

木更津市商工業振興計画

平成 26 年 3 月

木 更 津 市

は じ め に

産業の発展は、新たな雇用を生み地域社会を活性化させるなど、市民生活の向上と密接に関係しており、今後の本市の発展にとって欠かせないものとなっております。厳しい経済状況のなかで、産業が発展するためには、経済的社会的環境の変化に対応した事業者の自助努力を基本としつつも、市、事業者、産業経済団体、市民の相互連携・協力なくしては成り立ちません。

こうした認識のもと、地域経済の健全な発展と市民生活の向上を目指すため、産業振興の基本理念や方針、市、事業者、産業経済団体の役割、市民の理解と協力など、産業振興に関する基本的な事項を定めた「木更津市産業振興基本条例」を平成24年3月に制定しました。

この条例の基本理念と方針に基づき、市内の商工関係者、市民等から、ご意見を頂きながら、本市が目指す商工業の将来像を明らかにし、将来像の実現に向けた方針・施策を定めるため、「木更津市商工業振興計画」を策定しました。

本計画では、商業振興において将来像を「地域に根ざした魅力ある商店・商店街づくり」とし、3つの基本目標「地域に密着した商業機能の展開」、「個店と商店街の商業活動の強化」、「地域特性を活かした魅力ある商業機能の強化」を定め、目標を達成するために10の基本方針と44の施策を定めており、工業振興において将来像を「地域の特性を活かした工業振興」とし、3つの基本目標を「変化に対応した工業（ものづくり）活動の推進」、「多様な主体との連携・協働の推進」、「ものづくり人材の育成と確保」と定め、目標達成のため8つの基本方針と23の施策を定めております。

本計画が有効に活用され、将来にわたって明るい展望や豊かさを実感できる街、自立する街、持続可能な都市の実現に寄与されることを期待いたします。

結びに、貴重なご意見等をいただいた振興計画策定調査研究委員会委員の皆様をはじめ、多くの皆様に厚くお礼を申し上げます。

平成26年3月

木更津市長 水 越 勇 雄

《 目 次 》

第1章 計画の目的と位置づけ

1. 計画の目的	2
2. 計画の位置づけ	3
3. 計画の期間	3

第2章 木更津市の商工業の現状と課題

1. 木更津市を取り巻く社会情勢の変化	5
(1) 位置・沿革・地勢等	5
(2) 人口・世帯等の状況	7
(3) 財政の状況	13
(4) 道路・交通の状況	14
(5) 事業所・従業者の状況	18
(6) 商業の状況	21
(7) 工業の状況	29
2. 商業振興に係る課題と特性	36
(1) 商業振興に係る課題の抽出	36
(2) 商業振興に係る課題の整理	38
(3) 商業振興に係る地域特性	39
3. 工業振興に係る課題と特性	40
(1) 工業振興に係る課題	40
(2) 工業振興に係る地域特性	41

第3章 商業振興計画

1. 商業の将来像	43
2. 商業振興の基本目標と基本方針	44
3. 商業振興の施策体系	47
4. 商業振興の施策	48

第4章 工業振興計画

1. 工業の将来像	54
2. 工業振興の基本目標と基本方針	55
3. 工業振興の施策体系	57
4. 工業振興の施策	58

第5章 計画の推進・進行管理

1. 計画の推進体制	62
2. 計画の進行管理	62

資料編

資料 1. 研究会委員名簿	64
資料 2. 研究会実施経過一覧	65
資料 3. 研究会意見要旨一覧	66
資料 4. 消費者（市民）アンケート調査結果	69
資料 5. 商業者アンケート調査結果	84
資料 6. 三井アウトレットパーク木更津聞き取り調査結果	103
資料 7. 事業者アンケート調査結果	109

第 1 章 計画の目的と位置づけ

1 商工業振興計画の目的

木更津市では、平成24年3月に産業振興の基本理念や方針などを定め、地域経済の健全な発展と市民生活の向上を目指すことを目的とした木更津市産業振興基本条例（平成24年木更津市条例第7号。以下、「条例」という。）を制定しました。

本計画は、条例に基づき、産業の振興に関する施策の計画的な推進を図るため策定するものであり、事業者及び市民を対象としたアンケート調査やヒアリングを実施し、本市商工業の現状、事業者の意向、市民ニーズなどを把握・分析した「商工業・企業立地振興計画調査研究事業報告書」（平成25年3月作成）を踏まえて策定しました。

なお、「企業立地」については、振興計画ではなく「木更津市企業誘致方針」として、別途定める予定です。

木更津市産業振興基本条例第3条（基本理念及び方針）（抜粋）

【基本理念】

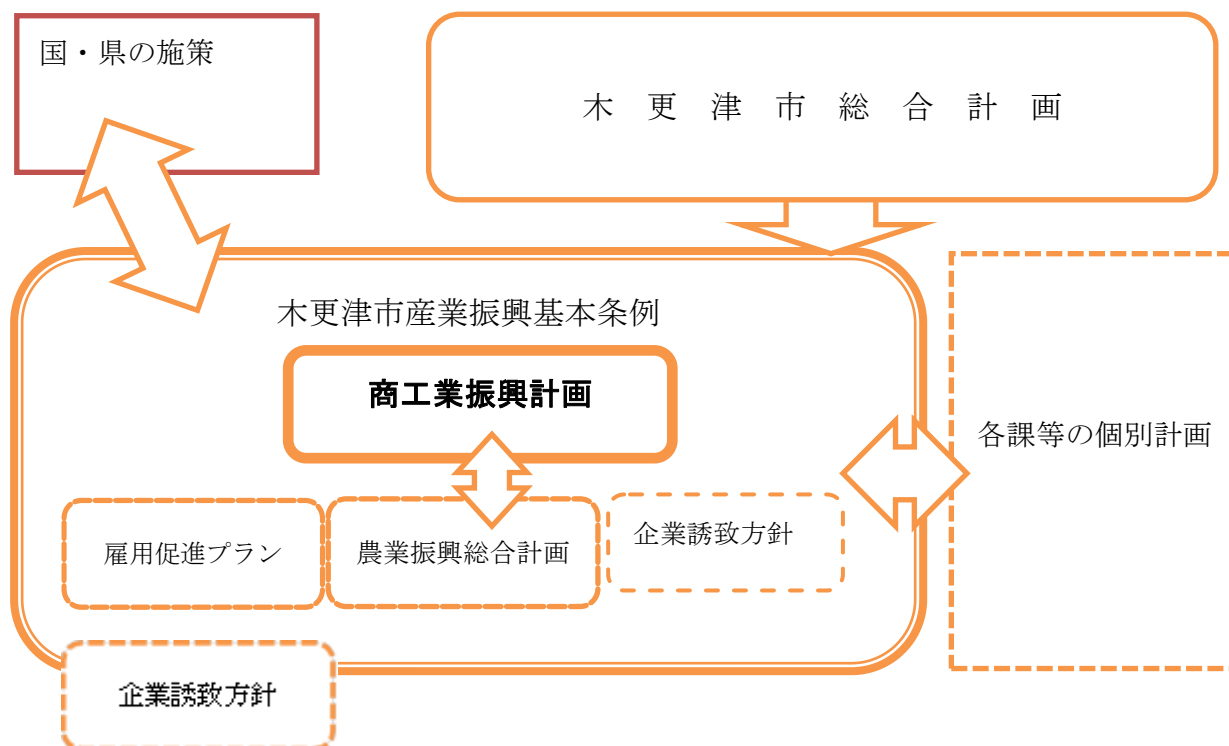
第3条 産業の振興は、事業者自らの創意工夫及び自助努力を基に、市、事業者及び産業経済団体が協働し、市民の理解と協力の下に推進することを基本理念とする。

【方針】 第3条第2項より抜粋

- 中小事業者については、経営基盤の強化、経営の革新及び創業の促進などにより、中小企業の振興を図る。
- 商業については、市民の消費生活を支える地域に密着した商業機能の展開と地域特性を活かした商業機能の集積に加え、中小小売店舗と大規模小売店舗との共存共栄により活性化を図る。
- 工業については、良好な操業環境の確保、生産技術の近代化及び高度化を図るとともに、産学官の連携による研究開発により、新産業の創出と既存事業者の新製品及び新技術の開発を促進する。
- 企業立地については、広域幹線道路網の結節点としての利便性や研究開発施設が立地している地域の特性を活かし、市内外の企業による新たな立地を促進することにより、新規産業の創出及び産業の集積を図る。

2 商工業振興計画の位置づけ

本計画は、条例の基本理念・方針を踏まえ、上位計画である木更津市総合基本計画をはじめ、本市の各種関連計画との整合性を確保しつつ、国や県の商工業振興施策にも配慮し、策定します。



3 商工業振興計画の計画期間

本計画の期間は、平成26年度から平成35年度までの10年間とします。

ただし、社会経済情勢の変化や本市を取り巻く状況など、様々な変化に対応するため、適宜見直しをすることとします。

第 2 章 木更津市の商工業の現状と課題

1. 木更津市を取り巻く社会情勢の変化

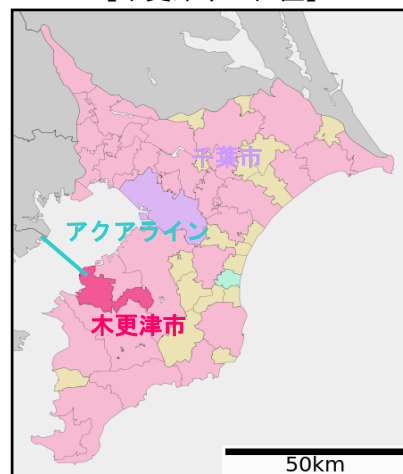
(1) 位置・沿革・地勢等

①木更津市の位置

本市は、房総半島の中西部にあり、東京湾（内房）に面しており、県庁所在地である千葉市から南西約 30 k m に位置します。東京都心から南東に 30 ～ 40 k m に位置しており、東京圏の範囲に含まれます。ただし、東京都心と木更津市との間に東京湾があるため、移動距離はこれよりも長くなります。

東京湾北側を周回した場合の移動距離は 70 ～ 80 k m 程度ですが、東京湾アクアラインを利用した場合は 45 k m と約半分近くに短縮されます。

【木更津市の位置】



②歴史・沿革

きさらづの語源は古事記の「きみさらず伝説」にあるという説があるほど、歴史あるまちであり、平成 24 年 11 月には市制施行 70 周年を迎えました。江戸時代には町人文化も流入し、木更津を全国的に有名にした歌舞伎「切られ与三郎」や木更津甚句が誕生した。港町として栄え、昭和後半はカーフェリーも活躍。その後、陸上交通でも東京湾アクアライン・館山自動車道・圏央道(首都圏中央連絡自動車道)がクロスし、市内に 4 箇所のインターチェンジが立地するなど、今も昔も交通の要となっています。

また、公立高校が 2 校、私立高校が 4 校立地し、木更津工業高等専門学校、さらには短大併設の大学も立地するなど、教育環境が整っています。

童謡「証城寺の狸ばやし」、テレビドラマ「木更津キャッツアイ」、人気ロックグループ氣志團などが有名であるが、最近では、金田東地区への相次ぐ大型商業施設の進出や都心へのアクセスの良さから注目を浴びています。

【木更津市の歴史・沿革】

西暦	元号	歴史・沿革
	古代	豪族や庶民で形成された一大集落として栄える。
	中世	木更津の工匠「上総鋳物師」は鎌倉の大仏を鋳造したと伝えられている。
	近世	江戸時代、幕府から特権を与えられた木更津船という五大力船が、江戸を往来。
1871	明治 4 年	木更津県が誕生。1 年 7 カ月の間、県庁所在地となる。
1879 頃	明治 12 年頃	外輪の蒸気船が東京を往復、商業が栄える。
1912	大正元年	鉄道の木更津線(現在の内房線)が開通。木更津駅が誕生。
1942	昭和 17 年	木更津市誕生(木更津町・巖根村・清川村・波岡村 1 町 3 村が 11 月 3 日に合併)
1948	昭和 23 年	初の港まつり開催
1954	昭和 29 年	鎌足村を編入合併
1955	昭和 30 年	金田村・中郷村を編入合併
1965	昭和 40 年	木更津から川崎・木更津から横浜間にカーフェリー就航
1968	昭和 43 年	木更津港が重要港湾に指定される

1971	昭和 46 年	富来田町と合併
1972	昭和 47 年	庁舎が現在地(潮見)に移転
1975	昭和 50 年	中の島大橋完成
1976	昭和 51 年	人口 10 万人を突破
1988	昭和 63 年	木更津駅西口再開発ビル(アインス)がオープン
1992	平成 4 年	業務核都市に位置付けられる。きみさらずタワー完成
1994	平成 6 年	かずさアカデミアパークに、かずさ DNA 研究所が開所
1995	平成 7 年	館山自動車道千葉から木更津間が開通
1997	平成 9 年	かずさアカデミアセンター(かずさアーク)がオープン 東京湾アクアラインが開通
1999	平成 11 年	国際会議観光都市に認定
2002	平成 14 年	1 月から 3 月テレビドラマ「木更津キャッツアイ」放映
2003	平成 15 年	5 月 18 日 全国植樹祭の開催
2004	平成 16 年	4 月 28 日 木更津駅西口再開発ビルが「アクア木更津」としてリニューアルオープン
2007	平成 19 年	3 月 21 日 首都圏中央連絡自動車道(圏央道)木更津東 IC から木更津 JC 開通
2008	平成 20 年	10 月 1 日 木更津市郷土博物館金のすずオープン
2009	平成 21 年	8 月 1 日 東京湾アクアライン料金引き下げ社会実験により普通車 800 円に
2011	平成 23 年	5 月 31 日 重要港湾木更津港が国際バルク戦略港湾に選定される 11 月 1 日 木更津市常住人口が 13 万人突破
2012	平成 24 年	2 月 10 日 内房線開業 100 周年 4 月 11 日 金田東地区のまちびらき 大型商業施設開業 9 月 3 日 市内全域に光ファイバー通信網整備 10 月 21 日 ちばアクアラインマラソン 2012 開催 11 月 3 日 市制施行 70 周年記念式典挙行 (マスコットキャラクター：きさぽん誕生)

(出典：木更津市 HP より抜粋)

③地勢

市域は東西に長く広がっており、市の東部は山地、西部は平地と地形の性質が異なっています。市中西部（木更津地区、清川地区）は東京湾に面しており、東京湾へ流れ込む複数の河川により沖積平野が形成されています。また、東京湾臨海地区は木更津港南岸から君津市、富津市にかけて工業用埋立地となっています。

市北部（岩根地区、金田地区、中郷地区）では泥層を主とする田園地帯が広がり、木更津駅から千葉方面に向かって走る列車の車窓からはハス田が確認できます。

市南部（波岡地区、鎌足地区）を中心に洪積台地が形成され、住宅地として整備されています。特に、鎌足地区ではかずさアカデミアパーク構想における研究開発拠点としての整備が行われています。

市東部（富来田地区）は、小櫃川流域では田園地帯を形成し、房総半島内陸部の特徴として見られる房総丘陵の山林が広がっています。

市の主な河川として、県内では利根川に次いで2番目に長く総延長88kmの小櫃川があり、君津市、袖ヶ浦市、木更津市の3市を貫流し、市内では東部から北部にかけて流れ下り東京湾へと注いでおり、小櫃川河口付近では1,400ha程の盤洲干潟が形成されています。

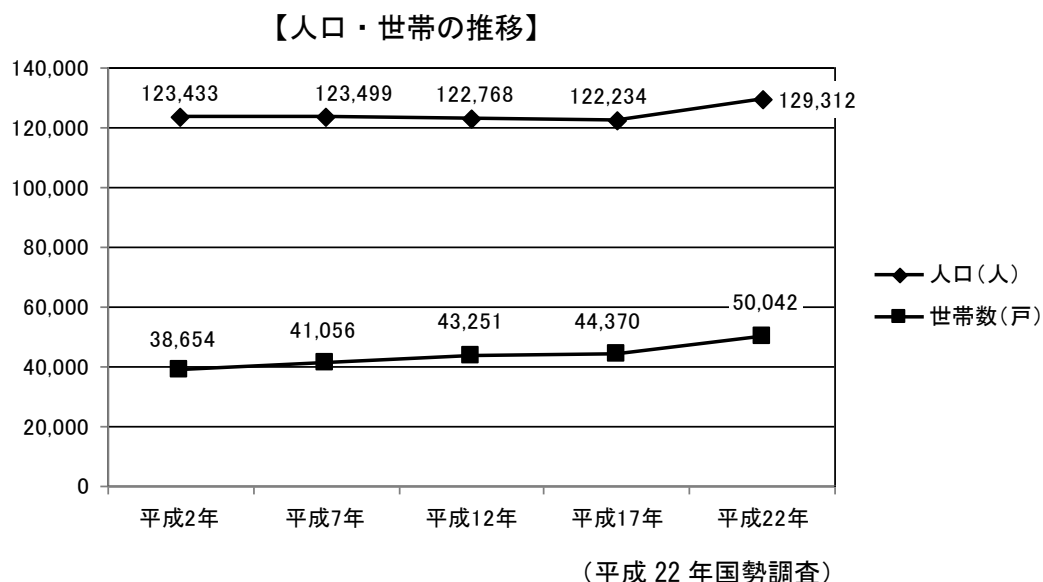
市内には特に高い山が無く、最も高い場所でも標高200m程度です。

(2) 人口・世帯等の状況

①人口・世帯の推移

平成 22 年の国勢調査では、木更津市の人口は 129,312 人、世帯数は 50,042 世帯です。

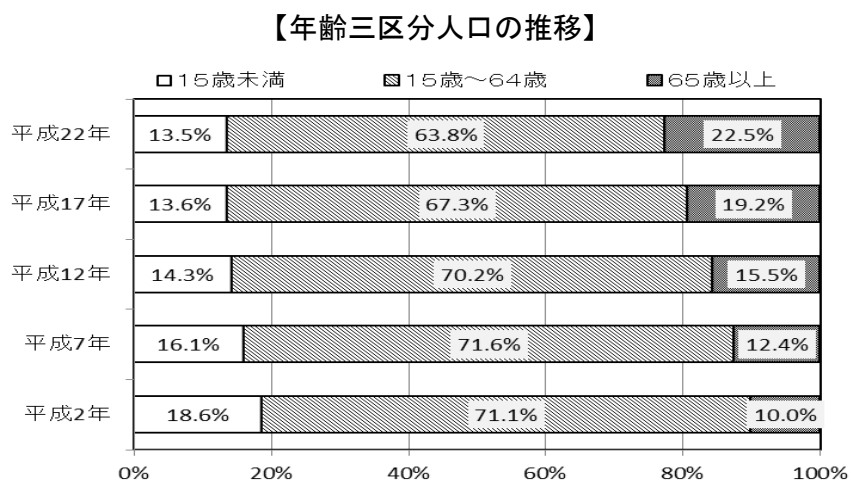
平成 2 年から平成 17 年までは、人口はやや減少し世帯数は緩やかに増加していますが、平成 17 年から 22 年の 5 年間で人口は約 7,000 人増加し、世帯数も約 5,700 世帯増加しています。



②年齢三区分人口の推移

平成 2 年から 20 年間の推移を見ると、年少人口（15 歳未満）は約 5 ポイント低下し、生産年齢人口（15～64 歳）も約 7 ポイント低下しています。

一方、老年人口（65 歳以上）は約 12 ポイント上昇し 22.5%となっており、ほぼ 4 人に 1 人は 65 歳以上ということになっています。



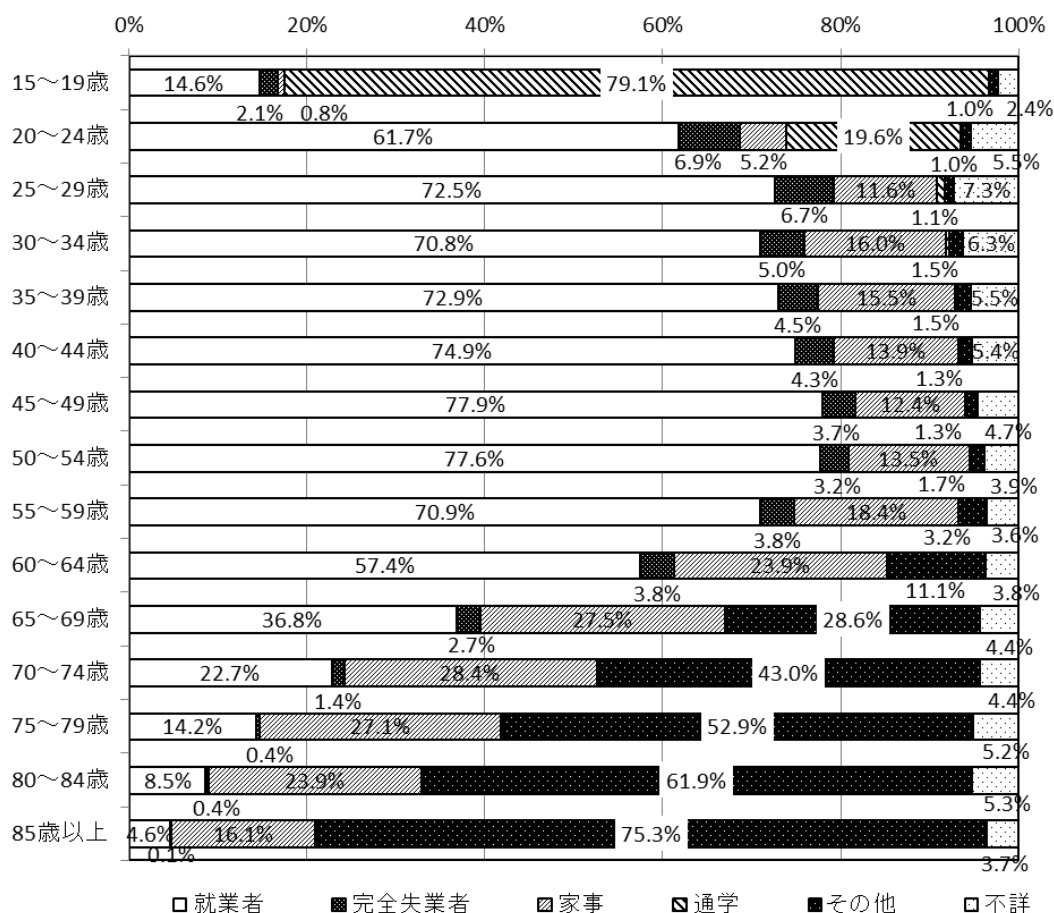
(資料：各年国勢調査)

③労働力人口の推移

平成 22 年の国勢調査で労働力の状態を確認すると、25～59 歳までのそれぞれの年代で 70%以上の方が就業状態にあります。一般的な定年を迎える 60 歳代を見ると、60～64 歳で 57.4%、65～69 歳で 36.8%が就業状態にあります。

また、完全失業者について見ると、20～24 歳が 6.9%と最も高く、次いで 25～29 歳の 6.7%となっています。

【労働力人口の推移】



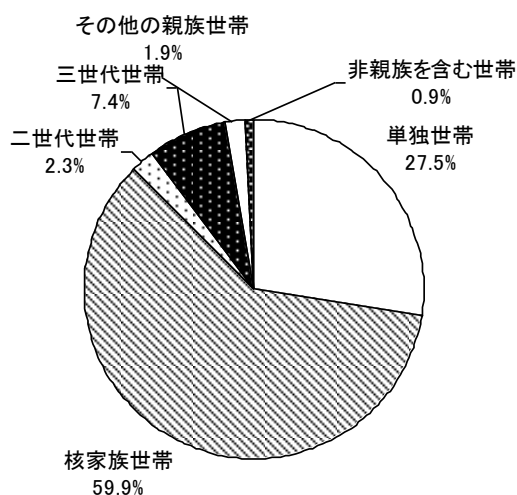
	総数(労働力状態)	就業者	完全失業者	家事	通学	その他	不詳
15～19歳	6,417 (100%)	937 (14.6%)	135 (2.1%)	51 (0.8%)	5,078 (79.1%)	63 (1.0%)	153 (2.4%)
20～24歳	5,955 (100%)	3,675 (61.7%)	413 (6.9%)	310 (5.2%)	1,169 (19.6%)	62 (1.0%)	326 (5.5%)
25～29歳	7,138 (100%)	5,175 (72.5%)	480 (6.7%)	825 (11.6%)	57 (0.8%)	81 (1.1%)	520 (7.3%)
30～34歳	8,343 (100%)	5,910 (70.8%)	416 (5.0%)	1,333 (16.0%)	31 (0.4%)	124 (1.5%)	529 (6.3%)
35～39歳	10,616 (100%)	7,740 (72.9%)	473 (4.5%)	1,641 (15.5%)	24 (0.2%)	157 (1.5%)	581 (5.5%)
40～44歳	8,657 (100%)	6,480 (74.9%)	376 (4.3%)	1,207 (13.9%)	14 (0.2%)	116 (1.3%)	464 (5.4%)
45～49歳	7,633 (100%)	5,944 (77.9%)	280 (3.7%)	949 (12.4%)	1 (0.0%)	102 (1.3%)	357 (4.7%)
50～54歳	7,637 (100%)	5,928 (77.6%)	247 (3.2%)	1,034 (13.5%)	2 (0.0%)	131 (1.7%)	295 (3.9%)
55～59歳	9,057 (100%)	6,425 (70.9%)	346 (3.8%)	1,668 (18.4%)	3 (0.0%)	287 (3.2%)	328 (3.6%)
60～64歳	11,005 (100%)	6,320 (57.4%)	417 (3.8%)	2,628 (23.9%)	2 (0.0%)	1,222 (11.1%)	416 (3.8%)
65～69歳	9,625 (100%)	3,539 (36.8%)	264 (2.7%)	2,644 (27.5%)	5 (0.1%)	2,753 (28.6%)	420 (4.4%)
70～74歳	7,187 (100%)	1,634 (22.7%)	102 (1.4%)	2,041 (28.4%)	5 (0.1%)	3,089 (43.0%)	316 (4.4%)
75～79歳	5,415 (100%)	771 (14.2%)	24 (0.4%)	1,469 (27.1%)	8 (0.1%)	2,862 (52.9%)	281 (5.2%)
80～84歳	3,728 (100%)	318 (8.5%)	14 (0.4%)	890 (23.9%)	-	2,309 (61.9%)	197 (5.3%)
85歳以上	3,114 (100%)	144 (4.6%)	4 (0.1%)	502 (16.1%)	4 (0.1%)	2,346 (75.3%)	114 (3.7%)
総数(15歳以上)	111,527 (100%)	60,940 (54.6%)	3,991 (3.6%)	19,192 (17.2%)	6,403 (5.7%)	15,704 (14.1%)	5,297 (4.7%)

平成22年国勢調査

④世帯の類型

平成 22 年の国勢調査の結果を見ると核家族世帯が約 60%と最も多く、次いで単独世帯が約 28%となっています。世帯当たり人員は三世代世帯で 5.2 人、核家族世帯では 2.9 人です。

【世帯の類型】



	世帯数		世帯人員	人/世帯
単独世帯	13,756	(27.5%)	13,756	1.00
核家族世帯	29,945	(59.9%)	85,449	2.85
二世代世帯	1,140	(2.3%)	3,679	3.23
三世代世帯	3,715	(7.4%)	19,264	5.19
その他の親族世帯	958	(1.9%)	2,884	3.01
非親族を含む世帯	455	(0.9%)	1,199	2.64
総数	49,978	(100.0%)	126,255	2.53

平成22年国勢調査

また、平成 17 年から 22 年までの 5 年間の世帯数の伸びをみると、一般世帯数は 1.13 倍の伸びであるのに対し、高齢単独世帯は 1.37 倍、高齢単独世帯以外の単独世帯は 1.34 倍の伸びを示しています。

【世帯数の推移】

	平成17年		平成22年		伸び率
世帯数	44,370	100.0%	49,978	100.0%	1.13
単独世帯	10,200	23.0%	13,756	27.5%	1.35
高齢単独世帯	2,919	6.6%	3,995	8.0%	1.37
上記以外	7,281	16.4%	9,761	19.5%	1.34

(各年国勢調査)

注) 木更津市の総世帯数は、50,042 世帯。うち一般世帯は 49,978 世帯、施設等に入居する世帯は 64 世帯となっています。

⑤人口の転入状況

平成12年、平成22年の国勢調査において過去5年間に木更津市に転入してきた人口は、下表のとおりです。平成12年と比べて、県内他市からは52.7%から51.5%に減少し、他県からの転入が43.9%から45.4%に増加しています。

転入先は、県内、県外とも比率は大きく変わらないが、平成22年の動向をみると県内では隣接する君津市からが最も多く、転入人口の17.3%を占めています。首都圏からの転入をみると、東京都は10.0%、神奈川県は9.8%となっており、この比率は平成12年から大きな変化は見られません。

【人口の転入先】

地域	年度	平成12年			平成22年		
		人数	比率		人数	比率	
常住者		117,307	100.0%	—	129,312	100.0%	—
①現住所		86,118	73.4%	—	93,878	72.6%	—
②自市町村内		15,487	13.2%	—	12,465	9.6%	—
③転入		15,698	13.4%	100.0%	16,817	13.0%	100.0%
	○県内他市区町村から	8,267	7.0%	52.7%	8,659	6.7%	51.5%
	千葉市	733	0.6%	4.7%	712	0.6%	4.2%
	市原市	865	0.7%	5.5%	901	0.7%	5.4%
	君津市	2,536	2.2%	16.2%	2,902	2.2%	17.3%
	富津市	792	0.7%	5.0%	809	0.6%	4.8%
	袖ヶ浦市	1,150	1.0%	7.3%	1,118	0.9%	6.6%
	○他県から	6,893	5.9%	43.9%	7,641	5.9%	45.4%
	埼玉県	630	0.5%	4.0%	614	0.5%	3.7%
	東京都	1,704	1.5%	10.9%	1,683	1.3%	10.0%
	特別区部	1,228	1.0%	7.8%	1,239	1.0%	7.4%
	神奈川県	1,557	1.3%	9.9%	1,647	1.3%	9.8%
	横浜市	653	0.6%	4.2%	761	0.6%	4.5%
	川崎市	415	0.4%	2.6%	403	0.3%	2.4%
	○国外から	538	0.5%	3.4%	517	0.4%	3.1%
④不詳		—	—	—	6,152	4.8%	36.6%

(各年国勢調査)

注) 1 人口移動は10年に1回の調査であり、平成12年の常住者人口は「不詳」を含みます。

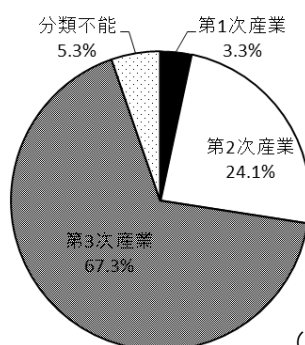
注) 2 平成12年の移動人口は、5歳以上です。

⑥産業別人口

第3次産業が約67%と最も高く、次いで第2次産業が約24%となっています。また、第1次産業は3.3%となっています。

次ページの業種別人口で見ると、建設業、卸売・小売業の割合が減少する一方、医療・福祉分野の人口が増加しています。

【産業別人口の割合】



(平成22年国勢調査)

平成7年からの産業別人口の推移を見ると、第1次産業は平成7年から平成22年までの15年間に就業人口、比率ともに約50%となっており、中でも漁業に携わる人口の減少が大きくなっています。

また、第二次産業については平成7年から平成22年までの15年間に就業人口は約80%になり、なかでも建設業に携わる人口は約75%になっています。

一方、第三次産業については、就業人口は大きく変わらないものの、全体に占める割合が64.4%から67.3%に増加しています。平成14年の日本標準産業分類の改定により、「飲食店・宿泊業」が「卸売・小売業」から分離されたため、数字上は「卸売・小売業」の就業人口が大きく減少しているように見えるが、「飲食店、宿泊業」を「卸売・小売業」に加えると、平成7年の就業者数14,375人は平成22年には12,683人となり、約12%減少しています。

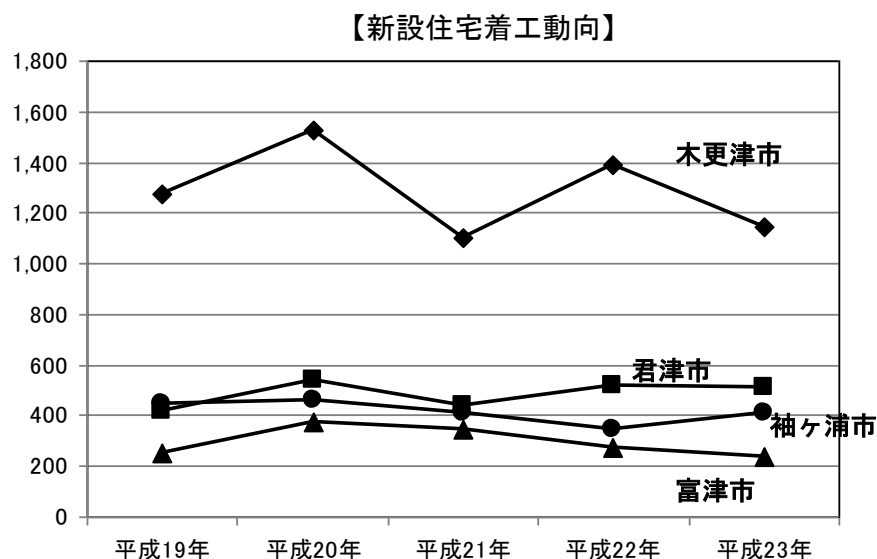
平成17年から22年までの5年間の動向をみると、「飲食店・宿泊業」、「医療・福祉」、「教育、学習支援業」の就業人口が増えており、とりわけ「医療・福祉」の分野での伸びが大きくなっています。

【産業別人口の推移】

	平成7年		平成12年		平成17年		平成22年	
総数	63,217	(100%)	61,106	(100%)	58,482	(100%)	60,940	(100%)
第1次産業	3,781	(6.0%)	3,320	(5.4%)	2,677	(4.6%)	2,037	(3.3%)
農業	2,271	(3.6%)	1,965	(3.2%)	1,656	(2.8%)	1,454	(2.4%)
林業	19	(0.03%)	14	(0.02%)	5	(0.009%)	16	(0.03%)
漁業	1,491	(2.4%)	1,341	(2.2%)	1,016	(1.7%)	567	(0.9%)
第2次産業	18,424	(29.1%)	16,718	(27.4%)	14,599	(25.0%)	14,690	(24.1%)
鉱業	120	(0.2%)	108	(0.2%)	54	(0.1%)	56	(0.1%)
建設業	8,459	(13.4%)	7,918	(13.0%)	6,804	(11.6%)	6,310	(10.4%)
製造業	9,845	(15.6%)	8,692	(14.2%)	7,741	(13.2%)	8,324	(13.7%)
第3次産業	40,691	(64.4%)	41,029	(67.1%)	40,458	(69.2%)	40,996	(67.3%)
電気・ガス・熱供給・水道業	659	(1.0%)	633	(1.0%)	463	(0.8%)	455	(0.7%)
情報通信業	-	-	-	-	1,044	(1.8%)	926	(1.5%)
運輸業	4,839	(7.7%)	4,631	(7.6%)	3,923	(6.7%)	4,661	(7.6%)
卸売・小売業	14,375	(22.7%)	13,977	(22.9%)	10,083	(17.2%)	9,139	(15.0%)
金融・保険業	1,872	(3.0%)	1,619	(2.6%)	1,349	(2.3%)	1,268	(2.1%)
不動産業	621	(1.0%)	553	(0.9%)	693	(1.2%)	1,024	(1.7%)
飲食店、宿泊業	-	-	-	-	3,363	(5.8%)	3,544	(5.8%)
医療、福祉	-	-	-	-	4,580	(7.8%)	5,481	(9.0%)
教育、学習支援業	-	-	-	-	2,362	(4.0%)	2,431	(4.0%)
複合サービス業	-	-	-	-	590	(1.0%)	318	(0.5%)
サービス業(他に分類されないもの)	15,104	(23.9%)	16,596	(27.2%)	8,914	(15.2%)	8,462	(13.9%)
公務(他に分類されないもの)	3,221	(5.1%)	3,020	(4.9%)	3,094	(5.3%)	3,287	(5.4%)
分類不能	321	(0.5%)	39	(0.1%)	748	(1.3%)	3,217	(5.3%)
							各年国勢調査	

⑦新設住宅着工動向

平成 19 年からの新設住宅着工動向をみると、木更津市と君津市は隔年で増加と減少を繰り返す傾向の折れ線を示しています。富津市は平成 20 年をピークに減少傾向に、袖ヶ浦市は平成 20 年をピークに平成 21 年、22 年と減少傾向を示し平成 23 年に再び増加傾向に転じています。



	木更津市	君津市	富津市	袖ヶ浦市
平成19年	1,271	415	253	446
平成20年	1,529	543	378	464
平成21年	1,104	438	347	407
平成22年	1,388	520	276	346
平成23年	1,143	514	237	412
H23年／H20年	-25.2%	-5.3%	-37.3%	-11.2%

各年住宅着工統計

木更津市の平成 23 年の住宅着工統計で工事の内容についてみると、新設が 1,143 件、その他が 76 件となっており、うち持家の割合は新設が 51.3%、その他の工事が 73.7%となっています。

また、新設の平均床面積は持家 125.5 m²、給与住宅 90.4 m²、分譲住宅 106.6 m²となっています。

【木更津市の住宅着工動向】

	工事の内容	
	新設	その他
小計	1,143 (100%)	76 (100%)
(平均床面積)	(97.5m ²)	(56.8m ²)
持家	586 (51.3%)	56 (73.7%)
(平均床面積)	(125.5m ²)	(66.3m ²)
貸家	402 (35.2%)	13 (17.1%)
(平均床面積)	(53.3m ²)	(34.8m ²)
給与住宅	5 (0.4%)	6 (7.9%)
(平均床面積)	(90.4m ²)	(20.8m ²)
分譲住宅	150 (13.1%)	1 (1.3%)
(平均床面積)	(106.6m ²)	(28.0m ²)
平成23年住宅着工統計		

注) 持ち家は自らが住むものの、貸家は賃貸目的で建設したもの、給与住宅は社宅として建設したもの、分譲住宅は分譲マンションや建売物件として建設したもの。

(3) 財政の状況

平成14年から平成17年頃までは、市税のうち固定資産税が最も高い比率を示していましたが近年の土地評価額の低下の影響を受け比率が低下しています。

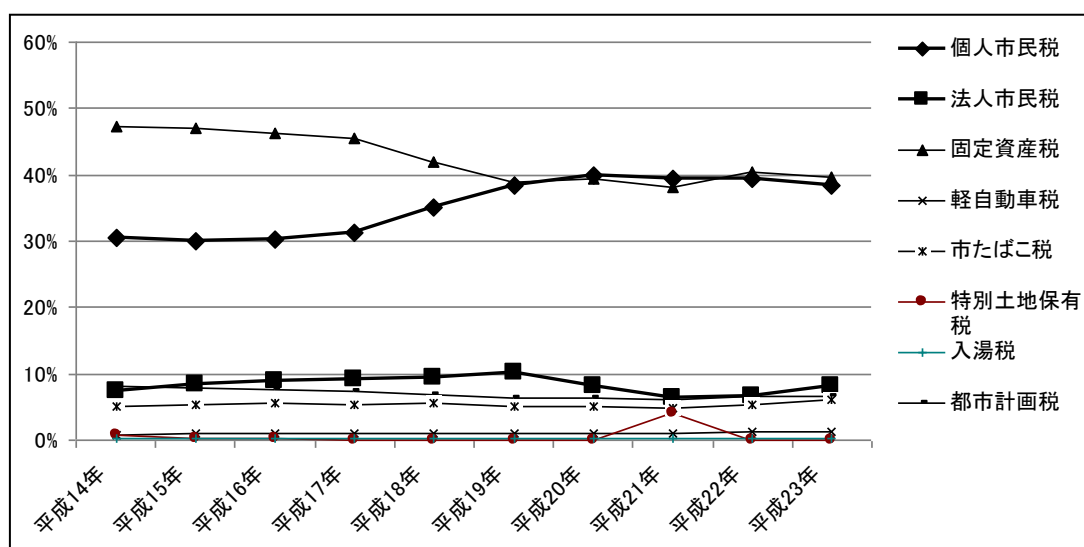
一方、個人市民税は人口の漸増傾向と相まって比率が相対的に高くなり、平成21年以降は固定資産税とほぼ同じ比率になっています。

法人市民税は、平成14年から右肩上がり続け、平成20年から21年にかけて一旦比率が低下したものの平成23年まで再び右肩上がりの傾向を示しています。

【市税の推移】

市税の種類	平成14年	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年
総額	16,808,119	16,100,697	15,691,047	15,749,785	15,726,196	17,607,141	17,621,932	17,899,217	16,978,090	17,372,233
市民税	6,360,685	6,196,978	6,135,749	6,383,555	6,991,125	8,543,936	8,447,046	8,175,429	7,854,061	8,049,531
個人市民税	5,115,550	4,833,977	4,734,918	4,930,184	5,503,986	6,741,893	7,019,274	7,056,755	6,711,694	6,656,263
法人市民税	1,245,135	1,363,001	1,400,831	1,453,371	1,487,139	1,802,043	1,427,772	1,118,674	1,142,367	1,393,268
固定資産税	7,936,051	7,561,913	7,242,727	7,149,133	6,585,784	6,855,304	6,945,322	6,811,231	6,857,767	6,892,398
軽自動車税	146,930	153,411	160,840	168,435	175,871	185,724	193,970	202,368	210,220	217,047
市たばこ税	838,065	856,381	864,500	847,342	874,578	888,219	873,897	862,579	895,799	1,039,477
特別土地保有税	115,138	28,140	44,395	1,401	2,878	2,295	2,406	708,139	1,960	14
入湯税	26,973	32,223	31,055	29,038	28,431	29,573	27,227	26,828	27,519	22,170
都市計画税	1,384,277	1,271,651	1,211,781	1,170,881	1,067,529	1,102,090	1,132,064	1,112,643	1,130,764	1,151,596

資料：財務部財政課



(4) 道路・交通の状況

①東京湾アクアライン

東京湾を更津と川崎を、木更津沖合い 4.4 k m に造られた人工島「海ほたる」を接点として、海上ルート 5.1 k m と海底ルート約 10 k m の幹線道路で結ぶ延長 15.1 k m の東京湾アクアラインは、平成 9 年（1997）に開通しました。

海ほたるは、トンネルと橋梁との接続を目的に設置された長方形型の人口島で、海上に浮かぶ珍しいパーキングエリアとして、ショッピング施設や観光インフォメーション等の休憩施設が設置され、本市の観光地の一つとして賑わっています。

平成 21 年 8 月 1 日から開始された社会実験によって、東京湾アクアラインの交通量は、実験前（平成 20 年度）に比べて、平成 24 年の交通量は、平休日とも約 2 倍近い大きな伸びを示しています。

料金引下げによる首都圏全体の経済波及効果は、観光客の増加や物流事業者等による新たな設備投資などにより、年間約 358 億円と試算され、また、県が実施した観光・商工業者や物流事業者へのアンケート調査結果によると、約 4 分の 1 の事業者が「料金引下げが継続されることにより、事業拡大の可能性はある」と回答しており、更なる経済効果が期待されています。

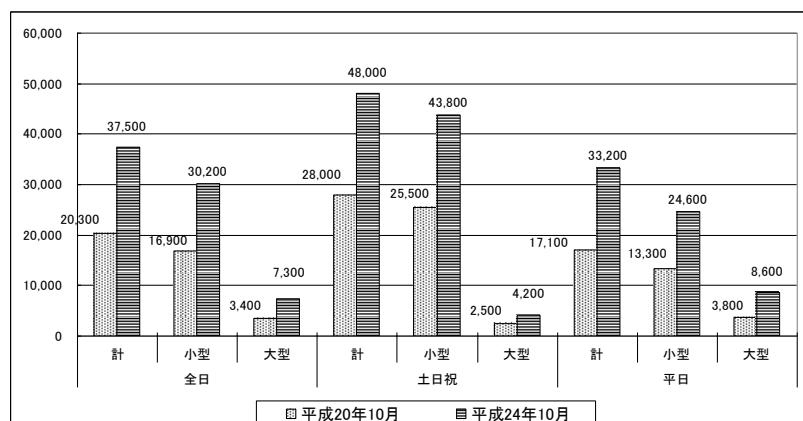
また、東京湾アクアラインには多数の高速バス路線が整備され、鉄道と並ぶ、本市と都心を結ぶ新たな主力公共交通機関となりつつあります。輸送実績の推移は次頁のとおりです。

千葉県の実験による東京湾アクアラインの料金の引下げの効果を本市経済の活性化や地域の振興に確実に結び付けていくため、市長を本部長として関係部長で構成する「東京湾アクアライン活用戦略本部」及び関係課長で構成する「東京湾アクアライン活用戦略チーム」を設置して、本市への観光・交流人口の増加、定住人口の増加や産業の振興、企業立地の促進等を図り、もって恒久的な通行料金の引下げの実現に向けて、戦略的に取り組んでいます。

【東京湾アクアラインの位置】



【東京湾アクアラインの交通量の推移（交通社会実験前後）】



	車種	H20年10月	H24年10月	増減数	H24/H20
全日	計	20,300	37,500	17,200	185%
	小型	16,900	30,200	13,300	179%
	大型	3,400	7,300	3,900	215%
土日祝	計	28,000	48,000	20,000	171%
	小型	25,500	43,800	18,300	172%
	大型	2,500	4,200	1,700	168%
平日	計	17,100	33,200	16,100	194%
	小型	13,300	24,600	11,300	185%
	大型	3,800	8,600	4,800	226%

