

## マーケティング戦略の必要性

### 4C とビジネスモデル

駅の利用者	Customer	P/L が+
他の駅への流出	Competitor	
八千代市の財政	Company	P/L が+
駅周辺の事業者	Co-operator	P/L が+

3者の P/L が黒字でなければ持続可能で継続的なビジネスモデルが成り立たない

#### 1. 駅の利用者

八千代台だけでなく花見川区の住人や通勤者  
他都市への通勤者  
他駅からのあるいは他駅への買い物客  
顧客ペルソナ

年齢、男女、勤労者、年金受給者、障害者、単身者、  
共働き子育て世帯(DEWKS)、F1層(注1)など

注1)F1層とは、マーケティングにおいて最重要層となる20～34歳の女性を指します。彼女たちは消費意欲が強く、特に美容やスキルアップなど、自分自身にお金をかけることを惜しみません。また、新しいトレンドにも敏感で多感な年齢でもあるため、企業のターゲット層となることが多いです。<sup>1</sup>これ以外にも、F1層はマスコミではドラマのターゲット層になりやすいため、F1層を意識したドラマ制作が行われることも少なくありません。

#### 2. 他の駅への転出

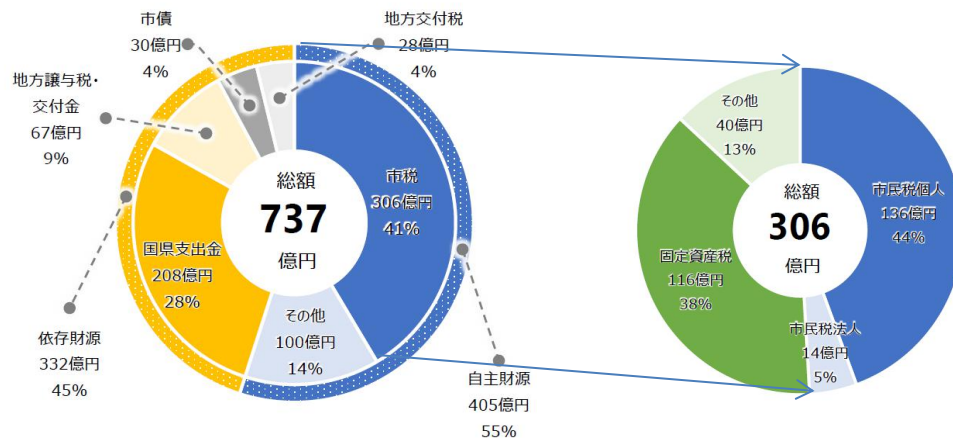
津田沼や流山おおたかの森駅など

#### 3. 八千代市の財政

歳入の41%が市税 405億円(令和4年度)

