
「船橋市新商工業戦略プラン」 基礎調査報告書

令和7年3月

船橋市

目 次

第1章 船橋市を取り巻く社会経済情勢の変化【船橋市の外部環境調査】	1
I サマリー	1
1. 船橋市を取り巻く機会	3
2. 船橋市を取り巻く脅威	15
第2章 船橋市小売商業の概要調査	21
I 調査の概要	21
1. 調査の目的	21
2. 報告書を読むに当たっての留意事項	21
II 船橋市小売商業の現況と動向	21
1. 小売商業の環境	21
2. 小売商業の概況	22
3. 産業分類別	24
4. 小売業の成果・機能	28
5. 大規模店等の状況	36
6. 同規模市との比較分析	38
III 市内小地域別の現況と動向	44
1. 小売商業のマーケット	44
2. 小売商業の構造	48
3. 小売商業の成果・機能	56
第3章 船橋市の工業の概要調査	63
I 調査の概要	63
1. 調査の目的	63
2. データの整備と分析に関する留意事項	63
II 製造業の概要	64
1. 製造業の位置づけ	64
2. 県内市町村比較	66
III 製造業の構造	67
1. 事業所数	67
2. 従業者数	68
3. 製造品出荷額等	69
4. 付加価値額	70
5. 成果指標	71
6. 土地利用	72
7. 工業系用途地域の人口動態	73
8. 時系列	74
IV 産業分類別	76
V 都市間比較	81
1. 同規模市比較	81
2. 産業構造類似都市	84
3. 人口規模類似都市	85
第4章 製造業アンケート調査	86
I 調査概要	86
II 調査結果	86
1. 経営状況	86
2. 経営上の課題	87
3. 国内・外の販路開拓・取組	89

4. SDGsの取組状況	92
5. 脱炭素に関する取組状況	95
6. IT活用状況	96
7. DXの取組状況	99
8. BCP及び事業継続力強化計画	100
9. 現在の事業分野の動向、新規事業の意向	102
10. 今後の設備投資	104
11. 立地環境に対する評価	106
12. 立地に係る今後の意向	107
13. 雇用環境	111
14. 従業員確保に対する行政に求める支援策	112
15. 従業員の賃上げ実績および見通し	113
16. 働き方改革やワーク・ライフ・バランスの取組状況	115
17. 船橋市が実施している産業支援制度・事業の認知状況	117
18. 行政に望む支援策	117
第5章 非製造業アンケート調査	118
I 調査概要	118
II 調査結果	119
1. 経営状況	119
2. 経営上の課題	120
3. キャッシュレス決済について	122
4. SDGsの取組状況	125
5. 脱炭素に関する取組状況	128
6. ITの活用状況	129
7. DXの取組状況	132
8. BCP及び事業継続力強化計画	134
9. 現在の事業分野の動向、新規事業の意向	136
10. 今後の設備投資	138
11. 立地環境に対する評価	141
12. 立地に係る今後の意向	142
13. 雇用環境	147
14. 従業員の賃上げ実績および見通し	149
15. 働き方改革やワーク・ライフ・バランスの取組状況	151
16. 船橋市の観光産業	155
17. 船橋市が実施している産業支援制度・事業の認知状況	157
18. 行政に望む支援策	157
第6章 商店街アンケート調査	158
I 調査概要	158
II 調査結果	158
1. 商店街の最近の動向	158
2. 商店街のイメージ	160
3. 商店街の今後の活性化の方向性	162
4. SDGsの認知度、理解度、取組状況等	163
5. 商店街または個店におけるデジタル化	170
6. 高齢社会への対応状況	172
7. 外国人来街客の取り込み	174
8. 立地環境	175
9. 商店街関連の支援制度	176

10. 行政に望む支援策	177
第7章 消費者アンケート調査	178
I 市民向けアンケート調査	178
1. 調査概要	178
2. 調査結果	179
II 市外住民向けアンケート調査	196
1. 調査概要	196
2. 調査結果	197
第8章 事業者等ヒアリング調査	212
I 調査概要	212
1. 調査目的	212
2. 調査方法	212
3. 調査期間	212
4. 調査対象者	212
II 調査結果(要旨)	213
1. 現在の景気動向	213
2. 船橋市の商工業の現状・課題・今後の方向性	214
3. 課題	216
4. 今後の方向性	219
5. 船橋市の立地環境	223
6. 「新商工業戦略プラン」に対する期待(推進すべき施策・事業)	224
第9章 小室インターチェンジ(IC)周辺地域の産業用地としてのポテンシャル調査	229
I 船橋市の工業の概要	229
1. 事業所数・従業者数・製造品出荷額等の動向	229
2. 工業系用途地域における都市化の進行状況	229
3. 小室IC周辺地域の定義	230
4. ヒアリング調査結果	231
第10章 まとめ	234
I 内部環境・外部環境分析(SWOT分析)	234
II 船橋市の商工業・観光振興の課題および今後の方向性	236

第1章 船橋市を取り巻く社会経済情勢の変化【船橋市の外部環境調査】

I サマリー

本市が船橋市商工業戦略プランを公表した 2015 年度以降の社会経済情勢の変化を機会（プラス要因）と脅威（マイナス要因）に整理した（図表 1、詳細は 3 ページ以降参照）。

（機会—プラス要因）

日本経済の動向を国内総生産（GDP）の推移で見ると、2021 年度以降は、国内外のアフターコロナを展望した景気回復の動きに支えられて、右肩上がりの拡大が続き、2023 年度には 558 兆円と過去最高値を更新した。

地球温暖化の進行などを背景とした「SDGs（脱炭素）」や、コロナ禍において日本のデジタル化の遅れが露呈したことを映じて「デジタル・トランスフォーメーション（DX）」を推進する機運が急速に高まり、環境・情報関連産業などを中心にビジネスチャンスが拡大している。

千葉県内の公共交通の整備動向をみると、東京外かく環状道路（千葉区間）が 2018 年 6 月に開通したほか、成田空港では、2029 年 3 月の供用開始に向けて 3 本目の滑走路新設工事および B 滑走路延伸工事が着々と進展しており、本市も含めた周辺地域への持続的な経済波及効果が期待できる。

世界保健機関（WHO）が 2023 年 5 月にコロナ禍に関する緊急事態宣言の終了を発表すると、日本の訪日外客数（インバウンド）は 2023 年度にコロナ禍前（2019 年度）の 8 割程度まで回復するなど急速に復調し、2024 年入り後も既往最高ペースが続いている。一方、日本人の国内旅行の動向をみると、2023 年にはコロナ禍前の 85% の水準まで回復し、一人当たり旅行消費額は、2019 年の 37,400 円から 2023 年には 44,000 円（2019 年比 +17.6%）となるなど、観光における消費行動が高級化した。

（脅威—マイナス要因）

マイナス面をみると、国内では、人口減少や高齢化が年を追って進行しており、消費マーケットや生産活動の縮小など、需給両面にわたって経済の下押し圧力となることが懸念される。

海外に目を転じると、急速な円安進行を映じた輸入物価の上昇に加え、ロシアのウクライナ侵攻やイスラエルによるガザ地区侵攻など地政学リスクの発生を契機としたエネルギー危機や、サプライチェーンの再編などを映じたコストプッシュインフレが生じており、今後の行方を注視する必要がある。

日本全体が人口減少局面に入るなかで、定住促進や企業誘致等の地域間競争が激化しており、企業誘致の面では、工業団地（産業用地）の確保が喫緊の課題となっている。

また、台風・豪雨の大型化や首都直下型地震の発生など大規模災害のリスクへの対応や、事業継続計画（Business Continuity Plan）の制定によるリスクマネジメントも今後の企業経営の課題といえる。

図表 1 船橋市を取り巻く社会経済情勢の変化

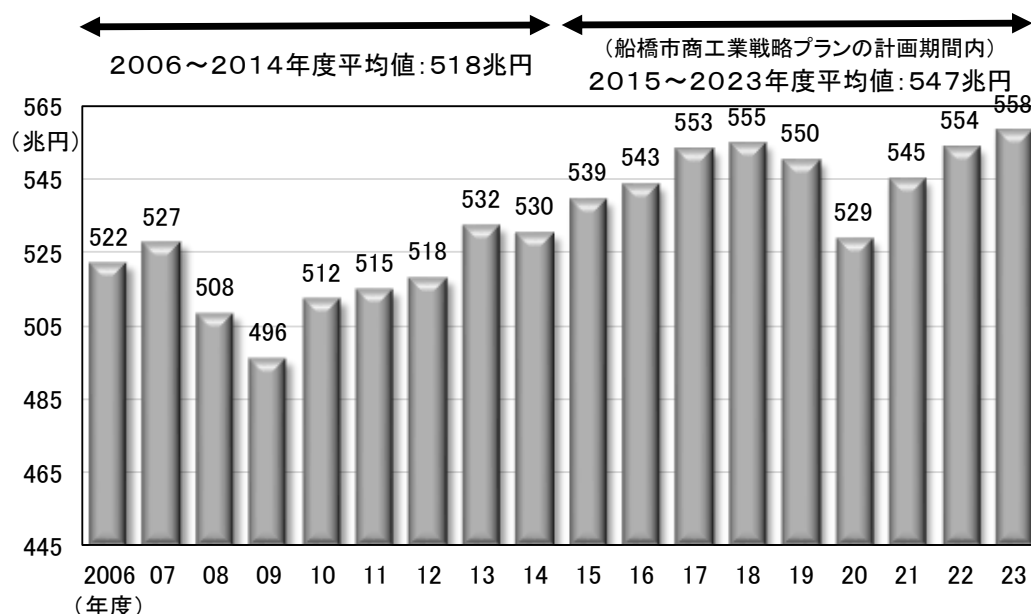
外部環境	
プラス要因	マイナス要因
機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
日本経済がコロナ禍を乗り越え成長(2023年度のGDPは過去最高)	国内の人口減少・高齢化が進行(内需縮小リスク)
SDGs(脱炭素)に関する意識の高まり	円安や地政学的リスク(ウクライナ・ガザ地区の情勢など)を映じたコストプッシュインフレの進行
DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進機運の高まり	地域間競争の激化(定住促進・企業誘致等)
成田空港の機能強化や高速道路網の整備進展	大規模災害の発生リスクの高まり(台風・豪雨の大型化や首都直下型地震の発生など)
インバウンドがコロナ禍収束に伴い既往最高水準に回復	

1. 船橋市を取り巻く機会

(1) 日本経済がコロナ禍を乗り越えて成長（2023 年度の GDP は過去最高）

船橋市商工業戦略プランの計画期間（2015～23 年度）における実質 GDP 平均値は 547 兆円となっており、計画期間前（2006～14 年度平均値）と比較すると+5.7%の成長率となっている（図表 2）。実質 GDP を年度別にみると、リーマン・ショック後の 2009 年度に 496 兆円に落ち込んだあとは、右肩上がりの成長が続いたが、コロナ禍の緊急事態宣言が相次いで発出された 2020 年度には 529 兆円（前年度比▲3.8%）に落ち込んだ。その後は、国内外の景気回復や政府による家計や企業への給付金などの下支えもあって増加基調に転じ、新型コロナウイルス感染症が「5 類感染症」に位置付けられた 2023 年度には 558 兆円と過去最高値を更新した。この間の GDP 成長率に対する内訳項目別の寄与度をみると、コロナ関連支出が多かった政府最終消費支出が 49.1%と半数を占めているが、民間企業設備（31.6%）や民間最終消費支出（14.7%）など民間需要も経済成長を下支えした（図表 3）。

図表 2 実質 GDP の推移



(出所) 内閣府「国民経済計算」

図表 3 実質 GDP の比較

(単位: 兆円、%)

	国内総生産 (支出側)	民間最終 消費支出	家計最終 消費支出	民間住宅	民間企業 設備	政府最終 消費支出	公的固定 資本形成
2006～2014 年度平均値	518	293	287	21	80	98	27
2015～2023 年度平均値	547	297	290	20	89	112	27
増減数	29	4	3	▲ 1	9	14	0
増減率	5.7	1.5	1.0	▲ 4.3	11.4	14.5	1.7
寄与度	—	14.7	9.9	▲ 3.1	31.6	49.1	1.6

(注) 1. 出所: 内閣府「国民経済計算」

2. 内訳項目は抜粋であり、各項目の合計が国内総生産とはならない。

（２）ＳＤＧｓ（脱炭素）の推進機運の高まり

日本政府は、2016年5月に、内閣総理大臣を本部長とする「SDGs推進本部」を立ち上げ、同年12月には、SDGsに関する取り組みの国家戦略ともいえる「SDGs実施指針（2023年7月に改定）」を策定した（図表4）。

2021年6月に公表された自発的国家レビュー（2回目）によると、再エネ比率の上昇や持続可能な開発のための教育（ESD）が始まったことを評価した一方で、日本のジェンダーギャップ指数の総合順位が156か国中120位¹と女性の活躍が遅れていることなども報告した。2023年3月には、「SDGsアクションプラン2023」を公表し、日本が重点的に取り組む8つの優先課題を示した（図表5）。

国内の脱炭素化の動きは、2020年10月に菅元首相が「2050年にカーボンニュートラルの実現を目指す」ことを宣言してから、急速に推進機運が高まりつつある。日本は、2021年4月に開催された気候サミットにおいて、2030年までに温室効果ガスを2013年度比46%減少させることを表明するなど野心的な目標を設定した。

世界に目を向けると、世界最大のCO₂排出国である中国が2020年9月の国連総会で、2060年までのカーボンニュートラル達成を表明したことで、世界の二酸化炭素排出量の約6割を占める米国、中国、日本、EUにおいて、脱炭素社会の実現を目指す方向性が一致した（図表6）。また、2021年8月9日にIPCC（国連の気候変動に関する政府間パネル）から、温室効果ガスの影響による世界の気温上昇は2021年から2040年に+1.5℃に達するとのレポートが発表されるなど、地球温暖化に伴う災害リスクは更に高まるものとみられており、脱炭素社会への取り組みは世界的な大きな潮流となっている。

図表 4 日本政府のSDGsに関する主な出来事

年月		出来事
2016年	5月	SDGs推進本部の設置
	12月	「持続可能な開発目標(SDGs)実施指針」の策定
2017年	6月	ジャパンSDGsアワード設置
	7月	自発的国家レビュー1回目(VNR)発表
	12月	SDGsアクションプラン公表
2018年	3月	SDGs未来都市及び自治体SDGsモデル事業選定開始
	6月	「ジャパンSDGsアクション・プラットフォーム」を創設
2019年	12月	「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に地方創生 SDGs の実現などを明記
2020年	10月	「地方公共団体のための地方創生SDGs登録・認証等制度ガイドライン」発表
2021年	6月	VNR2回目発表
2023年	3月	SDGsアクションプラン2023公表
	12月	「持続可能な開発目標(SDGs)実施指針」改定

（出所）各種報道資料より(株)ちばぎん総合研究所が作成。

¹ 2023年6月に公表された同指数において、日本は世界125位で過去最低となった。

図表 5 日本が重点的に取り組む 8 つの優先課題

「2030アジェンダ」に 掲げられている5つのP	8つの優先課題	
People	1	あらゆる人々が活躍する社会・ジェンダー平等の実現
人間：多様性ある包摂社会の実現 とウィズ・コロナの下での取組	2	健康・長寿の達成
Prosperity	3	成長市場の創出、地域活性化、科学技術イノベーション
繁栄：成長と分配の好循環	4	持続可能で強靱な国土と質の高いインフラの整備
Planet	5	省・再生可能エネルギー、気候変動対策、循環型社会
地球：人類の未来への貢献	6	生物多様性、森林、海洋等の環境の保全
Peace	7	平和と安全・安心社会の実現
平和：普遍的価値の順守		
Partnership	8	SDGs実施推進の体制と手段
官民連携：国際連携の強化		

(出所) 経済産業省「エネルギー白書2023」を元に(株)ちばぎん総合研究所が作成。

図表 6 主要各国のカーボンニュートラル表明状況

	日本	アメリカ	EU	中国
2030年	▲46% (2013年度比)	▲50～52% (2005年比)	少なくとも▲55% (1990年比)	CO2排出量の ピークアウトを達成
2050年	カーボンニュートラル (法定化)	カーボンニュートラル (大統領公約)	カーボンニュートラル (長期戦略)	
2060年				カーボンニュートラル (国連演説)

(出所) 経済産業省「エネルギー白書」を元に(株)ちばぎん総合研究所が作成。

（３）デジタル・トランスフォーメーション（DX）の推進機運の高まり

政府は、コロナ禍を契機にデジタル化の遅れが露見したこともあって、2020～2021年にかけて、「デジタル庁」を発足させ、「デジタル・ガバメント実行計画」や「自治体デジタル・トランスフォーメーション（DX）推進計画」を相次いで策定したほか、「デジタル田園都市国家構想」を始動させた。同構想は、「デジタル実装を通じて地方が抱える課題を解決し、誰一人取り残されずすべての人がデジタル化のメリットを享受できる心豊かな暮らしを実現する」ための構想であり、新たなサービスの創出や地域社会の持続可能性の向上、心豊かな暮らし（Well-being）の実現を目指している（図表7）。

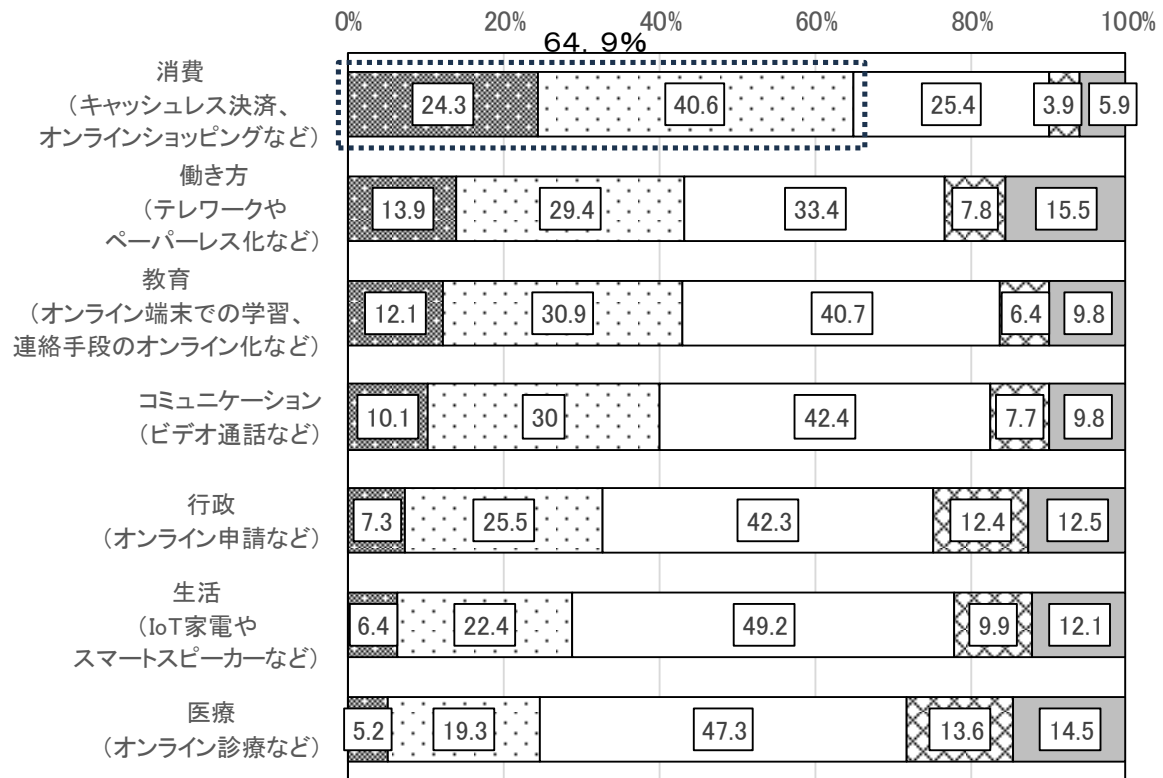
コロナ禍において公表された「新しい生活様式」のなかで推奨された「テレワーク」や「電子決済」、「オンラインショッピング」は急速に日常生活に浸透した。内閣府の調査によると、新型コロナウイルス感染症の影響で、約6割の人がキャッシュレス決済やオンラインショッピングの利用が「進んでいる」と回答した（図表8）。また、首都圏の雇用型テレワークを実施している割合は、新型コロナウイルス感染症の拡大前の2019年には約2割程度であったが、2023年には約4割に増加している（図表9）。日常の買い物の場所は、テレワークの普及に伴って、勤務地の近くが5割程度減少する一方、自宅の近くが約4割増加するなどの変化がみられる（図表10）。

図表 7 デジタル田園都市国家構想



（出所）デジタル庁

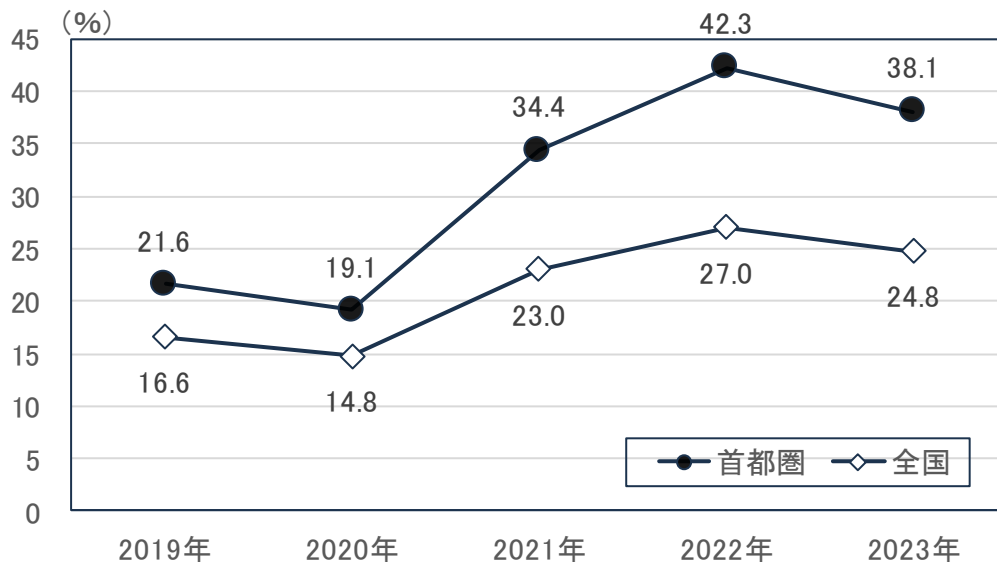
図表 8 新型コロナ感染症を契機としたデジタル化の進展



■ 進んでいる □ どちらかといえば進んでいる □ どちらともいえない □ どちらかといえば進んでいない □ 進んでいない

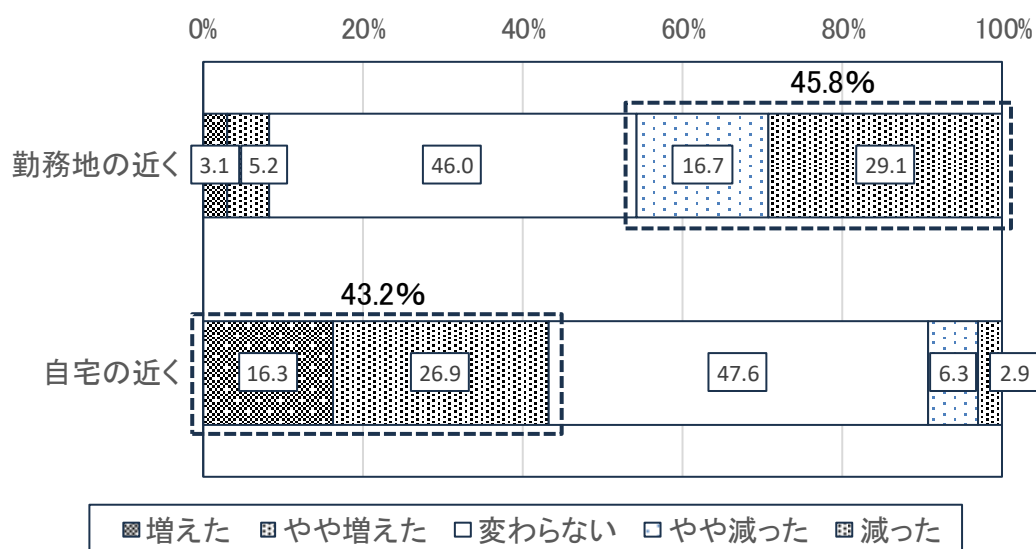
(注) 1. 内閣府「第5回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」
2. 調査期間: 2022年6月1日(水)～6月9日(木)

図表 9 雇用型テレワーカーの割合



(注) 1. 出所: 国土交通省「令和5年度テレワーク人口実態調査—調査結果(概要)」
2. 首都圏: 東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県を指す。
3. 雇用型テレワーカーとは、雇用型就業者のうち、これまでテレワークをしたことがある人。

図表 10 テレワークによる買い物消費額の変化



- (注) 1. 出所: 国土交通省「令和5年度テレワーク人口実態調査－調査結果(概要)」
 2. 設問対象者: 東京都市圏居住者のうち、週1日以上テレワークを実施し、東京区部又は業務核都市に勤務するテレワーカー。

（４）成田空港の機能強化と高速道路網の整備進展

成田空港では、2029年3月の供用開始に向けて3本目の滑走路新設工事およびB滑走路延伸工事が着々と進んでいる（図表11）。なお、成田空港の機能強化によって、航空機発着回数が50万回を実現した際の全国の経済波及効果は、約10兆4,160億円／年（2015年比約2.1倍）が見込まれている（図表12）。

船橋市の小室インターチェンジから成田空港へは、北千葉道路を介して45分程度でアクセス可能であるが、「北千葉道路（印西～成田間）」が供用開始となると、更なるアクセス時間の短縮ならびに経済波及効果の増加が期待できる。

また、2018年6月に開通した東京外かく環状道路（千葉区間）は、周辺地域に約900億円／年の経済波及効果をもたらしているという推計もあり、うち船橋市の経済波及効果は174億円／年と周辺市のなかでは最も多い（図表13）。

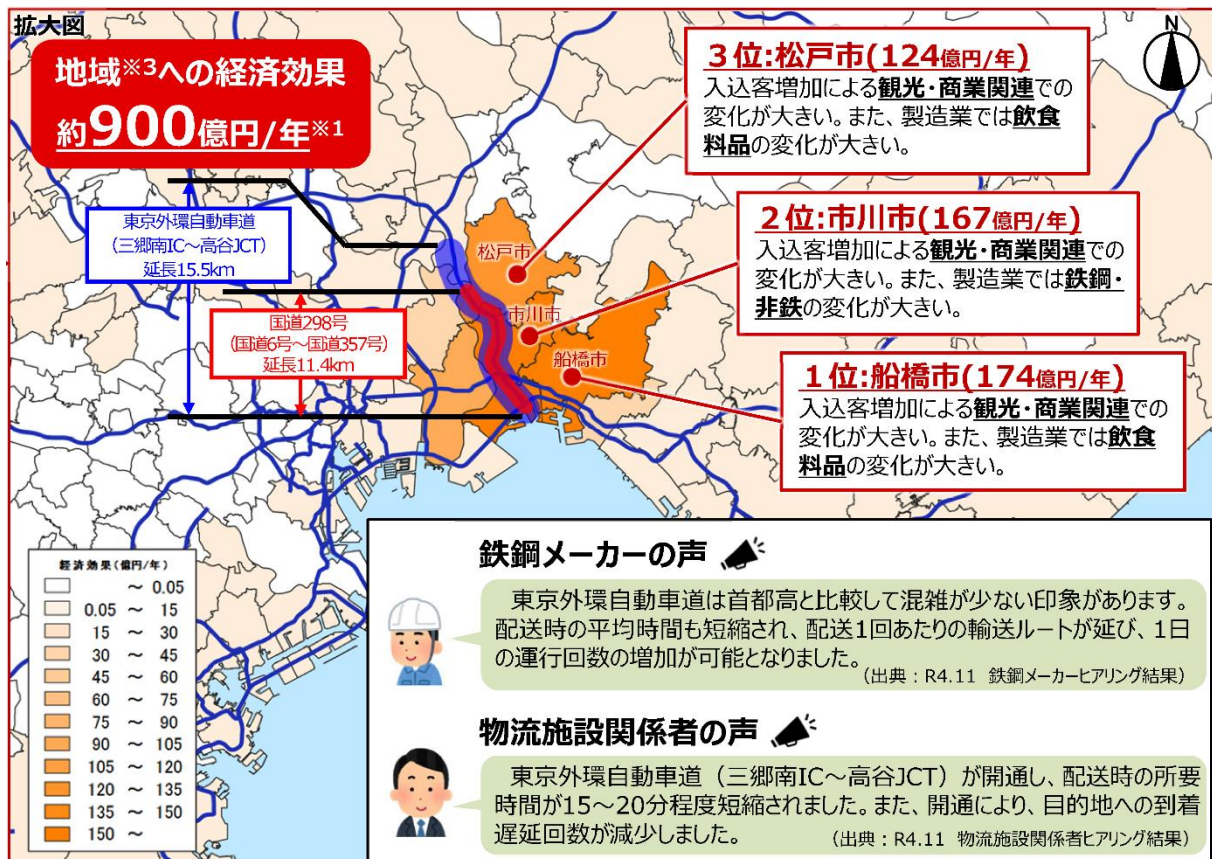
図表 11 成田空港の新滑走路整備等の概要



図表 12 成田空港の機能強化による経済波及効果

区分	2015年 【A】	50万回時 【B】	押し上げ効果 （【B】／【A】）
全国	5兆284億円	10兆4,160億円	約2.1倍
うち9市町合計	1兆4,034億円	2兆5,478億円	約1.8倍

図表 13 東京外かく環状道路（千葉区間）の経済効果



(出所) 東日本高速道路(株)

（５）インバウンドがコロナ禍収束に伴い既往最高水準に回復

インバウンドの近年の動きをみると、世界各国・地域の景気回復に伴う外国旅行需要の拡大や羽田空港における国際定期便の就航（2010年）および格安航空会社（LCC）の就航便数の増加、査証（ビザ）発給要件の緩和、趨勢的な円安の進行、東京オリンピック・パラリンピック効果などプラス要因が重なったことから右肩上がりの増加が続き、2011年の622万人から2019年には3,188万人（2011年比＋約5倍）に急増した（図表14）。その後、2019年12月に発生した新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年（412万人）、2021年（25万人）、2022年（383万人）と激減した。

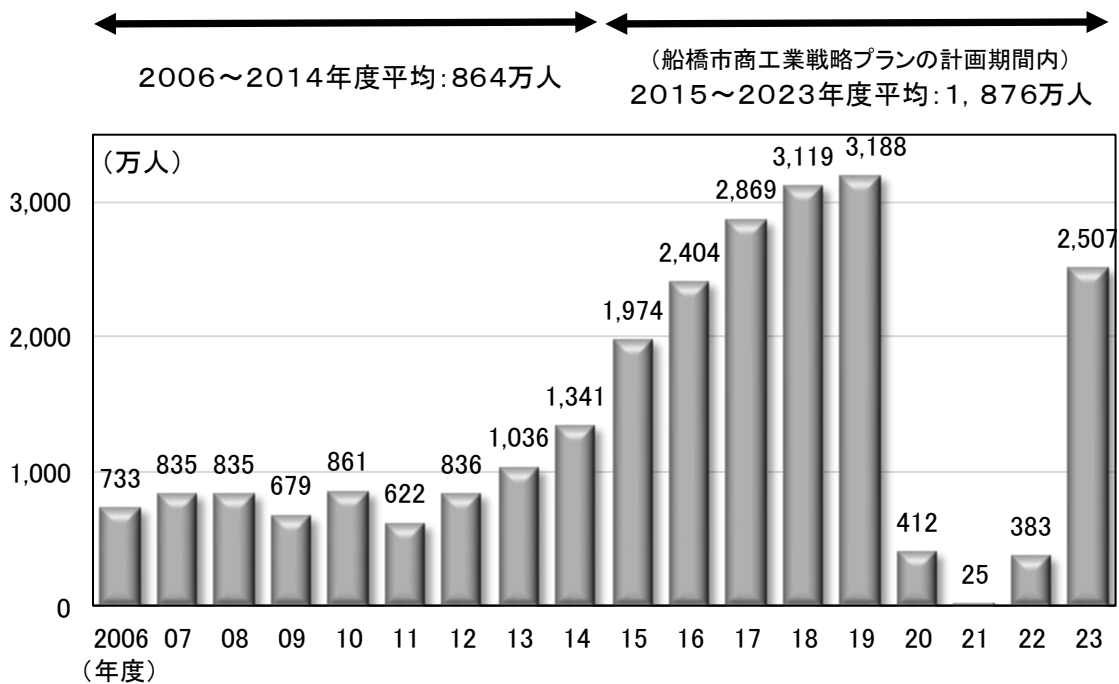
世界保健機関（WHO）が2023年5月に新型コロナウイルス感染症に関する緊急事態宣言の終了を発表すると、日本のインバウンドは、コロナ禍の収束によるリベンジ消費もあって、2023年には2,507万人まで復調し、2024年入り後も既往最高ペースが続いている。

船橋市商工業戦略プランの策定以降（2015～2023年度）のインバウンドの動きを国別にみると、アジアが約8割のシェアを占めており、この間の増加率も、韓国や香港、タイ、台湾など中国を除いたアジアの国々の高さが際立っている（図表15）。

世界の人口の将来推計をみると、2020年の78億4,100万人から2050年には97億900万人（2020年比＋18億6,800万人）に増加する見通しとなっている（図表16）。そのうちアジアにおける人口増加は同＋6億人と世界の人口増加の約3分の1を占めている。こうしたアジアの人口増加に伴う経済成長に呼応して市民の可処分所得が増加することは、今後のアジア圏内のビジネス及び観光産業にプラスの影響を与える可能性が高い。また、世界経済フォーラムが2021年に公表した世界の観光魅力度ランキングにおいて、日本が初めて1位を獲得するなど、日本に対する世界の観光需要は根強いものがある（図表17）。

一方、日本人の国内旅行の動向をみると、延べ旅行者数は、コロナ禍前の2019年までは6億人を挟む水準で横ばい推移していたが、コロナ禍の影響で2020年は2.9億人（前年比▲50.0%）、2021年は2.7億人（同▲8.5%）に落ち込んだ（図表18）。その後は、政府による全国旅行支援（全国旅行割）が下支えするなか増加に転じ、新型コロナウイルス感染症が「5類感染症」に位置付けられた2023年には5.0億人とコロナ禍前（2019年）の85%の水準まで回復した。この間、一人当たり旅行消費額は、2019年の37,400円から2023年には44,000円（2019年比＋17.6%）に増加するなど、観光における消費行動は高級化した。

図表 14 訪日外客数の推移（年度別）



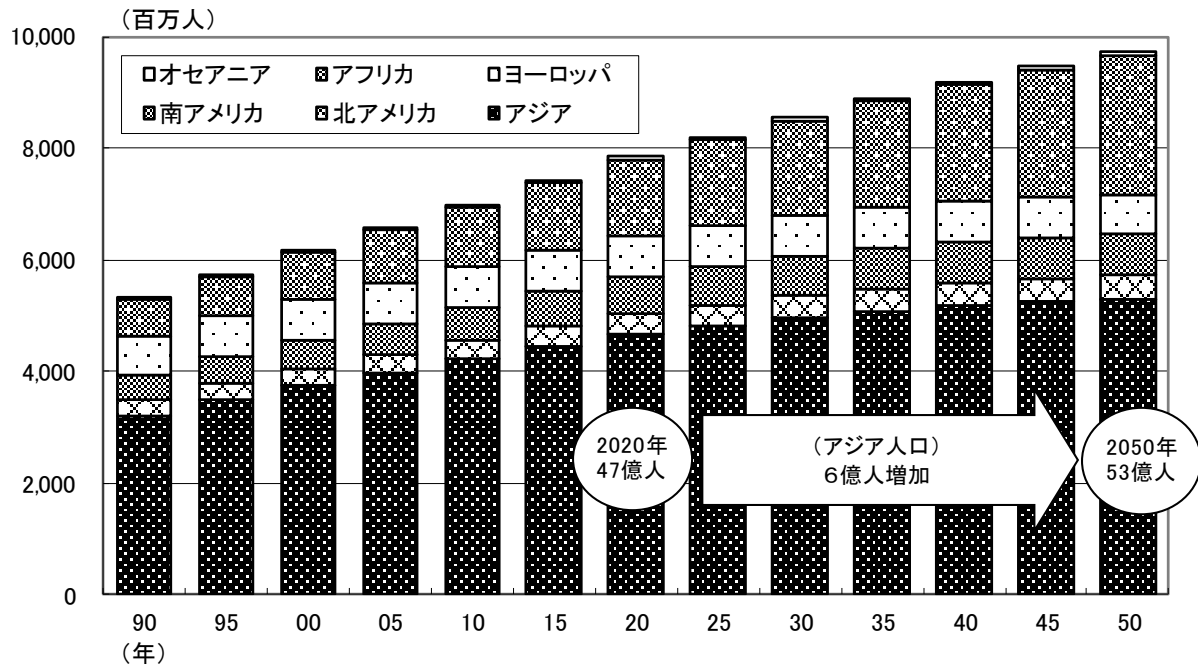
図表 15 訪日外客数の推移（国別）

(単位: 万人、%)

	2006年	2015年	2006年比 増減率	2023年	2015年比 増減率	構成比
総数	733	1,974	169.1	2,507	27.0	100.0
アジア計	525	1,665	217.2	1,998	20.1	79.7
韓国	212	400	89.0	696	73.9	27.8
中国	81	499	515.2	243	▲ 51.4	9.7
台湾	131	368	180.9	420	14.3	16.8
香港	35	152	332.7	211	38.7	8.4
タイ	13	80	533.8	100	25.0	4.0
ヨーロッパ計	80	124	56.0	166	33.6	6.6
英国	22	26	19.4	32	24.4	1.3
フランス	12	21	81.9	28	29.5	1.1
ドイツ	12	16	41.0	23	43.6	0.9
イタリア	5	10	122.4	15	47.6	0.6
アフリカ計	2	3	45.8	4	19.9	0.2
北アメリカ計	100	131	30.9	258	97.1	10.3
米国	82	103	26.5	205	98.0	8.2
南アメリカ計	3	7	119.5	10	33.9	0.4
オセアニア計	23	43	85.9	70	62.3	2.8

(出所) 日本政府観光局「訪日外客統計」

図表 16 世界人口の推移（推計）



(出所)総務省「世界の統計2024」

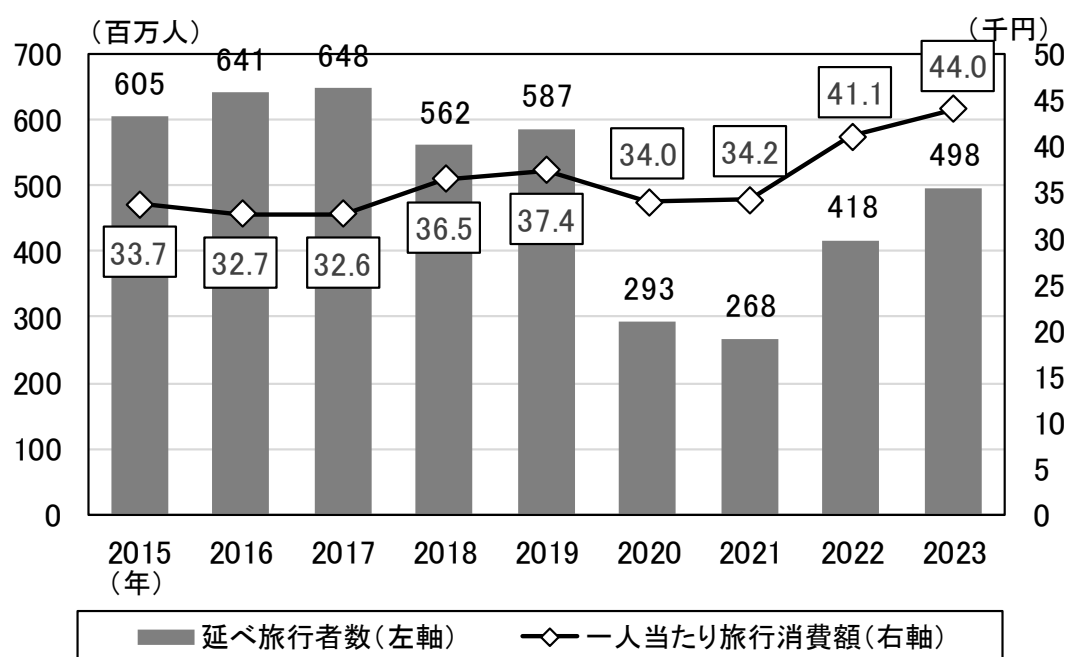
図表 17 観光魅力度ランキング

2019年 順位	2021年 順位	国名
4位	1位	日本
5位	2位	アメリカ
1位	3位	スペイン
2位	4位	フランス
3位	5位	ドイツ
10位	6位	スイス
7位	7位	オーストラリア
6位	8位	イギリス
17位	9位	シンガポール
8位	10位	イタリア

(注) 1. 出所: 世界経済フォーラム(WEF)

2. 117の国・地域を集計。

図表 18 日本人の国内旅行の動向



(出所)観光庁「旅行・観光消費動向調査」

2. 船橋市を取り巻く脅威

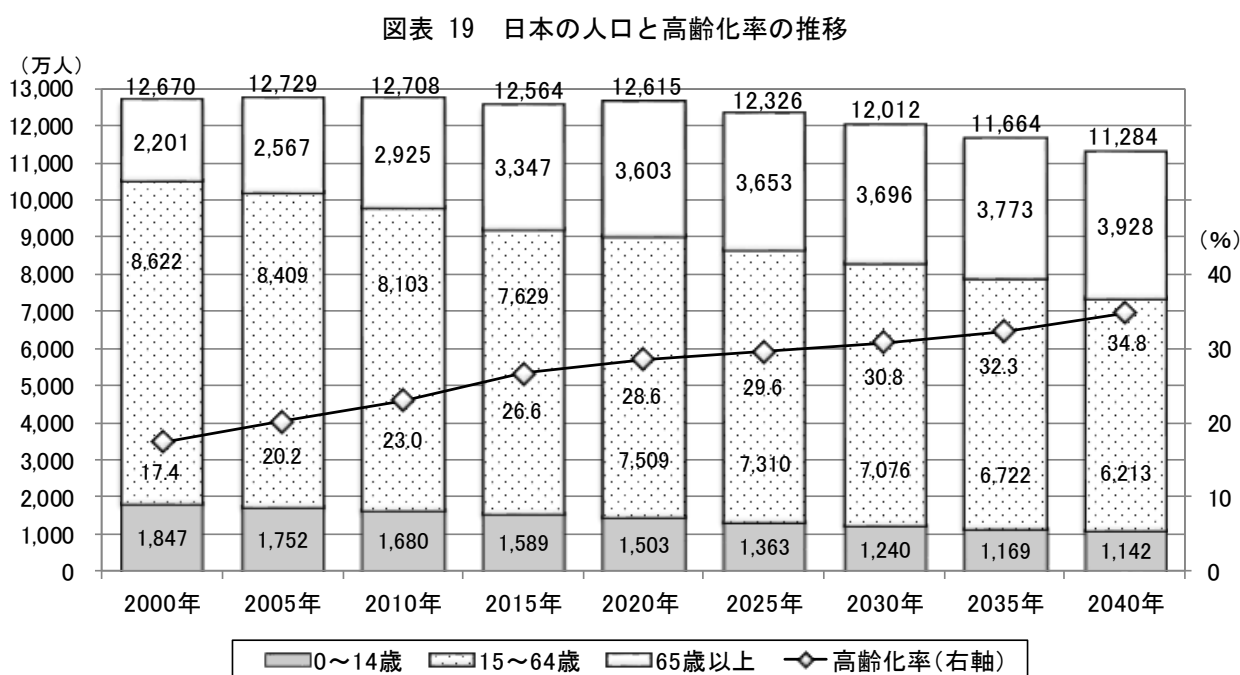
(1) 国内の人口減少・高齢化が進行

日本の人口は、2005年の1億2,729万人で既にピークアウトしており、2020年には1億2,615万人（2005年比▲114万人）に減少した（図表19）。将来を展望すると、2040年の1億1,284万人（2020年比▲1,331万人）まで右肩下りの減少が続く見通しとなっている（図表19）。

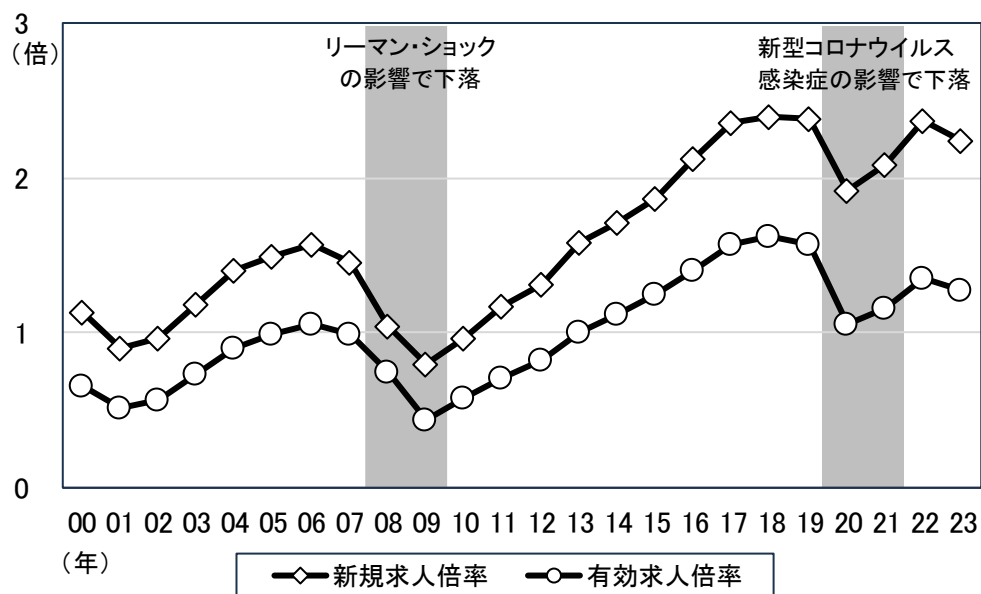
わが国の産業の主な担い手である生産年齢人口（15～64歳）は、2000年以降、趨勢的な減少の動きが続いており、2020年には7,509万人（2000年比▲1,113万人）となり、2040年の6,213万人（2020年比▲1,296万人）まで減少する見通しとなっている。この間、高齢化率（総人口に占める65歳以上の人口割合）は、2020年（28.6%）以降も一貫した上昇の動きを続けて、2040年には34.8%（2020年比+6.2ポイント）と急速に高齢化が進行する見込みとなっている。

こうしたわが国の人口減少や高齢化の急速な進行に伴う労働力人口の減少は、消費マーケットや生産活動の縮小など、需給両面にわたって経済の下押し圧力となることが懸念される。

わが国の新規・有効求人倍率の推移をみると、リーマン・ショック（2008年）や新型コロナウイルス感染症（2019年）などの影響で一時的に落ち込んだものの、その後すぐに上昇基調に転じるなど、生産年齢人口の減少などの構造的要因を背景に、慢性的な人手不足の状況となっている（図表20）。



図表 20 新規・有効求人倍率の推移



(出所)厚生労働省「職業安定業務統計」のデータを元に(株)ちばぎん総合研究所が作成。

（２）円安や地政学的リスクなどを映じたコストプッシュインフレの進行

船橋市商工業戦略プランの計画期間中のドル円相場の推移をみると、2015 年以降は 100～120 円のレンジで横ばい推移していたが、米国がコロナ後の景気回復で起きたインフレ抑制のために利上げを続けた（米国 10 年国債利回り：2020 年（最低値）0.52%→2023 年（最高値）4.98%）ことから、当時、マイナス金利政策を続けていた日本と米国の金利差が拡大し、2022 年ごろから 2024 年にかけて急速に円安が進行し、2024 年 6 月には 161 円をつけた（図表 21）。その後、日銀が 7 月の金融政策決定会合で、政策金利を 0.25%程度に引き上げる追加の利上げを決定したことから、9 月には 140 円前半の水準となった。10 月入り後は、石破首相の利上げ慎重発言もあって 150 円を挟む水準で推移している。

円安を映じた輸入物価の上昇に加え、ロシアのウクライナ侵攻（2022 年 2 月～）やイスラエルによるガザ地区侵攻（2023 年 10 月～）など地政学的リスク（図表 22）の発生を契機としたエネルギー危機やサプライチェーンの再編などから原材料価格が高騰したことによる、コストプッシュインフレが急速に進行した。消費者物価指数（総合）の近年の推移をみると、2007 年度から 2013 年度にかけて 95 円を挟んだ水準で横ばい推移したあと、2020 年度（100.0）まで緩やかに上昇した（図表 23）。その後、2022 年度（102.3）から 2024 年度（109.5）、にかけて前述の要因から急速に物価が上昇した。

図表 21 為替相場（ドル・円）の推移



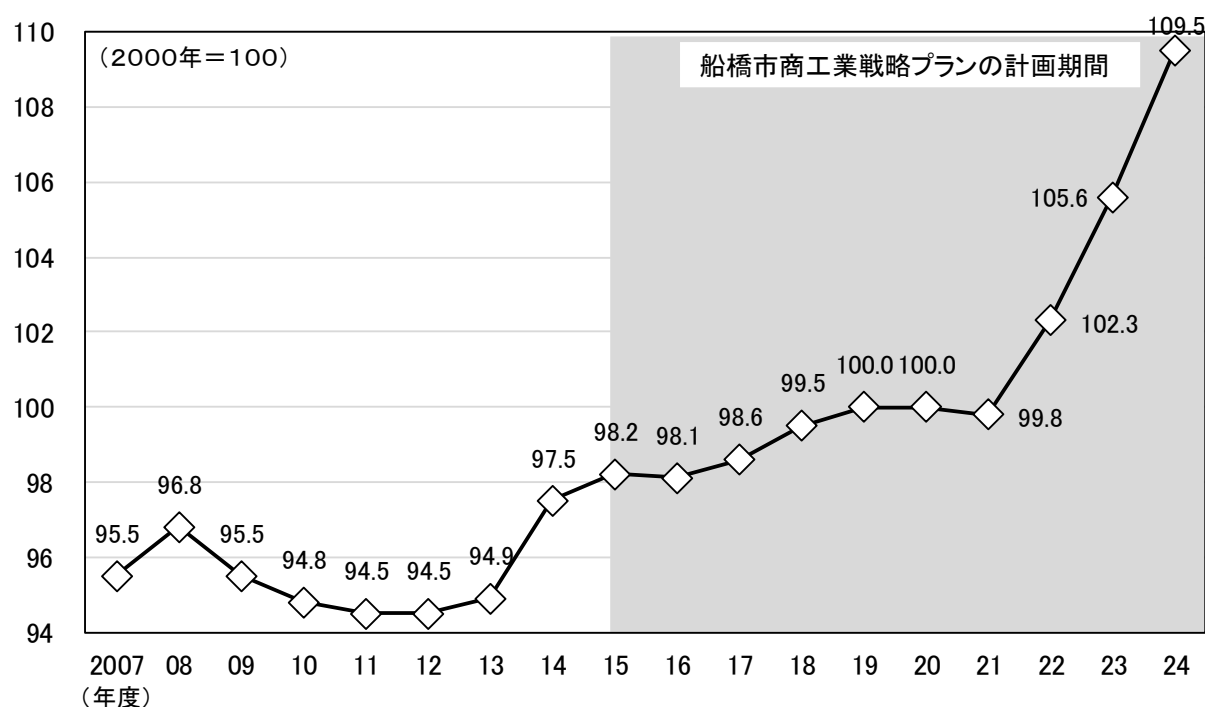
（出所）日本銀行

図表 22 2024 年の「世界の 10 大リスク」

1位	米国の敵は米国(米国の政治的分断)
2位	瀬戸際に立つ中東(イスラエル・ガザ戦争)
3位	ウクライナ分割(ウクライナ戦争)
4位	AIのガバナンス欠如
5位	ならず者国家の枢軸(ロシア、北朝鮮、イランの連携が脅威に)
6位	回復しない中国(中国政府が金融の脆弱性)
7位	重要鉱物の争奪戦(重要鉱物を有する各国が貿易制限を強化)
8位	インフレによる経済的逆風(インフレに伴う高金利が経済成長を鈍化)
9位	エルニーニョ再来(異常気象による食料難や水不足、病気など)
10位	分断化進む米国でビジネス展開するリスク

(出所) ユーラシア・グループ

図表 23 消費者物価指数(総合)の推移



(出所) 総務省統計局「消費者物価指数(CPI)」

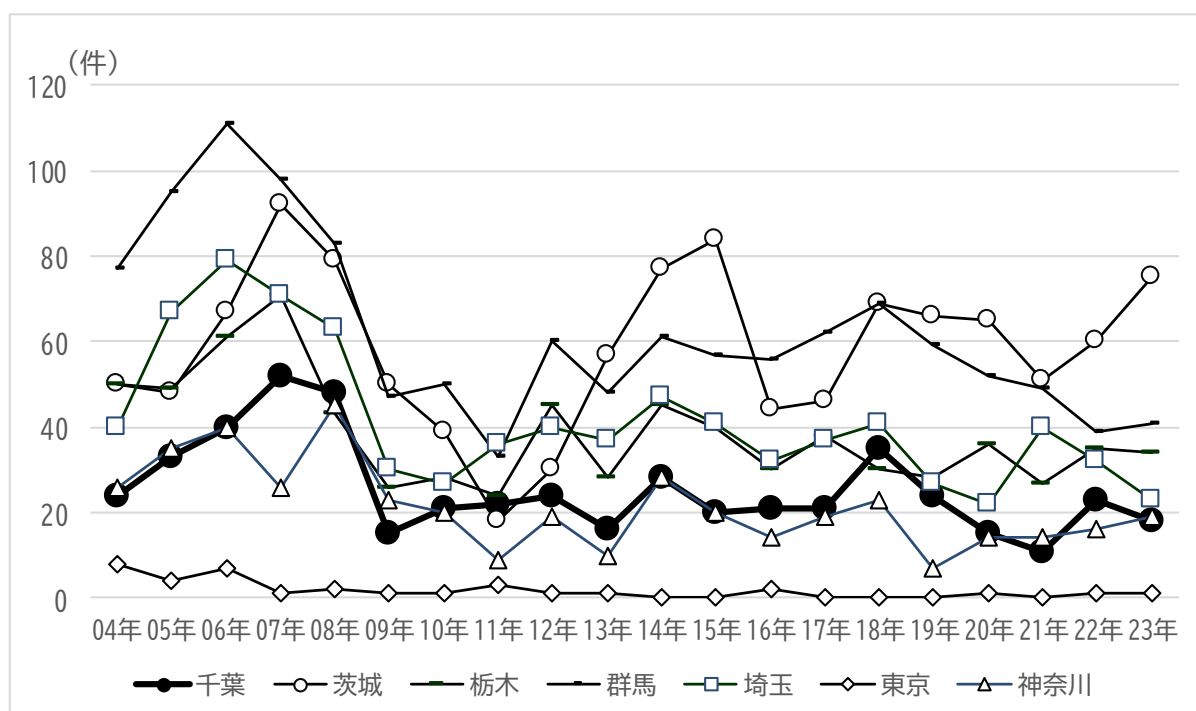
（３）地域間競争の激化（定住促進・企業誘致等）

日本全体が人口減少局面に入るなかで、定住促進や企業誘致等の地域間競争が激化している。

千葉県の上場立地件数の推移をみると、近年は概ね 20 件を挟む水準で推移しており、年によっては茨城県の 4 分の 1 程度の水準で低迷している（図表 24）。その背景には、千葉県では、工業団地（産業用地）の在庫が枯渇していることがあり、工業団地（産業用地）の確保が喫緊の課題となっている。

また、企業が立地を選定した理由をみると、圧倒的に「本社・他の自社工場への近接性」が多くなっており、地元企業の新たな立地ニーズへの対応が求められている（図表 25）。

図表 24 工場立地件数の推移



（出所）経済産業省「工場立地動向調査」

図表 25 立地を選定した理由【新設・全国】

	立地地点選定理由	割合(%)
1	本社・他の自社工場への近接性	37.7
2	人材・労働力の確保	8.4
3	地価	8.1
4	工業団地である	7.5
5	原材料等の入手の便	6.3
6	関連企業への近接性	6.3
7	市場への近接性	5.7
8	地方自治体の誠意・積極性・迅速性	3.3
9	周辺環境からの制約が少ない	3.3
10	高速道路を利用できる	1.8

（出所）経済産業省「工場立地動向調査」

（４）大規模災害の発生リスクの高まり（台風・豪雨の大型化や首都直下型地震の発生など）

千葉県では「令和元年房総半島台風・東日本台風及び10月25日の大雨」の甚大な被害が記憶に新しく、中小企業の被害は306億円にのぼった（図表26）。台風・豪雨の大型化や首都直下型地震の発生など大規模災害のリスクへの対応、事業継続計画（Business Continuity Plan）の制定によるリスクマネジメントも今後の企業経営の課題といえる。

図表 26 令和元年房総半島台風・東日本台風及び10月25日の大雨による中小企業の被害

総事業所数				
18,658件	地域別被害		業種別被害	
被害額 30,572百万円	①南房総市・鋸南町	6,169百万円	①卸売業・小売業	8,144百万円
	②君津地域	5,154百万円	②宿泊業・飲食サービス業	5,388百万円
	③館山市・鴨川市	4,513百万円	③建設業	3,676百万円

（出所）千葉県「千葉県災害復旧・復興に関する指針」

第2章 船橋市小売商業の概要調査

I 調査の概要

1. 調査の目的

「令和3年経済センサス（総務省統計局）」の調査結果を基に市内小売商業の現状を明らかにするとともに、「平成28年経済センサス」との比較等により、産業構造などの経年変化をとらえ、船橋市商工業戦略プランを検討するための基礎データとすることを目的として本調査を実施する。

2. 報告書を読むに当たっての留意事項

- 報告書中の図表については、四捨五入の関係で構成比や金額等の合計と内訳の計が一致しない場合がある。
- 図表データの出所が経済センサスの場合は、出所の記載を省略してある。

II 船橋市小売商業の現況と動向

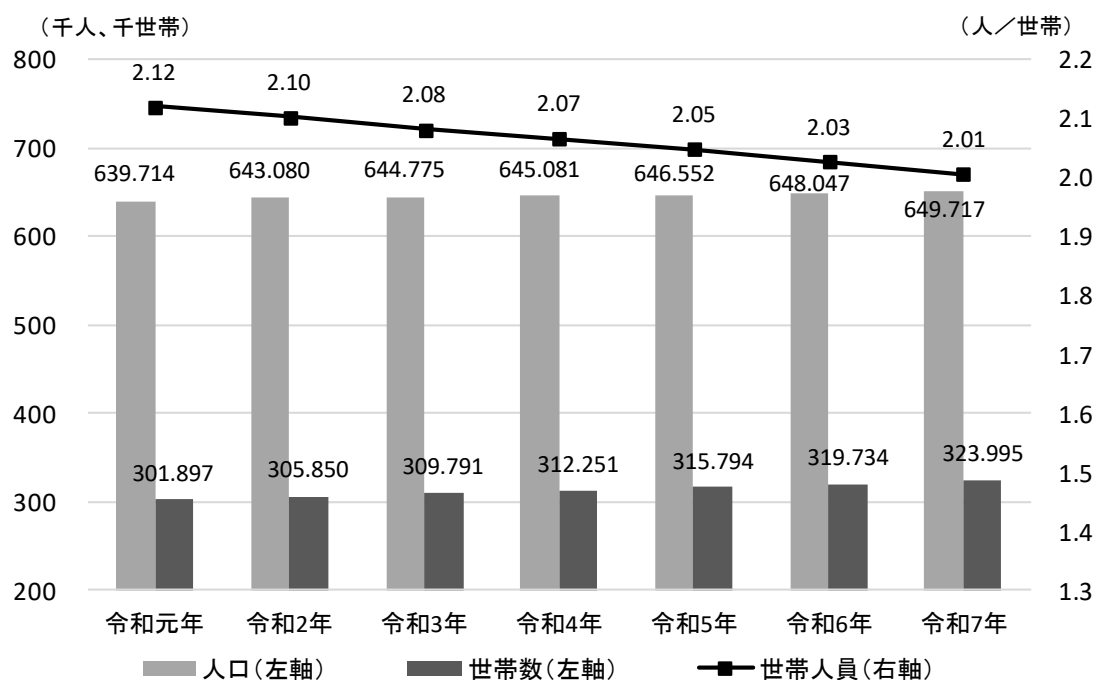
1. 小売商業の環境

(1) 人口と世帯人員

船橋市では、人口、世帯数とも増加傾向にあり、令和7年3月末現在、人口は649,717人（令和元年比+10,003人、同+1.6%）、世帯数は323,995世帯（令和元年比+22,098世帯、同+7.3%）となっている（図表27）。

人口の伸びを世帯数の伸びが上回っていることから、世帯人員（1世帯当たり人口）は減少傾向にあり、令和7年3月末現在、2.01人となっている。

図表 27 人口と世帯人員の動向



出所：住民基本台帳人口要覧（各年とも3月末現在）

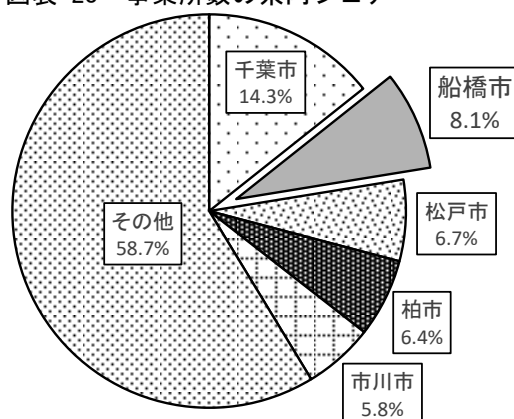
2. 小売商業の概況

(1) 事業所数

令和3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2,621事業所で、千葉市(4,616事業所)に次いで県内2位(県内構成比8.1%)となっている(図表28、29)。

平成28年経済センサスと比べると、12.4%(370事業所)減少しており、千葉県全体の減少率(11.1%)よりやや高くなっている。

図表 28 事業所数の県内シェア



図表 29 小売業の事業所数

単位(事業所、%)

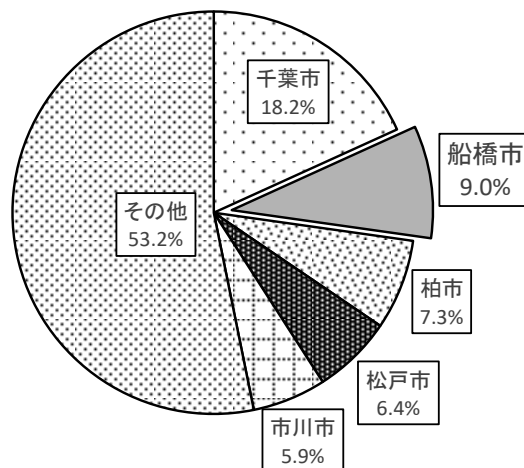
		平成24年	平成28年	令和3年	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
千葉県		37,186	36,296	32,259	▲ 4,037	▲ 11.1
船橋市		3,089	2,991	2,621	▲ 370	▲ 12.4
県内構成比		8.3	8.2	8.1	-	-
主要都市	千葉市	5,251	5,361	4,616	▲ 745	▲ 13.9
	市川市	2,331	2,142	1,859	▲ 283	▲ 13.2
	松戸市	2,481	2,305	2,153	▲ 152	▲ 6.6
	柏市	2,284	2,331	2,080	▲ 251	▲ 10.8
隣接市	習志野市	801	755	674	▲ 81	▲ 10.7
	八千代市	990	979	813	▲ 166	▲ 17.0
	白井市	234	239	245	6	2.5
	鎌ヶ谷市	532	512	427	▲ 85	▲ 16.6
東京都	江戸川区	3,394	3,187	2,797	▲ 390	▲ 12.2
	葛飾区	3,024	2,760	2,358	▲ 402	▲ 14.6
	墨田区	2,234	2,241	1,954	▲ 287	▲ 12.8

（２）従業者数

令和３年経済センサスによると、船橋市における小売業の従業者数は 31,641 人で、千葉市（63,830 人）に次いで県内２位（県内構成比 9.0％）となっている（図表 30、31）。

平成 28 年経済センサスと比べると、千葉県全体では 0.9％増加しているが、船橋市は 3.0％減少している。

図表 30 従業者数の県内シェア



図表 31 小売業の従業者数

単位(人、%)

		平成24年	平成28年	令和3年	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
千葉県		342,125	347,256	350,532	3,276	0.9
船橋市		31,497	32,611	31,641	▲ 970	▲ 3.0
県内構成比		9.2	9.4	9.0	—	—

主要都市	千葉市	62,071	60,556	63,830	3,274	5.4
	市川市	20,990	20,145	20,730	585	2.9
	松戸市	22,292	22,060	22,426	366	1.7
	柏市	23,811	25,970	25,466	▲ 504	▲ 1.9
隣接市	習志野市	9,371	10,638	9,723	▲ 915	▲ 8.6
	八千代市	10,170	10,079	9,813	▲ 266	▲ 2.6
	白井市	3,042	2,923	3,138	215	7.4
	鎌ヶ谷市	5,069	5,103	5,091	▲ 12	▲ 0.2
東京都	江戸川区	28,609	27,961	30,183	2,222	7.9
	葛飾区	21,035	20,804	21,232	428	2.1
	墨田区	15,500	16,977	18,140	1,163	6.9

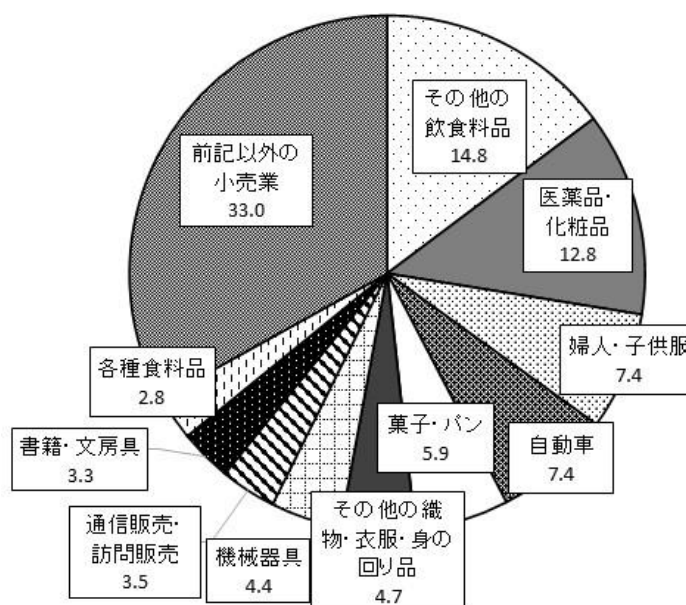
3. 産業分類別

(1) 事業所数

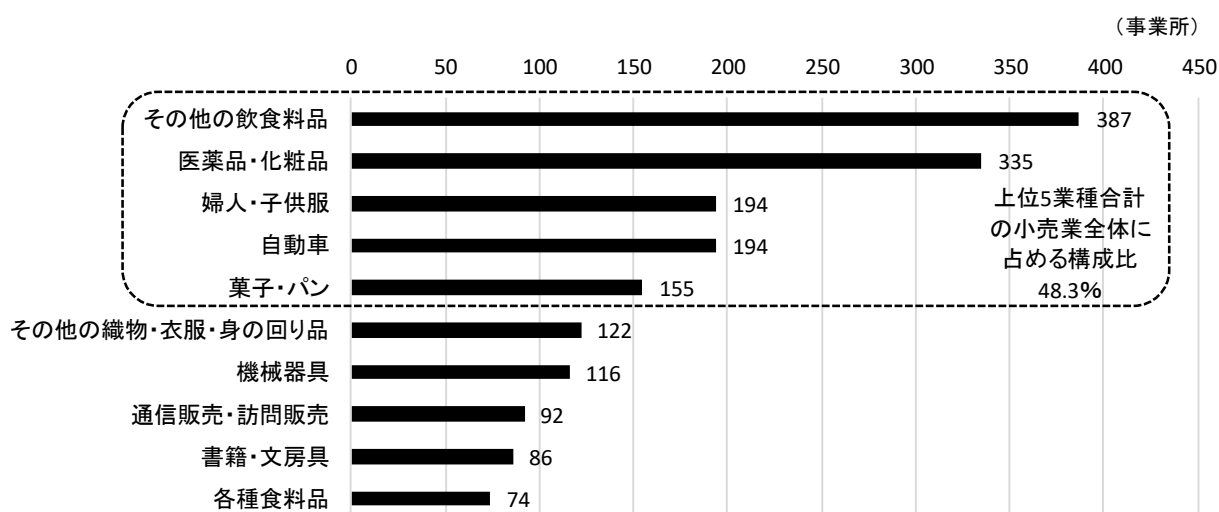
事業所数を産業小分類別にみると、コンビニエンスストアや料理品などが含まれる「その他の飲食料品」が 387 事業所（構成比 14.8%）で最も多く、次いで「医薬品・化粧品」が 335 事業所（同 12.8%）、「婦人・子供服」と「自動車」が 194 事業所（同 7.4%）、「菓子・パン」が 155 事業所（同 5.9%）となっており、これら上位 5 業種で小売業全体の 48.3% を占めている（図表 32、33）。

平成 28 年との比較（10 事業所以下及び「管理、補助的経済活動を行う事業所」を除く）では、「じゅう器」が▲34.1%と減少率が最も大きくなっており、次いで、「靴・履物（▲28.3%）」、「鮮魚（▲27.3%）」となっている。一方、増加率では「通信販売・訪問販売」が+53.3%で最も大きく、次いで、「医薬品・化粧品（+8.4%）」となっている（図表 34）。

図表 32 事業所数の産業別構成比



図表 33 小売業の産業小分類別事業所数（上位 10 業種）



（注）「他に分類されない小売業」は、上位 10 業種から除いている

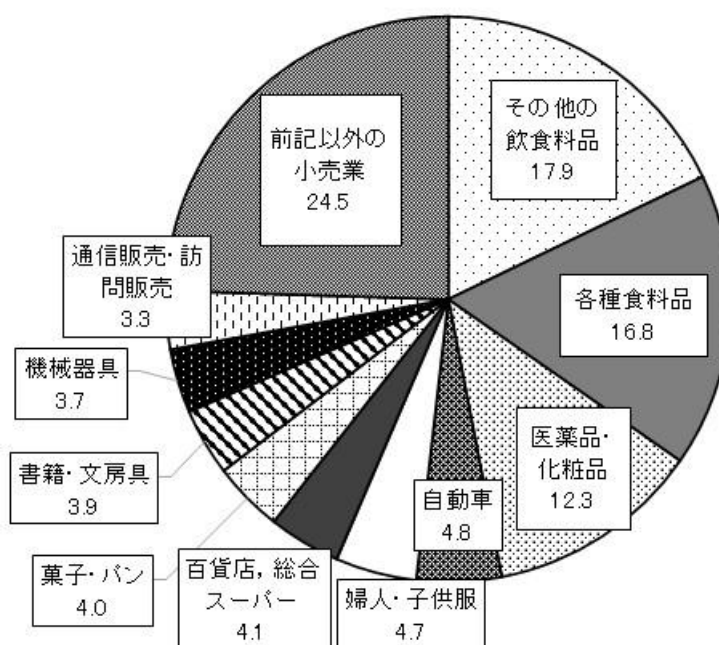
表 34 産業小分類別の事業所数

	平成28年		令和3年			
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
小売業合計	2,991	100.0	2,621	100.0	▲ 370	▲ 12.4
各種商品小売業	15	0.5	14	0.5	▲ 1	▲ 6.7
管理, 補助的経済活動を行う事業所	4	0.1	2	0.1	▲ 2	▲ 50.0
百貨店, 総合スーパー	7	0.2	7	0.3	0	0.0
その他の各種商品小売業	4	0.1	5	0.2	1	25.0
織物・衣服・身の回り品小売業	568	19.0	448	17.1	▲ 120	▲ 21.1
管理, 補助的経済活動を行う事業所	1	0.0	1	0.0	0	0.0
呉服・服地・寝具小売業	34	1.1	31	1.2	▲ 3	▲ 8.8
男子服小売業	75	2.5	62	2.4	▲ 13	▲ 17.3
婦人・子供服小売業	249	8.3	194	7.4	▲ 55	▲ 22.1
靴・履物小売業	53	1.8	38	1.4	▲ 15	▲ 28.3
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	156	5.2	122	4.7	▲ 34	▲ 21.8
飲食料品小売業	907	30.3	755	28.8	▲ 152	▲ 16.8
管理, 補助的経済活動を行う事業所	12	0.4	8	0.3	▲ 4	▲ 33.3
各種食料品小売業	86	2.9	74	2.8	▲ 12	▲ 14.0
野菜・果実小売業	49	1.6	38	1.4	▲ 11	▲ 22.4
食肉小売業	27	0.9	23	0.9	▲ 4	▲ 14.8
鮮魚小売業	22	0.7	16	0.6	▲ 6	▲ 27.3
酒小売業	70	2.3	54	2.1	▲ 16	▲ 22.9
菓子・パン小売業	173	5.8	155	5.9	▲ 18	▲ 10.4
その他の飲食料品小売業	468	15.6	387	14.8	▲ 81	▲ 17.3
機械器具小売業	370	12.4	357	13.6	▲ 13	▲ 3.5
管理, 補助的経済活動を行う事業所	2	0.1	2	0.1	0	0.0
自動車小売業	197	6.6	194	7.4	▲ 3	▲ 1.5
自転車小売業	44	1.5	45	1.7	1	2.3
機械器具小売業	127	4.2	116	4.4	▲ 11	▲ 8.7
その他の小売業	1,040	34.8	924	35.3	▲ 116	▲ 11.2
管理, 補助的経済活動を行う事業所	16	0.5	8	0.3	▲ 8	▲ 50.0
家具・建具・畳小売業	71	2.4	54	2.1	▲ 17	▲ 23.9
じゅう器小売業	44	1.5	29	1.1	▲ 15	▲ 34.1
医薬品・化粧品小売業	309	10.3	335	12.8	26	8.4
農耕用品小売業	11	0.4	10	0.4	▲ 1	▲ 9.1
燃料小売業	71	2.4	70	2.7	▲ 1	▲ 1.4
書籍・文房具小売業	114	3.8	86	3.3	▲ 28	▲ 24.6
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	75	2.5	63	2.4	▲ 12	▲ 16.0
写真機・時計・眼鏡小売業	63	2.1	64	2.4	1	1.6
他に分類されない小売業	266	8.9	205	7.8	▲ 61	▲ 22.9
無店舗小売業	91	3.0	122	4.7	31	34.1
管理, 補助的経済活動を行う事業所	2	0.1	2	0.1	0	0.0
通信販売・訪問販売小売業	60	2.0	92	3.5	32	53.3
自動販売機による小売業	5	0.2	9	0.3	4	80.0
その他の無店舗小売業	24	0.8	19	0.7	▲ 5	▲ 20.8
小売業 内格付不能	—	—	1	0.0	—	—

（２）従業者数

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 5,651 人（構成比 17.9%）で最も多い（図表 35、36）。次いで事業所数では、10 番目であった「各種食料品」が 5,320 人（同 16.8%）となっている。「医薬品・化粧品」が 3,889 人（同 12.3%）、「自動車」が 1,534 人（同 4.8%）、「婦人・子供服」が 1,474 人（同 4.7%）となっており、これら上位 5 業種で小売業全体の 56.5%と半数以上を占めている。また、事業

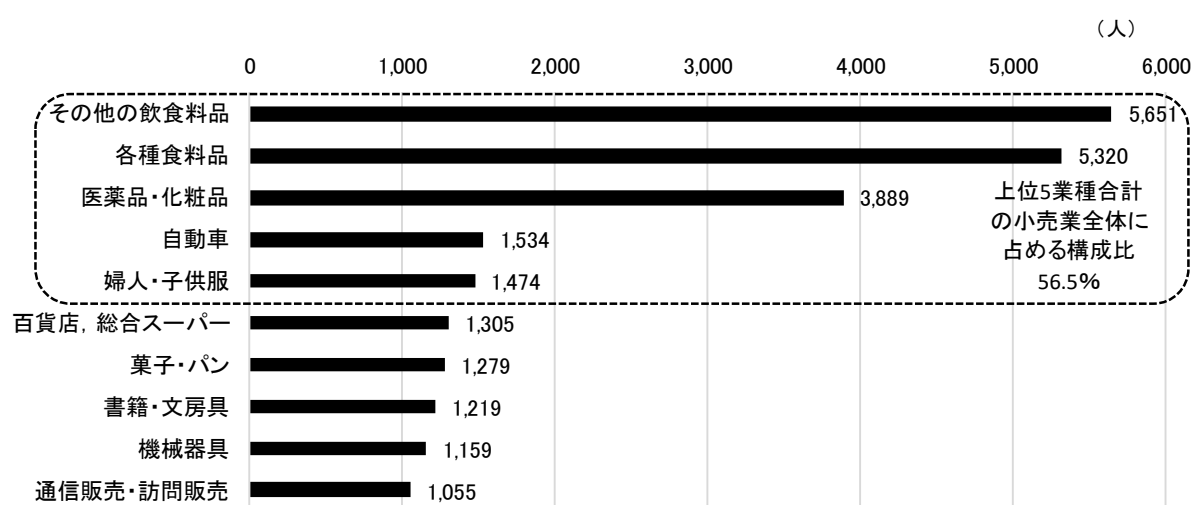
図表 35 従業者数の産業別構成比



所数が 7 事業所である「百貨店、総合スーパー」が 1,305 人（同 4.1%）となっている。

平成 28 年との比較（従業者数が 100 人以下及び「管理、補助的経済活動を行う事業所」を除く）では、「野菜・果実」が▲52.1%と減少率が最も大きくなっており、次いで、「靴・履物（▲37.8%）」、「酒（▲34.4%）」となっている。一方、増加率ではミニスーパーなどが含まれる「その他の各種商品」が+309.1%で最も大きく、次いで、「通信販売・訪問販売（+61.8%）」、「その他の無店舗小売業（+39.1%）」となっている（図表 37）。

図表 36 小売業の産業小分類別従業者数（上位 10 業種）



（注）「他に分類されない小売業」は、上位 10 業種から除いている

図表 37 小売業の産業小分類別従業者数の構成比

	平成28年		令和3年			
	従業者数 (人)	構成比	従業者数 (人)	構成比	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
小売業合計	32,611	100.0	31,641	100.0	▲ 970	▲ 3.0
各種商品小売業	1,925	5.9	1,519	4.8	▲ 406	▲ 21.1
管理、補助的経済活動を行う事業所	87	0.3	79.0	0.2	▲ 8	▲ 9.2
百貨店、総合スーパー	1,805	5.5	1,305	4.1	▲ 500	▲ 27.7
その他の各種商品小売業	33	0.1	135	0.4	102	309.1
織物・衣服・身の回り品小売業	3,820	11.7	3,091	9.8	▲ 729	▲ 19.1
管理、補助的経済活動を行う事業所	12	0.0	1	0.0	▲ 11	▲ 91.7
呉服・服地・寝具小売業	170	0.5	157	0.5	▲ 13	▲ 7.6
男子服小売業	488	1.5	395	1.2	▲ 93	▲ 19.1
婦人・子供服小売業	1,851	5.7	1,474	4.7	▲ 377	▲ 20.4
靴・履物小売業	299	0.9	186	0.6	▲ 113	▲ 37.8
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	1,000	3.1	878	2.8	▲ 122	▲ 12.2
飲食物品小売業	13,138	40.3	13,068	41.3	▲ 70	▲ 0.5
管理、補助的経済活動を行う事業所	39	0.1	58	0.2	19	48.7
各種食料品小売業	5,162	15.8	5,320	16.8	158	3.1
野菜・果実小売業	453	1.4	217	0.7	▲ 236	▲ 52.1
食肉小売業	230	0.7	201	0.6	▲ 29	▲ 12.6
鮮魚小売業	204	0.6	170	0.5	▲ 34	▲ 16.7
酒小売業	262	0.8	172	0.5	▲ 90	▲ 34.4
菓子・パン小売業	1,316	4.0	1,279	4.0	▲ 37	▲ 2.8
その他の飲食物品小売業	5,472	16.8	5,651	17.9	179	3.3
機械器具小売業	3,012	9.2	2,864	9.1	▲ 148	▲ 4.9
管理、補助的経済活動を行う事業所	23	0.1	54	0.2	31	134.8
自動車小売業	1,735	5.3	1,534	4.8	▲ 201	▲ 11.6
自転車小売業	117	0.4	117	0.4	0	0.0
機械器具小売業	1,137	3.5	1,159	3.7	22	1.9
その他の小売業	9,689	29.7	9,534	30.1	▲ 155	▲ 1.6
管理、補助的経済活動を行う事業所	376	1.2	184	0.6	▲ 192	▲ 51.1
家具・建具・畳小売業	648	2.0	783	2.5	135	20.8
じゅう器小売業	145	0.4	147	0.5	2	1.4
医薬品・化粧品小売業	3,118	9.6	3,889	12.3	771	24.7
農耕用品小売業	42	0.1	36	0.1	▲ 6	▲ 14.3
燃料小売業	852	2.6	921	2.9	69	8.1
書籍・文房具小売業	1,501	4.6	1,219	3.9	▲ 282	▲ 18.8
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	630	1.9	434	1.4	▲ 196	▲ 31.1
写真機・時計・眼鏡小売業	306	0.9	323	1.0	17	5.6
他に分類されない小売業	2,071	6.4	1,598	5.1	▲ 473	▲ 22.8
無店舗小売業	1,027	3.1	1,563	4.9	536	52.2
管理、補助的経済活動を行う事業所	108.0	0.3	127	0.4	19	17.6
通信販売・訪問販売小売業	652	2.0	1,055	3.3	403	61.8
自動販売機による小売業	157	0.5	228	0.7	71	45.2
その他の無店舗小売業	110	0.3	153	0.5	43	39.1
小売業 内格付不能	-	-	2	0.0	-	-

4. 小売業の成果・機能

(1) 年間商品販売額

令和3年経済センサスによると、船橋市の年間商品販売額は5,606億円と、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（5兆9,206億円）の9.5%を占めている（図表38）。

平成28年経済センサスと比べると、2.5%（145億円）減少しており、千葉県全体の減少率（1.5%）より高くなっている。

図表 38 小売業の年間商品販売額

単位(百万円、%)

		平成24年	平成28年	令和3年	増減額 (H28年比)	増減率 (H28年比)
千葉県		4,778,886	6,010,050	5,920,566	▲ 89,484	▲ 1.5
船橋市		452,751	575,042	560,585	▲ 14,457	▲ 2.5
県内構成比		9.5	9.6	9.5	-	-
主要都市	千葉市	862,307	1,111,876	1,162,002	50,126	4.5
	市川市	271,159	332,541	357,304	24,763	7.4
	松戸市	298,052	360,533	354,483	▲ 6,050	▲ 1.7
	柏市	395,987	472,347	476,149	3,802	0.8
隣接市	習志野市	151,526	170,115	178,387	8,272	4.9
	八千代市	139,082	165,995	158,982	▲ 7,013	▲ 4.2
	白井市	48,005	61,260	52,968	▲ 8,292	▲ 13.5
	鎌ヶ谷市	62,740	74,308	72,990	▲ 1,318	▲ 1.8
東京都	江戸川区	389,252	481,201	465,151	▲ 16,050	▲ 3.3
	葛飾区	263,153	355,691	301,385	▲ 54,306	▲ 15.3
	墨田区	223,521	288,302	347,183	58,881	20.4

年間商品販売額を産業小分類にみると、「各種食料品」が 988 億円（構成比 17.6%）で最も多く、次いで、「医薬品・化粧品（660 億円、同 11.8%）」、「百貨店、総合スーパー（568 億円、同 10.1%）」、となっている（図表 39）。

