



柏市産業振興戦略ビジョン

(令和7年度～令和11年度)



令和7年3月
柏市

本市は、これまでベッドタウンとしての人口増加を背景に発展を遂げてきたことから、住む方にとって良好な住環境を確保・向上させていくことを重要課題と認識し、市民にとって住みやすく一歩先を行く先進的なまち、そして、選択と集中による持続可能なまちを目指して取組を進めてまいりました。

産業振興におきましても、柏駅周辺を中心とした商業施設の集積、柏の葉地区を中心とした国内屈指の学術・研究機関の集積、手賀沼周辺を始めとした豊富な観光資源、国内トップクラスの生産量を誇る、かぶ・ねぎ・ほうれんそうを始めとした農業生産など、多様な産業ポテンシャルを活かした魅力創出や業種の垣根を超えた連携による新ビジネス・新産業の創出に取り組んできたところです。

このような中、本市は大きな転換点を迎えております。これまでの本市発展の支えとなった人口が2035年をピークに減少局面を迎える見込みであることから、今後は、柏の強みを一層磨きあげ、また、新たな強みを作り、魅力と求心力を向上させるための戦略が必要となっております。

そこで、本ビジョンでは、これまでの成果・強みを活かしつつ、「新たな産業・企業・価値の創出」「地域産業の成長と発展を支える基盤づくり」「持続可能な柏経済の構築」の、3つの視点を持った戦略を実行していくことで、市内外から人・企業・情報が集まり、市域を超えて取引や消費を拡大させていく広域経済圏の牽引役「リーディングコアシティ」として成長を続けるまち、また、人々がいきいきと暮らし、夢ややりがいを持って安心して働くことができ、社会や地球の健康にも貢献していく「ウェルビーイング」な地域産業のまちを目指してまいります。

この計画をご理解いただくとともに、各施策の取組に参画くださいますようお願い申し上げます。

結びに、本ビジョンの策定に当たり、ご尽力いただいた柏市産業振興会議委員の皆様をはじめ、アンケート調査等により貴重なご意見をお寄せいただいた皆様に心より感謝申し上げます。

令和7年3月

柏市長 太田和美

目 次

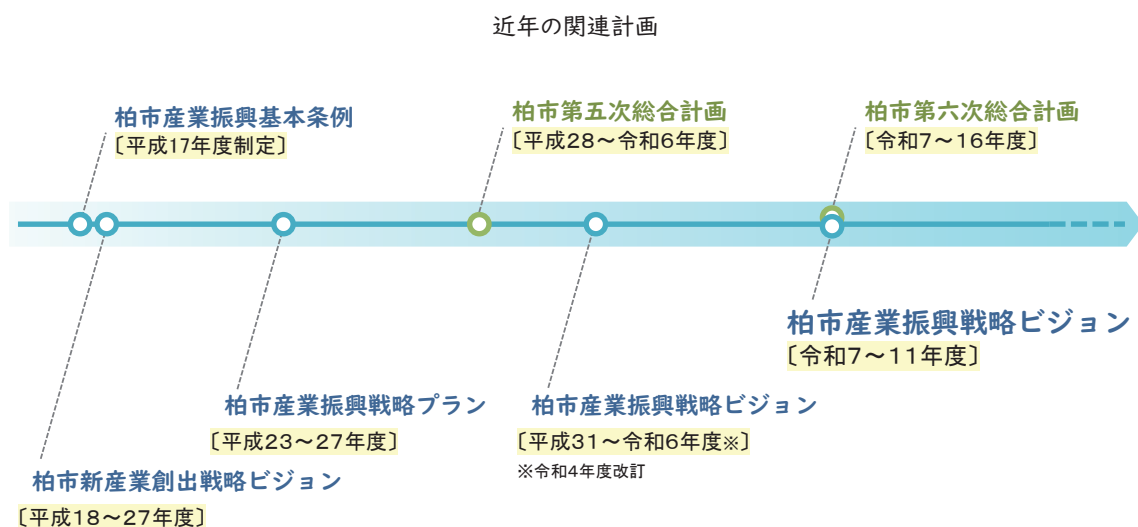
第1章 はじめに	1
第2章 社会・経済情勢の変化	3
第3章 柏市の産業の特性と課題	7
第4章 柏市が目指す産業振興の方向性	17
第5章 施策体系・施策	22
戦略1 新たな産業・企業・価値の創出	23
戦略2 地域産業の成長と発展を支える基盤づくり	31
戦略3 持続可能な柏経済の構築	39
第6章 計画の推進	43
資料編	45

1. 計画策定の経緯

本市では、工業と商業に分けてそれぞれに振興計画を策定し、産業振興を推進してきましたが、平成17年度に柏市産業振興基本条例を制定したのを機に、産業全般の振興を図る「柏市新産業創出戦略ビジョン」（平成18～平成27年度）を策定しました。

その後、社会・経済の変化や本市産業の現況に沿って、平成22年度に、「柏市産業振興戦略プラン」（平成23～平成27年度）を策定し、平成30年度には、柏市の産業を取り巻く環境などを踏まえて、「柏市産業振興戦略ビジョン」（平成31～令和5年度）を策定しました。その後、コロナ禍や地政学的リスクの増大などにより急速に社会・経済情勢が変化したため、令和4年度に一部見直しを行い、計画期間を令和7年度までとする計画に改訂しました。

令和7年度より柏市第六次総合計画の計画期間が開始する見込みであることから、産業振興戦略ビジョンも第六次総合計画と一体的に推進していくため、令和7年度を計画初年度とするビジョンを策定します。

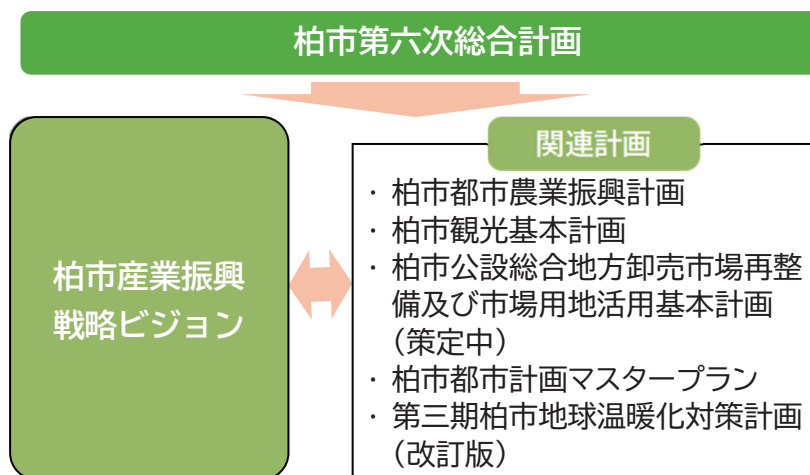


2. 計画策定の目的

本計画は、社会・経済情勢の変化や本市産業の現況や特性を踏まえて、本市の産業振興の方向性を明らかにし、市内事業者や関係機関等がその方向性を共有・連携しながら市内産業の持続的発展を図っていくことを目的とします。

3. 計画の位置づけ

本計画は、柏市第六次総合計画を上位計画とし、他の分野の計画との整合性を図り、一体的に計画を推進します。



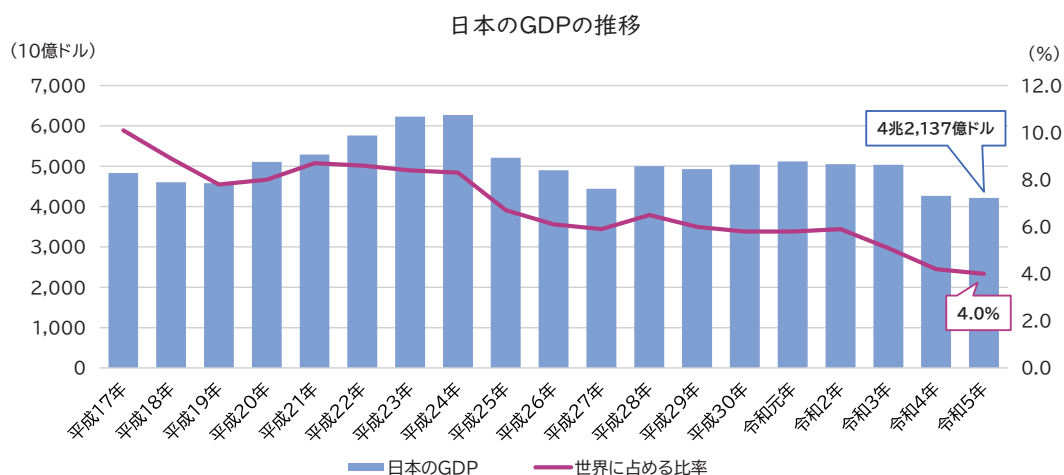
4. 計画期間

本計画の計画期間は、令和7年度から令和11年度の5年間とします。なお、計画期間中においても、社会・経済情勢の変化や市内産業の実態の変化に応じて、計画を見直します。

令和(年度)	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
柏市第六次総合計画	←									→			
柏市産業振興戦略ビジョン	←				→								
柏市都市農業振興計画	←					→							
柏市観光基本計画										→			
柏市都市計画マスタープラン													→
第三期柏市地球温暖化対策計画(改訂版)						→							

1. 日本経済における成長の鈍化

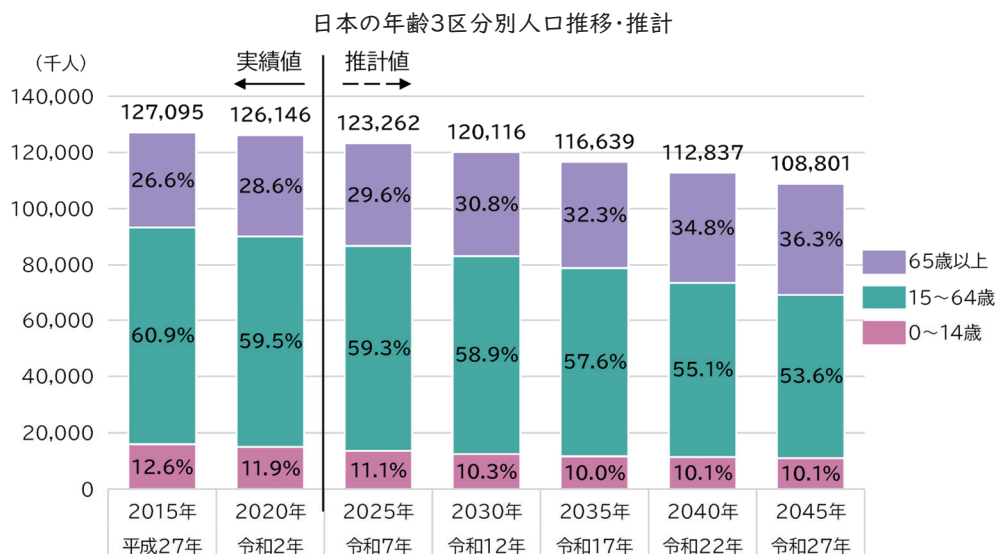
日本の名目GDPは、令和5年には4兆2,137億ドルに減少、世界のGDPに占める比率は4.0%に低下しており、我が国における世界的競争力の低下がうかがえます。



2. 少子高齢化の進展

全国的に少子高齢化が進展しており、今後さらに高齢化が進むことが予測されている中、人材不足が深刻な課題となっています。特に、東京都心部に近い本市では、東京都で就労する人が多く、市内での人材確保が困難になっています。そのため、社会を維持するために必要な労働力やまちの活力と魅力を支える人材の確保や参画が大きな課題となっています。

人材不足を補うために、外国人材の活用も進めていく必要がありますが、受け入れに当たっては、労働環境の整備や生活コミュニケーションの問題など、多くの課題を解決する必要があります。

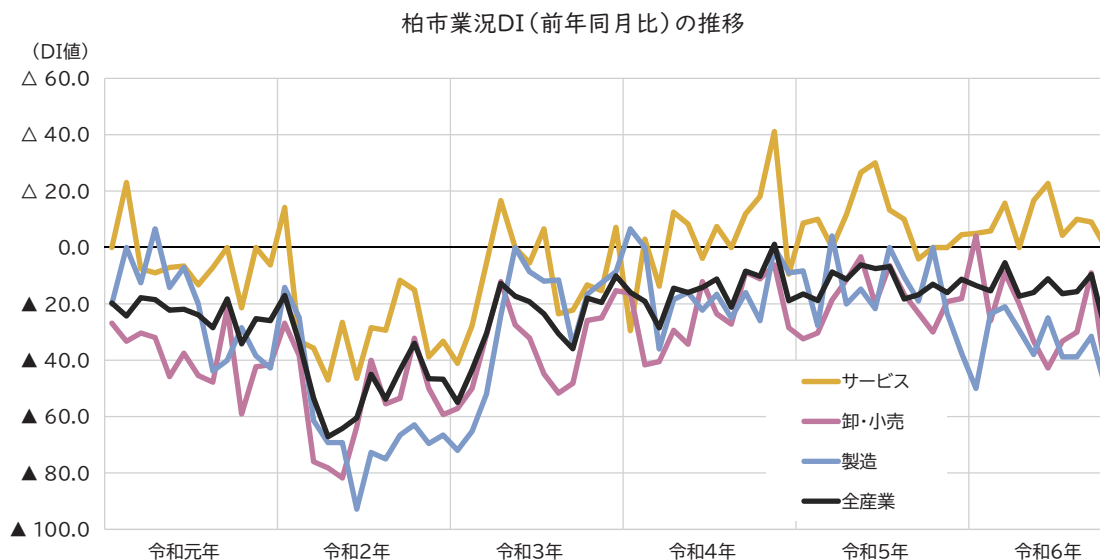


出典：2015年・2020年：総務省統計局「国勢調査」

2025年～2045年：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」

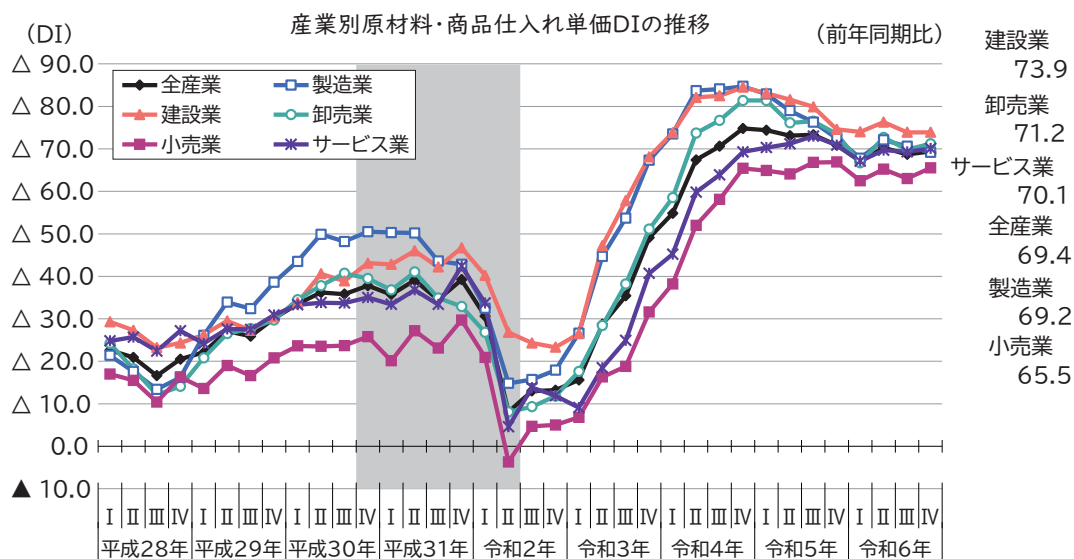
3. コロナ禍からの回復

本市における令和元年以降の業況DI値の推移をみると、令和2年にコロナ禍の影響で大きく落ちこんだ後、回復基調となりましたが、業種間で景況感の差異が生じています。サービス業が好調で、製造業が低調といった特徴が見られます。



4. 物価高騰・賃上げの動向

地域紛争や大規模災害など様々な世界情勢を背景としたエネルギー（原油）高、原材料等の物価高騰による影響は我が国や地域経済にも大きなリスクをもたらすこととなったほか、個人消費にも影響を与えました。また、企業にとっては物価上昇率を超える賃上げの実現が喫緊の課題となっています。

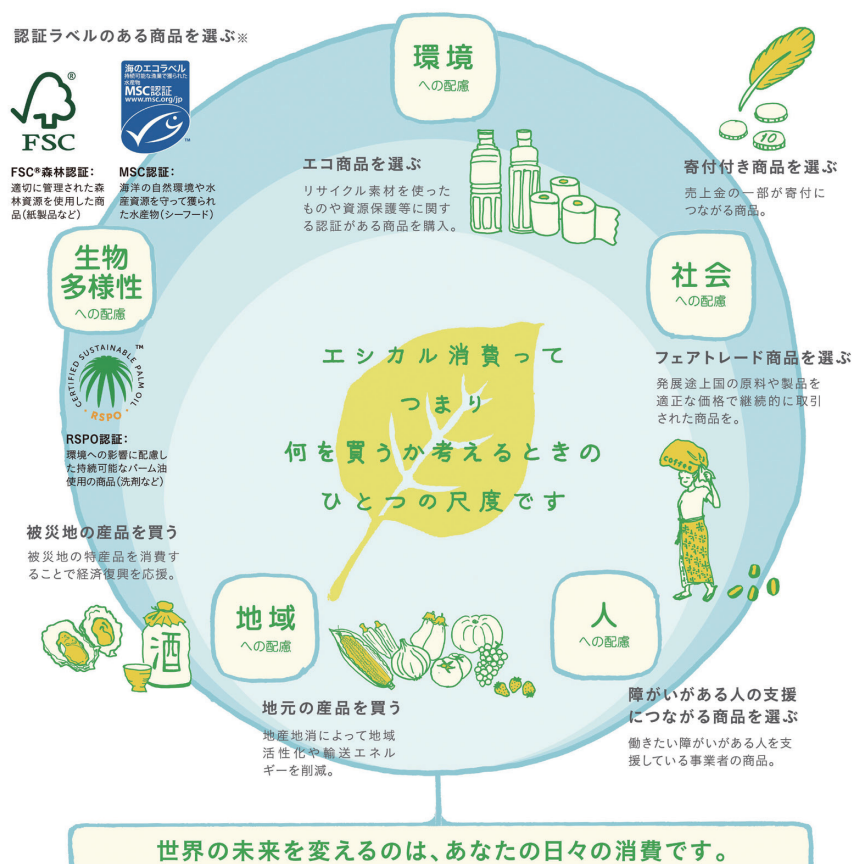


5. 消費行動の変化

コロナ禍により生活スタイルが大きく変化し、消費行動もインターネットショッピングの普及などにより変化しています。さらに、消費は商品を購入することに価値を置く「モノ消費」から無形の体験に価値を置く「コト消費」、さらには商品やサービスの持つ社会的な価値や文化的な価値を重視した「イミ消費」へと移行しています。そのような中、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」等も注目されています。

「エシカル消費」でどんなことが応援できるでしょうか。

具体例の一部を見てみましょう。



※認証機関は他にも多数あり、これらはその一例です。
生物多様性民間参画ガイドライン 第2版 (平成29年12月8日 環境省公表) http://www.env.go.jp/nature/biodic/gi_participation/download.html



