

袖ヶ浦市産業振興ビジョン(案)

目次

第1章	袖ヶ浦市産業振興ビジョン策定の趣旨	1
1.	産業振興ビジョン策定の背景と目的	1
2.	産業振興ビジョンの位置づけ	1
3.	産業振興ビジョンの計画期間	2
第2章	社会的潮流の変化	3
1.	少子高齢化と人口減少社会の到来	3
2.	地球的規模で対応が求められる環境問題と高まる安全・安心への意識	4
3.	高度情報化社会とグローバル化の進展	5
第3章	本市の産業構造の現状整理と戦略の立案	6
1.	産業全般における現状	6
2.	産業別	11
第4章	産業振興ビジョンの将来像・施策の体系	27
1.	ビジョンで目指す本市産業の将来像	27
2.	産業振興の今後の方向性・目標	28
3.	産業振興ビジョンの体系	29
第5章	産業別の目標と施策の展開	30
1.	農業の展開	30
2.	工業の展開	39
3.	商業の展開	50
4.	観光業の展開	59
第6章	各産業の相乗効果を発揮する横断的な取り組み	67
1.	基本的な考え方と体系	67
2.	分野横断的な産業振興施策	68
第7章	計画の推進に向けて	75
1.	計画の推進体制	75
2.	関係主体の役割	76
参考資料		77
	策定経過	77

第1章 袖ヶ浦市産業振興ビジョン策定の趣旨

1. 産業振興ビジョン策定の背景と目的

少子高齢化の進行による人口減少社会の到来、地球温暖化問題、グローバル経済の進展など、さまざまな要因により、社会経済情勢は大きく変化しています。なかでも、「リーマン・ショック」に端を発した世界同時不況や、東日本大震災の発生とそれに伴うエネルギー供給制約など、産業を取り巻く環境は厳しさが続いていましたが、安倍内閣の経済政策「アベノミクス」により、円高修正・株高に伴い消費マインドが回復しているほか、賃金などの雇用環境の改善が大企業だけでなく、中小企業にも波及する動きが始めるなど、日本経済・千葉県経済は発展に向け、新たな段階を迎えているといえます。

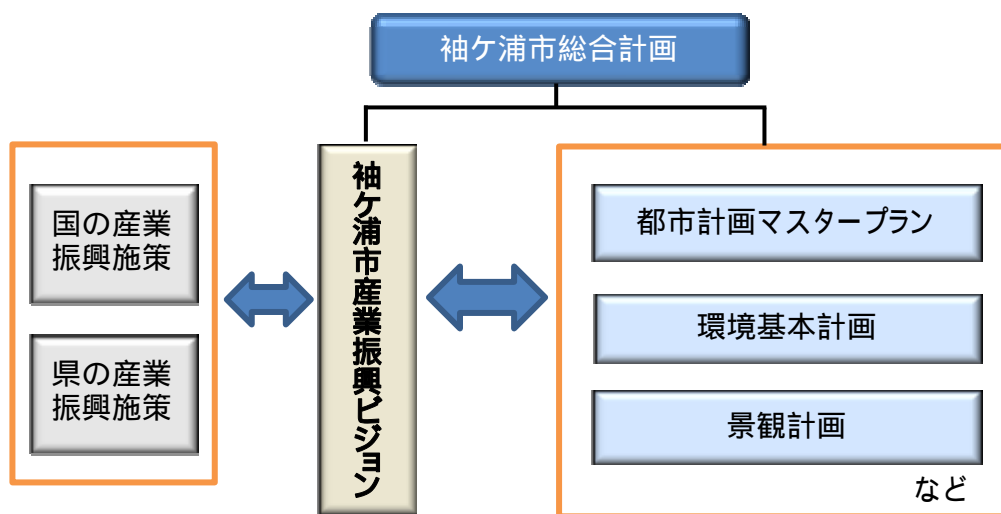
本市では、温暖な気候や肥沃な大地など恵まれた環境において、農業が盛んに行われているとともに、京葉工業地帯の一翼を担う臨海コンビナートが、電気・ガス等首都圏のエネルギー基地として揺るぎない地位を築いています。また、袖ヶ浦駅海側地域の土地区画整理事業の進行により、今後住宅や商業施設などが集積し、魅力的な商業環境の実現や多くの観光客の来訪が期待されるなど、本市は、経済成長のポテンシャルを有しているといえます。

今回策定する産業振興ビジョンは、このような激しい社会情勢の変化に柔軟に対応し、また、本市が有するポテンシャルを最大限に活かすため、事業者、産業団体、市民、行政などが連携して、目指すべき方向性を共有するために策定するものです。

2. 産業振興ビジョンの位置づけ

本市では、『「自立と協働のまち」人いきいき、緑さわやか、活力あふれる袖ヶ浦』を将来都市像とする「袖ヶ浦市総合計画」(計画期間：平成22～31年度)を策定しており、本ビジョンは、袖ヶ浦市総合計画の産業振興面におけるマスタープランにあたります。

また、土地利用の基本方針を定める「袖ヶ浦市都市計画マスタープラン」をはじめとして、各種関連計画との整合性を確保しつつ、国や県の産業振興施策にも配慮します。



3. 産業振興ビジョンの計画期間

本ビジョンの計画期間は、平成 27 年度（2015）～平成 36 年度（2024）までの 10 年間とします。本ビジョンの推進にあたり、前期 5 年、後期 5 年とするアクションプランを別途策定し、後期アクションプラン（平成 32 年度～）を作成する際には、本市の最上位計画であり、平成 32 年度を初年度とする次期総合計画と整合を図ります。

なお、社会・経済情勢の変化や本市の産業を取り巻く環境など、様々な状況の変化に対応するため、必要に応じ見直しを行うこととします。

平成 22年度	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
2010 年度	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
【現行】総合計画(平成22～31年度)										【次期】総合計画(平成32年度～)				
袖ヶ浦市産業振興ビジョン(10年間)														
前期アクションプラン (平成27～31年度)										後期アクションプラン (平成32～36年度)				

第2章 社会的潮流の変化

本市を含め、千葉県、日本全体の社会・経済を取り巻く環境は、時代の潮流に伴って大きく変化しており、これらに対応した視点が求められています。本市の産業振興の方向性を検討するうえで、注視すべき社会的潮流は、以下のとおりです。

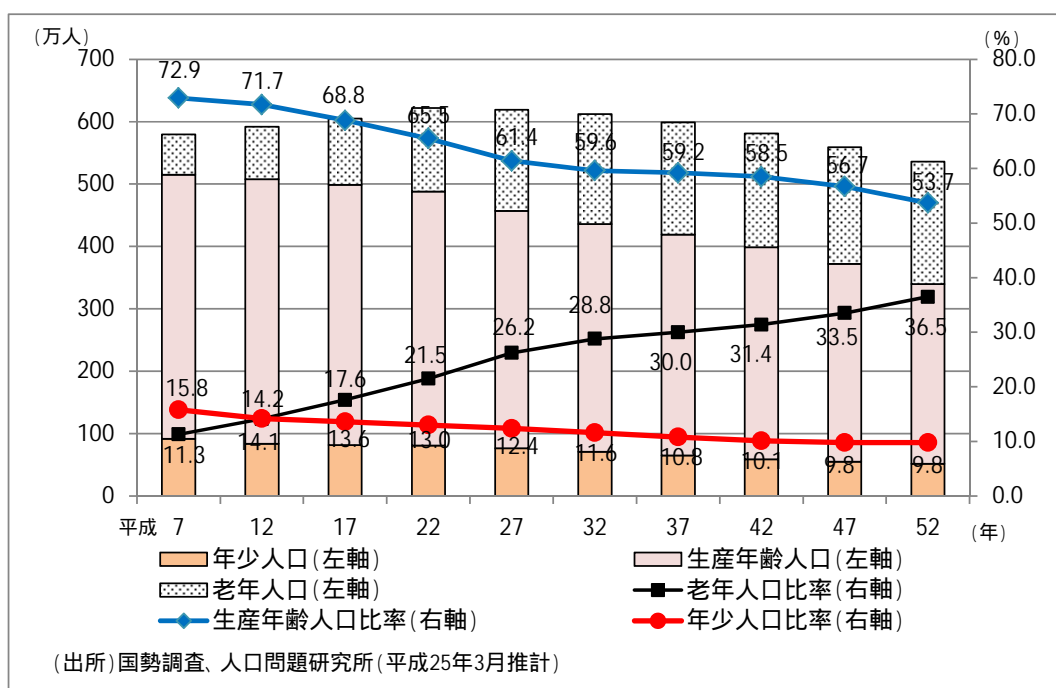
1. 少子高齢化と人口減少社会の到来

我が国では、急速な少子高齢化の進行により、本格的な人口減少社会が到来しています。将来人口推計（国立社会保障・人口問題研究所）によれば、平成22年（2010年）から平成72年（2060年）までの50年間でおおむね平成22年の7割程度まで減少する見込みです。

千葉県における老年人口比率（65歳以上の人口割合）は、平成22年（2010年）の21.5%から平成52年（2040年）には36.5%へと高まる一方、生産年齢人口比率（15歳以上65歳未満の人口割合）は同65.5%から53.7%に減少するなど、今後の労働力不足が懸念されます（図表1）。

このような状況下、人口の減少傾向に歯止めをかけるため、充実した少子化対策などに取り組むことの必要性が高まっています。

図表1 千葉県の年齢構成別将来人口



2. 地球的規模で対応が求められる環境問題と高まる安全・安心への意識

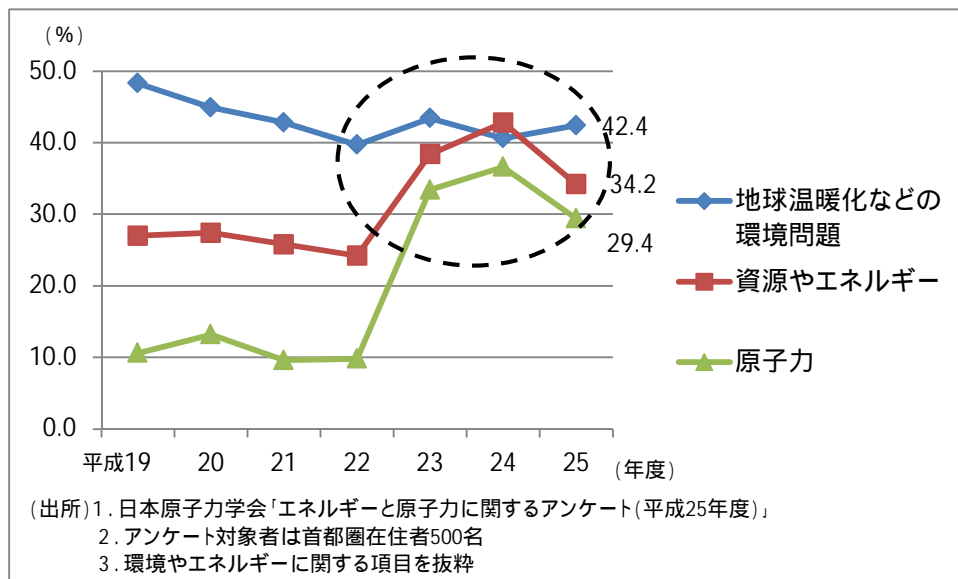
地球温暖化、オゾン層の破壊、森林減少、生物多様性の喪失、酸性雨など、地球規模でのさまざまな環境問題が顕在化しています。

環境への意識の高まりを背景に、環境負荷の低減に向けた環境配慮行動の促進や地球温暖化防止のための再生可能エネルギーの利用、省エネルギーの実践、自然環境の保全など、持続可能な循環型社会に向けた取り組みの重要性が高まっています。

平成23年3月11日に発生した東日本大震災は、東北・関東地方を中心に我が国に未曾有の被害をもたらしました。また、首都直下地震等の大規模地震発生の切迫性が高まるなど、個人・法人に関わらず、安全・安心への意識が高まっています。

国民の環境・エネルギー関連への関心は、従来の地球温暖化などの環境問題に加えて、今後の原発再稼働の行方や新エネルギーなど新たな分野にも向けられています（図表2）。

図表2 普段から関心を持っている事柄



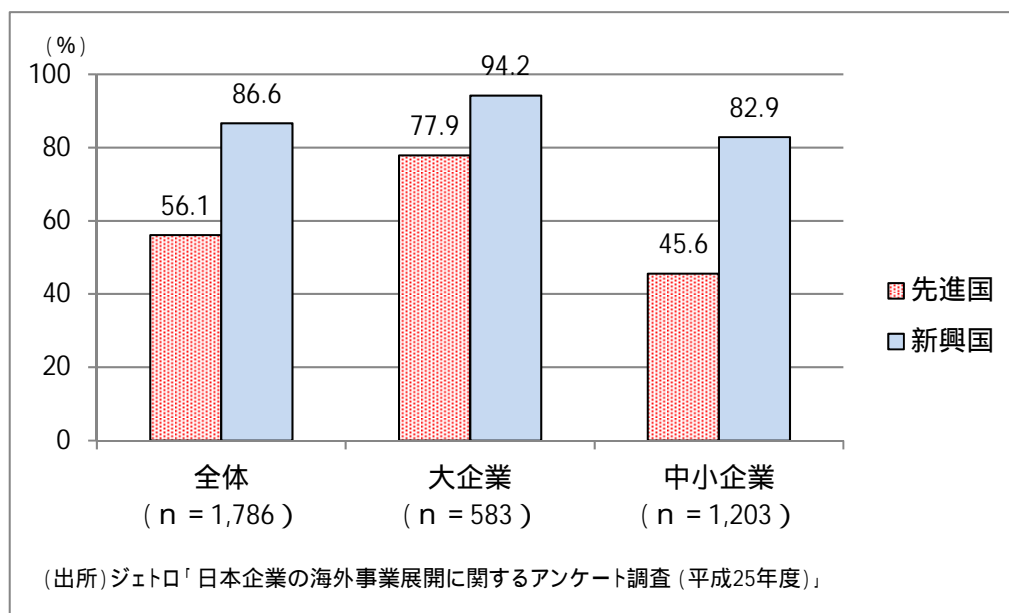
3. 高度情報化社会とグローバル化の進展

インターネットや携帯電話等の情報通信機器の普及など、近年の情報通信技術の飛躍的な発展は、時間や場所の制約を受けずに情報の受発信を可能にしました。情報通信機器の普及は、日常生活の利便性を向上させるとともに、電子商取引などの新しい産業構造を生み出し、経済社会システムに大きな変化をもたらしています。

近年、国家の枠を超えた経済の結びつきの強まりにより、人・モノ・カネ・情報の流れは、世界的な規模で展開され、地域経済にまで世界経済の影響が及ぶようになってきました。縮小基調にある国内から飛び出して、海外市場、特にアジアを中心とした新興国で事業を展開する企業が増加しています（図表3）。

2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定し、世界中から東京への注目が集まっています。国境を越えた世界的イベントの開催に備え、東京のみならず日本中の自治体や企業が大きな機会と捉えるべく準備を進める動きが出ています。千葉県においても、「2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた取組の基本方針」を策定し、成田空港から外国人を誘致することを含め、千葉県にとって千載一遇のチャンスと捉えています。

図表 3 海外拠点の所在地(規模別)



第3章 本市の産業構造の現状整理と戦略の立案

1. 産業全般における現状

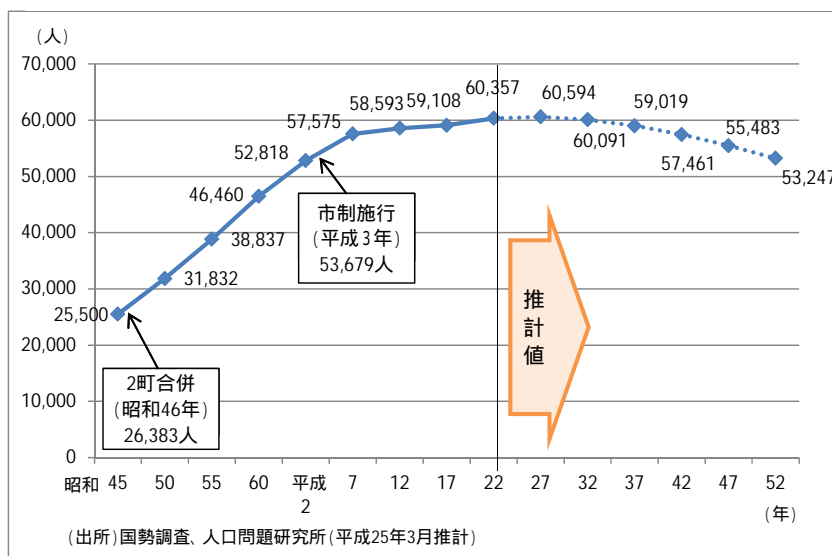
(1) 総人口・生産年齢人口は長期的に減少見通し

本市の人口は、昭和46年の袖ヶ浦町と平川町の合併時から、平成3年の市制施行を経て増加を続けてきましたが、今後の人口見通し（国立社会保障・人口問題研究所の推計）では、平成27年をピークに減少に転じる見通しです（図表4）。

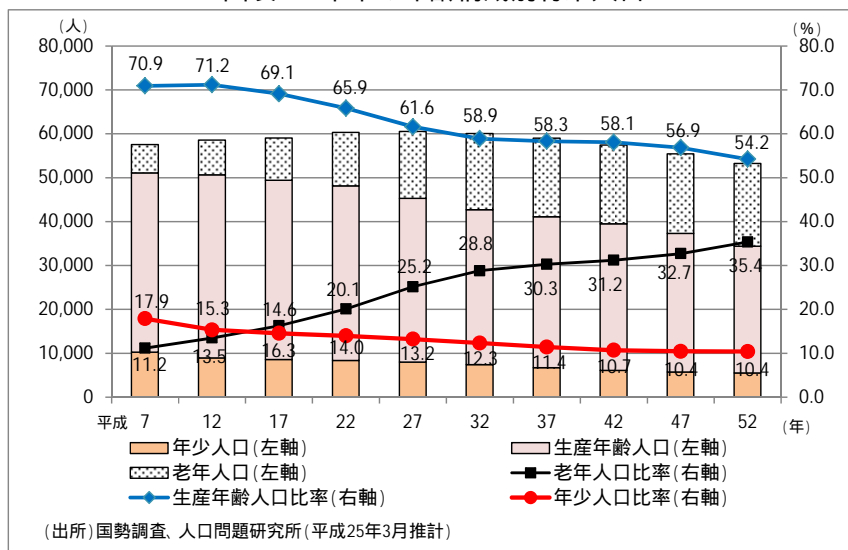
本市の産業を担う生産年齢人口は、平成12年をピークに減少に転じる一方、老年人口は一貫して増加する見通しです（図表5）。

少子高齢化の進行が想定される中、こうした社会構造の変化に対応できる、新たな産業及び雇用の創出が必要といえます。

図表4 本市の人口の推移と見通し



図表5 本市の年齢構成別将来人口

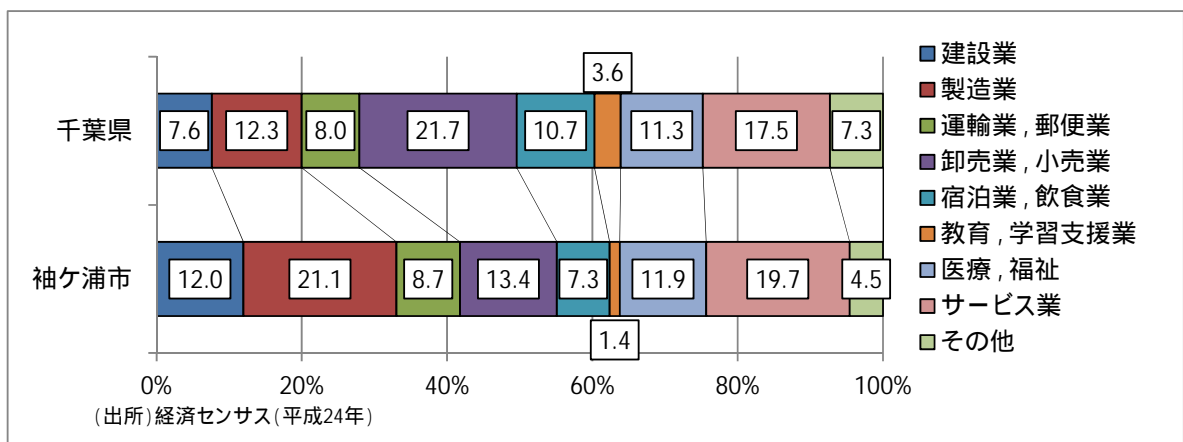


(2) 製造業は本市の産業基盤を支える基幹産業

平成24年時点の本市の産業構造(従業者割合)を千葉県平均と比較すると、「製造業」は本市(21.1%)が千葉県(12.3%)を8.8ポイント上回っています。製造業の占めるウェイトの大きさが際立っており、本市の基幹産業といえます(図表6)。

非製造業では、「建設業」、「サービス業」で、本市の割合が大きくなっていますが、「卸売業・小売業」、「宿泊業・飲食業」では、千葉県の平均より本市は劣後しており、商業・観光業においてやや弱さがみられます。

図表6 業種別従業者数割合(県との比較)



(3) 交通アクセス利便性の高さの割に安価な地価水準

本市は、袖ヶ浦ICから東京湾アクアラインを利用することで、都心の主要拠点まで1時間以内でアクセスでき、また、圏央道を利用すれば茂原方面のほか、今後の整備進展に伴い成田空港へもアクセスが容易になるなど、交通アクセス利便性が非常に高いのが特徴です。

本市の地価水準（図表7）をみると、全用途平均が36,100円となっています。千葉県平均は本市の3.2倍、千葉市が同3.8倍、市原市が同1.3倍、東京湾アクアラインの対岸地である東京都大田区は同14.2倍、神奈川県川崎市は同8.6倍となっており、本市の地価における競争優位性は高いといえます。

図表7 用途別平均地価

(単位:円/m²,倍)

	全用途 平均	袖ヶ浦市と の比較	工業地	袖ヶ浦市と の比較	商業地	袖ヶ浦市と の比較	住宅地	袖ヶ浦市と の比較
袖ヶ浦市	36,100		21,100		74,200		37,800	
千葉県	113,800	3.2	49,500	2.3	228,700	3.1	95,900	2.5
千葉市	137,200	3.8	53,000	2.5	296,100	4.0	112,500	3.0
市原市	47,700	1.3	27,000	1.3	106,400	1.4	44,000	1.2
木更津市	30,900	0.9	24,100	1.1	48,200	0.6	27,300	0.7
君津市	30,200	0.8	21,100	1.0	44,200	0.6	27,800	0.7
東京都大田区	513,100	14.2	300,500	14.2	659,400	8.9	444,700	11.8
神奈川県川崎市	309,400	8.6	145,700	6.9	550,300	7.4	243,100	6.4

