

松戸市商工業等振興基本方針

地域経済を支える産業活動の活発化
～市民の暮らしを支える商工業の振興～

平成 25 年 3 月 29 日

目 次

序章 方針策定にあたって	1
(1) 方針策定の背景と趣旨	1
(2) 方針の位置づけ	5
第1章 商工業等の現状と課題	6
(1) 産業を取り巻く社会経済情勢	6
①人口減少・少子高齢化の進行	6
②グローバル化の進展	6
③環境問題への対応	6
④東日本大震災への対応	6
⑤ICTの進展	6
(2) 国・県の政策動向	7
(3) 市の現状	9
①人口	9
②事業所	10
③商業	11
④工業	15
⑤中小企業	17
⑥観光	18
⑦農業	19
⑧雇用	20
⑨行財政	20
⑩文化	21
⑪大学との連携	23
(4) 事業者アンケート	24
①事業所の移転について	24
②商店街に必要な業種について	26
③後継者について	27
④3年前と比べた売上高について	28
⑤3年後の売上高見通しについて	30
⑥経営上の問題点について	31
⑦産業支援策について	33
(5) 商工業等振興の課題	35
①地域経済を支える基幹産業の振興	35
②バランスよい産業振興、農業との連携	35
③雇用の安定、消費生活の安定	35
④商店街など商業の振興	35
⑤工業団地など工業の振興	35

⑥中小企業の支援	35
⑦雇用の確保.....	35
第2章 商工業等振興の基本理念.....	36
(1) 基本理念.....	36
(2) 方針の体系.....	37
第3章 商業振興方針	37
(1) 基本目標.....	39
(2) 役割分担.....	39
(3) 施策体系.....	39
(4) 基本戦略・施策.....	40
基本戦略Ⅰ 商店街の活性化.....	40
基本戦略Ⅱ 松戸駅周辺中心市街地の活性化.....	46
基本戦略Ⅲ 商店の経営支援.....	50
基本戦略Ⅳ 特色のある商業の振興.....	52
第4章 工業・中小企業振興方針.....	57
(1) 基本目標.....	57
(2) 役割分担.....	57
(3) 施策体系.....	57
(4) 基本戦略・施策.....	58
基本戦略Ⅰ バランスある産業構造の形成.....	58
基本戦略Ⅱ 企業誘致の推進.....	64
基本戦略Ⅲ 工業団地のあり方.....	70
(5) 推進体制.....	74
第5章 雇用の推進.....	75
(1) 基本目標.....	75
(2) 役割分担.....	75
(3) 施策体系.....	75
(4) 基本戦略・施策.....	76
基本戦略Ⅰ 人材の育成.....	76
基本戦略Ⅱ 就労支援・雇用の安定.....	78
(5) 推進体制.....	80
資料編.....	81
(1) 策定経過.....	81
(2) 計画策定委員会（設置要綱、名簿）.....	82
○松戸市商工振興計画策定に伴う策定委員会設置要綱.....	82
○松戸市商工振興計画策定委員会委員名簿.....	83
(3) 関連条例.....	84
(4) 用語解説.....	91

序章 方針策定にあたって

(1) 方針策定の背景と趣旨

松戸市は都心から約 20km、電車で約 30 分の距離に立地し、首都圏の住宅都市として発展しました。

千葉県北西部に位置し、北側は柏市・流山市に、南側は市川市に、東側は鎌ヶ谷市に、西側は江戸川を挟んで東京都葛飾区・埼玉県三郷市に隣接しています。

市内を JR 常磐線(東京メトロ千代田線と相互乗り入れ)、JR 武蔵野線、新京成電鉄、東武鉄道、流鉄、北総鉄道の 6 本の鉄道が走っています。

市のほぼ中心部を国道 6 号と JR 常磐線が縦断し、都心と常磐・東北方面を結ぶ主要幹線軸を形成しています。

松戸駅周辺は大型店の立地や商店街の広がりなどの商業拠点を形成しているほか、その他にも駅周辺に商業が集積した各地域の商業拠点が形成されています。商店街は市内全域に分布し 90 商店会が市民の消費生活を支えています。また、3つの工業団地に工業が集積するなど、商業および工業については活発な経済活動が行われています。

これまで活動してきた商店会や工業会が行う活動への支援を充実しながら、広域的な交流を促進し、次代を担う先導的な産業の育成や、新たな都市型産業の展開により就業の場としての魅力を高め、活力とにぎわいのある産業の振興を図ることが求められます。

・施策の大綱「魅力ある都市空間の形成と産業の振興」

○地域産業を振興し、豊かな経済活動ができるようにします

今ある資源を活かした、新しい松戸らしい地域産業を生み出すため、産・学・官・民の連携、世代間を超えた連携を継続して行うことによって、若者にも魅力ある松戸のまちを実現します。

○個性を活かし、能力を発揮して働くことができるようにします

松戸市に住む人が潤いのある生活を送れるように、若者から高齢者まで就労したい人は誰もが、就労できる環境をつくることによって、松戸に住んでよかったと思えるまちを実現します。

・「リーディングプラン」の「3 みんなの協力で賑わいのある街」

「(4) 地域産業活性化プラン」

- ①市内の交通結節点である主要駅を中心に、民間活力を活かした魅力アップを図り、市内からも市外からも購買力のある人々が集まる賑わいを創造します
- ②松戸の新しい都市ブランドを構築し、若者が住みたくなるモデル都市を検討します
- ③地元商店街が地域のまちづくりの一翼を担うよう商店街の活性化を図ります
- ④松戸駅の改造をきっかけとした松戸駅周辺の活性化を促進します
- ⑤今後の社会経済環境を勘案しながら工業団地のあり方を検討します

9. 松戸駅周辺地域活性化プロジェクト

ミッション（使命）

中心市街地活性化計画の策定を早急に進め、松戸駅の改造に合わせて、松戸の街に交流人口が集うようなプランニングを行います

ビジョン（展望）

JR 東日本等が実施する松戸駅の改造を起爆剤として、松戸駅周辺に、人が集い、賑わい、活気のあるまちの実現をめざします。

また、本地域（駅周辺）の特色である、身近な江戸川・坂川、戸定が丘歴史公園・千葉大学園芸学部、松戸神社などの地域資源を活用し、水と緑を基調とした、回遊性の高い魅力ある市街地空間（緑水空間）を創造します。

3年間の取組み課題

－主な取組み－

- 松戸駅周辺に、人が集い、賑わい、活気のあるまちの実現をめざします

－関連する取組み－

- ① 支所・行政サービスセンターの開設日の増や開設時間の延長を行うとともに、総合窓口（ワンストップサービス）についての検討を進めます
- ② 生涯学習活動機能の充実を図るため社会教育施設の再編を検討するとともに、生涯学習センター構想用地の有効活用を検討します
- ③ 戸定が丘歴史公園（福島県学生寮跡地を取り込んだ戸定が丘一帯）の自然環境の保全や景観の向上を図ります
- ④ 松戸駅周辺の商業（中心市街地）の活性化を図ります
- ⑤ 矢切の渡し、野菊の墓、本土寺、戸定邸などへの日帰り観光客を増やします
- ⑥ 松戸駅周辺のバリアフリー整備を推進するとともに、歩行者などが安心して利用できる快適な歩行空間の整備について検討します
- ⑦ 江戸川・坂川をはじめとする水辺空間の活用を検討します

10. 工業団地のあり方再検討プロジェクト

ミッション（使命）

工業団地の現況や企業のニーズを分析し、現在ある企業への支援や新たな企業誘致など、将来、豊かな松戸につながるためのプランニングを行います。

ビジョン（展望）

松戸の経済成長に貢献してきた工業団地の現況を把握するとともに、工業会等との連携を深めるなかで、ニーズを把握します。

そして、必要に応じて、現在ある企業への支援策の検討、付加価値の高い製造業など新たな企業の誘致、さらには、土地利用転換の可能性も含めて検討し、市民の雇用や税収の増につながるような施策を検討します。

3年間の取組み課題

－主な取組み－

- 付加価値の高い製造業など、雇用や税収に繋がる企業の誘致を図ります

11. 中小企業支援・商店街活性化プロジェクト

ミッション（使命）

市内の商工業を支える事業者のニーズを把握し必要な支援を行い、活性化することで、将来、豊かな松戸につながるようなプランニングを行います

ビジョン（展望）

商工会議所をはじめ各種団体との連携を深め、市内の商工業を支える中小企業者のニーズを把握します。そして、既存の中小企業者に必要な支援策を検討するとともに、社会起業家なども含めて松戸で起業しやすい環境づくりを行います。

また、市内に数多くある商店会のそれぞれの実情にあった支援策を検討し、空き店舗対策などの充実を図ります。

3年間の取組み課題

－主な取組み－

- 市内の商工業の事業者のニーズを把握し、中小企業や商店街が活性化するための検討を行います

－関連する取組み－

- ① 空き店舗対策など商店会が行う事業を支援し、活性化を図ります
- ② これから起業する方への創業支援や事業者に対して経営相談を充実します
- ③ 入札制度における透明性の確保、公正な競争の促進とともに、地域産業の振興や雇用の確保にも配慮する等公契約のあり方について総合的に検討します

(2) 方針の位置づけ

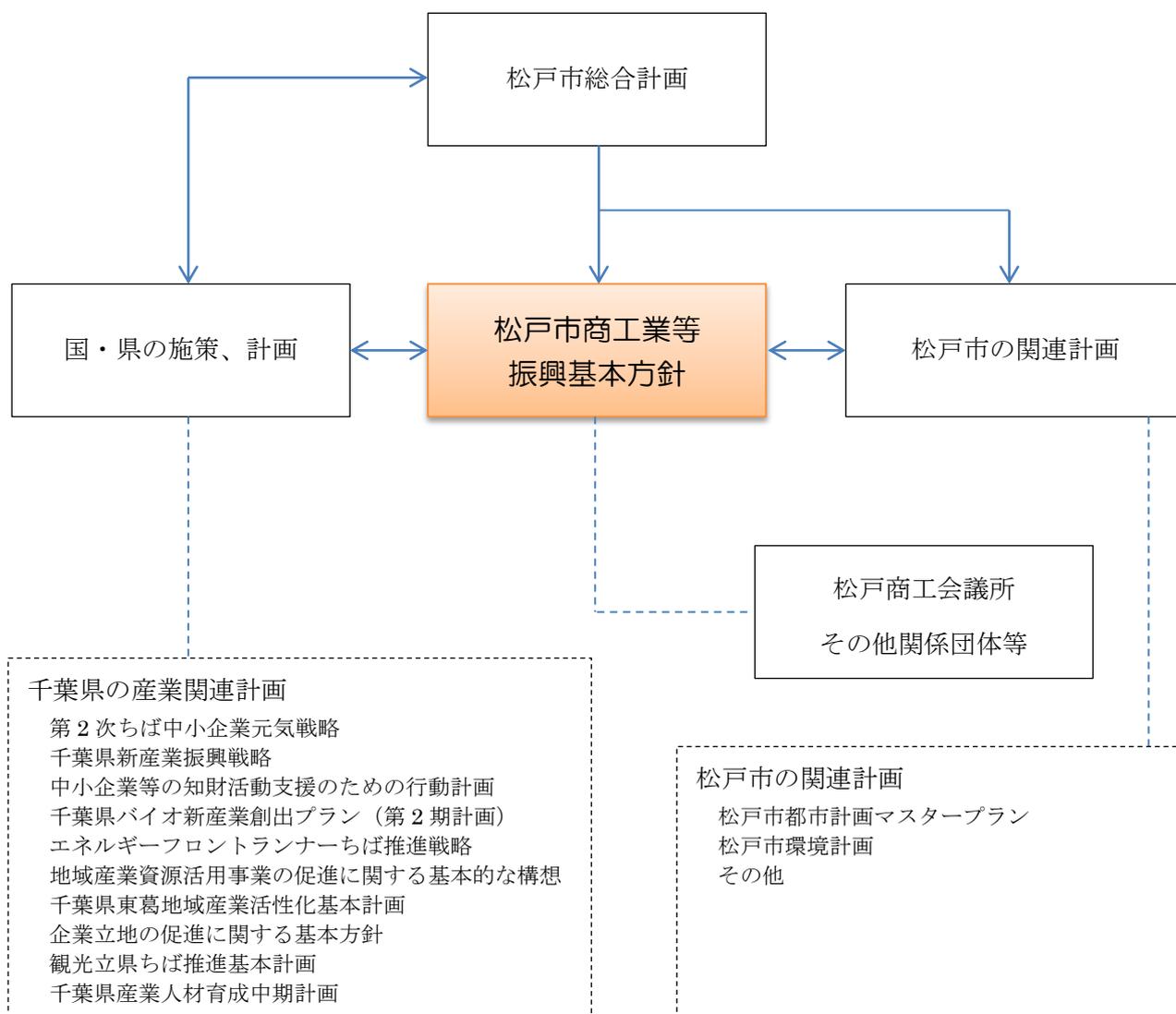
市の最上位計画は、松戸市総合計画であり、この計画を実現するための個別計画として商工業等振興基本方針を策定します。平成 22 年 3 月に「松戸市商業振興条例」を制定しており、条例に即して策定するとともに、条例の推進のため施策の方針を策定します。

また、その他の個別計画として、都市計画マスタープランなど多くの関連計画が策定されています。

なお、方針に基づく事業の推進に当たっては、国や県の施策、計画と連携しながら進める必要があります。

この方針を進めていくことによって、いずれは産業振興条例へとつなげていきます。

■ 商工業等振興基本方針の位置づけ



第1章 商工業等の現状と課題

(1) 産業を取り巻く社会経済情勢

①人口減少・少子高齢化の進行

全国的に人口減少、少子高齢化が進行し、地域経済の活性化を図っていくうえで、人口問題は大きな要素となっています。より多くの人材の存在が、企業誘致の決め手になるほか、消費の確保にもつながります。

人口の獲得は地域間競争となり、まちづくりや行財政運営の効率化など、より魅力のある地域づくりを行う必要があります。

②グローバル化の進展

アメリカのサブプライムローン問題に端を発した世界同時金融危機は、日本経済にも大きな影響を及ぼしました。地方自治体においても税収の落ち込み、財政力指数の低下を招くなど、避けることのできない問題を生じさせました。また、ギリシャの財政問題に端を発したEU危機は、ドルやユーロに対する円高を招き日本の輸出産業などにも大きな影響が生じています。

海外に生産拠点を移す動きも生じ、千葉県では「ちば海外ビジネスサポートセンター」を設置し、海外進出を支援しています。

一方、既に海外進出していた企業では、研究開発部門の日本国内への回帰、2012年に改めて顕在化したチャイナリスクに伴う生産拠点の中国からの撤退の動きなど、様々な影響があります。

③環境問題への対応

環境問題、エネルギー問題は、企業活動において大きなリスクとなっています。

東日本大震災の原発事故により節電社会への転換が求められ、企業活動にも大きな影響が生まれました。また、そのほとんどを輸入に頼っている原油やレアアースの高騰も、企業の生産活動等に影響を及ぼしています。

企業活動においても、低炭素社会づくりへの貢献が求められるほか、環境分野は新たな市場としても期待されています。

④東日本大震災への対応

東日本大震災のような災害から企業活動を立て直すためには、BCP（事業継続計画）の策定をはじめとした日ごろからの準備が重要となります。BCPの策定支援など、危機管理対策の取り組みを充実していくことが求められます。

⑤ICTの進展

スマートフォン、フェイスブックなど、ICTの進展は日進月歩の様相を示しています。企業が競争力を強化するためにはICTの利活用が不可欠となっています。

(2) 国・県の政策動向

(国)

国においては、経済社会ビジョン（「成熟」と「多様性」を力に～価格競争から価値創造経済へ～）を平成 24 年 6 月に策定し、「経済成長ビジョン」と「人を活かす社会ビジョン」を通じて、①人口減少の中でも一人あたり国民所得を維持・増大し、成熟した豊かさを実感できる社会を実現、②「全般的な貧困化」を脱却し、全員参加で「厚みのある中間層」を形成することを目指すとしている。

また、平成 24 年 7 月には日本再生戦略（「共創の国」づくり）を策定し、11 の成長戦略と 38 の重点施策により、社会の多様な主体が、現在使っているあるいは眠らせている能力や資源を最大限に発揮し、創造的結合によって新たな価値を「共に創る」社会づくりを目指している。

さらに、平成 24 年 8 月には雇用政策研究会報告書（「つくる」「そだてる」「つなぐ」「まもる」雇用政策の推進）を取りまとめ、女性や若者などの労働市場への参加が進み適切な経済成長が実現すると、ゼロ成長で労働参加が進まない場合に比べ、約 630 万人の就業者増が見込まれるとしています。

表 国の産業関連施策等

平成 18 年度	中小ものづくり高度化法（18.6. 13） 観光立国推進基本法（18.12.13）
平成 19 年度	企業立地促進法（19.6. 11） 観光立国推進基本計画（19.6.29） 中小企業地域資源活用促進法（19.6. 29） 雇用対策法及び地域雇用開発促進法改正（19.8. 4） 仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章（19.12.18）
平成 20 年度	観光庁設置（20.10.1）
平成 21 年度	地域商店街活性化法（21.8. 1） 緊急雇用対策（21.10.23） 明日の安心と成長のための緊急経済対策（21.12. 8）
平成 22 年度	新成長戦略（22.6.18） 中小企業憲章（22.6.18） 財政運営戦略（22.6.22） 円高・デフレ対応のための緊急総合経済対策（22.10.8） 食と農林漁業の再生のための基本方針（23.10.25） 包括的経済連携に関する基本方針（22.11）
平成 23 年度	円高への総合的対応策（23.10.21）
平成 24 年度	経済社会ビジョン（24.6.15） 日本再生戦略（24.7.31） 雇用政策研究会報告書（24.8.1） 緊急経済対策（25.1.11）

(千葉県)

一方、千葉県では平成 23 年 3 月に第 2 次ちば中小企業元気戦略を策定し、中小企業の活性化に向けた取組方向として、以下の 5 つの方向を示しています。

第 1 中小企業の経営基盤の強化 中小企業の経営基盤を強化するため、資金調達の円滑化や海外展開などの販路開拓を支援
第 2 地域づくり、まちづくりと連携した中小企業の活性化 地域づくりとの相乗効果を図るため、農商工連携、観光振興などの取組を強化
第 3 新事業・新産業の創出と産業集積による活性化 新事業展開に向け、中小企業の技術力の向上のための施策を推進
第 4 産業人材の確保・育成 中小企業の将来を担う人材の確保・育成を支援
第 5 相談支援体制の充実と官公需施策の推進 中小企業に対する経営相談体制を充実

また、平成 24 年 3 月には千葉県産業人材育成中期計画を策定し、取り組みの方向として 4 項目を提示しています。

<ul style="list-style-type: none">・企業ニーズを踏まえた職業能力開発の推進・雇用のセーフティネットとしての職業能力開発の推進・技能の振興とものづくりを尊重する意識の啓発・職業能力開発の推進体制の強化

表 千葉県の産業関連計画等

計画・構想等の名称	策定年月	目標年度(年)
第 2 次ちば中小企業元気戦略	平成 23 年 3 月	—
千葉県新産業振興戦略	平成 18 年 6 月	平成 32 年度
中小企業等の知財活動支援のための行動計画	平成 23 年 3 月	平成 25 年度
千葉県バイオ新産業創出プラン (第 2 期計画)	平成 22 年 11 月	概ね 5 年
エネルギーフロンティアちば推進戦略	平成 19 年 6 月	—
地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想	平成 23 年 11 月	—
千葉県東葛地域産業活性化基本計画	平成 22 年 2 月	平成 24 年度
企業立地の促進に関する基本方針	平成 21 年 1 月	—
観光立県ちば推進基本計画	平成 20 年 10 月	平成 24 年度
千葉県産業人材育成中期計画	平成 24 年 3 月	平成 27 年度

(3) 市の現状

①人口

平成 22 年国勢調査の人口は 484,457 人であり、その後の推計人口は横ばいか減少傾向で推移しています。平成 17 年まで昼間人口は増加傾向であり、昼夜間人口比率も平成 7 年の 76.2%を底に平成 17 年は 80.7%と過去最高水準を回復しました。一方、平成 22 年の高齢化率は 21.4%、年少人口比率は 12.5%と、少子高齢化が進行しています。

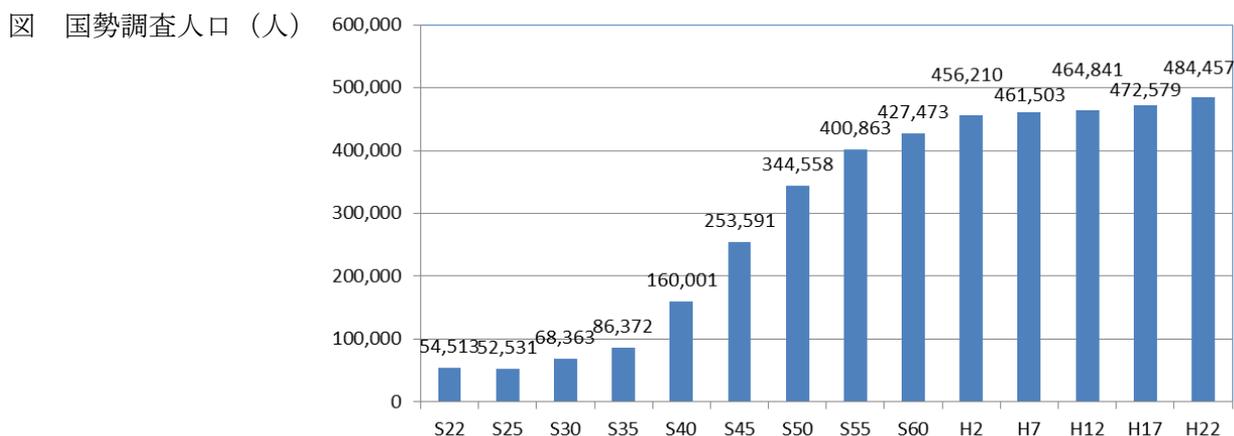


図 昼間人口比率の推移 (国勢調査、%)

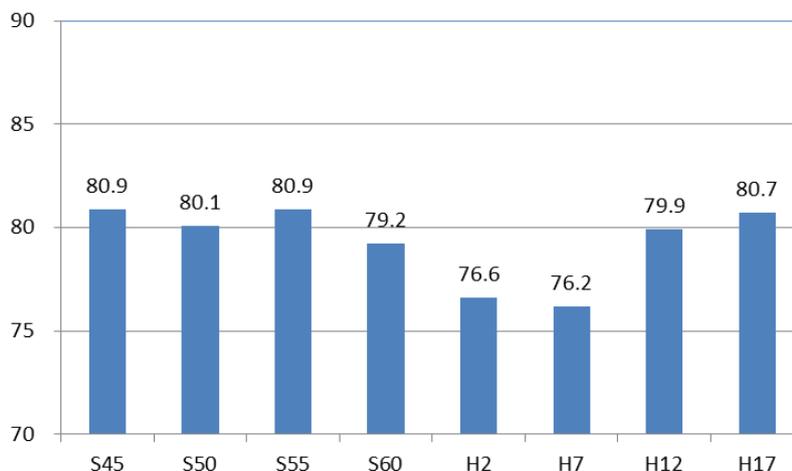
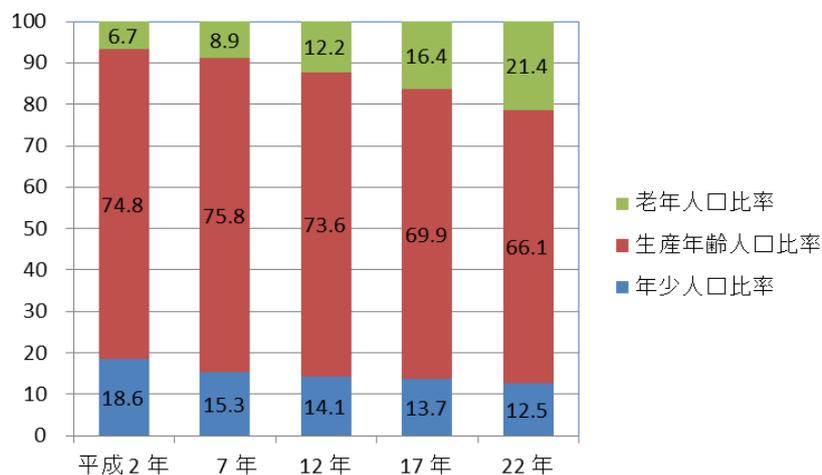


図 年齢別人口の推移 (国勢調査、%)

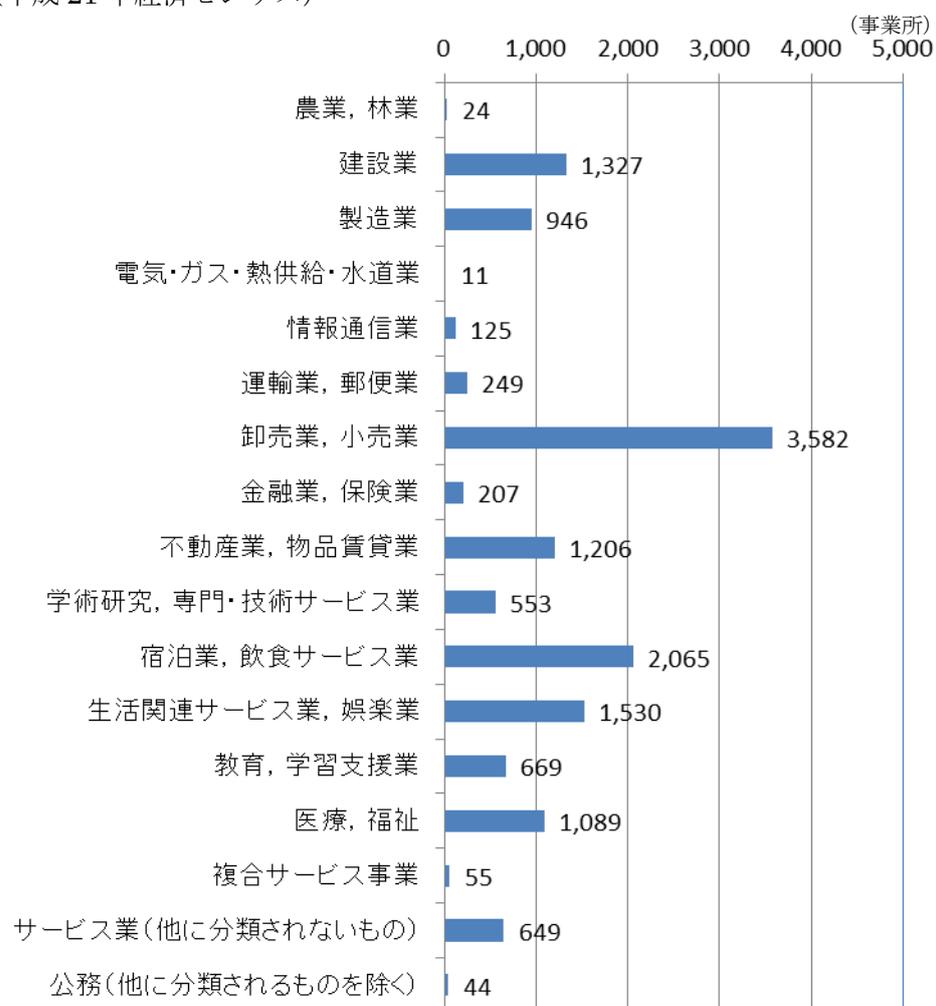


②事業所

平成 21 年の経済センサスによる事業所数は 14,331 であり、うち「卸・小売業」が 3,582 事業所、「宿泊業・飲食サービス業」が 2,065 事業所、「生活関連サービス業・娯楽業」が 1,530 事業所、「不動産業・物品賃貸業」が 1,206 事業所となっています。