図表 39 産業小分類別の年間商品販売額

	年間商品販売額		【参考】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	560,585	100.0	2,175	100.0
各種商品	59,226	10.6	12	0.6
百貨店、総合スーパー	56,835	10.1	7	0.3
その他の各種商品	2,390	0.4	5	0.2
織物・衣服・身の回り品小売業	42,734	7.6	401	18.4
呉服・服地・寝具	1,555	0.3	26	1.2
男子服	5,234	0.9	54	2.5
婦人・子供服	23,279	4.2	181	8.3
靴・履物	2,538	0.5	35	1.6
その他の織物・衣服・身の回り品	10,128	1.8	105	4.8
飲食料品小売業	164,723	29.4	624	28.7
各種食料品	98,787	17.6	70	3.2
野菜・果実	2,741	0.5	29	1.3
食肉	2,099	0.4	18	0.8
鮮魚	3,453	0.6	14	0.6
酒	2,690	0.5	43	2.0
菓子・パン	6,263	1.1	131	6.0
その他の飲食料品	48,690	8.7	319	14.7
機械器具小売業	96,852	17.3	263	12.1
自動車	52,827	9.4	135	6.2
自転車	1,553	0.3	40	1.8
機械器具	42,472	7.6	88	4.0
その他の小売業	149,719	26.7	790	36.3
家具・建具・畳	15,945	2.8	46	2.1
じゅう器	837	0.1	23	1.1
医薬品・化粧品	65,994	11.8	294	13.5
農耕用品	372	0.1	8	0.4
燃料	26,247	4.7	54	2.5
書籍・文房具	9,223	1.6	78	3.6
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器	6,498	1.2	56	2.6
写真機・時計・眼鏡	4,159	0.7	59	2.7
他に分類されない	20,443	3.6	172	7.9
無店舗小売業	47,332	8.4	85	3.9
通信販売・訪問販売	39,041	7.0	66	3.0
自動販売機による	6,224	1.1	8	0.4
その他の無店舗	2,067	0.4	11	0.5

産業小分類別に千葉県全体と構成比を比較すると、「百貨店、総合スーパー」（船橋市 10.1%、千葉県 6.2%）、「家具・建具・畳（同 2.8%、1.1%）」、「機械器具（同 7.6%、6.1%）」の構成比が高くなっている（図表 40）。

一方、「自動車（同 9.4%、11.8%）」、「燃料（同 4.7%、6.8%）」の構成比が低くなっている。

図表 40 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）

	千葉県	船橋市	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	6.5	10.6	—	5.0	1.7	10.3	—	7.5	6.3	1.1
百貨店、総合スーパー	6.2	10.1	—	—	—	9.8	—	6.6	5.5	—
その他の各種商品	0.3	0.4	—	—	—	0.6	—	0.9	0.7	—
織物・衣服・身の回り品小売業	6.2	7.6	5.5	5.1	4.7	8.8	4.3	4.6	4.4	8.9
呉服・服地・寝具	0.2	0.3	0.1	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1
男子服	0.8	0.9	0.7	1.0	0.5	1.2	0.3	0.5	0.3	2.0
婦人・子供服	3.1	4.2	2.3	2.3	2.3	4.8	1.9	2.0	3.0	4.3
靴・履物	0.4	0.5	0.4	0.5	0.2	0.4	0.4	0.3	0.2	0.6
その他の織物・衣服・身の回り品	1.7	1.8	1.9	1.2	1.5	2.1	1.5	1.6	0.8	1.9
飲食料品	30.6	29.4	24.6	36.0	37.7	26.1	28.6	43.3	39.1	32.2
各種食料品	18.6	17.6	14.0	21.6	25.3	16.7	15.7	24.9	23.4	15.8
野菜・果実	0.6	0.5	0.4	0.6	0.2	0.7	0.8	0.7	0.3	0.6
食肉	0.3	0.4	0.4	0.4	0.2	0.2	0.5	0.4	0.4	0.2
鮮魚	0.5	0.6	0.4	0.5	0.3	0.5	—	0.4	0.3	0.7
酒	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5	0.0	0.2	0.7	1.8
菓子・パン	1.1	1.1	0.9	1.1	1.4	0.7	1.0	1.8	0.9	1.4
その他の飲食料品	9.0	8.7	8.0	11.3	9.9	6.8	—	15.0	13.1	11.7
機械器具	18.1	17.3	21.0	15.1	17.4	20.3	11.1	15.6	15.6	9.7
自動車	11.8	9.4	16.0	8.9	10.4	12.3	4.2	9.4	10.0	3.7
自転車	0.2	0.3	0.2	0.6	0.3	0.2	0.3	0.4	0.3	0.1
機械器具	6.1	7.6	4.9	5.7	6.7	7.8	6.6	5.8	5.3	5.9
その他の	30.0	26.7	—	24.6	32.7	26.9	—	23.9	26.4	17.9
家具・建具・畳	1.1	2.8	0.8	1.3	1.0	0.9	2.9	0.8	0.2	0.1
じゅう器	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.1	0.4	0.5	0.2
医薬品・化粧品	11.0	11.8	8.7	11.7	15.5	10.8	8.0	14.2	11.7	8.4
農耕用品	0.8	0.1	—	0.1	—	0.1	—	—	—	—
燃料	6.8	4.7	5.4	3.5	5.6	4.3	4.4	3.0	4.7	2.6
書籍・文房具	1.7	1.6	1.5	1.7	2.6	1.7	2.1	1.1	1.3	1.1
スポーツ用品・玩具・娯楽用品・楽器	1.5	1.2	1.3	1.1	1.0	1.9	1.9	0.9	1.0	1.7
写真機・時計・眼鏡	0.6	0.7	0.7	0.7	0.6	0.8	0.6	0.6	0.4	0.7
他に分類されない	6.2	3.6	—	4.4	—	6.0	10.1	2.9	—	—
無店舗	8.7	8.4	17.3	14.2	5.7	7.6	14.5	5.1	8.3	30.2
通信販売・訪問販売	7.3	7.0	15.1	12.6	4.6	6.0	13.7	4.1	6.2	29.3
自動販売機による	0.7	1.1	1.1	0.9	0.4	1.1	0.8	0.8	1.3	0.2
その他の無店舗	0.7	0.4	1.1	0.6	0.7	0.5	0.1	0.1	0.8	0.7

(2) 販売効率

船橋市の小売業の販売効率をみると、店舗生産性（1事業所当たり年間販売額）、労働生産性（従業者1人当たりの年間販売額）、売場生産性（売場面積1㎡当たり年間販売額）のいずれも千葉県平均を上回っている（図表41）。

県内の主要都市および隣接市と比較してみると、店舗生産性は2億5,774万円と、千葉市（3億587万円）、柏市（2億7,715万円）、白井市（2億7,445万円）に次ぐ水準にある。

労働生産性は2,062万円と、千葉市（2,300万円）、柏市（2,192万円）、市川市（2,101万円）に次ぐ水準にある。

売場生産性は107.4万円と、市川市（120.9万円）、千葉市（118.1万円）に次ぐ水準にある。

図表 41 販売効率指標

		年間商品 販 売 額 (百万円)	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/㎡)
	千葉県	5,920,566	21,754	2,002	93.4
	船橋市	560,585	25,774	2,062	107.4
主要都市	千葉市	1,162,002	30,587	2,300	118.1
	市川市	357,304	23,741	2,101	120.9
	松戸市	354,483	19,926	1,818	92.0
	柏市	476,149	27,715	2,192	97.5
隣接市	習志野市	178,387	31,573	2,057	89.7
	八千代市	158,982	22,615	1,802	93.3
	白井市	52,968	27,445	1,959	73.2
	鎌ヶ谷市	72,990	19,943	1,646	82.8
東京都東部	江戸川区	465,151	20,981	1,846	129.6
	葛飾区	301,385	15,837	1,678	122.9
	墨田区	347,183	22,662	2,329	168.9

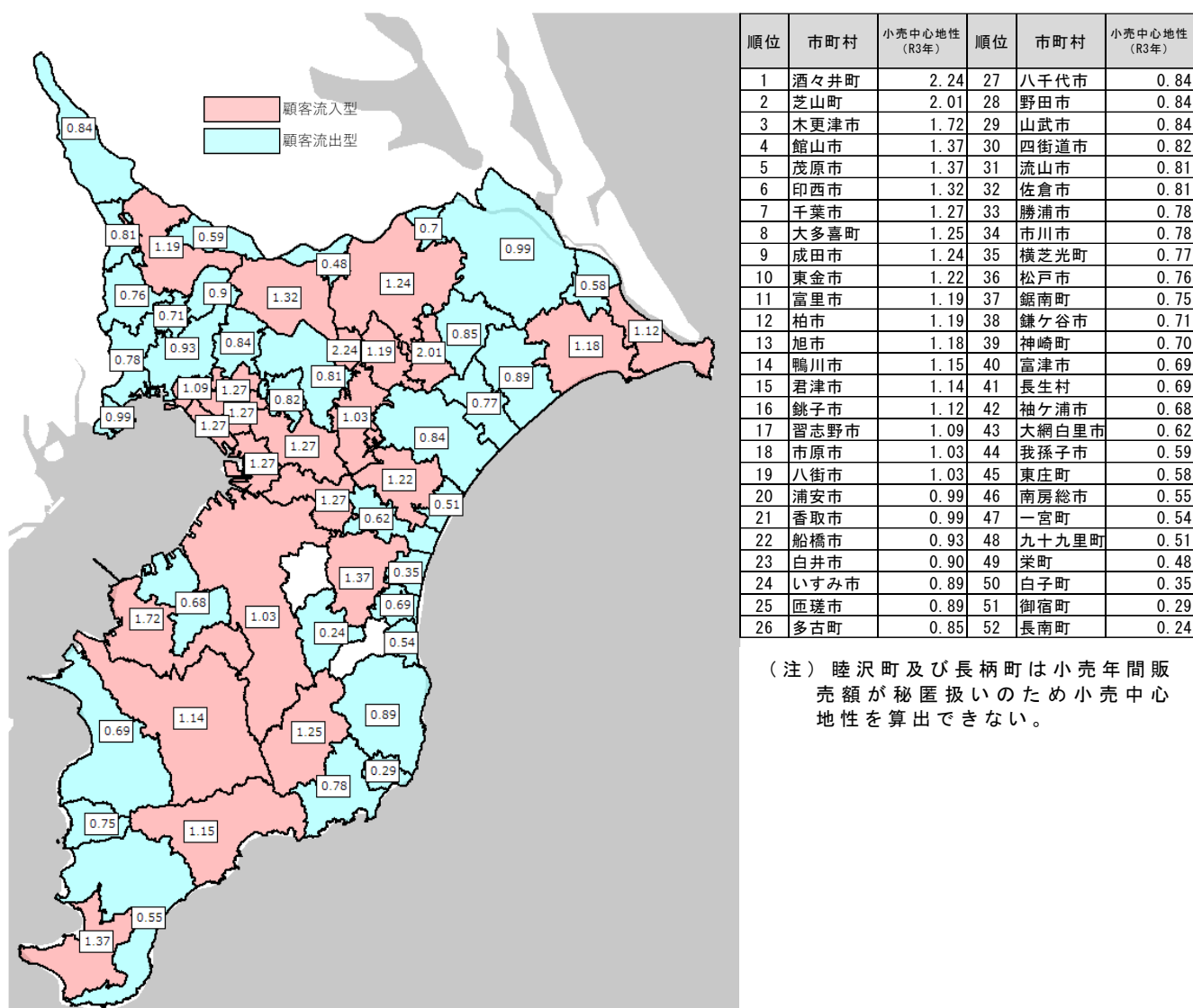
（３）小売中心地性（顧客流入比率）の動向

市町村別に令和３年の小売中心地性（※）をみると、酒々井町が 2.24 で最も高く、次いで芝山町（2.01）、木更津市（1.72）の順となっており、県内の市町村のうち 19 市町村が『1』を超えて顧客流入型となっている（図表 42）。

※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求められ、『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。

$$\begin{aligned} \text{小売中心地性（指数）} &= \text{商業人口} / \text{行政人口} \\ \text{商業人口（人）} &= \frac{\text{当該都市の小売年間販売額}}{\text{当該都市が属する県民 1 人当たりの小売年間販売額}} \end{aligned}$$

図表 42 県内市町村の小売中心地性



船橋市の小売中心地性は、0.93 であり、市内行政人口の 7%に相当する消費需要が市外に流出している（図表 42, 43）。

県内の主要都市及び隣接市の小売中心地性の変化をみると、平成 28 年から令和 3 年にかけて船橋市（0.96→0.93）や白井市（1.01→0.90）等が低下した一方、千葉市（1.20→1.27）や市川市（0.72→0.78）等は上昇している（図表 44）。

船橋市の産業中分類別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」が 1.51 と最も高く、次いで、「織物・衣服・身の回り品小売業」（1.14）となっている（図表 45）。この 2 つの業種は小売中心地性が『1』を超えており、市外から消費需要を吸引している。一方、「飲食料品小売業」（0.89）、「機械器具小売業」（0.89）、「その他の小売業」（0.83）、「無店舗小売業」（0.90）は『1』に満たず、市内の消費需要を市外へ流出させている。

産業小分類別でみると、販売額の多い業種では「百貨店、総合スーパー」（1.52）などが高い一方、「燃料小売業」（0.64）、「自動車小売業」（0.74）で低くなっている。

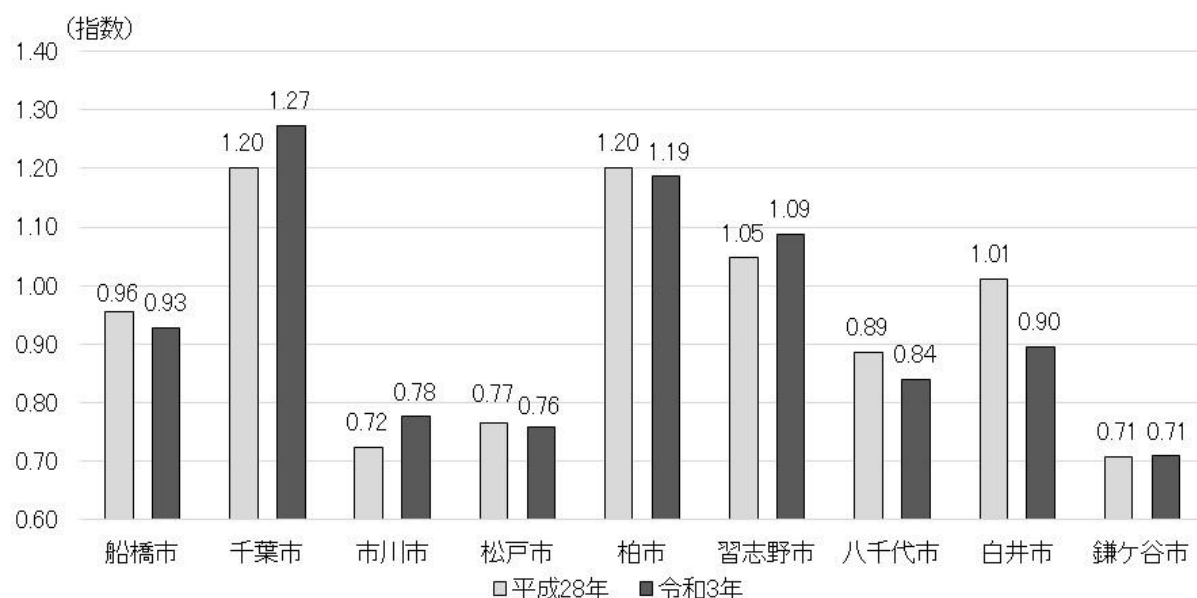
図表 43 小売中心地性関連指標

千葉県 小売年間販売額	千葉県 行政人口 (R3.1.1)	県民 1 人当たり小売 年間販売額	船橋市 商業人口	船橋市 行政人口 (R3.1.1)
5,920,566 百万円	6,322,897 人	93.6 万円	598,679 人	644,966 人

出所 小売年間販売額：総務省「令和 3 年経済センサス」

行政人口：総務省「住民基本台帳人口」

図表 44 県内主要都市及び隣接市の小売中心地性



図表 45 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	0.93	1.27	0.78	0.76	1.19	1.09
各種商品	6.5	1.51	—	0.60	0.20	1.88	—
百貨店、総合スーパー	6.2	1.52	—	—	—	1.87	—
その他の各種商品小売業	0.3	1.22	—	—	—	2.09	—
繊維・衣服・身の回り品小売業	6.2	1.14	1.13	0.64	0.58	1.68	0.75
呉服・服地・寝具小売業	0.2	1.18	0.86	0.38	0.60	1.53	0.89
男子服小売業	0.8	1.11	1.16	0.97	0.50	1.81	0.47
婦人・子供服小売業	3.1	1.26	0.96	0.59	0.57	1.86	0.67
靴・履物小売業	0.4	1.02	1.30	0.89	0.43	1.21	0.99
その他の繊維・衣服・身の回り品小売業	1.7	0.96	1.40	0.55	0.66	1.42	0.95
飲食料品小売業	30.6	0.89	1.02	0.91	0.94	1.01	1.02
各種食料品小売業	18.6	0.88	0.96	0.90	1.04	1.07	0.92
野菜・果実小売業	0.6	0.81	0.84	0.90	0.27	1.48	1.60
食肉小売業	0.3	1.29	1.78	1.07	0.53	1.10	2.16
鮮魚小売業	0.5	1.23	0.98	0.83	0.43	1.35	—
酒小売業	0.5	0.82	1.18	0.55	0.74	1.06	0.02
菓子・パン小売業	1.1	0.93	1.09	0.78	0.96	0.71	1.00
その他の飲食料品小売業	9.0	0.89	1.12	0.97	0.83	0.89	—
機械器具小売業	18.1	0.89	1.48	0.65	0.73	1.33	0.67
自動車小売業	11.8	0.74	1.72	0.58	0.67	1.24	0.39
自転車小売業	0.2	1.43	1.19	2.40	1.15	1.21	1.97
機械器具小売業	6.1	1.15	1.02	0.72	0.83	1.51	1.17
その他の小売業	30.0	0.83	—	0.64	0.83	1.06	—
家具・建具・畳小売業	1.1	2.37	0.93	0.88	0.69	0.93	2.78
じゅう器小売業	0.2	0.63	1.05	0.63	0.80	1.56	0.48
医薬品・化粧品小売業	11.0	1.00	1.01	0.83	1.07	1.17	0.79
農耕用品小売業	0.8	0.08	—	0.10	—	0.20	—
燃料小売業	6.8	0.64	1.01	0.40	0.63	0.74	0.69
書籍・文房具小売業	1.7	0.90	1.12	0.76	1.18	1.22	1.34
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	1.5	0.71	1.08	0.57	0.48	1.51	1.36
写真機・時計・眼鏡小売業	0.6	1.07	1.46	0.83	0.67	1.42	1.00
他に分類されない小売業	6.2	0.55	—	0.55	—	1.15	1.76
無店舗小売業	8.7	0.90	2.53	1.27	0.50	1.04	1.82
通信販売・訪問販売小売業	7.3	0.88	2.62	1.34	0.47	0.97	2.03
自動販売機による小売業	0.7	1.50	2.02	1.07	0.47	1.97	1.21
その他の無店舗小売業	0.7	0.51	2.11	0.67	0.78	0.90	0.12

○「自動車」及び「燃料」を除いた小売中心地性（参考）

船橋市では、前述のとおり「自動車」や「燃料」の小売中心地性が相対的に低い。

船橋市の令和 6 年 3 月末時点における自家用乗用車保有（登録）台数は、154,551 台であり、1 世帯当たりの保有台数は 0.514 台となっている。1 世帯当たりの保有台数は、県平均（0.677 台）、千葉市（0.662 台）、柏市（0.619 台）、県市部平均（0.659 台）に比べ低くなっており、保有率の低さが「自動車」や「燃料」の小売中心地性の低さにつな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 0.98 である（図表 46）。

図表 46 「自動車」及び「燃料」を除いた小売中心地性

	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	0.98	1.23	0.84	0.78	1.22	1.22
各種商品	8.0	1.51	—	0.60	0.20	1.88	—
百貨店・総合スーパー	7.6	1.52	—	—	—	1.87	—
その他の各種商品小売業	0.4	1.22	—	—	—	2.09	—
織物・衣服・身の回り品小売業	7.6	1.14	1.13	0.64	0.58	1.68	0.75
呉服・服地・寝具小売業	0.3	1.18	0.86	0.38	0.60	1.53	0.89
男子服小売業	1.0	1.11	1.16	0.97	0.50	1.81	0.47
婦人・子供服小売業	3.7	1.26	0.96	0.59	0.57	1.86	0.67
靴・履物小売業	0.5	1.02	1.30	0.89	0.43	1.21	0.99
その他の織物・衣服・身の回り品小売業	2.1	0.96	1.40	0.55	0.66	1.42	0.95
飲食料品小売業	37.5	0.89	1.02	0.91	0.94	1.01	1.02
各種食料品小売業	22.8	0.88	0.96	0.90	1.04	1.07	0.92
野菜・果実小売業	0.7	0.81	0.84	0.90	0.27	1.48	1.60
食肉小売業	0.3	1.29	1.78	1.07	0.53	1.10	2.16
鮮魚小売業	0.6	1.23	0.98	0.83	0.43	1.35	—
酒小売業	0.7	0.82	1.18	0.55	0.74	1.06	0.02
菓子・パン小売業	1.4	0.93	1.09	0.78	0.96	0.71	1.00
その他の飲食料品小売業	11.1	0.89	1.12	0.97	0.83	0.89	—
機械器具小売業	7.7	1.16	1.03	0.77	0.84	1.50	1.19
自転車小売業	0.2	1.43	1.19	2.40	1.15	1.21	1.97
機械器具小売業	7.5	1.15	1.02	0.72	0.83	1.51	1.17
その他の小売業	28.4	0.88	—	0.71	0.69	1.16	—
家具・建具・畳小売業	1.4	2.37	0.93	0.88	0.69	0.93	2.78
じゅう器小売業	0.3	0.63	1.05	0.63	0.80	1.56	0.48
医薬品・化粧品小売業	13.5	1.00	1.01	0.83	1.07	1.17	0.79
農耕用品小売業	0.9	0.08	—	0.10	—	0.20	—
書籍・文房具小売業	2.1	0.90	1.12	0.76	1.18	1.22	1.34
スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	1.9	0.71	1.08	0.57	0.48	1.51	1.36
写真機・時計・眼鏡小売業	0.8	1.07	1.46	0.83	0.67	1.42	1.00
他に分類されない小売業	7.6	0.55	—	0.55	—	1.15	1.76
無店舗小売業	10.7	0.90	2.53	1.27	0.50	1.04	1.82
通信販売・訪問販売小売業	9.0	0.88	2.62	1.34	0.47	0.97	2.03
自動販売機による小売業	0.8	1.50	2.02	1.07	0.47	1.97	1.21
その他の無店舗小売業	0.8	0.51	2.11	0.67	0.78	0.90	0.12

5. 大規模店等の状況

(1) 大規模店

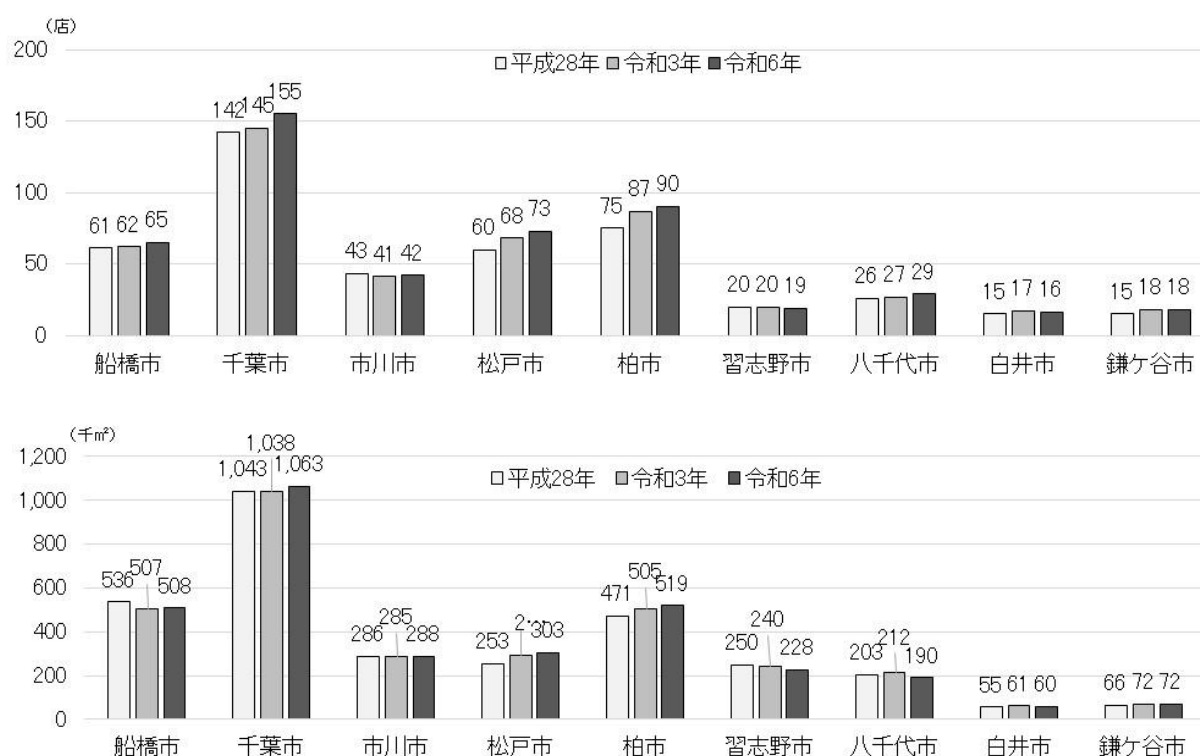
店舗面積 1,000 ㎡超の大規模店についてみると、船橋市の店舗数は、平成 28 年には 61 店であったが令和 6 年には 4 店増加し 65 店となった（図表 47）。

県内の主要都市及び隣接市における大規模店の店舗数の変化をみると、平成 28 年から令和 6 年にかけて松戸市（13 店増、増加率：21.7%）や柏市（15 店増、同：20.0%）で増加しているのが目立つ。

船橋市の大規模店の店舗面積は、平成 28 年には 536 千㎡であったが、平成 30 年及び令和 5 年に百貨店が閉店した影響などから、令和 6 年には 28 千㎡減少し 508 千㎡となった。

県内の主要都市及び隣接市における大規模店の店舗面積の変化をみると、平成 28 年から令和 6 年にかけて松戸市（50 千㎡増、増加率：20.1%）や柏市（48 千㎡増、同：10.3%）で増加しているのが目立つ。

図表 47 大規模店の店舗数（上）及び店舗面積（下）



出所：東洋経済新報社「全国大型小売店総覧」（大規模小売店舗立地法に基づく届出を集計したもの。新設予定店及び閉店した店舗を含まない。各年 6 月または 7 月現在）

(2) スーパーマーケット

スーパーマーケットの立地状況を市町村別にみると、船橋市には99店が立地し、県内では千葉市(182店)に次いで、2番目に多い(図表48)。

人口1万人あたりでは、1.53店/万人(県内45位)と千葉市(1.86店/万人)を下回っているが、面積当たりでは、1.16店/km²(県内5位)と千葉市(0.67店/万人)を大きく上回っている。

※「iタウンページ」による検索結果による比較である。経済センサスでは平成24年調査を最後に業態別集計は行われていない。

図表 48 千葉縣市町村別のスーパーマーケット立地状況(上位20市町村)

		スーパー 店舗数 (店)	人口1万人 当たり (店/万人)	面積 当たり (店/k㎡)	(参考)	
					人口 (人)	面積 (k㎡)
千葉県		1,041	1.65	0.20	6,310,158	5,156.48
1位	千葉市	182	1.86	0.67	978,899	271.76
2位	船橋市	99	1.53	1.16	648,331	85.62
3位	松戸市	84	1.69	1.37	498,222	61.38
4位	柏市	83	1.91	0.72	435,529	114.74
5位	市川市	68	1.38	1.18	492,895	57.44
6位	市原市	52	1.94	0.14	268,517	368.16
7位	茂原市	44	5.08	0.44	86,613	99.92
8位	野田市	38	2.47	0.37	153,815	103.55
9位	流山市	32	1.52	0.91	210,733	35.32
10位	八千代市	31	1.51	0.60	205,748	51.39
11位	木更津市	28	2.05	0.20	136,611	138.90
11位	習志野市	28	1.60	1.34	174,963	20.97
13位	旭市	27	4.30	0.21	62,747	130.47
13位	浦安市	27	1.58	1.57	170,671	17.25
15位	銚子市	26	4.73	0.31	55,016	84.12
15位	佐倉市	26	1.53	0.25	170,406	103.69
17位	成田市	24	1.82	0.11	132,023	213.84
17位	印西市	24	2.16	0.19	111,274	123.79
19位	我孫子市	22	1.68	0.51	131,286	43.15
19位	香取市	22	3.11	0.08	70,791	262.35

(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(令和6年9月25日現在)

(注2) 人口は総務省「住民基本台帳人口」(令和6年1月1日)

(注3) 面積は国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」(令和6年1月1日)

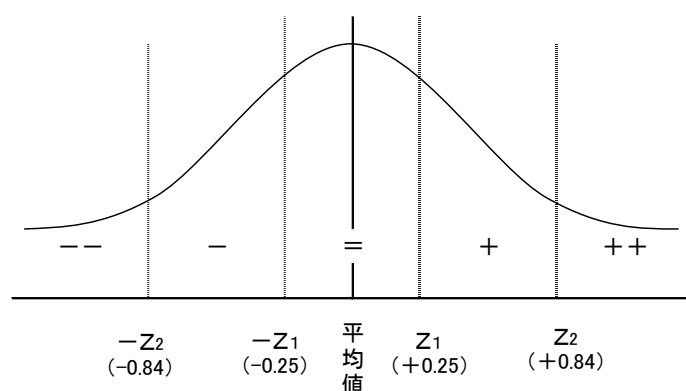
6. 同規模市との比較分析

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、船橋市の人口±20万人程度の政令指定都市及び中核市（船橋市を含め27市（政令指定都市：7市、中核市：20市）、以下「同規模市」という）との比較を行うことで、船橋市の小売業の水準及び特性を把握する。

なお、同規模市との比較については、同規模市群の各指標の平均値との比較を行い、船橋市の水準値を以下のような判定基準により、++、+、＝、－、--の符号判定を行った。

《判定基準》

各指標とも正規分布を仮定し、各段階の度数がそれぞれ20%になるように5等分する偏差値（Z値）を定めたものである。



$$Z = \frac{x - \bar{x}}{\delta}$$

x : 当該市町村の値

$\bar{x}$: 平均値

δ : 標準偏差

《符号の約束とみかた》

- ++ 相対的に非常に多い（増加している）
- + 相対的にやや多い（増加している）
- = 平均的である
- 相対的にやや少ない（減少している）
- 相対的に非常に少ない（減少している）

本節において使用したデータの出所

人口	総務省「住民基本台帳人口」
市町村面積	国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」
昼間人口	総務省「国勢調査」
事業所関連	総務省「経済センサス」
所得	総務省「市町村税課税状況等の調」
大規模店関連	東洋経済新報社「全国大型小売店総覧」

（１）環境関連指標

環境関連指標をみると、購買力に直結する人口（令和６年１月１日時点）は中核市では最も多く、人口増減率（平成３１年比）は＋１.３７％と、同規模市のほとんど（２３市）がマイナスとなるなか、柏市（＋３.６９％）に次いで高くなっている（図表４９）。

一方、昼夜間人口比率（昼間人口／夜間人口×１００）は、同規模市平均では ９９.１％となっているが、船橋市は首都圏のベッドタウンに位置づけられていることから、８４.４％と低い水準にあり、通勤・通学による日中の市外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人当たり所得は、同規模市平均を大きく上回っており、１人当たりの購買力は高い。

図表 ４９ 同規模市との環境関連指標の比較

指 標 名		年 次	単 位	符号判定	船橋市の水準値	同規模市の平均値	うち中核市の平均値
環境関連指標	人口	令和６年	人	+	648,331	548,555	485,559
	人口	平成３１年	人	+	639,598	556,736	490,760
	人口増減率	R6/H31	%	++	1.37	▲ 1.40	▲ 1.10
	人口密度	令和６年	人／Km ²	++	7,572	2,857	3,470
	昼夜間人口比率	令和２年	%	--	84.4	99.1	98.5
	第２次産業従業者数シェア	令和３年	%	-	15.1	21.8	21.6
	第３次産業従業者数シェア	令和３年	%	++	84.8	77.9	78.1
	人口１人当たり所得	令和５年度	千円	++	1,999	1,728	1,756

（注）昼間人口とは、夜間（常住）人口から流出口（当該都市外への通勤・通学人口）を差し引き、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。

（２）構造関連指標

構造関連指標をみると、従業者数（船橋市：31,641人、同規模市平均：33,482人）は同規模市の平均値とほぼ同等であるが、事業所数（同2,621事業所、3,639事業所）や売場面積（同522,169㎡、610,844㎡）は同規模市の平均値を下回っている（図表50）。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0.810㎡/人、1.104㎡/人）。

店舗面積1,000㎡超の大規模店の状況をみると、店舗面積（同507,742㎡、510,622㎡）は同規模市の平均値とほぼ同等であるが、店舗数（同65店、107店）や人口千人当たり大規模店店舗面積（同783.2㎡、930.6㎡）は同規模市の平均値を下回っている。

図表 50 同規模市との構造関連指標の比較

指 標 名		年 次	単 位	符号判定	船橋市の水準値	同規模市の平均値	うち中核市の平均値
構造関連指標	事業所数(小売業計)	令和3年	事業所	--	2,621	3,639	3,088
	従業者数(小売業計)	令和3年	人	=	31,641	33,482	28,774
	売場面積(小売業計)	令和3年	㎡	-	522,169	610,844	523,400
	人口1人当たり売場面積(小売業計)	令和3年	㎡/人	--	0.810	1.104	1.080
	大規模店店舗数	令和6年	店	--	65	107	92
	大規模店店舗面積	令和6年	㎡	=	507,742	510,622	441,247
	人口千人当たり大規模店店舗面積	令和6年	㎡/千人	-	783.2	930.6	916.4

【参考】近年、閉店した以下の百貨店（※）の売場面積を加えた場合

指 標 名	年 次	単 位	符号判定	船橋市の水準値	同規模市の平均値	うち中核市の平均値
売場面積(小売業計)	令和3年	㎡	-	571,274	610,844	523,400
人口1人当たり売場面積(小売業計)	令和3年	㎡/人	--	0.886	1.104	1.080
大規模店店舗面積	令和6年	㎡	=	556,847	510,622	441,247
人口千人当たり大規模店店舗面積	令和6年	㎡/千人	-	858.9	930.6	916.4

※

	売場面積	閉店年
西武船橋店	38,311㎡	平成30年
津田沼パルコ(A館)	10,794㎡	令和5年

（３）成果・機能関連指標

成果関連指標をみると、年間販売額は 5,606 億円と、同規模市平均（5,751 億円）とほぼ同等の水準にあり、売場生産性（売場面積当たり販売額〔小売業計〕）は 107.4 万円と、同規模市平均（96.9 万円）より高い水準にある（図表 51）。

売場生産性を業種別にみると、自動車小売業などの「機械器具」がやや低い水準となっているが、他の業種では全て高い水準にある。

機能関連指標をみると、人口 1 人当たり販売額（小売業計）は同規模市平均を下回り、小売中心地性も同規模市平均が『1』をやや上回り周辺市町村から購買力を吸引するなか、船橋市では消費需要が流出している。

また、人口 1 人当たり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、その他の業種では同規模市平均を下回っている。

図表 51 同規模市との成果・機能関連指標の比較

指 標 名		年 次	単 位	符号 判定	船橋市の 水準値	同規模市 の平均値	うち中核市 の平均値
成果・ 機能 関連 指標	年間販売額（小売業計）	令和3年	百万円	=	560,585	575,139	493,841
	売場面積当たり販売額（小売業計）	令和3年	万円／㎡	+	107.4	96.9	97.5
	〃 （各種商品）	令和3年	万円／㎡	++	82.9	59.8	61.8
	〃 （織物・衣服等）	令和3年	万円／㎡	++	49.4	39.4	40.6
	〃 （飲食料品）	令和3年	万円／㎡	++	129.0	98.1	100.0
	〃 （機械器具）	令和3年	万円／㎡	-	182.5	194.9	193.5
	〃 （その他）	令和3年	万円／㎡	+	81.6	77.2	77.6
	人口1人当たり販売額（小売業計）	令和3年	万円／人	--	86.9	103.6	101.5
	〃 （各種商品）	令和3年	万円／人	++	9.2	6.5	6.6
	〃 （織物・衣服等）	令和3年	万円／人	+	6.6	5.6	5.7
	〃 （飲食料品）	令和3年	万円／人	--	25.5	29.8	29.7
	〃 （機械器具）	令和3年	万円／人	--	15.0	22.8	22.1
	〃 （その他）	令和3年	万円／人	--	23.2	30.0	29.2
	〃 （無店舗）	令和3年	万円／人	-	7.3	8.5	8.1
	商業人口	令和3年	人	=	598,679	562,214	484,880
	小売中心地性	令和3年	指数	-	0.93	1.01	0.99

(4) 考察

同規模市平均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、整理すると以下のとおりである（図表 52、53）。

①良好なマーケットを有している

- ・環境面については、人口は中核市で最も多く、さらに増加率も上位の水準にあることから、比較的良好な環境にあるといえる。

②人口増加に売場面積の拡大が追いついていない

- ・構造面については、従業者数は平均と同等であるが、売場面積は同規模市の平均を下回っている。

③購買力が流出超となっている

- ・成果面については、年間販売額は同規模市のなかで平均的な水準にある。
- ・小売中心地性は、船橋市は『1』未満（購買力流出）となっており、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。

図表 52 同規模市平均との比較

同規模市平均より高い水準 (符号判定:++)にある指標	単 位	船橋市の 水準値	同規模市 平均=100	同規模市 平均
人口増減率	%	1.37	－	▲ 1.4
人口密度	人/Km ²	7,572	265.0	2,857
第3次産業従業者数シェア	%	84.8	108.9	77.9
人口1人当たり所得	千円	1,999	115.7	1,728
売場面積当たり販売額(各種商品)	万円/m ²	82.9	138.6	59.8
〃 (織物・衣服等)	万円/m ²	49.4	125.4	39.4
〃 (飲食料品)	万円/m ²	129.0	131.5	98.1
人口1人当たり販売額(各種商品)	万円/人	9.2	141.5	6.5

同規模市平均より低い水準 (符号判定:--)にある指標	単 位	船橋市の 水準値	同規模市 平均=100	同規模市 平均
昼夜間人口比率	%	84.4	85.2	99.1
事業所数(小売業計)	事業所	2,621	72.0	3,639
人口1人当たり売場面積(小売業計)	m ² /人	0.810	73.4	1.104
大規模店舗数	店	65	60.7	107
人口1人当たり販売額(小売業計)	万円/人	86.9	83.9	103.6
〃 (飲食料品)	万円/人	25.5	85.6	29.8
〃 (機械器具)	万円/人	15.0	65.8	22.8
〃 (その他)	万円/人	23.2	77.3	30.0

図表 53 同規模市の上位 10 都市（部門別）

《人口》			《人口密度》			《事業所数》		
順位	都市名	人口 (R6.1.1)	順位	都市名	人口密度 (人/Km ²)	順位	都市名	事業所数
1位	堺市	817,041	1位	豊中市	11,180	1位	新潟市	5,868
2位	浜松市	788,985	2位	川口市	9,787	2位	静岡市	5,748
3位	新潟市	767,565	3位	尼崎市	9,034	3位	浜松市	5,614
4位	熊本市	731,722	4位	東大阪市	7,746	4位	熊本市	5,437
5位	相模原市	717,861	5位	船橋市	7,572	5位	岡山市	5,406
6位	岡山市	698,671	6位	堺市	5,453	6位	鹿児島市	4,660
7位	静岡市	677,736	7位	西宮市	4,828	7位	堺市	4,170
8位	船橋市	648,331	8位	柏市	3,796	8位	金沢市	3,985
9位	川口市	606,315	9位	八王子市	3,008	9位	姫路市	3,951
10位	鹿児島市	595,042	10位	相模原市	2,183	10位	宇都宮市	3,583
⋮						⋮		
12位	柏市	435,529				21位	船橋市	2,621
						⋮		
						26位	柏市	2,080
《従業者数》			《売場面積》			《小売年間販売額》		
順位	都市名	従業者数 (人)	順位	都市名	売場面積 (m ²)	順位	都市名	年間販売額 (百万円)
1位	新潟市	54,005	1位	新潟市	1,105,220	1位	岡山市	908,146
2位	岡山市	48,922	2位	浜松市	991,901	2位	新潟市	895,764
3位	浜松市	48,448	3位	岡山市	971,601	3位	浜松市	872,703
4位	静岡市	47,782	4位	熊本市	829,109	4位	熊本市	842,172
5位	熊本市	47,291	5位	静岡市	789,026	5位	静岡市	772,678
6位	堺市	43,434	6位	宇都宮市	768,270	6位	堺市	745,017
7位	鹿児島市	38,952	7位	大分市	726,930	7位	宇都宮市	665,160
8位	相模原市	36,807	8位	高松市	705,643	8位	鹿児島市	629,851
9位	宇都宮市	34,325	9位	堺市	646,651	9位	高松市	611,570
10位	姫路市	34,191	10位	鹿児島市	627,129	10位	相模原市	600,888
⋮			⋮			⋮		
12位	船橋市	31,641	18位	船橋市	522,169	12位	船橋市	560,585
⋮			⋮			⋮		
24位	柏市	25,466	21位	柏市	488,309	19位	柏市	476,149

III 市内小地域別の現況と動向

市内を細分化し、町丁別に小売商業の現況と動向をみる。対象とした町丁は、令和 6 年 1 月 1 日現在の 328 町丁である。

1. 小売商業のマーケット

(1) 人口

人口が多い町丁は、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 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)、J R 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 54、55)。

一方、人口が 0 の町丁が 6 町丁ある他、人口 100 人以下の町丁も 9 町丁ある。市内北部の「豊富地区」、「八木が谷地区」、「大穴地区」などで人口が少ない町丁が多くなっている。

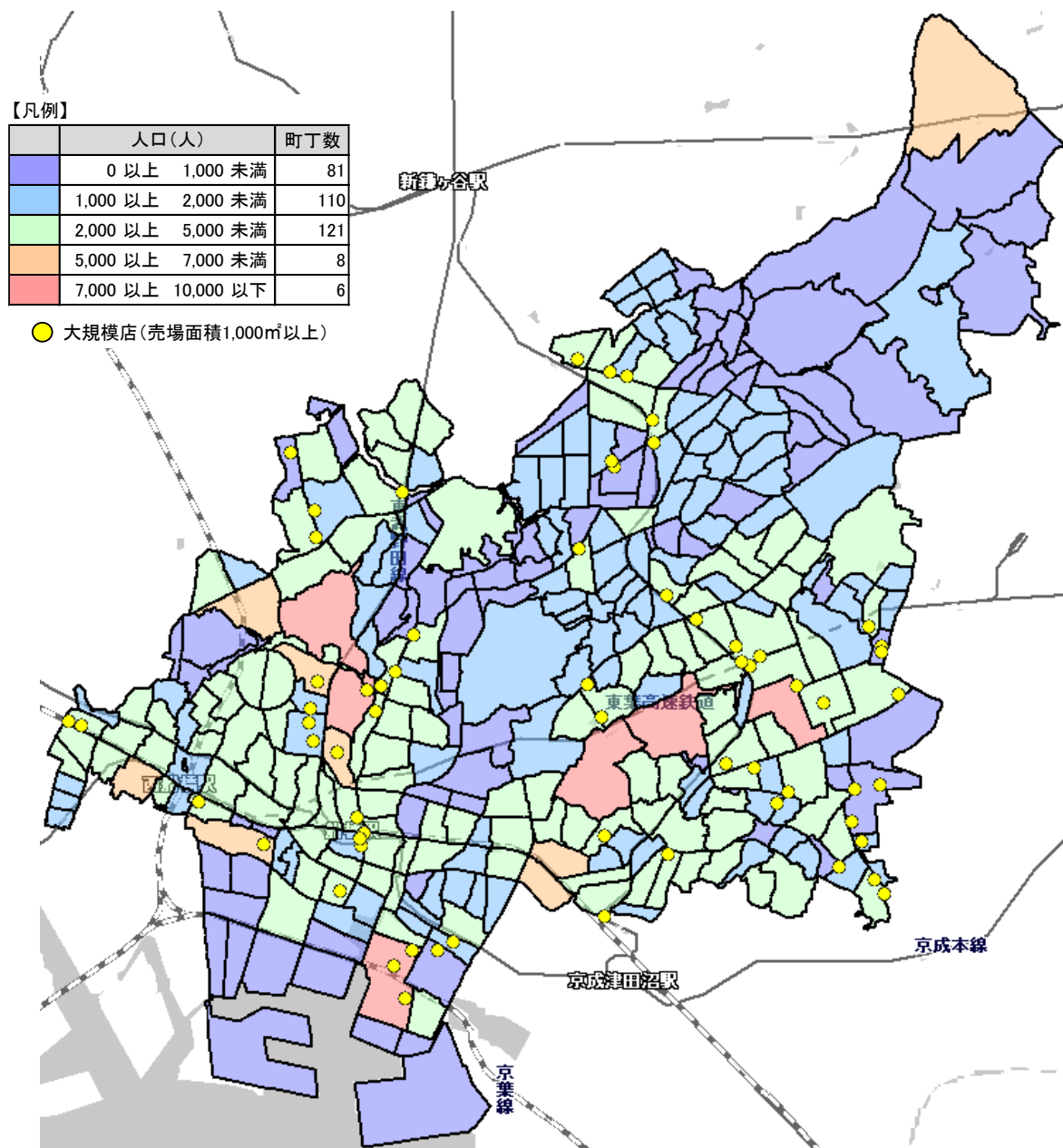
図表 54 人口上位 20 町丁および下位 20 町丁

(人)			(人)		
1 位	飯山満町3丁目	9,746	303 位	古作2丁目	162
2 位	習志野台4丁目	9,300	304 位	栄町2丁目	142
3 位	浜町2丁目	8,647	305 位	金杉1丁目	141
4 位	飯山満町2丁目	8,111	306 位	金杉2丁目	140
5 位	北本町2丁目	8,001	307 位	夏見町2丁目	138
6 位	前貝塚町	7,999	308 位	三咲9丁目	131
7 位	海神町南1丁目	6,773	309 位	大神保町	129
8 位	小室町	6,773	310 位	大穴北5丁目	126
9 位	北本町1丁目	6,194	311 位	馬込西1丁目	107
10 位	上山町1丁目	5,814	312 位	車方町	106
11 位	前原西4丁目	5,616	313 位	八木が谷5丁目	101
12 位	本郷町	5,578	314 位	大穴町	98
13 位	行田1丁目	5,147	315 位	大穴北6丁目	85
14 位	前原西1丁目	5,042	316 位	三咲町	82
15 位	前原西6丁目	4,941	317 位	八木が谷町	64
16 位	習志野台8丁目	4,641	318 位	潮見町	38
17 位	湊町2丁目	4,481	319 位	大穴北7丁目	24
18 位	上山町2丁目	4,398	320 位	習志野3丁目	24
19 位	二子町	4,385	321 位	西浦1丁目	5
20 位	前原東5丁目	4,327	322 位	西浦2丁目	5

出所:船橋市「住民基本台帳」(令和6年1月1日現在)

注:人口0の6町丁を除く

図表 55 人口分布



(2) 人口増減数

人口増加地域は、大規模マンションが建設された東武野田線塚田駅周辺（行田 1 丁目）や、同馬込沢駅周辺（藤原 7 丁目）、北総線小室駅周辺（小室町）、新京成線前原駅周辺（前原西 6 丁目）、東葉高速線八千代緑が丘駅周辺（坪井町）、新京成線高根公団駅周辺（高根台 1 丁目）などとなっている（図表 56、57）。

一方、人口減少数が最も多いのは、団地建替事業が行われている新京成線北習志野駅周辺（習志野台 3 丁目）である。このほか人口が 200 名以上減少している町丁は 7 町丁あり、市内に点在している。

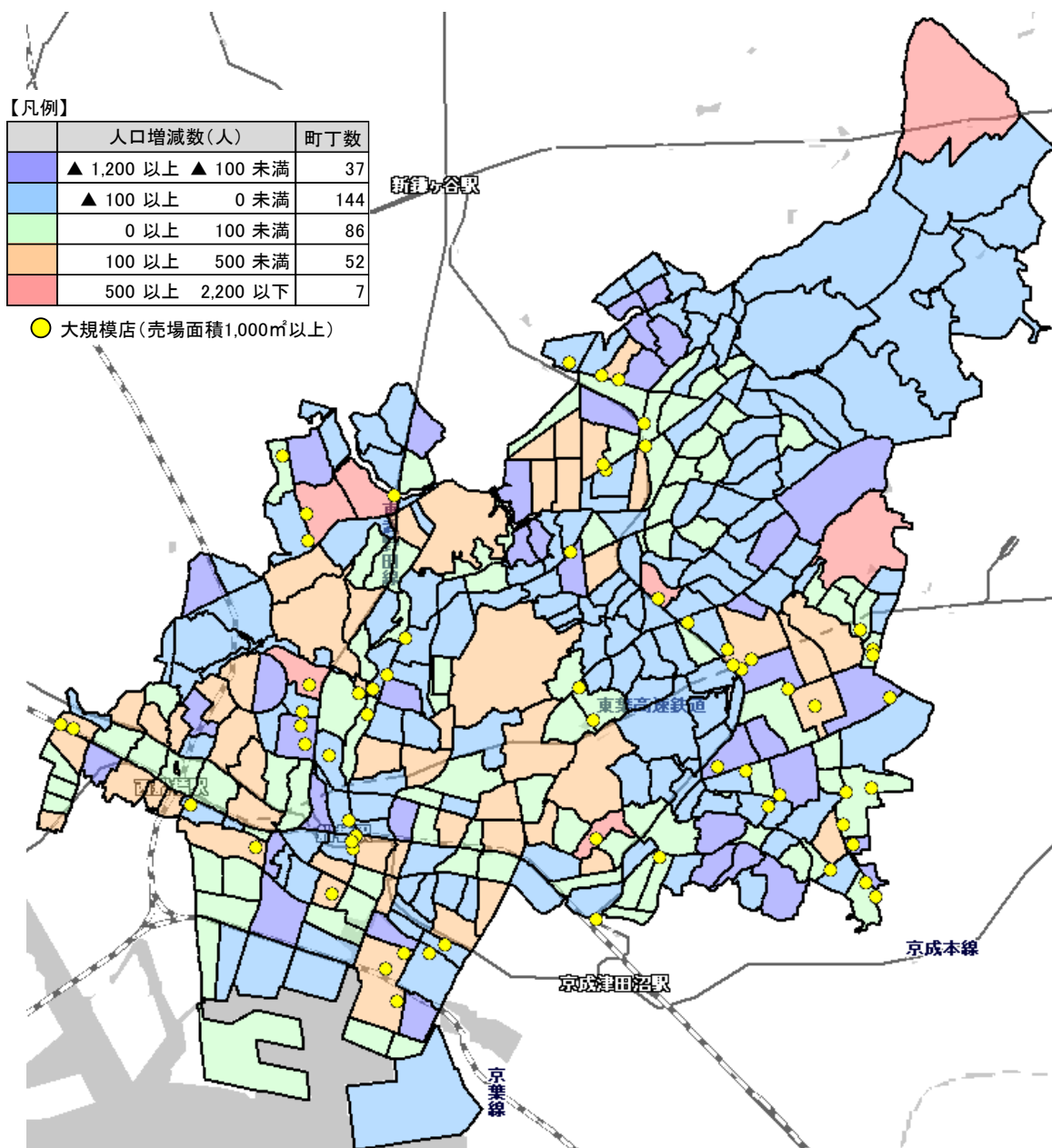
図表 56 人口増加数上位 20 町丁および減少数上位 20 町丁

(人)			(人)		
1 位	行田1丁目	2,195	303 位	二子町	▲ 135
2 位	藤原7丁目	721	304 位	三山2丁目	▲ 135
3 位	小室町	694	305 位	薬円台3丁目	▲ 135
4 位	前原西6丁目	645	306 位	浜町1丁目	▲ 141
5 位	坪井町	636	307 位	金杉台2丁目	▲ 150
6 位	高根台1丁目	630	308 位	松が丘3丁目	▲ 152
7 位	藤原5丁目	538	309 位	田喜野井4丁目	▲ 155
8 位	西船6丁目	482	310 位	習志野台8丁目	▲ 164
9 位	海神町南1丁目	443	311 位	藤原6丁目	▲ 164
10 位	二和西2丁目	435	312 位	田喜野井1丁目	▲ 181
11 位	東船橋5丁目	422	313 位	咲が丘4丁目	▲ 190
12 位	浜町2丁目	408	314 位	海神町2丁目	▲ 196
13 位	前貝塚町	406	315 位	栄町1丁目	▲ 208
14 位	湊町2丁目	381	316 位	山手1丁目	▲ 208
15 位	本町2丁目	362	317 位	印内2丁目	▲ 232
16 位	高根町	347	318 位	薬円台5丁目	▲ 240
17 位	印内3丁目	343	319 位	行田2丁目	▲ 290
18 位	夏見5丁目	336	320 位	若松2丁目	▲ 421
19 位	習志野台2丁目	329	321 位	市場1丁目	▲ 431
20 位	前原西5丁目	301	322 位	習志野台3丁目	▲ 1,016

出所：船橋市「住民基本台帳」（平成31年1月1日現在、令和6年1月1日現在）

注：人口0の6町丁を除く

図表 57 人口増減数



2. 小売商業の構造

(1) 事業所

令和3年時点において、小売商業の事業所集積が高い地域は、「ららぽーとTOKYO-BAY」や「ビビット南船橋」が立地する浜町2丁目、JR船橋駅周辺の本町1・4・7丁目、JR津田沼駅前の前原西2丁目、「イオンモール船橋」が立地する山手1丁目、新京成線北習志野駅前の習志野台1～4丁目、JR下総中山駅前の本中山2丁目、JR西船橋駅前の西船4丁目などとなっている（図表58、59）。

図表 58 町丁別の事業所数

(事業所)			
1位	浜町2丁目	*	291
2位	本町7丁目	*	182
3位	前原西2丁目	*	95
4位	山手1丁目	*	67
5位	習志野台2丁目	*	65
6位	本町1丁目	*	55
7位	本中山2丁目	*	47
8位	本町4丁目		44
9位	西船4丁目		41
10位	高根台1丁目		39
11位	本町2丁目		31
12位	習志野台1丁目	*	27
13位	習志野台4丁目		25
14位	本町3丁目		25
15位	本町6丁目		24
16位	飯山満町1丁目		22
17位	海神6丁目		21
"	習志野台3丁目		21
"	本中山3丁目		21
"	薬円台5丁目	*	21

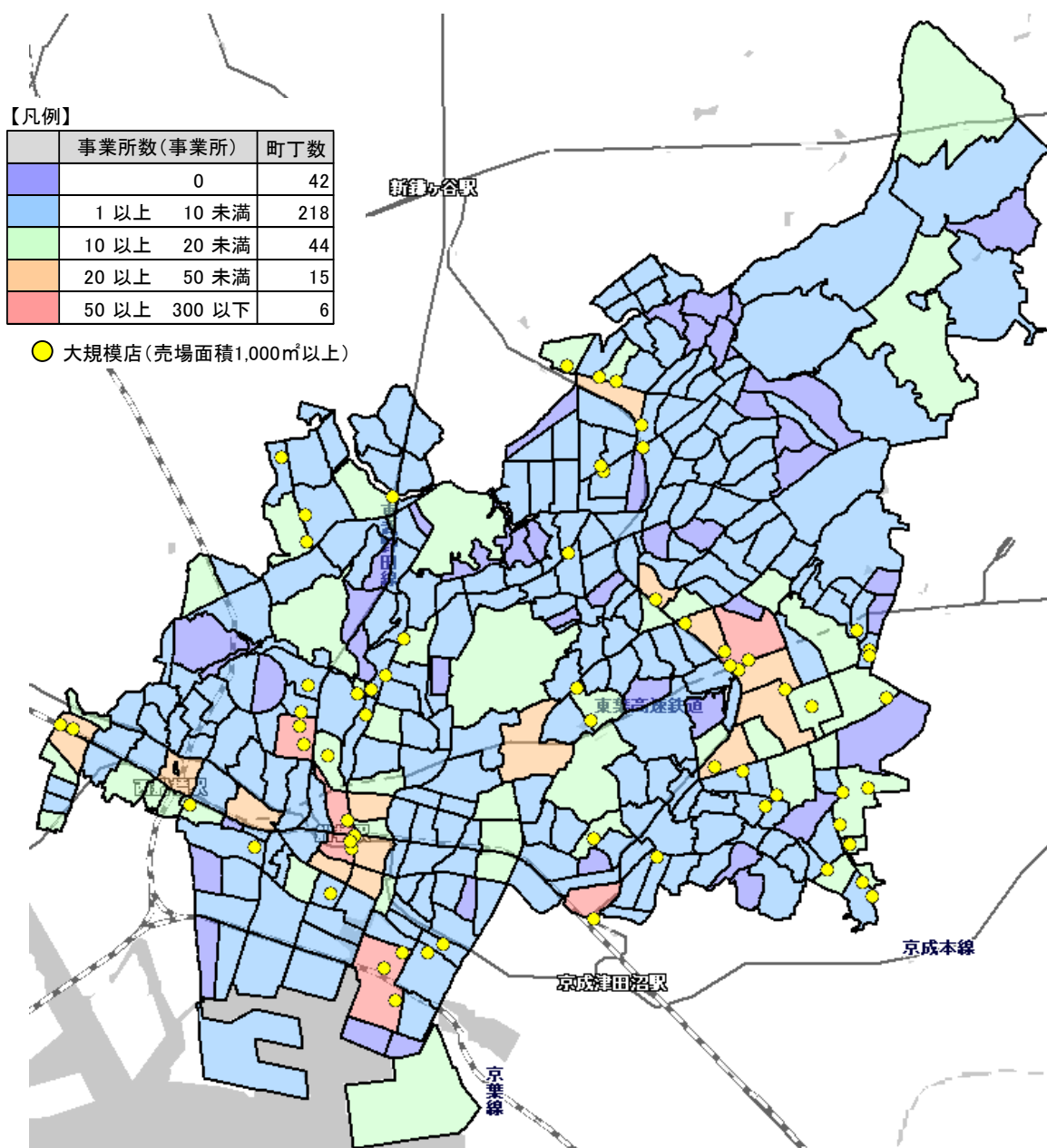
なお、人口が1人以上集積しているのに対し、小売商業が集積していない町丁が36町丁みられる。

事業所数が“0”の町丁

みやぎ台4丁目	新高根3丁目
旭町1丁目	前原西5丁目
旭町3丁目	大穴町
旭町6丁目	大穴南4丁目
海神町西1丁目	大穴北4丁目
金杉台1丁目	大穴北6丁目
金杉台2丁目	大穴北7丁目
古作1丁目	坪井東5丁目
古作4丁目	坪井東6丁目
行田2丁目	田喜野井2丁目
高根台5丁目	東船橋6丁目
三咲1丁目	楠が山町
三山1丁目	二和西6丁目
三山5丁目	馬込西3丁目
七林町	八木が谷3丁目
芝山7丁目	八木が谷4丁目
車方町	八木が谷5丁目
習志野3丁目	緑台1丁目

*印の町丁は、令和6年6月時点に大規模店が立地している町丁である。

図表 59 町丁別の事業所数分布



(2) 事業所増減数

平成 28 年から令和 3 年にかけての事業所増加数が最も多いのは、J R 船橋駅北側の本町 7 丁目となっている（図表 60、61）。

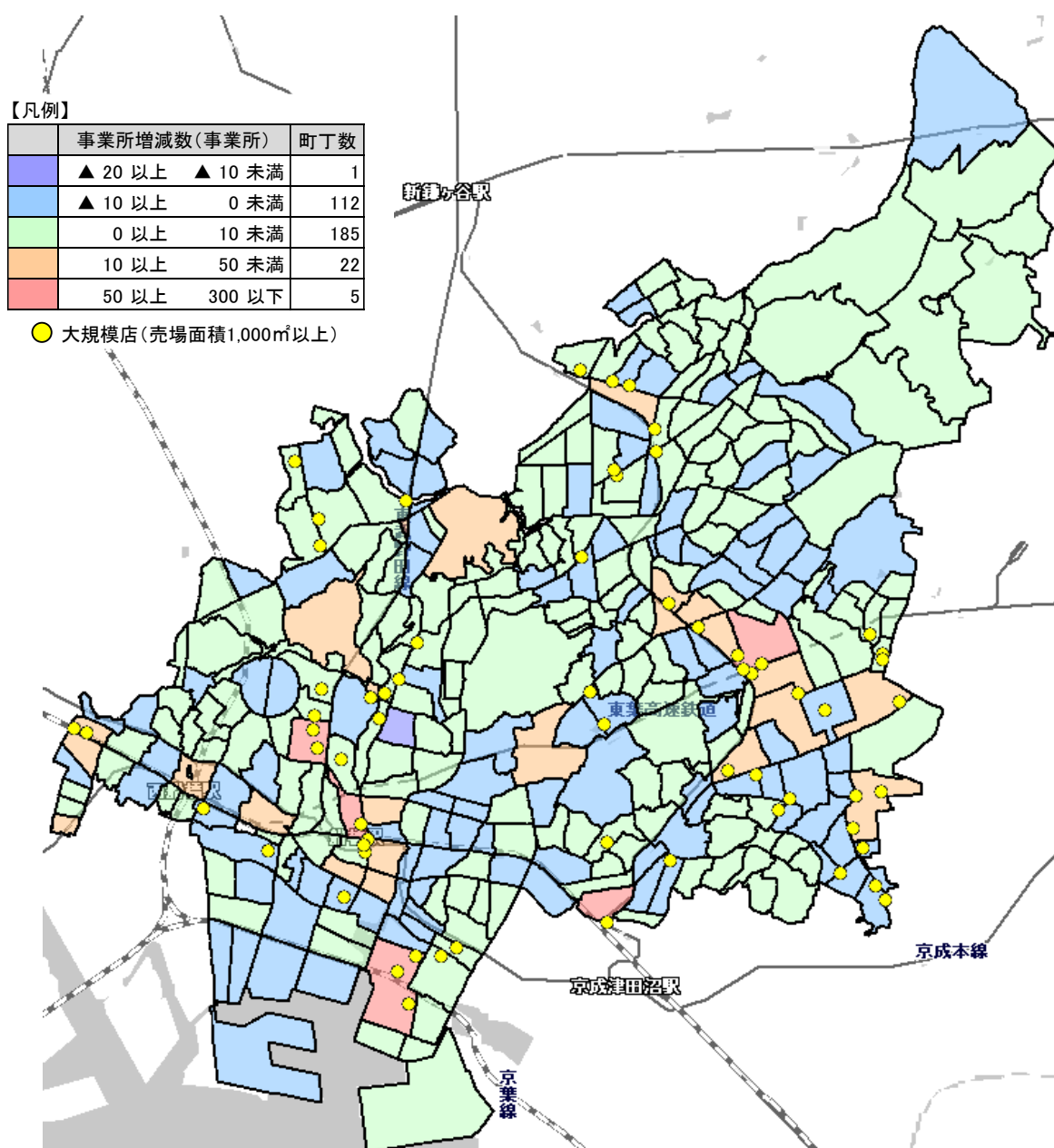
一方、同期間の事業所減少数が多いのは、近年、閉店した百貨店が立地していた本町 1 丁目や前原西 2 丁目などとなっている。

図表 60 事業所増加数上位 23 町丁および減少数上位 20 町丁

(事業所)			(事業所)		
1 位	本町7丁目	22	273 位	市場3丁目	▲ 5
2 位	宮本9丁目	4	"	金杉7丁目	▲ 5
3 位	旭町2丁目	3	"	新高根1丁目	▲ 5
"	行田1丁目	3	"	本町6丁目	▲ 5
"	咲が丘1丁目	3	"	三山7丁目	▲ 5
"	本中山6丁目	3	"	三山8丁目	▲ 5
"	八木が谷1丁目	3	279 位	海神5丁目	▲ 6
8 位	印内町	2	"	高根台6丁目	▲ 6
"	大穴北3丁目	2	"	本町3丁目	▲ 6
"	海神2丁目	2	"	湊町1丁目	▲ 6
"	金杉1丁目	2	283 位	高根台1丁目	▲ 7
"	金杉5丁目	2	"	二和東6丁目	▲ 7
"	上山町1丁目	2	285 位	咲が丘3丁目	▲ 8
"	北本町1丁目	2	286 位	浜町2丁目	▲ 11
"	小野田町	2	287 位	夏見4丁目	▲ 13
"	夏見2丁目	2	288 位	本中山2丁目	▲ 15
"	習志野台7丁目	2	289 位	山手1丁目	▲ 16
"	西船6丁目	2	290 位	本町4丁目	▲ 17
"	日の出1丁目	2	291 位	前原西2丁目	▲ 29
"	藤原1丁目	2	292 位	本町1丁目	▲ 54
"	藤原3丁目	2			
"	前貝塚町	2			
"	前原西3丁目	2			

注：事業所数0の町丁を除く

図表 61 事業所増減数



(3) 従業者数

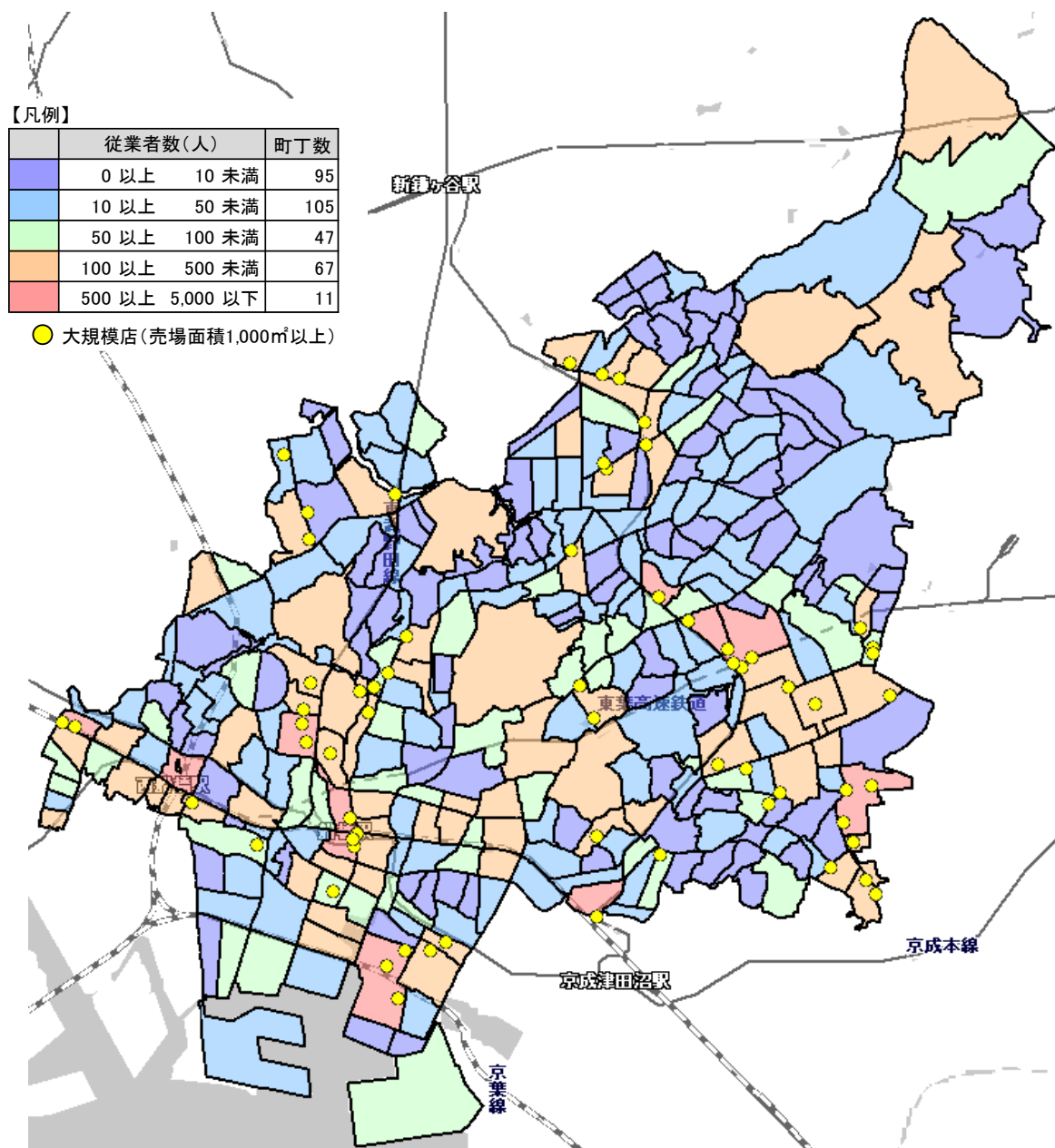
令和 3 年時点において、従業者数の多い地域は、事業所集積が高い地域と一致しており、「ららぽーとTOKYO-BAY」や「ビビット南船橋」が立地する浜町 2 丁目、J R 船橋駅周辺の本町 1・4・7 丁目、「イオンモール船橋」が立地する山手 1 丁目、J R 津田沼駅前の前原西 2 丁目、J R 西船橋駅前の西船 4 丁目、新京成線北習志野駅前の習志野台 1・2・4 丁目、J R 下総中山駅前の本中山 2 丁目などとなっている（図表 62、63）。

図表 62 町丁別の従業者数

(人)

1 位	浜町2丁目	*	4,085
2 位	本町7丁目	*	2,574
3 位	山手1丁目	*	1,008
4 位	前原西2丁目	*	837
5 位	本町1丁目	*	712
6 位	西船4丁目		673
7 位	習志野台1丁目	*	608
8 位	習志野4丁目		592
9 位	本中山2丁目	*	572
10 位	習志野台2丁目	*	552
11 位	高根台1丁目		515
12 位	本郷町		375
13 位	薬円台5丁目	*	356
14 位	印内町		352
15 位	芝山3丁目		348
16 位	藤原3丁目		332
17 位	藤原7丁目		327
18 位	本町4丁目		324
19 位	習志野台8丁目		320
20 位	習志野台4丁目		311

図表 63 町丁別の従業者数分布



(4) 従業者数増減数

平成 28 年から令和 3 年にかけての従業者数増加数が多いのは、「ららぽーとTOKYO-BAY」や「ビビット南船橋」が立地する浜町 2 丁目や「千葉民医連事業協同組合薬剤センター」が立地する二和西 4 丁目などとなっている（図表 64、65）。

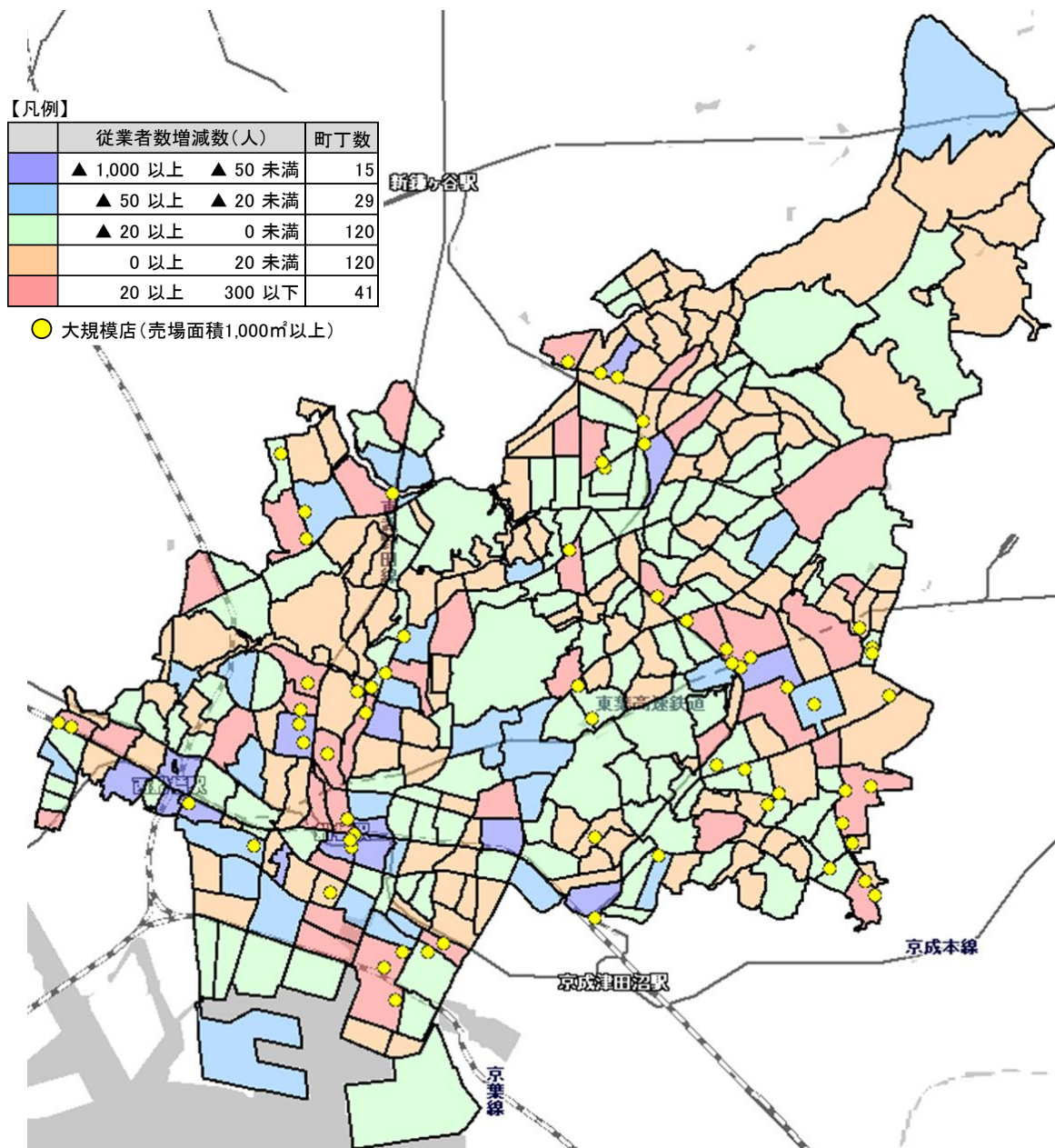
一方、同期間の従業者数減少数が多いのは、近年、閉店した百貨店が立地していた本町 1 丁目や東船橋駅北側の東船橋 3 丁目などとなっている。

図表 64 従業者数増加数上位 20 町丁および減少数上位 20 町丁

(人)			(人)		
1 位	浜町2丁目	296	273 位	栄町1丁目	▲ 38
2 位	二和西4丁目	230	〃	馬込西1丁目	▲ 38
3 位	習志野4丁目	160	275 位	本中山4丁目	▲ 41
4 位	行田1丁目	159	276 位	習志野台5丁目	▲ 48
5 位	習志野台1丁目	149	〃	海神町南1丁目	▲ 48
6 位	本町7丁目	104	278 位	本郷町	▲ 54
7 位	東中山1丁目	88	279 位	本町5丁目	▲ 57
8 位	藤原7丁目	81	280 位	海神町3丁目	▲ 62
9 位	夏見3丁目	76	281 位	印内町	▲ 64
〃	三山9丁目	76	282 位	西船4丁目	▲ 76
11 位	北本町1丁目	71	283 位	習志野台3丁目	▲ 78
12 位	高根台1丁目	67	〃	夏見4丁目	▲ 78
13 位	習志野台4丁目	66	285 位	前原西2丁目	▲ 99
14 位	駿河台1丁目	64	286 位	本町4丁目	▲ 102
〃	夏見台2丁目	64	287 位	山野町	▲ 106
16 位	藤原1丁目	63	288 位	咲が丘3丁目	▲ 114
17 位	藤原3丁目	56	289 位	山手1丁目	▲ 132
18 位	海神2丁目	53	290 位	三咲5丁目	▲ 133
19 位	習志野1丁目	50	291 位	東船橋3丁目	▲ 183
20 位	日の出1丁目	47	292 位	本町1丁目	▲ 881

注：事業所数0の町丁を除く

図表 65 従業者数増減数



3. 小売商業の成果・機能

町丁別の成果指標について、大きな成果をあげ、生産性が高く、吸引力が大きい20町丁は以下のとおりである（図表66）。

（*印の町丁は、令和6年6月時点で大規模店が立地している町丁である。）

図表 66 小売商業の成果・機能

①年間商品販売額

（億円）

1位	浜町2丁目	*	803
2位	本町7丁目	*	735
3位	山手1丁目	*	270
4位	習志野4丁目	*	191
5位	本町1丁目	*	139
6位	前原西2丁目	*	128
7位	習志野台8丁目	*	124
8位	習志野台1丁目	*	106
9位	習志野5丁目	*	97
10位	本中山2丁目	*	96
11位	本郷町		94
12位	芝山3丁目	*	91
13位	習志野台2丁目	*	87
14位	市場5丁目		82
15位	高根台1丁目	*	76
16位	西船4丁目		70
17位	市場4丁目		66
18位	藤原3丁目	*	64
19位	習志野台4丁目		64
20位	印内町		61

（注）事業所数が「1～2」の町丁を除く

②1事業所当たり年間販売額

（百万円/事業所）

1位	栄町2丁目	1,644
2位	市場4丁目	1,322
3位	市場5丁目	1,171
4位	習志野4丁目	* 1,064
5位	市場2丁目	822
6位	習志野5丁目	* 808
7位	夏見3丁目	* 802
8位	夏見台2丁目	* 790
9位	日の出1丁目	772
10位	習志野台8丁目	* 731
11位	山手3丁目	* 722
12位	芝山3丁目	* 703
13位	本郷町	624
14位	湊町3丁目	595
15位	坪井東4丁目	* 578
16位	本中山5丁目	576
17位	三咲5丁目	* 571
18位	坪井東3丁目	* 568
19位	西船2丁目	549
20位	北本町1丁目	* 521

（注1）事業所数が「1～2」の町丁を除く

（注2）年間商品販売額の対象事業所のみ集計

③人口1人当たり年間販売額

（万円/人）

1位	習志野4丁目	* 5,078
2位	市場5丁目	3,517
3位	栄町2丁目	3,474
4位	本町7丁目	* 3,332
5位	小野田町	1,834
6位	山手1丁目	* 1,371
7位	馬込西1丁目	1,280
8位	市場2丁目	1,275
9位	浜町2丁目	* 929
10位	高瀬町	751
11位	米ヶ崎町	727
12位	本町1丁目	* 707
13位	金杉1丁目	653
14位	日の出1丁目	572
15位	習志野5丁目	* 511
16位	神保町	442
17位	前原西2丁目	* 417
18位	本中山7丁目	405
19位	本中山2丁目	* 403
20位	西船4丁目	400

（注1）人口が「0人」ないし事業所数が「1～2」の町丁を除く

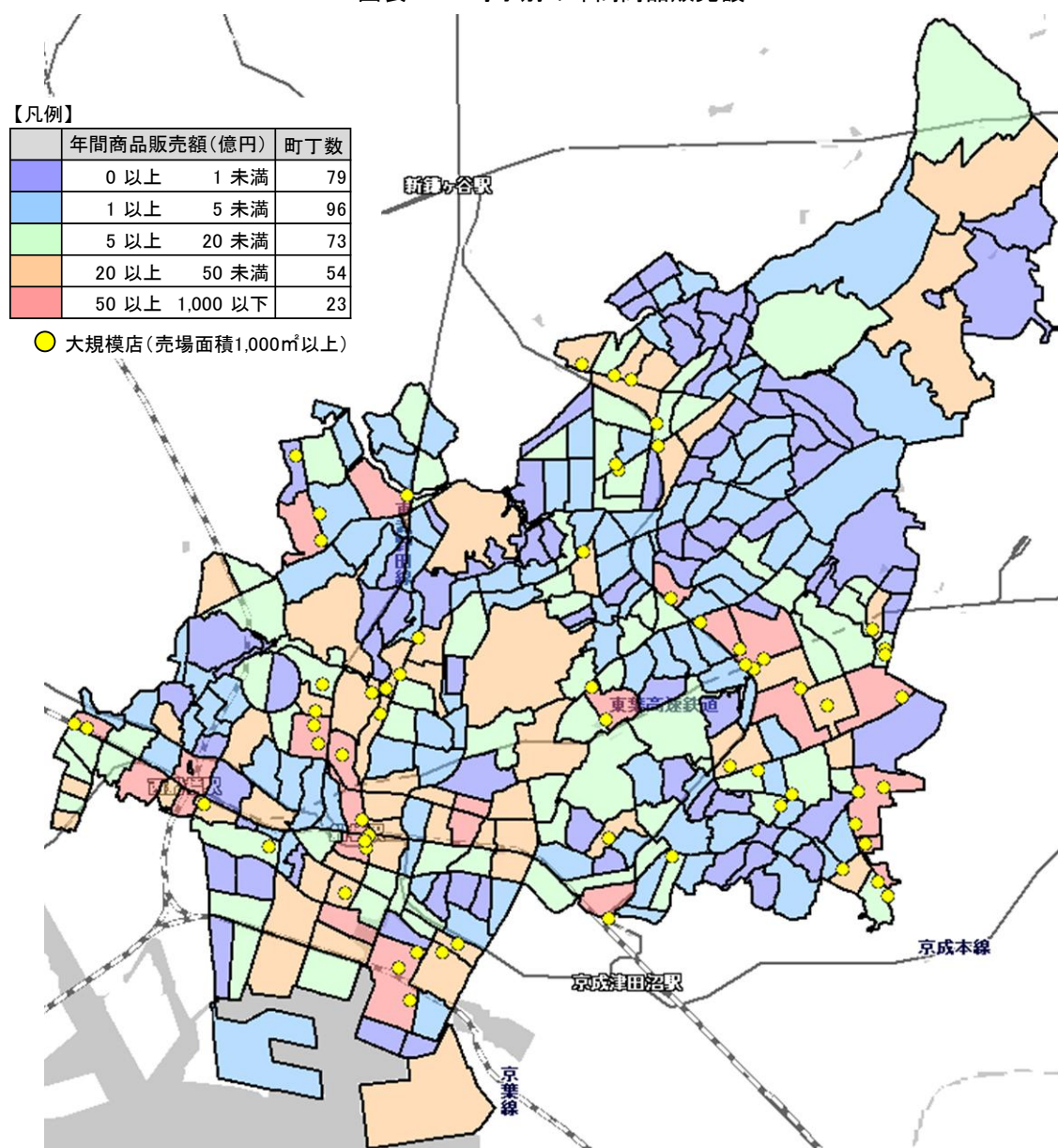
（注2）年間商品販売額の対象事業所のみ集計

（１）年間商品販売額

令和３年時点の年間商品販売額は、事業所の集積が高い地域で多くなっている。また、大規模店が立地している地域の販売額が多いことがみてとれる（図表 67）。

一方で、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多い地域もみられる。

図表 67 町丁別の年間商品販売額



(2) 年間商品販売額増減額

平成28年から令和3年にかけての年間商品販売額の増加額が多いのは、「ゆめまち習志野台モール」が立地する習志野台8丁目や「イオンモール船橋」が立地する山手1丁目などとなっている(図表68、69)。

一方、同期間の年間商品販売額の減少額が多いのは、近年、閉店した百貨店が立地していた本町1丁目や新京成線高根公園駅北側の高根台1丁目などとなっている。

図表 68 年間商品販売額増加額上位20町丁および減少額上位20町丁

(百万円)			(百万円)		
1位	習志野台8丁目	8,387	273位	本町6丁目	▲ 752
2位	山手1丁目	6,146	274位	二和東6丁目	▲ 795
3位	習志野4丁目	4,026	275位	西浦2丁目	▲ 868
4位	湊町3丁目	3,073	276位	飯山満町1丁目	▲ 931
5位	夏見3丁目	2,563	277位	咲が丘3丁目	▲ 1,032
6位	浜町2丁目	2,246	278位	海神町南1丁目	▲ 1,065
7位	東船橋2丁目	2,205	279位	習志野台3丁目	▲ 1,103
8位	宮本9丁目	2,159	280位	本町5丁目	▲ 1,106
9位	藤原3丁目	2,154	281位	小室町	▲ 1,118
10位	本郷町	1,983	282位	薬円台3丁目	▲ 1,292
11位	芝山3丁目	1,782	283位	二和東1丁目	▲ 1,313
12位	山野町	1,776	284位	二和東5丁目	▲ 1,402
13位	市場5丁目	1,699	285位	前原西2丁目	▲ 1,530
14位	西船6丁目	1,650	286位	本町4丁目	▲ 1,580
15位	本町2丁目	1,425	287位	西船4丁目	▲ 1,665
16位	日の出1丁目	1,411	288位	丸山4丁目	▲ 1,671
17位	駿河台1丁目	1,384	289位	旭町5丁目	▲ 4,870
18位	習志野台4丁目	1,372	290位	本町7丁目	▲ 5,954
19位	習志野1丁目	1,323	291位	高根台1丁目	▲ 22,476
20位	若松1丁目	1,303	292位	本町1丁目	▲ 28,613

