

### 3. 若者が住みたくなるまち“我孫子”への道標

#### “住めば都”の情報発信

総じて“良いところはあるが、それが活かされていない”、“情報発信が足りない”という意見が全てのテーマにおいてみられた。ものの見方は個人によって異なるものの、我孫子市のことをよく知らない＝情報が発信されていないともいえる。

情報発信の手段が固定化されていないか、広報やホームページへの掲載など従前のPR手法では、時間に追われている若者の耳には届かない。スマートフォンアプリの開発、商業施設や駅構内でのPRなど情報発信の方法は、視野を広げて検討すべきであろう。

#### 市民（若者）と協働で我孫子のウリを研究、開発

「これがあるから我孫子に行こう」、「我孫子にあるこの店に是非行きたい」、「我孫子のこの〇〇が美味しい」など、何か我孫子のウリとなるものを作る必要がある。わかりやすく、目に留まりやすい、キャッチーなものにすることで、若者の目に留まるよう考慮する必要がある。

また、行政側がウリとしてPRしていても若者側はそれを認識していない、あるいは、なぜこれが我孫子のウリなのか理解できない、というケースが多々あることが分かった。ニーズとミスマッチなウリをPRしても大きな効果は得られない。ウリをつくることから若者、市民の意見を取り入れ、共同研究、開発することで知名度もアップし、若者にも受け入れられやすいものとなるだろう。具体的には市内にある中央学院大学、川村学園女子大学とのコラボ商品の研究、開発などを行うと、地域と大学との連携という観点からも注目度は高いものと考えられる。自らPRしなくても、外部から取材されるくらいのウリを開発したい。

うなきちさんについては、キャラクター自体に対する評価は悪くないが、うなきちさん単体ではインパクトに欠けるという意見が散見された。うなぎに関する何かと連携させるなど、うなきちさん関連商品の開発は早急に検討すべきだろう。

## 市民活動との連携、活用

意外にも若者世代も地域との交流や市民活動に対し積極的であることがわかった。我孫子市は市民活動も活発であり、活動団体数も多いが、この点については若者に認識されていない。市民活動団体の年齢層や活動拠点、地域等が若者とは合わないことが原因と考えられる。

既存の団体との交流、連携を深め、市民活動の中にも若者を取り込めるように配慮するとよい。その際は、学生を一個人としてとらえ、一緒に活動する仲間として認め合う素地づくりも欠かせない。学生は発想が豊かで、ある意味奇抜なアイデアを出してくれることが期待できる。お互いに尊重し合うことで良きパートナーシップが築けるものと考えられる。

## 可能な範囲で利便性の向上に努める

現状、我孫子駅周辺については総じて「交通の利便性は高い」という評価が大勢を占めていたが、天王台駅以东については「不便」、「電車の本数が少ない」など利便性の向上を求める声も多かった。

また、商業施設に関しては、日常の買い物だけでなく、気軽に寄れる飲食店やカフェ、おしゃれなお店などが欲しいという意見も多々あった。

さらに道路渋滞が多い、国道が混む、など車での移動についても問題点は散見される。

しかし、交通の利便性向上、商業施設の立地に関しては行政だけで対応できる問題ではない。市としてできることは各種機関への要望等にとどまるが、可能な範囲で利便性の向上に努めるべきであろう。

利便性については、人それぞれ捉え方が違う。現状に甘んじることなく、市として改善に努めているという姿勢が重要と考えられる。



