

第2期豊中ブランド戦略総括

1	全体総括	1
2	具体的な取組み	2
3	推進体制と評価指標	8
	参考：市民等のアンケート調査結果	11

1 全体総括

総括にあたり、「第2期豊中ブランド戦略」（以下、第2期戦略）計画期間内の状況について整理します。第2期戦略が始動した令和2年（2020年）は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大（以下、コロナ）が始まった年でした。経済活動や日常生活に多大な影響を及ぼし、事業の中止や実施手法の変更を余儀なくされ、取組みの多くが進められない状況でした。そのようななかでも、可能な限り事業を継続してきました。感染法上の位置づけが「2類相当」から「5類」に移行した令和5年（2023年）、概ね予定の取組みを実施できる状況になりました。

- 第2期戦略では第1期を引き継ぎ、目標を「暮らしの舞台として選ばれる」として、コロナの影響を受けながらも可能な限り取組みを推進し、全体を測る指標「住み続けたいと思う市民の割合」は速報値によると令和5年（2023年）時点で目標を達成しています。また、令和5年（2023年）の市民アンケートによると「豊中で暮らすことをおすすめしたい市民の割合」※が9割を超える結果となっています。

※12 ページ参照 豊中で暮らすことについて「とてもおすすめしたい」「おすすめしたい」と回答した市民の割合

- 具体的な取組みについては、豊中ライフ創造戦略として14のリーディングアクション、コミュニケーション戦略として5のリーディングアクションに取り組みました。いずれも、「関わる人を増やす交流」を意識した取組みを進めました。豊中ライフ創造戦略では、出会いや交流、学びの機会を創出する新たな取組みと継続的に行っている各取組みを連動して、市民の暮らしを充実させるコンテンツが強化され、市内外から一定の「住みやすい」といった都市イメージが形成されています。一方、コミュニケーション戦略では、媒体及び内容が充実され、SNSのフォロワー数は増加されているものの、近隣市民アンケートによると「住んでみたい都市・仮に移り住む場合候補となる都市」※として近隣市に及ばない状況もあり、本市の魅力や取組みが十分に伝えきれていないため、市内外へのより一層のコミュニケーションの拡大が必要です。

※13 ページ参照

2 具体的な取組み

①豊中ライフ創造戦略の取組みについて

育む（子育て、教育、若者活躍）	
リーディング アクション	実績
1 子どもの創造性を育む機会の充実	<ul style="list-style-type: none"> ○「世界のしょうない音楽ワークショップ・音楽祭」「0さいからのコンサート」「小学生・中学生舞台芸術体験事業「ホールでオーケストラ♪」」「ART ROOMS TOYONAKA」などの継続的な実施により、子どもたちの感性や創造性を育む機会の充実を推進 <ul style="list-style-type: none"> *小学生・中学生舞台芸術体験事業「ホールでオーケストラ♪」 令和4年（2022年）小学生 3日間で32校 2,875人 ○庄内コラボセンターを拠点とした、子どもたちが夢や希望を持てるような講座を多様な連携と協働で随時実施し、子どもだけでなく、様々な人たちが集い、出会い、つながるなかで、楽しみや生きがいとなる居場所づくりを推進
2 子どもの居場所づくり	<ul style="list-style-type: none"> ○子どもの居場所ネットワーク事業や放課後等の児童の居場所づくり事業等の継続実施、子どもの居場所づくりポータルサイト「いこっと」開設及び運用、居場所づくり推進事業補助金（いこっと補助金）創設及び運用などにより、「豊中のまち全体が子どもの居場所になる」まちづくりを推進 <ul style="list-style-type: none"> *子どもの居場所ネットワーク事業 全小学校区に子どもの居場所を展開（令和6年度（2024年度）まで）
3 庄内地域における「魅力ある学校」づくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○庄内コラボセンター「ショコラ」が令和5年（2023年）2月開館、隣接して、施設一体型小中一貫の義務教育学校「庄内さくら学園」が令和5年（2023年）4月に開校し、南部地域の集いの場を創出 ○庄内コラボセンターを拠点として、教員を目指す大学生・高校生による学習サポート事業の実施や、楽器作りワークショップ「がっきが生まれるアートドア（音楽×ものづくり）」（楽器を庄内ブランドの商品として開発・販売）の実施など、子どもたちの学びや育ちをより一層推進
4 農業体験機会の充実	<ul style="list-style-type: none"> ○令和3年（2021年）より「サツマイモ栽培・収穫体験」「玉ねぎ栽培・収穫体験」を毎年実施し、子育て世帯を対象とした農業体験の機会を創出 <ul style="list-style-type: none"> *応募状況 20～30組の募集に対して2倍以上
5 若者の交流と活躍の場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ○継続的に「高校生軽音楽フェスティバル」を実施し、若者の交流と活躍の場づくりを推進するとともに、多様なジャンルの「音楽」を展開（令和2年（2020年）はコロナの影響により未実施） <ul style="list-style-type: none"> *参加者 令和3年（2021年）～令和4年（2022年） 計2,769人
<p>【評価】</p> <p>コロナ禍で実施できない状況もあったが、可能な限り、子ども、若者、子育て世帯等に、体験や交流の様々な機会を創出し、魅力を実感してもらえる「ホールでオーケストラ♪」や「0さいからのコンサート」など、ブランド戦略における重要な取組みが進められている。庄内地域では、庄内コラボセンターが開館、「庄内さくら学園」が開校しており、庄内コラボセンターを拠点とした子どもの学びや育ちを推進する新たな取組みも展開している。</p> <p>まちの将来を担う子どもや若者がいきいきと暮らせるまちは、子育て世代を惹きつけることができるので、今後も引き続き、各地域でこのような機会を創出できるよう継続していく必要がある。</p>	