アクアライン高速バス輸送実績表(路線・便数・乗客数) ※直近10年分												
	川崎線	横浜線	羽田線	鴨川東京線	君津東京線	品川線	木更津東京線	袖ヶ浦川崎線	勝浦東京線	君津羽田線	新宿線	合計
起点	木更津駅東口	かずさアーケ	木更津駅東口	亀田病院	青堀駅	木更津駅東口	君津製鐵所	袖ヶ浦駅	安房小湊/御宿	君津製鐵所	木更津駅西口	
主要停留所	袖ヶ浦BT	木更津駅東口	袖ヶ浦BT	かずさアーケ	君津BT	袖ヶ浦BT	木更津駅西口		勝浦駅	君津BT	袖ヶ浦BT	
〃	海ほたる	袖ヶ浦BT	羽田第1ターミナル	金田BT	羽鳥野BS		金田BT		市原鶴舞BT	羽鳥野BS	(三井OP)	
〃	浮島BT		羽田第2ターミナル	東京駅八重洲口	東京駅八重洲口		東京駅八重洲口		金田BT	羽田第1ターミナル		
終点	川崎駅	横浜駅	羽田国際線ターミナル	浜松町BT	浜松町BT・東雲車庫	品川駅東口	東雲車庫	川崎駅	浜松町BT	羽田国際線ターミナル	新宿駅西口	
運行開始	H9.12.19	H9.12.19	H9.12.19	H10.3.14	H12.7.20	H14.7.15	H15.10.1	H11.6.3	H19.6.1	H19.7.12	H20.9.1	
当初運行回数	30往復	10往復	16往復	6往復	8往復	8往復	21往復	6往復	6往復	16往復	14往復	
現在運行回数(平日)	上35 下35	上44 下44	上37 下37	上20 下20	上54 下51	上52 下57	上31 下31	上0 下0	上6 下6	上16 下15	上25 下26	上320 下322
運行会社	5社	3社	4社	3社	2社	3社	2社	0社	3社	2社	2社	9社
								14年10月廃止				
便数(便)	川崎・横浜方面	羽田・品川方面	東京・新宿方面	合計	※バス停名の網掛けは、木更津市内の停留所							
15年度	47,210	35,083	30,410	112,703								
16年度	50,574	37,922	45,399	133,895								
17年度	52,353	46,458	52,036	150,847								
18年度	52,357	49,941	56,724	159,022								
19年度	52,366	65,458	62,808	180,632								
20年度	52,342	69,512	74,071	195,925								
21年度	52,078	71,833	87,566	211,477								
22年度	51,971	71,583	89,744	213,298								
23年度	52,218	75,482	91,896	219,596								
24年度	52,968	76,490	95,520	224,978								
乗客数(人)	川崎・横浜方面	羽田・品川方面	東京・新宿方面	合計								
15年度	1,164,208	666,999	664,081	2,495,288								
16年度	1,137,941	674,567	961,798	2,774,306								
17年度	1,141,898	759,002	1,186,285	3,087,185								
18年度	1,159,874	842,105	1,345,240	3,347,219								
19年度	1,134,376	1,060,874	1,504,413	3,699,663								
20年度	1,117,653	1,145,676	1,671,606	3,934,935								
21年度	1,005,443	1,108,969	1,793,070	3,907,482								
22年度	940,643	1,140,920	1,869,938	3,951,501								
23年度	921,331	1,178,215	1,998,989	4,098,535								
24年度	918,051	1,192,163	2,101,171	4,211,385								
										資料:企画課調べ(平成25年10月)		

② 首都圏中央連絡自動車道（圏央道）

首都圏中央連絡自動車道（圏央道）は、東京都心から半径およそ 40 k m～60 k mの位置に計画された、延長約 300 k mの高規格幹線道路で、基本は4車線（一部6車線）道路であるが、東北道～木更津東 I C区間は暫定2車線となっています。

圏央道は東京湾アクアラインと一体となって東日本と西日本を結ぶ大動脈となるとともに、東関道、常磐道をはじめ東北道、関越、中央道、東名高速等の主要幹線道路と接続し、首都圏の広域ネットワークを形成するものであり、圏央道が完成すると、東京湾アクアラインの着岸地である木更津市をはじめ、茂原、東金、成田、つくば研究学園都市、川越、青梅、八王子、厚木、横浜などの中核都市が結ばれ、通過車両の都心迂回路（都心部の高速道路の混雑緩和）、及び災害時の車両の代替経路のみならず、千葉県ならびに首都圏の調和のとれた発展に大きな役割を果たすものです。

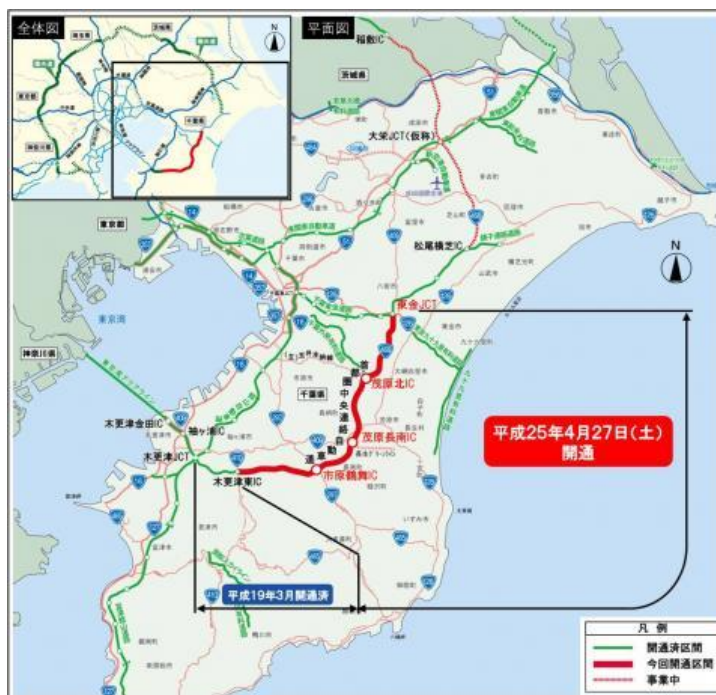
圏央道の整備により、人や物の流れが活発になることで、本市の地域ポテンシャルも益々高まり、市内への企業立地や優良住宅地への定住化が更に進展するものと大いに期待される。また、東京湾アクアラインの果たす役割も益々重要となり、相乗的な効果も期待されます。

圏央道の木更津東 I Cから東金 J C Tまでの区間(延長約 42.9km)は、平成 25 年 4 月 27 日に開通しました。

【圏央道の位置】



【圏央道開通区間】



③ 鉄道

本市には、ＪＲ東日本の内房線と久留里線が通っており木更津駅がその分岐点となっています。内房線は千葉市中央区の蘇我駅から房総半島の西岸を經由し千葉県鴨川市の安房鴨川駅へ至り、久留里線は、木更津駅から君津市の上総亀山駅までを結んでいます。

市内各駅及び隣接市の駅における一日平均乗客数は下表のとおりであるが、内房線では平成12年から平成22年までの10年間に、袖ヶ浦駅だけが5.7ポイント増加し、木更津駅、巖根駅とも20ポイント以上減少しています。君津駅も14ポイント減少していますが木更津駅や巖根駅ほど大きな減少はありません。

【内房線の一日常乗車人員】

	平成12年				平成17年				平成22年			
	計	指数	普 通	定 期	計	指数	普 通	定 期	計	指数	普 通	定 期
袖ヶ浦	3,635	100.0	830	2,805	3,872	106.5	888	2,984	3,842	105.7	850	2,992
巖根	2,499	100.0	727	1,772	2,194	87.8	616	1,578	1,935	77.4	518	1,417
木更津	17,077	100.0	4,904	12,173	14,551	85.2	4,161	10,390	13,474	78.9	3,506	9,968
君津	10,244	100.0	2,967	7,277	9,494	92.7	2,473	7,021	8,817	86.1	2,159	6,658

出典：千葉県統計年鑑

久留里線では、平成19年以降無人駅の乗客数は未公表となっているため、市内の無人駅を平成12年から平成17年の5年間でみると20～30ポイント減少しており、有人駅である馬来田駅は平成12年からの10年間で33ポイント減少しています。

【久留里線の一日常乗車人員】

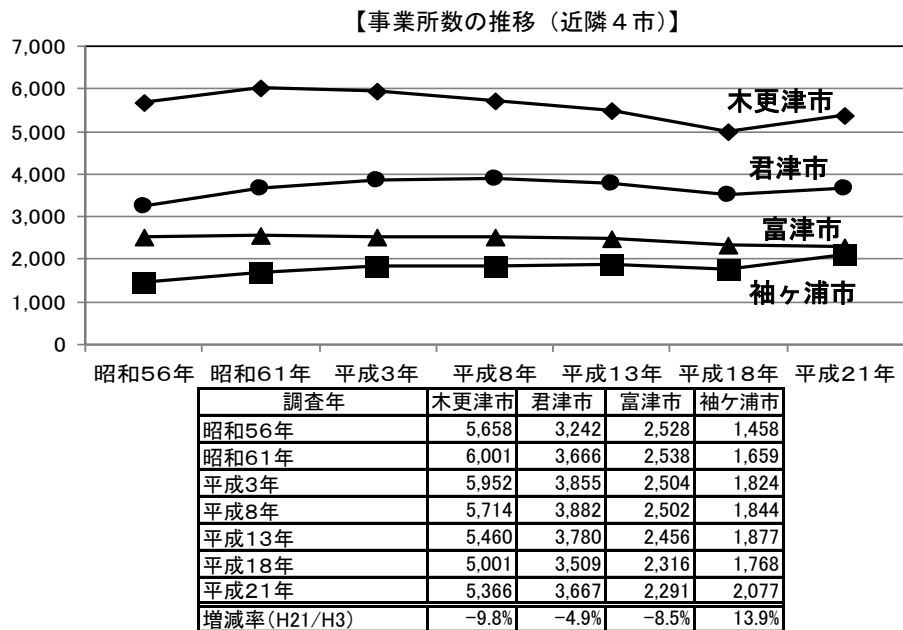
	平成12年				平成17年				平成22年			
	計	指数	普 通	定 期	計	指数	普 通	定 期	計	指数	普 通	定 期
祇園	423	100.0	58	365	346	81.8	51	295	...	—	...	...
上総清川	297	100.0	36	261	229	77.1	27	202	...	—	...	...
東清川	111	100.0	15	96	80	72.1	11	69	...	—	...	...
横田	333	100.0	80	253	303	91.0	64	239	227	68.2	54	173
東横田	221	100.0	30	191	181	81.9	25	156	...	—	...	...
馬来田	421	100.0	81	340	319	75.8	68	251	282	67.0	60	222

出典：千葉県統計年鑑

(5) 事業所・従業員の状況

①事業所数の推移

木更津市の事業所数は昭和 61 年をピークに減少傾向にあり、平成 3 年から平成 21 年までに本市は 9.8%の減少で近隣他市よりも減少の割合が大きくなっています。ただし、平成 18 年から平成 21 年にかけて本市の事業所数は君津市、袖ヶ浦市とともに増加に転じています。

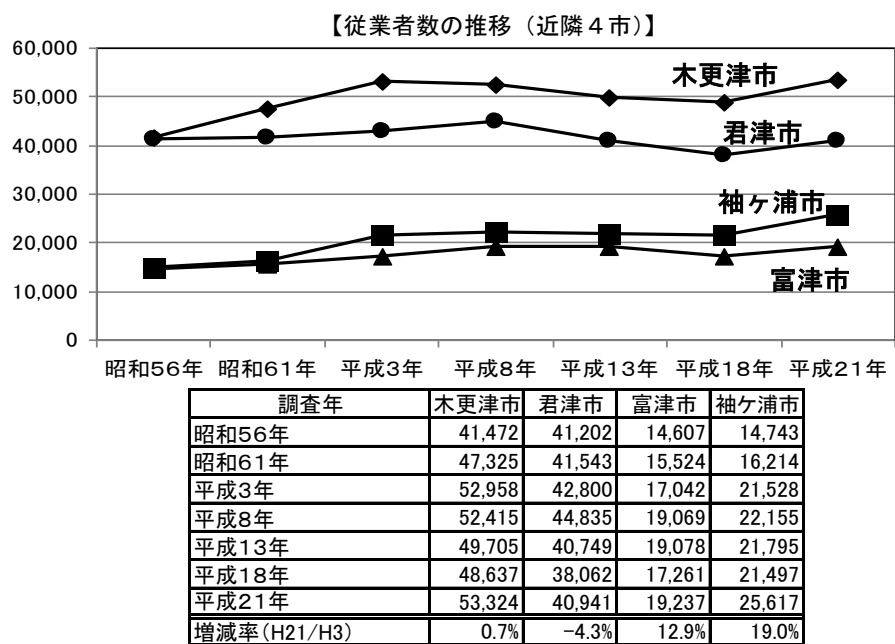


各年事業所・企業統計

※昭和 56 年～平成 18 年事業所・企業統計、平成 21 年経済センサス基礎調査

②従業員の推移

本市の従業員数は、平成 3 年をピークに減少傾向にあったが、平成 21 年調査結果では前回調査から約 5,000 人の増加となっています。平成 3 年と平成 21 年を比較すると本市は同程度に回復したが、近隣 4 市のうち富津市や袖ヶ浦市はそれぞれ 12.9%、19.0%と伸びを示しています。



各年事業所・企業統計

※昭和 56 年～平成 18 年事業所・企業統計、平成 21 年経済センサス基礎調査

③従業者規模別事業所数の推移

平成 21 年の従業者規模別の事業所数を見ると、1～4 人の事業所が 57.0%を占め、30 人未満の事業所まで含めると全事業所の 94.2%を占めます。

また、平成 13 年と比較すると 1～4 人までの事業所が 8.5%減少しているが、その他は増加傾向にあり、その中でも事業所の規模に注目すると 300 人以上の規模の事業所が平成 13 年の 7 社から 10 社に増えている。「派遣・下請け従業者のみ」の事業所は 10 社から 18 社に増えています。

【従業者規模別事業所数の推移】

	平成13年		平成18年		平成21年		増減(社)	増減(%)
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	H21-H13	H21/H13
1～4人	3,339	61.2%	2,994	59.9%	3,056	57.0%	△ 283	-8.5%
5～9人	1,011	18.5%	928	18.6%	1,104	20.6%	93	9.2%
10～29人	826	15.1%	787	15.7%	891	16.6%	65	7.9%
30～49人	160	2.9%	142	2.8%	164	3.1%	4	2.5%
50～99人	66	1.2%	82	1.6%	81	1.5%	15	22.7%
100～299人	41	0.8%	34	0.7%	42	0.8%	1	2.4%
300人以上	7	0.1%	11	0.2%	10	0.2%	3	42.9%
派遣・下請け従業者のみ	10	0.2%	23	0.5%	18	0.3%	8	80.0%
総数	5,460	100.0%	5,001	100.0%	5,366	100.0%	△ 94	-1.7%

各年事業所・企業統計

※平成 13 年・18 年事業所・企業統計、平成 21 年経済センサス基礎調査

④業種別の事業所数、従業者数の推移

平成 8 年から平成 21 年の 13 年間で減少傾向が大きいのは、飲食店・宿泊業で約 23%減少し、卸売・小売業は事業所数ベースで約 19%減少しています。

建設業、製造業は一時期低下したものの平成 21 年には平成 8 年の水準に戻っています。

増加傾向が著しいのは医療・福祉で、約 65%の伸びを示し、不動産業は約 70%、運輸業は約 58%、情報通信業は約 155%伸びています。

【業種別事業所数の推移】

産業分類	事業所数								増減数	増減率
	平成8年		平成13年		平成18年		平成21年		H21-H8	H21/H8
総数(民営)	5,554	(97.2%)	5,302	(97.1%)	4,861	(97.2%)	5,321	(99.2%)	△ 233	-4.2%
農林漁業	7	(0.1%)	10	(0.2%)	7	(0.1%)	17	(0.3%)	10	142.9%
鉱業	9	(0.2%)	6	(0.1%)	6	(0.1%)	8	(0.1%)	△ 1	-11.1%
建設業	662	(11.6%)	584	(10.7%)	529	(10.6%)	674	(12.6%)	12	1.8%
製造業	241	(4.2%)	243	(4.5%)	206	(4.1%)	237	(4.4%)	△ 4	-1.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	3	(0.1%)	3	(0.1%)	2	(0.0%)	7	(0.1%)	4	133.3%
情報通信業	20	(0.4%)	38	(0.7%)	38	(0.8%)	51	(1.0%)	31	155.0%
運輸業	79	(1.4%)	73	(1.3%)	84	(1.7%)	125	(2.3%)	46	58.2%
卸売・小売業	1,720	(30.1%)	1,535	(28.1%)	1,392	(27.8%)	1,386	(25.8%)	△ 334	-19.4%
金融・保険業	142	(2.5%)	134	(2.5%)	102	(2.0%)	122	(2.3%)	△ 20	-14.1%
不動産業	152	(2.7%)	155	(2.8%)	153	(3.1%)	259	(4.8%)	107	70.4%
学術研究・専門・技術サービス	—	—	—	—	—	—	210	(3.9%)	—	—
飲食店・宿泊業	1,089	(19.1%)	1,051	(19.2%)	860	(17.2%)	842	(15.7%)	△ 247	-22.7%
生活関連サービス	—	—	—	—	—	—	538	(10.0%)	—	—
医療・福祉	178	(3.1%)	224	(4.1%)	256	(5.1%)	294	(5.5%)	116	65.2%
教育・学習支援業	159	(2.8%)	157	(2.9%)	135	(2.7%)	185	(3.4%)	26	16.4%
複合サービス業	31	(0.5%)	30	(0.5%)	49	(1.0%)	35	(0.7%)	4	12.9%
サービス業(他に分類されないもの)	1,062	(18.6%)	1,059	(19.4%)	1,042	(20.8%)	331	(6.2%)	△ 731	-68.8%
国営・公営・公共企業体	160	(2.8%)	158	(2.9%)	140	(2.8%)	45	(0.8%)	△ 115	-71.9%
総数	5,714	(100.0%)	5,460	(100.0%)	5,001	(100.0%)	5,366	(100.0%)	△ 348	-6.1%

※平成 8 年～平成 18 年事業所・企業統計、平成 21 年経済センサス基礎調査

同様に業種別従業者数をみると、平成8年から平成21年の13年間で、卸売・小売業、製造業は約15%減少しています。

飲食店・宿泊業は事業所ベースで約23%減少しているにも拘わらず従業者数は約14%の伸びを示しています。

事業所数ベースで回復傾向を示していた建設業は、従業者数は約18%増加したが、製造業は約13%減少しています。

事業所ベースで著しい増加傾向を示していた医療・福祉部門は、従業員数で約135%の大きな伸びを示し、不動産業は約100%、情報通信業は約50%増加しています。その一方で運輸業は、事業所は約58%伸びたものの従業員数は約12%減少しています。

【業種別従業者数の推移】

産業分類	従業者数								増減数	増減率
	平成8年		平成13年		平成18年		平成21年		H21－H8	H21/H8
総数(民営)	46,018	(87.8%)	43,225	(87.0%)	42,456	(87.3%)	50,077	(93.9%)	4,059	8.8%
農林漁業	52	(0.1%)	78	(0.2%)	57	(0.1%)	157	(0.3%)	105	201.9%
鉱業	153	(0.3%)	89	(0.2%)	93	(0.2%)	79	(0.1%)	△ 74	-48.4%
建設業	5,402	(10.3%)	4,486	(9.0%)	4,243	(8.7%)	6,392	(12.0%)	990	18.3%
製造業	5,163	(9.9%)	4,821	(9.7%)	3,951	(8.1%)	4,478	(8.4%)	△ 685	-13.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	332	(0.6%)	347	(0.7%)	550	(1.1%)	579	(1.1%)	247	74.4%
情報通信業	284	(0.5%)	595	(1.2%)	413	(0.8%)	425	(0.8%)	141	49.6%
運輸業	2,907	(5.5%)	2,383	(4.8%)	2,761	(5.7%)	2,574	(4.8%)	△ 333	-11.5%
卸売・小売業	12,618	(24.1%)	10,991	(22.1%)	10,721	(22.0%)	10,710	(20.1%)	△ 1,908	-15.1%
金融・保険業	2,614	(5.0%)	1,521	(3.1%)	1,241	(2.6%)	1,358	(2.5%)	△ 1,256	-48.0%
不動産業	564	(1.1%)	562	(1.1%)	605	(1.2%)	1,128	(2.1%)	564	100.0%
学術研究・専門・技術サービス	—	—	—	—	—	—	1,519	—	—	—
飲食店・宿泊業	5,147	(9.8%)	5,549	(11.2%)	5,099	(10.5%)	5,877	(11.0%)	730	14.2%
生活関連サービス	—	—	—	—	—	—	2,233	—	—	—
医療・福祉	2,481	(4.7%)	3,256	(6.6%)	4,012	(8.2%)	5,830	(10.9%)	3,349	135.0%
教育・学習支援業	1,647	(3.1%)	1,434	(2.9%)	1,554	(3.2%)	2,785	(5.2%)	1,138	69.1%
複合サービス業	403	(0.8%)	428	(0.9%)	720	(1.5%)	393	(0.7%)	△ 10	-2.5%
サービス業(他に分類されないもの)	6,251	(11.9%)	6,685	(13.4%)	6,436	(13.2%)	3,560	(6.7%)	△ 2,691	-43.0%
国営・公営・公共企業体	6,397	(12.2%)	6,480	(13.0%)	6,181	(12.7%)	3,247	(6.1%)	△ 3,150	-49.2%
総数	52,415	(100.0%)	49,705	(100.0%)	48,637	(100.0%)	53,324	(100.0%)	909	1.7%

※平成8年～平成18年事業所・企業統計、平成21年経済センサス基礎調査

注)「経済センサス基礎調査」と「事業所・企業統計調査」は、調査の対象は同様ですが、調査手法が異なることから平成21年と平成18年の差数が全て増加・減少を示すものではありません。

【平成20年に改訂された項目】

- 「不動産業、物品賃貸業」の統合・新設
 - ・ファイナンス・リースを含む「物品賃貸業」の活動が、売買、賃貸、管理といった「不動産業」の活動により近くなったこと、近年、不動産リースが行われていることなどを踏まえ、Qーサービス業(他に分類されないもの)の中分類「物品賃貸業」とLー不動産業を統合し、新設。
- 「学術研究、専門・技術サービス業」及び「生活関連サービス業、娯楽業」の新設
 - ・Qーサービス業は、前回改定後による分割後も増加を続け、事業所数は全産業の約5分の1、従業者数は約6分の1を占め、各種経済活動が混在
 - ・学術研究、専門・技術サービス及び広告に関する分野は、事業経営の高度・専門化及び多様化等に伴い、産業規模が拡大していることなどから、Qーサービス業から分離して、大分類を新設。
 - ・生活関連サービス業、娯楽業に関する分野は、生活様式の変化に伴う消費者ニーズ多様化、余暇時間の増大等に伴い、産業規模が増大していることから、Qーサービス業から分離して新設。
- 「宿泊業、飲食サービス業」の統合・再編
 - ・客の注文で調理した飲食品を提供するテイクアウト・デリバリーサービス等の比率が高くなったことを踏まえ、Jー卸売・小売業からそれらを分離し、Mー飲食店、宿泊業と統合し、新設。

(6) 商業の状況

① 商店数、従業者数、年間商品販売額の推移

商業統計調査を見ると商店数の中で卸売業は昭和 60 年から平成 19 年の間に平成 3 年まで増えていたが、その後減り続け、昭和 60 年に比べ約 30%減少し、小売業は昭和 60 年から減り続け約 30%減少しています。

従業者数については、卸売業は昭和 60 年から平成 19 年の間に平成 3 年までは増加し、その後減少に転じ、昭和 60 年に比べ約 14%減少し、小売業は平成 3 年まで増加し、その後減少に転じ、平成 11 年から平成 16 年まで増加し平成 19 年に再び減少し、昭和 60 年に比べ約 5%減少しています。

年間商品販売額については、卸売業は、平成 6 年まで、小売業は平成 3 年まで増額し、その後、共に平成 16 年まで減り続け、平成 19 年にやや回復し、昭和 60 年と同水準に戻っています。

商店数の推移

単位:件数

年次	商店数			
	総数	卸売業	小売業	飲食店
昭和60年	2,515	409	1,510	596
昭和63年	1,860	417	1,443	-
平成元年	-	-	-	548
平成3年	1,808	418	1,390	-
平成4年	-	-	-	522
平成6年	1,721	407	1,314	-
平成9年	1,526	328	1,198	-
平成11年	1,531	365	1,166	-
平成14年	1,459	308	1,151	-
平成16年	1,435	315	1,120	-
平成19年	1,306	290	1,016	-

各年商業統計調査

従業者数の推移

単位:人数

年次	従業者数			
	総数	卸売業	小売業	飲食店
昭和60年	12,949	2,992	7,533	2,424
昭和63年	11,021	3,508	7,513	-
平成元年	-	-	-	2,481
平成3年	12,250	3,572	8,678	-
平成4年	-	-	-	2,786
平成6年	11,963	3,489	8,474	-
平成9年	10,510	3,114	7,396	-
平成11年	10,775	3,320	7,455	-
平成14年	10,533	2,714	7,819	-
平成16年	10,731	2,705	8,026	-
平成19年	9,704	2,564	7,140	-

各年商業統計調査

年間商品販売額の推移

単位:万円

年次	年間商品販売額			
	総数	卸売業	小売業	飲食店
昭和60年	29,397,871	15,815,140	12,612,327	970,404
昭和63年	31,814,216	18,260,021	13,549,195	-
平成元年	-	-	-	1,072,505
平成3年	38,920,061	21,746,343	17,173,718	-
平成4年	-	-	-	1,300,917
平成6年	38,934,761	22,149,211	16,785,550	-
平成9年	33,724,231	18,012,555	15,711,676	-
平成11年	31,493,790	17,813,444	13,680,346	-
平成14年	28,316,566	15,976,663	12,339,903	-
平成16年	27,174,615	14,862,939	12,311,676	-
平成19年	29,166,790	16,144,527	13,022,263	-

各年商業統計調査

② 1 商店当たり年間販売額（卸売・小売）

昭和 63 年から卸売、小売とも商店数は減少傾向が続いているが、卸売業、小売業とも 1 商店当たり年間販売額合計がピークであった平成 9 年から平成 19 年までの 10 年間の推移をみると、卸売業、小売業とも平成 16 年までは減少傾向を示していたが平成 19 年には増加に転じ、卸売業は平成 9 年以上になり小売業は平成 9 年レベルに近い数値を示しています。

【1 商店当たり年間販売額（卸売・小売）】

年次	卸売				小売		
	年間販売額合計	年間販売額	商店数	1 商店あたり	年間販売額	商店数	1 商店あたり
昭和60年	29,397,871	15,815,140	409	38,668	12,612,327	1,510	8,353
昭和63年	31,814,216	18,260,021	417	43,789	13,549,195	1,443	9,390
平成3年	38,920,061	21,746,343	418	52,025	17,173,718	1,390	12,355
平成6年	38,934,761	22,149,211	407	54,421	16,785,550	1,314	12,774
平成9年	33,724,231	18,012,555	328	54,916	15,711,676	1,198	13,115
平成11年	31,493,790	17,813,444	365	48,804	13,680,346	1,166	11,733
平成14年	28,316,566	15,976,663	308	51,872	12,339,903	1,151	10,721
平成16年	27,174,615	14,862,939	315	47,184	12,311,676	1,120	10,993
平成19年	29,166,790	16,144,527	290	55,671	13,022,263	1,016	12,817

各年商業統計調査

③大規模小売店舗の状況（大店法届出済み）

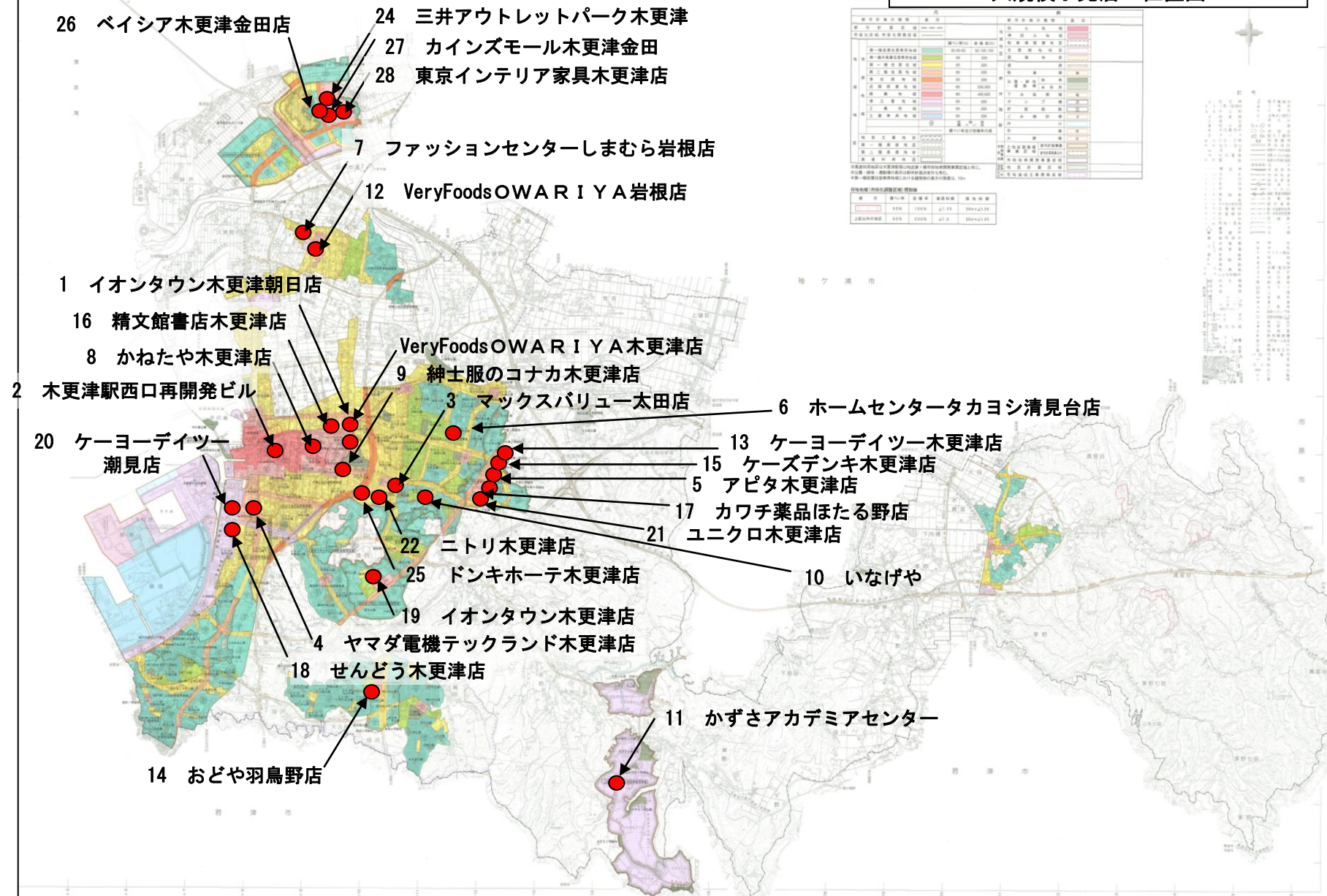
市内に立地する大規模小売店舗は下表のとおりです。

平成25年2月末日現在

番号	店舗名称	所在地	設置者	小売業者	届出面積 (㎡)	開店年月
1	イオンタウン木更津朝日店	朝日3丁目	(株)木更津グリーンシティSC	イオン(株)	12,675	
2	木更津駅西口再開発ビル	富士見1丁目	(有)金剛山	(株)大創産業	17,535	
3	マックスバリュート田店	太田4丁目	永和不動産(株)	イオン(株)	3,001	
4	ヤマダ電機テックランド木更津店	潮見4丁目	南房企業(株)	(株)ヤマダ電機	2,317	
5	アビタ木更津店	ほたる野4丁目	ユニー(株)	ユニー(株)	15,300	
6	ホームセンタータカヨシ清見台店	清見台東197区画	吉村 二郎	(株)タカヨシ	1,900	
7	ファッションセンターしまむら岩根店	高砂3丁目	栗山 俊夫	(株)しまむら	1,020	
8	かねたや木更津店	大和2丁目	(有)三桂	かねたや	2,782	
9	紳士服のコナカ木更津店	清見台第三土地区画整理事業38街区	石川 吉右衛門	紳士服のコナカ木更津本店	1,250	
10	いなげや	請西2丁目	(有)サクノタ	(株)いなげやほか	2,357	
11	かずさアカデミアセンター	かずさ鎌足2丁目	(株)かずさアカデミアパーク	(株)スミレ調剤薬局	2,367	
12	VeryFoodsOWARIYA岩根店	高砂2丁目	(株)尾張屋	VeryFoodsOWARIYA 岩根店	1,705	
13	ケーヨーデイツー木更津店	ほたる野4丁目	(株)ケーヨー	(株)ケーヨー	3,831	
14	おどや羽鳥野店	羽鳥野6丁目	(株)おどや	(株)おどや	2,549	
15	ケーズデンキ木更津店	ほたる野4丁目	(株)ケーズホールディングス	(株)ケーズホールディングス	4,965	
16	精文館書店木更津店	太田2丁目	(株)精文館書店	(株)精文館書店	2,606	
17	カワチ薬品ほたる野店	ほたる野4丁目	厚生水産(株)	(株)カワチ薬品	1,994	
18	せんだう木更津店	潮見5丁目	(株)せんだう	(株)せんだう	2,546	
19	イオンタウン木更津店	請西南2丁目	イオンタウン(株)	マックスバリュート関東(株)ほか	12,407	
20	ケーヨーデイツー潮見店	潮見3丁目	(株)ケーヨー	(株)ケーヨー	3,995	
21	ユニクロ木更津店	ほたる野4丁目	(株)ファーストリテイリング	(株)ファーストリテイリング	1,494	
22	ニトリ木更津店	請西1丁目	(株)ニトリ	(株)ニトリ	5,052	
23	尾張屋木更津店	木更津3丁目	(株)はせがわ	(株)尾張屋	1,203	
24	三井アウトレットパーク木更津	中島	三井不動産(株)	アディダスジャパン他	26,039	H24年 4月
25	ドンキホーテ木更津店	請西南2丁目	(有)こがね商事	(株)ドン・キホーテ	2,137	H24年 5月
26	ベイシア木更津金田店	金田東特定土地区画整理事業94街区	(株)ベイシア	(株)ベイシア	7,265	H24年 7月
27	カインズモール木更津金田	金田東特定土地区画整理事業153街区1画他	(株)カインズ	(株)カインズ 他2社	12,797	H24年12月
28	東京インテリア家具木更津店	金田東特定土地区画整理事業153街区2画他	(株)東京インテリア家具	(株)東京インテリア家具	11,650	H25年 2月
合 計					166,739	

注) 開店年月は、平成 24 年以降の施設を調査

大規模小売店 位置図



④商店街の空き店舗の状況

市内の商店街の空き店舗の状況は下表のとおりで空き店舗率は 14.9%であり、7 店舗に 1 件が空き店舗という状況です。

【平成 23 年度 空き店舗状況】

NO	商 店 会 名	法人格	会員数	店舗数	空き 店舗数	空き 店舗率
-	木更津市商店会連合会		19団体			
1	新田商工会	無	11	7	0	0%
2	證誠寺橋通り商店会	無	16	6	0	0%
3	みまち通り商店街(振)	有	23	27	6	22%
4	弁天通り商業振興会	無	18	14	1	7%
5	南片町振興会	無	5	5	3	60%
6	仲片町商店会	無	26	40	14	35%
7	新宿振興会	無	9	9	0	0%
8	木更津本町商店街振興組合	有	23	19	1	5%
9	富士見通り商店街振興組合	有	25	25	4	16%
10	木更津中央商店会	無	20	24	9	38%
11	木更津有吉通り商店会	無	7	9	3	33%
12	木更津一番街商店街(振)	有	53	90	5	6%
13	きよみ台商店街振興会	無	52	52	0	0%
14	木更津東部商店街(振)	有	52	81	11	14%
15	岩根駅前商店会	無	28	28	0	0%
16	岩根中央通り商店会	無	26	26	0	0%
17	さつき通り朝日商店会	無	23	29	9	31%
18	さつき通り稲荷商店会	無	13	13	19	146%
19	さつき通り田面商店会	無	22	30	8	27%
20	祇園商工振興会	無	26	26	0	0%
21	木更津銀座商店会	無	13	10	4	40%
22	金田商工振興会	無	15	15	0	0%
23	きよかわ商店会	無	49	50	1	2%
24	大和商店会	無	30	30	0	0%
25	北片町商店会	無	17	16	1	6%
26	畑沢分譲地内商工振興会	無	16	16	2	13%
27	富来田サービス店会	無	13	36	8	22%
合計			631	733	109	
				100.0%	14.9%	

資料：商工観光課

注) No.18 さつき通り稲荷商店会の空き店舗率は、会員以外も含む。

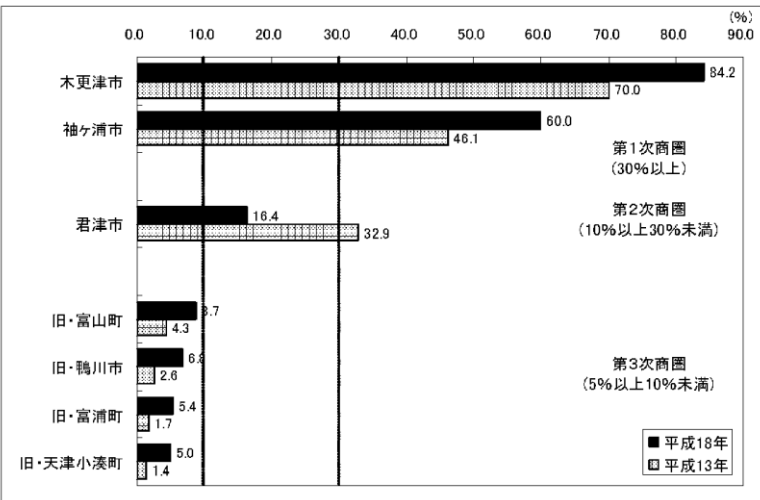
⑤ 商圏の動向（千葉県データ）

平成 18 年度消費者購買動向調査報告書に基づき、千葉県が県内市町村ごとに動向としてデータをまとめた「千葉県の商圏」から木更津市の状況をみます。

1) 商圏人口の推移

木更津市の第 1 次商圏は、平成 13 年は君津市を圏域に含んでいましたが、平成 18 年には吸引率が 30%を切ったことにより第 2 次商圏となり、木更津市の第 1 次商圏は平成 19 年に袖ヶ浦市を含むのみとなりました。

【木更津市の吸引人口の変化】



商圏 (基準吸引率)
第1次商圏 (30%以上)
第2次商圏 (10～30%未満)
第3次商圏 (5～10%未満)

市町村		市町村 吸引率	商圏人口 (人)	吸引人口 (人)
計	2	76.3%	182,043	138,930
	木更津市	84.2%	122,745	103,351
	袖ヶ浦市	60.0%	59,298	35,579
計	1	16.0%	90,142	14,783
計	君津市	16.0%	90,142	14,783
	1	6.4%	36,170	2,315
	鴨川市	6.4%	36,170	2,315

2) 商業集積地の状況

木更津市の商業集積地の平成 14 年から平成 19 年までの 5 年間における動向は下表のとおりです。商業集積地全体でみると、アピタ・アピタ専門店街の影響により売場面積だけは増加しているものの、その他は減少しています。

商業集積地 6 箇所のうち、商店街で年間商品販売額が伸びているのは、「東口一番街商店街」と「富士見通り商店街」のみです。

【商業集積地の状況】

(単位:箇所、人、万円、㎡、台)

	集積 細分	区分	平成14年					平成19年					平成19年/平成14年				
			事業所 数	従業者 数	年間商品 販売額	売場 面積	駐車場 収容台数	事業所 数	従業者 数	年間商品 販売額	売場 面積	駐車場 収容台数	事業所 数	従業者 数	年間商品 販売額	売場 面積	駐車 場 収容台数
木更津市			237	1,841	2,695,887	38,837	2,667	210	1,620	2,589,263	48,763	2,312	-11.4%	-12.0%	-4.0%	25.6%	-13.3%
東部商店街	⑪	B	56	283	338,605	6,237	37	38	245	290,719	3,946	24	-32.1%	-13.4%	-14.1%	-36.7%	-35.1%
東口一番街商店街	⑪	C	35	232	268,076	6,577	117	31	188	297,753	5,970	121	-11.4%	-19.0%	11.1%	-9.2%	3.4%
みまち通り商店街振興会組	⑪	B	35	117	174,451	2,011	26	28	61	56,046	1,841	20	-20.0%	-47.9%	-67.9%	-8.5%	-23.1%
グリーンシティショッピングプラザ	⑬	C	26	407	943,606	10,540	1,159	28	415	743,776	10,693	825	7.7%	2.0%	-21.2%	1.5%	-28.8%
富士見通り商店街	⑪	B	60	213	201,170	5,574	8	59	249	330,458	9,678	22	-1.7%	16.9%	64.3%	73.6%	175.0%
アピタ・アピタ専門店街	⑬	C	25	589	769,979	7,898	1,320	26	462	870,511	16,635	1,300	4.0%	-21.6%	13.1%	110.6%	-1.5%

○商業集積地区

・都市計画用途地域のうち「商業地域」及び「近隣商業地域」であって、商店街を形成している地区をいいます。概ね一つの商店街（30 店舗が近接していること）をいいます。

○集積細分

⑪駅周辺型：J R や私鉄などの駅周辺に立地する商業集積地区をいいます。

⑬住宅地背景型：住宅地又は住宅団地を後背地として、主にそれらに居住する人々が消費者である商業地区をいいます。

○地区区分

A：最寄り品中心地区

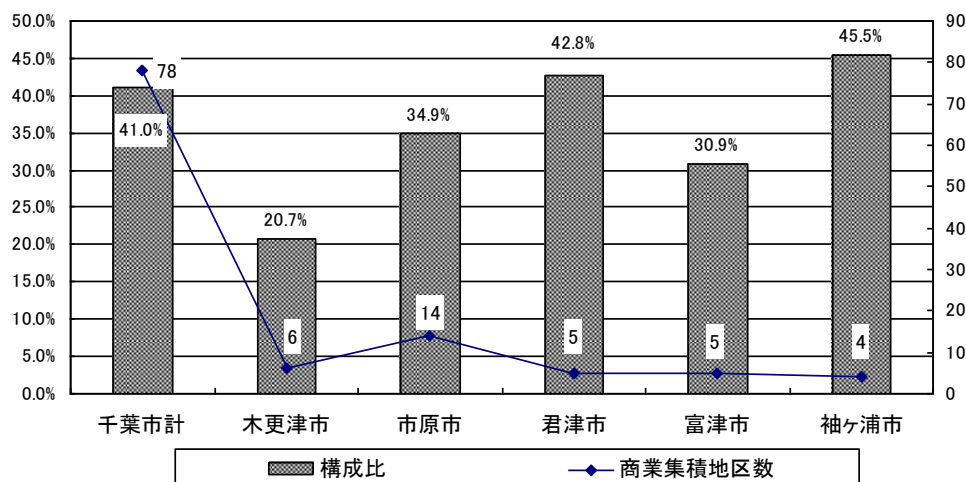
B：最寄品・買回品混合地区

C：買回品中心地区

3) 他市の商業集積地区の状況

木更津市の商業集積地区における小売業事業所数が小売業全体に占める割合は、近隣市に比べて比率が低くなっているにもかかわらず、準商業中心都市の位置を維持しているのは郊外の大型店に負うところが大きいとみられます。

【市区町村別 商業集積地区の小売業事業所数が小売業全体に占める割合】



	商業集積地区数	構成比	人口 (H22年)
千葉市	78	41.0%	961,749
木更津市	6	20.7%	129,312
市原市	14	34.9%	280,416
君津市	5	42.8%	89,168
富津市	5	30.9%	48,073
袖ヶ浦市	4	45.5%	60,355

注) 本項の商業統計調査や千葉県資料は平成 19 年時点までのもので、本市は平成 19 年度以降も大型店の進出が続き年間商品販売額が大きく増加していることが予測されることから平成 22 年商業統計調査結果によっては、本市の中心性などが変化している可能性があります。

⑥木更津市の小売中心性指数

小売業という視点から、都市が持つ購買力の評価を行う方法に、小売中心性指数があります。

下記の式に基づいて、本市の小売年間販売額を県平均と比べ、指数の値が1より大きければ、その都市は購買力を他市町村から吸収していることを意味します。

この数式に基づいて、木更津市の小売中心性指数を計算すると、平成11年から19年まで1.0を超えており、周辺地域から顧客を吸引していることがわかります。

ただし、平成11年の小売中心性指数は1.07であったが平成19年には1.05まで低下していることから周辺市町村における商業機能が充実してきているとみることができます。

$$\text{小売り中心性指数} = \frac{\text{市内小売業年間販売額} / \text{市の人口}}{\text{県の小売り年間販売額} / \text{県の人口}}$$

【木更津市小売中心性指数の算出表】

年 項目	平成11年		平成16年		平成19年	
	千葉県	木更津市	千葉県	木更津市	千葉県	木更津市
年間販売額	5,907,087	136,803	5,453,097	123,117	5,754,991	130,233
自動車・燃料販売額	1,115,462	31,048	1,004,917	27,145	1,117,339	31,338
自動車・燃料を除く年間販売額	4,791,625	105,755	4,448,180	95,972	4,637,652	98,895
定住人口	5,919,031	122,354	6,047,388	122,807	6,108,809	123,637
一人当たり販売額	0.81	0.86	0.74	0.78	0.76	0.80
中心性指数	1.00	1.07	1.00	1.06	1.00	1.05

資料：各年商業統計・住民基本台帳

注) 自動車販売や燃料は、幹線道路の整備状況などその都市の立地条件によって大きく変わるため、年間販売額から除いて計算します。

⑦商店街の活性化に向けた動き

本市の中心市街地周辺のみならず全市を対象に、商工会議所・商工会、同青年部会及び観光協会等が中心となって商業活性化に向けたイベントや活動を行っており、その主なものは以下のとおりです。

○週末木更津計画事業

- ・三井アウトレットパーク木更津へ訪れるお客を市内へ誘致するため、市と産業経済団体（商工会議所・観光協会）が連携し実施している事業

○商工会議所によるウェブ版飲食店情報ガイド「きさうま」

○本町商店街振興組合の産直生鮮市場「ふれあいプラザ本町」

○きよかわ商店会の HP 開設

○観音まつり、祇園商業祭、富来田商工祭の開催

- ・商店街・商店会の集客イベント

○かずさヨサコイ木更津舞尊（木更津東部商店街振興組合・木更津一番街商店街振興組合）

- ・木更津駅東口において県内外から 1,000 人近くの踊り手を集めて開催するイベント

○「だっぺ村」

- ・商工会議所青年部が木更津駅東口で屋台村を実施。

※「みなとまち木更津」アクションプランの「木更津バル」事業と連携



【だっぺ村の状況】

⑧参考 みなと木更津再生構想の実現に向けた取り組み

「みなと木更津再生構想」の実現を目的として「みなと木更津再生構想推進協議会」を、行政、商工団体、TMO関係者、商業・事業者、市民等の幅広い方々の参画により設立し、構想を展開するため、より具体的な「みなとまち木更津」アクションプランを作成し、「木更津駅西口地区」で活動に取り組んでいます。これらは、直接、商業振興を目的とした取り組みではないが、街の賑わいの創出などにより、結果として商業振興につながるものです。

○ぶらり木更津まち歩きマップ（平成 21 年～）

地域資源である寺社、レトロ建築、まちなか狸、まちごと浮世絵ミュージアムを紹介するマップを作成し、まちなかの回遊ルートを提案。少人数でまち歩きをする姿を、地区内で見かけるようになってきました。

○木更津バル（平成 23 年～）

地区の飲食店との協働により、食べ歩き・飲み歩きイベントを実施し、まちなかの回遊促進を図っています。

(7) 工業の状況

①製造業事業所数や出荷額等の推移

平成3年からの工業統計で事業所数の推移を見ると、平成3年の173件から平成22年には85件に減少し、従業者数は4,768人から3,560人に減少しています。

製造品出荷額等については、平成3年から増減を繰り返しながら、平成22年には平成3年とほぼ同額となっている。平成15年のピーク時の5,027億8200万円に対し、平成22年では1,789億100万円と65%の大幅減となっています。

