きらっと☆とよかわっ！

豊川市シティセールス戦略プラン

２０１６　>>　２０２５

（平成２８年度～平成３７年度）

豊川市宣伝部長
兼おもてなＣ部長

©いなりん

平成２８年３月

豊川市

いっしょにやろまい、
シティセールス！

豊川市宣伝部特命係長
イナリソ

豊川市宣伝部長
兼おもてなＣ部長
いなりん

豊川市宣伝部特命課長
いなりコ

もくじ

第１章　戦略プランについて・・・・・・・・・・・・・・・・・　2

１　シティセールスとは・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　2
２　シティセールスの重要性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　2
３　戦略プラン策定のねらい・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　2
４　戦略プランの位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　4
５　計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　4

第２章　シティセールスの方向性・・・・・・・・・・・・・・・　5

１　キャッチフレーズ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　5
２　シティセールスの基本方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・　6

第３章　わがまちのシティセールス大作戦・・・・・・・・・・　8

１　わがまち発信大作戦・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　9
２　わがまち大好き大作戦・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１０
３　わがまち魅力アップ大作戦・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１

第４章　いっしょにやろまい！・・・・・・・・・・・・・・・・１８

１　推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１８
２　計画の進行・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１９

第１章　戦略プランについて

１　シティセールスとは

シティセールスとは、多くの人に住んでもらい、訪れてもらうため、まちの魅力を地域の内外へ情報発信し、「まちを売り込む」ことです。

まちの魅力は、地域によって様々です。歴史や産業など、それぞれのまちに誇るべき特色があり、その魅力は「まちを売り込む」ための大切な地域資源となります。

シティセールスは、全国の多くの自治体で取り組まれており、まちの知名度が高まったり、地域住民がまちへの愛着を深めたりするという効果が期待されています。

２　シティセールスの重要性

本市の人口は、平成２０年１２月の１８３，２５９人をピークに減少傾向にあり、人口減少の抑制や来訪者の増加を図る取り組みが、これまで以上に求められています。

引き続き、多くの人に住んでもらい、訪れてもらうことで、地域を活性化し持続的に発展させるためには、市を挙げて豊川市のブランド力を高めるとともに、魅力ある地域資源のみならず、市民の健やかな暮らしを支えるあらゆる取り組みについても、市内外にしっかりと伝えるシティセールスが重要です。

３　戦略プラン策定のねらい

本市は、平成２４年８月に初めてシティセールス戦略プランを策定し、「きらっと☆とよかわっ！」をキャッチフレーズに様々な取り組みを展開してきました。

また、多くの市民や団体などが、様々なイベントやボランティア活動を通して、シティセールスにつながる活動を展開しています。

現在のシティセールス戦略プランの計画期間は平成２７年度で終了しますが、引き続き、市民、ＮＰＯ、地域、企業、大学、行政などがシティセールスの考え方を共有し、一緒になってシティセールスを進めていくための指針が必要であることから、新たな「豊川市シティセールス戦略プラン」（以下、「戦略プラン」という。）を策定します。

＜シティセールスのイメージ＞

市民・・・・まちが元気になり、豊かに住みよく暮らせます。
ＮＰＯ・・・活動の機会が拡大し、ネットワークが広がります。
地域・・・・人々の間に一体感が生まれ、市域が活性化します。
企業・・・・人の交流が増え、ビジネス機会が拡大します。
大学・・・・人材の育成と蓄積された知識の活用が図られます。
行政・・・・安定した行政運営と市民サービスの向上が図られます。

４　戦略プランの位置づけ

第６次豊川市総合計画では、少子高齢化の進行や人口減少への的確な対応と、行政運営の進むべき方向性を示す「まちづくりの基本方針」の一つに、「シティセールスを進めます」を設定しています。

