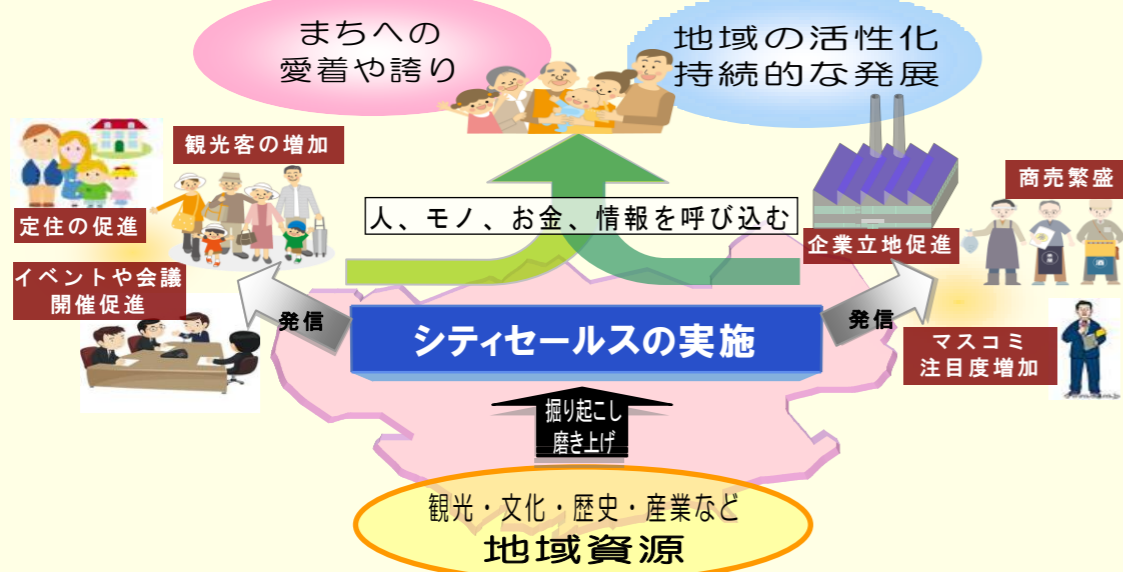


豊川市シティセールス戦略プラン(案) 概要版

第1章 シティセールスの時代へ

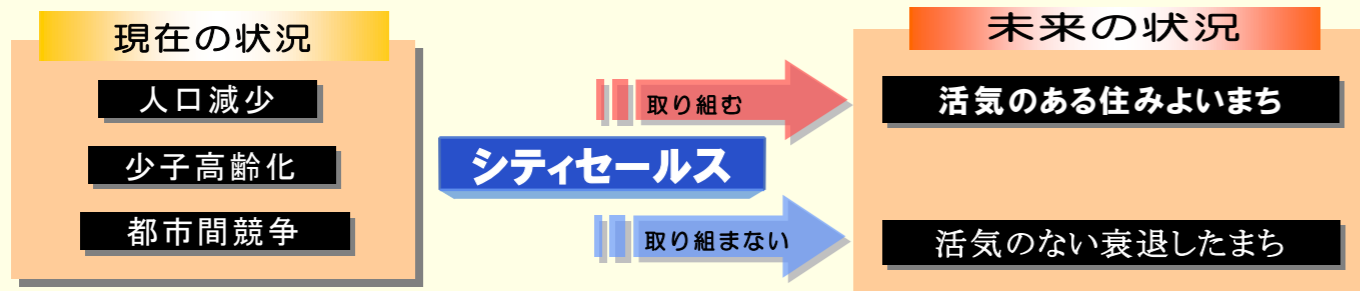
■シティセールスとは (本文P1)

- ・シティセールスとは、まちの魅力である地域資源を地域内外へアピールし、まちを売り込むことです。選ばれるまちとなり、人、モノ、お金、情報呼び込んで地域を活性化し持続的に発展させることができます。また、シティセールスに取り組むことにより、まちへの愛着や誇りを持つ人が増えます。



■シティセールスの必要性 (本文P5)

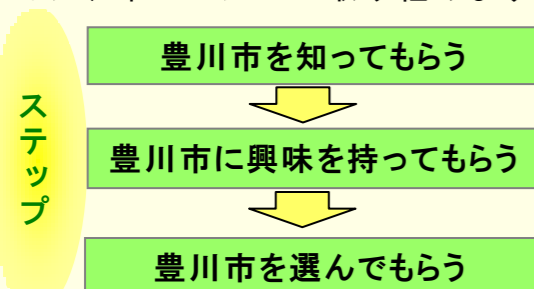
- ・人口減少、少子高齢化が心配される状況で、個性や強みを打ち出せず都市間競争の中で埋没すると活気のないまちになることが懸念されます。したがって、豊川市は活気のある住みよいまちを目指してシティセールスに取り組む必要があります。