現金給与総額については、平成22年は従業者数が減少しているものの平成3年とほぼ同額となっています。

【市内の製造業の動向】

単位: 万円

年次	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	現金給与総額	原材料使用額等	付加価値額
平成3年	173	4,768	17,712,480	1,781,472	13,475,464	3,995,835
平成4年	170	4,571	17,785,509	1,480,854	12,865,750	4,395,283
平成5年	183	4,604	15,790,512	1,773,113	10,764,881	4,479,466
平成6年	169	4,445	15,302,779	1,650,063	10,818,989	4,117,305
平成7年	162	4,314	21,650,223	1,650,285	18,392,569	2,844,709
平成8年	155	4,397	22,960,213	1,633,052	19,375,375	3,225,716
平成9年	141	4,238	27,557,890	1,772,406	23,837,757	3,739,834
平成10年	149	4,276	30,502,581	1,742,816	25,652,376	4,076,502
平成11年	142	4,127	27,444,853	1,682,777	23,206,288	3,585,226
平成12年	134	3,887	26,129,188	1,768,898	21,646,969	4,393,482
平成13年	129	3,570	44,228,040	1,571,288	40,101,068	4,371,128
平成14年	108	3,504	42,271,574	1,462,641	37,268,831	4,216,691
平成15年	107	3,616	50,278,204	1,391,914	45,844,086	3,891,604
平成16年	100	3,546	36,616,978	1,419,624	30,046,447	6,500,131
平成17年	103	3,534	24,494,692	1,475,693	20,552,711	3,483,583
平成18年	92	3,279	19,616,994	1,390,814	16,123,943	2,651,938
平成19年	100	3,882	23,657,639	1,790,077	20,950,693	2,086,292
平成20年	101	3,697	17,713,122	1,639,778	14,366,676	2,892,743
平成21年	91	3,531	15,820,579	1,575,441	12,097,310	2,850,995
平成22年	85	3,560	17,890,126	1,809,300	14,985,808	2,864,949

各年工業統計調査

1. 「製造品出荷額等」とは、製造品出荷額、加工賃、修理料収入額、くず及び廃物出荷額の合計。
2. 「原材料使用額等」とは、原材料、燃料及び電力使用額並びに委託生産費の合計。
3. 「付加価値額」とは、生産額から国内消費税、原材料使用額等及び原価償却額を除いた額の数値

② 市内の製造業の状況

平成 22 年の本市の製造業は、食料品製造業が 20 事業所と最も多く、次いで印刷・関連事業、金属製品製造業がそれぞれ 10 事業所です。

従業者数でみると、情報通信機械器具製造業が 1 事業所で 1,465 人と最も多く、次いで食料品製造業の 421 人となっています。

市内の製造業の平成 14 年から平成 22 年までの状況をみると、化学工業は事業所数が 3 社から 4 社に伸びただけであるが、従業者数は 30.8%、出荷額は 244.0%と大きな伸びを示しており、雇用の確保や工業振興の面からは重要な産業といえます。

一方、出荷額が減少しているのは、食料品製造業(-12.1%)、木材・木製品製造業(-14.4%)、印刷・同関連業(-30.2%)、家具・装備品製造業(-81.0%)です。

ただし、その他の製造業は、平成 22 年の出荷額は不詳であるが、平成 14 年、18 年の従業者数や出荷額をみると全体に対する比率は高く、重要な業種であるといえます。

【市内の製造業の状況】

(単位:カ所、人、万円)

	平成14年			平成18年			平成22年			増加率(H22/H14) %		
	事業所数	従業者数	出製荷造額品	事業所数	従業者数	出製荷造額品	事業所数	従業者数	出製荷造額品	事業所数	従業者数	出製荷造額品
01 食料品製造業	21	381	579,596	17	347	251,530	20	421	509,245	-4.8%	10.5%	-12.1%
02 衣服・その他繊維関連製造業	3	22	6,630	—	—	—	—	—	—	—	—	—
03 木材・木製品製造業(家具を除く)	4	230	641,733	3	280	792,995	3	221	549,642	-25.0%	-3.9%	-14.4%
04 家具・装備品製造業	5	61	87,592	5	75	112,734	3	13	16,611	-40.0%	-78.7%	-81.0%
05 パルプ・紙・紙加工品製造業	1	X	X	1	8	X	1	7	X	0.0%	—	—
06 印刷・同関連業	12	156	216,063	10	150	197,980	10	133	150,842	-16.7%	-14.7%	-30.2%
07 化学工業	3	130	690,955	3	99	886,063	4	170	2,376,915	33.3%	30.8%	244.0%
08 石油製品・石炭製品製造業	—	—	—	—	—	—	1	7	X	—	—	—
09 プラスチック製品製造業(別掲を除く)	5	164	255,594	5	146	253,842	6	143	550,900	20.0%	-12.8%	115.5%
10 ゴム製品製造業	2	X	X	1	66	X	1	34	X	-50.0%	—	—
11 なめし革・同製品・毛皮製造業	2	X	X	2	10	X	2	9	X	0.0%	—	—
12 窯業・土石製品製造業	9	209	684,105	6	129	767,012	5	83	820,920	-44.4%	-60.3%	20.0%
13 鉄鋼業	4	26	46,267	7	127	519,394	6	126	180,521	50.0%	384.6%	290.2%
14 金属製品製造業	16	251	530,772	15	225	475,495	10	202	632,705	-37.5%	-19.5%	19.2%
15 はん用機械器具製造業	10	203	1,640,322	10	227	249,003	2	48	X	—	—	—
16 生産用機械器具製造業							4	71	77,217	—	—	—
17 業務用機械器具製造業							1	74	X	—	—	—
18 電子部品・デバイス・電子回路製造業							1	276	X	—	—	—
19 電気機械器具製造業	5	114	65,792	2	47	X	1	20	X	-80.0%	-82.5%	—
20 情報通信機械器具製造業	—	—	—	—	—	—	1	1,465	X	—	—	—
21 輸送用機械器具製造業	1	X	X	—	—	—	1	24	X	0.0%	—	—
22 その他の製造業	5	1,453	36,718,221	5	1,343	15,022,534	2	13	X	-60.0%	-99.1%	—
製造業合計	108	3,504	42,271,574	92	3,279	19,616,994	85	3,560	17,890,126	-21.3%	1.6%	-57.7%

各年工業統計

注) 1 「X」の表示は不詳を表す。

【その他の製造業に分類されるもの】

この中分類には、主として他のいずれの中分類にも分類されない製品を製造する事業所が分類される。

主な製品は、貴金属製品、ボタン、時計、楽器、がん具、運動用具、ペン、鉛筆、絵画用品、漆器、レコード、眼鏡などである。

また、「管理、補助的経済活動を行う事業所」として以下の事業所が含まれる。

- ・主としてその他の製造業の事業所を統括する本社として総務、財務、経理、広報・宣伝、調査・緩急開発、仕入れ・原材料購入、役務・資材調達等の現業以外の業務を行う事業所
- ・主としてその他製造業における活動を促進するため、同一企業の他の事業所に対して、輸送、清掃、修理・整備、保安等の支援業務を行う事業所も含まれる。

③近隣市における製造業の状況

近隣市と製造業の立地状況を比較してみると、本市の製造業は、富津市と並んで小規模な事業所が多いことがわかります。

また、千葉県では、企業立地促進法にかかる基本計画を県下全域で策定しており、現在までに5つの基本計画が国の同意を受けており、うち「君津地域基本計画」は本市が含まれている下表の4市で構成されているものの君津市と袖ヶ浦市が牽引役を担っているといえます。

※「君津地域基本計画」については、平成24年度末で計画期間が終了となることから、地域的に「君津地域基本計画」を包摂している「アクアライン・圏央道地域基本計画」に吸収されます。

【近隣市の製造業の状況（平成21年）】

(単位:事業所、人、万円)						
	計	従業者 29人以下	従業者 30人以上	従業者数	製造品出荷額	1事業所当たり 出荷額
木更津市	91	73	18	3,531	14,973,845	164,548
君津市	83	55	28	7,432	62,346,094	751,158
富津市	96	79	17	2,121	11,444,324	119,212
袖ヶ浦市	88	52	36	5,665	113,214,999	1,286,534

資料:千葉県統計書

※千葉県統計年鑑

④千葉県の工業の状況

千葉県の工業の状況を指数で見るとは、平成12年から平成21年までの10年間に、事業所数は27ポイント、従業者数は15.2ポイント減少しているが、製造品出荷額は平成20年には35ポイントまで伸びています。ただし、平成20年から21年にかけて27.2ポイントと大きく減少しており、事業所数、従業員数、付加価値額もこの1年間の減少幅は大きく、平成20年のリーマンショックによる景気減速傾向が出ています。

【事業所数、従業者数、製造品出荷額等及び付加価値額の推移】

年	事業所数		従業者数				製造品出荷額等			
	事業所数	指数	総数	指数	常用労働者数	個人事業主・ 家族従業者数	製造品出荷額等 (万円)	指数	付加価値額 (万円)	指数
2000(H12)年	8,210	100.0	253,867	100.0	252,264	1,603	1,145,733,115	100.0	400,084,012	100.0
2001(H13)年	7,630	92.9	244,642	96.4	243,359	1,283	1,088,519,983	95.0	341,367,757	85.3
2002(H14)年	7,067	86.1	227,752	89.7	226,599	1,153	1,053,491,584	91.9	333,674,553	83.4
2003(H15)年	7,032	85.7	222,096	87.5	220,876	1,220	1,088,879,607	95.0	343,450,950	85.8
2004(H16)年	6,505	79.2	217,332	85.6	216,396	936	1,125,757,301	98.3	352,244,871	88.0
2005(H17)年	6,679	81.4	217,810	85.8	216,657	1,153	1,211,273,652	105.7	365,417,838	91.3
2006(H18)年	6,318	77.0	220,172	86.7	219,279	893	1,297,119,852	113.2	359,465,810	89.8
2007(H19)年	6,546	79.7	231,957	91.4	231,125	832	1,431,841,181	125.0	370,776,830	92.7
2008(H20)年	6,620	80.6	228,369	90.0	227,382	987	1,546,373,461	135.0	342,607,983	85.6
2009(H21)年	5,996	73.0	215,348	84.8	214,618	730	1,234,584,495	107.8	262,794,542	65.7

注) 1 資料:工業統計調査による各年12月31日現在

注) 2 従業者4人以上の事業所が対象

注) 3 「製造品出荷額等」には加工賃収入額、修理料収入額を含む

⑤かずさアカデミアパークの状況

かずさアカデミアパークは、「千葉新産業三角構想」の基幹プロジェクトの一つとして、千葉県が昭和 59 年に策定した「かずさアカデミアパーク基本構想」に基づく先端産業の集積地で、東京湾アクアライン等の幹線道路網の整備により東京都心等からの交通利便性が高まる上総丘陵に、研究開発機能の集積を図ることをめざしたものです。市域としては、木更津市と君津市にまたがっています。

1) 民間企業

民間企業（センター施設を除く）としては 13 社が操業しています。パーク内の従業者は、センター施設も含めると、約 1,500 人です。

企業としての主業種で見ると、13 社中化学工業系が 3 社、機械工業系が 9 社、金属工業系が 1 社です。

【かずさアカデミアパーク内立地企業の状況】平成 24 年 12 月現在

業種	企業数	かずさアカデミアパークにおける事業内容
化学工業系	3	新医薬品
		製剤、薬理、生化学
		健康補助食品 黒酵母 β グルカンの製造
機械工業系	9	電気電子絶縁加工品
		搬送機器、産業用ロボット
		精密ボールねじ・直動関連機器の生産研究
		新聞用高速度オフセット印刷機製造
		洗車機、産業用洗浄装置の設計・製造及び研究開発
		稲わらなどの植物からのバイオエタノール製造技術の構築を目指した実験
		ハーネスの検査システム、半導体検査システム
		太陽電池用シリコン原料の研究開発・製造
		半導体・電子部品材料用高機能材料の開発・製造
金属工業系	1	半導体・液晶産業向け真空装置・部品等の精密電解研磨、精密化学研磨等
合 計	13	

資料：産業立地課調査

2) 公的試験研究機関

公的試験研究機関としては、(公財) かずさ DNA 研究所と、(独) 製品評価技術基盤機構 (NITE) バイオテクノロジーセンター生物遺伝資源保存施設、同生物遺伝資源開発施設の 3 つが立地しています。

かずさ DNA 研究所では、植物ゲノム・ヒトゲノム・産業基盤開発の 3 つを柱として研究活動を展開している。これまでに、シロイヌナズナやトマトの全ゲノムを読解するなど、遺伝子の分野で世界レベルの成果を挙げています。

【(公財) かずさ DNA 研究所の職員数】

基準日	研究員	技術員	事務職員	コーディネーター	補助職員等	合計
H25. 4. 1	64	41	21	3	45	174

資料：産業立地課調査

NITE 生物遺伝資源保存施設では、有用な生物資源の探索・収集・保存・提供を行っています。同生物遺伝資源開発施設では生物遺伝資源の有用機能を活用するための研究を行っています。保有する微生物の数は 7 万種で、年間約 9,000 件の提供を行っています。

職員数（任期付き職員や派遣職員を含む）は、約 80 名です。

3) インキュベーション施設

かずさアカデミアパーク内には、3 つのインキュベーション施設が立地していて、「新事業創出促進法」に基づき、地域の研究資源を有効に活用し、新たな事業の創出に取り組む事業者を支援しています。「遺伝子組換え生物等の使用等の規制による生物の多様性の確保に関する法律」に基づく拡散防止措置区分 P2 レベルまで対応可能な賃貸型研究施設となっています。

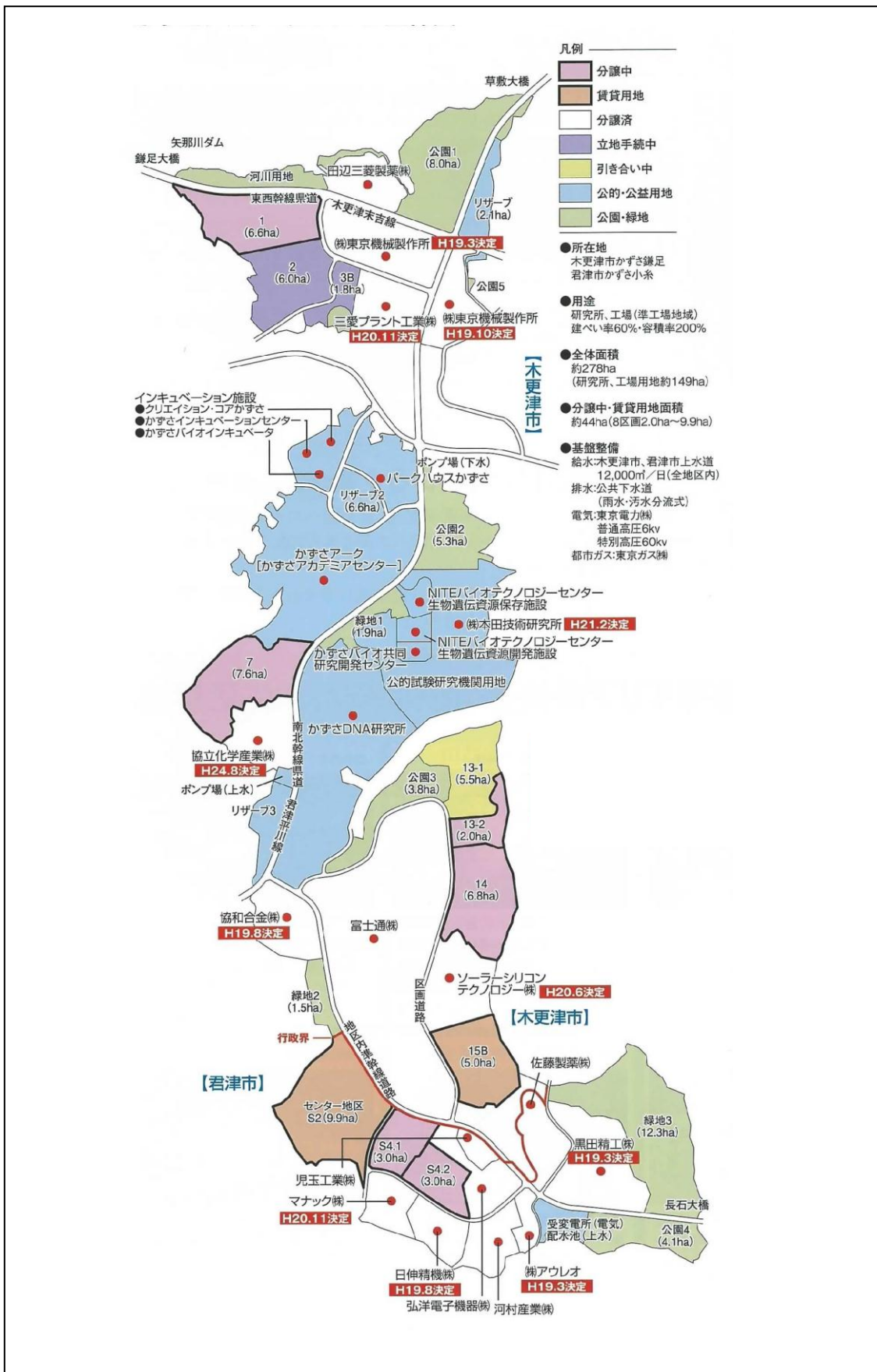
現在、バイオ系のみならず新エネルギー系や IT 系なども入居しており、形態としても、ベンチャー企業から大企業の一部門、大学等など多様です。これまでに入居企業のうち 2 社が、かずさアカデミアパーク内で立地操業しています。

【インキュベーション施設の入居者（累計）】（平成 24 年 11 月現在）

類 型	数
大学・公的試験研究機関	4
大企業の一部門	8
中企業のサテライト	15
ベンチャー企業	4
不明	2
合 計	33

資料：産業立地課調査

【かずさアカデミアパーク全体図】（平成 25 年 2 月現在）



出典：企業用地のご案内 かずさアカデミアパーク
かずさアカデミアパーク研究所等立地推進協議会 作成

【かずさアカデミアパーク立地企業の概要】（平成24年12月現在）

田辺三菱製薬(株) かずさ事業所

民間の第1号施設として平成10年3月に開所した研究所。医薬の研究開発機能のうち、安全性及び薬物動態の研究を担当しています。



佐藤製薬(株) かずさアカデミア工場

平成14年10月開所。医薬品を中心とする生産拠点として、現在、内用液剤と軟膏剤の生産を行っています。



河村産業(株) かずさ工場

平成15年7月開所。携帯電話、液晶テレビなどの電子機器に使用される材料の研究開発、製造を行っています。



児玉工業(株) 本社工場

平成17年8月開所。物流省電力自動搬送機器及び仕分機器の新機種の開発・製造・制御・設置・メンテナンスを行っています。



弘洋電子機器(株) かずさアカデミア工場

平成18年11月開所。電子回路検査用機械器具等の製造及び研究開発・設計を行っています。



日伸精機(株) かずさ工場

平成20年4月開所。大型洗車機、洗浄装置、排水処理装置、強アルカリイオン洗浄水生成システム等の開発・製造を行っています。



黒田精工(株) かずさアカデミア工場

平成20年9月開所。精密ボールねじ、直動関連機器の製造及び研究開発を行っています。



(株)アウレオ かずさ工場

平成20年9月開所。黒酵母Bグルカンを原料とした健康食品の製造、販売及び関連技術の研究開発を行っています。



マナック(株) かずさ研究室

平成20年12月開所。航空宇宙分野や電子材料分野に使用される高耐熱性高分子化合物の研究開発を行っています。



ソーラーシリコンテクノロジー(株) かずさソーラーファクトリー

平成21年1月開所。太陽電池用シリコン原料の開発・製造・販売、太陽光発電システム及び関連商品の開発製造販売事業を行っています。



(株)東京機械製作所 かずさテクノセンター

平成23年4月開所。新聞用高速度オフセット輪転機、商業用オフセット輪転機、デジタル印刷機の製品開発と製造を行っています。



協和合金(株)

平成19年8月立地決定。自動車部品(シンクロナイズーリング等)の設計・製造及び研究開発を予定しています。(着工準備中)

三菱プラント工業(株) クリーンテック事業本部 かずさクリーンテック事業所

平成21年10月開所。半導体・液晶工場向けパイプ・配管等の精密洗浄、精密電解研磨、精密化学研磨等を行っています。



(株)本田技術研究所 基礎技術研究センター かずさ分室

平成22年3月開所。稲ワラなどのバイオマスからのバイオエタノール製造技術の構築を目指して研究開発を行っています。



協立化学産業(株) かずさテクニカルセンター

平成24年8月立地決定。エレクトロニクス分野向け高機能接着剤等の機能性樹脂の研究開発及び生産・製造を予定しています。(平成26年12月開所予定)



パークハウスかずさ

研究者や就労者たちが中長期滞在できる居住施設として平成17年6月に開所。交流施設も併設しています。



2 商業振興に係る課題と特性

(1) 商業振興に係る課題の抽出

本市の商業振興に係る課題を現況やアンケートから抽出します。

① 現況からみる課題

1) 高齢社会への対応

- ・平成 22 年国勢調査結果では高齢化率は 22.5%と、ほぼ 4 人に一人が 65 歳以上となっています。また高齢単独世帯は平成 17 年から 5 年間で約 1.4 倍に増えており、高齢社会に対応した商業環境の形成が必要と考えます。

2) 大型店との差別化

- ・郊外への大型店の進出に伴い、中心市街地では顧客が減っていることから中心市街地における車利用の利便性を高めるとともに、大型店にはない魅力を備え集客力を高める必要があります。

3) 空き店舗の活用

- ・市内の 27 の商店街のうち、20%以上の空き店舗が生じている商店街は 10 箇所あり、商店街によっては空き店舗が目立つことも賑わいの創出が失われている要因と考えられるため、空き店舗の活用が求められています。

4) 三井アウトレットパーク木更津来訪者のまちなかへの誘引

- ・東京湾対岸都市からやってくる多くの三井アウトレットパーク木更津来訪者を木更津駅周辺に誘引し、リピーターとする必要があります。また、一定の来客を維持するためには東京湾アクアライン料金引き下げの恒久化が不可欠であることから、県を通じて国に対して要請することが必要と考えます。

② 消費者アンケートからみる課題

1) 木更津駅周辺商店街の魅力の欠如

- ・商店街に対する不満の多くは「商店街に活気や魅力が少ない」というもので、「こだわりや魅力のある店をつくる」ことが必要と考えます。

2) 便利な駐車場が求められている

- ・木更津駅周辺の商店街に望むことは、「駐車場・駐輪場の整備」、「空き店舗の活用」、「こだわりや魅力のある店づくり」が挙げられており、寄りつきやすく魅力ある商店街が求められています。
- ・駐車場整備に関する要望も多いが、木更津駅西口には 30 分無料の公共駐車場が立地していることから無料駐車場だけでなく、消費者が求めている駐車機能を把握したうえで整備を進めることが必要と考えます。

3) 利用頻度が減少している木更津駅周辺の商店街

- ・木更津地区に住む方の 43.0%が「月に 1～2 回」以上木更津駅周辺の商店街を利用しており、これらの顧客の買い物利用頻度を維持及び一層高めることが必要と考えます。

4) 多様化する購入方法への対応

- ・衣類の購入には「個人店舗」や「商店街の店舗」以上の割合で「インターネット・通信販売」が活用されています。また、買い回り品の購入先調査も同様の結果となっていることから、IT化への対応が必要と考えます。

③商業者アンケートからみる課題

1) 組織の活性化

- ・商店街活性化の方策の第1に挙げられたのは「商店街・商店会組織の活性化を図る」であり、商店会・商業振興組合の役割は依然重要と考えます。

2) 空き店舗の拡大傾向

- ・「後継者は欲しいがまだ決まっていない」、「後継者は必要ない」とする方の合計は48.1%あり、将来的に空き店舗が増える可能性があります。

3) 情報受発信力の不足

- ・商業者は消費者の商店街に対する不満度が把握できておらず消費者ニーズがつかめていないとみられることから、消費者との交流機会を増やして生の声を聞いて対策を講じることが必要と考えます。

4) 自助努力の必要性

- ・売り上げが伸びた理由は、「新たな商品開発やサービスの向上に努めた」、「店のPRや販売促進の強化」というもので商店街活性化には自助努力が必要と考えます。

5) 商店街の活性化方策

- ・商業者には、人口が増加すれば客が増えると考えられる傾向が見られるが、自家用車利用への対応や個店の魅力向上を図ることが重要であることも認識する必要があると考えます。
- ・今後の活性化を図る方策として「商店街・商店会組織の活性化を図る」が89.4%と最も高かったことから商店街・商店会としての活動の活性化を推進及び支援すること等が必要と考えます。

6) 支援内容の多様化

- ・卸売業者が考えているこれから受きたい支援の内容は、「融資に関すること」から、「販路拡大に関すること」や「新分野に関すること」、「人材確保に関すること」、「業界の情報に関すること」など多岐にわたっていることから、それらに対応できる相談窓口等を設けるなど、多様な支援方法を検討することが必要と考えます。

7) IT化への対応

- ・インターネットを使った商品の販売を行っているのは、全体の17.7%にとどまっており、新たな顧客開拓のため、IT化への対応が必要と考えます。

④三井アウトレットパーク木更津来訪者への聞き取り調査からの課題

1) 三井アウトレットパーク木更津来訪者の市街地への誘引

- ・三井アウトレットパーク木更津来訪者の42.5%が木更津市内に立ち寄ったことがあると回答し、うち27.5%が木更津駅周辺と回答していることから個店の魅力向上を図り、これらの来訪者を駅前に誘引する必要があると考えます。

2) 東京湾アクアライン料金引き下げの恒久化

- ・東京湾アクアラインの交通社会実験が終了すれば、東京湾対岸からの来客数が大幅に減少する可能性が高く、本市の商業振興にとって料金引き下げの恒久化は必要不可欠といえます。

(2) 商業振興に係る課題の整理

本市の商業振興を推進するための課題を整理します。

① 市全体の商業振興に係る課題

1) 地域に密着した商業活動

商店街利用客が減少している一方で、高齢者は、身近な店の利用を求めています。商店街はその地域住民にとって日常生活に必要なものを身近な場所で提供する、なくてはならない存在です。このため、地域の商店街は、地域住民の生活基盤を支え、地域コミュニティの核としての役割を担い、地域で商業活動を継続していくことが求められています。

この役割を果たすためには、商業者の自助努力を基本としつつも、行政や商工会議所・商工会等の関係団体による支援の強化・充実が必要です。

2) 地域との連携

本市では今後も少子高齢化が進展するとみられることから、商店街における高齢者交流機能や子育て支援機能の充実を図り、地域特性を踏まえた商業空間づくりが必要です。

また、高齢単独世帯が増えつつあるなか、将来的に買い物弱者が増えることも充分考えられることから、御用聞き・出前サービスなども検討するなど地域コミュニティの弱体化を防ぐ役割を積極的に担うことも検討する必要があります。

② 個店・商店街の課題

1) 消費者・来訪者ニーズを満たす魅力の向上

消費者にとって「駐車場」「品揃え」「1箇所ですぐ買い物が可能」が大型店の魅力ですが、商店街には「家族や友人と行ける魅力的な飲食店」等が求められています。このことから地域の商業は大型店では満たされない消費者ニーズを充分把握し、そのニーズに対応した魅力ある店づくり（駐車場整備も含む）を進め、来街客数の増加を図ることが必要と考えます。

2) 経営環境の変化への対応

経営環境の悪化は大型店との競合が大きな要因ですが、店主の高齢化や後継者の不足なども商店街の賑わい・活気を失わせている要因と考えられることから、後継者不足の解消策の検討をはじめ情報化等への対応など経営環境の変化への対応が求められます。また活気のある商店街の形成を主体的に実施するリーダーを育成し、そのリーダーのもとで一致団結してイベントや空き店舗の活用など商店街振興のための活動を推進することが必要と考えます。

3) 大型店との連携の推進

三井アウトレットパーク木更津のように首都圏からの集客力の高い大型店や築地地区に立地が予定されている大型店の店内に既存市街地に係る情報を定置してもらい、大型店と商店街の回遊性を高めるなど、大型店との共存共栄を図る必要があります。

③ 地域特性の活用による市全体の商業振興

本市の中心市街地の商業は、近世から連綿と続く歴史の中で培われたものであり、これらの歴史・文化や農水産業などの地域固有の産業との連携を深め、木更津ブランドの

創出や地産地消の促進など、商業者だけでなくこれら地域特産物の生産者の振興を図り、市全体の商業振興を図ることが必要です。

(3) 商業振興に係る地域特性

本市の魅力を高める商業振興に係る地域特性を抽出します。

①利便性の高い交通網

東京都心部から約 30～40 キロメートル圏内にあり、房総半島と対岸を結ぶ東京湾アクアラインの着岸市となっています。また、市内に 4 つの高速道路 IC を持ち、圏央道の結節点でもあり、羽田・成田両空港との至近性が高くなっています。

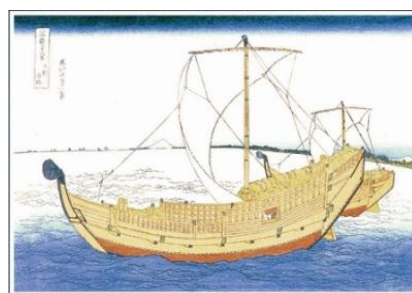
②豊かな自然環境

本市は、房総半島中西部に位置し、気候も温暖で遠浅の海面から緑豊かな平野部と丘陵部を有していることから潮干狩りをはじめ、ブルーベリー狩り、いちご狩り、梨狩りといったファミリーでの収穫体験・味覚狩りが楽しめます。また、これらの特産物の加工業も盛んであり、豊かな自然の恩恵を受けている都市です。

③歴史ある港町

木更津は安房・上総-江戸間との海上輸送を取り扱う流通拠点として発展したまちであり、市街地に残る寺社仏閣の多さや「ぶらり木更津まちあるき」マップに掲載されているレトロな建物が往時の繁栄振りを物語っています。

また、「郷土博物館金のすず」では、約 350 点の「浮世絵」を所蔵しており、これら本市が有する貴重な「浮世絵」を活用し、木更津駅西口地区における回遊を促進することを目的として「まちごと浮世絵ミュージアム」事業が進められており、街なかに、「浮世絵壁画」や「浮世絵パネル」や松井天山が描いた鳥瞰図や昔の写真により、当時の木更津の様子を紹介する「鳥瞰図パネル」が作成・展示され、木更津の「まち歩き」の促進が図られています。



【葛飾北斎 富嶽三十六景】

3 工業振興に係る課題と特性

(1) 工業振興に係る課題

本市の工業の現状やアンケートから工業振興に係る課題を抽出し整理します。

① 企業支援体制の構築

- ・自社の今後の発展のために、地元企業は「営業力の強化」「新分野への進出」などを検討していることから、「製品の展示会や商談会の開催」や国や県の研究開発助成制度の活用、市や関係団体等による産業情報の提供、販路開拓支援の実施など、企業と関係団体、行政が目標を共有して支援する体制の構築を図ることが必要と考えます。

② ものづくり人材の育成

- ・ものづくりを支えてきた団塊世代が一斉にリタイアし、技術・技能の継承が危ぶまれていることから後継者の育成と確保は全国レベルの課題であり、本市の工業においても対応の検討が必要と考えます。
- ・事業者アンケートでも、人材・技能者育成支援が求められており、ものづくりの分野においては、人口減少社会の到来による労働力の減少と技術力の低下が懸念されることから、その対応が必要と考えます。

③ 既存企業の活動内容の積極的な広報

- ・学生の「やりたいこと」と企業のニーズとが、うまくかみ合うことが必要と考えます。このため、企業の活動内容などの紹介や地元製造業のPRに努めるとともに、彼らの「やりたいこと」を満たせる企業であることをアピールすることが必要と考えます。
- ・市民（消費者）アンケートでは、本市は「工業が少ない」とする回答が37.8%と多かったものの、先端産業については今後に期待するところは大きいものでした。このことから、本市の企業は小規模事業所が多く隣接都市に比べて1事業所当たりの出荷額は低いが、市民との交流事業を進めることによって先端性と将来性があることを市民にPRし、将来の人材確保につなげていくことが必要と考えます。

④ 木更津工業高等専門学校との連携強化

- ・木更津工業高等専門学校では産学交流事業を実施しているが、地元企業へのヒアリングでは交流活動の重要性が指摘されていることから、会員企業だけでなく市全体の企業交流会に発展させるなど、地元企業とのより一層の連携強化を図り、地元企業にとって取引企業の拡大や新しい製品開発のための技術協力活動の推進に繋げる必要があると考えます。

⑤ 東京湾アクアライン通行料引き下げの恒久化

- ・東京湾アクアラインの通行料が元に戻ることにについては、約半数が「影響がある」と回答しており、また従業員が東京湾アクアラインを利用して本市で働いていることや、企業の社内交流にも支障が出ることなど、工業の振興を図るうえで大きな影響があることから、通行料の引き下げ恒久化を県とともに国へ働きかけることが不可欠と考えます。

(2) 工業振興に係る地域特性

本市の工業振興に関する地域特性を次のとおりまとめます。

① かずさアカデミアパークの立地

- ・かずさアカデミアパークは、バイオ関連先端産業の集積地となっています。
- ・企業交流、情報交流機能を有しており、地元企業に対して産業情報の提供や交流機能の活用による新しい取引機会の提供が可能であり、かずさアカデミアパーク内の企業間のもとより、かずさアカデミアパークと地元企業との実際の取引も生じています。
- ・新たな事業の創出に取り組む事業者を支援する施設としてインキュベーション施設が3施設あり、研究開発支援機能を有しています。
- ・DNA研究所は、これまでの基礎研究の成果やDNA解析技術の特異性を活かし、成長分野として期待される健康・医療分野、環境・エネルギー分野等での応用実用化に向けた取組みを推進しています。

② 木更津工業高等専門学校の立地

- ・木更津工業高等専門学校では、主として会員企業を対象とした年に一回の産業情報交流会、セミナーの開催をはじめ、国立高等専門学校機構および科学技術振興機構主催による新技術説明会なども実施し技術の高度化を支援しています。
- ・木更津工業高等専門学校は、地域密着型の教育機関を目指しています。
- ・企業の技術相談会を実施しており、内容によっては共同研究、委託研究、試験研究、その他の連携に移行することができます。

③ 東京湾アクアラインによる首都圏との近接性

- ・東京湾アクアラインにより首都圏という大きなマーケットがより身近になりました。
- ・東京23区、川崎市、横浜市などで開催される展示会、企業交流などに参加しやすい環境を形成しています。
- ・高速バスや通勤バスを使った首都圏からの通勤が可能となっています。

④ 4つのインターチェンジ

- ・市内には、東京湾アクアラインの木更津金田、館山自動車道の木更津北、木更津南、および圏央道の木更津東の4つのインターチェンジがあり交通結節点を形成しています。
平成25年4月には、圏央道の木更津東～東金間が開通し、交通利便性は更に高まっています。

⑤ 羽田・成田両空港への至近性

- ・東京湾アクアラインにより羽田空港とは近接し、将来的には圏央道の開通により成田空港にも近くなり、相乗効果が期待されるところです。

⑥ 重要港湾指定の木更津港

- ・木更津港は、重要港湾の指定を受けており、近年、外貿機能の強化が図られています。
また、平成22年には、国際バルク戦略港湾にも選定されています。

第 3 章 商業振興計画

1 商業の将来像

～地域に根ざした魅力ある商店・商店街づくり～

(1) 商業振興の基本的な考え方

人口減少時代・少子高齢社会の到来、IT化（インターネットの普及）といった日本を取り巻く社会環境は大きく変化しており、本市においても商業者の高齢化、後継者難等に加え、近隣市における商業核の充実、電子商取引（EC）市場の拡大、モータリゼーションの進展に伴う郊外型の商業集積などへの対応の遅れ等から、消費者の商店街離れは進み、既存中心商業地の賑わいが失われています。

しかしながら、その一方、産直生鮮市場「ふれあいプラザ本町」の例にみられるような身近な買物の場の存在も今後よりいっそう進む高齢化社会を見据えた場合、買い物弱者対策と並んで欠かせない対策であることも事実です。

また、緑豊かな本市には、都心から一番近い収穫体験・味覚狩りが可能である地区や複数の大型店の進出により交流人口が拡大している地区も存在しており、地域ごとに置かれている状況は様々です。

以上のことを踏まえ、これからの本市の商業振興については、商業者の自助努力を基本とし、地域コミュニティの顔として、単なる買い物の場であるだけでなく、まちの賑わいと交流、あるいは見守りの場として地域に密着した商店街づくりを進めます。

個店の輝きなくしては、商店街の活性化は難しいことから、一店逸品運動、新商品開発など、魅力ある個店の育成・強化を図るとともに、インターネット販売など新たな販路の可能性を探り、商業活動の強化を進めます。

地域の買物の場として重要な位置を占める大型店に対しても、地域のイベントへの協力・参加など積極的な地域貢献を求め、地域住民を含む多様な主体が連携・協力した地域商業づくりを進めます。

豊かな地場産品など地域特性・資源を活かした魅力ある商業機能の強化を進めます。

これらの商業振興を推進する人材・リーダーの育成に努め、市と産業経済団体が協力して、各種支援を行い、地域経済の活性化を図っていきます。

2 商業振興の基本目標と基本方針

商業の将来像「地域に根ざした魅力ある商店・商店街づくり」の実現に向け、本市の商業がめざす3つの基本目標を設定し、その達成に向けて基本方針を以下のとおり定めます。

基本目標1 地域に密着した商業機能の展開

■ 基本方針

(1) 地域が支え、地域を支える商店街づくりの推進

- 高齢者の商店街利用が多いことから、高齢者の日常生活の支援をはじめ、多様な世代のコミュニケーションを図ることができるよう、地域住民の交流の核となる商店街の形成を図ります。
- 商店街は、大型店には見られない地域住民の交流、情報交換の場として機能してきたが、商店街の衰退とともにこの機能が薄れつつあります。このためコミュニティ機能の導入を図ります。
- 地域エリアごとの消費者からのニーズに応えるため、市民（消費者）との交流を積極的に行い消費者の意向を十分に考慮した地域密着の商店街形成を図ります。

(2) 利用しやすい商業環境づくりの推進

- 商店街は、地域住民の生活基盤を支え、地域コミュニティの核としての役割を担っていることから、今後、一層進む高齢化社会など取り巻く社会環境の変化に対応したサービス等の提供を検討します。

基本目標2 個店と商店街の商業活動の強化

■ 基本方針

(1) 個店・商店街の魅力づくりの推進

- 地元住民にとっても観光客や大型店からの立ち寄り客にとっても、行ってみたい、寄ってみたいと思わせるよう、一店逸品等の活動を通じて魅力ある個店の育成を図ります。
- 商店街においては、既存店舗の魅力向上だけではなく、空き店舗を活用して新しい魅力的な店舗を誘致することなども検討します。
- 商業の活性化については、中心市街地だけではなく地域住民の利便性向上の視点から地域エリアごとに商業の魅力づくりを推進します。

(2) 商店街組織の活性化とリーダーの育成

- 消費者や商業者自身から商店街の活気のなさや組織としての活動不足について指摘されていることから、商店街の連携や各商店街関係者の交流等を促進し、組織力の強化を推進します。
- 商業の活性化推進のためには、活性化に向けて商店街組織をまとめ、新しい魅力づくりを積極的に進めるリーダーが不可欠であることから地域商業づくりリーダーの育成を図り、活性化へ向けた気運の醸成を図ります。

(3) 情報化への対応

- インターネット等の普及により通信販売が成長し、消費者アンケートにおいても衣料品購入に活用されているとの結果が出ていることから、IT 技術の習得・ホームページの開設、活用など情報化の推進を図ります

(4) 商業者の支援の拡充

- 近年、少子高齢化社会の進展により消費者のニーズは多様化している。このような商業環境の変化に対応するためには店舗経営者自ら意識改革する必要があるため、経営相談の強化や各種アドバイザーの活用などの支援を進めます。
- 個店、商店街の繁栄のためには、各店舗の後継者を育成し元気な商店街を維持することが必要と考えます。このため、店舗を長期的に経営できる意欲あふれる後継者の育成に取り組むとともに、外部からの後継者の誘致もあわせて検討します。

(5) 大型店と商店街との連携

- 木更津駅周辺の歴史文化や魅力ある飲食店、及び駐車場の位置などを三井アウトレットパーク木更津、平成26年開業予定のイオンモール木更津への来訪者にPRし、木更津駅周辺に誘引することにより、にぎわいのある商店街を創出します。また、新規に立地する大型店に対しても連携と協力を呼びかけていきます。

基本目標3 地域特性を活かした魅力ある商業機能の強化

■ 基本方針

(1) 木更津ブランドの創出

- 本市には、あさりや海苔などの海産物の他、ブルーベリーやいちご、梨などの農産物があり、市内の農商工が連携し、これらを使った新しい特産品を開発するなど、木更津にしかないもの、木更津でしか味わえないもの、木更津市でしかできないもの、といった木更津ブランドの創出を図ります。
- 本市には、潮干狩りをはじめ、ブルーベリーやいちご、梨などの観光農園が多く立地し、収穫シーズンには家族連れで賑わっていることから、商店街においてもこれら特産物（加工品）の販売等を検討するとともに、首都圏からの来訪者が観光農園も利用するようPRを行うなど、商業と観光と一体となった商業振興を推進します。
- 地元の農水産物を使った特産品の開発など地産を進めるとともに、飲食店などに対して平成24年度に作成したレシピブックの活用をPRし、地産地消の拡大を図ります。

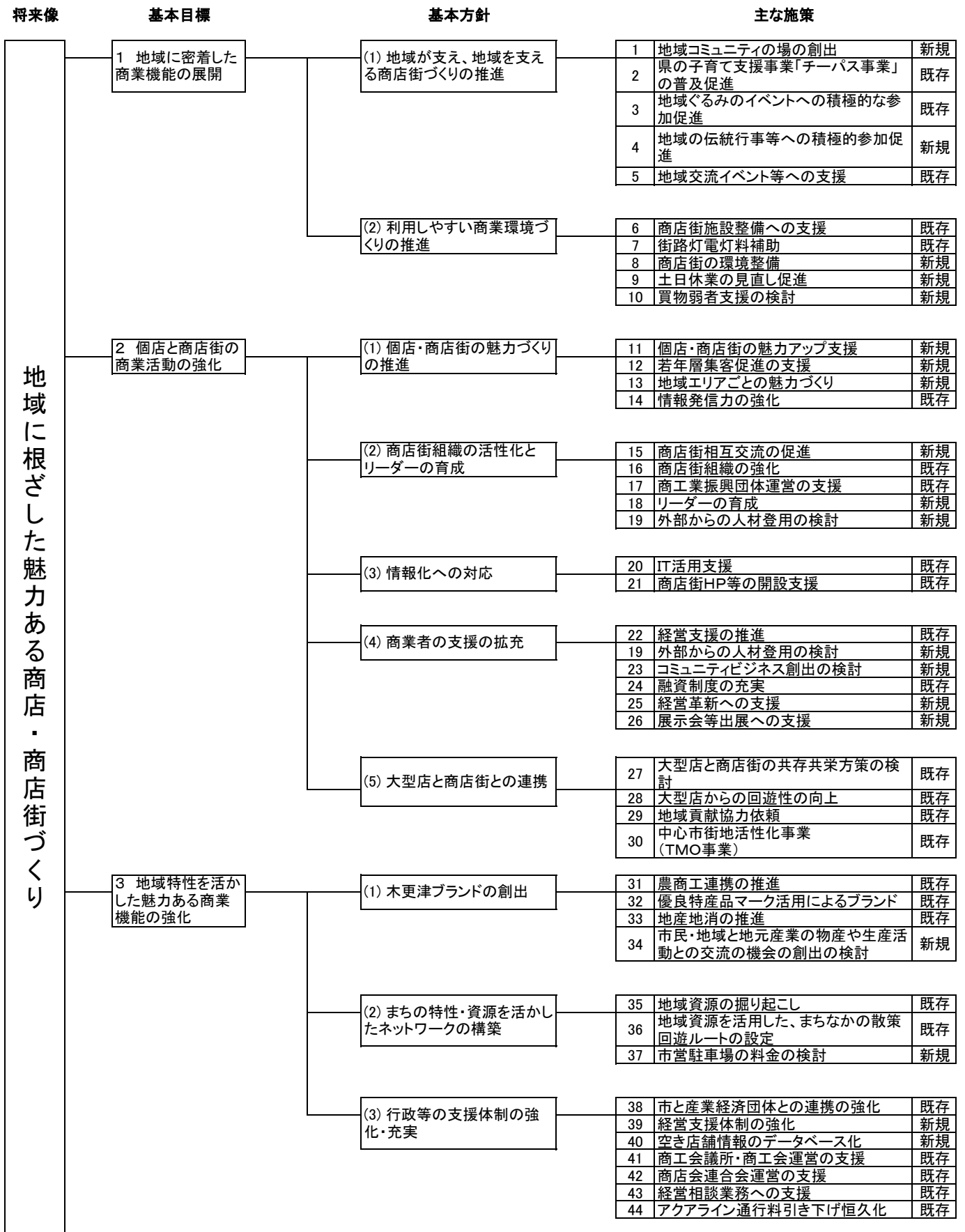
(2) まちの特性・資源を活かしたネットワークの構築

- 木更津駅西口には、町の歴史を今に伝える神社仏閣が多く存在し、横町の風情を残す所もあります。また木更津港周辺では地元の魚介類を食べられる店も立地するなど、木更津駅周辺地区は、地区の歴史文化や海産物の豊かな地区です。近年は「見る」観光から「知る」、「味わう」観光にシフトしていることからこれらの活性化資源を活用し、来訪者のまちへの関心を高め、来訪者の増加を図ります。

(3) 行政等の支援体制の強化・充実

- 商店街の活性化を進めるためには、地元を対象とするだけではなく同時に幅広い集客力を持つ必要があると考えます。このため、新たに創業する商業者や空き店舗を活用して新規開店する商業者に対して行政をはじめ関係団体（商工会議所、商工会）等が集中的な支援を行い、その活動を支えることも検討します。
- 商工会議所、商工会、商店会連合会等の産業支援を行う団体の運営について、支援を行い、地域経済の活性化を図ります。

3. 木更津市商業振興計画施策体系



4. 商業振興の施策

基本目標1 地域に密着した商業機能の展開

■ 基本方針 (1) 地域が支え、地域を支える商店街づくりの推進

① 人にやさしい商店街づくりの推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
1	新規	地域コミュニティの場の創出	子育て世代や高齢者等の交流を推進するキッズサロンやコミュニティサロンなど、空き店舗等を活用した地域コミュニティの場の創出を支援します。	市 商店街			検討	実施		
2	既存	県の子育て支援事業「チーパス事業」の普及促進	地域貢献や子育て支援に協力的な事業者としてイメージアップにもつながることから、千葉県が実施している子育て支援事業「チーパス事業」の周知を支援し協賛事業者の促進を図ります。	市	継続実施					

② 地域との連携事業の推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
3	既存	地域ぐるみのイベントへの積極的な参加促進	「木更津パル・屋台村」など、地域ぐるみのイベントへの積極的な参加促進を図ります。	事業者	継続実施					
4	新規	地域の伝統行事等への積極的な参加促進	地域の伝統行事等への積極的な参加を促進します。	市 事業者	実施					
5	既存	地域交流イベント等への支援	観音まつり、祇園商業祭、富来田商工祭、かずさヨサコイ木更津舞尊等の商店街等が開催する市民(消費者)との交流を積極的に行い、商店街の活性化を推進するイベント等を支援します。	市 商店街	継続実施					

