

第3回船橋市商工業戦略プラン策定委員会 議事録

開催日時：令和7年6月20日（金） 13時00分

開催場所：船橋市役所本庁舎10階 中会議室

出席者：委員長 手嶋 進 千葉商科大学 教授
副委員長 市原 保紀 船橋市経済部 部長
委員 小笠原 永隆 帝京大学 教授
篠田 好造 船橋商工会議所 会頭
大塚 智明 船橋市商店会連合会 副会長
岡 直樹 船橋市観光協会 専務理事
阿部 健一 千葉県産業振興センター参事兼企画調整課長
鈴木 幸雄 船橋市企画財政部 部長

(欠席)

加藤 和彦 千葉工業大学 教授
合田 寛樹 船橋大型店連絡協議会 会長
大原 俊弘 船橋市地域工業団体連合会 会長
今井 和夫 千葉県中小企業診断士協会 相談役

事務局 経済部商工振興課 真田課長、石崎課長補佐、深井商業係長、宮田工業係長、藤巻経営労政係長、原田観光プロモーション係長、森主任主事
(株)ちばぎん総合研究所 関、水野

○事務局

定刻となりましたので、ただいまより第3回船橋市新商工業戦略プラン策定委員会を開催いたします。委員の皆様におかれましては、お忙しいなかお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。司会を務めます経済部商工振興課長の真田でございます。よろしくお願いいたします。

まず初めに、本日の資料の確認をお願いいたします。

- (1) 船橋市新商工戦略プラン（骨子案）
- (2) 「船橋市新商工業戦略プラン」の施策の体系（案）
- (3) 小室IC周辺の産業用地としてのポテンシャル
- (4) 船橋市の観光戦略（案）

参考資料として、

- (1) 船橋市の商工業・観光振興の課題および今後の方向性
- (2) 船橋市の商工業の現状のエビデンス

以上6点になります。過不足はございませんでしょうか。

それでは、以後の議事進行を手嶋委員長にお願いしたいと思います。

○手嶋委員長

それでは議事に入る前に、本日、傍聴を希望される方はいらっしゃいますでしょうか。

○事務局

本日は傍聴の希望者が1名おります。

○手嶋委員長

それでは、傍聴人に入室頂いてください。

それでは、議題に移りたいと思います。はじめに、「骨子（案）の検討」について、事務局から説明をお願いいたします。

○事務局

資料1「船橋市商工業戦略プラン(骨子案)」をご覧ください。

1ページ目は、船橋市の外部環境すなわち「社会・経済潮流の変化」と内部環境である「商工業の現状および課題」について整理しました。1ページ左側に記載した船橋市を取り巻く「社会・経済潮流の変化」と「商工業の現状」を踏まえるなか、右側に記載した商工業の課題を掲載しました。どのような経緯でこのようにまとめたのか、そのプロセスについてご説明させていただきます。参考資料1をご覧ください。

1ページ目は、基礎調査報告書の最終ページに記載した課題および今後の方向性です。それぞれの課題は基礎調査結果を踏まえて設定しています。例えば、商業の1商店街の活性化(社会的機能の強化)のエビデンス(根拠)は右側に番号で示しています。例えば9とありますが、これが何を示しているかという2ページをご覧ください。こちらの表は、基礎調査報告書でとりまとめた船橋市の内部環境・外部環境分析になります。それぞれの文章の頭に番号が付していますが、先ほどの9という番号は「まちづくり活動に積極的な商店街が多い」を示しており、その右側の出所の番号は基礎調査報告書のページ数を表しています。つまり、延べ800ページにおよぶ基礎調査の分析結果から商工業の課題を導いているという流れをご理解いただけると幸いです。

資料1にお戻りください。社会・経済潮流の変化における重要なキーワードは、SDGs、脱炭素、DX、成田空港の機能強化、インバウンド、大規模災害発生リスクの高まりなどがあげられます。

・次に、商工業の現状ですが、資料1では文字の羅列で分かりづらいので参考資料の2(船橋市の商工業の現状のエビデンス)を用いてご説明します。参考資料2をご覧ください。

・1ページ目をご覧ください。最初は共通テーマに関する分析です。船橋市の人口は全体では増加していますが、町丁別にみると減少している地域が多くみられます。図表2の青色は減少している地区です。船橋市の産業構造をみると、農業・漁業から第2次産業、第3次産業とバランス良く立地していることが特徴です。多種多様な産業が相乗効果を発揮することが、船橋らしい持続的な商工業振興といえます。

2ページをご覧ください。船橋市の小売業の年間商品販売額は、千葉市に次いで県内2位、製造業の製造品出荷額は、市原市、千葉市、袖ケ浦市に次いで4位と、いずれも県内有数の産業都市と

いえます。特に、製造業は上位の市原市と袖ケ浦市では、石油化学コンビナートが基幹産業となっているのに対して、船橋市は、京葉食品コンビナートなどの大手から技術力が高い中小メーカーまで幅広い業種が立地していることが強みです。

もっとも、図表6、7をみると、製造業、非製造業ともに事業所数、従業者数が減少傾向となっており、この流れに歯止めをかける必要があります。

3ページをご覧ください。図表7、8をみると、企業の人手不足感は、前回調査の2014 年と比べると明らかに強まっていることが分かります。また、図表9をみると、労働者確保の容易性に関する経営者の満足度も高水準とはいえ、製造業に至っては不満とする割合が満足より高くなっています。

図表10 をご覧ください。船橋市の昼夜間人口比率が低い(定住人口より、昼間の人口の方が少ない＝日中は市外に働きに出ている)ことから、雇用面では東京都などと競合していることがみてとれます。

・4ページをご覧ください。図表11、12をみると、厳しい雇用環境のもとで、企業が働き方改革やワークライフバランスに取り組む動きが増えています。せっかく雇用した人材が離職しないように働きやすい環境づくりは重要なテーマであり、支援が求められています。

・図表13 をみると、企業の1割程度は、後継者問題を経営課題にあげています。さらに、5ページの図表14 をご覧ください。後継者難を経営課題にあげた企業の約5割は、「後継者がいないので廃業予定」と回答しました。すなわち、市内企業の5%程度が廃業予備軍となっており、すみやかな事業承継に対する支援が求められています。

・図表15、16 をみると、DXに取り組む企業は2割程度、BCP(事業継続計画)を策定した企業は約1割に留まっており、いずれも重要なテーマだけに更なる底上げが必要です。