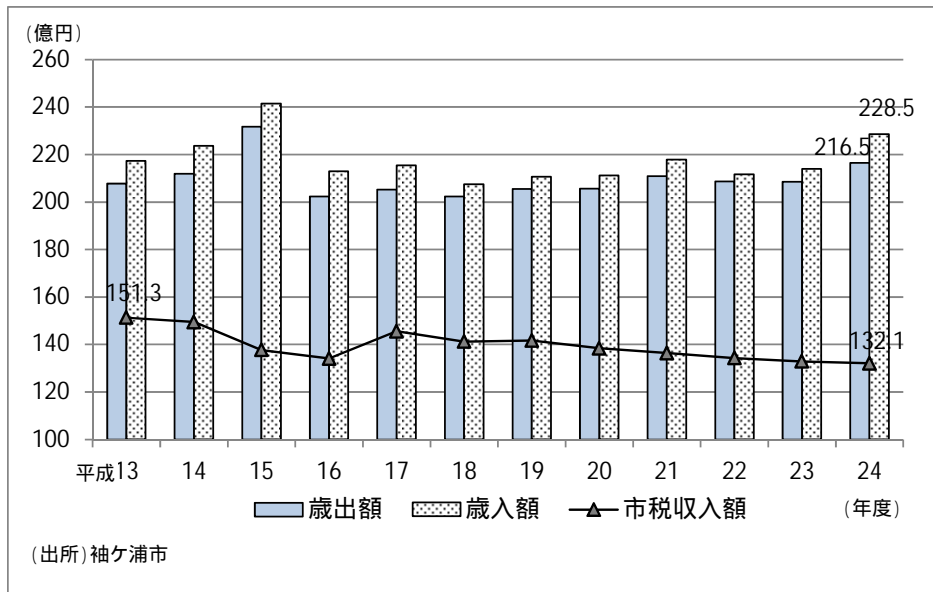
(出所)国土交通省 地価公示(平成25年)

(4) 歳入の伸び悩みと歳出の増加により厳しさを増す財政状況

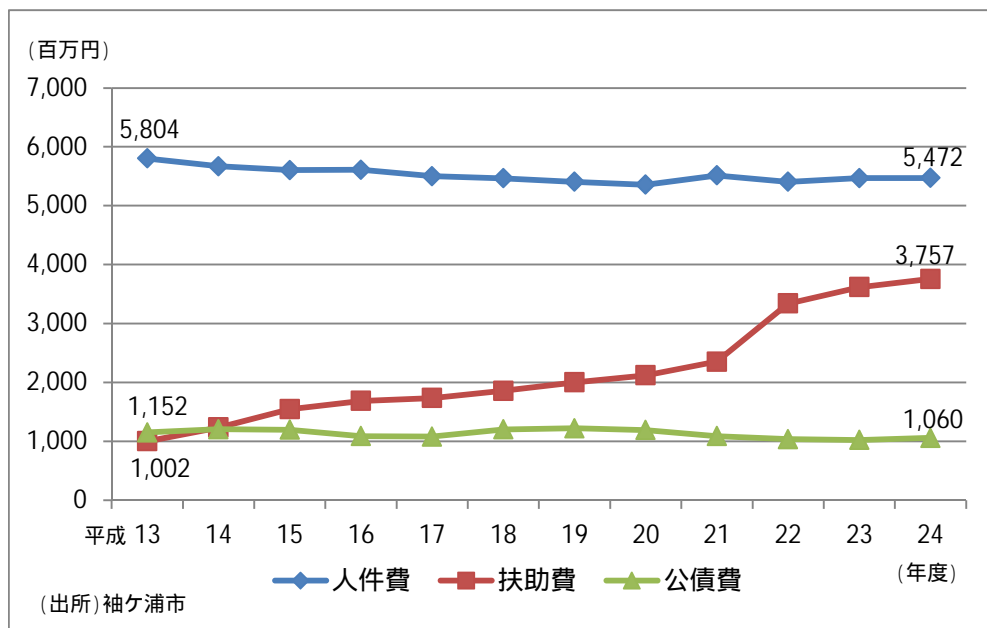
本市の歳入は平成 16 年以降、横ばい水準で推移していますが、歳入の根幹をなす市税収入は、平成 13 年度の約 151 億円から平成 24 年度には約 132 億円に減少しており、今後、市税を中心とした一般財源の減少が続くことも懸念されます（図表 8）。

歳出の内訳をみると、人件費や公債費は減少または横ばいで推移していますが、扶助費が増加しており、今後の高齢化の進行に伴い、財政の逼迫状況が強まる可能性が高くなっています（図表 9）。

図表 8 歳入歳出額と市税収入推移



図表 9 歳出(義務的経費の内訳)

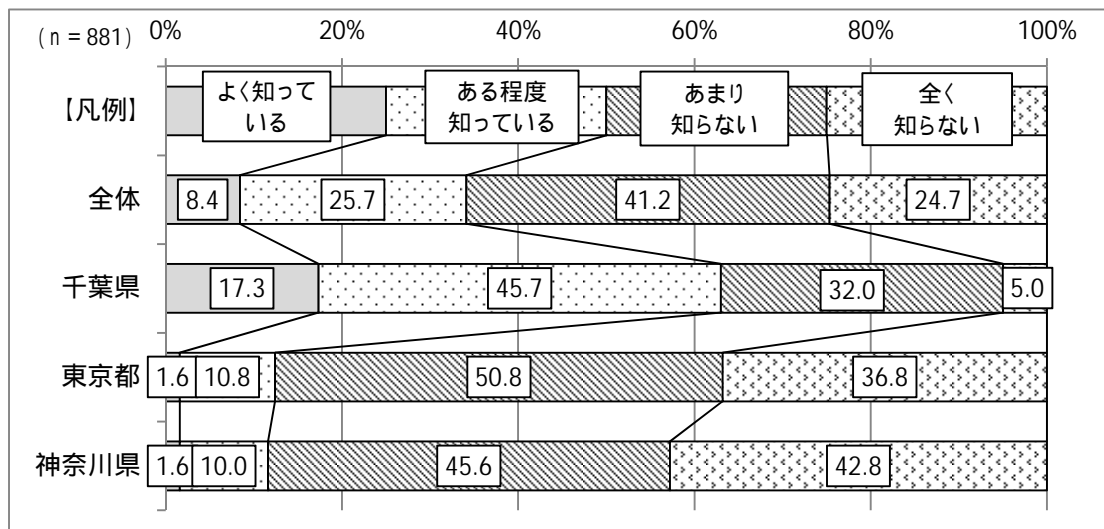


(5) 他市から見た本市の認知度は低水準

本市以外の住民に対して、本市を知っているか聞いたところ、「よく知っている」と「ある程度知っている」を合わせ『知っている』とする回答は34.1%となっており、本市の認知度は高いとはいえません（図表10）。

地域別にみると、県内（木更津市、君津市、富津市、市原市）は『知っている』が63.0%となっていますが、東京都で12.4%、神奈川県で11.6%となり、特に県外における本市の認知度は低くなっています。

図表 10 市外住民における本市の認知度(地域別)



(出所) 市外住民向けアンケート調査(平成25年9月実施)

2. 産業別

農業

(1) 肥沃な農地で生産される豊富な種類の農畜産物

本市の農業は、肥沃な農地や温暖な気候など、農業に適した環境があり、多品目で新鮮な農畜産物が生産されているほか、酪農も盛んな土地柄です。

市内を中心に生産された野菜、果樹や花などの直売所である「ゆりの里」では、市民だけでなく市外からも多くの来場客でにぎわっています。



ゆりの里の店内

(2) 担い手の減少による耕作放棄地の増加懸念

農業経営体数は減少傾向が続いていますが、耕地面積も、農業の担い手の減少に伴い減少しています（図表 11）。

耕作放棄地の近年の変化をみると、耕作放棄地の構成比が最も大きい土地持ち非農家の耕作放棄地が増加しているため、放棄地の拡大が懸念されます（図表 12）。

図表 11 農業経営体数及び耕地面積の推移

(単位: 経営体、ha、%)

		平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	平成7年比
農業経営体数	袖ヶ浦市	1,580	1,415	1,227	1,076	31.9
	千葉県	88,396	76,042	63,746	54,688	38.1
経営耕地面積	袖ヶ浦市	2,120	1,999	1,834	1,869	11.8
	千葉県	106,427	96,942	91,878	90,321	15.1

(注1) 出所: 農林業センサス

(注2) 農業経営体数は、経営耕地面積が30アール以上であること又は、各事業内容に基づき所定の作付面積、耕作面積、飼養頭数などを満たす事業者を指す。(農林業センサス定義)

図表 12 耕作放棄地の変化

(単位: ha、%)

	平成12年	平成17年	平成22年	平成17年比	
				変化率	実数
耕作放棄地		355	328	7.6	27
販売農家	130	127	86	32.3	41
自給的農家	43	66	71	7.6	5
土地持ち非農家		163	171	4.9	8

(注1) 出所: 農林業センサス

(注2) 平成12年以前は土地持ち非農家の統計がなく、市内の耕作放棄地は不明。

(注3) 土地持ち非農家は、農家以外で耕地及び耕作放棄地を5アール以上所有している世帯をいう。

(3) 農業の現状整理

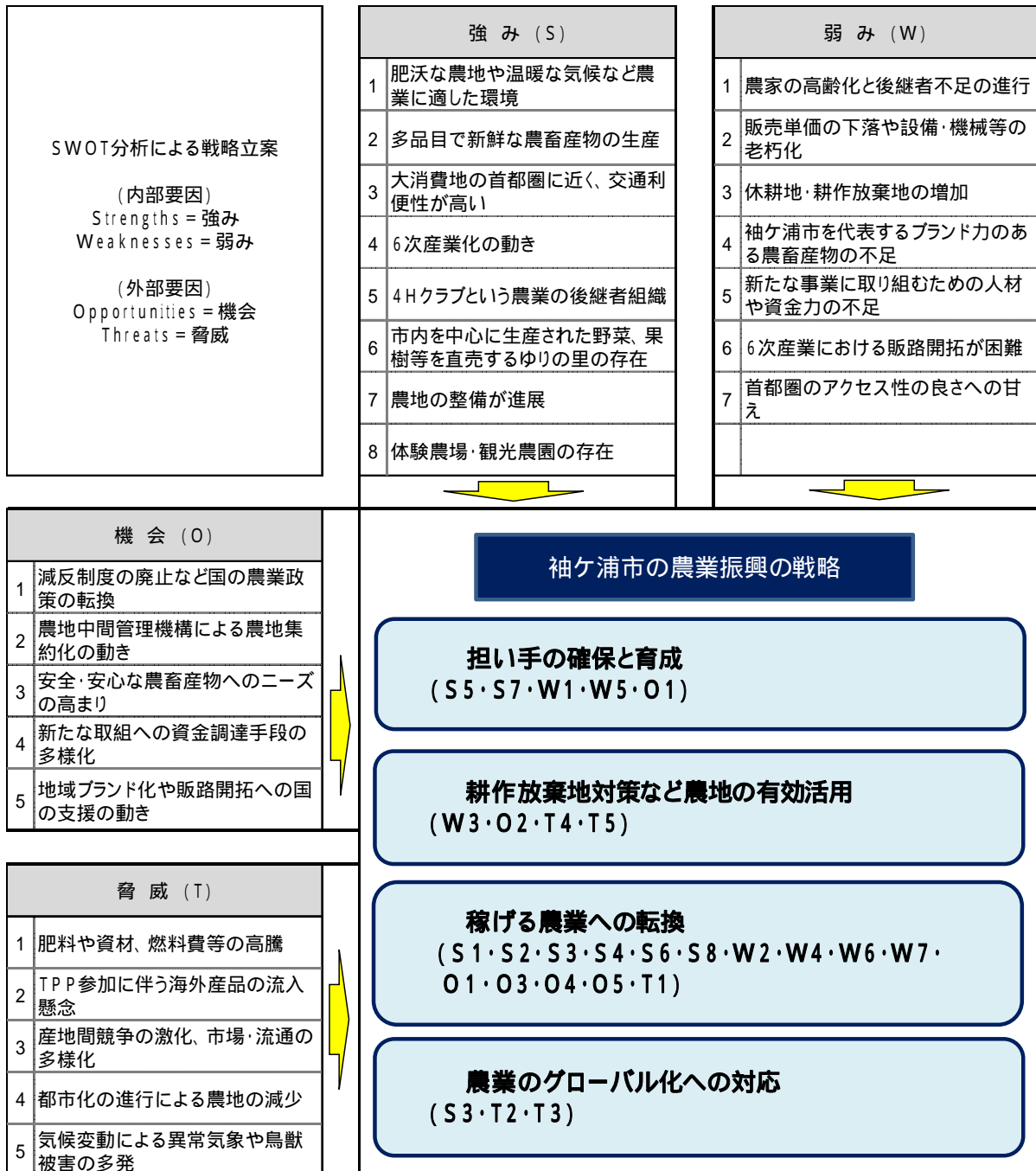
本市農業の現状を整理すべく、強み・弱み・機会・脅威について、各種調査（策定委員会、産業別懇話会、アンケート調査、ヒアリング調査など）結果をもとに、以下のとおり整理しました。

【農業の強み・弱み・機会・脅威】

強 み	弱 み
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 肥沃な農地や温暖な気候など農業に適した環境がある。 ◆ 多品目で新鮮な農畜産物が生産されている。 ◆ 大消費地の首都圏に近く、交通利便性が高い。 ◆ 6次産業化の動きが出てきている。 ◆ 4Hクラブという農業の後継者組織がある。 ◆ 市内を中心に生産された野菜、果樹や花等を直売しているゆりの里がある。 ◆ 農地の整備が進展している。 ◆ 体験農場、観光農園に取り組んでいる農家がいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 市内農家の高齢化と後継者不足が進んでいる。 ◆ 販売単価が下落し、設備・機械等が老朽化している。 ◆ 休耕地・耕作放棄地が増加している。 ◆ 袖ヶ浦市を代表するブランド力のある農畜産物が不足している。 ◆ 新たな事業に取り組むための人材や資金力が不足している。 ◆ 6次産業における販路開拓が困難である。 ◆ 首都圏のアクセス性の良さへの甘えがある。
機 会	脅 威
<p>減反制度の廃止など、国の農業政策が転換している。</p> <p>農地中間管理機構による農地集約化の動きがある。</p> <p>安全・安心な農畜産物へのニーズが高まっている。</p> <p>新たな取り組みへの資金調達手段が多様化している。</p> <p>地域ブランド化や販路開拓への国の支援が出てきている。</p>	<p>肥料や資材、燃料費等が高騰している。</p> <p>T P P 参加に伴う海外製品の流入懸念がある。</p> <p>産地間競争が激化し市場・流通が多様化している。</p> <p>都市化の進行により農地が減少している。</p> <p>気候変動による異常気象や鳥獣被害が多発している。</p>

(4) SWOT分析による農業振興の戦略立案

本市の農業が持つ強みを活かし弱みを克服するため、また、本市農業を取り巻く機会を利用し脅威を回避するため、SWOT分析(注1)の手法を用いて、本市の農業振興の戦略を以下のとおり設定しました。



(注1)整理した自らの「強み」「弱み」、自らを取り巻く環境の「機会」「脅威」の4つを組み合わせ分析し、将来、どのような方向に進むかの明確なビジョンを策定し、継続的に発展するための戦略を立案する分析手法

(5) 本市の農業振興の戦略

担い手の確保と育成

市内には4Hクラブといった農業の後継者組織があるなど、他市より後継者が多い状況であります。しかしながら、今後も農家の高齢化に伴う後継者不足が進むことは避けられないため、新しい農業の担い手の確保と育成を進めます。

耕作放棄地対策など農地の有効活用

農家の高齢化、専業農家の減少などから、休耕地・耕作放棄地が増え続けており、生産量の確保や景観の維持等のためには、耕作放棄地対策は不可欠です。国の農業政策の動向を踏まえた農地の有効活用に取り組みます。

稼げる農業への転換

農畜産物の販売単価が下落するなか、従来通りの農畜産物を生産し続けるだけでなく、新たな商品開発に取り組んだり、販売ルートを確保するなど、稼げる農業への転換を進めます。

農業のグローバル化への対応

T P P交渉の推移により、今後、割安な海外農畜産物が国内へ流入することが予想され、また、国の農業保護の政策が縮小する動きがあるため、今後輸出などの海外取引を含めた農業のグローバル化への対応を図ります。

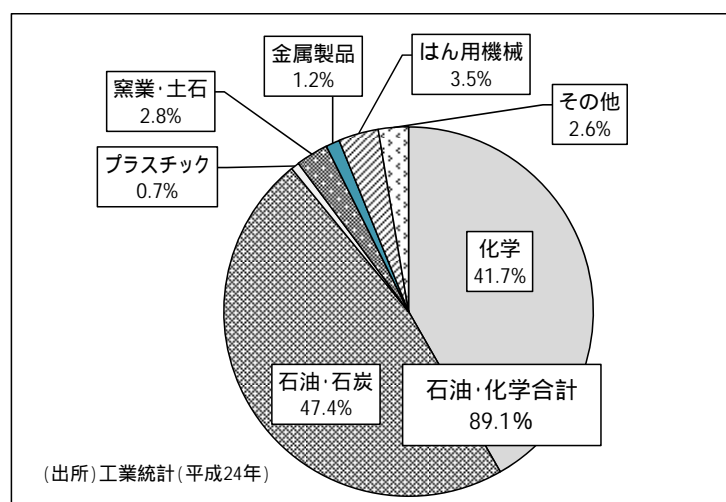
工業

(1) 石油・化学部門が圧倒的なシェアを占める工業

平成 24 年時点の本市の製造業の業種構造を出荷額ベースでみると、化学と石油・石炭で約 9 割を占めるなど、圧倒的に石油・化学コンビナートの立地企業による製造品出荷額のウェイトが大きくなっています（図表 13）。

本市には石油・化学中心の臨海コンビナートのほか、内陸部には袖ヶ浦椎の森工業団地があり 12 社が立地しています。また、現在県と共同で整備を進めている袖ヶ浦椎の森工業団地（2 期）は、平成 29 年度に分譲開始を予定しており、新たな企業の立地が期待されます。

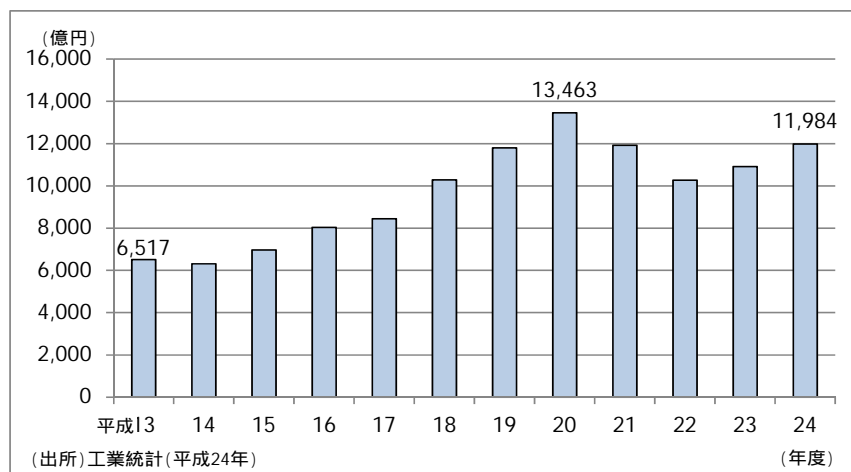
図表 13 産業構造割合(出荷額ベース)



(2) 製造品出荷額は回復基調

本市の製造品出荷額は、右肩上がり増加を続けてきましたが、平成 20 年秋のリーマン・ショックによる世界的な不況の影響等により、平成 21 年以降減少しました。その後、景気改善に歩調をあわせて回復基調となり、平成 24 年度の製造品出荷額は 11,984 億円となっています（図表 14）。

図表 14 製造品出荷額推移



(3) 工業の現状整理

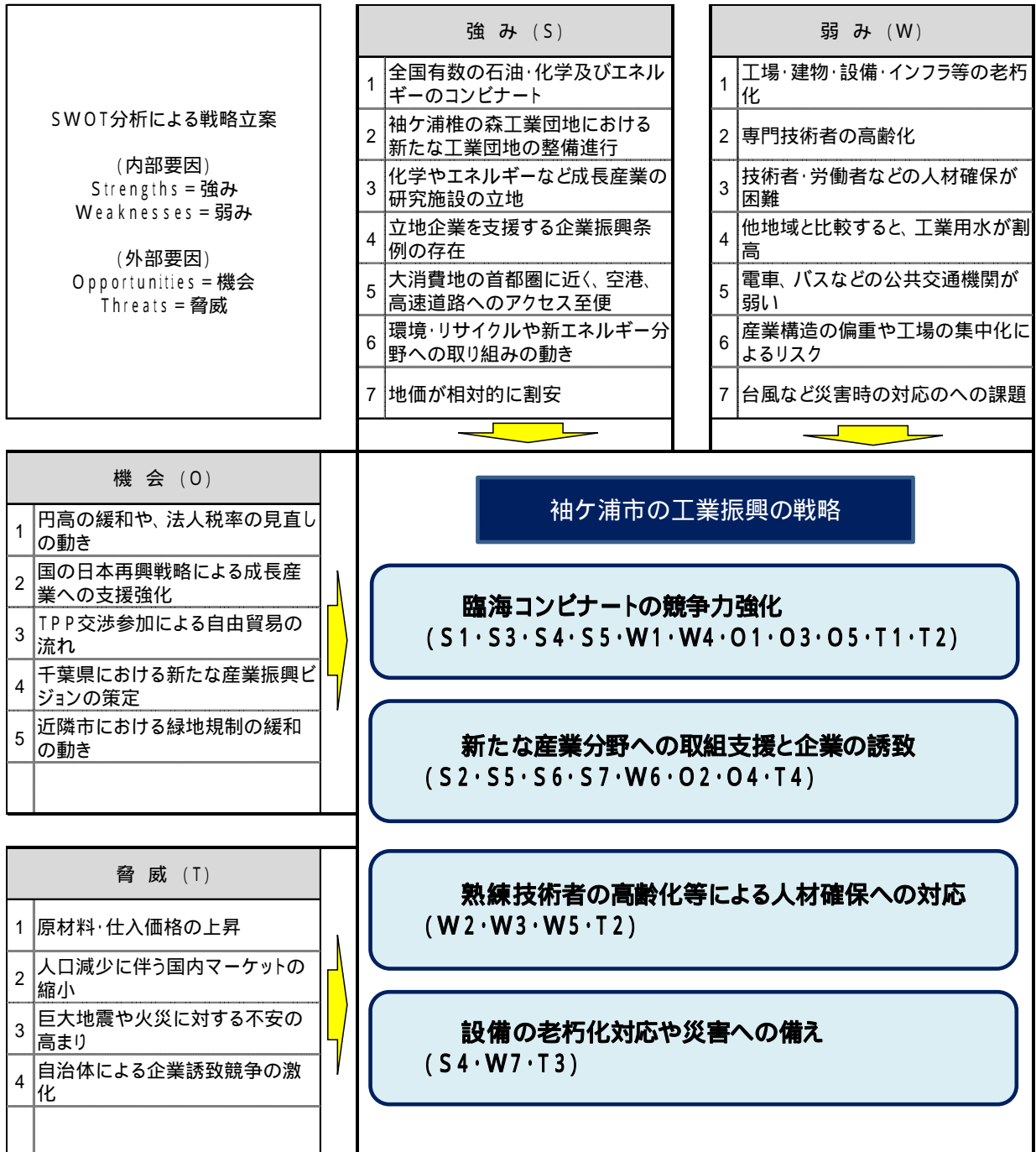
本市工業の現状を整理すべく、強み・弱み・機会・脅威について、各種調査（策定委員会、産業別懇話会、アンケート調査、ヒアリング調査など）結果をもとに、以下のとおり整理しました。