持続可能な開発目標 (SDGs) の12番目は「つくる責任 つかう責任」
2015年9月の国連総会で決められた国際的な17の目標のなかにも、貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会などと併せて、「持続可能な生産・消費形態の確保」が掲げられています。

出典:消費者庁HP

6. 情報通信技術の進展と活用

情報通信技術の進展とともに、産業構造が転換し、経済のソフト化・サービス化が進んでいます。情報処理ツール・デジタル技術の進展などにより、技術革新に伴う生産性の向上や、情報発信ツールとしてのSNS活用が活発化しています。また、キャッシュレス決済の浸透は目覚ましく、事業活動や人々の生活にも変化を与えることとなりました。今後はさらに、AIの商業利用や5Gネットワークの普及による革新的サービスへの期待など、様々なテクノロジーが急速に進展することが予測され、市民、事業者等も情報リテラシーを上げて対応していく必要があります。

7. 働き方の変化・多様化

コロナ禍による感染拡大防止の取組を通じて、テレワークやオンライン会議が急速に浸透し、働き方が大きく変化しました。また、人々の価値観の多様化が進み、それぞれのライフスタイルに合った多様な働き方が求められるようになりました。

就労する一人ひとりが、それぞれの働き方を見直すとともに、事業者は様々な人材が活躍できるようにワークライフバランスを重視した取組を行うことも求められています。

多様化する働き方は、新たな人材活躍の素地ともなる可能性があり、副業、セカンドキャリア、学び直し（リスキリング）などによる新たな事業の担い手の参画が期待されます。

8. 気候変動・環境問題、防災対策への関心の高まり

地球温暖化等に起因する気候変動・気候危機により、自然災害の増加や激甚化（地震・水害・猛暑）が近年顕著となっており、これら災害への備えとして、安心・安全や防災への関心が高くなっています。

また、地球環境問題は、世界的に喫緊の課題となっており、環境に配慮した持続可能な地域経済の在り方が問われています。特に、産業との関わりについては、事業・経済活動は環境問題と密接に関係しており、これらの課題へ対応するためには、多角的にステークホルダーを巻き込み、市・市民・事業者が協力して取り組む必要があります。

こうした地球環境への取組として、我が国では、令和2年に、温室効果ガスの排出量を令和32年までに実質ゼロとする「カーボンニュートラル」を宣言し、国内の温室効果ガス排出量を令和12年度までに、平成25年度を基準として46%削減するという中間目標を掲げています。

その後、令和5年6月に、脱炭素社会に向けた取組の方法や考え方を示した「GX推進法」が施行されました。カーボンニュートラルの実現と産業競争力の強化、経済成長の実現に向けて、今後10年間に於いて、官民から150兆円を超える資金を調達し、我が国のGXを推進していくための活動と計画が規定されています。

1. 柏市の産業の特性

1-1 本市における事業環境

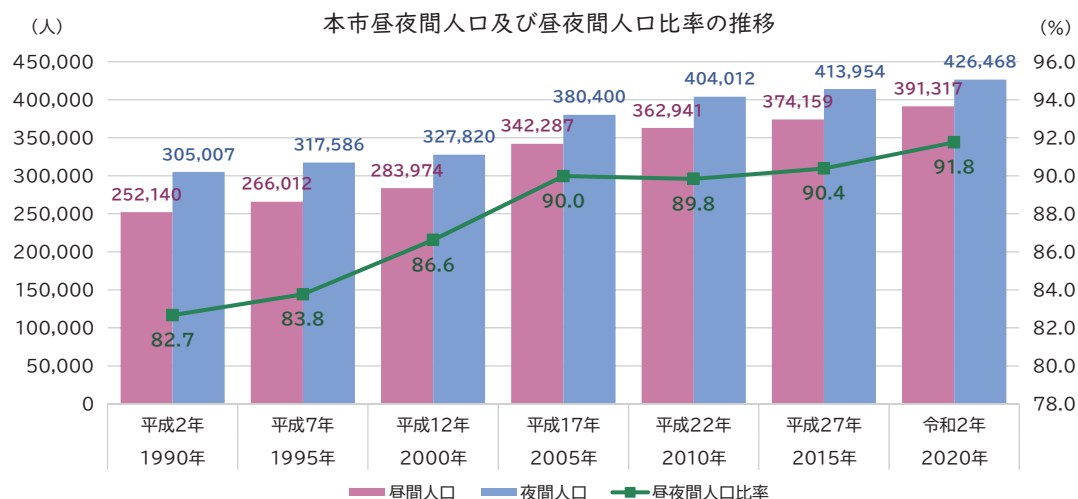
①交通の利便性が高い立地環境

本市は千葉県北西部の中心に位置し、鉄道では本市の中央部をJR常磐線（地下鉄千代田線乗入れ）、東武鉄道アーバンパークライン、本市北部をつくばエクスプレスが通り、道路では国道6号、16号及び常磐自動車道が通る交通の要衝地であり、東京の都心部と北関東を結ぶ玄関口になっています。



②ベッドタウンでありながら、昼間人口が増加

本市の昼間人口比率は、夜間人口が昼間人口を上回っており、ベッドタウンとしての特徴が見られます。過去30年間の昼夜間人口比率の推移をみると、昼間人口の比率が上昇しており、令和2年には91.8%と、市内で活動する人が増えて、市外へ通学や通勤する人の比率が下がっていることがうかがえます。

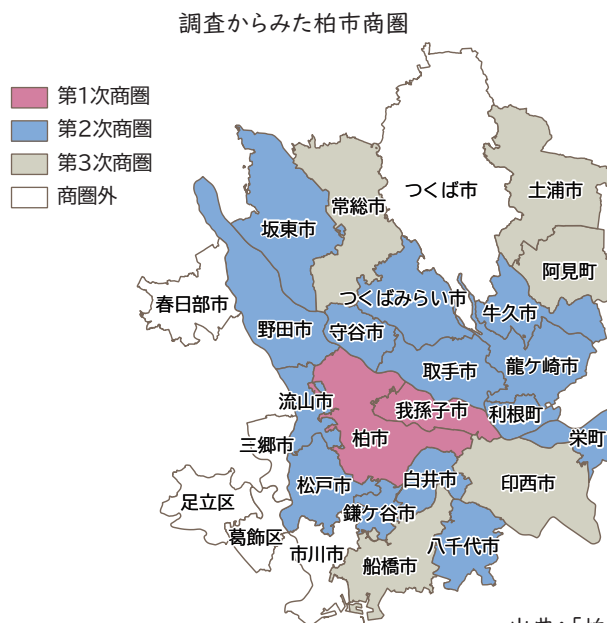


③本市を代表する商業地及び市内の商店街

令和3年度柏市商業実態調査結果によると、本市の商圈は、18市3町に広がっています。市内の地域・施設別吸引人口をみると、柏駅周辺が約32万人と最も多く、次いで平成28年に開業したセブンパークアリオ柏が約13万人、柏の葉キャンパス駅周辺が約9.5万人と上位を占めています。

特に、柏の玄関口となっている柏駅周辺は、柏の商業を代表する商いの中心地として、大型商業施設及び複数の商店街が立地し、常磐線沿線でも有数の繁華街として長く賑わいを見せてきました。その間、「東の渋谷」と呼ばれるなど、独自の商業文化を形成し、魅力を発信してきました。さとう柏店の撤退などにより賑わいの低下が懸念されましたが、柏駅東口駅前再整備事業や柏駅西口北地区市街地再開発事業が推進されており、新たなまちの魅力が形成されることが期待されます。

また市内には、日々市民の生活を支えている44の商店会（令和6年4月1日現在）があり、遠距離からの来街者も多い広域型商店街から地元住民が日用品の買物先として利用する近隣型商店街まで、それぞれが多様な商店街活動を推進している点が特徴です。



出典：「柏市商業実態調査」令和4年3月

④新産業創出に向けた先端産業・研究機関集積拠点の形成

柏の葉キャンパス駅周辺においては、周囲に東京大学、千葉大学といった学術研究機関や国立がん研究センター先端医療開発センターが立地しているほか、今後の国家戦略の核となる産業技術総合研究所（産総研）の人工知能研究センターが整備されるなど、様々な国内有数の研究施設が集積しています。

令和4年4月には、内閣府が認定する「Greater Tokyo Biocommunity(GTB)」の拠点の一つとして、柏の葉エリアが選定されており、国からもイノベーション拠点の形成が強く求められています。

さらに、東葛テクノプラザや東大柏ベンチャープラザ、東京大学柏IIアントレプレナーハブ（産学官民連携棟レンタルラボ）、KOIL（柏の葉オープンイノベーションラボ）、三井リンクラボ柏の葉などのインキュベーション機能を有した施設が立地しています。また、柏の葉スマートシティでは、まち全体が実証実験フィールドとして活用できる取組が進められており、研究から事業化まで、新産業創出を後押しする機能が集積しています。

⑤多様な地域資源

本市には、都心部から最も近い天然湖沼である手賀沼や、手賀沼中央部に位置し、年間130万人を超える集客を誇る農産物直売所の道の駅しょうなん、四季折々の花を楽しめるあけぼの山農業公園、県立柏の葉公園、歴史・文化を感じる旧吉田家住宅、旧手賀教会堂など、多彩な観光資源があります。また、サッカーJリーグ所属の柏レイソルやラグビーのNECグリーンロケッツ東葛、女子バスケットのENEOSサンフラワーズなどのプロスポーツチームの本拠地となっており、ホームゲーム開催時には全国から多くの観戦者が本市を訪れます。さらに本市の特徴として、夏の大イベントである「柏まつり」「手賀沼花火大会」をはじめとし、スポーツイベント「手賀沼エコマラソン」や市内の産品を使用したバルイベント「手賀沼オータムバル」など、年間を通して多種多様なイベントが開催されており、多くの集客が図られています。



手賀沼花火大会



手賀沼オータムバル

⑥消費者に近い都市農業

本市では都市農業が盛んに行われており、かぶ、ねぎ、ほうれんそうは、全国でもトップレベルの生産量を有し、柏の三大野菜と言われています。また、柏の三大フルーツとして、いちご、なし、ブルーベリーが栽培されており、ブランド品としてテレビなどのメディアで取り上げられている生産農家もいます。市民や来街者が新鮮な農産物を購入できる「農産物直売所かしわで」や「道の駅しょうなん」「トマトハウス」「ろじまる」「緑楽来(みらくる)」などや、農家レストランの「さんち家」や「野菜レストランSHONAN」などが、市内に多数あることも特徴です。

また、農業体験農園のほか、アグリ・コミュニケーションかしわ委員会では、本市の農産物をPRし、地産地消を推進する活動を積極的に展開しています。

柏市公設総合地方卸売市場の再整備も検討されており、さらに消費者に近い都市農業の魅力づくりが期待されます。



柏産農産物のPRイベント

2. 柏市の産業の現況と課題

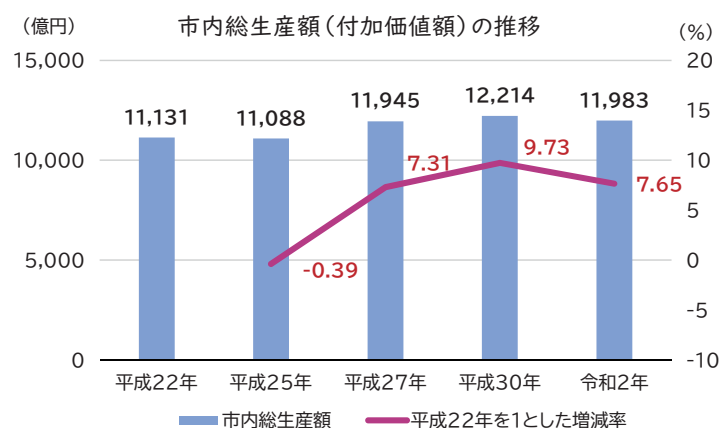
2-1 次代を担う新産業の創出

事業所数の減少、経営者の高齢化などが進んでおり、将来の地域経済を担う産業の創出が必要となっています。本市には、起業を後押しする施設が多数あり、恵まれた環境を活かした新産業の創出が求められています。

高度な研究開発等をシーズに急速な成長発展を目指すスタートアップの創出から、地域課題を解決するコミュニティビジネスの起業まで、多様な事業が生れ育つ環境づくりが重要となっています。

2-2 持続的な事業発展に向けたイノベーションの推進

本市の市内総生産額（付加価値額）は微増傾向にありますが、一人当たりの平均生産性は786.3万円/人と、全国平均（935.2万円/人）よりも低くなっています。また、事業者を取り巻く環境として、エネルギーや物価高騰、都市部における高い家賃や人件費の高騰などにより事業コストが上がっており、生産性の低下が危惧されます。



柏市 地域の所得循環構造 (令和2年)

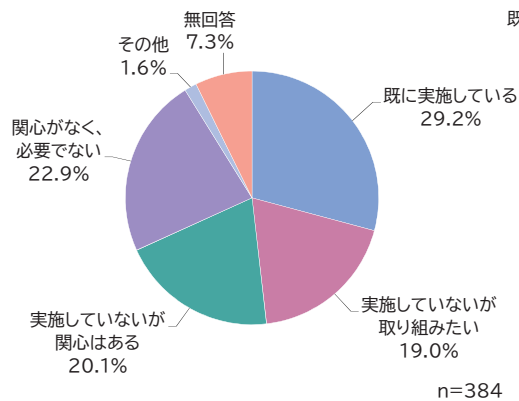


そのため、持続的な事業展開に向けて、事業者は商品・製品・サービスの付加価値を高めたり、生産効率を上げて稼ぐ力を高めていくことが重要となっています。

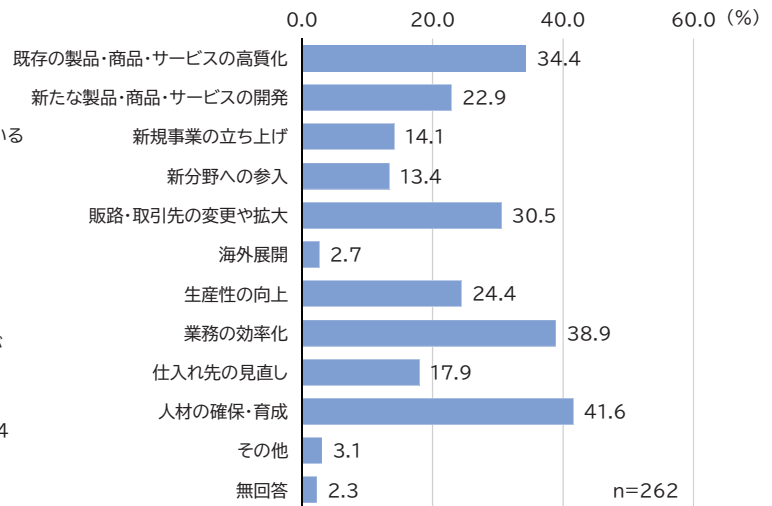
市内事業者アンケート調査結果をみると、約3割が事業持続のための取組を実施しているほか、約4割が取り組みたい若しくは関心を持っていると回答しており、その内容をみると、「人材の確保・育成」や「業務の効率化」「既存の製品・商品・サービスの高質化」などが上位に挙がっています。

このような事業の持続化に向けたイノベーションの取組を推進していく必要があります。

事業の持続化に向けた取組状況



事業持続のために実施している・関心がある取組内容



出典：「市内事業者アンケート調査」令和6年

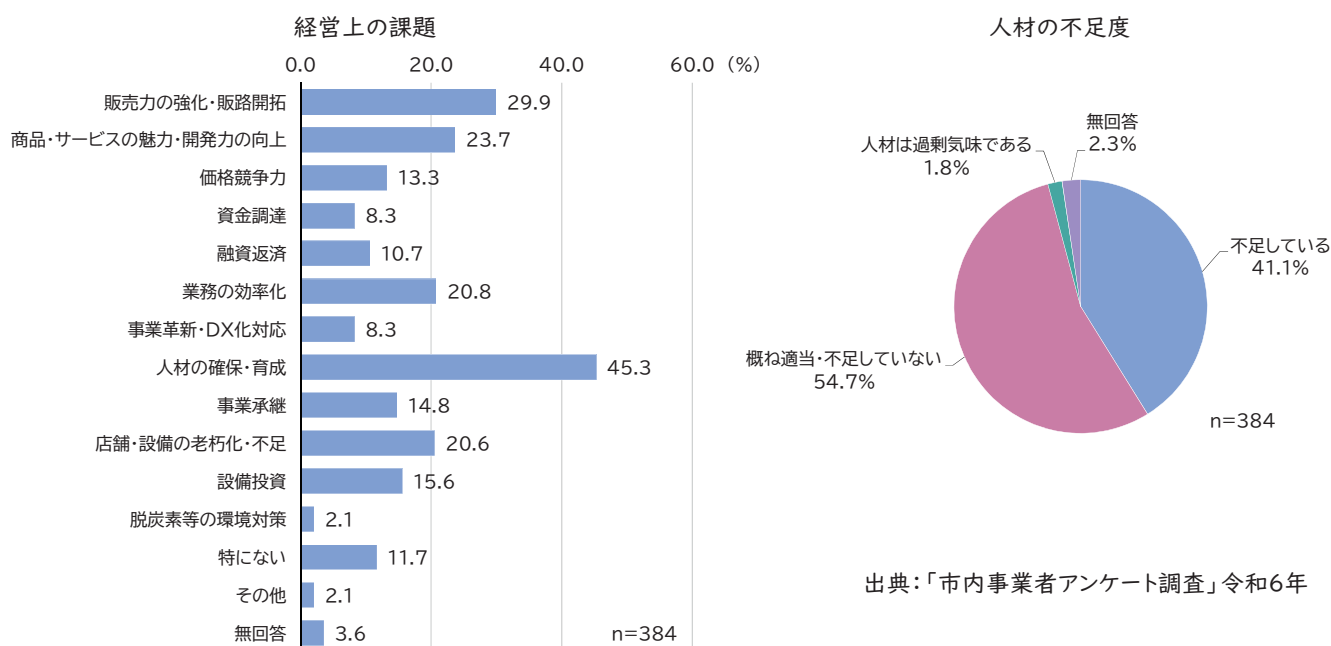
2-3 事業者が抱える経営課題

①人材の確保・育成

市内事業者アンケート調査結果によると、人材の確保・育成が最も重要な課題となっており、事業者の4割強が人材不足と認識しています。本市は、東京都心部への交通アクセスが良く、また東京都の最低賃金が高いことなども、人材が流出する要因となっています。一方で、広域からみた本市の強みとして交通アクセスの良さや住環境の良さなどがあることから、これらを活かした人材確保を図っていく必要があります。