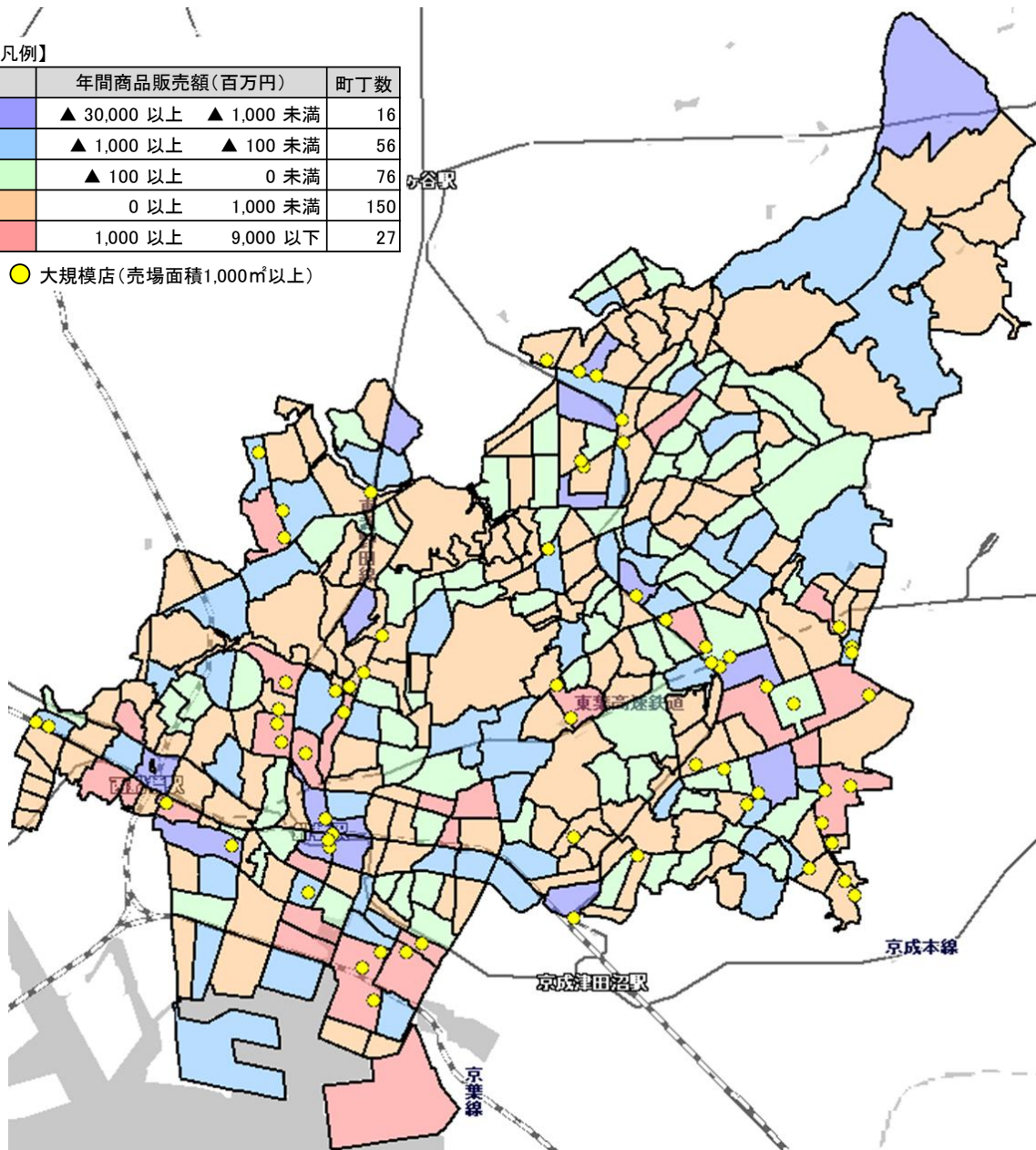
注:事業所数0の町丁を除く

図表 69 年間商品販売額増減額

【凡例】

年間商品販売額(百万円)		町丁数
▲ 30,000 以上	▲ 1,000 未満	16
▲ 1,000 以上	▲ 100 未満	56
▲ 100 以上	0 未満	76
0 以上	1,000 未満	150
1,000 以上	9,000 以下	27

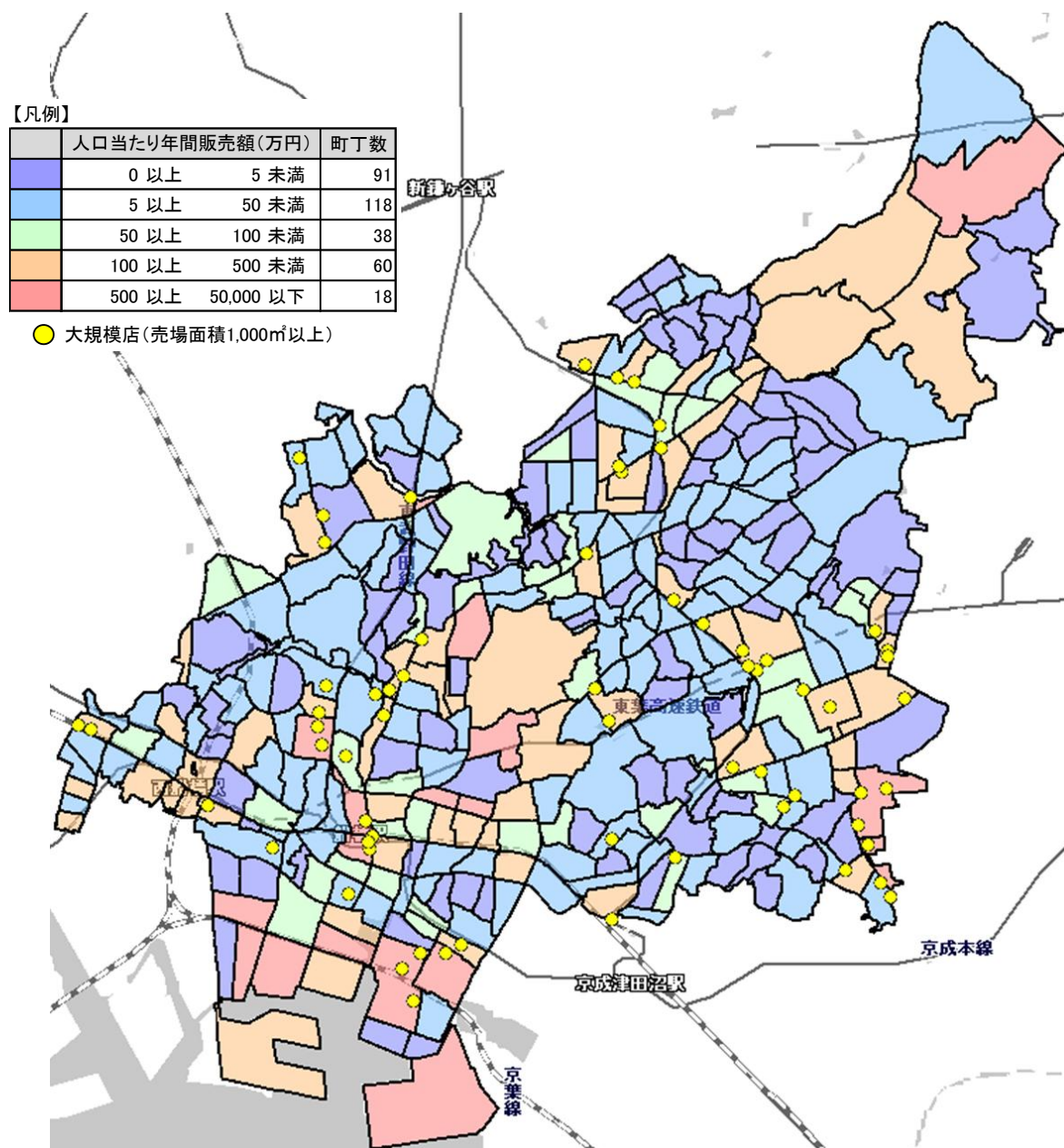
● 大規模店(売場面積1,000㎡以上)



(3) 人口1人当たり年間販売額

人口1人当たり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、市北部の「高根台地区」や東部の「松ヶ丘地区」・「坪井地区」、住宅が密集する「西船地区」などで少なくなっている（図表70）。

図表 70 人口1人当たり年間商品販売額



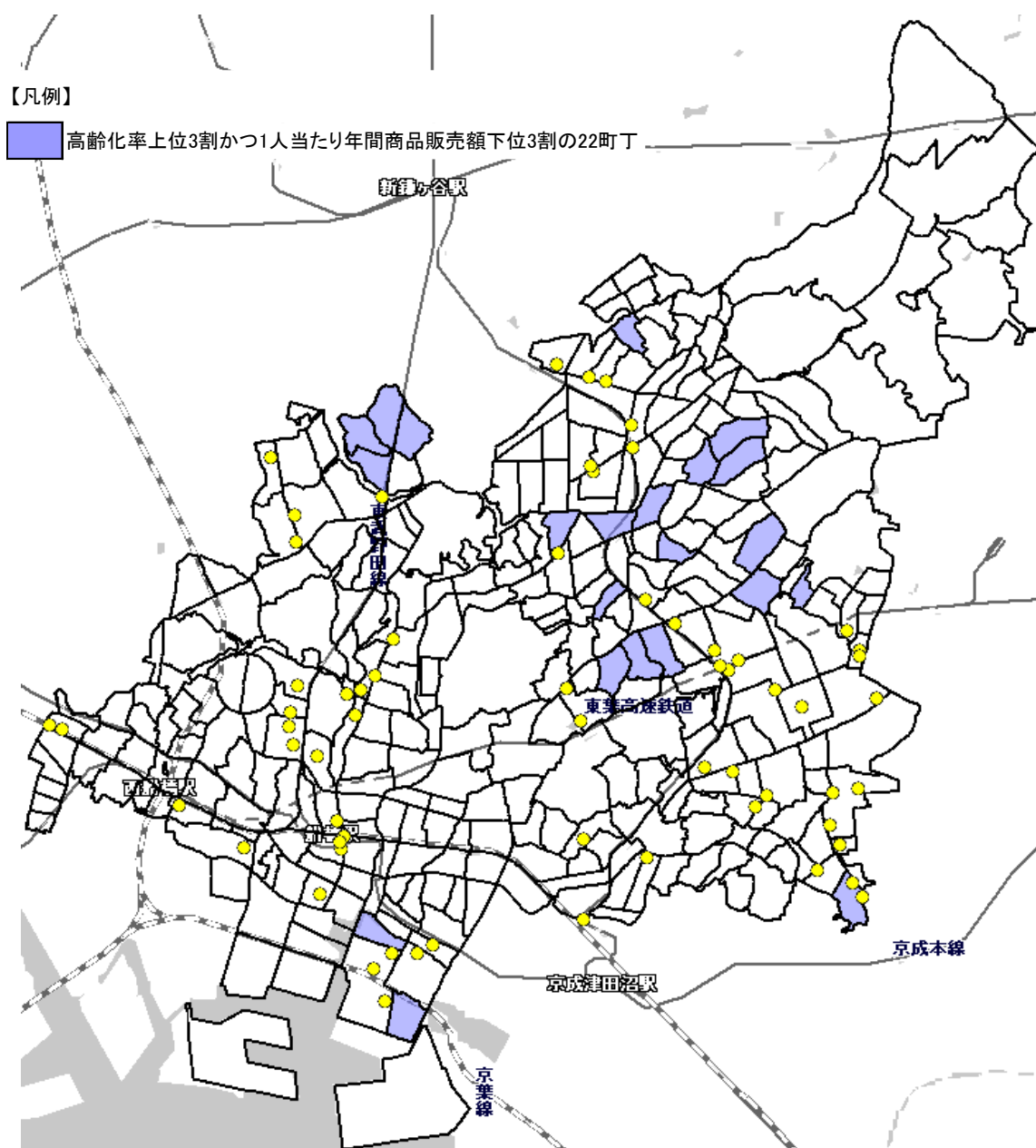
（４）高齢化率と人口１人当たり年間販売額の関係

住居の近くに商店がなく、食料等の確保に苦勞している「買い物難民」が全国的に増加しており、農村部だけでなく都市部の自治体においても「買い物難民」が多い地域における移動販売や宅配サービスの充実が課題となっている。

船橋市における町丁別の高齢化率と人口１人当たり年間商品販売額の関係をみると、全町丁のなかで高齢化率が上位３割の５４の町丁（事業所数０～２の町丁を除く）では、人口１人当たり年間商品販売額は１５１万円となっており、全町丁平均の１９９万円を２割強下回っている（図表 71、72）。

また、高齢化率が上位３割の５４の町丁のうち、人口１人当たり年間商品販売額が下位３割に含まれる町丁は２２あり、以下の図表のとおり市の東部や北部、南部にみられる。

図表 71 高齢化率上位３割かつ人口１人当たり年間商品販売額下位３割の２２町丁



図表 72 高齢化率上位3割の54町丁
(町丁別高齢化率及び人口1人当たり年間商品販売額)

町丁	高齢化率 (%)	人口1人当たり 年間商品販売 額(円)	町丁	高齢化率 (%)	人口1人当たり 年間商品販売 額(円)
大穴北1丁目	40.1	133,855	大神保町	38.2	1,256,357
大穴北2丁目	38.3	94,841	金杉4丁目	31.8	600,296
大穴北3丁目	39.8	44,940	金杉5丁目	38.1	735,120
大穴南1丁目	33.6	79,502	金杉7丁目	33.6	1,093,898
大穴南5丁目	38.3	30,392	金杉8丁目	34.2	630,537
金杉6丁目	38.6	207,720	金杉9丁目	36.5	275,650
芝山5丁目	33.2	113,315	金堀町	38.3	306,452
芝山6丁目	31.6	37,394	高野台4丁目	41.9	215,507
新高根4丁目	36.5	65,653	米ヶ崎町	35.8	7,273,724
坪井西2丁目	32.7	42,082	栄町2丁目	31.7	34,735,563
西習志野1丁目	31.0	55,992	咲が丘1丁目	32.0	1,051,079
浜町1丁目	35.1	17,257	咲が丘4丁目	33.3	810,959
松が丘3丁目	40.9	41,844	芝山2丁目	34.2	827,839
松が丘4丁目	33.7	205,438	新高根5丁目	37.0	308,244
丸山1丁目	37.7	24,167	新高根6丁目	33.2	397,110
丸山2丁目	35.4	103,835	神保町	39.7	4,424,028
丸山3丁目	32.1	187,681	高根台1丁目	38.7	3,014,123
丸山4丁目	35.0	160,268	高根台4丁目	37.9	348,073
南三咲3丁目	31.4	173,635	高根台7丁目	33.2	283,280
三山9丁目	36.7	210,665	滝台町	32.8	611,288
八木が谷1丁目	41.3	30,749	田喜野井6丁目	33.0	783,125
若松2丁目	33.8	115,976	豊富町	31.6	1,327,308
			夏見4丁目	30.9	457,416
			習志野台3丁目	35.7	963,402
			西習志野4丁目	30.5	264,419
			二和東5丁目	34.0	234,918
			二和東6丁目	33.6	915,453
			馬込西1丁目	44.6	12,800,093
			松が丘1丁目	38.5	304,880
			緑台2丁目	46.4	297,920
			南本町	31.6	949,906
			みやぎ台3丁目	33.1	601,498

【凡例】

大穴北1丁目 高齢化率上位3割かつ人口1人
当たり年間商品販売額下位3
割の22町丁

第3章 船橋市の工業の概要調査

I 調査の概要

1. 調査の目的

「令和3年経済センサス活動調査（総務省統計局）」および「工業統計調査（経済産業省、千葉県）」の調査結果をもとに市内の製造業の現状を明らかにするとともに、他都市との比較等により産業構造の特徴などをとらえ、船橋市商工業戦略プランを策定するための基礎データとすることを目的に本調査を実施する。

2. データの整備と分析に関する留意事項

データの整備と分析に関しては、以下の事項に留意されたい。

① 利用統計について

- ・ 「令和3年経済センサス活動調査（以下、令和3年経済センサス）」は、令和3年6月1日を調査時点としている。
- ・ 製造業の調査結果については、「工業統計」との時系列比較を可能とするため、令和3年経済センサスのうち、「従業者数4人以上」、「管理・補助的経済活動のみを行う事業者ではないこと」、「製造品目別に出荷額が得られた事業所」を満たした事業所について集計している。
※「令和3年経済センサス」における船橋市の製造事業所数は680事業所であるが、製造業に関する集計においては、上記3条件を満たした260事業所を集計対象としている。

② 経年比較について

「経済センサス」と「工業統計」は、事業所数・従業者数の把握時期、集計項目、産業分類の改定などの変更が実施されていることから、単純な時系列比較は出来ない。

※工業統計の調査時点は各年12月31日現在

③ 集計上の留意事項

四捨五入の関係で、構成比や金額等では合計と内訳の計が必ずしも一致しない場合がある。

II 製造業の概要

1. 製造業の位置づけ

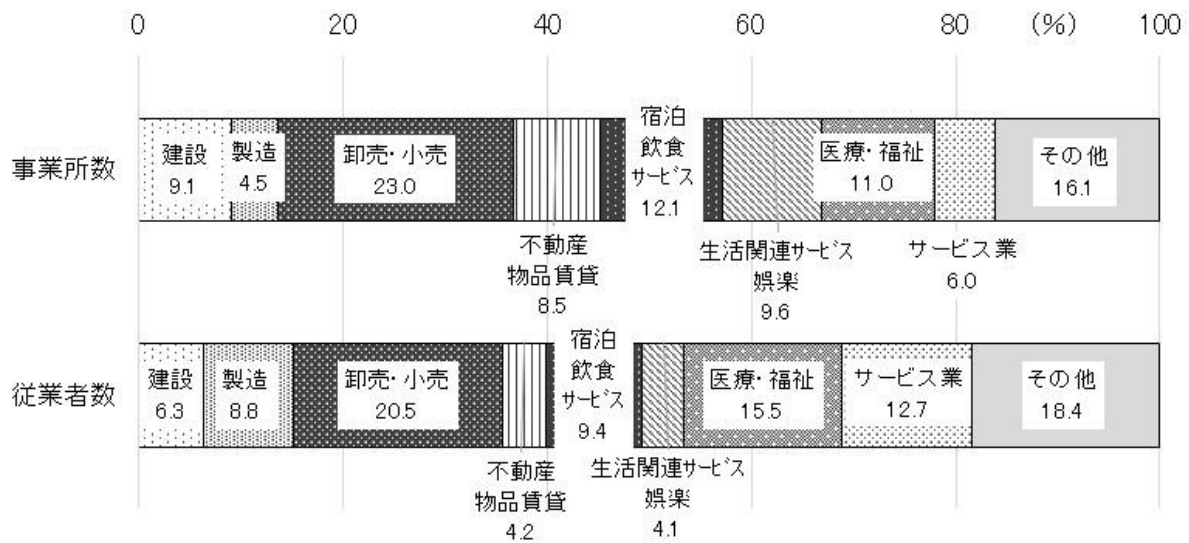
令和3年経済センサスにおける本市の製造業の事業所数は 680 事業所（平成 28 年比▲2.2%）、従業者数は 16,911 人（同▲10.2%）となっている（図表 73）。

本市の全産業に占める構成比は、製造業の事業所数が 4.5%、同従業者数は同 8.8%となっている（図表 74）。

図表 73 産業大分類別の事業所、従業者数

産業大分類	平成28年活動調査		令和3年活動調査		増減数 (H28年比)		増減率 (H28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)	15,603	189,232	15,194	192,205	▲ 409	2,973	▲ 2.6	1.6
農林漁業(個人経営を除く)	23	128	36	223	13	95	56.5	74.2
非農林漁業(公務を除く)	15,580	189,104	15,158	191,982	▲ 422	2,878	▲ 2.7	1.5
鉱業、採石業、砂利採取業	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	1,347	11,409	1,386	12,173	39	764	2.9	6.7
製造業	695	18,838	680	16,911	▲ 15	▲ 1,927	▲ 2.2	▲ 10.2
電気・ガス・熱供給・水道業	9	605	14	316	5	▲ 289	55.6	▲ 47.8
情報通信業	155	2,341	207	2,132	52	▲ 209	33.5	▲ 8.9
運輸業、郵便業	433	15,722	456	16,153	23	431	5.3	2.7
卸売業、小売業	3,879	40,436	3,497	39,471	▲ 382	▲ 965	▲ 9.8	▲ 2.4
金融業、保険業	257	4,827	262	4,504	5	▲ 323	1.9	▲ 6.7
不動産業、物品賃貸業	1,163	7,238	1,299	8,128	136	890	11.7	12.3
学術研究、専門・技術サービス業	638	3,536	785	4,251	147	715	23.0	20.2
宿泊業、飲食サービス業	2,211	21,156	1,833	18,131	▲ 378	▲ 3,025	▲ 17.1	▲ 14.3
生活関連サービス業、娯楽業	1,679	9,167	1,463	7,876	▲ 216	▲ 1,291	▲ 12.9	▲ 14.1
教育、学習支援業	632	6,618	633	6,930	1	312	0.2	4.7
医療、福祉	1,565	25,644	1,677	29,706	112	4,062	7.2	15.8
複合サービス事業	57	1,055	55	930	▲ 2	▲ 125	▲ 3.5	▲ 11.8
サービス業	860	20,512	911	24,370	51	3,858	5.9	18.8

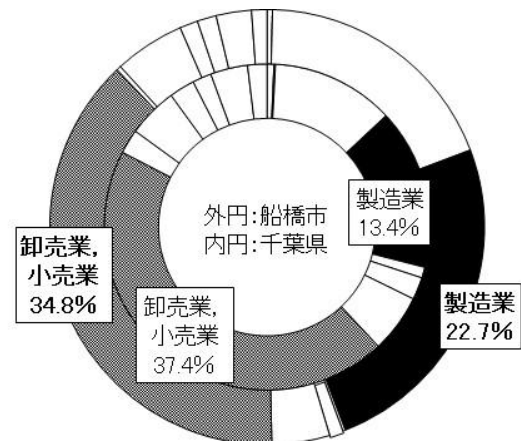
図表 74 産業分類別の構成比



本市の製造業の売上金額は4,882億円（業種別構成比 22.7%）となっており、卸売・小売業（7,487億円、同 34.8%）に次ぐ水準となっている（図表 76）。

本市の製造業の業種別構成比は、千葉県と同構成比（13.4%）を9.3ポイント上回っている（図表 75）。

図表 75 商業と工業の構成比
（船橋市・千葉県）



図表 76 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	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業
千葉県	(金額)	1,690	378	30,595	39,996	2,673	5,563	14,501	111,684	6,084
	(構成比)	0.6	0.1	10.3	13.4	0.9	1.9	4.9	37.4	2.0
船橋市	(金額)	79	-	3,691	4,882	36	200	844	7,487	66
	(構成比)	0.4	-	17.2	22.7	0.2	0.9	3.9	34.8	0.3

		不動産業、物品賃貸業	学術研究、専門・技術サービス業	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（他に分類されないもの）
千葉県	(金額)	12,402	6,379	4,702	9,267	4,816	36,924	1,700	8,894
	(構成比)	4.2	2.1	1.6	3.1	1.6	12.4	0.6	3.0
船橋市	(金額)	1,027	265	280	514	225	1,277	4	628
	(構成比)	4.8	1.2	1.3	2.4	1.0	5.9	0.0	2.9

2. 県内市町村比較

県内における本市の製造業の位置づけをみると、事業所数（県内 5 位、県内構成比 5.5%）、従業者数（同 3 位、7.4%）、製造品出荷額等（同 4 位、5.8%）、付加価値額（同 2 位、8.4%）などそれぞれ県内上位の水準にある（図表 77）。また、製造品出荷額等の内訳では、「加工賃収入（同 2 位、10.0%）」が千葉市に次ぐ高水準となっている。

県内構成比は、「事業所数（5.5%）」および「製造品出荷額等（5.8%）」に比べて、「付加価値額（8.4%）」の水準がやや高い。

図表 77 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	野田市	松戸市	市原市	船橋市	
【事業所】	4,748	447	298	285	279	260	
【県内構成比】	100.0	9.4	6.3	6.0	5.9	5.5	
事業所数(29人以下)		千葉市	松戸市	野田市	市原市	市川市	船橋市(7位)
【事業所】	3,377	300	229	222	172	167	163
【県内構成比】	100.0	8.9	6.8	6.6	5.1	4.9	4.8
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】	1,269	141	90	87	73	59	
【県内構成比】	100.0	11.1	7.1	6.9	5.8	4.6	
事業所数(300人以上)		市原市	船橋市	八千代市	袖ヶ浦市	千葉市他4市	
【事業所】	102	17	10	7	7	6	
【県内構成比】	100.0	16.7	9.8	6.9	6.9	5.9	
従業者数		市原市	千葉市	船橋市	野田市	八千代市	
【人】	206,017	21,938	21,683	15,157	10,245	10,200	
【県内構成比】	100.0	10.6	10.5	7.4	5.0	5.0	
現金給与総額		市原市	千葉市	船橋市	松戸市	野田市	
【億円】	9,693	1,243	1,103	658	447	441	
【県内構成比】	100.0	12.8	11.4	6.8	4.6	4.6	
原材料使用額等		市原市	千葉市	袖ヶ浦市	君津市	船橋市	
【億円】	73,968	24,446	9,031	5,646	4,701	3,510	
【県内構成比】	100.0	33.0	12.2	7.6	6.4	4.7	
製造品出荷額等(合計)		市原市	千葉市	袖ヶ浦市	船橋市	君津市	
【億円】	119,264	39,692	12,145	9,010	6,963	5,851	
【県内構成比】	100.0	33.3	10.2	7.6	5.8	4.9	
製造品出荷額		市原市	千葉市	袖ヶ浦市	船橋市	君津市	
【億円】	109,611	37,579	10,808	8,794	6,310	5,630	
【県内構成比】	100.0	34.3	9.9	8.0	5.8	5.1	
加工賃収入		千葉市	船橋市	市原市	君津市	野田市	
【億円】	3,302	481	330	298	166	143	
【県内構成比】	100.0	14.6	10.0	9.0	5.0	4.3	
その他収入		市原市	千葉市	佐倉市	木更津市	船橋市	
【億円】	6,351	1,815	856	489	457	323	
【県内構成比】	100.0	28.6	13.5	7.7	7.2	5.1	
生産額		市原市	千葉市	袖ヶ浦市	船橋市	君津市	
【億円】	108,985	36,458	10,957	8,720	6,431	5,682	
【県内構成比】	100.0	33.5	10.1	8.0	5.9	5.2	
付加価値額		市原市	船橋市	千葉市	松戸市	袖ヶ浦市	
【億円】	31,365	8,491	2,648	2,423	1,566	1,517	
【県内構成比】	100.0	27.1	8.4	7.7	5.0	4.8	
◎減価償却額		市原市	君津市	千葉市	袖ヶ浦市	船橋市	
【億円】	3,456	808	435	407	318	163	
【県内構成比】	100.0	23.4	12.6	11.8	9.2	4.7	
◎投資総額		市原市	袖ヶ浦市	千葉市	君津市	茂原市	船橋市(6位)
【億円】	6,357	3,304	564	519	477	222	213
【県内構成比】	100.0	52.0	8.9	8.2	7.5	3.5	3.3

(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

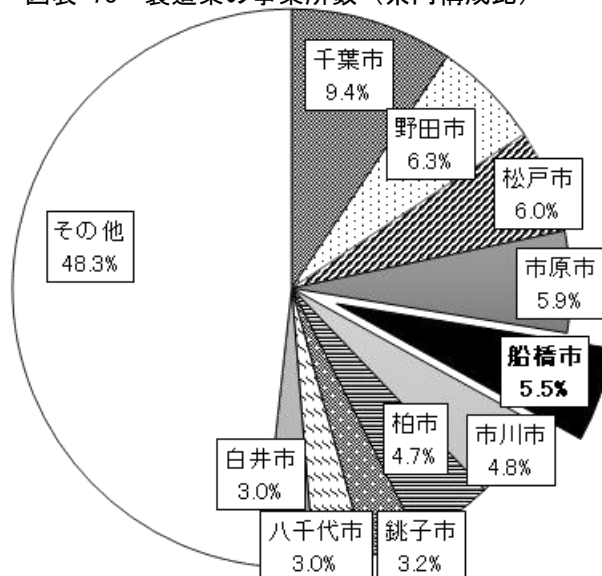
III 製造業の構造

1. 事業所数

本市の製造業の事業所数は260事業所（県内構成比5.5％）で、千葉市（同9.4％）、野田市（同6.3％）松戸市（同6.0％）、市原市（同5.9％）に次ぐ5位となっている（図表78、79）。

令和3年の事業所数は、平成28年比15.9％（49事業所）減少しており、その減少率は、千葉県全体（同▲14.5％）をやや上回っている。

図表 78 製造業の事業所数（県内構成比）



図表 79 製造業の事業所数

（単位：事業所、％）

	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
千葉県【A】	5,551	4,815	4,774	4,856	4,753	4,748	▲ 803	▲ 14.5
船橋市【B】	309	277	266	258	266	260	▲ 49	▲ 15.9
県内構成比【B/A】	5.6	5.8	5.6	5.3	5.6	5.5	-	-

主要都市	千葉市	495	394	392	412	400	447	▲ 48	▲ 9.7
	市川市	236	192	196	200	203	228	▲ 8	▲ 3.4
	松戸市	355	283	287	310	285	285	▲ 70	▲ 19.7
	柏市	287	247	247	252	251	222	▲ 65	▲ 22.6
隣接市	習志野市	80	69	71	69	66	76	▲ 4	▲ 5.0
	八千代市	177	160	151	147	145	144	▲ 33	▲ 18.6
	白井市	161	143	146	158	144	143	▲ 18	▲ 11.2
	鎌ヶ谷市	110	92	96	96	93	87	▲ 23	▲ 20.9

（出所）令和3年及び平成28年は総務省「経済センサス活動調査（製造業）」、その他は経済産業省「工業統計調査」。

2. 従業者数

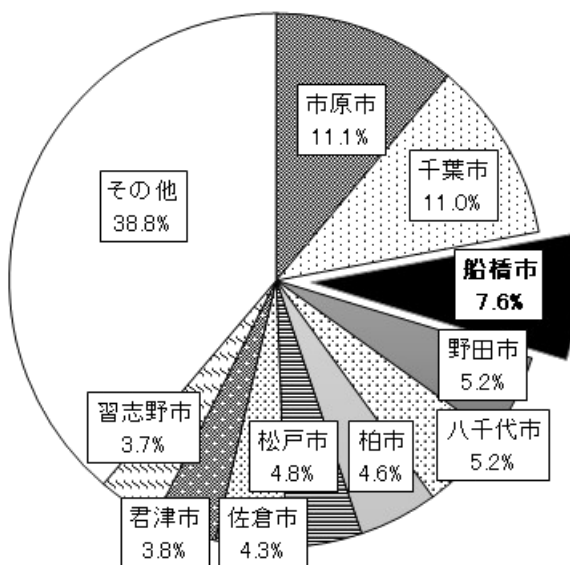
本市の製造業の従業者数は 15,157 人（県内構成比 7.4%）で、市原市（同 11.1%）、千葉市（同 11.0%）に次いで 3 位となっている（図表 80、81）。

事業所の県内構成比（5.5%）に比べ、従業者数の県内構成比が 1.9 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比較的大きいことがみてとれる。

令和 3 年の従業者数は、平成 28 年比 7.6% 減少しているが、この間、千葉県全体は横ばい圏内（増加率+0.2%）の動きに留まっている。

県内主要都市および隣接市との比較では、船橋市の平成 28 年から令和 3 年にかけての従業者数の減少数（1,249 人）が他市と比べて最も多い。

図表 80 製造業の従業者数（県内構成比）



図表 81 製造業の従業者数

（単位：人、%）

	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
千葉県【A】	205,648	202,833	207,400	212,015	208,486	206,017	369	0.2
船橋市【B】	16,406	15,594	15,119	15,073	14,291	15,157	▲ 1,249	▲ 7.6
県内構成比【B/A】	8.0	7.7	7.3	7.1	6.9	7.4	-	-

主要都市	千葉市	20,841	19,743	21,659	21,689	21,276	21,683	842	4.0
	市川市	6,691	6,151	6,599	6,809	6,853	6,675	▲ 16	▲ 0.2
	松戸市	10,236	9,427	9,375	9,863	9,291	9,439	▲ 797	▲ 7.8
	柏市	9,174	9,203	8,586	9,379	10,066	9,014	▲ 160	▲ 1.7
隣接市	習志野市	5,582	5,209	6,891	7,397	7,036	7,285	1,703	30.5
	八千代市	9,937	10,220	9,435	8,950	8,736	10,200	263	2.6
	白井市	3,835	3,758	4,019	4,267	3,930	3,801	▲ 34	▲ 0.9
	鎌ヶ谷市	2,101	1,983	2,205	2,201	2,036	1,936	▲ 165	▲ 7.9

（出所）令和3年及び平成28年は総務省「経済センサス活動調査（製造業）」、その他は経済産業省「工業統計調査」。

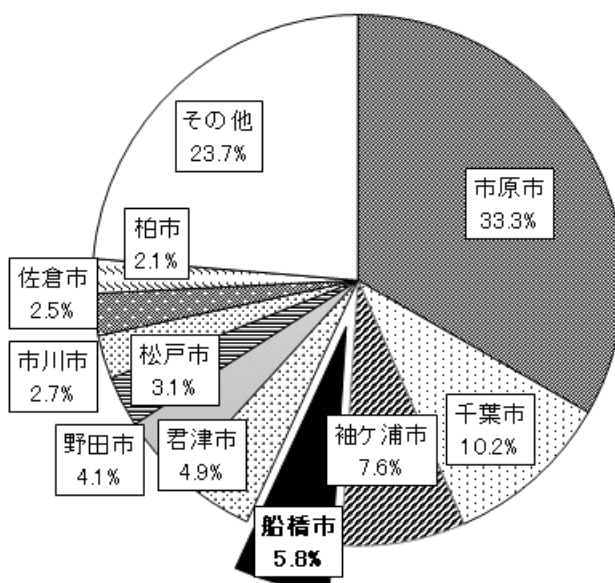
3. 製造品出荷額等

本市の製造業の製造品出荷額等は 6,963 億円（県内構成比 5.8%）で、市原市（同 33.3%）、千葉市（同 10.2%）、袖ヶ浦市（同 7.6%）に次いで、県内 4 位となっている（図表 82、83）。

令和 3 年の製造品出荷額等は、平成 28 年比 +10.1% 増加しており、この間、千葉県は同 ▲5.9% 減少している。

本市の製造品出荷額等の平成 28 年から令和 3 年にかけての増加数（+637 億円）は、県内主要都市および隣接市のなかでは最多となっている。

図表 82 製造品出荷額等（県内構成比）



図表 83 製造業の製造品出荷額等

（単位：億円、%）

	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
千葉県【A】	126,688	114,020	121,263	131,432	125,183	119,264	▲ 7,424	▲ 5.9
船橋市【B】	6,326	6,829	6,578	6,824	6,779	6,963	637	10.1
県内構成比【B/A】	5.0	6.0	5.4	5.2	5.4	5.8	-	-

主要都市	千葉市	13,026	11,047	12,229	13,163	12,760	12,145	▲ 881	▲ 6.8
	市川市	3,648	3,207	3,555	3,671	3,752	3,170	▲ 478	▲ 13.1
	松戸市	3,522	3,124	3,047	3,523	3,373	3,711	189	5.4
	柏市	3,008	2,431	2,385	2,439	2,552	2,506	▲ 502	▲ 16.7
隣接市	習志野市	1,634	1,656	1,850	2,062	2,071	1,851	216	13.2
	八千代市	2,507	2,536	2,598	2,804	2,716	2,490	▲ 17	▲ 0.7
	白井市	1,461	1,522	1,714	1,781	1,431	1,226	▲ 235	▲ 16.1
	鎌ヶ谷市	347	316	371	376	326	304	▲ 43	▲ 12.3

（出所）令和3年及び平成28年は総務省「経済センサス活動調査（製造業）」、その他は経済産業省「工業統計調査」。

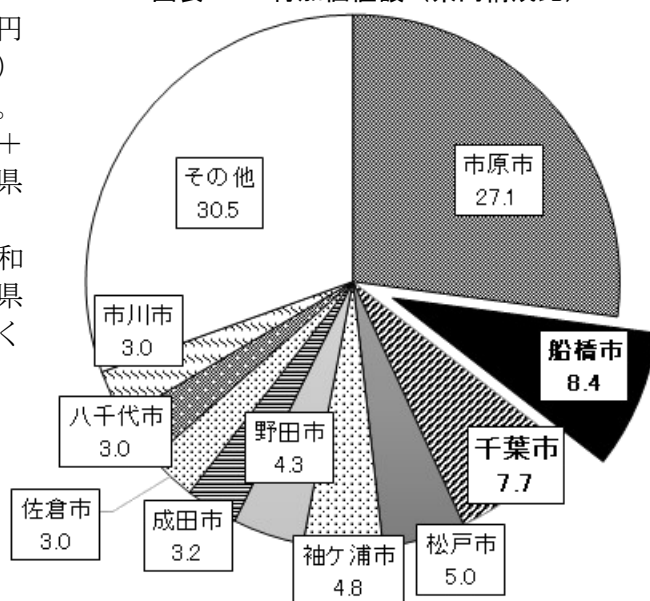
4. 付加価値額

本市の製造業の付加価値額は 2,648 億円（県内構成比 8.4%）で、市原市（同 27.1%）に次ぐ県内 2 位となっている（図表 84、85）。

令和 3 年の付加価値額は、平成 28 年比 +25.3%増加しており、その増加率は、千葉県全体（20.2%）を上回っている。

船橋市の付加価値額の平成 28 年から令和 3 年にかけての増加数（+535 億円）は、県内主要都市および隣接市のなかでは最も多くなっている。

図表 84 付加価値額（県内構成比）



図表 85 製造業の付加価値額

（単位：億円、%）

	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比)
千葉県【A】	26,094	28,942	32,119	31,754	31,115	31,365	5,270	20.2
船橋市【B】	2,113	2,506	2,307	2,356	2,320	2,648	535	25.3
県内構成比【B/A】	8.1	8.7	7.2	7.4	7.5	8.4	-	-

主要都市	千葉市	2,186	2,247	2,433	2,800	2,753	2,423	238	10.9
	市川市	819	807	872	814	984	936	117	14.3
	松戸市	1,480	1,324	1,231	1,517	1,356	1,566	86	5.8
	柏市	965	947	900	879	939	917	▲ 48	▲ 5.0
隣接市	習志野市	465	458	590	658	667	610	145	31.1
	八千代市	943	1,050	1,120	1,245	1,106	937	▲ 5	▲ 0.6
	白井市	528	598	674	686	459	391	▲ 137	▲ 25.9
	鎌ヶ谷市	148	124	145	162	132	127	▲ 21	▲ 14.4

（出所）令和3年及び平成28年は総務省「経済センサス活動調査（製造業）」、その他は経済産業省「工業統計調査」。

5. 成果指標

1 事業所当たり従業者数は 39.2 人（県内 14 位）となっており、県内主要都市のなかでは最も少ない（図表 86）。一方、同製造品出荷額等（22.5 億円、県内 5 位）、同付加価値額（5.8 億円、同 10 位）の順位は同従業者数より高水準となっている。

一方、従業者 1 人当たり製造品出荷額等は 5,736 万円（同 4 位）、同付加価値額は 1,487 万円（同 4 位）と、いずれも 1 事業所当たりの指標と比べると高水準となっている。

図表 86 成果指標

		1事業所当たり 従業者数 (人/事業所)	1事業所当たり 製造品出荷額等 (百万円/事業所)	1事業所当たり 付加価値額 (百万円/事業所)	従業者1人当たり 製造品出荷額等 (万円/人)	従業者1人当たり 付加価値額 (万円/人)
	全国	42.2	1,611	518	3,817	1,226
	千葉県	43.4	2,512	661	5,789	1,522
	船橋市	39.2	2,250	584	5,736	1,487
	県内順位	14位	5位	10位	4位	4位
主要都市	千葉市	49.1	8,880	1,899	18,093	3,870
	市川市	41.4	2,159	597	5,215	1,442
	松戸市	53.2	3,161	850	5,944	1,599
	柏市	40.6	1,671	445	4,116	1,097
隣接市	習志野市	27.1	751	323	2,774	1,193
	八千代市	52.6	2,110	651	4,011	1,237
	白井市	50.9	1,753	654	3,441	1,285
	鎌ヶ谷市	32.6	1,410	415	4,321	1,272

6. 土地利用

本市の製造業の令和3年度の敷地面積（従業者数30人以上、賃貸を含む事業所の使用面積）は、2,104千㎡（県内構成比3.1%）で県内5位となっている（図表87）。

敷地面積（同）を時系列でみると、2,000千㎡を挟む水準で横ばい推移している。

図表 87 従業者数30人以上の事業所に関する調査結果

	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	増減数 (H28年比)	増減率 (H28年比) [%]
事業所数(事業所)	96	90	87	85	88	97	1	1.0
従業者数(人)	13,966	13,211	12,837	12,762	11,993	13,171	▲ 795	▲ 5.7
現金給与総額(億円)	574	547	522	537	521	574	0	0.0
製造品出荷額等(億円)	5,519	6,214	6,004	6,108	6,054	5,746	228	4.1
付加価値額(億円)	1,814	2,300	2,110	2,116	2,072	2,416	602	33.2
有形固定資産年末現在高(億円)	1,684	1,732	1,846	1,840	2,030	1,846	161	9.6
土地(億円)	789	763	819	769	782	690	▲ 100	▲ 12.6
有形固定資産(億円) 【土地を除く】	895	969	1,028	1,070	1,248	1,156	261	29.1
敷地面積(千㎡)	1,842	2,014	1,990	1,903	2,002	2,104	262	14.2

（出所）令和3年及び平成28年は総務省「経済センサス活動調査（製造業）」、その他は経済産業省「工業統計調査」。

7. 工業系用途地域の人口動態

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26年から令和6年における人口増減率をみると、35町丁合計で8.1%増加しており、市全体の同期間における増加率（4.5%）を上回っている（図表88）。

なお、この間の同35町丁合計の増加数は4,693人となっており、市全体の増加数（28,205人）の16.6%を占めている。

図表 88 工業用途地域を含む町丁の人口増減

地域	町丁名	用途地域	平成26年 人口	令和6年 人口	増減率	増減数
山手			19,221	22,981	19.6	3,760
	北本町1丁目	工業	5,013	6,170	23.1	1,157
	北本町2丁目	工業	7,654	8,015	4.7	361
	行田1丁目	工業	2,731	5,134	88.0	2,403
	山手1丁目	工業	2,322	1,976	▲ 14.9	▲ 346
	山手3丁目	工業	1,501	1,686	12.3	185
海神・南海神			10,254	10,722	4.6	468
	南海神1丁目	工業専用・工業	310	305	▲ 1.6	▲ 5
	南海神2丁目	工業専用・工業	0	0	—	—
	海神町南1丁目	準工業	6,223	6,804	9.3	581
	海神町2丁目	準工業	1,680	1,431	▲ 14.8	▲ 249
	海神町3丁目	準工業	970	1,026	5.8	56
	海神町西1丁目	準工業	683	675	▲ 1.2	▲ 8
	海神町東1丁目	準工業	388	481	24.0	93
北船橋(藤原)			6,753	7,112	5.3	359
	藤原3丁目	準工業	2,293	2,312	0.8	19
	藤原4丁目	準工業	259	246	▲ 5.0	▲ 13
	藤原5丁目	準工業	1,051	1,742	65.7	691
	藤原6丁目	準工業	3,150	2,812	▲ 10.7	▲ 338
習志野台	習志野台8丁目	準工業	4,966	4,615	▲ 7.1	▲ 351
南習志野工業団地			3,422	3,206	▲ 6.3	▲ 216
	習志野2丁目	工業	1,008	941	▲ 6.6	▲ 67
	習志野4丁目	工業	358	373	4.2	15
	習志野5丁目	工業	2,056	1,892	▲ 8.0	▲ 164
前原西	前原西1丁目	準工業	4,910	5,113	4.1	203
宮本	宮本9丁目	準工業	1,276	1,956	53.3	680
ハイテクパーク			2,154	1,901	▲ 11.7	▲ 253
	鈴身町	工業	410	329	▲ 19.8	▲ 81
	豊富町	工業	1,744	1,572	▲ 9.9	▲ 172
臨海工業地区			4,809	4,852	0.9	43
	西浦1丁目	工業専用	X	X	—	—
	西浦2丁目	工業専用	X	X	—	—
	西浦3丁目	工業専用	0	0	—	—
	浜町3丁目	準工業	0	0	—	—
	日の出1丁目	準工業・工業	554	548	▲ 1.1	▲ 6
	日の出2丁目	準工業・工業専用	815	818	0.4	3
	若松3丁目	準工業	0	0	—	—
	栄町1丁目	準工業・工業専用	2,974	2,972	▲ 0.1	▲ 2
	栄町2丁目	準工業・工業専用	147	145	▲ 1.4	▲ 2
	潮見町	準工業・工業専用	10	44	340.0	34
	高瀬町	準工業・工業専用	309	325	5.2	16
小計(35町丁)			57,765	62,458	8.1	4,693
船橋市合計			620,389	648,594	4.5	28,205

(注) 1. 出所: 千葉県「千葉県年齢別・町丁字別人口」

2. 世帯数が1～3の町丁の情報は「X」で表示。

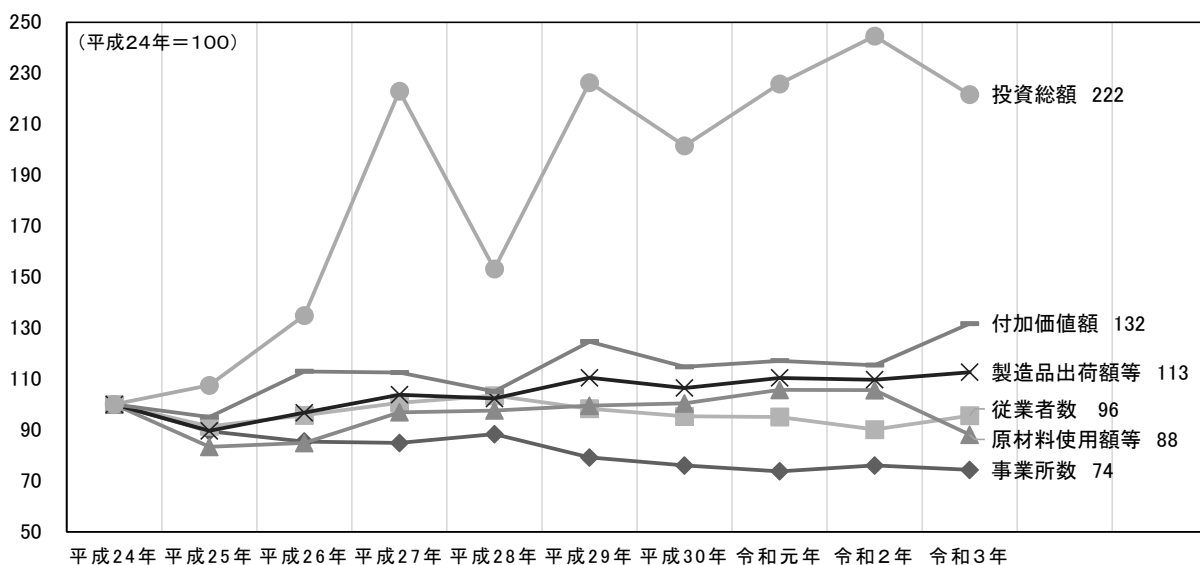
8. 時系列

本市の製造業関連の項目を指数化（平成24年＝100）して時系列でみると、令和3年度の事業所数は74に低下している。一方、同従業者数は96の微減に留まり、1事業所当たりの従業者規模は拡大傾向にある（図表89、91）。

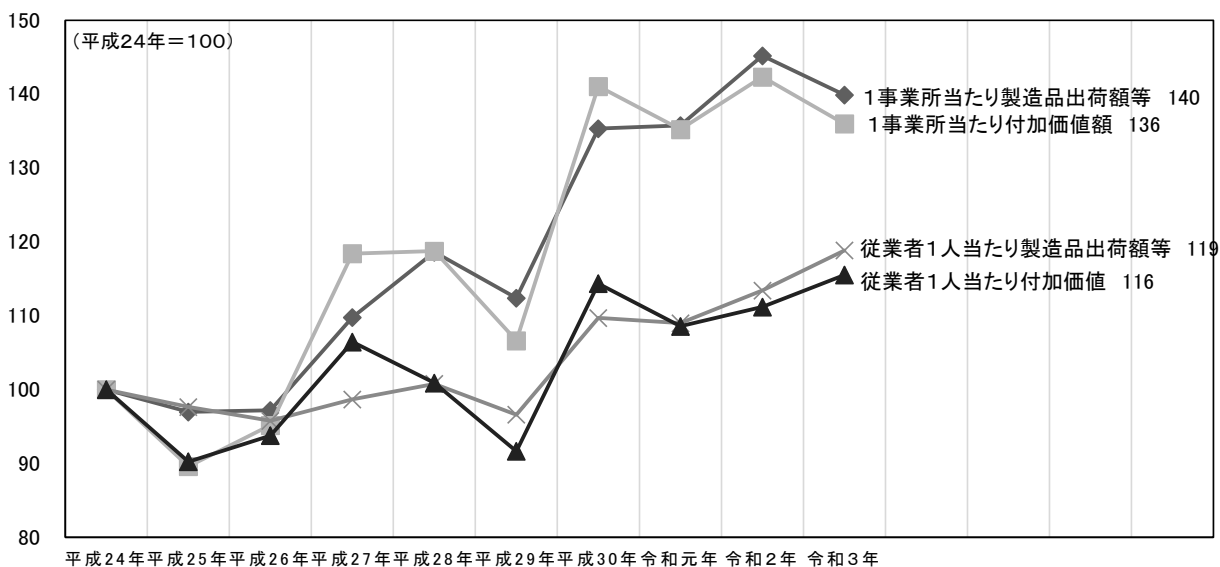
令和3年度の製造品出荷額等が113に上昇する一方、原材料使用額等は88に低下したことから、付加価値額は132に上昇した。この間、投資総額は、年によって増減はあるものの、趨勢的な上昇基調をたどり、令和3年には222と大幅に増加している。

生産性に関する指標を同様にみると、製造品出荷額等および付加価値額ともに1事業所当たりの指標が、従業者1人当たりの指標を上回って推移した（図表90、91）。

図表 89 船橋市工業の推移



図表 90 生産性指標の推移



図表 91 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10年	567	21,540	415,523	753,202	257,527	40,101
平成11年	558	19,597	355,856	661,578	233,806	20,894
平成12年	500	18,300	309,477	605,203	219,743	22,769
平成13年	480	17,151	303,265	591,277	208,628	17,097
平成14年	435	16,984	288,780	563,948	199,945	30,674
平成15年	405	15,967	269,569	553,321	208,642	21,738
平成16年	394	15,490	265,788	549,149	202,018	15,734
平成17年	359	15,375	299,112	614,572	229,635	17,035
平成18年	361	15,813	311,454	671,247	282,450	15,672
平成19年	346	15,596	316,820	617,880	227,421	22,231
平成20年	373	16,788	361,773	678,489	237,339	31,414
平成21年	381	15,662	386,428	677,946	216,375	19,295
平成22年	340	15,111	304,557	600,024	214,794	15,467
平成23年	320	14,603	303,342	582,906	205,259	25,803
平成24年	350	15,860	352,959	618,179	201,153	9,606
平成25年	313	14,496	294,106	554,131	191,056	10,328
平成26年	299	15,179	299,415	597,843	227,115	12,958
平成27年	297	15,952	341,905	641,690	226,220	21,419
平成28年	309	16,406	344,545	632,561	211,321	14,710
平成29年	277	15,594	351,153	682,866	250,632	21,741
平成30年	266	15,119	354,245	657,799	230,720	19,355
令和元年	258	15,073	373,021	682,375	235,551	21,692
令和2年	266	14,291	372,615	677,886	232,042	23,493
令和3年	260	15,157	310,858	696,268	264,848	21,286

IV 産業分類別

1. 構成比

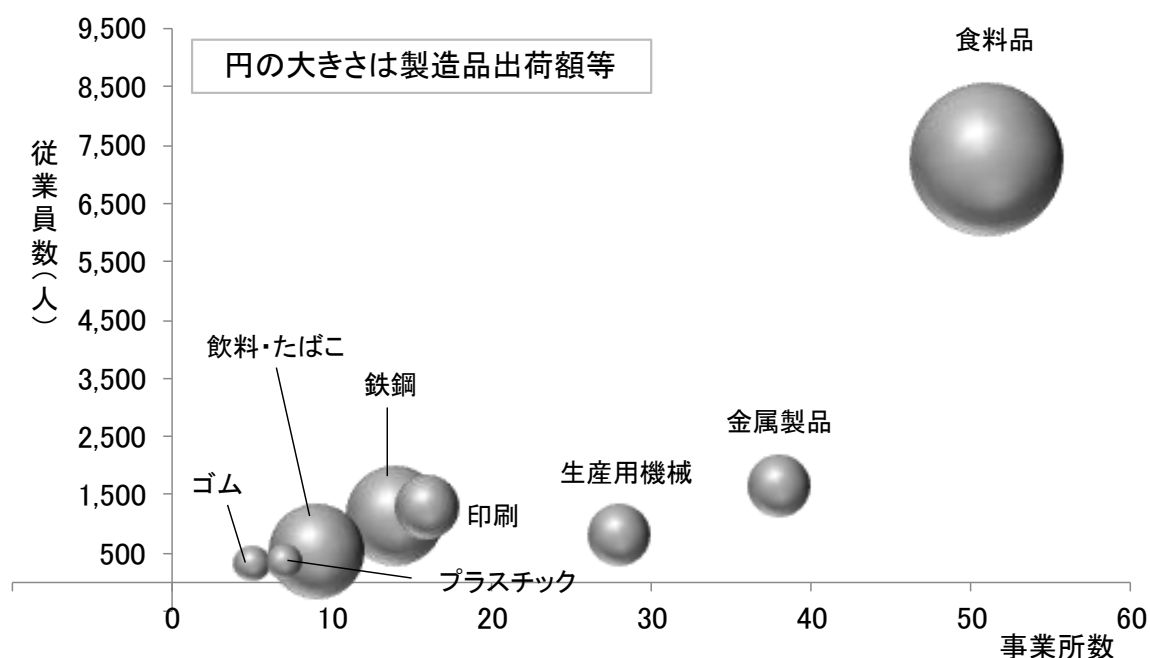
本市の製造業の産業中分類別の構成比をみると、事業所数では「食料品（構成比 19.6%）」、「金属製品（同 14.6%）」、「生産用機械（同 10.8%）」などが高くなっている（図表 92、93）。

従業者数では、「食料品」の構成比が 47.9%と突出して高く、次いで「金属製品（同 10.8%）」、「印刷（同 8.4%）」となっている。

製造品出荷額等及び付加価値額でも「食料品」が最も高いが、「飲料・たばこ」および「鉄鋼」の構成比も二桁と高い。

本市の製造品出荷額のうち加工賃収入は、330 億円で県内 2 位の高水準となっている。加工賃収入の構成比を業種別でみると「金属製品」が 50.5%と突出して高く、次いで、「印刷（14.3%）」、「鉄鋼（9.0%）」となっている。

図表 92 産業中分類別の構造指標（出荷額上位 8 業種）



（出所）総務省「令和3年経済センサス（活動調査）」（従業者4人以上の事業所）

図表 93 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	260	100.0	15,157	100.0	6,963	100.0	329.7	100.0	2,648	100.0
食料品	51	19.6	7,261	47.9	2,665	38.3	14.0	4.2	874	33.0
飲料・たばこ	9	3.5	509	3.4	1,039	14.9	0.0	0.0	406	15.3
繊維	7	2.7	63	0.4	14	0.2	6.4	1.9	7	0.3
木材・木製品	1	0.4	22	0.1	X	-	X	-	X	-
家具・装備品	3	1.2	16	0.1	2	0.0	-	-	1	0.0
パルプ・紙	5	1.9	174	1.1	62	0.9	0.2	0.1	15	0.6
印刷	16	6.2	1,279	8.4	451	6.5	47.2	14.3	193	7.3
化学	7	2.7	202	1.3	123	1.8	0.1	0.0	39	1.5
石油・石炭	5	1.9	70	0.5	75	1.1	-	-	31	1.2
プラスチック	7	2.7	368	2.4	133	1.9	0.6	0.2	89	3.3
ゴム	5	1.9	323	2.1	137	2.0	-	-	58	2.2
なめし革	4	1.5	85	0.6	8	0.1	-	-	6	0.2
窯業・土石	5	1.9	70	0.5	49	0.7	-	-	22	0.8
鉄鋼	14	5.4	1,132	7.5	1,099	15.8	29.8	9.0	383	14.5
非鉄	4	1.5	84	0.6	43	0.6	X	-	16	0.6
金属製品	38	14.6	1,644	10.8	453	6.5	166.3	50.5	210	7.9
はん用機械	14	5.4	366	2.4	85	1.2	2.7	0.8	51	1.9
生産用機械	28	10.8	798	5.3	418	6.0	29.4	8.9	199	7.5
業務用機械	8	3.1	102	0.7	13	0.2	-	-	7	0.3
電子・デバイス	1	0.4	7	0.0	X	-	X	-	X	-
電気機械	12	4.6	153	1.0	16	0.2	7.3	2.2	8	0.3
情報通信機械	1	0.4	40	0.3	X	-	-	-	X	-
輸送用機械	9	3.5	230	1.5	31	0.4	21.4	6.5	12	0.5
その他製造業	6	2.3	159	1.0	29	0.4	0.1	0.0	20	0.8

(注) 1. 出所: 総務省「令和3年経済センサス(活動調査)」
2. 「X」は1又は2の事業所に関する数値であるため秘匿扱い。

2. 経年比較

本市の製造業の令和3年の産業中分類別データを平成28年と比較すると、事業所数は、金属製品（平成28年比▲11事業所）や食料品（同▲10事業所）は減少したが、生産用機械（同＋3事業所）や輸送用機械（同＋2事業所）は増加した（図表94）。

従業者数は、食料品の減少数が同▲1,526人と突出して高いほか、電気機械（同▲136人）と鉄鋼（同▲144人）も大きく減少した。一方、プラスチック（同＋286人）や金属製品（同＋266人）は増加した。

製造品出荷額等は、食料品（同＋320億円）や生産用機械（同＋233億円）などは増加したが、印刷（同▲155億円）や電気機械（同▲65億円）などは減少した（図表95）。

付加価値額は、飲料・たばこ（同＋266億円）や生産用機械（同170億円）などは増加したが、印刷（同▲134億円）や鉄鋼（同▲66億円）などは減少した。

図表 94 産業中分類別の事業所数及び従業者数の比較

	事業所数(事業所)				従業者数(人)			
	平成28年	令和3年	増減数	増減率(%)	平成28年	令和3年	増減数	増減率(%)
船橋市計	309	260	▲ 49	▲ 15.9	16,406	15,157	▲ 1,249	▲ 7.6
食料品	61	51	▲ 10	▲ 16.4	8,787	7,261	▲ 1,526	▲ 17.4
飲料・たばこ	9	9	0	0.0	500	509	9	1.8
繊維	12	7	▲ 5	▲ 41.7	129	63	▲ 66	▲ 51.2
木材・木製品	－	1	－	－	－	22	－	－
家具・装備品	5	3	▲ 2	▲ 40.0	25	16	▲ 9	▲ 36.0
パルプ・紙	4	5	1	25.0	115	174	59	51.3
印刷	23	16	▲ 7	▲ 30.4	1,340	1,279	▲ 61	▲ 4.6
化学	8	7	▲ 1	▲ 12.5	153	202	49	32.0
石油・石炭	4	5	1	25.0	48	70	22	45.8
プラスチック	7	7	0	0.0	82	368	286	348.8
ゴム	6	5	▲ 1	▲ 16.7	411	323	▲ 88	▲ 21.4
なめし革	4	4	0	0.0	60	85	25	41.7
窯業・土石	9	5	▲ 4	▲ 44.4	140	70	▲ 70	▲ 50.0
鉄鋼	17	14	▲ 3	▲ 17.6	1,276	1,132	▲ 144	▲ 11.3
非鉄	4	4	0	0.0	107	84	▲ 23	▲ 21.5
金属製品	49	38	▲ 11	▲ 22.4	1,378	1,644	266	19.3
はん用機械	17	14	▲ 3	▲ 17.6	278	366	88	31.7
生産用機械	25	28	3	12.0	789	798	9	1.1
業務用機械	7	8	1	14.3	114	102	▲ 12	▲ 10.5
電子・デバイス	3	1	▲ 2	▲ 66.7	68	7	▲ 61	▲ 89.7
電気機械	13	12	▲ 1	▲ 7.7	289	153	▲ 136	▲ 47.1
情報通信機械	2	1	▲ 1	▲ 50.0	30	40	10	33.3
輸送用機械	7	9	2	28.6	141	230	89	63.1
その他	13	6	▲ 7	▲ 53.8	146	159	13	8.9

（出所）総務省「令和3年経済センサス(活動調査)」

図表 95 産業中分類別の製造品出荷額等及び付加価値額の比較

	製造品出荷額等(億円)				付加価値額(億円)			
	平成28年	令和3年	増減数	増減率 (%)	平成28年	令和3年	増減数	増減率 (%)
船橋市計	6,326	6,963	637	10.1	2,113	2,648	535	25.3
食料品	2,345	2,665	320	13.6	737	874	137	18.6
飲料・たばこ	936	1,039	103	11.0	140	406	266	190.1
繊維	29	14	▲ 15	▲ 50.9	10	7	▲ 3	▲ 31.4
木材・木製品	－	－	－	－	－	－	－	－
家具・装備品	2	2	▲ 0	▲ 0.4	1	1	▲ 0	▲ 4.5
パルプ・紙	34	62	－	－	11	15	－	－
印刷	606	451	▲ 155	▲ 25.6	327	193	▲ 134	▲ 40.9
化学	164	123	▲ 41	▲ 24.9	36	39	2	6.7
石油・石炭	64	75	11	17.9	23	31	7	32.3
プラスチック	13	133	121	953.2	5	89	84	1,696.3
ゴム	57	137	81	142.8	38	58	21	55.2
なめし革	9	8	▲ 1	▲ 6.8	4	6	2	39.8
窯業・土石	93	49	▲ 44	▲ 46.8	38	22	▲ 16	▲ 42.8
鉄鋼	1,160	1,099	▲ 62	▲ 5.3	450	383	▲ 66	▲ 14.7
非鉄	38	43	5	13.7	16	16	▲ 0	▲ 0.8
金属製品	322	453	131	40.6	130	210	80	61.7
はん用機械	75	85	10	13.8	31	51	19	61.4
生産用機械	185	418	233	125.7	29	199	170	596.3
業務用機械	20	13	▲ 7	▲ 37.0	12	7	▲ 5	▲ 39.4
電子・デバイス	－	－	－	－	－	－	－	－
電気機械	81	16	▲ 65	▲ 80.6	28	8	▲ 20	▲ 72.8
情報通信機械	－	－	－	－	－	－	－	－
輸送用機械	34	31	▲ 3	▲ 9.3	25	12	▲ 12	▲ 50.0
その他	28	29	1	3.1	11	20	9	77.5

(出所)総務省「令和3年経済センサス(活動調査)」

3. 特化係数

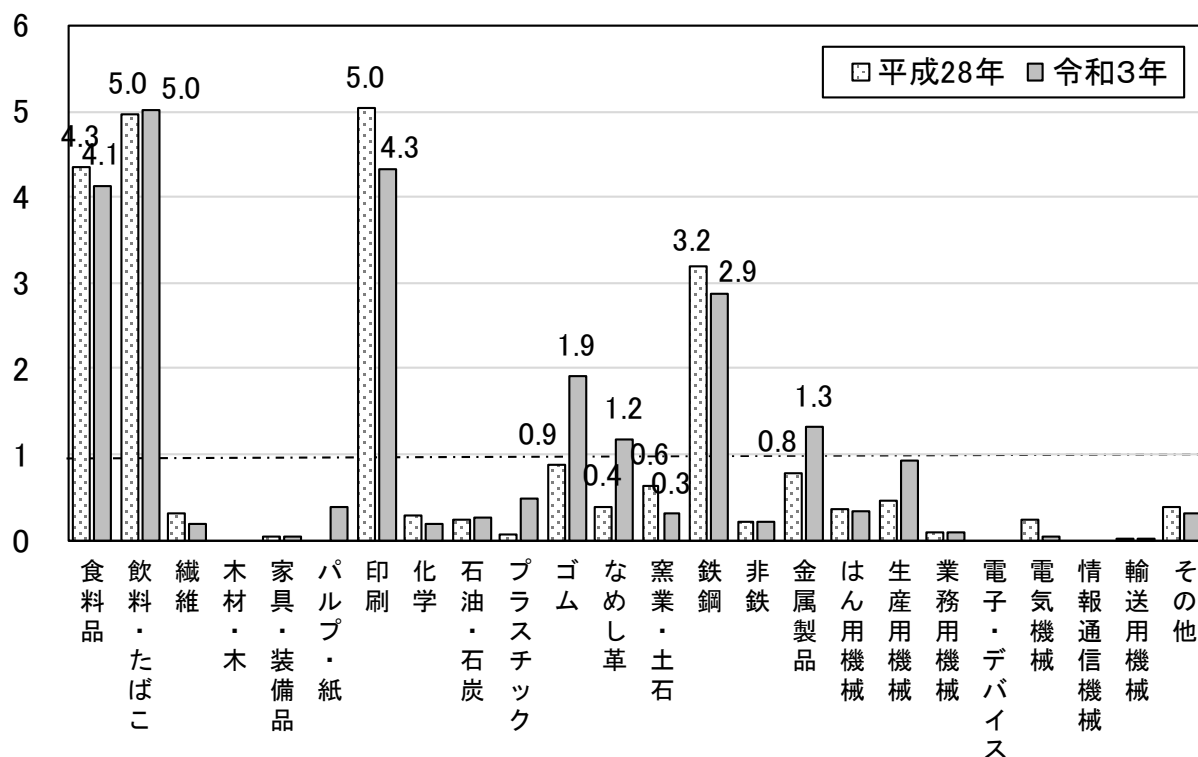
令和3年の特化係数※が『1』を上回っている（＝競争力が高い）産業は、「飲料・たばこ（特化係数5.0）」、「印刷（同4.3）」、「食料品（同4.1）」、「鉄鋼（同2.9）」、「ゴム（同1.9）」、「金属製品（同1.3）」、「なめし革（同1.2）」となっている（図表96）。

令和3年の特化係数を平成28年と比較すると、「ゴム（平成28年比+1.0ポイント）」、「なめし革（同+0.8ポイント）」、「金属製品（同+0.5ポイント）」などは上昇し、「印刷（同▲0.7ポイント）」、「窯業・土石（同▲0.3ポイント）」、「鉄鋼（同▲0.3ポイント）」などは低下した。

※特化係数とは

特化係数は、業種別の地域特性を数量的に示す指標で、全国平均の業種別構成比を基準（＝1）に算出する。業種別の特化係数が1より大きいと、当該業種の競争力（生産性）が全国平均と比べて高いことを意味する。

図表 96 製造業の特化係数（平成28年と令和3年の比較）



（注）1. 出所：総務省「経済センサス（活動調査）」のデータを元に（株）ちばぎん総合研究所が作成。

2. 特化係数＝船橋市の産業別構成比／全国の産業別構成比

V 都市間比較

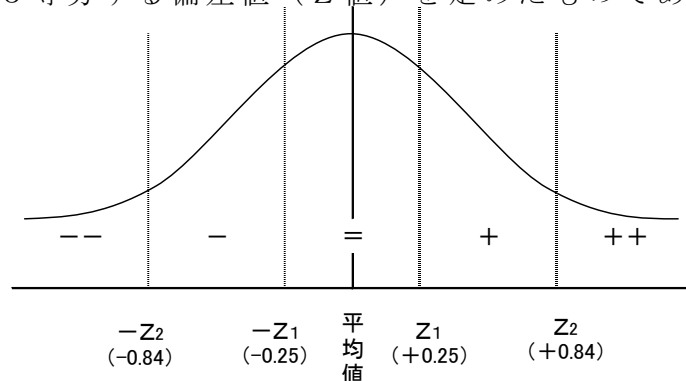
1. 同規模市比較

本市の製造業の環境や構造、成果指標に関する指標について、本市の人口±20万人程度の政令指定都市及び中核市（船橋市を含み27市〔政令指定都市：7市、中核市：20市〕、以下「同規模市」という）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。

同規模市との比較については、同規模市群の各指標の平均値との比較を行い、船橋市の水準値を以下のような判定基準により、++、+、＝、－、--の符号判定を行った。

《判定基準》

各指標とも正規分布を仮定し、各段階の度数がそれぞれ20%になるように5等分する偏差値（Z値）を定めたものである。



$$Z = \frac{x - \bar{x}}{\delta}$$

x : 当該市町村の値

$\bar{x}$: 平均値

δ : 標準偏差

《符号の約束とみかた》

- | | |
|----|--------------------|
| ++ | 相対的に非常に多い（増加している） |
| + | 相対的にやや多い（増加している） |
| = | 平均的である |
| - | 相対的にやや少ない（減少している） |
| -- | 相対的に非常に少ない（減少している） |

【集計上の留意事項】

中核市比較で使用するデータの出典資料は、以下に示すとおり。

《出典資料一覧》

人口関連：令和6年は「住民基本台帳人口総覧」（（財）国土地理協会）

市町村面積：「国勢調査報告」（総務省統計局）

製造業関連：「令和3年経済センサス活動調査」（経済産業省）

（１）環境・構造関連指標

本市の製造業における環境・構造に関する指標を同規模市と比較すると、事業所数（船橋市：260 事業所、同規模市平均：750 事業所）、従業者数（同 15,157 人、31,009 人）、製造品出荷額等（同 6,963 億円、1 兆 6,686 億円）、粗付加価値額（同 2,859 億円、4,885 億円）ともに同規模市平均を下回っている（図表 97）。

平成 28 年から令和 3 年にかけての増減率をみると、事業所数の減少率（平成 28 年比▲15.9%）は同規模市（同▲18.5%）をやや下回るものの、従業者数の減少率（同▲7.6%）は同規模市（同▲1.5%）を大きく上回っている。

一方、製造品出荷額等および粗付加価値額の増加率は、同規模市平均がいずれも減少するなか、船橋市は二桁の大幅増加となっている。

図表 97 同規模市との環境・構造指標の比較

指 標 名	年 次	単 位	符号判定	船橋市の水準値	同規模市の平均値	【参考】 豊田市除きの平均値
人口(R6.1末住民基本台帳人口)	令和6年	人	+	648,331	552,250	557,476
人口密度	令和2年	人/Km ²	++	7,572	3,031	3,130
第2次産業就業者シェア(センサス)	令和3年	%	-	7.2	11.9	10.7
事業所数	令和3年	事業所	--	260	750	750
うち従業者数300人以上事業所数	令和3年	事業所	-	10	14	13
従業者数	令和3年	人	-	15,157	31,009	27,782
製造品出荷額等	令和3年	億円	-	6,963	16,686	11,670
粗付加価値額	令和3年	億円	-	2,859	4,885	3,919
事業所増減率	3/28年	%	=	▲ 15.9	▲ 18.5	▲ 18.7
従業者数増減率	3/28年	%	--	▲ 7.6	▲ 1.5	▲ 1.3
製造品出荷額等増減率	3/28年	%	++	10.1	▲ 3.1	▲ 6.2
粗付加価値額増減率	3/28年	%	++	25.3	▲ 6.4	1.7

(2) 成果指標

1 事業所当たりでみると、従業者数（船橋市：58.3 人、同規模市平均：41.3 人）、製造品出荷額等（同：26 億 7,795 万円、22 億 2,369 万円）、粗付加価値額（同：10 億 9,942 万円、6 億 5,100 万円）のいずれも同規模市平均を上回っている（図表 98）。

一方、従業者 1 人当たりでは、製造品出荷額等（同 4,594 万円、5,381 万円）は同規模市平均を下回っているものの、粗付加価値額（同 1,886 万円、1,575 万円）は同規模市平均を上回っている。

図表 98 同規模市との成果指標の比較

指 標 名	年 次	単 位	符号 判定	船橋市の 水準値	同規模市の 平均値	【参考】 豊田市除きの 平均値
1事業所当たり従業者数	令和3年	人/事業所	+	58.3	41.3	37.1
1事業所当たり製造品出荷額等	令和3年	万円/事業所	=	267,795	222,369	155,698
1事業所当たり粗付加価値額	令和3年	万円/事業所	+	109,942	65,100	52,288
従業者1人当たり製造品出荷額等	令和3年	万円/人	-	4,594	5,381	4,201
従業者1人当たり粗付加価値額	令和3年	万円/人	+	1,886	1,575	1,411

2. 産業構造類似都市

令和3年経済センサスから①製造品出荷額等が5,000億円以上9,000億円未満、②食料品製造業の製造品出荷額等が900億円以上の条件を満たす9都市を産業構造類似都市として設定し、都市間比較を行うことで、船橋市の製造業の水準及び特性を把握する。

産業構造類似都市との比較では、事業所数が伊丹市（240事業所）に次いで少ない（図表99）。業種別の製造品出荷額等における食料品のシェアは、38.3%と焼津市（47.5%）に次ぐ2位となっている。

成果指標をみると、1事業所当たり従業者数は、産業構造類似都市平均を上回り、その他の指標では、産業構造類似都市のなかで最多となっている。

図表 99 産業構造類似都市との比較

都市名	人口 (人)	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	粗付加 価値額 (億円)	業種別製造品出荷額等 (下段は構成比、%)		
						1位	2位	3位
高崎市	360,841	603	27,496	8,723	4,395	化学工業 27.5	食料品 21.7	金属製品 9.9
川越市	342,677	459	19,953	8,303	2,855	化学工業 29.5	食料品 11.0	生産用機械 10.3
津市	260,661	354	21,771	7,894	2,989	輸送用機械 18.4	電気機械 17.6	食料品 12.1
船橋市	627,063	260	15,157	6,963	2,859	食料品 38.3	鉄鋼 15.8	飲料等 14.9
伊丹市	197,823	240	14,679	6,348	1,890	鉄鋼 20.4	食料品 15.7	生産用機械 13.5
焼津市	130,934	501	16,438	6,033	2,091	食料品 47.5	飲料等 17.6	化学工業 6.9
下関市	242,081	369	16,141	6,023	2,471	輸送用機械 26.6	食料品 15.1	非鉄金属 14.2
八戸市	216,487	322	13,317	5,232	1,725	食料品 20.9	飲料等 17.5	パルプ等 13.7
長野市	361,224	450	19,045	5,775	2,241	食料品 19.9	電子部品等 19.5	情報通信機械 14.9
類似都市 平均	304,421	395	18,222	6,810	2,613			

(注)製造品出荷額等の降順に掲載。

	1事業所当たり 従業者数 (人/事業所)	1事業所当たり 製造品出荷額等 (百万円/事業所)	1事業所当たり 粗付加価値額 (百万円/事業所)	従業者1人当たり 製造品出荷額等 (百万円/人)	従業者1人当たり 粗付加価値額 (百万円/人)
高崎市	46	1,447	729	3,172	1,598
川越市	43	1,809	622	4,161	1,431
津市	62	2,230	844	3,626	1,373
船橋市	58	2,678	1,099	4,594	1,886
伊丹市	61	2,645	787	4,325	1,288
焼津市	33	1,204	417	3,670	1,272
下関市	44	1,632	670	3,731	1,531
八戸市	41	1,625	536	3,929	1,295
長野市	42	1,283	498	3,032	1,177
類似都市平均	42	1,454	517	3,481	1,236

3. 人口規模類似都市

令和6年1月末時点の住民基本台帳人口が40～70万人で首都圏に所在する都市を人口規模類似都市と定義し、都市間比較を行うことで、船橋市の製造業の水準及び特性を把握する。

人口類似都市との比較では、「製造品出荷額等」が6,963億円と宇都宮市（1兆8,399億円）と藤沢市（1兆3,933億円）に次ぐ水準となっている（図表100）。

成果指標も、概ね宇都宮市と藤沢市に次ぐ水準となっている。

図表 100 人口規模類似都市との比較

都市名	人口 (人)	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	粗付加 価値額 (億円)	業種別製造品出荷額等 (下段は構成比、%)		
						1位	2位	3位
宇都宮市	505,034	511	31,737	18,399	5,441	飲料等 32.6	化学工業 16.0	食料品 9.1
藤沢市	437,138	271	23,569	13,933	4,787	輸送用機械 70.3	はん用機械 11.0	食料品 3.3
船橋市	627,063	260	15,157	6,963	2,859	食料品 38.3	鉄鋼業 15.8	飲料等 14.9
川口市	563,187	1,139	20,543	4,657	2,094	金属製品 12.7	鉄鋼業 11.8	パルプ等 11.6
八王子市	545,227	468	14,506	3,985	1,914	生産用機械 24.7	食料品 17.4	化学工業 12.7
松戸市	478,046	285	9,439	3,711	1,656	飲料等 28.8	食料品 27.2	金属製品 13.2
市川市	473,367	228	6,675	3,170	1,042	鉄鋼 45.2	非鉄金属 9.8	石油製品等 6.9
柏市	423,485	222	9,014	2,506	992	食料品 20.0	金属製品 11.2	生産用機械 10.8
町田市	421,481	145	5,734	864	372	食料品 22.3	情報通信機械 18.3	業務用機械 13.9
類似都市 平均	518,396	392	11,581	3,694	1,561			

(注) 製造品出荷額等の降順に掲載。

	1事業所当たり 従業者数 (人/事業所)	1事業所当たり 製造品出荷額等 (百万円/事業所)	1事業所当たり 粗付加価値額 (百万円/事業所)	従業者1人当たり 製造品出荷額等 (百万円/人)	従業者1人当たり 粗付加価値額 (百万円/人)
宇都宮市	62	3,601	1,065	5,797	1,714
藤沢市	87	5,141	1,767	5,912	2,031
船橋市	58	2,678	1,099	4,594	1,886
川口市	18	409	184	2,267	1,019
八王子市	31	852	409	2,747	1,320
松戸市	33	1,302	581	3,931	1,754
市川市	29	1,390	457	4,750	1,561
柏市	41	1,129	447	2,781	1,100
町田市	40	596	257	1,507	649
類似都市平均	40	862	352	2,144	875

第4章 製造業アンケート調査

I 調査概要

調査目的	船橋市内の製造業者から見た船橋市の製造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、新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。
調査種類	アンケート調査（製造業）
調査対象	船橋市内の事業者（製造業）
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	2024年12月4日（水）～2025年1月6日（月）
回答状況	送付数：680件 廃業・宛先不明数：44件 実質送付数：636件 回答件数：121件（回収率：19.0%）

II 調査結果

1. 経営状況

製造業の業績DIは、「出荷額（売上高）」、「経常利益」、「販売数量」はいずれも減少超となっているが、前回調査比では改善した（図表101）。

「販売単価」および「仕入単価」は、いずれも大幅な上昇超となっており、「販売単価（46.2ポイント）」に対して「仕入単価（86.7ポイント）」の水準の高さが際立っている。

市場環境DIは、「販売先」、「仕入先」はともに増加超かつ前回調査比も改善した。「国内競合」、「海外競合」はいずれも激化超となっているが、前回調査比では競合状況に一服感がみられた。

経営基盤DIは、全ての項目で前回調査比改善しており、とりわけ「設備投資額（15.5ポイント）」の水準の高さが目立った。

図表 101 製造業の最近の動向(DI) <単位:ポイント>

		前回調査 (2020年) DI	今回調査 (2024年) DI	前回調査 と比較した 傾向
業 績	出荷額(売上高)	▲ 37.2	▲ 5.0	改善
	経常利益	▲ 38.3	▲ 4.1	改善
	販売数量	▲ 36.1	▲ 12.5	改善
	販売単価	▲ 6.7	46.2	改善
	仕入単価	32.2	86.7	悪化
市 場 環 境	販売先	▲ 10.4	1.7	改善
	仕入先	▲ 3.5	4.3	改善
	国内競合	12.1	6.9	改善
	海外競合	7.3	5.2	横ばい
経 営 基 盤	設備投資額	0.8	15.5	改善
	借入金	▲ 0.9	2.6	横ばい
	従業者数	▲ 15.1	▲ 2.5	改善
	操業環境	▲ 15.3	▲ 4.1	改善

※DI=「増えた(盛ん、活気)」等の回答割合-「減った(低調、衰退)」等の回答割合

2. 経営上の課題

(1) 内部環境

経営上の課題（内部環境）は、「原材料の調達難（高騰）」が 53.8%と最も多く、「経費の増加（45.4%）」と「生産設備の老朽化（42.0%）」が続いている（図表 102）。

図表 102 内部環境



MA(n=119)

（２）外部環境

経営上の課題（外部環境）は、「販売先・受注先の減少」が30.8%と最も多く、「市場の縮小（25.6%）」、「仕入先・外注先の減少（17.1%）」と「税金や地代・賃料の高騰（17.1%）」が同率で続いている（図表 103）。

図表 103 外部環境



MA(n=117)

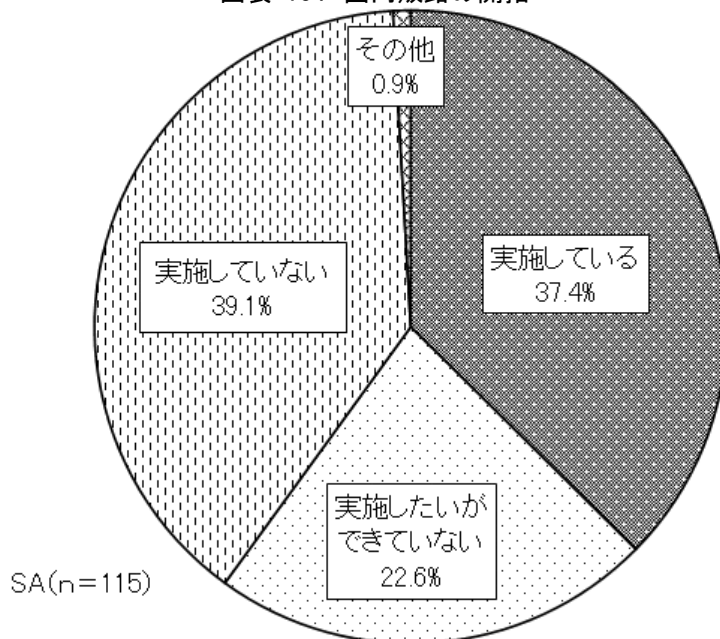
3. 国内・外の販路開拓・取組

(1) 国内販路の開拓について

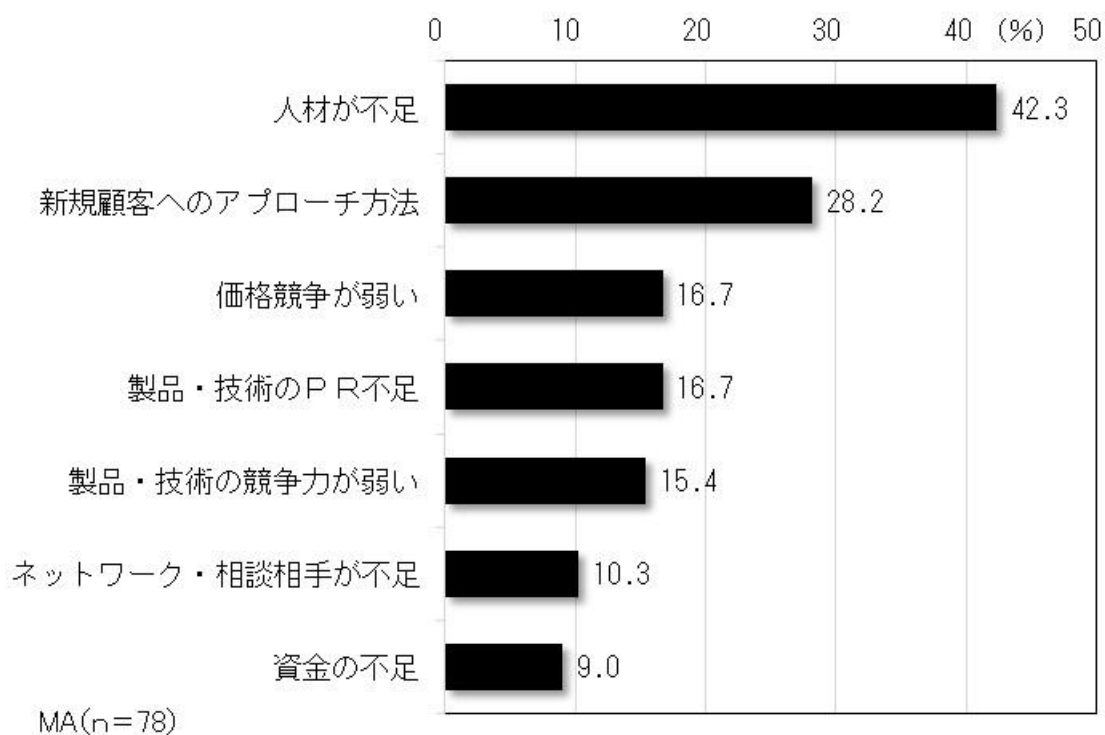
国内販路の開拓は、「実施していない」が 39.1%と最も多く、「実施している (37.4%)」、「実施したいができていない (22.6%)」と続いている (図表 104)。