【工業の強み・弱み・機会・脅威】

強 み	弱 み
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 全国有数の石油・化学及びエネルギーのコンビナートがある。 ◆ 袖ヶ浦椎の森工業団地の新たな整備が進行している。 ◆ 化学やエネルギーなど成長産業の研究施設が立地している。 ◆ 立地企業を支援する企業振興条例がある。 ◆ 大消費地首都圏に近く、空港、高速道路へのアクセスが良い。 ◆ 環境・リサイクルや新エネルギー分野への取り組みの動きがある。 ◆ 地価が相対的に割安である。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 工場・建物・設備・インフラ等の老朽化が進行している。 ◆ 専門技術者が高齢化している。 ◆ 技術者・労働者などの人材確保が困難である。 ◆ 他地域と比較すると、工業用水が割高。 ◆ 電車、バスなどの公共交通機関が弱い。 ◆ 産業構造の偏重や工場の集中化によるリスクがある。 ◆ 台風など災害時の対応に課題がある。
機 会	脅 威
<p>円高の緩和や、法人税率の見直しの動きがある。</p> <p>国の日本再興戦略により成長産業へ支援が強化される。</p> <p>T P P 交渉参加による自由貿易推進の機運がある。</p> <p>千葉県において新たな産業振興ビジョンが策定された。</p> <p>近隣自治体において緑地規制の緩和の動きがある。</p>	<p>原材料・仕入価格が上昇している。</p> <p>人口減少に伴い国内マーケットが縮小している。</p> <p>巨大地震や火災に対する不安が高まっている。</p> <p>自治体による企業誘致の競争が激化している。</p>

(4) SWOT分析による工業振興の戦略立案

本市の工業が持つ強みを活かし弱みを克服するため、また、本市工業を取り巻く機会を利用し脅威を回避するため、SWOT分析の手法を用いて、本市の工業振興の戦略を以下のとおり設定しました。



(5) 本市の工業振興の戦略

臨海コンビナートの競争力強化

アジアを中心とした製造業の著しい台頭など経済のグローバル化が進行する一方、国内マーケットは徐々に縮小していくことが予想されます。このようななか、本市の産業の根幹を支える臨海コンビナートが、厳しい操業環境でも勝ち残る競争力を確保していけるよう、市として有効な支援を行います。

新たな産業分野への取組支援と企業の誘致

国が成長産業への支援を強化するなか、臨海コンビナート内の企業だけでなく、市内の中小企業でも環境や新エネルギーなど成長産業に取り組む動きが出ています。既存企業の新たな産業分野への取組を支援するとともに、現在県と共同で整備を進めている袖ヶ浦椎の森工業団地への企業誘致を推進します。

熟練技術者の高齢化等による人材確保への対応

市内の多くの企業では従業員の高齢化が進み、新たな技術者・労働者の確保が難しくなっています。産業の競争力の源泉となる人材の確保や、長期的な視点に立った企業の人材育成を支援します。

設備の老朽化対応や災害への備え

東日本大震災以降、巨大地震や火災などの災害に対する不安が高まっており、その対策が急務となっていますが、市内企業では多額の資金を必要とする設備老朽化への対応が進んでいない企業もみられます。台風などの災害時の対応も含めた対策整備を進めます。

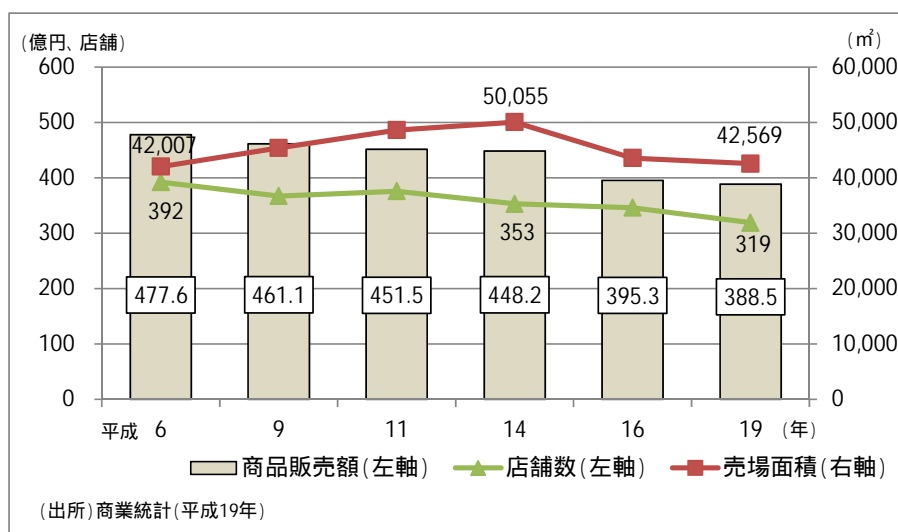
商業

(1) 商業環境の弱さから市民の買い物需要は市外へ流出

本市の商品販売額や店舗数、売り場面積の推移をみると、売り場面積以外は一貫して減少を続けるなど、商業環境の低迷が続いています（図表 15）。

このようななか、本市の市民は、毎日購入する食料品等は市内で買い物をするものの、衣料品や飲食、贈答などのハレの日消費は、木更津市などの市外で行っているのが実態といえます（図表 16）。

図表 15 年間商品販売額推移



図表 16 市民の買い物先

	袖ヶ浦市	木更津市	千葉市	市原市
食料品	74.3%	17.9%	0.4%	5.7%
衣料品	21.5%	49.4%	12.5%	7.9%
飲食	32.6%	48.7%	3.8%	12.7%
贈答品	15.7%	41.5%	22.3%	10.0%

(注1) 出所: 千葉県消費者購買動向調査(平成24年)

(注2) 色網は最も多い市。

(2) 袖ヶ浦駅海側特定土地区画整理事業の進展

袖ヶ浦駅海側特定土地区画整理事業の進展により、袖ヶ浦駅海側エリアは、マンション及び戸建て住宅と、ショッピングモールが整備される予定となっています。集客力の高い三井アウトレットパーク木更津と距離が近いことなどから、相乗効果を発揮し新たなにぎわいの創出が見込まれます。

(3) 商業の現状整理

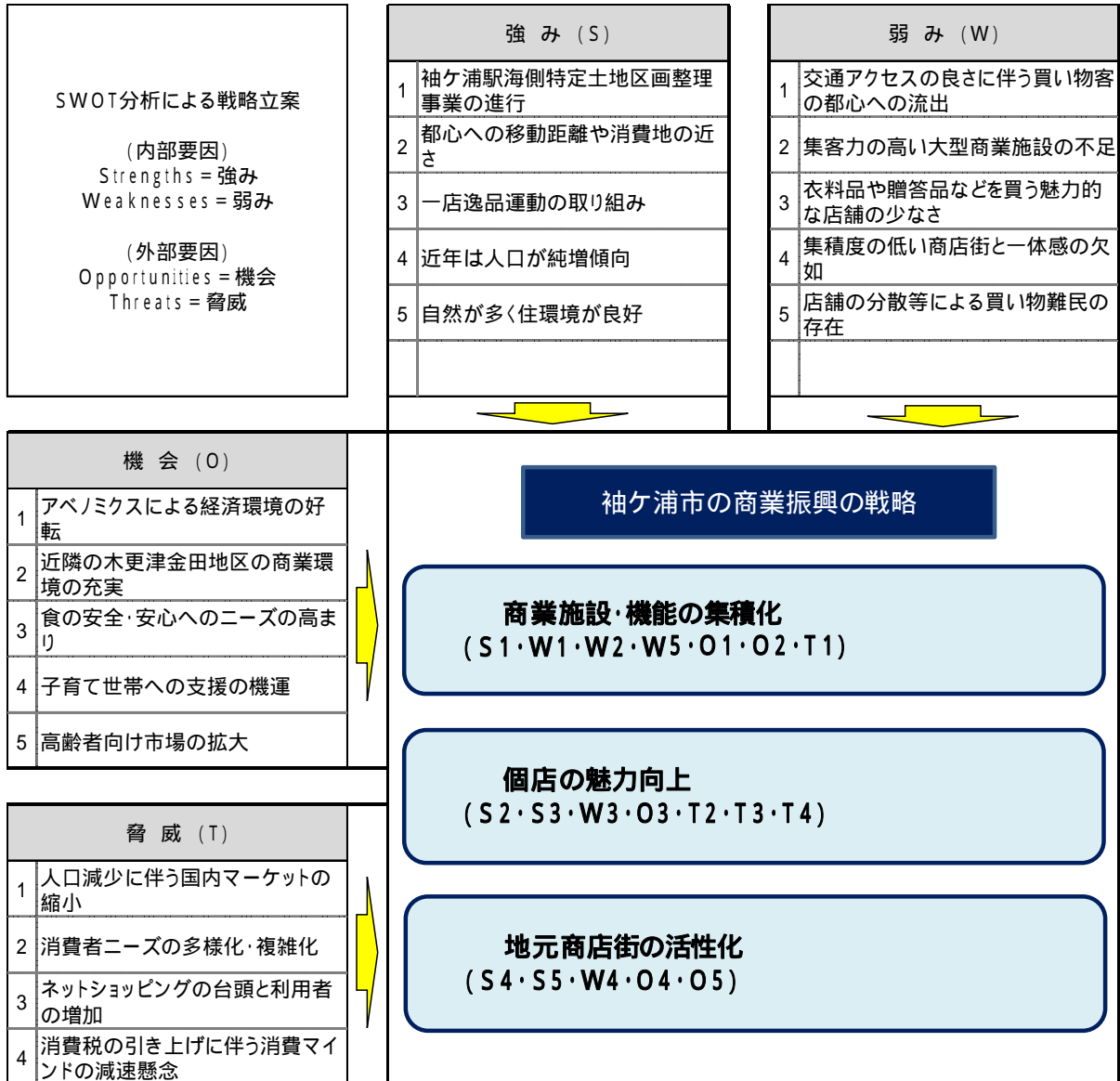
本市商業の現状を整理すべく、強み・弱み・機会・脅威について、各種調査（策定委員会、産業別懇話会、アンケート調査、ヒアリング調査など）結果をもとに、以下のとおり整理しました。

【商業の強み・弱み・機会・脅威】

強 み	弱 み
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 袖ヶ浦駅海側特定土地区画整理事業が進行している。 ◆ 都心との移動距離が短く消費地に近い。 ◆ 一店逸品運動の取り組みがある。 ◆ 近年は人口が純増傾向である。 ◆ 自然が多く、住環境が良好である。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 交通アクセスの良さに伴い買い物客が都心へ流出している。 ◆ 集客力の高い大型商業施設が不足している。 ◆ 衣料品や贈答品などを買う魅力的な店舗が少ない。 ◆ 商店街の集積度が低く、一体感が欠如している。 ◆ 店舗が分散しており、買い物難民が出てきている。
機 会	脅 威
<p>アベノミクスにより経済環境が好転している。</p> <p>近隣の木更津金田地区において商業環境が充実している。</p> <p>食の安全・安心へのニーズが高まっている。</p> <p>子育て世代への支援の機運が出てきている。</p> <p>高齢者向けの市場が拡大している。</p>	<p>人口減少に伴い国内マーケットが縮小している。</p> <p>消費者ニーズが多様化・複雑化している。</p> <p>ネットショッピングが台頭し、利用者が増加している。</p> <p>消費税の引き上げに伴い、消費マインドの減速が懸念される。</p>

(4) SWOT分析による商業振興の戦略立案

本市の商業が持つ強みを活かし弱みを克服するため、また、本市商業を取り巻く機会を利用し脅威を回避するためSWOT分析の手法を用いて、本市の商業振興の戦略を以下のとおり設定しました。



(5) 本市の商業振興の戦略

商業施設・機能の集積化

市内には集客力の高い大型の商業施設がないことなどから、買い物の際に市外に出て行く市民が多いのが実態です。商業施設・機能を集積化、集約化を図ることで、市民が市内だけで買い物できる環境整備を進めます。

個店の魅力向上

商店街や商工会など、地域の商業関係団体の活性化には、その根幹をなす個店自体が魅力を高めることが必要不可欠です。それぞれの個店が努力し、独自性のある魅力ある商品・サービスを提供できるよう支援し、商業環境のにぎわい創出につなげます。

地元商店街の活性化

現在の市内商店街は集積度が低く一体感に乏しいのが実態ですが、商店街は地域の商業の顔であり、地元商店街の活性化が、市の商業振興には欠かせません。今後は社会環境の変化、消費者のニーズの多様化等にあわせた新たな機能を発揮する動きを支援し、商店街の活性化を図ります。

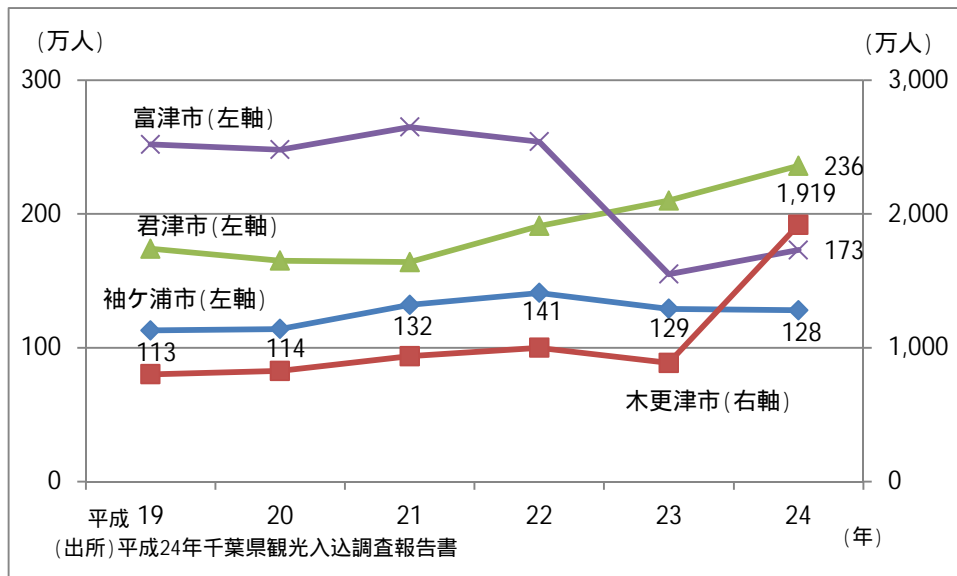
観光業

(1) 東日本大震災による影響からの回復に遅れ

本市の観光入込客数の推移をみると、平成 23 年 3 月に発生した東日本大震災の影響による落ち込みから、現在も震災前の水準に戻っていません（図表 17・18）。また、本市の観光入込客数は、近隣の木更津市、君津市、富津市よりも低位となっています。

県内の観光施設別の入込客数順位をみると、東京ドイツ村が 19 位（平成 24 年）にランクインしています。

図表 17 観光入込客数の推移



図表 18 主な市内観光施設の入込状況推移

(単位: 万人)

施設名	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年
東京ドイツ村	51	53	64	72	67	66
袖ヶ浦公園	21	20	27	28	30	28
ゴルフ場(3施設)	16	16	17	12	9	15
百目木公園	9	10	9	9	9	9
郷土博物館	6	6	5	6	6	5

(出所)平成24年千葉県観光入込調査報告書

(2) 観光業の現状整理

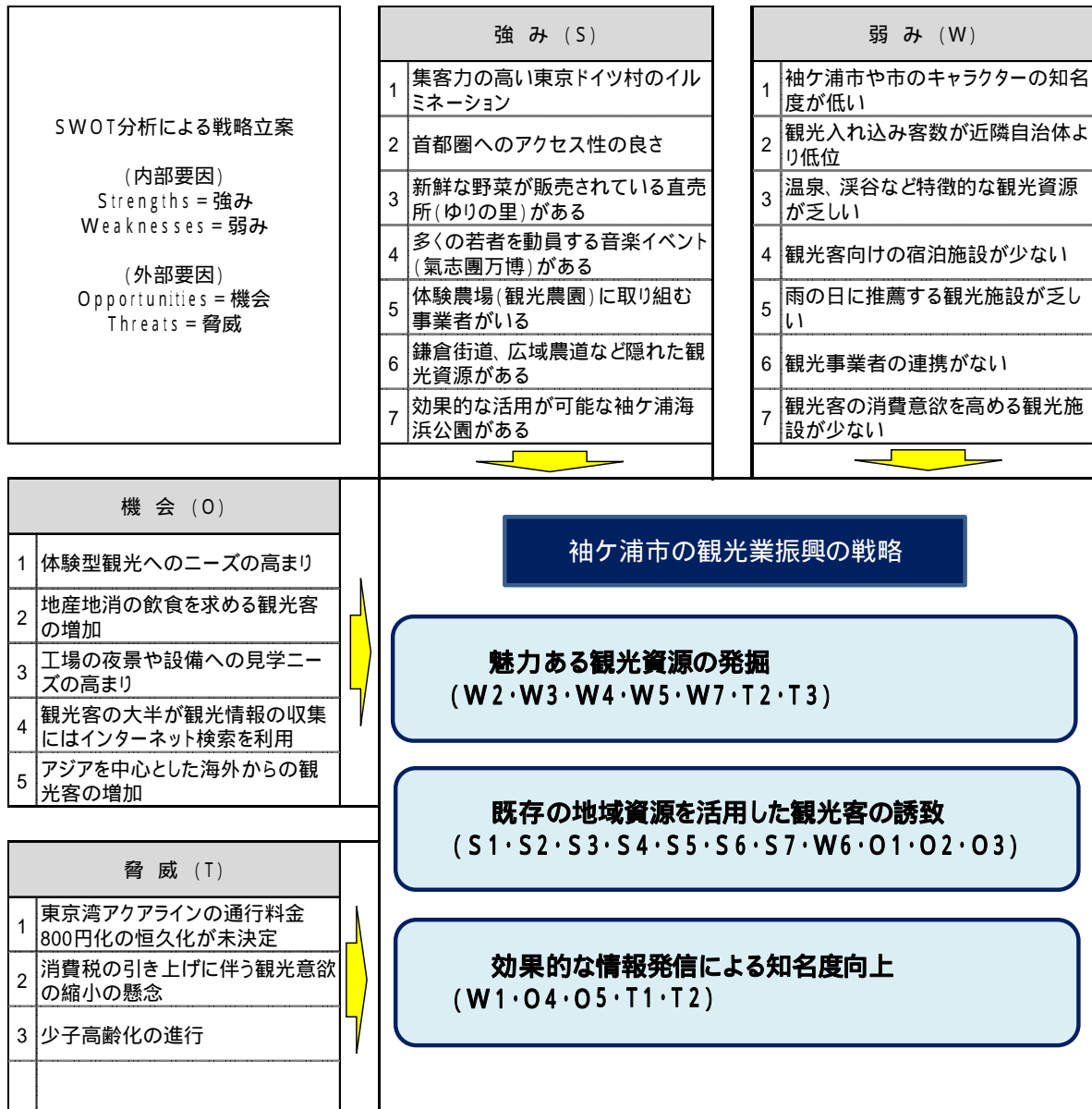
本市観光業の現状を整理すべく、強み・弱み・機会・脅威について、各種調査（策定委員会、産業別懇話会、アンケート調査、ヒアリング調査など）結果をもとに、以下のとおり整理しました。

【観光業の強み・弱み・機会・脅威】

強 み	弱 み
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 東京ドイツ村があり、集客力の高いイルミネーションなどのイベントがある。 ◆ 首都圏とのアクセス性が良い。 ◆ 新鮮な野菜が販売されている直売所（ゆりの里）がある。 ◆ 多くの若者を動員する音楽イベント（氣志團万博）がある。 ◆ 体験農場（観光農園）に取り組む事業者がいる。 ◆ 鎌倉街道、広域農道など隠れた観光資源がある。 ◆ 効果的な活用が可能な袖ヶ浦海浜公園がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 袖ヶ浦市や市のキャラクターの知名度が低い。 ◆ 観光入れ込み客数が近隣自治体より低位となっている。 ◆ 温泉、渓谷など特徴的な観光資源が乏しい。 ◆ 観光客向けの宿泊施設が少ない。 ◆ 雨の日に推薦する観光施設が乏しい。 ◆ 観光事業者間の連携が少ない。 ◆ 観光客の消費意欲を高める観光施設が少ない。
機 会	脅 威
<p>体験型観光へのニーズが高まっている。</p> <p>地産地消の飲食を求める観光客が増加している。</p> <p>工場の夜景や、設備見学へのニーズが高まっている。</p> <p>観光客の大半が観光情報の収集をインターネット検索にて行っている。</p> <p>アジアを中心とした海外からの観光客が増加している。</p>	<p>東京湾アクアラインの通行料金 800 円化が恒久化していない。</p> <p>消費税の引き上げに伴う観光意欲の縮小が懸念されている。</p> <p>少子高齢化が進行している。</p>

(3) SWOT分析による観光業振興の戦略立案

本市の観光業が持つ強みを活かし弱みを克服するため、また、本市観光業を取り巻く機会を利用し脅威を回避するためSWOT分析の手法を用いて、本市の観光業振興の戦略を以下のとおり設定しました。



(4) 本市の観光業振興の戦略

魅力ある観光資源の発掘

本市の観光入込客数は近隣自治体より低位ですが、その大きな理由は市内に魅力ある観光資源が少ないことがあげられます。観光客誘致の競争が激化するなか、観光客を呼び込むことができる観光資源の発掘を進めます。

既存の地域資源を活用した観光客の誘致

市内には東京ドイツ村や袖ヶ浦公園など知名度がある観光資源のほか、鎌倉街道や広域農道、里山などの美しい景観、コンビナートの工場群の夜景等、有望な地域資源が数多く存在しています。これら既存の地域資源を活かした観光客の誘致を図ります。

効果的な情報発信による知名度向上

観光客が旅行をする際には、インターネット検索による情報収集が一般的ですが、市内観光施設のインターネットによる発信が弱く、各施設などの知名度は高くありません。効果的な情報発信の実施による、本市の観光産業全体の知名度向上を図ります。

第4章 産業振興ビジョンの将来像・施策の体系

1. ビジョンで目指す本市産業の将来像

本ビジョンにおいて、市内の事業者、関係団体、市民、行政が相互に協力・連携して目指す、本市産業の将来像を次のように定めます。

将来像（目指すべき姿）

産業が調和したにぎわいと活力のあるまち袖ヶ浦

本市の有する資源を活用し、農業、工業、商業、観光業の一体的な連携のもと、産業構造のバランスを保ちながら地域経済の活性化を推進し、市民が将来にわたり安心して働けるまちを目指します。

この将来像は、上位計画である袖ヶ浦市総合計画における施策の体系「第6産業振興」と整合させており、これまでの取り組みを引き続き継続していくことを示しています。

2. 産業振興の今後の方向性・目標

本市の産業振興の戦略を進め、本市産業の将来像である「産業が調和したにぎわいと活力のあるまち袖ヶ浦」の実現を図るため、各産業の今後の方向性を整理するとともに、産業別の目標を設定しました。各産業の戦略から今後の方向性、目標までの検討フローは以下のとおりです。