高める（文化芸術、スポーツ、資源活用）	
リーディングアクション	実績
6 「音楽あふれるまち・豊中」の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○「とよなかピアノ（「ストリートピアノプロジェクト）」」「豊中まちなかクラシック」「豊中音楽コンクール」など多数の音楽事業に取り組み、毎年「とよなか音楽月間」を設定することで、「音楽あふれるまち・豊中」の推進（「豊中音楽コンクール」はコロナの影響により令和2年（2020年）未実施） <li style="padding-left: 20px;">*とよなかピアノ（「ストリートピアノプロジェクト」）のコンサート等イベント参加者 令和4年（2022年） 計2,291人
7 スポーツに親しむ環境の充実	<ul style="list-style-type: none"> ○豊中ローズ球場改修、体育館等の空調整備などスポーツ施設の整備・充実を推進 ○高校ラグビー及び高校サッカーの100回大会記念事業など、高校スポーツ発祥の地を活かした事業を展開 ○グリーンスポーツセンター（令和2年（2020年）開設）を拠点とした「グリスポピア」（スポーツやアートなどの祭典、年間を通して様々な催しを実施）や子どもを対象とした「マルチスポーツ体験教室」など、継続的にスポーツに親しむ機会を創出 <li style="padding-left: 20px;">*グリスポピア参加者 令和4年（2022年） 計1,258人
8 空港・公園・緑地の活用	<ul style="list-style-type: none"> ○服部緑地から空港までをつなぐ東西軸活性化の取組みを推進 ○ふれあい緑地での「ギタスナフェス」開催（助成金交付団体）など、公園・緑地を活用した魅力づくりの取組みの推進 <li style="padding-left: 20px;">*ギタスナフェス来場者 令和4年（2022年） 2,654人 ○千里中央公園再整備・公民連携による運営、緩衝緑地（走井地区内、原田緑地、千里川土手）の整備・活用促進、大阪府実施の服部緑地のPMO型指定管理制度について連携など、資源の魅力向上を推進
9 スポットの商業空間の創出	<ul style="list-style-type: none"> ○キッチンカーの社会実験実施、公園の目的外利用、飲食店の路上利用占有許可基準の緩和等の情報提供など、路上やまちなかの空きスペース等の活用促進 ○南部地域内を会場に南部地域のまちの要素である音楽、ものづくり、スポーツ、食を活かした企画を南部地域の人を中心に実施する南部地域の魅力向上事業（定住的・集中的社会実験として実施）を実施し、公共施設や公共空間の新しい利活用の可能性を探った。「音楽」は地域の人中心の実行委員会により継続中 ○売上げアップ応援金に賑わい創出応援コースを新設し、商店街や地域の核となる商業施設が中心となり、商業イベントと地域住民の活動発表等の併用開催により地域のにぎわい創出を推進 <li style="padding-left: 20px;">*売上げアップ応援金「賑わい創出応援コース」採択件数 令和3年（2021年）～令和4年（2022年） 29件
<p>【評価】</p> <p>市域の有する資源を活用した様々な取組みが展開できている。本市のブランディングの柱である「音楽あふれるまち・豊中」では、新たな「とよなかピアノ（「ストリートピアノプロジェクト）」を展開し、市民からの認知度も約2割と高くなっている。また、スポーツ施設や公園・緑地の整備・充実とともに活用を促進し、スポーツやアートなどの祭典「グリスポピア」など新たな魅力が創出されている。また、緩衝緑地や服部緑地の整備にともなう東西軸の活性化や魅力発信が期待できる。日々の生活に密接に関わる商業空間の創出として、キッチンカー社会実験の積極的な展開や南部地域の資源を活かした魅力向上など、地域のにぎわい創出にもつながる取組みも進められている。</p> <p>音楽、スポーツ、空港・公園・緑地などの本市の資源を活かした取組み、日常の暮らしに関わるにぎわいの創出など、本市のブランドイメージを形成・向上するものであり、継続して展開されることが望まれるとともに、市外への発信も期待する。</p>	

発揮する（自分の力を発揮できる環境づくり）	
リーディングアクション	実績
10 国際交流・多文化交流の場づくり	○サンマテオ姉妹都市とのオンライン交流会、姉妹都市提携 60 周年事業実施、親善使節派遣など交流事業の推進、高校生英語弁論大会実施などにより、国際交流・多文化交流の推進
11 起業や中小企業のチャレンジの支援	○コロナ禍での事業活動の下支え及び社会経済状況の変化の対応、またコロナ後の新たな社会への対応を支援 <ul style="list-style-type: none"> ・地域経済再生支援プログラム策定、中小企業・創業者の支援策実施 ・チャレンジ事業補助金の対象経費の費目拡充と補助金上限額上乘せ ・売上アップ応援金事業立ち上げ、継続実施 <ul style="list-style-type: none"> *売上アップコース採択 令和 2 年（2020 年）～令和 4 年（2022 年）で 183 件 ・コロナ禍で進展したデジタル化への取組み支援策として IT コンシェルジュ派遣事業実施、連動した IT 化促進補助金事業立ち上げ <ul style="list-style-type: none"> * IT コンシェルジュ派遣 令和 4 年（2022 年） 220 件 ○チャレンジ事業補助金のコミュニティビジネスコース新設・採択及びスタートアップ支援コース新設、商品高付加価値化応援金事業立ち上げ・継続実施などにより、起業や中小企業のチャレンジ支援の推進
12 都市農地を活用した活躍の場づくり	○高齢者社会福祉施設における農作業プログラムの一貫としての農地斡旋、アンケートや懇談会を通じて今後の農業経営等について農業者の意思集約、協働事業市民提案制度を活用した、しくみづくりを協働で考えてもらえる団体の募集など、都市農地の活用を推進
<p>[評価]</p> <p>国際交流、中小企業等の事業活動は、特にコロナの影響が大きい分野であるが、そのなかで、オンラインを活用したサンマテオ姉妹都市との交流会や、コロナ禍での事業活動や社会変化に対応した支援を積極的に取り組んでいる。また、都市農地の活用についても協働で進める視点で取り組んでいる。</p> <p>コロナ禍でもできる限りの取組みを実施されており、今後はデジタル技術を活用しながら、より一層自分の力を発揮できる環境づくりの充実に取り組む必要がある。</p>	