国内販路の開拓の課題は、「人材が不足」が 42.3%と最も多く、「新規顧客へのアプローチ方法 (28.2%)」、「価格競争が弱い (16.7%)」と「製品・技術のPR不足 (16.7%)」が同率で続いている (図表 105)。

図表 104 国内販路の開拓



図表 105 国内販路の(市場)開拓の課題

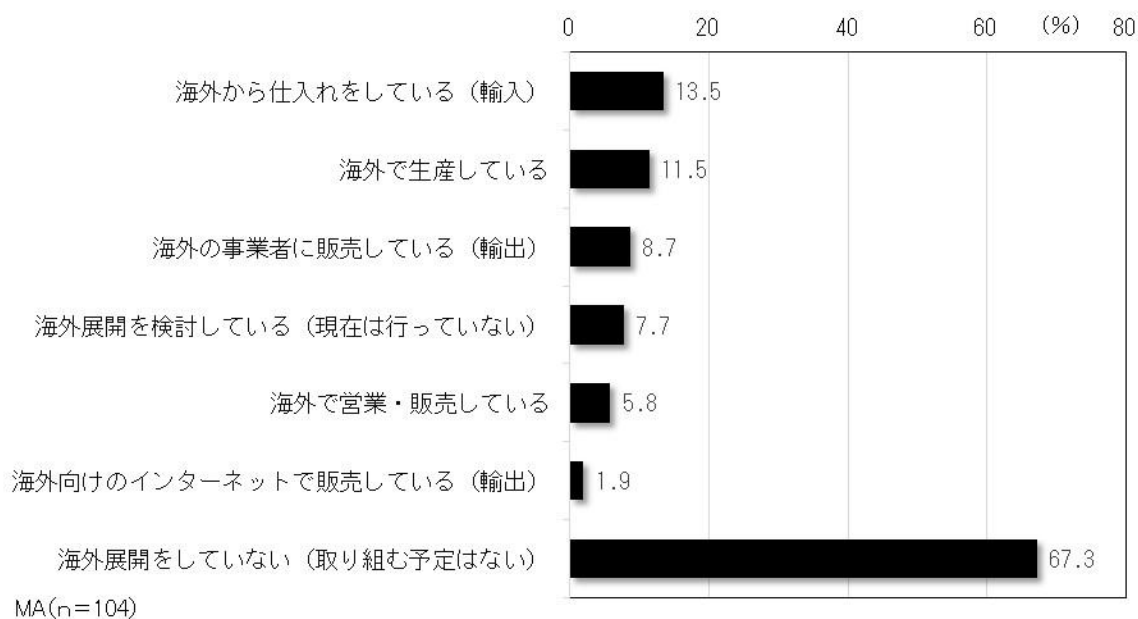


（２）海外展開の取組状況

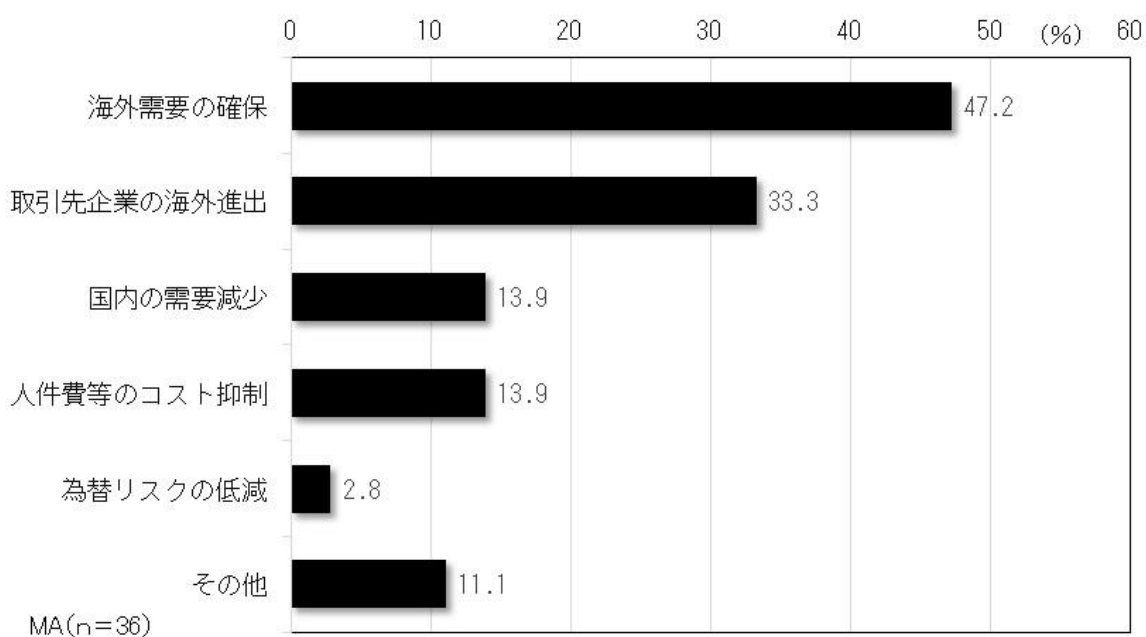
海外展開の取組状況は、「海外から仕入れをしている（輸入）（13.5%）」が最も多く、「海外で生産している（11.5%）」、「海外の事業者販売している（8.7%）」が続いている（図表 106）。なお、「海外展開をしていない（取り組む予定はない）」は 67.3%であった。

海外展開している会社の海外展開の取組目的は、「海外需要の確保」が 47.2%と最も多く、「取引先企業の海外進出（33.3%）」、「国内の需要減少（13.9%）」と「人件費等のコスト抑制（13.9%）」が同率で続いている（図表 107）。

図表 106 海外展開の取組状況



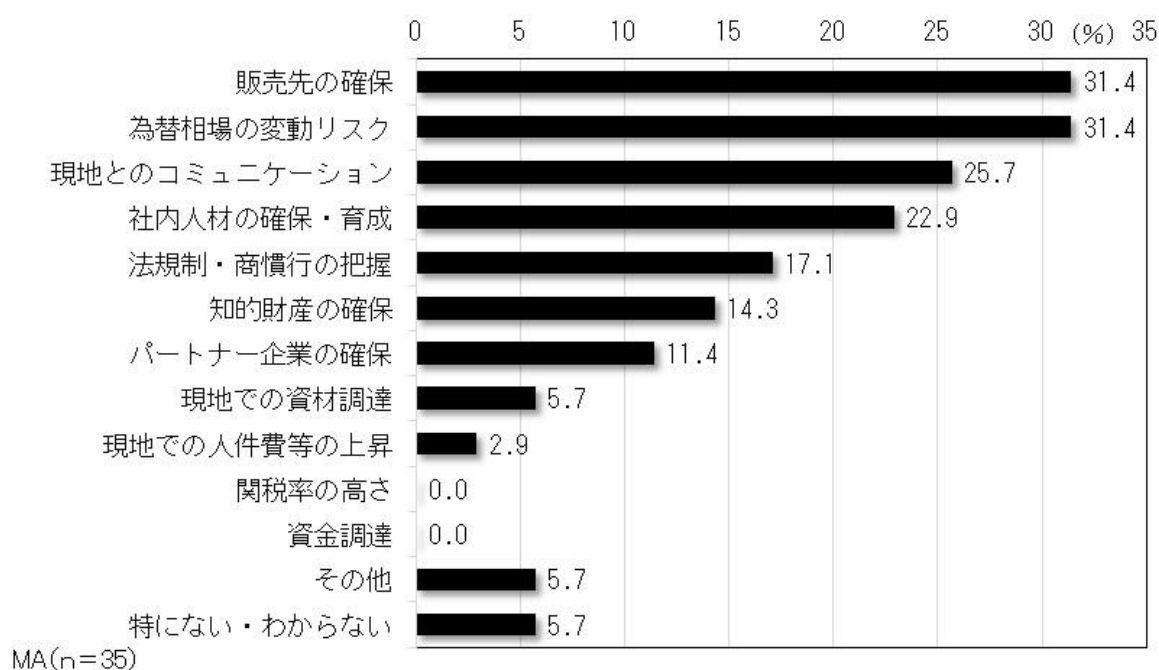
図表 107 海外展開の取組目的



（３）海外展開の課題

海外展開している会社の海外展開の課題は、「販売先の確保」と「為替相場の変動リスク」が31.4%と最も多く、次いで「現地とのコミュニケーション（25.7%）」、「社内人材の確保・育成（22.9%）」となっている（図表108）。

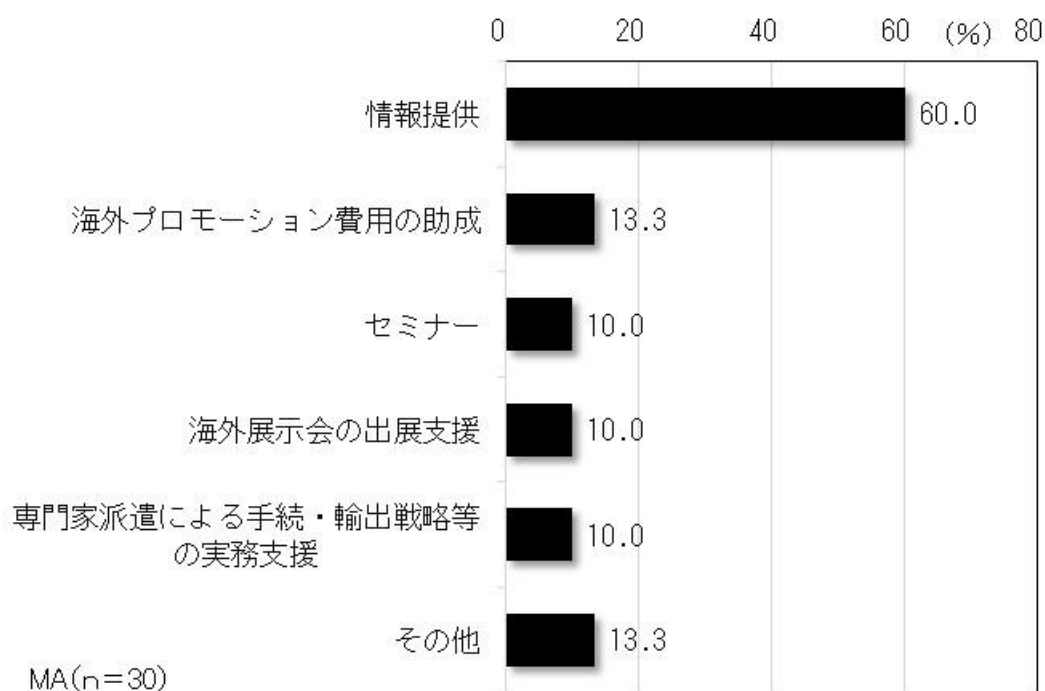
図表 108 海外展開の課題



（４）海外展開の支援策

海外展開している会社の海外展開の支援策は、「情報提供」が60.0%と最多となっており、次いで「海外プロモーション費用の助成（13.3%）」などとなっている（図表109）。

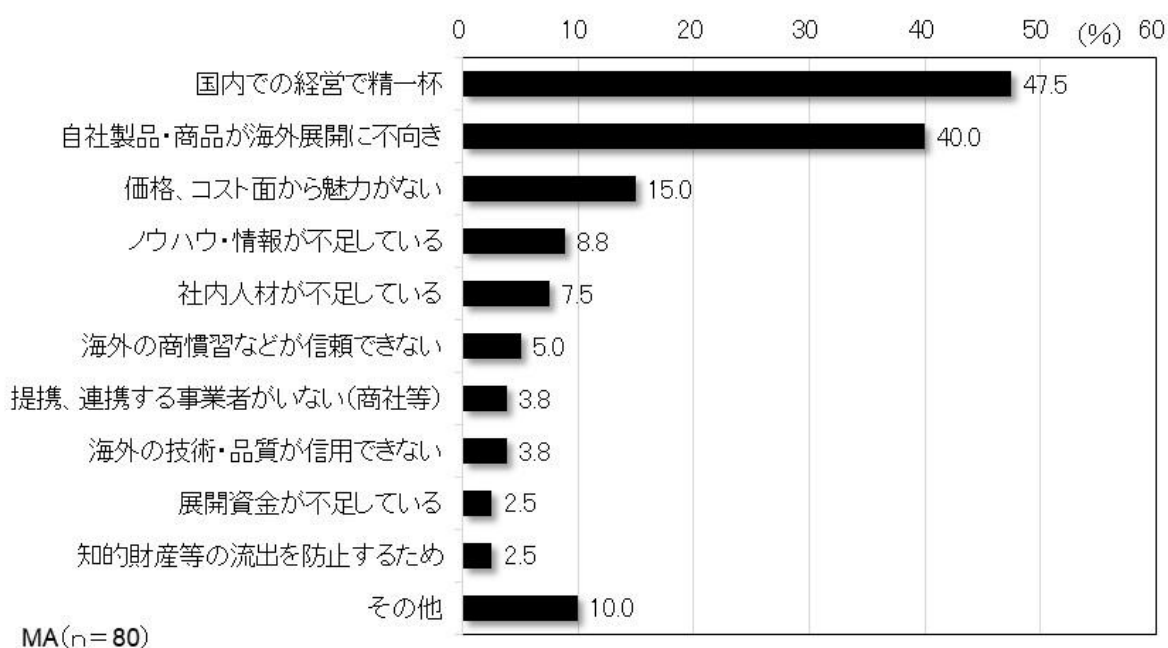
図表 109 海外展開の支援策



（５）海外展開をしない理由

海外展開していない会社の海外展開をしない理由は、「国内の経営で精一杯」が 47.5%と最も多く、「自社製品・商品が海外展開に不向き（40.0%）」、「価格、コスト面から魅力がない（15.0%）」が続いている（図表 110）。

図表 110 海外展開をしない理由

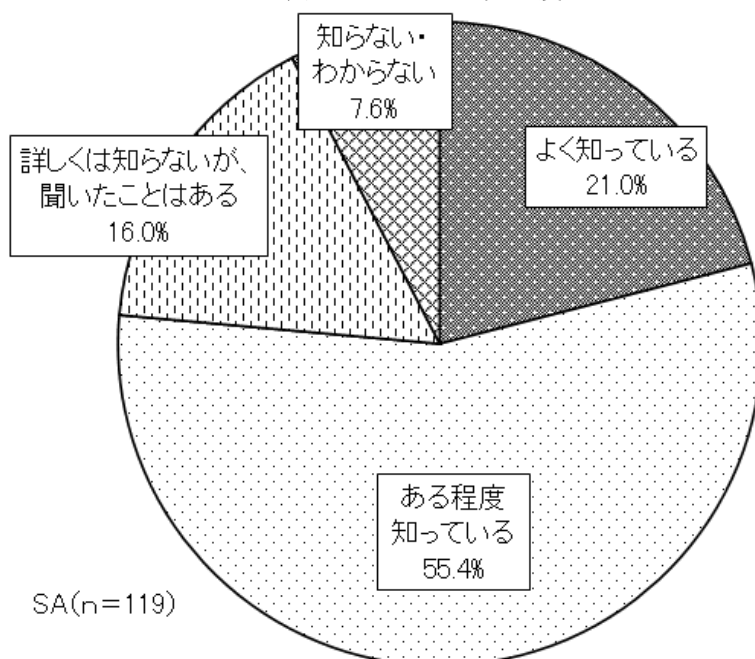


4. SDGs の取組状況

（１）SDGs の認知度

SDGs の認知度は、『知っている』と回答した割合が 76.4%（「よく知っている（21.0%）」＋「ある程度知っている（55.4%）」）となっている（図表 111）。

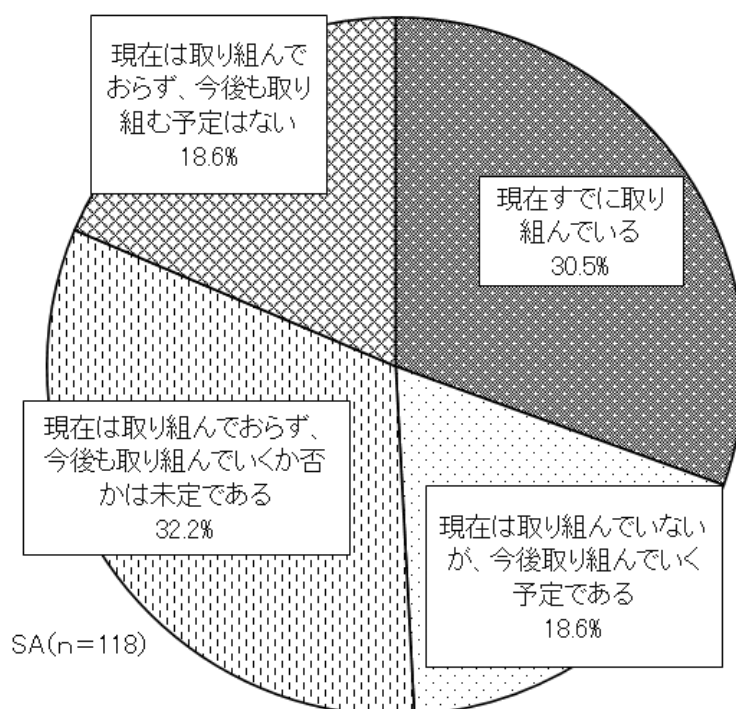
図表 111 SDGsの認知度



(2) SDGsの取組状況

SDGsの取組状況は、「現在すでに取り組んでいる (30.5%)」と「現在は取り組んでいないが、今後取り組んでいく予定である (18.6%)」を合計した『取り組みに前向き』は49.1%となっている (図表 112)。

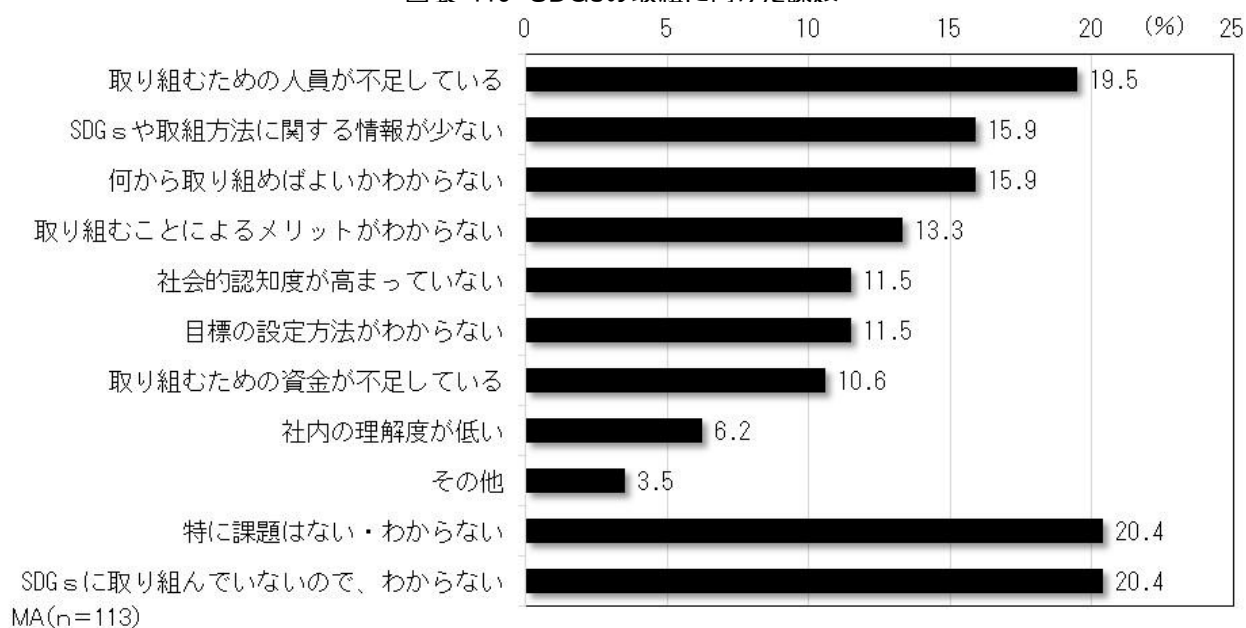
図表 112 SDGsの取組状況



(3) SDGsの取組に向けた課題

SDGsの取組に向けた課題は、「取り組むための人員が不足している」が19.5%と最も多く、「SDGsや取り組み方法に関する情報が少ない (15.9%)」と「何から取り組めばよいかわからない (15.9%)」が同率で続いている (図表 113)。

図表 113 SDGsの取組に向けた課題



(4) SDGsの推進に向けて期待する支援策

SDGsの推進に向けて期待する支援策は、「SDGsに取り組む際に活用できる補助金・助成金」が26.1%と最も多く、次いで「SDGs取組事例の公表（17.1%）」、「SDGs相談窓口（11.7%）」となっている（図表114）。

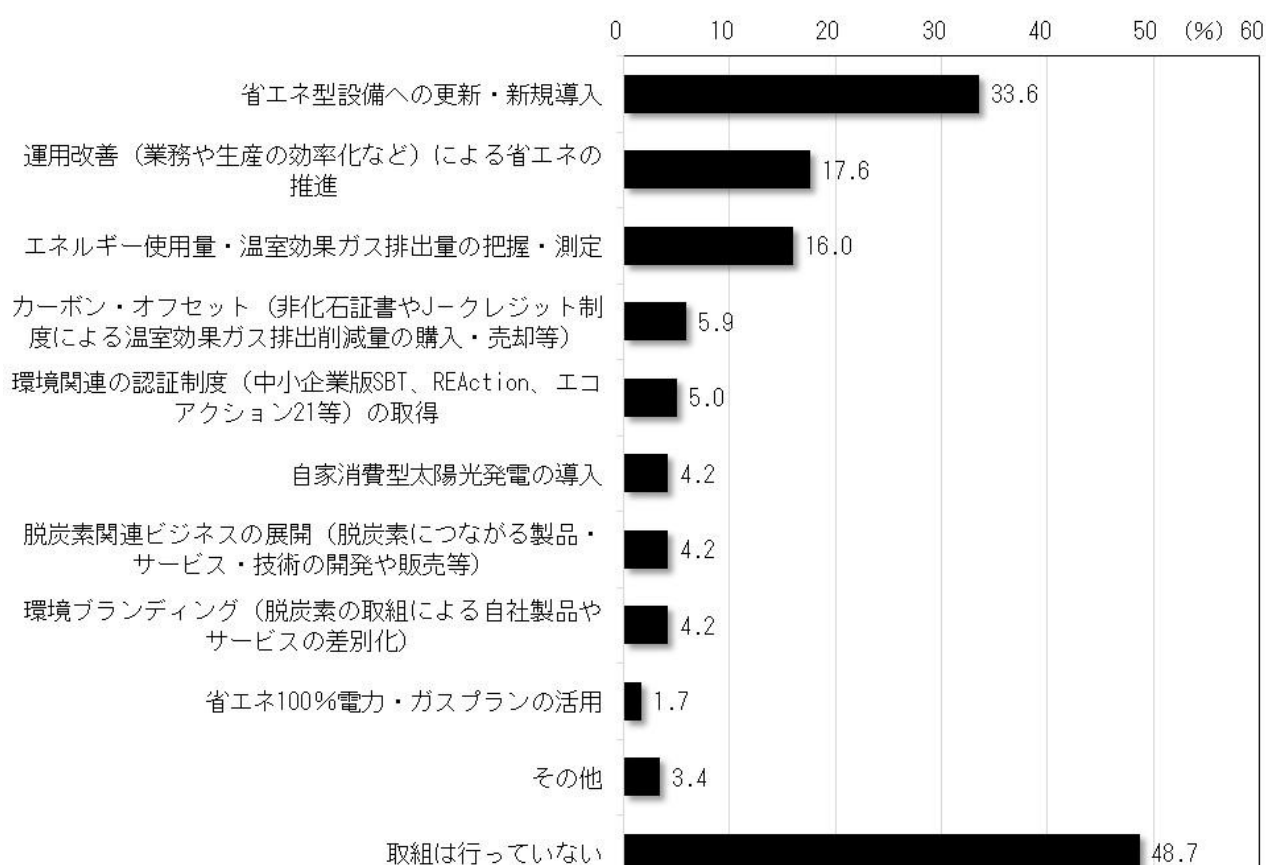
図表 114 SDGsの推進に向けて期待する支援策



5. 脱炭素に関する取組状況

脱炭素に関する取組状況は、「省エネ型設備への更新・新規導入」が 33.6%と最も多く、次いで「運用改善（業務や生産の効率化など）による省エネの推進（17.6%）」、「エネルギー使用量・温室効果ガス排出量の把握・測定（16.0%）」となっている（図表 115）。

図表 115 脱炭素に関する取組状況



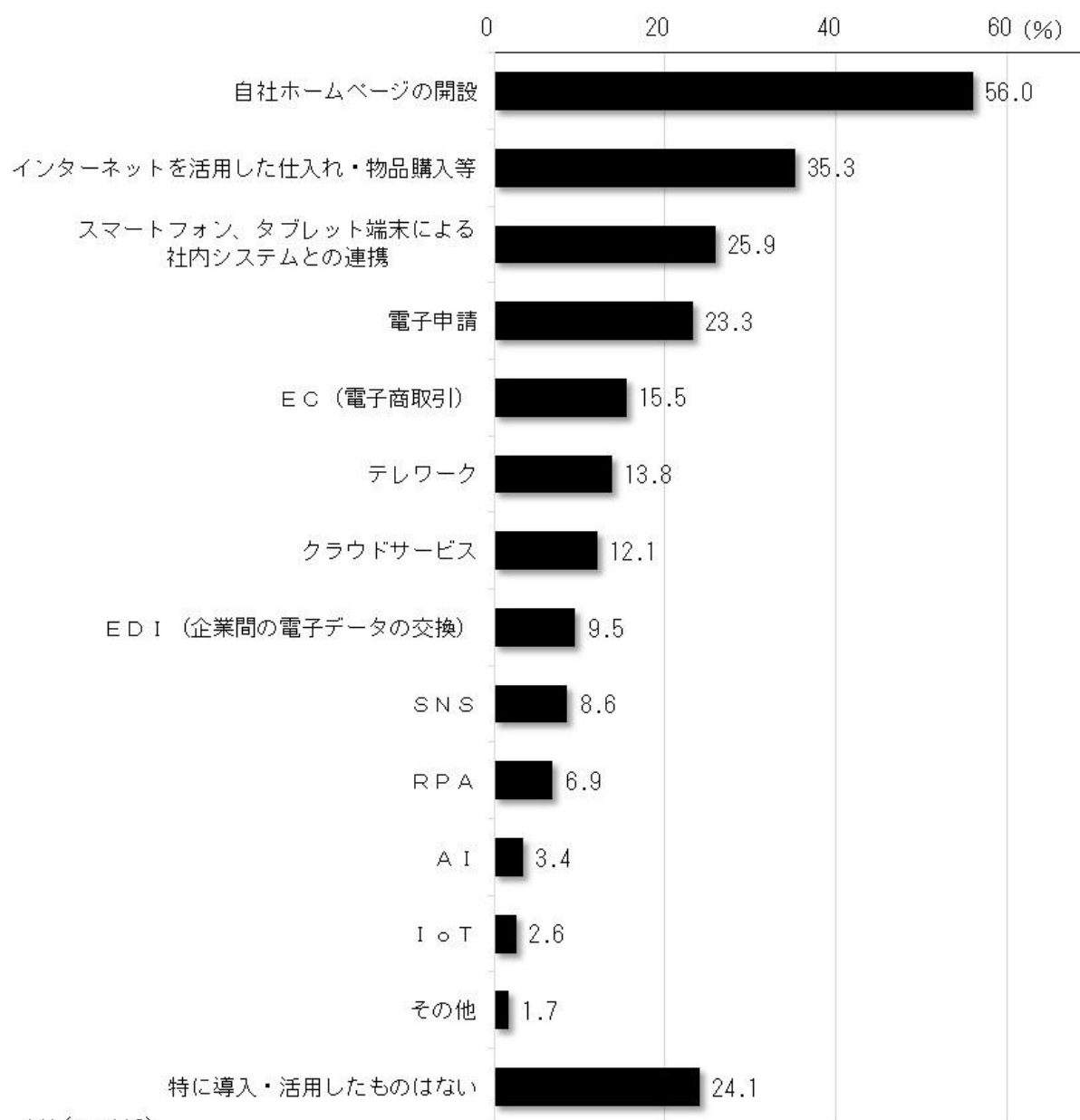
MA(n=119)

6. IT活用状況

(1) IT活用状況

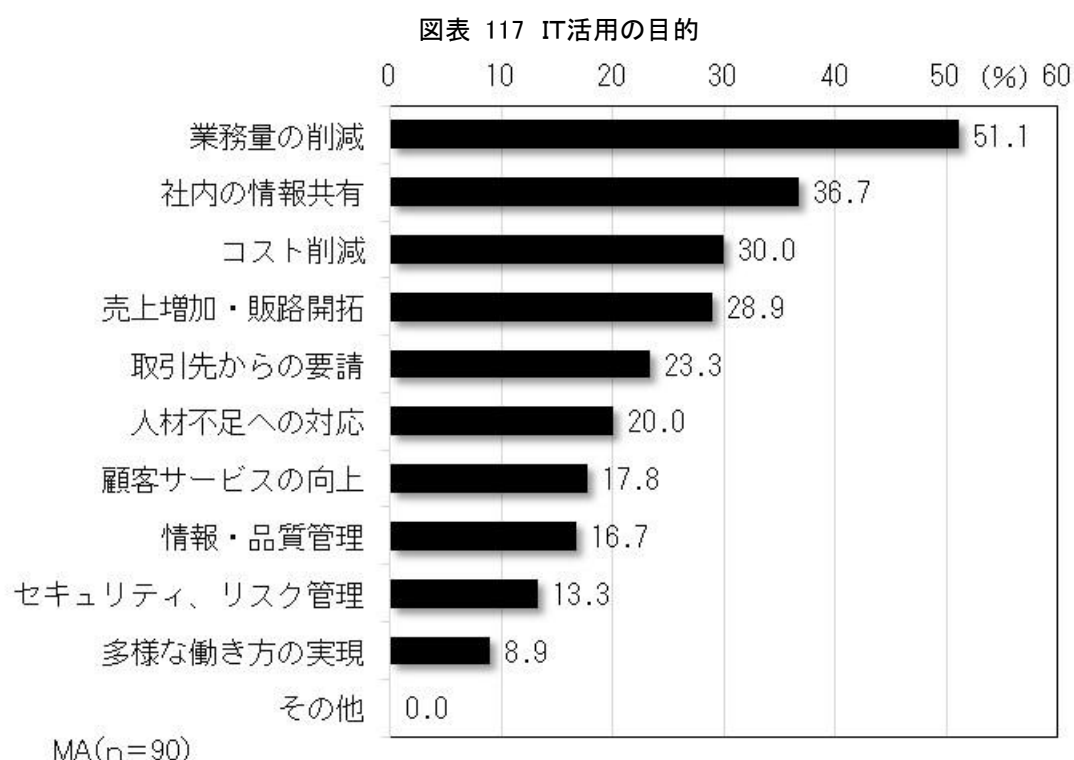
IT活用状況は、「自社ホームページの開設（56.0%）」が最も多く、次いで「インターネットを活用した仕入れ・物品購入等（35.3%）」、「スマートフォン、タブレット端末による社内システムとの連携（25.9%）」となっている（図表 116）。

図表 116 IT活用状況



(2) IT活用の目的

IT活用の目的は、「業務量の削減」が51.1%と最も多く、「社内の情報共有(36.7%)」、「コスト削減(30.0%)」が続いている(図表117)。



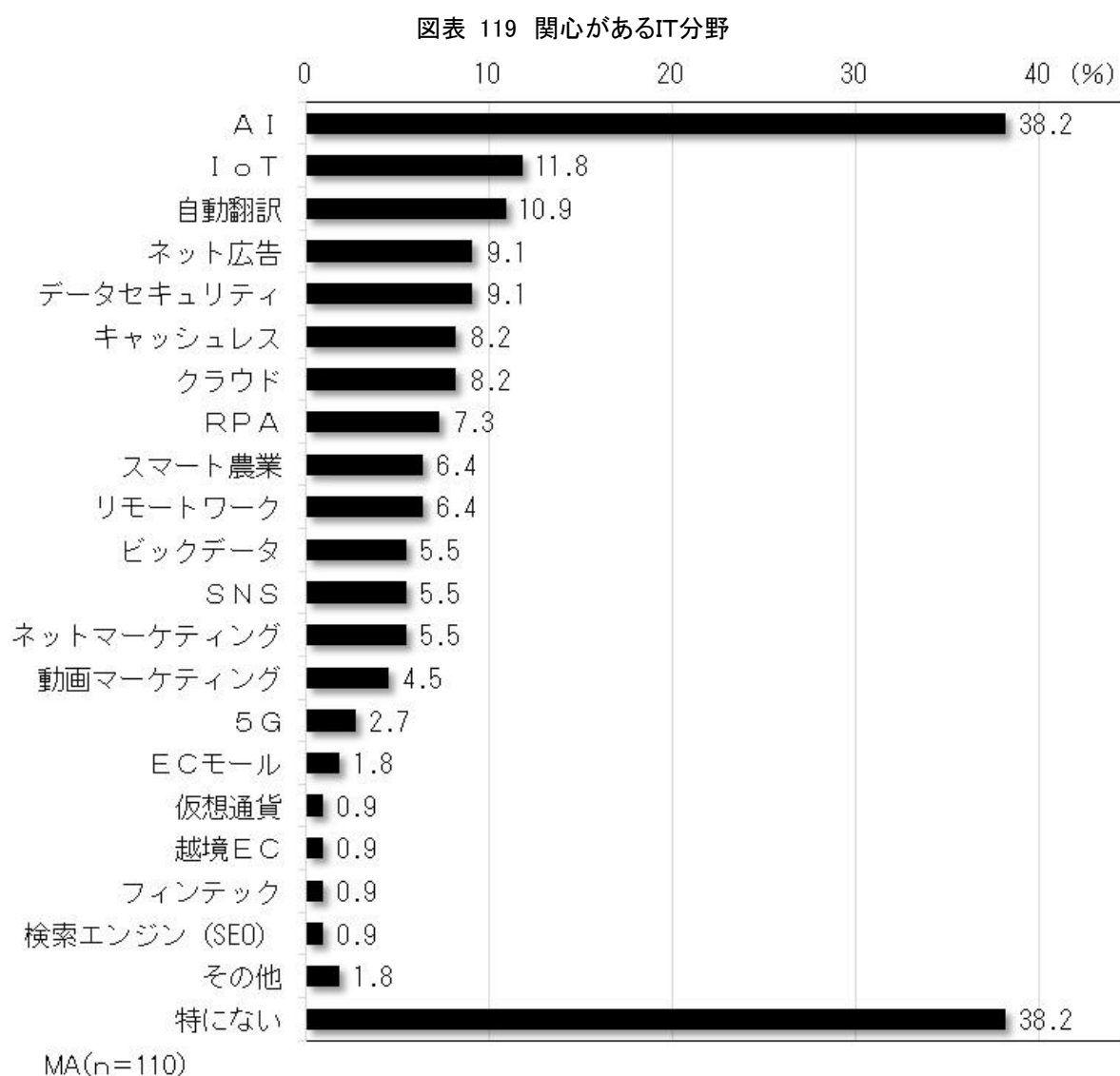
(3) IT活用の課題

IT活用の課題は、「セキュリティ(40.7%)」が最も多く、次いで「費用対効果(36.0%)」、「人材の不足(32.6%)」となっている(図表118)。



(4) 関心があるIT分野

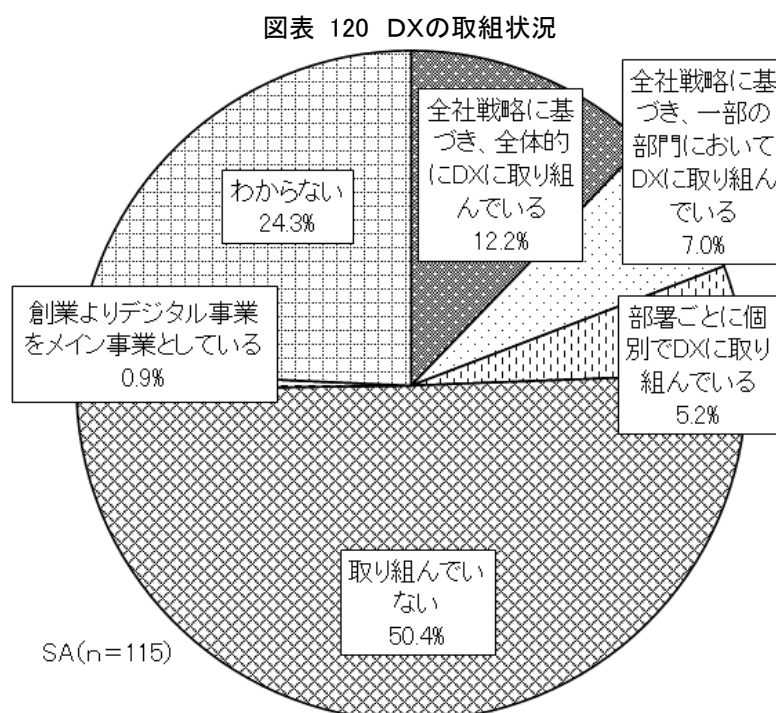
関心があるIT分野は、「AI (38.2%)」が突出して多く、次いで「IoT (11.8%)」、「自動翻訳 (10.9%)」となっている (図表 119)。



7. DXの取組状況

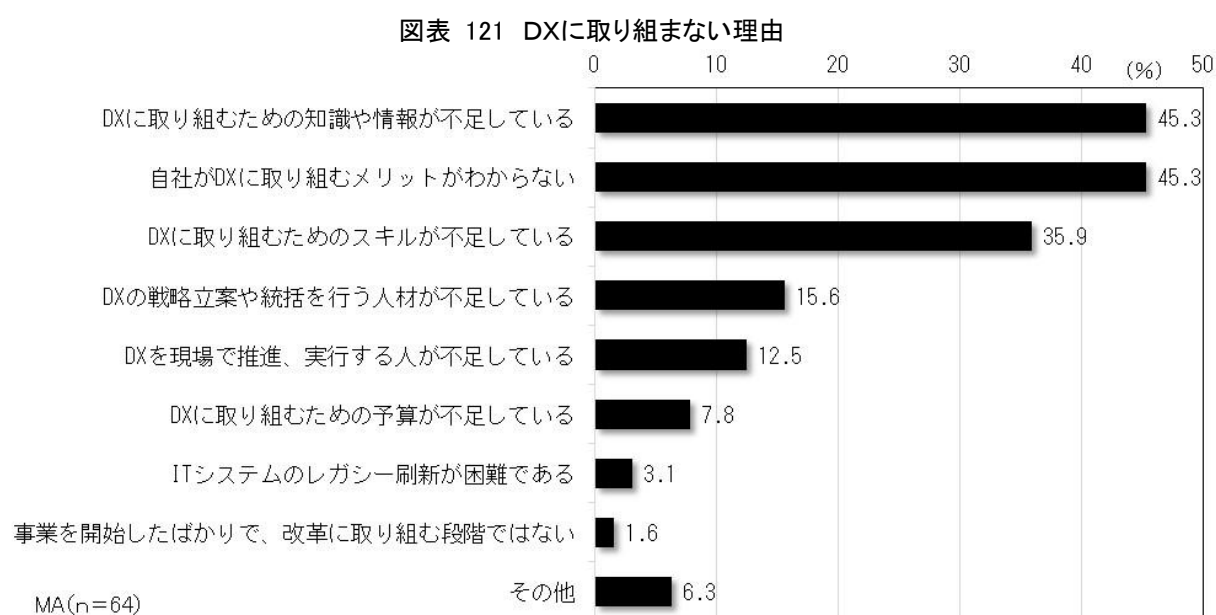
(1) DXの取組状況

DXの取組状況は、「全社戦略に基づき、全体的にDXに取り組んでいる（12.2%）」と「全社戦略に基づき、一部部門においてDXに取り組んでいる（7.0%）」、「部署ごとに個別にDXに取り組んでいる（5.2%）」を合計した『DXに取り組んでいる』は24.4%となっている。なお、「取り組んでいない」は50.4%であった（図表120）。



(2) DXに取り組まない理由

DXに取り組まない理由は、「DXに取り組むための知識や情報が不足している」と「自社がDXに取り組むメリットがわからない」がともに45.3%と最も多く、次いで、「DXに取り組むためのスキルが不足している（35.9%）」となっている（図表121）。

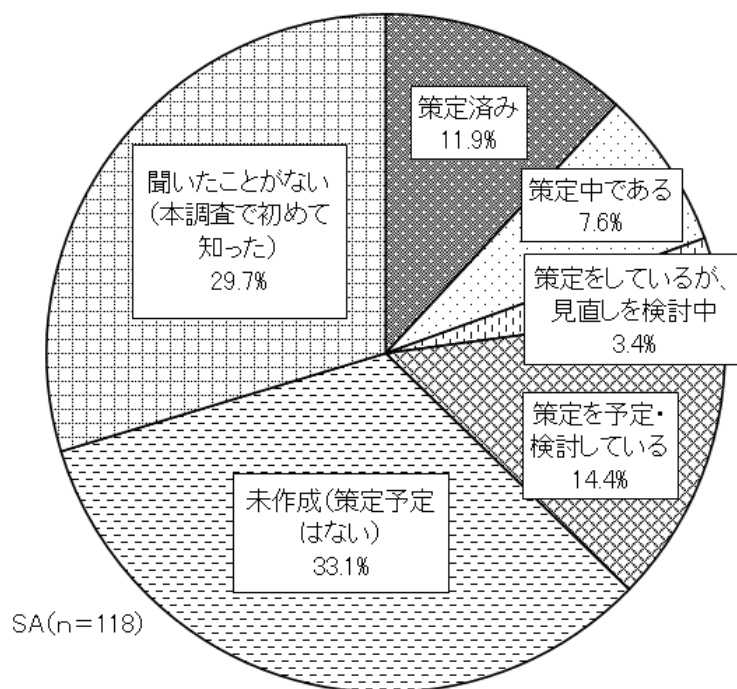


8. BCP及び事業継続力強化計画

(1) BCP策定状況

BCP策定状況は、『策定意向あり』（「策定済み（11.9%）＋「策定中である（7.6%）」＋「策定をしているが、見直しを検討中（3.4%）」＋「策定を予定・検討している（14.4%）」の合計）が37.3%となっている（図表122）。

図表 122 BCP策定状況



※BCP…災害等が発生した場合において、損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続を可能とするために、事業継続のための方法などを取り決めておく計画。

※事業継続力強化計画…防災・減災の事前対策に関する計画。経済産業大臣から認定を受けることで、税制優遇や補助金の加点を受けられる。

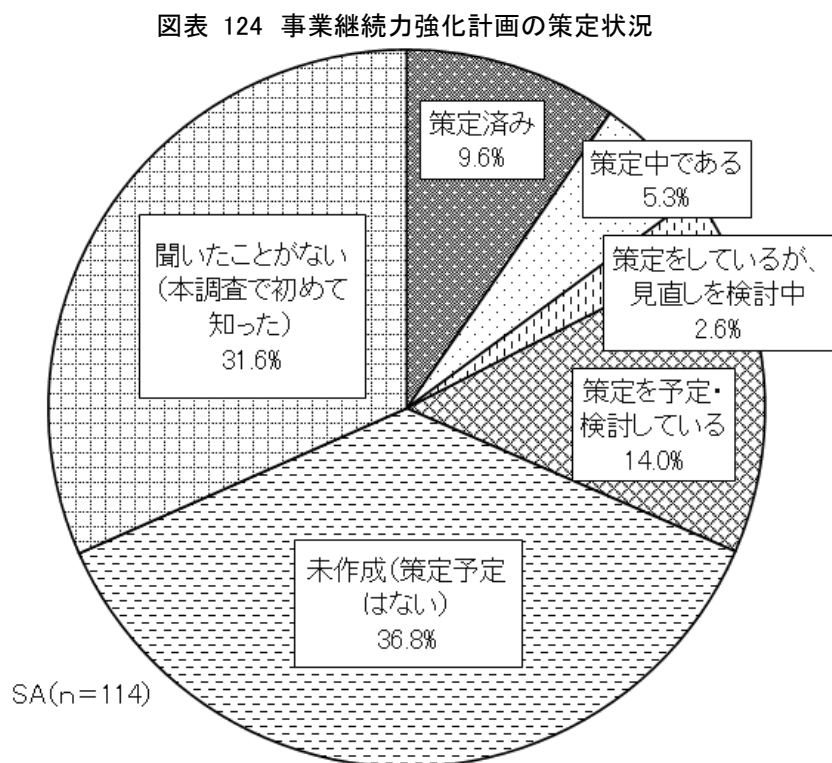
（２）ＢＣＰを策定しない理由

ＢＣＰを策定しない理由は、「スキル・ノウハウがない（24.4%）」が最も多く、「策定する時間がない（17.9%）」、「自社に必要ながない（16.7%）」が続いている（図表 123）。



（３）事業継続力強化計画の策定状況

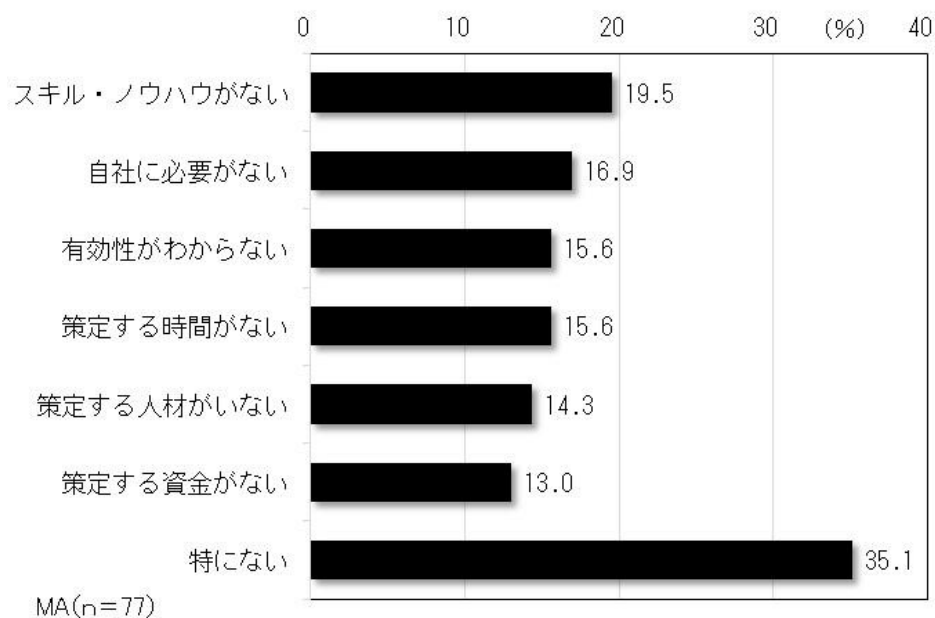
事業継続力強化計画の策定状況は、『策定意向あり』（「策定済み（9.6%）」＋「策定中である（5.3%）」＋「策定をしているが、見直しを検討中（2.6%）」＋「策定を予定・検討している（14.0%）」の合計）は 31.5%となっている（図表 124）。



（４）事業継続力強化計画を策定しない理由

事業継続力強化計画を策定しない理由は、「スキル・ノウハウがない」が 19.5%で最も多く、次いで「自社に必要なない（16.9%）」、「有効性がわからない（15.6%）」、「策定する時間がない（15.6%）」となっている（図表 125）。

図表 125 事業継続力強化計画を策定しない理由

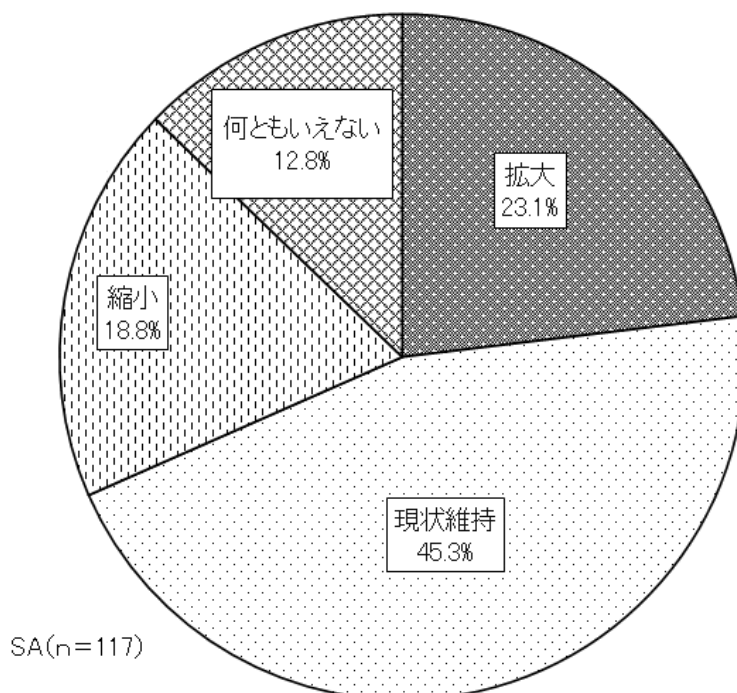


9. 現在の事業分野の動向、新規事業の意向

（１）今後の市場規模

今後の市場規模は、「拡大（23.1%）」が「縮小（18.8%）」を 4.3 ポイント上回っている（図表 126）。

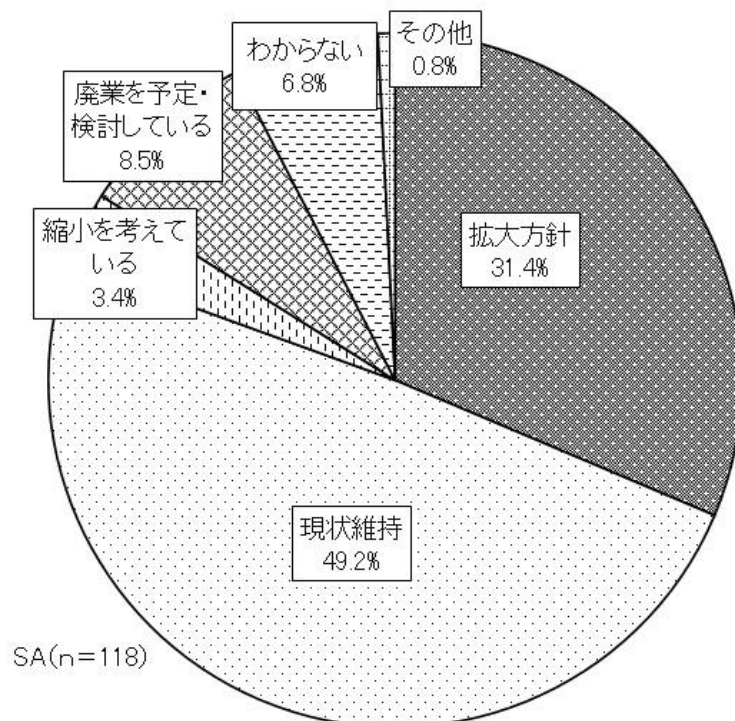
図表 126 今後の市場規模



（２）今後の事業展開

今後の事業展開は、「現状維持」が49.2%と最も多く、次いで「拡大方針（31.4%）」、「廃業を予定・検討している（8.5%）」となっている（図表127）。

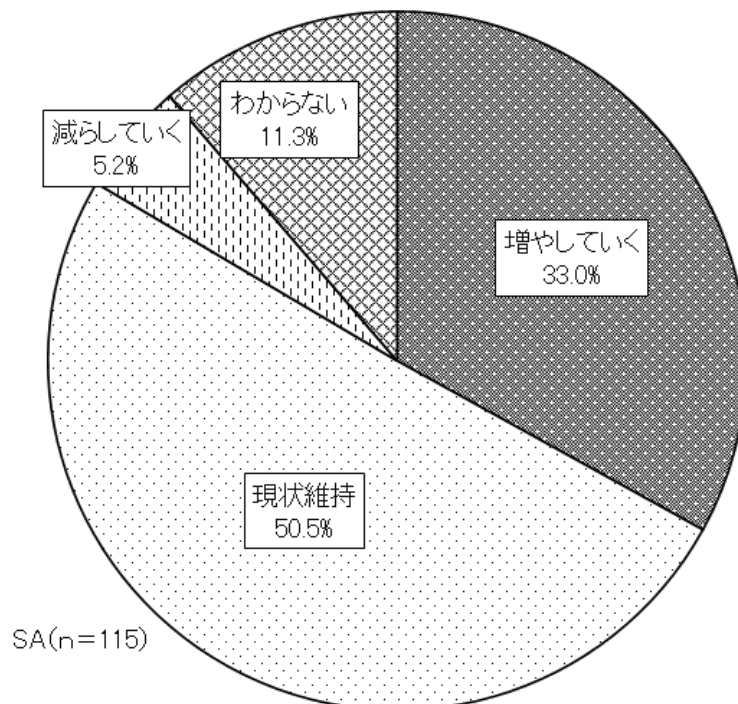
図表 127 今後の事業展開



（３）今後の雇用方針

今後の雇用方針は、「増やしていく（33.3%）」が「減らしていく（5.2%）」を28.1ポイント上回っている（図表128）。

図表 128 今後の雇用方針

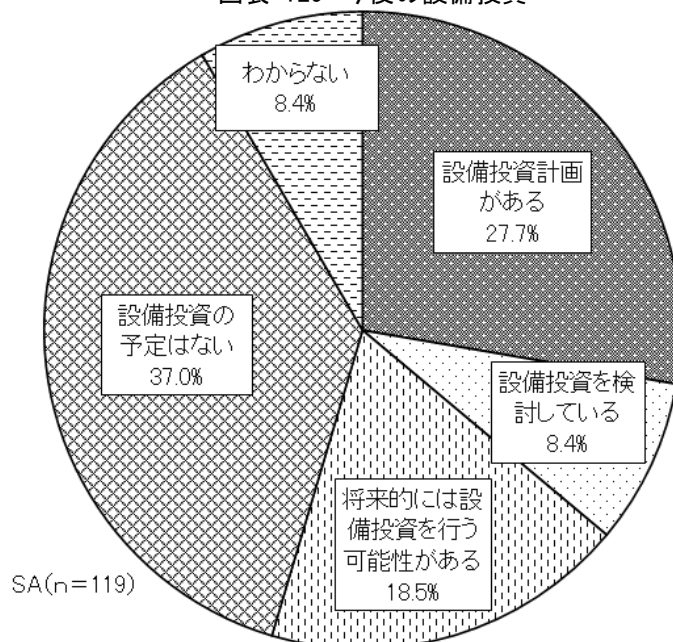


10. 今後の設備投資

(1) 今後の設備投資

今後の設備投資は、『設備投資意向あり』（「設備投資計画がある（27.7%）」＋「設備投資を検討している（8.4%）」＋「将来的には設備投資を行う可能性がある（18.5%）」の合計）は、54.6%となっている（図表 129）。

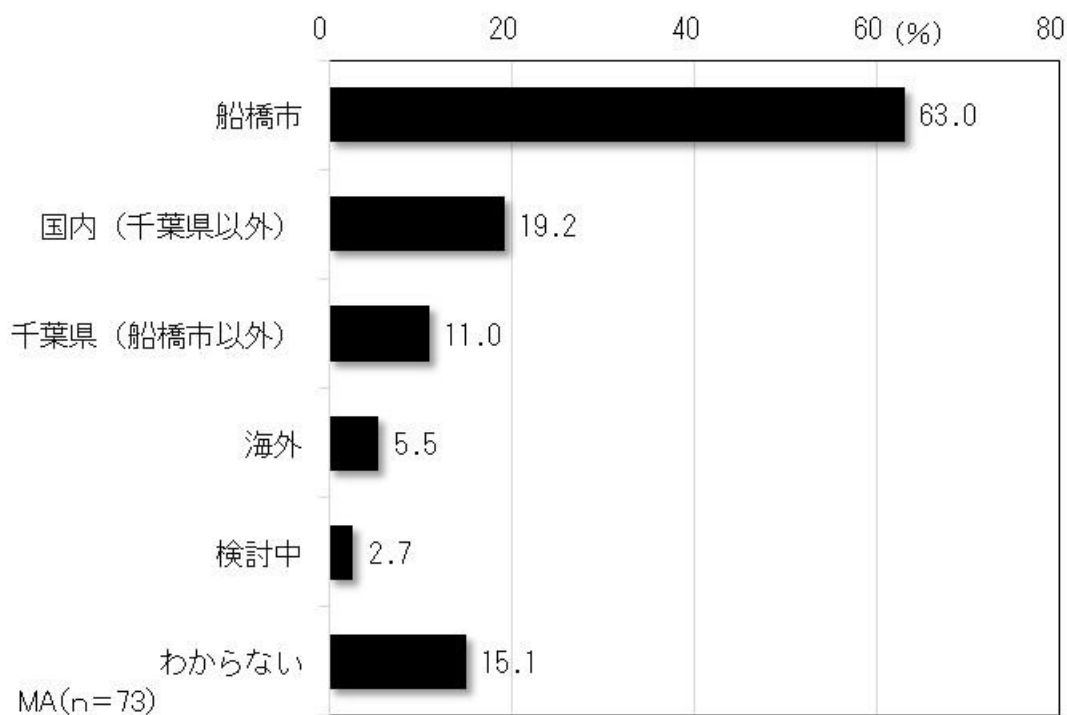
図表 129 今後の設備投資



(2) 投資先

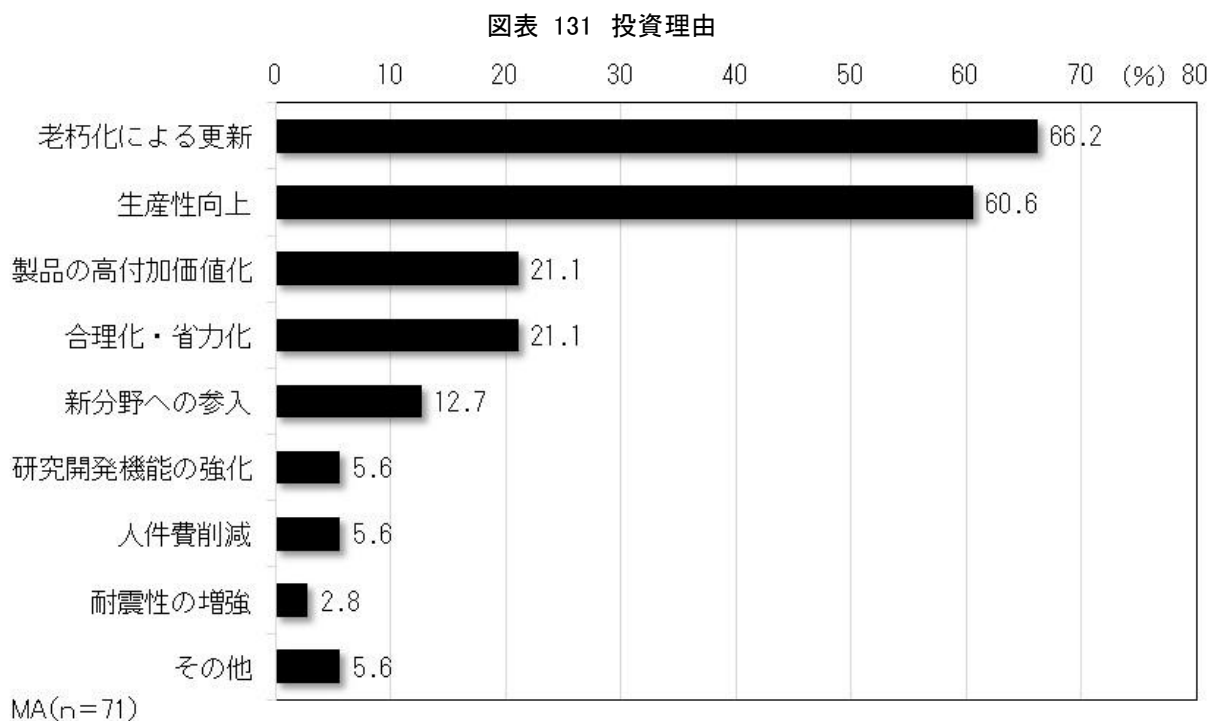
投資先は、「船橋市」が 63.0%と最も多く、「国内（千葉県以外）（19.2%）」、「千葉県（船橋市以外）（11.0%）」と続いている（図表 130）。

図表 130 投資先



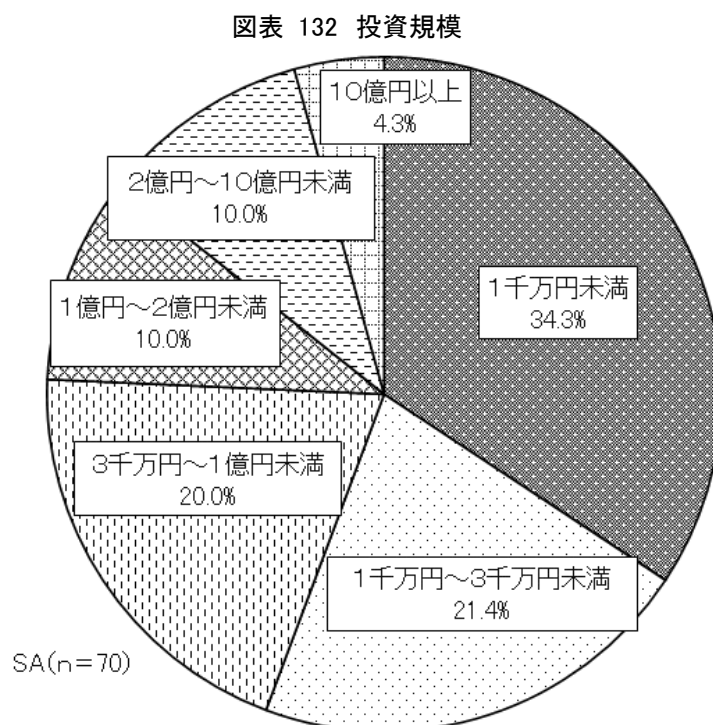
（３）投資理由

投資理由は、「老朽化による更新」が 66.2%と最も多く、次いで「生産性向上（60.6%）」、「製品の高付加価値化（21.1%）」と「合理化・省力化（21.1%）」が同率で続いている（図表 131）。



（４）投資規模

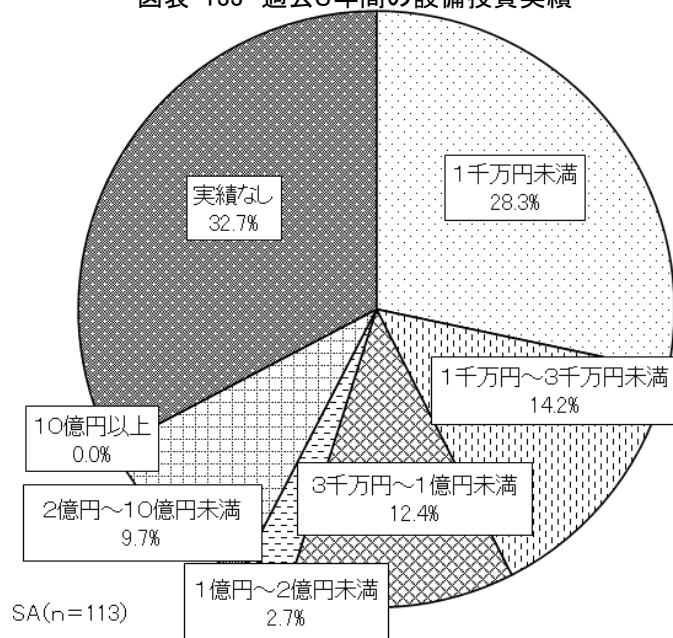
投資規模は、「1 千万円未満」が 34.3%と最も多く、次いで「1 千万円～3 千万円未満（21.4%）」、「3 千万円～1 億円未満（20.0%）」となっている（図表 132）。



（５）過去３年間の設備投資実績

過去３年間の設備投資実績は、「１千万円未満（28.3%）」が最も多く、「１千万円～３千万円未満（14.2%）」、「３千万円～１億円未満（12.4%）」が続いている。なお、「実績なし」は32.7%であった（図表 133）。

図表 133 過去３年間の設備投資実績



１１．立地環境に対する評価

立地環境に対する評価をみると、立地環境に対する評価（『満足（満足＋概ね満足）』の回答割合）は、「原材料等の入手の容易性」が61.3%と最も多く、「取引先・提携先との距離・アクセス性（59.1%）」、「市場との距離・アクセス性（52.6%）」が続いている（図表 134）。

一方、『不満（やや不満＋不満）』の回答割合は、「労働者確保の容易性（34.7%）」、「道路等のインフラの設備状況（34.2%）」、「従業員の生活環境（公共交通）（25.0%）」で多くなっている。

図表 134 立地環境に対する評価

（単位：件、％）

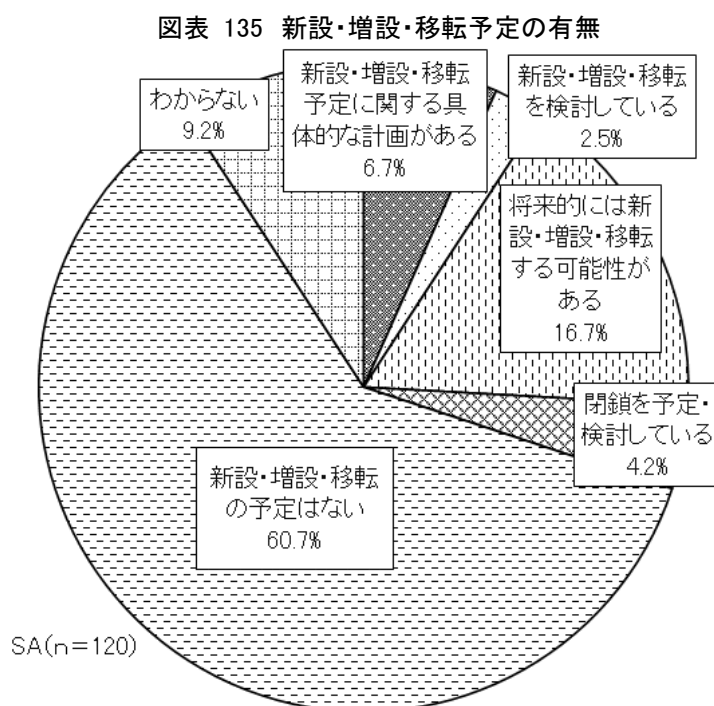
	回答数 (件)	満足 (満足＋概ね)	満足	概ね満足	どちらとも いえない	不満 (やや＋不満)	やや不満	不満
取引先・提携先との距離・アクセス性	120	59.1	13.3	45.8	27.5	13.4	11.7	1.7
市場との距離・アクセス性	118	52.6	10.2	42.4	33.9	13.5	11.0	2.5
原材料等の入手の容易性	119	61.3	8.4	52.9	28.6	10.1	8.4	1.7
労働者確保の容易性	118	21.2	3.4	17.8	44.1	34.7	25.4	9.3
固定資産税や賃料の負担	118	17.0	3.4	13.6	61.9	21.2	17.8	3.4
道路等のインフラの設備状況	120	25.8	3.3	22.5	40.0	34.2	21.7	12.5
宅地化の進行など周辺環境からの制約	119	31.9	4.2	27.7	48.7	19.4	11.8	7.6
従業員の生活環境（公共交通）	120	41.6	3.3	38.3	33.3	25.0	19.2	5.8
従業員の生活環境（買い物等）	120	50.0	3.3	46.7	37.5	12.5	10.0	2.5
船橋市の支援体制	120	27.5	1.7	25.8	61.7	10.8	8.3	2.5
商工団体等の支援体制	120	22.5	2.5	20.0	70.0	7.5	5.8	1.7
SDGsに関する取組機運	120	8.3	0.8	7.5	88.3	3.3	3.3	0.0

※網掛けは各属性で最も多い項目

1 2. 立地に係る今後の意向

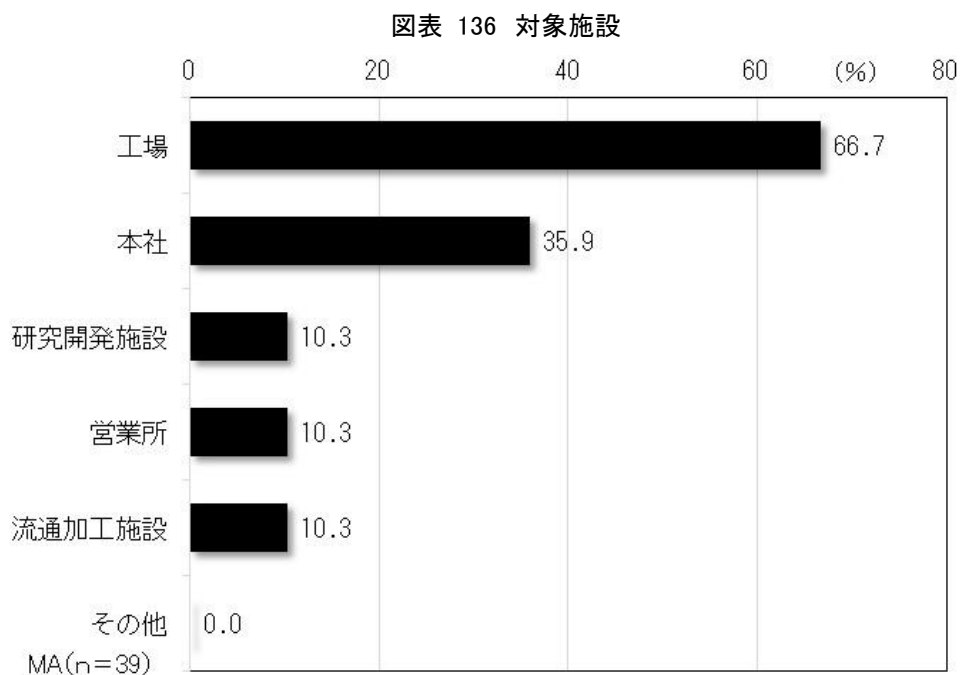
(1) 新設・増設・移転予定の有無

新設・増設・移転予定の有無は、「新設・増設・移転に関する具体的な計画がある」が 6.7%、「新設・増設・移転を検討している」が 2.5%、「将来的には新設・増設・移転する可能性がある」が 16.7%となっており、これらを合計した『新設等の予定（計画・検討・可能性）あり』の合計は 25.9%であった（図表 135）。



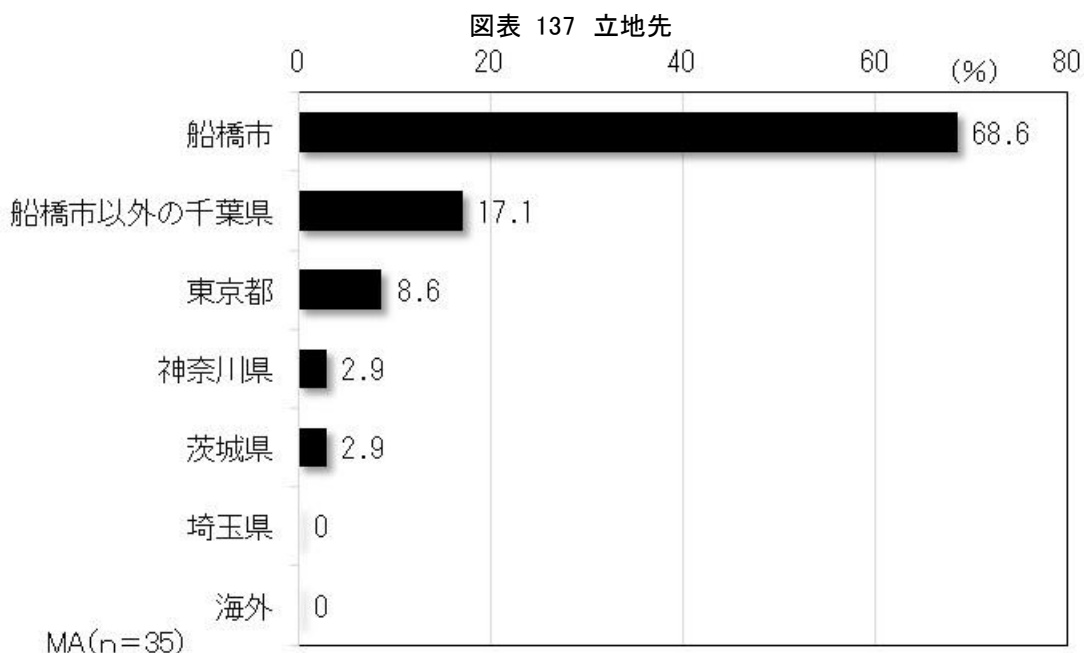
(2) 対象施設

『新設等の予定（計画・検討・可能性）あり』と回答した企業の対象施設は、「工場（66.7%）」が最も多く、「本社（35.9%）」が続いている（図表 136）。



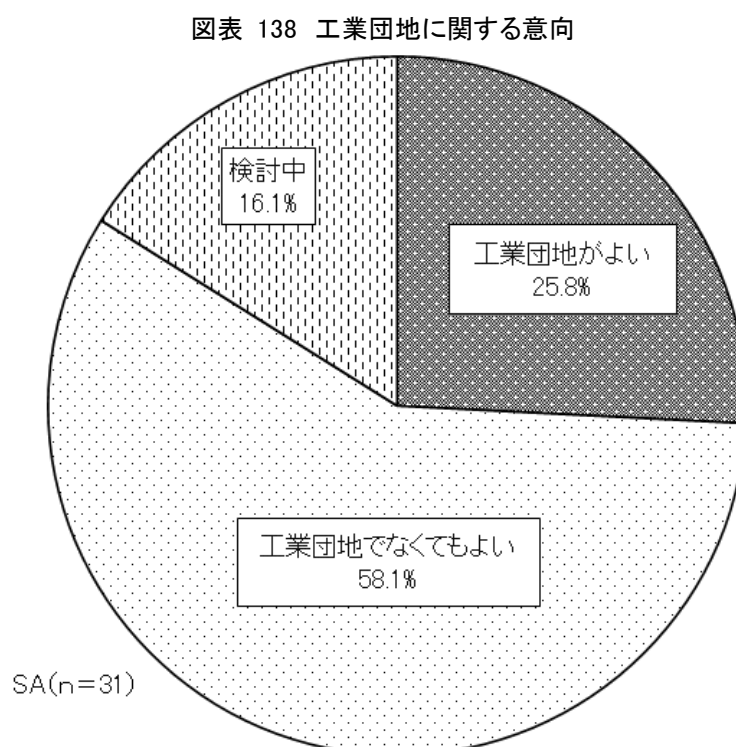
(3) 立地先

『新設等の予定（計画・検討・可能性）あり』と回答した企業の立地先は、「船橋市」が68.6%と最も多く、次いで「船橋市以外の千葉県（17.1%）」、「東京都（8.6%）」となっている（図表 137）。



(4) 工業団地に関する意向

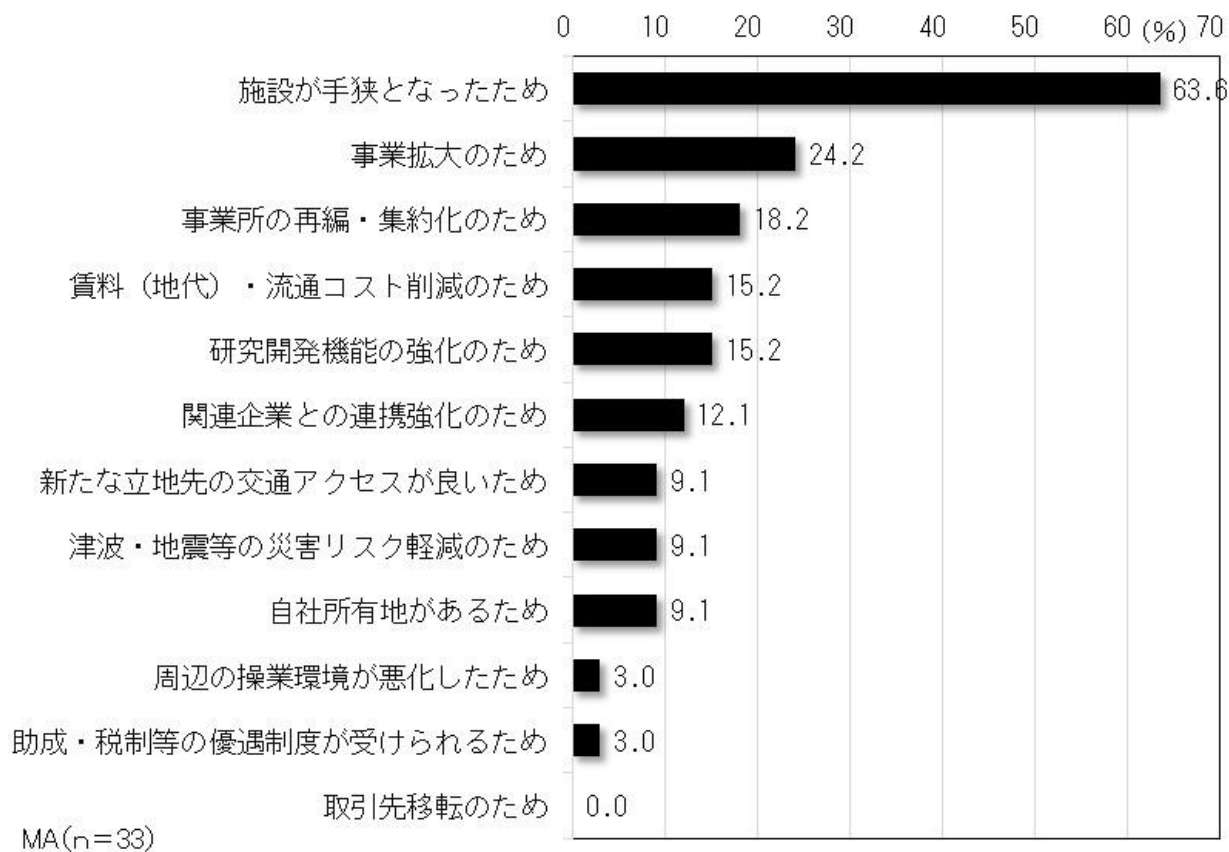
『新設等の予定（計画・検討・可能性）あり』と回答した企業の工業団地に関する意向は、「工業団地でなくてもよい」が58.1%と最も多く、次いで、「工業団地がよい（25.8%）」、「検討中（16.1%）」となっている（図表 138）。



(5) 理由

『新設等の予定（計画・検討・可能性）あり』と回答した企業の新設・増設・移転の理由は、「施設が手狭となったため」が 63.6%と最も多く、「事業拡大のため（24.2%）」、「事業所の再編・集約化のため（18.2%）」が続いている（図表 139）。

図表 139 理由

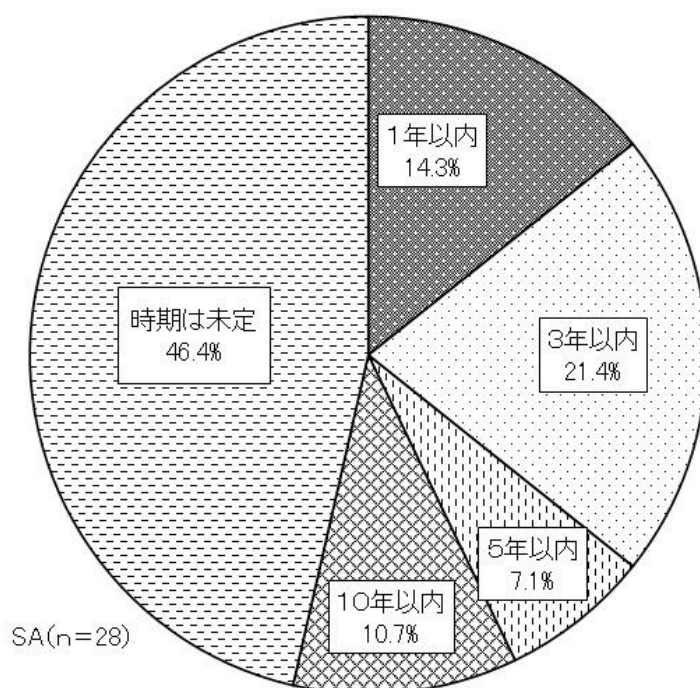


(6) 時期

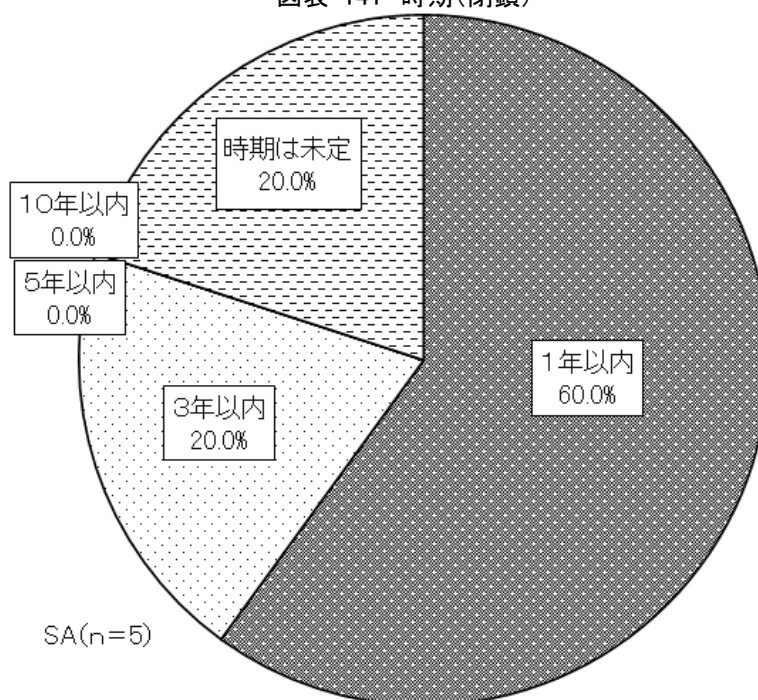
新設・増設・移転の時期を「新規・増設・移転の意向」と「閉鎖」の2つに分けてみると、「新規・増設・移転の意向」は、「時期は未定」が46.4%と最も多く、次いで「3年以内(21.4%)」、「1年以内(14.3%)」となっている(図表140)。

「閉鎖」は、「1年以内」が60.0%と最も多く、次いで、「3年以内(20.0%)」、「時期は未定(20.0%)」となっている(図表141)。

図表 140 時期(新設・増設・移転)



