

Inabe にぎわいプラン

The road to 2024

～にぎわいの森を核とした未来のまちづくりストーリー～



GCI

Green Creative Inabe

令和2年3月
いなべ市

目次

プロローグ

1 - 計画策定の背景	2
2 - 計画策定の趣旨	2
3 - SDGsとは	3
4 - 期間	3
5 - 本計画の位置づけ	3

第1章 まちづくりの現状

1 - G C I について	4
2 - SDGsの取り組み	5
3 - 官民連携の取り組み	5

第2章 核となるにぎわいの森

にぎわいの森及び各店舗紹介	6
---------------	---

第3章 まちづくりの課題

1 - 課題	7
2 - 重点取組事項	7

第4章 プランニング～新たなストーリー

1 - コンセプト	8
2 - 目指すまちの姿	8
3 - 重点事業	9、10
5ヶ年計画	11

エピローグ

推進体制	12
------	----

1. 計画策定の背景



2016年2月 にぎわいの森活性化計画 策定

(2016年度～2020年度)



5
ヶ
年
計
画

H32 いなべナレッジキャピタルへ

- ローカルセンスのモデル都市いなべの全国的認知
- いなべ市独自のナレッジキャピタル (知的ソフト資本中心地) の形成と充実

*ナレッジキャピタル: 知的ソフト資本の中心地。どのような事業であれ、人づくりは永遠のテーマです。街づくりも、その例外ではありません。人のもたらすソフト力が財を財に変えるからです。「にぎわいの森」各事業を通じて形成される人をもたらすソフトが、真にいなべ市の財足らんとする概念コンセプトを表す語彙をナレッジキャピタルと表現しました。

H31 持続的インフラ

- H28以降の事業総括

過去4年間の蓄積を活かした新プロジェクト

*「にぎわいの森」のオープンにかり、いなべ市に新たにもたらされる人的ネットワーク、人材、付加価値等を更に活用展開するための手法及び組織横断的実践の検討

- プロパティーマネジメント、プロデュース集団総仕上げ

H30 オープン

- プロパティーマネジメントの課題抽出と強化策実施

- イベント、ワークショップ、地元コラボ、オリジナル商品等の話題づくりと告知

しかし、計画策定後にパラダイム・シフト



地方創生もSDGsへ



計画最終年を1年前倒しして

地方創生SDGsによる、持続可能なプランへと策定を進化、そして深化

2. 計画策定の趣旨

2019年5月18日に、市役所新庁舎敷地内に**自律的好循環(※1)**形成、**グリーンインフラ(※2)**商業施設「にぎわいの森」がオープンしました。これに伴い、毎月約4万人が来場するといった活況を呈し、中京圏、関西圏からの訪問も多く見られ、これまでにない大規模な交流が進みます。

いなべ市では2016年2月に「にぎわいの森活性化計画」(5年計画、最終は2020年度)を策定。当初の計画に基づいて、各事業を実施しています。しかし、時代の情勢は策定当初から大きく変わり、地域活性化を含めたすべての活動指針として環境、社会、経済の3側面が成り立つSDGsを基準とした取組が重要となっています。

このような経緯から、にぎわいの森を核にした市全体のまちづくりの新たな指針として、当初の計画を1年前倒しし、SDGsに基づいた新プラン(5年計画)を策定します。

※1 官民金連携で、地域課題の解決を図りながら貨幣の循環を形成する仕組み。

※2 市では放置された森林を有効にインフラ整備をすることで、土砂災害防止、地震減災、獣害予防等といった機能に加え、癒される付加価値も得ることを狭義で使っている。

3・SDGsとは



国連サミット2015 で貧困対策から健康や福祉、教育や人権、環境や産業など全ての分野を網羅し、全世界を対象とした2030年までの持続可能な開発目標であるSDGsが採択されました。

このSDGsは「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のためのもので、2030年までを期限とする17の国際目標があります。

いなべ市はこのSDGsの取組を加速し、市の全ての政策をSDGsに照し合せて評価し、SDGs未来都市を目指しています。

4・期間

2020年度～2024年度 5年間

なお時代情勢の変化やパラダイムシフトにより、市における地方創生について見直しが必要になった場合には、計画を再策定していきます。

5・本計画の位置づけ

- ・いなべ市のSDGs推進の一環として国の唱える地方創生SDGsの視点から、環境、社会、経済の3側面を統合する施策を推進し官民連携によるパートナーシップでクリエイティブな発想のまちづくりを目指します。
- ・これまでいなべ市が取り組んできた地方創生のコンセプト「グリーンクリエイティブいなべ」の理念を継承し、今後のにぎわいの森の活用ビジョンのみに留まらず、にぎわいの森を核とした市内回遊など市全体の活性化を目指します。
- ・「第2次いなべ市総合計画」のうち、第1期基本計画（2016年度～2020年度）が満了を迎えます。現在策定を進める、第2期基本計画（2021年度～2025年度の5か年）には、SDGsを施策推進のために必要な視点の一つとして位置付けています。