【戦略から今後の方向性、目標への検討フロー】

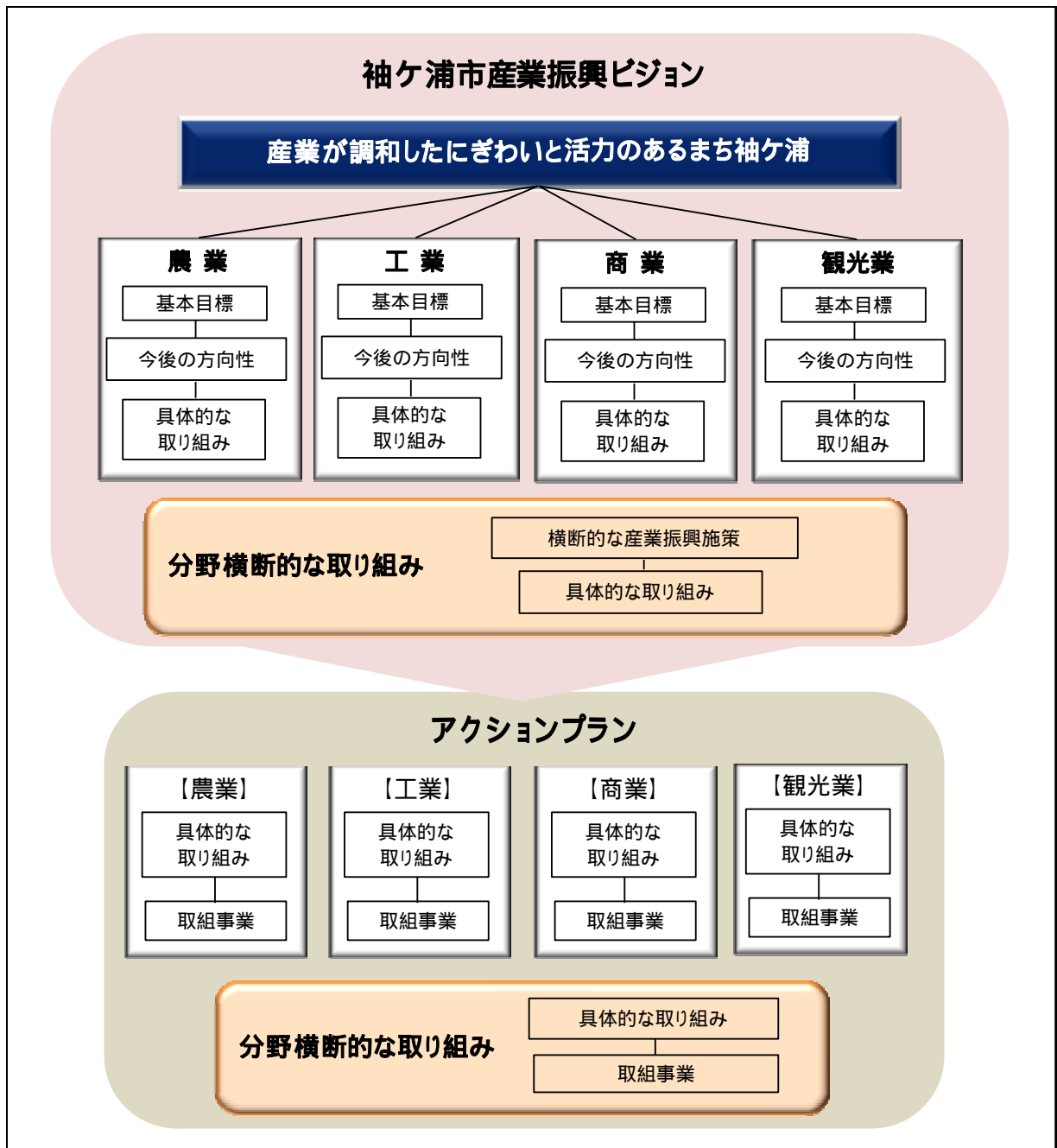


3. 産業振興ビジョンの体系

本ビジョンは、本市の産業の将来像を実現するため、農業、工業、商業、観光業の各分野の基本目標や今後の方向性、具体的な取り組みを定めます。また、各分野の範囲にとられない横断的な取り組みによって効果的に本市産業の振興を推進します。

そして、アクションプランにおいては、農業、工業、商業、観光業の各分野の基本目標を達成するために必要となる具体的な取り組みや事業を整理・掲載しています。

産業振興ビジョンの全体像



第5章 産業別の目標と施策の展開

1. 農業の展開

(1) 目標と今後の方向性

農業の目標	恵まれた自然環境を活かし未来を拓く農業のまち
-------	------------------------

本市は、肥沃な大地や温暖な気候など恵まれた自然環境から、水稻、野菜、果樹、酪農、養鶏などが盛んに行われています。しかしながら、農家の高齢化による担い手の確保や耕作放棄地の対策などに加え、今後は、割安な海外産の農畜産物の流入などの競争環境の激化が予想され、農業を取り巻く環境は厳しさを増しています。このようななか、本市の農業の未来を切り拓くため、豊かな地域資源を活かした農業ビジネスを強化し、収益性の高い農業経営を展開しながら、担い手の確保や耕作放棄地の対策などを進めます。

農業振興の戦略と今後の方向性

戦 略	今後の方向性
担い手の確保と育成	a 集落・地域における「人・農地プラン」の作成と推進、農地の集約化
耕作放棄地対策など農地の有効活用	
稼げる農業への転換	b 農畜産物のブランド化、6次産業化の推進
	c 人を呼び込める魅力ある農業の推進
農業のグローバル化への対応	d 県と連携した農畜産物のアジア展開

(2) 農業振興の方向性と具体的な取り組み

本市の農業が今後取り組むべき方向性と具体的な取り組みについて、以下のとおり設定します。

a 集落・地域における「人・農地プラン」の作成と推進、農地の集約化

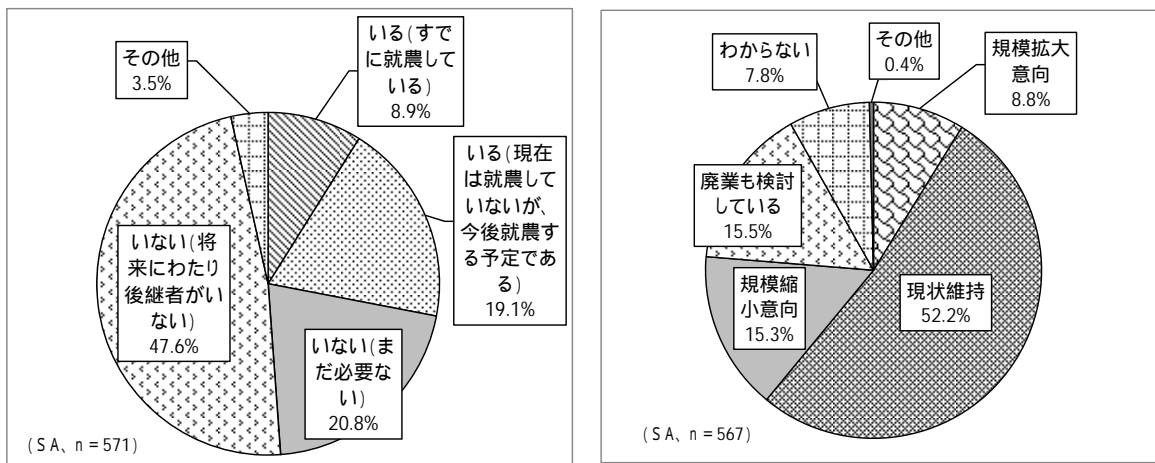
【概要】

農業を支える担い手の確保・育成や増加が懸念される耕作放棄地の対策といった人と農地の問題は一体的に解決を図ることが重要です（図表 19）。そのためには、それぞれの集落・地域において話し合いを行い、集落・地域が抱える人と農地の問題を解決するための未来の設計図といえる「人・農地プラン」^(注2)の作成が欠かせません。

本市は肥沃な農地や温暖な気候など農業に適した環境を有し、他市からも新規就農者の参入がみられています。引き続き新規就農者を確保するほか、地域農業の担い手となる認定農業者を増やします。また、集落機能を維持するために、集落営農組織の設立や法人化を進め、地域農業を支える組織を育成します。

耕作放棄地の解消を図るためには、多様な人々による再生活動を支援するとともに、県の農地中間管理事業を活用し、生産意欲の高い担い手への農地の集約化を進めます。

図表 19 農業後継者の有無と事業展開の方向性



(出所) 農業事業者向けアンケート調査 (平成 25 年 10 月実施)

(注2)「人・農地プラン」とは、高齢化や後継者不足、耕作放棄地の増加などの「人と農地の問題」を解決するために、地域・集落の農業者の話し合いによって、今後、中心となる担い手の確保や、そこへの農地集積方法など地域農業の将来のあり方を明確にするためのプランである。

【具体的な取り組み】

(ア) 「人・農地プラン」の作成支援と情報提供

今後の農業振興には、「人・農地プラン」の作成は欠かせないため、集落単位などで「人・農地プラン」を作成する際に、中心となる経営体や地域の農家に加え、JAや農業委員会、土地改良区等の関係機関との調整を行い、作成の支援を行います。また、プラン作成により利用できる補助金などの情報提供等を行い、その地域で担い手となる経営体を支援します。さらに、作成された「人・農地プラン」の定期的な見直しを働きかけ、内容の充実を図ります。

(イ) 新規就農希望者の就農及び定着支援

市内外の農業後継者や農業に関心のある若者等に対し、技術習得や農地の確保、資金調達、法人等への就職などさまざまな就農相談に応じ、就農意欲を喚起します。また、就農後にも青年就農給付金の活用を促進するとともに、セミナー等の情報提供により、農業者として確実に定着できるよう支援します。

(ウ) 集落営農及び法人化の推進

集落営農の推進や農地の利用集積等について、合意形成を図っていく集落に対して、助成金などの情報提供等を行い、集落営農組織の育成及び法人化への取り組みを支援します。

(エ) 農地中間管理事業の活用による農地集積機能の強化

耕作放棄地となるおそれのある農地について、県の農地中間管理事業を活用し、生産意欲の高い担い手へ集積します。耕作放棄地の発生を抑制するとともに、効率のかつ生産性の高い農業の展開を推進します。

(オ) 農業基盤整備の推進

農業生産の基礎となる農地等について、良質な農作物を低コストで安定的に生産できるように、農業基盤の整備を推進します。

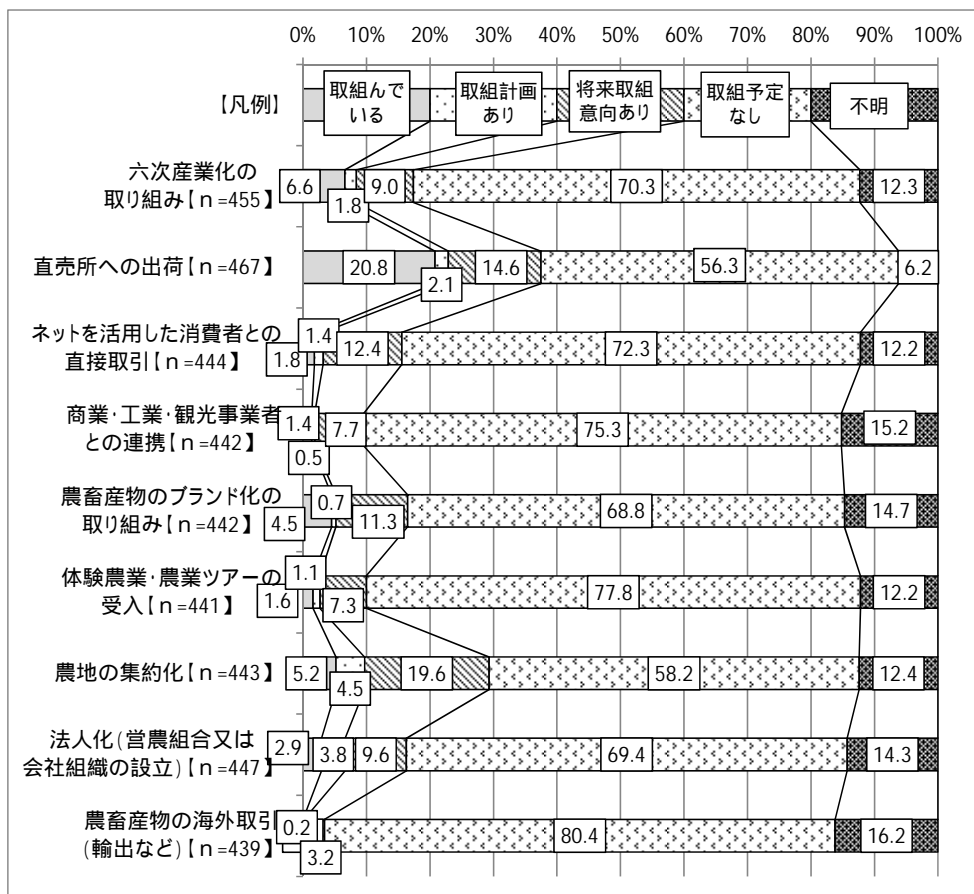
b 農畜産物のブランド化、6次産業化の推進

【概要】

本市の農業は、多品目の農畜産物を生産している強みがある一方、「袖ヶ浦といえばこの農畜産物」といえるものがないという弱みがあります。市を代表する農畜産物を集中して効率的に生産し、産地化を図るとともに、効果的な情報発信により農畜産物のブランド力を高めることで、農家の収益性が向上し、安定的に「稼げる農業」に繋げていくことが必要です。

また、生産（一次）だけでなく、加工（二次）販売（三次）までを行う6次産業化や付加価値を高めた農畜産物づくりなども進めます。市内でも6次産業化に取り組む動きがはじめていますが（図表20）、生産は得意でも販売がうまくいかないなど、6次産業化に取り組む上で抱えている課題が少なくありません。このような6次産業化の動きを単発で終わらせるのではなく、生産者をネットワーク化して地域全体に広がるよう推進します。

図表 20 新しい事業への取組状況



(出所) 農業事業者向けアンケート調査(平成25年10月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 農畜産物のブランド化支援

市内では、化学合成農薬と化学肥料を減らした「ちばエコ農産物」の認定を取得したり、独自のエコ栽培により生産されたレタスを『エコたす』として出荷するなど、環境保全型農業への取り組みがみられます。このような、付加価値を高めた農畜産物を積極的に市内外へPRすることで、需要の拡大とともにブランド化を図ります。

(イ) 6次産業化や販路開拓への支援

6次産業化は国・県も推進しており、国の支援制度や県のサポートセンターの活用など、市内農家が積極的に6次産業化に取り組めるよう情報提供等を行います。また、6次産業化により新商品を開発できても、販売方法や流通ルートが乏しいという農家も少なくないため、商工会や市内商業者などのネットワークを活用することなどにより、農畜産物や加工品の販路拡大を支援します。

【農林水産省の6次産業化に関するパンフレット】

「6次産業化」とは？

- 農山漁村は、有形無形の豊富な資源が存在する宝の山です。
- 様々な「地域資源」を活用して、儲かる農林水産業を実現し、農山漁村の雇用確保と所得向上を目指します。

農山漁村に存在する様々な「地域資源」

- 農林水産物
- バイオマス
- 自然エネルギー
- 風土・伝統文化

「地域資源」と「産業」を結びつけ活用

6次産業化

- 農林漁業者が生産・加工・流通（販売）を一体化し、所得を増大
 - 〔産地ぐるみでの取組 経営の多角化、複合化 農林水産物や食品の輸出 等〕
- 農林漁業者が2次・3次産業と連携して地域ビジネスの展開や新たな産業を創出
 - 〔農商工連携の推進 バイオマス・エネルギーの利用 等〕

儲かる農林水産業を実現

6次産業化の取組をバックアップする法律

～地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用の促進に関する法律(六次産業化・地産地消費)～

- 農林漁業者等による農林水産物及びその副産物(バイオマス等)の生産及びその加工又は販売を一体的に行う事業計画を認定し、各種資金等により支援することを通じて、6次産業化を促進することを目的とした法律です。

～株式会社農林漁業成長産業化支援機構法(ファンド法)～

- 農林漁業者が主体となる6次産業化の事業活動に対し、出融資や経営支援を通じて、農林漁業の成長産業化を促進することを目的とした法律です。

< 6次産業化の例 >

農村女性グループによる地産野菜や果実を利用した加工品の製造

- 特産のリンゴを活用したアップルパイ、地元産野菜を使ったおやきなどの加工品を製造
- 加工品の販売により売上増を実現

地元農産物の直売、イートインでの提供等

- 地元農産物の直売やイートインコーナーでの加工品の販売
- 農産物及びその加工品の販売により、売上増を実現
- 直売所等で数十人規模の雇用を確保

「紅玉」と「サンルージュ」を用いたアップルパイ

c 人を呼び込める魅力ある農業の推進

【概要】

本市は肥沃な農地や温暖な気候など農業に適した環境のもと、多品目で新鮮な農畜産物が生産されているなど、他市から人を呼び込めるポテンシャルを有しています。特に、東京湾アクアライン対岸の神奈川県や東京都の住民は、農畜産物の購買や飲食だけでなく、種まきや収穫などの農作業自体にも強い魅力を感じている人が多いため、農作業を体験できる施設へのニーズは高まっています。

市内では農園カフェや体験農場、観光農園への取り組みもみられ、なかには都心から多くの観光客を集めている農家もいることから、新たな農業の魅力を再発見し、他市から人を呼び込める農業を推進します。

【具体的な取り組み】

(ア) グリーンツーリズムの推進

収穫などの体験型の農場を提供する農家や、農業・農村の貴重な歴史・文化・伝統技術などの農村資源を保全・還元しようとする農家などに対し、関連する情報の提供や取組への支援を行います。また、市内外の観光施設等との連携を促進し、観光客の誘致に向けた支援をします。



d 県と連携した農畜産物のアジア展開

【概要】

T P P交渉の推移により、割安な海外産の農畜産物が日本へ流入し、市内農業にも大きな影響を及ぼすことが懸念されます。しかし、一方では関税障壁が低くなり、国内で生産された農畜産物も容易に海外へ輸出することができるようになります。現にアジアの富裕層では、日本の新鮮かつ安全で美味しい農畜産物、特に果樹の人気があり、日本の農畜産物は高いポテンシャルを有しています。千葉県でも今後の農業振興において、新たな販路開拓を目指すべく輸出の促進を掲げています。

本市は水稻を中心に、数多くの農畜産物が生産されていますが、今後は海外への輸出や、海外で人気があり多くの販売が見込める農畜産物の生産に取り組むことも有効です。首都圏空港へのアクセス性の高さを活かし、新鮮で安心な本市産の農畜産物をアジアへ展開する意欲のある農家に対しては、輸出取引や農畜産物の販路開拓、プロモーション活動など、県と連携しながら推進します。

【具体的な取り組み】

(ア) 輸出に取り組む生産者団体や販売促進活動への支援

県が中心となって開催する海外の食品見本市への出店や海外バイヤーとの商談会への参加を通じて、市内生産者団体の輸出取引を支援します。また、輸出促進を図るためのプロモーション活動への支援等を通じ、海外における市の農畜産物の知名度向上を図ります。

(3) 農業振興の成果指標

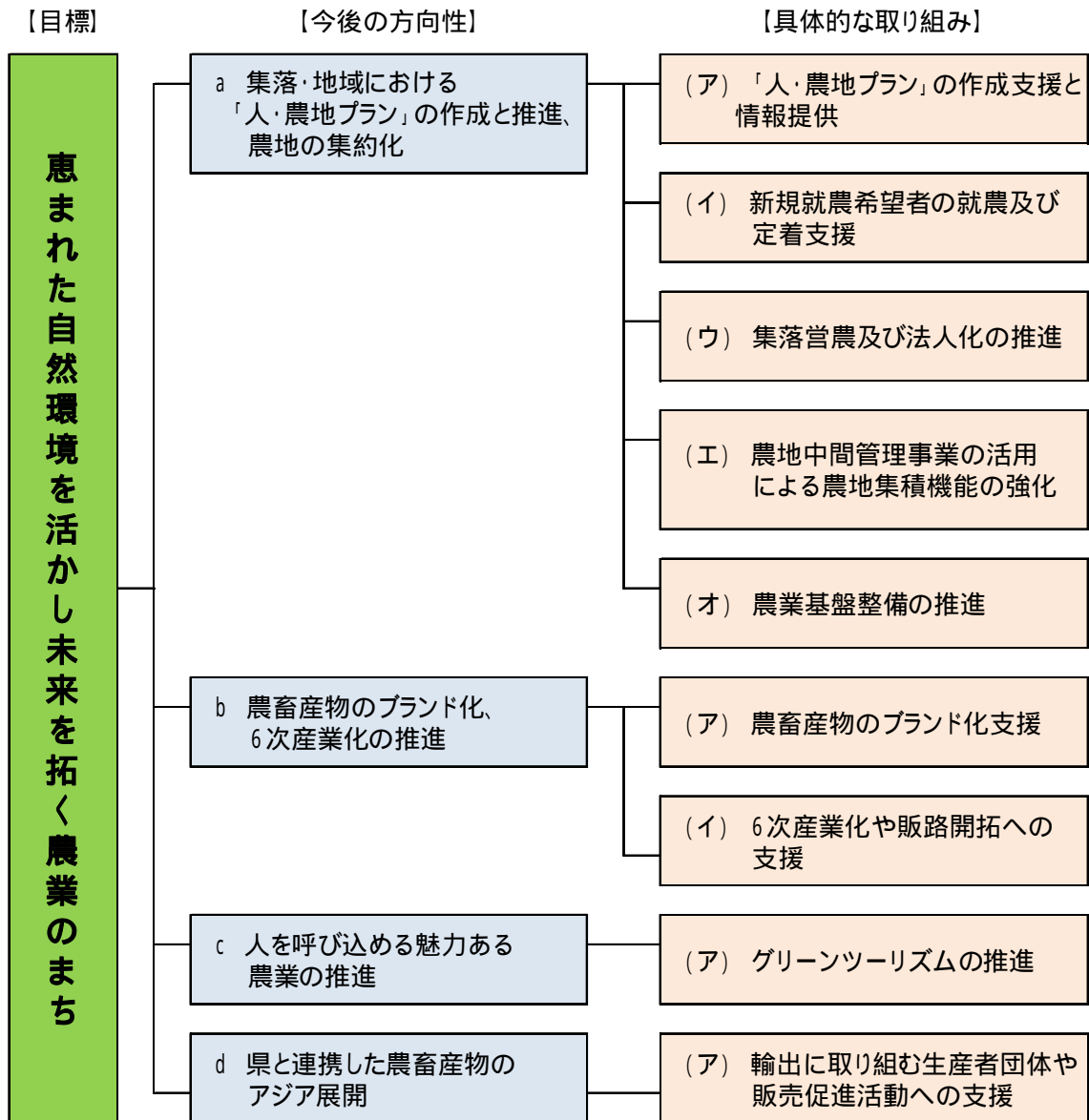
農業の目標である、「恵まれた自然環境を活かし未来を拓く農業のまち」を実現するため、農業振興の成果を測るための指標を設定します。

成果指標については、前期アクションプラン（平成 31 年度）、後期アクションプラン（平成 36 年度）終了時に進捗状況を確認し、随時見直し等を図っていくものとします。

【農業の成果指標】

項目（単位）	現 状 （H25 年度）	H31 年度	H36 年度	積算方法・備考
認定農業者数（人）	144	160	175	年間 3 人の増加を目標に設定
新規就農者数（人）		15	30	年間 3 人の増加を目標に設定
人・農地プラン作成件数（件）	1	10	20	年間 2 件の増加を目標に設定
農業法人設立件数（件）	17	22	27	年間 1 件の増加を目標に設定
耕作放棄地解消面積（アール）	101	600	1,100	年間 100 アールの解消を目標に設定
ほ場（水田）整備率（％）	49.9	56	62	整備済地区の近隣ほ場を想定
6 次産業化取組件数（件）	2	5	10	支援手法を検討し、前期 3 件、後期 5 件を目標に設定
体験農園開設件数（件）	17	22	27	年間 1 件の増加を目標に設定

農業振興の体系



2. 工業の展開

(1) 目標と今後の方向性

工業の目標	地域に根ざし産業を先導する工業のまち
-------	--------------------

本市の臨海部に立地するコンビナートは、市の産業の根幹を支えるとともに、雇用、税収面でも多大な役割を担っています。また、現在県と共同で整備を進めている袖ヶ浦椎の森工業団地には今後新たな企業が立地するほか、市内の多くの中小・小規模企業が地域産業を支えています。グローバル経済の進行や国内マーケットの縮小など、国内製造業を取り巻く環境は厳しいものの、本市に立地する企業が地域に根ざし、本市の産業を先導していけるよう、企業が事業活動しやすい環境を整備し、本市に立地する価値を高めていきます。

