
[シンポジウム報告 ①]

千葉の地域創生 産業施策の経過と現実

県議会事務局長・(前)千葉の魅力担当部長

浜本 憲一

現在、千葉県庁で議会事務局長をしております、浜本憲一です。

本日は、千葉県の産業施策について、パートを二つに分けてお話しします。一つ目は、千葉県はこれまでどのような形で県づくりをしてきたのかという、戦後の振り返りをしてみたいと思います。二つ目は、今回のテーマである今話題の地方創生。国、そして地方自治体の動きや考え方、これからの産業施策のあり方について課題などについてを述べたいと思います。

冒頭、チーバくんです。私の自己紹介にも関わりますが、実はチーバくんは平成19年1月の誕生です。平成22年に千葉で国体があり、そのキャラクターとして国体の4年前に誕生しました。私は国体のときに報道広報課長という立場にあり、「国体が終わった後はチーバくんどうするの?」という話から、平成22年度に国体のキャラクターから千葉県のキャラクターに昇格したのです。チーバくんを見たら、そのときの担当課長として私のことを思い出してください。

チーバくんは千葉県にとって初めてのブランドになったと思っています。千葉というのは色々な人が集まっていますし、色々な市町村があります。文化や歴史がそれぞれが違います。

ところが、このチーバくんができたら、「うちの町はチーバくんの耳の辺りだよ」とか、「お尻の辺り」とか、「おへその辺り」というようにチーバくんを思い描いて、チーバくん=千葉県の中のわが町ということで、皆さんが語り出してくれました。これはチーバくんが千葉県民をまとめるシンボルとして、非常に大きな役割を持ってくれたということですから。それに加えて対外的な売り出しのブランドになってくれました。

平成19年、チーバくんは公募の結果、デザインが決まったのですが、最初は「これは何

だ」というのが正直なところでした。なぜなら千葉は、海、葉の花、そして緑の県です。つまりイメージカラーは青、黄色、緑なのです。だからどうして赤なのだろうと不思議に思っていました。

一流のデザイナーである坂崎千春さんがデザインをしましたが、結果的にはチーバくん、これはそのものずばり「千葉県の形」をしていますので、その身体で千葉県を説明できてしまいます。それから赤というのは非常に使いやすい色です。キャラクターというのは色々なイベントのお祝い事のところで使いますので、赤単色というのは本当に映えます。国際的な場面でも大変とおりがよいのです。

*

千葉県は、戦後これまでの県づくりで目指し、創ってきた県土のグランドデザインのキーワードは、「農工両全」、「県土の均衡ある発展」、「バランスの取れた産業県づくり」、「半島性からの脱却」、それから「東日本と西日本をつなぐ新たな国土軸を形成」です。これは21世紀になっても、やはり基本的な考え方は変わっていないものだと思います。特に「半島性からの脱却」は悲願でした。

戦後70年間取り組んできたおかげで、現在人口は620万人で全国6位。昭和20（1945）年、千葉県の人口は200万人でしたから、当時から3倍になっております。農業3位、海面漁業8位、製造品出荷額6位、成田空港の旅客数は羽田に次いで2位、県内総生産は6位といった県勢になっています。非常にバランスのとれた、力のある産業県に、この70年間でなったということだと思います。

これはドルベースに直したGDPです。他の国と比べてみます。アメリカ、中国、日本、これがワン・ツー・スリーです。あらためて驚いたのですが、中国に抜かれたばかりだと思っていたら、もうダブルスコアを超えています。アメリカが抜かれるのも時間の問題だと思います。

日本の下に東南アジア諸国を並べました。これは千葉県がいかにすごいかと言いたくて記したのですが、千葉県の19兆、ドルベースに直しますと1,594億ドルになり、ベトナムの国家予算にほぼ並びます。われわれはそれだけのパワーを持っているということなのです。

千葉県の沿革でございます（6頁、表参照）。千葉県は明治6（1873）年に、木更津県と印旛県が合併して誕生しました。当時の人口は100万人。昭和20（1945）年、太平洋戦争が終わった当時は200万人。そして千葉県の戦後の第1フェーズが始まる昭和28（1953）年、川崎製鉄所が火入れをしました。昭和33（1958）年には京葉工業地帯の埋め立て計画を決断。これは富津から浦安まで76キロ、1万2,000ヘクタールという広大な埋め立てで、これが千葉県の戦後を作った、第一に大きなことだったと思います。

当時の千葉県庁は、財政再建団体、赤字破綻団体でしたが、われわれの先輩は、本当に偉かったと思います。進出を希望する企業からの預託をいただき、そのお金で埋め立てを行いました。それは千葉の地にポテンシャルがあるからこそ、企業が出資することを見込んだ上で、京葉臨海工業地帯の整備を進め、鉄鋼、電力、石油化学の一大産業地帯が形成されたといったわけです。これは千葉方式といいますが、お金がなくてもやれることはあるのだということのよい例だと思います。

