◆「豊中ブランド戦略」の全体フロー図

総合計画・総合戦略／各計画に基づいた取り組み ▶

ブランドアイデンティティ

様々な出会いや交流、学びの機会を通して、
一人ひとりの暮らしが輝く自分らしい暮らしを
仲間とともに育み、創造できるまち

×

取り組みの方向性

①価値を高める取り組み
様々なモノ、コト、場との出会いや体験、交流の機会の充実
②価値を伝える取り組み
媒体・体験を通したコミュニケーションの充実

×

取り組みの基本姿勢

①地域特性・資源の利活用
②多様な交流と協働による新たな魅力や価値の創造
③豊中への愛着を育む

▶

具体的な展開の検討

①豊中の基盤となる価値についての検討
・子育て・教育
・医療環境
・福祉環境
・防犯・防災環境
・交通利便性
・住環境
・地域特性
・市民活動

②地域ごとの検討
・地域 01　千里ニュータウン周辺エリア（北東部及び東部地域）
⇒北大阪をリードする新たなライフスタイルの創造
・地域 02　南部エリア（主に南部地域）
⇒界隈性あふれる魅力の創出
・地域 03　中心市街地周辺エリア（主に北部、中北部、中部地域）
⇒駅前商店街や文化・スポーツ施設、歴史的遺産などの集積などを活かし、多様な人々の活動の魅力を創出
・地域 04　大阪国際空港周辺エリア（主に西部地域）
⇒ものづくりにつながる技術等の魅力を活かす・伝える
⇒大阪国際空港の魅力を活かす・伝える

③市民のライフステージに応じた検討
・人物像 01　自分のライフスタイルを大切にする単身者
⇒様々な出会いに刺激を受けつつ、次のライフステージを安心して選択できる暮らし
・人物像 02　仕事を大切にする企業人
⇒休日を身近で充実して過ごし、心豊かにゆったりとした暮らし
・人物像 03　子育てに奮闘中の人
⇒やさしく包まれ自分も子どもも多様な経験をつみながら育つ暮らし
・人物像 04　配偶者の大阪通勤が決まった人
⇒新しく移り住んでもすぐに溶け込み自分らしく楽しめる暮らし
・人物像 05　独立して開業を目指す人
⇒自分の経験を活かし起業、新しいことに思いっきりチャレンジできる暮らし
・人物像 06　アクティブシニア
⇒いつまでも安心して自分の居場所を見つけられる暮らし
・人物像 07　地域活動にも積極的に取り組む人
⇒たくさんの人とつながっている実感があり自分の力を発揮できる暮らし
・人物像 08　大学進学を機に移り住んできた学生
⇒地域との関わりも体験できる暮らし
・人物像 09　充実した学校生活を送る高校生
⇒部活動など、勉強以外でも充実した楽しい暮らし

地域 01（T-01）：千里ニュータウン周辺エリア（北東部及び東部地域）
地域 02（T-02）：南部エリア（主に南部地域）
地域 03（T-03）：中心市街地周辺エリア（主に北部、中北部、中部地域）
地域 04（T-04）：大阪国際空港周辺エリア（主に西部地域）

人物像 01（P-01）：自分のライフスタイルを大切にする単身者
人物像 02（P-02）：仕事を大切にする企業人
人物像 03（P-03）：子育てに奮闘中の人
人物像 04（P-04）：配偶者の大阪転勤が決まった人
人物像 05（P-05）：独立して開業を目指す人
人物像 06（P-06）：アクティブシニア
人物像 07（P-07）：地域活動にも積極的に取り組む人
人物像 08（P-08）：大学進学を機に移り住んできた大学生
人物像 09（P-09）：充実した学校生活を送る高校生

◆“豊中ライフ” 創造戦略

＜全体＞
・良好な生活環境を次世代につなぐ
・様々な人やモノ、コト、場との出会いや体験、交流機会の充実

＜地域＞
・北大阪をリードする新たなライフスタイルの創造
・界隈性あふれる魅力の創出
・駅前商店街や文化・スポーツ施設、歴史的遺産などの集積を活かし、多様な人々の活動の魅力を創出
・ものづくりにつながる技術等の魅力を活かす、伝える
・大阪国際空港の魅力を活かす・伝える

＜ペルソナ＞
（1）身近で充実して過ごせる環境の充実
・音楽やアートイベントなどの充実
・周遊性のある飲食系イベントなどの充実
・マーケットイベントなどの充実
・子どもと一緒に参加できるイベントなどの充実
・ソーシャル系市民大学の開校
・文化芸術センターを核とした芸術イベントなどの充実
・「音楽あふれるまち・豊中」の充実
・就航都市との相互交流の促進
・スポーツに親しむ環境の充実

（2）新たなライフスタイルの設計に関わる環境づくり
・まちづくりや生きがい就労など多様な活動への参加の機会の充実
・賑わいづくりなどの民間活動への支援の充実
・若者のライフデザインを支援する取り組みの充実
・とよなか起業・チャレンジセンターの支援機能の充実
・高校・大学との連携・共同事業の充実

