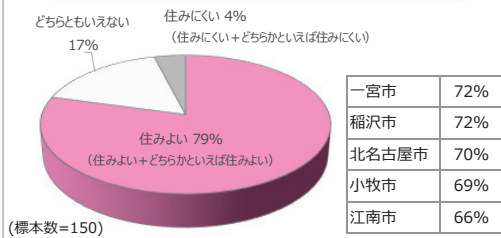


■ 岩倉市の住みやすさ

Q. 総合的にみて岩倉市は住みよいまちだと思いますか。

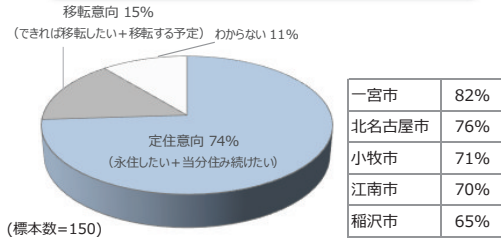
「住みよい」と回答した岩倉市民は79%。
周辺市町村に比べて岩倉市の評価は高い。



■ 岩倉市の定住意向

Q. これからも岩倉市に住み続けたいと思いますか。

「住み続けたい」と回答した岩倉市民は74%。
一宮市、北名古屋市に比べると評価が低い。



■ 岩倉市の満足点

Q. お住まいの周辺的生活環境についておたずねします。

「医院までの近さ」「駅・バス停までの近さ」「買い物の便利さ」といったコンパクトシティならではの利便性が高評価。

■ 岩倉市の満足点ベスト5 (標本数=150)

1位	ごみの収集場所の近さ	75%
2位	医院・診療所までの近さ	64%
3位	電車の駅・バスの停留所までの近さ	62%
4位	住まいの日常たりや風通しの良さ	62%
5位	日常の買い物の便利さ	61%

他市区町村と比べると「交通利便性のよさ」が高評価。
他にも、防災や公害の少なさの評価も高い。

■ 他市区町村より高評価点ベスト5

	岩倉市	差
電車・バスの運行本数の多さ	55%	+19pt
電車の駅・バスの停留所までの近さ	62%	+16pt
浸水や地震などの地域防災体制	29%	+8pt
大気汚染・水質汚濁などの工場公害の少なさ	55%	+7pt
近隣の側溝などの水はけの良さ	40%	+7pt

※差=11市区町村平均との差分

子育て世帯の満足点

子育て世帯では、さらに人間関係の良さも高評価。

※中学生以下の子どもがいる人 (標本数=62)

	岩倉市	差
電車・バスの運行本数の多さ	58%	+22pt
電車の駅・バスの停留所までの近さ	61%	+15pt
地元・地域における人間関係の良さ	42%	+15pt
浸水や地震などの地域防災体制	34%	+12pt
近隣の側溝などの水はけの良さ	45%	+12pt
近所づきあいの良さ	39%	+11pt

※差=11市区町村平均との差分

■ 岩倉市の定住理由

Q. 住み続けたいとお答えになった理由を3つまでお答えください。

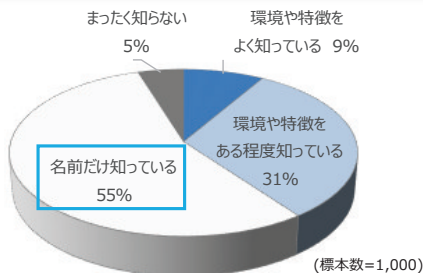
定住の理由は、他市区町村と比べて「交通の便の良さ」が高くなっている一方で、「愛着」による理由は低め。

	岩倉市	差
1位 自分の家や土地がある	46%	-4pt
2位 交通の便が良い	44%	+21pt
3位 通勤・通学に便利	33%	+8pt
4位 愛着がある	32%	-6pt
5位 日常の買い物に便利	24%	-4pt

※差=11市区町村平均との差分

■ 岩倉市の認知度

他市区町村に住んでいる人の95%が岩倉市のことを認知。ただし、その多くは「名前だけ知っている」程度で、岩倉市の魅力は同じ尾張地区の人にもあまり知られていない。



【調査概要】

「岩倉市に関するイメージ調査」
調査方法：インターネット調査
調査時期：2016年6月
調査対象者：岩倉市と周辺市区町村在住の男女20~69才
一宮市/江南市/稲沢市/小牧市/北名古屋市/蟹江町/弥富市/名古屋市長区/名古屋南区/名古屋市中川区
サンプル数：1,150サンプル

