



柳瀬川



黒目川

第2次 新座市シティプロモーション方針



野火止用水



野火止用水

令和5年3月
新座市

はじめに

新座市では、雑木林に代表される武蔵野の自然や歴史的文化資産を次代に継承しながら、交通の利便性をいかした都市整備や子育て支援を始めとする市民サービスの充実を図り、「新座市に住んでみたい、ずっと住み続けたい」と思っていただけけるまちを目指し、市政を推進してまいりました。



令和5年度からスタートする第5次新座市総合計画では、10年後の将来都市像「未来もずっと暮らしに『プラス』が生まれる 豊かなまち 新座」を目標として掲げ、市民の皆様暮らしにそれぞれにとっての「プラス」をもたらすことができるよう取り組んでまいります。

この第5次新座市総合計画では、本市では初めて「シティプロモーション」を位置付け、選ばれるまちになるための施策を展開することといたしました。

この度、本市の認知度を高め、移住・定住を促すとともに、多くの皆様に本市を好きになり、関わりを持ってもらうため、「第2次新座市シティプロモーション方針」を策定しました。30代の子育て世代と市内大学に通う学生をターゲットとしておりますが、年齢を重ねてからも本市に住み続け、その子供達もまた本市に住むことを選ぶ、そのような好循環を生み、地域全体の活性化につながるような「選ばれるまち」を目指します。

シティプロモーションは、行政だけでなく、市民や事業者・団体の皆様など、本市に関わる全ての方々が互いに協力しながら進めることが必要です。市全体で、シティプロモーションキャッチコピー「くらすにいぎ ぶらすにいぎ」に込めた想いを共有し、皆様の御理解と御協力を頂きますようお願い申し上げます。

結びに、本方針の策定に当たり、「新座市シティプロモーション推進座談会」に御参加いただいた皆様を始め、御協力を頂いた関係者の皆様に心からお礼を申し上げます。

令和5年3月

新座市長 並木 まさる 傑

目次

第1章 第2次新座市シティプロモーション方針について

1	シティプロモーションとは	1
2	なぜ今シティプロモーションに取り組むのか	1
3	方針の位置付け	1
4	方針の期間	2
5	効果検証	2

第2章 新座市シティプロモーション方針策定の経緯と取組

1	新座市シティプロモーション方針策定の経緯	3
2	新座市シティプロモーション方針に基づく取組	3

第3章 新座市の現状と第1次方針の効果検証

1	新座市の現状	
(1)	総人口及び年齢区分別の人口推移	6
(2)	子育て世代の人口推移	7
(3)	社会移動の状況	9
(4)	合計特殊出生率・出生率の推移	10
(5)	転入者アンケートの結果（概要と分析）	12
(6)	新座市シティプロモーション推進座談会の結果（概要と分析）	13
(7)	大学生アンケートの結果（概要と分析）	14
(8)	民間調査会社の調査結果（地域ブランド調査）	15
(9)	近隣自治体及び参考自治体との比較	16
(10)	住宅購入のしやすさ	17
2	第1次方針の効果検証	
(1)	第1次方針の効果検証	18
(2)	本市の現状の分析から見えてくる課題	19
3	新座市の強みと弱み	20

第4章 選ばれるまちになるために

1	ターゲットの設定と施策展開	
(1)	ターゲットの設定	22
(2)	市の課題とターゲット層に向けた施策展開	23

2	シティプロモーション推進の3つの柱	27
3	3つの柱に基づく事業の展開	28
4	シティプロモーションキャッチコピー・ロゴマークの普及	31

第5章 推進体制

1	みんなで進めるシティプロモーション	32
2	各主体の役割	32

資料編

I	子育て世代をとりまく様々な状況について (合計特殊出生率が低い原因についての追加調査)	34
II	転入者アンケートの結果について	39
III	新座市シティプロモーション推進座談会の結果について	42
IV	大学生アンケートの結果について	44

第1章 第2次新座市シティプロモーション方針について

1 シティプロモーションとは

本市には、歴史的文化資産や自然、農産物や祭りなど、「新座ならではの」といえる魅力がたくさんあります。他とは異なる「地域ならではの」といえる魅力を、一般的には“地域ブランド”と呼びますが、当然のことながら、発信をしなければ誰にも魅力として伝わりません。また、本市が持つ魅力をただやみくもに発信するのではなく、誰に、どのように届けるのかを明確にし、効果的、継続的に発信していくことが、本市のブランドイメージの向上や確立につながっていきます。これが、本市の考えるシティプロモーションです。

2 なぜ今シティプロモーションに取り組むのか

昨今、人口減少と少子高齢化が急速に進む中で、自治体をどのように維持していくかは、日本全国で大きな課題となっています。

本市においては、現状の人口動態のまま推移していくと、令和7（2025）年をピークに人口減少に転じるとともに、少子高齢化が急速に進む見込みです。

こうした人口減少・少子高齢化社会にあっても、まちの活力の維持・向上を図るため、本市のみならず、全国の自治体がそれぞれの特徴をいかしたシティプロモーションに取り組んでいます。都市間の競争が激化する中、本市が選ばれるまちになるため、他市にはない「新座ならではの」の魅力を効果的に伝えていく必要があります。

しかしながら、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大という事態が起こって以降、自治体の活動や私たちの生活に、様々な変化や制約が生まれました。このため、ウィズコロナ・アフターコロナを念頭に置いた新たな視点でシティプロモーションを考えていく必要があります。

また、SDGsやDX、GXの推進など、新たに取り組むべき社会課題も生まれています。こうした、日々変化し続ける社会情勢や市民のニーズを敏感に感じ取り、柔軟な視点を持ってシティプロモーションに取り組むことで、本市が選ばれるまちとなり、定住人口や交流人口、関係人口の増加につながっていきます。

3 方針の位置付け

第2次新座市シティプロモーション方針（以下「本方針」という。）は、市の最上位計画である第5次新座市総合計画（以下「第5次計画」という。）

に基づき推進します。

4 方針の期間

本方針の推進期間は、令和5年度から令和9年度までの5か年とします。なお、期間中において大きな環境変化が生じた場合は、見直しをすることとします。

5 効果検証

本方針の進捗管理、効果の検証のため、関連指標をモニタリングします。モニタリング結果を基にその要因を分析し、次の取組にいかしていきます。

<モニタリングで目を向ける指標例>

- ・ 人口（30～39歳）
- ・ 民間調査会社が発行している自治体ランキング等
- ・ 転出入者数
- ・ シティプロモーションに関するアンケート調査
- ・ 合計特殊出生率・出生率

第2章 新座市シティプロモーション方針策定の経緯と取組

1 新座市シティプロモーション方針策定の経緯

本市が選ばれるまちとなり、まちの活力を維持・向上させていくには、「新座ならではの」魅力を市内外に広く効果的に発信する必要があります。

また、新座市シティプロモーション方針（以下「第1次方針」という。）を策定した平成31年は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会や市制施行50周年等のビッグイベントを目前に控えていた時期であり、本市をPRする上で絶好のタイミングとなりました。

こうした、市内外から注目が集まる機会をいかしたシティプロモーションを行うことで、より効果的に地域ブランドの確立や向上につながるものと捉え、平成31年3月に3か年計画として第1次方針を策定しました。

※ 本来であれば、第4次新座市基本構想総合振興計画（以下「第4次計画」という。）が令和2年度に終了し、翌年度からは第5次計画が新しく推進される予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響や市の財政悪化により、計画の推進期間を2年間延長しました。それに伴い、第1次方針についても、推進期間を1年延長（令和4年度まで）し、終了の時期を第4次計画に合わせることにしました。

2 新座市シティプロモーション方針に基づく取組

第1次方針では、誰に、どのように情報発信するかを明確にするため、メインターゲットとサブターゲットを定め、3つの柱を軸に、様々な取組を実施しました。

【メインターゲット】

「首都近郊で戸建て住宅を取得しようとしている30歳代の子育て世代」
<ターゲットを定めた主な理由>

- 30代（子育て世代）の人口減少が顕著である
- 子育て世代の増加は、出生者数や年少人口の増加、地域の活力を高めることにつながる
- 他市に比べて持ち家率が高く、その中でも戸建て住宅の割合が高い

【サブターゲット】

「市内大学に通う学生」

<ターゲットを定めた主な理由>

- 市内には3つの大学（跡見学園女子大学、十文字学園女子大学、立教大学）があるが、駅とキャンパスの往復だけで新座のことをあまり知らないという学生が多い
- 学生に市の魅力を発信し、関わりを持つ機会をすることにより、市のイメージ定着を図り、将来の定住の可能性を高める

【3つの柱】

『1 地域が育てる、地域が育つ（地域全体での教育）』

『2 新座市のファン（FUN・FAN）づくり（魅力づくり）』

『3 「響く」メディアの選択（魅力発信）』

『1 地域が育てる、地域が育つ（地域全体での教育）』

- ・ 親子たけのこ掘り体験
- ・ カブトムシ里親フェア、ナイトツアーの実施
- ・ 新座市産業観光協会による水辺の風景展実施
- ・ 新座市観光ボランティアガイド協会による小学生を対象とした出前講座とフィールドワーク
- ・ プログラミング教育の充実（公民館、児童センター等でのプログラミング講座の実施）

『2 新座市のファン（FUN・FAN）づくり（魅力づくり）』

- ・ 観光情報誌等の広域配布（公共施設、民間施設、駅等）
- ・ ロケーションサービスの実施
- ・ 「新座ブランド認定品」、ふるさと納税返礼品のPR
- ・ 各種イベントの開催、支援
- ・ 野火止用水の清掃活動（クリーンデーの実施、ボランティアによる定期清掃活動）
- ・ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた気運醸成（射撃競技の会場市、ブラジル連邦共和国代表の事前トレーニングキャンプ地及び同国を相手国としたホストタウン）
- ・ 市内3大学学生との連携事業（トラベルライティングアワード新座賞の

実施、市長との懇談会)

- ・ 新座市産業観光協会による市内バスツアーの実施
- ・ 「ゾウキリン」の活用（イベント出演、Instagramでの情報発信、グッズ販売）
- ・ 市内周遊手段の一つとしてシェアサイクルの試験導入
- ・ 新座市観光ボランティアガイド協会による市内ガイド

『3 「響く」メディアの選択（魅力発信）』

- ・ 市公式ホームページや広報紙、SNS等を活用した情報発信
- ・ 子育て情報誌を活用した情報発信
- ・ 民間事業者発行の情報誌への情報掲載
- ・ 住宅情報サイトへの本市特設サイトの開設
- ・ 民間放送局への情報提供、番組制作協力等

