

## 第４回尼崎市子育て政策懇話会 議事要旨

|      |                                    |
|------|------------------------------------|
| 日 時  | 令和 8 年 3 月 18 日（火） 15:30～17:00     |
| 開催手法 | 対面形式                               |
| 出席者  | 安藤構成員、瀧井構成員、筒井構成員、松本市長、吹野副市長、塚本副市長 |
| 事務局  | こども政策監、総合政策局長、政策部長、都市政策課長、都市政策課職員  |

### 1. 開会

### 2. これまでの議論の振り返りと今後の検討課題について

### 3 ファミリー向けアンケートの結果について

<事務局から説明後、意見交換>

- ・ 市外転出者を一括りにせず、属性や転出先、ジェンダー別に分けた分析が必要である。特に働く場所や通勤時間は男女で差異が大きいいため、世帯主だけでなく夫婦それぞれの視点で分析すべきである。
- ・ 尼崎市に住み続けている人を「成功事例」と捉え、留まっている理由や、転出を思い留まった決め手を深掘りすることで、本市の真の強みと弱みが明確になる。
- ・ 転出層には高所得層も含まれる。彼らが「住宅の広さ」を求めているのか「教育環境」を重視して外に出ているのか、そのボリューム感を把握することで施策の方向性が定まる。
- ・ 本市の最大の強みは大阪・神戸への「通勤利便性（タイパ）」にある。市外転出により通勤時間が悪化するというデータに基づき、共働き世帯がキャリアを維持しながらゆとりを持って子育てできる価値を強調すべきである。
- ・ 単なる「支援の充実」という受動的な発信ではなく、「尼崎で始まる キャリア×子育て」のように、親の自己実現を支える街であることを打ち出すブランド構築が必要である。
- ・ 20 代・30 代に普及している音声メディア（Podcast）やインフルエンサーを活用し、共働き世帯の成功事例やリアルな暮らしぶりを戦略的に発信すべきである。
- ・ 転居の最大のきっかけが「住宅取得」である以上、不動産ポータルサイト（SUUMO 等）や店舗との連携が不可欠である。行政サイトよりも先に民間サイトを閲覧する層に対し、本市の魅力をダイレクトに届ける仕掛けが必要である。
- ・ 独自の「子育てしやすい物件」の認証制度を創設し、物件の付加価値を高めるとともに、マンション内の共用スペース（コワーキングやキッズスペース）の整備を誘導すべきである。
- ・ 新築戸建てだけでなく、中古リフォームや賃貸での住み替えなど、ライフステージに合わせた多様な住まいの選択肢を提示することが、選ばれる街に繋がる。
- ・ 「都市型保育園留学」として、利便性とキャリア継続を体験できる移住体験プログラムを検討すべきである。一定期間の滞在を通じて本市での共働き生活を実感してもらうことで、定住へのミスマッチ

### 4. 閉会

ファミリー世帯のアンケートで浮き彫りになった「通勤利便性の強み」と「住宅取得の動機」を軸に、次年度は具体的なブランディング施策と定住促進策、満足度向上策のパッケージ化を進めていく。

近隣の大都市の発展を本市の恩恵に繋げつつ、「尼崎に住む方がハッピーである」という明確なメッセージを具体化していく。

以 上