



千葉市 都市アイデンティティ 戦略プラン (改定版)



2022 (令和4) 年3月



千葉市
CHIBA CITY


第1章 プランの基本方針	1
1. 改定の趣旨	1
2. 目的	2
3. 戦略プランの位置付け	3
4. 推進期間	4
第2章 4つの地域資源、これまでの取組みと評価、課題	5
1. 4つの地域資源	5
2. これまでの取組み	10
3. 現状の評価と分析	16
4. これまでの取組みの総括・評価	21
5. 今後の課題	22
第3章 推進の視点、施策体系・今後の取組み、目標及び指標	23
1. 推進の視点	23
2. 4つの地域資源の発展方向	24
3. 施策体系	25
4. 今後の取組み	26
(施策1) 4つの地域資源の魅力あるコンテンツづくり	26
(施策2) 4つの地域資源に見て触れる環境づくり	27
(施策3) 「千葉市らしさ」を知り親しむ機会づくり	28
(施策4) 「千葉市らしさ」のプロモーション	29
5. 目標及び指標	30

第1章 プランの基本方針

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、前半の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。



愛着や誇り、魅力が感じられ、競争力にもつながる「都市アイデンティティ」を確立していくためには、こうした本市固有の歴史やルーツを大切に、「千葉市らしい」まち・ひと・くらしづくりを積み重ね、本質的な都市としての自己認識を育てていく必要があります。

都市アイデンティティとは

本戦略プランでいう都市アイデンティティとは、本市固有の「千葉市らしさ」を意味するものであり、本市ならではの魅力や独自性を活かして都市戦略として中長期的に一貫性や統一感をもって市内外にアピールすることで、市民の愛着や誇りの醸成のもとに本市の都市イメージとして定着させていくものを言います。

2.目的

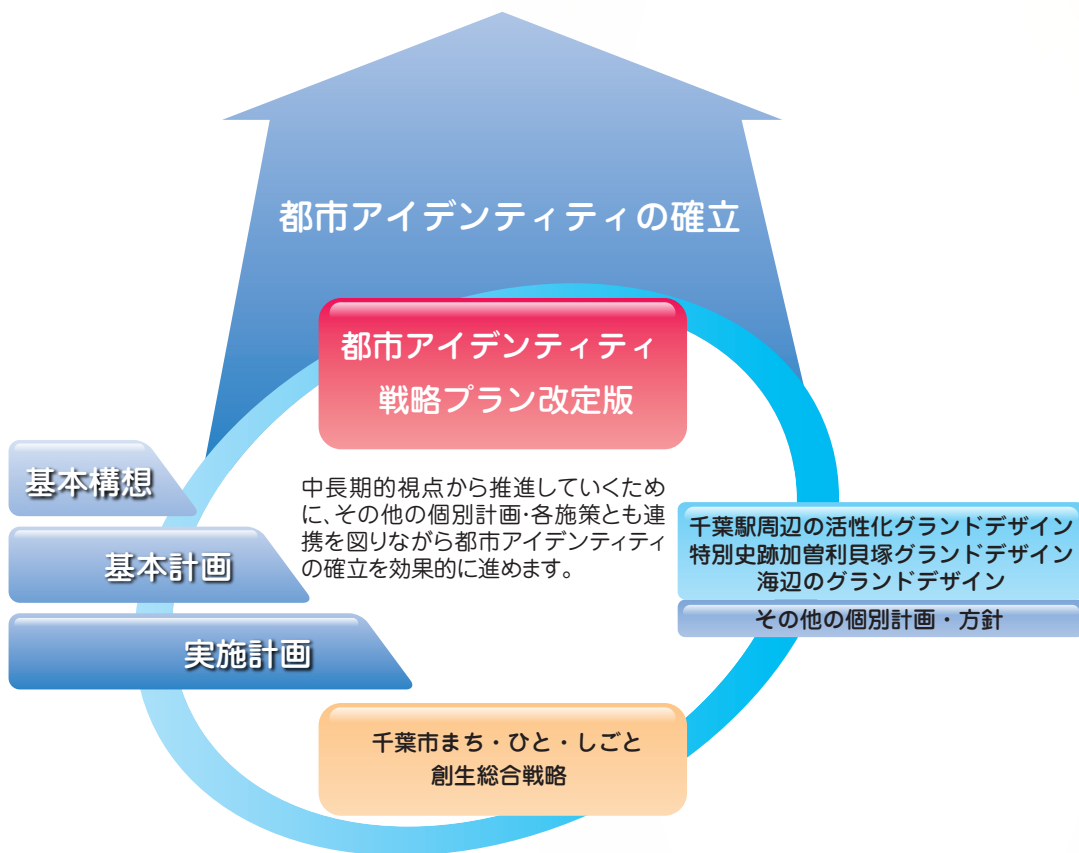
戦略プランは、「都市アイデンティティ」の確立を都市政策として中長期的観点から戦略的に進めていくためのものです。具体的には、本市固有の歴史やルーツに基づく「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」「海辺」の4つの地域資源を“起点”“基準点”として活用しながら、「千葉市らしい」まちづくり・ひとづくり・くらしづくりを進め、その積み重ねを通じて本質的な、中核となる、「都市アイデンティティ」を確立していくことを目的とします。

これによって、市民の愛着や誇りを醸成し、市外の認知や評価を獲得して、国内外に存在感を強くアピールすることで、「住み続けたい」「住んでみたい」「訪れてみたい」そして「選ばれる」都市となれるよう、中長期的な観点から統一的・体系的に実効性のある取組みを進めます。



3.戦略プランの位置付け

戦略プランは、「千葉市基本計画」や「千葉市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」などに掲げられている「都市アイデンティティの確立」について、これらの計画期間の先の期間も見据えた中長期的視点から推進し、その他の個別計画や方針等に定めている各施策とも連携を図りながら、都市アイデンティティの確立を体系的かつ効果的に進めていくためのものです。



4. 推進期間

戦略プランの目標年次は、これまでどおり千葉開府 900 年に当たる 2026 (令和 8) 年とし、市民とともに本市の成り立ちを考えることができる重要なタイミングや4つの地域資源に関わる節目の年などを十分に意識しつつ、さまざまな取組みを戦略的かつ効果的に進めます。

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	<p>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。</p>						<p>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。</p>					
節目の年	<ul style="list-style-type: none"> ●千葉開府 890 年 (2016) ●いなげの浜オープン 40 年 (2016) ●加曽利貝塚博物館 開館 50 年 (2016) ●千葉常胤生誕 900 年 (2018) 			<ul style="list-style-type: none"> ●東京オリンピック・パラリンピック (2021) ●市制施行 100 年 (2021) 			<ul style="list-style-type: none"> ●政令市移行 30 年 (2022) ●オオガハス開花 70 年 (2022) ●加曽利貝塚発掘 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) 					
節目の年	<p>ステージ3【飛翔】 積み重ねた「千葉市らしい」まちづくり・ひとづくり・くらしづくりの実践を土台に、市内外に共有される「都市アイデンティティ」を確立する。</p>											

1. 4つの地域資源

戦略プランでは、千葉市のイメージを形成する下地となる本市固有の歴史やルーツに根ざした地域資源として、「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」「海辺」の4つを選出し、都市アイデンティティ形成のための各種事業に取り組んできました。

4つの地域資源は、本市の重要な歴史的資源であり、かつ世界的に見ても貴重な独自性の高い財産といえます。これらの資源は、都市アイデンティティ形成のための「起点」及び「基準点」となるものと考えています。

4つの地域資源に見られる価値観

4つの地域資源は、歴史的な価値を有するだけでなく、そこに現在や将来にも通じる気質や価値観を見出すことができ、また、新しいライフスタイルを発信・提案していけるポテンシャルがあります。



加曽利貝塚からは、縄文文化が築き上げた自然と調和した生活とともに、豊かで持続可能な社会をうかがい知ることができます。この貴重な歴史的資源を守ろうとする市民による保存活動は、その後の文化財保護の在り方に大きな影響を与えました。



オオガハスは、熱い情熱を持った研究者を市民が受入れ協力することで何千年もの眠りから復活しました。その優美な姿は、交流や平和の象徴となり、本市から世界に広がっています。