第3章 新座市の現状と第1次方針の効果検証

1 新座市の現状

本市の現在の状況を確認するために人口動態や様々なアンケート調査を分析しました。

(1) 総人口及び年齢区分別の人口推移

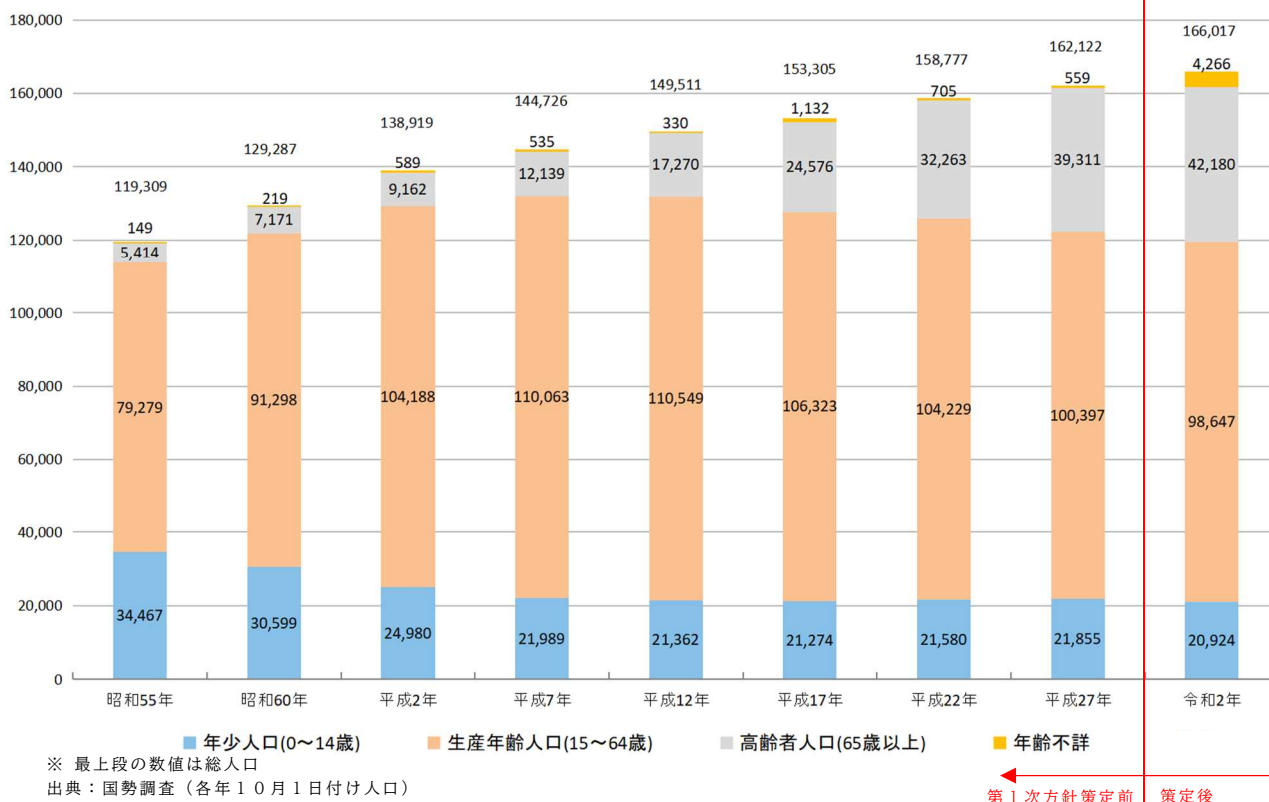
まずはじめに、総人口及び年齢区分別の人口の推移を確認していきます。

(図1)

図1から見えてくるもの

- ・ 全体人口 → 増加し続けている
- ・ 高齢者人口 → 大きく増加し続けている
- ・ 生産年齢人口 → 大きく減少し続けている
- ・ 年少人口 → 平成7年頃からおおむね横ばい

図1 新座市の総人口及び年齢区分別の人口推移



第1次方針策定以降も人口は増加し続けていますが、その内訳を見ていくと、増加しているのは高齢者人口であり、メインターゲットを含む生産年齢人口は減少しています。

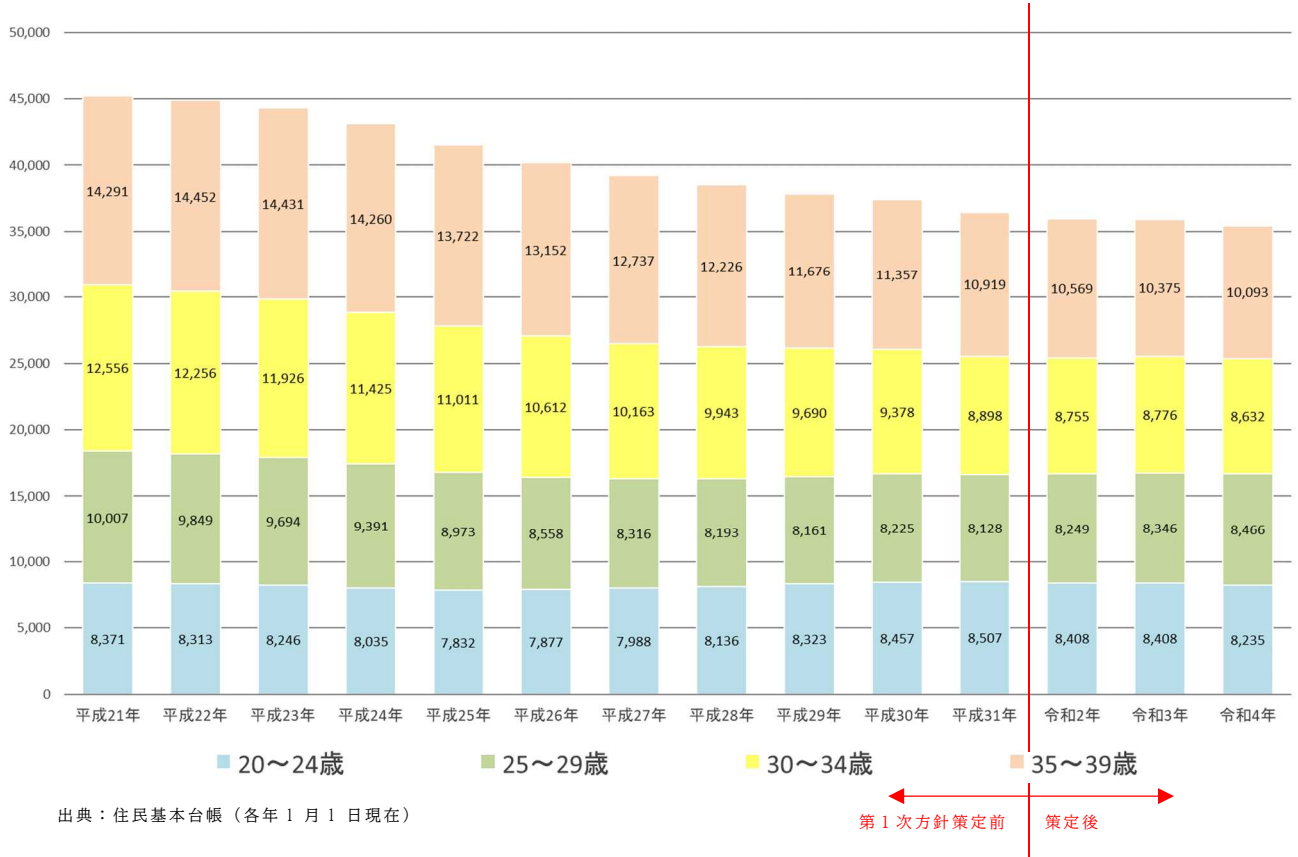
(2) 子育て世代の人口推移

減少し続けている生産年齢人口のうち、20～30代の子育て世代に着目し、人口の推移を確認していきます。（図2）

図2から見えてくるもの

- ・ 35～39歳の人口が大きく減少している（ただし、平成31年から減少数は緩やかになっている）

図2 新座市の年齢区分ごと（5歳刻み）の子育て世代の人口推移



20～24歳、25～29歳、30～34歳の人口グラフを見ると、平成31年から8,000人台で推移しています。

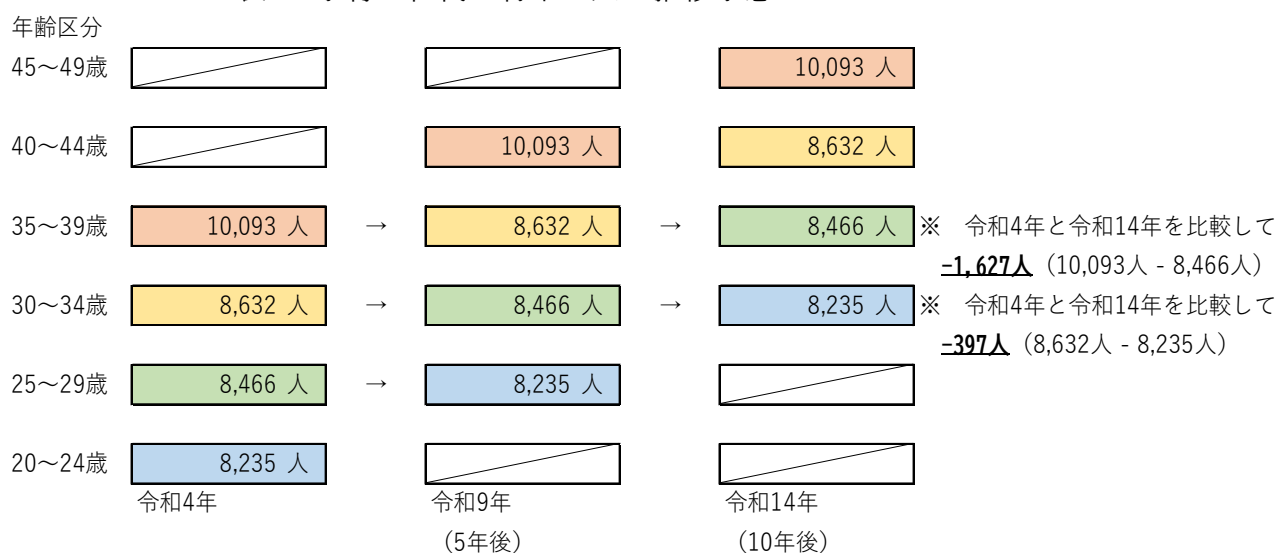
全体的に減少は続いています。第1次方針策定以降の近年はおおむね横ばいが続いており、平成20年代に比べて人口減少を抑えることができます。

さらに、子育て世代の将来の人口推移を予想するため、令和4年（現在）の人口を基準に、5年後・10年後の各年齢区分別に人口を確認していきます。（表1）

表1から見えてくるもの

- ・ 令和4年の30～39歳の人口は、10年後の令和14年には2,024人が減る見込み
- ※ 令和4年の30代の人口18,725人（10,093人+8,632人）
令和14年の30代の人口16,701人（8,466人+8,235人）
- 差し引き2,024人が減少

