

(2) リテールビジネス

新しい生活様式の行方（テレワークの浸透度合い等）に注目。

※テレワークと住居

本年4月以降、住替えを検討する者が大幅に増加、郊外物件が注目されている。

(参考)

住みたい街として人気上昇中のさいたま市

◆「首都圏の住みたい街ランキング」で大宮は4位（2019年、2020年）

- ・市民の満足度も上昇
- ・若い世代が転入、20代と30代で転入者の6割を占める

◆さいたま市躍進の背景

①東京都心部への交通利便性が向上

②割安感

③子供の教育環境を重視

（公立学校の質が評価、
子供の自己肯定感が高い）

④個人の情報収集力の向上

→脱ブランド志向・

自分で価値を見出す「無印良品」

◆さいたま市の人気の特徴点

- ・利便性、施設、防犯・防災、医療・教育といった生活環境の面が評価

◆今後人気が高まる可能性

- ・大宮での再開発事業（起爆剤として期待）
- ・新陳代謝が活発な土地柄（移住者に寛容）

◆魅力を高めるための課題

《ブランド力がない》

- ・市民発の地域活動を盛り上げる
- ・待機児童の件など、転入増で高まる行政ニーズに応える

◆コロナ禍を契機とした住みたい街の変化

- ・住み替え需要（6歳以下の子持ち既婚家庭）
- ・テレワークの定着度次第では、郊外物件の人気が高まる期待

地域の人口増→地域の活力になる

＝子育て世代の流入は魅力である。