そしてドルショック、第1次オイルショックを挟みまして、昭和50年代から平成にかけて千葉新産業三角構想を進めた時代に入ります。

○千葉県沿革

	県民人口
1873(明治 6)年6月15日 印旛県と木更津県が合併 千葉県誕生	1,050千人
1945(昭和20)年	1,967千人
1953(昭和28)年 川崎製鉄火入れ	
1958(昭和33)年 京葉工業地帯埋立計画策定 浦安から富津 76km 12,000haのうち9,600haが工業用地	
1968(昭和43)年	3,043千人
1971(昭和46)年 ドルショック	
1973(昭和48)年 第1次オイルショック	
1975(昭和50)年	4,149千人
1978(昭和53)年 成田空港開港	
1979(昭和54)年 第2次オイルショック	
1982(昭和57)年4月 川崎から木更津、茂原を經由して筑波への路線が国道指定	
1983(昭和58)年 千葉新産業三角構想策定 幕張・上総・成田	5,002千人
1984(昭和59)年 千葉県工業立地振興ビジョン 内陸部への先端産業 産業構造の高度化	
1989(平成元)年 幕張メッセオープン 東京湾横断道路着工	
1991(平成 3)年 バブルの崩壊	
1997(平成 9)年 東京湾アクアライン開通	
2002(平成14)年	6,001千人
2008(平成20)年 リーマンショック	
2009(平成21)年 東京湾アクアライン 800円	
2011(平成23)年3月11日 東日本大震災	
2015(平成27)年6月7日 首都圏中央連絡道路 神崎・大栄間開通	

昭和57(1982)年、川崎から木更津、茂原を經由して筑波への路線が国道指定されました。この指定の意味は、東京湾横断道路、首都圏中央連絡自動車道の整備が、国のレベルで位置づけられたということです。千葉県が東京湾横断道路を經由して、西日本とつながるとともに北関東、関東広域の道路ネットワークの中に入って行くものであり、まさに千葉県の悲願である「半島性からの脱却」と、「新たな国土軸の形成」という構想が実現に向け、ついに動き出したのです。

この交通ネットワークの整備をにらみ、これまでの「農工両全」、「農林水産業と工業がバランスよく発展する産業県づくり」という先の時代の考え方をさらに進め、新しい産業の振興と拠点整備、その効果の全県的波及を進めるといふ、この時代の産業県づくりの考え方、千葉新産業三角構想が目指しているものです。

まず幕張。これはメッセです。新しい産業としてコンベンションとしてのメッセを中心にしたまちづくり、産業県づくりをしようというものです。この考え方は、その当時日本にはありませんでした。今はもうコンベンションという言葉も一般的なものになりました。千葉県はあまり目立ちませんが、時代を先駆けることにチャレンジしてきたのです。

そして成田。これは物流です。成田空港、そして先ほどご覧いただいたネットワークを利用した物流基地をつくっていかうということです。

そしてかずさ、君津の丘陵地帯にかずさアカデミアパークがあります。かずさDNA研究所という、世界で初めてのDNAの専門研究所を中核とし、バイオ産業の振興をしていこうというものです。

コンベンション産業、物流、そしてバイオをはじめとする新研究産業群の形成という産業施策を進めていこうとすることが新産業三角構想の考え方です。

成田空港について、この機会に少しお話をしておきます。羽田空港に国際線が移り始め、何かと成田と羽田が対比されることが多くなりました。私は両方の引っ張り合いに、話題の焦点が当てられすぎているのではないかと思います。そもそも日本の航空需要をしっかりと支えるという点からみると、羽田と成田を合わせたとしても相当ひっ迫している状況です。成田は38ヵ国・地域、100都市、国内17都市と結び、羽田が17ヵ国・地域、25都市、国内48都市と結ぶ。年間発着数枠は、成田が30万回、羽田が44.7万回で計75万回分の容量がありますが、現在はほぼ余裕のない状況です。

成田は現在、30万回のうち使っているのが23万回なのですが、ピーク時間帯での受け入れは厳しい状況で、これから東京オリンピック、パラリンピックと続く中で、不足が予想され、現在、国においてさらに7.9万回の枠を増やせないかと検討をしています。

オリンピック後の2020年以降については、さらに足りなくなると見込まれており、成田については第3滑走路、羽田については新たな滑走路の検討を議論しています。成田と羽田、両方で日本の空を支えないとグローバル競争の中で日本は戦っていけないです。