表1 子育て世代の将来の人口推移予想



※ 令和4年の各年齢区分別人口を基準に、5年後・10年後も人口に変動がなかった場合で予想

年齢区分が下がるごとに人口は減少しており、30代の人口より20代の人口は約2,000人少ない状況です。

現在の20代の人口に変動がないまま10年が経過して30代となった場合、10年後の30代の人口は2,000人が減る見込みとなります。

(3) 社会移動の状況

次に、子育て世代の人口増減に影響する社会増減（転入・転出）について、全体の人口を含め確認していきます。（表2）

表2から見えてくるもの

- 子育て世代は、転入者数が転出者数を上回っている

表2 年齢区分別（5歳階級）の社会移動（転入超過数）

	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	平成31年 (令和元年)	令和2年	令和3年
60歳以上	-14人	-80人	-13人	-36人	+10人	+19人	+41人	+57人
55～59歳	+16人	+21人	+8人	-16人	-15人	-23人	+30人	+5人人
50～54歳	+7人	+3人	+11人	+25人	+15人	+12人	+3人	+58人
45～49歳	-22人	+36人	+21人	-20人	+8人	±0人	+30人	-6人
40～44歳	+15人	+19人	-9人	+17人	-37人	+4人	+11人	+69人
35～39歳	+34人	+69人	+71人	+69人	-75人	+118人	+101人	+64人
30～34歳	+71人	+148人	+112人	+83人	-62人	+142人	+278人	+103人
25～29歳	-14人	+91人	+30人	+86人	-12人	+103人	+30人	+22人
20～24歳	-8人	+94人	+67人	+56人	+13人	+101人	+142人	+62人
19歳以下	+268人	+256人	+245人	+161人	+35人	+166人	+240人	+187人

※ 青字：年間の転入・転出で増えた人数（年間の転入数 - 転出数 = +の場合は転入の方が多（人口が増えた））
赤字：年間の転入・転出で減った人数（年間の転入数 - 転出数 = -の場合は転出の方が多（人口が減った））

例1：年間の転入者数が100人、転出者数が80人だった場合

転入者数 100人 - 転出者数 80人 = +20人 → 転入者数が20人多い（20人増えた）

例2：年間の転入者数が80人、転出者数が100人だった場合

転入者数 80人 - 転出者数 100人 = -20人 → 転出者数が20人多い（20人減った）

全体的に、どの年齢区分でも転入数が転出数を上回る傾向にあることから、社会移動（転入・転出）による人口の減少は見られません。

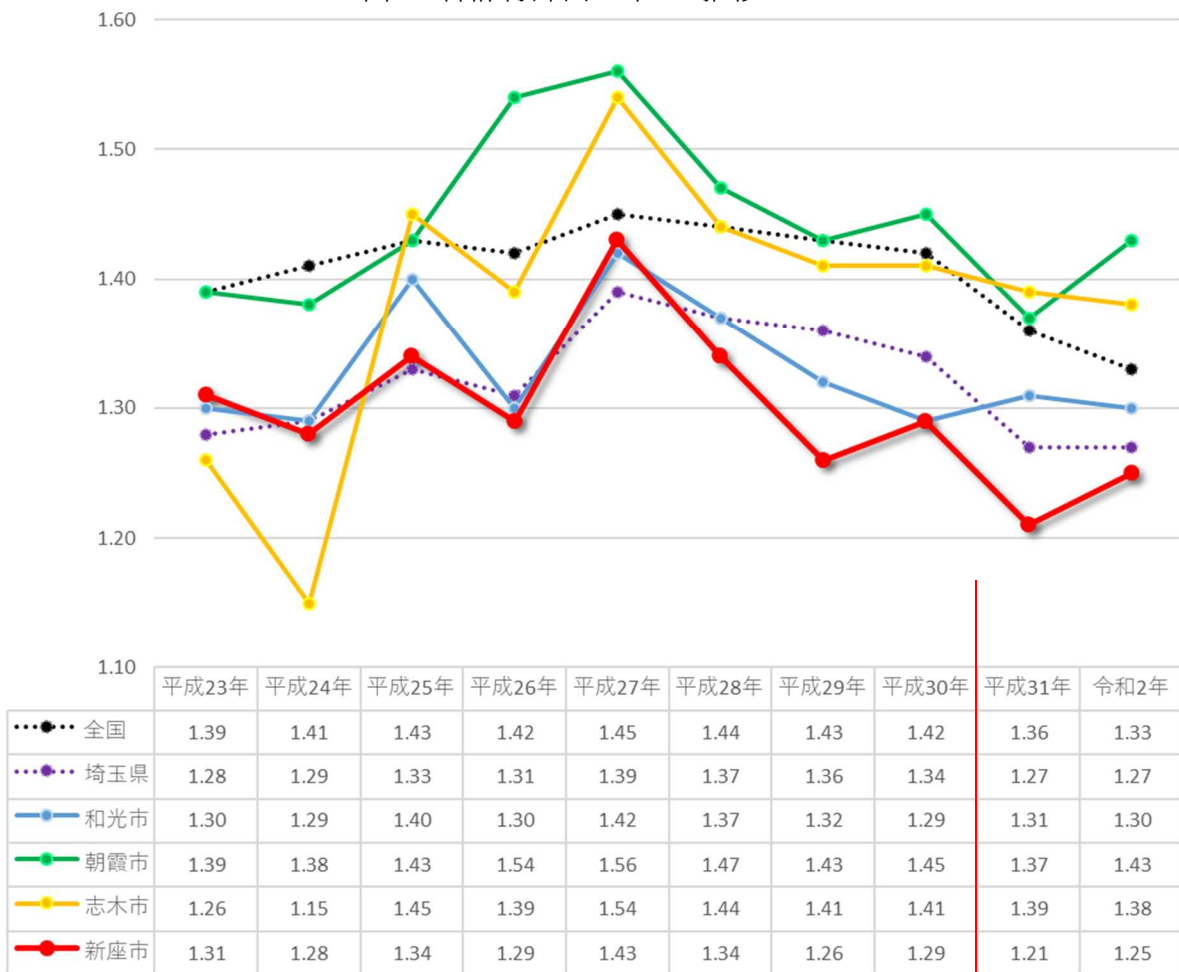
しかしながら、表1（8ページ）のとおり、子育て世代では年齢区分が下がるごとに減少する人口構成となっており、この減少数が社会移動による増加数を上回っています。このため、転入数が転出数を上回っているにもかかわらず、図2（7ページ）のとおり、子育て世代の人口が減少しているということが分かります。

(4) 合計特殊出生率・出生率の推移

次に、将来の人口推移に大きく関わる合計特殊出生率と出生率の推移について、全国平均、埼玉県平均及び朝霞地区の3市との比較により確認します。
(図3、4)

- 図3、4から見てくるもの
- ・ 本市の合計特殊出生率・出生率は第1次方針策定後も一番低い
 - ・ 第1次方針策定後の令和2年は、合計特殊出生率が増加している

図3 合計特殊出生率※の推移



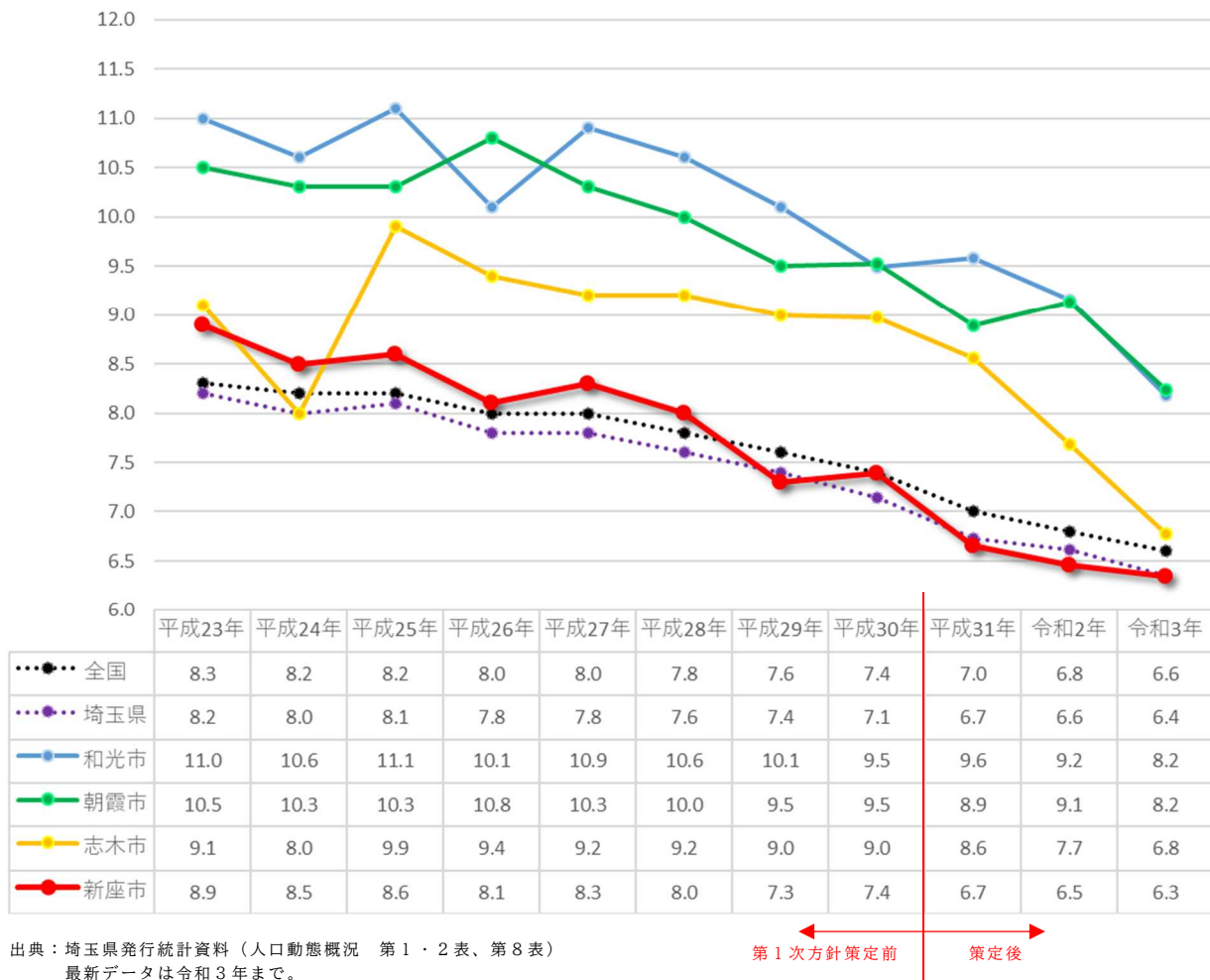
出典：埼玉県発行統計資料（合計特殊出生率の年次推移（保健所・市区町村別））
最新データは令和2年まで。

← 第1次方針策定前 策定後 →

※ 「合計特殊出生率」とは

『「15～49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの」で、一人の女性が仮にその年次の年齢別出生率で一生の間に生むとしたときの子どもの数に相当する』（厚生労働省「出生に関する統計」の概況 人口動態統計特殊報告 引用）