・6ページをご覧ください。ここからは、商業に関する現状分析です。船橋市の商店街はこの10 年で約1割が消滅しました。その結果、約7割の市民は、商店街を利用しないと回答しました。そのなかには、商店街の消滅により、自宅周辺に商店街がないため、利用できないという市民も含まれているものとみられます。一方、商店街を週1回以上利用する市民は、高齢化の進行やコロナ禍などを背景に2014 年の15.5%から2024 年には20.5%に増加していることは注目されます。

また、図表20、21をみると、商店街が、まちづくり活動すなわち防犯・防災や地域コミュニティづくり、高齢者福祉などに取り組むことについて、商店街と市民両方で肯定的な意見が多くみられます。また、7ページの図表22をご覧ください。商店街を利用している層の方が利用していない層よりもウェルビーイングが高いという調査結果を参考にお示しました。今後の商店街活動は、市民の幸福度を更に高めるために行うべきであるし、そうした取組に対して自治体も重点的に支援すべきではないかと考えています。

図表23、24 をみると、商店街リーダー及び経営者の高齢化に伴って、商店街活動が衰退傾向であることが今回の調査で明らかになりました。8ページの図表25 をご覧ください。商店街の今後の活性化の方向性ですが、「個店が魅力的な店舗づくりにより消費者のファンを増やす」がトップとなっており、自治体の支援対象も商店街のみならず、やる気のある個店への支援も必要と考えられます。

・ここからは、工業に関する現状分析ですが、図表26、27 をみると、工業系の用途地域を含むエリ

アに人口が流入し、工場等の操業環境が悪化しています。今回の製造業アンケートでは、住工混在を経営課題にあげる企業は、本町地域と前原地域で多くなっています。

・9ページの図表28をご覧ください。製造業向けアンケートによると、約25%の企業が今後工場等の新設予定があると回答していますが、船橋市内に産業用地の適地がない場合には、市外に流出する可能性を示唆しています。

・図表29 はベンチャープラザ船橋の支援内容ですが、非常に多岐にわたっており、こうした施設があることは船橋市の強みです。こうした強みなどを活かしてスタートアップ等の創業支援やイノベーションの促進などものづくり産業の競争力強化につなげていくことが課題です。

・10 ページをご覧ください。ここからは観光に関する現状分析です。図表 35 は船橋市の地域資源の一覧ですが、船橋競馬場を始めとして、市外住民の経験度が10 年前と比べると増加していることが分かります。一方、11ページの図表 31に観光産業の課題を掲載しましたが、観光施設・インフラの乏しさや特産品・グルメのブランド力の低さなどが上位となっており、これらの底上げが課題です。図表 32は南船橋駅周辺の主なインフラを掲載しています。このエリアは、ららぽーとやイケアなどの大型商業施設から、競馬場、千葉ジェッツのアリーナ、漁業協同組合までが徒歩圏内に立地している、全国的にみても稀有なエリアに成長してきました。今後は、南船橋駅周辺がゲートウェイ（入口）となって、市内の北部地域などへの周遊を高めていく観光振興の方向性も考えられます。

・12ページをご覧ください。図表 33、34 にあるように船橋市を訪問した市外住民の満足度と再訪意向は高水準となっています。

・図表 35 をみると、市内の商店街はインバウンドに対して未対応なことが今回の調査で明らかになりました。船橋市の人口もいずれは減少に転じる一方、インバウンドは中長期的に増加傾向が見込まれていることから、インバウンドへの対応力強化は、長期的な目線で取り組む必要がありそうです。ちなみに、図表 36 にみられるように、船橋市に住んでいる外国人の人口は近年急速に増加しており、2025 年には2万4千人と千葉県内では酒々井町の人口を上回る規模となっています。市内の外国人向けサービスの充実などできるところから取り組むことが、いずれインバウンドの誘致にもつながっていくものと思われます。

・資料1の1ページにお戻りください。今回お示した14 の課題は、冒頭にご説明を差し上げたように基礎調査結果を踏まえたものであり、1ページ右側の表は、14 の課題と課題の払拭に向けた基本戦略との相関を一覧にしました。

・基本戦略をカテゴリー別に整理したものが2ページにあります。2ページをご覧ください。

本骨子案では、基本戦略を4つのカテゴリーで整理しました。すなわち、企業成長及び経営基盤の強化、企業誘致及び起業・創業の促進、まちづくりと連携した賑わい創出、人材確保・育成と就業環境の向上です。これらの言葉はすべての関係者が理解できるようできるだけシンプルな用語を使用しました。

・また、現段階の商工業の10年後の将来像(案)を右側に掲載しています。将来像を導いたベースとなる考え方は2点です。一つ目のキーワードは、「おでん文化」という言葉です。船橋市の産業は、おでんの具のように様々な個性と魅力が詰まっており、その相乗効果によって、持続的な発展につなげていくというイメージです。

・もう一つは、今から12年後が船橋市の市制100 周年にあたるため、本商工業戦略プランは、次の

100 年に向けた助走期間(かけ橋)の位置づけになるというイメージです。

・この10 年後の将来像は、船橋市としての商工業振興に対する想いを表現するものでありますが、多分に好みの部分もございます。今回お示したのは、あくまで案であり、本日、委員の皆様のご意見を賜り、次回の策定委員会でご検討いただく予定の素案の段階では、一つに絞り込んでいきたいと考えています。

3 ページをご覧ください。基本戦略及び施策の体系の一覧です。一つ補足説明ですが、「(1) 企業の成長及び経営基盤の強化」に3つの「X(変革)」の記載がございます。一つ目が、SX (Sustainability Transformation) すなわち企業の持続可能性を重視した経営の変革、二つ目がDX (Digital Transformation) デジタル変革、三つ目がCX (Corporate Transformation) 企業の変革です。これは、策定委員会の座長である千葉商科大学の手嶋先生から頂いた3つの「X」が重要とのご示唆を反映したものです。

・今後の方向性(施策)のなかで、赤い網掛けになっているものは重点的に推進する分野です。具体的には、資料2「施策の体系」でご説明します。A3版の資料2をお開きください。

本日は、時間の都合もあるため、赤い網掛けの重点プロジェクトのポイントのみご説明させていただきます。

・「(1)①持続的成長の促進」では、デジタル化とりわけAI等の活用が重要です。今回の事業者アンケートでもAIに関する経営者の関心の高さを確認しています。

・「(1)②経営基盤の強化」について、商業面では、これまでは商店街単位での支援がメインでしたが、やる気のある個店に対する支援も重要な視点と考えています。また、工業面では、イノベーションの促進による企業の競争力向上を目指します。