ひろがる・つながる	
リーディング アクション	実績
13 ネットワーク会議プロジェクトの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○「(仮)豊南市場にぎわい創出プロジェクト」として企画内容を検討し、開催に向けて進行していたが、コロナの影響により未実施 (ただし、活動目標の豊南市場のにぎわい創出に関しては、地元の民間団体等主導、本市支援で、「サウンドステーション in 豊南市場」を展開) ○関西エアポート株式会社の協力でストリートピアノ設置、大阪音楽大学と連携し南部地域活性化事業実施など、案件ごとにメンバーを招集し、情報交換を行う方法により各取組みを推進
14 魅力アップ助成金等の活用促進	<ul style="list-style-type: none"> ○魅力アップ助成金にクラウドファンディング枠を新設し、助成回数限度に達する団体への活用推奨、各助成金団体の取組みや助成金事業の発信など活用促進。「音楽」「スポーツ」「子育て」など、様々な魅力を発信する団体が増加
<p>【評価】</p> <p>コロナ禍の影響でネットワーク会議としての活動はできていないが、同会議の主旨である“様々な団体や人々を巻き込んで取組みを展開すること”については、案件ごとにメンバーを招集して情報交換を行う方法で、協力・連携による取組みが進められている。また、魅力アップ助成金制度は、広く定着してきており、魅力向上や新たな魅力発掘にもつながっている。</p> <p>今後も様々な団体や人々との協力・連携により取組みを推進していくことが必要であり、魅力アップ助成金活用団体においても、本市のブランド力向上と魅力発信に継続的に関わる一員となってもらい、関わりが広がっていくよう進めていく必要がある。また、将来のまちを担う学生団体の応募が減少傾向にあるので、学生への支援を期待する。</p>	

②コミュニケーション戦略について

共有する	
リーディングアクション	実績
15 ブランドメッセージ・ロゴの活用促進	<ul style="list-style-type: none"> ○魅力アップ助成金等の交付団体へ使用を促すとともに市発行チラシ・ポスターでの使用を徹底 *ロゴ活用団体 78 団体（令和 4 年（2022 年）） *認知度（令和 5 年（2023 年）調査） 市民 13.7% 事業者 15.3%
<p>【評価】 ブランドメッセージ・ロゴは、使用数は増加しているものの、認知は十分に進んでいない状況である。 ブランドメッセージ・ロゴは、ブランド戦略において大切に「思い」を共有し、ともに進めていくうえで重要なものであり、各発信の取組みと連動して、一層の認知・活用が進むよう取り組む必要がある。</p>	

伝える	
リーディングアクション	実績
16 地域ごとの魅力発信	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の特性を活かした取組みの展開により地域ごとの魅力を発信 <ul style="list-style-type: none"> ・「大阪星岡茶寮を探して～魯山人に愛されたまち曾根～」として、展示、ギャラリートーク等を実施 ・「「憧れのモダン都市とよなか」-文化芸術創造都市の源流をたどって-」として、展示、演奏会、まちあるき等を実施 など ○大阪・関西万博関連事業の発信 <ul style="list-style-type: none"> ・桜塚高校による共創チャレンジ「ゆめいろ大阪音頭」披露 ・大阪モノレール「EXPO TRAIN 2025」車内に豊中 PR ポスター掲出 ・「万博弁当プロジェクト」への参画 ○NFT アートイベント実施 ○豊中独自のメタバース空間の創設 ○阪急豊中駅前に魅力文化施設の開設
17 魅力発信サイトの充実	<ul style="list-style-type: none"> ○トップ画面にイベント情報を随時発信、最新情報を常に更新 ○魅力発信サイトを改善し、市ホームページとの連携強化、情報の一本化及びよりターゲットを明確にした情報発信を実施 ○市のおすすめスポットや人物などの市の魅力を、写真をメインに発信するなど掲載内容の工夫による充実
18 多様な魅力発信・情報発信の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○市の公式インスタグラムの運用が魅力文化創造課担当となり、市内で活動している人、エコショップ登録店舗や市内のスポット・イベントなど多様な魅力を継続的に発信 ○ピアノプロジェクト専用インスタグラムの運用開始、動画配信・イベント告知など継続的に発信 *市の SNS フォロワー数 20,960 人（令和 4 年（2022 年））
<p>【評価】 魅力発信サイトの改善、Instagram 運用、メタバース空間創設などツールの充実とともに、具体的なテーマで地域ごとの魅力発信や人物紹介など発信内容の工夫にも取り組んでおり、フォロワー数も順調に増加し、コミュニケーションの拡大につながっている。 今後さらに広く、かつ、ひとつの接点から関連する情報が入手できるよう、ツールや内容の充実とともに、デジタル技術を活用した仕組みづくりを進めていく必要がある。</p>	

