



豊中ブランド戦略

平成28年(2016年)4月

豊中市

[目次]

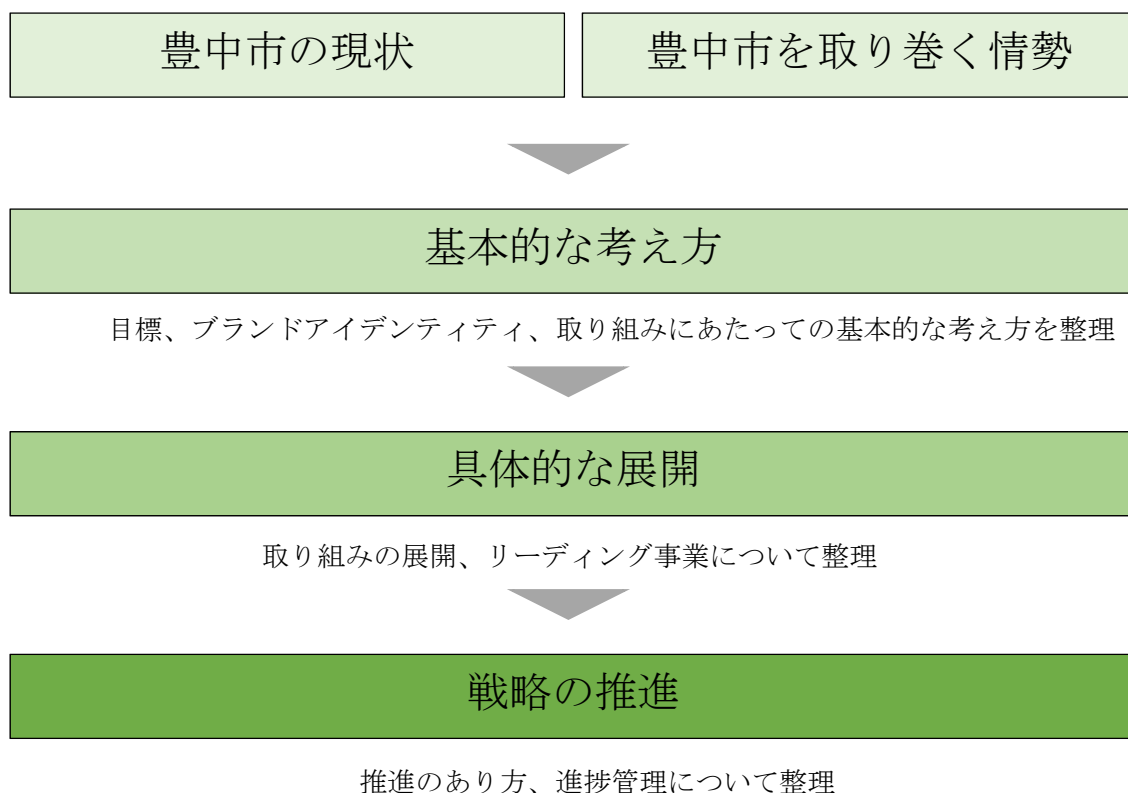
はじめに	1
1. 豊中市の現状	
①人口の動向	2
②都市水準比較にみる豊中市	6
③豊中市の都市イメージ	12
④豊中市の魅力	15
⑤豊中市の地域特性	16
2. 豊中市を取り巻く情勢	
①北摂地域の動向	17
②現況や社会情勢からみる豊中市の位置づけ	18
3. 基本的な考え方	
①豊中ブランド戦略策定の趣旨	19
②目標	20
③ブランドの基盤となるアイデンティティ	20
④取り組みにあたっての基本的な考え方	21
4. 具体的な展開	
①豊中の基盤となる価値（全体的な価値）に関する取り組みについて	23
②地域特性に応じた取り組みの展開	25
③市民のライフスタイルに応じた取り組みについて	28
④リーディング事業	39
5. 戦略の推進	
①推進のあり方	44
②進捗管理と推進スケジュール	45

はじめに

人口減少社会が進行する中、定住人口の確保等に向けて、全国の各都市において、自らのまちの魅力発信の取り組みが活発化しています。

このため、「豊中ブランド戦略」（以下、戦略）では、今後も本市が、その歴史や特性を踏まえ、人、モノ、情報等が集まる魅力的な活気あふれる都市であり続けるために、都市ブランド*の向上の観点から、必要な取り組みを明らかにしたところであります。

この戦略は、人口動向や都市イメージなど、本市の現状及び本市を取り巻く北摂地域などの動向を踏まえ、豊中の都市ブランド確立・向上に必要な取り組みの基本的な方向性を明らかにするとともに、具体的な展開方策等を整理し、効果的、効率的な事業展開を図るものです。



*都市ブランド：
都市そのものの魅力や個別資源の価値等により、「行ってみたい」「住んでみたい」「住み続けたい」と、多くの人を引き付け、その都市への永続的な信頼を抱かせる、実体を伴った良好な都市イメージのこと