工業振興の戦略と今後の方向性

戦略	今後の方向性
臨海コンビナートの競争力強化	a 企業ニーズに基づく側面的支援の継続
新たな産業分野への取組支援と企業の誘致	b 袖ヶ浦椎の森工業団地への立地促進と新産業・成長市場への進出支援
熟練技術者の高齢化等による人材確保への対応	c 人材確保・育成への支援
設備の老朽化対応や災害への備え	d 防災・減災の取り組みによる安全・安心な操業環境の実現

(2) 工業振興の方向性と具体的な取り組み

本市の工業が今後取り組むべき方向性と具体的な取り組みについて、以下のとおり設定します。

a 企業ニーズに基づく側面的支援の継続

【概要】

経済のグローバル化の進行や、国内の事業環境の厳しさ(厳しい労働規制や高い温室効果ガス削減目標、不安定な為替相場など)などから大手製造業を中心に生産機能を海外へ移転する動きが顕在化しており、京葉臨海コンビナートでも同様の動きがみられます。

企業の立地方針は経済合理性に基づいて決定されるものなので、大企業の経営方針は自治体の意向に関わらず決定されるのが実態です。地元自治体にとっては、企業のニーズを十分に踏まえ、望ましい立地環境を整備するなど側面的な支援を継続的に行うことが大きな課題です。

製造業向けのアンケート調査結果をみると、立地環境への評価として、工業用水等の料金水準に関する不満が46.5%と最も多く(図表21)、また、緑地率の確保については62.8%が負担となると回答しているため、立地企業のニーズを踏まえた環境整備など、側面的な支援を引き続き実施します。

図表 21 立地環境に対する評価

(単位: %)

	回答数	満足			どちらとも いえない	不満		
		満足	概ね満足	やや不満		不満		
取引先・提携先との距離・アクセス性	73	56.2	9.6	46.6	31.5	12.3	9.6	2.7
市場との距離・アクセス性	73	57.5	6.8	50.7	31.5	10.9	8.2	2.7
原材料等の入手の容易性	72	48.6	9.7	38.9	40.3	11.1	6.9	4.2
質の良い労働者の確保の容易性	72	19.5	2.8	16.7	54.2	26.4	22.2	4.2
市内の地価水準	73	27.4	2.7	24.7	61.6	11.0	9.6	1.4
道路等のインフラの整備状況	73	45.2	4.1	41.1	35.6	19.2	13.7	5.5
宅地化の進行など周辺環境からの制約	73	34.2	6.8	27.4	54.8	11.0	5.5	5.5
地震など災害への自治体の対応状況	73	21.9	1.4	20.5	67.1	11.0	9.6	1.4
事業用地の状況(面積・形状など)	73	39.7	4.1	35.6	39.7	20.5	17.8	2.7
従業員の生活環境(買い物・医療など)	72	32.0	1.4	30.6	50.0	18.1	13.9	4.2
工業用水、電気料金などの水準	73	11.0	1.4	9.6	42.5	46.5	30.1	16.4
市の助成や協力などの支援体制	73	24.7	5.5	19.2	61.6	13.7	8.2	5.5

(出所) 製造業事業者向けアンケート調査(平成25年10月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 県や近隣自治体と連携した臨海コンビナート企業とのネットワーク構築

京葉臨海コンビナートの競争力強化は千葉県も産業振興ビジョンに掲げているなど、県全体で取り組んでいくべき課題です。コンビナートを抱える近隣自治体とも従来以上に連携・協力関係を築き、コンビナート企業との情報共有や要望の把握など、緊密なネットワーク体制を構築します。

(イ) 規制緩和等による企業の競争力の強化

本市では、幅広い企業の投資を対象とするよう企業振興条例を見直してきていますが、今後も社会環境の変化や企業のニーズを踏まえた見直しを検討していきます。また、緑化規制については、千葉県や千葉市、市原市など周辺自治体と連携を図りながら、規制緩和を実施し、企業の競争力確保・強化を図ります。

袖ヶ浦市では企業の新規立地、市内既存企業の大規模設備投資、環境に配慮した設備導入を促進し、産業の振興と雇用機会の拡大を図ることを目的に、新たに「袖ヶ浦市企業振興条例」を制定しました。この条例は、一定規模以上の新規立地や設備投資を行った事業者に対し、対象施設に係る固定資産税の減額またはその一部を奨励金として交付するものです。また、これらの新規立地や設備投資に伴い、市内在住者を新規雇用した場合には奨励金を交付します。

条例の概要

- 対象地域**
工業専用地域、準工業地域、その他事業所の新設又は増設が法令に適合し行われる場所
- 対象施設**
(1) 製造・エネルギー関連施設 (2) 研究開発施設 (3) 物流・卸売・小売関連施設
(4) 建設工事関連施設 (5) 環境対応型施設
- 奨励制度の内容**
(1) **新規立地奨励金**
対象施設の新設で付す固定資産税が1,000平方メートル以上のものに対し、固定資産税の納付総額を課税の翌年度から3年間交付します。
(2) **大規模設備投資奨励金**
対象施設の新設で付す固定資産税が1,000平方メートル以上のものに対し、固定資産税の納付総額の10分の5を課税の翌年度から3年間交付します。
(3) **環境対応型設備投資奨励金**
対象施設のうち、環境対応型施設の新設又は増設で付す固定資産税が1,000平方メートル以上のものに対し、固定資産税の納付総額を課税の翌年度から3年間交付します。
(4) **施設雇用奨励金**
新規立地奨励金等のいずれかの交付要件を満たした事業者が、対象施設の新設又は増設に伴い、市内在住者を要件に合う新規雇用者として雇用した場合、新規雇用者1人当たり10万円を1年度限り交付します。
- 施行期日等**
平成32年4月1日施行
市町村、この条例の効力は年単位とし、平成32年1月1日から平成37年1月1日までに新設又は増設した対象施設に適用されます。
- 申請の方法等**
奨励金の交付を受けるためには事前に事業者の認定を受ける必要があります。対象施設の新設又は増設して3か月以内、指定申請書に必要書類を添付してご申請ください。随時制作中の企業の立地を掲載している、市内で大規模な設備投資を行う予定がある等、奨励金の活用に関するお問い合わせの方は事前にご相談ください。

問い合わせ・申請先
袖ヶ浦市 産業経済課 経営振興課 庶務課 電話：299-0292 千葉県袖ヶ浦市宮戸町1番地1
電話：0439-62-2111 (内線345) ファックス：0439-62-7455 E-mail: sodegaura@city.sodegaura.chiba.jp
※お問い合わせ・申請の様式等は市のホームページからダウンロードできます。
http://www.city.sodegaura.chiba.jp/kokaku/kokaku/keizai/vipgroundhokokurei.html
袖ヶ浦市ホームページ「経済」の欄内「産業経済課」>「経営振興課」>「企業振興条例の制定」

平成32年4月1日

(ウ) 中小・小規模企業に対する助成制度の充実

本市には、京葉臨海コンビナートに立地する大企業以外にも中小・小規模企業が数多く立地していますが、大企業と比較すると人材や資金などの経営資源が脆弱な企業が多いのが実態です。元気な中小・小規模企業が増えるよう、利子補給制度などの資金面の支援や経営相談への対応などの支援制度を充実させ、きめ細かいサポートを行います。

b 袖ヶ浦椎の森工業団地への立地促進と新産業・成長市場への進出支援

【概要】

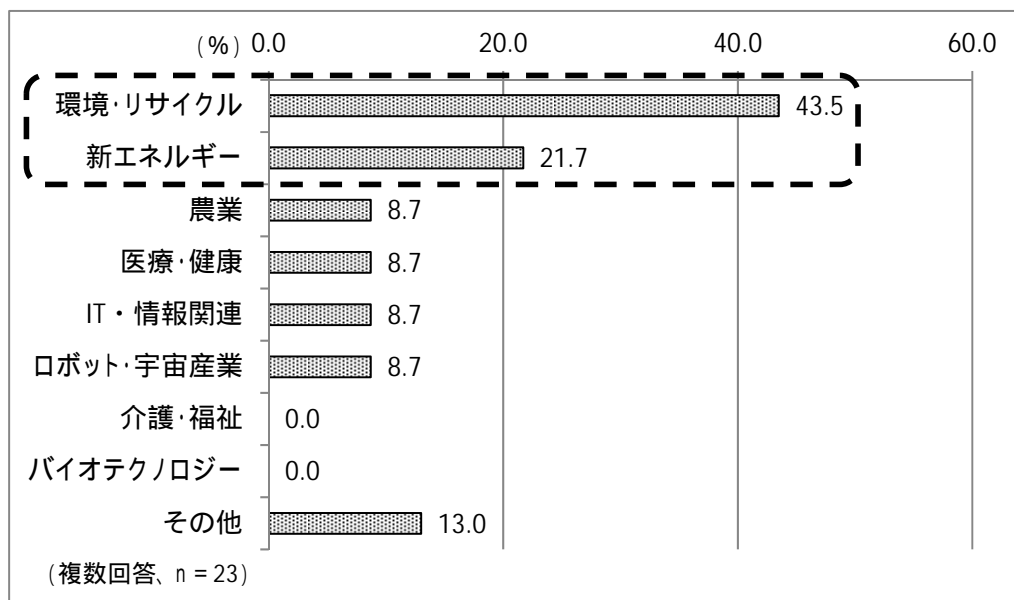
本市の製造業者では、新分野・新事業への取り組みとして、環境・リサイクルや新エネルギー関連の分野が多いのが特徴的ですが（図表 22）、生産合理化などで発生する遊休地を活用して、今後の発展が見込まれるエネルギーや環境などの新産業・成長産業を誘致する視点が必要です。

また、本市は、国内最大の大消費地かつ雇用市場を有する首都圏に位置していることに加え、エネルギーや石油・化学などの大企業の立地や、都心への高いアクセス性、割安な地価水準など、国内製造業のマザー工場や研究開発拠点を伴う製造業などの競争優位性の高い企業を誘致するポテンシャルがあります。

袖ヶ浦椎の森工業団地は 1 期地区分譲の際、その立地ポテンシャルの高さから、全 12 区画が完売し、現在も継続して操業しているなど、企業からの評価が高い工業団地です。平成 29 年度に分譲開始を予定する 2 期地区についても、多くの企業の立地が期待されます。

工業団地へ誘致する業種については、本市の税収、雇用への波及効果が大きい食品関連産業や流通加工業などの業種に対して積極的に誘致を展開します。

図表 22 新分野・新事業への取組内容



(出所) 製造業事業者向けアンケート調査 (平成 25 年 10 月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 袖ヶ浦椎の森工業団地への企業誘致と再生エネルギーや健康長寿産業などの成長市場への進出支援

袖ヶ浦椎の森工業団地への企業誘致は、県と連携を図りながら誘致活動を実施します。また、成長が期待できる環境・エネルギー産業や医療・健康寿命延伸産業については、県も産業振興ビジョンにおいて推進業種として掲げているため、国、県の推進方針も踏まえた既存企業の取組への支援や企業の誘致を行います。

(イ) マザー工場化への支援

新たな研究開発・技術開発に取り組む企業に対して、県の研究開発助成制度などの情報提供をするとともに、企業振興条例に基づき研究所新設や増設に伴う設備投資への助成など、本市をマザー工場や研究開発拠点とする企業を支援します。

【千葉県の産業振興ビジョンの概要】

「明日のちばを創る! 産業振興ビジョン」の概要

ビジョン策定の背景

○ 少子高齢化と人口減少

○ 製造業の海外シフト(産業の空洞化)

○ 国内コンビナートの事業再編・集約化の動き
国際競争の激化や内需低迷を受け、石油化学において、エチレン製造設備の停止(京葉臨海・鹿島)、鉄鋼において、高炉の休止(京葉臨海・神戸)等の事業合理化が進んでいる。

○ アベノミクスによる経済政策(日本再興戦略) ※ 産業関連の一部抜粋
・国民の「健康寿命」の延伸(医療関連産業の活性化、食の有する健康増進機能の活用等)
・世界を惹き付ける地域資源で稼ぐ地域社会の実現
・中小企業・小規模事業者の革新(開業率が廃業率を上回り、開業率・廃業率10%台を目指す)

5つの施策の柱

〔本ビジョンでは、本県の産業振興を図る上で、重点的に取り組むべき分野を記載。中小企業全般の振興策については、来年度に策定する「第三次ちば中小企業元気戦略」により対応。〕

本県経済の要であるコンビナート立地企業の地域定着・発展を図るための支援を強化

施策1: 京葉臨海コンビナートの競争力強化

- マザー工場化など立地企業の競争力強化につながる再投資支援(立地企業補助金)
- 新たな設備投資を促すための緑化規制の見直し
- 工業用水の安定供給と受水企業の負担軽減

成長分野として期待される産業の育成・振興を図るための支援の充実

施策2: 健康長寿産業の育成と振興

<健康医療ものづくり>

- 医療現場のニーズとものづくり企業とのマッチング、業法規制への対応等、各種支援策を通じた医工連携の促進(ものづくり中小企業の長業種参入の促進、大学・医療機関・ものづくり企業のネットワーク構築)
- かずさDNA研究所の研究成果を活かしたハイテク関連産業の振興<機能性食品等>
- 医療機関等と連携した介護食・高齢者向け在宅食の開発・提供支援
- 新たな機能性表示制度※を見据えたかずさDNA研究所等による機能性食品等の開発支援 ※ 国において平成26年度に結論・措置される予定

新たな拠土軸による立地優位性を活かした企業誘致の促進や、新たな立地補助金制度による企業支援の充実

施策3: 戦略的な企業誘致の推進

- 「袖ヶ浦椎の森」(菅原)にいはる1の2地区の工業団地の整備、かずさアカデミアパークの分譲促進
- 元気な中小企業を支えるマイルーン型補助制度(累積投資支援)の創設

地域資源の活用をその高付加価値化や、地域活性化につながる取組へシフト

施策4: 地域活性化の好循環を生み出す地域資源の活用

<食品分野>

- 地域資源のブランド化と販路拡大を目指した異業種連携の促進
- 市場拡大が見込まれるアジアマーケット等への海外展開支援(成長するイサム園をターゲットにしたハラル食品の開発支援)

<再生可能エネルギー(新エネルギー分野)>

- 本県においてポテンシャルのある海洋再生可能エネルギーの導入支援
- 地域にある様々な再生可能エネルギーの活用を通じた地域経済の活性化

ベンチャー企業に留まらず、女性、シニアの起業・創業や、各地域での起業・創業を促すための支援の充実

施策5: 起業・創業の活性化

- スタートアップから開業後まで、女性・若者・シニアなど起業家の特性に配慮した総合的な支援策を実施(意欲のある市町村、商工団体、金融機関との連携強化)(東葛7カブササ等を活用したベンチャー企業支援)
- 起業当初の事業活動をハンズオン支援するための企業OB人材の活用

ビジョンの基本方針(3つの視点)

製造業の海外シフト、人口減少など、社会経済情勢が変化するなか、下記の視点を基本方針として施策の展開を図る。

視点1: 産業の重層化・多様化を図り、強くてしなやかな産業構造を目指す(施策1~5)

視点2: 交通インフラや産業集積地域の強みを活かした産業振興を目指す(施策1,2,3)

視点3: 地域の魅力や活力を引き出し、元気でゆたかな地域を目指す(施策4,5)

新 輝け! ちば元気プラン(千葉県総合計画) H25年10月

- 千葉の未来を支える産業の振興(本県経済を牽引する京葉臨海コンビナートの競争力強化に向けた支援)(健康・医療や環境・エネルギー等の成長産業の育成・振興)(特色ある地域資源を活かした食品産業の育成)(戦略的な企業誘致の推進)
- 地域産業の活性化(商工団体を通じた創業支援)

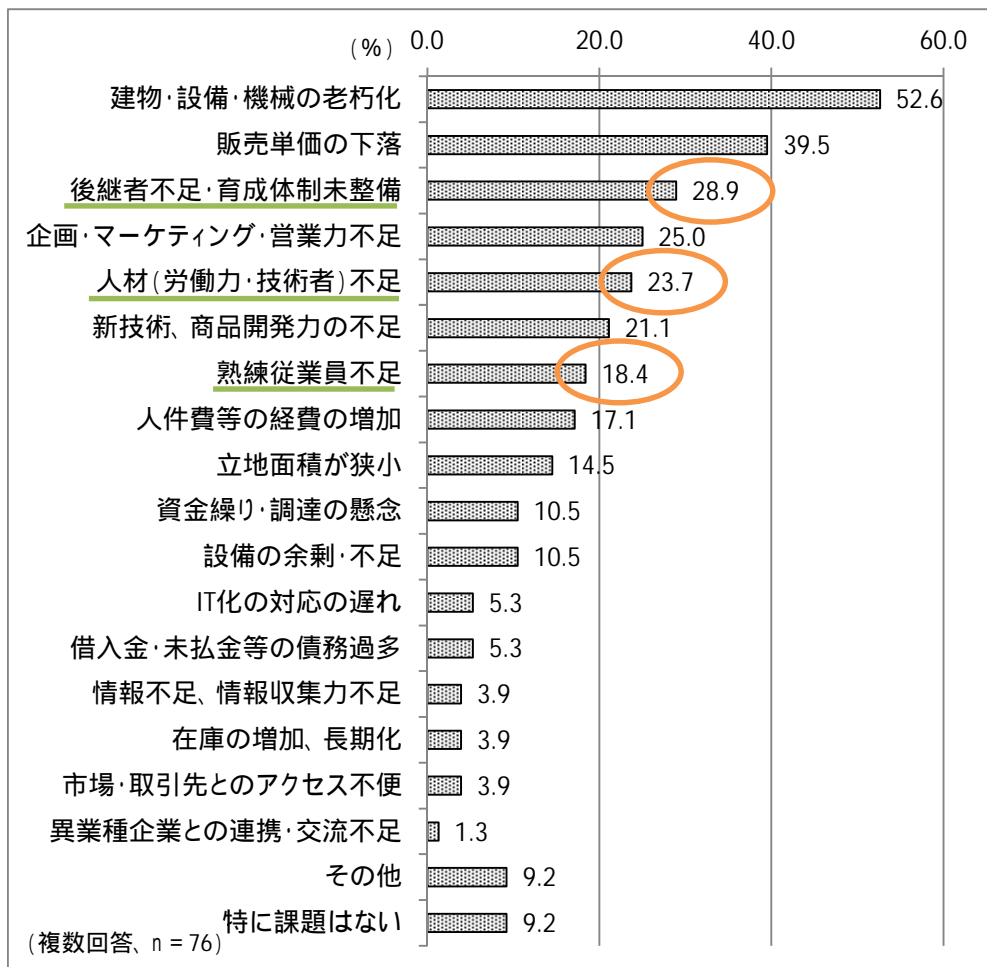
c 人材確保・育成への支援

【概要】

臨海部に立地する工場は操業 40 年を超え、設備の老朽化とともに、熟練従業員の高齢化という問題を抱えている企業が増えています。企業の競争力確保のため、若手世代への技能・技術の伝承は重要な課題であり、そのためには多様な人材の確保・育成が不可欠です。

市内の製造業者からは、後継者不足・育成体制未整備や人材（労働者・技術者）の不足を経営上の課題として掲げる声が多くあり（図表 23）これら人材面の課題解決は企業の長期的な発展を考えるうえで重要です。国が中心となって整備している中小・小規模企業に対する支援策の活用も含め、企業の人材確保・育成に関する支援を行います。

図表 23 内部環境の課題



(出所) 製造業事業者向けアンケート調査 (平成 25 年 10 月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 企業ニーズに応じた人材の確保・育成への支援

企業のニーズや雇用環境の動向を踏まえながら、市内企業の人材確保の動きを支援します。また、国の中小企業基盤整備機構では、中小企業の「人づくり」のため、中小企業の経営者・管理者等に対する高度で専門的な研修を実施しており、県でも企業ニーズに応じた人材育成に取り組んでいます。また、県産業振興センターでは、京葉臨海コンビナート人材育成講座を実施しているなど、これらの活用可能な制度などの情報提供等を通じ企業の人材確保・育成を支援します。

【平成 26 年度 千葉県の中企業への支援策（人材の確保・育成）】

事業名	事業内容等	問い合わせ先
ジョブカフェ ちば事業	若年者への求人情報の提供や、企業と若者の交流イベントの実施を通じて、新卒・フリーターなど若年求職者を確保・育成したいという企業の要望に応える。	ジョブカフェ ちば
ハローワーク (国事業)	企業の雇用に関する相談・支援及び職業の相談・紹介および雇用保険の支給等様々なサービスを提供することで、企業の人材確保を支援している。	最寄りのハローワーク
県立高等技術 専門学校	高等技術専門学校では中学校、高等学校を卒業して、これから就職しようとする人や転職して新しい職業に就こうとする人に対して、就職に必要な技能や知識を身につけるための訓練を行い、企業の人材確保・育成等を支援している。	商工労働部 産業人材課 職業能力開発室
ちば企業人スキルアップセミナー	主に中小企業の従業員の方を対象に、職場に必要な知識や技能を、資格取得も含め、更に高めることができるよう、県内の各高等技術専門学校において在職者訓練として実施し、スキルアップのサポートをしている。	船橋高等技術 専門学校
ものづくり技術高度化支援事業	ものづくり現場における技術の高度化を支援するため、産業支援技術研究所が、企業の中堅・若手職員を対象とした高度な技術研修を実施する。	産業支援技術 研究所 プロジェクト 推進室
千葉県障害者雇用優良事業所認定事業	障害のある人を積極的に雇用し、障害のある人もない人も共に働いている企業・事業所等を「笑顔いっぱい！フレンドリーオフィス」と認定している。認定されると、県の中小企業向けの制度融資「障害者雇用推進資金」を利用できる。	商工労働部 産業人材課 障害者就労支援班
情報化基盤整備促進事業	中小企業のIT化を推進するため、IT化支援に実績を有する専門家を講師に招き、ITを活用して経営基盤やマーケティング等の強化を促すセミナーを年3回開催する。	千葉県産業振興センター 活性化支援室

d 防災・減災の取り組みによる安全・安心な操業環境の実現

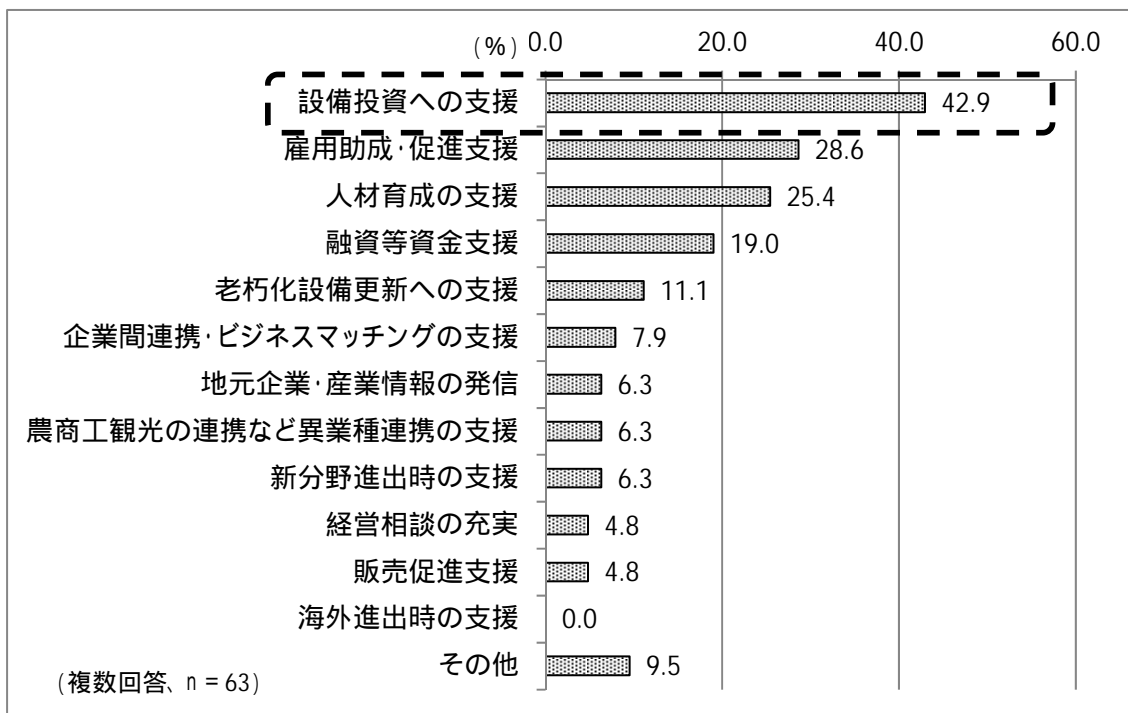
【概要】

京葉工業地帯では、東日本大震災の際に大規模火災や、埋立地での液状化発生など、さまざまな被害が発生（東日本大震災で被害を受けた千葉県内の危険物施設数：106施設）したため、立地企業において操業環境の不安が増えています。

