

「WE LOVE とよた」条例

～ これまでの振り返りと今後の方向性 ～



令和8年2月

豊田市

目次

| | |
|---|-----------|
| 「WE LOVE とよた」条例 | 2 |
| 1 「WE LOVE とよた」条例制定の背景 | 3 |
| (1) 「WE LOVE とよた」の始まり | |
| (2) 「WE LOVE とよた」の取組の強化と条例制定 | |
| 2 「WE LOVE とよた」条例の概要 | 4 |
| (1) 条例制定の意義 | |
| (2) 条例の特徴 | |
| (3) 他自治体の取組 | |
| (4) 条例の位置付け | |
| 3 これまでの取組 | 7 |
| (1) 市民等への啓発 | |
| (2) 「WE LOVE とよたスペシャルサポーター・サポーターズ」によるPR | |
| (3) 「とよた元気プロジェクト」の取組 | |
| (4) 食に関する取組 | |
| (5) 小・中学校での取組 | |
| (6) 「WE LOVE とよたフェスタ」の開催 | |
| (7) 「WE LOVE とよたアワード」の実施 | |
| (8) 各地域での取組 | |
| (9) ロゴマークの活用事例 | |
| 4 市民等へのアンケート調査・意見聴取 | 17 |
| (1) 「WE LOVE とよた」に関する意識・行動調査 | |
| (2) 豊田市子ども会議子ども委員へのアンケート | |
| (3) 各種団体ヒアリング | |
| (4) Eモニターへのアンケート調査 | |
| (5) パブリックコメント | |
| 5 総括と今後の方向性 | 32 |
| (1) 現状の評価 | |
| (2) 国の動き | |
| (3) 今後の方向性 | |
| 【資料編】 | 35 |
| 資料1 行動計画掲載事業の達成状況 | |
| 資料2 「豊田市民の誓い」と「WE LOVE とよた」条例の関係 | |
| 資料3 条例検証の主な経過 | |

「WE LOVE とよた」条例



私たちのまち、多様な魅力にあふれたまちです。

それは、豊かな自然とその恵み、栄えある歴史と受け継がれてきた伝統、世界に誇るものづくりの技術や技能、盛んな芸術やスポーツ、市民の活発な活動、多くの人々を受け入れ認め合う風土、都市部と山村部の共存と交流などです。

私たちは、その魅力に改めて気づき、共に絆と信頼を深めながら、愛情と誇りを持って行動し、魅力にあふれたまちを次の世代に引き継いでいきたいと願っています。そして、人や地域が優しさでつながり、多様な楽しみを尊重し分かち合うことで、誰もが幸せを感じる「わくわくする世界一楽しいふるさと」を目指していきます。

私たちは、こうしたことを「WE LOVE とよた」の取組とし、持続可能なまちを実現するために、このまちに関わる全ての人々と共に推進していくことを決意し、この条例を制定します。

（基本理念）

第1条 私たちは、次に掲げる事項を「WE LOVE とよた」の取組の基本とし、自らの意思で行動していきます。

- (1) 互いを尊重しながら、とよたの魅力を自由に楽しみます。
- (2) とよたの魅力を周りの人々に伝え、共に楽しみます。
- (3) 互いに協力しながら、とよたをもっと楽しくします。

（行動計画）

第2条 私たちは、「WE LOVE とよた」の取組を推進していくために、次に掲げる事項について行動計画を作ります。

- (1) とよたの魅力を知り、これを暮らしに取り入れ、発信し、高めていくこと。
- (2) 「WE LOVE とよた」の取組への理解と共感の輪を広げていくこと。

■附 則

（施行期日）

- 1 この条例は、平成29年4月1日から施行します。

（条例の見直し）

- 2 私たちは、第8次豊田市総合計画の実践計画の期間を経過した場合において、この条例の施行の状況について検討を加え、その結果に基づいて、必要な見直しを行うものとしします。

1 「WE LOVE とよた」条例制定の背景

- ・「WE LOVE とよた」の始まりは、平成20年に発生した世界金融危機による地域経済の沈滞ムードの払拭を目指す「とよた元気プロジェクト」の合言葉
- ・経済活性化の視点を地域愛の醸成などまちづくり全体に広げ、その取組を一層推進していくために条例を制定（平成29年3月）



(1) 「WE LOVE とよた」の始まり

- ・平成20年に発生した世界金融危機（リーマンショック）では、法人市民税収入が前年度比で9割以上落ち込むなど、本市も例外ではなく大きな影響が及びました。
- ・「WE LOVE とよた」は、こうした地域経済の沈滞ムードを払拭して市民意識の向上につなげるため、平成21年3月に始まった「とよた元気プロジェクト」の合言葉として始まりました。



「WE LOVE とよた」のロゴマーク



赤い円は「市民マインドの高まり」、その円からはみ出る文字は「枠を飛び出す元気さ」を表しており、本市の魅力の発信や、愛着を育むものに使用できます。

（例）イベントのチラシ・ポスターへの掲載、地域の特産品へのシール貼付など

ロゴマークの「とよた」の部分には、市内の地名や特定の地域資源などを入れて使用することもできます。



(2) 「WE LOVE とよた」の取組の強化と条例制定

- ・地産地消など地域経済の活性化として始まった取組に加え、市では平成27年から歴史や文化など幅広い地域の資源や魅力を楽しむメッセージとして展開しており、平成29年3月に「WE LOVE とよた」条例を制定しました。
- ・条例にすることで「WE LOVE とよた」の立ち位置を明確にし、市民との共通認識とするとともに、中長期的なまちづくりの理念として安定的に取り組めるようにすることが狙いです。

2 「WE LOVE とよた」条例の概要

- ・「WE LOVE とよた」条例は、まちの魅力を次の世代に引き継いでいくため、とよたの魅力に改めて気付き、楽しみ、共有していくことの重要性や考え方を整理したもの
- ・条例附則に「第8次豊田市総合計画」（～令和6年度）終了時に検証を行う規定あり
- ・このような趣旨の条例化は、他市の先駆け的な取組

（1）条例制定の意義

- ①**条例制定の過程で市民等を巻き込んだ議論を経て合意形成を図ってきたこと**
→市民等のこのまちへの愛情と誇りが一層高まり、自発的な行動につながることを期待
- ②**議決を得た条例として、市民等の取組の拠り所となっていること**
→市民等が共通認識を持ち、一層幅広い参画へとつながることを期待