・「(2)①企業誘致の促進」では、産業用地の開発を検討する必要があると認識しています。この点は、のちほど議題2で詳しくご説明します。

・「(2)②起業・創業の促進」では、スタートアップ等の育成支援を掲げています。

・「(3)①商店街の賑わい創出」では、地域住民のウェルビーイングを高める取り組みを重点的に支援します。例えば、地域コミュニティを活性化させるイベントの開催や高齢者福祉、子育て支援に資するような商店街の取り組みを支援します。

・「(3)②観光振興による賑わい創出」は、新たな切り口なので、後ほど議題3で詳しくご説明します。

・「(3)③人材の確保・育成促進」は、事業者アンケートで明らかになった人手不足感の強まりをいかにして払拭していくかが課題となります。

・なお、一番右の事業ですが、黒字は船橋市の現行事業、赤字は参考になりそうな船橋市と同等規模の自治体の事業です。現行事業は、今後、継続、廃止、拡充の3つに分類されますが、現行事業の拡充による商工業振興も前向きに検討していきたいと考えています。また、今後、全国の先進事例を研究しながら、新規事業も検討して参ります。事業の検討結果によっては施策の方向性やと取組分野があらかじめ変わることをご承知ください。私からの説明は以上です。

○手嶋委員長

はい、ありがとうございました。ただいまの説明について、ご意見あるいはご質問はござ

いますか。

○篠田委員

資料２に記載されている（１）企業の成長及び経営基盤の強化②経営基盤の強化の「魅力あふれる個店創出事業」（川崎市）と（２）企業誘致及び起業・創業の促進②起業・創業の促進の「小中高生等を対象とする次世代育成プログラム」（横浜市）の事業内容について教えてください。

○事務局

川崎市の「魅力あふれる個店創出事業」は、個店単独や個店同士が連携して取り組む新サービスや新商品開発の事業に対し、川崎市役所が支援する事業です。取組意欲の高い商業者を支援していくという事業になっています。横浜市の「小中高生等を対象とする次世代育成プログラム」は、小中高生が将来的に起業創業につながるようなプログラムを提供するもので、授業で実施しています。施策体系の取組分野で「小中学校におけるアントレプレナーシップの醸成」で対象を小中学校としているのは、小学校、中学校であれば市の管轄であるため、取り組みしやすいということです。

○手嶋委員長

よろしいでしょうか。次の議題「（２）産業用地開発の検討」について、事務局から説明をお願い致します。

○事務局

資料３「小室 IC 周辺の産業用地としてのポテンシャル」をご覧ください。議題２、３につきましては現行計画にはない新たな視点になりますので、特出しして説明させていただきます。小室インターチェンジ周辺の産業用地としてのポテンシャルについての調査結果です。調査の背景としては、市内製造業の事業所数・従業者数が減少していること、工業系用途地域に人口が流入し、工場等の操業環境が悪化していること、工場の敷地面積が横ばい推移していることなどからみて、製造業向けの産業用地が不足していることがあります。

今回は、需給両面すなわち産業用地の需要者として市内の製造業事業者、産業用地の供給者としてデベロッパーにヒアリング調査を行いました。

まず、市内の製造業３社にヒアリングしましたが、いずれの企業も小室 IC 周辺に立地したいという意向でした。北総線小室駅から徒歩圏内ならなおありがたい、中小企業向けの小区画の開発をお願いしたいなどの意見が聞かれました。

一方、デベロッパーの意見としては、周辺道路や小室駅からのアクセスの良さや物流・データセンターならすぐにでも引き合いがあること、市内の既存工場の市外への流出抑制につながるのではといった声が聞かれました。

開発の課題としては、北千葉道路の開通時期が不透明であることや、農地転用のハードルの高さ、地価が北関東より割高であることなどの指摘がありました。自治体が独自に開発す

るのは難しいので早い段階でデベロッパーなど民間事業者と連携体制を構築した方が良いでしょう、そのためには、民間の立地ニーズの有無を把握しておいた方が良いでしょうなどのアドバイスも頂きました。

産業用地としての開発効果は、新たな企業誘致や移住・定住の促進、雇用創出の促進、税収増加などが期待できます。

本調査結果を踏まえるなか、新たな商工業戦略プランでは、産業用地の開発を検討していきたいと考えています。

○手嶋委員長

はい、ありがとうございます。ただいまの説明について、ご意見あるいはご質問はございますか。

現時点ではないようですので、いったん、次の議題「(3) 観光戦略の検討」について、事務局から説明をお願い致します。

○事務局

資料4「船橋市の観光戦略(案)」をご覧ください。こちらは船橋市の観光戦略案になります。観光戦略を検討した背景には、関東圏の中核市の約6割が観光振興計画を持っていますが、本市には観光振興計画がないこと、市内の観光資源が明確になっていないこと、高水準で推移しているインバウンドを誘致する必要性などがあります。

・本市の観光面のポテンシャルですが、集客力があるアンデルセン公園や北部の梨農家などは観光コンテンツ化の可能性を秘めています。また、南船橋駅周辺の様々なコンテンツやプロスポーツチームの存在、JR 船橋駅・西船橋駅周辺の昭和ロマン漂う街並み、市外住民が本市を訪れた際の満足度の高さなどがあげられます。

・観光振興の課題としては、寺社仏閣や景勝地が乏しいこと、地域特産品のブランド力の低さ、市内観光事業者の連携不足、船橋らしい観光を定義する必要性などがあります。

・今回、船橋市の観光は、従来型の物見遊山的なものではなく、都市型観光がメインではないかと考えています。そこで船橋市ならではの観光を新たに定義しました。読み上げますと、「船橋市の観光とは、自宅から近距離の「地元」において、グルメやショッピング、スポーツ観戦などの都市型観光や、アンデルセン公園周辺や三番瀬などの自然、船橋産の豊かな「食」を楽しむことで、地域の魅力を再発見するとともに、地域経済にも貢献する観光を指す」としました。

・そして、観光の主な対象者は、船橋市民および市外の近隣住民、すなわちコロナ禍で市民権を得たマイクロツーリズムを想定しています。

・観光戦略としては、市内3つのエリアを中心に市内の回遊性を高めるマネジメントを推進します。3つのエリアとは、①南船橋駅周辺エリア、②船橋駅周辺などの中心市街地エリア、③アンデルセン公園周辺における自然エリアです。特に3つ目のアンデルセン公園周辺における自然エリアは観光振興の重点地域と考えています。また、本計画は10年の長期計画になりますので、インバウンドの推進も不可欠なテーマと考えています。

