

千葉市 都市アイデンティティ 戦略プラン



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



はじめに



日本が、そして千葉市も成長から成熟の時代に入りました。

成熟の時代に求められること、それは他にはない、固有の「らしさ」があるかどうかです。

千葉市の「らしさ」とは何でしょうか。

千葉市は、東京湾の穏やかな海に面した長大な人工海浜を有し、郊外部には里山も残る、温暖な気候に恵まれた97万市民が生活する素晴らしい都市です。

地域の歴史は古く、5000年以上前の太古の昔から、『海辺』に近い豊かな自然環境を擁するこの地に人々が集落を形成して、様々な貝や木の実を採取し、互いに助け合って暮らしていたことが、『加曽利貝塚』などの史跡からうかがい知ることができます。

また、本市で発見され2000年の眠りから目覚めて開花した『オオガハス』は時空を超えて、人々の心を和ませ、現在では、100か所を超える国内外の地域に分根されています。

さらに、千葉市の都市としての始まりは、平安時代後期の1126年6月1日に千葉常重が現在の亥鼻付近に本拠を置いたことによるとされており、今年で千葉開府890年を迎えます。常重の子である千葉常胤は、石橋山合戦に敗れ、房総に流れ着いた源頼朝を真っ先に援けて鎌倉幕府の成立に貢献し、その後も源平合戦で活躍をし、『千葉氏』は全国に所領を持つ有力な御家人となりました。

このように千葉市は歴史的にも地理的にも素晴らしい地域資源を持ち、「らしさ」の素材に満ちた都市です。

そこで、市民の皆様に、悠久の歴史の上に成り立っている今の千葉市を再確認していただくとともに、千葉市の魅力を改めて発見することで、千葉市に誇りを持ち、これからも「住み続けたい」と思っただけけるよう、また、市外の人々からは「訪れてみたい」「住んでみたい」と思われるような、魅力ある都市で有り続けるために、千葉開府900年に向けて、『加曽利貝塚』『オオガハス』『千葉氏』『海辺』を起点・基準点として多彩な地域資源を活用し、千葉市らしい都市アイデンティティを確立することを目指して、この「千葉市都市アイデンティティ戦略プラン」を策定いたしました。

千葉市は幕張新都心を抱える国際交流都市ですが、グローバル社会に向き合うからこそ、自分たち固有の歴史・文化・特徴を正しく理解し、その魅力を外部の方々に伝えられる都市である必要があります。

今後はこのプランに基づき、市民や団体の皆様との対話や交流を深めつつ、「千葉市らしさ」の確立に向け様々な事業を推進してまいりますので、皆様のご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

平成28年4月

千葉市長 熊谷 俊人

目次

第1章

都市アイデンティティ戦略プランの策定にあたって

1. 策定の趣旨	01
2. 本市の歴史と固有性	02
千葉市の都市イメージ	04
3. 4つの地域資源	05
その1 加曽利貝塚	06
その2 オオガハス	07
その3 千葉氏	08
その4 海辺	09
4つの地域資源に見られる価値観	10

第2章

戦略プランの基本方針

1. 目的	11
2. 目標及び指標	12
3. 戦略プランの位置づけ	13
4. 推進期間	14
5. 推進の視点	15

第3章

都市アイデンティティ確立に向けた取組み

1. 施策体系	16
2. 施策内容	17
【方向性1】4つの地域資源の魅力あるコンテンツの充実	17
【方向性2】4つの地域資源に親しみ楽しむ機会づくり	20
【方向性3】「千葉市らしさ」の見える化の推進	24
【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	27
3. 戦略プラン推進期間後を見据えた取組み	31
4. ロードマップ	32

1. 策定の趣旨



人口減少や少子超高齢社会の進展により、都市の活力のバロメータというべき本市の人口が、2020（平成32）年をピークに減少に転じる見込みとなるなど、本市を取り巻く状況は今後、一層厳しいものとなることが懸念されています。

こうした中、人口減少下においても本市が活力を維持し、持続的に発展し続けるためには、市民が愛着と誇りを持ち「住み続けたい」と感じること、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、企業からも「選ばれる」都市になることが必要です。

これからの人口減少社会における都市間競争の中では、諸機能が集積された県都、政令指定都市として果たすべき役割や本市の特性を踏まえ、「東京圏」に属しつつも「東京」とは異なる価値観を提示するなど、本市独自の視点を取り入れ、国内外に存在感を強く示していかななくてはなりません。

そのために、本市ではこれまで、都市機能の向上に取り組むとともに、都市イメージ・魅力を伝え認知度を高めるような情報発信を行ってきましたが、一方で、本市固有の歴史やルーツに基づく都市の魅力や独自性を見出し、「千葉市らしい」まち・ひと・くらしづくりを進めながら、中核となる「都市アイデンティティ」を確立していくことも求められています。また、このことを都市政策として、中長期的な観点から、統合性・一体性をもって、戦略的に進めていくことも重要です。

この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。）は、本市としての「都市アイデンティティ」の確立に向けて、地域資源を活用した取組みを都市政策として戦略的に進めていくことをねらいとして策定するものです。



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です。



太古・古代

加曽利貝塚出土品

市内からは旧石器時代の石器も出土するなど、非常に古くから人が住んでいたことがうかがわれます。

縄文時代には日本最大級の加曽利貝塚を始めとする国内有数の貝塚が築かれ、自然環境と豊かな食資源に恵まれた縄文人の暮らしが営まれました。



中世

騎馬武者イメージフォト

1126(大治元)年に千葉常重が現在の中央区亥鼻付近に本拠を移し、千葉の都市としての歴史が始まりました。

千葉の町は天然の良港であったことや、各地からの物資が取り引きされていたこと、水陸交通の結節点であったことなどがうかがえます。千葉氏の時代は、安土桃山時代まで続きました。



近世

葛飾北斎「富嶽三十六景」登戸浦

江戸に近い千葉の地では、佐倉藩、生実藩、旗本領、天領などが入り混じり、海と陸との交通の要地として栄え、商業が発展しました。

江戸中期の著名な蘭学者の青木昆陽は、その著書「蕃薯考」の中で食糧としてのさつまいもの有用性を説き、1735(享保20)年、八代将軍徳川吉宗の命により、現在の花見川区幕張町でさつまいもの試作に成功し、関東各地の農民にさつまいもの栽培を進めていきました。



近代～現代

幕張

明治初期、県庁が置かれ、県内の政治・経済・文化の中心地として飛躍的に発展しました。鉄道の開通により、陸上交通の要衝としての地位も築かれました。

1921(大正10)年、市制施行により、千葉市がスタートしました。当時の市域は約15平方キロメートルの広さで、人口3万3千人の規模でした。師範学校、医学校など多くの学校や病院が設置され、また鉄道連隊、陸軍歩兵学校などの軍事施設もあり、医療の街、軍隊の街として栄え、着実な発展を続けてきました。