GCI グリーン クリエイティブ いなべ

Green Creative Inabe

いなべ市の地方創生SDGsにおけるコンセプト、それがGCI=グリーンクリエイティブいなべです。

具体的には、いなべの豊かな自然、里山、農産品等の恵まれた地域資源(=グリーン)を、ローカルセンスで磨き、都会の人々を魅了するモノ・コト・トキに創りあげること(=クリエイティブ)を指します。

2015年から、いなべ市ではこのコンセプトをもとに、名古屋における市のPRキャンペーンやイベント、生業創出、定住・移住促進などを実施。

周知するに連れて、このコンセプトに共鳴していなべ市に移住したり、市民が思い立ったりして、生業を起こすムーブメントが見られます。

これまでの主なグリーンクリエイティブいなべの活動

- ・ 2015年10月3日(土)
「Camp&Art!」 inミッドランドスクエア(名古屋市)
- ・ 2016年3月19日(土)、20日(日)
東京の三重テラス「いなべでアウトドア&オーガニックライフ!」
- ・ 2016年6月
マガジンハウスwebサイト「コロカル」で情報発信
- ・ 2017年10月5日(木)
グローバルゲートで「いなべのマルシェ」(名古屋市)
- ・ 2018年3月
「いなべ、暮らしを旅する」をコンセプトとした3枚組ポスターが日本観光ポスターコンクールで最終選考まで通過
- ・ 2018年3月
メイカースピア「セントパトリックス・デー」出展(名古屋市)
- ・ 2018年5月
Park Gallery「いなべ、暮らしを旅する」パネル展示(東京都)
- ・ 2018年9月
市内小学生といなべ総合学園高校生がナレーターとなったにぎわいの森PR絵本動画の制作と動画公開
- ・ 2018年9月8日(土)、12月1日(土)
羊の毛を洗おう、羊の毛を紡ごうワークショップ(いなべ市)
- ・ 2018年9月23日(日)、24日(祝・月)
イオンモール東員でいなべ特設ブース出展
- ・ 2019年5月、6月
いなべ市新庁舎シビックコア棟で、市民にスポットを当てた「いなべnote2019写真展」開催
- ・ 2020年2月、3月
地域イベント「あげきのおひなさん」におけるにぎわいの森とのコラボレーション。

2・SDGsの取り組み



いなべ市では、2018年度、2019年度の施政方針に、SDGsの推進を明記し、これまで持続可能な取り組みを進めています。

2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です



カードゲームによる職員研修



いなべブランド冊子2019

- 2018年11月19日(月)
市職員を対象のカードゲームによるSDGs研修
- 2018年8月
地方創生SDGs官民連携プラットフォーム 入会
分科会「SDGsを軸にした地域ブランディング」参加
- 2019年1月、2月
SDGs推進について地元企業、団体3者のヒアリング実施
- 2019年1月～3月
市職員を対象にまちの将来を考えるSDGsワークショップ開催
- 2019年2月18日(月)
地元企業、各種団体17者とのSDGs懇談会開催
- 2018年～毎年1回
SDGsの取り組みを可視化し、市の優れた施策・事業を紹介する
ブランド冊子の発行

3・官民連携の取り組み



Bluetoothスピーカー製作体験



三岐鉄道北勢線大泉駅のイルミネーション

- 2017年11月3日(祝・金)
地元企業、地域おこし協力隊、市の連携による
「いなべアンプラグドBluetoothスピーカー製作」実施
- 2017年～毎年
三重県立いなべ総合学園高等学校、地元農家組合、市民連携による
ひまわりの種まき
- 2019年8月～9月
三岐鉄道、トヨタ車体、いなべ総合学園高校生、市の連携による
三岐鉄道北勢線大泉駅でのイルミネーション

第2章 核となるにぎわいの森



新庁舎に隣接して、令和元年5月18日にいなべ市のグリーンインフラSDGs拠点施設「にぎわいの森」がオープンしました。

「にぎわいの森」は、単なる誘客のための商業施設ではなく、SDGs推進、農業振興や生業・就農促進、商業・観光振興、市民協働の促進など、まちづくり、ひとづくりの拠点として位置付けています。

店舗は、パン屋、ホットドッグ屋、タピオカ等のカフェ、デリ・フードブティック等の5つ。オープン以来、毎月3~5万人が訪れる人気スポットとなり、今後さらなる市内回遊の基点としての役割が求められます。