こういった気質や価値観も、本市のアイデンティティを形成するうえで活用していきたい資源です。



様々な地域と交流し相互に文化的な影響を及ぼした千葉氏の暮らしや、千葉常胤が当時としては、かなり高齢に達してから歴史の表舞台に登場し、自らも活躍をして若い世代とともに社会を築く姿勢は、現代の本市においても、通じるところがあります。



海辺は、本市の悠久の歴史において、豊かな暮らしを支え、人々を受入れ、交流させる役割を担ってきました。鉄鋼などの産業誘致や幕張新都心のまちづくりなど、近代以降に行われた数々の挑戦は、本市だけでなくわが国の発展にも大きな影響を与えました。

加曾利貝塚とは

加曾利貝塚に縄文人が住み始めたのは今から約7,000年前。巨大な貝塚が出来たのは、今から約5,000年前の縄文時代中期で、それから2,000年もの間、繰返しムラがつくられ続けました。



空から見た加曾利貝塚

加曾利貝塚は、直径140mでドーナツ形をした縄文時代中期の北貝塚と、長径190mで馬のひづめの形をした後期の南貝塚が連結し、上空から見ると8字形をした日本最大級の貝塚を伴う集落遺跡です。貝塚からは大量の貝殻だけでなく、クロダイやスズキなどの魚の骨、イノシシやシカなどのケモノの骨、炭になったクリやクルミなどが出土しており、森の幸、海の幸に恵まれた地域だったのでしょうか。ほかにも縄文土器をはじめ、石器やシカの角・骨などで作った道具類、ヒスイなどの貴重な石やシカの角などで作ったアクセサリーも見つかっており、当時の暮らしぶりを知ることができます。貝塚からは整地をしたり、火を使った痕



加曾利E式土器



加曾利貝塚 PR 大使
「かそりーぬ」



発掘調査現地見学会のようす

跡も見つかり、普段の生活の一部として利用されていたこともわかっています。さらには、埋葬の場としても利用され、丁寧に葬られたヒトやイヌの骨が数多く見つかっています。

また、全国に約2,400か所ある貝塚のうち、本市には約120か所もの貝塚が集中しており、多くの貝塚があるということは、温暖で恵まれた自然環境のもと、豊かな食資源を有し、縄文時代から住みやすい場所であったことをうかがわせます。

2017(平成29)年10月には、加曾利貝塚は、貝塚としては国内初の「特別史跡」に指定されました。「特別史跡」とは、「国が文化財保護法で指定した史跡のうち、学術上の価値が特に高く、わが国の文化の象徴たるもの」であり、加曾利貝塚は日本の歴史を知るうえで、重要な役割を担っています。



特別史跡指定を祝う人々

オオガハスとは

オオガハスは、1951（昭和26）年、東京大学検見川厚生農場（現東京大学検見川総合運動場）で発掘され、植物学者大賀一郎博士がよみがえらせた奇跡の花です。発掘された実は、今から約2,000年前のものとなっています。



大賀博士とオオガハス

ハスの研究をされていた大賀博士は古代ハスをよみがえらせるため、地中に眠る、その実を探していましたが、当時の武蔵野博物館に丸木舟と同時に出土したハスの果托が展示されているのを見つけたことから、その発掘地周辺の地中には同じようにハスの実があるのではないかと考えました。



オオガハス



「花のあふれるまちづくり」
シンボルキャラクター
「ちはなちゃん」

丸木舟の出土した場所が千葉市の東大検見川厚生農場であることがわかったことから、地元の多大な協力を得ながら、昭和26年3月3日からハスの実を捜す発掘が開始されました。

近隣の花園中学校ならびに畑小学校の生徒も参加し、発掘打ち切り前日の3月30日、花園中学校の生徒がふるいにかけて土の中から一粒のハスの実が発見されました。その後も更に2粒が発見されました。

発見された3粒のうち2粒は植え付け前に枯死してしまいましたが、残りの一粒は順調に生育し開花しました。

当時、古代ハスの開花については新聞でも大々的に報道され、全世界に発信されました。

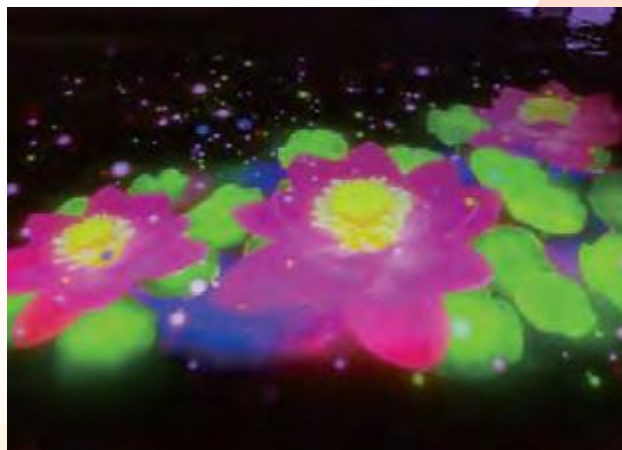
その後、国内外約200か所以上に友好と平和の使者として分根され、親しみ愛されています。

また、1954（昭和29）年には、「千葉県天然記念物」、1993（平成5）年には、政令指定都市移行を記念して本市の「市の花」に制定されました。

現在、毎年6月から7月にかけて、千葉公園など市内各所で淡紅色の優美な花を咲かせ、市内外から多くの人が鑑賞に訪れています。



大賀ハスマつり



YohaS

千葉氏とは

千葉氏は、桓武天皇の血を引く関東の名族です。

平安時代後期の1126（大治元）年に千葉常胤の父常重が大椎（現在の緑区大椎町）から現在の中央区亥鼻付近に本拠を移し、千葉を名乗ったことにより、本市の都市としての歴史が始まったと言われています。千葉常胤は、1180年に石橋山の戦いで平家方に敗れた源頼朝が、海を渡って房総に逃れてきた際に、頼朝の再起を助きました。頼朝34歳、常胤63歳の時です。また、鎌倉を本拠とするよう進言するなど、鎌倉幕府の創設に重要な役割を果たしました。こうした常胤を、頼朝は「父と思う」とまで信頼したという記録が残っています（『吾妻鏡』）。



君待橋で源頼朝を迎える千葉常胤と一族
山谷英一「君待橋」より

その後、常胤は源平合戦・奥州合戦など全国を転戦し、この功績により下総国等の房総半島をはじめ、東北地方、九州地方など全国で20数か所といわれる広大な所領を獲得し、千葉氏は幕府屈指の御家人となり

ました。その所領は、後に常胤の6人の子（胤正、師常、胤盛、胤信、胤通、胤頼）がそれぞれ分割して受け継ぎ、それぞれの中心となる所領の地名を名乗って、武士団として発展しました。これを「千葉六党」といいます。

明治維新の功労者である坂本龍馬も学んだと言われる剣術「北辰一刀流」の創始者千葉周作（旧水戸藩剣術師範）、「維新十傑」の一人で近代司法制度を整備した江藤新平（旧肥前藩士）、「武士道」の著者である新渡戸稲造（旧盛岡藩士）なども千葉氏の血を引く人物です。

本市の都市としての成立・発展の礎となった氏族名と都市名が同じであること、本市の市章は、千葉氏の家紋の月星紋に千葉の「千」の字を組み合わせたものであること、市内には千葉氏と源頼朝にまつわる伝説（君待橋伝説、お茶の水伝説、白旗伝説等）の地が残っていることなどから、まさに千葉氏は本市のルーツと言えるべき武士団です。



大日寺（稲毛区）にある千葉氏累代の墓碑
（市指定文化財）



結城浜合戦で指揮を執る常胤の孫千葉成胤と、戦場に現れた千葉氏の守護神妙見
「紙本著色千葉妙見大縁起絵巻」（榮福寺蔵 非公開）より

海辺とは

かつて「白砂青松」とうたわれ、江戸時代の浮世絵師葛飾北斎の「富嶽三十六景」にも描かれた本市の海岸線。

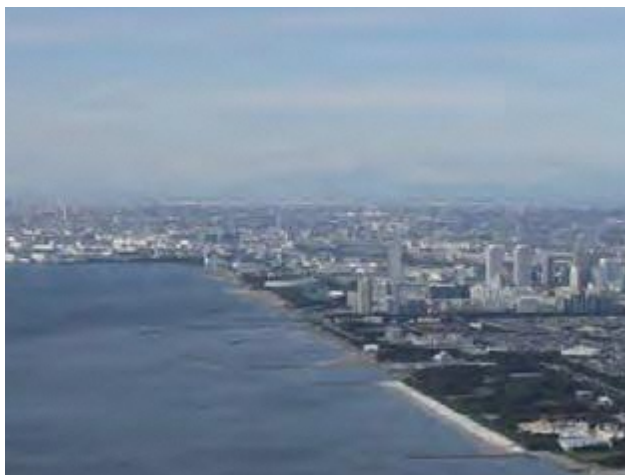


葛飾北斎「富嶽三十六景 登戸浦」

その遠浅の海は、海苔や貝類などの内湾漁業の生業の場であったとともに、保養地として森鷗外や島崎藤村などの文人墨客に親しまれ、海水浴や潮干狩りのシーズンには多くの人でにぎわっていました。