1945(昭和20)年、第二次世界大戦時の2度の空襲により、中心市街地の約7割が焼失、壊滅的な被害を受けるとともに、多くの尊い人命が失われました。

戦後は、臨海部への製鉄業等の工場誘致や、千葉港の整備を進めるなど、消費都市から生産都市への転換を図りました。

さらに、周辺町村との合併や埋め立てによる市域の拡大で急速に人口が増加していきます。


1989(平成元)年には幕張メッセがオープンし、「職・住・学・遊」の複合機能が集積する幕張新都心は現在も発展を続けています。

このように、歴史をひもとけば、本市は太古・古代から人が定住し栄えた地域であり、1126(大治元)年に千葉常重が本拠を構えて都市としての歴史が始まってから890年の歴史を有するなど、重厚な時間軸でその歩みを刻んでいます。

一方、平成26年度に実施した「都市アイデンティティ確立に向けた基礎調査」では、本市の都市イメージは、「幕張メッセ」「動物公園」など、比較的新しい地域資源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・活用されておらず、潜在的なものにとどまっているのが現状です。

同調査においては、市内外から支持される本市の都市イメージとして、「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」「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」といったものが提示されています。

悠久の歴史の中で、本市においては海と緑、古いものと新しいもの、にぎわいと落ち着きなど、対照的なものが共存し、そのコントラストによって色彩豊かな世界が拓かれてきました。また、他の武将にさがかけて源頼朝を助けた千葉氏のように、わが国の歴史の重要な場面で存在感を発揮し、新たな政治・経済・文化の華を咲かせてきた都市でもあり、その気風やありようは、本市の現在のまち・ひと・くらしに通底する一つの特長なのかもしれません。



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」¹⁾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し、「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んでいく必要があります。

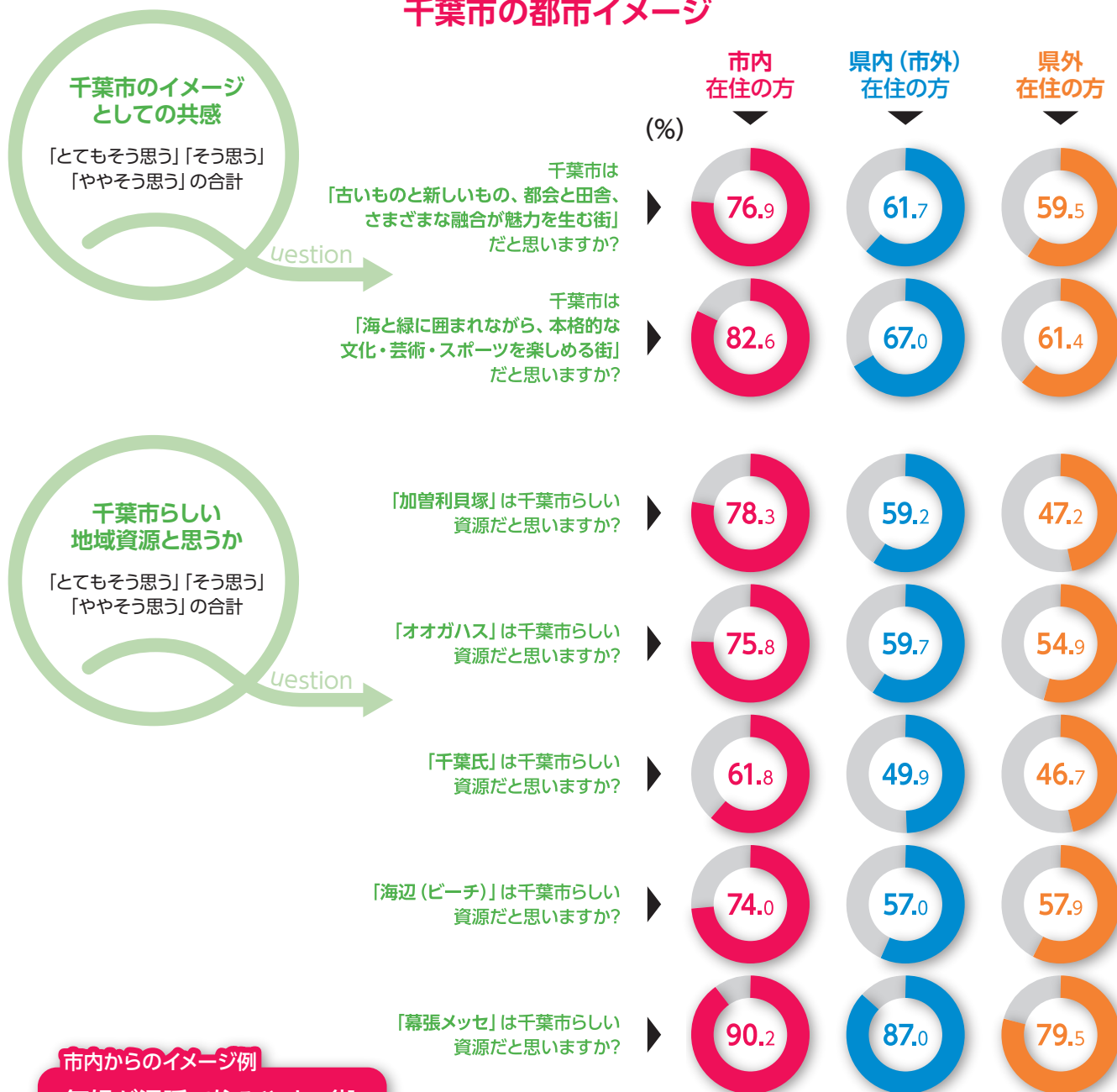
1) 都市アイデンティティとは

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。

第1章

都市アイデンティティ戦略プランの策定にあたって

千葉市の都市イメージ



市内からのイメージ例

気候が温暖で住みやすい街。
ビーチや大きな公園もあり、
子育てにもよい

県内(市外)からのイメージ例

自然と都市的な物が両方あって良い。
程々に田舎な感じも良い

県外からのイメージ例

千葉県のイメージが強く、
千葉市のイメージが湧きにくい

3. 4つの地域資源

「都市アイデンティティ確立に向けた基礎調査」の結果、都市アイデンティティの表現として、市内外から評価が高かったのは、「古いものと新しいもの、都会と田舎、様々な融合が魅力を生む街」と「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」でした。

これら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、固有性・独自性などに着目して、「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」「海辺」の4つを選び、都市アイデンティティ形成のために活用していくこととします。

これらは、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であり、本市固有の歴史やルーツに根ざした「都市アイデンティティ」形成のための、「起点」となるもので、「基準点」でもあると考えています。

