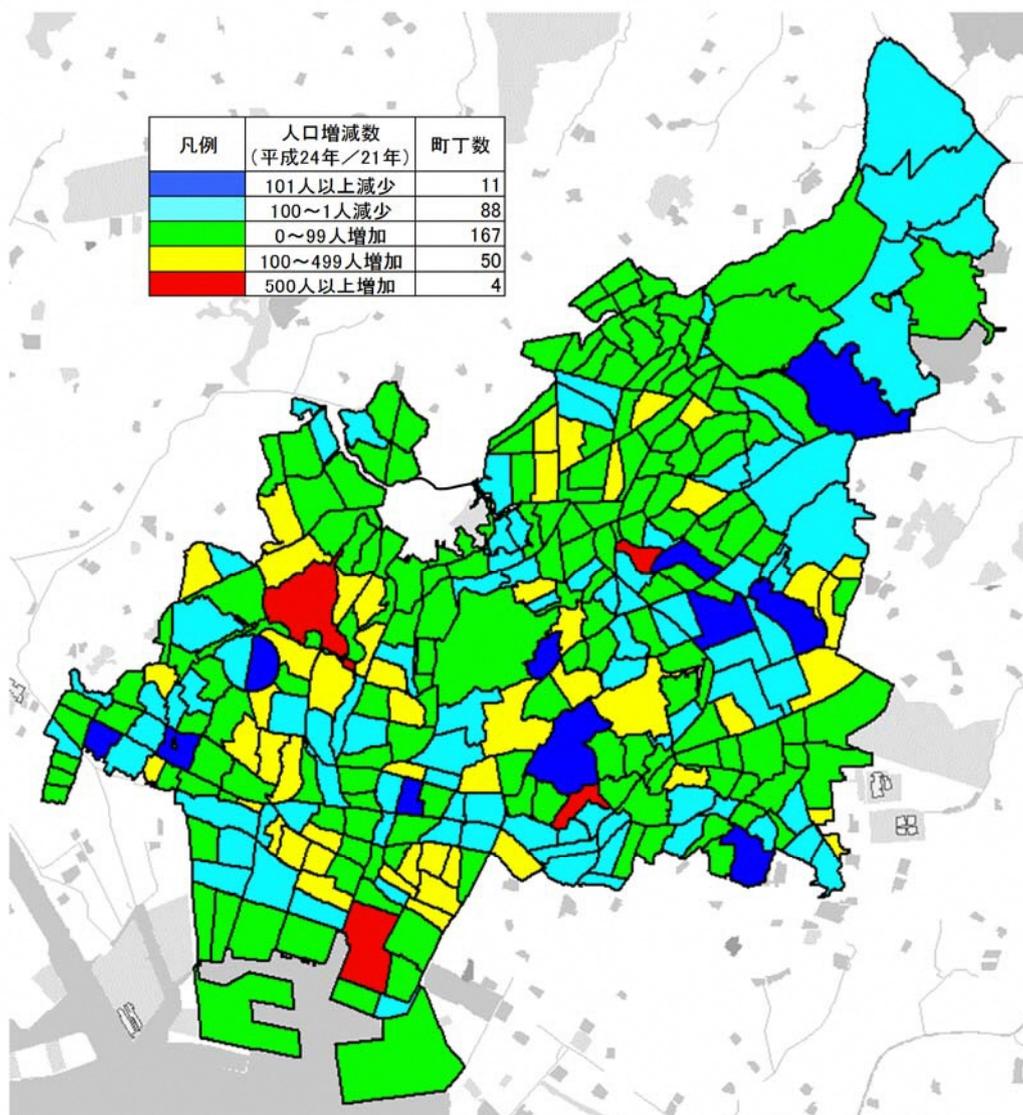
人口増加地域は、JR南船橋駅（浜町2丁目）や東武野田線塚田駅（前貝塚町）、新京成電鉄高根公団駅（高根台2丁目）、前原駅（前原西6丁目）周辺地域などとなっている（図表12、13）。一方、人口が101人以上減少している町丁は11町丁あり、市内に点在している。

図表 12 人口増加数上位 10 町丁および減少数上位 10 町丁（平成 24 年／21 年）

(人)			(人)		
1位	浜町2丁目	818	313位	芝山2丁目	▲ 113
2位	前貝塚町	575	314位	二子町	▲ 115
3位	高根台2丁目	569	315位	三山2丁目	▲ 127
4位	前原西6丁目	512	316位	習志野台2丁目	▲ 142
5位	夏見6丁目	454	317位	飯山満町2丁目	▲ 193
6位	飯山満町3丁目	435	318位	行田2丁目	▲ 214
7位	藤原1丁目	387	319位	習志野台7丁目	▲ 224
8位	湊町2丁目	378	320位	金堀町	▲ 283
9位	薬円台4丁目	350	321位	高根台3丁目	▲ 335
10位	東船橋6丁目	317	322位	市場3丁目	▲ 396

(注)「馬込町」と「馬込西1～3丁目」は、平成23年に住居表示の変更があったため除外。

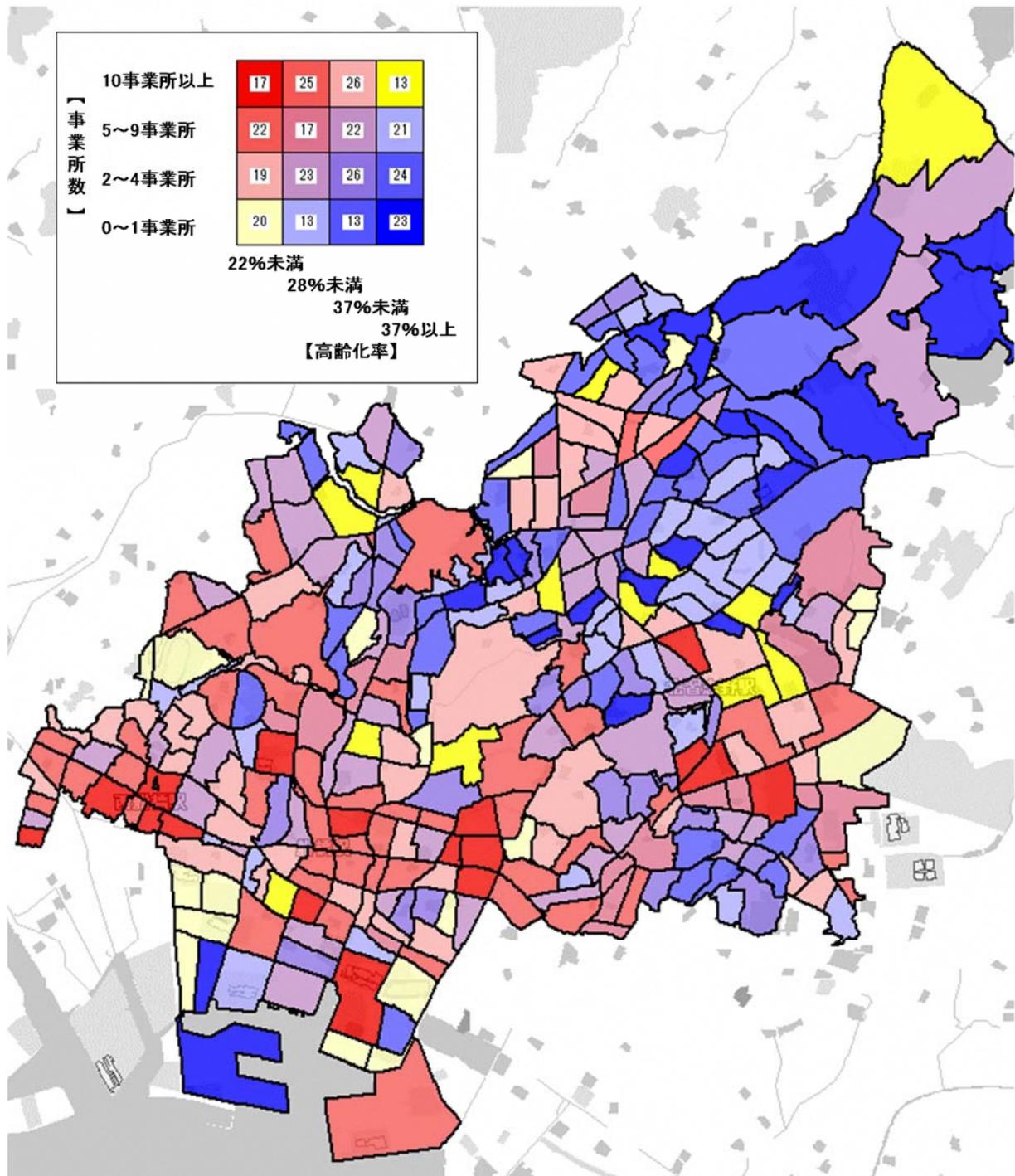
図表 13 人口増減数（平成 24 年／21 年）



(高齢化率と小売事業所集積の相関)

地域別の高齢化率と小売事業所集積の相関をみると、市内北部の「豊富地区」や「大穴地区」などでは、高齢化率が高水準かつ事業所集積が低い地域となっている（図表 14）。

図表 14 高齢化率と小売事業所集積の相関



② 事業所数

a. 全体

平成24年経済センサスによると、船橋市における小売業の事業所数は3,089事業所で、千葉市(5,251事業所)に次いで県内2位(構成比8.3%)となっている(図表15)。平成21年経済センサスと比べると、6.5%(214事業所)減少しているが、千葉県全体の減少率(9.5%)に比べ低くなっている。

事業所数を産業小分類別にみると、コンビニエンスストアや料理品などがふくまれる「その他の飲食料品」が457事業所で最も多く、次いで「婦人・子供服」が294事業所、「医薬品・化粧品」が262事業所、「自動車」が184事業所、「菓子・パン」が175事業所となっており、これら上位5業種で小売業全体の44.5%を占めている(図表16)。

図表15 小売業の事業所数

単位(事業所、%)

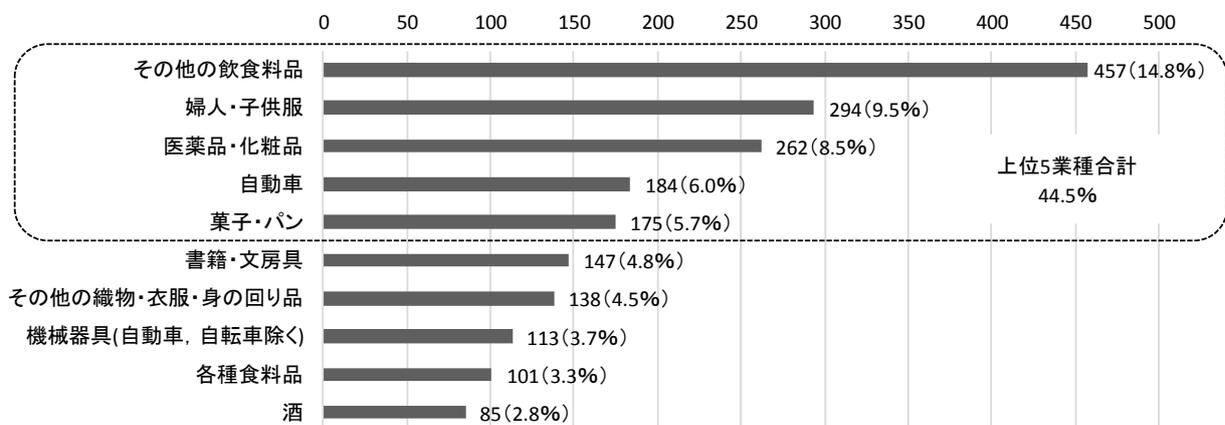
		平成19年(注)	平成21年	平成24年	増減数 (H21年比)	増減率 (H21年比)
千葉県		39,603	41,102	37,186	▲ 3,916	▲ 9.5
船橋市		3,055	3,303	3,089	▲ 214	▲ 6.5
県内構成比		7.7	8.0	8.3	-	-
主要都市	千葉市	5,476	5,744	5,251	▲ 493	▲ 8.6
	市川市	2,543	2,598	2,331	▲ 267	▲ 10.3
	松戸市	2,584	2,791	2,481	▲ 310	▲ 11.1
	柏市	2,198	2,403	2,284	▲ 119	▲ 5.0
隣接市	習志野市	776	834	801	▲ 33	▲ 4.0
	八千代市	1,030	1,052	990	▲ 62	▲ 5.9
	白井市	220	232	234	2	0.9
	鎌ヶ谷市	544	548	532	▲ 16	▲ 2.9
	市川市	2,543	2,598	2,331	▲ 267	▲ 10.3
東京都	江戸川区	3,775	3,827	3,394	▲ 433	▲ 11.3
	葛飾区	3,505	3,472	3,024	▲ 448	▲ 12.9
	墨田区	2,499	2,538	2,234	▲ 304	▲ 12.0

(注)1. 平成19年は商業統計の数値であり、平成21以降の経済センサスとは集計方法が異なるため直接比較は出来ない。

2. 本表の経済センサスの数値は回答先全数。

図表16 小売業の産業小分類別事業所数(上位10産業)

(事業所:かっこ内は構成比)



(注)「他に分類されない小売業」は、事業所数上位10産業分類から除いている。

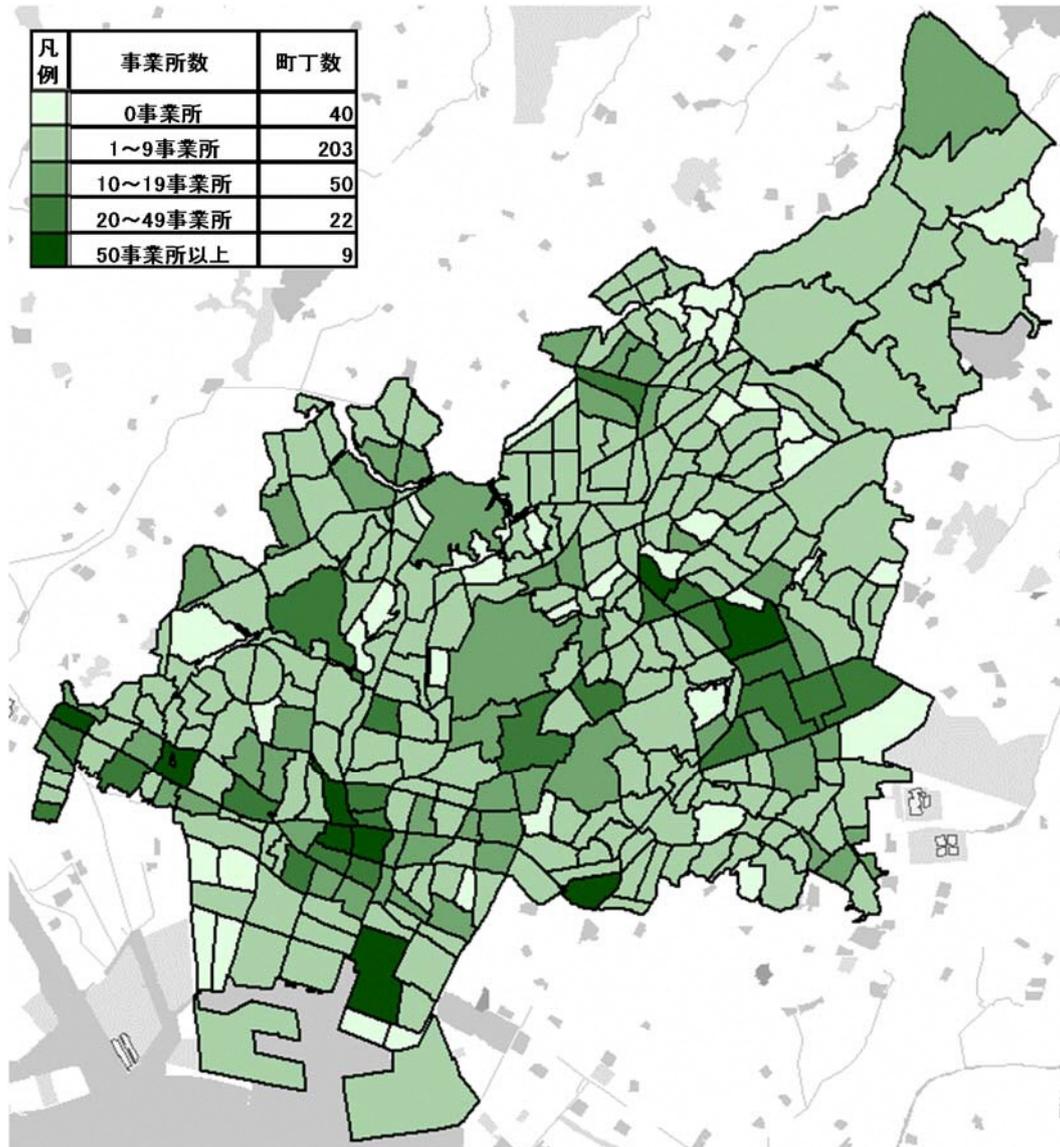
小売商業の事業所集積が高い地域は、「ららぽーとTOKYO-BAY」、「南船橋ビビットスクエア」、「I K E A船橋」が立地する浜町2丁目、船橋駅周辺の本町1・2・4・7丁目、津田沼駅前前の前原西2丁目、北習志野駅前の習志野台2丁目、西船橋駅前の西船4丁目、下総中山駅前の本中山2丁目など、市内主要駅の周辺部となっている（図表17、18）。

図表 17 町丁別の事業所数

(事業所)		[参考]小売商業が集積していない40町丁				
1位	浜町2丁目	*	287	旭町5・6丁目	坪井西1丁目	みやぎ台4丁目
2位	本町7丁目	*	167	大穴北4・6・7丁目	坪井東6丁目	三山1丁目
3位	前原西2丁目	*	161	大穴南4丁目	中野木1丁目	八木が谷3・4・5丁目
4位	本町1丁目	*	93	金杉3丁目	七林町	八木が谷町
5位	習志野台2丁目	*	75	金杉台2丁目	西浦2・3丁目	山手2丁目
6位	本中山2丁目	*	70	金杉町	東船橋6丁目	古作町
7位	本町4丁目		68	車方町	二和西6丁目	習志野3丁目
8位	西船4丁目		55	古作1・4丁目	馬込西3丁目	浜町3丁目
9位	高根台1丁目		51	新高根3丁目	三咲8丁目	南海神2丁目
10位	本町2丁目		40	高根台2・5丁目	緑台1丁目	若松3丁目
				田喜野井4丁目	南海神1丁目	

*の町丁は、平成26年6月1日時点で大規模店が立地している町丁。

図表 18 町丁別の事業所数分布



《大規模店の立地状況》

経済センサス調査における大規模店の立地状況についてみると、船橋市には、大規模店が76店^(注1)立地している(図表19、平成24年2月1日現在)。これら大規模店の従業者数は5,789人、売場面積は254,788㎡、年間販売額は1,766億円であり、小売業計に占める大規模店の割合は、事業所数：3.4%、従業者数：24.7%、売場面積：54.8%、年間販売額：39.0%となっている。

図表 19 大規模店関連指標

	大規模店 総計	小売業計に おける構成比 (%)
事業所数 (事業所)	76	3.4
従業者数 (人)	5,789	24.7
売場面積 (㎡)	254,788	54.8
年間販売額 (万円)	17,662,551	39.0

(注)1. 出所:平成24年経済センサス

2. 構成比は年間販売額の対象事業所を母数とする。

《食品スーパーの立地状況》

食品スーパーの立地状況^(注2)を市町村別にみると、船橋市には86店が立地し、県内では千葉市(154店)に次いで2番目に多い(図表20)。人口1万人あたりでは、1.43店/万人(県内43位)と千葉市平均(1.64店/万人)を下回っているが、面積あたりでは、1.00店/k㎡(県内5位)と千葉市平均(0.57店/k㎡)を大きく上回っている。

図表 20 千葉県市町村別のスーパーマーケット立地状況

			(参考)			
スーパー 店舗数		人口1万人 当たり	面積 当たり	人口	面積	
(店)		(店/万人)	(店/k㎡)	(人)	(k㎡)	
千葉県		1,041	2.11	0.20	4,933,368	5156.62
1位	千葉市	154	1.64	0.57	937,763	272.08
2位	船橋市	86	1.43	1.00	602,915	85.64
3位	柏市	73	1.84	0.64	396,794	114.9
4位	市川市	66	1.44	1.15	459,125	57.4
5位	松戸市	66	1.38	1.08	477,491	61.33
6位	市原市	42	1.51	0.11	278,571	368.2
7位	茂原市	35	3.78	0.35	92,526	100.01
8位	流山市	32	1.94	0.91	165,192	35.28
9位	野田市	28	1.80	0.27	155,576	103.54
10位	八千代市	28	1.48	0.55	189,336	51.27

(注)1. 出所:iタウンページにおける「スーパーマーケット」の検索結果(平成26年9月10日現在)

2. 人口は平成24年1月末時点の住民基本台帳人口

3. 面積は平成24年10月1日時点

(注1) 大規模店は、平成24年経済センサス活動調査で売場面積1,000㎡以上の小売事業所を抽出したものであり、大規模小売店舗立地法に基づく届出の数値とは異なる。

(注2) iタウンページによる検索結果による比較であり、経済センサスの業態別集計における「食料品スーパー(69事業所)」とは一致しない。

b. 平成 20 年以降開設事業所

平成 24 年経済センサス活動調査で開設時期が平成 20 年以降と記載のあった 250 事業所についてみると、事業所数では、「織物・衣服・身の回り品分類」のうち「婦人・子供服」が 44 事業所で最も多い（図表 21）。次いで、「飲食料品分類」のうちコンビニエンスストアが含まれる「その他の飲食料品（41 事業所）」、「その他分類」のうち「医薬品・化粧品（23 事業所）」の順となっている。また、年間販売額でみると、「機械器具分類」のうち「機械器具」が 10,874 百万円で最も多く、次いで、「飲食料品分類」のうち「その他の飲食料品（8,086 百万円）」、「各種食料品（6,897 百万円）」の順となっている。年間商品販売額のうち平成 20 年以降開設の事業所の構成比をみると、「機械器具」が 34.8%で最も高く、次いで、「婦人・子供服（27.5%）」、「その他分類」のうち「写真機・時計・眼鏡（25.1%）」の順となっている。

町丁別に平成 20 年以降の開設事業所数をみると、平成 20 年以降の開設事業所がゼロの町丁が 234 町丁、1 事業所のみの町丁が 59 町丁となっている（図表 22）。一方、最も多い町丁は、「ららぽーとTOKYO-BAY」等が立地する浜町 2 丁目（47 事業所）となっている。次いで、JR 津田沼駅前（前原西 2 丁目（32 事業所）、船橋駅周辺の本町 7 丁目（21 事業所）、本町 1 丁目（11 事業所）の順となっている。

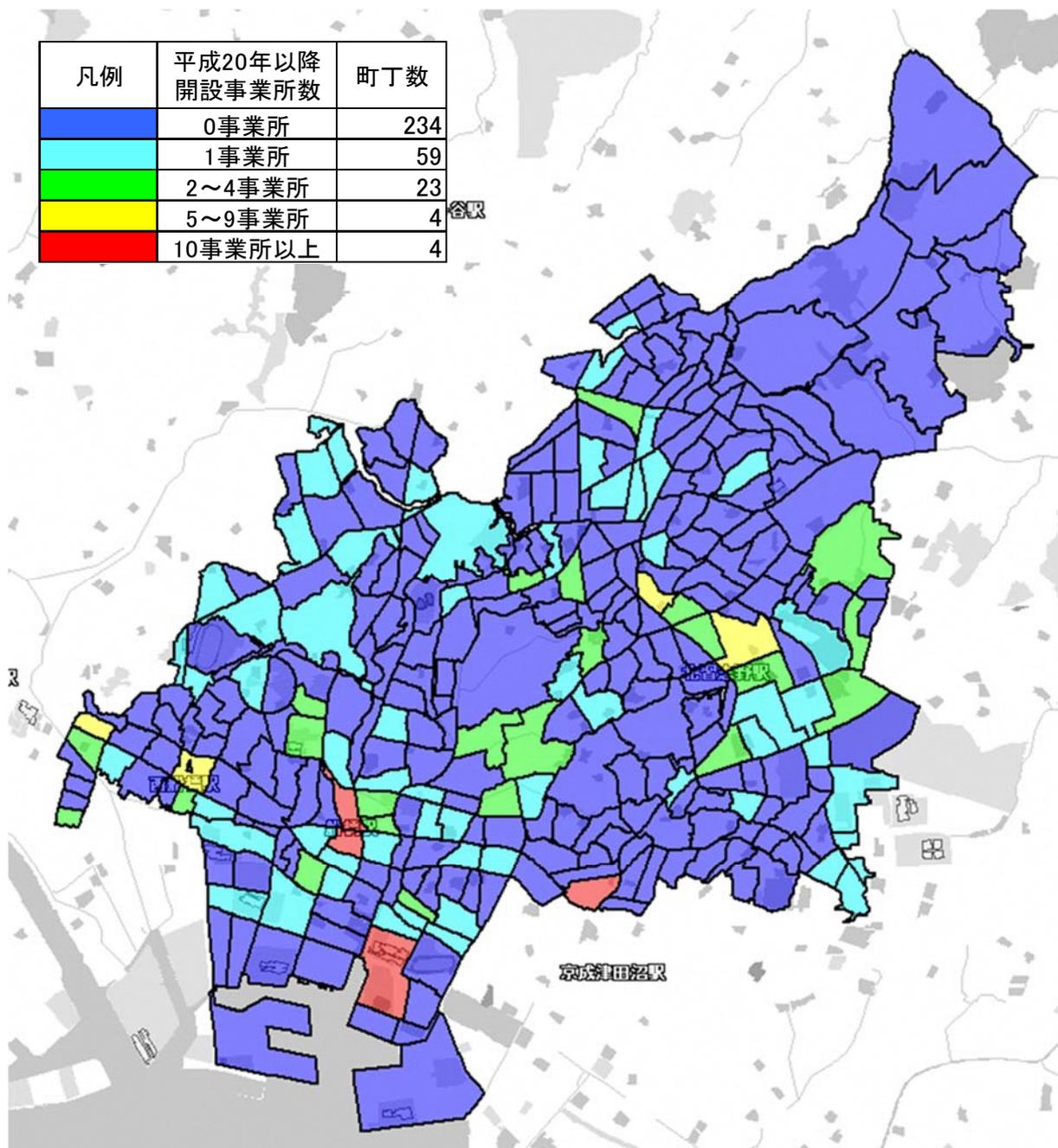
図表 21 平成 20 年以降の開設事業所（業種別）

	平成24年 事業所数 (事業所)			平成24年 年間販売額 (百万円)		
		うちH20年 以降開設	構成比 (%)		うちH20年 以降開設	構成比 (%)
小売業計	2,229	250	11.2	452,751	59,626	13.2
各種商品分類	5	1	20.0	75,620	X	-
百貨店・総合スーパー	3	-	-	X	X	-
その他の各種商品	2	1	50.0	X	X	-
織物・衣服・身の回り品分類	379	76	20.1	38,264	7,722	20.2
呉服・服地・寝具	28	3	10.7	1,452	158	10.9
男子服	44	6	13.6	3,783	406	10.7
婦人・子供服	180	44	24.4	20,282	5,578	27.5
靴・履物	36	4	11.1	3,989	305	7.6
その他の織物・衣服・身の回り品	91	19	20.9	8,758	1,276	14.6
飲食料品分類	736	63	8.6	141,368	17,248	12.2
各種食料品	82	4	4.9	78,482	6,897	8.8
野菜・果実	54	4	7.4	4,215	713	16.9
食肉	29	1	3.4	2,556	X	-
鮮魚	19	1	5.3	2,048	X	-
酒	71	2	2.8	8,188	X	-
菓子・パン	132	10	7.6	5,631	535	9.5
その他の飲食料品	349	41	11.7	40,249	8,086	20.1
うちコンビニエンスストア(終日)	99	19	19.2	21,115	3,890	18.4
機械器具分類	243	24	9.9	63,093	15,227	24.1
自動車	120	14	11.7	30,567	4,195	13.7
自転車	41	3	7.3	1,254	158	12.6
機械器具	82	7	8.5	31,273	10,874	34.8
その他分類	808	81	10.0	112,936	18,810	16.7
家具・建具・畳	57	2	3.5	2,557	X	-
じゅう器	30	1	3.3	914	X	-
医薬品・化粧品	198	23	11.6	38,465	4,404	11.4
農耕用品	9	-	-	657	-	-
燃料	52	1	1.9	14,788	X	-
書籍・文房具	120	10	8.3	15,152	1,939	12.8
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器	52	8	15.4	6,228	391	6.3
写真機・時計・眼鏡	52	7	13.5	5,932	1,489	25.1
他に分類されない	238	29	12.2	28,243	9,922	35.1
無店舗分類	58	5	8.6	21,471	468	2.2
通信販売・訪問販売	44	5	11.4	17,009	468	2.7
自動販売機による	6	-	-	2,774	-	-
その他の無店舗	8	-	-	1,688	-	-

(出所)平成24年経済センサス活動調査

図表 22 平成 20 年以降開設事業所（町丁別）

凡例	平成20年以降 開設事業所数	町丁数
	0事業所	234
	1事業所	59
	2~4事業所	23
	5~9事業所	4
	10事業所以上	4



③ 従業者数

平成24年経済センサス活動調査による船橋市における小売業の従業者数は31,497人で、千葉市(62,071人)に次いで県内2位(構成比9.2%)となっている(図表23)。

平成21年経済センサスと比べると、6.6%減少しているが、千葉県全体の減少率(7.8%)に比べ低くなっている。

従業者数を産業小分類にみると、事業所数と同様に「その他の飲食料品」が5,861人で最も多い。次いで事業所数では、9番目であった「各種食料品」が4,733人となっている(図表24)。「医薬品・化粧品」が2,324人、「自動車」が1,982人、「婦人・子供服」が1,773人となっており、これら上位5業種で小売業全体の52.9%と半数以上を占めている。また、事業所数が3事業所である「百貨店、総合スーパー」が1,381人となっている。

図表 23 小売業の従業者数

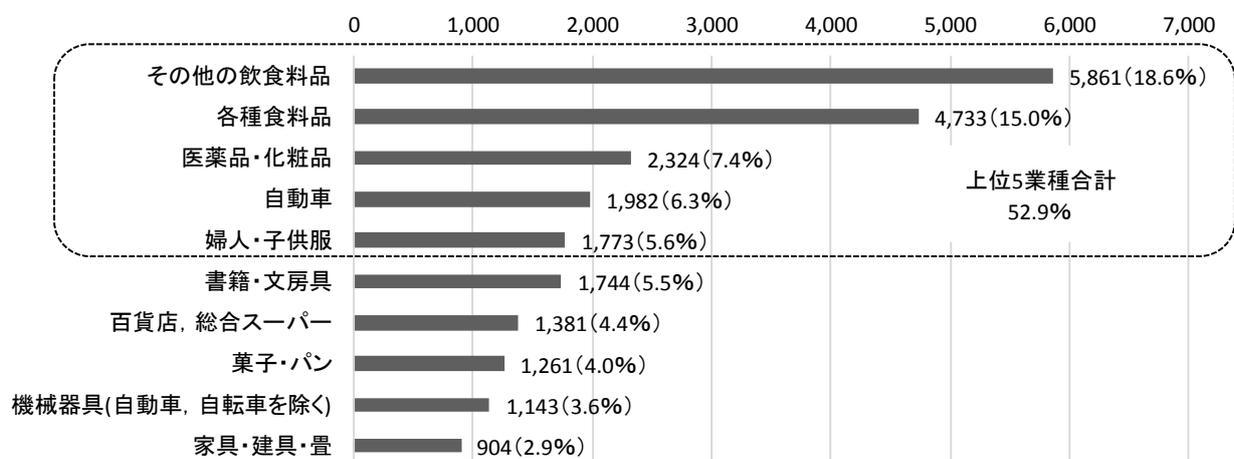
単位(人、%)

		平成19年(注)	平成21年	平成24年	増減数 (H21年比)	増減率 (H21年比)
千葉県		330,640	371,062	342,125	▲ 28,937	▲ 7.8
船橋市		29,517	33,706	31,497	▲ 2,209	▲ 6.6
県内構成比		8.9	9.1	9.2	-	-
主要都市	千葉市	55,834	66,964	62,071	▲ 4,893	▲ 7.3
	市川市	29,517	23,030	20,990	▲ 2,040	▲ 8.9
	松戸市	22,521	25,128	22,292	▲ 2,836	▲ 11.3
	柏市	2,616	26,293	23,811	▲ 2,482	▲ 9.4
隣接市	習志野市	8,992	9,923	9,371	▲ 552	▲ 5.6
	八千代市	9,762	10,360	10,170	▲ 190	▲ 1.8
	白井市	2,869	2,946	3,042	96	3.3
	鎌ヶ谷市	4,880	5,477	5,069	▲ 408	▲ 7.4
東部	市川市	20,262	23,030	20,990	▲ 2,040	▲ 8.9
	江戸川区	27,050	30,190	28,609	▲ 1,581	▲ 5.2
	葛飾区	21,472	23,177	21,035	▲ 2,142	▲ 9.2
東京	墨田区	14,516	17,043	15,500	▲ 1,543	▲ 9.1

(注)平成19年は商業統計の数値であり、平成21以降の経済センサスとは集計方法が異なるため直接比較は出来ない。

図表 24 小売業の産業小分類別従業者数(上位10産業)

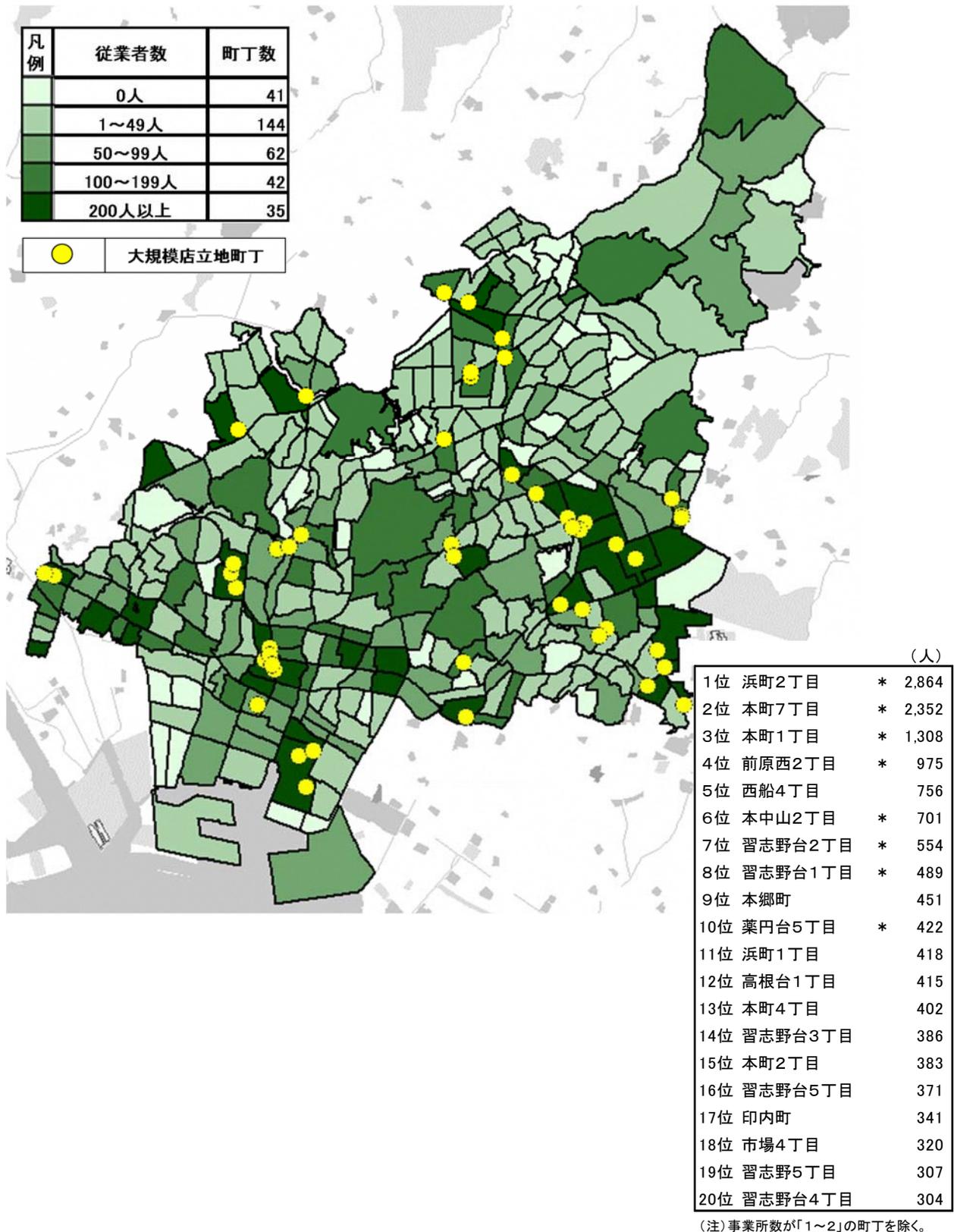
(人:かっこ内は構成比)



(注)「他に分類されない小売業」は、従業者数上位10産業分類から除いている。

従業者数の多い地域は、事業所集積が高い地域と一致しており、「ららぽーとTOKYO-BAY」、「南船橋ビビットスクエア」、「IKEA船橋」が立地する浜町2丁目、船橋駅周辺の本町1・4・7丁目、津田沼駅前の前原西2丁目、北習志野駅前の習志野台1～5丁目、西船橋駅前の西船4丁目、下総中山駅前の本中山2丁目など、市内主要駅の周辺部となっている（図表25）。

図表 25 町丁別の従業者数分布



④ 年間商品販売額

a. 全体

船橋市の平成24年の年間商品販売額は4,528億円と、千葉市に次ぐ県内2位となっており、千葉県全体の年間商品販売額（4兆7,789億円）の9.5%を占めている（図表26）。

図表 26 小売業の年間商品販売額

単位(百万円、%)

		平成16年(注)	平成19年(注)	平成24年
千葉県		5,453,097	5,754,991	4,778,886
船橋市		520,486	561,402	452,751
県内構成比		9.5	9.8	9.5
主要都市	千葉市	962,956	1,120,709	862,307
	市川市	337,600	335,635	271,159
	松戸市	385,691	384,121	298,052
	柏市	438,606	467,138	395,987
隣接市	習志野市	140,678	149,180	151,526
	八千代市	158,078	160,750	139,082
	白井市	52,198	51,203	48,005
	鎌ヶ谷市	54,110	65,448	62,740
	市川市	337,600	335,635	271,159
東京都	江戸川区	465,749	484,462	389,252
	葛飾区	335,310	339,420	263,153
	墨田区	306,102	285,012	223,521

(注)平成16、19年は商業統計の数値であり、平成24年経済センサスとは集計方法が異なるため直接比較は出来ない

b. 産業小分類別

年間商品販売額を産業小分類にみると、「各種食料品」が785億円（構成比17.3%）で最も多く、次いで、「その他の飲食料品（402億円、同8.9%）」、「医薬品・化粧品（385億円、同8.5%）」となっている（図表27）。

他都市と構成比を比較すると、「百貨店、総合スーパー」が含まれる「各種商品（産業中分類）（船橋市16.7%、千葉県11.8%）」や「婦人・子供服（同4.5%、千葉県3.2%）」、「各種食料品（同17.3%、千葉県15.1%）」が高くなっている（図表28）。一方、「燃料（同3.3%、千葉県7.9%）」、「自動車（同6.8%、千葉県9.9%）」の構成比は低くなっている。

図表 27 産業小分類別の年間商品販売額

	年間商品販売額		事業所数 (年間商品販売額の集計対象)	
	(百万円)	構成比	(事業所)	構成比
小売業合計	452,751	100.0	2229	100.0
各種商品	75,620	16.7	5	0.2
百貨店、総合スーパー	X	-	3	0.1
その他の各種商品	X	-	2	0.1
織物・衣服・身の回り品小売業	38,263	8.5	379	17.0
呉服・服地・寝具	1,452	0.3	28	1.3
男子服	3,783	0.8	44	2.0
婦人・子供服	20,282	4.5	180	8.1
靴・履物	3,989	0.9	36	1.6
その他の織物・衣服・身の回り品	8,758	1.9	91	4.1
飲食料品小売業	141,368	31.2	736	33.0
各種食料品	78,482	17.3	82	3.7
野菜・果実	4,215	0.9	54	2.4
食肉	2,556	0.6	29	1.3
鮮魚	2,048	0.5	19	0.9
酒	8,188	1.8	71	3.2
菓子・パン	5,631	1.2	132	5.9
その他の飲食料品	40,249	8.9	349	15.7
機械器具小売業	63,093	13.9	243	10.9
自動車	30,567	6.8	120	5.4
自転車	1,254	0.3	41	1.8
機械器具	31,273	6.9	82	3.7
その他の小売業	112,936	24.9	808	36.2
家具・建具・畳	2,557	0.6	57	2.6
じゅう器	914	0.2	30	1.3
医薬品・化粧品	38,465	8.5	198	8.9
農耕用品	657	0.1	9	0.4
燃料	14,788	3.3	52	2.3
書籍・文房具	15,152	3.3	120	5.4
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器	6,228	1.4	52	2.3
写真機・時計・眼鏡	5,932	1.3	52	2.3
他に分類されない	28,243	6.2	238	10.7
無店舗小売業	21,471	4.7	58	2.6
通信販売・訪問販売	17,009	3.8	44	2.0
自動販売機による	2,774	0.6	6	0.3
その他の無店舗	1,688	0.4	8	0.4

図表 28 産業小分類別の年間商品販売額構成比（県内主要都市・東京都東部）

	船橋市	千葉県及び県内主要都市						東京都東部		
		千葉県	千葉市	市川市	松戸市	柏市	習志野市	葛飾区	江戸川区	墨田区
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
各種商品	16.7	11.8	17.3	8.6	13.4	16.5	18.7	12.0	7.1	5.0
百貨店、総合スーパー	-	11.6	17.2	8.6	13.4	16.3	18.7	-	-	-
その他の各種商品	-	0.2	0.1	-	-	0.2	-	-	-	-
織物・衣服・身の回り品小売業	8.5	6.1	6.1	4.8	4.3	9.7	4.1	4.6	5.0	14.3
呉服・服地・寝具	0.3	0.3	0.2	0.3	0.4	0.4	0.1	0.2	0.3	0.3
男子服	0.8	0.9	1.1	1.1	0.7	0.9	0.7	0.6	0.6	1.3
婦人・子供服	4.5	3.2	2.9	2.0	2.2	5.3	2.1	2.3	2.0	3.8
靴・履物	0.9	0.5	0.5	0.7	0.4	0.6	0.7	0.2	0.4	0.6
その他の織物・衣服・身の回り品	1.9	1.1	1.3	0.7	0.7	2.5	0.5	1.3	1.6	8.4
飲食品	31.2	30.0	23.6	32.6	34.3	26.7	24.5	34.6	36.2	29.3
各種食料品	17.3	15.1	11.4	17.3	21.2	14.1	10.9	18.6	19.5	10.7
野菜・果実	0.9	0.8	0.6	0.7	0.5	1.7	0.8	1.2	0.6	0.7
食肉	0.6	0.3	0.3	0.4	0.3	0.2	0.4	0.7	0.6	0.5
鮮魚	0.5	0.7	0.6	0.4	0.4	1.4	0.2	0.7	0.4	0.8
酒	1.8	1.2	1.1	0.6	1.1	0.9	0.3	1.1	1.9	1.6
菓子・パン	1.2	1.2	1.1	1.4	1.6	1.0	1.2	2.2	1.2	2.1
その他の飲食品	8.9	10.7	8.5	11.8	9.3	7.5	10.7	10.2	12.0	12.9
機械器具	13.9	17.1	21.2	15.7	15.7	17.4	13.9	18.0	18.0	15.0
自動車	6.8	9.9	14.0	7.6	9.2	8.5	2.2	12.7	13.4	5.6
自転車	0.3	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	0.1
機械器具	6.9	7.1	7.1	7.9	6.2	8.8	11.5	5.0	4.4	9.3
その他の	24.9	29.9	24.8	29.4	27.1	22.9	30.2	27.1	28.1	20.6
家具・建具・畳	0.6	0.8	0.7	0.7	1.0	1.0	2.9	0.4	0.4	0.9
じゅう器	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	-	0.5	0.4	0.4
医薬品・化粧品	8.5	7.8	7.5	8.2	10.2	6.6	6.4	12.9	9.0	6.1
農耕用品	0.1	0.8	0.0	0.3	0.1	0.3	-	-	-	-
燃料	3.3	7.9	6.9	6.1	5.1	4.7	3.7	4.5	6.5	4.4
書籍・文房具	3.3	2.7	1.9	3.2	3.0	2.9	2.8	3.1	2.9	2.1
スポーツ用品・玩具・娯楽用品・楽器	1.4	1.6	1.6	1.9	1.7	2.0	2.9	1.0	1.5	0.8
写真機・時計・眼鏡	1.3	0.9	0.8	1.2	0.6	0.6	1.1	0.9	0.6	0.7
他に分類されない	6.2	7.2	5.1	7.6	5.3	4.8	10.5	3.7	-	-
無店舗	4.7	5.2	7.0	9.0	5.2	6.7	8.6	3.7	5.6	15.8
通信販売・訪問販売	3.8	3.7	4.9	7.3	3.6	4.4	4.7	2.0	4.4	14.5
自動販売機による	0.6	1.2	1.3	1.6	1.5	1.8	3.9	1.4	1.0	1.1
その他の無店舗	0.4	0.3	0.7	0.1	0.1	0.5	-	0.3	0.1	0.3

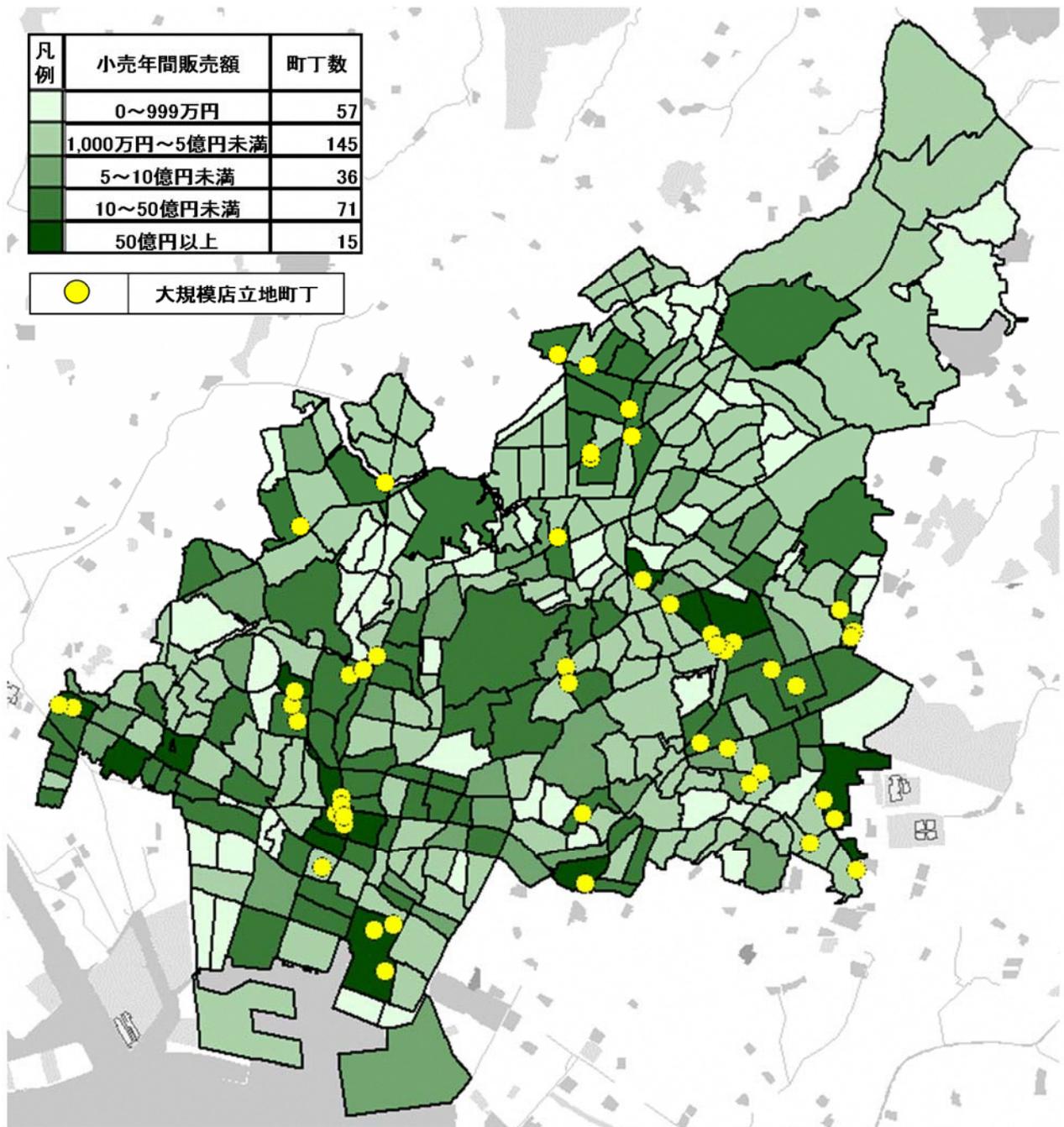
(注)「百貨店、総合スーパー」は、集計結果をそのまま公表すると個々の報告書の秘密が漏れるおそれがあるため該当数値を秘匿している。

c. 小地域別

年間商品販売額は、事業所の集積が大きい地域で多くなっている（図表 29）。また、大規模店が立地している地域の販売額が大きいことがみてとれる。

一方、西船橋駅前のように大規模店は立地していないが、事業所の集積が高いことにより年間販売額が大きい地域もみられる。

図表 29 町丁別の小売年間販売額と大規模店立地状況

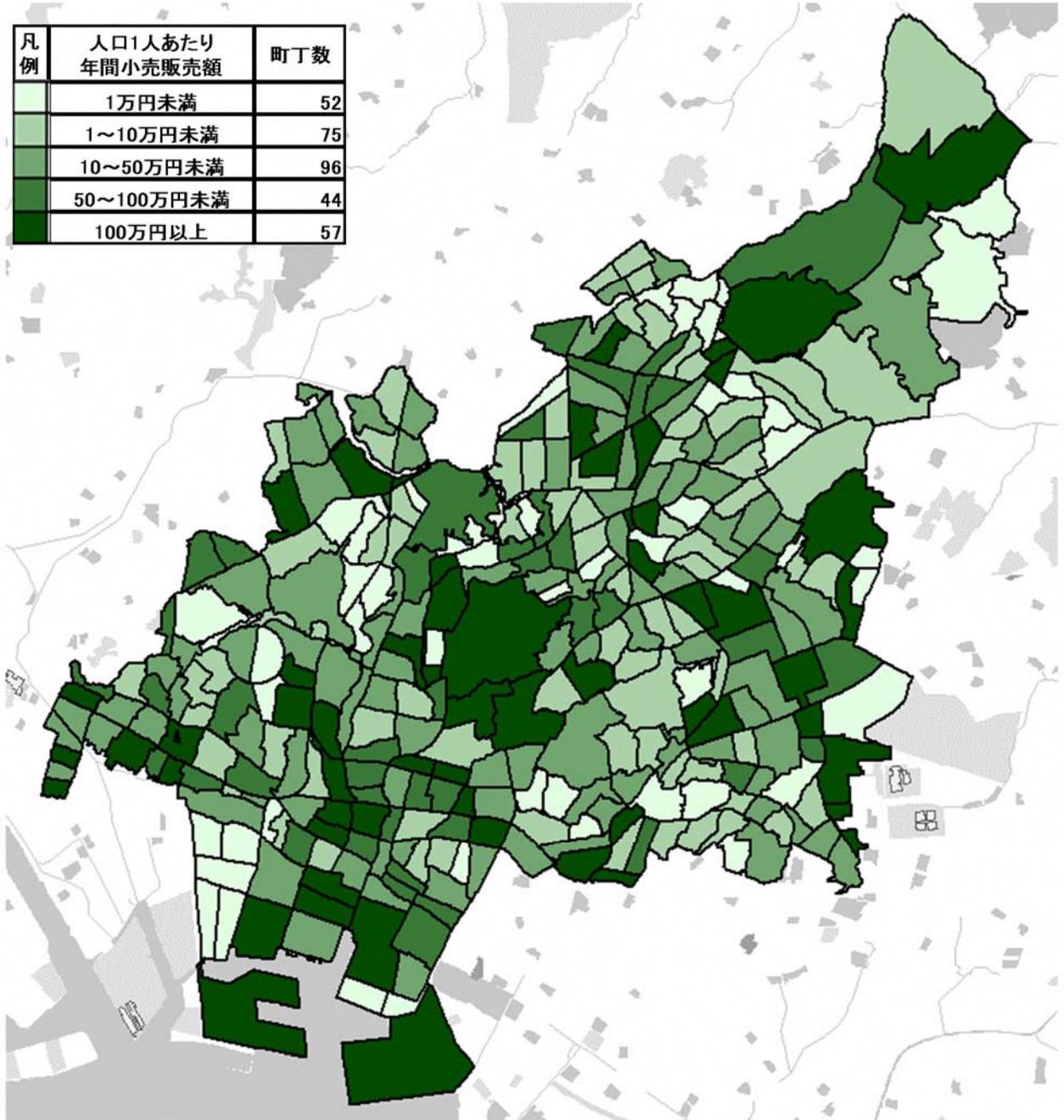


d. 人口あたり年間販売額

人口1人あたりの年間商品販売額で地域別の人口集積と年間商品販売額との関係を見ると、市内北部の「大穴地区」、東部の「前原地区」、西部の「海神地区」などで少なくなっている(図表30)。

図表 30 人口1人あたり年間小売販売額

凡例	人口1人あたり 年間小売販売額	町丁数
	1万円未満	52
	1～10万円未満	75
	10～50万円未満	96
	50～100万円未満	44
	100万円以上	57



2) 販売効率

本市小売業の店舗生産性（1事業所当たり年間販売額）は2億312万円と、県内主要都市のなかでは、柏市（2億4,309万円）、千葉市（2億3,331万円）に次ぐ水準となっている（図表31）。

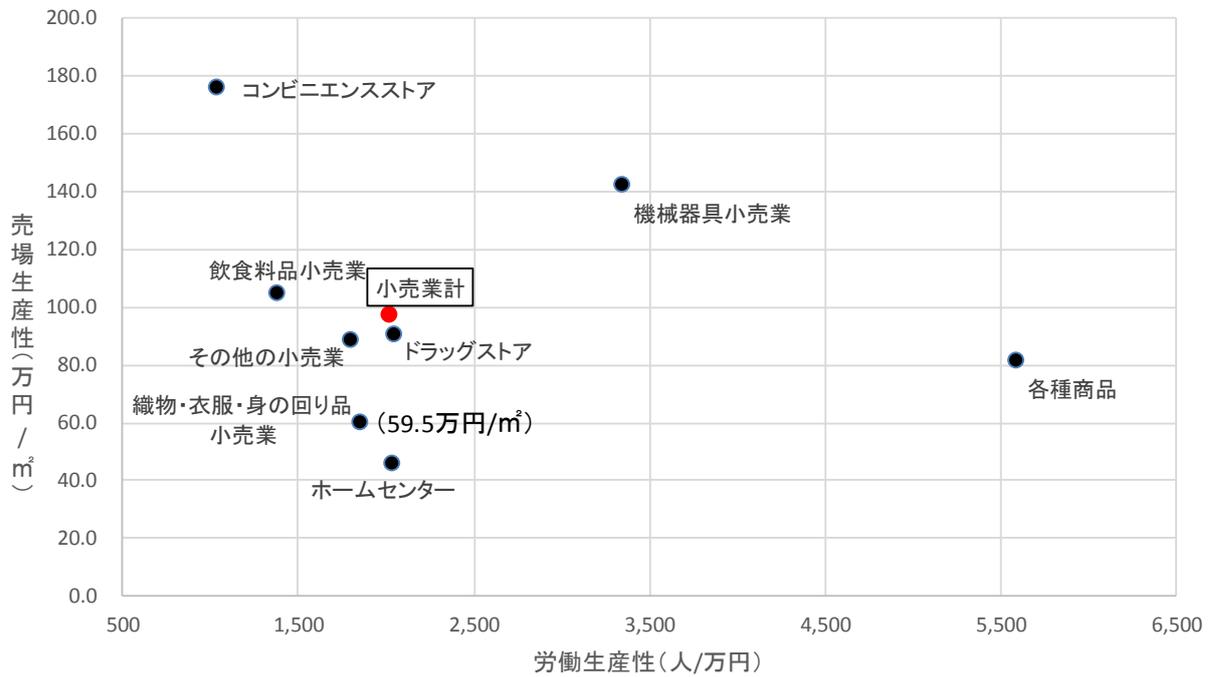
労働生産性（従業者1人当たりの年間販売額）は2,024万円と、主要都市では、柏市（2,266万円）、千葉市（2,265万円）に次ぐ水準に位置している。

売場生産性（売場面積1㎡当たり年間販売額）は、97.3万円と、主要都市では最も高い水準にある。本市の「織物・衣服・身の回り品小売業」の売場生産性が59.5万円（県平均は38.3万円）となるなど、産業中分類の全業種で千葉県平均を上回っている（図表32、33）。

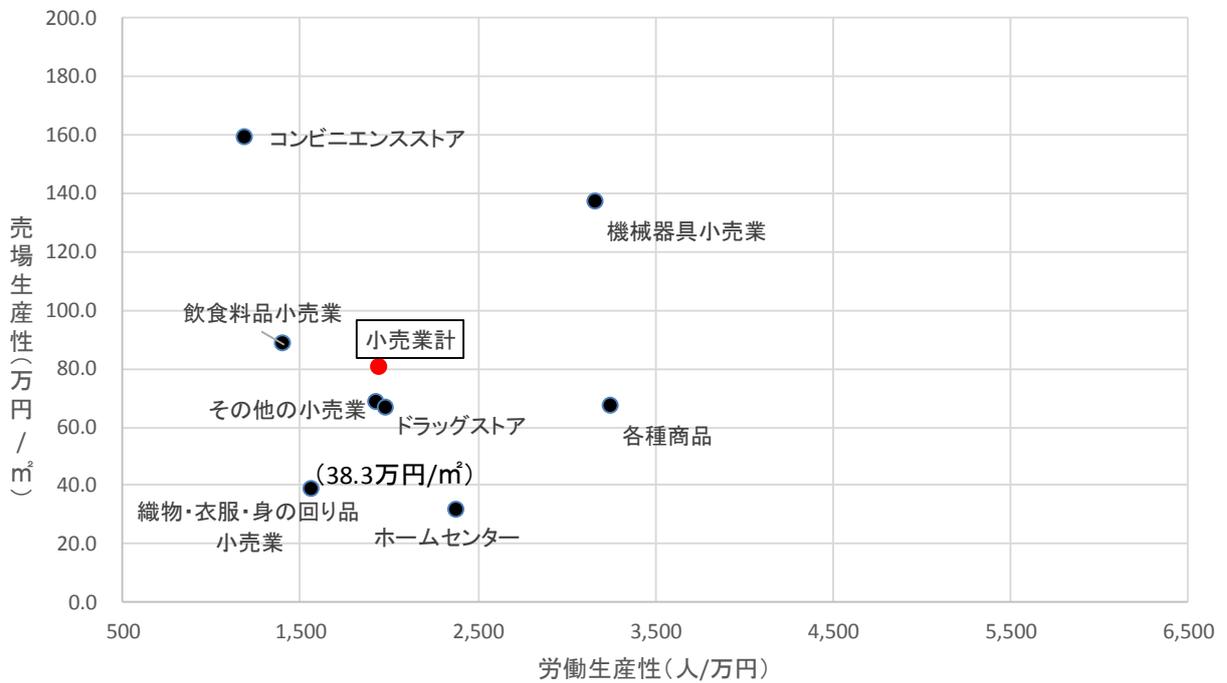
図表 31 販売効率指標

		店舗生産性 (万円/事業所)	労働生産性 (万円/人)	売場生産性 (万円/㎡)	【参考】 年間商品 販売額 (百万円)
千葉県		17,036	1,951	80.6	4,778,886
船橋市		20,312	2,024	97.3	452,751
主要都市	千葉市	23,331	2,265	92.7	862,307
	市川市	15,876	1,798	91.1	271,159
	松戸市	15,998	1,804	86.7	298,052
	柏市	24,309	2,266	87.3	395,987
隣接市	習志野市	26,444	2,097	76.0	151,526
	八千代市	19,290	1,827	73.4	139,082
	白井市	9,737	745	41.4	48,005
	鎌ヶ谷市	16,212	1,682	75.1	62,740
	市川市	15,876	1,798	91.1	271,159
東京都東部	江戸川区	15,614	1,898	108.4	389,252
	葛飾区	11,141	1,716	113.3	263,153
	墨田区	13,823	2,099	114.3	223,521

図表 32 船橋市の産業中分類別の労働生産性及び売場生産性の散布図



図表 33 千葉県の産業中分類別の労働生産性及び売場生産性の散布図



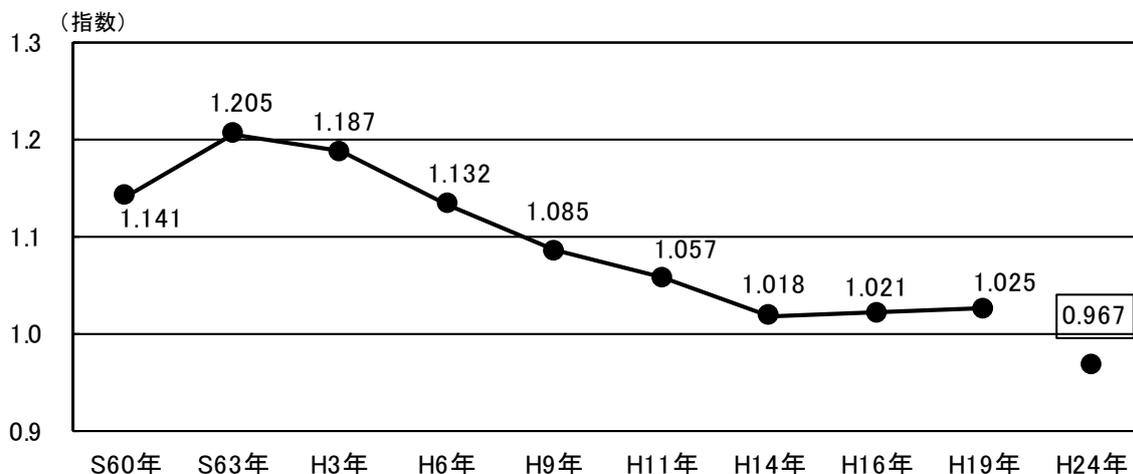
3) 小売中心地性（顧客流出入比率）

本市の平成24年の小売中心地性（指数）^(注3)は0.967であり、市内行政人口の3.3%相当の消費需要が市外に流出する顧客流出型の都市となっている（図表34）。

業種別（産業中分類）の小売中心地性をみると、百貨店やスーパーが分類される「各種商品小売業」が1.37と最も高く、次いで、「織物・衣服・身の回り品小売業」（1.34）、「飲食料小売業」（1.01）となっている（図表35）。これら3業種は小売中心地性が『1』を超えており、市外から購買力を吸引している。一方、「機械器具小売業」（0.79）、「その他小売業」（0.81）、「無店舗小売業」（0.88）は『1』に満たず、市内の購買力を市外へ流出させている。産業小分類別でみると、販売額の多い部門では「婦人・子供服小売業」（1.34）、「各種食料品小売業」（1.11）などが高い一方、「燃料小売業」（0.40）、「自動車小売業」（0.66）、「その他の飲食料品小売業」（0.81）等で低くなっている。

市町村別に小売中心地性をみると、船橋市は0.97で54市町村中20位の顧客流出型となっている（図表36）。なお、県内では、「成田市」が1.69で最も高く、次いで「館山市（1.40）」、「印西市（1.40）」の順となっており、県内54市町村のうち17市町村が『1』を超えて顧客流入型となっている。隣接市では、「習志野市（1.21）」、「白井市（1.01）」が顧客流入型となっている。

図表 34 船橋市/小売中心地性の推移



(注)1.出所:平成19年までは商業統計、平成24年は経済センサス活動調査。

2.平成24年の経済センサスと平成19までの商業統計は、集計方法が異なるため直接比較は出来ない。

(注3) 小売中心地性とは、小売吸引力の指標である顧客流入比率を指数化して表した数値である。小売中心地性は下式によってもとめられ、『1』を超えていれば顧客流入型（市外から購買力が流入・吸引している）、『1』に満たなければ顧客流出型（市内購買力が市外へ流出している）と判断することができる。

・小売中心地性（指数）＝商業人口／行政人口

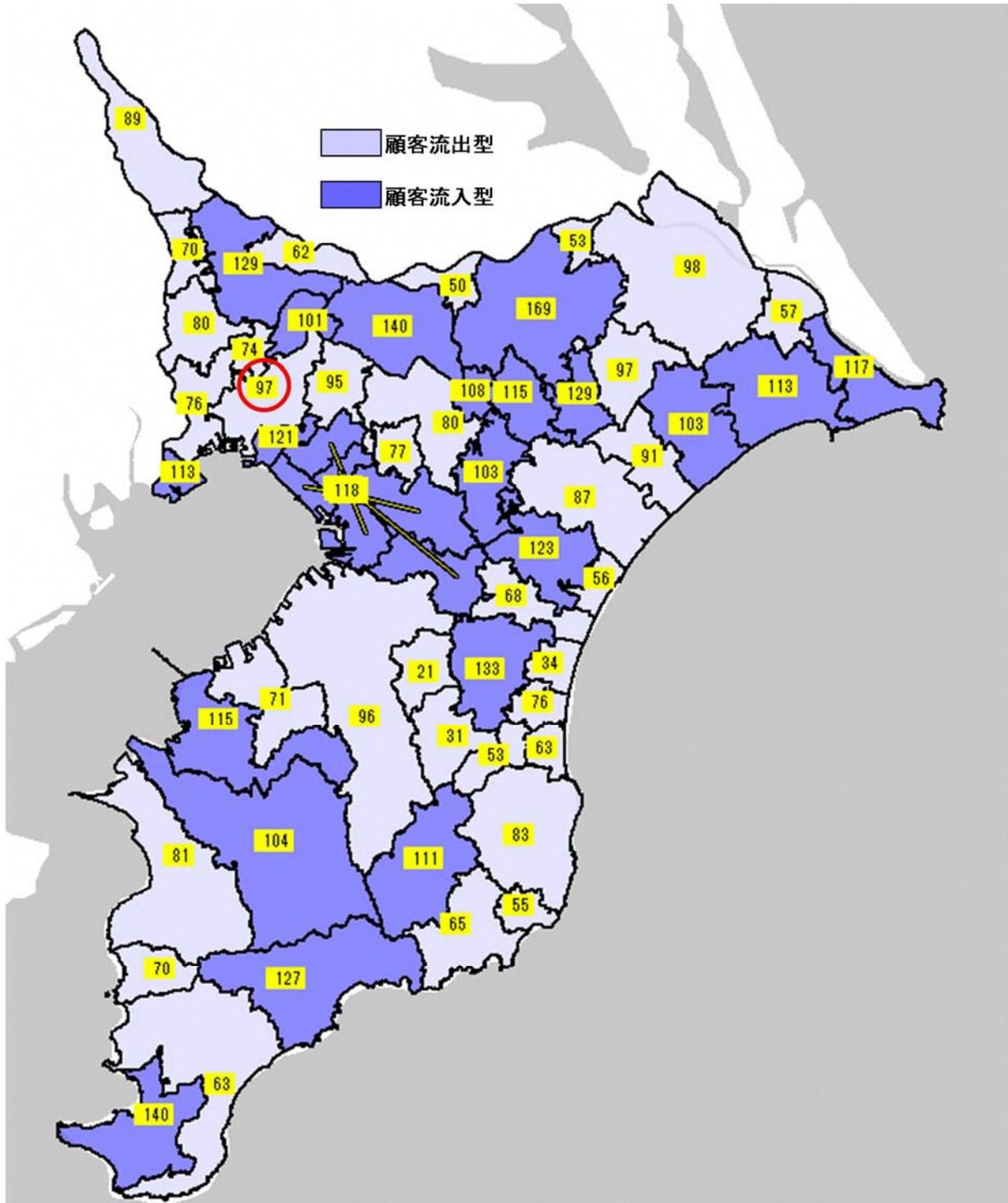
・商業人口（人）＝船橋市の小売年間販売額／千葉県民1人当たりの小売年間販売額

図表 35 産業分類別の小売中心地性

	千葉県 小売年間 販売額 構成比	小売中心地性					
		船橋市	千葉市	柏市	松戸市	市川市	習志野市
小売業合計	100.0	0.97	1.18	1.29	0.80	0.76	1.21
各種商品小売業	11.8	1.37	1.74	1.80	0.92	0.56	1.93
百貨店、総合スーパー	11.6	X	1.76	1.81	0.93	0.56	1.95
その他の各種商品小売業	0.2	X	0.92	1.68	X	X	X
織物・衣服・身の回り品小売業	6.1	1.34	1.18	2.04	0.57	0.60	0.81
呉服・服地・寝具小売業	0.3	0.94	0.89	1.40	1.03	0.72	0.33
男子服小売業	0.9	0.90	1.42	1.24	0.62	0.94	0.89
婦人・子供服小売業	3.2	1.34	1.07	2.13	0.55	0.46	0.78
靴・履物小売業	0.5	1.58	1.16	1.41	0.52	0.94	1.65
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	1.1	1.68	1.40	2.91	0.48	0.51	0.55
飲食品小売業	30.0	1.01	0.93	1.15	0.92	0.83	0.99
各種食料品小売業	15.1	1.11	0.89	1.20	1.12	0.87	0.87
野菜・果実小売業	0.8	1.13	0.93	2.70	0.48	0.70	1.14
食肉小売業	0.3	1.58	1.10	0.58	0.74	0.86	1.48
鮮魚小売業	0.7	0.66	1.10	2.69	0.46	0.48	0.42
酒小売業	1.2	1.51	1.09	1.03	0.74	0.37	0.34
菓子・パン小売業	1.2	1.00	1.09	1.09	1.06	0.86	1.18
その他の飲食品小売業	10.7	0.81	0.94	0.90	0.70	0.85	1.22
機械器具小売業	17.1	0.79	1.47	1.31	0.74	0.70	0.99
自動車小売業	9.9	0.66	1.67	1.11	0.75	0.59	0.27
自転車小売業	0.1	1.84	1.11	1.26	1.22	0.86	1.46
機械器具小売業	7.1	0.95	1.20	1.60	0.71	0.85	1.97
その他の小売業	29.9	0.81	0.98	0.99	0.73	0.75	1.22
家具・建具・畳小売業	0.8	0.70	1.08	1.69	1.04	0.68	4.44
じゅう器小売業	0.2	0.94	1.07	0.98	0.62	0.72	X
医薬品・化粧品小売業	7.8	1.05	1.15	1.08	1.05	0.80	0.99
農耕用品小売業	0.8	0.17	0.06	0.40	0.08	0.26	X
燃料小売業	7.9	0.40	1.03	0.76	0.52	0.58	0.56
書籍・文房具小売業	2.7	1.21	0.85	1.40	0.91	0.92	1.28
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	1.6	0.82	1.14	1.58	0.84	0.87	2.14
写真機・時計・眼鏡小売業	0.9	1.45	1.14	0.83	0.51	1.07	1.50
他に分類されない小売業	7.2	0.84	0.84	0.85	0.60	0.80	1.77
無店舗小売業	5.2	0.88	1.58	1.66	0.80	1.31	2.00
通信販売・訪問販売小売業	3.7	0.98	1.57	1.50	0.77	1.49	1.51
自動販売機による小売業	1.2	0.49	1.30	1.94	0.97	1.00	3.97
その他の無店舗小売業	0.3	1.25	2.88	2.44	0.40	0.21	X

(注)「百貨店、総合スーパー」、「その他の各種商品」小売業は事業所数が少なく数値が秘匿されている。

図表 36 県内市町村の小売中心地性



(注)本表では、小売中心地性が『100』を超えていれば顧客流入型(市外から購買力が流入・吸引)、
『100』に満たなければ顧客流出型(市内購買力が市外へ流出)とする。

(参 考)

船橋市では、前述のとおり「自動車小売業」および「燃料小売業」の年間販売額が少ない。

船橋市の平成24年3月末時点における自家用乗用車保有（登録）台数は、161,088台であり、1世帯当たりの保有台数は0.599台となっている。1世帯当たりの保有台数は、県平均（0.768台）、千葉市（0.760台）、柏市（0.705台）、県市部平均（0.727台）に比べ低くなっており、保有率の低さが「自動車」や「燃料」での年間販売額の少なさに繋がっていると思われる。

なお、同2業種を除いた場合の小売中心地性は1.06となり、他市から購買力を流入出来ている（図表37）。

図表 37 「自動車小売業」および「燃料小売業」を除いた小売中心地性（参考）

	千葉県 小売年間 販売額 構成比	小売中心地性					
		船橋市	千葉市	柏市	松戸市	市川市	習志野市
小売業合計	100.0	1.06	1.14	1.36	0.84	0.80	1.39
各種商品小売業	14.3	1.37	1.74	1.80	0.92	0.56	1.93
百貨店、総合スーパー	14.1	X	1.76	1.81	0.93	0.56	1.95
その他の各種商品小売業	0.2	X	0.92	1.68	X	X	X
織物・衣服・身の回り品小売業	7.4	1.34	1.18	2.04	0.57	0.60	0.81
呉服・服地・寝具小売業	0.4	0.94	0.89	1.40	1.03	0.72	0.33
男子服小売業	1.1	0.90	1.42	1.24	0.62	0.94	0.89
婦人・子供服小売業	3.9	1.34	1.07	2.13	0.55	0.46	0.78
靴・履物小売業	0.7	1.58	1.16	1.41	0.52	0.94	1.65
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	1.4	1.68	1.40	2.91	0.48	0.51	0.55
飲食料品小売業	36.5	1.01	0.93	1.15	0.92	0.83	0.99
各種食料品小売業	18.4	1.11	0.89	1.20	1.12	0.87	0.87
野菜・果実小売業	1.0	1.13	0.93	2.70	0.48	0.70	1.14
食肉小売業	0.4	1.58	1.10	0.58	0.74	0.86	1.48
鮮魚小売業	0.8	0.66	1.10	2.69	0.46	0.48	0.42
酒小売業	1.4	1.51	1.09	1.03	0.74	0.37	0.34
菓子・パン小売業	1.5	1.00	1.09	1.09	1.06	0.86	1.18
その他の飲食料品小売業	13.0	0.81	0.94	0.90	0.70	0.85	1.22
機械器具小売業	8.8	0.97	1.19	1.59	0.72	0.85	1.96
自転車小売業	0.2	1.84	1.11	1.26	1.22	0.86	1.46
機械器具小売業	8.6	0.95	1.20	1.60	0.71	0.85	1.97
その他の小売業	26.7	0.96	0.97	1.07	0.81	0.81	1.46
家具・建具・畳小売業	0.9	0.70	1.08	1.69	1.04	0.68	4.44
じゅう器小売業	0.3	0.94	1.07	0.98	0.62	0.72	X
医薬品・化粧品小売業	9.5	1.05	1.15	1.08	1.05	0.80	0.99
農耕用品小売業	1.0	0.17	0.06	0.40	0.08	0.26	X
書籍・文房具小売業	3.3	1.21	0.85	1.40	0.91	0.92	1.28
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	2.0	0.82	1.14	1.58	0.84	0.87	2.14
写真機・時計・眼鏡小売業	1.1	1.45	1.14	0.83	0.51	1.07	1.50
他に分類されない小売業	8.7	0.84	0.84	0.85	0.60	0.80	1.77
無店舗小売業	6.3	0.88	1.58	1.66	0.80	1.31	2.00
通信販売・訪問販売小売業	4.5	0.98	1.57	1.50	0.77	1.49	1.51
自動販売機による小売業	1.5	0.49	1.30	1.94	0.97	1.00	3.97
その他の無店舗小売業	0.4	1.25	2.88	2.44	0.40	0.21	X

(注)「百貨店、総合スーパー」、「その他の各種商品小売業」は事業所数が少なく数値が秘匿されている。

⑤ 小売業同一事業所の時系列比較

平成 24 年度経済センサス活動調査での対象事業所のうち時系列比較^(注4)が可能な 1,456 事業所（回答企業の 65.3%）における平成 19 年調査との比較をみると、従業者数は 5 年間で 161 人減少（年平均：▲0.2%）となっている（図表 38）。年間商品販売額は 5 年間で 319 億円減少（同：▲2.0%）となっている。一方、売場面積は 5 年間で 18,922 m²増加（同：+1.3%）している。

