

千葉市経済成長アクションプラン

平成 27 年3月

千葉市

＜目次＞

第1章 アクションプラン策定の目的・位置付け	1
1. 策定の目的	1
2. 位置付け	1
3. 計画期間	1
第2章 千葉市産業の現状と課題	2
1. 産業分野の視点	2
2. 広域経済圏の視点	15
第3章 千葉市産業の政策の方向性	18
1. 競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長	18
2. 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築	19
3. MICE 誘致・観光プロモーション強化によるグローバルな観光需要の取り込み	20
4. チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出	21
第4章 政策を実現する施策導出へ向けた分析	22
1. 分析の枠組み	22
2. 強み／弱み・機会／脅威の分析	23
3. 政策を実現する施策の導出	46
第5章 各施策の概要	54
1. 競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長	55
2. 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築	59
3. MICE 誘致・観光プロモーション強化によるグローバルな観光需要の取り込み	63
4. チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出	66
第6章 プランの推進へ向けて	69
1. 推進体制	69
2. 進捗管理	69

第1章 アクションプラン策定の目的・位置付け

1. 策定の目的

本市の経済成長を目指す上で重点的に取組んでいく施策と、各施策の事業展開の方向性について、より具体的に示すことにより、各年度の事業遂行に際して本市経済部門の持つ資源をその方向性に向けて集中し、事業を効果的に実施していくことを目的とします。

2. 位置付け

「千葉市新基本計画」（計画期間：平成 24～33 年度）の実現に向け策定した、「第2次実施計画」（計画期間：平成 27～29 年度）に対応した、本市の経済部門における部門計画です。

また、平成 24 年度に策定した「千葉市地域経済活性化戦略」において、本市の産業政策の方向性を示していましたが、策定時から経済社会環境が大きく変化し、実状と合わなくなっている面があるため、改めて本市の産業を取り巻く現状と取るべき対応（課題）を分析することにより、本市の産業政策の方向性を策定し、各施策と事業展開の方向性を体系的に整理しました。

3. 計画期間

平成 27 年度～平成 29 年度の 3 年間

第2章 千葉市産業の現状と課題

本市の産業動向において大きな影響を持つ「中核産業の立地状況」「サービス産業／中小事業者の状況」「観光・MICEの動向」について、現状認識と取るべき対応（課題）を分析しました。

また、産業政策を検討する上で重要な要素である人口構造の変容（予測）を踏まえ、特に県東南部を視野に入れた広域経済圏の視点から、本市の産業へ及ぶ影響などの現状認識と、それらについて取るべき対応（課題）を分析しました。

1. 産業分野の視点

（1）中核産業の立地状況

①現状認識

＜千葉市の産業拠点の状況＞【図表1】

- 臨海部「蘇我地区」には、京葉工業地帯の一翼を担う鉄鋼・電力等の素材型工業集積が形成されています。「中央港・新港地区」については、千葉食品工業コンビナートを中心として食品、製造・運輸業、自動車整備・自動車小売業等が集積しています。特に、千葉食品工業コンビナートは、農林水産省「食品工業団地形成促進要綱」に基づく食品工業団地として適正化のモデルとされており、現在も食品コンビナートとしての活力を維持しています。
- 内陸部には、「千葉鉄工業団地」での一般機械・金属加工型工業集積があり、主要な中堅企業等では、新技術・製品開発型企业への転換をはじめ、既存製造技術を活用しつつ、環境関連、医療・福祉関連等での新技術・製品開発への取組みが進められています。
- 「幕張新都心地区」では、情報関連の大手情報・通信産業の業務・研究機能や、ソフト・コンテンツ・ネットワーク等の最先端の情報系ベンチャー企業や創業・起業家が集積しています。近年は、大手小売企業のグループ企業が集積するとともに、大手通販企業が複数立地するなど、今後成長が見込まれる流通業の集積も見られます。
- また、日本有数のコンベンション施設を有し、数多くの国際的な見本市や展示会が行われ、販路拡大や企業間の新たなつながりを作る場となっています。

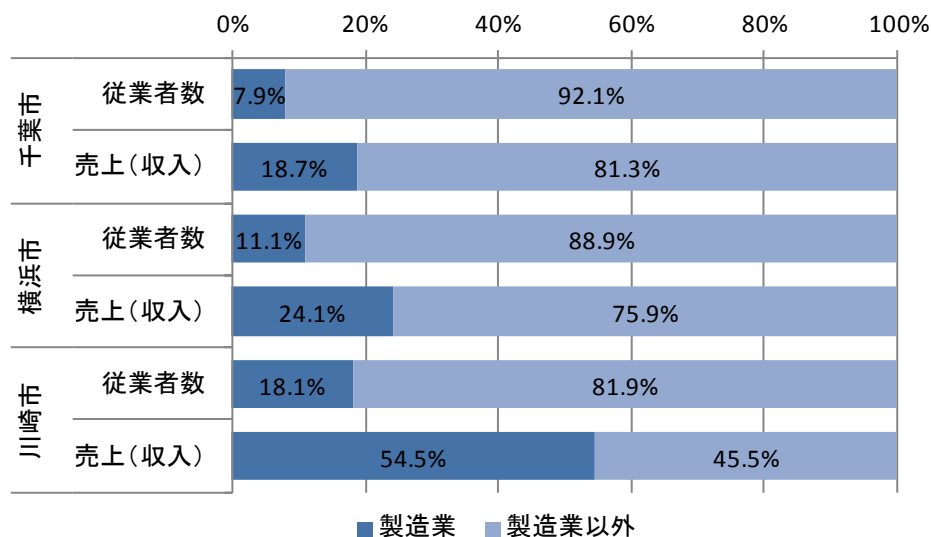
図表 1 千葉市の産業拠点マップ



＜中核産業の状況＞

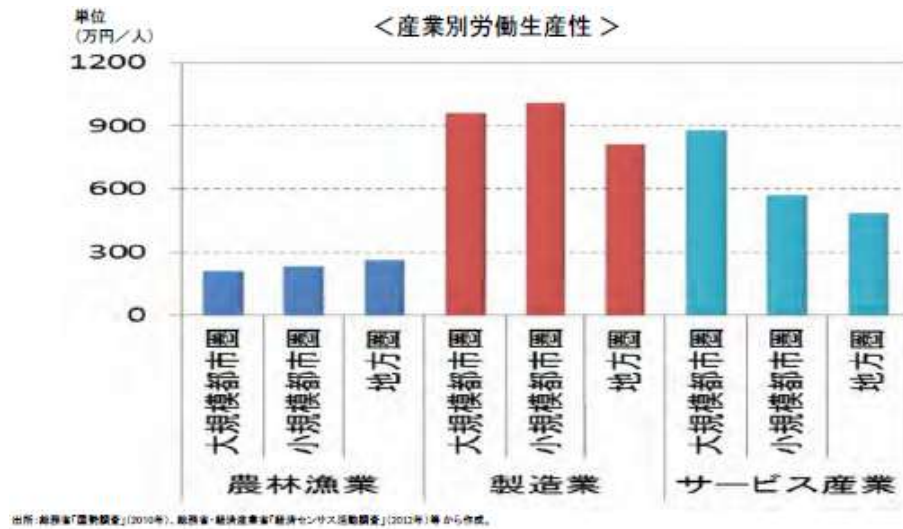
- 千葉市と同様に、臨海部に産業集積を有する横浜市、川崎市と、製造業の従業者数・売上（収入）を比較すると、千葉市における製造業従業者が全産業に占めるシェアは 7.9%で、横浜市（11.1%）、川崎市（18.1%）よりも低くなっています。また、千葉市の売上（収入）についても同様で、18.7%と、横浜市（24.1%）、川崎市（54.5%）よりも低くなっています。【図表 2】
- しかし、製造業の労働生産性（従業員 1 人あたりの付加価値額）は、農林漁業やサービス産業と比較すると高い上に、製造業は、特化係数と当該産業の労働生産性の間に正の相関がみられる業種の 1 つであり、集積が高まるほど、労働生産性が高まる傾向がみられます。このように、製造業は地域経済の成長にとって重要な業種であり、千葉市の地域経済の成長のためには、前項で整理したような製造業の集積の役割は引き続き重要と言えます。【図表 3・4】
- 製造業以外では、亥鼻イノベーションプラザ入居企業を中心としたヘルスケア関連産業など、地域の中核になり得る産業はありますが、現時点では十分な集積がみられるとは言い難い状況です。

図表 2 千葉市・横浜市・川崎市における製造業のシェア（従業者数・売上（収入）ベース）



資料）総務省「平成 24 年経済センサスー活動調査」（平成 26 年 2 月）より作成

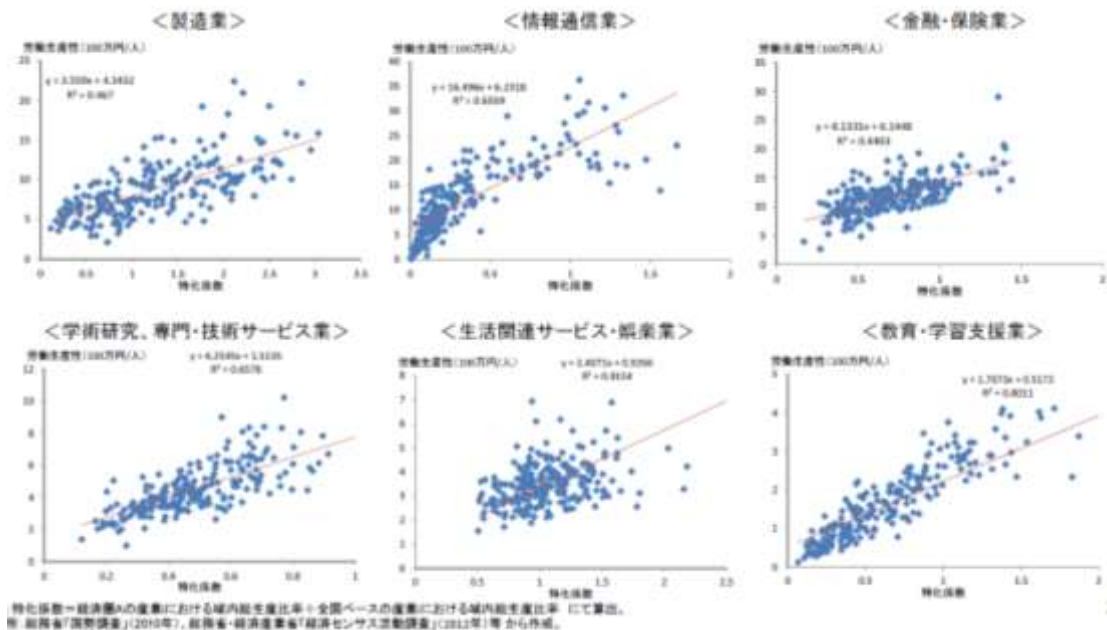
図表 3 産業別労働生産性



注釈) 大規模都市圏：人口 30 万人以上、小規模都市圏：人口 30 万人未満、地方圏
資料) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会（第 6 回）」配布資料（平成 26 年 10 月）

図表 4 産業集積と労働生産性の関係

- 経済圏における、ある産業の特化係数と当該産業の労働生産性の間には正の相関がある。
- 背景には、生産規模拡大により平均費用が低下する**規模の経済**や、地理的に産業が集積することで、投入要素・知識の共有活用が可能となること、労働市場が効率化されることによる、**集積の経済**がある。
- 地域で、**何が強みで、何を伸ばしていくのか**、メリハリのきいた選択と集中の重要性が示唆される。



資料) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会（第 6 回）」配布資料（平成 26 年 10 月）

②取るべき対応（課題）

- ✓ 一般に、中核となる企業とその周辺・関連企業のまとまり（＝産業集積）が存在する地域ほど、生産性が高まる傾向があります。千葉市においても、製造業やヘルスケア関連産業などの中核企業を育成・誘致し、その周辺・関連産業のまとまりを生み出すことで、生産性向上が期待出来ます。
- ✓ 企業活動の拠点には、本社、支社、生産拠点、研究開発拠点などがありますが、近年、自社の競争力強化のために、意思決定のスピードや研究開発の効率性を重視した国内拠点あるいは海外拠点の再編・集約を進める企業がみられます。こうした動向を踏まえ、雇用面や税収面で立地効果が大きい本社や生産拠点の集約化の受け皿を整備し、さらに規制緩和の推進等により新たな企業立地を促進する必要があります。
- ✓ 既存製造業企業について、事業の高度化を目的とした追加投資を促進する必要があります。

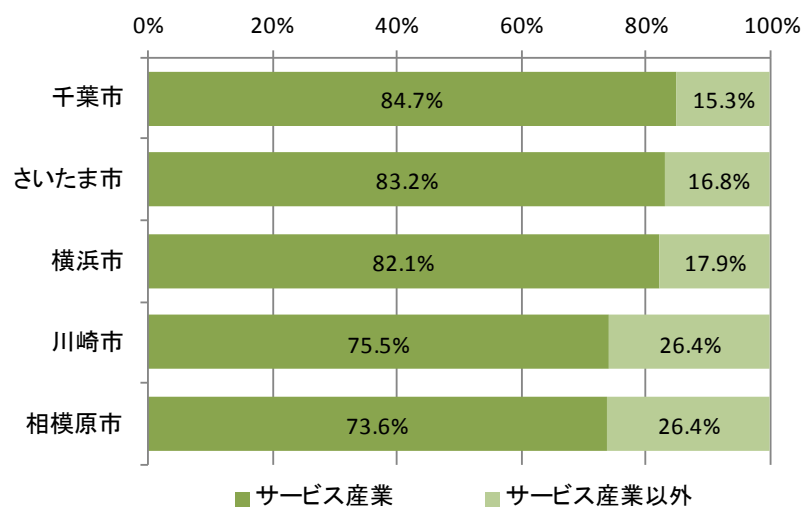
（２）サービス産業・中小事業者の状況

①現状認識

＜サービス産業の状況＞

- サービス産業は、千葉市内従業者の約 85%が従事する主力産業です。サービス産業は、地域の人口規模・密度が生産性に及ぼす影響が大きいため、一般に大都市圏ほど産業構成比が高くなる傾向がみられますが、千葉市は、他の政令指定都市と比較しても、その割合は高くなっています。【図表５】
- サービス産業には、地域市場内でサービスの提供と消費が行われる業種と、地域市場外へのサービス提供が可能な業種があります。前者は、小売業、医療・福祉などの「地域の生活を直接支える業種」であり、後者は、情報通信産業など「域外から稼ぐことができる業種」と言えます。【図表６】
- 「地域の生活を直接支える業種」として卸売業、小売業、教育、学習支援業、医療、福祉を、「域外から稼ぐことができる業種」として情報通信業の各業種の全産業に占める従業者シェアを政令指定都市間で比較します。千葉市は、「地域の生活を直接支える業種」のうち卸売業、小売業のシェアは比較的高くなっていますが、その他の業種は政令指定都市間でほぼ平均的な水準です。
- 「域外から稼ぐことができる業種」である情報通信業についても、川崎市、横浜市よりシェアは低いものの、政令指定都市間ではほぼ平均的な水準と言えます。【図表７】

図表 5 千葉市におけるサービス産業のシェア（従業者数ベース）



資料）総務省「平成 24 年経済センサスー活動調査」（平成 26 年 2 月）より作成

図表 6 千葉市におけるサービス産業のシェア（従業者数ベース）

産業分類	事業所数	従業者数
情報通信業	394	11,897
運輸業、郵便業	760	24,545
卸売業、小売業	7,347	89,070
金融業、保険業	609	14,812
不動産業、物品賃貸業	2,311	11,296
学術研究、専門・技術サービス業	1,379	14,330
宿泊業、飲食サービス業	3,556	37,967
生活関連サービス業、娯楽業	2,716	17,421
教育、学習支援業	1,015	16,207
医療、福祉	2,310	40,888
複合サービス事業	123	1,104
その他	2,028	48,353

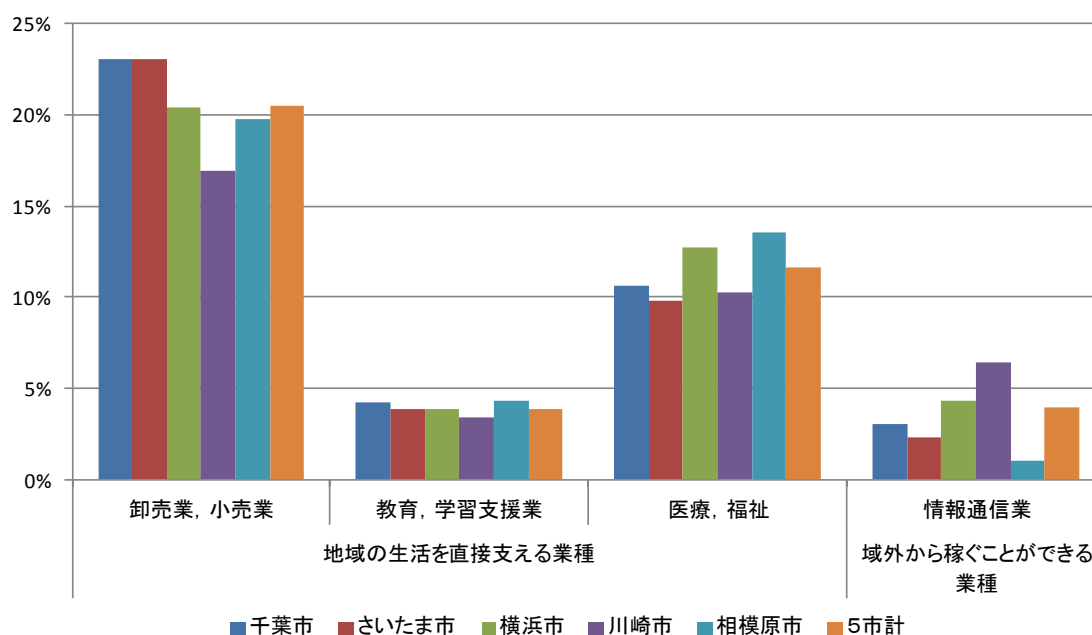
「域外から稼ぐ」ことができる業種

「地域の生活を直接支える」業種

注釈）経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会（第6回）」配布資料（平成26年10月）によれば、卸売業、小売業、教育、学習支援業、医療、福祉については、人口密度と生産性の相関係数が特に高いことが指摘されており、「地域の生活を直接支える」業種とした。

資料）総務省「平成24年経済センサス活動調査」（平成26年2月）より作成

図表 7 「地域の生活を直接支える業種」と「域外から稼ぐことができる業種」の全産業に占めるシェア比較（従業者数ベース）



資料）総務省「平成24年経済センサス活動調査」（平成26年2月）より作成

＜サービス産業の労働生産性＞

- 立地都市の人口規模別にサービス産業の生産性を比較すると、情報通信や教育等の業種では、人口規模の大きな都市ほど生産性が高く、千葉市のような人口規模の大きい都市では、これら業種の立地優位性が高いと言えます。【図表8】

図表 8 サービス産業における人口規模別の生産性格差(万円／人)

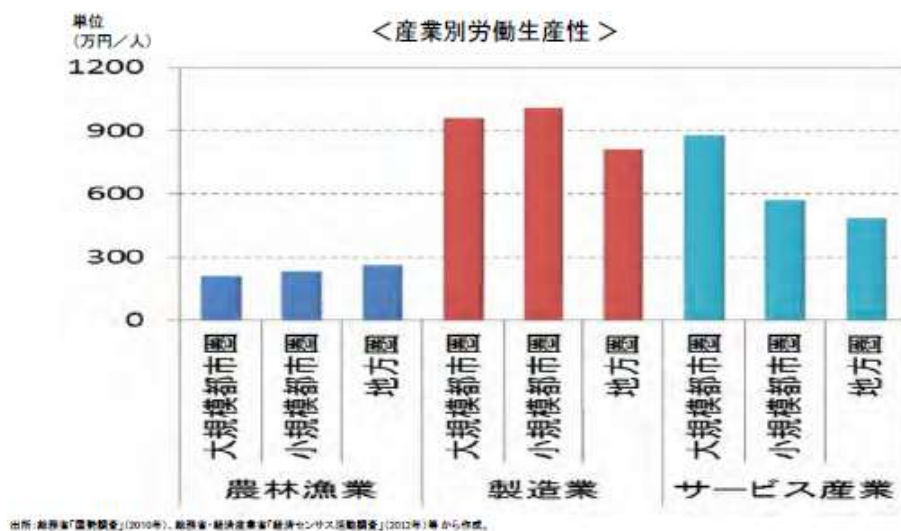
	大規模 (30万以上)	小規模 (30万未満)	生産性格差 (大／小)
情報通信	826	346	2.4
運輸	458	355	1.3
卸売・小売	573	366	1.6
金融	1315	857	1.5
不動産	743	485	1.5
学術研究等	613	360	1.7
宿泊・飲食	238	202	1.2
生活関連サービス	316	246	1.3
教育	246	108	2.3
医療・福祉	426	332	1.3
複合サービス	419	364	1.2
その他	393	252	1.6