図4 出生率※の推移



※ 「出生率」とは

『人口千人に対する出生数の割合』（厚生労働省「出生に関する統計」の概況 人口動態統計特殊報告 参照）

【本市の合計特殊出生率が低い原因についての考察】

本市の合計特殊出生率が低い原因について調査を行ったところ、15～49歳の女性の婚姻率や子有世帯の割合、子どもの人数ごとの世帯割合に大きな差はありませんでした。

国立社会保障・人口問題研究所の調査では、「理想の数の子どもを持たない理由」の設問では、「子育てや教育にお金がかかりすぎるから」という経済的理由が一番多いというデータがありました。

本市の収入について調べたところ、「2019年全国家計構造調査」では、30代世帯の平均年収は全国平均を上回っていましたが、「都市データパック2022」の調査では納税義務者1人当たりの所得は朝霞地区4市の中で最も低いことが分かりました。

所得との関連性を含め、本市の合計特殊出生率が低い原因について調査を続ける必要があります。（詳細は資料編を参照）

(5) 転入者アンケートの結果（概要と分析）

転入者にアンケート調査を行い、本市に住むことを決めた理由や結婚・出産によって転居先に決める際に重視する点などを尋ねました。

【アンケート調査概要】

移住定住調査アンケートサイト「ゆくくるサーベイ」を使用した転入者向けアンケート調査

調査期間：令和3年9月1日～令和4年4月30日

回答者：55名

アンケート調査まとめ

- ・ 20～30代の方からの回答が多い（45名中 36名）
- ・ 転入理由は、就職や転職・転勤、結婚などが多い（45名中 19名）
- ・ 結婚や出産による住む先として重要と思う点については、
 - 1位 住宅価格・家賃が安価
 - 2位 公共交通機関の利便性が良い
 - 3位 日常生活に必要な買い物ができるの順に多い。
- ・ 自由意見では、交通機関や公共施設、子育てに関する事など、日々の生活に関わる意見が多い。（27件中 10件）

※ アンケート詳細は、資料編に掲載

結婚又は出産による転居先を決める要素として上位となった「住宅価格・家賃が安価」と「公共交通機関の利便性が高い」は、第1次方針で掲げる本市の特徴と一致しています。

転入の理由の多くは転職・転勤・結婚であることから、本市の特徴と転入先を決める要因には関連があると考えられます。

(6) 新座市シティプロモーション推進座談会の結果（概要と分析）

第2次方針策定に向け、第1次方針でメインターゲットと定めた「30代の子育て世代」を市民から募り、座談会を開催し、メインターゲットが求める取組についてディスカッションを行いました。

【座談会の開催概要】

開催回数：2回（令和4年5月21日、令和4年7月23日 開催）

参加者：9名（市民から公募）

座談会で出た、参加者の皆様が求める取組

- ・ 子育てしやすい環境の整備（医療関係、保育関係含む）
- ・ 道路交通の改善
- ・ 整った街並みや大型公園の整備を含む計画的なまちづくり
- ・ 新座市の認知度を高めるための魅力の創出や“効果的な”情報発信
- ・ 市内の企業や大学生とのタイアップ
- ・ 市民全体での地域活動の活性化

※ 座談会で出た意見の詳細は、資料編に掲載

子育て施策の充実やインフラ整備等、日々の生活に関わる意見が多く挙がりました。

市の魅力や情報発信は、新座ブランドの認定や観光スポットやお店の紹介、ゾウキリンを活用したInstagramでの発信など、様々な方法で行っていますが、“効果的な”情報発信を求める意見が挙がったことから、市民に広く情報が行き渡っていないことが分かりました。

また、市内企業や大学生とのタイアップ、地域活動の活性化についても意見があり、行政だけで完結せず、官・民・学が連携し合う取組が求められています。

(7) 大学生アンケートの結果（概要と分析）

第1次方針のサブターゲットである市内3大学に通う学生を対象に、アンケート調査を実施しました。

【アンケート調査概要】

- ・ トラベルライティングアワード新座賞に参加した学生を中心に、市内3大学でアンケート調査を実施（令和4年度中）
- ・ 回答者：288名

アンケート結果概要

- ・ 市内大学に通う学生のほとんどが市外在住（288件中 255件）
- ・ 本市の特徴は、交通の便が良く（都心に近い）、駅周辺の利便性を感じながらも、自然が多く残り静かな程よい田舎であると感じている（412件中 245件）
一方で、駅から離れると利便性は低く、道も狭いため歩きづらく、バスなどの交通機関も含めて交通の便が悪いと感じる（318件中 213件）
- ・ 改善してほしい点として、通学路を中心とした道路整備を求める声が多く、また、駅周辺以外での商業施設（お店を含む）が充実してほしいと感じている
（270件中 140件）
- ・ 住みたいと思うまちについては、「市内外両方の交通の便が良く、お店がたくさんあって便利な生活もできる中で、自然が両立した静かで穏やかな落ち着いたまち」を求めている（476件中 226件）

※ アンケートの詳細は、資料編を参照

本市の特徴として、自然が豊かで都心に近いと感じている学生が多い一方で、駅から離れると交通の便が悪く、学生の交流の場となるような商業施設が少ないと感じています。市内には魅力的な観光スポットやお店がたくさんありますが、情報が行き届いていないためと考えられます。

また、通学路を中心とした道路整備についての意見も多く挙がっており、本市を訪れる本来の目的である「通学」の快適さを求めていることが分かりました。

(8) 民間調査会社の調査結果（地域ブランド調査）

本市の対外的な認知度や魅力度を調べるため、民間調査会社の調査結果を見ていきます。（表3）

表3から見えてくるもの

- ・ 魅力度、認知度、情報接触度、観光意欲度の順位は上下を繰り返している
- ・ 居注意欲度は、第1次方針策定年である2019年以降毎年順位が上がっており、2020年以降平均を上回っている
- ・ 観光意欲度は一番低く、全体順位では下位となっている

表3 魅力度・認知度等の推移

	魅力度	認知度	情報接触度	観光意欲度	居注意欲度
2017年	819位 -	497位 -	604位 -	876位 -	546位 -
2018年	759位 ↗	423位 ↗	477位 ↗	886位 ↘	622位 ↘
2019年	891位 ↘	449位 ↘	512位 ↘	933位 ↘	531位 ↗
2020年	742位 ↗	447位 ↗	525位 ↘	952位 ↘	467位 ↗
2021年	726位 ↗	473位 ↘	441位 ↗	898位 ↗	454位 ↗
2022年	772位 ↘	448位 ↗	536位 ↘	902位 ↘	400位 ↗
6年間の平均順位	785位	456位	516位	908位	503位

出展：地域ブランド調査（2017～2022年）※

※ 全国1,000市区町村及び47都道府県を対象としたインターネット調査

2006年から調査が始まり、約3万人の消費者を対象に調査を実施

観光意欲度が低く、居注意欲度が高いことから、本市のイメージは観光都市ではなく都心に近いベッドタウンであることがうかがえます。これは、第1次方針で掲げる本市の特徴と一致します。また、居注意欲度の順位は第1次方針策定年である2019年以降毎年上昇しており、メインターゲットを含めた、対外的な情報発信の成果が表れているものと考えられます。

情報接触度については、2021年の順位が大きく上昇していますが、東京2020大会の開催年であり、イベントの開催や情報発信の機会が増えたことが要因の一つと考えられます。

しかしながら、魅力度・認知度・情報接触度は、（2021年の情報接触度を除いて）第1次方針策定年である2019年以降も、大きな変化は見られませんでした。

(9) 近隣自治体及び参考自治体との比較

本市の特徴を更に分析するため、第1次方針策定時に比較した自治体との現在の状況を比較していきます。(表4)

【第1次方針で比較した自治体】

近隣自治体：転入者が新座市以外に居住候補地とした自治体
(水色7自治体)

参考自治体：都心部からの通勤時間が本市と同等の自治体
(紫色3自治体)

表4から見えてくるもの

- ・ 1世帯当たりの人数が一番多い
- ・ 持ち家率が最も高く、そのうち戸建て住宅の割合が一番高い

表4 近隣自治体及び参考自治体との比較

統計項目		新座市	朝霞市	志木市	和光市
人口 ※1	R4.1.1現在	166,108	143,585	76,595	83,746
世帯数 ※1	R4.1.1現在	77,330	68,326	35,844	42,454
1世帯当たりの人数 ※1	R4.1.1現在	2.15	2.10	2.14	1.97
持ち家率(世帯) ※2	令和2年度	65.3%	55.3%	65.1%	46.5%
うち、戸建て住宅の割合(世帯) ※2	令和2年度	80.9%	62.7%	62.6%	50.7%

統計項目		清瀬市	東久留米市	西東京市	練馬区
人口 ※1	R4.1.1現在	74,948	117,091	205,805	738,358
世帯数 ※1	R4.1.1現在	36,502	55,777	100,394	381,830
1世帯当たりの人数 ※1	R4.1.1現在	2.05	2.10	2.05	1.93
持ち家率(世帯) ※2	令和2年度	51.1%	58.8%	53.0%	44.4%
うち、戸建て住宅の割合(世帯) ※2	令和2年度	79.8%	80.4%	71.2%	71.6%

統計項目		蕨市	小金井市	市川市
人口 ※1	R4.1.1現在	75,391	124,617	490,843
世帯数 ※1	R4.1.1現在	40,117	62,328	250,511
1世帯当たりの人数 ※1	R4.1.1現在	1.88	2.00	1.96
持ち家率(世帯) ※2	令和2年度	49.5%	48.3%	48.0%
うち、戸建て住宅の割合(世帯) ※2	令和2年度	68.4%	77.0%	68.8%

出典：住民基本台帳 ※1
令和2年度国勢調査 ※2

第1次方針策定時以降も、持ち家率及び戸建て住宅の割合は比較自治体の中でも高い数値で維持しています。

住宅購入者の多くは婚姻世帯であり、独身世帯の割合が低いことから、持ち家率の高さと1世帯当たりの人数の多さは、関係性があるものと推測されます。

(10) 住宅購入のしやすさ

表4で見た持ち家率の高さに着目し、本市の住宅購入のしやすさを比較します。(表5)

