

資料： えきまちブランディングの会

目次：

1. 京成本線沿線まちづくりビジョン抜粋
 2. まちづくり成功事例の研究
 - (1)流山市
 - (2)明石市
 - (3)国土交通省 市街地整備 2.0
 - (4)国土交通省 駅まちデザイン検討会
 3. マーケティングおよびブランディング戦略の研究と適用
 4. まちづくり手法としてのブランディング
-

1. 京成本線沿線まちづくりビジョン抜粋

2023年10月に公開された「京成本線沿線まちづくりビジョン」から八千代台駅周辺についてのページを一部抜粋します。



(2) 八千代台駅周辺の課題解決に向けた取組の方向性

道路

【目指す姿】

歩行者が快適に歩きやすく、周辺のアクセス性が優れた、地域住民に限らず多くの人が利用しやすく、バリアフリーを考慮した駅周辺の空間づくり

【取組内容】

駅前広場や交通結節点としての利便性の向上を目指すとともに、都市計画道路未整備区間の整備を進めることで、道路ネットワークを形成していきます。

- ・上空利用の検討を含む駅前広場の拡張整備
- ・都市計画道路3・4・12号八千代台南勝田台線の整備

まちの利便性

【目指す姿】

駅東西が一体化した、まちの玄関口にふさわしい駅周辺の市街地環境づくり

【取組内容】

八千代台駅の東西間の移動しやすさを向上させ、駅周辺の利便性を高め、円滑な歩行空間を創出します。また、駅周辺の土地利用の高度化や商業施設等の配置による魅力的な空間形成を図ります。

- ・立体利用等による駅東西や駅周辺の安全かつ快適な往来の促進
- ・土地の合理的かつ健全な高度利用、都市機能の更新を図るための整備や建築物の誘導

まちの持続可能性

【目指す姿】

住民の暮らしを支える多様なサービスが維持・発展した、将来にわたり住民がいつまでも安心して暮らしていける地域づくり

【取組内容】

機能移転等が検討されている公共施設等について、将来需要を見通した施設の適正配置を推進します。また、将来を見据えた適切な土地利用により、まちの玄関口にふさわしい都市機能の更新を図ります。

- ・市民のニーズに応じた公共施設等の配置最適化
- ・子育て世代や高齢者など、多様な世代にとっての快適性の向上に資する駅周辺の生活環境の充実

住環境

【目指す姿】

空家等の発生の抑制と適切な維持管理の促進による、安心して暮らせる地域づくり

【取組内容】

- 空家等及び老朽住宅の対策の推進を図ります。
- ・八千代市空家等対策計画の取組推進
- ・住宅の耐震性の確保や分譲マンションの管理適正化等に向けた取組の支援

1. 京成本線沿線まちづくりビジョンとは

2. 上位計画及び関連計画の整理

3. まちづくりビジョンの対象地域

4. 京成本線沿線地域全体の関係図及び課題の整理

5. 京成本線沿線地域全体の将来像

6. 八千代台駅周辺のまちづくり

7. 京成和田駅周辺のまちづくり

8. 勝田台駅周辺のまちづくり

9. まちづくり手法の検討

10. 将来像の実現に向けたまちづくりの推進

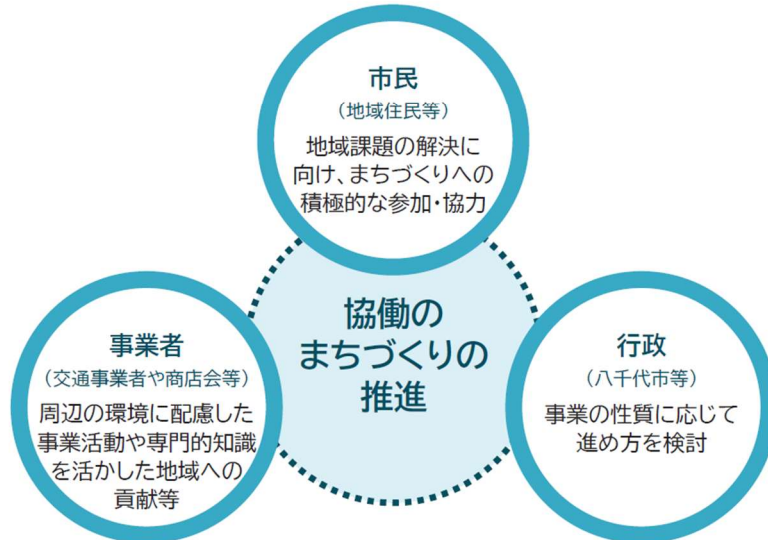


10. 将来像の実現に向けたまちづくりの推進

(1) 施策の推進体制

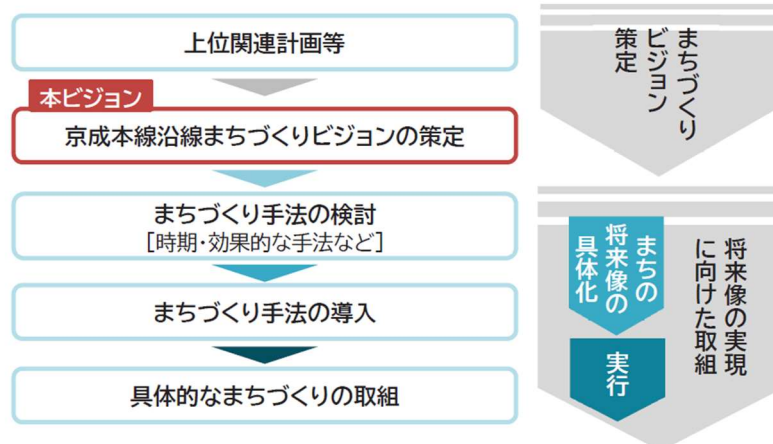
本ビジョンに示した取組を進めていくために、市民・事業者・行政が地域の課題や目標を共有し、連携を図りながら、まちづくりを進めていきます。

また、まちづくりの推進にあたっては、行政主導による手法、市民・事業者が協働する手法、市民・事業者・行政が計画段階から協力して進める手法など、事業の性質に応じて多様な主体の連携による地域の視点に立った「協働のまちづくりの推進」を図り、将来像の実現を目指します。