また、「製造業」は 946 事業所、「建設業」は 1,327 事業所となっています。

図 事業所数（平成 21 年経済センサス）



③商業

平成19年の商業統計調査による商店数は3,192店、従業者数は28,372人、年間商品販売額は7,667億円となっています。平成11年調査と比べると、商店数は4,174店から23.5%減、従業者数は31,392人から9.6%減、年間商品販売額は8,038億円から4.6%減と、いずれも減少しています。

卸売業（平成11年比）は、商店数が791店から608店へと23.1%減、従業者数は6,394人から5,851人へと8.5%減となっている一方、年間商品販売額は3,825億円から3,826億円へと微増となっています。

小売業（平成11年比）は、商店数が3,383店から2,584店へと23.6%減、従業者数は24,998人から22,521人へと9.9%減、年間商品販売額は4,213億円から3,841億円へと8.8%減と、いずれの指標も減少しています。

図 商業の推移（商業統計調査）

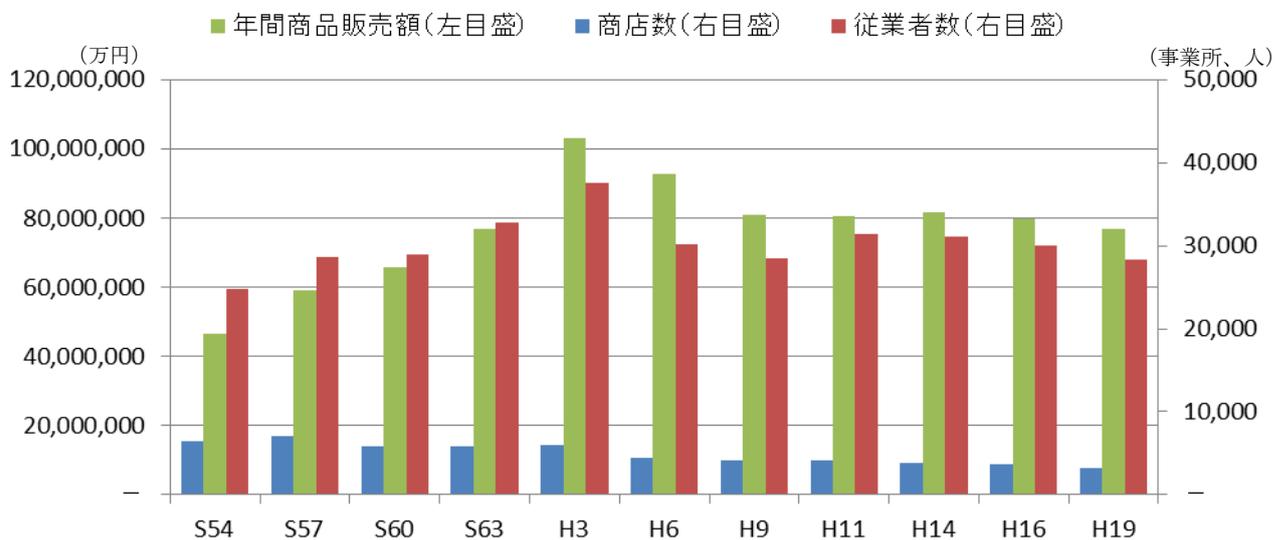


図 卸売業の推移（商業統計調査）

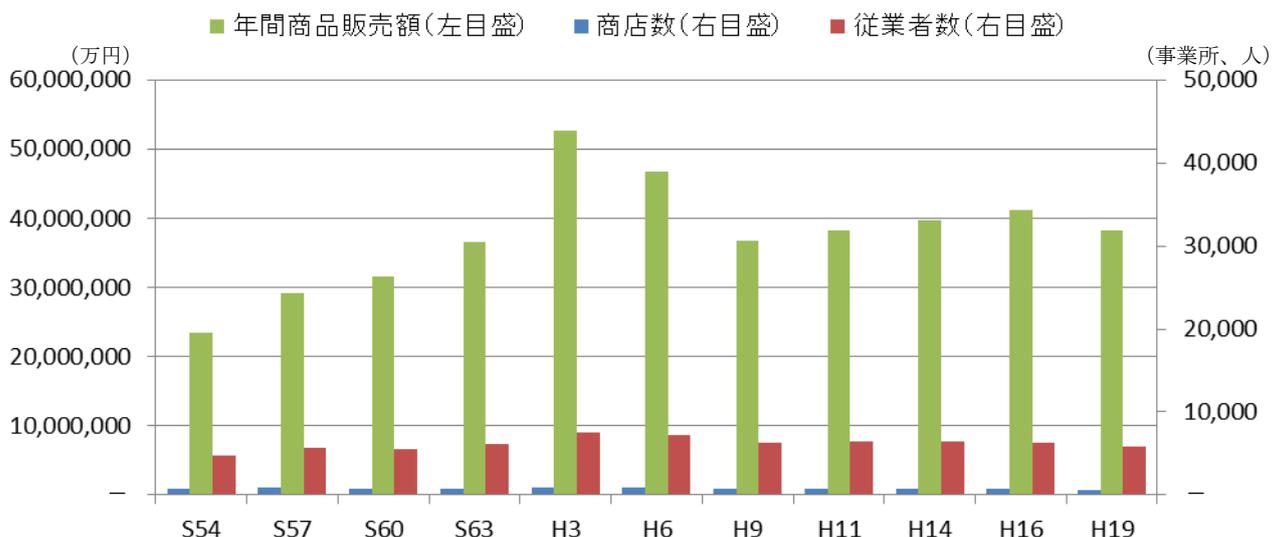


図 小売業の推移 (商業統計調査)

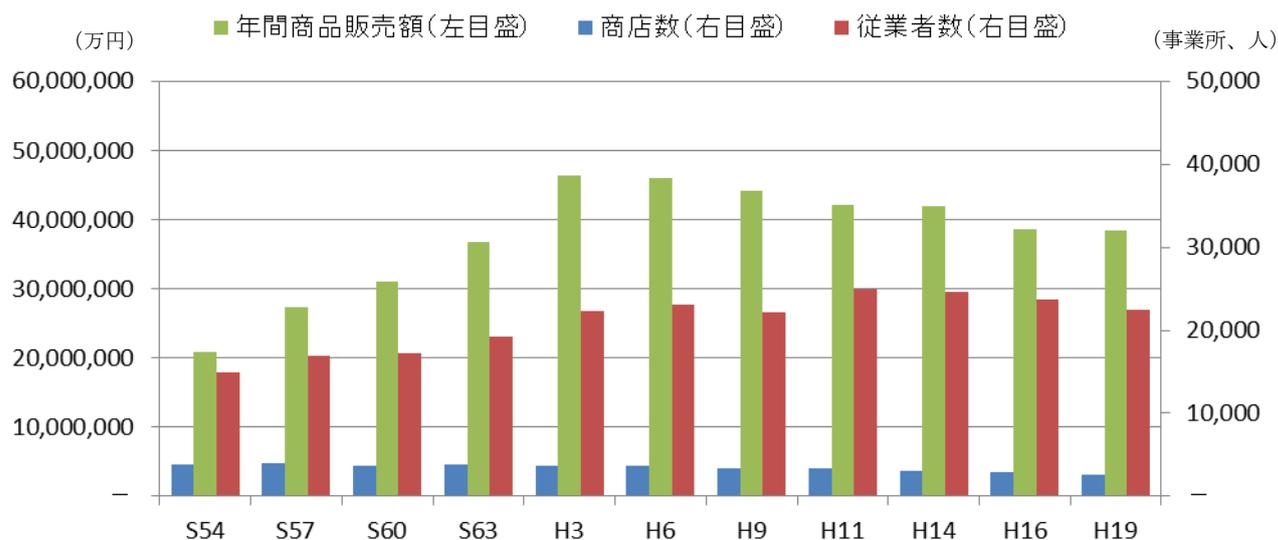


図 卸売業の状況 (平成 19 年商業統計調査)

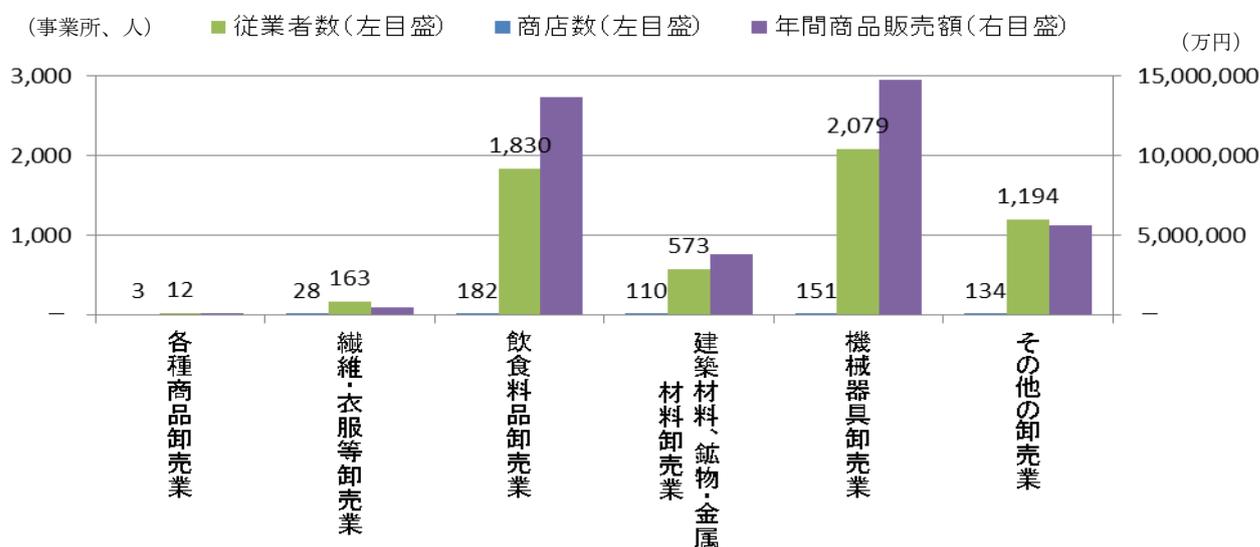
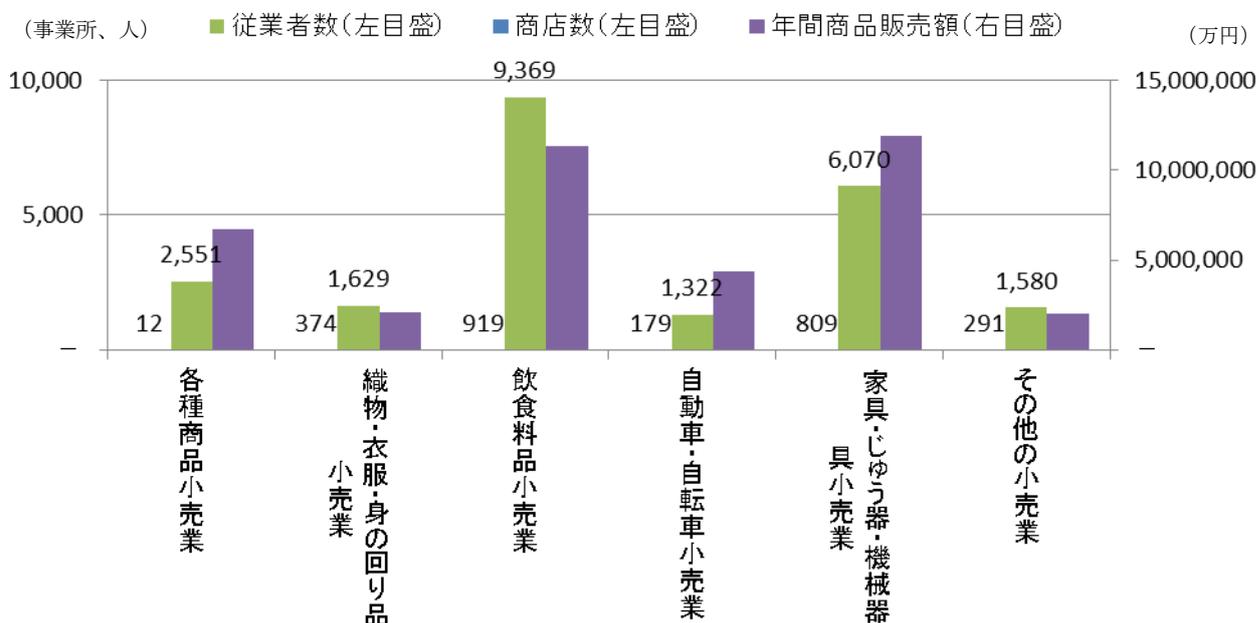


図 小売業の状況 (平成 19 年商業統計調査)



(商圏)

松戸市（平成 18 年調査）は、単独商圏都市（平成 13 年は準商業中心都市）となっています。近隣都市では、商業中心都市に柏市が、準商業中心都市に船橋市（平成 13 年は商業中心都市）、八千代市（平成 13 年は単独商圏都市）が、単独商圏都市に野田市（平成 13 年は準商業中心都市）、我孫子市、市川市などとなっています。

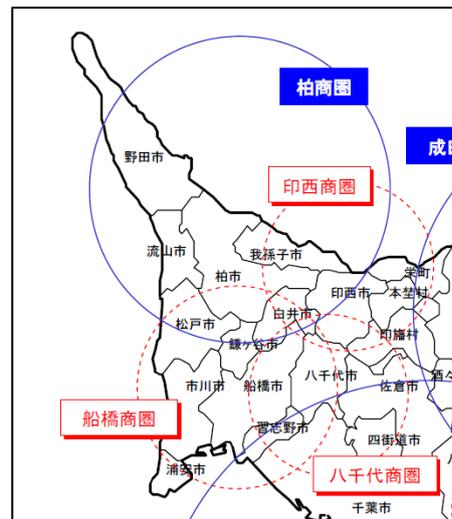


表 商圏の区分

商圏		当該市町村の顧客吸引力が及ぶ範囲(消費者の日常購買活動がある程度の範囲を持ち、購買頻度が高い商品として、衣料品に対する地元購買率等を分析して設定)
商圏都市	商業中心都市	地元購買率 70%以上、他 5 市町村以上から 10%以上の吸引力 地元購買率 80%以上、他 3 市町村以上から 10%以上の吸引力
	準商業中心都市	地元購買率 60%以上、他 2 市町村以上から 10%以上の吸引力 地元購買率 70%以上、他 1 市町村以上から 10%以上の吸引力
	単独商圏都市	地元購買率 60%以上、外部特定都市への流出 20%未満

(商店街)

平成 19 年の商店街数は 93 商店街（平成 24 年時点では 89）、事業所数は 1,157 事業所、従業者数は 6,413 人、売場面積は 91,636 m²、年間販売額は 724 億 7,126 万円となっています。

平成 16 年から平成 19 年にかけてすべての項目で減少し、年平均増減率では、商店街数 1.1%減、事業所数 9.8%減、従業者数 9.2%減、売場面積 8.5%減、年間販売額 9.6%減です。



図 商店街位置図

出典：松戸市商業・商圏調査報告書

(大規模小売店舗)

平成 19 年における大規模店内小売事業所は、事業所数が 45 事業所、従業者数が 4,989 人、売場面積は 164,802 ㎡、年間販売額は 1,172 億円となっています。

表 大規模店および大規模店内小売事業所の基礎的構造指標

	大規模店			大規模店舗 および 大規模店内 小売事業所	
	大規模店 (1,000 ㎡以上)	大規模店内 小売事業所 (1,000 ㎡未満)	小売業全体に 占める割合 (%)	大規模店舗 および 大規模店内 小売事業所	小売業全体に 占める割合 (%)
事業所数 (事業所)	45	187	7.2%	232	9.0%
従業者数 (人)	4,989	1,540	6.8%	6,529	29.0%
売場面積 (㎡)	164,802	25,480	7.1%	190,282	53.4%
年間販売額(万円)	11,716,218	2,350,895	6.1%	14,067,113	36.6%

図 松戸市内の大規模小売店位置図 (平成 20 年 12 月末現在)



出典：松戸市商業・商圈調査報告書 (資料：千葉県大規模小売店舗立地名簿)

④工業

工業統計調査によると、事業所数は平成13年の521事業所から平成22年は364事業所と、30.1%減少しています。

従業者規模別（平成13年比）で見ると、「29人以下」が31.7%の減、「30～299人」が22.1%減と、中小企業の減が大きくなっています。

従業者数（平成13年比）は、13,065人から11,625人へと11.0%の減となっています。

製造品出荷額等（平成13年比）は、4,300億円から4,029億円へと6.3%の減、ただし、ピークの平成19年の4,811億円からは16.3%の減となり、付加価値額（平成13年比）は、2,037億円から1,739億円へと14.6%の減、ピークの平成19年の2,195億円からは20.8%の減となっています。

工業団地は、北松戸、稔台、松飛台の3つの工業団地が整備されています。

図 工業の推移（工業統計調査）

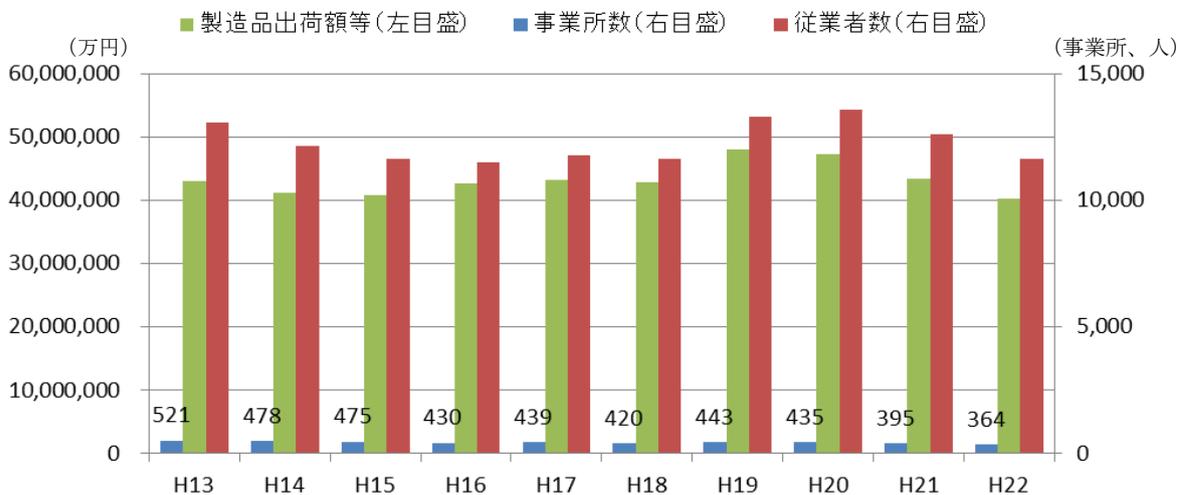


表 業種別事業所数・従業者数・製造品出荷額等（平成22年工業統計調査）

	事業所数	従業者数	製造品出荷額等
食料品	30	2,746	6,228,887
飲料・たばこ	3	421	11,295,846
繊維	16	251	232,775
家具・装備品	11	161	154,338
パルプ・紙	19	618	3,808,650
印刷	25	515	1,010,372
化学	9	396	861,595
プラスチック	29	854	2,830,710
ゴム	9	178	225,331
なめし革	15	106	166,059
窯業・土石	10	190	486,561
鉄鋼	7	74	141,954
非鉄	3	44	x
金属製品	68	1,873	4,896,622
はん用機械	9	136	263,099
生産用機械	39	619	1,040,873
業務用機械	12	189	340,340
電子・デバイス	11	1,457	3,989,111
電気機械	9	113	137,513
情報通信機械	2	356	x
輸送用機械	7	101	123,314
その他	21	227	287,473

⑤中小企業

平成21年の経済センサスによる事業所数は14,331であり、そのうち「従業者数1～4人」が8,377事業所、「従業者数5～9人」が2,760事業所、「従業者数10～19人」が1,685事業所、「従業者数20～29人」が646事業所、「従業者数30～49人」は469事業所、「従業者数50～99人」は250事業所、「従業者数100～199人」は73事業所、「従業者数200～299人」は23事業所となっています。

市内における事業所数は中小企業が9割強にものぼり、松戸市の産業は中小企業が占めていることが分かります。

産業（中分類）別、従業者規模（10区分）別民営事業所数

(平成21年7月1日現在)

産 業	従業者数										
	総 数	1～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100～199人	200～299人	300人以上	派遣従業者のみ
A～S 全 産 業	14,331	8,377	2,760	1,685	646	469	250	73	23	22	26
A 農 業 , 林 業	24	11	6	4	1	1	1	-	-	-	-
B 漁 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C 鉱 業 , 採 石 業 , 砂 利 採 取 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D 建 設 業	1,327	708	362	172	46	25	12	1	-	1	-
E 製 造 業	946	486	195	132	58	29	26	9	7	4	-
F 電 気 ・ ガ ス ・ 熱 供 給 ・ 水 道 業	11	1	-	3	2	3	1	1	-	-	-
G 情 報 通 信 業	125	77	27	10	3	3	3	2	-	-	-
H 運 輸 業 , 郵 便 業	249	67	40	51	21	25	26	11	6	-	2
I 卸 売 業 , 小 売 業	3,582	2,034	723	480	181	77	56	13	1	6	11
J 金 融 業 , 保 険 業	207	79	34	42	29	18	5	-	-	-	-
K 不 動 産 業 , 物 品 買 貸 業	1,206	977	163	49	7	6	2	-	-	-	2
L 学 術 研 究 , 専 門 ・ 技 術 サ ー ビ ス 業	553	375	112	49	5	8	3	1	-	-	-
M 宿 泊 業 , 飲 食 サ ー ビ ス 業	2,065	1,254	341	258	112	73	19	4	-	-	4
N 生 活 関 連 サ ー ビ ス 業 , 娯 楽 業	1,530	1,162	200	78	35	29	16	3	1	1	5
O 教 育 , 学 習 支 援 業	669	379	81	72	40	70	14	8	2	2	1
P 医 療 , 福 祉 社	1,089	408	314	182	70	63	36	9	4	3	-
Q 複 合 サ ー ビ ス 事 業	55	4	32	14	1	3	-	1	-	-	-
R サ ー ビ ス 業 (他 に 分 類 さ れ な い も の)	649	354	126	79	29	26	25	6	1	2	-

注) 1. (注) 男女別の不詳を含む。

資料 総務省統計局「平成21年経済センサス基礎調査報告」

⑥観光

千葉県が実施した、平成 22 年観光入込調査では、松戸市の観光入込客数（平成 22 年）は 178 万人、うち行祭事・イベントが 150 万人、観光地点が 28 万人となっています。内訳をみると観光地点では「歴史・文化」が 14 万人、「自然」が 11 万人であり、行祭事・イベントでは「イベント」が 121 万人、「行祭事」が 29 万人となっています。

観光入込客数の多かったイベント（表参照）では、「松戸市桜まつり」が 103 万人で県内 1 位（平成 22 年）となっています。

観光地点等別では、「桜まつり」以外に、「松戸まつり」29 万人、「松戸花火大会」18 万人、「矢切の渡し」11 万人、「本土寺」10 万人などです。

房総の魅力 500 選に登録（観光資源）

「江戸川（野田市～市川市）」、「松戸の浅間神社の森」、「戸定館」、「本土寺」、
 「二十世紀梨誕生の地記念碑」、「水戸街道（松戸市～我孫子市）」、
 「常盤平の桜並木とけやき並木」、「万満寺の股くぐり」、「松戸の万作踊り」
 「矢切の渡しと野菊の墓文学碑」

近隣都市の観光入込客数（平成 22 年）は、市川市 373 万人、柏市 366 万人、野田市 257 万人、船橋市 167 万人、鎌ヶ谷市 25 万人、我孫子市 54 万人、流山市 1 万人などとなっています。

表 観光入込客数（延べ人数）の多かった行祭事・イベント

（単位：万人地点）

順位	行祭事・イベント	所在市町村名	小分類	平成22年	平成21年
1	松戸市桜まつり	松戸市	花見	103	102
2	茂原七夕まつり	茂原市	行・祭事	85	86
3	佐原の大祭（夏祭り・秋祭り）	香取市	行・祭事	77	100
4	柏まつり	柏市	行・祭事	69	69
5	千葉神社初詣	千葉市	初詣	64	64
6	ふなばし市民まつり	船橋市	行・祭事	62	64
7	市川市民納涼花火大会	市川市	花火大会	49	49
8	成田祇園祭	成田市	行・祭事	45	42
9	千葉の親子三代夏祭り	千葉市	行・祭事	38	38
10	中山法華経寺初詣	市川市	初詣	36	34

資料：平成 22 年観光入込調査（千葉県、平成 23 年 11 月）

⑦農業

農産物を見ると、江戸川沿いでは主にねぎ・キャベツ・枝豆・水稻など、東部地区ではねぎ・大根・梨・枝豆など、五香地区ではねぎ・大根・梨など、小金地区では「あじさいねぎ」（葉ねぎ）が特産となっています。

最近では小金・馬橋・五香等の各地区などで、いちごのハウス栽培（直売も）が見られます。また、市民が農地を農園として借り、農業体験を行う市民農園は、21か所（平成24年4月21日現在）が開設されており、東京に近いというメリットを生かした農業として観光農業も行われており、そのうち観光梨園は62園（平成24年現在）あります。



