

千葉市 都市アイデンティティ 戦略プランの概要



オオガハス

加曾利貝塚
縄文土器

千葉城(亥鼻城)
騎馬武者像

稲毛・検見川・幕張

平成28年4月



1. 策定の趣旨

本市が活力を維持し、持続的に発展し続けるため

千葉市独自の存在感

市民が愛着と誇りを持ち「住み続けたい」と感じることを

市外から「住んでみたい」「訪れてみたい」という魅力を感じてもらうことを

企業からも「選ばれる」都市になることが必要

都市機能の向上に加え、

本市固有の歴史やルーツに基づく
「都市アイデンティティ」を確立し、
戦略的に展開していく

2. 本市の歴史と固有性

本市は、太古からの悠久の歴史がある都市

 加曽利貝塚出土品	太古・古代 ● 加曽利貝塚（豊かな食資源に恵まれた縄文人の暮らし） ● オオガハス（世界最古の花）
 騎馬武者イメージフォト	中世 ● 1126年 千葉開府（千葉常重が現在の亥鼻付近に本拠を構える） ↓ 関東武士の活躍
 葛飾北斎「富嶽三十六景」登戸浦	近世 ● 佐倉藩・生実藩・天領などが入り混じる ● 海と陸の交通の要地として栄える
 幕張	近代～現代 ● 県庁所在地、医療の街、軍隊の街 ● 戦後、製鉄業誘致、消費都市から生産都市へ

古いものと新しいもの、都会と田舎、
さまざまな融合が魅力を生む街

本市の都市イメージ

海と緑に囲まれながら、
本格的な文化・芸術・スポーツを楽しめる街



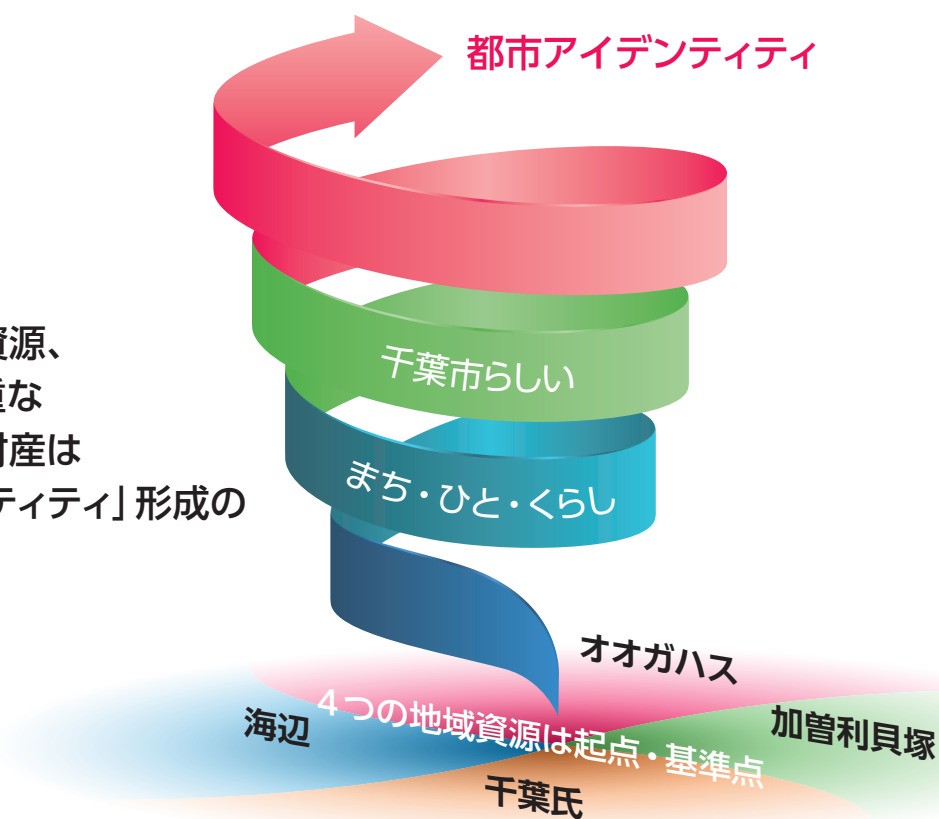
本市の都市イメージは、比較的新しい地域資源（幕張メッセなど）をもとに形成されており