(2) 今後の進め方

本ビジョンを踏まえ、以下の流れで将来像の実現に向けた取組を進めていきます。



1. 京成本線沿線まちづくりビジョンとは

2. 上位計画及び関連計画の整理

3. まちづくりビジョンの対象地域

4. 京成本線沿線地域全体に係る現状及び課題の整理

5. 京成本線沿線地域全体の将来像

6. 八千代台駅周辺のまちづくり

7. 京成犬伏駅周辺のまちづくり

8. 藤田台駅周辺のまちづくり

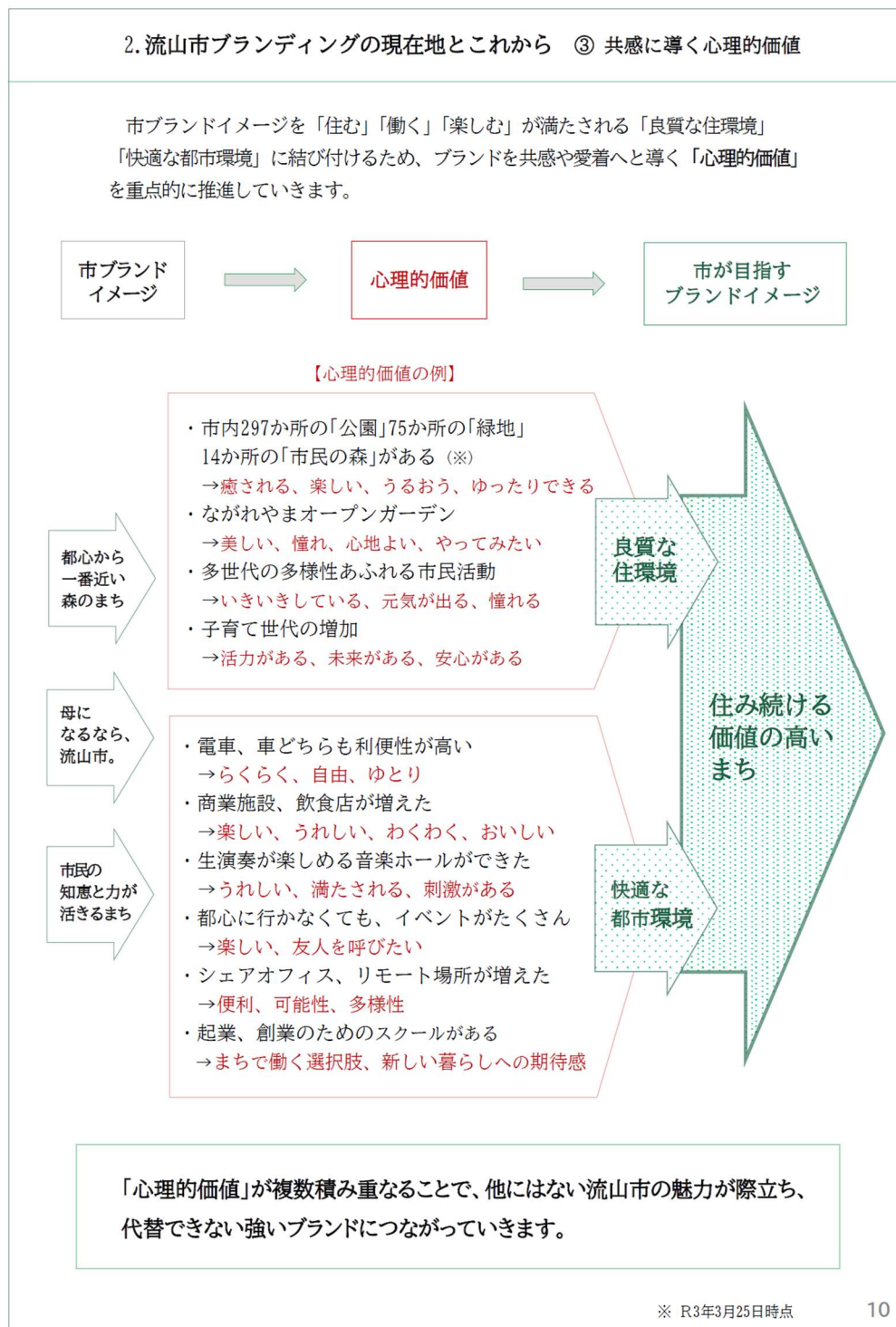
9. まちづくり手法の検討

10. 将来像の実現に向けたまちづくりの推進

2. まちづくり成功事例の研究

(1) 流山市

流山市は人口約 20 万人で八千代市の人口とほぼ同じ。つくばエクスプレスの開業により「都心から一番近い森のまち」として、人口増加が続いている成功事例。市にはマーケティング課が存在し、都心の電車の駅には「母になるならながれやま」のポスターを貼り、都内から共働き子育て世代が続々と移住してきたことで有名。ただし、新駅「おおたかの森」駅開業による効果が高いと考えられる。



千葉県流山市総合政策部マーケティング課「流山市ブランディングプラン」資料から抜粋（令和3年）

◆流山市の経営とマーケティング YouTube 動画から内容を要約

https://www.youtube.com/watch?v=TIjK0RnHhvU&ab_channel=%E8%A1%8C%E6%94%BF%E7%B5%8C%E5%96%B6

・環境分析

1. PEST 分析

PEST 分析とは、自社を取り巻く外部環境が、現在もしくは将来的にどのような影響を与えるかを把握・予測するためのフレームワークのことです。「政治 (Politics)」「経済 (Economy)」「社会 (Society)」「技術 (Technology)」という 4 つの外部環境を取り出し、分析対象とします。

<https://www.utokyo-ipc.co.jp/column/pest-analysis/>

2. 環境 4C 分析

顧客 (Customer)、自社 (Company)、競合 (Competitor)、協力者 (Co-operator)

3. SWOT 分析

脅威

人口減少

競争激化

機会

都心での生活環境の悪化

子育てに関する一貫したサービスへのニーズ

都心への高い利便性に発展の機会

強み

ゆとりある住宅整備ができる環境

街全体の緑の多さ

醸造業や宿場町として栄えた歴史

弱み

市民の高齢化の進展

大企業や商業施設が少ない

古い行政体質がある

・課題の決定

1. 機会と強みを重視する基本方針にする
2. エビデンス重視で構想する

・課題の構想 (仮説)

市民税が主体の流山市であるため、持続可能な歳入構造を確立するためには、「働く世代と次世代を増やすこと」が重要

1. 政策対象を子育て世代に設定する
2. 市の都心への利便性と住環境の良好性を活かし、万全の子育てと教育政策を組み合わせる。
3. これらの政策をマーケティング力で市民価値を高め、その内容を経営力で確実に実行する。
他からの流入が実現できると構想。

・政策目標・方針の決定

目標:市民増の実現

方針:

1. 対象市民を明確にする
2. 政策形成にマーケティングを活用する
3. 長寿社会のもと、財政的にも、持続可能なまちづくりを進める

・政策戦略の策定

市民、競合、強みの視点から検討

1. 若い世代の結婚、出産、子育てのニーズに密着する
2. 政策に地域と市民に適合する独自性を盛り込む
3. 限られた財源を集中

・STPC プロセスの活用による政策コンセプトの創造

1. セグメンテーション:対象市民の細分化
多様な市民ニーズを区分して把握し、最適な対象市民の設定
2. ターゲティング:対象市民の選定
「共働き子育て世代」を対象市民として選択
この世代のニーズに対応するには、
働き続けながら
子育て、教育ができる環境の整備が重要
3. ポジショニング:政策の独自性、優位性の発揮
目標である対象者の流入を促進するためには、競合する自治体との違いが必要
そこで、中心都市に近い割に、落ち着いた町並みと、緑が多いという、他にはない強みを活かし、
都会の洗練さと、豊かな自然の両方を楽しめる点をポジショニングしました。
4. コンセプト:新価値の創造
都心から一番近い森のまち ⇒ ブランド化を目指す
ブランド・コンセプトの内容
① 住める:良質な住環境の整備
② 育てられる:子育て、教育環境の充実
③ 楽しめる:洗練された商業環境の創造