資料) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会(第6回)」配布資料(平成26年10月)

②取るべき対応（課題）

- ✓ サービス産業は、経済圏の規模が小さくなるほど生産性が低くなる傾向がみられ、県東南地域も含めた広域経済圏における今後の人口動態（図表 16 参照）を踏まえると、広域経済圏としてのサービス産業の生産性向上は重要課題と言えます。【図表 9】
- ✓ 一方、情報通信業など、比較的企業立地に自由度の高い「域外から稼ぐ」ことができるサービス産業については、人口規模の大きい千葉市では、他の大規模経済圏の需要獲得へ向けた競争力強化が必要です。

図表 9 産業別労働生産性(再掲)



資料) 経済産業省「日本の「稼ぐ力」創出研究会（第 6 回）」配布資料（平成 26 年 10 月）

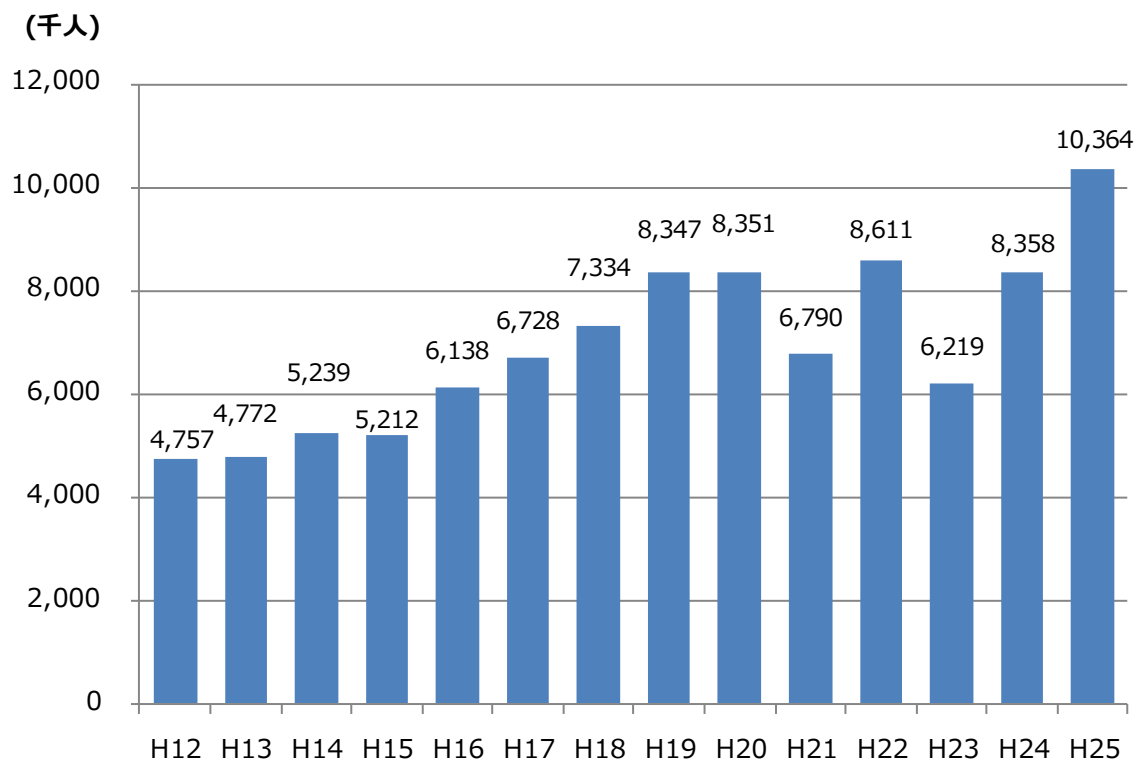
(3) 観光・MICE の動向

① 現状認識

＜観光・MICE の状況＞

- 我が国の訪日客数は増加基調にあり、平成26年には1千3百万人を超えています。さらに、平成32年の東京オリンピック・パラリンピックの開催決定により、今後、特にアジアを中心とした観光需要は更なる高まりが期待されます。【図表10】
- 千葉市の観光資源についてみると、海辺に関しては、遠方の富士山やスカイツリーなどを望める人工海浜など比較的充実しています。他方内陸部には、現時点では、魅力的な観光資源が十分とは言い難く、今後の資源の掘り起こしや磨き上げが期待されます。【図表11】

図表 10 訪日外客数の推移



資料) 日本政府観光局資料より作成

図表 11 千葉市の「ブルー」＆「グリーン」戦略

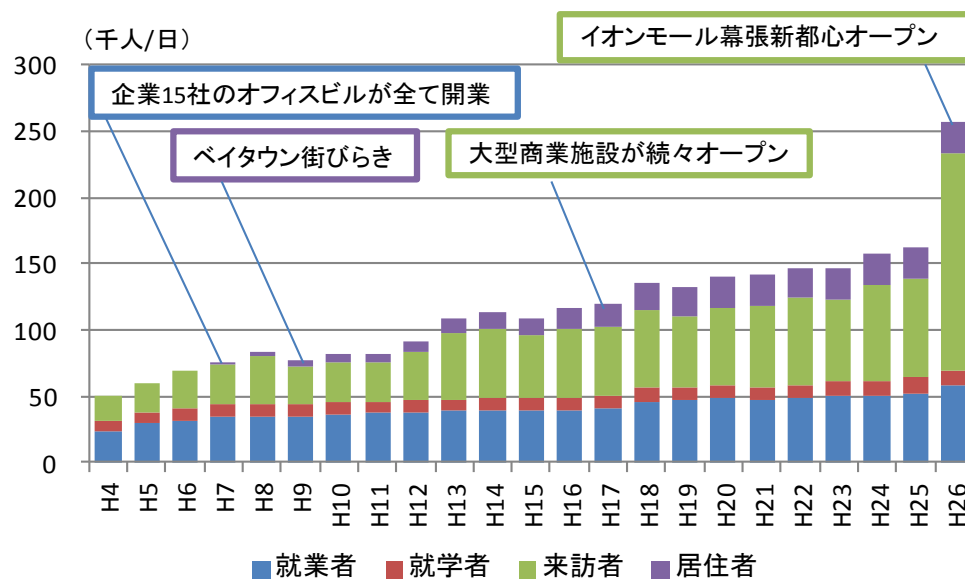


資料) 千葉市ウェブサイトに加筆

＜幕張新都心の状況＞

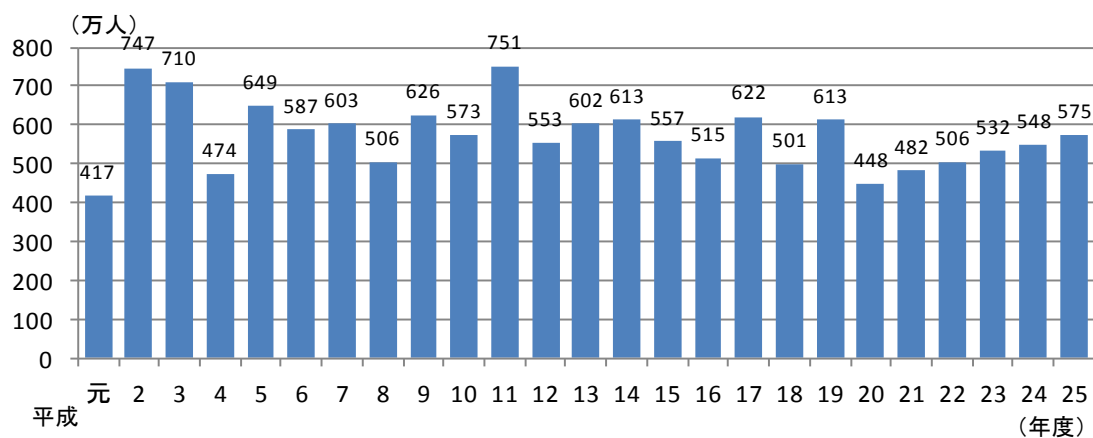
- 幕張新都心の活動人口は来訪者を中心に増加しています。この主要因は、大規模商業施設です。【図表１２】
- 幕張メッセの来場者数は近年増加しているものの、長期的にみるとピーク時とは開きがあります。また、MICEは経済波及効果が大きく都市ブランドの向上につながることから世界的にも注目されています。【図表１３・１４】

図表 12 幕張新都心の日々活動人口の推移



資料) 千葉市資料より作成

図表 13 幕張メッセ来場者数の推移



資料) 千葉市資料より作成

図表 14 幕張メッセの経済波及効果

■幕張メッセの経済波及効果（平成 18 年度調査）

県内への経済波及効果 年間約 970 億円、県内への雇用創出効果 7,269 人

■幕張新都心の税収効果（平成 19 年度決算）

県税 約 36 億円、市税 約 153 億円（計約 189 億円）

資料）千葉市資料より作成

②取るべき対応（課題）

- ✓ 観光資源の磨き上げ（例：農家レストランなどの「グリーン」のコンテンツ充実）とともに、集客プロモーションの強化や、インバウンドの推進により世界の観光需要を取り込む必要があります。
- ✓ 幕張新都心の経済波及効果を最大化するため、市内宿泊者数の増加や幕張メッセの稼働率向上を図りつつ、幕張メッセの存在を活かした積極的なMICE誘致を行う必要があります。
- ✓ 国際的な会議やイベントの誘致に向けて、幕張新都心の海辺や公園などの自然環境を含めた、千葉市の開催ポテンシャルをPRする必要があります。

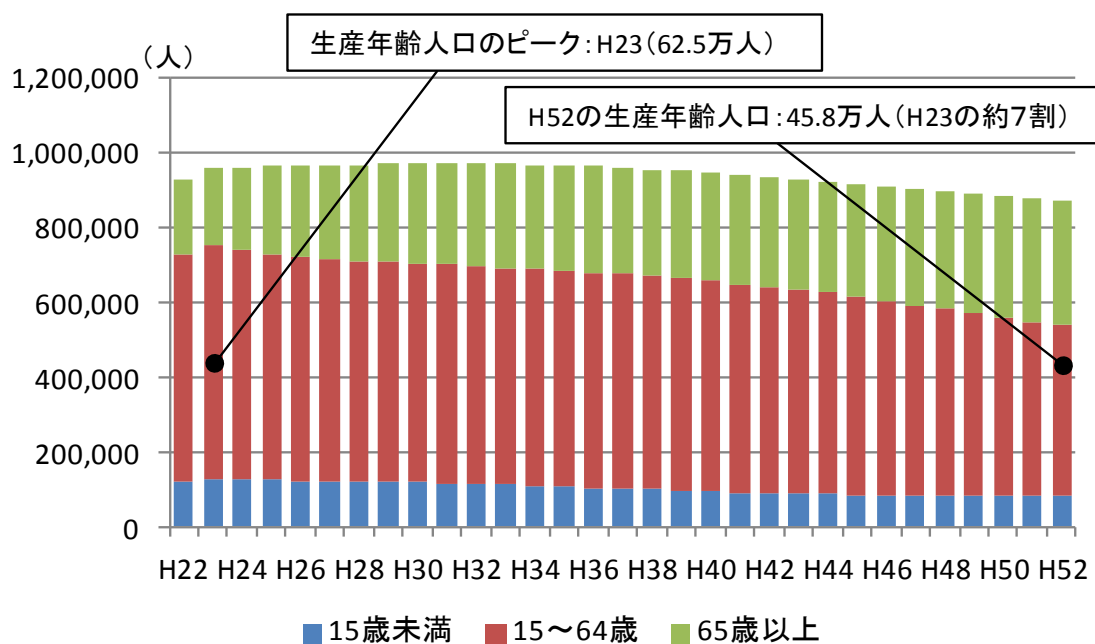
2. 広域経済圏の視点

①現状認識

<将来人口推計と影響>

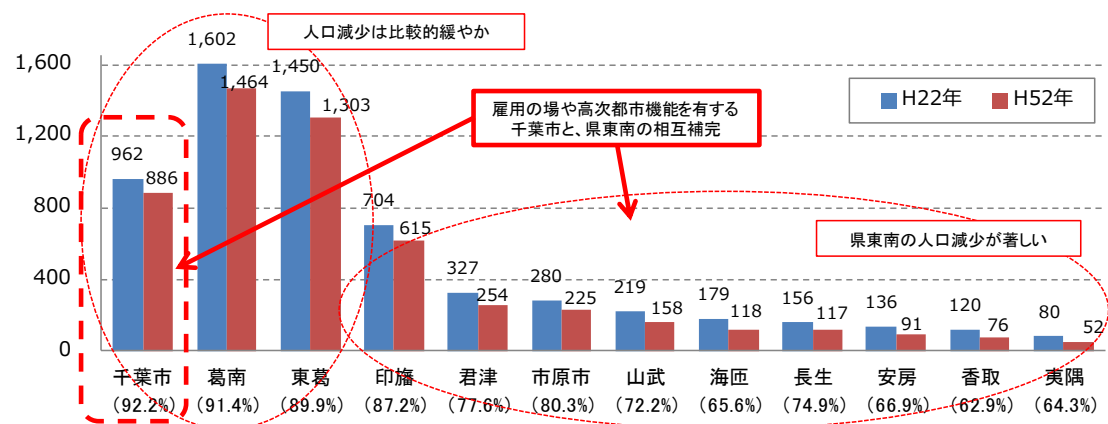
- 千葉市の総人口は、平成 32 年以降減少に転じることが予想されています。年齢3区分別にみると、今後生産年齢人口は減少し、高齢者人口が増加していくことから、市場規模の縮小と労働力不足という課題が顕在化すると予想されます。【図表 15】
- 千葉県全体でみると、人口の重心は徐々に県北西の東葛・葛南エリアの市部に移りつつある一方、千葉市周辺市町村や県東南部での人口減少が著しくなっています。県西の大都市であり、雇用や高次都市機能が集積する千葉市において、経済圏の核としての役割が高まりつつあります。【図表 16】

図表 15 千葉市の将来人口



資料) 千葉市「人口推計結果」より作成

図表 16 将来人口推計（地域振興事務所別）（単位：千人）



注釈) カッコ内の数値は、平成 22 年→平成 52 年の変化率

資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成 25 年 3 月推計）」より作成

②取るべき対応（課題）

- ✓ 人口構造の変容に伴い、周辺地域との機能補完により地域の生活を支えるサービスを提供するなど、千葉市を中心とした広域経済圏での市場形成をはかる必要があります。【図表 17】
- ✓ 広域経済圏を支える核都市として、周辺地域との補完により新たな産業を育成していくことで、県東南地域に対して雇用の場を提供するとともに、大都市特有の人材の多様性を活かし、チャレンジ精神に富む産業人材を育成・輩出していく必要があります。
- ✓ 生産年齢人口の減少に少しでも歯止めをかけるため、企業立地の促進することで新たな雇用の場を生み出す必要があります。

図表 17 千葉県の主要商圏の分布



資料) 千葉県「千葉県の商圏 平成 24 年度 消費者購買動向調査報告書」(平成 25 年 3 月)

第3章 千葉市産業の政策の方向性

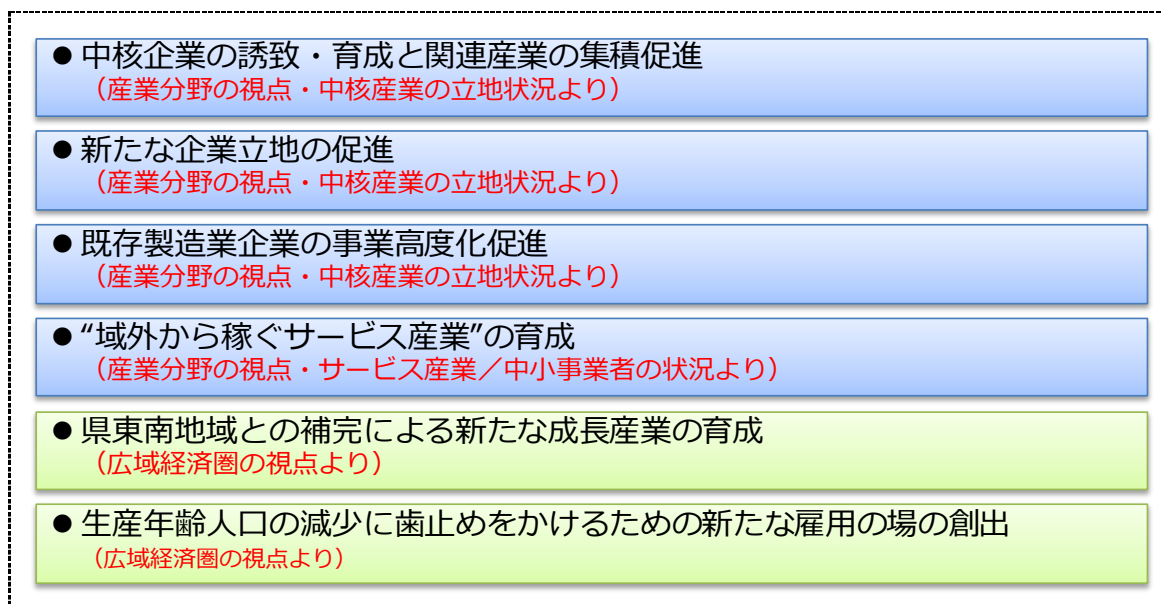
前章の「産業分野の視点」と「広域経済圏の視点」における現状認識と取るべき対応（課題）から、4つの政策の方向性を策定しました。

1. 競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長

千葉市には、内陸部や臨海部に特徴ある産業拠点が形成されており、製造業や流通業など多様な業種の集積がみられます。これらは、主に域外から資金を流入させる「域外市場産業」であり、地域経済の心臓部とも言える存在です。市の生産年齢人口が減少に転じつつある中、新たな企業立地や既存企業の事業高度化促進により、域外から資金を稼いでくる産業の集積を促進し、競争力のある産業集積を形成することは地域経済の成長のみならず、雇用確保の面からも一層重要性を増しています。

こうしたことから、本アクションプランでは、「競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長」を1つ目の政策の柱として設定し、競争力のある中核企業の集積を促進するとともに、地域経済の成長が図られる環境を構築していきます。【図表18】

図表 18 「政策の方向性」の導出(その1)



1. 競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長

- 競争力のある中核企業の集積促進
- 地域経済の成長が図られる環境の構築

2. 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築

地域の生活を直接支える小売業や生活関連サービス等の「域内市場産業」は、地域経済の「血液」と言えます。しかし、「域内市場産業」は、地域に市場が限られることから、人口減少が著しいなど市場規模が縮小する地域では、競争が不十分となり、生産性は低いものとなります。一方、人口規模・密度が比較的大規模な千葉市は、今後も集積の経済を享受できる上に、周辺地域からの流入による購買力の増加が期待できます。このため、今後は、自市のみならず、広域経済圏の市場形成も視野に入れながら、市民生活を支える持続性の高い地域経済を構築することが重要です。

こうしたことから、本アクションプランでは、「市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築」を2つ目の政策の方向性として設定し、持続的に発展する地域づくりや地域経済の活性化を図るとともに、市民生活を支える地域密着型サービス産業の振興を進めていきます。【図表19】

図表 19 「政策の方向性」の導出(その2)