年間商品販売額の増減を産業中分類でみると、「各種商品小売業」が▲153 億円（減少率▲16.8%）となっており、全体の減少額 319 億円の 47.9%を占めている（図表 39）。次いで、自動車や電気機械などが含まれる「機械器具小売業」が▲131 億円（同▲27.7%）で、この 2 業種で全体の減少額の約 9 割（89.0%）を占めている。一方、増加している業種（産業小分類）では、「飲食料品小売業」のうちコンビニエンスストアが含まれる「その他の飲食料品（同+13 億円）」、「その他の小売業」のうち「医薬品・化粧品（平成 19 年比+19 億円）」、原油価格の上昇^(注5)があった「燃料（同+11 億円）」などが増加している。

図表 38 時系列比較（概要）

		事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	売場面積 (㎡)	年間商品 販売額 (百万円)	年間販売額 (万円)
H24年(年間商品販売額対象事業所)【A】(注)		2,229	23,451	465,186	452,751	45,275,129
うち 同一事業所	H24年【B】	1,456	14,819	312,793	297,719	29,771,874
	H19年【C】	1,456	14,980	293,871	329,651	32,965,052
	H19年-H24年増減【B-C】	0	▲ 161	18,922	▲ 31,932	▲ 3,193,178
	年平均増減率(H19-H24)	0.0	▲ 0.2	1.3	▲ 2.0	▲ 2.0
	平成24年構成比【B/A】	65.3	63.2	67.2	65.8	65.8

(注)平成24年の数値は年間商品販売額の対象事業所のみ

(注4)「平成 24 年経済センサス活動調査」と平成 19 年までの「商業統計調査」では、事業所の把握方法（名簿）、調査対象、集計対象、集計時期の違いから、単純な時系列比較は出来ない。そのため、本調査では、時系列比較として、「平成 24 年経済センサス活動調査」と「平成 19 年商業統計調査」の両方を回答した事業所（以下「同一事業所」）について集計・分析する。

(注5) レギュラーガソリン県平均価格：平成 19 年（133 円/ℓ）→ 平成 24 年（143 円/ℓ）、

図表 39 時系列比較（同一事業所・産業中分類別）

	同一 事業所数	平成19年	平成24年		
		年間販売額 (百万円)	年間販売額 (百万円)	増減数 (百万円、 H19年比)	増減率(％、 H19年比)
小売業計	1,456	329,651	297,719	▲ 31,932	▲ 9.7
各種商品小売業	4	90,756	75,469	▲ 15,287	▲ 16.8
百貨店、総合スーパー	3	X	X	X	X
その他の各種商品	1	X	X	X	X
織物・衣服・身の回り品小売業	212	20,767	17,907	▲ 2,860	▲ 13.8
呉服・服地・寝具	21	1,174	937	▲ 237	▲ 20.2
男子服	30	3,031	2,625	▲ 406	▲ 13.4
婦人・子供服	88	9,471	9,305	▲ 167	▲ 1.8
靴・履物	23	1,672	1,758	85	5.1
その他の織物・衣服・身の回り品	50	5,419	3,283	▲ 2,136	▲ 39.4
飲食料品小売業	518	94,139	92,892	▲ 1,247	▲ 1.3
各種食料品	65	60,259	59,307	▲ 952	▲ 1.6
野菜・果実	38	2,513	2,209	▲ 304	▲ 12.1
食肉	22	1,259	1,389	130	10.3
鮮魚	12	690	167	▲ 523	▲ 75.8
酒	61	5,205	4,467	▲ 739	▲ 14.2
菓子・パン	91	2,812	2,618	▲ 194	▲ 6.9
その他の飲食料品	229	21,400	22,735	1,335	6.2
うちコンビニエンスストア(終日)	68	13,201	14,195	995	7.5
機械器具小売業	166	47,430	34,293	▲ 13,138	▲ 27.7
自動車	83	26,441	21,366	▲ 5,075	▲ 19.2
自転車	33	693	710	17	2.4
機械器具	50	20,296	12,217	▲ 8,079	▲ 39.8
その他の小売業	536	66,200	66,873	673	1.0
家具・建具・畳	42	1,601	1,503	▲ 98	▲ 6.1
じゅう器	21	590	474	▲ 116	▲ 19.7
医薬品・化粧品	124	22,822	24,762	1,939	8.5
農耕用品	7	848	504	▲ 344	▲ 40.6
燃料	42	9,733	10,864	1,131	11.6
書籍・文房具	80	8,819	9,067	248	2.8
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器	29	3,023	2,539	▲ 485	▲ 16.0
写真機・時計・眼鏡	37	4,758	3,895	▲ 863	▲ 18.1
他に分類されない	154	14,005	13,266	▲ 739	▲ 5.3
無店舗小売業	20	10,358	10,284	▲ 74	▲ 0.7
通信販売・訪問販売	11	9,160	8,940	▲ 220	▲ 2.4
自動販売機による	3	29	14	▲ 15	▲ 51.1
その他の無店舗	6	1,169	1,330	161	13.8

4) 中核市との比較分析

船橋市小売商業の環境、構造、成果・機能の現況と動向に関する各種の指標について、中核市との比較^(注6)^(注7)を行うことで、船橋市の小売業の水準及び特性を把握する。

① 環境関連指標

小売商業を取り巻く環境関連指標をみると、購買力に直結する人口は中核市で2番目に多くなっており（平成24年3月末時点、平成25年以降は船橋市の人口が最多）、人口増減率も中核市平均を上回っている（図表40）。

一方、昼夜間人口比率（昼間人口／夜間人口×100）は、中核市平均では100.1%となっているが、船橋市は首都圏のベッドタウンであることから、84.2%と低い水準にあり、通勤・通学による流出が多い都市である。産業別の就業者は、第2次産業の構成比がやや低く、その分、第3次産業の構成比が高くなっている。

人口1人あたり所得は、中核市平均を大きく上回っており、1人あたりの購買力は高い。

図表 40 中核市との環境指標の比較

指 標 名		年 次	単 位	船橋市の 水準値	中核市の 平均値
環 境 指 標	人口	平成24年	人	602,996	395,067
	人口	平成21年	人	590,943	393,639
	人口増減率	24／21年	%	0.68	0.12
	人口密度	平成22年	人／Km ²	7,112	2,143
	昼夜間人口比率	平成22年	%	84.2	100.1
	第2次産業就業者シェア	平成24年	%	16.9	21.2
	第3次産業就業者シェア	平成24年	%	83.0	78.4
	人口1人あたり所得	平成24年	千円	1,682	1,363

(注) 昼間人口とは、夜間（常住）人口から流出人口（当該都市外への通勤・通学人口）を差し引く流入人口（当該都市内への通勤・通学人口）を加えた人口をいう。

(注6) 中核市とは人口30万人以上の要件を満たす政令指定都市以外の規模や能力などが比較的大きな都市の事務権限を強化し、できる限り住民の身近なところで行政を行なうことができるようにした都市制度。平成26年9月現在で船橋市を含む国内43市が指定されている。

(注7) 中核市比較で使用するデータの出典資料は、以下の通り。同一資料による比較が望ましいことから、船橋市の一部データは他の章節のデータと異なる場合がある（人口の調査時点、大規模店舗数など）。

《出典資料一覧》人口関連：平成21・24年は「住民基本台帳人口総覧」（国土地理協会）一部、平成22年「国勢調査報告」（総務省）、市町村面積：「国勢調査報告」（総務省）、事業所関連：「平成24年経済センサス活動調査」（総務省）、所得関連：「個人所得指標」（JPS）、商業関連：「平成24年経済センサス活動調査」（総務省）、大規模小売店関連：「全国大型小売店総覧」（東洋経済新報社）

② 構造関連指標

小売業の事業所数（船橋市：2,229 事業所、中核市平均：2,372 事業所）は平均的、従業者数（同 22,373 人、17,560 人）・売場面積（同 465,186 m²、436,006 m²）の規模はやや大きいといえるが、人口との対比でみた集積度では、低い水準にある（人口 1 人当たり売場面積：同 0.771、1.110、図表 41）。

大規模店は 50 店と、店舗数自体は中核市平均（65 店）を下回っているが、大規模店の総店舗面積は 489,563 m²と中核市平均（335,042 m²）を大きく上回っており、船橋市は大規模店 1 店当たりの店舗規模が大きい。なお、人口千人当たり大規模店店舗面積は 811.9 m²と、平均的な水準（中核市平均 871.7 m²）にある。

図表 41 中核市との構造指標の比較

指 標 名		年 次	単 位	船橋市の 水準値	中核市の 平均値
構 造 指 標	事業所数(小売業計)	平成24年	事業所	2,229	2,372
	従業者数(小売業計)	平成24年	人	22,373	17,560
	売場面積(小売業計)	平成24年	m ²	465,186	436,006
	人口1人当たり売場面積(小売業計)	平成24年	m ² /人	0.771	1.110
	大規模店店舗数	平成24年	店	50	65
	大規模店店舗面積	平成24年	m ²	489,563	335,042
	人口千人当たり大規模店店舗面積	平成24年	m ² /千人	811.9	871.7

(注) 大規模店は、店舗面積 1,000 m²超、大規模店関連の時点は平成 24 年 6 月現在。

③ 成果・機能指標

成果指標をみると、年間販売額は4,528億円と、中核市平均（3,454億円）より高い水準にあり、売場生産性（売場面積1㎡当たり年間販売額[小売業計]）をみても97.3万円と、中核市平均（80.6万円）より高い水準にある（図表42）。

機能指標をみると、人口1人当たり年間販売額（小売業計）は平均をやや下回り、小売中心地性も中核市平均が「1.05」と周辺市町村から購買力を吸引するなか、船橋市では「0.97」と購買力が流出している。

また、人口1人当たり年間販売額を業種別にみると、百貨店や総合スーパーが含まれる「各種商品」や、「織物・衣服等」では高くなっているが、その他の業種では平均以下となっている。

図表 42 中核市との成果・機能指標の比較

指 標 名		年 次	単 位	船橋市の 水準値	中核市の 平均値
成 果 ・ 機 能 指 標	年間販売額(小売業計)	平成24年	百万円	452,751	345,439
	売場面積当たり販売額(小売業計)	平成24年	万円/㎡	97.3	80.6
	〃 (各種商品)	平成24年	万円/㎡	81.3	54.8
	〃 (織物・衣服等)	平成24年	万円/㎡	59.5	40.4
	〃 (飲食料品)	平成24年	万円/㎡	104.5	86.7
	〃 (機械器具)	平成24年	万円/㎡	142.1	157.5
	〃 (その他)	平成24年	万円/㎡	88.2	69.4
	〃 (無店舗)	平成24年	万円/㎡	-	-
	人口1人当たり販売額(小売業計)	平成24年	万円/人	75.1	87.8
	〃 (各種商品)	平成24年	万円/人	12.5	9.1
	〃 (織物・衣服等)	平成24年	万円/人	6.3	6.0
	〃 (飲食料品)	平成24年	万円/人	23.4	24.0
	〃 (機械器具)	平成24年	万円/人	10.5	17.1
	〃 (その他)	平成24年	万円/人	18.7	26.4
	〃 (無店舗)	平成24年	万円/人	3.6	4.3
	商業人口	平成24年	人	582,425	411,922
	小売中心地性	平成24年	指数	0.97	1.05

④ 考 察

中核市との比較からみてきた船橋市小売商業の現況と動向について、整理すると(図表 43、44)、

a. 良好なマーケットを有している

- ・ 環境面については、人口は中核市で2番目に多く(平成24年3月末時点)、さらに増加率も高い水準にあることから、良好な環境にあるといえる。

b. 購買力が流出超となっている

- ・ 小売中心地性は、中核市平均が周辺市町村から購買力を吸引するなか、船橋市では購買力が流出しており、人口増加に伴うマーケット拡大を市内で吸収できていない状況にある。

c. ららぽーとTOKYO-BAYに代表される大規模店の存在が際立っている

- ・ 構造面では、事業所数は平均的、従業者数・売場面積といった小売業の規模は大きいといえるが、人口一人当たり売り場面積では、低い水準にある。
- ・ 大規模店に関しては、店舗数自体は平均を下回っているが、大規模店の総店舗面積では大きく上回っており、船橋市は大規模店1店当たりの店舗規模が大きい。なお、人口千人当たり大規模店店舗面積は、平均的な水準にある。
- ・ 成果面については、年間販売額、売場生産性ともに中核市平均を上回っており、特に「各種商品小売業」の水準が高い。

図表 43 中核市との比較(まとめ)

中核市平均より高い水準にある指標	単 位	船橋市の 水準値	中核市平均	中核市平均
			=100	
人口	人	602,996	152.6	395,067
人口密度	人/Km ²	7,112	331.9	2,143
人口1人当たり所得	千円	1,682	123.4	1,363
従業者数(小売業計)	人	22,373	127.4	17,560
大規模店店舗面積	m ²	489,563	146.1	335,042
年間販売額(小売業計)	百万円	452,751	131.1	345,439
売場面積当たり販売額(小売業計)	万円/m ²	97.3	120.8	80.6
〃 (各種商品)	万円/m ²	81.3	148.5	54.8
〃 (織物・衣服等)	万円/m ²	59.5	147.3	40.4
〃 (飲食料品)	万円/m ²	104.5	120.4	86.7
〃 (その他)	万円/m ²	88.2	127.0	69.4
人口1人当たり販売額(各種商品)	万円/人	12.5	137.3	9.1
商業人口	人	582,425	141.4	411,922

中核市平均より低い水準にある指標	単 位	船橋市の 水準値	中核市平均	中核市平均
			=100	
昼夜間人口比率	%	84.2	84.1	100.1
人口1人当たり売場面積(小売業計)	m ² /人	0.771	69.5	1.110
〃 (機械器具)	m ² /人	10.5	61.1	17.1
〃 (その他)	m ² /人	18.7	70.8	26.4

図表 44 中核市の上位 10 都市（部門別）

《人口》

順位	都市名	人口 (H24.3末)
1位	鹿児島市	605,120
2位	船橋市	602,996
3位	姫路市	533,832
4位	松山市	514,780
5位	宇都宮市	507,561
6位	東大阪市	486,260
7位	倉敷市	476,444
8位	大分市	472,942
9位	西宮市	472,650
10位	福山市	465,391
∴	∴	
21位	柏市	396,251

(注)平成25年以降は船橋市が最多

《行政区域面積》

順位	都市名	行政区域 面積 (km ²)
1位	富山市	1241.9
2位	いわき市	1231.4
3位	豊田市	918.5
4位	秋田市	905.7
5位	盛岡市	886.5
6位	長野市	834.9
7位	青森市	824.6
8位	郡山市	757.1
9位	旭川市	747.6
10位	下関市	716.2
∴	∴	
33位	柏市	114.9
∴	∴	
38位	船橋市	85.6

《事業所数》

順位	都市名	事業所数
1位	鹿児島市	3,971
2位	姫路市	3,504
3位	金沢市	3,227
4位	長崎市	3,191
5位	福山市	3,126
6位	富山市	3,084
7位	岐阜市	3,019
8位	宇都宮市	2,907
9位	東大阪市	2,892
10位	松山市	2,815
∴	∴	
23位	船橋市	2,229
∴	∴	
39位	柏市	1,629

《従業者数》

順位	都市名	従業者数 (人)
1位	鹿児島市	29,124
2位	姫路市	24,277
3位	宇都宮市	23,595
4位	船橋市	22,373
5位	松山市	22,351
6位	大分市	22,215
7位	高松市	21,683
8位	金沢市	21,536
9位	福山市	20,690
10位	宮崎市	20,596
∴	∴	
21位	柏市	17,472

《小売年間商品販売額》

順位	都市名	年間商品 販売額 (百万円)
1位	宇都宮市	552,941
2位	鹿児島市	540,380
3位	金沢市	465,987
4位	船橋市	452,751
5位	姫路市	449,084
6位	松山市	448,679
7位	高松市	444,230
8位	大分市	429,242
9位	富山市	413,977
10位	福山市	396,212
11位	柏市	395,987

《売場面積》

順位	都市名	売場面積 (m ²)
1位	宇都宮市	693,918
2位	姫路市	650,813
3位	高松市	613,550
4位	倉敷市	597,158
5位	金沢市	594,915
6位	鹿児島市	589,113
7位	大分市	583,316
8位	福山市	570,654
9位	松山市	548,139
10位	富山市	547,366
∴	∴	
15位	船橋市	465,186
∴	∴	
18位	柏市	453,708

(2) 卸売業の現況と動向

1) 卸売業の概況

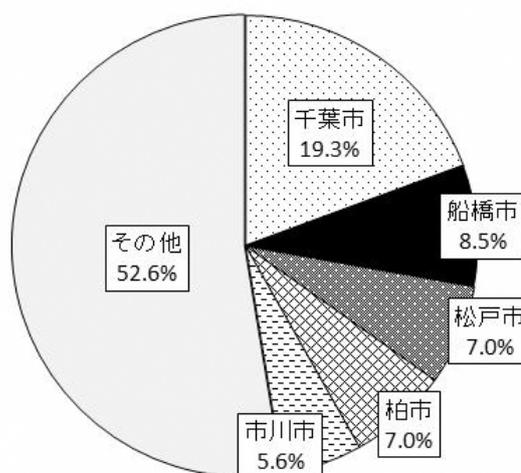
① 事業所数

a. 全体

平成24年経済センサスによると、船橋市における卸売業の事業所数は920事業所で、千葉市(2,096事業所)に次いで県内2位(構成比8.5%)となっている(図表45)。

平成21年経済センサスと比べると、10.1%(103事業所)減少しており、その減少率は、千葉県全体の減少率(8.3%)に比べ高水準となっている(図表46)。

図表 45 千葉県の卸売業の事業所数



図表 46 卸売業の事業所数

単位(事業所、%)

		平成19年 (注)	平成21年	平成24年	増減数 (H21年比)	増減率 (H21年比)
千葉県		8,993	11,812	10,837	▲ 975	▲ 8.3
船橋市		773	1,023	920	▲ 103	▲ 10.1
県内構成比		8.6	8.7	8.5	-	-
主要都市	千葉市	1,692	2,296	2,096	▲ 200	▲ 8.7
	松戸市	608	791	764	▲ 27	▲ 3.4
	柏市	626	856	757	▲ 99	▲ 11.6
隣接市	習志野市	138	206	179	▲ 27	▲ 13.1
	八千代市	196	263	232	▲ 31	▲ 11.8
	白井市	58	116	100	▲ 16	▲ 13.8
	鎌ヶ谷市	77	125	104	▲ 21	▲ 16.8
	市川市	405	659	602	▲ 57	▲ 8.6
東京都	江戸川区	1,194	1,586	1,004	▲ 582	▲ 36.7
	葛飾区	934	1,209	830	▲ 379	▲ 31.3
	墨田区	2,084	2,406	1,481	▲ 925	▲ 38.4

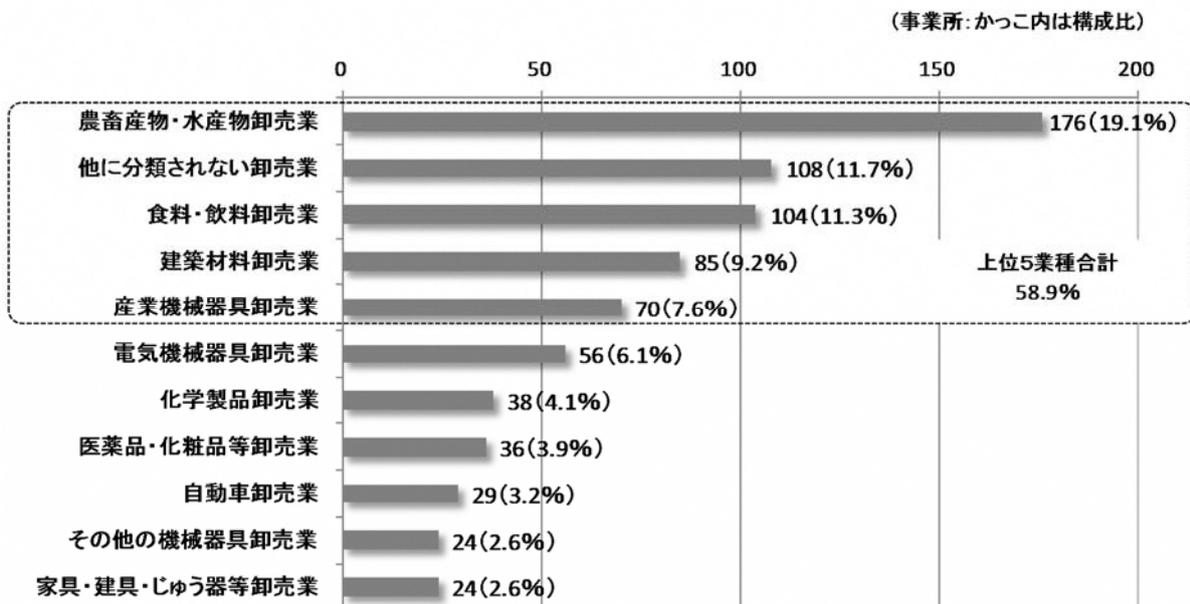
(注)平成19年は商業統計の数値であり、平成21年以降の経済センサスとは集計方法が異なるため直接比較は出来ない。

b. 産業分類別

事業所数を産業小分類別にみると、「農畜産物・水産物卸売業」が176事業所(構成比19.1%)で最も多く、次いで「他に分類されない卸売業」が108事業所(同11.7%)、「食料・飲料卸売業」が104事業所(同11.3%)となっており、これら上位5業種で卸売業全体の58.9%を占めている(図表47)。

平成21年との比較(10事業所以下及び業種が明確に特定出来ないものは除く)では、「自動車卸売業」が同▲35.6%と減少率が最も大きくなっており、次いで、「その他の機械器具卸売業(同▲33.3%)」、「産業機械器具卸売業(同▲32.7%)」となっている(図表48)。一方、増加率では「化学製品卸売業」が同+26.7%で最も大きく、次いで、「農畜産物・水産物卸売業(同+4.8%)」、「電気機械器具卸売業(同+1.8%)」となっている。

図表 47 卸売業の産業小分類別事業所数(上位10産業)



図表 48 産業小分類別の事業所数

(単位:事業所、%)

	平成21年		平成24年			
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	増減数 (H21年比)	増減率 (H21年比)
卸売業	1,023	100.0	920	100.0	▲ 103	▲ 10.1
各種商品卸売業	2	0.2	6	0.7	4	200.0
各種商品卸売業	2	0.2	6	0.7	4	200.0
繊維・衣服等卸売業	53	5.2	48	5.2	▲ 5	▲ 9.4
管理, 補助的経済活動を行う事業所	3	0.3	1	0.1	▲ 2	▲ 66.7
繊維品卸売業	6	0.6	7	0.8	1	16.7
衣服卸売業	25	2.4	21	2.3	▲ 4	▲ 16.0
身の回り品卸売業	19	1.9	19	2.1	0	0.0
飲食料品卸売業	308	30.1	289	31.4	▲ 19	▲ 6.2
管理, 補助的経済活動を行う事業所	11	1.1	9	1.0	▲ 2	▲ 18.2
農畜産物・水産物卸売業	168	16.4	176	19.1	8	4.8
食料・飲料卸売業	129	12.6	104	11.3	▲ 25	▲ 19.4
建築材料, 鉱物・金属材料等卸売業	202	19.7	185	20.1	▲ 17	▲ 8.4
管理, 補助的経済活動を行う事業所	2	0.2	1	0.1	▲ 1	▲ 50.0
建築材料卸売業	97	9.5	85	9.2	▲ 12	▲ 12.4
化学製品卸売業	30	2.9	38	4.1	8	26.7
石油・鉱物卸売業	13	1.3	8	0.9	▲ 5	▲ 38.5
鉄鋼製品卸売業	30	2.9	22	2.4	▲ 8	▲ 26.7
非鉄金属卸売業	1	0.1	9	1.0	8	800.0
再生資源卸売業	29	2.8	22	2.4	▲ 7	▲ 24.1
機械器具卸売業	241	23.6	183	19.9	▲ 58	▲ 24.1
管理, 補助的経済活動を行う事業所	1	0.1	4	0.4	3	300.0
産業機械器具卸売業	104	10.2	70	7.6	▲ 34	▲ 32.7
自動車卸売業	45	4.4	29	3.2	▲ 16	▲ 35.6
電気機械器具卸売業	55	5.4	56	6.1	1	1.8
その他の機械器具卸売業	36	3.5	24	2.6	▲ 12	▲ 33.3
その他の卸売業	217	21.2	185	20.1	▲ 32	▲ 14.7
管理, 補助的経済活動を行う事業所	9	0.9	6	0.7	▲ 3	▲ 33.3
家具・建具・じゅう器等卸売業	34	3.3	24	2.6	▲ 10	▲ 29.4
医薬品・化粧品等卸売業	52	5.1	36	3.9	▲ 16	▲ 30.8
紙・紙製品卸売業	12	1.2	11	1.2	▲ 1	▲ 8.3
他に分類されない卸売業	110	10.8	108	11.7	▲ 2	▲ 1.8

(注) 格付け不能分は非掲載。

事業所数の産業小分類別の構成比を千葉県と比較すると、船橋市は、「農畜産物・水産物卸売業（船橋市 19.1%、千葉県 13.5%）」や「食料・飲料卸売業（同：11.3%、9.4%）」の割合が多い反面、「建築材料卸売業（同：9.2%、12.5%）」や「自動車卸売業（同：3.2%、5.5%）」の割合は少ない（図表 49）。

図表 49 事業所数の産業小分類別構成比（船橋市と千葉県との比較）

（単位：事業所、%、ポイント）

	船橋市		千葉県		差異 (A-B)
	事業所数	構成比 (A)	事業所数	構成比 (B)	
卸売業	920	100.0	10,837	100.0	0.0
各種商品卸売業	6	0.7	37	0.3	0.3
各種商品卸売業	6	0.7	37	0.3	0.3
繊維・衣服等卸売業	48	5.2	374	3.5	1.8
管理, 補助的経済活動を行う事業所	1	0.1	16	0.1	▲ 0.0
繊維品卸売業	7	0.8	36	0.3	0.4
衣服卸売業	21	2.3	175	1.6	0.7
身の回り品卸売業	19	2.1	147	1.4	0.7
飲食料品卸売業	289	31.4	2,539	23.4	8.0
管理, 補助的経済活動を行う事業所	9	1.0	55	0.5	0.5
農畜産物・水産物卸売業	176	19.1	1,466	13.5	5.6
食料・飲料卸売業	104	11.3	1,018	9.4	1.9
建築材料, 鉱物・金属材料等卸売業	185	20.1	2,849	26.3	▲ 6.2
管理, 補助的経済活動を行う事業所	1	0.1	65	0.6	▲ 0.5
建築材料卸売業	85	9.2	1,353	12.5	▲ 3.2
化学製品卸売業	38	4.1	468	4.3	▲ 0.2
石油・鉱物卸売業	8	0.9	145	1.3	▲ 0.5
鉄鋼製品卸売業	22	2.4	344	3.2	▲ 0.8
非鉄金属卸売業	9	1.0	108	1.0	▲ 0.0
再生資源卸売業	22	2.4	366	3.4	▲ 1.0
機械器具卸売業	183	19.9	2,527	23.3	▲ 3.4
管理, 補助的経済活動を行う事業所	4	0.4	54	0.5	▲ 0.1
産業機械器具卸売業	70	7.6	933	8.6	▲ 1.0
自動車卸売業	29	3.2	596	5.5	▲ 2.3
電気機械器具卸売業	56	6.1	578	5.3	0.8
その他の機械器具卸売業	24	2.6	366	3.4	▲ 0.8
その他の卸売業	185	20.1	2,291	21.1	▲ 1.0
管理, 補助的経済活動を行う事業所	6	0.7	53	0.5	0.2
家具・建具・じゅう器等卸売業	24	2.6	346	3.2	▲ 0.6
医薬品・化粧品等卸売業	36	3.9	502	4.6	▲ 0.7
紙・紙製品卸売業	11	1.2	139	1.3	▲ 0.1
他に分類されない卸売業	108	11.7	1,251	11.5	0.2

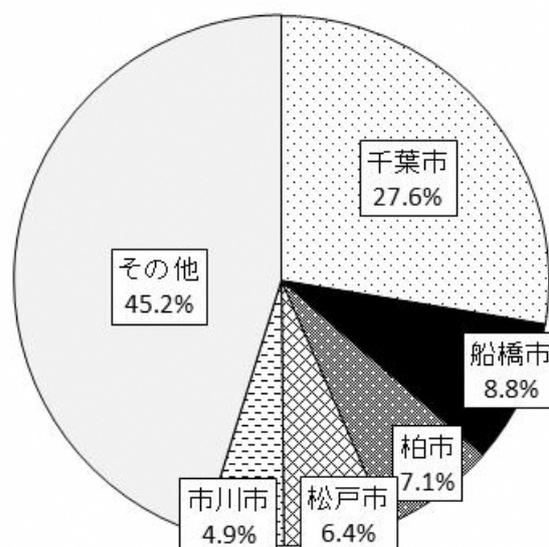
② 従業者数

図表 50 卸売業の従業者数（県内シェア）

a. 全体

平成 24 年経済センサスによる船橋市における卸売業の従業者数は 8,576 人で、千葉市（26,999 人）に次いで県内 2 位（構成比 8.8%）となっている（図表 50）。

平成 21 年経済センサスと比べると、13.9% 減少しており、千葉県全体の減少率（10.3%）に比べて高水準となっている（図表 51）。



図表 51 卸売業の従業者数

単位（人、%）

		平成19年 (注)	平成21年	平成24年	増減数 (H21年比)	
					増減数 (H21年比)	増減率 (H21年比)
千葉県		83,986	108,964	97,725	▲ 11,239	▲ 10.3
船橋市		7,389	9,966	8,576	▲ 1,390	▲ 13.9
県内構成比		8.8	9.1	8.8	-	-
主要都市	千葉市	22,140	26,783	26,999	216	0.8
	松戸市	5,851	6,996	6,240	▲ 756	▲ 10.8
	柏市	5,827	7,958	6,895	▲ 1,063	▲ 13.4
隣接市	習志野市	1,191	2,308	1,617	▲ 691	▲ 29.9
	八千代市	1,237	1,874	1,783	▲ 91	▲ 4.9
	白井市	551	886	817	▲ 69	▲ 7.8
	鎌ヶ谷市	460	812	844	32	3.9
	市川市	3,773	5,567	4,804	▲ 763	▲ 13.7
東京都	江戸川区	10,950	13,379	7,852	▲ 5,527	▲ 41.3
	葛飾区	7,225	8,666	5,727	▲ 2,939	▲ 33.9
	墨田区	23,088	24,285	16,961	▲ 7,324	▲ 30.2

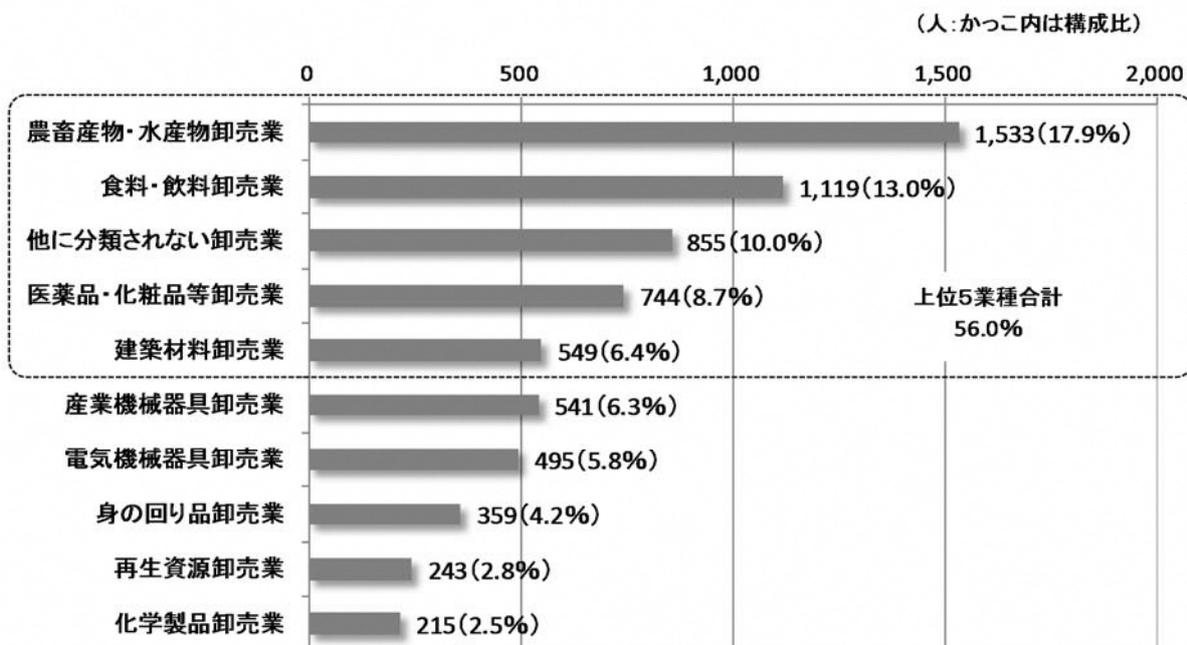
(注)平成19年は商業統計の数値であり、平成21年以降の経済センサスとは集計方法が異なるため直接比較は出来ない。

b. 産業分類別

従業者数を産業小分類にみると、「農畜産物・水産物卸売業」が1,533人（構成比17.9%）で最も多く、次いで「食料・飲料卸売業」が1,119人（同13.0%）、「他に分類されない卸売業」が855人（10.0%）となっており、これら上位5業種で小売業全体の56.0%を占めている（図表52）。

平成21年との比較（従業者数が100人以下及び業種が明確に特定出来ないものを除く）では、「自動車卸売業」が57.4%と減少率が最も大きくなっており、次いで、「家具・建具・じゅう器等卸売業（同▲51.7%）」、「石油・鉱物卸売業（同▲42.9%）」となっている（図表53）。一方、増加率では「紙・紙製品卸売業」が同+14.6%で最も大きく、次いで、「電気機械器具卸売業（同+10.0%）」となっている。

図表 52 卸売業の産業小分類別従業者数（上位10産業）



図表 53 卸売業の産業小分類別従業者数

(単位:人、%)

	平成21年		平成24年			
	従業者数	構成比	従業者数	構成比	増減数 (H21年比)	増減率 (H21年比)
卸売業	9,966	116.2	8,576	100.0	▲ 1390	▲ 13.9
各種商品卸売業	16	0.2	47	0.5	31	193.8
各種商品卸売業	16	0.2	47	0.5	31	193.8
繊維・衣服等卸売業	530	6.2	481	5.6	▲ 49	▲ 9.2
管理、補助的経済活動を行う事業所	23	0.3	15	0.2	▲ 8	▲ 34.8
繊維品卸売業	15	0.2	40	0.5	25	166.7
衣服卸売業	97	1.1	67	0.8	▲ 30	▲ 30.9
身の回り品卸売業	395	4.6	359	4.2	▲ 36	▲ 9.1
飲食料品卸売業	3,179	37.1	2,775	32.4	▲ 404	▲ 12.7
管理、補助的経済活動を行う事業所	207	2.4	123	1.4	▲ 84	▲ 40.6
農畜産物・水産物卸売業	1,561	18.2	1,533	17.9	▲ 28	▲ 1.8
食料・飲料卸売業	1,411	16.5	1,119	13.0	▲ 292	▲ 20.7
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	1,680	19.6	1,332	15.5	▲ 348	▲ 20.7
管理、補助的経済活動を行う事業所	49	0.6	8	0.1	▲ 41	▲ 83.7
建築材料卸売業	657	7.7	549	6.4	▲ 108	▲ 16.4
化学製品卸売業	208	2.4	215	2.5	7	3.4
石油・鉱物卸売業	333	3.9	190	2.2	▲ 143	▲ 42.9
鉄鋼製品卸売業	153	1.8	95	1.1	▲ 58	▲ 37.9
非鉄金属卸売業	2	0.0	32	0.4	30	1500.0
再生資源卸売業	278	3.2	243	2.8	▲ 35	▲ 12.6
機械器具卸売業	1,861	21.7	1,447	16.9	▲ 414	▲ 22.2
管理、補助的経済活動を行う事業所	14	0.2	45	0.5	31	221.4
産業機械器具卸売業	745	8.7	541	6.3	▲ 204	▲ 27.4
自動車卸売業	366	4.3	156	1.8	▲ 210	▲ 57.4
電気機械器具卸売業	450	5.2	495	5.8	45	10.0
その他の機械器具卸売業	286	3.3	210	2.4	▲ 76	▲ 26.6
その他の卸売業	2,700	31.5	2,082	24.3	▲ 618	▲ 22.9
管理、補助的経済活動を行う事業所	371	4.3	251	2.9	▲ 120	▲ 32.3
家具・建具・じゅう器等卸売業	269	3.1	130	1.5	▲ 139	▲ 51.7
医薬品・化粧品等卸売業	1,067	12.4	744	8.7	▲ 323	▲ 30.3
紙・紙製品卸売業	89	1.0	102	1.2	13	14.6
他に分類されない卸売業	904	10.5	855	10.0	▲ 49	▲ 5.4

従業者数の産業小分類別の構成比を千葉県と比較すると、船橋市は、「農畜産物・水産物卸売業（船橋市 17.9%、千葉県 13.6%）」や「身の回り品卸売業（同：4.2%、1.2%）」、「食料・飲料卸売業（同：13.0%、11.9%）」の割合が多い反面、「自動車卸売業（同：1.8%、4.7%）」や「建築材料卸売業（同：6.4%、9.2%）」、「鉄鋼製品卸売業（同：1.1%、3.3%）」の割合は少なくなっている（図表 54）。

図表 54 従業者数の産業小分類別構成比（船橋市と千葉県との比較）

	船橋市		千葉県		差異 (A-B)
	従業者数	構成比 (A)	従業者数	構成比 (B)	
卸売業	8,576	100.0	97,725	100.0	0.0
各種商品卸売業	47	0.5	528	0.5	0.0
各種商品卸売業	47	0.5	528	0.5	0.0
繊維・衣服等卸売業	481	5.6	4,166	4.3	1.3
管理、補助的経済活動を行う事業所	15	0.2	393	0.4	▲ 0.2
繊維品卸売業	40	0.5	688	0.7	▲ 0.2
衣服卸売業	67	0.8	1,943	2.0	▲ 1.2
身の回り品卸売業	359	4.2	1,142	1.2	3.0
飲食料品卸売業	2,775	32.4	25,663	26.3	6.1
管理、補助的経済活動を行う事業所	123	1.4	672	0.7	0.7
農畜産物・水産物卸売業	1,533	17.9	13,316	13.6	4.2
食料・飲料卸売業	1,119	13.0	11,675	11.9	1.1
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	1,332	15.5	20,752	21.2	▲ 5.7
管理、補助的経済活動を行う事業所	8	0.1	473	0.5	▲ 0.4
建築材料卸売業	549	6.4	8,996	9.2	▲ 2.8
化学製品卸売業	215	2.5	3,141	3.2	▲ 0.7
石油・鉱物卸売業	190	2.2	1,354	1.4	0.8
鉄鋼製品卸売業	95	1.1	3,253	3.3	▲ 2.2
非鉄金属卸売業	32	0.4	633	0.6	▲ 0.3
再生資源卸売業	243	2.8	2,902	3.0	▲ 0.1
機械器具卸売業	1,447	16.9	22,029	22.5	▲ 5.7
管理、補助的経済活動を行う事業所	45	0.5	915	0.9	▲ 0.4
産業機械器具卸売業	541	6.3	7,346	7.5	▲ 1.2
自動車卸売業	156	1.8	4,573	4.7	▲ 2.9
電気機械器具卸売業	495	5.8	6,033	6.2	▲ 0.4
その他の機械器具卸売業	210	2.4	3,162	3.2	▲ 0.8
その他の卸売業	2,082	24.3	21,866	22.4	1.9
管理、補助的経済活動を行う事業所	251	2.9	1,095	1.1	1.8
家具・建具・じゅう器等卸売業	130	1.5	2,480	2.5	▲ 1.0
医薬品・化粧品等卸売業	744	8.7	7,581	7.8	0.9
紙・紙製品卸売業	102	1.2	943	1.0	0.2
他に分類されない卸売業	855	10.0	9,767	10.0	▲ 0.0

(注) 格付け不能分は非掲載。

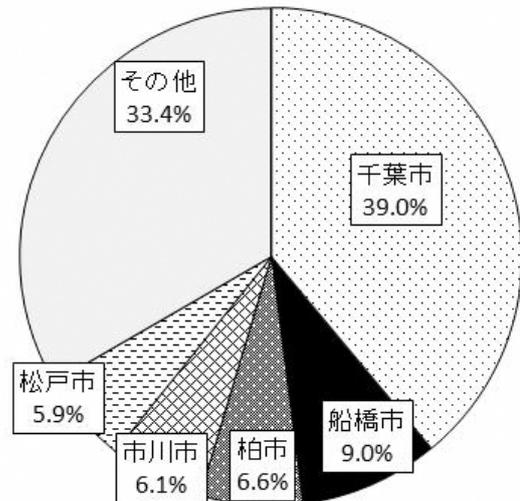
③ 年間商品販売額

a. 全体

平成 24 年経済センサスによる船橋市における卸売業の年間商品販売額は 4,715 億円で、千葉市（2 兆 499 億円）に次いで県内 2 位（構成比 9.0%）となっている（図表 55）。

平成 21 年経済センサスと比べると、21.4%減少しており、千葉県全体の減少率（20.0%）より、やや高くなっている（図表 56）。

図表 55 卸売業の年間商品販売額
（県内シェア）



図表 56 卸売業の年間商品販売額

単位(百万円、%)

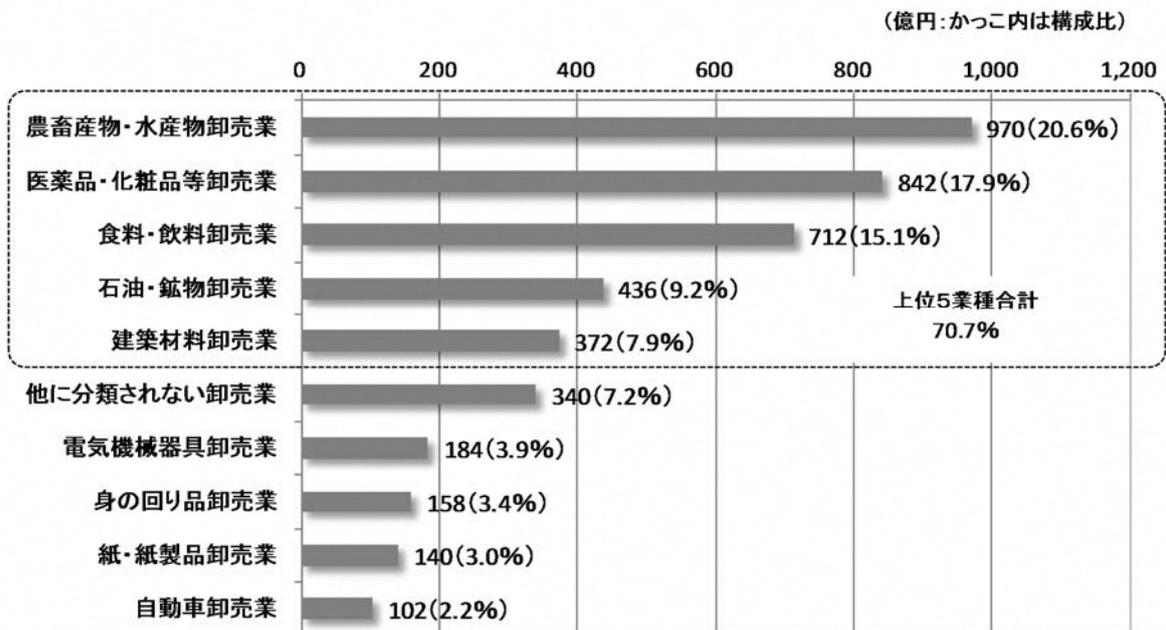
		平成16年 (注)	平成19年 (注)	平成24年	増減数 (H21年比)	増減率 (H21年比)
千葉県		6,154,786	6,567,201	5,252,240	▲ 1,314,961	▲ 20.0
船橋市		579,379	599,681	471,515	▲ 128,166	▲ 21.4
県内構成比		9.4	9.1	9.0	-	-
主要都市	千葉市	2,328,089	2,600,386	2,049,920	▲ 550,466	▲ 21.2
	松戸市	412,652	382,568	312,155	▲ 70,413	▲ 18.4
	柏市	414,250	426,286	346,670	▲ 79,616	▲ 18.7
隣接市	習志野市	71,681	68,268	55,697	▲ 12,571	▲ 18.4
	八千代市	116,825	118,911	78,566	▲ 40,345	▲ 33.9
	白井市	50,657	36,829	28,189	▲ 8,640	▲ 23.5
	鎌ヶ谷市	18,904	21,008	15,098	▲ 5,910	▲ 28.1
	市川市	270,522	287,524	322,361	34,837	12.1
東京都	江戸川区	762,330	733,434	492,546	▲ 240,888	▲ 32.8
	葛飾区	445,650	400,915	367,705	▲ 33,210	▲ 8.3
	墨田区	1,769,798	1,988,362	1,541,396	▲ 446,966	▲ 22.5

(注)平成16・19年は商業統計の数値であり、平成24年の経済センサスとは集計方法が異なるため直接比較は出来ない。

b. 産業分類別

年間商品販売額を産業小分類にみると、「農畜産物・水産物卸売業」が 970 億円（構成比 20.6%）で最も多く、次いで「医薬品・化粧品等卸売業」が 842 億円（同 17.9%）、「食料・飲料卸売業」が 712 億円（15.1%）となっており、これら上位 5 業種で卸売業全体の 70.7% を占めている（図表 57、58）。

図表 57 卸売業の産業小分類別年間商品販売額（上位 10 産業）



図表 58 産業小分類別の年間商品販売額

(単位:百万円、%)

	平成19年		平成24年	
	年間商品販売額	構成比	年間商品販売額	構成比
卸売業計	599,681	100.0	471,515	100.0
各種商品卸売業	x	-	1,333	0.3
繊維・衣服等卸売業	22,006	3.7	17,355	3.7
繊維品卸売業 (衣服、身の回り品を除く)	357	0.1	773	0.2
衣服卸売業	21,649	3.6	744	0.2
身の回り品卸売業		0.0	15,838	3.4
飲食料品卸売業	188,930	31.5	168,169	35.7
農畜産物・水産物卸売業	111,498	18.6	96,963	20.6
食料・飲料卸売業	77,432	12.9	71,206	15.1
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	157,646	26.3	104,546	22.2
建築材料卸売業	51,981	8.7	37,243	7.9
化学製品卸売業	23,091	3.9	8,758	1.9
石油・鉱物卸売業	78,141	13.0	43,597	9.2
鉄鋼製品卸売業		0.0	10,213	2.2
非鉄金属卸売業		0.0	330	0.1
再生資源卸売業	4,433	0.7	4,406	0.9
機械器具卸売業	79,364	13.2	44,879	9.5
産業機械器具卸売業	25,624	4.3	8,426	1.8
自動車卸売業	19,278	3.2	10,215	2.2
電気機械器具卸売業	26,191	4.4	18,358	3.9
その他の機械器具卸売業	8,254	1.4	7,881	1.7
その他の卸売業	x	-	135,234	28.7
家具・建具・じゅう器等卸売業	8,019	1.3	3,061	0.6
医薬品・化粧品等卸売業	82,778	13.8	84,206	17.9
紙・紙製品卸売業	x	-	13,983	3.0
他に分類されない卸売業			33,985	7.2

(注)平成19年は商業統計の数値であり、平成21年以降の経済センサスとは集計方法が異なるため直接比較は出来ない。

年間商品販売額の産業小分類別の構成比を千葉県と比較すると、船橋市は、「石油・鉱物卸売業（船橋市9.2%、千葉県2.8%）」や「農畜産物・水産物卸売業（同：20.6%、14.4%）」、「身の回り品卸売業（同：3.4%、0.7%）」の割合が多い反面、「産業機械器具卸売業（同：1.8%、6.5%）」や「食料・飲料卸売業（同：15.1%、17.1%）」、「衣服卸売業（同：0.2%、1.9%）」の割合は少なくなっている（図表59）。

図表 59 年間商品販売額の産業小分類別構成比（船橋市と千葉県との比較）

（単位：百万円、%、ポイント）

	船橋市		千葉県		差異 (A-B)
	年間商品 販売額	構成比 (A)	年間商品 販売額	構成比 (B)	
卸売業計	471,515	100.0	5,252,240	100.0	0.0
各種商品卸売業	1,333	0.3	22,524	0.4	▲ 0.1
繊維・衣服等卸売業	17,355	3.7	139,799	2.7	1.0
繊維品卸売業(衣服、身の回り品を除く)	773	0.2	3,654	0.1	0.1
衣服卸売業	744	0.2	99,169	1.9	▲ 1.7
身の回り品卸売業	15,838	3.4	36,977	0.7	2.7
飲食料品卸売業	168,169	35.7	1,655,966	31.5	4.1
農畜産物・水産物卸売業	96,963	20.6	757,208	14.4	6.1
食料・飲料卸売業	71,206	15.1	898,758	17.1	▲ 2.0
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	104,546	22.2	1,171,182	22.3	▲ 0.1
建築材料卸売業	37,243	7.9	465,182	8.9	▲ 1.0
化学製品卸売業	8,758	1.9	208,211	4.0	▲ 2.1
石油・鉱物卸売業	43,597	9.2	144,543	2.8	6.5
鉄鋼製品卸売業	10,213	2.2	207,178	3.9	▲ 1.8
非鉄金属卸売業	330	0.1	73,953	1.4	▲ 1.3
再生資源卸売業	4,406	0.9	72,114	1.4	▲ 0.4
機械器具卸売業	44,879	9.5	943,652	18.0	▲ 8.4
産業機械器具卸売業	8,426	1.8	342,855	6.5	▲ 4.7
自動車卸売業	10,215	2.2	192,954	3.7	▲ 1.5
電気機械器具卸売業	18,358	3.9	244,847	4.7	▲ 0.8
その他の機械器具卸売業	7,881	1.7	162,996	3.1	▲ 1.4
その他の卸売業	135,234	28.7	1,319,117	25.1	3.6
家具・建具・じゅう器等卸売業	3,061	0.6	97,272	1.9	▲ 1.2
医薬品・化粧品等卸売業	84,206	17.9	805,298	15.3	2.5
紙・紙製品卸売業	13,983	3.0	40,333	0.8	2.2
他に分類されない卸売業	33,985	7.2	376,215	7.2	0.0

2) 販売効率

事業所生産性（1事業所当たり年間販売額）は5億2,624万円と、千葉県（4億8,466万円）の水準を上回っており、県内主要都市・隣接市との比較では、千葉市（9億9,318万円）、市川市（5億5,199万円）に次ぐ水準となっている（図表60）。

労働生産性（従業者1人当たりの年間販売額）は5,776万円と、千葉県（5,575万円）を上回っており、県内主要都市・隣接市との比較では、千葉市（7,736万円）、市川市（7,085万円）に次ぐ水準となっている。

図表 60 卸売業の販売効率指標

		事業所生産性 (万円/事業所)	労働生産性 (万円/人)	【参考】 年間商品 販売額 (百万円)
船橋市		52,624	5,776	471,515
千葉県		48,466	5,575	5,252,240
主要都市	千葉市	99,318	7,736	2,049,920
	松戸市	42,297	5,278	312,155
	柏市	46,595	5,099	346,670
隣接市	習志野市	31,646	3,494	55,697
	八千代市	34,459	4,528	78,566
	白井市	29,364	3,537	28,189
	鎌ヶ谷市	15,098	1,806	15,098
	市川市	55,199	7,085	322,361
東京都	江戸川区	49,058	6,273	492,546
	葛飾区	44,302	6,421	367,705
	墨田区	104,078	9,088	1,541,396

3. 工業の概要調査結果

1) 工業の概況

① 製造業の位置づけ

平成 24 年経済センサス活動調査における製造業の事業所数は 753 事業所、従業者数は 18,898 人となっている（図表 61）。

全産業に占める製造業の事業所数の構成比は 4.8%、従業者数は同 10.7%となっている（図表 62）。

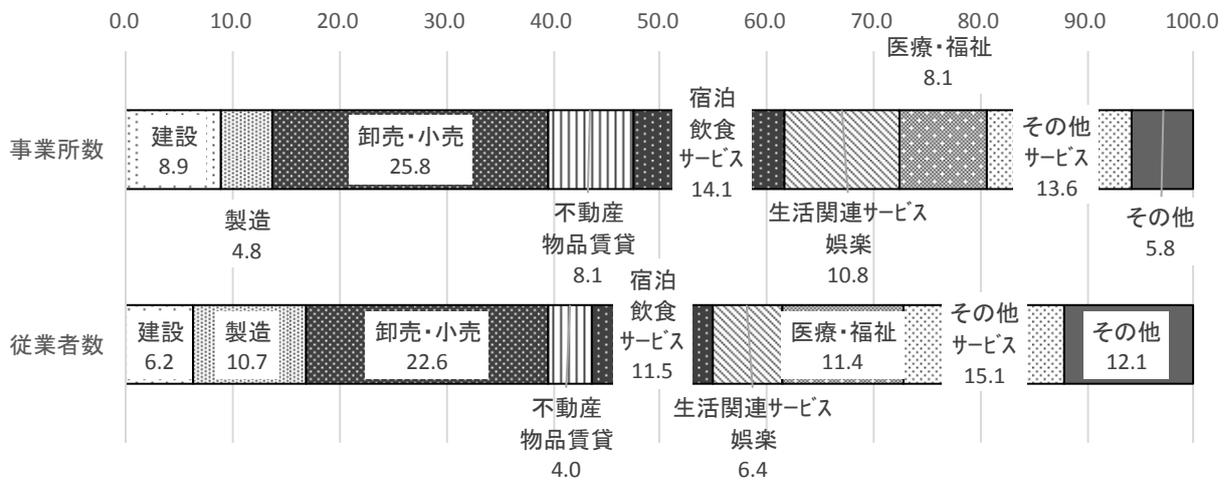
平成 21 年経済センサス基礎調査との比較では、製造業の事業所数は 74 事業所減少しているが、従業者数は 948 人増加している（図表 61）。

製造業の売上金額（製造品出荷額等額）は 6,520 億円（構成比 28.8%）となっており、卸売・小売業（9,865 億円、同 43.6%）に次いで多くなっている（図表 63）。千葉県との比較では最も構成比の乖離が大きい業種となっており、千葉県の構成比（39.2%）を 10.4 ポイント下回っている。

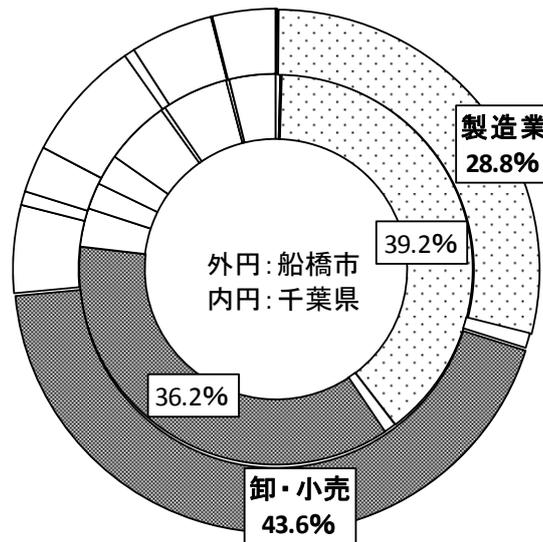
図表 61 産業大分類別の事業所、従業者数

産業大分類	平成21年活動調査 -基礎調査		平成24年活動調査 -活動調査		増減数 (H21年比)		増減率 (H21年比)	
	事業所数	従業者数 (人)	事業所数	従業者数 (人)	事業所数	従業者数 (人)	事業所数	従業者数 (人)
全産業(公務を除く)	16,606	182,658	15,567	177,392	▲ 1,039	▲ 5,266	▲ 6.3	▲ 2.9
農林漁業(個人経営を除く)	30	203	29	172	▲ 1	▲ 31	▲ 3.3	▲ 15.3
非農林漁業(公務を除く)	16,576	182,455	15,538	177,220	▲ 1,038	▲ 5,235	▲ 6.3	▲ 2.9
鉱業, 採石業, 砂利採取業	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	1,549	12,828	1,380	11,054	▲ 169	▲ 1,774	▲ 10.9	▲ 13.8
製造業	827	17,950	753	18,898	▲ 74	948	▲ 8.9	5.3
電気・ガス・熱供給・水道業	10	706	8	548	▲ 2	▲ 158	▲ 20.0	▲ 22.4
情報通信業	192	2,933	169	2,800	▲ 23	▲ 133	▲ 12.0	▲ 4.5
運輸業, 郵便業	510	16,205	427	13,362	▲ 83	▲ 2,843	▲ 16.3	▲ 17.5
卸売業, 小売業	4,326	43,672	4,009	40,073	▲ 317	▲ 3,599	▲ 7.3	▲ 8.2
金融業, 保険業	273	5,326	271	4,661	▲ 2	▲ 665	▲ 0.7	▲ 12.5
不動産業, 物品賃貸業	1,316	7,199	1,254	7,181	▲ 62	▲ 18	▲ 4.7	▲ 0.3
学術研究, 専門・技術サービス業	679	4,072	609	3,399	▲ 70	▲ 673	▲ 10.3	▲ 16.5
宿泊業, 飲食サービス業	2,396	20,030	2,202	20,333	▲ 194	303	▲ 8.1	1.5
生活関連サービス業, 娯楽業	1,771	10,124	1,686	11,379	▲ 85	1,255	▲ 4.8	12.4
教育, 学習支援業	617	6,010	612	6,695	▲ 5	685	▲ 0.8	11.4
医療, 福祉	1,194	18,332	1,260	20,145	66	1,813	5.5	9.9
複合サービス事業	62	656	56	518	▲ 6	▲ 138	▲ 9.7	▲ 21.0
サービス業	854	16,412	842	16,174	▲ 12	▲ 238	▲ 1.4	▲ 1.5

図表 62 産業分類別の構成比



図表 63 産業大分類別の売上(収入)金額、構成比



(単位: 億円、%)

		農林漁業	鉱業 採石業 砂利採取業	製造業	情報通信業	卸売業 小売業	不動産業 物品賃貸業	学術研究 専門・技術 サービス業
千葉県	(金額)	1,213	229	121,252	3,141	112,116	9,875	6,758
	(構成比)	0.4	0.1	39.2	1.0	36.2	3.2	2.2
船橋市	(金額)	23	0	6,520	212	9,865	1,230	195
	(構成比)	0.1	0.0	28.8	0.9	43.6	5.4	0.9

		宿泊業 飲食 サービス業	生活関連 サービス業 娯楽業	教育 学習支援業	医療 福祉	複合 サービス 事業	サービス業
千葉県	(金額)	7,907	16,660	1,118	16,839	806	11,717
	(構成比)	2.6	5.4	0.4	5.4	0.3	3.8
船橋市	(金額)	654	1,708	149	1,152	21	875
	(構成比)	2.9	7.6	0.7	5.1	0.1	3.9

② 県内市町村比較

平成24年工業統計調査で県内市町村における船橋市製造業の位置づけをみると、事業所数（県内4位、構成比5.7%）、従業者数（同3位、7.3%）、製造品出荷額等（同5位、4.5%）、付加価値額（3位、7.5%）でそれぞれ県内上位の水準にある（図表64）。

「事業所数」、「製造品出荷額等」に比べ、「付加価値額」の県内構成比が高くなっている。また、製造品出荷額等の内訳では「加工賃収入」が県内で最も高くなっている。

図表 64 県内市町村比較（製造業）

	千葉県	1位	2位	3位	4位	5位	
事業所数(合計)		千葉市	松戸市	野田市	船橋市	柏市	
【事業所】	5,454	446	347	323	313	281	
【県内構成比】	100.0	8.2	6.4	5.9	5.7	5.2	
事業所数(29人以下)		千葉市	松戸市	野田市	柏市	船橋市	
【事業所】	4,243	340	291	253	233	228	
【県内構成比】	100.0	8.0	6.9	6.0	5.5	5.4	
事業所数(30~299人)		千葉市	市原市	船橋市	野田市	市川市	
【事業所】	1,132	101	80	76	66	53	
【県内構成比】	100.0	8.9	7.1	6.7	5.8	4.7	
事業所数(300人以上)		市原市	船橋市	八千代市	千葉市	野田市	
【事業所】	79	19	9	7	5	4	
【県内構成比】	100.0	24.1	11.4	8.9	6.3	5.1	
従業者数		市原市	千葉市	船橋市	松戸市	野田市	
【人】	198,787	20,561	19,991	14,496	10,564	10,049	
【県内構成比】	100.0	10.3	10.1	7.3	5.3	5.1	
現金給与総額		市原市	千葉市	船橋市	松戸市	野田市	
【万円】	90,868,756	12,734,260	9,802,984	5,661,707	4,605,144	4,251,573	
【県内構成比】	100.0	14.0	10.8	6.2	5.1	4.7	
原材料使用額等		市原市	袖ヶ浦市	千葉市	君津市	木更津市	船橋市(6位)
【万円】	895,342,167	341,781,287	88,555,342	87,438,703	66,919,631	34,053,349	29,410,616
【県内構成比】	100.0	38.2	9.9	9.8	7.5	3.8	3.3
製造品出荷額等(合計)		市原市	袖ヶ浦市	千葉市	君津市	船橋市	
【万円】	1,238,848,267	428,510,217	119,842,497	112,174,530	81,301,277	55,413,146	
【県内構成比】	100.0	34.6	9.7	9.1	6.6	4.5	
製造品出荷額		市原市	袖ヶ浦市	千葉市	君津市	船橋市	
【万円】	1,120,145,104	413,737,347	112,673,586	101,944,564	78,170,001	49,210,744	
【県内構成比】	100.0	36.9	10.1	9.1	7.0	4.4	
加工賃収入		船橋市	千葉市	君津市	市原市	松戸市	
【万円】	27,748,805	3,184,848	2,951,853	2,241,589	2,212,885	1,772,960	
【県内構成比】	100.0	11.5	10.6	8.1	8.0	6.4	
その他収入		木更津市	市原市	我孫子市	千葉市	袖ヶ浦市	船橋市(8位)
【万円】	90,954,358	26,339,826	12,559,985	8,317,925	7,278,113	6,410,055	3,017,554
【県内構成比】	100.0	29.0	13.8	9.1	8.0	7.0	3.3
生産額		市原市	袖ヶ浦市	千葉市	君津市	船橋市	
【万円】	1,149,460,396	416,332,965	113,589,968	104,353,012	81,271,260	52,261,172	
【県内構成比】	100.0	36.2	9.9	9.1	7.1	4.5	
付加価値額		市原市	袖ヶ浦市	船橋市	千葉市	松戸市	
【万円】	253,404,080	45,903,772	21,758,549	19,105,628	18,995,569	16,011,091	
【県内構成比】	100.0	18.1	8.6	7.5	7.5	6.3	
◎減価償却額		市原市	君津市	千葉市	袖ヶ浦市	船橋市	
【万円】	31,967,421	7,437,081	5,082,673	4,430,987	2,598,276	1,192,173	
【県内構成比】	100.0	23.3	15.9	13.9	8.1	3.7	
◎投資総額		市原市	君津市	千葉市	袖ヶ浦市	茂原市	船橋市(7位)
【万円】	33,356,495	10,066,512	4,600,622	3,237,279	1,722,838	1,543,363	1,032,769
【県内構成比】	100.0	30.2	13.8	9.7	5.2	4.6	3.1

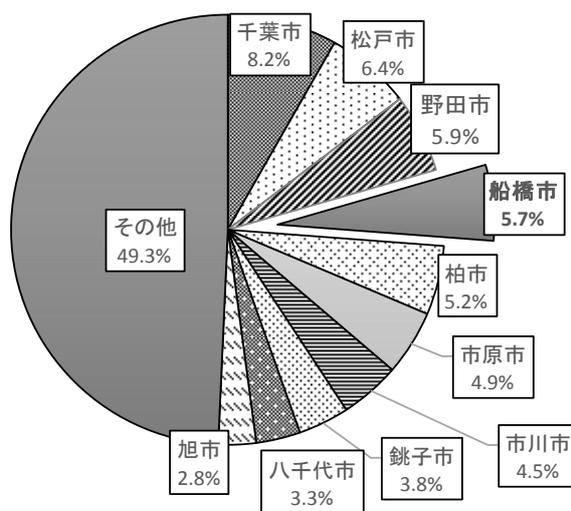
(注)「減価償却額」、「投資総額」は従業者30人以上の事業所のみが集計対象

③ 事業所数

平成 24 年工業統計調査によると、船橋市における製造業の事業所数は 313 事業所で、千葉市（446 事業所）、松戸市（347 事業所）、野田市（323 事業所）に次いで県内 4 位（構成比 5.7%）となっている（図表 65）。

平成 19 年工業統計調査と比べると、16.1%（60 事業所）減少しており、千葉県全体の減少率（16.7%）と同水準となっている（図表 66）。県内主要都市との比較では減少数は市川市（▲57 事業所）に次いで少なく、減少率では最も低くなっている。

図表 65 千葉県の製造業事業所数シェア



図表 66 製造業の事業所数

		平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	増減数 (H19年比)	増減率 (H19年比)
千葉県		6,546	6,620	5,996	5,663	5,917	5,454	▲ 1,092	▲ 16.7
船橋市		373	381	340	320	350	313	▲ 60	▲ 16.1
県内構成比		5.7	5.8	5.7	5.7	5.9	5.7	-	-
主要都市	千葉市	571	571	518	478	529	446	▲ 125	▲ 21.9
	市川市	304	296	267	248	276	247	▲ 57	▲ 18.8
	松戸市	443	435	395	364	390	347	▲ 96	▲ 21.7
	柏市	372	367	319	296	303	281	▲ 91	▲ 24.5
隣接市	習志野市	86	88	80	78	77	76	▲ 10	▲ 11.6
	八千代市	212	214	189	181	201	178	▲ 34	▲ 16.0
	白井市	160	162	154	152	147	152	▲ 8	▲ 5.0
	鎌ヶ谷市	135	147	128	107	116	97	▲ 38	▲ 28.1
	市川市	304	296	267	248	276	247	▲ 57	▲ 18.8

(注)平成23年は平成24年経済センサス活動調査(製造業)、その他年は工業統計調査

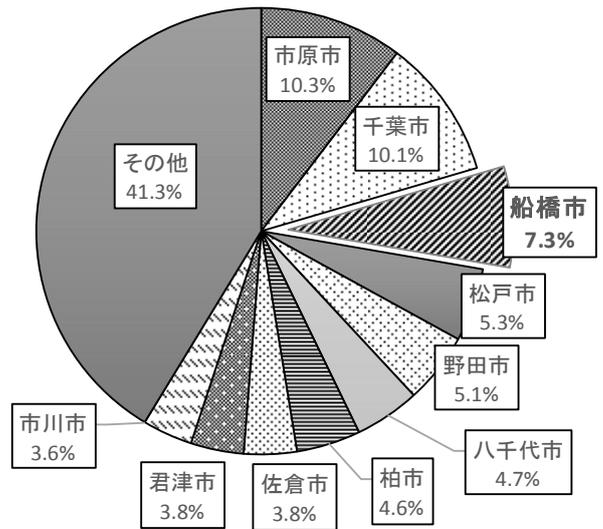
2) 従業者数

船橋市における製造業の従業者数は 14,496 人で、市原市 (20,561 人)、千葉市 (19,991 人) に次いで県内 3 位 (構成比 7.3%) となっている (図表 67)。

県内の事業所構成比 (5.7%) に比べ、従業者数の県内構成比は 7.3% と 1.6 ポイント高くなっており、1 事業所当たりの従業員規模が大きくなっている (図表 68)。

平成 19 年と比べると、13.7% 減少しているが、千葉県全体の減少率 (14.3%) に比べ低くなっている。県内主要都市との比較では、減少数は市川市 (▲1,364 人) に次いで少なく、減少率では最も低くなっている。

図表 67 千葉県の製造業従業者数シェア



図表 68 製造業の従業者数

		平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	増減数 (H19年比)	増減率 (H19年比)
千葉県		231,957	228,369	215,348	206,510	203,900	198,787	▲ 33,170	▲ 14.3
船橋市		16,788	15,662	15,111	14,603	15,860	14,496	▲ 2,292	▲ 13.7
県内構成比		7.2	6.9	7.0	7.1	7.8	7.3	-	-
主要都市	千葉市	23,230	22,887	21,154	20,950	20,206	19,991	▲ 3,239	▲ 13.9
	市川市	8,484	8,226	7,731	7,561	7,347	7,120	▲ 1,364	▲ 16.1
	松戸市	13,317	13,564	12,594	11,625	11,678	10,564	▲ 2,753	▲ 20.7
	柏市	13,034	12,250	11,110	10,560	10,117	9,177	▲ 3,857	▲ 29.6
隣接市	習志野市	4,313	4,408	4,451	4,275	4,988	4,996	683	15.8
	八千代市	8,923	8,868	8,917	8,776	8,058	9,354	431	4.8
	白井市	3,993	3,941	3,717	3,632	3,547	4,026	33	0.8
	鎌ヶ谷市	2,610	2,659	2,551	2,207	1,624	1,744	▲ 866	▲ 33.2
	市川市	8,484	8,226	7,731	7,561	7,347	7,120	▲ 1,364	▲ 16.1

(注) 平成23年は平成24年経済センサス活動調査(製造業)、その他年は工業統計調査

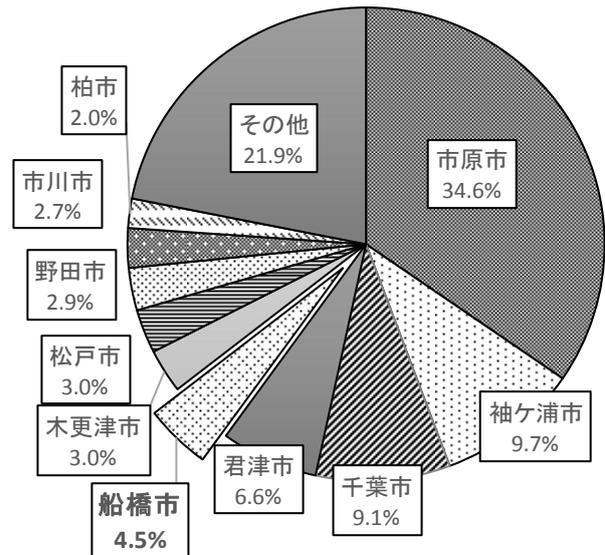
3) 製造品出荷額等

船橋市における製造品出荷額等は5,541億円で、県内5位（構成比4.5%）となっている（図表69）。

県内の構成比では、事業所（5.7%）、従業者数（7.3%）に比べ低くなっている（図表70）。

平成19年と比べると、18.3%減少しており、千葉県全体の減少率（13.5%）に比べ大きくなっている。

図表 69 千葉県の製造業製造品出荷額等シェア



図表 70 製造業の製造品出荷額等

単位(億円、%)

		平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	増減数 (H19年比)	増減率 (H19年比)
千葉県		143,184	154,637	123,458	123,805	118,867	123,885	▲ 19,299	▲ 13.5
船橋市		6,785	6,779	6,000	5,829	6,182	5,541	▲ 1,244	▲ 18.3
県内構成比		4.7	4.4	4.9	4.7	5.2	4.5	-	-
主要都市	千葉市	12,474	13,562	10,749	10,632	11,438	11,217	▲ 1,257	▲ 10.1
	市川市	4,004	4,291	3,625	3,369	3,351	3,326	▲ 679	▲ 17.0
	松戸市	4,811	4,737	4,349	4,029	4,610	3,659	▲ 1,151	▲ 23.9
	柏市	3,696	3,276	2,972	2,816	2,825	2,506	▲ 1,190	▲ 32.2
隣接市	習志野市	1,629	1,727	1,410	1,393	1,339	1,446	▲ 184	▲ 11.3
	八千代市	2,222	2,283	2,056	1,947	2,110	2,026	▲ 196	▲ 8.8
	白井市	1,082	1,118	1,290	1,164	1,178	1,380	298	27.5
	鎌ヶ谷市	384	392	373	293	256	262	▲ 123	▲ 31.9
	市川市	4,004	4,291	3,625	3,369	3,351	3,326	▲ 679	▲ 17.0

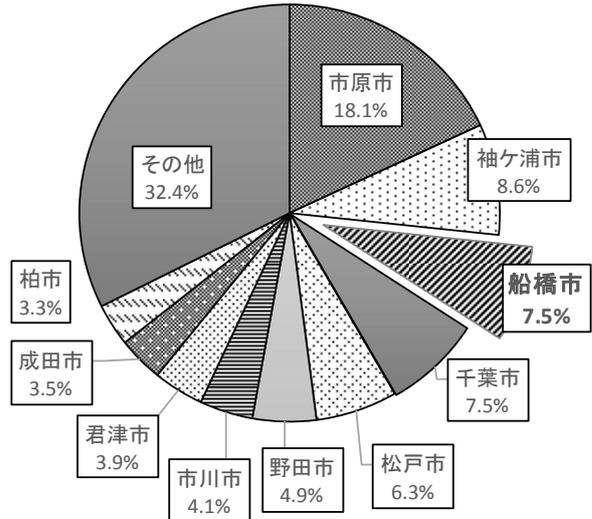
(注)平成23年は平成24年経済センサス活動調査(製造業)、その他年は工業統計調査

4) 付加価値額

船橋市における付加価値額は 1,911 億円で、県内 3 位（構成比 7.5%）と、製造品出荷額等の構成比（4.5%）及び県内順位（5 位）に比べ高くなっている（図表 71）。

平成 19 年と比べると、19.5%減少しており、千葉県全体の減少率（31.7%）に比べ低くなっている（図表 72）。

図表 71 千葉県の製造業付加価値額シェア



図表 72 製造業の付加価値額

		平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	増減数 (H19年比)	増減率 (H19年比)
千葉県		37,078	34,261	26,279	31,305	31,723	25,340	▲ 11,737	▲ 31.7
船橋市		2,373	2,164	2,148	2,053	2,012	1,911	▲ 463	▲ 19.5
県内構成比		6.4	6.3	8.2	6.6	6.3	7.5	-	-
主要都市	千葉市	3,827	3,700	2,461	2,599	2,449	1,900	▲ 1,927	▲ 50.4
	市川市	1,065	767	1,003	988	834	1,027	▲ 38	▲ 3.6
	松戸市	2,195	2,115	1,911	1,739	1,954	1,601	▲ 594	▲ 27.1
	柏市	1,275	972	937	977	1,042	828	▲ 447	▲ 35.1
隣接市	習志野市	602	598	466	428	518	497	▲ 105	▲ 17.4
	八千代市	788	832	655	704	845	742	▲ 46	▲ 5.8
	白井市	340	356	500	442	368	443	103	30.2
	鎌ヶ谷市	158	164	136	125	114	107	▲ 51	▲ 32.2
	市川市	1,065	767	1,003	988	834	1,027	▲ 38	▲ 3.6

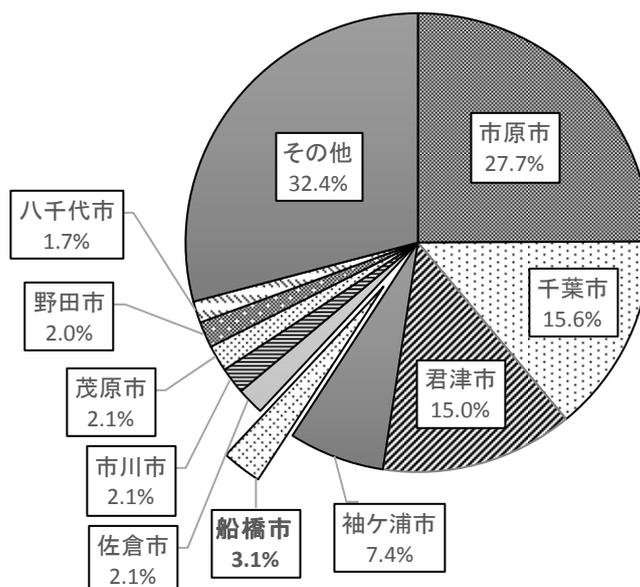
(注)平成22年までは工業統計調査、平成23年は平成24年経済センサス活動調査(製造業)

5) 土地利用

船橋市の製造業における平成 24 年の敷地面積（従業者数 30 人以上、賃貸を含む事業所の使用面積）は、197.8 万㎡で、県内 5 位（構成比 3.1%）となっている（図表 73）。

平成 19 年以降の経年変化をみると、平成 21 年の 209.5 万㎡から 2 年連続で増加していたが、平成 24 年では再び減少に転じている（図表 74）。平成 19 年比では 44.2 万㎡減少し、同期間の減少率は▲18.3%となっている。

