

人を呼び込む

～シティプロモーション～



施策1 子育て世代に選ばれるまちをつくります

施策2 訪れてみたいまち、交流が盛んなまちをつくります



具 合 的 な 取 組

- デュークス(DEWKs)に向けた戦略的な情報発信 …一宮市 PR動画制作事業
- 知名度を上げるための事業の展開 …138タワーパークイベント事業、いちのみやリバーサイドフェスティバル補助事業
- 子育て・教育環境のイメージの向上 …正確かつ必要な情報通信技術(ICT)獲得のための教育の充実事業、空調設備整備事業
- 魅力ある集客イベントの開催 …おりもの感謝祭一宮七夕まつり事業、濃尾大花火事業、138タワーパークイベント事業
- 観光情報等の発信 …ウェブサイト等の運営事業、いちのみやフィルムコミッション協議会事業
- 市の新しい魅力発見のための観光資源の活用 …ミズベリング138事業、観光案内所運営事業

● 前期基本計画の主な成果指標 ●

直近5年間の人口の
社会増減累計

目標値 **2,170人**

基準値：985人

一宮市の認知度

目標値 **180位**

基準値：291位

主要観光イベントの
来客者数

目標値 **3,245,000人**

基準値：2,948,662人

持続可能で未来につなげる



施策3 健全な財政運営に努めます

施策4 公共施設の適切な維持管理に努めます

施策5 情報通信技術（ICT）を積極的に利活用します

施策6 適切な情報発信を行います

施策7 市民との協働を進めます



具体的な取組

- 計画的、効率的な財政運営 …行政改革推進事業、行政評価事業
- 財源の安定確保 …滞納整理事業、納税啓発事業、地方創生推進事業
- 公共施設の長寿命化対策の推進 …個別長寿命化等計画策定事業、公共施設等総合管理計画進捗管理事業
- ICT を利活用した行政サービスの推進 …フリー Wi-Fi（無料公衆無線 LAN）サービス拡大事業、クレジットカード納付事業、マイナポータル事業
- 適切で説明責任を果たす情報発信の推進 …ウェブサイト等の運営事業、各種広報媒体の活用事業、SNS による情報発信事業
- まちづくり活動への支援 …市民が選ぶ市民活動支援制度運用事業、市民活動支援センター運営事業、地域づくり協議会推進事業