（2）条例の特徴

- ①**シンプルであること**
 - ・本条例は、「前文」「基本理念」「行動計画」の3つで構成。
 - ・一般的な条例には、市民の権利や制限、施設の使用料など具体的な取り決めや義務も書かれています。一方、本条例は「理念条例」と呼ばれるもので、想いの共有などを目的にシンプルな構成としています。
- ②**主語は「私たち」**
 - ・条文の書き出しは、いずれも「私たち」。
 - ・そこには、市も市民もその他市に関わる人たちも、役割を区別することなくみんなと一緒に取り組んでいきたいという想いを込めています（取組は決して強制されるものではなく、参画は市民等の自由）。
 - ・市からの一方的な取組や機会の提供だけでなく、「WE LOVE とよた」が市民の暮らしに広がり、根付くことで、市からの啓発や後押しがなくても市民による自発的な行動が広がっていくことが理想です。
- ③**キーワードは「楽しむ」**
 - ・誰もが気軽に参画できる考え方として「楽しむ」をキーワードとしています。
 - ・まちを「楽しむ」ことができれば好きになり、自分のまちとしての意識と関心が高まり、まちづくりの当事者となって愛情と誇りが一層醸成されることを期待するものです。
 - ・条文では、まずは自分自身が「自由に楽しみ」、周りの人に「楽しみを広め」、さらには魅力をもっと高めるという意味での「もっと楽しくする」という3ステップで表現しています。

【条文の抜粋】

- ①互いを尊重しながら、とよたの魅力を自由に楽しみます。
- ②とよたの魅力を周りの人々に伝え、共に楽しみます。
- ③互いに協力しながら、とよたをもっと楽しくします。

④「私たち」の自由な意思での参画

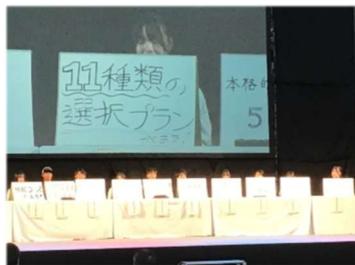
- ・本市は就職などでの転入者（故郷が別にある市民）が多いまちであり、そういった人たちの故郷を思う気持ちは尊重されるべきものです。
- ・だからこそ、「WE LOVE とよた」の取組は決して強要されるものではなく、特に郷土愛の押しつけにならないよう留意が必要です。
- ・一方で、転入者が多いのは育ってきた生活環境や価値観が異なる人が多いまちということでもあるため、「WE LOVE とよた」が様々な人たちの一体感をつくるきっかけとなり、地域の魅力に気付く合言葉として市民の意識や行動に少しずつ広がり、暮らしの中に浸透していったほしいと願っています。

■行動計画について

- ・市では、第8次豊田市総合計画の前期・後期実践計画の各計画期間に合わせ、市が把握する関連事業を「行動計画」として体系的に整理して取り組んできました。
- ・第1期（平成29年度～令和2年度）は9割超、第2期（令和3年度～6年度）は新型コロナウイルス禍においても約8割の事業で目標を達成することができました。

※詳細は、資料編「資料1」（35ページ）を参照

<主な取組の例>



豊田市高等学校魅力発見フェスタ
(魅力を知る)



地産地食の推進
(暮らしに取り入れる)

⑤条例の見直し規定

- ・条例の施行から一定の期間が経過したタイミングで、「WE LOVE とよた」に対する市民意識の広がりやまちづくりへの影響等を確認する機会として検証を行うことが条例の附則に規定されており、本書は検証結果をまとめたものです。

(3) 他自治体の取組

- ・本市のように地域への愛着の醸成を目指した他市の条例としては、以下のものが挙げられ、本市の平成29年の条例制定は他の先駆けとなっています。

相模原市「さがみはらみんなのシビックプライド条例」(令和3年度)
川口市「大きな声で川口が大好きだと叫んでみませんか川口プライド条例」(令和5年度)
名張市「みんなが名張を好きになるなる条例」(令和6年度)

- ・これらの条例では、「シビックプライド」の向上を前面に打ち出し、取組ごとの主体が設定されています。
- ・一方、本条例では「とよたを楽しむこと」「持続可能なまちを実現すること」などの表現を用いており、取組の主体を区別せずに「私たち」で統一していること(詳細は4ページを参照)が特徴です。

(4) 条例の位置付け

- ・本市では、「ふれあい豊かな地域社会づくり」を目指して、市民共通の願いを5項目に託した「豊田市民の誓い」が昭和53年に制定されています。
 - ・行政活動の基本的な方針や計画は、この「豊田市民の誓い」を土台として整理されています。代表的なものとしては、豊田市の自治の基本を定める「豊田市まちづくり基本条例」やまちづくりの羅針盤である「総合計画」が挙げられ、「WE LOVE とよた」条例もこれらと同様にまちづくりの基本的な考え方を整理したものです。
- ※「豊田市民の誓い」と「WE LOVE とよた」条例の関係の詳細は、資料編「資料2」(36ページ)を参照

<「豊田市民の誓い」について>

- ・本市の発展は、1950年代から1960年代にかけての周辺町村との合併、高度経済成長期における自動車産業の発展に伴う市外・県外からの転入者の大幅な増加の2つの大きな流れが礎となっています。
- ・急激に増加してきた地域社会に混在する人たちの中から新しいコミュニティ形成の意識が必然的に生まれ、目指すべき目標を決めようとする議論の全市的な展開を経て、「豊田市民の誓い」は昭和53年に制定されました。

豊田市民の誓い

わたくしたちは、七州をのぞむ美しい山河にかこまれ、輝かしい衣の里の歴史と伝統をうけつぎながら、明日に向かって伸びゆく豊田市の市民です。

- ① 緑をはぐくみ、川を大切に、豊かな自然を愛しましょう 
- ② スポーツに親しみ、教養を高めて、文化の向上につとめましょう 
- ③ 元気で働き、若い力をそだてて、幸せな家庭をつくりましょう 
- ④ 互いに助けあい、心の輪をひろげて、あたたかい町をつくりましょう 
- ⑤ いのちを尊び、きまりを守って、住みよい社会をつくりましょう 