図表 141 時期(閉鎖)

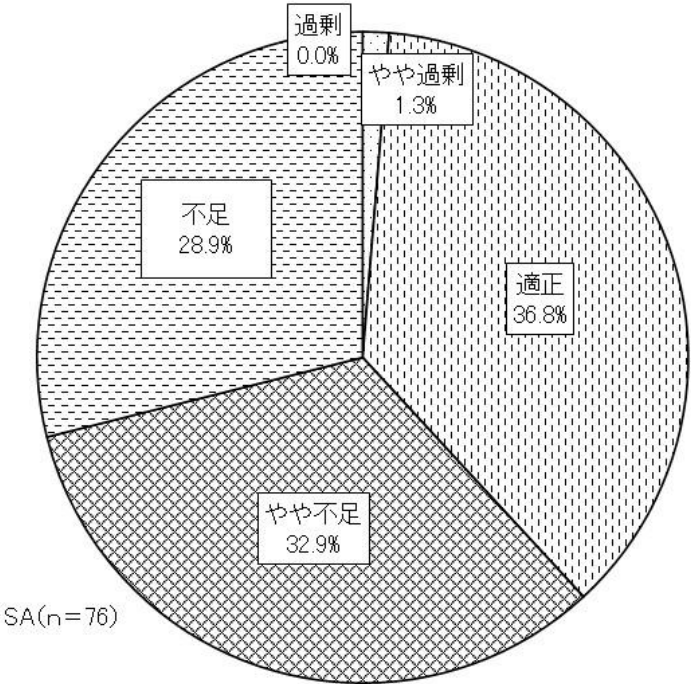


13. 雇用環境

雇用環境の過不足感をみると、『不足 (61.8%)』（「やや不足」＋「不足」）が『過剰 (1.3%)』（「過剰」＋「やや過剰」）を 60.5 ポイント上回っている。なお、「適正」は 36.8%であった（図表 142）。

前回調査（2014 年）と比較すると、『不足（前回調査比＋26.1 ポイント）』が上昇した（図表 143）。一方、「適正（同▲22.3 ポイント）」、『過剰（同▲3.8 ポイント）』で下降した。

図表 142 雇用環境



図表 143 雇用環境(前回調査との比較)

(単位: %)

		過剰(過剰＋やや過剰)			適正			不足(やや不足＋不足)		
		前回調査 (2014年)	今回調査 (2024年)	前回 調査比 (ポイント)	前回調査 (2014年)	今回調査 (2024年)	前回 調査比 (ポイント)	前回調査 (2014年)	今回調査 (2024年)	前回 調査比 (ポイント)
全体		5.1	1.3	▲ 3.8	59.1	36.8	▲ 22.3	35.7	61.8	26.1
年齢別	10～20歳代	0.0	0.0	0.0	33.3	27.8	▲ 5.5	66.7	72.1	5.4
	30歳代	1.0	1.3	0.3	42.7	34.2	▲ 8.5	56.3	64.5	8.2
	40歳代	6.1	2.4	▲ 3.7	61.6	65.9	4.3	32.4	31.7	▲ 0.7
	50歳代	12.6	25.1	12.5	73.7	63.8	▲ 9.9	13.7	11.3	▲ 2.4
	60歳代以上	26.8	32.6	5.8	65.3	62.8	▲ 2.5	8.0	4.7	▲ 3.3
部門別	一般事務部門	7.2	2.6	▲ 4.6	76.6	73.1	▲ 3.5	16.2	24.3	8.1
	管理部門	4.5	5.2	0.7	75.5	72.7	▲ 2.8	20.0	22.1	2.1
	営業・販売部門	2.7	1.4	▲ 1.3	66.7	51.4	▲ 15.3	30.6	47.3	16.7
	生産部門	4.0	2.2	▲ 1.8	46.8	42.7	▲ 4.1	49.2	55.1	5.9
	技術(開発)部門	0.9	2.7	1.8	52.3	41.3	▲ 11.0	46.8	56.0	9.2

1 4. 従業員確保に対する行政に求める支援策

従業員確保に対する行政に求める支援策は、「地元雇用に対する補助金の拡充」が 36.3%と最も多く、次いで「企業等を集めた合同企業説明会などの開催や支援（14.7%）」、「採用や育成に関するセミナー（12.7%）」となっている（図表 144）。

図表 144 従業員確保に対する行政に求める支援策



15. 従業員の賃上げ実績および見通し

(1) 実施状況（2024年度実績と2025年度見込みの比較）

従業員の賃上げの実施状況（2024年度実績と2025年度見込み）を比較すると、「定期昇給・ベースアップとも実施」は、2025年度予定（28.0%）が2024年度実績（40.9%）を12.9ポイント下回っている（図表145）。

図表 145 実施状況(2024年度と2025年度の比較)

(単位: %)

	2024年度 実績	2025年度 見込み	前回調査比 (ポイント)
定期昇給・ベースアップとも実施	40.9	28.0	▲ 12.9
定期昇給のみ実施	17.0	22.0	5.0
ベースアップのみ実施	10.2	11.0	0.8
定期昇給・ベースアップとも未実施	8.0	6.1	▲ 1.9
賞与・一時金の増額	6.8	3.7	▲ 3.1
新卒初任給の増額	0.0	0.0	0.0
特別手当の支給	0.0	1.2	1.2
わからない/未定	15.9	28.0	12.1
その他	1.1	0.0	▲ 1.1

(2) 賃上げ割合（2024年度実績と2025年度見込みの比較）

従業員の賃上げ割合（2024年度実績と2025年度見込み）を比較すると、「5%増加」は、2025年度予定（30.8%）が2024年度実績（15.4%）を15.4ポイント上回っている（図表146）。

図表 146 賃上げ割合(2024年度と2025年度の比較)

(単位: %)

	2024年度 実績	2025年度 見込み	前回調査比 (ポイント)
1%増加	13.5	15.4	1.9
2%増加	21.2	12.8	▲ 8.4
3%増加	23.1	17.9	▲ 5.2
4%増加	9.6	10.3	0.7
5%増加	15.4	30.8	15.4
6%～9%増加	9.6	7.7	▲ 1.9
10%以上増加	7.7	5.1	▲ 2.6

（３）ベースアップ実施の理由（２０２４年度実績と２０２５年度見込みの比較）

従業員のベースアップ実施の理由（2024年度実績と2025年度見込み）を比較すると、「物価上昇への配慮」は、2025年度予定（30.8%）が2024年度実績（46.9%）を16.1ポイント下回っている（図表147）。

図表 147 ベースアップ実施の理由（2024年度と2025年度の比較）

（単位：％）

	2024年度 実績	2025年度 見込み	前回調査比 (ポイント)
政府の賃上げ要請に対応するため	12.2	17.9	5.7
優秀な人材の確保	28.6	33.3	4.7
同業他社が実施	0.0	2.6	2.6
業績の改善	24.5	25.6	1.1
景気の回復	4.1	5.1	1.0
ここ数年行っていなかったため	6.1	2.6	▲ 3.5
物価上昇への配慮	46.9	30.8	▲ 16.1
その他	2.0	2.6	0.6

（４）ベースアップを実施しない理由（２０２４年度実績と２０２５年度見込みの比較）

従業員のベースアップを実施しない理由（2024年度実績と2025年度見込み）を比較すると、「賞与等で対応」は、2025年度見込み（23.8%）が2024年度実績（29.7%）を5.9ポイント下回っている（図表148）。

図表 148 ベースアップを実施しない理由（2024年度と2025年度の比較）

（単位：％）

	2024年度 実績	2025年度 見込み	前回調査比 (ポイント)
過年度に十分な引き上げをしたため	0.0	2.4	2.4
同業他社が未実施	2.7	2.4	▲ 0.3
特に要求がないため	5.4	4.8	▲ 0.6
景気の後退	27.0	26.2	▲ 0.8
業績の悪化	40.5	38.1	▲ 2.4
賞与等で対応	29.7	23.8	▲ 5.9
その他	5.4	11.9	6.5

16. 働き方改革やワーク・ライフ・バランスの取組状況

(1) 取組状況

働き方改革やワーク・ライフ・バランスの取組状況は、「すでに取り組んでいる」が49.6%と最も多く、次いで「現在は取り組んでおらず、今後取り組む予定はない(35.4%)」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している(15.0%)」となっている(図表149)。

前回調査と比較すると、「すでに取り組んでいる(前回調査比+19.5ポイント)」が上昇した。

図表 149 取組状況

(単位: %)			
	前回調査 (2020年)	今回調査 (2024年)	前回調査比 (ポイント)
すでに取り組んでいる	30.1	49.6	19.5
現在は取り組んでいないが、 今後取組を予定・検討している	26.5	15.0	▲ 11.5
現在は取り組んでおらず、 今後取り組む予定はない	43.4	35.4	▲ 8.0

(2) 取組内容

「すでに取り組んでいる」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している」と回答した企業の取組内容は、「時間外労働の削減」が69.6%と最も多く、次いで「有給休暇の取得率向上(64.6%)」、「柔軟な勤務時間(短時間労働、変形労働時間制の導入)(40.5%)」となっている(図表150)。

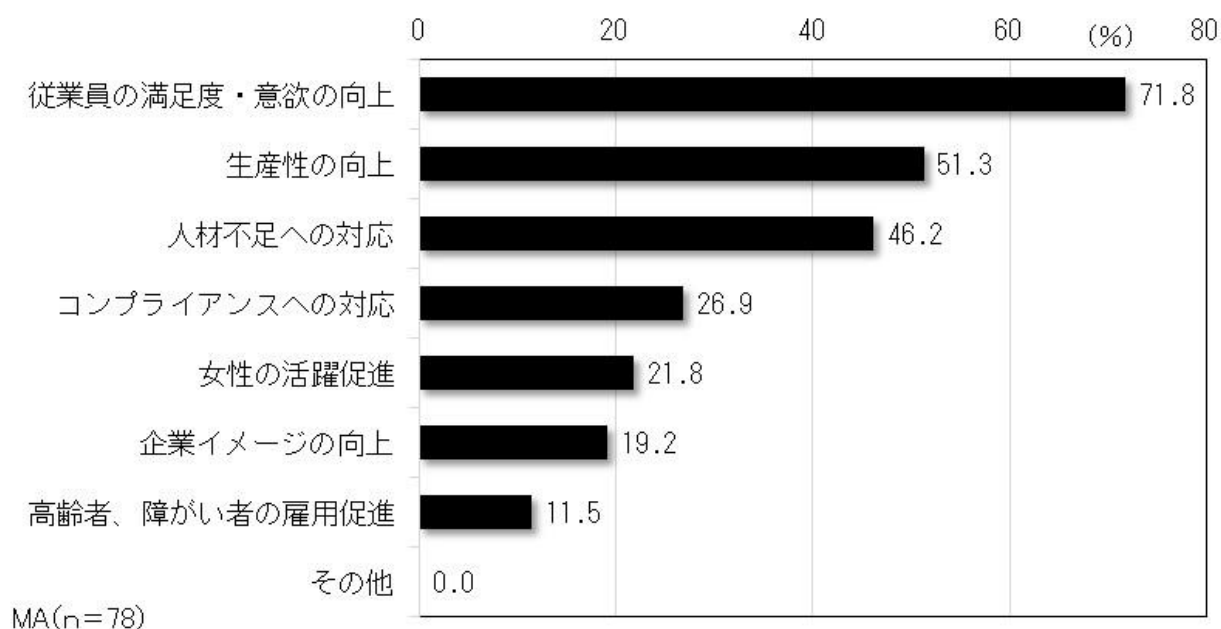
図表 150 取組内容



(3) 取組目的

「すでに取り組んでいる」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している」と回答した企業に聞いた取組目的は、「従業員の満足度・意欲の向上 (71.8%)」が最も多く、次いで、「生産性の向上 (51.3%)」、「人材不足への対応 (46.2%)」となっている (図表 151)。

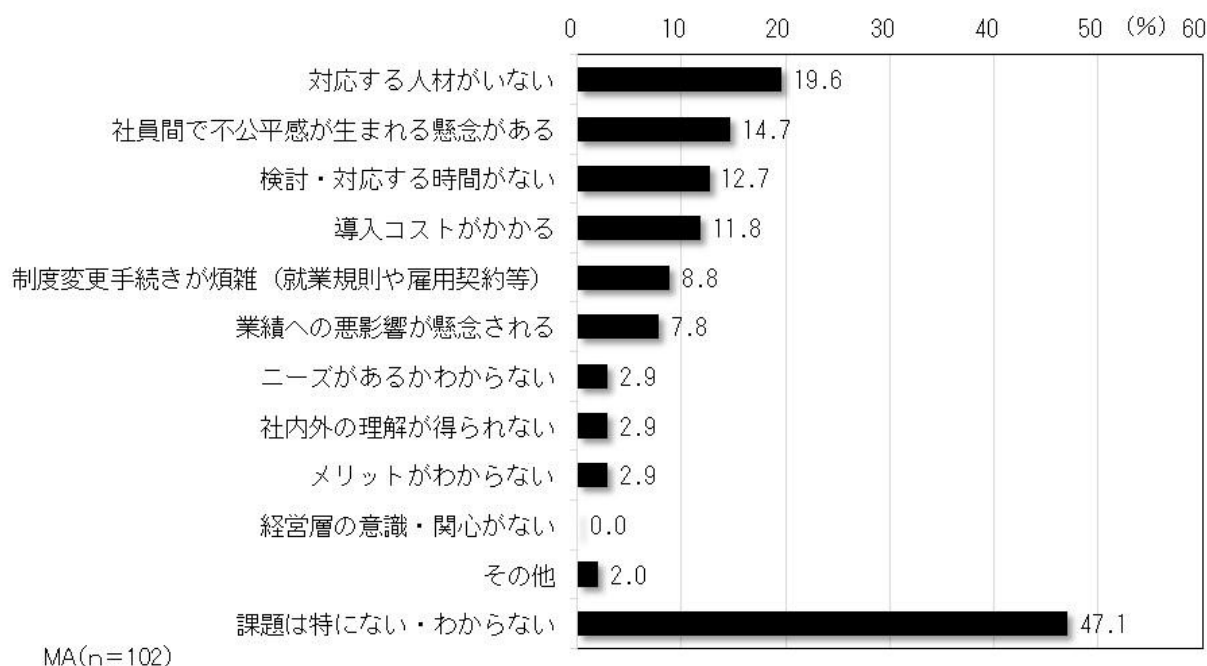
図表 151 取組目的



(4) 推進上の課題

「すでに取り組んでいる」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している」と回答した企業の推進上の課題は、「対応する人材がいない」が 19.6%と最も多く、「社員間で不公平感が生まれる懸念がある (14.7%)」、「検討・対応する時間がない (12.7%)」が続いている (図表 152)。

図表 152 推進上の課題



17. 船橋市が実施している産業支援制度・事業の認知状況

船橋市が実施している産業支援制度・事業の認知状況は、『認知している』（「利用あり」＋「動向あり」＋「認識あり」）は、「中小企業融資制度」が61.0%と最も多く、次いで、「ビジネスマッチング（船橋商工会議所事業）（56.7%）」、「中小企業向け経営相談（53.0%）」となっている（図表153）。

図表 153 船橋市が実施している産業支援制度・事業の認知状況

（単位：件、％）

	回答数	認知 している	利用あり	動向あり	認識あり	知らない
工業振興支援事業補助金	102	39.3	4.9	6.9	27.5	60.8
海外展開支援事業補助金	101	21.8	0.0	3.0	18.8	78.2
再投資企業促進事業補助金	101	24.8	2.0	1.0	21.8	75.2
障害者職場実習奨励金	100	42.0	3.0	0.0	39.0	58.0
特定退職金共済掛金補助金	103	37.8	1.9	1.9	34.0	62.1
中小企業融資制度	105	61.0	10.5	1.9	48.6	39.0
空き店舗対策事業補助金	99	27.3	0.0	1.0	26.3	72.7
中小企業向け経営相談	100	53.0	0.0	4.0	49.0	47.0
各種セミナー（BCP、働き方改革など）	101	52.5	3.0	2.0	47.5	47.5
ビジネスマッチング（船橋商工会議所事業）	104	56.7	6.7	5.8	44.2	43.3

18. 行政に望む支援策

行政に望む支援策は、「設備投資への支援」が46.3%と最も多く、「人材確保・雇用支援（マッチング事業、雇用助成等）（31.6%）」、「人材育成の支援（23.2%）」が続いている（図表154）。

図表 154 18. 行政に望む支援策



第5章 非製造業アンケート調査

I 調査概要

調査目的	事業者から見た船橋市の非製造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、新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	2024年12月4日（水）～2025年1月6日（月）
回答状況	送付数：10,542件 廃業・宛先不明数：1,187件 実質送付数：9,355件 回答件数：1,305件（回収率：13.9%）

II 調査結果

1. 経営状況

非製造業の業績DIは、「売上高」、「経常利益」、「販売（受注）数量」はいずれも悪化超となっているが、前回調査比では改善した（図表 155）。

「販売単価」および「仕入単価」は、いずれも大幅な上昇超となっており、「販売単価（21.5）」の水準に対して「仕入単価（65.7）」の高さが際立っている。

市場環境DIは、「来店客数」は減少超となっているが、前回調査比では改善した。「外国人の来店客数」は増加超となっており、前回調査比も改善した。「大型小売店との競合」は激化超となっているが、前回調査比では競合状況に一服感がみられた。

経営基盤DIは、「従業者数」、「設備投資額」ともに前回調査比では改善しているが、「借入金」は前回調査比で水準を切り下げた。

図表 155 経営状況(DI)

<単位:ポイント>

		前回調査 (2020年) DI	今回調査 (2024年) DI	前回調査 と比較した 傾向
業績	売上高	▲ 38.6	▲ 10.1	改善
	経常利益	▲ 41.9	▲ 20.8	改善
	販売(受注)数量	▲ 36.9	▲ 14.9	改善
	販売(受注)単価	▲ 14.6	21.5	改善
	仕入単価	19.7	65.7	悪化
市場環境	来店客数	▲ 58.5	▲ 28.0	改善
	外国人の来店客数	▲ 14.9	5.9	改善
	大型小売店との競合	6.5	6.0	横ばい
経営基盤	従業者数	▲ 3.5	1.9	改善
	設備投資額	▲ 2.6	1.8	改善
	借入金	8.8	0.2	改善

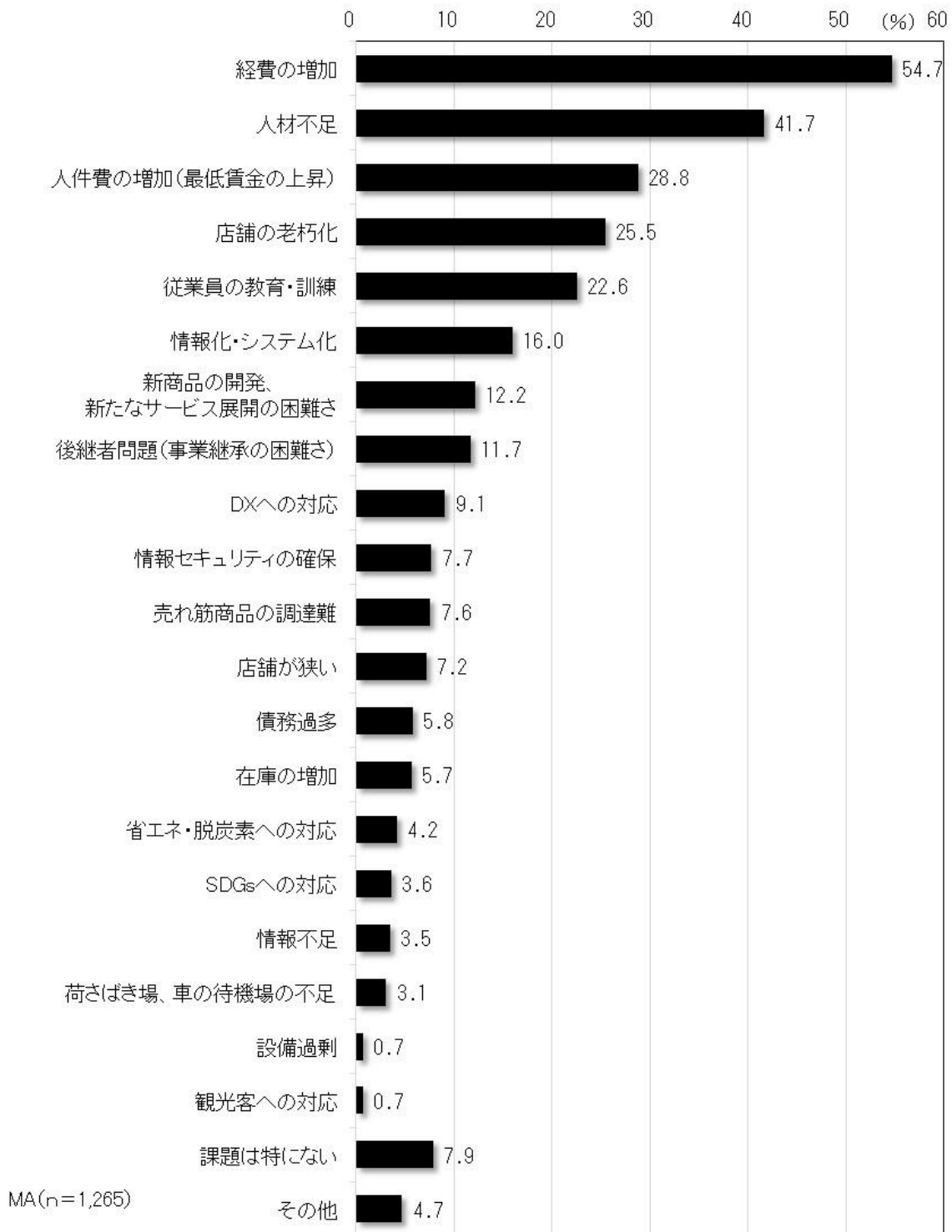
※DI=「増えた(盛ん、活気)」等の回答割合-「減った(低調、衰退)」等の回答割合

2. 経営上の課題

(1) 内部環境

経営上の課題（内部環境）は、「経費の増加」が54.7%と最も多く、「人材不足（41.7%）」、「人件費の増加（最低賃金の上昇）（28.8%）」が続いている（図表156）。

図表 156 内部環境



(2) 外部環境

経営上の課題（外部環境）は、「客数の減少」が39.3%と最も多く、「同業者との競合激化（31.5%）」と「税金や地代・賃料の高騰（25.2%）」が続いている（図表 157）。



3. キャッシュレス決済について

(1) キャッシュレス決済の導入状況

キャッシュレス決済の『導入済み・予定あり』は、57.1%（「導入している（54.6%）」＋「導入を予定・検討している（2.5%）」）、「導入する予定はない」は42.9%となっている（図表 158）。

前回調査と比較すると、『導入済み・予定あり（前回調査比＋15.1 ポイント）』が上昇した。

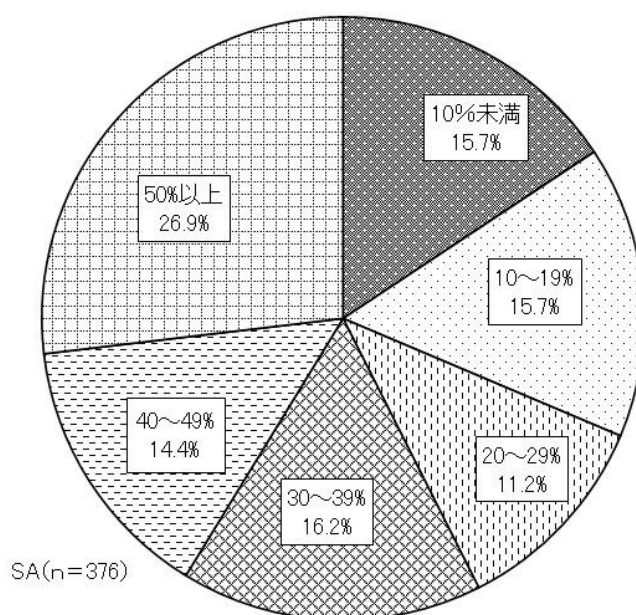
図表 158 キャッシュレス決済の導入状況

	前回調査 (2020年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回調査比 (ポイント)
導入済み・予定あり	42.0	57.1	15.1
導入している	34.8	54.6	19.8
導入を予定・検討している	7.2	2.5	▲ 4.7
導入する予定はない	58.0	42.9	▲ 15.1

(2) 売上に占めるキャッシュレス決済の割合

売上に占めるキャッシュレス決済の割合は、「50%以上」が26.9%と最も多く、次いで「30～39%（16.2%）」となっている（図表 159）。

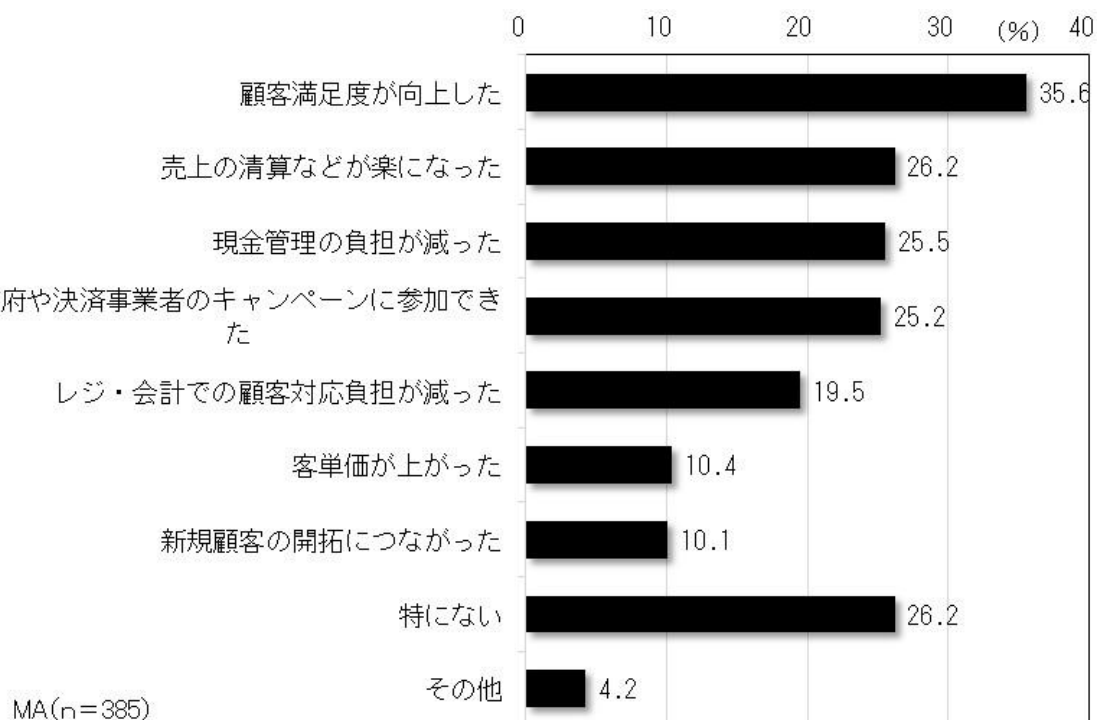
図表 159 売上に占めるキャッシュレス決済の割合



(3) 導入の効果

キャッシュレス決済の導入の効果は、「顧客満足度が向上した」が 35.6%と最も多く、次いで「売上の清算などが楽になった (26.2%)」、「現金管理の負担が減った (25.5%)」となっている (図表 160)。

図表 160 キャッシュレス決済の導入の効果



(4) 導入済み・予定ありのキャッシュレス決済

『導入済み・予定あり』のキャッシュレス決済は、「クレジットカード (93.8%)」が最多となっており、「スマホ決済アプリ、QRコード決済 (84.4%)」、「交通系電子マネー (68.7%)」が続いている (図表 161)。

図表 161 導入済み・予定ありのキャッシュレス決済

(単位:%)

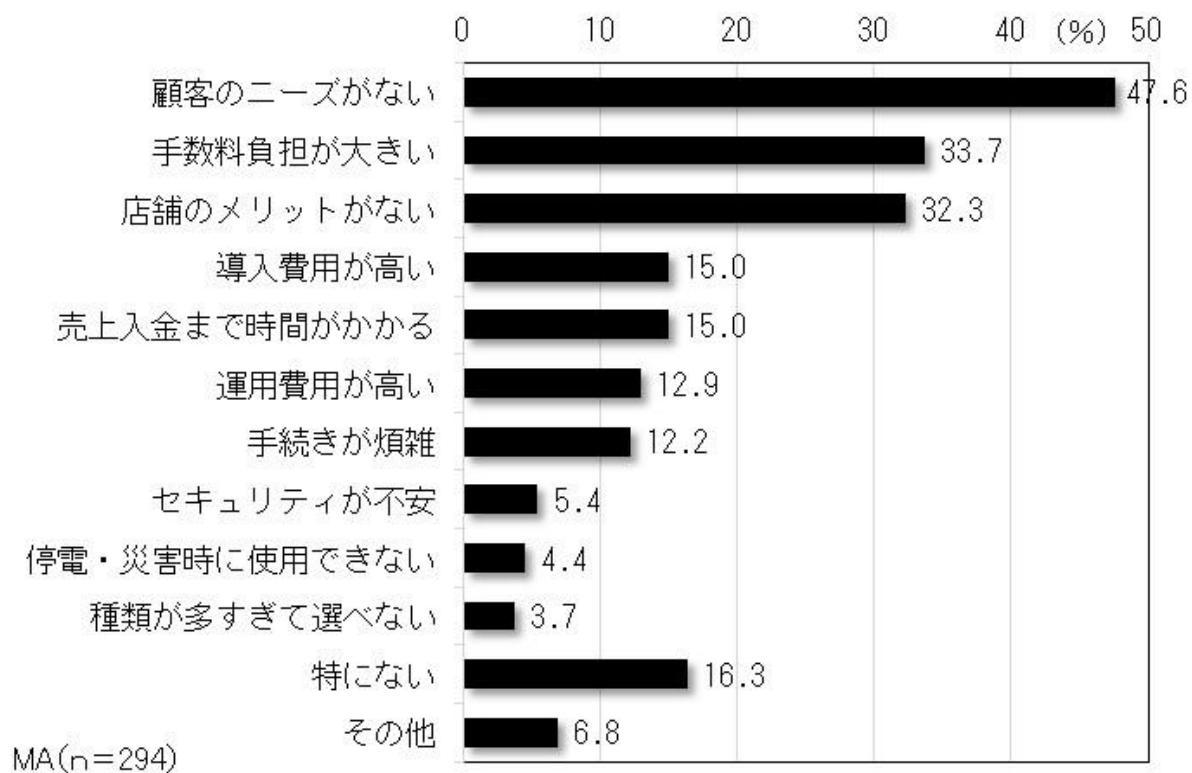
	回答数 (件)	導入済み・ 導入予定の 合計			導入しない
			導入済み	導入予定	
クレジットカード	371	93.8	93.0	0.8	6.2
デビットカード	346	50.3	48.0	2.3	49.7
交通系電子マネー	348	68.7	63.8	4.9	31.3
商業系電子マネー	345	55.9	51.0	4.9	44.1
後払い型電子マネー	348	60.0	56.0	4.0	39.9
スマホ決済アプリ、QRコード決済	366	84.4	81.4	3.0	15.6

(注) 網掛けは数値が高いもの3つ。

(5) キャッシュレス決済を導入していない理由

キャッシュレス決済を導入していない理由は、「顧客のニーズがない」が 47.6%と最も多く、次いで「手数料負担が大きい (33.7%)」、「店舗のメリットがない (32.3%)」となっている (図表 162)。

図表 162 キャッシュレス決済を導入していない理由

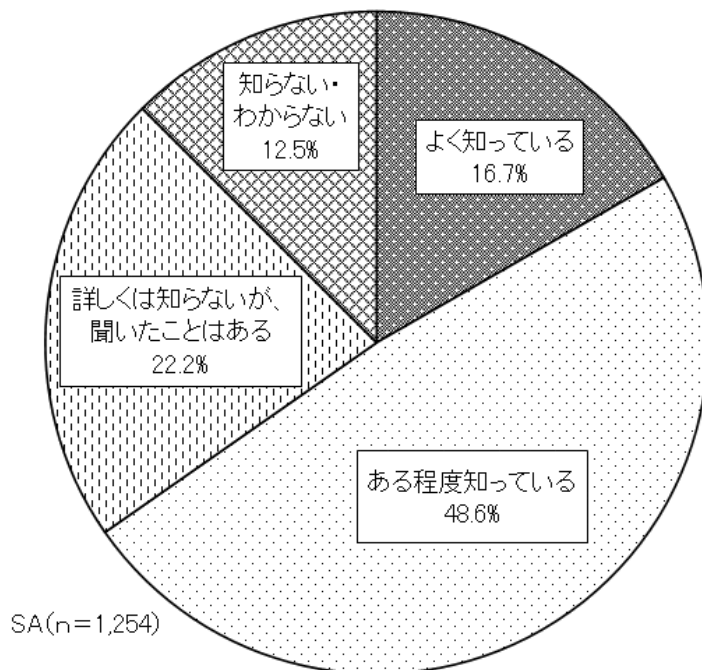


4. SDGsの取組状況

(1) SDGsの認知度

SDGsの認知度は、『知っている』と回答した割合が65.3%（「よく知っている（16.7%）」＋「ある程度知っている（48.6%）」）となっている（図表163）。

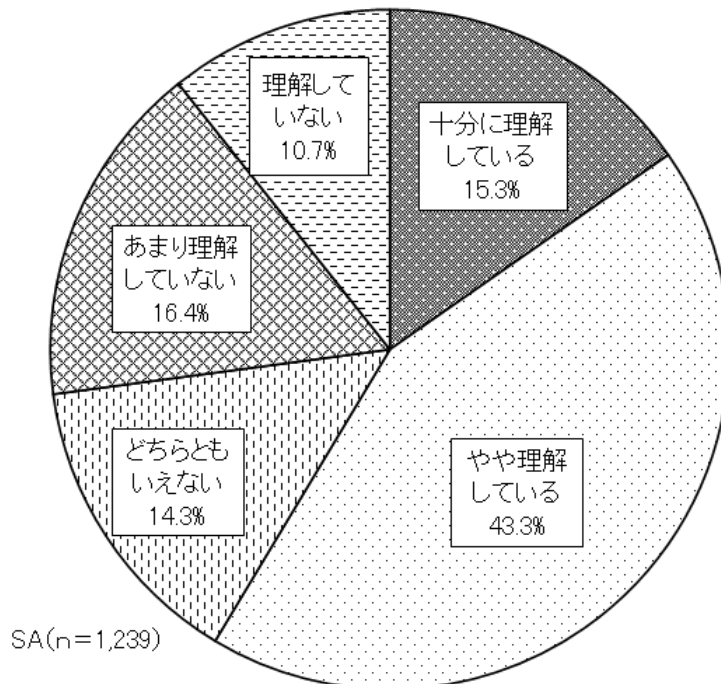
図表 163 SDGsの認知度



(2) SDGsの理解度

SDGsの理解度は、『理解している』と回答した割合が58.6%（「十分に理解している（15.3%）」＋「やや理解している（43.3%）」）となっている（図表164）。

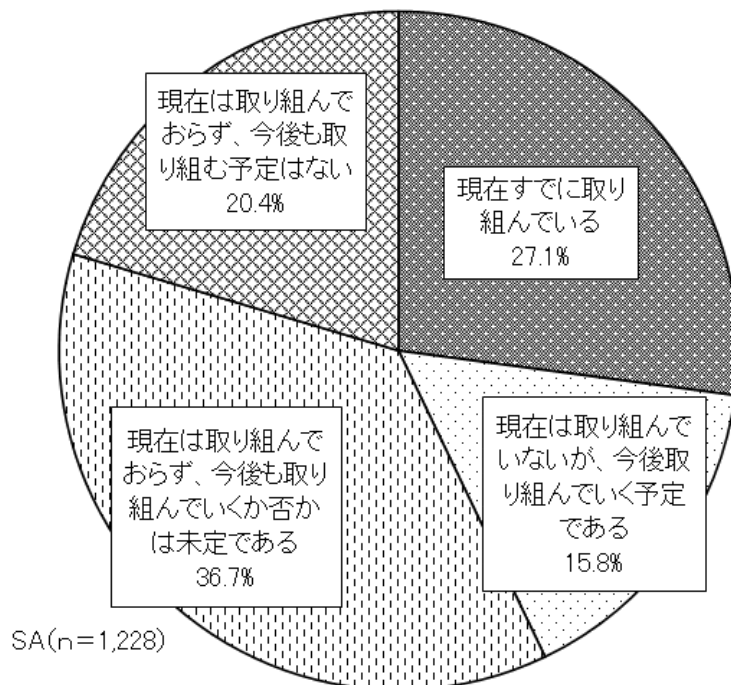
図表 164 SDGsの理解度



(3) S D G s の取組状況

S D G s の取組状況は、『S D G s の取組に前向き』と回答した割合が、42.9%（「現在すでに取り組んでいる（27.1%）」＋「現在に取り組んでいないが、今後取り組んでいく予定である（15.8%）」）となっている（図表 165）。

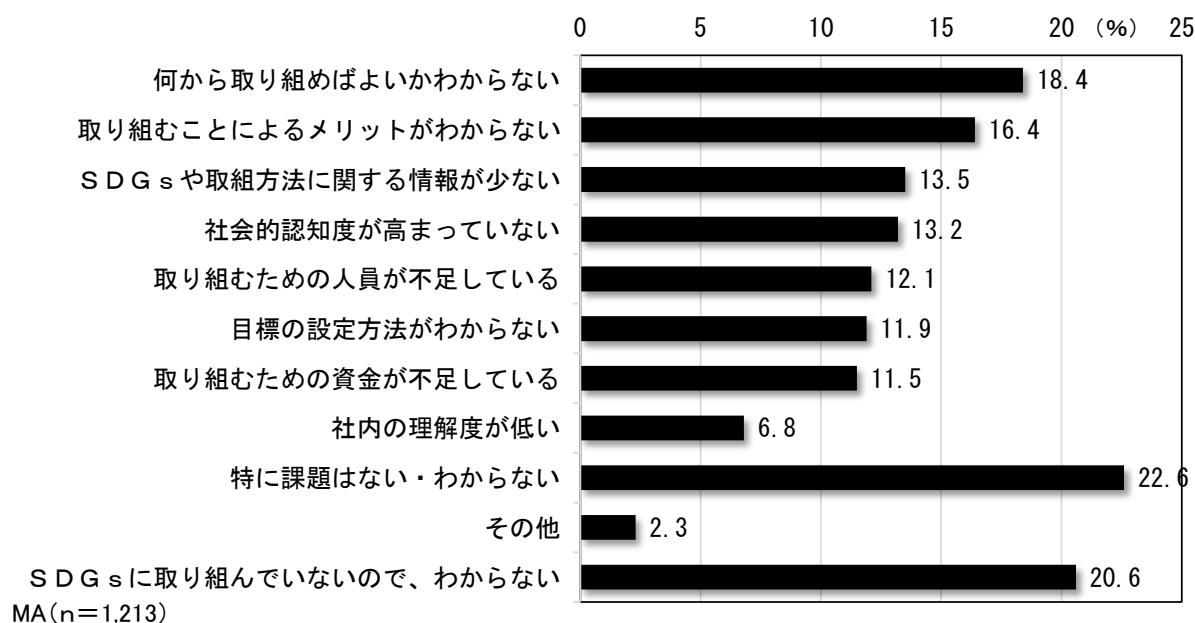
図表 165 S D G s の取組状況



(4) S D G s の取組に向けた課題

S D G s の取組に向けた課題は、「何から取り組めばよいかわからない（18.4%）」が最多となっており、「取り組むことによるメリットがわからない（16.4%）」、「S D G s や取組方法に関する情報が少ない（13.5%）」が続いている（図表 166）。

図表 166 S D G s の取組に向けた課題



(5) SDGsの推進に向けて期待する支援策

SDGsの取組に向けて期待する支援策は、「SDGsに取り組む際に活用できる補助金・助成金」が23.3%と最も多く、次いで「SDGs取組事例の公表（13.8%）」、「中小企業のためのSDGs推進指針の策定・公表（11.2%）」となっている（図表167）。

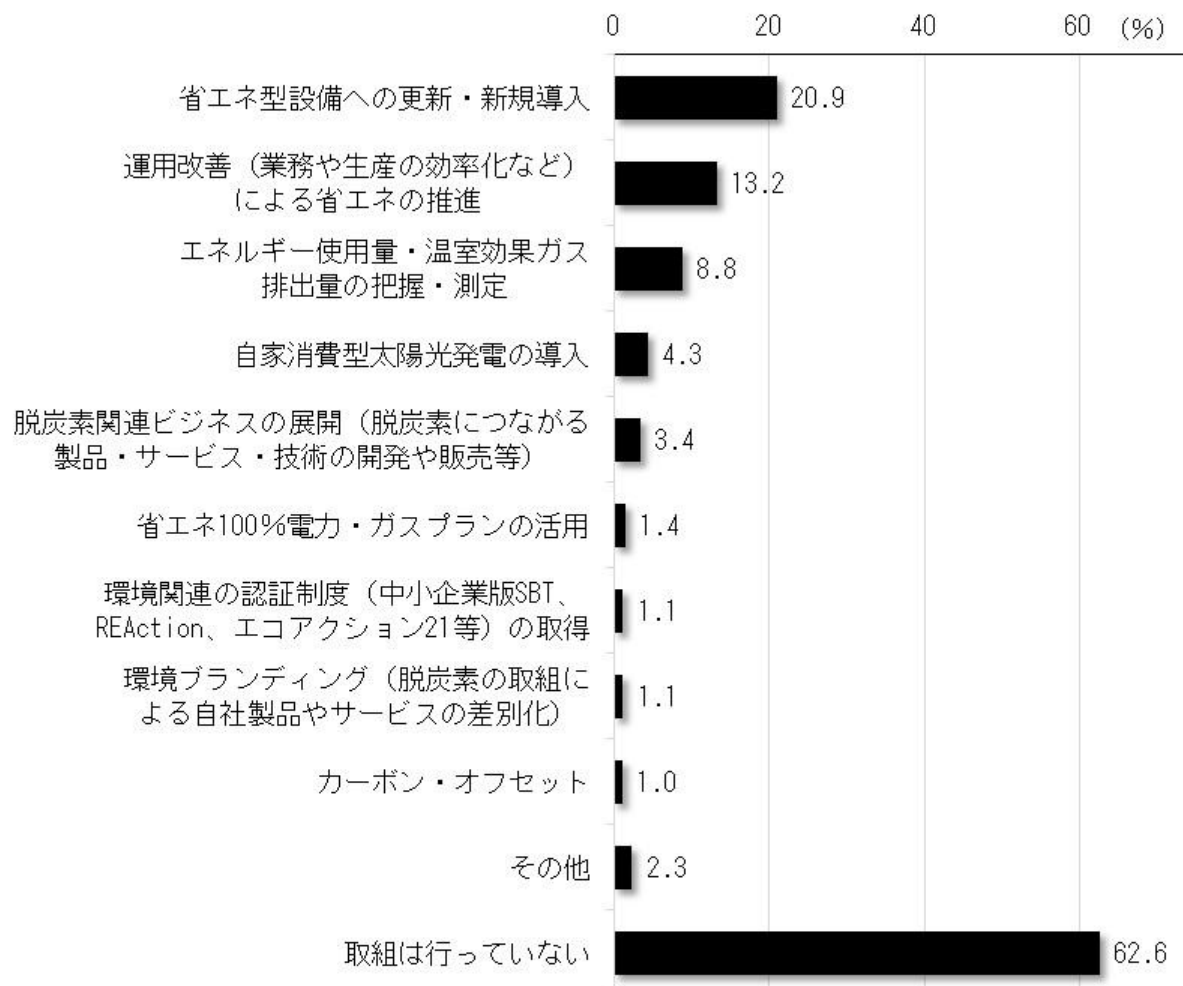
図表 167 SDGsの推進に向けて期待する支援策



5. 脱炭素に関する取組状況

脱炭素に関する取組状況は、「省エネ型設備への更新・新規導入」が 20.9%と最も多く、次いで「運用改善（業務や生産の効率化など）による省エネの推進（13.2%）」、「エネルギー使用量・温室効果ガス排出量の把握・測定（8.8%）」となっている（図表 168）。

図表 168 脱炭素に関する取組状況



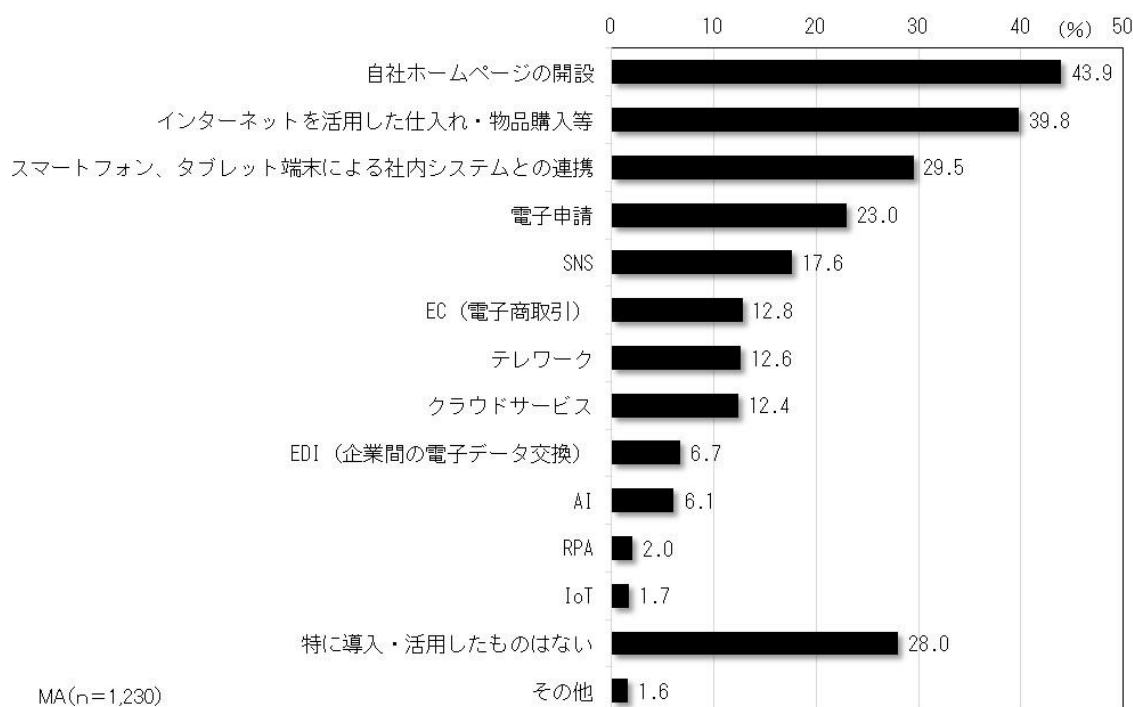
MA(n=1,221)

6. ITの活用状況

(1) ITの活用状況

ITの活用状況は、「自社ホームページの開設」が43.9%と最も多く、次いで、「インターネットを活用した仕入れ・物品購入等（39.8%）」、「スマートフォン、タブレット端末による社内システムとの連携（29.5%）」となっている（図表169）。

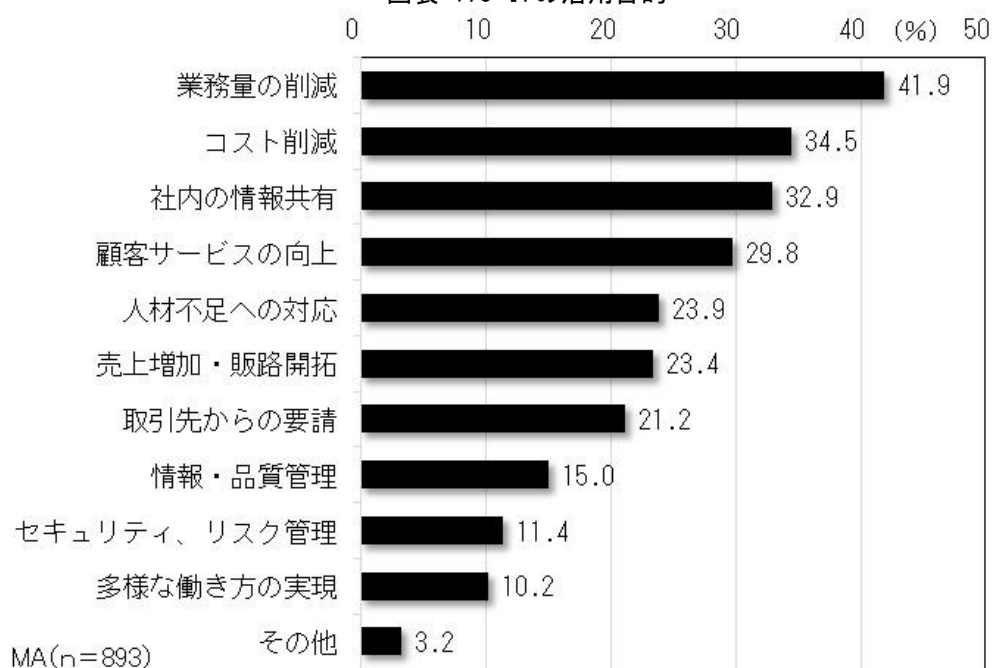
図表 169 ITの活用状況



(2) ITの活用目的

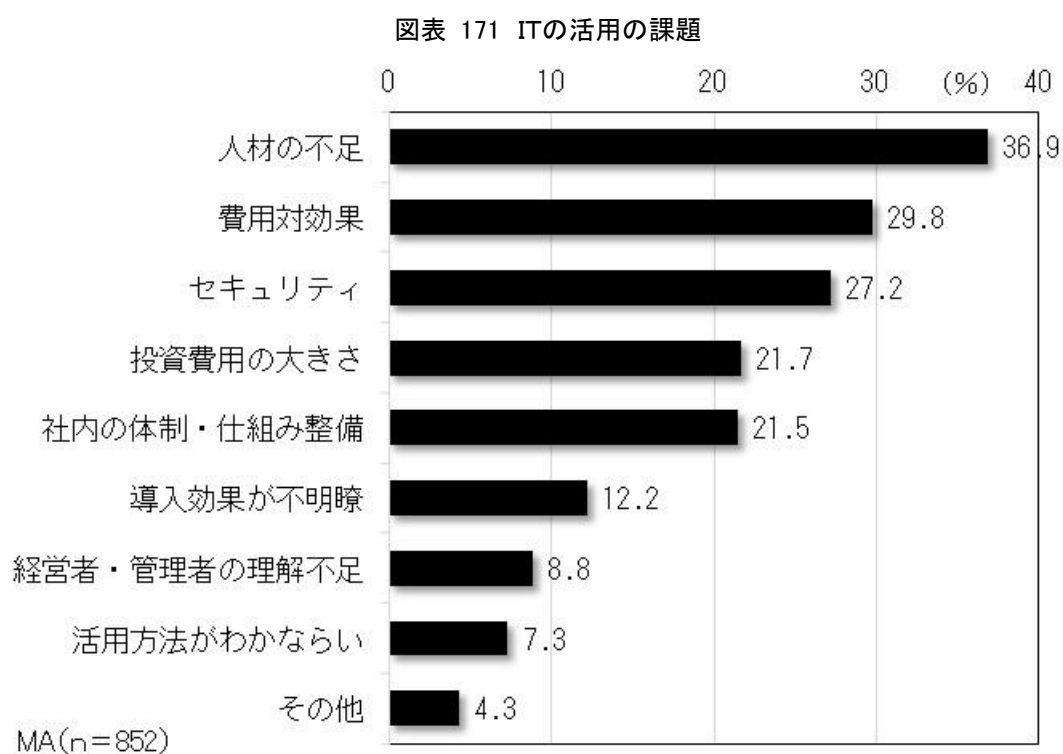
ITの活用目的は、「業務量の削減（41.9%）」が最多となっており、「コスト削減（34.5%）」、「社内の情報共有（32.9%）」が続いている（図表170）。

図表 170 ITの活用目的



(3) ITの活用の課題

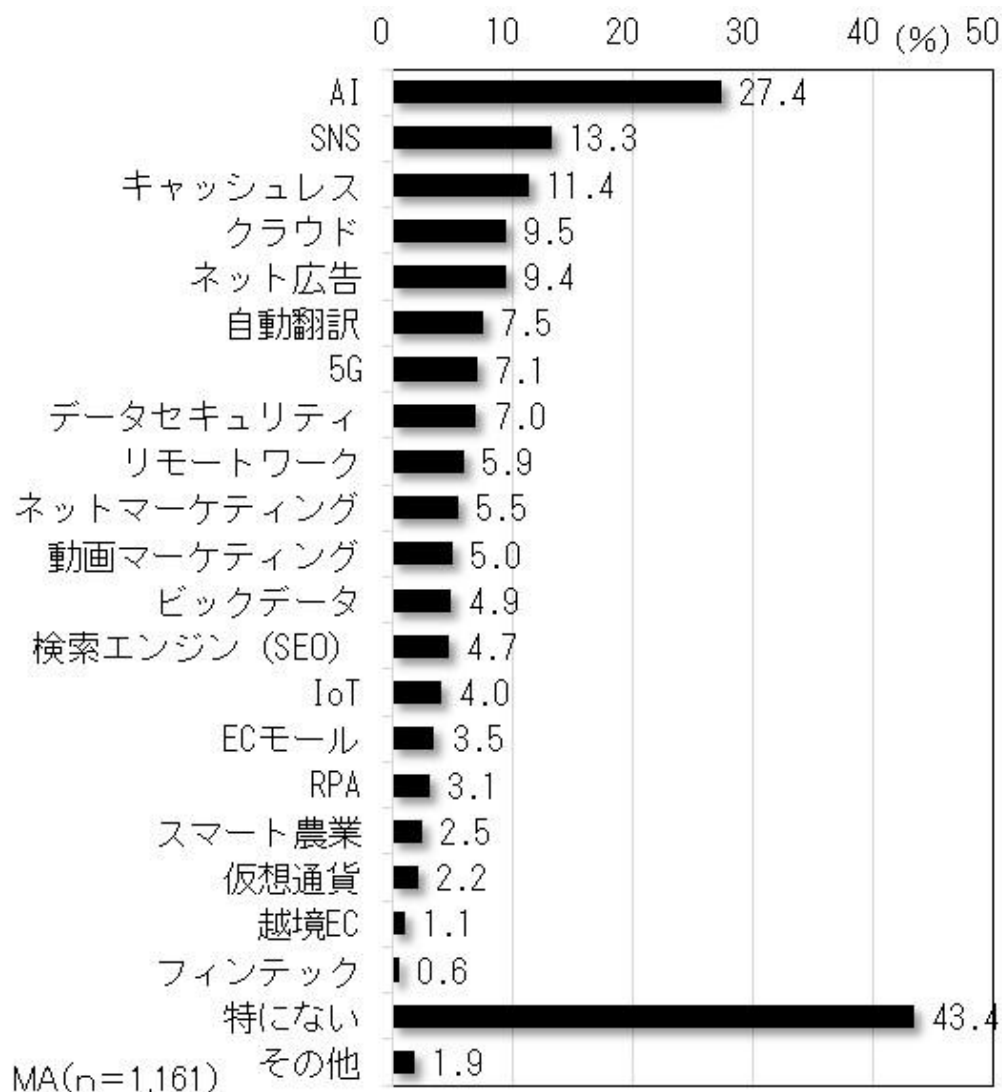
IT活用の課題は、「人材の不足 (36.9%)」が最も多く、次いで、「費用対効果 (29.8%)」、「セキュリティ (27.2%)」となっている (図表 171)。



(4) 関心があるIT分野

関心があるIT分野は、「AI (27.4%)」が最も多く、「SNS (13.3%)」、「キャッシュレス (11.4%)」の順となっている (図表 172)。

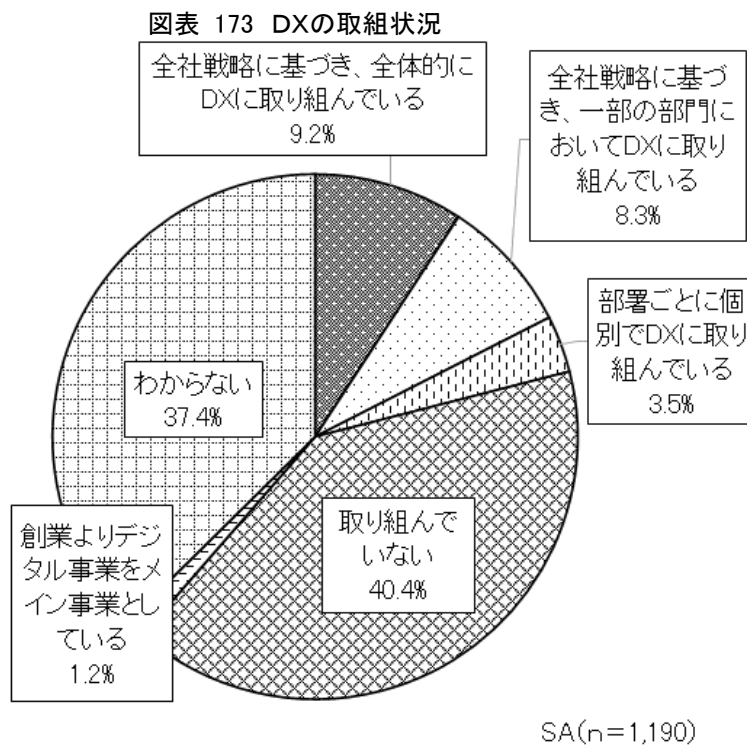
図表 172 関心があるIT分野



7. DXの取組状況

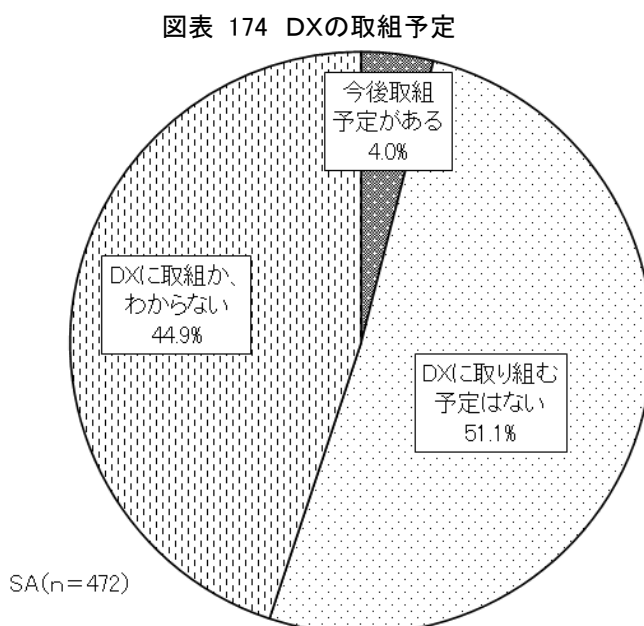
(1) DXの取組状況

DXの取組状況は、『取り組んでいる』が21.0%（「全社戦略に基づき、全体的にDXに取り組んでいる（9.2%）」＋「全社戦略に基づき、一部の部門においてDXに取り組んでいる（8.3%）」＋「部署ごとに個別でDXに取り組んでいる（3.5%）」）、「取り組んでいない」が40.4%、「わからない」が37.4%となっている（図表173）。



(2) DXの取組予定

取り組んでいないと回答した先の今後のDXの取組予定は、「今後取組予定がある」が4.0%にとどまり、「DXに取り組む予定はない（51.1%）」、「DXに取り組むか、わからない（44.9%）」の割合が多かった（図表174）。



（３）ＤＸに取り組まない理由

ＤＸに取り組まない理由は、「自社がＤＸに取り組むメリットがわからない」が 55.1%と最多となっており、「ＤＸに取り組むための知識や情報が不足している（41.9%）」、「ＤＸに取り組むためのスキルが不足している（24.8%）」となっている（図表 175）。

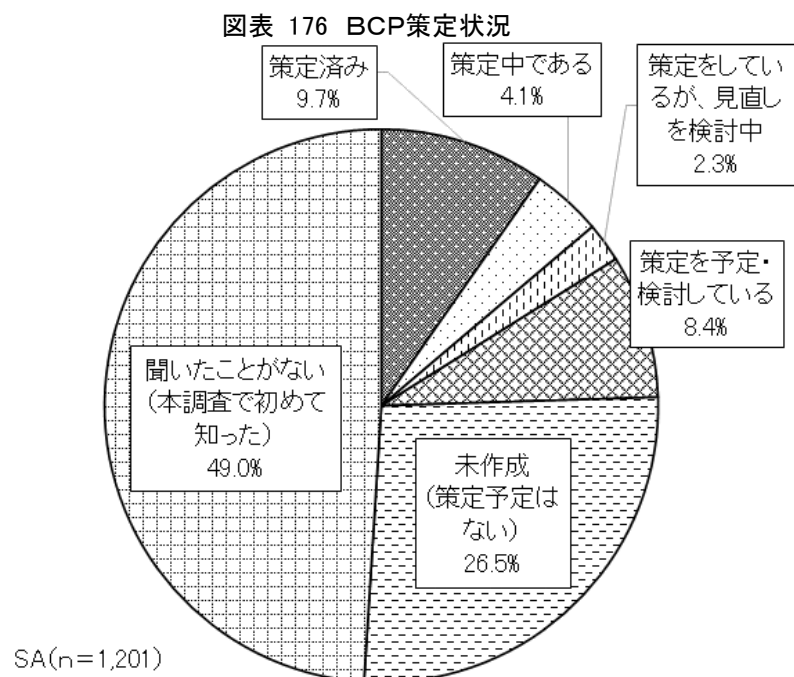
図表 175 DXに取り組まない理由



8. BCP及び事業継続力強化計画

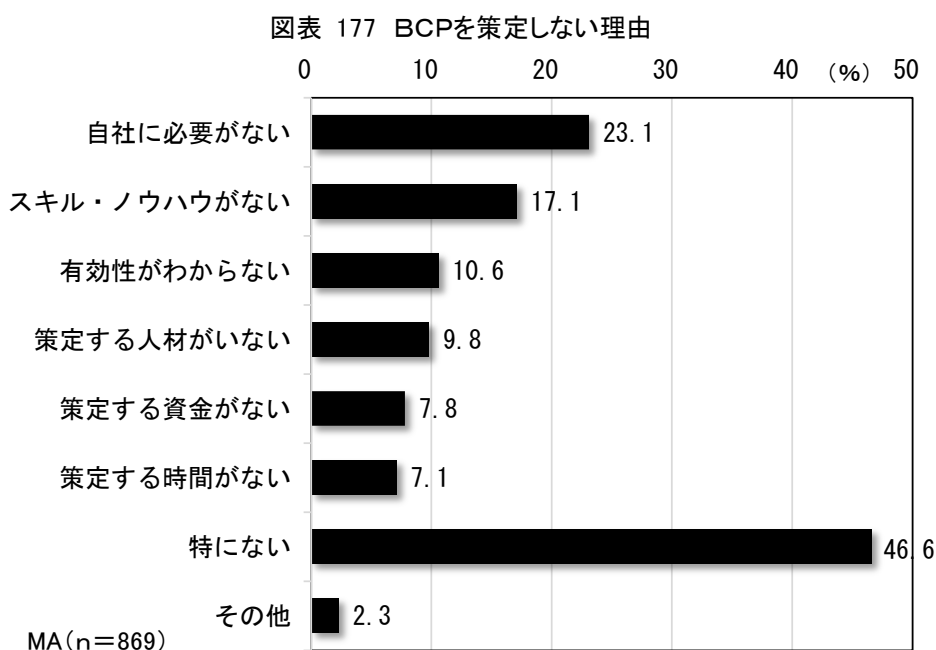
(1) BCP策定状況

BCP策定状況は、「策定済み」が9.7%、「策定中である」が4.1%、「策定をしているが、見直しを検討中」が2.3%、「策定を予定・検討している」が8.4%で、これらを合計した『策定意向あり』が24.5%となっている（図表176）。一方で、「未作成（策定予定はない）」が26.5%、「聞いたことがない（本調査で初めて知った）」が49.0%で、これらを合計した『未策定』が75.5%となっている。



(2) BCPを策定しない理由

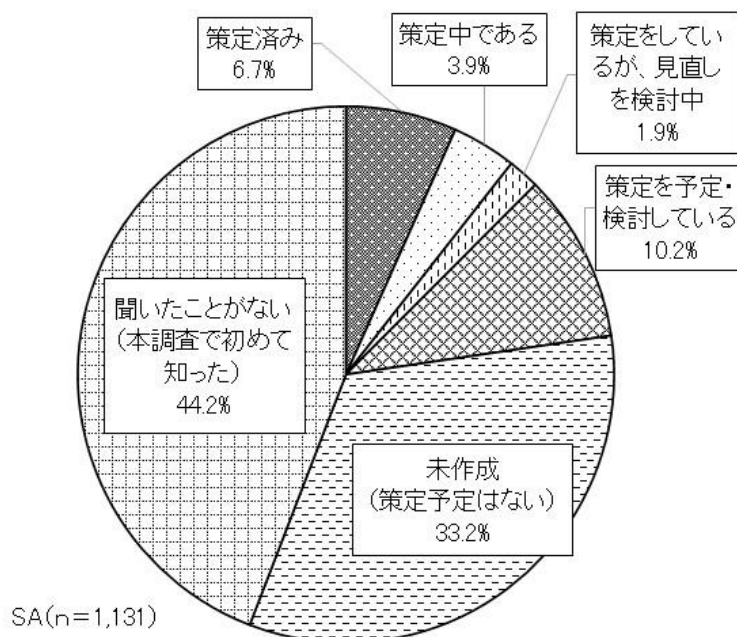
BCPを策定しない理由は、「自社に必要がない (23.1%)」が最も多く、「スキル・ノウハウがない (17.1%)」、「有効性がわからない (10.6%)」が続いている（図表177）。



（３）事業継続力強化計画の策定状況

事業継続力強化計画策定状況は、「策定済み」が 6.7%、「策定中である」が 3.9%、「策定をしているが、見直しを検討中」が 1.9%、「策定を予定・検討している」が 10.2%で、これらを合計した『策定意向あり』は 22.7%となっている（図表 178）。一方で、「未作成（策定予定はない）」は 33.2%、「聞いたことがない（本調査で初めて知った）」は 44.2%で、これらを合計した『事業継続力強化計画未策定企業』は 77.4%となっている。

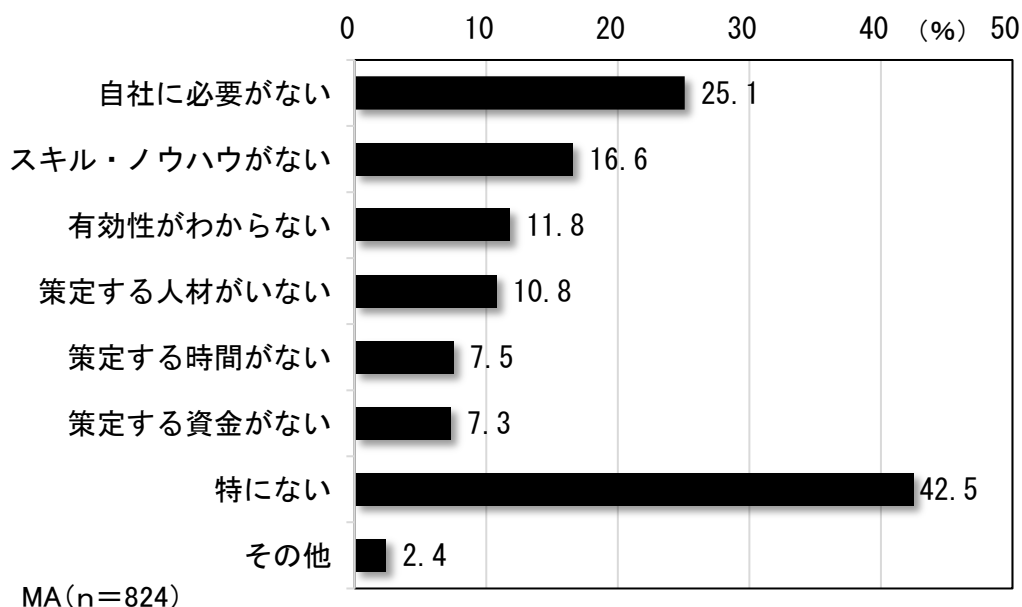
図表 178 事業継続力強化計画の策定状況



（４）事業継続力強化計画を策定しない理由

事業継続力強化計画を策定しない理由は、「自社に必要ながない」が 25.1%と最多となっており、次いで「スキル・ノウハウがない(16.6%)」、「有効性がわからない (11.8%)」となっている（図表 179）。

図表 179 事業継続力強化計画を策定しない理由

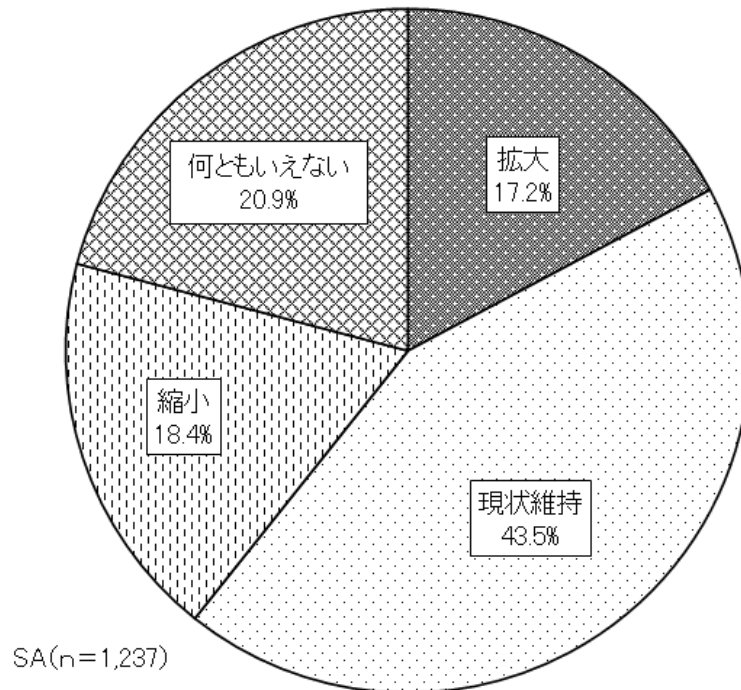


9. 現在の事業分野の動向、新規事業の意向

(1) 現在の事業分野

今後の市場規模は、「現状維持」が 43.5%と最も多く、「拡大 (17.2%)」と「縮小 (18.4%)」が拮抗している (図表 180)。

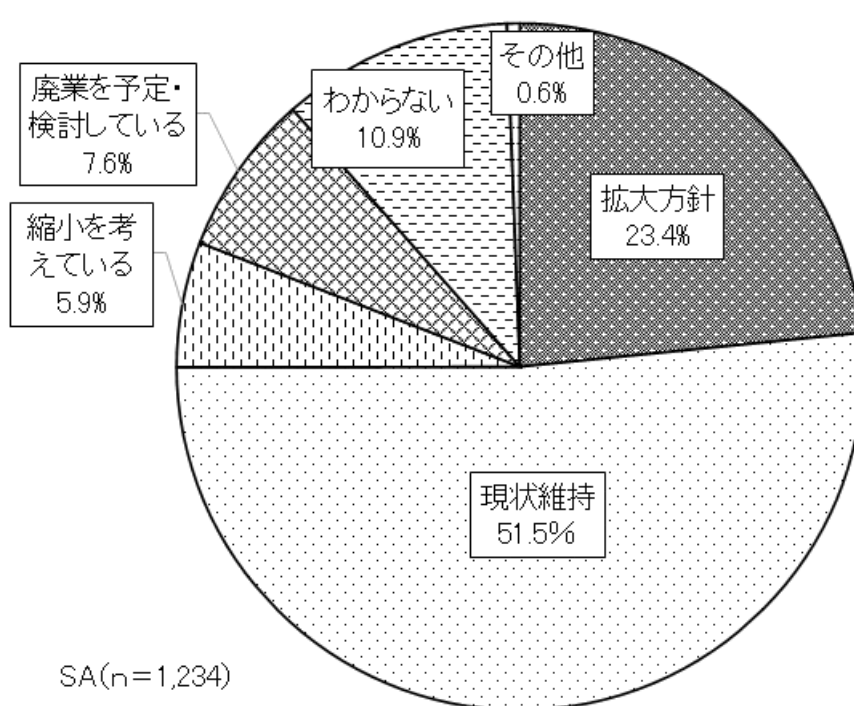
図表 180 今後の市場規模



(2) 今後の事業展開

今後の事業展開は、「拡大方針」が 23.4%、「現状維持」が 51.5%、「縮小を考えている」が 5.9%、「廃業を予定・検討している」が 7.6%となっている (図表 181)。

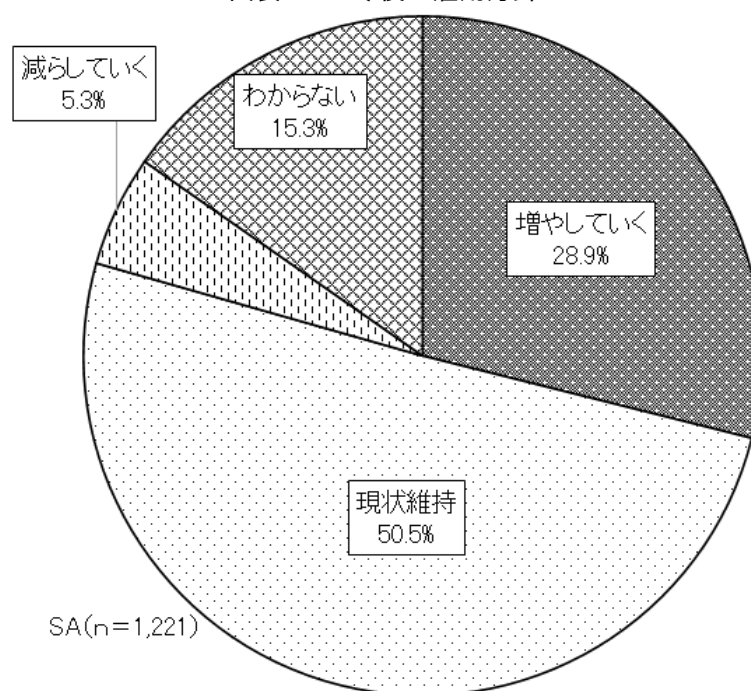
図表 181 今後の事業展開



(3) 今後の雇用方針

今後の雇用方針は、「増やしていく」が 28.9%、「現状維持」が 50.5%、「減らしていく」が 5.3%となっている（図表 182）。

図表 182 今後の雇用方針

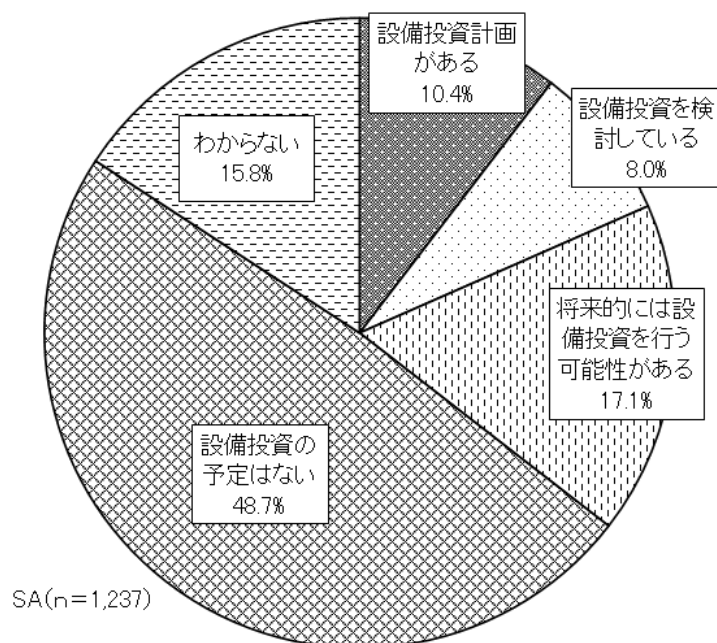


10. 今後の設備投資

(1) 今後の設備投資

今後の設備投資は、「設備投資計画がある」は10.4%、「設備投資を検討している」は8.0%、「将来的には設備投資を行う可能性がある」は17.1%となっており、これらを合計した『設備投資の予定（計画・検討・希望）あり』は35.5%で、「設備投資の予定はない（48.7%）」を13.2ポイント下回った（図表183）。

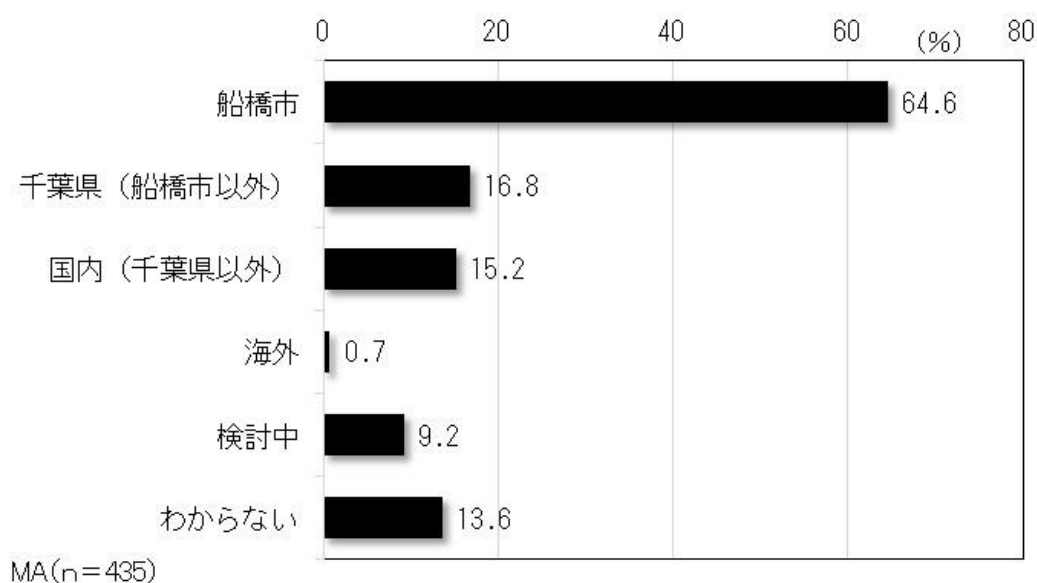
図表 183 今後の設備投資



(2) 投資場所

『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の投資場所は、「船橋市」が64.6%と最も多く、次いで「千葉県（船橋市以外）」（16.8%）、「国内（千葉県以外）」（15.2%）」となっている（図表184）。

図表 184 投資場所



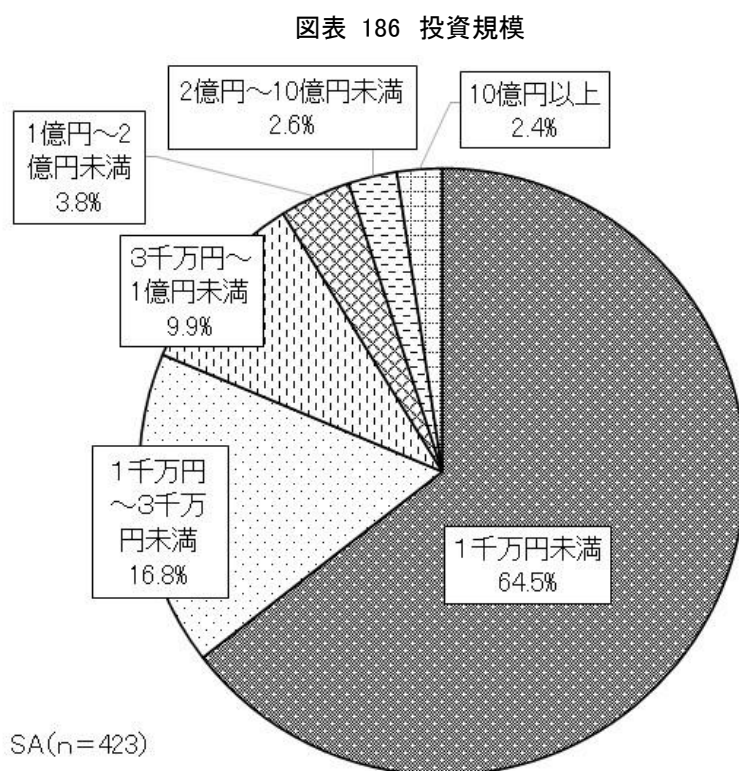
(3) 投資理由

『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の投資理由は、「老朽化による更新」が 59.6%と最も多く、「生産性向上（33.9%）」、「合理化・省力化（23.0%）」となっている（図表 185）。



(4) 投資規模

『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の投資規模は、「1 千万円未満」が 64.5%と最も多く、「1 千万円～3 千万円未満（16.8%）」、「3 千万円～1 億円未満（9.9%）」が続いている（図表 186）。



(5) 過去3年間の設備投資実績

過去3年間の設備投資実績は、「実績あり」が47.4%となっている(図表187)。

「実績あり」を業種別(その他を除く)にみると、「運輸業」が73.0%と最も多く、次いで「ホテル・旅館・観光業(62.5%)」、「情報通信業(53.0%)」となっている。

図表 187 過去3年間の設備投資実績

(単位: %)

		回答数 (件)	実績 あり	1千万 円未満	1千万 円～3 千万円 未満	3千万 円～1 億円未 満	1億円 ～2億 円未満	2億円 ～10億 円未満	10億円 以上	実績 なし
全体		1,139	47.4	32.7	7.6	3.3	1.7	1.0	1.1	52.6
業 種 別	建設業	171	51.0	37.4	8.8	1.2	1.8	1.2	0.6	49.1
	卸売業	78	42.3	29.5	5.1	6.4	1.3	0.0	0.0	57.7
	小売業	240	47.6	32.9	5.8	3.8	2.1	1.3	1.7	52.5
	飲食業	142	45.7	39.4	3.5	1.4	1.4	0.0	0.0	54.2
	運輸業	52	73.0	25.0	26.9	13.5	3.8	1.9	1.9	26.9
	情報通信業	17	53.0	41.2	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	47.1
	ホテル・旅館・観光業	8	62.5	25.0	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0	37.5
	その他サービス業	258	41.9	31.0	5.8	2.7	0.8	0.8	0.8	58.1
	その他	152	48.0	29.6	9.2	2.6	2.0	2.0	2.6	52.0

1 1. 立地環境に対する評価

立地環境に対する『満足（満足＋概ね満足）』の回答割合は、「取引先・提携先との距離・アクセス性」が 58.2%と最も多く、「市場（顧客や消費者など）との距離・アクセス性（54.9%）」、「従業員（家族）の生活環境【買い物、医療、教育等】（49.0%）」が続いている（図表 188）。一方、『不満（やや不満＋不満）』の回答割合は、「道路等のインフラの整備状況」が 35.5%と最多で「固定資産税や賃料の負担（31.4%）」、「労働者確保の容易性（21.3%）」が続いている。

図表 188 立地環境に対する評価

（単位：%）

	回答数 （件）	満足 （満足＋ 概ね）	満足	概ね満足	どちらとも いえない	不満 （不満＋ 概ね）	やや不満	不満
取引先・提携先との距離・ アクセス性	1,214	58.2	17.8	40.4	33.1	8.7	6.4	2.3
市場（顧客や消費者など） との距離・アクセス性	1,202	54.9	16.6	38.3	35.4	9.7	7.5	2.2
原材料等の入手の容易性	1,176	48.4	13.5	34.9	41.8	9.9	7.7	2.2
労働者確保の容易性	1,171	23.3	6.1	17.2	55.4	21.3	13.8	7.5
固定資産税や賃料の負担	1,199	15.3	4.2	11.1	53.4	31.4	20.7	10.7
道路等のインフラの整備状況	1,206	27.7	5.6	22.1	36.7	35.5	22.6	12.9
宅地化の進行など周辺環境 からの制約	1,189	25.0	4.6	20.4	59.9	15.0	10.4	4.6
従業員（家族）の生活環境 【公共交通の利便性】	1,184	46.3	10.1	36.2	40.9	12.8	9.3	3.5
従業員（家族）の生活環境 【買い物、医療、教育等】	1,185	49.0	10.0	39.0	41.8	9.3	6.7	2.6
船橋市の支援体制	1,203	21.6	4.5	17.1	62.4	16.0	10.4	5.6
商工団体等の支援体制	1,193	16.9	3.8	13.1	69.7	13.5	8.8	4.7
SDGsに関する取組機運	1,168	7.2	2.0	5.2	84.5	8.3	5.1	3.2