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

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



これらの評価を形成する下地となる、本市固有の地域資源

加曽利貝塚

オオガハス

千葉氏

海辺

4つの地域資源 その1

加曽利貝塚

日本最大級の貝塚・縄文人の
生活の証となるタイムカプセル

加曽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、繁栄が続きました。

加曽利貝塚は、直径 130m でドーナツ形をした縄文時代中期の北貝塚と、長径 170m で馬のひづめの形をした後期の南貝塚が連結し、8 字形をした日本最大級の貝塚です。

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ことがうかがえます。

千葉市内 123 か所

日本全国 約 2,700 か所

日本全国で
確認されている貝塚の
約 5% が千葉市内に
あるんだよ！



加曽利貝塚PR大使
「かそりーぬ」



加曽利貝塚空撮



約 5,000 年前の竪穴住居を復原公開

ほかに縄文土器をはじめ、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。貝塚はヒトを埋葬する場でもあり、狩りのパートナーであったイヌも埋葬されていました。

また、全国に約 2,700 か所ある貝塚のうち、123 か所もの貝塚が本市に集中しており、このように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。



出土品の骨角器と土偶

4つの地域資源 その2

オオガハス

古代のロマンを秘めた
世界最古の花

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）で発掘された古代ハスの実3粒のうち1粒を植物学者大賀一郎博士がよみがえらせました。発掘された実は、今から約2,000年前のものとされています。

その後、国内・海外の100か所以上に分根され、花の親善大使の役割も果たしています。



千葉市で
約2,000年の時を経て
開花したオオガハスは、
世界中で咲き誇っています！



「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」

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。

毎年6月から7月にかけて、千葉公園など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ます。



千葉公園のオオガハス

4つの地域資源 その3

千葉氏

千葉市の礎を築いた一族

千葉氏は、桓武天皇^{かんむ}の血を引く関東の名族です。

今から890年前、平安時代後期の1126(大治元年)に千葉常重^{つねしげ おおじ}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。千葉庄^{しもうさ}は下総国内では最大級の庄園で、陸海の交通の拠点でもありました。

常重の息子、千葉常胤^{つねたね}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、いち早く頼朝の味方に付くことを決め、再起を助けました。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「父のように慕っていた」との記録(吾妻鏡)が残っています。

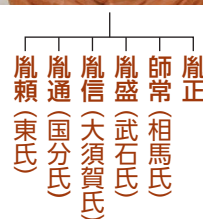
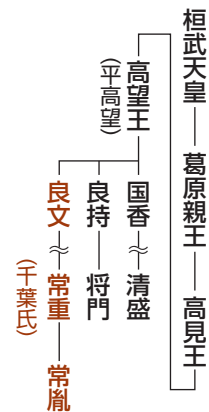
その後、源平合戦・奥州合戦などにも参戦し、この功績で常胤は下総国・上総国^{かずさ}の2か国をはじめ、東北地方、九州地方など全国で20数か所といわれる広大な所領を獲得し、千葉氏は幕府の中でも屈指の御家人となりました。

獲得した所領は、その後常胤の6人の子、胤正、師常、胤盛、胤信、胤通、胤頼^{りくとう}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りました。これを千葉六党^{りくとう}といい、一族が強固に団結していました。

明治維新の功労者江藤新平^{しんぺい}(旧佐賀藩士)、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)、「武士道」の著者で五千円券の肖像に採用されたこともある新渡戸稲造(旧盛岡藩士)なども千葉氏の子孫だと言われています。

本市の都市の成立・発展に深く関わ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の基盤であると言えます。

千葉氏略系図



千葉六党



月星紋



千葉市章

4つの地域資源 その4

海辺

カルチャー、レジャー、
ショッピングの先端地域

いなげの浜・検見川の浜・幕張の浜の3つの人工海浜は総延長約4.3kmに及び、日本一の長さを誇ります。

いなげの浜は我が国初の人工海浜であり、東京都心に最も近い海水浴場として、稲毛海浜公園プールとともに毎年多くの人で賑わっています。また、検見川の浜ではウインドサーフィンなどマリンスポーツが盛んに行われ、幕張の浜では幕張ビーチ花火フェスタや究極の三次元モータースポーツシリーズであるレッドブル・エアレースが開催された実績があります。

3つの砂浜からは、東京湾越しに富士山や東京の高層ビル群、東京スカイツリーなどの眺望が得られ、毎年2月・10月にはダイヤモンド富士を楽しむことができるなど、市街地にありながら広大な景観を楽しめる憩いの場として親しまれています。

かつて本市の海辺は、江戸時代の浮世絵師葛飾北斎の「かつしか ぼくさい富嶽三十六景ふがくさんじゅうろっけい」にも描かれました。

また、海苔や貝類などの内湾漁業など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賑わっていました。

稲毛海岸は民間航空発祥の地でもあり、1912(明治45)年に我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。

このように昔も今も憩いの場であり、本市ならではの賑わいを創出しています。

また、JR京葉線の千葉みなと駅南側(千葉中央港地区)では、市民が気軽に立ち寄り、賑わいと憩いの感じられる港づくりのため、旅客船さん橋・港湾緑地の整備を促進するとともに、旅客船ターミナル等複合施設を整備し、街・駅・海が一体となった魅力ある都市空間の形成や、千葉県全体の海の玄関口として、観光情報の発信や周辺観光施設との連携を進めています。



日本最長の人工海浜(海辺)