- 県東南経済圏の市民生活を支えるサービス産業の生産性向上
(産業分野の視点・サービス産業／中小事業者の状況より)
- 千葉市を中心とした広域経済圏での市場形成
(広域経済圏の視点より)
- 県東南地域との補完による新たな成長産業の育成
(広域経済圏の視点より)



2. 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築

- 持続的に発展する地域づくりや地域経済の活性化
- 市民生活を支える地域密着型サービス産業の振興

3. MICE 誘致・観光プロモーション強化によるグローバルな観光需要の取り込み

幕張新都心地区では、幕張メッセという日本有数のコンベンション施設が立地し、数多くの国際的な見本市や展示会が開催されています。一方、市全体でみると、魅力的な観光資源が十分とは言い難く、今後の資源の掘り起こしや磨き上げが期待されています。

我が国の観光・MICE をめぐる経済社会環境をみると、訪日客数は増加基調にあり、さらに、平成 32 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを契機として、観光需要は更なる高まりが期待されています。こうした好機を捉え、MICE 誘致や観光プロモーションの強化によるグローバルな観光需要を取り込んでいくことが重要です。

こうしたことから、本アクションプランでは、「MICE 誘致・観光プロモーション強化によるグローバルな観光需要の取り込み」を 3 つ目の政策の方向性として設定し、経済波及効果の大きい MICE 誘致及び、「おもてなしダイバーシティ」を念頭においたインバウンド集客を促進するとともに、観光資源としての魅力の発掘とアクションプラン化、ターゲットごとの PR 戦略を実施します。【図表 20】

図表 20 「政策の方向性」の導出(その3)

- 幕張メッセへの積極的な M I C E 誘致と経済効果の最大化
(産業分野の視点・観光・M I C E の動向より)
- 国際的な会議やイベントの誘致に向けた開催ポテンシャルの PR
(産業分野の視点・観光・M I C E の動向より)
- 観光資源の磨き上げ等による世界の観光需要の取り込み
(産業分野の視点・観光・M I C E の動向より)



3. MICE 誘致・観光プロモーション強化によるグローバルな観光需要の取り込み

- 経済波及効果の大きい MICE 誘致の促進
- 「おもてなしダイバーシティ」を念頭においたインバウンド集客
- 各資源の観光魅力の発掘とアクションプラン化、ターゲットごとの P R 戦略の実施

4. チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出

千葉市は、県東南を含む広域経済圏の核となる大都市として、地域の生活を支えるサービスを提供するなど広域経済圏での市場形成や、県東南部に雇用を創出するなど、広域経済圏において経済・雇用面で牽引することが期待されています。特に、人材面においては、大都市特有の人材の多様性・集積性を活かし、チャレンジ精神に富む産業人材を育成・輩出していくことが重要です。

こうしたことから、「チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出」を、本アクションプランの4つ目の政策の方向性として設定し、将来の地域経済を牽引するスタートアップ企業を輩出していくとともに、学生・女性・シニア等の安定的な就労環境を確保します。さらに、将来の地域経済の担い手となる産業人材を育成していきます。【図表21】

図表 21 「政策の方向性」の導出(その4)

● 県東南地域との補完による新たな成長産業の育成
(広域経済圏の視点より)

● チャレンジ精神に富む産業人材の育成・輩出
(広域経済圏の視点より)



4. チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出

- 将来の地域経済を牽引するスタートアップ企業の輩出
- 学生・女性・シニア等の安定的な就労環境の確保
- 将来の地域経済の担い手となる産業人材の育成

第4章 政策を実現する施策導出へ向けた分析

策定した4つの政策の方向性に関連するもので、且つ、全国的な水準・観点から見た本市における代表的な強み／弱みと機会／脅威を抽出しました。

上記に併せて市内企業等へのヒアリング結果も踏まえた分析により、本市の経済成長へ向けて重点的に取り組むべき10の施策を策定しました。

1. 分析の枠組み

全国的な水準、観点からの千葉市における代表的な強み／弱みと機会／脅威を抽出、整理すると下記ようになります。これらの「強み」、「弱み」、「機会」、「脅威」をさらにクロスさせ、取り組むべき施策を導出しました。【図表22】

図表22 内部環境、外部環境からみた千葉市の強み／弱み・機会／脅威

内部環境	外部環境
【強み】 S1.千葉大学医学部・亥鼻 IP の存在 S2.幕張新都心地区における MICE 関連施設の立地 S3.臨海部の産業集積 S4.国内外への交通アクセス S5.政令市としての人口集積・市場規模	【機会】 O1.国による成長戦略の策定・地域経済の活性化に関する支援 O2.東京オリンピック・パラリンピックの開催 O3.社会経済情勢の変化に伴う消費者意識の多様化、安全志向の高まり
【弱み】 W1.地域ブランディング力の低さ W2.ものづくり産業の集積の低さ	【脅威】 T1. 企業のグローバル競争の激化 T2. 国内における企業立地を巡る厳しい競争環境 T3.人口減少等に伴う国内需要の停滞



		内部環境	
		【強み】(Strengths) ・千葉市の強み	【弱み】(Weaknesses) ・千葉市の弱み
外部環境	【機会】(Opportunities) ・千葉市が活用可能な外的機会	・「機会」を活かして「強み」をどう伸ばすか？	・「機会」を活かして「弱み」をどう補うか？
	【脅威】(Threats) ・千葉市が直面する外的脅威	・「強み」を活かして「脅威」をどう克服するか？	・「弱み」に対する「脅威」をどう回避するか？

2. 強み／弱み・機会／脅威の分析

(1) 強み

①千葉大学医学部・亥鼻イノベーションプラザの存在（S1）

- 市内亥鼻地区には、千葉大学亥鼻キャンパスとして、医学部および附属病院、薬学部・看護学部に加え、関連大学院が立地しています。また、同キャンパス内の中央部には、「千葉大亥鼻イノベーションプラザ（中小企業基盤整備機構千葉大学連携型起業家育成施設）」が整備されています。同キャンパスは、千葉駅等中心市街地にほど近く市内移動利便性も高くなっています。
- これらの拠点は、先端医療分野（創薬、バイオ、ヘルスケア、介護等）の研究開発と事業化を進める上で優れた立地環境にあります。

【図表23】

図表 23 千葉大亥鼻イノベーションプラザへのヒアリング記録

■千葉大亥鼻イノベーションプラザ

- 千葉大学亥鼻キャンパス内の医学部附属病院（臨床の現場）と医学部（基礎研究）の真ん中に立地し、医療系・メディカル系の研究開発を行うには最適な立地です。千葉大学医学部附属病院は、県内2番目の病床数（830床）を誇る中核的な医療機関です。外来患者数は毎日2,000～3,000人に上ります。また、看護学部の存在は、介護系ビジネスを展開する企業（デントタルサポート㈱）にとって重要な連携先であり、当プラザの特長の1つとなっています。
- 医療関係者が身近にいることも亥鼻イノベーションプラザやその入居企業にとって強みです。千葉大学側も、「治療学」をテーマとして、亥鼻キャンパスにおける医学と薬学の有機的統合を打ち出しているため、今後のさらなる連携が期待出来ます。

②幕張新都心地区におけるMICE関連施設の立地（S2）【図表24・25・26】

- 幕張新都心地区には、幕張メッセを中心としたコンベンション施設や、球場等のスポーツ施設、宿泊・商業施設が集積しています。
- 首都圏における MICE 関連施設の立地地域周辺と比較すると、コンベンション機能については国際空港や東京方面からのアクセスに優れ、施設規模や催事開催実績等からみても国内有数の集客拠点と言えます。
- 商業機能については、他の MICE 関連施設の立地地域と比べて、アウトレットや大型のショッピングモール等の集積が強みと言えます。
- 文化施設については、映画館や音楽劇場・美術館などの多様性が十分とは言い難いものの、県立幕張海浜公園やいなげの浜など、広大な緑地や公園施設が整備されており、散策や海水浴のほか、サマーソニック等の全国規模の文化イベントの開催地としても利用されています。
- 業務機能については、情報・通信産業が集積しているほか、大手小売企業や、大手通販企業等の本社機能の立地が進んでいます。

図表 24 MICE関連施設の立地比較

	幕張メッセ	パシフィコ横浜	東京ビッグサイト
開業年	平成元年 10 月	平成 3 年 7 月	平成 8 年 4 月
運営主体	(株)幕張メッセ	(株)横浜国際平和会議場	(株)東京ビッグサイト
出資者	千葉県 (20.0%)、(株)日本政策投資銀行 (20.0%)、千葉市 (12.5%) 等	横浜市 (24.58%)、神奈川県 (11.99%)、(株)日本政策投資銀行 (9.59%)、等	(株)東京臨海ホールディングス* (73.5%)、三井不動産(株)、(株)東芝、(株)日立製作所、三菱電機(株)等 *主要株主は東京都 (85.1%)
総敷地面積	217,152 m ²	50,734 m ²	243,419 m ²
展示場面積	72,000 m ²	20,000 m ²	80,660 m ²
展示場構成	1～8 ホール：54,000 m ² (6,750 m ² ×8 ホール) 9～11 ホール：18,000 m ²	展示ホール A,C：各 3,300 m ² 、展示ホール B,D：各 6,700 m ²	屋内展示場 2 棟 10 ホール (80,660 m ²)、屋外展示場 (9,000 m ²)、屋上展示場 (6,000 m ²)
コンベンションホール	コンベンションホール (1,390 m ²)	アネックスホール (1,350 m ²)	レセプションホール (1,700 m ²)、国際会議場 (1,030 m ²)
会議室	国際会議室 (635 m ²)、中会議室 10 室、小会議室 8 室	会議センター (大中小会議室約 50 室)	会議室 22 室 (35 m ² ～760 m ²)
その他	幕張イベントホール (3,098 m ²)	国立大ホール(約 5,000 席)	—
駐車場	5,550 台＋臨時駐車場	1,200 台＋臨時駐車場	520 台＋臨時駐車場
その他施設	レストラン (2 店舗)、売店 (5 店舗)、ビジネスセンター	レストラン、ビジネスセンター、ホテル (客室数約 600 室)	レストラン・カフェ (14 店舗) コンビニエンスストア (3 店舗)、ビジネスセンター
宿泊	アパホテル&リゾート ホテルグリーンタワー幕張 ホテルザ・マンハッタン ホテルスプリングス幕張 ホテルニューオータニ幕張 ホテルフアンクス	ホテル日航東京 ホテルグランドパシフィック・ル・ダ・パ 東京ベイ有明ワシントンホテル 東京ベイ有明クラブホテル&スパリゾート ホテルサルト有明	横浜ロイヤルパークホテル、ヨコハマグランドインターコンチネンタルホテル、横浜桜木町ワシントンホテル、ニューオータニ横浜、パシフィック横浜ベイホテル東急、北沢横浜
東京駅	鉄道 37 分 (東京～海浜幕張)	鉄道 34 分 (東京～みなとみらい)	鉄道 17 分 (東京～国際展示場)
成田空港	バス 41 分 成田空港第二 T～海浜幕張駅	鉄道 87 分 (成田空港～横浜) バス 125 分 (成田空港第 2T～横浜グランドインターコンチネンタルホテル)	鉄道 96 分 (成田空港～大崎～国際展示場) バス 60 分 (成田空港～東京ベイ有明ワシントンホテル)
羽田空港	バス 52 分 羽田空港国際線 T・第 1 T～海浜幕張 鉄道 76 分 羽田空港国際線 T～品川～海浜幕張	鉄道 39 分 (羽田空港国際線 T～京急蒲田～みなとみらい)	鉄道 37 分 (羽田空港国際線 T～天空橋～天王洲アイル～国際展示場) バス 25 分 (羽田空港～東京ビッグサイト)

注) H24. 3 時点

資料) 千葉県「幕張新都心の魅力を高めるための県市共同調査」平成 24 年 3 月

図表 25 幕張新都心地区の機能集積の状況

統計指標		幕張新都心	みなとみらい 21 地区	臨海副都心
基礎データ	居住人口	23,637 人	8,318 人	26,176 人
	世帯数	8,146 世帯	4,237 世帯	12,475 世帯
	従業員数	38,374 人	51,826 人	38,159 人
	来街者数	約 2,230 万人 (平成 22 年度)	5,800 万人 (平成 22 年)	4,800 万人 (平成 22 年) ※交通機関の利用 者数を合計
小売業	事業所数	225 件	390 件	370 件
	年間商品販売額	14,793,008 万円	38,858,206 万円	8,901,100 万円
	売場面積	61800 m ²	118990 m ²	96001 m ²
充足状況	人口千人あたり 事業所数	9.52	46.99	14.12
	来街者 10 万人 あたり事業所数	1.02	0.67	0.77
	従業員数あたり 事業所数	170.6	132.9	103.1
	面積あたり年間 商品販売額 (万 円/m ²)	239.4	326.6	92.7

注 1) 各統計指標から、3 地区の町丁部分を集計した。

注 2) H24.3 時点

資料) 千葉県「幕張新都心の魅力を高めるための県市共同調査」平成 24 年 3 月

図表 26 緑地・公園機能の立地比較

施設・機能	幕張新都心	みなとみらい 21 地区	臨海副都心
緑地・公園	県立幕張海浜公園 メッセモール 芝園公園 幕張海浜緑地 浜田川緑地 花見川緑地 (住宅地区内公園除く)	臨港パーク 象の鼻パーク 日本丸メモリアルパーク 赤レンガパーク 新港パーク 運河パーク グランモール公園 高島中央公園 高島水際線公園	お台場海浜公園、台場公園、 お台場レインボー公園 潮風公園 シンボルプロムナード公園 青海南ふ頭公園 青海中央ふ頭公園 暁埠頭公園、水の広場公園 有明西ふ頭公園 東京臨海広域防災公園
港湾機能	-	横浜新港客船ターミナル みなとみらいさん橋・海上旅 客ターミナル	有明客船ターミナル 青海客船ターミナル 東京港フェリーターミナル

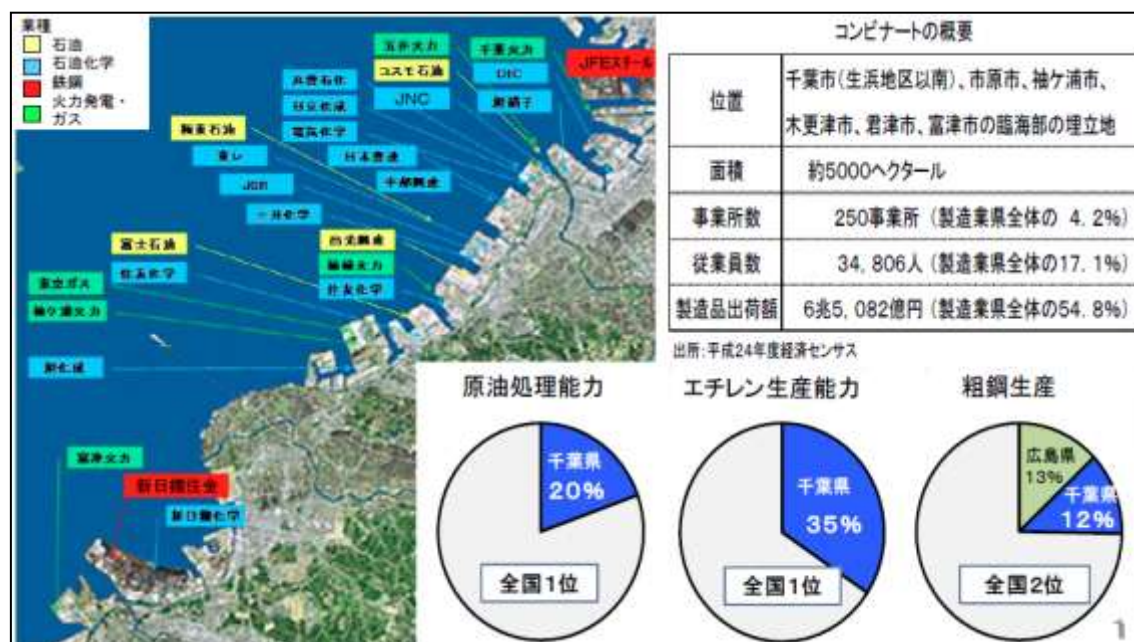
注) H24.3 時点

資料) 千葉県「幕張新都心の魅力を高めるための県市共同調査」平成 24 年 3 月

③臨海部の産業集積（S3）

- 臨海部の「蘇我地区」には、昭和 20 年代に川崎製鉄（現：JFE スチール）、昭和 30 年代に東京電力千葉火力発電所が進出した地区であり、現在に至るまで、鉄鋼・電力等の大規模工場が立地し、京葉工業地帯の一翼を担う素材型工業の集積地域となっています。【図表 27】
- 京葉臨海コンビナート地域では、鉄鋼業、石油精製、石油化学工業の大型設備が密集しており、大量の水素発生及び消費がなされています。
- 「中央港・新港地区」は、千葉食品コンビナートを中心として製造・運輸業、自動車整備・自動車小売業等が集積している。特に、千葉食品コンビナートは、農林水産省「食品工業団地形成促進要綱」に基づく食品工業団地の適正化モデルとされています。

図表 27 京葉臨海コンビナートの概要



資料）規制改革会議 投資促進ワーキング・グループ第7回会議資料（平成 27 年 3 月）

④国内外への交通アクセス（S4）

- 市外への主要公共交通ネットワークは、JR 線（総武線（緩行・快速）、京葉線、外房線、内房線）と京成線等により構成されています。特に成田市に位置する成田国際空港と世界各地を結ぶ国際航空ネットワークは、34 カ国3地域、100 都市へ広がっており、千葉市からこの空港への利便性は、首都圏主要都市の中でも極めて高くなっています。千葉駅からは鉄道を利用し約 36 分で、また、幕張新都心からもリムジンバス利用により約 40 分で到着可能です。【図表 28】
- なお、近年国際化が進む羽田空港には、千葉市へおよそ 80 分～100 分程度でアクセスすることができます。【図表 29】

図表 28 成田国際空港における海外都市・国への乗り入れ状況



資料) 成田国際空港株式会社ウェブサイト

図表 29 成田国際から首都圏主要都市へのアクセス



資料) 成田国際空港株式会社ウェブサイト

⑤政令市としての人口規模・市場性（S5）

- 全国の大都市（政令市・都区部）のなかでも 14 位、96 万人の人口を有し、人口密度は 9 位とより上位です。市内を主たるマーケットとしたビジネスの事業採算性が確保しやすい可能性や、ビジネスに必要な人材確保の面でメリットが享受しやすい環境と言えます。【図表 30】
- 従業者 1 人あたりの小売販売額は、6 位と比較的高く、商業が活発な様子がうかがえます。【図表 31】

図表 30 人口・人口密度

都市名	人口	順位	都市名	人口密度	順位
東京都区部	8 996 073	1	東京都区部	14 440	1
横浜市	3 697 006	2	大阪市	12 006	2
大阪市	2 677 375	3	川崎市	9 970	3
名古屋市	2 266 851	4	横浜市	8 499	4
札幌市	1 928 776	5	名古屋市	6 944	5
神戸市	1 542 128	6	さいたま市	5 680	6
福岡市	1 492 254	7	堺市	5 617	7
京都市	1 472 578	8	福岡市	4 367	8
川崎市	1 439 164	9	千葉市	3 541	9
さいたま市	1 235 428	10	神戸市	2 790	10
広島市	1 181 410	11	相模原市	2 189	11
仙台市	1 060 877	12	北九州市	1 985	12
北九州市	971 788	13	熊本市	1 894	13
千葉市	963 557	14	京都市	1 779	14
堺市	842 426	15	札幌市	1 720	15
新潟市	811 386	16	仙台市	1 350	16
浜松市	797 039	17	広島市	1 305	17
熊本市	737 689	18	新潟市	1 117	18
相模原市	719 709	19	岡山市	902	19
岡山市	712 775	20	浜松市	512	20
静岡市	712 330	21	静岡市	505	21

