

4-2 いなべのブランド化への挑戦

本市の魅力については、月刊現代の「団塊が住みやすい街」全国ランキングで11位をいただいたほか、NHKの全国放送に「こんにちは赤ちゃん事業」や動画投稿サイト・ユーチューブでの「いなべ市映像館」が取り上げられるなど、全国に福祉と教育、IT活用の先進地として認知されてきています。このことは、情報誌リンクやいなべ10などを通じて、市民に紹介していますが、インターネットの新しいコンテンツである、動画配信サイト・ユーチューブや仮想空間セカンドライフ内での「いなべ市役所セカンドライフ支所」などを利用し、若者を中心にITを利用した新しい取り組みに敏感な方への情報提供を開始しました。

「セカンドライフ支所」の開所式では、シャ乱Qのメンバー（はたけ氏）にも協力をいただくことにつながり、今後とも、新しい発想を持つ才能や人材との連携につながるよう、いなべの

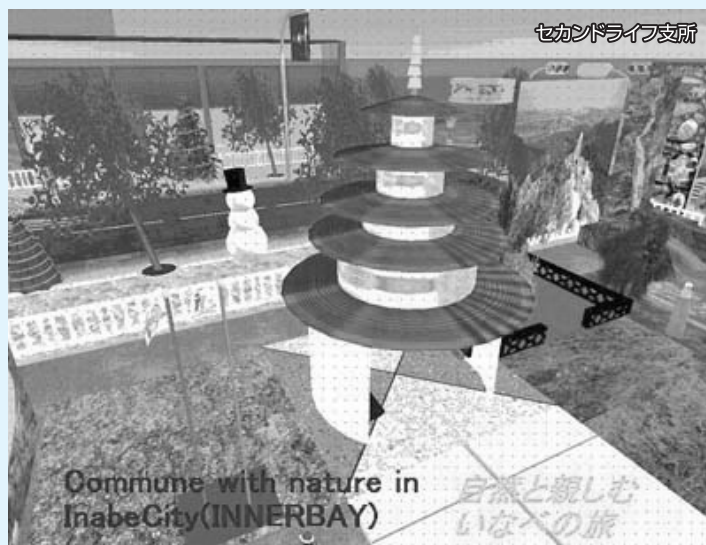
ブランド化を目指した情報発信に挑戦していきます。

4-3 いなべブランドの発掘

平成20年度は、本市を訪れる方が実際に体験していただける「いなべブランド」の発掘にも挑戦していきます。特に、いなべ産の農産物については、観光施設でのイベント等を通じ、年間を通じた積極的なPRを行うこととし、さらに、農業関係者や商工関係者、学識経験者などで組織する「いなべブランドを話し合う会議」を設け、魅力ある「いなべブランド」を確立していきます。

また、多くのリピーターにご利用いただいている青川峡キャンピング

パークや、農業公園、阿下喜温泉などの観光施設やイベント、さらには「いなべ市役所セカンドライフ支所」で、「いなべブランド」のロゴマークを用いた市内の観光ポイントや農産物、優れた施策のPRを行うことで、魅力あるブランドとして統一イメージの浸透を目指します。



5. 生活に活力をつなぐ



5-1 新しい地産地消のネットワーク

優良企業の誘致は、本市に雇用を生み出し、経済活動の活性化につながるほか、企業のもたらす税収入は市民サービスを支える貴重な財源でもあります。

本市には、好調な業績を続ける自動車関連企業のほか、多くの企業に進出いただいています。去年は藤原

工業団地に新たな企業の進出が決定し、平成20年度の稼働をめざした設備投資も始まっています。景気の後退が叫ばれる中、本市には新規の企業立地の問い合わせが多く、バブル期を思わせます。しかし、企業のニーズは、バブル期のように、高価格で土地を長期間寝かせることはなく、低価格で、しか

も短い期間での開発が求められています。幸い、本市には造成済みの工場適地として藤原工業団地があるほか、平古、前林、鶴沢と有望な工業団地を多く抱えています。この機会を逃すことのないよう、優良企業の誘致を進めるためにも、これらの物件といなべの環境を全国に情報発信するとともに、企業のニーズに応えられる新たな用地の可能性についても検討したいと考えます。さらに、既存企業との情報交換を積極的に行い、新たな投資を引き出し、活力あるまちづくりを目指します。

5-2 新しい市民の誘致

企業の進出や設備の拡大が続き、労働者需要も高いことから、「いなべで働き、いなべで暮らす新しい市民」を受け入れられるよう市営住宅だけでなく、民間賃貸住宅や住宅団地開発なども視野に入れた住宅政策が必要です。

また、住宅建築に厳しい制限のあった旧員弁町域の市街化調整区域につい