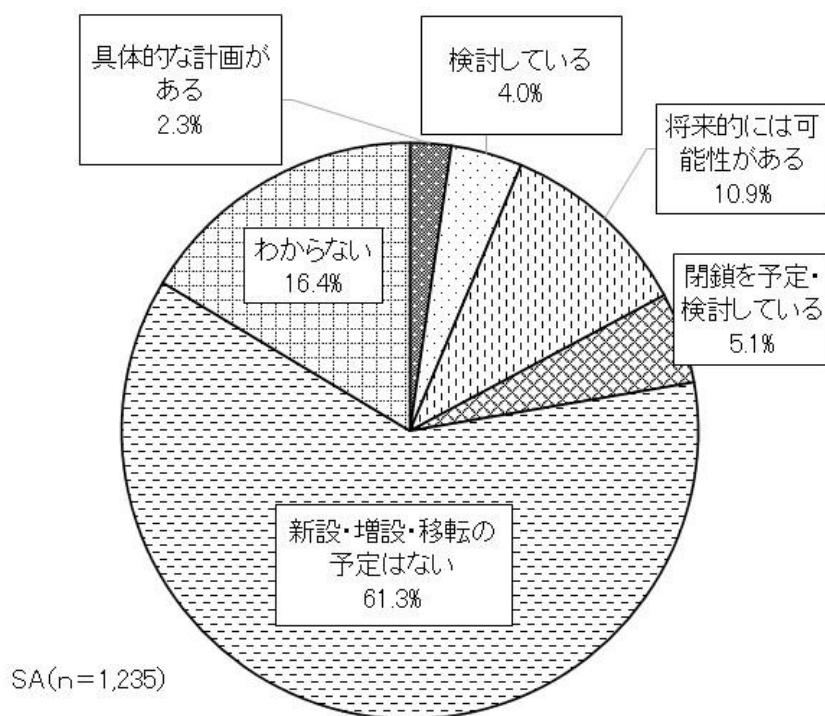
※網掛けは、各属性で最も多い項目。

1 2. 立地に係る今後の意向

(1) 新設・増設・移転予定の有無

新設・増設・移転に関して、「具体的な計画がある」が 2.3%、「検討している」が 4.0%、「将来的には可能性がある」が 10.9%となっており、これらを合計した『新設等の予定（計画・検討・希望）あり』の合計は 17.2%となっている（図表 189）。一方、「閉鎖を予定・検討している」は 5.1%、「新設・増設・移転の予定はない」は 61.3%、「わからない」は 16.4%であった。

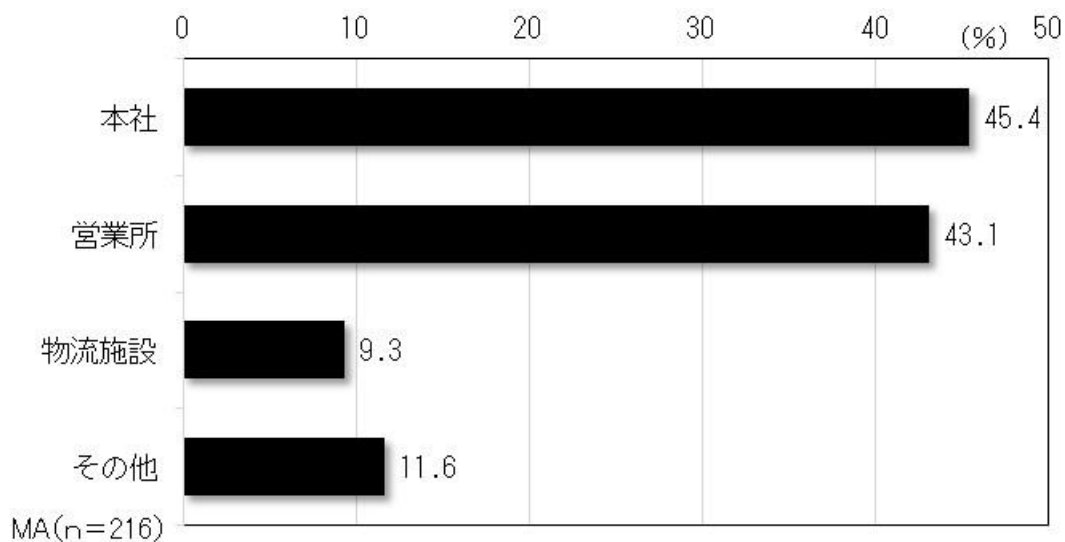
図表 189 新設・増設・移転予定の有無



(2) 対象施設

『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の対象施設は、「本社（45.4%）」が最も多く、次いで「営業所（43.1%）」、「物流施設（9.3%）」となっている（図表 190）。

図表 190 対象施設



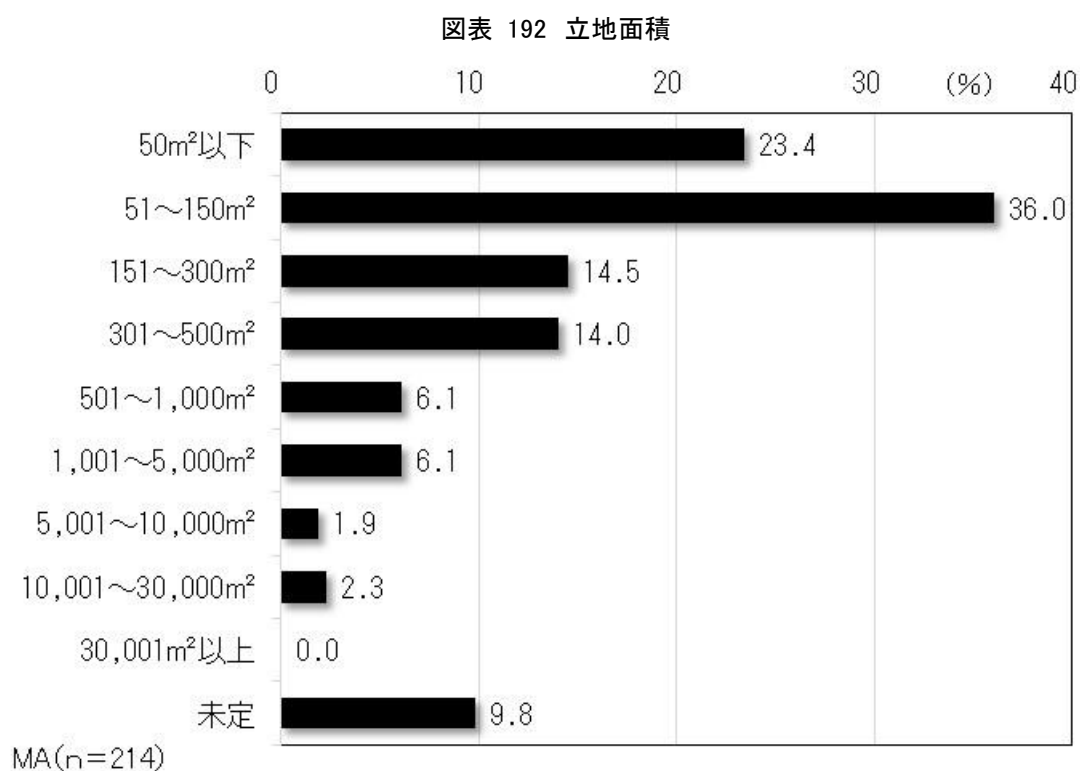
(3) 立地先

『新設等の予定あり(計画・検討・希望)』と回答した企業の立地場所は、「船橋市(78.1%)」が最多で、次いで「船橋市以外の千葉県(38.8%)」、「東京都(17.8%)」となっている(図表191)。



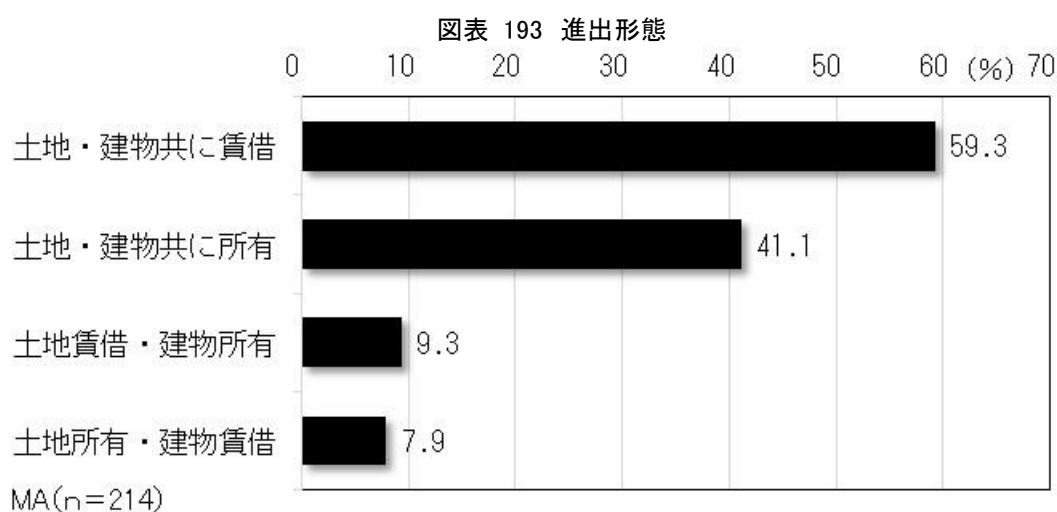
(4) 立地面積

『新設等の予定あり(計画・検討・希望)』と回答した企業の立地面積は、「51~150 m²(36.0%)」が最多で、次いで「50 m²以下(23.4%)」、「151~300 m²(14.5%)」となっている(図表192)。



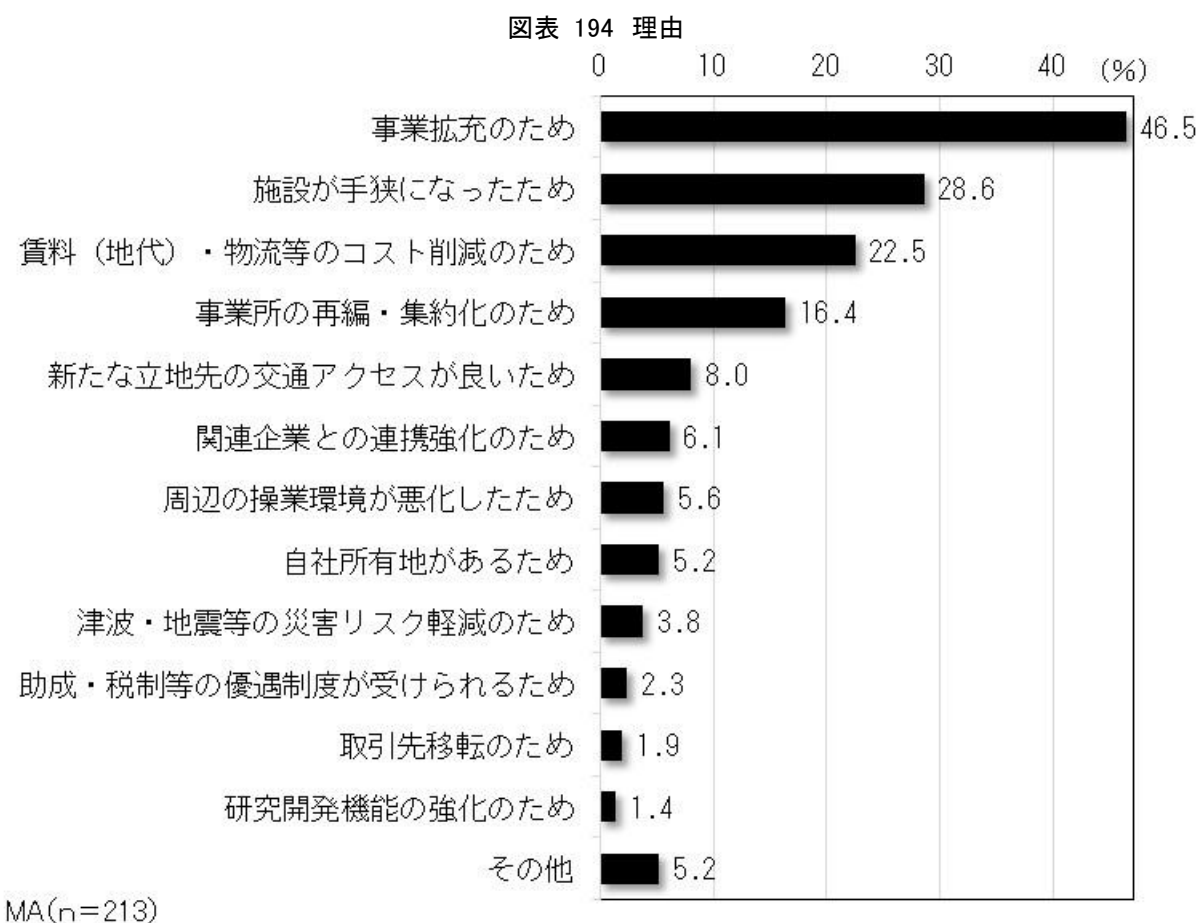
（５）進出形態

『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の進出形態は、「土地・建物共に賃借（59.3%）」が最も多く、「土地・建物共に所有（41.1%）」、「土地賃借・建物所有（9.3%）」が続いている（図表 193）。



（６）理由

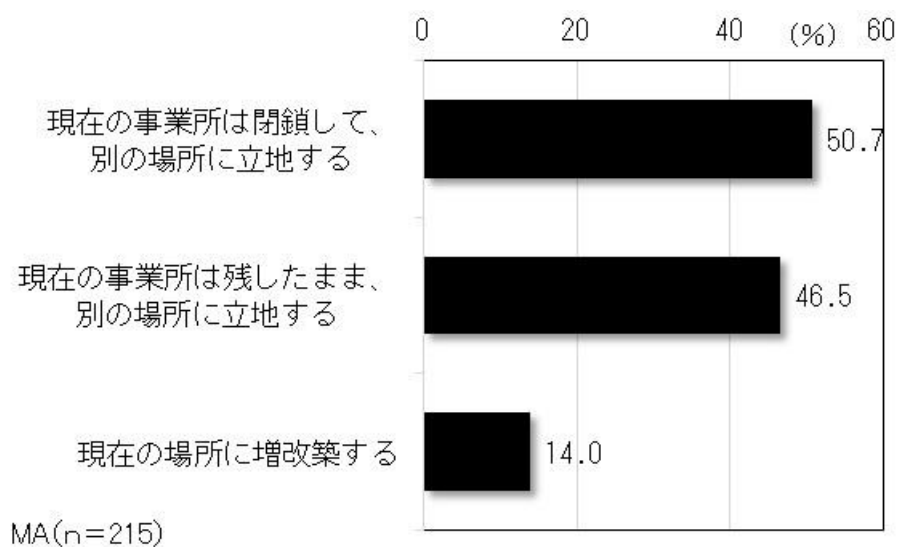
『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の理由は、「事業拡充のため」が 46.5%と最多となっており、「施設が手狭になったため（28.6%）」、「賃料（地代）・物流等のコスト削減のため（22.5%）」の順となっている（図表 194）。



(7) 方法

『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の方法は、「現在の事業所は閉鎖して、別の場所に立地する(50.7%)」が最も多く、次いで「現在の事業所は残したまま、別の場所に立地する(46.5%)」、「現在の場所に増改築する(14.0%)」となっている(図表 195)。

図表 195 方法

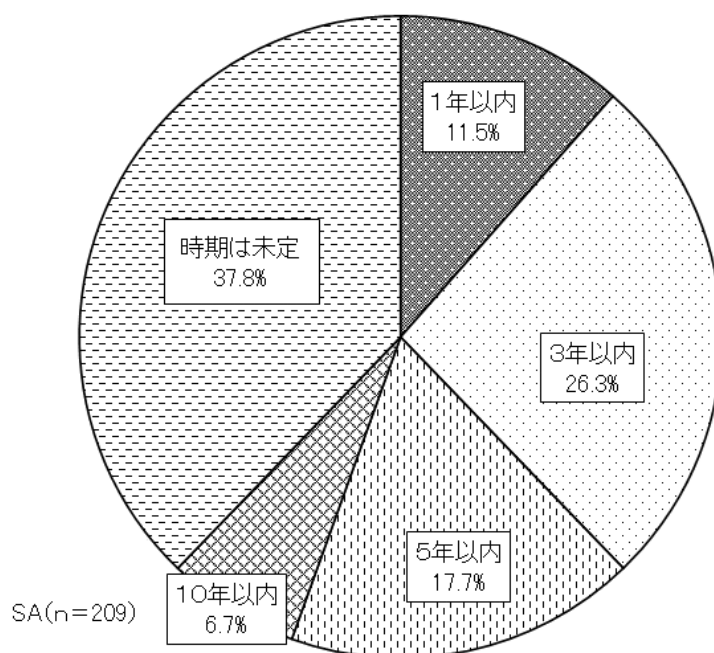


(8) 時期

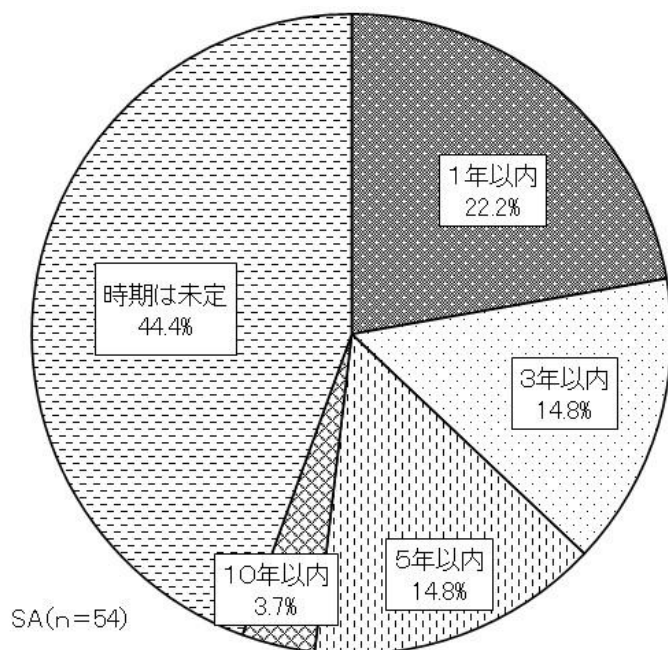
『新設等の予定あり（計画・検討・希望）』と回答した企業の時期を「新規・増設・移転」と「閉鎖」の2つに分けてみると、「新規・増設・移転の意向」は、「3年以内」が26.3%と最も多く、「5年以内（17.7%）」、「1年以内（11.5%）」となっている。「時期は未定」は37.8%であった（図表196）。

「閉鎖」の時期は、「1年未満」が22.2%と最多で、「3年未満（14.8%）」と「5年未満（14.8%）」が同率で続いている（図表197）。「時期は未定」は44.4%であった。

図表 196 新設・増設・移転の時期



図表 197 閉鎖の時期



13. 雇用環境

(1) 全体

雇用環境の過不足感をみると、『不足(56.0%)』(「やや不足」+「不足」)が『過剰(2.2%)』(「過剰」+「やや過剰」)を53.8ポイント上回っている(図表198)。なお、「適正」は41.8%であった。『不足』を業種別にみると、「運輸業」が80.6%で最も多く、「情報通信業(66.7%)」、「建設業(66.4%)」が続いている。

前回調査(2014年)と比較すると、『不足(前回調査比+15.8ポイント)』が上昇し、「適正(同▲13.3ポイント)」、「過剰(同▲2.5ポイント)」は下降した(図表199)。

図表 198 雇用環境

(単位: %)

		回答数 (件)	過剰	過剰	やや 過剰	適正	不足	やや 不足	不足
全体		679	2.2	0.7	1.5	41.8	56.0	27.0	29.0
業 種 別	建設業	119	0.8	0.0	0.8	32.8	66.4	34.5	31.9
	卸売業	39	0.0	0.0	0.0	48.7	51.3	35.9	15.4
	小売業	163	3.7	1.2	2.5	45.4	50.9	24.5	26.4
	飲食業	62	0.0	0.0	0.0	45.2	54.8	29.0	25.8
	運輸業	36	2.8	0.0	2.8	16.7	80.6	27.8	52.8
	情報通信業	12	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	50.0	16.7
	ホテル・旅館・観光業	8	0.0	0.0	0.0	37.5	62.5	0.0	62.5
	その他サービス業	145	3.5	1.4	2.1	48.3	48.2	24.1	24.1
	その他	85	1.2	0.0	1.2	43.5	55.3	22.4	32.9

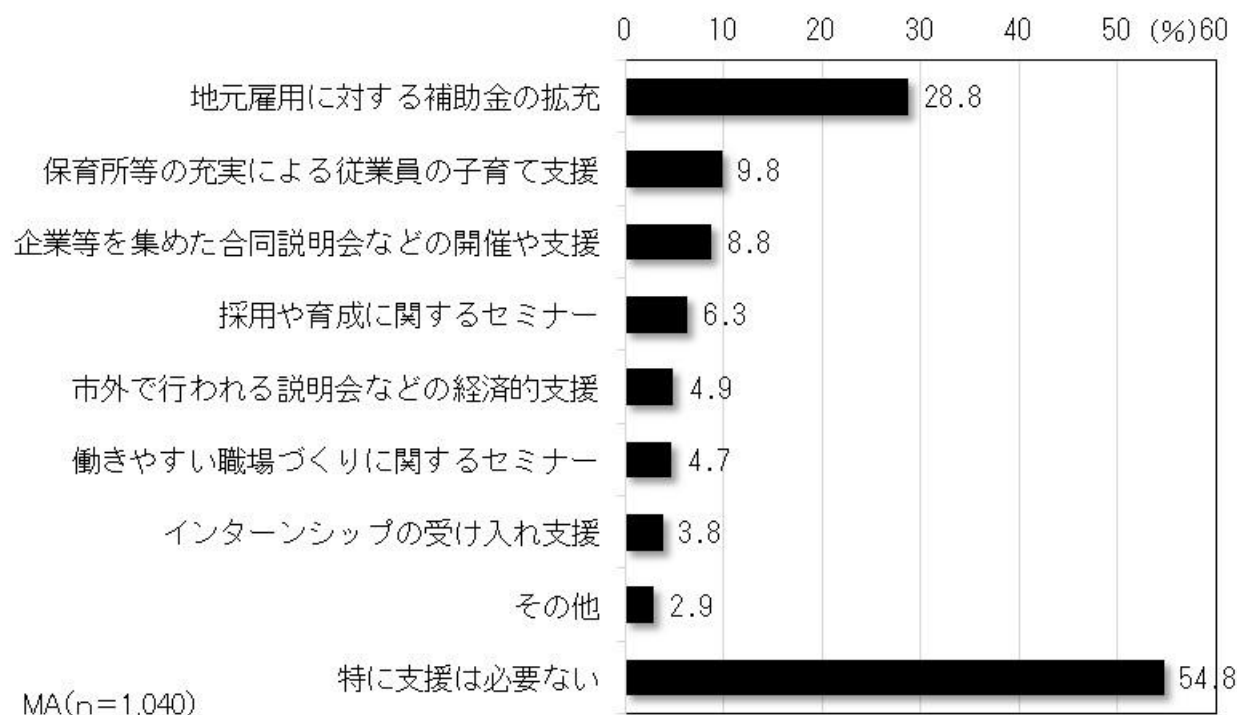
図表 199 雇用環境(前回調査との比較)

		過剰(過剰+やや過剰)			適正			不足(やや不足+不足)		
		前回調査 (2014年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回 調査比 (ポイント)	前回調査 (2014年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回 調査比 (ポイント)	前回調査 (2014年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回 調査比 (ポイント)
全体		4.7	2.2	▲ 2.5	55.1	41.8	▲ 13.3	40.2	56.0	15.8
年 齢 別	10～20歳代	2.0	1.2	▲ 0.8	39.8	31.7	▲ 8.1	58.3	67.0	8.7
	30歳代	2.1	0.3	▲ 1.8	44.6	36.5	▲ 8.1	53.3	63.2	9.9
	40歳代	4.8	4.1	▲ 0.7	66.2	54.4	▲ 11.8	29.1	41.5	12.4
	50歳代	9.9	9.3	▲ 0.6	76.6	68.4	▲ 8.2	13.6	22.3	8.7
	60歳代以上	14.7	16.2	1.5	76.2	69.7	▲ 6.5	9.1	14.0	4.9
部 門 別	一般事務部門	3.2	3.6	0.4	81.1	70.7	▲ 10.4	15.7	25.7	10.0
	管理部門	2.1	1.7	▲ 0.4	81.4	70.0	▲ 11.4	16.5	28.3	11.8
	営業・販売部門	2.4	1.8	▲ 0.6	60.5	56.2	▲ 4.3	37.1	42.0	4.9
	生産部門	1.8	1.3	▲ 0.5	69.0	62.5	▲ 6.5	29.2	36.2	7.0
	技術・開発部門	2.0	1.1	▲ 0.9	65.6	59.6	▲ 6.0	32.4	39.2	6.8

（２）従業員確保に対する行政に求める支援策

従業員確保に対する行政に求める支援策は、「地元雇用に対する補助金の拡充（28.8%）」が最多となっており、「保育所等の充実による授業員の子育て支援（9.8%）」、「企業等を集めた合同説明会などの開催や支援（8.8%）」の順となった（図表 200）。

図表 200 従業員確保に対する行政に求める支援策



14. 従業員の賃上げ実績および見通し

(1) 実施状況 (2024 年度実績と 2025 年度見込みの比較)

従業員の賃上げの実施状況 (2024 年度実績と 2025 年度見込み) を比較すると、「定期昇給・ベースアップとも実施」は、2025 年度予定 (26.2%) が 2024 年度実績 (31.8%) を▲5.6 ポイント下回っている (図表 201)。

図表 201 実施状況 (2024 年度と 2025 年度の比較)

	2024年度 実績 (%)	2025年度 見込み (%)	差異 (ポイント)
定期昇給・ベースアップとも実施	31.8	26.2	▲ 5.6
定期昇給のみ実施	12.1	11.3	▲ 0.8
ベースアップのみ実施	12.8	8.1	▲ 4.7
定期昇給・ベースアップとも未実施	13.3	12.2	▲ 1.1
賞与・一時金の増額	4.4	3.8	▲ 0.6
新卒初任給の増額	0.4	0.8	0.4
特別手当の支給	2.2	1.7	▲ 0.5
わからない/未定	19.6	32.8	13.2
その他	3.4	3.2	▲ 0.2

(2) 賃上げ割合 (2024 年度実績と 2025 年度見込みの比較)

従業員の賃上げ割合 (2024 年度実績と 2025 年度見込み) を比較すると、「3%増加」は 2025 年度予定 (27.2%) が 2024 年度実績 (33.8%) を 6.6 ポイント上回っている (図表 202)。

図表 202 賃上げ割合 (2024 年度と 2025 年度の比較)

	2024年度 実績 (%)	2025年度 見込み (%)	差異 (ポイント)
1%増加	10.1	11.3	1.2
2%増加	14.3	13.2	▲ 1.1
3%増加	27.2	33.8	6.6
4%増加	9.1	10.8	1.7
5%増加	24.4	24.5	0.1
6%～9%増加	9.1	3.9	▲ 5.2
10%以上増加	5.9	2.5	▲ 3.4

（３）ベースアップ実施の理由（2024 年度実績と 2025 年度見込みの比較）

従業員のベースアップ実施の理由（2024 年度実績と 2025 年度見込み）を比較すると、「物価上昇への配慮」は、2025 年度予定（31.0%）が 2024 年度実績（34.1%）を 3.1 ポイント下回っている（図表 203）。

図表 203 ベースアップ実施の理由（2024 年度と 2025 年度の比較）

	2024年度 実績 (%)	2025年度 見込み (%)	差異 (ポイント)
業績の改善	20.3	22.1	1.8
景気の回復	4.1	4.2	0.1
優秀な人材の確保	36.9	38.0	1.1
同業他社が実施	8.6	7.5	▲ 1.1
ここ数年行っていなかったため	5.9	2.3	▲ 3.6
政府の賃上げ要請に対応するため	19.7	18.8	▲ 0.9
物価上昇への配慮	34.1	31.0	▲ 3.1
その他	4.1	4.2	0.1

（４）ベースアップを実施しない理由 2024 年度実績と 2025 年度見込みの比較）

従業員のベースアップを実施しない理由（2024 年度実績と 2025 年度見込み）を比較すると、「業績悪化」は、2025 年度予定（33.6%）が 2024 年度実績（37.5%）を 3.9 ポイント下回っている（図表 204）。

図表 204 ベースアップを実施しない理由（2024 年度と 2025 年度の比較）

	2024年度 実績 (%)	2025年度 見込み (%)	差異 (ポイント)
業績悪化	37.5	33.6	▲ 3.9
景気の後退	23.0	23.9	0.9
賞与等で対応	16.2	16.1	▲ 0.1
特に要求がないため	14.9	13.6	▲ 1.3
過年度に十分な引き上げをしたため	5.2	7.6	2.4
同業他社が未実施	2.9	3.0	0.1
その他	13.3	15.5	2.2

15. 働き方改革やワーク・ライフ・バランスの取組状況

(1) 取組状況

働き方改革やワーク・ライフ・バランスの取組状況は、「現在取り組んでおらず、今後もし取り組む予定はない」が46.9%と最も多く、次いで「すでに取り組んでいる(38.6%)」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している(14.6%)」となっている(図表205)。

前回調査と比較すると、「すでに取り組んでいる(前回調査比+14.4ポイント)」が上昇した。

「すでに取り組んでいる」を業種別にみると、「運輸業」が55.1%で最も多く、次いで「情報通信業(52.9%)」、「卸売業(45.9%)」となっている(図表206)。

図表 205 取組状況

	前回調査 (2020年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回調査比 (ポイント)
すでに取り組んでいる	24.2	38.6	14.4
現在は取り組んでいないが、 今後取組を予定・検討している	18.9	14.6	▲ 4.3
現在取り組んでおらず、 今後もし取り組む予定はない	56.9	46.9	▲ 10.0

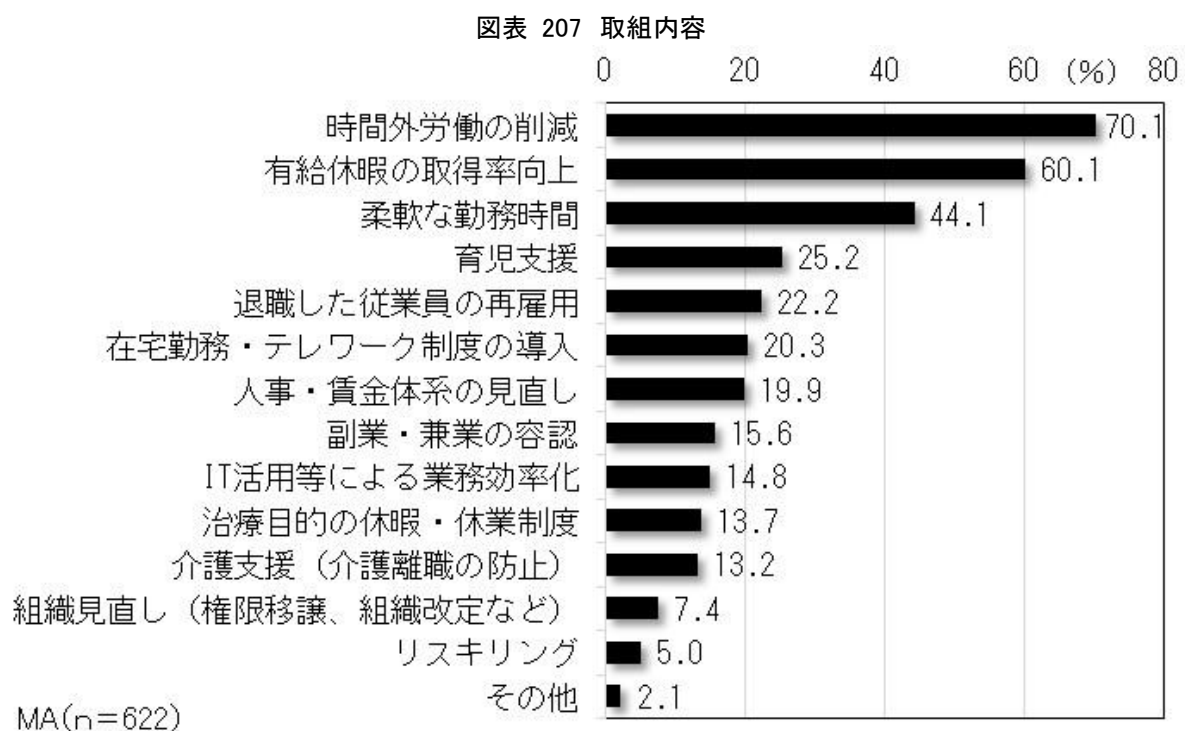
図表 206 取組状況

(単位: %)

		回答数 (件)	すでに 取り組んでいる	現在は取り組んでい ないが、今後取組を 予定・検討している	現在取り組んでおら ず、今後も取り組む 予定はない
全体		1,161	38.6	14.6	46.9
業 種 別	建設業	181	41.4	16.6	42.0
	卸売業	74	45.9	13.5	40.5
	小売業	259	43.6	12.7	43.6
	飲食業	138	12.3	13.0	74.6
	運輸業	49	55.1	16.3	28.6
	情報通信業	17	52.9	23.5	23.5
	ホテル・旅館・観光業	11	18.2	18.2	63.6
	その他サービス業	264	42.4	14.0	43.6
	その他	147	34.0	16.3	49.7

（２）取組内容

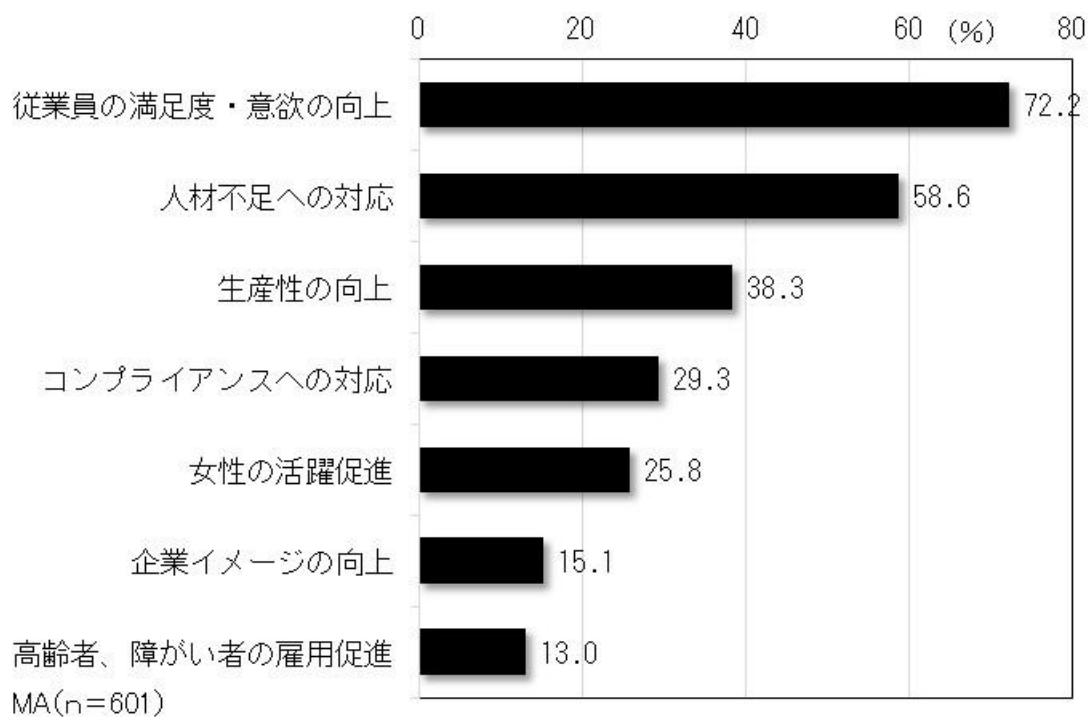
「すでに取り組んでいる」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している」と回答した企業の取組内容は、「時間外労働の削減」が 70.1%と最多で「有給休暇の取得率向上（60.1%）」、「柔軟な勤務時間（44.1%）」が続いている（図表 207）。



(3) 取組目的

「すでに取り組んでいる」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している」と回答した企業の取組目的は、「従業員の満足度・意欲の向上（72.2%）」が最も多く、次いで、「人材不足への対応（58.6%）」、「生産性の向上（38.3%）」となっている（図表 208）。

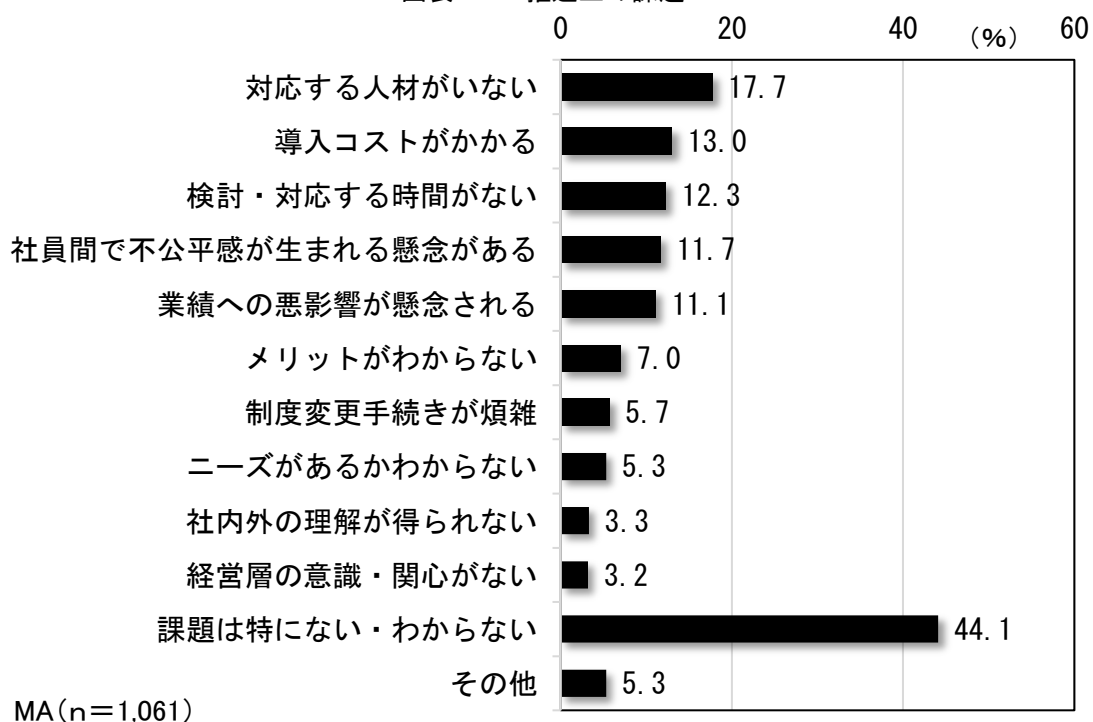
図表 208 取組目的



(4) 推進上の課題

「すでに取り組んでいる」、「現在は取り組んでいないが、今後取組を予定・検討している」と回答した企業の推進上の課題は、「対応する人材がいらない (17.7%)」が最も多く、次いで「導入コストがかかる (13.0%)」、「検討・対応する時間がない (12.3%)」、「社員間で不公平感が生まれる懸念がある (11.7%)」、「業績への悪影響が懸念される (11.1%)」、「メリットがわからない (7.0%)」、「制度変更手続きが煩雑 (5.7%)」、「ニーズがあるかわからない (5.3%)」、「社内外の理解が得られない (3.3%)」、「経営層の意識・関心がない (3.2%)」、「課題は特にない・わからない (44.1%)」、「その他 (5.3%)」となっている (図表 209)。

図表 209 推進上の課題

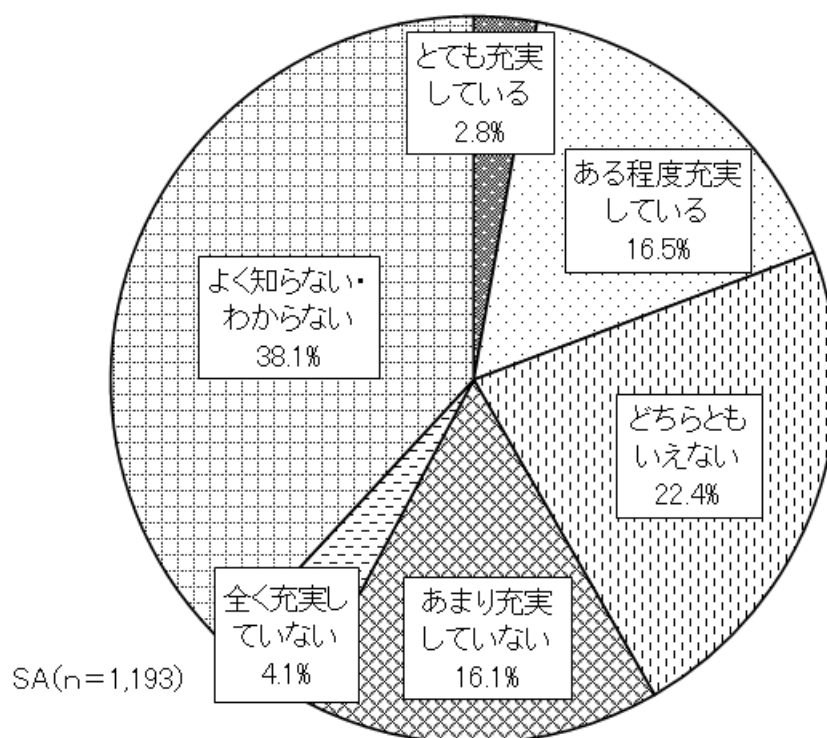


16. 船橋市の観光産業

(1) 観光の充実度

観光産業の充実度は、『充実している』が19.3%（「とても充実している（2.8%）」＋「ある程度充実している（16.5%）」）、『充実していない』が20.2%（「全く充実していない（4.1%）」＋「あまり充実していない（16.1%）」）となっている（図表210）。

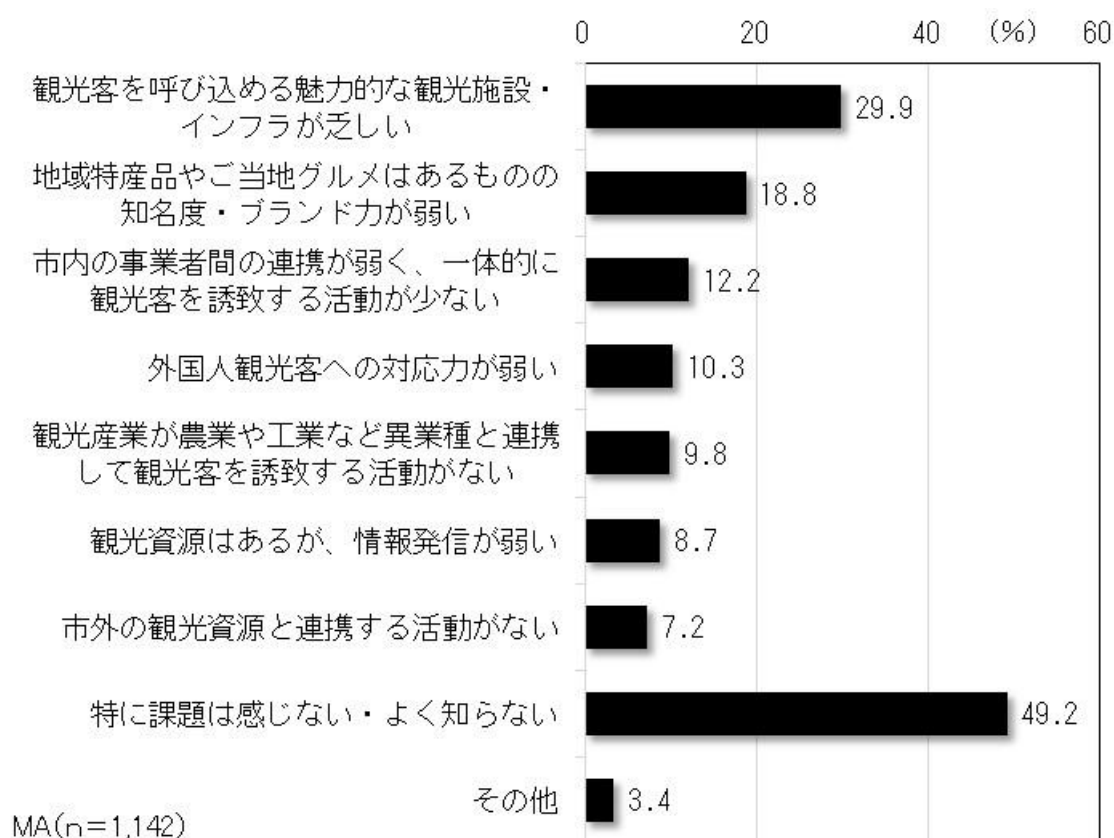
図表 210 観光の充実度



（２）観光産業の課題

観光産業の課題は、「観光客を呼び込める魅力的な観光施設・インフラが乏しい」が29.9%と最多で、「地域特産品やご当地グルメはあるものの知名度・ブランド力が弱い（18.8%）」、「市内の事業者間の連携が弱く、一体的に観光客を誘致する活動が少ない（12.2%）」が続いている（図表 211）。

図表 211 観光産業の課題



17. 船橋市が実施している産業支援制度・事業の認知状況

船橋市が実施している産業支援制度・事業の認知状況は、『認知している』（「利用あり」＋「意向あり」＋「認識あり」）は、「中小企業融資制度（51.3%）」が最も多く、「中小企業向け経営相談（40.5%）」、「ビジネスマッチング（35.3%）」が続いている（図表 212）。一方、「知らない」と回答した先が最も多かったのは「海外展開支援事業補助金（90.0%）」、「再投資企業促進事業補助金（86.9%）」、「工業振興支援事業補助金（81.9%）」となっている。

図表 212 認知状況

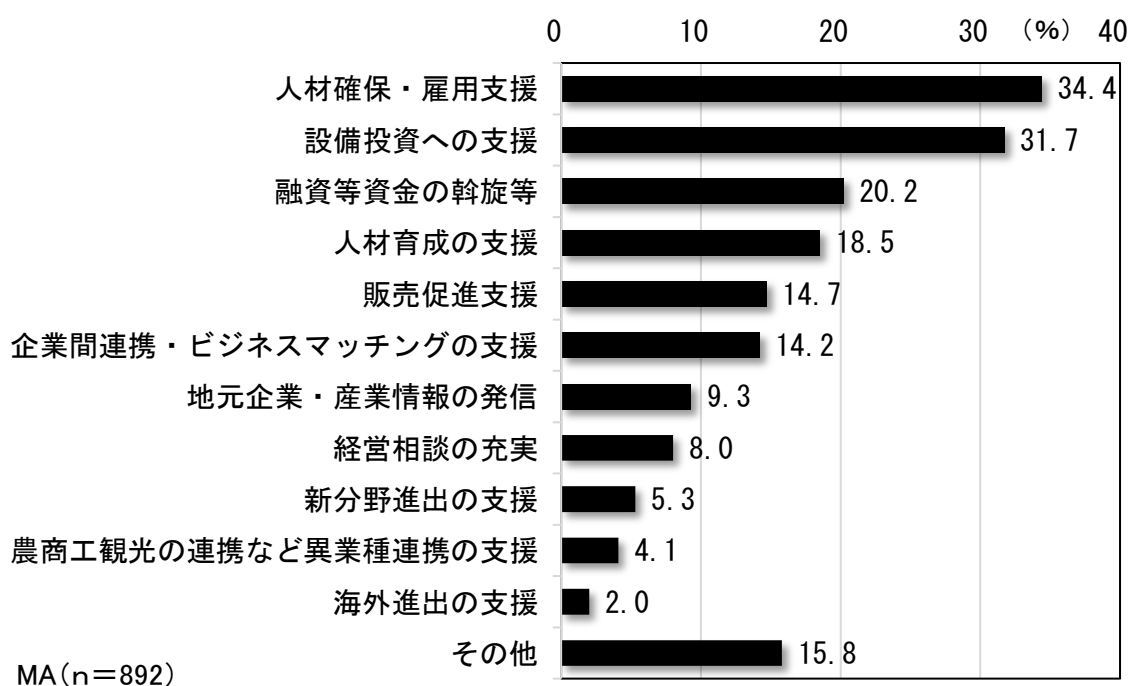
(単位:%)

	回答数 (件)	認知して いる	利用あり	意向あり	認識あり	知らない
工業振興支援事業補助金	1,027	18.2	1.1	1.3	15.8	81.9
海外展開支援事業補助金	1,017	10.0	0.1	0.4	9.5	90.0
再投資企業促進事業補助金	1,017	13.1	0.4	1.0	11.7	86.9
障害者職場実習奨励金	1,017	23.3	0.6	0.3	22.4	76.7
特定退職金共済掛金補助金	1,025	22.1	1.8	1.8	18.5	78.0
中小企業融資制度	1,076	51.3	12.7	3.0	35.6	48.7
空き店舗対策事業補助金	1,019	21.2	0.6	1.5	19.1	78.8
中小企業向け経営相談	1,024	40.5	1.2	2.1	37.2	59.6
各種セミナー(BCP、働き方改革など)	1,026	32.3	2.1	1.6	28.6	67.7
ビジネスマッチング(船橋商工会議所事業)	1,035	35.3	3.1	2.9	29.3	64.7

18. 行政に望む支援策

行政に望む支援策は、「人材確保・雇用支援（34.4%）」が最も多く、「設備投資への支援（31.7%）」、「融資等資金の斡旋等（20.2%）」が続いている（図表 213）。

図表 213 行政に望む支援策



第6章 商店街アンケート調査

I 調査概要

調査目的	船橋市内から見た商店街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、新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 53 団体（※）
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	2024 年 12 月 4 日（水）～2025 年 1 月 31 日（金）

※2014 年 8 月 4 日～9 月 8 日に実施した前回調査の団体数は 60 団体であり、今回調査までの間に 7 団体が減少した。

II 調査結果

1. 商店街の最近の動向

商店街の景況感 D I は、▲46.5 ポイントの悪化超で、前回調査比では横ばい圏内の動きとなっている（図表 214）。

供給体制 D I（会員数、空き店舗、商店街活動）は、いずれも前回調査比悪化している。一方、市民需要 D I（売上、人通り）は、いずれも悪化超ながら、前回調査比では改善した。

客層の変化をみると、「高齢者の比率が増えた」が 59.3%で最多となっている（図表 215）
景況感について、衰退してきた理由として、「経営者が高齢化している個店が多いため」が 70.6%と最も多く、次いで「商店街を構成する各店舗の後継者がいないため（52.9%）」、「商店街を構成する店舗が少なく集積の魅力がないため（41.2%）」となっている（図表 216）。

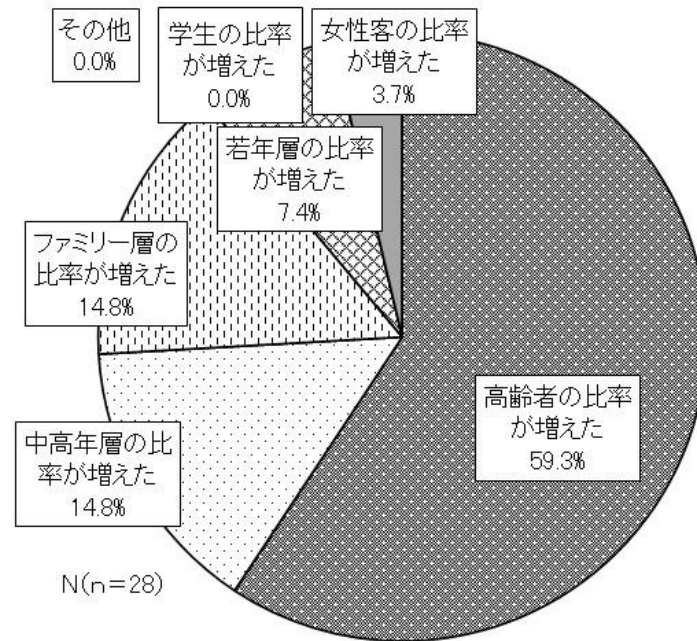
図表 214 商店街の最近の動向(DI)

〈単位:ポイント〉

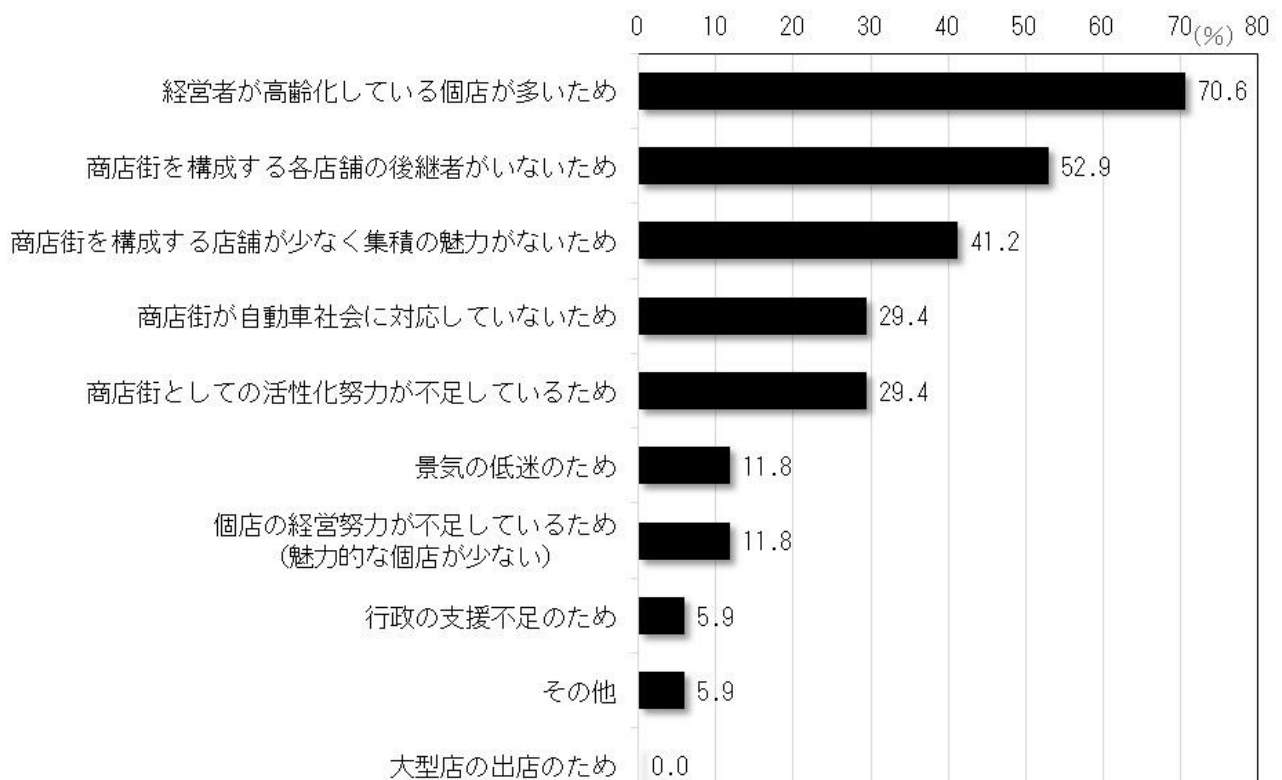
		前回調査 (2014年) DI	今回調査 (2024年) DI	前回調査 と比較した 傾向
全体	景況感	▲ 50.0	▲ 46.5	横ばい
供給 体制	会員数	▲ 40.5	▲ 50.0	悪化
	空き店舗	11.6	25.0	悪化
	商店街活動	▲ 20.0	▲ 31.3	悪化
市民 需要	売上	▲ 61.9	▲ 46.5	改善
	人通り	▲ 38.1	▲ 28.1	改善

※DI=「増えた(盛ん、活気)」の回答割合-「減った(低調、衰退)」の回答割合

図表 215 客層



図表 216 景況感について衰退してきた理由



MA(n=17)

2. 商店街のイメージ

商店街のイメージ（『持っている』（「とても持っている」＋「やや持っている」）は、「顔なじみの店主・店員がいる」が 84.0%と最多となっており、「店員の接客態度が良い（知識が豊富）（64.0%）」、「夜間の照明が明るく安心して歩ける（57.7%）」が続いている（図表 217）。

消費者向けアンケート調査と比較（商店街－消費者）すると、商店街が多い項目（商店街が思っているほど消費者は思っていない）は「顔なじみの店主・店員がいる（差異 64.3 ポイント）」、「店員の接客態度が良い（知識が豊富）（同 34.9 ポイント）」、「祭りやイベントが楽しい（同 25.3 ポイント）」などとなっている（図表 218）。一方、消費者が多い項目（消費者が思っているほど商店街は思っていない）は、「地元産品（食材等）を購入できる（同▲23.9 ポイント）」、「人通りが多くにぎやかである（同▲21.7 ポイント）」、「1 か所で買い物や用事を済ませることができる（同▲20.9 ポイント）」などであった。

図表 217 商店街のイメージ

（単位：％）

	回答数 (件)	持っている	とても持っている	やや持っている	どちらでもない	持っていない	あまり持っていない	全く持っていない
品揃えが豊富	25	16.0	0.0	16.0	32.0	52.0	24.0	28.0
販売価格が安い	24	8.4	4.2	4.2	58.3	33.3	25.0	8.3
商品・サービスの品質（鮮度）が良い	25	32.0	0.0	32.0	60.0	8.0	8.0	0.0
地元産品（食材等）を購入できる	25	16.0	0.0	16.0	36.0	48.0	24.0	24.0
店員の接客態度が良い（知識が豊富）	25	64.0	8.0	56.0	36.0	0.0	0.0	0.0
顔なじみの店主・店員がいる	25	84.0	28.0	56.0	16.0	0.0	0.0	0.0
キャッシュレス決済が利用できる	27	37.0	7.4	29.6	25.9	37.0	14.8	22.2
営業時間が利用しやすい	27	29.6	3.7	25.9	44.4	25.9	14.8	11.1
人通りが多くにぎやかである	27	11.1	3.7	7.4	33.3	55.5	29.6	25.9
夜間の照明が明るく安心して歩ける	26	57.7	30.8	26.9	26.9	15.4	7.7	7.7
公共交通によるアクセスが便利である	28	46.4	21.4	25.0	32.1	21.4	10.7	10.7
駐車場・駐輪場が広く使いやすい	26	11.5	0.0	11.5	30.8	57.7	26.9	30.8
インターネットによる情報発信力が高い	28	17.9	0.0	17.9	32.1	50.0	21.4	28.6
祭りやイベントが楽しい	26	46.1	11.5	34.6	15.4	38.5	7.7	30.8
高齢者に対して配慮がある	26	34.6	3.8	30.8	46.2	19.2	11.5	7.7
子育て世帯に対して配慮がある	26	19.2	3.8	15.4	53.8	26.9	23.1	3.8
1 か所で買い物や用事を済ませることができる	26	11.5	3.8	7.7	23.1	65.4	15.4	50.0
その他	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

※網掛けは回答項目ごとに上位3位の数値

図表 218 商店街のイメージ(消費者向けアンケートとの比較)

(単位：%)

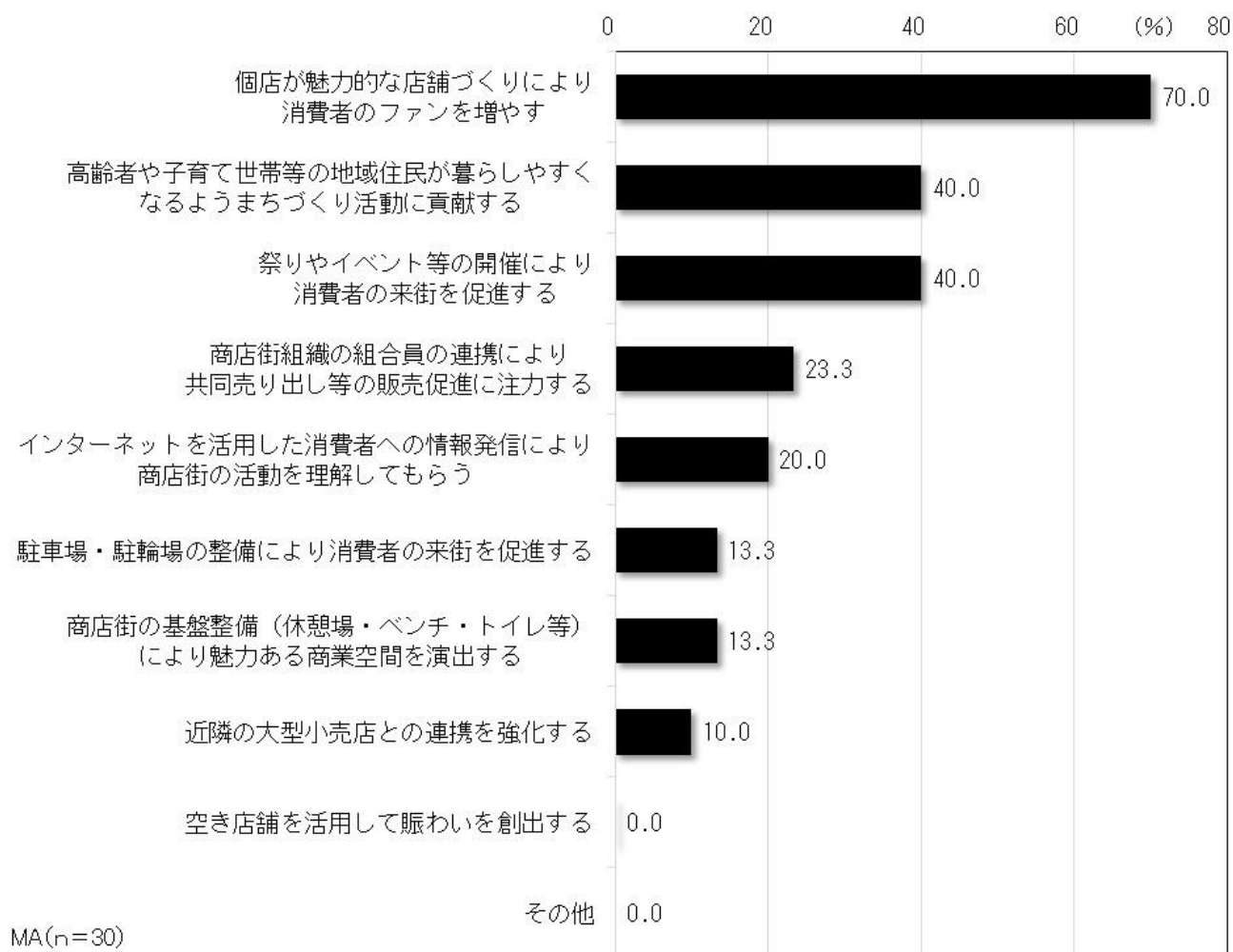
	持っている		差異 【A】-【B】 (ポイント)
	商店街 【A】	消費者 【B】	
顔なじみの店主・店員がいる	84.0	19.7	64.3
店員の接客態度が良い(知識が豊富)	64.0	29.1	34.9
祭りやイベント等が楽しい	46.1	20.8	25.3
夜間の照明が明るく安心して歩ける	57.7	33.8	23.9
高齢者に対して配慮がある	34.6	19.6	15.0
インターネットによる情報発信力が高い	17.9	14.6	3.3
公共交通によるアクセスが便利である	46.4	43.9	2.5
キャッシュレス決済が利用できる	37.0	35.8	1.2
子育て世帯に対して配慮がある	19.2	19.1	0.1
商品・サービスの品質(鮮度)が良い	32.0	34.4	▲ 2.4
営業時間が利用しやすい	29.6	34.7	▲ 5.1
駐車場・駐輪場が広く使いやすい	11.5	25.0	▲ 13.5
品揃えが豊富	16.0	33.1	▲ 17.1
販売価格が安い	8.4	26.5	▲ 18.1
1か所で買い物や用事を済ませることができる	11.5	32.4	▲ 20.9
人通りが多くにぎやかである	11.1	32.8	▲ 21.7
地元産品(食材等)を購入できる	16.0	39.9	▲ 23.9

※網掛けは各調査の上位3項目。差異の降順で掲載。

3. 商店街の今後の活性化の方向性

商店街の今後の活性化の方向性は、「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（70.0%）」が最も多く、「高齢者や子育て世帯等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（40.0%）」と「祭りやイベント等の開催により消費者の来街を促進する（40.0%）」が同率で続いている（図表 219）。

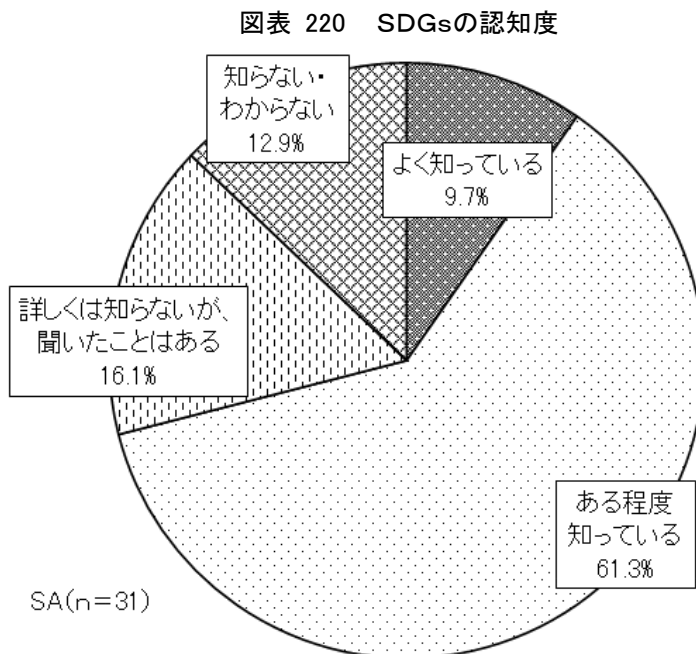
図表 219 商店街の今後の活性化の方向性



4. SDGsの認知度、理解度、取組状況等

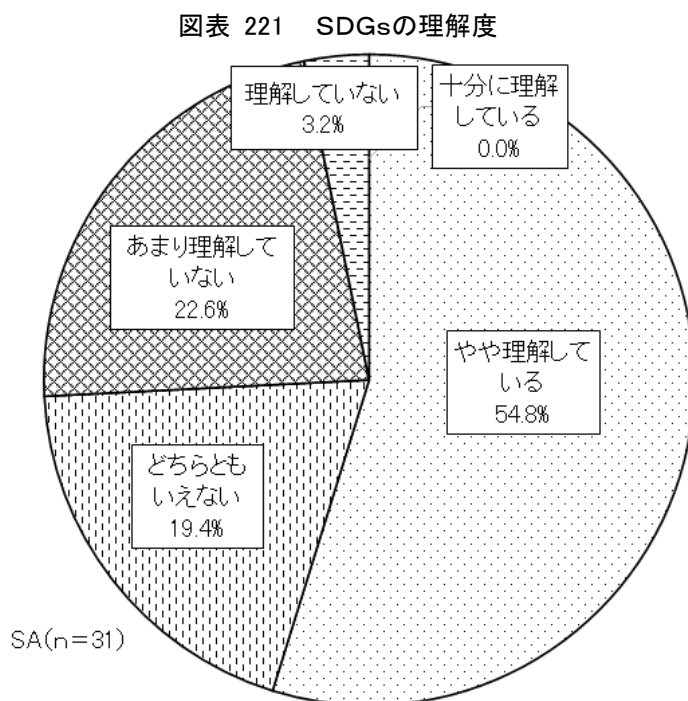
(1) SDGsの認知度

SDGsの認知度は、『知っている』と回答した割合が71.0%（「よく知っている（9.7%）」＋「ある程度知っている（61.3%）」）となっている（図表220）。



(2) SDGsの理解度

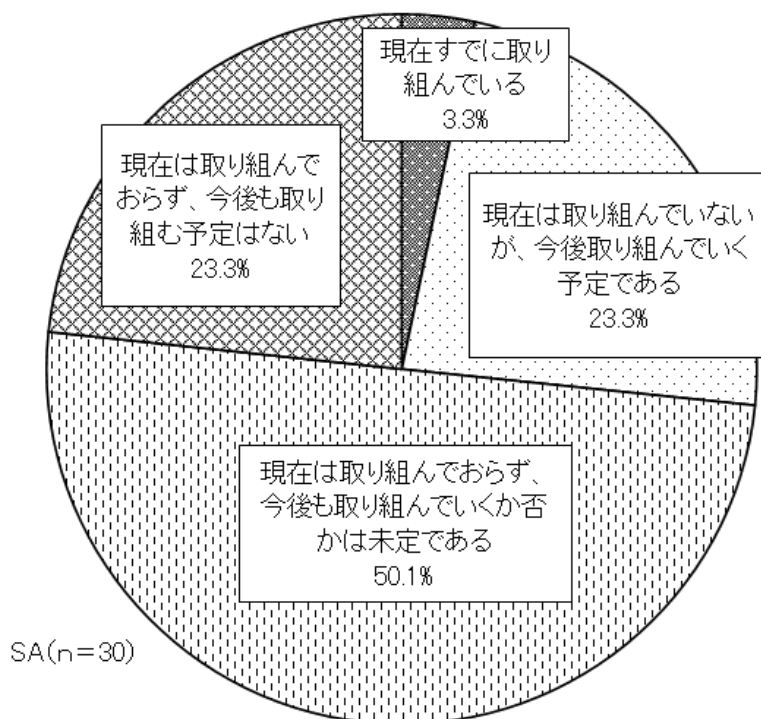
SDGsを『理解している』と回答した割合は、54.8%（「十分に理解している（0.0%）」＋「やや理解している（54.8%）」）であり、『理解していない（25.8%）」（「あまり理解していない（22.6%）」＋「理解していない（3.2%）」）より29.0ポイント高くなっている（図表221）。



(3) SDGsの取組状況

SDGsの取組状況は、「現在は取り組んでおらず、今後も取り組んでいくか否かは未定である」が50.1%と最も多くなっている(図表222)。また、「現在すでに取り組んでいる(3.3%)」と「現在は取り組んでいないが、今後取り組んでいく予定である(23.3%)」を合計した『取り組みに前向き』は26.6%となっている。

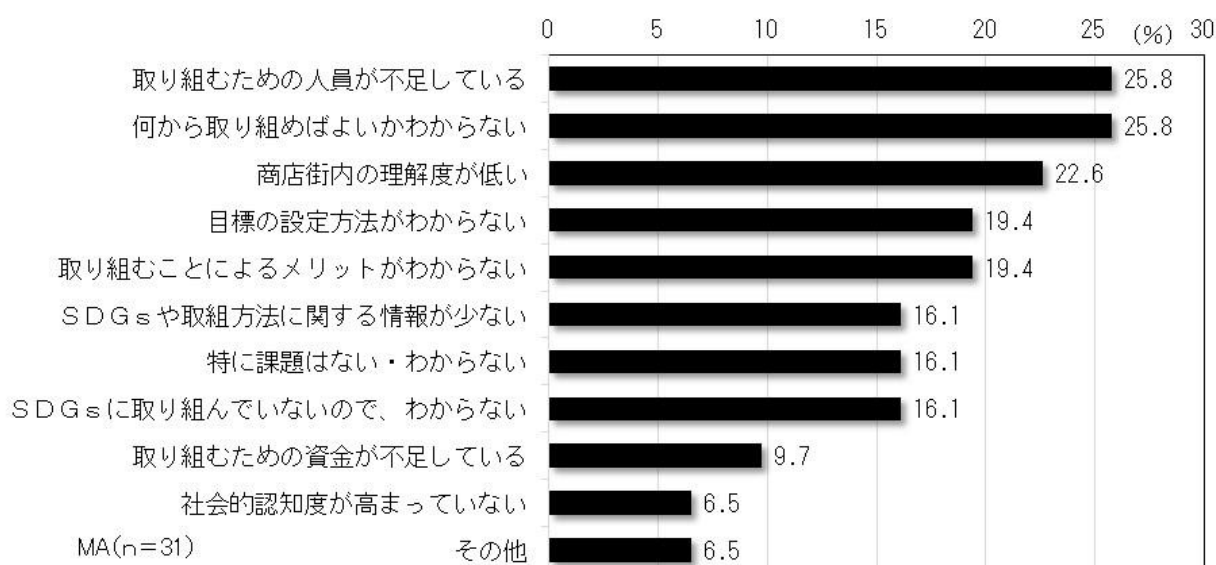
図表 222 SDGsの取組状況



(4) SDGsの取組に向けた課題

SDGsの取組に向けた課題は、「取り組むための人員が不足している」と「何から取り組めばよいかわからない」がともに25.8%と最も多く、次いで「商店街内の理解度が低い(22.6%)」となっている(図表223)。

図表 223 SDGsの取組に向けた課題



(5) SDGsの推進に向けて期待する支援策

SDGsの推進に向けて期待する支援策は、「SDGsに取り組む際に活用できる補助金・助成金」が25.0%と最多となっており、「SDGs取組事例の公表(17.9%)」が続いている(図表224)。

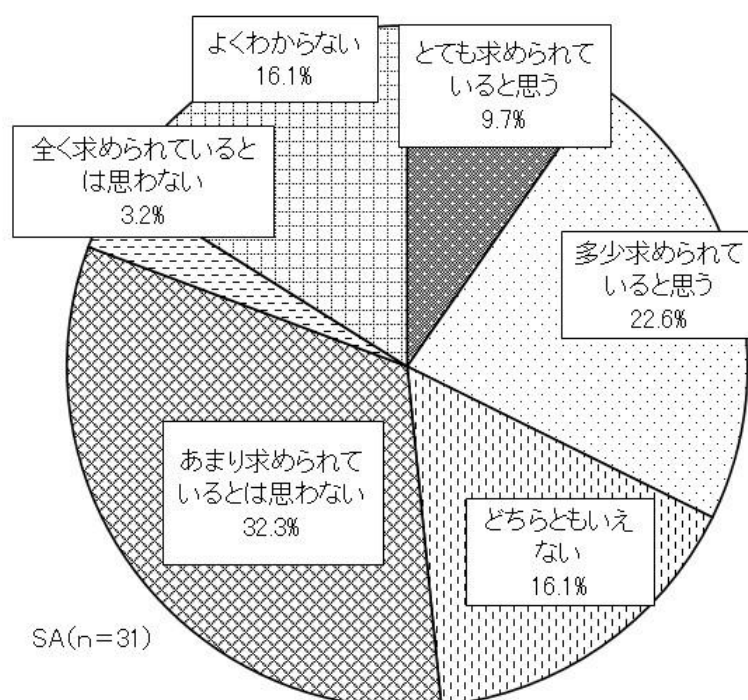
図表 224 SDGsの推進に向けて期待する支援策



（６）地域の持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）の達成に向けた住民からの期待

地域の持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）の達成に向けた住民からの期待について、『求められていると思う』（「とても求められていると思う（9.7%）」＋「多少求められていると思う（22.6%）」）は32.3%となっており、『求められているとは思わない（35.5%）』（「あまり求められているとは思わない（32.3%）」＋「全く求められているとは思わない（3.2%）」）を3.2ポイント下回っている（図表 225）。

図表 225 地域の持続可能なまちづくりに向けた活動(SDGs)の達成に向けた住民からの期待



(7) 商店街が持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に貢献すること

商店街が持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に貢献することについて、『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」）は、「地域の防犯・防災への体制づくり」が 82.7%と最も多く、次いで「地域コミュニティとしての役割（75.9%）」となっている（図表 226）。

消費者向けアンケートと比較すると、商店街が多い項目（商店街が思っているほど消費者は思っていない）は「地域コミュニティとしての役割（差異 38.5 ポイント）」、「地域の防犯・防災への体制づくり（同 30.5 ポイント）」、「省エネ等の環境への取り組み（同 25.7 ポイント）」となっている（図表 227）。

図表 226 商店街が持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に貢献すること

（単位：％）

	回答数（件）	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
地域の防犯・防災への体制づくり	29	82.7	37.9	44.8	17.2	0.0	0.0	0.0
地域コミュニティとしての役割	29	75.9	27.6	48.3	20.7	3.4	3.4	0.0
高齢者の活動の場の提供	29	65.5	17.2	48.3	27.6	6.9	6.9	0.0
バリアフリー等への対応	29	65.5	13.8	51.7	31.0	3.4	3.4	0.0
省エネ等の環境への取り組み	29	65.5	20.7	44.8	31.0	3.4	3.4	0.0
子育て世代への支援	29	58.6	17.2	41.4	34.5	6.9	6.9	0.0
地域のリーダー育成・子供の教育の場	29	55.1	17.2	37.9	41.4	3.4	3.4	0.0
農業・漁業等、地域産業との連携	29	37.9	6.9	31.0	51.7	10.3	6.9	3.4

※「取り組むべき」の降順で掲載。

図表 227 商店街の持続可能なまちづくりに向けた活動(SDGs)(消費者向けアンケートとの比較)

(単位: %)

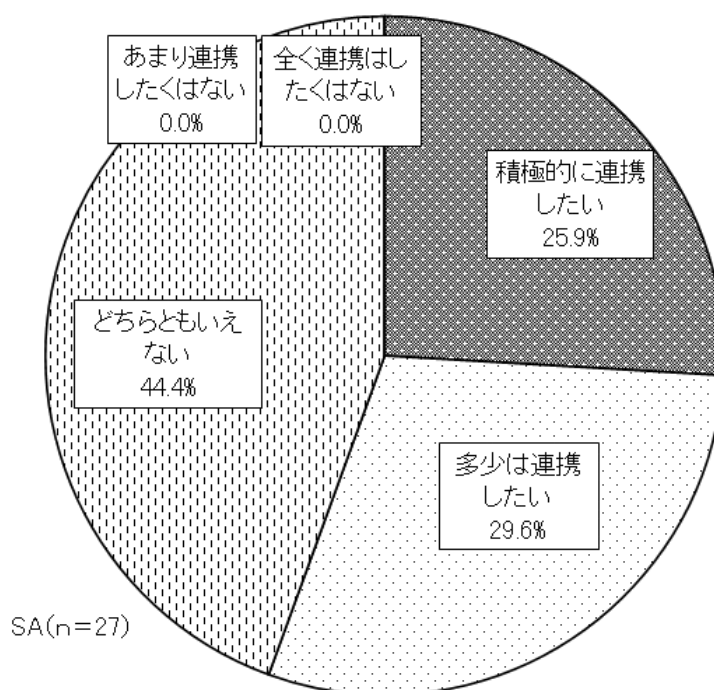
	取り組むべき(求める)		差異 【A-B】 (ポイント)
	商店街 【A】	消費者 【B】	
地域コミュニティとしての役割	75.9	37.4	38.5
地域の防犯・防災への体制づくり	82.7	52.2	30.5
省エネ等の環境への取り組み	65.5	39.8	25.7
高齢者の活動の場の提供	65.5	40.5	25.0
地域のリーダー育成・子供の教育の場	55.1	31.9	23.2
子育て世代への支援	58.6	36.2	22.4
バリアフリー等への対応	65.5	44.0	21.5
農業・漁業等、地域産業との連携	37.9	41.0	▲ 3.1

※網掛けは各調査の上位3項目。差異の降順に掲載。

(8) 持続可能なまちづくりに向けた活動(SDGs)に取り組む際の自治体との連携

商店街の持続可能なまちづくりに向けた活動(SDGs)に取り組む際の自治体との連携は、『連携したい』(「積極的に連携したい」+「多少は連携したい」)は55.5%、「どちらともいえない」は44.4%、『連携したくはない』(「あまり連携したくはない」+「全く連携したくはない」)は回答が無かった(図表 228)。

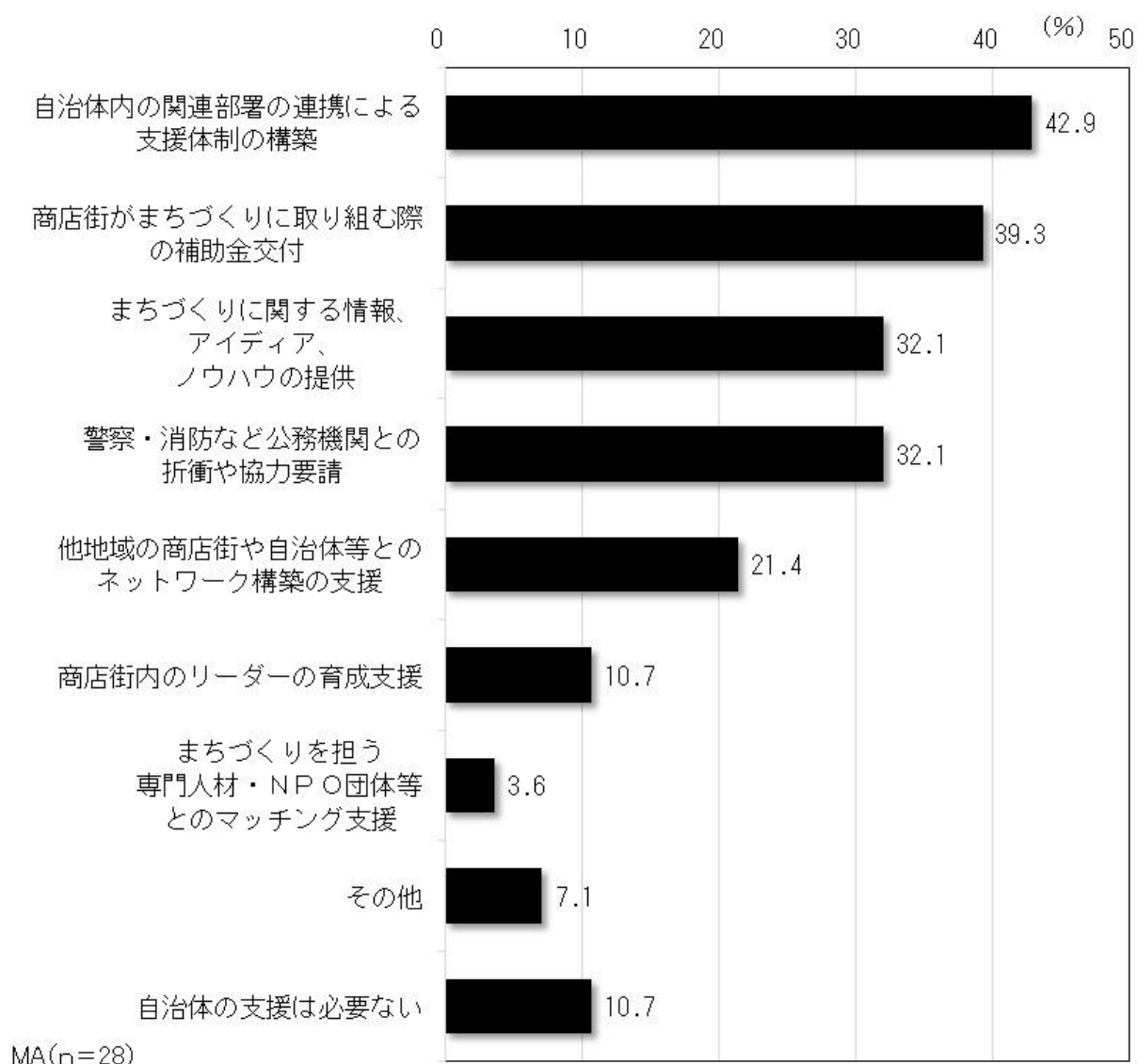
図表 228 持続可能なまちづくりに向けた活動(SDGs)に取り組む際の自治体との連携



（９）持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に取り組む際の自治体からの支援

持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に取り組む際の自治体からの支援は、「自治体内の関連部署の連携による支援体制の構築」が42.9%と最も多く、次いで「商店街がまちづくりに取り組む際の補助金交付（39.3%）」、「まちづくりに関する情報、アイデア、ノウハウの提供（32.1%）」、「警察・消防など公務機関との折衝や協力要請（32.1%）」となっている（図表 229）。