注）平成 24 年 10 月 1 日現在、単位：人（左）、人/k m²（右）

資料）国勢調査報告

図表 31 1 事業所あたり年間商品販売額、大型小売店売り場面積あたり年間商品販売額

都市名	従業者1人当たり 小売業年間販売額	順位	都市名	大型小売店売場面 積(1千㎡)当たり年 間商品販売額	順位
東京都区部	2 694	1	東京都区部	126 547	1
大阪市	2 615	2	大阪市	109 511	2
名古屋市	2 416	3	京都市	90 667	3
横浜市	2 366	4	横浜市	89 916	4
福岡市	2 362	5	名古屋市	87 673	5
千葉市	2 265	6	川崎市	80 575	6
仙台市	2 210	7	仙台市	78 935	7
岡山市	2 177	8	神戸市	77 423	8
浜松市	2 143	9	福岡市	73 013	9
神戸市	2 133	10	千葉市	71 610	10
京都市	2 129	11	さいたま市	70 112	11
広島市	2 116	12	札幌市	68 088	12
札幌市	2 115	13	堺市	64 556	13
熊本市	2 103	14	新潟市	64 464	14
新潟市	2 101	15	静岡市	64 273	15
さいたま市	2 076	16	浜松市	59 748	16
堺市	2 065	17	広島市	59 578	17
川崎市	1 983	18	相模原市	58 038	18
静岡市	1 911	19	岡山市	56 997	19
北九州市	1 883	20	北九州市	49 156	20
相模原市	1 828	21			

注) 平成 24 年 10 月 1 日現在、単位：万円（両表とも）、右表は熊本市のデータなし。

資料) 平成 24 年 経済センサス活動調査、平成 24 年末商業動態統計調査

(2) 弱み

①地域ブランディング力の弱さ (W1)

- 市内陸部には畑を中心に多様な農産物が生産されており、特にらっかせいは全国の約7割を占め、日本一の生産量を誇る千葉県において、八街市に次ぐ生産量を誇っています。また、市内に漁港は存在しないものの、東京湾に面した立地には、多くの水産物が流通し、海苔、貝類などの加工食品が製造されるなど、食材の面でも豊かな住環境を形成しています。
- しかし、多くのものが得られ、多くのものを製造してきたからこそその課題として、『千葉市と言えば』といった問いに答えられる食品が存在しないように、地域資源のブランディングは十分に進んでいません。
- 地域資源のブランディングに係る取り組み実績として、中小企業庁による地域資源活用促進法・農商工連携促進法、農林水産省による6次産業化・地産地消法等に基づく事業者向け支援が存在しますが、これらの支援制度を活かした事業者は千葉市内にほぼいません。(参考：地域資源活性化法に基づく認定事業者：千葉県内 21 件中 2 件、農商工等連携促進法に基づく認定事業者：千葉県内 16 件中 0、6 次産業化・地産地消法にもとづく総合化事業計画認定件数は、千葉県は全国第 25 位(25 件))。
【図表 32・33・34】

図表 32 中小企業地域資源活用促進法に係る地域資源の指定状況

○平成 26 年 2 月 14 日現在、307 の地域資源が指定されており、うち千葉市を含む地域資源については、以下のとおりです(県全域を指定している資源はのぞく)。

(1)農林水産物(全 83)

5.千葉のさつまいも、7.千葉のなし、8.千葉のトマト、9.千葉のネギ、10.千葉のニンジン、11.千葉のさといも、39.千葉の植木

(2)鉱工業品および鉱工業品の生産に係る技術(全 32)

6.天然ガス、7.ヨード、32.鉄砲漬け

(3)文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源(全 192)

38.幕張新都心、39.加曽利貝塚、40.月ノ木貝塚、41. 犢橋貝塚、42.花輪貝塚、43.荒屋敷貝塚、48.御成街道、90.千葉ポートタワー、91.千葉寺ノ公孫樹、92.千葉神社、93.千葉市民花火大会、94.浅間神社の神楽、95.稲毛の松林、96.昭和の森、97.千葉都心イルミネーション(ルミラージュちば)、98.千葉公園、99.泉自然公園、129.八街産落花生農園、132.千葉のさつまいも農園、134.千葉のなし農園、135.千葉のトマト農園、136.千葉のネギ農園、137.千葉のにんじん農園、138.千葉のさといも農園、156.千葉の植木農園

資料)Jnet21

図表 33 千葉県内の「地域産業資源活用事業計画」法認定事業一覧

認定日	事業者	事業名（①事業名、②連携体、③活用する地域資源）
H26.7.7 (第 23 号)	まくら(株) (柏市)	①千葉県産の落花生の殻を使用した「枕」の開発及び販売事業 ②県内企業施設・研究所等 ③千葉の落花生
H25.10.16 (第 21 号)	(有)銚子海洋研究所(銚子市)	①銚子ジオパークをはじめ銚子の地域資源を組み合わせた新たな着地型観光プログラムの提供 ②銚子ジオパーク推進協議会、銚子電鉄、額賀染物工場等 ③銚子ジオパーク、銚子電鉄、万祝染、灯台印キャベツ
H25.10.16 (第 21 号)	(株)ティ・エス・シー (木更津市)	①サンブスギの間伐材を利用した集成材ブロック床材の新商品開発・生産・販売事業 ②千葉県森林整備協会、製材業者、プレス加工会社等 ③サンブスギ
H25.2.4 (第 19 号)	(有)スズ市水産(南房総市)	①低活用鮮魚を原材料とする定型・定量を可能とするファストフィッシュ水産加工品の開発及び販売 ②漁業協同組合連合会、地元飲食・観光事業者等 ③サバ、アジ、サンマ
H24.2.9 (第 16 号)	(有)マルヨーのり製造所(富津市)	①富津産江戸前海苔を使ったライスサンドの開発と製造販売事業 ②地域農林漁業者、地域商工業者等 ③海苔、アジ、アサリ、アナゴ
H23.10.14 (第 15 号)	田谷ミートセンター(株) (香取郡東庄町)	①「ちばの豚」と「ちばの肉牛」の特殊部位を使用した食肉加工品の開発 ②林豚肉出荷組合、東の匠 SPF 豚、周辺地域畜産農家等 ③ちばの豚、ちばの肉牛
H23.2.8 (第 13 号)	(株)小林商事(旭市)	①独自加圧浸透技術・ドライ技術を活用した地元産食材新ドライフーズの開発及び販売事業 ②落花生、いちご、さつまいも、トマトの各生産者等 ③千葉の落花生、八街産落花生、千葉のいちご、千葉のさつまいも、千葉のトマト
H22.6.15 (第 11 号)	(株)ファームネットジャパン(香取市)	①千葉県産豚を活用したパーティー用骨付きハムおよびサラダセットの新開発と販売事業 ②養豚業者、野菜の生産者グループ等 ③ちばの豚、千葉のトマト、千葉のニンジン
H22.2.10 (第 10 号)	(株)ちば南房総(南房総市) ※2	①南房総のこだわり素材を使った乳製品開発と収穫・加工体験事業 ②安藤牧場、三芳生産グループ、周辺農家等 ③ちばの牛乳
H21.11.20 (第 9 号)	吉野酒造(株) (勝浦市)	①未利用資源である「梅」「夏みかん」等果樹類を活用したリキュール開発販売事業 ②梅農家・果樹農家、宿泊施設等 ③千葉の清酒
H21.11.20 (第 9 号)	小町食品(株) (銚子市)	①千葉県産落花生と千葉県産農産物を活用した地域お菓子の製造販売ネットワークの展開 ②農業生産者・農業生産者組合、観光農園、直売所、土産物店等 ③千葉の落花生、千葉のさつまいも、銚子メロン、千葉のいちご
H21.6.29 (第 8 号)	(株)リカンヌ(市川市)	①地域ブランド「市川の梨」等による商品に合わせたピュレ製造販売

認定日	事業者	事業名（①事業名、②連携体、③活用する地域資源）
		②市川地域ブランド協議会 ③市川のなし・市川の梨
H21.6.29 (第8号)	(株)旦千花（八街市）	①八街産落花生を活用した落花生味噌と落花生納豆の開発・販売 ②地域の協力農家等 ③八街産落花生
H21.6.29 (第8号)	コード建材(株) (富津市)※ 1	①室内の微生物を除菌するコード樹脂系建材の開発・事業化 ②関東天然瓦斯開発(株)、(株)チヨダウーテ、地域左官工事業、千葉大学真菌医学センター、北里医療環境センター等 ③コード
H20.9.19 (第5号)	(株)生産者連合 デコボン（成田市）	①千葉特産品のB品を活用した「素材を最大限に活かした栄養価が高く安全でおいしいペーストづくりと、それを原料とした新たな商品開発と販売」事業 ②成田市地域農業活性化協議会、成田市消費者友の会等 ③千葉のさつまいも、千葉のニンジン
H20.9.19 (第5号)	(株)シェフミート チグサ（千葉市）	①千葉県産のB級品ピーナッツ・北総ポークを活用した食肉加工品の研究開発及び販売 ②(株)氷温技術研究所、(財)食品分析センター等 ③ちばの豚、千葉の落花生
H20.6.13 (第4号)	(株)ヤマヨ商事 (千葉市)	①長柄町伝統郷土料理“太巻き花寿司”の技術、文化伝承の為の製品開発とそのブランド化 ②(有)長柄さくらの郷、たけのこ生産組合等 ③太巻き寿司、ちばの牛乳、千葉のネギ、千葉のさつまいもほか
H20.3.6 (第3号)	(株)倭和テクノ ス（市原市）	①サンブスギの端材を活用したウッドプラスチックプロジェクト ②新生木材協同組合、吉山プラスチック工業(株)等 ③サンブスギ
H19.12.1 3(第2号)	富洋観光開発 (株)（富津市）	①「南総まるごと食べるっぺよ」千葉県産の果物をふんだんに活用した「南総ロール」商品開発と販路拡大事業 ②果物・酪農農家、観光農園等 ③バームクーヘン、ちばの牛乳、房州びわ、夏みかん
H19.10.1 2(第1号)	(株)ボン・シェ ール(香取市)	①江戸優りのまち・佐原グルメまちぐるみダイニング事業 ②佐原まちづくり観光アカデミー、佐原エリアの飲食店等 ③佐原の歴史的町並み、佐原の山車行事、北総のポーク
H19.10.1 2(第1号)	(株)とみうら (南房総市)	①枇杷倶楽部ブランド化戦略プロジェクト ②びわ栽培農家等 ③房州びわ

注1) 新日本改修建設(株)(君津市)から事業者変更(分社化によるもの)

注2) (株)鄙(ひな)の里(同市)から事業者名称変更

資料) 千葉県 HP「『地域産業資源活用事業計画』の法認定を受けた県内中小企業の取組紹介」(H26.7.10 現在)

図表 34 6次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画認定の件数(H25.10.31 現在)

全国順位	都道府県名	件数
1位	北海道	99
2位	兵庫	73
3位	長野	70
25位	千葉	25
全国計	—	1681

資料) 千葉県資料

②ものづくり産業の集積の低さ（W2）

- 千葉市は、第3次産業従業者が全国5位と高い一方、製造業の従業者数は18位となっており、ものづくりに関わる従業者数は多くありません。【図表35】
- 製造業の事業所数も政令市の中では最も少なくなっています。従業員規模別にみると、300人以上の大企業数のシェアは51.8%で、政令市の中では16位です。【図表36】

図表 35 第3次産業従業者割合、製造業従業者割合

都市名	第3次産業 従業者割合	順位	都市名	製造業の 従業者割合	順位
福岡市	89.1	1	浜松市	24.8	1
札幌市	87.7	2	堺市	19.3	2
仙台市	87.3	3	相模原市	16.9	3
東京都区部	87.2	4	静岡市	16.5	4
千葉市	85.4	5	川崎市	16.0	5
熊本市	85.4	6	北九州市	13.4	6
大阪市	84.2	7	京都市	13.1	7
さいたま市	83.8	8	神戸市	12.6	8
横浜市	83.2	9	岡山市	11.6	9
神戸市	83.1	10	新潟市	11.2	10
名古屋市	82.5	11	広島市	10.8	11
京都市	82.5	12	名古屋市	10.6	12
広島市	81.9	13	大阪市	10.1	13
岡山市	81.0	14	横浜市	10.0	14
新潟市	79.0	15	さいたま市	8.9	15
北九州市	77.8	16	熊本市	7.4	16
川崎市	77.3	17	東京都区部	7.4	17
静岡市	75.9	18	千葉市	6.9	18
相模原市	75.6	19	札幌市	4.7	19
堺市	73.9	20	福岡市	4.2	20
浜松市	68.1	21	仙台市	4.0	21

注）平成24年10月1日現在、単位：％（両表とも）

資料）平成24年 経済センサス活動調査

図表 36 製造業の規模別事業所数と大企業のシェア

都市名	製造業 事業所数	従業員規模 10～299人	従業員規模 300人以上	大企業 シェア	順位
札幌市	1 186.0	13.0	566.0	47.7%	8
仙台市	603.0	19.0	308.0	51.1%	15
さいたま市	1 221.0	12.0	565.0	46.3%	6
千葉市	529.0	20.0	274.0	51.8%	16
東京特別区	13 338.0	1.0	4 722.0	35.4%	1
横浜市	3 007.0	4.0	1 475.0	49.1%	11
川崎市	1 469.0	10.0	649.0	44.2%	5
相模原市	1 068.0	16.0	518.0	48.5%	9
新潟市	1 160.0	14.0	646.0	55.7%	18
静岡市	1 727.0	8.0	804.0	46.6%	7
浜松市	2 412.0	6.0	1 216.0	50.4%	12
名古屋市	5 078.0	3.0	2 109.0	41.5%	4
京都市	2 922.0	5.0	1 208.0	41.3%	3
大阪市	7 591.0	2.0	3 084.0	40.6%	2
堺市	1 659.0	9.0	846.0	51.0%	14
神戸市	1 862.0	7.0	907.0	48.7%	10
岡山市	974.0	17.0	545.0	56.0%	19
広島市	1 403.0	11.0	745.0	53.1%	17
北九州市	1 112.0	15.0	649.0	58.4%	20
福岡市	916.0	18.0	462.0	50.4%	13

資料) 平成 24 年 経済センサス活動調査

(3) 機会

①国による成長戦略の策定・地域経済の活性化に関する支援(01)【図表37・38・39】

- 平成 24 年 12 月、第 2 次安倍内閣が発足しました。これに伴い、経済政策の第三の矢である成長戦略「日本再興戦略」が平成 25 年 6 月 24 日に閣議決定されました（平成 26 年 6 月 24 日改訂）。法制度面でも、産業競争力強化法、小規模基本法等の制定・施行を通じ環境整備が進められました。
- 各省庁は、政策分野毎に日本再興戦略等と連携をとった施策・事業を展開しています。経済産業省（ものづくり白書）や中小企業庁（中小企業白書）等では、平成 25 年および 26 年版の白書において、具体的な施策・事業の概説がなされていますが、さらに政策に関わる直近の潮流を各省庁独自の分析で行っています。
- 推進体制面では、国・地方が一体となった体制構築に向け「地方産業競争力協議会」が設置されました。千葉市を含む関東ブロックにおいても、関東地方産業競争力協議会が平成 26 年 3 月に「関東地方産業競争力強化戦略～関東地方全体の「連携」で産業競争力を強化する」を策定、連携を強化していく方針が明確化されています。
- 平成 26 年 9 月、安倍政権は「地方創生」を最重要課題と位置づけ、同年 12 月に「まち・ひと・しごと創生法」が制定され、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定されました。同法・同戦略に基づき、地方公共団体は、平成 27 年度中に、「地方人口ビジョン」「地方版総合戦略」を策定します。同戦略等にもとづき、地方創生に向けて施策・事業が進められる見通しとなっています。

図表 37 「日本再興戦略 2014 改訂」のポイント

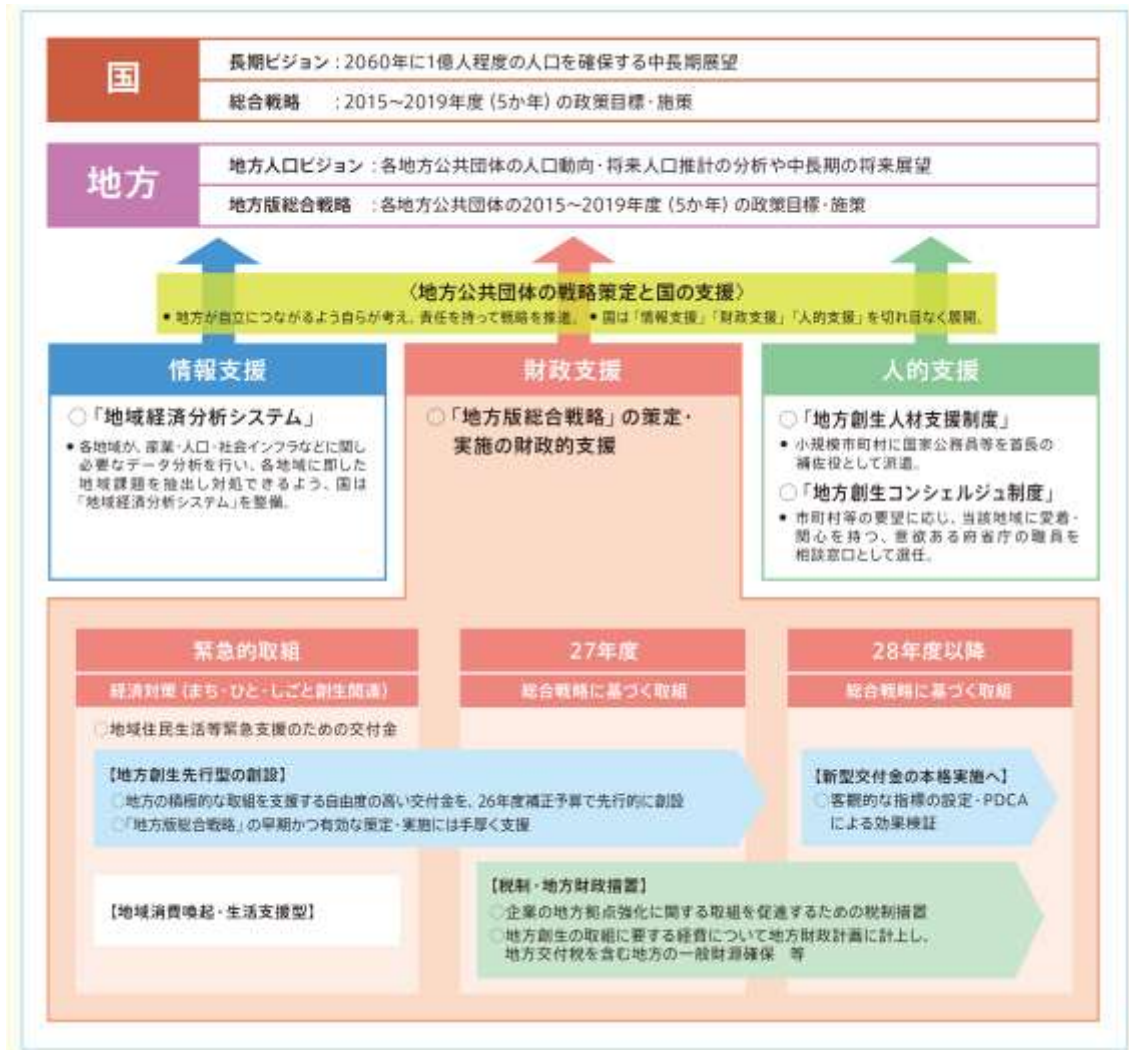
「実行計画」の概要	
● 産業競争力強化法に基づき、成長戦略関連の重点施策の実行を加速化・深化するため策定。 ● 当面3年間に実施される、規制・制度改革を中心とする施策について、実施期限や担当大臣を明示。 ● 生産性の高い設備への投資を促進するための取組や、医療分野の研究開発の司令塔機能の創設、電力小売への参入自由化などの取組を明記。	
重点施策に関する記載の例	
民間投資・産業の新陳代謝の促進、中小企業等の革新 ～日本経済の3つのゆがみ(「過小投資」「過剰規制」「過当競争」)を是正し、グローバル競争に勝ち抜く筋肉質の経済に変革する～	「全員参加型社会」に向けた雇用・人材制度改革 ～失業なき労働移動を進め、女性や若者等の活躍の機会を拡大し、その能力を存分に発揮できる全員参加型の社会を構築する～
➢ 産業競争力強化法に基づく制度の実行、投資促進税制等 ➢ 社外取締役導入促進のための会社法改正案(臨時国会提出:継続審議中)の早期成立、日本版スチュワードシップ・コード(機関投資家に企業との建設的な対話を促すための原則)の2月中のとりまとめ ➢ クラウド・ファンディング(インターネットを活用して多数の者から少額ずつ資金を集める仕組み)の利用促進 ※ その他、小規模事業者の振興、地域ブランドの保護、公的・準公的資金の運用等の見直しについて工程表を踏まえた対応 等	➢ 労働移動支援助成金を抜本的に拡充し、平成27年度までに雇用調整助成金と予算規模を逆転 ➢ 高度な専門知識等を有し高収入を得ている者等について、有期雇用の在り方等を見直し ➢ いわゆる26業種に該当するかどうかで派遣期間の取扱いが変わる現行制度のあり方等を見直し ➢ 高度外国人材ポイント制の見直し ※ その他、学び直しの支援や次世代育成支援対策推進法の延長や新たな認定制度の創設 等
イノベーションの推進、ITの活用、立地競争力の強化 ～フロンティア開拓のための「技術立国」、世界最高水準のIT社会を実現。産業基盤強化や都市の競争力を高め、企業が活動しやすい国を創る～	戦略市場における競争力強化、国際展開の促進 ～エネルギー制約や健康医療などの社会課題をチャンスと捉え、我が国の技術力を活かして、急速に拡大する世界の市場を獲得する～
➢ 総合科学技術会議の司令塔機能強化 ➢ 国家戦略特区について平成26年3月目途の区域指定、規制の特例措置を盛り込んだ特区計画の認定 ➢ コンパクトシティ等の推進、持続可能な地域公共交通ネットワークの実現、中心市街地の活性化 ➢ ビッグデータ時代におけるパーソナルデータの利活用促進 ※ その他、都市再生と連携した首都高線の再生、公共データの民間開放 等	➢ 生産調整について見直すとともに、米の直接支払交付金を平成30年度米から廃止すべく、平成26年度米から単価を削減、畑作物の直接支払交付金等について担い手を対象として実施 ➢ 医療分野で研究管理の実務の中核を担う独立行政法人(日本医療研究開発機構)設立 ➢ 電力システム改革の第2段階として、電気小売への参入自由化 ➢ 交通インフラ・都市開発の海外展開支援スキームの創設 ※ その他、農地中間管理機構の整備、インフラ輸出等の促進のためリスクの引受範囲の拡大、 等

