

1 計画の目的と位置づけ

「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
- ・市民団体による具体的な取組みが生まれるなど、「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 計画期間及び進捗管理

- ・目標年次 1126年に千葉常重が千葉に本拠を移して(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、PCDA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

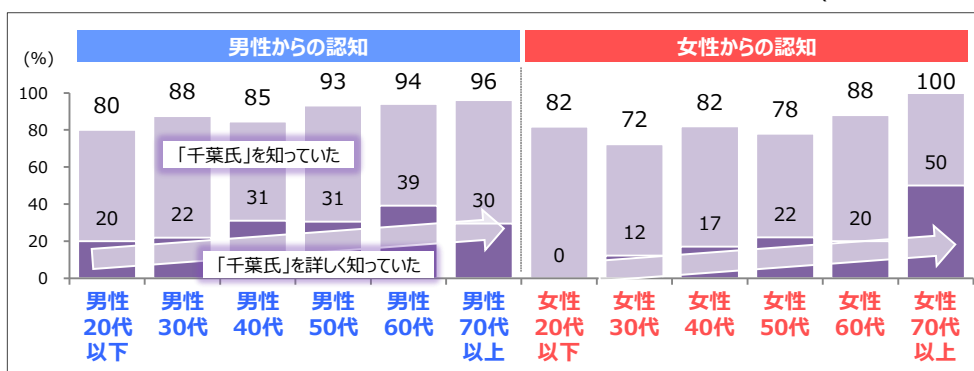
4 現状と課題

・若年層や女性の理解が得られていない

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

【性別・年代別認知率】

(2018WEBアンケート)

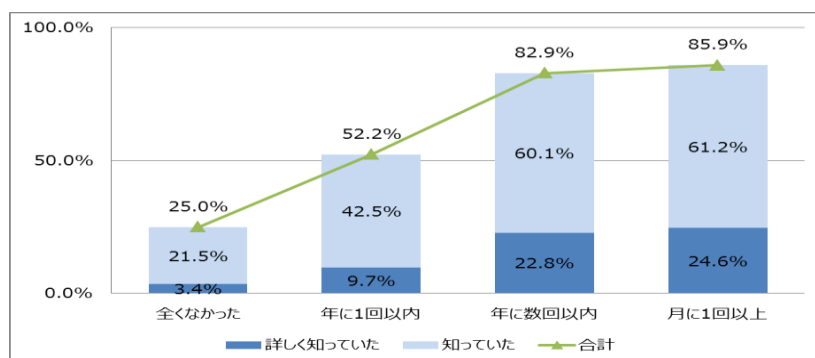


・接触頻度が増えると理解度が高まる

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

【接触頻度×認知度】

(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%

施策の進捗度を測る指標	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	コンテンツ整備							
	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							
	郷土博物館周辺の看板整備							
	大椎城跡の発掘調査							
(方向性2) 親しむ楽しむ 機会づくり	幅広い市民が4つの資源を知り、親しむ機会づくり							
	「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」							
	千葉の親子三代夏祭り、若年層向けイベント（千葉JC）							
	公開市民講座の実施							
	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	事業の計画				事業の具体化			
	通町公園の再整備、一部供用				通町公園 全体供用			
	史跡看板整備							
(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	戦略的かつ積極的な情報発信							
	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								