図表 73 千葉県 の 製造業 敷地面積 シェア



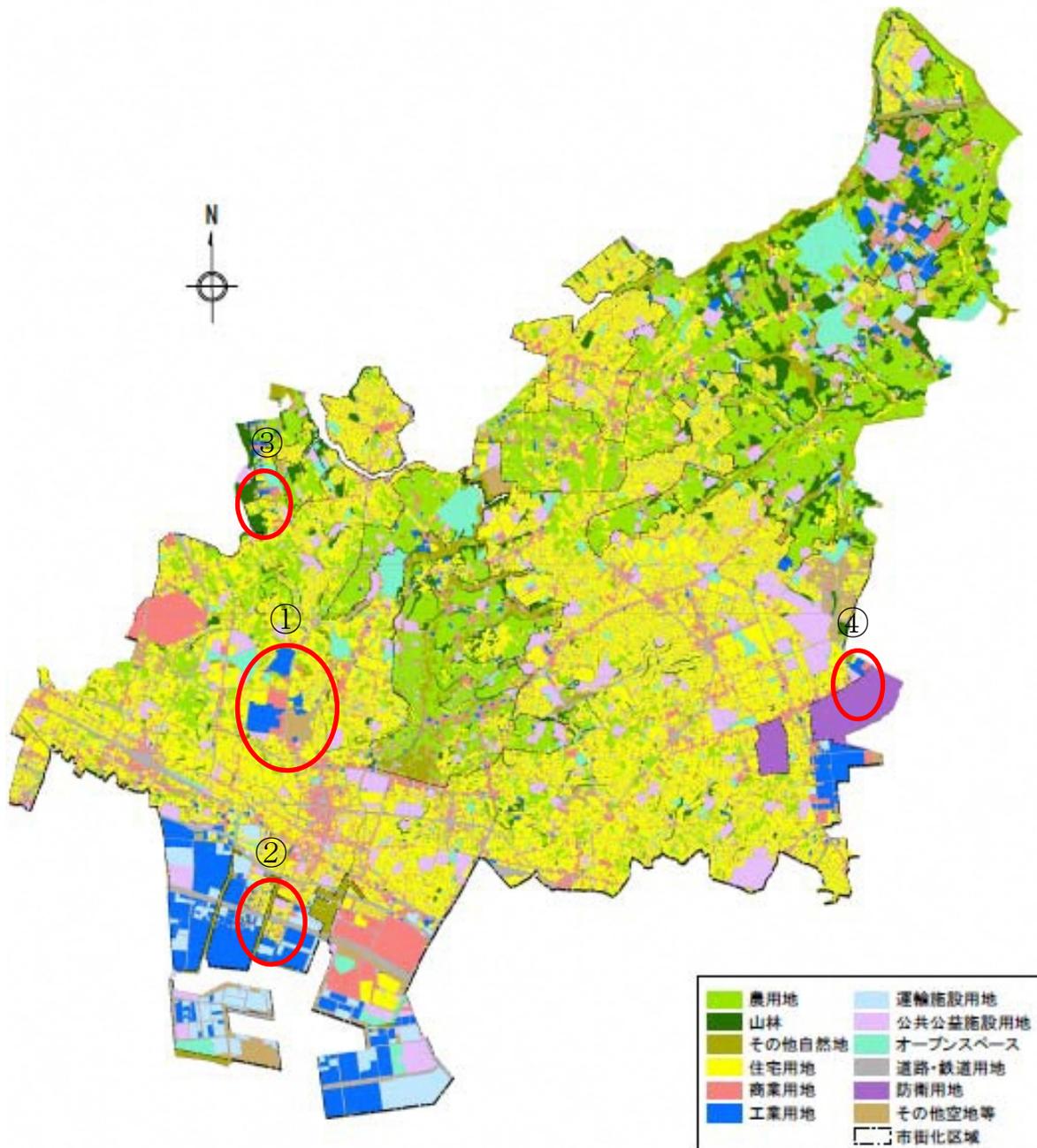
図表 74 従業者数 30 人以上の事業所に関する調査結果

	H19年	H20年	H21年	H22年	平成23年	平成24年	増減数 (H19年比)	増減率 (H19年比)
事業所数(事業所)	103	95	93	88	101	85	▲ 18	▲ 17.5
従業者数(人)	13,583	12,471	12,167	11,825	13,120	11,803	▲ 1,780	▲ 13.1
現金給与総額(億円)	616	615	555	511	507	466	▲ 150	▲ 24.4
製造品出荷額等(億円)	6,020	6,056	5,295	5,197	5,603	4,931	▲ 1,089	▲ 18.1
付加価値額(億円)	2,029	1,898	1,895	1,831	1,760	1,683	▲ 346	▲ 17.0
有形固定資産年末現在高(億円)	2,112	1,917	1,839	1,741	1,694	1,589	▲ 523	▲ 24.8
土地(億円)	973	839	860	779	781	750	▲ 223	▲ 22.9
有形固定資産(億円) 【土地を除く】	1,139	1,078	979	962	914	839	▲ 300	▲ 26.4
敷地面積(千㎡)	2,420	2,178	2,095	2,188	2,197	1,978	▲ 442	▲ 18.3

(注)「工業調査票甲(従業者数30人以上)」による調査結果

平成 19 年時点の土地利用現況をみると（図表 75）、用途地域で工業地域に指定されている「北本町」、「行田」、「山手」では工場撤退跡地に商業施設や住宅が建設され住工混在が進んでいる（下図①）。同様に準工業地域などに指定されている「海神町南」、「海神町」、「栄町」、「日の出」（同②）、「藤原」（同③）、「習志野台」（同④）においても工場跡地開発による住工混在がみられる。

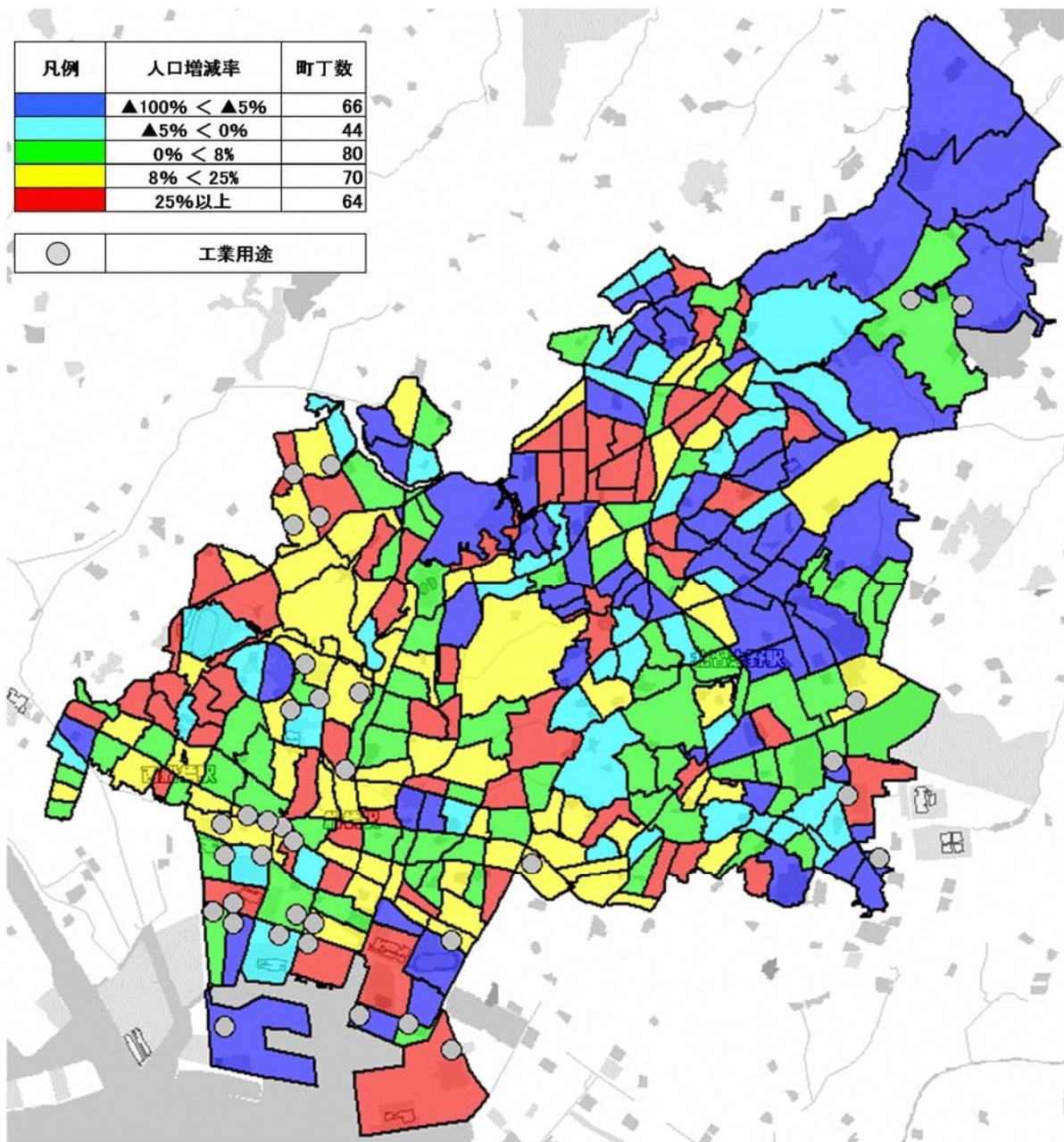
図表 75 土地利用現況図



（出所）船橋市都市計画基礎調査

用途地域が「準工業地域」、「工業地域」、「工業専用地域」に指定されている地域を含む 35 町丁の平成 16 年から平成 26 年における人口増減率をみると、35 町丁合計で 19.3%増加しており、市全体の同期間における増加率（9.7%）を大きく上回っている（図表 76、77）。同 35 町丁合計の増加数は 9,356 人増となっており、同期間における市全体の増加数（54,752 人増）の 17.1%を占めている。

図表 76 町丁別の人口増減率（平成 26 年/平成 16 年）



図表 77 工業用途地域を含む 35 町丁の人口増減

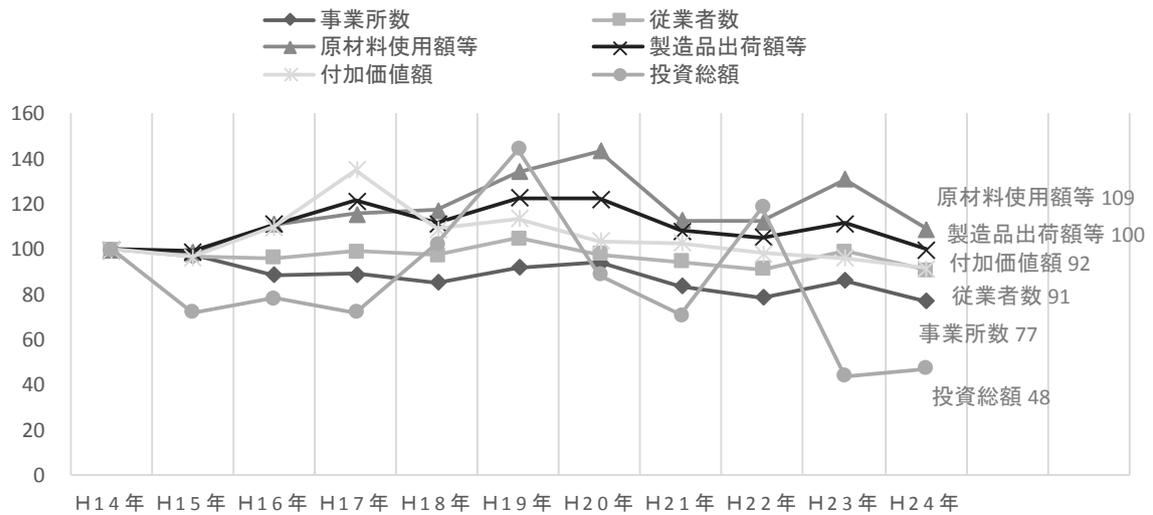
地域	町丁名	用途地域	平成16年人口	平成26年人口	増減率	増減数
山手			14,495	19,221	32.6	4,726
	北本町1丁目	工業	1,486	5,013	237.3	3,527
	北本町2丁目	工業	6,918	7,654	10.6	736
	行田1丁目	工業	2,322	2,731	17.6	409
	山手1丁目	工業	2,349	2,322	▲ 1.1	▲ 27
	山手3丁目	工業	1,420	1,501	5.7	81
海神・南海神			8,652	10,254	18.5	1,602
	南海神1丁目	工業専用・工業	318	310	▲ 2.5	▲ 8
	南海神2丁目	工業専用・工業	0	0	-	0
	海神町南1丁目	準工業	5,391	6,223	15.4	832
	海神町2丁目	準工業	1,522	1,680	10.4	158
	海神町3丁目	準工業	444	970	118.5	526
	海神町西1丁目	準工業	575	683	18.8	108
	海神町東1丁目	準工業	402	388	▲ 3.5	▲ 14
北船橋(藤原)			5,778	6,753	16.9	975
	藤原3丁目	準工業	1,922	2,293	19.3	371
	藤原4丁目	準工業	174	259	48.9	85
	藤原5丁目	準工業	773	1,051	36.0	278
	藤原6丁目	準工業	2,909	3,150	8.3	241
習志野台	習志野台8丁目	準工業	4,431	4,966	12.1	535
南習志野工業団地			3,596	3,422	▲ 4.8	▲ 174
	習志野2丁目	工業	1,110	1,008	▲ 9.2	▲ 102
	習志野4丁目	工業	272	358	31.6	86
	習志野5丁目	工業	2,214	2,056	▲ 7.1	▲ 158
前原西	前原西1丁目	準工業	4,223	4,910	16.3	687
宮本	宮本9丁目	準工業	1,044	1,276	22.2	232
ハイテクパーク			2,135	2,154	0.9	19
	鈴身町	工業	440	410	▲ 6.8	▲ 30
	豊富町	工業	1,695	1,744	2.9	49
臨海工業地区			4,064	4,818	18.6	754
	西浦1丁目	工業専用	1	2	100.0	1
	西浦2丁目	工業専用	12	7	▲ 41.7	▲ 5
	西浦3丁目	工業専用	0	0	-	0
	浜町3丁目	準工業	1	0	▲ 100.0	▲ 1
	日の出1丁目	準工業・工業	499	554	11.0	55
	日の出2丁目	準工業・工業専用	568	815	43.5	247
	若松3丁目	準工業	0	0	-	0
	栄町1丁目	準工業・工業専用	2,814	2,974	5.7	160
	栄町2丁目	準工業・工業専用	151	147	▲ 2.6	▲ 4
	潮見町	準工業・工業専用	17	10	▲ 41.2	▲ 7
	高瀬町	準工業・工業専用	1	309	30800.0	308
小計(35町丁)			48,418	57,774	19.3	9,356
船橋市合計			565,637	620,389	9.7	54,752

6) 時系列

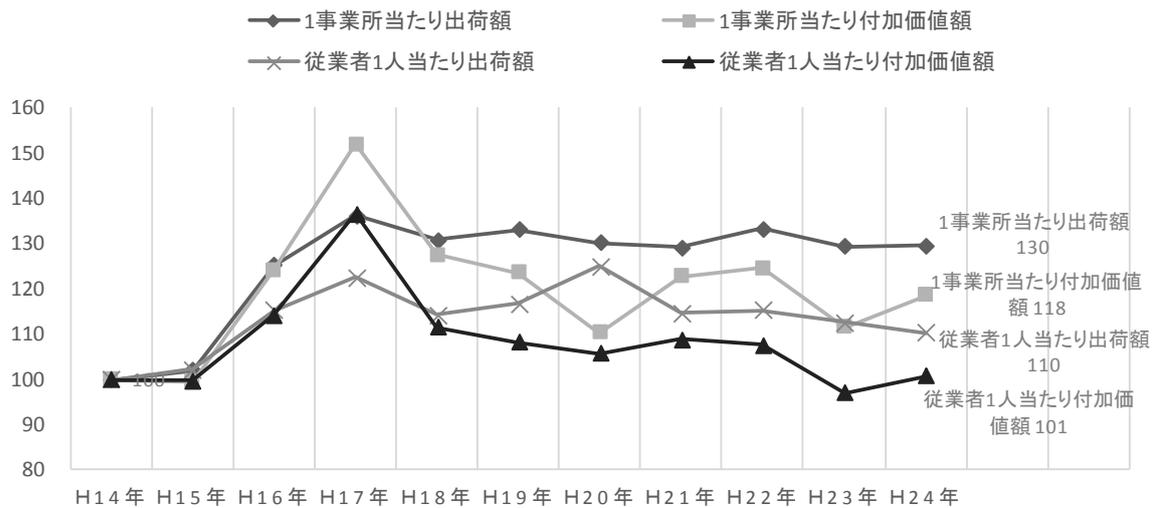
船橋市工業の各項目を時系列（平成14年の水準を100とした場合）で見ると、平成24年の事業所数は77と23%減少している（図表78、79、80）。一方、従業員数は91となっており、1事業所当たりの従業員規模は拡大傾向にある。

原材料使用額等が高止まりするなか、平成21年以降、付加価値額が減少傾向にあり、原材料価格上昇分の転嫁が進まず付加価値額が減少していることが伺われる。

図表 78 船橋市工業の推移



図表 79 生産性指標の推移



図表 80 船橋市工業の時系列データ

	事業所数	従業者数	原材料 使用額等 (百万円)	製造品 出荷額等 (百万円)	付加価値額 (百万円)	投資総額 (百万円)
平成元年	615	22,804	386,671	681,526	241,870	36,215
平成2年	634	22,914	400,030	701,184	242,755	36,363
平成3年	685	24,573	444,597	800,419	302,928	49,249
平成4年	647	24,025	417,543	776,548	295,740	43,563
平成5年	657	23,766	405,460	754,564	266,928	36,303
平成6年	639	23,883	396,962	736,078	265,028	27,264
平成7年	634	22,862	386,754	753,021	283,196	21,263
平成8年	583	21,993	392,492	735,074	265,270	28,123
平成9年	567	21,540	415,523	753,202	257,527	40,101
平成10年	558	19,597	355,856	661,578	233,806	20,894
平成11年	500	18,300	309,477	605,203	219,743	22,769
平成12年	480	17,151	303,265	591,277	208,628	17,097
平成13年	435	16,984	288,780	563,948	199,945	30,674
平成14年	405	15,967	269,569	553,321	208,642	21,738
平成15年	394	15,490	265,788	549,149	202,018	15,734
平成16年	359	15,375	299,112	614,572	229,635	17,035
平成17年	361	15,813	311,454	671,247	282,450	15,672
平成18年	346	15,596	316,820	617,880	227,421	22,231
平成19年	373	16,788	361,773	678,489	237,339	31,414
平成20年	381	15,662	386,428	677,946	216,375	19,295
平成21年	340	15,111	304,557	600,024	214,794	15,467
平成22年	320	14,603	303,342	582,906	205,259	25,803
平成23年	350	15,860	352,959	618,179	201,153	9,606
平成24年	313	14,496	294,106	554,131	191,056	10,328

(注1) 平成23年は平成24年経済センサス活動調査(製造業)、その他年は工業統計調査

(注2) 平成19年調査において、新たな事業所の捕そくに努め、更に、調査項目の変更を行ったことにより前年数値との間に断層が生じている。

7) 産業分類別

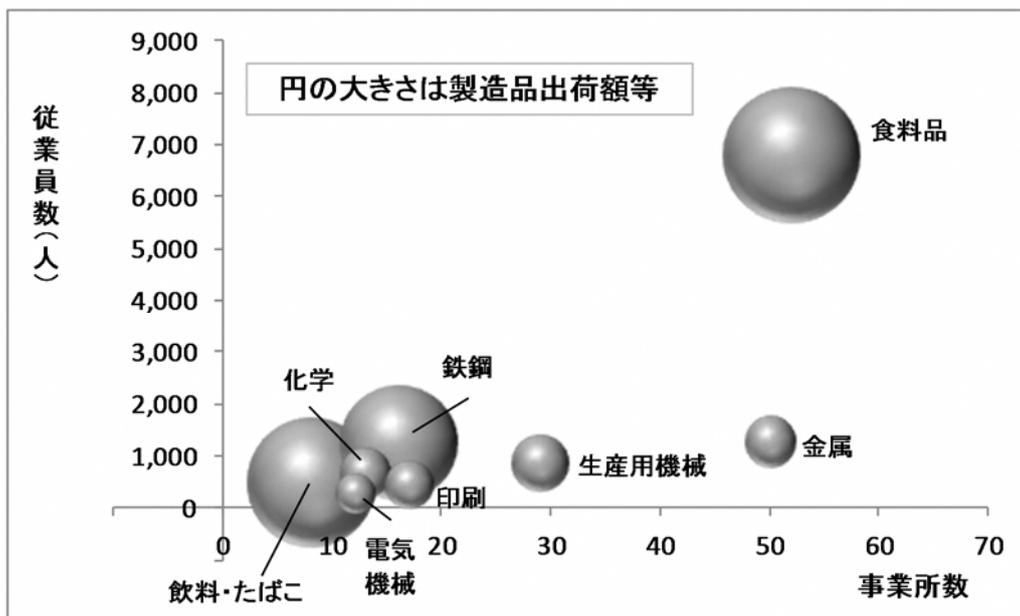
産業中分類別の構成比をみると、事業所数では「食料品（構成比 16.6%）」、「金属製品（同 16.0%）」などが高くなっている（図表 81、82）。

従業者数では、「食料品」の構成比が 47.0%と突出して高くなっており、次いで「金属製品（同 8.9%）」、「鉄鋼（同 8.7%）」となっている。

「食料品」の構成比は、製造品出荷額等（26.3%）、付加価値額（27.2%）でも高くなっているが、事業所数では8事業所と少ない「飲料・たばこ」の構成比（製造品出荷額等：22.3%、付加価値額 22.0%）も高い。

製造品出荷額のうち加工賃収入では船橋市が県内1位となっている（図表 64）。加工賃収入を業種別でみると「金属製品」が 120.6 億円、構成比 37.9%を占めており、次いで、「印刷（同 51.2 億円、16.1%）」、「生産用機械（34.3 億円、10.8%）」となっている（図表 82）。

図表 81 産業中分類別の構成比（出荷額上位 8 業種）



(出所) 工業統計調査 (平成24年・従業者4人以上の事業所)

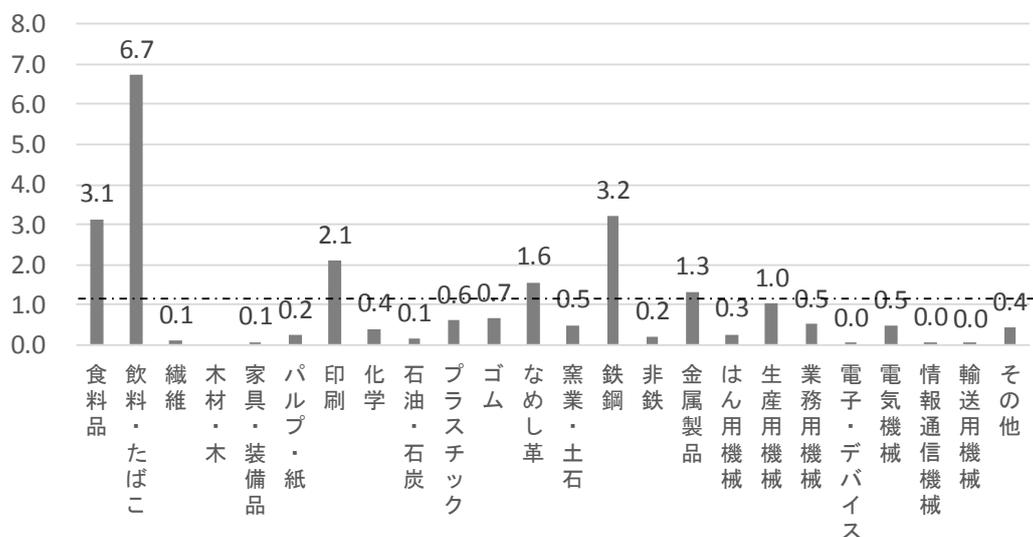
図表 82 産業中分類別の構成比

	事業所数		従業者数 (人)		製造品 出荷額等 (億円)				付加 価値額 (億円)	
		構成比		構成比		構成比	うち 加工賃	構成比		構成比
製造業計	313	100.0	14,496	100.0	5,541	100.0	318.5	100.0	1,911	100.0
食料品	52	16.6	6,810	47.0	1,456	26.3	22.0	6.9	520	27.2
飲料・たばこ	8	2.6	489	3.4	1,238	22.3	1.4	0.5	420	22.0
繊維	12	3.8	109	0.8	7	0.1	6.7	2.1	3	0.2
木材・木製品	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
家具・装備品	5	1.6	35	0.2	3	0.0	-	-	1	0.1
パルプ・紙	4	1.3	109	0.8	30	0.5	0.2	0.1	12	0.7
印刷	17	5.4	464	3.2	219	4.0	51.2	16.1	93	4.9
化学	13	4.2	693	4.8	201	3.6	2.9	0.9	89	4.7
石油・石炭	5	1.6	81	0.6	46	0.8	0.3	0.1	12	0.6
プラスチック	12	3.8	363	2.5	130	2.4	31.5	9.9	36	1.9
ゴム	4	1.3	312	2.2	40	0.7	0.4	0.1	28	1.5
なめし革	8	2.6	119	0.8	11	0.2	6.7	2.1	5	0.2
窯業・土石	12	3.8	200	1.4	66	1.2	3.0	0.9	18	1.0
鉄鋼	16	5.1	1,257	8.7	1,107	20.0	16.7	5.2	303	15.8
非鉄	4	1.3	88	0.6	35	0.6	0.9	0.3	14	0.8
金属製品	50	16.0	1,284	8.9	326	5.9	120.6	37.9	139	7.3
はん用機械	13	4.2	239	1.6	55	1.0	1.3	0.4	25	1.3
生産用機械	29	9.3	870	6.0	307	5.5	34.3	10.8	97	5.1
業務用機械	11	3.5	230	1.6	68	1.2	0.5	0.2	18	0.9
電子・デバイス	5	1.6	85	0.6	8	0.1	1.4	0.4	5	0.2
電気機械	12	3.8	293	2.0	133	2.4	2.3	0.7	42	2.2
情報通信機械	3	1.0	86	0.6	7	0.1	0.3	0.1	3	0.2
輸送用機械	7	2.2	137	0.9	18	0.3	13.7	4.3	11	0.6
その他	11	3.5	143	1.0	31	0.6	0.2	0.1	17	0.9

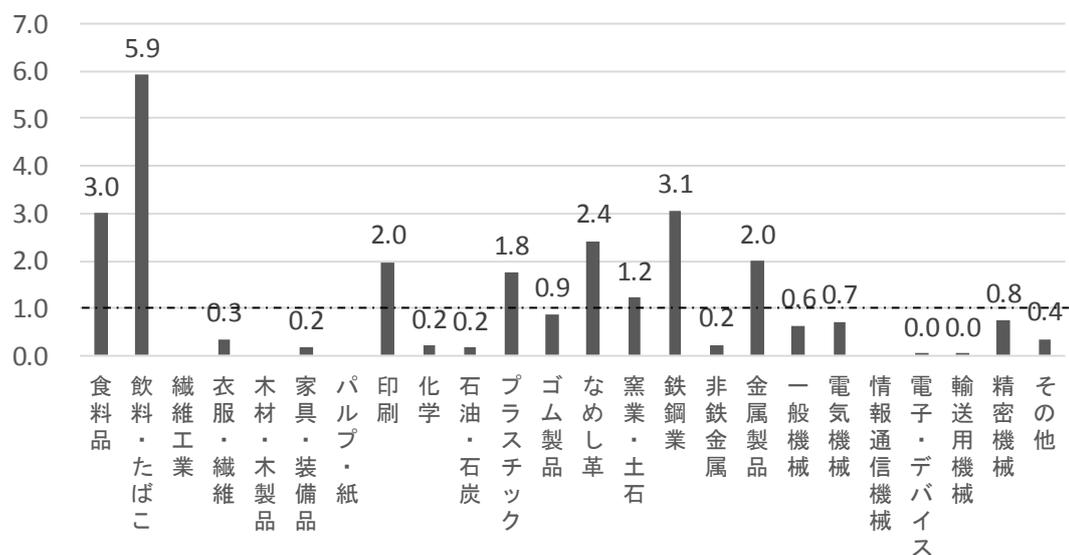
平成24年の産業中分類別製造品出荷額等を全国と同構成比で除して算出する特化係数^(注8)をみると、「飲料・たばこ(6.7)」、「鉄鋼(3.2)」、「食料品(3.1)」の3業種が高くなっている(図表83)。

平成19年の特化係数を比較すると、「飲料・たばこ」の係数が平成19年比で0.8ポイント上昇している(図表84)。一方、「プラスチック(同▲1.2ポイント)」、「なめし革(同▲0.8ポイント)」、「窯業・土石(同▲0.7ポイント)」、「金属製品(同▲0.7ポイント)」などが低下している。

図表 83 平成24年における製造業の特化係数(全国比)



図表 84 平成19年における製造業の特化係数(全国比)



(注8) 特化係数 = 船橋市の産業別構成比 / 全国の産業別構成比

8) 工業団地

市内の工業団地は、「南習志野工業地区」、「北船橋工業地区」、「山手工業地区」、「臨海工業地区」、「北部工業地区（船橋ハイテクパーク）」の5カ所で、地区面積合計は489haとなっている（図表85）。

図表 85 工業団地の概況

工業団地名	地区面積	概要
南習志野工業地区	69ha	JR総武線津田沼駅から北東に約3.5kmの地点に位置し、県道千葉・鎌ヶ谷・松戸線に接し、さらに同路線が成田街道、京葉道路に連絡している。 通勤関係は、津田沼駅からバスで約10分の所要時間内にあり、また京成電鉄大久保駅、実籾駅の利用も可能である。
北船橋工業地区	31ha	JR総武線西船橋駅から北へ約3.5kmの地点に位置し、県道市川・印西線に沿った地区であり、周辺は農地及び住宅地である。 通勤関係は、西船橋駅からバスで約10分の所要時間内にあり、また東武鉄道馬込沢駅、JR武蔵野線船橋法典駅の利用も可能である。
山手工業地区	63ha	JR総武線船橋駅から北に約1kmの地点に位置し、県道船橋・松戸線に接して、さらに同路線が市道印内線に交わっている。 通勤関係は、東武鉄道新船橋駅から徒歩2分、東葉高速鉄道東海神駅から5分の所要時間内にある。
臨海工業地区	277ha	JR総武線船橋駅から南へ約1.5kmの地点に位置し、京葉道路・東京湾岸道路に沿った地区であり、また、京葉港を抱え、交通に大変めぐまれた立地条件を具備している。 通勤関係は、船橋駅からバスで約10分の所要時間内にあり、またJR京葉線南船橋駅及び二俣新町駅の利用も可能である。
北部工業地区 (船橋ハイテクパーク)	49ha	船橋中心部から北東方向へ約15kmの地点に位置し、国道16号線に近接し、さらに同路線が東関東自動車道千葉北ICや常磐自動車道柏ICに連絡するなど交通にめぐまれた緑豊かな地区である。 通勤関係は、北総・公団線小室駅からバスで約10分、新京成線三咲駅から約20分の所要時間内にある。
地区面積合計	489ha	

9) 中核市比較

船橋市製造業の操業環境、構造、成果・機能の現況と動向に関する各種の指標について、中核市（船橋市を含み 43 市）との比較を行うことで、船橋市の製造業の水準及び特性を把握する（図表 88）。

① 環境・構造関連指標

船橋市の製造業における環境・構造指標を中核市と比較すると、事業所数（船橋市：313 事業所、中核市平均：564 事業所）、従業者数（同 14,496 人、20,727 人）、製造品出荷額等（同 5,541 億円、10,182 億円）、粗付加価値額（同 2,043 億円、3,062 億円）ともに中核市平均を下回っている（図表 86）。

また、平成 19 年からの増減率においても全ての項目で中核市平均を下回っている。

図表 86 中核市との環境・構造指標の比較

指 標 名	年 次	単 位	船橋市の 水準値	中核市の 平均値
人口(H24.3末住民基本台帳人口)	平成24年	人	602,996	399,902
人口密度	平成22年	人/Km ²	7,112	2,259
第2次産業就業者シェア(センサス)	平成24年	%	16.9	21.1
事業所数	平成24年	事業所	313	564
うち従業者数300人以上事業所数	平成24年	事業所	9	9.8
従業者数	平成24年	人	14,496	20,727
製造品出荷額等	平成24年	億円	5,541	10,182
粗付加価値額	平成24年	億円	2,043	3,062
事業所増減率	24/19年	%	▲ 16.1	▲ 14.6
従業者数増減率	24/19年	%	▲ 13.7	▲ 10.8
製造品出荷額等増減率	24/19年	%	▲ 18.3	▲ 13.6
粗付加価値額増減率	24/19年	%	▲ 19.9	▲ 14.6

② 成果指標

1事業所当たりの成果指標をみると、1事業所当たりの従業者数（同 46.3 人、37.7 人）、1事業所当たりの製造品出荷額等（同 177,039 万円、165,377 万円）、1事業所当たりの粗付加価値額（同 65,279 万円、52,134 万円）では中核市平均を上回っている（図表 87）。

従業者 1 人あたりでも、従業者 1 人当たりの製造品出荷額等（同 3,823 万円、3,671 万円）、従業者 1 人当たりの粗付加価値額（同 1,410 万円、1,212 万円）でも中核市平均を上回っている。

図表 87 中核市との成果指標の比較

指 標 名	年 次	単 位	船橋市の 水準値	中核市の 平均値
1事業所当たり従業者数	平成24年	人/事業所	46.3	37.7
1事業所当たり製造品出荷額等	平成24年	万円/事業所	177,039	165,377
1事業所当たり粗付加価値額	平成24年	万円/事業所	65,279	52,134
従業者1人当たり製造品出荷額等	平成24年	万円/人	3,823	3,671
従業者1人当たり粗付加価値額	平成24年	万円/人	1,410	1,212

図表 88 中核市の上位 10 都市（部門別）

《行政区域面積》

順位	都市名	行政区域面積 (km ²)
1位	富山市	1241.9
2位	いわき市	1231.4
3位	豊田市	918.5
4位	秋田市	905.7
5位	盛岡市	886.5
6位	長野市	834.9
7位	青森市	824.6
8位	郡山市	757.1
9位	旭川市	747.6
10位	下関市	716.2
∴	∴	∴
33位	柏市	114.9
∴	∴	∴
38位	船橋市	85.6

《事業所数》

順位	都市名	事業所数
1位	東大阪市	2,780
2位	福山市	1,297
3位	姫路市	1,091
4位	豊田市	885
5位	倉敷市	879
6位	尼崎市	836
7位	金沢市	830
8位	富山市	818
9位	豊橋市	809
10位	岡崎市	759
∴	∴	∴
31位	船橋市	313
∴	∴	∴
35位	柏市	281

《従業者数》

順位	都市名	従業者数 (人)
1位	豊田市	102,427
2位	東大阪市	47,766
3位	姫路市	45,008
4位	福山市	38,032
5位	富山市	38,011
6位	倉敷市	37,940
7位	尼崎市	34,103
8位	岡崎市	33,143
9位	豊橋市	31,320
10位	宇都宮市	30,226
∴	∴	∴
23位	船橋市	14,496
∴	∴	∴
35位	柏市	9,177

《製造品出荷額等》

順位	都市名	製造品出荷額等 (億円)
1位	豊田市	120,889
2位	倉敷市	41,440
3位	大分市	27,234
4位	姫路市	20,281
5位	福山市	17,378
6位	岡崎市	16,273
7位	宇都宮市	14,971
8位	和歌山市	14,550
9位	尼崎市	13,474
10位	豊橋市	10,961
∴	∴	∴
20位	船橋市	5,541
∴	∴	∴
34位	柏市	2,506

《粗付加価値額》

順位	都市名	粗付加価値額 (億円)
1位	豊田市	33,183
2位	岡崎市	6,394
3位	大分市	5,636
4位	和歌山市	5,626
5位	姫路市	5,376
6位	倉敷市	5,255
7位	宇都宮市	5,165
8位	尼崎市	4,819
9位	富山市	4,613
10位	東大阪市	3,970
∴	∴	∴
21位	船橋市	2,043
∴	∴	∴
36位	柏市	902

《1事業所当たり従業者数》

順位	都市名	人/ 事業所
1位	豊田市	115.7
2位	大分市	57.6
3位	横須賀市	57.2
4位	枚方市	55.2
5位	宇都宮市	54.7
6位	大津市	51.0
7位	高槻市	47.0
8位	富山市	46.5
9位	船橋市	46.3
10位	川越市	46.0
	∴	∴
28位	柏市	32.7

《1事業所当たり出荷額》

順位	都市名	万円/ 事業所
1位	豊田市	1,365,973
2位	大分市	661,026
3位	倉敷市	471,441
4位	宇都宮市	270,724
5位	枚方市	224,490
6位	横須賀市	220,959
7位	岡崎市	214,404
8位	和歌山市	209,351
9位	姫路市	185,897
10位	川越市	185,095
11位	船橋市	177,039
	∴	∴
26位	柏市	89,197

《1事業所当たり粗付加価値額》

順位	都市名	万円/ 事業所
1位	豊田市	374,948
2位	大分市	136,795
3位	宇都宮市	93,401
4位	高槻市	85,602
5位	岡崎市	84,243
6位	和歌山市	80,951
7位	枚方市	80,185
8位	船橋市	65,279
9位	長崎市	62,784
10位	倉敷市	59,784
	∴	∴
26位	柏市	32,099

《従業者1人当たり出荷額》

順位	都市名	万円/ 人
1位	豊田市	11,802
2位	大分市	11,475
3位	倉敷市	10,922
4位	和歌山市	6,472
5位	宇都宮市	4,953
6位	岡崎市	4,910
7位	福山市	4,569
8位	姫路市	4,506
9位	郡山市	4,149
10位	枚方市	4,067
	∴	∴
15位	船橋市	3,823
	∴	∴
26位	柏市	2,731

《従業者1人当たり粗付加価値額》

順位	都市名	万円/ 人
1位	豊田市	3,240
2位	和歌山市	2,502
3位	大分市	2,375
4位	岡崎市	1,929
5位	高槻市	1,823
6位	宇都宮市	1,709
7位	長崎市	1,575
8位	下関市	1,473
9位	枚方市	1,453
10位	尼崎市	1,413
11位	船橋市	1,410
	∴	∴
27位	柏市	983

10) 企業の技術力・開発力

船橋市には、高い技術力や開発力を持つ企業が多く立地している。千葉県内の中小企業が開発・製造する優れた工業製品を認定する「千葉ものづくり認定製品」では、船橋市からは20件が認定されており、柏市の21件に次ぐ水準となっている（図表 89、90）。

図表 89 千葉ものづくり認定件数（市町村別／平成 27 年 3 月末時点）

市町村	認定件数
柏市	21
船橋市・千葉市	20
松戸市	12
市川市	11
市原市・白井市	5
習志野市・茂原市・野田市	4
我孫子市	3
浦安市	2
印西市・鎌ヶ谷市・佐倉市・八街市	1
八千代市・富津市・富里市・木更津市	
睦沢町・多古町・長南町・長柄町・東京都	

（出所）千葉県ホームページ

図表 90 船橋市内企業のものづくり認定製品（50音順に掲載）

企業名	製品名
(株)Eプラン	強アルカリイオン水生成装置
(有)ウイン電子工業	組込みLinuxボードに多様な入出力を付加する拡張ボード
協和工業(株)	空中浮遊微粒子捕集装置
協和工業(株)	低落差用マイクロ水力発電機
(株)サヤ	超低歪・超低雑音のマルチチャンネルオーディオアンプ及びスピーカー
GMMテック(株)	超磁歪ポンプ
しのはらプレスサービス(株)	プレス機械サーボ化改造システム
しのはらプレスサービス(株)	ガード式安全装置
(有)昌永工機	保護フィルム及び両面テープ貼り付け自動機
(株)全研	大型うず流浮上式濾過装置
(株)ニチオン	人に優しい内視鏡用クリップ鉗子システム
(株)ニチオン	医療ガス・電気等を供給する天井懸垂型ユニット
プログレッシオ合同会社	ハイスピード振り子式真空バルブ
(株)マイクロテック・ニチオン	バイオリフレクトメーター
(株)マイクロテック・ニチオン	ゼータ電位・粒径分布測定装置
丸山金属工業(株)	軽薄短小「パチン」と止まる丸バネホック
(株)山本科学工具研究社	ナノインデンテーション用超微小硬さ基準片
(株)吉野機械製作所	鋼板折り曲げ加工機「サーボドライブ式プレスブレーキ」
(株)ランドマークジャパン	高輝度携帯型HIDライト
(株)ランドマークジャパン	高天井用代替LEDランプ

（出所）千葉県ホームページ。

4. 現地実査調査結果

(1) 調査概要

調査目的	船橋市経済部商工振興課の職員及び(株)ちばぎん総合研究所の研究員が各地域の商工業の現状や課題などの問題意識の擦り合わせを行いながら、市内の主要な企業集積（工業団地や商店街など）やインフラ・地域資源等を実査することで、市内の商工業の現状をふまえた本戦略プランの施策・事業の立案につなげる。
調査方法	現地視察（1日）
調査対象	<p>①商業関連（16か所）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街 14か所（中山／西船橋／海神／御滝／二和中央／二和向台／三咲本通り／三咲中通り／松が丘／高根台西／高根公団南口／三山央町／習志野台（JuJuきたなら）／芝山） ・船橋総合卸商業団地 ・船橋市地方卸売市場 <p>②工業関連（9か所）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・冷凍冷蔵倉庫 ・京葉食品コンビナート ・船橋機械金属工業協同組合 ・船橋臨海工業地区 ・海神・南海神住工混在地域 ・山手工場連絡協議会 ・北船橋工業会 ・ハイテクパーク ・南習志野工業団地
実施日時	平成26年8月5日（火）9：00～17：00

(2) 船橋市の商工業の現状（調査要旨）

① 工業の現状

- ・ 臨海部の工業地帯は、首都圏への食糧の供給基地（京葉食品コンビナート・冷凍冷蔵倉庫）と㈱クボタや合同製鉄㈱などの大手鉄鋼メーカー、中小製造業の集積（船橋機械金属工業協同組合）として利用されている。
- ・ 京葉食品コンビナート・冷凍冷蔵倉庫・船橋臨海工業地区は、殆どの用地が工場・倉庫・物流施設等として活用されていて、企業の再編等に伴う工場の撤退跡地には、新たに物流施設が立地するケースが多い。
- ・ 臨海部の埋め立て地では、東日本大震災発生時に液状化被害があり、軟弱な地盤に対する懸念が拡大。企業のなかには、市外への移転を検討しているところもみられる。
- ・ 船橋機械金属工業協同組合には、国内シェア9割を誇る技術力が高い中小製造業も立地している。
- ・ 内陸部では、東京都の通勤圏としての居住ニーズが強いこともあって、工場跡地がマンション・戸建住宅及び地域のマーケットに対応した商業施設などに転用され、住工混在化が進んでいる（山手地区、海神・南海神地区など）。
- ・ ハイテクパークでは、安定的な操業環境を確保しているが、全て売却済みである。

② 商業の現状

a. 小売業

- ・ 船橋市の主な大型小売店（店舗面積 20,000 m²超）は、①ららぽーと TOKYO-BAY、②イオンモール船橋、③西武船橋店、④ビビットスクエア南船橋、⑤東武百貨店船橋店、⑥IKEA船橋、⑦SEIYU津田沼パルコ店、⑧イトーヨーカ堂船橋店の8店舗。
- ・ 船橋市の商店街は、主要な鉄道の駅前周辺地域及び郊外のロードサイド、団地内などに立地している。
- ・ 船橋市の人口は、再開発によるまちづくり（ふなばし森のシティなど）もあって現在も増え続けている。こうした良好な消費マーケットを背景に、食品スーパーが各駅周辺及びロードサイドに展開しており、市民の消費需要に応じている。
- ・ 食品スーパーの台頭もあって、商店街の業種としては、一般小売やサービス・飲食関連が多く、生鮮三品は一部の商店街（芝山団地商店会など）を除いて少ない。

b. 卸売業

- ・ 船橋市地方卸売市場は、この15年の間に取扱量が半減し、平成26年4月より、中央卸売市場から地方卸売市場に転換した。同時に、「船橋市地方卸売市場経営展望（平成26年4月）」を作成し、新生船橋市場を目指す取り組みを推進している。
- ・ 船橋総合卸商業団地は、谷津船橋ICの開通をビジネスチャンスにとらえ、容積率の緩和の要望もある。

（3）船橋市の商工業の課題

a. 工業の課題

- 工業用地の確保
 - ・ 工場跡地への工場の再立地の促進

これまでの 主な転用例	住居系再開発（山手地区、海神・南海神地区など）
	物流・商業系施設の立地（船橋臨海工業地区、南習志野工業団地）

- ・ 地域金融機関との連携による不動産情報の収集・データベース化
- 船橋機械金属工業協同組合の高い技術を持った中小企業の情報発信
- 船橋市地域工業団体連合会の加盟メリット向上
- 千葉県立船橋高等技術専門校の雇用面での連携強化

b. 商業の課題

- 商店街の活性化に関する支援（提案方式の採用）
- 船橋市地方卸売市場の新生（船橋市地方卸売市場経営展望における基本方針と行動計画の推進）
- 船橋総合卸売商業団地の容積率の緩和

c. その他

- 市内未利用地の商工業における有効活用

5. 庁内各課へのヒアリング調査結果

(1) 調査概要

調査目的	商工業の現状・課題等を明らかにするため、商工業振興に関連する施策・事業を推進している所管課を対象とした事業ヒアリング調査により、現場の声を汲み取り、本戦略プランで取り組む施策・事業の立案に活用する。
調査方法	直接面談によるヒアリング調査 ※報告書作成時、状況に変更があるものについては変更後の事実を記載。
調査対象	船橋市庁内の関係課 34 課（商工振興課を除く）
調査時期	平成 26 年 10 月 30 日（火）～11 月 5 日（水）[4 日間]

(2) 調査結果（要旨）

① 商店街関連

a. 市民との協働による地域活性化

商店街と地域の活性化に向けた取り組み事例としては、船橋市市民公益活動公募型支援事業の平成 26 年度採択事業として、ハロウィンウォークラリーを通じて子供たちが地域の「ひまわり 110 番（緊急避難場所）」の家を確認するイベントが実施された。

商店街の店舗を活用する事例としては、ビルオーナーが市民活動団体に無償で店舗を提供し、地域の高齢者と子供たちとの交流の場として「お休み処」を運営しているものや、事務所を兼ねたコミュニティカフェを運営してみたいと考えている NPO 法人もある。

その他に、NPO 法人による店舗を活用した事業としては、民間図書館や放課後ルームを運営する事例などがある。（市民協働課）

b. 防災・防犯

市内の町会や自治会、商店街等が設置する防犯カメラに対して、設置費及び設置した日から 5 年間の維持管理費補助を行っている。補助金の交付条件として、防犯パトロールなど自主防犯活動の実績等を必須要件としている。

過去に習志野台商店街振興組合と前原商店会が防犯カメラ維持管理費の補助を受け、船橋駅周辺の商店街や町会等で組織された船橋駅周辺地区環境整備協議会は、防犯カメラの設置費及び維持管理費の補助を受けている。

平成 26 年度は、西船橋商店会が商工振興課の補助を受けて設置した防犯カメラに対して維持管理費を補助しており、平成 27 年度には、二和駅前の商店街において、同様の補助を行う予定である。

また、船橋駅前や西船橋駅前での客引き行為については、千葉県「公衆に著しく迷惑をかける暴力的不良行為等の防止に関する条例」の改正により、警察の取り締まりが強化された。（市民安全推進課）

町会・自治会の防犯灯設置支援事業として、LED 設置費用の 9 割を補助している。
商店街が維持できなくなった街路灯から防犯灯（町会・自治会の負担）にシフトするニーズがでてきている。（自治振興課）

c. 高齢者等福祉

高齢者等の買い物支援として、宅配を行っている商店などの情報が掲載されたマップを平成 27 年度に作成する予定。

ひとり暮らし高齢者等の見守り活動支援は、商店街単独ではなく、地域団体や N P O などと連携することが望ましい。

地域での見守り活動の一例として、商店街（商店主）がひとり暮らし高齢者等の来店時に安否確認をする方法も考えられるのではないかと。（**高齢者福祉課**）

「ふなばしシルバーリハビリ体操」を普及させていくに当たり、将来的には、体操指導士となった市民の方が開催する体操教室を、商店街等の身近で人が集まりやすい場所で確保し、開催できれば、地域のコミュニティづくりにもつなげることができるのではないかと。（**健康政策課**）

地域包括ケアシステムの推進に伴い、今後ますます助け合い活動の需要が高まるものと思われるが、市内 24 地区コミュニティのうち 5 地区には「助け合いの会」がないため、必要があれば N P O など事業者の力もかりて、最終的には市内全域をカバーできるようにしていきたい。

船橋市社会福祉協議会の支部組織である地区社会福祉協議会では、「ミニデイサービス」や「ふれあい・いきいきサロン」などの地域福祉に関する各種事業を展開しており、公民館や自治会館などで実施しているが、地域の中心である商店街の空き店舗があれば、活用を考えていきたい。また、地区社会福祉協議会では、活動の拠点となる場所を探しているところも多く、活動の場を広げる為にも商店街との連携の可能性はある。（**地域福祉課**）

d. 医療環境の充実

夜間、休日等いつでも利用できるよう、市内の 24 時間営業のコンビニエンスストアのうち、事業者と協力を得て約 200 店舗に A E D を設置している。この事業は県内で初めて実施した。一方、消防局救急課にて救命講習を実施しており、併せて救命率の向上を図っている。このように、本市では市民が利用できる A E D を、身近な場所としてコンビニエンスストア及び公共施設等に設置している。（**健康政策課**）

地域包括ケアシステムを構築し、住み慣れた地域に住み続けてもらうことが市の基本方針であり、商店街の役割も重要である。ネットスーパーや宅配業者を利用するのではなく、自分自身で買い物をするという行為が介護予防や健康寿命の延伸につながる。

（**包括支援課**）

e. 景観保全

J R ・京成船橋駅前のアーケードは老朽化により現在撤去作業中である。今後の取り組みに対しては、商店会や商工振興課に協力していきたい。（**都市計画課**）

路上喫煙・ポイ捨て防止啓発キャンペーンは、地域の町会・自治会やボランティア、商店会などの協力を得て実施している。平成 26 年 10 月上旬に県内の近隣 15 市が同時に広域的な啓発活動を行うことで生活環境の向上に向けた機運を盛り上げるために合同キャンペーンを実施した。

清掃活動は市内全域での一斉清掃が年 2 回実施され、また地域の町会・自治会やボランティア、専門学校、商店会、事業所などが定期的実施している。（**クリーン推進課**）

② 観光とのコラボレーション

a. 祭り・イベント

「農水産祭」は、特産品の即売会（毎年11月の開催）で今年で47年目のイベント。初日に野菜の品評会を行い、翌日にその展示会を実施している。加工品などの販売では、食品コンビナート企業からも出品してもらっている。祭りは市民を対象にしているが、市民以外の参加者も多く、毎年2万人前後の集客がある。今後は健康フェアなどとコラボしていきたい。（農水産課）

平成26年10月26日に「ふなばしミュージックストリート」を初めて開催した。市内音楽団体、商業・観光関係者、学校関係者で実行委員会を立ち上げ、「音楽でまちを元気に！」というコンセプトのもと、企画・運営にあたった。当日は、天沼弁天池公園をメイン会場に、829人が出演し、8,500人が来場した。今後は、消費を商店街に呼び込む仕組みなど検討したい。（文化課）

一般市民向けの市場見学ツアー（わくわく市場探検隊）を毎月1回程度開催しているが、受入上限の40人に対し、応募者数は毎回80人程度と盛況である。（地方卸売市場総務課）

b. 市内の回遊性の向上

ふなばしアンデルセン公園の入場者数は、平成23年度：49万人、平成24年度：52万人、平成25年度：56万人と右肩上がりが増えてきている。ワンパク王国ゾーンには子供、メルヘンの丘ゾーン等には高齢者や親子連れなど幅広い世代が来場している。（公園緑地課）

東日本大震災で被災したふなばし三番瀬海浜公園の温水プール棟及び屋外プール跡地を、環境学習の場としての整備を進めている（平成29年に開設予定）。レジャー要素も含めた施設を目指している。

JR船橋駅南口周辺部から臨海部への回遊性創出については、現在基本構想を策定中である。回遊性創出を考えるうえでは、地域の商店街の役割も重要な要素になると考えている。（政策企画課）

都心から近い点を生かして、日帰りで潮干狩り、農漁業体験ができる強みを活かす一方、外国人向けのメニューの検討もしていくべきという意見もある。（農水産課）

③ 地元産品の活用（ブランド化）

平成22年度に、若手職員を中心に都市ブランド研究会が発足された。同研究会では、発足当初は都市ブランドのあり方について研究していたが、現在は個別的なテーマの検討を行っている。一方、産業面におけるブランド化は、ふなばしブランドなど商工振興課が進めており、都市ブランド研究会のテーマとはなっていない。（政策企画課）

「通いコンテナ（何度でも利用できる輸送用容器）」物流を積極的に取り入れ、県内生産者の物流効率化及びコスト削減を図りつつ、市内産の農産物の地産地消の底上げを推進している。（地方卸売市場総務課）

魚介類は「三番瀬みなとや」というアンテナショップを整備したほか、移動販売車両を購入し、出張販売をしている。地場野菜は、平成 23 年 10 月に「ふなっこ畑」を整備し、市民の地場野菜の購入環境を整えた。今後は、地域の北側の国道や県道沿線に直売所等を整備したいという希望がある。

船橋市ではやる気のある若手農業者も出てきている。地元の洋菓子店など加工事業者と若手農家が連携をし、小松菜パウダーなどを活用した商品開発を行っている。

小松菜パウダーは市民の中でも浸透してきており、卵焼きなどに入れると鉄分、カルシウムも取れるということで買っていく人もいる。ただし、どこで売っているか分からないという声も多い。

現時点での 6 次産業化は、各事業者が独自に動いているのが現状である。小松菜の「パウダー会」以外は、個人農家が石井食品とタイアップしたり米粉、人参ジュース、枝豆アイスクリーム、小松菜ハイボール・小松菜カクテルなどがそれぞれ生まれている。

「船橋にんじん」は、平成 25 年 1 月、「船橋のなし」は平成 26 年 11 月に国の地域団体商標に登録された。小松菜、枝豆は船橋ブランドとして各種 PR 事業を推進している。

東武・西武百貨店や市内の飲食店では、枝豆、人参、小松菜、梨をつかったメニューを旬に合わせて期間限定で販売してもらっており、平成 26 年 12 月には生海苔やホンビノス貝も加わった。

ホンビノス貝も知名度が上がってきたので、地元の飲食店には、農産物同様、ホンビノス貝、生海苔などを、もっと活用してもらいたい。

市内の食料品製造業者との連携拡大も大きな課題である。企業側、特に大企業の食品メーカーの意見としては、通年、定期的に供給してもらいたいというニーズが強いので、中小・中堅企業の方がマッチするかもしれない。

海外に通用するお土産としては、缶詰などが適しており、工業・商業者が連携して事業化するために経済ミーティングを活用したい。(農水産課)

④ 情報発信

平成 26 年度より、広報ふなばしに『輝く地元の産業』のコーナーを追加し、農業や商・工業などをシリーズで PR している。紹介企業・団体の公平性を担保することが課題である。

外国人向けの専門ホームページを平成 27 年 2 月に開設。成田空港や TDL を訪れた外国人の方が半日観光で来てくれるような施設等を紹介している。言語は英語、中国語（繁体、簡体字）、韓国語の 4 言語。外国人向けのリーフレットも作成し、成田空港や東京都庁内観光案内所へ設置した。

ホームページのスマートフォン対応もトップページ等大部分を今年度中に実施予定。次年度がシステム更新年度となるため平成 27 年度にはすべてのページが対応する予定。

SNS の活用では、ツイッターで HP の RSS 文書を自動投稿しているのに加え、各課から依頼があれば追加投稿している。フェイスブックは広報課職員により、週 3 回程度の更新を目安に運用している。ツイッターのフォロワーは約 8,600 (3/1 現在) 人で微増が続いており、フェイスブックは運用 1 年で 1,232 人の登録となっている。(広報課)

船橋市場をイメージした「ロゴマーク」入りの「のぼり」「ステッカー」などを配布し、船橋市場を仕入れ先とする飲食店、小売店（量販・スーパー含む）に掲示してもらうイメージアップに向けた事業を推進している。（地方卸売市場総務課）

⑤ 雇用促進

a. 女性の働きやすい環境整備、起業・創業

平成 27 年度を初年度とする子ども・子育て支援事業計画では、仕事と家庭の両立支援の推進を基本施策のひとつとしている。今後、企業及び市民に対して仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の啓発と周知が必要である。

また、今後の環境整備としては、保育所待機児童の解消や、地域の子育て支援の充実等を図って行きたい。（子ども政策課）

雇用促進奨励金（商工振興課の所管）の対象に障害者と高齢者に一人親も入れてもらいたい。雇用した企業に奨励金ができれば、一人親の就労にもつながる。（児童家庭課）

病児・病後児保育サービスは、普段保育園などに通っている子どもが、一時的に病児・病後児保育施設で預かってもらう制度で、利用可能な施設は、市内に 5 か所ある（病児・病後児保育施設：4 か所、病後児保育施設：1 か所）。（保育課）

創業支援事業の他に、当センターでも起業セミナーを行い、具体的な起業支援については、商工会議所主催の起業スクールなどにつなげていきたい。（男女共同参画センター）

b. 障がい者・生活保護世帯への支援（ダイバーシティの推進）

障害者の就職・職場定着などの就職面や生活面を一体的に支援することを目的とした「障害者就業・生活支援センター」※が千葉県では 16 箇所指定され、身近な地域で、雇用、福祉、教育等の関係機関と連携し、障害者の職業的自立の実現を図っている。※「障害者の雇用の促進等に関する法律第 27 条」の規定に基づき、社会福祉法人等の中から知事が指定するもの。

船橋市では社会福祉法人大久保学園が千葉県知事から指定を受けており、船橋市では平成 22 年度より、当該センターの機能強化のため、就労支援員 1 名分の補助を行っている。

また、年一回、市内福祉施設や企業の支援者向けにジョブサポーター研修を開催し、障害の理解・事例検討を通じた知識の定着や情報共有を図り、障害者の就労及び定着支援における各機関の役割や障害者就労への理解を深めている。

今後も、障害者就労支援の促進のため、引き続き補助金の交付を行うとともに、研修内容の充実を図って行きたい。（障害福祉課）

自立支援事業では、食品工場の製造ライン、清掃、警備への就労が多い。就職した背景には、市内に大きな食品工場が多いことがある。今後は、ハローワークにより「職業相談紹介窓口ふなばし」が分庁舎内に設置されたことに伴い、より連携した支援を行っていく。（生活支援課）

⑥ 災害時等の体制整備

平成 24 年 4 月以降、災害時における支援協定」を民間の 22 社・団体の締結したほか、潮見町、南部地域にかけて津波一時避難施設として、民間 11 施設と公益施設 7 施設を確保した。

また、「帰宅困難者支援に関する協定」をホテル・民間会社 7 社（8 施設）と締結し、帰宅困難者に対する支援体制を構築している。また、平成 24 年 8 月に「船橋駅・西船橋駅周辺帰宅困難者等対策推進協議会」を立ち上げ、鉄道事業者や大規模集客施設、商店会、警察等官民が協働連携して、帰宅困難者対策等を検討している。

平成 25 年度には、防災ラジオを商店街に配布する事業を行い、災害時の市民への行政情報の伝達手段の充実に努めた。大規模災害発生時には地域の商店街が重要な生活インフラになるため、町会なども含めて関係性を深めていきたい。

ららぽーとでは、CSRの一環として、今年で 4 回目となる防災キャラバンを実施している（行政との共同事業）。

企業の備蓄に対する補助金などは、市の防災備蓄品を計画的に整備しているため具体的な検討には至っていない。企業の BCP 策定に伴うコンサル費用に対する補助についても、年度については検討していないが災害時の連携体制を構築したいと考えている。

(危機管理課)

⑦ 市内の開発動向

JR 南船橋駅南口の約 4.5ha が平成 25 年度に市有地となった。現在、土地利用の計画などを定める基本構想を策定中である。**(政策企画課)**

現行の住生活基本計画では東部・南部・西部地域において、住環境と工場の操業環境の調和に努め、住工調和地区としての形成を図るとしているが、現状、住工調和地区についての具体的な施策は実施していない。策定中の次期計画に盛り込むかどうかについて検討する。**(住宅政策課)**

JR 船橋駅周辺地区、北習志野駅周辺地区を対象としたまちづくりを進めている（1 期：平成 19～23 年度、2 期：平成 24～28 年度）。JR 船橋駅周辺地区は、南北を結ぶ道路整備により、駅周辺の渋滞緩和の効果が出てきている。北習志野駅周辺地区では、道路整備を進めている。**(都市総務課)**

山手地区については、平成 21 年度にまちの将来ビジョンと、その実現に向けて公民の役割についてまとめたパンフレットを作成し、良好なまちづくりの実現に取り組んでいる。山手地区は、工業地域であり、土地利用転換が進んでいる状況である。**(都市計画課)**

小室土地区画整理事業（施行面積 13.3ha）は、整備は終了し、平成 27 年の 1 月に換地処分済み。当該地には、野村不動産の戸建て（プラウド）が全 331 戸分譲される予定で、すでに 120 戸が分譲されている。

船橋駅南口のペDESTリアン整備事業は、平成 29 年度に完成予定。市の施工は、25m 程度のデッキの一部を整備する予定で、今後は駅前を下に降りずに西武百貨店からフェイスペインル等に行ける仕組みとなり市民等の回遊性が高まる見込み。**(都市整備課)**

⑧ 道路・公共交通の整備状況

平成 25 年度から市とバス事業者と地域住民が 3 者協働で、八木が谷、丸山、田喜野井地区で小型バス等を使用した路線バスを運行している。(都市計画課)

コミュニティ道路等整備事業として、ゾーン 30 を推進している(最高速度 30 キロ規制をゾーンごとにかける制度)。船橋市では 15 か所を 28 年度末までに設置することが目標(平成 27 年 1 月末時点で 9 か所整備済み)。整備効果として、本中山では人身事故発生件数が 57% 減少し、自動車の最高速度が 10km/h 低下した。商店街では、一方通行化規制を導入することにより、駐車場所が確保でき、商店街内を歩行しやすくするような仕組みも提案していきたい。(道路建設課)

東葉高速鉄道について、依然厳しい経営状況が続いているものの、ここ数年は単年度黒字を計上している。なお、沿線住民(子育て世代)への支援という観点から、平成 26 年 4 月に通学定期運賃の値下げを行った。(政策企画課)

⑨ 環境関連(環境保全・エネルギー)

現在 170 社程度の事業所を環境保全の対象としているが、実際に煤煙が発生する事業者は 10 社程度。企業の環境意識の高まりとともに施設の切り替えや浄化設備の整備が進んでおり、目に見える様な煤煙を出している事業者はない。

現状、放射線量の基準値を上回っている場所はない。風評被害も含め事態が収束はしつつあるが、福島第一原発全体が完全に収束するまでは自治体としては学校等を中心に問題がないことを確認する作業は今後も継続していく必要がある。

河川の水質調査も市で行っており、水質自体は改善している。環境基準は、河川では基準値を満たしているが、海については一部基準を満たしていない場所がある。

生物多様性地域戦略は、27~28 年度で策定予定となっている。CSR として環境に取り組んでいる事業者や市民、行政で意見を交換しながら計画を策定していきたい。

再生可能エネルギーに関しては、平成 24 年 3 月に策定した「船橋市地球温暖化対策実行計画(区域施策編)」において、市内の太陽光発電を平成 32 年度までに 12,700 キロワットの設置を目指すという目標に対し、平成 24 年度実績では 15,167 キロワットで、目標を既に上回っている。

地球温暖化対策事業では、太陽光発電に加えて、省エネ設備(家庭用燃料電池、蓄電池等)の設置補助制度のほか、緑のカーテンの促進などを実施している。このほか、市公共施設を対象にした「船橋市再生可能エネルギー等導入方針」の策定を進めており、下水処理場でのバイオマスエネルギーの効率的な利活用や、避難所施設への太陽光発電、ソージェネレーションの設置等の方針をまとめている。(環境保全課)

緑化率の緩和については、商工団体の要望などを踏まえ、平成 23 年 4 月に条例の規則改正により緩和した(緑の保存と緑化の推進に関する条例が適用される場合は工業専用地域:10%、準工業地域・工業地域:15%、それ以外:20%、環境共生まちづくり条例が適用される場合は工業専用地域:12%、準工業地域・工業地域:17%、それ以外:22%)。平成 23 年度に緩和したばかりなので、新たな規制緩和は考えていない。(公園緑地課)

⑩ その他

a. 他計画との整合性

次期総合計画（計画期間平成 33 年～）は数年後には策定が始まる予定で、商工業戦略プランの見直し時期とも重なってくると思われることから、互いに整合を図る必要がある。現状の大きな課題としては、市民から要望の多い道路状況の改善や保育所不足による待機児童への対応などがあるが、こうした課題を的確に捉えて次期総合計画を策定していくことが必要である。（政策企画課）

第 2 次船橋市男女共同参画計画（F プラン）は平成 28 年で終了する。次期計画にも、ワーク・ライフ・バランスなどを盛り込む予定である。（男女共同参画センター）

b. 市民の消費者ニーズの把握

市民意識調査での愛着や定住意向については 7 割超と高い。住み良い理由としては、鉄道が 7 割で最も多く、2 番目が日常の買い物が便利（5 割）となっている。地域別では南部で各満足度が高く、北部では自然環境などの満足度が高くなる傾向にある。住工混在による企業への苦情はあまりない。住工混在を認識したうえで住居を購入しているので納得している市民が多いのではないかと。（市民の声を聞く課）

消費者講座で関心が高いものは、放射線関係や食品表示の問題、終活^{（注9）}、介護保険などがある。インターネットによるトラブルや高齢者を狙った悪質商法のトラブルも増えている。（消費生活課）

c. 情報化社会への対応

パソコン教室は市民の方が高度情報化社会に対応できるよう、初心者向けの講習を行っており、年間 30 コース・定員 15 名を委託事業で実施。参加者は高齢者が中心であり、日常生活に活かしたいという声が多くある。（社会教育課）

d. 国際化への対応

市の小中学校での英語によるコミュニケーション能力向上を目的として、①英語教育特区（平成 18 年より市内全小中学校で、特別な教育課程による英語教育を展開。現在は全小学校が教育課程特例校に指定され、1 年生から英語科としての授業を実施。）、②ALT の全校配置、③独自教材の活用、④小学校へ J C 配置（隔週）、⑤英語能力実態調査（中学校 3 年で英検 3 級レベルの力がある生徒が 35.8%）という 5 つの取り組みを実施している。ALT 数は県内トップ。

本市は帰国子女、外国人生徒も多く在学している。帰国子女、外国人生徒には日本語指導が必要となっている。（指導課）

（注9）人生の終末を迎えるにあたり、延命治療や介護、葬儀、相続などについての希望をまとめ、準備を整えること。

II 事業者ニーズの把握

1. 企業・商店街アンケート調査結果

(1) 非製造業アンケート調査

1) 調査概要

調査目的	事業者及び商店街から見た商工業に関する意見を収集し、今後の商工業戦略の方向性を明らかにするとともに、商工業戦略プラン策定に関する基礎資料とすることを目的とする。				
調査対象	船橋市内の非製造業事業者				
調査方法	アンケート調査票を郵送により配布及び回収して調査を実施				
調査時期	平成 26 年 8 月 4 日～9 月 5 日				
調査票の回答状況	送付数	回収数	回収率	有効回答数	有効回答率
	8,744 件	1,288 件	14.7%	1,269 件	14.5%
用語の説明	○本文中の「n」は、設問に対する有効回答件数を意味する。 ○本文中の「SA」、「MA」は以下の略称である。 「SA」(Single Answer)：単一回答形式（選択肢のなかから1つを選択） 「MA」(Multiple Answer)：複数回答形式（選択肢のなかから複数を選択） ○本文中の「前回調査」とは以下の調査を指す。 [名称]船橋市商工業振興ビジョン策定に関するアンケート [実施時期]平成 12 年 11 月 15 日（水）～11 月 30 日（木）				

2) 調査結果

① 経営状況

a. 売上高

平成 22 年度から 25 年度にかけて、「減少した（低下・緩和・進行しない）」と回答した割合が多かったのは、「売上高（55.8%）」、「経常利益（57.8%）」、「販売（受注）数量（54.4%）」となっている（図表 91）。一方、「増加した（上昇・激化・進行した）」と回答した割合が最も多かったのは、「仕入単価（53.1%）」、「高齢化（65.2%）」、「少子化（42.7%）」であった。

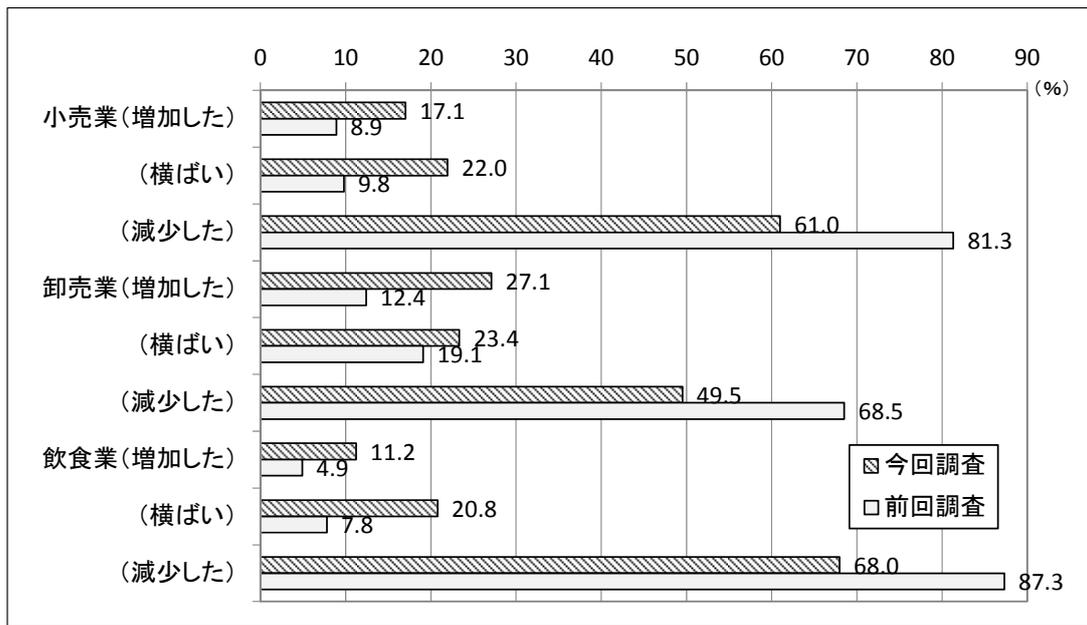
前回調査と比較すると、売上高が「減少した」と回答した企業の割合は、小売業、卸売業、飲食業全てで減少した（図表 92）。

図表 91 業績等の変化

（単位：％）

	回答数	増加した （上昇・激化・ 進行した）	横ばい	減少した （低下・緩和・ 進行しない）	わからない	【参考】 差異(D.I)	
		[A]	-	[B]	-	[A—B]	
①売上高	1,207	20.0	23.3	55.8	0.9	▲ 35.8	
②経常利益	1,198	17.0	23.9	57.8	1.3	▲ 40.8	
③販売（受注）数量	1,118	19.1	23.5	54.4	3.0	▲ 35.3	
④販売（受注）単価	1,109	17.8	42.3	35.9	4.1	▲ 18.1	
⑤仕入単価	1,140	53.1	28.9	12.8	5.2	40.3	
⑥来店客数	1,091	11.1	26.9	53.4	8.5	▲ 42.3	
⑦外国人の来店客数	882	4.1	19.6	10.0	66.3	▲ 5.9	
⑧従業者数	1,064	9.5	63.4	20.5	6.6	▲ 11.0	
⑨大型小売店との競合	966	29.1	24.2	1.2	45.4	27.9	
⑩設備投資額	1,033	14.8	39.8	26.3	19.1	▲ 11.5	
⑪借入金	984	17.9	36.9	20.6	24.6	▲ 2.7	
顧客 動 向	⑫周辺地域の人口	1,070	26.2	37.6	17.4	18.9	8.8
	⑬高齢化	1,085	65.2	15.9	2.9	15.9	62.3
	⑭少子化	1,066	42.7	23.5	7.4	26.4	35.3

図表 92 売上高（前回調査との比較）



(注) 今回調査の選択肢「わからない」を減じたうえで全体を割りかえして算出。以下同じ。

b. 顧客動向

「周辺地域の人口」は「横ばい (37.6%)」が多いが、「高齢化」は「進行した (65.2%)」、「少子化」は「進行した (42.7%)」が多くなっている (図表 93、94、95)。

地域別の「周辺地域の人口」は、「増加した」は、「法典地域 (39.5%)」、「減少した」は、「新高根・芝山地域 (26.9%)」が多くなっている。

「高齢化」は、「進行した」は、「新高根・芝山地域 (80.0%)」、「進行しない」は、「法典地域 (5.1%)」が多くなっている。

「少子化」は、「進行した」は、「新高根・芝山地域 (64.6%)」、「進行しない」は、「夏見地域 (11.9%)」が多くなっている。

図表 93 周辺地域の人口（地域別）

(単位:%)

		回答数	増加した	横ばい	減少した	わからない
全体		1,070	26.2	37.6	17.4	18.9
業種	湊町地域	85	15.3	40.0	10.6	34.1
	本町地域	243	27.2	41.2	14.0	17.7
	葛飾地域	108	37.0	40.7	14.8	7.4
	法典地域	76	39.5	22.4	11.8	26.3
	夏見地域	60	30.0	40.0	18.3	11.7
	前原地域	89	20.2	37.1	22.5	20.2
	習志野台地域	127	20.5	41.7	20.5	17.3
	新高根・芝山地域	78	23.1	37.2	26.9	12.8
	八木が谷地域	130	24.6	33.8	21.5	20.0
	豊富地域	42	33.3	23.8	19.0	23.8

図表 94 高齢化（地域別）

（単位：％）

		回答数	進行した	横ばい	進行しない	わからない
全体		1,085	65.2	15.9	2.9	15.9
業種	湊町地域	83	45.8	22.9	1.2	30.1
	本町地域	249	59.4	22.1	2.8	15.7
	葛飾地域	108	70.4	17.6	0.9	11.1
	法典地域	78	61.5	11.5	5.1	21.8
	夏見地域	61	63.9	21.3	3.3	11.5
	前原地域	93	74.2	10.8	4.3	10.8
	習志野台地域	128	64.1	16.4	3.9	15.6
	新高根・芝山地域	80	80.0	12.5	1.3	6.3
	八木が谷地域	131	71.0	9.2	3.8	16.0
	豊富地域	42	69.0	9.5	-	21.4

図表 95 少子化（地域別）

（単位：％）

		回答数	進行した	横ばい	進行しない	わからない
全体		1,066	42.7	23.5	7.4	26.4
業種	湊町地域	83	26.5	25.3	7.2	41.0
	本町地域	240	42.9	22.9	6.3	27.9
	葛飾地域	105	37.1	33.3	6.7	22.9
	法典地域	77	41.6	24.7	5.2	28.6
	夏見地域	59	42.4	28.8	11.9	16.9
	前原地域	90	47.8	20.0	11.1	21.1
	習志野台地域	127	39.4	23.6	6.3	30.7
	新高根・芝山地域	79	64.6	15.2	6.3	13.9
	八木が谷地域	132	43.2	24.2	8.3	24.2
	豊富地域	42	47.6	14.3	9.5	28.6

c. 経営上の強み・弱み

経営上の『強み(強み+やや強み)』としては、「品質・鮮度(64.6%)」、「店員(社員)の接客態度(60.1%)」、「店員(社員)の専門知識(58.6%)」があげられている(図表96)。

一方、『弱み(弱み+やや弱み)』としては、「インターネットによる情報発信力(46.8%)」、「祭りやイベント開催(41.8%)」、「駐車場(31.4%)」があげられている。

図表 96 経営上の強みと弱み

(単位:%)