ともに発信する	
リーディング アクション	実績
19 とよなかの 人の発信	○市内の高校や大学で活動する若者、市内で活躍している人に取材し、市の公式Instagramや魅力発信サイトで紹介
<p>【評価】</p> <p>活動の実践者や身近な人（友人や同僚等）・同世代の人が登場（出演）することで、その閲覧をきっかけに、取組みや本市への関心を高める効果が期待される。また、その機会にフォローしてもらえると様々な情報を伝える可能性も広がる。</p> <p>今後も発信内容のひとつとしてこのような企画を進めていくとともに、Instagram等で関連づけやフォローしてもらえる工夫などにより、一層知ってもらうきっかけの拡大が必要である。</p>	

3 推進体制と評価指標

①推進体制について

- *第2期戦略の推進にあたって、「とよなかブランド推進ネットワーク会議」のプロジェクトチームによる取組みを進めていましたが、コロナの影響により実施することができないなか、実施が可能となった取組みの案件ごとにメンバーを招集し、情報交換を行って推進しました。
- *各取組み・事業ごとに関連するステークホルダーと随時連携・協働して実践したことで、関係者・団体間のゆるやかなネットワークが生まれる結果となっています。
- *今後も、ゆるやかな関わりが広がることを期待し、各取組み・事業ごとに連携・協働する、より柔軟な体制で推進していくことが必要です。

②評価指標について

- *全体を測る指標のうち、「今後も住み続けたいと思う市民の割合」について速報値によると令和5年（2023年）度時点で目標値が達成されています。
- *豊中ライフ創造戦略に関する指標において、概ね目標が達成されています。
- *コミュニケーション戦略に関する指標においては、目標が達成されていません。
- *設定している指標について、目標や取組み内容と合致しており、今後も継続的な測定が必要なものもありますが、具体的な取組み内容の見直し等に応じて検討すべきものもあります。
- *継続する指標においては、目標値が達成されたのちは、目標値を上方修正して設定することが必要です。
- *具体的な取組み内容や社会情勢に応じて指標を見直す場合、必要に応じて各担当部局等との調整を図りながら検討する必要があります。

※表中の年号は令和元年度(2019年度)を「R1」等省略表記

全体を測る指標								
指標		基準値 R1	実績値				目標値 R5	達成 状況
			R2	R3	R4	R5		
今後も住み続けたいと思う市民の割合	豊中市市民意識調査 2年に1回(R3、R5)調査予定	85.0%	-	86.5%	-	86.6% ※2	85.0%以上を維持	達成
社会増加数	豊中市統計書 基準値は第一期(H28~R1の4年間)の累計 ※H29~R1の3年間の累計は5,175人	6,144人	1,925人(R2~R4の3年間の累計)				増加	未達成
			1,325人	314人	286人	730人 ※3		
関係人口・交流人口増加数(独自集計)								
関係人口)リーディングアクションの運営に携わる市外の人の数	独自調査 (調査対象事業) 1.アートプロジェクト野点 2.にぎわい事業助成金 3.魅力アップ助成金	*R2値	217人	225人	245人	-	増加	達成
関係人口)魅力アップ助成金事業へのふるさと納税型クラウドファンディングでの市外寄付者数	独自調査	*R2値	48人 /125人	40人 /95人 (実人数)	48人 /111人 (実人数)	31人 /71人 (実人数) ※3	増加	未達成
関係人口)市外からのふるさと納税者数	独自調査	*R2値	2,058人 /2,549人 (のべ人数)	5,312人 /5,525人 (のべ人数)	7,069人 /7,219人 (のべ人数)	-	増加	達成
交流人口)リーディングアクションの市外参加者数	独自調査 (調査対象事業) 1.アートプロジェクト野点 2.にぎわい事業助成金 3.魅力アップ助成金	*R2値	(※1)	226人 /838人 (のべ人数)	440人 /1,358人 (のべ人数)	-	増加	達成
豊中ライフ創造戦略に関する指標								
指標	調査方法	基準値 R1	実績値				目標値 R5	達成 状況
リーディングアクションに関する満足度	独自調査 (調査対象事業) 1.アートプロジェクト野点 2.まちなかクラシック 3.高校生軽音楽フェスティバル 4.世界のしょうない音楽祭	*R2値	(※1)	94.0%	97.0%	-	向上	達成
魅力アップ助成金事業のうち、助成金終了後も継続実施している事業		11件	5件	15件	10件	7件 ※3	増加	未達成
【参考指標】豊中市は文化的なまちであると思う人の割合(豊中市市民意識調査)		58.6%	-	64.2%	-	67.6% ※2		
【参考指標】豊中市は子育てがしやすいまちであると思う人の割合(豊中市市民意識調査)		43.1%	-	48.6%	-	46.7% ※2		
コミュニケーション戦略に関する指標								
指標	調査方法	基準値 R1	実績値				目標値 R5	達成 状況
ブランドメッセージ・ロゴの認知度	独自調査	16.2%	-	-	-	13.7%	30%以上	未達成
ブランドメッセージ・ロゴの使用数	独自調査 使用者数(H29からの累計)	31件	40件	58件	78件	97件 ※3	100件	未達成
魅力発信サイトのアクセス数(単年度)	魅力発信サイトのページビュー件数を計上	72,912件	118,465件	141,516件	118,714件	-	150,000件	未達成
市のSNS(エックス(旧ツイッター)・フェイスブック・インスタグラム)のフォロワー数		8,958件	14,041件	17,606件	20,960件	21,257件 ※3	27,000件	未達成
【参考指標】民間ランキング ●LIFUL HOME'S住みたい行政区ランキング近畿圏版2023「買って住みたい」大阪府内順位 豊中市:6位(1位:大阪市中央区、2位:東大阪市、3位:大阪市北区) ●SUUMO住みたい自治体ランキング関西版2023 大阪府内順位 豊中市:5位(1位:大阪市北区、2位:大阪市天王寺区、3位:吹田市)								

