

船橋市商工業戦略プラン

後期戦略

令和4年3月
船橋市

目次

1	はじめに	4
2	本市の商工業を取り巻く社会経済情勢	5
3	市内事業者アンケート結果	11
4	前期戦略の検証	17
5	第3次船橋市総合計画における施策の方向	45
6	後期戦略の基本方針等	46
7	後期戦略における重点取組事業	47
8	推進体制	55

1 はじめに

(1) 後期戦略の策定経緯

船橋市商工業戦略プラン（以下、「戦略プラン」という。）は、平成 28 年度から令和 7 年度までの 10 年間を計画期間として、本市の商工業の持続的な発展に向けた方向性及び成長戦略を示すことを目的に、平成 27 年 12 月に策定されました。

戦略プランは、社会経済情勢の変化や施策・事業の進行状況を踏まえつつ、市の次期総合計画（第 3 次船橋市総合計画）とも整合を図りながら、計画期間の半分を終える時点で見直しを行い、後期戦略として位置付けることとなっています。

当初は、計画期間の中間年度である令和 2 年度に見直しを行う予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により第 3 次船橋市総合計画の策定期間が令和 3 年度に延期されたことに伴い、後期戦略の策定期間も令和 3 年度に延期されました。

(2) 後期戦略の計画期間

後期戦略は、令和 4 年度から令和 7 年度までの 4 年間を計画期間とします。

令和 4 年度には、市の最上位計画である「第 3 次船橋市総合計画」と、戦略プランと施策の関連の大きい「第 2 期船橋市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の計画期間が始まります。後期戦略はこれらの計画と連携、整合を図りながら、推進していきます。

また計画期間中であっても、社会情勢や効果検証の結果、必要となれば、施策・事業等を柔軟に見直します。

○戦略プランと関連する計画

H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
第 2 次総合計画 (H12～R3)						第 3 次総合計画 (R4～R13)			
第 1 期まち・ひと・しごと 創生総合戦略 (H27～R3)						第 2 期まち・ひと・しごと 創生総合戦略 (R4～R6)			
商工業戦略プラン									
前期戦略 (H28～R3)						後期戦略 (R4～R7)			

2 本市の商工業を取り巻く社会経済情勢

(1) 新型コロナウイルス感染症の影響

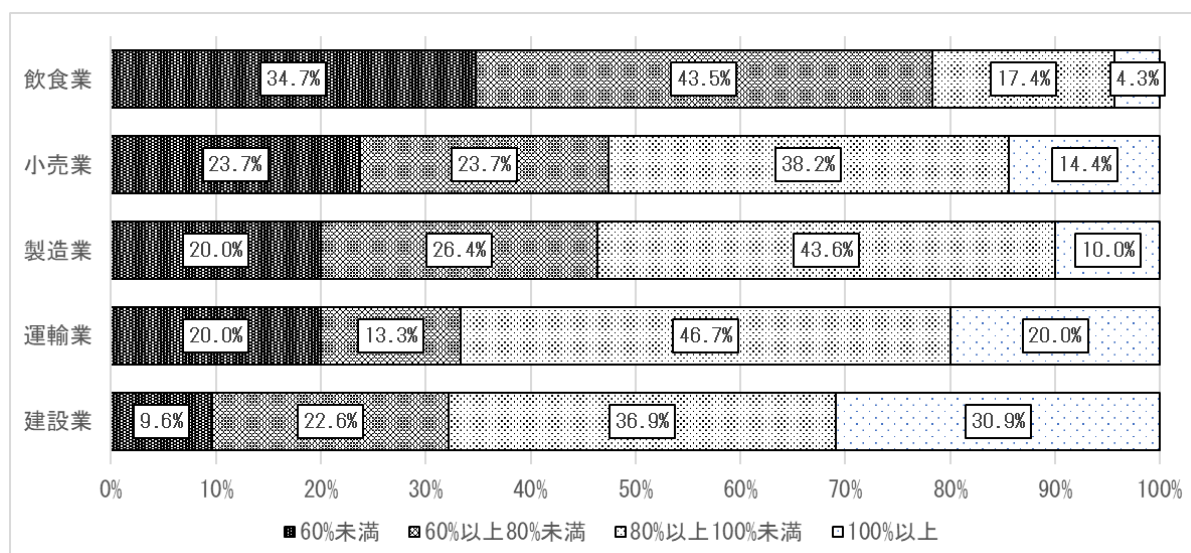
新型コロナウイルス感染症は、令和元年12月に中国武漢市で最初の症例が報告されて以降、まず中国国内で広がり、次に欧州で急速に拡大し、令和2年3月にWHOはパンデミックを宣言しました。国内では、令和2年1月に神奈川県で初の感染者が確認されて以降、流行が拡大し、令和2年4月7日に千葉県を含む7都道府県に1回目の緊急事態宣言が発出されました。

感染拡大に伴いインバウンド需要が消失し、続いて外出自粛等により個人消費を中心に内需が下押しされました。さらに、主要貿易相手国でもロックダウンなどの経済抑制政策等が講じられたことから、外需も大幅に減少しました。感染症の影響は長期化しており、観光・宿泊・娯楽・外食など対面サービスを中心に大きな打撃を与えています。

令和2年度の市内事業者の売上見込みを見ると、幅広い業種で売上を減らしていることがわかりますが、特に飲食業では新型コロナウイルス感染症流行前と比べて売り上げが8割未満となっている事業者が78.2%と影響が大きくなっています。また市内事業者の約6割は、今後5年程度消費自粛による売上減少が続く見込みと回答しており、影響が長期化することが予想されます。

ソーシャルディスタンスの確保やマスク着用、テレワークなど、新しい生活様式を意識した行動変容が市民及び事業者ともに進んでおり、これに対応した社会経済の構造転換を促すことが重要となっています。

○令和2年度市内事業者売上見込み（新型コロナウイルス感染症流行直前の決算年度比）



出所：船橋市商工業戦略プラン後期戦略基礎調査（調査期間：令和2年11月12日～30日）

（２）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

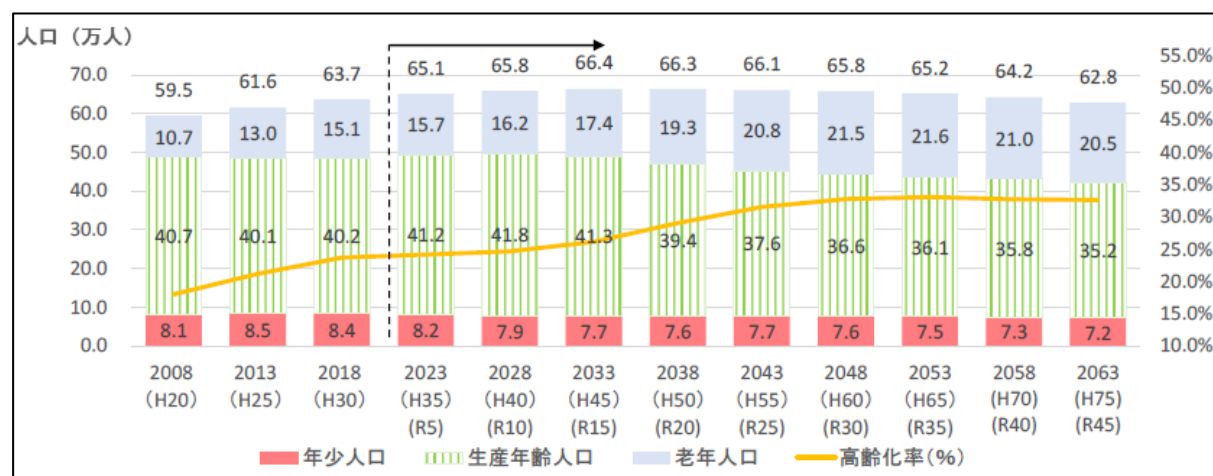
国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 29 年推計）」によると、今後日本の人口は減少し続け、令和 27（2045）年には 1 億 329 万人（平成 27（2015）年比▲2,381 万人）になると推計されています。産業の主な担い手である生産年齢人口（15～64 歳）も減少の一途をたどり、令和 27（2045）年には 5,429 万人（同比▲2,299 万人）まで減少する見通しとなっています。

一方、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、平成 27（2015）年の 26.6%から、令和 27（2045）年には 37.9%と、高齢化が急速に進む見込みとなっています。

船橋市においては、「人口推計調査報告書（令和元年 5 月）」によると、総人口は緩やかに人口増加を続けますが、令和 15(2033)年の 66.4 万人をピークとして、以降は人口減少に転ずる見込みとなっており、生産年齢人口は令和 10（2028）年にも減少に転じる見込みです。また、船橋市の高齢化率については、全国の傾向と同様に上昇を続ける見込みです。

総人口及び労働力人口の減少や高齢化の急速な進行は、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ます。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、成長産業への事業領域の拡大や、ICT 活用などによる生産性の向上に取り組んでいく必要があります。

○船橋市の年齢 3 区分別人口の将来推計



出所：船橋市「人口推計調査報告書（令和元年 5 月）」

（３）第四次産業革命の進展による Society5.0（超スマート社会）の実現

モノのインターネット化（IoT）やAI、ビッグデータ、ロボティクス技術を用いた第四次産業革命と呼ばれる技術革新が世界的に進んでいます。この技術革新は、生産、販売、消費といった経済活動に加え、人の働き方やライフスタイルにも変化をもたらしています。

国は、この第四次産業革命の進展により先端技術をあらゆる産業や社会生活に取り入れ、経済発展と社会的課題の解決を両立する新たな社会「Society5.0」（超スマート社会）を実現しようとしています。

国が発表した「未来投資戦略 2018」では「Society5.0」の実現に向けた「フラッグシップ（旗艦）・プロジェクト」として、中小企業への ICT 導入推進や、スマート農業、次世代モビリティシステム構築など、あらゆる分野への ICT 活用が言及されており、市場領域の拡大が確実視されています。

市内の事業者においても、持続的な発展や生産性向上のために、さらなる ICT 技術の活用は避けられないものとなっています。

○Society5.0 の概念図



出所：内閣府ホームページ

（４）個人の価値観・ライフスタイルの多様化

核家族化や単身世帯の増加、都市化の進展、デジタル技術の発達などにより、個人の価値観やライフスタイルが多様化しています。今までモノやサービスは、価格・機能・性能面から消費者に選ばれていましたが、現在はそれらがもたらす自らの生活の向上や社会課題の解決などを含む多様な「価値」により選ばれる傾向が強まっています。

消費者の趣味嗜好が変化している中、新型コロナウイルス感染症の影響による生活様式の変化も相まって、今までのビジネスモデルが通用しなくなってきており、事業者側も柔軟な変化が求められています。

例えば、パソコンやスマートフォンの普及などにより国内の電子商取引（EC）市場規模は年々拡大を続けており、従来の対面販売・サービス等の提供方法の見直しが迫られる可能性が高まっています。

○国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模の推移



出所：経済産業省ホームページ

（５）自然災害・気候変動への対応

日本の年間平均気温は、地球温暖化の影響で上昇しており、大型台風やゲリラ豪雨といった自然災害リスクの増大が懸念されています。千葉県でも令和元年に発生した台風 15 号・19 号の大雨で大きな被害を受けています。

また、首都直下地震は今後 30 年以内に発生する確率が 70%と予想されるなど、大規模災害への備えが不可欠となっています。

事業者は、増加する自然災害へのリスクを軽減させ、経済活動を停滞させないために、BCP（事業継続計画）策定等による被災時のマニュアル整備や、サプライチェーンの強靱化などを図っていく必要があります。

○令和元年台風 15・19 号及び 10 月 25 日大雨の被害額推計

（単位：億円）

		被害額推計
農林水産業		753 (県公表ベース)
商工観光業		1,781
	1次被害額	1,151
	2次被害額	630
合計		2,534

出所：株式会社ちばぎん総合研究所による推計

(6) SDGs 取組の加速

SDGs(Sustainable Development Goals)とは、世界が令和 12 (2030) 年までに達成すべき国際目標であり、「誰一人取り残さない」をスローガンに、「女性の社会進出の促進」、「経済成長と、生産的で働きがいのある雇用の確保」、「強靱なインフラ構築と持続可能な産業化・技術革新の促進」、「気候変動への対策」、「海洋資源の保全」など 17 の目標と、各目標を実現するための 169 のターゲットからなっており、SDGs への取り組みを通じて、社会的課題の解決と持続可能な成長の両方を目指すことが世界的に求められています。

SDGs に取り組むことはビジネスチャンスになる可能性も高く、逆に取り組まないことで顧客や従業員、投資家、地域などのステークホルダーの信頼を失うリスクも大きくなっています。

コロナ禍も含め、事業環境の変化が激しくなっている現代において中小事業者が生き残るためには、持続的な成長と変革が必要となっておりますが、国内企業の 99%を占める中小企業が SDGs に取り組むことが、SDGs の目標達成に不可欠であり、果たすべき役割は大きくなっています。



出所：国連広報センター

3 市内事業者アンケート結果

後期戦略の策定にあたり、基礎調査として令和2年11月に市内事業者を対象としたアンケート調査を実施しました。

調査方法	製造業・非製造業別に調査票を作成し、市内事業者に送付。郵送又はWebで回答を回収。
調査期間	令和2年11月12日～30日
回答状況	【製造業】送付数713（全数） 回収数124 回答率17.4% 【非製造業】送付数4,000（無作為抽出） 回収数465 回答率11.6%