3 これまでの取組

- ・市では、啓発冊子で「WE LOVE とよた」の楽しみ方を「5つの視点」に整理して具体例を提示。サポーター任命などによる「とよたの魅力」のPRを展開
- ・「とよた元気プロジェクト」や地産地食の促進など、様々な官民の取組が展開
- ・「WE LOVE とよたフェスタ・アワード」などを契機に、新たな市民団体・個人が取組に参画
- ・小・中学校や地域などの身近な環境で、地域への興味・愛着を高める取組が展開

(1) 市民等への啓発

市では、「WE LOVE とよた」の具体的な取組を行動計画として明らかにするとともに、市民等の認知・理解を広げるため、冊子『WE LOVE とよたのタネ』として「見える化」をしてきました。

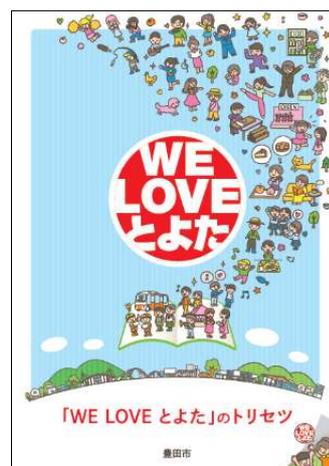
令和6年度には、こどもたちにもわかりやすく、親しみやすさに配慮したパンフレット『「WE LOVE とよた」のトリセツ』を新たに作成し、転入者等に配布しています。



『WE LOVE とよたのタネ』



『「WE LOVE とよた」のトリセツ』



これらの冊子・パンフレットでは、「WE LOVE とよた」の楽しみ方を市民等によりわかりやすく伝えるため、「魅力を知る」「魅力を暮らしに取り入れる」「魅力を発信する」「魅力を高める」「理解と共感の輪を広げる」の「5つの取組の視点」に細分化し、具体例を示しながら紹介しています。

例示(34ページの図)を見ると、「WE LOVE とよた」は特別なものではなく、日々の暮らしの中にあることがわかります。

(2) 「WE LOVE とよたスペシャルサポーター・サポーターズ」によるPR

本市にゆかりのある著名な個人・団体等をサポーターとして任命し、ご自身の活動を通じて、「とよたの魅力」のPRにご協力いただいています。

令和8年2月10日現在、スペシャルサポーター（その活動が全国的・世界的な方）に20件、サポーターズ（その活動が主に豊田市内の方）に13件の任命をしています。

<「WE LOVE とよたスペシャルサポーター・サポーターズ」任命一覧>

| WE LOVE とよたスペシャルサポーター | WE LOVE とよたサポーターズ |
|-----------------------|------------------------------------|
| 福田 彩乃 | うたれん |
| 羽根田 卓也 | 里園 侑希 |
| 諏訪 道彦 | ミステリック SHINYA |
| 加藤 ミリヤ | TUT-1026 |
| 上田 まりえ | 松田 政大 (MASA) |
| トヨタヴェルブリッツ | 富永 由美子(YUMIKO) |
| 藤嶋 昭 | 甲田 陽子 |
| よしこ (ガンバレルーヤ) | D.O.M |
| 福澤 知浩 | こめったくん |
| トヨタ自動車硬式野球部 | 豊田大谷高校ダンス部 |
| 太田 博久 (ジャングルポケット) | ポニー福元 |
| トヨタ自動車レッドテリアーズ | 矢上 彩乃 |
| 寺本みなみ・みずほデュオ | 中元 大介 |
| 茱白 実歩 | ※敬称略、令和8年2月10日現在 ※掲載はサポーターへの任命順 |
| イバラ | |
| 鳥山 直也 | |
| 近藤 和久 | |
| ヴィトル | |
| 喜劇団・笑劇波 | |
| 豊田ご当地アイドル Star☆T | |

最新の情報はこちら▶



スペシャルサポーター サポーターズ

(3)「とよた元気プロジェクト」の取組

「WE LOVE とよた」を合言葉に始まった「とよた元気プロジェクト」は、地域経済の活性化を目指す行政・経済界が一体となった取組として地域に根付いており、様々な取組を展開してきました。

<主な取組>

①「とよた PR 大使」の活動

- ・本市のイメージアップを図る役割を担い、本市の魅力を市内外へ向けて積極的に発信



とよた PR 大使

②「とよた産業フェスタ」の開催

- ・本市及び広域都市の産業・観光事業・農林業など生活に関わる情報を発信し、市民の交流の場を創出
- ・2025年のテーマは「『WE LOVE とよた』でみんなを笑顔に！」



フェスタ会場の様子

③「WE LOVE とよたマルシェ」の展開

- ・本市ならではの美味しいギフト・手土産・銘品をWEBサイトで紹介
- ・事業への加盟店舗の美味しい逸品を一堂に掲載したリーフレットを作成



ロゴマークとリーフレット

④ラリーカー「WE LOVE とよた号」の出走

- ・「元気なとよた・活力あるまち」をアピールするとともに、「くるまのまち豊田」のラリー文化醸成を目的に、企業協賛を募り、「WE LOVE とよた」のロゴマークをデザインに取り入れたラリーカーを製作して「TGR ラリーチャレンジ in 豊田」に参戦



「WE LOVE とよた号」

⑤ 新型コロナ禍における市内消費喚起の取組

- ・ 新型コロナ禍における市内消費拡大・地産地消・元気発信を目的に、プレミアム付き商品券・飲食券の発行、PayPayによるキャンペーンを実施



応援商品券 バナー



PayPay キャンペーン バナー

| 取組内容 | | 実施期間 | |
|-------------------|-----|-----------------------|-------------|
| WE LOVE とよた 応援商品券 | | 令和2年10月1日 ～ 令和3年2月28日 | |
| WE LOVE とよた 応援飲食券 | | 令和3年10月1日 ～ 令和4年2月28日 | |
| PayPay キャンペーン | 第1弾 | 令和4年3月1日 | ～ 同年3月31日 |
| | 第2弾 | 令和4年12月1日 | ～ 令和5年2月28日 |
| | 第3弾 | 令和5年8月1日 | ～ 同年8月31日 |
| | 第4弾 | 令和5年10月1日 | ～ 同年11月30日 |