松戸農産物ブランド化シンボルマーク
「みのりちゃん」

⑧雇用

平成 22 年の有効求人倍率（松戸公共職業安定所管内）は 0.36 と前年の 0.34 に引き続き、低い水準で推移しています。

平成 22 年の国勢調査によると、松戸市の完全失業率は、全国より低いものの、20 歳代では 8.4%と高い水準になっています。

図 有効求人倍率の推移

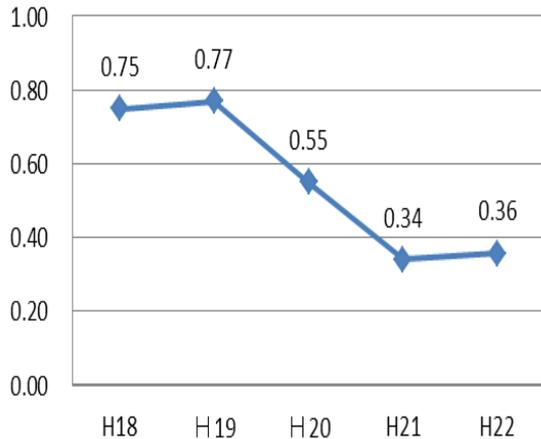
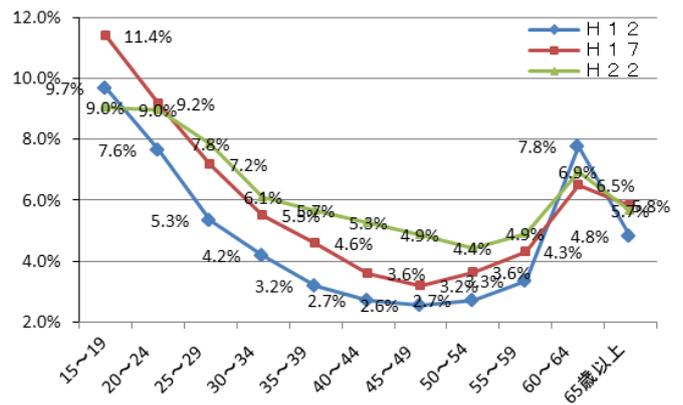


図 国勢調査から見た松戸市内の年齢別失業率

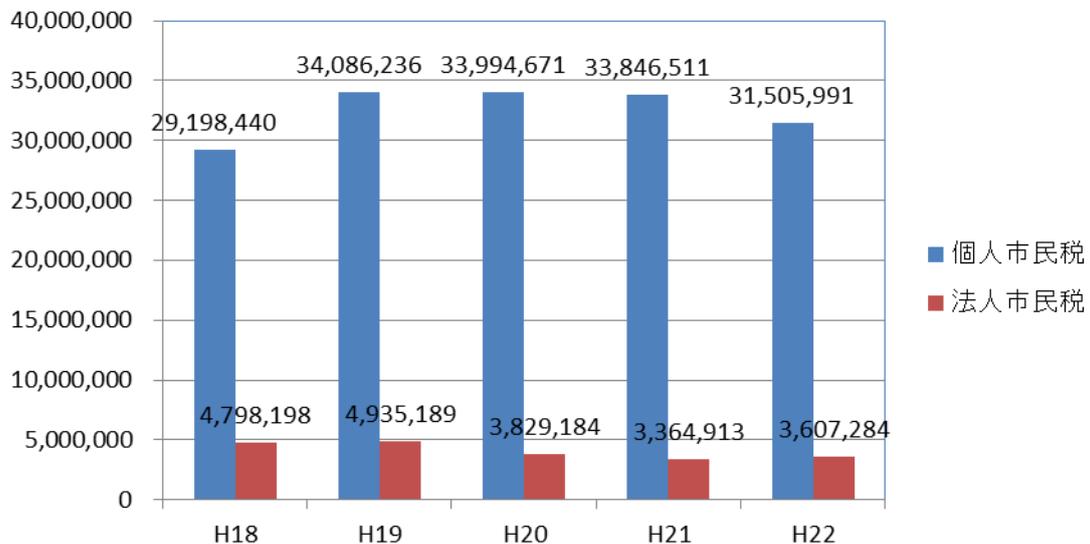


⑨行財政

市税収入をみると、個人市民税は平成 18 年の 292 億円から平成 22 年には 315 億円と 7.9%増加していますが、平成 19 年以降は、漸減傾向となっています。

法人市民税は平成 18 年の 48 億円から平成 22 年の 36 億円へと 24.8%減少していますが、平成 21 年からは増加しています。

図 市民税の推移（決算カード、単位：千円）



⑩文化

＜松戸アートラインプロジェクト＞

「JOBANアートラインプロジェクト」の地域アートプロジェクトである「松戸アートラインプロジェクト」は、平成 22 年度から始まり、松戸駅周辺の河川や道路といった公共空間、商店街の空き店舗などを会場にして、多くのアーティストが制作展示を実施しています。

平成 22 年度は「森」をテーマに周辺の自然環境や古民家などに着目し、平成 23 年度は「暮らしの芸術」をテーマに現代アートに限らない日常性ある取り組みに焦点をあて、平成 24 年度は「暮らしの芸術都市」を掲げ地域住民が主体となる「まちづくり」の運営体制のもとまちづくりとアートのあがる街など、まちづくりについて研究しています。

＜暮らしの芸術都市 ―松戸アートラインプロジェクト 2012―＞

平成 24 年の松戸アートラインプロジェクトの概要は以下のとおりです。

期間 平成 24 年 6 月～平成 25 年 3 月

会場 JR／新京成電鉄・松戸駅周辺

事業内容 松戸まちづくり会議の方針に基づき、下記 1.～4.の地域課題の解決につながる企画を地域住民とアーティスト／クリエイターで立案し、イベント等を実施

- 1.街の魅力の再構築「商業・住宅環境の両面の活性化」
- 2.新旧住民、町会・自治会の枠を超えた「地域間交流、世代間交流」
- 3.古くから松戸地域のシンボルであった「江戸川の復権」
- 4.現在の利用状況の改善が必要な「西口公園の利活用」

運営 松戸まちづくり会議

＜松戸まちづくり会議＞

ミッション 江戸時代の宿場町であり、また昭和期にはベッドタウンとして栄えた松戸駅周辺において、地域に根ざした住民とアーティストの協働により行われるアートプロジェクト
江戸川や西口公園・防犯など地域の課題を踏まえ、アーティストと住民がプロジェクトを開催

概要 松戸まちづくり会議を平成 24 年 5 月に結成

松戸駅前に位置する 11 町会および町会連合会から町会長が参画し、事務局は松戸市及び株式会社まちづくりクリエイティブ

松戸市事業「松戸アートラインプロジェクト」の 2012 年度の運営母体として活動し、「暮らしの芸術都市・松戸アートラインプロジェクト 2012-」を開催

下部組織として、地域課題ごとに複数のグループを形成し、「壁画」「西口公園」「防犯」「江戸川」などのグループが活動

各町会の関係者、これまで町会活動に参加の薄かったマンション住民層、地域に関わりを持つ芸術家、これまでのアートライン参画ボランティアなどが参加

これらのグループが主体となり、住民主導で各種のイベント企画等を実施

40組を超える若手クリエイターが東京から転入し、松戸駅西口周辺で創作活動を行っています。

2012年(平成24年)8月18日(土曜日)

古い街並みにアートの息吹。クリエイターやアーティストを名乗る若者たちが空き店舗や古民家を創作の拠点にする試みが各地で相次いでいる。家賃の安さだけでなく、ひなびた街の雰囲気にも傾倒している。空き店舗や集客で経済効果を生み、地域おこしにも一役買っている。

千葉県松戸市のJR松戸駅西口から徒歩5分。築約100年の大きな古民家の西をくぐると、母屋や蔵で創作に没頭するクリエイター十数人の姿があった。東京藝大卒が多く、美術工芸や映像・グラフィック、建築などジャンルは幅広い。一室を借りた美術家の大山エンリコイサムさんは「ここは明治時代からお邪魔さんだった建物。ひなびた雰囲気がい」と話す。

都心より低家賃
松戸駅西口周辺はベッドタウンとして発展したが、近年は住民の高齢化で商業ビルの空き店舗が増えている。「新規開業で目立つのは風俗店。街のイメージが悪くなって

千葉県松戸市の「R松」いた(地元不動産業者)。いつしか自虐的に呼ばれる「まつど」の眺めと似て、だが逆に「マッドシネマ」という先験的なイメージが芸術家たちを引き付けた」と語るのは、同市の

松戸、横浜・黄金町…



古民家の一室で制作する美術家の大山さん(千葉県松戸市)

アート集積街に新風

クリエイターの活動拠点の成り立ちは様々だ

千葉県松戸市	・東京・渋谷のストリート系のアーティストが活動拠点移す
埼玉県川口市	・違法廃娯店排除で発生した空き店舗を文化活動に利用
神奈川県鎌倉市	・湘南ビーチにちなんだ衣料・雑貨ショップの開業相次ぐ
横浜市(黄金町)	・風俗街だった鉄道高架下の空き店舗が続々とアトリエに
東京都墨田区	・町工場だった建物を現代美術のギャラリーに再生

のまちづくり会社「まちづくりエイティブ」代表の寺井元一さんだ。同社は空き家や空き店舗を借り上げ、アトリエや共同



住宅として貸し出している。自分で改装したい」というクリエイターやアーティストらの希望をかなえる。家賃が1万数千円〜5万円程度と都心部に比べ安いのも売りの一つ。ここ数年で、松戸駅西口の半徑500mの地区

主役は若手、空き店舗生かす
新たな活力を生む

特定非営利活動法人

横濱市の黄金町もここ数年でアーティストを呼び込んだ街のひとつだ。かつて風俗街だった鉄道ガード下の空き店舗が次々とアトリエや衣料雑貨店に変貌した。ここを拠点にした建築家や美術家は約40組にのぼる。市が物件を借り上げて協力した。

松戸市でも地元町会や市と転入者による「松戸まちづくり協議会」が発足した。まちづくり会社の寺井さんは「地域の人と街づくりを考える『タウンシニア』の発想を大切にしたい」と語った。

創業支援で成果
クリエイターの創業支援で成果を上げている自治体もある。東京都台東区が2004年に小学校跡地に開いた「台東デザイン・スペース・レジッド」。これまでに約40組が卒業し、このうち約20組が区内で創業し、店舗や事務所を開いた。同区はもともと皮革や黄金風の職人が多かった街だ。今年5月に開いたモノづくりイベントには200組超のクリエイターが参加し、2日間で1万5000人が来場する盛況ぶりだった。

(NPO法人)黄金町エリアマネジメントセンターの山野真樹さんは「もともと風俗街だったこの地域は芸術の素養がある」と話す。アーティストを目指す若者や地域住民を対象に、「黄金町芸術学校」と名付けた講座を5月に始めた。美術工芸や陶藝などを教える。アーティストの転入は地元にも良い刺激を生み出しているようだ。黄金町周辺では5月に「初黄日(はつこひ)商店会」が結成された。横濱市3区の初音、黄金、日ノ出の3町の商店主らが協力しあい、「アーティストの街」をPRしていく。

⑪大学との連携

<松戸産学官懇談会>

大学と企業及び地域が、お互いのニーズ・シーズを話し合う中で、信頼関係を構築するとともに、新しい都市ブランドの構築や、新たなビジネスモデルを創出し、大学と企業、地域社会相互の持続的な発展と地域資源の好循環を生む体制の形成を目的として活動しています。

産業振興に関連する連携では、松戸駅周辺活性化推進協議会、松戸まつり、学生観光サポーター養成事業、大農業祭りへの参加、松戸アートラインプロジェクトなどが行われています。

■構成団体	松戸商工会議所
	とうかつ中央農業協同組合
	千葉大学 園芸学部
	聖徳大学
	日本大学松戸歯学部
	流通経済大学
	松戸市

<大学コンソーシアム東葛>

平成 18 年 11 月に柏市内及び近隣の 10 の大学による「大学コンソーシアム柏」が設立され、その後、平成 23 年 9 月に活動範囲が拡大していることから「大学コンソーシアム東葛」へ名称変更しました。

生涯学習や手賀沼の浄化、産業の振興、市民の健康づくり、国際化など、まちづくりの幅広い分野で民産学官の連携交流を深めて大学と地域及び大学間の協働を促進し、大学と地域社会がともに発展できる体制をつくっていかうとするものです。

※コンソーシアムとは ⇒ 個々では実現できない目的を実現するために、複数の団体や企業等が共同で形成するネットワークや連合組織のこと

■大学コンソーシアム東葛に参加している大学一覧（11 大学）

柏市	千葉大学、東京大学、二松学舎大学、日本橋学館大学、麗澤大学
野田市	東京理科大学
流山市	江戸川大学、東洋学園大学
我孫子市	川村学園女子大学、中央学院大学
松戸市	聖徳大学

オブザーバー参加

筑波技術大学、東京藝術大学

(4) 事業者アンケート

平成 24 年 1 月～3 月に事業所アンケート調査を行いました。調査の概要は以下のとおりです。

■ 調査概要

調査期間：平成 24 年 1 月～3 月

商店街：配布 2,766 票、有効回収 729 票、有効回収率 26.4%

工業団地：配布 500 票、有効回収 135 票、有効回収率 27.0%

中小企業：配布 3,989 票、有効回収 791 票、有効回収率 19.8%

①事業所の移転について

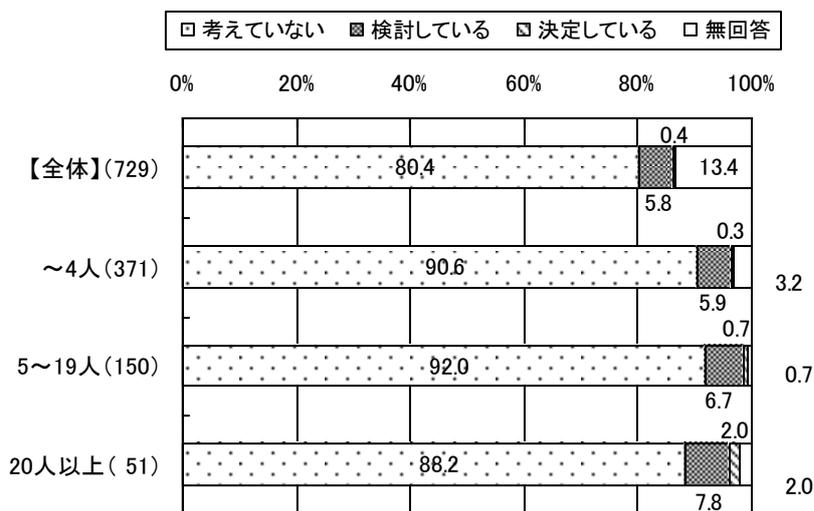
店舗の移転については、「決定している」が 0.4%、「検討している」が 5.8%、合わせて 6.2%となっており、うち、移転先は「市内」としている店舗が 68.9%です。

工業団地の事業所の移転については、「決定している」が 0.7%、「検討している」が 5.2%、合わせて 5.9%となっており、うち、移転先は「市内」としている事業所が 50.0%です。

中小企業の移転については、「決定している」が 0.8%、「検討している」が 10.2%、合わせて 11.0%となっており、うち、移転先は「市内」としている事業所が 51.7%です。

移転を検討している事業所のうち半数以上は市内での移転ですが、一定程度は市外への移転の懸念があります。このため、市内で継続できるよう空き店舗、空き工場の情報提供など、市外への移転を抑制するための施策が必要です。

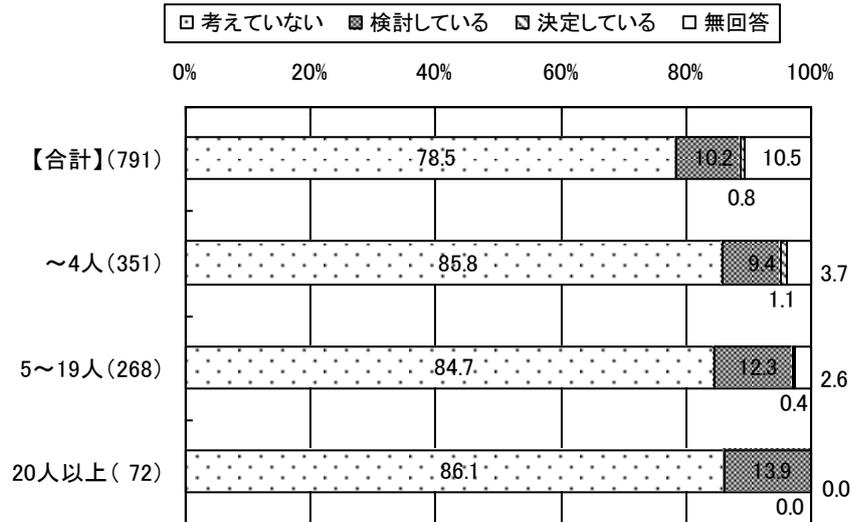
<商店街>



<工業団地>



<中小企業>



②商店街に必要な業種について

商店街に必要な業種は、「生鮮食品・日配食品」が188件、「百貨店・総合スーパー」と「文化品・耐久消費財店」が共に45件など、“小売”の業種が必要とされているほか、「飲食店」も120件の指摘がありました。

商店街には、日々の買い物のための業種や集客力の高い業種などが不足しているとの指摘が多くなっています。

表 商店街に必要な業種

業種		件数
1. 百貨店・総合スーパー		45
内訳	スーパー	38
	百貨店・大型店舗	7
2. 衣料品店・身の回り商品		35
内訳	衣料店	16
	雑貨	9
	靴屋	4
	その他	6
3. 文化品・耐久消費財店		45
内訳	文化品	2
	本屋	29
	電気屋	12
	その他	2
4. ディスカウント店		15
内訳	大型家電量販店	1
	アウトレット	1
	100円	2
	ディスカウント	5
	ホームセンター	6
6. 生鮮食品・日配食品		188
内訳	生鮮	17
	魚屋	64
	肉屋	38
	八百屋	47
	食料品	15
	その他	7
7. 加工食品・菓子店		4
8. パン・弁当・惣菜など		36
内訳	パン・ケーキ	11
	惣菜	14
	弁当	11

業種		件数
9. 家庭用品・日用品店		26
内訳	日用品	15
	文具	11
10. コンビニ		32
11. ドラッグストア		5
12. 飲食店		120
内訳	飲食店・レストラン	74
	喫茶店・カフェ	16
	そば屋	8
	飲み屋	5
	すし屋	3
	ファミレス・ファーストフード	12
	中華・ラーメン	2
13. サービス店		25
内訳	サービス業	4
	レンタル・VTR	5
	花屋	5
	クリーニング店	3
	イベント会場	2
	その他	6
14. 遊技場		8
15. その他		74
内訳	自転車屋	2
	塾	2
	小売・物販販売	9
	ホテル	6
	薬屋	14
	医院	13
	金融	8
	郵便局	6
	GS	3
	駐車場	2
その他	9	

③後継者について

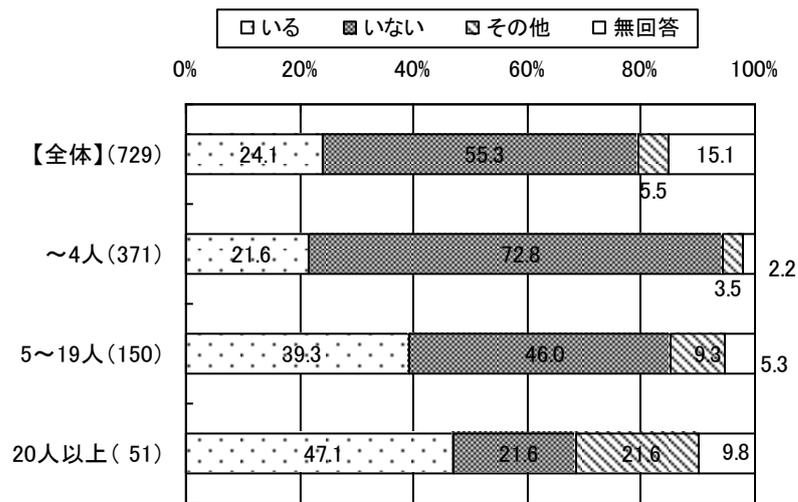
商店街では、後継者が「いる」が24.1%と約4分の1であり、従業員規模が小さい商店ほど「いる」割合が低くなっています。

工業団地では、後継者が「いる」が51.1%と半数を占めています。

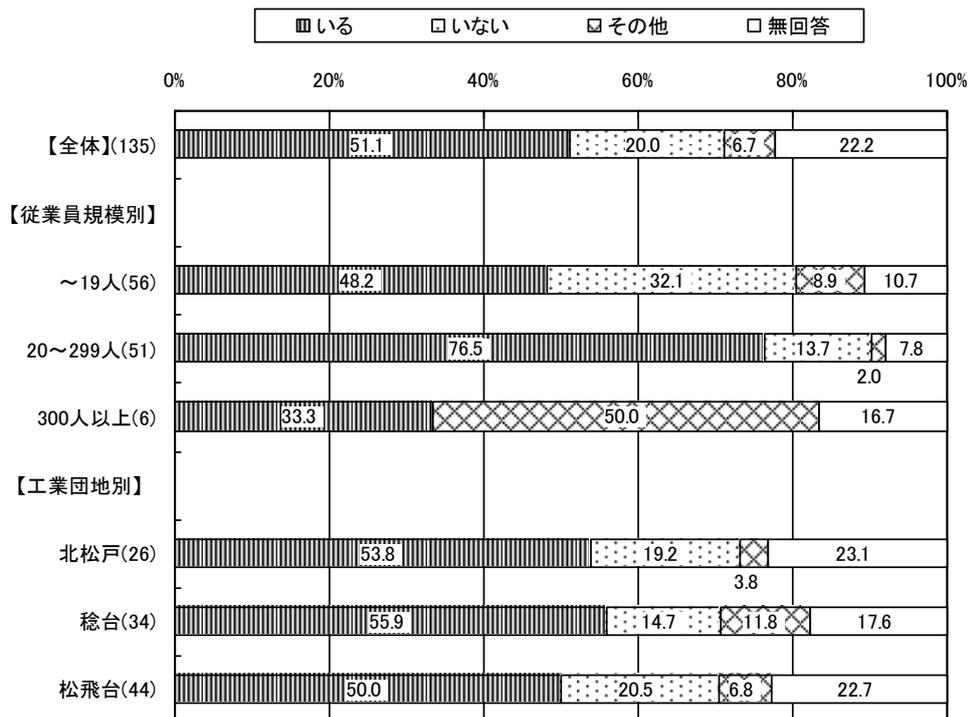
中小企業では、後継者が「いる」が33.6%であり、全体の3分の1を占めています。商店街同様、従業員規模が小さい事業所ほど「いる」割合が低くなっています。

代表者の高齢化が問題となっていますが、後継者がいないことと大きく関わっていると考えられます。

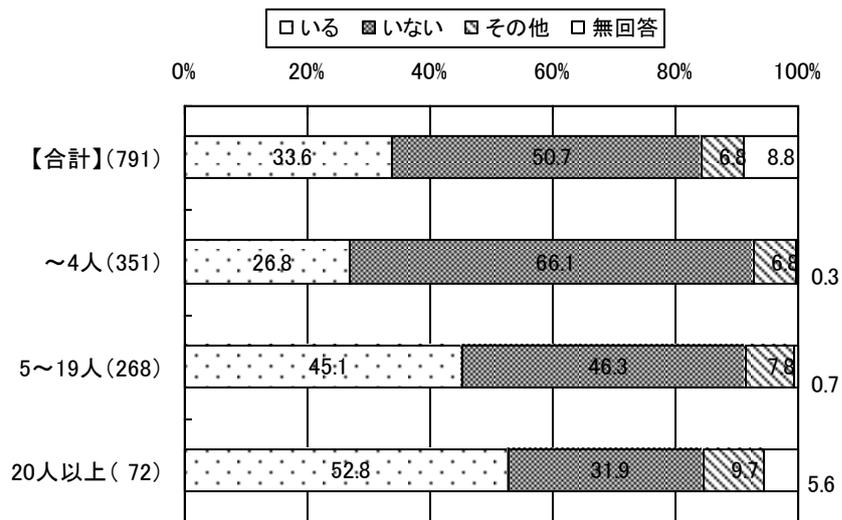
<商店街>



<工業団地>



< 中小企業 >



④ 3年前と比べた売上高について

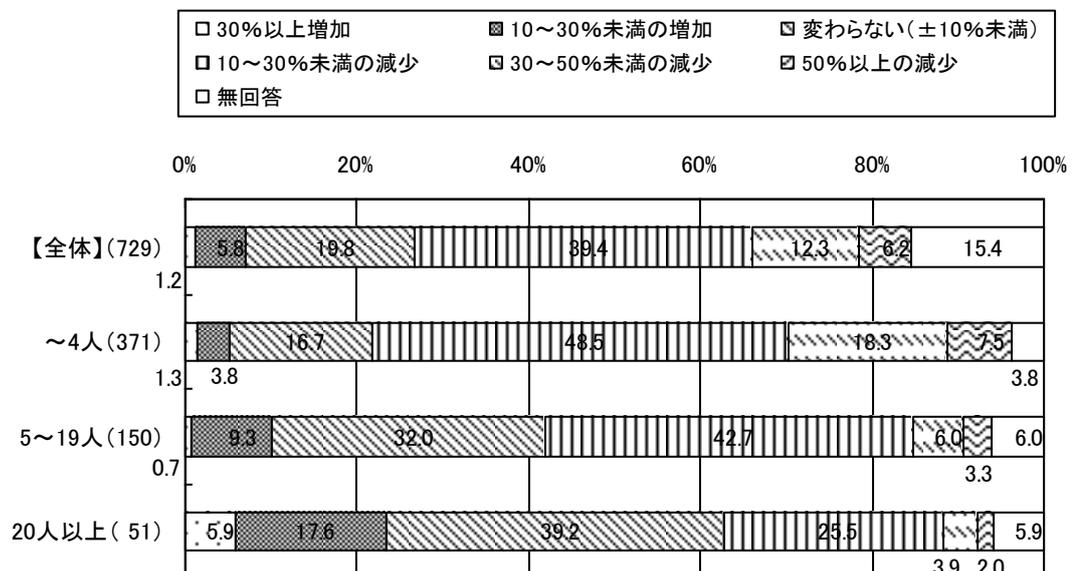
商店街は、3年前に比べて“増加”が7.0%、「変わらない」が19.8%、“減少”が58.5%となっています。