また、市内の製造業事業者でも、施設や設備の老朽化を経営課題と考える企業が多く、市に対する支援要望としては、設備投資への支援が最も多かったほか、老朽化設備更新への支援にも一定数の意見がありました（図表 24）。

企業が老朽化施設等の建替えを実施する際には、企業振興条例に該当する投資に対して支援を実施します。また、避難訓練や帰宅困難者対策など、ソフト面の対応については、より効果が上がるように地域が一体となった取り組みを推進します。

図表 24 行政に望む支援制度



(出所) 製造業事業者向けアンケート調査 (平成 25 年 10 月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 災害に強い操業環境づくり

老朽化施設の建替え等を行う企業に対しては、企業振興条例に基づく支援や、緑化規制などの規制緩和を実施し、安全・安心な操業環境の実現を支援します。また、BCP（事業継続計画）の策定を進める企業に対し、国や県の動きなどの情報提供を行うとともに、BCP策定の取り組みを支援します。



(3) 工業振興の成果指標

工業の目標である、「地域に根ざし産業を先導する工業のまち」を実現するため、工業振興の成果を測るための指標を設定します。

成果指標については、前期アクションプラン（平成 31 年度）、後期アクションプラン終了時（平成 36 年度）に進捗状況を確認し、随時見直し等を図っていくものとします。

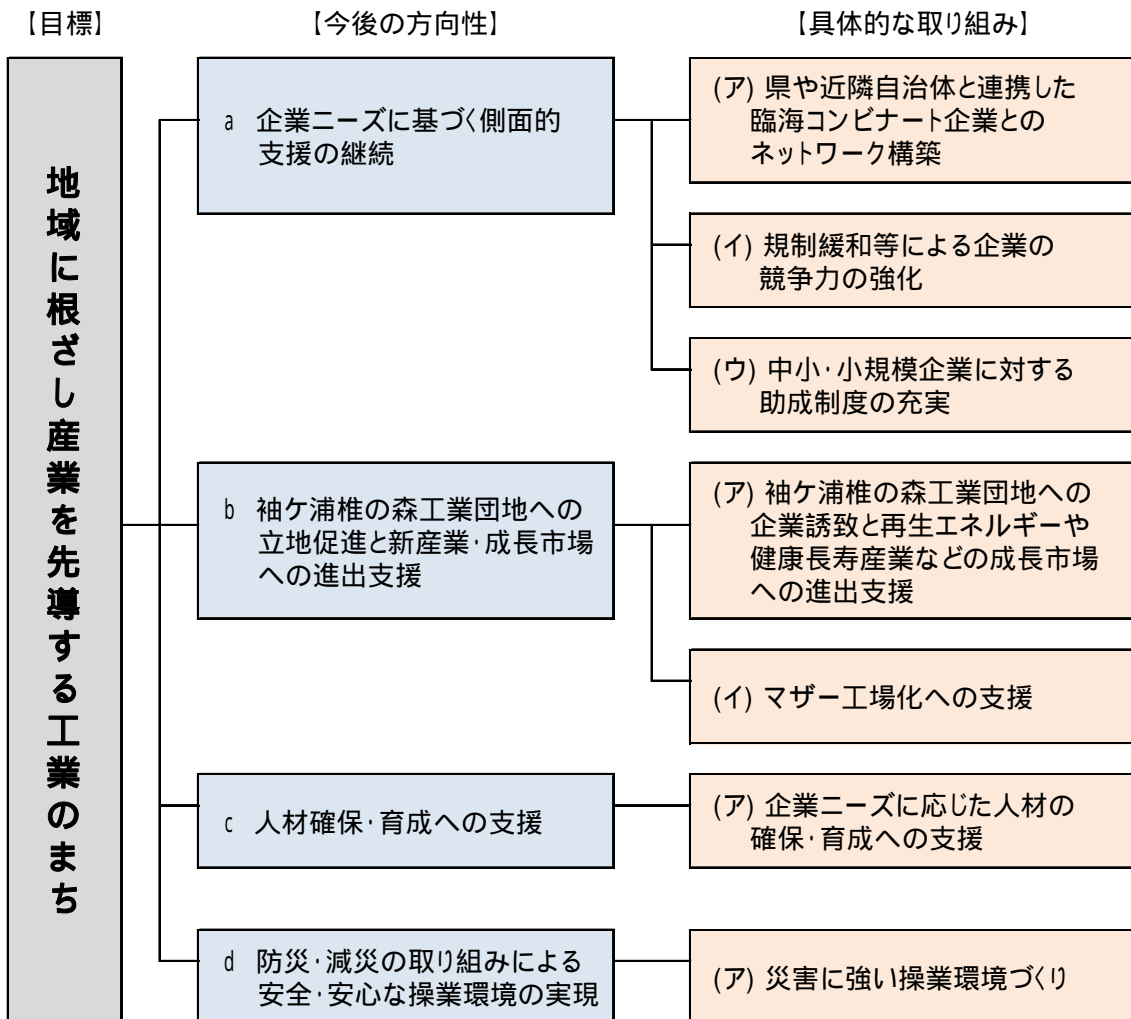
【工業の成果指標】

項目（単位）	現 状 （H25 年度）	H31 年度	H36 年度	積算方法・備考
製造品出荷額等 （億円/年）	11,984	12,200	12,400	5年間で2%の増加を目標に設定
事業所数（事業所）	92	95	115	椎の森を想定（現在12社、想定20社）
従業者数（人）	5,986	6,000	7,000	椎の森を想定（現在500人、想定1,000人）
奨励金交付申請件数 （件/年）	26	46	86	企業振興条例は年間4件、企業立地（椎の森）条例はH36年度に20件を想定
椎の森工業団地分譲 状況率（%）		60	100	H29の分譲を踏まえて、3年で60%と想定
中小企業融資資金貸付 件数（件/年）	59	60	70	H36はH31の約20%の増加を目標に設定

工業統計調査（従業員4人以上）のデータを使用する。

なお、工業統計調査の公表時期の都合により、「現状」はH24年度、「H31年度」はH29年度、「H36年度」はH34年度のデータを使用します。

工業振興の体系



3. 商業の展開

(1) 目標と今後の方向性

商業の目標	にぎわいと交流のある商業のまち
-------	-----------------

本市の商業環境は、商店の集積度が低く、購買意欲を刺激する商品を提供している店舗が少ないことなどから、市民の買い物需要を満たしていないのが実態です。このようななか、袖ヶ浦駅海側地域は、土地区画整理事業の進行による宅地開発や商業施設の誘致が予定されており、人々が交流し、にぎわいのある商業環境となるポテンシャルを有しています。また、地域の商業施設の集客力を向上させるためには、個店が努力し、それぞれの魅力を高めることが欠かせません。市の商業振興を担う商工会を中心に、市内の事業者のネットワークを広げ、にぎわいと交流のある商業のまちを目指します。

商業振興の戦略と今後の方向性

戦略	今後の方向性
商業施設・機能の集積化	a 袖ヶ浦駅を拠点とした魅力ある商業集積の形成
個店の魅力向上	b 商工会と商業事業者間の連携による個店の魅力向上
地元商店街の活性化	c 商業事業者と市民が交流する商店街づくり

(2) 商業振興の方向性と具体的な取り組み

本市の商業が今後取り組むべき方向性と具体的な取り組みについて、以下のとおり設定します。

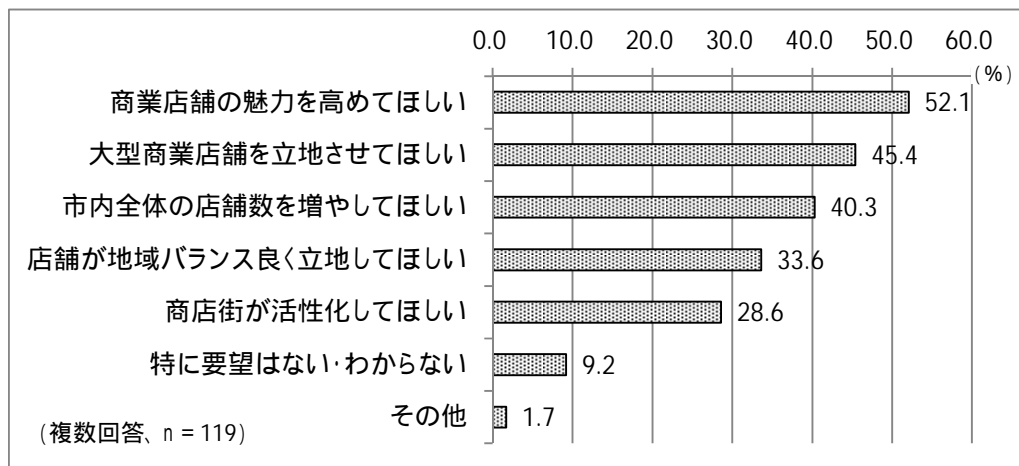
a 袖ヶ浦駅を拠点とした魅力ある商業集積の形成

【概要】

現在、袖ヶ浦駅舎等整備事業及び駅海側特定土地区画整理事業が進められ、駅前にはマンションや戸建のほか、商業施設が立地する予定となるなど、市民の新たなにぎわいの場として機能することが期待されます。また、袖ヶ浦駅前地域は、三井アウトレットパーク木更津から2 km 以内に位置しており、アウトレットパーク行きのバスの発着地点となることから、同施設の相乗効果による交流人口の大幅な増加が見込まれます。市民や市内事業者からも、袖ヶ浦駅前への商業施設の誘致や、三井アウトレットパーク木更津との連携による商業機能の強化・魅力の向上を期待する声が多く聞かれました（図表 25・26）。

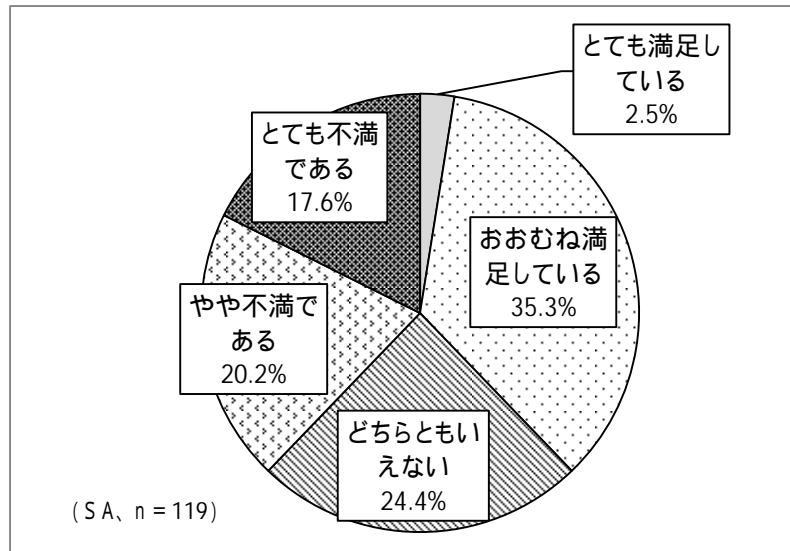
魅力的な商業機能を集積させ、市民の買い物環境を充実させるほか、市民だけでなく観光客・買い物客も交流できる場を提供するなど、集客力のある施設から市内への回遊を促す仕組みづくりを進めます。

図表 25 商業環境への要望



(出所) 市民向けアンケート調査 (平成 25 年 9 月実施)

図表 26 商業環境の満足度



(出所) 市民向けアンケート調査 (平成 25 年 9 月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 商業施設の誘致

袖ヶ浦駅前に核となる店舗を誘致し、周辺街区への商業施設進出の誘導を働きかけます。

(イ) イベントの実施などによるにぎわいの創出

袖ヶ浦駅周辺地域など、市民だけでなく市外からも多くの人が集まる場所において、商工会や観光協会などによるイベントを積極的に行い、まちのにぎわいを創出します。

b 商工会と商業事業者の連携による個店の魅力向上

【概要】

袖ヶ浦市では商工会を中心に「そでがうら一店逸品研究会」が立ち上げられており、各店舗自慢の「そでがうらの逸品」を取り揃える活動が実施されています。これは各個店の努力により店自慢の商品を新たに商品化したり、愛情のこもったサービスを提供する活動であり、個店の魅力向上につながる取り組みです。現在参加・協力している店舗が18店と小規模にとどまっており、参加店舗を増やすためには、市民への認知度向上や広域的な活動の展開が欠かせません。

商店の魅力を向上させるために最も重要なことは、個店が努力して実力をつけることです。個店がそれぞれ魅力を高め、それがネットワーク化することで、地域の商業施設の集客力の向上につながります。

また、商工会は個店に対して、経営ノウハウや助成制度などの情報提供を行うとともに各種相談に対応するなど、個店の魅力向上につながる取り組みを推進する役割があるため、市の商業振興を担う商工会と商業事業者の連携強化を促し、市内商業の魅力向上を推進します。

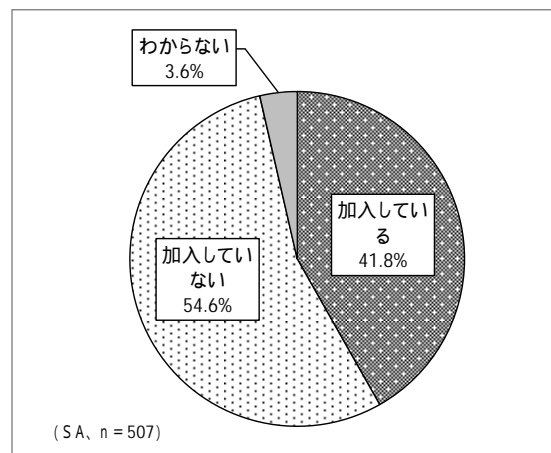
【具体的な取り組み】

(ア) 一店逸品運動などの取り組みの情報発信強化

商工会を中心とした一店逸品運動では、新たな商品開発や事業者間の連携が行われていますが、アンケートに回答した市内事業者では、半数以上が商工会に加入しておらず（図表27）、その活動自体を知らない事業者も少なくありません。

一店逸品運動などへの参加者を増やし、取り組みの拡大や認知度向上を図るため、従来のPR手法に加えて、インターネットを効果的に活用した情報発信を行います。

図表 27 商工会への加入状況



(出所) 企業（非製造事業者）向けアンケート調査（平成25年10月実施）

(イ) 効果的なPR手法の提供による誘客の支援

市内産の米や野菜、果樹等を使って料理を提供する飲食店など、地産地消に取り組む商業者はあるものの、積極的にPRしていないために、顧客にはほとんど認知されていないという事例がみられます。商工会が中心となって効果的な宣伝手法やツールの作成ノウハウなどを提供し、誘客の取り組みを支援します。



【袖ヶ浦の一店逸品 2014 の概要】

店名	逸品名
レストランキャセロール	スペシャルデザートサービス
(有)奈良輪豊月堂	ののじの袖まん
田中商店	千葉県産焼のり
大原軒	飯籠餅 えごもち
ケーキハウス 赤とんぼ	ふわふわHappyカプチーノ
洋菓子のいとう	マドレーヌandちょこっとマドレーヌ
のざと菓子屋	生どら
のうえんカフェ	親子のふれんちセット
雑貨・カフェ かたくり	麻のふきん
ギフトふじい	ガウラマグ&ストラップ
多田屋	克服 簡単レシピ
かさはら睡眠館	おやすみ羽毛ソックス
なりまつ薬品 福王台店	マル勝つドリンク
(有)豊島薬局	フタアミンローション

c 商業事業者と市民が交流する商店街づくり

【概要】

本市内の商店街はロードサイド型の立地で、車の通行量が多いため、徒歩でゆっくりと買い物を楽しめる環境が整っていない状況であります。子育て世代や高齢者は車で郊外に買い物に行けないこともあり、身近な商業施設が生活の拠り所となっている市民も少なくありません。

商店街などの商業施設は、大型商業施設と競争して単に物販機能を提供するのではなく、地域住民にとって必要とされるための新たな機能を有するなど、まずは足を運んでもらう仕組みを構築することが必要です。それが商店街など商業施設のにぎわいとなり、ひいては売上等の増加につながります。

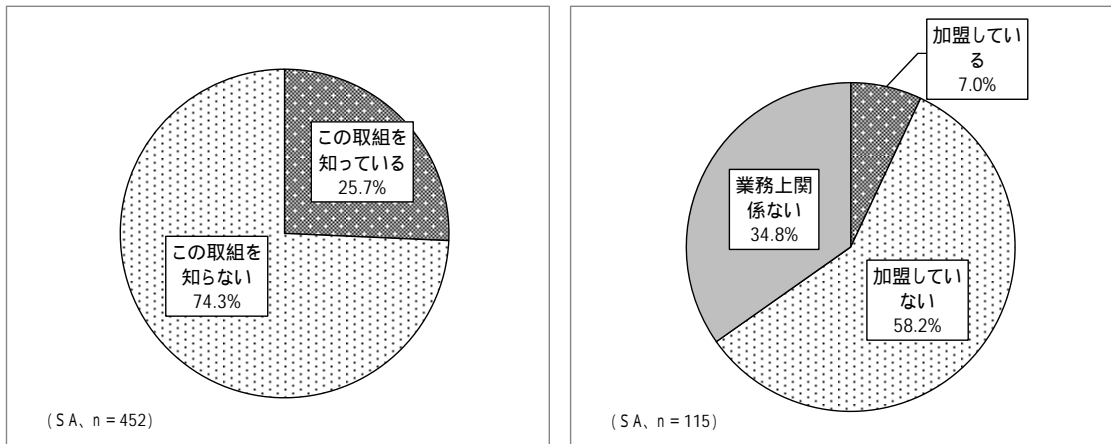
市内の商店街や商業施設が新たな役割・機能を担うなか、商業事業者と市民の活発な交流が生まれるよう、市民目線の商店街を目指します。

【具体的な取り組み】

(ア) 子育て世代に優しい商店街づくり

県が実施しているチーパス事業^(注3)において、本市や商工会でも、市民への周知や取組店舗を拡大するため、募集・広告等を行っていますが、市内事業者の認知度はまだまだ低く、取り組んでいる事業者は多くありません(図表 28)。チーパス事業のような取り組みを活用・発展させ、子育て世代などにとって便利でお得な店舗を増やすことで、商店街の魅力向上につなげます。

図表 28 チーパス事業の認知状況と加盟状況

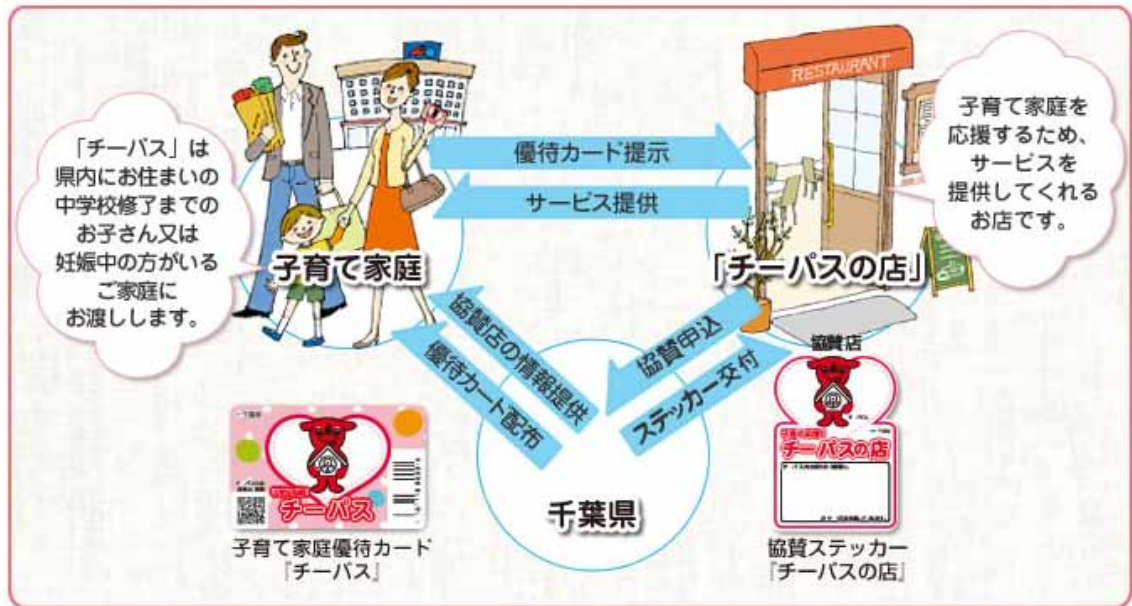


(注3) チーパス事業は、千葉県が実施する子育て家庭を応援する取り組みで、中学生までの子どもがいる家庭または妊娠中の家庭にカードを交付し、協賛店で特別サービスが受けられる仕組み。

(イ) 市民ニーズに合った商品・サービスの開発・提供

市民の購買意欲を刺激するような商品・サービスを開発・提供するためには、市民の欲しいもの、必要とされるサービスを的確に捉えることが欠かせません。商業事業者が積極的に市民との接点を増やし、市民ニーズを満たす商品やサービスの開発・提供をする動きを支援します。

【チーパス事業の仕組み】



【チーパス協賛店のステッカー】



(3) 商業振興の成果指標

商業の目標である、「にぎわいと交流のある商業のまち」を実現するため、商業振興の成果を測るための指標を設定します。

成果指標については、前期アクションプラン（平成 31 年度）、後期アクションプラン終了時（平成 36 年度）に進捗状況を確認し、随時見直し等を図っていくものとします。