なお、本アンケートでは中小企業及び小規模企業を、以下の定義により分類しています。

中小企業	製造業その他	資本金の額又は出資の総額が3億円以下の会社又は常時使用する従業員の数が300人以下の会社及び個人
	卸売業	同1億円以下の会社又は同100人以下の会社及び個人
	小売業	同5千万円以下の会社又は同50人以下の会社及び個人
	サービス業	同5千万円以下の会社又は同100人以下の会社及び個人
小規模企業	製造業その他	従業員20人以下
	商業・サービス業	従業員5人以下

（1）新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の影響で売上が減少する見込みと回答した事業者は、製造業で9割、非製造業で約8割となっており、産業全体として経営に悪影響を与えています。特に飲食業や小売業など、消費者と対面する業種への影響が大きくなっています。感染症が与えた影響としては、国内からの受注減少や来店客の減少を挙げる声が多く、売上減少の要因となっていると考えられます。

また6割程度の事業者が、中長期的（5年程度）にも消費自粛による売上減少が続くと見込んでおり、感染症の影響は長期化することが予想されます。

コロナ禍における事業継続対策を実施するうえでの課題としては、対応計画や行動計画、あるいは事業継続計画が十分整備されていないことを挙げる事業者が、製造業・非製造業とも、もっとも多くなっています。

なお、本調査は令和2年11月に実施したため、感染症の影響が長引く中で、これらの状況は変わってきている可能性もあります。

○新型コロナウイルス感染症流行直前の決算年度と比較した令和2年度の売上見込み

	製造業	非製造業				
		全体	建設業	運輸業	飲食業	小売業
20%未満	2.7%	3.2%	1.2%	6.7%	4.3%	3.9%
20%以上 40%未満	1.8%	3.4%	3.6%	0.0%	6.5%	5.3%
40%以上 60%未満	15.5%	12.4%	4.8%	13.3%	23.9%	14.5%
60%以上 80%未満	26.4%	26.5%	22.6%	13.3%	43.5%	23.7%
80%以上 100%未満	43.6%	33.5%	36.9%	46.7%	17.4%	38.2%
100%未満小計	90.0%	79.0%	69.1%	80.0%	95.6%	85.6%
100%以上	10.0%	21.0%	30.9%	20.0%	4.4%	14.4%

○新型コロナウイルス感染症が与えた影響上位 3 項目

製造業	非製造業
①国内からの受注減少 (69.6%)	①来店客の減少 (46.7%)
②商談などの中止・延期 (32.2%)	②休業・営業の短縮 (24.2%)
③イベント・展示会などの中止・延期 (22.6%)	③国内からの受注減少 (22.9%)

○中長期的 (5 年程度) に新型コロナウイルス感染症が与えられと考えられる影響上位 3 項目

製造業	非製造業
①消費自粛による売上の減少 (65.5%)	①消費自粛による売上の減少 (56.5%)
②自粛による個人消費の反動増 (18.1%)	②新しい生活様式定着による販売方法・チャネルの変化 (21.9%)
③新しい生活様式定着による販売方法・チャネルの変化 (16.4%)	③自粛による個人消費の反動増 (17.7%)

○コロナ禍における事業継続対策を実施するうえでの課題上位 3 項目

製造業	非製造業
①対応計画や行動計画、あるいは事業継続計画が十分整備されていない (34.0%)	①対応計画や行動計画、あるいは事業継続計画が十分整備されていない (34.5%)
②運転資金など資金繰りに不透明感がある (23.0%)	②運転資金など資金繰りに不透明感がある (30.0%)
③対策をするための人材・ノウハウが不足している (22.0%)	③従業員の欠勤や自宅待機・班交代制を想定した人員計画のめどが立たない (19.4%)

○活用した新型コロナウイルス感染症対策に係る支援制度上位 5 項目

製造業	非製造業
①持続化給付金 (経済産業省) (40.4%)	①持続化給付金 (経済産業省) (48.0%)
②雇用調整助成金 (厚生労働省) (35.1%)	②中小企業再建支援金 (千葉県) (29.1%)
③事業継続支援助成金 (船橋市)	③テナント賃料助成金 (船橋市) (22.4%)
中小企業再建支援金 (千葉県) (各 18.4%)	④事業継続支援助成金 (船橋市) (21.9%)
⑤テナント賃料助成金 (船橋市)	⑤家賃支援給付金 (経済産業省) (16.2%)
家賃支援給付金 (経済産業省) (各 11.4%)	
活用していない (28.9%)	活用していない (32.6%)

（２）内部・外部環境の課題

内部環境の課題については、建物や設備の老朽化は製造業で挙げる声が多く、労働力不足は製造業・非製造業いずれでも深刻となっています。

また外部環境については、製造業・非製造業とも、販売先・受注先・客数の減少や市場の縮小、同業者との競合激化を課題として挙げる声が多く、販路拡大やオリジナリティのある商品・サービス開発等が求められています。

○内部環境の課題上位３項目

製造業	非製造業
①建物の老朽化（45.8%）	①労働力不足（34.1%）
②生産設備の老朽化（44.2%）	②経費の増加（30.5%）
③労働力不足（40.8%）	③情報化・システム化（23.2%）

○外部環境の課題上位３項目

製造業	非製造業
①販売先・受注先の減少（43.3%）	①客数の減少（44.5%）
②市場の縮小（35.0%）	②同業者との競合激化（29.7%）
③国内企業との競合激化（22.5%）	③市場の縮小（26.7%）

（３）事業承継

全体として経営者の高齢化が進んでいます。経営者が高齢な事業者ほど、後継者がいないことを理由に廃業を予定・検討している割合が高く、事業承継が課題となっています。

○経営者の年齢別割合

経営者の年齢	製造業	非製造業
60歳未満	51.6%	42.3%
60歳代	21.3%	22.7%
70歳代	18.9%	28.4%
80歳以上	8.2%	6.6%

○後継者がいないので廃業を予定・検討している事業者の経営者年齢別割合

経営者の年齢	製造業	非製造業
60歳未満	9.7%	9.0%
60歳代	11.5%	31.4%
70歳代	47.8%	46.1%
80歳以上	50.0%	48.3%

（４）ICT の活用状況

ICT の活用状況については、自社ホームページの開設は比較的多くの事業者が行っているものの、生産性向上に資する AI や IoT、RPA といった先端技術は、人材不足などを理由にほとんど活用されていません。

○活用している ICT の割合

	製造業	非製造業
自社ホームページの開設	52.9%	37.7%
AI（Artificial Intelligence:人工知能）	5.9%	0.9%
IoT（Internet of Things:モノのインターネット化）	5.0%	0.5%
RPA（Robotic Process Automation:ロボットによる業務自動化）	5.0%	0.0%
キャッシュレス決済	—	34.8%

○ICT 導入の課題上位 3 項目

製造業	非製造業
①人材の不足（42.0%）	①費用対効果（34.9%）
②社内の体制・仕組み整備（39.5%）	②人材の不足（32.6%）
③セキュリティ（32.1%）	③セキュリティ（30.2%）

（５）BCP（事業継続計画）の策定状況

大企業の 8 割以上が BCP を策定している一方で、企業規模が小さくなるほど未策定の割合が高くなっており、小規模企業は製造業では約 8 割、非製造業では約 9 割が未策定となっています。新型コロナウイルス感染症の流行により BCP の重要性がより高まる中、未策定の理由として、策定する人材やスキル・ノウハウがないほか、自社に必要がないと感じている企業も多いので、策定支援に加え普及・啓発も必要となっています。

○BCP 未策定の企業規模別割合

企業の規模	製造業	非製造業
大企業	12.5%	20.0%
中小企業（小規模企業除く）	47.1%	70.3%
小規模企業	79.2%	91.9%

○BCP 未策定の理由上位 3 項目

製造業	非製造業
①自社に必要がない（22.7%）	①自社に必要がない（28.9%）
②策定する人材がない（18.7%）	②スキル・ノウハウがない（19.0%）
③策定する時間がない（17.3%）	③有効性が分からない（13.1%）

（６）多様な人材の活用・働き方改革の取組状況

人口減少・少子高齢化により、今後労働力不足が深刻化し、多様な人材活用を推進する必要がある中、高齢者・育児中の方・介護中の方の順で、現在活用している、また今後活用したいと考えている事業者が多くなっていますが、まだ高い水準とはいえない状況です。

働き方改革やワーク・ライフ・バランス推進については、企業規模が小さくなるほど取り組まれておらず、人材定着・雇用確保のためにも一層推進することが求められています。

○現在活用している・今後活用したい人材の割合

	製造業		非製造業	
	現在活用している	今後活用したい	現在活用している	今後活用したい
高齢者	44.0%	58.2%	30.7%	45.3%
育児中の方	34.3%	49.0%	21.0%	40.0%
介護中の方	23.7%	45.2%	12.0%	36.1%
障害のある方	21.3%	37.3%	6.3%	25.3%
病气療養中の方	19.5%	31.2%	8.4%	25.6%
外国人	19.0%	33.0%	9.6%	28.4%

○すでに働き方改革やワーク・ライフ・バランス推進に取り組んでいる企業規模別割合

企業の規模	製造業	非製造業
大企業	100.0%	60.0%
中小企業（小規模企業除く）	47.1%	35.9%
小規模企業	14.7%	18.0%

○取り組んでいる働き方改革やワーク・ライフ・バランス推進の内容上位３項目

製造業	非製造業
①時間外労働の削減 有給休暇の取得率向上（各 65.1%）	①時間外労働の削減（51.7%） ②柔軟な勤務時間の導入（50.6%）
③柔軟な勤務時間の導入 在宅勤務・テレワーク制度の導入（各 30.2%）	③有給休暇の取得率向上（43.1%）

○働き方改革やワーク・ライフ・バランス推進上の課題上位３項目

製造業	非製造業
①社員間で不公平感が生まれる懸念がある（30.8%）	①対応する人材がない（16.9%）
②対応する人材がない（21.5%）	②検討・対応する時間がない（12.5%）
③業績への悪影響が懸念される（17.8%）	③業績への悪影響が懸念される（12.3%）

（７）行政に望む支援策・市産業支援制度の認知度

行政に望む支援策としては、製造業・非製造業ともに設備投資への支援を望む声が多くなり、人材確保・雇用支援（マッチング事業、雇用助成等）が次いで多くなっています。

一方、市では様々な産業支援制度を実施しておりますが、認知されていない制度もあるため、情報周知を強化する必要があります。

○行政に望む支援策上位３項目

製造業	非製造業
①設備投資への支援（38.7%）	①設備投資への支援（27.9%）
②人材確保・雇用支援（マッチング事業、雇用助成等）（31.2%）	②人材確保・雇用支援（マッチング事業、雇用助成等）（26.6%）
③企業間連携・ビジネスマッチングの支援（25.8%）	③融資等資金の斡旋等（25.6%）

○認知度の高い市産業支援制度上位３項目

製造業	非製造業
①ビジネスマッチング（58.0%）	①中小企業融資制度（60.0%）
②中小企業融資制度（53.2%）	②ふなばしセレクション（47.4%）
③各種セミナー（49.5%）	③中小企業向け経営相談（47.0%）

○認知度の低い市産業支援制度上位３項目

製造業	非製造業
①商店街空き店舗対策事業補助金（12.4%）	①海外展開支援事業補助金（13.9%）
②海外展開支援事業補助金（20.2%）	②新製品・新技術開発促進事業補助金（18.6%）
③特定退職金共済掛金補助金（26.6%）	③商店街空き店舗対策事業補助金（25.3%）

4 前期戦略の検証

(1) 戦略指標の評価及び後期戦略の新たな目標

戦略プランでは、実施効果を測るため 8 つの指標を設定し、概ね 5 年毎に評価を行うこととしていることから、中間目標値に基づき、次のとおり各指標の評価を行い、新たな目標値（令和 7 年度）を定めました。

①商業戦略の指標

(指標 1) 小売業の年間商品販売額

策定時の値 (平成 24 年度)	中間目標値 (令和 2 年度)	最新値 (平成 28 年度)	最終目標値 (令和 7 年度)	新目標値 (令和 7 年度)
4,528 億円	4,800 億円	5,750 億円	5,000 億円	5,750 億円

小売業の年間商品販売額は、平成 24 年度の 4,528 億円から平成 28 年度の 5,750 億円へ増加し、令和 2 年度の中間目標値（4,800 億円）及び令和 7 年度の最終目標値（5,000 億円）を達成しました。

寄与率¹を産業中分類別にみると、調剤薬局やドラッグストアが含まれる「医薬品・化粧品小売業（+18.4%）」の寄与率が最も高くなっており、次いで、食品スーパーなどが含まれる「各種飲食料品小売業（+16.3%）」が続いています。

一方で、本市は大規模小売店が多いことが商業環境の特徴の一つですが、平成 30 年 2 月に西武船橋店が営業終了し、また令和 5 年 2 月をもって津田沼パルコが営業終了することとなっており、新型コロナウイルス感染症の流行も相まって、小規模小売事業者だけでなく、大規模小売店も経営環境が厳しい状況となっています。

中間目標値は達成したところですが、小売事業者の経営環境は当面、厳しい状況が続くと見込まれます。このことから、平成 28 年度の水準を維持することを新たな目標とします。