図表 38 国等の経済産業振興政策における着眼点

「日本再興戦略」改訂2014～未来への挑戦	第一に、「企業の稼ぐ力を取り戻す」としてコーポレートガバナンスのあり方が問われる時代が到来していると指摘しています。新たな産業経済の担い手として、女性・若者・高齢者の活躍や外国人材に期待。戦略市場創造プランでは、新たな成長エンジンとして4点あります。①健康・ヘルスケアサービス、②クリーンエネルギー、③安全なインフラ、④地域資源で稼ぐ社会の実現(農工商・6次産業化、観光等)
関東経済産業局成長産業育成戦略検討委員会	局において、24年ぶりに取り纏めた成長戦略です。需要者の視点にたち4つの目標を掲げ、うち関東経済産業局が実行すべき取り組みとして、①新産業の創出に必要なソフト基盤:1)健康・医療・福祉関連産業、2)エネルギー関連産業、3)クリエイティブ産業、4)航空宇宙産業など先端もののづくりに対する支援を実行します。
ちいさな企業未来会議	中小企政策審議会企業力強化会議内“ちいさな企業”未来応援会議の提言により小さな企業に焦点をあてた政策が一層重視されています。(小規模企業振興基本法案成立)
中小企業白書 2013年版、2014年版	○2013年版 中小企業に対する支援は①起業・創業、②新事業展開、③事業承継、④情報技術の活用です。特に②は、地域需要創出型(地域に身近な事業展開を目指す起業・層状)とグローバル成長型に大別し、今後超高齢社会が到来するわが国にあって、成長が期待されるとしています。 ○2014年版 今後のわが国の経済成長や雇用創出の担い手としての小規模事業者に焦点をあて、需要開拓支援を重視しています。「ちいさな企業」に対して地域に眠るリソースのブランド化を促す他、支援機関の連携を重視しています。

資料) 各種資料より三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング作成

図表 39 地方創生に係る戦略等の全体像



資料）内閣官房まち・ひと・しごと創生本部「まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」」

②東京オリンピック・パラリンピックの開催（O2）

- 平成32年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、経済波及効果・雇用誘発が期待されています。【図表40】

図表 40 東京オリンピック・パラリンピック（平成 32 年）開催に伴う経済波及効果
（全国・東京都）

■需要増加額				■経済波及効果			
項目	東京都	その他の地域	全国	項目	東京都	その他の地域	全国
施設整備費	3,557	0	3,557	生産誘発額	16,753	12,856	29,609
大会運営費	2,951	153	3,104	付加価値誘発額	8,586	5,624	14,210
その他 ^(注)	3,161	2,417	5,578	雇用者所得誘発額	4,687	2,846	7,533
総計	9,669	2,570	12,239				

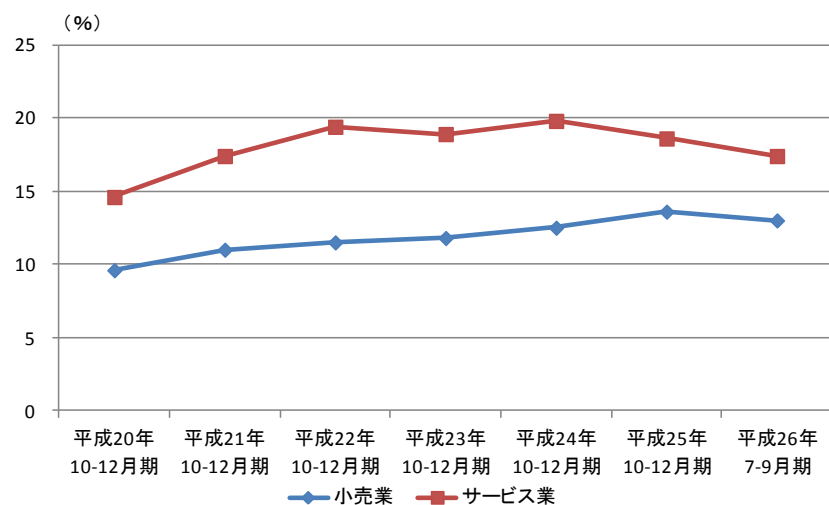
■雇用誘発数	
項目	雇用誘発数
東京都	83,706
その他の地域	68,496
全国	152,202

注釈）「その他」とは、大会関係者や観戦客の消費支出、家計消費支出など
資料）（特非）東京 2020 オリンピック・パラリンピック招致委員会・東京都スポーツ振興局報道発表資料（平成 24 年 6 月 7 日）

③消費者ニーズの多様化・高度化、安全志向の高まり（O3）

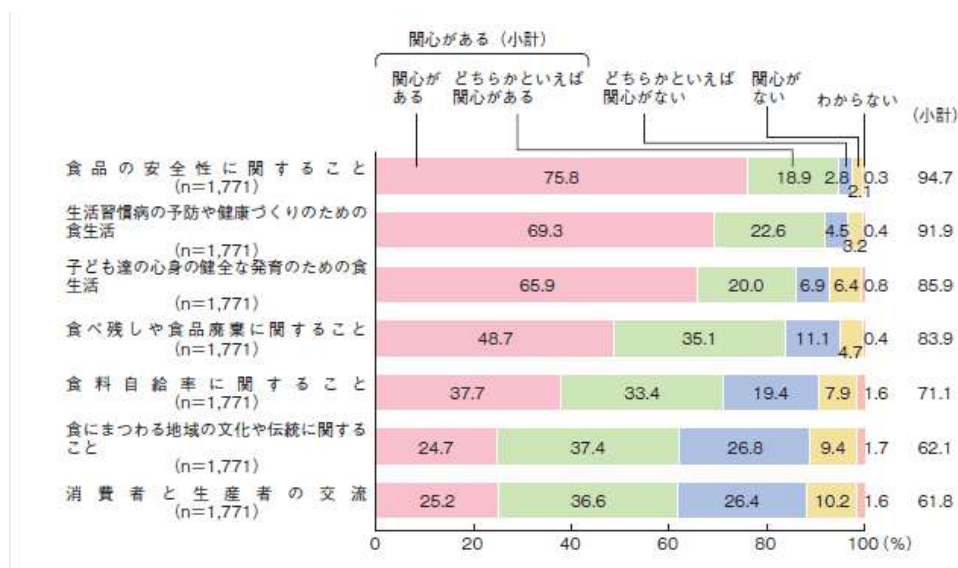
- 小売業・サービス業においては、消費者（利用者）ニーズの変化への対応を課題として捉える中小企業が一定数存在し、消費者ニーズの多様化・高度化が進んでいることがうかがえます。また、食品の安全性や生活習慣病の予防や健康づくりのための食生活について、関心のある人が多くなっています。【図表41・42】

図表 41 経営上の課題として「消費者（利用者）ニーズの変化への対応」を1位にあげた中小企業の割合変化（小売業・サービス業）



資料) 独立行政法人中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」より作成

図表 42 食生活への関心度



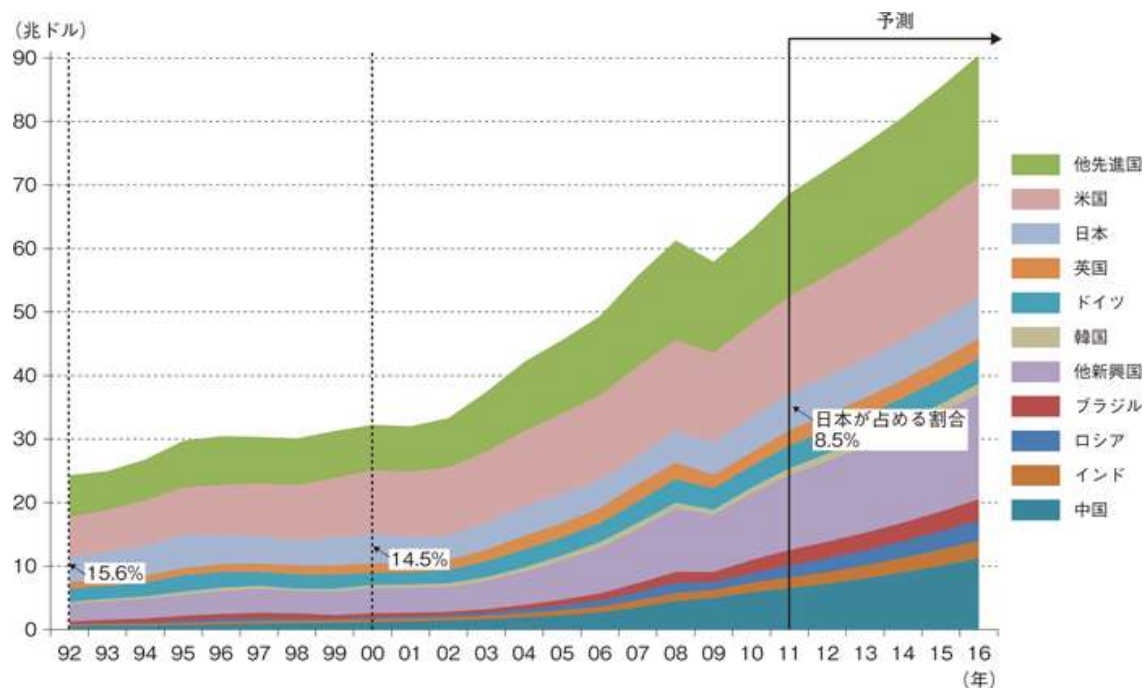
資料) 内閣府「平成26年版食育白書」

(4) 脅威

①企業のグローバル競争の激化 (T1)

- 世界の名目 GDP の推移をみると、アジア等新興国の GDP が拡大しているのに対し、世界全体に占める我が国の GDP シェアは低下しています。【図表 4 3】
- 日本国内の製造業における海外設備投資比率は、平成 22 年以降、円高とリーマン・ショック以降の新興国でのグローバル展開を背景に、急激に増加していましたが、近年、頭打ちとなっています。一方、国内法人設備投資額が増加の兆しを見せています。【図表 4 4】

図表 43 世界の名目 GDP の推移

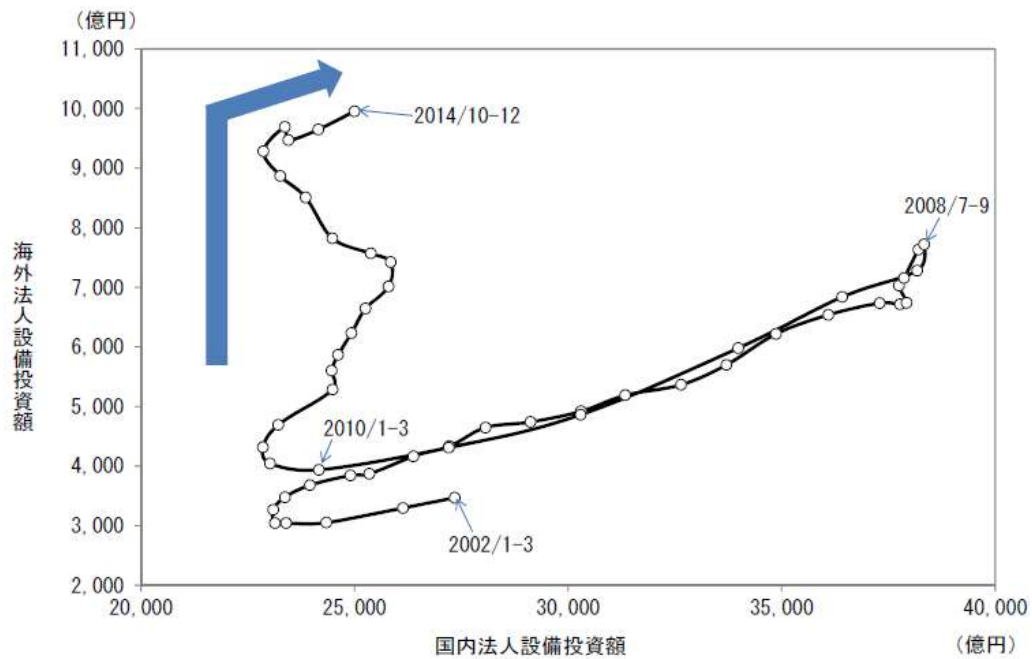
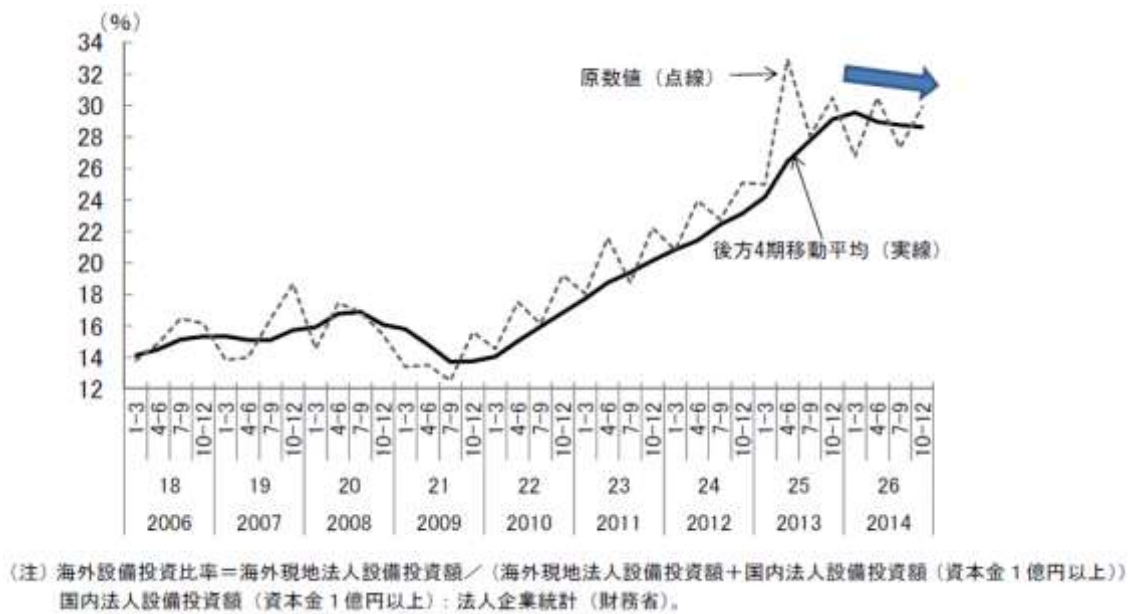


資料：経済産業省「通商白書2011」から中小企業庁作成

(注) IMF「World Economic Outlook, April 2011」から作成しており、2011年以降は推測値である。

資料) 経済産業省中小企業庁「2012年版 中小企業白書」(平成24年6月更新)

図表 44 上段：海外設備投資比率の推移（製造業）
下段：国内・海外の設備投資の推移（製造業）

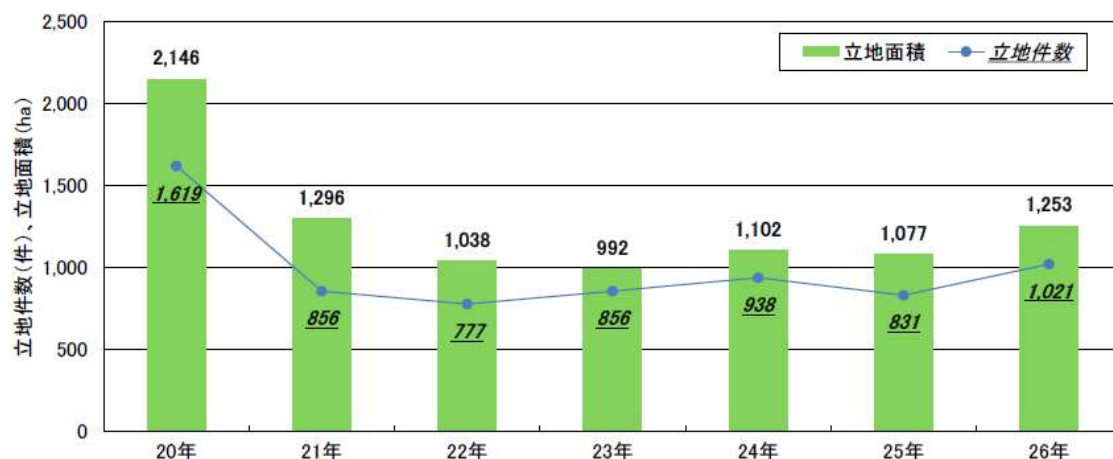


資料) 経済産業省「海外現地法人の設備投資の動向」(平成 27 年 3 月)

②国内における企業立地を巡る厳しい競争環境（T2）

- 全国の工場立地件数は、リーマン・ショックや円高の影響を受け、低水準にありましたが、平成 26 年は立地件数・立地面積ともに前年を上回り、立地件数では平成 21 年以降で最も多くなる見込みです。こうした動向は、円安の進行、中国等の人件費高騰等に伴う製造業の国内回帰と無関係ではないものの、今後も、製造業企業による生産拠点等の新設、閉鎖、移転などの立地選択のグローバル化という大きな動きに変わりはないものと考えられます。【図表 4 5】
- 国内の設備投資額は回復傾向がみられるものの、設備投資は機械設備・建物の維持・補修が中心と考えられ、新たな企業立地を巡る地域間の競争は依然として厳しい状況と言えます。【図表 4 4・4 6】