図表 229 持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に取り組む際の自治体からの支援



5. 商店街または個店におけるデジタル化

(1) 現在の取組状況

商店街または個店におけるデジタル化について、『取り組んでいる』（「商店街全体で取り組んでいる」＋「個店で独自に取り組んでいる」＋「半数以上の個店で独自に取り組んでいる」＋半数未満の個店で独自に取り組んでいる）は、「キャッシュレス決済の導入」が 71.0%と最も多く、「ホームページの制作・運用（68.7%）」、「SNSの活用（51.7%）」が続いている（図表 230）。

「商店街全体として取り組んでいる」は、「ホームページの制作・運用」が 15.6%で最も多く、「SNSの活用（10.3%）」、「商店会会員間の連絡手段のデジタル化（9.7%）」が続いている。

「個店で独自に取り組んでいる」は、「キャッシュレス決済の導入」が 64.5%で最も多く、「ホームページの制作・運用（53.1%）」、「スマートレジの導入（50.0%）」が続いている。

「取り組んでいない」は、「オンラインでのイベント実施」が 74.2%で最も多く、「デジタルクーポン・電子商品券の活用（71.0%）」、「商店街・個店独自のアプリの開発・運用（67.7%）」が続いている。

図表 230 現在の取組状況

（単位：％）

	回答数（件）	取り組んでいる					取り組んでいない	分からない
		取り組んでいる	商店街全体として取り組んでいる	個店で独自に取り組んでいる	半数以上の個店	半数未満の個店		
キャッシュレス決済の導入	31	71.0	6.5	64.5	16.1	48.4	16.1	12.9
ホームページの制作・運用	32	68.7	15.6	53.1	3.1	50.0	21.9	9.4
SNSの活用	29	51.7	10.3	41.4	6.9	34.5	24.1	24.1
スマートレジの導入	30	50.0	0.0	50.0	10.0	40.0	23.3	26.7
商店会会員間の連絡手段のデジタル化	31	45.2	9.7	35.5	12.9	22.6	51.6	3.2
商店街・個店専用のECサイトの構築	31	35.5	0.0	35.5	3.2	32.3	48.4	16.1
来街者の購入データ等の取得・集約	31	19.3	3.2	16.1	3.2	12.9	58.1	22.6
デジタルクーポン・電子商品券の活用	31	12.9	0.0	12.9	0.0	12.9	71.0	16.1
DXの知識・スキル向上のための研修・講習	31	12.9	3.2	9.7	3.2	6.5	58.1	29.0
商店街・個店独自のアプリの開発・運用	31	9.7	0.0	9.7	0.0	9.7	67.7	22.6
マーケティング・販促へのデータ活用	31	9.7	0.0	9.7	0.0	9.7	64.5	25.8
オンラインでのイベント実施	31	3.2	0.0	3.2	0.0	3.2	74.2	22.6

※「取り組んでいる」の降順で掲載。網掛けは回答項目ごとに上位3位の数値。

（２）商店街全体としての今後の取り組み意向

商店街全体としての今後の取り組み意向について、「取り組んでいきたい」は、「ホームページの制作・運用」が 52.4%と最も多く、次いで「商店会会員間の連絡手段のデジタル化（42.1%）」、「SNSの活用（38.9%）」となっている（図表 231）。

「取り組んでいきたい」が「取り組むつもりはない」を上回っているのは、「ホームページの制作・運用」のみだった。

図表 231 商店街全体としての今後の取り組み意向

（単位：％）

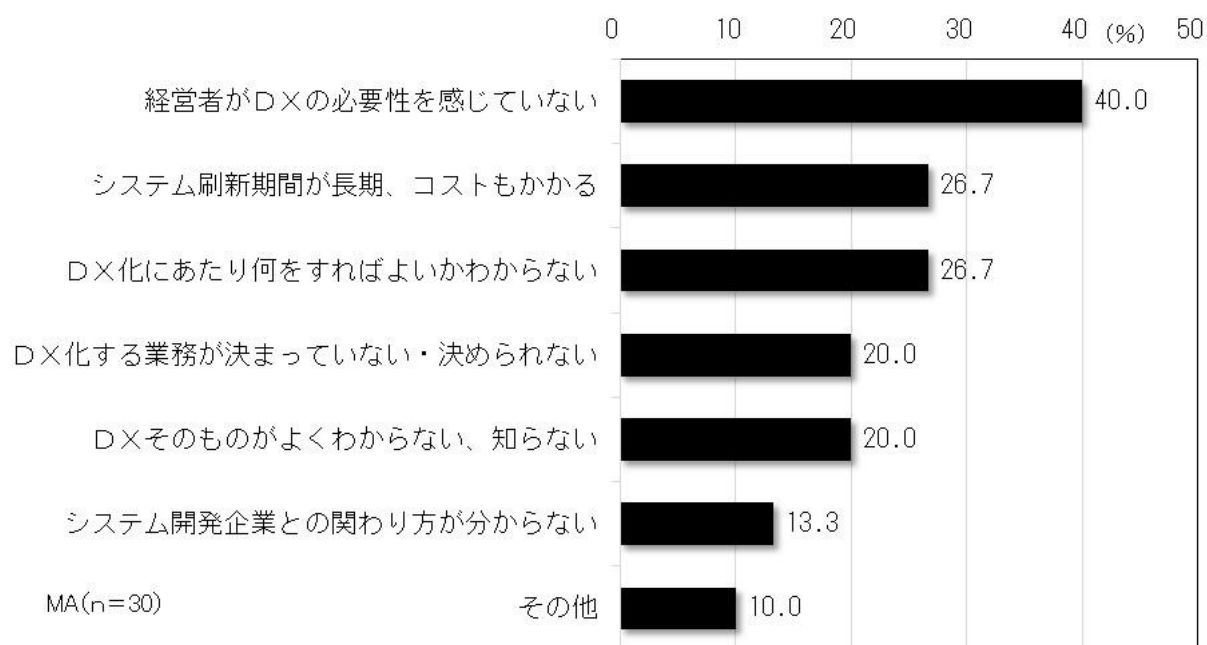
	回答数 (件)	取り組んで いきたい	つも り組 みは ない
ホームページの制作・運用	21	52.4	47.6
商店会会員間の連絡手段のデジタル化	19	42.1	57.9
SNSの活用	18	38.9	61.1
キャッシュレス決済の導入	20	25.0	75.0
DXの知識・スキル向上のための研修・講習	19	21.1	78.9
商店街・個店専用のECサイトの構築	19	15.8	84.2
スマートレジの導入	19	15.8	84.2
来街者の購入データ等の取得・集約	19	15.8	84.2
マーケティング・販促へのデータ活用	19	15.8	84.2
オンラインでのイベント実施	19	15.8	84.2
商店街・個店独自のアプリの開発・運用	19	10.5	89.5
デジタルクーポン・電子商品券の活用	19	10.5	89.5

※網掛けは設問ごとに数値が最も高い項目。

（３）商店街のデジタル化の課題

商店街のデジタル化の課題は、「経営者がＤＸの必要性を感じていない（40.0%）」が最多となっており、「システム刷新期間が長期、コストもかかる（26.7%）」、「ＤＸ化にあたり何をすればよいかわからない（26.7%）」が続いている（図表 232）。

図表 232 商店街のデジタル化の課題

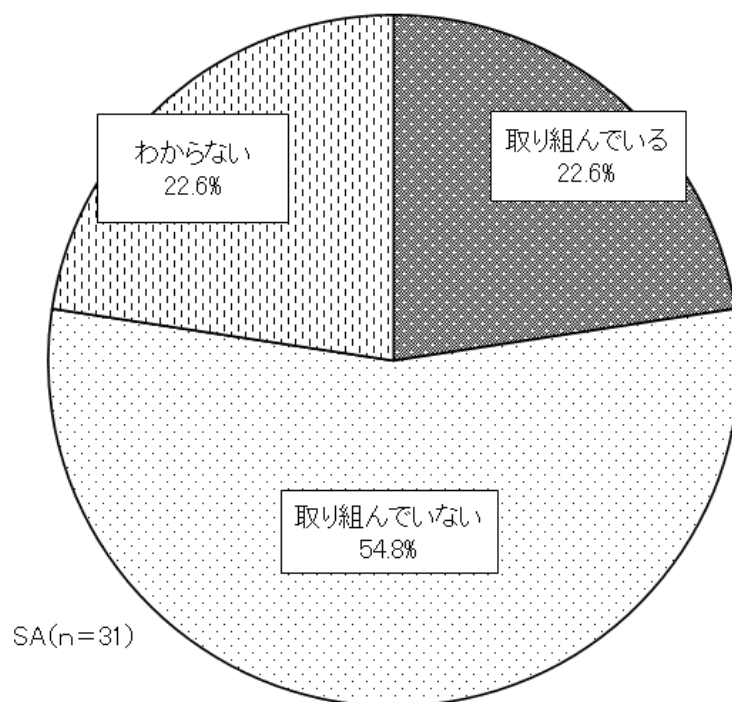


６．高齢社会への対応状況

（１）高齢社会に対応した取組状況

高齢社会に対応した取組状況は、「取り組んでいる」が 22.6%、「取り組んでいない」が 54.8%、「わからない」が 22.6%となっている（図表 233）。

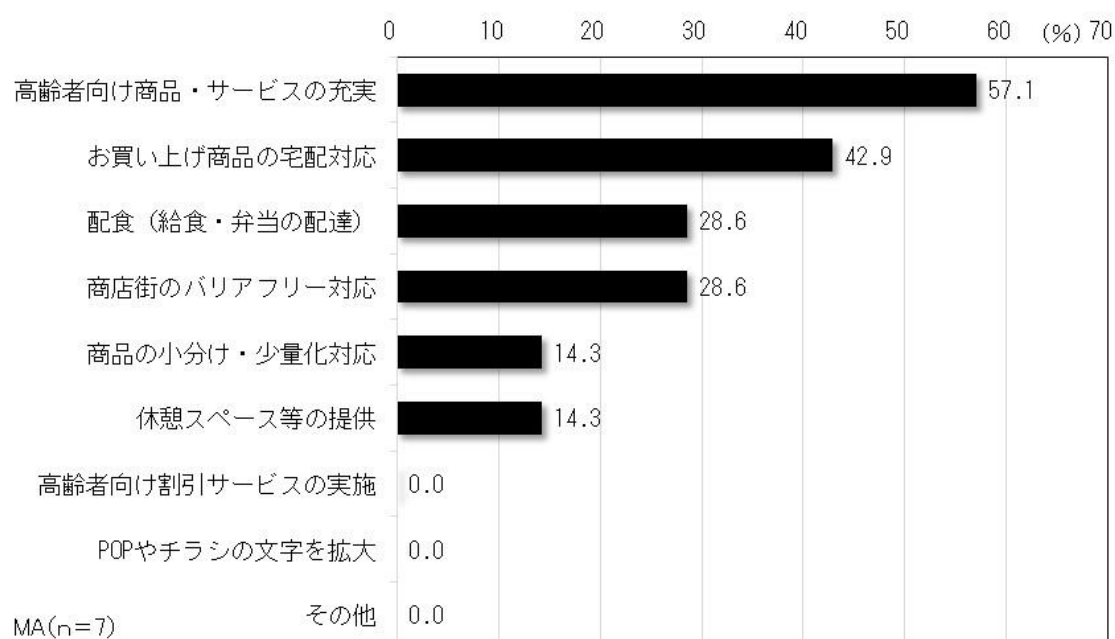
図表 233 高齢化社会に対応した取組状況



（２）高齢社会に対応した取組内容

高齢社会に対応した取組を行っている商店街の取組内容は、「高齢者向け商品・サービスの充実」が 57.1%と最も多く、次いで「お買い上げ商品の宅配対応（42.9%）」、「配食（給食・弁当の配達）（28.6%）」、「商店街のバリアフリー対応（28.6%）」となっている（図表 234）。

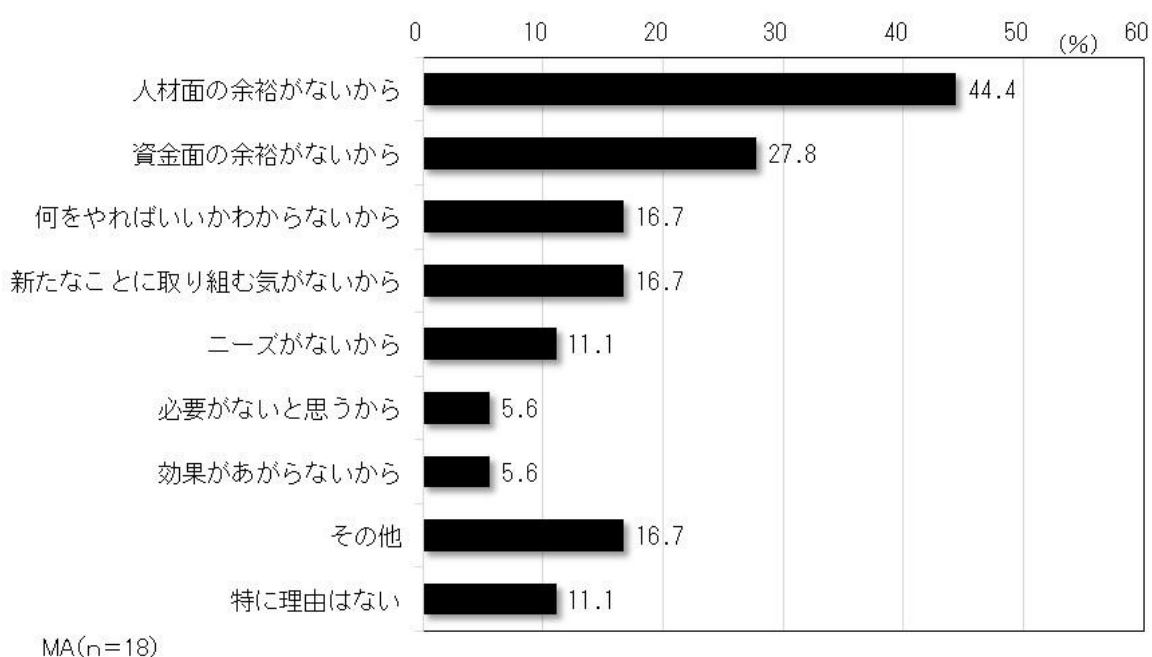
図表 234 高齢社会に対応した取組内容



（３）高齢社会に対応した取組を行っていない理由

高齢社会に対応した取組を行っていない商店街の理由は、「人材面の余裕がないから」が 44.4%と最多となっており、次いで「資金面の余裕がないから（27.8%）」、「何をやればいいのかわからないから（16.7%）」、「新たなことに取り組む気がないから（16.7%）」が続いている（図表 235）。

図表 235 高齢社会に対応した取組を行っていない理由

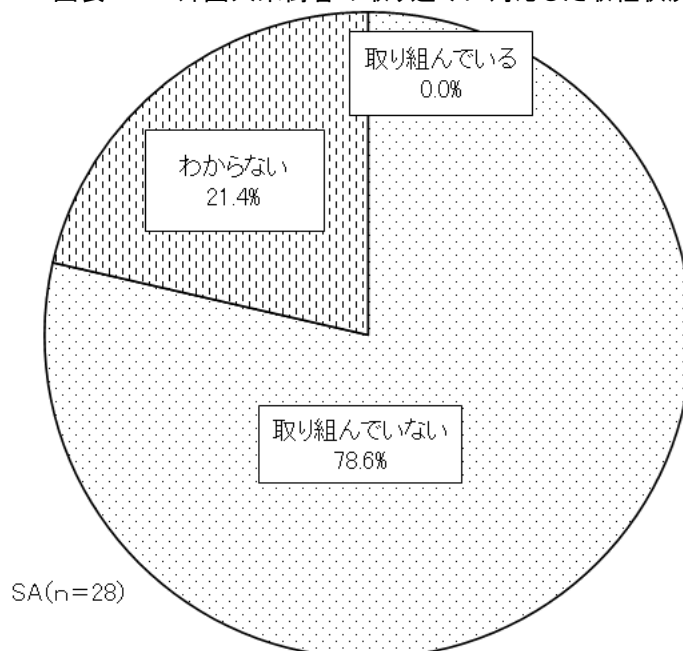


7. 外国人来街客の取り込み

(1) 外国人来街客の取り込みに対応した取組状況

外国人来街客の取り込みに対応した取組状況は、「取り組んでいない」が78.6%、「わからない」が21.4%となっている。「取り組んでいる」の回答はなかった（図表 236）。

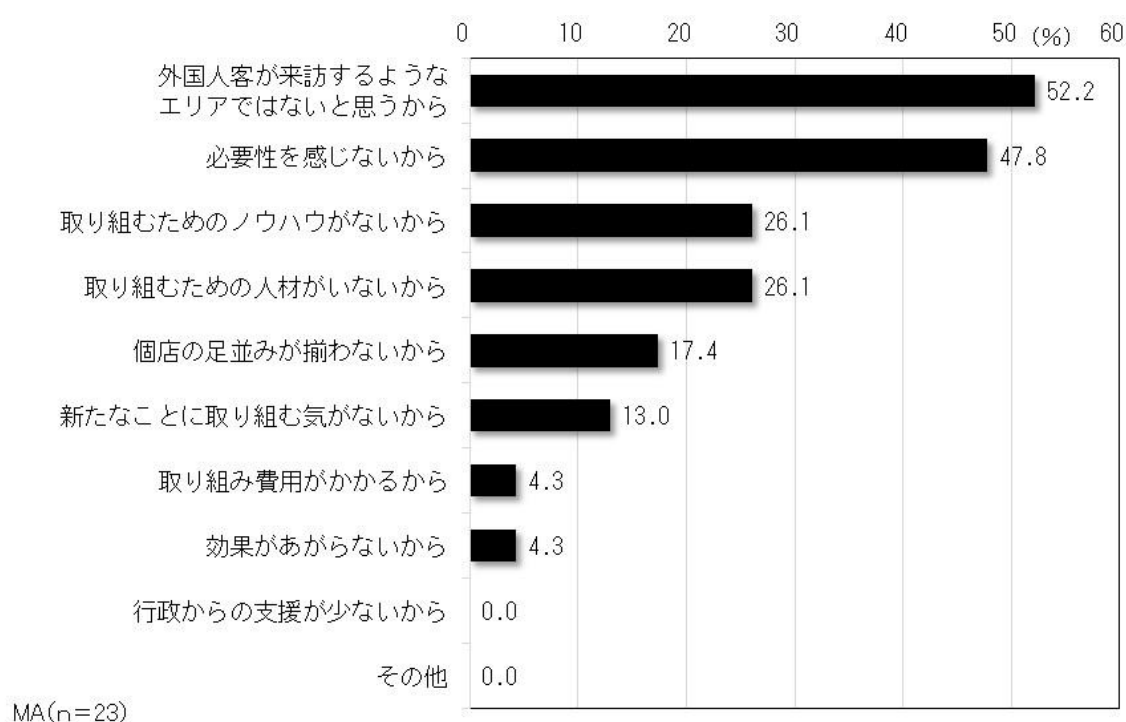
図表 236 外国人来街客の取り込みに対応した取組状況



(2) 外国人来街客の取り込みに対応した取組を行っていない理由

外国人来街客の取り込みに対応した取組を行っていない商店街の理由は、「外国人客が来訪するようなエリアではないと思うから」が52.2%と最も多くなっており、次いで「必要性を感じないから（47.8%）」、「取り組むためのノウハウがないから（26.1%）」、「取り組むための人材がないから（26.1%）」となっている（図表 237）。

図表 237 外国人来街客の取り込みに対応した取組を行っていない理由



8. 立地環境

商店街の立地環境（『満足』（「満足」＋「概ね満足」）回答割合）は、「商品等の入手容易性」が51.7%と最多となっており、「商圏内の人口（46.9%）」、「商圏内の交通アクセスの利便性（43.8%）」、「船橋市の支援体制（43.8%）」が続いている（図表238）。

一方、『不満』（「やや不満」＋「不満」）の回答割合は、「道路等のインフラの整備状況（32.3%）」、「固定資産税や賃料の負担（23.4%）」、「商圏内の交通アクセスの利便性（21.9%）」で多くなっている。

図表 238 商店街の立地環境

（単位：％）

	回答数 (件)	満足	満足	概ね満足	どちらともいえない	不満	やや不満	不満
商圏内の交通アクセスの利便性	31	51.7	6.5	45.2	45.2	3.2	3.2	0.0
商圏内の人口	32	46.9	12.5	34.4	40.6	12.5	9.4	3.1
商品等の入手の容易性	32	43.8	18.8	25.0	34.4	21.9	9.4	12.5
労働者確保の容易性	32	43.8	12.5	31.3	50.0	6.3	6.3	0.0
固定資産税や賃料の負担	30	40.0	6.7	33.3	50.0	10.0	10.0	0.0
道路等のインフラの整備状況	30	40.0	13.3	26.7	53.3	6.7	6.7	0.0
従業員（家族）の生活環境【公共交通の利便性】	32	37.5	12.5	25.0	56.3	6.3	6.3	0.0
従業員（家族）の生活環境【買い物、医療、教育等】	31	25.9	6.5	19.4	41.9	32.3	12.9	19.4
船橋市の支援体制	31	19.3	3.2	16.1	71.0	9.7	9.7	0.0
商工団体等の支援体制	30	16.7	0.0	16.7	60.0	23.4	16.7	6.7

※網掛けは回答項目ごとに上位3位の数値。「満足」の降順で掲載。

9. 商店街関連の支援制度の認知状況

商店街関連の支援制度を『認知している』（「利用あり」＋「意向あり」＋「認識あり」）は、「障害者職場実習奨励金」が83.3%と最も多く、次いで「特定退職金共済掛金補助金（79.3%）」、「再投資起業促進事業補助金（75.8%）」となっている（図表 239）。

図表 239 商店街関連の支援制度

（単位：％）

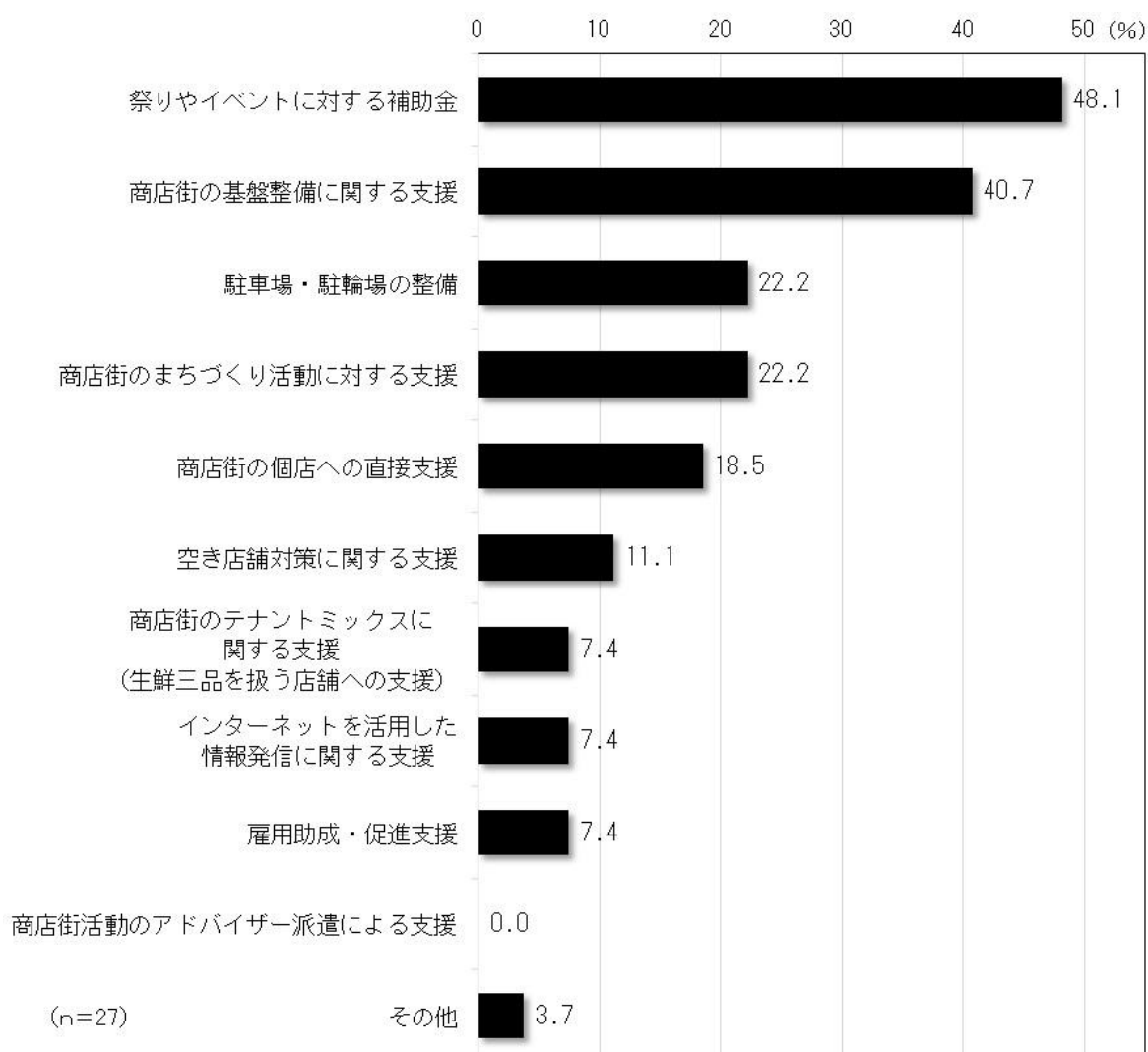
	回答数 (件)	認知している	利用あり	意向あり	認識あり	知らない
障害者職場実習奨励金	30	83.3	16.7	3.3	63.3	16.7
特定退職金共済掛金補助金	29	79.3	0.0	0.0	79.3	20.7
再投資企業促進事業補助金	29	75.8	0.0	3.4	72.4	24.1
中小企業融資制度	29	72.4	6.9	0.0	65.5	27.6
空き店舗対策事業補助金	29	72.4	0.0	6.9	65.5	27.6
海外展開支援事業補助金	29	44.8	0.0	0.0	44.8	55.2
工業振興支援事業補助金	29	37.9	0.0	0.0	37.9	62.1

※網掛けは回答項目ごとに最も高い数値。「認知している」の降順に記載。

10. 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48.1%と最多となっており、「商店街の基盤整備に関する支援（40.7%）」、「駐車場・駐輪場の整備（22.2%）」、「商店街のまちづくり活動に対する支援（22.2%）」が続いている（図表240）。

図表 240 行政に望む支援策



第7章 消費者アンケート調査

I 市民向けアンケート調査

1. 調査概要

調査目的	船橋市民の意見を収集し、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、新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（アンケート回収数）
調査方法	WEBアンケートによる実施（実施業者：(株)クロス・マーケティング）
調査時期	2024 年 11 月 29 日（金）～12 月 2 日（月）

2. 調査結果

(1) 属性

属性は、以下の通り（図表 241）。

図表 241 属性

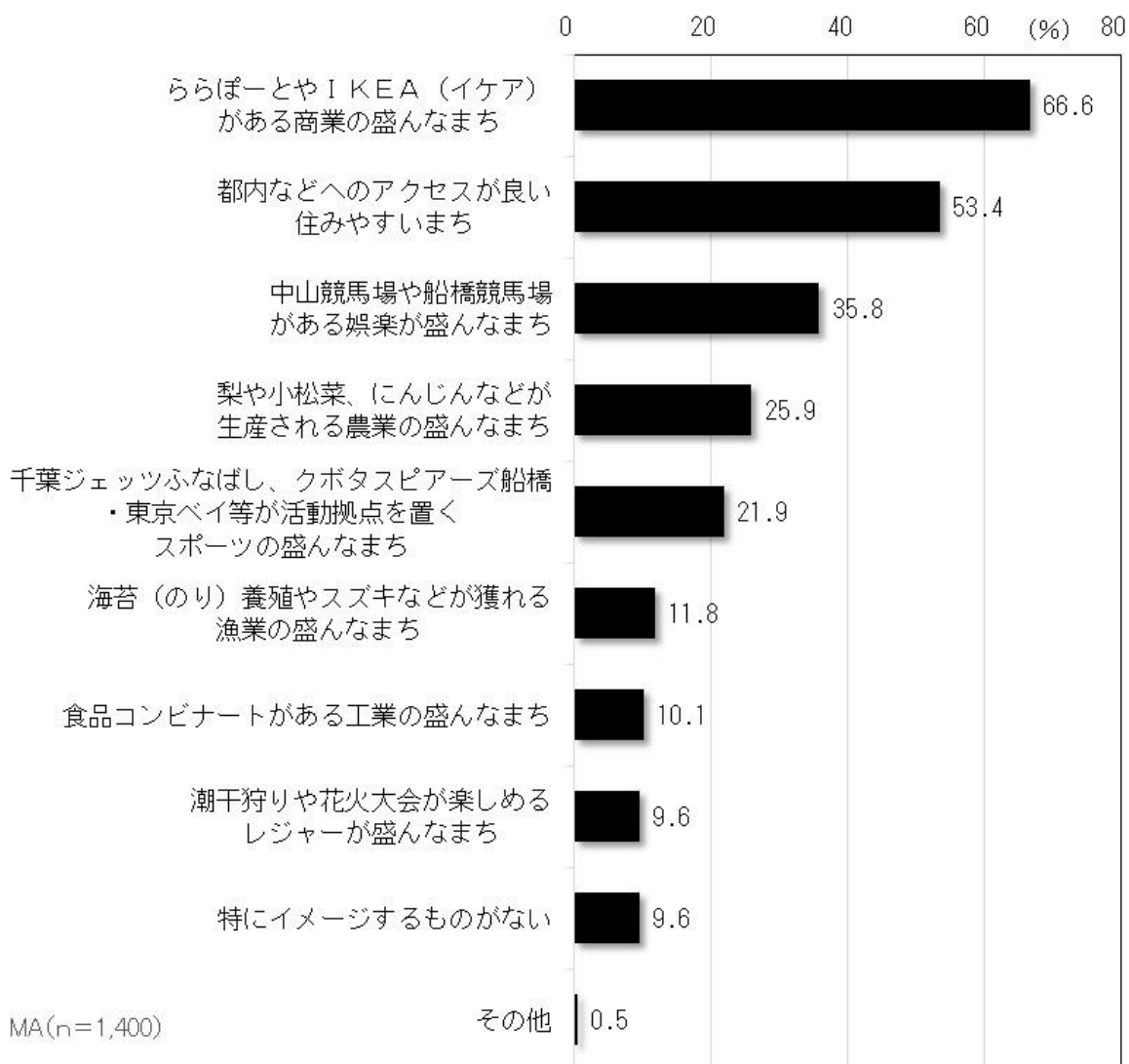
		件数 (件)	割合 (%)			件数 (件)	割合 (%)
全体		1,400	100.0				
性別	男性	947	67.6	居住地域※	湊町地域	81	5.8
	女性	453	32.4		本町地域	229	16.4
年齢	18～19歳	6	0.4		葛飾地域	139	9.9
	20歳代	30	2.1		法典地域	173	12.4
	30歳代	109	7.8		夏見地域	85	6.1
	40歳代	275	19.6		前原地域	191	13.6
	50歳代	482	34.4		習志野台地域	213	15.2
	60歳代	339	24.2		新高根・芝山地域	88	6.3
	70歳以上	159	11.4		八木が谷地域	156	11.1
					豊富地域	45	3.2
職業	会社勤務	649	46.4	居住年数	5年未満	164	11.7
	自営業	76	5.4		5年以上～10年未満	186	13.3
	パート・アルバイト	190	13.6		10年以上～20年未満	393	28.1
	公務員・教職員・非営利団体職員	65	4.6		20年以上	657	46.9
	専業主婦・主夫	132	9.4	出身地	船橋市	349	24.9
	学生	11	0.8		東京都	244	17.4
	無職	260	18.6		千葉県(船橋市以外)	234	16.7
	その他	17	1.2		神奈川県	48	3.4
婚姻関係	未婚	497	35.5		北海道	37	2.6
	既婚	903	64.5		埼玉県	35	2.5
子どもの有無	いる	761	54.4		その他	453	32.4
	いない	639	45.6				

※ 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)
 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)
 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)
 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)
 夏見地域(夏見、夏見台、夏見台、米ヶ崎町、高根町、金杉町、金杉、金杉台、緑台)
 前原地域(前原東、前原西、中野木、三山、田喜野井、習志野)
 習志野台地域(二宮、飯山満町、滝台町、滝台、薬円台、薬円台町、七林町、習志野台、西習志野)
 新高根・芝山地域(高根台、芝山、新高根)
 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)
 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)

（２）船橋市のイメージ

市民の船橋市のイメージは、「ららぽーとやＩＫＥＡ（イケア）がある商業の盛んなまち（66.6%）」が最多となっており、「都内などへのアクセスが良い住みやすいまち（53.4%）」、「中山競馬場や船橋競馬場がある娯楽が盛んなまち（35.8%）」が続いている（図表 242）。

図表 242 船橋市のイメージ



(3) 市内の施設・イベント、グルメ等の経験（認知）度

市内の施設・イベント、グルメ等の経験度（行った（食べた、飲んだ）ことがある回答割合）は、「ららぽーとTOKYO-BAY」が91.8%と最も多く、次いで「イオンモール船橋（81.2%）」、「I K E A Tokyo-Bay（77.3%）」となっている（図表 243）。

市内の施設・イベント、グルメ等を経験した印象をみると、「良い印象を受けた」は、「ららぽーとTOKYO-BAY」が66.0%と最も多く、「船橋市産の梨（51.9%）」、「ふなばしアンデルセン公園（49.1%）」が続いている。

図表 243 市内の施設・イベント・グルメ等の経験（認知）度

(単位: %)

		行った(食べた・飲んだ)ことがある				知っている (行った (食べた・ 飲んだ) ことはない)	知らない
			良い印象 を受けた	良い印象 を受けな かった	どちらで もない		
施設	ららぽーとTOKYO-BAY	91.8	66.0	1.9	23.9	6.0	2.1
	ららテラスTOKYO-BAY	51.1	26.1	3.4	21.6	21.6	27.2
	IKEA Tokyo-Bay	77.3	47.4	3.7	26.2	16.1	6.6
	イオンモール船橋	81.2	47.1	4.5	29.6	13.2	5.6
	サッポロビール 千葉ビール園	56.3	30.5	4.2	21.6	29.1	14.5
	中山競馬場	66.8	28.0	8.9	29.9	27.9	5.2
	船橋競馬場	57.8	17.9	9.5	30.4	36.1	6.2
	LaLa arena TOKYO-BAY	41.6	20.0	3.7	17.9	32.9	25.4
	ふなばし三番瀬海浜公園	64.0	36.9	5.0	22.1	25.2	10.9
	ふなばしアンデルセン公園	73.1	49.1	5.6	18.4	21.8	5.2
	意富比神社(船橋大神宮)	69.8	39.2	6.0	24.6	14.4	15.9
	二宮神社(下総三山の七年祭り)	48.3	22.2	5.2	20.9	21.9	29.8
	船橋市地方卸売市場	62.3	27.6	6.1	28.6	25.3	12.4
	船橋市立医療センター	65.2	26.7	8.5	30.0	21.0	13.8
グルメ	船橋ソースラーメン	33.0	8.0	6.2	18.8	25.9	41.1
	船橋バクダン	22.8	3.8	3.4	15.6	11.1	66.1
	小松菜ハイボール	30.2	8.6	4.9	16.7	22.3	47.5
	船橋市産の梨	72.8	51.9	4.0	16.9	10.8	16.4
	船橋市産の小松菜	61.8	32.6	5.6	23.6	13.3	24.8
	船橋にんじん	54.1	25.7	4.4	24.0	12.1	33.7
その他	千葉ジェッツふなばし(試合・イベント等)	51.3	26.9	4.5	19.9	33.8	14.9
	ふなばし市民まつり	61.7	30.1	6.6	25.0	23.6	14.7
	船橋港親水公園花火大会	56.0	27.9	5.0	23.1	25.0	19.1
	目利き番頭 船えもん					57.3	42.7
	ふなっしー					90.6	9.4

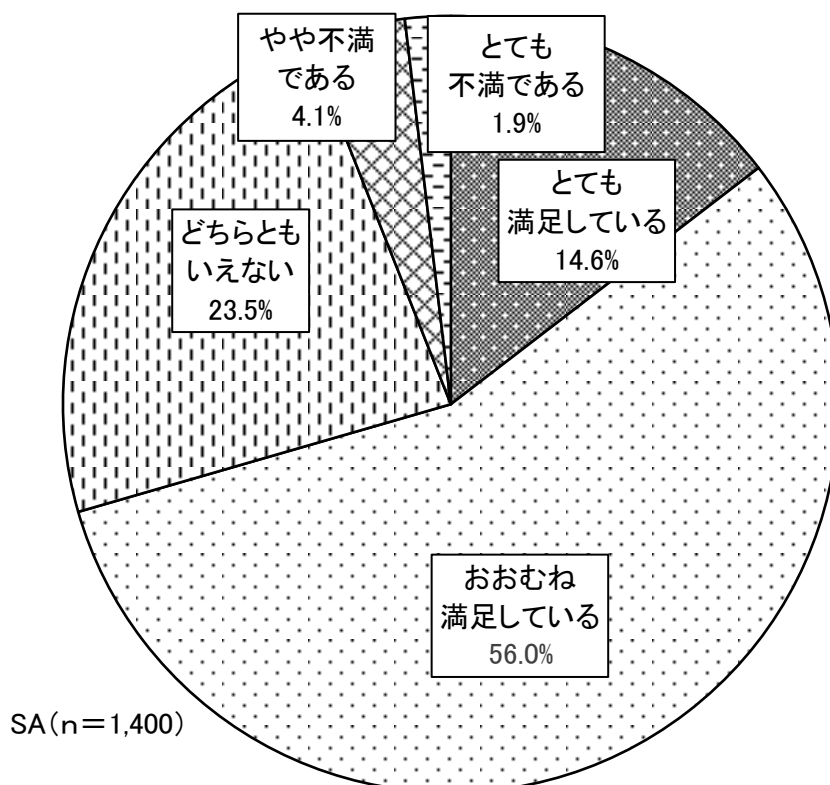
各SA(n=1,400)

(4) 商業（買い物関連）

① 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 70.6%（「とても満足している（14.6%）」＋「おおむね満足している（56.0%）」）となっており、「どちらともいえない」が 23.5%、『不満』は 6.0%（「やや不満である（4.1%）」＋「とても不満である（1.9%）」）であった（図表 244）。

図表 244 商業環境に関する満足度



② 日頃買い物をしている場所

市民の日頃買い物している場所は、「船橋市内」が75.7%で、「船橋市内」以外では、市外（16.2%）及び「インターネット・通信販売（7.4%）」、「宅配（0.7%）」となっている（図表245）。

「船橋市内」を商品別にみると、「食料品（85.9%）」が最多で、「文化品（靴・貴金属・書籍・レジャー用品等）（69.1%）」が最少であった。

図表 245 日頃、買い物をしている場所

（単位：％）

		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(平均)		75.7	5.1	2.5	5.5	3.1	7.4	0.7
最 寄 品	食料品	85.9	4.7	3.7	3.7	0.3	0.9	0.8
	家庭日用品 (日用品雑貨・薬・化粧品等)	83.7	5.7	3.1	4.2	0.2	2.6	0.4
買 回 品	衣料品	70.7	5.7	2.4	6.7	3.5	10.4	0.6
	耐久品 (電化製品・家具・寝具等)	70.0	6.3	2.0	6.2	2.5	12.5	0.5
	文化品(靴・貴金属・書籍・ レジャー用品等)	69.1	5.3	2.1	6.2	4.6	12.1	0.5
そ の 他	贈答品	70.9	3.4	1.7	5.4	5.1	12.1	1.4
	飲食(外食)	79.4	4.4	2.8	6.2	5.4	1.4	0.5

各SA(n=1,400)

(注) 1. 網掛けは各属性で数値が最も高い項目。

2. 全体は、商品別の回答率の平均値を掲

③ 買い物場所を選んだ理由

日頃の買い物場所を選んだ理由は、「店が近くにある」が66.8%と最も多く、次いで、「品揃え・メニューが豊富（17.3%）」、「価格が安い（12.6%）」となっている（図表246）。

上位3位の理由を商品別にみると、「店が近くにある」は、「食料品（80.4%）」が最多で、「贈答品（57.7%）」が最少となっている。「品揃え・メニューが豊富」は、「耐久品（電化製品・家具・寝具等）（19.1%）」が最多で、「飲食（外食）（14.1%）」が最少であった。「価格が安い」は、「食料品（17.5%）」が最多で、「贈答品（8.5%）」が最少となっている。

図表 246 買い物先を選んだ理由

（単位：％）

		店が近くにある	品揃え・メニューが豊富	価格が安い	キャッシュレス決済が利用できる	品質・鮮度・味が良い	その他	駐車場・駐輪場が広く使いやすい	自分の利用可能な時間に営業している	営業時間が長い・特典サービスがある	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	店のデザイン・雰囲気が良い・店に入りやすい	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
全体		66.8	17.3	12.6	6.9	6.2	5.3	4.7	2.8	2.7	2.2	2.0	1.1	0.5
最寄品	食料品	80.4	15.2	17.5	6.9	10.6	2.6	5.7	3.9	3.2	0.6	0.6	0.9	0.2
	家庭日用品 （日用品雑貨・薬・化粧品等）	76.5	18.4	14.0	7.0	4.3	2.9	6.4	3.5	3.8	1.1	1.0	0.8	0.3
買回品	衣料品	62.8	18.9	13.5	6.9	5.1	5.4	5.1	2.4	1.9	2.7	3.4	0.8	0.6
	耐久品 （電化製品・家具・寝具等）	61.2	19.1	13.4	7.3	4.0	5.1	5.1	2.6	3.3	3.2	2.1	1.2	0.6
	文化品（靴・貴金属・書籍・レジャー用品等）	61.4	17.6	11.4	7.3	4.2	6.8	3.9	2.4	2.8	3.4	2.7	1.1	0.5
その他	贈答品	57.7	17.7	8.5	7.2	6.2	8.2	2.9	1.9	2.1	3.7	1.7	1.4	0.4
	飲食（外食）	67.6	14.1	9.9	6.1	9.4	6.1	3.9	2.9	1.6	0.6	2.4	1.4	0.9

各MA(n=1,400)

（注）「全体」の降順にて掲載。

④ 商業施設等の利用頻度

『週1回以上利用する』商業施設等は、「スーパーマーケット（82.9%）」が最多で、「コンビニエンスストア（56.5%）」、「ドラッグストア（34.0%）」が続いている（図表247）。

一方、『利用しない（全く利用しない＋ほとんど利用しない）』商業施設等は、「宅配（74.5%）」が最も多く、次いで「一般商店・個人商店（69.3%）」、「商店街（65.5%）」となっている。

「通販・ネットショッピング」は、『週1回以上利用する』が14.4%、「月2～3回」が44.8%となっている。

前回調査と比較すると、『週1回以上利用する』は、「商店街（前回調査：15.5%→今回調査：20.5%）」と「一般商店・個人商店（同：11.9%→14.2%）」は上昇した（図表248）。

図表 247 商業施設等の利用頻度

（単位：％）

	週1回以上 利用する	ほとんど 毎日	週に 3～4 回	週に 1～2 回	月に 2～3 回	利用 しない	利用 しない ほとんど	利用 しない 全く
商店街	20.5	2.5	3.3	14.7	14.0	65.5	41.9	23.6
一般商店・個人商店	14.2	1.1	1.8	11.3	16.4	69.3	45.6	23.7
百貨店・ショッピングセンター	24.0	2.0	4.1	17.9	37.5	38.4	29.9	8.5
スーパーマーケット	82.9	11.0	22.7	49.2	11.6	5.5	3.7	1.8
コンビニエンスストア	56.5	10.1	15.8	30.6	23.9	19.5	15.4	4.1
ドラッグストア	34.0	2.2	6.6	25.2	47.8	18.2	15.5	2.7
通販・ネットショッピング	14.4	1.0	2.2	11.2	44.8	40.8	31.9	8.9
宅配	10.5	0.5	1.0	9.0	15.0	74.5	38.3	36.2

各SA(n=1,400)

（注）網掛けは各属性で数値が高い項目3つ。

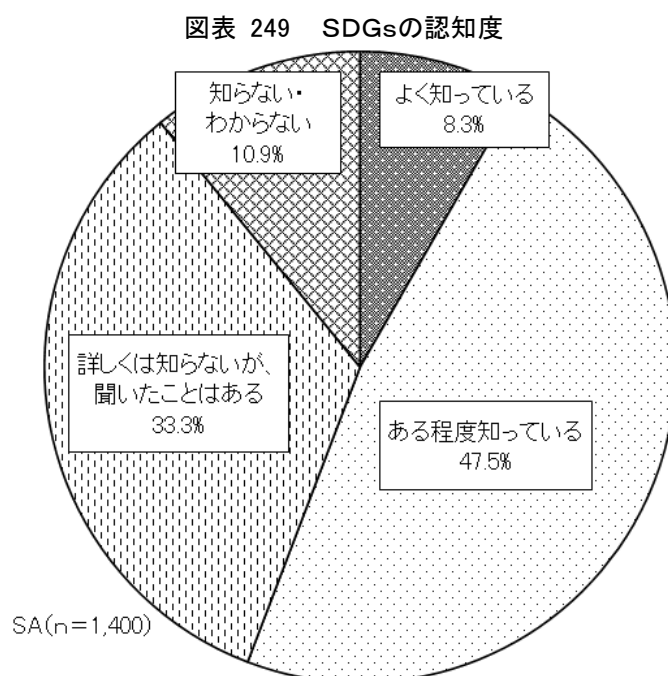
図表 248 商業施設等の利用頻度（前回調査比）

	週1回以上利用する			月に2～3回			利用しない		
	前回調査 (2014年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回 調査比 (ポイント)	前回調査 (2014年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回 調査比 (ポイント)	前回調査 (2014年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回 調査比 (ポイント)
商店街	15.5	20.5	5.0	12.8	14.0	1.2	71.8	65.5	▲ 6.3
一般商店・個人商店	11.9	14.2	2.3	11.7	16.4	4.7	76.4	69.3	▲ 7.1
百貨店・ショッピングセンター	26.7	24.0	▲ 2.7	39.3	37.5	▲ 1.8	34.1	38.4	4.3
スーパーマーケット	79.4	82.9	3.5	15.2	11.6	▲ 3.6	5.3	5.5	0.2
コンビニエンスストア	55.6	56.5	0.9	26.1	23.9	▲ 2.2	18.3	19.5	1.2
ドラッグストア	27.9	34.0	6.1	50.1	47.8	▲ 2.3	22.0	18.2	▲ 3.8
通販・ネットショッピング	11.0	14.4	3.4	46.5	44.8	▲ 1.7	42.4	40.8	▲ 1.6
宅配	12.0	10.5	▲ 1.5	11.6	15.0	3.4	76.4	74.5	▲ 1.9

（５）SDGsの認知度、理解度

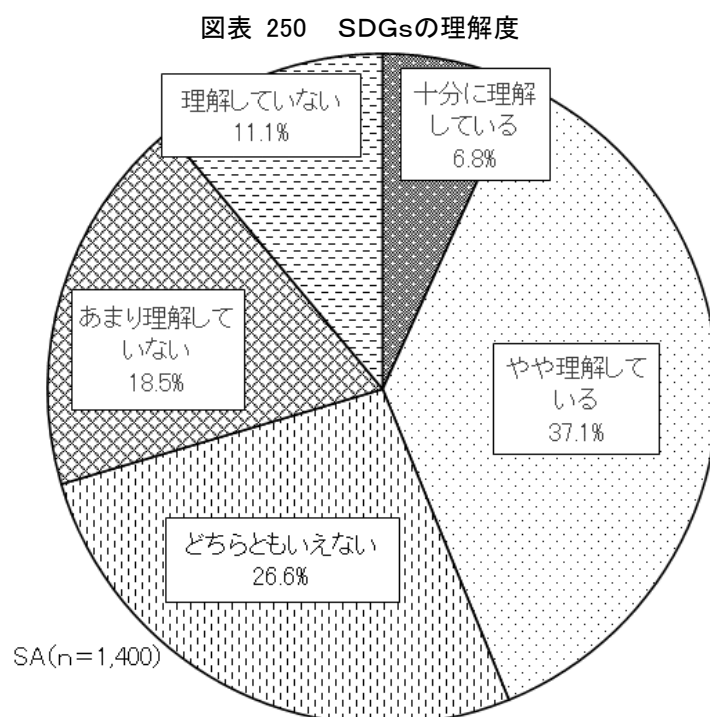
① SDGsの認知度

SDGsの認知度は、『知っている』と回答した割合が55.8%（「よく知っている（8.3%）」＋「ある程度知っている（47.5%）」）となっている（図表249）。



② SDGsの理解度

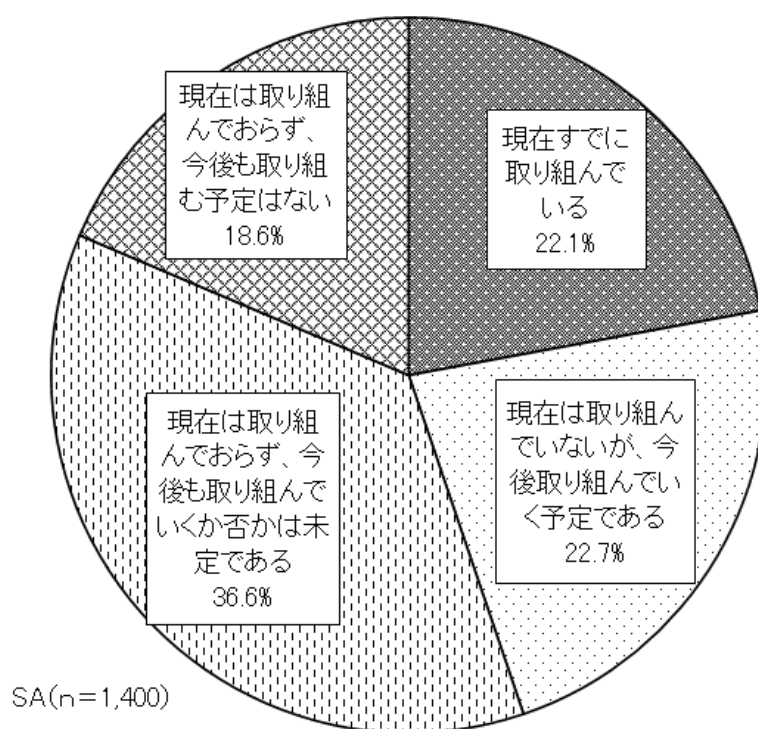
SDGsの理解度は、『理解している』と回答した割合は、43.9%（「十分に理解している（6.8%）」＋「やや理解している（37.1%）」）であり、『理解していない（29.6%）」より14.3ポイント高い（図表250）。



③ SDGsの取組状況

SDGsの取組状況は、「現在は取り組んでおらず、今後も取り組んでいくか否かは未定である」が36.6%と最も多くなっている(図表251)。また、「現在すでに取り組んでいる(22.1%)」と「現在は取り組んでいないが、今後取り組んでいく予定である(22.7%)」を合計した『SDGsの取り組みに前向き』は44.8%となっている。

図表 251 SDGsの取組状況



（６）商店街関連

① 商店街のイメージ

商店街のイメージ（『思う』の回答割合）は、「公共交通によるアクセスが便利である」が43.9%と最も多く、「地元産品（食材等）を購入できる（39.9%）」、「キャッシュレス決済が利用できる（35.8%）」が続いている（図表 252）。

一方、『思わない』の回答割合は、「インターネットによる情報発信力が高い（41.2%）」、「顔なじみの店主・店員がいる（37.4%）」、「駐車場・駐輪場が広く使いやすい（33.0%）」が多かった。

商店街を『週１回以上利用』する人の商店街のイメージ（『思う』の回答割合）は、「公共交通によるアクセスが便利（62.7%）」、「キャッシュレス決済が利用できる（58.2%）」、「品揃えが豊富（55.1%）」の順となっている（図表 253）。

商店街を『週１回以上利用』する人と『利用しない』人の商店街のイメージの差異（週１回以上利用-利用しない）が大きいのは、「キャッシュレス決済が利用できる（31.9 ポイント）」、「品揃えが豊富（31.4 ポイント）」、「営業時間が利用しやすい（28.9 ポイント）」となっている（図表 254）。

図表 252 商店街のイメージ

（単位：％）

	思う	とても思う	やや思う	どちらでもない	思わない	あまり思わない	全く思わない
品揃えが豊富	33.1	8.1	25.0	36.6	30.2	19.6	10.6
販売価格が安い	26.5	5.9	20.6	44.8	28.7	19.4	9.3
商品・サービスの品質（鮮度）が良い	34.4	6.4	28.0	46.0	19.7	11.9	7.8
地元産品（食材等）を購入できる	39.9	7.4	32.5	42.2	17.8	11.2	6.6
店員の接客態度が良い（知識が豊富）	29.1	6.4	22.7	56.4	14.5	8.3	6.2
顔なじみの店主・店員がいる	19.7	4.5	15.2	42.9	37.4	18.1	19.3
キャッシュレス決済が利用できる	35.8	11.0	24.8	39.8	24.4	15.5	8.9
営業時間が利用しやすい	34.7	9.6	25.1	41.0	24.2	15.6	8.6
人通りが多くにぎやかである	32.8	7.9	24.9	42.2	25.0	14.6	10.4
夜間の照明が明るく安心して歩ける	33.8	7.4	26.4	44.3	22.0	14.4	7.6
公共交通によるアクセスが便利である	43.9	13.4	30.5	38.1	17.9	10.8	7.1
駐車場・駐輪場が広く使いやすい	25.0	7.3	17.7	42.0	33.0	20.1	12.9
インターネットによる情報発信力が高い	14.6	3.2	11.4	44.1	41.2	24.4	16.8
祭りやイベント等が楽しい	20.8	3.8	17.0	48.4	30.8	18.8	12.0
高齢者に対して配慮がある	19.6	3.8	15.8	56.0	24.4	15.8	8.6
子育て世帯に対して配慮がある	19.1	4.3	14.8	57.1	23.9	15.5	8.4
1か所で買い物や用事を済ませることができる	32.4	8.4	24.0	38.6	29.0	17.8	11.2

各SA(n=1,400)

（注）網掛けは各属性で数値が高い項目3つ。

図表 253 商店街のイメージ(『思う』の回答割合)(商店街利用頻度別)

(単位: %)

	品揃えが豊富	販売価格が安い	商品・サービスの品質（鮮度）が良い	地元産品（食材等）を購入できる	店員の接客態度が良い（知識が豊富）	店主・店員がいる顔なじみの	キャッシュレス決済が利用できる	営業時間が利用しやすい	にぎやかである人通りが多く安心して歩ける	夜間の照明が明るく	公共交通によるアクセスが便利である	駐車場・駐輪場が広く使いやすい	インターネットによる情報発信力が高い	祭りやイベント等が楽しい	高齢者に対して配慮がある	子育て世帯に対して配慮がある	1か所で買い物や用事を済ませることができる
全体	33.1	26.5	34.4	39.9	29.1	19.7	35.8	34.7	32.8	33.8	43.9	25.0	14.6	20.8	19.6	19.1	32.4
週1回以上利用	55.1	42.9	52.6	54.0	43.9	35.2	58.2	55.0	50.8	49.1	62.7	40.8	28.9	34.5	31.0	33.5	52.3
ほとんど毎日	68.6	57.1	62.9	60.0	51.5	57.2	60.0	62.8	65.7	62.9	60.0	45.7	42.9	42.9	45.7	48.6	62.9
週に3～4回	60.9	37.0	58.7	47.8	45.7	28.3	56.6	56.6	58.7	50.0	67.4	39.2	17.4	41.3	30.5	19.6	50.0
週に1～2回	51.5	41.7	49.5	54.3	42.3	33.0	58.2	53.4	46.6	46.6	62.1	40.3	29.1	31.5	28.6	33.9	51.0
月に2～3回	45.4	35.7	47.9	52.6	36.7	22.5	46.9	45.4	40.3	42.9	57.6	29.6	16.8	26.5	25.0	24.0	42.4
利用しない	23.7	19.5	25.7	32.9	22.9	14.3	26.3	26.1	25.5	26.9	35.1	19.1	9.7	15.3	14.8	13.5	24.0
ほとんど利用しない	28.0	21.0	28.2	35.3	23.9	15.0	28.8	29.8	29.3	30.5	39.4	21.0	10.0	15.9	15.5	13.5	26.0
全く利用しない	16.0	16.9	21.4	28.4	21.1	13.0	22.1	19.4	18.7	20.5	27.5	15.7	9.0	14.2	13.6	13.6	20.5

(注) 網掛けは『週1回以上利用』で数値が高い項目3つ。

図表 254 商店街のイメージ(『思う』の回答割合)(商店街利用頻度別の差)

(単位: %)

（単位：％）																		
	品揃えが豊富	販売価格が安い	商品・サービスの品質（鮮度）が良い	地元産品（食材等）を購入できる	店員の接客態度が良い（知識が豊富）	店主・店員がいる顔なじみの	キャッシュレス決済が利用できる	営業時間が利用しやすい	にぎやかである	人通りが多く安心して歩ける	夜間の照明が明るく	公共交通によるアクセスが便利である	駐車場・駐輪場が広く使いやすい	インターネットによる情報発信力が高い	祭りやイベント等が楽しい	高齢者に対して配慮がある	子育て世帯に対して配慮がある	1か所で買い物や用事を済ませることができる
週1回以上利用【A】	55.1	42.9	52.6	54.0	43.9	35.2	58.2	55.0	50.8	49.1	62.7	40.8	28.9	34.5	31.0	33.5	52.3	
利用しない【B】	23.7	19.5	25.7	32.9	22.9	14.3	26.3	26.1	25.5	26.9	35.1	19.1	9.7	15.3	14.8	13.5	24.0	
差異【A】-【B】	31.4	23.4	26.9	21.1	21.0	20.9	31.9	28.9	25.3	22.2	27.6	21.7	19.2	19.2	16.2	20.0	28.3	

(注) 網掛けは差の数値が高い項目3つ。

② 商店街の持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）

商店街が持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）を担うことについて、『求める』市民の割合は 40.4%となっており、『求めない（16.4%）』を 24.0 ポイント上回っている（図表 255）。

商店街の持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）を『求める』と回答した割合は、「地域の防犯・防災への体制づくり（52.2%）」が最も多く、次いで「バリアフリー等への対応（44.0%）」、「農業・漁業等、地域産業との連携（41.0%）」となっている。

図表 255 商店街の持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）

（単位：％）

	求める	とても求める	多少求める	どちらともいえない	求めない	あまり求めない	全く求めない
全体（平均）	40.4	9.6	30.8	43.2	16.4	9.5	6.9
地域コミュニティとしての役割	37.4	6.7	30.7	43.1	19.4	12.1	7.3
子育て世代への支援	36.2	6.6	29.6	44.8	18.9	10.3	8.6
高齢者の活動の場の提供	40.5	8.2	32.3	43.2	16.3	9.6	6.7
バリアフリー等への対応	44.0	10.1	33.9	41.1	14.8	8.4	6.4
地域の防犯・防災への体制づくり	52.2	17.9	34.3	36.6	11.3	5.9	5.4
省エネ等の環境への取り組み	39.8	10.1	29.7	44.6	15.6	9.1	6.5
農業・漁業等、地域産業との連携	41.0	9.9	31.1	44.2	14.8	8.9	5.9
地域のリーダー育成・子供の教育の場	31.9	7.1	24.8	48.2	19.9	11.8	8.1

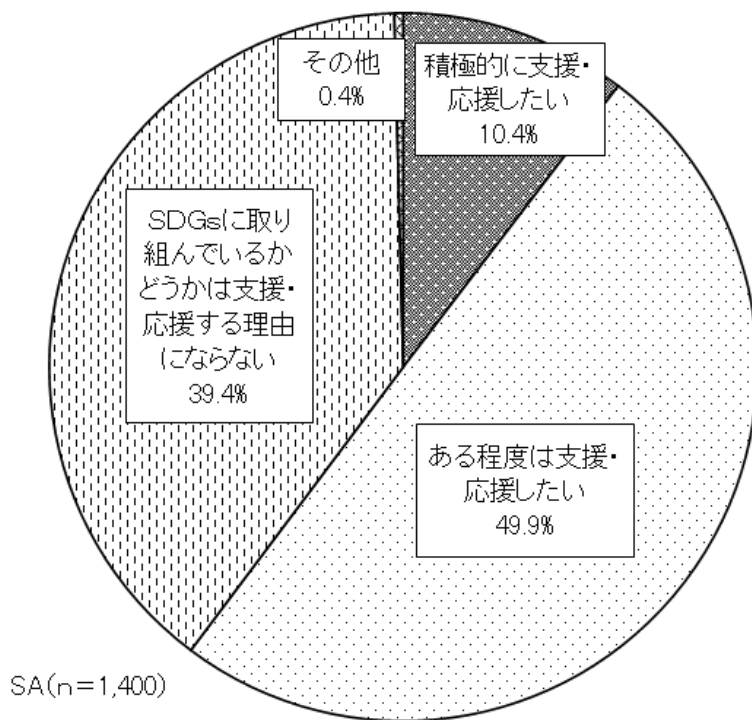
各SA(n=1,400)

- （注）1. 網掛けは各属性で数値が高い項目3つ。
2. 全体は、各項目の回答率の平均値を掲載。

③ 持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に取り組む先への応援

商店街の持続可能なまちづくりに向けた活動（SDGs）に取り組んでいる商店や商店街を『支援・応援したい』と回答した割合は 60.3%（「積極的に支援・応援したい（10.4%）」＋「ある程度は支援・応援したい（49.9%）」）となっている（図表 256）。

図表 256 持続可能なまちづくりに向けた活動(SDGs)に取り組む先への応援



（７）消費額の変化

① 過去５年間の消費額の変化

市民の過去５年間の消費額の変化の差異（増えた-減った）をみると、▲6.4 ポイントの減った超となっている（図表 257）。商品別にみると、「食料品」と「家庭日用品」は増えた超となっているが、「海外旅行」、「国内旅行」、「贈答品」などその他の商品は減った超であった。

過去５年間の消費額の変化について、市民と市外住民の差異を比較すると、「飲食」、「衣料品」、「衣料品」など全商品で市民が市外住民を上回っている（図表 258）。

図表 257 過去５年間の消費額の変化

（単位：％、ポイント）

	増えた 【A】	大幅に 増えた	多少 増えた	変わ らない	減 った 【B】	多少 減 った	大幅 に減 った	差 異 【A －B】
全体(平均)	14.9	3.8	11.1	63.8	21.3	12.4	8.9	▲ 6.4
食料品	31.2	10.3	20.9	61.8	7.1	5.7	1.4	24.1
家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)	23.5	5.8	17.7	68.9	7.6	6.2	1.4	15.9
衣料品	14.0	3.4	10.6	64.9	21.1	16.5	4.6	▲ 7.1
耐久品(電化製品・家具・寝具等)	10.8	2.9	7.9	74.5	14.8	10.4	4.4	▲ 4.0
文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)	11.7	3.1	8.6	68.6	19.6	13.2	6.4	▲ 7.9
国内旅行	13.6	3.1	10.5	53.6	32.8	17.3	15.5	▲ 19.2
海外旅行	5.1	1.6	3.5	60.5	34.4	8.9	25.5	▲ 29.3
スポーツ・趣味・娯楽等	13.2	2.6	10.6	64.4	22.4	13.8	8.6	▲ 9.2
贈答品	7.4	1.1	6.3	69.2	23.3	13.4	9.9	▲ 15.9
飲食(外食)	18.6	4.4	14.2	51.2	30.2	18.6	11.6	▲ 11.6

各SA(n=1,400)

(注)全体は、商品別の回答率の平均値を掲載。

図表 258 過去 5 年間の消費額の変化(市民と市外住民比較)

(単位:ポイント)

	差異 (増えた-減った)		市民-市外住民 の差異 【A】-【B】
	市民 【A】	市外住民 【B】	
全体(平均)	▲ 6.4	▲ 12.5	6.1
食料品	24.1	16.6	7.5
家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)	15.9	9.6	6.3
衣料品	▲ 7.1	▲ 15.6	8.5
耐久品(電化製品・家具・寝具等)	▲ 4.0	▲ 9.1	5.1
文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)	▲ 7.9	▲ 14.3	6.4
国内旅行	▲ 19.2	▲ 24.6	5.4
海外旅行	▲ 29.3	▲ 30.5	1.2
スポーツ・趣味・娯楽等	▲ 9.2	▲ 13.7	4.5
贈答品	▲ 15.9	▲ 20.6	4.7
飲食(外食)	▲ 11.6	▲ 23.1	11.5

② 今後の消費額の変化の見込み

市民の今後の消費額の変化の差異（増える見込み-減る見込み）をみると、1.3 ポイントの増える見込み超となっている（図表 259）。商品別にみると、「食料品」と「家庭日用品（日用品雑貨・薬・化粧品等）」、「国内旅行」などは増える見込み超となっているが、「贈答品」、「海外旅行」、「スポーツ・趣味・娯楽」などは減る見込み超であった。

今後の消費額の変化について、市民と市外住民の差異を比較すると、「衣料品」、「耐久品（電化製品・家具・寝具等）」、「家庭日用品（日用品雑貨・薬・化粧品等）」などで市民が市外住民を上回っている（図表 260）。

図表 259 今後の消費額の変化の見込み

（単位：％、ポイント）

	増える見込み 【A】	大幅に増える見込み	多少増える見込み	変わらない見込み	減る見込み 【B】	多少減る見込み	大幅に減る見込み	差異 【A－B】
全体(平均)	17.6	4.0	13.6	66.0	16.4	10.3	6.1	1.3
食料品	28.6	8.8	19.8	62.1	9.3	8.3	1.0	19.3
家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)	23.1	5.0	18.1	67.6	9.4	8.1	1.3	13.7
衣料品	17.1	3.8	13.3	67.6	15.4	12.1	3.3	1.7
耐久品(電化製品・家具・寝具等)	17.3	3.3	14.0	68.5	14.2	10.4	3.8	3.1
文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)	14.7	3.1	11.6	69.1	16.2	11.3	4.9	▲ 1.5
国内旅行	21.5	3.5	18.0	60.5	18.0	9.5	8.5	3.5
海外旅行	11.2	2.8	8.4	64.3	24.5	8.3	16.2	▲ 13.3
スポーツ・趣味・娯楽等	14.9	3.3	11.6	68.2	16.9	10.1	6.8	▲ 2.0
贈答品	8.5	2.5	6.0	69.3	22.2	13.0	9.2	▲ 13.7
飲食(外食)	19.3	4.2	15.1	63.1	17.5	12.0	5.5	1.8

各SA(n=1,400)

(注)全体は、商品別の回答率の平均値を掲載。

図表 260 今後の消費額の変化の見込み(市民と市外住民比較)

(単位:ポイント)

	差異 (増える見込み-減る見込み)		市民-市外住民 の差異 【A】-【B】
	市民 【A】	市外住民 【B】	
全体(平均)	1.3	▲ 2.9	4.2
食料品	19.3	12.3	7.0
家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)	13.7	6.3	7.4
衣料品	1.7	▲ 5.9	7.6
耐久品(電化製品・家具・寝具等)	3.1	▲ 4.4	7.5
文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)	▲ 1.5	▲ 8.4	6.9
国内旅行	3.5	4.6	▲ 1.1
海外旅行	▲ 13.3	▲ 14.4	1.1
スポーツ・趣味・娯楽等	▲ 2.0	▲ 4.4	2.4
贈答品	▲ 13.7	▲ 15.3	1.6
飲食(外食)	1.8	0.6	1.2

II 市外住民向けアンケート調査

1. 調査概要

調査目的	船橋市外の住民の意見を収集し、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、新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（アンケート回収数）		
		サンプル数（件）	構成比（％）
	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
	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
調査方法	WEBアンケートによる実施（実施業者：(株)クロス・マーケティング）		
調査時期	2024 年 11 月 29 日（金）～12 月 2 日（月）		

2. 調査結果

(1) 属性

属性は、以下の通り（図表 261）。

図表 261 属性

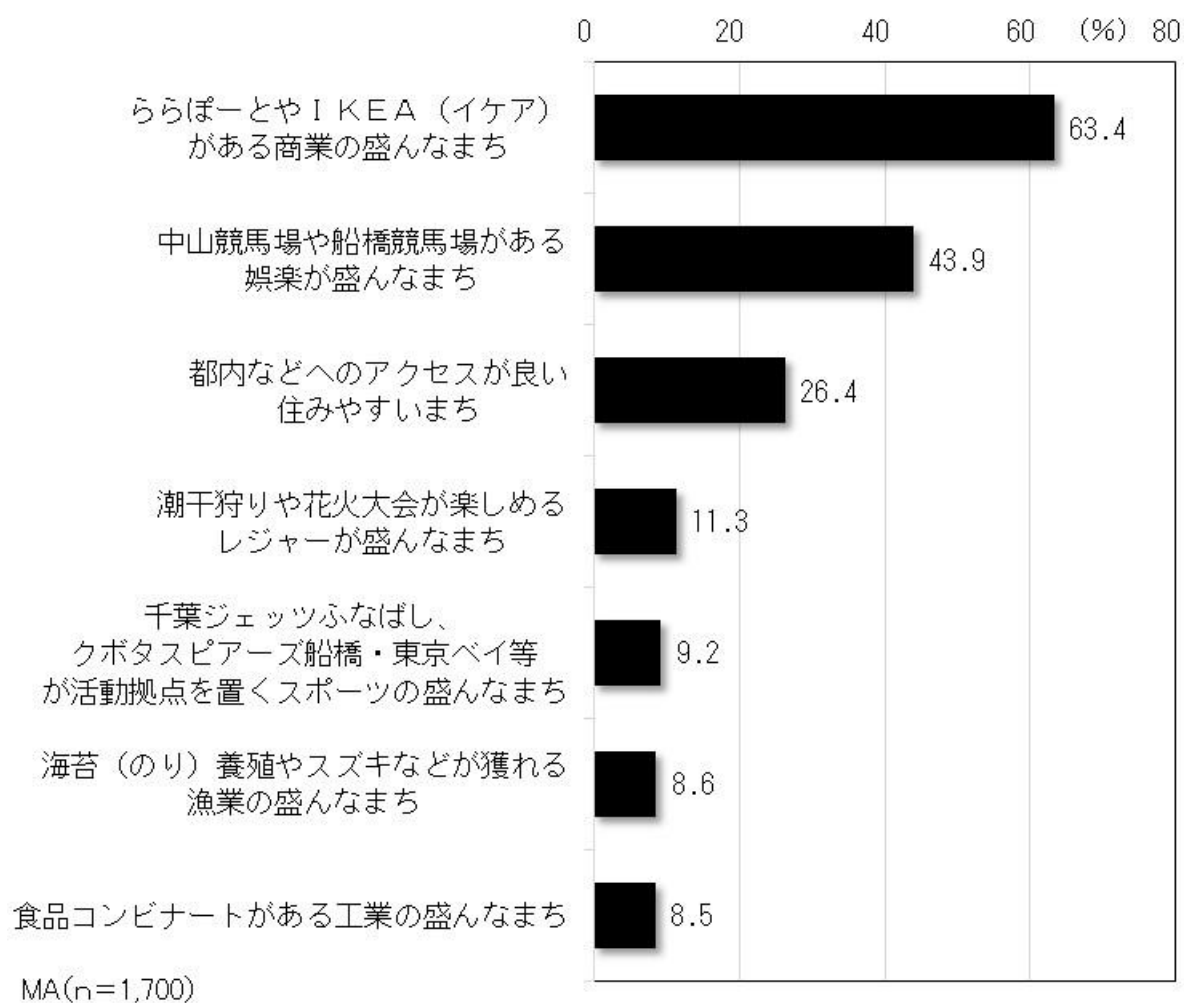
			件数 (件)	割合 (%)			件数 (件)	割合 (%)
全体			1,700	100.0	居住 地域	県内	800	47.2
性別	男性	1,165	68.5	市川市		100	5.9	
	女性	535	31.5	鎌ヶ谷市		100	5.9	
年齢	18～19歳	1	0.1	八千代市		100	5.9	
	20歳代	27	1.6	習志野市		100	5.9	
	30歳代	120	7.1	白井市		100	5.9	
	40歳代	290	17.1	千葉市		100	5.9	
	50歳代	533	31.4	柏市		100	5.9	
	60歳代	464	27.3	松戸市		100	5.9	
	70歳以上	265	15.6	県外		600	52.8	
	職業	会社勤務	702	41.3		東京都	300	17.6
自営業		117	6.9	神奈川県		300	17.6	
パート・アルバイト		248	14.6	埼玉県		300	17.6	
公務員・教職員・非営利団体職員		69	4.1	居住 年数	5年未満	189	11.1	
専業主婦・主夫		178	10.5		5年以上～10年未満	223	13.1	
学生		5	0.3		10年以上～20年未満	414	24.4	
無職		357	21.0		20年以上	874	51.4	
その他		24	1.4	婚姻 関係	未婚	565	33.2	
					既婚	1,135	66.8	
				子どもの 有無	いる	950	55.9	
					いない	750	44.1	

（２）船橋市のイメージ

市外住民の船橋市のイメージは、「ららぽーとやＩＫＥＡ（イケア）がある商業の盛んなまち（63.4%）」が最多となっており、「中山競馬場や船橋競馬場がある娯楽が盛んなまち（43.9%）」、「都内などへのアクセスが良い住みやすいまち（26.4%）」が続いている（図表 262）。

市民と市外住民の差異をみると、市民は、「住みやすいまち」、「農業の盛んなまち」、「スポーツの盛んなまち」のイメージが強く、一方で、市外住民は、「娯楽が盛んなまち」、「レジャーが盛んなまち」のイメージが強い（図表 263）。

図表 262 船橋市のイメージ



図表 263 船橋市のイメージ(市民と市外住民比較)

	市民 (%)	市外住民 (%)	市民-市外住民 の差異 (ポイント)
ららぽーとやI K E A (イケア) がある商業の盛んなまち	66.6	63.4	3.2
都内などへのアクセスが良い住みやすいまち	53.4	26.4	27.0
中山競馬場や船橋競馬場がある娯楽が盛んなまち	35.8	43.9	▲ 8.1
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	25.9	7.6	18.3
千葉ジェッツふなばし、クボタスピアーズ船橋・東京ベイ 等が活動拠点を置くスポーツの盛んなまち	21.9	9.2	12.7
海苔(のり)養殖やスズキなどが獲れる漁業の盛んなまち	11.8	8.6	3.2
食品コンビニートがある工業の盛んなまち	10.1	8.5	1.6
潮干狩りや花火大会が楽しめるレジャーが盛んなまち	9.6	11.3	▲ 1.7
特にイメージするものがない	9.6	17.9	▲ 8.3
その他	0.5	2.5	▲ 2.0

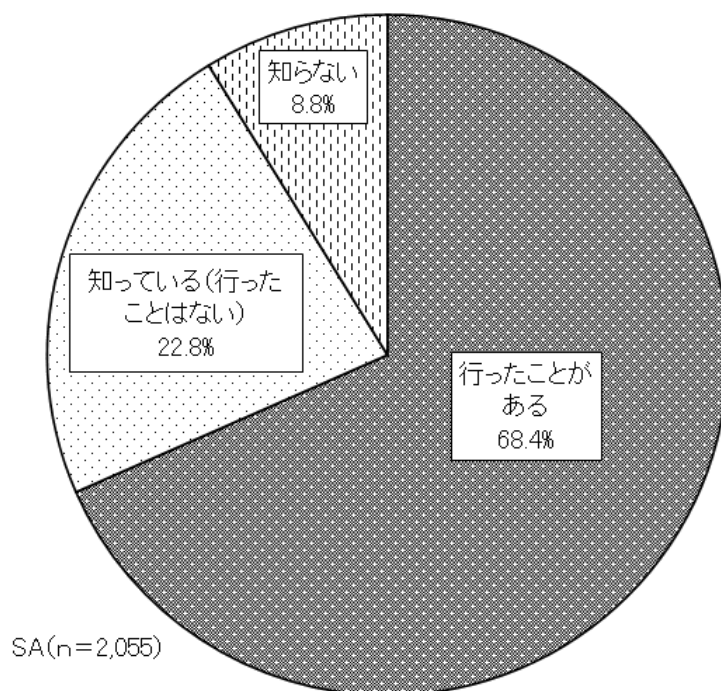
(注) 市内の降順で掲載。

（３）船橋市の訪問経験

① 船橋市の訪問経験（認知度）

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68.4%、「知っている（行ったことはない）」が22.8%、「知らない」が8.8%となっている（図表264）。

図表 264 船橋市の訪問経験



② 市内の施設・イベント、グルメ等の経験（認知）度

市外住民の市内の施設・イベント、グルメ等の経験度（「行った（食べた・飲んだ）ことがある」の回答割合）は、「ららぽーとTOKYO-BAY」が59.1%と最も多く、次いで「IKEA Tokyo-Bay（44.6%）」、「中山競馬場（42.0%）」となっている（図表265）。

市外住民の市内の施設・イベント、グルメ等の経験度を選んだうちの印象をみると、「良い印象を受けた」は、「ららぽーとTOKYO-BAY」が36.5%と最も多く、「IKEA Tokyo-Bay（22.2%）」、「ふなばしアンデルセン公園（22.1%）」が続いている。

市民と市外住民の経験度の差（市民-市外住民）が大きいのは、「船橋市産の梨（45.4ポイント）」、「イオンモール船橋（44.6ポイント）」、「意富比神社（船橋大神宮）（43.4ポイント）」であった（図表266）。

前回調査と比較すると、「行ったことがある」は、「船橋競馬場（前回：9.5%→今回調査：31.6%）」、「中山競馬場（同：21.6%→42.0%）」、「アンデルセン公園（同：21.7%→38.7%）」などが増加している（図表267）。

図表 265 市内の施設・イベント・グルメ等の経験（認知）度

（単位：％）

		行った(食べた・飲んだ)ことがある				知っている(行った(食べた・飲んだ)ことはない)	知らない
			良い印象を受けた	良い印象を受けなかった	どちらでもない		
施設	ららぽーとTOKYO-BAY	59.1	36.5	1.9	20.7	18.4	22.4
	ららテラスTOKYO-BAY	29.8	13.2	1.8	14.8	14.4	55.8
	IKEA Tokyo-Bay	44.6	22.2	2.6	19.8	18.3	37.1
	イオンモール船橋	36.6	16.4	2.8	17.4	19.8	43.7
	サッポロビール 千葉ビール園	28.1	12.5	2.0	13.6	17.6	54.2
	中山競馬場	42.0	17.7	4.5	19.8	38.6	19.4
	船橋競馬場	31.6	9.0	5.3	17.3	37.1	31.4
	LaLa arena TOKYO-BAY	22.5	7.9	2.4	12.2	15.8	61.7
	ふなばし三番瀬海浜公園	29.7	13.1	2.5	14.1	17.2	53.2
	ふなばしアンデルセン公園	38.7	22.1	3.1	13.5	22.8	38.5
	意富比神社(船橋大神宮)	26.4	10.2	2.6	13.6	11.6	62.1
	二宮神社(下総三山の七年祭り)	21.4	7.2	2.3	11.9	10.7	67.8
	船橋市地方卸売市場	24.7	8.2	2.2	14.3	14.7	60.6
	船橋市立医療センター	23.1	6.2	2.1	14.8	11.4	65.6
グルメ	船橋ソースラーメン	16.1	3.0	2.0	11.1	8.5	75.4
	船橋バクダン	14.7	2.5	1.7	10.5	4.4	80.9
	小松菜ハイボール	15.5	3.0	2.0	10.5	6.8	77.7
	船橋市産の梨	27.4	13.5	1.8	12.1	11.6	60.9
	船橋市産の小松菜	20.6	7.0	1.6	12.0	7.7	71.7
	船橋にんじん	19.3	5.7	1.5	12.1	5.3	75.4
その他	千葉ジェッツふなばし(試合・イベント等)	22.3	6.5	1.9	13.9	21.3	56.4
	ふなばし市民まつり	19.0	5.1	1.8	12.1	8.6	72.4
	船橋港親水公園花火大会	18.8	5.4	1.8	11.6	8.9	72.2
	目利き番頭 船えもん					13.7	86.3
	ふなっしー					79.1	20.9

各SA(n=1,700)

図表 266 市内の施設・イベント・グルメ等の経験(認知)度(市民と市外住民比較)

		市民 (%)	市外住民 (%)	市民-市外住民 の差異 (ポイント)
施設	ららぽーとTOKYO-BAY	91.8	59.1	32.7
	イオンモール船橋	81.2	36.6	44.6
	IKEA Tokyo-Bay	77.3	44.6	32.7
	ふなばしアンデルセン公園	73.1	38.7	34.4
	意富比神社(船橋大神宮)	69.8	26.4	43.4
	中山競馬場	66.8	42.0	24.8
	船橋市立医療センター	65.2	23.1	42.1
	ふなばし三番瀬海浜公園	64.0	29.7	34.3
	船橋市地方卸売市場	62.3	24.7	37.6
	船橋競馬場	57.8	31.6	26.2
	サッポロビール 千葉ビール園	56.3	28.1	28.2
	ららテラスTOKYO-BAY	51.1	29.8	21.3
	二宮神社(下総三山の七年祭り)	48.3	21.4	26.9
	LaLa arena TOKYO-BAY	41.6	22.5	19.1
グルメ	船橋市産の梨	72.8	27.4	45.4
	船橋市産の小松菜	61.8	20.6	41.2
	船橋にんじん	54.1	19.3	34.8
	船橋ソースラーメン	33.0	16.1	16.9
	小松菜ハイボール	30.2	15.5	14.7
	船橋バクダン	22.8	14.7	8.1
その他	ふなばし市民まつり	61.7	19.0	42.7
	船橋港親水公園花火大会	56.0	18.8	37.2
	千葉ジェッツふなばし(試合・イベント等)	51.3	22.3	29.0
	目利き番頭 船えもん ※	57.3	13.7	43.6
	ふなっしー ※	90.6	79.1	11.5

- (注) 1. 施設、グルメ、その他毎に市内の降順で掲載。
2. 網掛けは差が大きかった項目3つ。
3. ※は、認知度を掲載。

図表 267 市内の施設・イベント・グルメ等の経験（認知）度（前回調査との比較）

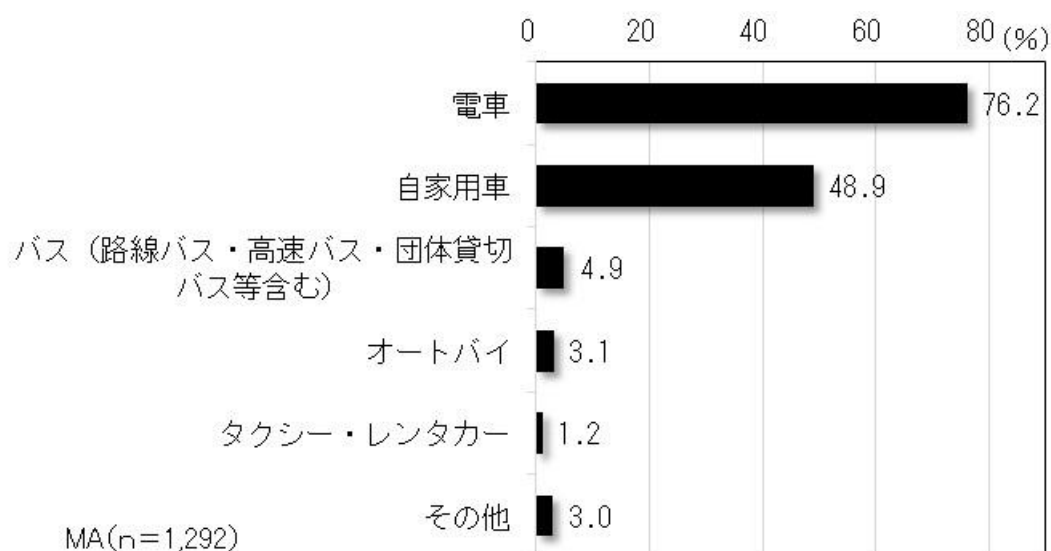
		前回調査 (2014年) (%)	今回調査 (2024年) (%)	前回調査比 (ポイント)
施設	船橋競馬場	9.5	31.6	22.1
	中山競馬場	21.6	42.0	20.4
	アンデルセン公園	21.7	38.7	17.0
	サッポロビール 千葉ビール園	11.5	28.1	16.6
	二宮神社(下総三山の七年祭り)	4.9	21.4	16.5
	ふなばし三番瀬海浜公園	13.3	29.7	16.4
	意富比神社(船橋大神宮)	13.1	26.4	13.3
	IKEA Tokyo-Bay	32.5	44.6	12.1
	ららぽーとTOKYO-BAY	51.6	59.1	7.5
	ららテラスTOKYO-BAY		29.8	-
	イオンモール船橋		36.6	-
	LaLa arena TOKYO-BAY		22.5	-
	船橋市地方卸売市場		24.7	-
	船橋市立医療センター		23.1	-
	船橋オートレース場	4.9		-
グルメ	船橋ソースラーメン	2.5	16.1	13.6
	船橋バクダン		14.7	-
	小松菜ハイボール		15.5	-
	船橋市産の梨		27.4	-
	船橋市産の小松菜		20.6	-
	船橋にんじん		19.3	-
	すずきめし	0.6		-
	ふなばチヂミ	0.5		-
その他	船橋港親水公園花火大会	4.4	18.8	14.4
	ふなばし市民まつり	4.9	19	14.1
	千葉ジェッツふなばし(試合・イベント等)		22.3	-
	目利き番頭 船えもん ※	12.8	13.7	0.9
	ふなっしー ※	92.6	79.1	▲ 13.5