① 市外の6割は、名前くらいしか知らない岩倉市。

市外での岩倉市についての認知率は、「名前だけ知っている」「全く知らない」が、6割。同じ尾張地区でも、詳しく知られていないため、岩倉市に住むことが、選択肢に挙がりにくい状況にある。まずは、岩倉市への理解度を高める情報量が必要である。

② 市民は、交通の利便性と地域の人間関係の良さが魅力。

子育て世代の岩倉市民には、交通の利便性ととも、近所づきあいのしやすさは、岩倉の暮らしやすさの評価になっている。住んでみなければわからない、岩倉市の暮らしやすさを、市外へ発信し、理解してもらう必要がある。

③ 「住み続けたい」意向は、周辺の市より低い。

周辺の市に比べて、「住みやすさ」の評価は高いものの、「住み続けたい」という意向は、周辺の市よりも低い。その理由には、愛着度が低い傾向がある。魅力的な市としての転入増だけでなく、転出するかも知れない賃貸住宅入居者などへの定住させる「理由」づくり～愛着づくり～が必要である。

イメージ調査からの示唆

① 岩倉市の魅力について、絶対的な発信量を増大。

岩倉市に関する情報発信の絶対的なボリュームが必要である。地域間競争の中で、選択肢に挙がるには、少しでも岩倉市を理解してもらうための情報量が必要である。

② 転入増と、転出減の両面から、愛着を高めていく。

子育て世代を中心としたファミリー層に対して、目先の子育て環境だけでなく、暮らしやすさの視点から、岩倉市に愛着を持ってもらう。市外への発信内容について、岩倉市に住み続けることが「誇り」になったり、「賢い選択」であることで市内外への魅力発信をすすめていく。

■岩倉ってこんないいところ

毎日のうれしさ～岩倉の“生活圏”に充実

交通利便性がよい

- 特急に乗れば名古屋駅まで一駅。
- 通勤時間を短縮でき、家族時間が増える
- 通勤ラッシュ時の負担が少ない。
- 妊婦で通勤が辛い時でも、特急料金を払えば混雑を避けて快適に通勤できる。
- 鶴舞線も近く、大須にも気軽に行ける。
- 岐阜方面への通勤にも便利。

近隣自治体のさまざまな施設にすぐ行ける

- モゾワンダーシティやリーフウォークなど、少し車を走らせれば大型ショッピングモールがいくつもある。
- 落合公園やタワーパーク、温水プールなど、総合公園や施設も利用しやすい距離にある。
- 小牧市民病院や大雄会病院など、車や電車ですぐ近隣自治体の総合病院に通院できる。
- 長良川や郡上など、夏のレジャースポットへ下道を使って気軽に行ける。

将来のうれしさ ～自分と子どもの未来図がわかる

人生や暮らしの選択肢が多い

- 子どもの進学先の選択肢が増え、下宿しなくても大学に行かせられる安心感がある。
- 子育てが終わって再就職を考えた時に、就職先のエリアの選択肢が増える。

子育て環境が充実

- 子どもと歩いていける公園が近くにくつもある。
- 支援センターや児童館なども近く、雨の日でも遊び場所に困らない。
- 幼児クラブや岩倉幼稚園ひまわりサロンなど、未就園児が気軽に参加できる活動が充実。
- 保育園送迎ステーションや病児保育など、働くママに優しいサービスが充実。
- 長期休暇中でも追加料金なく幼稚園に預けられるので、二人目が産まれても安心。

生活に便利

- スーパーやドラッグストアが近くにくつもある。
- 市役所や郵便局、銀行に一度で回れる。

人がいい

- 穏やかな人が多い。
- 親切な人ばかりで、子ども連れにも優しい。
- 田舎にありがちな閉鎖的な雰囲気がない。

生活環境が良好

- 名古屋まですくなく静かに暮らせる。
- 住まいの風通しがよい。

高齢になっても安心して暮らせる

- 高齢者が元気で、楽しそう。子どもの外出も安心。
- 高齢になっても楽しく暮らせる姿がイメージできる。

【実施概要】

「岩倉市のイメージや住みやすさについてのワークショップ」

実施日時：2016年7月15日

実施場所：岩倉市役所大会議室

参加者：岩倉市在住(予定)のお子様がいっしょの方10名

■「もっと知ってもらうために」「もっと多くの人に住んでもらいたいと思ってもらうために」

まずは知ってもらい、選択肢にあげもらうことを～認知度アップ

- 遠いイメージ(終点の駅、ICがないなど)を改善すること。
- 何かひとつのものに集中するなど、強みをアピールしたらどうか。
- 市の枠組みにとらわれず、住めば健康で文化的というようなPRも。