市税の87%が市民税と固定資産税

市税を含む自主財源(地方税、使用料、手数料、など)全体では、55%



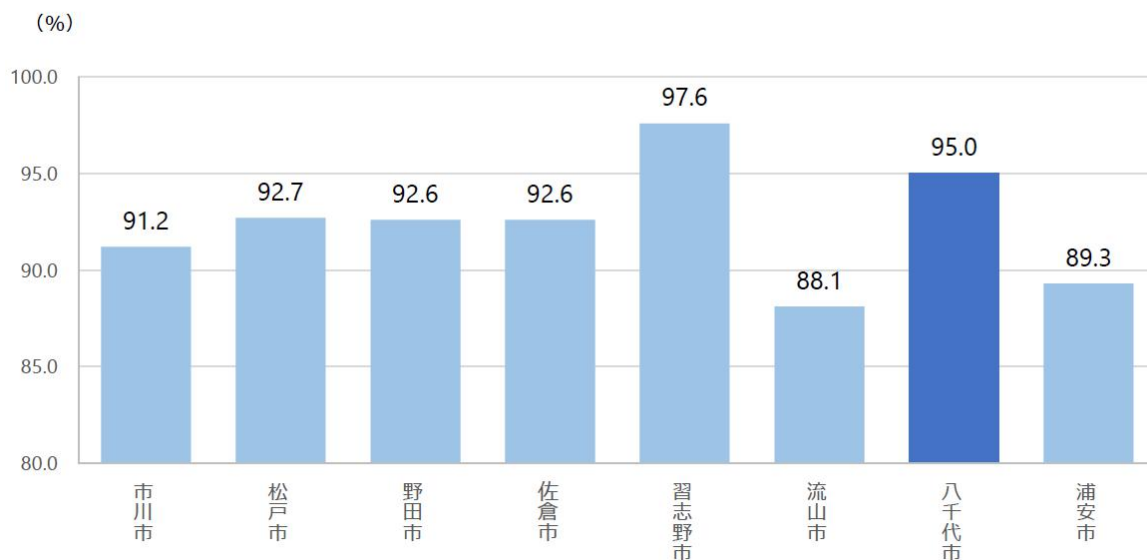
※上記のグラフは、令和4年度決算の内訳を表しています。

※上記のグラフは、令和4年度決算の内訳を表しています。

経常的な収入に対して、経常的な支出がどの程度あるかを表す「経常収支比率」は令和4年度では、95.0%となり千葉県平均92.4%よりも高い。経常終始比率は、財政構造の弾力性を判断するための指標であり、類似団体との比較でもかなり高い。

### ※ 千葉県内市類似団体との比較

下のグラフは令和4年度決算の数値で、本市は比較的高い水準に位置しています。

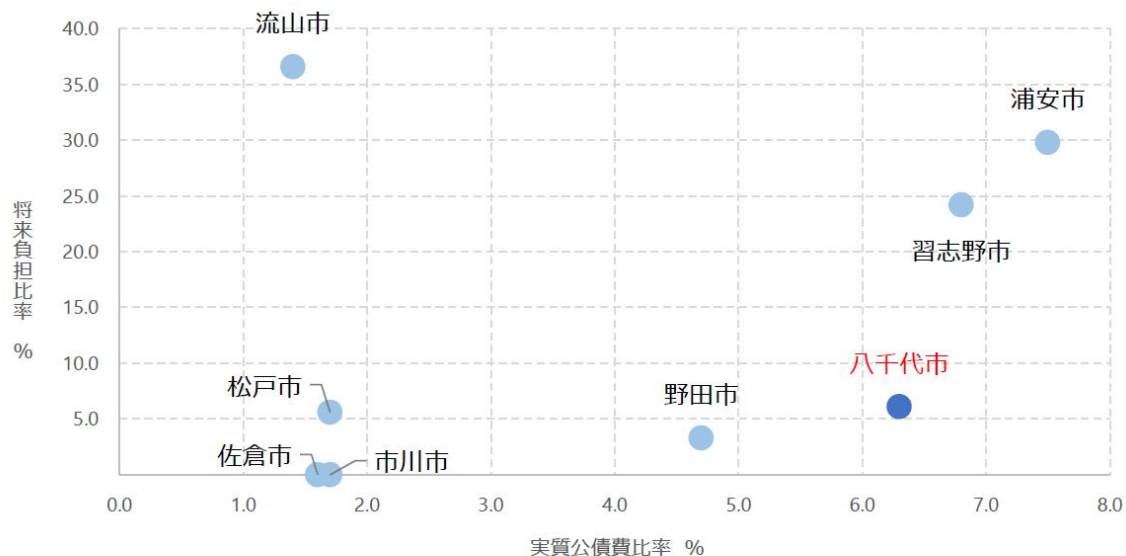


※類似団体とは、総務省において分類する態様（人口及び第2次・第3次産業人口比率）が類似している地方公共団体のことです。

地方公共団体の借入金地方債の返済額(公債費)の大きさを、その地方公共団体の財政規模に対する割合で表したものである、実質公債費比率は、早期健全化基準の25%を大きく下回っている。

## ※ 千葉県内市類似団体との比較

下のグラフは令和4年度決算の数値で、実質公債費比率が比較的高い水準であることが分かります。今後も市債の適正な発行に努めていく必要があります。



※類似団体とは、総務省において分類する態様（人口及び第2次・第3次産業人口比率）が類似している地方公共団体のことです。

中長期財政収支の見通しでは収支がマイナスとなる予測

## ※ 中長期財政収支見通し

(単位：百万円)