・政策コンセプトを具体化する「政策ミックス戦略」の策定

1. 市民価値
良質な住環境の整備
開発で失われた緑を、住宅や商業施設の緑化で再生する「グリーンチェーン戦略」
一定規模以上の住宅開発に、「子育て支援施設」の設置依頼
敷地面積がある一定面積以下にならないよう要請する「開発許可基準に関する条例」の法整備
子育て支援の強化
待機児童ゼロを最優先課題とし、許認可保育園の新設・増設により定員数を倍増
送迎保育ステーションを市内2駅に設置して市内全保育園への送迎を行っている
教育環境の充実
目標:学ぶ子にこたえる流山市
全中学校に、「算数・数学学習指導員」、「外国語指導助手」を配置
小学校にはネイティブのスーパーバイザーを3名配置
2. 市民コスト
政策の立案・実施には、資源(コスト)投入が必要。大事なものは、成果とコストの「比率」
予算編成や政策形成へのマーケティング適用

部制マネジメント強化による PDCA の徹底で政策の成果を高める
入札制度の変更などで透過する税金額を引き下げ、コスト比率の最小化に挑む
⇒ 現在では、市民1人あたりの行政コストのは全国トップクラスの低さ

3. 市民協働

市民の知恵と力を活かす仕組みの構築
NPO を取得した団体が、公民館や図書館など多くの公共施設の運営管理を担う
市民と行政の協働、市民団体同士の共創から、独自の最上級の企画が実現
 展覧会、コンサート、講演会
 古い倉庫や古民家を改装したユニークな商業施設も建設
 雇用の創出や交流人口の増加に貢献

4. 市民対話

最近ではマスコミの取材も多く、テレビ、雑誌、インターネットを通じての知名度がアップ
その中で最もヒットした媒体は、都心での流山市の注目度を高めた。
 対象：都心に通勤、在住する人
 場所：都内43駅に張り出す
 ポスター：「母になるなら、流山市。」、「学ぶ子にこたえる流山市。」など

書籍：

- ・こうして流山市は人口増を実現している（同友館）
- ・流山がすごい（新潮新書）

◆流山市総合政策部マーケティング課からの情報（e-Mail 抜粋）

昨今立て続けにマーケティング課への視察の依頼が殺到しており、かつ、現在マーケティング課体制として、課長含め3名の少数体制であることから、通常業務に支障をきたす状況となっているとのことで、会議は設定できませんでしたが、以下の情報を連携いただきました。

○おおたかまち図鑑

<https://otaka.machizukan.com/partners/mayor-nagareyama>
視察対応時など、外部へお話する際のベースはこちらの内容に近いものになるかと思います。

○Heroes of Local Government

【流山市 河尻和佳子 #3】行政が場所を用意すればママの夢も叶う
<https://www.holg.jp/jirei/kawajiriwakako3/>

○みんな経営応援通信

転入したママたちの悩みに応えて！流山市の女性向け創業スクールが目指す未来とは？
https://letter.sorimachi.co.jp/entrepreneur_support/20220815

○市町村アカデミー

マーケティング戦略による市政運営で子育て世代の人口増加を実現
https://www.jamp.gr.jp/wp-content/uploads/2022/07/142_01.pdf

また、マーケティング関連の取り組みについては
下記ブランディングプランやマーケティング課のページをご確認いただければ
ある程度把握いただけるかと思いますのでぜひご覧ください。

○流山市ブランディングプラン

<https://www.city.nagareyama.chiba.jp/section/1009951/1009954/1030483.html>

○マーケティング課ページ

<https://www.city.nagareyama.chiba.jp/section/1009951/1009954/index.html>

※過去のプランや転入者アンケート結果、ブランド認知度調査など掲載しております。

また、流山おおたかの森駅前センター地区におけるまちづくりの指針は、以下のページにあります。

<https://www.city.nagareyama.chiba.jp/life/1002263/1002274/1042888/1002316/1002321.html>

(2) 明石市

泉房穂前市長が、「こどもを核としたまちづくり」、「すべての人にやさしいまちづくり」を重点施策として進めた結果、9年連続で人口増加、税収増加、財源増加により次の新たな施策の実行という、まちの好循環が生まれた。人口は30万人を突破し八千代市よりは10万人多いが、新駅などはなく、既存市街地を有効活用している。特に明石駅前に図書館や子供が安全に遊べるスペースなどを設置して、親子がランチなどを食べたりカフェでくつろいだりすることができ、周辺商店街の活性化につながっている。

SDGs未来安心都市・明石

明石市 市政ガイド 2022

やさしい社会を明石から

徹底解説

明石が選ばれる理由

人口
9年連続増

UP

30万人突破

人口、
過去最多
更新中

人口

人口増加率
中核市

第1位

安心

さらに勢いを増す
明石の好循環！

にぎわい

地価

7年連続上昇

税込増

UP

財源

| p22 で解説！ |

全国戻りたい街
ランキング2021

第1位

市民サービスの
向上へ

施策

これが**明石の好循環**



明石市市政ガイド2022から抜粋

整備の概要

2 明石駅前南地区

明石市が参加組合員として取得した専有床に、3層吹き抜きの「あかし市民広場（再開発ビル2階中央部）」と「24時間開放自由通路（同1階・2階部分）」を整備しました。これにより、駅前における動線の再構築とともに中心市街地の回遊拠点が形成されました。



あかし市民広場

再開発ビル（従後） <図版・写真は明石市資料より>

国土交通省「市街地整備 2.0」、3、3) 立体的・重層的な空間利用の推進から抜粋



明石駅前商業施設「パピオスあかし」2 階にある「あかし市民広場」

(3) 国土交通省 市街地整備 2.0

国土交通省は、今後の既存市街地の整備について、基本的な考え方、手法、成功事例などを活用できるよう「市街地整備 2.0」と名付けたレポートを作成し公開している。

[市街地整備：市街地整備資料室 - 国土交通省 \(mlit.go.jp\)](https://mlit.go.jp/moritokyo/urban-renewal/)

膨大な資料が存在するため、参考までに一部の抜粋した資料を以下に掲載する。

2 市街地整備の進め方の転換

1 基本的な考え方

～『「空間」・「機能」確保のための開発』から『「価値」・「持続性」を高める複合的更新』へ～

これまでの市街地整備の進め方

戦後から高度経済成長期、いわゆる右肩上がりの時代における市街地整備は、行政が中心となって土地区画整理事業や市街地再開発事業等の市街地開発事業を主な手法として活用し、公共施設整備や大規模開発が中心であったと言えます。