¹ 寄与度（統計値の構成要素の増減が、全体の伸び率を何ポイント押し上げ/下げているかを示す）を構成比の視点から見た指標で、データ全体としての伸び率（変化率）を 100 とした場合の、各統計値の影響度（増減分）を構成比で表したもの。算式では、各統計値の増減/全体の統計値の増減×100。

	平成24年 (百万円)	平成28年 (百万円)	売上増加額		寄与率
			(百万円)	平成24年比	
小 売 業 計	452,751	575,042	122,291	27.0%	100.0%
各種商品小売業	75,620	96,190	20,570	27.2%	16.8%
百貨店、総合スーパー	X	94,636	×	×	×
その他の各種商品小売業	X	1,555	×	×	×
織物・衣服・身の回り品小売業	38,263	52,000	13,737	35.9%	11.2%
呉服・服地・寝具小売業	1,452	1,469	17	1.2%	0.0%
男子服小売業	3,783	7,996	4,213	111.4%	3.4%
婦人・子供服小売業	20,282	25,277	4,995	24.6%	4.1%
靴・履物小売業	3,989	4,274	285	7.1%	0.2%
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	8,758	12,984	4,226	48.3%	3.5%
飲食品小売業	141,368	178,619	37,251	26.4%	30.5%
各種食料品小売業	78,482	98,395	19,913	25.4%	16.3%
野菜・果実小売業	4,215	5,031	816	19.4%	0.7%
食肉小売業	2,556	2,372	▲ 184	▲ 7.2%	▲ 0.2%
鮮魚小売業	2,048	3,624	1,576	77.0%	1.3%
酒小売業	8,188	4,391	▲ 3,797	▲ 46.4%	▲ 3.1%
菓子・パン小売業	5,631	8,960	3,329	59.1%	2.7%
その他の飲食品小売業	40,249	55,845	15,596	38.7%	12.8%
機械器具小売業	63,093	73,048	9,955	15.8%	8.1%
自動車小売業	30,567	43,191	12,624	41.3%	10.3%
自転車小売業	1,254	1,540	286	22.8%	0.2%
機械器具小売業(自動車、自転車を除く)	31,273	28,318	▲ 2,955	▲ 9.4%	▲ 2.4%
その他の小売業	112,936	150,076	37,140	32.9%	30.4%
家具・建具・畳小売業	2,557	12,720	10,163	397.5%	8.3%
じゅう器小売業	914	755	▲ 159	▲ 17.4%	▲ 0.1%
医薬品・化粧品小売業	38,465	60,991	22,526	58.6%	18.4%
農耕用品小売業	657	553	▲ 104	▲ 15.8%	▲ 0.1%
燃料小売業	14,788	24,857	10,069	68.1%	8.2%
書籍・文房具小売業	15,152	10,742	▲ 4,410	▲ 29.1%	▲ 3.6%
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	6,228	8,772	2,544	40.8%	2.1%
写真機・時計・眼鏡小売業	5,932	5,135	▲ 797	▲ 13.4%	▲ 0.7%
他に分類されない小売業	28,243	25,553	▲ 2,690	▲ 9.5%	▲ 2.2%
無店舗小売業	21,471	25,108	3,637	16.9%	3.0%
通信販売・訪問販売小売業	17,009	18,225	1,216	7.1%	1.0%
自動販売機による小売業	2,774	5,222	2,448	88.2%	2.0%
その他の無店舗小売業	1,688	1,660	▲ 28	▲ 1.7%	▲ 0.0%

出所：総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査」

(指標 2) 小規模小売事業者 (売り場面積 100 m²以下) の一事業者あたりの年間商品販売額

策定時の値 (平成 24 年度)	中間目標値 (令和 2 年度)	最新値 (平成 28 年度)	最終目標値 (令和 7 年度)	新目標値 (令和 7 年度)
6,769 万円	6,800 万円	1 億 1,799 万円	6,800 万円	1 億 1,800 万円

小規模小売事業者 (売り場面積 100 m²以下²⁾) の一事業者あたりの年間商品販売額は、平成 24 年度の 6,769 万円から平成 28 年度の 1 億 1,799 万円へ増加し、令和 2 年度の中間目標値及び令和 7 年度の最終目標値 (6,800 万円) を達成しました。

小規模小売事業者の事業所数が、平成 24 年度の 1,424 事業所から平成 28 年度に 912 事業所 (▲512 事業所) に減少している一方で、年間商品販売額は平成 24 年度の 963.9 億円から平成 28 年度に 1,076.1 億円 (+112.2 億円) と増加したことから、一事業者あたりの年間商品販売額が増加しました。

産業中分類別に平成 24 年度と平成 28 年度を比較すると、一事業所あたりの販売額増減率は、機械器具小売業 (+104.3%) や飲食料品小売業 (+91.9%) で大幅に増加しています。いずれも年間商品販売額が微増し、事業所数が減少したことにより、一事業所あたり年間商品販売額が増加しています。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の流行により多くの小売業がその影響を受けており、令和 2 年度以降については減少することが見込まれます。このことから、平成 28 年度の水準を維持することを新たな目標とします。

	年間商品販売額 (百万円)			事業所数 (事業所)			1事業所当たり年間販売額 (万円)			
	A 平成24年 (2012年)	B 平成28年 (2016年)	B-A 増減額	D 平成24年 (2012年)	E 平成28年 (2016年)	E-D 増減数	F(A÷D) 平成24年 (2012年)	G(B÷E) 平成28年 (2016年)	H(G-F) 増減額	H÷F 増加率
織物・衣服・身の回り品小売業	9,161	10,234	1,074	228	169	▲ 59	4,018	6,056	2,038	50.7%
飲食料品小売業	23,958	24,839	880	509	275	▲ 234	4,707	9,032	4,325	91.9%
機械器具小売業	5,207	6,626	1,419	114	71	▲ 43	4,568	9,333	4,765	104.3%
その他の小売業	36,594	40,823	4,229	515	333	▲ 182	7,106	12,259	5,154	72.5%
無店舗小売業	21,471	25,086	3,615	58	64	6	37,019	39,196	2,177	5.9%
小規模小売業合計	96,391	107,608	11,217	1,424	912	▲ 512	6,769	11,799	5,030	74.3%

出所：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」

² 平成 24 年経済センサス活動調査では、自動車小売業、ガソリンスタンド、建具小売業、新聞小売業 (宅配専門)、牛乳小売業 (宅配専門) 及び畳小売業は、売場面積の調査が行われていないため、当該 6 分類は平成 24 年の小規模小売事業者に含まれていない。一方、平成 28 年経済センサス活動調査では、全業種において売場面積調査が実施されているが、本指標分析においては策定時に合わせ、上記 6 分類を除いて比較している。

②工業戦略の指標

(指標3) 製造品出荷額等³⁴

策定時の値 (平成24年度)	中間目標値 (令和2年度)	最新値 (令和元年度)	最終目標値 (令和7年度)	新目標値 (令和7年度)
5,541 億円	6,700 億円	6,779 億円	7,000 億円	変更無し

製造品出荷額等は、平成24年度の5,541億円から令和元年度の6,779億円へ増加し、令和2年度の中間目標値(6,700億円)を達成しました。

寄与率を産業中分類別にみると、「食料品製造業」が+91.8%と圧倒的に高くなっており、次いで、「化学工業(+8.7%)」、「ゴム製品製造業(+8.2%)」などが続いています。なお、「電気機械器具製造業(▲9.7%)」、「生産用機械器具製造業(▲5.5%)」、「鉄鋼業(▲4.7%)」、「業務用機械器具製造業(▲4.7%)」などではマイナス寄与が大きくなっています。

新型コロナウイルス感染症の流行により製造業も影響を受けていますが、令和7年度の最終目標値達成を目指します。

	平成24年 (万円)	令和元年 (万円)	増加額 (万円)	増加率	寄与率
製造業計	55,413,146	67,788,623	12,375,477	22.3%	100.0%
食料品製造業	14,563,649	25,923,968	11,360,319	78.0%	91.8%
飲料・たばこ・飼料製造業	12,382,182	11,853,781	▲528,401	▲4.3%	▲4.3%
繊維工業	72,521	70,971	▲1,550	▲2.1%	▲0.0%
木材・木製品製造業(家具を除く)	X	X	X	-	-
家具・装備品製造業	26,773	262,350	235,577	879.9%	1.9%
パルプ・紙・紙加工品製造業	302,566	X	X	-	-
印刷・同関連業	2,189,550	1,895,167	▲294,383	▲13.4%	▲2.4%
化学工業	2,014,910	3,090,272	1,075,362	53.4%	8.7%
石油製品・石炭製品製造業	458,481	256,174	▲202,307	▲44.1%	▲1.6%
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	1,304,692	1,933,429	628,737	48.2%	5.1%
ゴム製品製造業	397,006	1,417,229	1,020,223	257.0%	8.2%
なめし革・同製品・毛皮製造業	105,264	260,061	154,797	147.1%	1.3%
窯業・土石製品製造業	658,060	585,462	▲72,598	▲11.0%	▲0.6%
鉄鋼業	11,068,754	10,490,655	▲578,099	▲5.2%	▲4.7%
非鉄金属製造業	353,575	415,325	61,750	17.5%	0.5%
金属製品製造業	3,256,903	4,130,129	873,226	26.8%	7.1%
はん用機械器具製造業	545,780	1,492,117	946,337	173.4%	7.6%
生産用機械器具製造業	3,069,524	2,389,537	▲679,987	▲22.2%	▲5.5%
業務用機械器具製造業	676,389	98,926	▲577,463	▲85.4%	▲4.7%
電子部品・デバイス・電子回路製造業	75,651	20,074	▲55,577	▲73.5%	▲0.4%
電気機械器具製造業	1,332,168	126,574	▲1,205,594	▲90.5%	▲9.7%
情報通信機械器具製造業	73,630	71,907	▲1,723	▲2.3%	▲0.0%
輸送用機械器具製造業	175,972	252,114	76,142	43.3%	0.6%
その他の製造業	309,146	366,021	56,875	18.4%	0.5%

出所：経済産業省「工業統計調査」

³ 工業統計調査のデータは、従業員が4人以上の事業所に限定される。

⁴ 戦略プラン策定時は、中間目標値を5,800億円、最終目標値を6,100億円としていたが、平成28年度に上方修正を行っている。

(指標4) 小規模製造事業者(20人以下)の一事業者あたりの製造品出荷額等

策定時の値 (平成24年度)	中間目標値 (令和2年度)	最新値 (平成28年度)	最終目標値 (令和7年度)	新目標値 (令和7年度)
2億2,189万円	2億3,300万円	2億6,604万円	2億4,500万円	2億6,600万円

小規模製造事業所(20人以下)の一事業者あたりの製造品出荷額等は、平成24年度の2億2,189万円から平成28年度の2億6,604万円へ増加し、令和2年度の中間目標値(2億3,300万円)及び令和7年度の最終目標値(2億4,500万円)を達成しました。

小規模製造事業者の事業所数は、平成24年度の196事業所から平成28年度の181事業所と15事業所減少した一方、製造品出荷額等は平成24年度の434.9億円から平成28年度の481.5億円と46.6億円増加し、一事業所あたりの製造品出荷額等の増加要因となっています。

産業中分類別にみると、一事業所あたり製造品出荷額の増減は「化学工業、石油製品・石炭製品製造業、プラスチック製品製造業(+2億6,048万円)」や「ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、窯業・土石製品製造業(+1億4,370万円)」で大きくなっています。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の流行により多くの製造業がその影響を受けており、令和2年度以降については減少することが見込まれます。このことから、平成28年度の水準を維持することを新たな目標とします。

	事業所数(事業所)			製造品出荷額等(万円)			1事業所あたりの製造品出荷額等(万円)		
	平成24年	平成28年	増減数	平成24年	平成28年	増減額	平成24年	平成28年	増減額
製造業計	196	181	▲15	4,349,111	4,815,387	466,276	22,189	26,604	4,415
食料品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業	18	18	0	852,371	883,274	30,903	47,354	49,071	1,717
繊維工業	11	11	0	57,179	67,959	10,780	5,198	6,178	980
木材・木製品製造業(家具を除く)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
家具・装備品製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業、印刷・関連産業	18	21	3	205,106	258,044	52,938	11,395	12,288	893
化学工業、石油製品・石炭製品製造業、プラスチック製品製造業	20	16	▲4	933,772	1,163,790	230,018	46,689	72,737	26,048
ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、窯業・土石製品製造業	15	13	▲2	444,828	572,327	127,499	29,655	44,025	14,370
鉄鋼業、非鉄金属製造業、金属製品製造業	47	40	▲7	866,885	870,233	3,348	18,444	21,756	3,311
はん用機械器具製造業	10	12	2	240,910	323,453	82,543	24,091	26,954	2,863
生産用機械器具製造業	20	17	▲3	277,709	283,435	5,726	13,885	16,673	2,787
業務用機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、輸送用機械器具製造業	28	22	▲6	304,415	280,443	▲23,972	10,872	12,747	1,875
その他の製造業	9	11	2	165,936	112,429	▲53,507	18,437	10,221	▲8,217

出所：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」

(指標 5) 中小製造事業者 (300 人以下) の付加価値率⁵

策定時の値 (平成 24 年度)	中間目標値 (令和 2 年度)	最新値 (平成 30 年度)	最終目標値 (令和 7 年度)	新目標値 (令和 7 年度)
32.0%	34.5%	35.3%	37.0%	変更無し

