

令和元年度第2回
シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会
議事録

令和2年2月13日

シティ・プロモーション課

別記様式（第4条関係）

会 議 録

会 議 の 名 称	第2回 シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会	
開 催 日 時	令和2年2月13日（木） 午後1時30分から 午後3時30分まで	
開 催 場 所	市役所4階 401会議室	
出 席 者	別紙のとおり	
会 議 内 容	別紙のとおり	
会 議 資 料	別紙のとおり	
会 議 録 の 作 成 方 針	<input checked="" type="checkbox"/> 電磁的記録から文書に書き起こした全文記録	
	<input type="checkbox"/> 電磁的記録から文書に書き起こした要点記録	
	<input type="checkbox"/> 要点記録	
	<input type="checkbox"/> 電磁的記録での保管（保存年限 年）	
	電磁的記録から文書に書き起こした場合の当該電磁的記録の保存期間	<input checked="" type="checkbox"/> 会議録の確認後消去 <input type="checkbox"/> 会議録の確認後 か月
	会議録の確認方法 委員全員による確認	
そ の 他 の 必 要 事 項	傍聴者 0人	

令和元年度第2回

シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会

令和2年2月13日(木)

午後1時30分から

午後3時30分まで

市役所4階 401会議室

1 開 会

2 議 事

(1) シティ・プロモーションの方針について

(2) その他

3 閉 会

出席委員(4人)

会 長	知識経験者	株式会社マッシュアップ	亀岡 勇 人
副 会 長	知識経験者	ヒットマンコーポレーション株式会社	吉 田 益 美
委 員	商工会	ダマヤカンパニー株式会社	木 本 志 帆
委 員	公募市民	株式会社コフレ	門 野 美恵子

欠席委員(1名)

委 員	農業協同組合	あさか野農協協同組合	内 田 明
-----	--------	------------	-------

事務局(6人)

事 務 局	市長公室長	神 田 直 人
事 務 局	シティ・プロモーション課長	大 高 みゆき
事 務 局	同課主幹兼課長補佐	奥 田 将 隆
事 務 局	同課シティ・プロモーション係長	高 市 なつみ
事 務 局	同課同係主任	斉 藤 純
事 務 局	同課広報係長	比留間 和 慎

事務局補助（1人）

事務局補助 株式会社フラクタル

菅野秀和

資料一覧

- 【資料2-1】「市民意識調査、青少年アンケート結果報告書」抜粋
- 【資料2-2】「朝霞市まち・ひと・しごと創生総合戦略」抜粋
- 【資料2-3】人口推計資料
- 【資料2-4】プロモーションワークショップ実施結果
- 【資料2-5】アンケート（三小家庭教育学級）集計結果
- 【資料2-6】プロモーションの方針及び目標に対する委員意見一覧

審議内容（発言者、発言内容、審議経過、結論等）

◎1 開会

○事務局・奥田主幹兼課長補佐

まず、進行を始める前に1点御報告です。

内田委員から事前に欠席の連絡がございましたので報告させていただきます。

議事に入る前に、本日の資料の確認をさせていただきます。

事前に郵送させていただきました。資料2-1から2-6までになります。

すみません、資料2-6なんですけれども、タイトルに誤植がありましたので、本日は机の上にあるものでお願いします。内容については一緒です。申し訳ありませんでした。

資料の不足はありませんでしょうか。

◎2 議事（1）シティ・プロモーションの方針について

○事務局・奥田主幹兼課長補佐

それでは、議事に入らせていただきます。

シティ・セールス朝霞ブランド検討委員会条例によりまして、今日の議事は会長が務めていただくこととなりますので、よろしくお願いいたします。

○亀岡会長

それでは、議事の進行を務めさせていただきます。

議題に入ります前に、本会議は原則公開と決定しており、万が一非公開となる事項を検討することがありましたときに、その都度、公開、非公開を話し合うこととしております。

本日の会議内容も非公開となる事項はないと思われますので、公開としてよろしいでしょうか。

（はい、の声）

それでは、傍聴要領に基づいて傍聴を許可することとします。

事務局にお尋ねします。本日の傍聴希望者は何人でしょうか。

○事務局・斉藤主任

希望者は、おりません。

○亀岡会長

本日の傍聴希望者は、現在いないということですが、会議の途中で傍聴希望者があった場合には、傍聴席の範囲内で、入場していただくので御了承いただきたいと思います。

それでは、早速ですが議事に入りたいと存じます。

議事（１）「シティ・プロモーションについて」、事務局から説明をお願いいたします。

高市係長。

○事務局・高市係長

事務局から説明をさせていただきます。

まず、第１回会議の振り返り。また、本日お配りした資料について、あと、本日御議論いただきたい内容について説明をさせていただきます。

まず、第１回目の会議ですけれども、昨年１０月に行いまして、まず、市では、「シティ・セールス朝霞ブランド」という、シティ・プロモーション全体の取り組むべき方向を示していく必要があると捉えており、そのシティ・プロモーションの方針づくりに着手をしたところでございます。この委員会は、その方針への提言を行うものとしております。

なお、その方針は、今後市がプロモーションを行う上での基本軸となるものとなっております。スクリーンを御覧ください。

これは、前回お配りした資料となりますが、本委員会で議論する内容については、こちらの市で組織・構成する、例えば「シティ・プロモーション庁内検討委員会」などへ示していくほか、こちらの市民のワークショップなどを開催しまして、仮説の検証を行うなどの連携を行うこととしております。

続いて、資料６の前回お配りしたものとなりますが、前回の会議では、基本データを皆さんにお示しをいたしまして、御確認をいただいた上で、プロモーションの「目標」と「対象」についての議論をしていただきました。

議論の中で、例えば「市民が楽しんでいることを外部から見てうらやましいと思うような状況」ですとか、「活躍する人たちがまちの魅力としてあふれ出しているというような状況」が望ましいのではないかということで、一時的になんですけれども、「楽しい暮らしで人が輝くまち」ということを目標としておきました。

以上が、前回までの振り返りです。

本日、お配りしております資料２－１から資料２－６までのうち、２－４の資料を今、お示ししております。

前回の会議の後に仮説検証のためのワークショップやアンケート、市民の方を対象に行い、この資料２－４がプロモーションワークショップ実施結果となっております。この中で、朝霞での暮らしの中の楽しみや、潜在的なまちの魅力というものがどこにあるのかというものを探った、その結果となっております。

続いて、お手元の資料２－１なんですけれども、こちらは、市民意識調査の抜粋となっております

す。5年に一度、市民意識調査を行っており、こちらが昨年12月にまとめましたので、そこから抜粋したものとなっております。

抜粋内容としては、朝霞に住み続けたい、市外に移りたい、住み続けたくないという方のデータをお示ししており、中をめぐっていただくと、住み続けたい理由、市外に移りたい理由などが記載されているものとなっております。

続いて、資料2-2でございますが、こちらが、「朝霞市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の抜粋となっております。前回の会議で、本市の現状を示すデータの一つとして当日配付をさせていただいたものの抜粋となっております。

2ページの本文下から2行目になりますが、将来の合計特殊出生率を1.6に上昇させることができた場合に、2060年、40年後の本市の人口を14.5万人として想定するといった内容となっております。

資料2-3については、その総合戦略でとっている2060年までの合計特殊出生率1.6をとった場合に、どういった人口構成ピラミッドになるかというものを資料として示したものになります。右上が2019年、昨年1月1日時点の人口ピラミッドになっておりまして、真ん中の段の左側が20年後、右側が40年後の人口ピラミッドです。

現在と20年後、40年後を比較して、どの年齢層が少なくなっているかというのが、一番下の段に示しているものでございます。例えば20年後、40年後ともに、31年間、2019年現在と比較した場合は、20歳から54歳の男女が共にマイナスとなっているということが分かります。例えば20年後に20歳だとしたら現在0歳児、54歳だと現在34歳ということで、現在0歳から34歳の層についてのデータも取りたいということを考えまして、アンケート調査を行った結果が資料2-5となっております。

資料2-5は、朝霞市内の小学校の、小学生の子供を持つ親にアンケート調査を行ったものとなっております。ワークショップと同様に、朝霞での暮らしの中の楽しみや市への愛着、誇りになり得る魅力について伺ったものとなっております。

これらのデータを検証材料としまして、委員の皆さんには事前にお渡しさせていただいており、その上で、前回お配りした各種データなども含めまして、皆さんにこれからプロモーションの方針を定めるに当たって、何を「目標」に、何を「対象」にするかということ、この会議が始まる前に、事前に皆さんにお伺いをしました。それをまとめたものが資料2-6でございます。

なお、その際、事務局で例を挙げているんですけれども、委員の皆さんには、あくまで資料等を御自身で御覧いただいて、御自身のお考えをお伺いするような形にさせていただきましたので、こちらの資料2-6を基に本日、御議論いただきたいと思っております。

最後に、繰り返しになりますけれども、市のプロモーションの方針を定めるに当たって、何を「目標」として、何を「対象」とするかというのが、本日の議論の論点となっておりますので、よろしく願いいたします。

事務局からは、以上です。

○亀岡会長

ありがとうございます。

ただいまの御説明の中の、本日の論点について再度確認いたしますと、プロモーションの方針を定めるに当たっての「目標」と「対象」、この2点をどのように設定するかということかと思えます。

また、この2点について、事務局から委員の皆さんへ事前のヒアリングを行い、お手元の資料2-6にまとめてくださっているわけですが、進め方についてですけれども、まずは、委員の皆さんがそれぞれの視点で目標、対象を設定されたのかということだと思えるわけですが、2-6でまとめてくださっているわけですが、進め方については、まずは各委員の皆さんがそれぞれの視点で目標、対象を設定されたのか、お一人ずつ伺いしてですね、その後、意見交換、最終的にまとめるという流れで進めたいのですが、よろしいでしょうか。

(はい、の声)

では、資料に記載している順番で、お一人5分程度で御説明をお願いいたします。

まずは、吉田副会長、お願いいたします。

○吉田副会長

吉田です。

目標のところを二つに分けました。まず、「質的目標」として在住者ファーストの「ふだんクオリティ」の向上。これは、先ほど事務局から説明がありましたが、住んでいる方が自然に普段を楽しんでいることを外部の人が見て憧れるまちが理想かなと。

昨今、インバウンドに頼った政治とかをやっていくと、結局非常に不安定になる。朝霞市の場合も、例えば近隣だと川越市もしかり、中心街を中心に観光化して、実際に住んでいる人はそんな幸せじゃないみたいなことを聞いたことがある。それ、とにかく住んでいる人が幸せでここにきて活力があるというところが、まず質的な目標かなと思いました。