キッチンエビオいなべヒュッテ

オーガニックなものを中心に、厳選された食料品や調味料が並ぶ食料品店。ランチタイムには、いなべの有機野菜などをふんだんに使ったデリプレート(スープ付)が味わえます。

営業時間：午前10時から午後5時30分

デリプレート・ランチ：午前10時30分から午後2時(ラストオーダー)

定休日：火曜日

電話番号：0594-72-7773

席数：店内24席



ロブ いなべヒュッテ

牛肉100%、ボリュームのあるハンバーガーやオーダーを受けてから作るふわふわのパンケーキ、各種タピオカドリンク、豆からこだわったコーヒーをお楽しみいただけます。

営業時間：午前10時から午後6時

テイクアウト：午前10時から午後6時

※午後5時 カフェオーダーストップ

午後5時30分 ドリンクオーダーストップ

定休日：なし

電話番号：0594-72-6486

席数：店内16席



魔法のぱん

いなべの空気とやさしい水、地域の特産品を使い、毎日食べられるような素朴なパンをご用意します。「魔法のぱん」(食パン)がおすすめです。

営業時間：午前9時から午後6時(売り切れ次第閉店)

定休日：火曜日・水曜日

電話番号：0594-87-7007

※イートインスペース無し



食肉加工屋 FUCHITEI

いなべ産の農産品や精肉を使用したハム・ソーセージ、とろけるほど繊細な究極のパテやテリーヌを手軽に食べられます。

営業時間：午前11時から午後4時(売り切れ次第閉店)

※午後3時オーダーストップ

定休日：火曜日・水曜日

電話番号：0594-87-6017

席数：店内22席、デッキ7席



第3章 まちづくりの課題

1・課題

にぎわいの森がオープンし、いなべ市の認知度は大きく向上。毎月約4万人もの来場者を記録しています。まさに今、いなべ市史上初といえる「大交流時代」に突入しました。このにぎわいを継続させていく上で、いなべ市では大きく5つの課題に直面しています。

まず1つ目が市内回遊促進です。にぎわいの森の来場者を市内各方面へと回遊させ、市内全体がにぎわう仕組みをつくる必要があります。

2つ目が農業・商業振興です。にぎわいの森各店舗の食材市内調達率の向上はもちろんのこと、出店者と生産者が連携し、より良い食材や競争力のある商品・商品を生み出すとともに大消費地である名古屋等都市圏への販路開拓を行う必要があります。

3つ目は生業支援、移住促進です。若い人が挑戦できるまち、暮らす・移住する魅力があるまちとしてのイメージを定着させるとともに、商工会など関係機関等と連携し、これら若者の夢や希望が叶えられるような総合的な支援が必要です。

4つ目は市民協働です。にぎわいの森は単なる商業施設ではなく、市民交流によってにぎわいやまちの魅力を協創する、市民が主役のまちづくり拠点でもあります。今後は新庁舎やシビックコア、にぎわいの森の機能を最大限に活用し、柔軟な発想による市民協働のまちづくり企画を実行する必要があります。

最後は、持続可能なまちづくりです。時代の要請からこれからのまちづくりに欠くことのできない視点である「SDGs」をグリーンクリエイティブいなべに取り入れる必要があります。また各取組の実施においてはパートナーシップを基本としたあらゆる人たちの活躍を促進する必要があります。

以上のような課題解決に向けては、多様な行政課題を理解し、各行政部門と連携可能な公共性の側面と、スピードと柔軟性をベースに広く市民感覚と顧客目線を取り入れる企業性の側面を併せ持つまちづくりが求められています。このようなまちづくりの推進にあたっては、公共性と企業性を兼ね備えた「まちづくり組織」が必要です。

このまちづくり法人は新たな時代に対応するとともに、地域産品を活用した商品の開発、販路拡大を目指す地域商社としての機能、観光・交流人口をまちづくりへと展開するDMO的機能、広く行政課題を市民と共に解決するまちづくり機能、さらに取組を効果的に発信する情報発信機能を備える必要があります。

2・重点取組事

- ・にぎわい創出、市内回遊
- ・地元商品のプロモーション強化、販路開拓
- ・DMO的機能を備えた地域産業の創出、空き家の解消
- ・官民連携による地域資源を活かしたSDGsの取り組み推進

1. コンセプト

ミライ、ヒト、ユメ。つながる、にぎわい。



- ・にぎわいの森を核に
市内全体へ観光客を回遊
- ・市民が主役になり、自己実現
できるステージづくり
- ・グリーンクリエイティブいなべと
地方創生SDGsの融合により、
持続可能で誰一人取り残さない
発展への路線転換