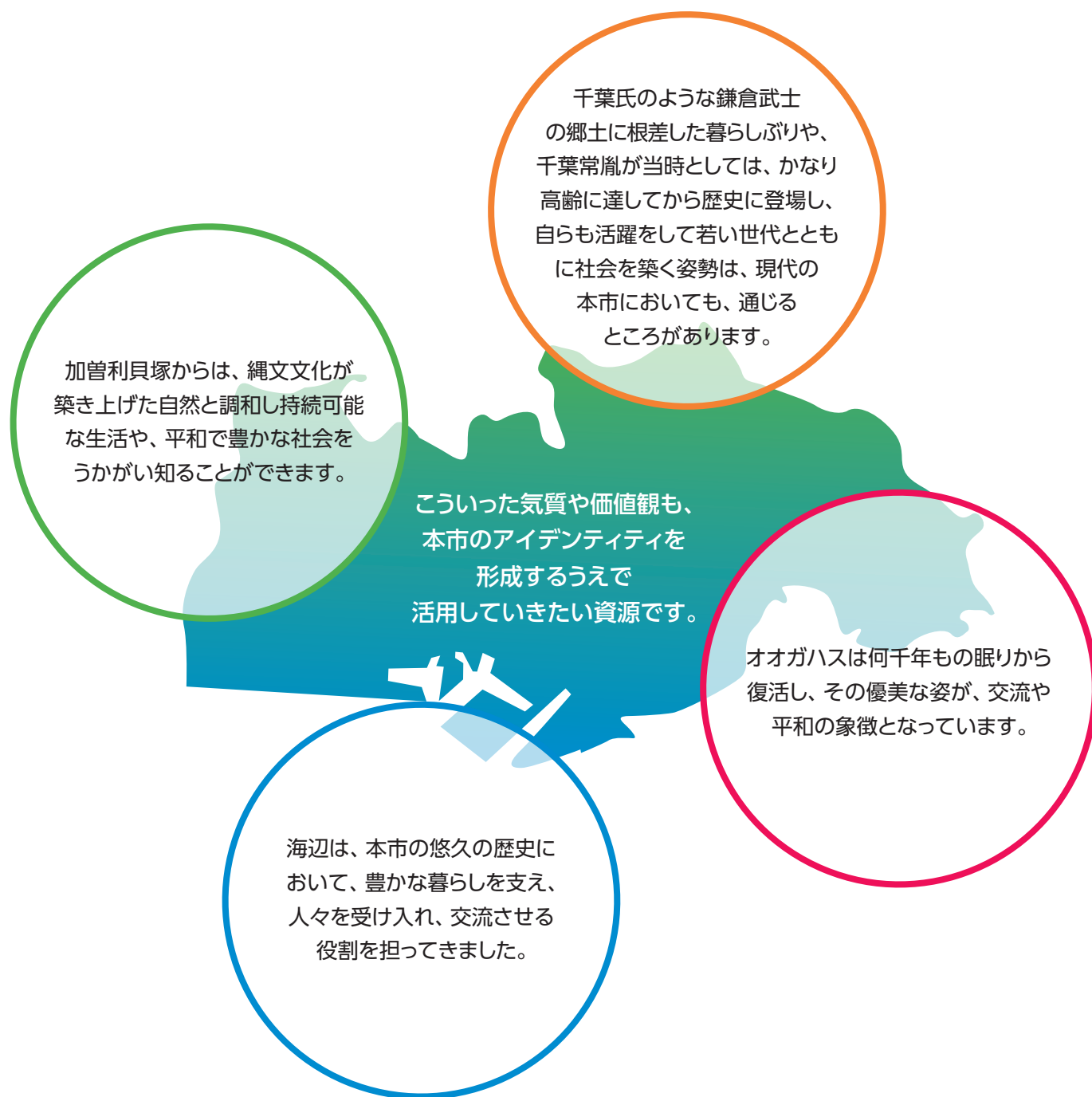
幕張ビーチ花火フェスタ



レッドブル・エアレース

4つの地域資源に見られる価値観

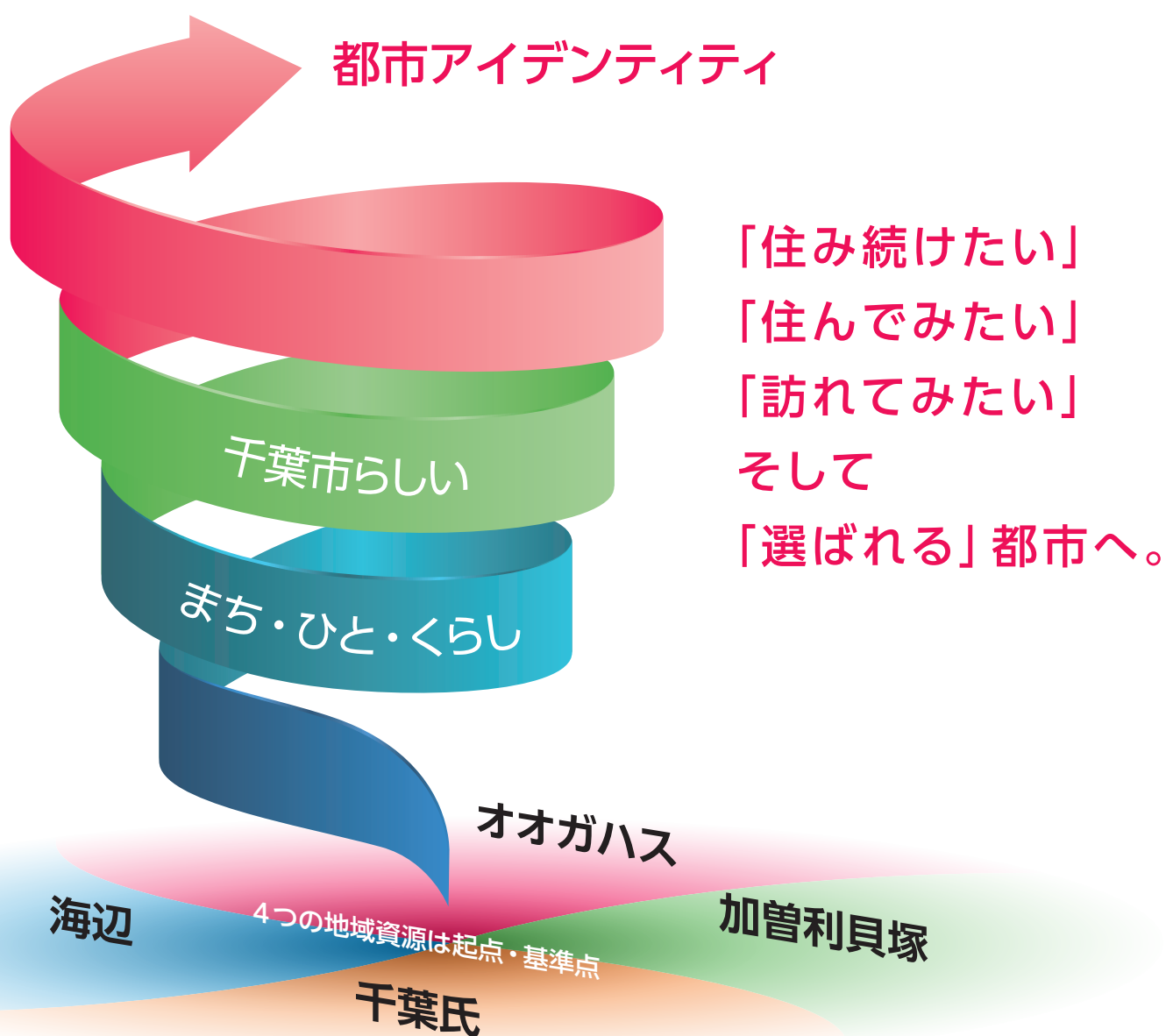
前記の地域資源は、歴史的な価値を有するだけでなく、そこに現在や将来にも通じる気質や価値観を見出すことができ、また、新しいライフスタイルを発信・提案していけるポテンシャルがあります。