「量的目標」というのは、マーケティング関係の位置付けでもあると思うのでちゃんと書いてみたのですが、中心街のにぎわいとか、活況の維持とか、交流人口による活性、さらに公共空間の維持という観点からどうしても人口的なインフラがいるだろうというふうに考えます。

シティ・プロモーションの目標は、今、下に書いてあるんですが、「量的目標」と書いてあるんで

すが、16万人とか18万人というのは仮です。別に15万人でもいいんですが、ある程度人口的なインフラを維持する方向でコミュニケーション事業を内外に向けてしてもらって、そのための内外に対するコミュニケーション事業が、シティ・プロモーション課の究極の目標かなと思っています。

「量的目標」の具体的な説明だと、例だと、スーパーマーケットのベイシア新座というのができたんですけども、あそこを検索すると、「1次商圏3キロの人口」、「2次商圏5キロの人口」みたいな条件があって初めて商業施設は出店してくれると思います。そこら辺を考えても、取り合いになるんじゃないかということもあるんですが、人口的なインフラは、まちの活況を保つため、あるいは停滞しないということ。出入りはきっちりやる。朝霞の課題ともされていることなのですが、出入りがあることはそんなに悪くないんだという気はしています。

ターゲットに関しては、そこから全世代型の、先ほど事務局から提示された資料も含めてなんですが、全世代型のコミュニケーション。どこか歯抜けになっている、50代がいないとか、40代がいないというのは不健全だろうと。今更ピラミッド型を作るのは難しいと思うんですが、なるべく逆三角形にならないようにと。なるべく逆三角形にならないようにというところを守っていくと、子育て予備世帯と子育て世帯。20代、30代というのは、一番のターゲットになって、2番目は、論議があると思うのですが、他の自治体が、もうちょっと5歳ぐらい若いところを狙っている、2番目のところが。出て行かないようにということをすごく考えているんですが、それとすごく競争するのかどうかというのは、僕は別の戦略を立ててもいいのかなと思っています。もうちょっと、より快適でより広い場所を朝霞に求める層というのが、世の中にいるのかなという気がします。

もう一つ議論したいのが、フレッシャー。新社会人とかというのも、実は入るんじゃないのかなという気がしています。そんなところです。

今日は、あとは皆さんの意見をお伺いしたいなというところです。

○亀岡会長

はい、ありがとうございます。

続きまして、木本委員、お願いします。

○木本委員

プロモーションの目標・対象に対するということで、この会議の資料をまとめてみたんですけども、まずは事前に今回は朝霞市の統計データについて、事務局の方から説明をいただいて、今の朝霞の状況について理解はできたというふうに思っています。要は、人口の流入、流出が多いということ。また、2025年度に向けて16万人までの人口増を目指すということ。そのために必要な

こととして、0歳から34歳までの年齢の流入が必要であるということ。この3点については、理解をいたしました。そのデータが市の目標としてあるわけですから、それを実現するためのプロモーション戦略というのがその下に出てくるんだらうとして、そこから考えを進めました。

その際にですね、今までのワークショップですとか、事務局の方がやってくださった三小でのアンケートですとか、いろいろな御意見をふかんして見たところ、ほとんどの方が感じている朝霞市の魅力というのは、共通するものがあるというふうに、私はそこはもう認めてしまっているのだらうというふうに思っています。

まず、その魅力というのが何かと言うと、自分たちで手を動かして、体験型の暮らしができること。ここにいろいろな住んでいる方が魅力を感じているんだらうということ、そこを設定しました。

それでは、なぜ体験型の暮らしがこのまちならできるのか、そこを、ここは私の本当に実体験から来る話なんですけれども、他市と比較して検討してみました。まずは、実家が和光であるということ、4歳から和光市に住んでおりました。また、3人娘がいるんですけれども、下の娘二人は、新座市の助産院で出産をしました。その助産院の御縁で、東上線沿線はふじみ野辺りまで友人がおります。なので、親子の行事などは別の市の、ふじみ野市の町内会館ですとか、いろいろなコミュニティの場所を使わせていただくようなことも今までの経験としては、いろいろありました。

他の市と比べたところ、やはり朝霞市は便利であるというというふうに、実体験として考えております。例えば、ふじみ野市の町内会館なんかは、本当にその場に行って予約表に手書きで記入をして時間を押さえるようなことで、まだ運営されていたりするんですけれども、朝霞市は、本当に手軽にWeb上で予約ができたりですとか、新規に引っ越してすぐに、市の施設に申込をすれば施設利用券なども頂けて、すぐに利用開始ができる状態になっている。そういった点で、田舎の暮らしができることが魅力であるのですけれども、都会的な利便性も本当に非常に高いというふうに思っています。

更に実体験で申し上げると、実家のあった和光は、駅前が朝霞市の駅前に比べたら確かに高層のビルなどが建ち並んで都会的になっているとは思いますが、そこにある施設は、やはり飲食のお店ですとか、スポーツクラブですとか、サービス業のお店が多く、朝霞市について言うと、駅前からもう既に人々の暮らしがある住宅街が広がっていて、古くからある商店が広がっていて、また、畑も駅徒歩10分圏内にあるような状況があります。これは、すごく大きな違いだなというふうに感じていて、本当に第3次産業、サービス業のところは、自分が行ってその場に入らないと何かしら恩恵は得られないと言いますか、近代的なサービスを受けるために目的があつて行くと何か得られるという状況なんですけれども、朝霞市の場合は、それ以外の空間的な価値と言います

か、環境が駅からすぐの場所に既にただある、存在するので、自分として何か得に行かなくても、例えば駅から自宅まで帰る道すがら、すごくサービスを受けられるといいますか五感から刺激を受けられて、いろいろな体験ができる状況が朝霞市にはあると思います。

ただ、プロモーションの目標を設定する際に、私一人の実体験を積み上げていっても、そこは説得力がないと思いますので、今まで感じてきた違いを皆様にお伝えするには、何が本当にいいと思っているのかを更に今回は深掘りをしてきました。

その結果、例えばなぜ朝霞の駅前には暮らしがあるのかというところを深掘りすると、古くは川越街道筋の宿場町が朝霞市の駅前にはあったということが分かりました。さらに、川越街道筋の宿場町が栄えたのは江戸時代だったそうなんですけれども、更に遡って室町時代には、既に町が存在していた地域であるということも分かりました。

また、この朝霞の駅前が大変賑わってきた大きなきっかけとして、東武東上線の開発。駅の開設があったということがあるんですけども、東武東上線の駅が宿場町と隣り合って作られたというのは、東武東上線のほかの駅と比べてみても朝霞市だけであった。東武東上線の更に奥に行くと川越市もそうなんですけれども、川越市で今、街並みがあるのは川越駅に近いところなんですけど、本当の宿場は川越市駅にあったそうなんです。なので、本当に宿場と駅が重なって作られたまちというのは朝霞だけであったという、東武東上線沿線では、言えるのではないかというふうに考えました。

東武東上線の始発駅、池袋が一番都会とするならば、朝霞市というのは都会に一番近い、かつ体験型の暮らし、田舎の日常ができるまち朝霞市というふうに目標を設定できるのではないかなというふうに考えております。歴史的な背景ですとか、その年代については、識者の方に更に詳しく調べていただきたいと思うんですけども、大きな流れとしては間違っていないのかなというふうに考えています。

目標をそういうふうに、「都会に一番近く、体験型の田舎の日常ができる街」とするならば、それを「むさしのフロント」とするならば、それを維持するため、将来的にもかなえるためには、そもそも古くから朝霞に住んでいる方々と新たに入って来てくださる方、両方の方にこのまちの魅力を伝え続けることが必要なのではないかというふうに考え、対象は新規の転入者と朝霞市で生まれ育った3世代目、4世代目に伝え続けるといいのではないかというふうに考えています。

以上です。

○亀岡会長

ありがとうございます。

続いて、門野委員、お願いします。

○門野委員

私の今目標というか掲げさせていただいているのが、ちょっと割と抽象的な概念なので、ちょっと言語化できていない部分があって。そこはちょっと落とし込んでいかなければいけないところではあるんですけど。今、暫定的に「暮らしている人々のしたいという想いを叶える環境である。」というふうに書かせていただきました。

なぜこの目標を今入れさせていただいたかという、プロモーションのゴール地点というか目指すべきところはどこなのかなというのを、ちょっと資料を取ったりとか先日のレクチャーだったりとかを伺っていて、ちょっと考えたんですけども。例えば人口を今増やしたい。例えばこの5年、10年の短期間で例えば子育て世代の人たちを増加させたいというプロモーションなのだと。いうことであれば、ある程度それって住環境の改善ですとか、暮らしが快適になるとか、趣味的な楽しみがあるよねということだったりとか。そういうことの表現で良いのではとあって、それを多分、先ほどもあったワークショップだったりとかアンケートだったりとかで、私たちが感じている心地よさだったりとか快適な暮らし方だったりとか、趣味的な楽しみがあるまちだよみたいなことと共通するものだとは思っていますね。

でも、果たして、じゃあそれが今この朝霞市のプロモーションの全体像として拝見したときに、20年、40年後というところの最終的な人口プロモーションだという話を受けたときに、じゃあ果たして20年後、40年後までが快適なまちであるというプロモーションがインサイトとして刺さるかなということ考えたときに、そこって別にほかのまちでも置き換えが割と平易にできるものであって、多分日本全国で考えると人口は多分減少していく一方なときに、快適な暮らしができますということ表現していくものだと、ちょっと長期のプロモーションとしては、あまり差別化は感じにくいのかなというふうに考えています。

さらに、多分恐らく今までのことを考えると、昔、それこそ20年、40年前に比べたときに、今は40年前よりも住環境が快適になってきて、交通の利便性も良くなってきてというふうに考えると、多分利便性が高いとか、快適な暮らしがしたいですとか、住環境が公園があつてとか、そういう住環境が良くなってというのが目標値って、例えば20年前、40年前の目標が、今実現されつつあることであつて、多分ここからの先ということ考えたときにもう一步踏み込んだものを設定した方が、長期的にはいいんじゃないのかなというふうに考えました。

そうしたときに、それが何なのかということを見ると、今いろいろ頂いたアンケートだったり回答で拝見していて、例えば暮らしていて快適ですよとか、朝霞市ってこういうところがいいですよというお声はいろいろあるんですけども、恐らくみんな、じゃあなんで朝霞に住むのかということを見ると、快適だからということもあると思うんですけど、じゃあ将来的に、長期的