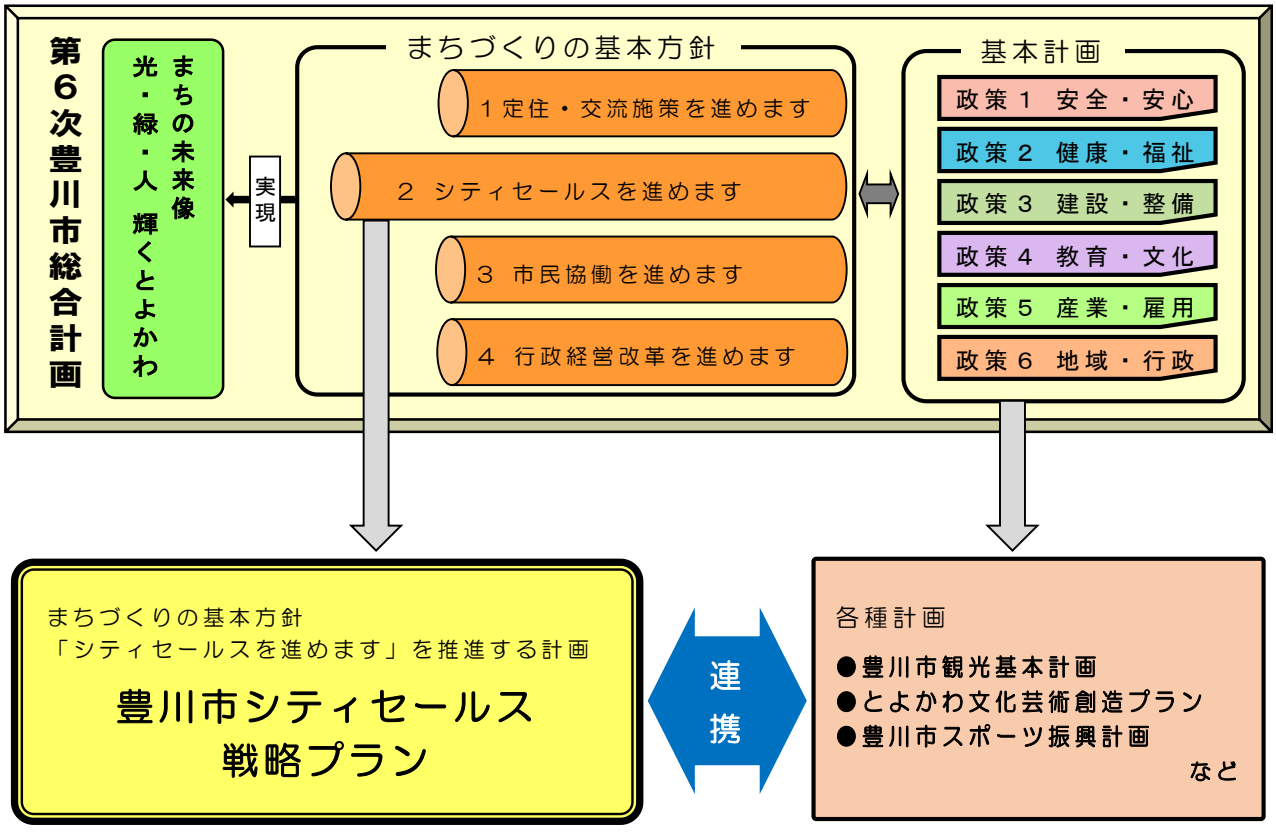
この基本方針を推進する計画として戦略プランを位置づけるとともに、すべての政策分野において、情報発信力を高めながら各施策を展開していきます。

なお、戦略プランの推進にあたっては、豊川市観光基本計画やとよかわ文化芸術創造プラン、豊川市スポーツ振興計画などの各種計画と連携させながら、様々な取り組みを展開していきます。