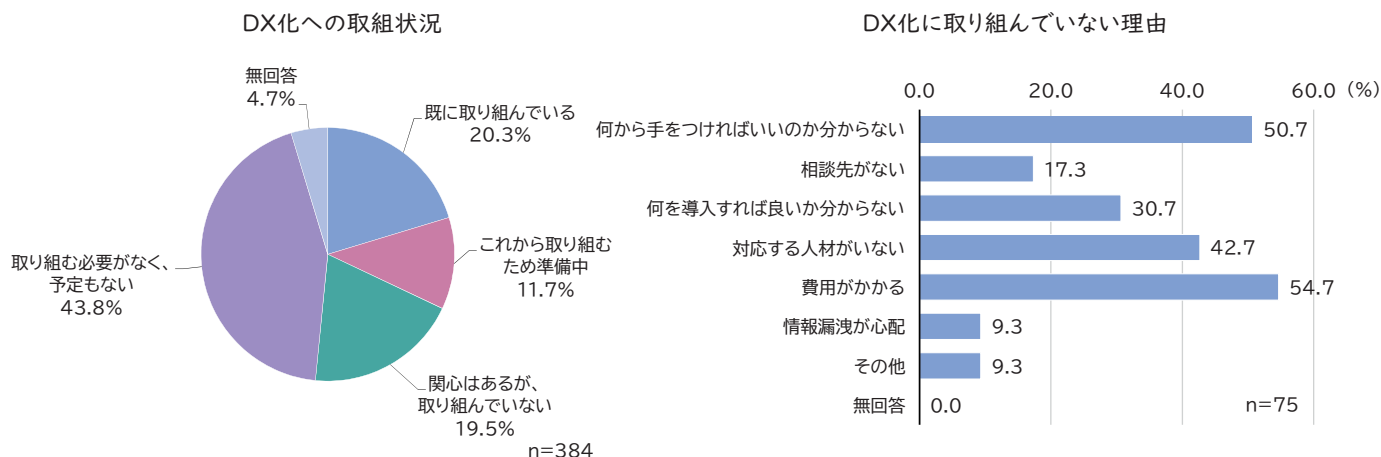
また、新たに人材を雇用し育成するには時間がかかることから、人材の確保だけでなく、働く環境の向上により雇用継続を図ることや、社員の能力向上も重要となっています。これらに資する取組として、業務の効率化等によって収益性を高め賃金をアップしたり、多様な働き方への対応等が必要となっています。

さらに、企業・労働者を取り巻く環境が急速かつ広範に変化するとともに、働く人々の職業人生の長期化も進行しており、職場と働き手のスキルのミスマッチも生じる中、学び直し（リスキリング）など、新たなニーズへの対応が必要となっています。



②DX化への取組

市内事業者アンケート調査結果での、DX化への取組状況をみると、関心があるが取り組めていない事業者が約2割を占め、取り組めていない事業者にとっては、デジタル化やDX化への取組へのハードルが高く、何から手をつければよいのか分からないなど、取組に向けた契機が課題となっています。また、デジタル化・DX化に対応するための資金調達や人材不足などが課題となっています。

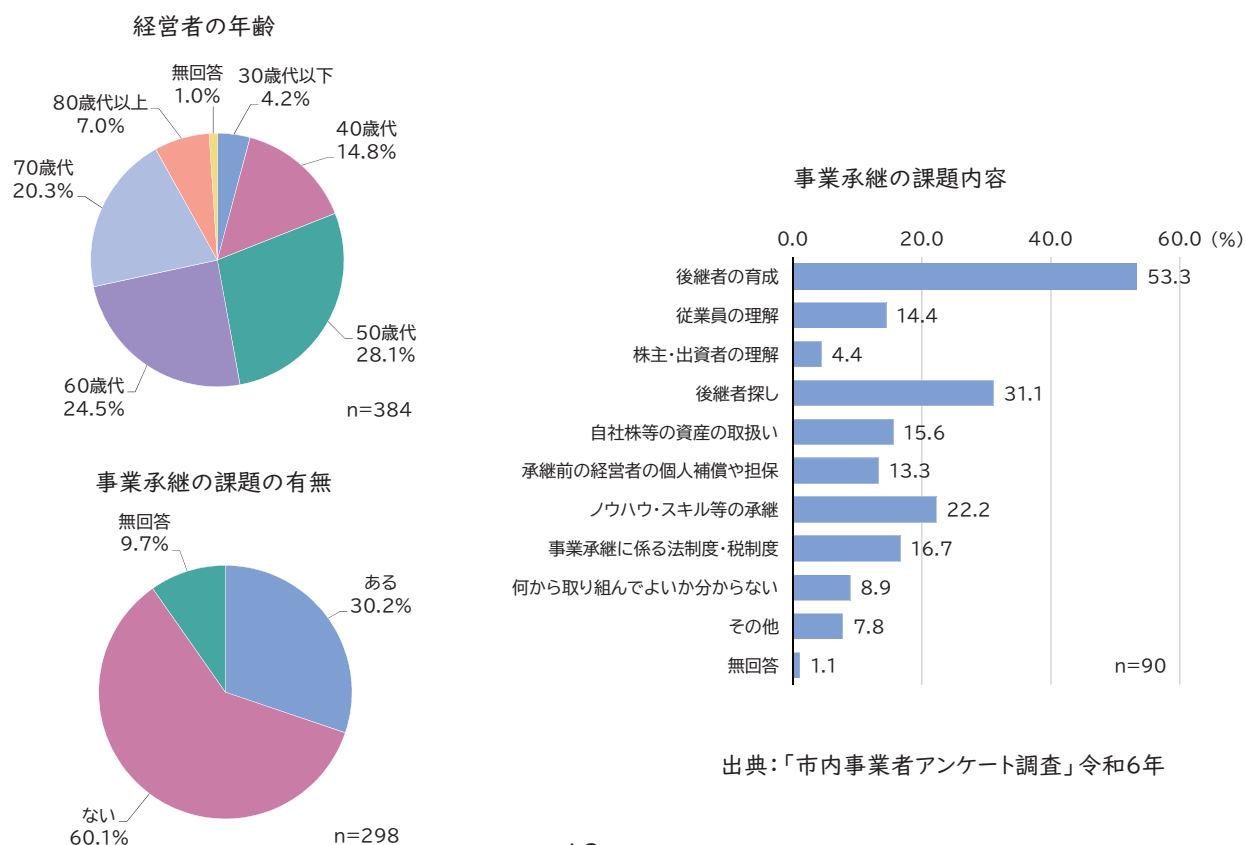


出典：「市内事業者アンケート調査」令和6年

③事業承継・事業継続

事業者の高齢化が進み、事業承継が全国的に中小企業の経営課題となっていますが、本市でも事業承継について課題を有する事業者は約3割を占めます。その内容をみると、後継者の育成、後継者探し等が課題として挙げられています。事業所数が継続して減少している中、事業承継は地域経済の持続化に向けた課題となっています。

また、自然災害や地政学的リスクが高まっている中、事業継続に向けた災害時への備えや防災対策が重要となっており、BCPの作成等を推進する必要があります。

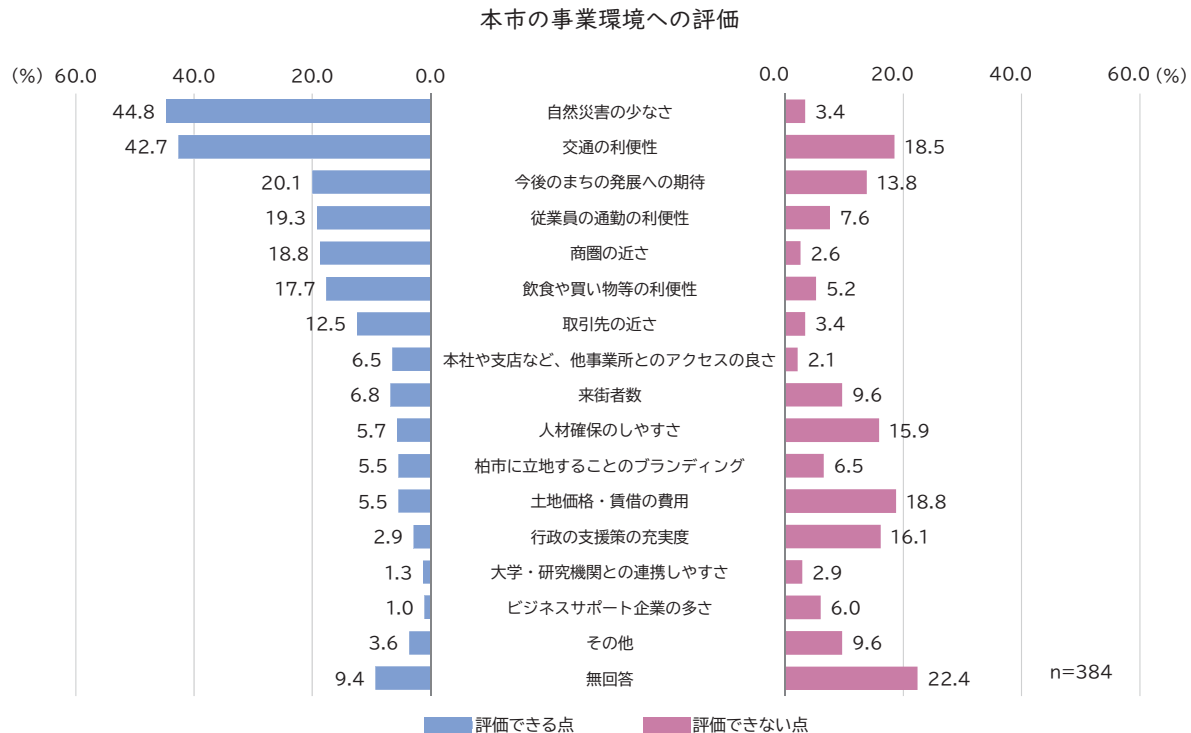


出典：「市内事業者アンケート調査」令和6年

④事業環境

本市における立地環境への評価をみると、「交通の利便性」や「自然災害の少なさ」が高く評価されていますが、一方で、「土地価格・賃借の費用」や「人材確保のしやすさ」での評価が低くなっています。

特に、工業系の事業者は住宅地化が進む中、住工混在問題を抱えたり、事業拡張用地・スペースの確保が困難になっていることがうかがえます。



出典：「市内事業者アンケート調査」令和6年

2-4 魅力ある商業のまちづくり

令和3年度柏市商業実態調査結果によると、本市の中心市街地である柏駅周辺地域は、商圏や吸引人口及び足元の人口は増加していますが、今後の人口減少や高齢化の進展、ネットショッピングの増加などのライフスタイルの変化を踏まえると、来街者数の維持・増加に向けた取組の推進が重要となっています。

また、同調査結果では、柏駅周辺のイメージは「活気があり若者向け」に次いで「大人が歩いて楽しめる」が高くなっており、多様な年代に訴求力のあるまちを形成してきましたが、今後もその特性を活かした魅力づくりを図っていくことが求められます。

さらに、柏駅周辺地域では柏駅東口駅前再整備事業及び柏駅西口北地区市街地再開発事業が推進されており、新たなまちの魅力が形成されることが期待されます。一方で、多くの建物が老朽化により更新時期を迎えていることや、狭あい道路の改善が進んでおらず、夜間は通りが暗いなど、歩いて楽しく買い物や食事などが楽しめる環境づくりも必要となっています。

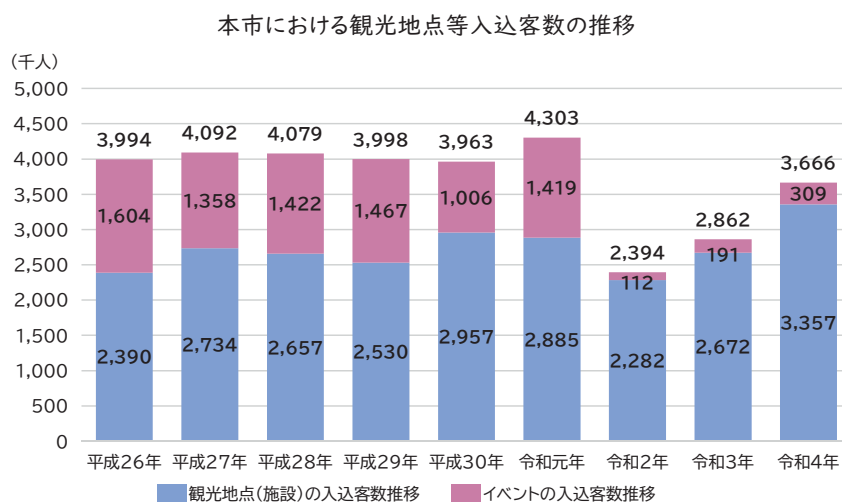
また、地域に根ざした商店街は、市民の生活やコミュニティを支える重要な役割を担っていますが、来訪者が減少しています。商店会の現況としては、経営者の高齢化や集客力のある店舗・業種が少ないことなどが挙げられています。若者の参画や担い手づくりによる商店街の存続や魅力づくりを進めていくことが重要と考えられます。

2-5 地域資源を活用した魅力づくり

本市への観光来街者数は、コロナ禍の影響により、令和2年は大きく減少しましたが、その後回復基調に転じています。特に、イベントの入込客数については、コロナ禍の影響を大きく受け、令和4年まで回復が鈍くなっていましたが、令和5年以降イベントも再開され、まちに賑わいが戻ってきています。

本市には、多種多様な観光資源があるものの、PR不足やアクセス面の課題などから認知度が低い施設や来訪頻度が低い施設も多くあります。また、手賀沼及び手賀沼周辺地域においては、気軽に水辺に親しめる水辺空間が十分ではなく、さらに、手賀沼周辺地域は特定の目的を持って来訪する人も多く、複数の観光施設を巡るような広域的な周遊が少ないことも課題となっています。

今後さらに市内の交流人口を拡大するため、来街者を増やすイベントの開催や、市内の観光・地域資源を活用した観光企画・商品の開発、情報発信の強化を図っていく必要があります。また、市内の集客拠点の連携が取れていないことにより相乗効果が生まれにくくなっていることから、情報の共有、イベントの共同開催や広域的な連携により回遊性を高める取組を推進していく必要があります。



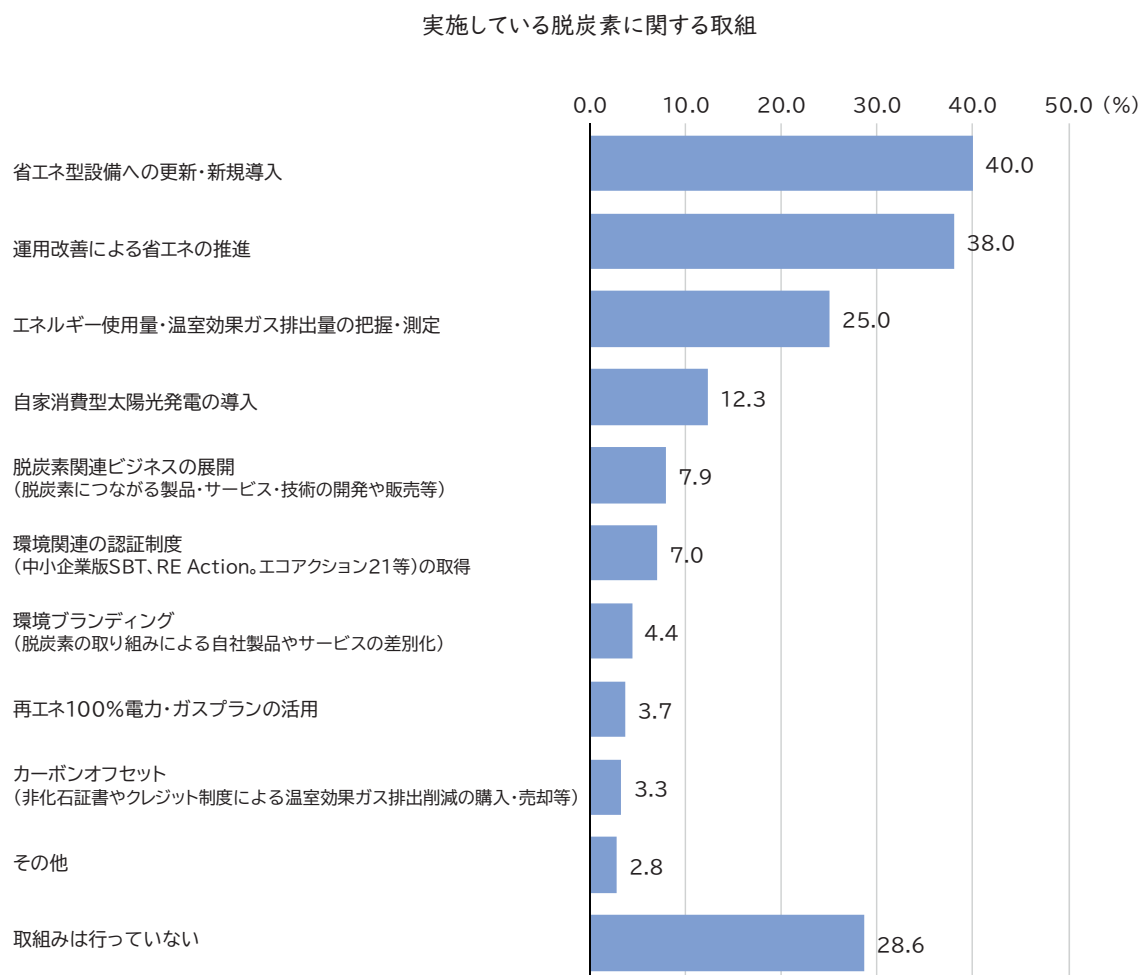
出典：千葉県「千葉県観光入込調査報告書」

2-6 持続可能な経済活動への展開

人々の価値観の変化や持続可能な経済活動に向けて、経済合理性だけでなく、社会的価値の創出につながる事業活動の推進が重要となっています。世界的に環境基準や規制の設定が進む中、事業者も情報を収集して事業活動への影響を把握し対処していく必要があります。

日本商工会議所・東京商工会議所が実施した中小企業の省エネ・脱炭素に関する実態調査結果をみると、すでに約7割の中小企業が脱炭素に向けた何らかの取組を実施しています。取組内容を見ると、「省エネ型設備への更新・新規導入」や「運用改善による省エネの推進」など、省エネへの取組が多く、事業コストの削減につながっていることがうかがえます。

地球環境の持続可能性（サステナビリティ）を重視し、環境問題に積極的に取り組むことは、消費者や投資家から評価され、社会的信用を得る重要な手段となり、各事業者の事業継続にとって不可欠となっていきます。