稲毛海岸は民間航空発祥の地でもあり、1912(明治45)年にわが国初の民間飛行場が開設され、多くの民間飛行家たちが活躍しました。この地が選ばれたのは、稲毛海岸は遠浅で、潮が引くと2～3km近く干潟となり、砂もしまっているため、重量のある乗り物も楽に走れたからだと言われています。

高度経済成長期に本格的に開始された埋立てによって一旦は自然を失った海辺ですが、自然や海岸の回復と水際線の市民利用のため、その後全国的にも類を見ない総延長4.3kmに及ぶ人工的な砂浜が整備されました。いなげの浜と検見川の浜、幕張の浜からな



いなげの浜、検見川の浜、幕張の浜(写真手前から)

り、稲毛海浜公園や幕張海浜公園を核として、東京湾の広がりと一体となった、自然味あふれる広大なオーブンスペースを形成しています。

また、我が国を代表する国際貿易港に成長した千葉港は、鎌倉時代には都川河口を寒川港と呼び、原始的舟着場でした。江戸時代には房総各地を結ぶ陸上交通と海上交通の結節点として登戸浦や寒川湊などが置かれ、主に江戸へ年貢米を運ぶための役割を担っていました。明治になり、千葉県が誕生するとともに舟運の中心市場町に県庁が置かれ、政治交通の中心として栄えました。現在、千葉みなと駅前の水際線では、千葉港の玄関口にふさわしい賑わいのある親水空間として、千葉ポートタワーまでの緑地プロムナードと旅客船桟橋が整備され、本市の新たな海辺の機能を担っています。

このように、本市の歴史は海とともにあり、多くの市民もふるさとの光景として海辺を想い描きます。



幕張ビーチ花火フェスタ
(市制100周年記念フォトコンテスト優秀賞(mcp1098さん))



いなげの浜 ジャパンビーチゲームズフェスティバル千葉2020
(c) NPO 法人日本ビーチ文化振興協会

2.これまでの取組み

これまで、4つの地域資源に関連したさまざまな取組みを実施してきました。

2016（平成28）年度

2017（平成29）年度

2018（平成30）年度

加曽利貝塚



2017年10月
遺跡の国宝に相当する
特別史跡に指定

2017年9月
約半世紀ぶりとなる
本格的な
発掘調査に着手

2018年1月
加曽利貝塚縄文体験プログラム
提供開始



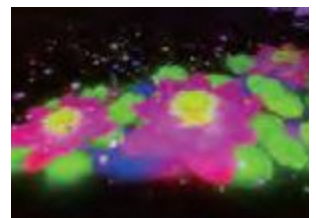
オオガハス



東京大学旧緑地植物実験所で「花園ハス祭り観蓮会」開催（毎年7月）
2016年6月～
大賀ハスまつり開催（毎年6月）



2018年6月～
千葉公園で「YohaS」開催
（毎年）



千葉氏



2016年8月
第1回
千葉氏
サミット
開催



2017年～
「ちーバル」
でひしおを使った
千葉氏グルメを
提供

2018年5月
千葉常胤生誕900年記念・
第2回千葉氏サミット開催



海辺



2016年4月
千葉みなとの港湾緑地及び
旅客船さん橋が一部完成



2016年7月
第4回検見川
ビーチフェスタ

2017年5月
第5回検見川
ビーチフェスタ

2018年3月
千葉みなとエリアの
「みなとオアシス」登録



4資源



2017年
絵本「4つのたからもの」
を制作



2018年1月
「千葉市がもっと「好き」になる本」
を制作



2018年11月～
4資源の
イメージ
イラストの
電柱巻
広告開始

2019 (令和元) 年度

2019年2月
加曽利貝塚ランドデザイン
を策定



2020 (令和2) 年度

2020年11月～
ちはなちゃんのお誕生会
を開催 (毎年11月)



2021 (令和3) 年度

2021年8月
東京2020パラリンピック
聖火リレーの市の採火式を
加曽利貝塚で開催

2021年10月
北貝塚住居跡群観覧施設
リニューアル

2020年11月
千葉青年会議所が
千葉氏 LINE スタンプ
を作成

2021年8月
第3回
千葉氏
サミット
開催



2019年3月
ZOZOマリスタジアムマリ
ひろばオープン

2019年9月
第7回検見川
ビーチフェスタ

2019年10月
いなげの浜を
白い砂浜に改修

2020年6月
高円宮記念
JFA 夢フィールド使用開始



(c) JFA / KKPO Shota Hiyoshi

2021年4月
稲毛海浜公園に
small planet CAMP&GRILL オープン



2021年1月
千葉市制100周年記念漫画
「百の歴史を、千の未来へ」を発行
(加曽利貝塚、オオガハス、海辺)



多様な主体による取組み・意見

4つの地域資源の保存や情報発信、活用には、様々な主体が参加しています。

加曽利貝塚

加曽利貝塚博物館友の会



縄文まつりでの活動の様子

加曽利貝塚を保存するという目的のもと、多くの方が遺跡の意義や縄文時代の暮らしを学べるよう、講演会や文化財見学会、会報の発行、「貝塚サロン」の開催、加曽利貝塚周辺のウォーキングマップの作成、「イボキサゴ採取会」の開催、加曽利貝塚博物館事業への参加・協力などの活動を行っています。

会の担い手や財源が限られる中、今後は千葉市からも地域の関係者や他団体との連携を支援していただき、活動を強化していく必要があると考えています。

加曽利貝塚土器づくり同好会

「縄文時代の生活復原による正しい歴史、文化の追求」を目的に、縄文土器の復元や縄文土器作品展などを行っています。

これまで蓄積してきた土器づくりの技術を継承し、新博物館では史跡内での土器焼成の実演を目指しています。

加曽利貝塚ガイドの会

貝塚及び博物館の見学ガイドや火おこし等縄文体験の補助のほか、紙芝居の作成・上演などを行っています。

コロナ下での活動を模索しながら、新博物館の開館に向け、ボランティアへの支援体制づくりに期待しています。

オオガハス

大賀ハスのふるさとの会



ふるさとの会活動の様子

オオガハス発祥の地としての誇りをもとに地域のハスを守り、ハス文化の継承と普及を行い、ふるさと意識の醸成と地域社会の発展に寄与することを目的に、東大旧緑地植物実験所の花ハスの栽培管理および鑑賞環境の整備や観蓮会・花ハス栽培講習会の実施、地元小中学校のハス池管理の支援などの活動を行っています。

コロナ下で活動が制限される中、安定的な活動資金の確保が課題となっています。

花のあふれるまちづくりを目的に、大賀ハスマつりの主催や、公開講座・講習会の開催、諸団体への講師の派遣、会報の発行などを行っています。

大賀ハスマつりでは、オオガハスの観察会や市民団体による楽器演奏、果托クラフトなどのワンコイン講座、蓮の茎をストローにしてお酒やジュースなど飲む「象鼻杯（ぞうびはい）」の体験会などを行っています。また、戦略プランの策定以降、大賀ハスマつりの開催期間を延長するとともに、来場者数も増加傾向になっており、また2018年には夜の部として光のアートなどを行う「YohaS」を初開催しました。

大賀ハスマつりの来場者が増加するなか、千葉市には様々な活動支援や千葉公園の再整備を期待しています。

花びと会ちば



大賀ハスマつりでの象鼻杯体験

千葉氏

千葉氏顕彰会



千葉歴史文化フォーラム
(千葉氏顕彰会、千葉氏を語る会共催)