５　計画期間

戦略プランの計画期間は、第６次豊川市総合計画と同様に平成２８年度から平成３７年度までの１０年間とし、必要に応じて計画内容の見直しを行います。

＜戦略プランの位置づけのイメージ＞



第２章　シティセールスの方向性

１　キャッチフレーズ

豊川市のシティセールスをなじみやすいものとするため、「きらっと☆とよかわっ！」をキャッチフレーズに取り組みます。

キャッチフレーズ

「きらっと☆とよかわっ！」

第６次豊川市総合計画では、本市がめざすまちの未来像を「光・緑・人　輝くとよかわ」と定めています。

この未来像をイメージした「きらっと☆」という言葉には、豊川市を未来にわたって輝くまちにしたいという思いが込められています。

また、「とよかわっ！」には、シティセールスの「輪」を広げ、「わっ！」と驚くような活動を展開していくという思いが込められています。

このキャッチフレーズのもと、多くの人に住みたい、訪れたいと思われるまちの実現をめざします。

市民まつり「おいでん祭」

２　シティセールスの基本方針

シティセールスに取り組むにあたっては、「まちを売り込む」相手によって、様々な工夫が必要です。

多くの人に豊川市を「知ってもらう」、次に「興味を持ってもらう」、そして「選んでもらう」という３つのステップをイメージすることで、どのようにシティセールスに取り組めばよいかが明確になります。

豊川市のシティセールスにおいては、この３つのステップに合わせて、３つの基本方針を定めます。

ステップ１「知ってもらう」

基本方針１　わがまちの魅力をいっぱい発信します

多くの人にわがまちを「知ってもらう」ため、様々な地域資源や取り組みを豊川市の魅力として捉え、市内外へ積極的に情報発信します。

ステップ２「興味を持ってもらう」

基本方針２　わがまちを好きな人の輪を広げます

多くの人にわがまちへの「興味を持ってもらう」ため、地域資源や取り組みの魅力を知ってもらいながらおもてなしの心を広め、豊川市のことを好きな人の輪を広げます。

ステップ３「選んでもらう」

基本方針３　わがまちのブランド力を高めます

多くの人にわがまちを「選んでもらう」ため、様々な分野の地域資源や取り組みの魅力を感じてもらえるよう工夫をし、豊川市のブランド力を高めます。

観光まちづくりボランティア講座

＜３つのステップと基本方針のイメージ＞

ステップ１　知ってもらう　・・・基本方針１
わがまちの魅力をいっぱい発信します

↓

ステップ２　興味を持ってもらう　・・・基本方針２
わがまちを好きな人の輪を広げます

↓

ステップ３　選んでもらう　・・・基本方針３
わがまちのブランド力を高めます

↓

多くの人に住みたい、訪れたいと思われるまち

佐奈川の桜

豊川稲荷

第３章　わがまちのシティセールス大作戦

「きらっと☆とよかわっ！」をキャッチフレーズとする豊川市のシティセールスは、３つの基本方針を踏まえた大作戦と、それに関する個別の作戦を展開します。

以下においては、その全体像を示すとともに、個別の作戦ごとの手法や取り組みについて、各種計画に位置づけるものを含めて例示します。

＜豊川市のシティセールスの全体像＞

１　わがまち発信大作戦

わがまち発信大作戦では、多くの人に豊川市を「知ってもらう」ため、２つの作戦を展開します。

作戦１　いろいろ発信作戦

いろいろ発信作戦では、多くの人に豊川市の情報に触れてもらうため、様々な手法により、地域資源や取り組みを市内外へ積極的に情報発信します。

主な手法例

- トップセールス
- とよかわ広報大使制度の活用
- ふるさと観光大使との連携
- いなりん宣伝部長兼おもてなＣ部長、いなりコ宣伝部特命課長、イナリソ宣伝部特命係長の活用
- 首都圏などの市外におけるプロモーション活動

作戦２　よく見える発信作戦

よく見える発信作戦では、多くの人の印象に残るような情報を届けるため、広報やホームページ、情報誌、チラシ、表示物などの様々な情報媒体を活用し、情報を受け取る人のニーズに合わせたよく見える情報発信を行います。