年度	歳入総額	歳出総額	収支
令和5年度 当初予算額	64,896	64,896	0
令和6年度 当初予算見込額	67,325	68,873	△1,548
令和7年度 当初予算見込額	76,411	79,652	△3,241
令和8年度 当初予算見込額	74,001	77,199	△3,198
令和9年度 当初予算見込額	71,495	74,094	△2,599
令和10年度 当初予算見込額	68,773	71,249	△2,476

※ 上記金額は、一般会計ベースの金額です。

## 4. 駅周辺の事業者

## 八千代台駅周辺の SWOT 分析

	内部環境	外部環境
プラス	<p>強み S</p> <p>大型店舗エルムが充実 京成特急停車 一戸建て住宅地が多い 高校までの若い学生はエルムに集まる 駅近に小学校がある エスニック系レストランが多い</p>	<p>機会 O</p> <p>温暖な気候 成田空港へ電車で 35 分 安定した北総台地上に立地 (Google のデータセンターも印西市に立地) 東京都心への通勤 1 時間以内 花見川沿いのサイクリングロード</p>
マイナス	<p>弱み W</p> <p>既存市街地の老朽化 高齢化が進んでいる 歩道が少ない 商店街に空き店舗多い 人の滞留場所が少ない 図書館が古く暗い 駅周辺に老朽化したビルが多く地震等災害による倒壊が危険 空き家の増加 (60 戸/年) 公共施設の老朽化、IT 化されていない、プロジェクターもない</p>	<p>脅威 T</p> <p>外国人が増加 流山市など周辺都市 (東葉高速線沿線) への人口流出?</p>

### 自治体まちづくりの事例

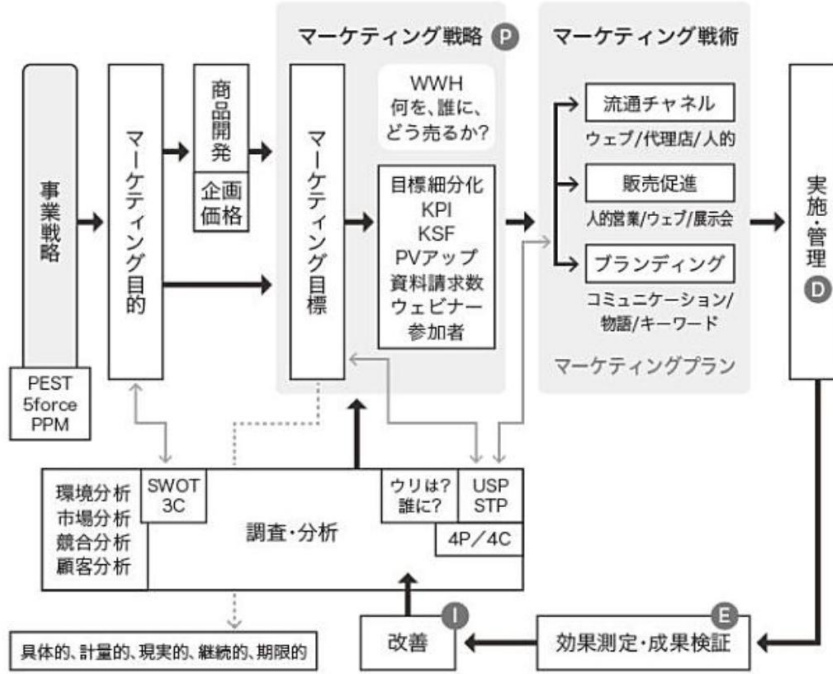
[まちづくり事例 | 中心市街地活性化協議会支援センター \(まちかつ\) \(smr.j.go.jp\)](http://smr.j.go.jp)

・日南市

[行政マーケティングの実践 \(宮崎県日南市\) | まちづくり事例 | 中心市街地活性化協議会支援センター \(まちかつ\) \(smr.j.go.jp\)](http://smr.j.go.jp)

書籍：実施する順に解説！「マーケティング」実践講座よりマーケティング活動の流れ

### マーケティング活動の流れ



### フレームワークの使い場所