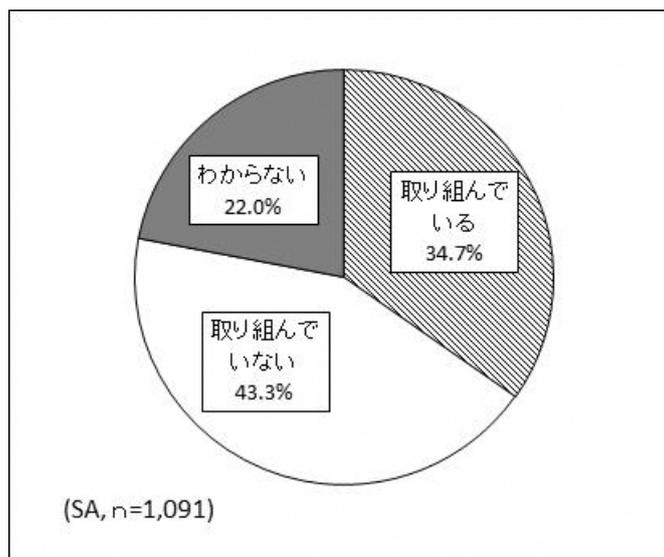
	回答数	強み			どちらとも いえない	弱み			
		強み	強み	やや強み		弱み	弱み	やや弱み	
商品・メニュー・サービス等	品揃え	1,016	42.5	16.6	25.9	41.9	15.6	6.8	8.8
	販売価格	1,026	35.7	11.1	24.6	47.9	16.4	6.1	10.3
	品質・鮮度	959	64.6	26.7	37.9	32.5	3.0	1.5	1.5
	地元産品の取扱い	746	17.7	4.6	13.1	57.5	24.8	16.9	7.9
	店員(社員)の専門知識	958	58.6	21.9	36.7	34.8	6.6	1.4	5.2
	店員(社員)の接客態度	959	60.1	18.7	41.4	35.0	4.9	1.7	3.2
	営業時間	1,012	33.3	11.9	21.4	53.7	13.1	4.1	9.0
	駐車場	938	27.8	11.4	16.4	40.7	31.4	21.1	10.3
	アフターサービス	943	45.5	17.0	28.5	44.4	10.0	4.1	5.9
	店舗(事業所)の清潔さ	1,004	47.8	13.1	34.7	43.2	9.0	3.1	5.9
	インターネットによる情報発信力	927	18.6	5.8	12.8	34.5	46.8	33.3	13.5
地域貢献	祭りやイベント開催	945	18.1	4.8	13.3	40.1	41.8	28.7	13.1
	高齢者への対応	979	39.9	11.3	28.6	45.3	14.8	8.8	6.0
	子育て世代への対応	950	19.1	4.2	14.9	57.9	22.9	12.1	10.8
	地域コミュニティの活性化	956	16.1	3.5	12.6	59.6	24.4	13.6	10.8

d. 高齢社会に対応した取り組み

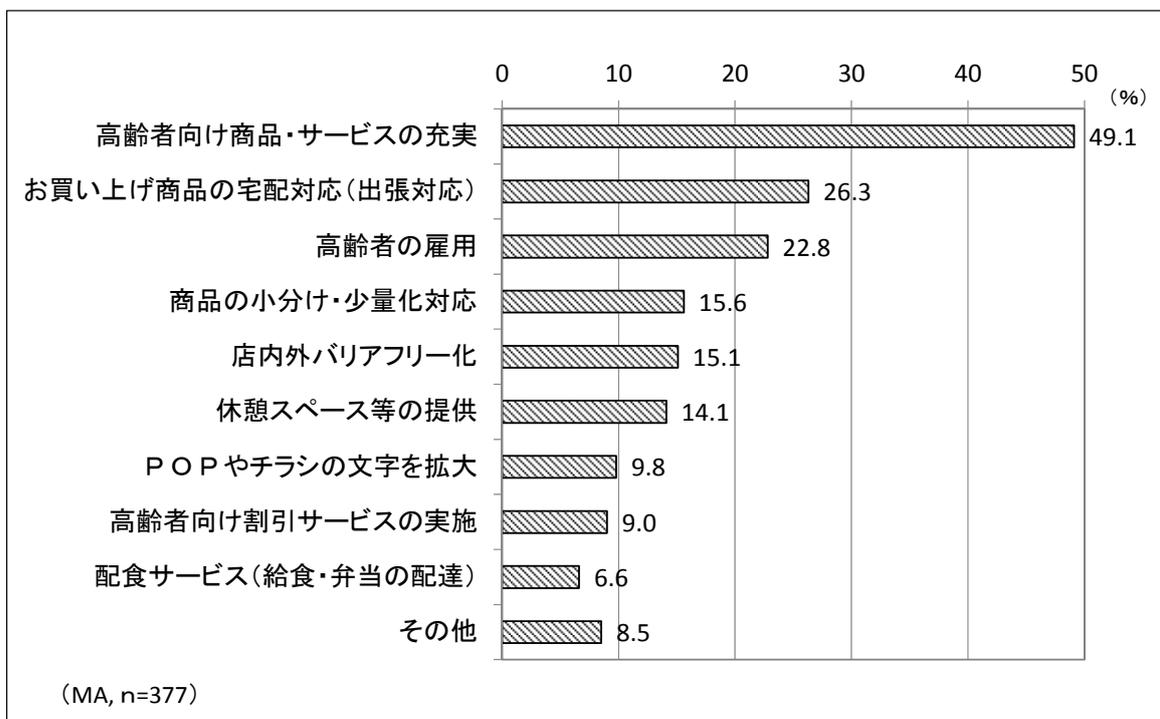
高齢社会に対応した取り組みは、「取り組んでいる」が34.7%となっており、「取り組んでいない（43.3%）」を下回っている（図表 97）。

取組内容は、「高齢者向け商品・サービスの充実（49.1%）」、「お買い上げ商品の宅配対応（出張対応）（26.3%）」、「高齢者の雇用（22.8%）」の順となっている（図表 98）。

図表 97 高齢社会に対応した取り組み



図表 98 取組内容

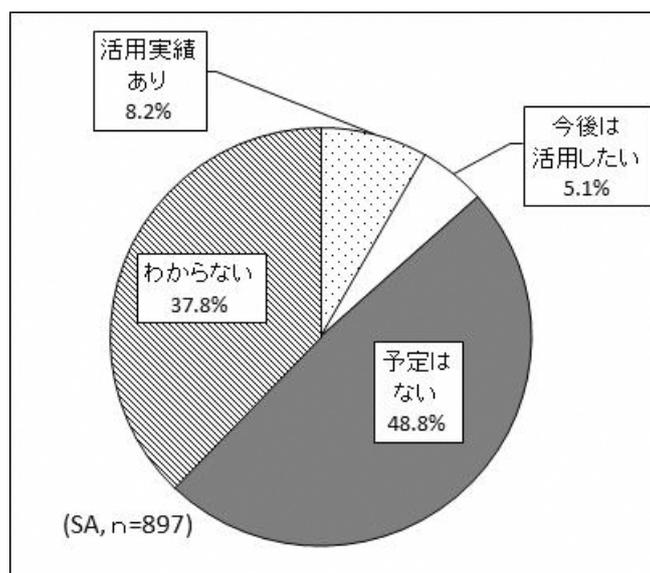


e. 船橋市内の地域資源の活用状況

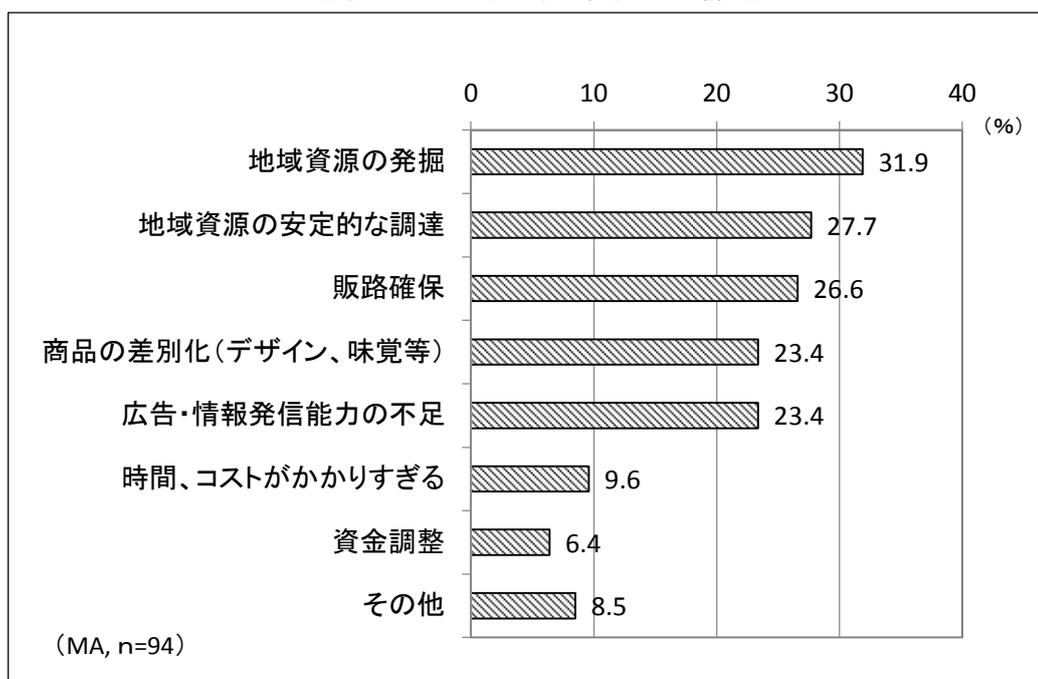
地域資源の活用状況は、「活用実績あり」が8.2%、「今後は活用したい」が5.1%となっている（図表99）。

「地域資源活用の課題」は、「地域資源の発掘」が31.9%と最も多く、「地域資源の安定的な調達（27.7%）」は「販路確保（26.6%）」が続いている（図表100）。

図表 99 地域資源の活用状況



図表 100 地域資源活用の課題

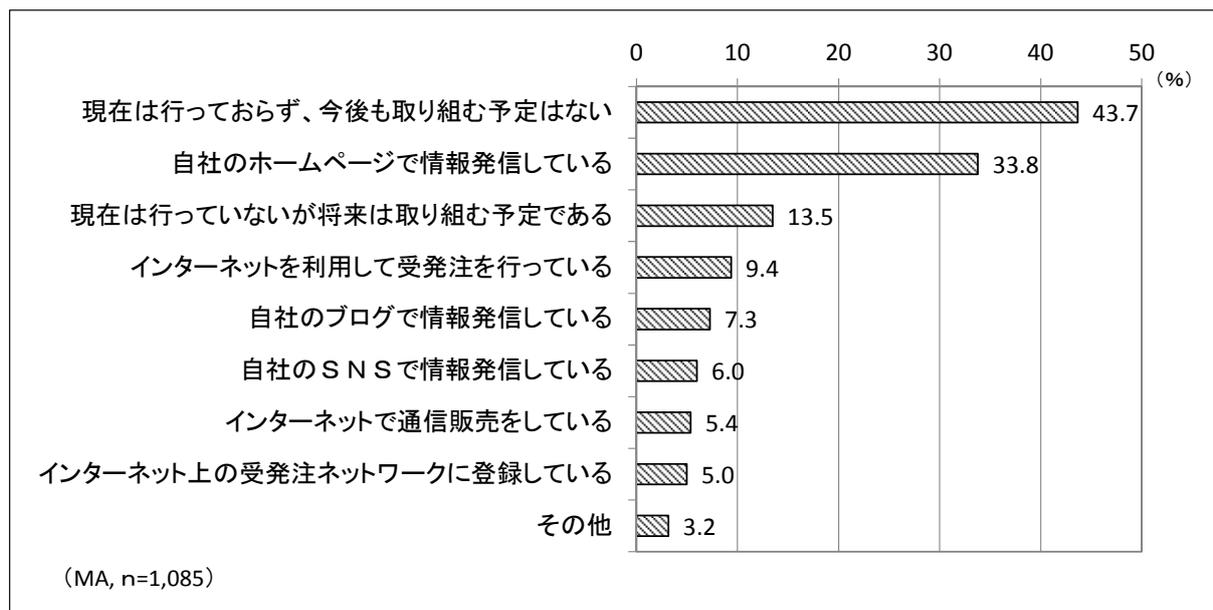


f. インターネットを活用した販促活動

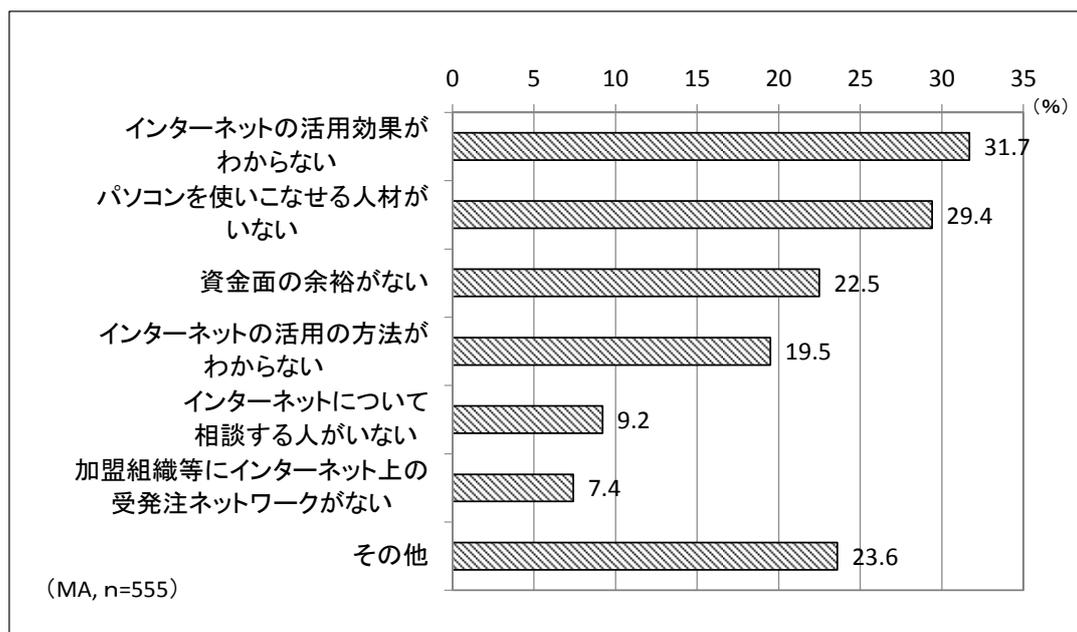
インターネットを活用した販促活動は、「現在は行っておらず、今後も取り組む予定はない」が43.7%と、「自社のホームページで情報発信している（33.8%）」を9.9ポイント上回っている。「現在は行っていないが将来は取り組む予定である」は13.5%となっている（図表101）。

インターネットを活用した販促活動に取り組んでいない理由は、「インターネットの活用効果がわからない」が31.7%と最も多く、「パソコンを使いこなせる人材が少ない（29.4%）」、「資金面の余裕がない（22.5%）」が続いている（図表102）。

図表 101 インターネットを活用した販促活動



図表 102 インターネットを活用しない理由



② 商店街との関係

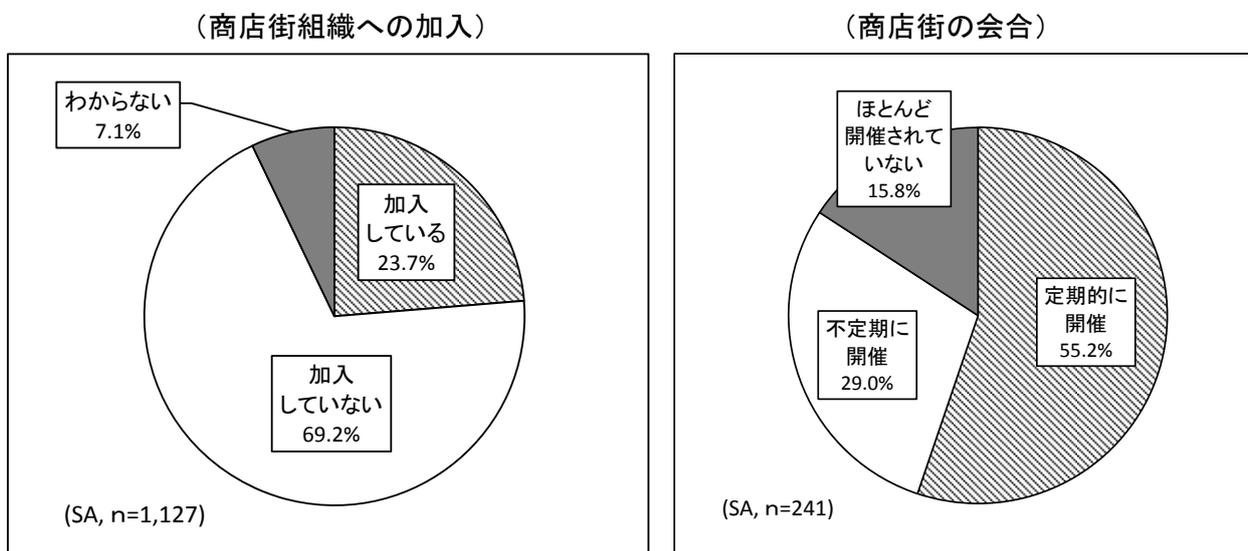
a. 商店街活動

商店街組織には、「加入している」が23.7%、「加入していない」は69.2%となっている(図表103)。商店街の会合は55.2%が「定期的開催」しており、「商店街の活動内容」は、「祭り・イベントの開催」が68.6%と最も多く、「街路灯・カラー舗装の維持(48.0%)」、「共同宣伝(チラシ等)(27.8%)」が続いている(図表104)。

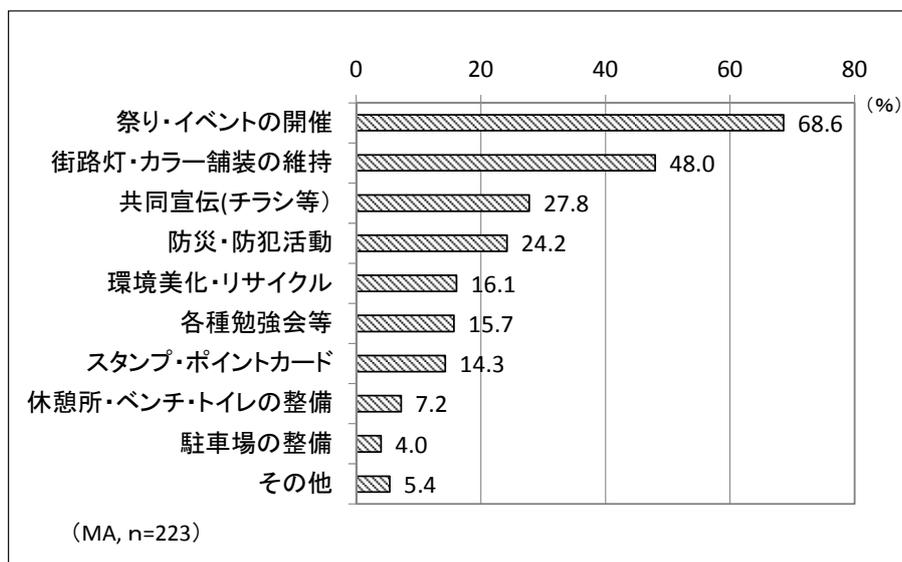
「商店街活動への参加状況」は、「いつも参加している」が36.8%、「ときどき参加している」が36.0%となっている(図表105)。「商店街活動の状況」は、『活発である(極めて+活発)(30.8%)』と、『停滞している(極めて+停滞)(33.2%)』が拮抗している。「商店街活動の状況が停滞している理由」は、「会員が少ない」が47.5%と最も多い(図表106)。

「商店街組織に加入していない理由」は、「周辺に商店街組織がない」が51.8%と最も多く、次いで「加入するメリットを感じない(33.4%)」となっている(図表107)。

図表 103 商店街活動の内容



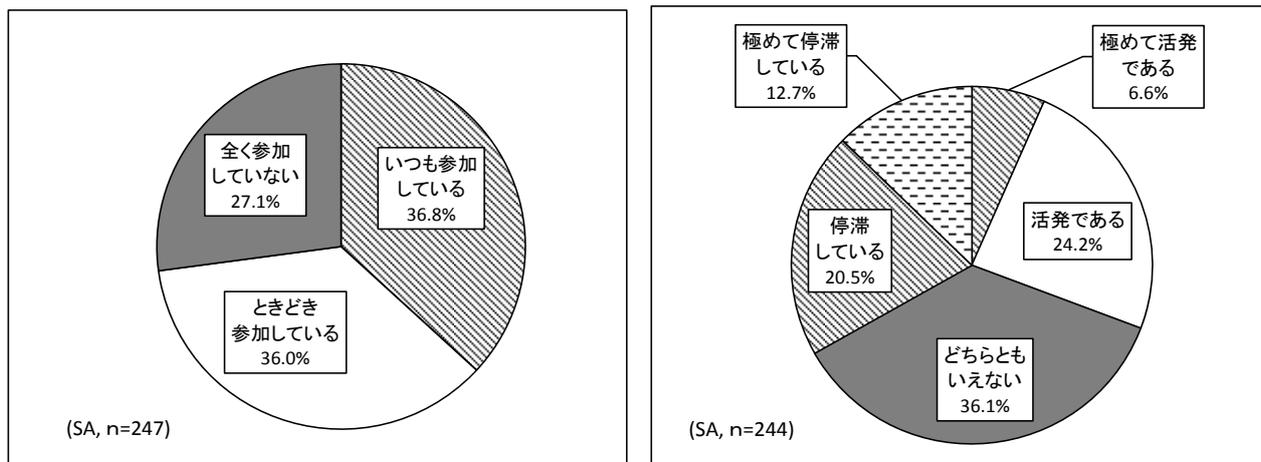
図表 104 商店街活動の内容



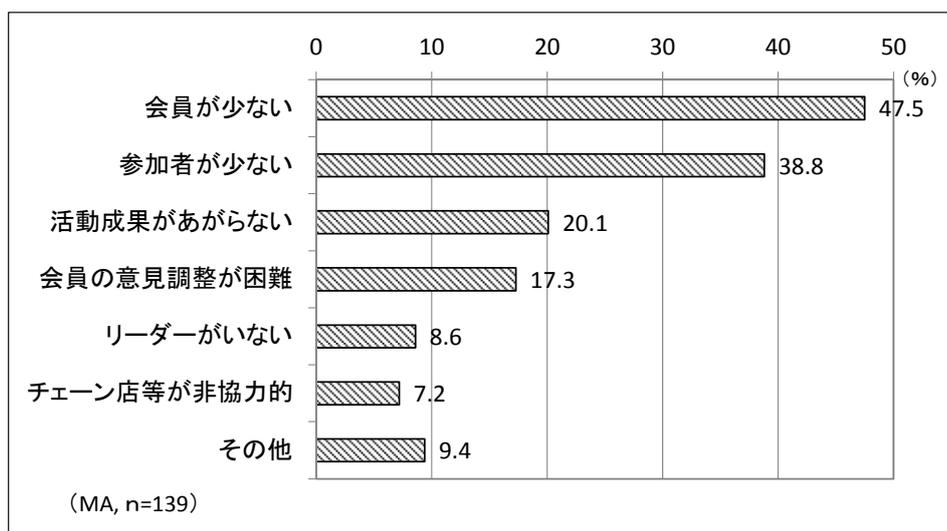
図表 105 商店街活動への参加状況と商店街活動の状況

(参加状況)

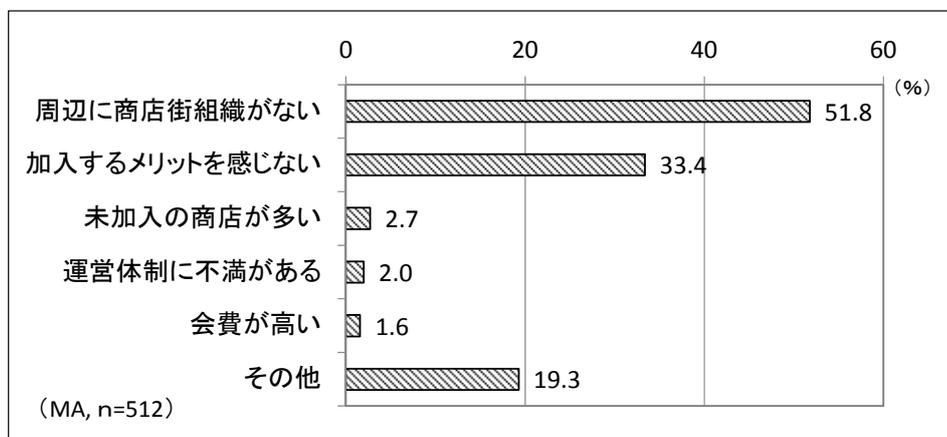
(商店街活動の状況)



図表 106 商店街活動が停滞している理由



図表 107 商店街組織に加入しない理由



b. 商店街のまちづくりへの参加・貢献について

商店街がまちづくりに参加・貢献することについては、『取り組むべき（積極的＋多少）』は63.5%と、『取り組む必要はない（全く＋あまり）』の6.3%を大きく上回った（図表108）。

『取り組むべき』と回答した割合は、「地域の防犯・防災への体制づくり（77.3%）」が最も多く、「バリアフリー等への対応（67.0%）」、「省エネなどの環境への取り組み（66.9%）」が続いている。

図表 108 商店街に参加・貢献を求めるまちづくり活動

(単位:%)

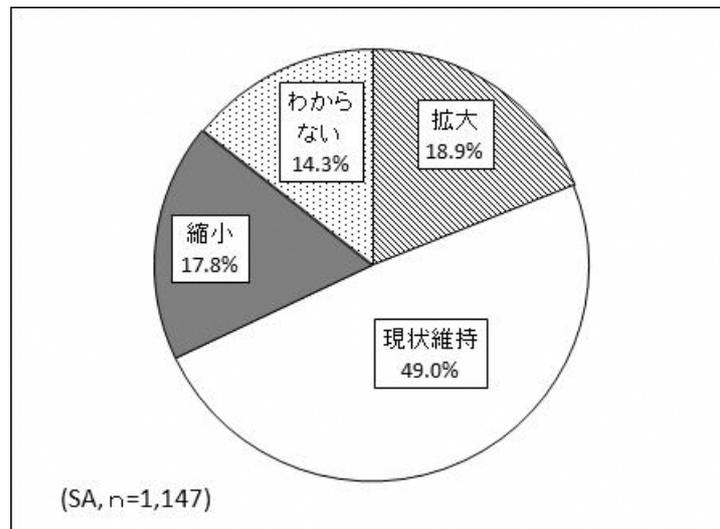
	回答数	取り組むべき	どちらともいえない		取り組む必要はない	全く取り組む必要はない	あまり取り組む必要はない
			積極的に取り組むべき	多少は取り組むべき			
合計	—	63.5	31.2	32.4	30.0	6.3	2.7
地域コミュニティとしての役割	978	64.3	33.6	30.7	28.6	7.1	3.6
子育て世代への支援	970	59.1	27.6	31.5	33.1	7.7	3.5
高齢者の活動の場の提供	976	65.3	31.7	33.6	28.6	6.2	2.5
バリアフリー等への対応	967	67.0	34.9	32.1	27.6	5.5	2.3
地域の防犯・防災への体制づくり	986	77.3	42.8	34.5	19.4	3.3	0.9
省エネなどの環境への取り組み	965	66.9	31.4	38.5	26.1	4.0	1.6
農業、漁業など地域産業との連携	937	51.0	24.1	26.9	40.2	8.8	4.3
地域のリーダー育成・子供の教育の場	956	54.7	23.1	31.6	37.4	7.8	3.3

③ 事業展開の方向性

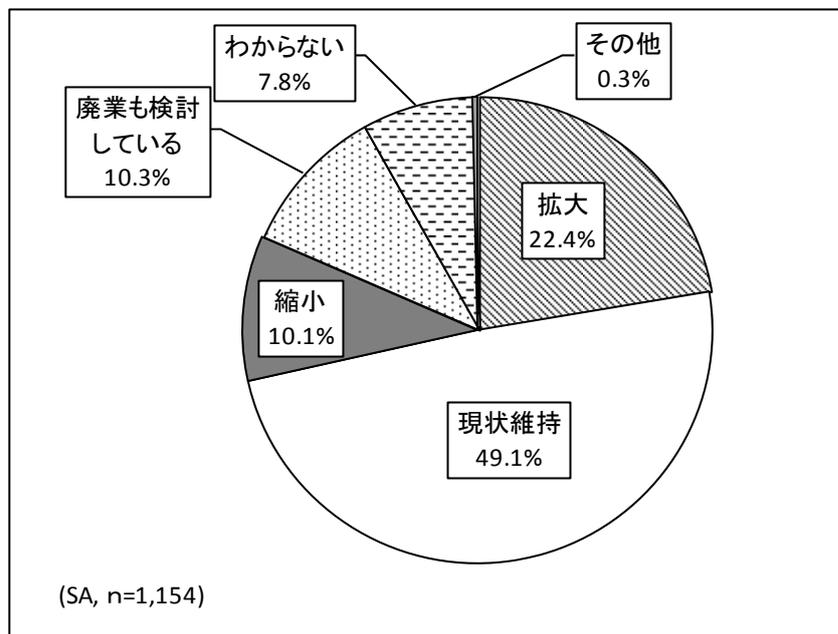
市場規模の将来展望は、「拡大 (18.9%)」と「縮小 (17.8%)」が拮抗している (図表 109)。

事業の方向性は、「拡大 (22.4%)」が「縮小 (10.1%)」を上回っている。「廃業も検討している」企業は 10.3%であった (図表 110)。

図表 109 市場規模の将来展望

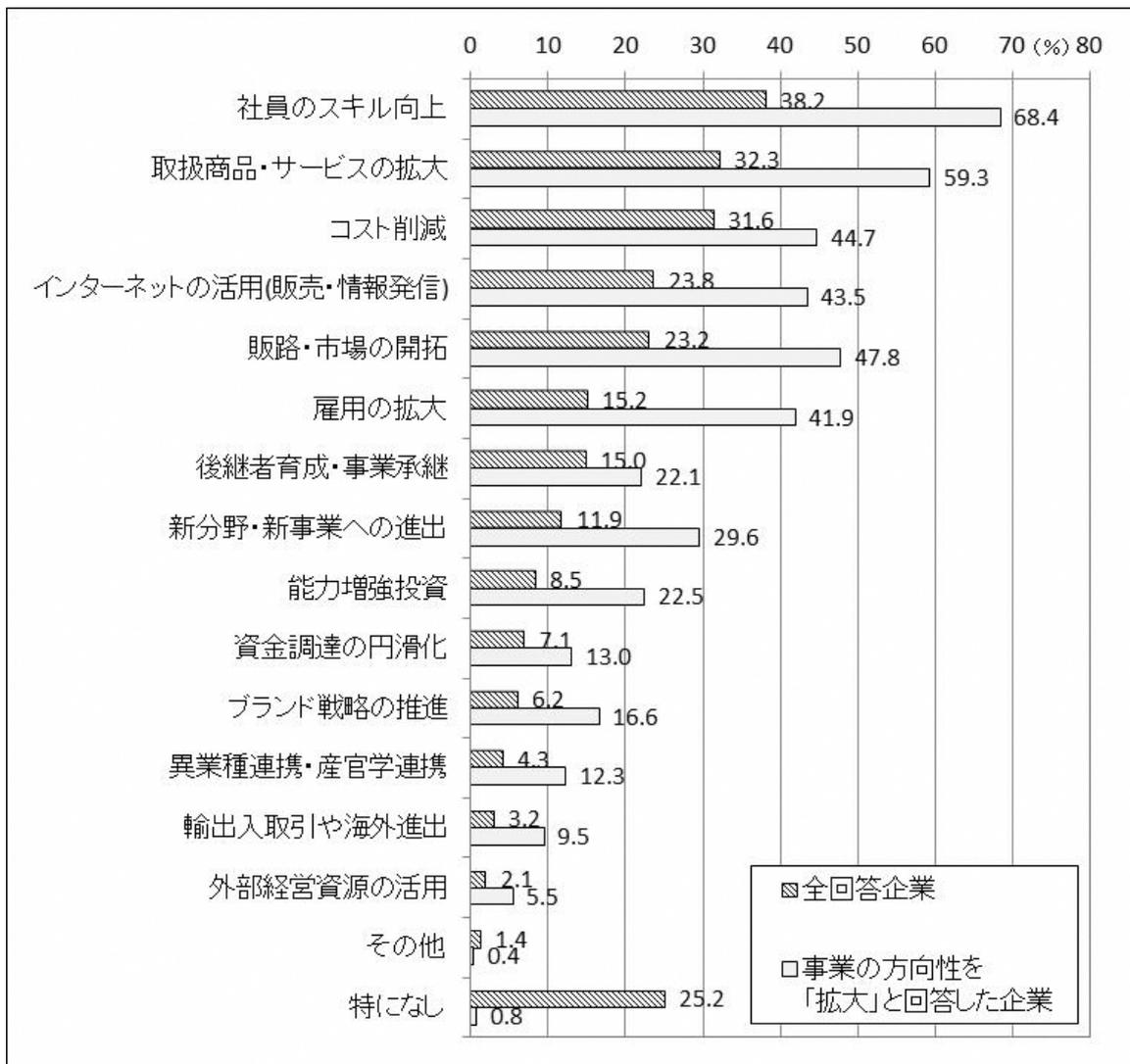


図表 110 事業の方向性



事業の方向性を「拡大」と回答した企業の、「将来展望を踏まえた今後の対応」をみると、全ての項目で全回答企業の回答を上回っている（図表 111）。「社員のスキル向上」は、事業の方向性を「拡大」と回答した企業（68.4%）が「全体（38.2%）」を 30.2 ポイント上回った。

図表 111 将来展望を踏まえた今後の対応
（全回答企業と事業の方向性を「拡大」と回答した企業との比較）



④ 立地について

a. 立地環境の評価

立地環境に対する評価は、『満足（満足＋概ね満足）』が多いのは、「商品等の入手の容易性（54.1%）」、「取引先・提携先との距離・アクセス性（50.7%）」、「市場との距離・アクセス性（46.8%）」となっている（図表 112）。

『不満（やや不満＋不満）』が多いのは、「道路等のインフラの整備状況（37.1%）」、「固定資産税や賃料の負担（36.1%）」、「労働者確保の容易性（21.4%）」となっている。

図表 112 立地環境に対する評価

(単位:%)

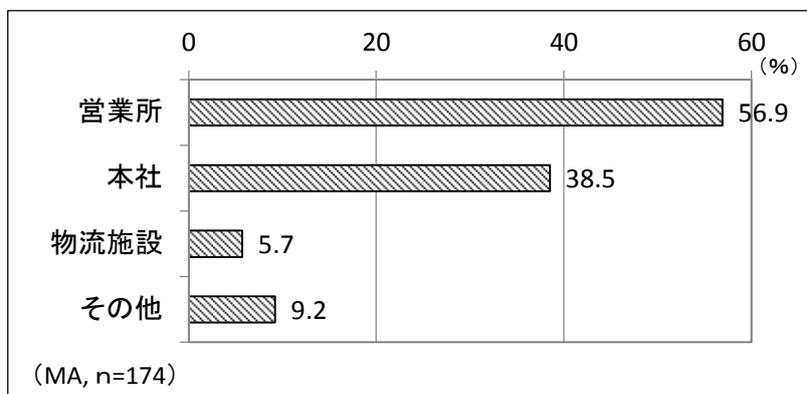
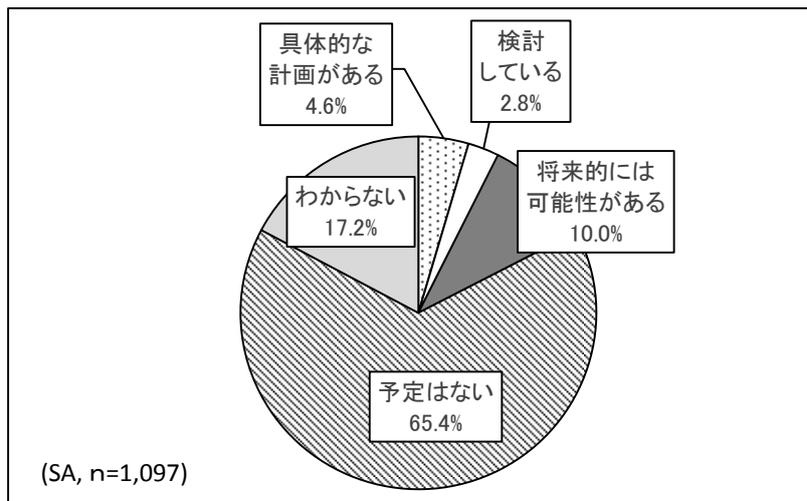
	回答数	満足			どちらとも いえない	不満		
		満足	概ね満足	不満		やや不満	不満	
取引先・提携先との距離・アクセス性	1,045	50.7	15.9	34.8	40.2	9.0	5.6	3.4
市場との距離・アクセス性	1,032	46.8	12.3	34.5	42.5	10.7	7.2	3.5
商品等の入手の容易性	1,029	54.1	13.9	40.2	39.3	6.7	5.1	1.6
労働者確保の容易性	992	19.1	4.2	14.9	59.5	21.4	14.1	7.3
固定資産税や賃料の負担	1,039	10.7	1.7	9.0	53.2	36.1	22.3	13.8
道路等のインフラの整備状況	1,052	21.5	3.4	18.1	41.4	37.1	22.8	14.3
工場など周辺環境からの制約	954	20.2	4.5	15.7	71.6	8.1	5.2	2.9
従業員(家族)の生活環境【公共交通の利便性】	1,020	42.5	8.1	34.4	44.5	12.9	10.0	2.9
従業員(家族)の生活環境【買い物、医療、教育等】	1,025	44.7	8.1	36.6	45.1	10.2	7.8	2.4
船橋市の支援体制	1,043	15.6	2.8	12.8	66.4	17.9	10.5	7.4
商工団体等の支援体制	1,012	12.3	2.2	10.1	71.5	16.2	9.2	7.0

b. 立地に係る今後の意向

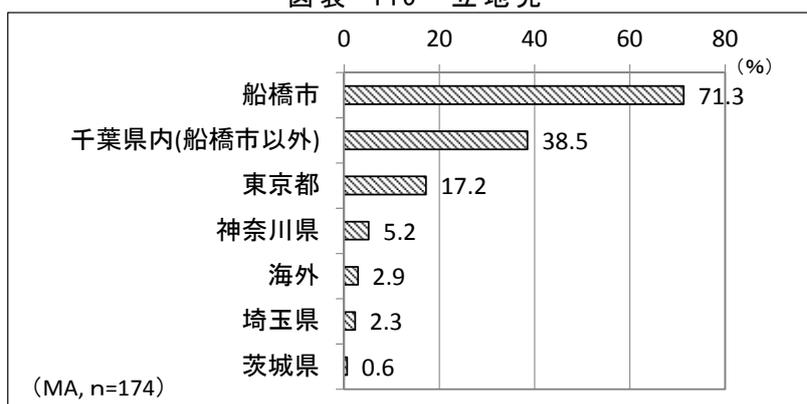
新設・増設・移転に関して「具体的な計画がある」が 4.6%、「検討している」が 2.8%、「将来的には可能性がある」が 10.0%であった（図表 113）。

「対象施設」は、「営業所（56.9%）」、「立地先」は、「船橋市（71.3%）」、「立地面積」は、「500 m²以下（57.8%）」、「新設等の理由」は、「施設が手狭となったため（26.5%）」、「新設等の時期」は、「3年以内（44.0%）」がそれぞれ最も多くなっている（図表 114、115、116、117、118）。

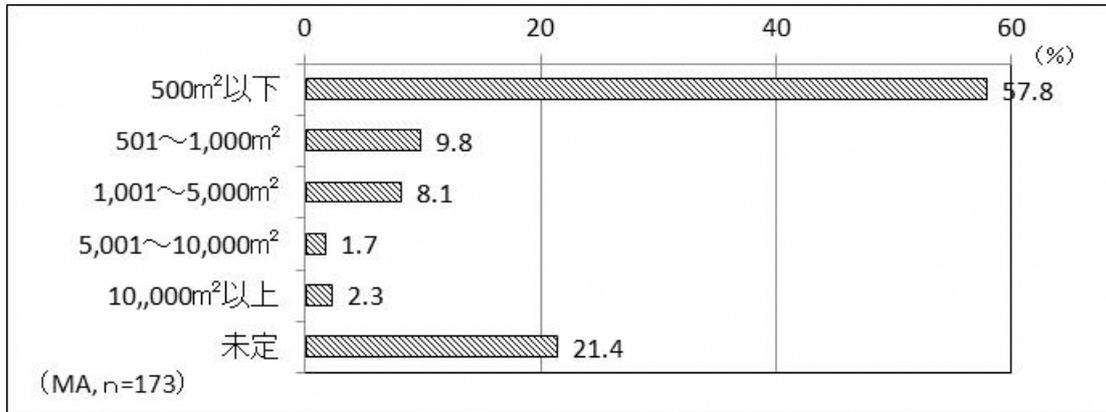
図表 113 新設・増設・移転予定の有無



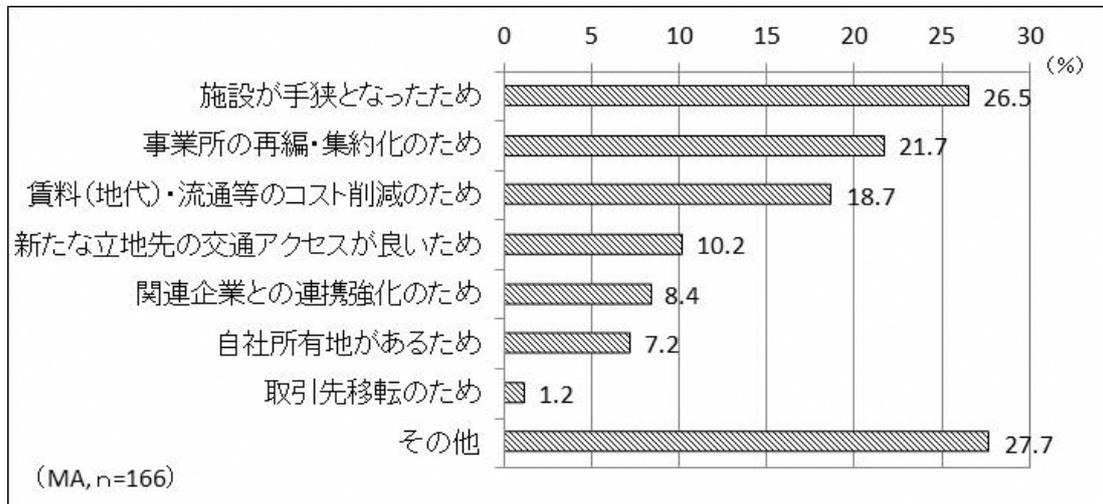
図表 115 立地先



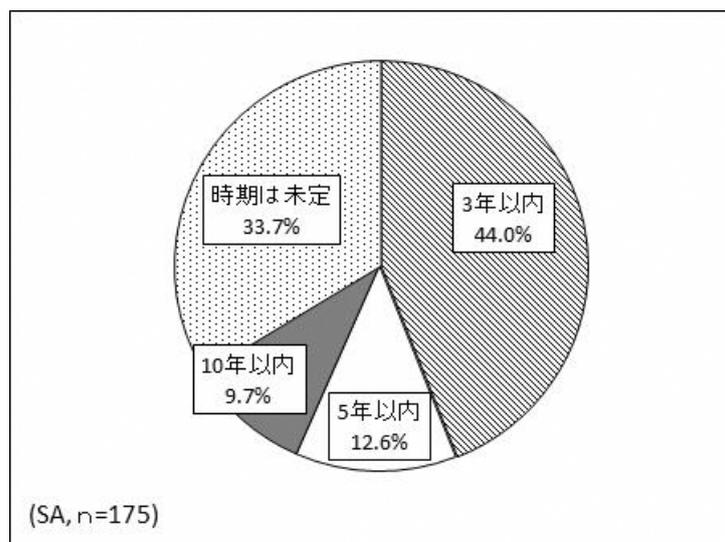
図表 116 立地面積



図表 117 新設等の理由



図表 118 新設等の時期



⑤ 船橋市の支援制度の利用状況と行政に望む支援

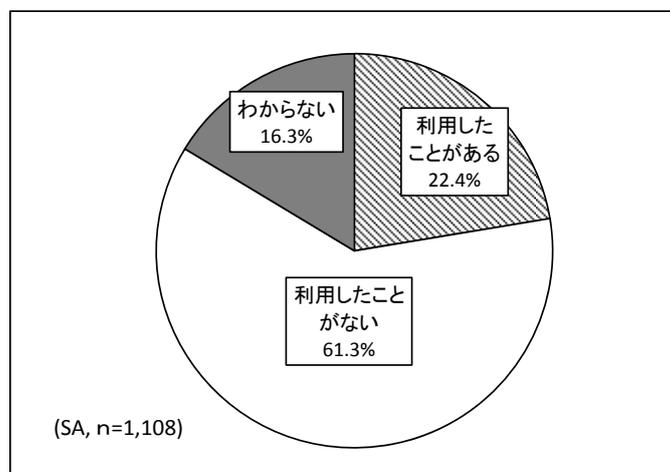
a. 船橋市の支援制度の利用状況

船橋市の産業に関する支援制度を、「利用したことがない」が61.3%、「利用したことがある」が22.4%となっている（図表119）。

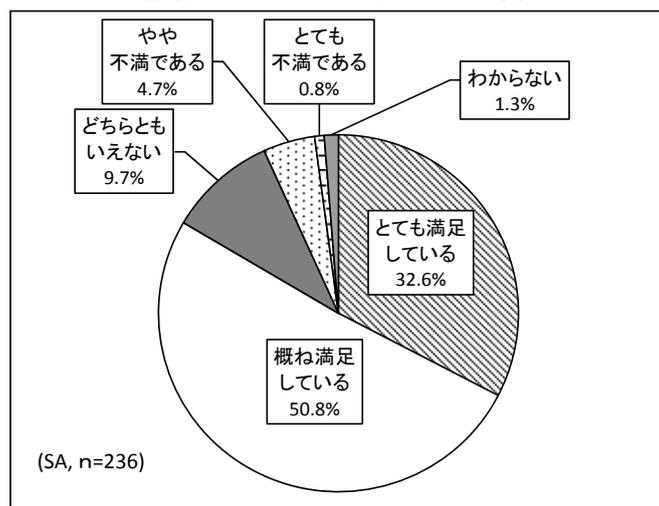
利用した制度は、「船橋市中小企業融資資金利子補給・保証料補給」が最も多く、「利用後の満足度」は、8割以上が『満足（とても+概ね）』と回答した（図表120）。

支援制度を「利用なし・不満の理由」は、「使う必要がない」が53.0%で最も多く、「制度の情報が足りない(28.1%)」、「書類や手続きが煩雑(13.4%)」、「担当する窓口が不明(10.0%)」が続いている（図表121）。

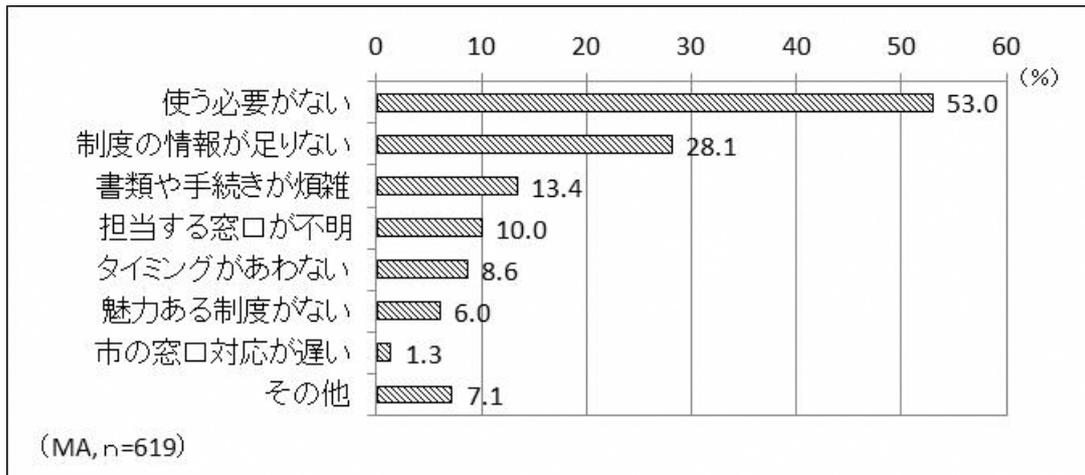
図表 119 支援制度の利用の有無



図表 120 利用後の満足度



図表 121 利用なし・不満の理由



b. 行政に望む支援

事業を実施していく上で、行政に望む支援策をみると、「融資等資金の斡旋等」が 24.2%と最も多く、「雇用助成・促進支援 (23.8%)」、「設備投資への支援 (22.4%)」が続いている (図表 122)。

業種・規模別にみると、「融資等資金の斡旋等」は、「卸売業 (34.1%)」と「中小企業 (27.2%)」、「雇用助成・促進支援」は、「運輸業 (52.4%)」と「中小企業 (39.0%)」、「設備投資への支援」は、「運輸業 (33.3%)」と「中小企業 (27.2%)」が多くなっている。

図表 122 行政に望む支援

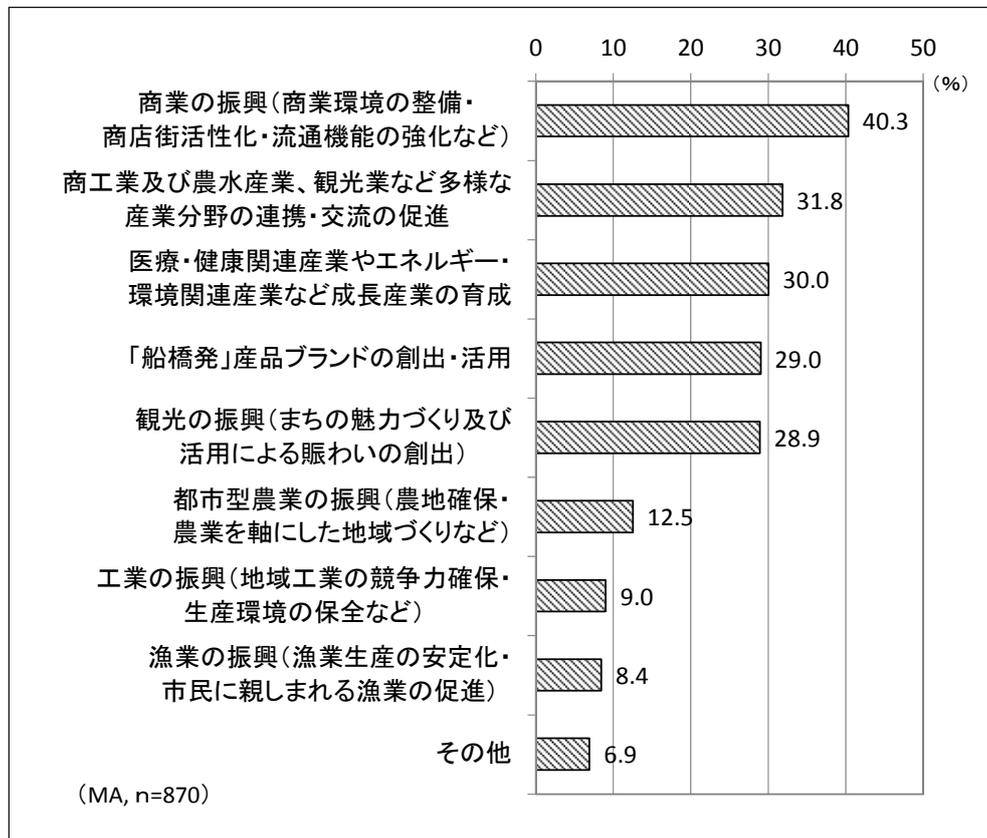
(単位: %)

		回答数	融資等資金の斡旋等	雇用助成・促進支援	設備投資への支援	販売促進支援	人材育成の支援	地元企業・産業情報の発信	経営相談の充実	ビジネス企業間連携・マッチングの支援	新分野進出の支援	農工商観光の連携など異業種連携の支援	海外進出の支援	その他
全体		793	24.2	23.8	22.4	17.8	15.4	14.2	9.6	8.6	5.5	4.9	1.8	17.2
業種	小売業	233	17.6	23.6	17.2	36.1	14.2	12.4	11.6	7.3	5.6	4.3	1.3	14.2
	卸売業	82	34.1	14.6	20.7	23.2	9.8	15.9	7.3	14.6	4.9	8.5	3.7	14.6
	飲食業	109	28.4	19.3	29.4	11.9	5.5	16.5	11.0	7.3	2.8	6.4	1.8	26.6
	建設業	128	25.8	30.5	21.9	3.9	28.1	11.7	7.8	8.6	4.7	5.5	3.1	11.7
	運輸業	21	28.6	52.4	33.3	4.8	23.8	19.0	-	14.3	9.5	-	-	-
	その他サービス業	123	26.0	21.1	29.3	6.5	15.4	16.3	12.2	7.3	6.5	3.3	0.8	18.7
	その他	97	21.6	25.8	18.6	11.3	15.5	14.4	6.2	8.2	8.2	4.1	1.0	24.7
規模	大企業	93	6.5	34.4	21.5	30.1	18.3	20.4	2.2	15.1	7.5	11.8	2.2	12.9
	中小企業(小規模企業除く)	254	27.2	39.0	27.2	13.8	20.1	9.1	8.3	9.1	5.1	3.5	2.0	11.8
	小規模企業	446	26.2	13.0	20.0	17.5	12.1	15.9	11.9	7.0	5.4	4.3	1.6	21.1

⑥ 船橋市の産業の今後の方向性

商工業振興の方向性は、「商業の振興（商業環境の整備・商店街活性化・流通機能の強化）」が 40.3%と最も多く、「商工業及び農水産業、観光業など多様な産業分野の連携・交流の促進(31.8%)」、「医療・健康関連産業やエネルギー・環境関連産業など成長産業の育成(30.0%)」が続いている（図表 123）。

図表 123 商工業振興の方向性



(2) 製造業アンケート調査

1) 調査概要

調査目的	製造業事業者から見た市内の商工業に関する意見を収集し、商工業戦略の方向性を明らかにするとともに、商工業戦略プラン策定に関する基礎資料とすることを目的とする。				
調査対象	船橋市内の製造業事業者				
調査方法	アンケート調査票を郵送により配布及び回収して調査を実施				
調査時期	平成 26 年 8 月 4 日～9 月 5 日				
調査票の 回答状況	送付数	回収数	回収率	有効回答数	有効回答率
	758 件	167 件	22.0%	167 件	22.0%
用語説明	<p>○本文中の「n」は、設問に対する有効回答件数を意味する。</p> <p>○本文中の「SA」、「MA」は以下の略称である。</p> <p>「SA」(Single Answer)：単一回答形式（選択肢の中から1つを選択）</p> <p>「MA」(Multiple Answer)：複数回答形式（選択肢の中から複数を選択）</p> <p>○本文中の「前回調査」とは以下の調査を指す。</p> <p>[名 称]船橋市商工業振興ビジョン策定に関するアンケート</p> <p>[実施時期]平成 12 年 11 月 15 日（水）～11 月 30 日（木）</p>				

2) 経営状況

a. 出荷額（売上高）

業績等の変化をみると、「出荷額（売上高）」は、「減少した」が46.9%と最も多い（図表124）。出荷額（売上高）が「減少した」と回答した企業の、業績等をみると、「減少した（低下・緩和・悪化した）」は「経常利益（89.5%）」、「販売数量（94.7%）」となっている（図表125）。一方、「増加した（上昇・激化・良くなった）」は、「仕入単価（59.5%）」、「国内企業との競合（31.1%）」となっている。「横ばい」は「仕入先（66.7%）」、「操業環境（周辺の宅地化進行等）（73.0%）」となっている。

「操業環境（地域別）」は、「変わらない」が72.3%と最も多く、「悪化した（12.6%）」が「良くなった（3.1%）」を上回っている（図表126）。地域別に、「操業環境（周辺の宅地化進行等）」をみると、「良くなった」は、「本町地域（6.3%）」と「八木が谷地域（6.3%）」、「悪化した」は、「八木が谷地域（31.3%）」、「前原地域（25.0%）」、「法典地域（21.1%）」が多かった。

図表 124 業績等の変化

（単位：％）

	回答数	増加した (上昇・激化・ 良くなった)	横ばい	減少した (低下・緩和・ 悪化した)	わからない	【参考】 差異(D.I)
		[A]	-	[B]	-	[A-B]
①出荷額(売上高)	162	24.7	27.2	46.9	1.2	▲ 22.2
②経常利益	162	22.2	24.7	50.0	3.1	▲ 27.8
③販売数量	159	26.4	22.0	49.1	2.5	▲ 22.7
④販売単価	160	14.4	51.9	29.4	4.4	▲ 15.0
⑤仕入単価	158	57.6	31.6	5.1	5.7	52.5
⑥販売先	160	16.3	55.0	25.0	3.8	▲ 8.7
⑦仕入先	155	11.0	71.6	13.5	3.9	▲ 2.5
⑧従業者数	160	14.4	60.0	22.5	3.1	▲ 8.1
⑨国内企業との競合	158	31.6	43.0	0.6	24.7	31.0
⑩海外製品との競合	148	16.9	27.7	2.0	53.4	14.9
⑪設備投資額	155	23.9	36.1	25.2	14.8	▲ 1.3
⑫借入金	148	14.2	48.0	23.6	14.2	▲ 9.4
⑬操業環境(周辺の宅地化進行等)	159	3.1	72.3	12.6	11.9	▲ 9.5

図表 125 出荷額（売上高）が減少した先の業績

(単位:%)

	回答数	増加した (上昇・激化・ 良くなった)	横ばい	減少した (低下・緩和・ 悪化した)	わからない	【参考】 差異(D.I)
		[A]	-	[B]	-	[A—B]
②経常利益	76	3.9	5.3	89.5	1.3	▲ 85.6
③販売数量	75	1.3	2.7	94.7	1.3	▲ 93.4
④販売単価	76	6.6	44.7	44.7	3.9	▲ 38.1
⑤仕入単価	74	59.5	25.7	8.1	6.8	51.4
⑥販売先	75	9.3	42.7	45.3	2.7	▲ 36.0
⑦仕入先	72	5.6	66.7	25.0	2.8	▲ 19.4
⑧従業者数	74	6.8	52.7	36.5	4.1	▲ 29.7
⑨国内企業との競合	74	31.1	35.1	1.4	32.4	29.7
⑩海外製品との競合	66	16.7	21.2	3.0	59.1	13.7
⑪設備投資額	71	12.7	21.1	43.7	22.5	▲ 31.0
⑫借入金	66	13.6	48.5	19.7	18.2	▲ 6.1
⑬操業環境(周辺の宅地化進行等)	74	1.4	73.0	10.8	14.9	▲ 9.4

図表 126 操業環境（地域別）

(単位:%)

	回答数	良くなった	変わらない	悪化した	わからない	【参考】 差異(D.I)	
		[A]	-	[B]	-	[A—B]	
全体	159	3.1	72.3	12.6	11.9	▲ 9.5	
地域	湊町地域	53	5.7	79.2	5.7	9.4	0.0
	本町地域	16	6.3	56.3	12.5	25.0	▲ 6.2
	葛飾地域	6	-	100.0	-	-	-
	法典地域	19	-	68.4	21.1	10.5	▲ 21.1
	夏見地域	6	-	50.0	16.7	33.3	▲ 16.7
	前原地域	12	-	66.7	25.0	8.3	▲ 25.0
	習志野台地域	7	-	71.4	14.3	14.3	▲ 14.3
	新高根・芝山地域	4	-	75.0	-	25.0	-
	八木が谷地域	16	6.3	56.3	31.3	6.3	▲ 25.0
	豊富地域	17	-	82.4	5.9	11.8	▲ 5.9

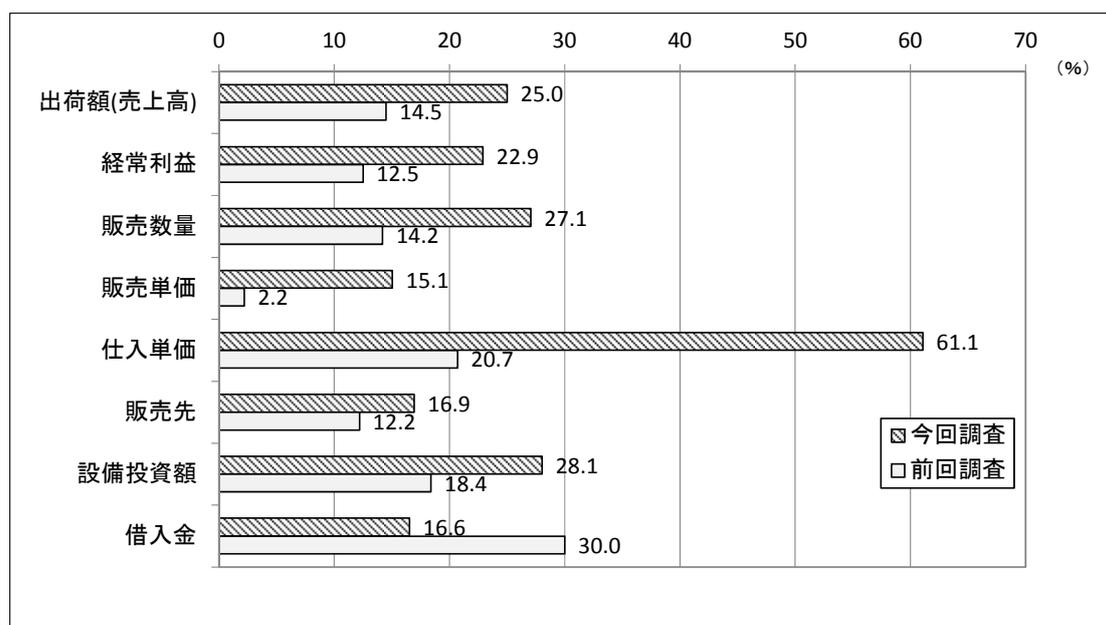
(注) 網掛けは属性別に最も多い項目。

《前回調査との比較》

業績等で「増加（上昇）した」を前回調査と比較すると、「借入金」以外は、全ての項目で今回調査が前回調査を上回った(図表 127)。特に、「仕入単価(上昇した)」は今回調査(61.1%)が前回調査(20.7%)を大きく上回っている。

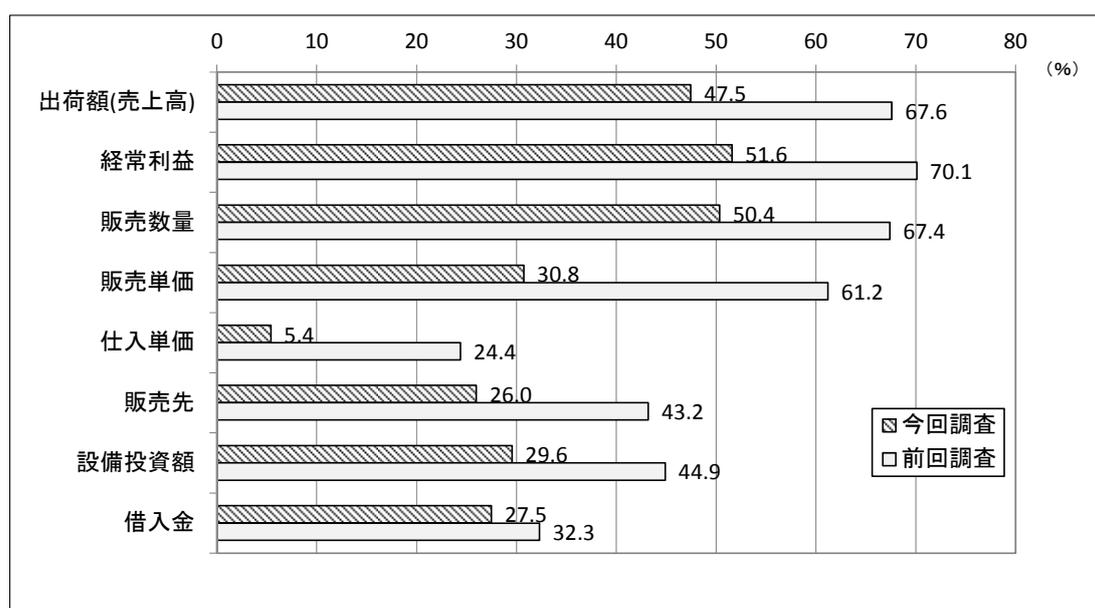
同様に、「減少（低下）した」を比較すると、全ての項目で今回調査が前回調査を下回った(図表 128)。

図表 127 業績等の増加（上昇）（前回調査との比較）



(注) 今回調査の選択肢「わからない」を減じたうえで全体を割りかえして算出。以下同じ。

図表 128 業績等の減少（低下）（前回調査との比較）



b. 経営上の強み・弱み

経営上の『強み（強み+やや強み）』としては、「生産・加工技術（73.2%）」、「品質管理（54.8%）」、「製品の企画・開発力（34.4%）」などがあげられている（図表129）。

一方、『弱み（弱み+やや弱み）』としては、「特許・実用新案等（55.4%）」、「異業種連携・産学官連携（50.0%）」、「ICT化への対応（43.6%）」などがあげられている。

図表 129 経営上の強みと弱み

(単位: %)

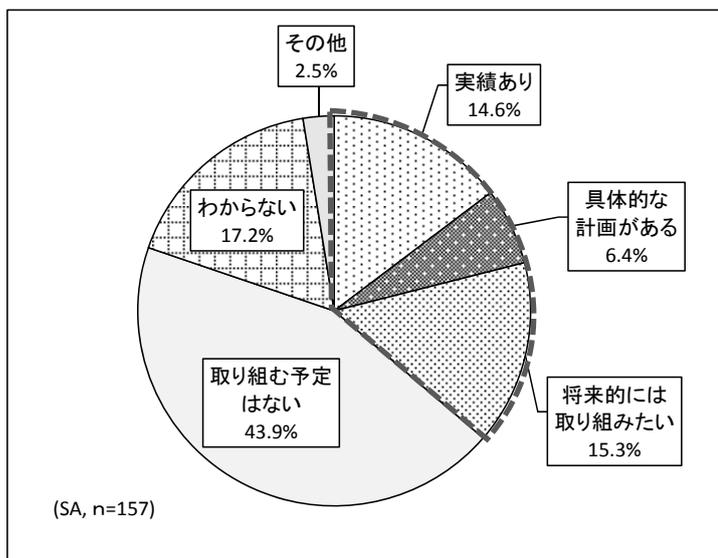
	回答数	強み			どちらとも いえない	弱み		
		強み	強み	やや強み		弱み	弱み	やや弱み
生産・加工技術	160	73.2	23.8	49.4	20.0	6.9	3.1	3.8
生産設備	159	28.3	8.2	20.1	50.3	21.4	8.8	12.6
製品の企画・開発力	154	34.4	13.0	21.4	43.5	22.0	11.0	11.0
販売(受注)力	155	25.2	7.1	18.1	47.1	27.7	10.3	17.4
品質管理	157	54.8	14.0	40.8	35.0	10.2	5.1	5.1
財務体質	156	28.8	9.6	19.2	51.3	19.8	8.3	11.5
教育訓練・人材育成	153	15.7	3.9	11.8	50.3	34.0	13.1	20.9
異業種連携・産学官連携	150	8.0	2.0	6.0	42.0	50.0	28.7	21.3
特許、実用新案等	150	13.3	2.0	11.3	31.3	55.4	36.7	18.7
情報収集力	154	18.8	5.2	13.6	45.5	35.7	14.9	20.8
ICT化への対応	149	15.4	2.0	13.4	40.9	43.6	18.8	24.8
災害への備え	155	10.3	0.6	9.7	48.4	41.3	16.8	24.5
環境保全に関する取組	155	21.3	3.9	17.4	51.6	27.1	11.6	15.5

c. 新分野及び新事業進出への取り組み

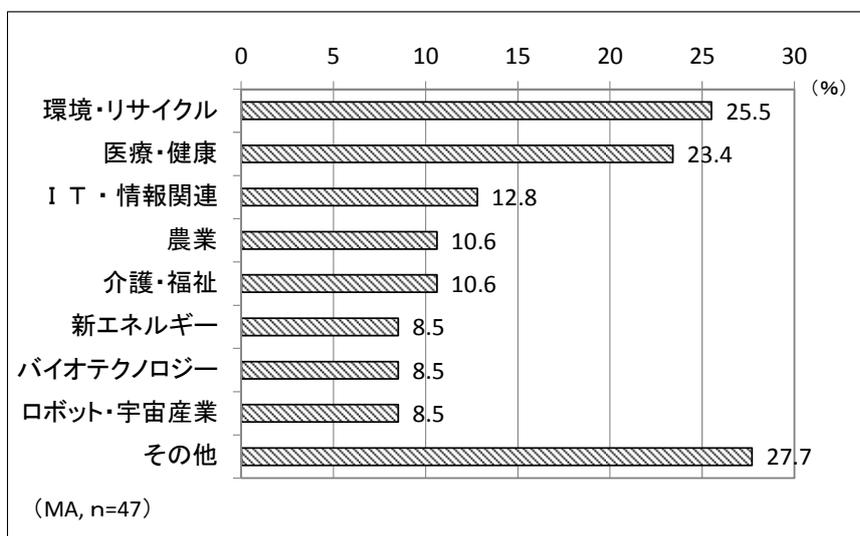
新分野及び新事業進出への取組状況は、「実績あり」が14.6%、「具体的な計画がある」が6.4%、「将来的には取り組みたい」15.3%となっている（図表130）。

新分野への取組種別としては、「環境・リサイクル」が25.5%と最も多く、「医療・健康（23.4%）」、「IT・情報関連（12.8%）」が続いている（図表131）。

図表 130 新分野への取組状況



図表 131 新分野への取組種別

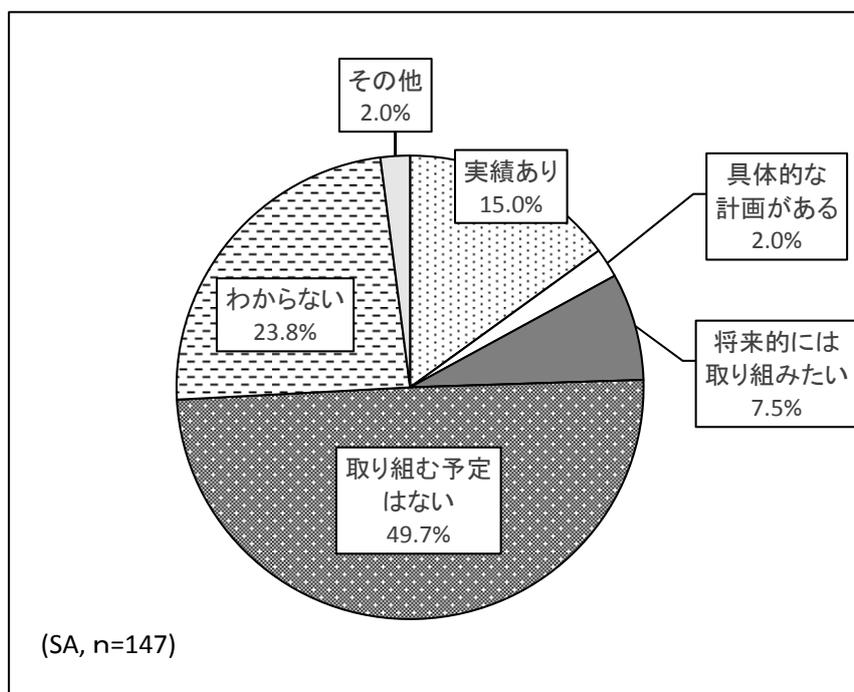


d. 産官学・企業間連携の取組状況

産学官・企業間連携の取組み状況は、「実績あり」が15.0%、「具体的な計画がある」が2.0%、「将来的には取り組みたい」が7.5%となっている（図表132）。「取り組まない理由」は、「必要性がない」が44.1%と最も多く、「社内に人材がない（30.9%）」、「連携先がわからない（19.1%）」が続いている。

「製品開発」の「連携先」は「大学等の教育機関（50.0%）」、「具体的内容」は「共同研究（58.3%）」、「評価」は「効果があった（65.0%）」が最も多かった（図表133）。「販路開拓」の「連携先」は「大企業（35.7%）」と「産業支援機関（35.7%）」、「具体的内容」は「ネットワーク（71.4%）」、「評価」は「あまり効果がなかった（36.4%）」が最も多かった。「新分野への参入」の「連携先」は「大学等の教育機関（55.6%）」、「具体的内容」は「共同研究（77.8%）」、「評価」は「効果があった（83.3%）」が最も多かった。

図表 132 産学官・企業間連携の状況



《参考》取り組む予定がない理由（MA、n=68）

理由	回答割合 (%)
必要性がない	44.1
社内に人材がない	30.9
連携先が分からない	19.1
自社のノウハウで対応できる	17.6
成果が出るまで時間がかかるから	13.2
自社技術の流出を懸念	2.9
その他	4.4

図表 133 産学官・企業間連携の取組み状況

(単位:%)

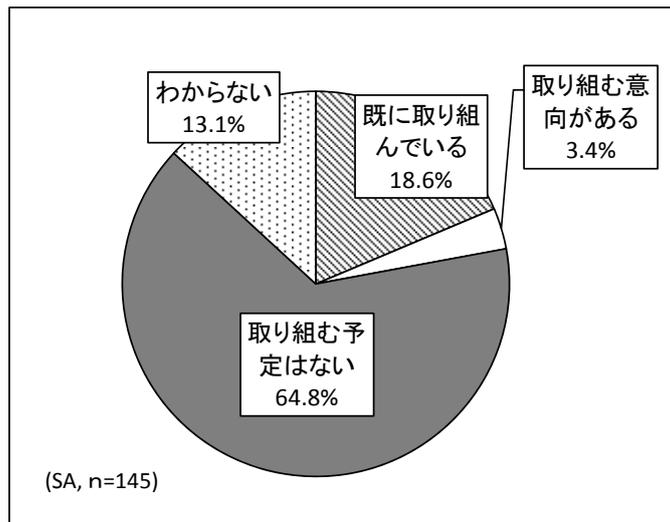
(MA)		製品開発	販路開拓	新分野への参入	自社の技術力向上 (人材の高度化)	特許取得 (共同利用)	業務の効率化
連携先	1.大学等の教育機関	50.0	14.3	55.6	42.9	50.0	33.3
	2.大企業	20.8	35.7	22.2	42.9	50.0	66.7
	3.中小・ベンチャー企業	20.8	28.6	33.3	14.3	33.3	33.3
	4.医療・福祉施設	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
	5.産業支援機関	29.2	35.7	11.1	71.4	16.7	66.7
	6.自治体	16.7	21.4	11.1	14.3	16.7	33.3
	7.金融機関	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	8.その他	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	回答数(n)	24	14	9	7	6	3
具体的内容	1.共同研究	58.3	14.3	77.8	28.6	100.0	33.3
	2.ネットワーク	20.8	71.4	33.3	28.6	16.7	66.7
	3.専門家からのアドバイス	33.3	35.7	11.1	42.9	16.7	33.3
	4.人材育成(研修)・人材交流	8.3	7.1	11.1	57.1	0.0	33.3
	5.特許・知的財産活用	8.3	7.1	11.1	14.3	16.7	33.3
	6.その他	8.3	14.3	11.1	14.3	16.7	33.3
	回答数(n)	24	14	9	7	6	3
評価	1.効果があった	65.0	27.3	83.3	40.0	100.0	50.0
	2.少し効果があった	25.0	27.3	0.0	60.0	0.0	50.0
	3.あまり効果がなかった	10.0	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	4.効果がなかった	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	5.その他	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	回答数(n)	20	11	6	5	5	2

e. 海外展開の取り組み

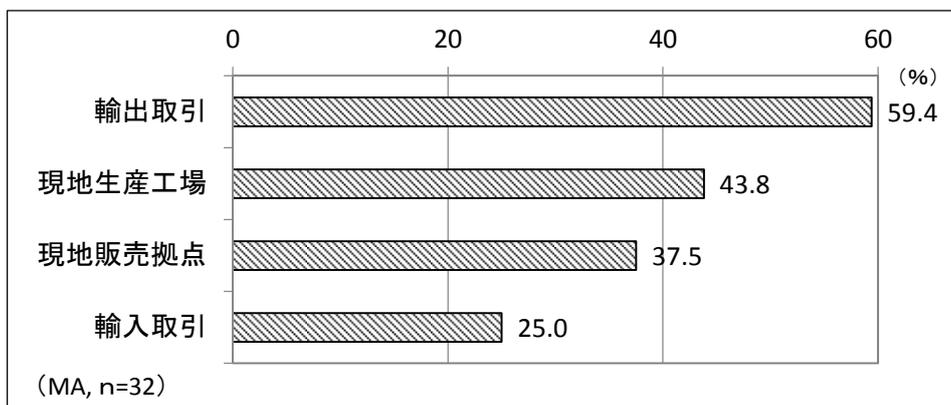
海外展開の取組状況は、「既に取り組んでいる」は18.6%、「取り組む意向がある」が3.4%となっている（図表134）。

「海外展開の内容」は、「輸出取引（59.4%）」、「海外展開先」は、「中国（62.5%）」、「海外展開の取組理由」は、「海外需要の獲得（65.6%）」、「海外展開の課題」は、「販路拡大（50.0%）」、「行政及び支援機関に求める支援」は、「情報提供（69.0%）」がそれぞれ最も多い（図表135、136、137、138、139）。