にそこに住む理由ということを見ると、自分が人生としてなりたい、今後こうしていききたいみたいな人生だったり、ライフスタイルだったりとか暮らし方だったりとかが、朝霞にいるとかなえられると思うからずっと住み続ける。ということなのであれば、長期的に住むかもしれないというふうに思っていて、そうすると、単純に快適だからというよりも自分の人生のライフスタイルなり、暮らし方なり、なりたい姿なりを実現できるまちであるというような表現が、朝霞のプロモーションとしてできないかなというふうに考えたということです。

例えばそれが、じゃあなりたい姿だったりとか、何とかしたいって何なのよというところが、ちょっとなかなか言語化が難しいなというふうに思っているんですけども、単純に、もちろん子供たちと家族でみんなで楽しく過ごしたいということでもいいと思いますし、あとは先ほども吉田委員がおっしゃっていたような、例えばフレッシュなのか、これから新卒でどんどん活躍していきたいという人たちが活躍する場があるようなことなのか、若しくは、しっかり働きたいみたいな。しっかり自分もバリバリ働いてという人もいれば、家庭でゆっくり過ごしたいとか、いろいろな思いはあると思うんですけども。

あとは、一つ考えていたのが、アンケートでも皆さんお話が出てきて、例えば行事とかイベントにせよ何にせよ、交流したいというか、そういう話があるのであれば、あまり情報を知らないのだけれども、知っていたら参加したいみたいなお声がちょっとあったのが印象に残っていて。例えばソーシャルなつながりだったりとか、行事だったりイベントだったりとか、そういうものでつながりをつくっていききたいとか、そういうような思いもきっとあるんだなというふうに思っていて、そういうものをもうちょっと積極的になえられる、背中を押すというか、実現できる、サポートできるようなことを、朝霞市としてしていけることがありますということが何か提言できないかなというふうに思っています。

それが、今回は施策として何かということではないので、方法論は今のところはちょっといったん置いておいてということになるんですけども、それが朝霞市の姿勢なのか、何かしらの施策なのかというところは、今後考えていかなきゃいけない課題なんですけれども、私たちがなりたい姿だったりとか、こうありたいというところを朝霞市として積極的に活躍できる人々を育てますというプロモーションになってくるといいなというふうに私は思いました。

それは、何でかという、もう一つ理由があって、朝霞市の先ほどの人口ピラミッドの増減みたいなところを頂いたときに、やっぱりどうしてもこれは出生率の問題で、若い方たちはそんなに多くはない。でも、今の2060年というときに、今ここのグラフの試算値でいくと、20代から50代ぐらいの一番割とボリュームゾーンというか働ける世代というか、というところが今減るという試算なんですよね。もちろん、それは全国的なというか人口統計と合わせてそうだとは思いますが

けれども、そういう人たち、一番アクティブな層が住みたいというふうに思えるということが、それが例えばファミリーなのか家庭なのかということではなくて、そのアクティブな人たちが移り住んででも朝霞に住みたいというようなことを何かしら思えるきっかけになるものが必要なんじゃないかなと思ったので、暫定的に置かせていただきました。

以上です。

○亀岡会長

はい、ありがとうございます。

○事務局・高市係長

会長、すみません。

内田委員からの意見を事務局から述べさせていただきます。

○事務局・斉藤主任

資料に示しているとおりでありますが、内田委員からも事務局が提示した資料を基に考えていただきまして、目標を「家に帰るとホッとする安心感がある、住みやすい・住みつづけたい街」に、対象を、「転入した家族及び親と子（2世代）の家族を中心にプロモーションを展開」という意見をいただいております。

○亀岡会長

はい、ありがとうございます。

それぞれの視点で非常に貴重な御意見を頂きました。事前に私の方でもですね、この資料の2-6の内容はお送りいただいていたので、ついでにちょっと私の方でも考えをまとめてきておりますので、少しお時間を頂いて、スライドで第1回からの振り返りも含めてですね、ちょっと解説の方をしていきたいと思っておりますので、お時間をください。よろしく申し上げます。

今から説明する資料の抜粋ですけど、後の議論にも使えると思っておりますので、出力も活用していただければと思います。

では、スライドの方を進めていきますけれども、第1回の振り返りになりますが、なぜ理想の未来からシティ・プロモーションというのは考えた方がいいのかという話をさせていただきました。政策を始めですね、各自治体が目指すべき理想の未来というものはあるんですけども、先例がないことによって、話題性であったりとか面白さ、そういったメディアが選ばれてしまって、点で終わって予算が無駄遣いされてしまっているところを、朝霞市はしっかりとしたストーリーをまとわせていって、しっかりとしたシティ・プロモーション方針を作っていくということを目的にしてきたという話をさせていただきました。

そのためにはですね、理想の未来を描いて、過去の延長線上にある積み上げ型の目標を作るので

はなくて、理想から逆算していく、バックキャストの考え方が必要だという話をさせていただいて、ただ、バックキャストという思考の話じゃなくて、しっかりと目的と手段を明確にしていくことが重要なのではないかという話をしてきました。

そして、研究定義でもあるように、理想の未来をデザインする手法というものが確立されていますので、これが全てではないですけど、このシティ・プロモーションと方針作りのために、このノウハウも使っていただければということで今回はさせていただくという話をさせていただいております。

第1回目、会議終わりましたとまとめさせていただいたんですけども、政策の目標を理解することというのが大事だねと。あと、地域社会の洞察。朝霞市の今、あと未来、過去。歴史的なものも含めて、洞察が必要ですよという話。確実に予測される未来。これは、先ほど皆さん委員の方々が人口推計の話をしていただきましたが、どのような未来がやってくるか。これは、全国的なもの朝霞市の問題。そこの各論、議論すべき話ではないかなというところですよ。そういった課題と機会の整理を進めながら、朝霞はどのような地域にしたいのかというところを議論していきましょうという話でした。

一方で、課題もありました。マーケティングの課題というのは、やはり人口構成比をバランスよく保つ。新しい世帯層をまちに獲得していく必要があるけれども、その戦略はという話だったり、市民の愛着を感じているところ、いろいろ出てきていますが、本質的に見極める必要がありますよねという話もしました。

あと、どのようにすれば愛着を持ってくれるのかという、その方法論ですよ。感覚論では分かっているんだけど、方法論はいまいち分かっていないと。定住するためにはどうするかというところ。

あと、プロモーションの課題に関しては、これから作っていけばいい話も含めて、課題としては、やはり朝霞らしさを醸成させていくための土台をしっかりとかなければいけない。また、朝霞らしさを発見する機会も不足しているのではないかと。また、魅力を発信する媒体、これは不特定多数に発信するのではなくて、やはり朝霞に来てほしいターゲットを絞ってですね、伝えたい相手を絞り込むメディアが必要なのではないかと。そういう話をさせていただきました。

つまり、まちの魅力をどのように言語化して、伝えたら共感してもらって、朝霞に対する愛着が増えるという話をさせていただいております。

その中で、いったん仮説ではありますけども、皆さんのコメントを一応抜粋していますが、いつも市民が楽しんでいる魅力あふれるまちにしたい。まちに愛着を持つ人たちを大事にして、魅力をどんどん広げていきたい。あと、まちの誇り、愛着を増やしていくことが重要である。そういった

意見が第1回の会議では多く出ました。そちらをまとめさせていただいて、仮説として、楽しい暮らしをしている人たちの楽しいライフスタイル、考え方をを見せていくことで、周りが私もできるんだと、そういう輝いている人たちがどんどん増えていくようなまちにしたいよねという仮説を立てさせていただきました。

ただ、これは、あくまで仮説ではありますので、思い込みの可能性があるわけですね。思い込みではなくて思い入れのあるまちづくりにしていかなければいけないので、そのフィールドリサーチの一環として市民ワークショップ、2回開催されましたので、私も一緒に時間を取らせていただいて、いろいろその辺のことを探らせていただきました。

つまり、表面的な魅力というのは出ているんだけど、潜在的な魅力ですね。感覚では分かっているんだけど、言葉にできていない、言語化できていないものというのを、活躍している人たち、若しくはこれから活躍しようとしている人たちの対話を通じて導き出せばいいなという研究の視点もあって、参加させていただいていますけれども、つまり、市民の声を傾聴して、まずそれを実現するための基本要素、ちょっと難しい表現をしていますけど、いわゆる成功要因ですね。その成功要因を見付けて、磨いて広げて大きくしていくことによって理想が実現していくと。一つだけどいろんなファクターがある中で、まず喫緊の課題を解決するためのキーサクセスファクターみたいなものが見つかれば議論になるかなという視点で、参加させていただきました。

これですね。理想の未来、暮らし続けたいまち、これもいつも書いていますけど、朝霞の未来。あと、ブランドタグラインは「むさしのフロントあさか」。ブランドメッセージですね。あと、「楽しい暮らしで人が輝くまち」、これは仮のメッセージです。

これをやったんですけど、講師の方が話しているところに気付きもありました。これ、住民参加の会談として、いかに住民がまちづくりに参加してくれるか。これ、非常に難しいという話でしたね。つまり、広報紙を読んでまちのことを俺だったらこういうふうにするな、私だったらこういうふうにするんだけどという意見を述べるというのは、講師の方は「参加」だとおっしゃいました。つまり、この場、ワークショップに自らまちづくりに参画したいと参加してくる人が参画者だと。こういう人たちを増やして大切にして、その人たちの意見を傾聴することで、まちが良くなっていくんだというお話をされていて、正にそのとおりだなというふうに共感をした一方で、やはり無関心層もたくさんいる中で、その無関心層の中にも潜在的な可能性のある人たちもいるという話を感じて。

じゃあ、そこでは大切な方向性は示されていたんだけど、そのボトムアップさせていく方法論は議論されていなかったの、昔からあるマーケティングの概念として、ライフタイムバリューを高めるという、この顧客生涯価値。この「顧客」という部分はやはり、企業は利益の最大化を求めて

いるので、「顧客」という表現になっていますけど、ここを「市民」と変えていけばですね、市民に将来の価値、まちに対する価値を高めていくための経験、体験。先ほどね、体験が大事だという話も出ていましたけれども、そういったことを促していくことによって、共感や愛着や信頼や、しかも最後まで行ったらアンバサダーになってくれるので、応援ですよ。朝霞っていいよと。朝霞に来なよと。今度遊びにおいでよ、まちを案内するからさという、もはや自治体職員のようになっちゃう、あふれてくるみたいなところまでいけば、ロイヤルカスタマー化という、生涯価値が高まるということまで答えが出るんじゃないかなと。これを置き換えできるなら、まちのファンづくり、そういったものを、最近ではキーワードとして「関係人口」という言葉がまちづくりによく出てきますけども、そういったことが大切なんだというのがワークショップを通じて感じたところでございます。

