

# 産業観光プロモーション調査事業 報告書 (概要版)

## 背景と目的

一宮市では、優秀な人材が名古屋をはじめとした都市部へ流出し、成長・革新を期待される地元企業では慢性的な人材不足とイノベーションの原動力を欠く。一方、一宮七夕まつり等の観光イベントにより一時的な交流人口の拡大を果たすものの、年間を通じて一宮を訪れる動機付けには物足りなさを認めない。こうした中、地元の産業資源をはじめとする地域資源を活用する新たな着地型観光を起爆剤に、様々な地域資源を有機的に結び付け、オール一宮の体制により中長期的スタンスで地域創生に資する観光事業に取り組むこととした。

## 調査研究事業の内容

一宮市産業観光プロモーション事業推進協議会（3回開催）のもと、一宮市産業観光プロモーション事業推進委員会（7回開催）を組織し調査研究事業を実施した。資源調査では27項目にわたる観光受入状況調査を実施しデータベースを作成、これらをもとに21の推奨コースを造成し、今後のプロモーション展開を想定し3度のモニターツアーを実施した。プロモーションはSTPによる展開を検討したが、今回はプレス用PR資料として「いちのみや産業観光図鑑」を製作し本事業で得られた観光情報を網羅した。地域産業、次世代産業に関する調査では中心市街地、郊外の未利用地等それぞれに新たな産業展開の方向性を提案する。

### データベース (資源調査)

**[output]**  
241の資源を抽出し  
7つのカテゴリに分類し、  
魅力度、受入環境などで、評価した

- ・ A 評価 ( 46 箇所)
- ・ B 評価 ( 66 箇所)
- ・ C 評価 (129 箇所)

産業 (工場見学・産業遺産)	38 箇所				
公共施設・公園・歴史文化	54 箇所	街道・街並・桜	14 箇所	史跡・寺社・神社	56 箇所
公的団体・民間団体	19 箇所	伝統芸能・祭り・イベント	53 箇所	武将・古戦場	7 箇所

**【課題】**  
魅力的観光資源、着地型観光資源の不足  
地元市民の観光に対する認識不足  
各資源の保存・活用

### 推奨コースの造成

**[output]**  
データベースをもとに、  
全 21 コースを造成した

- ・ 市内観光 (9 コース)
- ・ 広域観光 (6 コース)
- ・ 季節観光 (4 コース)
- ・ 団体観光 (2 コース)

**【課題】**  
市内の資源だけでは魅力的なコース造成が不充分  
→資源の更なる磨き上げ・広域観光の取組  
観光ガイドなど人的資源の不足

### プロモーションツールの提案

**[output]**  
メディア向け売り込み資料・  
プレスリリース資料を作成

- ・ いちのみや産業観光図鑑
- ・ ウェブサイト展開案
- ・ プロモーション映像展開案

**【課題】**  
誰に訴えるのか  
共感するのは、発信力があるのは、アクションをおこすのは誰?

### 次世代産業の方向性の検討

**[output]**  
未利用地の利活用を絡め  
次世代産業の方向性を提案

- ・ IT等ソフトウェア産業、  
農業ビジネスの立地・創業

**【課題】**  
優秀な人材、担い手の確保  
企業誘致・創業のマインド  
持続的成長産業

## 産業観光プロモーションの課題 (キーワード)

<p><b>【観光資源】</b></p> <p>更なる磨き上げと付加価値づけ 一宮らしい「食」の提案 のこぎり屋根工場などの景観保存 (各種支援) と繊維機械などの集積</p> <p>魅力的な工場見学 木曽川河畔の整備 (サイクリングロード・ミズベリング)</p> <p>名産品 (お土産) の開発</p>	<p><b>【推奨コース】</b></p> <p>ストーリー性 安全性と受入体制の整備 広域連繋の展開 (昇龍道など)</p> <p>お金が落ちる仕組みづくり 女性・若者をターゲットにしたコース 人的資源・観光ガイドなどの育成</p>	<p><b>【プロモーション】</b></p> <p>STP マーケティングの検討 (セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング) ウェブ運営のルール作り SNS への効果的展開 スマホ仕様・アプリ製作 インバウンド (多言語対応など)</p>	<p><b>【全体】</b></p> <p>コンセプトづくり アイキャッチ・キャッチコピー 一宮らしさ 主体組織、チームなどの体制づくり 基本計画 (中長期ビジョン) 市民との合意形成</p>
---	---	--	--

## 産業観光プロモーションの今後の展開

- ・ 一宮らしい、観光資源の掘り起し、磨き上げ、付加価値づけの継続 (ヒト・モノ・コト)
- ・ 観光と交流を意識した社会インフラ・受入環境の整備
- ・ コース内容のブラッシュアップと斬新なコースの造成
- ・ 地域が潤う仕組みづくり
- ・ 効果的なプロモーションの展開
- ・ ウェブを中心とした情報拡散と運営方法の確立
- ・ 主体的組織による、  
中長期観光計画の策定と  
オール一宮での計画の実施

**【最終ビジョン】 観光をキーワードとした、都市のブランディング ▶ 交流人口増加 ▶ 定住人口拡大による地方創生**