千葉氏の歴史的文化遺産を顕彰し、ゆかりの地域間交流を通じた文化の継承・発展を目的に「千葉一族慰霊祭」や定期講演会、各地の視察研修会、文化交流会の開催、千葉氏関連書籍の出版などを行っています。

また、2016(平成28)年、2018(平成30)年、2021(令和3)年には、千葉一族ゆかりの自治体を招待して基調講演やトークセッション、首長フォーラムを行う「千葉氏サミット」の開催に尽力しました。

様々な取組みを通じ、近年では千葉氏研究者からの千葉県に対する評価も向上しており、千葉市民の千葉氏に対する関心も高まっていると感じています。今後は調査発掘や研究を進めながら、観光資源としての活用や教育課程での取組みについても検討していく必要があると感じています。

千葉氏を語る会

千葉氏に関する学習会や定例講演会、シンポジウム(11月)の開催、千葉氏史跡の見学会、会報の発行(年2回)、千葉氏の紙芝居上演などの活動を行っています。

会員が高齢化するなか、若年層の参加者や活動場所の確保等が課題となっています。

海 辺

検見川ビーチフェスタ実行委員会

稲毛海浜公園検見川地区や検見川の浜の活性化を目的に、市民と市が協働して検見川ビーチフェスタなどのイベントを開催しています。

海辺の魅力はエリアによって様々です。市民が主体的に海辺のまちづくりを推進できるよう、参画の促進と支援の強化を期待します。

千葉市みなと活性化協議会



みなとオアシス千葉みなと

「ケーズハーバー」など9施設で構成される「みなとオアシス千葉みなと」の運営主体として、様々な事業に取り組んでいます。新型コロナウイルスの影響により卸先を失った農家や事業者を応援する「千葉のいいもの販売会」や、東京オリンピックでも盛り上がりを見せた「3×3バスケットボール」の大会イベント、みなとならではの雰囲気を楽しむ「クリスマスマーケット」などのイベント開催により、多くの方が訪れています。

今後、さらに地域の連携強化を図り、賑わいと憩いのある親水空間を提供していきます。

学校教育での取組み

主に市内の小中学生を対象に、本市の歴史や4つの地域資源について学ぶため、様々な教材等を制作し、社会科の授業等で学習を行ってきました。

全学年	社会科や総合的な学習の時間等での授業展開 小学校指導用補助教材「社会科指導資料集」での4つの地域資源の周知
小学3年生	社会科副読本「わたしたちの千葉市」
小学5年生	社会科副読本「千葉市の海辺」
小学6年生	マンガ「千葉常胤公ものがたり」
中学1年生	社会科副読本「伸びゆく千葉市」
その他	小学校へのオオガハスの分根、栽培



下敷き「千葉市の自まん」



マンガ「千葉常胤公ものがたり」
源頼朝を助け、千葉市の都市としての礎を築いた千葉常胤の活躍を、読みやすいマンガで紹介しています。



社会科副読本「千葉市の海辺」
縄文時代からうめ立てまでの海辺の歴史や、千葉港、海辺の企業、環境問題などを紹介しています。

目標及び指標の状況

戦略プランの達成度及び施策の進捗度に関する指標を下記のとおり設定し、数値の向上を目指し様々な取組みを進めてきました。

成果指標の多くは、2014(平成26)年度に比べて減少する結果となりました。これは、コロナ禍で自粛生活が続いていたことや、緊急事態宣言の期間中の調査だったことから、消極的な回答が多くなったことが要因の一つと考えられます。

○戦略プランの達成度に関する成果指標

項目		対象	2014年度 (平成26)	2020年度 (令和2)	2014(平成26) 年度比増減
市の歴史や文化財に愛着を感じる市民の割合(※1)		市内	38.3%	-(※2)	
市内の海辺に魅力を感じる市民の割合(※1)		市内	37.9%	-(※3)	
千葉市に住み続けたいと思う市民の割合		市内	87.0%	84.4%	▲2.6ポイント
千葉市に親しみを感じる人の割合		県内市外	57.9%	53.2%	▲4.7ポイント
千葉市に親しみを感じる人の割合		県外	39.4%	46.6%	+7.2ポイント
4資源の好意度	加曽利貝塚	市内	79.0%	65.4%	▲13.6ポイント
		県外	50.7%	43.0%	▲7.7ポイント
	オオガハス	市内	80.6%	74.2%	▲6.4ポイント
		県外	63.2%	51.0%	▲12.2ポイント
	千葉氏	市内	64.2%	52.6%	▲11.6ポイント
		県外	46.2%	36.2%	▲10.0ポイント
	海辺	市内	74.7%	72.1%	▲2.6ポイント
		県外	64.2%	58.2%	▲6.0ポイント

(※1) 2014(平成26)年度の数値は「市民1万人のまちづくりアンケート」の値

(※2) 2020(令和2)年度のアンケートでは59.1%(参考値)

(※3) 2020(令和2)年度のアンケートでは70.1%(参考値)

○施策の進捗度に関する指標

項目		単位・ 対象	2014年度 (平成26)	2020年度 (令和2)	2014(平成26) 年度比増減
観光入込客数		千人	22,550	12,214	▲45.8%
市観光協会「まち歩き観光ガイドツアー」参加者数		人	1,209	56	▲95.4%
加曽利貝塚博物館入館者数		人	9,975	33,500	+235.8%
「大賀ハスを観る会」(2016年度から「大賀ハスマつり」)の参加者数		千人	3	中止	-
郷土博物館入館者数		人	37,018	30,453	▲17.7%
稲毛海浜公園利用者数		千人	882	539	▲38.9%
アイデンティティの醸成につながる郷土教育の実施		—		実施済	-
4資源の認知度(理解度)	加曽利貝塚	市内		45.4%	
	オオガハス	市内		49.2%	
	千葉氏	市内		30.3%	
	海辺	市内		62.9%	
4資源の好意度	加曽利貝塚	市内	79.0%	65.4%	▲13.6ポイント
	オオガハス	市内	80.6%	74.2%	▲6.4ポイント
	千葉氏	市内	64.2%	52.6%	▲11.6ポイント
	海辺	市内	74.7%	72.1%	▲2.6ポイント
4資源に関連した市の事業数(イベント・講座の数)		市内		48	
4資源に関連した市以外が主催する事業への後援数		市内		11	

3.現状の評価と分析

(1) アンケート調査の分析

4つの地域資源に対する好意度や理解度等の現状を把握するため、アンケート調査を実施しました。

調査概要及び主な結果は以下のとおりです。

【アンケート調査概要】

調査対象	千葉市、千葉県（千葉市6区以外）、県外（東京都、埼玉県、神奈川県他）の 在住者（対象年齢18歳以上）
標本数	3,000件（市内2,000件、県内市外500件、県外500件）
抽出方法	無作為抽出
調査方法	Webアンケート（対象者からの有効回答が規定数に達し次第募集を終了する先着 方式で実施）
調査期間	2021年1月29日（金）～2月2日（火）

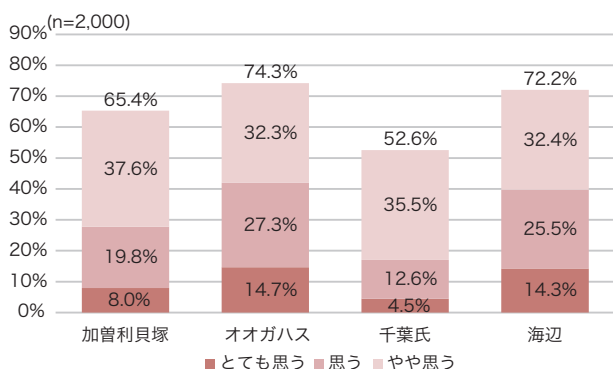
① 4資源の好意度・理解度（市民）

好意度…各資源に「愛着を感じるか」という質問に対し、「とてもそう思う」「そう思う」「ややそう思う」と回答した回答者の割合
 理解度…各資源を「よく知っているか」という質問に対し、「とてもそう思う」「そう思う」「ややそう思う」と回答した回答者の割合