『行政が中心となった公共空間の確保・宅地の整形化・建物の不燃共同化を大規模に志向した開発』

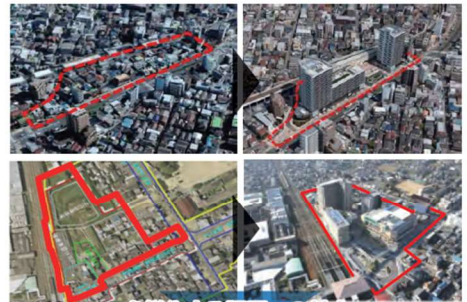
今後求められる市街地整備の進め方

一方、近年、求められる市街地のあり方が、「機能純化」を基礎とした「合理的な市街地」から、「様々なアクティビティが展開される、持続可能で多様性に富んだ市街地」へと転換し、市街地整備が直面する課題も多岐にわたるようになっていきます。

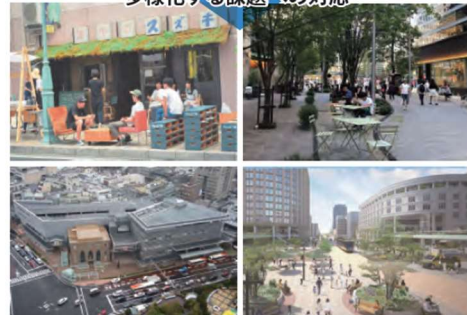
そのため、今後は、多岐にわたる課題にトータルな視点から対応し、エリア全体を複合的に更新することで価値を高め、その価値を持続させていくことが重要になっています。

『「公民連携」で「ビジョンを共有」し、「多様な手法・取組」を組み合わせ、「エリアの価値と持続可能性を高める更新』

密集市街地における防災性の向上のために全面的にクリアランスを図る事業や、駅前広場・大規模商業施設等の市街地整備による拠点形成などが行われてきました。



多様化する課題への対応



複合的な課題に対し、個々の構成要素や一部の性質だけに着目せず、エリアを見渡したトータルな視点から解決を図ることが重要と考えられます。

～ 大都市と地方都市の違いを認識した上で戦略を立てることが重要 ～

大都市と地方都市では、市街地整備に係る前提条件やニーズが大きく異なることから、人口動態、経済活動の状況、土地利用需要等の都市政策上の課題の違い等を念頭に置き、戦略的に市街地整備に取り組むことが必要となります。

大都市

一定の開発利益等が期待でき、デベロッパー等の大規模民間事業者が市街地整備事業を手掛けていることが多い。民間主導の取組みをベースとしながら、公共はサポートに回り、民間の公共貢献やエリアマネジメントなどに対してインセンティブを与え、取組みを促進することが有効。



地方都市

開発利益に依拠した自立した事業計画は成り立ちにくく、大都市のように大規模民間事業者の参画を見込みにくい。立地適正化計画による都市機能立地の再編との連携も視野に入れ、行政が主導的に方向性を示しつつ、民間プロジェクトに戦略的な位置づけを与え、支援することも有効。



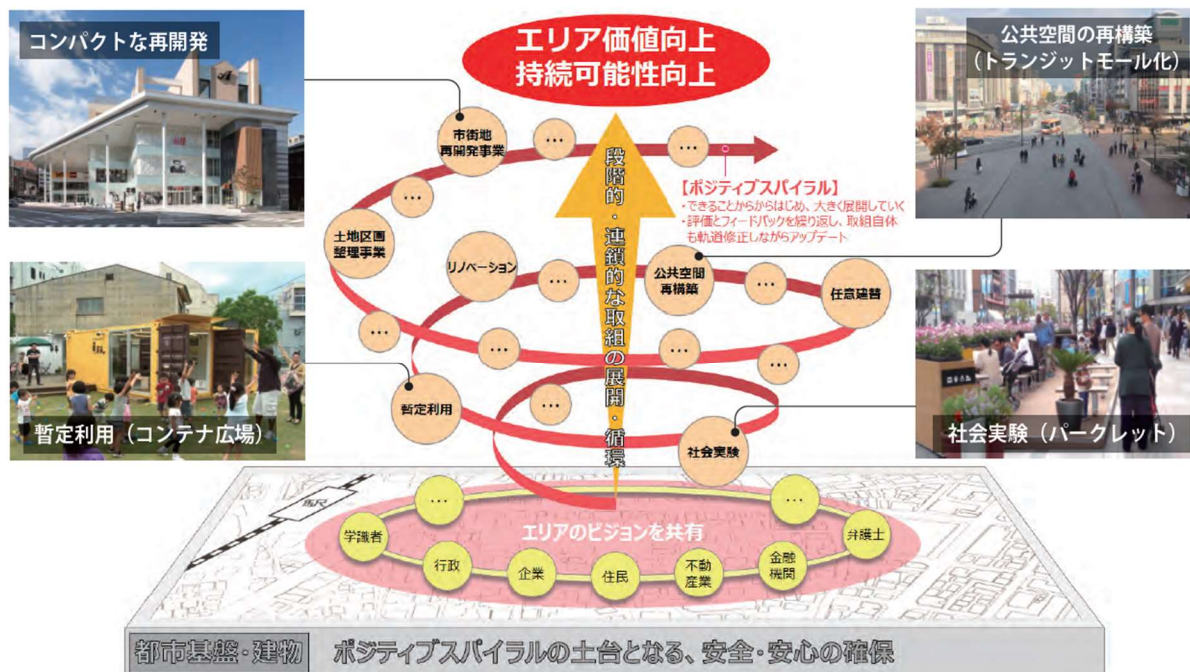
2 留意事項

これまでの『「空間」・「機能」確保のための開発』を「市街地整備 1.0」とすれば、ポジティブスパイラルにより、『「価値」・「持続性」を高める複合的更新』を進める「市街地整備 2.0」とも呼ぶべき考え方へと転換が必要です。

「市街地整備 2.0」の実現に向けて、以下 3 つの点に留意することが大切です。



具体的には、事業実施、運営のサイクルを回しつつ、結果を都度フィードバックし、必要に応じて方向性を修正しながら、エリアの価値や持続可能性の向上に資する取組みを進めること（ポジティブスパイラル）が望めます。



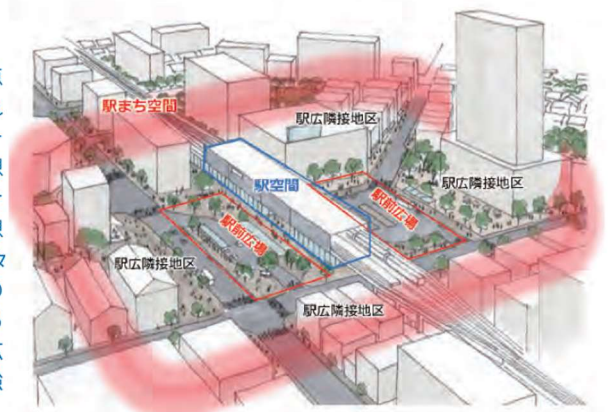
3 市街地整備手法のあり方

4) 駅と周辺市街地の一体的再構築（「駅まち再構築」）の推進

1 考え方

都市の拠点となる駅及びその周辺市街地は、交通結節点として重要な機能を有しています。比較的早期に整備された地区では、駅も含めて老朽化・陳腐化が進んでいるケースもあり、近い将来、一斉に更新時期を迎えることが予想されますが、複雑な権利関係や、空間利用の輻輳、施設そのものの堅牢性等により、市街地の更新が困難な場合も想定されます。駅周辺市街地は、今後、都市機能の立地や様々なアクティビティが展開される拠点として、また、まちの顔として、都市政策上重要な役割を担うことが期待される場所であり、多様な手法を適切に組み合わせ、駅、駅前広場、周辺市街地の一体的な再構築（「駅まち再構築」）を強力に推進すべきであると考えます。