※1 コロナの影響による事業の中止等で実測できず
 ※2 豊中市市民意識調査の令和5年(2023年)実績値は速報値
 ※3 令和5年(2023年)11月末現在までの数値

[参考] 評価指標のうち「豊中市市民意識調査」によるものについて、選択者の理由

※ (a) は令和3年(2021年)度調査結果、(b) は令和元年(2019年)度調査結果

● 今後も住み続けたいと思う市民の割合に関して

「今後も住み続けたいと思う」(a 86.5%) (b 85.0%) の主な理由

- 1 買い物などの日常生活が便利 (a 62.4%) (b 64.1%)
- 2 今の住宅に満足 (a 52.0%) (b 54.4%)
- 3 公共交通が充実 (a 45.7%) (b 50.4%)
- 4 通勤通学の便が良い (a 42.3%) (b 46.5%)
- 5 みどりが豊か (a 32.7%) (b 37.5%)

● 【参考指標】豊中市は文化的なまちであると感じている人の割合に関して

「文化的なまちであると思う」(a 64.2%) (b 58.6%) の主な理由

- 1 文化芸術センターを活用した文化振興が充実
(a 65.8%) (b 66.4%)
- 2 音楽を中心とした文化芸術の練習・発表・鑑賞の場が充実
(a 44.9%) (b 46.7%)
- 3 多様なジャンルの文化芸術に触れる機会が充実
(a 35.7%) (b 41.1%)

● 【参考指標】豊中市は子育てがしやすいまちであると思う人の割合に関して

「子育てがしやすいまちであると思う」(a 48.6%) (b 43.1%) の主な理由

- 1 多様な保育サービスが充実 (a 25.7%) (b 23.6%)
- 2 子育てに配慮している施設が充実 (a 23.0%) (b 23.4%)
- 3 地域での子育て支援がある (a 21.4%) (b 21.4%)
- 4 子ども・親同士の交流の場が充実 (a 20.3%) (b 23.3%)

参考：市民等のアンケート調査結果

*各調査における、本市のイメージや取組みに関連する結果は次のとおりです。

【各調査の概要】

□ 市民アンケート調査 (以下、①市民)

調査方法	郵送による回答依頼・WEB回答 (70歳以上の対象者は郵送による配布、郵送回答とWEB回答併用)
調査時期	令和5年(2023年)7月
調査対象	18歳以上の市民2,000人(年齢層別無作為抽出)
回答者数	WEB回答者343人、郵送回答者106人、計449人(回答率22.5%)

□ 事業者アンケート調査 (以下、②事業者)

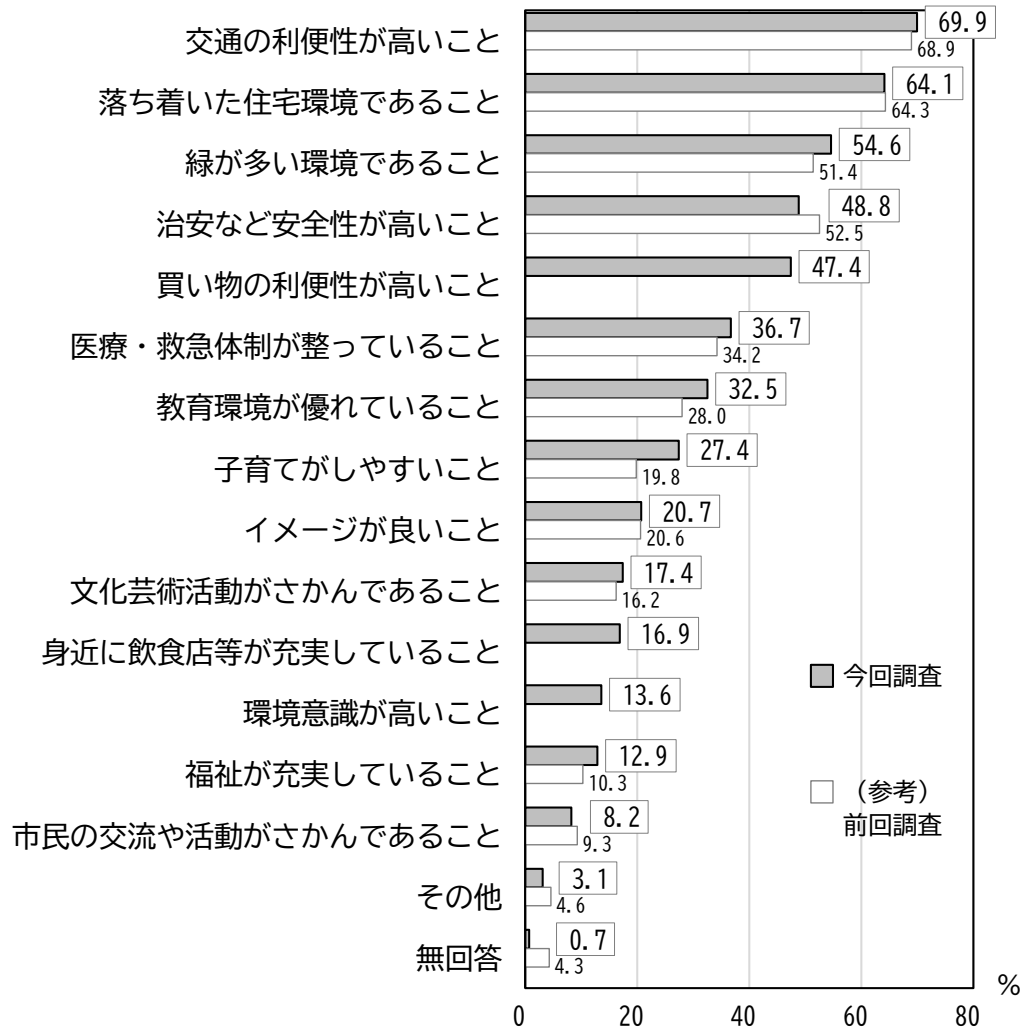
調査方法	郵送による回答依頼・WEB回答
調査時期	令和5年(2023年)7月
調査対象	豊中市内に立地する事業所1,000件(業種別無作為抽出) (※未達数22件で、有効発送数は978件)
回答者数	155件(回収率15.8%)