1. 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。




2. 目標及び指標

戦略プランでは、まち・ひと・くらしに「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します。

そのため、戦略プランの達成度に関する成果指標を右のとおり設定し、**現在の数値からの向上を目指します。**

※()内の数字は年度

		現在 (26)
市の歴史や文化財に愛着を感じる市民の割合		38.3%
市内の海辺に魅力を感じる市民の割合		37.9%
千葉市に住み続けたいと思う市民の割合		87.0%
千葉市に親しみを感じる人の割合〈県内(市外)／県外〉		57.9%／39.4%
4資源の好意度〈市内／県外〉		加曽利貝塚 79.0%／50.7%
		オオガハス 80.6%／63.2%
「とてもそう思う」 「そう思う」 「ややそう思う」の合計		千葉氏 64.2%／46.2%
		海辺 74.7%／64.2%

また、施策の進捗度に関する指標を右のとおり設定し、**現在の数値からの向上を目指します。**

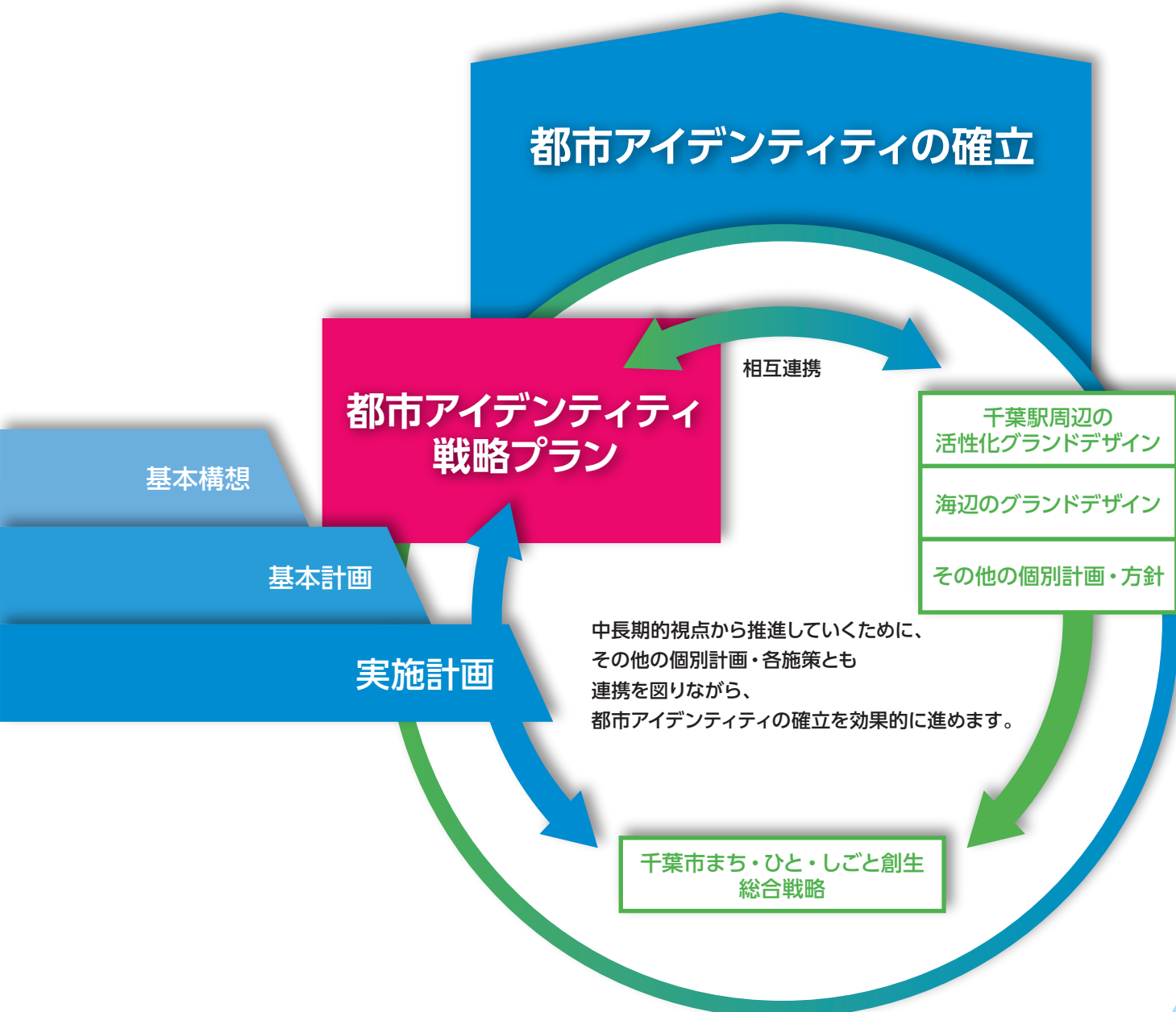
※()内の数字は年度 但し、観光入込客数は暦年

		現在
観光入込客数		22,550千人(26)
市観光協会「まち歩き観光ガイドツアー」参加者数		1,209人(26)
加曽利貝塚博物館入館者数		9,975人(26)
「大賀ハスを観る会」の参加者数		3千人(26)
郷土博物館入館者数		37,018人(26)
稲毛海浜公園利用者数		882千人(26)
アイデンティティの醸成につながる郷土教育の実施		— (26)
4資源の認知度〈市内〉		加曽利貝塚 新たにカウント
		オオガハス 新たにカウント
「知っている」の合計		千葉氏 新たにカウント
		海辺 新たにカウント
4資源の好意度〈市内〉		加曽利貝塚 79.0%(26)
		オオガハス 80.6%(26)
「とてもそう思う」 「そう思う」 「ややそう思う」の合計		千葉氏 64.2%(26)
		海辺 74.7%(26)
4資源に関連した市の事業数(イベント・講座等の数)		新たにカウント
4資源に関連した市以外が主催する事業への後援数		新たにカウント

3. 戦略プランの位置づけ

戦略プランは「千葉市新基本計画第2次実施計画」、「千葉市まち・ひと・しごと創生総合戦略」や「2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた千葉市行動計画【改定版】」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、これらの計画期間だけでなく、その先の期間も見据え、中長期的視点から推進していくためのものであり、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効果的に進めていくものです。

「住み続けたい」「住んでみたい」
「訪れてみたい」「選ばれる」都市の実現



4. 推進期間

戦略プランの目標年次は、千葉開府900年に当たる2026（平成38）年とします。

推進期間中の、東京オリンピック・パラリンピックなど国内外での本市の知名度を高める絶好の機会や、市制施行100年や政令指定都市移行30年など、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、そして4つの地域資源にかか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効果的かつ戦略的に進めます。