表5から見えてくるもの

- ・ 比較した全ての自治体で住宅取得価格が上がっている
- ・ 第1次方針策定時と同様に、住宅取得価格は他の自治体と比べて安価である

表5 住宅の取得価格に係る近隣自治体及び参考自治体との比較

	市区	住宅取得価格(戸建て)	乗車区間	所要時間	
近隣自治体	新座市	2022年	4,057万円 [↑]	志木駅 ⇄ 池袋駅 (東武東上線)	20分
		2018年	3,925万円		
	練馬区	2022年	6,641万円 [↑]	練馬駅 ⇄ 池袋駅 (西武池袋線)	7分
		2018年	6,203万円		
	西東京市	2022年	5,233万円 [↑]	ひばりヶ丘駅 ⇄ 池袋駅 (西武池袋線)	15分
		2018年	4,979万円		
	和光市	2022年	4,349万円 [↑]	和光市駅 ⇄ 池袋駅 (東武東上線)	13分
		2018年	4,119万円		
	朝霞市	2022年	4,251万円 [↑]	朝霞駅 ⇄ 池袋駅 (東武東上線)	16分
		2018年	4,078万円		
清瀬市	2022年	4,087万円 [↑]	清瀬駅 ⇄ 池袋駅 (西武池袋線)	22分	
	2018年	4,026万円			
東久留米市	2022年	3,967万円 [↑]	東久留米駅 ⇄ 池袋駅 (西武池袋線)	19分	
	2018年	3,864万円			
志木市	2022年	3,920万円 [↑]	志木駅 ⇄ 池袋駅 (東武東上線)	20分	
	2018年	3,795万円			
参考自治体	小金井市	2022年	6,722万円 [↑]	東小金井駅 ⇄ 新宿駅 (JR中央・青梅線)	21分
		2018年	6,284万円		
	市川市	2022年	5,673万円 [↑]	市川駅 ⇄ 秋葉原駅 (JR総武線)	18分
		2018年	4,877万円		
	蕨市	2022年	5,273万円 [↑]	蕨駅 ⇄ 田端駅 (JR京浜東北・根岸線)	18分
		2018年	4,862万円		

比較する自治体の全てで住宅取得価格は上がっていますが、本市は比較的安価であることから、引き続き住宅購入がしやすい環境にあると言えます。

2 第1次方針の効果検証

(1) 第1次方針の効果検証

第1次方針で、進捗管理や効果検証のため挙げた関連指標から、効果検証をしていきます。

① メインターゲット（30～39歳）の人口推移について

人口移動を確認していくと、転入者数が転出者数を上回っています。人口増加に転じることはできなかったものの、第1次方針後は減少数が下がり、おおむね横ばいとなりました。メインターゲットに向けた市の魅力発信に一定の効果があったものとみられます。

② 民間調査会社による認知度・魅力度等の調査について

『地域ブランド調査』では、第1次方針策定後、居留意欲度が年々上昇し続けていることが分かりました。住宅情報サイトの活用など、メインターゲットに向けた情報発信が有効であったものとみられます。

一方、認知度や魅力度、情報接触度に変動は見られませんでした（ただし、2021年の情報接触度を除く）。

③ マスコミ露出量

本市では、ロケーションサービスの推進を行ってきました（令和3年度以降休止中）。

令和元年度では15作品、令和2年度では14作品と、ドラマや映画等の撮影に協力し、市内各地が舞台となりました。しかしながら、これを十分に活用するまでには至りませんでした。『地域ブランド調査』の認知度、魅力度、情報接触度に変動が無かったことの理由の一つであると考えます。

④ 市民アンケート

アンケート調査を行ったところ、多くの市民が本市のイメージは「都心に近いベッドタウン」であることが分かりました。

このため、通勤・通学や生活のしやすさを求める声が多くありましたが、魅力の発信や創出についても様々な意見を頂きました。

また、市が発信する情報が必ずしも市民に届いているとは限らないことから、効果的な情報発信を模索していく必要があります。

(2) 本市の現状の分析から見えてくる課題

様々な視点から本市の現状を分析した結果、以下の点が課題であることが分かりました。

- ・ 5年後、10年後もまちの活力を維持するためには、メインターゲット（30代子育て世代）に目を向けるだけでなく、年少人口を含む20代以下も含めた人口増加を目指す必要がある。なお、人口維持の基準となる合計特殊出生率の人口置換水準は2.07（令和2年版厚生労働白書 参照）であることから、人口を維持していくためにはこの水準を目標にする必要がある。合計特殊出生率を上げるためには、出産や子育てがしやすい環境づくりをより一層進めていくことが必要となる。
- ・ 認知度や魅力度を向上させるためには、メディアが取り上げたいくなるような魅力や話題づくりが引き続き必要となる。様々なメディアで取り上げられたり、市民が自ら共有したいと思ったりすることにより、情報接触度の向上にもつながる。また、市民に“効果的に”届くような発信の仕方を工夫することも課題となる。

3 新座市の強みと弱み

これまで見てきた本市の現状や分析、課題を踏まえ、本市の「強み」と「弱み」を改めて確認していきます。

【強み】

- ・ 都心から25km圏内に位置し、鉄道、自動車移動ともに便利
- ・ 雑木林、畑など自然が多く残されている
- ・ 歴史的文化資産がある
- ・ 住宅取得価格が安く、戸建てを購入しやすい
- ・ 地盤が強固で、災害に強い
- ・ 新座駅北口を含む土地区画整理事業の推進による新たな住環境や労働環境の整備
- ・ ボランティアが活動しやすい環境の整備
- ・ 近隣市町村の中では町内会加入率が高い方である
- ・ 公立小中学校の教育環境の整備が先進的（教室のエアコン設置、トイレの洋式化、ICT教育、学校施設整備基金の創設、プール授業の委託化など）
- ・ 新座っ子ぱわーあっぷくらぶや、子どもの放課後居場所づくり事業（ココフレンド）など、子育て支援策の充実
- ・ （仮称）大和田三丁目公園や多目的広場の整備など、ボール遊びや水遊びができる公園の整備
- ・ 新座マルシェや大江戸新座祭りの開催など、市民が主体となったイベントの開催
- ・ 新座市の特産品（ふるさと納税返礼品や新座ブランド認定品など）
- ・ 市内3大学との連携や、学生が主体となった事業展開の可能性
- ・ 新たな文化施設「れきしてらす」を活用した、新座市の歴史が学べる体験やイベントの開催

【弱み】

- ・ 子育て世代の人口減少
- ・ 合計特殊出生率・出生率が低い
- ・ 市の情報や魅力の発信に課題がある
- ・ 多くの市民が「新座＝〇〇」といった統一したイメージが持てる魅力がない（どこにでもある“ありふれたまち”のイメージが強い）

- ・ 1日過ごせるような大きな公園がない
- ・ 財政の更なる健全化が必要
- ・ 隣接する東京都の区市と行政サービスを比較されやすい（東京都の方が充実している）
- ・ 東武東上線志木駅は新座市内にあるが、志木市にあるとのイメージの定着
- ・ 通勤・通学しやすい交通環境を整えるため、更なるインフラ整備が必要

第4章 選ばれるまちになるために

1 ターゲットの設定と施策展開

(1) ターゲットの設定

市の発展のためには、それぞれの施策のターゲットを明確に捉えた上で、効果的な情報発信に取り組んでいく必要があります。第1次方針では、特に子育て世代の人口減少が深刻な課題となっていることを踏まえ、市の強みの一つである戸建て住宅の取得のしやすさに着目し、「首都近郊で戸建て住宅を取得しようとしている30歳代の子育て世代」をメインターゲットに設定しました。

また、市内には3つの大学があり、多くの学生が本市に通学しています。学生に市の魅力を伝え、関心を深めていただくことにより、将来の子育て世代として定住の可能性を高めるため、「市内大学に通う学生」をサブターゲットに設定しました。

第1次方針策定から4年間、ターゲットに向けた様々な取組を推進した結果、子育て世代の人口減少を緩やかにすることはできましたが、現在も減少は続いています。また、合計特殊出生率・出生率も低い状況が続いています。子育て世代の人口を増加させることは、年少人口の増加や地域の活性化にもつながることから、引き続き、30代の子育て世代に対し、アプローチを続けていく必要があると考えます。

第1次方針の結果を踏まえ、30代の子育て世代の方々に対しては、新座市における戸建て住宅の取得のしやすさをアピールするのみならず、どのような居住形態の方であっても、まずは新座市を選んで住んでもらい、安心して子育てをしてもらえよう、結婚・妊娠・出産・育児などそれぞれのステージにおける市の取組を継続的にアピールしていく必要があります。また、近い将来、子育て世代となる学生に対しても在学中から、積極的にまちづくりに参画してもらい、共にまちの魅力を発信していくなど、市に愛着と誇りを感じてもらえるような取組を引き続き行うことが重要と考えます。

以上のことから本方針では、次のようにターゲットを定めます。

【メインターゲット】	30代の子育て世代
【サブターゲット】	市内大学に通う学生

効果的なシティプロモーションを行うため、ターゲットを絞り、ターゲットに響く施策に重点を置きますが、ターゲット以外の方が無関係となるわけではありません。

ターゲット層が年齢を重ねてからも新座市に住み続け、その子どもたちがターゲット層になってからも新座市に住むことを選ぶ、そのような好循環を生み、地域全体の活性化につながるような「選ばれるまち」を目指します。

(2) 市の課題とターゲット層に向けた施策展開

ア メインターゲット ～30代の子育て世代に向けて～

国内では1990年代から少子高齢化が問題化し、様々な対策がとられてきましたが、いまだ少子化には歯止めがかからない状況が続いています。

さらに、近年、大規模災害や感染症、不安定な国際状況などの急激な環境の変化が市民の生活を脅かしている影響もあり、経済的な不安、将来的な不安を理由に結婚・出産を選ばない方が増えていることから、全国的に未婚率が高く、合計特殊出生率が低下しているという分析もあります。

新座市においては、少子化対策として、保育園の新設、放課後児童保育室や子育て支援センターの整備、利用者支援の充実など、子育て支援策を進めてきました。特に、放課後児童保育室については、必要な施設整備を積極的に進めること等により待機児童ゼロの方針を継続しています。

また、学校教育においても、教育内容の充実を図るとともに、校舎の耐震化やトイレの洋式化、教室へのエアコン設置などの施設整備や、自校式給食などで高い評価を得ています。特にICT化では公立学校情報化ランキングで小・中学校ともに全国1位を獲得^{*}するなど、教育環境の整備を進めています。^{*} 公立学校情報化ランキング 2020年度（日経BP）

こうした取組の結果、30代でも転入者が転出者を上回る社会増が続いていますが、市において、子育て世代の減少や合計特殊出生率の低さが課題であり、このままでは更なる少子化への悪循環を生み、近い将来、これらのマイナス要素が地域の活力を減退させる懸念があります。

このような状況に陥らないためには、結婚・妊娠・出産・育児などそれぞれのステージに応じた効果的な取組を更に進め、子どもを産み育てやすい環境整備を実施することによって、安心して子育てができるまちとして選ばれていく必要があります。

イ サブターゲット ～市内大学に通う学生に向けて～

市内には3つの大学があり、約1万人の学生が在学しています。各大学においては、地域との連携事業に積極的に取り組んでおり、市においても、市職員によるゲスト授業、市政について学生の意見・提案を聴く機会の創出、イベントボランティアとしての活動機会の提供など、多方面にわたって連携を図っています。令和4年度には、学生が主体となって新座市のPR動画を制作する取組も行われました。

しかしながら、多くの学生は駅とキャンパスの往復だけになっていると考えられ、また、これまでの連携は、大学又は市若しくは市の関係機関が主導することが多く、学生にとっては必ずしも主体的な関わりとなっていない可能性があります。