⑥ 物価高騰対策及び消費喚起の取組

- ・ 物価高騰による家計の負担軽減と消費喚起による地域経済の活性化を目的に、PayPayによる「家計サポートプレミアム付き商品券」を発行

(令和8年2月16日に申込受付を開始)



商品券の申込・購入 バナー

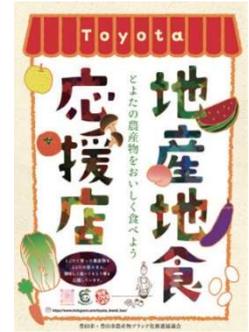
(4) 食に関する取組

① 地産地食の推進

- ・市と豊田市農産物ブランド化推進協議会が連携して地産地食の推進に取り組むとともに、「とよたの農」に関する情報を発信
- ・とよたの農産物や加工品の積極的な販売により地産地食を応援する店舗を「地産地食応援店」として登録して紹介



レシピ集



応援店バナー

② 「とよた茶」

- ・豊田市内の茶畑で丹精込めて作られた茶葉を使い、じっくり丁寧に仕上げた本格的なかぶせ緑茶
- ・JAあいち豊田が、豊田市農産物ブランド化推進協議会や豊田茶業組合・猿投農林高校などと共同で企画して商品化



「とよた茶」

③ 卸売市場でのシール貼付

- ・「WE LOVE とよた」の趣旨に賛同した卸売業者や仲卸業者などが、卸売市場内で販売する豊田市産の野菜に「WE LOVE とよた」のシールを貼付



シールが貼られた豊田市産の野菜

④ 「とよた絶品スイーツフェア」

- ・市内の和洋菓子店経営者20名で構成される「豊田プレミアムスイーツクラブ」が主催し、令和7年度で第11回を数えるフェア
- ・「WE LOVE とよたの美味しい大集合！」をテーマに、各和洋菓子店が提供するこだわりのスイーツを通じて、本市の食のおいしさと魅力を広く発信



チラシ

(5) 小・中学校での取組

「第4次豊田市教育行政計画」では、「めざす人物像」のひとつに「郷土愛：豊田市の多様な魅力を分かち合い、次代へ継承・発信する人」を掲げ、各校において郷土を愛し、生涯学び、活躍できる機会の創出に取り組んできました。

<主な取組>

①「WE LOVE とよた教育プログラム」

- ・市の関係課等と連携した本市が有する多様な教育資源（施設・人材）を活用した魅力ある授業を通して、こどもの郷土愛や学びに向かう力を育成
- ・指導経験が豊富な教員の代表で構成される「WE LOVE とよた教育プログラム推進委員会」が、より使いやすい魅力あるプログラムを作成
(令和6年度末時点で、84プログラムを作成)



枝下用水の昔と今を学ぶ様子

②地域学習の時間

- ・学区探検や学区内の施設訪問など地域に根ざした活動により、こどもたちに身近な地域の資源や魅力を知り、触れる機会を創出
- ・これらの活動が契機となり、地域行事への参加や、継続的な活動への参画につながるこどももいる



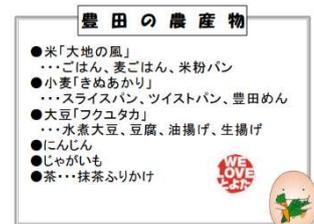
「挙母祭りを学ぶ会」の様子

③地産地食の取組

- ・新たな農業の生産手法や生産者の声を児童・生徒に伝え、食育への理解促進を図ることを目的に、市内産の有機農産物等を学校給食で使用
- ・献立表や校内放送で紹介するとともに、生産者から直接声を聞く機会を設定



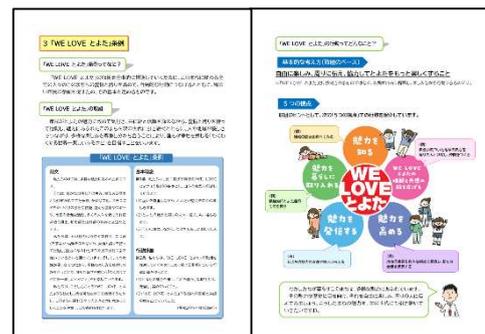
市内産食材を用いた給食（鮎ほか）



献立表での紹介

④その他の取組

- ・中学校社会科副読本「はばたく豊田」で「WE LOVE とよた」条例の概要を紹介



「はばたく豊田」での紹介ページ

(6) 「WE LOVE とよたフェスタ」の開催

とよたをもっと楽しくしたい市民で構成する実行委員会が主催し、出展者や来場者、みんなで作りにあげているイベント。様々な分野の出展があり、いろいろな人とつながることができます。

条例を制定した平成29年度から毎年度開催（新型コロナの拡大に伴う誌面開催を含む。）され、令和6年度の第8回までで約800団体が出展・出演し、約35,000人が来場している恒例イベントです（ともに延べ団体数・人数）。

| | 開催日時 | 出展等団体数 | 来場者数 |
|--------|-------------------------|--------|---------|
| 第1回 | 平成30年2月25日（日） | 133団体 | 約6,000人 |
| 第2回 | 令和元年3月17日（日） | 120団体 | 約9,000人 |
| 第3回(※) | 令和2年3月8日（日） | 誌面での開催 | |
| 第4回(※) | 令和3年2月6日（土） ～3月7日（日） | 72団体 | 約1,500人 |
| 第5回 | 令和4年3月13日（日） | 110団体 | 約2,200人 |
| 第6回 | 令和5年3月5日（日） | 130団体 | 約8,000人 |
| 第7回 | 令和5年10月1日（日） | 115団体 | 約3,000人 |
| 第8回 | 令和7年3月16日（日） | 127団体 | 約6,000人 |

※新型コロナの拡大防止に配慮して柔軟に開催

第3回：誌面で出展予定者の活動を紹介することで、誌面上でのつながり、興味・行動のきっかけを創出

第4回：新型コロナ対策をしながら期間中に様々な方法での開催を試み（小規模開催、オンラインなど）

※表中の団体数・来場者数は、メイン開催となった3月6日（土）、7日（日）のとよしば、新とよパークの集計



チラシ



フェスタ当日の様子



(7) 「WE LOVE とよたアワード」の実施

「WE LOVE とよたフェスタ」の会場にて、「WE LOVE とよた」条例の趣旨に沿った取組をしている個人・団体を表彰。会場内で表彰者を紹介するチラシを配布するなどつながりの機会を創出してきました。