前期基本計画の主な成果指標

実質公債費比率
（3 か年平均）

目標値 **3.3%**

基準値：3.7%

いちのみやフリー Wi-Fi
アクセスポイント数

目標値 **100**か所

基準値：86 か所

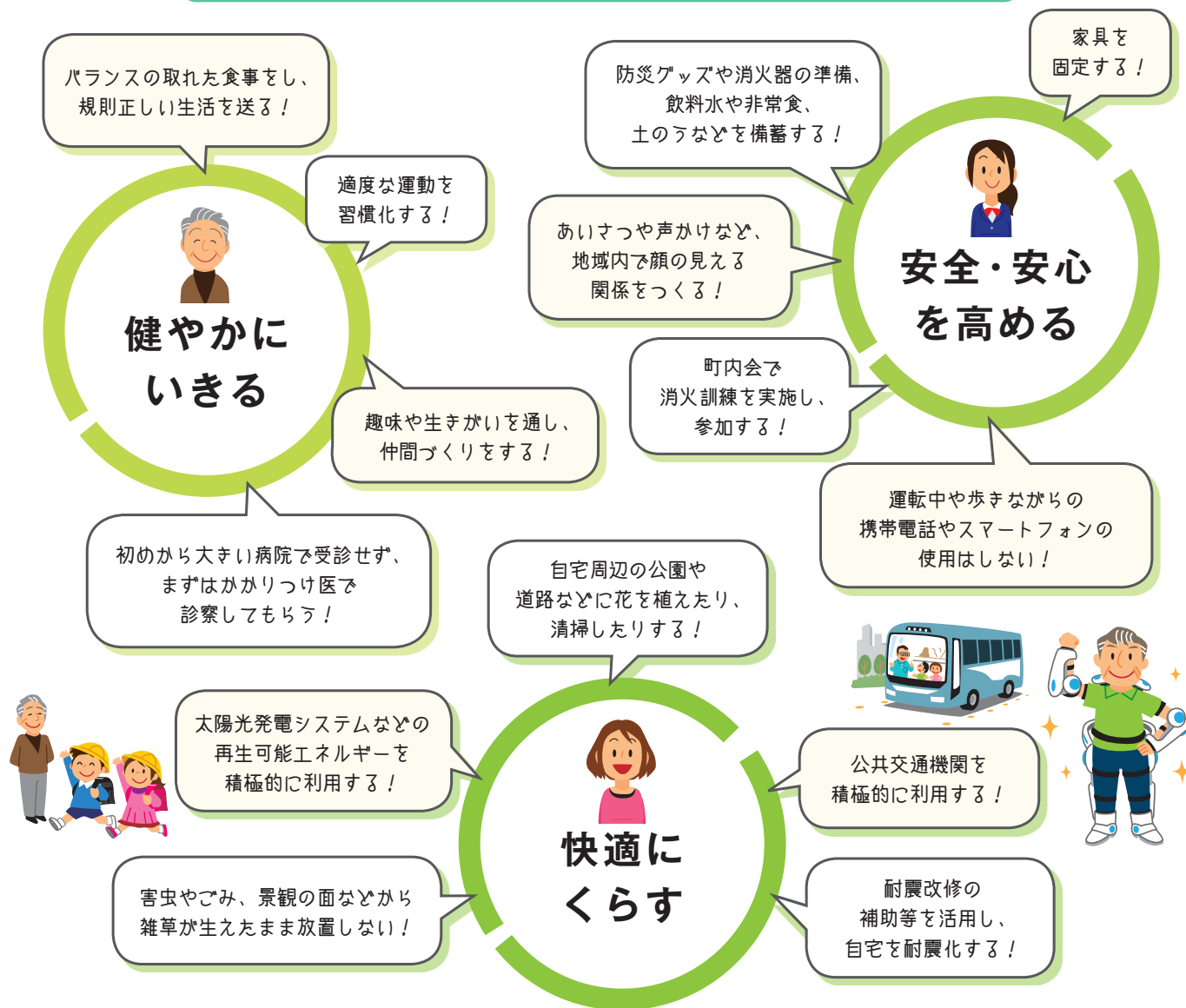
市公式ウェブサイトの
アクセス件数

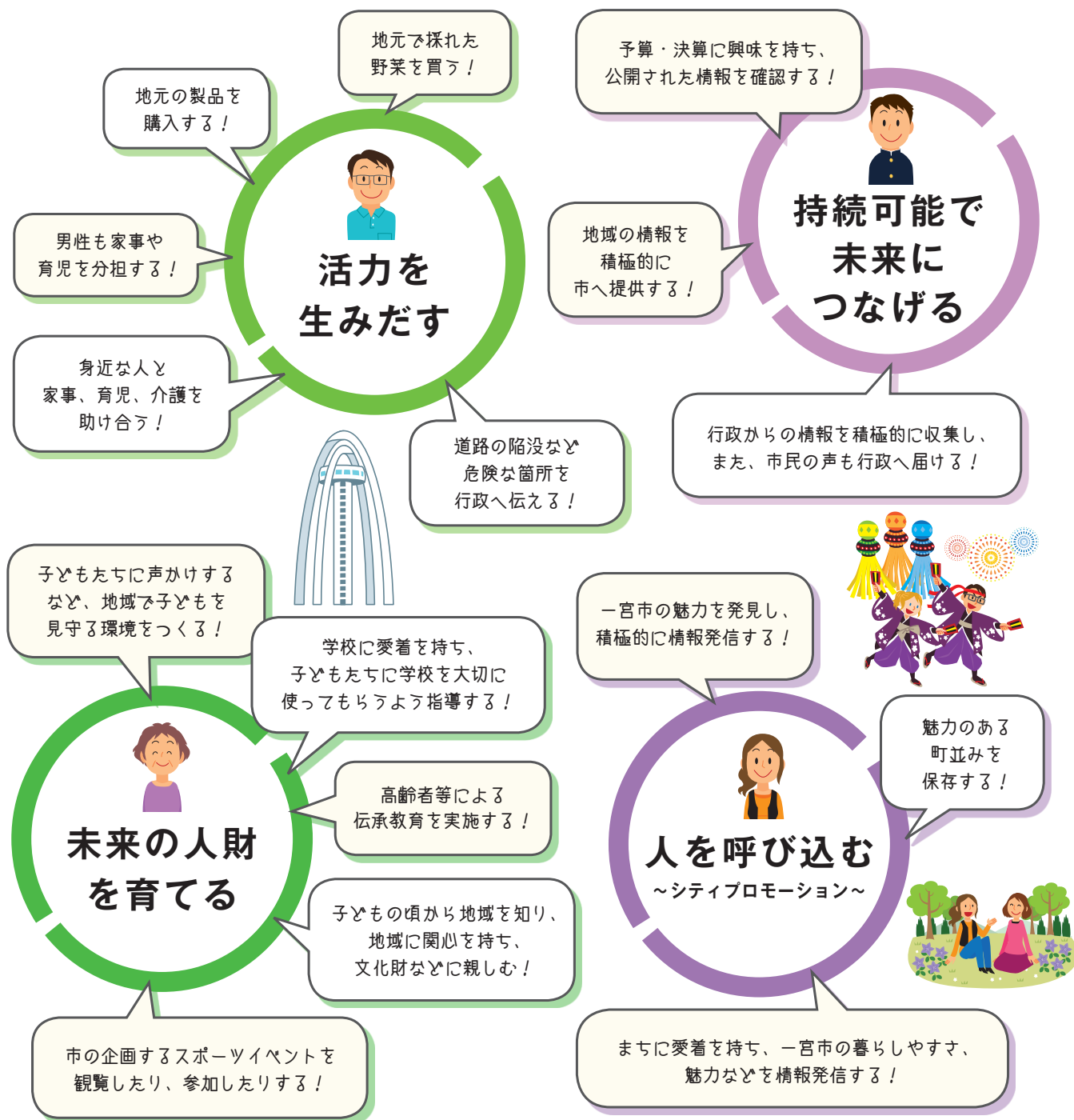
目標値 **1,184**万件

基準値：986.4 万件

市民が考えた「私たちにできること」

市民ワークショップを開催して、話し合っていました。





Special interview

スペシャルインタビュー

市内にお住まいの方に、一宮市に期待することをお聞きました。(五十音順)



平成 29 年度新成人代表
浅野 泰成 さん

■ 地元で働きたい

一宮駅を中心に新しい施設やマンションが多く、市中心部は新しいまちのイメージです。大学で他地域出身の学生と話すと、一宮市の知名度の低さや訪れたい人が少ないのが残念です。将来は教員を目指しており、地元の学校で勤めたいです。地元の友人には、地元愛を強く持っていて、大学で地方に行っても戻ってきたいという人が多いので、戻ってきてもやりたいことにチャレンジできるような環境があるとうれしいです。また、子育てや日常生活がしやすいよう公園や商業施設が充実し、子どもたちが安心して外で遊べるようなまちになってほしいです。