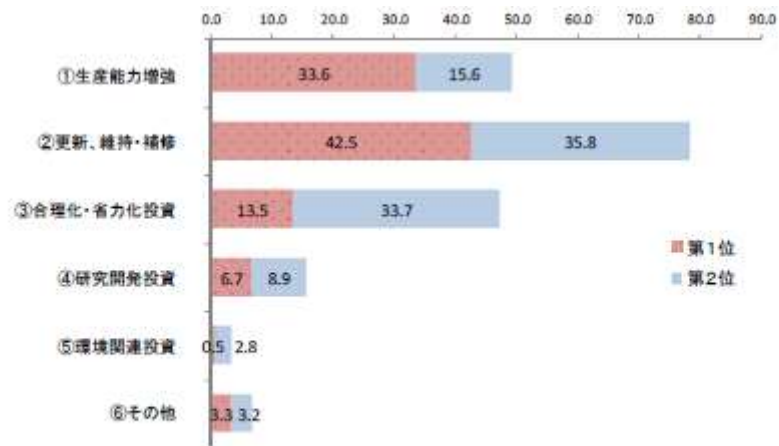
図表 45 工場立地件数・面積の推移（電気業を除く）



注釈) 対象は全国の製造業、電気業（水力発電所、地熱発電所を除く）、ガス業及び熱供給業のための工場又は事業場を建設する目的をもって取得（借地を含む。）された 1,000 m²以上の用地（埋立予定地を含む）

資料) 経済産業省経済産業政策局「平成 26 年（1～12 月期）における工場立地動向調査について（速報）」（平成 27 年 3 月）

図表 46 今後の国内設備投資の目的



有効回答企業数：1352社

注釈)「経済産業省企業活動基本調査」の調査対象のうち、資本金額又は出資金額が10億円以上の会社3,153社を対象としたアンケート調査結果。回答企業数1,416社(回答率44.9%)〔製造業:806社(56.9%)、非製造業:610社(43.1%)〕、当該設問は、優先順位の高いものから2つ選択する形式。

資料) 経済産業省「設備投資調査(平成26年3月31日現在における経済産業省企業金融調査)」(平成26年11月)

③人口減少に伴う国内需要の停滞（T3）

- 我が国は、人口減少だけでなく、少子高齢化という人口構造の変化に直面しており、労働力人口の減少や、国内既存市場の縮小が進みつつあります。これらの変化に伴う国内需要の停滞は、製造業、サービス業における多くの中小企業で、経営上の主要な問題点として捉えられており、今後も停滞が続く場合、経済活力の低下等が懸念されます。【図表47】

図表 47 中小企業の経営上の課題

項目 産業・規模	順位	今 期 直 面 し て い る 経 営 上 の 問 題 点				
		1 位 (%)	2 位 (%)	3 位 (%)	4 位 (%)	5 位 (%)
製 造 業		需要の停滞 23.4	原材料価格の上昇 19.9	製品（加工）単価の低下、上昇難 11.5	製品ニーズの変化への対応 10.3	生産設備の不足・老朽化 9.0
	小規模	需要の停滞 24.4	原材料価格の上昇 19.9	製品（加工）単価の低下、上昇難 11.3	製品ニーズの変化への対応 9.7	生産設備の不足・老朽化 8.8
	中規模	需要の停滞 21.2	原材料価格の上昇 19.7	製品（加工）単価の低下、上昇難 12.1	製品ニーズの変化への対応 11.7	生産設備の不足・老朽化 9.4
建 設 業		材料価格の上昇 22.4	民間需要の停滞 11.2	請負単価の低下、上昇難 10.8	官公需要の停滞 10.8	従業員の確保難 8.0
	小規模	材料価格の上昇 23.5	民間需要の停滞 12.2	官公需要の停滞 10.7	請負単価の低下、上昇難 10.6	従業員の確保難 7.8
	中規模	材料価格の上昇 19.8	請負単価の低下、上昇難 11.9	官公需要の停滞 11.2	下請業者の確保難 10.9	熟練技術者の確保難 10.6
卸 売 業		需要の停滞 32.5	仕入単価の上昇 14.1	大企業の進出による競争の激化 8.7	販売単価の低下、上昇難 8.7	小売業の進出による競争の激化 5.3
	小規模	需要の停滞 35.6	仕入単価の上昇 12.5	大企業の進出による競争の激化 8.5	販売単価の低下、上昇難 6.9	メーカーの進出による競争の激化 6.2
	中規模	需要の停滞 30.0	仕入単価の上昇 15.4	販売単価の低下、上昇難 10.3	大企業の進出による競争の激化 8.9	小売業の進出による競争の激化 6.2
小 売 業		大・中型店の進出による競争の激化 19.4	需要の停滞 17.0	購買力の他地域への流出 15.0	消費者ニーズの変化への対応 14.0	仕入単価の上昇 9.2
	小規模	大・中型店の進出による競争の激化 20.2	需要の停滞 16.7	購買力の他地域への流出 15.9	消費者ニーズの変化への対応 14.0	仕入単価の上昇 9.3
	中規模	需要の停滞 19.0	消費者ニーズの変化への対応 14.1	大・中型店の進出による競争の激化 13.9	購買力の他地域への流出 8.5	仕入単価の上昇 8.1
サービ ス 業		需要の停滞 19.1	利用者ニーズの変化への対応 17.3	材料等仕入単価の上昇 13.1	店舗施設の狭隘・老朽化 7.8	従業員の確保難 6.5
	小規模	需要の停滞 20.8	利用者ニーズの変化への対応 18.2	材料等仕入単価の上昇 13.6	店舗施設の狭隘・老朽化 8.3	新規参入業者の増加 7.1
	中規模	利用者ニーズの変化への対応 14.4	需要の停滞 13.9	従業員の確保難 13.3	材料等仕入単価の上昇 11.4	人件費の増加 7.9

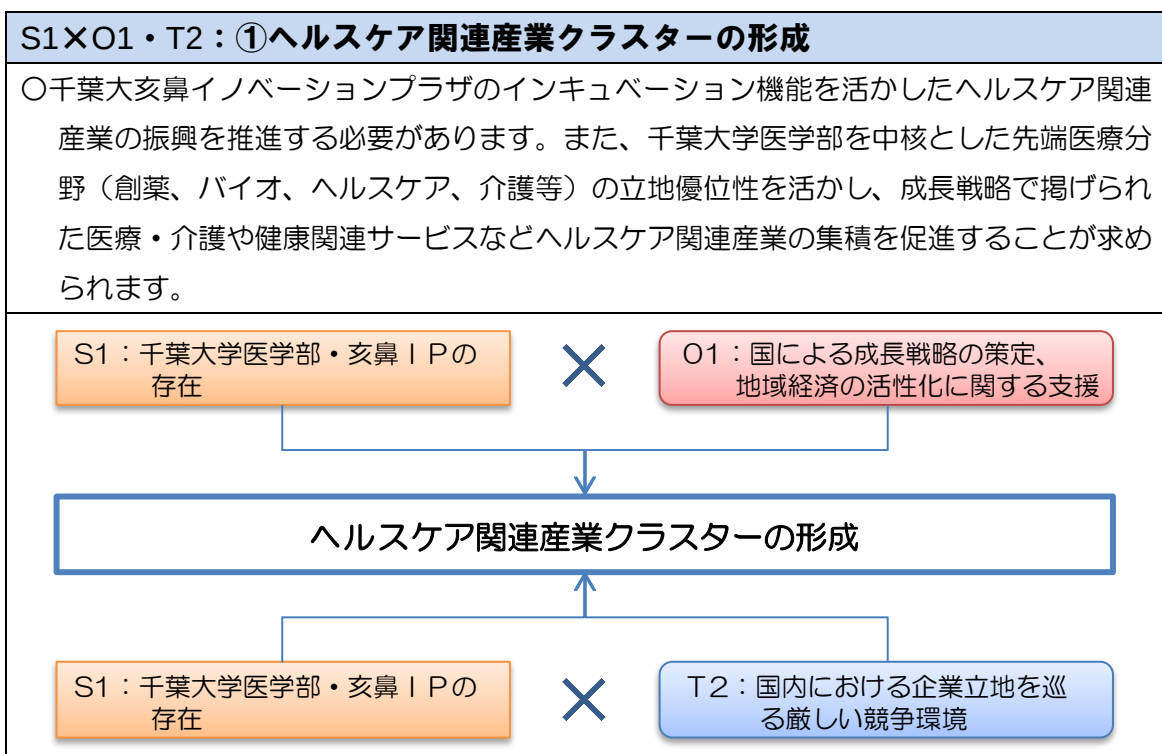
（注）問題点の1位にあげた企業の割合。

資料）独立行政法人中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」（平成26年6月）に加筆

3. 政策を実現する施策の導出

(1) 戦略「積極攻勢」 強みS×機会O

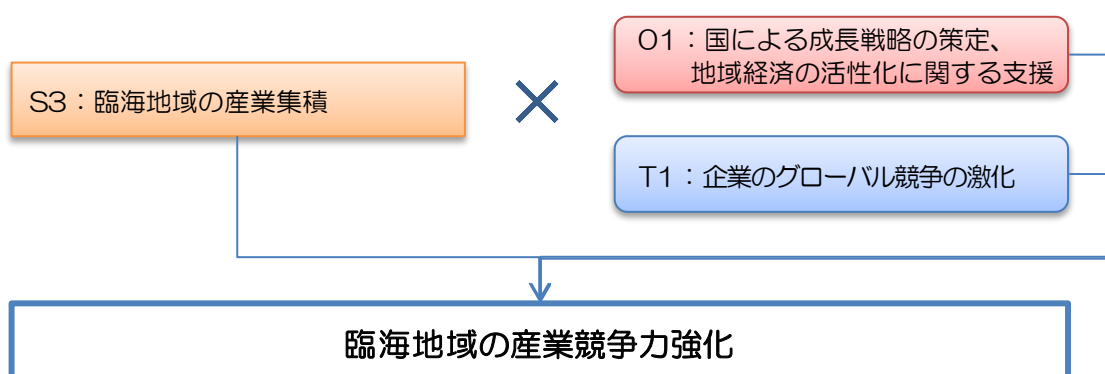
「機会」を活かして「強み」を伸ばす施策として、「①ヘルスケア関連産業クラスターの形成」「②臨海地域の産業競争力強化」「③地域経済効果を最大化する MICE 誘致・開催、国際的イベントの誘致」「④スタートアップ企業の輩出による産業の担い手育成」「⑤観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化」「⑥市内企業への安定的な就職の支援と産業人材の育成」の6つの施策を導出しました。



S3×O1・T1：②臨海地域の産業競争力強化

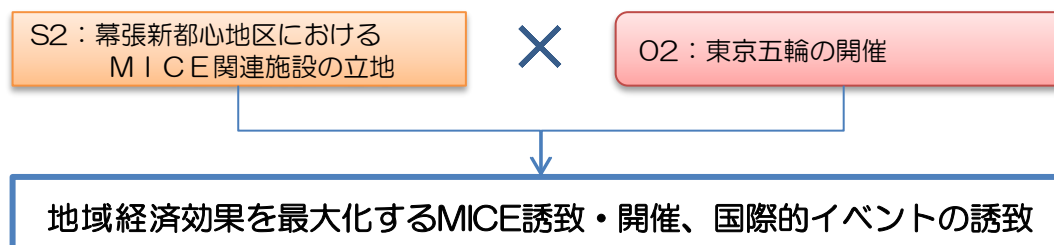
○国は、クリーンで経済的なエネルギーが供給される社会の実現に向けた取組みを進めており、臨海地域において製鉄などの工業プロセスから大量に発生する水素エネルギーを活用した取組を推進することが求められます。

○世界経済の急速な悪化に伴う需要の落ち込みなどにより、本市の中心産業である素材型ものづくり関連産業を取り巻く環境は厳しさを増しており、企業間の連携や技術開発、・設備投資などを促すことで、当該業種の活性化ひいては地域産業の底上げを図る必要があります。



S2×O2：③地域経済効果を最大化するMICE誘致・開催、国際的イベントの誘致

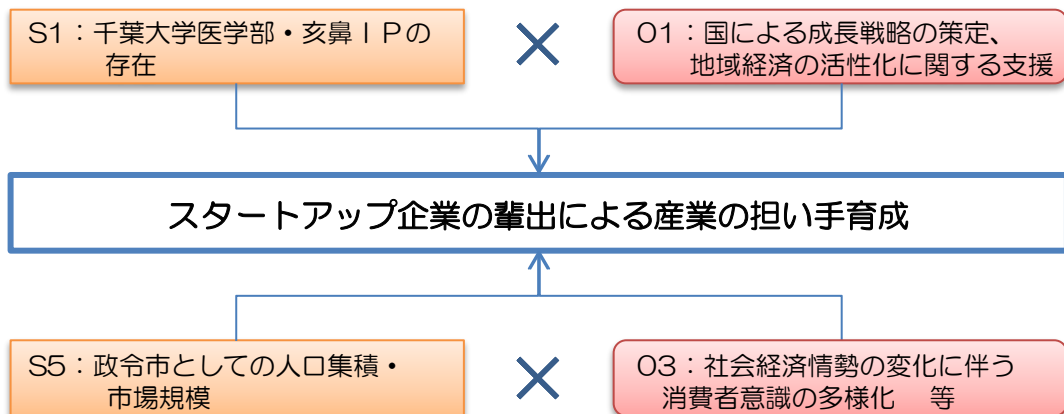
○MICEは、会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、首都圏有数のMICE関連施設の立地による集客力を活かし、地域経済効果を最大化するための取組みをより一層推進する必要があります。とりわけ、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催は、本市でのMICEの開催動向にも大きな影響を与えることが想定されることから、これらの機会を逃さず、MICEや国際的イベントの誘致・開催に結び付けていくことが求められます。



S1・S5×O1・O3：④スタートアップ企業の輩出による産業の担い手育成

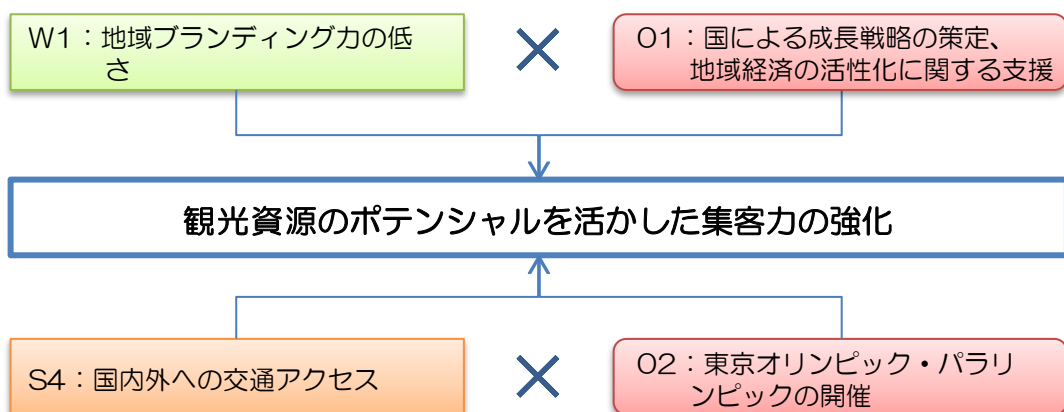
○日本再興戦略等において、わが国の起業を活性化するための様々な事業や国民意識の改革・起業家教育等を積極的に支援すること掲げています。特に、成長分野として期待される医療・介護の分野を中心に、起業を支援する取り組みが重要となります。

○同時に、社会経済情勢の変化にともない、国民の価値観が多様化する中で、細やかな域内需要ニーズに対応したサービスが必要となります。一定の市場性を有する同市において需要を喚起するようなサービスを常に提供し続けられるよう、新たな視点をもった産業の担い手となる人材を育成していく必要性は高くなっています。



S4×O2、W1×O1：⑤観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化

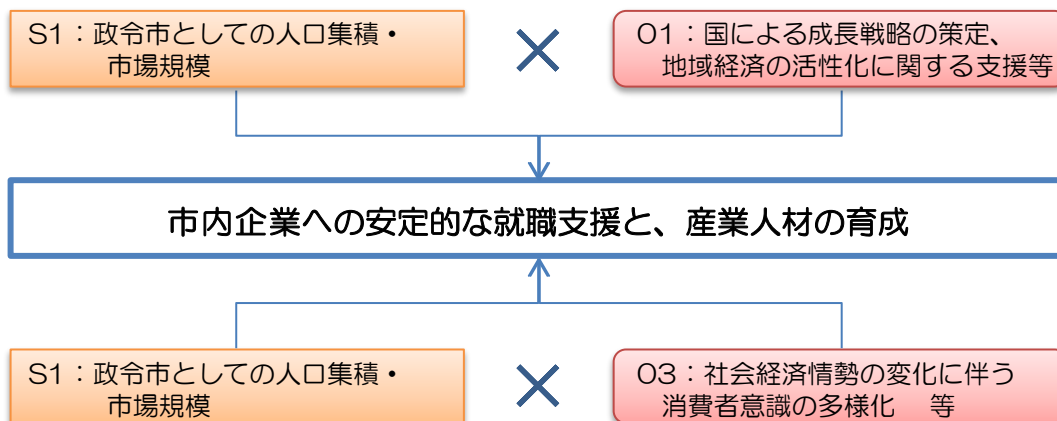
○急速に成長するアジア等の観光需要を取り込むために、現状、活かしきれていない観光資源のポテンシャルを活かして集客力の強化を図る必要があります。また、東京オリンピック・パラリンピックの開催期間中は、国内外から数多くの観光客が訪れることから、これらを見据えた取り組みを推進します。



S1×O1・O3：⑥市内企業への安定的な就職の支援と産業人材の育成

○政令市として、若者や女性、企業 OB など様々な就労意欲やノウハウを有する人材が存在することを活かし、市の経済産業の担い手として活躍できるよう、市内企業への就労支援を行っていきます。

○また、国として成長が期待される革新性の高い産業や、社会経済醸成が多様化する中で一層細やかに市場のニーズに対応するなどの多様な産業振興をすすめていくため、新たな発想にもとづき就業可能な人材を早期から育てていきます。

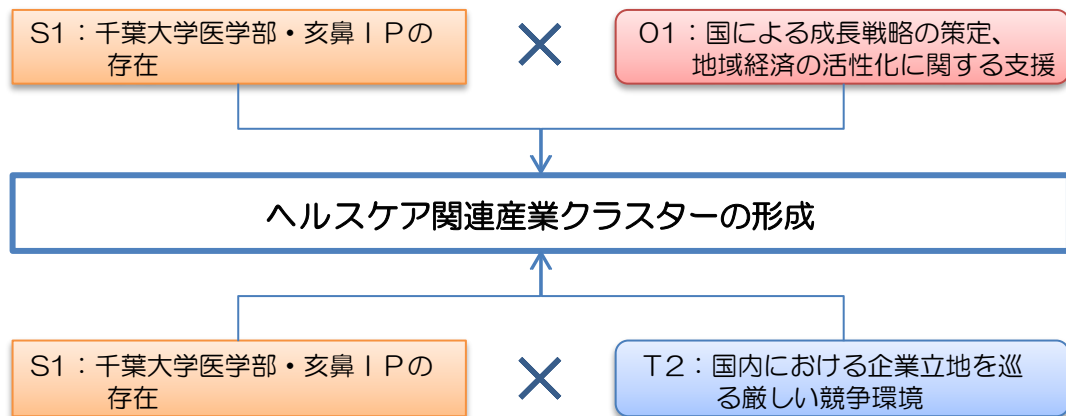


（２）戦略「差別化」 強みＳ×脅威Ｔ

「強み」を活かして「脅威」を克服する施策として、「②臨海地域の産業競争力強化（再掲）」「①ヘルスケア関連産業クラスターの形成（再掲）」「⑦企業立地活動の推進による産業の集積と高度化」「⑧市民生活を支えるサービス産業の振興」の４つを導出しました。