中小製造事業所 (300 人以下) の付加価値率は、平成 24 年度の 32.0%から平成 30 年度の 35.3%へ増加し、令和 2 年度の中間目標値 (34.5%) を達成しました。

中小製造事業所の付加価値額をみると、平成 24 年度の 1,469 億円から平成 30 年度には 1,792 億円に増加しています。産業中分類別にみると、付加価値増加額は、「食料品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業」、「ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、窯業・土石製品製造業」、「鉄鋼業、非鉄金属製造業、金属製品製造業」、「はん用機械器具製造業」で、平成 24 年と比較して増加しています。特に「食料品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業 (195 億 3,897 万円)」で増加額が大きくなっています。

新型コロナウイルス感染症の流行により製造業も影響を受けていますが、中小製造事業所の生産性向上を支援することで、令和 7 年度の最終目標値の達成を目指します。

	製造品出荷額等 (万円)			付加価値額 (万円)			付加価値率		
	平成24年	平成30年	増加額	平成24年	平成30年	増加額	平成24年	平成30年	増減
製造業計	45,866,273	50,822,059	4,955,786	14,685,657	17,915,155	3,229,498	32.0%	35.3%	3.3
食料品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業	21,898,552	25,005,006	3,106,454	7,241,031	9,194,928	1,953,897	33.1%	36.8%	3.7
繊維工業	72,521	75,278	2,757	29,674	20,196	▲ 9,478	40.9%	26.8%	▲14.1
木材・木製品製造業 (家具を除く)	-	60,038	-	-	9,704	-	-	0	-
家具・装備品製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業、印刷・同関連業	2,518,889	2,410,860	▲ 108,029	1,072,476	965,834	▲ 106,642	42.6%	40.1%	▲ 2.5
化学工業、石油製品・石炭製品製造業、プラスチック製品製造業	2,787,659	2,815,293	27,634	965,779	729,410	▲ 236,369	34.6%	25.9%	▲ 8.7
ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、窯業・土石製品製造業	1,160,330	2,276,195	1,115,865	508,663	929,001	420,338	43.8%	40.8%	▲ 3.0
鉄鋼業、非鉄金属製造業、金属製品製造業	11,170,062	13,306,369	2,136,307	2,708,710	4,161,335	1,452,625	24.2%	31.3%	7.1
はん用機械器具製造業	545,780	1,381,967	836,187	249,324	556,045	306,721	45.7%	40.2%	▲ 5.5
生産用機械器具製造業	3,069,524	2,512,613	▲ 556,911	965,440	857,393	▲ 108,047	31.5%	34.1%	2.6
業務用機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、輸送用機械器具製造業	2,333,810	716,067	▲ 1,617,743	777,593	392,604	▲ 384,989	33.3%	54.8%	21.5
その他の製造業	309,146	262,373	▲ 46,773	166,967	98,705	▲ 68,262	54.0%	37.6%	▲ 16.4

出所：経済産業省「経済センサス-活動調査-」(平成 24 年)、経済産業省「工業統計調査」⁶ (2019 年)

⁵ 付加価値率は、付加価値額 (営業利益 + 給与総額 + 減価償却費 + 福利厚生費 + 動産・不動産賃借料 + 租税公課) ÷ 売上高 × 100 で算出する。

⁶ 工業統計調査のデータは、従業員が 4 人以上の事業所に限定される。

③横断的戦略の指標

(指標6) 全産業の売上(収入)金額⁷

策定時の値 (平成24年度)	中間目標値 (令和2年度)	最新値 (平成28年度)	最終目標値 (令和7年度)	新目標値 (令和7年度)
2兆2,603億円	2兆3,800億円	2兆7,759億円	2兆5,000億円	2兆7,800億円

全産業の売上(収入)金額は、平成24年度の2兆2,603億円から平成28年度の2兆7,759億円へ増加し、令和2年度の中間目標値(2兆3,800億円)及び令和7年度の最終目標値(2兆5,000億円)を達成しました。

全産業の売上(収入)金額を産業大分類別にみると、「農林漁業」(▲1,502億円)と「情報通信業(情報サービス業、インターネット附随サービス業)」(▲5,266億円)以外のすべての産業で増加しています。増加寄与率でみると、「卸売業、小売業(58.9%)」と「医療、福祉(12.4%)」で高くなっており、本市の産業マーケットの拡大に対する寄与度が大きくなっています。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の流行により多くの産業がその影響を受けており、令和2年度以降については減少することが見込まれます。このことから、平成28年度の水準を維持することを新たな目標とします。

(単位:百万円)				
	平成24年	平成28年	増加額	寄与率
合計	2,260,314	2,775,883	515,569	100.0%
A～B 農林漁業	2,322	820	▲1,502	▲0.3%
E 製造業	652,007	667,732	15,725	3.1%
G 情報通信業	-	-	-	-
G1 情報通信業(通信業、放送業、映像・音声・文字情報制作業)	-	-	-	-
G2 情報通信業(情報サービス業、インターネット附随サービス業)	21,165	15,899	▲5,266	▲1.0%
I 卸売業、小売業	986,469	1,290,358	303,889	58.9%
K 不動産業、物品賃貸業	122,994	158,859	35,865	7.0%
L 学術研究、専門・技術サービス業	19,480	53,155	33,675	6.5%
M 宿泊業、飲食サービス業	65,406	81,293	15,887	3.1%
N 生活関連サービス業、娯楽業	170,807	177,644	6,837	1.3%
O 教育、学習支援業	-	-	-	-
O1 教育、学習支援業(学校教育)	-	-	-	-
O2 教育、学習支援業(その他の教育、学習支援業)	14,892	15,697	805	0.2%
P 医療、福祉	115,219	179,173	63,954	12.4%
Q 複合サービス事業	-	-	-	-
Q1 複合サービス事業(郵便局)	-	-	-	-
Q2 複合サービス事業(協同組合)	2,078	2,321	243	0.0%
R サービス業(他に分類されないもの)	-	-	-	-
R1 サービス業(政治・経済・文化団体、宗教)	-	-	-	-
R2 サービス業(政治・経済・文化団体、宗教を除く)	87,475	132,932	45,457	8.8%

出所：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」

⁷ 本指標には、データ非公表の産業分類(「D 建設業」「H 運輸業、郵便業」「J 金融業、保険業」等)の数値は含まれない。

(指標 7) 全産業従業者数

策定時の値 (平成 24 年度)	中間目標値 (令和 2 年度)	最新値 (平成 28 年度)	最終目標値 (令和 7 年度)	新目標値 (令和 7 年度)
177,392 人	178,000 人	189,232 人	178,000 人	190,000 人

全産業従業者数は、平成 24 年度の 177,392 人から平成 28 年度の 189,232 人へ増加し、令和 2 年度の中間目標値（178,000 人）を達成しています。

従業者数の増減寄与率を産業大分類でみると、「医療、福祉（+46.4%）」及び「サービス業（他に分類されないもの）（+36.6%）」で高くなっています。さらに、「サービス業（他に分類されないもの）」を産業中分類でみると、「その他の事業サービス業（+2,842 人増）」、「職業紹介・労働者派遣業（+2,060 人増）」で従業者数の増加数が多くなっています。

事業所数の増加数でも、「医療、福祉」は 305 事業所と大きく増加しており、本市の雇用に大きな影響を与えています。

新型コロナウイルス感染症の影響により雇用情勢も厳しくなっており、令和 2 年度以降については減少することが見込まれます。このことから、平成 28 年度の水準を維持することを新たな目標とします。

	従業者数(人)				事務所数(事業所)		
	平成24年	平成28年	増減数	寄与率	平成24年	平成28年	増減数
全産業合計	177,392	189,232	11,840	100.0%	15,567	15,603	36
A～B 農林漁業	172	128	▲ 44	▲0.4%	29	23	▲ 6
A 農業, 林業	132	94	▲ 38	▲0.3%	25	19	▲ 6
B 漁業	40	34	▲ 6	▲0.1%	4	4	0
C～R 非農林漁業(S公務を除く)	177,220	189,104	11,884	100.4%	15,538	15,580	42
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	-	-	-	-	-	-
D 建設業	11,054	11,409	355	3.0%	1,380	1,347	▲ 33
E 製造業	18,898	18,838	▲ 60	▲0.5%	753	695	▲ 58
F 電気・ガス・熱供給・水道業	548	605	57	0.5%	8	9	1
G 情報通信業	2,800	2,341	▲ 459	▲3.9%	169	155	▲ 14
H 運輸業, 郵便業	13,362	15,722	2,360	19.9%	427	433	6
I 卸売業, 小売業	40,073	40,436	363	3.1%	4,009	3,879	▲ 130
J 金融業, 保険業	4,661	4,827	166	1.4%	271	257	▲ 14
K 不動産業, 物品賃貸業	7,181	7,238	57	0.5%	1,254	1,163	▲ 91
L 学術研究, 専門・技術サービス業	3,399	3,536	137	1.2%	609	638	29
M 宿泊業, 飲食サービス業	20,333	21,156	823	7.0%	2,202	2,211	9
N 生活関連サービス業, 娯楽業	11,379	9,167	▲ 2,212	▲18.7%	1,686	1,679	▲ 7
O 教育, 学習支援業	6,695	6,618	▲ 77	▲0.7%	612	632	20
P 医療, 福祉	20,145	25,644	5,499	46.4%	1,260	1,565	305
Q 複合サービス事業	518	1,055	537	4.5%	56	57	1
R サービス業(他に分類されないもの)	16,174	20,512	4,338	36.6%	842	860	18

出所：総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査」

(指標 8) 観光入込客数 (年間)

策定時の値 (平成 24 年度)	中間目標値 (令和 2 年度)	最新値 (令和 2 年度)	最終目標値 (令和 7 年度)	新目標値 (令和 7 年度)
152 万人	200 万人	578,909 人	250 万人	200 万人

平成 25 年度の 152 万人から、令和元年度は 168 万人まで増加したものの、令和 2 年度は新型コロナウイルス感染症により、ふなばし市民まつり・ふなばし三番瀬海浜公園の潮干狩りなどのイベント中止や、外出自粛などがあった影響で 578,909 人に急減し、中間目標値 (200 万人) を達成できませんでした。

新型コロナウイルス感染症の収束が見えず、今後の情勢が見通せない中で、令和 7 年度の最終目標値 (250 万人) を達成することは困難な状況ですが、ロケツーリズムなど新たな観光施策に取り組むことで、中間目標値だった 200 万人を達成することを新たな目標とします。

単位: 人

施設名・イベント名	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2
ふなばしアンデルセン公園	471,627	482,522	625,814	649,560	631,661	617,421	603,129	407,012
ふなばし三番瀬海浜公園	64,806	90,555	100,550	85,143	130,832	157,121	136,644	106,721
ふなばし三番瀬海浜公園 潮干狩り	89,811	120,479	132,763	114,022	75,405	103,811	91,036	中止
サッポロビール千葉工場	41,825	47,944	52,558	60,239	63,361	58,748	58,841	5,176
船橋大神宮 初詣	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	60,000
ふなばし市民まつり	624,232	616,984	602,397	654,028	654,198	330,217	551,137	中止
船橋港親水公園花火大会	82,000	80,000	80,000	83,000	85,000	85,000	85,000	中止
合計	1,524,301	1,588,484	1,744,082	1,795,992	1,790,457	1,502,318	1,675,787	578,909

出所: 商工振興課データ

（２）前期重点プロジェクト取組事業の実績と今後の方向性

前期戦略では、5つの重点プロジェクトごとに計20の重点取組事業を設定しました。後期戦略の策定にあたり、次のとおり各事業の実績を評価し、今後の方向性をまとめました。

①つなげる（「チーム船橋」プロジェクト）

①－１ 「チーム船橋」推進プロジェクト

○実績

単独の業界で乗り越えられないハードルを乗り越えるため、案件ごとに小さなチームをつくり、企業・団体・個人と結びつきながら活動を進め、最終的に一つのネットワークをつくることをテーマとして事業を進めました。

その一つとして、ホンビノス貝に付加価値をつけた商品の開発により、新たな市場の創出と漁師の収入の倍増を目指すことを目的として、平成28年度に「チームホンビノス」を立ち上げました。

ホンビノス貝の弱点を克服するため様々な民間企業と連携し、むき身加工、食感改良等を行うとともに、飲食店等と協力し、レシピ開発を進めました。

「チーム船橋」推進プロジェクトの趣旨である様々な分野の企業・飲食店のノウハウを活かしながら、1つ1つのハードルを乗り越え、製品化に向け順調に進めることができています。

○今後の方向性

「チームホンビノス」は引き続き、関係者間で取り組みを継続し、ホンビノス漁師の収入拡大による持続可能な水産資源の活用を進めます。他のテーマについても、企業・団体・個人と連携して、それぞれの強みを組み合わせることで課題を解決し、経済効果へつなげて行きます。

○「チームホンビノス」開発レシピ事例

ホンビノスの食感や使い易さ等の意見を伺うため、また製品化した際のレシピ開発のため、イタリアンレストラン（六本木イルブリオ）や中国料理店（東魁楼）にご協力いただきました。