■ 基本方針 (2) 利用しやすい商業環境づくりの推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
6	既存	商店街施設整備への支援	市民が集う憩いの場として快適さを実感できる街並みとしての商店街を形成するため、街路灯のLED化などの共同施設の整備に要する費用の一部を支援します。	市 商店街	継続実施					
7	既存	街路灯電灯料補助	商店街振興、消費者の夜間購買力の向上を図るため設置した街路灯の電灯料の一部を補助し、商店街の活動を支援します。	市	継続実施					
8	新規	商店街の環境整備	高齢化が進んでいることから商店街周辺のバリアフリー化推進など安心歩行エリアの形成を図ります。	市				検討	実施	
9	新規	土日休業の見直し促進	大型店の進出による交流人口の増加に対応して土・日曜日の休業店に対して見直しの検討を依頼します。	市 事業者	実施					
10	新規	買物弱者支援の検討	商店街による高齢者等の買い物弱者に対する「電話注文」や「宅配サービス」の取組を検討します。	市 商店街		検討	実施			

基本目標2. 個店と商店街の商業活動の強化

■ 基本方針 (1) 個店・商店街の魅力づくりの推進

①消費者ニーズを満たす店舗の創造

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
11	新規	個店・商店街の魅力アップ支援	商店街単位又は全市的な「一店逸品」運動の展開と運動参加の看板を掲げるなど魅力アップ事業を支援します。	市 産業経済 団体 商店街	検討 ⇒	実施				
12	新規	若年層集客促進の支援	空き店舗等を活用し、住民や若者と連携した「ガレッジセール」や「フリーマーケット」の開催等による若年層の集客促進を支援します。	市 産業経済 団体 商店街				検討 ⇒	実施	
13	新規	地域エリアごとの魅力づくり	地域住民の利便性向上のため、地域ごとの商業の魅力づくりを検討します。	商店街 市 産業経済 団体					検討 ⇒	実施

②個店・商店街の効果的なPRの推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
14	既存	情報発信力の強化	HPを活用したPR活動を行うなど、商業振興に向けた活動の情報発信力の強化を支援します。	市 商店街 事業者	継続 実施					

■ 基本方針 (2) 商店街組織の活性化とリーダーの育成

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
15	新規	商店街相互交流の促進	商業振興に係るイベントなどの実施について中心的役割を果たしている人材や組織との交流を促進し組織力の強化を図ります。	市 産業経済 団体 商店街		検討 ⇒	実施			
16	既存	商店街組織の強化	県主催の商店街アドバイザー派遣事業などの活用促進や、商店街の合併の検討などにより商店街の組織強化を推進します。	市 産業経済 団体 商店街	継続 実施					
17	既存	商工業振興団体運営の支援	中小企業等協同組合、商店街振興組合等が行う、商工業振興のための共同事業の運営に要する費用に対して一部を支援します。	市	継続 実施					
18	新規	リーダーの育成	自発的勉強会、ネットワーク作りへの支援や県等が行う経営セミナー、経営塾「ふさの国商い未来塾」等の活用促進によりリーダーの育成を図ります。	市 産業経済 団体		検討 ⇒	実施			
19	新規	外部からの人材登用の検討	商店街の個店の後継者(経営者)や空き店舗活用者を公募するなど、外部人材の積極的登用を検討します。	商店街				検討 ⇒	実施	

■ 基 本 方 針 (3) 情報化への対応

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
20	既存	IT活用支援	ITを活用した個店・商店街の情報発信やネットを活用した販売の推進を図るため、ITスキル研修会の開催やアドバイザーの派遣等を行います。	市 産業経済 団体	継続 実施					
21	既存	商店街HP等の開設支援	インターネットを活用して商店街ブログを立ち上げ、木更津市の商店街・個店のPRに努めるほか、ネット販売の推進を支援します。	市	継続 実施					

■ 基 本 方 針 (4) 事業者の支援の拡充

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
22	既存	経営支援の推進	商工会議所、商工会、商店会連合会、行政などによる商店を対象とした経営相談会等の実施や専門コンサルタントの派遣などによる経営支援の推進をします。	市 産業経済 団体	継続 実施					
再掲 (19)	新規	外部からの人材登用の検討	再掲							
23	新規	コミュニティビジネス創出の検討	商店街を中心とするコミュニティビジネスの創出の検討をします。	商店街				検討	実施	
24	既存	融資制度の充実	事業に必要な運転資金や設備投資資金の調達を支援し、中小企業の経営安定や事業展開を促進するため、融資利率、融資枠、融資メニュー、利子補給などの充実に努めます。	市	継続 実施					
25	新規	経営革新への支援	積極的に経営革新に取り組む企業を支援するため、中小企業新事業活動促進法に基づく「経営革新制度」に係る経営革新計画作成費用の一部を助成します。	市	実施					
26	新規	展示会等出展への支援	大規模な展示会等へ出展する中小企業への出展料の一部を助成し、販路拡大を支援します。	市	実施					

■ 基 本 方 針 (5) 大型店と商店街との連携

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
27	既存	大型店と商店街の共存共栄方策の検討	三井アウトレットパーク木更津や平成26年秋に開業予定のイオンモール木更津の来店客に木更津のまちなかの魅力の積極的なアピール、共通カードの導入や大型店と商店街との棲み分けを図るなど共存共栄の方策の検討をします。	市 産業経済 団体 商店街	継続 実施					
28	既存	大型店からの回遊性の向上	大型店への来訪客等、市外からの来訪者に対して既存市街地の店、イベント、観光スポットなどをPRし、誘客を図ります。	市 産業経済 団体	継続 実施					
29	既存	地域貢献協力依頼	大型店に対して地域のイベントへの協力・参加など計画的な地域貢献を求めています。	市 産業経済 団体	継続 実施					
30	既存	中心市街地活性化事業(TMO事業)	中心市街地活性化に向けた木更津TMO構想事業の推進に必要な費用の一部を支援します。	市	継続 実施					

基本目標3. 地域特性を活かした商業機能の強化

■ 基 本 方 針 (1) 木更津ブランドの創出

①農商工の連携によるブランディングの推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
31	既存	農商工連携の推進	商店街において、あさりや海苔、ブルーベリーやいちご、梨などの農産物を使ったジャムなどの加工品の販売等を推進し、首都圏からの来訪者が観光農園も利用するようPRを行うなど、商業と農業、特産品生産・加工業と一体となった商業振興を推進します。	市 産業経済 団体	継続 実施					
32	既存	優良特産品マーク活用によるブランド化 ※農業振興総合計画 事業	優良特産品マークの位置付けを明確化し、安全・安心・おいしい木更津ブランドとしての確立を目指します。また、同マークについて情報発信を行い、事業者・消費者ともに知名度の向上を図ります。また、市独自の指標の検討を行い、生産者や消費者がわかりやすい優良特産品の基準を提示し、木更津ブランドの振興を図っていきます。	事業者	継続 実施					

②地産地消の推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
33	既存	地産地消の推進 ※農業振興総合計画 関連	農業・水産業と連携した地場産品の販売機能の強化による地産の振興や地場産品を使用した飲食店の立地推進による地消活動の振興を図ります。	市 産業経済 団体	継続 実施					
34	新規	市民・地域と地元産業の物産や生産活動との交流の機会の創出の検討	市内の農業・水産業や商工業の物産や生産活動と成果を紹介する、見て・聞いて・触れ合うことができる「(仮称)木更津産業祭」開催の検討をします。	市 産業経済 団体 事業者	検討		実施			

■ 基 本 方 針 (2) まちの特性・地域資源を活かした回遊ルートの構築

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
35	既存	地域資源の掘り起こし	地域の農水産物に係る既存飲食店や史跡、伝統文化などの資源の掘り起こしを推進します。	市 産業経済 団体 事業者	継続 実施					
36	既存	地域資源を活用した、まちなかの散策回遊ルートの設定	来訪者がみなと周辺や駅周辺の寺社仏閣などを楽しく散策でき、かつ木更津を味わうことができる回遊ルートの設定をします。	市 産業経済 団体	継続 実施					
37	新規	市営駐車場の料金の検討	来訪者がゆとりを持ってまちなかを散策できるよう、市営駐車場の利用しやすい料金の検討をします。	市	検討		実施			

■ 基 本 方 針 (3) 行政等の支援体制の強化・充実

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
38	既存	市と産業経済団体との連携の強化	定期的な連絡会議の開催などにより市と商工会議所・商工会・商店会連合会などとの連携を強化し、支援事業・活動の見直し、充実を検討します。	市 産業経済団体	継続 実施					
39	新規	経営支援体制の強化	個店・商店街の魅力向上に資する店舗及び商業活動に積極的な姿勢をみせる店舗について、経営から運営まで行政、関係団体、商店街が一体となった集中支援を実施します。	市 産業経済団体		検討 ⇒	実施			
40	新規	空き店舗情報のデータベース化	外部から商店街の空き店舗に関する問い合わせがあったときに即座に答えられるよう、空き店舗の面積や構造、立地場所等のデータベース化を推進します。	商店街 産業経済団体	検討・ 調査 ⇒	実施				
41	既存	商工会議所・商工会運営の支援	地域経済の中心的役割を果たす商工会議所及び商工会の運営費用の一部を支援することにより財政基盤の強化を図ります。	市	継続 実施					
42	既存	商店会連合会運営の支援	商店会連合会が行う商業振興及び地域経済発展のための共同事業運営に要する費用の一部を支援します。	市	継続 実施					
43	既存	経営相談業務への支援	商工会議所、商工会が行う中小企業経営相談等の事業に要する費用の一部を支援します。	市	継続 実施					
44	既存	アクアライン通行料引き下げ恒久化	東京湾アクアラインの通行料の引き下げの恒久化に向け国に対して県と連携した積極的な働きかけを行います。	市 産業経済団体	継続 実施					

第 4 章 工業振興計画

1. 工業の将来像

～地域の特性を活かした工業振興～

(1) 工業振興の基本的な考え方

少子高齢化社会や精神的豊かさ、生活の質の向上を重視する成熟社会の進展など、社会構造の変化に伴って市場が求める製品や技術は大きく変化しており、企業は、時代の変化に対応した経営基盤の強化、経営革新、IT化など既存の業態の高度化、高質化が求められるとともに、新産業の創出や新たな技術や製品の開発促進などが求められており、変化のスピードに対応することが企業活動の継続と発展に関する重要な要素となっています。

また、近年の団塊の世代の熟練技術者の大量退職、若者のものづくり離れなどを契機として、製造業における熟練技術者と若年後継者の不足は既に顕在化しており、本市においても、将来の工業を担う中核的な人材の確保・育成が重要な課題となっているのが現状です。

このため、公的な支援策についても従来の資金融資制度、助成制度等に加え、経営相談会の活用や研究開発のため産学官の連携の推進、及び新技術や新製品の開発、販路拡大などを図るための企業間交流や異業種交流の充実など、多岐にわたる支援を展開することが重要となっています。

さらに、本市の工業振興を図り人材の育成を図るためには、特色のある地元企業を広く市民に紹介し、ものづくり企業への関心を深めてもらうとともに、地域との連携を推進することにより、子どもから大人まで全ての市民に対してものづくりの精神を育み、技術と技能を継承し、これらを高度化することができる人材の確保・育成を推進することも今後の本市の工業振興を図るうえで重要な要素であると考えられます。

以上を踏まえ、東京湾アクアラインをはじめとする交通利便性、羽田・成田両空港への至近性、かずさアカデミアパークの先端性、豊かな自然などの地域特性を活かした特色と先端性のある工業への展開を図るとともに、既存企業・かずさアカデミアパークの立地企業・木更津工業高等専門学校、市民、行政とが連携して工業振興を図るものとします。

2. 工業振興の基本目標と基本方針

工業の将来像「地域の特性を活かした工業振興」の実現に向け、本市の既存立地製造業等がめざす3つの基本目標を設定し、その達成に向けて基本方針を次のとおり定めます。

基本目標1. 変化に対応した工業（ものづくり）活動の推進

■ 基本方針

(1) 企業の技術開発等への支援

- 企業の経営革新を支援するため、商工会議所、商工会と連携を図りながら専門家の派遣・指導をはじめ、資金融資制度や助成制度の利用を促進します。
- IT化、少子高齢化、消費者ニーズの多様化、産業構造の変化など時代の変化に対応できるよう、企業の経営の安定化を図るため、地元企業や、かずさアカデミアパーク・木更津工業高等専門学校・国・県などの教育・研究機関、産業支援機関、行政等が連携した支援体制を確立し、地元企業に対する相談機能や新産業・新技術情報等の提供機能の情報集約を図ります。
- 時代の変化に即した新商品・新技術の開発、企業の高品質化への取組などを支援するため、研究機関、木更津工業高等専門学校などと連携を図り、高品質化に向けた技術開発や品質管理、分析技術などに関する地元企業の技術習得を支援します。

(2) 起業・創業等の新しい展開への支援

- 起業・創業を促進するため、関係機関と連携して指導・相談体制を充実するとともに、地域内外の企業交流を活発にし、新しい事業に挑戦する起業家を支援します。
- かずさアカデミアパーク内にあるインキュベーション機能を活かし、成長産業として期待される健康・医療分野、環境・エネルギー分野等での起業及び創業を関係機関等と連携し支援します。

基本目標2. 多様な主体との連携・協働の推進

■ 基本方針

(1) 企業間の連携の推進

- 企業間の情報交換を促進し、技術開発、製品開発、新たな取引先の開拓、販路の拡大等の機会、その他受発注等の共通課題の解決に取り組む企業連携の機会を広げるため企業情報交流会、異業種交流会などを積極的に開催します。

(2) 産学官の連携の推進

- 木更津工業高等専門学校の産学連携事業の活用、異業種交流、「(仮称) 木更津産業祭」などの開催により、産学官の連携、協働を推進し、起業・創業、新技術、新製品の開発を促進します。
- 企業の新しい業態への展開を支援するため、産学官連携による産業・企業情報の提供体制の構築を検討します。

(3) 地域との連携の推進

- 関係団体と行政が連携し、ものづくり中小企業の優れた技術に裏打ちされた創造力にあふれた製品等の開発を促進し、地域ブランド認証制度の創設を検討します。
- 企業と地域・市民との交流の機会としての「(仮称) 木更津産業祭」を検討します。

基本目標 3. ものづくり人材の育成と確保

■ 基 本 方 針

(1) ものづくり人材の確保

- 関係機関と連携を図りながら、就職合同説明会や企業情報交換会などを実施し、企業と学生等の交流の場を設けるなど地元企業への就職を促進します。
- 企業が求める人材の内容について、企業ニーズの把握に努めるとともに、木更津工業高等専門学校や産業支援機関と連携を図りながら、人材の確保を支援します。

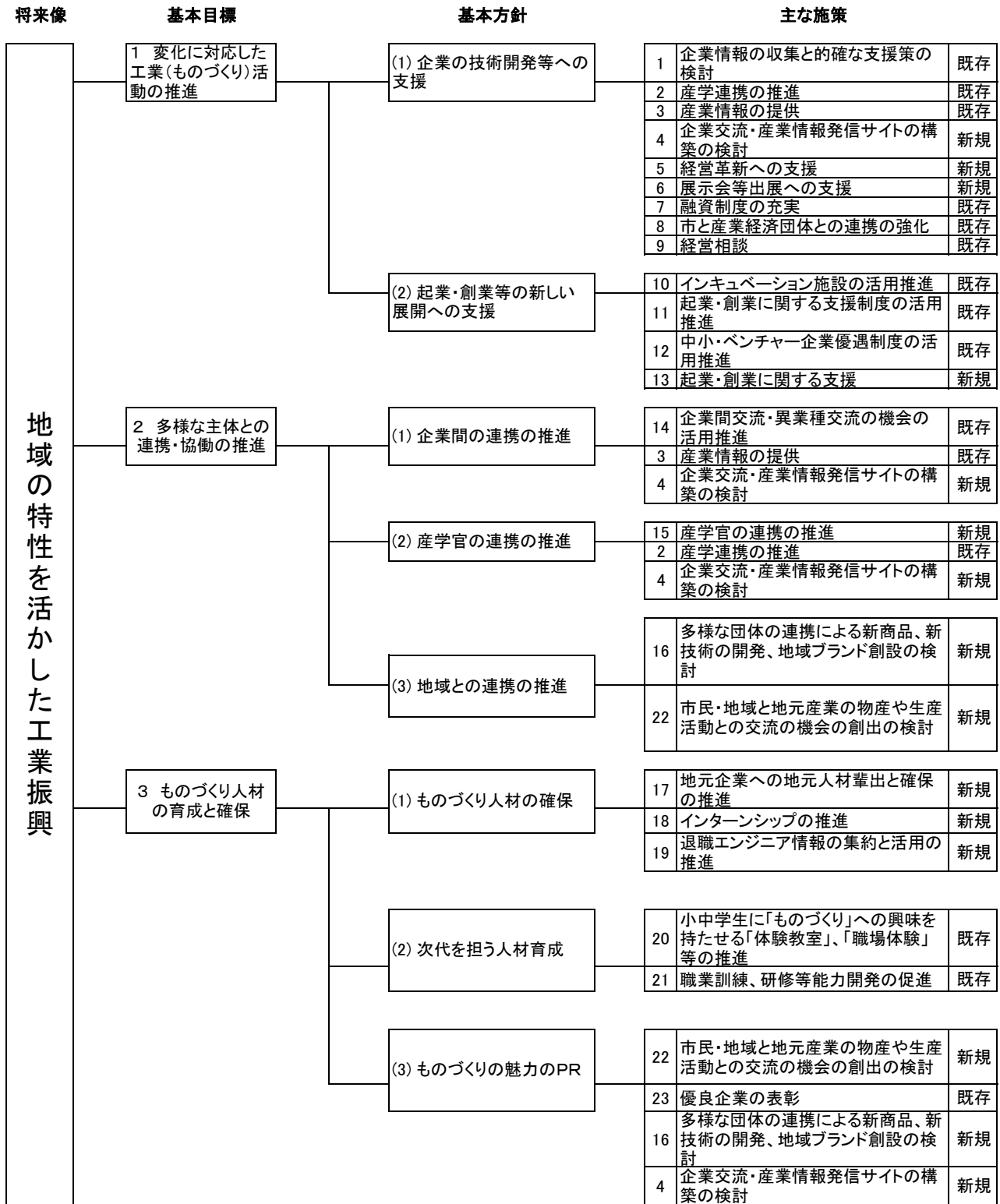
(2) 次代を担う人材育成

- 市内の児童・生徒を対象とした「ものづくり体験事業」や地元企業や木更津工業高等専門学校による小中学校への出前授業などを実施するなど、「ものづくり」に対する興味と関心を高めるようにし、後継者の育成を図ります。
- ポリテクセンター君津（独立行政法人 高齢・障害・離職者雇用支援機構 君津職業能力開発促進センター）・君津郡市職業訓練校と連携し、センターが実施している離職者の再雇用訓練などをPRし、若年層に向けた人材育成活動を推進します。

(3) ものづくりの魅力のPR

- 市内のものづくり企業を中心にその活動と成果を市民に紹介し交流を深め、クリエイティブな魅力に触れる機会として「(仮称) 木更津産業祭」を検討します。
- 製造業はものをつくるクリエイティブな産業であることを市民、及び若い世代にPRし、若年層の魅力ある就業先としてアピールします。
- 若年層に、製造業が3K産業であると思われ、就業先として敬遠されている面もあることを考慮し、ものづくり現場の先端性、将来性等の魅力を広く市内の学生にPRし、市内の若年層の地元定着を図ります。
- 既に木更津商工会議所で実施していますが、優れた技術を有する企業や次世代に夢を与える(引き継ぐ)企業などを優良企業として表彰又は商工会議所の会報等で紹介し、企業の魅力をPRします。

3. 木更津市工業振興計画施策体系



4. 工業振興の施策

基本目標1. 変化に対応した工業(ものづくり)活動の推進

■ 基 本 方 針 (1) 企業の技術開発等への支援

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
1	既存	企業情報の収集と的確な支援策の検討	商工会議所・商工会などの経営相談会、企業訪問などによる企業情報や企業ニーズの収集に基づく、的確な支援策を検討します。	市産業経済団体	継続実施					
2	既存	産学連携の推進	千葉県産業支援技術研究所や木更津工業高等専門学校等と連携を図り、高品質化に向けた技術開発や品質管理、分析技術などの技術習得を推進します。	産業経済団体 研究・教育機関	継続実施					
3	既存	産業情報の提供	中小企業支援制度や市内・県内をはじめ県外も含めた展示会やセミナーなどの産業関連の情報提供を広報やホームページなどにより行います。	市産業経済団体	継続実施					
4	新規	企業交流・産業情報発信サイトの構築の検討	製造業を中心に企業情報を紹介し、市内外の企業間の交流を図ったり、中小企業支援制度、セミナー、展示会等の産業関連の情報を一元的に発信する専門サイトの構築を検討します。	市産業経済団体			検討	実施		
5	新規	経営革新への支援	積極的に経営革新に取り組む中小企業を支援するため、商工会議所、商工会と連携を図りながら専門家の派遣・指導をはじめ、中小企業新事業活動促進法に基づく経営革新計画申請などへの支援を行います。	市	実施					
6	新規	展示会等出展への支援	大規模な展示会等へ出展する中小企業への出展料の一部を助成し、販路拡大を支援します。	市	実施					
7	既存	融資制度の充実	事業に必要な運転資金や設備投資資金の調達を支援し、中小企業の経営安定や事業展開を促進するため、融資利率、融資枠、融資メニュー、利子補給などの充実に努めます。	市	継続実施					
8	既存	市と産業経済団体との連携の強化	定期的な連絡会議の開催などにより市と商工会議所・商工会・商店会連合会などとの連携を強化し、支援事業・活動の見直し、充実を検討します。	市産業経済団体	継続実施					
9	既存	経営相談	経営相談会の開催、コンサルタントの派遣等による経営支援を推進します。	産業経済団体	継続実施					

■ 基 本 方 針 (2) 起業・創業等の新しい展開への支援

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
10	既存	インキュベーション施設の活用推進	地域産業の高度化を図るため、かずさアカデミアパークにおけるインキュベーション施設の活用を推進します。	市産業経済団体	継続実施					
11	既存	起業・創業に関する支援制度の活用推進	県が行う起業・創業に関する支援制度の情報提供を行い、活用を推進します。	市産業経済団体	継続実施					
12	既存	中小・ベンチャー企業優遇制度の活用推進	県が行う中小・ベンチャー企業に特化した優遇制度の情報提供を行い、活用を推進します。	市産業経済団体	継続実施					
13	新規	起業・創業に関する支援	商工会議所、商工会等と連携し、起業・創業に関する講座、相談、融資等、総合的に支援し、市内の起業・創業を促進します。	市産業経済団体		検討		実施		

基本目標2. 多様な主体との連携・協働推進

■ 基本方針 (1) 企業間の連携の推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
14	既存	企業間交流・異業種交流の機会の活用推進	技術開発、製品開発、新たな取引先の開拓、販路の拡大等の機会となる、商工会議所の異業種交流プラザやかずさアカデミアパーク経済対策協議会のビジネスマッチング等の企業間交流・異業種交流の情報の周知を行い参加を促進します。	市産業経済団体	継続実施					
再掲(3)	既存	産業情報の提供	再掲							
再掲(4)	新規	企業交流・産業情報発信サイトの構築の検討	再掲							

■ 基本方針 (2) 産学官の連携の推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
15	新規	産学官の連携の推進	商工会議所・商工会や木更津工業高等専門学校等の教育・研究機関との連携によるセミナー等の共同開催を推進します。	市産業経済団体 研究・教育機関		検討	実施			
再掲(2)	既存	産学連携の推進	再掲							
再掲(4)	新規	企業交流・産業情報発信サイトの構築の検討	再掲							

■ 基本方針 (3) 地域との連携の推進

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31~H35
16	新規	多様な団体の連携による新商品、新技術の開発、地域ブランド創設の検討	関係団体と行政の連携による、ものづくり中小企業の優れた技術に裏打ちされた創造力にあふれた製品、アイデア商品(消費財)の認証制度(「木更津ブランド」認証制度等)の創設を検討します。	市産業経済団体			検討	実施		
再掲(22)	新規	市民・地域と地元産業の物産や生産活動との交流の機会の創出の検討	再掲							

基本目標3. ものづくり人材の育成と確保

■ 基本方針 (1) ものづくり人材の確保

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
17	新規	地元企業への地元人材輩出と確保の推進	地元企業へ優秀な人材を排出するための工業高校の誘致を推進します。 また、地域の学生を対象に地元企業の合同就職説明会を開催し、人材の確保に努めます。	市産業経済団体		検討 ⇒	実施			
18	新規	インターンシップの推進	地域の学生を対象に、ものづくり中小企業の魅力を体験するインターンシップ等の実施を検討します。	市産業経済団体事業者		検討 ⇒	実施			
19	新規	退職エンジニア情報の集約と活用の推進	定年を迎える技術者等の情報を集約し、技術の継承推進を図ります。	市産業経済団体			検討 ⇒	実施		

■ 基本方針 (2) 次代を担う人材の育成

No.	区分	施策名	施策概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
20	既存	小中学生に「ものづくり」への興味を持たせる「体験教室」、「職場体験」等の推進	研究機関、教育機関、企業等による小中学生を対象とした「ものづくり体験」教室や出前講座の開催を推進します。	市研究・教育機関事業者	継続実施					
21	既存	職業訓練、研修等能力開発の促進	ポリテクセンター君津における離職者再雇用訓練、君津郡市職業訓練校における職業に必要な知識・技能の習得の訓練などを若年層に向けて積極的なPRを推進します。	市就労支援機関	継続実施					

■ 基本方針 (3) ものづくりの魅力のPR

No.	区分	事業名	事業概要	実施主体	スケジュール					
					H26	H27	H28	H29	H30	H31～H35
22	新規	市民・地域と地元産業の物産や生産活動との交流の機会の創出の検討	市民が本市の製造業の未来を誇りに思い、若年層にはクリエイティブな製造業の魅力に触れ、感じてもらう「(仮称)木更津産業祭」の開催を検討します。	市産業経済団体研究・教育機関	検討 ⇒		実施			
23	既存	優良企業の表彰	「木更津市の優良企業」としての表彰や企業の特徴や魅力の紹介を推進します。	産業経済団体	継続実施					
再掲(16)	新規	多様な団体の連携による新商品、新技術の開発、地域ブランド創設の検討	再掲							
再掲(4)	新規	企業交流・産業情報発信サイトの構築の検討	再掲							

第5章 振興計画の推進体制・進管理

1. 計画の推進体制

将来像の実現のためには、事業者、産業経済団体、市民、市が、それぞれの役割を担い、連携、協働していくことが求められます。

本計画の推進体制を次のとおりとします。

事業者は、自らの創意工夫及び自助努力を基に、経営基盤の安定、人材の育成及び従業員の福利厚生の実現に努めるとともに、周辺の生活環境との調和並びに市民生活の安全・安心の確保の配慮に努めるものとします。

産業経済団体は、事業者の事業活動を支援するとともに、市等と協働して産業の振興のための施策を実施するよう努め、自らの組織強化を図るとともに、事業活動を通じて地域社会への貢献に努めるものとします。

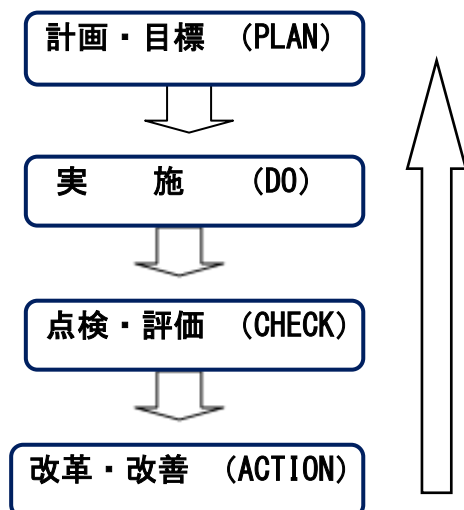
市民は、商工業の振興が地域を活性化し、市民生活の向上に寄与することを理解し、市又は産業経済団体を実施する商工業の振興のための施策への協力に努めるものとします。

また、市民は、自らの消費行動が地域の産業に与える影響及び効果を理解し、日常的な消費活動の利便性を損なうことのないよう、地域の商店街の利用の配慮が必要となります。

市は、市の行なう施策について地域の商工業の活性化という視点を踏まえ、商工業振興に関する施策の実施に当たっては、事業者及び産業経済団体との協働並びに国、千葉県、他の地方公共団体及び研究機関等との連携に努めるものとします。

2. 計画の進行管理

計画の進行管理は、PLAN（計画・目標）、DO（実施）、CHECK（点検・評価）、ACTION（改革・改善）のPDCAサイクルを活用して、着実かつ効果的に進めていきます。



資料

資料 1. 研究会委員名簿

No.	役職	氏 名	選 出 区 分		備 考
1	会 長	浅野 文夫	産業経済団体 (事業者)	木更津商工会議所（工業関係）	副会頭
2	副会長	江沢 栄		木更津市富来田商工会（商業関係）	副会長
3		平野 秀樹		木更津商工会議所（商業関係）	常議員
3		青木 崇宜		木更津商工会議所青年部	会 長
5		鈴木 幹雄		木更津市富来田商工会（工業関係）	副会長
6		吉田 弘		木更津市商店会連合会	副会長
7		細川 富恵	市民（消費者）	木更津市消費生活モニター	代 表
8		早川 富美子		木更津市消費生活モニター	
9		石出 忠輝	学識経験者	木更津工業高等専門学校	地域共同 テクノセ ンター長
10		森 三佐男	行 政	木更津市	経済部長

企業立地関係アドバイザー

(株)産業立地研究所 主任研究員 小林 俊彦 氏

資料 2. 研究会実施経過一覧

開 催	開催日	議 事
第 1 回研究会	平成 24 年 10 月 27 日	(1) 調査研究概要 (案) (2) スケジュール (案) (3) ①商工業・消費者・来訪者の動向意向調査 (案) ②企業立地の可能性調査等 (案)
第 2 回研究会	平成 25 年 1 月 29 日	(1) 消費者アンケート調査結果報告 商業者アンケート調査結果報告 事業者アンケート調査結果報告 三井アウトレットパーク木更津ヒアリング調査結果報告 (2) 商業振興に向けた課題と方向性の検討 (案) (3) 工業振興に向けた課題と方向性の検討 (案) (4) ①企業ヒアリング調査・先進事例調査結果報告 ・ア 調査実施経過 ・イ 企業ヒアリング調査・先進事例調査結果報告書 ②企業立地論の整理 (案) ・ア 企業立地条件の整理 ・イ 企業立地条件に対する対応状況 ・ウ 企業立地論に対する木更津市の評価 ③企業立地の方向性の整理に向けて
第 3 回研究会	平成 25 年 2 月 25 日	(1) 商業振興に向けた課題と方向性の検討 (案) (2) 工業振興に向けた課題と方向性の検討 (案) (3) 企業立地の方向性の検討 (案) ①かずさアカデミアパークの課題、方向性 (案) ②金田地区の課題、方向性 (案) ③インターチェンジ (IC) 周辺の課題、方向性 (案) (4) 報告書の構成 (案)
第 4 回研究会	平成 25 年 3 月 25 日	(1) 報告書 (案) (2) 報告書参考資料の目次構成 (案)

資料 3. 研究会意見要旨一覧

研究会	意見要旨
第 1 回研究会	○商工業・消費者・来訪者の動向意向調査（案）について ・ 買い物場所は、千葉市や船橋市などに行く市民も多いと思われるのでもっと詳しく聞いた方がよい。 ・ 買い物場所には、通信販売も入れた方がよい。 ・ 自由意見では、テーマを決めて書いてもらうほうが書きやすいのではないか。 ・ 産業を下支えする産業資機材を流通させる事業者のために、卸売り事業者も対象に含めるべきである。 ・ 商業と工業の両方に関わる事業者もいる。 ・ 工業における建設業が占める割合というのは大きいのでアンケートの対象業種としたほうがよい。 ・ 三井アウトレットパーク木更津でのヒアリングでは、正式に何年まで社会実験で安くなっているがさらに延長するように努力しているというような説明をしたうえで、交通社会実験後のアクアラインの利用について聞いたほうがよい。 ・ 三井アウトレットパーク木更津の設問に、子供の遊ぶ場所が必要ではないという視点から、来訪者に欲しい施設やジャンルなど含めてはどうか。 ・ 他のアウトレットに行った後にどこか寄るところがあるのかということを探ねれば、木更津市の参考になる。 ・ 目標回答率は設定しているのか。 ○企業立地の可能性調査等（案）について ・ 企業立地は、雇用創出という視点も含めて考える必要がある。 ・ 商工業の振興と企業立地とは区別して考えるほうがよい。

研究会	意見要旨
第 2 回研究会	○アンケート調査結果報告について ・ 商工業振興の問題点がある程度見えるので、商工業事業者が希望するところをいかに支援していくかを考えれば産業振興の方向は具体化していくと思う。 ・ 近場で商品を購入する場合は、全体額のうちのどれくらいの比率になっているかを聞いてもよかったのではないか。 ・ 商品や買い物動機によって、生協や通販などのウエイトがわかって傾向が見えたので商店街の活性化などに活かせるのではないか。 ○商工業振興、企業立地について ・ 工業立地では、金田西地区や木更津 IC も誘致候補地に含まれていることから用途地域変更など研究テーマが広がり、研究会としてどのような研究をすればよいか再確認が必要である。 ・ 木更津市の産業振興条例基金は、地元の商工業者が使いやすいものとして積み立てられたものだが、マクロ的な話になると逆に地元企業が使いづらくなるのではないかと懸念がある。 ・ ある特定の事業分野を育成するために、この基金を使おうということもこの研究会で提案すればよいと思う。 ・ 木更津市内には 4 箇所のインターチェンジがあるので木更津北に限らず 4 箇所とも同等に考えてはどうか。 ・ インターチェンジを活用した道の駅などが構想されており、商業工業振興の視点から他のインターチェンジも活用することを視野に入れて考えたほうがよい。

研究会	意見要旨
第3回研究会	○商工業振興、企業立地について ①商業振興 ・次年度策定予定の産業振興計画等において、基金の充当などの活用方法について明確にすべきである。また、必要であれば基金の積み増しや基金を超えた支援も視野に入れるべきである。 ・空き店舗には、貸店舗になっているものと商売自体をやめて空き店舗になっているものと2種類ある。居住空間と一体となった店舗もありこれらの店舗に対してどのようなフォローをしていくのか、そこを明確にしていくことが必要である。 ・みなと木更津再生構想が公表されているので、みなとを活用した商業振興を考えるべきである。また、鎌足桜なども活性化の資源として捉えて振興策を考えるべきである。 ・みなとに計画されている大型商業施設のお客を駅周辺に誘導するなど、駅前商店街への来客動線をつくることが重要である。 ・市内中心部に高齢者も入りやすいように、市内循環バスの運行も考えるべきである。 ・みなと木更津再生構想や中心市街地活性化基本計画、そして今回産業振興計画が策定されるため、これら三つ構想、計画の整合を図ることが重要である。 ・多くの来訪客は特色のある飲食店に寄ることが多いため、商業振興においては飲食機能を重視すべきである。 ・5年後、10年後の木更津市を考えた場合、定住人口を増やすという考え方が重要である。また、消費者や商業者も高齢化していくことを考えた場合、振興策は1～2年後を見据えたものとすることも考慮すべきである。 ・木更津には、鎌足の伝説とか、ヤマトタケルの伝説など古代ロマンを感じさせるものがあり、それらをもっと活用した振興策を考えるべきである。 ②工業振興 ・木更津高専では、テレワークセミナーを実施してきた経過があり、高専としても重要視してきた事業である。今回、小中学校に対する「出前授業」という事業が提案されているが、その復活を行政が支援するとみてよいか。また、これらの事業に係る費用負担についても産業振興計画の中で検討したうえで位置づけるべきである。また、教育委員会や商工会議所との連携についても十分考慮してもらいたい。 ・木更津港は山砂などの積み出し港であり、多くのダンプが走っているため、建設骨材に係る産業をはじめ交通インフラ整備も工業振興の面で重要な要素である。雇用とか納税とかいうところで結構隠れた存在感のある産業なので重視する必要がある。 ・ダンプが走るということも地域の特性として捉えれば、ダンプが好きな人もいるので活性化資源となりうるのではないか。 ③総論 ・市のビジョンというものを見る機会が非常に少ないと感じているので、市はもっと広報すべきである。また、木更津の持っている資源をもっともっと活用すべきだし、知らしめるべきである。 ・中心市街地地区、港地区、観光地区といった土地利用や農業地域における土地利用転換なども含め、振興に向けて都市計画等の所管部署を含めて各課で動いてもらうことが重要である。 ・地域特性は、工業も商業も書かれてはいるが、産業振興面でもっと拾い上げるべきである。

研究会	意見要旨
第4回研究会	○報告書（案）について ①商業振興 ・消費者も経営者も高齢化が進んでいるなか、商業振興では高齢者対応が不可欠である。 ・買い物のために店を回ることが重要であり、施設や機能をつなげていくことが公の役割でもあるため、巡回バス等の運行を考える必要がある。また、一定時間無料とする公共駐車場の設置も必要ではないか。 ・高齢ボランティアの活用も視野に入れておきたい。希望者は多いので広報で情報発信するなど公が主導することも必要である。 ・中心市街地にはTMOが組織されており、年間予算を空き店舗対策に集中投資することも考える必要がある。 ・商店街等、既存の組織に属さない若い商店主の集団も市内には存在するのでそこに支援をすることも必要である。 ・空き店舗を低家賃で貸してくれることもある意味でボランティアだと思うし、このように努力している事業者に対して、固定資産税の減免などの措置を検討してもいいのではないか。 ・「週末木更津計画」で土日に人が多く集まって来るにもかかわらず、肝心の地元である駅西口の商店街は土日に閉店しているので、このような状況を改善する必要がある。 ②工業振興 ・木更津高専が実施している「テレワークセミナー」は「駅前高専」と呼ばれていたが、実施場所の確保は重要で、例えば三井アウトレットパーク木更津で場所を提供してもらえればイベントとして実施してもよいと考えている。 ・高専では公開講座も実施しているが、これは先生方の個人的つながりで依頼され日程も決めているという事情がある。これを教育委員会や商工会議所等の組織でのつながりも加わればもっと充実した講座とすることも可能になる。 ・高専には女子学生が半数いて、地元出身も多いため多くは地元企業に就職している。男子学生も地元志向があるため、かずさアカデミアパークのように魅力ある企業があれば気持ちを傾けると思う。 ・製造業は、技術的なレベルアップを目指し、実際にレベルアップしている企業も多い。高専にはこのような企業個々に対してアドバイスをしてもらえるようにしてもらいたいと考えている。 ・小中学校などで、模型づくりを通じてものづくりへの関心を高めることも検討することも必要である。 ③企業立地 ・金田西地区については、海を活用した企業誘致を考えてはどうか。晴天時は富士山も見えるという好立地条件もある。 ・金田西地区は、企業も津波を心配するなど、災害に対する不安が拭えない状況にあるため、防災情報は早めに企業に伝達する必要がある。 ④総論 ・東京湾アクアライン 800 円の効果は非常に高い。平成 26 年 3 月まで続く予定であるが、関東圏からの人の流れを止めることがないように 800 円化の要請は緊急性が高く、近々に対応することが必要である。 ・今後、この研究結果を具体化していくことになるが、農水産業、商業、工業の連携を進めていくことが重要である。 ・農業従事者は 65 歳以上が多くなり、まちなかには一人暮らしの高齢者が増えるため、高齢化が今後も進むことを前提に産業振興を考えなければならない。 ・基金は商工業の振興に欠かせないものであり、振興計画を策定する際には活用策を十分に検討してもらいたい。 ・木更津市全体の産業振興として、商工業に観光業も加えて考えるべきである。 ・ブルーベリー栽培農家と加工業は事業者も違い、振興の方向も違ったものになると思われる。木更津の農業を活用した工業、専業農家の意欲を高めることに寄与する工業を考えてもらいたい。

資料4. 消費者(市民)アンケート調査結果

1. 調査対象

- ・ 20 歳以上の木更津市民
- ・ 住民基本台帳からコンピューターによる無作為抽出

2. 調査期間

- ・ 平成 24 年 12 月 6 日から平成 24 年 12 月 16 日まで

3. 配布回収方法

- ・ 郵便による配布
- ・ 郵便による回収
- ・ 留め置き期間：約 10 日間

4. 配布数と回収率

- ・ 配布数：2,000 票
- ・ 回収数： 724 票
- ・ 回収率： 36.2%

5. 留意事項

- ・ クロス集計をした場合、元の回答者の一部に「無回答」の方がいる場合は、回答者総数が元の設問の回答者数と合わないことがあります。
- ・ 回答者数の表示で「MA」とあるのは、複数回答（マルチアンサー）のことで、回答比率合計は 100%になりません。

【地区別回答率】

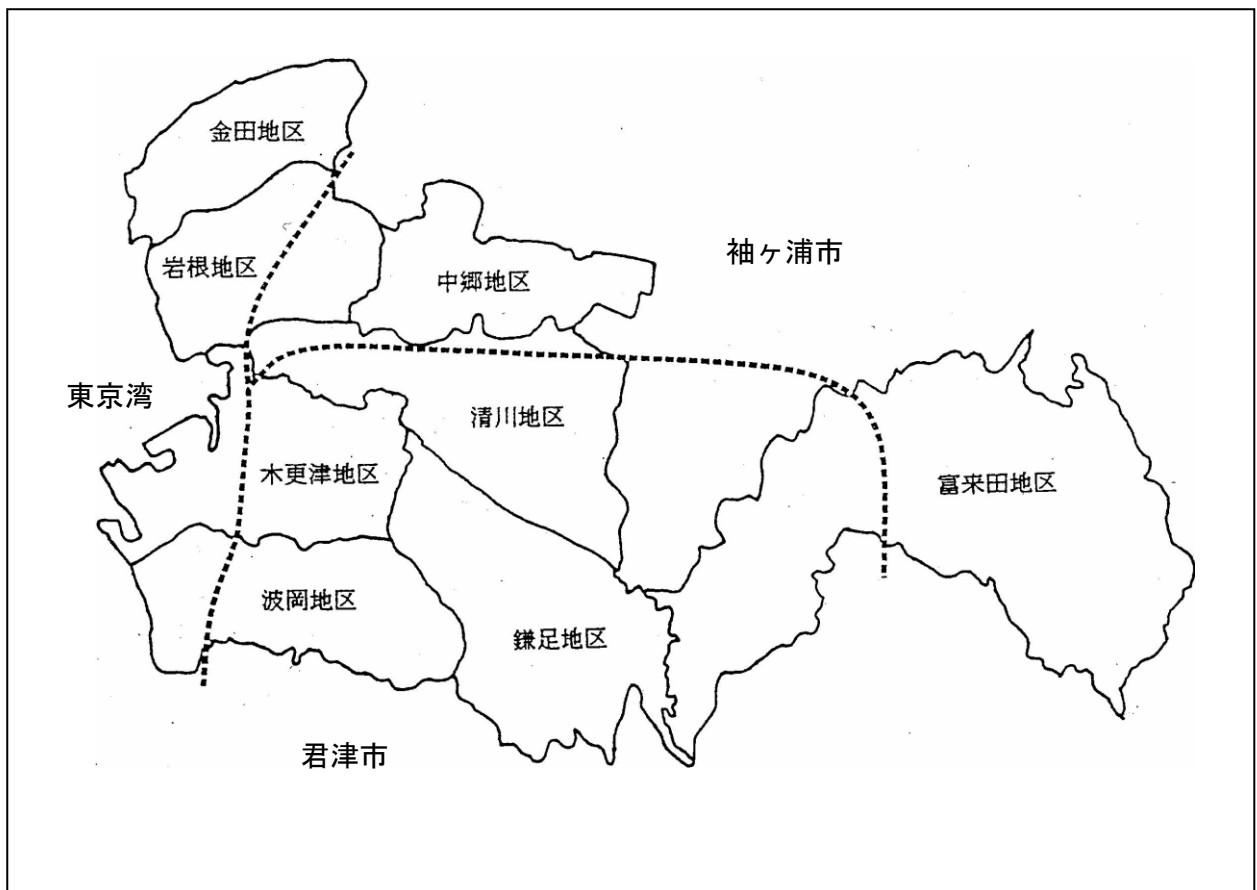
番号	地区名	人口	世帯	回収票	回答率
1	木更津地区	40,613	17,072	241	1.4%
2	波岡地区	25,679	9,501	134	1.4%
3	清川地区	28,064	10,967	156	1.4%
4	岩根地区	17,890	7,068	87	1.2%
5	鎌足地区	2,495	698	12	1.7%
6	金田地区	4,306	1,293	23	1.8%
7	中郷地区	3,123	894	19	2.1%
8	富来田地区	6,802	2,269	41	1.8%
9	埋め立て地区	340	280	1	0.4%
合 計		129,312	50,042	714	1.4%

注) 1. 本設問に対する無回答 10 票は除いています。

注) 2. 回答率は、世帯／回収票数です。

注) 3. 人口・世帯は、平成 22 年国勢調査による。

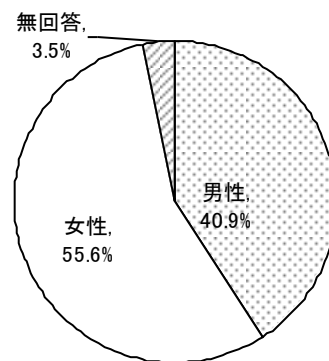
【地域区分図】



問 1. 回答者について

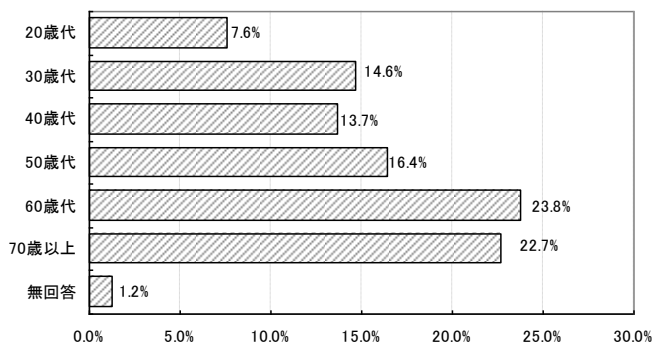
(1) 回答者の性別（回答数：724）

回答者の性別は、男性 40.9%、女性 55.6%で、女性の回答が男性の約 1.4 倍となっている。



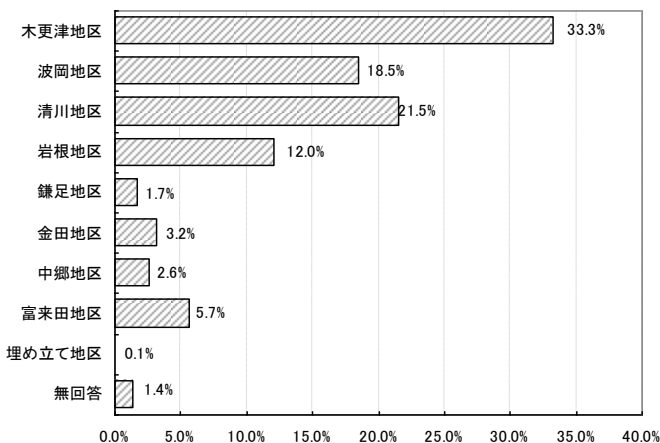
(2) 回答者の年齢（回答数：724）

回答者数が最も多い年齢層は 60 歳代で、60 歳代以上で全体の 46.5%を占めている。
60 歳代以上の回答者数をピークとして、年齢層が若くなるにしたがい回答数が減少している。