S1×O1・T2：①ヘルスケア関連産業クラスターの形成（再掲）

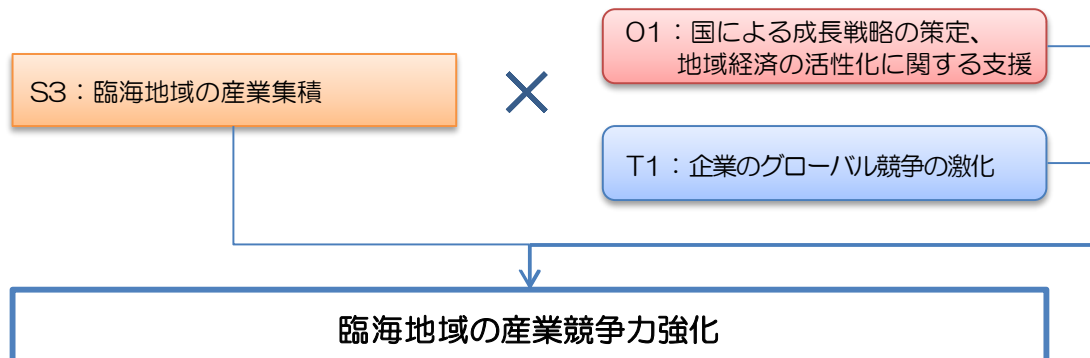
○千葉大亥鼻イノベーションプラザのインキュベーション機能を活かしたヘルスケア関連産業の振興を推進する必要があります。また、千葉大学医学部を中核とした先端医療分野（創薬、バイオ、ヘルスケア、介護等）の立地優位性を活かし、成長戦略で掲げられた医療・介護や健康関連サービスなどヘルスケア関連産業の集積を促進することが求められます。



S3×O1・T1：②臨海地域の産業競争力強化（再掲）

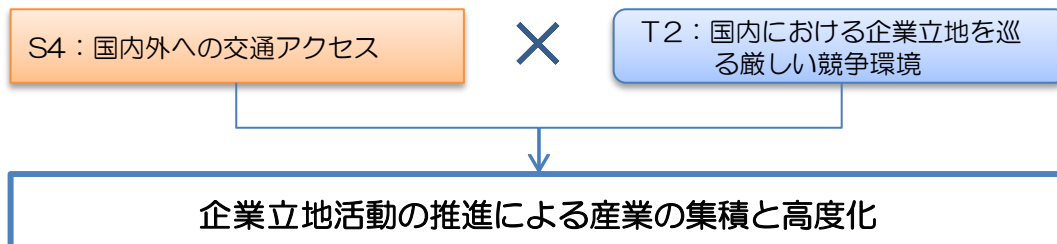
○国は、クリーンで経済的なエネルギーが供給される社会の実現に向けた取組みを進めており、臨海地域において製鉄などの工業プロセスから大量に発生する水素エネルギーを活用した取組を推進することが求められます。

○世界経済の急速な悪化に伴う需要の落ち込みなどにより、本市の中心産業である素材型ものづくり関連産業を取り巻く環境は厳しさを増しており、企業間の連携や技術開発、・設備投資などを促すことで、当該業種の活性化ひいては地域産業の底上げを図る必要があります。



S4×T2：⑦企業立地活動の推進による産業の集積と高度化

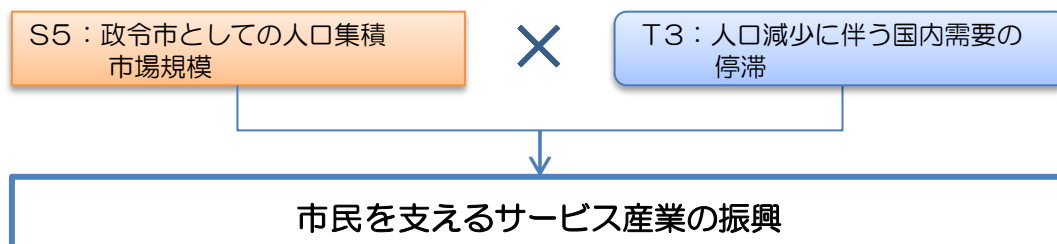
○我が国の産業立地を巡る環境は、経済のグローバル化の進展による企業の生産拠点の統廃合や海外移転の他、既存産業の国内市場縮小も現実的なものとなるなど、以前にも増して多様化かつ複雑化しています。空・海・陸に優れた交通アクセスの強みを活かした企業誘致を引き続き推進するとともに、とりわけ、市外需要の獲得や本市での雇用創出・維持等に貢献する企業の立地・留置を推進し、市内産業の集積と高度化を促進していく必要があります。



S5×T3：⑧市民生活を支えるサービス産業の振興

○政令市としての人口集積を有しており、若者や、女性、企業 OB などさまざまな人材が確保出来ること、また、特に介護・福祉を中心に市場規模の拡大が見込まれることから、地域内の市民ニーズをとりいれ、地域需要を喚起するようなサービス産業の振興を図ります。

○今後、人口の重心が県北西へ移り県東南部での著しい人口減少が予測される中で、千葉市は県東南を含むの広域経済圏の核となる大都市として、地域の生活を支えるサービスを提供するなど広域経済圏での市場形成を図っていきます。

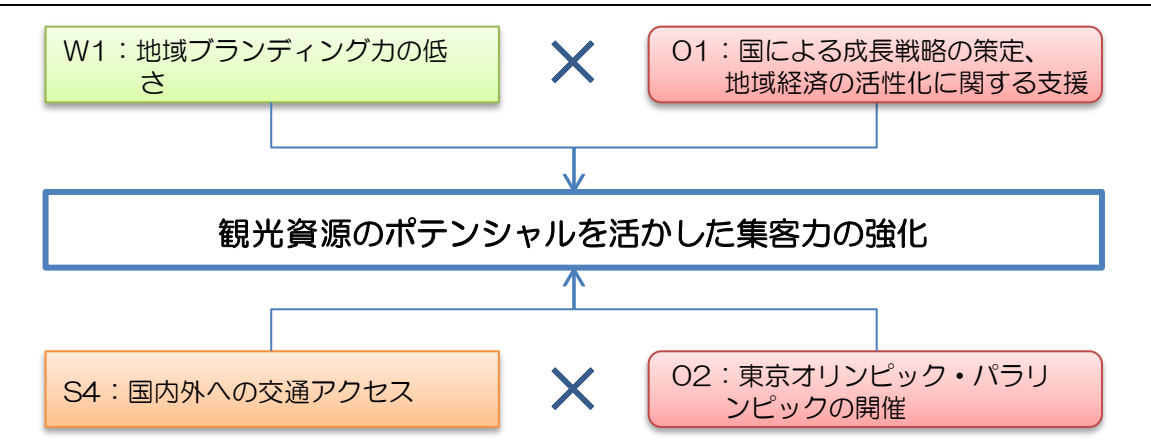


（３）戦略「弱点補強」 弱み W×機会 O

「機会」を活かして「弱み」を補う施策として、「⑤観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化（再掲）」「⑨魅力的な食品・農産品の高付加価値化」の２つを導出しました。

S4×O2、W1×O1：⑤観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化（再掲）

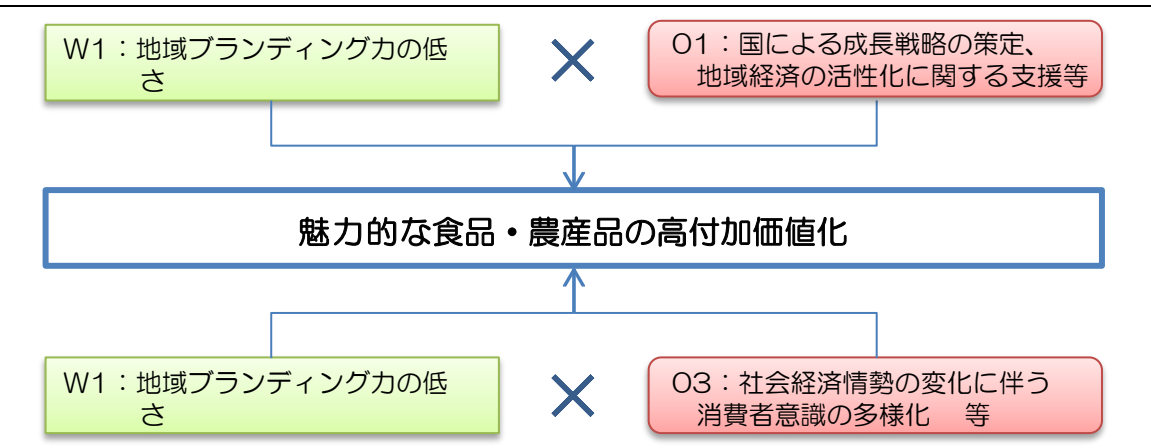
○急速に成長するアジア等の観光需要を取り込むために、現状、活かしきれていない観光資源のポテンシャルを活かして集客力の強化を図る必要があります。また、東京オリンピック・パラリンピックの開催期間中は、国内外から数多くの観光客が訪れることから、これらを見据えた取り組みを推進します。



W1×O1・O3：⑨魅力的な食品・農産品の高付加価値化

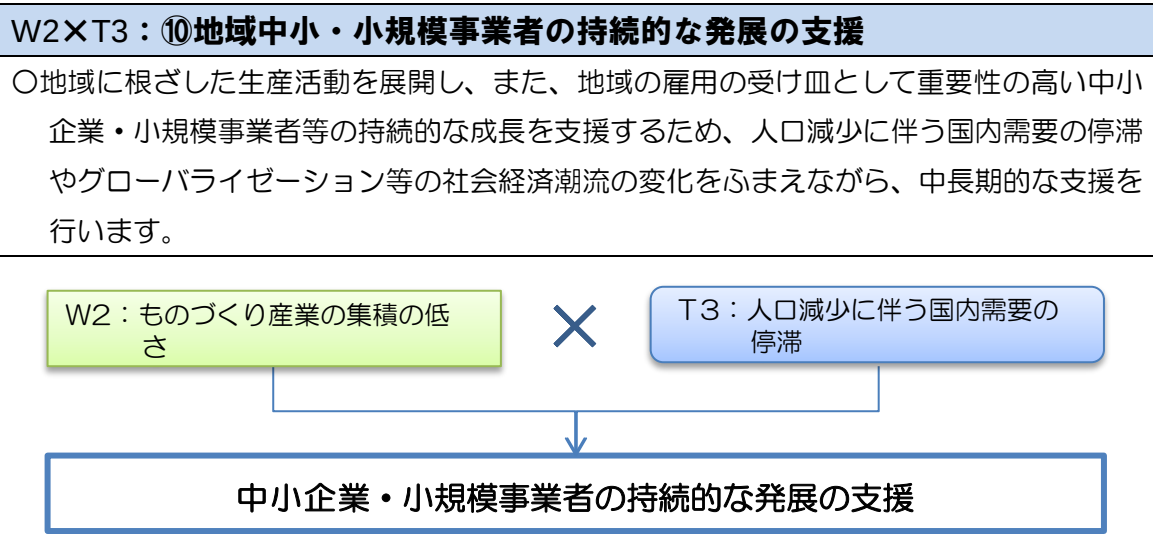
○農産物の産地であることや、その的確なブランディングを図り付加価値を高めるために、目利き人材等を活用し、地域資源の活用方策のあり方を検討し、事業化に向けたとりくみを支援します。

○製品開発から販路拡大へと結びつけていく過程において、地域のノウハウを活用した製造業や小売業等のノウハウ活用により新たな地域資源を活用した産業振興を図るため、異業種や、サプライチェーンの関係主体間のネットワークを構築していくための環境整備を進めていきます。



（４）戦略「基礎力強化」 弱み W×脅威 T

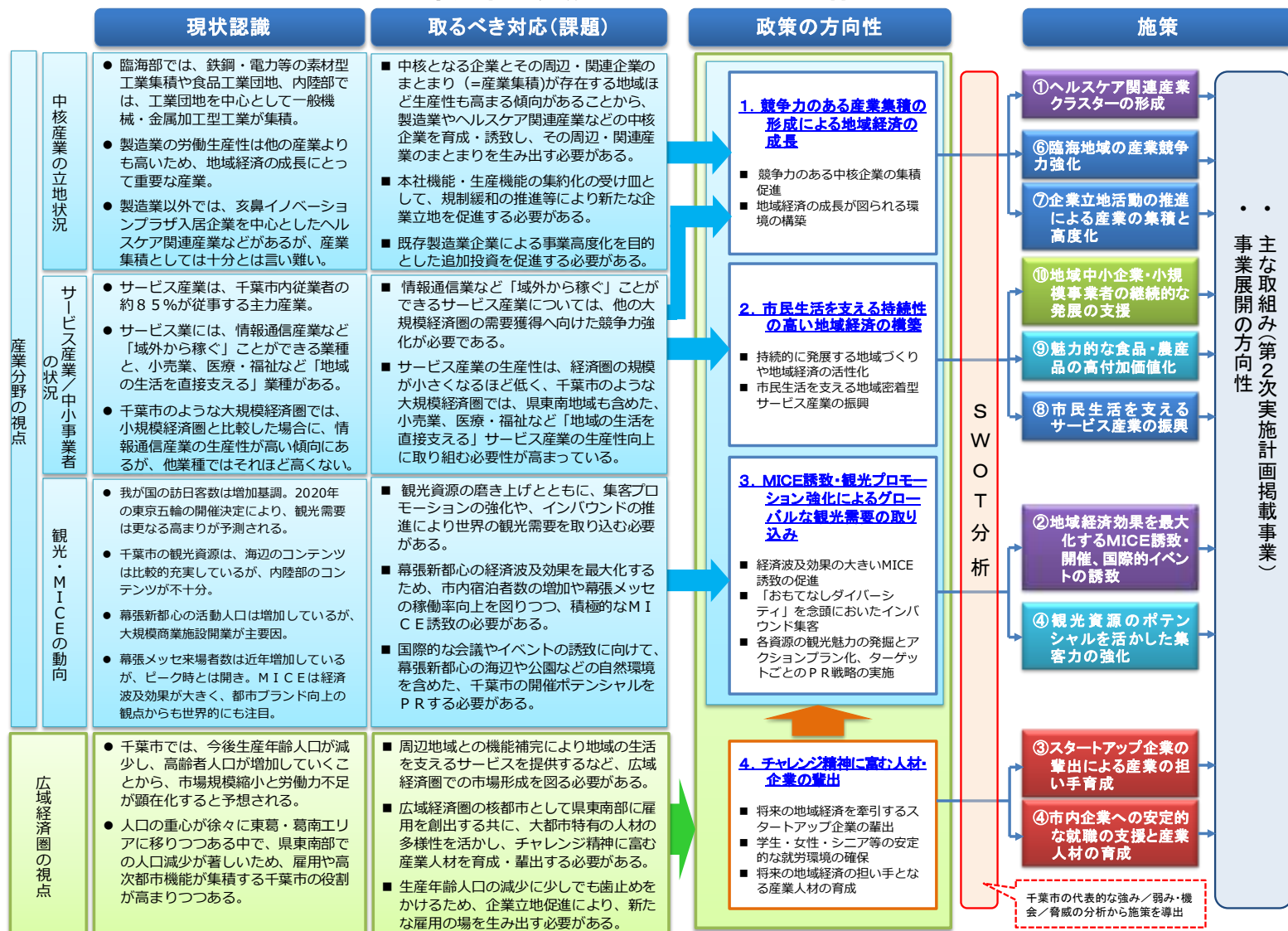
「弱み」に対する「脅威」を回避するための施策として、「⑩地域中小・小規模事業者の持続的な発展の支援」を導出しました。



第5章 各施策の概要

各施策の策定に至る分析結果（以下の全体像を参照）を踏まえ、施策の概要と事業展開の方向性を次頁以降に策定しました。

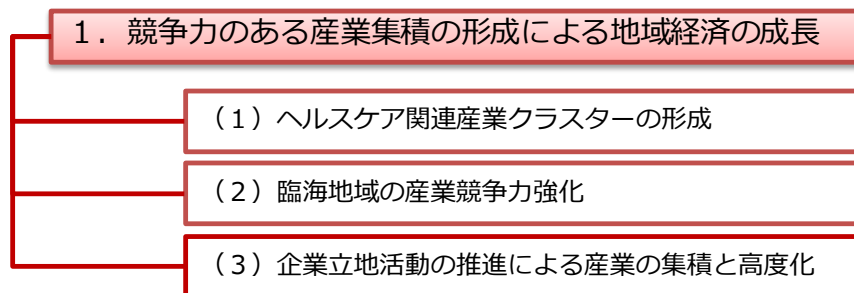
～千葉市経済成長アクションプランの全体像～



1. 競争力のある産業集積の形成による地域経済の成長

- 収益力が高く地域外でも競争力のある中核企業の集積を促すことにより、市外需要（外需）を獲得するとともに、県東南を含めた広域経済圏の雇用を維持・拡大し、地域経済の成長が図られる環境を整備します。

＜施策の体系＞



（１）ヘルスケア関連産業クラスターの形成

①施策の概要

千葉大学（医学部・薬学部・看護学部）を中核とした先端医療分野（創薬、バイオ、ヘルスケア、介護等）の立地優位性や、亥鼻イノベーションプラザのインキュベーション機能を活かした高付加価値ヘルスケア関連産業クラスターを形成します。

②背景

千葉大亥鼻イノベーションプラザのインキュベーション機能を活かしたヘルスケア関連産業の振興を推進する必要があります。また、千葉大学医学部を中核とした先端医療分野（創薬、バイオ、ヘルスケア、介護等）の立地優位性を活かし、成長戦略で掲げられた医療・介護や健康関連サービスなどヘルスケア関連産業の集積を促進することが求められます。

③事業展開の方向性

- 千葉大学・医学部附属病院やその他関連機関と、新製品・サービスの開発を目指す企業との連携促進
- 医療・介護・福祉の現場ニーズの把握と、企業への情報提供
- 健康寿命の延伸へ向けた予防医療関連企業の重点支援
- トライアル発注制度や、希望取引先への直接的な仲介といった、販路開拓に重点を置いた支援
- 亥鼻イノベーションプラザの卒業後の施設として、高レベルの研究に耐えうるポストインキュベーション施設整備の事業可能性の検討

④主な取組み（第2次実施計画掲載事業）

- 企業の経営革新や新事業の創出を図るため、成長期にある企業の育成のための商品開発及び販路開拓支援を行います。

取組項目	26年度末現況	計画内容	29年度末目標
商品開発・販路開拓支援	・新規市場開拓支援 ・合同商談会 ・海外展開支援	・オープンイノベーション製品開発助成 2件 ・新商品・新技術開発助成 2件 ・販路開拓支援対象企業 海外2社	・オープンイノベーション製品開発助成 2件 ・新商品・新技術開発助成 2件 ・販路開拓支援対象企業 海外2社
中小・小規模事業者ニーズ対応型支援	—	・助成 30件	・助成 30件

- スタートアップ期にある事業者を支援するため、経営知識等の習得や販路開拓の支援を行います。

取組項目	26年度末現況	計画内容	29年度末目標
創業者研修	・1講座／年	・3講座／年増	・4講座／年
販路開拓支援	・マッチングイベント 1回	・トライアル認定事業創設 10件	・トライアル認定事業創設 10件

（２）臨海地域の産業競争力強化

①施策の概要

臨海地域の企業が国際展開を図る中で、東アジア各国を含めた他都市の同種産業の集積エリアと比較し、より高い競争力を確保できるエリアとなることを目指します。

②背景

世界経済の急速な悪化に伴う需要の落ち込みなどにより、本市の中心産業である素材型ものづくり関連産業を取り巻く環境は厳しさを増しており、企業間の連携や技術開発、・設備投資などを促すことで、当該業種の活性化ひいては地域産業の底上げを図る必要があります。

③事業展開の方向性

- 新たな設備投資を促すための規制の見直し
- 立地企業の競争力強化につながる再投資支援
- 立地企業間の連携の促進
- 製鉄などの工業プロセスから副次的に発生する水素エネルギーの活用

＜臨海地域＞

- ・ 蘇我地区の京葉工業地帯の一翼を担う鉄鋼・電力等の素材型産業の集積地域
- ・ 中央港・新港地区の、千葉食品工業コンビナートを中心とした、食品、製造・運輸業、自動車整備・自動車小売業等の集積地域

④主な取組み（第２次実施計画掲載事業）

- 地域経済の活性化や市民の雇用創出を図るため、事業所の新規立地などに助成を行います。

取組項目	２６年度末現況	計画内容	２９年度末目標
企業立地促進 助成	・ 制度拡充	・ 所有型１４件 ・ 賃借型３１件 ・ 累積投資型３件	・ 所有型１４件 ・ 賃借型３１件 ・ 累積投資型３件