愛知学院大学
地域連携センター長
鵜飼 宏成 さん

■ 地場産業からトレンド発信

技術力を武器に、繊維産業を中心に繁栄した一宮市は、現在、元気がある企業は存続しているものの、産地としては弱くなり雇用が減っています。人口があまり減っていないということは、かつての産業集積地から名古屋の近郊都市へ、都市機能が変化しているからだと思います。地場産業をもう一度徹底的に突き詰めても良いですね。マーケティングを強化することで、一宮市がトレンド発信基地であるという自信を持つことができるかもしれません。生活面や教育面を充実させて、住む人が喜んで住めるまちを目指してほしいですね。



中京大学 客員教授
内田 俊宏 さん

■ イメージアップのためのブランド戦略を

人によって一宮市のイメージは違います。「一宮市以外の東海地域に住む人」にとっては、過去の隆盛に比べて衰退しているまちのイメージで、「一宮市民」にとっては、駅前周辺などの新しい動きは感じているものの、まち全体としては新しいイメージはありません。「東海地域外の人」にとってはニュートラルなイメージだと思います。転勤者を含めた域外の人に対するブランド戦略が必要です。十分ポテンシャルがあるまちなので、まずはイメージアップが重要。近隣市町を巻き込んだ広域でのブランディングも視野に入れておくべきではないでしょうか。