（トマトパスタ）



（xo 醤炒め）



①ー２ 共同ビジネスマッチング事業

○実績

平成 28 年度から船橋商工会議所にて専任コーディネーターを採用して、市内企業へのヒアリングや事業所情報のデータベース化を行い、企業のマッチングを進めています。

平成 30 年度には、「船橋ビジネスマッチングサイト」を公開しました。このサイトは、誰でもアクセスでき、指定した条件で検索を行って、つながりを持ちたい企業に商談等を持ちかけることができるようになっています。

一方で、新規ヒアリング件数が減少傾向にあるなどの課題が生じていたことから、船橋ビジネスマッチングサイトにマッチング事例紹介のページ作成や、東京都が主催する「産業交流展」に出展するなどの事業周知を行いました。

○今後の方向性

少子高齢化社会を迎える中、国内マーケットは縮小していくことが予想されるため、事業者の販路開拓支援は必要不可欠となっています。また市内事業者アンケート結果によると、行政に望む支援策として「企業間連携・ビジネスマッチングの支援」を望む声が大きくなっています。

コロナ禍における需要に対応した事業の再構築のためには、他業種等との連携が重要であることから、今後もビジネスマッチング事業を推進していきます。

○マッチング件数等の推移

年度	企業ヒアリング件数	マッチング件数	サイト掲載企業数
H28	539 件	21 件	—
H29	648 件	35 件	—
H30	294 件	83 件	672 社
R1	243 件	71 件	439 社
R2	214 件	141 件	190 社
合計	1,938 件	351 件	1,301 社

○事例紹介「船橋にんじんと石垣島パイナップルのコンフィチュール」



手作りのコンフィチュールを製造するフレンチレストランと、様々な農産物を取り扱っている食品販売業者をマッチングした事例で、新型コロナウイルス感染症の影響で多量に余っていた石垣島のパイナップルを食品販売業者が調達し、フレンチレストランが船橋にんじんとコンフィチュールとして商品化しました。

①－３ 企業等のＨＰ等活用支援事業

○実績

自社のホームページを持っていない事業者も少なくなかったことから、平成 28 年度にホームページ開設等に係る経費を補助する「ホームページ等活用支援事業補助金」制度を創設しました。平成 30 年度までに計 29 件の補助を行いました。事業者自身の IT スキル・リテラシー向上につながりづらいことから、平成 30 年度をもって当補助金は廃止し、多くの事業者を支援できるセミナー開催にシフトすることとしました。

令和元年度からは、「IT シリーズセミナー」として、毎回テーマを変え、市内事業者にとって関心の高い IT 分野についてのセミナーを開催しています。また、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、セミナーの開催形態をオンラインに切り替え実施しています。

○今後の方向性

国は、先端技術をあらゆる産業や社会生活に取り入れ、経済発展と社会的課題の解決を両立する Society5.0 の実現を目指しており、世界的にも様々な分野でのデジタルトランスフォーメーションによる産業構造の急激な変化が起こっています。

少子高齢化に伴う人手不足は避けられない問題であり、持続的な発展や生産性向上のためにも、さらなる IT 技術の活用が必要となるため、今後も市内事業者への IT 導入支援を継続していきます。

○IT シリーズセミナー開催実績

開催日	テーマ	参加者数
令和元年 8 月 30 日	AI で生活はこう変わる、事業のやり方はこう変わる	23 名
令和元年 10 月 25 日	キャッシュレス時代はもう目の前	18 名
令和元年 12 月 2 日	中小企業で活用できる IoT	15 名
令和 3 年 2 月 19 日	日本の農業の抱える問題とスマート農業 ※オンライン形式	21 名
令和 3 年 12 月 17 日	びっくり！100 倍速の 5G がこんなことを可能とする ※オンライン形式	17 名

②育てる（「人」が輝くプロジェクト）

②－１ 若手(U40)等創業及び第二創業者育成事業

○実績

平成 26 年度に「船橋市創業支援等事業計画」を策定し、この計画に基づく特定創業支援等事業として、船橋商工会議所では、起業・創業に興味のある方やステップアップしたい方向けに、ビジネスプランの作り方や、開業資金の集め方、開業手続きの流れ等の講義を行う「ふなばし起業スクール」（令和元年度に「船橋ハッピー創業塾」から改称）を年 2 回開催しています。

さらに市では、平成 27 年度から「ふなばし起業スクール」の受講へつなげるための起業啓発セミナー「ふなばし起業スクールオープンセミナー」（令和元年度に「船橋ハッピー創業塾オープンセミナー」から改称）を実施するとともに、市内創業者のさらなる経営体力の強化を目的として、特定創業支援等事業の受講生を対象に、平成 28 年度から「ふなばし起業スクールフォローアップセミナー」（平成 30 年度に「創業実践塾」から改称）を開催しています。

また起業・創業時の事業所開設を支援するため、令和 3 年度に「商店街空き店舗対策事業補助金」を拡充し、特定創業支援等事業の受講生が市内空き店舗で創業する場合に、整備費や賃料を補助することとしました。平成 30 年度からは、市内でコワーキングスペースやレンタルスペースを運営する企業・団体情報等をリーフレットや市ホームページで紹介を行っています。

○今後の方向性

経営者の高齢化が進む中、後継者不足等で廃止する事業所が増加していくことが見込まれ、市内経済活性化のためには今後も創業を促進する必要があることから、事業を継続していきます。

○特定創業支援等事業受講者数の推移

H28	H29	H30	R1	R2	R3
89 人	111 人	98 人	120 人	81 人	67 人

②-2 ダイバーシティ推進事業

〇実績

平成 29 年度からワーク・ライフ・バランス推進事業として、経営者や実務担当者向けのセミナー及び多様な人材採用支援セミナーやワーク・ライフ・バランス推進に取り組む企業交流会等を開催するとともに、セミナー参加後に成果を出している企業（5 社）を選定し、事例集を作成しました。作成した事例集は、市内企業への横展開と、求職者に対して市内優良企業を PR するため、市ホームページに掲載したほか、市内企業、大学、高校、公共施設等に配布しました。

〇今後の方向性

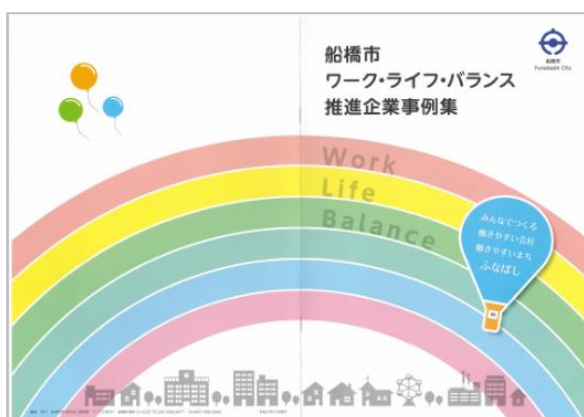
今後少子高齢化が益々進む中で、多くの企業で従業員の確保が困難となってきます。また、育児や介護との両立など働き方のニーズや、障害のある方や外国人の方など働く方も多様化しています。

そのため、女性・高齢者・障害のある方や外国人の方など多様な人材が活躍できる、ダイバーシティ推進は喫緊の課題であり、そのためにも多様な人材が活躍できる環境の整備や、従業員の満足度向上、生産性を向上させるワーク・ライフ・バランス推進が重要となっていることから、今後も事業を継続していきます。

〇ワーク・ライフ・バランスセミナー開催実績

開催日	テーマ	参加者数
①令和元年 7 月 12 日 ②令和元年 10 月 8 日	“経営者”のための働き方改革推進セミナー 「働き方改革の“成功方程式”」	76 名
①令和元年 8 月 23 日 ②令和元年 9 月 4 日	多様な人材採用支援セミナー	26 名
令和 2 年 11 月 30 日	経営者向け雇用対策セミナー	83 名
①令和 3 年 9 月 15 日 ②令和 3 年 10 月 13 日 ③令和 3 年 11 月 17 日	経営者向け雇用対策セミナー	81 名

〇ワーク・ライフ・バランス推進企業事例集（抜粋）



②-3 インターンシップ推進事業

○実績

職場体験やインターンシップで学生を受け入れた市内企業を取材し、平成 30 年度に「インターンレポ」としてまとめ、市内の大学・高校等に配布しました。

また令和元年度からは、日本大学理工学部等と連携し、市内企業のパンフレットやインターンシップに関する資料などを配架して、学生への情報提供を行っています。

○今後の方向性

新卒向けのインターンシップについては、大学のキャリアセンターや民間事業者による市場が形成されており、市独自で事業展開する必要性は低くなっています。

このことから、冊子配布等による市内企業への意識啓発や、大学等への情報提供は継続しますが、新規の事業展開は行わないこととします。

○学生インターンシップ体験実習レポート「インターンレポ」



②－４ 地域産業を担う子供育成事業

○実績

小学生が地域産業への理解・愛着を深め、ものづくりや科学に関心を持ってもらうことを目的に、小学生のインタビュー形式による製造業等の企業紹介ビデオ「とことん船橋 突撃！船橋ものづくり最前線」を作製し、動画サイトに公開したほか、JR 船橋駅南口ペデストリアンデッキ上のデジタルサイネージや、イオン船橋店等で放映しました。小学校の授業でも利用され、教員からはものづくりの現場をイメージさせるのに役立ったなどの声がありました。

○今後の方向性

一定数の動画を作製出来たことから、新規動画は作製せず、小学校に対し授業での動画使用についてPRを継続していきます。

○紹介ビデオを作製した企業

年度	企業名	業種
H28	協同乳業株式会社 千葉工場	飲食料品製造業
	株式会社爽健亭（日東ベスト株式会社グループ）	業務用食品製造・販売業
	株式会社タキガワ・コーポレーション・ジャパン	総合包装資材製造業
	株式会社総合印刷新報社	印刷業
	トーカロ株式会社 東京工場	金属加工業
H29	昭和産業株式会社 船橋工場	食料品製造業
	京葉ユーティリティ株式会社	排水処理
	株式会社タカヤス	クリーニング業
	株式会社メルテック	化粧品容器製造組立業

○企業紹介ビデオ「とことん船橋 突撃！船橋ものづくり最前線」



③集める（「賑わい」創出プロジェクト）

③－１ 商店街まちづくり・賑わい推進モデル事業

○実績

平成 28 年度に「商店街まちづくり・賑わい推進モデル事業補助金」（補助率 3/4、限度額 200 万円、補助期間 3 年間）として、商店街に賑わいを創出するイベント等を支援する補助制度を創設しました。従来の補助金には無かった審査形式を採用し、商店会事業に外部の意見を取り入れられるようにしたことが特徴となります。

この補助金を活用した商店会が主導して、長く中止されていた地域の夏祭りの再開や、商店会を学校と見なしたスクール形式のイベント、地域の子供が作成したイルミネーションなど様々なモデルケースとなる事業が実施されるなどの効果がありました。

○今後の方向性

当初、補助期間の満了後は自立して事業継続してもらうことを目指していましたが、クラウドファンディングに挑戦した商店会はあったものの、ほとんどの商店会では財政的な自立が困難でした。このことから、せっかく生まれた事業の火を消さないためにも、令和元年度からは「商店街賑わいづくり支援事業補助金」として、補助率・限度額を抑えつつ補助期間を設けない制度（補助率 1/2、事業タイプにより限度額 50 万円～100 万円）に変えて、支援を継続しています。

また令和 2 年度からは、新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越える取り組みについては、補助率・限度額を上乗せし（補助率 3/4、限度額 100 万円）、困難な状況の中でも工夫して商店街活性化に取り組む商店会を手厚く支援しています。

新型コロナウイルス感染症の影響は続くと思込まれることから、本補助制度は今後も当面継続することとします。

○補助制度活用商店会数

H28	H29	H30	R1	R2
11 商店会	13 商店会	11 商店会	13 商店会	11 商店会

○事例紹介「お家(うち)でひがふなフェスタ～みんなをつなぐ、東船橋～」



例年、JR 東船橋駅南口ロータリーを会場に実施していた「ひがふなフェスタ」を、新型コロナウイルス感染症が流行している中で、地元商店会である「ひがふな SHOW 展街」が工夫し、YouTube での配信形式で実施しました。

③-2 個店の魅力向上事業

○実績

平成 28 年度に、船橋商工会議所主催・船橋市共催により、魅力ある個店を表彰する「ふなばしお店グランプリ」を開始しました。令和元年度までに 4 回開催し、計 34 店舗を表彰しました。

受賞店からは、「受賞したことにより、既存客からの信頼度が上がった」、「売上が伸びた」、「受賞後、幅広い層のお客に来店いただけるようになった」などの声が上がっています。

○今後の方向性

令和 2、3 年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、「ふなばしお店グランプリ」は中止となりました。今後も感染症の影響が続くと見込まれる中では、新しい生活様式に対応する内容に事業を見直す必要が出ています。また当事業は、船橋市行財政改革推進プランにおいても見直し対象となっています。