・次に、観光資源のブランディングと情報発信です。船橋市の地域資源を洗い出し、既存の観光資源とともに魅力をブラッシュアップし、タイムリーに情報発信します。

・本市は、観光関連のデータが不足しており、観光資源の洗い出しや観光客のニーズなど各種調査によるデータの積み上げも必要と考えます。

・最後に、庁内の推進体制についてですが、船橋市の観光振興は、シティセールスに近いイメージがあり、アンデルセン公園を所管する「公園緑地課」やプロ・企業スポーツチームとの連携を所管する「政策企画課」、「地方卸売市場」など、他課との連携強化が成否の鍵を握っています。庁内の連携強化を図るなか、実効性の高い施策・事業を推進したいと考えています。

○手嶋委員長

ありがとうございます。ただいまの説明について、ご意見あるいはご質問はございますか。

○小笠原委員

資料4の4の「船橋市における観光の定義」では、対象を船橋市民及び近隣住民とし、近年流行しているマイクロツーリズムを例として示しているとのことでしたが、この定義と他の事業との関連性がよくわかりませんでした。説明をお願いします。

○事務局

観光の主なターゲットを船橋市民とその近隣市民とした理由は、船橋市の人口が65万人を抱える大都市であることがあげられます。地域資源を日常的に、生活のなかで楽しんでもらうことが船橋ならではの観光の姿だと思います。

本市は、寺社仏閣や景勝地が乏しく、北海道や九州のような全国から集客が見込めるポテンシャルのある観光資源は乏しいと思います。遠隔地からの誘客よりもまず、市民に訪れてもらい、地域資源を楽しんでいただくのが船橋市の観光の方向性としてあると思います。今回想定した3つのエリアについても、それぞれ特徴が違うので、市民や近隣住民がそれぞれのニーズに合わせて楽しんでいただきたいと思います。

近年は、SNSを通じて地元の人が地域の魅力を自発的に発信する動きがあります。地元の人が楽しいと感じるものは、外から訪れる人にとっても魅力的に映ると思います。今回の調査では、市外住民が船橋を訪れた際の満足度が高く、再訪意欲も強いという結果が出ています。まずは市民が楽しむことでその魅力が近隣に波及していくイメージです。

船橋の地域資源の魅力がインターネットを通じて、海外に届く可能性もありますので、インバウンド誘致も視野に入れながら観光戦略を進めていきたい。

○小笠原委員

観光の定義がかなり絞り込んだ表現になっています。ただいまの説明で、それをどう広げていくかについて説明されていたので、その部分を明記した方が良いと思いました。

○事務局

柏市では「観光基本計画」を策定しており、その中で船橋市と同様に観光を定義して推進しています。本市の観光戦略では、小笠原委員の意見の通り、広げていくことについて明記したいと考えています。

○小笠原委員

インバウンドの推進については、綿密な戦略、アクションプランが必要だと考えます。先ほどの説明では、市内に居住する外国人が増加しているとの説明がありましたが、その方々はあくまで労働者であり、旅行客ではありません。それぞれを対象にした場合の戦略は異なるものだと思っています。住民に対し、情報発信をしてもインバウンド誘致まではつながらないと思われます。

○事務局

インバウンドの推進については、船橋市内の事業者の取り組みからするとハードルが高く、市内商店街へのアンケートでも取り組んでいる商店街はありませんでした。まずはできるところから着手することが現実的と考えています。本計画は10年間の計画なので、市内住民へのアンケート調査や地域資源を磨き上げて情報発信するなど、出来るところから始めて段階的にレベルを上げていく必要があると考えます。

○小笠原委員

商店街はインバウンド誘致に意欲がないとのことだったが、商店街で高齢化が進み、店主が廃業を視野に入れているなかでは、インバウンド対応までは手が回らないのではないのでしょうか。

○事務局

商店街はインバウンド誘致をやる必要がないと考えているだけだと思われます。市内の人口の65万人の対応だけで商売が成り立っているのでしょう。ただ今後、人口減少が想定されるなか、10年間の計画と考えると、インバウンド誘致も視野に入れる必要があると思います。

○大塚委員

商店会について申し上げます。現在、「意欲がない」というよりも「やる必要がない」と表現するほうが実態に近いと思います。というのも、地域住民の需要だけで十分に商売が成り立っていると思われます。しかし、先ほど説明があったように約一割の商店街はすでに消滅しており、何らかの要因があって客足が途絶えているものと思われます。人口減少に伴う需要減少を鑑みれば、将来的にはインバウンドを一定程度取り込み、需要を掘り起こす必要があると思われます。

私が店を構える津田沼エリアでは、週に2～3台の観光バスが立ち寄り、乗客が周辺の飲食店で食事をする光景がよく見られます。運転手の話では、成田空港と都心を結ぶルートの中で、最初または最後の休憩・食事場所として津田沼が選ばれているそうです。こうした需要が存在するのは事実です。

また、コロナ禍以前のことですが、私の自家焙煎コーヒー店では、インバウンドに対し特別なPR

を行っていないにもかかわらず海外からのお客様が訪れていました。「ネットで見たので寄った。今日はここが目的地なので、この後は都内に戻る」という方もおり、香港からのお客様だったと記憶しています。業種や業態に関係なく、潜在的なインバウンド需要はあると考えられ、新たに今後も生まれる可能性があります。

○篠田委員

インバウンド施策については、長い目で考えた方が良いと思います。船橋市は、京都や日本橋のように歴史的なブランド力があるわけではありません。したがって、従来型の大型観光を短期的に目指すのではなく、もっと長い視点で施策を組み立てる必要があると考えます。具体的には、南船橋駅周辺、アンデルセン公園、そして新たに整備が進むメディカルタウンを含め、四か所くらいの拠点を設定し、それらを面的に結ぶアクセス計画を描くことが重要です。

現在の船橋には東西方向の鉄道網(JR 線や京成線)は整っていますが、アンデルセン公園から船橋駅前までの南北を直結する交通軸がほとんどありません。長期的なビジョンのもとで南北動線を確保する構想を「絵に描いておく」ことは欠かせません。絵に描かなければ、実現への第一歩すら踏み出せないからです。もちろん道路整備や用地確保には高いハードルがありますが、だからこそ今のうちから計画に盛り込む必要があると考えます。

インバウンド施策も同じくらいの時間軸で取り組む姿勢が望まれます。三つの主要エリアをしっかり育て、南北アクセスを整えられれば、船橋が将来「東の京都」や「次の日本橋」と呼ばれるようになる可能性もゼロではありません。こうした長期的な視点を計画に織り込み、地域のポテンシャルを着実に高めていくべきだと思います。