その中で、いろいろ対話がありました。インスタントカメラを使ってですね、30分おきにライフスタイルを撮って、私はそのとき子供と食事をしていて、趣味の釣りに行ったと、いろいろなその人のライフスタイルがうかがえる、正にそのカスタマージャーニーを作るための方法論だったのかなというふうには思いますけども、いろんな魅力があふれていました。潜在的なもの、個人的なものも含めて、あとは課題も含めてですね。まちの魅力だけではなくて、まちの課題もやっぱり出てきていくことによって、やっぱり市民としての関わりしろが出てくる話。いいところばかりじゃなくて、そこが課題なんだったら、僕のこのスキルを使って一緒に何かできるんじゃないか、そういう意見も出ていたのも確かです。

あと、私が一番探りたかったのは、今現在魅力、誇りはあるけれども、未来から見てそれだったら参画したい、参加していいよという、その市民の意欲ですね。そういったものも感じる事ができたというところで、いったん分かりやすい図にしていますけど、これはあくまでも私の主観的な図なので、本当はここに皆さん、委員の皆さんだったり、市民の皆さんがこういう魅力、魅力って付箋でどんどん貼っていくようなまちづくりの参画の在り方というのが望ましいのではないかといいふうに思います。

そして、整理をしていく中で気付いたんですけども、私第1回で、普通の朝霞のいいところを探したと。普通は駄目だよと、僕言ったんですね。それは、なぜかという、他の地域との差別化を図るためにみんな特別を出しているわけだから、もっと魅力を上乘せして、特別なものを出さないと勝負にならないじゃないか。シティ・プロモーションってそういうことじゃないのという一方で話をさせていただいたんですけど、実は、普通の暮らし、普通に楽しい。若い子はよく言いますよね。普通に楽しいわ、普通においしかった。暮らしは、普通の方がいいんじゃないかと。普通が幸せというのは、逆に差別化なんじゃないかなというふうに、僕はワークショップを通じて。これ

は、僕の個人的な意見なんですけども、感じてきたんですよね。朝霞の普通って、ひょっとしたらこれは、他者と戦えるキーワードにひょっとしたらなるかもしれないというところで、まとめさせて。これは、あくまで仮ですので、「普通」、勝負できるんだったらワードとして。

そのような方針を通じて、シティ・プロモーションはやはり、インナーとアウター。まずまちであふれる、魅力あふれる。それを外に発信してファンを増やしていく。対外的な部分はあるんですけども、まずは今回、目的。人口の話をしていきますし、住定住の話がどうしても要素として、文脈としてきますので、目的もそちらに傾向しつつあるんですけども、では、どのような人に来てもらいたいのか。まちの魅力を明らかにするということと、こういう人に、朝霞に来てほしいなという対象者もやはり明らかにしていけないと、シティ・プロモーションって成功しないんですね。そこが今回の論点になっているんじゃないかなというふうに考えまして、こういう図を作らせていただいております。

あと、目的と対象を今回は明確にするという論点ですので、あくまで参考のために資料として、ここから選んでくださいというわけではなくて、基本的に政策から来るシティ・プロモーションの目標というのは、認知度を上げるのか、定住人口を獲得するのか、人口の環流なのか、交流人口なのか。いろいろ目的は多々ありますけども、それをどれを選びますかと。ここから選ぶ、若しくは新しく考える。どちらでもいいです。

それが決まって、対象者。「誰」というところですよ。「誰」というのは、家族構成もそうだし、ライフスタイルもそうですよね。その「誰」が、どの地域にいるのか。この朝霞市の周り、すぐ側にいるのか、もっと遠いところにいるのか。ひょっとしたら海外ですかという、どこのどの地域にそれが存在するのかというところまで分かってくれば、じゃあその「誰」というのは、どういう人なのかというペルソナが見えてきますよね。それを最終的には作っていければいいんですけど。

あと、その人というのは、どういうメディアを見ているとか、どういう問いかけに対して心が動くのかと。そういったところまで議論が深まれば本当はいいんですけど、今日は時間の許す限り、この辺の話をしていければいいのかなというふうに思いました。

今日、決めるのは「目標」の設定と「対象」の設定というところですね。その次の話をこの段階でもしょうがないんですけど、それが決まれば、誰に何をどのように伝えることで、シティ・プロモーションの方針が作られるのかという議論に進めていければいいかなという意味で、今回の「目標」と「対象」の設定が議題になっているというふうに理解をしていただければ分かりやすいかなと思ひまして、資料で補足させていただきました。

私の説明は、以上となります。

それでは、続いてですね、意見交換に入っていきたいと思うんですけども、それぞれ委員の皆さんの発表をしていただいた内容、また私の説明も含めてですね、お互いに質問や考え方について、聴きたいことなど。率直な質問、意見をお願いしたいと思います。

それでは、意見交換を進めていきたいと思いますが、まず、質問、御意見などある方いらっしゃいますでしょうか。何でもいいですよ。私の説明がさっきのあの3ページ目、何ですかという感じでも構いませんし。

では、逆に私の方から質問。委員の皆さんに質問しますが、人口推計の話をしているじゃないですか。当然、人口が減少するよりも、当然増大していく方がいいですけども、今、朝霞の試算として4種類ありますよね。当然この4番目、増加していくためには、先ほどの議論の中で必要な世代があるわけですよね。そこを獲得するためのプロモーションという文脈にはなっておりますけど、その辺り、ただ人が増えればいいというわけではないですよ。その辺は、いかがですかね。お考えとして。先ほどもおっしゃっていただいたことと重複するところがあるとは思いますが、それでも。

吉田副会長、いかがですか。

○吉田副会長

僕も今回、朝霞の人口ビジョンをみて、神田公室長が多分、作るに関わっていらっしゃると思うんですが、僕たちが真つすぐ見ちゃいけないかもしれない、データを。これは、役所の仕事なので、無理無理の基準があるんですよ。多分補助金とか、調査の段階で。人口に関しては資料を用意したのでお配りしたいなと思うんですが。2枚あります。

端的に言って、これ内閣府でしたっけ元々。まち・ひと・しごと。内閣府で、日本の人口が減っちゃ困るので、頑張って2.07が理想で、何とか値って言うんですけど、減らない、均衡していく。人口が均衡していく値まで引っ張りましょうと。自分たちが何十年もやって全然うまくいかなかったんで、地方に押し付けちゃっている。

下を見ていただきたいんですが、朝霞も内閣府のもとで補助金を受けながらやっているんで、どうしても内閣府が提示した数値には答えを出しておかなければならないという事情がなかったですか。書類としては、必要なんですよ、多分。1.6とか1.7は。僕が見てもらいたいのは、1.6から1.7というのは下のラインです。厚生労働省の人口動態推計。佐賀から沖縄まで。1.5というのが、ほぼ和歌山から福岡まで。無理ということなんです、これ。無理と言っちゃいけないんだけど、ほぼほぼ朝霞もこれにするというのは、産業構造とかそういう形態も含めて無理くりの数字なんです。だけど、それで答えていかなきゃいけないというのが前提にあるわけなんです。

だから、そういう方向で国は施策を進めているよという程度で、実は、もっと悲観的に考えなくてはいけないところがあって、今、朝霞が1.4ぐらいを前後しているのかな。国がこういう事業を始めたので、地方に大きいウエイト置いて流れていくので、更にマイナスのバイアスが掛かっていく可能性があります。マーケティング的に見ると、入れなきゃどんどん減っていくよというのが正しい考え方かなというふうに思います。

2枚目を見てください。これも、基準としなければならないので、文章上は1.5とか1.8までシミュレーションとして分けてますが、これって高度経済成長期からバブル期の数値です。なので、やはり普通に考えれば無理。僕が危機感が必要かなと思っているのは、普通にやっていたらどんどん減っていくよというふうに見るのが、ほぼ、データ読みとすると正しいのかなという考え方です。

数字を出しているというのはそういう意味でしかなくて、増やすつもりでもなければ減っていくよというぐらいの感じかなという意味の意見です。

○亀岡会長

はい、ありがとうございます。

確かにね、データを見ちゃいけないというのは、定量データをただふかんして判断するのはよくないということですよね。

○吉田副会長

そうですね。

○亀岡会長

目安にはなっているけど、あとは訂正データと見比べながら、朝霞の未来像、DNAを探して行かなきゃいけないところなんですけど、ただ、確実に起こる未来を考えると、吉田副会長がおっしゃった厳しい局面になっていく。

総合計画の方でも、ダウントレンドでグラフが見て取れるかと思います。それが現実的なところなのかなというところだと思います。それに対して、それぞれの委員が発言してくれたようなまちの魅力をどう表現をしていって、どう参画してもらおうかというところが重要になってくるんですけど。

まず、目標の方に話を絞っていきますと、人口の話だけをしてしまうと、住定住を求めよという話になるんですけど、今住んでらっしゃる方のやはり意欲、そういった人たちの参画意欲を高めながら、まちづくりというのは当然やっぴいかなきゃいけないので。その辺りの具体的な目標というのは、どうでしょうかね。外からどんどん人を集めましょうか。それもどこでしょうかね。東京でしようかね。

○木本委員

木本です。

その目標を設定することが大事で、バックキャストの考え方で、理想の未来を描いてというところがあったんですけども、今会長に出していただいた資料を見ても、目標の中にたくさんの選択項目がある。これを選択しながら理想の状態に近づけていくのが具体的に動くときの動き方だとは思いますが。

まず、この委員会ではその理想を何年に設定するのか。そのときによって、その時点で選択している目標を今考えるのか、それとも今現在必要な目標を考えるのか、どのように考えたらいいかちよつと。

○亀岡会長

あくまで目標なので、今ではなくて未来にはなってくるとは思いますけど、例えば参考までに申し上げると、今、持続可能な社会に貢献するとか発展するというSDGsとかってありますよね。国連で決まった。ああいったものの指標は、ネクストニア2020から2030がアジェンダになっているので、10年後持続可能な社会を維持するためには、全世界がこう努力しなきゃいけないというようなことを、今自治体もそうですけど、企業もある程度事業を進めていく上での指標になりつつあるのが、そのSDGsですけど、国際的には10年後を未来として目標を立てたりしますよね。