主な手法例

- イメージカラーや定型デザインの活用
- 市ホームページの充実
- ＳＮＳなどの多様な広報媒体の活用
- 民間情報誌との協働広報の実施
- 動画による情報発信
- 市民公開型ＧＩＳの活用
- サイン・デザインマニュアル（豊川市）に基づく施設案内用標識の整備

２　わがまち大好き大作戦

わがまち大好き大作戦では、多くの人に豊川市へ「興味をもってもらう」ため、２つの作戦を展開します。

作戦１　わがまち学ぼう作戦

わがまち学ぼう作戦では、市内では当たり前の存在となっている地域資源や取り組みについて、豊川市の魅力として興味をもってもらえるよう、市民にわがまちのことを学んでもらう取り組みを行います。

主な取り組み例
・市民向け観光イベントの実施 ・とよかわ観光ものしり検定の実施 ・新版豊川の歴史散歩の活用

作戦２　わがまち輪となろう作戦

わがまち輪となろう作戦では、豊川市の魅力を情報発信する仲間を増やすため、市民の中におもてなしの心を広めたり、市外のファンを増やす取り組みを行います。

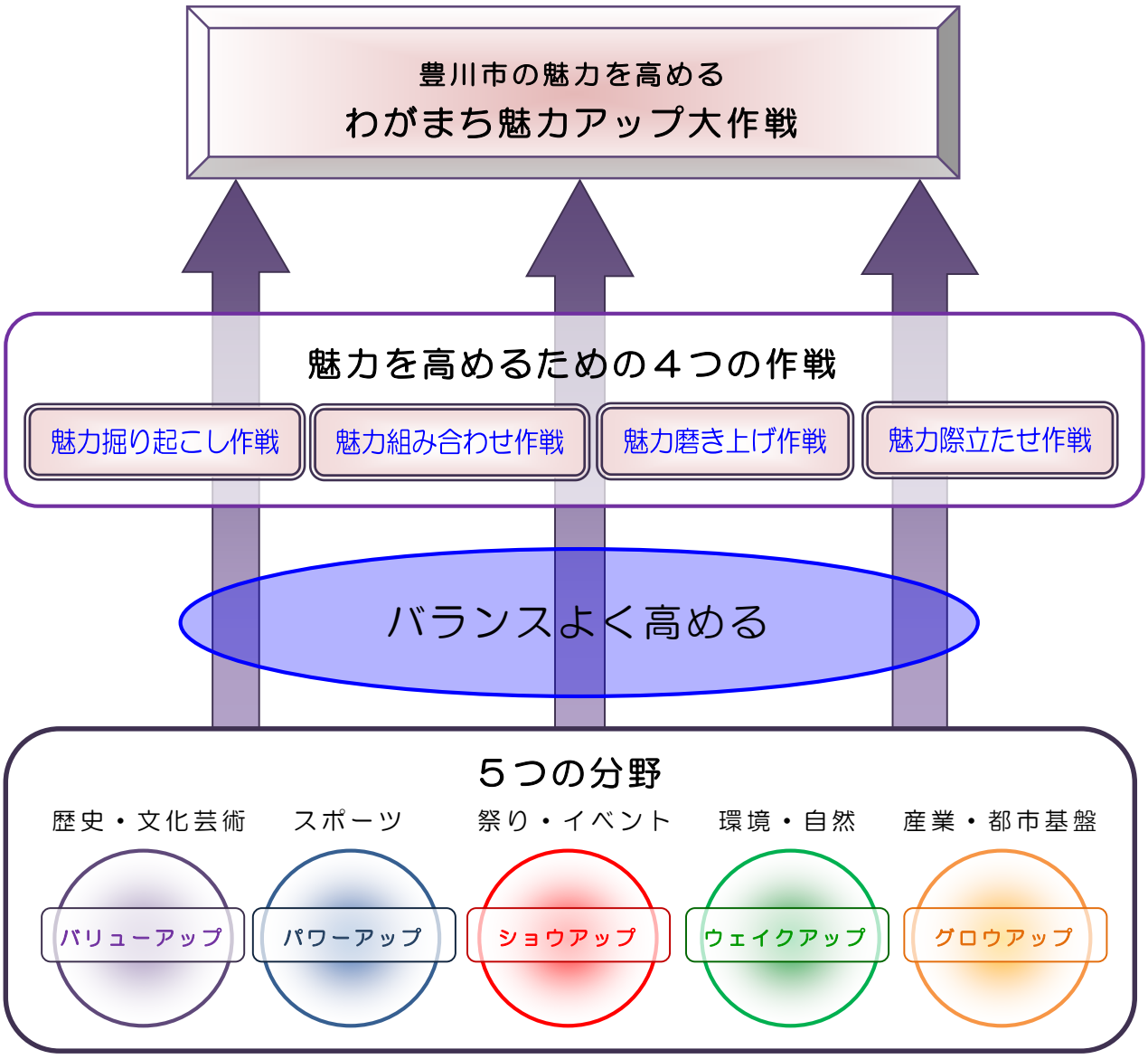
主な取り組み例
・イベントサポート制度の実施 ・市民から提供された写真や動画の配信 ・観光ボランティアの人材育成 ・交流イベントの開催 ・広域連携による観光ＰＲ ・シティセールス戦略プランの周知