○岡委員

観光施策について、いくつか補足させていただきます。まず、小笠原委員も指摘されたとおり、船橋市に住む在留外国人は必ずしもインバウンド需要と直結しないということをご指摘の通りです。ただ、実際には微妙な効果が見られます。市内在住の外国人の家族が来日した際、費用のかからないレジャーを選ぶ傾向があり、その受け皿としてアンデルセン公園などが活用されています。

船橋市は、都内のような一杯 800 円のクラフトビールが売れる街ではなく、「390 円の生ビール」が支持される土地柄です。したがって、外国人観光客を呼び込むためのベースは多くあるが、高付加価値化ができておらず、安価であるところでしか、観光客を呼べないことが船橋市の課題と感じています。

観光の定義の段階で、市民中心の施策まで絞り込むことは観光協会としては受け入れるのは難しいと思っています。

エリアマネジメントでは、「南船橋」、「船橋駅周辺」、「アンデルセン公園周辺」の三つのエリアを個別に扱っていますが、観光の視点で見ると「南船橋」と「船橋駅周辺」を分けて考えるのはいかなるものか。南船橋で買い物をした来訪者が、大型商業施設内だけで完結し、そのまま帰ってしまう例は少なくありません。それは船橋市が取る観光戦略ではないと考えます。観光協会では JR と連携し、「駅からハイキング」を年一回実施しており、船橋駅周辺から街歩きを楽しんでもらう試みを続けており、参加者は多い。こうした実績を踏まえれば、三つのエリアをもう少し面で捉え、北側は海

老川周辺から市場、市場から大神宮下、南船橋エリアを含めた広域回遊を設計した方が、整合性があり魅力的なプランになると考えます。

インバウンド施策に関しては、腰を据えた取り組みと同時にスピード感も欠かせません。県は現在台湾の教育旅行誘致に力を入れています。5年後、10年後にはターゲットとなる国もニーズも変化していると思われます。ある程度スピード感をもって、小規模でも取り組みを開始し、その時その時のニーズを捉えていかないといけないと思っています。事前準備は必要だと思いますが、何もせずにインバウンドのニーズなどをつかむことはできないと思います。実績を積みながら柔軟に対象となるマーケットを広げていく発想が必要です。とりわけ船橋市内の宿泊施設が不足しているので、宿泊拠点を多く持つ周辺自治体との連携が欠かせません。「どの国の、どの層に来てもらい、どこに泊まってもらうか」を具体的に描きながら施策を展開すべきです。

船橋市は、江戸・成田を結ぶ旧街道の宿場町として栄えた歴史があり、現在も成田空港と東京を結ぶ動線上に位置しています。JR 線、京成線、北総線、湾岸道路など多様なルートが船橋市を必ず横切ること自体が地理的優位性です。この強みを最大限に活かしつつ、短期的にはリーズナブルで回遊しやすい観光導線を整備し、長期的には宿泊・高付加価値サービスの受け皿まで段階的に拡張していく。そんな二段構えの戦略が、船橋らしい観光振興の鍵になると考えます。

○大塚委員

インバウンド戦略について、まずは「どのような旅行形態の訪日客を呼び込みたいのか」を明確にする必要があります。大型バスで団体客が短時間だけ立ち寄る方式では、地元の商店街にはほとんど経済効果が及びません。一方、家族や友人グループが個人旅行として訪れるスタイルであれば、観光地を巡り尽くしたりピーターほど生活圏に入り込み、住民が通う店で買い物をしたり、土産として地元のお菓子を購入したりするため、消費が市内にくまなく浸透します。訪問回数を重ねるにつれて興味は観光地より地元の「よりディープな体験」へと移行するため、商店街が観光資源として真価を発揮できると思います。したがって、市としてはターゲット層と滞在スタイルを明確に定めた上で、商店街をはじめとする地域資源を磨き上げることが、インバウンド施策を考えるうえで重要になると考えます。

○篠田委員

先ほどアクセスの話が出ましたので、もう少し補足させてください。前に船橋港の花火大会に合わせ、船橋駅から港まで歩くイベントを実施したことがあります。ルートは四つ用意し、港方面へ直進するコースや、寺町・仲通りを抜けるコースなどを設定しました。交通アクセスよりも「歩いて回遊できる仕組み」を整えたことで、多くの参加者が街歩きを楽しみながら船橋港へ向かったのを覚えています。

花火大会当日は、親水公園に数百席の観覧エリアを設け、アンケートに回答した来場者に開放しました。その結果、駅から港までの道すがら飲食や物販の屋台を設ければ、人は自然と歩き、街がにぎわうと感じました。駅前と南船橋エリア、あるいは港周辺を結ぶ導線については、バスなどの交通アクセス整備だけでなく、「歩いて楽しい仕掛け」を計画に盛り込むべきではないでしょうか。

○手嶋委員長

ありがとうございます。観光戦略でこれだけ多くの意見が集まったのは素晴らしいことだと思います。今回のプランでは、観光を初めて主要な柱の一つとして掲げているということによろしいでしょうか。

○事務局

市には現在、正式な観光振興計画がないため、この戦略プランを通じて船橋市の観光の位置づけを明確にし、今後どの方向へ進むべきかを示したいと考えています。その意味で、今回盛り込んだ内容はとても意義深く、計画全体に新しい色合いを与えていると感じています。

○大塚委員

先日、千葉県全体が国家戦略特区に指定されたと伺いました。この動きと今回の商工業戦略プランとを、どのように結びつけるのが重要と感じています。まだ県の公式資料を詳しく読み込めていないため確証はありませんが、ざっと見た限りでは船橋市の名前があまり登場せず、成田市や千葉市が中心になっている印象を受けました。県との役割分担や連携のあり方を整理し、船橋市としてどのように進めていくかを、この先10年間の戦略の中で綿密に検討していく必要があると思います。

○小笠原委員

船橋の観光といえば、アンデルセン公園やららぽーとといった「スポット型」が中心で、回遊を前提にした仕組みづくりがまだ十分ではありません。とくに地域に暮らす外国人が家族や友人を案内する際、できるだけ徒歩で巡れるルートがあるかどうかが鍵になります。しかし船橋は高級路線ではなく、江戸時代の宿場町として発展し、庶民が気軽に新鮮な魚や酒を楽しめる街として親しまれてきました。今もハイボールやビールを手頃な価格で出す居酒屋がにぎわっているのは、その歴史的な土壌があるからだと思います。