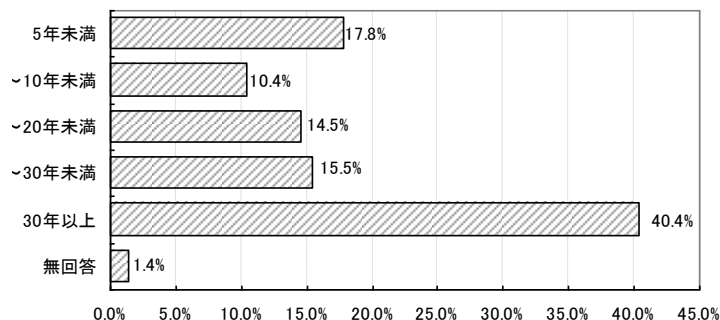
(3) 回答者の居住地区（回答数：724）

木更津地区が最も多く回答者の 33.3%と全体の約 1/3 の比率である。
次いで、清川地区 21.5%、波岡地区 18.5%と続いている。



(4) 回答者の居住年数（回答数：724）

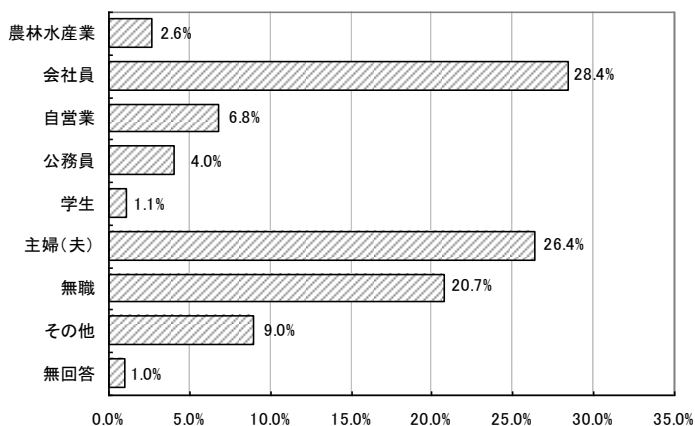
「30 年以上」が最も多く全体の 40.4%を占めている。
次いで多いのが、「5 年未満」の 17.8%であり、近年の転入者数の多さを反映している。



(5) 回答者の職業（回答数：724）

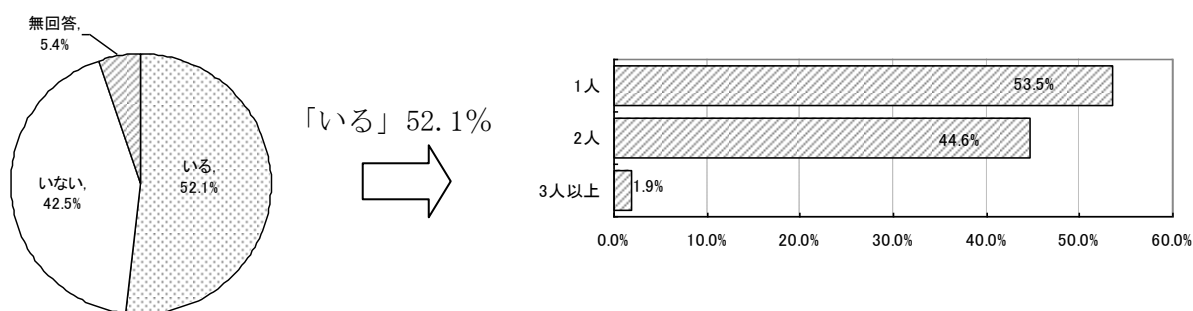
最も多いのは、「会社員」で、全体の28.4%を占めている。

女性の回答者数の多さを反映して「主婦（夫）」が26.4%を占め、また60歳以上の回答者数の多さを反映して「無職」が全体の20.7%を占めている。



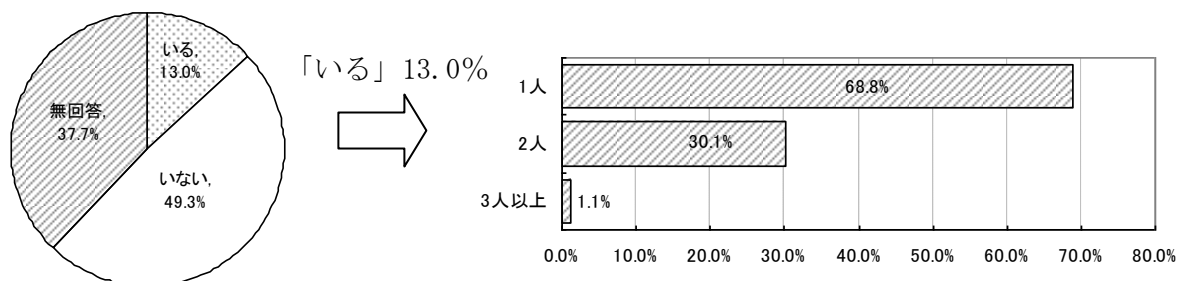
(6) ① 高齢者のいる世帯

高齢者のいる世帯は全体の52.1%である。「いる」と回答した方のうち、1人いる世帯は53.5%、2人が44.6%、3人以上が1.9%である。



(6) ② 乳幼児のいる世帯

乳幼児のいる世帯は全体の13.0%である。「いる」と回答した方のうち、1人が68.8%、2人が30.1%、3人以上が1.1%である。



問2. 日常的に利用する店や交通手段について

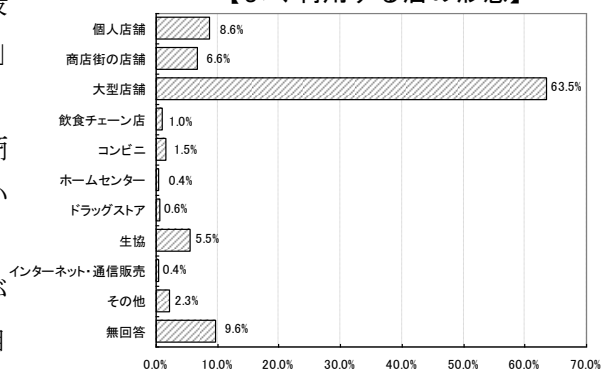
(1) 生鮮食料品

「大型店舗」を利用している方が 63.5%と最も多く、よく利用する店の場所は「市内の大型店」で 56.4%である。

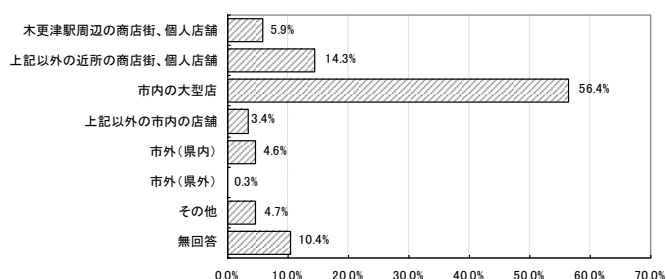
「生協」利用は 5.5%と「個人店舗」8.6%、「商店街の店舗」6.6%に次いで多い比率となっている。

交通手段については、「自家用車」利用が 70.8%と最も高く、次いで「徒歩」が 10.4%、「自転車・バイク」が 6.8%となっている。

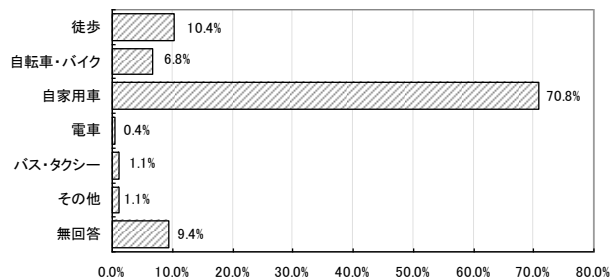
【よく利用する店の形態】



【よく利用する店の場所】



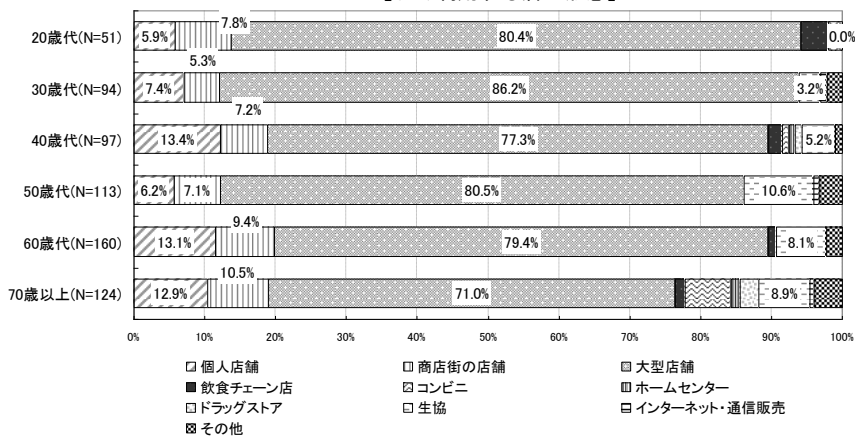
【利用する時の交通手段】



①「よく利用する店の形態」年齢別クロス（回答数：639）

全ての世代が「大型店舗」で購入しているが、「商店街の店舗」でと答えているのは 60 歳代で 9.4%、70 歳代 10.5%で他の年代よりも多い。「生協」と答えているのは 50 歳代以上に多い。

【よく利用する店の形態】

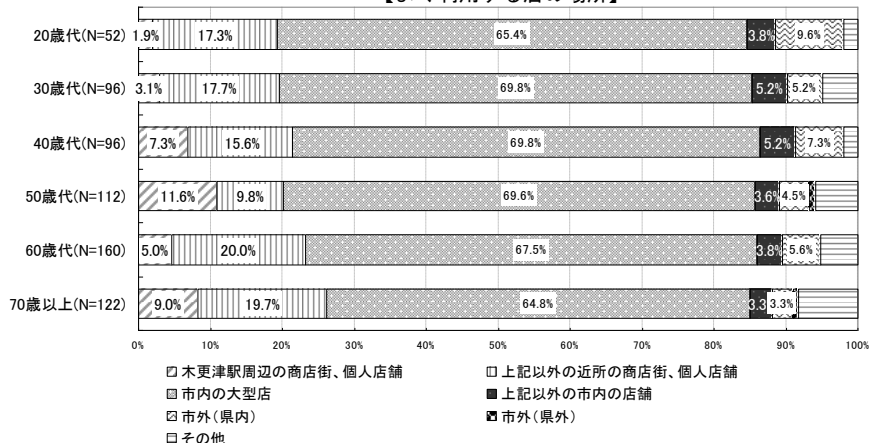


②「よく利用する店の場所」年齢別クロス（回答数：638）

全ての世代が「大型店舗」で購入しているが、それ以外では「近所の商店街・個人店舗」が続く。

「木更津駅周辺の商店街」で購入する方は 40 歳代以上が多い。

【よく利用する店の場所】

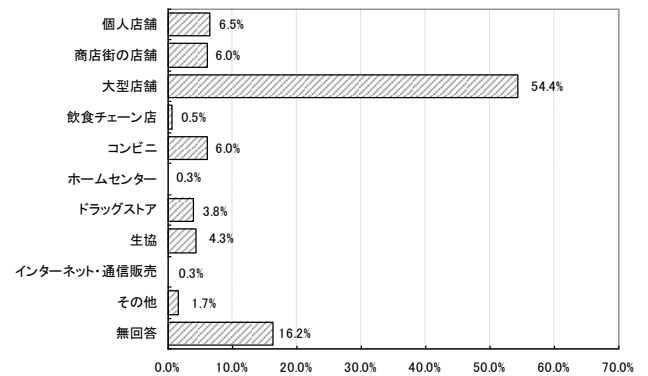


(2) 一般食料品

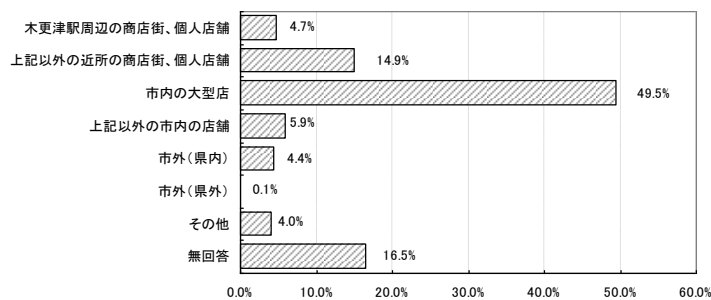
生鮮食料品よりも 10%ほど低い比率となっているものの、「大型店舗」の利用が 54.4%と最も多く、場所も「市内の大型店」が 49.5%と最も多い。「コンビニ」の利用は「商店街」と同じ 6.0%であり、「生協」利用は 4.3%で、コンビニの利用率が高くなっている。

66.3%の方は「自家用車」を利用して買い物に出かける。

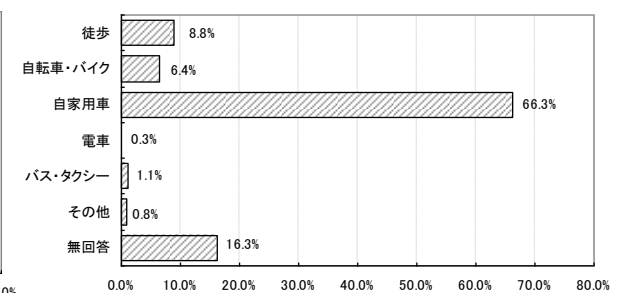
【よく利用する店の形態】



【よく利用する店の場所】



【利用する時の交通手段】

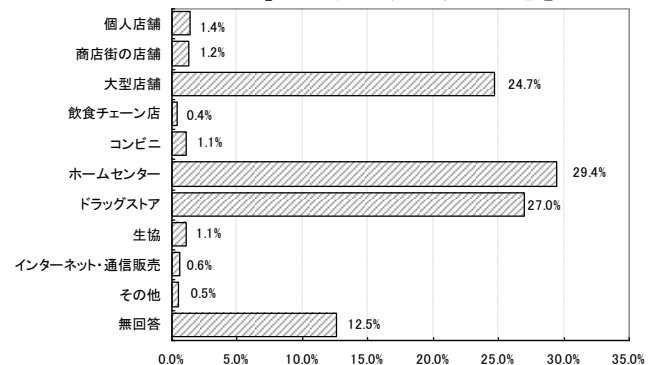


(3) 日用雑貨

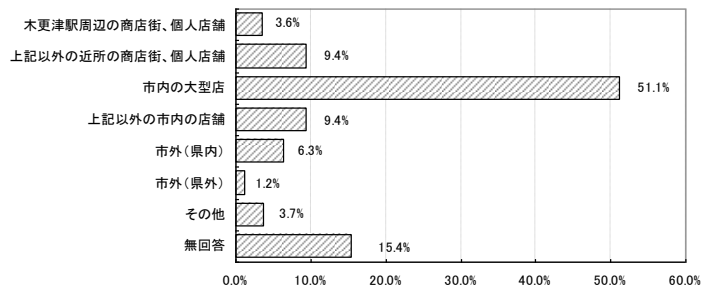
「ホームセンター」が 29.4%、「ドラッグストア」が 27.0%と「大型店舗」の 24.7%よりも多く、消費者は購買目的によってこの 3 つを使い分けていると見られる (3 つの合計は 81.1%)。

70.6%の方は「自家用車」を利用して買い物に出かける。

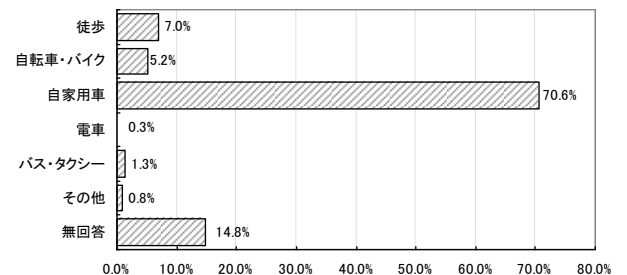
【よく利用する店の形態】



【よく利用する店の場所】



【利用する時の交通手段】



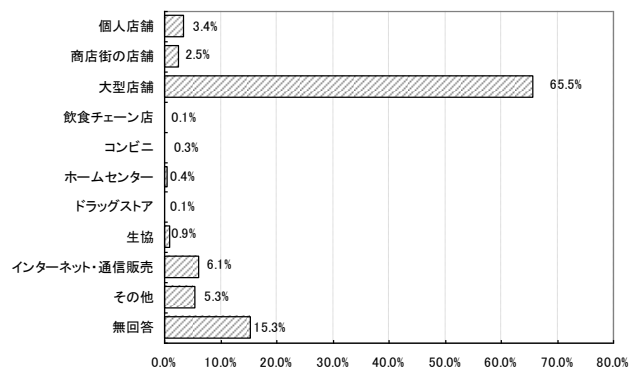
(4) 衣類

「大型店舗」が 65.5%と最も多いが、「生協」利用の比率が下がり「インターネット・通信販売」が 6.1%と「個人店舗」3.4%や「商店街の店舗」2.5%よりも多くなっている。

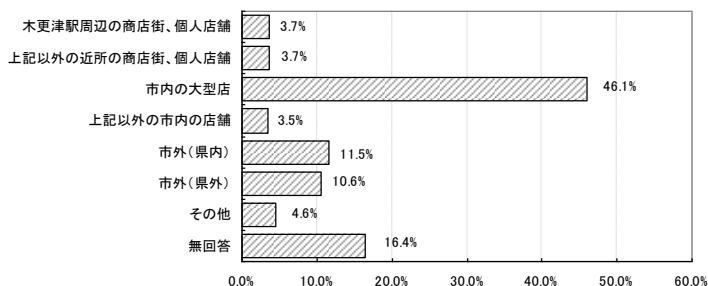
よく利用する店は「市内の大型店」が 46.1%と最も高い比率を示しているが、次いで「市外（県内）」が 11.5%、「市外（県外）」が 10.6%となっている。

「自家用車」利用が 66.0%と最も高い比率を示しているが、「バス・タクシー」の比率が 4.7%と「自家用車」に次いで高くなっている。

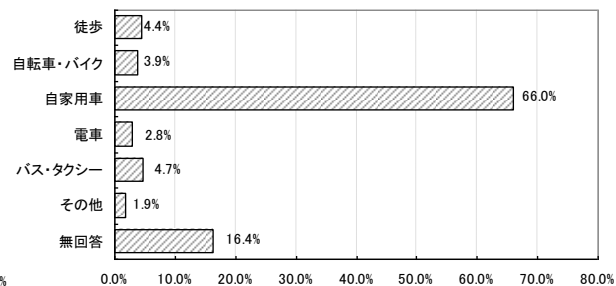
【よく利用する店の形態】



【よく利用する店の場所】



【利用する時の交通手段】



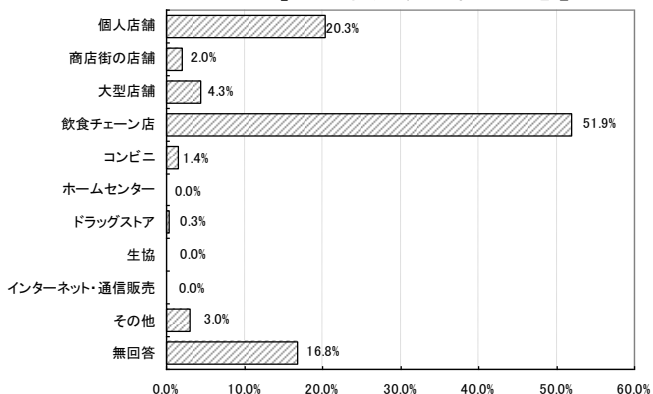
(5) 飲食

「飲食チェーン店」が 51.9%と最も多く、次いで「個人店舗」が 20.3%で、「大型店舗」の 4.3%よりも多い。

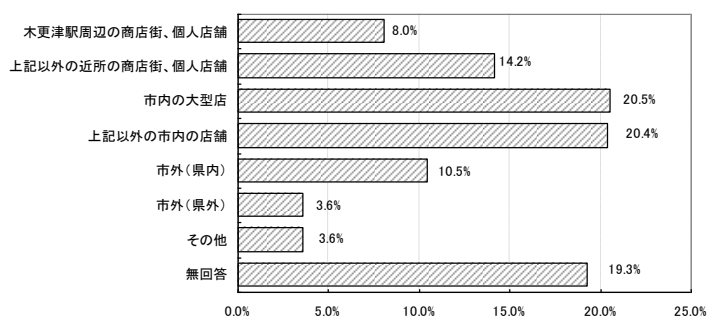
よく利用する場所も多様化し、沿道型飲食店が多いこともあって「市外（県内）」も 10.5%と高い比率を示している。

「自家用車」利用が 69.3%と最も高い比率を示しているが、「バス・タクシー」利用も 3.1%ある。

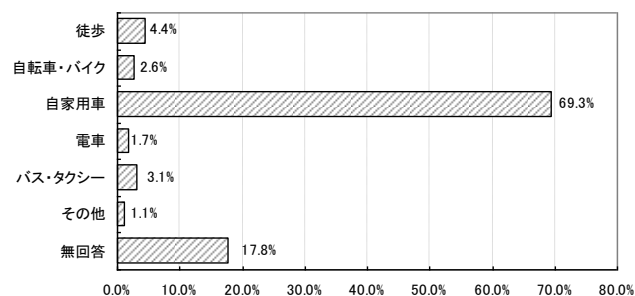
【よく利用する店の形態】



【よく利用する店の場所】

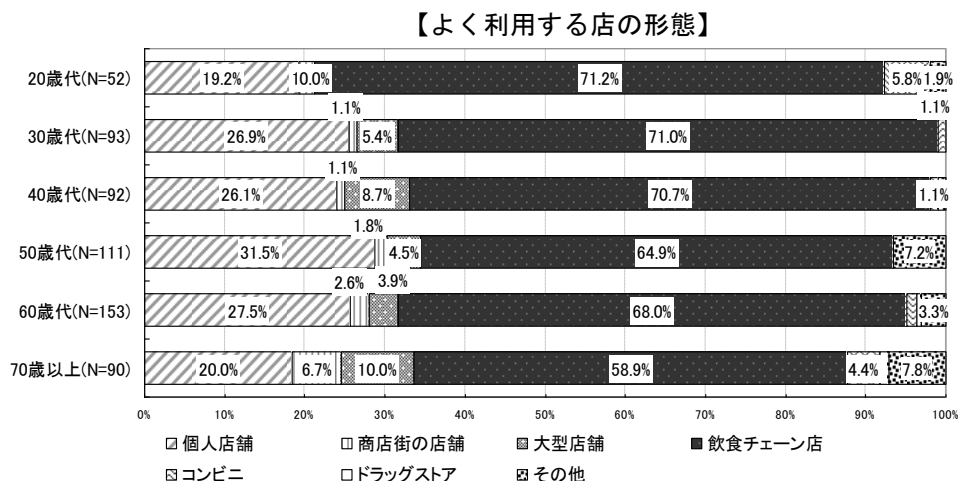


【利用する時の交通手段】



①「よく利用する店の形態」年齢別クロス（回答数：591）

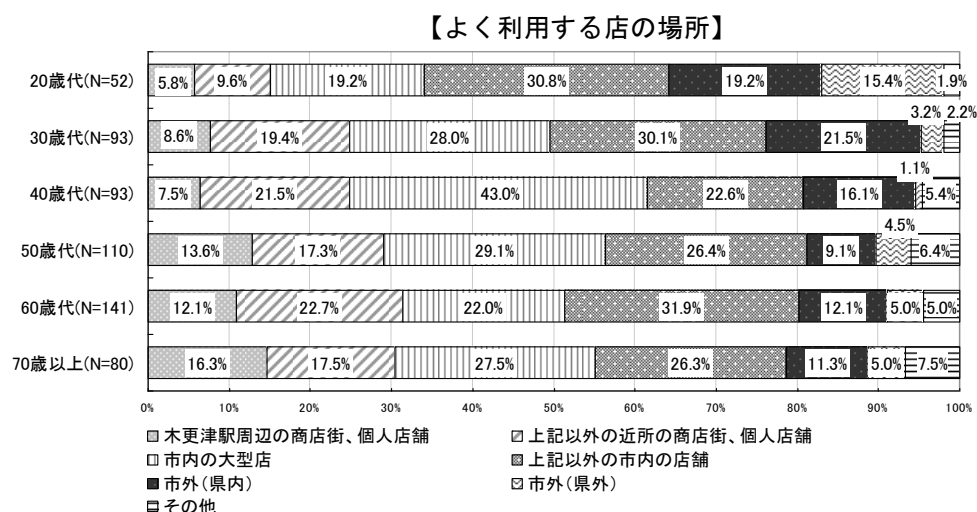
全世代で「飲食チェーン店」が約 60%から約 70%を占め最も多い。その一方で「個人店舗」も全世代で約 20%～約 30%を占めており、「飲食チェーン店」の約 1/2～1/3 の比率である。70 歳代以上で「個人店舗」を利用するのは、20 歳代と同じ約 20%である。



②「よく利用する店の場所」年齢別クロス（回答数：569）

「市内の大型店」は 40 歳代が 43.0%と最も高く、次いで 50 歳代が 29.1%、30 歳代が 28.0%と続いている。商店街でも近所の個人店舗でもない「市内の店舗」でみると、20 歳～30 歳代、及び 60 歳代がそれぞれ約 30%で他の世代よりも比率が高い。

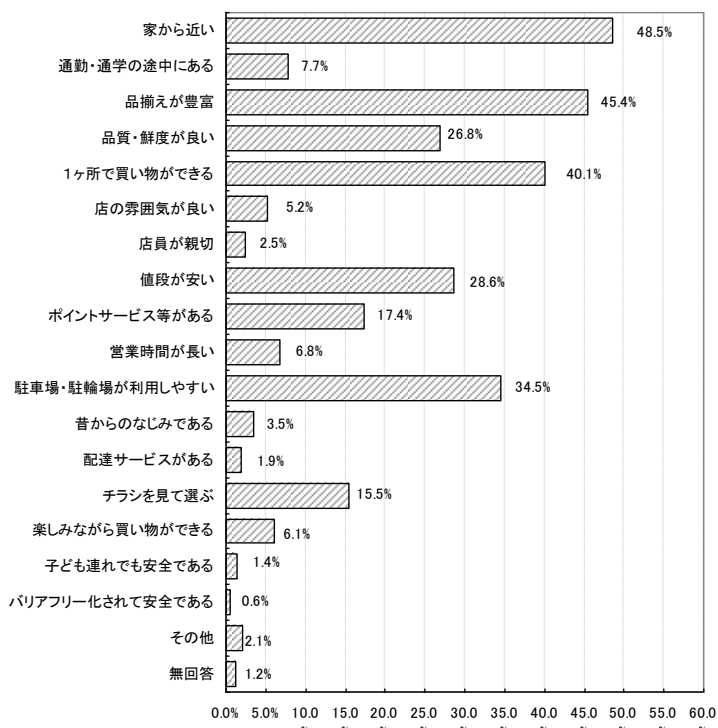
「木更津駅周辺の商店街、個人店舗」の利用は 50 歳代以上で比率 10%を超え、50 歳代は 13.6%、60 歳代では 12.1%、70 歳代以上では 16.3%と世代の中で最も高い割合を示している。



問3. 日頃よく利用する店を選ぶ理由（MA）

「家から近い」が 48.5%と最も高く、次いで「品揃えが豊富」が 45.4%、「1 箇所で買い物ができる」が 40.1%、「駐車場・駐輪場が利用しやすい」が 34.5%となっている。

「値段が安い」、「品質・鮮度が良い」はそれぞれ 28.6%、26.8%であり、自家用車を利用し、品揃えが豊富で 1 箇所で欲しい物が購入でき、駐車場も利用しやすいという買い物利便性が求められているといえる。



①「日頃よく利用する店を選ぶ理由（MA）」年齢別クロス（回答数：706）

各年齢層で、理由の1位から5位までを並べたのが下表である。

「家から近い」「品揃えが豊富」というのが各年齢層で上位を占めており、次いで「1 箇所で買い物ができる」「値段が安い」と続いている。

「家から近くて品揃えが豊富な大型店舗」に集中している様子が見て取れるが、それでも何を買うにしても車利用が多い結果になっている。

ほとんどの世代で「品質・鮮度がよい」よりも「駐車場・駐輪場が利用しやすい」ほうが良いと思われる。

年齢層	1位	2位	3位	4位	5位
20歳代	家から近い	品揃えが豊富	値段が安い	1箇所で買い物	通勤・通学途中
30歳代	家から近い	値段が安い	品揃えが豊富	駐車場利用	品質・鮮度
40歳代	家から近い	品揃えが豊富	値段が安い	1箇所で買い物	駐車場利用
50歳代	品揃えが豊富	家から近い	1箇所で買い物	駐車場利用	品質・鮮度
60歳代	1箇所で買い物	品揃えが豊富	家から近い	駐車場利用	品質・鮮度
70歳代以上	家から近い	1箇所で買い物	品揃えが豊富	駐車場利用	品質・鮮度

②「日頃よく利用する店を選ぶ理由（MA）」地区別クロス（回答数：705）

木更津地区や清川地区は市街化区域で大規模商業施設も多く立地し、金田地区も金田土地区画整理事業により大規模商業施設が立地したことから家から近い位置に大型店舗があるといえる。

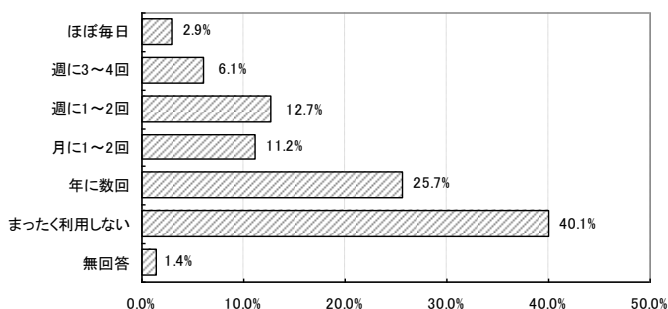
地区名	1位	2位	3位	4位	5位
木更津地区	家から近い	品揃えが豊富	1箇所で買い物	駐車場利用	品質・鮮度
波岡地区	品揃えが豊富	駐車場利用	家から近い	1箇所で買い物	値段が安い
清川地区	家から近い	品揃えが豊富	1箇所で買い物	駐車場利用	値段が安い
岩根地区	家から近い	品揃えが豊富	1箇所で買い物	駐車場利用	値段が安い
鎌足地区	値段が安い	品揃えが豊富	1箇所で買い物	家から近い	品質・鮮度
金田地区	家から近い	駐車場利用	品揃えが豊富	1箇所で買い物	品質・鮮度
中郷地区	1箇所で買い物	家から近い	値段が安い	品揃えが豊富	駐車場利用
富来田地区	1箇所で買い物	家から近い	値段が安い	品揃えが豊富	駐車場利用
埋め立て地区	1箇所で買い物	ポイントサービス	品揃えが豊富	—	—

注）「埋め立て地区からの回答は1票のみである。

問4 木更津駅周辺の商店街を利用する頻度

「まったく利用しない」、「年に数回」と回答した方の合計は全体の 65.8%である。

「ほぼ毎日」から「週に1～2回」までの合計が 21.7%であり、これに「月に1～2回」を加えると 32.9%となる。

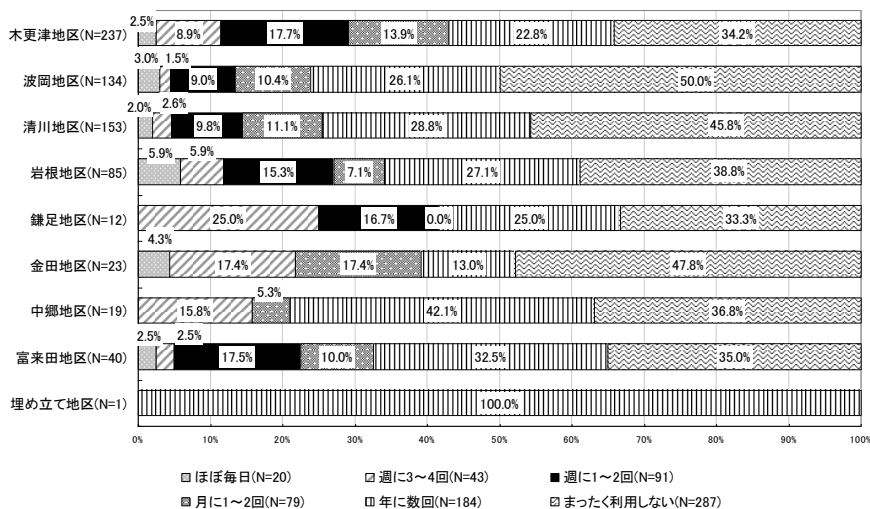


①「木更津駅周辺の商店街を利用する頻度」地区別クロス（回答数：704）

週に1回以上木更津駅周辺の商店街を利用している方が最も多い割合を示している地区は、「鎌足地区」で41.7%である。

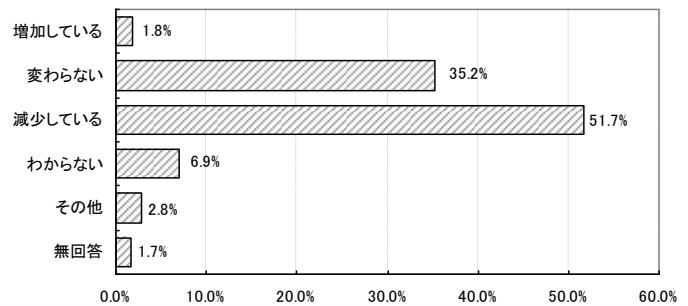
次いで「木更津地区」29.1%、「岩根地区」27.1%「富来田地区」22.5%となっている。

木更津地区で「月に1～2回以上」利用しているのは43.0%であり、鎌足地区も41.7%ある。



問5. 以前と比べて木更津駅周辺の商店街を利用する頻度の変化

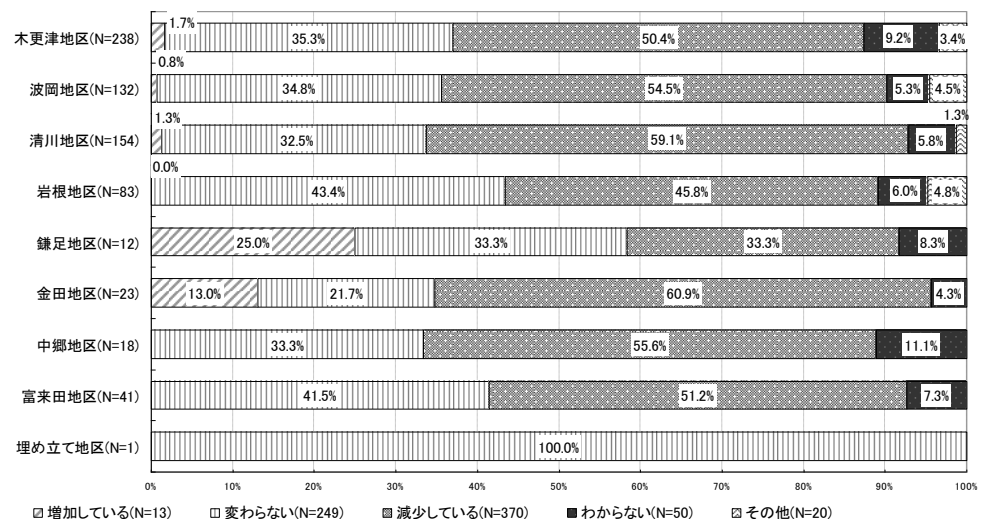
「減少している」と回答された方が51.7%で減少傾向を示しているが、その一方で「増加している」と回答された方が1.8%ある。



①「木更津駅周辺の商店街を利用する頻度の変化」地区別クロス（回答数：702）

母数が少ないため傾向としては言えないところがあるものの、鎌足地区、金田地区では「増加している」との回答の比率はそれぞれ25.0%、13.0%と他の地区に比べて比率が高い。また、比率は低い「増加している」との回答があったのは木更津地区1.7%、波岡地区0.8%、清川地区1.3%であり、これらの地区は母数が多いことから増える要素があるとみることができる。

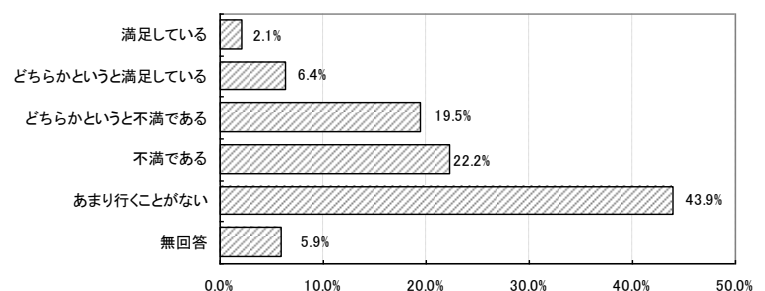
「減少している」との回答比率が高いのは、岩根地区、鎌足地区を除く全地区で、比率はいずれも50%を超えており、木更津駅周辺の商店街は大型店舗に顧客を吸収されているとみることができる。



問6. 木更津駅周辺の商店街での買い物や飲食に対する満足度

「不満である」「どちらかという」と不満である」の合計が41.7%あり、「満足である」「どちらかという」と満足である」の合計8.5%を大きく上回っている。

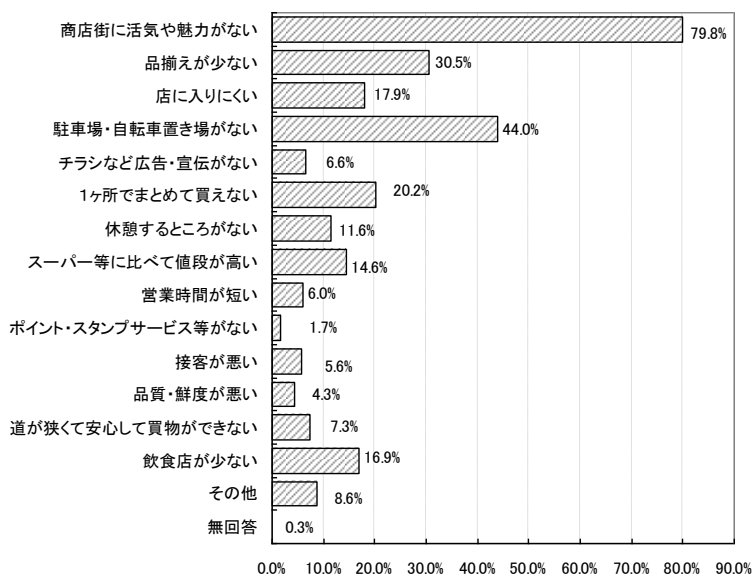
「あまり行くことがない」という回答が半分近くある。



問 7. 不満なところ（MA）

前問で「不満である」「どちらかという」と不満である」と回答された方にその理由をきいたところ、「商店街に活気や魅力がない」と回答された方が 79.8%と最も多く、「駐車場、自転車置き場がない」が 44.0%であった。

次いで、「問 3」の日頃よく行く店の理由で評価が高かった「品揃え」が、少ないとの評価が 30.5%、「1ヶ所でのまとめ買い」は、できないとの評価が 20.2%と、利便性についてのマイナス評価が挙げられ、「飲食店が少ない」（16.9%）という評価もそのあとに挙げられている。

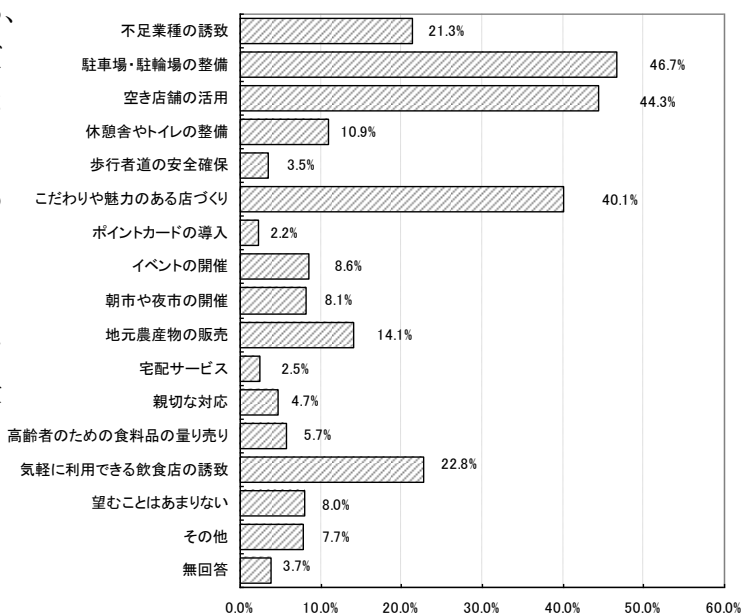


問 8 木更津駅周辺の商店街に望むこと（MA）

「駐車場・駐輪場の整備」が 46.7%、「空き店舗の活用」が 44.3%、「こだわりや魅力のある店づくり」が 40.1%となっている。

次いで「気軽に利用できる飲食店の誘致」が 22.8%、「不足業種の誘致」が 21.3%となっている。

魅力のある店や不足業種の誘致などとあわせて駐車場の整備などが求められているといえる。

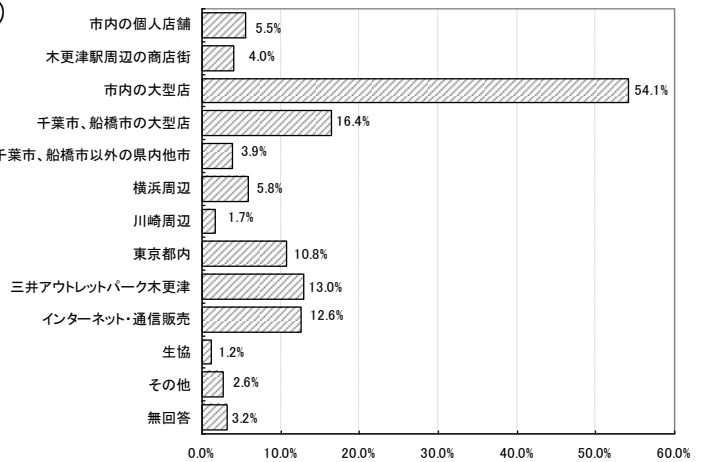


問9 買い回り品を主に購入する店（MA）

「市内の大型店」が 54.1%と突出して多く、市内の大型店は市民の日常・非日常の買い物に重要な役割を担っている。

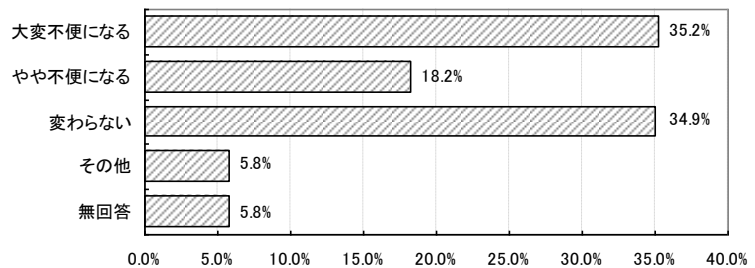
次いで「千葉市、船橋市の大型店」が 16.4%、「三井アウトレットパーク木更津」が 13.0%となっており、さらに「インターネット・通信販売」が 12.6%と続いている。

一方、「東京都内」や「川崎周辺」「横浜周辺」の合計は 18.3%となっており、約 20%の方が東京湾アクアラインを利用して県外に出ている。



問10. アクアライン通行料が通常料金となった時の影響

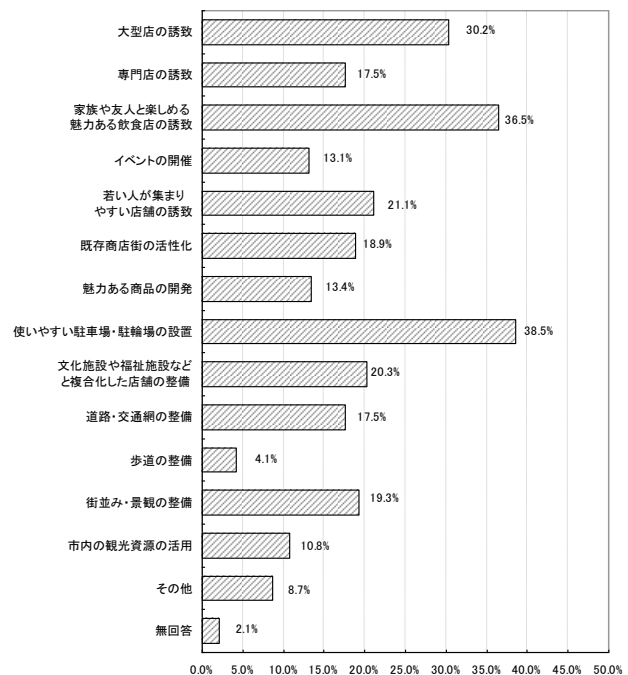
現在、交通社会実験中のため、通行料金は通常の 1/4 程度に抑えられているが、実験終了後に通常料金体系に戻った場合の影響について、「大変不便になる」、「やや不便になる」の合計が 53.4%と半分以上の方が不便になると回答している。



問11. 木更津市の商業のにぎわい・活気・魅力づくりのために必要なこと（MA）

「使いやすい駐車場・駐輪場の整備」が 38.5%、「家族や友人と楽しめる魅力ある飲食店の誘致」が 36.5%、「大型店の誘致」が 30.2%となっている。

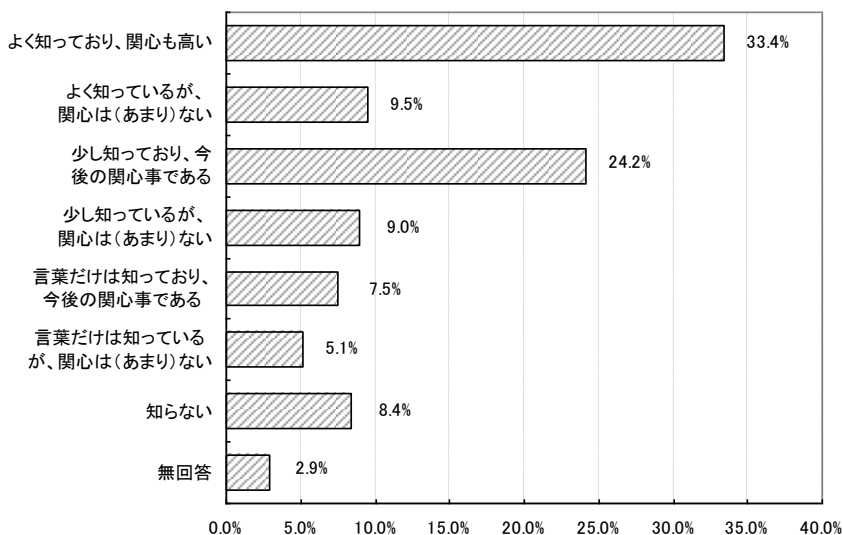
次いで「若い人が集まりやすい店舗の誘致」、「文化施設や福祉施設などと複合化した店舗の整備」、「既存商店街の活性化」、「魅力ある商品の開発」が 17%から 22%の間に集中している。