学生が主体的に新座市と関わり、また、卒業後も移住者、定住者、関係人口、交流人口として長く市に関わってもらえるよう、これまでの連携の取組を維持しつつ、主体的に取り組む仕組みづくりを検討するとともに、関わりの体験を学生自らが発信することで、若い世代に市のイメージを定着させる施策が必要です。

■ 市内大学について

1) 跡見学園女子大学新座キャンパス

所在地：新座市中野1-9-6

設置学部：文学部、マネジメント学部、観光コミュニティ学部、心理学部
(1・2年次在籍)

在籍学生数：学部生、修士課程 合計1,776名

うち市内在住者数：非公開

(令和4年12月現在)

2) 十文字学園女子大学

所在地：新座市菅沢2-1-28

設置学部：人間生活学部、教育人文学部、社会情報デザイン学部

在籍学生数：学部生、修士課程・博士後期課程 合計3,761名

うち市内在住者数：非公開

(令和4年5月1日現在)

3) 立教大学新座キャンパス

所在地：新座市北野1-2-26

設置学部：観光学部、コミュニティ福祉学部、現代心理学部

在籍学生数：学部生、前期・後期博士課程、短期留学生

合計4,624名

うち市内在住者数：482名

(令和4年12月5日現在)

2 シティプロモーション推進の3つの柱

シティプロモーションの推進に当たり、市外に住む子育て世代の方々が、新座市に住みたいと感じ、住み替えていただくことや、現在市内に住む子育て世代の方々が、新座市で子どもを産み育てたい、暮らし続けたいと思えるまちを目指し、重点的に取り組みます。

また、市内に通う大学生にとって、卒業後も関わり続けたいと思える、愛着と誇りの持てるまちを目指します。

新座市のシティプロモーションを効果的に進めるための指針として、第1次方針で掲げた3つの柱の効果検証を踏まえ、第2次方針では、ターゲット層の移住・定住はもちろん、関係人口・交流人口の増加も視野に入れ、新座市を知ってもらう、来てもらう、住んでもらう、好きになり関わってもらう事業展開を進めるため、3つの柱を掲げます。

1 新座ならではの魅力づくり

2 効果的な情報発信

3 シティプロモーションの担い手づくり

3 3つの柱に基づく事業の展開

1 新座ならではの魅力づくり

市には、自然や歴史的文化資産、産業など、新座ならではの魅力をPRできる地域資源が多くあります。魅力ある地域資源をまちあるきや学び、消費につなげ、地域全体の活力を上げていきます。

また、既存の資源をいかすだけでなく、市内の団体や事業者と連携し、新たな資源を創出する事業を展開していきます。

【取組例】

- 市内に残る自然や歴史的文化資産の紹介
 - ・ 野火止用水や妙音沢、緑道、特徴ある公園など、市内のおすすめスポット等の紹介
 - ・ れきしてらす（歴史民俗資料館）の活用（企画展の開催など）
- まちあるきの推進
 - ・ 市内ガイド活動の充実、ウォーキングルートの開発、子どもたちへの地域学習
 - ・ まちなか観光案内所の拡充、スタンプラリーなど回遊を促すイベントの実施
 - ・ 市内の魅力的なお店や商業施設の発掘
- 地域ブランドの確立
 - ・ イメージキャラクター「ゾウキリン」
商品開発やイベントでの着ぐるみ出演、民間でも活用していただくための普及活動
 - ・ 市特産品の発掘・開発
新座ブランド認定商品のPRや新たな特産品の認定、ふるさと納税制度の活用（返礼品）、まだ広く知られていない市特産品の発掘・開発等

2 効果的な情報発信

市のサービスや新座ならではの魅力を知ってもらい、市への移住・定住につなげるため、様々な媒体を活用し、効果的な情報発信を行います。

特に、子育てに関する情報については、機会を捉えながら様々な媒体に工夫して掲載するなど、子育て世代へアピールできるよう、効果的な発信に努めます。

【取組例】

- 行政情報の確実な発信
 - ・ 市ホームページ、市広報紙の充実
 - ・ 市SNSを活用した情報の発信、登録者数増加の促進
- 新座ならではの魅力を伝える発信
 - ・ ガイドマップの充実と広域的な配布、電子媒体の普及
 - ・ 市PR動画の制作
 - ・ 市内外でのイベントへのPRブース出展
 - ・ 産業観光協会ホームページ、ゾウキリンインスタグラムの充実
- 注目度の高い手法によるPR
 - ・ 公共交通などへの広告の掲示
 - ・ 公共施設、公共物などのラッピング
- 外部媒体の活用
 - ・ 国、県や民間の広報誌やウェブサイトなどへの市政情報掲載
 - ・ 記者クラブへの情報提供
 - ・ テレビやラジオなど多様なメディアの番組制作への協力
 - ・ 住宅情報ウェブサイトへの市政情報掲載、住宅展示場へのシティプロモーションパンフレット設置など、移住に関心が高い方へのアプローチ

3 シティプロモーションの担い手づくり

新座ならではの魅力づくり、魅力を知ってもらうための情報発信は、行政だけではなく、市民や団体、企業が自発的・自主的に取り組むことで、持続が可能となります。

市内外の人が市に興味・関心を持ち、自発的にまちづくりや市の情報発信に関わることができるよう働き掛け、新座市への愛着や誇り（シビックプライド）の醸成を図ります。

また、市内に通う大学生に対しては、大学のゼミやプロジェクトとの連携、市の会議体への委員参画、大学生の提案の具現化に向けた協働を進めていきます。

【取組例】

- ・ シティプロモーション推進懇話会の設置
- ・ 市の認知度向上や地域活性化につながる自主的な市民活動の支援
- ・ 企業や団体、学校等と連携した事業展開

- ・ 新座市観光親善大使の活用
- ・ 市への愛着や誇り（シビックプライド）の醸成につながる事業展開

4 シティプロモーションキャッチコピー・ロゴマークの普及

市では、第1次方針策定に当たり、シティプロモーションキャッチコピー「くらすにいぎ ぷらすにいぎ」及びロゴマークを設定しました。キャッチコピー及びロゴマークは、市のシティプロモーション方針を市全体で共有するために重要なツールです。

第2次方針においてもキャッチコピー及びロゴマークの普及を進めるとともに、市民が自ら発信していけるよう働き掛けます。

【キャッチコピーに込めた思い】

くらすにいぎ

「通勤や通学、日常の買い物に便利な、時間のゆとりがうまれるまち。」

「子どもたちがこもれびの中でのびのびと学び、遊べ、安らぎをうみだすまち。」

「好みの家が見つかる、住みやすいまち。」

新座市は、「快適な暮らしをかなえる全てがあるまち」です。

ぷらすにいぎ

「安心して快適な学校生活を送ることができる子育てしやすいまち」

「駅を中心に新たなまちづくりが進み、活力と賑わいのある商業空間が創出されるまち」

「雇用が生まれるまち」

新座市は、「次々とうまれるたくさんの魅力があるまち」です。

【ロゴマークの設定】

これからも成長、発展し続ける新座市の可能性は無限大「∞」です。

くらすにいぎとぷらすにいぎそれぞれの想いと無限大「∞」の可能性を形にするため、ロゴマークを設定しました。

ロゴマーク



第5章 推進体制

1 みんなで進めるシティプロモーション

「住んでみたい」、「ずっと住み続けたい」と思っただけの「選ばれるまち」になるためには、新座ならではの魅力づくりを進め、効果的に発信する必要があります。

しかし、行政を始め、個人や事業者、団体が個々に活動しては、推進や効果は限定的なものになってしまいます。

第5次計画で掲げる共創の理念に基づき、本方針においても、市に関係する全ての人・組織が、それぞれの強みをいかし、弱みを補い合って互いに協力してシティプロモーションを進めていきます。

2 各主体の役割

(1) 行政

市職員全員が広報担当・シティプロモーション担当の意識を持ち、シティプロモーションの視点で事業の企画・運営を行うとともに、情報発信に努めます。

また、懇話会やアンケートなど、事業を通して市民から頂いた意見は庁内や関係機関で共有し、連携した事業展開を進めます。

あわせて、市民、事業者・団体の取組を支援するとともに、関係機関同士の連携が円滑に進むよう調整役としての役割を果たします。

(2) 市民

ここでいう市民とは、市内に在住する方だけではなく、通勤・通学する方、来訪、SNSで知ったなど、過去・現在にかかわらず新座市に関わる方を指します。

市民一人一人が市の魅力を再認識し、それぞれの暮らしを楽しみます。また、関心のある活動に参加したり、SNSで市の魅力を発信したりするなど、個人に合った方法でまちづくりに関わり、市の魅力を市内外に広めていきます。

(3) 事業者・団体

民間の事業者や団体は、事業を通じて培った技術やノウハウなど大きな強みを持ちます。その強みをいかし、新たな魅力の創出や情報発信を行います。

また、他の事業者・団体と連携することでその効果を市全体に広げ、市のブランドイメージ向上と地域経済の活性化に取り組みます。

資料編

I 子育て世代をとりまく様々な状況について（合計特殊出生率が低い原因についての追加調査）

本市の合計特殊出生率・出生率は、近隣市等と比較すると低いことが分かりました。

合計特殊出生率は「一人の女性が一生の間に産む子どもの数」に相当することから、出生数に関わる重要な数値となります。子育て世代をとりまく状況を様々な視点から見ていきます。

① 女性の婚姻率、子どものいる世帯の数について

出生数は婚姻の有無に大きく影響することから、女性の婚姻率や子どものいる世帯の数の割合、子どもの人数ごとの世帯割合などを見ていきます。（表6）

表6から見えてくるもの

- ・ 15～49歳の女性婚姻率や子どものいる世帯の数、子どもの数による世帯数の大きな差はない
- ・ 子どものいる世帯の数は全国及び埼玉県の数値を上回っており、近隣市との比較では同等である

表6 女性の婚姻率、子持ち世帯率等

	総人口(15歳以上)	配偶者なし	割合	配偶者あり	割合	女性15～49歳総人口	女性15～49歳配偶者無	割合	女性15～49歳配偶者有	割合
全国	108,258,569 人	28,486,643 人	26%	60,468,842 人	56%	24,299,934 人	10,448,839 人	43%	11,685,131 人	48%
埼玉県	6,270,182 人	1,736,470 人	28%	3,566,029 人	57%	1,442,380 人	632,311 人	44%	709,313 人	49%
新座市	140,827 人	39,522 人	28%	80,140 人	57%	33,165 人	14,485 人	44%	16,634 人	50%
和光市	72,456 人	22,560 人	31%	39,535 人	55%	20,281 人	8,458 人	42%	10,277 人	51%
朝霞市	121,350 人	34,116 人	28%	68,300 人	56%	32,580 人	13,107 人	40%	17,021 人	52%
志木市	64,906 人	17,577 人	27%	37,542 人	58%	16,046 人	6,723 人	42%	8,244 人	51%