このことから、当事業は前期で終了するものとして、今後は時代の情勢にあった個店の支援制度を実施します。

○「ふなばしお店グランプリ」受賞店舗

年度	商品・サービス部門	店舗デザイン部門
H28	御菓子司 扇屋 海藻専門店 たまも 珈琲豆のおおつか FELIZA 街のピザ屋 コンパーレ・コマーレ	菓子工房アントレ 割烹旅館 玉川（閉店済） シュガーシャック つるや伊藤 フラワースタジオ 我蘭堂
H29	お米のまきの アーノルド・フジ・タカムラ うさぎ八 神田屋鞆製作所 船橋ランドセル館	なべ三（閉店済） えびす倶楽部 BS-Giarden Ristorante Masseria（閉店済） punto
H30	有限会社 酒のはしもと ATELIER SAZANCA 二天一流総本舗 中山店 BAR 篠崎	CAFÉ SINCERE ARUMADO Cafe フローリスト 花源 Little Breads To Go
R1	むつみや 菓人 KICHISE ケーキとパンのお店ソレイユ フットケアなゆた studio	Irish Pub Bosca Beaga 中国料理 彩福 佃煮処 はまや LUMINA -Beauty&Relax-

※ 各年度・各部門の最上にある店舗がグランプリ、その他は準グランプリ

③-3 まちづくり協定の推進

○実績

市では、平成5年1月に船橋市本町通り商店街振興組合と「船橋市本町通り地域の街づくりに関する覚え書き」を取り交わし、本町通り沿いに建物を新築、建替える際は、建物の1・2階部分の商業・業務利用の促進や、壁面線の後退等、官民が協力したまちづくりを推進しています。

前期戦略計画期間では、まちづくり協定という形ではありませんが、JR船橋駅南口側の山口横丁・仲通り・御殿通り商店街では、回遊性向上と風情のある景観をつくるため、地元商店会の声も聞きながら、道路整備を進めました。また津田沼駅北口側の船橋市前原商店会では、習志野市域の商店会とも連携して、再開発に向けた勉強会が行われています。

○今後の方向性

まちづくり協定の取り交わしという形式に拘らず、商店街活性化のため、商店会をはじめ地域の関係者・団体と連携して、まちづくりを進めます。

○まちづくり協定のイメージ

商店街の活性化を図ります



- ☆1階を店舗にするルール
：建築物の用途の制限
- ☆歩行者空間を生み出すルール
：外壁の位置の制限
- ◇看板の形などをそろえるルール
：工作物の形態又は意匠の制限
- ☆建物の色などを統一するルール
：建築物の形態又は意匠の制限

◆地区計画 ◇建築協定 ☆両方

これらのマークは、それぞれの制限内容がどのルールで決めることができるかを表しています。

出所：船橋市「ご存じですか？まちのルールづくり」

③-4 大型商業施設連携支援事業

○実績

令和2年11月17日に「船橋市とイオン株式会社との包括的な連携に関する協定」を締結しました。これにより、イオングループ店舗での特産品販売やイベント開催などの連携が進んでいます。

また東武百貨店船橋店では、ふなばしセレクション認証品販売会を行い、参加店からは取引開始する契機となったとの声もありました。その他市内大型商業施設でも、事業・イベントで連携が図られました。

集客力・知名度のある大型商業施設と連携することにより、イベント参加者が増加するなど、事業の効果が高まっています。

○今後の方向性

個店と大型商業施設はそれぞれの存立基盤に支えられながら地域経済を構成しており、それぞれの強みを活かして、両者にとってメリットがあるように、今後も事業連携を推進します。

○大型商業施設と連携した事業・イベント等

事業名	内容
伴走型小規模事業者支援推進事業	市内小規模事業者の販路拡大を目的に、船橋商工会議所が国の補助事業「令和2年度伴走型小規模事業者支援推進事業」の認定を受けて、市内大型商業施設において販売会を開催しました。 【開催期間・出店者数】 ペリエ西船橋：令和2年12月～令和3年1月（8日間）・9店舗 津田沼パルコ：令和2年12月（16日間）・6店舗 イオンモール船橋：令和3年1月（5日間）・17店舗 イトーヨーカドー船橋店：令和3年1月（5日間）・4店舗
ふなばしセレクション認証品販売会	東武百貨店船橋店の催事スペースを活用し、ふなばしセレクションの展示・販売会を開催しました。 【開催期間・出店者数】 平成29年1月（8日間）・26店、平成30年1月（6日間）・22店、平成31年1月（6日間）・26店、令和2年1月（6日間）・12店
ふなばし未来商楽校	船橋市・船橋商工会議所・船橋大型店連絡協議会の共催により、市内大型商業施設のテナント等において、小学生を対象としたお仕事体験イベントを開催しました。 【開催日・参加者数】 平成30年3月24日・176人、平成31年3月9日・154人

③ー５ 観光・文化地域活性推進事業

○実績

ふなばし朝市の開催やスタンプラリー、観光パンフレット発行等の事業を行い、市内観光資源の PR、回遊性の創出及び観光客誘致を図りました。また平成 28 年度に船橋駅前にインフォメーションセンターを設置し、市内の観光情報や店舗情報、行政情報の発信及び、ふなばしセレクションの PR を実施しました。

○今後の方向性

開催したイベントはそれぞれ賑わいを見せたものの、どの程度認知度向上や観光客増加につながったか、定量的な効果検証が困難なことが課題となっています。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和 2 年度のふなばし朝市、令和 2、3 年度のふなばし 9 路線鉄道・ふなばし銭湯ゆめぐりスタンプラリーが中止となりました。

今後については、船橋市行財政改革推進プランにおいて見直し対象事業となっており、一定の効果が出た鉄道・銭湯スタンプラリーは終了するものとします。また、ドラマや映画の撮影などを積極的に支援することに加え、撮影実績のある市内ロケ地の周知を図り、ロケ支援と観光振興を一体的に推進します。さらに、市が持つ「魅力」に対し、観光資源として活用するため、関係機関と連携を図ります。

○市内観光資源の PR、回遊性の創出及び観光客誘致を目的に実施した事業

事業名	内容
ふなばし朝市	地産地消の推進、賑わい及び生産者と消費者の交流の場の創出を目的として、船橋大神宮や農産物直売所ふなっこ畑を会場に、地域の事業者が出店する朝市を開催しました。 【開催回数・延来場者数】H28：5 回・18,800 人、H29：5 回・15,700 人、H30：5 回・16,300 人、R1：4 回・7,500 人、R2：中止
ふなばし 9 路線鉄道スタンプラリー	9 路線 35 駅を有する全国でも有数の鉄道網を舞台として、鉄道事業者と協力し、市内の回遊性の創出及び観光客誘致のため、夏休みの時期に合わせてスタンプラリーを開催しました。 【参加者数（台紙配布数）】H28：約 12,000 人、H29：14,886 人、H30：16,475 人、R1：17,445 人、R2：中止
ふなばし銭湯ゆめぐりスタンプラリー	今では珍しくなった銭湯を観光資源として活用し、スタンプラリーを開催しました。令和元年度には、台紙のデザインや達成者への賞品でふなっしーとコラボをしました。また PR のため、シャポー船橋店で展示を行いました。【参加者数（台紙配布数）】H29：4,659 人、H30：6,324 人、R1：4,990 人、R2：中止
ふなばしグルメ MAP	市内飲食店の回遊促進・滞在時間を伸ばすため、市内主要駅（船橋駅・西船橋駅）から徒歩圏内の飲食店を、店舗の特徴・立地を含めて一覧化した冊子を平成 30 年度に 10,000 部作成し（令和元年度に 8,000 部増刷）、市内宿泊施設やインフォメーションセンター等で配布しました。

④極める（イノベーション創出プロジェクト）

④－１ 成長産業(医療・健康・環境等)の立地促進

○実績

平成 28 年度に「ベンチャープラザ船橋入居企業等支援補助金」を制度拡充し、「医療・健康」、「環境・エネルギー」に関する業種の事業者が入居する場合は、補助額を 2 割上乘せすることにより、成長産業の立地促進を図りました。

この制度拡充を活用して、令和 2 年度までで 5 事業者がベンチャープラザ船橋に入居しており、ベンチャープラザ船橋からは成長産業誘致につながっているとの声をいただいています。

○今後の方向性

市内事業者アンケートによると、新たに取り組みたい事業分野として、「医療・健康」、「環境・エネルギー」を挙げる回答が多かったことから、この拡充制度は今後も継続します。

○新規に拡充制度を利用した事業者数の推移

年度	事業者数	利用事業者の業種
H28	1 事業者	医療・健康
H29	2 事業者	環境・エネルギー
H30	1 事業者	環境・エネルギー
R1	1 事業者	医療・健康
R2	0 事業者	－

④－２ ベンチャー企業育成事業

○実績

市内の中小企業者が生産する優れた製品を、新規性・有用性等を基準として弁理士等が審査を行い、市が認定する「船橋市ものづくりグランプリ」を平成 28 年度に開始し、令和 3 年度までで 14 事業者（17 製品）を認定しました。

また認定製品を市の施設等で購入・試用し、使用評価をフィードバックする「トライアル発注制度」を行い、製品の改良に役立てています。

グランプリ認定後に売上が順調に推移している例もあり、事業者からは「市に認定されたことで信頼性が高まり、販路拡大につなげることができた」との声をいただくなど、販路拡大に寄与する効果が出ています。

○今後の方向性

認定製品が増えてきた一方、新規性・独自性の要件を満たす製品は減少傾向にあり、また県においても同様の制度があることから、一定の成果が出たものとして、前期をもって「船橋市ものづくりグランプリ」を終了します。

○「船橋市ものづくりグランプリ」認定製品

年度	製品名（製造事業者名）
H28	水力・風力用永久磁石式三相交流発電機（協和工業株式会社 船橋工場） 低落差用マイクロ水力発電装置（ 〃 ） スーパーアルカリイオン水生成装置 UF-15 α-S0（株式会社 E プラン） スーパーアルカリイオン水 e-wash（ 〃 ）
H29	フジヤマカットくるりんぼ歯ブラシ（株式会社オートコーポレーション） くるりんぼ角質取り（ 〃 ） 粉末緑茶サーバー オデッサⅡ（有限会社さわだ園） 微小球反発試験機 eNM3A10（有限会社昌永工機）
H30	bclas 次亜塩素酸系 空間洗浄シリーズ（東葛テクノ株式会社） レオメーター ONRH 型（株式会社大菜技研） 排泄センサー Helppad（株式会社 aba）
R1	洗濯クリップハンガー、てるてるクリップハンガー（橋本拓也※屋号 洗濯クリップ） 手術・治療用椅子「しゃらく」（株式会社エムエスビー）
R2	アボ楽（株式会社ウィザード） 船橋カレイドスコープシリーズ（大塚硝子株式会社） SOC アプリ（株式会社ニチオン）
R3	EV ロータリーシステム（株式会社船橋総行）

④－３ 製造・研究所賃貸施設の整備支援事業

○実績

市内には大規模な工場や研究施設を新設する土地が無いことが課題であり、平成 30 年度に市内事業者へ遊休地に関するアンケートを行いましたが無効な回答はなく、事業の進展はありませんでした。

○今後の方向性

現在も工業用地に空きがないことは課題となっており、また、ベンチャープラザ船橋に入居している事業者も卒業後の操業場所として市内を希望している中で、進出する場所を確保するのに苦慮している状態です。このことから、製造・研究所賃貸施設の整備支援事業のあり方について研究し、検討していきます。

④－４ 中小企業の開発力・販売力向上支援事業

○実績

平成 28 年度から毎年度、中小企業の開発力・販売力向上に資するセミナーを様々なテーマで開催し、参加者からは意識向上につながったとの声がありました。

○今後の方向性

市場の縮小や国内企業との競合が激化していく状況を踏まえ、今後も中小企業の開発力・販売力向上に資するセミナーの開催を継続していきます。

○セミナー開催実績

開催日	テーマ	参加者数
平成 28 年 11 月 25 日	商品開発セミナー	85 人
平成 29 年 11 月 13 日	商品開発セミナー	36 人
平成 31 年 2 月 28 日	デザイン導入支援セミナー	80 人
令和 2 年 2 月 26 日	6 次産業化・農商工連携セミナー	28 人
令和 3 年 2 月 8 日	IoT 実習講座	29 人

④－５ 工業団地強化推進事業

○実績

市と船橋商工会議所は、平成 28 年度に大手損害保険会社 3 社（東京海上日動火災保険株式会社、損害保険ジャパン株式会社、あいおいニッセイ同和損害保険株式会社）と、「船橋市 BCP（事業継続計画）策定支援に関する協定」を締結しました。さらに、令和 2 年度には三井住友海上火災保険株式会社とも同協定を締結しました。中小企業の防災対応力強化のため、この協定に基づき、各損保会社による BCP 策定セミナー開催と、個別の BCP 策定支援を行っています。また、令和 3 年度には船橋市における自然災害リスクを踏まえた BCP 策定のひな型「船橋版簡易 BCP 策定シート」を作成し、事業者へ周知を図りました。

谷津船橋インターチェンジ周辺部においては、事業者の操業の安定をはかるため、付加価値を高める土地利用について、都市計画の観点から検討を行っております。

なお、本市の中心市街地を後背地に抱える「海老川水門」を含む海岸保全施設は、設置から 50 年以上経過し、老朽化が進んでいることから、市・商工会議所・漁業協同組合・自治会が連携して、国直轄事業として再整備を進めるよう国に要望活動を行いました。企業保有の護岸についても、国庫補助金による耐震強化等の財政支援を受けられるよう、経済団体等を通して要望を行いました。

○今後の方向性

BCP については、新型コロナウイルス感染症対策としても必要性が高まっており、事業者へのアンケートでも支援を望む声が多くなっていることから、今後も策定支援を継続します。