出典：日本商工会議所・東京商工会議所
「中小企業の省エネ・脱炭素に関する実態調査（令和6年3～4月）」

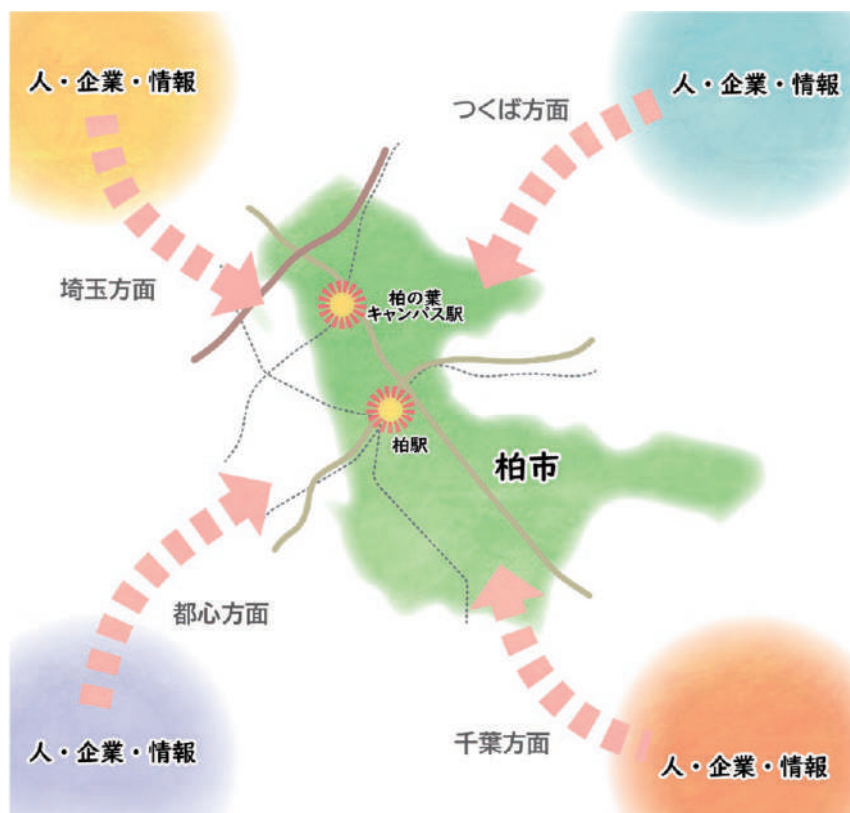
1. 基本コンセプト

本市の産業振興は、以下の2つの視点を基本コンセプトとして、多様な主体と連携しながら推進していきます。

1-1 リーディングコアシティ

本市は、交通の利便性が高く、東京都心部と北関東をつなぐ要衝地であり、我が国の最先端の研究や開発に携わる大学、産業支援機関や、吸引力のある商業機能、消費地に近い都市農業、魅力ある自然や豊富な地域資源を有しています。これらの特性を活かし、これまでも市内外から人・企業・情報が集まる、東葛地域を代表する産業都市としての役割を担ってきました。

今後は、将来の人口減少時代に備えて、さらに市内外から人・企業・情報を集め、活発な事業活動による生産額や昼間人口の増加を図り、地域循環率が低いベッドタウンから脱却し、市域を超えた東葛地域における広域経済圏の牽引役として、産業振興を図っていく必要があります。本市がリーディングコアシティとしての役割を担い、近隣自治体との連携のもと、広域経済圏内での取引や消費が拡大することにより、経済圏内の循環を形成し、持続可能で包摂的な経済成長が見込まれます。



1-2 ウェルビーイングな地域産業のまち

これまでの産業振興は、地域経済の発展・拡大を目指してきましたが、人々の価値観の多様化が進み、経済的価値だけでなく、人々がいきいきと、夢とやりがいを持って安心して働き・暮らせ、社会や地球の健康に貢献する地域経済活動の実現が重要となっています。

本計画では、産業振興を通じた、ウェルビーイングな地域産業のまちの実現として、下図のように、地域経済の発展とともに、地球環境に対応した産業の営みと、働く人や消費者が心身ともに豊かな生活を送り、柏市への愛着と誇り（シビックプライド）を持って暮らせることを、重要な視点として位置付けます。



このような視点に基づいて、本市の産業を振興することにより、リーディングコアシティ及びウェルビーイングな地域産業のまちを目指す、新たな産業振興のモデルとして、周辺地域を先導する役割を担っていきます。

ウェルビーイングとは

ウェルビーイングは、英語の「well-being」という言葉で、「幸福」や「健康」といった意味を持ちます。単に「幸せ」という意味だけでなく、心身ともに健康で、充実した状態を指します。

世界保健機関（WHO）では、ウェルビーイングを「個人や社会のよい状態」と定義しています。つまり、単に個人が感じる幸福感だけでなく、社会全体が良好な状態であることも含まれる概念なのです。ウェルビーイングとは、well（よい）とbeing（状態）からなる言葉で、精神・肉体の健康と社会的な健康を意味します。

2. 将来像

本計画では、本市産業の将来像を以下のとおり設定し、持続的にイノベーションを生み出す循環が実現するクリエイティブ都市を目指します。

イノベーションを紡ぐクリエイティブ都市

まちの魅力を高める仕掛けをつくると、市内外から人・企業・情報が集まってきます。

人・企業・情報が集まると、知の交流が起こり、人のつながりが生まれ、新しい発想やアイデアが生まれます。

それらを活用した、新たな商品・製品・サービスが生まれます。

新たな事業やビジネスにつながっていきます。

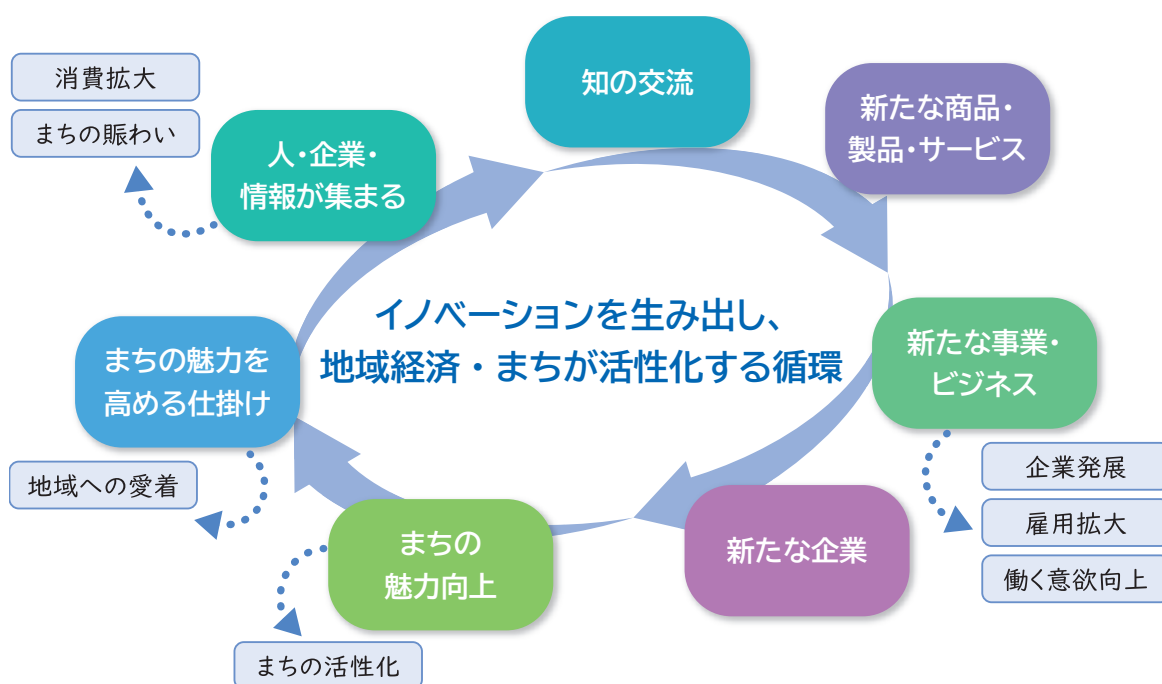
そして、事業活動が活発になり、新しい企業が生まれ、まちの魅力が増します。

人々はいきいきと働き、まちを訪れる人は魅力あるまちを楽しみます。

多様な人が行き来し、まちは活気と活力に溢れ、市民はまちへの愛着を高め、さらに人や企業が集まってきます。

イノベーションを生み出し、地域経済・まちが活性化する循環の形成により、柏市経済が発展するとともに、広域圏において人・企業・情報が流動化し、柏市を中核とした経済圏の形成を目指します。

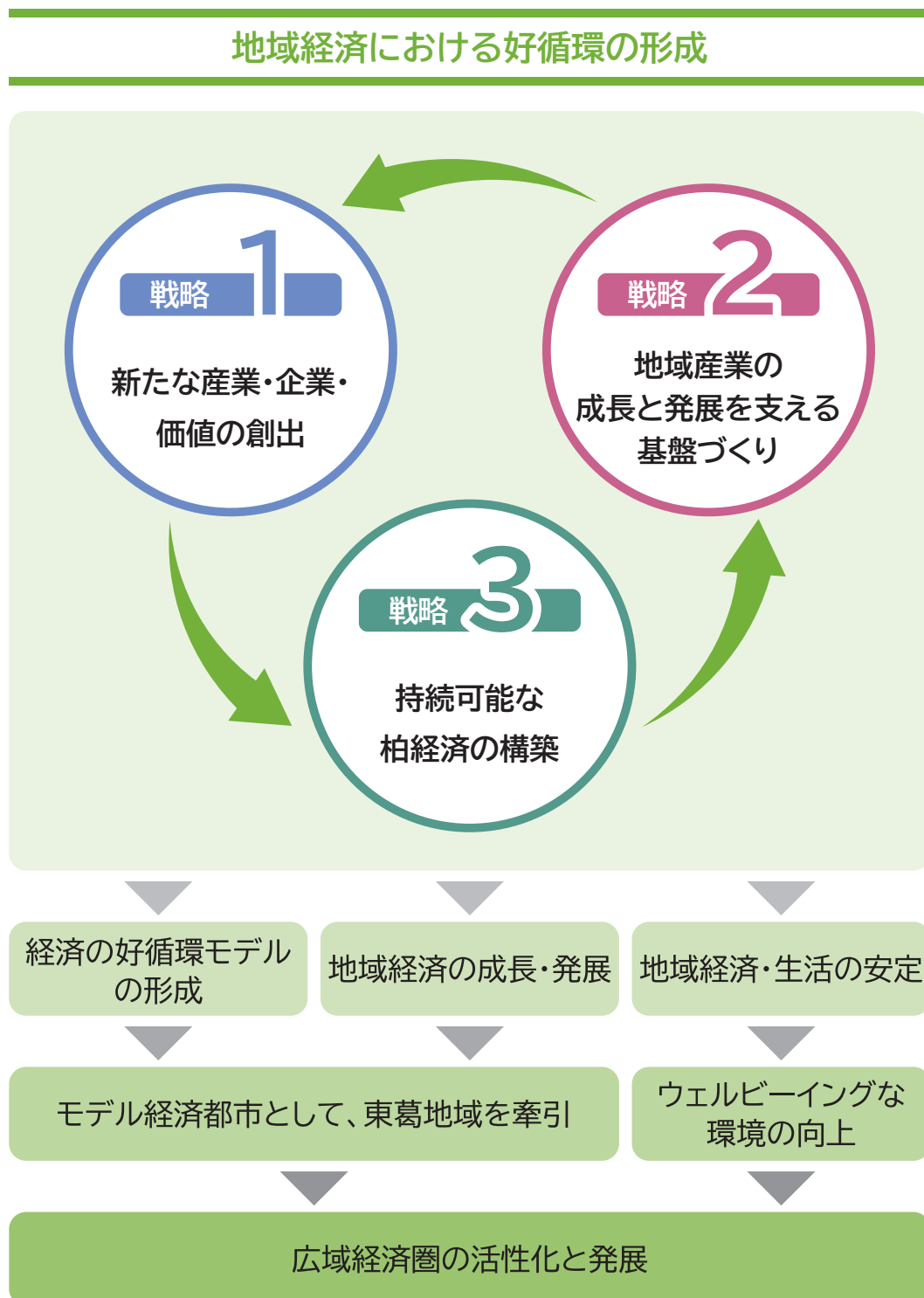
また、市内事業者において、新たな事業展開や働く環境づくりに取り組むことで、収益性を高めるとともに、働く人々のやりがいを生み出し、いきいきと働けるまちの実現を目指します。



3. 基本方針

将来像である「イノベーションを紡ぐクリエイティブ都市」の実現に向けて、3つの視点を持った戦略を実行していくことにより、地域経済における好循環を形成していきます。

その結果、昼間人口や来街者数の増加、創業・誘致による企業数の増加によって地域経済の規模が拡大するとともに、本市に住み、働く人々が生きがいを持って働ける環境づくりや環境問題への解決等に取り組むことにより社会の「健康」を維持していくモデル経済都市として、広域経済圏の活性化と発展を図ります。



3つの戦略

戦略1 新たな産業・企業・価値の創出

人・企業・情報が集まる、**イノベーションのまち「柏」**としての仕掛けづくりとイノベーションを促進する土壌（エコシステム）づくりを推進し、次代の地域経済を担う新たな産業・企業・価値の創出を図ります。

戦略2 地域産業の成長と発展を支える基盤づくり

人・企業・情報が集まる、**賑わいのまち「柏」**の魅力を高め、地域産業の担い手である地域の事業者が事業を成長・発展させて持続的に事業を継続していくために、事業環境の向上や経営基盤の強化を図ります。

戦略3 持続可能な柏経済の構築

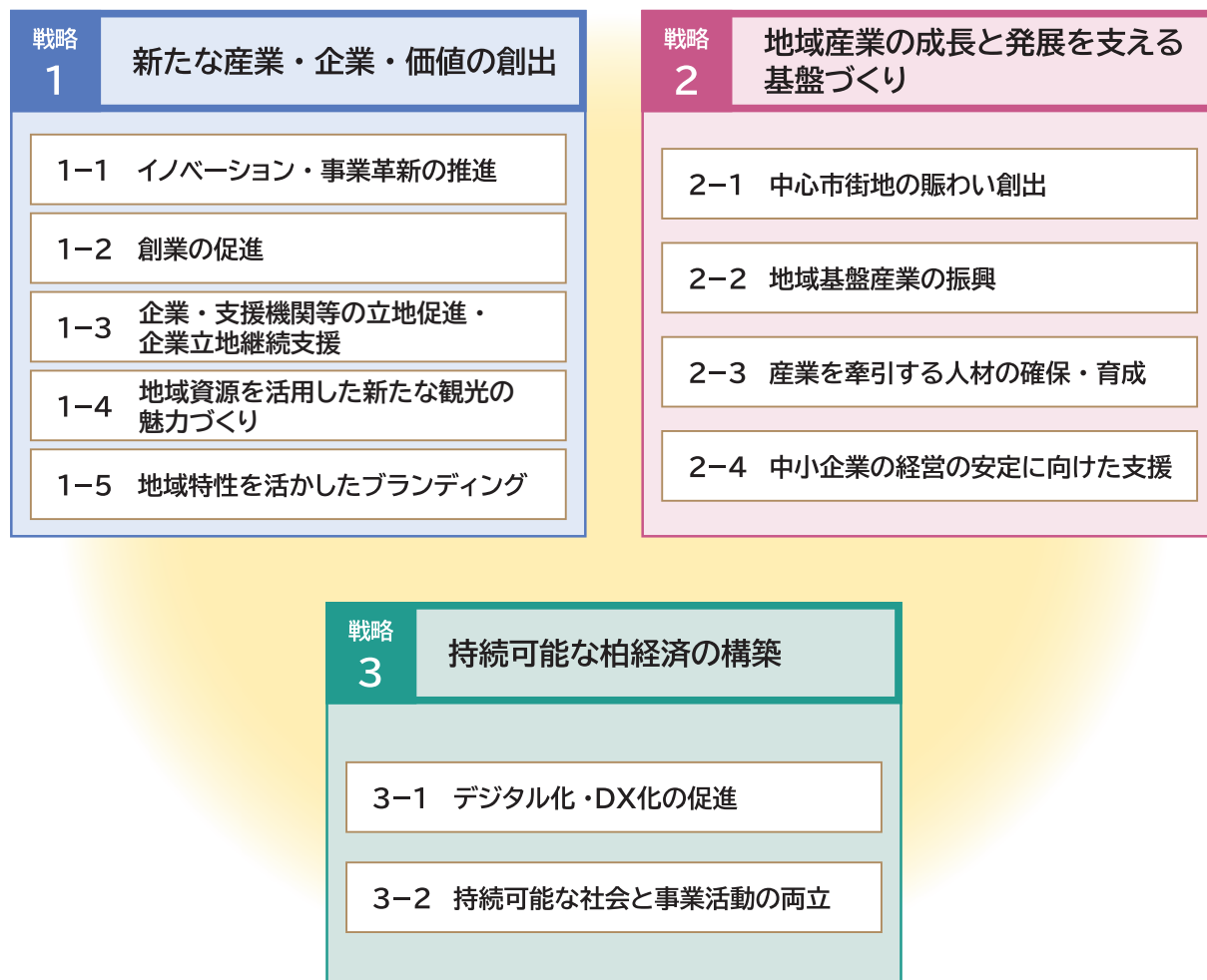
持続可能な地域経済の発展と働く人や市民がシビックプライドを持って安心・安全に、いきいきと働き・暮らせる、**持続可能なまち「柏」**を目指し、環境問題など、世界共通の社会課題に対応した事業活動を応援します。また、社会課題を解決する新たな産業や事業の創出を図ります。

4. 評価指標

上記の戦略による計画全体の取組効果を測るため、「市内総生産の拡大」、「昼間人口の拡大」、「ブランド力向上」の3つを指標として設定します。それぞれの指標に計画期限（令和11年度）の達成目標を設定し、到達状況を検証します。なお、目標値は、各指標の過去の増減率をもとに、政策効果を考慮して設定しています。上記の3つの戦略を総合的に推進することにより、計画終了時に目標達成を目指します。



基本方針で設定した3つの視点を持った戦略のもと、以下の施策を実施します。施策の推進に当たっては、施策間の相乗効果が生まれるように施策全体との関係性に配慮しながら実施していきます。



戦略 1

新たな産業・企業・価値の創出

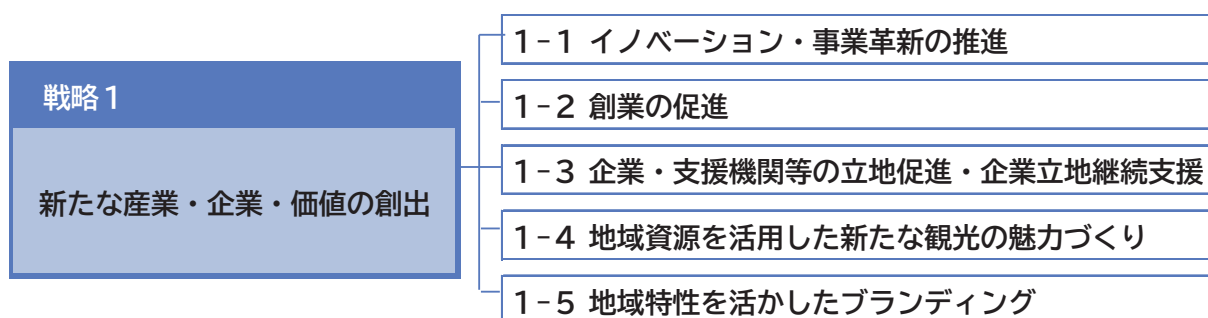
地域経済が持続可能な発展を図っていくためには、立ち止まることなく、社会や経済の変化に即したイノベーションに向けた取組を推進し、次代の柏における地域経済を担う新産業の芽を多数創出していく必要があります。

本市では、柏の葉キャンパス周辺に集積する大学や研究機関、支援機関、スタートアップ等や、交通の要衝地であるといった本市の地域特性や地域資源を活用し、地域の魅力やブランド力を高めるとともに、起業環境及び事業環境の向上を図り、国内外から人・企業・情報が自ずと集まってくる地域づくりに努めます。