□ 近隣市民アンケート調査 (以下、③近隣市民)

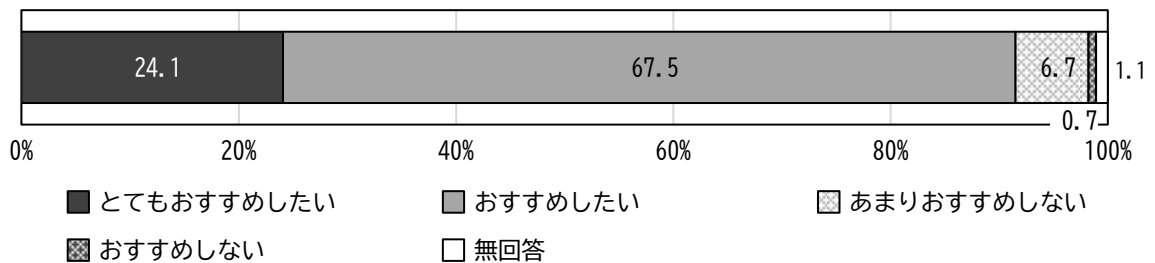
調査方法	インターネットでのアンケート調査
調査時期	令和5年(2023年)7月
調査対象	20歳代から40歳代(20~49歳)の北摂などの近隣都市8都市居住者 [対象都市] 吹田市、箕面市、池田市、高槻市、茨木市、大阪市、尼崎市、西宮市
サンプル数	各都市100サンプル 計800サンプル

【各調査結果（関連項目抜粋）】

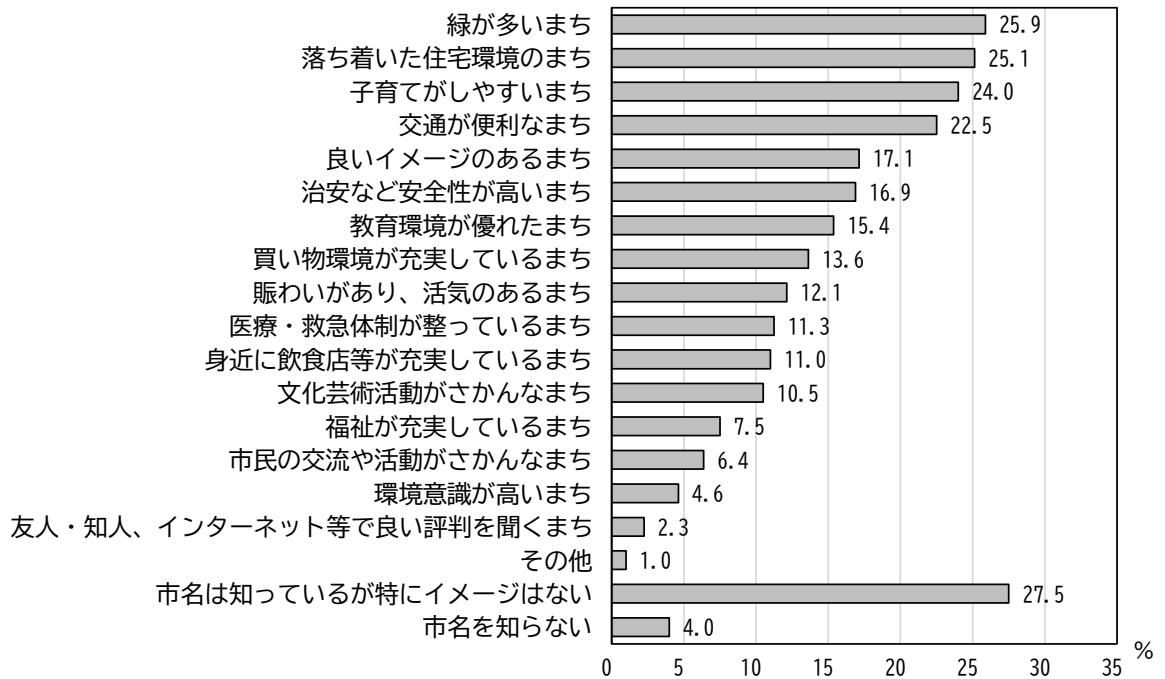
●豊中に暮らしてよかったと感じること（複数回答） [①市民]



●豊中で暮らすことの推奨意向 [①市民]



●豊中市のイメージ（複数回答） [③近隣市民]