問 12 「地産地消」についての関心度

「よく知っており、関心も高い」と回答された方が 33.4%と最も高く、次いで「少し知っており、今後の関心事である」と回答された方が 24.2%で、この 2 つ合計で 57.6%と全体の約 1/2 を占めている。

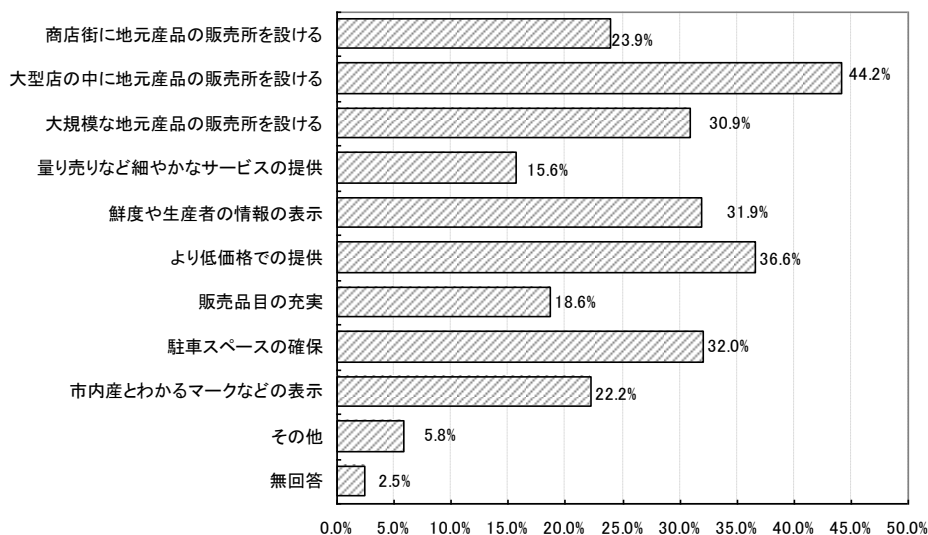
「関心は（あまり）ない」と回答された方の合計は 23.6%であり、全体の約 1/4 である。



問 13. 「地産地消」の推進にもっとも効果的と思われる方策について（MA）

「地産地消」の推進のためには、「大型店の中に地元産品の販売所を設ける」が 44.2%、「より低価格での提供」が 36.6%、「駐車スペースの確保」が 32.0%となっている。

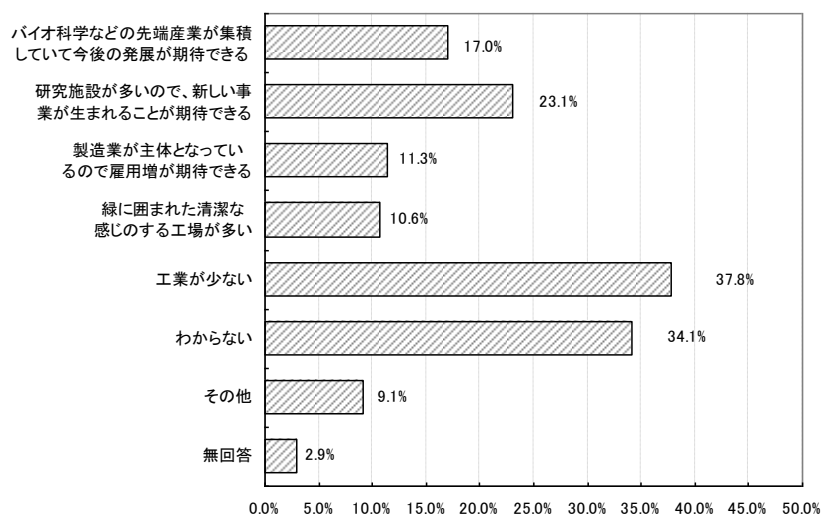
消費者の自家用車利用が多く、大型店を利用することが多いことから「大型店の中に販売所を設ける」という意見が多く出されたと思われる。



問 14. 木更津市の工業についてのイメージ

「工業が少ない」が 37.8%と最も高い比率を示しており、市民からは木更津市は住宅都市のイメージが強いと見られている可能性が高い。

次いで「研究施設が多いので、新しい事業が生まれることが期待できる」が 23.1%、「バイオ科学などの先端産業が集積して今後の発展が期待できる」が 17.0%と続いており、この2つを合計すると 40.1%となり、木更津市の先端産業に対する市民の期待度は高いといえる。



資料5. 商業者アンケート調査結果

1. 調査対象

- ・木更津市内で営業している卸売・小売事業者

2. 調査期間

- ・平成24年12月15日から平成24年12月25日まで

3. 配布回収方法

- ・郵便による配布
- ・郵便による回収
- ・留め置き期間：約10日間

4. 配布数と回収率

- ・配布数： 873 票
- ・回収数： 293 票
- ・回収率： 33.6%

- ・小売事業者からの回答：232 票

- ・卸売事業者からの回答： 44 票

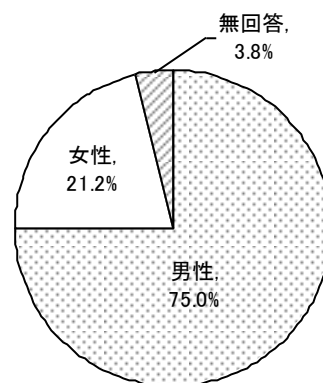
(※卸売・小売別の回答をされていない票数は17票である。)

5. 留意事項

- ・クロス集計をした場合、元の回答者の一部に「無回答」の方がいる場合は、回答者総数が元の設問の回答者数と合わないことがあります。
- ・回答者数の表示で「MA」とあるのは、複数回答（マルチアンサー）のことで、回答比率合計は100%になりません。

問 1 性別

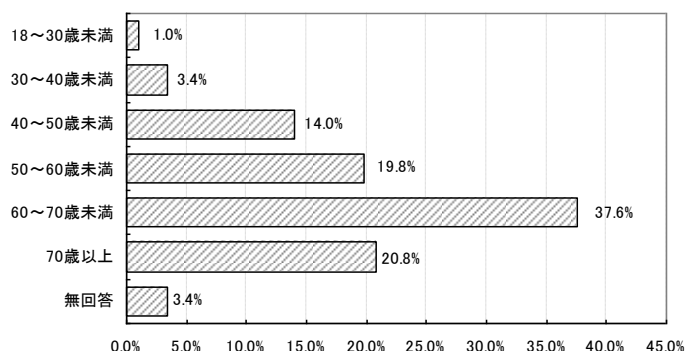
回答者の性別は、男性が全体の 75.0%を占め、女性 は 21.2%である。



問 2 年齢

回答者の年齢層は 60 歳～70 歳未満 が 37.6%と最も多く、年齢が若くなるほど比率が下がっている。

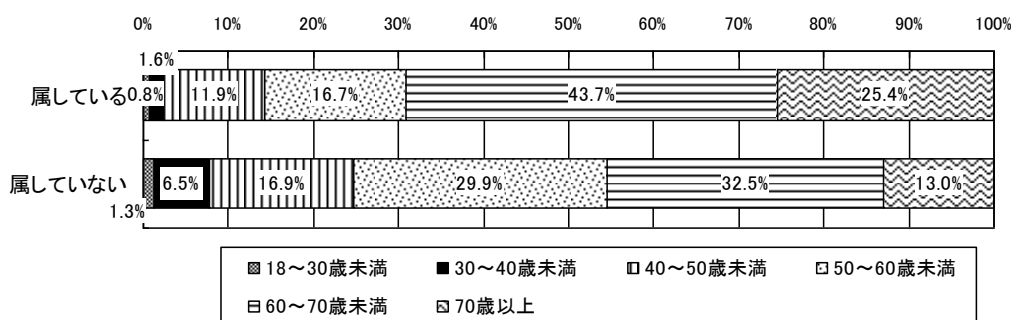
70 歳以上と回答された方は、全体の 20.8%であり、60 歳～70 歳未満に次いで比率が高く、60 歳以上で見ると全体の 58.3%と半数を占める。



①「年齢」クロス集計（回答数：203）

問 8 において、小売事業者の回答者が商店街に加入しているかどうかを聞いており、その結果、加入している方を「属している」非加入の方を「属していない」として、それぞれの年齢構成を比較した。

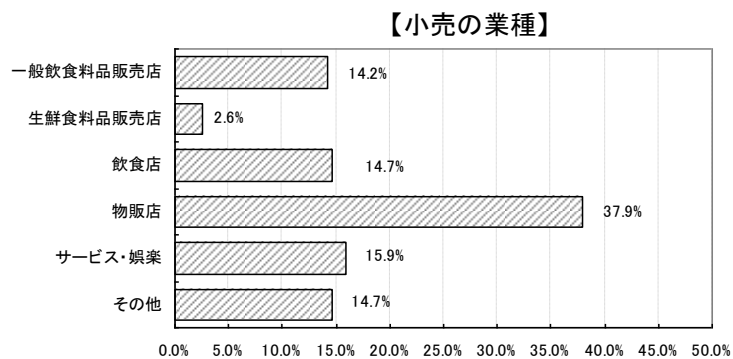
商店街加入者の年齢構成は、60 歳代以上の比率が約 70%を占めており、非加入者は 60 歳未満の年齢層が約 54%で比較的若い年齢層の商店主が多い。



問3 業種

【小売の業種】（回答数：232）

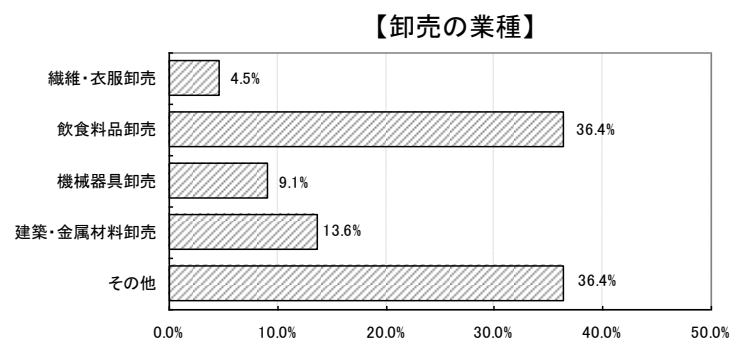
最も多いのは、物販店で回答者全体の37.9%を占めている。次いでサービス・娯楽が15.9%、飲食店が14.7%、一般飲食料品販売店が14.2%で続いている。



【卸売の業種】（回答数：44）

飲食料品卸売が36.4%と最も多く、建築・金属材料卸売が13.6%となっている。

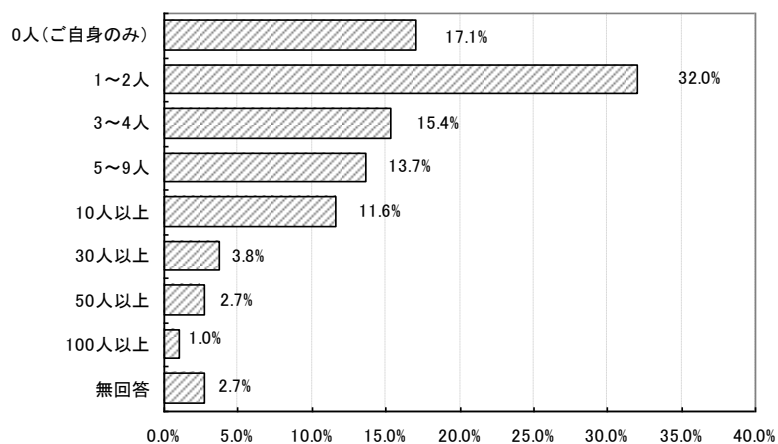
その他の回答も36.4%である。



問4 従業員数

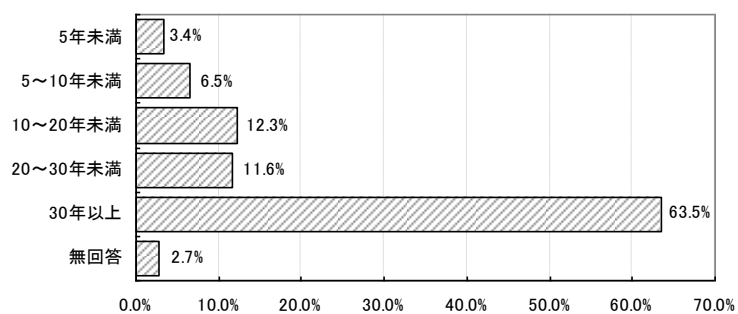
従業員数「1～2人」が最も多く全体の32.0%を占めている。

次いで回答者本人だけで営業している店舗で17.1%である。



問5 現在地での営業年数

30年以上が63.5%と最も多く、次いで20年～30年未満が11.6%となっており、30年以上が断然多い。

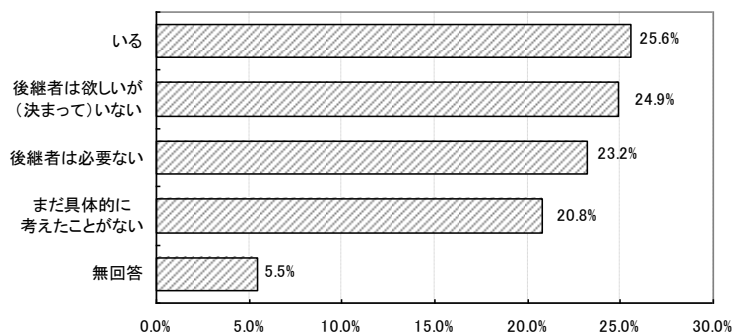


問6 後継者の有無

「後継者はいる」と回答された方が25.6%と最も多く、「欲しいがまだ決まっていない」とする方が全体の24.9%となっている。

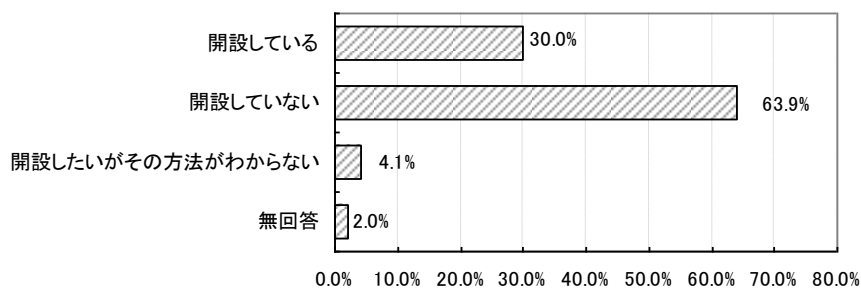
「まだ具体的に考えていない」とする方が20.8%である。

60歳以上の回答者が全体の約60%であることを考えると高齢経営者の後継者は少ないとみることができる。



問7 自社ホームページの開設

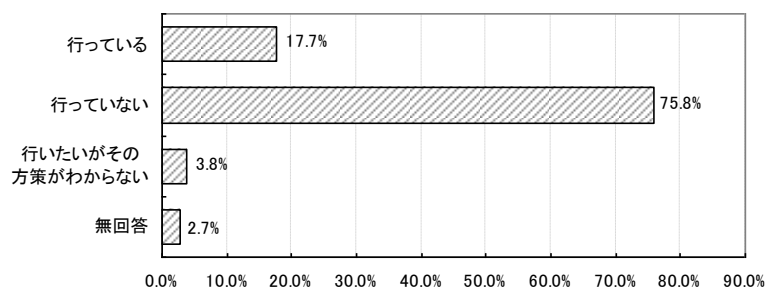
開設していない店舗も63.9%と最も多く全体の2/3を占めている。開設している店舗が30.0%を占めているが、開設したいとする方は4.1%である。



問8 インターネットを通じた商品等の販売

全体の75.8%はまだ行っていないと回答しているが、17.7%は既に実施している。

「実施したいがその方策がわからない」と回答された方は全体の3.8%あり、実施済みの方と合計すると21.5%で全体の約1/5が実施済み及び実施希望とみることができる。

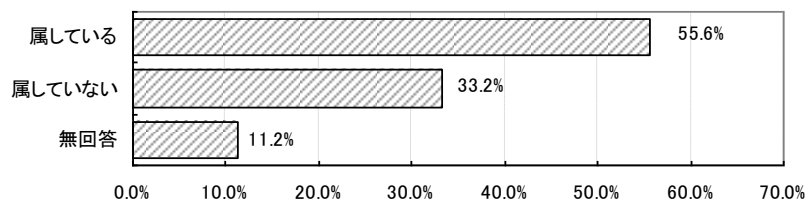


小売事業者について（回答：232）

以下は、自己の業種が「小売業」と回答された方の回答状況である。

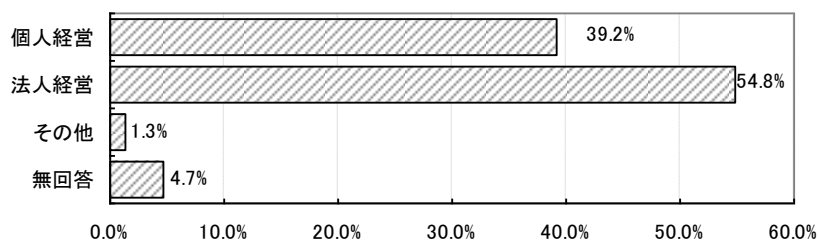
問9 商店街・商店会に属しているか。

全体の55.6%が商店街や商店会に属している。



問10 経営形態

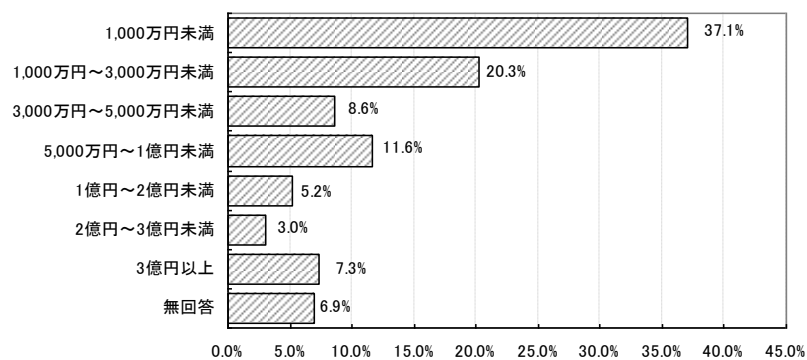
法人経営が54.8%と個人経営よりも多くなっている。



問11 店の売上げ規模

年間売上げ額が「1千万円未満」が最も多く全体の37.1%を占めている。

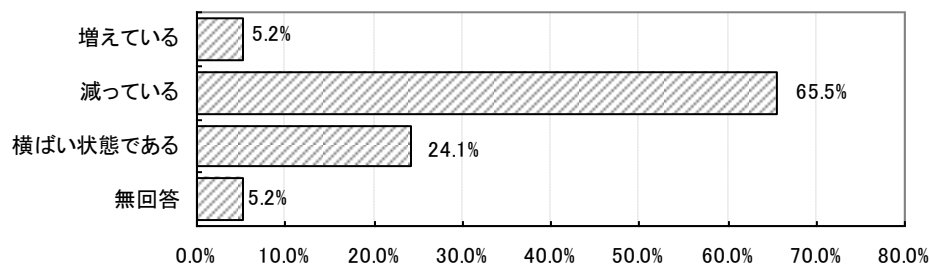
次いで「1千万円～3千万円未満」が20.3%と続いており、市内には小規模事業者が多い。



問 12 店の売り上げ状況

全体の 65.5%が、売上げが「減っている」と回答している。

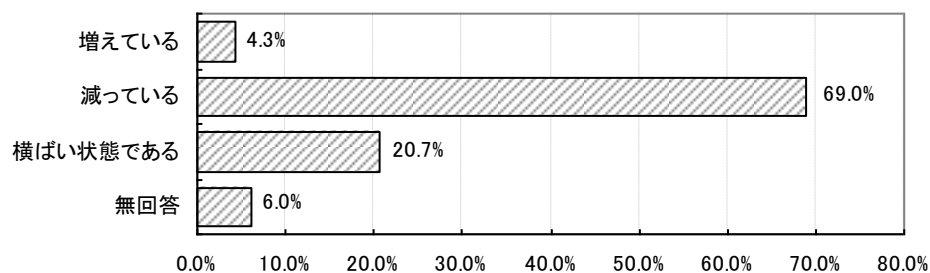
一方、「増えている」としているのは、全体の 5.2%ある。



問 13 店の経常利益の状況

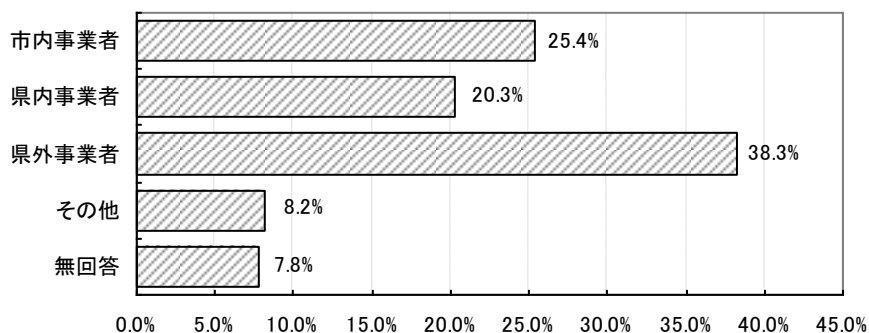
経常利益でみると、「減っている」とする方が全体の 69.0%となり、前問の、売上げが「減っている」とする方の比率を 5%近く上回っている。

売上げが横ばい状態でも、経常利益の観点から経営状況をみると厳しい情勢にあることがうかがえる。



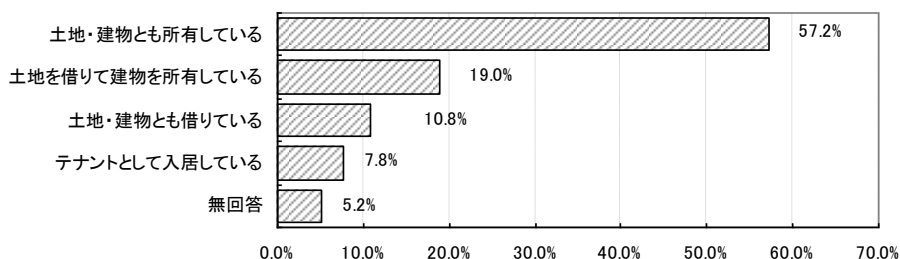
問 14 店の主な仕入れ先

「県外事業者」から仕入れている店舗が全体の 38.3%で最も多い。次いで「市内事業者」からが 25.4%で続いており、「県内事業者」から仕入れている店舗は 20.3%である。



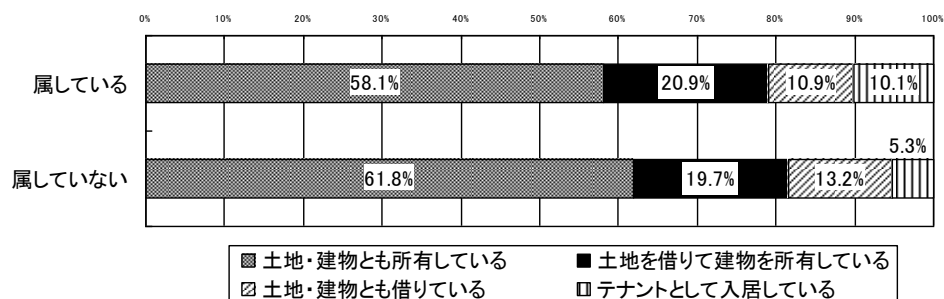
問 15 店の所有形態

「土地・建物とも所有」
が全体の 57.3%を占め、
最も多い。



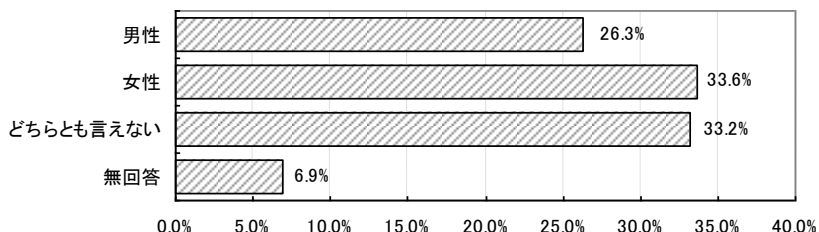
①「店の所有形態」クロス集計（回答数：205）

商店街に加入している店舗も加入していない店も、店舗の所有関係に大きな差はなく、
土地・建物ともに所有している店舗がそれぞれ 60%前後と最も多い。
テナント入居者については、商店街に加入している店舗のほうが多い。



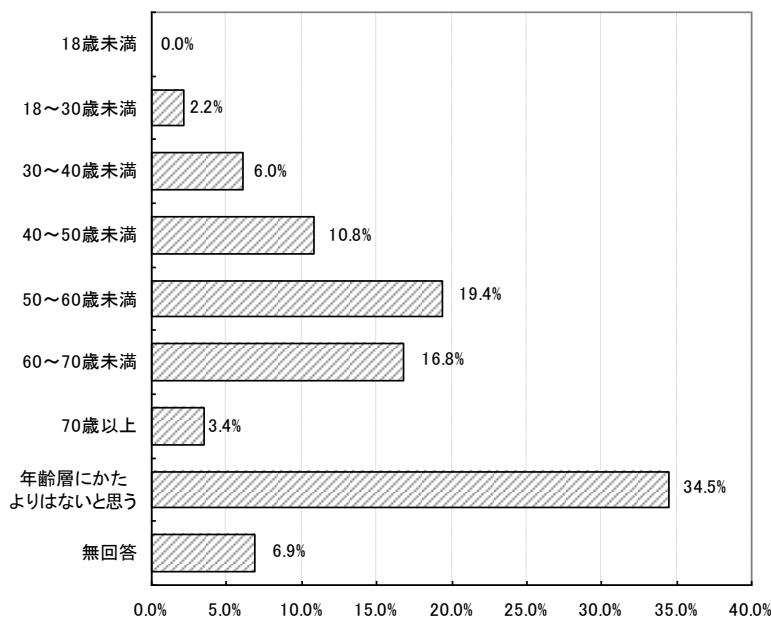
問 16 店の客層（男女・年齢層）

小売り事業者の業種は、「物
販店」「飲食店」「サービス・
娯楽」が多かったが、客層と
しては「どちらとも言えない」
のが 33.2%あるものの、「女
性」とするのが 33.6%と最も
多い。



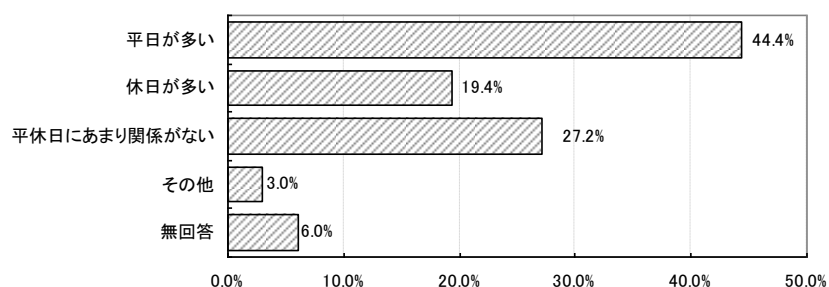
年齢層でみると、「年齢層に
かたよりはなし」というのが
34.5%と最も多く、「50～60
歳未満が多い」と回答された
方が 19.4%である。

60 歳以上でみると 20.2%
あり、「40 歳～50 歳未満」
10.8%、「30 歳～40 歳未満」
6.0%よりも多く、高齢購買層
の比率が高いとみることがで
きる。



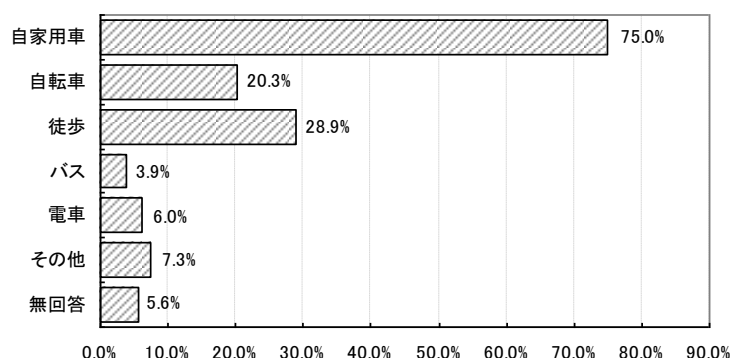
問 17 平日と休日（土日・祝祭日）の来客数

「平休日にあまり関係がない」が 27.2%あるものの、「平日」が 44.4%と最も多く、日常的な買い物に対応した小売店が多いことがうかがえる。



問 18 来客の交通手段MA

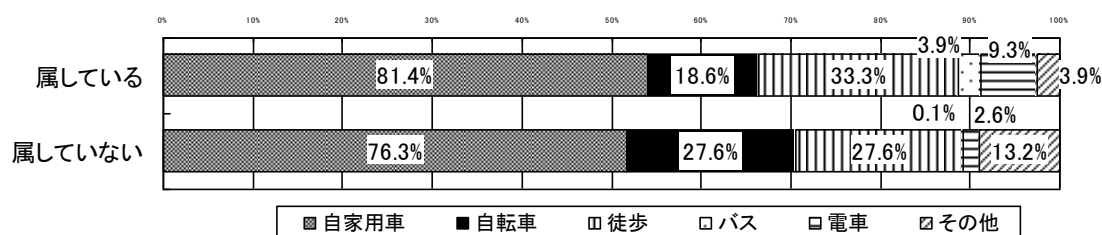
自家用車利用が 75.0%と最も高く、商店街へも自家用車利用が多いことが分かる。



①「来客の交通手段」クロス集計（回答者数：205）MA

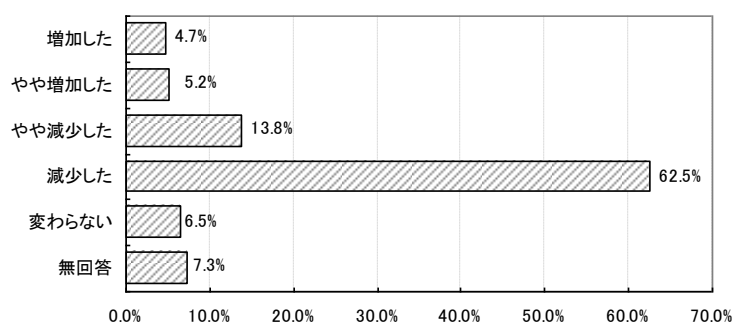
商店街・商店会に加入している店も加入していない店も交通手段の想定順位は変わらないが、加入店は徒歩のほうが自転車利用よりも約 2 倍多いとしており、商店街利用者は徒歩圏内の利用も多いとみている。

非加入店では、自転車利用と徒歩がほぼ同じ比率で、商店街よりも商圈が広いとみていることがうかがえる。



問 19 5 年くらい前と比べた、店の売り上げの動向

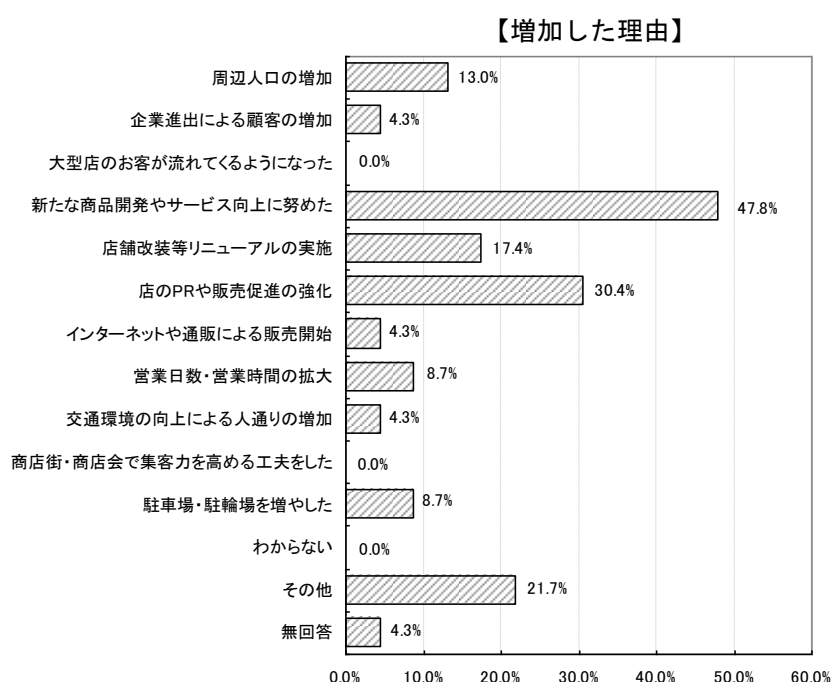
ここ 5 年間で「減少した」とする方が全体の 62.5%であるが、「増加した」「やや増加した」と回答した方が 9.9%あり、問 12 で「横ばい状態」と回答された方の一部は、この 5 年間は「やや増加」していると考えられる。



問 20 前問の売り上げの増減の理由（MA：回答者数 23 人）

【増加した理由】

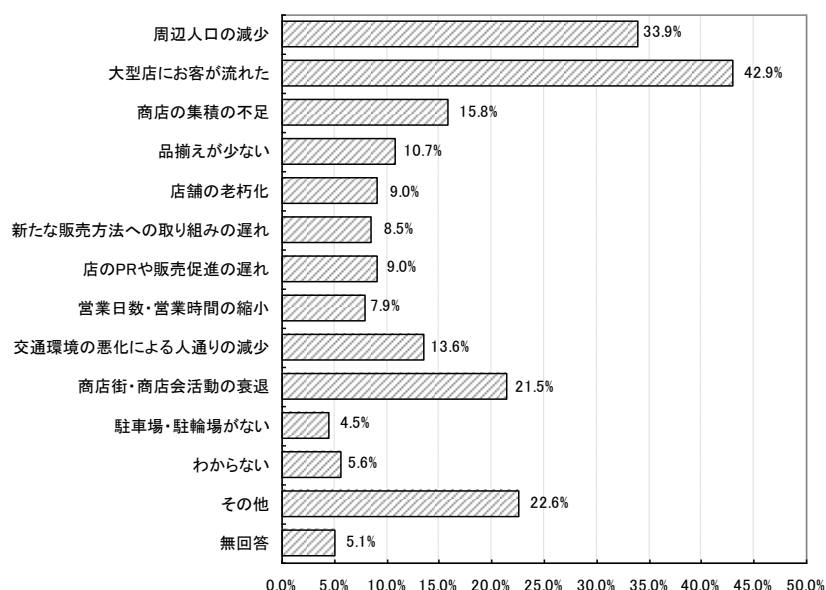
データ数が少ないため確実性は少ないが、「売り上げが増加した」理由は、「新たな商品開発やサービスの向上に努めた」(47.8%)、「店のPRや販売促進の強化」(30.4%)というのが多く、自助努力を理由にしている。



【減少した理由】

「大型店にお客が流れた」というのが 42.9%と最も多く、次いで「周辺人口の減少」33.9%、「商店街・商店会活動の衰退」21.5%となっている。

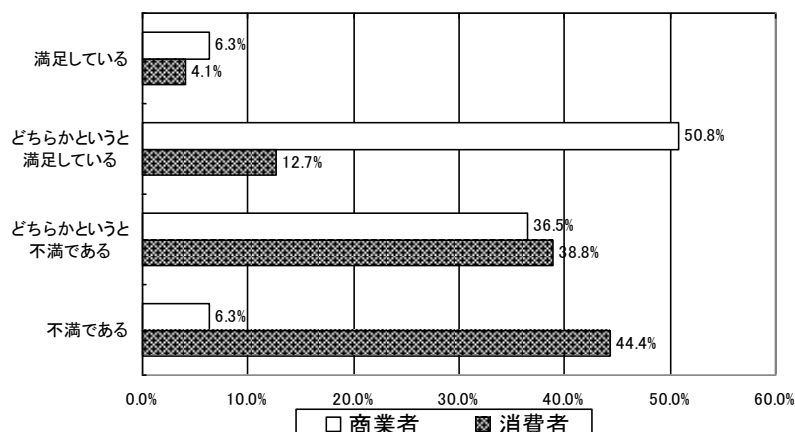
減少したとする店舗は、商業環境の悪化に影響されていると見られる。



問 21 店は消費者からどのように思われていると思うか。

商業者と消費者の双方に同じ質問をした結果が下のグラフである。

小売商業者は、お客は「どちらかという満足している」と思っている方が 50.8%であるが、消費者は 12.7%であり、「不満である」と思っている商業者は 6.3%であるが消費者は 44.4%が「不満」に思っている。



注) 1 商業者は、商店街・商工会加入・非加入の合計。

注) 2 消費者には、「木更津駅周辺商店街」に対する満足度を聞いている。

注) 3 両者を比較するため、いずれも「無回答」を除く比率としている。

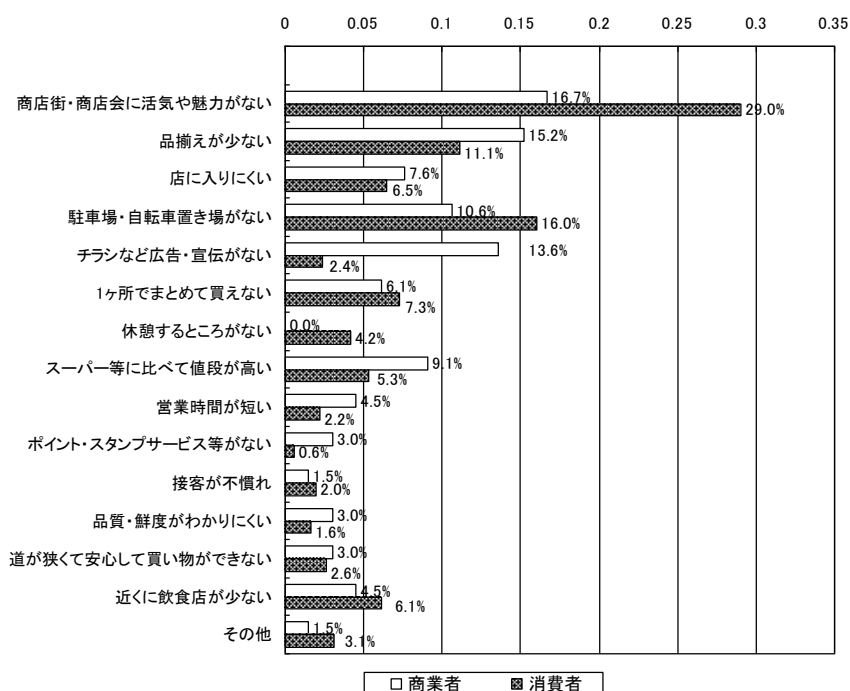
問 22 どのような点を消費者が不満に思っていると思うか。

「商店街・商店会に活気や魅力がない」ことが理由というのが商業者、消費者ともに最も比率が高いが、商業者は 16.7%、消費者は 29.0%と消費者の方が高い比率となっている。

また、「駐車場・自転車置き場がない」とする消費者は 16.0%であるが商業者は 10.6%である。

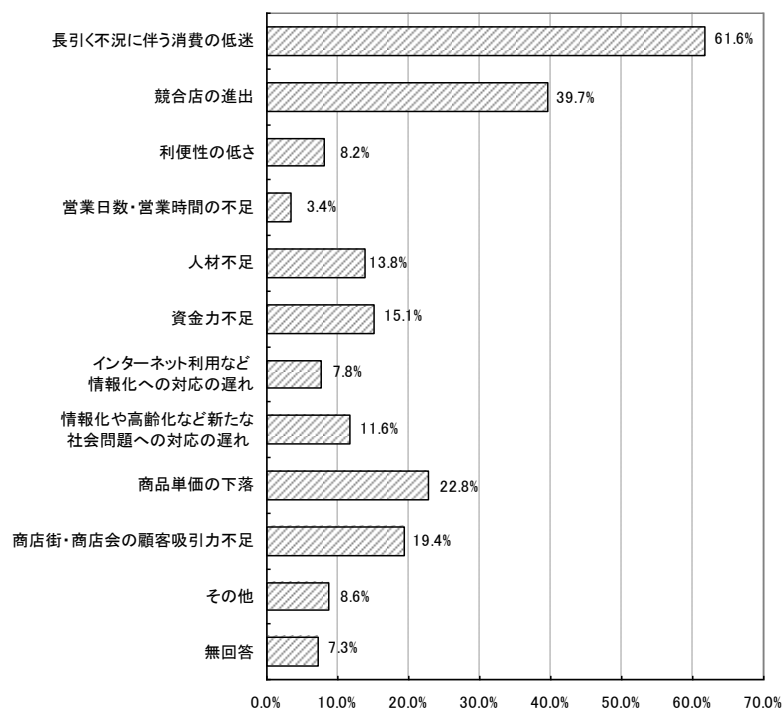
一方、商業者が「品揃えが少ない」から (15.2%)、「チラシなど広告・宣伝がない」から (13.6%) というのが理由と考えているが、消費者はそれぞれ 11.1%、2.4%の比率である。

「スーパー等に比べて値段が高い」という理由は、商業者が 9.1%、消費者は 5.3%である。



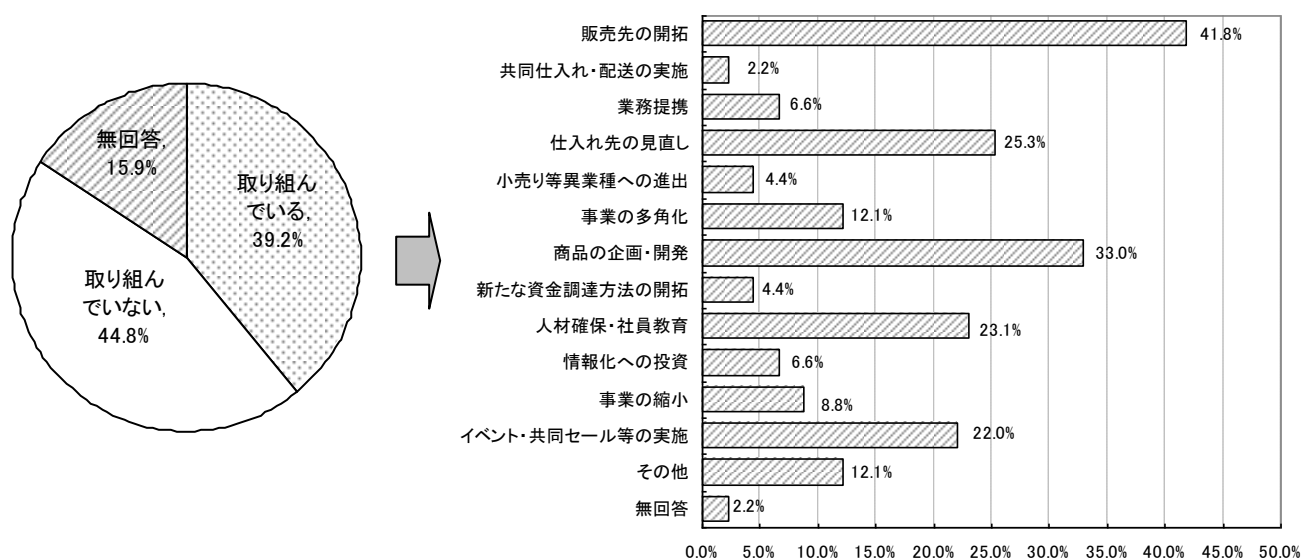
問 23 店の経営上の主要な問題点（MA）

「長引く不況に伴う消費の低迷」が 61.6%と最も高く、次いで「競合店の進出」39.7%と続いており、この二つが多くの商業者に共通する問題点といえる。



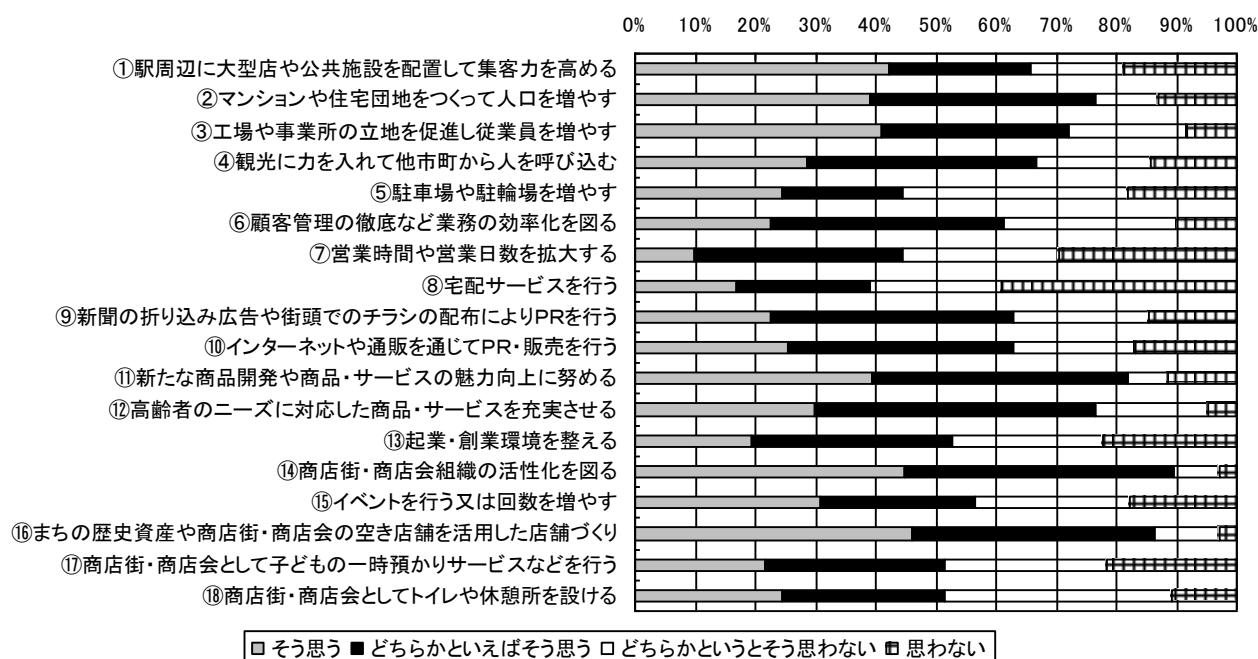
問 24 問題解決のための取組の実施状況（MA：回答者数 28 人、回答数 56）

問題解決のための取組を実施しているのは、回答者全体の 39.2%であり、その内容は「販売先の開拓」41.8%、「商品の企画・開発」33.0%、「仕入れ先の見直し」25.3%である。