（３）企業立地活動の推進による産業の集積と高度化

①施策の概要

収益力が高く競争力を持つ市外企業の誘致と、市内企業の追加投資を促進することにより、本市産業の集積と高度化を図ります。

②背景

我が国の産業立地を巡る環境は、経済のグローバル化の進展による企業の生産拠点の統廃合や海外移転の他、既存産業の国内市場縮小も現実的なものとなるなど、以前にも増して多様化かつ複雑化しています。空・海・陸に優れた交通アクセスの強みを活かした企業誘致を引き続き推進するとともに、とりわけ、市外需要の獲得や本市での雇用創出・維持等に貢献する企業の立地・留置を推進し、市内産業の集積と高度化を促進していく必要があります。

③事業展開の方向性

- 国の方向性や本市の産業集積状況等も考慮した企業立地補助制度の弾力的な改善と誘致活動の強化
- 誘致企業の定着へ向けた支援
- 今後成長が見込まれる産業を集積し、安定した雇用・税収基盤を確保していくため、新たな産業立地基盤の整備へ向けた検討

＜重点産業の設定＞

- ・ 先端・素材型ものづくり関連産業
- ・ 食品・健康生活実現型産業
- ・ ＩＴ・クリエイティブ関連産業

④主な取組み（第２次実施計画掲載事業）

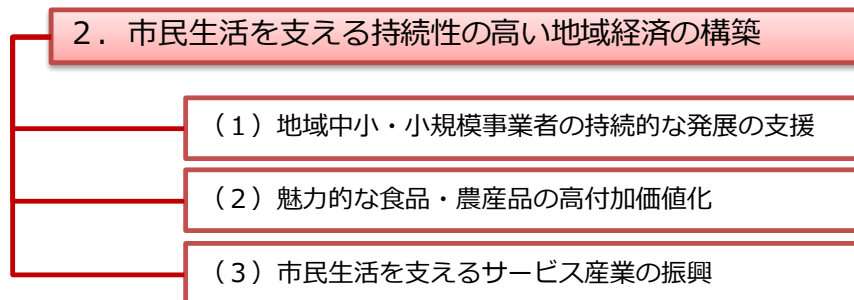
- 地域経済の活性化や市民の雇用創出を図るため、事業所の新規立地などに助成するとともに、産業用地の確保に向けた検討を行います。

取組項目	２６年度末現況	計画内容	２９年度末目標
企業立地促進 助成	・ 制度拡充	・ 所有型１４件 ・ 賃借型３１件 ・ 累積投資型３件	・ 所有型１４件 ・ 賃借型３１件 ・ 累積投資型３件
産業用地の確保	・ 事業規模の確定	・ 事業可能性調査 ・ 基本構想策定 ・ 候補用地選定	・ 候補用地の選定

2. 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築

- 高品質で魅力ある産品・サービスの開発、新市場の開拓、戦略的な情報発信など、地域の中小企業・小規模事業者とともに持続的に発展する地域づくりや地域経済の活性化を図ります。とりわけ、高齢者市場の開拓を積極的に促進し、市民生活を支える地域密着型サービス産業の振興を推進します。

＜施策の体系＞



(1) 地域中小・小規模事業者の持続的な発展の支援

①施策の概要

地域の雇用及び住民生活の両面において地域社会に与える影響の大きい、中小・小規模事業者の持続的な発展を支援することにより、地域経済の好循環を実現する環境を構築します。

②背景

地域に根ざした生産活動を展開し、また、地域の雇用の受け皿として重要性の高い中小企業・小規模事業者等の持続的な成長を支援するため、人口減少に伴う国内需要の停滞やグローバルライゼーション等の社会経済潮流の変化をふまえながら、中長期的な支援を行います。

③事業展開の方向性

- 中小・小規模事業者全般を対象とした事業展開
- 企業・大学・研究機関等との連携を強化し、各団体が持つ様々な資源を有効に活用できる環境の整備
- 市内企業が、自らの事業領域に関連した地域課題の解決を図ることにより、企業価値の向上との両立を目指す戦略的CSRの取組みを支援
- 高い技術力と収益力を持つニッチトップと言える企業・産業の育成を重点支援
- 産業振興財団のコーディネーターの機能強化を図り、販路開拓支援・商品開拓支援・技術支援等の多様な支援ニーズにきめ細かく対応

④主な取組み（第２次実施計画掲載事業）

- 企業の経営革新や新事業の創出を図るため、成長期にある企業の育成のための商品開発及び販路開拓支援を行います。

取組項目	２６年度末現況	計画内容	２９年度末目標
商品開発・販路開拓支援	・新規市場開拓支援 ・合同商談会 ・海外展開支援	・オープンイノベーション製品開発助成 ２件 ・新商品・新技術開発助成 ２件 ・販路開拓支援対象企業 海外２社	・オープンイノベーション製品開発助成 ２件 ・新商品・新技術開発助成 ２件 ・販路開拓支援対象企業 海外２社
中小・小規模事業者ニーズ対応型支援	—	・助成 ３０件	・助成 ３０件

（２）魅力的な食品・農産品の高付加価値化

①施策の概要

製品のブランド化などを通じて「千葉市産だからこそ選ばれる」といった、魅力的な食品や農産品の高付加価値化を図ります。

②背景

農水産物の産地であることや、その的確なブランディングを図り付加価値を高めるために、目利き人材等を活用し、地域資源の活用方策のあり方を検討し、事業化に向けたとりくみを支援します。

製品開発から販路拡大へと結びつけていく過程において、地域のノウハウを活用した製造業や小売業等のノウハウ活用により新たな地域資源を活用した産業振興を図るため、異業種や、サプライチェーンの関係主体間のネットワークを構築していくための環境整備を進めていきます。

③事業展開の方向性

- 食品関連事業者・生産者を対象とした事業展開
- 消費者の嗜好やトレンドを踏まえた製品の品質向上を目的とした、市内の事業者や生産者が消費者ニーズを把握する機会の提供

- 事業者・生産者毎に利益を最大化させる販路は異なるため、それぞれの方針に応じた販路（取引先）に対する商談機会の提供
- 千葉市産品のブランド化へ向けて、産品の認知度を向上させるプロモーションを実施
- 本市から近い大消費地である東京を中心とした市場拡大
- 国や県の制度の活用や、広域的な連携も検討

④主な取組み（第２次実施計画掲載事業）

- 市内産品の付加価値を高め競争力強化を図るため、商品アドバイス会やプロモーション活動を行います。

取組項目	２６年度末現況	計画内容	２９年度末目標
高付加価値品の販路開拓	－	・２店	・２店
普及品の販路開拓	－	・６店	・６店

- 企業の経営革新や新事業の創出を図るため、成長期にある企業の育成のための商品開発及び販路開拓支援を行います。

取組項目	２６年度末現況	計画内容	２９年度末目標
中小・小規模事業者ニーズ対応型支援	－	・助成 ３０件	・助成 ３０件

（３）市民生活を支えるサービス産業の振興

①施策の概要

高齢化の進展や人口減少という課題への対応といった需要に対応した、地域内の市民ニーズを取り入れた地域を支えるサービス産業を振興します。

②背景

政令市としての人口集積を有しており、若者や、女性、企業 OB などさまざまな人材が確保出来ること、また、特に介護・福祉を中心に市場規模の拡大が見込まれることから、地域内の市民ニーズをとりいれ、地域需要を喚起するようなサービス産業の振興を図ります。

③事業展開の方向性

- 地域の生活を支えるサービス産業を対象とした事業展開

- 先進的な取り組み事例の収集や広報・周知や勉強会等の開催を通じて、生産性向上や顧客満足向上へ向けた機会を提供
- 千葉市産業振興財団の機能強化（特にコーディネーターの機能強化）を図り、販路開拓支援・新サービス開拓支援等の多様な支援ニーズにきめ細かに対応
- 企業・大学・研究機関等との連携を強化し、各団体が持つ様々な資源を有効に活用できる環境の整備

④主な取組み（第2次実施計画掲載事業）

- 企業の経営革新や新事業の創出を図るため、成長期にある企業の育成のための商品開発及び販路開拓支援を行います。

取組項目	26年度末現況	計画内容	29年度末目標
商品開発・販路開拓支援	・新規市場開拓支援 ・合同商談会 ・海外展開支援	・オープンイノベーション製品開発助成 2件 ・新商品・新技術開発助成 2件 ・販路開拓支援対象企業 海外2社	・オープンイノベーション製品開発助成 2件 ・新商品・新技術開発助成 2件 ・販路開拓支援対象企業 海外2社
中小・小規模事業者ニーズ対応型支援	—	・助成 30件	・助成 30件

3. MICE 誘致・観光プロモーション強化によるグローバルな観光需要の取り込み

- 経済波及効果の大きい MICE 誘致を促進するとともに、県東南部の観光資源との連携等を通じて、各種観光資源・エリアの魅力を発掘し、効果的なプロモーションをかけていくことによりトータルな千葉ブランドを確立し、国内旅行者だけでなく、急速に成長するアジアを始めとする世界の観光需要を、「おもてなしダイバーシティ」戦略のもと取り込みます。

<施策の体系>

3. MICE 誘致・観光プロモーションによる世界の観光需要の取り込み

(1) 地域経済効果を最大化する MICE 誘致・開催、国際的イベントの誘致

(2) 観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化と「おもてなしダイバーシティ」の実践

(1) 地域経済効果を最大化する MICE 誘致・開催、国際的イベントの誘致

①施策の概要

MICE の誘致・開催を推進することにより、ビジネスの機会やイノベーションを創出し地域への大きな経済効果を生み出すとともに、都市の競争力・ブランド力の向上を図ります。

②背景

MICE は、会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、首都圏有数の MICE 関連施設の立地による集客力を活かし、地域経済効果を最大化するための取組みをより一層推進する必要があります。とりわけ、平成 32 年の東京五輪開催は、本市での MICE の開催動向にも大きな影響を与えることが想定されることから、これらの機会を逃さず、MICE や国際的イベントの誘致・開催に結び付けていくことが求められます。

③事業展開の方向性

- ちば国際コンベンションビューローと連携した、MICE 誘致活動の強化
- 外国人観光客を中心とした来訪者への各種情報提供や、施設・店舗等の割引、又、快適に滞在できる環境提供など、おもてなしの仕組みの構築

④主な取組み（第 2 次実施計画掲載事業）

- 地域経済の活性化や幕張新都心の賑わい創出を図るため、国際会議やコンベンション開催に助成するとともに、イベント開催に伴う観光 PR や来訪者へのおもてなし環境を整備します。

取組項目	26年度末現況	計画内容	29年度末目標
国際会議助成	・3件	・7件	・10件
コンベンション等 助成	・助成制度改正	・10件	・10件
来訪者の滞在環境 の整備	・公衆無線LAN 環境整備 2か所	・来訪者おもてなし 環境の整備	・来訪者おもてなし 環境の整備
レッドブル・エアレー ス千葉2015 開催に合わせた 観光PR	—	・実施	・実施
幕張新都心情報 プラットフォーム 構築	—	・構築 ・モデル運用	・構築 ・モデル運用

(2) 観光資源のポテンシャルを活かした集客力の強化と「おもてなしダイバーシティ」 の実践

①施策の概要

観光都市としての千葉市の魅力向上を図り、その魅力を誰もが享受できるように観光資源・サービスを整えることで、国内外からの集客を促進します。

②背景

急速に成長するアジア等の観光需要を取り込むために、現状、活かしきれていない観光資源のポテンシャルを活かして集客力の強化を図る必要があります。また、東京オリンピック・パラリンピックの開催期間中は、国内外から数多くの観光客が訪れることから、これらを見据えた取り組みを推進します。

③事業展開の方向性

- 千葉市観光協会サイトの充実化と機能強化を図るとともに、広報宣伝の機会の増加
- モスリムを含む外国人客が、人種・信条・性別・言語に基づくハンデなく本市の魅力満喫できるように、観光素材の開発や体験インフラを整備する「おもてなしダイバーシティ」を推進
- 市内の海と緑を観光の核とする「ブルー&グリーン」戦略をもとに、それらを舞台に楽しめる「体験」「グルメ」の素材発掘と体験機会の創出

- グリーン（内陸部）においては、市内農家の新鮮な農産物や地元の食材を用いた料理を提供する「農家レストラン」をオープン
- 5つの海浜部それぞれの特色が際立つようにPRし、海辺の楽しみの多彩さを創出

④主な取組み（第2次実施計画掲載事業）

- 新たな観光需要の創出など、集客観光を推進するため、メディアを通じた情報発信やインバウンドの推進、旅行商品の開発を進めます。

取組項目	26年度末現況	計画内容	29年度末目標
情報発信機能の充実強化	・観光情報サイトリニューアル ・観光PR大使の活用	・観光情報サイトの充実 ・観光PR大使の活用	・観光情報サイトの充実 ・観光PR大使の活用
インバウンドの推進	・海外セールス	・海外セールス ・おもてなしセミナー開催 ・特設ホームページ開設・運用	・海外セールス ・おもてなしセミナー開催 ・特設ホームページ開設・運用
市内旅行商品の開発	・体験型ツアー	・商品開発、集客キャンペーン	・商品開発、集客キャンペーン

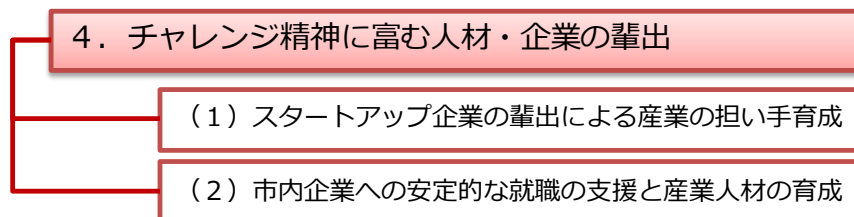
- 自転車を通じた観光振興を図るため、サイクルツーリズムを推進します。

取組項目	26年度末現況	計画内容	29年度末目標
サイクルツーリズムの推進	・推進計画策定	・ルート設定 ・サイクリスト受入体制の構築 ・県サイクルツーリズム広域連携事業への参加	・サイクリングコースの公表

4. チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出

- 多様なビジネスチャンスが創造しやすい大都市としての強みを活かした起業を支援し、将来の千葉市経済を牽引する多様な成長産業が生まれやすい環境を整えていきます。
- 学生等の若年層、女性・シニア等の多様な人材の就労支援を行い、市内企業の安定的な雇用環境を確保するとともに、地域経済の新たな担い手を育成します。

＜施策の体系＞



(1) スタートアップ企業の輩出による産業の担い手育成

①施策の概要

スタートアップ（起業）を促進することにより、将来の千葉市経済を牽引する成長産業が生まれやすい環境を整え、地域経済の新たな担い手の育成を図ります。

②背景

日本再興戦略等において、わが国の起業を活性化するための様々な事業や国民意識の改革・起業家教育等を積極的に支援すること掲げています。特に、成長分野として期待される医療・介護の分野を中心に、起業を支援する取り組みが重要となります。

同時に、社会経済情勢の変化にともない、国民の価値観が多様化する中で、細やかな域内需要ニーズに対応したサービスが必要となります。一定の市場性を有する同市において需要を喚起するようなサービスを常に提供し続けられるよう、新たな視点をもった産業の担い手となる人材を育成していく必要性は高くなっています。

③事業展開の方向性

- 起業家人材の発掘・起業へ向けた支援・技術シーズの掘り起しと事業化へ向けた支援といった、起業準備段階から、事業化に成功しインキュベーション施設を卒業する段階まで、企業の成長段階に応じた支援を実施
- 特に、トライアル発注制度や、希望取引先への直接的な仲介といった、販路開拓に重点を置いた支援を強化

④主な取組み（第2次実施計画掲載事業）

- スタートアップ期にある事業者を支援するため、経営知識等の習得や販路開拓の支援を行います。

取組項目	26年度末現況	計画内容	29年度末目標
創業者研修	・1講座／年	・3講座／年増	・4講座／年
販路開拓支援	・マッチングイベント 1回	・トライアル認定事業創設 10件	・トライアル認定事業創設 10件

（2）市内企業への安定的な就職の支援と産業人材の育成

①施策の概要

就職活動を控えた市内大学生を対象に、市内企業の求人情報発信により就職活動に対する視野を広げることで雇用のミスマッチを防ぐとともに、市内における将来的な労働者人口を確保します。

一般求職者向けに加え、高い技術力や事業のノウハウを有する人材等に対する就労支援を行うことで就労支援を行い、市内企業への安定的な雇用環境を維持します。

本市企業の成長にとって最大の資源である、チャレンジ精神に富む産業人材の育成を図ります。

②背景

政令市として、若者や女性、企業OBなど様々な就労意欲やノウハウを有する人材が存在することを活かし、市の経済産業の担い手として活躍できるよう、市内企業への就労支援を行っていきます。

また、国として成長が期待される革新性の高い産業や、社会経済情勢が多様化する中で一層細やかに市場のニーズに対応するなどの多様な産業振興をすすめていくため、新たな発想にもとづき就業可能な人材を早期から育てていきます。

③事業展開の方向性

<就労支援>

- 市内の大学生を中心とした求職者が、市内企業に関する情報へアクセスしやすい環境を整備することにより、市内企業への就職を促進

<産業人材の育成>

- 小～高校生を対象にしたキッズ・アントレプレナーシップ教育により、経済活動を中心とした世の中の仕組みに対する意識の向上や、将来の職業選択へ向けた能力開発のきっかけを提供し、将来の産業人材を育成
- 大学生を対象としたキャリア教育により、就職へ向けた具体的な職種や企業の選択に

対する意識の向上、又、能力開発へのきっかけを提供し、雇用のミスマッチを防止

- 高齢者、障害者、女性等の各階層の求職者に対する支援
- 市内の工業高校卒業生や、職業能力開発促進センター（ポリテクセンター千葉）の職業訓練受講者など、高い技術力を有する人材の市内企業への就職を支援するとともに、市内企業に対してこうした市内教育・研修機関の認知度向上

④主な取組み（第２次実施計画掲載事業）

- 雇用のミスマッチを解消するため、市内の魅力ある中小企業等の情報を大学等の新卒者などに提供します。

取組項目	２６年度末現況	計画内容	２９年度末目標
就業ポータル の開設	－	・ 開設・運用	・ 開設・運用
各大学への市内 企業データの提供	－	・ 提供	・ 提供

- 若者を中心とした産業人材の育成を図るため、児童・生徒を対象に起業塾を実施するとともに、市内企業と大学生のインターンシップのマッチングを行います。

取組項目	２６年度末現況	計画内容	２９年度末目標
キッズアントレ プレナーシップ の拡充	・ ５４０人／年 （４事業）	・ ２０人／年増	・ ５６０人／年
大学生の市内企業 への雇用促進	・ 合同企業説明会 ・ 企業見学バスツ アー参加学生 １００人／年	・ インターンシッ プ支援参加企業 ６０社／年	・ インターンシッ プ支援参加企業 ６０社／年

第6章 プランの推進へ向けて

1. 推進体制

- 千葉市及び公益財団法人千葉市産業振興財団を中心として、本アクションプランで掲げた施策を推進します。
- 本アクションプランで掲げた政策・施策・事業の方向性を基本としつつ、常に最新の経済・社会状況の情報収集に努め、それらを踏まえて各年度の具体的な事業計画を立案し、それを本アクションプランの下に体系的に位置づけます。
- 事業の遂行に際しては、本市経済部門の持つ資源を集中することにより事業を効果的に実施します。
- また、各年度の事業の立案・遂行に際しては、経済活動の主役である民間事業者の状況把握に努めるとともに、商工会議所・商工会、大学等研究機関、その他金融機関等の支援機関とも連携を図ります。

2. 進捗管理

- 本アクションプランで掲げた主な取組み（第2次実施計画掲載事業）に対する進捗管理を行います。
- また、本アクションプランの下で毎年度策定する具体的な事業計画に対して、毎年度末に効果検証を行い、翌年度の事業内容の改善に活かします。

千葉市経済成長アクションプラン

■発行年月 平成27年3月

■発行 千葉市

■編集 千葉市経済農政局経済部経済企画課

千葉市中央区千葉港1番1号

電話：043-245-5275 FAX：043-245-5558

e-mail：keizai.EAE@city.chiba.lg.jp