よって、駅まち再構築の計画検討は、エリアのビジョンに反映すべき重要な項目の一つと捉えるとともに、周辺街区と連続する「駅まち空間」として一体的に捉え、鉄道事業者等と幅広い協議・調整をしながら、柔軟な発想でエリアの交通体系の再編、交通結節点の空間整備、機能配置を検討する視点が重要といえます。



ケース2 全天候型広場などゆとりある駅前広場機能の整備 【福井駅周辺地区（福井県福井市）】

ポイント

- ◆ 公民連携のもと合意形成を図り、屋根付きの広場空間を確保し、駅前の賑わいと交流の拠点として整備。
- ◆ 駅前広場内の駐車場の廃止及びタクシープールの一部移転等により、ゆとりある歩行空間を確保するとともに、自家用車、タクシー乗降場のほかに、路線バスのロータリーや路面電車の駅の整備により交通結節機能を強化。

整備の概要

大型商業施設の撤退に伴い、地区再生のため、市街地再開発事業により 公共公益施設としてホールやプラネタリウムを整備しています。
福井駅の顔となる賑わいと交流施設、公共公益施設、屋根付き広場を一体的に整備しています。

経緯等

平成 3 年 福井駅周辺土地区画整理事業都市計画決定
平成 14 年 福井駅西口中央地区開発基本構想策定
平成 19 年 福井駅西口中央地区再開発都市計画決定
平成 24 年 福井駅西口全体空間デザイン基本方針策定
平成 28 年 福井駅・城址周辺地区まちづくりガイドライン策定
福井駅西口中央地区再開発竣工
西口駅前広場供用開始
平成 30 年 福井駅付近連続立体交差事業完了



福井駅周辺地図



市街地再開発事業により整備された施設建築物（ハビリン）と西口駅前広場



屋根付き広場（ハビテラス）内部



西口駅前広場の全景

<図版・写真は国土交通省資料及び福井市資料より>

ケース3 新たな交流空間による駅まち空間の賑わい創出 【日向市駅周辺地区（宮崎県日向市）】

ポイント

- ◆ 土地区画整理事業や連続立体交差事業により回遊性を高めるとともに、駅広隣接地区に公益施設（市民交流プラザ等）を整備することで駅まち空間の賑わいを創出。

整備の概要

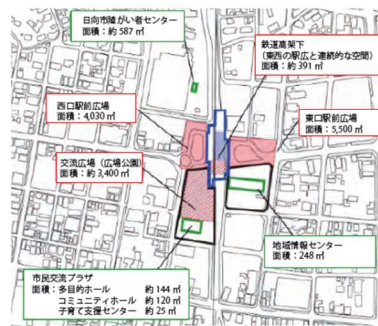
街なかの賑わい、活力の再生を図るために、4つの施策を同時に進め、抜本的な都市構造の改善を行うことで中心市街地が整備されています。

- ①連続立体交差事業
鉄道を高架化し分断された駅周辺地区の一体化
- ②土地区画整理事業
都市基盤整備により交通利便性等を向上
- ③商業集積
- ④交流拠点施設整備

連続立体交差事業を契機に、土地区画整理事業と併せて駅前広場を再編し、交流拠点広場（広場公園）や市民交流プラザ等の複数の拠点施設を整備しています。

経緯等

平成 9 年 日向市駅周辺まちづくり委員会設置
平成 10 年 日向市街なか魅力拠点整備検討委員会設置
平成 13 年 日向地区・都市デザイン会議発足
平成 18 年 新駅舎供用開始
平成 20 年 日向地区連続立体交差事業完了
平成 22 年 交流拠点広場完成



日向駅周辺地図



日向市駅



交流拠点広場

<図版・写真は国土交通省資料及び日向市資料より>

(4) 国土交通省 駅まちデザイン検討会

駅周辺の設計(デザイン)に特化した国土交通省の検討会。デザインの進め方や国内 18 箇所の事例が含まれている。

1. 駅まちデザインとは

1. 駅まちデザインとは

はじめに、駅まちデザイン、駅まち空間の定義、駅まち空間の目指すべき姿について示す。

(1) 駅まちデザイン、駅まち空間とは？

- 「駅まちデザイン」とは、課題やニーズの把握、機能配置・空間設計の検討、合意形成、役割分担、維持管理に至るまで、関係者が連携して、利便性・快適性・安全性・地域性の高いゆとりある「駅まち空間」を形成するための、一連のプロセスに関する考え方や進め方のことである。
- 「駅まち空間」とは、駅や駅前広場と一体的に、周辺市街地との関係も踏まえ、必要な機能の配置を検討することが期待される空間とする。その具体的な範囲は、個々の駅・交通結節点の特性により変化するものであり、一律に定められるものではないが、「駅まち空間」の要素を分類すると以下のようになる。