桜まつりを“子ども”のためのイベントに～固定客アップ

- ダンスイベントなど、子どもが参加できる機会を増やしては。
- 駅に子どもの壁画を一面に張るなど、ひと目で伝わる工夫を。
- 子どもも大人もい～わくんが大好き。い～わくんを使ってみては。

若い世代が参加したくなる五条川イベントの開催～新規客獲得

- 五条川のイルミネーションなど、春以外でも集客できるイベントがあること。
- ハンドメイド販売やマルシェなど、そこでしか味わえない魅力あるイベント。

①前提として、認知度アップが必要。

特に、名駅から遠いイメージの改善が必要であり、岩倉市民や江南・犬山市民などは理解しているが、それら以外の地域へ、より多くの「岩倉」に関する情報が発信されることが必要である。桜の季節以外での情報発信の絶対量が必要である。

②岩倉市という枠ではなく、岩倉市に暮らす市民目線で。

岩倉のよさ・暮らしやすさを理解しているのは、岩倉市民。近隣市町や名駅も含めて、生活圏の中で暮らしやすさを評価している。小牧市、一宮市、江南市、名古屋市などを視野にした暮らしの拠点としての利便性は市民の視線が重要である。

③子育て単体ではなく長期的な人生として魅力を伝える。

子育てのしやすさの充実は、岩倉の特長だが、他の市町村でも同様の施策を展開している。また、子育てのしやすさは、転入は促進できるが、それだけでは、転出をとめられない。岩倉は、子育てだけにとどまらない、本人である親の人生を充実するにもよい環境であることで、長期的な目線で考えて、「賢い選択」となる場所である。この点が、他の市町村にはない最大の差別化ポイントかもしれない。

※市民の「い～わくん」への親近感が強く、シンボルやメッセージとしての可能性も検討できる。

今後のステップ

①シンボルメッセージ/ロゴの開発

岩倉市にどう関心を持ってもらうか(市外)、岩倉市にどう愛着をもってもらうか(市内)、岩倉市のシンボルとなるメッセージ/ロゴを開発する。

②メッセージ/ロゴを軸としたアクションプランを立案⇒実行

岩倉市内・外の方に広く認知・理解してもらうため、開発したシンボルメッセージ/ロゴを軸に、複数年にかけて継続実施できるアクションプランを立案する。

岩倉市に対するイメージ調査結果のポイント

①市外の6割は、名前くらいしか知らない岩倉市。

市外での岩倉市についての認知率は、「名前だけ知っている」「全く知らない」が、6割。同じ尾張地区でも、詳しく知られていないため、岩倉市に住むことが、選択肢に挙がりにくい状況にある。

②市民は、交通の利便性と地域の人間関係の良さが魅力。

子育て世代の岩倉市民には、交通の利便性ととも、近所づきあいのしやすさは、岩倉の暮らしやすさの評価になっている。

③「住み続けたい」意向は、周辺の市より低い。

周辺の市に比べて、「住みやすさ」の評価は高いものの、「住み続けたい」という意向は、周辺の市よりも低い。その理由には、愛着度が低い傾向がある。

岩倉市民(子育て層)のワークショップのポイント

①前提として、認知度アップが必要。

特に、名駅から遠いイメージの改善が必要であり、岩倉市民や江南・犬山市民などは理解しているが、それら以外の地域へ、より多くの「岩倉」に関する情報が発信されることが必要である。

②岩倉市という枠ではなく、岩倉市に暮らす市民目線で。

岩倉のよさ・暮らしやすさを理解しているのは、岩倉市民。近隣市町や名駅も含めて、生活圏の中で暮らしやすさを評価している。

③子育て単体ではなく長期的な人生として魅力を伝える。

子育てのしやすさの充実は、岩倉の特長だが、岩倉は、子育てだけにとどまらない、本人である親の人生を充実するにもよい環境であることで、長期的な目線で考えて、「賢い選択」となる場所である。

今後のステップ

①シンボルメッセージ/ロゴの開発

岩倉市にどう関心を持ってもらうか（市外）、岩倉市にどう愛着をもってもらうか（市内）、岩倉市のシンボルとなるメッセージ/ロゴを開発する。

②メッセージ/ロゴを軸としたアクションプランを立案⇒実行

岩倉市内・外の方に広く認知・理解してもらうため、開発したシンボルメッセージ/ロゴを軸に、複数年にかけて継続実施できるアクションプランを立案する。