

若い世代が住みやすい まちづくり部会



背景

生産年齢人口の減少 + 空き家の増加

審議テーマの決定

①麻生区の魅力のブランド化とPR

住まいとしての麻生区の魅力を掘り起こしてブランド化し、さらにその魅力の区外への幅広いPR

②空き家の利活用

生産年齢の若い人たちが入り込んでくるようなまちにするための取組の一環として、区内で増加している空き家の利活用



①麻生区の魅力のブランド化とP R

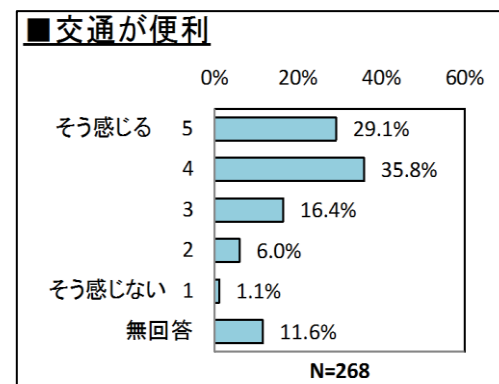
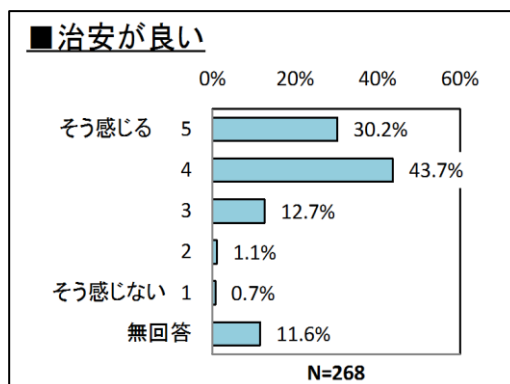
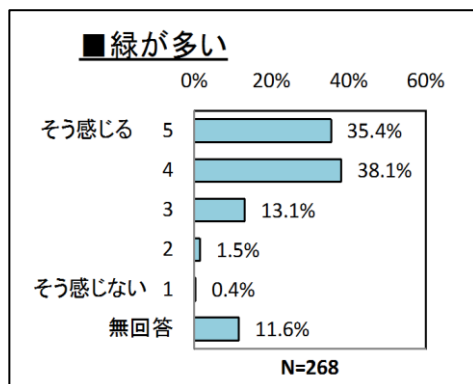
(1) 先進的な取組を調査

千葉県流山市の取組調査

ターゲットを30代から40代の
子育て世代に設定

(2) 子育て世代の魅力を調査

あさお子育てフェスタでアンケート調査



+ 魅力の調査

委員が直接大学へ伺い、空き家の利活用に係るヒアリング調査と併せ、区の魅力についてもヒアリングを実施

①麻生区の魅力のブランド化とPR

提言の方向性



1) 魅力資源の充実

2) 若い世代に魅力をPRする方法

3) 若い世代に魅力を伝えるため、
各主体が連携していく方策

②空き家の利活用

(1) 空き家の利活用の事例、市・まちづくり局の取組調査

(2) 不動産業者との意見交換

(3) 大学へのヒアリング調査



②空き家の利活用

提言の方向性

- 1) 現在進められている空き家の利活用事業の支援
- 2) 区内空き家活用事例の周知