○吉田副会長

あんまり先だと、いない人も出てきちゃうので。実現したときに。ある程度、僕も10年ぐらいが責任を持ってというか、そんな大それたことは言えないです。というので、とりあえず10年ぐらいの幅で考えました。

ただ、僕が言いたいのは、人口規模を恫惻な数値目標として置くだけじゃなくて、さっきお二人がおっしゃったような、価値をもうちょっと深掘りしたい。

木本委員がおっしゃったのは、多分、昔の宿場町が持っていた自足性ってあるじゃないですか。まちで泊まれて、飯が食えて、遊べてという。僕はやっぱり自治体にそこはすごい必要だと思うんですよ。ここだと膝折で板橋とかっていうのがあって、それは東京に、お江戸に行く前にそこで気持ちや身なりを整えるとか、帰ってきて一服するとか。でも、そこには自足性があるんですよ。それっていうのは、もっと深掘りしたいなという。

門野委員がおっしゃっていた、消える20代から50代というのがあるじゃないですか。あと、おっしゃっているのは、「何々したいがかなうまち」みたいなことでしょうか。その何々したいというのを、全てはかなえられないじゃないですか。卑俗な何々したいだったりすると、毎日昼から飲み

たいがかなうまち赤羽。みたいになっちゃったりすると、それはそれでどうなのかなと思うところあって、ただ、その何々したいの質に関しては、もう少し論議したいなというところがあります。

特に、僕は今までのことをやってきた中で、歴史に関しては表面に上がっていないところが多いなどちょっと反省点が自分の中ではある。もうちょっと蔵がいっぱい残ってたりすると言いやすいんですけど、ただ、昔の建物を拠点に、それをつないでいくまちづくりとか中心街というのは、全然あり得るので、歴史に関してはもう少し話し合いたいなど。

あとは、消える20代から50代というのと宿場町というのと、人口動態といろいろなことを考えたときに、大人の価値観でいくのか、もっとヤングでピチピチの価値観でいくのかという辺りがどこかで議論にならざるを得ない気がするんですよ。そこら辺を人口をどういうふうに奇麗になるべく整えていくかというのと兼ね合いの辺りがすごい大事なのかなとは思っています。

僕は、もうジジイになってきたので渋いまちの方がいいんですけどね。ただ、渋い渋いと言っているだけでは駄目かもしれないというのがあるじゃないですか。そこら辺をちょっと、どうですか、宿場町。

○亀岡会長

宿場町と言って魅力が一番に上がってくるころというのは、どこですかね。歴史的な観点もそうですけども、昔宿場町だったまちだから、こうなんだよというのが。

質問がおかしいですかね。

○木本委員

そうですね、ちょっとそこまでまちの魅力について更に深堀り。項目出しというか。

○亀岡会長

でも、考え方によっては、宿場ですから旅の人が集まったわけですよ。新しい人を受入れる懐の広さが昔からあったまちかもしれないですよ。感性として。そういう意味では、ますます、まだまだ入って来てもらえるような素地といいますか、そういったものが朝霞にあるんだよという文脈で訴えることは、ひよっとしたらできるのかもしれないですねという話ですね。

あと、門野委員もおっしゃってましたけど、20年、30年先だとイメージが湧かない、ピンと来ないよという話。確かにそうですね。そこまで確かに責任は持てないというのは事実だったりしますので、10年後の目標設定で議論を進めていくことが今回の目的。対象が明確になってくるのであれば、まずは2030年をめどに。

ちょうど人口推計もまだ緩やかに伸びている中で、その伸びている中身というか。どういう人たちに来てもらっていて、その未来の朝霞はどうなっていくのかってちょうど議論しやすい年次でもあると思うので。2030年をめどに話を進めていくということによろしいですかね。

では、じゃあ10年後、どのような未来にしていくかというところの目的なんですけれども、定住人口、住定住という文脈は基本的には、定着も含めてですね、基本的にはそちらの話でよろしいのかなと思うんですけど。その目的を定めるに当たって、ちょっと御意見があれば今のうちに聴いておきたいんですけども、いかがでしょうか。

お手元の資料は、あくまで目安として。それから選ばなきゃいけないというわけではなく、新しいものがあれば追加していただいて。基本、市の政策からひもづければ、そうじゃないかなというところを並べさせていただいていただくのが正直なところですね。

○門野委員

今、「目標」と「対象」という話があると思うんですけど、どっちが先かというか、どういう人たちに向けて何を伝えていくのかという話だときっと思うんですけど。

今、先ほどのお話があった、じゃあ流入なのか、これから人口が緩やかに増えていく人たちの質みたいな話があったと思うんですけど、何となく住みやすそうみたいな。何となく便利で割とふわっと流入があるものよりも、多分さっきいろいろなお話であったように、例えばコミュニケーションに積極的に参画しようとする人たちだったりですか、朝霞に対してもう少し深い思い入れを持ってらっしゃる人とか。割とそういう、市と関わりを深めるというよりは、よくエンゲージメントが高い方とかと言いますが、別に自分は市と関わりを持ちたいわなんていう人は、そんなにいらっしゃらないと思うんですけど、それは意識的にせよ、無意識的にせよ、そこに対して割と積極的な思いを持ってらっしゃるというか。前向きにというか、ちょっとなかなか難しいんですけど、そういう意味でいくと、何となく今、何となく便利というだけよりは、やっぱりその何かしらの愛着なのか積極的な交流なのか、思いを持って朝霞に移住される方なのか、ずっと住み続けてらっしゃる方なのかという、やっぱり軸となる方たちが増えていく方が、最終的にはもちろんそれ以外の方たち、あら何かみんな住みやすそうねという人たちが増えていくというきっかけにはなってくると思うので。

ただ、そういう人たちが一体どういう人たちなのかというのは、もうちょっと考えなきゃいけない議論だとは思いますが、それがその先ほどの、何に共感を持ってというか。何に対して朝霞がいいと思うのかなというところがいろいろ多分あって、材料が。快適なのか、利便性なのか、その歴史でもいいです。何かそこが今割とたくさんあるので、たくさんあることの中で何かしらをプロモーションとして目標にする以上は、ある程度少し明確にしていく方がやりやすいのかなと私は思ったんですけど。そこがちょっと今、割と抽象的になっているなというのは思いました。

○亀岡会長

そうですね。

確かに魅力はたくさんある中で、どういうふうなアプローチをするかというのは、戦略、戦術を作っていくときに決めていく事だと思んですけど。一番重要なのは、やっぱりプロモーションですから、魅力を伝えることができなくちゃね。入ってきた人は、一番重要なのはがっかりさせないことだと思んですけど。なかなか厳しい視点で行くと、利便性を求めてきて、利便性のまち、自然もある。トカイナカ。いい体験のまちと言いながらも、利便性が悪いから出て行っている人も一部、少数いるわけですよ。それは、あくまでアンケートの答えなのかもしれないけれども、そこにやはり定着しない原因があるかもしれないという部分は、やはり見過ごしてはいけないと思んですけどよ。

それは、そこをただただ研究のように分析するのではなくて、我々が今後行うプロモーションの方針を作るに当たって、そこはがっかりさせない責任を持つ必要があるわけですよ。つまり、そのシティ・プロモーションの方針を持っているいろいろな方々が振り返って、朝霞のプロモーションってこれだから、我々はこういう判断をしたり、こういう行動をした方がいいんだよねというように思って、これは難しい話なんですけど、思ってもらえるようなアプローチがやっぱり重要なのかなというふうに、今門野委員の話を聴いていて思ったところなんですけども。確かにそうですね。

副会長。

○吉田副会長

門野委員のお話を聴いて思ったのは、何となく住みやすいということをどういうふうに伝えるのがまず一番大事で、例えば鎌倉市民のようなシビックプライドみたいなものを持ってくださいというのは無理だと思んですけど。愛着が生まれて、初めてシビックプライドになっていくんだろと思うんです。そういうふうに考えたときに、あとは行政の仕事って環境醸成じゃないですか。環境醸成なので、僕が伺っていて思ったのは、朝霞が持っているコミュニティとか良い点とかということの中の、懐が生むいい思い出みたいなイメージなんです。例えばシンボルロードができる。取りあえず朝霞台方面とかは置いておいて、あそこの周りをランニングする一中の生徒の思い出みたいなものは、価値があると思んですけど。木陰でずっと。あるいは、そこを通学路にできた子供たちの思い出には価値があるのかなと。そういうものだと思うんです。どこにでもある普通のクオリティの高さみたいな。あるようで、ないクオリティの高さみたいなことが、多分何となく住みやすいというところで、できれば抽出していきたいというふうに感じましたけど。

それをちゃんと伝えていくことで、古刹があつてという話じゃなくて、京都でもあれでもないし、すぐ渋谷に直結15分とかいうまちでもなくてというところの方が大事なのかなと。僕は、大人の価値観みたいなのところにどうも引っ張られて行っちゃうんですけど、割とゆっくり深呼吸をして人生を楽しめるまちみたいなのがいいのかなと思います。

○亀岡会長

なるほど。正に普通にいいまちとか、普通で楽ちんとかね。「普通」に今、捉われてしまってますけど。そういう特別な魅力が無理に上乘せする必要はなくて。

○吉田副会長

そうですね。エンゲージメント市民って、多分全体の中の相当な人数が愛着を感じたときに初めて出てくるような気がするんです。エンゲージメント市民から引っ張って行くというのは、ちょっと難しいかなという気はします。

ちゃんとした、何となくいいことっていうのをもうちょっと。何となくじゃさすがに、委員会の結論としてはまずいんだけど、そこをもうちょっと抽出していったらどうかなと思いました。

○亀岡会長

そうですね。その何となくを、目的は明確にはできるんですけど、その何となくが何となくのままだと、対象が今度ちょっと定まらないというところがあると思いますので。ちょっとそこは、更に議論を深めていきたいと思いますけれども。

いかがですか。

○門野委員

そうですね、難しいですね。

○亀岡会長

今子育て世代、若しくは予備世代の人たちに、移住して来てくださいよというのは、実際としては普通のアプローチじゃないですか。だけど、なんでと聴かれたときに、どう答えるかというのが、やはり朝霞のこの魅力の可視化というか言語化の部分だと思うんですけど。