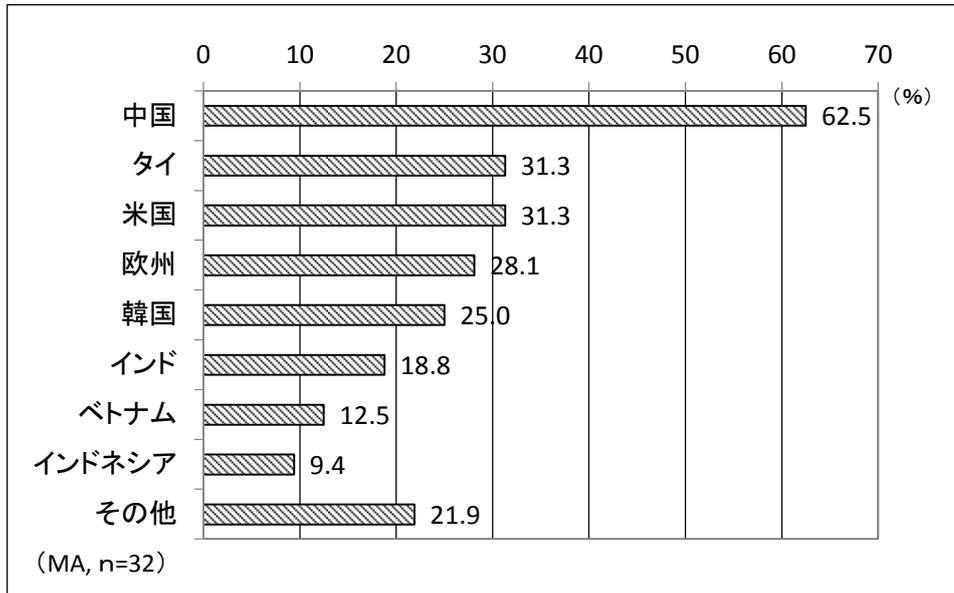
図表 134 海外展開の取り組みについて



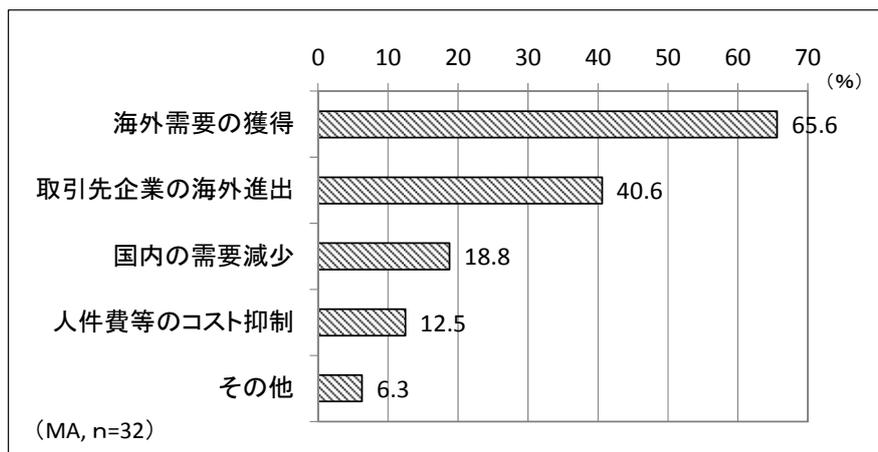
図表 135 海外展開の内容



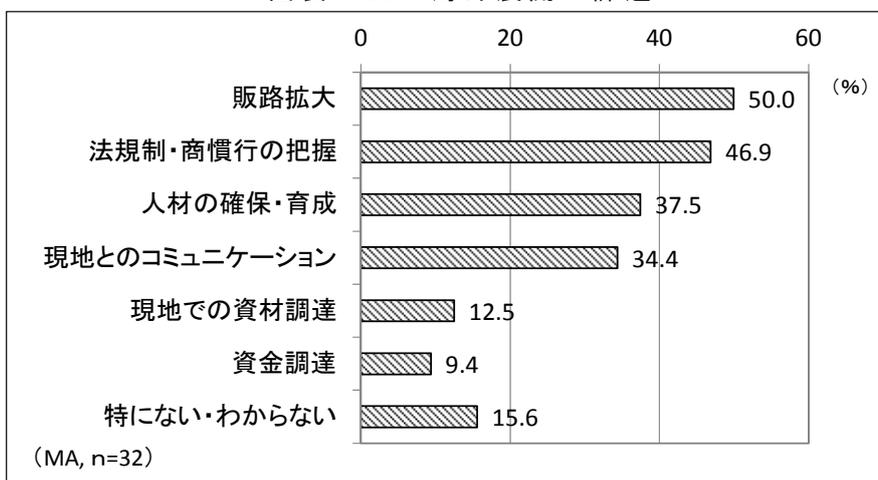
図表 136 海外展開先



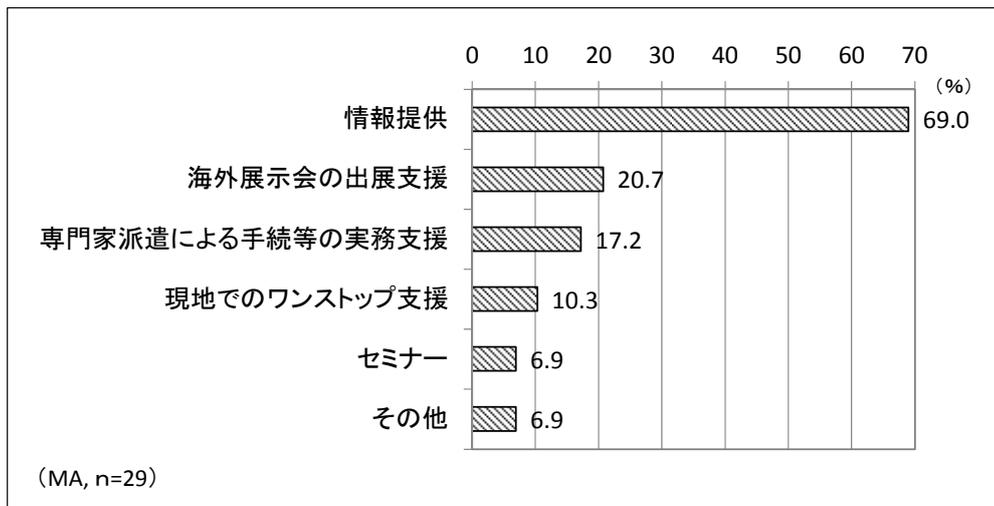
図表 137 海外展開の取組理由



図表 138 海外展開の課題



図表 139 行政及び支援機関に求める支援



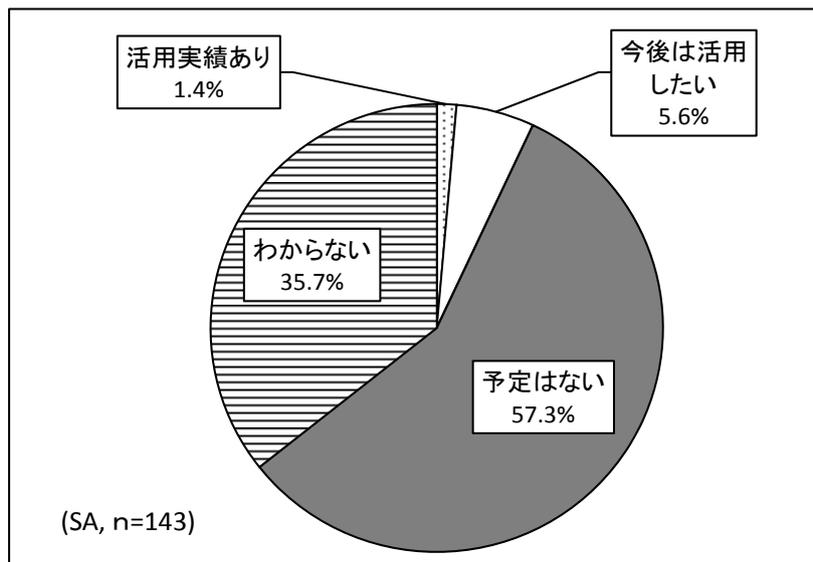
f. 船橋市内の地域資源の活用状況

地域資源の活用状況は、「活用実績あり」は1.4%、「今後は活用したい」は5.6%となっている（図表 140）。

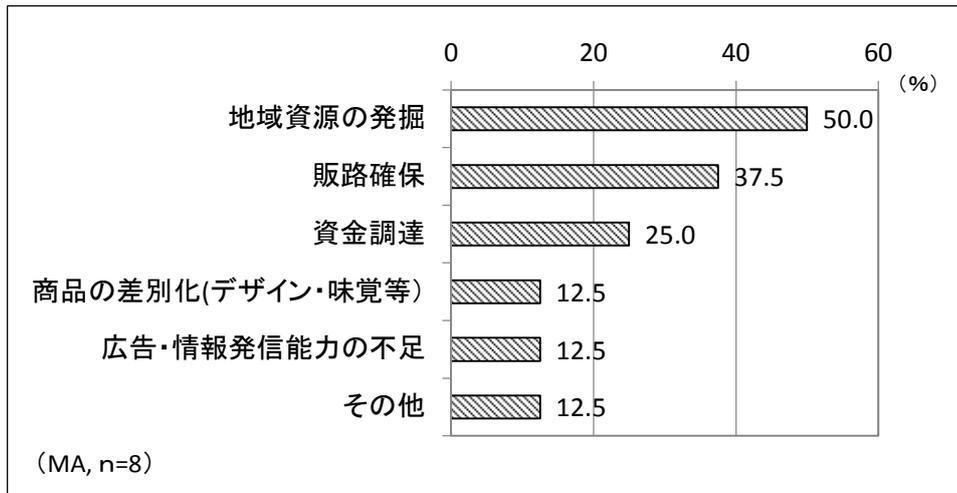
「地域資源活用の課題」は、「地域資源の発掘」が50.0%と最も多く、次いで、「販路確保（37.5%）」、「資金調達（25.0%）」となっている（図表 141）。

「行政及び支援機関に求める支援」は、「補助金」と「他の事業者とのマッチング」が44.4%と最も多く、次いで、「広報・情報発信（33.3%）」となっている（図表 142）。

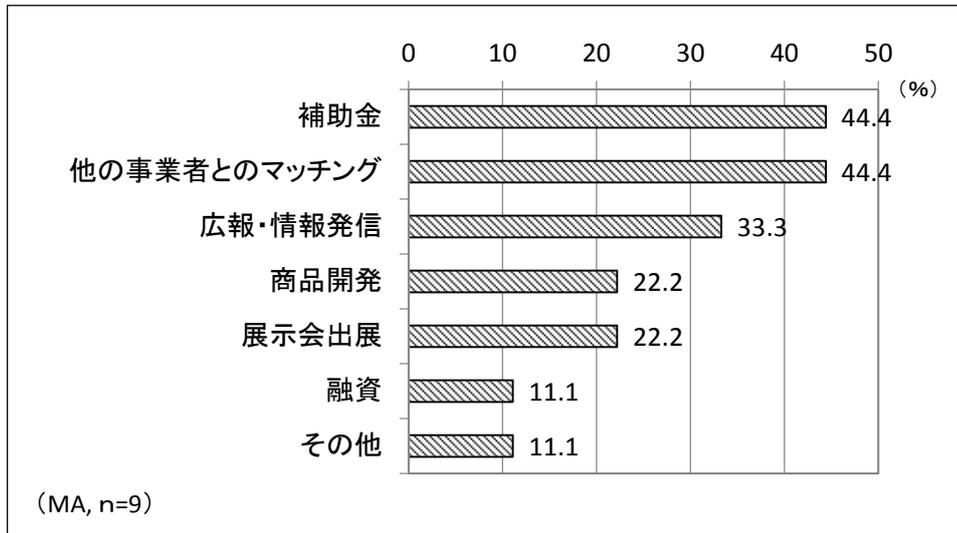
図表 140 地域資源の活用について



図表 141 地域資源活用の課題



図表 142 行政及び支援機関に求める支援

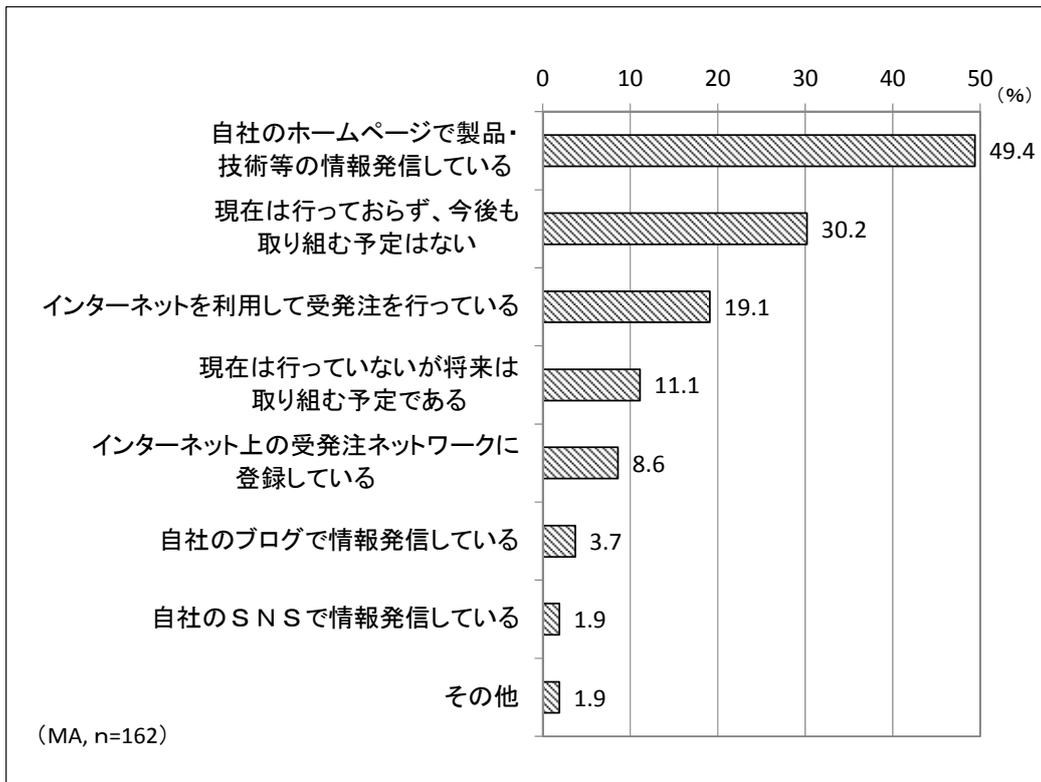


g. インターネットを活用した販促活動

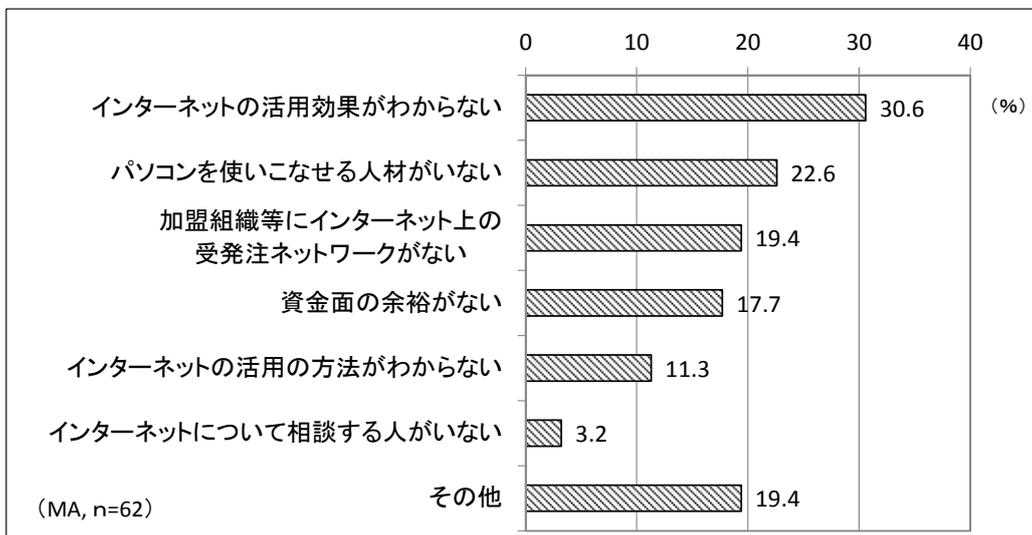
インターネットを活用した販促活動は、「自社のホームページで製品・技術等の情報発信している」が49.4%と最も多く、「現在は行っておらず、今後も取り組む予定はない(30.2%)」、「インターネットを利用して受発注を行っている(19.1%)」が続いている(図表143)。

インターネットを活用した販促活動に取り組んでいない理由は、「インターネットの活用効果がわからない」が30.6%と最も多く、「パソコンを使いこなせる人材がいない(22.6%)」、「加盟組織等にインターネット上の受発注ネットワークがない(19.4%)」が続いている(図表144)。

図表 143 インターネットを活用した販促活動



図表 144 インターネットを活用しない理由

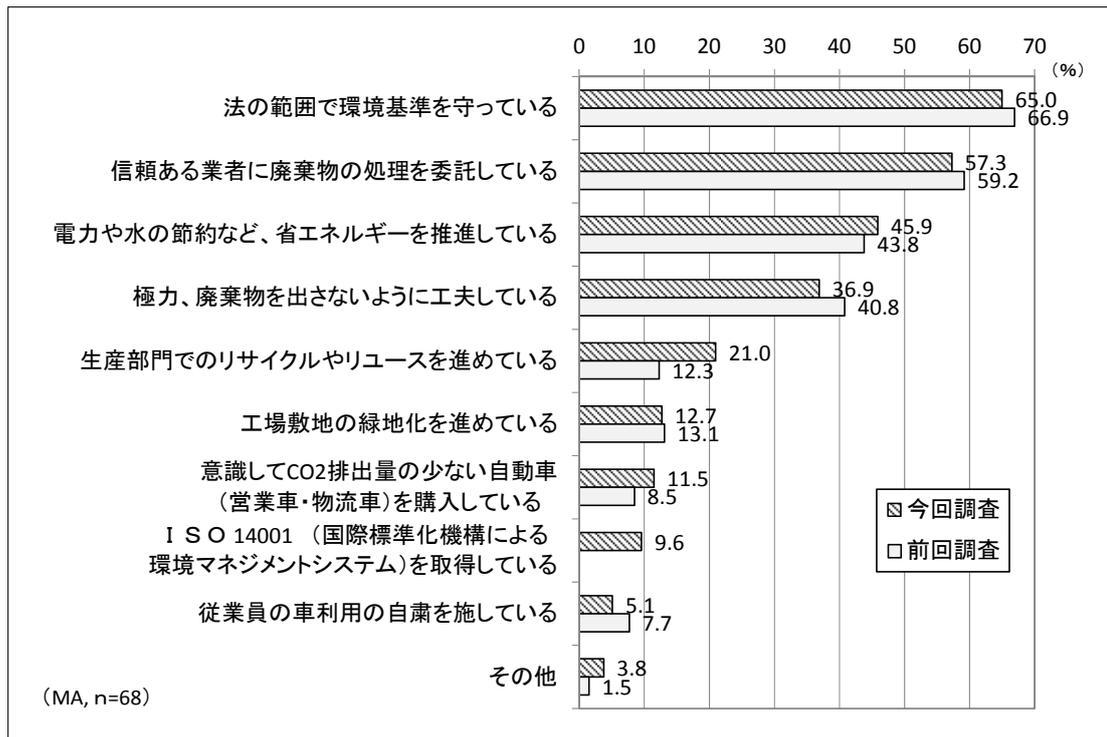


h. 環境保全に関する取組状況

環境保全の取組状況は、「法の範囲で環境基準を守っている」が65.0%と最も多く、「信頼ある業者に廃棄物の処理を委託している（57.3%）」、「電力や水の節約など、省エネルギーを推進している（45.9%）」、「極力、廃棄物を出さないように工夫している（36.9%）」が続いている（図表 145）。

前回調査との比較では、「生産部門でのリサイクルやリユースを進めている」が前回調査の12.3%から8.7ポイント増加した以外は、大きな差異はみられなかった。

図表 145 環境保全に関する取組状況（前回調査との比較）



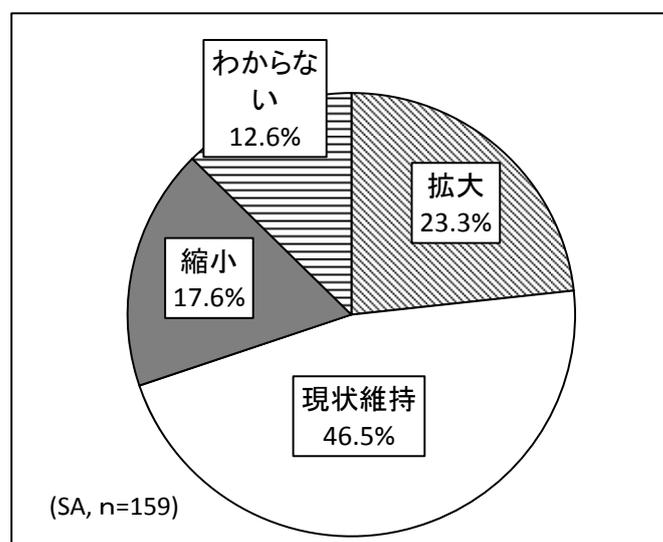
3) 事業展開の方向性

「市場規模の将来展望」は、「現状維持」が 46.5%と最も多く、「拡大 (23.3%)」が「縮小 (17.6%)」を上回っている (図表 146)。

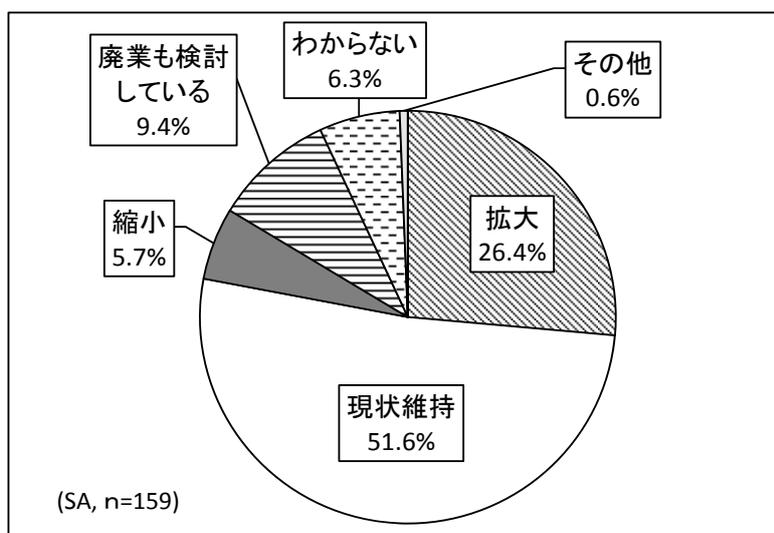
「事業の方向性」は、「現状維持」が 51.6%と最も多く、「拡大 (26.4%)」が「縮小 (5.7%)」を上回っている。「廃業も検討している」とした回答も 9.4%みられた (図表 147)。

事業の方向性を「拡大」と回答した企業の、「将来展望を踏まえた今後の対応」をみると、全ての項目で全回答企業の回答を上回っている (図表 148)。「販路・市場の開拓」は「事業の方向性を「拡大」と回答した企業」が 81.0%と「全回答企業 (40.8%)」を 40.2 ポイント上回った。

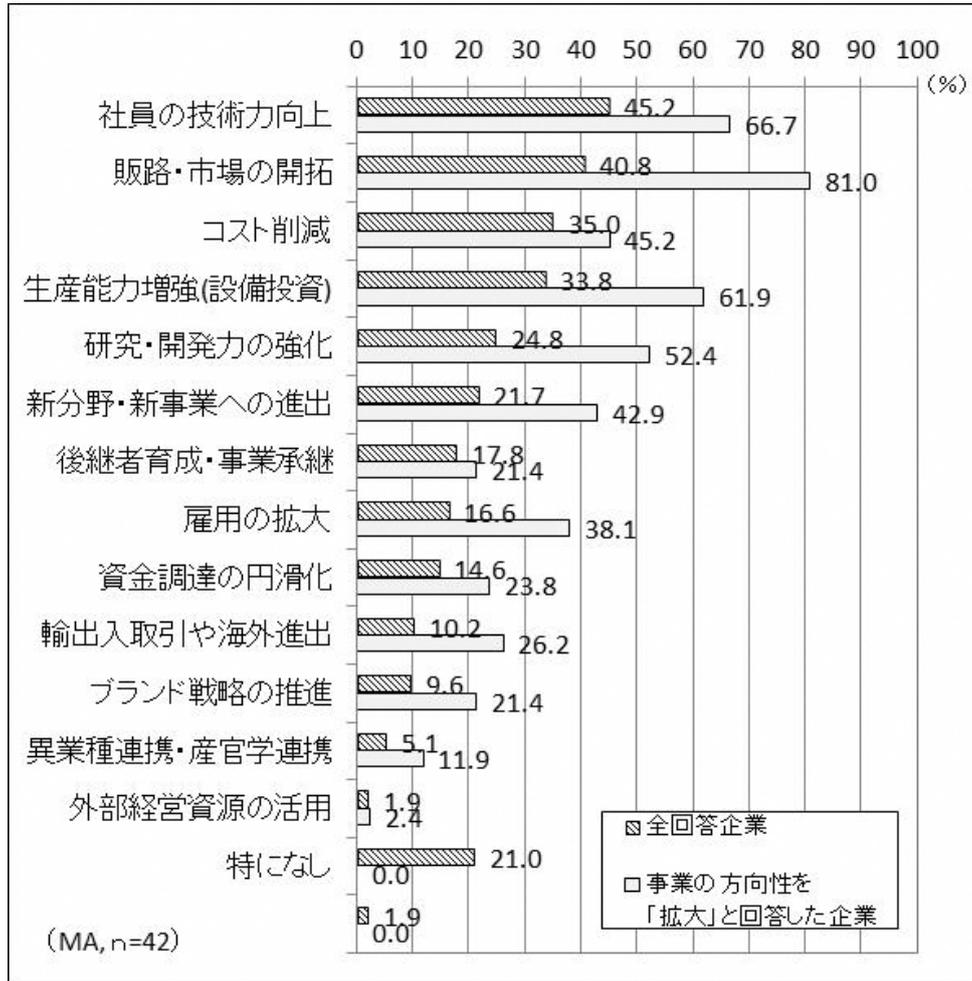
図表 146 市場規模の将来展望



図表 147 事業の方向性



図表 148 将来展望を踏まえた今後の対応
 (全回答企業と事業の方向性を「拡大」と回答した企業との比較)



4) 立地について

a. 立地環境の評価

立地環境に対する評価は、『満足（満足＋概ね満足）』が多いのは、「原材料等の入手の容易性（58.7%）」、「取引先・提携先との距離・アクセス性（54.3%）」、「市場との距離・アクセス性（44.6%）」となっている（図表 149）。

『不満（やや不満＋不満）』が多いのは、「道路等のインフラの整備状況（27.9%）」、「固定資産税や賃料の負担（26.9%）」、「労働者確保の容易性（22.6%）」となっている。

図表 149 立地環境に対する評価

(単位:%)

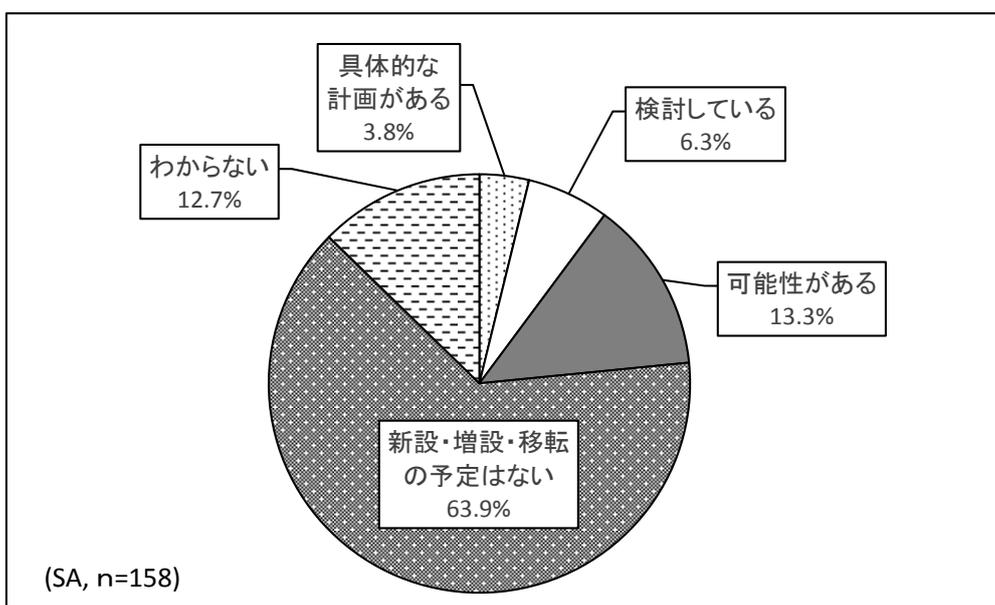
	回答数	満足である			どちらともいえない	不満である		
		満足	概ね満足	不満		やや不満		
取引先・提携先との距離・アクセス性	151	54.3	8.6	45.7	31.1	14.6	5.3	9.3
市場との距離・アクセス性	148	44.6	5.4	39.2	38.5	16.9	4.7	12.2
原材料等の入手の容易性	150	58.7	4.7	54.0	29.3	12.0	2.0	10.0
労働者確保の容易性	146	29.5	2.1	27.4	47.9	22.6	6.2	16.4
固定資産税や賃料の負担	145	12.4	2.1	10.3	60.7	26.9	4.8	22.1
道路等のインフラの整備状況	147	30.7	4.8	25.9	41.5	27.9	6.8	21.1
宅地化の進行など周辺環境からの制約	148	24.3	3.4	20.9	56.8	18.9	2.7	16.2
従業員(家族)の生活環境【公共交通の利便性】	146	30.1	2.7	27.4	49.3	20.5	7.5	13.0
従業員(家族)の生活環境【買い物、医療、教育等】	144	29.9	2.1	27.8	54.9	15.3	4.2	11.1
船橋市の支援体制	138	21.0	1.4	19.6	65.2	13.8	5.8	8.0
商工団体等の支援体制	137	24.1	1.5	22.6	63.5	12.4	4.4	8.0

b. 立地に係る今後の意向

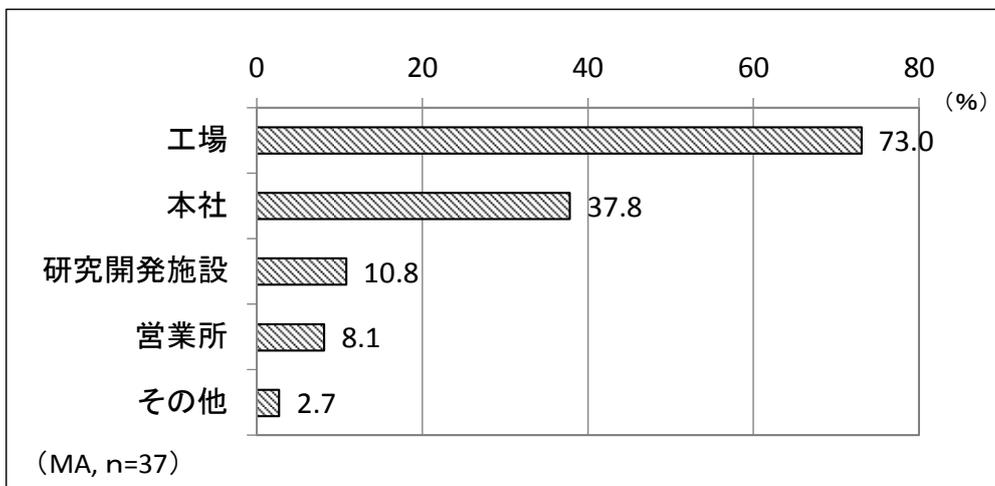
新設・増設・移転の予定について、「具体的な計画がある」は 3.8%、「検討している」は 6.3%、「将来的には可能性がある」は 13.3%となっている（図表 150）。

新設等の「対象施設」は、「工場（73.0%）」が、「立地先」は、「船橋市（74.3%）」が、「工業団地の希望」は、「工業団地でなくてもよい（40.7%）」と「検討中（40.7%）」が、「立地面積」は、「500 m²以下（33.3%）」が、「新設等の理由」は、「施設が手狭となったため（51.5%）」が、「新設等の方法」は、「現在の事業所は残したまま、別の場所に立地する（24.2%）」と「現在の事業所は閉鎖して、別の場所に立地する（24.2%）」が、「新設等の時期」は、「時期は未定（45.5%）」がそれぞれ最も多い（図表 151、152、153、154、155、156、157）。

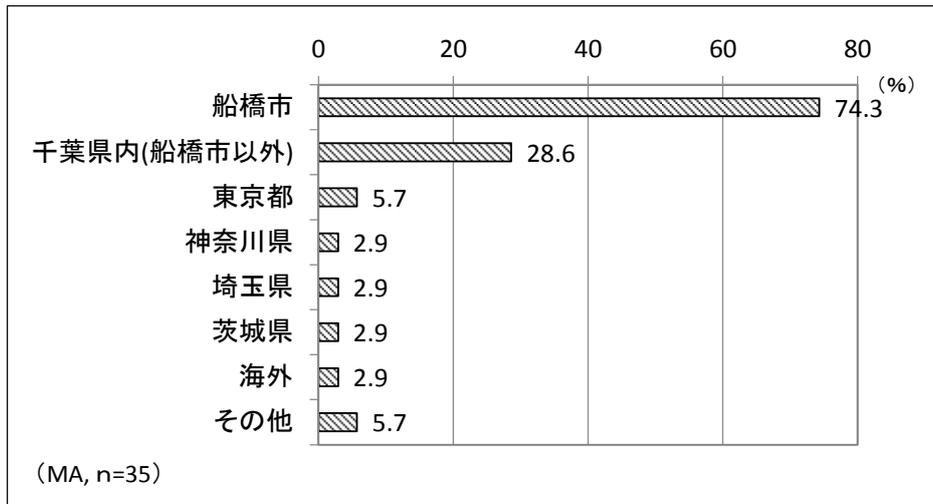
図表 150 新設・増設・移転予定の有無



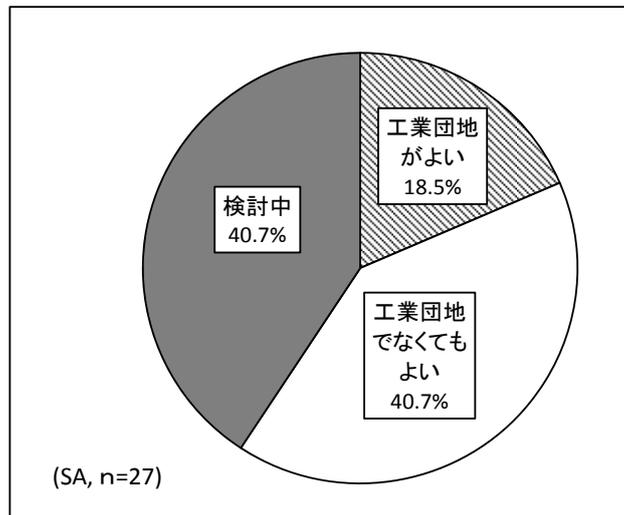
図表 151 対象施設



図表 152 立地先



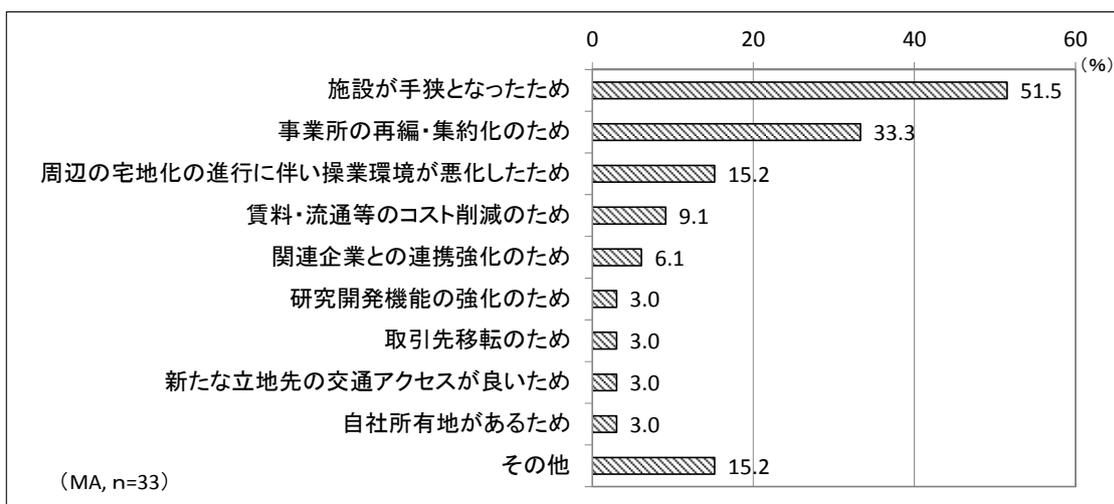
図表 153 工業団地の希望



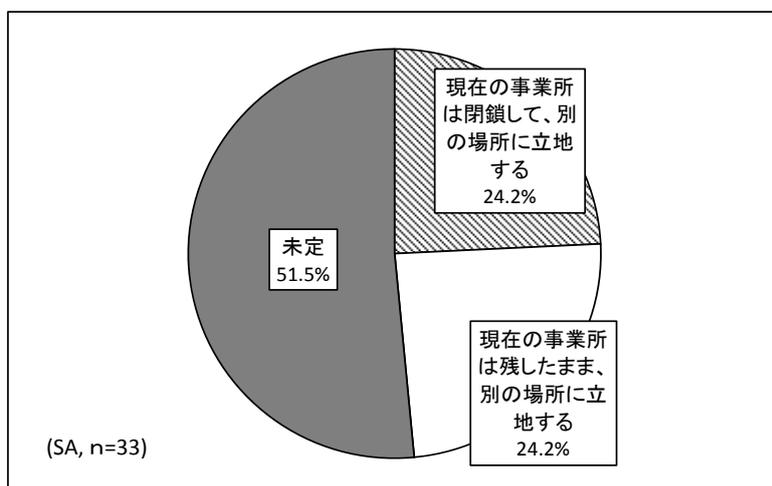
図表 154 立地面積

	立地面積	
	件数	割合 (%)
500㎡以下	11	33.3
501～1000㎡	7	21.2
1,001～5,000㎡	7	21.2
5,001～10,000㎡	2	6.1
10,001～30,000㎡	0	0
30,001㎡以上	0	0
未定	7	21.2
合計	34	100.0

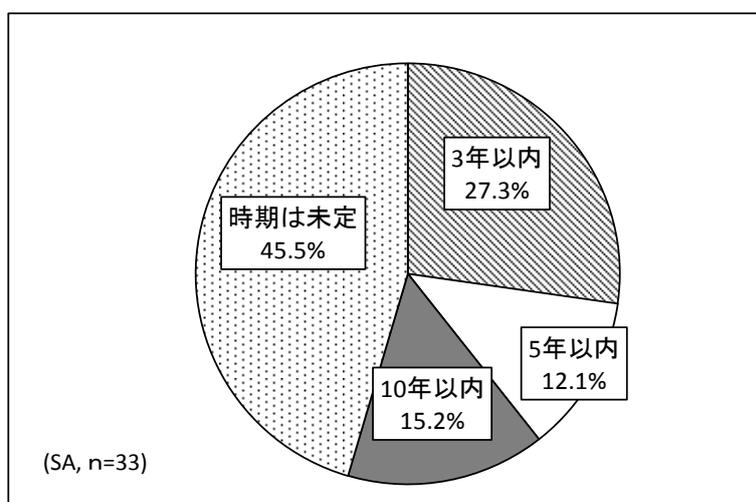
図表 155 新設等の理由



図表 156 新設等の方法



図表 157 新設等の時期



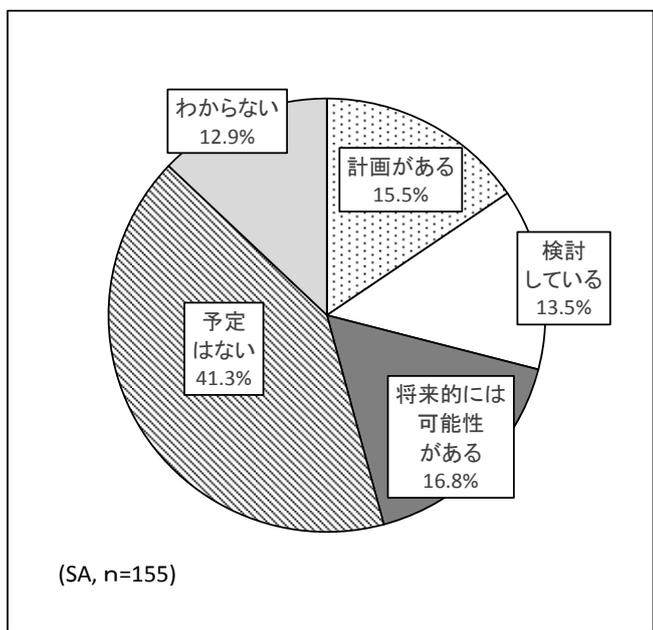
c. 設備投資の予定

設備投資の予定について、「計画がある」は15.5%、「検討している」は13.5%、「将来的には可能性がある」16.8%となっており、これらの合計は45.8%と「設備投資の予定はない(41.3%)」を上回った(図表158)。

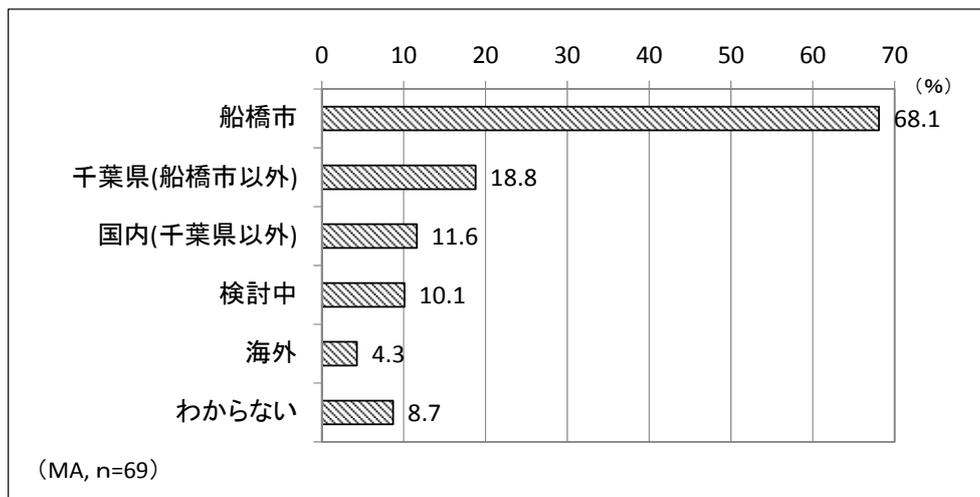
「計画がある(検討・可能性含む)」と回答した事業者の「投資先」は、「船橋市(68.1%)」、「投資理由」は、「生産性向上(63.8%)」と「老朽化による更新(62.3%)」、「投資規模」は、「1～3千万円未満(31.3%)」がそれぞれ最も多い(図表159、160、161)。

「過去3年間の設備投資実績(累計金額)」は、「実績なし」が38.5%と最も多く、「1千万円未満(25.9%)」、「1～3千万円未満(14.7%)」が続いている(図表162)。

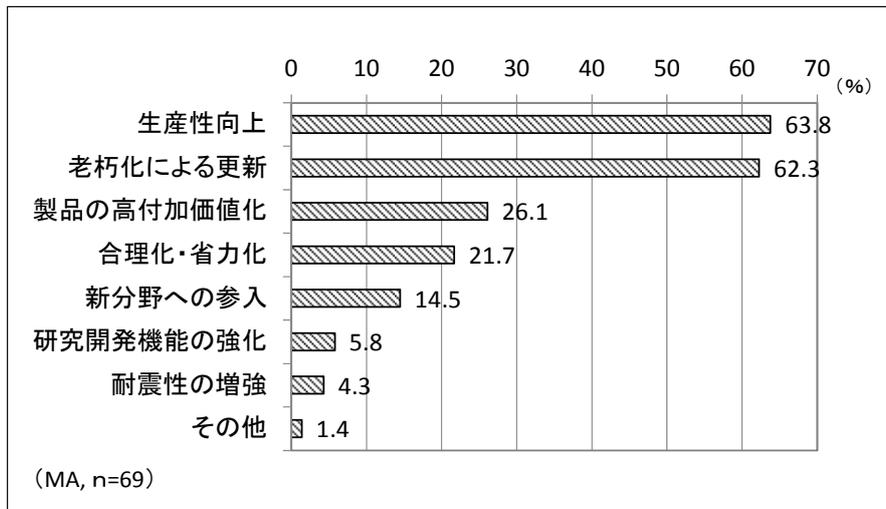
図表 158 設備投資の有無



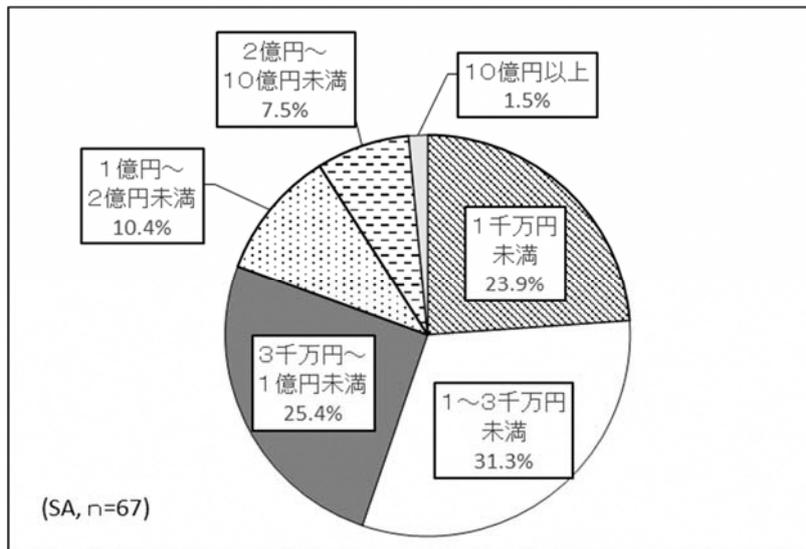
図表 159 投資先



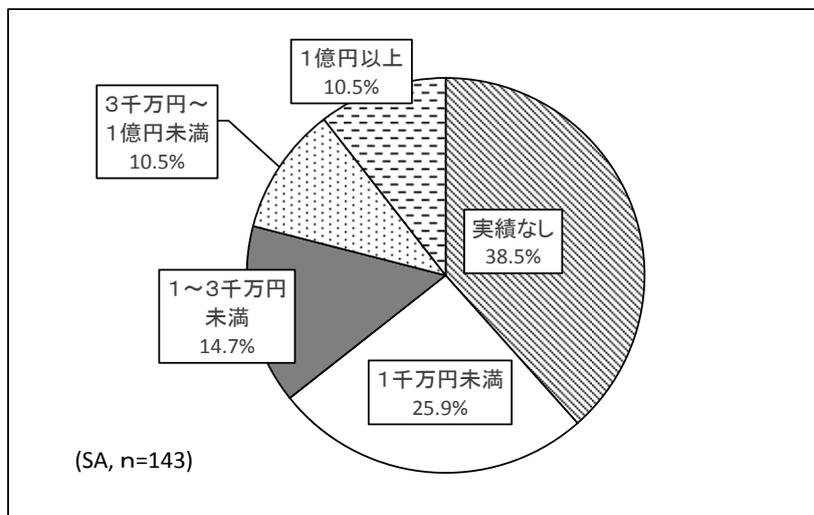
図表 160 投資理由



図表 161 投資規模



図表 162 過去3年間の設備投資実績（累計金額）



5) 雇用人員の過不足感

雇用過不足感（全体）は、『不足している（不足+やや不足）』が 35.7%と、『過剰である（過剰+やや過剰）』の 5.1%を上回っている（図表 163）。

『不足している』を職種別にみると、「生産部門（49.2%）」、「技術・開発部門（46.8%）」が多くなっている。年齢別には、『不足している』は、「10～20歳代（66.7%）」、「30歳代（56.3%）」が最も多く、『過剰である』は、「60歳以上（26.8%）」、「50歳代（12.6%）」が多い。

図表 163 雇用過不足感（全体・職種別・年齢別）

（単位：%）

		回答数	過剰である	過剰	やや過剰	適正	不足している	不足	やや不足
雇用過不足感(全体)		137	5.1	0.0	5.1	59.1	35.7	5.8	29.9
職種別	一般事務部門	111	7.2	0.0	7.2	76.6	16.2	1.8	14.4
	管理部門	110	4.5	0.0	4.5	75.5	20.0	1.8	18.2
	営業・販売部門	111	2.7	0.0	2.7	66.7	30.6	5.4	25.2
	生産部門	126	4.0	0.0	4.0	46.8	49.2	6.3	42.9
	技術・開発部門	111	0.9	0.0	0.9	52.3	46.8	9.9	36.9
	年齢別	10～20歳代	90	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	25.6
	30歳代	103	1.0	0.0	1.0	42.7	56.3	17.5	38.8
	40歳代	99	6.1	0.0	6.1	61.6	32.4	7.1	25.3
	50歳代	95	12.6	0.0	12.6	73.7	13.7	5.3	8.4
	60歳以上	101	26.8	4.0	22.8	65.3	8.0	3.0	5.0

6) 船橋市の支援制度の利用状況と行政に望む支援

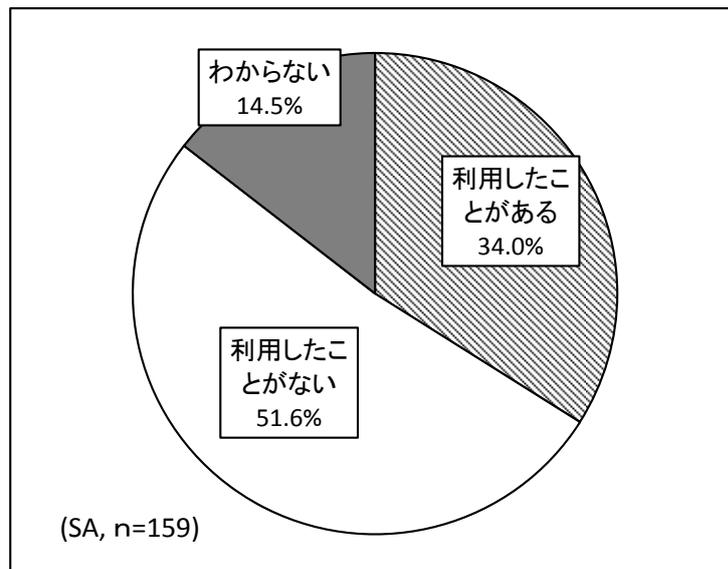
a. 船橋市の支援制度の利用状況

船橋市の産業に関する支援制度を、「利用したことがない」が51.6%、「利用したことがある」が34.0%となっている（図表164）。

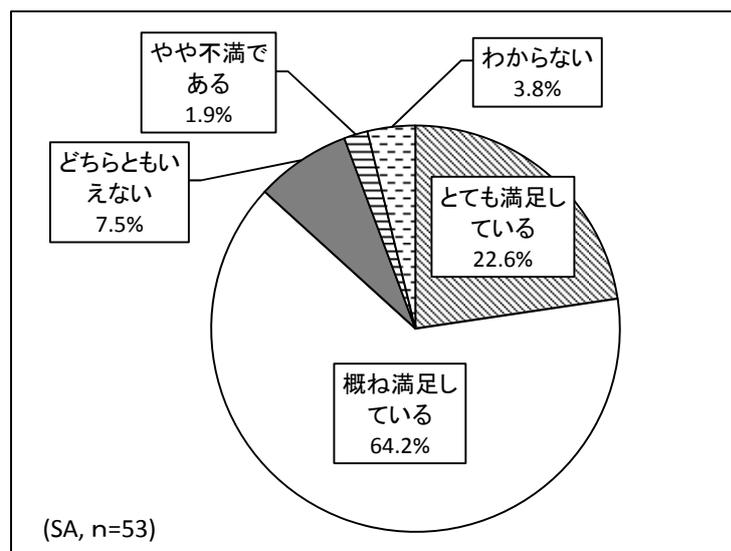
利用した制度は、「船橋市中小企業融資資金利子補給・保証料補給」が最も多く、「利用後の満足度」は、86.8%が『満足（とても22.6%+概ね64.2%）』と回答した（図表165）。

支援制度を「利用したことがない」及び「不満である」と回答した理由は、「使う必要がない」が52.1%で最も多く、「タイミングがあわない（23.3%）」、「制度の情報が足りない（19.2%）」、「書類や手続きが煩雑（8.2%）」が続いている（図表166）。

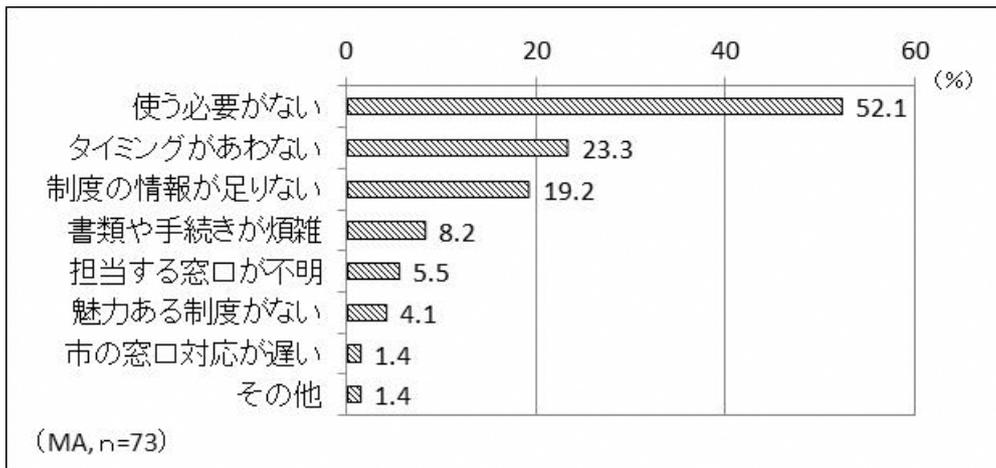
図表 164 支援制度の利用の有無



図表 165 利用後の満足度



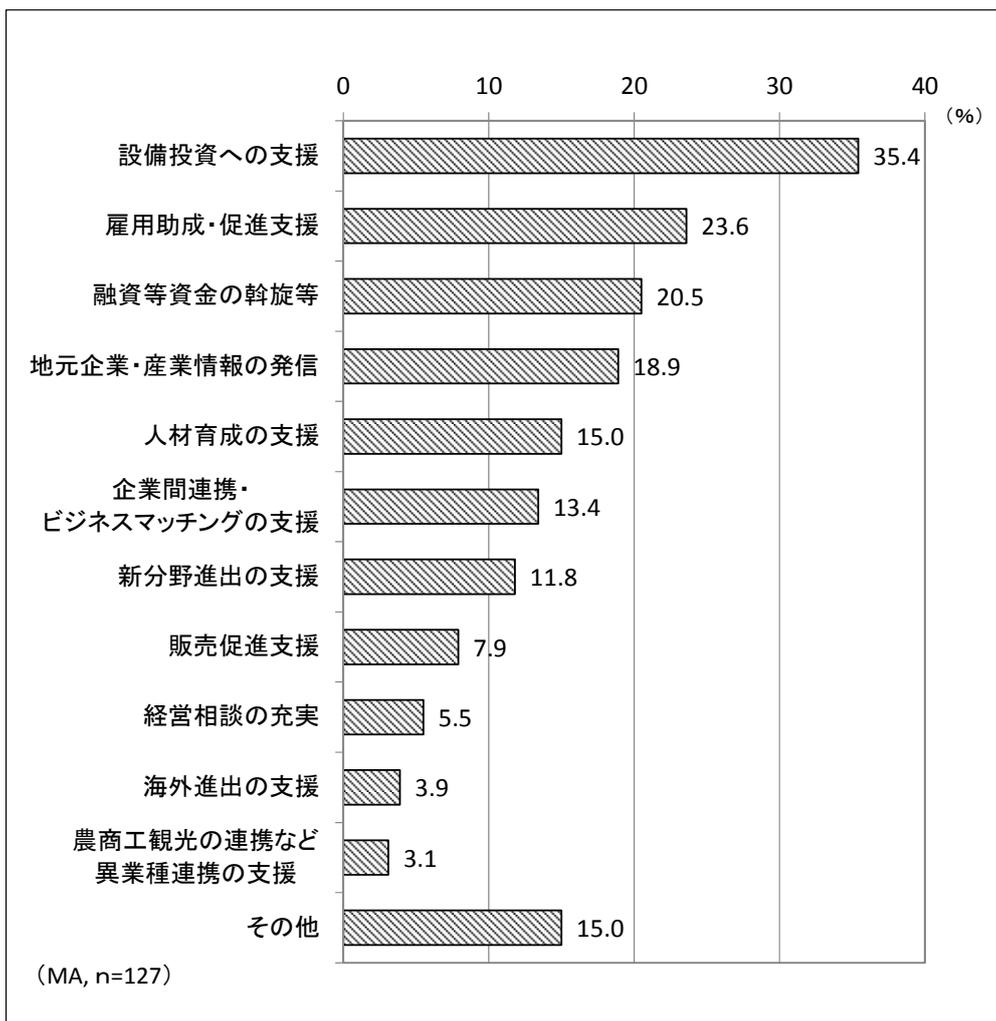
図表 166 利用なし・不満の理由



b. 行政に望む支援策

事業を実施していく上で行政に望む支援策は、「設備投資への支援」が 35.4%と最も多く、「雇用助成・促進支援 (23.6%)」、「融資等資金の斡旋等 (20.5%)」、「地元企業・産業情報の発信 (18.9%)」、「人材育成への支援 (15.0%)」が続いている (図表 167)。

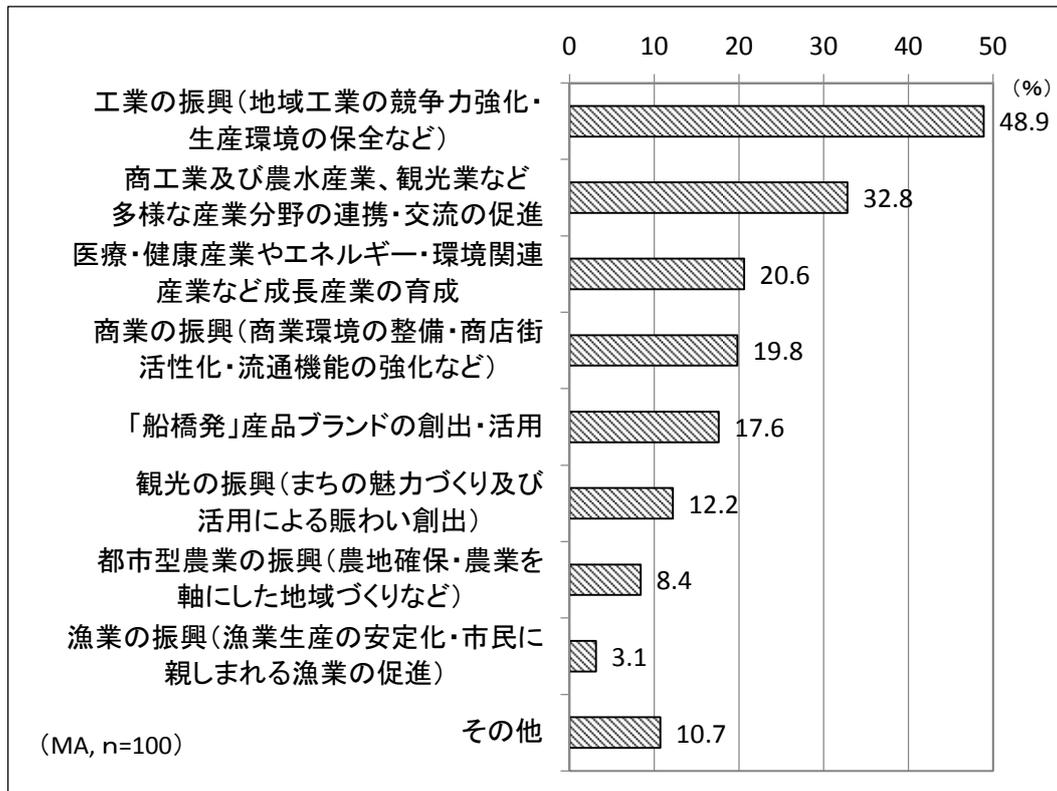
図表 167 行政に望む支援策



7) 船橋市の産業の今後の方向性

商工業振興の方向性は、「工業の振興（地域工業の競争力強化・生産環境の保全など）」が48.9%と最も多く、「商工業及び農水産業、観光業など多様な産業分野の連携・交流の促進（32.8%）」、「医療・健康関連産業やエネルギー・環境関連産業など成長産業の育成（20.6%）」が続いている（図表168）。

図表 168 商工業振興の方向性



(3) 商店街アンケート調査

1) 調査概要

調査目的	商店街から見た市内の商工業に関する意見を収集し、商工業戦略の方向性を明らかにするとともに、商工業戦略プラン策定に関する基礎資料とすることを目的とする。				
調査対象	船橋市内の商店街				
調査方法	アンケート調査票を郵送により配布及び回収して調査を実施				
調査時期	平成26年8月4日～9月5日				
調査票の 回答状況	送付数	回収数	回収率	有効回答数	有効回答率
	60件	45件	75.0%	45件	75.0%

(回答商店街の概要)

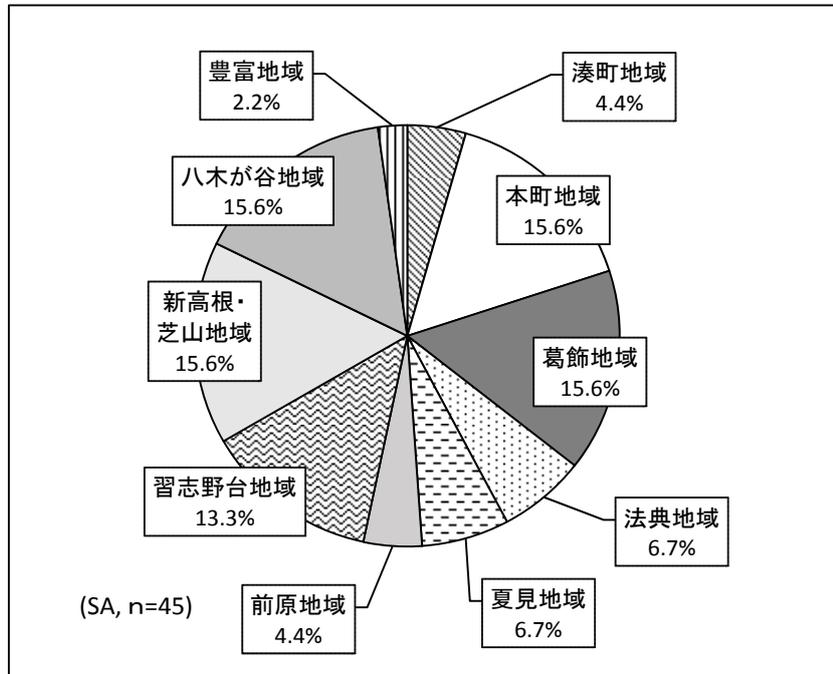
地域	商店街名	商店街の タイプ	店舗数 (A)	会員数 (B)	商店街組織 加入率 (B/A)
湊町地域	船橋浜町商店会	団地型	36	24	66.7
	船橋市本町通り商店街振興組合	ロードサイド型	137	72	52.6
本町地域	船橋FACE商店会	駅前型	39	38	97.4
	船橋駅前商店会	駅前型	120	-	-
	海神商店会	駅前型	25	25	100.0
	海神共栄会	住宅街型	-	6	-
	山口横丁商店会	駅前型	130	60	46.2
	仲通り商店会	駅前型	75	20	26.7
葛飾地域	西船橋商店会	駅前型	125	111	88.8
	葛飾商店会	駅前型	33	26	78.8
	こみち通り商店組合	駅前型	24	24	100.0
	共栄商店会	ロードサイド型	16	19	118.8
	新川商栄会	住宅街型	44	-	-
	西船橋駅南口商店会	住宅街型	70	60	85.7
法典地域	中山商店会	駅前型	103	99	96.1
	北藤商店会	住宅街型	38	31	81.6
	丸山中央商店会	住宅街型	17	12	70.6
	第一踏切商店会	その他	-	9	-
夏見地域	御滝商和会	ロードサイド型	60	25	41.7
	夏見優良店会	住宅街型	30	15	50.0
	金杉台商店会	団地型	3	3	100.0
前原地域	前原駅前通り商店会	団地型	29	14	48.3
	船橋市前原商店会	駅前型	200	71	35.5
習志野台 地域	習志野台商店街振興組合	駅前型	58	11	19.0
	習志野駅前通り商店会	駅前型	70	40	57.1
	薬円台駅前商店会	駅前型	16	16	100.0
	薬円台商店会	ロードサイド型	38	18	47.4
	エール北習商店会	駅前型	22	18	81.8
	北習志野エビス通り商店会	ロードサイド型	70	-	-
新高根・ 芝山地域	芝山団地商店会	団地型	15	14	93.3
	高根公団南口商店会	駅前型	58	29	50.0
	高根台西ショッピングセンター	駅前型	18	18	100.0
	高根木戸中央通り商店会	駅前型	35	30	85.7
	芝山団地中央通り商店会	ロードサイド型	19	13	68.4
	旭通り商店会	その他	19	5	26.3
	高根ファミリー商店会	住宅街型	28	25	89.3
八木が谷 地域	二和中央商店会	住宅街型	43	21	48.8
	松が丘バス通り商店会	ロードサイド型	51	29	56.9
	大穴銀座商店会	住宅街型	20	9	45.0
	暎が丘南部商店会	住宅街型	23	17	73.9
	高根台末広通り商店会	住宅街型	10	10	100.0
	八木が谷中央通り商店会	住宅街型	20	20	100.0
	二和向台商店会	駅前型	62	48	77.4
豊富地域	小室駅前商店会	住宅街型	12	10	83.3

2) 商店街の概要 (地域別)

① 所在地域

所在地域をみると、「本町地域」、「葛飾地域」、「新高根・芝山地域」、「八木が谷地域」が15.6%と最も多く、次いで、「習志野台地域 (13.3%)」となっている (図表 169)。

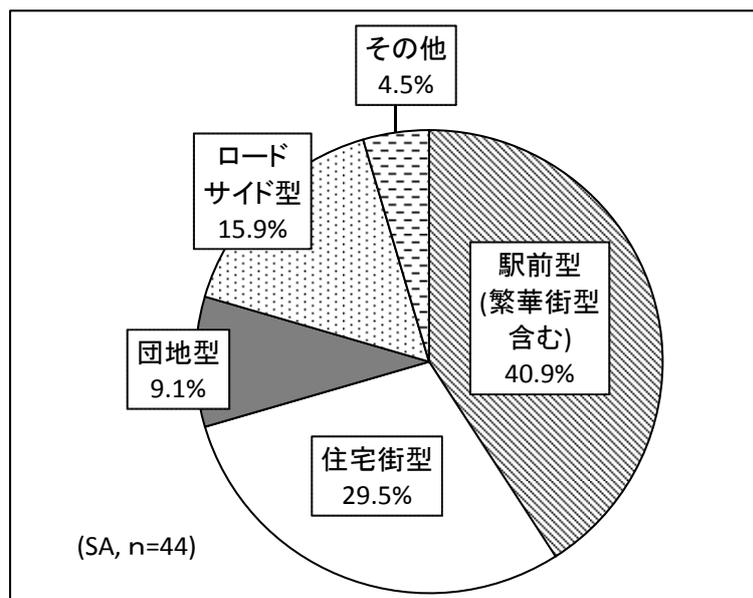
図表 169 所在地域



② 商店街のタイプ

商店街のタイプをみると、「駅前型 (繁華街型含む)」が 40.9%と最も多く、「住宅街型 (29.5%)」、「ロードサイド型^(注10) (15.9%)」、「団地型 (9.1%)」が続いている (図表 170)。

図表 170 商店街のタイプ



(注10) ロードサイドとは、交通量が多い幹線道路・バイパス沿いのことを指す。

③ 商店街の店舗数と構成比

商店街の「全店舗数」は2,061店舗となっている（図表 171）。うち「生鮮三品を取り扱っている店舗数」は66店舗（構成比3.2%）、「サービス業の店舗数」は520店舗（同25.2%）、「飲食店の店舗数」は667店舗（同32.4%）、「チェーン店舗数」は150店舗（同7.3%）、「コンビニの店舗数」は36店舗（同1.7%）となっている。また、商店街組織の会員数は1,165店舗であり、商店街組織の加入率は56.5%となっている。

商店街ごとの店舗数をみると、「20～39店舗」が35.7%と最も多く、「0～19店舗（23.8%）」、「60～79店舗（14.3%）」、「80店舗以上（14.3%）」が続いている（図表 172）。

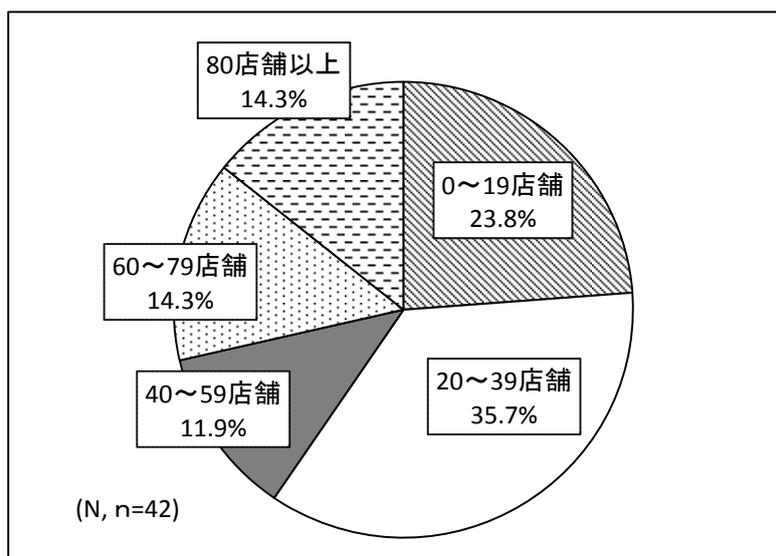
図表 171 商店街の店舗数と構成比

	店舗数	構成比(%)
全店舗数	2,061	100.0
生鮮三品を取り扱っている店舗数	66	3.2
サービス業の店舗数	520	25.2
飲食店の店舗数	667	32.4
チェーン店舗数	150	7.3
コンビニの店舗数	36	1.7
商店街組織の会員数	1,165	56.5

(注) 1. 生鮮三品を取り扱っている店舗がない商店街数は12商店街

2. コンビニがない商店街数は16商店街

図表 172 商店街の全店舗数



商店街の店舗数と構成比を地域別にみると、店舗数は葛飾地域が415店舗と最も多くなっている（図表173）。業種別構成比について、生鮮三品を取り扱っている店舗数は「法典地域（12.7%）」、サービス業は「夏見地域（73.1%）」、飲食店は「本町地域（60.9%）」、チェーン店は「本町地域（16.5%）」がそれぞれ最も多い。商店街の全店舗数に占める商店街組織の会員数の構成比は、「法典地域」が94.5%で最多であった。

図表 173 商店街の店舗数と構成比（地域別）

		商店街の全店舗数	生鮮三品を取り扱っている店舗数	サービス業の店舗数	飲食店の店舗数	チェーン店の店舗数	コンビニの店舗数	商店街組織の会員数
全体	店舗数	2,061	66	520	667	150	36	1,165
	構成比(%)	100.0	3.2	25.2	32.4	7.3	1.7	56.5
湊町地域	店舗数	173	1	55	34	2	4	96
	構成比(%)	100.0	0.6	31.8	19.7	1.2	2.3	55.5
本町地域	店舗数	389	7	84	237	64	7	149
	構成比(%)	100.0	1.8	21.6	60.9	16.5	1.8	38.3
葛飾地域	店舗数	415	15	62	175	21	9	339
	構成比(%)	100.0	3.6	14.9	42.2	5.1	2.2	81.7
法典地域	店舗数	55	7	18	23	2	0	52
	構成比(%)	100.0	12.7	32.7	41.8	3.6	0.0	94.5
夏見地域	店舗数	93	7	68	15	5	5	43
	構成比(%)	100.0	7.5	73.1	16.1	5.4	5.4	46.2
前原地域	店舗数	229	1	20	5	3	1	85
	構成比(%)	100.0	0.4	8.7	2.2	1.3	0.4	37.1
習志野台地域	店舗数	274	13	53	62	33	4	103
	構成比(%)	100.0	4.7	19.3	22.6	12.0	1.5	37.6
新高根・芝山地域	店舗数	192	7	51	47	13	2	134
	構成比(%)	100.0	3.6	26.6	24.5	6.8	1.0	69.8
八木が谷地域	店舗数	229	8	107	66	7	3	154
	構成比(%)	100.0	3.5	46.7	28.8	3.1	1.3	67.2
豊富地域	店舗数	12	0	2	3	0	1	10
	構成比(%)	100.0	0.0	16.7	25.0	0.0	8.3	83.3

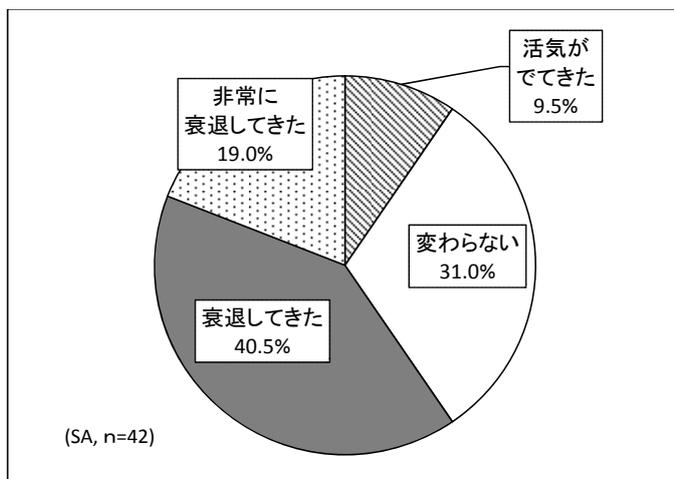
3) 近年の商店街の経営動向

① 景況感

商店街の景況感は、「衰退してきた」が40.5%と最も多く、「非常に衰退してきた(19.0%)」と合計した59.5%が『衰退』としている(図表174)。「衰退してきた」を地域別にみると、「法典地域」、「夏見地域」、「豊富地域」が多くなっている(図表175)。

一方、「活気がでてきた」は9.5%となっている(図表174)。「活気がでてきた」と回答した商店街の地域は、「習志野台地域(33.3%)」、「本町地域(16.7%)」、「新高根・芝山地域(16.7%)」となっている(図表175)。

図表 174 商店街の景況感



図表 175 商店街の景況感 (地域別)

(単位: %)

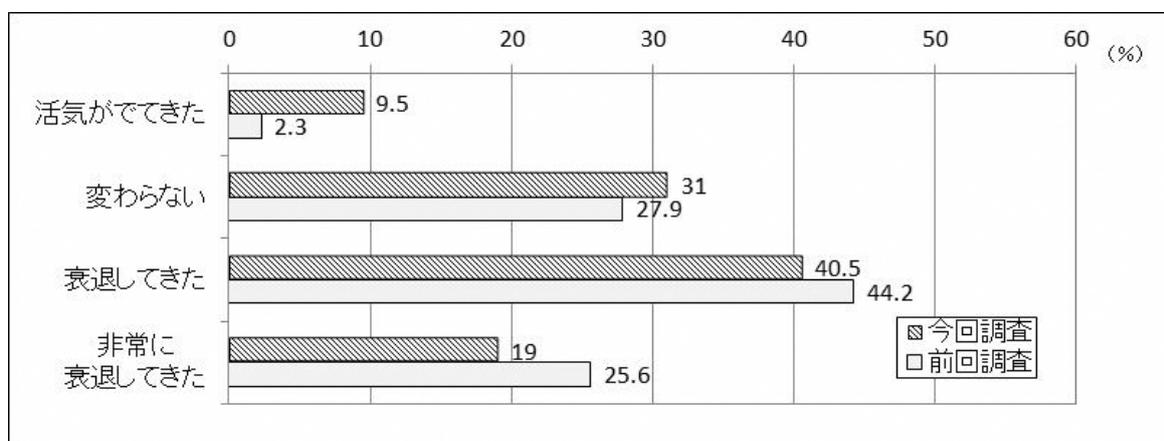
	回答数	活気がでてきた			変わらない	衰退してきた			
		活気がでてきた	非常に活気がでてきた	活気がでてきた		衰退してきた	非常に衰退してきた		
全体	42	-	-	9.5	31	59.5	40.5	19.0	
地域	湊町地域	2	-	-	-	100	-	-	-
	本町地域	6	16.7	-	16.7	33.3	50.0	33.3	16.7
	葛飾地域	6	-	-	-	66.7	33.4	16.7	16.7
	法典地域	3	-	-	-	-	100.0	100.0	-
	夏見地域	3	-	-	-	-	100.0	66.7	33.3
	前原地域	2	-	-	-	100	-	-	-
	習志野台地域	6	33.3	-	33.3	16.7	50.0	33.3	16.7
	新高根・芝山地域	6	16.7	-	16.7	-	83.4	66.7	16.7
	八木が谷地域	7	-	-	-	28.6	71.5	42.9	28.6
	豊富地域	1	-	-	-	-	100.0	-	100.0