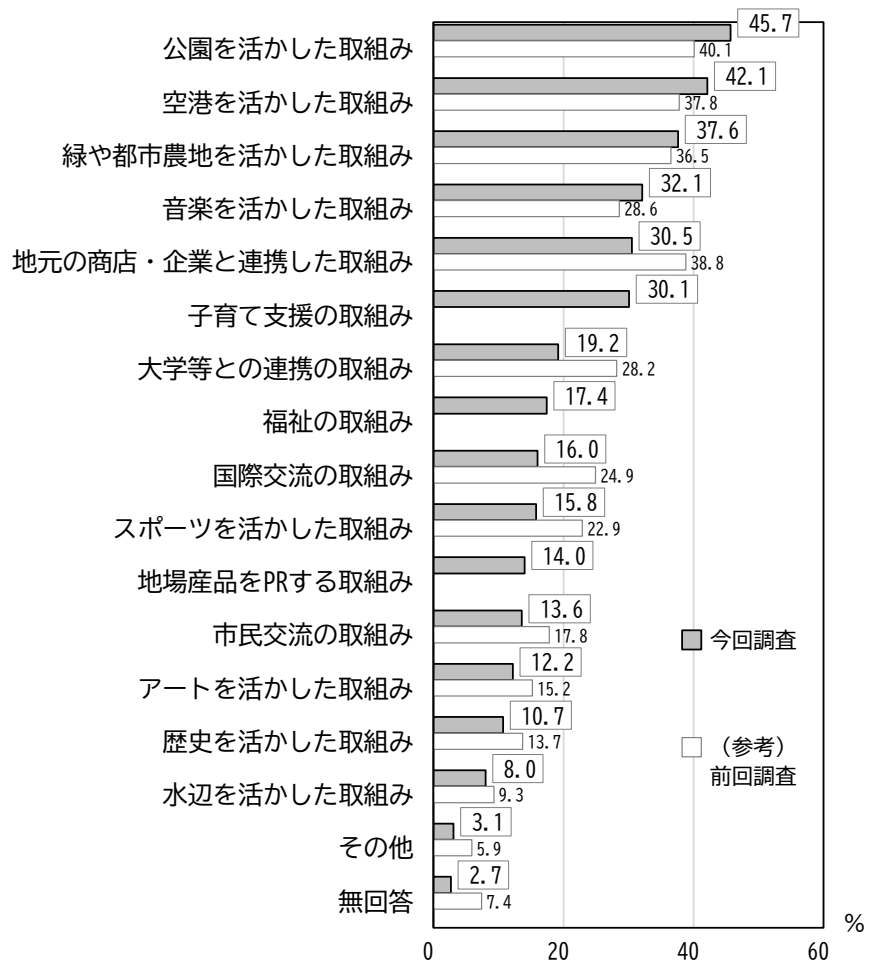
●住んでみたい都市・仮に移り住む場合に候補となる都市（複数回答） [③近隣市民]

(%)

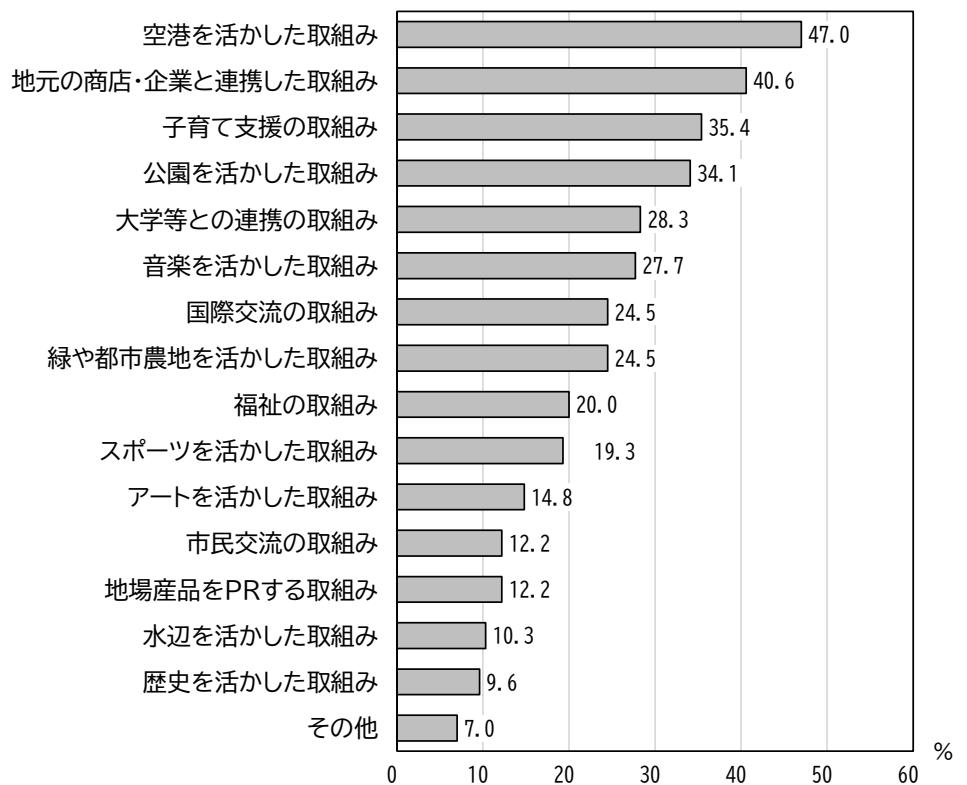
全体		20歳代 (N=100)		30歳代 (N=241)		40歳代 (N=459)	
西宮市	23.9	吹田市	25.0	西宮市	24.1	西宮市	24.8
箕面市	22.3	高槻市	21.0	吹田市	22.8	箕面市	23.1
吹田市	21.8	箕面市	20.0	豊中市	22.0	吹田市	20.5
豊中市	19.6	西宮市	19.0	箕面市	21.6	大阪市	19.2
大阪市	18.9	豊中市	17.0	大阪市	19.1	豊中市	19.0
高槻市	18.1	茨木市	17.0	高槻市	17.8	高槻市	17.6
茨木市	15.1	大阪市	17.0	池田市	15.4	茨木市	15.0
池田市	12.9	池田市	10.0	茨木市	14.5	池田市	12.2
宝塚市	10.6	尼崎市	8.0	宝塚市	12.0	宝塚市	10.5
尼崎市	8.9	宝塚市	8.0	尼崎市	11.2	尼崎市	7.8
伊丹市	8.0	伊丹市	7.0	伊丹市	10.0	伊丹市	7.2
摂津市	2.4	摂津市	2.0	摂津市	2.9	摂津市	2.2
その他	1.9	その他	3.0	その他	0.4	その他	2.4
特になし	22.9	特になし	26.0	特になし	22.8	特になし	22.2