３　わがまち魅力アップ大作戦

わがまち魅力アップ大作戦では、多くの人に豊川市を「選んでもらう」ため、４つの作戦を展開します。

また、この４つの作戦は、様々な地域資源や取り組みを「歴史・文化芸術」、「スポーツ」、「祭り・イベント」、「環境・自然」、「産業・都市基盤」の５つの分野で整理し、豊川市の魅力をバランスよく高めていきます。

＜わがまち魅力アップ大作戦のイメージ＞



作戦１　魅力掘り起こし作戦

魅力掘り起こし作戦では、知られているようで知られていない地域資源や取り組みについて、見つめ直し、情報収集することで、隠れた魅力を引き出す取り組みを行います。

作戦２　魅力組み合わせ作戦

魅力組み合わせ作戦では、様々な地域資源や取り組みどうしを一体的に捉えて情報発信することで、その魅力を２倍、３倍と高める取り組みを行います。

作戦３　魅力磨き上げ作戦

魅力磨き上げ作戦では、地域資源や取り組みに工夫、改善を加えて新たな価値を持たせることで、その魅力を高める取り組みを行います。

作戦４　魅力際立たせ作戦

魅力際立たせ作戦では、地域資源や取り組みがもつ潜在的な特徴を見つけ、強調することにより、今まで以上に魅力的に見せる取り組みを行います。

赤坂舞台歌舞伎公演

歴史・文化芸術のバリューアップ

豊川市には、古くから受け継がれてきた歴史や人の心を豊かにする文化芸術があります。それらを見つめ直し、歴史・文化芸術の価値をさらに高めます。

地域資源の例

御油のマツ並木、東海道、姫街道、国分寺、国分尼寺、西明寺、長福寺、財賀寺、三明寺、大恩寺、法住寺、御津神社、豊川稲荷、砥鹿神社、わくぐり神社、五社稲荷社、菟足神社（うたりじんじゃ）、杉森八幡社、宮道天神社、手筒煙火、綱火、旅籠大橋屋、豊川海軍工廠跡地、伊奈城趾公園、花ケ池公園、文化ホール、桜ヶ丘ミュージアム　など

主な取り組み例

- 地域資源をつなぐ街道紹介
- 歴史的価値のある神社仏閣の物語性を加えたＰＲ
- 身近な文化財（国分寺、国分尼寺等）の活用
- 伝統芸能の伝承への支援
- パワースポットの紹介
- 平和公園（仮称）の整備
- 質の高い公演、展覧会の開催
- 文化人、芸術家との連携