工業団地は、3年前と比べて“増加”が17.8%、「変わらない」が37.0%、“減少”が39.3%となっています。

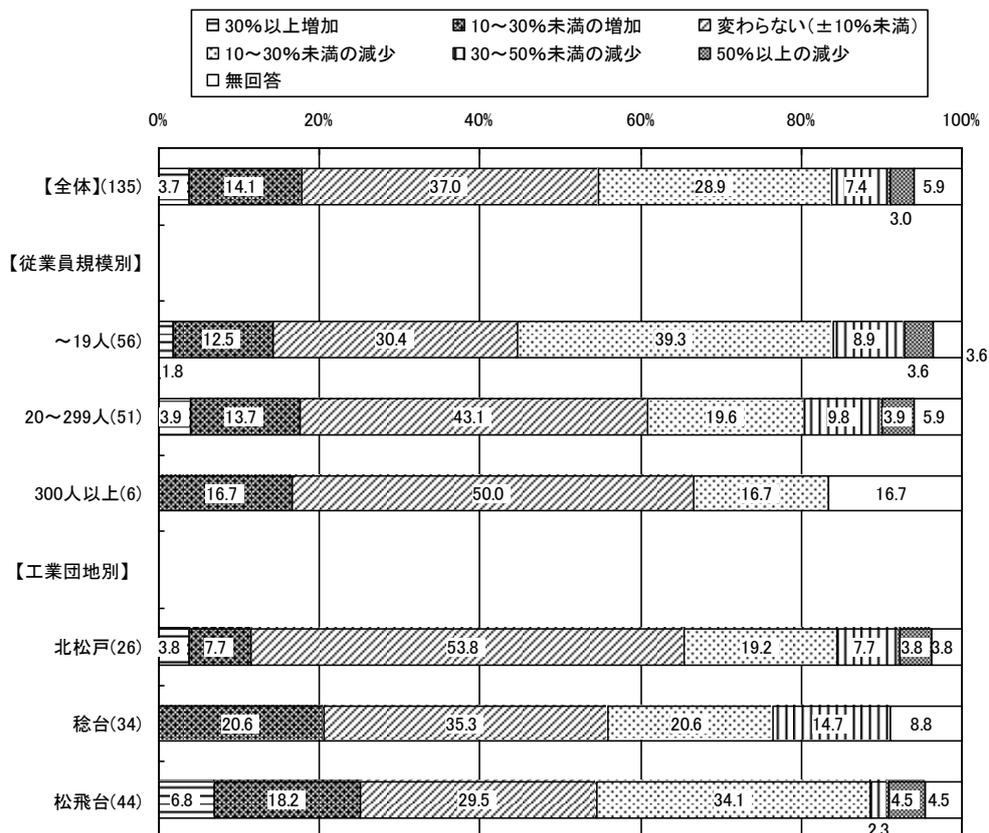
中小企業は、3年前と比べて“増加”が13.7%、「変わらない」が29.0%、“減少”が46.1%となっています。

本調査時点（平成24年1月～2月）の3年前は平成21年1月頃であり、リーマンショック（平成20年9月）の影響で、特に製造業では最も落ち込んだ時期でもあります。その厳しかったと思われる時期と比べても“増加”している割合が少ないことから、現在もかなり厳しい経営状況にあることが伺えます。

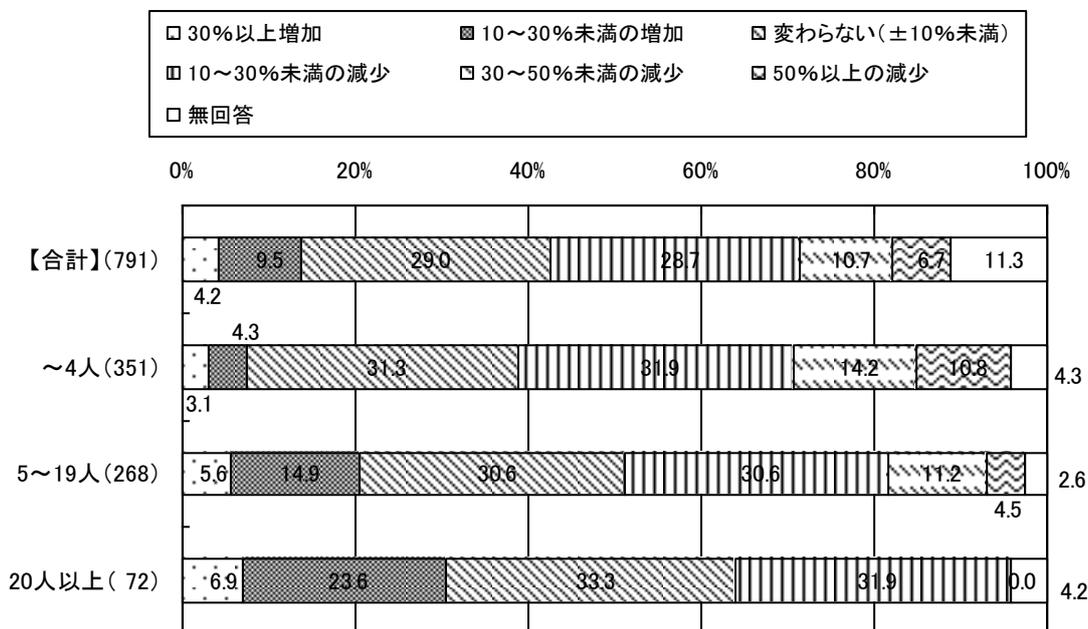
< 商店街 >



< 工業団地 >



< 中小企業 >



⑤ 3年後の売上高見通しについて

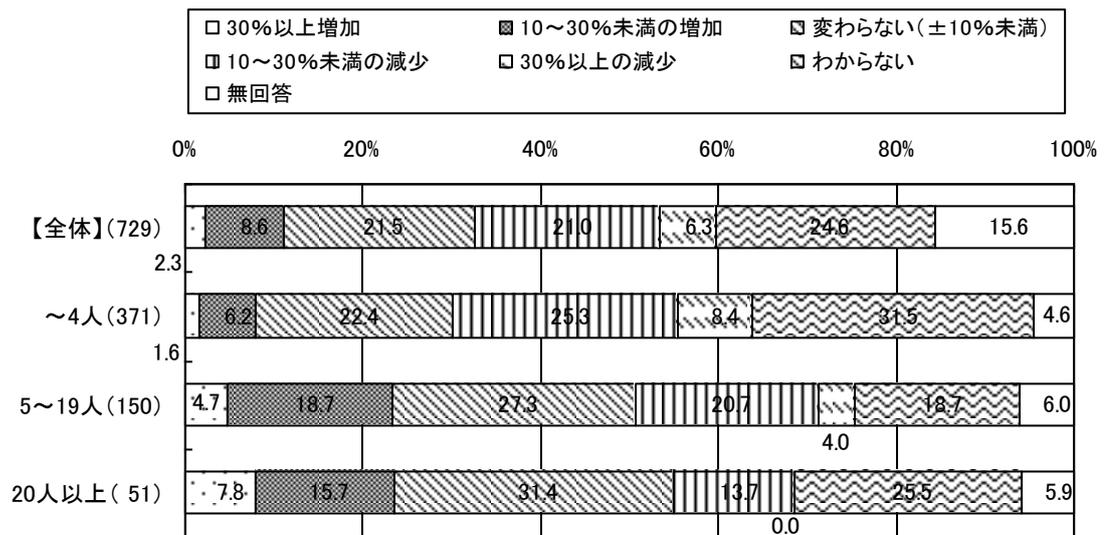
商店街は、近年、経営が悪化している店舗が多い中で、今後は変わらないか悪化すると回答した店舗が多いことから、引き続き厳しい経営環境にあると考えていることが伺えます。

工業団地では、商店街に比べて改善傾向にあると思われませんが、それでも“増加”と見込んでいる事業所の割合は21.5%にとどまっています。

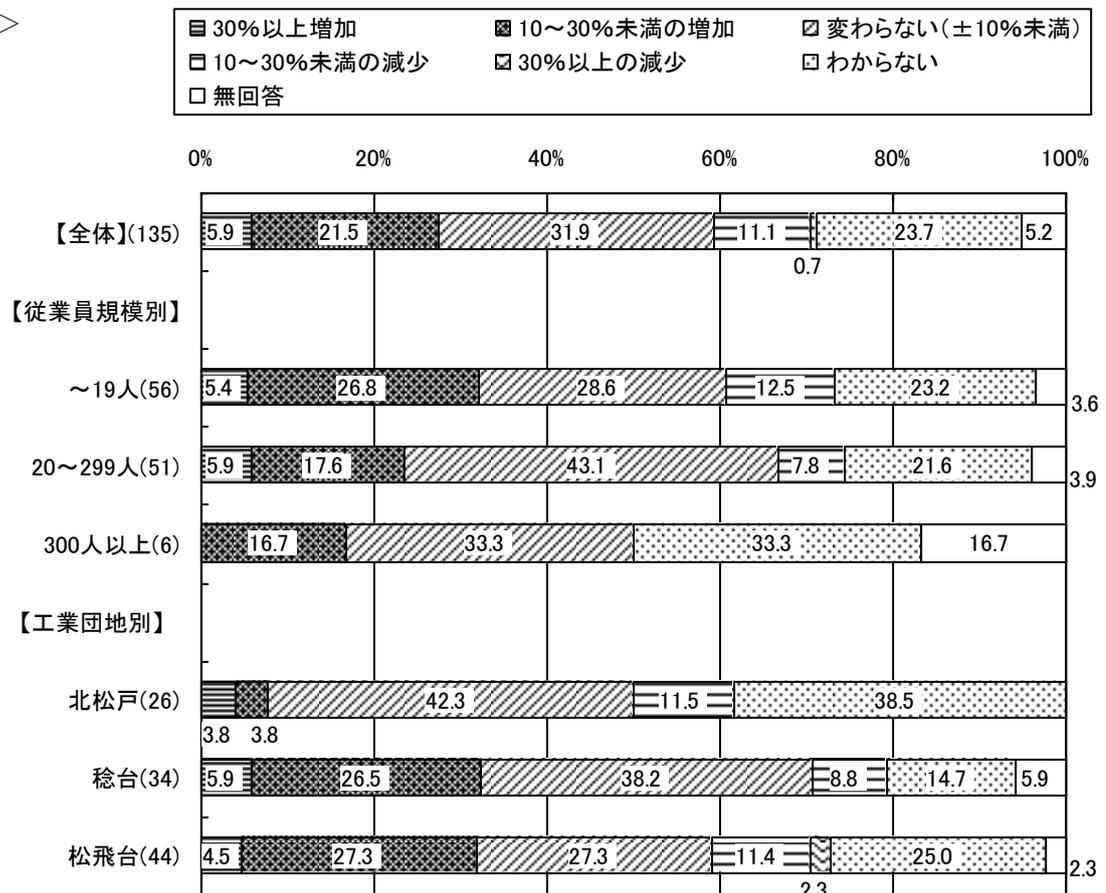
中小企業では、“増加”、“減少”とも約2割となっています。

厳しい経済環境が続く中で、将来への希望が持ちにくい経営環境にあることが伺えます。

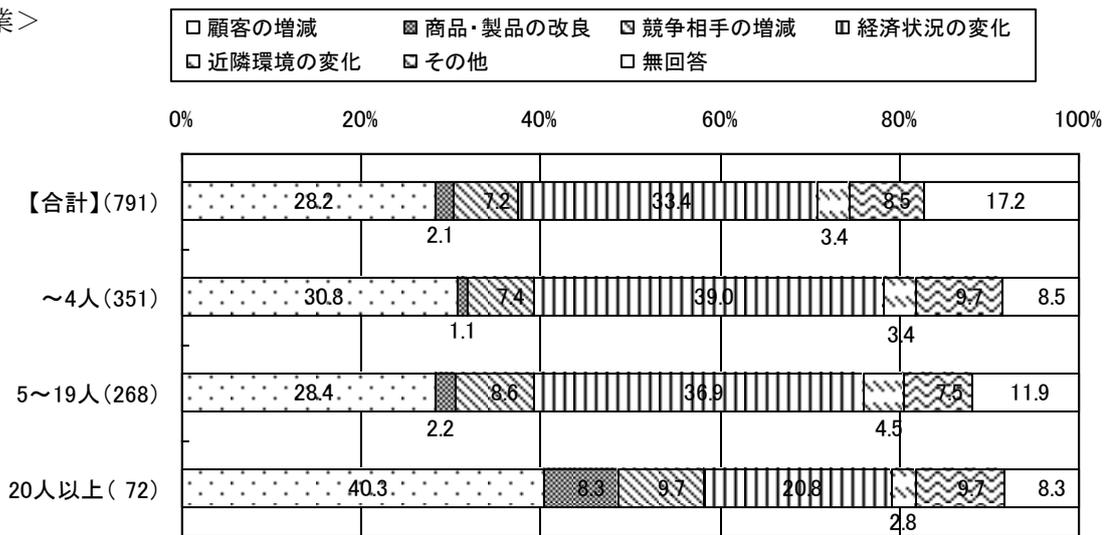
<商店街>



<工業団地>



< 中小企業 >



⑥経営上の問題点について

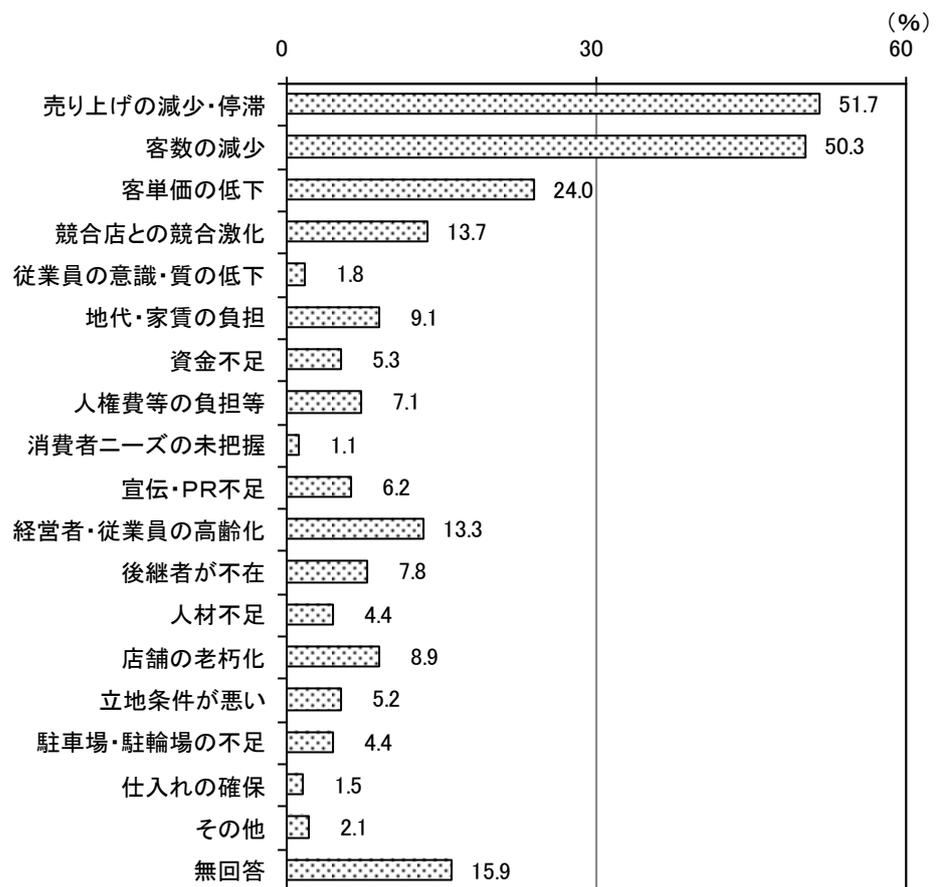
経営上の問題点は、商店街では、「売上げの減少・停滞」(51.7%)と「客数の減少」(50.3%)が多くなっています。

工業団地では、「受注量の減少」(31.9%)、「原材料仕込み価格の上昇」(31.1%)、「従業員の高齢化」(25.2%)が多くなっています。

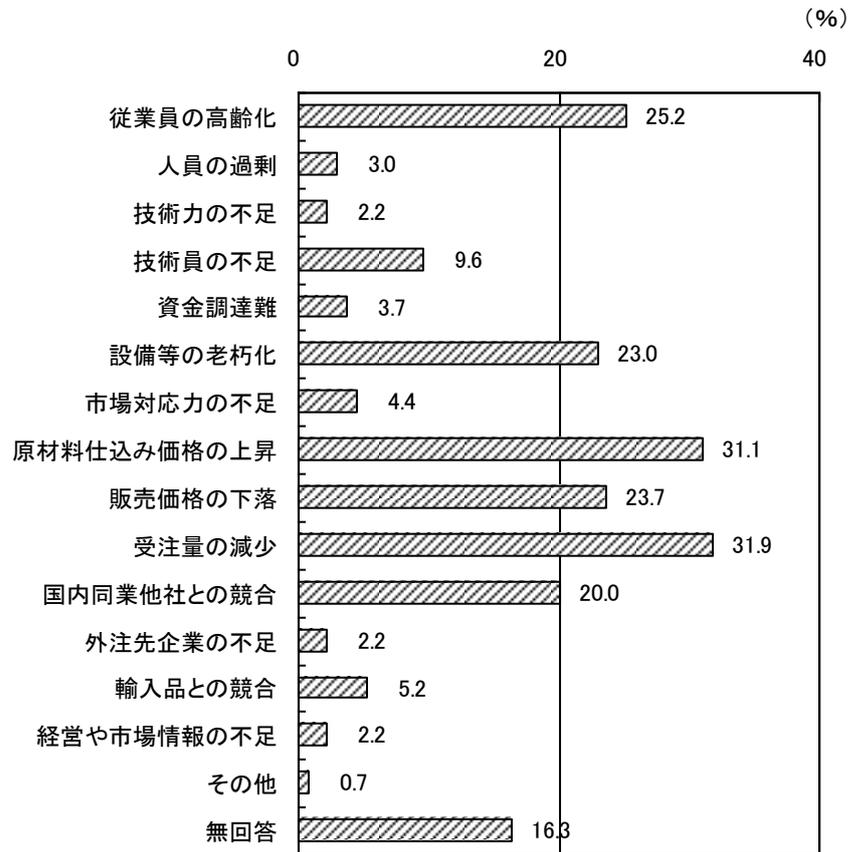
中小企業では、「売上げの減少・停滞」(48.4%)、「客数の減少」(28.2%)、「客単価の低下」(26.2%)が多くなっています。

個々の事業所の魅力アップなどにより、客数の増加、売上増につなげていく必要があります。

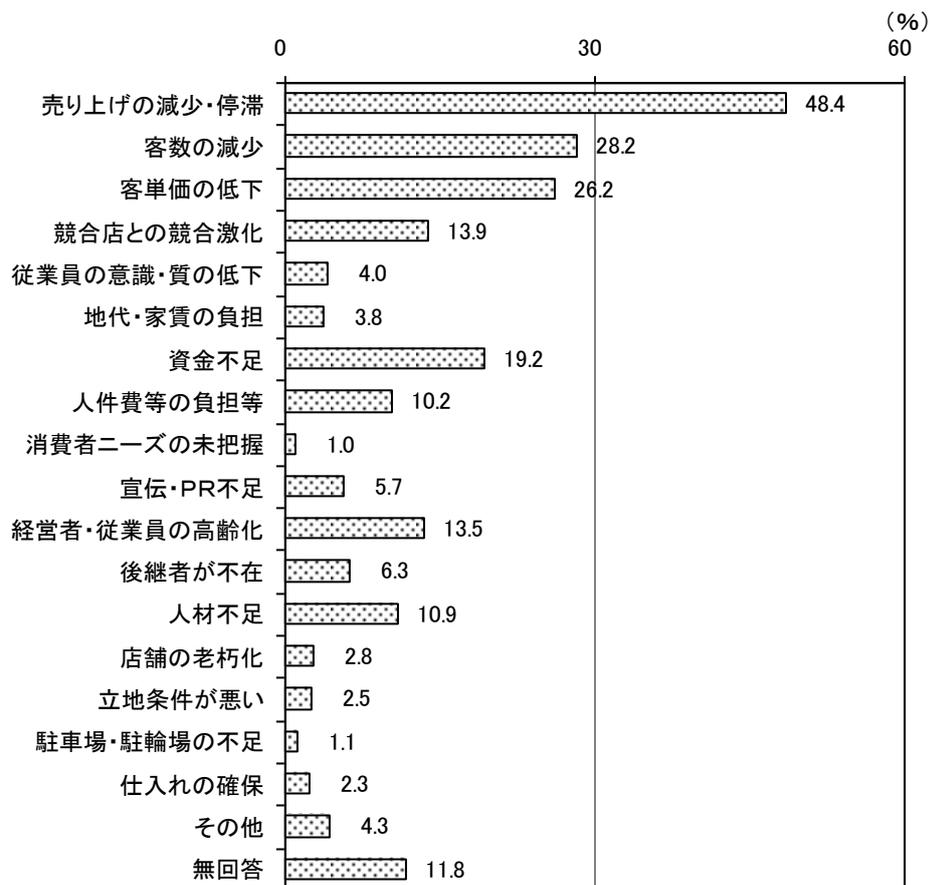
< 商店街 >



<工業団地>



<中小企業>



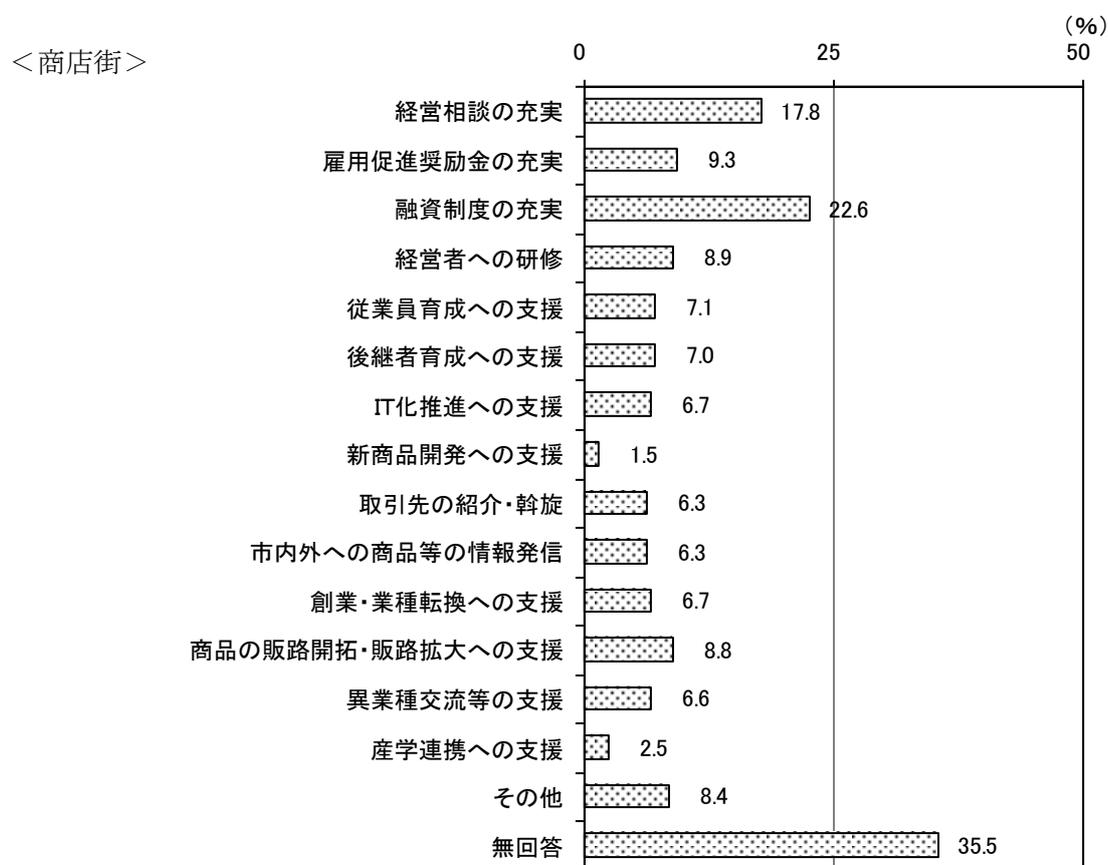
⑦産業支援策について

商店街では、「融資制度の充実」が22.6%、「経営相談の充実」が17.8%で、比較的多くなっています。

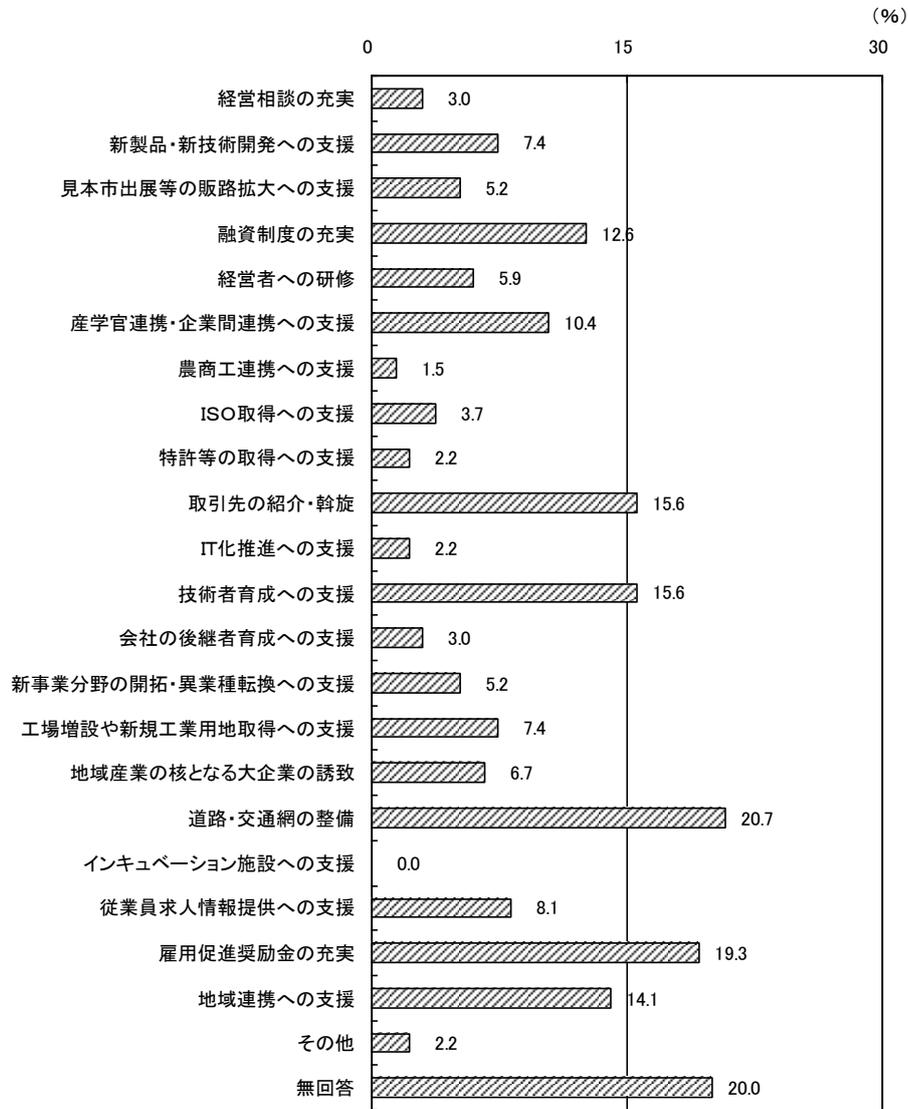
工業団地では、「道路・交通網の整備」が20.7%、「雇用促進奨励金の充実」が19.3%、「取引先の紹介・斡旋」と「技術者育成への支援」が共に15.6%などが比較的多くなっています。