そして次の時代、平成3年バブルの崩壊から今日までの期間です。東京湾アクアラインが平成9年、バブルの崩壊とリーマンショックの間に開通しました。千葉県の悲願でしたが、時代的には非常に厳しい時期の開通になりました。そんな経済状況の中、アクアラインの通行料は最初、普通車で4,000円もしましたのであまり使われず、何兆円もの費用に対して、想定した車両通行量に達しませんでした。

そこで平成21年、皆さんご存じのとおり、千葉県の地域構造を変えるというグランドデザインをもち、森田健作現千葉県知事が就任し、使わなければ何にもならないということで、通行料800円を実現しました。この時代の大きなエポックだと思います。

料金軽減がなければ現在の木更津市の人口増、あるいは木更津市のアウトレットや圏央道、企業立地が活発化になることはなかったと思います。

オリンピック、パラリンピックについても、この6月に、千葉県の幕張メッセでレスリング、フェンシング、テコンドー、この3競技を本拠に開催することが決まりました。やはり三角構想で幕張メッセ、幕張新都心をきちっと造っておいたことが、よかったのだと、つくづく思います。

われわれは21世紀のための基礎づくりをする、それが当時の沼田武知事のお考えでした。その21世紀のインフラを、われわれはほぼ手に入れていると思います。それをどう使っていくのが、21世紀にいるわれわれの仕事なのだと思います。

*

地方創生に話を進めたいと思います。地方創生を簡単にまとめると、それは人口減少問題の克服と日本の成長力、活力の維持、発展ということです。

国においては、平成26年12月27日に「まち・ひと・しごと創生『長期ビジョン』『総合戦略』」が策定されました。

人口ビジョンとして2060年に1億人程度を確保し、GDP成長率は2050年代に1.5～2%を確保するというものです。5年間の総合戦略として四つの分野、観光に代表される「雇用の創出」、「新しい人の流れ」、そして「若い世代の支援、子育て支援」、「暮らしやすいま

ちづくり」があります。

そして産、学、官、金、言、労が連携をしながら目標設定と進行管理、新型交付金の創設、税財政措置をとりながら戦略の実現を図っていくとするものです。

国では先行して平成26年度の補正予算の緊急経済対策として、4,200億円の交付金を措置しました。地域消費喚起型・生活支援型と表記されていますが、これが今話題になっているプレミアム商品券です。また、千葉県においては、地方創生先行型交付金1,700億円（うち千葉県は13億円）を活用してUIJターンの助成、それから無線LANの環境整備、有料道路の夏の無料開放、成田空港と県内の各地を結ぶ高速バスの実証実験をやってみようと議論しております。

国のビジョン、総合戦略の策定により、国全体としての考え方が示され、これを受けて各都道府県、各市町村で地方版の総合戦略の策定を進めています。

千葉県においては6月8日、策定懇談会を開催、骨子案の協議をしています。人口ビジョンとしては総人口は、今後30年間で84万人減。生産人口は29.1%減になるという予測をしています。

人口減による影響ですが、地域、インフラに対しては都市・集落の機能低下。道路、上下水道、公共交通などのインフラ維持の困難。経済については労働力の不足、技能継承や事業継承の困難。農林水産業については担い手の高齢化・後継者の不足、耕作放棄地の増加・森林荒廃。医療福祉については個々人の負担の増加と、医療福祉介護の人材不足となっています。

こうした現状の中で、千葉県総合戦略で5ヵ年の骨子案を作り、議論を始めたわけですが、総合戦略は二つに分かれております。

総合戦略の1としては東京オリンピック・パラリンピックを契機として、世界中から人々が来訪する千葉づくりにしようというものです。

総合戦略の2としては、地方創生の実現に向けた千葉づくりということです。通常は総合戦略は一つなのですが、オリンピック、パラリンピックという大きなイベントにかんがみ、独立した章立てをしました。

総合戦略の2には1から4までの項目があります。これは国のカテゴリと同じ形でできていますが、1として、国は「雇用」という言い方になっていますが、県は「働きたい」がかなう千葉づくり、「人々が集う」魅力あふれる千葉づくり、「結婚、出産、子育ての希望」がかなう千葉づくり、「安全・安心な暮らし」がかなう千葉づくり」という項目があり、「働きたいがかなう千葉づくり」、「戦略的な企業の誘致」、「力強い農林水産業の確立」、「新産業の振興」、「京葉臨海コンビナートの競争力強化」、と多々並んでおります。