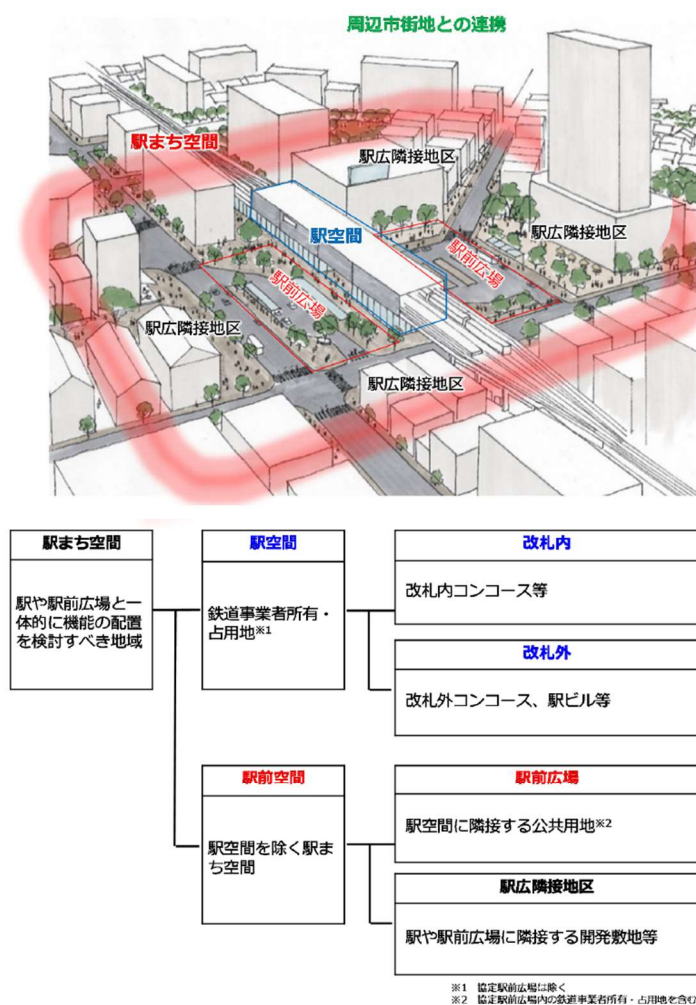


図 1-1 本手引きで対象とする「駅まち空間」の範囲

(2) 駅まち空間に求められるもの

- 駅まち空間は、スムーズな移動や乗り換えを実現する交通結節機能としての**利便性**、居心地の良い空間や魅力ある景観など充実した都市環境が有する**快適性**、歩車の分離やバリアフリー、災害時の一時避難スペースの確保などによる**安全性**、地域の歴史、文化、気候、風土とも調和した、訪れる人々が愛着を感じられるような**地域性**、このような機能を備えることが求められる。
 - 一方、近年では、人を中心としたまちづくりの注目度が高まっており、「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくり（ウォーカブルなまちなかの形成）が各地で推進されている。
 - これは、過度なモータリゼーションにより低下してしまったまちの魅力を見直す動きに加え、社会課題が多様化し、ソーシャルビジネスや CSR、ESG 投資等、民間にも利益追求だけでなくパブリックマインドの広がりが見られることや、同じ空間に多様なアクティビティ、使い方が共存・混在するような空間づくりが指向され始めていること等の流れに沿うものである。
 - また、デジタルテクノロジーの進展により、新たな移動サービス（自動運転、MaaS、シェアリングサービス等）が台頭してきていることや、新たな生活スタイルの普及や意識・価値観の変化が加速化されていること等も影響していると考えられる。
- 駅まち空間は、多くの人々が集まり・出会い・交流が生まれる、都市生活における重要な拠点であり、駅まち空間のあり方とともに、駅まち空間を中心として都市を考える視点も重要である。また、人の集まるところには情報も集まる。多様な情報は、新たな付加価値を生み出す資源である。このような側面からも、**駅まち空間**をこれからの時代のまちづくりの中核を担い得る場所ととらえることが必要である。
- そのため、魅力あるまちづくりを実現するため、**駅まち空間が備えているポテンシャルを最大限効果的に発揮できるようデザインすることが必要**である。
- 我が国の成熟した都市における駅まち空間を対象とすると、従来の公共交通志向型開発（TOD：Transit Oriented Development）の概念に加えて、**既成市街地の再生に向けたリ・デザインの視点や、地域の価値を持続的に向上させていくマネジメントの視点を持つことが必要**である。
- 以上を留意しながら、『つながる駅とまち ～駅とまちの上手なつきあい方～』の実現を導くものが、駅まちデザインである。



図 1-2 求められる駅まち空間のイメージ

3. マーケティングおよびブランディング戦略の研究と適用

流山市のマーケティング課の成功例を参考にして、マーケティング戦略およびその上位のブランディング戦略を研究し、その手法が適用できると考えました。

八千代台駅周辺をマーケティング手法を使って簡易分析してみました。

(1) 4C とビジネスモデル

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

3者の P/L(損益)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)

2. 他の駅への転出

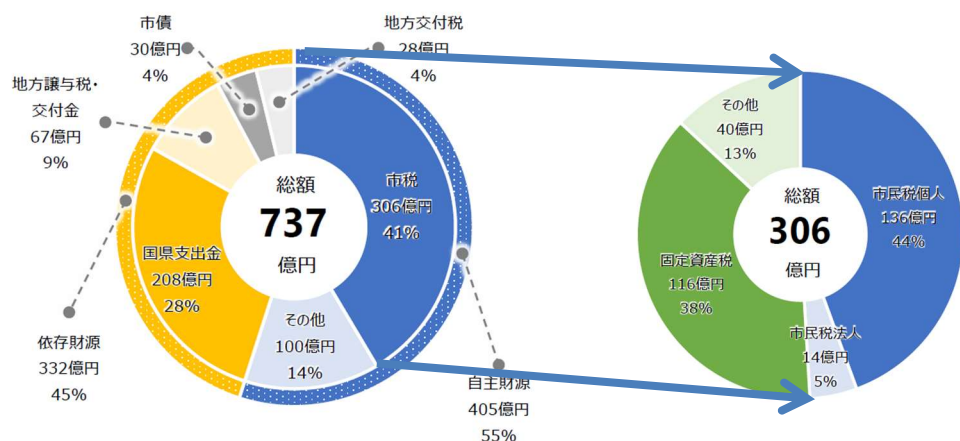
津田沼駅や流山おおたかの森駅など

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。

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となっている。長期的に歳入を増やすか、歳出を減らす必要がある。

※ 中長期財政収支見通し

(単位：百万円)

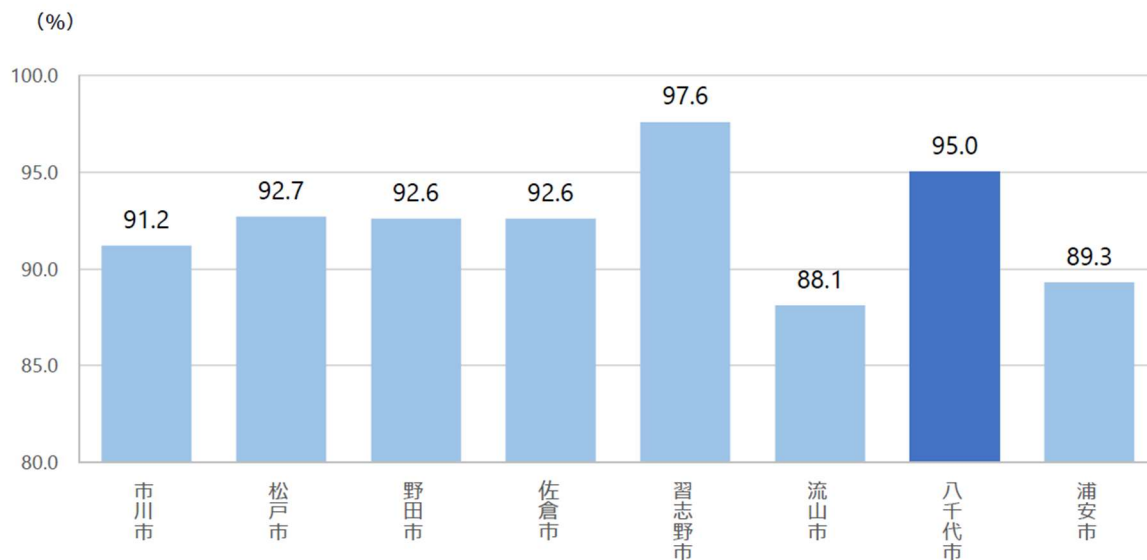
年度	歳入総額	歳出総額	収支
令和5年度 当初予算額	64,896	64,896	0
令和6年度 当初予算見込額	67,325	68,873	△1,548
令和7年度 当初予算見込額	76,411	79,652	△3,241
令和8年度 当初予算見込額	74,001	77,199	△3,198
令和9年度 当初予算見込額	71,495	74,094	△2,599
令和10年度 当初予算見込額	68,773	71,249	△2,476

