

## 「一宮市まち・ひと・しごと創生総合戦略（案）」修正箇所一覧（市民意見提出制度募集結果後）

 市民意見提出制度による修正

修正箇所	修正前	修正後
はじめに	記載無し	はじめにを追加

【人口ビジョン】 修正箇所	修正前	修正後
P. 43 5 目指すべき将来の方向 (2) 目指すべき方向性	① <u>出生率の向上を図るため子育て支援策の実施</u>	① <u>出生率向上を図るための子育て支援策の実施</u>
P. 48 図 4-25 市独自推計による男女別人口（2060 年）	男女別人口の構成比は、一般的に <u>男性より女性が多く生まれ女性が長生きする</u> ため、結果的に <u>何年経っても男女数に現状と大きな差はできません。</u>	男女別人口の構成比は、一般的に <u>女性より男性が多く産まれますが、女性の方が長生きするため、結果的に何年経っても男女数に現状と大きな差はできません。</u>

【総合戦略】 修正箇所	修正前	修正後
P. 70 ④にぎわいを創出する中心市街地の活性化 重要業績評価指標（KPI）	・建築規制緩和適用による開発件数 ・ <u>（設定なし）</u>	・建築規制緩和適用による開発件数 ・ <u>中心市街地の人口（現状値 14,538 人 ⇒ 目標値 16,000 人）</u>
P. 71 基本目標 3 説明欄、3 行目	発祥の地である <u>モーニング</u> 等のオリジナルな食文化等～	発祥の地である <u>モーニングサービス</u> 等のオリジナルな食文化等～
P. 71 基本的方向 5 行目	名産品や特産品、 <u>モーニング</u> をはじめとしたオリジナルな食文化等の～	名産品や特産品、 <u>モーニングサービス</u> をはじめとしたオリジナルな食文化等の～
P. 72 ② シティプロモーションの推進 【具体的な事業】	<u>コスチュームタウンプロジェクト</u>	<u>一宮コスチュームタウン構想事業</u>
P. 72 ② シティプロモーションの推進 重要業績評価指標（KPI）	・フィルム・コミッション誘致回数 ・ <u>（設定なし）</u>	・フィルム・コミッション誘致回数 ・ <u>地域ブランド調査全国ランキング（認知度）（現状値 302 位 ⇒ 目標値 200 位以内）</u>
P. 73 ④一宮の名産品・特産品の育成と PR 【具体的な事業】	<u>いちのみや食ブランド</u>	<u>いちのみや食ブランド推進事業</u>
P. 73 ④一宮の名産品・特産品の育成と PR 重要業績評価指標（KPI）	・いちのみや応援寄附金の寄付件数 ・ <u>（設定なし）</u>	・いちのみや応援寄附金の寄付件数 ・ <u>「いちのみや食ブランド」認定商品数（現状値 40 品目 ⇒ 目標値 100 品目）</u>
P. 75 ②尾州テキスタイル産業の育成・ブランド化 重要業績評価指標（KPI）	・J・クオリティ認証取得企業数 ・有名アパレルブランドと市内企業の契約件数 ・ <u>（設定なし）</u>	・J・クオリティ認証取得企業数 ・有名アパレルブランドと市内企業の契約件数 ・ <u>テキスタイル産業における人材育成事業受講者数（現状値 年間 483 人 ⇒ 目標値 延べ3,000 人）</u>
P. 83 策定までの経緯 推進本部（2 月）	<u>2 月 日 第 8 回推進本部会議 [人口ビジョン、総合戦略最終案の検討]</u>	<u>2 月 8 日 第 8 回推進本部会議 [市民意見提出制度結果報告、まち・ひと・しごと創生総合戦略最終案及び概要案の検討]</u>
P. 83 策定までの経緯 推進本部（2 月）	<u>2 月 日 第 9 回推進本部会議 [人口ビジョン、総合戦略策定]</u>	<u>2 月 15 日 第 9 回推進本部会議 [まち・ひと・しごと創生総合戦略及び概要の決定]</u>
P. 83 策定までの経緯 推進会議（2 月）	<u>2 月 日 第 5 回推進会議 [人口ビジョン、総合戦略最終案の報告]</u>	<u>2 月 10 日 第 5 回推進会議 [市民意見提出制度結果報告、まち・ひと・しごと創生総合戦略最終案及び概要案の報告]</u>
P. 84 策定にあたっての調査・意見聴取等 市民意見提出制度	意見件数 <u>〇〇件</u>	意見件数 <u>21 件</u>

「一宮市まち・ひと・しごと創生総合戦略（案）」修正箇所一覧（追加修正分）

修正箇所		修正前	修正後
表紙	裏面	(記載なし)	「トカイナカ」の語句説明を追加

【人口ビジョン】 修正箇所		修正前	修正後
P. 33	3 人口の変化が地域の将来に与える影響の分析・考察 20～21行目	<p>・現在保有する市公共建築物の約6割が建築後30年以上経過していて、今後老朽化が進行するため、人口の変化を見据え、需要に応じた建替えや改修が必要となり、その費用が増えるとともに一定期間へ集中します。</p> <p>・高齢者等の増加による社会保障経費の増加に加え、それを支える現役世代（生産年齢人口）の減少が税収減少を招き、市の財政運営が難しくなります。</p>	<p>・現在保有する市公共建築物の老朽化による建替え等の費用や、高齢者等の増加による社会保障経費の増加に加え、それを支える現役世代（生産年齢人口）の減少が税収減少を招き、市の財政運営が難しくなります。</p>
P. 51	図4-29 社人研準拠推計による連区別の年少人口比率 (2060年)	増減率 … 1%ごとの区分	増減率 … 0.5%ごとの区分に細分化
P. 51	図4-30 市独自推計による連区別の年少人口比率 (2060年)		

【総合戦略】 修正箇所		修正前	修正後
P. 56	(1) 地域特性 2～3行目	名古屋（ <u>快速10分</u> ）と岐阜（ <u>快速8分</u> ）へ近いという利便性から、～	名古屋（ <u>最速10分</u> ）と岐阜（ <u>最速7分</u> ）へ近いという利便性から、～
P. 71	基本的方向 2行目	訪れてみたくなる魅力あるまちを創出する。	訪れてみたくなるまちを創出する。

【概要】 修正箇所		修正前	修正後
表題	キャッチフレーズ	「トカイナカ」で子育てにやさしく安心して暮らせるまち	「トカイナカ※」で子育てにやさしく安心して暮らせるまち（下段に注釈を記載）