中小企業では、「融資制度の充実」が35.5%、「雇用促進奨励金の充実」が14.4%、「取引先の紹介・斡旋」が14.3%「経営相談の充実」が13.9%などで、比較的多くなっています。

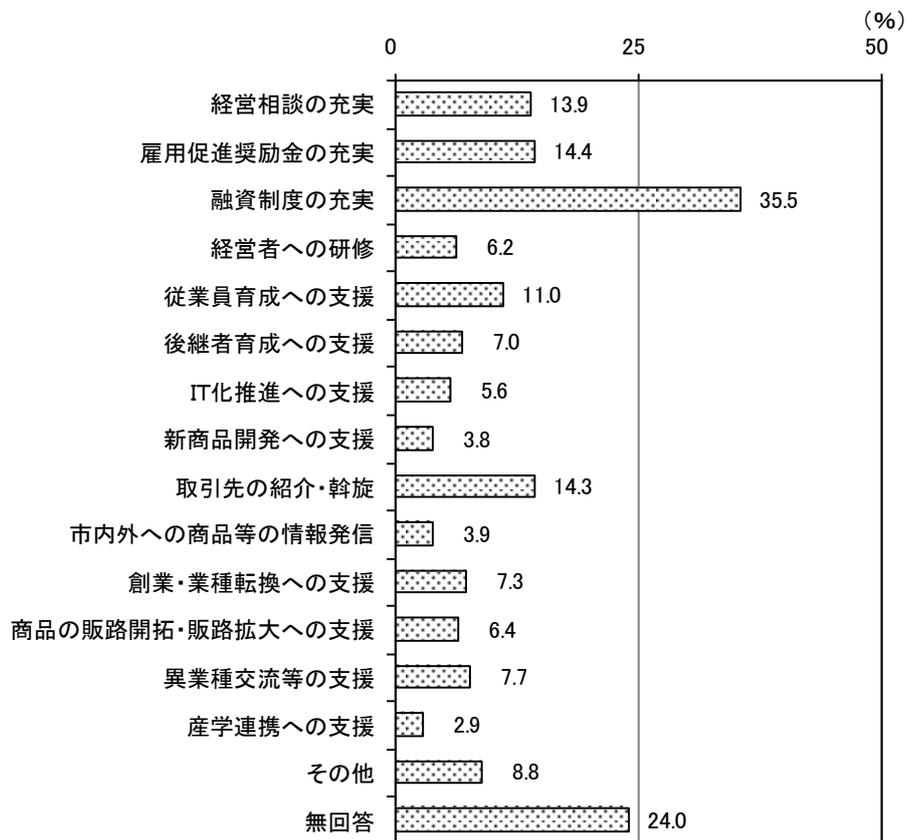
融資制度と資金調達のノウハウなどを含めた経営相談の充実、まちづくりと連動した産業支援策の充実などが求められています。



<工業団地>



<中小企業>



(5) 商工業等振興の課題

<全般的課題>

① 地域経済を支える基幹産業の振興

事業所数の減少、消費者の市外への流出、雇用の減少など、地域経済活動の停滞が懸念されており、その活性化を図る必要があります。特に、松戸市経済を支える基幹産業の振興・発展が求められます。

② バランスよい産業振興、農業との連携

基幹産業の振興を図る一方で、特定の産業への依存度が高まり過ぎると、景気動向によっては市経済に大きな影響を及ぼすこととなります。このため、バランスのよい産業構造とするとともに、農業を含めた産業振興を図っていく必要があります。

③ 雇用の安定、消費生活の安定

商工業の振興を図る目的の一つとして、雇用や消費生活の安定を図ることがあげられます。商工業の活性化を図ることにより就労の場の確保に努めるとともに、魅力ある商業地づくりにより消費生活の安定に資する必要があります。

<個別の課題>

④ 商店街など商業の振興

商店街については、賑わいを創出し、地域コミュニティの拠点として振興を図る必要があります。このため、個店の魅力向上、後継者の確保・育成や共同事業の実施を支援していく必要があります。また、松戸駅周辺については、中心市街地としての活性化、歴史文化など地域資源の活用を図っていく必要があります。

⑤ 工業団地など工業の振興

工業団地については、周辺のまちづくりや秩序ある土地利用、経営支援の充実など、操業環境の整備が課題です。また、企業データベースの作成やネットワーク化支援など、企業連携の促進が求められます。さらに、移転が発生した場合には、工場用地等の情報収集・発信を行っていく必要があります。

⑥ 中小企業の支援

市内中小企業の振興のため、セーフティネットや補助・融資制度の充実(利用促進)を図るとともに、後継者の確保・育成、従業員の育成など人材の育成が必要です。

⑦ 雇用の確保

就労機会が減少していることから、既存企業の振興や新たな企業誘致などにより、雇用の安定・増大に努めていく必要があります。また、人材、労働力の確保・育成を合わせて推進していく必要があります。

第2章 商工業等振興の基本理念

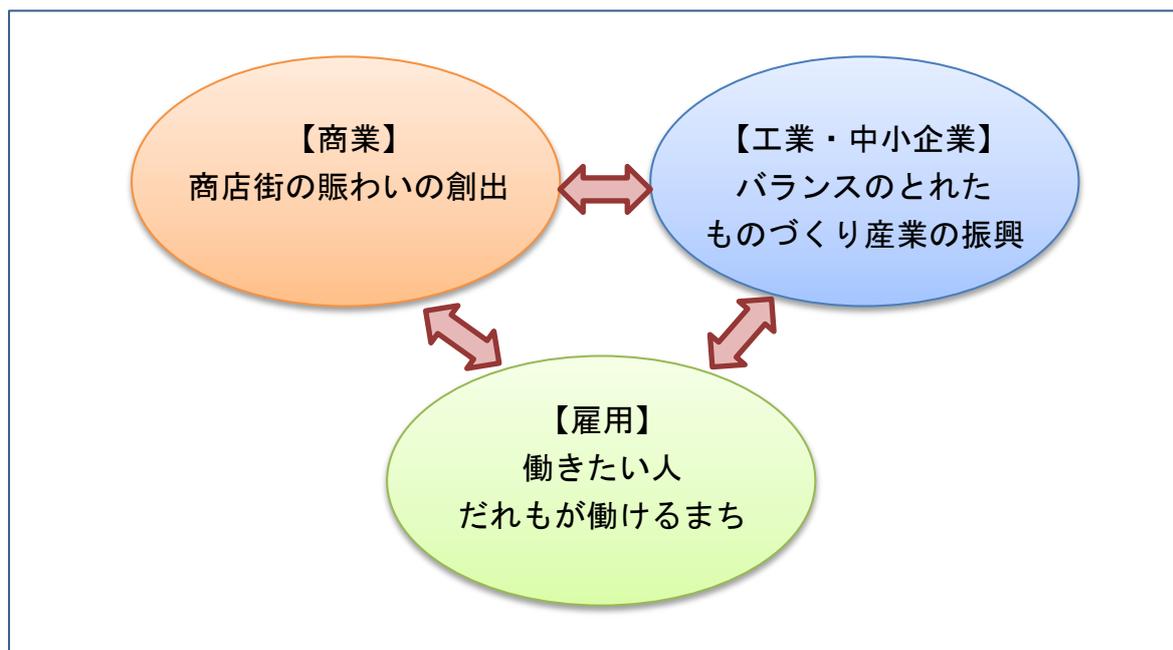
(1) 基本理念

本市の商工業の現状と課題をふまえ、商工業等振興基本方針の理念を位置づけます。

松戸市総合計画後期基本計画では、産業振興に関連して「地域産業を振興し、豊かな経済活動ができるようにします」と「個性を活かし、能力を発揮して働くことができるようにします」の2本の柱を位置づけており、その実現に向けた基本理念を次のように掲げます。

<商工業等振興の基本理念>

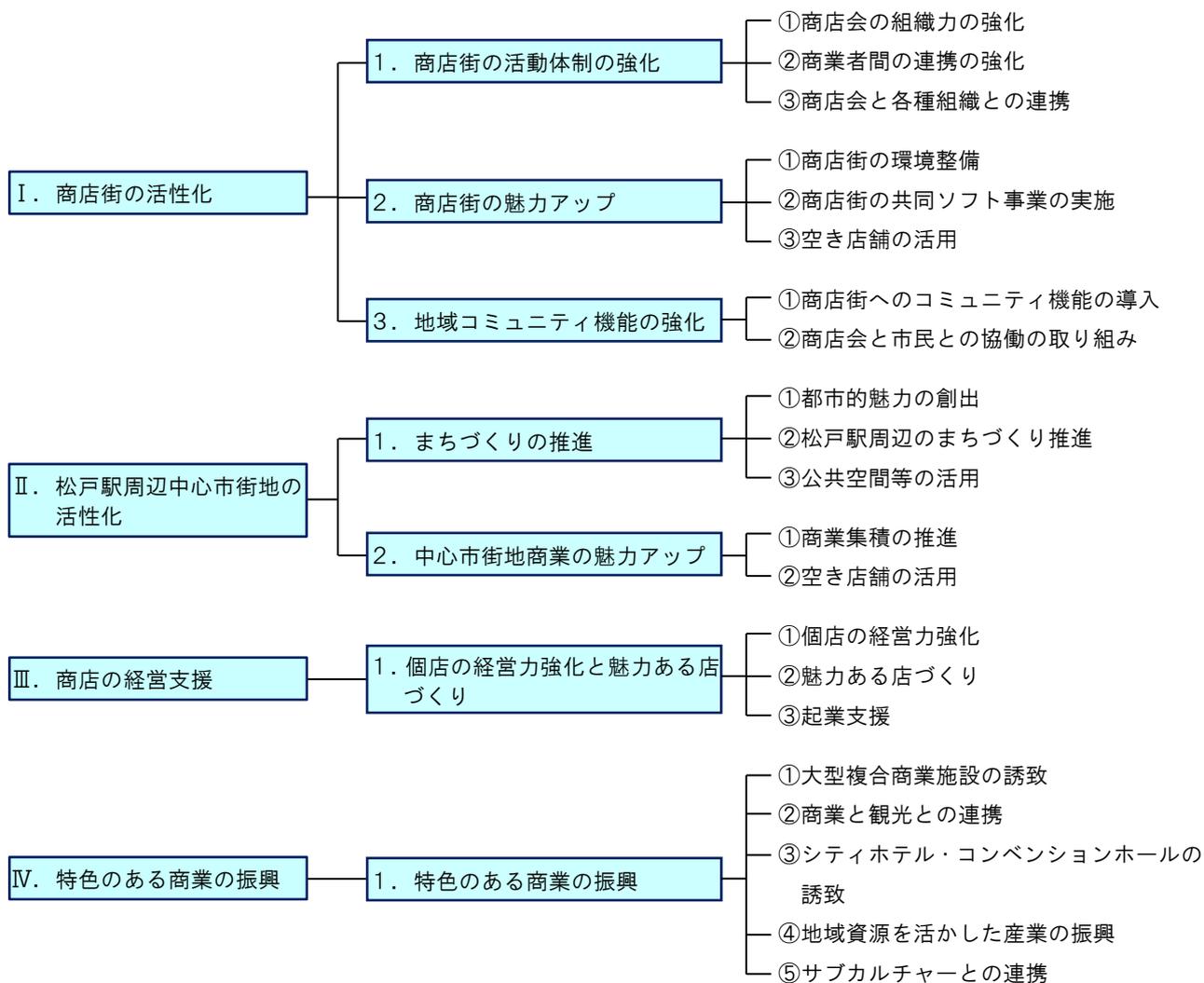
地域経済を支える産業活動の活発化
～市民の暮らしを支える商工業等の振興～



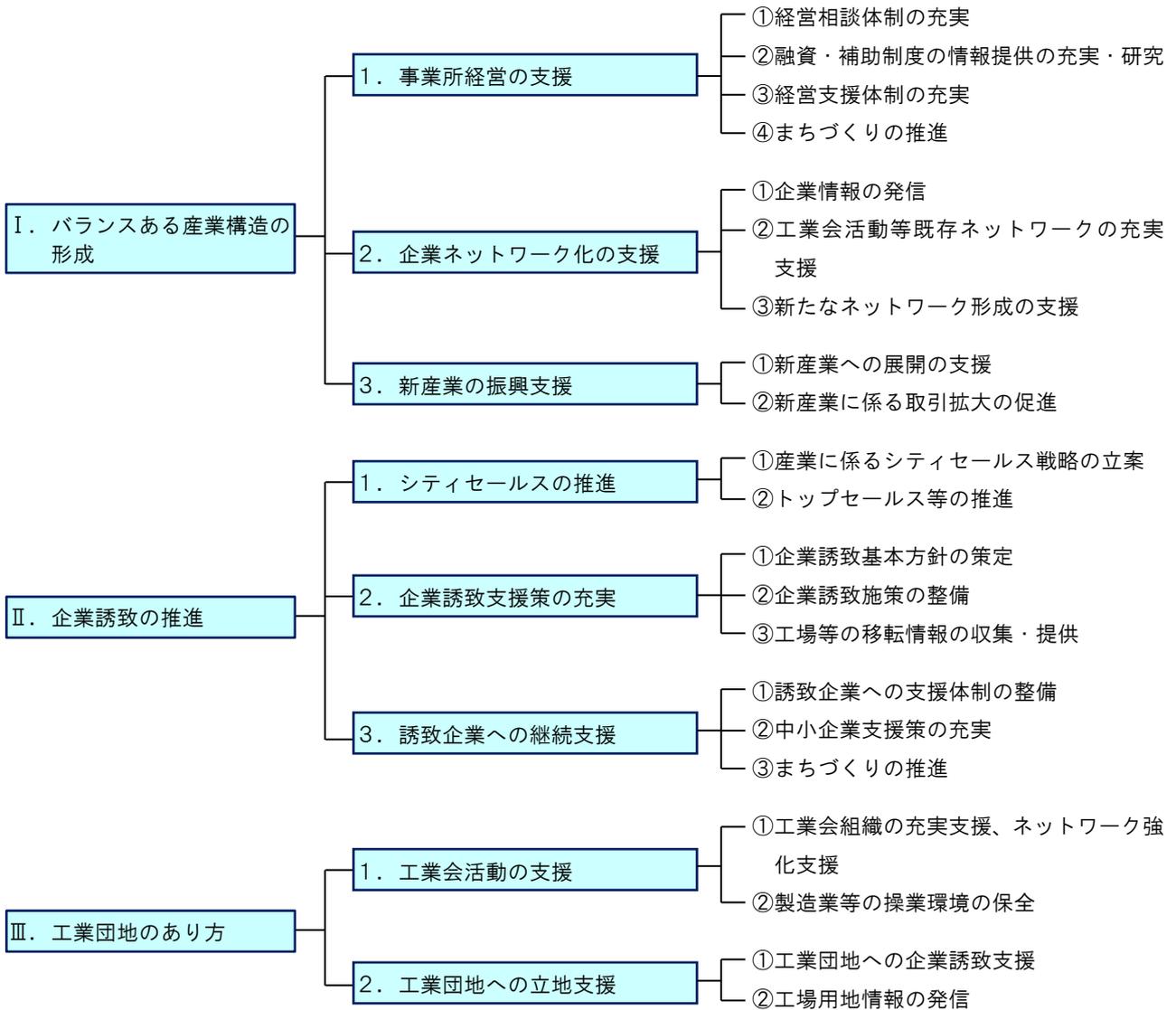
(2) 方針の体系

基本理念を受け、施策の体系を以下のとおり設定します。

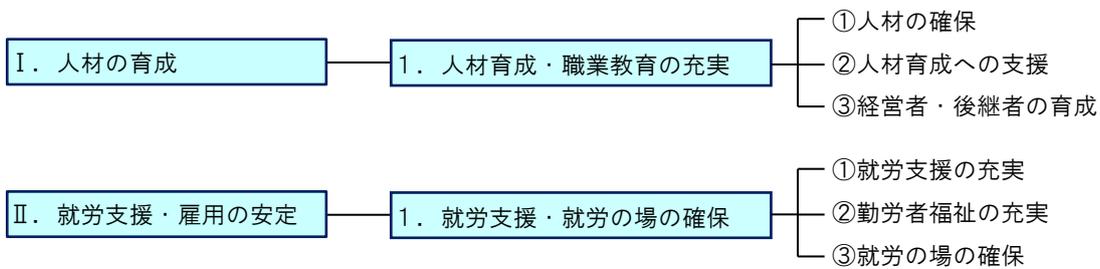
＜商業振興方針＞ ～商店街の賑わいの創出～



＜工業・中小企業振興方針＞ ～バランスのとれたものづくり産業の振興～



＜雇用の推進＞ ～働きたい人だれもが働けるまち～



第3章 商業振興方針

(1) 基本目標

商店街の賑わいの創出

(2) 役割分担

主 体	役 割
商業者・商店会	特徴あるサービスの提供 商店会活動への参加 地域活動との連携 商店間の連携 魅力ある商店街づくり
商工会議所	商店会活動への支援 個店の経営支援
市	商店会活動への支援 個店の経営支援 地域連携への支援

(3) 施策体系

基 本 戦 略	個 別 戦 略
I. 商店街の活性化	1. 商店街の活動体制の強化 2. 商店街の魅力アップ 3. 地域コミュニティ機能の強化
II. 松戸駅周辺中心市街地の活性化	1. まちづくりの推進 2. 中心市街地商業の魅力アップ
III. 商店の経営支援	1. 個店の経営力強化と魅力ある店づくり
IV. 特色のある商業の振興	1. 特色のある商業の振興

(4) 基本戦略・施策

基本戦略Ⅰ 商店街の活性化

【戦略概要】

個別戦略		Ⅰ-1. 商店街の活動体制の強化
目指す方向		一体的な商業集積としての魅力を高めるために、商店街活動の強化を図ります。
基本施策		<p>①商店会の組織力の強化 商業者の商店会への加盟の促進や、商店街活動を担う人材の育成を行い、商店会の組織力を強化します。</p> <p>②商業者間の連携の強化 商店会同士や、商店会と大型店が連携した取り組みや組織作りを行います。</p> <p>③商店会と各種組織との連携 商店会と各種組織（大学、まちづくり会社、NPO、自治会等）は地域のニーズに応えるために、連携事業等に取り組みます。</p>
各主体の役割	商業者 商店会	<ul style="list-style-type: none"> ●商業者は、地域が一体となって商業振興を図るために商店会に加盟します。 ●商店会と大型店等は、松戸市商業の魅力向上を図るために、連携事業等に取り組みます。 ●商店会と各種組織（大学、まちづくり会社、NPO、自治会等）は地域のニーズに応えるために、連携事業等に取り組みます。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会の組織力の強化への支援をします。 ●商業者間の連携を支援します。 ●商店会と各種組織との連携を支援します。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会の組織力の強化への支援をします。 ●商業者間の連携を支援します。 ●商店会と各種組織との連携を支援します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の現地マネージャー育成事業 【(株)全国商店街支援センター】 ・商店街の次世代リーダー育成事業(チャレンジ商人塾事業) 【(株)全国商店街支援センター】 ・商業活性化アドバイザー派遣事業【(独) 中小企業基盤整備機構】 ・商店街振興組合の活動支援事業【全国商店街振興組合連合会】

【施策内容】

基本戦略Ⅰ 商店街の賑わいの創出

基本施策	実施事業	内容
①商店会の組織力の強化	★法人商店会の支援 【拡充】	商業者が自立的な活性化策を推進出来るよう、財務診断等により指導を行い商店会の財政基盤の強化を図るとともに商店会への加入率を高め、商店街振興組合等の法人化を推進します。
	商店会の講習会の開催 【継続】	商店街の問題解決や経済状況、社会情勢の変化などの対策などについて把握、指導、講習会の実施及び視察の支援を行うことで、商店会の活性化を図ります。
②商業者間の連携の強化	★商店会間の連携 【継続】	松戸市の商業の魅力を高めるため、商店会同士が連携した取り組みを支援します。
	商店会と大型店の連携 【継続】	松戸市の商業の魅力を高めるため、商店会と大型店等が行う共同販促事業や連携組織づくりを支援します。
③商店会と各種組織との連携	★商店会と大学との連携 【継続】	商店街を大学の研究や地域貢献等の活動のフィールドとして活用し、まちづくりの幅広い分野で大学と商店会が連携交流を深めることで、大学と地域社会がともに発展できる体制づくりの支援を行います。
	★商店会とまちづくり会社・NPO等との連携 【継続】	不動産（空き店舗）の活用や、特色のあるイベントなど、まちづくり会社やNPO等が保有する専門的なノウハウを商店街に活用するために、これらの団体等との更なる連携を推進します。
	★商店会と自治会等との連携 【継続】	商店会には地域コミュニティの担い手としての役割も期待されているものの地域活動への参加割合が半数強にとどまることから、地域コミュニティに関わりの深い自治会等の組織との更なる連携を推進します。

★印は、新規以外の重点施策

【重点施策・新規施策のスケジュール】

スケジュール	前 期	後 期
	★法人商店会の支援 ★商店会間の連携 ★商店会と大学との連携 ★商店会とまちづくり会社・NPO等との連携	
	★商店会と自治会等との連携 方策の検討	連携の実施

【戦略概要】

個別戦略		I-2. 商店街の魅力アップ
目指す方向		生活者・消費者のニーズに応えるために、商店街の魅力アップを図ります。
基本施策		<p>①商店街の環境整備 生活者に親しまれる、安全・安心で環境に優しい商店街とするために、商店街の環境を整備します。</p> <p>②商店街の共同ソフト事業の実施 イベント等の販促事業や、商店街の情報発信を行います。</p> <p>③空き店舗の活用 商店街の魅力を損ねる要因となっている空き店舗の活用を図ります。</p>
割 各 主 体 の 役	商業者	●商店街の環境整備、共同ソフト事業等の強化を図ります。
	商店会	●空き店舗の活用を図ります。
	市	●商店街の環境整備、共同ソフト事業等への支援をします。
	商工会議所	●商店街の環境整備、共同ソフト事業等への支援をします。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・中小商業活力向上事業 【中小企業庁】 ・商店街の自主取り組み提案事業 【(株)全国商店街支援センター】 ・商業活性化アドバイザー派遣事業【(独)中小企業基盤整備機構】 ・商店街振興組合の活動支援事業【全国商店街振興組合連合会】

【施策内容】

基本戦略 I 商店街の賑わいの創出

基本施策	実施事業	内容
①商店街の環境整備	設備等の設置への支援 【継続】	市内の商工業を営む者が組織する団体が街路灯などを設置する際に支援することで、商店街の振興を図ります。
	★設備等の修繕への支援 【継続】	商店会等が維持管理している街路灯、アーチ等のLED化や過剰な街路灯を撤去することで、維持費の軽減を図りつつ、修繕を支援することにより、施設を延命させ、良好な環境の維持を図ります。
	設備等の維持管理への支援 【継続】	商店会等が管理する街路灯の維持管理に対して支援することにより、その団体の健全運営を推進し、商店街の振興を図ります。
	補助事業の利用促進 【継続】	商店街活性化に関連する、国、県等の環境整備に関連する支援制度についての情報を提供し、利用を促進します。
	歩行空間の整備 【継続】	消費者が安心かつ快適に買い物ができるよう、商店街の環境整備を商店会組織と連携しながら促進します。

基本施策	実施事業	内容
②商店街の共同ソフト事業の実施	商店街共同事業への支援 【継続】	顧客の減少が課題となっていることから、来街者を増やし販売を増やすために、商店会等が実施する販売促進活動等の商店街共同事業に対し支援することで、経済振興を図ります。
	★魅力ある商店街情報の発信 【継続】	各商店会のホームページ作成や商店会間のリンクや、インターネットを利用しない方の為に作成する、商店会マップの作成などを支援します。
	ポイントカード導入の促進 【継続】	商店会の情報化、顧客情報の把握、ポイントによる購買インセンティブの向上を図るために、商店街がポイントカードシステムを導入するにあたって支援を行います。
	補助事業の利用促進 【継続】	商店街活性化に関連する、国、県等のソフト事業に関連する支援制度についての情報を提供し、利用を促進します。
③空き店舗の活用	空き店舗対策支援 【継続】	商店の撤退等により空洞化し衰退しつつある商店街の振興のため空き店舗の活用を促進し、生鮮食品やスーパー、コンビニ、飲食店など不足業種の導入、学生等の若者によるチャレンジショップへの支援を強化します。
	空き店舗情報の発信への支援 【新規】	移転を検討している店舗や事業拡大を検討している店舗などとして活用されるよう、空き店舗に関する情報発信によりその活用を促進する取り組みを支援します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
	★設備用の修繕への支援 ★魅力ある店舗情報の発信 空き店舗情報の発信への支援	
		