※ 上記金額は、一般会計ベースの金額です。

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。つまり財政が硬直化して弾力性が低く余裕がない。

※ 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。

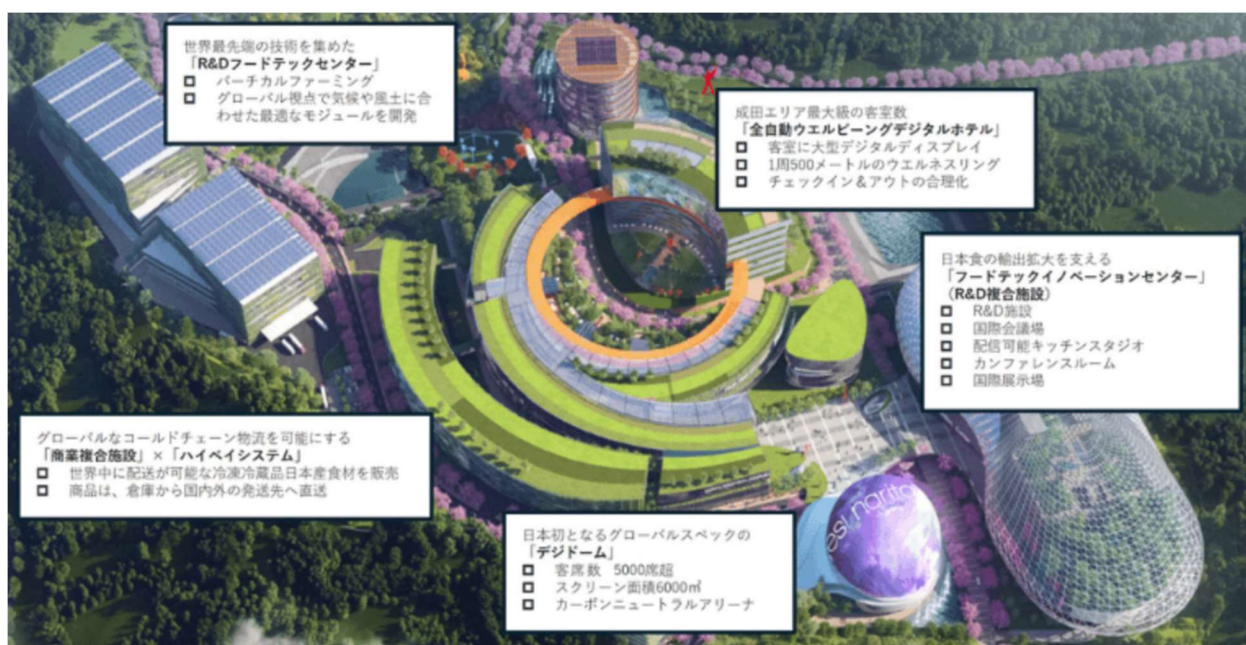
4. 駅周辺の事業者

ショッピングセンター エルム京成、八千代台駅東口通り商店街など

(2) 八千代台駅周辺の SWOT 分析

	内部環境	外部環境
プラス	強み S ● 大型店舗エルムが充実 ● 京成特急電車が停車 ● 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	機会 O ● 温暖な気候 ● 成田空港へ電車で 35 分^(※1) ● 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
マイナス	弱み W ● 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	脅威 T ● 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 ● 津田沼駅南口の再開発

(※1) 2027 年 3 月末に開業予定の「GATEWAY NARITA」へも京成線新駅でアクセス可能





4. まちづくり手法としてのブランディング

出典:「ブランディング教科書」 羽田康祐他 amazon.co.jp のみの限定発売

ブランディングとは、ブランド戦略を実行していくこと。ブランド戦略はマーケティングの上位に位置付けられ、マーケティング活動そのものを規定するための上位戦略。ブランドとは、生活者 1 人 1 人の心の中にあるもの。つまり、生活者から見た独自の役割を築き、感情移入が伴ったモノやサービスのこと。

■ ブランディングの戦略立案ステップ

ステップ1: ブランディングの立脚点を揃える

「ブランディングとは何か？」をチームメンバーと共有する。

ステップ 2: ブランドを取り巻く環境変化を捉える

外部環境の分析のこと。よく用いられる手法として長期的な視野を持つための「PEST 分析」、競合(C)ブランドを上回る魅力で生活者(C)ニーズを満たし、利益を上げ続ける企業活動(C)を意味する「3C 分析」。

3C 分析の目的は「市場・顧客」「競合」「自社」の 3 つを分析し、マーケティングの KFS (Key Factor for Success: 成功要因) を発見すること。

ステップ 3: ブランド戦略を策定する

「独自の役割を築き」「感情移入を形創る」ために、次の項目を策定する。

● ブランド アイデンティティ:

ブランドが創り上げる「より良い社会の姿」を定義する

● ブランド提供価値:

ブランドが提供する価値(=喜び)を定義する

● ブランド知覚品質:

認識してもらうべき品質を定義する

● ブランド連想:

ブランドが際立つための連想を定義する

● ブランドパーソナリティ:

ブランドの個性や態度を定義する

ステップ 4: ブランディングの評価指標を設定する

「ブランドエクイティ」や「KPI の設定方法・手順」

ステップ 5: STP 戦略 を 策定 する

STP 戦略 とは「生活者を分類し(S:セグメンテーション)」「その分類の中からターゲットを選択し(T:ターゲティング)」「そのターゲットにとって独自の役割を築き上げていく(P:ポジショニング)取り組みを指します。

顧客目線で策定するために、ターゲティングとポジショニングの間に「ペルソナデザイン」と「インサイト」を加えることが有効。

ステップ 6: ブランドのデザインポリシーを策定する

生活者の第一印象を創り、トライアル購入に影響を与える非常に重要な要素。

デザインは「パッケージデザイン」「コマーシャル」「グラフィックデザイン」「WEB デザイン」「店頭 POP デザイン」などに形を変えて表に出ていく。



5. 京成本線沿線のまちづくりにおける意見：2024年3月にWebサイトからインプット

1. =====

八千代台駅周辺のまちづくりの目的の第一優先は、利用する人が安全で快適に生活できることだが、どのような人が対象となっているのか明示されていない。人を中心に考えることで、何を優先的に解決していけばよいか明確になる。例えば子育て世代を重視するなら、駅前に保育所を作ったり、休日に子供が遊べるスペースを作るなどの施策に繋がれる。