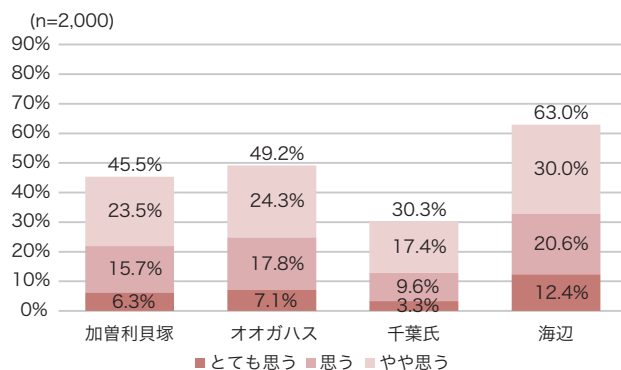
(4資源別)

好意度、理解度ともに、オオガハスと海辺が高く、千葉氏が低くなっています。また、いずれの資源も好意度よりも理解度が低い水準となっています。

(4資源の好意度)



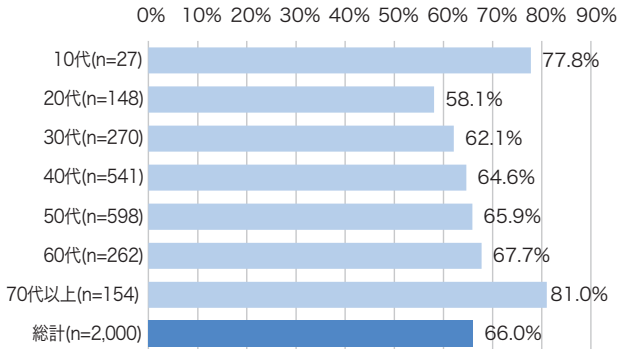
(4資源の理解度)



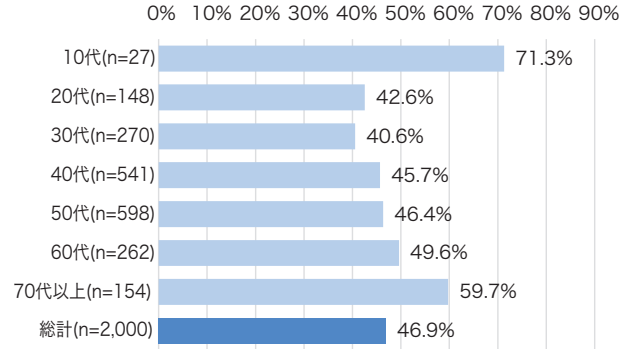
(年代別：4資源平均)

回答数の少ない10代を除き、年代が下がるにつれポイントが低くなる傾向が見られ、好意度は20代が、理解度は30代が最も低くなっています。

(4資源の年代別好意度(4資源平均))



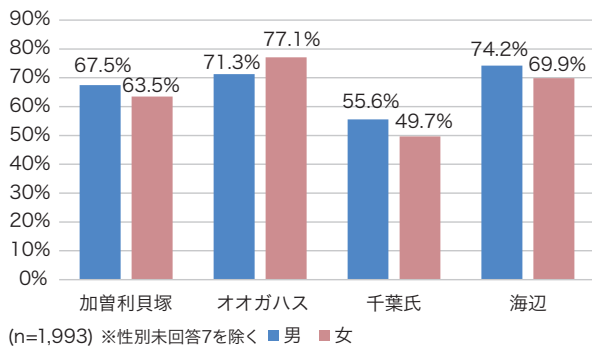
(4資源の年代別理解度(4資源平均))



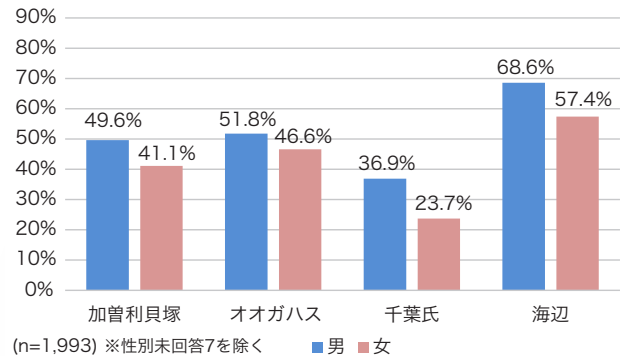
(男女別)

男女別の好意度は、オオガハスは女性が高く、他の3資源は男性の方が高くなっています。また、理解度はいずれも女性より男性が高くなっています。

(4資源の男女別の好意度)



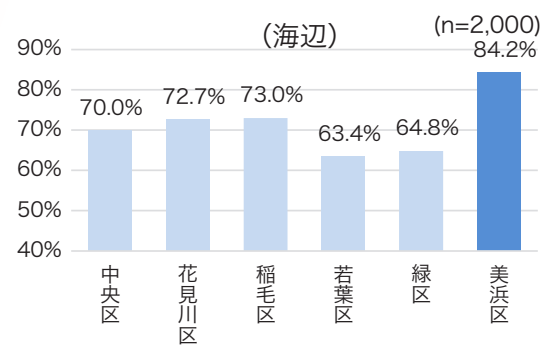
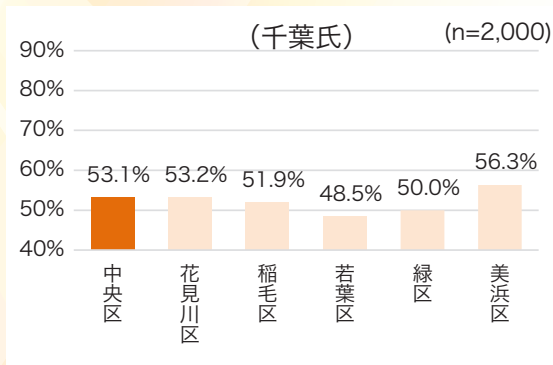
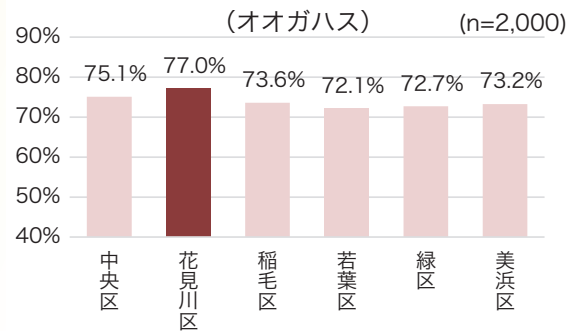
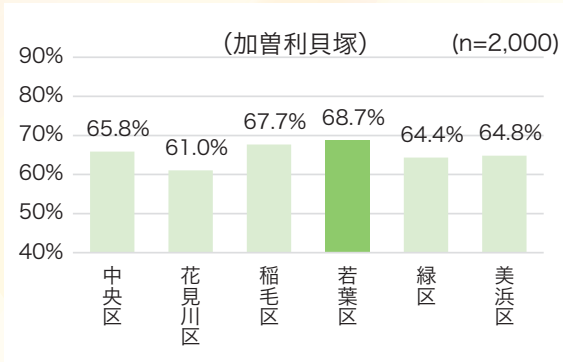
(4資源の男女別の理解度)



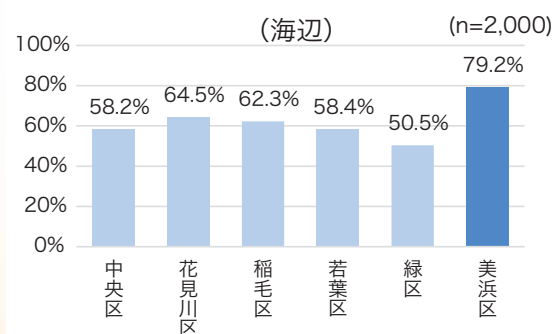
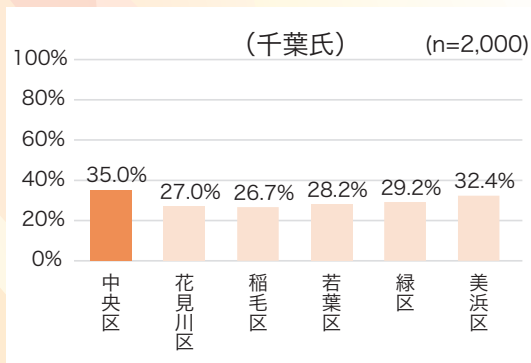
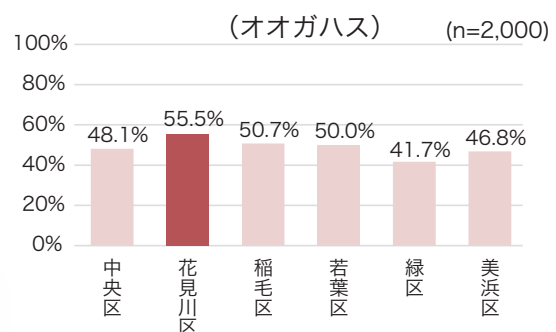
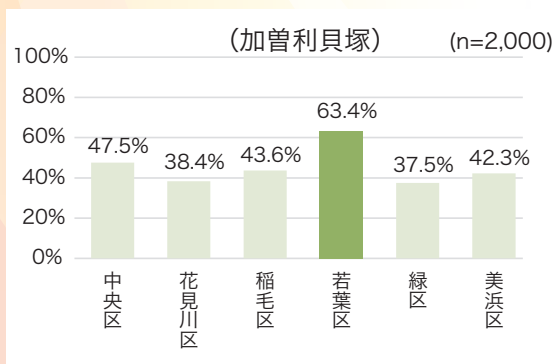
(居住区別)

