

Management 1

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れます

施策2 訪れてみたいまち、交流が盛んなまちをつくれます



施策 1

子育て世代に選ばれるまちをつくります

現状と課題

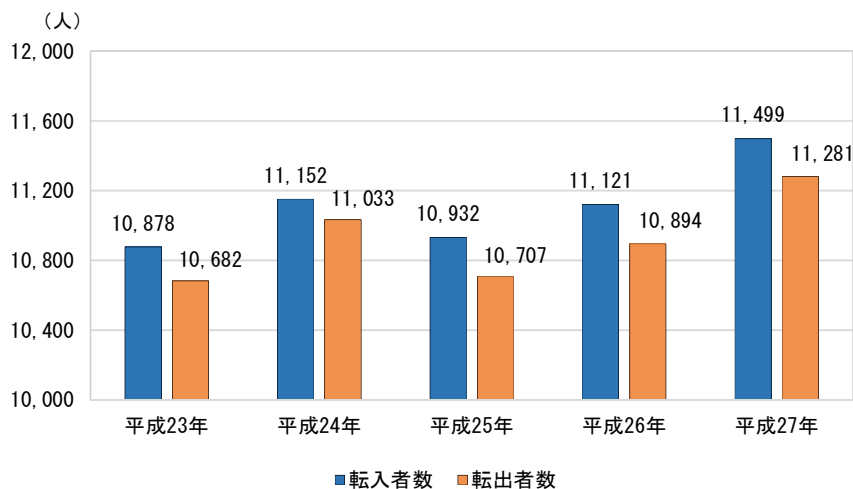
【現状】

- 本市の人口は、平成16年から21年にかけて毎年1,000人前後の社会増となっていました
が、平成22年以降、転出入者数は均衡が見られ、数百人前後の微増となっています。
- 人口の多い年代層は、平成24年を境に35～39歳から40～44歳へとシフトし、若年層の
構成比が低くなっています。
- 本市は、名古屋駅から鉄道で10分程と通勤に適しており、また、複数のインターチェン
ジも有する、各方面へ車でレジャーに出かけるのに適した地域です。
- 市内各所には大型ショッピングセンターがあり、また、延長18kmにわたって木曽川に接
する自然環境にも恵まれ、そのまちのイメージは「トカイナカ」に代表されます。

【課題】

- 人口減少時代を迎えた今、本市の「住みよさ」「暮らしやすさ」を市外にも情報発信
し、本市を選択してもらう「定住人口の増加」を目的とした事業を、戦略的に展開して
いく必要があります。
- 品川駅と名古屋駅を約40分で結ぶ「リニア中央新幹線」の開業を好機と捉え、いわゆる
「リニアインパクト」を活用する努力が必要です。

■ 転入・転出者数



資料：一宮市住民基本台帳

事業展開の方向性

●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、シティプロモーション用ウェブサイト事業

●知名度を上げるための事業の展開

1 3 8 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

成果指標

指標名	基準値	目標値
①直近5年間の人口の社会増減累計	985人	2,170人
②若年層の人口構成比	16.8%	16.0%

市民の体感指標

指標名	基準値
一宮市は子育てするのに適したまちだと思う人の割合	46.1%

※各指標の算出方法は92から96ページを参照

関連する個別計画

- 一宮市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- 一宮市子ども・子育て支援事業計画

市民が考えた

「私たちにできること」

- まちに愛着を持ち、一宮市の暮らしやすさ、魅力などを情報発信する

用語説明

- トカイナカ
「適度に都会で、適度に田舎」の造語。一宮市まち・ひと・しごと創生総合戦略で使用している。
- リニアインパクト
平成39年（2027年）に予定されているリニア中央新幹線の開業が、社会・経済に及ぼす影響のこと。
- デュークス（DEWKs : Double Employed With Kidsの略）
子どものいる共働きの夫婦のこと。



子育て支援センター

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

現状と課題

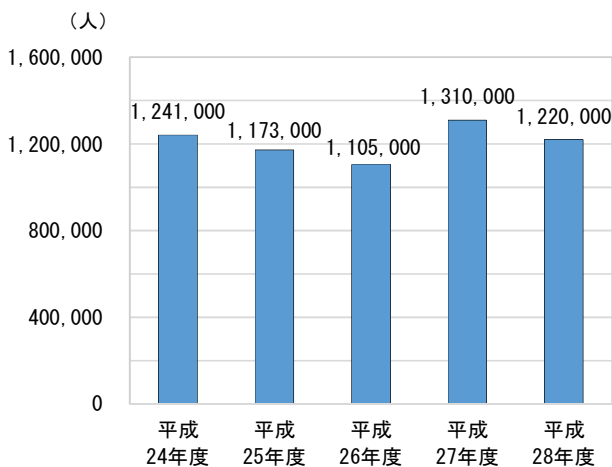
【現状】

- 本市における平成27年度の主要観光イベント来客者数は、約295万人です。
- 市観光協会内に「いちのみやフィルムコミッション協議会」を設立し、映画やドラマなどの制作を支援しています。
- 平成28年2月に市ウェブサイトを更新し、フェイスブックやツイッターなどの「一宮市公式SNS」や「メディア掲載情報」の運用を開始するなど、市の魅力を発信しています。

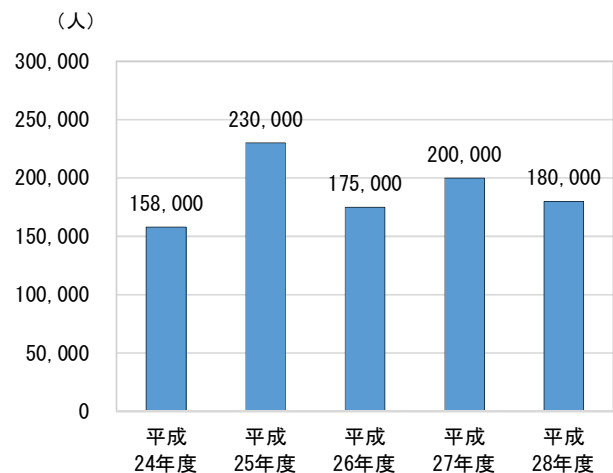
【課題】

- 新しい発想や趣向をイベントなどに取り入れて、魅力に磨きをかけるとともに、観光資源を活用して、更に観光客の呼び込みを図ることが必要です。
- より多くの人に市の魅力を知ってもらうためには、情報を発信するのみではなく、効果的に届けるための工夫が必要です。

■「おりもの感謝祭一宮七夕まつり」来客者数



■「濃尾大花火」来客者数



※一宮市側の人数のみ

資料：一宮市

事業展開の方向性

●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、一宮イルミネーション事業、一宮モーニングプロジェクト事業、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

フリーWi-Fi（無料公衆無線LAN）サービス拡大事業、ミズベリング138事業、観光案内所運営事業

成果指標

指標名	基準値	目標値
①一宮市の認知度	291位	180位
②主要観光イベントの来客者数	2,948,662人	3,245,000人

市民の体感指標

指標名	基準値
一宮市は魅力があるまちだと思う人の割合	12.9%

※各指標の算出方法は92から96ページを参照

関連する個別計画

○一宮市まち・ひと・しごと創生総合戦略



市民が考えた

「私たちにできること」



- 魅力のある町並みを保存する
- 一宮市の魅力を発見し、積極的に情報発信する

用語説明

○ミズベリング

水辺に興味を持つ市民・企業・行政が一体となり水辺の賑わいを創り出す活動のこと。

○SNS（Social Networking Serviceの略）

フェイスブックやツイッターなどの、インターネットを活用したコミュニケーションの手段のこと。