○木本委員

また、で申し訳ないんですけども、最近本当に子育てをしている中、一人目のときと二人目、三人目のときと暮らしが全く変わって。一人目のときは朝霞の駅前のマンションに住んでいたの、「ハレ」の日が自分ではすごく楽しくて、「ハレ」を求めて都会に出かける。子育て中も、何かがあったら子供をちょっと主人に預けて行って来るねというような生活をしていたんですけども。そういうサービスを受けるだけの暮らしって、やっぱり続けていると飽きが出てくる。子供が二人目生まれて、家も手狭になってきたので、本町の方に一戸建てを購入して、そちらへ今度移ったんですね。そうすると、戸建なので家の手入れは自分でやらなきゃいけないし、暮らしがだんだん複雑になってきて、手を動かすような状況が生まれたんですけども、それが大変ではなく、「ハレ」の日は減ったんですけども、「ケ」の日、日常がすごく豊かになってきたという実感があり、その家の側で畑が借りられて、子供を連れて日常、平日畑に出かけ、そこでの友達と畑仕事をしながら遊

んで、帰って来るみたいな暮らしが、同じ朝霞市内という場所に住んでいながらできたんですね。それができるようになってからの暮らしの豊かさというのが、今、朝霞に感じている魅力であったり、愛着になっていて、それが本当に同じ14万人の都市の中で両方できてしまう状態はすごく魅力的なのではないか。

○亀岡会長

言い回しが正しいか、私の問題のところなんですけど、正しいかどうかは分からないですけど、その「ハレ」の日よりも「ケ」の日が豊かであるということが、「普通に」幸せな暮らしということは、何となく結び付くような気はしますね。それが実体験の中であるということは、それと同じ価値観の人が移住されてくれば、同じ喜びを感じてもらえるんじゃないかというお話ですよ。

○木本委員

そうですね、はい。「ケ」の日の充実を求めて、本当に朝霞の市内で何かできることはないかであるとか、体験できることがないかって探してみると、やはりすぐ御近所に坂上農園という大きい農家がいらっちゃって、そこでの体験も本当に、乳母車を押しながらすぐに歩いて行って得られたりですとか。そういった日常の魅力が実際にあって、十分に朝霞市で半径200メートルぐらいの距離内で充実した暮らしができたと思っているので。その辺りを概念化するというか、それが関係人口の開拓なのか、協働人口の拡大なのかちょっと今まだよく分からないんですけども。伝えられたらいいのではないかなと。

○亀岡会長

そうですね。ちょっとその目的のところ「関係人口」という言葉をちょっともらいますけど。関係人口ってあくまで定住人口を獲得する前段階のファンを作るというイメージなので。今回の目的ではないかもしれないですね。今回の目的を達成するための方法論として、プロセスとして関係人口はセットで考えなきゃいけない話かもしれないですね。

いきなり住定住を迫ってもハードルが高すぎて、なかなか来てくれないのが現状なので、そこに行きつくまでにどうやって好きになってもらうかというプロセスが、その関係人口の話だと思いますので。そこは、定住とセットで考えていいのかもしれないですね。

○吉田副会長

渋いから、魅力を伝えるのが難しいですね。

○木本委員

難しいんですよ。当たり前というふうに感じてしまうことが多いと思うんですけども。実際これ六本木とかね、本当、都内に住んでいたらできないことですからね。非常に魅力があるまちだと思うんですが。

○亀岡会長

この辺も、アンケートの中で南青山にずっと住んでいたけれど疲れてきちゃって、何かこっちに。何かありましたよね。私、今思い出したんですけれども。そういった方も本当に心が休まる暮らしというものを求めている方は、都会にたくさんいる中で、そこにどう朝霞がアプローチすれば興味をお示しなのかってチャンスはたくさんありますね、そういう意味では。

○吉田副会長

深呼吸とか、肩の力を抜いてみたいイメージはありますよね、何か。適当にできる。グイグイ言うのやめようぜみたいな感じ。

○亀岡会長

「ハレ」の日、「ケ」の日で言うとね、本当にあくまで暮らしなので。本当に心が休まろうというわけですよね。肩の力を抜けるというね、本当に休みの日、暮らしの中ではそっちの方が健康に生きれるというか、豊かに生きれる。

○吉田副会長

昼から飲んでというんじゃないくてね。

○亀岡会長

でもそれは、僕はそれでありだと思いますよ。そういうライフスタイルとして。

将来活躍できるまちというのがね、また一方でもシティ・プロモーションのキーワードでありますけども、それが都会に行って働いていたというような自分のスキルを生かせるまちを探していて、それはいろいろな地域にそういったチャンスはあるわけですけども。

朝霞って本当に、生涯豊かに暮らせるまち宣言してもいい話ですよ。しかも何代も世代がね、定着しているというまちでもあるわけですし。その人たちも大事にしながら、新しい世代も流入させていきつつ。そこで語られるべきというのは、歴史観であったりとか、そのライフスタイルも皆さんが感じている豊かさというものを伝えていくことによって。

気付かずに、あれ違うなと思ってまた転出しちゃう人もまたいるんですけど、そこがもったいないという話ですよ。だからそれが、何気ない生活の中で特別に我々が目の前まで行って、こうなんだよと説明しなくても感じられるようなまちの空気感というものをこのシティ・プロモーションの。方針がその空気感を作るかどうかは今後の話ですけども、作っていければいいかなというふうに思いますけど。どうやったら、具体的なアプローチができるかというのは、ちょっと大きなテーマかもしれないですけど。

○門野委員

ちょっといいですか。

今の全然意見に対して否定ではなく、私はどちらかという、あんまり朝霞市に対してというか朝霞に住んでいることに対して、そんなにほっこりというか、ゆったりして人生を満喫、「ケ」の日を楽しむというところまでまだ行ってなくて、どちらかという。もちろん都心の、それこそさっきおっしゃった、六本木とかに比べたら全然そこまでのビルが建って、高層マンションがあつて、毎日おしゃれな生活をして、ではないですけど、どちらかというところまで、割と私はどちらかという中間というか。もう少し仕事をしながら、うちもちろん共働きで、割とフルタイムで働いていても、比較的子育てに、平日ほとんど忙しくてもそんなに違和感がないまちな感じがしているんですよ。あんまり主婦の方ばかりの、割と一戸建てがたくさんあつて、というまちじゃないところに住みやすさを逆に感じていて、割と保育園なり幼稚園、周りの方を見ても割とフルタイムで働いてらっしゃるママさんも多いしという中で、お互い忙しいからねみたいな感じの中でやっているところに、ちょっと、どちらかというところらにちょっと住みやすさを感じているので。

そういう意味で行くと、多分そういう人たちもいらっしゃる。マンションに住んで、別にそんなに広くないけど駅前のマンションに住んで、会社にも通いやすくて。ちょっと休日は公園で遊ぶぐらいの、ちょうどいい住みやすさがあるなというところがあるんですね。

そうすると、ちょっと多分、そこって世代だったりとか働き方だったりとかによって全然違ってくると思うんです。その魅力を感じるところが。多分、さっきおっしゃったように、渋いまちの、緑が多くてほっこりしたところだったりとか、肩の力を抜いてに興味を持たれる層の人たちももちろんいらっしゃるし、私はそんなにそこまでそこに刺さるかという、もうちょっと仕事しながらの子育てがしやすくてとかの方に興味を持つ層だと思っているし、私の周りの世代の人も割とそういう人が多いんだろうなというふうに思っているんですね。となったときに、じゃあどっちが正解かということじゃなくて、さっきおっしゃったような思いを持っていらっしゃる方もいて、多分私みたいにもっとちゃんと仕事もして働きたいしという人もいてという中で、多分その多様化していることを受け止めるというところはあると思うんですけど。

なので、割とメッセージとしてちょっと違和感を。やっぱり都会よりもちょっと一歩深呼吸できるとか、肩の力を抜くとなると、そんなにというところがあるなというのは、ちょっと一意見としてあるんです。

さっき吉田委員もおっしゃったように、どこからの視点で考えるかだと思うんですね。大人の視点で考えたりとか、今住みやすいと思っている人たちの視点から考えるかということだと思うので。そこが割とそういうところでメッセージされると、ちょっとそんなに刺さらないなというのが思ったので、ちょっと一意見として。

○亀岡会長

なるほど。ありがとうございました。

そういう意見も本当に大事。でも、「ちょうど良い」っていいですね、言葉として。ちょうど良い。共働き、バリバリ働いて活躍したい人にとっては、ちょうど良い暮らしが実現できるというのは、それは本当にすごい魅力なんだろうなと思う。ただ、ほっこりとか、そういう豊かさだけではないという視点で見て、そういう方もいるというのは確かにそのとおりだと思います。

○木本委員

今、田舎の印象が強くて、皆さんの田舎の印象はちょっと一緒に考えてみたいなというのが一つ、お話を伺っていて思ったところですけども。田舎の印象って、実は私の中では全くほっこりしていないんですね。何しろ、田舎の暮らしは忙しい。手間が掛かる。日々ずっと動いている。エネルギーを出し続けている暮らしがむしろ田舎の暮らしで。

○亀岡会長

付き合いも大変ですもんね。

○木本委員

付き合いも大変です。本当に農家の暮らしを見ていると、もうずっと奥様が動いてらっしゃいますし、パワフルです。自分で作ったものを料理して出す。ただ、出す規模が日常やっているので慣れてきて、20人分、30人分、50人、100人ぐらいまでは全然大丈夫になっている方々が田舎の暮らしの理想像というか、すごくパワフルな方で。

普段やっていることが大きいので、本当にちょっとした付き合いの中でもすごく手厚く。こちらからしたら手厚くもてなしてくださいますし、すみずみまですごくよく気が付く方でいらっしゃったりするわけですよ。そのところが、「田舎」という言葉から感じるイメージが、多分真逆であったりとか、そこを擦り合わせないと、その言葉もまたぶれてくるんだろうなというような印象を受けました。

○亀岡会長

どうなんですか。「田舎」と「自然豊か」ってちょっとまた違いますよね。朝霞市民の方は、どう言われた方がいいんですか。適度に田舎だよってうれしいの。

○門野委員

私、全然朝霞は田舎だと思っていないですね。そういう意味で行くと。

○木本委員

なるほど。

○門野委員

私は、九州の出身なので。

○吉田副会長

ああ、本物の。

○門野委員

田舎っていったら本当に田んぼと海が広がっていて、何もなくて。軽トラックでおじいちゃんが走っていてぐらいの田舎だと思っているので。朝霞は全然田舎というか、むしろ都会。都会というか、都心ではないけれども、そういうところに比べたら田舎と思ったことがないです。

都心に比べて、公園が多い、緑が豊か程度であって、田舎っていう印象は全くないですね。田んぼは、ある。確かに。ちょっと新座とか志木の方に行くと田んぼはある。町中に田んぼがあるんだぐらいの印象しかなくて。なので、田舎。田舎かなあみたいなの。