海辺は顕著に美浜区が高いほか、加曽利貝塚と千葉氏は、オオガハスは区ごとのばらつきが小さく、また千葉氏は相対的に低くなっています。

(4資源の居住区別の好意度)



(4資源の居住区別の理解度)

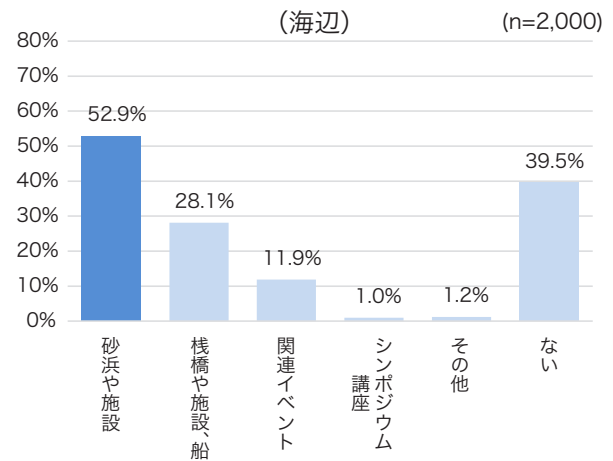
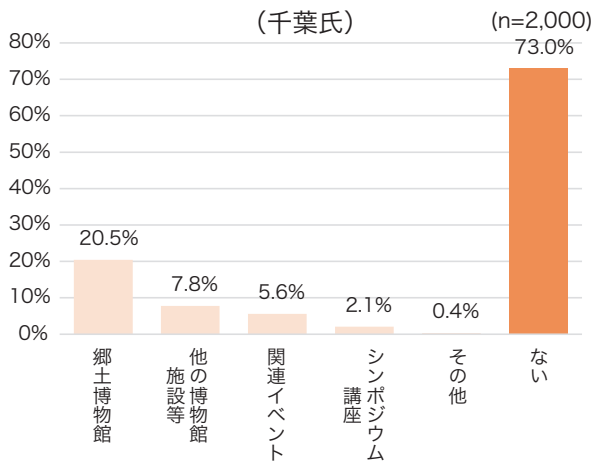
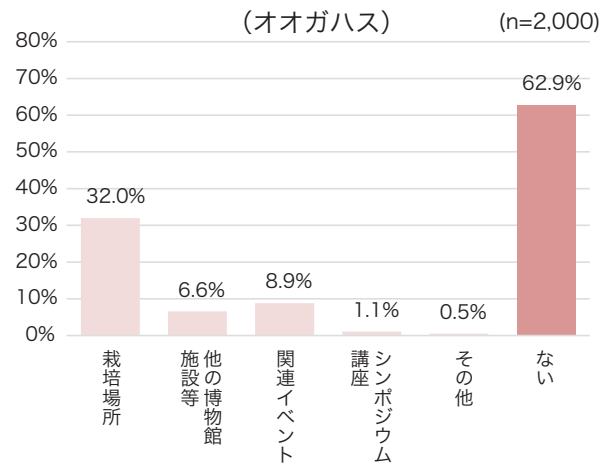
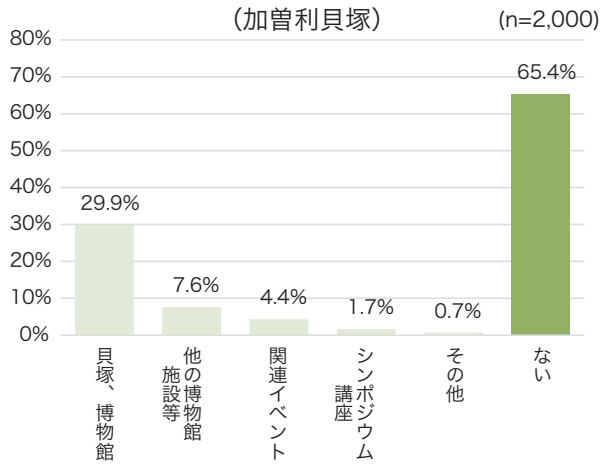


注) 色の濃いグラフは各資源が主に所在している区

② 4資源に関連する施設等への訪問・参加（市民）

4資源に関する施設等への訪問・参加は、「海辺」では「砂浜や施設」が52.9%と最も高くなっていますが、その他の資源は「ない」が突出して高くなっています。

（4資源に関連する施設等への訪問・参加）



(2) 施策の進捗度に関する指標の推移

2014（平成26）年度に比べ2017（平成29）年度頃まで多くの数値において増加傾向にありましたが、新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言などの影響を受け、2020（令和2）年度には大きく減少しました。

(施策の進捗度に関する指標)

項目	2014年度 (平成26)	2015年度 (平成27)	2016年 (平成28)	2017年度 (平成29)	2018年度 (平成30)	2019年度 (令和元)	2020年度 (令和2)
観光入込客数	22,550千人	23,153千人	25,371千人	25,344千人	25,664千人	25,951千人	12,214千人
市観光協会「まち歩き観光ガイドツアー」参加者数	1,209人	1,055人	1,081人	933人	746人	397人	56人
加曽利貝塚博物館入館者数	9,975人	26,230人	43,374人	71,510人	77,222人	67,632人	33,500人
「大賀ハスを観る会」の参加者数 【H28～「大賀ハスマつり」に変更 開催日数1日→9日】	3,000人	7,500人	13,120人	19,090人	18,565人	20,390人	中止
郷土博物館入館者数	37,018人	45,051人	56,426人	61,228人	52,617人	46,308人	30,453人
稲毛海浜公園利用者数 【H28～サーフオーシャンテラス分も追加】	882千人	953千人	991千人	817千人	743千人	714千人	539千人
4資源に関連した市の事業数（イベント・講座の数）			53	52	78	55	48
4資源に関連した市以外が主催する事業への後援数		8	15	16	16	18	11