問 25 今後、商店街・商店会の活性化の方策

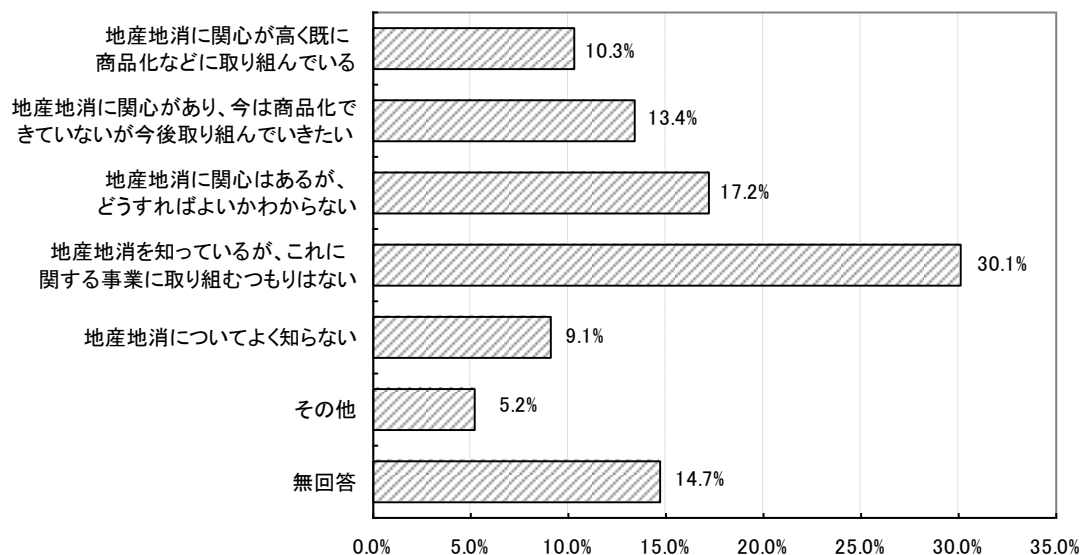
今後の活性化の方策として「商店街・商店会組織の活性化を図る」が 89.4%、「まちの歴史資産や商店街・商店会の空き店舗を活用した店舗づくり」が 86.5%、「新たな商品開発や商品・サービスの魅力向上に努める」が 81.9%となっており、組織の活性化、組織としての対応が求められている。



問 26 「地産地消」の推進について

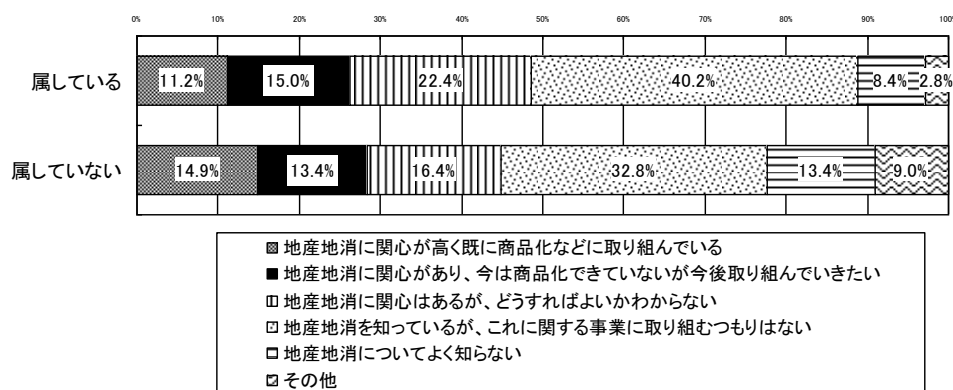
「既に取り組んでいる」、「これから取り組みたい」とする意向の合計は 23.7%であり、「関心はあるがどうすればよいかわからない」を合わせると 40.9%である。

一方、「地産地消を知っているが、これに関する事業に取り組むつもりはない」というのは 30.1%である。



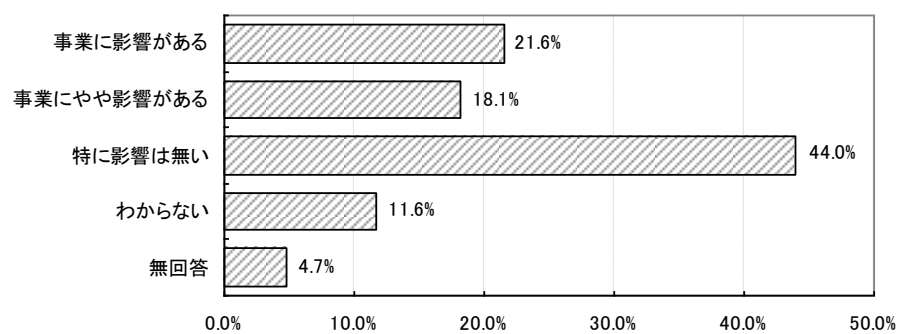
①「地産地消の推進について」クロス集計（回答数：174）

既に商品化などに取り組んでいるのは、非加入店の方が 14.9%と加入店の 11.2%より高い。「今後取り組みたい」や「関心はあるが、どうすればよいかわからない」という意向の合計は、加入店が 37.4%で非加入店の 29.8%よりも多い。



問 27 アクアライン通行料が通常料金となったときの影響

現在、交通社会実験中のため、通行料金は通常の 1/4 程度に抑えられているが、実験終了後に通常料金体系に戻った場合の影響について聞いたところ、「事業に影響がある」が 21.6%、「事業にやや影響がある」が 18.1%で、合計すると 39.7%の方が影響があると回答している。

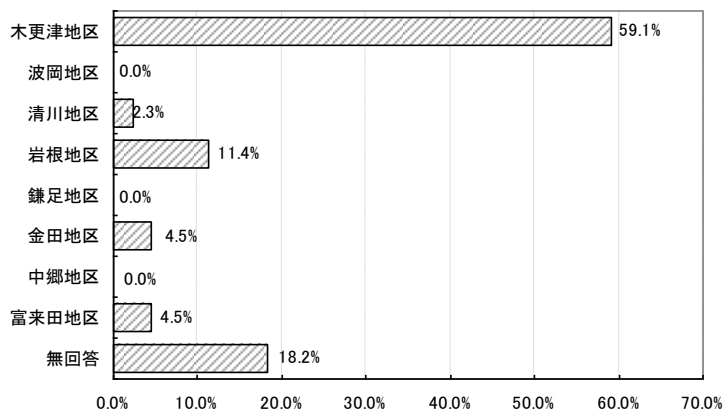


卸売事業者（回答者数：44 人）

問 28 店のある地区

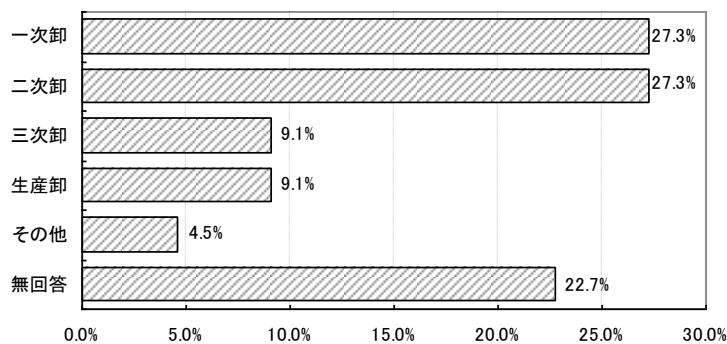
59.1%が木更津地区に立地しており最も多い。

次いで岩根地区の 11.4%である。



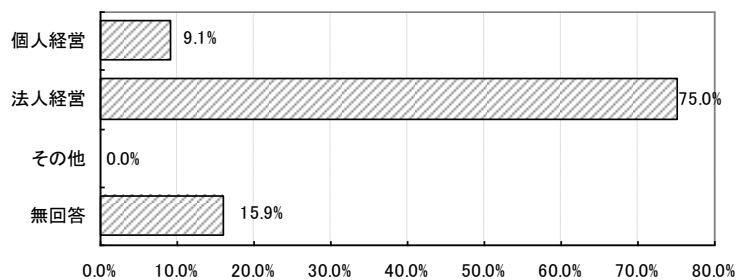
問 29 店の流通段階における位置

一次卸、二次卸とも 27.3%となっている。



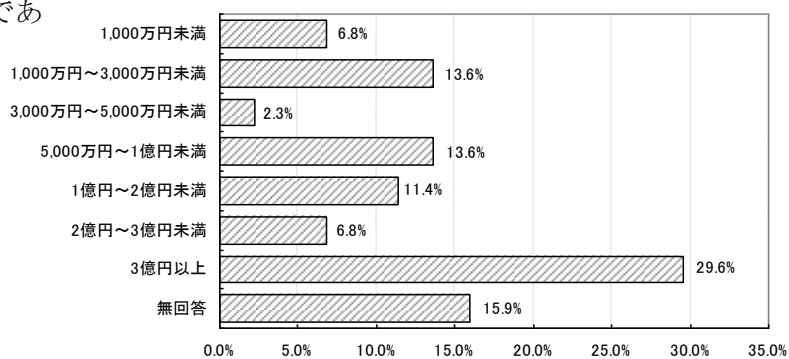
問 30 店の経営形態

法人経営が 75.0%で最も多い。



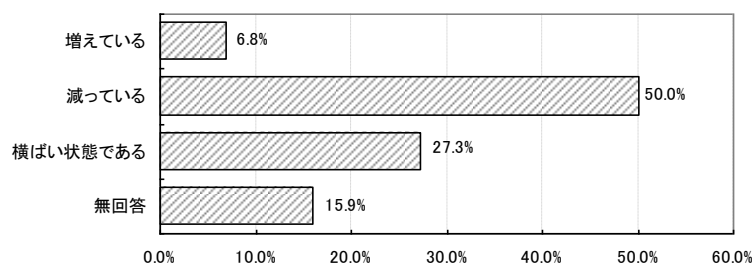
問 31 店の売り上げ規模

「3 億円以上」が 29.6%と最も多く、「1 億円未満」合計は 36.3%である。



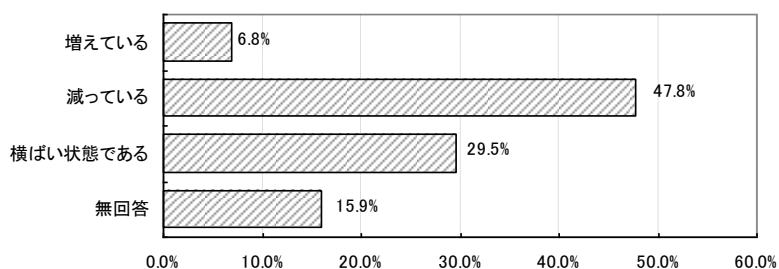
問 32 店の売上げ状況

「増えている」とする方が 6.8% で「減っている」とする方が 50.0% である。



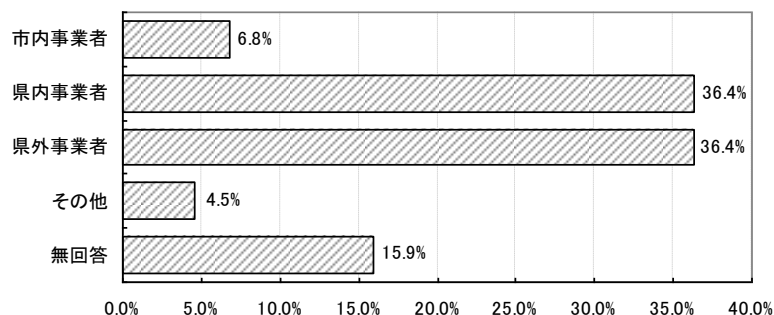
問 33 店の経常利益の状況

経常利益が「増えている」とする比率は 6.8% と売上げ状況と変わらないが、わずかではあるが「減っている」方が減少して「横ばい状態」が増えており、企業体質の変化がうかがえる。



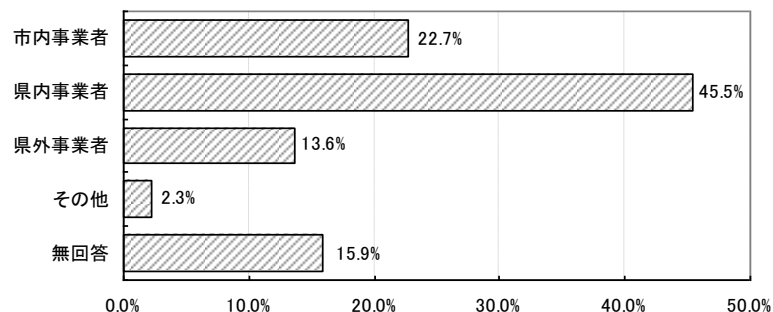
問 34 店の主な仕入れ先

県外、県内とも 36.4% で同じ比率であるが、市内業者 6.8% を加えると県内事業者からの仕入れが多い。



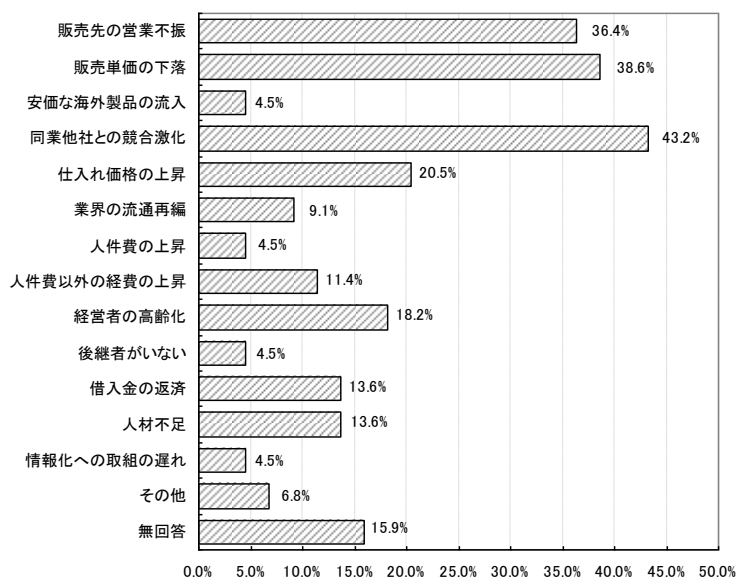
問 35 店の主な販売先

県内事業者が 45.5% と最も多く、次いで市内事業者の 22.7% である。



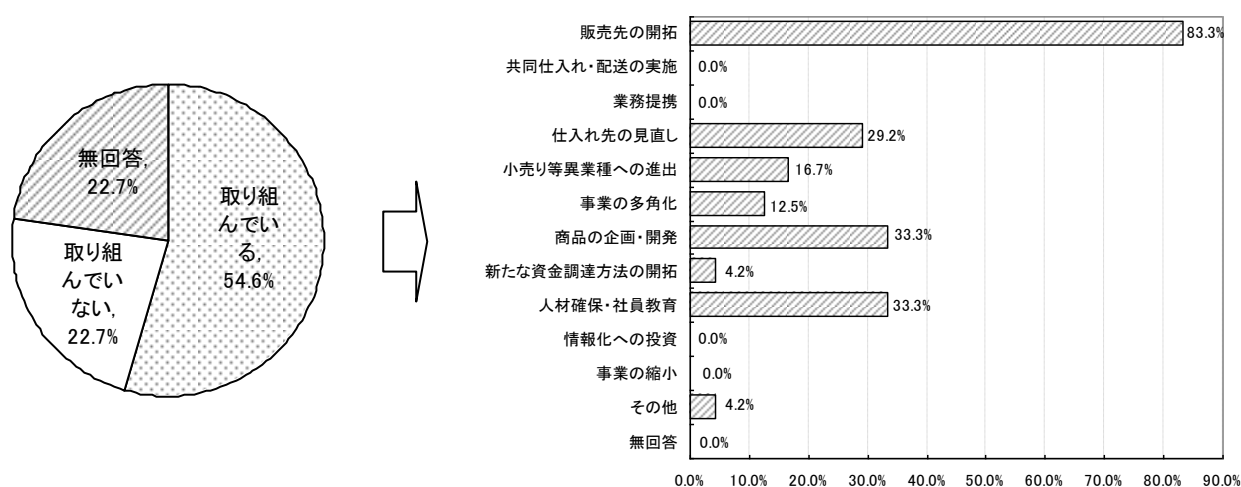
問 36 店の経営上の主要な問題点

「同業他社との競合激化」が43.2%と最も高く、次いで「販売単価の下落」38.6%、「販売先の営業不振」36.4%と続いております、この三つが大きな問題としてあげられているとみることができます。



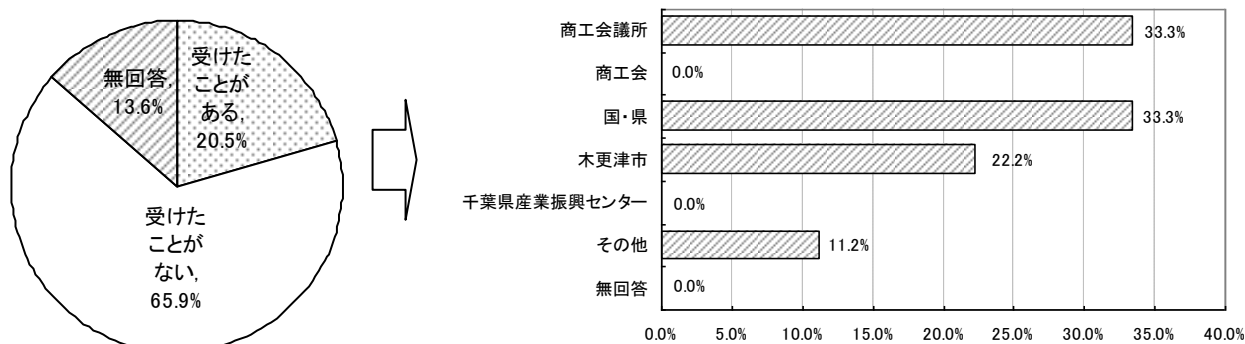
問 37 問題解決のための取組の実施状況

問題解決に取り組んでいるのは全体の54.6%で、その内容は「販売先の開拓」83.3%と最も高く、次いで「人材確保・社員教育」33.3%、「商品の企画・開発」33.3%、「仕入れ先の見直し」29.2%が続いている。



問 38 公的団体等からの支援を受けた経験の有無と支援団体の種類

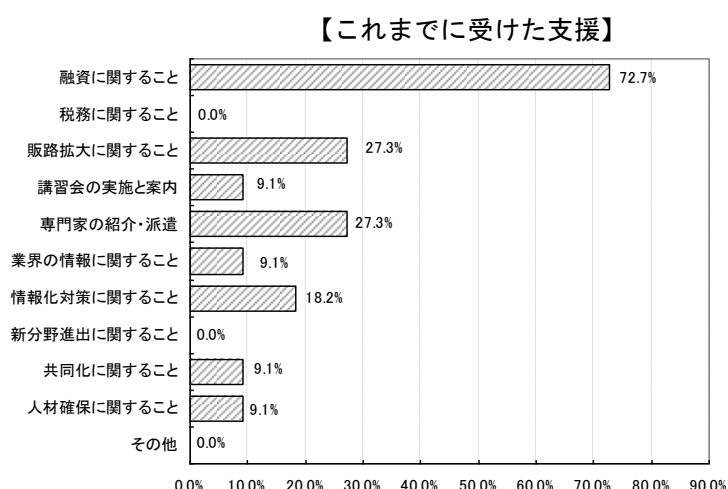
「受けたことがある」のは、20.5%で「受けたことがない」の65.9%を大きく下回っている。支援を受けた団体は「商工会議所」「国・県」がそれぞれ33.3%となっている。



問 39 これまでに受けた支援とこれから受けたいと思う支援

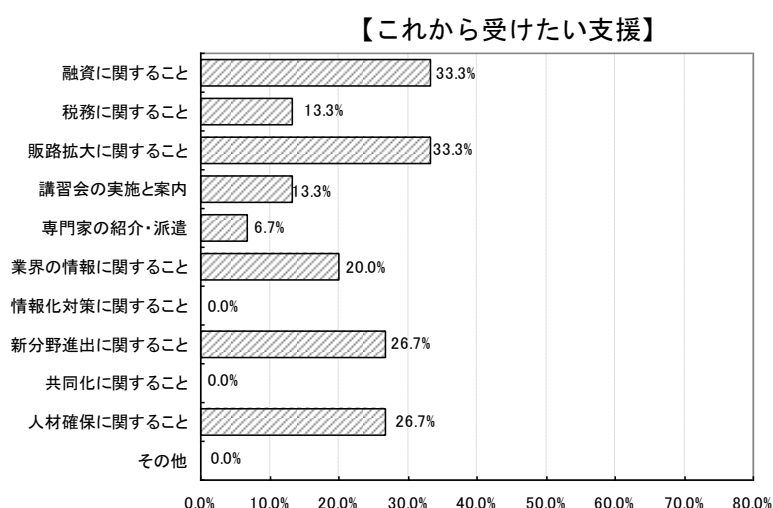
【これまでに受けた支援】

これまでに受けた支援内容は「融資に関すること」が72.7%と圧倒的に多い。



【これから受けたい支援】

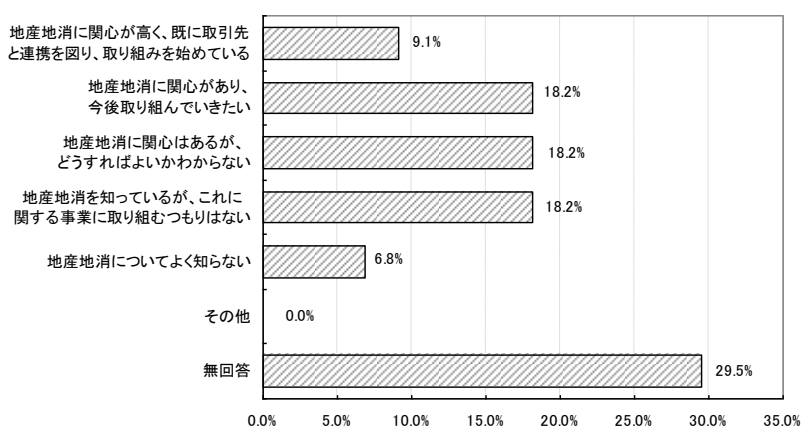
これから受けたい支援の内容は、「融資に関すること」の比率が下がり(33.3%)、「販路拡大に関すること」(33.3%)や「新分野に関すること」(26.7%)、「人材確保に関すること」(26.7%)、「業界の情報に関すること」(20.0%)が高くなるなど、支援内容が多岐にわたっている。



問 40 「地産地消」の推進についての考え

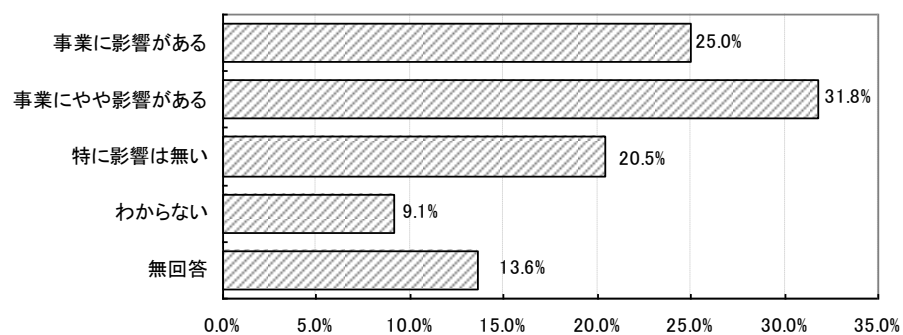
「取組をはじめている」、「今後取り組んでいきたい」、「関心はあるがどうすればよいか分からない」とする方の合計が45.5%である。

小売事業者と比較すると、卸売事業者の方が関心が高いとみることができる。



問 41 アクアライン通行料が通常料金となったときの影響

「事業に影響がある」「やや影響がある」とされた方の合計は 56.8%で、卸売事業者の半数以上は影響があるとしている。



資料 6. 三井アウトレットパーク木更津調査結果

1. 調査対象

- ・三井アウトレットパーク木更津来訪者

2. 調査期間

- ・平成 24 年 12 月 2 日（日）

3. 配布回収方法

- ・調査員による直接聞き取り回収

4. 配布数と回収率

- ・回収数： 318 票

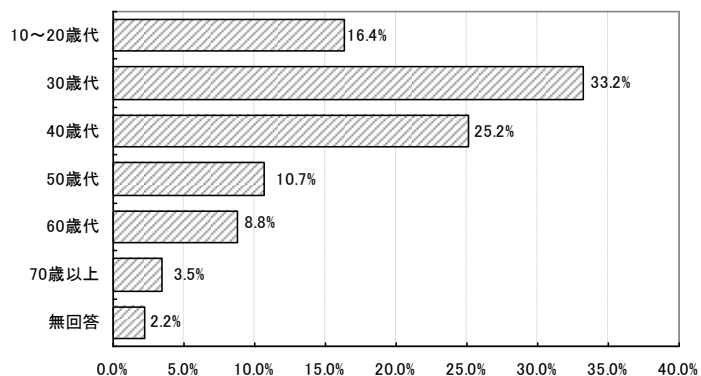
5. 留意事項

- ・クロス集計をした場合、元の回答者の一部に「無回答」の方がいる場合は、回答者総数が元の設問の回答者数と合わないことがあります。
- ・回答者数の表示で「MA」とあるのは、複数回答（マルチアンサー）のことで、回答比率合計は 100% になりません。

問 1. 年齢（回答数：318）

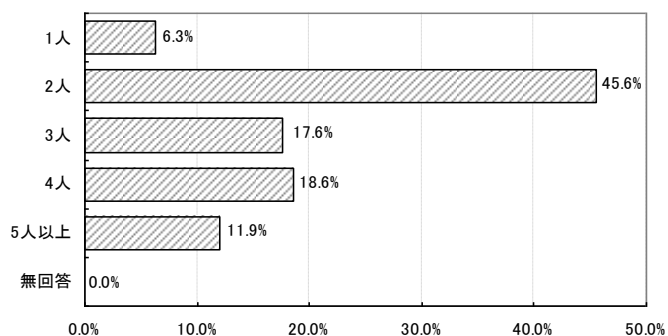
回答者の年齢は、「30 歳代」が 33.2%と最も多く、次いで「40 歳代」が 25.2%となっている。

「30 歳代」と「40 歳代」の合計で 58.5%と全年代の半数以上を占めている。



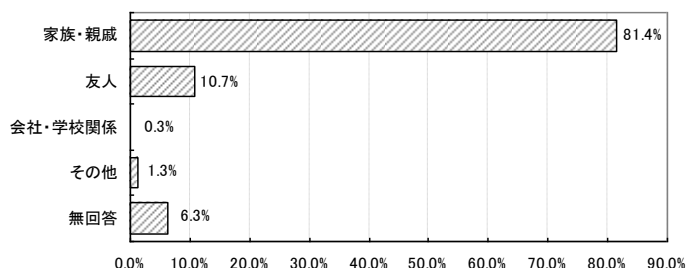
問 2. 来訪人数（回答数：318）

「2 人」が最も多く 45.6%と他の人数と比べ突出して多くなっている。「1 人」は 6.3%と非常に少なく、複数での来訪が主となっている。



問 3. 同伴来訪者の関係（回答数：318）

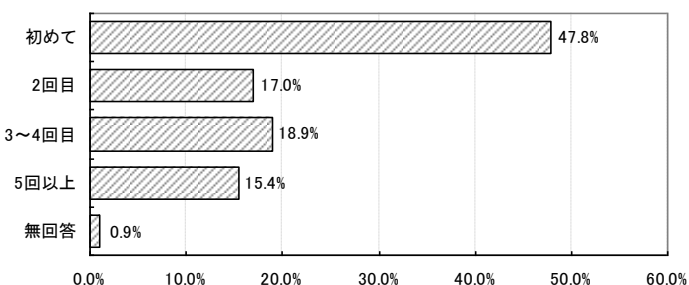
「家族・親戚」が最も多く 81.4%と突出して多くなっている。次いで「友人」との利用が 10.7%であり、大半が家族連れでの利用である。



問 4. 来訪回数（回答数：318）

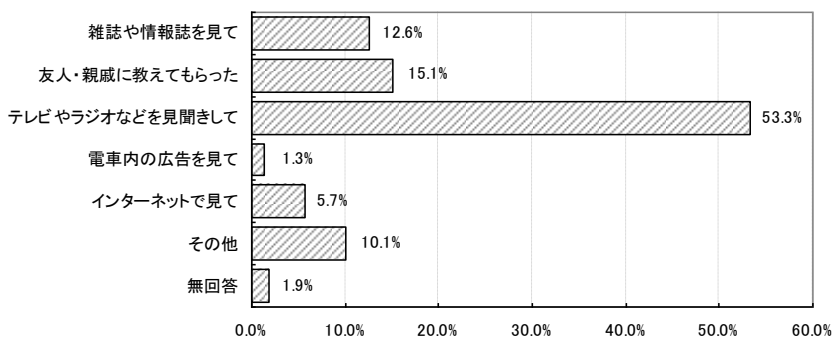
「初めて」が最も多く 47.8%となっており、全体の約半数を占めている。

「2 回目」は 17.0%、「3～4 回目」18.9%、「5 回以上」は 15.4%であり、合計すると 51.3%でリピーターが半数以上を占めている。



問5 どのようにして知ったか（回答数：318）

「テレビやラジオなどを見聞きして」が 53.3%と最も多く、全体の半数以上を占めている。



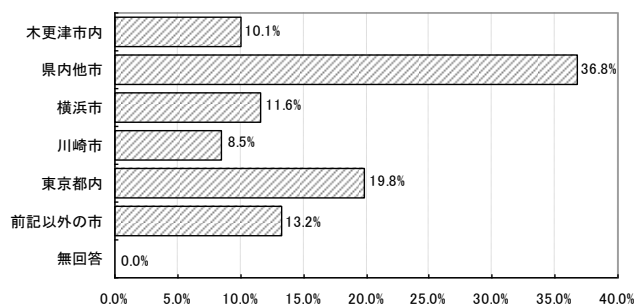
問6 どこから来たか【居住地】（回答数：318）

「県内他市」が最も多く 36.8%、次いで「東京都内」が多く 19.8%となっている。

「横浜市」や「川崎市」、「それ以外の市」も含めると 53.1%が県外からの来訪者である。

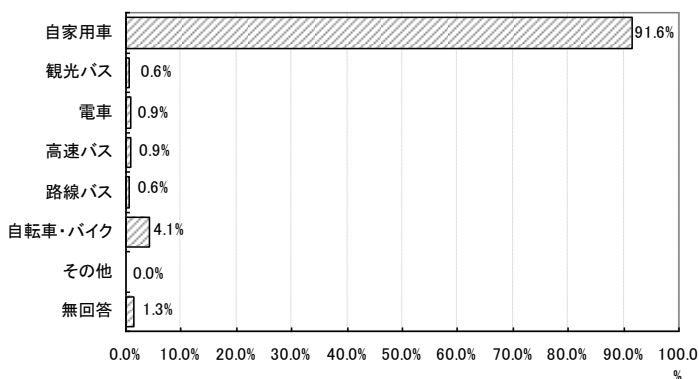
「木更津市内」の利用者も 10.1%あり、千葉県内での利用が約半数ある。

聞き取りでは、千葉県内では千葉市、市原市が最も多く、その他県外（質問は「前記以外の市」）では埼玉県が多かった。



問6-1 どのようにして来たか【交通手段】（回答数：321）

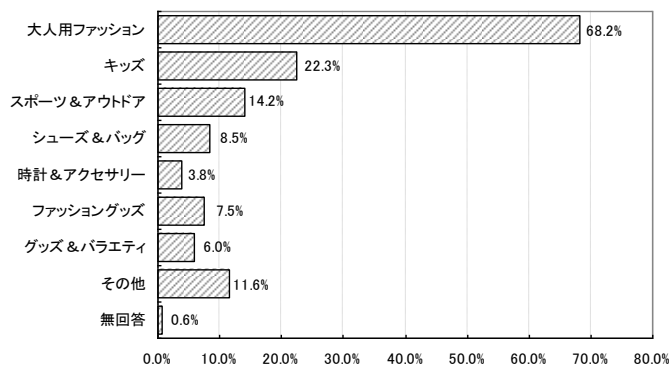
「自家用車」が最も多く 91.6%と突出している。次いで多いのが、わずか 4.1%であるが「自転車・バイク」である。



問7 買物の目的（回答数：454）

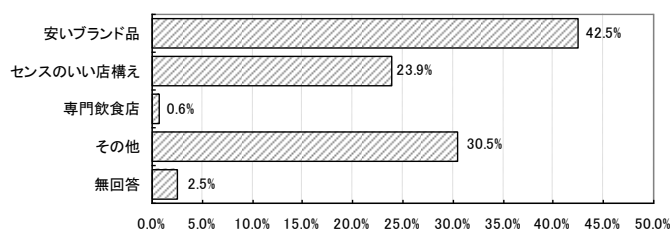
「大人用ファッション」が最も多く 68.2%。次いで「キッズ」が 22.3%となっている。

「その他」の回答では、「ぶらぶらウィンドウショッピング」という回答が多かった。



問 8. 本アウトレットの魅力は何か（回答数：318）

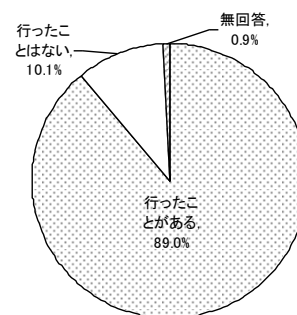
「安いブランド品」が最も多く 42.5% となっている。「その他」では、「自宅から近い」「店舗が多い」といった回答が多く見られた。



問 9. 他のアウトレットに行ったことがあるか（回答数：318）

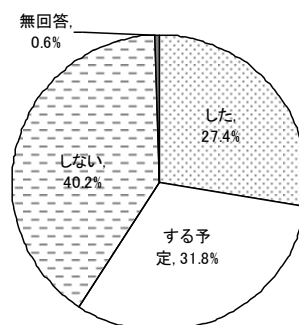
「行ったことがある」が 89.0% と大半を占める。

他のアウトレットとの違いを聞いたところ、「広い」「自宅から近い」「店舗数が多い」「1 階のみで見て回りやすい」という回答が多かった。



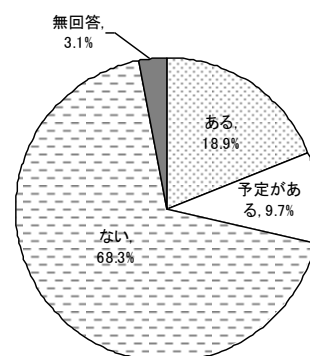
問 10. アウトレットでの飲食（回答数：91）

アウトレット内での飲食を「した」が 27.4%、「する予定」が 31.8% で合計 59.2% の方がパーク内で飲食することになる。



問 11. アウトレットパーク以外に今日立ち寄った所、立ち寄る予定の所（回答数：318）

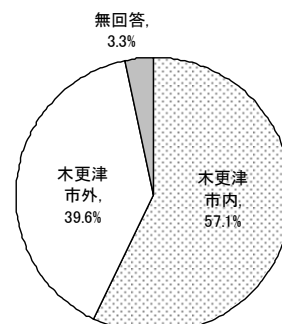
「立ち寄ったところがある」が 18.9%、「立ち寄る予定がある」が 9.7%、「ない」が 68.3% となっており、立ち寄った、又は予定がある人は 28.6% である。



問 11-1. 立ち寄る場所の市内外の別（回答数：91）

立ち寄る予定などがある人のうち、「木更津市内」が 57.1%、「木更津市外」が 39.6% となっている。

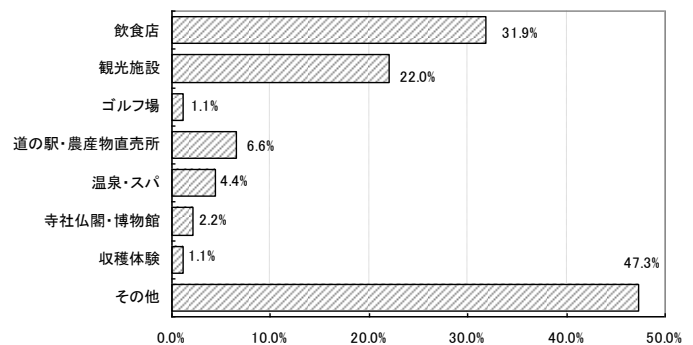
聞き取りでは、木更津市外では勝浦市、横浜市、館山市、君津市、市原市、袖ヶ浦市などが挙げられた。



問 11-2. 立ち寄る場所（回答数：91）

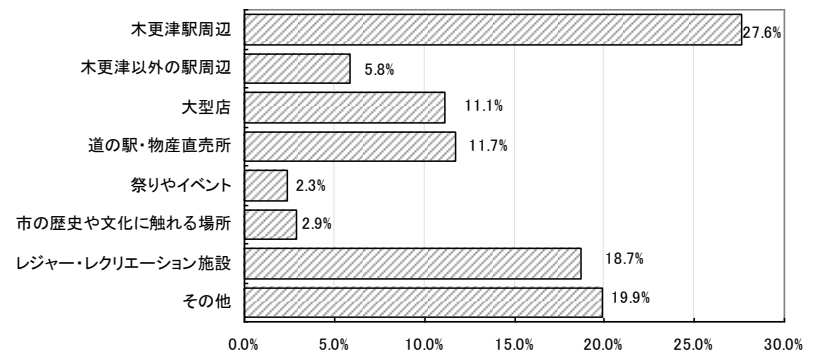
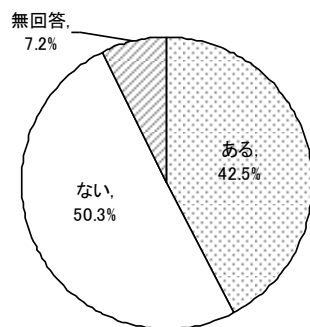
その他を除いては、「飲食店」が31.9%と最も高く、次いで「観光施設」が多く22.0%となっている。

その他では、「日用品の買い物」が最も多く、続いて「海ほたる」「親戚・知人宅」「ホームセンター」が挙げられた。



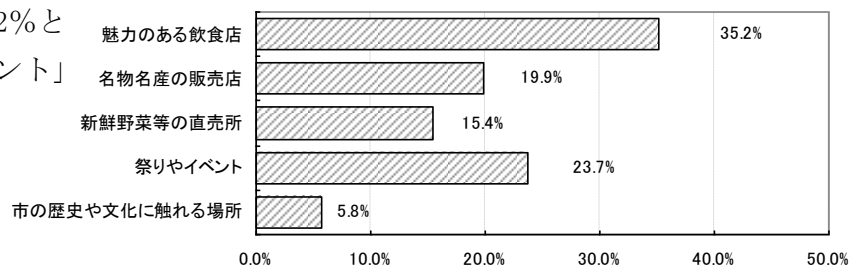
問 12. これまでに木更津市内に立ち寄ったことは（回答数：295）

42.5%の方が「立ち寄ったことがある」と答えており、その場所は「木更津駅周辺」が27.6%と最も高い比率を示している。



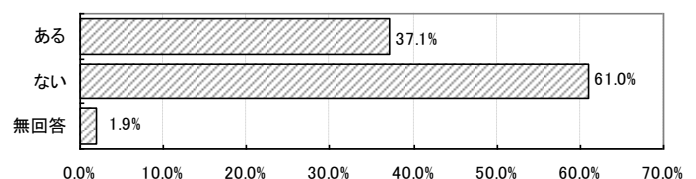
問 12-1. 何があれば立ち寄ってみようと思うか（回答数：156）

「魅力ある飲食店」が35.2%と最も高く、次いで「祭りやイベント」が23.7%と続いている。



問 13. 他のアウトレットに行ったときに立ち寄ることは（回答数：318）

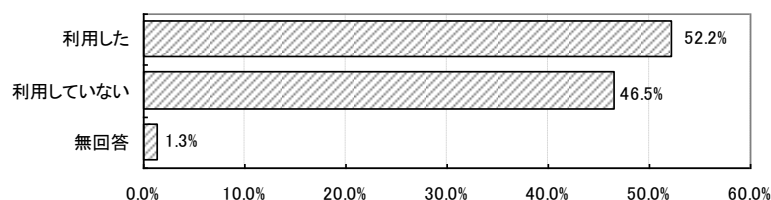
立ち寄ることは「ない」とする方が61.0%で、「ある」と答えた方は37.1%である。



問 14. 今日、アクアラインを利用したか（回答数：318）

全回答者数の 52.2%が「利用した」と回答している。

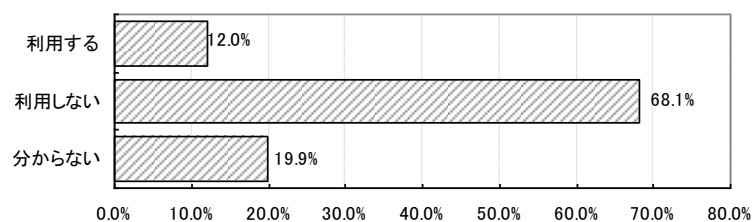
県外からの利用者が全体の 53.1%であることを考えると、県外からの来客のほとんどがアクアラインを利用して来ているとみられる。



問 14-1. 交通社会実験が終了しても三井アウトレットパーク木更津に来るか（回答数：241）

注）実験が終了した場合、現在片道普通乗用車で E T C 付きで 800 円であるが、通常は片道 3,000 円（E T C 割引で 2,320 円）になると説明したうえで聞き取りを行っている。

「利用しない」と答えた方は、全体の 68.0%であり、県外から来られた方の実数が 169 人で、「利用しない」と回答された方の実数が 164 人であることから、交通社会実験が終了して従前の料金体系に戻ると、アウトレットパーク木更津は約半分の顧客を失う恐れがある。



資料 7. 事業所アンケート調査結果

1. 調査対象

- ・木更津市内に所在する事業所（建設業、製造業等）
- ・木更津商工会議所会員事業所
- ・木更津市富来田商工会会員事業所

2. 調査期間

- ・平成 24 年 12 月 16 日から平成 24 年 12 月 26 日まで

3. 配布回収方法

- ・郵便による配布
- ・郵便による回収
- ・留め置き期間：約 10 日間

4. 配布数と回収率

- ・配布数： 508 票
- ・回収数： 170 票
- ・回収率： 33.5%

5. 留意事項

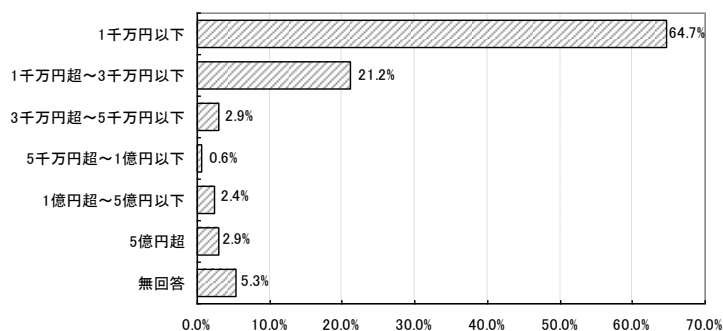
- ・クロス集計をした場合、元の回答者の一部に「無回答」の方がいる場合は、回答者総数が元の設問の回答者数と合わないことがあります。
- ・回答者数の表示で「MA」とあるのは、複数回答（マルチアンサー）のことで、回答比率合計は 100% になりません。

問 1. 回答事業所について

(1) 事業所の規模（回答数：170）

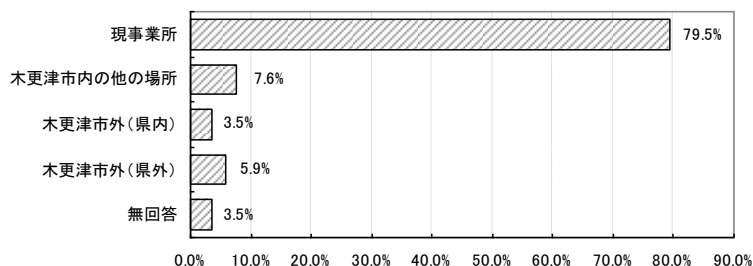
資本金「1千万円以下」が 64.7%、「1千万円超～3千万円以下」が 21.2%である。

5億円を超える事業所は 2.9%である。



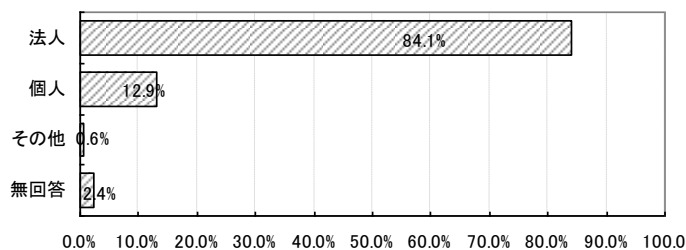
(2) 本社所在地（回答数：170）

本社が「現事業所」である事業所が 79.5%と大半である。「市内の他の場所」が 7.6%、「市外（県内）」が 3.5%、「市外（県外）」が 5.9%である。



(3) 経営形態（回答数：170）

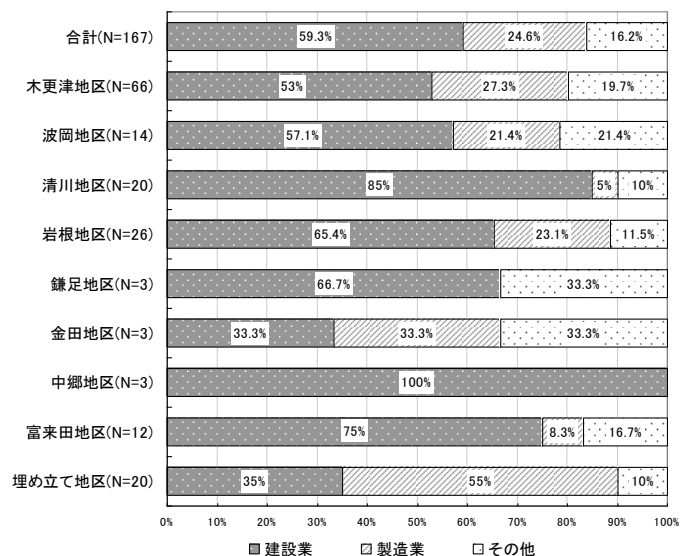
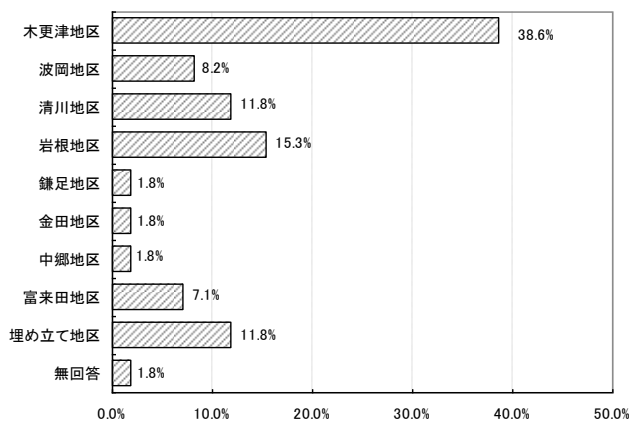
「法人」が 84.1%、「個人」は 12.9%で、法人組織が多い。



(4) 所在地区（回答数：167）

事業所数全体では、木更津地区が 38.6%、岩根地区が 15.3%、清川地区、埋め立て地区 11.8%で湾岸エリアに所在する事業所が多い。

業種別に見ると、建設業では、中郷地区(100%)、清川地区(85%)、富来田地区(75%)、鎌足地区(66.7%)、岩根地区(65.4%)の比率である。製造業では、埋め立て地区(55%)、金田地区(33.3%)、木更津地区(27.3%)、岩根地区(23.1%)、波岡地区(21.4%)の比率である。