千葉市らしさの確立

千葉開府900年

2026

いなげの浜オープン50年
加曽利貝塚博物館開館60年

政令市移行30年

2022

オオガハス開花70年

市制施行100年

2021

東京オリンピック・パラリンピック

2020

千葉開府890年
千葉氏サミット

2016

2018

千葉常胤生誕900年

いなげの浜オープン40年
加曽利貝塚博物館開館50年

5. 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り組みます。



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訴求していきけるようにします。



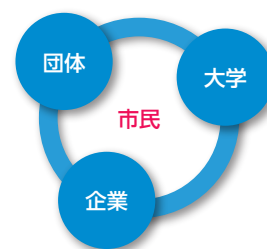
歴史が現在・未来に
つながる展開

4つの地域資源を歴史的な観点で保全・活用していくだけでなく、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
取組みの促進

「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、まちづくりに反映されるものです。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。



1. 施策体系

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
- (2) 「オオガハス」の魅力あるコンテンツの整備
- (3) 「千葉氏」の魅力あるコンテンツの整備
- (4) 「海辺」の魅力あるコンテンツの整備
- (5) 4つの地域資源を組み込んだ旅行・観光商品の充実
- (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

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
- (2) 学校教育における郷土教育の充実
- (3) 市民が知る・学べる機会の充実
- (4) 職員研修の充実
- (5) 4つの地域資源の認知を広げるイベントの充実
- (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

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
- (2) 「鎌倉時代」などのイメージの浸透・定着
- (3) ビーチテイストのまちなみ形成
- (4) いなげの浜への歴史的モニュメントの設置
- (5) 公共施設・駅等における千葉市らしさの醸成
- (6) まちなかの案内板の整備

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
- (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
- (3) 戦略的な情報発信
- (4) 市民等が語り合える場づくり
- (5) 都市間交流の推進
- (6) 「さがけとなる」施策の推進

方向性 1

4つの地域資源の 魅力あるコンテンツの充実

2. 施策内容

「千葉市らしさ」を形成する4つの地域資源については、現在、市内外の認知度は必ずしも十分ではありません。今後、本市固有の歴史的資源を“起点”として、「千葉市らしさ」を訴求していくためには、まず、関連史跡や施設を含む4つの地域資源自体の価値や魅力を高めることで、認知や関心につなげていくことが欠かせません。

このために、4つの地域資源ごとの魅力あるコンテンツの整備と、それらを複合的に活用した旅行商品やグッズ等の充実の取組みを進めます。

(1)「加曽利貝塚」の魅力あるコンテンツの整備

日本最大級の「加曽利貝塚」は世界に誇れるものです。

「史跡のうち学術上の価値が特に高く、わが国文化の象徴たるもの」とされる特別史跡の指定を目指すことにより、新しい価値と魅力の創出を図ります。

事業例

- 加曽利貝塚の特別史跡化の推進
総括報告書や一般向けパンフレットの刊行
縄文時代の景観復元

(2)「オオガハス」の魅力あるコンテンツの整備

2000年の眠りから目覚めた「世界最古の花」として毎年大勢の人が鑑賞に訪れるオオガハスの魅力向上のため、良好な生育と維持管理等を行います。

事業例

- オオガハスの系統保存及び栽培技術の向上
- オオガハスの発祥地を活用した地域づくりへの支援



方向性 1

4つの地域資源の 魅力あるコンテンツの充実

(3)「千葉氏」の魅力あるコンテンツの整備

市内には千葉氏や源頼朝にまつわる伝説の地や史跡があります。
これらをブラッシュアップすることで、「千葉氏」の存在への注目や関心を高めていきます。

事業例

- 大椎城跡の魅力向上
- 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

本市では、20～30年先を見据え、海辺エリアをはじめ、その周辺の活性化に向けた方策等の方向性を示した「海辺のグランドデザイン」を策定し、海辺を活かしたまちづくりを進めています。

平成28年3月には、民間活力を導入した海辺活性化事業のけん引役として、稲毛海浜公園の検見川地区に、東京湾を一望できるシーサイドレストランやホールなどがオープンし、4月には千葉中央港地区に旅客船さん橋1基と緑地の一部、及び旅客船ターミナルがオープンしました。

引き続き都市型ビーチとしての魅力を高めていくとともに、人々が気軽に訪れ、賑わいと憩いの感じられる港づくりに取り組んでいきます。

事業例

- 「海辺のグランドデザイン」の実現に向けた施策の推進
（ビーチラインの基本設計、歴史と自然の海辺ゾーンに関する基礎調査、いなげの浜の養浜など）
- 千葉中央港地区まちづくりの推進
（さん橋（2基目）・港湾緑地等の整備促進）



方向性 1

4つの地域資源の 魅力あるコンテンツの充実

(5) 4つの地域資源を組み込んだ旅行・観光商品の充実

4つの地域資源を観光資源として積極的に活用することで、国内外からの集客につなげます。

事業例

- 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）
- 鉄道事業者主催のウォーキングプランへの4つの地域資源の活用促進
- 4つの地域資源に関連する場所をめぐるツアーの実施
- 4つの地域資源の撮影ツアー及びフォトコンテストの開催
- 旅客船さん橋を活かした観光の推進
- ダイヤモンド富士のPRや工場夜景クルーズの推進
- 4つの地域資源に精通した観光ガイドの育成

(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つの地域資源に関するキャラクターを活用するとともに、新たな導入を検討していきます。ちはなちゃんとかそりーぬは、古代のイメージを象徴するものとしてセットで活用するなど、複数の組み合わせによる展開も検討していきます。

また、都市アイデンティティが市民に根差した身近なものと感じられるように、土産品やグッズ等を民間事業者との協働等により開発します。

事業例

- 千葉氏キャラクター開発の検討
- 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（縄文・ハス・月星にちなんだもの等）
- 千葉市ゆかりの著名人による使用や市内店舗での取扱いの働きかけ

方向性2

4つの地域資源に 親しみ楽しむ機会づくり

本市固有の4つの地域資源を起点に、「千葉市らしさ」を市内外に訴求していくためには、その前提として、子どもから大人までの幅広い市民が、その資源の内容や価値について知り、親しんでいくことが重要になります。

すでに博物館等でこのための取組みを行っていますが、今後、より多くの市民が様々な機会に4つの地域資源について知り、親しみ、楽しめるよう、その取組みを拡充します。

(1) 博物館の機能強化や展示・講座等の充実

加曽利貝塚博物館は貝塚文化を全国に向けて発信する博物館、郷土博物館は「千葉氏」を核とした郷土の成り立ちがわかる博物館として、その機能強化を図りつつ、「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」などの展示や講座の充実を図り、利用促進につなげます。

【加曽利貝塚博物館】

加曽利貝塚博物館では「土器ドキ発掘体験」「ナイトミュージアム」「縄文ムラまつり」「新復原住居見学会」などのイベントを実施しているところですが、今後も従来の枠を超えたユニークなイベントや企画を実施します。

事業例

- 加曽利貝塚博物館での常設展示・体験型イベントの充実
- 縄文文化や貝塚に関する調査研究機能の強化
- 竪穴住居での展示（縄文時代の道具や土偶など）
- 加曽利貝塚における野外コンサートの開催検討
- タレント等による縄文生活1週間体験等の実施検討