谷津船橋インターチェンジ周辺部においては、東京外かく環状道路等の優れた交通インフラが存在し、操業ニーズが高まっている事や地元企業からの要望もあることから、操業の安定を図るため付加価値を高める土地利用について関係部署との協議を継続します。

公益性の高い防災関連設備を含む既存工業団地のインフラ等の再整備については、今後も国・県への要望活動を継続します。

○BCP 策定セミナー開催実績

年度	開催回数	総参加者数
H28	3 回	58 名
H29	3 回	28 名
H30	3 回	56 名
R1	2 回	26 名
R2	3 回	17 名

※ 令和 2 年度開催のうち 1 回は工業団体への配信形式により開催

⑤広げる（ビジネスチャンス拡大プロジェクト）

⑤－１ 海外販路拡大支援事業

○実績

海外で開催される展示会への出展や、海外展開の専門家を受け入れる中小企業を支援するため、平成 28 年度に「海外展開支援事業補助金」を創設しました。

令和 2 年度まででこの補助金を活用して海外展示会に出展した事例が 6 件あり、事業者からは多くの来場者から様々な声を聞くことができ商談につながった、などの声がありました。一方で、専門家受け入れに係る補助については実績がありませんでした。

また市内の海外展開を行っている事業者や海外展示会に出展している事業者を紹介する「海外販路拡大支援事業事例集」を作成しました。

○今後の方向性

人口減少・少子高齢化が進み、国内マーケットは縮小することが予想される中、海外への販路拡大の重要性が高まっています。このことから、海外展示会出展に係る補助を継続するとともに、JETRO 等の専門機関への斡旋や情報提供を積極的に行っていきます。しかしながら、専門家派遣に係る補助については、実績がないことから廃止します。

○補助事業者が出展した海外展示会

年度	展示会名（開催場所）
H29	テックスプロセス（ドイツ・フランクフルト）
H30	2018 台北国際旅展（台湾・台北）
R1	ミラノサローネ（イタリア・ミラノ）
	CAFFEX（中国・深セン）
	COFFEE EXPO VIETNAM（ベトナム・ホーチミン）
R2	MADE IN JAPAN IN MONACO2020（フランス・モナコ）

○海外販路拡大支援事業事例集（抜粋）



⑤－２ 国内外へ広がる販売拠点事業

○実績

常設のアンテナショップ設置については、採算性確保が難しく、財政上困難なことから、大型商業施設等への期間限定アンテナショップ開設やイベント出展などで、特産品の販売・PRを行いました。

また、市のふるさと納税返礼品に、「ふなばしセレクション」をはじめ様々な地場産品を揃え、全国の方々にお届けしているほか、(一社)船橋市観光協会ではインターネットサイト「BASE2784」を開設し、特産品を販売しています。

なお、東京オリンピック・パラリンピックの開催に合わせ、外国人旅行客向けの販売・PRも行う予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により取り止めとなりました。

○今後の方向性

費用対効果の観点から、今後も常設のアンテナショップではなく、期間限定のアンテナショップやイベント出展等で、特産品の販売・PRを行っていきます。

また新しい生活様式が浸透してきている中で、対面しない販売形式のニーズが大きくなっていることから、ふるさと納税返礼品の拡充や、インターネット販売への対応を推進します。

○ふなばしセレクション等の期間限定アンテナショップや主なイベント出展等実績

会場	実施時期
ふなばしセレクション紹介イベント (東武百貨店船橋店)	平成 29 年 1 月 (8 日間) 平成 30 年 1 月 (6 日間) 平成 31 年 1 月 (6 日間) 令和 2 年 1 月 (6 日間)
船えもん目利き市 (KITTE)	平成 28 年 5 月 (7 日間) 平成 30 年 2 月 (7 日間) 平成 31 年 3 月 (8 日間)
千葉ジェッツふなばしホームゲーム (船橋アリーナ)	平成 28 年度シーズン 26 試合 平成 29 年度シーズン 18 試合 平成 30 年度シーズン 22 試合
クボタスピアーズラグビーフェスティバル (クボタ京葉工場)	平成 29 年 5 月 28 日 平成 30 年 6 月 3 日
船橋記念船橋ケイバ (船橋競馬場)	平成 29 年 1 月 17 日 平成 30 年 1 月 16 日 令和 2 年 1 月 8 日
青森県津軽観光物産首都圏フェア (船橋駅北口おまつり広場)	平成 28 年 11 月 19, 20 日 平成 29 年 11 月 18, 19 日 平成 30 年 11 月 17, 18 日 令和元年 11 月 16, 17 日

⑤-3 インバウンド誘致促進事業

○実績

市内店舗の多言語化対応推進と外国人旅行客の消費活性化を目的に、多言語で店舗を紹介するサイト「千葉おもてなし SHOP ガイド」の運用を、千葉市と共同により平成 30 年 7 月に開始しました（令和 2 年度からは習志野市も参画）。

また、市に訪れた外国人向けに街歩きがより楽しくなる外国語観光マップ「Funabashi GUIDE MAP」（令和 2 年 3 月作成）を作成し、市内ホテルや船橋駅前インフォメーションセンター等で配布しました。

キャッシュレス決済の推進については、令和 2 年度に決済事業者と連携し、初期導入費の無料化や、決済手数料率の優遇等を行うことにより、市内事業者への導入促進を図りました。

○今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日観光客の来訪が見込めない中、事業のあり方を見直す必要が出ています。

このことから、「千葉おもてなし SHOP ガイド」については、利用者が伸び悩んでいたことに加え、新型コロナウイルス感染症の影響により訪日観光客が激減していることから、終了するものとします。

キャッシュレス決済については、インバウンド対策のほか、接触機会を低減させるため、新型コロナウイルス感染症対策としても有効であることから、今後も推進していきます。

○「Funabashi GUIDE MAP」（令和 2 年 3 月作成）（抜粋）



5 第3次船橋市総合計画における施策の方向

令和4年度から令和13年度までを計画期間とする第3次船橋市総合計画における商工業・観光分野の施策の方向は、次のとおりとなっています。

施策名	施策の方向
商業環境の整備	商店街の賑わい創出と周辺住民の買い物利便性向上のため、商店会活動の支援や空き店舗対策などにより、商業環境の整備を推進します。 自宅近隣に店舗がない市民の日常における買い物の不便を解消するため、買い物支援を実施します。
企業活動の活性化支援	市内企業の経営基盤を安定・強化させるため、資金調達や経営改善、事業承継などを支援します。 新規産業の育成が進むよう、新たに市内で起業・創業を目指す人を支援します。
安定的な雇用の確保	市内企業の労働力不足の解消を図るとともに、多様な人材が希望どおり働けるよう、就労支援体制の継続・強化に取り組むとともに、市民が就労しやすい環境の整備を促進します。
魅力発信の充実	本市の地域資源が活かされ、まちが活性化されるよう、観光スポットやロケ地の紹介、誘客を図るほか、新たな魅力の発掘と発信に取り組みます。

6 後期戦略の基本方針等

本市の商工業を取り巻く社会経済情勢等を踏まえると、新型コロナウイルス感染症の影響が深刻であり、この影響を乗り越えることが目下の経済施策として、最も重要と考えられます。また中長期的には、少子高齢化による国内マーケット縮小、労働力不足などの課題に対応する必要があります。このことから、後期戦略の基本方針を次のとおり定めます。

新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越え、これからの時代を見据えた経済施策を推進する

事業の推進にあたっては、SDGs の理念に則り、経済的发展だけでなく、社会的課題の解決及び環境保全とも両立させることを念頭に置くこととします。

一方、市では令和元年度より行財政改革を推進しており、事業の実施にあたっては効率化を図ることが求められています。

限られた予算を効果的に活用する必要がある中、国や県等でも戦略プランの方針に合致する経済施策が行われています。市が行う経済対策の基本姿勢としては、国や県等で実施されている施策については、周知や情報提供に努めることとし、国や県では実施されていない施策や、国や県の制度では行き届かない狭間となっている部分への支援を行うこととします。

○戦略プランに関連する国・県等の経済施策例

【経済産業省】 小規模事業者持続化補助金	小規模事業者が経営計画を作成して取り組む販路開拓等の取組を支援
【経済産業省】 IT 導入補助金	中小企業・小規模事業者が自社の課題に合った IT ツールを導入する経費の一部を補助
【経済産業省】 ものづくり補助金	中小企業等が行う革新的なサービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善に必要な設備投資等を支援
【厚生労働省】 テレワーク相談センター	テレワークにおける労務管理やシステム環境等、各種相談に無料に対応
【中小機構】 ジェグテック	販路開拓や海外展開を支援するマッチングサイト
【中小企業庁】 千葉県事業承継・引継ぎ支援センター	次世代の事業引継ぎに関する様々な課題解決を支援する公的相談窓口
【中小企業庁】 千葉県よろず支援拠点	経営上のあらゆる相談に専門家が無料に対応
【千葉労働局】 千葉働き方改革推進支援センター	就業規則の作成方法、賃金規定の見直し、労務関係助成金の活用などの相談に、社会保険労務士等の専門家が無料に対応

7 後期戦略における重点取組事業

基本方針を踏まえ、後期戦略の重点取組事業を以下のとおり設定します。

なお、事業の推進にあたっては、市ホームページや広報ふなばし、市内事業者向けメーリングリスト（事業者情報メール）などを活用するほか、船橋商工会議所、船橋市商店会連合会、（一社）船橋市観光協会、船橋市地域工業団体連合会など各経済関係団体とも連携し、市内事業者への周知を徹底します。

○後期重点取組事業の施策体系と前期重点取組事業の対応

施策1 新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるための経済施策

後期重点取組事業	対応する前期重点取組事業
1－①資金繰りに対する支援	新規
1－②新しい生活様式に対応するための支援	
1－③消費喚起のための支援	

施策2 これからの時代を見据えた経済施策

後期重点取組事業	対応する前期重点取組事業
2－①ビジネスマッチング・異業種交流の推進	①－1「チーム船橋」推進プロジェクト ①－2 共同ビジネスマッチング事業
2－②販路拡大の支援	⑤－1 海外販路拡大支援事業 ⑤－2 国内外へ広がる販売拠点事業
2－③商店街の活性化	③－1 商店街まちづくり・賑わい推進モデル事業
2－④観光プロモーションの推進	③－5 観光・文化地域活性推進事業
2－⑤ICT活用の推進	①－3 企業等のHP等活用支援事業
2－⑥多様な人材活用・働き方改革の推進	②－2 ダイバーシティ推進事業
2－⑦創業・事業承継の支援	②－1 若手(U40)等創業及び第二創業者育成事業
2－⑧企業立地の支援	④－1 成長産業(医療・健康・環境等)の立地促進
2－⑨災害への備えの強化	④－5 工業団地強化推進事業
2－⑩臨海部の高度利用化	④－5 工業団地強化推進事業

○後期重点取組事業には位置付けず継続する前期重点取組事業

②－3 インターンシップ推進事業、②－4 地域産業を担う子供育成事業、③－3 まちづくり協定の推進、③－4 大型商業施設連携支援事業、④－3 製造・研究所賃貸施設の整備支援事業、④－4 中小企業の開発力・販売力向上支援事業、⑤－3 インバウンド誘致促進事業

○廃止する前期重点取組事業

③－2 個店の魅力向上事業、④－2 ベンチャー企業育成事業

施策 1 新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるための経済施策

1-① 資金繰りに対する支援

市制度融資の利用実績は減少傾向にありましたが、令和 2 年以降は新型コロナウイルス感染症の影響により中小企業の資金需要が増大し、セーフティネット保証 4 号を使った市制度融資の利子・保証料を全額補給する市独自施策の効果もあり、利用実績が増加しています。

依然として、運転資金など資金繰りに不透明感があると感じている事業者が多いことから、今後も市内中小企業者の事業継続を支援するため、当面の間、セーフティネット保証 4 号を使った市制度融資の利子・保証料の全額補給制度を継続するなど、使い勝手の良い融資制度を提供します。

また国や県が実施する給付金制度等の情報周知に努めるとともに、制度の狭間となる部分については、市独自の支援を行うことを検討します。

○これまでに実施した市独自の支援

テナント賃料助成金 (令和 2 年 4～6 月分)	新型コロナウイルス感染症拡大に伴う売上減少により、事業継続が困難となっている事業者を支援するため、賃料を助成する。 【助成額】一事業者につき最大 30 万円 (月額家賃の 2/3、上限：10 万円/月) 【対象月】令和 2 年 4～6 月 【要件】前年同月比売上高減少率が 1/3 以上の月があること等 【受付期間】令和 2 年 4 月 27 日～令和 3 年 3 月 15 日
テナント賃料助成金 (時短営業等協力分)	緊急事態宣言発令に伴う千葉県の時短営業・休業要請に協力した飲食店の事業継続を支援するため、県協力金とは別に賃料を助成する。 【助成額】一店舗・一月あたり最大 10 万円 (月額家賃の 2/3、一事業者あたり 3 店舗分まで) 【対象月】令和 3 年 1, 2 月 【要件】緊急事態宣言発令に伴う千葉県の時短営業・休業要請に協力すること等 【受付期間】令和 3 年 1 月 20 日～3 月 15 日
事業継続支援助成金	新型コロナウイルス感染症の影響を受けているものの、国の持続化給付金の給付対象とならない事業者に対し、助成金を交付することにより、制度の狭間にある事業者の事業継続を支援する。 【助成額】市内事業所で勤務している従業員数に応じて 20 万円～50 万円 【要件】前年同月比の売上高減少率が、令和 2 年 1 月～12 月の間の各月とも 50%未満で、かつ令和 2 年 1 月～令和 3 年 2 月の間のいずれか一月が 20%以上であること等 【受付期間】令和 2 年 7 月 2 日～令和 3 年 3 月 15 日

