

## 5 基本目標と施策の基本的方向（アクションプラン）

### 基本目標（1）市のポテンシャルを生かした定住を推進します

本市は名古屋駅からJR、名鉄特急を利用すれば約10分で着くことができ、通勤や通学に至便な地域です。駅近くの中心市街地の周囲で適切な土地利用転換を図ることができれば、市内外からの人口の社会増を見込むことができ、都市としての魅力を高めていける余地があります。

市のブランドイメージを高め、まちづくり事業を継続的に展開し、需要にマッチした宅地供給を行っていくことで、名古屋圏での存在感を高める必要があります。

名古屋のベッドタウン、ものづくり産業の集積地としてのポテンシャルを生かし、居住地として選択される都市になることを目指します。

#### □数値目標

指 標	基準値（年）	目標値（年）
社会増	—	H27～H31で650人

#### 基本的方向①：市のブランドイメージを高めます

市のブランドイメージを高めるには、詰まる所、本市の施策や行政サービスに磨きをかけ、市民が「住んでよかった」「これからも住み続けたい」と思う経験や体験を常に提供し続け、長期間にわたって良好な関係を築くことに尽きます。

本市に対する市民の愛着や誇りを醸成し、市民がその思いを発信することで、交流人口や定住人口の増加につながることも期待されます。市内には歴史・文化資源等が数多くあり、そうした愛着や誇りを育てる要素となりえます。

そうした取組みに加え、本市が名古屋圏のベッドタウンとして発展するには、名古屋圏での存在感を高めるような取り組みが必要です。名前を知らない自治体やアイデンティティのない自治体は居住地の選択肢になりません。「住んでみたいまち」として外向けのイメージ戦略を行い、居住地としてのブランド形成を行います。

#### □目指すべき方向性

事業名	担当課	概 要	重要業績評価指標 (KPI)
シティ・プロモーション <b>【重点戦略(3)】</b>	企画政策課等	市の特性や将来性を踏まえ、ターゲットを絞ったキャッチコピーやストーリーを作成し、各種行政サービスや地域の各主体の活動を連動させるような取組みについて検討します。	戦略及び手法の検討：H28

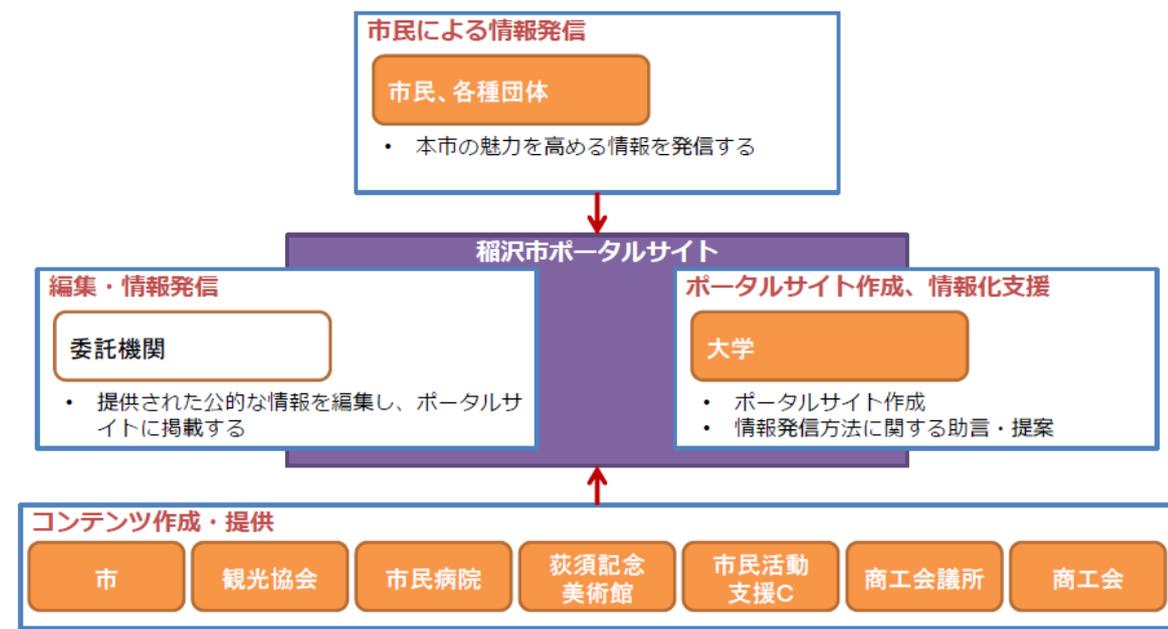
市の魅力を高める事業を対象とした基金の創設	企画政策課等	様々な主体による本市の魅力を高めるためのソフト事業に資するための基金創設を検討します。【連携例4】	①基金創設：H29 ②積立金額：1,000万円/年
観光まちづくり事業	商工観光課等	観光協会を中心とした観光まちづくりを推進する中で、様々な活動主体で構成される「いなざわ観光まちづくりラボ」の設立と「いなざわ観光まちづくりラボ」が実施するプロジェクトを支援します。	「いなざわ観光まちづくりラボ」のプロジェクトによる年間観光入込客数* H30：10,000人 H31：20,000人

\*観光入込客：日常生活圏以外の場所へ旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない者。ここでは、イベントに訪れた者を観光入込客とします。

### 【事業連携イメージ図：例4】

#### シティブランド情報発信プロジェクト

- 本市の公的な情報について、タイムリーかつ迅速な発信を行う
- ポータルサイトを構築することで、アクセシビリティの高い情報を集約する
- 市民が市の情報を発信することで、本市の発進力、ブランド力を高める



#### □継続事業

事業名	担当課	概要	重要業績評価指標 (KPI)
いなッピーの利活用の推進	商工観光課	稲沢市観光協会をはじめ市内事業者に対し、本市のマスコットキャラクター「いなッピー」をデザインした商品開発を働きかけます。	いなッピーデザイン使用承認件数：H27～31で400件