多様な人や情報が流動し、交流することで、化学反応が起こり、新たな価値創造が起こる場の形成を図り、新たな産業や企業、価値の持続的な創出を支援します。

創出された産業や企業、価値を国内外に情報発信することにより、さらに国内外から人・企業・情報が集まってくる循環を形成し、イノベーションのまち「柏」を目指します。

施策体系



施策目標

施策		取組指標	現状	目標 (R11年度末)
1-1	イノベーション・事業革新の推進	市内スタートアップ数	40社	120社
1-2	創業の促進	創業塾経由での創業者数	9名/年	12名/年
1-3	企業・支援機関等の立地促進・ 企業立地継続支援	市の補助金を活用した 立地件数	0社/年	4件/年
		産業用地の確保（工業用地）	305.4ha	334.0ha
1-4	地域資源を活用した新たな観光の 魅力づくり	市内観光入込客数	366万人/年	500万人/年
1-5	地域特性を活かしたブランディング	ふるさと納税額	3.8億円/年	8億円/年

施策1-1 イノベーション・事業革新の推進

市内の大学や研究機関等と連携し、次代の新産業のシーズとなる研究・製品開発に取り組むスタートアップや中小企業を、東葛テクノプラザや東大柏ベンチャープラザなどの公的支援機関や民間企業との連携のもと支援します。

市内事業者が社会の変化や市場・顧客のニーズを捉え、これまでになかった新たな製品・商品の開発やサービスの向上に取り組み、事業所の規模に関わらず新たな価値創造や事業の魅力向上による独自の強みを形成し、自らの競争力を高めることを支援します。

市内外から広く多様な人が流動し、つながる機会を作っていくことが新たな価値を生み出す創造の苗床となります。関係機関と連携しながら、多様な人が交流・つながれる機会や場づくりを図っていきます。

また、市内で取り組まれているイノベーション・事業革新に係る取組への参加や情報交換の機会を通じて、公的支援へのニーズを把握し、時宜を得た施策の検討を行います。さらに、関係機関等とのネットワーク形成に努め、本市におけるイノベーション・エコシステムの構築を図っていきます。

(1) 新産業支援

国内外と比較しても最先端の研究や開発を実施している大学や研究機関が市内に立地している優位性を活かし、次代の地域産業を担う新産業の創出に向けた取組を、支援機関等とも連携しながら推進します。

特に、事業化支援としてニーズが高い、事業スペースの確保、資金調達、製品またはサービスの開発や実装に向けた実証実験への取組を支援します。



東大柏ベンチャープラザ



東葛テクノプラザ

(2) スタートアップ支援

スタートアップの事業化のスピードは速く、スタートアップに特化した専門的かつ加速的な支援が必要であることから、支援機関と連携しながらスタートアップの創出を図っていきます。

本市は立地環境に恵まれていることから不動産賃貸料が高く、創業間もないスタートアップにとって、事業所スペースの確保が課題となっており、スタートアップを対象としたインキュベーション施設等の入居支援や事業化に向けた相談機能や資金調達への支援を行います。

また、インキュベーション施設卒業後も市内で事業活動を継続できるように、卒業後の立地支援も実施します。

(3) 知の交流・連携

新たな価値創造の苗床となる知の交流の場づくりを市内の大学や支援機関、地域企業と連携しながら支援します。社会や生活の変化等により、新たに生まれてきた社会課題を解決する新ビジネスの創出に向けた連携や東京大学や国立がん研究センターとの共同研究や開発を基盤としたライフサイエンス分野の事業化に向けた連携、メディカルデバイスの開発に向けた医工連携、スタートアップと農業者の連携による農作業の効率化に向けた機器開発など、本市の特性を活かしたイノベーションの創出に向けた交流を図っていきます。

スタートアップは、他社に模倣できないような、自社が持つ「企業の中核(コア)」となる技術等の強みを形成することに経営資源を集中させることが重要となることから、開発・製品化を加速させるため、地域の企業とのマッチングを行うなど、連携構築を推進します。

さらに、スタートアップやイノベーションのためのエコシステムの形成に向けて、市内で活躍しているインキュベーションマネージャーやメンターなどの支援者や支援機関が集まる、柏の葉国際キャンパスタウン構想委員会スタートアップ部会や柏の葉ライフサイエンス協議会、TXアントレプレナーパートナーズが開催する交流会、東京大学新領域創成科学研究科における産学連携協創コンソーシアム等との情報交換を図り、支援者ネットワークづくりを推進します。



柏の葉スタートアップNIGHT

(4) 情報発信

本市の創業環境や市内に立地するスタートアップ、開発技術・製品、創業者、イノベーターをはじめ、イノベーションに関わるイベントや交流会、イノベーションを支える支援機関の支援者など、イノベーションに関わる情報を広く発信していきます。

大学やイノベーションを支援する機関、柏商工会議所、柏市沼南商工会等が開催する、多様な交流会や研究会、技術発表会、ピッチ、ワークショップ等の情報を発信し、継続的に実施していくための課題を抽出し今後の施策検討に活用します。

施策1-2 創業の促進

市内には、創業を支援する産業支援機関やインキュベーション、経済団体、金融機関が立地しており、恵まれた創業環境の中、本市の創業率は周辺地域と比較しても高位を維持しています。

そのような創業環境を活かして、本市では柏市創業支援等事業計画を策定し創業を促進しています。

市内には、多様な産業が事業活動を推進しており、様々な分野での創業が期待されます。また、若い人からシニアまで、それぞれの熱い想いや夢をかたちにできる創業やコミュニティビジネス、社会課題解決型のビジネス創出など、多様な創業を支援します。

創業支援環境の向上を図り、今後も創業に関心を持って本市で創業を目指す事業者を市内外から呼び込み、関係機関と連携しながら、次代の地域経済を担う創業を支援します。

(1) 創業の機会創出支援

創業に関心を持ってもらう機会づくりや、創業を目指す事業者を対象とした創業塾やセミナーの開催等を、柏商工会議所や柏市沼南商工会と連携して推進します。



創業塾

(2) 創業準備支援

市内で創業を志す事業者に対して、ビジネスプランの作成支援や、創業準備に向けたセミナーの開催、資金調達（融資制度等）の円滑化を支援します。また、知識・経験と幅広いネットワークを持つ民間人材や専門家を配置するインキュベーション施設などと連携のもと、創業に関する相談や研修を実施し、経営に関する知識・ノウハウの習得を支援します。

(3) 創業事業化支援

具体的に事業化を目指す人に対して、事業化の確度を高めるための支援として、資金調達を円滑にするための支援や創業後の伴走型支援を検討します。

また、公共機関による調達を図り、取引による創業者の信用度を高める取組を検討します。

施策1-3 企業・支援機関等の立地促進・企業立地継続支援

本市の立地の魅力や事業環境を高め、本市への立地を希望する企業やスタートアップ、創業者が円滑に市内立地できるよう支援します。

今後増加が期待されるインキュベーション施設卒業企業やスタートアップなどの市内での事業継続を支援し、集積形成を目指します。そのため、スタートアップや創業者の事業環境の向上に向けて、スタートアップや創業者を支援する支援機関や事業者の誘致にも取り組み、スタートアップ・エコシステムの構築につなげます。

また、市内での立地を希望する事業者に対して、提供できる産業用地が不足していることが課題となっている中、受け皿となる産業用地の確保も検討していきます。

企業誘致に加えて、市内に立地し地域経済を支えてきた事業所が市内で事業を継続していけるように、抱える課題解決等に向けた支援を行います。

(1) 企業の立地促進

本市の優れた立地特性を積極的に情報発信するとともに、立地優遇制度の見直しを行い、企業誘致を推進します。

市内での工場や研究所などの新規立地や、既存事業者による新規用地取得及び再投資に対する支援や、新たな事業分野の開拓や革新的な技術開発等が見込まれるスタートアップに対し、柏市スタートアップ立地支援補助金を交付することにより、スタートアップの立地促進を図ります。

(2) 産業用地の整備

市内での産業用地の確保・整備に向けた検討を、庁内の関連部署と連携を図り推進していきます。

また、柏市公設総合地方卸売市場の再整備で創出されるスペースを活用した創業者等の立地支援も検討します。

(3) 支援機関の立地促進

イノベーションのまち「柏」として、イノベーションやスタートアップ、創業に取り組む事業者を支援する支援機関や事業者が、事業場所として本市を選び立地するように、誘致策や支援策を検討します。

(4) 企業立地継続支援

市内企業の事業所拡張や新機能の整備等に必要な用地や事業スペースの確保に向けた支援を検討していきます。

また、普段から事業環境の課題等を聞き出し、課題解決に向けて利用できる公的支援策の情報を提供するなど、市内継続立地を図っていきます。

施策1-4 地域資源を活用した新たな観光の魅力づくり

本市には、多種多様な観光資源があるものの、認知度が低い施設や来訪頻度が低い施設も多くあります。令和6年3月に新たに策定した柏市観光基本計画において、効果的に観光施策を推進していくためのターゲットを絞った観光戦略として、「手賀沼及び手賀沼周辺地域におけるエコツーリズム」「柏駅周辺のタウンツーリズム」「スポーツツーリズム・スポーツタウン柏」の3つを重点分野に設定しました。

商業や農業等の他の産業や、スポーツ・文化施設など、多様な組み合わせや連携による、新たな来街者を増やす魅力づくりを推進します。

また、柏ならではの魅力を広くPRし、さらに来街者を増やしていくことを目指します。

(1) 手賀沼及び手賀沼周辺地域におけるエコツーリズム

柏市観光基本計画では、最重要分野として設定した「手賀沼及び手賀沼周辺地域におけるエコツーリズム」に関する取組として、①水辺空間の整備②アクセスの向上③認知度の向上④手賀沼周辺地域の魅力向上⑤地域の魅力向上のための連携、の5つを掲げました。

特に水辺空間については、貴重な自然を活かし、気軽に水辺空間を楽しめるよう、北柏ふるさと公園や、道の駅しょうなん北側の水辺で、水辺空間の整備に取り組みます。

また、都心部からのアクセスの優位性を前面に出したPRや、手賀沼花火大会・手賀沼オータムバルなど手賀沼周辺でのイベントの継続的な実施により、手賀沼の認知度向上を図り、民間イベントの誘致・支援にも積極的に取り組んでいきます。他の観光施設との広域的な連携についても、より効果的な情報発信や情報共有の方法を検討し、市内のみならず、我孫子市や印西市などの周辺自治体との連携も強化していきます。

今後さらに手賀沼周辺地域の魅力を高め、交流人口の拡大により地域経済を活性化させていくために、環境整備や公民連携による持続可能な仕組みづくりを進めていきます。



手賀沼での水辺アクティビティ



手賀沼全景

（２）柏駅周辺のタウンツーリズム

柏駅周辺は商業が集積し、本市において重要な地域資源の１つである一方で、大型商業施設など目的の場所のみの立ち寄りなどが多く、市街地の周遊が十分に図られていない現状もあります。商業の集積を活かし、飲食店や理美容、買い物などの各種イベントの、横串を刺した情報発信により、目的となる店舗の利用に加えて、様々な店舗等にも立ち寄るなど滞在時間の増加を目的とする「タウンツーリズム」を新たな観光資源として発信していきます。

柏市観光協会と連携し、本市で行われる様々な主体によるイベントの情報発信を行っています。例えば店舗やイベント等の個々の情報を関連付ける等、SNSの情報発信をさらに強化していきます。観光情報のさらなる集約に向け、イベント実施団体及び市内事業者との連携を深め、市内及び近隣地域のみならず、首都圏からの来街者増加やインバウンドにも対応可能な体制を構築することにより、「柏駅周辺におけるタウンツーリズム」を推進します。

（３）スポーツツーリズム・スポーツタウン柏

市は、複数のスポーツチームの本拠地となっており、ホームゲーム開催時には全国から多くの観戦者が本市を訪れる機会があります。また、柏出身のスポーツ選手の活躍により、「スポーツのまち柏」としての注目度が高まっています。一方で、観戦者等の動向をみると、観戦会場への直行直帰の割合が高く、また、飲食店や土産物の購入場所等の情報が求められています。

こうしたことから、試合観戦前後での回遊促進、魅力ある土産物及び購入場所の創設、観戦前・観戦後のスポーツ関連イベントの実施、おもてなし気運の醸成、プロスポーツと他のスポーツの連動により、柏市来訪者に柏の魅力を伝える情報発信の充実と滞在時間の増加を目指します。

（４）観光分野の企業誘致

手賀沼周辺地域の魅力向上について、水辺空間の整備、アクセスの向上、認知度の向上を図ります。また、さらなる魅力向上のため、民間事業者とも連携した取組を推進することが重要であることから、民間事業者の参入可能性について、市内外の事業者にはサウンディングを実施します。

そのうえで、主に手賀沼周辺地域において企業を誘致し、手賀沼周辺地域のブランドイメージ向上に資する飲食店、キャンプ場の開設を目指します。また、これ以外の体験プログラム、飲食、その他サービス提供を実施する事業者や市民団体の育成・誘致を行います。

施策1-5 地域特性を活かしたブランディング

本市には、地域の文化、歴史、自然、特産品など、地域特性を活かしたコンテンツが豊富に存在しています。これらの地域特性を活かして、さらに、人・企業・情報を引き付けるための新たな魅力づくりを図ります。

また、他にはない「柏らしさ」を明確にし、市内外に発信することで、観光魅力の向上や企業の誘致につなげます。

このような取組を推進することで地域のブランド化を図り、市民の地域産業や産品などへの関心を高め、シビックプライドを育むことを目指します。

(1) 地域産品開発・PR

令和3年度に創設した「柏市ふるさと産品認定制度」により、市内で製造又は加工された製品や民・工芸品等の地域資源のPR及び販路開拓を行うとともに、新製品の開発等を促進し、本市を象徴する産品の育成及び定着を目指します。地域特性を活かしながら、「柏らしさ」「柏ならではの」を感じる魅力的な商品や製品、民・工芸品等の開発を支援し、広く市内外にPRします。

また、柏市観光基本計画において重点分野としている「手賀沼及び手賀沼周辺地域におけるエコツーリズム」「柏駅周辺におけるタウンツーリズム」「スポーツツーリズム・スポーツタウン柏」の取組を進めることにより、観光振興との相乗効果も生むような、土産物としての地域産品の開発・支援・PRを積極的に推進します。



柏市ふるさと産品出展イベント

戦略2

地域産業の成長と発展を支える基盤づくり

柏の地域経済の基盤を形成している地域産業は、地域の特性や資源を活かして発展してきました。これらの地域産業は、地域住民の雇用を支え、地域の経済的自立や発展に寄与する重要な役割を果たしています。また、地域の文化や市民の愛着心とも密接に関係しており、地域のアイデンティティを形成する要素ともなっています。

これらの地域産業が持続的に発展・成長していくために、事業者の事業活動の支援に加えて、集客につながるまちづくりや、賑わいづくり、関連施設の整備などによる事業環境の向上を図っていきます。

事業者支援としては、事業者の主要課題となっている売上増加や販路開拓、人材の確保・育成や経営基盤の強化などを中心に支援していきます。

施策体系

戦略2

地域産業の成長と発展を支える基盤づくり

2-1 中心市街地の賑わい創出

2-2 地域基盤産業の振興

2-3 産業を牽引する人材の確保・育成

2-4 中小企業の経営の安定に向けた支援

施策目標

施策		取組指標	現状	目標 (R11年度末)
2-1	中心市街地の賑わい創出	柏駅(JR東日本・東武鉄道)乗客数	18万人/日	21万人/日
2-2	地域基盤産業の振興	課題解決・活性化に取り組む商店会の割合	52.3%	60%超
2-3	産業を牽引する人材の確保・育成	人材確保・育成に取り組む企業の割合	43.8%	50%超
2-4	中小企業の経営の安定に向けた支援	今後事業を持続するための取組を行う企業の割合	29.2%	40%超

施策2-1 中心市街地の賑わい創出

本市の玄関口を担う中心市街地の柏駅周辺では、コロナ禍の影響による柏駅の乗客数の減少や、生活の変化によるネットショッピングの普及などにより、消費額が減少しました。またコロナ禍により、商店街等のイベント数も減少しました。その後、乗客数は増加に転じたものの、コロナ禍前までには回復しておらず、事業者にとっては厳しい事業環境が続いています。

本市周辺では、近隣市における大型商業施設の開発も進んでおり、吸引力の低下や地域間競争、消費の流出も懸念されます。また、柏駅周辺は歴史ある中心市街地であるため、商業施設を含む駅周辺の建物の老朽化が課題となっています。一方で、旧そごう柏店の跡地利用や新たな改札口に関する検討を含む駅東口駅前再整備事業、土地の合理的利用により商業・文化・医療施設等の複合市街地の形成を目指す柏駅西口北地区市街地再開発事業が推進されており、新たなまちづくりによる課題の改善・解消が期待されます。

歴史ある商業集積地ならではの魅力とブランドを活かしながら多様なイベントの開催や、商店街や地元事業者やまちづくり団体などとも連携した賑わいの創出を図るとともに、新たな事業者が活躍できる環境づくりにも努め、来街者が安心・安全に楽しめる商業のまちづくりを推進します。

(1) 賑わい創出イベント支援

柏駅周辺では商業の集積に加えて、70万人を超える人出がある「柏まつり」をはじめ、街歩き型バルイベント「ユルベルト」、季節イベントの「柏ハロウィンワールド」やフリーマーケット・マルシェなど多様なイベントが開催され、市内外からの来街者を惹きつけています。

中心市街地の賑わいを創出し地域の吸引力を取り戻すため、商店街や商業施設、また市民や民間団体など、多様な主体が実施する地域振興を目的としたイベントや取組等を支援します。

また、「施策1-4 地域資源を活用した新たな観光の魅力づくり (2) 柏駅周辺のタウンツーリズム」における取組を進めることにより、これらイベント情報を市内外に発信することで、来訪者の滞在時間の増加、新たな来訪者の獲得などによる交流人口の拡大に取り組んでいきます。



柏まつり

(2) 魅力あるまちづくりの推進

観光基本計画策定に当たって実施した令和5年度の来街者アンケート調査結果によると、本市中心市街地については、昼間の買い物や飲食、理美容サービスの利用に加えて、夜間の飲食を中心とする賑わいも中心市街地の魅力として評価されています。一方で、夜間の来訪については、治安に関する懸念の回答も寄せられており、安心・安全なまちづくりに向けた対策が重要とされています。

本市の中核的商業拠点である、柏駅周辺地域の活性化に向けて、柏駅東口駅前再整備事業や柏駅西口北地区市街地再開発事業など、柏駅周辺における空間整備を推進していきます。

また、千葉県や商工団体と連携し、安心・安全に歩ける商店街づくりに向けた施設整備や街路灯の維持を支援します。

柏駅周辺地区においては、回遊性を向上し、賑わいを創出するため、7・5・3号元町通り線、7・6・2号南通り線、8・7・1号小柳町通り線などの歩行者系都市計画道路の整備を進めます。

(3) 創業支援

中心市街地の新たな魅力づくりや、新たな「まちのプレイヤー」を育成するために、中心市街地での起業者や新規出店者に対して、経営相談やアドバイス、創業セミナーの開催等の支援を行います。

施策2-2 地域基盤産業の振興

本市の主要産業である商業や、スタートアップ等との連携が期待される工業、市民や来街者の食や地域産品づくり、住環境に貢献する農業及び生鮮品の流通など、地域産業の基盤を形成している産業の維持・発展を図っていくことが、安定した地域経済を形成していきます。