第2章 踏み出そう！選ばれるために

■シティセールスの基本的な考え方 (本文P9)

- ・選ばれるまちとなるまでの一連のステップがあり、各ステップに合わせてシティセールスに取り組めます。



■キャッチフレーズと基本方針 (本文P10~11)

- ・総合計画で定める将来像「光と緑に映え、ゆたかで、住みよい、夢のあるまち」とイメージが合うキャッチフレーズとし、輝く都市でありたいという思いを込めています。シティセールスの一連のステップに合わせて3つの基本方針を定め、各作戦を展開します。

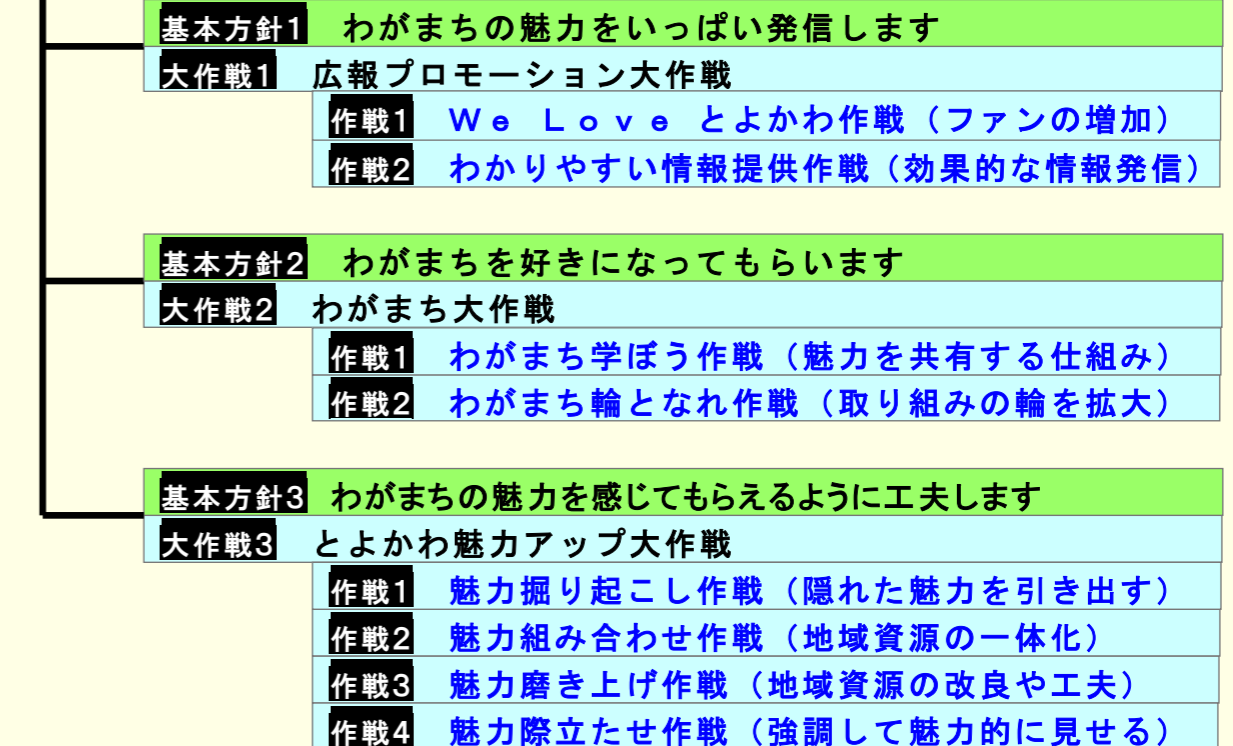
きらっと☆とよかわっ！

第3章 さらに飛躍のための大作戦

■シティセールスの体系図 (本文P12)

- ・シティセールスを進めるにあたっては、豊川市がどう見られているか、誰に何を売り込むのか、どのような媒体（メディア）が効果的かなど、どうしたらまちを愛してもらえるのかといった視点から戦略を展開します。

キャッチフレーズ きらっと☆とよかわっ！



第4章 さあ、やろまい！

■位置づけと計画期間 (本文P26)

- ・総合計画の下位計画と位置づけ、広報戦略プランや情報化推進計画などの各種計画と連携します。計画期間は、平成24年度から平成27年度までとします。

■目標指標 (本文P27)

目標指標	時期	現状	平成27年
「住みよいまち」市民満足度		89.4%	92%
		(平成23年値)	(平成27年値)
年間観光客数		526.6万人	600万人
		(平成22年値)	(平成26年値)
「地域ブランド力」ランキング		345位	100位
		(平成22年値)	(平成26年値)

■推進体制 (本文P28~29)

- ・自主的に取り組む「オール豊川」で連携して推進します。市役所としては、庁内に各課等と連携するプロジェクトチームを置き、具体的な事業の計画や推進を行います。