商店街の景況感を前回調査と比較すると、「活気がでてきた（今回：9.5%、前回：2.3%）」は、今回調査が前回調査を上回り、「衰退してきた（同：40.5%、44.2%）」、「非常に衰退してきた（同：19.0%、25.6%）」は今回調査が前回調査を下回っている（図表 176）。

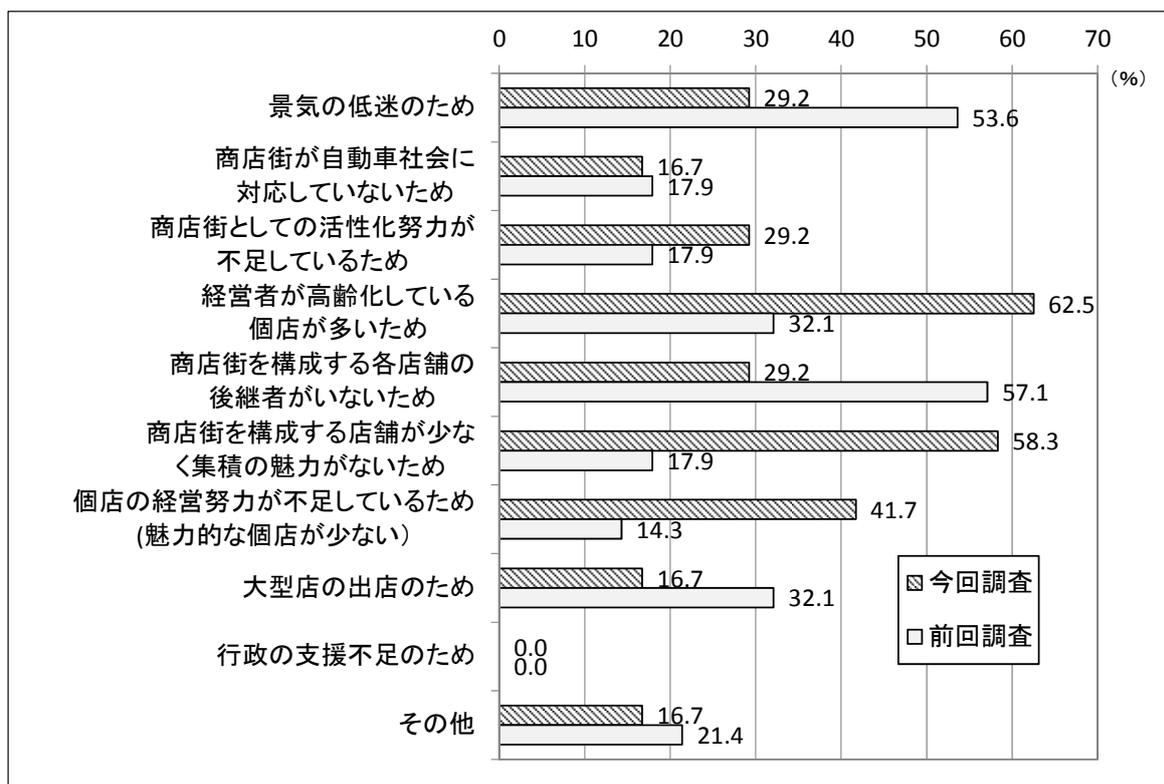
景況感が衰退しているとした理由を前回調査と比較すると、「経営者が高齢化している個店が多いため（同：62.5%、32.1%）」、「商店街を構成する店舗が少なく集積の魅力がないため（同：58.3%、17.9%）」、「個店の経営努力が不足しているため（同：41.7%、14.3%）」などでは、今回調査が前回調査を上回っている（図表 177）。

一方、「景気の低迷のため（同 29.2%、前回：53.6%）」、「商店街を構成する各店舗の後継者がいないため（同：29.2%、57.1%）」、「大型店の出店のため（同：16.7%、32.1%）」などでは、前回調査が今回調査を下回っている。

図表 176 商店街の景況感（前回調査との比較）



図表 177 商店街の景況感が衰退しているとした理由（前回調査との比較）



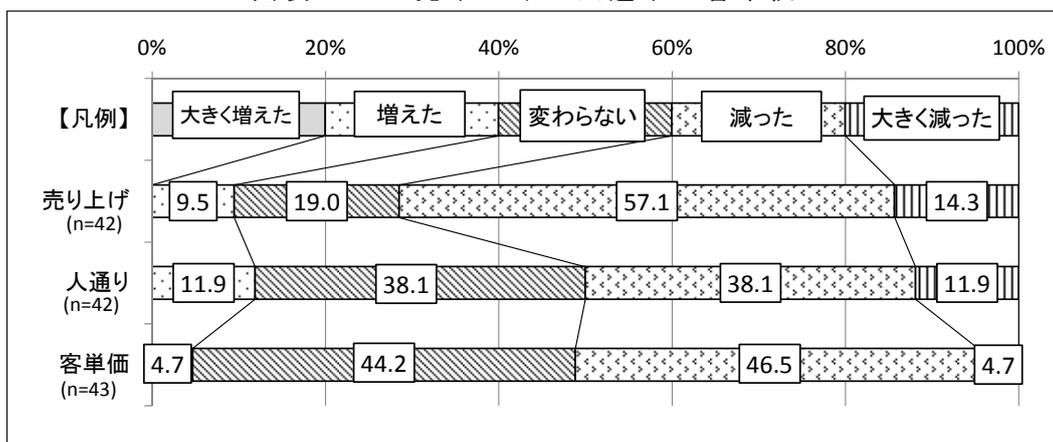
② 売上高・人通り・客単価・客層

売り上げは、「減った」が57.1%と最も多く、「変わらない」が19.0%、「大きく減った」が14.3%となっている(図表178、179)。一方、「増えた」は9.5%であった。地域別にみると、売り上げは、「増えた」は「本町地域(40.0%)」、「変わらない」は、「湊町地域(100.0%)」、「減った」は、「葛飾地域(85.7%)」が多くなっている。

人通りは、「変わらない」と「減った」が38.1%と最も多い。「増えた」と「大きく減った」はともに11.9%であった。地域別には、「増えた」は「法典地域(33.3%)」、「変わらない」は、「湊町地域(100.0%)」、「前原地域(100.0%)」、「減った」は、「夏見地域(66.7%)」が多くなっている。

客単価は、「減った」が46.5%と最も多く、「変わらない(44.2%)」が続いている。地域別には、「増えた」は「習志野台地域(16.7%)」、「新高根・八木が谷地域(16.7%)」、「変わらない」は、「湊町地域(100.0%)」、「減った」は、「豊富地域(100.0%)」が多い。

図表 178 売り上げ・人通り・客単価



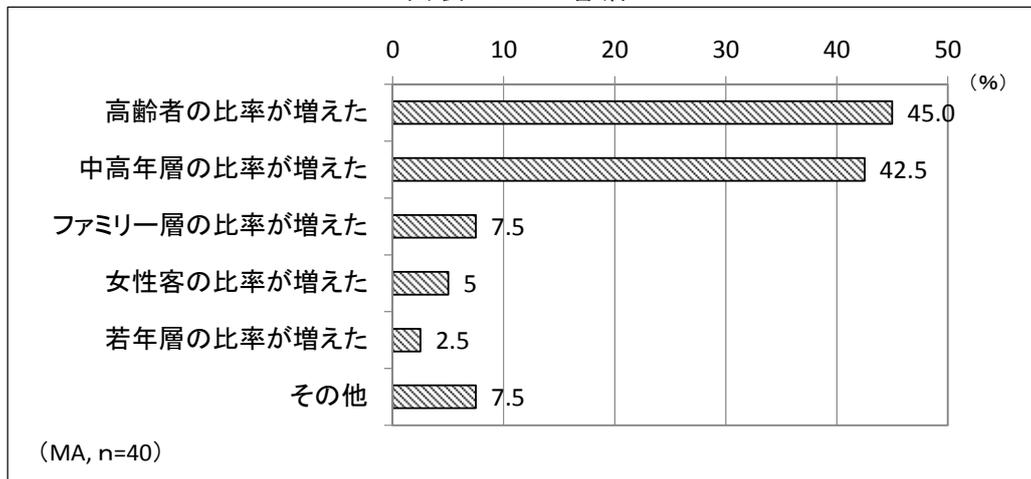
図表 179 売り上げ・人通り・客単価(地域別)

(単位:%)

	売り上げ(n=42)				人通り(n=42)				客単価(n=43)				
	増えた	変わらない	減った	減った 大きく	増えた	変わらない	減った	減った 大きく	増えた	変わらない	減った	減った 大きく	
全体	9.5	19.0	57.1	14.3	11.9	38.1	38.1	11.9	4.7	44.2	46.5	4.7	
地域別	湊町地域	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-
	本町地域	40.0	-	60.0	-	16.7	50.0	33.3	-	-	83.3	16.7	-
	葛飾地域	-	14.3	85.7	-	-	57.1	42.9	-	-	57.1	42.9	-
	法典地域	-	-	66.7	33.3	33.3	-	33.3	33.3	-	-	66.7	33.3
	夏見地域	-	-	66.7	33.3	-	33.3	66.7	-	-	33.3	66.7	-
	前原地域	-	50.0	50.0	-	-	100.0	-	-	-	50.0	50.0	-
	習志野台地域	16.7	16.7	66.7	-	16.7	33.3	50.0	-	16.7	16.7	66.7	-
	新高根・芝山地域	16.7	16.7	50.0	16.7	16.7	16.7	50.0	16.7	16.7	33.3	50.0	-
	八木が谷地域	-	28.6	42.9	28.6	16.7	16.7	33.3	33.3	-	42.9	42.9	14.3
	豊富地域	-	-	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-	100.0	-

「客層」は、「高齢者の比率が増えた」が 45.0%と最も多く、「中高年層の比率が増えた (42.5%)」が続いている (図表 180)。地域別には、「高齢者の比率が増えた」は「豊富地域 (100.0%)」、「中高年層の比率が増えた」は、「本町地域 (66.7%)」、「法典地域 (66.7%)」が多くなっている (図表 181)。

図表 180 客層



図表 181 客層 (地域別)

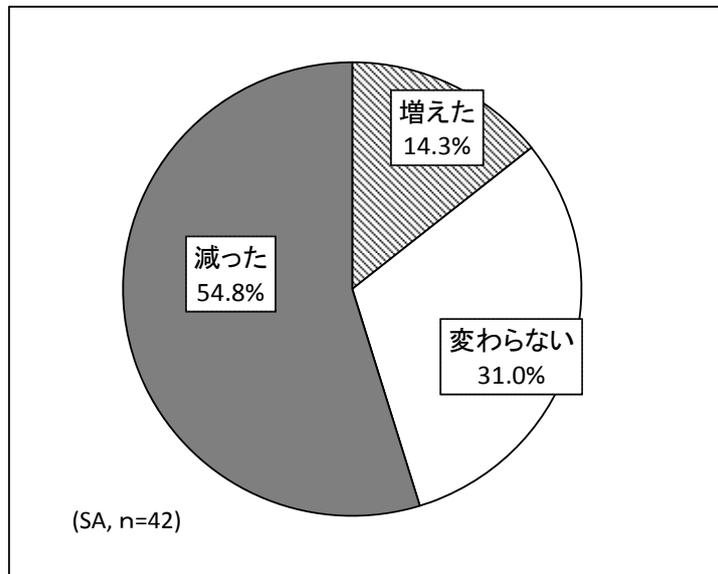
(単位: %)

		回答数	比率が高齢者の比率が増えた	比率が中高年層の比率が増えた	ファミリー層の比率が増えた	比率が若年層の比率が増えた	比率が学生の比率が増えた	比率が女性客の比率が増えた	その他
全体		40	45.0	42.5	7.5	2.5	-	5.0	7.5
地域別	湊町地域	2	50.0	50.0	-	-	-	-	-
	本町地域	6	33.3	66.7	-	16.7	-	-	16.7
	葛飾地域	7	28.6	42.9	-	-	-	28.6	14.3
	法典地域	3	33.3	66.7	-	-	-	-	-
	夏見地域	3	66.7	33.3	-	-	-	-	-
	前原地域	2	-	50.0	50.0	-	-	-	-
	習志野台地域	5	40.0	40.0	20.0	-	-	-	20.0
	新高根・芝山地域	5	60.0	20.0	20.0	-	-	-	-
	八木が谷地域	6	66.7	33.3	-	-	-	-	-
豊富地域	1	100.0	-	-	-	-	-	-	

③ 会員数

会員数は、「減った」が54.8%と最も多く、「変わらない」は31.0%、「増えた」は14.3%となっている（図表 182）。地域別にみると、「増えた」は、「湊町地域」、「減った」は、「夏見地域」、「八木が谷地域」、「豊富地域」が多くなっている。

図表 182 会員数

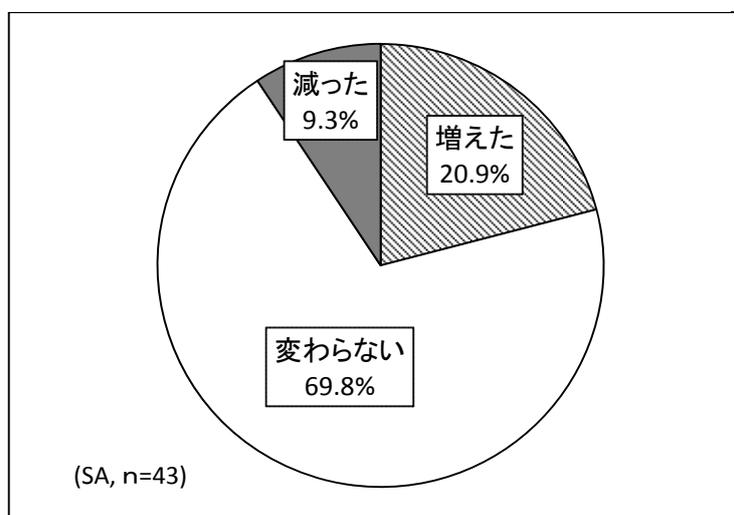


④ 空き店舗数

空き店舗は、「変わらない」が69.8%と最も多く、「増えた」は20.9%、「減った」は9.3%となっている（図表 183）。

空き店舗が「減った」とした商店街は、「芝山団地商店会」、「仲通り商店会」、「船橋浜町商店会」、「二和向台商店会」であった。

図表 183 空き店舗数

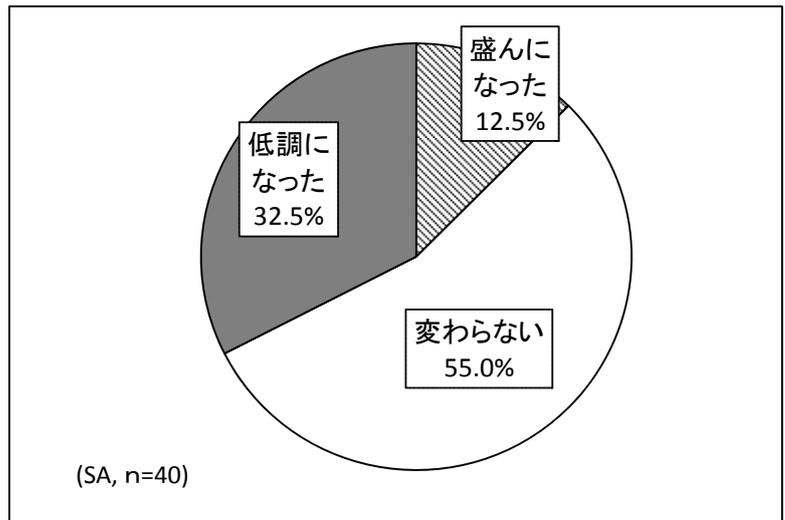


⑤ 商店街活動

商店街活動は、「変わらない」が55.0%と最も多く、「盛んになった」は12.5%、「低調になった」は32.5%となっている（図表184）。

地域別にみると、「盛んになった」は「湊町地域」、「変わらない」は、「法典地域」、「前原地域」、「豊富地域」、「低調になった」は、「八木が谷地域」が多くなっている。

図表 184 商店街活動



⑥ 消費者が商店街で買い物をする理由

消費者が商店街で買い物をする理由として、『思う（とても＋やや）』が多いのは、「顔なじみの店主・店員がいる（83.8%）」、「公共交通によるアクセスが便利である（63.9%）」、「夜間の照明が明るく安心して歩ける（56.7%）」となっている（図表 185）。一方、『思わない（あまり＋全く）』が多いのは、「インターネットによる情報発信力が高い（75.0%）」、「駐車場・駐輪場が広く使いやすい（69.5%）」、「1か所で買い物や用事を済ませられる（67.5%）」となっている。

市民の商店街のイメージ（「思う」）と商店街が考える消費者が商店街で買い物をする理由（「思う」）の差異をみると、「顔なじみの店主・店員がいる」は商店街（83.8%）が市民（15.8%）を68.0ポイントの差異がある（商店街が思うほど、市民は評価していない）。逆に、「地元産品（食材等）を購入できる」は、市民（36.2%）が商店街（13.9%）を22.3ポイント上回っている（商店街より市民の評価が高い）。

図表 185 商店街で買い物をする理由（市民との比較）

（単位：％）

	思う			思わない		
	商店街 (A)	市民 (B)	差異 (A-B)	商店街 (A)	市民 (B)	差異 (A-B)
品揃えが豊富	16.7	32.3	▲ 15.6	50.0	35.5	14.5
販売価格が安い	16.7	32.7	▲ 16.0	44.4	33.0	11.4
商品・サービスの品質（鮮度）が良い	50.0	32.8	17.2	19.5	24.9	▲ 5.4
地元産品（食材等）を購入できる	13.9	36.2	▲ 22.3	50.0	23.1	26.9
店員の接客態度が良い（知識が豊富）	50.0	22.7	27.3	11.1	22.6	▲ 11.5
顔なじみの店主・店員がいる	83.8	15.8	68.0	2.7	45.9	▲ 43.2
営業時間が利用しやすい	32.4	36.5	▲ 4.1	16.2	29.9	▲ 13.7
人通りが多くにぎやかである	21.6	32.8	▲ 11.2	51.3	30.8	20.5
夜間の照明が明るく安心して歩ける	56.7	29.6	27.1	24.3	30.0	▲ 5.7
公共交通によるアクセスが便利である	63.9	38.2	25.7	25.0	24.8	0.2
駐車場・駐輪場が広く使いやすい	16.7	24.2	▲ 7.5	69.5	37.9	31.6
インターネットによる情報発信力が高い	8.3	9.1	▲ 0.8	75.0	52.8	22.2
祭りやイベントなどが楽しい	42.8	16.1	26.7	34.3	41.7	▲ 7.4
高齢者に対して配慮がある	41.7	14.7	27.0	13.9	33.4	▲ 19.5
子育て世帯に対して配慮がある	29.7	14.7	15.0	21.6	32.4	▲ 10.8
1か所で買い物や用事を済ませられる	10.8	30.6	▲ 19.8	67.5	33.8	33.7

4) 商店街の今後の活性化の方向性

① 商店街が活性化するために取り組むべきこと

商店街活性化のための取り組みとしては、「個店が魅力的な店舗づくりにより消費者のファンを増やす」が 69.4%と最も多く、「高齢者や子育て世帯などの地域住民が暮らしやすくなるようなまちづくり活動に貢献する (50.0%)」、「祭りやイベントなどの開催により消費者の来街を促進する (36.1%)」が続いている (図表 186)。

地域別にみると「個店が魅力的な店舗づくりにより消費者のファンを増やす」は、「前原地域」、「高齢者や子育て世帯などの地域住民が暮らしやすくなるようなまちづくり活動に貢献する」は、「湊町地域」、「新高根・芝山地域」、「豊富地域」、「祭りやイベントなどの開催により消費者の来街を促進する」は、「湊町地域」、「法典地域」、「前原地域」が多くなっている。

図表 186 商店街が活性化するために今後取り組むべきこと (地域別)

(単位:%)

	回答数	高齢者や子育て世帯などの地域住民が暮らしやすくなるようまちづくり活動に貢献する	個店が魅力的な店舗づくりにより消費者のファンを増やす	インターネットを活用した消費者への情報発信により商店街の活動を理解してもらう	商店街組織の組合員の連携により共同売り出しなどの販促活動に注力する	空き店舗を活用して賑わいを創出する	祭りやイベントなどの開催により消費者の来街を促進する	駐車場・駐輪場を整備により消費者の来街を促進する	魅力ある商業空間を演出する	近隣の大型小売店との連携を強化する	その他
全体	36	50.0	69.4	16.7	22.2	2.8	36.1	11.1	16.7	8.3	11.1
地域	湊町地域	2	100.0	50.0	50.0	-	-	100.0	-	-	-
	本町地域	6	33.3	83.3	33.3	16.7	-	16.7	-	33.3	16.7
	葛飾地域	7	14.3	71.4	28.6	28.6	-	28.6	-	-	14.3
	法典地域	3	33.3	66.7	-	33.3	-	100.0	-	-	-
	夏見地域	3	66.7	33.3	-	-	33.3	33.3	-	-	33.3
	前原地域	1	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-	100.0
	習志野台地域	5	60.0	80.0	20.0	40.0	-	40.0	40.0	20.0	-
	新高根・芝山地域	4	100.0	75.0	-	-	-	25.0	25.0	50.0	-
	八木が谷地域	4	50.0	75.0	-	50.0	-	-	-	-	25.0
	豊富地域	1	100.0	-	-	-	-	-	100.0	100.0	-

② 商店街が担う地域のまちづくり活動

商店街が地域のまちづくり活動の一部を担うことについては53.7%が『求められると思う(とても+多少)』とし、『求められているとは思わない(全く+あまり)』とした回答は19.5%であった(図表187)。地域別にみると、『求められると思う』は、「湊町地域」、「豊富地域」が多くなっている。『求められているとは思わない』は、「八木が谷地域」が多くなっている。

商店街のまちづくり活動への貢献として『取り組むべき(積極的+多少)』が多いのは、「地域の防犯・防災への体制づくり(85.0%)」、「地域コミュニティとしての役割(58.9%)」、「バリアフリー等への対応(57.5%)」となっている(図表188)。一方、『取り組む必要はない(全く+あまり)』が多いのは、「農業、漁業など地域産業との連携(20.0%)」、「地域のリーダー育成・子供の教育の場(10.8%)」、「バリアフリー等への対応(10.0%)」となっている。

図表 187 まちづくり活動を商店街が担うことへの住民の期待(地域別)

(単位:%)

	回答数	求められると思う	求められると思う		どちらとも いえない	求められている とは思わない	求められている とは思わない		よくわからない	
			とても と思う	多少 求められる と思う			全く 求められて いるとは思 わない	あまり 求められて いるとは思 わない		
全体	41	53.7	22.0	31.7	17.1	19.5	2.4	17.1	9.8	
地域	湊町地域	2	100.0	100.0	-	-	0.0	-	-	-
	本町地域	6	66.6	33.3	33.3	33.3	0.0	-	-	-
	葛飾地域	6	16.7	-	16.7	33.3	33.4	16.7	16.7	16.7
	法典地域	3	66.6	33.3	33.3	-	0.0	-	-	33.3
	夏見地域	3	33.3	-	33.3	-	33.3	-	33.3	33.3
	前原地域	2	50.0	-	50.0	-	0.0	-	-	50.0
	習志野台地域	6	83.3	33.3	50.0	16.7	0.0	-	-	-
	新高根・芝山地域	6	50.0	16.7	33.3	33.3	16.7	-	16.7	-
	八木が谷地域	6	33.4	16.7	16.7	-	66.7	-	66.7	-
豊富地域	1	100.0	-	100.0	-	0.0	-	-	-	

図表 188 まちづくり活動への貢献内容

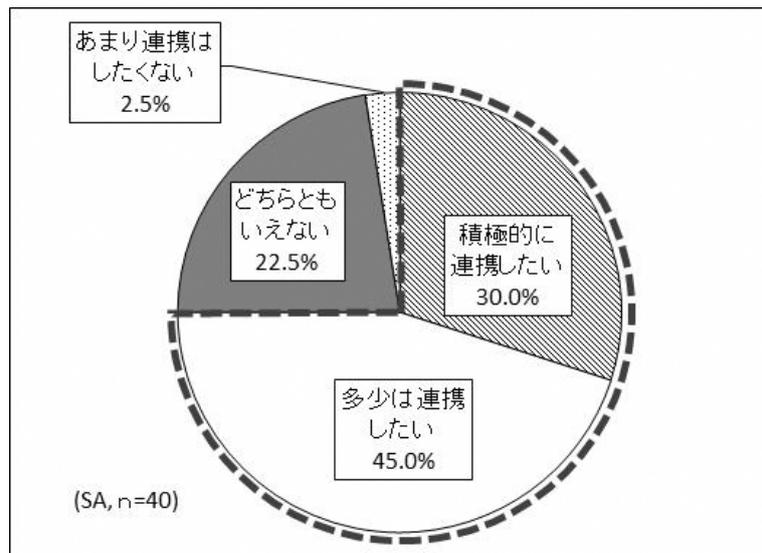
(単位:%)

	回答数	取り組むべき	積極的に取り組むべき	多少は取り組むべき	どちらとも いえない	取り組む 必要はない	あまり取り組む 必要はない	全く取り組む 必要はない
地域コミュニティとしての役割	39	58.9	33.3	25.6	38.5	2.6	2.6	0.0
子育て世代への支援	37	51.3	18.9	32.4	40.5	8.1	5.4	2.7
高齢者の活動の場の提供	38	52.6	26.3	26.3	42.1	5.2	2.6	2.6
バリアフリー等への対応	40	57.5	27.5	30.0	32.5	10.0	10.0	0.0
地域の防犯・防災への体制づくり	40	85.0	35.0	50.0	12.5	2.5	2.5	0.0
省エネなどの環境への取り組み	39	41.0	17.9	23.1	53.8	5.1	5.1	0.0
農業、漁業など地域産業との連携	40	35.0	10.0	25.0	45.0	20.0	15.0	5.0
地域のリーダー育成・子供の教育の場	37	48.6	21.6	27.0	40.5	10.8	5.4	5.4

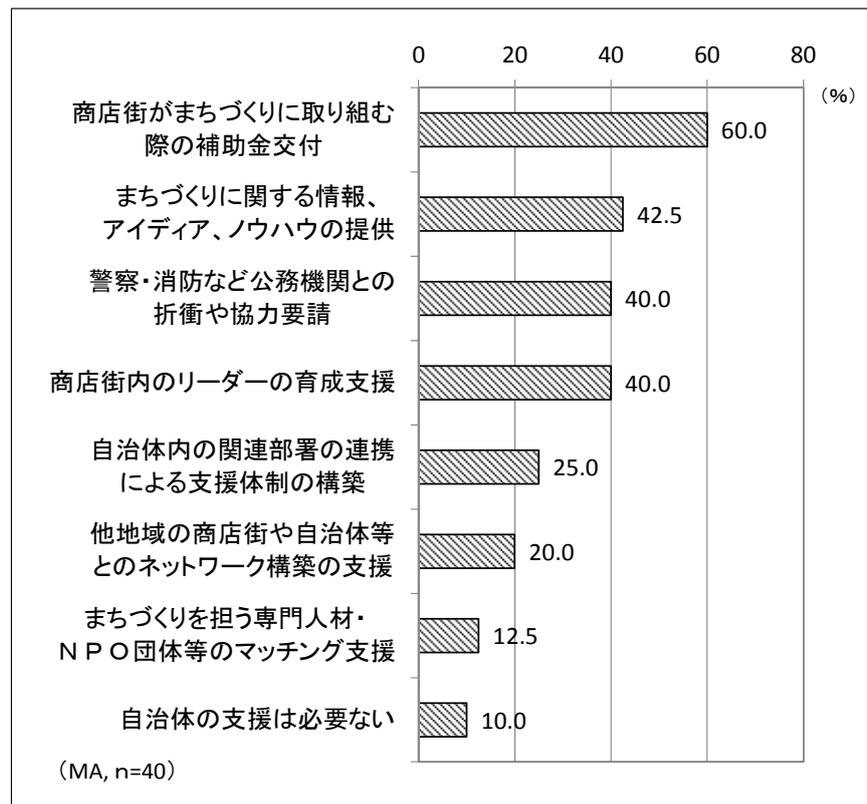
商店街がまちづくり活動の一部を担う際の自治体との連携は、「多少は連携したい」が45.0%と最も多く、「積極的に連携したい（30.0%）」と合計した75.0%は『連携したい（積極的+多少）』と回答した（図表 189）。

商店街がまちづくり活動の一部を担う際の自治体の支援については、「商店街がまちづくりに取り組む際の補助金交付」が60.0%と最も多く、「まちづくりに関する情報、アイデア、ノウハウの提供（42.5%）」、「警察・消防など公務機関との折衝や協力要請（40.0%）」、「商店街内のリーダーの育成支援（40.0%）」が続いている（図表 190）。

図表 189 商店街がまちづくり活動の一部を担う際の自治体との連携



図表 190 必要と考える自治体の支援



《まちづくりへの貢献活動の具体的な内容（カッコ内は商店街のタイプ）》

1. 地域コミュニティとしての役割

テーマ	概要
地域住民とのコミュニケーション	習志野市の商店会と共同で夏祭り、クリスマスコンサート、イルミネーション事業を実施【駅前型（繁華街型含む）】
	まちかどコンサートの開催【駅前型（繁華街型含む）】
	商店会主催の盆踊り大会を開催【駅前型（繁華街型含む）】
	地域団体と共同で地域交流イベントを開催し、売上は地域団体に全額寄付【駅前型（繁華街型含む）】
自治体の祭りの協賛	自治体の祭りに協賛（手伝い、祝金など）【住宅街型】
模擬店出店	他の商店街と一緒に夏祭りイベントを開催【住宅街型】
イルミネーション実施	年末恒例の中山競馬場のイルミネーションと同調して開催【住宅街型】
さくら祭り	毎年商店会員で歌手を呼んで、イベントを開催【ロードサイド型】

2. 高齢者の活動の場の提供

テーマ	概要
駅中でのPR活動	J R 駅構内での写真展、イベント、PR。【駅前型（繁華街型含む）】
地域住民への支援	社会福祉協議会との連携【ロードサイド型】

3. 地域の防犯・防災への体制づくり

テーマ	概要
防犯、防災	8年前から防犯カメラシステムを自治会と共同運営。犯罪の発生、違法な風俗営業が減った【駅前型（繁華街型含む）】
商店会風紀と安全	飲食店が多く、夜間事件が多いので、防犯カメラの設置を計画【駅前型（繁華街型含む）】
地域の防犯・防災への体制づくり	災害時の帰宅難民対応への取組み【駅前型（繁華街型含む）】
防犯	船橋駅周辺地区環境整備協議会の一員として、防犯等の活動、パトロール等に参加。警察のキャンペーンへの協力。【駅前型（繁華街型含む）】

4. 地域のリーダー育成・子供の教育の場

テーマ	概要
職業体験等	地域の小学生の絵を商店街に飾り、職業体験にも協力。地元のお祭りにも協力【駅前型（繁華街型含む）】
食育	年間を通して大人や子供達と食育について講話と実技を実施【駅前型（繁華街型含む）】

③ インターネットを活用した販促活動

インターネットを活用した販促活動は、「現在は行っておらず、今後も取組予定はない」が61.5%と最も多かった（図表 191）。「商店街のホームページで情報発信している」は17.9%、「商店街のブログで情報発信している」は10.3%であった。商店街のタイプ別に、インターネットを活用した販促活動をみると、「商店街のホームページで情報発信している」は、「駅前型（繁華街型含む）（31.3%）」、「商店街のブログで情報発信している」は、「ロードサイド型（20.0%）」、「商店街のSNSで情報発信している」は、「団地型（25.0%）」、「現在は行っておらず、今後も取り組む予定はない」は、「住宅地型（83.3%）」が多くなっている。

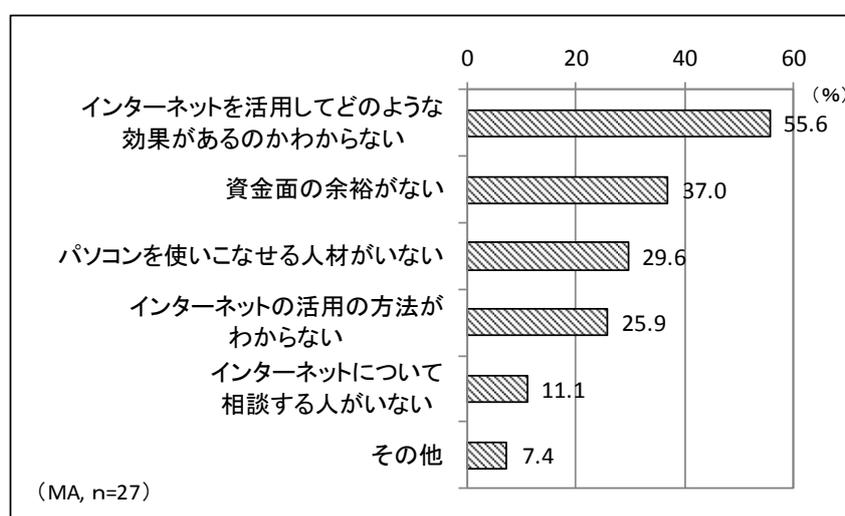
インターネットを活用した販促活動に取り組んでいない理由は、「インターネットを活用してどのような効果があるのかわからない」が55.6%と最も多く、「資金面の余裕がない（37.0%）」、「パソコンを使いこなせる人材がない（29.6%）」が続いている（図表 192）。

図表 191 インターネットを活用した販促活動（商店街のタイプ別）

（単位：％）

		回答数	商店街のホームページで情報発信している	商店街のブログで情報発信している	商店街のSNSで情報発信している	インターネットで通信販売をしている	現在は行っていないが、将来は行っていく予定がある	現在は行っていない、今後も行っていく予定はない
全体		39	17.9	10.3	5.1	2.6	10.3	61.5
地域別	駅前型(繁華街型含む)	16	31.3	12.5	-	6.3	12.5	43.8
	住宅街型	12	8.3	8.3	8.3	-	8.3	83.3
	団地型	4	-	-	25.0	-	25.0	50.0
	ロードサイド型	5	20.0	20.0	-	-	-	60.0

図表 192 インターネットを活用しない理由



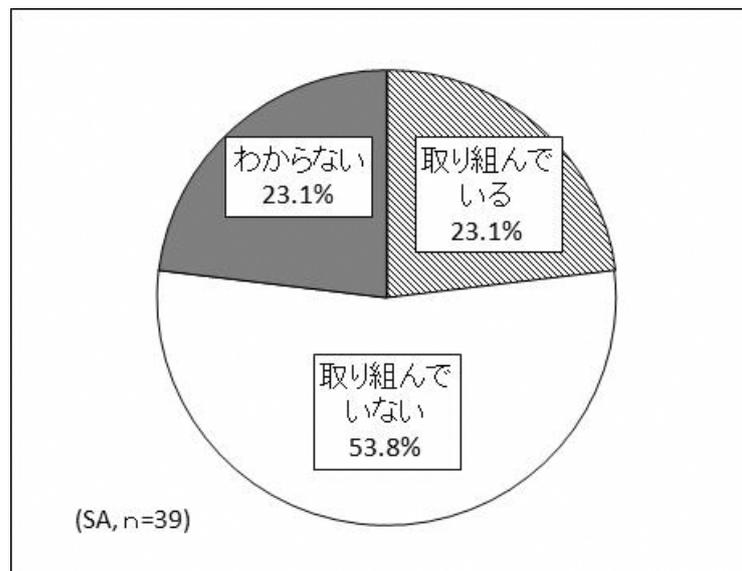
④ 高齢社会への対応状況

高齢社会への対応状況をみると、「取り組んでいる」は 23.1%、「取り組んでいない」は 53.8%となっている（図表 193）。

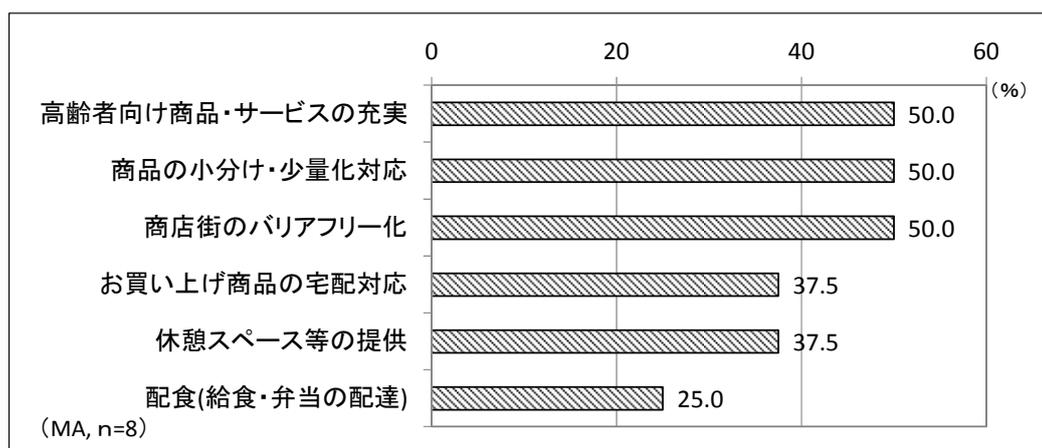
取組内容は、「高齢者向け商品・サービスの充実」、「商品の小分け・少量化対応」、「商店街のバリアフリー化」がいずれも 50.0%となっている（図表 194）。

取り組んでいない理由は、「人材面の余裕がないから（50.0%）」が最も多く、「何をやればいいのかわからないから（35.0%）」、「効果があがらないから（25.0%）」が続いている（図表 195）。

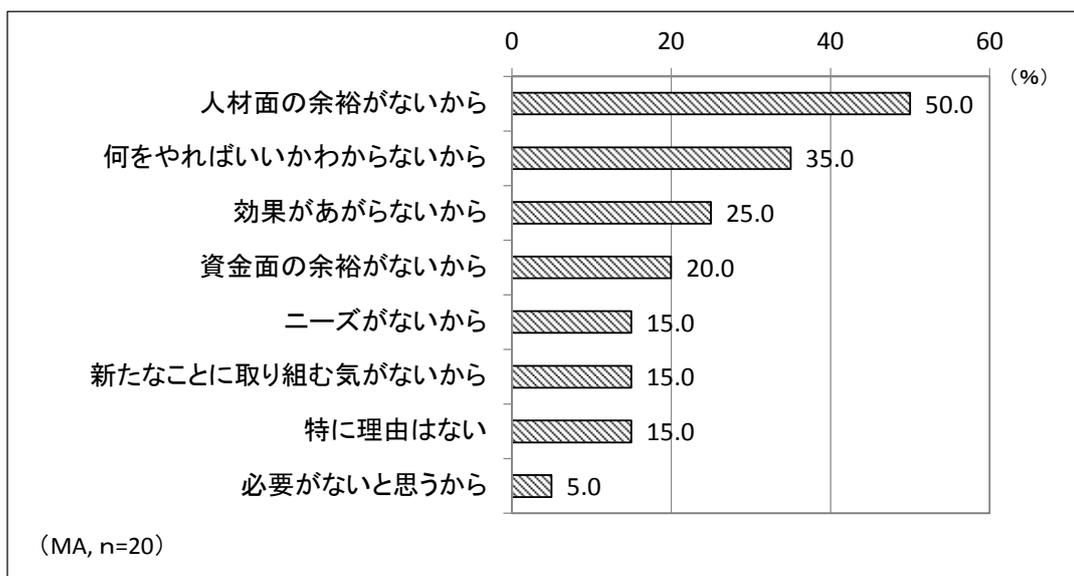
図表 193 高齢社会への対応状況



図表 194 取組内容



図表 195 取り組んでいない理由

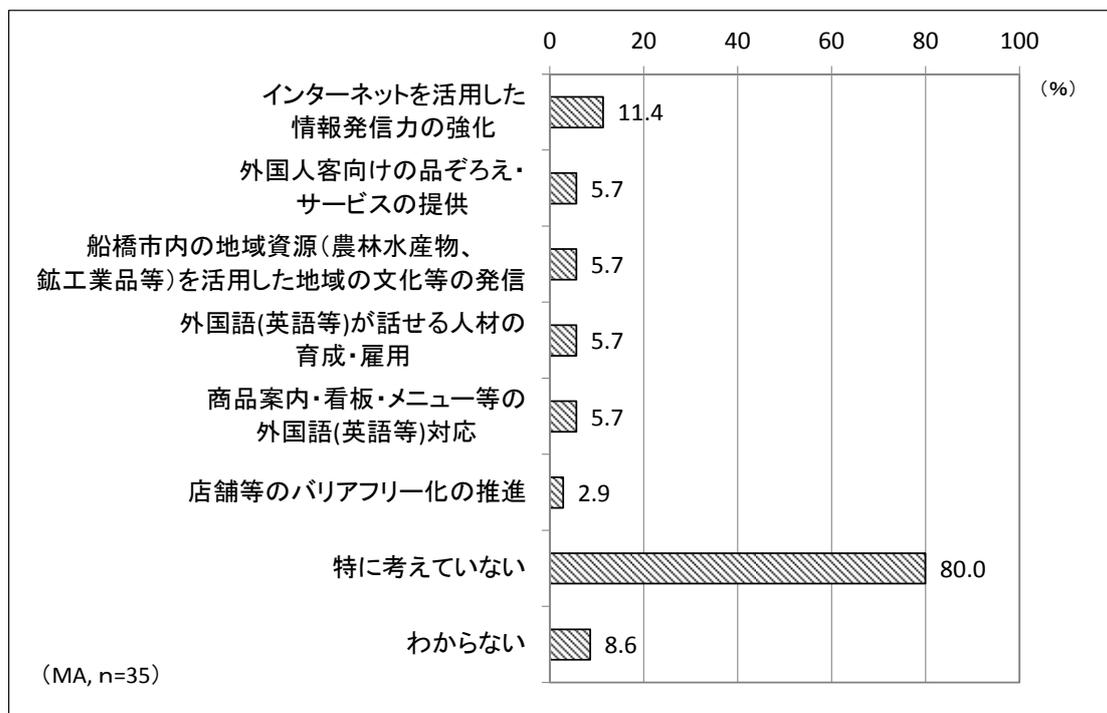


⑤ 東京オリンピック・パラリンピックを契機とした販促活動

「東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機に取り組みたい販促活動」は、「インターネットを活用した情報発信力の強化 (11.4%)」が最も多くなっている (図表 196)。

「特に考えていない」は 80.0%で、「わからない (8.6%)」とあわせた約9割が具体的な活動を想定していない。

図表 196 東京オリンピック・パラリンピックに向けた販促活動



5) 立地環境に対する評価

立地環境に対する評価は、『満足（満足＋概ね満足）』が多いのは、「商工団体等の支援体制（46.2%）」、「従業員（家族）の生活環境【公共交通の利便性】（44.5%）」、「商圏内の交通アクセスの利便性（42.5%）」となっている（図表 197）。

『不満（やや不満＋不満）』が多いのは、「固定資産税や賃料の負担（61.1%）」、「道路等のインフラの整備状況（36.8%）」、「商圏内の交通アクセスの利便性（22.5%）」となっている（図表 198）。

図表 197 立地環境に対する評価【満足】（地域別）

（単位：％）

	回答数	商圏内の交通アクセスの利便性	商圏内の人口	商品等の入手の容易性	労働者確保の容易性	固定資産税や賃料の負担	道路等のインフラの整備状況	従業員（家族）の生活環境【公共交通の利便性】	従業員（家族）の生活環境【買い物、医療、教育等】	船橋市の支援体制	商工団体等の支援体制	
全体	40	42.5	41.0	32.4	22.8	2.8	26.3	44.5	34.3	30.7	46.2	
地域別	湊町地域	2	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0
	本町地域	5	80.0	80.0	80.0	20.0	0.0	40.0	80.0	40.0	20.0	60.0
	葛飾地域	7	71.5	14.3	16.7	16.7	16.7	28.6	50.0	33.4	14.3	28.6
	法典地域	3	0.0	66.7	33.3	33.3	0.0	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3
	夏見地域	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	66.7
	前原地域	2	100.0	100.0	50.0	50.0	0.0	50.0	100.0	100.0	50.0	50.0
	習志野台地域	6	50.0	40.0	20.0	25.0	0.0	0.0	40.0	50.0	20.0	20.0
	新高根・芝山地域	5	20.0	40.0	50.0	66.7	0.0	40.0	50.0	50.0	40.0	60.0
	八木が谷地域	6	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	50.0	50.0
豊富地域	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	

図表 198 立地環境に対する評価【不満】(地域別)

(単位:%)

		回答数	商圏内の交通アクセスの 利便性	商圏内の人口	商品等の入手の容易性	労働者確保の容易性	固定資産税や賃料の負担	道路等のインフラの整備状況	従業員(家族)の生活環境 【公共交通の利便性】	従業員(家族)の生活環境 【買い物、医療、教育等】	船橋市の支援体制	商工団体等の支援体制
全体		40	22.5	20.5	16.2	11.4	61.1	36.8	13.9	17.2	12.8	10.3
地域別	湊町地域	2	50.0	0.0	50.0	0.0	100.0	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0
	本町地域	5	20.0	0.0	0.0	0.0	80.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	葛飾地域	7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	14.3	0.0	16.7	28.6	0.0
	法典地域	3	33.3	0.0	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	夏見地域	3	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	前原地域	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	習志野台地域	6	33.4	40.0	20.0	25.0	75.0	60.0	0.0	0.0	20.0	20.0
	新高根・芝山地域	5	20.0	40.0	0.0	33.3	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	八木が谷地域	6	33.3	33.3	33.4	16.7	66.7	50.0	33.4	33.4	33.3	33.4
豊富地域	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	

6) 船橋市の商店街関連の支援制度

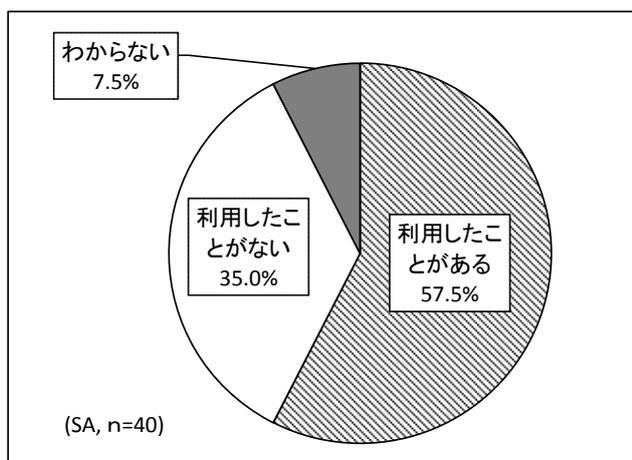
① 支援制度の利用の有無

商店街に対する支援制度を、「利用したことがある」が57.5%、「利用したことがない」が35.0%となっている(図表199)。

利用した制度は、「街路灯への補助」が最も多く、「利用後の満足度」は、95.2%が『満足(とても+概ね)』と回答した(図表200)。

支援制度を「利用なし・不満の理由」は、「制度の情報が足りない」と「使う必要がない」が38.5%で最も多く、「書類や手続きが煩雑(15.4%)」、「タイミングがあわない(15.4%)」が続いている(図表201)。

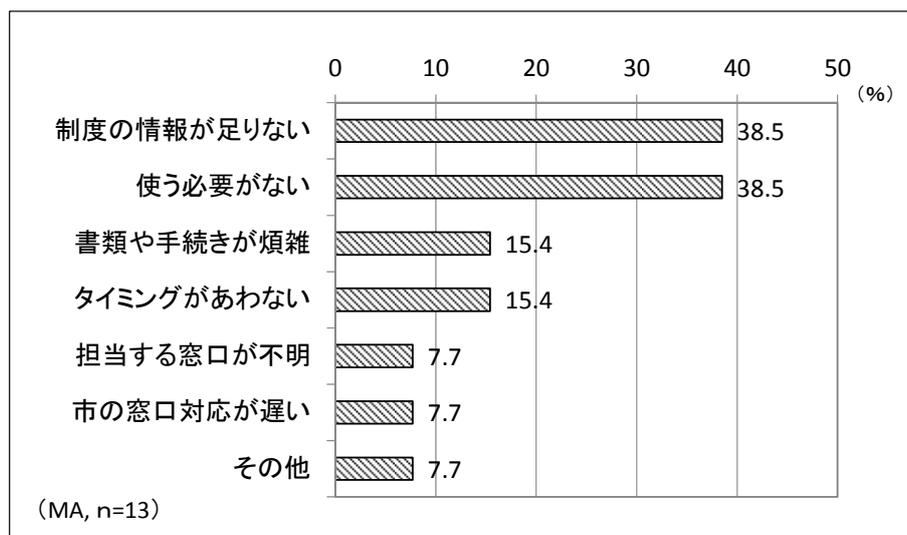
図表 199 支援制度の利用の有無



図表 200 利用した制度名

制度名	件数	割合 (%)
街路灯への補助(LED移設・電気代補助・塗装工事など)	9	47.4
アドバイザー派遣事業	4	21.1
活性化支援事業	3	15.8
空き店舗対策事業	1	5.3
生鮮三品販売力向上支援事業	1	5.3
商店街施設維持管理事業	1	5.3
合計	19	100.0

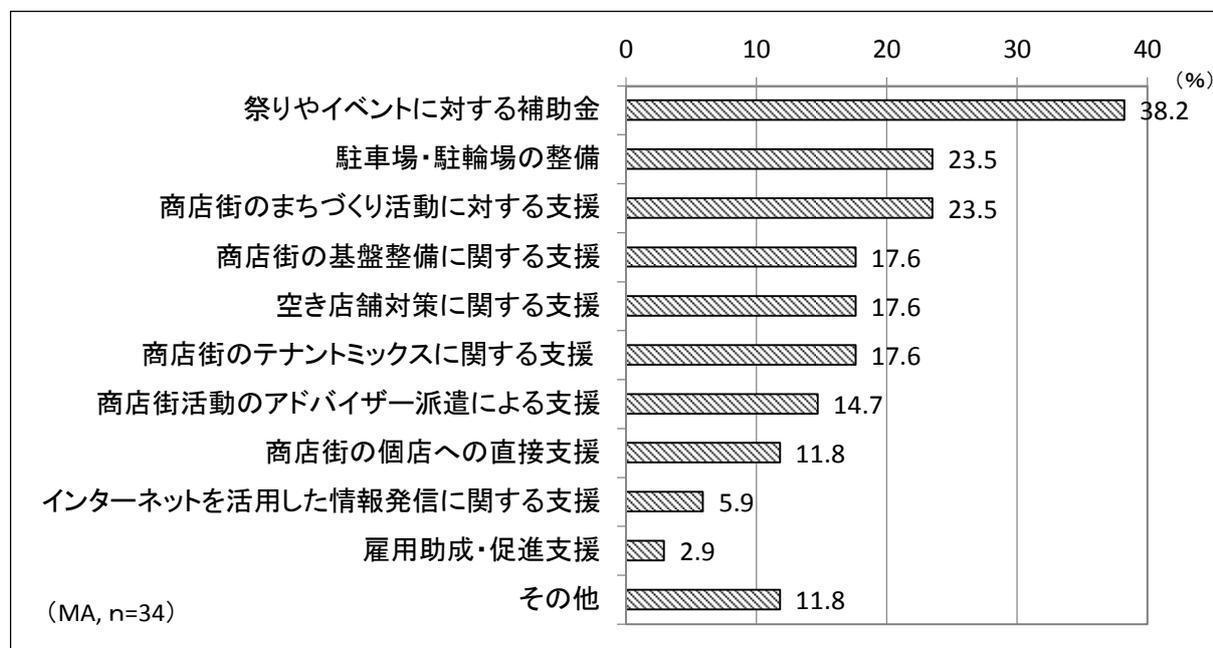
図表 201 利用なし・不満の理由



② 行政に望む支援策

行政に望む支援策は、「祭りやイベントに対する補助金」が38.2%と最も多く、「駐車場・駐輪場の整備（23.5%）」、「商店街のまちづくり活動に対する支援（23.5%）」が続いている（図表 202）。

図表 202 行政に望む支援策



《行政の望む支援策の具体的な内容（カッコ内は地域）》

1. 祭りやイベントに対する補助金

地域振興となるイベント催事への補助金【本町地域】
今迄も支援を受けているが、今後もずっと続けて行って欲しい【葛飾地域】
商店会会費及び寄付でのイベントに限界を感じる【葛飾地域】
テナントが多く商店会活動に対する協力が得られない【葛飾地域】
一過性ではなく、持続的な事を判断して欲しい【習志野台地域】

2. 駐車場・駐輪場の整備

駅前商店街での駐車取締りが強すぎる【本町地域】
駐輪場を設置して欲しい【前原地域】
通勤・通学時に自転車の長時間の駐輪が目立つので、地下の駐輪場を作って欲しい【習志野台地域】

3. 商店街の基盤整備に係る支援

中心市街地（駅前本町通）の活性化【本町地域】
歩道タイルの統一、デコボコ解消 ベンチ等の整備【前原地域】

4. 商店街活動のアドバイザー派遣による支援

リーダー育成。ランドオーナー勉強会の開催【前原地域】

5. 空き店舗対策に関する支援

空き店舗に関して、市とURが連携をとり、地元住民が楽しめる場所づくりに協力してほしい【新高根・芝山地域】

6. 商店街のテナントミックスに関する支援（生鮮三品を扱う店舗への支援）

大型店があるため、来街者が減少し、生鮮三品の店もなく厳しい【八木が谷地域】

7. 商店街の個店への直接支援

個人事業主の後継者問題【本町地域】

8. インターネットを活用した情報発信に関する支援

今後ネットを使って商品を買う機会が一層浸透していくとみられるので、ぜひ使ってみよう【葛飾地域】

予算がなく、事務所も電話もネットもパソコンもない状態【新高根・芝山地域】

2. 企業・業界団体ヒアリング調査結果

(1) 調査概要

調査目的	「企業・商店街アンケート調査」の分析結果をベースとした問題意識に基づいて、アンケートでは把握できない企業や団体ニーズの本音を直接的に把握し、企業ニーズに基づいた施策・事業を検討するための基礎資料とする。																		
調査対象	<p>船橋市内の事業者・業界団体 19 先</p> <table border="1" data-bbox="395 481 1399 728"> <thead> <tr> <th></th> <th>事業者</th> <th>業界団体</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>商業</td> <td>9 先 (うち商店街 5 先)</td> <td>1 先</td> <td>10 先</td> </tr> <tr> <td>工業</td> <td>5 先</td> <td>4 先</td> <td>9 先</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>14 先</td> <td>5 先</td> <td>19 先</td> </tr> </tbody> </table> <p>○商業分野ヒアリング先 (10 先)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・船橋市本町通り商店街振興組合 ・松が丘バス通り商店会 ・西船橋商店会 ・習志野台商店街振興組合 ・中山商店会 ・船橋総合卸商業団地協同組合 ・イオンモール(株) ・三井不動産(株) (ららぽーと TOKYO-BAY) ・ふなっ子(有) ・ビジネスショップシライ(有) <p>○工業分野ヒアリング先 (9 先)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・京葉食品コンビナート協議会 ・船橋機械金属工業協同組合 ・南習志野工業団地協議会 ・ベンチャープラザ船橋 ・しのはらプレスサービス(株) ・(株)ヒロハマ ・(株)平和工業 ・ロイヤル(株) ・(株)山本科学工具研究社 				事業者	業界団体	計	商業	9 先 (うち商店街 5 先)	1 先	10 先	工業	5 先	4 先	9 先	合計	14 先	5 先	19 先
	事業者	業界団体	計																
商業	9 先 (うち商店街 5 先)	1 先	10 先																
工業	5 先	4 先	9 先																
合計	14 先	5 先	19 先																
調査方法	<p>直接訪問による面談</p> <p>※ヒアリング対象先に事前にヒアリング項目を送付</p>																		
調査時期	平成 26 年 12 月～平成 27 年 2 月																		
調査内容 (共通項目)	<p>○現在の景況感</p> <p>○船橋市の商工業の強み・弱み</p> <p>○船橋市の立地上のメリット・デメリット</p> <p>○船橋市の商工業の持続的な発展に向けた課題及び対応策</p> <p>○船橋市の商工業振興に係る支援に対する評価</p> <p>○船橋市に支援して欲しいこと など</p>																		

(2) 調査結果 (要旨)

1) 商業

① 商店街が取り組んでいる活動

a. イベントの開催

- ・ 毎年4月と11月に朝市を開催している。店舗による出店コーナーやまちかど音楽ステージ (ライブイベント) のほか、今年からは、「子ども朝市コーナー」の開催を予定。(ロードサイド型商店街)
- ・ 市内のNPOと連携してイベントを年2回開催している。開催コストは商店街が負担している。参加するNPO法人と月1回の企画内容等に関する会議を実施。(ロードサイド型商店街)
- ・ 平成26年度には、初の試みとしてリアル宝探し「黄金のはにわ猫の伝説」を開催した。本イベントの参加者は、延べ1,500人(1日最大400人参加)にのぼり、なかには仙台市や愛知県の在住者もみられた。(ロードサイド型商店街)
- ・ JRの駅前でクリスマスツリーの飾りつけを毎年行っている。昨年は、コーラスグループにクリスマスソング7曲を歌ってもらったが、観客からは「歌詞カード」が欲しいとの要望が出るなど盛況。(駅前型商店街)

b. まちゼミ

- ・ 「得する街のゼミナール (まちゼミ)」を開催した。地域の顧客と顔の見える付き合いができることは、販売促進面でも有効といえる。まちゼミは、参加者 (市民) へ販売促進はしてはいけないが、気に入った商品等を参加者が購入していくケースもあり、実益にもつながっている。(駅前型商店街)

c. 一店逸品運動

- ・ 昨年度から一店逸品運動に取り組んでいる。店主同志がアドバイスし合うことで、商品力が増したり、商品に対する愛着が湧いたりする良い取り組みと感じている。今年は、2年目となるが逸品を巡る商店街ツアーを企画したい。(ロードサイド型商店街)

d. ポイントカード事業

- ・ ポイントカード事業を実施しており、多くの消費者に支持されている。収益の一部は、イベントに協力してくれているNPO法人に経費として提供している。(ロードサイド型商店街)

e. プレミアム商品券の販売

- ・ 船橋市が実施したプレミアム商品券の効果は高かった。プレミアム商品券の利用者には、ポイントを増やしたり、商店の換金をスピーディに行うことで、参加商店を増やしたことが奏功した。(ロードサイド型商店街)

② 商店街が抱えている課題

a. 若手経営者の育成

<ul style="list-style-type: none">・ 商店街がまちづくり活動をやるうえで望ましいのは、若い世代でやる気のある人が2～3人いることである。自分のような年寄り世代は金の都合や市との調整などでそのような若者をサポートすればよい。(小売業)
<ul style="list-style-type: none">・ 一所懸命に地域貢献活動をしていると、本業になかなか手が回らなくなることもあるため、このように地域で頑張る人が報われるような制度ができれば良い。若い世代が取り組みやすいようなバックアップの仕組みを市には考えてもらいたい。具体的には入札制度に、地域貢献活動を評価する項目なども加味してはどうか。(小売業)
<ul style="list-style-type: none">・ 船橋駅周辺飲食店の若手経営者などが、「すずきめし」など新たな特産品を産み出す活動に積極的だと聞いている。自分も若い部類に入るので、そのような取り組みに入る機会があれば、是非参加したい。(飲食店)
<ul style="list-style-type: none">・ 商店街の強みは、「機動力」と「団結力」の強さ。青年部のメンバーが理事となったことで、若手パワーが商店街活動を牽引している。(駅前型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 店主の高齢化が進むなか、若い世代の行動力に期待したい(当商店街には4～5人の若手経営者[後継者]はいるが、青年部はない)。(ロードサイド型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 商店主の高齢化が進んでいる。2代目がいる店舗もあるが、親の代は、長年にわたり経営してきた自負もあって、新たなことにチャレンジしようという意欲は乏しい。今後10年間を展望すると、若い層に幹事として参加してもらうことが必要と感じている。(駅前型商店街)

b. 情報発信力の強化

<ul style="list-style-type: none">・ インターネットによる情報発信を強化したい。若い世代への情報発信はインターネットが有効と考えている。ホームページのスタイルとしては、各店舗の店主が必要に応じて情報を更新できるようなもの(ブログなど)が好ましい。(ロードサイド型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 情報発信力を強化したい。情報の伝達力は、①口コミ、②紙媒体(チラシ、ポスターなど)、③Webの順と考えているが、SNSなどの面では、Webが力を発揮することが多い。(駅前型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 情報発信力を強化したい。現在の情報発信は、基本的には、チラシやポスターがメイン。船橋市のなかでは、ホームページも活用している方であるが、インターネットによる情報発信は、質・量ともに限定的といえる。(ロードサイド型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 消費者のインターネット購買は増加の一途を辿っていることを考慮すると、これからは商店会もインターネットのホームページを立ち上げ、店舗・商品などの情報発信に努めるとともに、来店しなくても購入できるような仕組みづくりが必要不可欠と考えている。しかしながら、商店街では、ホームページなどを立ち上げるノウハウがないため、市の援助や助言を頂きながら、早急にインターネット環境を整備して、商店街の活性化につなげたい。(駅前型商店街)

c. 販売促進

<ul style="list-style-type: none">・ 商店街や個人商店は、暗くて入りにくいという消費者にとって心理的な壁があるので、それを取り払う必要がある。一度店舗の中へ入ってもらえば、案外いい商品があったりするし、店主とのやり取りも出てくるので、100円商店街のような取り組みは有効だと感じている。(小売業)
<ul style="list-style-type: none">・ 高齢化の進行は、高齢者の生活圏域が狭くなることもあって、商売にはマイナス影響といえる。これからの商店は、「配達する」ことを念頭に置く必要がある。店頭で顧客の来店を待っているだけのスタイルでは、売上を維持・拡大することは難しい世の中になっている。(ロードサイド型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 訪日外国人客の増加、免税制度活用店の拡大を背景にして、国内の一部では売上が増加している事業者も存在する。海外需要の取り込みは一社や一団体では難しいため、市全体で取り込めるようにしたい。(卸売業)
<ul style="list-style-type: none">・ 生産者と卸売事業者の小さなニーズを合わせ、売り先をとにかく確保していく事が求められている。(卸売業)
<ul style="list-style-type: none">・ 高齢化の進行に伴い、商店主の顔を見ながら買い物ができる商店街の需要はむしろ高まるのではないか。宅配なども含めて消費者ニーズに沿ったサービスに努めることで、個人商店にも生き残りの道が開けるものと考えている。(駅前型商店街)

d. 安心・安全な買い物環境づくり

<ul style="list-style-type: none">・ 商店街の店舗前の歩道に置いてある放置自転車は、買い物をする消費者の邪魔になっており問題である。最近では、車椅子の来街者も増えているだけに、何とかしなければと考えている。(駅前型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 物販店が減少していることは、商店街の弱みと認識している。繁華街化が進むにつれて、まちの治安悪化も懸念される。(駅前型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 繁華街化が進むにつれて、治安の維持も課題となっている。(ロードサイド型商店街)

e. テナントミックスの充実

<ul style="list-style-type: none">・ 最近のテナントミックスの傾向として、物販（特に洋品店）が減少しており、美容室や歯医者などサービス系に転用されるケースが目立つほか、近年では、廃業店舗の跡地に分譲マンションが建設されており、商店の連続性が損なわれている。(駅前型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 空き店舗が徐々に増加しており、今後は空き店舗対策も課題となる。貸し手の背中を押すような支援策（リフォーム費用の補助など）を新たに制定して欲しい。(ロードサイド型商店街)

f. まちの賑わいづくり

<ul style="list-style-type: none">・ 住民参加型のイベントを開催し、まちの賑わいづくりを行いたい。そのためには、イベントスペースが必要となる。例年イベントに協力してくれているNPO法人からは、ステージや劇場が欲しいとの声も聞かれる。(駅前型商店街)

③ 自治体等の支援

<ul style="list-style-type: none">・ 商店街は、道路をひとつ挟んだだけでも、主要な顧客や商店街が抱える課題などは千差万別であり、同じような悩みは一つとしてない。今後の自治体の商店街支援は、商店街の発意に基づいた課題解決型の事業を積極的に支援していくべきである。(駅前型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 市でも商工会議所でも、IT関係(パソコン)セミナーなどがあれば、参加してみたいと思うが、開催している情報が届いていない。船橋市が何をやりたいかもよくわからないので、もう少し方向性などを事業者にも周知させていくべきではないか。(飲食店)
<ul style="list-style-type: none">・ 一過性のイベントに対する支援よりも、持続的に取り組んでいるか否かを支援の基準とするべきと考える。(駅前型商店街)
<ul style="list-style-type: none">・ 団地整備のための立案支援。低金利融資制度の創設・拡充。高度化資金の使い勝手が悪い点や、低利融資の条件が厳しいことなどを改善していただきたい。(協同組合)
<ul style="list-style-type: none">・ 大型商業施設とのビジネスチャンスの窓口制度の支援を実施している自治体があると聞いているので船橋市でもお願いしたい。(協同組合)
<ul style="list-style-type: none">・ 地場産業の育成を考えた場合、入札制度を見直す必要がある。地場産業が元気でなければ、企業からの税収に依存する自治体は本来成り立たないことを鑑みれば、行政として地場産業への一定の配慮は必要であろう。(卸売業)
<ul style="list-style-type: none">・ 「船橋市産業振興基本条例」の改正などで、商店街組織への加入を強く進めることはできないか。(ロードサイド型商店街)

④ 大型商業施設との連携

<ul style="list-style-type: none">・ 今後はバス路線を環状化して利用者の利便性を高めるほか、地域商店街や病院などを結ぶようなバス運行も検討に値する。地方都市では、来店手段を多様化するために、地域をループ状に回るバスを運行しているところもあり、なかには、自治体の運営するコミュニティバスの停留所を共同利用するなど連携しているところもある。(大規模商業施設)
<ul style="list-style-type: none">・ 医療モールは、今後のモール開発のスタンダードとなる。(大規模商業施設)
<ul style="list-style-type: none">・ 船橋市内では、電子マネーが利用できる一般小売店・飲食店の加盟店が徐々に増えている。また、電子マネーとは別に大型商業施設と一般商店等との提携カードの加盟店も増えている。(大規模商業施設)
<ul style="list-style-type: none">・ 福祉やコミュニティづくりなどの面でまちづくりに密接した活動を行うグループ会社の機能を担う取り組みをモールのなかに組み込むことで他のモールとの差別化を志向している。(大規模商業施設)
<ul style="list-style-type: none">・ 地産地消についても、品質や数量確保など一定のハードルをクリアしてもらえれば積極的に導入したい。(大規模商業施設)

⑤ 土地の有効活用（谷津船橋 I C 周辺等）

<ul style="list-style-type: none">平成 25 年 9 月に谷津船橋インターチェンジ（I C）が供用開始されたが、当団地周辺地域は、谷津船橋 I C を利用した来訪者にとって「船橋の顔」的な存在となった。それだけに、しっかりとした都市計画施策の立案・運用が求められる。（協同組合）
<ul style="list-style-type: none">周辺道路におけるトラックの違法駐車は、当協同組合の駐車場整備の効果もあって、やや減少したものの、違法駐車は少なからずみられる状況が続いている。谷津船橋 I C の供用開始や今後建設される大型物流倉庫などの操業開始と相まって、当団地周辺地域の交通量は増加することが見込まれるだけに、安心・安全な道路環境の整備を県警などとも連携して構築していく必要を感じている。（協同組合）
<ul style="list-style-type: none">谷津船橋 I C も出来、土地の評価自体があがっているのに、どのように用地を活用していく事が望ましいのかという方針を市としても明確に打ち出して欲しい。（卸売業）
<ul style="list-style-type: none">東日本大震災の影響を受けて、当団地も液状化などの被害を受けた。今後は、安心・安全な操業環境の確保に向けて、行政などの支援を受けつつ、地盤改良などの取り組みを進めていかなければいけない。（協同組合）

⑥ 雇用

<ul style="list-style-type: none">アルバイトの確保は最近難しくなったと感じている。広告を出しても全く反応がないことが増えるなど人材確保が厳しくなってきた。（飲食店）
<ul style="list-style-type: none">仕事はあるが人手不足でこれ以上出来ない状況にある。ハローワークにも募集をかけているが、俗にいう 3 K（きつい、危険、きたない）職場であるため従業員を確保出来ない。（卸売業）

2) 工業

① (異業種) 連携

<ul style="list-style-type: none">・ 商工業関係者の定期的な情報交換の場が必要である。船橋市が経済ミーティングを単なる会食や会話の場を設けるだけではなく、会員の事業紹介やプレゼンの場を与えるなど、一歩踏み込んだ交流の場をセッティングしてはどうか。会員企業の解決したい課題や問題点などが明らかになれば、会員同士のビジネスにつながる可能性もある。(業界団体)
<ul style="list-style-type: none">・ 今回の商工業戦略プランには、産業間がうまく「調和」して相乗効果を発揮できるような環境づくりを志向して欲しい。(製造業)
<ul style="list-style-type: none">・ 市内の事業者が行える事業の一覧などがあれば市内取引の拡大にもつながるのではないか。企業が新たな取引先を見つけるのは手間であるが、行政が積極的に市内取引を推奨すれば事業者としても利用が進むのではないか。(製造業)
<ul style="list-style-type: none">・ 青年部などが主体となって、毎年一つでいいので何か目標を定めて、皆で取り組むことで船橋市の経営者の一体感を醸成することが肝要である。(製造業)
<ul style="list-style-type: none">・ 日本の景気改善や東北の災害復興などに伴って、ゼネコンなどを中心に建設コストが上昇している。地元の質の高い建設会社等を活用する可能性が増えてきているのに地元の企業の情報はほとんどないのは残念である。(業界団体)
<ul style="list-style-type: none">・ 地元企業同志のビジネスマッチングの推進と連携強化が必要である。各企業の会社紹介とPRの小雑誌などを作ってみてはどうか。(業界団体)
<ul style="list-style-type: none">・ 船橋市は都心に近い割に農業が盛んなので、都市型農業を柱として産業振興を進めてはどうか。(製造業)

② 公共交通

<ul style="list-style-type: none">・ 潮見町周辺地域の公共交通が貧弱で困っている。7～8時台の通勤時間帯でもバスが1時間に2本しかない。また、駐車場がないため、路駐をしている車両も多い。(製造業)
<ul style="list-style-type: none">・ 課題の一つは、通勤方法。今年度は現場からの要請に対応して、自社の大型バスを購入したがコスト負担は大きい。(製造業)
<ul style="list-style-type: none">・ 南船橋駅から徒歩で通勤する従業員もいるが、夜間は街路灯もなくかなり暗い。街路灯を設置することで虫が集まることは、食品工場にとっては新たな問題とはなるが、従業員が安心して通勤できる環境を整える必要がある。(製造業)
<ul style="list-style-type: none">・ ららぽーと周辺の交通渋滞は物流業者にとって大きなネックとなっている。右折レーンの整備や、谷津船橋IC開設などで若干の改善はみられているが、特に土日祝日の渋滞は物流面での大きな経済的な損失につながっている。(製造業)
<ul style="list-style-type: none">・ 東関東自動車道「谷津船橋インターチェンジ(IC)」の開通に伴い、IC周辺部の混雑が以前よりひどくなった。混雑状況は、船橋市としても実態を把握し、道路環境の改善に向けたアクションを検討しておく必要がある。(業界団体)
<ul style="list-style-type: none">・ 船橋市は道路環境が悪く、道路の拡幅と整備により、歩道や自転車通路の確保、冠水対策などを進めることが重要である。(業界団体)

③ 雇用

<ul style="list-style-type: none">・ 中小製造業の多くは雇用不足で悩んでいる。行政には、企業と学生（若年者）を結ぶコーディネート機能を担ってくれることに期待したい。ジョブカフェちばを有効活用しつつ、船橋商工会議所や千葉県産業振興センターと連携して雇用促進の取り組みを進めて欲しい。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 課題は人材確保。日本全体で働き手が減少するなか、自動化による省力化を進めている。そのため、従来のような単純作業を行う人材だけではなく、オペレーターの育成（操作およびメンテナンス）が必要となる。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 機械化が進んでいることから日本語の理解が必要なこともあり、当社では外国人労働者は少ない。当社が採用している外国人の方は、配偶者が日本人などで日本語の読み書きに支障がない方のみを雇用している。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 生産現場の雇用不足が懸念されることから、質のいい外国人労働者を雇用する必要がある。そのためには、①安心できる紹介業者の確保、②外国人への衛生教育の推進、③外国語の支援体制（資料や教本、通訳など）が求められる。（業界団体）
<ul style="list-style-type: none">・ 生産現場等の雇用確保に向けて、シニアのデータベースを構築してはどうか。現在の職安は働きたいが仕事がない人のための仕組みであり、企業の条件に合いそうな人が企業にアプローチするため、企業からみると効率的とは言えない。人材のデータベース化を進めることは、雇用者の職能やキャリアが全面に出ることになるため、企業の求める人材のもとに企業からアプローチをかけられることが大きな違いである。（業界団体）
<ul style="list-style-type: none">・ 女性が働きやすい環境整備として育児休暇や復帰制度をつくっている。女性が働きやすく休暇取得や復帰をしやすい雰囲気づくりはトップなど経営陣の思いが大きい。女性社員に聞くと、保育所の送り迎えが大変という声もあるため、将来的には社内に託児所を設置したいとも考えている。（製造業）

④ 設備投資

<ul style="list-style-type: none">・ ISOは来年更新の時期が来るが、100万円単位で費用がかかるので、補助があると助かる。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 毎年老朽化した機械の更新や合理化・省力化などによる生産性向上のために年間2億円程度は設備投資を行っている。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 食の安全を担保するには継続的な投資が必要であり、中小規模の食品加工業者では設備投資負担に耐えられない可能性もある。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 操業を継続しながらの更新はコストが高つくため、「生産性向上を伴う老朽化設備の更新投資に関する支援」があるとありがたい。また、水処理設備は、新技術の導入（担体、新型菌の導入など）に伴う能力アップが必要不可欠であるため、「新技術導入による生産性向上に対する支援」が求められる。（業界団体）
<ul style="list-style-type: none">・ コンビナートに立地している企業は、環境規制に適合できる設備の導入が必要不可欠であるため、「環境対応に対する支援」があるとありがたい。（業界団体）

⑤ 工場立地（地域との共生）

<ul style="list-style-type: none">・ 工業団地内の交通利便性の向上や安全性の確保に加え、機能充実（コンビニエンスストアや喫茶店の立地など）も必要不可欠である。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 船橋工場は、両隣が賃貸マンション、目の前が分譲マンションと住工混在地域で操業している。要望があれば工場内部を公開するなどの対応を行い納得していただいている。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 市民の方に京葉食品コンビナートの企業を知っていただく活動も重要だと考えている。市民まつりでの協賛、フードバーゲンフェアなどを通じて、船橋市民が京葉食品コンビナートを認知し、地域の発展および労働力の確保につなげていきたいと考えている。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 10年先を展望するなかでは、工業廃棄物やリサイクルなど、自然や環境にやさしいまちづくりも重要な視点となろう。（業界団体）
<ul style="list-style-type: none">・ 船橋市は都心まで30分で移動できるほか、成田空港へのアクセス性も高いので、これをうまく活用して、商工業振興につなげていければいい。（製造業）

⑥ ベンチャー企業の育成（起業・創業）

<ul style="list-style-type: none">・ 今後の取り組みの方向性は、引き続き高度・広域な支援体制の強化による有力ベンチャー企業の創出に貢献し、船橋市をシリコンバレーのような先端技術の発信基地にしたい。そのためには、①入居企業が抱える課題に対するソリューション力の強化、②地元自治体（県・市）との更なる連携強化、③商工会議所等との一層強固なリレーション構築、④卒業企業とのネットワーク創出などがあげられる。（支援機関）
<ul style="list-style-type: none">・ 首都圏に立地している強みを活かした知の集合体として、ベンチャー企業を中心とした立地であれば新規立地の可能性はあるのではないかと。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 女性などが起業して個人事業として行っているような経営者に光をあてる必要がある。そのような事業者を行政が支援し、納税をしてもらうことが重要。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 地域で起業したり、個人事業から事業を拡大したいと考えている事業者を行政で把握し、地域の経営者などの投資家への仲介を自治体の実施すれば、投資したい経営者もいる。出資に対する責任は出資者が行い、自治体は紹介だけで良い。（製造業）
<ul style="list-style-type: none">・ 今後は、組合事務所隣地の用地を活用してベンチャー企業の誘致を図りたい。ベンチャー企業と既存企業による技術面の提携を進めることで、新たな活路を見出すことに期待している。（業界団体）