2. 目指すまちの姿

- ・市外からいなべ市への注目が高まり、交流人口が増加
- ・にぎわいの森を核として、グリーンクリエイティブいなべに共鳴する
移住者がカジュアルな新業態の店舗をオープンしていき、地域を活性化
- ・新規創業の増加により、雇用も増加
- ・まちづくりにおけるダイバーシティの実現
ビジネスやボランティア、芸術等の活動で誰もが自分の特性を活かし
主役になれて、自己実現できる環境が整備
- ・地域とのつながりの中で、資源が循環できる拠点を整備
- ・地域資源が有効活用され、いなべならではのビジネスが成立
- ・金銭を伴ったものであっても、発注者・受注者としての関係性でまち
づくりをせず、すべての活動にパートナーシップを重視

① にぎわい創出、市内回遊促進



- ・核となるにぎわいの森の入込客数の増加
- ・にぎわいの森から市内回遊へとつなげる仕組みづくり
- ・グリーンクリエイティブいなべのコンセプトに共鳴し、市内移住・出店者の増加

【成果指標】

	単位	実績値 2018年度	目標値 2024年度
にぎわいの森来場者数(各年)	人	/	400,000
いなべ公園の入場者数(各年)	人	41,052	65,000

② 地元商品のプロモーション強化、販路開拓



- ・まちづくりとして地域商社機能を備え、地元商品の販路を拡大し、商工業を振興する

【成果指標】

	単位	実績値 2018年度	目標値 2024年度
商品開発テストマーケティング回数(各年)	回	8	12
販路開拓数(累計)	件	7	17

③ DMO的機能を備えた地域産業の創出、空き家の解消



- ・自ら稼ぐことを課した、自立自走のまちづくりを実践。
- ・創業や生業を支援し、移住や出店による空き家の有効活用を促す。

【成果指標】

	単位	実績値 2018年度	目標値 2024年度
創業件数(各年)	件	2	4
阿下喜地区の空き店舗活用等による出店件数(累計)	件	1	4

④官民連携による地域資源を活かした地方創生SDGsの取組推進



- ・未活用となっているいなべの地域資源を有効活用し、市内でビジネスを創出するよう働きかける。また環境に配慮し、資源の循環も視野に入れたビジネスモデルを構築する。

【成果指標】

	単位	実績値 2018年度	目標値 2024年度
商工会への加入団体数	件	967	1028
地域産業創出数(累計)	件	2	4

5 ヶ 年 計 画

2024年 にぎわい定着、市自体がブランド化

- ・地方創生SDGsの集大成として地域資源を活かしたまちづくりの自立・自走化
- ・GCIに共鳴する、出店者・移住者増

2023年 市外へ、世界へ、販路拡大

- ・地元商品のプロモーション強化(海外も)
- ・チームいなべの稼ぐ力の定着
- ・ダイバーシティとしての総合プロデュース

2022年 まちづくりの拡大(DMO、地域商社)

- ・地域連携で自立自走の基盤整備
- ・地元産品の商品開発と販売
- ・市民を主役にした事業のプロデュースとPR

2021年 にぎわいの森から市内回遊の定着化

- ・GCI×SDGsイベント実施でにぎわいの継続
- ・地域資源活用ビジネスの創出
- ・市民を主役にした事業のプロデュースとPR

2020年 地方創生SDGsの基礎構築

- ・にぎわいの森バリアフリー化
- ・SDGsの取組の可視化
- ・市民を主役にした事業のプロデュースとPR



2
0
2
4
年

SDGs×グリーンクリエイティブいなべ



いなべ市

まちづくり
法人

市民・企業
移住者

官民連携・自律的好循環

機能① 地域商社機能

- ・地域産品に付加価値をつけ都市部へ売り込む
- ・生産者が苦手なデザイン、ブランディング、セールスを担う



機能② DMO 機能

- ・分野の異なる地域資源や関係者等をつなぎ人を呼び込む
- ・ブランディングやプロモーションの展開は勿論のこと、地域との交流や地域への人の流れも創出する。



機能③ まちづくり機能

- ・にぎわいの森やシビックコアの機能を最大限に活用し、まちづくりにつなげる



いなべ市がにぎわい創出と、グリーンクリエイティブいなべを理念としたまちづくりを展開していくには、市役所内の縦割りの壁、行政と民間の壁、行政と地域の壁など、さまざまな壁を柔軟に乗り越えていかなければなりません。

また観光・交流の促進、農業・商業の振興、生業・移住定住促進など多方面の分野をつなぎ、市民や多様な主体と連携・協働してまちづくりをコーディネートしていくことが必要になります。

まちづくり法人はいなべ市と市民の間に入り、官民連携でSDGsに資する経済的な活動を行い、自律的好循環を生み出していくことが期待されます。