

■プロモーションの目標及び対象に対する委員意見一覧

委員氏名	事務局例	吉田委員	木本委員	内田委員	門野委員
目標	<p>いつもの暮らしの中に、暮らす人それぞれの、ちょっといい時間やほんのりとした楽しみが散りばめられているまちであり続けることを目標とする。</p>	<p>中心街の賑わい、活況の維持、交流活性、公共空間の維持等朝霞市が抱える課題の解決には、下記対象を中心とした定住人口流入(人口インフラの確保)が必要。そのため、シティ・プロモーション事業では、一義的には</p> <p>【量的目標】 2025年度160,000人、2030年度180,000人といった在住人口に対する具体的な数値目標(仮)を実現するための市内外へ向けたコミュニケーション事業。また、朝霞市全体の政策課題的なレベルにもなりません</p> <p>【質的目標】 在住者ファーストの「ふだんクオリティ」の向上(そのための環境醸成) 上記によって進化しつづける、朝霞魅力の抽出とその市内外への発信。</p>	<p>「都会に一番近く、体験型の田舎の日常ができる街」＝「むさしのフロント」としての街の魅力を朝霞市民全体で享受し分かち合い、さらに高めることができるような状態を作り、街の発展を図る。</p>	<p>家に帰るとホッとする安心感がある、住みやすい・住みつけたい街を目標とする。</p>	<p>暮らしている人々の「〇〇したい」という想いを叶えられる環境であり、それぞれの想いをサポートするまちであることを目標とする。</p>
対象	<p>子育て世代の核家族を対象にプロモーションを展開する。</p>	<p>10～20年後も健全な全世代型人口構成ピラミッド(三角形型)を維持していくことが、コミュニティのあり方、また財政面からも必須の条件。そのため、ターゲットは下記の順と考えます。</p> <p>①市外在住の子育て世代、子育て予備世代20～30代既婚者 ②市外在住の、より快適でバランスの良い住環境を求める40～50代既婚者(DINKS含む)</p> <p>■主要ターゲットエリアに関しては、*ネーバーリングシティ(首都圏)及び近隣特別区(23区) *ご案内レポートご参照</p>	<p>新規転入者と朝霞で生まれ育った3世代目、4世代目に朝霞の街の特別感と魅力を伝える。</p>	<p>転入した家族および親と子(2世代)の家族を中心にプロモーションを展開する。</p>	<p>朝霞に暮らすことで自分のなりたい生活を叶えたい、と考えているファミリー層にプロモーションを展開する。</p>
理由	<p>各データを見てみると、朝霞で暮らす子育て世帯は核家族といわれる世帯構成をしており、子育てと仕事を両立する忙しい日々でありながらも、規則正しい睡眠やバランスのいい食事といった基本的な暮らしを送ることができている。そのうえで、合間に上手に休息したり、趣味を楽しんだり、家族で近所の公園に出かけたり、このまちならではの催しを心待ちにしたり、友人知人や地域とのつながりを育んだりする時間を持つこともできている。</p> <p>このように、人それぞれが自分自身の望むスタイルで暮らすことのできる、懐の深いまちであることは、誰にとっても魅力的なまちの姿であり、このような暮らしを送ることができるまちであり続けることが朝霞市のプロモーションが目指すものであると考え、目標として設定した。</p>	<p>東武東上線では朝霞駅と川越市駅だけであり、大変に珍しく、東武東上線内では川越市と共に一番歴史が古く、最も早く近代化を迎えた街「むさしのフロント」と言えます。</p> <p>街に歴史があると良い点は第三次産業だけの新しい街にはない体験型の魅力が味わえること。街に歴史があるから面白い！古くからの朝霞市の居住者が街の財産、朝霞市の魅力をかもし出しています。</p> <p>そのため朝霞市の魅力「むさしのフロント」を分解しその魅力を守り、古くからの街の居住者と、新規転入者それぞれに伝え続け、それぞれが存在し続ける街であることが必要です。</p> <p>都市生活者でも自分や家族の暮らしが感動的で豊かな体験で満たされる、田舎のような五感を刺激する体験型の暮らしができる最前線＝「むさしのフロント」これが朝霞市の魅力。</p>	<p>各アンケート結果報告書等から、生まれたときから朝霞市に住んでいる割合は少なく転入の割合が多いが、居住年数が長くなると、朝霞市に「住みつけたい」の割合が8割を超えていることから、特段暮らしに不便を感じないことが伺える。</p> <p>保育園や幼稚園なども多く、子育てがしやすく子供を中心とした時間をつくれ、交通の利便性も良く都心への通勤もしやすく親が働きやすい環境でもある。また、公園や川沿いの散歩道も整備されていて、休日は家族で自由にのんびりと遊びや散歩などの時間を使える環境もある。</p> <p>朝夜がはっきりしていて夜が静かであるのも魅力的な街である。</p> <p>このように、平日と休日のオン・オフがしやすく、子育てに向いている街である。そして、子供が大人になったときに住みやすいと思い、住みつけたい街を目指すことが朝霞市のプロモーションの目指すものと考え、目標として設定した。</p>	<p>アンケートや各データによると、仕事や子育てをしながら趣味やお出かけなどの楽しみを持っていることが読み取れる。ただし、いま現在おおむね満足しているというアンケートの中でも、実はさらにアクティブな想いがあるのではないかと推測される。</p> <p>楽しく暮らせるまち、というところから一歩踏み込んでさらに人々の「なりたい姿」「理想の生活」を叶えるためには、それぞれが「したい」と考えているインサイトを実現できることが大切だと考える。</p> <p>「休日は家族と遊びたい」「ゆっくりしたい」以外に、「しっかり働きたい」「買い物に出かけた」「良い教育を受けさせたい」「ソーシャルなつながりをつくりたい」など。人々の想いを受け止めてサポートできるまちにすることが、未来をみずえた朝霞市のプロモーションで目指すべき体制だと考えて設定した。</p>	<p>アンケートや各データによると、仕事や子育てをしながら趣味やお出かけなどの楽しみを持っていることが読み取れる。ただし、いま現在おおむね満足しているというアンケートの中でも、実はさらにアクティブな想いがあるのではないかと推測される。</p> <p>楽しく暮らせるまち、というところから一歩踏み込んでさらに人々の「なりたい姿」「理想の生活」を叶えるためには、それぞれが「したい」と考えているインサイトを実現できることが大切だと考える。</p> <p>「休日は家族と遊びたい」「ゆっくりしたい」以外に、「しっかり働きたい」「買い物に出かけた」「良い教育を受けさせたい」「ソーシャルなつながりをつくりたい」など。人々の想いを受け止めてサポートできるまちにすることが、未来をみずえた朝霞市のプロモーションで目指すべき体制だと考えて設定した。</p>

※レポート『大都市近接、特に個性的とはいえない街のブランディング』
※別添資料より抜粋し掲載