⑦ 情報発信

<ul style="list-style-type: none">・ 船橋の産業や個別企業が一目でわかる産業紹介のホームページを立ち上げて欲しい。その際には、分野・企業・商品・事業形態（輸入・輸出・委託・受託・技術提携・技術供与・業務提携・共同マーケティング）などの切り口で検索可能な仕組みが必要である。また、複数言語（英語＋アジア各国語など）による海外発信も求められる。（業界団体）

- ・ 船橋市には、技術力の高い企業が多い。もっとも、何が何でも前に出ようとする企業は少数派といえる。これからは、もっと、自分の技術に自信を持って情報発信力を強化していく姿勢が求められる。(製造業)
- ・ 製造業の情報発信については、必要性が高いことを認識している経営者が多いものの、その多くは苦手意識があり、未対応のところが多い。このような技術・開発以外の分野の支援は関連団体や行政に期待したいところである。(製造業)
- ・ 当社のホームページは、日英中韓の4か国語対応をしている。もっとも、ホームページの隅々まで4か国語対応している訳ではなく、カタログを多国語対応している。実際にイタリアのメーカーからの引き合いがあるなど、ホームページ経由のオーダーもあった。(製造業)

⑧ 規制緩和

- ・ 高さ制限などもあり、再建築の際に同規模の施設が建設できない。規制緩和の手法として太陽光パネル設置部分を緑地に含めることなどを検討出来ないか。(製造業)
- ・ 塩害がひどいため、設備の老朽化が早い。同様に、緑地の維持管理も難しく、管理コストが内陸部より余計にかかる。臨海部の埋立地区と内陸部の工業団地の緑化率を維持するためのコスト負担は大きく異なることから、緑化率の濃淡をつける必要性がある。(業界団体)

⑨ インターンシップ

- ・ 中長期的な人材確保を主たる目的として、インターンシップの受入れを実施している。生産部門や店舗運営もかかえる当社では、大卒だけではなく、工業高校や専門学校などを卒業した人材が必要となる。(製造業)
- ・ 当社ではインターンシップの調整を直接行っているが工業高校は遠方であるため、近隣の高校で実施したいと感じている。(製造業)

⑩ 船橋市商工業戦略プランに対する意見

- ・ 戦略は一度立てたらおしまいではなく、定期的に施策の評価を行い、当初期待したような効果が見られなかったり、事業環境が大きく変化したりした場合には、戦略の修正や新たな戦略を立案する必要がある。そのような取り組みを恒常的に行う（または助言する）仕組みづくりが必要である。(業界団体)
- ・ 船橋市の産業が日本経済のなかで、どのような役割を担い貢献できるのかなどの点を考える必要がある。例えば、①船橋に立地している企業はどの産業分野を担えるのか、②中小企業の活躍の形は何か、③大企業の望ましい地域とのつながりは何か、④大企業と中小企業の組み合わせは可能か、などの観点から将来を展望する必要がある。(業界団体)

⑪ 災害対応

- ・ 災害緊急用の燃料（軽油等）の備蓄体制を構築できないか。（業界団体）
- ・ 東日本大震災により、当工業団地は液状化の被害にあった。組合員の企業も隆起した土砂の侵入や地滑りなどの被害があり、いまだ隣地との境界査定が行われていない。護岸についても応急措置を施してある状況で抜本的な安全性の確保には至っていない。（臨海部工業団地協同組合）

⑫ マーケットシェア

- ・ 当社製品のメーカーは国内に3社しかなく、当社の市場占有率は60%とトップシェア。（製造業）
- ・ 当社の製品の国内シェアは、ほぼ100%と言われている。世界シェアは、30%程度ではないかとみている。（製造業）

⑬ その他

- ・ 当社は、経営革新計画に係る承認申請で、千葉県産業振興センターのコーディネーターにお世話になったことがある。技術力の向上に取り組む企業であればあるほど、助成金・補助金などの情報に疎いこともあって、こうしたコーディネート機能を自治体や業界団体が担ってくれるとありがたい。（製造業）
- ・ 近隣の法典西小学校の生徒の工場見学を受け入れている。2年生は見学のみ、6年生は見学に加え、製品の目的の説明や簡単な操作、質疑応答なども行っている。現場の教諭は多忙のため自治体が仲介していただけると大変ありがたい。（製造業）
- ・ 産業ならびに地域が一体となって「国際化」を目指すべきではないか。船橋市は、成田空港と羽田空港の真ん中に位置しており、国際化のポテンシャルは高い。木更津市には、「かずさDNA研究所」、柏市には、「東葛テクノプラザ」など国際業務の拠点となるような施設が立地しているが、船橋市には、「国際交流センター」などを整備して、世界レベルの技術交流を目指してはどうか。（製造業）

III 消費者ニーズの把握

1. 消費者アンケート調査結果

(1) 市民向けアンケート調査

1) 調査概要

調査目的	船橋市内及び市外の住民から見た船橋市の商業や観光など産業に関する意見を集約し、船橋市の今後の商工業戦略の方向性を明らかにするとともに、商工業戦略プラン策定に関する基礎資料とすることを目的とする。							
調査対象	船橋市民 1,400 名 (性別・年齢層別内訳)							
	性別		年齢層別					
	男性	女性	18・19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
	54.5	45.5	0.7	7.3	21.4	35.4	24.4	10.8
調査方法	WEBアンケートによる実施 (実施業者: 株式会社クロス・マーケティング)							
調査時期	平成 26 年 8 月 1 日～8 月 5 日							

2) 調査結果

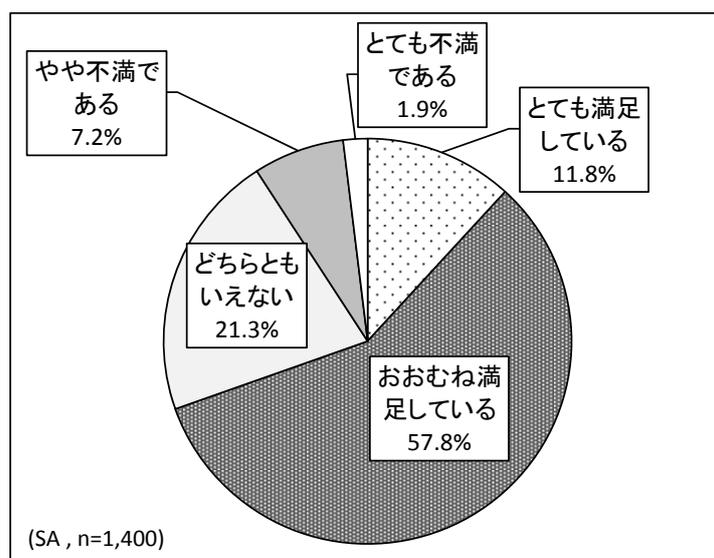
① 商業環境及び買物動向

a. 商業環境の満足度

市民の商業環境に対する満足度は『満足』と回答した割合が 69.6% (「とても満足している (11.8%)」+「おおむね満足している (57.8%)」) となっている (図表 203)。

『満足』と回答した割合は、「本町地域」が 79.2%と最も多く、「豊富地域」が 52.2%と最も低かった。

図表 203 商業環境に関する満足度



b. 日頃、買い物をしている場所

市民の日頃の買い物場所は「船橋市内」が72.3%で、約3割の買い物需要は市外(18.7%)及び「インターネット・通信販売(8.2%)」、「宅配(0.8%)」に流出している(図表204)。

「前原地域」の消費需要の23.4%が「習志野市」に流出している。また、「豊富地域」の消費需要の17.7%が「八千代市」に、30.8%が「その他県内」に流出している。

「船橋市内」と回答した割合を地域別にみると、「夏見地域(84.5%)」が最多で、「豊富地域(40.7%)」が最低となっている。

図表 204 日頃買い物をしている場所(商品別・居住地域別)

(単位:%)

		回答数	船橋市内	習志野市	八千代市	その他県内	県外	インターネット・通信販売	宅配	
全体		1,400	72.3	5.5	2.3	5.5	5.4	8.2	0.8	
商品別	食料品	1,400	85.7	5.2	2.7	2.9	0.1	1.4	2.0	
	家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)		85.3	5.4	2.4	4.4	0.1	1.7	0.6	
	衣料品		66.4	6.0	2.9	7.3	7.9	9.2	0.4	
	耐久品(電化製品・家具・寝具等)		61.7	9.2	1.9	6.4	5.4	14.8	0.6	
	文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)		65.7	6.0	2.5	6.0	7.1	12.4	0.3	
	贈答品		63.9	3.0	1.4	4.8	8.2	17.4	1.4	
	飲食(外食)		77.4	3.5	2.1	6.9	9.1	0.6	0.4	
居住地域別	市内	湊町地域	82	84.1	1.6	0.2	3.6	3.8	6.3	0.3
		本町地域	245	81.2	1.0	0.0	2.8	5.6	8.7	0.6
		葛飾地域	162	69.0	0.4	0.1	7.8	11.9	10.3	0.4
		法典地域	184	82.8	0.3	0.0	4.3	4.5	7.8	0.2
		夏見地域	82	84.5	0.9	0.5	4.4	4.0	5.2	0.5
		前原地域	197	60.8	23.4	0.9	3.7	3.6	6.1	1.4
		習志野台地域	198	68.3	8.4	5.4	2.3	4.0	10.4	1.3
		新高根・芝山地域	66	71.6	6.1	3.2	4.5	5.8	8.4	0.2
		八木が谷地域	138	65.2	2.4	6.2	10.2	5.6	8.9	1.4
		豊富地域	46	40.7	2.5	17.7	30.8	3.4	5.0	0.0

c. 買い物場所を選んだ理由

日頃の買い物先を選んだ理由は、「店が近くにある（62.6%）」が最も多く、「品揃え・メニューが豊富（25.9%）」、「価格が安い（18.0%）」が続いている（図表 205）。

買い物先を選んだ理由トップ3別に最多の商品をみると、「店が近くにある」は「食料品（81.8%）」、「品揃え・メニューが豊富」は、「衣料品（30.1%）」、「価格が安い」は、「食料品（25.1%）」となっている。

「店が近くにある」を地域別にみると、「湊町地域（70.4%）」が最多で、「八木が谷地域（52.9%）」が最低となっている。

図表 205 買い物先を選んだ理由（商品別）

（単位：%）

	店が近くにある	品揃え・メニューが豊富	価格が安い	特典サービスがある	品質・鮮度・味が良い	駐車場・駐輪場が広く使いやすい	営業時間が長いなど	その他	インターネットで情報発信をしている	店のデザイン・雰囲気が良いなど	店員の接客サービス・態度が良い	顔なじみの店主・店員がいる
合計	62.6	25.9	18.0	9.3	8.6	5.8	5.7	5.6	3.0	2.4	1.0	0.7
食料品	81.8	23.2	25.1	11.9	10.5	10.4	9.6	1.9	1.6	0.9	0.6	0.5
家庭日用品（日用品雑貨・薬・化粧品等）	78.6	22.8	22.5	13.8	2.6	10.2	7.6	1.9	1.4	0.9	0.2	0.4
衣料品	55.4	30.1	19.0	8.6	3.8	9.2	4.6	5.3	3.2	4.9	1.2	1.0
耐久品（電化製品・家具・寝具等）	52.1	27.8	22.9	10.3	3.3	8.1	4.2	5.2	5.2	1.5	0.6	0.6
文化品（靴・貴金属・書籍・レジャー用品等）	55.9	28.4	14.0	8.5	3.9	7.3	5.0	6.5	3.7	2.6	0.9	0.5
贈答品	49.8	29.9	10.5	7.9	7.0	4.8	3.8	10.6	5.1	1.7	1.7	0.4
飲食（外食）	64.4	19.1	12.0	4.2	9.4	10.1	5.4	7.5	0.6	4.1	1.5	1.6

d. 商業施設等の利用頻度

『週1回以上利用する』は、「スーパーマーケット（79.4%）」が最多で、「コンビニエンスストア（55.6%）」、「ドラッグストア（27.9%）」が続いている（図表206）。

『利用しない（ほとんど+全く）』は、「商店街（71.8%）」、「一般商店・個人商店（76.4%）」、「宅配（76.4%）」が多い。

図表 206 業態別の利用頻度

(単位:%)

	週1回以上 利用する				2 ヶ月に 3回	利用しない	利用しない ほとんど	利用しない 全く
		ほとんど 毎日	3 ヶ月に 4回	1 ヶ月に 2回				
商店街	15.5	1.5	3.6	10.4	12.8	71.8	43.7	28.1
一般商店・個人商店	11.9	0.7	2.1	9.1	11.7	76.4	49.9	26.5
百貨店・ショッピングセンター	26.7	1.4	4.8	20.5	39.3	34.1	29.0	5.1
スーパーマーケット	79.4	11.4	22.6	45.4	15.2	5.3	4.2	1.1
コンビニエンスストア	55.6	10.0	17.6	28.0	26.1	18.3	15.5	2.8
ドラッグストア	27.9	0.6	3.9	23.4	50.1	22.0	19.5	2.5
通販・ネットショッピング	11.0	0.5	1.1	9.4	46.5	42.4	33.7	8.7
宅配	12.0	0.4	0.7	10.9	11.6	76.4	38.4	38.0

② 商店街に関する意向

a. 居住地域周辺の商店街のイメージ

商店街のイメージは、「公共交通によるアクセスが便利」が38.2%と最も多く、「営業時間が利用しやすい(36.5%)」、「地元産品(食材等)を購入できる(36.2%)」が続いている(図表207)。

「思わない」とする回答が多かったのは、「インターネットによる情報発信力が高い」が52.8%と最も多く、「顔なじみの店主・店員がいる(45.9%)」、「祭りやイベントなどが楽しい(41.7%)」が続いている。

図表 207 商店街のイメージ

(単位:%)

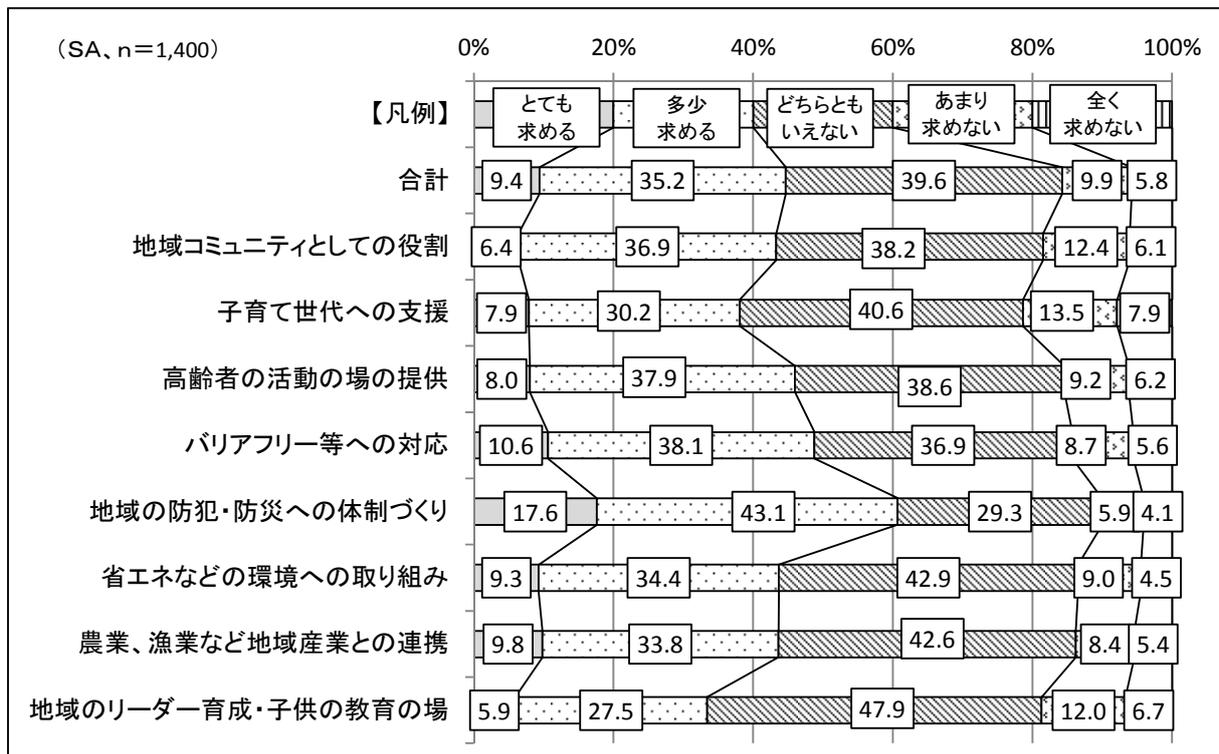
	思う			どちらでもない	思わない	あまり思わない	全く思わない
	思う	とても思う	やや思う				
品揃えが豊富	32.3	6.6	25.7	32.1	35.5	23.6	11.9
販売価格が安い	32.7	5.1	27.6	34.3	33.0	22.1	10.9
商品・サービスの品質(鮮度)が良い	32.8	4.4	28.4	42.4	24.9	17.1	7.8
地元産品(食材等)を購入できる	36.2	5.9	30.3	40.6	23.1	15.4	7.7
店員の接客態度が良い(知識が豊富)	22.7	3.4	19.3	54.7	22.6	14.8	7.8
顔なじみの店主・店員がいる	15.8	3.4	12.4	38.3	45.9	23.4	22.5
営業時間が利用しやすい	36.5	7.6	28.9	33.6	29.9	17.7	12.2
人通りが多くにぎやかである	32.8	4.9	27.9	36.4	30.8	17.2	13.6
夜間の照明が明るく安心して歩ける	29.6	4.6	25.0	40.5	30.0	18.6	11.4
公共交通によるアクセスが便利である	38.2	9.2	29.0	36.9	24.8	14.4	10.4
駐車場・駐輪場が広く使いやすい	24.2	6.1	18.1	37.9	37.9	19.3	18.6
インターネットによる情報発信力が高い	9.1	1.7	7.4	38.0	52.8	25.1	27.7
祭りやイベントなどが楽しい	16.1	2.4	13.7	42.2	41.7	23.3	18.4
高齢者に対して配慮がある	14.7	2.1	12.6	51.9	33.4	21.4	12.0
子育て世帯に対して配慮がある	14.7	1.6	13.1	52.9	32.4	20.0	12.4
1か所で買い物や用事を済ませられる	30.6	6.1	24.5	35.6	33.8	17.7	16.1

b. 地域の商店街の役割

市民は、商店街がまちづくり活動の一部を担うことについて、「求める」が 44.6%（とても求める 9.4%+多少求める 35.2%）、「求めない」が 15.7%（あまり求めない 9.9%+全く求めない 5.8%）となっている（図表 208）。

商店街に求めるまちづくり活動の内容は、「地域の防犯・防災への体制づくり」が 60.7%と最も多い。「バリアフリー等への対応(48.7%)」、「高齢者の活動の場の提供(45.9%)」といった高齢社会に対応する活動に関する市民の期待も高い。

図表 208 商店街が担うまちづくり活動への要望



③ 船橋市に関する経験・イメージ

a. 市内施設・イベント・グルメ等の経験(認知度)

市内施設の市民の訪問度は、「ららぽーとTOKYO-BAY」が89.9%と最も多く、「IKEA(イケア)船橋(70.5%)」、「船橋大神宮(60.1%)」が続いている(図表209)。

「知っているが行ったことはない」とした施設は、「船橋オートレース場(80.5%)」、「船橋競馬場(73.7%)」、「中山競馬場(52.3%)」と公営競技上が上位となった。

「船橋セレクション」は、市民の25.9%が、「目利き番頭 船えもん」は59.7%の市民が「知っている」と回答した。

図表 209 市内施設等の経験(認知度)

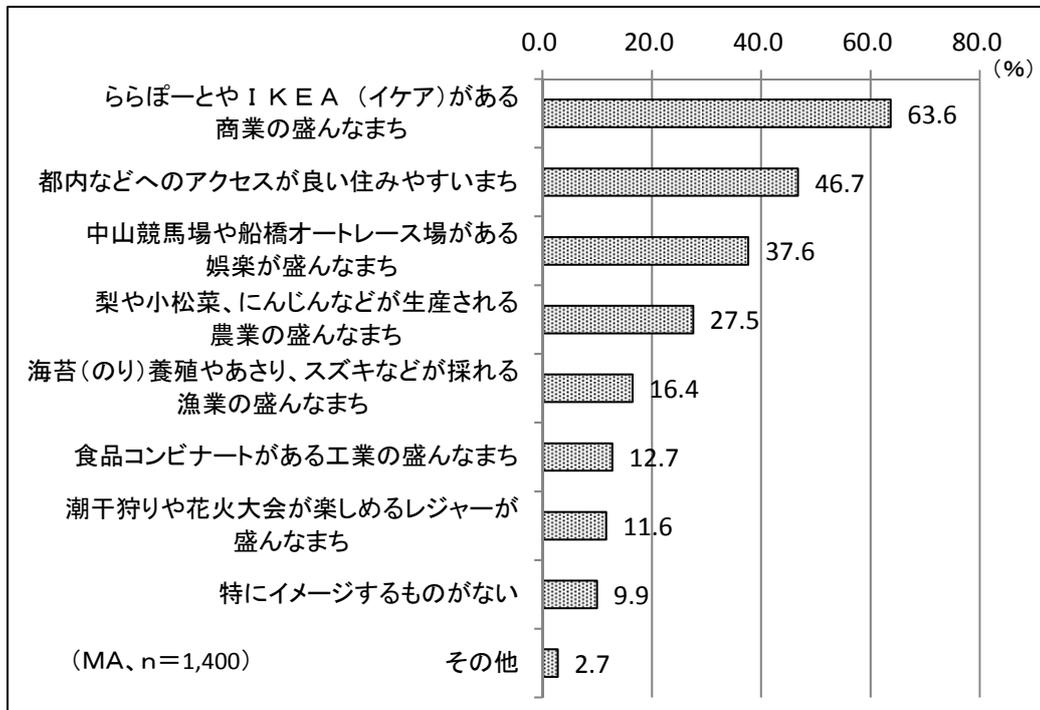
(単位:%)

		行った(食べた)ことがある	知っている(行った(食べた)ことはない)	知らない	
施設	ららぽーとTOKYO-BAY	89.9	8.6	1.5	
	IKEA(イケア)船橋	70.5	25.7	3.8	
	サッポロビール 千葉ビール園	33.8	51.1	15.1	
	中山競馬場	43.9	52.3	3.9	
	船橋競馬場	21.3	73.7	5.0	
	船橋オートレース場	9.2	80.5	10.3	
	ふなばし三番瀬海浜公園	42.7	46.0	11.3	
	アンデルセン公園	52.5	40.6	6.9	
	船橋大神宮	60.1	31.2	8.7	
	二宮神社(七年祭り)	18.0	41.8	40.2	
グルメ	船橋ソースラーメン	7.4	39.9	52.7	
	すずきめし	1.8	13.6	84.6	
	ふなばチヂミ	0.8	9.1	90.1	
その他	イベント	ふなばし市民まつり	37.9	43.0	19.1
		船橋港親水公園花火大会	27.1	49.4	23.4
	船橋セレクション	—	25.9	74.1	
	ゆるキャラ	目利き番頭 船えもん	—	59.7	40.3
		ふなっしー	—	97.4	2.6

b. 船橋市のイメージ

市民が持つ船橋市のイメージは、「ららぽーとやI K E A（イケア）がある商業の盛んなまち」が63.6%と最も多く、「都内などへのアクセスが良い住みやすいまち（46.7%）」、「中山競馬場や船橋オートレース場がある娯楽が盛んなまち（37.6%）」が続いている（図表 210）。

図表 210 船橋市のイメージ



(2) 市外住民向けアンケート調査

1) 調査概要

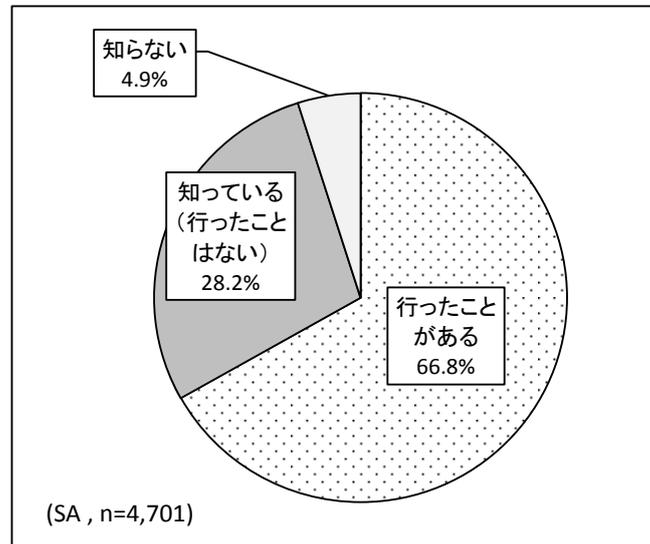
調査目的	船橋市内及び市外の住民から見た船橋市の商業や観光など産業に関する意見を収集し、船橋市の今後の商工業戦略の方向性を明らかにするとともに、商工業戦略プラン策定に関する基礎資料とすることを目的とする。							
調査対象	船橋市外の居住者 1,700名							
		サンプル数 (件)		構成比 (%)				
	千葉県内		800		47.1			
		市川市	100		5.9			
		鎌ヶ谷市	100		5.9			
		八千代市	100		5.9			
		習志野市	100		5.9			
		白井市	100		5.9			
		千葉市	100		5.9			
		柏市	100		5.9			
		松戸市	100		5.9			
	千葉県外		900		52.9			
		東京都	300		17.6			
		神奈川県	300		17.6			
		埼玉県	300		17.6			
	合 計		1,700		100.0			
	(性別・年齢層別内訳)							
	性別		年齢層別					
	男性	女性	18・19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
	54.4	45.6	6.8	12.8	18.9	21.6	19.3	20.7
調査方法	WEBアンケートによる実施 (実施業者: ㈱クロス・マーケティング)							
調査時期	平成26年8月1日～8月5日							

2) 調査結果

① 船橋市の訪問経験の有無

市外住民の船橋市への訪問経験（認知度）は、「行ったことがある」が66.8%、「知っている（行ったことはない）」が28.2%となっている（図表 211）。

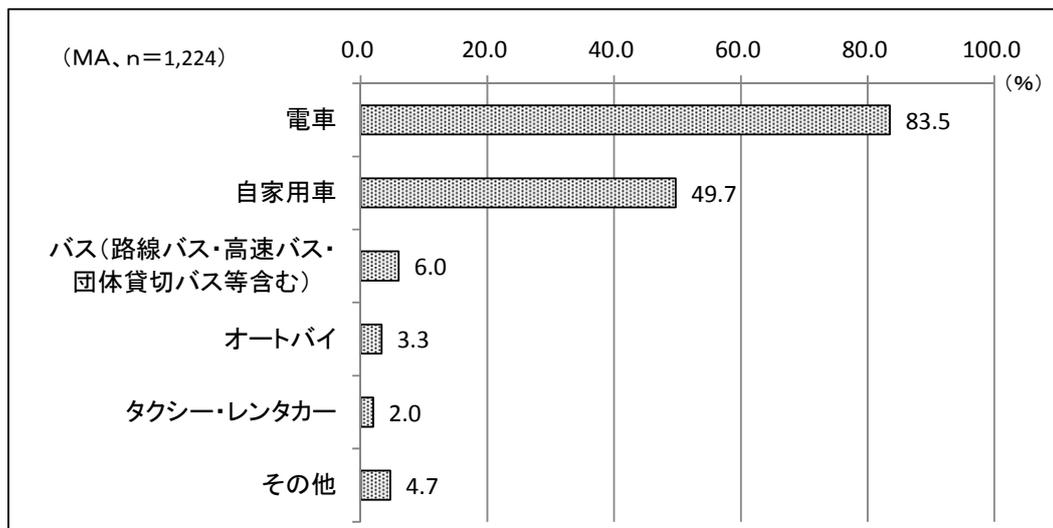
図表 211 訪問経験（認知度）



② 船橋市への交通手段

市外住民の船橋市へ訪問する際の交通手段は、「電車」が83.5%と最も多く、次いで「自家用車」の49.7%となっている。その他の交通手段とする回答はほとんどみられなかった（図表 212）。

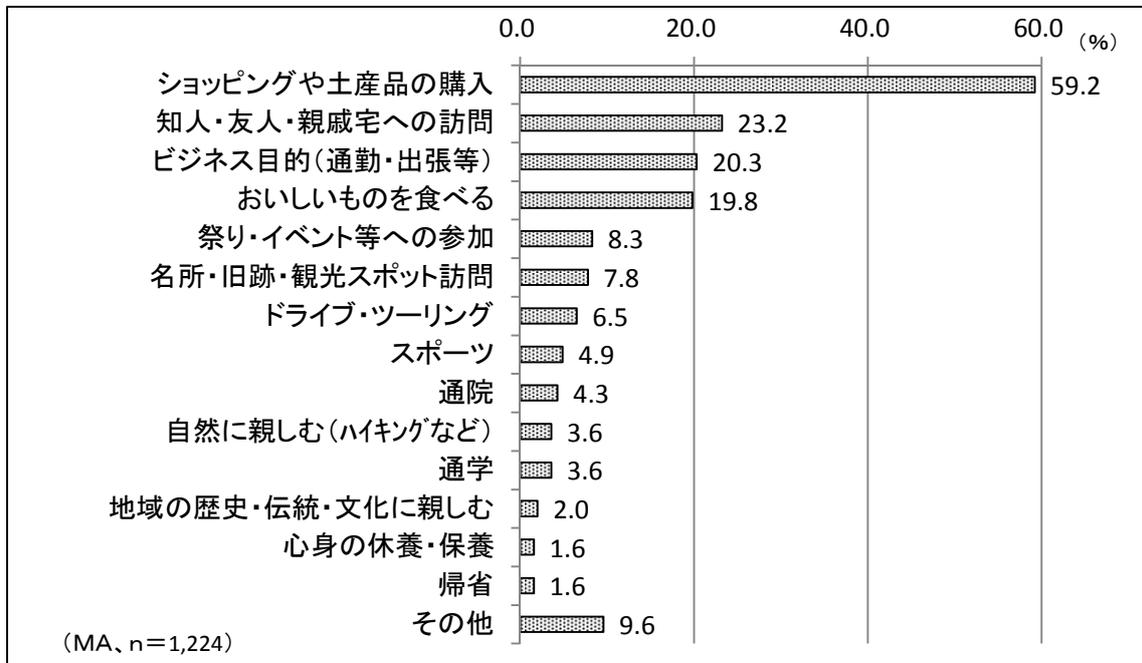
図表 212 交通手段



③ 船橋市を訪問した際の主な目的

市外住民の船橋市への訪問目的は、「ショッピングや土産品の購入」が59.2%と最も多く、「知人・友人・親戚宅への訪問（23.2%）」、「ビジネス目的（通勤・出張等）（20.3%）」が続いている（図表 213）。

図表 213 訪問目的

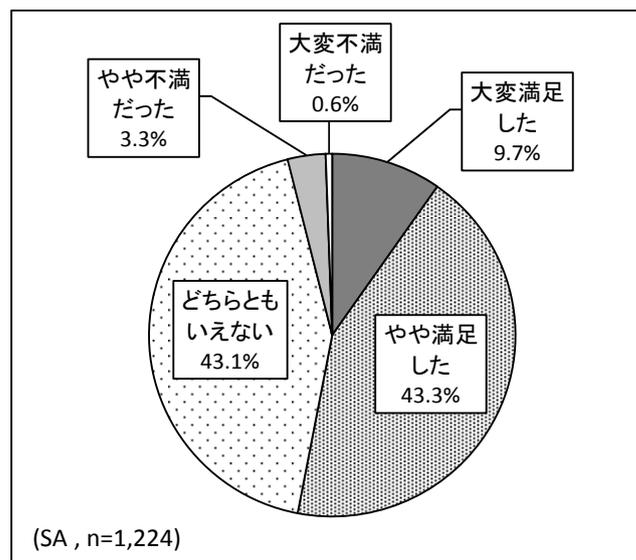


④ 船橋市を訪問した際の満足度

市外住民の船橋市への訪問の際の『満足度』は 53.0%（「大変満足した（9.7%）」＋「やや満足した（43.3%）」）となり、「不満」とした回答はごく少数であった（図表 214）。

訪問目的別に『満足度』をみると、「おいしいものを食べる（82.2%）」、「心身の休養・保養（79.0%）」、「祭り・イベント等への参加（78.4%）」の満足度が高かった（図表 215）。

図表 214 訪問の際の満足度



図表 215 目的別の満足度

(単位: %)

	満足			どちらとも いえない	不満		
	満足	大変満足	やや満足		不満	やや不満	大変不満
おいしいものを食べる	82.2	19.0	63.2	15.7	2.1	2.1	0.0
心身の休養・保養	79.0	21.1	57.9	21.1	0.0	0.0	0.0
祭り・イベント等への参加	78.4	14.7	63.7	18.6	3.0	2.0	1.0
自然に親しむ(ハイキング・ウォーキングなど)	77.3	25.0	52.3	20.5	2.3	2.3	0.0
名所・旧跡・観光スポット訪問	75.8	12.6	63.2	24.2	0.0	0.0	0.0
地域の歴史・伝統・文化に親しむ	75.0	12.5	62.5	20.8	4.2	4.2	0.0
ショッピングや土産品の購入	72.2	17.5	54.7	26.1	1.6	1.5	0.1
スポーツ	66.6	13.3	53.3	31.7	1.7	1.7	0.0
帰省	60.0	25.0	35.0	35.0	5.0	5.0	0.0
知人・友人・親戚宅への訪問	59.1	19.0	40.1	40.5	0.4	0.4	0.0
ドライブ・ツーリング	51.3	8.8	42.5	36.3	12.5	7.5	5.0
その他	48.7	12.8	35.9	47.0	4.3	3.4	0.9
通院	45.3	13.2	32.1	49.1	5.7	5.7	0.0
通学	29.5	13.6	15.9	52.3	18.1	13.6	4.5
ビジネス目的(通勤・出張等)	28.1	5.5	22.6	68.1	3.8	3.4	0.4

a. 満足した理由

船橋市を訪問した際に満足した理由を訪問目的別に整理すると以下の通りとなった（図表216）。特に商業施設の充実に関する好意的な意見が多くみられた。

図表 216 満足の原因（訪問目的別）

訪問目的	満足(%)	満足した主な理由
おいしいものを食べる	82.2	<ul style="list-style-type: none"> ・魚市場がとて良く、食堂や焼はまぐりのお土産に満足。 ・庶民的な価格、気取らない雰囲気、下町情緒。 ・食事を提供する店のバラエティーが豊富。 ・昔ながらの店が多数あり、ノスタルジックな気持ちになれる。
心身の休養・保養	79.0	<ul style="list-style-type: none"> ・サウナで気持ち良くゆっくりできた。 ・心身共に癒される施設に出かけ、のんびり休めた。 ・家族で良い1日を過ごせた。
祭り・イベント等への参加	78.4	<ul style="list-style-type: none"> ・ばかめん踊りがとても楽しかった。 ・さまざまなお店があり、人でごみごみしていないところ。 ・都心からのアクセスが良く、土地が平坦なので移動も楽。 ・商業施設も充実していて不便さを感じなかったから。
自然に親しむ (ハイキングなど)	77.3	<ul style="list-style-type: none"> ・海辺の公園の整備がきれい。 ・潮干狩りが楽しかった。
名所・旧跡・観光スポット 訪問	75.8	<ul style="list-style-type: none"> ・ららぽーととアンデルセン公園が期待通りの良さ。 ・大きな街の割にあるのどかさ。 ・交通の利便性の良さ。
地域の歴史・伝統・文化に親しむ	75.0	<ul style="list-style-type: none"> ・充実した時間を過ごせた。
ショッピングや土産品の 購入	72.2	<ul style="list-style-type: none"> ・ららぽーと、IKEA、百貨店などショッピング先の豊富さ。 ・交通の便の良さで街が明るく活気がある。 ・駅周辺に施設が集中しているから便利。 ・商店街の活気と店員さんの親切さ。
スポーツ	66.6	<ul style="list-style-type: none"> ・ららぽーとの買い物、親水公園でのスケボーなどを満喫。 ・船橋市民の友人と、久しぶりにテニスを満喫。
帰省	60.0	<ul style="list-style-type: none"> ・慣れ親しんでいる感覚。 ・駅周りにデパートやスーパー、市役所関係施設の集積。 ・船橋出身による長年の愛着。
知人・友人・親戚宅への 訪問	59.1	<ul style="list-style-type: none"> ・豊富な商業施設と自然が残されているバランスのよさ。 ・想定より移動時間が短く、お店も豊富。 ・親戚の家の周りは自然が多く、バーベキューなどを満喫。
ドライブ・ツーリング	51.3	<ul style="list-style-type: none"> ・移動時間と商業施設のよさ。 ・都会から農村まで変化に富む。
通院	45.3	<ul style="list-style-type: none"> ・船橋市医療センターなど市内の医師が熱心で丁寧。 ・腕のいい歯科医の存在。 ・店が豊富で、金融機関も揃う。
通学	29.5	<ul style="list-style-type: none"> ・町の発展動向。 ・店の種類が多くて便利。 ・近隣に商業施設が集積し、自然のあるレジャー施設も豊富。
ビジネス目的 (通勤・出張等)	28.1	<ul style="list-style-type: none"> ・駅周辺が再開発されてきれい。 ・町の活気と市役所等の立地の利便性。 ・東京から近郊にあり、交通利便性が高い。
その他	48.7	<ul style="list-style-type: none"> ・中山競馬場と船橋競馬場の存在。 ・市の子供の対する援助が充実。 ・歩道が広い所が多く、ストレスが少なく過ごせた。

b. 不満足な理由

船橋市を訪問した際に不満だった理由を、訪問目的別に整理すると以下の通りとなった(図表 217)。道路や渋滞に対する不満が目立った。

図表 217 不満な理由(訪問目的別)

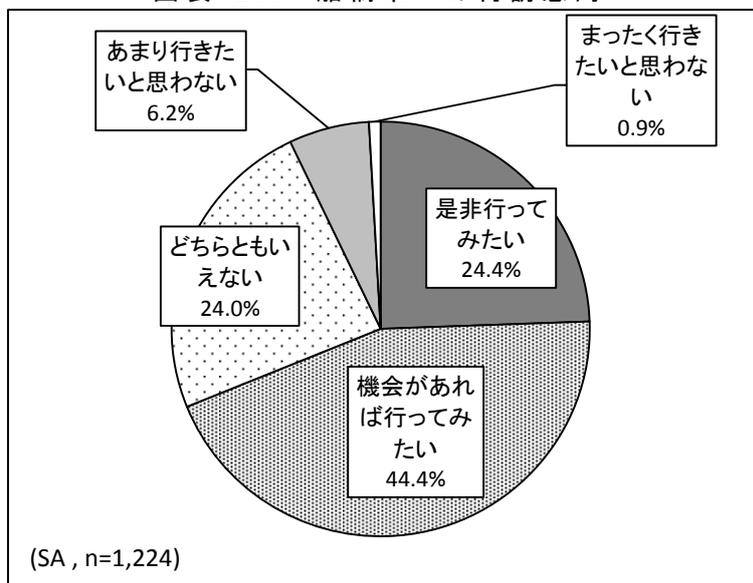
訪問目的	不満(%)	不満の主な理由
通学	18.1	・駅の乗降口が少なく物すごい混雑。
ドライブ・ツーリング	12.5	・ごちゃごちゃしている騒々しさ。 ・魅力的な場所の不足。
通院	5.7	・駅近辺の人の多さ。
帰省	5.0	特になし
地域の歴史・伝統・文化に親しむ	4.2	特になし
ビジネス目的(通勤・出張等)	3.8	・京成とJRが離れているなど、駅間の連絡の悪さ。 ・交通渋滞のひどさ。 ・雑然とした感じ。
祭り・イベント等への参加	3.0	・駅の乗り継ぎのわかりづらさ。
自然に親しむ(ハイキング・ウォーキングなど)	2.3	特になし
おいしいものを食べる	2.1	・交通渋滞。
スポーツ	1.7	・渋滞する箇所が存在。
ショッピングや土産品の購入	1.6	・立ち寄りたくなるような店舗の不在。 ・渋滞による時間のロス。 ・雰囲気悪さ(怖い人が多く、マナーが悪い)。
知人・友人・親戚宅への訪問	0.4	・JRの船橋駅と京成の船橋駅の距離。 ・渋滞のひどさ。
名所・旧跡・観光スポット訪問	0.0	特になし
心身の休養・保養	0.0	特になし
その他	4.3	・活気の不足。 ・道路の狭さ。

⑤ 再訪意向

船橋市を訪問した人の68.8%（「是非行ってみたい（24.4%）」＋「機会があれば行ってみたい（44.4%）」）で再訪意向があると回答した（図表218）。

船橋市に「是非行ってみたい」と回答した人の『満足度』をみると、「大変満足した」が79.0%であるのに対し、「やや満足した」は33.2%と開きがある（図表219）。

図表 218 船橋市への再訪意向



図表 219 再訪意向（満足度別）

(単位:%)

	回答数	再訪意向			どちらともいえない	満足度別意向		
		行ってみたい	是非行ってみたい	機会があれば行ってみたい		行きたいと思わない	あまり行きたくないと思わない	まったく行きたくないと思わない
全体	1,224	68.8	24.4	44.4	24.0	7.1	6.2	0.9
大変満足した	119	99.2	79.0	20.2	0.8	0.0	0.0	0.0
やや満足した	530	92.6	33.2	59.4	6.2	1.1	1.1	0.0
どちらともいえない	527	43.1	5.5	37.6	47.2	9.6	8.5	1.1
やや不満だった	41	17.1	0.0	17.1	26.8	56.1	56.1	0.0
大変不満だった	7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	28.6	71.4

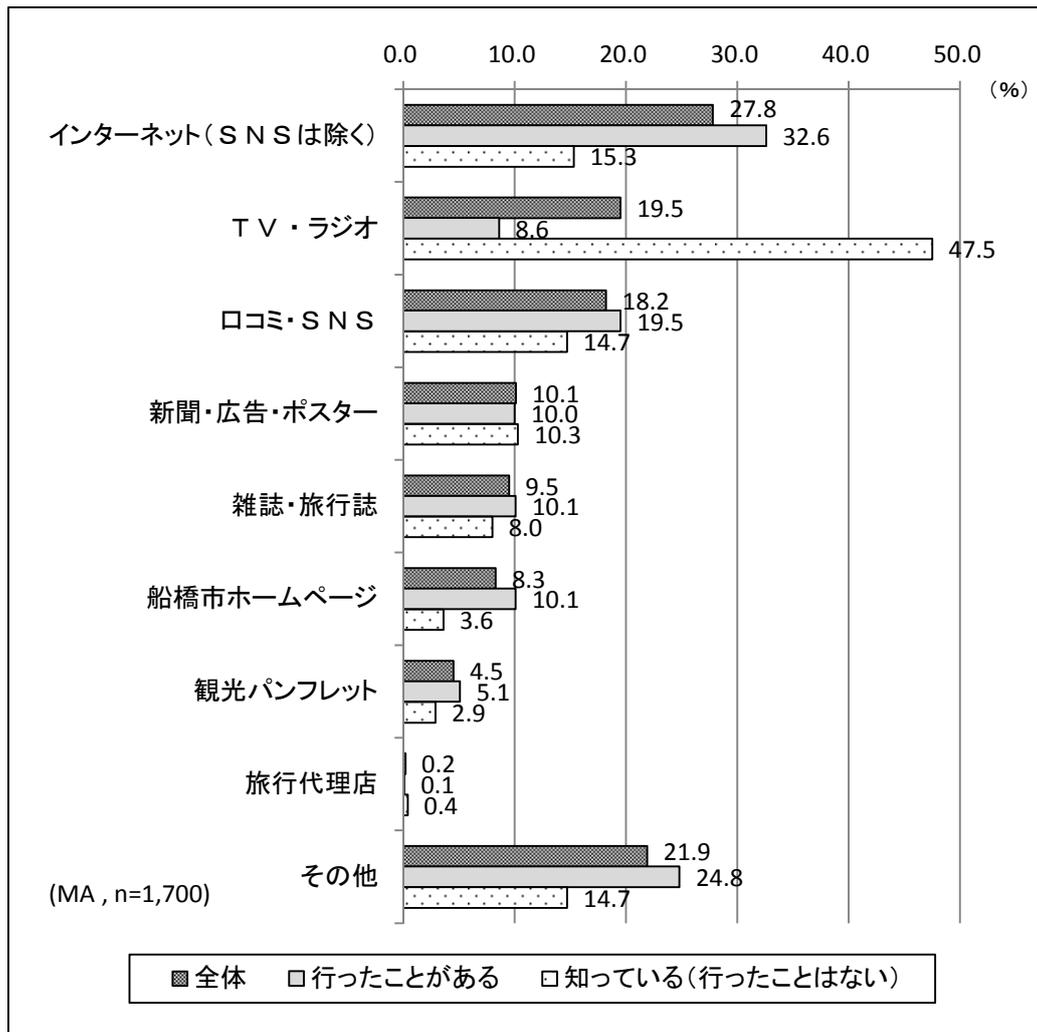
⑥ 情報取得手段

船橋市に関する情報取得手段は、「インターネット（SNSは除く）」が27.8%と最も多く、「TV・ラジオ（19.5%）」、「口コミ・SNS（18.2%）」が続いている（図表220）。

「船橋市ホームページ」とする回答も8.3%みられた。

情報取得手段を船橋市の訪問（認知）度別にみると、「インターネット（SNSは除く）」は、「行ったことがある（32.6%）」と「知っている（行ったことはない）（15.3%）」で17.3ポイントの差があった。

図表 220 情報取得手段（訪問度別）



⑦ 市内施設・イベント・グルメ等の経験(認知度)

市内施設の市外住民の訪問度は、「ららぽーとTOKYO-BAY」が51.6%と最も多く、「IKEA(イケア)船橋(32.5%)」、「アンデルセン公園(21.7%)」が続いている(図表221)。

「知っているが行ったことはない」とした施設は、「船橋競馬場(55.8%)」、「中山競馬場(54.8%)」、「船橋オートレース場(53.7%)」と公営競技上が上位となった。

「目利き番頭 船えもん」の認知度は、市民(59.7%)に比べて低いものの、市外住民の12.8%が「知っている」と回答した。

図表 221 市内施設等の経験(認知度)

(単位:%)

		行った(食べた)ことがある	知っている(行った(食べた)ことはない)	知らない	
施設	ららぽーとTOKYO-BAY	51.6	29.9	18.4	
	IKEA(イケア)船橋	32.5	37.3	30.2	
	サッポロビール 千葉ビール園	11.5	26.4	62.1	
	中山競馬場	21.6	54.8	23.6	
	船橋競馬場	9.5	55.8	34.6	
	船橋オートレース場	4.9	53.7	41.4	
	ふなばし三番瀬海浜公園	13.3	27.0	59.7	
	アンデルセン公園	21.7	24.0	54.3	
	船橋大神宮	13.1	19.4	67.6	
	二宮神社(七年祭り)	4.9	15.1	80.1	
グルメ	船橋ソースラーメン	2.5	14.1	83.4	
	すずきめし	0.6	4.1	95.4	
	ふなばチヂミ	0.5	3.8	95.7	
その他	イベント	ふなばし市民まつり	4.9	13.3	81.8
		船橋港親水公園花火大会	4.4	15.2	80.4
	船橋セレクション	-	4.5	95.5	
	ゆるキャラ	目利き番頭 船えもん	-	12.8	87.2
ふなっしー		-	92.6	7.4	

(参考) その他意見内容と件数

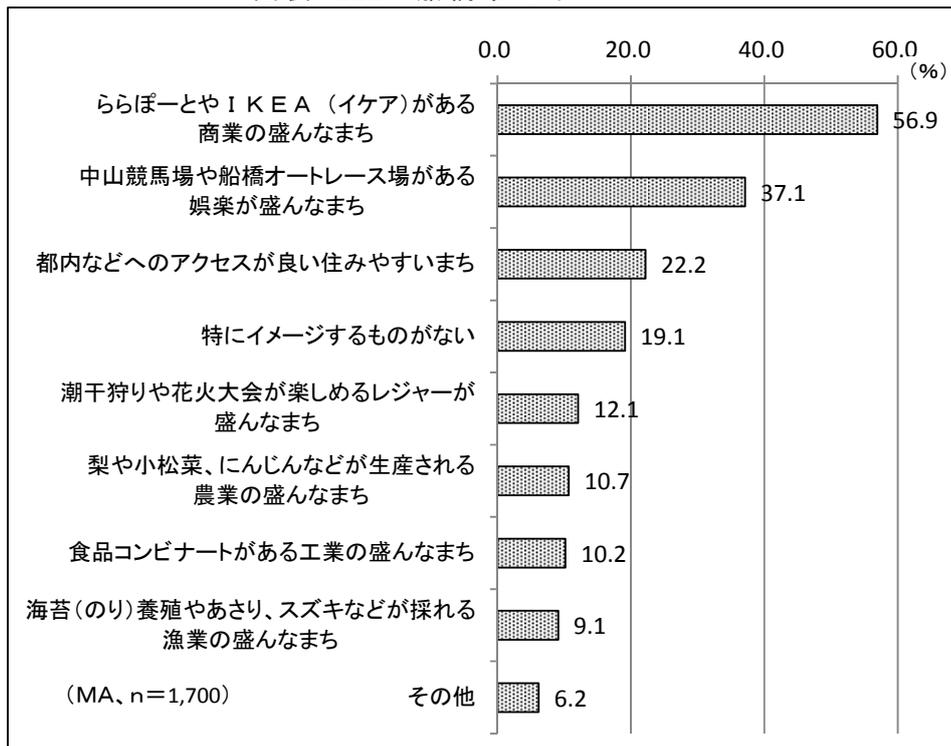
施設		グルメ		その他	
東武百貨店	7	梨	3	市長	1
ザウス	3	ホンビノス貝料理	1	釣りができる	1
市立船橋高校	2	寿司	1		
船橋駅	2	あさり	1		
イオン船橋	1	西船橋駅そば	1		
西武	1				
ゴルフ練習場	1				
船橋ヘルスセンター	1				
西船橋駅	1				
献血センター	1				
ヤングハローワーク	1				

⑧ 市外住民が持つ船橋市のイメージ

市外住民が持つ船橋市のイメージは、「ららぽーとやI K E A（イケア）がある商業の盛んなまち」が 56.9%と最も多く、「中山競馬場や船橋オートレース場がある娯楽が盛んなまち（37.1%）」、「都内などへのアクセスが良い住みやすいまち（22.2%）」が続いている（図表 222）。

「都内などへのアクセスが良い住みやすいまち」は 22.2%となり、市民（46.7%）と 24.5ポイントの大きな開きがあった（図表 223）。

図表 222 船橋市のイメージ



図表 223 市民と市外住民が持つ船橋市のイメージの比較

(単位: %、ポイント)

	市民 (A)	市外住民 (B)	差異 (A-B)
① ららぽーとやI K E A（イケア）がある商業の盛んなまち	63.6	56.9	6.7
② 都内などへのアクセスが良い住みやすいまち	46.7	22.2	24.5
③ 中山競馬場や船橋オートレース場がある娯楽が盛んなまち	37.6	37.1	0.5
④ 梨や小松菜、にんじんなどが生産される農業の盛んなまち	27.5	10.7	16.8
⑤ 海苔(のり)養殖やあさり、スズキなどが採れる漁業の盛んなまち	16.4	9.1	7.3
⑥ 食品コンビニートがある工業の盛んなまち	12.7	10.2	2.5
⑦ 潮干狩りや花火大会が楽しめるレジャーが盛んなまち	11.6	12.1	▲ 0.5
⑧ 特にイメージするものがない	9.9	19.1	▲ 9.2
⑨ その他	2.7	6.2	▲ 3.5

(注)市民(A)の降順で整理。

(3) インターネットの利用状況

① プライベートにおけるインターネットの利用状況

インターネットの利用状況（アクセス手段）は「パソコン」が91.6%、「スマートフォン」が53.8%であった（図表224）。「パソコン」は年齢が高いほど利用率が高く（18・19歳：72.8%、60歳代：97.1%）、スマートフォン」は年齢が低いほど、利用率が高くなっている（18・19歳：83.2%、60歳代：25.3%）。

利用頻度をみると、「パソコン」は、「ほとんど毎日」が75.4%と多かったが、「スマートフォン」は、「ほとんど毎日（42.8%）」と「全く利用しない（42.6%）」が拮抗している。

インターネットを活用して買い物や商業集積・店舗等の情報収集をしている回答者の割合は約6割となっている。

図表 224 インターネットの利用状況

(単位:%)

		利用している	ほとんど毎日	週に3~4回	週に1~2回	月に2~3回	ほとんど利用しない	全く利用しない
アクセス手段	パソコンでアクセスしている	91.6	75.4	6.2	6.3	3.7	3.7	4.7
	スマートフォンでアクセスしている	53.8	42.8	5.0	4.2	1.8	3.5	42.6
利用目的	商業集積・店舗等の情報収集で利用している	55.6	5.5	7.2	19.3	23.6	22.1	22.4
	インターネット通信販売を利用している	61.8	3.7	3.5	12.6	42.0	23.8	14.4
	旅行の情報収集で利用している	44.9	2.7	3.1	9.0	30.1	35.3	19.8
	ブログを利用している	21.0	5.9	2.9	5.5	6.7	20.2	58.9
	SNS(フェイスブック・ツイッター等)を利用している	34.0	18.4	5.1	5.2	5.3	13.2	52.9

2. 市民グループディスカッション調査結果

(1) 調査概要

調査目的	消費者アンケート調査で分析した定量的な消費者ニーズをベースとして、さらに各市民グループの消費生活に係る忌憚のない意見・要望などを直接的に把握し、商工業戦略プランのコンセプト造りに反映させる。			
実施方法	グループディスカッション			
実施時期	平成 26 年 9 月 27 日 (土) 10:00~12:00			
会場	船橋市役所 11 階大会議室			
テーマ	(テーマ1) 暮らしのなかで感じている満足・不満 (テーマ2) 最近の買い物でうれしかったこと、不満に感じたこと (テーマ3) 住まい周辺の商店街との関わり方 (テーマ4) 商店街をイメージアップするにはどうしたらよいか			
参加市民	市民公募により選出した 3 グループ 14 名			
		男性	女性	計
	10 歳代	1	0	1
	20 歳代	2	0	2
	30 歳代	2	2	4
	40 歳代	0	1	1
	50 歳代	0	4	4
	60 歳代	0	2	2
合計	5	9	14	

(2) 調査結果 (要旨)

1) 【テーマ1】暮らしのなかで感じている満足・不満

① 満足していること

○買い物環境が良い

・ 買い物は、物価が安くて満足している。(60 歳代、習志野、女性)
・ 船橋法典駅ができてから、スーパーやドラッグストアがあちこちにできて、買い物利便性が高まった。(50 歳代、上山町、女性)
・ 船橋産の小松菜など地産地消をケーブルテレビで良くみる。ホンビノス貝も味噌汁を試食して美味しかったので、買おうと思っても市内で売っていないので地元商店で扱ってほしい。(50 歳代、上山町、女性)
・ ららぽーとに代表される若者向けの店が多く、都内まで買い物に出かける必要がない。(20 歳代、柏市、男性)
・ ららぽーと周辺に住んでいるが、ららぽーとでは洋服などの先端ファッションが買えるうえに、最近では食料品を売る店も入っているので、すべて揃うのは助かる。(30 歳代、宮本、女性)
・ 船橋駅や西船橋駅などの駅ビルでは食料品や日用雑貨、医薬品などが購入出来るなど、生活必需品の買い物に苦労しない。(20 歳代、市川市、男性)
・ 船橋駅周辺には、大きな商業施設が多いため、買い物には苦労しない。いろいろと安いものを見比べることができる。(60 歳代、海神町、女性)

○アクセス利便性が高い

- ・ 東京への電車のアクセス利便性が高く、暮らしやすい。もともと、東葉高速鉄道は、料金が安いのであまり利用していない。(50 歳代、宮本、女性)
- ・ コミュニティ・バスが通ってからは、高齢者が買い物や通院などで利用でき、便利になったという声が聞かれる。(50 歳代、西習志野、女性)
- ・ 鉄道移動時の利便性が高い、特に、東京方面は充実しており、通勤・通学、買い物などで移動がしやすい。(30 歳代、夏見、男性)

○安心して暮らすことができる

- ・ 海拔が高いため安全性が高く、フラットな地形で自転車等の移動もしやすい。(60 歳代、習志野、女性)
- ・ 船橋市に引っ越してきて1年半ぐらいだが、近所の人が挨拶してくれるなど気取らない雰囲気があって暮らしやすい。(50 歳代、東中山、女性)

○子育てがしやすい(暮らしやすい)

- ・ 中学生までの医療費の補助制度がありがたい。(50 歳代、宮本、女性)

○自然が豊かである

- ・ アンデルセン公園をはじめ自然に恵まれており、緑が多く空気がきれい。(60 歳代、習志野、女性)

○知名度が高い

- ・ ふなっしー効果で船橋市が有名になったことはうれしい。(50 歳代、上山町、女性)

② 不満なこと

○公共交通・道路のアクセスが悪い

- ・ 花輪車庫通りなど道路が狭いうえに歩道がなく、歩行者の通行が怖い箇所が多い。子どもを乗せながら車道を走っている主婦も多くとても危険である (50 歳代、宮本、女性)
- ・ 東京都に車で行くときなど交通渋滞がひどく到着時間が読めない。(60 歳代、習志野、女性)
- ・ 木下街道は、自動車道と歩道の分離が曖昧なところが多く、傘をさして歩いていると車に巻き込まれそうになる。自転車での移動が多いので安全に移動可能な道路にして欲しい(50 歳代、上山町、女性)
- ・ 細い道は、車では通ってはいけないなどローカルルールがあるようだ。地元住民のニーズにあった道路整備が必要である。(50 歳代、東中山、女性)
- ・ 船橋市のバスは、市を縦(南北)に走る路線はあるので駅などには行きやすいが、横(東西)に走るバス路線が貧弱なため移動しづらい。いつ来るかわからないバスを待つのが嫌なため、自分は自転車や車を使って移動しているが、車がない人などは大変だと思う。(40 歳代、駿河台、女性)
- ・ 船橋の駅前など場所によっては混雑がすごいので、人の流れを分散させないといけない。特に高齢者や障害者などハンデを持つ人への対応が弱い。自転車通行を規制するポールもあるが、車いすでは通れないため、改善が必要と感じる。(60 歳代、海神町、女性)
- ・ 本町通りは、歩道をすごいスピードで走り抜ける自転車が多いが、これは道幅が中途半端だからだと感じる。歩行者がゆっくりと歩いて買い物を楽しめるようにする環境を整えることから始めないといけない。(30 歳代、咲が丘、男性)

- ・ 駐輪場の整備状況やその料金を把握して買い物をしている。有料でもいいから駐輪場を整備してもらいたいが、西船橋駅周辺は駐輪場が少ないので困っている。(60歳代、海神町、女性)

○市内の回遊性が悪い

- ・ 道路の渋滞がひどく、回遊性も低い。南船橋駅や船橋駅周辺では慢性的に渋滞しており、市内で複数の場所を訪れるという気にならない。(30歳代、夏見、男性)
- ・ 津田沼駅は駅から多方面に分散するため歩きやすく回遊性が高いが、船橋駅は南側に店舗や人の流れが集中して混雑しており、歩きにくい。(20歳代、市川市、男性)
- ・ アンデルセン公園は、公共交通の便が悪い。料金設定もやや割高な感じがする。(50歳代、宮本、女性)

○まち（商店街）の活気がなくなりつつある

- ・ 本町通りがシャッター街となっており寂しい感じがする。季節ごとに音楽イベントなどをやっている時があるが地元住民が情報を知らない場合が多い。もう少しうまく情報発信をできないか。(50歳代、宮本、女性)
- ・ 小さい子からお年寄りまで楽しめる集客施設が欲しい。(50歳代、上山町、女性)
- ・ 小さな本屋がなくなってしまったのは不便を感じる。(50歳代、西習志野、女性)
- ・ 周辺地域で高齢化が進んでいると感じている。街を歩いている人の6割が高齢者のイメージで空き家も増えている。(60歳代、習志野、女性)

○治安・生活マナーが悪い

- ・ 空き家が急速に増えている。つたで覆われた空き家などは、景観も悪く、犯罪の温床になるリスクもある。市からも空き家情報の提供を求められるがどこまでお伝えしたらいいのか分からない。(50歳代、宮本、女性)
- ・ ここ4～5年で船橋駅周辺の雰囲気が悪くなっている。客引きや、駅前で若者の集団がたむろしており、引ったくりも最近目撃した。以前は津田沼駅がそのような印象であったが、今は船橋駅の方が訪れにくいと感じている。(30歳代、夏見、男性)
- ・ 飼い犬の散歩の際にフンを処理しないなどマナーの悪い飼い主が多い。(50歳代、宮本、女性)

○高齢者が過ごしやすいまちづくりが必要

- ・ 高齢者が地域に参加して、生活の活力を得られるような場所を地域が提供することが必要ではないか。公民館などのキャパシティも一杯である。新しいサークルを立ち上げるにも受け皿となる場所がない。(50歳代、西習志野、女性)

○日常の買い物環境が不便

- ・ 居住地周辺にスーパーがなく、日常の買い物が不便。(20歳代、東船橋、男性)

2) 【テーマ2】最近の買い物でうれしかったこと・不満

① 最近の買い物でうれしかった事

○店舗のサービスが良かった

- ・ 百貨店の閉店前に行われる最終セールでは、半額以上の値引きがされるため、すごい賑わいになっており、テンションが上がる。(30歳代、東船橋、女性)

<ul style="list-style-type: none"> ・ヨークマートのプライベートブランドは丁寧な説明もあり買いやすい。(50歳代、上山町、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・同じジャガイモでも値段が異なるものがあり、その理由などを丁寧なPOPで説明して欲しい。(50歳代、宮本、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・防虫剤のコーナーに商品説明をみるための虫眼鏡がぶら下がっていたのはうれしい。商品の詳細を見ようと思っても老眼で見ることができない。(50歳代、東中山、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・買い物ではポイントを重視しているため、いろいろなところで買い物せず、よく行く店を限定している。ポイント以外にも定期的にビンゴなどのイベントが実施されるので、お得感と楽しさがある。(30歳代、宮本、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・スーパーの入口にベンチがあるところがあるが、買い物の前後で休憩できるし、近所の人とコミュニケーションも取れるし、ありがたい。(50歳代、宮本、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニは、個別包装がされており、高齢者も便利に利用しているようだ。(50歳代、宮本、女性)

○店員のサービスが良かった

<ul style="list-style-type: none"> ・重たいペットボトルを買った際に買い物袋を2重にしてくれたり、タイムセールで値下げの札を呼び止めて張ってくれたことがある。こうした店員の細やかな気配りは、またそのお店に行こうという気にさせる。(50歳代、東中山、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・船橋シャポーの「さわみつ青果」は、店員の対応もよく、また品物の鮮度・品質が非常に良いため、気分よく買い物できる。店員は男性も女性も丁寧で、従業員教育が行き届いていると感じる。(30歳代、東船橋、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・お店のレジで、買い物袋に直接入れてくれるサービスしているスーパーがあるが便利である。(50歳代、宮本、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーションがとれるような店は好ましい。同じ商品なら店員の対応が良いところを選ぶ。(50歳代、宮本、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・呉服屋で手ぬぐいを壁掛けにすることを教えてくれたことがある。商品の独自の使い方などを教えてくれるとうれしい。(50歳代、宮本、女性)

○新鮮な産品を買うことができた

<ul style="list-style-type: none"> ・地元の八百屋は野菜に関する説明が丁寧でうれしい。例えば、芋の場合は、産地だけではなく芋の種類も書いてある。枝豆も、枝付きと切ってあるのと選択できるような売り方ありがたい。(50歳代、西習志野、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・新鮮な魚や肉を自分の目で見て買うことや、値段が安かったりするとうれしい。(50歳代、上山町、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・ポイントはイオンに集中しており、ナショナルブランドの商品はイオンで買っているが、生鮮三品は対面販売の店を利用している。津田沼の「角上」は、価格はやや高い(デパートよりは安い)ものの品質が良いことが口コミで広がっている。(60歳代、習志野、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・サンマなどを自分でビニール袋に入れるスタイルの売り方は新鮮にみえる。(50歳代、西習志野、女性)

○スーパー(宅配サービス)を便利に利用している

<ul style="list-style-type: none"> ・買い物をするのは楽しいが、重い商品を持ち帰るのはしんどい。今は、スーパーが宅配をしてくれるようになったので便利になった。(50歳代、宮本、女性)
<ul style="list-style-type: none"> ・鍋をする時などには、2kgのしゃぶしゃぶ肉などが安く買え、食材も全て揃うスーパー(ロピア)を重宝している。(30歳代、東船橋、女性)

○商品によってお店（高級・廉価、商品、宅配など）を使い分けている

- ・ 高齢者は、重いものなどは宅配を利用し、生鮮三品は、面前で商品を見ながら購買している。(50 歳代、東中山、女性)
- ・ 基本的には接客態度などの満足度よりも利便性や価格を重視するが、美容院ではカット技術や、雰囲気重視して多少高くても利用する。(20 歳代、市川市、男性)
- ・ 最近の生鮮三品関連は、生鮮三品そのものだけではなく、冷凍食品や途中まで料理しているものなど、バラエティに富んでおり、選択するという楽しみもある。(50 歳代、上山町、女性)

○地元産品を買うことができた

- ・ 船橋市はたまに珍しい商材が売っていることがある。例えば、太刀魚やながらみ（貝）を売っていた時に調理の仕方を教えてくれたのはうれしい。(50 歳代、宮本、女性)

○船橋市プレミアム商品券はお得感が高かった

- ・ 船橋市のプレミアム商品券はお得感があってうれしかった。郵便局でも買えるという情報発信が欲しかった。(60 歳代、習志野、女性)

② 最近の買い物で不満に感じたこと

○お店のサービスが悪い

- ・ 商品のPOPや売場をもう少しわかりやすくしてほしい。(50 歳代、上山町、女性)
- ・ お店のレジで、自分でやらなければいけないスタイルは不便。(50 歳代、宮本、女性)
- ・ 実家は市原市なのだが、船橋市のスーパーは高いと感じる。そのため、実家近くにあるスーパーで買って、こちらに持ってくることも多い。(30 歳代、東船橋、女性)
- ・ 地元のスーパーは、売り切りの野菜の質が悪すぎて買う気がしない。いくら値引き商品でも限度があるため、その店にはいかないようになった。(40 歳代、駿河台、女性)
- ・ 棚入れなどで通路がふさがっていると嫌な気分になる。同じジャンルの商品は同じ棚に陳列して欲しい。(50 歳代、宮本、女性)
- ・ 船橋大神宮周辺の祭りやイベントは情報発信の仕方が良くないため、参加できない (50 歳代、宮本、女性)
- ・ 小松菜パウダーが買いたいけどどこに売っているのか分からない。(60 歳代、習志野、女性)

○店員の対応が悪い

- ・ お店のスタッフが丁寧な対応をしてほしい。(50 歳代、上山町、女性)
- ・ 無愛想な接客や失礼な言葉づかいといった店員の態度に不満を感じる事が多い。飲食店のように選択肢が多い業態であれば、不満を感じた店にはいかない事が多いが、他の選択肢がない業態の店では不満を感じた事があっても再度購入している。(20 歳代、市川市、男性)
- ・ 店員から声を掛けられると、購入を強要されている気分になり購入しないことが多い。(20 歳代、柏市、男性)

○店舗の情報発信が乏しい

- ・ 血圧が高く、塩分控えめの商品をインターネットで探している。例えば、タニタ監修の弁当などがあれば買いたいけど情報が不足している。船橋市の事業者は、情報発信の仕方がうまくない感じがする (60 歳代、習志野、女性)

- ・ ネットやテレビで旬な食材の紹介をしていますが、地元のスーパーで売っていないことが多い。(50 歳代、東中山、女性)
- ・ 船橋市は、スズキの水揚げが多いのに、地元スーパーで扱っていないのはさみしい。(60 歳代、習志野、女性)

○大型店（スーパー等）と一般店の使い分けが難しい

- ・ 24 時間スーパーなど利便性が高いのも善し悪し。いつ商品が入れ替わっているのかも分からないし、地元商店との使い分けをしたいのだが、外から移住してきた市民は使いこなすのが難しい。(50 歳代、西習志野、女性)
- ・ ホームセンターは車で行かなければいけないため、高齢者のなかには行けない人も多い。地元の商店街に金物屋が少なくなっていることを不便に感じている高齢者は多いのではないかと。(50 歳代、東中山、女性)

○地域・商品のブランド力が乏しい

- ・ 実家の北海道に帰省する際や、地元の友人に物を送る時に、「船橋と言えばこれ」というものがないために苦労することが多い。北海道に野菜や魚を送るわけにいかず、仕方なくピーナッツにすることが多い。あとは空港などで千葉県のお土産を買うことも多い。(40 歳代、駿河台、女性)
- ・ 地元産品を全国に売り込む際には、放射能汚染は心配ない旨を明記するべきである。(50 歳代、東中山、女性)

3) 【テーマ3】住まい周辺の商店街との関わり方

○大型店と商店街を使い分けている

- ・ 地元商店を利用するようにしている。東日本大震災の計画停電の際に、地元のスーパーなどが閉店してしまい、全く買い物ができなくなった。その際、やはり地元のお店を日頃から大事にしなければならぬと痛感した。店主と顔見知りになると、例えば、あんみつ1 個だけの買い物にも付き合ってくれるし、産地なども詳しく説明してくれるのは楽しい。一方、大型小売店は、確実に欲しい商品が手に入る点でメリットがある。大型店と地元商店を使い分けることが必要と感じている。(50 歳代、西習志野、女性)

○商品に魅力がある

- ・ 個人商店の豆腐屋には、豆腐をしっかり味わいたい時に利用している。値段は高いが味は格段においしい。同じく個人商店の八百屋は安いうえに、店員のおじさんが色々とおアドバイスしてくれるのがうれしい。多く買うと無料で配達してくれるのも助かっている。(40 歳代、駿河台、女性)
- ・ 近所の肉屋では揚げ物が美味しく利用している。(50 歳代、宮本、女性)
- ・ 北習志野の「鳥吉」は良く利用している。惣菜などが美味しいほか、お客さんが並んでいられるのもイメージが良い。(60 歳代、習志野、女性)
- ・ 昔からあるたまご屋や海苔屋、豆腐屋、パン屋などは良く使っている。家から近いことが大きい、もちろん味がおいしいこともその店を選んでいる理由である。(60 歳代、海神町、女性)

○独自のサービスをしてくれる

・昔から母に連れられて本町通りの商店を利用してきた。例えば、布団でも大型店の商品の多くは綿の打ち直しが効かないなど、商品の詳しい情報を教えてくれることはありがたいと感じる。(50歳代、上山町、女性)
・商店街や個人商店にはあまり行かないが、クリーニング屋やケーキ屋は使うことがある。ケーキはとびきり味がいいわけではないが、ラッピングなどがかわいいのでお土産などに利用している。(30歳代、宮本、女性)
・子どもの頃は、床屋さんがお菓子などをくれたので、それを目当てにその床屋を選んでいったことがあった。(30歳代、夏見、男性)

○商店街（個人商店）は利用していない

・商店街という存在自体を日常生活で認識することがない。実生活で利用することがないためイメージがないものの、なんとなく古臭い印象がある(20歳代、柏市、男性)
・子どもや高齢者は近いというメリットから購入することもあると思うが、自転車、車、鉄道などで移動できるようになると購入したいと思うものがないため利用しない(20歳代、市川市、男性)
・個人店舗などは店自体が暗いイメージが強い。ごちゃごちゃしているなど、清潔感がない店舗もあるため入りづらい。また、店主が固定客とずっと話していて、こちらは全く相手にしてくれないという店舗もあり、このような店には二度と行かないようにしている。(40歳代、駿河台、女性)

4) 【テーマ4】商店街をイメージアップさせるにはどうしたらよいか

○売り方（サービス）の工夫をする

・ただ商品を並べているのではなく、実演販売など消費者が興味を持てるような売り方を工夫すべきではないか。(50歳代、宮本、女性)
・西荻窪などでスタンプラリーをしているところがある。コーヒーサービスやイベントなどの情報発信をしていて楽しい。先着何名にプレゼントとか、限定商品のサービスなどちょっとしたプレミアがとてうれしい。(50歳代、東中山、女性)
・ケーブルテレビのお店紹介などを良くみるが、「ケーブルテレビを見た」というと割引が受けられるなどのサービスがあればうれしい。(50歳代、上山町、女性)
・和菓子を買うと必ず串一本をサービスしてくれるお店があつて、ついつい利用してしまう。(50歳代、西習志野、女性)
・対面販売を活用している。例えば、しらす干しなども升に一杯ではなく、少しおまけをしてくれるとまたそのお店に行きたくなる。(50歳代、上山町、女性)
・飲食店で店主が顔を覚えてくれて、一品サービスなどをしてくれるとまた訪問したいと感じる。(30歳代、夏見、男性)
・消費者は新鮮な野菜をそのまま味わいたいと思って利用しているが、一般店舗では、工夫やサービスが必要と考えていろいろと手を加えてしまっているのが残念である。商品に自信を持って、売ってもらいたい。(40歳代、駿河台、女性)
・おにぎり屋では、清潔感のない装いの人がにぎっているだけで、買う気がなくなってしまう。愛想を良くし、好感度が持てる服装になるだけでも違うと思うのだが。(30歳代、東船橋、女性)

○入店しやすくなるような工夫が必要

・ 商店街デビューを1年前にしたが、ガラス張りのパン屋で買い物をした。薬局でもベテランの薬剤師がいて、待たなくてもいいし、親切に教えてくれた。(50歳代、東中山、女性)
・ 薬屋などは、外観も暗く、他のお客さんもいないため、敷居が高く入りづらい。(20歳代、市川市、男性)
・ 商店街はアットホームすぎて、引っ越しなどで新たに地域に入ってきた住民にとっては利用しにくい。(20歳代、東船橋、男性)
・ 店舗がきれいなイメージがないうえ、日常生活に入っこないため利用しない(20歳代、市川市、男性)
・ 個人商店は全く使わないが、理由は入りづらいから。店舗に人がいない時は、買わないと出られない雰囲気があるので、最初から入らないようにしている。居住地域に商店街はあるが、シャッター店舗が多く、通り抜けているだけ。(30歳代、宮本、女性)
・ 本町通りのお店のなかには、入口が入りにくい店が少なくない。魅力ある商品が入口に並んでいたり、入りやすい商店づくりが必要ではないか。色々なお店をウィンドウショッピングしたいというニーズは多い。(50歳代、宮本、女性)
・ 店舗の中が見えることは重要である。店員がいない場合などは、盗みに入ったのではないかとと思われるのではないかなど心配してしまう。(50歳代、東中山、女性)
・ 商店街でお祭りやイベントなどがあれば、お店に入るきっかけになるため、商店街のイメージアップにつながるのでは。まちゼミのように、店主がいろいろと教えてくれる機会があれば利用したい。なお、船橋市内で以前に行われたまちゼミは全く知らなかった。(30歳代、宮本、女性)

○情報発信力の強化

・ 売りの商品が分からないお店が多すぎる。船橋市が商店街の地図を作ったときがあったが、そこにも書いてなかったのでお店に直接聞いたことがある。(60歳代、習志野、女性)
・ のぼりなどを活用して、お店の元気良さをアピールしてはどうか。(50歳代、上山町、女性)
・ ケーブルテレビの「ふらっと船橋」などを活用して地域活性化につなげられないか。(50歳代、宮本、女性)

○マーケティング力の強化

・ そのお店でしか買えない目玉商品を作り、情報発信することが重要。商店街の店主が持つ固定的なイメージと、消費者が求めているものとはずれがある。マーケティングをしっかり行って、消費者のニーズに沿った商品を売るべきである。独りよがりでは売れない。(60歳代、海神町、女性)
・ 子どもの頃や高齢者は商店街を利用しているので、若者が購入したい商品・サービスや一定の店舗集積が必要である。(20歳代、市川市、男性)

○船橋市のプレミアム商品券の活用

・ 船橋市のプレミアム商品券は、地元商店で利用できるのもので効果的と感じている。(50歳代、上山町、女性)
・ プレミアム振興券の50円券を有効に使えるように広報してはどうか。(60歳代、習志野、女性)

○まちづくり活動団体との連携支援

- ・ ボランティア活動をしており高齢者支援などを行っていきたいが、地域の高齢者の方との接点がなく困っている。地域に深く関わっている商店街が地域住民とボランティアを結び付けてくれる役割を果たしてくれると大変ありがたい。(30歳代、夏見、男性)

○昔の風情を残した商店街づくり

- ・ 本町通りの大瓦の古い建物などは、昔の雰囲気があり、うまく活用していくべきではないか。(60歳代、習志野、女性)