まずは、市民や近隣住民が歩いて楽しめる小さな回遊ルートを整え、次に同心円状にエリアを広げていく段階的なアプローチが適しているのではないのでしょうか。スポットからエリア観光、回遊する観光へ同心円状に広がっていくのが船橋の観光なのかなと考えます。

○阿部委員

産業振興センターが担う事業も含め、当センターの取り組みを今回の商工業戦略プランに反映できればと考えています。現在も船橋市と連携して事業を進めていますが、今後は県の施策とも連携して、連携事業をさらに拡充していく予定です。資料で赤字表示されている施策が重点プロジェクトという理解でよろしいでしょうか。その場合、他市町村や関連団体の先進事例を参考にしながら推進していく方針で合っていますか。

○事務局

赤字で示した施策は、いずれも他市が先行して実施している取り組みです。今後はそれらを参

考にしつつ、船橋でも実行可能なものから導入したいと考えています。一方、黒字の施策は現在すでに本市が実施している事業ですので、内容を点検しながらブラッシュアップし、重点とする取り組み分野に合わせて必要な変更や改善を加えていく方針です。

○阿部委員

ありがとうございます。一方で私どもも、県の方針を踏まえながら来年度に向けて検討を進めている事業があります。その点について協力できればと思います。なかでもデジタル関連は変化のスピードが速いため、状況に合わせて柔軟に計画を組み替えられる体制が不可欠だと考えています。いったん形を決めてしまうと、2年後には陳腐化してしまう恐れもありますので、10年先を見据えつつも、必要に応じて随時見直しができる仕組みを持たせることが重要だと思います。

○事務局

今回の計画は10年を想定していますが、現在運用しているプランも本来は5年ごとに見直す仕組みになっており、実際に修正を重ねてきました。今回も、社会情勢の変化に応じて必要な改定を行うなど、柔軟にアップデートしていく方針です。

○手嶋委員長

私から意見をお話させていただきます。観光戦略について皆さまのご意見をうかがった結果、資料2の観光項目には、短期的にすぐ着手できる施策と、縦軸の回遊性を高めるような中長期的・戦略的施策の両方を盛り込む必要があると感じました。例えば、外国人向け案内マップの作成のように即実行できる取り組みと、複数事業者が連携して全体の動線を設計する大規模プロジェクトの双方を明記し、段階的に実行していくロードマップを示すことで、実効性と将来性を両立できるのではないかと考えます。

○事務局

ご指摘のとおりです。本日お寄せいただいた多様なご意見を踏まえ、これから作成する素案にしっかりと反映させていきたいと考えています。

○手嶋委員長

歩行回遊を検討する際には、ほとんどの人がスマートフォンを携帯している点が重要です。現在では、どの駅で降りた人がどこまで徒歩で移動し、どのエリアを訪れているかといった定量的データを取得できる環境が整っています。私はデジタルマーケティングの業務経験があり、その方面の関係者からも話を聞いてきましたが、こうしたデジタルデータを活用すれば、人々が実際にどの範囲まで歩くのかを把握できるはずです。

今回の戦略プランの枠内で直ちに導入するのは難しいかもしれませんが、データを試験的に活用してみる価値は大いにあります。例えば鎌倉市など、既に実証実験を進めている自治体もあると伺っています。こうした取り組みを参考に、どのような仕組みを導入すれば効果的かを検証すれば、回遊性向上のための具体策をよりの確に打ち出せると思います。

○岡委員

船橋市の特産品やブランド力の知名度が低いという指摘を受け、まずはPRについて、地道な取り組みを継続し、戦略の根幹に据えることが欠かせないと感じています。一度掲げた方針をころころ変えてしまうと戦略自体の意味が薄れてしまうため、10年計画であれば10年間しっかり貫く姿勢が必要です。

将来像の説明では「おでん文化」など多様な表現が盛り込まれていましたが、船橋市の特産品についても「あれもこれも」と欲張りすぎている印象も否めません。期間を区切って一つの素材に絞り込むプロジェクトを打ち出すのも有効だと考えます。こうしたメリハリのある取り組みは、戦略そのものというより事業レベルの話ですが、特産品を着実に定着させ、船橋ブランドの価値向上につながるはずです。県でも「黒アヒージョ」から「発酵」へと重点を移し、集中的にPRしている例に倣い、市としても明確な姿勢を示すことも重要だと思います。

○大塚委員

商店会を代表して申し上げます。ぜひ「商店街の組織力強化」を戦略の柱に加えてください。現在、多くの商店街では会長などキーパーソンの高齢化が進み、その個人の力量に過度に依存する傾向があります。その結果、その人が引退のタイミングになっても頼り切っているため、後継者が育っていない組織になっていると感じています。

私が会長を務める津田沼・前原商店会では、委員会制を導入し役割を分担することで、いつでもバトンを渡せる体制を整えています。一方、隣接する習志野市側の商店会では、現会長が辞めたくても後継者不在のため続投せざるを得ない状況です。これは「能力のある一人に依存した結果、周囲が「あの人に任せておけばいい」と他人任せになり、組織が弱体化した例」と感じています。商店街の組織強化については、一人に頼るのではなく、複層化させていくことを行政として後押しする仕組みが必要です。例えば、副会長や専門部会を複数置くことを奨励し、世代交代を促す研修・助成制度を設けるなど、具体的支援を検討していただきたいと思います。商店街の存続と活性化のためにも、組織力強化を重点プロジェクトに位置づけることをお願いします。

○事務局

私自身も商工振興課へ異動して以来、商店街の皆さんと接する機会が非常に多く、同じ問題意識を抱えています。多くの商店街では会員数や役員層が高齢化し、組織がうまく循環せず停滞しているのが現状です。この点については、現在の計画案ではまだ十分に盛り込めておらず、ご指摘の箇所が重点プロジェクトになっていませんが、今後、他市の先進事例なども参照しながら、商店街組織の若返りや循環を促す仕組みが導入できないか検討を進めたいと考えています。貴重なご意見をありがとうございます。

○手嶋委員長

「商店街リーダーの育成やネットワーク化の促進」という項目は中ほどに掲げられていますが、右欄に示された熊谷市の施策は「夜市の開催」とあるだけで、組織づくりとの関連が分かりにくいよう

に思います。具体的には、組織運営に成功している商店街の事例を共有する勉強会を開いたり、リーダー候補同士が学び合える研修プログラムを設けたりと、組織化に直結する取り組みを盛り込むことが必要ではないでしょうか。