令和6年度の第8回までに約400件の表彰をしています。

| | 開催日時 | 出展等団体数 |
|-----|---------------|---------------|
| 第1回 | 平成30年2月25日(日) | 67件 |
| 第2回 | 令和元年3月17日(日) | 112件(うち新規92件) |
| 第3回 | 令和2年3月8日(日) | 34件(うち新規23件) |
| 第4回 | 令和3年3月7日(日) | 25件(うち新規13件) |
| 第5回 | 令和4年3月13日(日) | 29件(うち新規14件) |
| 第6回 | 令和5年3月5日(日) | 58件(うち新規36件) |
| 第7回 | 令和5年10月1日(日) | 48件(うち新規25件) |
| 第8回 | 令和7年3月16日(日) | 26件(うち新規13件) |



表彰式の様子

(8) 各地域での取組

①オリジナルデザインのロゴマーク、グッズの作成（下山地区）

- ・下山地区の「10年後の将来像」を見据え、地域住民とともに策定した「しもやまスマイルプラン」では、「WE LOVE しもやま」を「まちづくりに大切な2つのこと」のひとつとして位置付け
- ・プランの11分野と7自治区を表現したオリジナルロゴマークを制作。各種グッズを作成するとともに、プランとトートバッグの全戸配布により地域への愛着を醸成



プランとトートバッグの全戸配布

②オリジナルTシャツ等の作成（旭地区）

- ・旭地区への移住者が起業したアサノエンタープライズが、旭地区のマップと町名、「WE LOVE 旭」のロゴマークをデザインしたオリジナルTシャツ等を作成
- ・当初はぬくもりの里（社会福祉協議会旭支所）のスタッフ用ポロシャツから始まったが、今では市役所旭支所、民間事業者、地域住民にも着用の輪が拡大

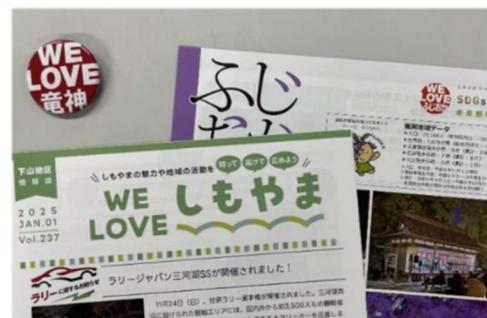


オリジナルTシャツ

③その他の取組（地域ロゴの活用など）



松平地区豊田市合併50周年記念誌



オリジナル缶バッジ・支所だより

(9) ロゴマークの活用事例

① 図柄入りご当地ナンバープレート

- 豊田スタジアムに、本市をホームタウンとする名古屋グランパスのマスコットキャラクターを配置し、背景に四季桜と紅葉をデザインしたナンバープレートを制作



登録自動車（自家用）



原付一種（白色／50cc 以下）

② 豊田おいでんまつり

- 「マイタウンおいでん」「おいでん総踊り」「花火大会」からなる市民・事業者・行政の共働りの力で開催する夏の風物詩
- 「とよた元気プロジェクト」が始まった平成21年度（第41回）からは、おいでん総踊りのステージに「WE LOVE とよた」のロゴマークを掲出
- また、平成28年度（第48回）からは、『「WE LOVE とよた」 魅力発見 ふるさとのまつり』を基本テーマに掲げ、市内外にとよたの魅力を発信・演出



ステージでのロゴマーク掲出



ロゴマークの仕掛け花火

4 市民等へのアンケート調査・意見聴取

(1) 「WE LOVE とよた」に関する意識・行動調査

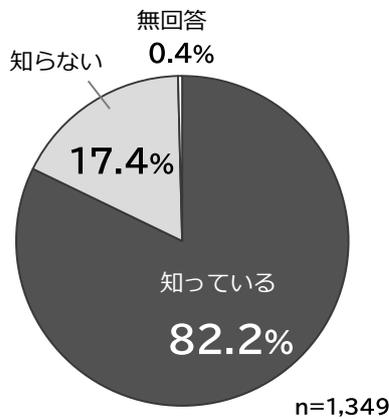
- ・「WE LOVE とよた」の言葉の認知度 82.2%
- ・言葉を知ったことで意識の変化あり 25.6%（地域への愛着、地元産の購入 など）

<調査概要>

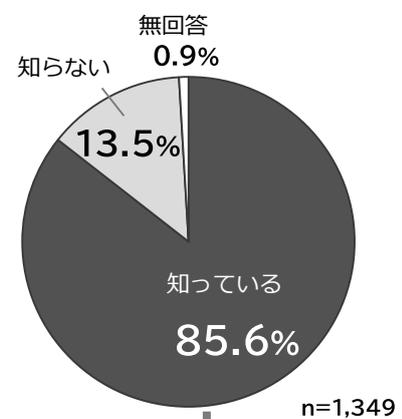
- ・調査対象者 市内居住の満16歳以上の市民3,000人（無作為抽出）
- ・調査期間 令和5年1月25日～2月17日
- ・回収結果 1,349票（有効回答率：45.0%）

