

岩倉市まち・ひと・しごと創生総合戦略 進捗状況シート

| | | | | | | |
|----------------|---|-------------------------|------------|------------|------------|------------|
| 基本目標 | 2「新しい人の流れをつくる」 ～若い世代の移住・定住の促進と交流人口拡大戦略～ | | | | | |
| 背景と戦略の 基本方向 | <ul style="list-style-type: none"> ●既に人口減少の局面を迎え、高齢化が進行していくことが懸念されている本市が、今後とも持続的に発展していくためには、常に新婚世帯や子育て世帯など若い世代が多く暮らしている活気のある都市、将来にわたって人口構成のバランスがよい都市にしていくことが重要です。 ●このためには、交通利便性が高く通勤・通学に便利であること、母子保健サービスや保育サービスなどの子育て支援サービスが充実していることなど、本市の優位性を最大限に生かしつつ、若い世代にとって魅力的で住みやすい都市としてさらに磨き上げていく必要があります。また、若い世代にとって住みやすいという魅力や本市に暮らすメリットをわかりやすく整理し、市内外に情報発信していく必要があります。 ●一方、市域が狭く市街地の人口密度が高いために開発余地が限られている本市では、人口流入や若い世代の転居先の受け皿となる住宅用地や一戸建て住宅等の供給が周辺自治体に比べて不足しており、これが市外への転出の要因の一つになっています。このため、空き家等の既存の住宅ストックの有効活用も視野に入れた住宅政策を進めていく必要があります。 ●それらの状況を踏まえ、常に若い世代が本市に「住んでみたい」「住んでよかった」「住み続けたい」と思える都市の実現をめざします。また、こうした定住人口の増加策と同時に、まちの知名度と魅力の向上、まちの賑わいと元気を創出していくため、観光客などの交流人口の拡大をめざします。 | | | | | |
| | 数値目標 | 指標（単位） | 基準値 H25 | 実績値 H27 | 実績値 H28 | 目標値 H31 |
| | | 転入者数の増加（人） | 2,133 | 2,121 | — | 2,173 |
| | | 観光・交流の振興に満足している市民の割合（％） | 74.3 | — | 75.4 | 85.0 |

| 施策の名称 | 施策の成果指標 | | | | | 実施内容及び評価 | 今後の取組及び方向性 |
|--|---------------------|------------|------------|------------|------------|--|---|
| | 指標名 | 基準値 H26 | 実績値 H27 | 実績値 H28 | 目標値 H31 | | |
| 施策の基本方針 | | | | | | | |
| 1 若い世代の移住・定住の促進 | 空き家の利活用件数（4年間累計） | — | — | — | 10件 | <ul style="list-style-type: none"> ●子育て世帯向けの当市に対するイメージ調査やワークショップをもとに、シンボルメッセージとなる「いわくらしやすい」を活用したブランドロゴを製作するとともに、市の魅力再発見・愛着の醸成に向けて「いわくらしやすい109の理由」の募集を開始した。 ●12月1日の市制45周年記念日に合わせてホームページのリニューアルを行った。「誰にとっても使いやすい」「シティプロモーションを意識した情報発信ができる」をコンセプトとし、トップページの目立つ部分にブランドサイトや子育て世代向けサイトの入口を設けた。子育て世代向けサイトは年齢別や目的別、「子ども向けイベント」や「休日夜間診療」など子育て世代が知りたい情報を見やすく配置した。また、スマートフォン対応となり、いつでもどこでも、手軽に情報を得やすい環境が整った。これにより岩倉市の子育て支援施策を分かりやすく、目に付きやすくアピールすることができるようになったため、岩倉市への関心を高めることにつながっている。 ●賃貸住宅の供給や子育て世代の移住・定住の促進については、まちづくり政策推進会議で検討し、子育て世代の移住・定住を促進するための施策として、三世帯同居・近居支援事業を平成29年度から実施することとした。 ●空き家の利活用については、空家等対策委員会の利活用に関する部会の中で検討したが、具体的な事業の実施に至っていない。 | <ul style="list-style-type: none"> ●子育て世帯次世代を担う中学生や高校生を対象に、市の魅力とその発信方法を検討する学校キャラバンを実施し、子どもたちに愛着の醸成を図ることで定住促進につなげるとともに、市外に向けた本市のPRを行い、転入促進を図る。 ●トップページやブランドサイトを中心に、魅力を継続的に発信しつづける必要がある。そのためシティプロモーション事業とも歩調を合わせながら進めていく。 |
| | 子育て応援住宅数 | — | — | — | 2件 | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●市内への移住者や定住者の増加につなげるため、子育てのしやすさや交通利便性の高さ、地形が平坦で、災害にも比較的強い地域であることなど、子育て世代をはじめとした若い世代にとって住みやすいという本市の良さ、本市に暮らすメリットを市内外にPRするシティセールスを戦略的に進めていくためのプランの策定とシティプロモーションを進めます。 ●子育て応援住宅認定制度、空き家のリフォームや建て替え支援制度などの検討、三世帯同居・近居支援などにより、子育て世代をはじめとした若い世代がライフステージに応じて比較的安価に暮らせる良好な住宅の供給支援を進めます。 | | | | | | | |
| 2 観光交流の促進による 交流人口の拡大 | 桜まつり観光客数 | 380,000人 | 265,000人 | 335,000人 | 482,000人 | <ul style="list-style-type: none"> ●岩倉五条川桜並木保存会と協働し、桜への施肥、枯れ枝・腐朽枝などの剪定及び後継木の育成のための活動であるひこばえ切りなどを継続して行うことにより、貴重な観光資源である桜の保全を図ることができた。 ●桜まつりでは、各種イベントに加え、公共交通機関で来場する観光客向けに、まつり会場だけでなく市内飲食店を巡るスタンプラリーを実施し、交流人口の拡大を図ることができた。 ●い〜わくんキャラバン隊では、市内外で130回を超える活動を通し、本市のPRをするとともに、いわくら産の野菜を使った「オリジナルドレッシングづくり」などの新規イベントを通し、知名度の向上を図ることができた。 ●平成28年度当初、顕彰品提供事業者数7・顕彰品種類20種であったが、平成29年度中に顕彰品提供事業者数13・顕彰品種類44種に増やし、より広く市と市の特産品を市外在住の人にPRすることができるようになった。また、顕彰品提供事業者からは売り上げ増につながった等の声も出ており、商工業の振興にもつながっている。 | <ul style="list-style-type: none"> ●既存事業については、改善を行いながら継続して実施していく。 |
| | ふるさといわくら応援寄附金顕彰品の種類 | 9種 | — | 40種 | 30種 | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ●市民の市に対する誇りや愛着の醸成や交流人口の拡大を図るため、全国的に誇ることができる貴重な観光資源であり、また、市民の郷土に対する愛着心や一体感を生む地域の宝となっている五条川の桜並木の保全・再生や桜まつりの充実に努めます。 ●五条川の桜並木をはじめとした本市の魅力をい〜わくんキャラバン隊などを活用し、市内外にPRすることによって、住みたいまちとしての本市の知名度の向上を図ります。 | | | | | | | |