少しずつコメントします。まず「戦略的な企業誘致」です。

これは、道路ネットワーク、成田空港の整備により現在千葉県への企業の立地が非常に活発になっています。特に目立っているのが物流系です。Amazonさんなど、ネットでものを買うのが当たり前になってきた現在、それを支えるロジスティックセンターが必要となります。2年前に商工労働部で次長を務めていたとき、関連企業の方が足しげく通われ、「どこかに出物ありませんか」と、良い物件を熱心にお探しでした。ロジスティックセンターができますと、一件で2,000人規模で雇用が生まれますので、大変な雇用効果があります。

次に「力強い農林水産業の確立」についてです。

人口減、後継者、担い手不足の現状は非常に深刻です。方向性としては農地の集約化、法人化の推進だと思います。それをどのような形で進めるのかも課題です。千葉県の農業は、大消費地・首都圏に位置するという大変な強みをもっています。

しかし一方、産出額は約4,100億円ありますが、農業で輸出しているのが約4億円、0.1%です。千葉県の場合、首都圏4,000万人の胃袋を満たすため、しっかりと数を揃えていくことが与えられた使命となっており、わざわざコスト・手間がかかる輸出をしなくても成立するため、ブランドづくりについては、やや不得手になっているのかもしれませんが。

今後日本全体として、人口減少による需要減に備えるためにも、やはり外にマーケットを求めていくことは農業にとっても大事なことです。これからの農業についてはどれだけ輸出をしていけるのかに発展のカギがあります。青森県のリンゴや、広島県のナシなど、他の県は既に行動をおこしています。ちなみにナシの生産量は千葉県が日本一です。

それから新産業の振興です。これはいろいろありますが、今は千葉大学さん、あるいは国立がんセンター、県、それから産業振興センターと組んで、シースクエアといっていますが、医工連携ですね。医療で使う器具の医療機器を、千葉県の製造業と組んでやっていくための組織を立ち上げて医工連携といった新しい領域にチャレンジをしております。

「京葉臨海コンビナートの競争力強化」についてです。

この14年、15年で相次いで非常に大きな動きがあります。一つは新日鐵住金君津製鉄所の3機ある高炉の一つを止めます。それから三井化学さんなどがエチレンを製造していますが、エチレンプラントも一部を停止します。エチレンというのは『石油化学産業の米』とでもいうべきものですので、エチレンが止まるということは非常に大きな話なのです。これは、中国など新興諸国の生産力増強による世界的な供給過剰状況の中の調整の結果です。

千葉県には石油コンビナートが四つあります。日本の他の地域でコンビナートは1系統しかない所もあります。1系統しかない所でエチレンを止めるとコンビナートが成り立たないので、四つ持っている千葉県のコンビナートで調整せざるを得ないので。

京葉臨海コンビナートは、今までのやり方だけではなく、高度な技術を有する、例えば新日鐵さんと超々ハイテン鋼をお持ちですが、こうした高機能の製品を研究開発するマザー工場やコスト競争力のある製造体制を整えていく方向に誘導、促進していくことが必要だと思います。

まとめとして申しますと、これからの問題である「急激な少子高齢化の進展への対応」、「グローバル経済の中での産業振興」、「成田空港と交通ネットワークの十二分の活用」、そして、不得手である「千葉ブランドの確立」が千葉県の重要課題です。

千葉県のブランドで世界で通用しているものといえば、成田空港だと思います。千葉県の人間はお国自慢ができません。本日お出くださった皆さまも、多くの方がそうではないかと思います。終戦直後の人口が200万人だったのに対し、現在は600万人という、千葉県の半分以上の人達にとっての「田舎」は、千葉ではないのです。

これは非常に重いことで、生まれ育ってからの知識ではなく、先祖代々、昔から続いてきた文化や風土により身に付いたことは、普通に会話することだけでお国自慢になります。それが千葉県の大多数の人々ができないということは千葉県にとって大変な弱みなの

です。

しかし同時にそれは、よい作用と効果を生みます。千葉県は色々な人を受け入れます。200万人だった人口が600万人と、抵抗なく受け入れ、皆さまが生活しやすいからこそこれだけの人口になりました。千葉県は住み心地がよい、それが千葉県なのです。

ただ、皆さまは消費者としてここに居ますので、例えばお酒で言えば、千葉でお酒を飲むときにはやはり八海山など他県の銘酒を飲みたくなります。飲み屋さんで自分が住んでいる千葉県の地酒を飲むという発想はありません。日本のよいものを飲みたい、食べたい、という自然体から、千葉県にもよいものがたくさんありますが、ことさらに千葉県のものということになりません。それが結局、千葉の発信力における弱味なのです。

昨年、私は魅力担当部長という、発信担当を務めていましたが、これは620万人のすべての方々にセールスマンをしていただくことが一番だと思いました。本日お越しの皆さまも是非それぞれのお立場で、少しずつ千葉自慢をしていただければと思います。

ご清聴ありがとうございました。