【郷土博物館】

事業例

- 郷土博物館での「千葉氏」に関する企画展の実施
- 郷土博物館の出前授業の実施
（鎌倉への校外学習や修学旅行の事前学習等）
- 郷土博物館における展示構成の再検討
- 郷土資料の学術的な調査・研究と成果の公表
- 千葉氏について展示解説できる人材（ボランティア）の育成
- 鎧や着物の試着・着用体験会の実施

方向性 2

4つの地域資源に 親しみ楽しむ機会づくり

(2) 学校教育における郷土教育の充実

子どもたちが郷土の歴史や人物などを学ぶことにより、誇りや愛着を感じられるような郷土教育を行います。

事業例

- 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
- 小学校社会科副読本「わたしたちの千葉市」における郷土の歴史に関する内容の充実
- 小学校指導用補助教材「社会科指導資料集」における加曽利貝塚・千葉氏の部分の充実
- 社会科や総合的な学習の時間等での授業展開
- 郷土教育に関する教員研修の実施
- 教員初任者研修における「千葉氏を知る」講座の開催
- 郷土博物館の出前授業の実施 **再掲**
- 郷土博物館や加曽利貝塚を活用した校外学習の実施

(3) 市民が知る・学べる機会の充実

市民が4つの地域資源について興味を持って学べるような機会を提供します。

事業例

- 図書館での4つの地域資源をテーマとした企画展示の実施
- 4つの地域資源に関する資料の充実
- 生涯学習センターや公民館での4つの地域資源に関する講座の開催



方向性2

4つの地域資源に 親しみ楽しむ機会づくり

(4) 職員研修の充実

本市職員への研修を行います。

事業例

- 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

博物館で実施するもののほかにも、4つの地域資源を活用した各種イベントを開催します。

特に、海辺では幕張ビーチ花火フェスタなどの大規模イベントや、各種スポーツ大会などが開催されていますが、海外の事例なども参考に、さらに幅広いイベントの誘致・開催を検討していきます。

事業例

- 既存のイベントの場を活用した4つの地域資源のPR
- ちば縄文フェスタの開催
- オオガハスにまつわるイベントの開催検討
- 弓や馬にまつわるイベントの開催検討



方向性 2

4つの地域資源に 親しみ楽しむ機会づくり

(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

4つの地域資源を日常生活や文化（サブカルチャーを含む）として浸透させていきます。

あわせて、市民・企業の自主的な活動を支援する取組みも検討します。

【日常生活や文化における4資源とのつながりづくり】

事業例

- 本市の歴史や「貝」「縄文土器柄」「ハス」等を活用した文化の振興
- 貝やハスに関する食文化の普及（市内レストラン等との連携によるメニューの開発・提供）
- 4つの地域資源についてのいわゆる「語り部」の育成
- 4つの地域資源について独自に研究や普及などを行っている団体との連携の推進
- 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

【企業・大学との包括連携協定の活用】

民間企業や大学との包括連携協定を活用し、都市アイデンティティの確立につながる事業を実施します。

事業例

- 都市アイデンティティに関するイベントや講座の実施
- 都市アイデンティティに関するポスターの掲示

【市民ファンドの検討】

都市アイデンティティの確立を推進するために必要な経費の確保のための基金やクラウドファンディングについても検討します。

事業例

- 都市アイデンティティ基金やクラウドファンディングの検討
- 都市アイデンティティ事業補助金制度の創設の検討

方向性3

「千葉市らしさ」の見える化の推進

「千葉市らしさ」を訴求していくためには、4つの地域資源について個別に取り組むだけでは十分ではありません。この4つの地域資源を起点にした、「千葉市らしい」まちづくり・ひとづくり・くらしづくりが進められていることを、実際に市内外に「見える」かたちで強く示していく必要があります。

このため、特にまちづくりにおいて、4つの地域資源を「見える化」する象徴的な取組みを進めます。

(1)「ハス」を目にできる環境づくり

本市の花でもある「オオガハス」及び平和・友好の象徴である「ハス」に親しむことのできる環境づくりを行います。

事業例

- 市内各所にハスを鑑賞できる名所の整備（幕張海浜公園ほか）
- 市内各所にハスを感じさせるアートやデザインの導入の検討

(2)「鎌倉時代」などのイメージの浸透・定着

千葉氏が本拠を置いた千葉の町は当時東国でも指折りの都市として栄えました。

こうした「鎌倉時代に栄えた都市」としてのイメージを浸透・定着させていく取組みを進めます。

事業例

- 「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」の推進
- 鎌倉時代のまちなみの導入に向けた研究
- 駅前等への「千葉常胤」「騎馬武者」像の設置の検討
- 鎌倉時代の居館の研究



方向性3

「千葉市らしさ」の 見える化の推進

(3) ビーチテイストのまちなみ形成

海まで行かなくても、「海辺」の街が感じられるような雰囲気づくりを進めます。

事業例

- 「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

かつての地域の歴史文化の伝承を目的に、信仰とは離れたところでも民衆の生活に深く関わっていた神社の境内などの風景をイメージさせるモニュメントの設置を検討します。

事業例

- 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

本市の玄関口であるJR千葉駅のほか、本市内外の多くの人々が利用する公共交通の駅などにおいて「千葉市らしさ」や4つの地域資源の雰囲気を感じられるようにしていきます。

事業例

- 主要鉄道駅、パーキングエリア、旅客船ターミナルなどにおける「千葉市らしさ」の雰囲気づくり
- 4つの地域資源に関わる鉄道駅等におけるそれぞれの地域資源の雰囲気づくり
- 千葉市内の物産販売店等での「千葉市らしさ」の雰囲気づくり
- 市役所、区役所、そのほか公共施設での「千葉常胤」像の設置



方向性3

「千葉市らしさ」の 見える化の推進

(6) まちなかの案内板の整備

千葉氏関連施設や千葉氏ゆかりの場所などの案内板をまちなかに設置し、千葉氏に関する興味や歴史的探究心をくすぐり、市内を回遊してもらうようにします。

事業例

- 千葉氏など歴史関連施設を示す観光案内板の整備
- 中心市街地案内板等を活用した千葉氏ゆかりの場所を案内



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

4つの地域資源に関する個別の取組みを、「千葉市らしさ」の醸成へと昇華させていくためには、戦略的かつ体系的に発信・プロモーションしていくことが重要です。

このために、記念行事や都市間交流など象徴的な取組みを通じた「千葉市らしさ」の醸成と拡散を図るとともに、様々な情報発信を進めます。

東京オリンピック・パラリンピックや市内で開催される国際的イベントの機会も活用していきます。

(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

千葉市らしさを市内外にアピールする記念行事の実施や、既存行事の見直しなどを進めます。

【市の節目となる行事の開催】

千葉開府890年や900年などの本市の歴史上重要な年にイベントを開催し、市民意識の醸成、機運向上を図ることで、都市アイデンティティの確立、推進を行います。

また、市制施行100年(2021(平成33)年)や、政令指定都市移行30年(2022(平成34)年)などにおいても、都市アイデンティティ確立の視点をもって行事を開催します。