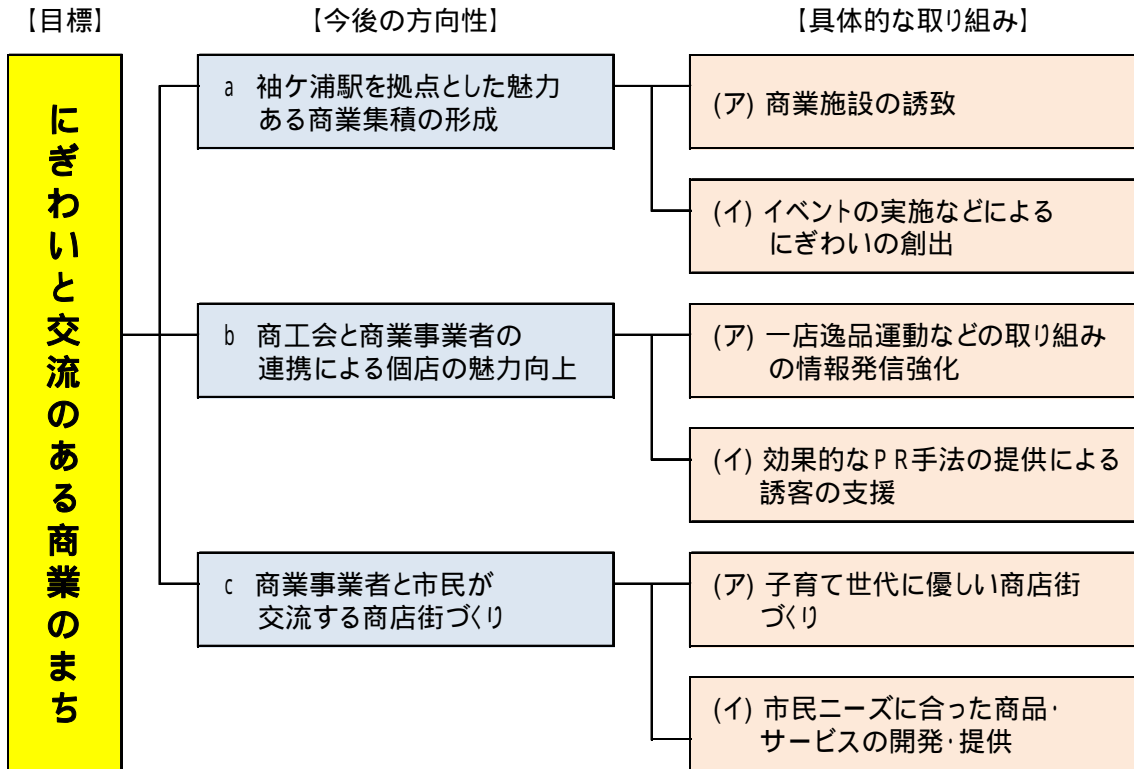
【商業の成果指標】

項目（単位）	現 状 （H25 年度）	H31 年度	H36 年度	積算方法・備考
中小企業融資資金貸付 件数（件/年） 【再掲（工業）】	59	60	70	H36 は H31 の約 20% の増加を目標に設定
年間販売額[卸・小売] （億円/年） ¹	553	559	565	袖ヶ浦駅海側分を考慮して設定
商業環境の満足度 （%） ²	37.8	43.0	48.0	5 年間で 5 ポイントの増加を目標に設定
一店逸品運動参加団体 数（先）	18	30	35	H36 に 35 先とすることを目標に設定

¹ 経済センサスのデータを使用する。

² 市が基礎調査で実施したアンケート調査のデータを使用する。（今後は 5 年毎に実施する。）

商業振興の体系



4 . 観光業の展開

(1) 目標と今後の方向性

観光業の目標	人を惹きつける魅力あふれる観光のまち
--------	--------------------

本市には、歴史的な建造物や海・山などの観光資源が少なく、市の知名度も高くないことなどから、近隣市と比べて観光入込客数が伸び悩んでいます。しかしながら、本市は東京湾アクアラインの活用による都心からのアクセス性が高いうえ、自然が多く残された里山や美しい景観、のどかな田園地帯などの地域資源があり、都会にはない観光地としての魅力を有しています。これらの地域資源の魅力を再発掘し情報発信していくとともに、市民の観光に対する意識の高揚を図ることで、人を惹きつける魅力あふれる観光のまちを目指します。

観光業振興の戦略と今後の方向性

戦略	今後の方向性
魅力ある観光資源の発掘	a 市の産業を活かした観光需要を呼び起す商品開発
既存の地域資源を活用した観光客の誘致	b 市内の地域資源や周辺市との連携による観光プランの造成
効果的な情報発信による知名度向上	c 市の観光イメージの構築と市民意識の醸成

(2) 観光業振興の方向性と具体的な取り組み

本市の観光業が今後取り組むべき方向性と具体的な取り組みについて、以下のとおり設定します。

a 市の産業を活かした観光需要を呼び起す商品開発

【概要】

袖 - 1 グランプリで優勝した「ホワイトガウラーメン」は、市のご当地グルメとして複数の店舗で取り扱っていますが、市外の住民にはほとんど知られておらず、市民や市内事業者においても、積極的に情報発信をするような動きがみられていません。ラーメンは話題性や集客力が高く、アウトレットなど大勢の人が集まる場所でのPRやカップ麺、チップスなど加工会社との連携、大手食品会社と連携した販売促進などにより、さらなるファン獲得による地域活性化につながる可能性があります。

本市では観光の目玉となる商品・サービスがないという声が多いため、今後は、ラーメン以外にも、地元食材を使った新たな地域特産品の開発や、地元食材を堪能できるレストランの整備などに取り組むことも効果的です。

また、体験型農園については、市内で少数の農家を実施していますが、観光客からのニーズが高いため、参加農家を増やすことで、都心などからの誘客を図ります。

【具体的な取り組み】

(ア) 来訪者ニーズにあった観光商品やサービスの開発・提供

ご当地グルメのホワイトガウラーメンや特産推奨品等のPRを強化し、特産品づくりを支援します。また、体験型農園や、採れたて野菜や果樹等を使ったレストランの整備など、観光客のニーズに合った商品やサービスの開発・提供を支援します。

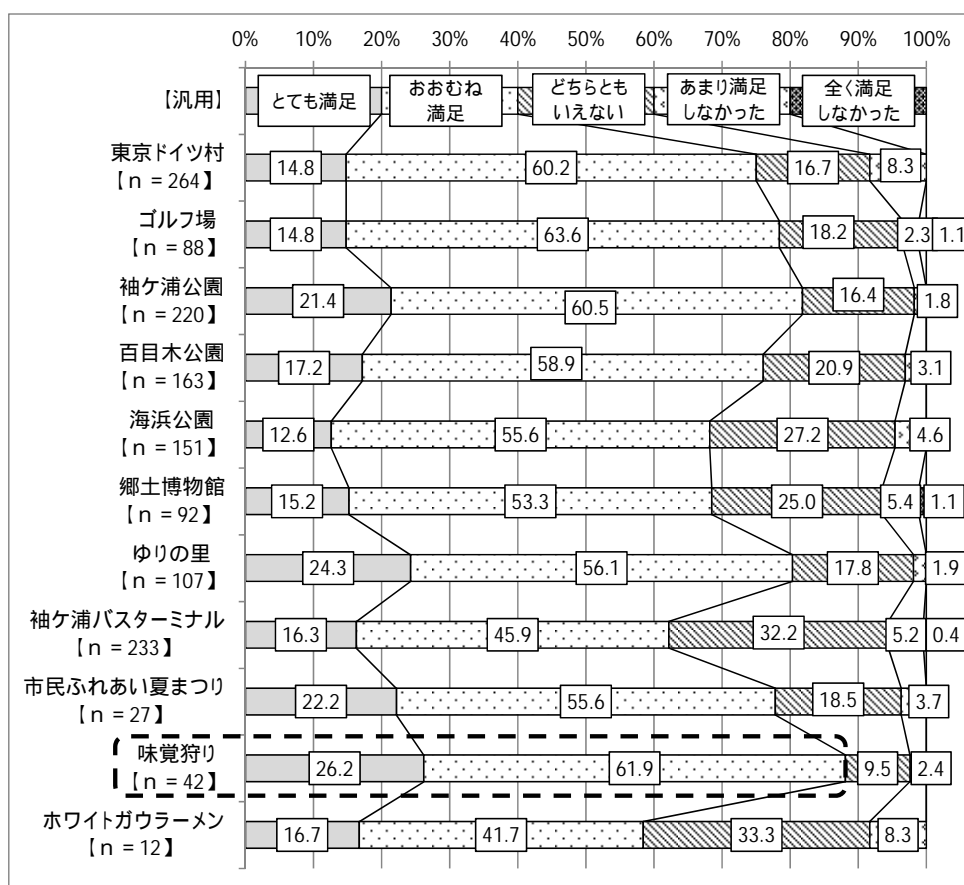
b 市内の地域資源や周辺市との連携による観光プランの造成

【概要】

観光インフラに乏しい本市に観光客を呼び込むためには、農業や工業など異業種と連携するなど、既存の地域資源を活用した観光ツアーの造成が効果的です。具体的には、農業では作付けや収穫などの農業体験、工業ではエネルギー関連企業やコンビナートの工場群の見学などが挙げられます。これに加えて、観光客の満足度が高い「味覚狩り」や、市民の評価が高い「袖ヶ浦海浜公園」、市内の田畑や里山など美しい景観等の地域資源を組み合わせることで、魅力的な観光ツアーの造成が可能となります（図表 29、30）。

また、市内観光資源だけでは限りがあるため、君津地域の4市連携の枠組みを利用して、広域的な視点で観光ルートを開発して、商品化する視点も重要です。東京ドイツ村、三井アウトレットパーク木更津、マザー牧場など、君津地域が有する集客力の高い観光資源を活用します。

図表 29 観光客の満足度



(出所) 市外住民向けアンケート調査 (平成 25 年 9 月実施)

図表 30 市民が選ぶ本市のお気に入りの施設

順位	お気に入りの施設		回答件数
1位	袖ヶ浦海浜公園	袖ヶ浦海浜公園からの景色（海・富士山、東京エリア、アクアラインなど）	24件
2位	袖ヶ浦公園	袖ヶ浦公園の桜と花菖蒲、展望台からの景色（夕日、田園、東京湾）	16件
3位	自然	田園風景、山々のシルエット、高台からの海の眺めなど	12件
4位	富士山	広域農道から見る富士山、ゆりの里から見える夕焼けに浮かぶ富士山、袖ヶ浦駅より富士山に沈み夕日など	9件
5位	東京ドイツ村	ドイツ村ののどかな風景、イルミネーション、観覧車から見る風景など	8件

（出所）市民向けアンケート調査（平成25年9月実施）、上位5位を抜粋

【具体的な取り組み】

（ア）テーマ性のある体験型ツアーの取組支援

袖ヶ浦市観光協会が中心となり、「体験」や「グルメ」、「癒し」、「美しい景観」、「伝統文化」など、テーマ性のあるツアーの造成や実施により、観光客を誘致します。

また、市内の観光施設に限らず、利用者のニーズに基づいて、市外の観光インフラも含めた広域的な連携によるツアーの取り組みを支援します。

（イ）集客力の高い観光資源を活用した観光客の取り込み

東京ドイツ村は市内最大の観光施設であり、冬場のイルミネーションは全国的にも知名度が高いイベントとなっており、毎年多くの観光客で賑わっています。

そこで、東京ドイツ村の来場客を市内の観光施設や飲食店へ回遊させる仕組みを構築します。

c 市の観光イメージの構築と市民意識の醸成

【概要】

アンケート調査結果で聞かれた本市以外に住む人の声としては、本市は観光地としてのイメージが乏しく、目的地として来訪したことがないとする意見が多く聞かれます(図表 31)。一方で、市外から来訪する観光客にとっては、都心から短距離・短時間で行き来できる場所に、多くの自然が残っている「ギャップ」が本市の持つ観光の魅力の1つともいえます。

市民の声としては、市内の観光産業は充実していないという意見が多いことから(図表 32) まずは、市の観光地としてのイメージづくりが必要であり、そのためには、市民の意識の醸成が不可欠です。

観光イメージを構築するため、多くの観光客が集まる三井アウトレットパーク木更津や海ほたるなどを活用したイベント・物産フェアを実施し、効果的な観光情報を発信・収集します。また、氣志團万博のような若者が多く集まるコンサート等を利用して市の観光PRを行うなど、各種団体等と連携した取り組みを進めます。

図表 31 市外住民の本市の来訪状況(地域別)

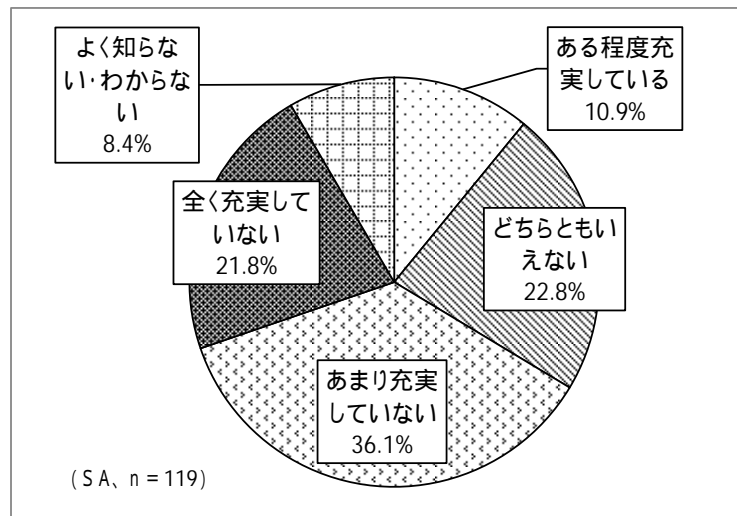
(単位:%)

	目的地として 行ったことがある	目的地ではない が、通過した ことがある	行ったことが ない	住んでいた ことがある	その他
全体 【n = 881】	35.1	26.1	35.4	2.3	1.1
千葉県 【n = 381】	66.7	23.9	3.4	4.5	1.5
東京都 【n = 250】	10.4	28.8	59.2	0.4	1.2
神奈川県 【n = 250】	11.6	26.8	60.4	0.8	0.4

(注)色網は各項目の最大値

(出所)市外住民向けアンケート調査(平成25年9月実施)

図表 32 市民から見た市の観光産業の充実度



(出所) 市民向けアンケート調査 (平成 25 年 9 月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 市民向けの市内観光ツアーの実施

魅力的な観光資源を巡るツアーを実施し、市への愛着を高めるとともに、観光産業に対する意識の醸成を図ります。

(イ) 市の観光情報の効果的発信

本市の歴史・伝統・文化やさまざまな観光資源を発信するためのプロモーションビデオなどを制作し、インターネット等により市内外へ発信します。また、観光ガイドブック等を活用し、旬な観光情報を発信します。

(3) 観光業振興の成果指標

観光業の目標である、「人を惹きつける魅力あふれる観光のまち」を実現するため、観光業振興の成果を測るための指標を設定します。

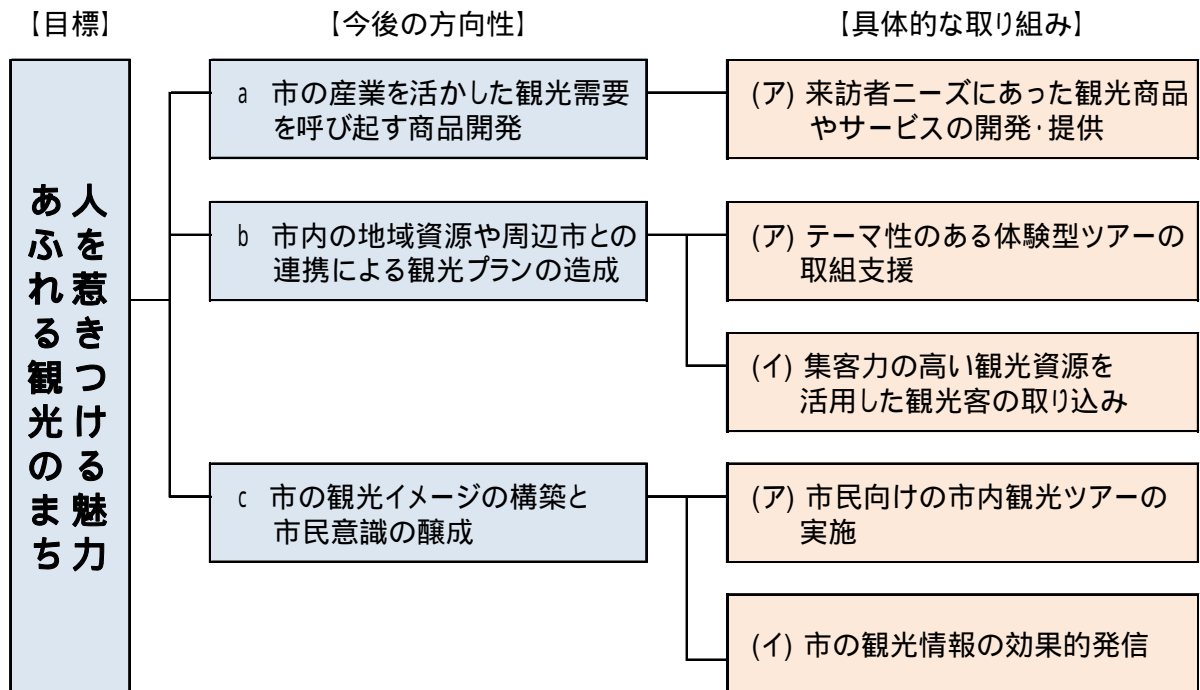
成果指標については、前期アクションプラン（平成 31 年度）、後期アクションプラン終了時（平成 36 年度）に進捗状況を確認し、随時見直し等を図っていくものとします。

【観光業の成果指標】

項目（単位）	現 状 （H25 年度）	H31 年度	H36 年度	積算方法・備考
年間観光入込客数 （千人/年）	1,506	1,550	1,600	年間 10 千人の増加を目標に設定
観光協会 HP アクセス数 （件/年）	84,439	90,000	95,000	5 年間で 5% の増加を目標に設定
市の認知度（%）	34.1	40.0	45.0	5 年間で 5 ポイントの増加を目標に設定
体験農園開設件数（件） 【再掲（農業）】	17	22	27	年間 1 件の増加を目標に設定

市が基礎調査で実施したアンケート調査のデータを使用する。（今後は 5 年毎に実施する。）

観光業振興の体系



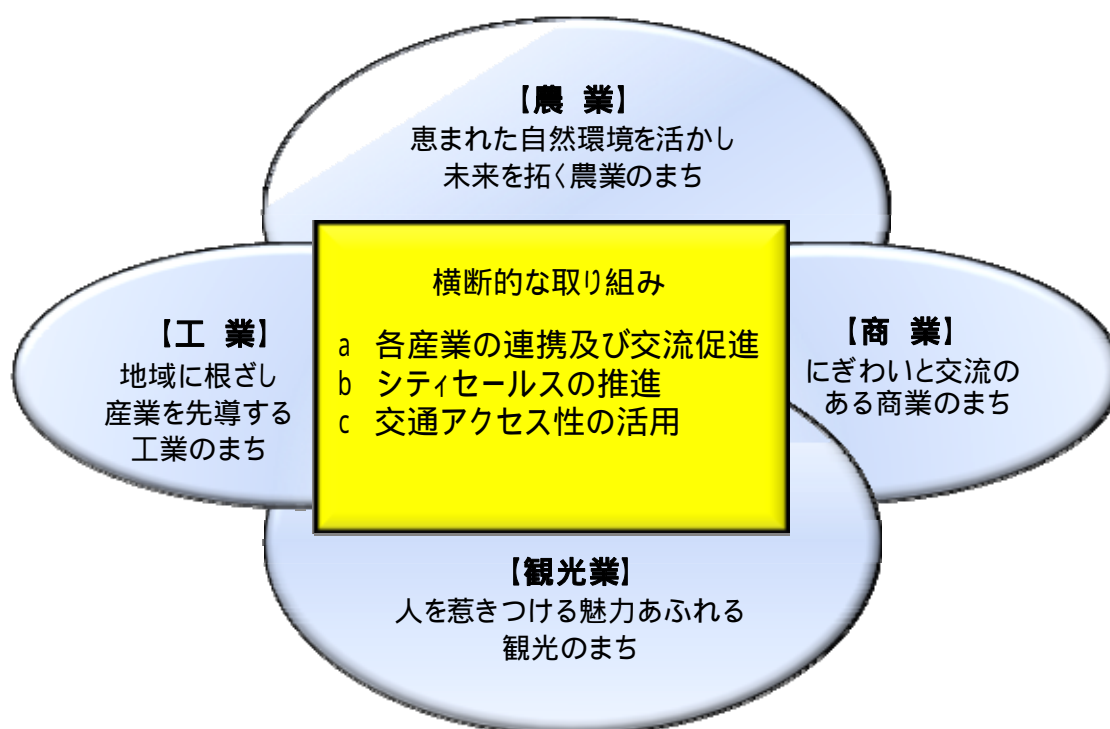
第6章 各産業の相乗効果を発揮する横断的な取り組み

1. 基本的な考え方と体系

本市の産業振興ビジョンの推進にあたって、農業、工業、商業、観光業の各産業の取り組みに加えて、各産業の相乗効果を発揮するための横断的な取り組みを行います。

産業ごとの各種取り組みと、分野横断的な取り組みなどを通じて、本市の目指すべき将来像を実現します。

【横断的な取り組みのイメージ図】



2. 分野横断的な産業振興施策

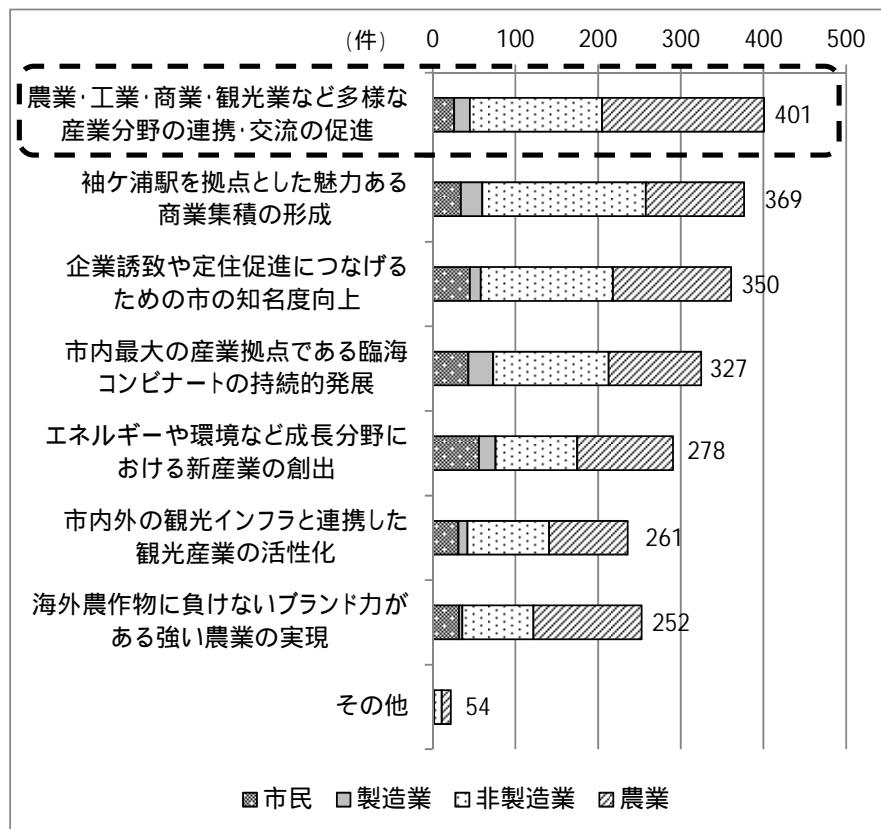
a 農業・工業・商業・観光業など各産業の連携及び交流の促進

【概要】

市内産業においては、同業種内のネットワークや交流会はありますが、異業種間の交流や連携事例などは、ほとんどみられていないのが実態です。しかし、市民や事業者へのアンケート調査結果では、多様な産業分野の連携や交流の促進を必要とする意見が多くなっています（図表 33）。