コロナ禍の影響により大きく売上が減少し、その後完全な回復に至っていない中、物価が急速に高騰するなど、事業者にとって厳しい経営環境が続いています。そのような中、事業を継続し、成長・発展していくために、地域経済の基盤となる産業に対して、それぞれの特性を踏まえた支援を推進していきます。

(1) 商業事業者支援

本市の商業は、経営者の高齢化などにより、事業継続が困難な事業者が出てくるのが懸念される中、事業の継承や新たな事業創出の観点から、若い創業者等の育成を図っていくことが重要と考えられます。また、物価や人件費が高騰する中、既存の事業者も生産性の向上や付加価値を高めた商品・サービスの提供に取り組むことが重要です。このため、新たな商品の開発や販路の開拓に向けた取組を支援します。このような、新たな商品・サービスの開発により、市全体の地域資源の魅力向上や市内各地域における地域経済の活性化及び交流人口の拡大にもつなげていきます。

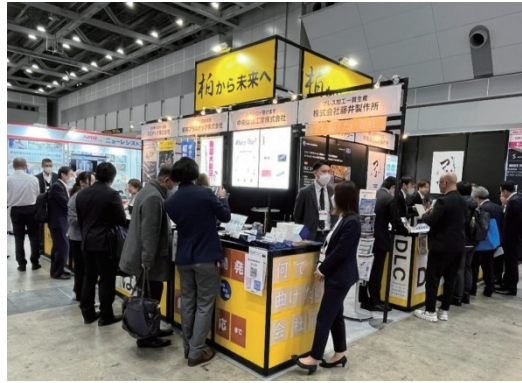
(2) 商店街支援

市民の生活を支え、地域活動の担い手となっている商店会の維持・発展に向けて、それぞれの商店街の事情に応じた活動支援を推進します。各商店会による賑わい創出のための活性化事業や催事の支援、情報発信を支援します。また、千葉県や商工団体と連携し、安心・安全に歩ける商店街づくりに向けた施設整備や街路灯の維持を支援します。

(3) 工業事業者支援

販路拡大に向けて、都内の大規模展示会への出展支援や製品・企業の情報発信を図ります。また金融機関と連携し、事業所の拡張を希望する事業者に対して、市内の未利用地や事業所の情報を提供し、市内での立地継続を図っていきます。

工業事業者の主要課題となっている人材の確保・育成に向けて、後継者及び人材獲得のための支援を推進します。取組の一環として、工場そのものを地域資源として捉え、工場見学を主とした観光ツアーを柏商工会議所及び柏市沼南商工会とも連携しながら実施し、市民のものづくり産業や工場への理解を深めるとともに、人材確保に向けた情報発信の機会として活用します。



展示会への出展（柏市販路拡大支援事業）

（４）柏市公設総合地方卸売市場の再整備

柏市公設総合地方卸売市場の再整備に当たっては、柏市が開設者として今後も公設を維持し、環境の変化や時代ニーズを捉えた物流の改善や品質管理等の機能強化、市民に親しまれる市場化等に取り組み、市場の活性化に繋がる再整備を目指します。また、現地で市場全体を再整備することを基本とし、持続可能な市場に向け、市場規模の適正化や施設の集約化・高度化・複合化を図ります。そこで創出された施設・用地・スペースを有効活用し、市場に関連する企業誘致等を図っていきます。

（５）地産地消の促進・販路拡大支援

道の駅しょうなんや市内の商業者と連携し、地域産品の販売ルートを拡大するとともに、市民や来街者等に市内産品をPRします。また、農商工連携による新商品開発を支援することにより、その認知度や売上の向上を図り、販売促進につなげる取組を進めます。



道の駅しょうなん

施策2-3 産業を牽引する人材の確保・育成

本市は東京のベッドタウンとして都心部で就労する人が多いことや、従業者の高齢化等により、地域産業の担い手となる人材を継続的に確保していくことが課題となっています。コロナ禍を乗り越え、積極的な事業展開を進める市内事業者等の人材ニーズへの対応が求められています。

また、国際的な人材獲得競争が激化する中、スタートアップを含め競争力のある事業展開を図っていくためには、高度な知識・技能をもつ外国人材などの受け入れ環境を整えていく必要があります。

多様な世代の人々が市内で働けるよう、求人・求職活動に対する支援やマッチングの推進等により、市内での就労機会を増やしていきます。

中小企業は従業員のスキルや知識が企業の競争力に直結するものの、時間をかけた丁寧な人材育成に取り組むことが困難なため、従業者の人材育成に取り組む事業者を支援します。特に、事業承継の主要課題となっている後継者の育成に向けた取組を実施し、円滑な事業承継を支援していきます。

DX人材の不足など、社会変化に伴い新たな職種やスキルが求められるようになっていきます。リスキリングを通じて、企業の生産性の向上や習得したスキルアップによるイノベーション、新しいサービスの開発や業務の効率化の推進、キャリア形成を図っていくことを支援します。

誰もがいきいきと働き続けられるように、ライフスタイルの変化や子育てや介護、キャリア形成等に対応した、多様な働き方の実現や働きやすい職場づくりに向けた取組を支援します。

(1) 多様な人材が活躍する就労支援

就労意欲のある誰もが働く機会を得て、地域産業の担い手としていきいきと活躍できる環境づくりを図っていきます。

誰もが働く機会を得やすいように、若者や高齢者、障がい者などへの就労相談や情報提供、マッチング等を行い、就労機会の創出につなげていきます。

また、人材のグローバル化や、国際ビジネス人材の登用に向けて、スタートアップを含めた市内事業者における高度外国人材や技能実習生の受け入れ等の現況・課題を把握し、就労環境に留まらず、安心・安全に生活できるための生活支援も含めた対応策の検討を行います。

(2) 人材育成支援

技術、技能、知識の習得等によるスキルアップやリスキリングに取り組みたい人や、従業員の学び直しを推進する事業者を支援し、雇用者と就労者のミスマッチの解消や就職氷河期世代非正規雇用者やシニア層等の就労促進につなげていきます。

特に、事業者におけるDX化の推進課題となっているデジタル人材をリスキリング等により育成していきます。

また、事業承継の主要課題となっている後継者の育成に向けた取組に対する支援策を検討していきます。



柏工業専門校の授業

（３）働く環境の向上支援

必要な人材の確保や就労者の定着率を上げ、人材を確保していくためには働く環境の向上が必要です。事業者が多様化する働き方を受け入れながらニーズに合った勤務体制を整え、労働環境の改善を図り、多様な人材が働きやすい環境づくりに向けた取組を支援します。



柏市市内事業者専門家相談事業

施策2-4 中小企業の経営の安定に向けた支援

物価高騰など中小企業にとって厳しい事業環境のもと、事業者の経営基盤の強化と経営の安定化を図り、事業革新等に取り組めるように、資金調達の支援とともに、市内事業者が抱える様々な経営課題に対して必要時に的確なアドバイスを受けられる経営相談機能の充実を図ります。

また、近年増加している自然災害や地政学的リスクなどが発生した場合でも事業を継続または迅速に復旧できるように対策を講じることを支援します。

さらに、関係機関とも連携を図りながら、事業の維持、拡大にとって重要な課題である販路開拓を支援します。

(1) 資金調達支援

市内事業者の資金調達の円滑化を図るため、本市の融資制度の実行や、柏商工会議所や柏市沼南商工会と連携し、日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の利用支援など、資金調達を支援します。

(2) 相談・支援策情報提供

市内事業者が抱える様々な経営課題や、これから創業を目指す人に対する相談機能の充実を図ります。

市内中小企業・小規模事業者が直面している資金繰りや販路拡大、情報化など、経営に関する諸問題や、国や千葉県、本市が実施する様々な助成金制度の活用、申請手続き等について、専門家（中小企業診断士等）が直接対応する個別相談会の開催などに取り組みます。

本市の中小企業支援策の周知を図るとともに、国や千葉県、支援機関等を含め、多種多様な中小企業支援策がある中、市内事業者がそれぞれに必要なとする支援策の情報が入手できるよう、支援機関等と連携し情報発信に取り組みます。

(3) 販路開拓支援

市内事業者の商品・製品・サービス等の販売促進や新たな販路先の開拓に向けた取組を支援します。技術力の向上や販路開拓を支援するため、国内にて開催される展示会への出展を支援します。

また、本市が企業や商品・製品・サービス等を効果的に情報発信することにより信用度の向上を図り、販売力の向上につなげていきます。

(4) 事業承継支援

円滑な事業承継に向けて、柏商工会議所や柏市沼南商工会と連携し、専門家による相談対応を行うほか、社内事業継承に加えて、M&Aに関する説明会等を行います。また、具体的な事業継承を検討する事業者には、千葉県事業承継・引継ぎ支援センターにつなぎ、専門的支援が活用できるようにするとともに、市としての支援も検討します。

(5) 事業持続化支援

企業を取り巻く事業環境は多くの課題やリスク要因が増加し、多様化しています。自然災害や地政学的リスクは、事業者の事業活動に大きな影響を与えることから、事業者も関心を持っています。不測の事態に対応するため、柏商工会議所や柏市沼南商工会と連携し、BCP作成の重要性について啓発活動や専門家のアドバイスによる作成支援などを推進します。

戦略3

持続可能な柏経済の構築

事業環境の変化に対する耐性が弱い中小企業が、持続的に事業を継続していくためには、長期的な視点での経営基盤強化が重要となります。社会の変化に対応した事業活動の推進や地域社会や顧客からの信頼を得るために、環境や社会問題に配慮した経営を図っていくことを支援します。

社会変化への対応として、市内事業者によるデジタル化の促進を図ります。デジタル化に向けて、市内事業者の誰も取り残さないように情報リテラシーを高めるため、事業者への啓発や取組を支援します。

環境への影響を最小限に抑えるために、再生可能エネルギーの活用や、省エネ対策、エネルギー効率の向上等の取組が重要となります。環境対策への投資だけでなく、コストの削減や競争力強化につながるよう支援をします。

SDGsや地域の多様化した課題解決に向けた社会課題解決型ビジネスなど、持続可能な社会に向けた取組を行う事業者を支援します。

施策体系

戦略3

持続可能な柏経済の構築

3-1 デジタル化・DX化の促進

3-2 持続可能な社会と事業活動の両立

施策目標

施策		取組指標	現状	目標 (R11年度末)
3-1	デジタル化・DX化の促進	DX化に取り組む企業の割合	20.3%	30%超
3-2	持続可能な社会と事業活動の両立	産業部門の温室効果ガス排出量	537千t-CO ₂	496千t-CO ₂ (R12年度)
		業務部門の温室効果ガス排出量	538千t-CO ₂	278千t-CO ₂ (R12年度)

施策3-1 デジタル化・DX化の促進

デジタル技術は急速に進展し、社会や生活に浸透して欠かせないものになっています。事業活動においても、取引やPR等、デジタル化に対応していないと十分な事業活動ができなくなってきました。公的支援の活用においても、ネット申請等が増えてきており、公的支援の活用にも影響します。また、人材確保や人件費をはじめとした事業コストの高騰が大きな課題となる中で、中小企業においても事業の効率化は不可欠となっています。

市内の中小事業者がデジタル化に乗り遅れて事業活動に支障をきたさないよう、自分にできる身の回りの業務のデジタル化から始め、改善効果を感じながら、徐々にデジタル活用を進めていくために、デジタル化に向けた普及啓発から、DX化への取組支援まで一連の支援を行います。

情報提供や相談機能の充実や、事業者アンケート調査結果において、最も支援ニーズが高かった設備投資資金の調達支援や、デジタル化への取組への障壁となっていたデジタル人材の育成など、市内事業者がデジタル化に取り組める環境の向上を図ります。

さらに、デジタル技術や情報を活用し、ビジネスモデルの変革や販路拡大、新たな製品や商品の開発、新事業の創出など、競争力強化につながるDX化に取り組む事業者を支援します。

(1) デジタル化に向けた普及啓発

何から手をつけてよいか分からない小規模事業者等をはじめとした市内事業者の情報リテラシーを高め、デジタル技術を導入するメリット・デメリットを含めて、デジタル化への取組について経営判断できるように情報提供や相談機能の充実を図ります。

柏商工会議所や柏市沼南商工会と連携し、デジタル化に関するセミナーの開催や、経営相談に合わせて専門家によるデジタル化相談を実施するなど、相談機能の充実を図ります。

(2) デジタル化・DX化に向けた取組支援

柏商工会議所や柏市沼南商工会と連携し、中小企業庁や、ちばデジタル支援ネットワークが実施している中小企業向けのデジタル化・DX化にかかる支援策や取組について、積極的な情報発信を実施します。

段階的に進めるDX化

「DX」と聞くと、「大企業の話で、中小企業の自分には関係ない」と思われがちですが、経営規模が小さく経営者の判断が迅速な中堅・中小企業等の方が、新たな取組を行いやすく、変革のスピードが速く、効果も出やすく、デジタル活用による大きなアドバンテージが生まれます。

まずは自分にできる身の回りの業務のデジタル化から始め、改善効果を感じながら、徐々にデジタル活用を進めることで、より大きな効果が期待できます。

デジタル活用の段階

段階4	デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態 (例) システム上で蓄積したデータを活用して販路拡大、新商品開発を実施している
段階3	デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態 (例) 売上・顧客情報や在庫情報などをシステムで管理しながら、業務フローの見直しを行っている
段階2	アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態 (例) 電子メールの利用や会計業務における電子処理など、業務でデジタルツールを利用している
段階1	紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態

出典: 経済産業省「DX支援ガイダンス」(令和6年3月)を加工

施策3-2 持続可能な社会と事業活動の両立

持続可能な社会に向け、人や社会、地域、環境がより良い状態になることと、自らの事業発展の両立に取り組む事業者を支援します。

特に、エネルギー価格の上昇が企業の経営に影響を与えており、地球環境への貢献に加えて、中小企業の事業継続にゼロカーボンの推進が必要となっています。多くの中小企業では、ゼロカーボンに関する情報・知識やゼロカーボンのための技術やノウハウを持つ人材が不足していることから、ゼロカーボンに関する啓発や情報発信を推進します。

また、企業がゼロカーボンの目標に向けた取組を実施するためには、初期投資が大きなハードルとなるため、省エネ設備、再エネ導入等に対する資金面で支援し、環境対策と経済活動が両立できるようにします。

また、SDGsや地域の多様化した課題解決に向けた社会課題解決型ビジネスに取り組む事業者を支援します。SDGsや地域が必要とする社会課題解決型ビジネスは新たな市場を形成する可能性が潜んでおり、社会に貢献するとともに、新事業が創出されます。また、地域との連携や新しい取引先や事業パートナーなど、これまでになかったビジネスネットワークも広がり、地域を基盤としたイノベーションの総出につながります。

(1) ゼロカーボンへの取組に向けた啓発・情報発信

事業者に対し、ゼロカーボンに関する最新の技術や政策、成功事例の紹介等の情報提供を推進します。また、従業員や経営者を対象に、環境意識を高め、具体的な脱炭素化の手法を学ぶための研修やセミナーの実施を検討します。



事業者向け省エネセミナー

(2) 相談機能の充実

多くの中小企業では、ゼロカーボンに取り組むための技術やノウハウを持つ人材が不足していることから、市内企業を対象に、カーボンニュートラル・脱炭素に関する相談機能の充実を図ります。

中小企業・小規模事業者を対象とした国や県などによる相談窓口の周知や、市の相談体制の強化を検討します。

(3) ゼロカーボンに関する取組支援

ゼロカーボンに向け、太陽光発電設備の設置などによる再生可能エネルギーの導入や省エネ機器の導入、EV輸送車両等の導入などによるCO₂削減など、設備投資や生産プロセス・サービス提供方法の改善によるエネルギー効率の向上に向けた取組に対し、チャレンジ支援補助金により事業者を支援します。

脱炭素化を進めた企業がその成果を社会に示し、ブランド価値を向上させることも重要です。事業所に貼付するステッカーを配布し消費者や取引先にアピールできるようにするなど、ゼロカーボンに取り組む事業者のブランド化を図ります。

さらに、ゼロカーボンに関する補助事業の実施結果を、市のホームページやイベント等で取組事例として情報発信していきます。

(4) ゼロカーボンに向けた技術開発・事業化支援

脱炭素に資する革新的な技術開発に取り組み、事業化を目指す事業者を支援します。

(5) SDGsに関する取組の促進

SDGsに取り組む企業や商店街、団体などの活動を支援し、PRしていきます。

SDGsに関連する取組に対して、国や県、支援機関等が提供する助成金や補助金、融資制度等の情報を提供します。また、認証制度の活用に向けて、ISO14001（環境マネジメントシステム）やBCorp認証など、SDGsに関連する認証の取得に向けた相談やアドバイス支援の実施等を検討します。また、社会課題の解決に資する技術を持った企業等の取組を支援します。

(6) 社会課題解決型ビジネスの支援

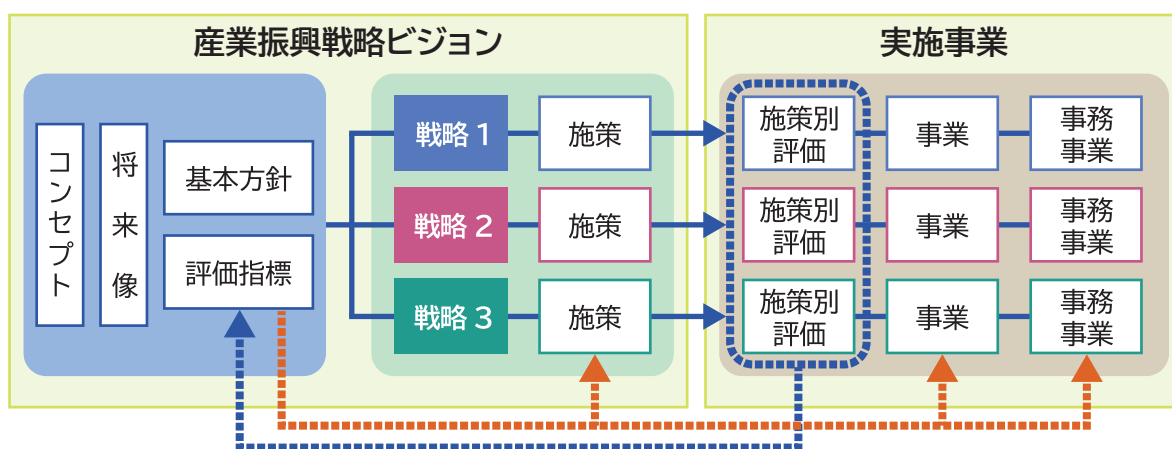
市民や地域の困りごとやニーズと社会課題解決型ビジネスに関心のある事業者を結ぶ情報提供やマッチング事業を実施します。

また、関連する国や県、支援機関等が提供する助成金や補助金、融資制度等の情報を提供します。事業化に向けた伴走型支援を行い、PRしていきます。

1. 実効性のある計画の推進

本計画のもと、実効性を持って産業振興施策を推進していくため、本計画で示した将来像・基本方針・施策と事業を紐づけた、本市の産業振興政策の一体的体系を作成し、事務事業の実施に当たっても、産業振興の目的や考え方を確認しながら、推進します。