○亀岡会長

確かにそうですね。見る視点によっては、そういうことですね。

○門野委員

なので、田舎っていうワードからいくと、朝霞市は田舎には当てはまらないのではと思いますね。

○亀岡会長

東京生まれ、東京育ちで、田舎を知らない人たちを絞り込んで対象にすると、こっちは田舎だよということではあるとは思いますがね。

田舎を持つという感覚では、そうかもしれませんが、確かに私も和歌山県出身ですけども、田舎ってこんなもんじゃないと心では思っていたけど。

○門野委員

田舎は、こんなもんじゃない。

○亀岡会長

ワードだけで判断しちゃうと。

○門野委員

電車が1時間に1本、来るか来ないかみたいなのところなので。

○亀岡会長

というところは、あるかもしれないですね。

ただ、「トカイナカ」という、最近都会で田舎の暮らしを両立させるというワードといいますか、そういったもので考えると、自然が豊かなエリアも持っている自治体は、トカイナカという表現をするケースは多くはなっていますけど。トカイナカ自体の定義も曖昧になっているところは確かなのところなので。

なかなか、本来朝霞の魅力とされるものが、いざプロモーションしていくに当たって魅力化していないという、伝えるのが難しいというのは、今の議論の中で何となく見えてきたというところで、今後大変だなというのが見て取れたところですけども。

○吉田副会長

「むさしのフロントあさか」っていうのに行き着いたところで、木本委員が「分解」って書いてある。「むさしのフロントあさか」。要素を分解したものを昔作ったことがあるんですよ。事務局、シティ・プロモーション課の前かな。「むさしの」と「フロント」と「あさか」で、僕が経由して考えているのは、「フロント」は交通インフラとかでできている。そうすると、「むさしの」を今流に作り替えていく。今流の「むさしの」らしさというのを住民参加とかで作っていくことが一番大事だと思っているんですよ。単なる昔の武蔵野の哀愁じゃなくて、「むさしの」なので、朝霞のブランドプロミスで「つくり、楽しみ」と書いてあるじゃないですか。そこがすごく意味があることだと思っているんです。

市民参加というのもお願いしたいし、そこで楽しんで、懐でって。門野委員がおっしゃったことと言うと、包容力みたいなことっていうのが多分、これからの自治体で求められるものだと思うんですよ。その包容力というのは、隙があったり空きがあったりしなきゃいけないと思うんですが、現代版の「むさしの」をちゃんと、「むさしの」らしさを作っていくと。だから、「むさしの」らしさというのは、失われていく側にあるじゃないですか。インフラはもうできちゃって、さすがにいきなり東上線を止めますとかは、考えづらいので。

僕は、「むさしの」の本当の価値は自然と緑とか田園風景というだけじゃなくて、コミュニティがあるところだと思っている。そこには、多分宿場町の自足性みたいなものが関係しているんだろうなど。そのコミュニティというのは、やっぱり包容力だと思うんです。新旧住民で言えば、嫌なやつもいますよ、そりゃ。新しい人にも、嫌なやつもいる。だけど、コミュニティのところから、今流の「むさしの」が、「フロント」はもうあとは公共バスをさらに充実させていくとかということじゃないですか。「むさしの」側を今流に定義していくというのが、僕は大事なのかなと思っています。

○亀岡会長

そうですね。ブランドタグライン、ブランドですから当然、ブランドの構成要素がちゃんとあって、分解していくとその構成要素が明らかになってくるという。それが、未来から見て新しく考えるというのは、その市民参画のまちづくりというものは、それは新しい追加要素であれば、ますますそのブランドを高めていくことになっていくとは思いますが。

確かに、「フロント」は確かに交通の利便性で、そこはもう固まっている。「むさしの」の部分

いかに魅力化していくかという。

○吉田副会長

全部畑に戻せというのではなくて、ということですよね。そこにあったコミュニティも含めて、「むさしの」というのを再構築。具体的に再提案していくというのが大事なのかなという気がします。

○門野委員

武蔵野らしさって何なんでしょうね。

○吉田副会長

心象風景という、抽象的だからこそ、価値をつくり利用しやすいんですよ。国木田独歩がやっています。ただ、僕が思うのは、元々関東って、徳川家康が放り出された場所ですよ。歴史的にそうですよね。

○事務局・斉藤主任

かいつまんで言えば、そうですね。

○門野委員

大分かいつまんでいる。

○吉田副会長

邪魔で、勢力が強くて、こいつ危ないからと放り出されて関東を与えられたと。ど田舎だった。そして、湿原地帯だった。利根川の改修工事をやって、宇都宮の辺りから利根川を、元々東京湾に流れ込んでいたものを今の銚子へ持って行ったんですよ。そういう歴史で、平野ができてきたと。それで、関ヶ原の戦いとかがありながらも、徳川家康はそれに本気にならず、土地改修ばかりやってきたという、どうもそんな歴史もあるみたいで。その一部の多摩川と荒川の間の辺りの洪積台地が武蔵野。昔は「あしのはら」と呼ばれていたんだそうで、水の名残だと思っんですよ。その中で、多分高橋家にあるように、土地をね、洪積台地の上で高台に住んで、下から水が出るようなところで住んでいたという歴史があって、その高台の歴史に関して言うと、3万年前までさかのぼって人がいた。あるいは、貝塚があって、食べやすいから人がいたということだと思っんですよ。それは、本当は人が暮らす場所とすると、かなりいい場所だったんじゃないかな。

○門野委員

さっき吉田委員がおっしゃっていたような、「むさしの」らしさを現代流に再定義するという話は、多分割と私もその辺ってフィットしやすいというか、そうだなというふうに思っっていて。現代らしさというのがまた難しい話なので、いろんな難しい話になってくるんですけどね。でも、それってさっきおっしゃっていた、ちょっと今後渋くというか。じゃなく、でも、今の人も受け入れや

すい「むさしの」もきつとあって、いろいろなものが混ざり合っ文化としてというか。それが、人と。何かコミュニケーションの質なのか。

でも、確かに私も朝霞に来て、割と受入れられやすいまちだなみたいな感じはあったんですよね。あんまり排他的じゃないというか。そういうことなのか、人と人のコミュニケーションの質の話なのか、それとも思いなのか、いろいろな難しさはあるんですけど。

○吉田副会長

京都とか、えげつないらしいですよ。かなり。

○門野委員

ですよ、きつとね。カルチャーが割と特化していれば特化しているほど、すごくさっきのシビックプライドみたいなものも芽生えやすい一方で、なかなかよそ者が入りにくかったりとかするところもあるじゃないですか。もうすごくコミュニケーションががっちり根付いている。田舎もそうですけど、ものすごく。ああとここの誰々さんみたいなことが分かっていて、みんな何かというところとあそこの誰々がみたいな話が、やることとか、市としてすごい文化ができているまちとかって、なかなか。じゃあずっと来てずっとそのまちに溶け込んでいけるかという、難しかったりもすると思うんですけど、割と朝霞って、その辺フラットなまちだと思うんですね。すごくふつと来て、ふつと住んでも、もう長いこと住んでいたみたいなまちな印象があって。それが何か確かに、懐の広さと言ってしまえばすごく簡単になっちゃうんですけど。そういう何か居心地の良さというか、何者でいてもいいみたいな感じというか。

それが多分、私みたいに働いていてもいいし、さっきおっしゃっていたお家が戸建てになって家族、「ケ」の日の豊かさみたいなのを感じていてもいいしみたいな。存在意義として、いろいろな人がいても割とフィットしやすいというか。そういうことって何か、もうちょっと何か言えないのかなみたいな感じてちょっと思ったりもしました。

○亀岡会長

確かに抽象的ではまだあるものの、そこが確かであるならば、今後狙っていくその若い世代だったりとか、それに準じた世代に本来ならまちの魅力って伝えにくいものなんだけど、伝えることは可能だというふうにも思えますよね。言語化の仕方次第では、十分にそこは伝えていけるし、参画してくれるんじゃないかと思いますよね。

確かにね、懐の深さという、この場では納得できる言葉だけど、それをじゃあ対象者に。

○門野委員

そうなんです。言われたところでみたいな。

○亀岡会長

ってなりますよね、確かにね。

○吉田副会長

シンボルロードは、懐が初めてできたという。今度インフラ側なんだけど、思うんですよ。僕は、最寄りが和光市なんですけど、東上線の。和光市は奥行きがないですよ。分断されちゃって。まちへ入って来て、ある程度15分までの懐が、こっち側、朝霞の駅の南口に限ってできたのはよかったなというふうに思っていて。やっぱり下北沢にしろ、三軒茶屋にしろ、神楽坂にしろ、人気があるのは、昔寺社があったか古刹があって、歩いて行く懐の、15分、20分ふらふらできる場所じゃないですか。あと大分の湯布院とか。それができたのは、すごく僕は朝霞にとっては宝物なのかなと思っています。あと、みんなも子供も自由に遊べる、面倒見ているということも含めてですよ。

○亀岡会長

そうですね、地形的、まちづくり的な懐の深さと、歴史的観点から見ても宿場町である、コミュニケーション力といますかね。その気持ちの上での懐の深さも併せ持ったまちと考えると、やはり新しい人たちの受け入れられる素地は十分にあるということですよ。それが、じゃあどうということなのかと短い言葉でキャッチコピーにしなさいということでは、ちょっと時間を掛けて考えて。キャッチコピーを作ることがシティ・プロモーションの方針作りではありませんので、そこを言語化するということは時間を掛けてもいいと思いますけれども。

○吉田副会長

そうですね。「OKAERI」の中だと、子供と一緒に大きくなろう、なっているんですね。大人も成長できるというところに一応懐の表現を入れたんですよ。ふつう、「子育てのまち」ってやるじゃないですか。人口動態的にその世代がほしいから、どうしても若い世代、入って来いというふうに言いがちなんだけど、子供を育てている世代の親が、犠牲じゃしょうがないんですよ。だから、「子どもと一緒に大きくなろう。」というキャッチを制作して願いを込めたのは、そういうことなんですよ。

○亀岡会長

その愛着度の醸成がやはり、その狙いというか文脈も確かにあのムービーにはあるんだと思いますし、そこが最も重要なところだと思いますけど。

○門野委員

今の「大人も一緒に」という話がありましたけど、子育てしやすいとか、今何かしらの生活の中で今住みやすいからというだけじゃなくて、確かに自己実現じゃないですけど、自分も働くでもいいし、高齢の方でもいいと思う。何かができるみたいな自己実現ができることって確かにすごい重