伊奈城址公園

スポーツのパワーアップ

豊川市には、人々に感動を与え、親しむことができるスポーツがあります。地域に根ざしたスポーツへの触れ合いや参加を呼びかけることで、スポーツの活力を高めます。

地域資源の例

トヨカワシティマラソン大会、豊川リレーマラソン、高校駅伝、浜松・東三河フェニックス、東海理化硬式野球部、柏木浜パターゴルフ場、御幸浜パターゴルフ場　など

主な取り組み例

- 高校駅伝への支援
- プロバスケットボールチームとのコラボレーション
- トップアスリートとの連携
- パブリックビューイングの開設
- スポーツイベントの開催支援
- スポーツ公園の整備
- 陸上競技場（第３種公認競技場）の有効活用
- 総合型地域スポーツクラブの設立育成

豊川リレーマラソン

祭り・イベントのショウアップ

豊川市には、人が賑わい楽しめる祭りやイベントがあります。その内容や情報発信に工夫を加えることで、祭り・イベントの演出力を高めます。

地域資源の例

豊川市民まつり（おいでん祭、手筒まつり）、豊川夏まつり、みたま祭り、国府夏まつり、御油夏まつり、財賀寺智恵文殊まつり、若葉祭（うなごうじ祭）、風まつり、どんき、雨乞いまつり、コバノミツバツツジまつり、赤坂の舞台、国府の市、いなり楽市、おいでん横丁　など

主な取り組み例

- 市民まつり（おいでん祭、手筒まつり）の充実
- 地域のイベントへの支援
- 地域の祭りの情報発信
- 食品製造企業と連携したイベント開催

どんき

環境・自然のウェイクアップ

豊川市には、豊かな山、川、海、花、緑といった人に優しい環境と自然があります。様々な活動への参加を呼びかけることで、環境・自然のもつ潜在力を高めます。

地域資源の例

本宮山、宮路山、豊川、音羽川、佐奈川、三河湾（三河臨海緑地日本列島、マリーナ）、桜、大和の大イチョウ、東三河ふるさと公園、赤塚山公園、新池公園、御津山園地、手取山公園、本宮の湯　など

主な取り組み例

- 山、川、海の観光資源としての活用
- 河川と三河湾の資源活用
- 桜並木の育成保存
- 巨木や名木の愛護啓発
- 赤塚山公園の充実
- 市民協働による自然環境の保全
- アダプトプログラムによる環境美化と緑化推進

大和の大イチョウ

産業・都市基盤のグロウアップ

豊川市には、美味しい農産物、便利な商業施設、蓄積されたモノづくり技術など誇るべき産業と都市基盤があります。築き上げられた産業・都市基盤をさらに生かし、まちの成長力を高めます。

地域資源の例

スプレー菊、バラ、シクラメン、大葉、いちじく、匠トマト、千両芋、豊川エコポーク、豊川いなり寿司、豊川いなりうどん、雲助飯、こざかいホルモン唐揚げとんとん、新幹線車両製造、精密機械製造、自動車部品製造、食品製造、道路（東名高速道路、国道１号、国道２３号、国道１５１号、東三河環状線）、鉄道（ＪＲ東海道本線・飯田線、名鉄名古屋本線・豊川線）、コミュニティバス、豊川放水路　など

主な取り組み例

- 地産地消、６次産業化による農業振興
- まちづくりと連動した商業振興
- 企業誘致による工業振興
- 大学との連携によるまちづくり
- 新たな豊川ブランドの創出
- 公共交通機関を利用したウォーキング
- ２つの高速道路インターチェンジの優位性をＰＲ