**本市固有の歴史やルーツが
十分に認知・活用されていないのが現状**

3. 4つの地域資源の活用

本市固有の歴史やルーツに根差した
「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」「海辺」を活用していく

重要な歴史的資源、
世界的にも貴重な
独自性の高い財産は
「都市アイデンティティ」形成の
起点・基準点



歴史的価値に加えて、現在や将来のライフスタイルに通じる気質や価値観を見出すことができる

加曽利貝塚



平和で豊かな社会

オオガハス



交流や平和の象徴

千葉常胤



自ら活躍して若い頼朝を援護、
関東武士（馬・弓）、
鎌倉時代（郷土に根差した生活）

海辺



豊かな暮らしと交流

4. 戦略プランの基本方針

目的

「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」「海辺」を起点・基準点として、都市アイデンティティを確立

市民の愛着や誇りを醸成し、市外の認知や評価を獲得

目標

「千葉市らしさ」が定着し、市内外から認知される状態を目指す

指標

下記の指標について、現状値からの向上を目指す

● 成果指標（アンケート調査により成果を把握）

- 市の歴史や文化財に愛着を感じる市民の割合
- 市内の海辺に魅力を感じる市民の割合
- 千葉市に住みたいと思う市民の割合
- 千葉市に親しみを感じる人の割合 など