Ⅳ 商工業の課題と今後の方向性

1. 船橋市の商工業の課題と今後の方向性

(1) 基礎調査結果のポイント

本市の商工業が抱えている課題を明らかにし、それを克服するための商工業振興の方向性を検討するに当たって、基礎調査のポイントを以下に整理した。

① 全体感

商工業のポテンシャル	商工業の課題
○商工業の売上（出荷）規模が県内有数（商業：県内2位、工業：同5位）	⇔年間商品販売額（小売業）が減少（平成24年：4,528億円[平成19年比▲19.4%]） ⇔年間商品販売額（卸売業）が減少（平成24年：4,715億円[平成19年比▲21.4%]） ⇔製造品出荷額等（製造業）が減少（平成24年：5,541億円[平成19年比▲18.3%]） ⇔産業界全体に一体感が乏しい（連携不足）
○消費マーケット（人口）は首都圏有数規模（11位）で恵まれている	⇔先行きは生産年齢人口が減少（平成27年→37年人口増減率：30代▲2割程度、40代▲1割程度、50代+6割程度…製造業の生産現場の担い手不足を懸念） ⇔保育所の待機児童数が高水準（県内1位、国内9位）→女性の社会進出のボトルネック ⇔東京のベッドタウンと位置づけられ昼間人口が少ない（84.2%、中核市で最低）。
○公共交通及び高速道路によるアクセス利便性が高い（首都圏空港にも近い）	⇔一般道路の慢性的な渋滞
○大消費地である首都圏の中心部に位置する地理的優位性	⇔臨海部の液状化・津波災害への不安の強まり
○産業振興関連のインフラが整っている（ベンチャープラザ船橋、ジョブカフェちば、船橋高等技術専門学校など）	⇔多様な主体による連携促進（≡チーム船橋）
○市民力が高い（NPO、ボランティアなど豊富な地域人材）	
○豊富な地域の農水産物（にんじん、小松菜、なし、のり、スズキ、ホンビノス貝など）	
○市の知名度が高い（県内市制施行4番目の歴史+ふなっしー・船えもん効果）	⇔シティセールスによる商工業面のイメージ戦略（広報官の活用）

② 商 業

商業のポテンシャル	商業の課題
○成田街道や御成街道などを結ぶ「船橋宿」として発展してきた歴史（商いは地場産業）	⇔シティセールスによる商工業面のイメージ戦略（広報官の活用）
○ららぽーと TOKYO-BAY、I K E A 船橋など大型小売店のポテンシャルが高い	⇔大型商業施設等の戦略的な活用（地場産品（及び加工商品）の販売促進、災害時の対応などを含む）
○専門スーパーが多い（85 か店、市民の買い物利便性[特に生鮮4品]は比較的高い）	
○元気・やる気のある商店街が多い	⇔若手経営者の顔が見えない（西船橋商店会などを中心に若手商店街リーダーの育成が急務） ⇔商店街（地域）が抱えている課題は千差万別（地域密着型の商店街づくりが必要） ⇔将来を展望すると商店街の2極化が進み、約1割（5～6か所）は商店街機能を失う懸念がある。
○卸売業の産業集積（船橋地方卸売市場、船橋総合卸商業団地）のポテンシャルが高い	⇔流通経路の中抜き・短縮化の進行への対応
○多種多様なイベントが開催されている（市民祭り、農水産祭、ミュージックストリートなど）	⇔イベントが商店街の売上増加に結びついていない ⇔観光と商業のコラボレーションが希薄（海洋資源やアンデルセン公園などの活用、インバウンドの誘致推進）。
○外国人居住者が多い（平成24年9,403人）	
○横丁文化が根付いている（昭和のノスタルジー）	

③ 工 業

工業のポテンシャル	工業の課題
○バランスよい多様性のある産業構造（京葉食品コンビナートから高い世界シェアを誇る中小製造業まで多種多様な製造業が立地）	⇔住工混在地域が拡大している（山手、海神など）。 ⇔新たな工業用地が不足している。
○中小製造業の高い技術力（千葉ものづくり認定製品の認定件数20件は県内2位） ・新分野及び新事業への取組意欲が強い（実績・計画あり／船橋市21%、千葉県12%） ・産学官・企業間連携への取組意欲が強い（実績・計画あり／船橋市17%、千葉県10%）	⇔ベンチャー企業の育成及び産学官（金）連携

(2) 船橋市の商業の課題と今後の方向性

1) 商店街の魅力づくり(商店街の競争力の強化)

課題		商業振興の方向性	
(1)	商店街の特性[多様性]の活用	①	モデル事業の推進(空き店舗の活用や近隣商店街との連携など)
(2)	商店街活性化につながるソフト事業の推進	①	住民参加型のイベントの充実(地域の学校や各種団体、サークル活動などの発表の場の提供など)
		②	大型小売店との共同事業の推進(共通パス、エコ活動、防犯・防災面の機能強化など)
		③	次世代を担う若手リーダーの育成
		④	東京オリンピック・パラリンピックへの対応(ハラル対応、英会話教室の開催など)
(3)	商店街活性化につながるハード事業の推進	①	バリアフリー・ユニバーサルデザインの推進
		②	安心安全に配慮した商店街設備の維持・設備更新の促進
		③	景観に配慮した商店街づくり(まちづくり協定)
		④	買い物しやすい環境整備の推進(自転車等駐輪場の整備、レンタサイクルの活用)など

2) 商店街の活性化(地域との共生)

課題		商業振興の方向性	
(4)	商店街のまちづくり活動による賑わい創出	①	地域連携・地域コミュニティの創出
		②	子育て支援活動の推進(子供・親子向けイベントの推進、子供の見守りなど)
(5)	中高年・高齢者対応の強化	①	高齢者向け買い物支援(宅配マップ、NPO・ボランティア等との連携など)
		②	高齢者向け商品・サービスの提供

3) 個店の競争力強化

課題		商業振興の方向性	
(6)	個店の販売力の向上	①	個店の魅力向上・情報発信(まちゼミ、一店逸品運動、100円商店街など)
		②	地域資源を活用した商品(製品)開発の促進
(7)	起業・創業の促進	①	創業者総合相談窓口の設置(関係機関との連携、創業支援のワンストップサービスの充実など)
		②	チャレンジショップ制度の導入
		③	創業塾の開催

4) 情報発信力の強化

課題		商業振興の方向性	
(8)	インターネットによる情報発信力強化	①	インターネット利用セミナーの開催(ブログ・SNS利用、アプリケーション開発支援など)
		②	IT人材育成に関する支援(専門家の派遣など)
		③	インターネットショッピングサイトの検討

5) 雇用確保、人材育成

課題		商業振興の方向性	
(9)	安定的な雇用の確保	①	人材交流の促進(市内の大学・高校のインターンシップの推進やジョブカフェちばとの連携強化など)
		②	高齢者の活用(高齢者雇用企業奨励、地域人材の活用など)
		③	ダイバーシティ(多様な働き方)及びワークライフバランスに取り組む企業の支援・育成
(10)	人材育成	①	人材育成セミナーの開催(マナー講座など)

6) 集客力の強化

課題		商業振興の方向性	
(11)	集客観光の推進	①	市内の回遊性の向上(インフォメーションセンターの設置、街歩きガイドの育成、駅周辺グルメマップの作成、船橋駅船橋港までのハード・ソフト整備など)
		②	ベイエリアの活用(南極観測船しらせの誘致、親水公園・漁港の活用など)
		③	観光ツアーの確立(農業・漁業体験、工場見学、老舗・飲食店巡りなど)
		④	訪日外国人の誘致(公共無線 LAN の整備、観光情報発信、マップ・案内板・HP・メニューの多言語対応など)
		⑤	道の駅・アンテナショップ等整備の検討
(12)	地元製品の活用 (地域ブランド力の強化)	①	ふなばし産品ブランドの推進
		②	農水産物(梨、にんじん、小松菜、葉つき枝豆、海苔、スズキ、あさり、ホンビノス貝)のブランド推進と販売促進
		③	地場産品を取り扱う事業者の支援、大型店での販売促進

7) 流通機能の強化

課題		商業振興の方向性	
(13)	船橋市地方卸売市場の活性化	①	「船橋市地方卸売市場経営展望(平成26年4月)」における行動計画の双方向推進

8) 支援体制の充実

課題		商業振興の方向性	
(14)	支援制度の活用促進	①	企業ニーズに基づいた支援制度の見直し・活用
		②	市と商工会議所・金融機関等の連携による企業支援の強化

9) その他

課題		商業振興の方向性	
(15)	公共交通の利便性向上	①	次世代を見据えた道路整備の継続的な推進等
(16)	数値目標の設定	①	戦略プランの進捗を定点評価できる数値目標の設定

(3) 船橋市の工業の課題と今後の方向性

1) 販売力の強化（販路拡大・競争力強化）

課題		工業振興の方向性	
(1)	販路拡大	①	ビジネスマッチングの推進 a. 商工会議所及び金融機関等が実施する商談会 b. 市内の製造業者の連携による販売促進
		②	新分野・成長分野への進出の促進（構想段階[関心・気づき]から創業期、成長期の継続支援）
		③	海外取引の拡大（導入期・検討期・実践期別の支援の確立） a. ジェトロ千葉や産業振興センター等支援機関との連携 b. 海外展示会・現地バイヤーとの商談会等への参加支援
(2)	企業・地域のブランド力強化	①	高い技術力を有する中小・小規模製造業の情報発信力の強化（各種関連団体の連携強化）【例】燕三条地場産業振興センター（企業データベース）
		②	地域ブランドとなる企業・製品化の促進

2) 技術力・生産力の向上

課題		工業振興の方向性	
(3)	付加価値の向上 （≒販売価格の引き上げ）	①	産学官連携（マッチング）の推進 【例】千葉工業大学「産官学連携協議会」の活用など
		②	公的試験研究機関（かずさDNA研究所・千葉県産業支援技術研究所など）との連携強化
		③	企業間交流・異業種交流の促進
(4)	生産能力の増強	①	設備投資（立地）補助金制度の確立
(5)	生産・技術者のスキルアップ	①	熟練技術者の活用（高年齢者雇用奨励や地域人材の活用など）
		②	人材育成セミナーの開催

3) 経営の安定化・効率化

課題		工業振興の方向性	
(6)	ICT化の推進	①	受発注ネットワークの整備
		②	専門家派遣によるインターネット環境の整備支援
		③	各種セミナーによるIT人材の育成
(7)	防災対応力の強化	①	BCP（業務継続計画）策定の促進
		②	災害に備えた備蓄品の充実
(8)	住工混在地域の操業環境の安定	①	用途地域・地区計画等の検討
		②	新たな工業団地整備の検討
(9)	再生可能エネルギーの活用	①	太陽光発電、小水力、バイオマス等エネルギーの活用
		②	電気自動車の普及促進
(10)	緑地率の見直し	①	工場緑地の規制緩和の推進

(11)	都市計画の見直し	①	谷津船橋 I C 周辺部の競争力のための容積率緩和
------	----------	---	---------------------------

4) 工業の裾野の拡大（企業誘致、起業・創業）

課題		工業振興の方向性	
(11)	企業誘致の促進 (設備投資促進・市外流出の抑制)	①	成長分野を中心とした企業誘致の促進
		②	設備投資（立地）補助金制度の活用
		③	イメージアップに向けたシティセールスの推進
(12)	起業・創業の促進	①	ベンチャープラザ船橋入居企業の開発製品の販路拡大支援
		②	千葉県産業振興センターや千葉県信用保証協会（創業サポートチーム）、日本政策投資銀行（創業サポートデスク）、地元金融機関などとの連携強化

5) 雇用確保

課題		工業振興の方向性	
(13)	生産・技術開発部門の人材確保	①	高等技術専門校や千葉工大・日大生産工学部、工業高校など工業系教育機関との連携強化（インターンシップの推進など）
		②	「ジョブカフェちば」との連携強化による若年者雇用の促進（就職相談会の活用など）
		③	市内製造業の労働環境など情報発信力強化（小中学生を対象にした「職場体験」の推進など）
		④	ダイバーシティ（多様な働き方）及びワークライフバランスに取り組む企業の支援・育成 a. 講座・セミナーの開催による事業者の啓発 b. 保育所や病児・病後児保育の充実

6) 支援制度の活用促進

課題		工業振興の方向性	
(14)	支援制度の活用促進	①	企業ニーズに基づいた支援制度の見直し・活用
		②	商工会議所や金融機関などとの連携による企業支援体制の充実

7) その他

課題		工業振興の方向性	
(15)	道路渋滞の解消	①	長期的な視点にたった道路渋滞の解消に向けた道路計画
(16)	数値目標の設定	①	戦略プランの進捗を定点評価できる数値目標の設定

V 参考資料

1. アンケート調査票

(1) 製造業アンケート調査票

船橋市商工業戦略プラン策定のためのアンケート調査(製造業向け調査票)

◆貴社名、所在地等をご記入ください。

貴社名			
所在地			
TEL	()	FAX	()
ご回答者	(所属部署・役職)		(氏名)

◆貴社の企業概要についてご記入ください。

業種 ※複数にまたがる場合は、最も売上高の大きい業種	1. 食料品	2. 飲料・たばこ	3. パルプ・紙	4. 印刷	
	5. 化学	6. 石油・石炭	7. プラスチック	8. 窯業・土石	
	9. 鉄鋼	10. 非鉄	11. 金属製品	12. はん用機械	
	13. 生産用機械	14. 電子・デバイス	15. 電気機械	16. 情報通信機械	
	17. 輸送用機械	18. その他製造業()			
資本金	万円				
従業者数	人(うち正社員		人、非正規社員		
外国人従業者の有無	1. あり → (①アジア系 人 ②南米系 人 ③その他 人) 2. なし				
障害のある従業者の有無	1. あり → (①身体 人 ②知的 人 ③精神 人) 2. なし				
営業・操業年数	1. 5年以下 2. 6年以上～10年以下 3. 11年以上～20年以下 4. 20年以上				
主な取引先 所在地	販売(シェア)	1. 船橋市内 (%)	2. その他県内 (%)	3. 東京・神奈川・埼玉 (%)	4. その他県外 (%)
	仕入(シェア)	1. 船橋市内 (%)	2. その他県内 (%)	3. 東京・神奈川・埼玉 (%)	4. その他県外 (%)
事業所区分	1. 単独事業所 2. 本社・本店 3. 支社・支店・営業所等				
事業所の敷地面積	(概算)	㎡			
工場(事業所)の延床面積	(概算)	㎡			
貴社(事業所)の機能	1. 経営管理機能 2. 生産機能 3. 保管・配送機能 4. 販売機能 5. 設計・開発機能 6. その他()				
貴社のなかで最も競争力が高い製品	(製品の名称)				
	(競争力が高いと思われる理由)				
貴社のなかで最も競争力が高い技術	(技術の名称)				
	(競争力が高いと思われる理由)				

(1) 貴社の経営状況についておうかがいします。

問1 平成25年度と22年度を比較した業績等の変化についてお答えください。(各項目○は1つ)

※東日本大震災前と直近の決算年度による比較

①出荷額(売上高)	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
②経常利益	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
③販売(受注)数量	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
④販売(受注)単価	1. 上昇した	2. 横ばい	3. 低下した	4. わからない
⑤仕入単価	1. 上昇した	2. 横ばい	3. 低下した	4. わからない
⑥販売先	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
⑦仕入先	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
⑧従業者数	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
⑨国内企業との競合	1. 激化した	2. 横ばい	3. 緩和した	4. わからない
⑩海外製品との競合	1. 激化した	2. 横ばい	3. 緩和した	4. わからない
⑪設備投資額	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
⑫借入金	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
⑬操業環境(周辺の宅地化進行等)	1. 良くなった	2. 変わらない	3. 悪化した	4. わからない

問2. 貴社の経営上の強みと弱みについて、項目毎にあてはまるものをお答えください。

(各項目○は1つ)

	強み	やや強み	どちらとも いえない	やや弱み	弱み
①生産・加工技術	5	4	3	2	1
②生産設備	5	4	3	2	1
③製品の企画・開発力	5	4	3	2	1
④販売(受注)力	5	4	3	2	1
⑤品質管理	5	4	3	2	1
⑥財務体質	5	4	3	2	1
⑦教育訓練・人材育成	5	4	3	2	1
⑧異業種連携・産官学連携	5	4	3	2	1
⑨特許、実用新案等	5	4	3	2	1
⑩情報収集力	5	4	3	2	1
⑪ICT ^(注) 化への対応	5	4	3	2	1
⑫災害への備え	5	4	3	2	1
⑬環境保全に関する取組	5	4	3	2	1

(注)情報処理・情報通信の総称

問3 貴社の新分野及び新事業進出への取り組みについてお答えください。

※過去10年以内の取り組みについてご回答ください。

① 新分野への取組状況 (○は1つ)	1. 取り組み実績あり ⇒②へ 3. 将来的には取り組みたい ⇒②へ 5. わからない ⇒問4へ	2. 取り組む具体的な計画がある ⇒②へ 4. 取り組む予定はない ⇒問4へ 6. その他()
(計画含む)あり	②取組分野 (複数回答可)	1. 新エネルギー 2. 環境・リサイクル 3. 農業 4. 医療・健康 5. 介護・福祉 6. IT・情報関連 7. バイオテクノロジー 8. ロボット・宇宙産業 9. その他() (差し支えない範囲で、事業内容をご記入ください)

問4 貴社の産学官連携/企業間連携の取り組みについてお答えください。

※過去10年以内の取り組みについてご回答ください。

① 連携状況 (○は1つ)	1. 取り組み実績あり ⇒②へ 3. 将来的には取り組みたい ⇒②へ 5. わからない ⇒問5へ	2. 取り組む具体的な計画がある ⇒②へ 4. 取り組む予定はない ⇒③へ 6. その他()		
取り組み具体的な計画がある	② 経営課題のなかで該当するものを○で選び、その「連携先」及び「連携の具体的な内容」、「連携に対する評価」について、下記の選択群から該当する番号を太枠欄に記入ください。(複数回答可)			
	経営課題	連携先	連携の具体的な内容	
	① 製品開発(記入例)	1	3	1
	1. 製品開発			
	2. 新分野への参入			
	3. 販路開拓			
	4. 自社の技術力向上(人材の高度化)			
	5. 業務の効率化			
	6. 特許取得(共同利用)			
	7. その他()			
【選択群:連携先】				
1. 大学等の教育機関 2. 大企業 3. 中小・ベンチャー企業 4. 医療・福祉施設 5. 産業支援機関 6. 自治体 7. 金融機関 8. その他()				
【選択群:連携の具体的な内容】				
1. 共同研究 2. ネットワーク(情報共有・連携) 3. 専門家からのアドバイス 4. 人材育成(研修)・人材交流 5. 特許・知的財産活用 6. その他()				
【選択群:連携に対する評価】 ※①で「1. 取り組み実績あり」の場合のみ対象				
1. 効果があった 2. 少し効果があった 3. あまり効果がなかった 4. 効果がなかった 5. その他()				
③ 取り組む予定がない理由 (複数回答可)	1. 自社のノウハウで対応できる 3. 社内に人材がいない 5. 成果が出るまで時間がかかる 7. その他()	2. 連携先がわからない 4. 自社技術の流出を懸念 6. 必要性がない		

問5 海外展開の取り組みについてお答えください。

① 海外展開の取り組みについて (○は1つ)	1. 既に取り組んでいる ⇒②～⑥へ 2. 取り組む意向がある ⇒②～⑥へ 3. 取り組む予定はない ⇒問6へ 4. わからない ⇒問6へ	
既に取り組む意向がある又は	② 内容 (複数回答可)	1. 現地販売拠点 2. 現地生産工場 3. 輸出取引 4. 輸入取引 5. その他()
	③ 展開先 (複数回答可)	1. 中国 2. インドネシア 3. インド 4. ベトナム 5. タイ 6. 韓国 7. 米国 8. 欧州 9. その他()
	④ 取組理由 (複数回答可)	1. 海外需要の獲得 2. 国内の需要減少 3. 取引先企業の海外進出 4. 為替リスクの低減 5. 人件費等のコスト抑制 6. その他()
	⑤ 海外展開の課題 (複数回答可)	1. 販路確保 2. 法規制・商慣行の把握 3. 人材の確保・育成 4. 資金調達 5. 現地での資材調達 6. 現地とのコミュニケーション 7. 特にない・わからない 8. その他()
	⑥ 行政及び支援機関に求める支援 (複数回答可)	1. 情報提供 2. セミナー 3. 海外展示会の出展支援 4. 専門家派遣による手続等の実務支援 5. 現地でのワンストップ支援 6. その他()

問6 船橋市内の地域資源(農林水産物、鉱工業品等)の活用状況についてお答えください。

※(地域資源活用の例)三番瀬で採れるホンビノス貝を使ったメニュー・商品を開発した

① 地域資源の活用について (○は1つ)	1. 活用実績あり ⇒②～④へ 2. 今後は活用したい ⇒②～④へ 3. 予定はない ⇒問7へ 4. わからない ⇒問7へ	
活用実績あり・今後活用したい	② 地域資源の名称	《具体的な地域資源の名称をお答えください(いくつでも)》
	③ 地域資源活用の課題 (複数回答可)	1. 地域資源の発掘 2. 商品の差別化(デザイン、味覚等) 3. 販路確保 4. 時間、コストがかかりすぎる 5. 地域資源の安定的な調達 6. 資金調達 7. 広告・情報発信能力の不足 8. その他()
	④ 行政及び支援機関に求める支援 (複数回答可)	1. 商品開発 2. 経営ノウハウ 3. 融資 4. 補助金 5. セミナー 6. 展示会出展 7. 他の事業者とのマッチング 8. 広報・情報発信 9. その他()

問7 貴社のインターネットの活用状況についてお答えください。(複数回答可)

1. 自社のホームページで製品・技術等の情報発信している ⇒問9へ
2. 自社のブログで情報発信している ⇒問9へ
3. 自社のSNS(フェイスブック・ツイッター等)で情報発信している ⇒問9へ
4. インターネットを利用して受発注を行っている ⇒問9へ
5. インターネット上の受発注ネットワークに登録している ⇒問9へ
6. 現在は行っていないが将来は取り組む予定である ⇒問8へ
7. 現在は行っておらず、今後も取り組む予定はない ⇒問8へ
8. その他()

問8 貴社が現在インターネットを活用していない理由についてお答えください。(複数回答可)

1. インターネットの活用の方法がわからない	2. インターネットについて相談する人がいない
3. パソコンを使いこなせる人材がいない	4. 資金面の余裕がない
5. インターネットの活用効果がわからない	6. 加盟組織等にインターネット上の受発注ネットワークがない
7. その他 ()	

問9 貴社の環境保全に関する取組状況についてお答えください。(複数回答可)

1. 法の範囲で環境基準を守っている
2. 電力や水の節約など、省エネルギーを推進している
3. 信頼ある業者に廃棄物の処理を委託している
4. 極力、廃棄物を出さないように工夫している
5. 従業員の車利用の自粛を施している
6. 生産部門でのリサイクルやリユースを進めている
7. 意識してCO ² 排出量の少ない自動車(営業車・物流車)を購入している
8. 工場敷地の緑地化を進めている
9. ISO 14001 (国際標準化機構による環境マネジメントシステム)を取得している
10. その他 ()

(2) 貴社の今後の事業展開の方向性についておうかがいします。

問10 貴社が現在取り組んでいる事業分野の将来展望及び今後の対応についてお答えください。

将来展望	①市場規模 (○は1つ)	1. 拡大	2. 現状維持	3. 縮小	4. わからない
	②貴社の事業の方向性 (○は1つ)	1. 拡大	2. 現状維持	3. 縮小	4. 廃業も検討している
	③貴社の雇用の方向性	1. 増やしていく	2. 現状維持	3. 減らしていく	4. わからない
	④後継者の有無	1. 後継者がいる(当社で従事) 2. 後継者がいる(当社ではまだ従事していない) 3. いないので探している 4. 経営者自身が若く、今のところ必要ない 5. その他()			
⑤上記の将来展望を踏まえた貴社の今後の対応 (複数回答可)		1. 生産能力増強(設備投資) 2. 社員の技術力向上 3. 雇用の拡大 4. 研究・開発力の強化 5. 販路・市場の開拓 6. コスト削減 7. 資金調達の手当化 8. 新分野・新事業への進出 9. 輸出入取引や海外進出 10. 異業種連携・産官学連携 11. ブランド戦略の推進 12. 後継者育成・事業承継 13. 外部経営資源の活用 14. 特になし 15. その他()			

問11 立地に係る今後の意向についてお答えください。

① 新設・増設・移転予定の有無 (○は1つ)		1. 新設・増設・移転に関する具体的な計画がある ⇒②～⑦へ 2. 新設・増設・移転を検討している ⇒②～⑦へ 3. 将来的には新設・増設・移転する可能性がある ⇒②～⑦へ 4. 新設・増設・移転の予定はない ⇒問12へ 5. わからない ⇒問12へ
計画 新設・増設・移転あり	② 対象施設 (複数回答可)	1. 本社 2. 工場 3. 研究開発施設 4. 営業所 5. その他()
	③ 立地先 (複数回答可)	地域 1. 船橋市 2. 千葉県内(船橋市以外) 3. 東京都 4. 神奈川県 5. 埼玉県 6. 茨城県 7. 海外 8. その他()
		工業団地 1. 工業団地がよい 2. 工業団地でなくてもよい 3. 検討中
	④ 立地面積 (複数回答可)	1. 500㎡以下 2. 501～1000㎡ 3. 1,001～5,000㎡ 4. 5,001～10,000㎡ 5. 10,001～30,000㎡ 6. 30,001㎡以上 7. 未定
	⑤ 理由 (複数回答可)	1. 賃料(地代)・流通等のコスト削減のため 2. 施設が手狭となったため 3. 周辺の宅地化の進行に伴い操業環境が悪化したため 4. 研究開発機能の強化のため 5. 事業所の再編・集約化のため 6. 関連企業との連携強化のため 7. 取引先移転のため 8. 新たな立地先の交通アクセスが良いため 9. 自社所有地があるため 10. その他()
	⑥ 方法 (○は1つ)	1. 現在の事業所は閉鎖して、別の場所に立地する 2. 現在の事業所は残したまま、別の場所に立地する 3. 未定
	⑦ 時期 (○は1つ)	1. 3年以内 2. 5年以内 3. 10年以内 4. 時期は未定

問12 今後の設備投資の予定についてお答えください。

① 今後の設備投資の有無 (○は1つ)		1. 設備投資計画がある ⇒②～⑤へ 2. 設備投資を検討している ⇒②～⑤へ 3. 将来的には設備投資を行う可能性がある ⇒②～⑤へ 4. 設備投資の予定はない ⇒⑤へ 5. わからない ⇒⑤へ
② 投資先 (複数回答可)		1. 船橋市 2. 千葉県(船橋市以外) 3. 国内(千葉県以外) 4. 海外 5. 検討中 6. わからない
設備投資の予定あり	③ 投資理由 (複数回答可)	1. 老朽化による更新 2. 製品の高付加価値化 3. 新分野への参入 4. 生産性向上 5. 耐震性の増強 6. 合理化・省力化 7. 研究開発機能の強化 8. その他()
	④ 投資規模 (○は1つ)	1. 1千万円未満 2. 1千万円～3千万円未満 3. 3千万円～1億円未満 4. 1億円～2億円未満 5. 2億円～10億円未満 6. 10億円以上
⑤ 過去3年間の設備投資実績 (累計金額)		1. 実績なし 2. 1千万円未満 3. 1千万円～3千万円未満 4. 3千万円～1億円未満 5. 1億円～2億円未満 6. 2億円～10億円未満 7. 10億円以上

(3) 貴社の現在の立地環境についておうかがいします。

問13 船橋市における貴社の立地環境に対する評価をお答えください。(各項目○は1つ)

	満足	概ね満足	どちらとも いえない	やや不満	不満
① 取引先・提携先との距離・アクセス性	5	4	3	2	1
② 市場との距離・アクセス性	5	4	3	2	1
③ 原材料等の入手の容易性	5	4	3	2	1
④ 労働者確保の容易性	5	4	3	2	1
⑤ 固定資産税や賃料の負担	5	4	3	2	1
⑥ 道路等のインフラの整備状況	5	4	3	2	1
⑦ 宅地化の進行など周辺環境からの制約	5	4	3	2	1
⑧ 従業員(家族)の生活環境【公共交通の利便性】	5	4	3	2	1
⑨ 従業員(家族)の生活環境【買い物、医療、教育等】	5	4	3	2	1
⑩ 船橋市の支援体制	5	4	3	2	1
⑪ 商工団体等の支援体制	5	4	3	2	1

(4) 貴社の雇用人員の過不足感についておうかがいします。

問14 貴社の全体・職種別・年齢別の雇用過不足感をお答えください。(各項目○は1つ)

	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	
雇用過不足感(全体)	1	2	3	4	5	
職種別	一般事務部門	1	2	3	4	5
	管理部門	1	2	3	4	5
	営業・販売部門	1	2	3	4	5
	生産部門	1	2	3	4	5
	技術・開発部門	1	2	3	4	5
年齢別	10～20歳代	1	2	3	4	5
	30歳代	1	2	3	4	5
	40歳代	1	2	3	4	5
	50歳代	1	2	3	4	5
	60歳代以上	1	2	3	4	5

(5) 船橋市の商工業関連の支援制度についておうかがいします。

<p>＜参考＞船橋市における支援制度例</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆中小企業向け融資制度 <ul style="list-style-type: none"> ・小口零細企業資金 ・普通事業資金 ・設備改善資金 ・創業支援資金 ・特定中小企業者対策資金 ・災害復旧資金 ・短期運転資金 ・船橋市中小企業融資資金利子補給、保証料補給 ◆工業振興のための補助制度 <ul style="list-style-type: none"> ・新製品・新技術開発促進事業補助金 ・産業財産権取得・登録事業補助金 ・展示会等出展事業補助金 ・自社製品の試験データ収集に係る経費への補助 ・国際規格(ISO)認証取得事業補助金 ・ホームページ作成事業補助金 ・エコアクション21認証・登録事業補助金 ◆その他の補助金・支援・相談等 <ul style="list-style-type: none"> ・雇用促進奨励金 ・障害者職場実習奨励金 ・中小企業者を対象とした経営診断 ・特定退職金共済掛金補助金 ・創業セミナー ・特許、実用新案、意匠登録の相談

問15 貴社の船橋市の商工業関連の支援制度の利用状況についてお答えください。

①支援制度の利用の有無 (○は1つ)	1. 利用したことがある ⇒②③へ 2. 利用したことがない ⇒④へ 3. わからない ⇒問16へ
利用あり	②利用した制度名 (自由記入)
	③利用後の満足度 (○は1つ)
又は利用不満足	④利用なし・不満の理由 (複数回答可)

1. とても満足している ⇒問16へ 2. 概ね満足している ⇒問16へ
3. どちらともいえない ⇒問16へ 4. やや不満である ⇒④へ
5. とても不満である ⇒④へ 6. わからない ⇒問16へ

1. 魅力ある制度がない 2. 書類や手続きが煩雑 3. 制度の情報が足りない
4. 担当する窓口が不明 5. 市の窓口対応が遅い 6. タイミングがあわない
7. 使う必要がない
8. その他()

問16 貴社が事業を実施していく上で、行政に望む支援策をお答えください。(○は3つ以内)

①公的支援策	1. 企業間連携・ビジネスマッチングの支援 2. 地元企業・産業情報の発信 3. 農工商観光の連携など異業種連携の支援 4. 新分野進出の支援 5. 海外進出の支援 6. 融資等資金の斡旋等 7. 設備投資への支援 8. 経営相談の充実 9. 人材育成の支援 10. 雇用助成・促進支援 11. 販売促進支援 12. その他()
※選択した項目について、具体的な要望内容を差し支えない範囲で以下にご記入ください	
②具体的内容	番号
	番号

(6) 船橋市の今後の産業の方向性についておたずねします。

問17 船橋市にとって望ましい商工業振興の方向性について、貴社(ご回答者様)のお考えをお答えください。(○は3つ以内)

産業振興の方向性	1. 商工業及び農水産業、観光業など多様な産業分野の連携・交流の促進 2. 医療・健康産業やエネルギー・環境関連産業など成長産業の育成 3. 「船橋発」産品ブランドの創出・活用 4. 商業の振興(商業環境の整備・商店街活性化・流通機能の強化など) 5. 工業の振興(地域工業の競争力強化・生産環境の保全など) 6. 都市型農業の振興(農地確保・農業を軸にした地域づくりなど) 7. 漁業の振興(漁業生産の安定化・市民に親しまれる漁業の促進) 8. 観光の振興(まちの魅力づくり及び活用による賑わい創出) 9. その他()
----------	---

問18 船橋市の産業振興全般について、ご意見等ございましたらご記入ください。

--

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。
同封の返信用封筒に封入のうえ、切手を貼らずにご郵送下さい。
8月22日(金)までのご提出をお願いします。

(2) 非製造業アンケート調査票

船橋市商工業戦略プラン策定のためのアンケート調査(非製造業向け調査票)

◆貴社名(店名)、所在地等をご記入ください。

貴社名 (店名)	()		
所在地			
TEL	()	FAX	()
ご回答者	(所属部署・役職)		(氏名)

◆貴社の企業概要についてご記入ください。

業種 ※複数にまたがる場合は、最も売上高の大きい業種	1. 建設業 2. 卸売業 3. 小売業 4. 飲食業 5. 運輸業 6. 不動産業 7. 情報通信業 8. 金融・保険業 9. ホテル・旅館・観光業 10. 教育・学習業 11. 医療・福祉 12. その他サービス業 13. その他()			
資本金	万円			
従業者数	人(うち正社員		人、非正規社員 人)	
外国人従業者の有無	1. あり → (①アジア系 人 ②南米系 人 ③その他 人) 2. なし			
障害のある従業者の有無	1. あり → (①身体 人 ②知的 人 ③精神 人) 2. なし			
営業・操業年数	1. 5年以下 2. 6年以上～10年以下 3. 11年以上～20年以下 4. 20年以上			
主な取引先の所在地	販売(シェア)	1. 船橋市内 (%)		2. その他県内 (%)
	仕入(シェア)	1. 船橋市内 (%)		2. その他県内 (%)
事業所区分	1. 単独事業所 2. 本社・本店 3. 支社・支店・営業所等			
貴社(事業所)の機能	1. 経営管理機能 2. 販売機能 3. 保管・配送機能 4. 生産機能 5. 設計・開発機能 6. その他()			
チェーン組織への加盟	1. フランチャイズ・チェーンに加盟 2. ボランタリー・チェーンに加盟 2. どちらにも加盟していない			
事業所の敷地面積	(概算)	m ²		
売場(事業所)の延床面積	(概算)	m ²		
貴社のなかで最も競争力が高い商品(業種に応じてご記入下さい)	(商品の名称)			
	(競争力が高いと思われる理由)			
貴社のなかで最も競争力が高いサービス(業種に応じてご記入下さい)	(サービスの名称)			
	(競争力が高いと思われる理由)			

(1) 貴社の経営状況についておうかがいします。

問1 平成25年度と22年度を比較した業績等の変化についてお答えください。(各項目○は1つ)
※東日本大震災前と直近の決算年度による比較

①売上高	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
②経常利益	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
③販売(受注)数量	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
④販売(受注)単価	1. 上昇した	2. 横ばい	3. 低下した	4. わからない	
⑤仕入単価	1. 上昇した	2. 横ばい	3. 低下した	4. わからない	
⑥来店客数	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
⑦外国人の来店客数	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
⑧従業者数	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
⑨大型小売店との競合	1. 激化した	2. 横ばい	3. 緩和した	4. わからない	
⑩設備投資額	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
⑪借入金	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない	
顧客動向	⑫周辺地域の人口(イメージ)	1. 増加した	2. 横ばい	3. 減少した	4. わからない
	⑬高齢化(イメージ)	1. 進行した	2. 横ばい	3. 進行しない	4. わからない
	⑭少子化(イメージ)	1. 進行した	2. 横ばい	3. 進行しない	4. わからない

問2. 貴社の経営上の強みと弱みについて、お答えください。(各項目○は各1つ)

		強み	やや強み	どちらとも いえない	やや弱み	弱み
商品・メニュー・サービス等	①品揃え(メニュー・サービス)	5	4	3	2	1
	②販売価格	5	4	3	2	1
	③品質・鮮度	5	4	3	2	1
	④地元産品(食材等)の取扱い	5	4	3	2	1
	⑤店員(社員)の専門知識	5	4	3	2	1
	⑥店員(社員)の接客態度	5	4	3	2	1
	⑦営業時間	5	4	3	2	1
	⑧駐車場	5	4	3	2	1
	⑨アフターサービス	5	4	3	2	1
	⑩店舗(事業所)の清潔さ	5	4	3	2	1
	⑪インターネットによる情報発信力	5	4	3	2	1
地域貢献	⑫祭りやイベント開催	5	4	3	2	1
	⑬高齢者への対応	5	4	3	2	1
	⑭子育て世代への対応	5	4	3	2	1
	⑮地域コミュニティの活性化	5	4	3	2	1

問3 高齢社会に対応した取り組みについてお答えください。

①高齢社会に対応した取組状況	1. 取り組んでいる→②へ 2. 取り組んでいない→③へ 3. わからない→問4へ
取り組んでいる ②取組内容 (複数回答可)	1. 高齢者向け商品・サービスの充実 2. お買い上げ商品の宅配対応(出張対応) 3. 配食サービス(給食・弁当の配達) 4. 商品の小分け・少量化対応 5. 高齢者向け割引サービスの実施 6. POPやチラシの文字を拡大 7. 休憩スペース等の提供 8. 店内外のバリアフリー化 9. 高齢者の雇用 10. その他()
取り組んでいない ③取り組んでいない理由 (複数回答可)	1. 人材面の余裕がないから 2. 資金面の余裕がないから 3. ニーズがないから 4. 何をやればいいのかわからないから 5. 必要がないと思うから 6. 新たなことに取り組む気がないから 7. 業種上関係がないから 8. 効果がわからないから 9. 特に理由はない 10. その他()

問4 船橋市内の地域資源(農林水産物、鉱工業品等)の活用状況についてお答えください。

※(地域資源活用の例)三番瀬で採れるホンピノス貝を使ったメニュー・商品を開発した

①地域資源の活用について (○は1つ)	1. 活用実績あり ⇒②~④へ 2. 今後は活用したい ⇒②~④へ 3. 予定はない ⇒問5へ 4. わからない ⇒問5へ
活用実績あり・今後活用したい ②地域資源の名称	《具体的な地域資源の名称をお答えください(いくつでも)》
③地域資源活用の課題 (複数回答可)	1. 地域資源の発掘 2. 商品の差別化(デザイン、味覚等) 3. 販路確保 4. 時間、コストがかかりすぎる 5. 地域資源の安定的な調達 6. 資金調達 7. 広告・情報発信能力の不足 8. その他()
④行政及び支援機関に求める支援 (複数回答可)	1. 商品開発 2. 経営ノウハウ 3. 融資 4. 補助金 5. セミナー 6. 展示会出展 7. 他の事業者とのマッチング 8. 広報・情報発信 9. その他()

問5 貴社のインターネットを活用した販促活動についてお答えください。(複数回答可)

1. 自社のホームページで情報発信している ⇒問7へ 2. 自社のブログで情報発信している ⇒問7へ 3. 自社のSNS(フェイスブック・ツイッター等)で情報発信している ⇒問7へ 4. インターネットで通信販売(ネットショップに出店等)をしている ⇒問7へ 5. インターネットを利用して受発注を行っている ⇒問7へ 6. インターネット上の受発注ネットワークに登録している ⇒問7へ 7. 現在は行っていないが将来は取り組む予定である ⇒問6へ 8. 現在は行っておらず、今後も取り組む予定はない ⇒問6へ 9. その他()

問6 貴社が現在インターネットを活用していない理由についてお答えください。(複数回答可)

1. インターネットの活用の方法がわからない	2. インターネットについて相談する人がいない
3. パソコンを使いこなせる人材がいない	4. 資金面の余裕がない
5. インターネットの活用効果がわからない	6. 加盟組織等にインターネット上の受発注ネットワークがない
7. その他 ()	

(2) 貴社と商店街との関係についておうかがいします。

問7 貴社の商店街組織への加入の有無及び活動内容についてお答えください。

①商店街組織への加入の有無(○は1つ)	1. 加入している ⇒②～⑦へ 2. 加入していない ⇒⑧へ 3. わからない ⇒問8へ	
商店街組織に加入している	②商店街組織の名称 (自由記入)	
	③商店街の会合の有無(○は1つ)	1. 定期的開催 2. 不定期開催 3. ほとんど開催されていない
	④商店街の活動内容(複数回答可)	1. 祭り・イベントの開催 2. 防災・防犯活動 3. 共同宣伝(チラシ等) 4. 環境美化・リサイクル 5. 各種勉強会等 6. スタンプ・ポイントカード 7. 街路灯・カラー舗装の維持 8. 休憩所・ベンチ・トイレの整備 9. 駐車場の整備 10. その他()
	⑤商店街活動への参加状況(○は1つ)	1. いつも参加している 2. ときどき参加している 3. 全く参加していない
	⑥商店街活動の状況(○は1つ)	1. 極めて活発である 2. 活発である 3. どちらともいえない 4. 停滞している ⇒⑦へ 5. 極めて停滞している ⇒⑦へ
	⑦停滞している理由(複数回答可)	1. 会員が少ない 2. 参加者が少ない 3. 会員の意見調整が困難 4. 活動成果があがらない 5. リーダーがいない 6. チェーン店等が非協力的 7. その他()
⑧商店街組織に加入しない理由(複数回答可)	1. 周辺に商店街組織がない 2. 加入するメリットを感じない 3. 未加入の商店が多い 4. 運営体制に不満がある 5. 会費が高い 6. その他()	

問8 今後、商店街が以下の項目のまちづくりに参加・貢献することについて、あなたのお考えをお答えください。(各項目○は1つ)

	積極的に取り組むべき	多少は取り組むべき	どちらともいえない	あまり取り組む必要はない	全く取り組む必要はない
地域コミュニティとしての役割	5	4	3	2	1
子育て世代への支援	5	4	3	2	1
高齢者の活動の場の提供	5	4	3	2	1
バリアフリー等への対応	5	4	3	2	1
地域の防犯・防災への体制づくり	5	4	3	2	1
省エネなどの環境への取り組み	5	4	3	2	1
農業、漁業など地域産業との連携	5	4	3	2	1
地域のリーダー育成・子供の教育の場	5	4	3	2	1

(3) 貴社の今後の事業展開の方向性についておうかがいします。

問9 貴社が現在取り組んでいる事業分野の将来展望及び今後の対応についてお答えください。

将来展望	①市場規模の将来展望	1. 拡大	2. 現状維持	3. 縮小	4. わからない
	②貴社の事業の方向性	1. 拡大	2. 現状維持	3. 縮小	4. 廃業も検討している
	③貴社の雇用の方向性	1. 増やしていく	2. 現状維持	3. 減らしていく	4. わからない
	④後継者の有無	1. 後継者がいる(当社で従事) 2. 後継者がいる(当社ではまだ従事していない) 3. いないので探している 4. 経営者自身が若く、今のところ必要ない 5. その他()			
⑤上記の将来展望を踏まえた貴社の今後の対応(複数回答可)		1. 取扱商品・サービスの拡大			
		2. インターネットの活用(販売・情報発信)			
		3. 社員のスキル向上			
		4. 雇用の拡大			
		5. 能力増強投資			
		6. 販路・市場の開拓			
		7. コスト削減			
		8. 資金調達の手続き			
		9. 新分野・新事業への進出			
		10. 輸出入取引や海外進出			
		11. 異業種連携・産官学連携			
		12. ブランド戦略の推進			
		13. 後継者育成・事業承継			
		14. 外部経営資源の活用			
		15. 特になし			
		16. その他()			

問10 立地に係る今後の意向についてお答えください。

計画新設・設検・増設・設可・能移転あり	① 新設・増設・移転予定の有無(○は1つ)	1. 新設・増設・移転に関する具体的な計画がある ⇒②～⑦へ 2. 新設・増設・移転を検討している ⇒②～⑦へ 3. 将来的には新設・増設・移転する可能性がある ⇒②～⑦へ 4. 新設・増設・移転の予定はない ⇒問11へ 5. わからない ⇒問11へ			
	② 対象施設(複数回答可)	1. 本社	2. 営業所	3. 物流施設	4. その他()
	③ 立地先(複数回答可)	1. 船橋市	2. 千葉県内(船橋市以外)	3. 東京都	4. 神奈川県
	④ 立地面積(複数回答可)	1. 500㎡以下	2. 501～1,000㎡	3. 1,001～5,000㎡	4. 5,001～10,000㎡
	⑤ 理由(複数回答可)	1. 賃料(地代)・流通等のコスト削減のため	2. 施設が手狭となったため	3. 事業所の再編・集約化のため	4. 関連企業との連携強化のため
	⑥ 方法(○は1つ)	1. 現在の事業所は閉鎖して、別の場所に立地する	2. 現在の事業所は残したまま、別の場所に立地する	3. 未定	5. 取引先移転のため
	⑦ 時期(○は1つ)	1. 3年以内	2. 5年以内	3. 10年以内	4. 時期は未定

問11 貴社が東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機に取り組みたい販促活動についてお答えください。(複数回答可)

1. 外国人客向けの品ぞろえ・サービスの提供 2. 海外への販売・プロモーション活動(輸出等)の強化 3. 船橋市内の地域資源(農林水産物、鉱工業品等)を活用した地域の文化等の発信 4. 外国語(英語等)が話せる人材の育成・雇用 5. 商品案内・看板・メニュー等の外国語(英語等)対応 6. インターネットを活用した情報発信力の強化 7. 店舗等のバリアフリー化の推進 8. 特に考えていない 9. わからない 10. その他 ()
--

(4) 貴社の現在の立地環境についておうかがいします。

問12 船橋市における貴社の立地環境に対する評価をお答えください。(各項目○は1つ)

	満足	概ね満足	どちらとも いえない	やや不満	不満
① 取引先・提携先との距離・アクセス性	5	4	3	2	1
② 市場との距離・アクセス性	5	4	3	2	1
③ 商品等の入手の容易性	5	4	3	2	1
④ 労働者確保の容易性	5	4	3	2	1
⑤ 固定資産税や賃料の負担	5	4	3	2	1
⑥ 道路等のインフラの整備状況	5	4	3	2	1
⑦ 工場など周辺環境からの制約	5	4	3	2	1
⑧ 従業員(家族)の生活環境【公共交通の利便性】	5	4	3	2	1
⑨ 従業員(家族)の生活環境【買い物、医療、教育等】	5	4	3	2	1
⑩ 船橋市の支援体制	5	4	3	2	1
⑪ 商工団体等の支援体制	5	4	3	2	1

(5) 貴社の雇用人員の過不足感についておうかがいします。

問13 貴社の全体・職種別・年齢別の雇用過不足感をお答えください。(各項目○は1つ)

		過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足
雇用過不足感(全体)		1	2	3	4	5
職種別	一般事務部門	1	2	3	4	5
	管理部門	1	2	3	4	5
	営業・販売部門	1	2	3	4	5
	生産部門	1	2	3	4	5
	技術・開発部門	1	2	3	4	5
年齢別	10～20歳代	1	2	3	4	5
	30歳代	1	2	3	4	5
	40歳代	1	2	3	4	5
	50歳代	1	2	3	4	5
	60歳代以上	1	2	3	4	5

(6) 船橋市の商工業関連の支援制度についておうかがいします。

＜参考＞船橋市における支援制度例

◆中小企業向け融資制度

- ・小口零細企業資金 ・普通事業資金 ・設備改善資金 ・創業支援資金 ・特定中小企業者対策資金
- ・災害復旧資金 ・短期運転資金 ・船橋市中小企業融資資金利子補給、保証料補給

◆商店会の活性化支援事業

- ・商店街空き店舗対策事業 ・生鮮三品販売力向上支援事業 ・商業活性化事業補助金
- ・商店街施設整備事業 ・商店街施設維持管理事業 ・商店街街路灯塗装補修事業
- ・商店街活性化アドバイザー派遣事業 ・商店街組織化推進事業

◆その他の補助金・支援・相談等

- ・雇用促進奨励金 ・障害者職場実習奨励金 ・中小企業者を対象とした経営診断
- ・特定退職金共済掛金補助金 ・創業セミナー ・特許、実用新案、意匠登録の相談

問14 貴社の船橋市の産業に関する支援制度の利用状況についてお答えください。

①支援制度の利用の有無 (○は1つ)	1. 利用したことがある ⇒②③へ 2. 利用したことがない ⇒④へ 3. わからない ⇒問15へ
利用あり	②利用した制度名 (自由記入)
	③利用後の満足度 (○は1つ)
又利用なし	④利用なし・不満の理由 (複数回答可)

(3) 商店街アンケート調査票

船橋市商工業戦略プラン策定のためのアンケート調査(商店街向け調査票)

◆貴社名(店名)、所在地等をご記入ください。

商店街 (商店会)名			
所在地			
TEL	()	FAX	()
ご回答者	(役職)	(氏名)	

◆貴商店街の概要についてご記入あるいはあてはまるものをお答えください。

①商店街のタイプ	1. 駅前型(繁華街型含む) 2. 住宅街型 3. 団地型 4. ロードサイド型 5. その他()
②商店街の全店舗数(商店街組織の会員(組合員)以外も含める)	店
③うち生鮮三品を取り扱っている店舗数	店
④うちサービス業の店舗数	店
⑤うち飲食店の店舗数	店
⑥うちチェーン店舗数	店
⑦うちコンビニの店舗数	店
⑧商店街組織の会員(組合員)数	店
⑨大型店の立地	1. 商店街に大型店がある 2. 商店街に大型店はない
⑩空き店舗数	店
⑪専用駐車場設置店舗数	店
⑫商店街共同駐車場の有無	1. ある 2. ない
⑬商店街の法人化の状況	1. 法人化済み 2. 法人化の予定 3. 法人化しない

(1) 貴商店街の最近の動向についておうかがいします

問1 平成25年度と22年度を比べて貴商店街はどのように変わりましたか。以下の項目ごとに、あてはまるものを各項目1つずつ○をつけてください。※東日本大震災前と直近の決算年度による

①会員数について	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った
②業種構成について	1. 大きく変わった	2. 変わった	3. 変わらない
③商店街の売上げについて	1. 大きく増えた	2. 増えた	3. 変わらない
	4. 減った	5. 大きく減った	
④商店街の人通りについて	1. 大きく増えた	2. 増えた	3. 変わらない
	4. 減った	5. 大きく減った	
⑤客単価について	1. 大きく増えた	2. 増えた	3. 変わらない
	4. 減った	5. 大きく減った	
⑥客層について	1. 高齢者の比率が増えた 2. 中高年層の比率が増えた 3. ファミリー層の比率が増えた 4. 若年層の比率が増えた 5. 学生の比率が増えた 6. 女性客の比率が増えた 7. その他()		
⑦空き店舗について	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った
⑧商店街活動について	1. 盛んになった	2. 変わらない	3. 低調になった
⑨大型店の立地について	1. 商店街の中に立地した 2. 商店街の近隣に立地した 3. 商店街の中から退店した 4. 商店街の近隣から退店した 5. 立地も退店もしていない		
⑩商店街の景況感について	1. 非常に活気がでてきた ⇒問3へ 2. 活気がでてきた ⇒問3へ 3. 変わらない ⇒問3へ 4. 衰退してきた ⇒問2へ 5. 非常に衰退してきた ⇒問2へ		

問2. 問1の「⑩商店街の景況感について」で「4. 衰退してきた」あるいは「5. 非常に衰退してきた」とお答えになった方にお尋ねします。その理由として考えられることを3つまで○をつけてください。

1. 景気の低迷のため
2. 商店街が自動車社会に対応していないため
3. 商店街としての活性化努力が不足しているため
4. 経営者が高齢化している個店が多いため
5. 商店街を構成する各店舗の後継者がいないため
6. 商店街を構成する店舗が少なく集積の魅力がないため
7. 個店の経営努力が不足しているため(魅力的な個店が少ない)
8. 大型店の出店のため
9. 行政の支援不足のため
10. その他 ()

問3 貴商店街では、消費者が商店街で買い物をするのは、どのような理由からだと思われますか。項目ごとにあてはまるもの1つに○をつけて下さい。

	とても 思う	やや 思う	どちら でもない	あまり 思わない	全く 思わない
①品揃えが豊富	5	4	3	2	1
②販売価格が安い	5	4	3	2	1
③商品・サービスの品質(鮮度)が良い	5	4	3	2	1
④地元産品(食材等)を購入できる	5	4	3	2	1
⑤店員の接客態度が良い(知識が豊富)	5	4	3	2	1
⑥顔なじみの店主・店員がいる	5	4	3	2	1
⑦営業時間が利用しやすい	5	4	3	2	1
⑧人通りが多くにぎやかである	5	4	3	2	1
⑨夜間の照明が明るく安心して歩ける	5	4	3	2	1
⑩公共交通によるアクセスが便利である	5	4	3	2	1
⑪駐車場・駐輪場が広く使いやすい	5	4	3	2	1
⑫インターネットによる情報発信力が高い	5	4	3	2	1
⑬祭りやイベントなどが楽しい	5	4	3	2	1
⑭高齢者に対して配慮がある	5	4	3	2	1
⑮子育て世帯に対して配慮がある	5	4	3	2	1
⑯1か所で買い物や用事を済ませられる	5	4	3	2	1
⑰その他()	5	4	3	2	1

(2) 貴商店街の今後の活性化の方向性についておうかがいします。

問4 貴商店街が活性化するために今後取り組むべきこととは何でしょうか。

以下の選択肢のなかからあてはまるもの3つまで○をつけてください。

1. 高齢者や子育て世帯などの地域住民が暮らしやすくなるようまちづくり活動(注)に貢献する (注)地域コミュニティの形成促進、高齢者や子育て世帯の支援、防災・防犯活動、環境美化活動など
2. 個店が魅力的な店舗づくりにより消費者のファンを増やす
3. インターネットを活用した消費者への情報発信により商店街の活動を理解してもらう
4. 商店街組織の組合員の連携により共同売り出しなどの販促活動に注力する
5. 空き店舗を活用して賑わいを創出する
6. 祭りやイベントなどの開催により消費者の来街を促進する
7. 駐車場・駐輪場を整備により消費者の来街を促進する
8. 商店街の基盤整備(休憩所・ベンチ・トイレなど)により魅力ある商業空間を演出する
9. 近隣の大型小売店との連携を強化する
10. その他()

問5 貴商店街では、商店街が地域のまちづくり活動の一部を担うことが住民から求められていると思われませんか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1. とても求められると思う | 2. 多少求められると思う |
| 3. どちらともいえない | 4. あまり求められているとは思わない |
| 5. 全く求められているとは思わない | 6. よくわからない |

問6 今後、貴商店街がまちづくり活動に貢献することについて、どのようにお考えでしょうか。以下の項目ごとにあてはまるもの各1つに○をつけてください。

	積極的に 取り組むべき	多少は 取り組むべき	どちらとも いえない	あまり取り組む 必要はない	全く取り組む 必要はない
地域コミュニティとしての役割	5	4	3	2	1
子育て世代への支援	5	4	3	2	1
高齢者の活動の場の提供	5	4	3	2	1
バリアフリー等への対応	5	4	3	2	1
地域の防犯・防災への体制づくり	5	4	3	2	1
省エネなどの環境への取り組み	5	4	3	2	1
農業、漁業など地域産業との連携	5	4	3	2	1
地域のリーダー育成・子供の教育の場	5	4	3	2	1

問7 貴商店街では、商店街がまちづくり活動の一部を担う際の自治体との連携について、どのように思われますか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

- | | | |
|----------------|---------------|--------------|
| 1. 積極的に連携したい | 2. 多少は連携したい | 3. どちらともいえない |
| 4. あまり連携はしたくない | 5. 全く連携はしたくない | |

問8 貴商店街では、商店街がまちづくり活動の一部を担う際に自治体のどのような支援が必要と思われませんか。あてはまるもの全てに○をつけてください。

- | |
|--------------------------------|
| 1. まちづくりに関する情報、アイデア、ノウハウの提供 |
| 2. 他地域の商店街や自治体等とのネットワーク構築の支援 |
| 3. まちづくりを担う専門人材・NPO団体等のマッチング支援 |
| 4. 自治体内の関連部署の連携による支援体制の構築 |
| 5. 警察・消防など公務機関との折衝や協力要請 |
| 6. 商店街がまちづくりに取り組む際の補助金交付 |
| 7. 商店街内のリーダーの育成支援 |
| 8. その他() |
| 9. 自治体の支援は必要ない |

問9 貴商店街では、地域のまちづくりへの貢献活動をされていますでしょうか。
 取り組まれている場合は、代表的な取り組みの概要を3つまでご記入ください。
 ※ まちづくり活動のカテゴリーは問6の項目をご参照ください。

事例1	(取組テーマ)
(概要)	

事例2	(取組テーマ)
(概要)	

問10 貴商店街のインターネットを活用した販促活動についてお答えください。(複数回答可)

1. 商店街のホームページで情報発信している ⇒問11へ 2. 商店街のブログで情報発信している ⇒問11へ 3. 商店街のSNS(フェイスブック・ツイッター等)で情報発信している ⇒問11へ 4. インターネットで通信販売(ネットショップに出店等)をしている ⇒問11へ 5. 現在は行っていないが将来は取り組む予定である ⇒問12へ 6. 現在は行っておらず、今後も取り組む予定はない ⇒問12へ 7. その他 ()

問11 問10で「1～4」とお答えになった方におうかがいします。

情報提供内容、更新頻度について、あてはまるものに○をつけてください。

①情報提供内容 (複数回答可)	1. 商店街情報	2. 個店情報	3. 商店街の特徴
	4. その他()		
②更新頻度 (○は1つ)	1. 毎日	2. 週に1度	3. 月に1度
	4. 年に1度	5. イベントの都度	6. 特にしていない

問12 問10で「5～6」とお答えになった方におうかがいします。

貴商店街が現在インターネットを活用していない理由についてお答えください。(複数回答可)

1. インターネットの活用の方法がわからない 2. インターネットについて相談する人がいない 3. パソコンを使いこなせる人材がいない 4. 資金面の余裕がない 5. インターネットを活用してどのような効果があるのかわからない 6. その他 ()

問13 貴商店街の高齢社会への対応状況についてお答えください。

①高齢社会に対応した取組状況		1. 取り組んでいる→②へ 2. 取り組んでいない→③へ 3. わからない→問14へ
取り組んでいる	②取組内容 (複数回答可)	1. 高齢者向け商品・サービスの充実 2. お買い上げ商品の宅配対応 3. 配食(給食・弁当の配達) 4. 商品の小分け・少量化対応 5. 高齢者向け割引サービスの実施 6. POPやチラシの文字を拡大 7. 休憩スペース等の提供 8. 商店街のバリアフリー対応 9. その他()
取り組んでいない	③取り組んでいない理由 (複数回答可)	1. 人材面の余裕がないから 2. 資金面の余裕がないから 3. ニーズがないから 4. 何をやればいいのかわからないから 5. 必要がないと思うから 6. 新たなことに取り組む気がないから 7. 効果があがらないから 8. 特に理由はない 9. その他()

問14 貴商店街が東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機に取り組みたい販促活動についてお答えください。(複数回答可)

<p>1. 外国人客向けの品ぞろえ・サービスの提供</p> <p>2. 海外への販売・プロモーション活動(輸出等)の強化</p> <p>3. 船橋市内の地域資源(農林水産物、鉱工業品等)を活用した地域の文化等の発信</p> <p>4. 外国語(英語等)が話せる人材の育成・雇用</p> <p>5. 商品案内・看板・メニュー等の外国語(英語等)対応</p> <p>6. インターネットを活用した情報発信力の強化</p> <p>7. 店舗等のバリアフリー化の推進</p> <p>8. 特に考えていない</p> <p>9. わからない</p> <p>10. その他 ()</p>

問17 貴商店街が行政に望む支援策をお答えください。(〇は3つ以内)

①公的支援策	1. 空き店舗対策に関する支援 2. 祭りやイベントに対する補助金 3. 商店街のテナントミックスに関する支援(生鮮三品を扱う店舗への支援) 4. 商店街の基盤整備に関する支援 5. 駐車場・駐輪場の整備 6. 商店街活動のアドバイザー派遣による支援 7. 商店街のまちづくり活動に対する支援 8. 商店街の個店への直接支援 9. インターネットを活用した情報発信に関する支援 10. 雇用助成・促進支援 11. その他()	
	※選択した項目について、具体的な要望内容を差し支えない範囲で以下にご記入ください	
②具体的内容	番号	
	番号	
	番号	

(5) 船橋市の今後の産業の方向性についてお尋ねします。

問18 船橋市にとって望ましい商工業振興の方向性について、貴商店街(ご回答者様)のお考えをお答えください。(〇は3つ以内)

産業振興の方向性	1. 商工業及び農水産業、観光業など多様な産業分野の連携・交流の促進 2. 医療・健康関連産業やエネルギー・環境関連産業など成長産業の育成 3. 「船橋発」商品ブランドの創出・活用 4. 商業の振興(商業環境の整備・商店街活性化・流通機能の強化など) 5. 工業の振興(地域工業の競争力強化・生産環境の保全など) 6. 都市型農業の振興(農地確保・農業を軸にした地域づくりなど) 7. 漁業の振興(漁業生産の安定化・市民に親しまれる漁業の促進) 8. 観光の振興(まちの魅力づくり及び活用による賑わい創出) 9. その他()
----------	---

問19 船橋市の産業振興全般について、ご意見等ございましたらご記入ください。

--

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。
 同封の返信用封筒に封入のうえ、切手を貼らずにご郵送下さい。
 8月22日(金)までのご提出をお願いします。

(4) 消費者アンケート調査票 (船橋市民向け)

【1】属性

問1 あなたの性別をお答えください。【SA】

1	男性
2	女性

問2 あなたの年齢をお答えください。【SA】

1	19歳以下
2	20歳代
3	30歳代
4	40歳代
5	50歳代
6	60歳代
7	70歳以上

問3 あなたの居住都道府県をお答えください。【SA】

(プルダウン方式で選択)

問4 あなたの居住市町村をお答えください。【SA】

(プルダウン方式で選択)

問5 あなたのお住まいの船橋市内の地域をお答えください。【SA】

1	湊町地域(本町3丁目、湊町、浜町、若松、日の出、西浦、栄町、潮見町、高瀬町)
2	本町地域(宮本、市場、東船橋、東町、駿河台、本町(3丁目を除く)、南本町、海神、海神町、海神町東、海神町西、海神町南、南海神)
3	葛飾地域(山野町、印内町、葛飾町、本郷町、古作町、古作、西船、印内、東中山、二子町、本中山)
4	法典地域(旭町、前貝塚町、行田町、行田、山手、北本町、丸山、藤原、上山町、馬込町、馬込西)
5	夏見地域(夏見、夏見町、夏見台、米ヶ崎町、高根町、金杉町、金杉、金杉台、緑台)
6	前原地域(前原東、前原西、中野木、三山、田喜野井、習志野)
7	習志野台地域(二宮、飯山満町、滝台町、滝台、薬園台、薬園台町、七林町、習志野台、西習志野)
8	新高根・芝山地域(高根台、芝山、新高根)
9	八木が谷地域(二和東、二和西、三咲町、三咲、南三咲、八木が谷町、咲が丘、みやぎ台、八木が谷、高野台、松が丘、大穴町、大穴南、大穴北)
10	豊富地域(小室町、小野田町、大神保町、神保町、車方町、鈴身町、豊富町、金堀町、楠が山町、古和釜町、坪井町、坪井西、坪井東)

問6 あなたは結婚されていますか。【SA】

1	未婚
2	既婚

問7 あなたはお子様がいっぱしゃいますか。【SA】

1	いる
2	いない

問8 あなたの現在のお住まいの居住年数をお答えください。【SA】

1	5年未満
2	5年以上～10年未満
3	10年以上～20年未満
4	20年以上

問9 あなたのご職業をお答えください。【SA】

1	会社勤務
2	自営業
3	パート・アルバイト
4	公務員・教職員・非営利団体職員
5	専業主婦
6	学生
7	無職
8	その他()

【2】商業(買い物関連)

問10 船橋市の商業環境に関する満足度はいかがですか。【SA】

1	とても満足している
2	おおむね満足している
3	どちらともいえない
4	やや不満である
5	とても不満である

問11 あなたは日頃どこで買い物をしていますか、最もあてはまるものをそれぞれ1つずつお選びください。【SA】

また、そのお店を選んだ理由を下記の選択肢からお選びください(各最大3つ)。【MA】

		船橋市内	習志野市	八千代市	その他 県内	県外	インターネット・ 通信販売	宅配	理由
最 寄 品	食料品	1	2	3	4	5	6	7	
	家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)	1	2	3	4	5	6	7	
買 回 品	衣料品	1	2	3	4	5	6	7	
	耐久品(電化製品・家具・寝具等)	1	2	3	4	5	6	7	
	文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)	1	2	3	4	5	6	7	
そ の 他	贈答品	1	2	3	4	5	6	7	
	飲食(外食)	1	2	3	4	5	6	7	

【お店を選んだ理由】

1	店が近くにある(自宅の近所である、通勤通学ルートの途中にあるなど)
2	品揃え・メニューが豊富(1箇所で購入物が済む、その店にしかない商品がある)
3	品質・鮮度・味が良い
4	価格が安い
5	営業時間が長い・自分の利用可能な時間に営業している
6	店のデザイン・雰囲気が良い・店に入りやすい
7	店員の接客サービス・態度が良い
8	特典サービスがある(ポイントカード・スタンプサービスなど)
9	顔なじみの店主・店員がいる
10	インターネットで商品・サービス等の情報発信をしている
11	駐車場・駐輪場が広く使いやすい
12	その他

問12 商店街及び大型商業施設の利用頻度について、あてはまるものを一つお選びください。【SA】

	ほとんど毎日	週に3〜4回	週に1〜2回	月に2〜3回	ほとんど利用しない	全く利用しない
商店街	1	2	3	4	5	6
一般商店・個人商店	1	2	3	4	5	6
百貨店・ショッピングセンター	1	2	3	4	5	6
スーパーマーケット	1	2	3	4	5	6
コンビニエンスストア	1	2	3	4	5	6
ドラッグストア	1	2	3	4	5	6
通販・ネットショッピング	1	2	3	4	5	6
宅配	1	2	3	4	5	6

【3】商店街関連

問13 あなたがお住まいの周辺にある商店街のイメージについて、あてはまるものをそれぞれ1つずつお選びください。【SA】

	とても思う	やや思う	どちらでもない	あまり思わない	全く思わない	
(1) (主に商店の課題)						
	品揃えが豊富	1	2	3	4	5
(2)	販売価格が安い	1	2	3	4	5
(3)	商品・サービスの品質(鮮度)が良い	1	2	3	4	5
(4)	地元産品(食材等)を購入できる	1	2	3	4	5
(5)	店員の接客態度が良い(知識が豊富)	1	2	3	4	5
(6)	顔なじみの店主・店員がいる	1	2	3	4	5
(7)	営業時間が利用しやすい	1	2	3	4	5
(8) (主に商店街の課題)						
	人通りが多くにぎやかである	1	2	3	4	5
(9)	夜間の照明が明るく安心して歩ける	1	2	3	4	5
(10)	公共交通によるアクセスが便利である	1	2	3	4	5
(11)	駐車場・駐輪場が広く使いやすい	1	2	3	4	5
(12)	インターネットによる情報発信力が高い	1	2	3	4	5
(13)	祭りやイベントなどが楽しい	1	2	3	4	5
(14)	高齢者に対して配慮がある	1	2	3	4	5
(15)	子育て世帯に対して配慮がある	1	2	3	4	5
(16)	1か所で買い物や用事を済ませられる	1	2	3	4	5
(17) (共通)	その他()	1	2	3	4	5

※かっこ書きの部分(表題)は画面上表示されない

問14 あなたは地域の商店街がまちづくり活動の一部を担うことを求めますか。

以下のまちづくり活動の項目ごとにあてはまるものをお選びください。【SA】

	とても求める	多少求める	どちらともいえない	あまり求めない	全く求めない
地域コミュニティとしての役割	1	2	3	4	5
子育て世代への支援	1	2	3	4	5
高齢者の活動の場の提供	1	2	3	4	5
バリアフリー等への対応	1	2	3	4	5
地域の防犯・防災への体制づくり	1	2	3	4	5
省エネなどの環境への取り組み	1	2	3	4	5
農業、漁業など地域産業との連携	1	2	3	4	5
地域のリーダー育成・子供の教育の場	1	2	3	4	5

【4】船橋市の経験(認知)度

問15 船橋市内の施設・イベント、グルメ等の経験(認知)度について、あてはまるものをそれぞれお選びください。【SA】

		行った(食べた)ことがある	知っている(行った(食べた)ことはない)	知らない
施設	ららぽーとTOKYO-BAY	1	2	3
	IKEA(イケア) 船橋	1	2	3
	サッポロビール 千葉ビール園	1	2	3
	中山競馬場	1	2	3
	船橋競馬場	1	2	3
	船橋オートレース場	1	2	3
	ふなばし三番瀬海浜公園	1	2	3
	アンデルセン公園	1	2	3
	船橋大神宮	1	2	3
	二宮神社(七年祭り)	1	2	3
	その他()	1	2	3
グルメ	船橋ソースラーメン	1	2	3
	すずきめし	1	2	3
	ふなばちヂミ	1	2	3
	その他()	1	2	3
その他	ふなばし市民まつり	1	2	3
	船橋港親水公園花火大会	1	2	3
	船橋セレクション		2	3
	目利き番頭 船えもん		2	3
	ふなっしー		2	3
その他()	1	2	3	

【5】船橋市のイメージ

問16 あなたが持つ船橋市のイメージとして、あてはまるものをお選びください(最大3つ)。【MA】

1	ららぽーとやIKEA(イケア)がある商業の盛んなまち
2	食品コンビナートがある工業の盛んなまち
3	海苔(のり)養殖やあさり、スズキなどが採れる漁業の盛んなまち
4	梨や小松菜、にんじんなどが生産される農業の盛んなまち
5	中山競馬場や船橋オートレース場がある娯楽が盛んなまち
6	潮干狩りや花火大会が楽しめるレジャーが盛んなまち
7	都内などへのアクセスが良い住みやすいまち
8	特にイメージするものがない
9	その他()

【6】インターネットの利用状況

問17 あなたのプライベートにおけるインターネットの利用状況についてあてはまるものをお選びください。【SA】

		ほとんど毎日	週に3〜4回	週に1〜2回	月に2〜3回	ほとんど利用しない	全く利用しない
アクセス手段	パソコンでアクセスしている	1	2	3	4	5	6
	スマートフォンでアクセスしている	1	2	3	4	5	6
	その他()	1	2	3	4	5	6
利用目的	商業集積・店舗等の情報収集で利用している	1	2	3	4	5	6
	インターネット通信販売を利用している	1	2	3	4	5	6
	旅行の情報収集で利用している	1	2	3	4	5	6
	ブログを利用している	1	2	3	4	5	6
	SNS(フェイスブック・ツイッター等)を利用している	1	2	3	4	5	6
その他()	1	2	3	4	5	6	

(5) 消費者アンケート調査票 (船橋市外の居住者向け)

【1】属性

問1 あなたの性別をお答えください。

1	男性
2	女性

問2 あなたの年齢をお答えください。

1	19歳以下
2	20歳代
3	30歳代
4	40歳代
5	50歳代
6	60歳代
7	70歳以上

問3 あなたの居住都道府県をお答えください。【SA】

(プルダウン方式で選択)

問4 あなたの居住市町村をお答えください。【SA】

(プルダウン方式で選択)

問5 あなたは結婚されていますか。【SA】

1	未婚
2	既婚

問6 あなたはお子様がいっぱいますか。【SA】

1	いる
2	いない

問7 あなたの現在のお住まいの居住年数をお答えください。【SA】

1	5年未満
2	5年以上～10年未満
3	10年以上～20年未満
4	20年以上

問8 あなたのご職業をお答えください。【SA】

1	会社勤務
2	自営業
3	パート・アルバイト
4	公務員・教職員・非営利団体職員
5	専業主婦
6	学生
7	無職
8	その他()

【2】船橋市の経験(認知)度

問9 あなたは、船橋市に行ったことがありますか、あるいは知っていますか。【SA】

1	行ったことがある
2	知っている(行ったことはない)
3	知らない

→終了

《問9で「1 行ったことがある」と答えた人が対象》

問10 あなたはどのような交通手段で船橋市を訪れましたか。【MA】

1	電車
2	バス(路線バス・高速バス・団体貸切バス等含む)
3	タクシー・レンタカー
4	自家用車
5	オートバイ
6	その他()

《問9で「1 行ったことがある」と答えた人が対象》

問11 船橋市を訪れた主な目的は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。【MA】

1	名所・旧跡・観光スポット訪問
2	祭り・イベント等への参加
3	ショッピングや土産品の購入
4	おいしいものを食べる
5	スポーツ
6	自然に親しむ(ハイキング・ウォーキングなど)
7	ドライブ・ツーリング
8	地域の歴史・伝統・文化に親しむ
9	心身の休養・保養
10	知人・友人・親戚宅への訪問
11	ビジネス目的(通勤・出張等)
12	帰省
13	通学
14	通院
15	その他()

《問9で「1 行ったことがある」と答えた人が対象》

問12 船橋市を訪れた際の満足度はいかがでしたか。【SA】

1	大変満足した
2	やや満足した
3	どちらともいえない
4	やや不満だった
5	大変不満だった

《問12で「1 大変満足した」「2 やや満足した」と答えた人が対象》

問13 満足された理由は何ですか。満足された理由をご自由にご記入ください。【FA】

--

《問12で「4 やや不満だった」「5 大変不満だった」と答えた人が対象》

問14 不満足な理由は何ですか。不満足な理由をご自由にご記入ください。【FA】

--

《問9で「1 行ったことがある」と答えた人が対象》

問15 船橋市にまた行ってみたいと思いますか。【SA】

1	是非行ってみたい
2	機会があれば行ってみたい
3	どちらともいえない
4	あまり行きたいと思わない
5	まったく行きたいと思わない

《全員が対象》

問16 あなたは、どのような手段で船橋市に関する情報を得ましたか。【MA】

1	船橋市ホームページ
2	その他インターネット(SNSは除く)
3	雑誌・旅行誌
4	観光パンフレット
5	口コミ・SNS
6	旅行代理店
7	TV・ラジオ
8	新聞・広告・ポスター
9	その他()

《全員が対象》

問17 船橋市内の施設・イベント、グルメ等の経験(認知)度について、それぞれお選びください。

		行った(食 べた)こと がある	知っている (行った(食 べた)こと はない)	知らない
施設	ららぽーとTOKYO-BAY	1	2	3
	IKEA(イケア)船橋	1	2	3
	サッポロビール 千葉ビール園	1	2	3
	中山競馬場	1	2	3
	船橋競馬場	1	2	3
	船橋オートレース場	1	2	3
	ふなばし三番瀬海浜公園	1	2	3
	アンデルセン公園	1	2	3
	船橋大神宮	1	2	3
	二宮神社(七年祭り)	1	2	3
その他()	1	2	3	
グルメ	船橋ソースラーメン	1	2	3
	すずきめし	1	2	3
	ふなばちヂミ	1	2	3
	その他()	1	2	3
その他	ふなばし市民まつり	1	2	3
	船橋港親水公園花火大会	1	2	3
	船橋セレクション	/	2	3
	目利き番頭 船えもん	/	2	3
	ふなっしー	/	2	3
その他()	1	2	3	

【3】船橋市のイメージ

問18 あなたが持つ船橋市のイメージとして、あてはまるものをお選びください(最大3つ)。

1	ららぽーとやIKEA(イケア)がある商業の盛んなまち
2	食品コンビニートがある工業の盛んなまち
3	海苔(のり)養殖やあさり、スズキなどが採れる漁業の盛んなまち
4	梨や小松菜、にんじんなどが生産される農業の盛んなまち
5	中山競馬場や船橋オートレース場がある娯楽が盛んなまち
6	潮干狩りや花火大会が楽しめるレジャーが盛んなまち
7	都内などへのアクセスが良い住みやすいまち
8	特にイメージするものがない
9	その他()

【4】インターネットの利用状況

問19 あなたのプライベートにおけるインターネットの利用状況についてあてはまるものをお選びください。【SA】

		ほとんど毎日	週に3〜4回	週に1〜2回	月に2〜3回	ほとんど利用しない	全く利用しない
アクセス手段	パソコンでアクセスしている	1	2	3	4	5	6
	スマートフォンでアクセスしている	1	2	3	4	5	6
	その他()	1	2	3	4	5	6
利用目的	商業集積・店舗等の情報収集で利用している	1	2	3	4	5	6
	インターネット通信販売を利用している	1	2	3	4	5	6
	旅行の情報収集で利用している	1	2	3	4	5	6
	ブログを利用している	1	2	3	4	5	6
	SNS(フェイスブック・ツイッター等)を利用している	1	2	3	4	5	6
	その他()	1	2	3	4	5	6

船橋市商工業戦略プラン
(基礎調査報告書)

平成27年3月

船 橋 市

発 行 船橋市経済部商工振興課
住 所 〒273-8501 船橋市湊町2丁目10番25号
電 話 047-436-2472

調査委託先 株式会社 ちばぎん総合研究所