※

	総世帯数(婚姻世帯)	子どものいない世帯の数	割合	子どものいる世帯の数	割合	子1人の世帯	割合	子2人の世帯	割合	子3人の世帯	割合	子4人以上の世帯	割合
全国	28,058,120 世帯	12,121,001 世帯	43%	15,937,119 世帯	57%	8,053,208 世帯	51%	6,029,774 世帯	38%	1,591,294 世帯	10%	262,843 世帯	2%
埼玉県	1,690,869 世帯	689,535 世帯	41%	1,001,334 世帯	59%	504,742 世帯	50%	393,170 世帯	39%	90,359 世帯	9%	13,063 世帯	1%
新座市	38,455 世帯	15,539 世帯	40%	22,916 世帯	60%	11,142 世帯	49%	9,236 世帯	40%	2,190 世帯	10%	348 世帯	2%
和光市	18,648 世帯	7,436 世帯	40%	11,212 世帯	60%	5,462 世帯	49%	4,633 世帯	41%	992 世帯	9%	125 世帯	1%
朝霞市	32,630 世帯	12,545 世帯	38%	20,085 世帯	62%	9,759 世帯	49%	8,489 世帯	42%	1,634 世帯	8%	203 世帯	1%
志木市	18,010 世帯	7,319 世帯	41%	10,691 世帯	59%	5,306 世帯	50%	4,375 世帯	41%	894 世帯	8%	116 世帯	1%

上の表は、合計特殊出生率の対象者である15～49歳の女性が対象。

下の表は、全体の人口が対象（年齢や性別の区別なし）。

※ 「死別」「離別」「婚姻関係不詳」を除く。

出典：令和2年度国勢調査

15～49歳の女性の婚姻率や子どものいる世帯の数等からは、本市の合計特殊出生率が低い原因は見受けられませんでした。

このため、他の視点でも分析していきます。

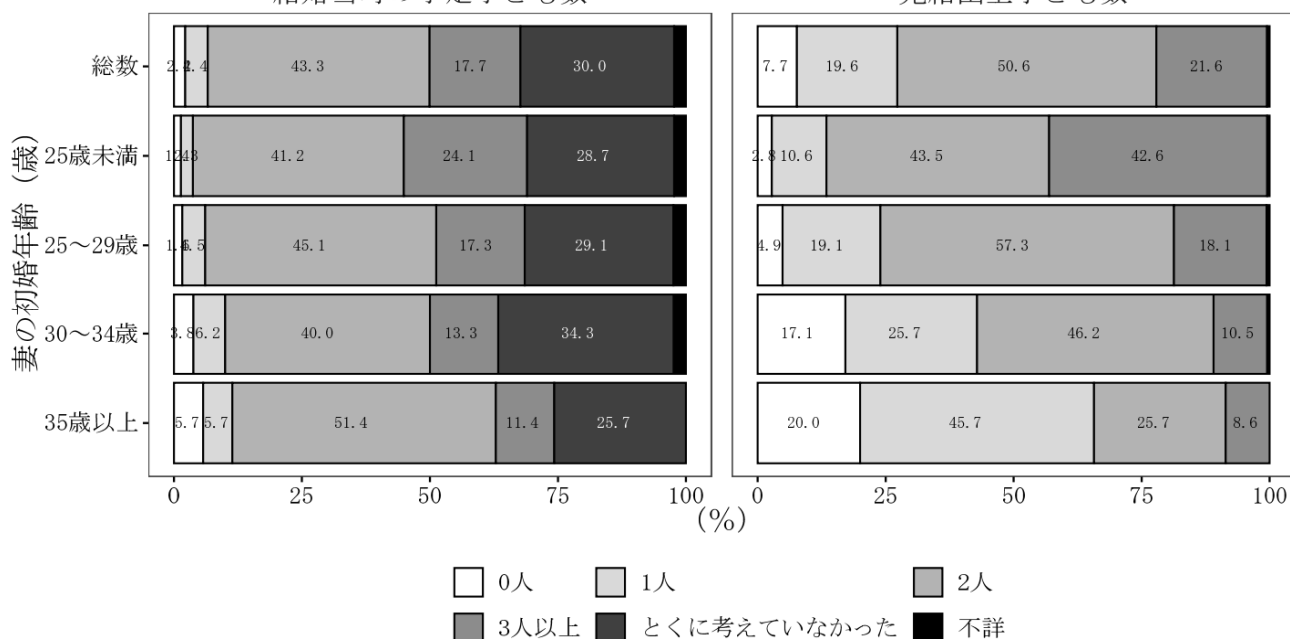
② 予定する子どもの数と、実際の子どもの数について

更に分析をするため、結婚当時の予定子ども数と完結出生子ども数（実際の出生数）の比較をしていきます。（図5）

図5から見えてくるもの

- ・ 結婚当時の予定子ども数は2人が一番多い
- ・ 結婚当時の予定子ども数のうち、0人・1人の割合は少ないが、完結出生子ども数では割合が多くなっている

図5 妻の初婚年齢別にみた、結婚当時の予定子ども数と現実の完結出生子ども数の分布



※ 結婚持続期間 15～19年の世帯が対象
 出典：2021年社会保障・人口問題基本調査 <結婚と出産に関する全国調査>
 第16回出生動向基本調査（国立社会保障・人口問題研究所）

子ども数0～1人の割合は結婚当時の予定子ども数と完結出生子ども数と比較して大きくかい離があることが分かります。このかい離は、初婚年齢が高くなるほど大きくなる傾向があります。

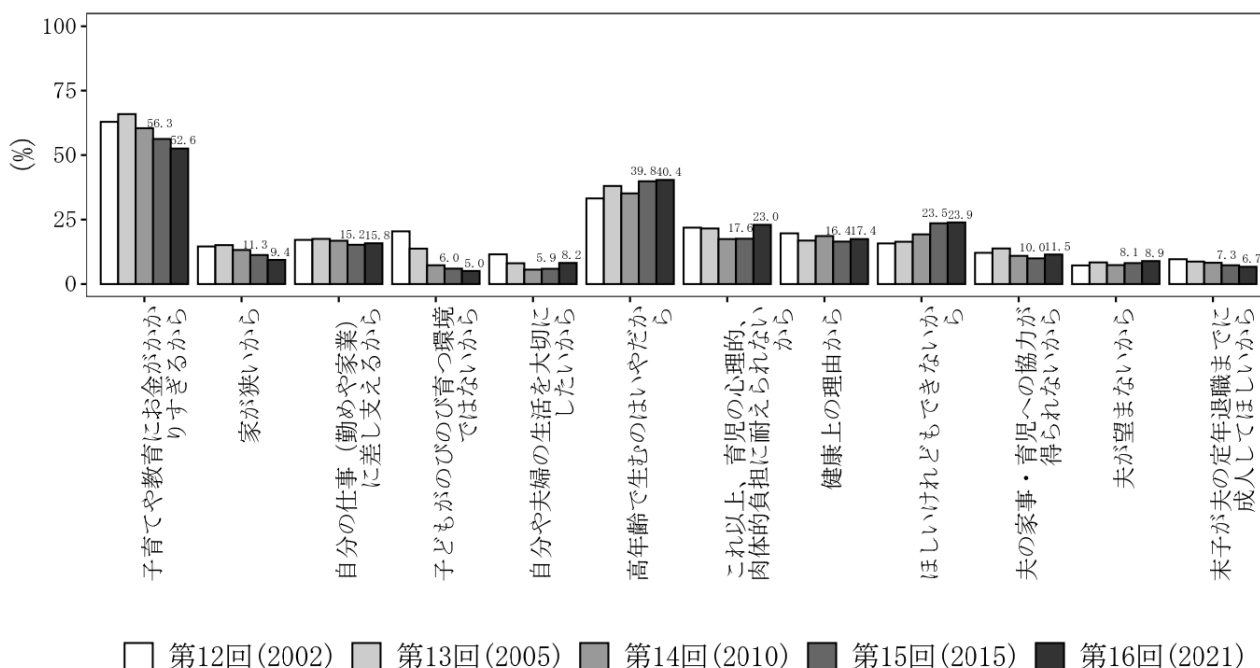
③ 理想の数の子どもを持たない理由について

理想の数の子どもを持たない理由を見ていきます。(図6)

図6から見てくるもの

- ・ 「子育てや教育にお金がかかりすぎるから」が一番多い
- ・ 次いで、「高年齢で生むのはいやだから」「これ以上、育児の心理的、肉体的負担に耐えられないから」の順に多い
- ・ 「ほしいけれどもできないから」が増え続けている

図6 理想の数の子どもを持たない理由



対象：予定子ども数が理想子ども数を下回る、妻の調査時年齢50歳未満の初婚同士の夫婦
 出典：2021年社会保障・人口問題基本調査 <結婚と出産に関する全国調査>
 第16回出生動向基本調査(国立社会保障・人口問題研究所)

経済的負担を要因とした理由が一番多いことから、これらの課題を解決することで、子ども数が増える可能性があることが分かります。

④ 収入状況について

子育てに対し経済的負担を感じる方が多いことから、収入状況について詳しく見ていきます。（表7、8）

表7、8から見えてくるもの

- ・ 本市の30代世帯の平均収入は、全国や県南西部の平均収入を上回っている（表7）
- ・ 自然増減率が比較する自治体の中で唯一マイナス（表8）
- ・ 納税義務者1人当たりの収入は、比較する自治体の中で一番低い（表8）
- ・ 女性の労働力率が低い（表8）
- ・ 平均年齢が比較する自治体の中で一番高い（表8）
- ・ 人口に対して他市より出生者数が少ない（表8）

表7 30代世帯の平均収入

	30代世帯の平均収入 2019年 平成31年
全国	5,727 千円
埼玉県	5,638 千円（県南西部）
新座市	6,574 千円

出典：2019年全国家計構造調査

表8 納税義務者1人当たりの所得、女性労働力率等

	新座市	朝霞市	志木市	和光市
出生者数	1,047人	1,320人	583人	789人
死亡者数	1,501人	1,026人	661人	530人
自然増減率 （3年前比）	-0.54%	0.73%	0.00%	2.06%
合計特殊出生率	1.41	1.54	1.54	1.41
納税義務者1人 当たり所得	348.7万円	377.3万円	385.1万円	392.6万円
人口	166,208人	143,195人	76,457人	84,161人
労働力人口	82,354人	69,670人	35,729人	42,228人
労働人口割合	49.5%	48.6%	46.7%	50.2%
女性労働力率	51.7%	55.2%	50.3%	56.4%
平均年齢	46.3歳	43.2歳	45.6歳	41.9歳

出典：週刊東洋経済 『都市データパック2022』

30代の子育て世代の世帯収入に着目すると、全国や県南西部の平均収入を上回りますが、個人で見ると平均所得が低い状況です。

また、表8の女性労働力率が低く平均年齢が高いことと、図6の理想の数の子どもを持たない理由として多く挙げられている経済的負担や高齢での出産が出生数に関係があると推測されます。