<調査結果（抜粋）> ※その他の調査結果は、市ホームページに掲載

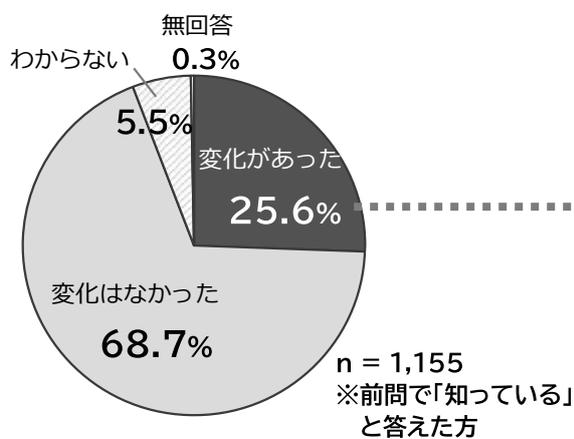
1 言葉の認知度



2 ロゴマークの認知度

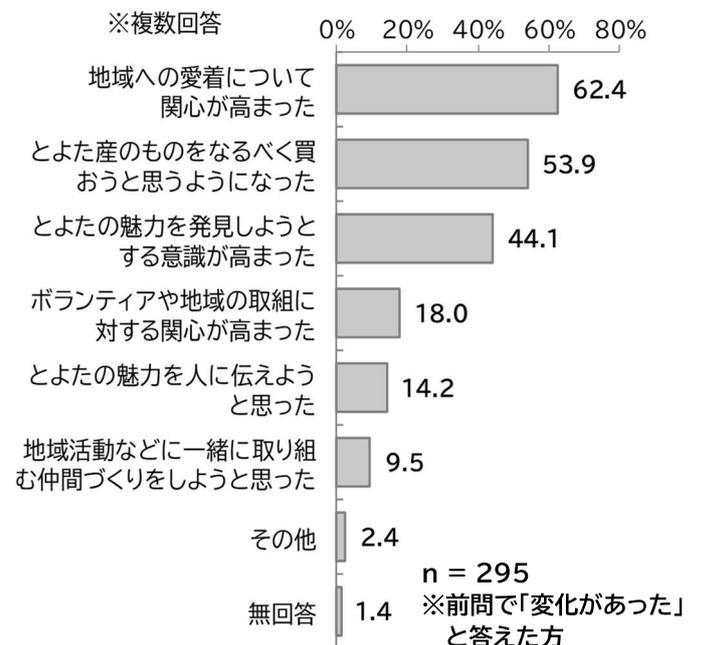


3 言葉・ロゴマークを知ったことによる意識に変化



※『変化があった』は、「変化があった」、「どちらかと言えば変化があった」と答えた方の割合の合算
 『変化はなかった』は、「変化はなかった」、「どちらかと言えば変化はなかった」と答えた方の割合の合算

4 意識変化の内容



(2) 豊田市子ども会議子ども委員へのアンケート

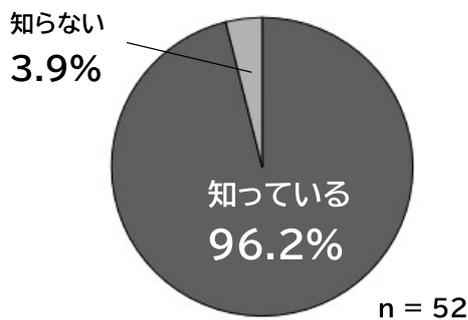
- ・「WE LOVE とよた」の言葉の認知（子ども） 96.2%
- ・言葉・ロゴマークから感じる印象（とよたっぼい、親しみやすい、明るい など）

<調査概要>

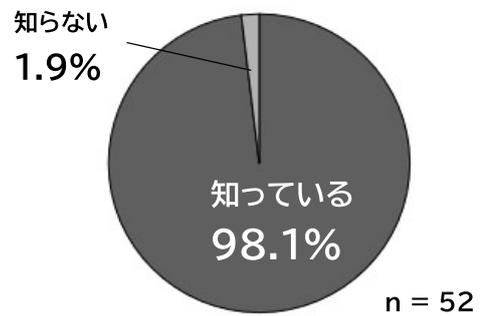
- ・実施日 令和6年10月20日（日） ※対面での調査
- ・参加者 子ども委員：52名

<調査結果>

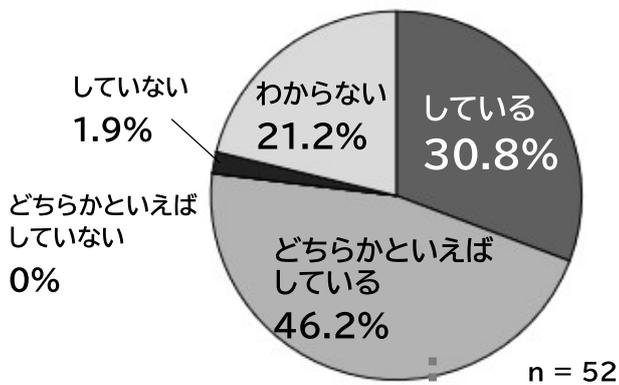
1 言葉の認知度



2 ロゴマークの認知度



3 「WE LOVE とよた」に関わる行動



4 行動の内容



5 言葉・ロゴマークを見たり、聞いたりしたときに感じたこと(3つまで選択)



(3) 各種団体ヒアリング

【主な意見】

■ 条例について

- ・ 条例は普遍的な内容で、過不足ないと思う。
- ・ 個々の条例の関係がわかりにくいという市民や企業もいる。「WE LOVE とよた」は横串的な土台だと認識してもらえるとよい。
- ・ 「持続可能なまち」という部分では、地産地消など地域内での経済循環が大切。条例がそういったところをバックアップし、取組を後押ししていくとよい。

■ 「WE LOVE とよた」全般について

- ・ 市民の合言葉になっており、仲間意識を感じる。
- ・ 地域を大切にしていこうという機運の高まりを感じる。
- ・ まちなかでは浸透してきていると感じる。もっと広がっていくとよい。

① 条例市民検討プロジェクト

- ・ 団体概要 「WE LOVE とよた」の関連分野（商工業、農業、歴史、文化、市民活動、I ターン等）の現場で活躍する市民など12名で構成され、条例案の検討を行ったプロジェクト
- ・ 実施日 令和5年10月24日（火）
- ・ 参加者 プロジェクトメンバー：8名

<主な意見>

■ 条例の規定内容、文言、組み立てについて、あらためて読んでみてどう感じるか

- ・ 普遍的な内容で過不足なくよくできている。
- ・ 文言の組み立てなど、5年、6年経っても色褪せることなく、素晴らしい組み立てだったと思う。特にいじる必要はないと感じている。
- ・ この条例のとおりになちが盛り上がっていると感じる。「つながる」「発信する」「楽しむ」など、自分が予想していた以上に理想的な形になっている。
- ・ あまり条例がころころ変わると根付かなくなってしまう。