大同大学 非常勤講師
谷口 庄一 さん

■ 一宮でしか体験できないことを

現在の一宮市は人口規模に対しては活気が少なく、「眠ったままのまち」と感じています。まだまだポテンシャルを発揮していないし、人口が少なくなっても活気を失わないまちになってほしいですね。のこぎり屋根の建物などの再生を通して、一宮らしいイノベーションも、一つの方法では。また、周辺市町を巻き込んで、人口50～60万人規模の経済圏ができれば、さらに影響は大きくなると思います。一宮市内には高校が多くあるので、そこでしか学べないこと、体験できないことがあれば、大学を出ても地元の事を考える人が多くなると期待しています。

市外から見た一宮市の印象や、これからの一宮市に期待することをお聞きました。(五十音順)



関西学院大学 教授
小西 砂千夫 さん

■ さまざまな文化を育んでほしい

市の玄関口である一宮駅周辺は人がいて活気がありますが、人口規模の割には知名度が低いと思います。真清田神社や繊維産業といった歴史的なストーリーがあるので、実力相応のPRを行えば、もっとまちのブランド化に繋げていくことができるはずです。例えば、高齢者の活躍で考えた場合、会社勤めしていた人たちが戻って来られるような場所が必要です。スポーツ、音楽や芸術など、さまざまな文化を幅広く育むことも、魅力的なまちになる一つの手法ではないでしょうか。一宮駅前のハード面での整備も、まちのイメージを変える大きな要素ですね。



中日新聞社 取締役
(元 一宮総局長)
林 寛子 さん

■ 女性が活躍するまちに

歴史的に京都に近く、交通の要所であったことから、神社や寺院、古墳などから京都の文化が随所に見て取れるまちであり、電車から見える田園風景や木曽川周辺の自然からも、実り豊かなまちと思います。また近年ではi-ビルに図書館ができ、若い人の利用が増えたことで文化の香りが感じられるようになりました。「日本でいちばんお母さんが笑顔のまち」を目指して、子育て支援を充実させることや、子育てにやさしいまちであることをアピールして、女性の活躍につなげてほしいですね。文化遺産や自然遺産を活かしたまちづくりも期待しています。



沖縄観光総研 代表
(元 JTB 中部一宮支店長)
宮島 潤一 さん

■ 一宮は凜としたまち

名古屋勤務の時も含めて3度一宮市に住んだことがあります。治安も良く、人も穏やかですね。ツインアーチ138からの景色は戦国時代からの歴史の縮図とも感じました。「ないものねだり」よりも「あるもの探し」のまちづくりを期待します。真清田神社を中心とした、歴史と伝統をきっちりと守っている凜としたまちであることを大切にしてほしいです。また、妙興寺の素晴らしい境内、大江川、木曽川堤の桜、ガチャマン時代の歴史遺産、美味しい野菜を生む田園風景など、無くしてはならない物をきっちり守り、着実に発展してほしいです。



名古屋商工会議所 会頭
山本 亜土 さん

■ 独自の魅力を

一宮市は尾張西部の中心都市で、フラットな土地でありアクセスも良好。真清田神社や七夕まつり、尾州ブランドなど印象的なものがありますが、全体的なイメージができると更に魅力的なまちになると思います。一宮市に限りませんが、独自の魅力を感じられるまちになることが大事。リニア開通によって東京も1時間圏内になりますので、名古屋が東京とは違う都市機能や魅力の創造を目指すように、名古屋近郊の市町も「その場所でしか味わえない」特徴を創ると良いですね。場合によっては少し広域で連携することもあるのではないかと感じています。



計画書の全文は 一宮市公式ウェブサイトにてご覧いただけます。

<http://www.city.ichinomiya.aichi.jp>

ページID 1022818

第7次 一宮市総合計画 概要版

平成30年3月

発行 / 一宮市

編集 / 企画部企画政策課

〒491-8501 一宮市本町2丁目5番6号

TEL:0586-28-8952

FAX:0586-73-9128