Ⅱ 転入者アンケートの結果について

転入者にアンケート調査を行い、本市に住むことを決めた理由や結婚・出産によって転居先に決める際重視する点などを尋ねました。

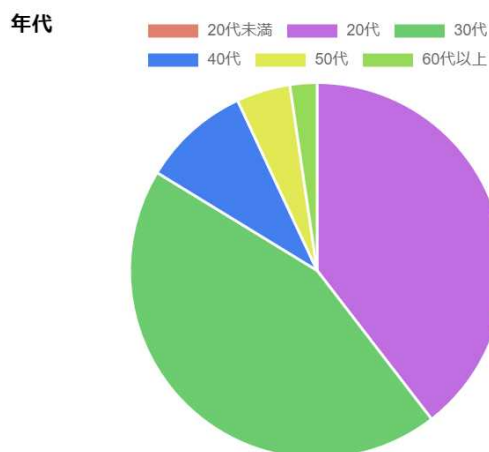
【アンケート調査概要】

移住定住調査アンケートサイト「ゆくくるサーベイ」を使用した転入者向けアンケート調査

調査期間：令和3年9月1日～令和4年4月30日

回答者：55名（転入者44名+途中まで回答1名、転出者10名）

【質問1：回答者の年代】



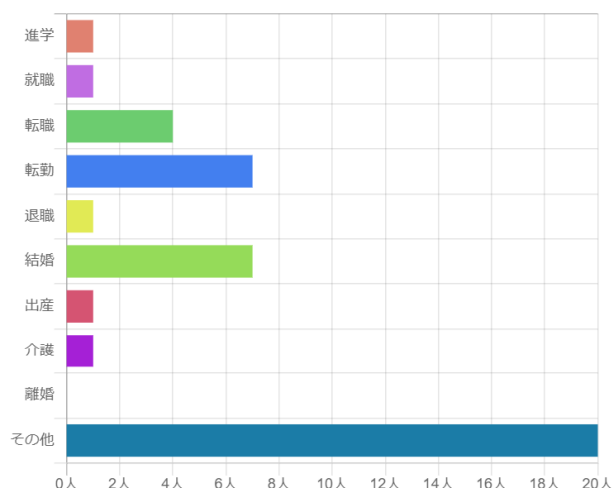
20代未満	0人	0%
20代	17人	39.5%
30代	19人	44.2%
40代	4人	9.3%
50代	2人	4.7%
60代以上	1人	2.3%

【質問2：新座市に転入後の世帯状況】



一人暮らし	18人	41.9%
夫婦のみ	12人	27.9%
2世代同居 (親・子が同居)	9人	20.9%
3世代同居 (親・子・孫が同居)	0人	0%
上記以外	4人	9.3%

【質問3-1：新座市に転入した理由】



進学	1人	2.3%
就職	1人	2.3%
転職	4人	9.3%
転勤	7人	16.3%
退職	1人	2.3%
結婚	7人	16.3%
出産	1人	2.3%
介護	1人	2.3%
離婚	0人	0%
その他	20人	46.5%

【質問3-2：その他回答（任意）】

住宅購入	5人	居住環境を変えるため	5人
賃貸の契約更新	2人	実家に戻り	1人
一人暮らし	1人	同棲	1人

【質問4-1：結婚または出産による転居先を決める際に、重視したもの】
(10の選択肢から重視した順に順位付けして5つ選択)

項目	1位	2位	3位	4位	5位	合計
住宅価格・家賃の安さ	30	24	12	6	0	72
公共交通機関	25	20	9	4	3	61
日常生活に必要な買い物ができる商業施設	10	20	15	14	1	60
まちの景観	15	0	9	4	2	30
就業機会・働く環境	15	4	6	0	3	28
その他	10	8	6	2	1	27
子育てに必要な保育・教育施設や環境	10	4	9	2	0	25
病院や介護施設など医療・福祉施設	0	8	3	4	5	20
災害・犯罪に対する安心安全	0	4	0	4	5	13
趣味娯楽・スポーツ・文化活動機会や施設	0	0	0	6	3	9

※ 選ばれた項目について1位を5点、2位を4点、3位を3点、4位を2点、5位を1点で加算し、計算したもの

【質問４－２：その他回答】

職場への距離	勤務先への距離
会社指定	部屋の広さ
バイク駐輪場がある (やむを得ず断念したが)	駅まで徒歩で行ける
カフェなどおしゃれな店がある	

【質問５：その他 自由意見】

交通の便を良くしてほしい	3件	市HPが見づらい	1件
市職員の対応が良い	2件	新座は良いところ	1件
観光PRをもっとしてほしい	2件	近所に出張所が欲しい	1件
道路整備が行き届いていない	2件	もっと開発が進んでほしい	1件
治安が悪い	2件	大江戸線が延伸してほしい	1件
バイク駐輪場付き物件が無い	1件	駅に出張所を作ってほしい	1件
子育てしづらそう（財政難）	1件	夜間開庁をしてほしい	1件
市職員の対応が悪い	1件	駅の改札を増やしてほしい	1件
市の刊行物が少ない	1件	特になし	1件
近所に子ども一時預かり所が欲しい	1件	近所に綺麗な公園が欲しい	1件
便利なお店がたくさんある	1件		

Ⅲ 新座市シティプロモーション推進座談会の結果について

第2次方針策定に向け、第1次方針でメインターゲットと定めた「30代子育て世代」を市民から募り、座談会を開催し、メインターゲットが求める取組についてディスカッションを行いました。

【座談会の開催概要】

開催回数：2回（令和4年5月21日、令和4年7月23日 開催）

参加者：9名（市民から公募）

【座談会で参加者の皆様が求める取組（自由意見）】

<子育てに関すること>

- 子ども医療費助成対象年齢の引上げ
- 子どもを一日遊ばせられる大きい公園の整備
- 保育料の補助や保育対象者の拡大、一時預かりの充実など、子どもを預けやすい環境の整備

<インフラに関すること>

- バス等公共交通の利便性の向上
- 道路の拡幅や渋滞の緩和
- 計画的な区画整理による整った街並みの整備

<まちのPRに関すること>

- 「〇〇といえば新座」といった魅力の創出
- 企業とのタイアップによる事業展開
- 市内大学生とのタイアップによる事業展開
- ゾウキリンを活用した有効的な情報発信
- 若者が遊びに来たくなるような、おしゃれなまちの雰囲気づくり

<その他>

- （都内を含む）市外の医療機関に通いやすい整備づくり
- 副業支援を含む、仕事を探しやすい環境づくり
- 地域が一体となって子育てや地域活動に取り組み、助け合って孤立しないまちづくり

【取りまとめ結果】

- 子育てしやすい環境の整備（医療関係、保育関係含む）
- 道路交通の改善
- 整った街並みや大型公園の整備を含む計画的な区画整理
- 新座市の認知度を高めるための魅力の創出や情報発信
- 市内の企業や大学生とのタイアップ
- 市民全体での地域活動の活性化

IV 大学生アンケートの結果について

第1次方針のサブターゲットである市内3大学に通う学生を対象に、アンケート調査を実施しました。（表11～15）

【アンケート調査概要】

- ・ トラベルライティングアワード新座賞に参加した学生を中心に、市内3大学でアンケート調査を実施（令和4年度中）
- ・ 回答者：288名

【質問1：お住まいの地域】

市内	27件
市外	255件
未回答（不明）	6件
全	288件

【質問2：新座の良いところ】

全 412件

自然豊か	101件	教育面が充実している	5件
交通の便が良い	68件	立教大学がある	5件
静か	37件	子育てしやすい	4件
お店がたくさんある	29件	土地が広い	3件
駅前が栄えている	28件	地域の人々が優しい	3件
程よい田舎	19件	平林寺	3件
のどか	17件	地域交流が盛ん	2件
歴史がある	13件	ゾウキリン	2件
住みやすい	13件	空気がきれい	2件
落ち着いた雰囲気	9件	空が広い	2件
都心に近い	8件	高い建物が少ない	2件
治安が良い	7件	その他	23件
特になし	7件		

【質問3：新座の悪いところ】

全 318 件

道が狭い	91 件	大型商業施設がない	5 件
交通の便が悪い	63 件	道が暗い	4 件
お店が少ない	30 件	治安が悪い	4 件
何もない	24 件	活気がない	3 件
特になし	21 件	知名度がない	3 件
新座駅が栄えていない	10 件	地域のつながりが希薄	2 件
駅周辺しか栄えていない	10 件	自然が少ない	2 件
観光スポットがない	10 件	公園が小さい	2 件
遊べる場所がない	8 件	その他	26 件

【質問4：改善してほしいところ】

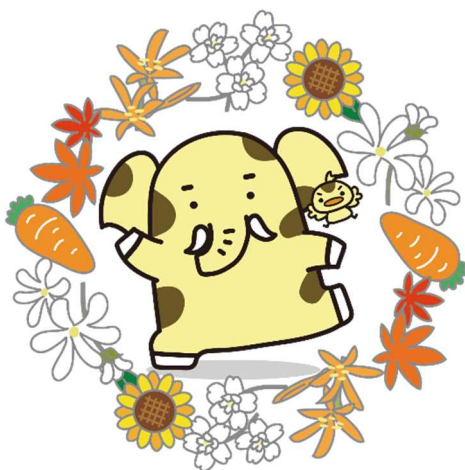
全 270 件

道路整備	101 件	街灯の設置	5 件
お店を増やす	39 件	大江戸線の延伸	3 件
交通の便を良くする	31 件	治安を良くする	2 件
特になし	26 件	公園増設	2 件
駅の発展	21 件	ポケットパークの有効活用	2 件
観光スポットを作る	9 件	「新座ならではの」を作る	2 件
知名度向上	6 件	その他	21 件

【質問5：住みたいと思うまち】

全 476 件

交通の便が良いまち	71 件	子育てしやすいまち	6 件
お店がたくさんあるまち	71 件	街灯の整備が全体に行き届いているまち	5 件
自然豊かなまち	60 件	活気があるまち	5 件
地域交流が盛んなまち	26 件	自然が調和したまち	4 件
静かなまち	24 件	海があるまち	4 件
治安が良いまち	24 件	おしゃれなまち	3 件
誰もが住みやすいまち	16 件	観光名所がある	3 件
遊べる場所があるまち	11 件	吉祥寺のようなまち	3 件
程よい田舎	11 件	子どもが生き生きしているまち	2 件
綺麗なまち	10 件	のどかなまち	2 件
駅周辺が栄えているまち	9 件	賑やかなまち	2 件
道路が整備されているまち	9 件	家賃が安いまち	2 件
便利なまち	8 件	防災対策が優れている	2 件
落ち着いたまち	8 件	心温まるまち	2 件
公園が整備されているまち	7 件	その他	66 件



新座市イメージキャラクター ゾウキリン

【発行】

令和5年3月

新座市総合政策部シティプロモーション課

(新座市野火止一丁目1番1号)

表紙の絵：小学生が描いた新座市の水辺の風景（令和4年度募集）