本市の持続的な産業の発展のためには、農業、工業、商業、観光業を中心とした市内産業界が柔軟に連携し、それぞれの強みを持ち寄ることで、連携による相乗効果の最大化を目指します。

図表 33 本市の産業振興にとって望ましい方向性(市民、事業者)



(出所) 市民、事業者向けアンケート調査(平成 25 年 9~10 月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 異業種企業間の出会いの場の提供と事業立ち上げの支援

多様な産業分野の連携を図るためには、異業種でも積極的に意見交換し、情報共有を図るための交流の場が必要です。この交流の場は、市が商工会や地域金融機関等と連携して、ビジネスマッチングの商談会の機会や場所として事業者へ提供するなど、市が中心となって積極的に異業種連携を推進します。

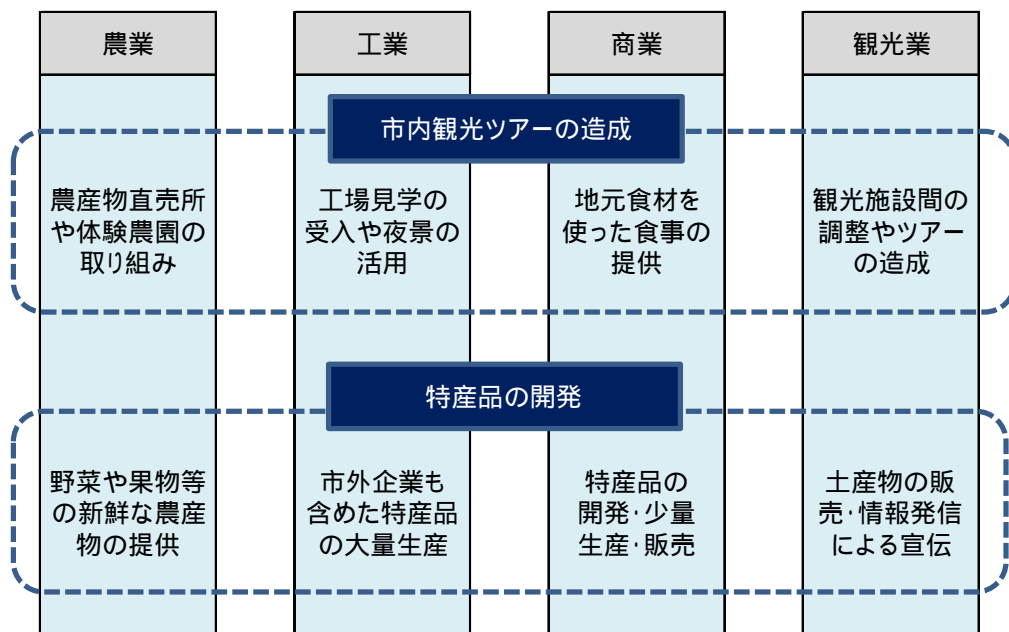
また、異業種企業間での事業立ち上げに際しては、販売促進支援や創業支援などの専門的知識を有する商工会を通じたノウハウの提供など、側面的な支援を行います。

(イ) 専門コーディネーターを活用した事業化支援

異業種企業が連携し、本市の持つ地域資源を活用した商品を開発しても、実際に事業化するためには、マーケティング、デザイン、販路確保など、様々な課題をクリアする必要があります。そこで、異業種連携による事業化に意欲を持つ事業者に対して、県が展開する地域資源活用の専門コーディネーターや、各分野の専門家の活用を促すことで、素材の発掘から販路確保までの一貫した支援を提供し、事業者のニーズに対応していきます。

【分野横断的な連携の事例】

本市では、農業・工業・商業・観光業の連携事例はみられませんが、具体的に異業種分野の連携として考えられるのは、以下の「市内観光ツアーの造成」や「特産品の開発」があります。各産業分野の得意とする部分を持ち寄ることで、袖ヶ浦ならではの商品やサービスを開発していきます。



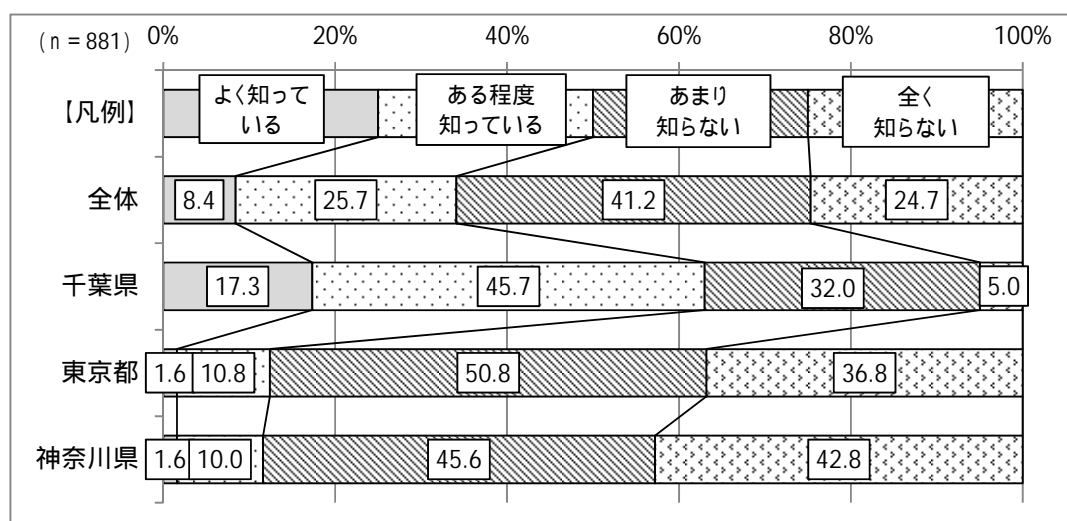
b シティセールスの推進

【概要】

市外の住民に対して、本市の認知度を聞いたところ、「あまり知らない」と「全く知らない」を合わせ『知らない』とする回答は65.9%となっており、特に、東京都や神奈川県などでは認知度は非常に低くなっています（図表 34）。市内事業者からは本市の強みを情報発信し知名度を高めることや、まずは市民にもっと市のことを知ってもらうべきだという声が多く聞かれています。

企業誘致や企業を支える生産年齢人口を市に呼び込むためには、まずは市の存在を知ってもらうことが不可欠で、そのための情報発信を、積極的かつ効果的に実施します。

図表 34 市外住民における市の認知度(地域別)【再掲(図表 10)】



(出所) 市外住民向けアンケート調査(平成 25 年 9 月実施)

【具体的な取り組み】

(ア) 効果的な情報発信の継続的実施

市が有する地域資源の魅力を高め、その魅力を積極的かつ効果的に市内外に向けた情報発信を行い市への関心を高め、まちのイメージの向上を図ります。

(イ) 市を代表する名物づくり

本市にはさまざまな地域資源がありますが、一方で市を代表するものがないというのが実態です。市民からの評価が高い袖ヶ浦公園や袖ヶ浦海浜公園、また、市内から見える富士山や市内の里山などの美しい景観等、既存の地域資源を有効に活用し、市の名物づくりを推進します。市民も巻き込みながら長期的な視点で取り組むことで知名度向上を図ります。

(ウ) ガウラの積極的なPRによる市民も含めた知名度向上

本市のマスコットキャラクターである「ガウラ」を知らない市民がいるという状況を踏まえ、市民に認知され、愛されるキャラクターとなるようPRを強化します。市内外のイベント等へも積極的に登場させ、ガウラの知名度を高めます。



袖ヶ浦市マスコットキャラクター「ガウラ」

c 交通アクセス性の高さの活用による産業振興

【概要】

本市の大きな強みは、東京湾アクアラインなど高速道路を使うことで、都心や首都圏空港へ容易に行き来することができるアクセス性の高さであり、これは農業、工業、商業、観光業すべての産業における強みです。一方で、この強みを活かさず、買い物客が都内へ流出したり、都心との距離に甘えて積極的な取り組みが停滞してしまうなど、逆に弱みとなる事例もみられます。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、訪日外国人の増加が見込まれるなか、本市が有する成田・羽田という首都圏空港との近接性を活かし、千葉県や近隣自治体と連携しながら、交流人口の拡大を目指すことも必要となります。

本市産業を持続的に発展させるため、本市の強みである交通アクセス性の高さを最大限に活かした取り組みを推進します。

【具体的な取り組み】

(ア) 交通アクセス性の高さを最大限に活かした取り組み

東京湾アクアラインの活用による物流の効率化により、新鮮な農畜産物や工業製品を短時間で目的地に届けることが可能となり、一方では、本市の地域資源を積極的に広く発信することにより、本市を目的地として県内外から多くの観光客を呼び込むことが可能となります。交通アクセス性の高さを効果的に発信し、産業の振興を図ります。

(イ) 各産業の観光産業化による振興

本市の産業は、東京湾アクアラインにより都市化された人口の密集した東京や神奈川等の地域と、豊かな自然や農畜産業の盛んな千葉県の中・南部地域が短時間で結ばれていることにより、来訪者が感じる「驚き」を魅力に変えることが出来ます。都会では味わえない緑と開放感を満喫できる東京ドイツ村、農畜産物の収穫体験など、市民にとっては身近で当たり前のことが観光資源となっています。

市民にとっては当たり前でも、都会では味わえない魅力を掘り起し、観光の視点から、農業、商業、工業の振興を図ります。

(ウ) 定住促進に伴う消費需要の確保と雇用環境の充実

人口減少や少子高齢化が進行する中、本市でも、市内に常住する就業人口は減少を続けており、産業を支える雇用マーケットを充実させることは重要な課題です。また、市内産業の活性化には、消費需要の確保、すなわち市の人口増加が必要であり、都心とのアクセス性の高さを活かした定住促進を図ります。

横断的な産業振興施策の成果指標

横断的な産業振興施策に関しても、成果を測るための指標を設定します。

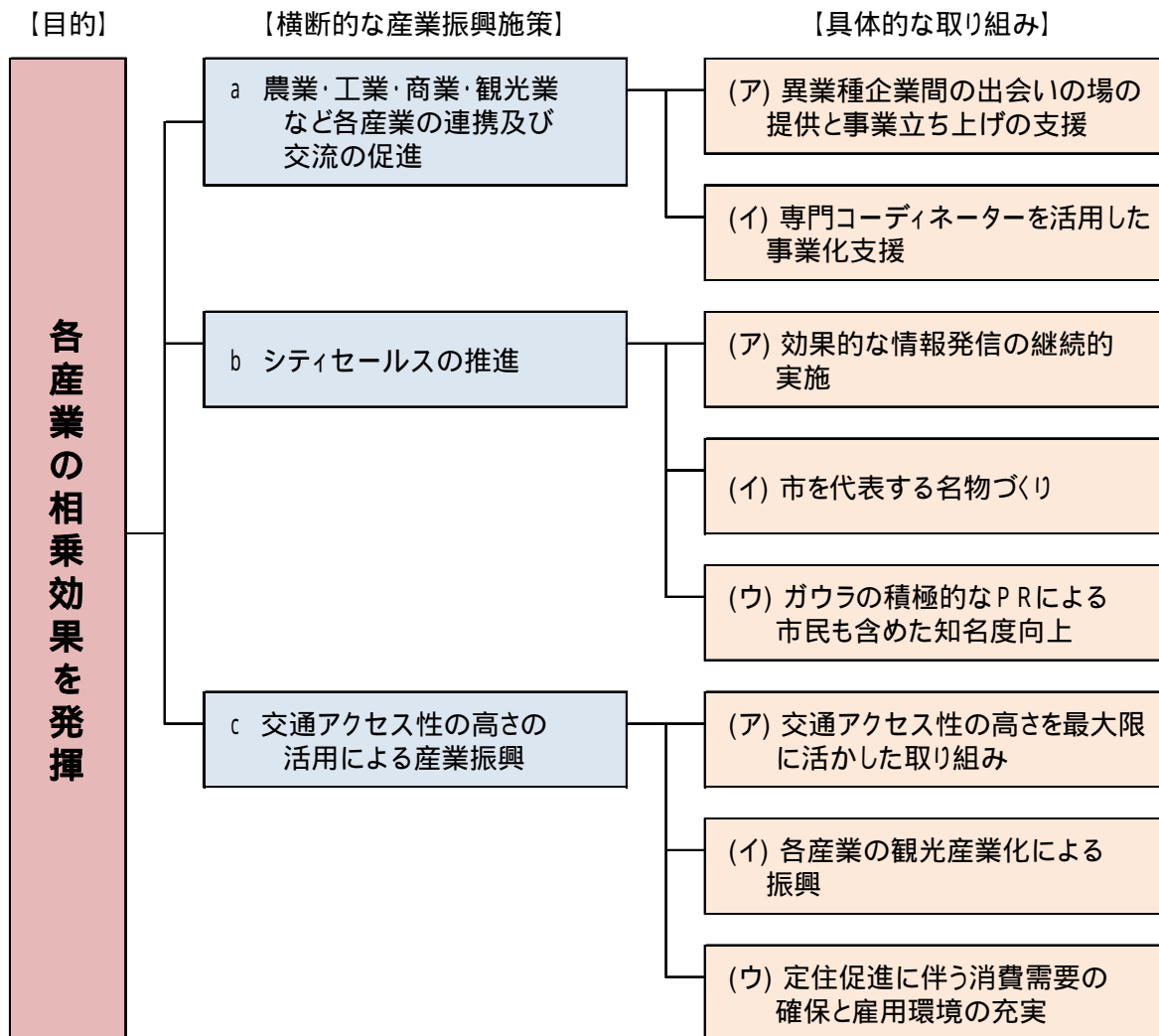
成果指標については、前期アクションプラン（平成 31 年度）後期アクションプラン終了時（平成 36 年度）に進捗状況を確認し、随時見直し等を図っていくものとします。

【横断的な産業振興施策の成果指標】

項目（単位）	現 状 （H25 年度）	H31 年度	H36 年度	積算方法・備考
異業種連携による新たな商品造成件数（件）		5	10	年間 1 件の増加を目標に設定
市の認知度（％） 【再掲（観光）】	34.1	40.0	45.0	5 年間で 5 ポイントの増加を目標に設定
6 次産業化取組件数(件) 【再掲（農業）】	2	5	10	支援手法を検討し、前期 3 件、後期 5 件を目標に設定
椎の森工業団地分譲 状況率（％） 【再掲（工業）】		60	100	H29 の分譲を踏まえて、3 年で 60% と想定
商業環境の満足度（％） 【再掲（商業）】	37.8	43.0	48.0	5 年間で 5 ポイントの増加を目標に設定
体験農園開設件数（件） 【再掲（農業）】	17	22	27	年間 1 件の増加を目標に設定

市が基礎調査で実施したアンケート調査のデータを使用する。（今後は 5 年毎に実施する。）

横断的な産業振興の体系



第7章 計画の推進に向けて

1. 計画の推進体制

(1) 事業者・産業団体・市民及び行政が連携した取組みの推進

本ビジョンで目指す将来像の「産業が調和したにぎわいと活力のあるまち袖ヶ浦」を実現するために、事業者はもとより、産業団体、市民、行政などの関係主体が目標を共有し、各主体がそれぞれの役割の認識のもと、相互の連携による取組を推進していきます。

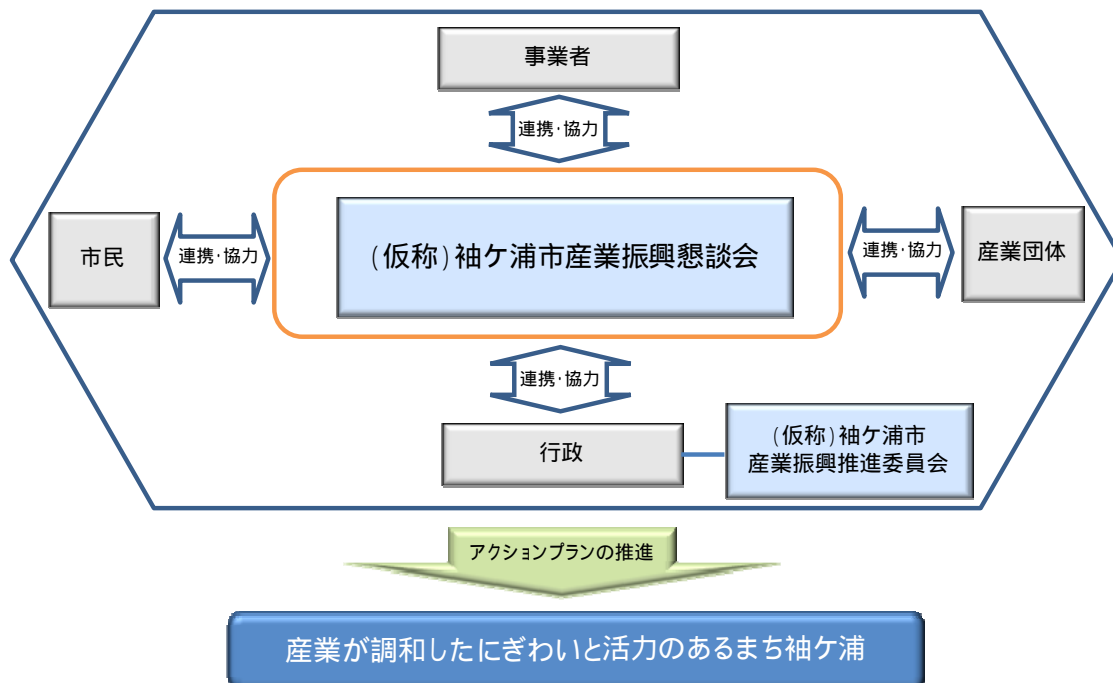
(2) 袖ヶ浦市産業振興懇談会による協議

事業者、産業団体、行政などが継続的に意見交換などを行うことのできる場を創出するため、「(仮称)袖ヶ浦市産業振興懇談会」を設置し、意見交換・情報共有、そして産業振興施策の推進にあたっての問題点・課題の共有、事業の連携・調整などを行います。

(3) 袖ヶ浦市産業振興推進委員会による施策の進行管理

産業振興施策が着実に効果的に取り組まれているかどうか、庁内に「(仮称)袖ヶ浦市産業振興推進委員会」を設置し、本ビジョンの進行管理を行います。

【計画の推進体制】



2．関係主体の役割

(1) 事業者

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充に努めるとともに、周辺的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。

(2) 産業団体

事業者の自主的な努力と創意工夫への支援を引き続き行うとともに、本市の産業振興を担う中核的な主体として、事業者や関係各機関との連携や交流の促進に努めるものとします。

(3) 市民

地域の消費者、労働者、地域活性化の担い手として、自らが地域産業に与える影響や効果を認識し、地産地消や地域商店街の利用、地域産業の理解などに努めるものとします。

(4) 行政

市は、各関係主体がそれぞれの役割を果たすための調整役を担うとともに、各産業間の交流が促進するような機会を提供します。また、本ビジョンの推進にあたっては、事業者や産業団体との緊密な連携を基本に、国、県、周辺自治体との連携・協力を図りながら、円滑かつ効果的に進めていきます。

参考資料

策定経過

1. 策定委員会

本ビジョンの策定にあたり、有識者（大学教授）、産業関係者代表、市民代表（公募）、県の関係部署などで構成された、袖ヶ浦市産業振興ビジョン策定委員会（以下：策定委員会）において、本ビジョンに関する協議、検討を行いました。

また、策定委員会の開催に先立ち、庁内の関係課長で構成される、袖ヶ浦市産業振興ビジョン策定検討委員会（以下：策定検討委員会）において、本ビジョンの策定に関する具体的な調査・検討を行いました。

【策定委員会・策定検討委員会の実施概要】

回	会議	実施日	概要
第1回	策定検討委員会	平成25年8月23日	<ul style="list-style-type: none"> 委員委嘱、ビジョン概要説明 基礎調査内容の説明と議論 今後の調査方向性の議論
	策定委員会	平成25年9月2日	
第2回	策定検討委員会	平成25年12月3日	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査、懇話会意見等の報告 本市の強み・弱み・今後の方向性等について議論
	策定委員会	平成25年12月13日	
第3回	策定検討委員会	平成26年2月18日	<ul style="list-style-type: none"> 基礎調査報告書取りまとめと来年度のビジョン策定に向けた方向性の議論
	策定委員会	平成26年2月28日	
第4回	策定検討委員会	平成26年5月21日	<ul style="list-style-type: none"> 袖ヶ浦市産業振興ビジョンの構成（案）について
	策定委員会	平成26年6月6日	
第5回	策定検討委員会	平成26年8月8日	<ul style="list-style-type: none"> 袖ヶ浦市産業振興ビジョン原案について
	策定委員会	平成26年8月19日	
第6回	策定検討委員会	平成27年 月 日	
	策定委員会	平成27年 月 日	

2. 事業者・個人のニーズ調査

事業者向けアンケート調査

市の産業振興に関して、現状や課題等を把握し、本ビジョン策定の基礎資料とすることを目的として、市内全事業者を対象に、経営の現状や課題、今後の方針、市の施策に関する満足度、市の産業振興における期待等に関する意見を調査しました。

【事業者向けアンケート調査の実施概要】

対象	製造業者	非製造業者	農業者	特定工場
調査地域	市内全域			
実施方法	郵送配布・回収（一部手渡し等あり）			
実施期間	平成 25 年 9 月 13 日～10 月 31 日			
調査対象数	100 事業所	1,640 事業所	1,070 農家	51 事業所
有効回収数	47 事業所	533 事業所	584 農家	35 事業所
有効回答率	47.0%	32.5%	54.6%	68.6%

特定工場：工場立地法の対象となる工場

個人向けアンケート調査

市の産業振興に対する個人のニーズを把握することを目的として、本市住民には、主に商業や観光に関する満足度、市への要望などを、本市以外の住民には、市の認知度、イメージ、来訪経験、満足度等に関する意見を調査しました。

【個人向けアンケート調査の実施概要】

対象	市内住民	市外（県内）住民	市外（県外）住民
調査地域	市内全域		
実施方法	WEB アンケート調査により実施		
実施期間	平成 25 年 9 月 19 日～9 月 30 日		
回答者数	119 人	381 人	500 人
備考	市内全域	木更津市 117、君津市 45、 富津市 20、市原市 199	東京都 250、横浜市 192、 川崎市 58

産業別懇話会

本市の農業、工業、商業、観光業の各産業の事業者から幅広く意見を聴取するため、産業別に集まり、本市の強み、弱み、今後の方向性等について意見交換する懇話会を実施しました。

【産業別懇話会の実施概要】

回	対象	工業	農業	商業	観光業
第1回	テーマ	各産業の強み、弱み、今後の方向性、産業振興の今後の方向性			
	実施日	平成25年 10月18日	平成25年 10月23日	平成25年 10月30日	平成25年 11月5日
	参加者数	19人	20人	16人	21人
第2回	テーマ	取組み事業及び異業種連携事業に係る意見・要望			
	実施日	平成26年 6月19日	平成26年 6月27日	平成26年 6月16日	平成26年 6月30日
	参加者数	20人	19人	13人	19人

事業者ヒアリング

アンケート調査や産業別懇話会での意見を補完するため、各産業団体関係者を対象に、産業ごとに2社ずつ抽出し、今後の産業振興の施策展開等に対する意向や要望等についてヒアリング調査を実施しました。

【事業者ヒアリングの実施概要】

対象	工業	農業	商業	観光業
テーマ	市の産業振興についての意見、施策等への要望、連携の可能性など			
実施日	平成26年 1月17日	平成26年 1月28日	平成26年 1月17日	平成26年 1月17日
実施日	平成26年 1月17日	平成26年 1月31日	平成26年 2月6日	平成26年 1月20日