■ 条例制定当時の理念や考え方に対し、市民意識・行動調査結果を踏まえて、現状をどのようにとらえているか

- ・ 「WE LOVE とよた」の認知度が高まり、豊田市の代名詞になってきた。
- ・ 自分達の地域を大切にしていこうという機運が広がってきた気がする。
- ・ 条例自体が進行しているというよりも、「WE LOVE とよた」マークの浸透によって活動が増えてきたという印象。イベントも多くなっている。
- ・ マークひとつで具体的に人の思いが変わるんだなというのが、率直な驚き。

②「WE LOVE とよたフェスタ」実行委員会

- ・団体概要 とよたをもっと楽しくしたい市民で構成され、フェスタの企画・運営を行う実行委員会
- ・実施日 令和6年9月19日（木）
- ・参加者 実行委員会メンバー：9名

<主な意見>

- ・市民の合言葉になっており、仲間意識を感じる。
- ・ロゴがかわいい。よく目にすることで愛着が湧き、親しみが広がると思う。
- ・まちなかでは浸透してきていると感じるが、まちなかから離れると言葉やロゴを目にすることが少ない。まちなかから周りにもっと広がっていくとよい。
- ・言葉やロゴは広がったと思うが、元々豊田が好きだった人や市民活動をしている人が中心だと感じる。新しい人に広げていくための仕掛けがあるとよい。
- ・「WE LOVE とよた」はポジティブな言葉。込められた思いまでわからなくても、合言葉・象徴としてポジティブに使ってくれればよいのではないか。

③豊田市地域経営懇話会

- ・団体概要 豊田市附属機関条例に位置付けられる市長の附属機関。公共的団体等が推薦する者、学識経験者、市民で構成され、行政改革の推進、行政評価、市の重要課題等について審議
- ・開催日 令和6年10月10日（木）
- ・参加者 委員10名

<主な意見>

- ・まちづくり基本条例や市民活動促進条例との違いが、市民や企業に伝わっていないのではないか。
- ・「WE LOVE とよた」があるために、個々の条例の意義がわかりにくいという市民や企業もいる。「WE LOVE とよた」は横串的な土台であることを、もう一度認識してもらえるとよい。
- ・言葉の認知度は、もっと高くてもよいと感じる。また、アンケート調査で「行動している」と回答した市民は約23%と低いが、「WE LOVE とよた」が大きすぎてぼんやりしているため、それぞれの行動が「WE LOVE とよた」に関連しているか判断が難しいのではないか。
- ・「WE LOVE とよた」というスローガンを、具体的にどういう方向性にしていくか、どのように可視化していくか。例えば、学生の中で地域に関わる人が「WE LOVE とよた」を言葉にして語れるようになるまで踏み込めると、実体として「WE LOVE とよた」のスローガンが体現されるのではないか。

④豊田市子ども会議

- ・団体概要 豊田市子ども条例に位置付けられる会議。60名程度の小学校5・6年生、中学生、高校生で構成され、子どもにやさしいまちづくりに関することについての意見を聴取
- ・実施日 令和6年10月20日（日）
- ・参加者 子ども委員：52名



会議での意見聴取の様子

<主な意見>

- ・この言葉を聞き、もっと「とよた」を知ってほしいという思いがすごく伝わる。
- ・おいでんまつりでも見たことがある。このロゴを見ると明るい気持ちになれる。
- ・あまり何かわからない。特に子どもは内容を理解していないので学校の授業で扱えと、地域に対しての愛を子どもの頃から考えられると思う。
- ・誰もが豊田への愛で1つになれる感じがしてとてもよいと思う。

⑤「とよた元気プロジェクト」実行委員会

- ・団体概要 市内の産業団体の代表者等で構成され、とよた元気プロジェクトに関する取組の企画・運営を行う実行委員会
- ・開催日 令和7年4月11日（金）
- ・参加者 実行委員会メンバー：20名

<主な意見>

- ・「持続可能なまち」という部分では、地産地消など地域内での経済循環が大切。条例がそういったところをバックアップし、取組を後押ししていくとよい。

(4) Eモニターへのアンケート調査

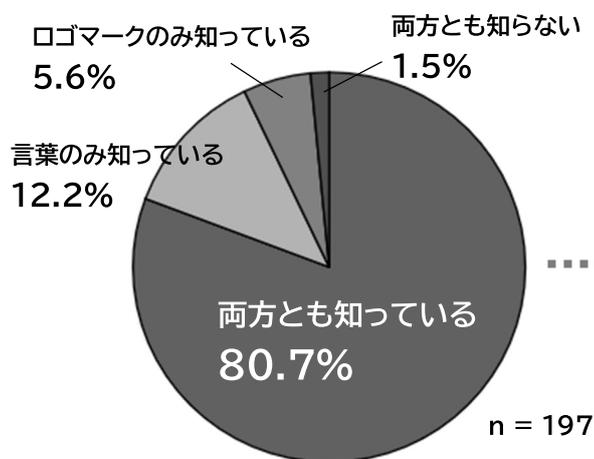
- ・ 条例施行後の「WE LOVE とよた」の言葉の広がりを感じる 73.7%
- ・ 豊田市や自分の住む地域への愛着や魅力を感じる 82.2%