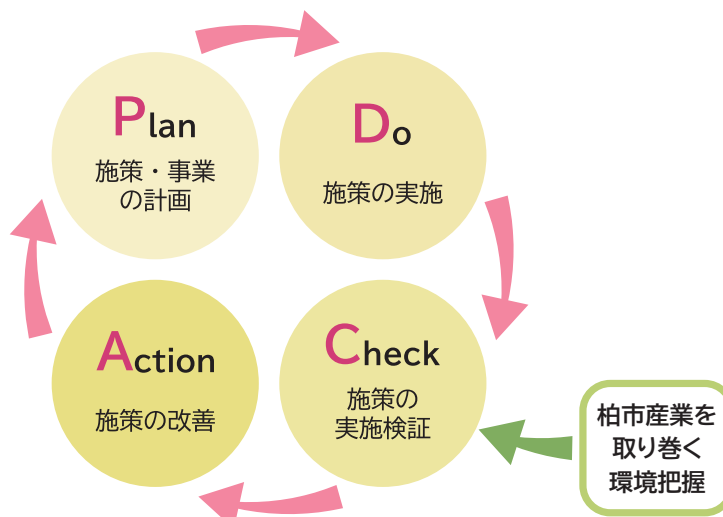
計画の評価については、毎年度に計画全体の評価指標の進捗状況及び施策別に設定した取組指標の到達度を確認し、必要があれば、施策や事業、事務事業などの見直しを行います。施策別指標を基軸としながら計画の到達度を明らかにすることにより、本計画の目的の実現との関係も「見える化」を図っていきます。



2. 計画の管理・評価・見直し

市が施策の進行管理を行い、その結果を柏市産業振興会議に報告・意見を聴取し、施策や事業を成果の観点から評価・検証しながら、必要に応じて見直し・改善を行います。

なお、計画の推進に当たって、社会・経済情勢の急激な変化に対応していくことが必要となっています。PDCAサイクルは、策定した計画を計画どおり実施し、その成果を評価するものですが、計画を実施する間も、変化する社会・経済情勢や国、千葉県の産業政策の動向を把握し、市内産業への影響やその動向についての分析を踏まえながら施策を推進するために、下記のサイクルをもって、計画を管理・推進します。



3. 柏市産業振興会議の役割

柏市産業振興会議は、本計画に係る施策や事業の実施状況の確認や事業成果の検証を踏まえ、具体的な産業振興施策に対する意見交換や提案を行います。

4. 多様な連携による計画の推進

市の関係部署とも密接に情報交換しながら、それぞれの施策と連携し施策実施効果を高めます。

また、市内の大学や研究機関、インキュベーション施設等の産業支援機関、経済団体等と連携し、計画を推進していきます。また、具体的な事業やプロジェクトの実施において、資金調達能力やビジネスモデル、技術革新、マネジメントスキルを有した民間事業者との連携による、効率的かつ効果的な事業手法の実施も必要に応じて取り入れていきます。

5. 各主体の役割

柏市産業振興基本条例に基づき、市産業振興に関わる各主体の役割を下記のとおり設定し、それぞれが担う役割等を改めて周知します。各主体が産業振興に関心を持って、連携・協働し、本計画を推進していきます。

<各主体の役割>

事業者	事業者は、周辺の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ます。 経済団体が行う産業の振興に関する事業に積極的に参加するよう努めるとともに、応分の負担により当該事業に協力するよう努めます。
商店会	商店街の事業者は、地域振興の中心的役割を果たす商店会及び商工団体等に積極的に加入するよう努めます。
大型店	大型店の設置者は、商店会及び商工団体等に積極的に加入するよう努め、大型店の周辺の生活環境の保持に必要な措置を講じるよう努めるとともに、大型店内の小売業者に対しても、商店会及び商工団体等への加入等必要な協力を求めるよう努めます。
経済団体	経済団体は、事業者の事業活動に対する支援を行うとともに、自らの事業活動を通じて地域社会への貢献に努めます。
柏市	本市は、本市の産業振興に関する施策を実施します。施策の実施に当たっては、事業者相互の産産連携並びに事業者、経済団体、大学、国、千葉県その他の地方公共団体及び市民の公・民・学の連携を推進するよう努めます。
市民	市民は、産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、市民生活と産業が調和する都市の実現に向け、本市が実施する産業の振興に関する施策に協力する等の役割を果たすよう努めます。

資料編

1. 計画策定の経過

(1) 柏市産業振興会議

(2) 実態調査

(3) パブリックコメント

2. 柏市産業振興基本条例

3. 用語集

1. 計画策定の経過

本計画の策定に当たっては、柏市産業振興基本条例第7条に基づいて、産業全般の振興施策の実施について事業者、経済団体、学識経験者及び市民から広く意見を聞くために設置された柏市産業振興会議を3回開催し、計画について協議を重ねました。

また、検討に当たって、柏市産業の現況を把握するため柏市の産業振興に関するデータの収集及び分析、市内事業者を対象としたアンケート調査、市内関係機関等へのヒアリング調査を実施しました。

以上の取組を経て、作成した計画案については、広く市民の意見を徴収するためパブリックコメントを実施し、計画として取りまとめました。

(1) 柏市産業振興会議

○委員名簿

委員数：15名

任期令和6年4月1日から令和8年3月31日

(50音順・敬称略)

区分	氏名	所属団体
市民	浅川 莉花	公募委員
事業者	池田 健志朗	柏商工会議所 株式会社Neulab
事業者	石井 晶子	柏市沼南商工会 株式会社アイエスイナモト
経済団体	出雲 雅明	柏市場総合卸協同組合事務長
事業者	伊藤 公一	柏市沼南商工会 理事・工業部会長 千代田鋳砕株式会社
支援団体	大竹 悦司	公益財団法人千葉県産業振興センター 常務理事 東葛テクノプラザ所長
事業者	木村 美穂	株式会社道の駅しょうなん駅長
学識経験者	近藤 明人	麗澤大学経済学部教授
事業者	佐々木 るみ子	柏市沼南商工会 理事 有限会社アチーブメント
事業者	嶋田 雅彦	柏市沼南商工会 専務理事 有限会社さかえ板金
経済団体	高橋 直資	柏商工会議所専務理事
支援団体	原田 憲一	独立行政法人中小企業基盤整備機構関東本部 東大柏ベンチャープラザ チーフインキュベーションマネージャー
事業者	古田 芳子	柏商工会議所女性会会長 有限会社フルタ
支援団体	山岸 朝典	一般社団法人TXアントレプレナーパートナーズ アソシエイト
事業者	渡辺 展久	柏商工会議所 株式会社マンダリンモア

○開催概要

回	開催日	議題
第1回	令和6年10月16日(水)	1. 柏市の産業の現況について 「柏市の産業の現況と課題」 2. 新ビジョン策定方針・骨子案について
第2回	令和6年12月17日(火)	1. 新柏市産業振興戦略ビジョンの策定について 「計画原案について」
第3回	令和7年1月31日(金)	1. 新柏市産業振興戦略ビジョンの策定について 「計画素案について」

(2) 実態調査

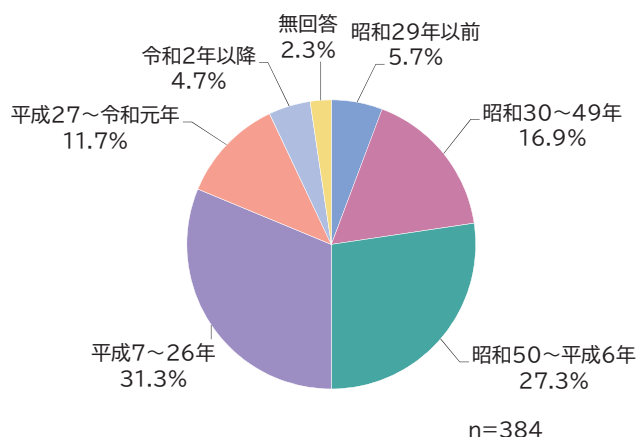
市内産業の現況及び市内事業者(事業所)の現状やニーズ等を把握し、課題等の洗い出しを行うため、以下のとおり市内事業者アンケート調査及び市内関係機関ヒアリング調査を実施しました。

①市内事業者アンケート調査

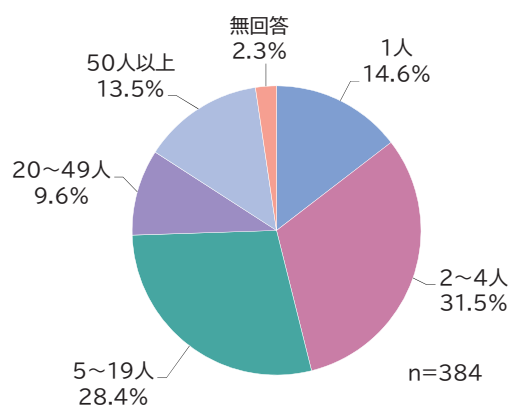
調査対象	市内の個人事業者及び法人 1,000者
調査対象の抽出方法	総務省統計局事業所母集団情報における業種別比率で、1,000者を無作為抽出
調査期間	令和6年9月～10月
調査方法	郵送配布、郵送・ウェブ回答にて回収
回収数	有効配布数(廃業・移転・宛先不明等による未着分を除く):946件 回収数:386件 有効回答数:384件(白紙回答2件を除く) 有効回収率:40.6%(有効回答数384件/有効配布数946件)
主な設問項目	1. 貴事業所の概要 ・ 事業所所在地、創業年、企業形態、従業員数、従業員の柏市内居住率、代表者の年齢、事業所の機能、商工団体の加入状況、業種、直近決算の年間売上高・収入、主な顧客・取引先の地域(商圈) 2. 経営状況 ・ 最近の経営状況、現在の企業活動におけるコロナ禍の影響 3. 貴事業所の課題 ・ 取り巻く環境に係る課題、事業課題 4. 人材の確保・育成 ・ 人材確保状況 5. DX化への取組 ・ DX化への取組状況 6. 事業承継 ・ 承継状況 7. 今後の展開 ・ 今後の主な事業展開、事業環境の変化や厳しい競争環境に対応した取組 8. 公的支援策の活用 ・ 行政が取り組むべき支援策、柏市での事業環境(評価できる点・評価できない点)

【調査結果】（本編第3章掲載以外の主な項目）

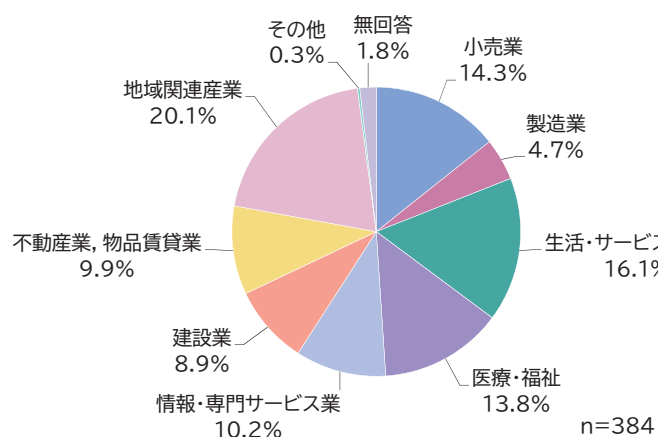
創業年



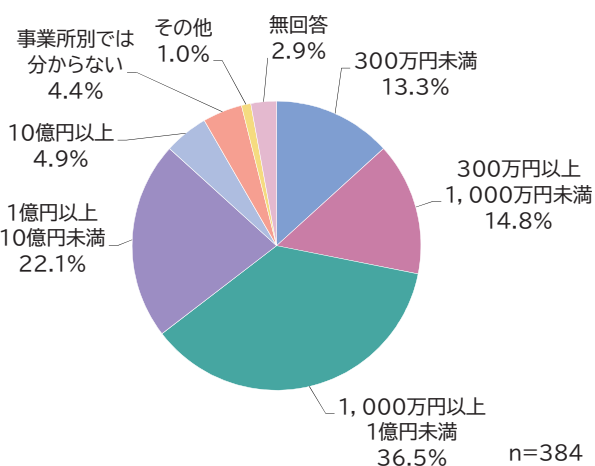
従業員数



業種分類

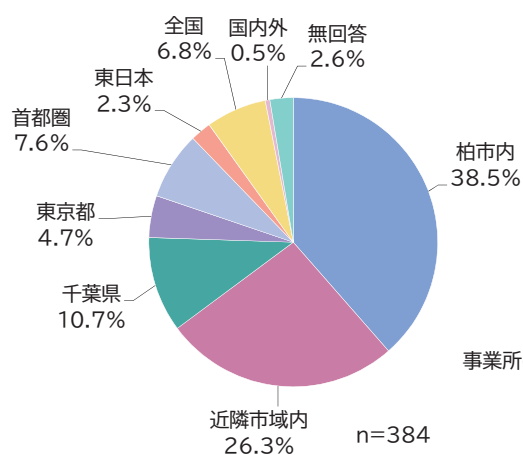


直近決算の年間売上高

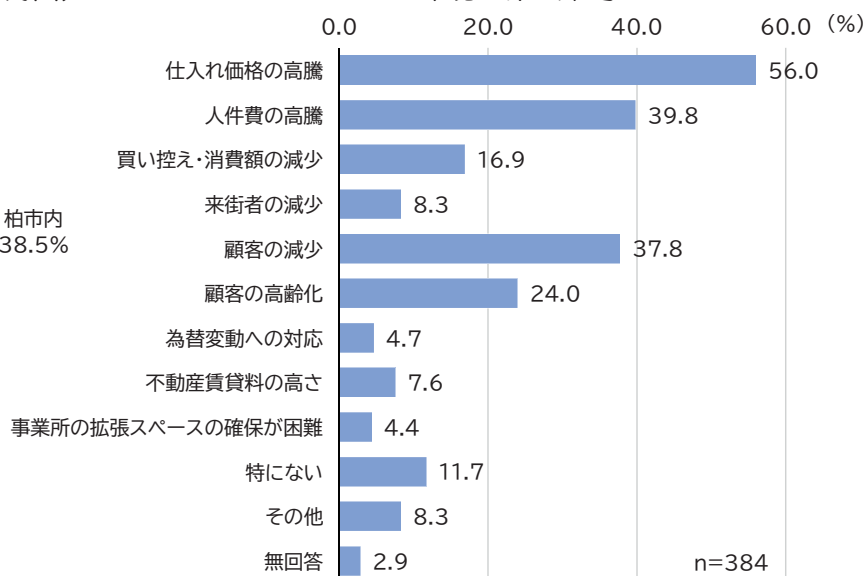


※「地域関連産業」には運輸業、郵便業、卸売業・金融業、保険業・その他サービス業等が含まれる。

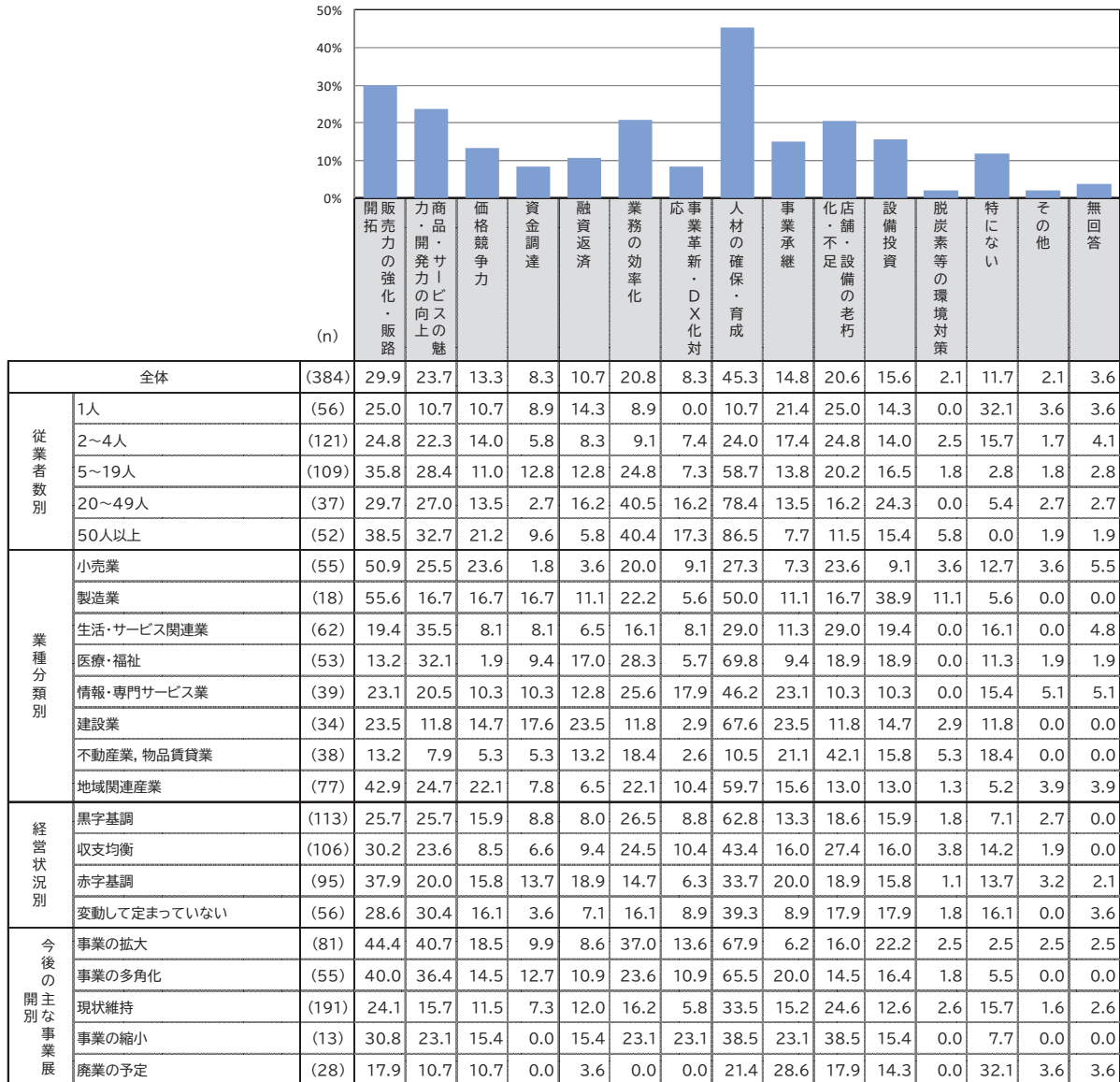
主な顧客・取引先の地域（商圏）



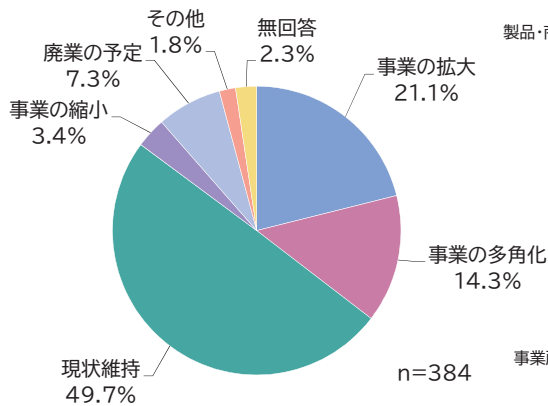
環境に係る課題



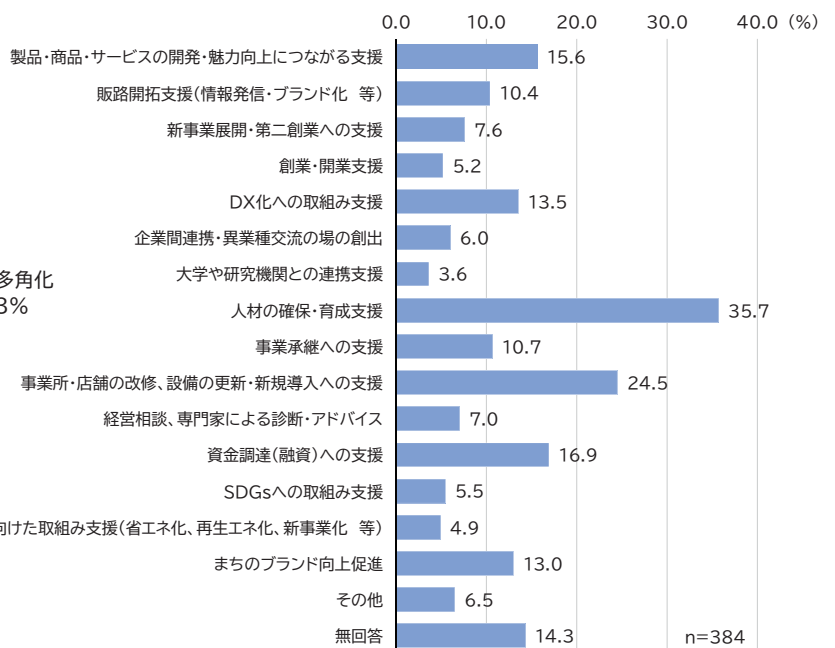
事業課題（従業者数別、業種分類別、経営状況別、今後の主な事業展開別）



今後の主な事業展開



行政が取り組むべき支援策



②ヒアリング調査

以下のとおり、4機関を対象に、市内産業の現況・課題、必要な支援策等を把握するため、訪問によるヒアリング調査を実施しました。

柏商工会議所	1. 商工会議所の組織構成(部会等)・会員の属性・特性(概要)、現況、課題 2. 商工会議所における支援内容及び事業推進上の課題点等 3. 今後の展開 4. 柏市産業振興戦略ビジョンに対する意見
柏市沼南商工会	1. 商工会の組織構成(部会等)・会員の属性・特性(概要) 2. 商工会における主な活動内容及び企業(会員)支援内容 3. 市内事業者の特徴・現況、抱える課題等 4. 商工会活動の今後の方針及び事業推進上の課題点 5. 柏市の産業振興策に対する評価 6. 柏市産業振興戦略ビジョンに対するご意見
東葛テクノプラザ	1. 施設利用者(創業・起業)の特徴・現況、抱える課題等 2. 今後の方針及び課題点
東大柏ベンチャープラザ	3. 柏市の産業振興策に対する評価 4. 柏市産業振興戦略ビジョンに対するご意見