要だなと思っでいて。それもまた、言語化が難しいところで。単純に活躍するとか、いろいろな活躍な場面がありますと言っでしまえば、そうなのかもしれないですけど。それっでじゃあ何なのかという問題はあるんですけど、じゃあそれがその地域との交流イベントだったりとかを通じでなのか、若しくは何かしら子供を育てる中でいろいろなママさん友達とかといろいろお付き合いしていでる中でなのか、何か自分が良くなるみたいな自己実現感というのが、ちょっとあると。

○吉田副会長

特に高齢者は、何か社会とつながることをどういふふうに求めるのっで、なるじゃないですか。コアターゲットじゃないかもしれないけど、高齢者のことも忘れないようにしましうね。

○亀岡会長

確かに、クオリティオブライフとか、幸福度の論点から行くと、高齢者に対して社会参画が幸福度を高めるための要素の一つであるという解説はできても、じゃあどうやって参画させるのかというところのアプローチがない中で論じでしまうのが、問題とはされますよね。

○吉田副会長

何も関わりがなくで、平均寿命だけ上がって90とかがっで、地獄ですもんね。長生きして何もなし。

○亀岡会長

それが本当に、健康寿命と平均寿命が高いこととの違として、日本の場合は、これから幸福度が下がっていくと健康寿命が短くなってくるから、地獄といふか大変な部分が生活になっちゃう可能性はありますよね。

○吉田副会長

ピラミッドが戻ったりしてね。

○亀岡会長

なので、そうならないためにも、生活の仕方みたいなものも、やはり自己実現とともに語られるキーワードで「共創」といふね、共に創るといふ時代でもあると言われていマすよね。そこが、まちづくりに重要なポイントにはなってくるんじゃないかなと。その共創っで何かといふと、やはり主体的にまちに参加して、コミュニティを作っで生活をよくしていく。そこまで深く参画しなくでても、先ほど門野委員がおっしゃったように、「ちょうど良い」環境を作るためにある程度は参画するといふことも方法手段かもしれないですし。それは、本当にその立ち位置、立ち位置で全然違ってくる関わり方なのかなと思マすし、それが本当に普通にできちゃうまちといふのが、朝霞のいいところなのかもしれないです。それをいかに、今後の対象に対して伝えていくかといふところがポイントになっでくるのかなと思マす。

そろそろ時間も残り僅かになってきているんですけども、本日の論点、「目標」と「対象」について、できれば決めたいなというところだったんですけども。割ともう、絞り込まれた会話にはなっていますので、人口推計の中の市の政策、ただ人を増やすではなくて、ある程度起こり得る確実な未来、10年後を見据えて。緩やかに伸びていく中の人口というものをどう捉えるかというところで。

目的は恐らく、定住若しくは移住というところの、今住んでいる人たちが定住してくれる、新しく入って来てくれるその側も含めて求めていく中で、対象となるのは、当然世代的にはある程度セグメント、ターゲティングしていかなきゃいけないとは思いますが、何となく人口ピラミッドを考えると、いろいろ御意見はね、吉田副会長がこうあった方がいいとか、本音では思っているんでしょうけども。

○吉田副会長

数字は、あれなんです。役所の数字で国が作っているやつとかを見ると安心しちゃうんだけど、そういうふうに見るのはデータ読みとしては、ちょっとどうなのかなというところをお示ししたいんです。とても安心できないですよ、多分。1.6、1.7って絶対無理だから。絶対とは言えないですけど、ほぼほぼ九州へ行けみたいな話じゃないですか。ほぼほぼ20年前、30年前に経済成長時代に戻れみたいなことを言われているので、その文脈に乗っちゃうとすごく危険かなということですよ。

○亀岡会長

九州、めちゃめちゃ困っているところなんですけどね。

○門野委員

難しいんですよね、だから。出生率が高ければ幸せなのかみたいな問題があるじゃないですか、やっぱりそこって。それって、確かに九州だったりとかってすごい私の周りも地元に戻ると、20代から結婚して、子供をたくさん産んでという、地元に残っている方はすごく多いんですけど。じゃあそういう生活が今例えば朝霞でというか、出生率が高ければいいのかという問題もあつたりもしてて。

○吉田副会長

そこをそんなに、直接言えばぶっ壊せるじゃないですか。

○門野委員

もちろん、そうですね。

○吉田副会長

子供も産んでもいいかなという環境を。これはもう、まちの施策とかいろいろなところが関係し

て来ますので、保育環境とか。全然変な話なんですけど、共働き率が上がった方が出生率が高まるというデータもあるんです。だから、何とも分からない。そこは、産みやすい環境を作るって全然良いんですけど、シティ・プロモーションだけでできないじゃないですか。

○亀岡会長

そうですね。

○吉田副会長

そこら辺は、環境醸成的に子供を楽々産む気分になれるみたいのところまでしか多分できなくて。

○門野委員

この人口ピラミッドの話だったりとかの話で行くと、産みやすいとか子育てしやすいですよとかって言いやすいんですけど、割と表現として。でも自分が産む側だったとしたら、産んでもいいかなと思えるまちって結構大事というか。別に産まなくてもいいし、産んでもいいなというところになったときに、このまちだったら産んでもいいなって思えるぐらいの方が何か安心するというか。子育てしやすい、ファミリーでと言われると、ちょっとそこまで別に子供のことまで考えてないけどってなっちゃうけど。何か住んでみて子育て、子供を育ててもいいかなというぐらいの柔軟さがあるとすごくいいなと。

○亀岡会長

将来的には、流山の上をいくキャッチコピーを開発しなきゃいけないということが、またあるかもしれませんし。

どうでしょうかね。今日、確実に結論を出す必要はないですけども、今日決められるのであれば決めていきたいなと思いますけど、決められないんだったら、いったん持ち越して、また議論する場を3月に入って用意することもできますけども、いかがでしょうかね。

ある程度、もう方向性は語られていますので、確定するターゲットのセグメントというか、どの世代なのかとかするところを決めていく作業になるのかなとは思いますが。

どうでしょうか。もう一度話し合う場を持ちましょうか。

○吉田副会長

どうですかね。普通に人口ピラミッド的には、20代、30代を引き込むか、あるいは、結婚前の予備軍みたいなものが普通には必要。

○亀岡会長

新生活の転勤も含めて、選択肢に入っていくんですね。

○吉田副会長

それを置いて置いた上で、2番目、3番目辺りのも、僕は論議としては大事かなという気がしています。このフレッシュャーを来てくださいますとやるのか。意外に40、50代でより広い場所とかいうのもあるのかなと思ったりとかというところですけどね。

○亀岡会長

そうですね。なので、世代で区切るか、どういうふうなライフスタイルを望む人にするのか、そこもセグメントの切り方が変わってくるんですよ。

ただ、メインとサブを仮にターゲットを用意するときには、メインは子育て世代、若しくは予備世代で、サブターゲットとして、ミドル、シニアも含めてこのまちを気に入った人、気に入ってもらえる人というのを狙うと。そこは二つ用意しても全然いいと思いますし。

○吉田副会長

そういうのがいいと思いますね。

○亀岡会長

では、確定はさせませんでしたけども、ある程度の方向性は今日十分議論をできましたので、あとはそこを次回会議の日程を作ってくださいね、そこで詰めていきたいなと思います。

それで、よろしいでしょうか。

では、3月末頃にはなるかと思えますけども、日程については追って御連絡させていただきますので、よろしくをお願いします。

◎2 議事(2) その他

○亀岡会長

それでは、続いて議事二つ目、「その他」ということで、事務局から何かありましたらお願いいたします。

○事務局・斉藤主任

1点、報告だけさせていただければと思います。

私、第1回目でもお話させていただきましたが、シティ・プロモーション庁内検討委員会の方のも行政側の方で1月14日にしました。

そこでですね、シティ・プロモーションに携わる、携わっていただく課、携わらないといけない課の課長級の方々を集めまして、第1回シティ・プロモーション庁内検討委員会ということで開かせていただいたんですけども、最初の第1回ということでしたので、本当に第1回のこちらのシティ・セールス朝霞ブランド検討委員会の報告であったりですとか、このシティ・プロモーション庁内検討委員会がどのような立ち位置で、どのように今後動いていくのかというようなことを報告

させていただいて、第1回目は終わらせていただいた。

本日、第2回のシティ・セールス朝霞ブランド検討委員会が終わりましたので、またその報告も兼ねてですね、今度シティ・プロモーション庁内検討委員会を開いて、適宜情報共有の方を図っていきたいと思っております。

以上になります。

○亀岡会長

ありがとうございました。

以上で、本日の議事は終了いたしました。

その他、事務局から何か報告、連絡事項ございますか。

○事務局・高市係長

事務局の高市です。

今回の検討委員会なんですけれども、スケジュール、最初にお示ししたものでは5月で第3回ということで考えておりましたが、そのとき今回の目標とターゲットを大分絞り込んで次で確定させるといふところまで必要なもので、3月にもう一度開催させていただきたいと思っております。

それでスケジュールを組みたいと思っておりますので、またその日付を追って御連絡させていただきま

す。

以上です。

○事務局・奥田主幹兼課長補佐

3月の末、末週ぐらいを今のところ考えています。

○亀岡会長

そうですね、議会のスケジュールもありますからね。

○事務局・奥田主幹兼課長補佐

そうなんです。

○亀岡会長

それ明けの末週ということで。

○事務局・奥田主幹兼課長補佐

今のところは、そんな感じで考えています。

○吉田副会長

ちょっといいですか。木本委員の中にあつた、「むさしのフロントあさか」の分解ってあるじゃないですか。試案としては、もう1年前ぐらいからありますその、むさしのフロントに行き着いたときに見た文献から拾ったものとか、武蔵野って本、あそこから拾って、その要素としてクヌギ畑

が、雑木林があるとかっていう、その要素分解はしたものがあるので、もし事務局の許可が得られれば、それは事前に共有していただきたいなど。

○木本委員

是非拝見したいです。

○吉田副会長

フロントは近いとか当たり前のことも書いてあるんですけど。

○亀岡会長

いろいろな企業のブランドロゴとかも構成要素をちゃんと表現したりするのと同じで、多分ブランドタグラインにもあると思うので。公開いただければ、本当に参考になると思います。

◎3 閉 会

○亀岡会長

それでは、ほかになければ、以上をもちまして、本日の会議を終了いたします。

少しちょっと早いですが、皆さん御協力ありがとうございました。