●豊中の都市ブランド力をより高めるために進めたほうがよい取組み

[①市民]



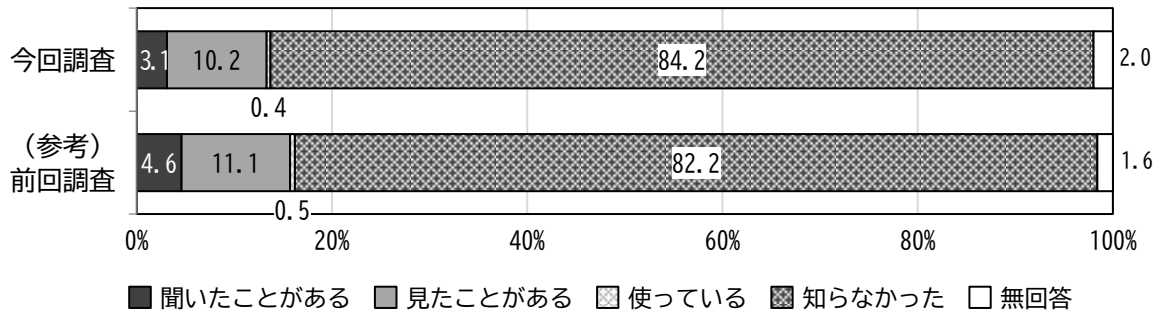
[②事業者]



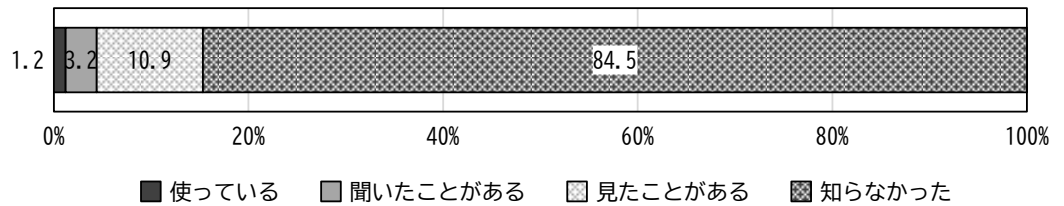
●認知度

「豊中市ブランドロゴ」と「ブランドメッセージ」

[①市民]

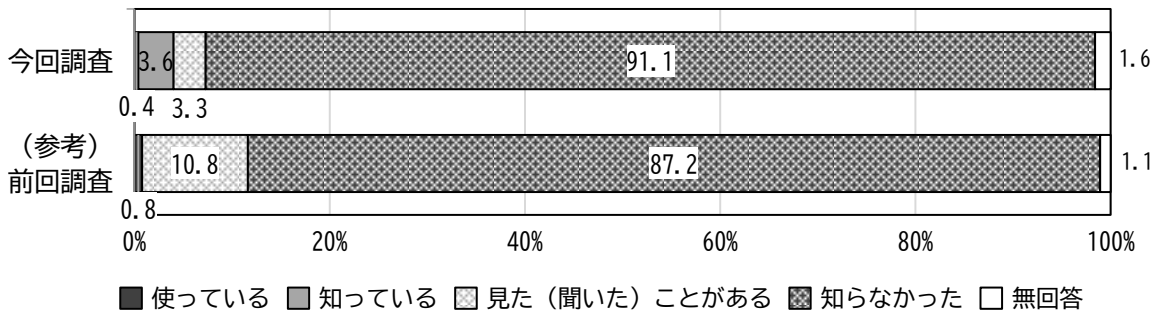


[②事業者]

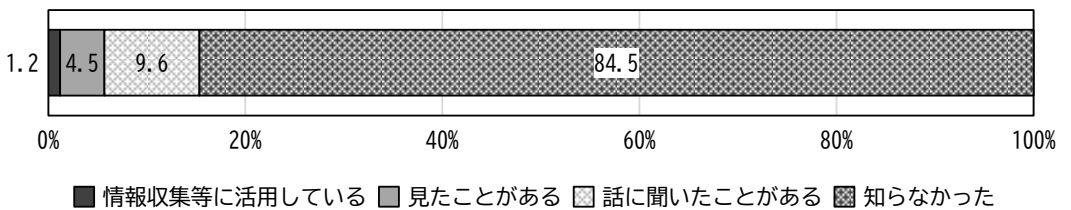


「豊中魅力発信サイト」

[①市民]



[②事業者]



[③近隣市民]