(3) パブリックコメント

柏市産業振興戦略ビジョン(案)について、「パブリックコメント(意見公募手続き)」により、市民等の意見を募集しました。

募集期間	令和7年2月7日(金)から令和7年3月8日(土)
提出方法	インターネット意見提出フォーム、郵送、所管課窓口持参、ファクシミリ
結果	意見提出者1名、件数6件
意見への対応	提出された意見は、計画策定の参考とし、氏名・住所等の個人情報を除いた概要を柏市ホームページにて公開しました。

2. 柏市産業振興基本条例

柏市産業振興基本条例

平成17年12月21日

条例第129号

(目的)

第1条 この条例は、産業の振興に関する基本的な事項を定めることにより、産業の基盤の安定及び強化並びに調和のとれた地域社会の発展に向けた総合的かつ計画的なまちづくりへの産学官民が一体となった積極的な参加の促進を図り、もって自立都市の実現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 市内で事業活動を行うすべての者をいう。
- (2) 新産業 ものづくり産業、情報サービス産業その他の産業のうち、市場における新たな需要を満たし、又は新たな価値を創造するものをいう。
- (3) ベンチャー企業 新産業の分野にチャレンジ精神を持って果敢に挑み、具体的な事業計画を有している企業をいう。
- (4) 産業クラスター 特定分野の関連企業、大学等の関連機関が地域において競争しつつ協力することにより新たな相乗効果を生み出す状態をいう。
- (5) インターンシップ 学生が企業等において短期間業務を体験する制度をいう。
- (6) コミュニティビジネス 地域の課題をその地域の市民が主体的にビジネスの手法を用いて解決する取組をいう。
- (7) 大型店 大規模小売店舗立地法（平成10年法律第91号）第2条第2項に規定する大規模小売店舗及び一の建物であってその建物内の店舗面積の合計が300平方メートル以上1,000平方メートル以下であるものをいう。
- (8) 経済団体 商工会議所、商工会、商店会、商店会連合会、農業協同組合その他の経済団体をいう。

(基本理念)

第3条 産業の振興は、事業者自らの創意工夫及び自助努力を基にして、本市、事業者及び市民が協働して推進することを基本理念とする。

2 前項に規定するもののほか、産業の振興は、次に掲げる方針に基づき推進するものとする。

- (1) 商業については、大型店と地域に根差した多彩な機能及び特徴を持つ個性的な商店街との共存共栄による地域の活性化を推進する。
- (2) 工業については、市内企業の国際競争力の強化を図る観点から、生産技術の高度化、知的財産の創造、保護及び活用並びに地域資源を生かした産学連携及び産産連携を推進する。
- (3) 農業については、優良農地を確保し、良質な農産物の供給を奨励するとともに、農地の持つ多面的機能を生かした都市型農業の振興を推進する。
- (4) 新産業については、地元基盤産業と学術研究機関との連携を図るとともに、産業クラスターの形成に向けた新たな産業の分野への進出並びにベンチャー企業の創出及び育成を推進する。
- (5) 観光については、地域の観光資源の創出に努めるとともに、既存の観光資源に関する情報を広く提供し、発信すること等により、映像及び観光に関する産業の創出及び活性化を推進する。
- (6) 物流業及び流通業については、周辺の生活環境及び交通の整序化に配慮しながら、幹線道路を中心に物流・流通機能の導入を推進する。
- (7) コミュニティビジネスについては、地域における経済及び雇用の活性化のため、市民への啓発及び情報提供の推進等の環境整備を推進する。
- (8) 雇用及び就労については、多様な働き方ができる柔軟な就労環境の整備を図るとともに、インターンシップの拡充等の人材の育成に努め、積極的な地域雇用の確保を推進する。

(事業者等の責務)

- 第4条 事業者は、周辺の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 商店街において事業を営む者は、地域振興の中心的役割を果たす商店会及び商工会議所等に積極的に加入するよう努めるものとする。
 - 3 大型店の設置者は、商店会及び商工会議所等に積極的に加入するよう努め、及び大型店の周辺の生活環境の保持に必要な措置を講じるよう努めるとともに、大型店内の小売業者に対しても、商店会及び商工会議所等への加入等必要な協力を求めるよう努めるものとする。
 - 4 事業者は、経済団体が行う産業の振興に関する事業に積極的に参加するよう努めるとともに、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 経済団体は、事業者の事業活動に対する支援を行うとともに、自らの事業活動を通じて地域社会への貢献に努めるものとする。

(本市の責務)

- 第5条 本市は、第1条の目的を達成するため、次に掲げる産業の振興に関する施策を実施するものとする。
- (1) 中心市街地及び商店街の活性化のための施策
 - (2) 大型店と商店街の共存共栄及び新たな地域連携商店街づくりの支援のための施策
 - (3) 新製品の開発又は生産及びその販路開拓を支援するための施策
 - (4) ものづくり産業と学術との連携及び交流を支援するための施策
 - (5) 優良農地の確保等並びに農業担い手の確保及び育成のための施策
 - (6) 都市型農業を推進し、及びブランド作物を増加させるための施策
 - (7) 観光客等を増加させるための施策
 - (8) 事業者の経営基盤を安定させるための施策
 - (9) 創業を支援するための施策
 - (10) 企業立地を促進するための施策
 - (11) 人材育成及び雇用を促進するための施策
 - (12) 勤労者の福利厚生を向上させるための施策
 - (13) 前各号に掲げるもののほか、市長が産業の振興に必要と認める施策
- 2 本市は、前項各号に掲げる施策の実施に当たっては、事業者相互の産産連携並びに事業者、経済団体、大学、国、千葉県その他の地方公共団体及び市民の産学官民の連携を推進するよう努めるものとする。

(市民の役割)

- 第6条 市民は、産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、市民生活と産業が調和する都市の実現に向け、本市が実施する産業の振興に関する施策に協力する等の役割を果たすよう努めるものとする。

(振興会議の設置等)

- 第7条 地方自治法(昭和22年法律第67号)第138条の4第3項の規定により、市長の附属機関として、柏市産業振興会議(以下「振興会議」という。)を置く。
- 2 振興会議は、市長の諮問に応じ、広く本市の産業の振興に資する提言を行う。
 - 3 振興会議は、委員20人以内をもって組織する。
 - 4 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合の補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
 - 5 市長は、振興会議に、特別の事項を調査審議させるため必要があると認めるときは、臨時委員を置くことができる。
 - 6 委員及び臨時委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、同様とする。
 - 7 前各項に定めるもののほか、振興会議の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(平29条例3・全改)

(振興会議への諮問)

- 第7条の2 市長は、広く本市の産業の振興に資する意見を募るため、振興会議に諮問するものとする。

(平29条例3・追加)

(委任)

- 第8条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この条例は、平成18年4月1日から施行する。

附 則（平成29年条例第3号）

（施行期日）

- 1 この条例は、平成29年4月1日から施行する。
（任期の特例）
- 2 この条例の施行の際現に次に掲げる附属機関に相当する合議体（以下「従前の合議体」という。）の委員である者は、この条例の施行の日をもって当該附属機関の委員に委嘱され、又は任命されたものとみなす。この場合において、当該委嘱され、又は任命されたものとみなされる者の任期は、第1条の規定による改正後の柏市附属機関設置条例別表及び第3条の規定による改正後の柏市産業振興基本条例第7条第4項の規定にかかわらず、同日における従前の合議体の委員としての任期の残任期間と同一の期間とする。
 - (1) 柏市補助金等交付審査会
 - (2) 柏市プロポーザル方式選定委員会
 - (3) 柏市新型インフルエンザ等対策委員会
 - (4) 柏市介護保険施設等事業者選定委員会
 - (5) 柏市地域包括支援センター運営協議会
 - (6) 柏市第二清掃工場運営委員会
 - (7) 柏市人・農地プラン検討会
 - (8) 柏市いじめ重大事態調査検証委員会
 - (9) 柏市産業振興会議

3. 用語集

用語	説明	ページ
あ行		
あいえすおー ISO14001	環境マネジメントに対する国際的な認証で、製品の製造やサービスの提供など、自社の活動による環境への負荷を最小限にするように定めた仕様書を指す。	42
医工連携	医学分野と工学分野が連携して、新たな医療機器や技術を研究・開発すること。	25
イノベーション	刷新。革新。新機軸。生産技術の革新・新機軸だけでなく、新商品の導入、新市場・新資源の開拓、新しい経営組織の形成などを含む概念のこと。	8,10,11,19,20,21,23,24,25,27,36,41
イノベーター	イノベーションに取り組む人や関心がある人。	25
インキュベーション	本来は英語で「卵などがふ化する(incubation)」という意味。これが転じて、現在では起業家を育成・支援し、創業期の企業の発展を加速させることを言う。	8,26
インキュベーション施設	起業家の育成や、新しいビジネスを支援する施設。	24,26,27,44
インキュベーションマネージャー	創業・起業志望者の相談相手となり、起業ノウハウや経営資源など不足するものを補い、ビジネスの立上げや事業成長の支援を行う人材のこと。	25
インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のこと。または外国から訪れる旅行者のこと。	29
えーあい AI	「Artificial Intelligence(人工知能)」の略。推論・判断等の知的な機能を人工的に実現するための研究。また、これらの機能を備えたコンピュータシステム。データベースを自動的に構築したり誤った知識を訂正したりする学習機能を持つものもある。膨大な量のデータ分析や業務効率化等に活用されている。	6
エコシステム	本来は生態系を指す言葉で、行政、大学、研究機関、企業、投資家などの様々なプレイヤーが相互に関与し、絶え間なくイノベーションが創出される環境・状態を、生態系システムに見立てて「イノベーション・エコシステム」という。	21,24,25,27
エシカル消費	消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。2015年9月に国連で採択された持続可能な開発目標(SDGs)の17の目標のうち、特に目標12に関連する取組。	5
えすえぬえす SNS	「Social Networking Service」の略。他者とながって、文章や写真、動画などで自分を表現したり、コミュニケーションするサービスのこと。	6,29

用語	説明	ページ
えすでいじーず SDGs	「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略。2015年9月の国連サミットで採択された、貧困や不平等、格差、気候変動など、様々な問題を根本的に解決し、世界中の全ての人が将来にわたってより良い生活を送ることができるようにするための17の国際目標。	39,41,42
えむあんどえー M&A	企業・事業の合併や買収の総称で、英語の「Mergers (合併)」と「Acquisitions (買収)」の頭文字をとったもの。	38
か行		
カーボンニュートラル	二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの排出量から吸収量を差し引いて合計を実質的にゼロにすること。日本は、2020年10月に2050年カーボンニュートラルを目指すことを宣言し、柏市においても、2022年に「気候危機宣言」を行い、2050年までに二酸化炭素排出実質ゼロを目指す「ゼロカーボンシティ」を表明している。	6,41
吸引人口	吸引率(各市区町村の居住者のうち、調査対象の地域で買い物をする人の割合)に調査対象地域の商圈人口を乗じたもので、「実際に買い物をしに来ている人の総数」と言える。	8,14
コミュニティビジネス	地域的な社会課題を、地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決する取組。	10,26
さ行		
サウンディング	事業発案段階や事業化検討段階において、事業内容や事業スキーム等に関して、直接の対話により民間事業者の意見や新たな事業提案の把握等を行うことで、対象事業の検討を進展させるための情報収集を目的とした手法。	29
じーえつくす GX	「Green Transformation (グリーントランスフォーメーション)」の略。化石燃料中心の経済・社会、産業構造をクリーンエネルギー中心に移行させ、経済社会システム全体を変革すること。	6
シーズ	新たな技術やノウハウなどビジネスの「種 (seeds)」となるものを指す。	10,24
ジーでいーびー GDP	「Gross Domestic Product (国内総生産)」の略。国内で一定期間内に生産されたモノやサービスの付加価値の合計額。	3
市内総生産	一定期間内に市内の経済主体が生み出した総付加価値額で、国でいう国内総生産 (GDP) に当たる。	10,21
シビックプライド	住んでいるまちに自然と誇りを持てるよう、「市民がそのまちに対して持つ自負・公共心」を指す。	18,21,30
商圈	商店や商店街に来店・来街している、あるいはその可能性がある顧客の居住範囲。	8,14
商店会	商店街内の店舗等が相互扶助や商店街の活性化を目的に組織する団体。	8,14,34,44
商店街	小売店、飲食店及びサービス業等を営む事業所が近接して集積している地区。	8,14,32,33, 34,42,44

用語	説明	ページ
情報リテラシー	情報を適切に使いこなす能力。情報機器の操作・取扱いに加えて、主体的に情報源やそこから得られる情報を取捨選択し、収集・活用できる能力。	6,39,40
スキルアップ	経験や学習を通して、新しい技術を習得したり、個人の能力や技能を向上させること。	36
スタートアップ	一般的に起業や新規事業を立ち上げることを意味する言葉だが、そうした企業の中でも特に革新的な技術・アイデアなどにより急成長する企業を示すものとして使われている。	10,23,24 25,27,34,36
ステークホルダー	企業活動において直接・間接的に影響を受ける、人や組織、団体等の利害関係者を指す。	6
セカンドキャリア	中高年の定年退職後や女性の結婚・出産・子育て後の復帰等、「第二の人生における職業」のこと。	6
ゼロカーボン	二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの排出量を減らしてゼロを目指すこと、あるいはゼロの状態。	41,42
た行		
地政学的リスク	特定の地域間で生じる政治的・軍事的・社会的な緊張の高まりが、その地域経済にもたらすリスク。	1,13,38
ていあい DI	「Diffusion Index (ディフュージョン・インデックス)」の略で、企業の業況感や設備、雇用人員の過不足などの各種判断を指数化したもの。「増加」・「好転」したなどとする企業の割合から、「減少」・「悪化」したなどとする企業の割合を引いた値。	4
ていえつくす DX	「Digital Transformation (デジタルトランスフォーメーション)」の略。企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。	13, 36, 40
昼間人口	当該地域の常住人口(夜間人口)から、他の地域へ通勤・通学している者を減じ、他の地域から通勤・通学に来ている者を加えた人口。昼間人口比率は、夜間人口に対する昼間人口の比率。	7,17, 20,21
な行		
農商工連携	農林水産業や商工業が業種の枠を超えて連携すること。それぞれの技術やノウハウを組み合わせ、経営資源の補完や新たな事業機会の創出を目指すもの。	35
は行		
びーこーぷ B Corp認証	「B Corporation (Bコーポレーション)」を略したもので、社会や環境に配慮した公益性の高い企業に対する国際的な認証制度のこと。アメリカの非営利団体B Labにより運用されている。	42

用語	説明	ページ
びーしーびー BCP	「Business Continuity Plan（事業継続計画）」の略。企業が自然災害、大火災、テロ攻撃などの緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段などを取り決めておく計画のこと。	13,38
ピッチ	短時間で簡潔にわかりやすく相手にアイデアを提案すること。特定の顧客ではなく、主に初対面の相手や不特定多数の人に向けて行われるものを指す。スタートアップ企業が投資家に対して行うピッチイベントなどがある。	25
ふぁいぶじー 5G	通信速度の超高速化に加えて、超低遅延、多数同時接続を実現する第5世代移動通信システム。	6
付加価値額	企業の生産活動によって新たに生み出された価値のこと。	10
ま行		
メディカルデバイス	疾病の診断、治療、予防に使用される機器を指す。CTやMRIなどの大型機器、メスやピンセットなどの小型機器、体温計や補聴器などがある。	25
メンター	指導者や助言者。	25
ら行		
ライフサイエンス	生物が営む生命現象の複雑かつ精緻なメカニズムを解明することを目指した研究で、生命科学と言われる分野。その成果が医療・創薬の飛躍的な発展や、食料・環境問題の解決など、国民生活の向上及び国民経済の発展に大きく寄与するものとして注目を浴びている。	25
リスキリング	新しい職業に就くために、あるいは、今の職業で必要とされるスキルの大幅な変化に適応するために、必要なスキルを獲得する／させること。	6,12,36
わ行		
ワークショップ	参加者が主体的に参加する体験型の講座や、会議、共同作業のこと。	25
ワークライフバランス	「仕事と生活の調和」と訳され、やりがいや充実感を持ちながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活等においても、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・実現できることをいう。	6



柏市
KASHIWA CITY

柏市産業振興戦略ビジョン

(令和7年度～令和11年度)

発行：柏市 経済産業部 産業政策・スタートアップ推進課
〒277-8505 柏市柏5丁目10番1号
電話番号：04-7167-1141
