

第 6 次稲沢市総合計画の「まちづくりのキャッチコピー」について

(総合計画審議会委員からいただいた案)

□案 1 「稲沢 その先へ」

候補 5 「稲沢 その一步先へ」の変形版です。

□案 2 「GO GO 稲沢！！」

□案 3 「夢ある稲沢へ！！」

□案 4 「はばたく稲沢！！」

□案 5 「飛び出せ 稲沢！！」

□案 6 「なんにも無いけど なんでもあるよ 稲沢」

稲沢市には明確な魅力は無いかもしれないが、何でもあるのではないか。それは素晴らしいことだとポジティブに受け止めて、今あるものを生かしてより良いまちになっていく、という意味を込めています。

□案 7 「稲沢市と結婚しよう」

候補 1～7 について、「変わる」のは当たり前で、「どう変わるか」が問題であり、キャッチコピーもその方向性を示すものでなくてはならないと思います。【→案 8～10】

□案 8 「選ばれるまちへ、稲沢。」

都市間競争を明確に意識したものです。これは市外からの流入だけでなく、市民からも稲沢に住み続けることを選んでもらうという意味を含めています。施策を立案する際に、常に他の市町を意識することができると思います。

□案 9

「くらし一番、稲沢。」

稲沢は市民の暮らしを一番に考えるという意味と、近隣の市町と比べて一番であるという二つの意味を込めています。

□案 10

「未来田園都市、稲沢。」

稲沢が新しい時代の田園都市を標榜することを表しています。まちづくりのコンセプトにも「名古屋で働く人が、暮らしの場として憧れるまち」とありますが、稲沢の魅力は地理的な利便性と豊かな自然が両立しているところだと考えられます。まちの名前が「稲」の「沢」ですから、田園はブランド要素として重要だと考えます。