

5. 施策体系・今後の取組み

以下の4つの施策を定め、それぞれの施策に則った取組みを進めます。各施策の取組項目と想定される主な事業例は以下のとおりです。

施策	取組項目	主な事業例
施策1	4つの地域資源の魅力あるコンテンツづくり	
	(1) 4つの地域資源の魅力増進に向けた関連コンテンツの充実	・施設展示や体験型イベント等の充実 ・クラウドファンディング等の活用
	(2) 4つの地域資源の価値を高めるための調査・研究	・加曾利貝塚の発掘調査 ・千葉氏ゆかりの史跡の調査
施策2	4つの地域資源に見て触れる環境づくり	
	(1) 縄文時代を実感できる環境づくり	・加曾利貝塚の新たな博物館の整備 ・史跡地内での便益施設整備等
	(2) オオガハスを楽しめる環境づくり	・オオガハス栽培区域等の拡充 ・ハス鑑賞場所の新設
	(3) 千葉氏のイメージを感じられる環境づくり	・中央公園や通町公園の整備
施策3	「千葉市らしさ」を知り親しむ機会づくり	
	(1) 学校等における郷土教育の充実	・教育課程等で4資源を学ぶ機会の確保 ・保育所等で4資源に触れる機会の確保
	(2) 市民が知る・学べる機会の充実	・公開市民講座やシンポジウムの開催 ・ちばシティポイントの付与
施策4	「千葉市らしさ」のプロモーション	
	(1) 「千葉市らしさ」を市内外にアピールするイベント等の推進	・テレビドラマ等と連携した取組み ・フォトコンテストやイベント等の実施
	(2) 戦略的な情報発信	・属性や興味に合わせた情報発信 ・戦略的なプロモーションの展開
施策4	(3) 多様な主体との連携の強化	
		・千葉氏ゆかりの都市との連携 ・縄文遺跡を有する自治体との連携

6. 推進期間

目標年次は、これまでどおり千葉開府900年に当たる2026(令和8)年とします。

年	前期						後期				
	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和元 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)	令和4 (2022)	令和5 (2023)	令和6 (2024)	令和7 (2025)	令和8 (2026)
段階	ステージ1【復活】 4資源の価値を整理し、認知度・関心度・理解度を高めていく。						ステージ2【継承】 4資源を皮切りに「千葉市らしい」まちづくり・ひとづくり・くらしづくりが多彩な主体により進められる社会状態をつくる。				
節目の年	●千葉開府890年(2016) ●いなげの浜オープン40年(2016) ●加曾利貝塚博物館開館50年(2016) ●千葉常胤生誕900年(2018)			●東京オリンピック・パラリンピック(2021) ●市制施行100年(2021)			●政令市移行30年(2022) ●オオガハス開花70年(2022) ●加曾利貝塚発掘100年(2024) ●千葉港開港70年(2024) ●いなげの浜オープン50年(2026) ●千葉開府900年(2026)				

千葉市都市アイデンティティ戦略プラン

(改定版)

—概要—

発行 2022(令和4)年3月

制作・編集 千葉市総合政策局総合政策部
都市アイデンティティ推進課
〒260-8722 千葉市中央区千葉港1番1号
TEL043(245)5660 FAX043(245)5476

掲載されている内容及び戦略プラン全編は、千葉市ホームページで閲覧することができます。
<https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/sogoseisaku/identitysuishin/idplan/2022idplan.html>



千葉市 都市アイデンティティ 戦略プラン(改定版) —概要—

2022(令和4)年3月

1. 改定の趣旨

2016(平成28)年4月に千葉市都市アイデンティティ戦略プラン(以下「戦略プラン」といいます。)を策定し、「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」「海辺」の4つの地域資源を柱とした都市アイデンティティ確立のための取組みを進めてきました。

この度、2016(平成28)年から2026(令和8)年までの計画期間のうち、前半5年が経過したことから、これまでの取組みを振り返り、現在の状況を分析・評価したうえで、これまでの成果や明らかになった課題等を踏まえて、千葉開府900年となる2026(令和8)年に向けて都市アイデンティティ確立のための取組みを効果的に進めるため、戦略プランの中間見直しを実施することとしました。

2. 目標及び指標

2020(令和2)年度に実施した中間調査のアンケート結果を受けて、以下の通り目標を設定しました。戦略プランでは、千葉市のまち・ひと・くらしに「千葉市らしさ(4つの地域資源)」が定着し、市内外から認知される状態を目指します。

○戦略プランの達成度に関する指標(抜粋)