● 施策の進捗度をはかる指標

- 入込観光客数
- 加曽利貝塚博物館入館者数
- 稲毛海浜公園利用者数
- 4資源の認知度 など

推進期間

目標年次：

千葉開府900年に当たる
2026年（平成38年）



5. 推進の視点

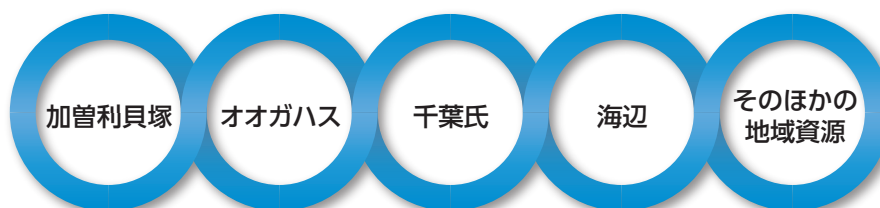
ソフト・ハード
両面での展開

4つの地域資源をまちなかで
日常的に見て、感じて、触れることができるようにする



地域資源の
関連付けによる活用

4つの地域資源を有機的につなげて活用したり、
その他の地域資源と結び付けて活用



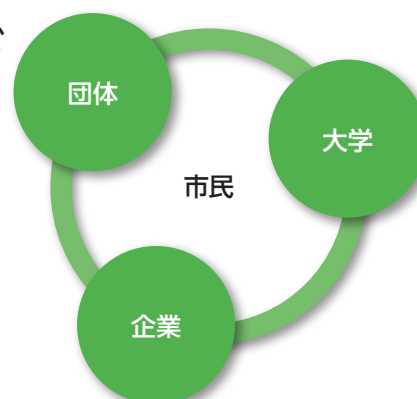
歴史が現在・未来に
つながる展開

4つの地域資源の歴史的な保全・活用に終始せず、
現在・未来につながるよう展開



官民の多様な主体による
取組みの促進

市民・団体・企業・大学等が
みんなで共有するため、
市民や団体等との対話や
交流を深めつつ、
取組みを推進



6. 施策展開

方向性	取組項目	主な事業例
方向性 1	4つの地域資源の魅力あるコンテンツの充実	
	(1) 「加曽利貝塚」の魅力あるコンテンツの整備	加曽利貝塚の特別史跡化の推進
	(2) 「オオガハス」の魅力あるコンテンツの整備	オオガハスの系統保存及び栽培技術の向上
	(3) 「千葉氏」の魅力あるコンテンツの整備	大椎城跡や千葉氏ゆかりの伝説の地の魅力向上 （「お茶の水」「君待橋」等）
	(4) 「海辺」の魅力あるコンテンツの整備	「海辺のグランドデザイン」の実現に向けた施策の推進
	(5) 4つの地域資源を組み込んだ旅行・観光商品の充実	4つの地域資源を活用した体験型観光メニューの 開発・売り込み（多言語対応）
	(6) 4つの地域資源を身近に感じさせるキャラクターや グッズの充実	4つの地域資源にかかわるグッズ・コスメ・土産品等の開発促進
方向性 2	4つの地域資源に親しみ楽しむ機会づくり	
	(1) 博物館の機能強化や展示・講座等の充実	郷土博物館での「千葉氏」に関する企画展の実施
	(2) 学校教育における郷土教育の充実	千葉氏マンガを活用した児童や保護者への郷土史の啓発
	(3) 市民が知る・学べる機会の充実	図書館での4つの地域資源をテーマとした企画展の実施
	(4) 職員研修の充実	職員向けの4つの地域資源に関する研修の実施
	(5) 4つの地域資源の認知を広げるイベントの充実	弓や馬にまつわるイベントの開催検討
	(6) 4つの地域資源とのつながりを創るカルチャーの充実	千葉常胤が高齢で活躍したことを踏まえた高齢者施策との連携
方向性 3	「千葉市らしさ」の見える化の推進	
	(1) 「ハス」を目にできる環境づくり	市内各所にハスを鑑賞できる名所の整備
	(2) 「鎌倉時代」などのイメージの浸透・定着	「千葉駅周辺の活性化グランドデザイン」に基づく 中央公園・通町公園の連結強化
	(3) ビーチテイストのまちなみ形成	「ビーチテイスト」のまちなみの導入に向けた研究
	(4) いなげの浜への歴史的モニュメントの設置	官民連携による歴史的モニュメントの設置の検討
	(5) 公共施設・駅等における千葉市らしさの醸成	鉄道駅等における「千葉市らしさ」の雰囲気づくり
	(6) まちなかの案内板の整備	千葉氏などの歴史関連施設を示す観光案内板の整備
方向性 4	「千葉市らしさ」の醸成及びその発信・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 記念行事・イベントの実施	親子三代夏祭りにおける「千葉氏」「歴史」を感じさせる 催しの実施
	(2) シンボルとなる市章の活用やキャッチコピー等の検討	コミュニケーションマークから市章への切り替えの推進
	(3) 戦略的な情報発信	映像・パネル等の作成、千葉市ゆかりの著名人への 千葉市らしさPRの依頼
	(4) 市民等が語り合える場づくり	大学との連携による「千葉学」の推進
	(5) 都市間交流の推進	千葉氏ゆかりの都市との連携・交流
	(6) 「さきがけとなる」施策の推進	

7. ロードマップ

	2016 (平成 28)	2017 (平成 29)	2018 (平成 30)	2019 (平成 31)	2020 (平成 32)	2021 (平成 33)	2022 (平成 34)	2023 (平成 35)	2024 (平成 36)	2025 (平成 37)	2026 (平成 38)
	復活期 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。			継承期 「千葉市らしい」まち・ひと・くらし づくりが多彩な主体に進められる 社会状態へ。				飛翔期 まち・ひと・くらしづくりの 実践を土台に、 都市アイデンティティを確立する。			
方向性 1	4つの地域資源の 魅力あるコンテンツの充実										
方向性 2	4つの地域資源に 親しみ楽しむ機会づくり										
方向性 3				「千葉市らしさ」の 見える化の推進							
方向性 4	「千葉市らしさ」の醸成及び その発信・プロモーション										





2016年は千葉開府890年

千葉市都市アイデンティティ戦略プランの概要

発行 平成28(2016)年4月

制作・編集 千葉市総合政策局総合政策部政策調整課
都市アイデンティティ推進室

〒260-8722 千葉市中央区千葉港1番1号
TEL. 043(245)5660 FAX. 043(245)5476