現状の分析まとめ

市民のアンケート結果や指標の推移の分析の結果は以下のとおりです。

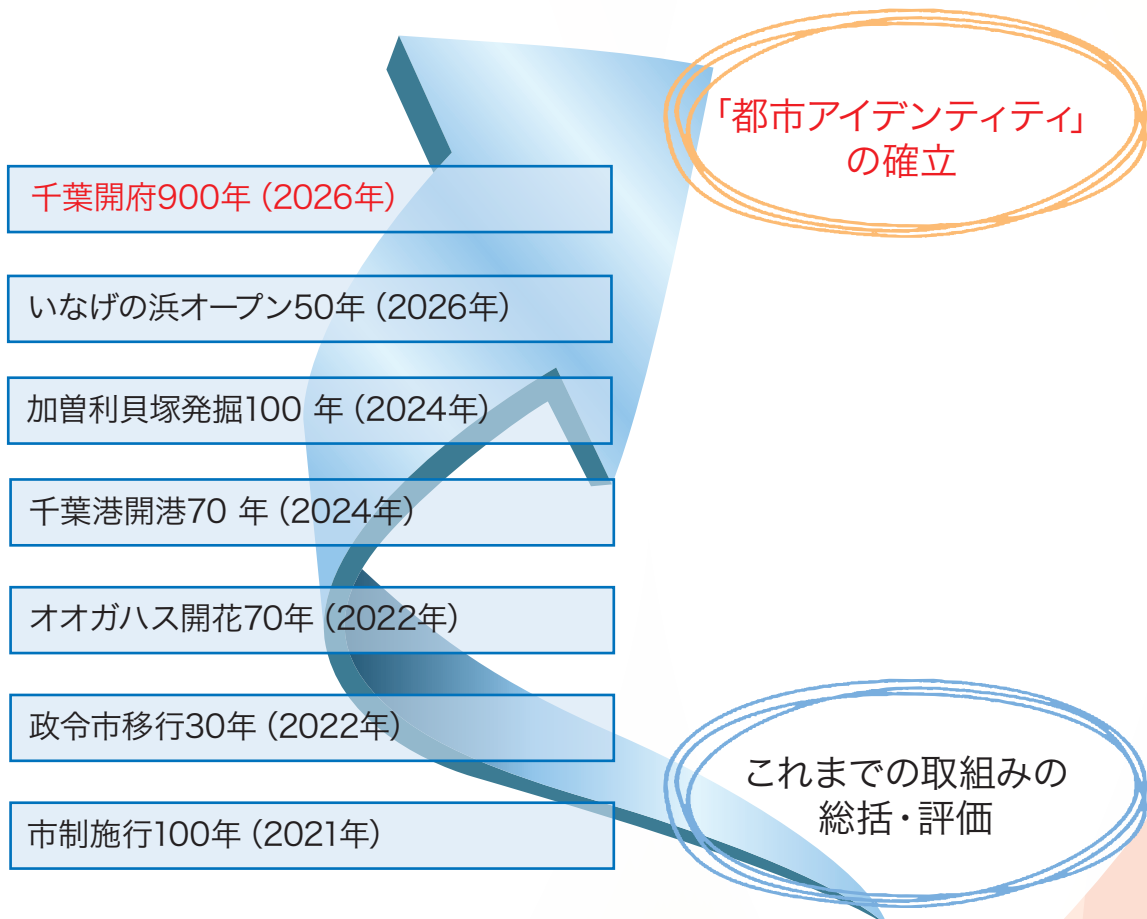
- ・全体的に、好意度と比較して理解度が低い。
- ・好意度、理解度ともに、20代・30代の若年層の値が低く、年代が上がるにつれて高くなる傾向が見られる。
- ・男性に比べ女性の好意度・理解度が低い。
- ・好意度に比べ、理解度は各資源が所在する区の水準が高い。
- ・海辺を除き、各資源に関連する施設等へ訪問・参加したことがない人の割合が最も高い。
- ・施設の入場者数等は、2017（平成29）年頃まで概ね増加傾向にあったが、2020（令和2）年度に大きく減少している。

4.これまでの取組みの総括・評価

新型コロナウイルス感染拡大の影響による各指標の下落傾向も見られましたが、加曽利貝塚の特別史跡指定、大賀ハスマつりの拡充、千葉氏サミットの開催、工場夜景クルーズの推進、小学校での学習機会の確保、公開講座の開催など、様々な取組みを進めてきました。

その結果、市民の年代別では、10代は対象者数が少なくあくまでも参考値となりますが、10代や高齢層の市民の各指標は高い数値を示しており、一定の成果が現れていると考えています。

一方で、20代から30代を中心とした若・中年層の市民の数値は相対的に低く、さらには居住区による傾向の偏りがみられたことから、これらの視点を考慮し、今後の施策展開を検討していく必要があります。また、千葉氏の値が他3資源に比べて低いことから、新たに幅広い層へアプローチできる取組みを行い、コンテンツの充実などを検討していく必要があります。



5. 今後の課題

各団体へのヒアリングや市民アンケート結果の分析等から今後の課題を以下のように整理しました。

データ分析等から分かった課題

- ・全体的に、行政からの情報が届きづらい 20代から30代を中心とした若・中年層や女性の好意度・理解度を上げる必要がある。
- ・千葉氏の好意度や理解度が低水準となっており、更なる底上げが必要である。
- ・4資源の所在区以外に住んでいる市民にも、各資源を周知する活動が必要である。
- ・各資源に関連した施設やイベントを訪れ、理解してもらうための仕掛けが必要である。

加曽利貝塚



- ・ポテンシャルを活かす余地がある
- ・全国の他の縄文遺跡に比べて魅力の発信が十分でない
- ・周辺道路や駐車場など交通アクセスの整備が必要

オオガハス



- ・花が咲いている時期が短い
- ・鑑賞できる場所が限られている
- ・分根や育成に知識・技術を要する

千葉氏



- ・有形の文化資産が少ない
- ・本拠地など不明な点が多い
- ・現状、楽しみ方の幅が狭い

海辺



- ・利活用しきれていないゾーンがある
- ・歴史や文化的な要素を活用しきれていない

関連団体へのヒアリング等から分かった課題

- ・4資源関連のイベント・セミナーなどへの参加者や担い手が固定化及び高齢化している。
- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響により集客を目的とするイベントの中止・抑制が続いている。
- ・展示内容や各種イベントの固定化により魅力が低下している。
- ・県や他自治体、民間団体等を含めた交流、連携が不足している。

課題解決のための新たな視点・施策体系の構築

第3章 推進の視点、施策体系・今後の取組み、目標及び指標

1. 推進の視点

戦略プランの推進にあたっては、以下の点に留意します。

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。



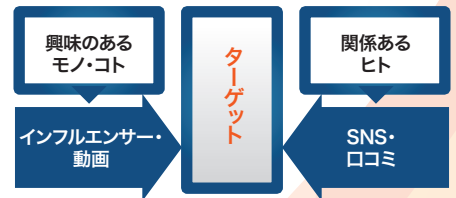
官民の多様な主体による取組みの推進

「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、わがことと捉えることで、まちづくりに反されるものです。戦略プランの推進にあたっては、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。



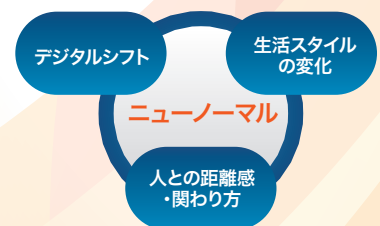
戦略的なプロモーションの実施

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。



2.4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。



加曾利貝塚

加曾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

- ・加曾利貝塚
- ・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

3. 施策体系

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。

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
- (2) 4つの地域資源の価値を高めるための調査・研究
- (3) 日常生活のなかで「千葉市らしさ」を見て感じる機会の創出

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
- (2) オオガハスを楽しめる環境づくり
- (3) 千葉氏のイメージを感じられる環境づくり
- (4) 海辺に集い、交流が生まれる環境づくり

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
- (2) 市民が知る・学べる機会の充実
- (3) 人材の育成・関連団体の支援

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
- (2) 戦略的な情報発信
- (3) 多様な主体との連携の強化

4. 今後の取組み

各施策の想定される具体的な取組み内容は以下のとおりです。

施策1 4つの地域資源の魅力あるコンテンツづくり

各資源の魅力を高め、より多くの方に4つの地域資源について知っていただけるようにコンテンツの更なる充実を図ります。

(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

これまで4つの地域資源に興味関心の低い方にも興味を持ってもらえるように、イベントや展示会の開催などのほか、クラウドファンディングなどの新しい事業を展開します。

<主な事業>

- ・博物館等の施設における展示や体験型イベント等の一層の充実を図ります。
- ・クラウドファンディングや新商品の開発など新たな枠組みの活用を検討します。
- ・地域資源の理解を進めるため、郷土博物館の展示構成の再検討を進めます。

(2) 4つの地域資源の価値を高めるための調査・研究

4つの地域資源に関する学術的な事実を明らかにし、価値や魅力をさらに高めるため、文献の調査・研究や遺跡・史跡の発掘などを進めます。

<主な事業>

- ・加曽利貝塚の価値や魅力のさらなる向上を図るため発掘調査を進めます。
- ・当時のまちの様子を明らかにするため千葉氏ゆかりの史跡の調査を行います。
- ・オオガハスの系統保存に向けた取組みを強化します。

(3) 日常生活のなかで「千葉市らしさ」を見て感じる機会の創出

特定の場所を訪れたりイベントに参加しなくても、多くの方々に「千葉市らしさ」を感じていただけるよう、普段の生活のなかで4つの地域資源を目にする機会や地域資源を活かしたまちづくりを進めます。