産業展における企業誘致活動

第４章　いっしょにやろまい！

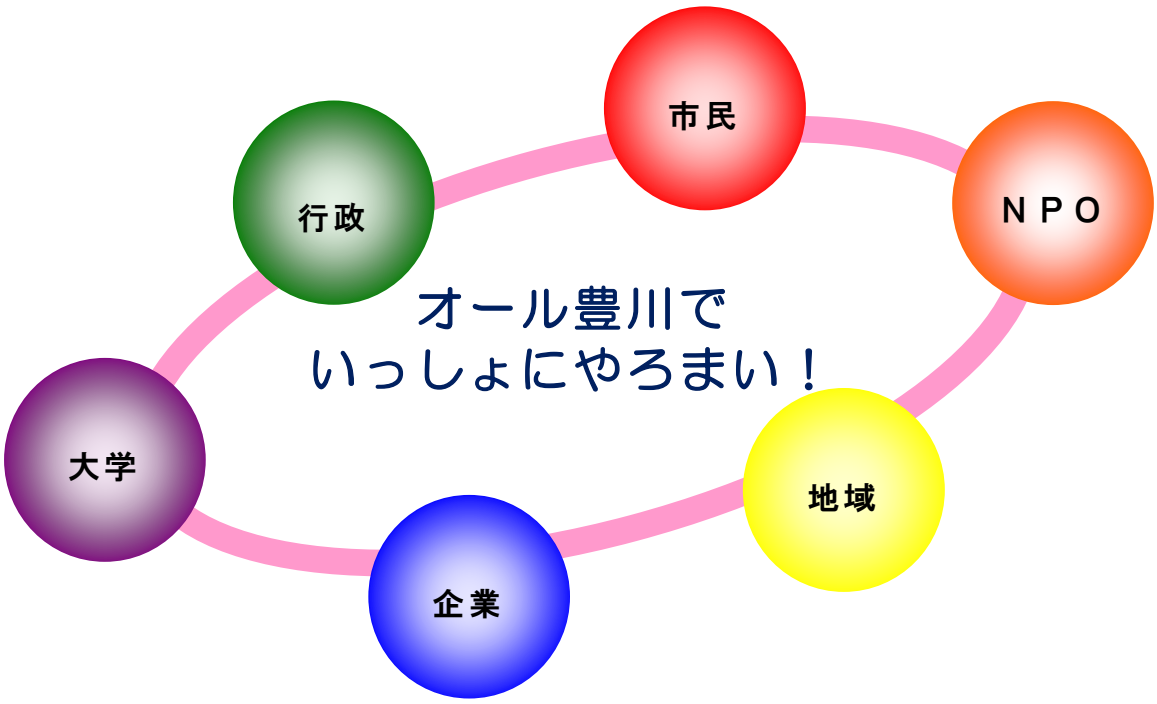
１　推進体制

地方分権社会に対応し、地域の特色に合わせた独立性の高いまちづくりは、行政だけで進められるものではありません。

シティセールスでも、様々な主体が協働し、互いの理解と信頼を深めながら、特色ある取り組みを進めていく必要があります。

市民、ＮＰＯ、地域、企業、大学、行政などが「オール豊川」で連携し、それぞれの立場で主体的、継続的にシティセールスに取り組む体制を強化していきます。

＜オール豊川のイメージ＞



２　計画の進行

この戦略プランは、豊川市観光基本計画を始めとする各種計画の進捗管理や広報・シティセールス推進員の各部署への配置により、それぞれの取り組みを着実に進めることで、シティセールスの実効性を高めていきます。

また、シティセールスに寄与する効果的な取り組みを積極的に公表することで、市民を始めとする様々な主体との情報共有を図り、オール豊川で取り組むシティセールスの輪を広げていきます。

monooto-picnic
（モノオト・ピクニック）

いなり楽市

おいでん横丁

縁 en
～encounter at toyokawainari～

TOYOKAWA

豊川市シティセールス戦略プラン

２０１６　>>　２０２５

（平成２８年度～平成３７年度）

豊川市企画部企画政策課
（平成２８年４月より企画部秘書課が主管します）
〒４４２－８６０１
豊川市諏訪１丁目１番地
ＴＥＬ　０５３３－８９－２１２６
ＦＡＸ　０５３３－８９－２１２５
Ｅメール　kikaku@city.toyokawa.lg.jp

平成２８年３月策定