【戦略概要】

個別戦略		I-3. 地域コミュニティ機能の強化
目指す方向		モノやサービスを提供するだけでなく、地域住民の日常生活の中で親しまれ必要とされる商店街となるため、市民が憩い集う、地域コミュニティの核となる商店街を目指します。
基本施策		<p>①商店街へのコミュニティ機能の導入</p> <p>商店街におけるコミュニティ活動が活発化するように、コミュニティ活動の拠点となるような機能を導入します。</p> <p>②商店会と市民との協働の取り組み</p> <p>地域の問題を地域で解決するために、商店会と市民とが協働する取組みを促進します。</p>
各主体の役割	商業者 商店会	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会と地域住民等が交流の機会を持ち、連携した取組みを進めます。 ●コミュニティビジネスの理解を深め、地域コミュニティに貢献します。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会と地域住民等の交流の場づくりを支援します。 ●商店街と地域住民等の協働による取組みを支援します。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●商店会と地域住民等の交流の場づくりを支援します。 ●商店街と地域住民等の協働による取組みを支援します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・地域商業再生事業 【中小企業庁】 ・中小商業活力向上事業 【中小企業庁】 ・商店街の自主取り組み提案事業 【(株)全国商店街支援センター】 ・支援パートナー派遣事業 【(株)全国商店街支援センター】 ・商業活性化アドバイザー派遣事業 【(独)中小企業基盤整備機構】 ・商店街振興組合の活動支援事業【全国商店街振興組合連合会】

【施策内容】

基本戦略Ⅰ 商店街の賑わいの創出

基本施策	実施事業	内容
①商店街へのコミュニティ機能の導入	空き店舗へのコミュニティ機能の導入 【継続】	空き店舗で子育てや高齢者の集いの場などのコミュニティ機能を兼ねた店舗として活用する取り組みに対して支援します。
	補助事業の利用促進 【新規】	「地域商業再生事業」や「中小商業活力向上事業」など、商店街へのコミュニティ機能の導入に対する支援制度についての情報を提供し、利用を促進します。
②商店会と市民との協働の取り組み	市民参加の仕組みづくり 【新規】	商店街の環境整備事業に市民や学生が参加する仕組みづくりを支援します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
	補助事業の利用促進 市民参加の仕組みづくり	
		

基本戦略Ⅱ 松戸駅周辺中心市街地の活性化

【戦略概要】

個別戦略		Ⅱ-1. まちづくりの推進
目指す方向		松戸市の「顔」としての役割を果たし、松戸市の経済や文化の中心となる魅力ある中心市街地づくりを行います。
基本施策		<p>①都市的魅力的創出 カルチャー機能やアミューズメント機能などの新しい都市的の魅力について検討します。</p> <p>②松戸駅周辺のまちづくり推進 松戸駅周辺のバリアフリー整備を推進するとともに、歩行者などが安心して利用できる快適な歩行空間の整備について検討し、安全・安心なまちづくりを推進します。</p> <p>③公共空間等の活用 江戸川・坂川、公園などの公共空間、戸定が丘歴史公園といった地域資源を活用した、回遊性の高い魅力あるまちづくりを目指します。</p>
各主体の役割	商業者 商店会	●地域の商業者、自治会、学生等が一体となってまちづくりを推進する体制を強化します。
	市	<p>●若者文化、地域資源と連携したまちづくりを推進します。</p> <p>●松戸駅周辺中心市街地の松戸駅周辺まちづくり基本構想を描きます。</p> <p>●松戸駅改良事業に合わせ、松戸駅前のバリアフリー化を推進します。</p>
	商工会議所	●まちづくりを支援します。
国・県等の関連施策		・商業活性化アドバイザー派遣事業 【(独)中小企業基盤整備機構】

【施策内容】

基本戦略Ⅱ 松戸駅周辺中心市街地の活性化

基本施策	実施事業	内容
①都市的魅力の創出	★商店街活性化と若者文化の融合 【継続】	松戸駅周辺の商店街の公共空間や空き店舗などを会場にしたアート活動、サブカルチャーといった若者文化と連携した商店街の活性化を推進します。
②松戸駅周辺のまちづくり推進	松戸駅前改良と商店街の連携 【新規】	J R 東日本等が実施する松戸駅の改良を好機とし、松戸駅前のバリアフリー化を推進するとともに、商店街等と連携することで、人が集い、賑わい、活気のあるまちの実現を目指します。
③公共空間等の活用	公共空間等の活用にあたっての支援 【新規】	地元住民等による、まちづくりを目的とした公共空間等の活用について、アドバイス等の支援を行います。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前 期	後 期
	★商店街活性化と若者文化の融合 松戸駅前改良と商店街の連携 公共空間等の活用にあたっての支援	
		

【戦略概要】

個別戦略		Ⅱ-2. 中心市街地商業の魅力アップ
目指す方向		周辺都市への消費者の流出を防止し、広域のお客様に支持されるよう、中心市街地商業の魅力の創出を図ります。
基本施策		<p>①商業集積の推進 広域のお客様に親しまれるような都市型のテナントミックス等の手法を検討し、商業集積を推進します。</p> <p>②空き店舗の活用 商店街の魅力を損ねる要因となっている空き店舗の活用を図ります。</p>
各主体の役割	商業者 商店会	●土地・建物所有者は、空き地・空き店舗のまま放置せず、店舗の誘致等に努めます。
	市	●出店希望者と空き店舗情報等のマッチングを支援します。
	商工会議所	●出店希望者と空き店舗情報等のマッチングを支援します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・地域商業再生事業 【中小企業庁】 ・中小商業活力向上事業 【中小企業庁】 ・商店街の自主取り組み提案事業 【(株)全国商店街支援センター】 ・商業活性化アドバイザー派遣事業 【(独)中小企業基盤整備機構】

【施策内容】

基本戦略Ⅱ 松戸駅周辺中心市街地の活性化

基本施策	実施事業	内容
①商業施設の集積	★魅力ある店づくり 【継続】	流行に左右されない推奨品の魅力創出とともに、都会的な感性を持った生活者・消費者のニーズに応えることが出来る魅力ある店づくりを行います。
	商店会と大型店の連携 【継続】	松戸駅周辺には大型店が集積しているという特性を活かし、商店会と大型店等が連携した共同販促事業等を支援します。
②空き店舗の活用 (再掲)	空き店舗対策支援 【継続】	商店の撤退等により空洞化し衰退しつつある商店街の振興のため空き店舗の活用を促進し、生鮮食品やスーパー、コンビニ、飲食店など不足業種の導入、学生等の若者によるチャレンジショップの開店などへの支援を強化します。
	空き店舗情報の発信への支援 【新規】	移転を検討している店舗や事業拡大を検討している店舗などとして活用されるよう、空き店舗に関する情報発信によりその活用を促進する取り組みを支援します。
	居抜き物件の情報発信の促進 【新規】	居抜き物件を活用することは退店者にとっても新規入居者にとってもメリットがあることから、居抜き物件の情報発信を促進します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
	★魅力ある店づくり 空き店舗情報の発信への支援 居抜き物件の情報発信の促進	
		

基本戦略Ⅲ 商店の経営支援

【戦略概要】

個別戦略		Ⅲ-1. 個店の経営力強化と魅力ある店づくり
目指す方向		魅力ある個店を増やすため、個店の経営力強化や魅力ある店づくりを支援します。
基本施策		<p>①個店の経営力強化 個店が継続して事業を行うことが出来るよう、経営力の強化を支援します。</p> <p>②魅力ある店づくり 商店街を取り巻く環境変化や消費者のライフスタイルの変化等を踏まえた、魅力ある店づくりを支援します。</p> <p>③起業支援 大型事務所をはじめとする、事務所などの創業を支援します。</p>
各主体の役割	商業者 商店会	<ul style="list-style-type: none"> ●経営力の強化や魅力ある店づくりによる安定した経営基盤づくりに努めます。 ●積極的な情報発信に努めます。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●各種融資制度の活用を促進します。 ●経済環境に応じた新しい融資制度の研究をします。 ●松戸地域職業訓練センターの活用を促進します。 ●商業者や商店会の情報発信の取り組みを支援します。 ●国・県等の支援制度の情報提供等を行います。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●経営相談や研修セミナー等を実施します。 ●商業者や商店会の情報発信の取り組みを推進します。 ●国・県等の支援制度の情報提供等を行います。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・個店の魅力向上事業【(株)全国商店街支援センター】 ・商店街の創業促進事業【(株)全国商店街支援センター】 ・商店街の次世代リーダー育成事業(チャレンジ商人塾事業)【(株)全国商店街支援センター】 ・商業活性化アドバイザー派遣事業【(独)中小企業基盤整備機】 ・低利融資制度(企業活力強化資金)【(株)日本政策金融公庫】 ・中小企業振興資金【千葉県】 ・セーフティネット資金・再生資金信用保証料補助【千葉県】 ・ちば中小企業元気づくり事業 <ul style="list-style-type: none"> ①新商品・新技術・特産品開発助成 ②ビジネスモデル構築・事業化事業 ③市場開拓助成 ⑤地域プロデュース事業助成 ⑥地域活性化事業助成

【施策内容】

基本戦略Ⅲ 商店の経営支援

基本施策	実施事業	内容
①個店の経営力強化	商店会の講習会の開催 【継続】	商店街の問題解決や経済状況、社会情勢の変化などの対策などについて把握、指導、講習会の実施及び視察を行うことで、商店会の活性化を図ります。
	専門家による経営相談 【継続】	中小企業診断士が問題の解決に向けた支援を行うとともに、相談窓口のPRを強化し利用促進に努めます。
	各種融資制度の情報提供の充実・研究 【継続】	経営の安定・改善のため、松戸商工会議所、日本政策金融公庫、千葉県などが行う融資制度について、情報提供等により利用の促進を図るとともに、経済環境に応じた新しい融資制度の研究をします。
	後継者の育成 【新規】	商店の次代の担い手を育成し、事業承継が円滑に進むよう支援を行います。特に、後継者のいない割合の高い従業員規模の小さい事業所への後継者の確保・育成支援に努めます。
	ICT化の促進 【新規】	商店街を取り巻く環境変化や消費者のライフスタイルの変化等を踏まえ、ホームページの作成やモバイル活用、ネットショップの活用等を促進します。
②魅力ある店づくり	推奨品に関する支援 【継続】	流行等に左右されない優れた商品の創出に向けた取り組みへの支援を行います。
	個店の情報発信力の強化 【新規】	個店の魅力を消費者に伝えるために、宣伝・PRなど個店の情報発信力を強化するとともに、ICTを活用した消費者ニーズの把握などの取り組みを支援します。
③起業支援	起業家支援 【新規】	大型事務所はじめとする事務所の設立を促進するため、起業相談をはじめ奨励金制度などによる支援を行います。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
	後継者の育成 ICT化の促進 個店の情報発信力の強化 起業家支援	
		

基本戦略Ⅳ 特色のある商業の振興

【戦略概要】

個別戦略		Ⅳ-1. 特色のある商業の振興
目指す方向		松戸市の様々な地域資源を活用・連携し松戸ならではの特色のある商業を創出することにより、松戸市の商業の振興に繋がります。
基本施策		<p>①大型複合商業施設の誘致 大型複合商業施設の立地誘導を行うことにより、市内消費を促すとともに、商店街利用者の増加につながるよう取り組みます。</p> <p>②商業と観光との連携 松戸市には寺社仏閣や祭りなどの観光資源があることから、これらと商業との連携を図ります。</p> <p>③シティホテル・コンベンションホールの誘致 都市機能充実に向け、シティホテル・コンベンションホールの誘致について研究します。</p> <p>④地域資源を活かした産業の振興 松戸市では、市内各地で農業が行われ、様々な農産物が生産されていることから、農商工連携や地産地消などを進めます。</p> <p>⑤サブカルチャーとの連携 松戸市においてもサブカルチャーのムーブメントが興っていることから、サブカルチャーと商業との連携を促進します。</p>
各主体の役割	商業者 商店会	●観光関連事業者や農業関連事業者、サブカルチャー関係者等との連携を促進します。
	市	<p>●大型複合商業施設の立地に伴う産業支援策について、積極的に情報提供を行います。</p> <p>●商業者と工業関連事業者や農業関連事業者、観光関連事業者、サブカルチャー関係者等との連携を支援します。</p>
	商工会議所	●商業者と工業関連事業者や農業関連事業者、観光関連事業者、サブカルチャー関係者等との連携を支援します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・中小商業活力向上事業【中小企業庁】 ・農商工等連携の支援【経済産業省ほか】 新事業活動促進支援補助金、政府系金融機関による融資制度、マーケティング等の専門家による支援（新事業創出支援事業）、信用保証の特例、小規模企業者等設備導入資金助成法の特例 など ・地域資源活用事業の支援【(独) 中小企業基盤整備機構】 ・コンテンツ産業強化【経済産業省】 ・クール・ジャパン戦略推進事業【経済産業省】 ・ちば農商工連携事業支援基金【千葉県】 ・千葉県中小企業連携推進事業【千葉県ほか】

【施策内容】

基本戦略Ⅳ 特色ある商業の振興

基本施策	実施事業	内容
①大型複合商業施設の誘致	大型複合商業施設の立地誘導 【新規】	大型複合商業施設が立地するよう、企業誘致施策を活用しながら誘導を図ります。
②商業と観光との連携	★観光情報の発信 【継続】	ガイドマップ、地区別マップ、観光協会ホームページを活用し、多様化する観光ニーズに合わせた情報提供の充実を図ります。また、商店街のイベント等の情報と併せて観光情報を発信します。
	観光案内の体制への支援 【継続】	観光事業に協力していただける市民ボランティアへの支援体制を向上させ、観光地の環境美化や案内の充実などに努めます。観光案内ボランティアに、商店街に関する知識や情報を提供します。
	観光資源の発掘 【継続】	観光地として人気の高い松戸地区、矢切地区、小金地区などを観光地として、周辺の観光資源の発掘を行い、日帰りを楽しめるような観光ルート情報を提供します。また、商店街のイベント等を発信し、観光資源の魅力を高めます。
③シティホテル・コンベンションホールの誘致	シティホテル等の誘致 【継続】	シティホテル・コンベンションホールの誘致について研究します。
④地域資源を活かした産業の振興	農産物のブランド化 【継続】	地域団体商標を取得している「矢切ねぎ」をはじめ、新たな松戸ブランド農産物の商品化を推進します。
	地産地消の推進 【継続】	産地直売所や地産地消レストラン等を通じて、地場農産物のPRを推進します。
	農商工連携の推進 【継続】	農商工が連携した製品の開発、販路拡大に向けた取り組みを支援します。
	補助事業の利用促進 【新規】	国、県など、農商工連携に関連する支援制度についての情報を提供し、利用を促進します。
	市民農園・観光農園の利用促進 【継続】	梨、ブドウ、イモ掘りなどの『観光農園』、枝豆、ジャガイモなどのオーナーになって収穫体験を行う『オーナー農園』、市民が自ら作物を栽培する『市民農園』の利用促進を支援し、農業と連携した商業・観光の振興を促進します。
⑤サブカルチャーとの連携	サブカルチャーと商店街連携の支援 【新規】	商店街による商店街活性化事業とサブカルチャーの連携を図ることで、新たな客層を呼び込む取り組みを支援します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

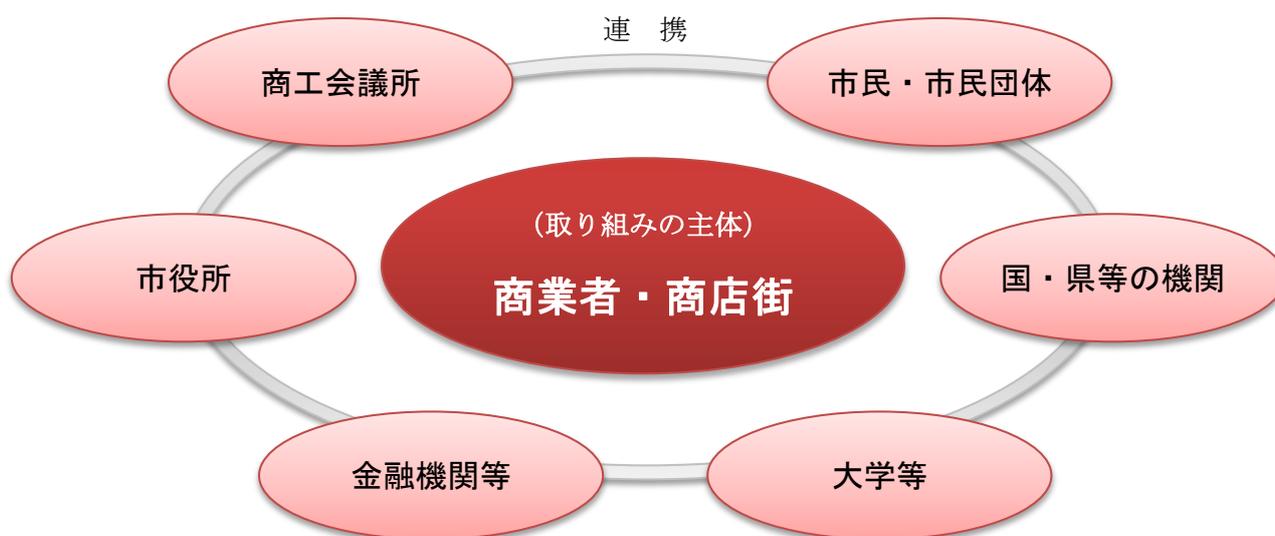
スケジュール	前 期	後 期
	大型複合商業施設の立地誘導 ★観光情報の発信 補助事業の利用促進 サブカルチャーと商店街連携の支援	



(5) 推進体制

商業の振興のための体制としては、主体である個々の商店や商店街（会）が自ら努力する必要があります。個々の商店は事業活動の活性化・継続に努め、商店街（会）は共同事業等の取り組みを推進します。

このように“がんばる”商店や商店街（会）に対して、市や商工会議所が中心となってその振興を支援します。



第4章 工業・中小企業振興方針

(1) 基本目標

バランスのとれたものづくり産業の振興

(2) 役割分担

主 体	役 割
企業・工業会	企業ネットワークの推進 新技術・新製品開発の推進 地域活動との連携 工業会活動の連携
商工会議所	企業の経営相談・支援 新技術・新製品開発の推進支援
市	新技術・新製品開発の推進支援 企業の経営相談・支援 中小企業への支援 まちづくりの推進 操業環境の保全への支援

(3) 施策体系

基 本 戦 略	個 別 戦 略
I. バランスある産業構造の形成	1. 事業所経営の支援 2. 企業ネットワーク化の支援 3. 新産業の振興支援
II. 企業誘致の推進	1. シティセールスの推進 2. 企業誘致支援策の充実 3. 誘致企業への継続支援
III. 工業団地のあり方	1. 工業会活動の支援 2. 工業団地への立地支援

(4) 基本戦略・施策

基本戦略Ⅰ バランスある産業構造の形成

【戦略概要】

個別戦略		Ⅰ-1. 事業所経営の支援
目指す方向		市内企業の経営支援のため相談事業の充実や各種融資制度の利用促進を図ります。 また、支援体制の充実・強化に努めるとともに、まちづくりを推進します。
基本施策		<p>①経営相談体制の充実 中小企業の経営改善のため、松戸商工会議所や千葉県の経営相談事業との連携を図るなど支援の充実に努めます。</p> <p>②融資・補助制度の情報提供の充実・研究 中小企業の経営の安定のため、各種融資制度等の情報提供の充実により利用促進を図るとともに、経済環境に応じた新しい融資制度の研究をします。</p> <p>③経営支援体制の充実 中小企業の事業継続のため千葉県産業振興センターや松戸商工会議所等との連携を図りながら、経営支援を行う体制の整備充実に努めます。</p> <p>④まちづくりの推進 操業環境の向上を図るため、環境整備、土地利用などまちづくりを推進します。</p>
各主体の役割	企業 工業会	<ul style="list-style-type: none"> ●企業自ら経営革新を行います。 ●研修など行政等の支援施策を活用し、人材育成（経営者・後継者、技術者）に努めます。 ●危機管理のため、事業継続計画を作成するとともに計画を推進します。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●中小企業支援施策の充実・強化を図ります。 ●住工混在の解消、環境の整備など、まちづくりを推進します。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●相談支援や融資制度等の充実、利用の促進を図ります。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・(独) 中小企業基盤整備機構 資金調達（融資、保証、補助金、税制など） 情報提供・経営相談（セミナー・研修、イベント、情報提供・経営相談など） 事業支援（創業・新事業、連携・地域資源活用、技術開発・技術力強化など） 雇用（人材育成・雇用支援） ・千葉県 1. 資金面の支援 2. 経営革新の促進 3. 窓口相談・専門家派遣 4. 販路開拓への支援 5. 公設試験場等による支援 6. 知的財産の戦略的活用 7. 海外展開の支援 8. 人材の確保・育成 9. 産学官民連携による支援 10. 総合的支援体制 11. セミナー・講習会 ・千葉ものづくり認定事業【千葉県】 ・ものづくり中小企業販路拡大支援事業【千葉県】 ・千葉県ものづくりの魅力発信事業【千葉県】 ・東葛テクノプラザ（産業支援施設）による支援【千葉県】 ・知的財産戦略総合支援事業【千葉県ほか】

【施策内容】

基本戦略Ⅰ バランスある産業構造の形成

基本施策	実施事業	内容
①経営相談の充実	★経営相談の充実 【継続】	市商工観光課窓口及び松戸商工会議所における相談窓口の利用促進に努めます。
	関係機関の相談機能の利用促進 【継続】	千葉県産業振興センター（東葛テクノプラザ、チャレンジ企業支援センター含む。）、日本政策金融公庫（国民生活事業）をはじめとした関係機関における相談機能の利用促進を図ります。
②融資・補助制度の情報提供の充実・研究	★補助事業の利用促進 【継続】	雇用促進奨励金等補助事業の利用を促進します。 また、鋳造、鍛造、切削加工、めっき等、22の特定ものづくり基盤技術分野の研究開発から試作までの取り組みを支援するため、戦略的基盤技術高度化支援事業（中小企業基盤整備機構）の利用促進を図ります。
	融資制度の情報提供の充実・研究 【継続】	経営の安定・改善のため、松戸商工会議所、日本政策金融公庫、千葉県などが行う融資制度について、情報提供等により利用の促進を図るとともに、経済環境に応じた新しい融資制度の研究をします。
③経営支援体制の充実	★関係機関との連携強化 【継続】	松戸商工会議所や千葉県産業振興センターなどとの連携により、経営支援の充実を図ります。
	市の支援体制の充実強化 【継続】	事業所の広さを狭隘と感じている事業者が多いことから、移転先情報の提供など産業の振興のため、その拠点となる「産業プラットフォーム」（産業支援施設）機能の設置を検討します。
④まちづくりの推進	秩序ある土地利用の推進 【継続】	松戸市総合計画、松戸市都市計画マスタープラン、地域の実情を総合的に勘案し、秩序ある土地利用の実現を図り、企業の操業環境の保全、向上に努めます。
	産業活動を支える道路網等の整備 【継続】	松戸市総合計画、松戸市都市計画マスタープランに基づいて産業活動を支える道路・交通網の適正な環境整備を図ります。
	★まちづくりの推進 【継続】	工業団地を取り巻く自治会等とのイベント等の交流の機会の創出を支援し、工業会、住民にとってより良い環境を整える取り組みを支援します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
★相談事業の充実 ★補助事業の利用促進 ★関係機関との連携強化 ★まちづくりの推進		
		

【戦略概要】

個別戦略		I-2. 企業ネットワーク化の支援
目指す方向		個々の工業者をネットワーク化することで、その相乗効果により新製品開発や販路拡大を目指します。
基本施策		<p>①企業情報の発信 個々の企業の情報発信力強化のため、企業のホームページ作成等を支援します。また、市内企業情報データベースの構築を進め、受発注の機会拡大を図ります。</p> <p>②工業会活動等既存ネットワークの充実支援 工業会等の既存のネットワークの充実・拡大に向けた取り組みを支援します。</p> <p>③新たなネットワーク形成の支援 特定技術分野や新製品開発での企業間連携、産学官連携等を支援します。</p>
各主体の役割	企業 工業会	<ul style="list-style-type: none"> ●各企業は自社技術や製品等の情報発信強化に努めます。 ●自社の強みを活かし、弱みを補うため、ネットワークづくりへの取組を進めます。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●さまざまな企業ネットワークづくりへの支援を行います。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●企業支援の充実のため、商工会議所の組織強化に努めます。 ●ネットワーク化支援のため、企業情報の収集と提供に努めます。 ●経営相談を通じたネットワーク化を支援します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・新連携支援事業【経済産業省】 ・販路ナビゲーター創出支援事業【(独)中小企業基盤整備機構】 ・千葉県中小企業連携強化推進事業【千葉県ほか】 ・「ビジネスマッチング商談会」開催事業【千葉県】 ・中小企業の連携・組織化支援【千葉県中小企業団体中央会】 ・千葉県ものづくりネットワーク【千葉県】

【施策内容】

基本戦略Ⅰ バランスある産業構造の形成

基本施策	実施事業	内容
①企業情報の発信	企業ホームページ等作成支援 【継続】	取引拡大につながるよう、個々の企業のセールスポイント等の情報発信力の強化を促進します。このため、ホームページ等の作成・維持管理を支援します。
	ものづくり企業受発注企業情報の充実 【継続】	松戸商工会議所が運営するものづくり企業受発注企業情報の充実を支援し、受発注機会の拡大を図ります。
	企業情報の収集と発信 【新規】	ものづくり企業受発注企業情報との連携を図りながら、より多くの企業が参加する企業情報発信のデータベースの構築を図ります。
	広報活動の支援 【新規】	市内で製造される製品情報を幅広く周知するとともに、工場見学等による市民等への広報活動を支援します。
②工業会活動等既存ネットワークの充実支援	★工業会活動への支援 【継続】	市内に設置されている各工業会について、組織化を進めることや企業間連携を深める活動などを支援し、工業団地等の活性化を図ります。また、これらの工業会の連携促進を支援します。
	既存のネットワークが行う研究開発等への支援 【継続】	松戸テクノプラザなど、既存の異業種交流の活性化を支援します。
③新たなネットワーク形成の支援	★産学公連携支援 【継続】	千葉大学が設置する「産学連携・知的財産機構」（松戸・柏の葉地区産学連携推進部を含む。）などとの連携により、大学等が持つシーズを活かした研究開発を支援します。
	異業種交流の促進 【継続】	新たなネットワークにより共同開発、共同受注等を行う企業グループを創出するため、研究会、異業種交流会等を開催します。
	異業種連携の推進 【継続】	国、県、市等の異業種連携に関連する補助金等の支援策の情報提供等を充実させ、利用の促進を図ります。
	農商工連携への支援 【継続】	市内の農産物を活用した商品開発とその販売促進のため、特産品づくりを支援します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前 期	後 期
企業情報の収集と発信 広報活動の支援 ★産学公連携支援		
★工業会活動への支援 充実方策の検討	支援の充実	