<主な事業>

- ・大規模開発を対象とした都市デザイン¹調整を進め、地域資源を活かしたまちづくりを進めます。
- ・千葉氏ゆかりの地の案内看板やオオガハスの鑑賞場所の充実など、街中や暮らしの中で4つの地域資源を身近に感じられる機会を創出します。

¹都市デザインとは:都市の生い立ちや地域資源などを踏まえ、市民のライフスタイルなどから見た「目指すべき都市の姿」を企画立案し、その実現に資する公共及び民間事業を総合的かつ戦略的にプロデュースする一連の取組み。

施策2 ▶ **4つの地域資源に見て触れる環境づくり**

皆さまが4つの地域資源に触れ、理解や興味を深める拠点となるとともに、楽しみ、憩いの場所となるように各種施設の整備を行います。

(1) 縄文時代を実感できる環境づくり

加曽利貝塚の魅力や価値を国内外に向けて発信するため、「特別史跡加曽利貝塚ランドデザイン」に基づき、加曽利貝塚博物館及び周辺環境の整備を行います。

<主な事業>

- ・特別史跡加曽利貝塚の新たな博物館の整備を行います。
- ・史跡地内での便益施設整備や観覧施設の改修等を行います。

(2) オオガハスを楽しめる環境づくり

オオガハス発祥の地である花見川区や、千葉公園を中心に、オオガハスに触れ、学べるように施設の整備を行います。

<主な事業>

- ・千葉公園再整備マスタープランに合わせて、オオガハスの栽培区域や展示場所の拡充を検討します。
- ・プランターの増設やハス鑑賞場所の新設等を進めます。

(3) 千葉氏のイメージを感じられる環境づくり

本市のルーツともいえる「千葉氏」のイメージが浸透するよう、必要な環境づくりを行います。

<主な事業>

- ・中央公園や通町公園、千葉神社を一体的にとらえた公園の再整備を進めます。

(4) 海辺に集い、交流が生まれる環境づくり

人が集まり賑わいを創出する拠点となるとともに、その成り立ちや歴史を知っていただけるような環境づくりを行います。

<主な事業>

- ・千葉中央港地区のまちづくりを推進します。
- ・民間活力を導入した稲毛海浜公園のリニューアルを進めます。
- ・稲毛海浜公園検見川地区の活性化事業を行います。
- ・幕張新都心の特性を活かし、文化・スポーツなど多様な楽しみを提供できるよう、海辺の利活用を進めます。

施策3 「千葉市らしさ」を知り親しむ機会づくり

子どもから大人まで幅広い世代の方が4つの地域資源について理解を深め、共に活動できるような機会を提供します。

(1) 学校等における郷土教育の充実

子どもの成長に応じ、4つの地域資源について学び、郷土への愛着を育む機会を確保します。

<主な事業>

- ・教育課程等で4つの地域資源について学ぶ機会を確保します。
- ・保育所や幼稚園等で、紙芝居や塗り絵、シールなどを使い、遊びながら4つの地域資源に触れる機会を確保します。

(2) 市民が知る・学べる機会の充実

オオガハス開花70周年や加曽利貝塚発掘100年など4つの地域資源に関わる節目を意識し、オンライン等による参加しやすい環境づくりも考慮しながら、市民の皆さまが4つの地域資源について知り、学ぶ機会を提供するとともに、参加を促進します。

<主な事業>

- ・公開市民講座やシンポジウムを開催し、皆さまが4つの地域資源について学ぶ機会を確保します。
- ・多くの方に参加していただく動機付けとなるよう、講座への参加者へちばシティポイントを付与します。

(3) 人材の育成・関連団体の支援

4つの地域資源に関する活動を行う人材を育成するとともに、関係する団体を支援し、市民との協働を促進します。

<主な事業>

- ・展示解説ボランティア等の育成や団体等への支援を進め、協働による取組みを進めます。
- ・市や学校等の職員へ4つの地域資源についての理解を深めるための研修を実施します。

施策4 「千葉市らしさ」のプロモーション

4つの地域資源を広くPRし、市内外にその魅力を周知するため、様々な機会を活用するとともに、戦略的な情報発信を行います。

(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

4つの地域資源の節目の年や社会的な動向等を踏まえ、魅力あるイベントの実施など市内外に広くPRする取組みを進めます。

<主な事業>

- ・千葉開府 900 年に向け、テレビドラマなどと連携し千葉氏に対する興味喚起を進めます。
- ・楽しみながら地域資源の魅力に触れるフォトコンテストやイベント等を実施します。
- ・ジャパンビーチゲームズフェスティバル千葉やオリジナルゆるスポーツの開発・普及など、誰でも楽しめる機会を活用したPRを行います。

(2) 戦略的な情報発信

属性や興味に合わせ情報を届けるため、様々な媒体を戦略的に活用した情報発信を行います。

<主な事業>

- ・WEBサイトやSNSなど様々な媒体を活用し、属性や興味に合わせた情報発信を行います。
- ・YouTuber などと連携し、地域資源に関連した飲食メニューを考案、PRします。
- ・マーケティング調査等を行い、戦略的なプロモーションを展開します。

(3) 多様な主体との連携の強化

4つの地域資源の価値や魅力を高めるとともに効果的な情報発信を行うため、他自治体や民間企業など様々な方との連携を進めます。

<主な事業>

- ・千葉氏ゆかりの都市との千葉氏サミットや千葉氏子どもサミットの開催や、災害時の応援体制などでの連携を進めます。
- ・講演会等の開催に向け、縄文遺跡を有する自治体との連携を進めます。

(戦略プラン計画期間後を見据えた取組みについて)

本市は、2021年に市制100周年を迎えました。都市の歩みの振り返りの中で、日本の高度経済成長を支えた工業や、日本初の本格的コンベンション施設の建設など、本プランで進める4つの地域資源のほかにも様々な地域資源が顕在化されてきました。

この先の戦略プラン計画期間後を見据えて、これらの活用についても引き続き検討します。

5.目標及び指標

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。

2026(令和8)年度の目標

アフターコロナを見据え、これまでで最も高い数値からの向上を目指します。

そのうえで、主要指標となる4資源の市内の数値については、千葉氏では好意度70%以上、理解度55%以上(2020年度の他3資源平均値)を目指し、4資源平均では好意度80%以上、理解度60%以上を目指します。

○戦略プランの達成度に関する指標

「理解度」を指標に加え、「市の歴史や文化財に愛着を感じる市民の割合」及び「市内の海辺に魅力を感じる市民の割合」を削除しました。

項目		対象	2014年度 (平成26)	2020年度 (令和2)	2026年度 (令和8)
千葉市に住み続け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	加曽利貝塚	市内	79.0%	65.4%	4資源平均 80%以上
	オオガハス		80.6%	74.2%	
	千葉氏		64.2%	52.6%	
	海辺		74.7%	72.1%	
	4資源平均		74.6%	66.1%	
	加曽利貝塚	県外	50.7%	43.0%	2014年度 から向上
	オオガハス		63.2%	51.0%	
	千葉氏		46.2%	36.2%	
海辺	64.2%		58.2%		
理解度	加曽利貝塚	市内	—	45.4%	4資源平均 60%以上
	オオガハス		—	49.2%	
	千葉氏		—	30.3%	
	海辺		—	62.9%	
	4資源平均		—	47.0%	

○施策の進捗度に関する指標

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
観光入込客数	千人	22,550	12,214	最高値※ から向上	25,951千人
市観光協会「街歩き観光ガイドツアー」参加者数	人	1,209	56		1,209人
加曽利貝塚博物館入館者数	人	9,975	33,500		77,222人
「大賀ハスを観る会」(2016年度から「大賀ハスマつり」)の参加者数	人	3,000	中止		20,390人
郷土博物館入館者数	人	37,018	30,453		61,228人
稲毛海浜公園利用者数	千人	882	539		991千人
アイデンティティの醸成につながる郷土教育の実施	—	—	実施	実施	—
4資源に関連した市の事業数(イベント・講座の数)	事業	—	48	最高値※ から向上	78事業
4資源に関連した市以外が主催する事業への後援数	事業	—	11		18事業



2026 (令和8) 年は千葉開府900年

千葉市都市アイデンティティ戦略プラン (改定版)

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