○大塚委員

私の感覚では、商店会長の任期がはっきり決まっていないため、能力のある人に仕事が集中し、同じ人が長期間引き受けざるを得ない状況が生じています。その結果、次世代を育てる機会がなく、組織全体が徐々に疲弊してしまう原因になっていると感じています。やはり一定の任期を設け、任期中に次期リーダーを育成する仕組みが必要です。候補者が自然に手を挙げられる雰囲気をつくり、次の商店会リーダーが育つ環境を整えるような施策が求められるのではないのでしょうか。

ただ、具体的に何をすればよいのか、私自身まだはっきりとはつかめていません。たとえば、契約上の仕組みを設け、「一定の条件を満たす商店街には支援を行う」といった方式くらいしか思い浮かばないのですが、それを行政主導で実行するのは正直なところ難しいと思います。

○手嶋委員長

強制的な運用は困難であっても、「こうした選択肢がある」という事実を周知し、気づいてもらうことなら可能かもしれません。

○岡委員

商店街について、私自身も習志野市の商店会の会長を務めていますが、ららぽーとに観光協会が入っていることから、「ららぽーと」も巨大な商店街の一種と言えます。そこでは個々の店舗よりも、全体を統括するマネジメントオフィスの影響力が圧倒的に強く、先日発表されたリニューアルでも「有名うどんチェーンが3月に出店」といった話題性の高いテナントを軸にした情報発信が行われていました。

一方、従来型の商店街では、土地所有者と実際に営業するテナントがばらばらで、利害関係者を束ねてマネジメントするのが非常に難しいのが現状です。しかし来街者の視点に立てば、駅前など店舗が密集したエリアに自然と足が向くのも事実で、船橋市にも「ここで店を出したい」、「条件に合う物件を探してほしい」といった問い合わせがたくさんあると思います。私自身も昨年末、別事業のために事業用物件を探しましたが、条件に合う物件は驚くほど少なく、なかなか見つけれずに苦労しました。一方で、商店街にはシャッターが閉まったままのところも目立ちます。このギャップを埋めるには、商店街自身の努力だけでなく、不動産やリーシング(テナント誘致)の視点からのてこ入れが不可欠だと感じています。

○大塚委員

ビルのオーナーとして商売を続けている立場から言えば、「入居テナントがきちんと家賃を払えるかどうか」が最も重要な関心事です。家賃収入の安定を最優先すると、どうしても大手ナショナルチェーンなど資本力がある業種にテナントが偏りがちになり、街全体としてのテナントリーシングが上手くできなくなってしまう。こうした偏りを防ぐには、商店街や商店会が情報を共有し、「どの業

種がいつ空くのか」「どの区画をどの業種に貸したいのか」といったリーシング情報を相互に交換する仕組みが有効です。ただ、商店会に参加していないオーナーも少なくありません。その結果、「知らないうちに知らない店が入っていた」という状況が生まれ、街全体のバランスを取る事が難しくなります。

さらに、典型的な商店街の建物は、一階が店舗、二階が住居といった造りが多く、「年齢を理由に店を閉めたいが、今も住んでいるので他人に貸しづらい」といった事情も目立ちます。こうした物件は貸し出しづらく、空き店舗が長期化しやすい要因になっています。結果としてシャッター通りが生まれ、にぎわいが失われる悪循環が起きがちです。

一方、個人で創業を目指す人から見ると、駅前の大型ビルや一等地の賃料は到底手が届かず、小型区画やリノベーション物件など、比較的低コストで始められる場所の選択肢が必要です。地域のにぎわいをモザイク状に豊かにするには、そうした小規模事業者の受け皿となる物件を確保し、家主側のリスクを軽減する制度やサポートが欠かせません。

つまり、シャッター通り化を食い止めるためには、①オーナーとテナント双方の情報を集約・共有する仕組みづくり、②住居併設型店舗の活用や住み替えを進める支援策、③個人創業者向けの低コスト物件と家賃保証などの環境整備が不可欠です。これらの課題を解決しない限り、街全体の健全なリーシングは進みにくいと感じています。

○篠田委員

先ほどの資料2について、個店同士をつなぐマッチング支援は、商工会議所や産業振興センターが実際に実施しており、食品分野の連携など成果も出ているので参考にして下さい。

また、小中高校生を対象とした次世代育成について、市内の小学校では「まちなか探検隊」が行われ、児童が工場見学などを通じて大きな刺激を受けています。こうした取り組みを中学校・高校へ拡大すれば、将来の地元産業を支える人材育成につながります。

参考資料2の表6（製造業・非製造業の事業所数と従業者数の推移）を見ると、事業所数は大幅に減少しているのに従業者数の減少幅は小さく、中小事業者の廃業が進んでいる様子がうかがえます。商業でも家族経営の小規模店が姿を消しています。しかし地域経済を支えてきたのは、もともと家族や少人数でスタートした小さな店や工場でした。

国の支援策は大企業寄りに見えがちですが、地方都市こそ小規模事業者へのきめ細かな後押しが必要です。たとえば空き店舗を借りたい事業者への家賃補助や改装助成、チャレンジショップ制度の拡充など、新しい芽を育てる仕組みを強化していただきたいと思います。資料5 ページにある「後継者不在で廃業予定の事業所」も深刻な現状であると感じています。小規模事業者が参入しやすい環境整備は不可欠です。

船橋市が将来、銀座や日本橋のようなにぎわいを備えた町へと発展する可能性を信じ、こうした視点を戦略に反映していただければ幸いです。

○大塚委員

起業・創業支援の観点から申し上げます。私の店には、自家焙煎のコーヒー豆を扱う関係で、「新しく店を開くので卸してほしい」と個人事業主の方がよく相談に来ます。ところが、多くの方が市や

商工会議所の補助金・助成制度など、創業支援に関する情報をまったく持っていません。起業してしばらく経ってから「そんな制度があったのか」と知り、驚かれるケースも少なくないのが現状です。たとえば、20 代の若い方でキッチンカーを始めたいという相談がありましたが、彼も公的な補助制度の存在を知らずに準備を進めていました。若い世代は情報収集の手段が従来と異なるため、従来型の周知方法では支援策が届かないのだと思います。起業意欲の高い層に的確にアプローチするためには、SNS や動画配信、オンライン説明会など、若年層が日常的に利用するメディアを活用した発信が不可欠ではないでしょうか。

○阿部委員

支援策についてご説明します。私たちは、船橋市や商工会議所と連携し、創業セミナーを開催しています。事業計画の立て方から行政手続き、資金調達の方法までを段階的に解説し、質疑応答の時間も設けていますが、参加者はまだ限定的で、十分な浸透には至っておらず、PR が必要と感じています。また、創業後でも、事業を軌道に乗せようとしても情報不足で行き詰まる例は多く、支援策に気づくのが挫折した後になりがちです。そこでオンライン説明会や短い動画による発信など、若い世代に届きやすい手法を検討しています。

