千葉市まち・ひと・しごと創生 「総合戦略」 （概要）

資料１－２

ちばシナリオ

人口減少・少子超高齢社会に果敢に挑戦し
「交流」と「共創」による自立した圏域を創り出す
～ “ちば”共創都市圏の確立を目指して～

都市経営の3方針

Ⅰ 自立した“ちば”共創都市圏を支え、活力の中心となる都市へ
Ⅱ 産業と経済、地域社会の活性化を推し進め、魅力あふれる都市へ
Ⅲ 人口減少・少子超高齢社会を見据えた、成熟都市へ

7つの重点戦略

重点戦略 1　自立した“ちば”共創都市圏で、わたしたちが果たす役割の追求

東京圏の中で独自性を持つ“ちば”の中心都市である本市が、“東京”とは異なる価値観の提示を行いながら、本市以東、以南を中心とした周辺都市との連携により、独自の文化圏、経済圏からなる“ちば”共創都市圏の確立を目指す。
①「競争」から「共創」の地域連携へ

【基本目標】
・従業者数の増　432,258人（26年度）→ 440,000人（31年度）
・交流人口の増
　幕張新都心年間来街者数の増　4,820万人（26年度）
　JR千葉駅乗車人員の増　103,592人/日（26年）

重点戦略 2　都市の活力を支える産業の振興と人材の育成

ビジネスを行ううえで魅力的な都市として発展するため、市内企業の成長促進、「域外から稼ぐ」産業の集積、企業家精神あふれる人材の育成など、イノベーションの創出や産業の新陳代謝を促す取組みを進める。
① 企業立地の一層の促進と、競争力のある産業集積の形成
② 市民生活を支える持続性の高い地域経済の構築
③ 「技術」と「産業」と「資金」をつなぐ仕組み
④ MICEの誘致・観光プロモーションによる世界の観光需要の取り込み
⑤ 地域経済を支える人材の育成

【基本目標】
・従業者数（再掲）
　432,258人（26年度）→ 440,000人（31年度）
・市内年間商品販売額
　28,907億円（26年度）→ 37,000～38,000億円（31年度）
・市内事業所数
　30,647事業所（26年度）→ 31,700事業所（31年度）
・市内新設事業所数
　1,501事業所/年（21-26年）→ 増を目指す（26-31年）

重点戦略 3　出産・子育ての希望をかなえ、若い魅力にあふれたまちづくり

妊娠期からこどもが自立するまで、仕事と子育てを両立するための多様な保育サービスの提供、教育の充実、ワークライフバランスの推進など、きめ細かな子育て支援施策を推進する。
① 妊娠・出産・子育てまでの切れ目のない支援
② 充実した教育・保育の提供
③ ダイバーシティ（多様性）と男女共同参画の推進
④ 若さにあふれた活気あるまちづくり

【基本目標】
・市合計特殊出生率の県内他都市との差分の解消
　0.03（千葉市1.33－1.36東葛湾岸地域3都市）（26年度）
　→ 0（31年）
・6歳未満の子どもがいる子育て世帯の数
　37,429世帯（22年）→ 現状維持（32年）
・全国学力・学習状況調査における全国平均正答率比較
　小6：+1.8、中3：+1.9（27年度）
　→小6：+2.1、中3：+2.1（31年度）

重点戦略 4　高齢者が心豊かに暮らせるまちづくり

本格的な超高齢社会を迎える中、団塊の世代が75歳以上となる2025年を見据え、地域包括ケアシステムの早期構築に向けた取組みや、健康寿命延伸のための取組みを強化する。
① 地域包括ケアシステムの構築・強化
② 健康づくりの推進による健康寿命の延伸
③ アクティブシニアの活躍推進

【基本目標】
介護・支援を必要としない高齢者の割合
　85.1%（26年度）→ 87.5%（31年度）

重点戦略 5　都市資源を活用し、ひととひととがつながるまちづくり

集約型都市構造への転換を見据えながら、都市機能の更なる集積や更新を促進するとともに、重要地域拠点を活かし、市内外を問わず多くの方々が交流する拠点として育成する。
① 都市のコンパクト化により活力を生み出す地域空間の形成
② ネットワーク化の促進による、地域の拠点づくり
③ 幕張新都心の競争力の向上

【基本目標】
・公共交通の利便性の高いエリアに居住している人口割合　80.7%（26年度）→ 増を目指す（31年度）
・公共交通機関の利用者数
　743千人（26年度）→ 現状維持（31年度）

重点戦略 6　千葉市を知り、そして好きになる仕組みづくり

様々な魅力を有する本市固有の都市イメージの基礎となる「都市アイデンティティ」の確立や、ICTの活用などを図りながら、市民や団体、企業など様々な主体とまちづくりの課題や目的、魅力を共有し、市民が主体となってまちづくりに参加・連携できる仕組みを構築する。
① 都市アイデンティティの確立
② 市民全員参加のまちづくり
③ 「時間を返す」市民サービスの実現

【基本目標】
・「千葉氏」を知っている人の割合
　53.1%（26年度）→ 向上（31年度）
・入込観光客数
　22,537千人（26年度）→ 26,500千人（31年度）
・この１年間に、地域活動やボランティア活動に参加したことがある。
　23.2%（26年度）→ 33.0%（31年度）

重点戦略 7　未来へと引き継がれる「オリンピック・パラリンピック・レガシー」の創出

内外から訪れる多くの来訪者を「おもてなし」の精神を持ってお迎えするとともに、大会開催を市民の、そして都市の「記憶」として引き継いでいけるよう、ソフト・ハード両面にわたる環境整備を進め、創出・醸成された「レガシー」を未来へと継承していく。

① 有形・無形の「レガシー」の、未来への承継
② パラリンピックを通じた共生社会の実現

【基本目標】
・入込観光客数（再掲）
　22,537千人（26年度）→ 26,500千人（31年度）
・市の国際的なイメージが向上していると感じている人の割合
　21.2%（26年度）→ 32.5%（31年度）