中小法人等 月次支援金	新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言又はまん延防止等重点措置による影響を受けているものの、国の月次支援金の給付対象とならない中小法人等に対し、支援金を交付し、事業継続を支援する。 【助成額】 一月あたり 5 万円 【対象月】 令和 3 年 4～10 月 【要件】 前年及び前々年同月比売上高減少率が 20%以上 50%未満であること等 【受付期間】 令和 3 年 7 月 13 日～令和 4 年 2 月 28 日
市制度融資の 利子・保証料 の全額補給	新型コロナウイルス感染症に係るセーフティネット保証 4 号の認定を受けた市内中小企業者が、市の中小企業融資制度のうち「特定中小企業者対策資金」による融資を金融機関から受けた場合、3 年以内の借りに限り、当該融資に係る利子及び信用保証料の全額を市が補給する。 【開始日】 令和 2 年 3 月 12 日
事業者向け助 成金等臨時相 談窓口事業	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている事業者が活用できる各種助成金や抱えている経営問題等に関して、社会保険労務士・中小企業診断士が相談に応じる臨時窓口を設置する。 ○社会保険労務士による相談 【実施方法】 Eメール 【実施期間】 令和 2 年 5 月 12 日～7 月 24 日 ○中小企業診断士による相談 【実施方法】 対面 【実施期間】 令和 2 年 5 月 12 日～6 月 27 日の週 5 日（火～土曜日） 【会場】 勤労市民センター又は中央公民館 ○中小企業診断士による家賃支援給付金等臨時相談 【実施方法】 対面 【実施期間】 令和 2 年 9, 10 月の毎週水・金曜日 【会場】 船橋市役所本庁舎分室（水曜日）、習志野台出張所（金曜日）

1-② 新しい生活様式に対応するための支援

新しい生活様式を意識した行動変容が市民及び事業者ともに進んでおり、これに対応することが重要となっていることから、事業所におけるキャッシュレス決済やテレワークの推進、その他感染防止対策の徹底を図ります。

○これまでに実施した市独自の支援

テレワーク導入支援補助金	新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として、テレワーク環境を整備・強化し、テレワークを行った中小企業・個人事業主に対し、導入費用の一部を補助する。 【補助額】 対象経費の 2/3（上限額 40 万円） 【対象経費】 機器等導入費（端末購入費等）・委託外注費（ソフトウェアサービス料等） 【受付期間】 令和 2 年 7 月 2 日～令和 3 年 3 月 15 日
キャッシュレス決済導入促進補助金	市内店舗等へのキャッシュレス決済導入を促進させるため、公募により選定したキャッシュレス決済サービス「タイムズペイ」を、市内店舗が新たに導入した場合、初期導入費の無料（通常 38,000 円）及び VISA, mastercard の決済手数料率を優遇（通常 3.24%→3.1%）する支援を行う。 【受付期間】 令和 2 年 11 月 2 日～令和 3 年 2 月 15 日
新型コロナウイルス感染防止対策取組事業所登録制度	新型コロナウイルス感染症の感染防止対策に取り組んでいることを届け出た事業所を登録し、ステッカーやポスターを提供するとともに、市ホームページで周知する。これにより、市民の方々が安心して利用できるように、また従業員の方々が安心して働けるように支援し、感染防止対策と社会経済活動の維持の両立を図る。 【開始日】 令和 2 年 8 月 5 日
感染症 BCP 策定支援事業費補助金	事業所内で新型コロナウイルス感染症が発生した際の損害を最小限に抑え、事業の継続や復旧を迅速に行えるよう、感染症 BCP 策定費用の一部を補助する。 【補助額】 対象経費の 2/3（上限額 20 万円） 【対象経費】 コンサルタント・アドバイザー料、研修講師派遣料、外部研修受講費 【受付期間】 令和 2 年 12 月 21 日～令和 3 年 3 月 15 日

1-③ 消費喚起のための支援

新型コロナウイルス感染症対策による外出自粛等の影響で、停滞している消費を活性化するために、店舗の感染対策徹底やテイクアウトの推進などにより、コロナ禍の中でも安心して消費ができる環境を整えます。

また必要に応じて、国等の財源を活用し、プレミアム付き商品券やポイント還元事業などの消費喚起策の実施を検討します。

○これまでに実施した市独自の支援

キャッシュレス決済ポイント還元事業	市内の店舗において、キャッシュレス決済を行った消費者に対し、決済金額の一部をポイント還元することにより、消費を喚起し、新型コロナウイルス感染症で影響を受けている市内事業者を支援するとともに、キャッシュレス決済を普及させ、非接触型の「新しい生活様式」への対応促進を図る。 【実施期間】令和3年12月1日～31日
タクシーを活用した飲食店支援事業 (ふなばしデリタク)	飲食店の利用促進とタクシー事業者の事業継続支援のため、「#食べよう船橋」キャンペーンに登録した飲食店がタクシーを利用した宅配を実施する場合に、市がタクシー事業者に対し配達に必要な備品購入費と、配送回数に応じた補助を行う。 【助成対象】市内に事業所を有するタクシー事業者（法人・個人事業者） 【助成内容】備品購入費等（クーラーボックス等）：上限2万円/台 配送料：1,000円/回（所定の距離を超える場合は1,000円/回を加算 ※令和2年9月以降の措置） 【実施期間】令和2年7月15日～9月30日
飲食店等支援事業	新型コロナウイルス感染症の影響により営業自粛や時短営業が続き、経営が苦しい飲食店と食材を納入する農業生産者等を支援するため、市役所本庁舎内敷地を活用して、農水産物やキッチンカー等によるマーケットを開催する。 【実施期間】令和3年3月8日～3月26日（計15日間） 令和3年4月16日～7月20日（計20日間） 令和3年12月1日～12月15日（計5日間）
「#食べよう船橋」キャンペーン	外出を控えている方でも利用しやすいテイクアウト・出前に対応している飲食店を市ホームページ・SNS等で紹介し、利用を促す。 【開始日】令和2年4月1日

施策2 これからの時代を見据えた経済施策

2-① ビジネスマッチング・異業種交流の推進

新型コロナウイルス感染症による影響により、受注の減少や消費の自粛による売上の減少がみられる中で、事業者同士をつなぎ、新たな取引先の開拓や新商品開発を支援する「共同ビジネスマッチング事業」の利用は増加傾向にあります。今後も更なる利用促進を図り、新たなビジネスチャンスの醸成につなげます。

また、起業を目指す方や起業家の交流会を実施し、業種を超えた交流の場を設け、情報交換や人的ネットワーク形成を支援します。

2-② 販路拡大の支援

国内の電子商取引（EC）市場は近年右肩上がり成長している一方で、従来型の実店舗での対面販売は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、厳しい状況となっています。このことから、これまでECを利用してこなかった事業者への電子商取引（EC）導入支援や、地場産品を寄附者に贈呈する市のふるさと納税返礼品制度を充実化することにより、販路拡大を図ります。

また今後国内の人口減少が進み、国内マーケットの縮小が見込まれる中、中小企業者の事業活動の活性化を図るため、展示会出展費用等を補助する工業振興支援事業補助金について、製造業・建設業・運輸業以外にも支援対象を拡大することを検討するとともに、海外販路拡大についても引き続き推進します。

2-③ 商店街の活性化

商店街は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外出自粛や電子商取引（EC）の普及等により、厳しい状況に置かれています。また商店街活動の中心的役割を担っている商店会は、会員減少や会員の高齢化に伴い、活動停滞や解散するケースが増えています。

このことから、関係団体や専門家と連携して事業再構築等を希望する個店を支援するとともに、商店会だけでなく、NPOや民間事業者などとも連携し、商店街活性化を図ります。

また商店街の空き店舗対策について、「商店街空き店舗対策事業補助金」による財政支援を行うだけでなく、空き店舗の所有者と活用を希望する事業者のマッチングを促すため、物件の紹介制度を開始します。

2-④ 観光プロモーションの推進

新型コロナウイルス感染症の今後の情勢が見通せない中、身近な場所を観光する「マイクロツーリズム」を推進します。ドラマや映画の撮影を支援し、撮影実績のあるロケ地を周知し、（一社）船橋市観光協会をはじめとした市内事業者と連携しロケツーリズムとして観光振興と地域経済の活性化を図ります。また、こうしたロケ地のほか「ふなばしアンデルセン公園」や「ふなばし三番瀬海浜公園」といった魅力ある市内の施設を巡るため、マップ等を作成し、人の流れを呼び込み、回遊性の向上に努めます。

2-⑤ ICT活用の推進

少子高齢化により、労働力人口が減少する中で、中小企業者の持続的な発展や生産性向上のためには市内事業者へのICT導入支援が必要です。

経済発展と社会的課題の解決を両立する新たな社会「Society5.0」の実現に向けて、今後もセミナー開催等を通じて、ICT活用の推進を図り、新たなサービスやビジネスモデルの創出を促進します。

2-⑥ 多様な人材活用・働き方改革の推進

少子高齢化により生産年齢人口が減少していく中で、市内企業の労働力不足の解消を図るとともに、多様な人材が希望どおり働けるよう、就労支援体制の継続・強化に取り組むとともに、市民が就労しやすい環境の整備を促進します。

また、企業において従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実施する「健康経営」は従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらす結果的に業績向上につながることを期待されるため、官民連携により啓発・促進をしていきます。

2-⑦ 創業・事業承継の支援

経営者の高齢化が進む中、後継者不足等で廃止する事業所が増加していくことが見込まれています。

市内経済活性化のためには、創業や後継者のいない事業所の事業承継を促進する必要があることから、船橋商工会議所や「事業承継支援ネットワークちば」等と連携し、創業支援及びM&Aを含めた事業承継支援を推進するとともに、市制度融資により資金繰りについても支援します。

2-⑧ 企業立地の支援

新型コロナウイルス感染症の影響で、事業所の廃止を余儀なくされる事業者がいる一方で、この逆境を好機と捉えて、事業拡大を検討している事業者もいます。

本市は羽田・成田空港の中間地点にあり、首都圏へのアクセスも良く、立地環境が優れておりますが、臨海部においては谷津船橋インターチェンジが供用開始し、また北部地域においては北千葉道路が整備されることにより、今後創業・立地ニーズは益々高まることが期待されます。

このことから、金融機関や諸団体とも連携して、市内の空き用地や空きテナントの情報を収集し、市内に進出を希望する事業者へ情報提供する制度構築を検討します。

2－⑨ 災害への備えの強化

近年、新型コロナウイルス感染症や地震・台風等の自然災害など、事業継続に影響を与える事象が頻発していますが、規模の小さい企業ほどBCPの策定が進んでいない状況です。

そこで、船橋市における自然災害のリスクを踏まえたBCP策定のひな型「船橋版簡易BCP策定シート」を活用することで、BCP策定のノウハウ・人材を持たない市内中小企業を支援します。

また、中心市街地や複数の企業を後背地に抱える「海老川水門」を含む海岸保全施設については、老朽化が進行しているうえ、耐震性が確保されていない状況であり、臨海部の事業者にとって大きなリスクとなっていることから、国に対し、直轄事業による早期整備の要望を引き続き行っています。

2－⑩ 臨海部の高度利用化

新型コロナウイルス感染症の影響による電子商取引（EC）需要の高まりから、物流市場は成長が見込まれており、また荷主の経営環境の変化、顧客ニーズの高度化・多様化等により、高機能な大型物流施設への需要が急速に進んでいます。

このことから、物流施設を谷津船橋インターチェンジ周辺部にコンパクトに集約させて、産業基盤の維持増進を図ります。

8 推進体制

前期戦略の重点取組事業は、市内経済関係団体から推薦を受けたメンバー等から構成する5つのプロジェクト会議を設置し、事業を推進しました。様々な意見が出て事業の磨き上げに寄与した一方で、所属するプロジェクトが所管する事業に専門性がなくほとんど意見が出ない、または都合が合わず会議に参加できないメンバーもいるなどミスマッチも生じています。

このことから、後期戦略においてはメンバーを固定したプロジェクト会議ではなく、必要に応じて、市内経済関係団体に関連事業の意見照会を行うほか、専門家へ事業のアドバイスを依頼する方法で、事業を推進することとします。

戦略プランの進捗管理については、前期と同様、各経済関係団体等で構成する「船橋市商工業戦略プラン推進会議」で行うものとします。

○市内経済関係団体

船橋商工会議所
船橋市商店会連合会
船橋市地域工業団体連合会
船橋市貿易振興会
船橋大型店連絡協議会
船橋総合卸商業団地協同組合
一般社団法人 船橋市観光協会
市川市農業協同組合
ちば東葛農業協同組合
船橋市漁業協同組合

船橋市商工業戦略プラン後期戦略

令和 4 年 3 月発行

発行者／船橋市

編 集／経済部 商工振興課

〒273-8501 船橋市湊町 2 丁目 10 番 25 号

TEL : 047-436-2472 FAX : 047-436-2466