（3）多様な暮らし方を支える住宅環境形成への支援
・多様なニーズに応じたリフォーム等の流通促進の仕組みの整備検討
・高齢期も安心して暮らせる住環境づくり

（4）子どもたちの教育環境の充実
・プロや専門家と触れ合う機会の充実
・クラブ活動などの成果をまち全体で祝福する仕掛けづくり

（5）子育て環境の充実
・子育て家庭を支える「子育て応援団」の充実
・仲間づくり・異世代ネットワークづくり支援の充実

◆コミュニケーション戦略

＜全体＞
・ブランドアイデンティティを明確に表現したブランド・メッセージの発信
・分野ごとの特色を積極的に発信
・豊中への愛着を育むための取り組み

＜ペルソナ＞
（1）転入予定者向けの情報の集約・提供
・転入予定者向けＰＲ冊子の制作・配布

（2）子育てに関する情報の集約・提供
・子育て応援サイトの充実
・若者のライフデザインを支援する冊子の制作・配布

（3）高齢者に関する情報の集約・提供
・高齢期に向けての生活設計に関する情報提供

（4）起業に関する情報の集約・提供
・様々な起業事例紹介等の充実

（5）芸術文化に関する情報の集約・提供
・音楽イベント情報の積極的発信

（6）市民活動に関する情報の集約・提供
・市民活動情報サロン機能の充実

＜リーディング事業＞

全体
□リーディング事業①　基本目標（1）
“豊中ライフ” 創造支援制度の創設

P-03　P-04
子育ち・子育て環境の充実　基本目標（4）　基本目標（5）
□リーディング事業②
地域全体で子どもを育む環境づくり
□リーディング事業③
子どもたちの確かな学力の向上

T-03　P-01　P-02　P-06　P-08
音楽・スポーツ・文化環境の充実　基本目標（1）
□リーディング事業④
「音楽あふれるまち・豊中」の推進
□リーディング事業⑤
スポーツに親しむ環境の充実

P-05
□リーディング事業⑥　基本目標（2）
起業や中小企業のチャレンジへの支援の充実

P-08　P-09
□リーディング事業⑦　基本目標（1）　基本目標（5）
若者の交流と活躍の場づくり

全体
□リーディング事業⑧
ブランドメッセージ・ロゴの制作、展開

P-03　P-04
□リーディング事業⑨
（仮称）「豊中へようこそ」ＰＲプロモーションの展開

全体
□リーディング事業⑩
市民とともに魅力を発信する取り組みの展開

※リーディングプロジェクトと合わせて、既存の取り組みの充実も図る

＜戦略の推進＞

◆推進のあり方

○ 市民、事業者、行政、大学、NPO 等がそれぞれの力を発揮して進めます。
本戦略では、多様な主体と協働して取り組みを進めます。本市の魅力を高め、自分たちが暮らしやすいまちであり続けるために、それぞれが自ら主体的に行動し、本戦略に取り組んでいきます。

○ 行政内の横の連携で取り組みを進めます。
協働の取り組みを進めていくために、行政は各部局が連携して取り組みを進めることが必要です。

○ 情報の共有、発信、共感できるネットワークを構築して進めます。
各戦略を協働とパートナーシップで進めていく上で、多様な主体と情報を共有し、共感しながら進めていくことが重要です。まちの賑わいづくりに関わる様々な方々が立場を超えてフラットに参加できるネットワークを構築し、戦略を推進していきます。

◆進捗管理と推進スケジュール

○「豊中市まち・ひと・しごと創生総合戦略」と連携し、平成 28 ～ 31 年を計画期間とします。
平成 27 年 10 月に策定された「豊中市まち・ひと・しごと創生総合戦略」と連携するため、本戦略の計画期間を総合戦略の計画期間と合わせて、平成 28 ～ 31 年の 4 年間を第 1 期として設定します。

○ 外部の視点も加え、毎年、戦略の進捗状況を評価します。
外部の視点も加え、毎年、指標による進捗管理および戦略の評価を行い、次年度の取り組みへと反映させます。また、31 年度末には戦略を総括し、必要に応じて見直しを行います。

［指標］
■全体を図る指標
□豊中に住んでみたいと感じる市外の人の割合
□豊中に住み続けたいと感じる市民の割合
□転入者数
■価値を高める取り組みに関する指標
□「豊中市は文化的なまちである」と感じている市民の割合
□ボランティア活動や市民活動、地域の活動などに今まで取り組んだことのない人の割合
□豊中市は、子育てがしやすい（しやすそうな）まちであると感じる人の割合
■価値を伝える取り組みに関する指標
□ブランドコンセプトの認知度
□（仮称）豊中へようこそ PR サイトアクセス数

目標（「暮らしの舞台」として豊中が選ばれる）の達成