小学校2年生の「まちたんけん」や中高生向けの起業体験プログラムを実施し、地元産業への関心と将来の起業意識を育てています。

人材確保・育成面では、ジョブカフェちばやベンチャープラザ船橋が就業・創業支援メニューを提供しています。対象は従来の「若年者」だけでなく、40 代の再チャレンジ希望者にも拡大しました。助成金紹介や専門家派遣、企業とのマッチングなどを組み合わせ、きめ細かな支援に力を入れています。

事業承継も喫緊の課題です。高い技術を持つ中小企業でも支援があることに気づくのが遅くて、後継者不足で廃業を選ぶ例が後を絶ちません。千葉県事業承継・引継ぎ支援センターと協力し、早期相談の呼びかけとマッチング支援を進めています。保証協会や金融機関とも連携し、資金・法務両面を包括的にサポートしています。

創業支援から人材育成、事業承継まで、一連の施策を市町村の実情に合わせて、ブラッシュアップし、分かりやすく周知することが不可欠です。

○篠田委員

商店を維持するのは本当に大変です。私も 4～5 年前に商売から引退し、今は別の仕事に軸足を移しました。街を見渡すと、かつては当たり前にあった携帯電話ショップや八百屋、魚屋が次々と姿を消し、事業を長く続ける難しさを感じています。三十年ほど前、柏市の商店街会長から「自分の商売だけを頑張りすぎتهはいけない。地元の地主が知恵を出し合い、その時代や地域に合った店を呼び込むことが大切だ」と言われたことが忘れられません。

実際、ららぽーとでも毎年店舗の一割程度が入れ替わり、新しいテナントとのマッチングを重ねながら魅力を保っています。銀座や六本木でも、地権者が集まり「どんな店を誘致するか」を議論して街づくりを進め、昼も夜も人を呼び込む仕組みを整えています。

船橋市でも同じ発想が必要ではないでしょうか。従来の「商店街」という枠組みにこだわらず、土

地の所有者が連携し、船橋市に合った店をどう育てるかを話し合う。地域の特性に合った店舗を誘致し、夜だけでなく日中も人が集まる仕組みをつくる。こうした「地権者会議」のような枠組みが、これからの船橋には欠かせないと思います。

○手嶋委員長

次に先ほどご覧いただいた資料1の2ページの右側には、「船橋市商工業の 10 年後の将来像（現段階のイメージ）」として四つの案を掲載しています。次回の委員会では、事務局として案の一つに絞り込んだ上でご提示しなければなりません。そこで今日は、委員の方々から案1～4についてのご意見を伺い、その意見を基に事務局が「最もふさわしい候補」をまとめていきたいと考えております。

なお、枠内に示した太字のフレーズがキャッチフレーズに当たり、括弧内の文章は補足説明です。最終案を作成する際は、それぞれ該当ページにキャッチフレーズと説明文を併せて掲載する予定ですので、その点も踏まえてご検討ください。

○大塚委員

質問ですが、現行計画はどのような表記でしたか。

○事務局

現行の商工業戦略プランでは、将来像を表すキャッチフレーズとして「オンリーワンシティ船橋」を掲げ、副題に「チーム船橋でつなぐ市民力と産業力」という文言を添えていました。これにより、市民一人ひとりの力と多様な産業基盤を結び付け、船橋独自の個性を伸ばしながら持続的に発展する都市像を示していたというのが当時のテーマです。

○小笠原委員

個人的な感想ですが、次期プランのキャッチフレーズには案2が良いと考えますが、それに加え、胸が高鳴るような副題を添えると良いと思います。たとえば「ワクワクとドキドキを次の世代へ広げよう」といった表現を付け加えれば、「NEXT STAGE」という言葉がより明るく前向きに響き、市民にも期待感が伝わりやすくなるのではないのでしょうか。

○大塚委員

前回は英語表現の「オンリーワンシティ船橋」を使っていたことを踏まえると、継続性という観点からも案の「BRIDGE for NEXT STAGE」は魅力的なキャッチフレーズだと思います。「BRIDGE」には橋という意味があり、船橋の「橋」と重ねられる点も秀逸で、非常に良いと感じました。

○岡委員

まず、一読した印象では案 1 と案 2 が候補になると思いますが、私は案 1 のイメージが単独でも企業を惹きつけられる力強さがあり、わずかながら人口が増えている現状と合致すると思いま

す。また案2では、今後 10 年間で起業誘致を進め、次々に新しい店を開いていく姿がイメージできます。

一方で、市制 100 周年に絡めた「ネクストステージ」という言葉の響きも悪くありませんが、この表現だと「これからの10 年」よりもその先の時代が主眼に置かれているように聞こえる点がやや気になりました。10 年で具体的に何を実現するのかがもう少し伝わる説明が加われば、さらに分かりやすくなると思います。

○手嶋委員長

私の意見として、案1は現状の特徴や文化を的確に捉えており、「いま」を端的に示す点で優れています。ただ、やや説明的でストレートなぶん、受け取り方の幅が狭まりがちです。キャッチフレーズは、人によって自由に解釈できる余白があったほうが魅力的になると感じました。その観点では、案2の「NEXT STAGE」という言葉は、読む人が「次の10 年」をどう想像するかに委ねられており、あえて曖昧さを残す意味があると思います。

○市原副委員長

私は案2です。前回のスローガンとの継続性を意識するなら英語表記でも問題はなく、注釈に「市政 100 周年後を見据えた展望」と記しておけば十分意図は伝わります。細かな点ですが資料の「市政施行」は「市制施行」へ修正が必要です。

○手嶋委員長

よろしいでしょうか。ありがとうございました。必要に応じて資料の修正等や委員から追加事項がございましたら事務局にご連絡をしていただければと思います。

最後に、事務局にお返しします。

○事務局

本日は限られた時間の中で、ご意見等をいただきありがとうございました。
手嶋委員長からご案内ありましたとおり、事務局からご案内させていただいたうえで追加のご意見等がございましたら、ご連絡いただければと思います。

第4回の委員会の開催については、令和7年8月頃に開催したいと考えております。日程は、調整のうえ、別途ご連絡させていただきます。よろしくお願いいたします。

以上を持ちまして、第3回船橋市新商工業戦略プラン策定委員会を終了いたします。
ありがとうございました。

以上