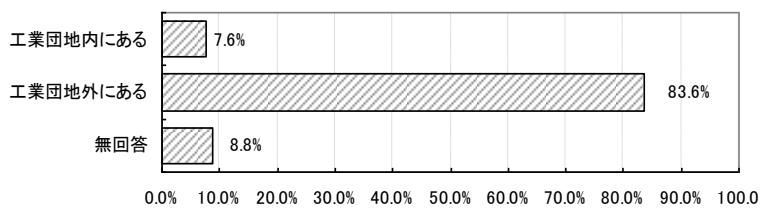


(5) 事業所の立地（回答数：170）

「工場団地外にある」が83.6%、「工場団地内にある」が7.6%で、工業団地外での立地が多い。

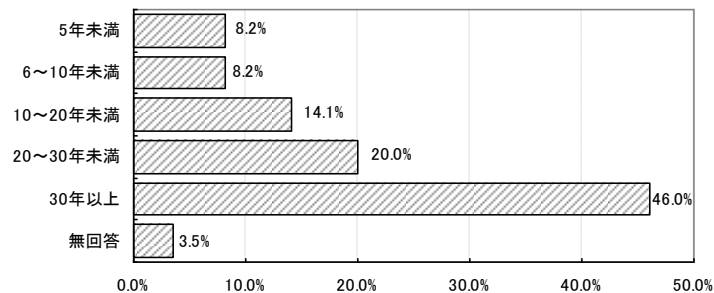
製造業では回答36社のうち5社が工業団地内にあるが、31社は工業団地外に立地している。

※「工業団地」とは、木更津市における主な産業集積地をいう。



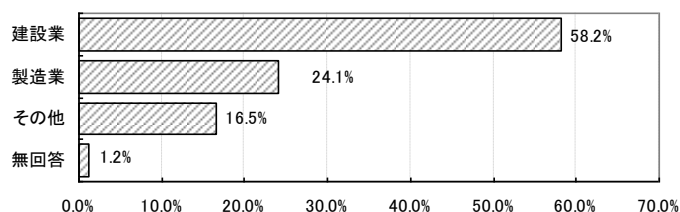
(6) 立地年数（回答数：170）

「30年以上」が46.0%と最も多く、次いで「20～30年未満」が20.0%となり、「5年未満」8.2%、「6～10年未満」8.2%と立地年数が若い事業所が少ない。



(7) 業種（回答数：170）

「建設業」が58.2%、「製造業」が24.1%、その他16.5%である。



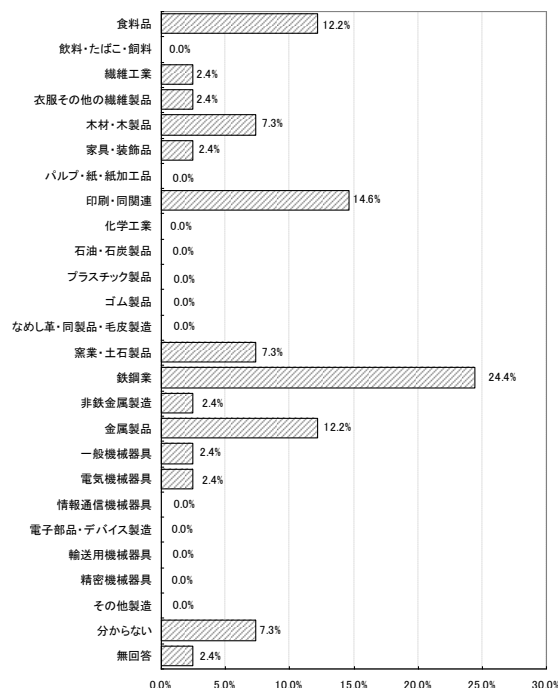
(8) 建設業の分類（回答数：99）

「総合工事業」が32.3%、「職別工事業」36.4%、「設備工事業」23.2%という内訳である。



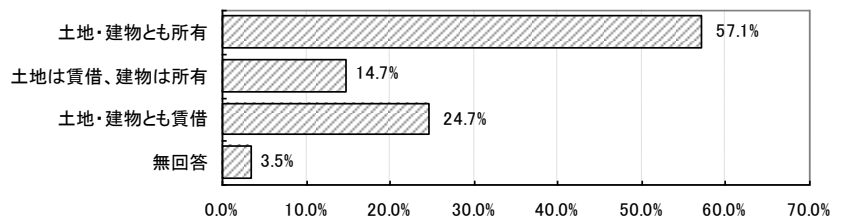
(9) 製造業の分類（回答数：41）（複数回答）

鉄鋼業が24.4%、印刷・同関連14.6%、食料品12.2%、金属製品12.2%という内訳である。



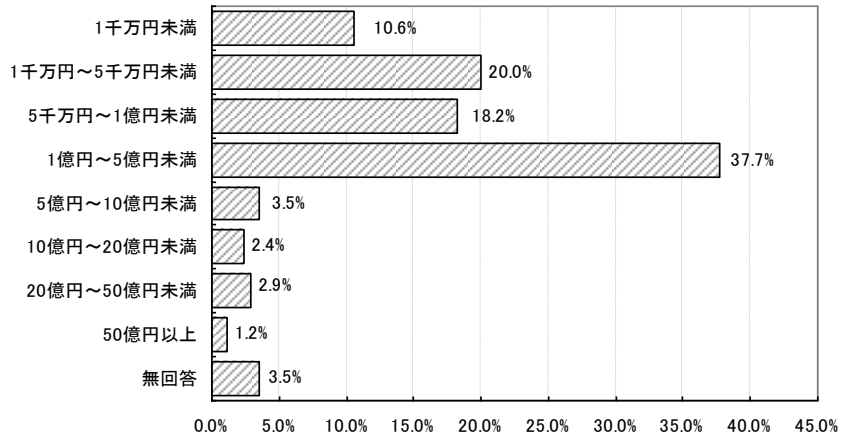
(10) 資産状況（回答数：170）

「土地・建物とも所有」57.1%、
「土地・建物とも賃借」24.7%、
「土地は賃借、建物は所有」は
14.7%である。



(11) 年間売上高（回答数：170）

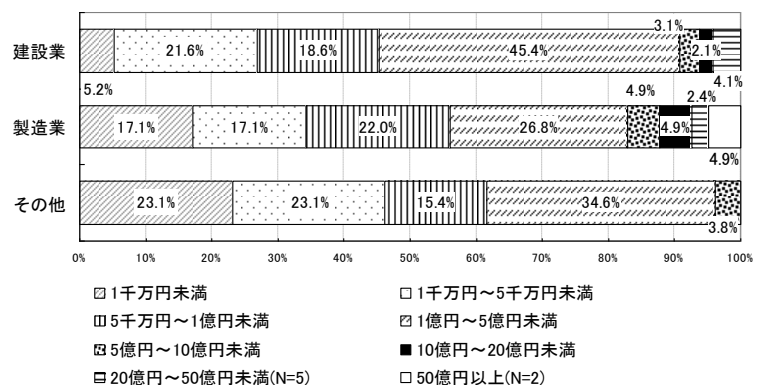
「1億円～5億円未満」が
37.7%、「1千万円～5千万
円未満」が20.0%、「5千万
円～1億円未満」が18.2%
である。



①「年間売上高」クロス集計（回答数：162）

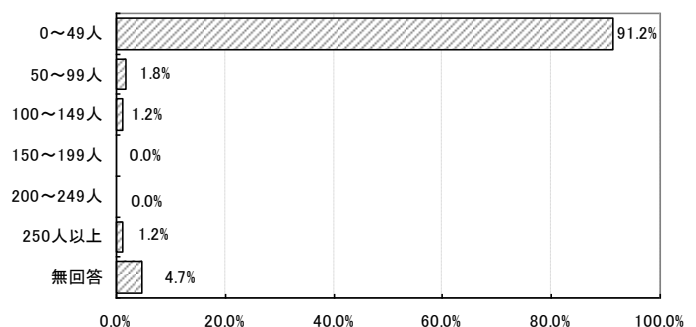
建設業では、「1億円～5億円未
満」の事業所の比率が45.4%と高
く、製造業、その他でも「1億円
～5億円未満」の事業所の比率は
それぞれ26.8%、34.6%と最も高
くなっている。

製造業では「1千万円未満」の
事業所の比率が17.1%と高く、小
規模事業者が多いことがうかがえ
る。



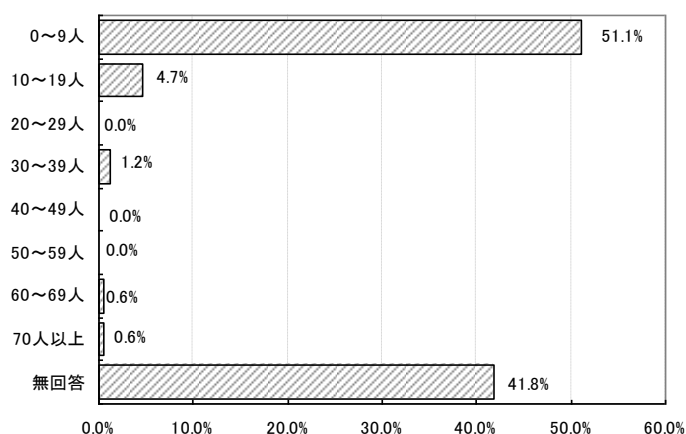
(12) 従業員数（回答数：170）

50人未満が91.2%と大半を占める。



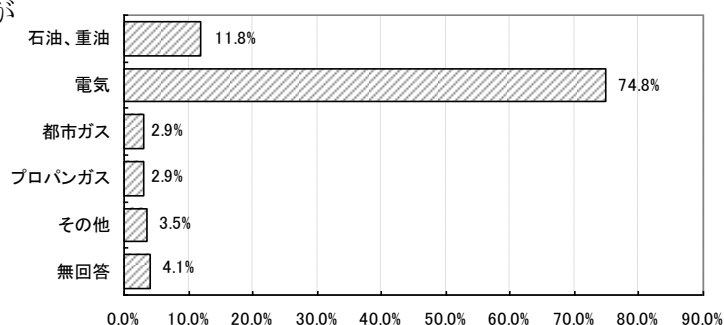
(13) 非正規社員数（回答数：170）

「0～9人」が51.1%と最も多く、次いで「10～19人」が4.7%である。



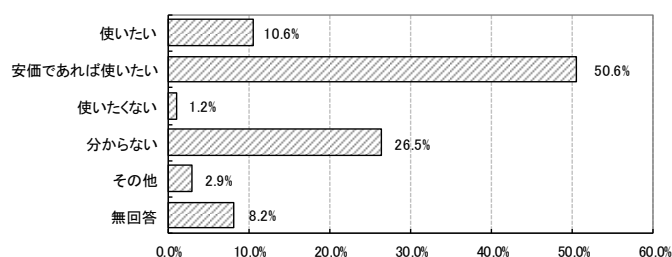
(14) 主に使用している熱源（回答数：170）

「電気」が74.8%、「石油、重油」が11.8%である。



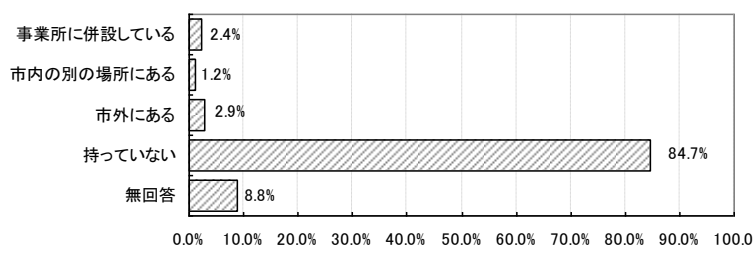
(15) 再生エネルギー利用の可能性（回答数：170）

「安価であれば使いたい」が50.6%、次いで「分からない」が26.5%、「使いたい」10.6%と続いている。



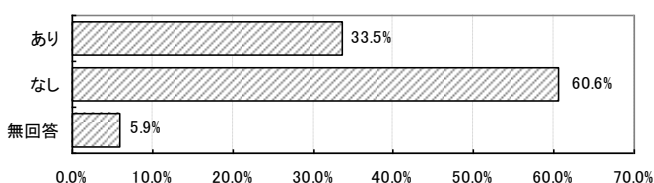
(16) 研究所等の有無（回答数：170）

「持っていない」が84.7%、「市外にある」が2.9%、「事業所に併設している」が2.4%である。



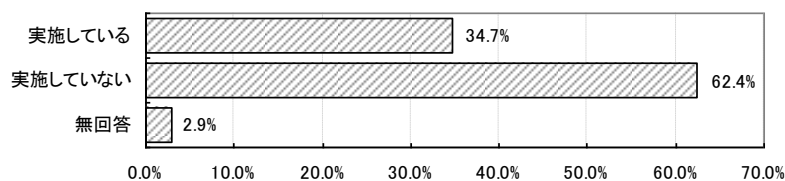
(17) HPの有無（回答数：170）

「なし」が60.6%、「あり」が33.5%である。



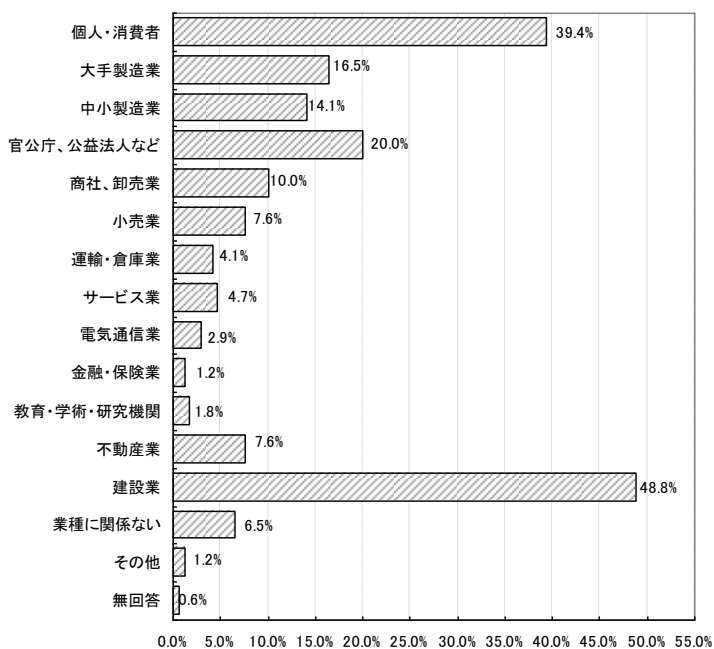
(18) インターネット等を利用した受発注（回答数：170）

「実施していない」が62.4%、「実施している」が34.7%である。



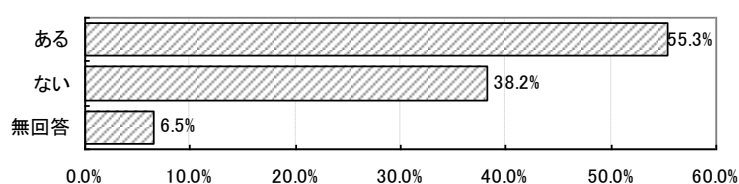
(19) 主な得意先の業種（回答数：170）（複数回答）

「建設業」が48.8%、「個人・消費者」が39.4%、「官公庁・公益法人」が20.0%、「大手製造業」が16.5%、「中小製造業」が14.1%である。



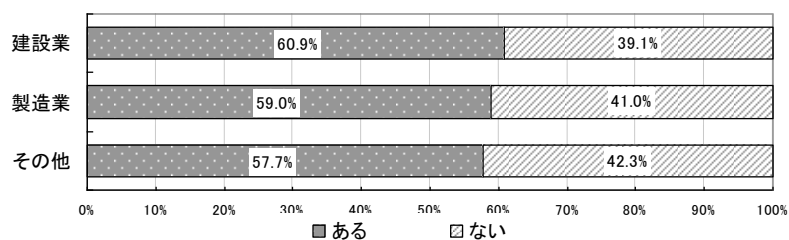
(20) 他社にない競争力の有無（回答数：170）

「ある」が55.3%、「ない」が38.2%である。



① 「他社にない競争力の有無」クロス集計（回答数：157）

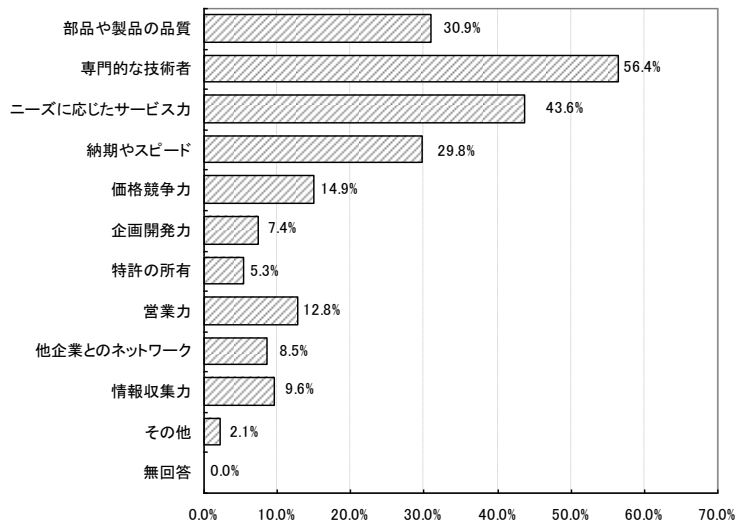
建設業、製造業、その他とも、60%前後の事業所が他社にはない競争力があると回答している。



(20)-1 どのような製品、技術、サービスか

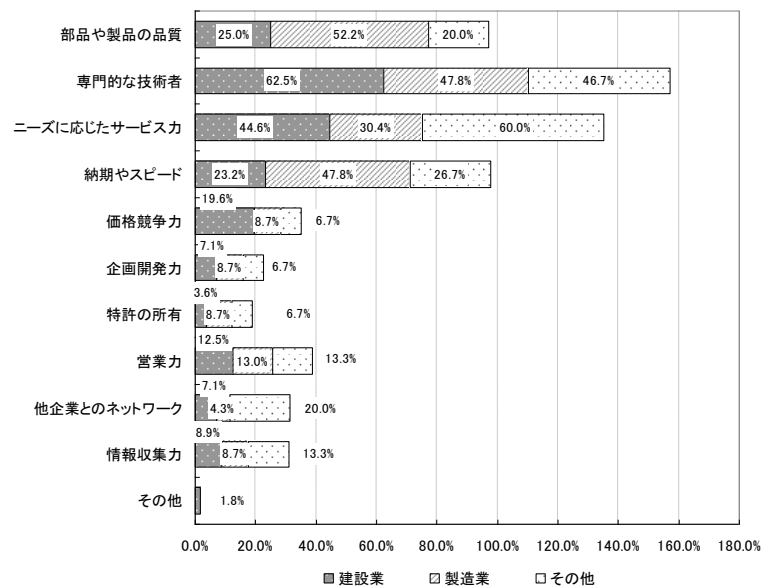
(回答数：94)(複数回答)

「専門的な技術者」が56.4%、「ニーズに応じたサービス力」が43.6%、「部品や製品の品質」が30.9%、「納期やスピード」が29.8%となっている。



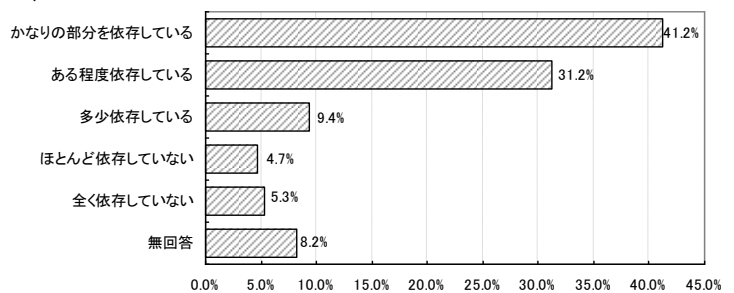
①「どのような製品、技術、サービスか」クロス集計 (回答数：94)

建設業では、「専門的な技術者」(62.5%)、「ニーズに応じたサービス力」(44.6%)、「納期やスピード」(23.2%)が挙げられ、製造業では、「部品や製品の品質」(52.2%)、「専門的な技術者」(47.8%)、「納期やスピード」(47.8%)が挙げられている。



(21) 熟練技能者等への依存度 (回答数：170)

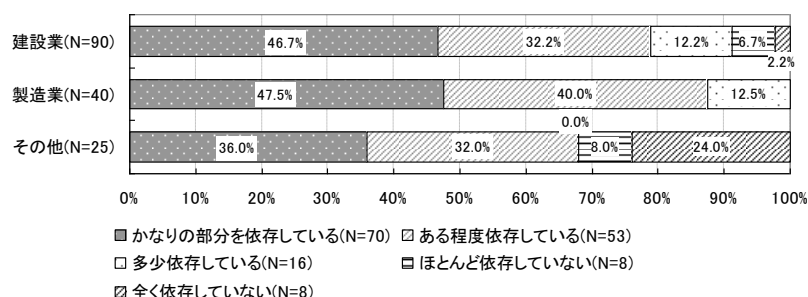
全体の41.2%が「かなりの部分を依存している」と回答しており、「ある程度依存している」と合計すると72.4%が「依存している」と回答している。



①「熟練技能者等への依存度」クロス集計（回答数：155）

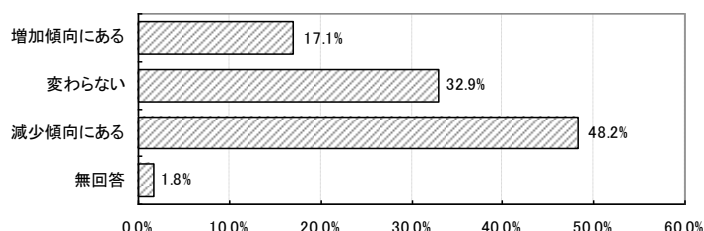
建設業では、「かなりの部分を依存している」「ある程度依存している」の合計をみると、約80%の事業者が依存していると回答している。

製造業では、「かなりの部分を依存している」「ある程度依存している」の合計が約90%であり、熟練技能者の後継者の育成が急がれる。



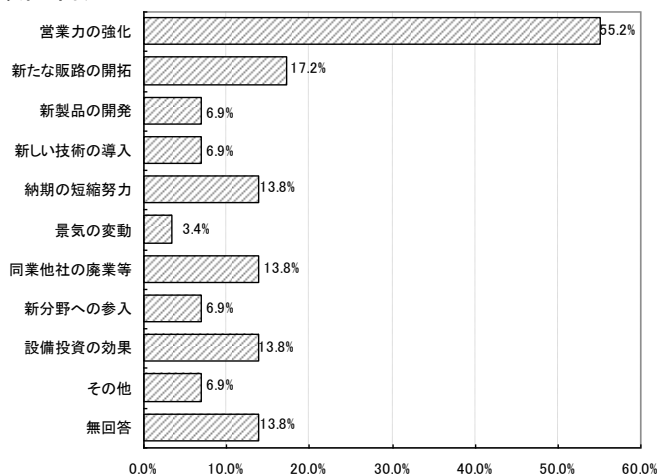
(22) 経営状態（回答数：170）

「減少傾向にある」48.2%、「変わらない」32.9%、「増加傾向にある」17.1%である。



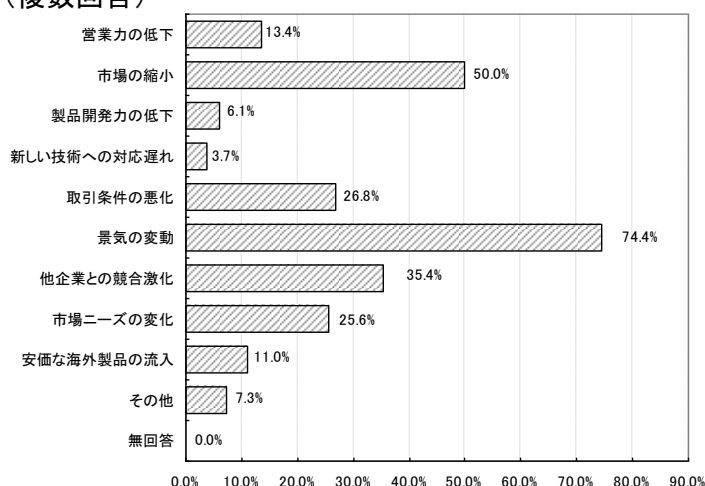
-1) 業績が上がった要因（回答数：29）（複数回答）

「営業力の強化」が55.2%と他の要因と比べて高い値を示している。次いで「新たな販路の開拓」が17.2%、「納期の短縮努力」、「同業他社の廃業等」、「設備投資の効果」がそれぞれ13.8%となっている。



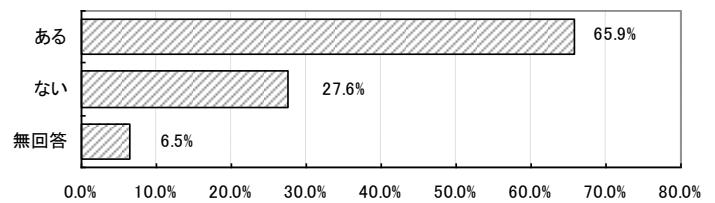
-2) 業績が下がった要因（回答数：82）（複数回答）

「景気の変動」74.4%、「市場の縮小」50.0%、「他企業との競合激化」35.4%である。



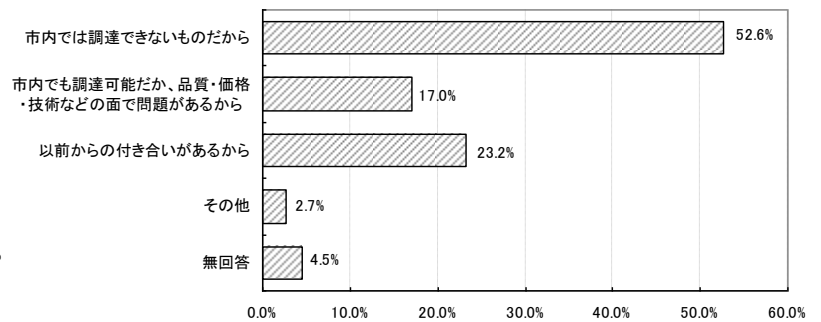
(23) 市外企業への発注取引の有無（回答数：170）

「ある」が65.9%、「ない」が27.6%である。



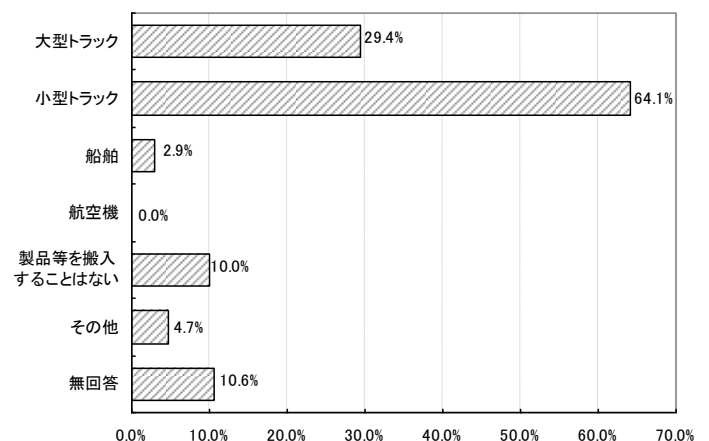
-1) 市外企業に発注する理由（回答数：112）

「市内では調達できないものだから」が52.6%、「以前からの付き合いがあるから」が23.2%、「市内でも調達可能だが、品質・価格・技術などの面で問題があるから」が17.0%である。



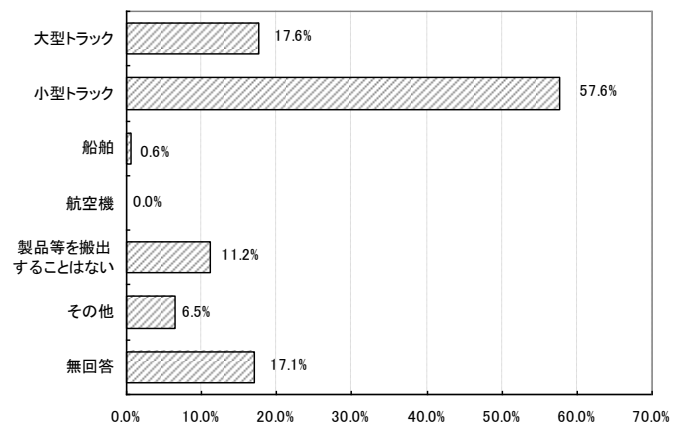
(24) 主要な搬入時手段（回答数：170）（複数回答）

「小型トラック」が64.1%と最も多く、「大型トラック」が29.4%である。トラック利用が大半である。



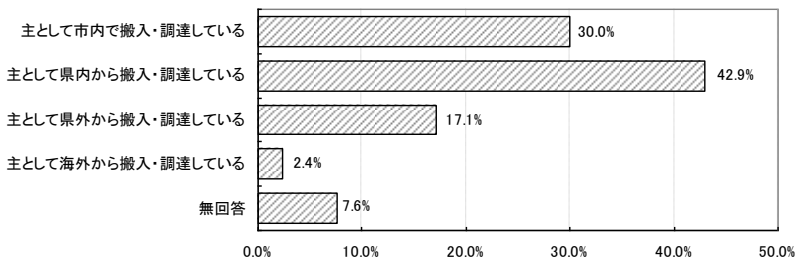
(25) 主要な搬出時手段（回答数：170）（複数回答）

「小型トラック」が57.6%、「大型トラック」17.6%である。



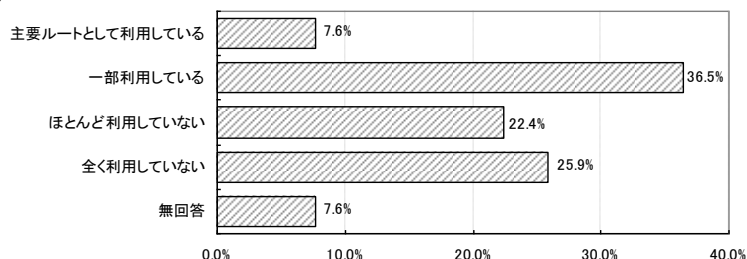
(26) どこから搬入調達されているか（回答数：170）

「主として県内から」
42.9%、「主として市内から」
30.0%、「主として県外から」
17.1%となっており県内での
調達が多い。



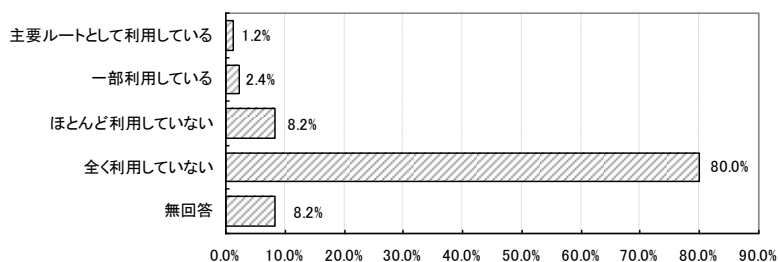
(27) アクアラインの利用（回答数：170）

「主要ルートとして利用している」と回答した方は 7.6%、「一部利用している」が 36.5%で合計 44.1%が利用している。「全く利用していない」は 25.9%、「ほとんど利用していない」は 22.4%である。



(28) 木更津港の利用（回答数：170）

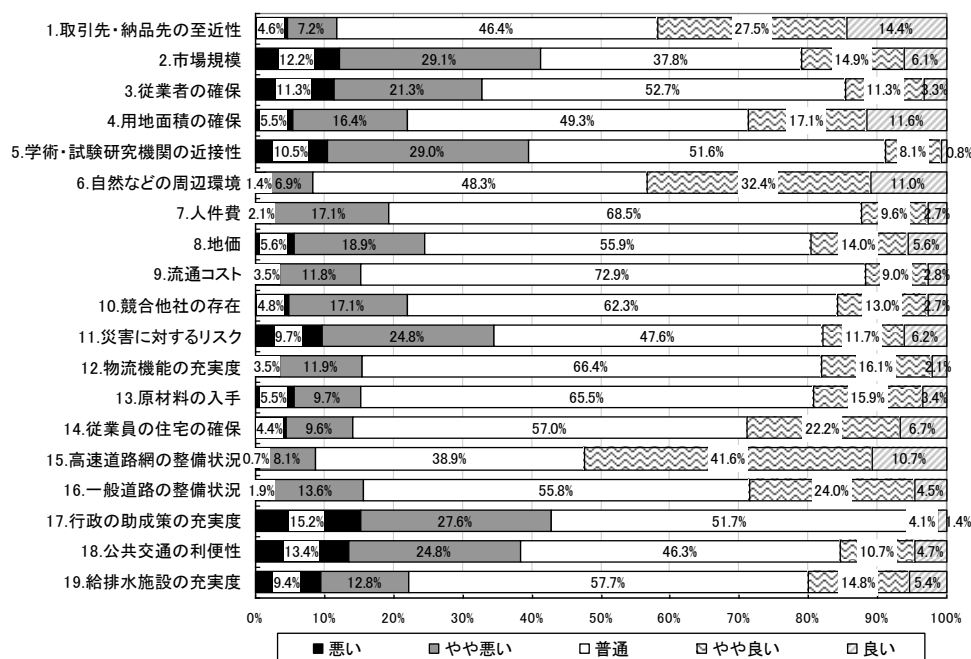
「全く利用していない」80.0%、「ほとんど利用していない」8.2%で、「主要ルートとして利用している」、「一部利用している」の合計は 3.6%である。



(29) 事業環境について（回答数：170）

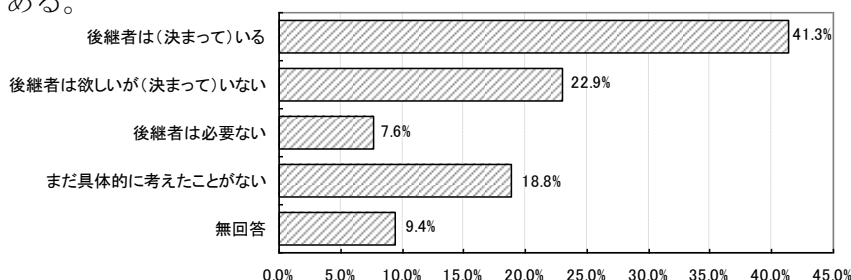
「良い」「やや良い」の合計比率が高い項目は「高速道路網の整備状況」が 52.3%で最も高く、次いで「自然などの周辺環境」が 43.4%、「取引先・納品先の至近性」が 41.9%となっている。

「悪い」「やや悪い」の合計比率が高い項目は、「行政の助成制度の充実」で 42.8%、「市場規模」が 41.3%「学術・試験研究機関の近接性」が 39.5%となっている。



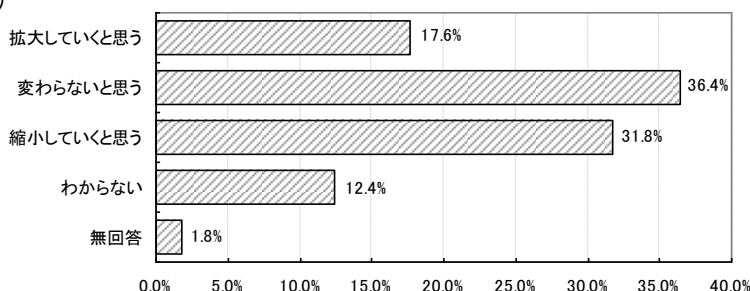
(30) 後継者について（回答数：170）

「後継者は決まっている」が41.3%、「欲しいが決まっていない」が22.9%、「具体的に考えたことがない」が18.8%である。



(31) 将来展望について（回答数：170）

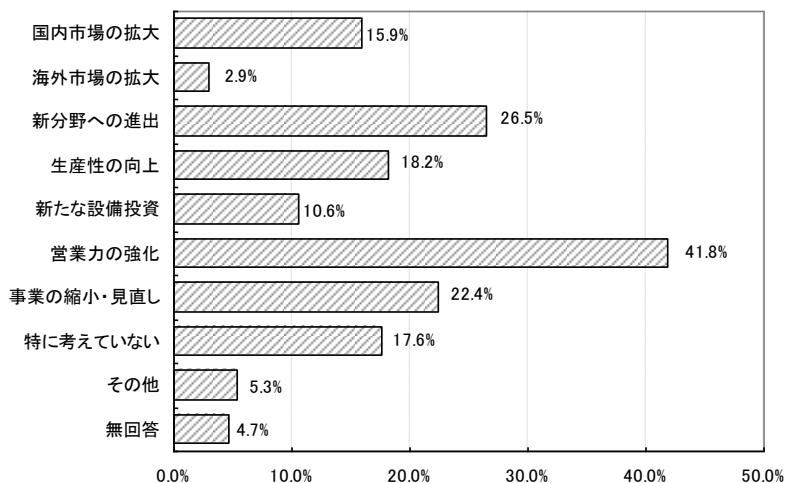
「変わらないと思う」が36.4%、「縮小していくと思う」が31.8%、「拡大していくと思う」は17.6%である。



(32) 将来展望への対応（回答数：170）

（複数回答）

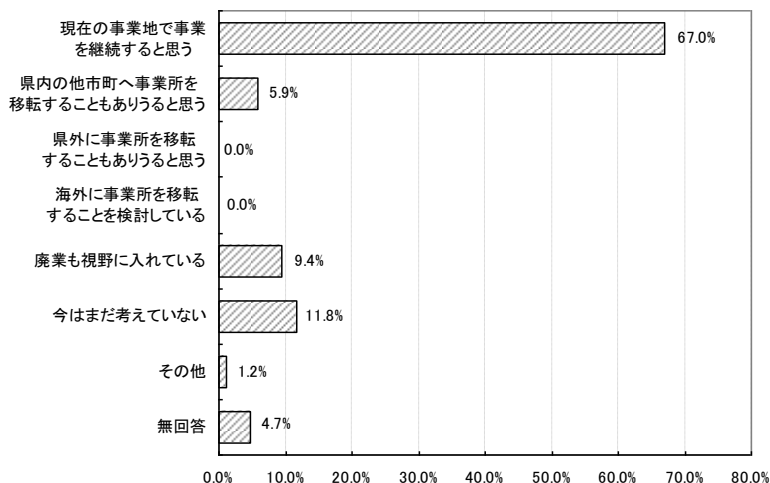
「営業力の強化」が41.8%、「新分野への進出」が26.5%、「事業の縮小・見直し」が22.4%、「生産性の向上」が18.2%である。



(33) 事業継続に係る意向について

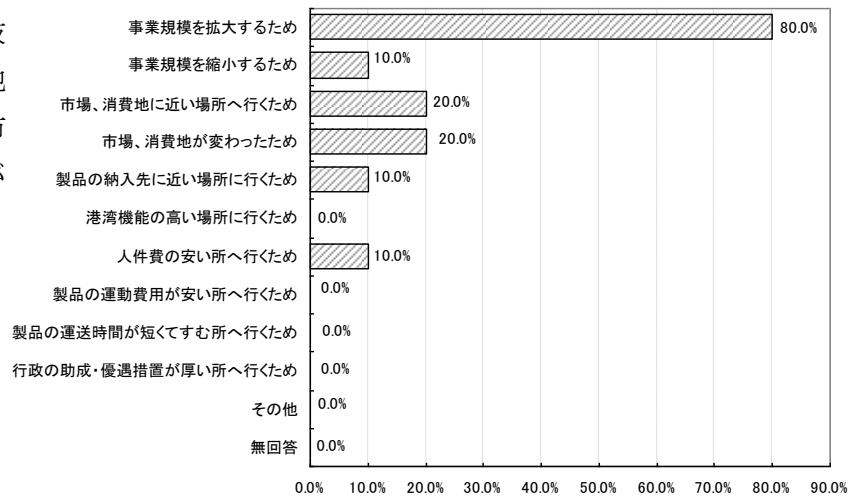
（回答数：170）

「現在の事業地で事業を継続すると思う」が67.0%で最も高い。「今はまだ考えていない」が11.8%、「廃業も視野に入れている」が9.4%、「県内の他市町へ事業所を移転することもありうると思う」が5.9%となっている。



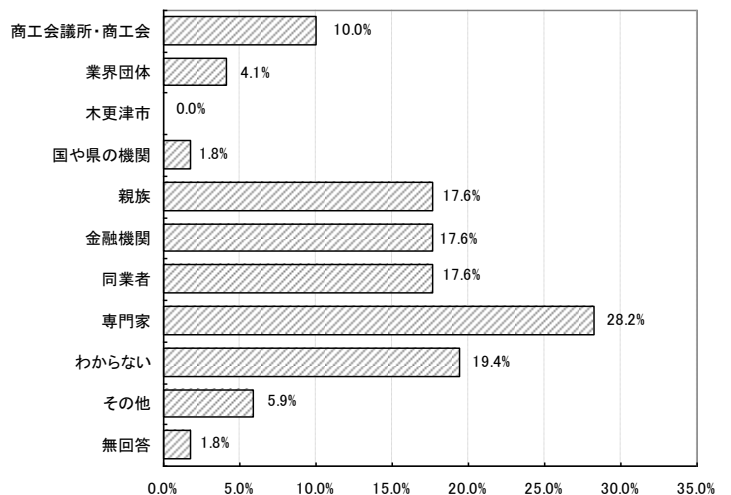
(34) 事業継続に係る意向についての理由（回答数：10）（複数回答）

移転検討理由としては、「事業規模の拡大」が 80.0%と抜きんでており、「市場・消費地に近いところへ行くため」、「市場・消費地が変わったため」がそれぞれ 20.0%である。



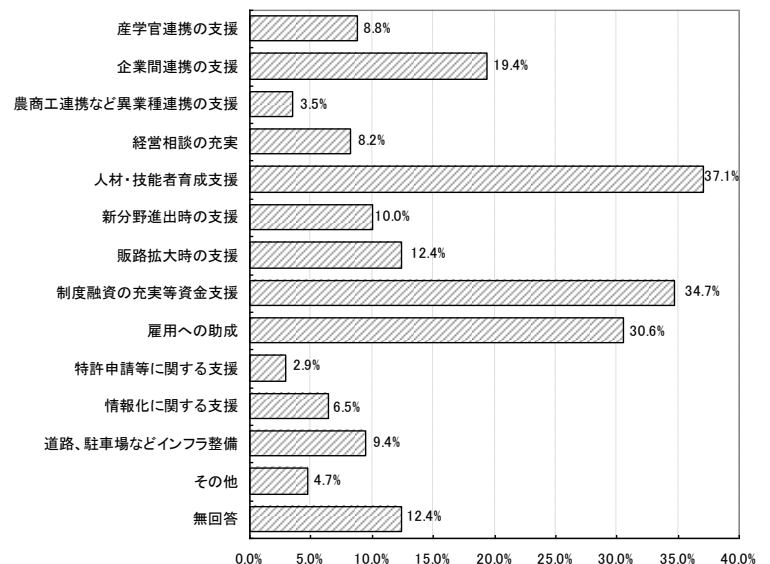
(35) 将来相談先（回答数：170）（複数回答）

「専門家」が 28.2%、「わからない」が 19.4%、「親族」、「金融機関」、「同業者」がそれぞれ 17.6%、「商工会議所」は 10.0%となっている。



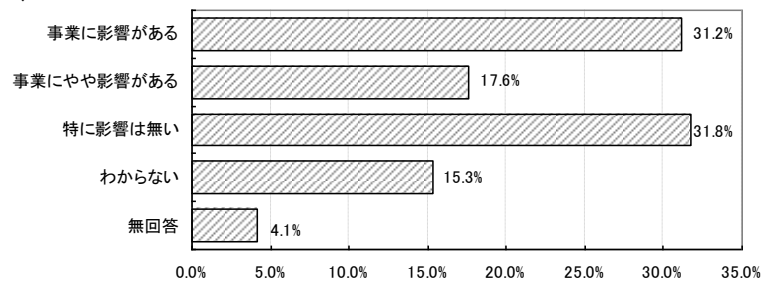
(36) 事業活動を継続するための必要施策（回答数：170）（複数回答）

「人材・技能者育成支援」が 37.1%、「制度融資の充実等資金支援」が 34.7%、「雇用への助成」が 30.6%、「企業間連携の支援」が 19.4%である。



(37) アクアラインの影響（回答数：170）

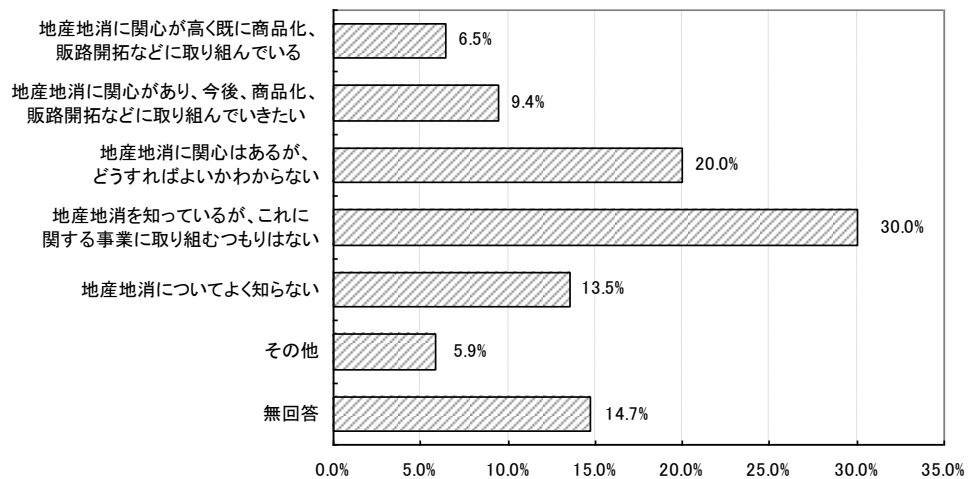
「事業に影響がある」が 31.2%、
「やや影響がある」が 17.6%で、合
計 48.8%が「影響がある」と回答し
ている。



(38) 地産地消について（回答数：170）

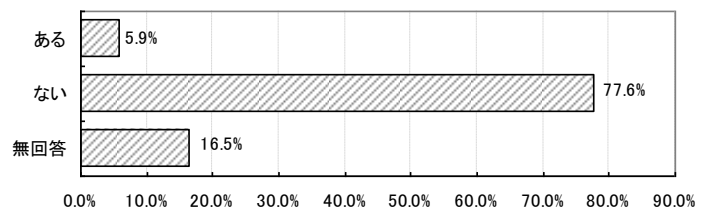
「既に取り組んでいる」が 6.5%、「関心があり商品化、販路開拓に取り組んでいきたい」
が 9.4%、「関心はあるがどうすればいいかわからない」が 20.0%で、合計 35.9%の方が取組
に関心があると回答している。

「関連する事業に取り組むつもりはない」とする方は 30.0%である。



(39) 市のHPで紹介したい地元産品の有無（回答数：170）

「ある」が 5.9%、「ない」が 77.6%である。



以上

木更津市商工業振興計画

平成26年3月発行

発行 千葉県 木更津市

編集 千葉県 木更津市 経済部 商工観光課

〒292-8501

千葉県木更津市潮見1丁目1番地

電話 0438(23)8460

FAX 0438(25)3566