【戦略概要】

個別戦略		I-3. 新産業の振興支援
目指す方向		個々の企業が、技術力を活かして行う新たな事業展開を支援します。 新産業分野の企業誘致の促進を図ります。
基本施策		<p>①新産業への展開の支援</p> <p>製造業をはじめ、環境・エネルギー分野といった成長分野等への新展開を行う企業に対する補助制度等の充実、専門家派遣等の各種支援策の利用を促進します。</p> <p>②新産業に係る取引拡大の促進</p> <p>ものづくり企業受発注企業情報（商工会議所）など市内企業の技術力や製品等のデータベースを充実・強化し取引拡大を促進します。</p>
各主体の役割	企業 工業会	<ul style="list-style-type: none"> ●新たな成長のため、新産業分野へ挑戦します。 ●新たな立地企業は、既存企業との取引拡大に努めるとともに、まちづくりへ協力します。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●新分野への展開に挑む企業を支援します。 ●新産業を創出する企業の取引拡大を支援します。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●経営相談等を通じ、新産業への展開を支援します。 ●ものづくり企業受発注企業情報（データベース）の充実を図るとともに、誘致企業の取引を促進します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・地域イノベーション創出実証研究補助事業【経済産業省】 ・戦略的基盤技術高度化支援事業【経済産業省】 ・公益財団法人ひまわりベンチャー育成基金助成事業【千葉銀行本店内】 ・ちば中小企業元気づくり事業【千葉県】 <ul style="list-style-type: none"> ①新商品・新技術・特産品開発助成 ②ビジネスモデル構築・事業化事業 ③市場開拓助成 ④高度研究開発助成 ⑤地域プロデュース事業助成 ⑥地域活性化事業助成 ⑦新事業展開サポート事業 ⑧産業人材づくり支援事業 ⑨ベンチャー創業支援事業 ・ちば新産業育成ファンド事業【千葉県ほか】 ・ちば新さんぎょう事業創出ネットワークによる共同研究等の支援【千葉県】

【施策内容】

基本戦略Ⅰ バランスある産業構造の形成

基本施策	実施事業	内容
①新産業への展開の支援	★新産業創出促進 【継続】	ちば中小企業元気づくり基金の「新商品・新技術・特産品開発助成」や「高度研究開発助成」等の活用を図り、新産業の促進を図ります。
	専門家の派遣 【継続】	千葉県産業振興センター（東葛テクノプラザ、チャレンジ企業支援センター含む。）が行う、専門的な知識や経験を有する専門家派遣事業の利用促進を図ります。
②新産業に係る取引拡大の促進	ものづくり企業受発注企業情報等の提供・支援 【継続】	松戸商工会議所が運営するものづくり企業受発注企業情報等の提供や展示会への出展を支援し、新産業にかかる受発注機会の拡大を図ります。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前 期	後 期
	★新産業創出促進	

基本戦略Ⅱ 企業誘致の推進

【戦略概要】

個別戦略		Ⅱ-1. シティセールスの推進
目指す方向		企業誘致の環境整備の一環として、市の特性や操業環境などの優れている点等の周知を図るとともに、積極的なPR活動を推進します。
基本施策		<p>①産業に係るシティセールス戦略の立案</p> <p>松戸市への企業誘致につなげるため、地域特性や企業活動環境などの周知を図ります。このため、基本的な考え方等の立案を進めます。</p> <p>②トップセールス等の推進</p> <p>企業誘致においては、全庁による誘致活動が重要であることから、積極的に取り組みます。</p>
各主体の役割	企業 工業会	●松戸市への企業誘致活動に協力し、様々な機会を通じてPR活動を行います。
	市	<p>●シティセールスを推進するための基本的な方針・戦略を立案し、実施します。</p> <p>●全庁一丸となったシティセールスを推進します。</p>
	商工会議所	●市と連携しながらシティセールスを実施します。また、商工会議所独自のシティセールス活動について検討します。
国・県等の関連施策		<p>・企業誘致セミナーの開催【千葉県】</p> <p>・企業立地NAVI【千葉県】</p>

【施策内容】

基本戦略Ⅱ 企業誘致の推進

基本施策	実施事業	内容
①産業に係るシティセールス戦略の立案	シティセールスの推進 【新規】	産業に係るシティセールスを推進するため、その基本方針や具体的な取組方策を立案し、“オール松戸”の地域力により実行します。
②トップセールス等の推進	トップセールスの推進 【継続】	企業誘致に向け、トップセールス活動を推進します。
	全庁によるシティセールスの推進 【新規】	全庁をあげて企業の進出等に向けた情報発信を行い、企業誘致の実現につなげます。
	民間人による企業誘致活動の促進 【新規】	専門知識を有する市民や大手企業等の退職者である市民等による企業進出情報の収集や誘致活動を促進します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
	シティセールスの推進 全庁によるシティセールスの推進 民間人による企業誘致活動の促進 方策の検討 →	施策の推進 →

【戦略概要】

個別戦略		Ⅱ-2. 企業誘致施策の充実
目指す方向		工場跡地等の有効活用のため、また市民の雇用機会の確保のため、積極的に企業誘致を進めます。このため、企業誘致の方針、基本的な考え方を定めるとともに、PRを含め誘致支援施策を整備します。
基本施策		<p>①企業誘致基本方針の策定 市の地域的特性を勘案して誘致方針を策定し、企業誘致活動を推進します。</p> <p>②企業誘致施策の整備 市内の工場跡地等への企業立地を促進するため、雇用支援等企業誘致支援策の充実を図ります。</p> <p>③工場等の移転情報の収集・提供 既存企業の移転等の情報収集に努め、移転等が想定される場合は積極的な情報提供により、跡地等の有効活用を促進します。</p>
各主体の役割	企業 工業会	<ul style="list-style-type: none"> ●市外へ移転する企業は、跡地が工場等として有効活用されるよう努めます。 ●新たに立地する企業は、市のまちづくり、雇用の確保に貢献します。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●企業誘致基本方針を立案しその推進を図ります。 ●空き工場等の情報収集と提供に努めます。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●企業誘致の実施に向けた積極的な活動を行います。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・企業立地促進法（課税の特例・規制緩和、専門家派遣、人材育成、低利融資制度、交付税支援）【経済産業省】 ・国内投資促進のためのベストプラクティス集【経済産業省】 ・成長産業・企業立地促進等施設整備費補助金【経済産業省】 ・企業立地促進法税制（企業立地計画の承認）【千葉県】 ・超低利融資制度等（企業立地計画または事業高度化計画の承認）【千葉県】 ・企業誘致開拓員【千葉県】

■千葉県立地企業補助（抄）

種目	補助要件概要	補助額	補助限度額
大規模投資企業立地	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業の工場又はその他県の産業振興施策に合致するものとして知事が特に認める施設 ・投下固定資産額が 500 億円以上 ・事業従事者が 300 人以上 	投下固定資産額の 3%	70 億円
本社立地（投資型）	<ul style="list-style-type: none"> ・本社 ・投下固定資産額が 30 億円以上 ・事業従事者が 200 人以上 	投下固定資産額の 2%	10 億円
本社立地（雇用型）	<ul style="list-style-type: none"> ・本社 ・投下固定資産額が 30 億円未満 ・事業従事者が 200 人以上 	県内在住事業従事者×10万円 （正規雇用者以外は 5 万円）	1 億円
研究所立地	<ul style="list-style-type: none"> ・自然科学研究所 ・投下固定資産額が 3 億円以上 ・事業従事者が 10 人以上 	投下固定資産額の 2%	10 億円

【施策内容】

基本戦略Ⅱ 企業誘致の推進

基本施策	実施事業	内容
①企業誘致基本方針の策定	企業誘致基本方針の策定 【新規】	松戸市における企業誘致の考え方を明確にするため、企業誘致基本方針を策定し、その推進を図ります。また、必要に応じてそのための実施計画を策定します。
	企業誘致促進制度の充実 【新規】	企業誘致を促進するため、民間や市の役割を明確にするとともに、企業誘致体制の整備、奨励制度の創設などを進める制度の充実を図ります。
②企業誘致施策の整備	企業への立地奨励制度の活用 【新規】	立地企業に対する奨励制度として千葉県が行う助成（立地企業補助金）などの活用を推進します。
	企業立地あっせんの推進 【新規】	工場施設・土地を求める企業からの問い合わせ・あっせん依頼と不動産情報とのマッチングを図ります。
③工場等の移転情報の収集・提供	工場等移転情報の把握 【新規】	工場適地が継続して工場等として利用されるよう土地建物所有者に要請し、データベースへの掲載につなげます。このため、工場等移転情報の把握に努めます。
	企業誘致土地建物情報データベースの作成 【新規】	工場跡地や未利用地など、工場等の企業誘致候補地情報を収集し、データベースを作成します。
	立地希望情報データベースの作成 【新規】	松戸市に立地を希望する企業情報の収集に努めデータベースを作成します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
	企業誘致基本方針の策定 企業への立地奨励制度の活用 企業立地あっせんの推進 工場等移転情報の把握 企業誘致土地建物情報データベースの作成 立地希望情報データベースの作成	
	方策の検討 	施策の推進 

【戦略概要】

個別戦略		Ⅱ-3. 誘致企業への継続支援
目指す方向		市内に立地した企業が、安定して事業を継続できるよう相談支援の充実を図るとともに、融資制度等中小企業支援施策の充実・強化・利用促進に努めます。
基本施策		<p>①誘致企業への支援体制の整備</p> <p>誘致企業への総合的な支援のため担当職員を配置し、信頼関係の醸成、スピーディーな対応を行います。</p> <p>②中小企業支援策の充実</p> <p>市内に立地した企業が、安定して事業を継続できるよう相談支援の充実、融資制度等の中小企業支援施策について情報提供等を行うことにより、利用促進を図ります。</p> <p>③まちづくりの推進</p> <p>企業活動等を支援するため、道路整備等まちづくりを推進します。</p>
各主体の役割	企業 工業会	<ul style="list-style-type: none"> ●松戸市の産業支援策について、積極的に提言を行います。 ●市内企業相互の連携に努めます。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●松戸市が行う産業振興支援策について、積極的に情報提供を行います。 ●市内企業の情報収集に努めるとともに、受発注の拡大につながるよう情報の提供を行います。 ●道路整備等まちづくりを推進し、産業活動を支援します。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●新たに立地した企業は会員として受け入れるとともに、企業間交流を支援します。 ●商工会議所活動の充実に努めます。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・(独) 中小企業基盤整備機構 <ul style="list-style-type: none"> 資金調達（融資、保証、補助金、税制など） 情報提供・経営相談（セミナー・研修、イベント、情報提供・経営相談など） 事業支援（創業・新事業、連携・地域資源活用、技術開発・技術力強化など） 雇用（人材育成・雇用支援） ・千葉県 <ol style="list-style-type: none"> 1. 資金面の支援 2. 経営革新の促進 3. 窓口相談・専門家派遣 4. 販路開拓への支援 5. 公設試験場等による支援 6. 知的財産の戦略的活用 7. 海外展開の支援 8. 人材の確保・育成 9. 産学官民連携による支援 10. 総合的な支援体制 11. セミナー・講習会

【施策内容】

基本戦略Ⅱ 企業誘致の推進

基本施策	実施事業	内容
①誘致企業への支援体制の整備	ワンストップサービス体制の整備 【新規】	産業支援機関機能の設置を進め、誘致企業へのワンストップサービスの体制を整備します。
	担当職員制の導入 【新規】	誘致企業への支援体制を整備する中で、各社ごとの担当者の配置を検討します。日常的なコミュニケーションを図ることにより、ニーズへの速やかな対応を可能にするため、四半期ごとの企業訪問、訪問カードによる管理を進めます。
②中小企業支援策の充実	★中小企業支援策の充実（再掲） 【継続】	経営相談支援の充実、各種融資制度、講習会などの中小企業支援策などの情報提供を行い、利用促進を図り誘致された企業の継続的な操業を支援します。
③まちづくりの推進	★環境整備の推進 【継続】	住宅都市化が進む松戸市において、居住環境と操業環境の調和を図りつつ産業の振興を図るため、土地利用や道路整備、交通利便性の向上等の適切な環境整備を推進します。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
ワンストップサービス体制の整備 担当職員制の導入	充実方策の検討	施策の推進
★中小企業支援策の充実 ★環境整備の推進		

基本戦略Ⅲ 工業団地のあり方

【戦略概要】

個別戦略	Ⅲ-1. 工業会活動の支援	
目指す方向	工業団地内事業者の操業環境の維持増進のため、工業会活動を支援します。	
基本施策	<p>①工業会組織の充実支援、ネットワーク強化支援 工業会活動を通じて企業相互の交流が進み、取引拡大、共同受注等につながるよう、工業会への支援を行います。</p> <p>②製造業等の操業環境の保全 工業団地内事業者の操業環境の保全のため、土地利用の純化を図ります。このため、協定等の締結に向けた研究を進めます。</p>	
各主体の役割	企業 工業会	●各工業会は、それぞれの工業団地の振興のための活動を進めます。
	市	●工業会組織の活性化を支援します。 ●操業環境を保全するため、土地利用の純化に努めます。
	商工会議所	●工業会活動への支援の充実を図ります。
国・県等の関連施策		

【施策内容】

基本戦略Ⅲ 工業団地のあり方

基本施策	実施事業	内容
①工業会組織の 充実支援、ネッ トワーク強化支 援	工業会組織への支援 【継続】	工業会への加入率を高めるとともに、工業会活動が活性化 するよう支援を行います。また、工業団地の活性化のため、 地域との連携を深めるための取り組みを支援します。
	企業連携の強化支援 【新規】	企業間のネットワーク化を支援し、企業連携の強化を図り、 工業団地の活性化、取引の拡大、共同受注等への展開を志向 します。
②製造業等の操 業環境の保全	工業団地土地利用の 検討 【新規】	工業団地の土地利用について、操業環境の保全に努めると ともに、その取組みを支援します。
	製造業等の立地誘導 【新規】	工場等の移転に伴う跡地に製造業等が立地するよう、企業 誘致施策を活用しながら誘導を図ります。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前 期	後 期
	企業連携の強化支援 工業団地土地利用の検討 製造業等の立地誘導 充実方策の検討	
	施策の推進	

【戦略概要】

個別戦略		Ⅲ-2. 工業団地への立地支援
目指す方向		工業団地内事業者の操業環境の維持増進のため、工業団地への各種企業の立地を支援します。
基本施策		<p>①工業団地への企業誘致支援 工場跡地については、その活用を図るため誘致支援策を展開します。</p> <p>②工場用地情報の発信 工業団地から移転を予定する工場等や、工業団地内への立地を希望する企業等の情報収集に努め、その発信に努めます。</p>
各主体の役割	企業 工業会	<ul style="list-style-type: none"> ●工業団地内立地工場の操業を継続するとともに、拡充に努めます。 ●工業団地から移転する事業所は、跡地利用を工業等とするよう努めます。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●工業団地情報の把握に努め、提供をしていきます。 ●企業誘致施策を構築するとともに、その充実に努めます。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●工業団地情報の把握に努めるとともに、速やかに提供していきます。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・企業立地促進法（課税の特例・規制緩和、専門家派遣、人材育成、低利融資制度、交付税支援）【経済産業省】 ・国内投資促進のためのベストプラクティス集【経済産業省】 ・成長産業・企業立地促進等施設整備費補助金【経済産業省】 ・企業立地促進法税制（企業立地計画の承認）【千葉県】 ・超低利融資制度等（企業立地計画または事業高度化計画の承認）【千葉県】 ・企業誘致開拓員【千葉県】

【施策内容】

基本施策	実施事業	内容
①工業団地への企業誘致支援	工業団地への立地誘導施策の構築 【新規】	企業誘致施策を整備する中で、特に工業団地への立地を誘導するための支援を行います。
	既存企業の拡張支援 【新規】	工業団地内に立地する企業の事業高度化など支援策の情報提供を行います。
②工場用地情報の発信	工場跡地情報の発信 【新規】	移転を予定する工場等の跡地が引き続き工場等として利用されるよう情報発信を行います。
	立地希望情報の発信 【新規】	工業団地内に立地を希望する企業情報のデータベース化を進め、適宜、移転を予定する企業等とのマッチングを進めます。

★印は、新規以外の重点施策

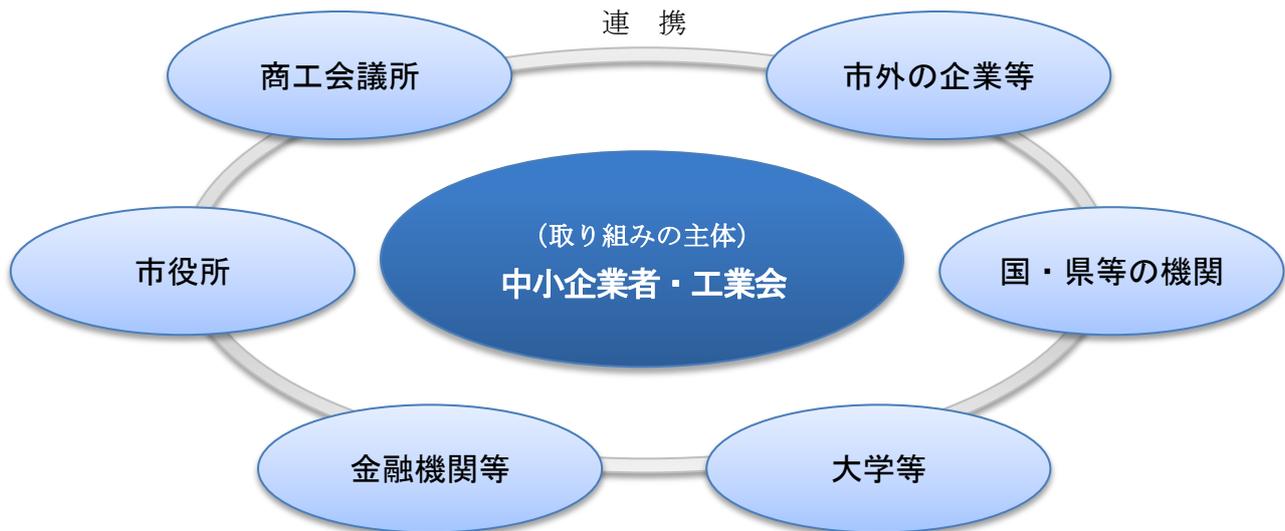
【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前 期	後 期
	工業団地への立地誘導施策の構築 既存企業の拡張支援 工場跡地情報の発信 立地希望情報の発信 充実方策の検討	
		施策の推進
	★工業団地の土地利用のルール化	

(5) 推進体制

工業・中小企業の振興のための体制としては、主体である中小企業者や工業会が自ら努力する必要があります。個々の事業者は事業活動の活性化・継続に努め、工業会はその集積を活かした取り組みを推進します。

このように“がんばる”企業等に対して、市や商工会議所が中心となってその振興を支援します。



第5章 雇用の推進

(1) 基本目標

働きたい人だれもが働けるまち

(2) 役割分担

主 体	役 割
商工業者	労働環境の充実 ワークライフバランスの推進 雇用の確保 人材の育成
関係団体	人材の育成 求人・求職者のマッチング
商工会議所	企業の経営の安定支援 人材育成支援
市	人材育成支援 就労支援

(3) 施策体系

基 本 戦 略	個 別 戦 略
I. 人材の育成	1. 人材育成・職業教育の充実
II. 就労支援・雇用の安定	1. 就労支援・就労の場の確保

(4) 基本戦略・施策

基本戦略Ⅰ 人材の育成

【戦略概要】

個別戦略		I-1. 人材育成・職業教育の充実
目指す方向		企業の人材確保を支援します。また、人材育成のため研修の拡大、経営者・後継者育成を支援します。
基本施策		<p>①人材の確保 市内企業の人材確保支援のため、求職者への就職支援、勤労者福祉の充実を支援します。</p> <p>②人材育成への支援 求職者及び市内企業の人材育成のため、各種研修の情報提供・講習費の補助等の充実を図ります。</p> <p>③経営者・後継者の育成 経営者や後継者育成のための取り組みを支援します。</p>
各主体の役割	商工業者 関係団体	<ul style="list-style-type: none"> ●行政機関等の支援策を活用しながら、従業員の確保・育成に努めます。 ●経営者・後継者の育成に努めます。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●企業が行う人材確保の取り組みを支援します。 ●技術者や経営者等の育成を支援します。 ●多面的な人材育成の実施を支援します。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●行政と連携し、人材の確保・育成を支援します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・人材対策事業、人材投資促進税制、事業承継円滑化支援事業【中小企業庁】 ・中小企業大学校の研修【(独)中小企業基盤整備機構】 ・キャリア形成促進助成金【厚生労働省】 ・中小企業基盤人材確保助成金【厚生労働省、ハローワーク】 ・中小企業退職金共済制度【(独)勤労者退職金共済機構】 ・両立支援アドバイザー派遣事業【千葉県】 ・ちば企業人スキルアップセミナー【千葉県】 ・ものづくり技術高度化支援研修事業【千葉県】 ・笑顔いっぱい！フレンドリーオフィス事業【千葉県】

【施策内容】

基本戦略Ⅰ 人材の育成

基本施策	実施事業	内容
①人材の確保	★就職支援の充実 【継続】	就職支援講座の開催などにより、就労を支援します。
	人材確保の支援 【継続】	新たな人材の確保のための環境整備を支援します。
②人材育成への支援	★各種研修等への参加支援 【継続】	求職者及び企業の人材育成への支援のため、各種研修等の情報提供や講習費助成等の情報提供を行い利用の促進を図ります。
③経営者・後継者の育成	★経営者の育成 【継続】	経営者の育成のため、講習会等を開催します。
	後継者の育成支援 【継続】	商店会や中小企業の代表者の高齢化が進み、かつ後継者がいない事業所が比較的多いことから、後継者の確保に努めるとともに、講習会、研修会、交流会等により育成の支援に努めます。

★印は、新規以外の重点施策

【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
	★各種研修等への参加支援 ★経営者の育成	
		

基本戦略Ⅱ 就労支援・雇用の安定

【戦略概要】

個別戦略		Ⅱ-1. 就労支援・就労の場の確保
目指す方向		就労を希望する人が安定して就労できるよう支援の充実を図るとともに、就労の場の確保に努めます。
基本施策		<p>①就労支援の充実</p> <p>ハローワークや松戸地域職業訓練センター等の関係機関との連携により、就労支援に努めます。</p> <p>②勤労者福祉の充実</p> <p>勤労者が安心して働ける環境をつくるため、勤労者福祉の充実を支援します。</p> <p>③就労の場の確保</p> <p>市民の就労の場の確保のため、地域経済の活性化、企業誘致などに努めます。</p>
各主体の役割	商工業者 関係団体	<ul style="list-style-type: none"> ●事業の継続、成長に努め、就労の場を提供します。 ●若年者、中高年者、女性、障害者等の雇用に努めます。 ●勤労者福祉の充実に努めます。
	市	<ul style="list-style-type: none"> ●若年者、中高年者、女性、障害者等の就労支援の充実を図ります。 ●勤労会館の運営各種補助金・奨励金制度の利用促進などによる、勤労者福祉の充実を支援します。 ●企業誘致、産業活動の活発化など、就労の場の確保に努めます。
	商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●経営相談などの充実を図り、企業活動の活性化を支援します。 ●勤労者福祉の充実を支援します。
国・県等の関連施策		<ul style="list-style-type: none"> ・ハローワーク【厚生労働省】 ・仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章【内閣府】 ・ジョブカフェちば事業【千葉県】 ・中高年齢者活用促進・定着支援【千葉県ほか】 ・障害者就業支援キャリアセンター事業【千葉県】 ・企業支援員（障害者雇用アドバイザー）事業【千葉県】

【施策内容】

基本戦略Ⅱ 就労支援・雇用の安定

基本施策	実施事業	内容
①就労支援の充実	全員参加型社会づくり 【継続】	千葉県が進める若者の安定雇用の確保、高年齢者や女性、障害者の就労促進施策と連携しながら、就労を希望する人が就労できる環境づくりを促進します。
	★ワークライフバランスの普及 【継続】	働きやすい環境づくりのため、ワークライフバランスの普及を図ります。
	セーフティネットの構築 【継続】	雇用保険制度、求職者支援制度など、国や県の施策の周知を図り、安心して就労できる環境づくりを促進します。
②勤労者福祉の充実	勤労会館の運営充実 【継続】	勤労者の文化・教養と勤労意欲を高め、勤労者福祉の増進のため、勤労会館の運営の充実を図ります。
	補助金制度の利用促進 【継続】	中小企業退職金共済制度、雇用促進奨励金（障害者・高齢者）など、補助金制度を周知し、利用の促進を図ります。
③就労の場の確保	地域経済の活性化 【継続】	商工業等の振興をはじめとした地域経済の活性化を図り、就労の場の確保に努めます。特に、非正規労働者は、正社員よりも賃金が低く、雇用調整の対象とされやすいことから、安定した就労の場の確保に努めます。
	企業誘致の推進 【新規】	企業の進出に伴う雇用創出による地域経済の活性化のため、企業誘致を進め、就労の場の確保に努めます。

★印は、新規以外の重点施策

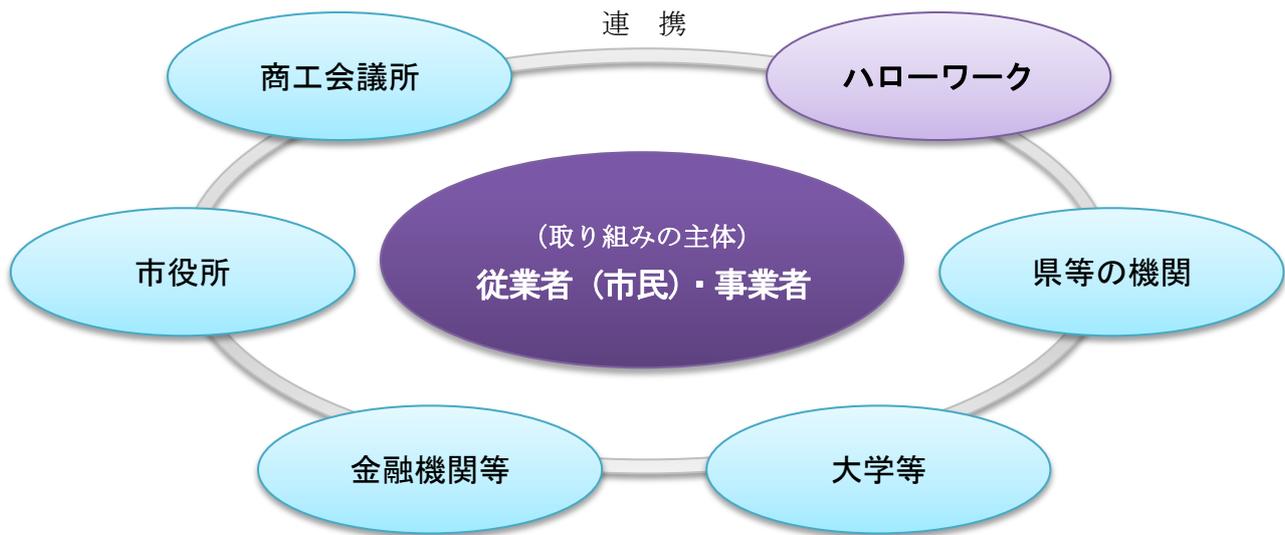
【新規施策等のスケジュール】

スケジュール	前期	後期
★ワークライフバランスの普及 企業誘致の推進		
		

(5) 推進体制

雇用の推進のための体制としては、主体である従業者（市民）や事業者が相互に努力する必要があります。従業者（市民）は自らの能力を高める努力をし、事業者は事業活動の活性化・継続に努めます。