項目	対象	2014年度 (平成26)	2020年度 (令和2)	2026年度 (令和8)
千葉市に住みたいと思う市民の割合	市内	87.0%	84.4%	2014年度 から向上
千葉市に親しみを感じる人の割合	県内市外	57.9%	53.2%	
	県外	39.4%	46.6%	2020年度 から向上
千葉氏の好意度	市内	64.2%	52.6%	70%以上
千葉氏の理解度	市内	—	30.3%	55%以上
好意度 4資源平均	市内	74.6%	66.1%	4資源平均 80%以上
理解度 4資源平均	市内	—	47.0%	4資源平均 60%以上

○施策の進捗度に関する指標(抜粋)

項目	単位	2014年度 (平成26)	2020年度 (令和2)	2026年度 (令和8)	最高値
加曽利貝塚博物館入館者数	人	9,975	33,500	最高値 から向上	77,222
「大賀ハスマつり」の参加者数	人	3,000	中止		20,390
郷土博物館入館者数	人	37,018	30,453		61,228
稲毛海浜公園利用者数	千人	882	539		991

3. 推進の視点

これまでに設定していた4つの視点に新たに2つの視点を加えた以下の点に留意して戦略プランを推進します。

ソフト・ハード 両面での展開

市内外の人たちが4つの地域資源について知識として知ることはもちろん、まちなかで日常的に「見て」「感じて」「触れる」ことができるようにするため、それぞれの地域資源の背景にあるストーリーや概念的側面も活用しながら、ソフト・ハード両面でのまちづくりに取組みます。



地域資源の 関連付け による活用

4つの地域資源を単体としてではなく、有機的につなげて活用したり、そのほかの多彩な地域資源と積極的に結び付けて活用したりしながら「千葉市らしい」まち・ひと・くらしを、コンセプトやストーリーをもって市内外に強く発信していけるようにします。



歴史が現在・ 未来に つながる展開

4つの地域資源を歴史的な観点で保全・活用してだけでなく、これらの中に現在や未来のライフスタイルにつながるエッセンスを再認識・再評価し根付かせていくことで、真に歴史やルーツに裏打ちされた千葉市らしさを目指します。



官民の多様な 主体による取組み の推進

「都市アイデンティティ」は、市民・団体・企業・大学等がみんなで共有し、わがごとく捉えることで、まちづくりに反されるものです。戦略プランの推進に当たっては、市民や団体等との対話や交流を深めつつ、ともに「千葉市らしい」取組みを進められるようにします。



戦略的な プロモーションの 実施

世代や性別などターゲットを明確にし、ニーズに合わせたアプローチを行うなど、戦略的で効果的なプロモーションを実施します。



社会的変化 への対応

新型コロナウイルスの影響により、オンラインサービスが拡大するなどデジタルシフトが進み、生活スタイルや人との距離感にも大きな変化が生じました。戦略プランの推進にあたっては、そのような社会的な変化を考慮した取組みを推進します。



4. 4つの地域資源の発展方向

各地域資源については、以下のような方向で取組みを進めます。



加曽利貝塚

加曽利貝塚の発掘調査及び研究に取り組み、歴史的価値の理解と次世代への確実な継承につなげるとともに、得られた成果を市民共有の財産として広く情報発信していきます。
また、特別史跡にふさわしい新博物館や貝塚保存のための遺構の整備などを進め、様々な団体との連携を深めながら、縄文文化や自然共生への興味や理解を育みます。



オオガハス

2022年はオオガハスが開花してから70周年を迎えます。
この節目を大切な機会と考え、多くの人たちが、年間を通してオオガハスの魅力を楽しみ、その背景や栽培技術などを学び体験できるよう、市民団体等の皆様とともに、様々な施策を積極的に展開していきます。
また、全国ゆかりの都市との交流を進め、発祥の地としての本市をPRしていきます。



千葉氏

2026年の千葉開府900年に向け、遺跡や史跡の発掘や調査などを進めることで、当時の千葉氏の暮らしを明らかにするなど、見える化を進めます。
また、多くの人たちが楽しみながら興味関心を持っていただけるよう、エンターテインメント性のある取組みを行うことで、機運の醸成を図ります。



海辺

いなげの浜や検見川の浜、幕張の浜、千葉みなどにおいて、市民・団体・企業と連携しながら、市内外の人たちが楽しめる更なる賑わいづくりを進めます。

推進の視点、施策の全体イメージ

推進の視点

4つの地域資源の発展方向

- ・加曽利貝塚
- ・オオガハス
- ・千葉氏
- ・海辺

施策体系の4つの施策

- ・4つの地域資源の魅力あるコンテンツづくり
- ・4つの地域資源に見て触れる環境づくり
- ・「千葉市らしさ」を知り親しむ機会づくり
- ・「千葉市らしさ」のプロモーション