- (注) 1. 施設、グルメ、その他毎に前回調査比プラスの降順で掲載。
2. 網掛けは前回調査比で数値が高いもの3つ。
3. ※は、認知度を掲載。

③ 船橋市への交通手段

市外住民が市を訪れる際の交通手段は、「電車（76.2%）」と「自家用車（48.9%）」が突出して多く、その他の交通手段は5%以下となっている（図表 268）。

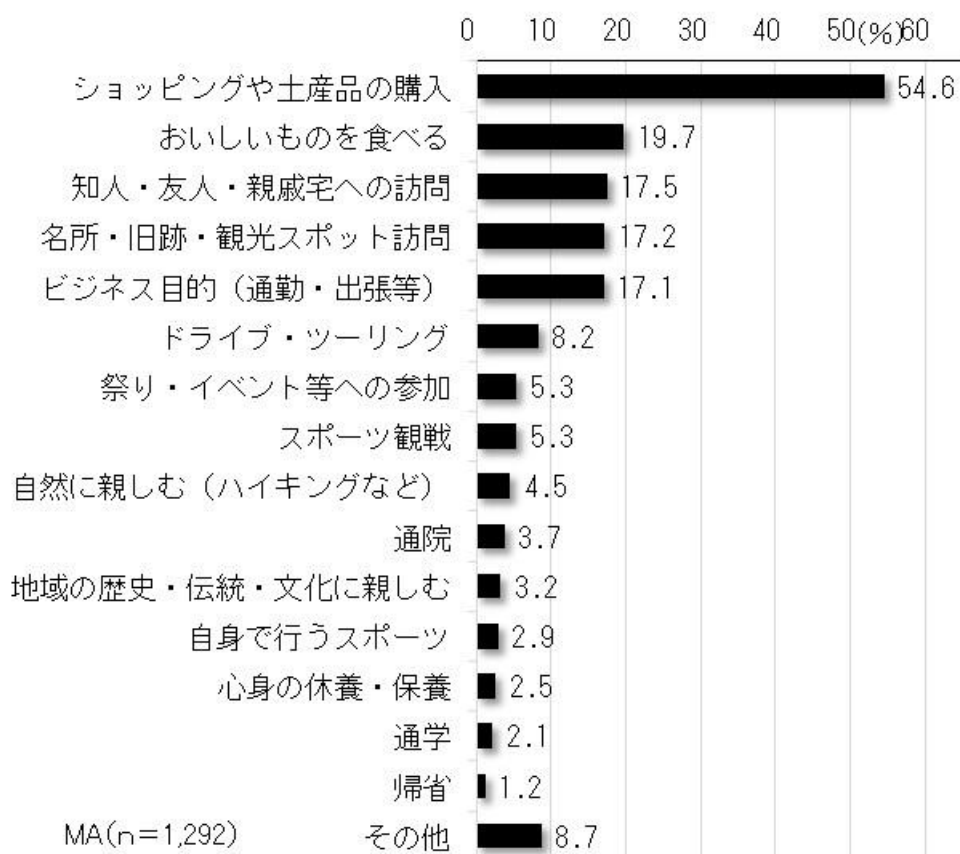
図表 268 船橋市への交通手段



④ 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 54.6%と最も多く、「おいしいものを食べる（19.7%）」、「知人・友人・親戚宅への訪問（17.5%）」が続いている（図表 269）。

図表 269 船橋市を訪問した際の主な目的

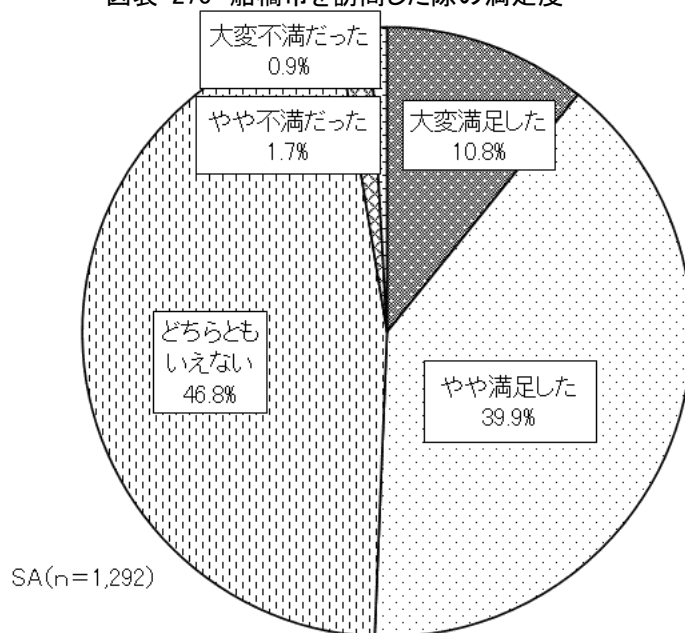


⑤ 船橋市を訪問した際の満足度

市外住民が船橋市を訪問した際の満足度は50.7%（「大変満足した（10.8%）」＋「やや満足した（39.9%）」）となっており、「どちらともいえない」は46.8%、「不満」は2.6%となっている（図表270）。

訪問目的別に満足度をみると、「祭り・イベント等への参加（84.1%）」、「自然に親しむ（ハイキング・ウォーキングなど）（81.0%）」、「おいしいものを食べる（76.1%）」が高くなっている（図表271）。

図表 270 船橋市を訪問した際の満足度



図表 271 船橋市を訪問した際の満足度(目的別)

(単位: %)

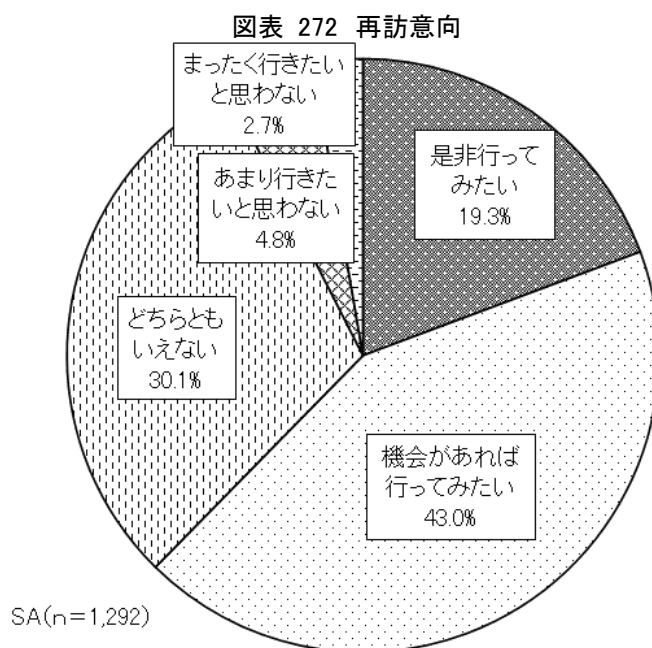
	回答数 (件)	満足	大変満足した	やや満足した	どちらでもない	不満	やや不満だった	大変不満だった
全体	1,292	50.6	10.8	39.9	46.8	2.6	1.7	0.9
祭り・イベント等への参加	69	84.1	21.7	62.3	14.5	1.4	1.4	0.0
自然に親しむ(ハイキング・ウォーキングなど)	58	81.0	12.1	69.0	19.0	0.0	0.0	0.0
おいしいものを食べる	255	76.1	17.3	58.8	22.7	1.2	0.4	0.8
名所・旧跡・観光スポット訪問	222	75.7	18.0	57.7	22.1	2.3	1.8	0.5
地域の歴史・伝統・文化に親しむ	41	73.2	17.1	56.1	24.4	2.4	2.4	0.0
スポーツ観戦	69	71.0	21.7	49.3	27.5	1.4	1.4	0.0
ショッピングや土産品の購入	706	62.9	13.2	49.7	35.8	1.3	1.1	0.1
帰省	15	60.0	26.7	33.3	40.0	0.0	0.0	0.0
自身で行うスポーツ	37	59.5	13.5	45.9	40.5	0.0	0.0	0.0
通院	48	58.3	8.3	50.0	39.6	2.1	2.1	0.0
心身の休養・保養	32	56.3	6.3	50.0	40.6	3.1	3.1	0.0
ドライブ・ツーリング	106	50.9	17.0	34.0	48.1	0.9	0.9	0.0
知人・友人・親戚宅への訪問	226	49.1	10.6	38.5	49.1	1.8	1.3	0.4
通学	27	48.1	7.4	40.7	48.1	3.7	0.0	3.7
ビジネス目的(通勤・出張等)	211	34.6	5.7	28.9	61.6	3.8	2.4	1.4
その他	122	36.1	12.3	23.8	60.7	3.3	1.6	1.6

(注) 満足の降順で整理。

⑥ 再訪意向

船橋市を訪問した人の 62.3%（「是非行ってみいたい（19.3%）」＋「機会があれば行ってみいたい（43.0%）」）が、『行ってみいたい』と回答した（図表 272）。

船橋市に「是非行ってみいたい」と回答した人の満足度をみると、「大変満足した（71.2%）」が「やや満足した（28.2%）」を 43.0 ポイント上回っている（図表 273）。



図表 273 再訪意向(満足度別)

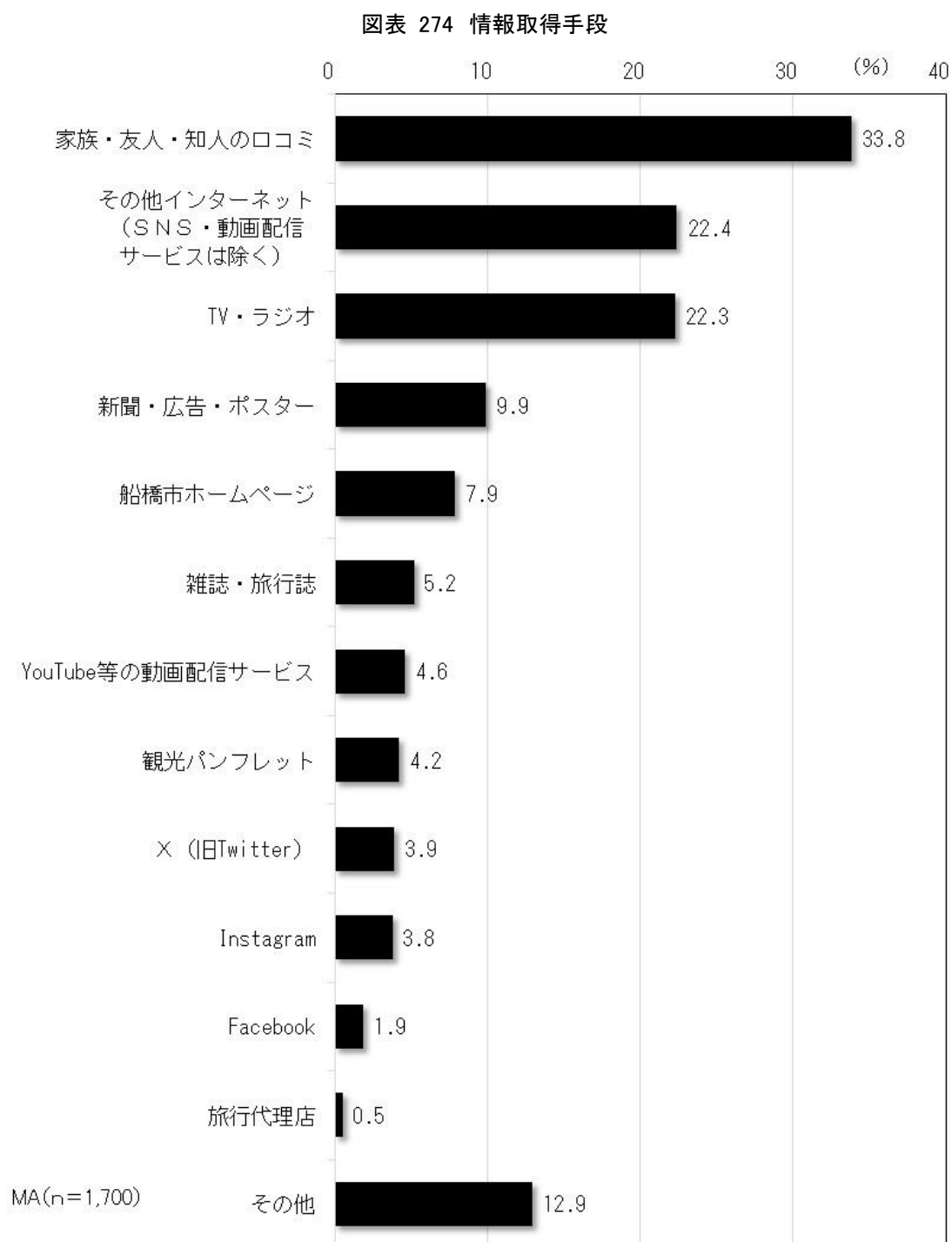
(単位: %)

	回答数(件)	行ってみいたい	是非行ってみいたい	機会があれば行ってみいたい	どちらともいえない	行きたいとは思わない	あまり行きたいと思わない	まったく行きたいと思わない
全体	1,292	62.3	19.3	43.0	30.1	7.5	4.8	2.7
満足	654	92.5	37.3	55.2	6.1	1.4	0.8	0.6
大変満足した	139	97.1	71.2	25.9	1.4	1.4	0.0	1.4
やや満足した	515	91.3	28.2	63.1	7.4	1.4	1.0	0.4
どちらともいえない	605	32.5	0.8	31.7	57.0	10.4	7.6	2.8
不満	33	12.1	3.0	9.1	12.1	75.7	33.3	42.4
やや不満だった	22	9.0	4.5	4.5	18.2	72.7	40.9	31.8
大変不満だった	11	18.2	0.0	18.2	0.0	81.8	18.2	63.6

(注) 網掛けは各属性で数値が最も高い項目。

⑦ 情報取得手段

船橋市に関する情報取得手段は、「家族・友人・知人の口コミ」が33.8%と最も多く、「その他インターネット（SNS・動画配信サービスは除く）（22.4%）」、「TV・ラジオ（22.3%）」が続いている（図表274）。

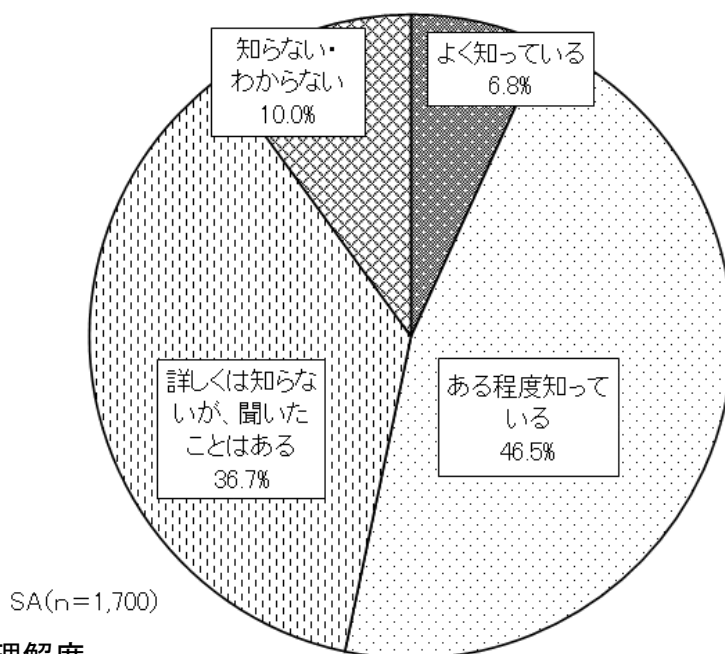


(4) SDGsの認知度、理解度

① SDGsの認知度

SDGsの認知度は、『知っている』と回答した割合が53.3%（「よく知っている（6.8%）」＋「ある程度知っている（46.5%）」）となっている（図表 275）。

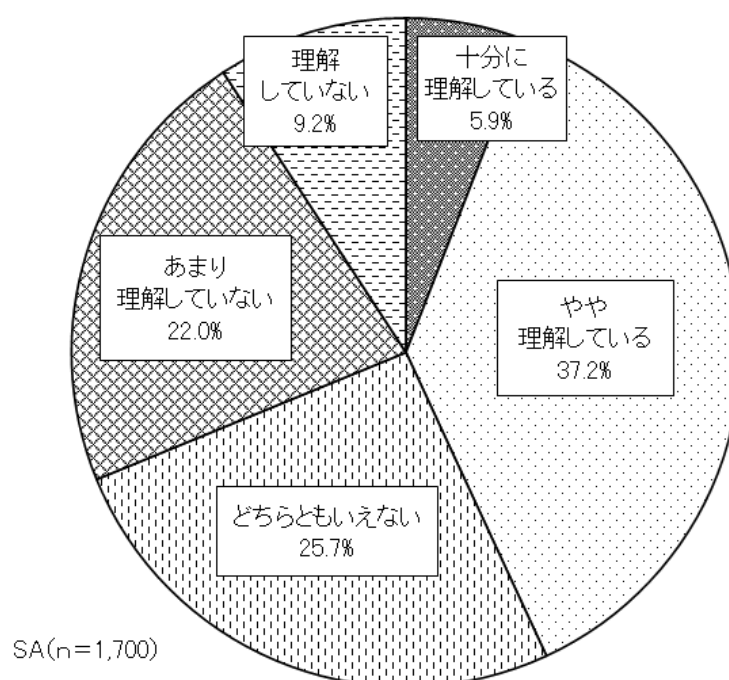
図表 275 SDGsの認知度



② SDGsの理解度

SDGsを『理解している』と回答した割合は、43.1%（「十分に理解している（5.9%）」＋「やや理解している（37.2%）」）であり、『理解していない（31.2%）」より11.9ポイント高い（図表 276）。

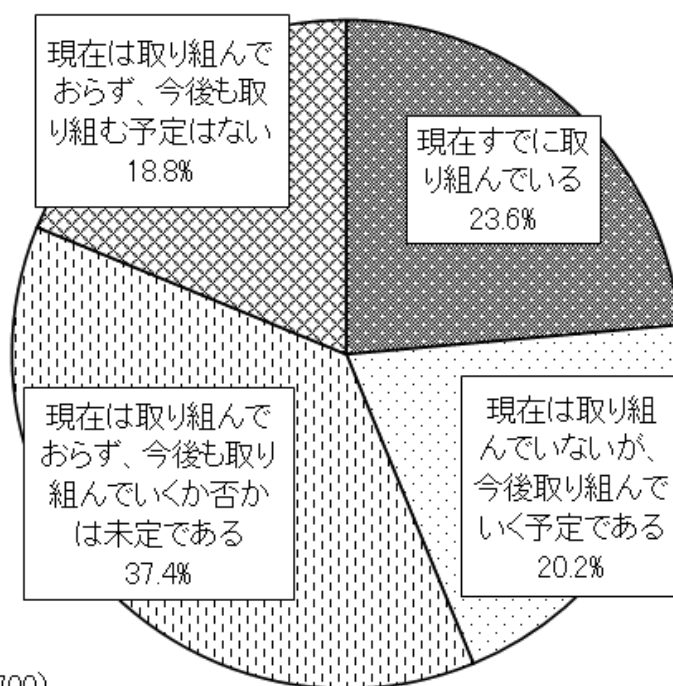
図表 276 SDGsの理解度



③ SDGsの取組状況

SDGsの取組状況は、「現在は取り組んでおらず、今後も取り組んでいくか否かは未定である」が37.4%と最も多くなっている(図表277)。また、「現在すでに取り組んでいる(23.6%)」と「現在は取り組んでいないが、今後取り組んでいく予定である(20.2%)」を合計した『SDGsの取り組みに前向き』は43.8%となっている。

図表 277 SDGsの取組状況



（５）消費額の変化

① 過去５年間の消費額の変化

市外住民の過去５年間の消費額の変化の差異（増えた-減った）をみると、▲12.5ポイントの減った超となっている（図表 278）。

商品別にみると、「食料品」と「家庭日用品」は増えた超となっているが、「海外旅行」、「国内旅行」、「飲食（外食）」などは減った超であった。

図表 278 過去５年間の消費額の変化

（単位：％、ポイント）

	増えた 【A】	大幅に 増えた	多少 増えた	変 わ ら な い	減 っ た 【B】	多少 減 っ た	大幅 に 減 っ た	差 異 【A－B】
全体(平均)	11.7	2.4	9.2	64.1	24.2	14.6	9.6	▲ 12.5
食料品	26.7	7.1	19.6	63.1	10.1	8.5	1.6	16.6
家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)	19.7	3.6	16.1	70.2	10.1	8.2	1.9	9.6
衣料品	9.9	1.8	8.1	64.5	25.5	19.7	5.8	▲ 15.6
耐久品(電化製品・家具・寝具等)	8.4	1.5	6.9	74.1	17.5	12.4	5.1	▲ 9.1
文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)	7.6	1.1	6.5	70.5	21.9	15.8	6.1	▲ 14.3
国内旅行	12.4	3.1	9.3	50.6	37.0	19.1	17.9	▲ 24.6
海外旅行	4.5	1.4	3.1	60.5	35.0	9.2	25.8	▲ 30.5
スポーツ・趣味・娯楽等	9.7	1.9	7.8	66.9	23.4	14.9	8.5	▲ 13.7
贈答品	4.4	0.9	3.5	70.5	25.0	15.8	9.2	▲ 20.6
飲食(外食)	13.3	1.9	11.4	50.3	36.4	22.5	13.9	▲ 23.1

各SA(n=1,700)

- (注) 1. 網掛けは各属性で数値が高い項目3つ。
2. 全体は、商品別の回答率の平均値を掲載。

② 今後の消費額の変化の見込み

市外住民の今後の消費額の変化の差異（増える見込み-減る見込み）をみると、▲2.9 ポイントの減る見込み超となっている（図表 279）。商品別にみると、「食料品」と「家庭日用品」、「国内旅行」は増える見込み超となっているが、「贈答品」、「海外旅行」、「文化品（靴・貴金属・書籍・レジャー用品等）」などは減る見込み超であった。

図表 279 今後の消費額の変化の見込み

（単位：％、ポイント）

	増える見込み 【A】	大幅に増える見込み	多少増える見込み	変わらない見込み	減る見込み 【B】	多少減る見込み	大幅に減る見込み	差異 【A－B】
全体(平均)	14.1	2.0	12.0	69.0	17.0	11.1	5.9	▲ 2.9
食料品	23.3	4.9	18.4	65.8	11.0	9.6	1.4	12.3
家庭日用品(日用品雑貨・薬・化粧品等)	17.2	2.8	14.4	71.8	10.9	9.2	1.7	6.3
衣料品	11.9	1.6	10.3	70.3	17.8	13.6	4.2	▲ 5.9
耐久品(電化製品・家具・寝具等)	12.1	1.6	10.5	71.4	16.5	12.6	3.9	▲ 4.4
文化品(靴・貴金属・書籍・レジャー用品等)	9.6	1.3	8.3	72.4	18.0	13.1	4.9	▲ 8.4
国内旅行	22.3	2.5	19.8	60.1	17.7	10.6	7.1	4.6
海外旅行	9.6	1.2	8.4	66.3	24.0	8.2	15.8	▲ 14.4
スポーツ・趣味・娯楽等	11.3	1.1	10.2	72.9	15.7	9.6	6.1	▲ 4.4
贈答品	5.4	0.8	4.6	73.9	20.7	12.6	8.1	▲ 15.3
飲食(外食)	17.9	2.4	15.5	64.8	17.3	11.4	5.9	0.6

各SA(n=1,700)

- (注) 1. 網掛けは各属性で数値が高い項目3つ。
2. 全体は、商品別の回答率の平均値を掲載。

第8章 事業者等ヒアリング調査

I 調査概要

1. 調査目的

「船橋市新商工業戦略プラン策定委員会」の庁外委員や市内事業者、学識経験者をヒアリングの対象とし、商工業振興に関する問題意識や今後の振興施策に関するご意見等を把握し、適格な施策・事業の立案につなげるために実施する。

2. 調査方法

- 面前によるヒアリング調査（時間は概ね1時間程度を想定）
- ヒアリングのテーマは、①現在の景気動向、②船橋市の商工業の現状・課題・今後の方向性、③船橋市の立地環境、④「新商工業戦略プラン」に対する期待（推進すべき施策・事業）、などとする。

3. 調査期間

令和6年12月3日（火）～令和7年3月12日（水）

4. 調査対象者

属性	人数
船橋市新商工業戦略プラン策定委員会」の庁外委員	10名
商店街	3名
製造業事業者	3名
観光関連事業者	3名
公共団体	3名
学識経験者	1名
合計	23名

II 調査結果（要旨）

1. 現在の景気動向

（1）成長

- ・ 現在の景気動向は、総じて悪くない。業種別にみると、食料品と飲食は堅調に推移しているが、衣料品（服飾）は、天候に左右されていることもあって苦戦している。
- ・ 工業関連企業の売上は、コロナ禍後には増加基調となっているところもある。受注の引き合いは堅調ながら、人材不足による受注機会の喪失もある模様。
- ・ 飲食店に限って言えば、肌感覚としては景気が上向いている。
- ・ 国内の観光動向をみると、円安の影響もあって訪日外国人（インバウンド）が好調に推移しており、ホテル・旅館関係の稼働率がかなり伸びている。
- ・ 日本人の観光需要は、底堅く推移している。円安の影響もあって、海外旅行に行きにくくなった分、国内旅行を楽しむ人が増えている印象。
- ・ 宿泊業を中心に社員の採用が伸びているが、思うような雇用ができないところも少なく、観光需要の増加に供給が追い付かない状態となっている。

（2）停滞

- ・ 日本経済を長期的にみると、構造的に伸びる要素がみあたらず、今後停滞するリスクがある。現在のインフレ状態でも所得が増加していくのかは不透明である。
- ・ デジタルトランスフォーメーション（DX）などを使って経済規模を拡大しなければいけないが、海外との比較でみると伸び悩む可能性がある。労働力が不足している状態では、経済成長に限度がある。
- ・ 日本経済全体のマクロの目線ではプラスだが、中小企業などミクロでみると決して良い状況とは言えない。
- ・ 日本経済は、全体としては成長しているかもしれないが、なかには業況が厳しい企業も増えている。2023年度の倒産動向をみても、前年度比2割程度増加している。
- ・ 中小企業の経営は、人件費の増加に加え、資材等も高騰するなかにあっても価格転嫁ができない状況にあり、勝ち組と負け組の二極化が進んでいる。
- ・ 業界を問わず、エネルギーの高騰など世界的な影響を受けたコストプッシュインフレの急激な変化に対応できていない中小企業が多くみられる。
- ・ 製造業の景況感は、企業や規模によって異なっており、一様ではない。中小零細規模の製造業は、コロナ融資の返済も始まり、業況が厳しいところが多い。
- ・ 中小企業の相談・指導をするなかでは、企業によって差が激しいと感じている。

（3）衰退

- ・ 中小企業からは景気が良いという話はあまり聞かない。ほとんどの企業が横ばいあるいは下向きとなっている。
- ・ ゼロゼロ融資で借りた企業は借り換えをして延命している状態。売上が増加しても、原材料や材料費、燃料費などの経費が増加しており、経営は厳しい。

- ・ 物販店舗は、原価と人件費が増加しており厳しい。販売単価に転嫁すると、転嫁したことによっての来客減少、売上下落につながる厳しい状況にある。
- ・ 飲食店の業況は、コロナ禍を経て、会社員の２次会需要の減少や大学でのコンプライアンス規制の厳格化などで深夜から早朝の来客は限りなくゼロに近くなった。
- ・ 現在の景気動向は、全体としては厳しい。特に津田沼ではオフィス需要が減っていて、船橋や千葉に店舗が集約されている。

2. 船橋市の商工業の現状・課題・今後の方向性

(1) 現状

① 全体感

- ・ 船橋市は、商業と工業、農業、漁業など様々な業種が他の市町村に比べてバランスがよく安定している。
- ・ 船橋市の産業は、バランスがとれていている産業構造が堅調に推移している一番の要因になっている。
- ・ 船橋市は、東京近郊に位置しており、商業・工業ともに恵まれた立地である。
- ・ 様々な産業がバランスよく立地している反面、良くも悪くも特徴づけにくい傾向が見受けられる。産業面のポートフォリオが確立されているので、全体としては安定しているようにみえるが、産業が成熟しており、飛躍的に伸びていく分野が見当たらない。
- ・ 船橋市の産業に関する印象は、商業・工業・農業のバランスはとれているものの、船橋市と言えばという特徴的な産業は見当たらない。
- ・ 船橋市内の企業業績をみると、コロナ禍前との比較では、経営者の経営手法によって優勝劣敗がはっきりしてきた。中小零細企業や経営者が高齢の場合などは、DXやダイバーシティへの対応が遅れているところも少なくない。
- ・ 船橋市の建設業は、再開発案件を中心に伸びている。船橋市地方卸売市場の隣地に大型マンションが新築されているが、立地も良いので即完売となるのではないかな。
- ・ 船橋市は、東京や空港に近いなど通勤しやすく、本社機能も多い。

② 商業

a. 商店街数が減少

- ・ 10年前比で商店街数が減少するなど商店街は厳しいところが多い。法人格をもっている商店街が4団体から2団体に減少するなど存続商店街でも規模が縮小している。
- ・ 商店街数が10年前と比べて1割ほど減っている理由は、商店街全体と個店において、商店街のメンバーの高齢化と世代交代ができていないことがある。
- ・ 一般小売店は、特徴がある店舗以外は厳しい状況。当商店街のなかでも比較的うまくいっているのは、有名な飲食店ぐらいかな。

b. ナショナルチェーン店が増加（船橋らしい雰囲気が低下）

- ・ JR船橋駅前のエリアでは、ナショナルチェーン店の比率が上昇し、船橋市らしい大衆

的な雰囲気のお店が少なくなっている。来訪客の年齢層が下がっている一方、従来の常連客（40～60 歳代）は、高齢化の進行も相俟って来訪が減少傾向。

- ・ J R 船橋駅前には、ナショナルブランドの店が増えており、船橋らしさがなくなっているが、不動産オーナーの立場でいえば、借りてくれるところに貸さざるを得ない状況である。

c. 東京都内との競合激化

- ・ 船橋エリアの住居には、日本橋の高島屋などのチラシも入ることもあって、消費者需要が都内に流れている側面がある。
- ・ 船橋市は人口が増えていることはアドバンテージといえるが、人口が増加しているにもかかわらず、統計上は商業が中長期的にみて伸び悩んでいる。

d. 大型小売店同士の競合激化

- ・ 商業集積間での競争が激化している。大型小売店でも、コロナ禍を経て E C サイトなど購買パターンが広がっていることや価値観の変化もあって苦戦。津田沼のパルコやヨーカドー跡地の再開発も進んでいない。
- ・ 大型小売店も、テナントが撤退しているところもあり一様には語れない。東武百貨店船橋店は、地下の食品街は混雑しているが上層階は空いている。

e. テレワークの浸透などを背景に来街者が増加

- ・ 商店街の利用者は、テレワークの普及により昼休みなど近場でふらっと買い物に行くことができる会社員などにより増えている可能性がある。

③ 工業

a. 都市化の進展による操業環境の悪化

- ・ 船橋市はあまり工業都市というイメージはない。いわゆる千葉都民が多く、都市化が進んでいることで、特に内陸部の製造業は操業環境が悪化している。
- ・ 船橋市の製造業の設備投資は、周辺エリアの都市化への対応が多い。このまま都市化が進めば、将来的には移転せざるを得ない企業も少なくない。
- ・ 船橋市として、市街化調整区域の見直しなど何とかしてくれるとありがたい。
- ・ 船橋市の工業振興のために、大規模の産業用地開発より、スピード感をもって小規模の開発から進めてほしい。

④ 観光

a. ファミリー層を中心に楽しめる施設が多い

- ・ 船橋市の観光の売りは、お金をかけずにファミリーが時間を過ごせるアンデルセン公園や三番瀬海浜公園（潮干狩り）などのスポットがあること。
- ・ 船橋市の観光面の魅力は、子供から大人まで楽しめる施設があること。船橋市民が日常

的に生活を楽しめることは、観光客にとっては魅力に感じるだろう。

- ・ アンデルセン公園やふなばし三番瀬海浜公園には、多くのファミリー層が訪れており、船橋市のイメージアップに貢献している。

b. 飲食店の新規出店意欲は旺盛

- ・ 若い事業主が2店舗目を出したいなど飲食店の開業ニーズはあるので、当社の保有するビルには、飲食店は埋まっている状況である。
- ・ 最近では、一つの店舗で異なる二つの業種を昼夜など時間で使い分けて運営する「二毛作ビジネス」を実施する飲食店が多くなっている。

c. 競馬場のイメージチェンジ

- ・ 最近では、競馬場がイメージチェンジを図っており、従来の顧客層に加えて、家族連れで楽しむ人も増えている。
- ・ 日本の競馬場のなかで一つの市に2つ競馬場があるのは船橋市のみである。船橋競馬場は、大型商業施設に隣接しており、最寄り駅が2つ（南船橋駅、船橋競馬場前）あることも他にはみられない特徴である。

d. 千葉ジェッツの人気上昇

- ・ 千葉ジェッツは、新しいスタジアムの完成や、スター選手も多いので人気上昇している。

⑤ 雇用

a. 中小企業の雇用確保が困難

- ・ 雇用関連では、就業希望の相談が年間6,000～7,000件ほどあるが、求職者は待遇や給料が良い企業を選択するケースが多いため、中小企業は紹介しにくい状況である。
- ・ 新卒の就活は、企業の人手不足を背景に「売り手市場」が続いており、当学の求人倍率は約8倍となっている（卒業生約2,500人に対し、求人は約16,000件）。
- ・ 業績が良い企業からは、労務面を改善したいという相談が多く、補助金・助成金関係の相談は減少している。

3. 課題

（1）商業振興

① 商店街の一体感が希薄化

- ・ 本町通りでは高層マンションが増えているが、1階を店舗にしていないところも多く、商店街としての一体感が希薄化している。
- ・ 商店街としては業種が減っていることが問題だと思っている。生鮮食品が減って、美容院や整骨院が増えているのが、何か手を打てるという訳ではない。
- ・ 商店街活動は自分の商売や生活をしながら行うものだ。そのため、普段の商売のなかで「楽しんでもらえそう」と思ったことを実現していくことが重要だと思っている。

② ナショナルチェーンの商店街への加入促進

- ・ 商店街の課題は、コンビニやドラッグストアなどのナショナルチェーン店が商店街には入らないことである。

③ 大型店と商店街の連携促進

- ・ 大型店と商店街との連携は、ほとんど活動していない。連携事業は、駅周辺の清掃活動やふなばし市民祭りへの協力などに留まっている。

④ アーケードなどハード面の整備

- ・ 雨に濡れずに買い物ができる環境整備が必要である。当商店街のアーケードは、商業活性化協議会で審議し、国の予算も入れてリニューアルした。

(2) 工業振興

① 人手不足の深刻化

- ・ 製造業の経営課題は、雇用の確保である。当社は、海外の実習生を雇用しているが、最低賃金が上昇し、海外の実習生と日本人の人件費はほぼ同等になってきている。

② 事業承継の促進および熟練技術者の技術伝承

- ・ 工業面の課題は、すみやかな事業承継の実現。また、技術者も簡単には育たないので技術者の高齢化も問題となっている。

(3) 観光振興

① 宿泊施設が少ない

- ・ 宿泊施設が不足している。ふなばし三番瀬海浜公園やアンデルセン公園などにグランピング施設などを整備できれば、非日常体験としてもプラスになる。
- ・ 船橋市には宿泊施設が乏しいため、浦安市や海浜幕張、柏など宿泊施設が多いエリアと連携体制が構築できると良い。
- ・ 南船橋周辺に宿泊施設が少ないことも課題である。ライブの来場者の中には、LCCなどの飛行機を利用し、遠方から訪れる人も多くいる。南船橋駅周辺での宿泊施設にニーズがあると思っている。

② 体験観光の推進

- ・ 船橋市の体験観光は、工場見学や伝統工芸士などとの連携が考えられる。二つの競馬場ならではの体験やバス講座などは差別化が図れるコンテンツといえる。ふなばし三番瀬海浜公園も環境関連の体験をブラッシュアップしてもいいだろう。アンデルセン公園は、以前は出張講座を行っていたが、復活させるのも一考に値する。

③ インバウンド対応の促進

- ・ 飲食店のインバウンド対応は遅れている。日本人の常連客で相当混雑しており、外国人対応に注力しなくても経営が立ち行かなくなる懸念がないことが背景にある。(岡委員)
- ・ 船橋市でＪＲや京成の電車を乗り換えて成田・羽田空港に行くケースもあるため、帰国前日の飲食や消費需要を船橋市が取り込む方向性も考えられる。

④ 観光地としての魅力増進

- ・ 船橋市は、一般的な観光地ではないため、船橋市ならではの魅力が見当たらない。
- ・ 船橋市の観光資源は、三番瀬とアンデルセン公園と梨狩りぐらいと乏しい。
- ・ 新たな観光資源をつくる際に取り組みやすいのは、飲食関連ではないかと考えており、船橋市が飲食関連事業者と観光施設をマッチングしてくれると実現しやすくなる。
- ・ 南船橋という地域は、船橋競馬場がリニューアルもしたこともあり、ますます発展していくポテンシャルがある。南船橋地域の各施設が単独の点として盛り上がるのではなく、各施設が一緒になった面的な盛り上がりをつくっていききたい。

⑤ その他

- ・ 産業振興に注力するのであれば観光ではない。数年前に食品コンビニートなどの工場見学のツアー造成に取り組んだが、工場から賛同が得られなかった。
- ・ オーバーツーリズムの問題がある。地元の人がお店を利用できなくなったり、価格が外国人向けに高騰すると、地元の人にとっては余計な出費になる。

(4) 事業承継の促進

- ・ 商業・工業ともに企業の適正な新陳代謝を促していくという視点が重要になる。行政としては、やる気のある事業者を支援するとともに、廃業やM&Aなど事業から撤退するためのノウハウや情報を提供していく支援も重要となる。
- ・ 廃業希望のある経営者の事業承継ニーズを事前に把握していれば、国民金融公庫を通じて事業承継者を探すこともできるかもしれない。しかし、多くの経営者は廃業を決断してから報告に来るので支援のしようがない。
- ・ 最近では、後継者問題や事業承継に関する企業からの相談が多い。

(5) 雇用の確保促進

① 従業員教育の充実サポート

- ・ 現代の働き方変革についていけない中小企業では、離職率が高まることも想定されるため、自治体は何らかの形で従業員教育をサポートできたら良い。

② ダイバーシティの促進

- ・ インターネットの転職情報が氾濫し、従業員の引き抜きも多い。中長期的にみれば、企業のダイバーシティへの対応の有無が、雇用面における優勝劣敗を明確にする。

③ 外国人雇用の促進

- ・ ベトナム人の社員も5年前ぐらいは優秀な人材が多かったが、ベトナムの経済成長に伴って、優秀な人材は本国で就職し、あまり優秀ではない人材が日本に来ている。

④ DXの推進

- ・ 船橋市は老舗企業が少なくないが、従来型の経営手法にこだわらず、DXなどの新技術を活用して、いかに次のステージを目指せるかが成長の鍵を握っている。
- ・ 経営者のコミュニティをオンラインなどで強化できれば、前向きな科学反応が生じ、イノベーションにつながることも期待できる。

⑤ その他

- ・ 一見して産業面の課題が見当たらないため、対応策を考えられず、結果として現状維持に留まってしまうリスクを感じる。
- ・ 船橋市の産業は、バランスよく何でも揃っている一方で特徴がない。

4. 今後の方向性

(1) 商業振興

① まちづくり機能の発揮（地域貢献）

- ・ 商店街は、地域の構成員であるので、営利団体ではなく地域貢献団体あるいは社会貢献団体のように自治会に近い位置づけになっていかないと生き残れない。
- ・ 商店街は、地域コミュニティの場であるほか、災害拠点になるなど、まちづくりの機能を担えるポテンシャルがあり、地域のインフラとしても重要な存在といえる。
- ・ 商店街が外部組織と連携しながらまちづくりの機能を維持していくという手段もある。例えば、商店街がNPO（船橋市内のNPOは158団体、県内市町村のなかでは最多）や地域の学校・大学等に活躍の舞台を提供し、地域の賑わい創出につなげることなどが考えられる。
- ・ 地域の人（学校など）と商店街をつなげる仕組みがあるとありがたい。市に部署や係などを設置して、地域サークルやボランティア団体などの情報をまとめて提供する（仲介する）方法などがあると良いと思う。
- ・ 人との関係が重要だと思うため、地域の人との交流イベントが重要である。交流イベントはお金をかけなくても実施できるが、学校など地域の人たちをつなげる仕組みがないと成功は難しい。
- ・ 会長の高齢化は課題だと感じており、新陳代謝が必要だと思う。

② 商店街リーダーの育成支援

- ・ 商店街の人材面では、リーダーシップを取れる人がいるかが重要な要素である。商店街の先進事例をみると、地域のために能動的に動く人が必ず存在している。
- ・ 次期会長になる副会長を連絡先にすることで、独裁を防ぐことや次の会長がこの人だと

認識させることができる。

③ 昼間の来街者の増加促進（物販機能の強化）

- ・ J R 船橋駅周辺エリアでは、夜は混雑しているが、日中は閑散としている。昼間も女性や子供が楽しく食事やショッピングをできるようなまちづくりを推進したい。
- ・ 今後の商店街は、飲食半分・物販半分でないと成り立たない。船橋市の場合は、飲食店が日中に総菜を販売するなど物販機能を増やすような取り組みが必要である。
- ・ 商店街は、消費者が商店街を通らなければ成り立たないため、商店街の魅力増進や来街目的をつくるなどテコ入れが必要である。

④ 情報発信力の強化

- ・ 若い人が中心になって外部に情報配信するなど、商店街を知ってもらえる取り組みが実施できる場所は発展の余地がある。

⑤ 街路灯のあり方を検討

- ・ 街路灯の機能（電気代、保険代）は、市が一部負担してくれるのはありがたい。一方、市が負担するデメリットは、商店街ごとの意匠性の喪失や照度の低下がある。
- ・ 街路灯の維持だけで成り立っている商店街があるため、市の負担があると、現在の商店会数は減るかもしれないが、商店街の新陳代謝を促すのもいい。

⑥ その他

- ・ 商店街振興策は、エリア特性を踏まえて考える必要がある。船橋市全体でみてしまうと、人口が増えているので、課題の整理や方向性を見誤る可能性がある。

（２）工業振興

① スタートアップの支援

- ・ 船橋市は、人口も増加しており、都心へのアクセスも良く、地価も安いなどスタートアップにとって好条件がそろっているが、更にプラスアルファのメリットを与えてあげれば、スタートアップが集積する可能性は十分にある。
- ・ 都市化が進む船橋市ならではの課題だが、空き店舗や工業用地がない。ベンチャープラザ船橋を退所した企業などが船橋市に留まってくれることが望ましいが、様々な制約から難しいのであれば、起業家を輩出する都市というふうに割り切ってしまうことも一案である。
- ・ 自治体のスタートアップ支援については、①現場にやる気のある担当者、②理解してくれる市長と③理解してくれる議会がいることが必要。３つがそろっていれば、スタートアップ件数は倍以上に増加するのではないかな。
- ・ 船橋市の独自性を作り、世界的なスタートアップ醸成基盤を目指す東京との連携を強化することで「東京ゾーン」の一部として位置づけを目指すのはどうか。

- ・ 船橋市は、都内に近いことから大企業に勤めている優秀な社会人が他自治体と比較して多いことから起業家予備軍がいると思われる。また、市内及び周辺地域に大学があり、スタートアップ支援としてのポテンシャルはある。
- ・ 新しい企業が出てこられる自由さがあると良いと思う。鎌ヶ谷は福太郎、市川はサイゼリアなど代表企業があるが、船橋は人口が多いのに対して元気な企業が少ないと思う。

② 起業者・創業者のネットワーク化の推進

- ・ 船橋市で起業した人のネットワークづくりができれば良い。ネットワークに加入できることは、船橋市で起業するモチベーションの一つになり得る。

③ 産業用地・施設の開発の検討

- ・ 北部は産業用地の開拓の余地がある。特に、小室 I C 周辺エリアは、成田空港とのアクセスも良いため産業用地としてのポテンシャルがある。
- ・ 小室 I C 周辺には、ヤード事業者が資材置き場として活用しているが、ヤード事業者からは、市街化調整を外してほしいとの要望も聞いている。
- ・ 製造業が小室に拠点を置けば高機能の投資も可能になるので、市内の事業者のなかには一定の立地ニーズはあるかもしれない。
- ・ 当社の希望としては、売上 10 億円以下の中小企業が集まる産業マンションみたいな施設があるとありがたい。
- ・ 産業用地に誘致する業種などコンセプトの設定は、用途地域や補助金条件等で限定することは可能だが、販売する際のハードルとなる可能性もあるため、デベロッパーなどのステークホルダーと協力しながら進めていくことが求められる。

（３）観光振興

① 観光振興の目的・意義・ターゲットの明確化

a. 観光振興の目的

- ・ 観光振興の目的（着地点）は、船橋市のイメージアップにより、定住者を増やすこととしてはどうか。定住人口の増加に伴って消費需要も増えるので、市内の商工業の持続的な発展にもつながる。
- ・ 船橋市は、一般的な観光地とは違うので、本計画における観光のセクションには船橋市独自の観光の定義をおいてもいいかもしれない。

b. 観光振興の意義

- ・ 大半の飲食店は観光を意識しておらず、観光意識を高めるのは難しい。各店舗の努力が船橋市のイメージアップにつながることを観光振興の動機付けとしてはどうか。
- ・ 船橋市は、一般的な観光地ではないので、シティプロモーションも観光の一環であるという意識改革が必要である。

c. 観光振興のターゲット

- ・ 船橋市が観光振興を進めていく際の最初のターゲットは船橋市民と考える。船橋市における観光振興は、サラリーマンが都内で稼いできた収入を、できるだけ市外に持ち出さずに、市内でいかに消費してもらうかという視点が重要になる。
- ・ 船橋市の観光振興の顧客ターゲットは、遠隔地から来訪する観光客は少数派であるため、船橋市民を含む北総地域の市民ではないか。
- ・ 観光振興の意義は、市外の人を惹きつける魅力を持つことに他ならない。国内に留まらず、世界の人を訪れたくなるような都市になって欲しい。
- ・ 観光振興は、女性の方が行動力もあるし、意思決定が速いので、まずは女性をターゲットとした方が無難だろう。

② 市内の回遊性の向上

- ・ 船橋市には、ららぽーとTOKYO-BAYやアンデルセン公園など、観光資源はそれなりにあるが、各施設の更なる魅力の向上と各施設間の回遊性をいかに高めていくのかという戦略が求められる。
- ・ 将来的には、「ららアリーナ 東京ベイ」とJR船橋駅前など、拠点同士をつなげて回遊性を高める施策が必要か。
- ・ アンデルセン公園へはマイカーでの来訪が多いが、渋滞を嫌気して市街地に足は向かないので、市内の回遊性を高めることはハードルが高い。

③ 商工業との連携強化

- ・ 船橋市の観光は、従来型の観光ではなく、大型商業施設への来訪者など商業面での結びつきが強いのではないかと感じている。
- ・ 船橋市の市内外から人が集えるインフラ施設（大型店やアリーナ、競馬場などを含む）は観光施設と捉えてよいのではないか。
- ・ 豊田市は自動車のまちであり、車関係のビジネスマンが多く来訪しているほか、車好きの方がトヨタ博物館や工場見学で訪れるなど人流が生まれている。船橋市の場合も、観光と商工業が色濃く連携できるかどうか観光振興の鍵を握っている。
- ・ 商工業戦略プランのなかで、観光振興を商工業と連携して推進していくのは良い取り組みである。商工業と観光業がうまく連携できれば、高い相乗効果が期待できる。
- ・ 船橋市には観光の中核となるインフラがあるため、商工業が観光産業と連携して振興していくポテンシャルはある。
- ・ 船橋市の観光は、自然を楽しむというよりは都市を楽しむといったイメージで、スタートアップの集積が人を惹きつけるということも考えられる。
- ・ 工業や商業の垣根を超えて、船橋市内の次世代リーダーたちをマッチングするような環境づくりも有効と考える。まずは、小さい規模（10社程度）でスモールスタートし、必要に応じて徐々に拡大していけば良い。

④ 他地域との連携強化

- ・ 船橋市単独の観光振興は限界があるため、千葉県他の地域とどう連携していくかという視点が重要になる。

⑤ 宿泊機能の強化

- ・ 船橋市の観光でもったいないと感じているのは、宿泊客が少ないことである。アクセスが良好な半面、日帰りで来訪が可能なため宿泊ニーズが少ない。
- ・ 熱海市の商店街の空き店舗を宿泊施設にリノベーションした事例（guest house MARUYA）などをみると、商店街に泊まろうという一定のニーズはあるのではないか。特に、西船橋など昭和レトロなまちはポテンシャルがあるかもしれない。

⑥ 南船橋駅周辺の地域資源の活用

- ・ 南船橋駅周辺では、船橋競馬場やららぽーとTOKYO-BAYなど商業施設との相乗効果で集客の増加につながっている。千葉ジェッツなどのスポーツを活用した観光振興もポテンシャルが高い。船橋市漁業協同組合で水揚げされるスズキやコノシロなどの魚の捌き方の体験イベントなども取り組みとしては面白い。
- ・ 三井不動産が開発した「ららぽーと TOKYO-BAY」や「ららアリーナ東京ベイ」など南船橋駅周辺の施設が市外からの集客エンジンになっている。

⑦ その他

- ・ 世界で注目される船橋市になるといった目標を掲げて、様々な取り組みをすれば、少なくとも日本では注目される産業都市になるポテンシャルはある。

5. 船橋市の立地環境

（１）バランス良い産業構造

- ・ 船橋市の立地環境は、さまざまな産業がバランス良く配置されており、東京都心への交通アクセスも良好である。立地環境ではポテンシャルがある一方、各産業が成熟しており、今後ますます成長していくという勢いは感じない。
- ・ 船橋市は、産業用地がないだけで、企業立地のポテンシャルはある。

（２）東京都心や首都圏空港へのアクセスが良い

- ・ 船橋市は、東京駅、成田空港、羽田空港に１時間以内にアクセスできるので、立地上のメリットは大いにあるが、東京のベッドタウンとしての位置づけとなっている。
- ・ 電車によるアクセス利便性が高く、駅直結型のショッピングセンターや駅周辺の大型店は、集客しやすい環境にある。

（３）道路環境が悪い（慢性的な渋滞）

- ・ 船橋市の立地のデメリットとして交通面に課題がある。車が混雑するので、外環道とのつながりなどの道路整備は継続的に進めたい。

- ・ 船橋駅の南側に古い町並みが残っていることや、北側の駐車場の混雑や渋滞が激しいこともあって、自動車による移動が困難である。
- ・ 製造業が船橋市内を立地場所として選択することは慢性的な渋滞を考えると後順位にならざるを得ない。
- ・ 船橋市の立地のデメリットは道路環境。移動に時間がかかりすぎる。団体旅行に関しても細い道が多いのでバスが通りにくい。
- ・ 製造業の多くは、道路の慢性的な渋滞で原材料や製品の輸送で苦勞している。
- ・ 都心に近いことは諸刃の剣でメリットでもデメリットでもある。電車を乗り継げばどこでもいける反面、道路は混雑している。
- ・ 電車等の交通網が発達しているが、内陸部への公共交通が脆弱な面もある。

（４）東京との競争激化

- ・ 船橋市の立地上のデメリットは、東京に近いことである。市内の商業は、世界有数の都市の東京と容易に比べられてしまう。東京にないものを訴求していき、顔の見える商売など独自のまちづくりを進めるべきである。

（５）ベンチャープラザ船橋のアドバンテージ

- ・ ベンチャープラザ船橋は、新製品の開発や加工、特許取得のサポートも可能であり、船橋市の企業立地面の強みといえる。

（６）北部地域に未利用地が多い

- ・ 南部地域を中心に都内に近いことはメリットであるが、北部地域のアクセスはあまりよくないように感じる。計画的なまちづくりが行われてこなかったこともあって、まちが雑然としていて、用地をうまく活用できていない。

6. 「新商工業戦略プラン」に対する期待（推進すべき施策・事業）

（１）商業振興

① まちづくりを担う商店街を支援

- ・ 自治会や町会、地元の学校等と連携して、事業を行っている商店街を支援するなど、ある程度行政がやってほしいことを明確にし、今までと違う切り口ではないと使えない施策や補助金など整備する。

② 次世代の商店街リーダーの育成

- ・ 市が認めたまちのためになる新しい事業や次世代の商店街を担っていく人材を育成する活動などに支援するのはどうか。
- ・ 行政が商店会を継続させる意向であれば、商店街リーダーの世代交代を促す施策を求める。

③ 食のブランド化の推進

- ・ 大阪が食の都なら関東の食の都は船橋など食のブランド化を進めたい。名古屋では、ひつまぶしや味噌カツなどを「名古屋飯」として推しているが、船橋市も、津田沼・船橋・西船橋の飲食店を「船橋飯」の中心地としてPRすることも考えられる。

④ 横丁や小道ごとにコンセプトを設定

- ・ 船橋市は、細い小道や横丁が多いので、各通りにコンセプトを持たせることも有効と考えられる。また、太宰治小道とか雰囲気醸し出すようなネーミングを各小道に命名してはどうか。あわせて、飲食店の看板に統一性を持たせるために助成するとか、電線を地中化するとか、民間だけではできないことを自治体がやってくれるとありがたい。歩道の色使いやデザインを変えるなど路地の統一感を出すだけでも雰囲気が変わる。
- ・ 短期的にできる施策としては、山口横丁を歩行者天国にすれば相当売り上げが増えるのではないかな。

⑤ インキュベーション機能の強化

- ・ 商店街の空き店舗を行政が借り上げて、インキュベーター的な機能をもたせる。商店街で起業し、さまざまな活動できるようにすれば、人が集まるだろう。

⑥ キャッシュレス化の推進

- ・ 商店街でキャッシュレスの導入を進めるには、導入時の補助金も有効である。船橋市では、以前はキャッシュレス導入時の補助金があったが、現在は、端末がなくてもQRコードを置くだけで導入できることもあって、補助金は出していない。

⑦ 補助金の見直し

- ・ 商店街の活性化につながる独自の提案に補助金を支給するなど、事業者が能動的に動く、使いやすい支援制度が望ましい。
- ・ やる気のある事業者を見つけて、支援できるかが課題。やる気のある経営者に実効性の高い支援ができれば更なる業績の底上げが期待できる。

（２）工業振興

① 雇用の確保促進（アライアンス等）

- ・ 製造業は、人の確保の問題があるため、事業間連携やビジネスマッチングなど、人材不足をアライアンスで解決していく方向が考えられる。

（３）観光振興

① 船橋市における観光の位置づけの明確化

- ・ 新商工業戦略プランにおける観光の位置づけは、何か新たな観光振興策を打ち出すというよりは、むしろ船橋市が観光に対するスタンスを確立することが重要と考える。

② 体験観光の推進

- ・ 船橋市の地域資源（工業・競馬・飲食など）をアピールして、体験観光のモニターツアーを実施してはどうか。体験観光の熟度が上がってきたら、地域資源を結びつけて回遊性を高める方向性も考えられる。
- ・ 体験観光のモニターツアーは、どの事業者がどのような体験観光を行っているかなど、体験観光の実態調査を行ったうえで、取り組むと良い。
- ・ 余暇を楽しむ拠点を作って、東京からちょっと離れて時間を過ごせる場所としての地位を確立させるのがいいのではないか。

③ 観光客のすそ野の拡大

- ・ アンデルセン公園周辺は、テニスコートの整備などをして、学生が合宿で使ったり、家族が集まって楽しめる場所を展開できたらいい。
- ・ ディズニーのクルーズ船の誘致など、外需を取り込む発想を持ったらいい。
- ・ 短期的には、地元住民に船橋や地元の商店街を理解してもらい、マイクロツーリズムを進める。中長期的（5～10年）には、東京や関東圏から来てもらう外需を取り込む方針を考えたらいいのではないか。

④ 南船橋駅周辺エリアを観光のゲートウェイに位置付ける

- ・ 開発が進んだ南船橋を核（観光客の玄関口）として、船橋、西船橋、市場あたりに引き込んでいく考えはいいと思うが、何かしら人流をつくる交通手段が必要である。
- ・ ららアリーナ東京ベイでスポーツイベントが実施される際には、公共交通が混雑するため、船橋駅など他の駅へのシャトルバスの整備が必要ではないか。

⑤ 情報発信力（SNS）の強化

- ・ 船橋市の観光資源が、SNSなどで草の根的に話題が広がるのが好ましく、とりわけ一次産業系でおいしいものが食べられるなどの情報発信は効果が高い。一次産業をしっかりと支えて、市内で流通させるような仕組みづくりが必要である。船橋市民に船橋産品がもっと浸透すれば、観光客が船橋市に来たらこれを食べようという流れにつながるはずである。

⑥ 顧客単価を引き上げる仕組みづくり

- ・ アンデルセン公園の入場料が安い分、もう少し公園内や周辺地域にお金が落ちるような仕組みづくりが必要である。デンマークの世界観を重視するだけでなく、道の駅のように船橋産の小松菜やニンジン販売して客単価をあげることも一考に値する。

⑦ 地域資源の有効活用

（南極観測船しらせ）

- ・ 長期的に検討すべきことは、「南極観測船しらせ」を船橋港（ららアリーナ TOKYO-BAY の近く）に設置すること。このエリアに「南極観測船しらせ」があれば、写真映えも良いため、ららぽーと TOKYO-BAY に来た客を船橋港方面に回遊させることが可能となる。

（三番瀬）

- ・ 東京湾に残された干潟「三番瀬」をラムサール条約に登録して、周辺にビジターセンターをつくるという方向性も考えられる（「南極観測船しらせ」をビジターセンターにしても良い）。

（水辺）

- ・ 水辺を活用した観光事業を漁港や海老川で実施するのがいい。例えば、フェリーに乗って漁港に行き、店に移動して自分で選んだ魚を目の前で捌き料理してもらうようなエンターテインメントを出すなど可能性はある。

⑧ 宿泊施設の整備

- ・ 船橋の残念なところは、宿泊施設がないことである。滞在できる場所を増やし、夜に人がまちを歩くようにすべきである。

（４）横断的戦略

① 雇用の確保促進

- ・ 雇用確保や人材育成など人に関する支援の強化が重要と考える。
- ・ 働きたい主婦のニーズに対してはマッチングアプリ等もあり、市が絡むことで安心感を与えることができる。

② 事業承継の支援

- ・ 事業承継に関する問題を市だけで解決するのは難しいため、千葉県事業承継・引継ぎ支援センターおよび当センターのネットワークをうまく活用して欲しい。

③ 起業・創業（スタートアップ）支援

- ・ 施策・事業は、優先順位を考えて絞り込む必要がある。とりわけ起業者への支援は重要である。
- ・ 新商工業戦略プランでは、スタートアップを重点的に支援してはどうか。10 年後に飛躍的に伸びる可能性があるスタートアップを支援した方が良い。
- ・ スタートアップや起業予備軍の横のつながりが確保できれば、お互いに触発され、前向きな科学反応を起こすことも期待できる。
- ・ 船橋市の商工業の 10 年先を考えるのであれば、スタートアップなど新たな発想を持った経営者を育てる施策・事業を進めるべきである。
- ・ 当センターでは、企業の立ち上げや事業承継などの専門人材を企業に派遣しているが、市町村とも連携しながら企業のサポート体制を確立したい。

④ 各種トランスフォーメーション（変革）の促進

a. DXの導入促進

- ・ DXについて、IoTも未導入のところもあるなど、DXと言えるレベルまで対応できている中小企業は少ない。当団体では、DXの推進意欲のある企業には、専門家の派遣やITベンダー・サービス事業者とのマッチング支援などを実施している。
- ・ DXに取り組みたいという企業には、最低3～5日ぐらいは伴走支援をしないと課題解決には至らない。その費用を自治体が補助することで前に進む可能性がある。）
- ・ 渋滞対策としては、デジタル化を進めるなかで交通量を減らす方向性が考えられる。

b. DX・CX・SXの包括的な導入促進

- ・ ものづくり白書には、DX (Digital Transformation) とCX (Corporate Transformation) に関する記載がある。今後は採用が困難な企業ほどデジタル化を進めなければいけない。また、製造業が海外への輸出や工場移転を考えなければならず、それに対応可能な組織にするためにCXに取り組む必要がある。
- ・ 10年先を展望するならば、SX (Sustainability Transformation) の重要性も高まるだろう。大企業には2027年に非財務情報（CO₂の排出量など）の開示が求められる。スコープ3では、大企業の取引先の脱炭素化が求められるようになるので中小企業も無関係ではいられない。

⑤ 災害対応力の向上

- ・ 有事の際の企業の災害対策の視点も同戦略に入れて欲しい。船橋市は、臨海部の低地に位置しており、ハザードマップを見ると、津波による浸水の可能性がある。企業の災害時の対応はまちの安全にとっても重要な視点といえる。

⑥ 産業間の連携促進

- ・ 船橋市の産業界では、コロナ禍もあって、産業間の接点が殆どなくなってしまったため、産業間の関係を改善する必要があると感じている。

第9章 小室インターチェンジ（IC）周辺地域の産業用地としてのポテンシャル調査

I 船橋市の工業の概要

1. 事業所数・従業者数・製造品出荷額等の動向

令和3年の事業所数は260事業所（平成28年比▲15.9%）、従業者数は15,157人（同▲7.6%）と減少したが、製造品出荷額等は6,963億円（同+10.1%）と増加した。（図表280）。

製造品出荷額等は、食料品（増加数：+320億円、増加率：+13.6%）、生産用機械（同：+233億円、+2.2倍）、金属製品（同：+131億円、+40.6%）などで増加した。

図表 280 事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移

（単位：事業所、%）

	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	平成28年比	
							増減数	増減率
事業所数	309	277	266	258	266	260	▲ 49	▲ 15.9
従業者数	16,406	15,594	15,119	15,073	14,291	15,157	▲ 1,249	▲ 7.6
製造品出荷額等	6,326	6,829	6,578	6,824	6,779	6,963	637	10.1

（出所）令和3年及び平成28年は総務省「経済センサス（活動調査）」（従業員4人以上の事業所）、

その他は経済産業省「工業統計調査」。

2. 工業系用途地域における都市化の進行状況

工業系用途地域を含む35町丁の人口動態をみると、平成26年の57,765人から令和6年には62,458人（平成26年比+4,693人）に増加した（図表281）。この間の増加人数は、市全体の増加数（28,205人）の16.6%を占めており、山手地域（北本町、行田、山手を指す）を中心に住工混在地域が拡大している。

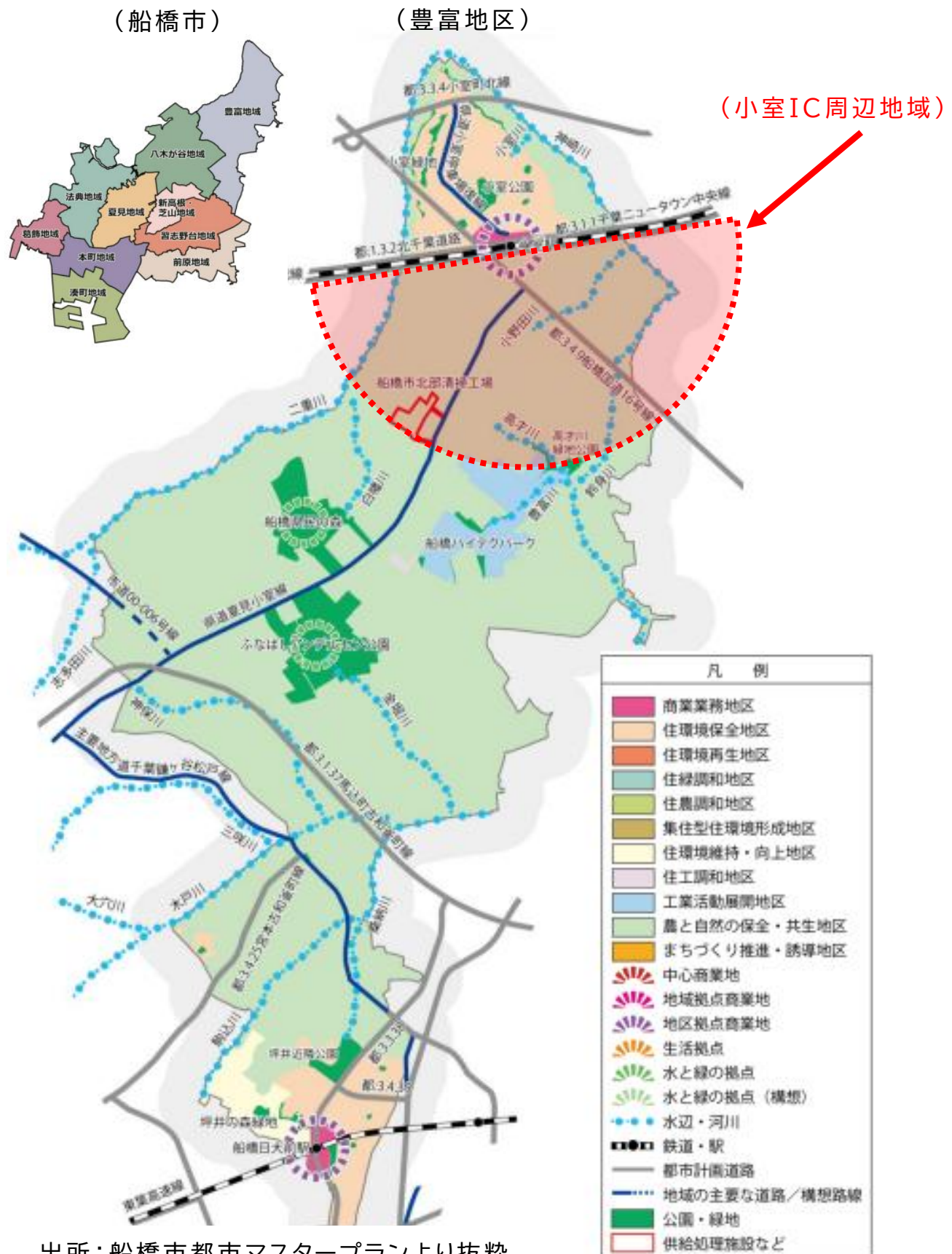
図表 281 工業用途地域の人口増減

地域	平成26年 人口	令和6年 人口	増減率	増減数
山手	19,221	22,981	19.6	3,760
海神・南海神	10,254	10,722	4.6	468
北船橋（藤原）	6,753	7,112	5.3	359
習志野台	4,966	4,615	▲ 7.1	▲ 351
前原西	4,910	5,113	4.1	203
宮本	1,276	1,956	53.3	680
ハイテクパーク	2,154	1,901	▲ 11.7	▲ 253
臨海工業地区	4,809	4,852	0.9	43
小計（35町丁）	57,765	62,458	8.1	4,693
【参考】船橋市合計	620,389	648,594	4.5	28,205

（出所）千葉県「千葉県年齢別・町丁字別人口」

3. 小室 I C 周辺地域の定義

小室 I C 周辺地域とは、北千葉道路の南側地域における小室 I C を中心にしたエリアを指す（船橋ハイテクパーク周辺地域も含まれる）。



4. ヒアリング調査結果

(1) 調査概要

調査目的	小室 I C 周辺のポテンシャルや今後の課題について、需要側（製造業事業者）と供給側（ゼネコン）の両者からヒアリングすることで、今後の小室 I C 周辺の開発にかかる施策の検討に活かすために実施する。
調査方法	面前によるヒアリング調査（時間は概ね 1 時間程度）
調査対象	需要側（製造業事業者） 3 社、供給側（ゼネコン） 3 社
調査期間	2025 年 2 月 3 日（月）～25 日（火）

(2) 調査結果

① 需要側（船橋市内の製造業事業者）の意向

A 社（金属製品製造業）

- ・ 小室 I C 周辺地域に産業用地が開発されれば、加工工場を小室に移したい。立地条件として、北総線小室駅から徒歩 10 分圏内であればありがたい。
- ・ 産業用地の面積は、今後の工場拡張を見込んで、なるべく広く確保したい。
- ・ 小室あたりの地価は比較的安いと感じており、当社の許容範囲である。
- ・ 大規模開発となると、始まるのに時間がかかるため、まず狭い面積でも良いので、産業用地を造成するなど、スモールスタートでなるべく早く始めてほしい。

B 社（金属製品製造業）

- ・ 小室 I C 周辺地域に産業用地が整備されるのであれば、当社の移転先として対象となる。当社の企業規模では、大規模な産業用地は過大であるため、中小企業向けの小区画による開発を行ってほしい。
- ・ 従業員の快適な通勤環境が必須となるため、駅から徒歩通勤圏内（徒歩 10 分圏内、半径 800m）の立地であることが重要である。当社は、新京成線の徒歩圏内に立地しているが、北総線沿線に立地することのデメリットは感じない。
- ・ 小室 I C 周辺地域のメリットは、成田空港と羽田空港に近いことがあげられる。空輸で運ぶ製品（付加価値が高い部品や化粧品など）を扱う企業は誘致の対象となる。茨城県や栃木県など関東北部への移動が容易である点も優位性が高い。

C 社（ゴム製品製造業）

- ・ 小室に敷地を確保できるなら大変ありがたい。従業員の通勤などは問題ない。
- ・ 資材搬入のトラックなども現在の立地では運用が大変であり、道路付きが良い方がうれしい。
- ・ 原材料の調達ルートが内陸部の企業であれば小室地域でも需要が高い。

② 供給側（建設会社・デベロッパー）の意向

a. 小室 I C 周辺地域のポテンシャル

○道路アクセスが良い（北千葉道路の外環道への連結が前提条件）

- ・ 小室 I C 周辺地域のポテンシャルは、北千葉道路が東京外郭環状道路に連結することで飛躍的に高まる可能性がある（D 社）。
- ・ 小室 I C 周辺地域は、国道 16 号が通っているため物流施設に関するポテンシャルを感じる。また、北千葉道路が全通すれば、物流に限らず、小室 I C 周辺地域の造成は事業として成り立つだろう（F 社）。

○小室駅から徒歩圏内であること（可能性）

- ・ 小室駅から徒歩圏内の工業団地は、従業員が通いやすいというメリットがあるが、北総線は、J R や京成線ほどの利便性の良さは感じられない（D 社）。
- ・ 産業用地として、「駅から徒歩圏内」であることは価値がある。例えば、誉田にあるネクストコア千葉誉田は J R 誉田駅から徒歩 15 分であり、千葉市と造成会社が協定締結してから 4 年あまりで全区画の分譲が完了した。小室 I C 周辺地域は、更に都心に近いこともアドバンテージになる（E 社）。

○物流やデータセンターの需要が多い

- ・ 小室 I C 周辺地域は、物流やデータセンター向けのポテンシャルは高いが、それ以外の業種向けの施設は未知数である（E 社）。

○B C P の観点による内陸部への移転ニーズ

- ・ 臨海部の企業が高潮などの水害による被害を避けるための B C P の観点から、移転を検討している企業もある。既存の従業員が通勤できるエリアとなると、船橋市北部への移転も考えられるのではないかと（D 社）。

○既存工場の市外流出を防止

- ・ 既存工場が手狭になった事業者は、既存工場から従業員が通勤できるエリアで産業用地を探す傾向がある。市内の製造業の市外への移転を食い止めるという意味では、市内に産業用地を開発することは効果が期待できる（E 社）。
- ・ 小室 I C 周辺地域の立地ニーズは、船橋市及び近隣市の企業の既存工場が手狭になったことなどによる工場新設・移転といったニーズが多い（D 社）。

○第二船橋ハイテクパークの可能性

- ・ 船橋市が産業用地を開発する際には、第二船橋ハイテクパークとして、船橋ハイテクパークの隣地に拡張していくのはどうか（D 社）。

○電力確保が強み（仮説）

- ・ データセンターの建設にあたっては、電力確保が不可欠であり、小室 I C 周辺地域に変電所があることは一つの強みになるかもしれない（E 社）。

b. 小室 I C 周辺地域の開発に向けた課題

○農地転用

- ・ 小室 I C 周辺地域は、梨の果樹園など裕福な農家が多く、開発となると地域住民からの反対も多いと予想される（D 社）。
- ・ 国道 16 号の横には農地が広がっているが、農家が継いできた優良な農地なので、代替地を提供しても同意を得るのが難しい（F 社）。
- ・ 開発計画が進展した場合には、地権者との交渉などは自治体の役割となることが多い。

民間企業では、地権者との交渉のハードルが高いため、自治体がある程度道筋を立ててくれることは企業が開発行為に参画する条件となる（E社）。

○地盤の弱さ

- ・ 小室 I C 周辺地域は、手賀沼流域で地盤が弱いと推察され、地盤強化の費用が通常よりかかる（D社）。

○埋蔵文化財への対応

- ・ 小室 I C の南側地域には、埋蔵文化財包蔵地に該当する地域も含まれているため、調査費用が別途かかる（1 ha あたり 2 億円程度）（D社）。

○地価が北関東より割高

- ・ 船橋市内の土地は、安価といっても北関東よりは高いため、ある程度財力がある企業でないとコスト面でつりあわない可能性がある（D社）。

○北千葉道路の開通時期が不透明

- ・ 北千葉道路の開通時期が不透明なこと。北千葉道路の全通の時期がある程度明確にされていないと、新規立地の意思決定に至らない可能性が高い（E社）。

○民間企業との連携体制の確保

- ・ 船橋市役所が小室 I C 周辺地域の開発を進める場合は、横芝光町のように民間企業と連携しながら進めた方が効率的である（E社）。

○事業者の立地ニーズの把握

- ・ 開発に着手する前に、メインとなるような大規模事業者の新規立地の目処が立っていることが好ましい（E社）。

○成田空港の機能強化の恩恵がない

- ・ 北千葉道路がいずれ成田空港まで延伸されるが、空港周辺では、地域未来投資促進法を活用して大規模な物流施設を複数建設しているため、小室 I C 周辺地域まで空港関連ニーズが及ぶことは今のところ考えにくい（D社）。
- ・ 小室 I C が成田空港から 30～40 分と移動時間が短いとはいえ、国際航空貨物事業者の立地ニーズは多くはないとみておいた方が良さだろう（E社）。
- ・ 成田空港に関連したポテンシャルは、あるとは言えない。成田空港周辺地域で空港関連のニーズを満たす想定であり、船橋市まで伸びるかといわれると疑問である（F社）。

第10章 まとめ

I 内部環境・外部環境分析（SWOT分析）

船橋市の商工業・観光の内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）は以下の通り（出所は、本報告書のページ数）。

【強み(Strength)】		出所
(全 体)		
1	人口が増加している(マーケットが拡大)	21
2	大消費地である関東圏に立地している	214
3	鉄道・高速道路等のアクセス利便性が高い	223
4	産官学連携が可能な大学が近隣にある(日本大学、東邦大学、千葉工業大学)	221
5	豊富な地域の農水産物(梨、小松菜、ニンジン、スズキ、コノシロ、海苔養殖など)	214
6	認知度が高い(市外住民の約7割が訪問経験あり)	200
(商 業)		
7	年間商品販売額が県内2位の水準となっている	28
8	大型小売店の集客力が高い	30,34
9	まちづくり活動に積極的な商店街が多い	167
10	山口横丁や仲通りなどの横丁文化がある	225
11	NPO(158団体、県内1位)など地域人材が豊富	219
12	市民の船橋市のイメージは「商業の盛んなまち(67%)」が最多	180
13	市民の商業環境に対する満足度(71%)が高い	182
14	市民の商店街利用頻度が向上(週1回以上利用:2014年16%→2024年21%)	185
15	市民の商店街のまちづくり活動に対する期待が高い(求める40%、求めない16%)	190
16	個店のキャッシュレス決済が進展(導入済み(予定あり):2020年42%→2024年57%)	122
17	個店の設備投資意欲が旺盛(過去3年間の設備投資実績あり:小売業・飲食店ともに5割程度)	140,216
(工 業)		
18	製造品出荷額等が県内4位の高水準かつ増加傾向(インフレの影響もあり)	69
19	製造業の業種別構成比が高い(船橋市23%、千葉県13%)	65
20	多様性のある産業構造(京葉食品コンビナートから中小製造業まで多種多様な製造業が立地)	66,76
21	景気に左右されにくい食品製造業が多い(従業員構成比:48%)	76
22	新たに生み出した付加価値が大きい(1事業所あたり11億円)	83
23	投資意欲が旺盛(投資総額:平成24年96億円→令和3年213億円)	75
24	中小製造業の高い技術力(加工賃収入:県内2位)	66
25	働き方改革への対応が進展(取り組んでいる:2020年30%→2024年50%)	115
26	ベンチャープラザ船橋による企業支援	224
(観 光)		
27	アンデルセン公園の高い集客力(トリップアドバイザー:日本のテーマパークランキング全国21位)	181,201
28	梨農家が北部地域に集中している	181,201,218
29	南船橋駅周辺地域の再開発に伴うまちの魅力の向上	223,226
30	プロスポーツチームがある(千葉ジェッツふなばし、クボタスピアーズ船橋・東京ベイ)	223
31	市外住民が船橋市を訪れた際の満足度(51%)が高い	205
32	市外住民の船橋市の再訪意向(62%)が高い	206
33	市外住民の市内の施設・イベント等の経験度が上昇(船橋競馬場、アンデルセン公園など)	203
【機 会(Opportunity)】		出所
34	日本経済が成長局面にある(2024年のGDPは既往最高)	3
35	SDGs(脱炭素)の推進機運の高まり	4
36	デジタル・トランス・フォーメーション(DX)の推進機運の高まり	6
37	成田空港の機能強化と高速道路網の整備進展	9
38	インバウンドがコロナ禍の収束に伴い既往最高水準で推移	11

【弱み(Weakness)】		出所
(全 体)		
39	少子高齢化が一部地域で進行(松が丘、大穴、高根・金杉など)	61
40	昼間人口が少ない(昼間人口比率:船橋市84%、同規模市99%)	39
41	道路の慢性的な交通渋滞	223
42	船橋市ならではの核となる産業がない	214
43	臨海部の液状化・津波災害のリスクの高まり	228
(商 業)		
44	事業所数・従業者数・年間商品販売額が減少	22,23,28
45	大規模店の店舗面積が減少(平成28年536㎡→令和3年508㎡)	36
46	市民の消費需要の7%程度が市外に流出している	32,33
47	商店街数が減少(商店街の二極化が進行)	158
48	商店街活動が衰退傾向(背景は店主の高齢化の進行)	158
49	商店街のSDGsの取り組みが低調(取り組んでいる:商店街3%、個店27%)	126,164
50	商店街の高齢社会への対応が不十分(取り組んでいる:23%)	172
51	商店街が外国人来街客の対応をしていない(取り組んでいない:79%、わからない:21%)	174
52	個店のデジタル・トランス・フォーメーション(DX)の取り組みが不十分(取り組んでいる:21%)	132
53	雇用不足感が強い(不足:小売業51%、飲食店55%)	147
54	個店のBCPの策定が不十分(策定意向あり:25%)	134
55	個店の働き方改革への対応が不十分(取り組んでいる:小売業44%、飲食店12%)	151
56	市民の3分の2程度は商店街を利用していない	185
(工 業)		
57	事業所数・従業者数が減少	67,68
58	住工混在地域(山手、海神等)への人口流入による操業環境の悪化	73,215
59	工業用地が不足している	72,73,215
60	海外展開の取り組みが低調(取り組んでいる:2~14%)	90
61	SDGsの取り組みが低調(取り組んでいる:31%)	93
62	デジタル・トランス・フォーメーション(DX)の取り組みが不十分(取り組んでいる24%)	99
63	BCPの策定が不十分(策定意向あり37%)	100
64	雇用不足感が強い(不足:62%)	111
(観 光)		
65	観光資源(寺社仏閣、景勝地など)が乏しい	156
66	地域特産品やご当地グルメの知名度・ブランド力が低い	156
67	市内の観光関連事業者の連携が弱い	156

【脅威(Threat)】		出所
68	国内の人口減少・高齢化が進行	15
69	円安や地政学的リスクなどを映じたインフレのマイナス影響	17
70	大規模災害の発生リスクの高まり(台風・豪雨の大型化や首都直下型地震の発生など)	20
71	消費者ニーズの多様化・複雑化	7,8,14
72	地域間競争の激化(定住促進、企業誘致等)	19

II 船橋市の商工業・観光振興の課題および今後の方向性

船橋市の商工業・観光振興の課題および今後の方向性は以下の通り（図表 281）。

図表 282 船橋市の商工業・観光振興の課題および今後の方向性

	商工業の課題	エビデンス (SWOTに準拠)	今後の方向性(施策)
(商業)			
1	商店街の活性化(社会的機能の強化)	9, 11, 15, 35, 39, 44, 47, 48, 49, 50	商店街のまちづくり機能の強化(SDGs) 商店街組織の強化 次世代商店街リーダーの育成 情報発信力の強化 商店街設備(街路灯等)の維持促進
2	個店の活性化(商業機能の強化)	7, 12, 13, 16, 17, 44, 71	個店の経営基盤強化 空き店舗対策の推進 販路拡大の促進
(工業)			
3	モノづくり企業の競争力強化	18, 19, 20, 24, 42, 57, 60	新製品の開発力および販売力の向上 海外への販路拡大の促進 成長産業の立地促進
4	イノベーションの促進	4, 22, 26, 42,	イノベーション環境の整備
5	操業環境の改善(産業用地の不足対策)	34, 37, 57, 58, 59	産業用地開発の検討 起業・創業向け施設の整備
(観光)			
6	観光地としての魅力増進	1, 2, 6, 10, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 65, 66, 67	船橋市の観光振興のあり方の明確化 エリアごとのコンセプトの設定 市内エリアの回遊性の向上 体験観光の推進 観光を発信する多様な主体の育成
7	地域特産品等の知名度・ブランド力の向上	5, 10, 27, 28, 29, 30, 65, 66	特産品の開発強化 船橋産品のブランド力強化
8	インバウンドへの対応力向上	27, 37, 38, 51,	インバウンドの取り込み強化
(共通)			
9	起業・創業の活性化	26, 34, 57, 58	起業・創業(スタートアップ)支援 起業家・創業者のネットワーク化の推進 起業家マインドの育成
10	雇用の確保促進	1, 34, 39, 47,	事業者の雇用確保支援
11	就業者の就業環境向上	25, 53, 55, 64	働き方改革の推進 福利厚生環境の整備
12	事業承継	44, 57	事業承継の促進
13	デジタル化(DX)の推進	16, 36, 52, 62	デジタル化(DX)の推進支援
14	カーボンニュートラルの推進	35, 49, 61	カーボンニュートラルの推進
15	大規模災害時のリスクヘッジ(特に臨海)	43, 54, 63, 70	大規模災害時の対応力強化

(注)エビデンスの数字は、234・235ページの表に準拠。

「船橋市新商工戦略プラン」
基礎調査報告書

2025年3月発行

船橋市経済部商工振興課

〒273-8501 船橋市湊町 2-10-25

TEL047-436-2474