さらに、様々なイベントについて、冠表記を行います。

事業例

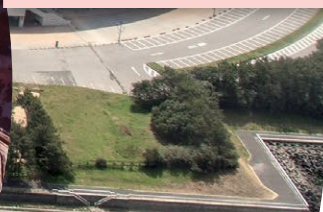
- 加曽利貝塚博物館開館50周年を記念するイベント(2016(平成28)年)の実施
- 千葉開府890年記念イベント(2016(平成28)年)の実施
- 千葉常胤生誕900年イベント(2018(平成30)年)の実施
- 千葉開府900年記念イベント(2026(平成38)年)の実施

【千葉開府の日(6月1日)の取扱いの検討】

現在、本市が政令指定都市移行の政令が公布された日である10月18日を「市民の日」として定めていますが、千葉常胤が現在の中央区亥鼻付近に本拠を移し都市としての千葉市が始まったと言われる6月1日についても記念日化することを検討していきます。

事業例

- 6月1日「千葉開府の日」の記念日化の検討



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

【千葉の親子三代夏祭りの再構築】

「千葉の親子三代夏祭り」は、1976（昭和51）年に千葉開府850年を記念して始まったものであることから、原点に歴史的な意味を有しており、千葉氏とも深い関わりがあるものです。

このような背景を踏まえ、親子三代夏祭りを、市民が郷土への愛着や誇りを感じられるような本当の意味での市民祭りへと再構築していきます。

事業例

- 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

「都市アイデンティティ」を国内外にアピールする際の統一的なシンボルとなる市章の活用や、新たなキャッチコピー等、ブランドシンボルの検討を進めます。

本市の市章は、千葉氏の紋章である月星紋に千葉市の「千」の字を組み合わせたデザインです。本市の歴史にちなんだ市章を積極的に活用することにより、千葉市らしさの発信につなげます。

また、都市アイデンティティを表現するキャッチコピーやロゴマークを検討していきます。

事業例

- 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
- 「千葉市らしさ」を表すキャッチコピーやロゴマークの検討



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

(3) 戦略的な情報発信

4つの地域資源の魅力を戦略的に発信します

事業例

- 映像、パネル、専用ホームページ、ポスター等の作成
- 市政だより等の広報紙、情報誌、ホームページ、テレビ・ラジオ番組等によるPR
- パンフレット、ガイドブックの作成
- ラッピングモノレール・バスの活用
- 既存のイベントの場を活用した4つの地域資源のPR **再掲**
- 市内百貨店等と連携したPR
- 歴史愛好家のサイトへのリンク依頼
- 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

4つの地域資源を起点に、幅広い市民が「千葉市らしさ」について学び、語り合えるような機会を提供します。

事業例

- 「千葉市あるある」「千葉市トリビア」などSNS等で市民が語れる場づくり
- 4つの地域資源に関する検定（千葉氏検定等）の実施
- 大学との連携による「千葉学」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

(5) 都市間交流の推進

【千葉開府の日（6月1日）の取扱いの検討】

岩手県一関市、宮城県遠田郡涌谷町、福島県相馬市・南相馬市、岐阜県郡上市、佐賀県小城市など全国の千葉氏ゆかりの都市との連携・交流を推進します。

事業例

- 千葉氏サミットの開催
- 千葉氏ゆかりの都市と連携した物販・PRキャラバンの実施
- 相馬野馬追など千葉氏ゆかりの地に伝わる伝統行事の誘致
- さまざまな行政分野における連携・交流事業の検討
- 協議会設立の検討

【鎌倉時代の有力御家人ゆかりの都市との連携・交流の検討】

千葉氏が活躍した鎌倉時代を再評価し、その存在感や価値を高めるため、同時代の有力御家人にゆかりのある都市との連携・交流を検討していきます。

【「貝塚」「ハス」「人工海浜」に関連する都市との連携・交流の検討】

「貝塚」「ハス」「人工海浜」を地域資源として活用する国内外の都市との連携・交流を検討していきます。

(6) 「さきがけとなる」施策の推進

本市の歴史に基づく都市特性として、さきがけとなって「新たな価値観を受け入れる」「才能の開花を助ける」といった面があると考えられます。こういった「千葉市らしさ」に着目し、このコンセプトに合致した施策推進を図ります。



3. 戦略プラン推進期間後を見据えた取組み

本市は、戦略プランにおいて重点的に活用していくこととしている「加曽利貝塚」「オオガハス」「千葉氏」「海辺」の4つの地域資源のほかにも、戦後の本市の発展を支えた工業の存在や、さつまいも栽培の発祥の地であることなど、本市固有の歴史やルーツに基づく様々な地域資源を有しています。

戦略プランの推進期間後を見据えて、これらの活用について、社会情勢なども勘案しながら検討します。

戦略プランの推進期間後を見据えて、4つの資源以外の本市固有の様々な地域資源も社会情勢などを勘案しながら重点的な活用を検討します。



第3章

都市アイデンティティ確立に向けた取組み

4. ロードマップ

年	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)
段階	ステージ1【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。			ステージ2【継承期】 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。				ステージ3【飛翔期】 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。			
節目の年	<ul style="list-style-type: none"> ● 千葉開府890年 (2016) ● 千葉常胤生誕900年 (2018) ● 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) 			<ul style="list-style-type: none"> ● 東京オリンピック・パラリンピック (2020) ● 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) 				<ul style="list-style-type: none"> ● 千葉開府900年 (2026) ● いなげの浜オープン50年 (2026) 			
方向性1 4つの地域資源の 魅力あるコンテンツの充実	4資源の魅力あるコンテンツの整備										
	4資源を組み込んだ旅行・観光商品やグッズ等の開発			4資源を組み込んだ旅行・観光商品やグッズ等の展開				4資源を組み込んだ旅行・観光商品やグッズ等の更新			
方向性2 4つの地域資源に 親しみ楽しむ機会づくり	幅広い市民が4資源を知り・親しむ機会づくり										
	4資源とつながる新たなカルチャー育成			多彩なカルチャーの開花				独自のカルチャーの定着			
方向性3 「千葉市らしさ」の 見える化の推進	見える化事業の構想の検討			見える化事業の計画				見える化事業の具体化			
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	アピールイベントの実施										
	戦略的かつ積極的な情報発信										
	千葉市らしさを語る場づくり			千葉市らしさを市外に語る取組み				千葉市らしさを世界に発信する取組み			



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

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