また、経済の視点が欠如している。建物を建築するには当然コストがかかるが、それに見合う効果が出なければならない。駅周辺を利用する人が増えれば、商店街の収入が増えるだろうし、結果として市の税収増にもつながる。分析検討する手法は企業も市役所も同じであり、経営とマーケティング戦略を融合させることを提案する。特に、第1段階としてマーケティング戦略は重要。PEST分析、4C、SWOT分析、STPCなどは有効なツールである。例として、明石市、ひたちなか市、流山市などを参考にしたい。

2. =====

既存住宅地の老朽化やリノベーション、あるいは更地にして新築を建てる際には、災害に耐え、景観と緑を保全すること、そして駅や中心街へ安全にアクセスできることが求められる。未来に渡って多世代が安心して住み続けることが可能な建築のルールを条例で定めることが有効と考える。

1. 景観と緑

住宅地をリノベーションする、あるいは建て替える時のルールとして景観条例を定める。特に、第一種低層住居専用地域では最小土地面積を規定することで、狭小住宅による住宅地の劣化を防ぐことができる。

緑の景観を残すためには、庭に樹木を植える、あるいは自宅の庭を家庭菜園として使うことを可能にできるように、対象部分を農地として規定する。街としての価値を向上させるには、無電柱化を図り、景観だけでなく災害に強い住宅地としてアピールできる。

2. 安心安全なアクセス

住宅地から駅に向かう通勤通学に使う道路の中でも、特に旧三菱UFJ銀行横の八千代台駅に通じる道路は細くて危険。車、人、自転車が安全に通行できるように長期的な計画を立てて整備すべき。

3. =====

八千代台を活性化させるためには、駅から南東に伸びる道路の西側にある老朽化して危険な小さなビルが集まっている商業施設を区画整理し、1階部分は商業施設とし、2階部分には公共施設および図書館、保育園や幼稚園、子供が遊べる空間などを配置し、3階以上を居住できる高層マンションとする。マンションに居住する人口が増えれば、周辺商業施設も活性化し、市税や固定資産税なども増える。現在、スーパーの「おっかさん」裏の空き地も駐車場や公共施設などに活用できるはず。

情報の簡単分析

自治体の人口特性別9分類(自然減対策と社会減対策)			
A 自立持続可能性自治体: 65			
B ブラックホール型自治体: 25 (B-①:18、B-②:7)			
C 消滅可能性自治体: 744 (C-①:176、C-②:545、C-③:23)			
D その他の自治体: 895 (D-①:121、D-②:260、D-③:514)			
封鎖人口 移動仮定	減少率20%未満	減少率20～50%未満	減少率50%以上
減少率20%未満	A 自立持続可能性	D-① 自然減対策が必要	B-① 自然減対策が極めて必要
減少率20～50%未満	D-② 社会減対策が必要	D-③ 自然減対策が必要 社会減対策が必要	B-② 自然減対策が極めて必要 社会減対策が必要
減少率50%以上	C-① 社会減対策が極めて必要	C-② 自然減対策が必要 社会減対策が極めて必要	C-③ 自然減対策が極めて必要 社会減対策が極めて必要

(注)縦軸および横軸の「減少率」は、若年女性人口(20～39歳)の減少率

自治体名	分析結果			
	9 分類	前回比較 (消滅可能性)	前回比較 (増減率の分類)	前回比較 (増減率)
流山市	A		△①	△42.3
八千代市	D-①		△②	△1.6
我孫子市	D-③		△①	△23.2
鴨川市	D-③		△②	△3.5
鎌ヶ谷市	D-①		△②	△6.5
君津市	D-③	α	△②	△7.0
富津市	C-②	γ-①	△②	△3.9
浦安市	B-①		△②	△8.0
四街道市	D-①		△①	△19.1
袖ヶ浦市	D-①		△①	△17.5
八街市	C-②	γ-②	▼②	▼2.2
印西市	A		△①	△28.9
白井市	D-①		△①	△13.0

千葉県内で自立持続可能性自治体(A)は流山市と印西市。八千代市は(D-①)「自然減対策が必要」。流山市と印西市は、首都圏では共に子育てしやすい自治体として上位を占める。

ブラックホール型自治体(B-①②)は以下からわかるように、大都市圏、特に東京都区部。少子高齢化の元凶となっている。東京一極集中を減少させる政策が必須。

自治体名	分析結果				2050年人口（移動想定）		
	9分類	前回比較 (消滅可能性)	前回比較 (増減率の分類)	前回比較 (増減率)	若年女性人口減少率（%）	若年女性人口	総人口
浦安市	B-①		△②	△8.0	▼14.3	22,286	163,769
酒々井町	B-②		△①	△14.2	▼33.4	1,395	15,329
新宿区	B-①		△①	△14.5	▼6.6	55,474	364,111
文京区	B-①		△①	△31.1	▼3.1	36,416	271,626
台東区	B-①		△①	△30.3	▼4.4	28,158	244,549
墨田区	B-①		△①	△14.1	▼6.7	38,108	297,077
品川区	B-①		△①	△18.1	▼5.3	60,637	465,174
目黒区	B-①		△①	△30.5	▼1.8	44,248	298,596
大田区	B-①		△①	△11.1	▼8.5	97,205	768,130
世田谷区	B-①		△①	△19.2	▼5.9	127,964	987,144
渋谷区	B-①		△①	△34.3	▼5.2	37,175	267,179
中野区	B-①		△①	△30.1	▼9.3	52,354	361,660
杉並区	B-①		△①	△31.6	▼11.9	82,359	618,595
豊島区	B-①	α	△①	△48.0	▼2.8	50,075	329,403
北区	B-①		△①	△20.6	▼9.1	45,321	358,782
荒川区	B-①		△②	△7.9	▼2.3	28,808	231,170
板橋区	B-①		△①	△16.9	▼9.6	77,349	605,109
練馬区	B-①		△①	△26.3	▼7.2	99,192	755,009
青ヶ島村	B-②	α	△①	△33.4	▼23.1	20	146
京都市	B-②		△①	△12.5	▼27.2	129,376	1,240,645
大阪市	B-②		△①	△11.6	▼25.9	272,882	2,430,185

ライフ ▶ 住みよさランキング

「子育てしやすい自治体」ランキング最新版

全都道府県別・トップ3のランキングも公開

1～

79

80

81

最新

東洋経済『都市データパック』編集部

+ 著者フォロー

2023/06/17 5:00

シェアする

✕ ポストする

B! ブックマーク

メールで送る

印刷

A+ 拡大

A- 縮小

■ 子育てしやすい自治体ランキング【東京圏】

子育て 順位	都市名 (都道府県名)	合計得点	前回 順位
1	印西市（千葉）	761.66	1
2	流山市（千葉）	750.20	8
3	逗子市（神奈川）	734.59	4
4	文京区（東京）	730.12	2
5	習志野市（千葉）	723.62	45
6	国分寺市（東京）	721.63	圏外
7	東松山市（埼玉）	719.26	13
8	本庄市（埼玉）	717.72	18
9	四街道市（千葉）	713.72	7
10	柏市（千葉）	713.25	30

なお、八千代市は 32 位でした。