

1 計画の目的・位置づけ

「千葉市都市アイデンティティ戦略プラン」（計画期間2016（平成28）年～2026年）

本市固有の歴史やルーツに根差した地域資源（加曽利貝塚、オオガハス、**千葉氏**、海辺を活用した取組みにより、都市アイデンティティ「千葉市らしさ」を確立
戦略プランのロードマップ

年	2016～2018	2019～2022	2023～2026
段階	ステージ1【復活期】	ステージ2【継承期】	ステージ3【飛翔期】

千葉氏のPR活動の経緯

- ・まずは市民の認知度の向上を重点に取り組んだ結果、他の資源と遜色ない認知度
- ・市民団体などの連携による具体的な取組みが生まれ、「千葉市」らしいまちづくりの機運の芽生え
- ・ステージ2以降、オリパラ（2020年）や市制100周年（2021年）などを契機に、「千葉市らしい」まちづくりが多彩な主体により進められる社会状態を目指す

- ・2026年を見据えた中期的なロードマップを設定
- ・市以外の「民」も実施主体そのものに位置づけ

2 計画期間・進捗管理

- ・目標年次 1126年に千葉常重が中央区亥鼻付近に本拠を移して（千葉開府）から900年を迎える2026年度
- ・進捗管理 成果指標、アンケート結果などにより評価・検証、PDCAサイクルによる進行管理

3 推進体制

- ・千葉氏の歴史や当時の文化をエピソード化し、様々な施策と関連付けたアプローチなどに全庁的に取り組む
- ・「公」である市とともに、「民」である企業や団体等が主体となる取組みも、具体的にロードマップに位置づけ

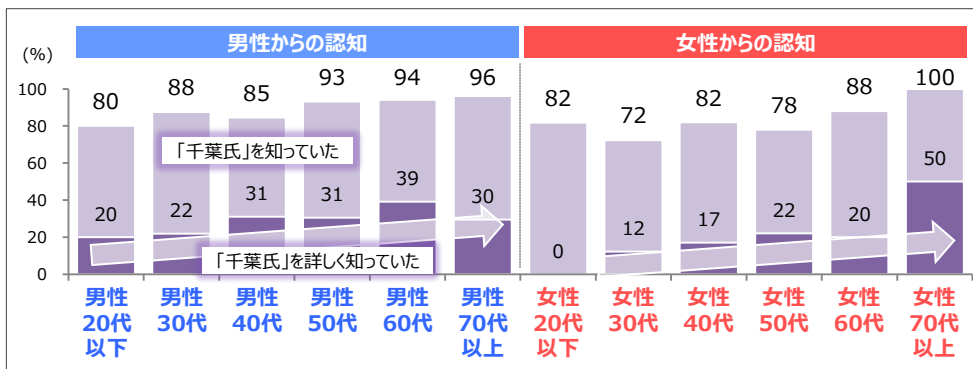
4 現状・課題

- ・若年層や女性の理解が得られていない

【性別・年代別認知度】

学校教育の取組みとともに、
10～20代、女性へのアプローチが必要

(2018WEBアンケート)

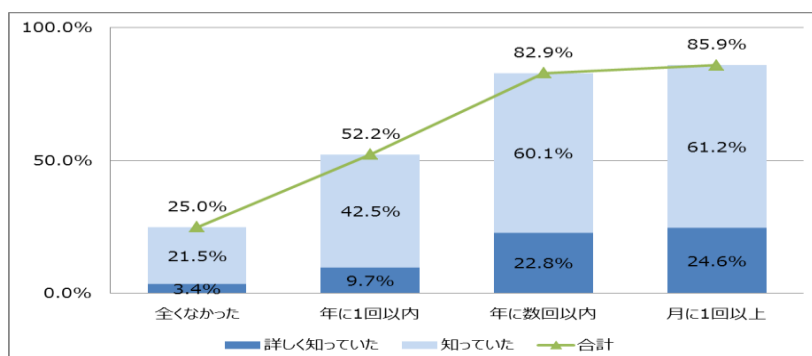


- ・接触頻度が増えると理解度が高まる

【接触頻度×認知度】

日常生活の中に「千葉氏」が
感じられるような基盤整備などが有効

(2018WEBアンケート)



5 目標

成果指標	現状値 (2017年度末)	最終目標値 (2026年度末)
千葉氏のことを「詳しく知っていた」と答えた市民の割合	24.6%	40.0%
千葉市に「都市アイデンティティがある」と答えた市民の割合	43.5%	60.0%

施策の推進度を測る指標	現状値 (2017年度末)	最終目標値 (2026年度末)
郷土博物館の入館者数	61,228人	80,000人
市以外が行う千葉氏に関連した講座やイベントなどの共催、後援数	8	15

6 具体的な取組み

	継承期				飛翔期			
	2019年 ▼	2020年 ▼	2021年 ▼	2022年 ▼	2023年 ▼	2024年 ▼	2025年 ▼	2026年 ▼
(方向性1) 魅力ある コンテンツ の提供	調査及び環境整備				コンテンツ提供			
	郷土博物館：千葉氏に関する企画展示・郷土資料の学術的な研究と成果発表・解説ボランティアの育成							
	郷土博物館周辺の整備							
	大椎城跡発掘調査							
亥鼻公園のサクラの再生								
(方向性2) 親しむ楽しむ 機会づくり	郷土教育の実施							
	市以外の主体による特色ある取組みを推進				各主体の取組みの継続・充実			
	「小学校向け施策」：小学校社会科副読本における郷土歴史に関する内容の充実 漫画などを活用した児童や保護者への郷土史の啓発/授業展開							
	「中学校授業の充実」「高校歴史特別授業の実施」							
	公開市民講座の実施							
	千葉の親子三代夏祭り（市民団体等）、千葉城さくら祭り（観光協会等）、若年層向けイベント（千葉JC）など							
歴史・史跡ガイド制作								
まち歩きガイドツアー（観光協会）、中央区魅力再発見まち歩きツアー								
(方向性3) 千葉氏の 見える化 推進	見える化に向けた環境整備							
	中央公園・通町公園の連結強化 暫定整備工事、一部供用							全体供用
	史跡等看板整備							
道路照明灯等へのシール貼付・イラスト入り広告看板								
(方向性4) 千葉氏らしさ の醸成及び その発信・ プロモーション	情報発信環境の整備、情報収集・整備				情報発信の推進			
	千葉氏サミット				開府900年祭			
	千葉氏ゆかりの自治体連携							
	千葉氏に係るポータルサイト開設							
小説等のコンテンツ募集、刊行								