また、ハローワーク（公共職業安定所）を中心として就労の促進に努めるとともに、市や商工会議所を中心に企業誘致を含む産業の振興による就労の場の確保に努めます。



資料編

(1) 策定経過

年 月	内 容
平成 24 年 1 月～3 月	事業所アンケート調査の実施（郵送配布・回収、回収率を上げるため訪問回収実施） <ul style="list-style-type: none">・商店街 配布 2,766 票、有効回収 729 票、有効回収率 26.4%・工業団地 配布 500 票、有効回収 135 票、有効回収率 27.0%・中小企業 配布 3,989 票、有効回収 791 票、有効回収率 19.8%
9 月 19 日	商工振興計画策定委員委嘱式 第 1 回商工振興計画策定委員会 <ul style="list-style-type: none">・商工振興計画策定の進め方について・事業所への調査結果について・商工振興計画に期待すること
11 月 7 日	第 2 回商工振興計画策定委員会 <ul style="list-style-type: none">・商工振興計画（素案）について
平成 25 年 2 月 14 日～	パブリックコメント（平成 25 年 2 月 14 日～3 月 15 日） <ul style="list-style-type: none">・意見等提出者数 3 人・意見等の数（延べ）8 件
3 月 28 日	第 3 回商工振興計画策定委員会 <ul style="list-style-type: none">・パブリックコメントで出された意見への対応について

(2) 計画策定委員会（設置要綱、名簿）

○松戸市商工振興計画策定に伴う策定委員会設置要綱

平成24年9月1日

(設置)

第1条 松戸市が設置した「中小企業支援・商店街活性化プロジェクト及び工業団地のあり方再検討プロジェクト」が検討する「松戸市商工振興計画」の策定に必要な事項を検討するため、松戸市商工振興計画策定に伴う策定委員会(以下「策定委員会」という。)を置く。

2 策定委員会の公開については、「審議会等の会議の公開に関する要綱」に基づき、原則、公開するものとする。

(所掌事務)

第2条 策定委員会は、市長の諮問に応じ、次の各号に掲げる事項について審議し、その結果を答申する。

- (1) 松戸市商工振興計画策定に関すること。
- (2) その他、運営上市長が必要と認める事項

(委員)

第3条 委員は、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 農商工業に従事する者
- (3) 消費者

(任期)

第4条 委員の任期は、平成25年3月31日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第5条 策定委員会に、委員長及び副委員長を置き、委員の互選によって定める。

2 委員長は、会務を総理し、策定委員会を代表する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 策定委員会の会議は、委員長が招集し、議長となる。

(庶務)

第7条 策定委員会の庶務は、商工観光課において処理する。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか策定委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が策定委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成24年9月1日から施行する。

○松戸市商工振興計画策定委員会委員名簿

委嘱期間 平成24年9月1日から平成25年3月31日まで

No.	所属団体	役職	委員氏名	備考
1	学識経験者 流通経済大学	准教授	◎坂野喜隆	新任
2	学識経験者 武蔵野音楽大学	講師	○村山貴子	新任
3	北松戸工業会	会長	三輪俊雄	新任
4	稔台工業会	会長	小島昌夫	新任
5	松飛台工業会	会長	尾崎順邦	新任
6	松戸全市工業会	会長	木川総一郎	新任
7	松戸市商店会連合会	会長	岩田富久司	新任
8	小金商工連合会	会長	正司進	新任
9	新松戸商店会連合会	会長	川津清	新任
10	中小企業家同友会松戸支部	支部長	中村寧	新任
11	松戸市消費者の会	会長	後藤淳子	新任
12	松戸市消費者の会	副会長	千葉留美江	新任
13	松戸商工会議所	専務理事	薄葉博司	新任
14	松戸市観光協会	会長	杉浦孝夫	新任
15	農業振興推進グループ		成嶋伸隆	新任

◎委員長、○副委員長

(3) 関連条例

○松戸市商業振興条例

平成 22 年 3 月 30 日

松戸市条例第 11 号

(目的)

第 1 条 この条例は、商業の発展が地域経済の活性化に果たす役割の重要性にかんがみ、商業の振興に関する基本的事項を定めることにより、商業の基盤の強化及び健全な発展を促し、もって地域社会の発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第 2 条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 事業者 市内で商業活動を行う者をいう。
- (2) 商店街 市内において、小売業、サービス業等を営む店舗が集積している地域をいう。
- (3) 商店会 商店街振興組合法(昭和 37 年法律第 141 号)第 2 条第 1 項に規定する商店街振興組合若しくは中小企業等協同組合法(昭和 24 年法律第 181 号)第 3 条第 1 号に規定する事業協同組合又はこれらに準じた法人格を有しない事業者の団体をいう。
- (4) 経済団体 松戸商工会議所、松戸市商店会連合会その他の商業の振興に関する活動を行う団体をいう。
- (5) 大規模小売店舗 大規模小売店舗立地法(平成 10 年法律第 91 号)第 2 条第 2 項に規定する建物であつて、同条第 1 項に規定する店舗面積が 1,000 平方メートル以上のものをいう。

(基本理念)

第 3 条 商業の振興は、事業者自らの創意工夫と自助努力により実現されることを基本とし、事業者、商店会、経済団体及び市が協働し、市民の理解と協力のもと推進されなければならない。

(市の責務)

第 4 条 市は、前条に規定する基本理念に基づき、事業者、商店会及び経済団体の積極的な事業活動への取組みを促進するため、次に掲げる施策を実施するものとする。

- (1) 商業活性化のための施策
- (2) 事業者の経営基盤並びに商店会及び経済団体の組織基盤の強化を図るための施策
- (3) 人材の育成に関する施策

2 市は、商業の振興に関する施策を実施するため、国、千葉県その他地方公共団体及び経済団体との連携を図るものとする。

(経済団体の責務)

第 5 条 経済団体は、自らの組織の強化に努め、事業者の事業活動に対する支援を行うとともに、市と協働し、積極的に商業の振興のための施策を実施するものとする。

2 経済団体は、商業の振興に関する施策を実施するため、事業者の積極的な参加を求めるものとする。

(商店会の責務)

第 6 条 商店会は、消費者の利便性の向上を図るとともに、地域コミュニティの核としてにぎわいと交流の場を創出し、魅力ある商店街の形成に努めるものとする。

2 商店会は、市及び経済団体が行う商業の振興に関する施策に積極的に協力するとともに、自らの活動の基盤を強化するため、商店会相互の連携、会員の加入促進等により組織の充実に努めるものとする。

(事業者の責務)

第 7 条 事業者は、周辺的生活環境との調和及び市民生活の安全の確保に十分配慮するとともに、自らの創意工夫により事業の発展、経営基盤の安定及び強化並びに経営革新に努めるものとする。

2 事業者は、市及び経済団体が行う商業の振興に関する施策に積極的に参加し協力するよう努めるものとする。

3 事業者は、商店街が地域のにぎわいと交流の場であることを理解し、その中心的な役割を果たす商店会に加入し、相互に協力するよう努めるものとする。

4 事業者は、商店会が商店街の活性化に関する事業を実施するときは、応分の負担により当該事業に協力するよう努めるものとする。

5 大規模小売店舗の設置者及び大規模小売店舗内の事業者は、商店街との共存共栄を図ることにより、消費者にとっての魅力及び利便性を向上させ、購買意欲を高めるとともに、地域の活性化に努めるものとする。

(市民の理解と協力)

第 8 条 市民は、商業の振興が自らの生活の向上及び地域の活性化に寄与することを理解し、市民生活と商業が調和する地域社会の実現に向け協力するよう努めるものとする。

(委任)

第 9 条 この条例に定めるもののほか必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成 22 年 4 月 1 日から施行する。

○松戸市シティホテル誘致条例

平成4年3月27日

松戸市条例第14号

(目的)

第1条 この条例は、ホテル事業者等に対する必要な奨励措置等を定め、本市内にシティホテルを誘致することにより都市機能の充実を図り、もって市民の利便に資するとともに市勢の発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) シティホテル 国際観光ホテル整備法(昭和24年法律第279号。以下「整備法」という。)第3条の登録を受けたホテルで、規則で定める要件を満たすものをいう。
- (2) ホテル事業 本市内においてシティホテル(以下「ホテル」という。)により人を宿泊及び飲食させる営業をいう。
- (3) ホテル事業者 ホテル事業を営む者をいう。
- (4) 施設所有者 ホテル事業の用に供するため整備法第2条第1項の施設(以下「施設」という。)を建設し、当該施設をホテル事業の用に供する者をいう。
- (5) ホテル用地提供者 その所有する土地をホテル事業の用に供する者をいう。
- (6) 金融機関 銀行法(昭和56年法律第59号)その他の法律に基づき資金の貸付けを業とする者で、市長が必要と認めるものをいう。

(奨励金の交付)

第3条 市長は、ホテル事業者、施設所有者(当該施設所有者からホテルを取得した者で、引き続きホテル事業の用に供するものを含む。)及びホテル用地提供者に対し、交付対象期間に該当する年度のホテル事業の用に供する土地及び償却資産に係る当該固定資産税及び都市計画税に相当する額の奨励金を交付するものとする。

(補助金の交付)

第4条 市長は、ホテル事業者及び施設所有者に対し、ホテル事業の用に供する施設の建設工事のうち本体工事に係る費用(以下「本体工事費」という。)又はホテル事業に要する費用(以下「運営管理費」という。)について、次の各号に掲げる額の補助金を交付するものとする。

- (1) 本体工事費について 5,000万円を超えない範囲内において市長が必要と認める額
- (2) 運営管理費について 交付対象期間に該当する年度のホテル事業に係る当該事業所税に相当する額

(利子補給金の交付)

第5条 市長は、ホテル事業者及び施設所有者に対し、ホテル事業の用に供する施設の建設工事(本体工事のほか内装工事を含む。)に係る費用について金融機関から受けた融資に対する支払利子について、利子補給金(以下「補給金」という。)を交付するものとする。

2 補給金の額は、当該支払利子の2分の1に相当する額とし、次の各号に掲げる額を限度とする。

- (1) 当該融資が本体工事及び内装工事に係るものである場合 年額 1億円
- (2) 当該融資が本体工事又は内装工事のいずれか一方に係るものである場合
ア 本体工事に係るものであるとき 年額 6,000万円

イ 内装工事に係るものであるとき 年額 4,000 万円

(交付対象期間)

第 6 条 奨励金の交付対象期間は、ホテル事業を開始した日以後において固定資産税及び都市計画税が新たに課されることとなった年度から 5 年間とする。

2 前項の規定は、運営管理費に係る補助金について準用する。この場合において、同項中「固定資産税及び都市計画税」とあるのは「事業所税」と読み替えるものとする。

3 補給金の交付対象期間は、申請の日から 3 年間とする。

(規則への委任)

第 7 条 第 3 条から前条までの規定に定めるもののほか、奨励金、補助金及び補給金に関し必要な事項は、規則で定める。

(不均一課税による固定資産税等の軽減)

第 8 条 市長は、ホテル事業の用に供する施設に対して、新たに固定資産税及び都市計画税が課されることとなった年度以後 10 年間の各年度分の固定資産税及び都市計画税に限り、整備法第 32 条及び地方税法(昭和 25 年法律第 226 号)第 6 条第 2 項の規定により不均一課税を行うものとする。

2 固定資産税の税率は、松戸市市税条例(昭和 50 年松戸市条例第 10 号)第 19 条の規定にかかわらず、100 分の 0.7 とする。

3 都市計画税の税率は、松戸市市税条例第 45 条の規定にかかわらず、100 分の 0.115 とする。

(用地のあっせん等)

第 9 条 市長は、ホテルの誘致を円滑に推進するため、用地のあっせん及び道路等周辺環境施設の整備に努めるものとする。

(委任)

第 10 条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成 4 年 4 月 1 日から施行する。

(適用)

2 この条例は、平成 14 年 3 月 31 日までの間においてホテル事業の用に供されたホテルについて適用する。

附 則(平成 9 年 3 月 27 日松戸市条例第 3 号)

この条例は、公布の日から施行する。

○松戸市農産物ブランド化推進要綱

平成 15 年 3 月 31 日

松戸市告示第 138 号

(目的)

第 1 条 この要綱は、市内で生産された農産物(以下「松戸産農産物」という。)の販路拡大及び安定供給を図り効率的かつ安定的な農業経営基盤の強化に資するため、松戸産農産物の高付加価値化(以下「ブランド化」という。)の推進を図ることを目的とする。

(ロゴマーク及びキャッチフレーズ)

第 2 条 市長は、市場関係者及び消費者等に対し松戸産農産物の周知を図るため、別記図面のとおりロゴマーク及びキャッチフレーズ(以下「ロゴマーク等」という。)を定めるものとする。

(松戸ブランド農産物認定農家等の認定)

第 3 条 市長は、松戸産農産物のブランド化を推進するため、次の各号に掲げる基準をすべて満たしている者を松戸ブランド農産物認定農家又は松戸ブランド農産物認定生産者団体(以下「認定農家等」という。)として認定する。

- (1) 松戸産農産物のブランド化に意欲的な農家又は生産者団体であること。
- (2) 有機質肥料又は性フェロモン剤の使用等の環境に配慮した農業を実施していること。
- (3) 市内に居住している者又はそれらの者で作った団体であること。
- (4) 生産技術の確かな農家及び生産者団体であること。
- (5) 松戸産農産物の生産履歴を管理していること。

2 前項の認定を受けようとする者(以下「申請者」という。)は、松戸ブランド農産物認定農家・松戸ブランド農産物認定生産者団体(変更)認定申請書(第 1 号様式)に市長が必要と認める書類を添えて市長に提出しなければならない。

3 市長は、前項の申請を受けたときは、認定の適否について、第 6 条の松戸市農産物ブランド化推進協議会の意見を聴いて認定することが適当と認められるときは、松戸ブランド農産物(変更)認定証(第 2 号様式)を交付するものとする。

4 松戸ブランド農産物(変更)認定証の有効期間は、認定した日から起算して 3 年間とする。

(ロゴマーク及びキャッチフレーズの使用基準)

第 4 条 前条の規定により認定農家等として認定を受けた者は、自らが生産した農産物のうち、次の各号のすべてを満たすものについて第 2 条に定めるロゴマーク等を使用することができる。

- (1) 松戸産農産物のうち、生産履歴を管理するものであること。
- (2) 松戸市園芸品出荷組合連合会の出荷規格に適合する農産物であること。

(経費の補助)

第 5 条 市長は、認定農家等に対し別表に定める認定農産物のブランド化に要する経費を松戸市農業振興事業補助金交付要綱(平成 10 年松戸市告示第 80 号)別表第 2 項生産振興事業の野菜出荷規格の適正化の推進に係る経費として補助するものとする。

(松戸市農産物ブランド化推進協議会の設置)

第 6 条 松戸市農産物ブランド化推進事業を適正かつ円滑に推進するため、松戸市農産物ブランド化推進協議会を置く。

2 協議会は、委員 15 名以内をもって組織する。

3 委員は、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 生産者の代表
- (2) 市場関係者の代表
- (3) 流通関係者の代表
- (4) 消費者の代表
- (5) 農業協同組合の代表

- 4 協議会は、前項各号に掲げる委員のほか必要に応じ臨時に委員を置くことができる。
- 5 委員の任期は2年とし、再任を妨げない。但し、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 6 この協議会の議事運営についての細目は、別に定める。

(変更認定)

第7条 認定農家等は、当該認定に係る事項を変更しようとするときは、変更の認定を受けなければならない。

- 2 第3条(第4項を除く。)及び第4条の規定は、前項の変更の認定について準用する。
- 3 松戸ブランド農産物(変更)認定証の有効期間は、変更の認定をした日から変更前の有効期間の末日までとする。

(認定の取消し)

第8条 市長は、認定農家等が次の各号のいずれかに該当するときは、第3条第1項又は前条第1項に規定する認定を取り消すことができる。

- (1) 第3条第1項各号(前条第2項において準用する場合を含む。)に規定する要件を欠いたとき。
 - (2) この要綱に違反したとき。
 - (3) その他市長が不相当と認めるとき。
- 2 市長は、前項の規定により認定を取り消そうとするときは、あらかじめ第6条の松戸市農産物ブランド化推進協議会の意見を聴くものとする。

(補則)

第9条 この要綱に定めるもののほか必要な事項は、別に定める。

附 則

この要綱は、平成15年4月1日から施行する。

附 則(平成16年9月30日松戸市告示第315号)

(施行期日)

- 1 この告示は、平成16年10月1日から施行する。

(経過措置)

- 2 この告示の施行の際現にこの告示による改正前の松戸市農産物ブランド化推進要綱(以下「改正前の要綱」という。)第3条第3項の規定により交付した松戸ブランド農産物認定証(第2号様式)は、この告示による改正後の松戸市農産物ブランド化推進要綱(以下「改正後の要綱」という。)第3条第3項の規定により交付した松戸ブランド農産物認定証(第2号様式)とみなす。
- 3 この告示の施行の際現に改正前の要綱第3条の規定により交付した松戸ブランド農産物認定証の有効期間は、改正後の要綱第3条の規定にかかわらず、認定した日から平成19年9月30日までとする。

附 則(平成18年3月27日松戸市告示第106号)

この告示は、平成 18 年 4 月 1 日から施行する。

附 則(平成 20 年 3 月 26 日松戸市告示第 124 号)

(施行期日)

- 1 この告示は、平成 20 年 4 月 1 日(以下「施行日」という。)から施行する。

(経過措置)

- 2 この告示の施行の際現にこの告示による改正前の松戸市農産物ブランド化推進要綱第 3 条第 3 項の規定により交付した松戸ブランド農産物認定証は、この告示による改正後の松戸市農産物ブランド化推進要綱(以下「改正後の要綱」という。)第 3 条第 3 項の規定により交付した松戸ブランド農産物(変更)認定証とみなす。
- 3 前項の規定により改正後の要綱第 3 条第 3 項の規定による交付をしたとみなされた松戸ブランド農産物(変更)認定証の有効期間は、交付された者が平成 20 年 12 月 1 日までに当該松戸ブランド農産物(変更)認定証に係る農産物の生産履歴を証する書類を提出しないときは、改正後の要綱第 3 条第 4 項の規定にかかわらず、同日の経過によって、その効力を失う。

別表(第 5 条関係)

補助対象経費の細目	
ア	出荷箱用ロゴマーク及びキャッチフレーズの印刷版代及び版下デザイン作成費
イ	袋用ロゴマーク及びキャッチフレーズの印刷版代及び版下デザイン作成費
ウ	結束テープ用ロゴマーク及びキャッチフレーズの印刷版代及び版下デザイン作成費
エ	のぼり旗、法被その他宣伝のための物品用ロゴマーク及びキャッチフレーズの印刷版代及び版下デザイン作成費

(4) 用語解説

用語	解説
ICT	Information & Communications Technology の略。情報通信技術。
異業種交流	業種の違う人々が集まって、交流・連携することであり、相互の強みを活かした商品開発やネットワークづくりを行う。
インセンティブ	刺激・奨励・誘因などのこと。顧客データを分析し、顧客の購買金額に応じてポイントを提供したり、景品、割引券、商品券など提供することを顧客インセンティブという。
NPO	Nonprofit Organization の略。非営利組織。営利を目的とせず、公益のために活動する民間団体の総称。
LED	Light (光を) Emitting (出す) Diode (ダイオード) の3つの頭文字からなる。電流を流すと発光する半導体で、発光ダイオードとも言う。LEDは蛍光灯に比べて消費電力が約2分の1であること、材料に水銀などの有害物質を含まないこと、熱の発生も少ないことなどから、環境負荷が低い発光体として照明などに利用されている。
キャリア	職業・技能上の経験、経歴。
協働	市民・業者・行政など異なる立場の者がそれぞれの特性と立場をお互いに理解・尊重し共有する地域社会の課題解決に向け連携協力することにより相乗効果の上がる行動をいう。
クール・ジャパン	日本独自の文化が海外で評価を受けている現象、またはその日本文化を指す言葉。マンガやアニメ、渋谷・原宿のファッションなどのポップカルチャーだけでなく、食材や伝統工芸、家電など広範囲にわたった文化を指す。
クリエイター	創造的な仕事をしている人。
工業団地	用途地域での工業専用地域及び準工業地域に指定されている、企業立地場所を含めたエリア。
交流人口	定住人口や居住人口に対する概念であり、その都市（自治体）を訪れる人、またはその人数を指すが、広義には直接訪問しない場合も含む。通勤・通学、買い物、文化鑑賞、習い事、スポーツ、観光、レジャーなど理由は問わない。
コミュニティ	地域社会。地域共同体。
コンソーシアム	ここでは実現できない目的を実現するために、複数の団体や企業等が共同で形成するネットワークや連合組織のこと。
コンテンツ産業	放送・映画・音楽・漫画・アニメ・ゲームなどのような知的生産物について、その制作・管理・提供にかかわるビジネス。
コンベンション	見本市、イベントなども含めた広範囲の集会、催しに関する機能。
サブカルチャー	ある社会に支配的にみられる文化（メインカルチャー）に対し、その社会の一部の人々を担い手とする独特な文化のこと。例えば、若者文化・都市文化など。
サブプライムローン問題	サブプライムローンとは、信用力が低い人や低所得者層を対象にした米国の住宅ローンのこと。証券会社などがこれを証券化し世界中の金融機関に販売した。

用語	解説
	米国で住宅バブルがはじけたことで証券化商品の価格が急落し、世界同時金融危機を発生させた。
産業プラットフォーム	産業支援体制のこと。相談窓口をはじめとした支援体制を構築し、あらゆる支援にアクセスできるようにするもの。
シーズ	将来に大きな発展を予想させる新技術のこと。
シティセールス	市の活性化などを目的に、市の観光や文化などについて市内外にアピールすること。
スキル	物事を行うための能力や技能、資格などのこと。
スマートフォン	携帯電話端末の一形態で、インターネットの利用やスケジュール管理、パソコンで作成された各種データの閲覧機能などを備え、パソコンと類似の使用が可能なもの。
節電社会	東日本大震災に伴う福島第一原子力発電所の事故による電力不足が長期化することが予想されることから、行政、市民・事業者を含めた市民総ぐるみの節電行動を心がける社会のこと。
地産地消	地域で生産された農産物を地域で消費しようとする取組。食料自給率の向上に加え、直売所や加工の取組などを通じて農業の6次産業化につながるもの。
チャレンジショップ	商店街の活性化を目的とした空き店舗対策として、空き店舗の一部を店舗開業希望者に、期間限定で格安に賃貸する創業支援事業のこと。開業にチャレンジする人と、空き店舗対策を図る地元商店街双方のメリットを目指す。
低炭素社会	地球温暖化の原因である二酸化炭素（CO ₂ ）などの温室効果ガスの排出を、自然が吸収できる量以内に削減するため、低炭素エネルギーの導入などの環境配慮を徹底する社会システムのこと。
テナントミックス	商業集積活性化の基本となるコンセプトを実現するための、最適なテナント（業種業態）の組み合わせのこと。
デバイス	電子回路を構成する基本的な素子。トランジスタ・IC・LSI など。
バイオ（テクノロジー）	生物（工学）のこと。
パブリックコメント	市の基本的な政策の策定過程において、その案を示し、広く市民等の意見を求め、その意見に対して市長の考え方を示す一連の手続。
バリアフリー	障がい者や高齢者が生活や行動する上で、妨げとなる障壁（バリア）を取り除き、安心して暮らせる環境をつくること。
BCP	Business Continuity Plan(事業継続計画)の略。災害時などに、企業や行政機関が事業を続けたり、早く再開させたりするために事前に作成しておく計画のこと。
フェイスブック	米フェイスブック社の提供している、サークルやパーティーの募集、就職や趣味など、さまざまな情報交換ができるソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）のこと。
ベストプラクティ	先進的な取組を行っている自治体などの事例やノウハウのこと。

用語	解説
ス	
マスタープラン	まちづくりなどの基本的な方針を定めた計画のこと。
有効求人倍率	有効求人数を有効求職者数で除した率（割合）のことで、この数値が1より大きい小さいかで、労働市場の需要超過、供給超過の状態を知ることができる。
ライフスタイル	生活の様式、その人間の人生観や価値観を反映した生き方のこと。
レアアース	希土類元素(rare earth elements)の酸化物や塩化物などの総称。先端技術製品の製造に不可欠で「産業のビタミン」と呼ばれる。国際的に中国の生産シェアが高く、2010年の中国の輸出制限で価格が50倍に高騰した種類もあった。国では、代替技術・材料の開発、リサイクル、新規調達先の確保、備蓄などの対策を進め自給率向上を図っている。
ワークライフバランス	仕事と生活の調和。平成19年に策定された「ワーク・ライフ・バランス憲章」では、仕事と生活の調和が実現した社会を、「国民一人ひとりがやりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいても、子育て期、中高年期といった人生の各段階に応じて多様な生き方が選択・実現できる社会」とし、具体的には(1)就労による経済的自立が可能な社会、(2)健康で豊かな生活のための時間が確保できる社会、(3)多様な働き方・生き方が選択できる社会、の3つを挙げている。

松戸市商工業等振興基本方針

平成 25 年 3 月発行

発 行 松戸市

編 集 市民環境本部 経済担当部 商工観光課

〒271-0073 千葉県松戸市小根本 7-8

電話：047-366-7327