<調査概要>

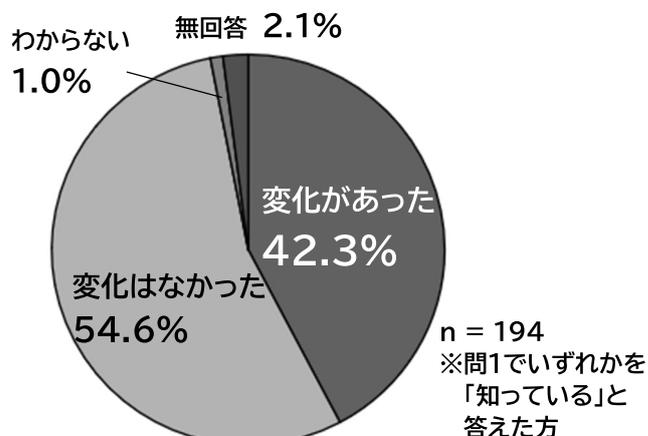
- ・ 調査期間 令和7年9月21日～9月30日
- ・ 回答者数 197人

<調査結果(抜粋)> ※その他の調査結果は、市ホームページに掲載

1 言葉・ロゴマークの認知度

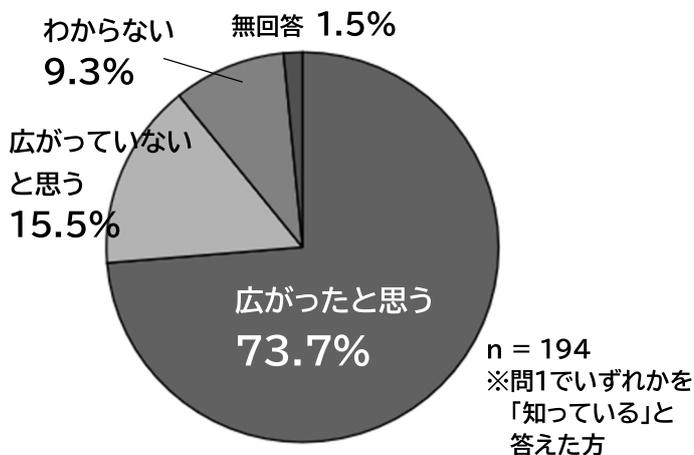


2 言葉・ロゴマークを知ったことによる意識に変化



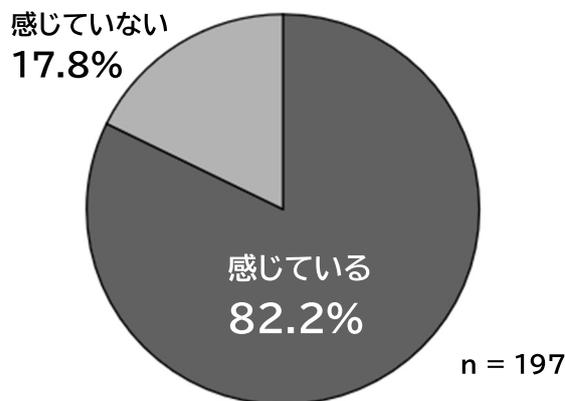
※『変化があった』は、「変化があった」、「どちらかと言えば変化があった」と答えた方の割合の合算
『変化はなかった』は、「変化はなかった」、「どちらかと言えば変化はなかった」と答えた方の割合の合算

3 条例施行後の言葉の広がり



※『広がったと思う』は、「広がったと思う」、「どちらかと言えば広がったと思う」と答えた方の割合の合算
『広がっていないと思う』は、「広がっていないと思う」、「どちらかと言えば広がっていないと思う」と答えた方の割合の合算

4 豊田市や自分の住む地域への愛着や魅力



※『感じている』は、「感じている」、「やや感じている」と答えた方の割合の合算
『感じていない』は、「感じていない」、「あまり感じていない」と答えた方の割合の合算

(5) パブリックコメント

【主な意見】

■ 条例について

- ・多様な人が参加し、次の世代に豊田のよさを伝える取組が今後も続くことに期待。
- ・「WE LOVE とよた」の理念にゴールはなく、完結するものでもないため、継続的な推進が必要だと思う。

■ 言葉・ロゴマークについて

- ・主語が「I」ではなく「WE」であることで一体感を感じる。
- ・誰にでもパッとわかりやすく、馴染みやすくてよい。

■ 認知・PR、今後の取組について

- ・言葉の意味についてもっと周知し、市民の認知を高めていくべき。
- ・理念だけでなく行動につなげる設計にする必要がある。
- ・市民が気軽に取り組める活動をいくつか提示し、参加を促す取組を進めてほしい。

＜実施期間＞ 令和7年10月1日（水）～31日（金）
※Eモニターは9月21日（日）～30日（火）

＜寄せられた意見の内訳＞

- ・提出数 **79通**（うちEモニター64通）
- ・意見数 **142件** ※1人の意見に複数項目含まれる場合は分けて整理

| 分 類 | | 件数 |
|-------------|----------------|-------------|
| 1 条例 | (1) 条例の継承 | 26件 |
| | (2) 条例全般 | 11件 |
| 2 言葉・ロゴマーク | (1) 言葉 | 4件 |
| | (2) ロゴマーク | 11件 |
| | (3) 言葉等の広がり・波及 | 7件 |
| 3 認知・PR | (1) 意味の認知・理解 | 16件 |
| | (2) 広報・PR手法 | 16件 |
| 4 今後の取組 | (1) 市民等の巻き込み | 8件 |
| | (2) 地産地消・消費喚起 | 4件 |
| | (3) キャンペーン | 4件 |
| | (4) 個別分野の取組 | 17件 |
| 5 その他の意見・感想 | | 18件 |
| 合 計 | | 142件 |

<寄せられた意見に対する市の考え方>

※各意見は、いただいた意見の主旨を損なわない範囲で集約及び要約しています。

1 条例（37件）

（1）条例の継承

- ・条例を継承することに賛成する。
- ・心を打つものがあるので継承し、広めて行ってほしい。
- ・親しみやすく、子ども達にも定着しているキャッチフレーズなので、このまま継続した方がよい。
- ・広い豊田市には都市部と山村部両方の魅力があり、自然豊かで住みやすい。多様な人が参加し、次の世代に豊田のよさを伝える取組が今後も続くことに期待。
- ・「WE LOVE とよた」の理念にゴールはなく、完結するものでもないため、継続的な推進が必要だと思う。
- ・少子高齢化や過疎が進むと小さな自治区から消滅し、豊田市の運営は厳しくなると思う。「豊田市が好き」というファンが減れば過疎はさらに進むため、今後も「WE LOVE とよた」の取組は必要だと思う。
- ・詳細を見ると今まで知らずに参加していたものもあり、とてもたくさん継承されていることを知ると同時に、これからも広く伝わって行ってほしいと感じた。
- ・イベントや芸能人によるアピールなど、豊田市を盛り上げる意味があることなので継承してほしい。
- ・あまり高い予算をかけなければ継承してもよいと思う。

（2）条例全般

- ・条例制定後は、各々が「WE LOVE とよた」を楽しみながら広げる実践が積み重なった10年だったと思う。
- ・とよた元気プロジェクトから始まった「WE LOVE とよた」の取組は、当時は商業的な意味合いが強く「何かとよたの物を買わなきゃ」という意識だったが、条例の制定後は郷土愛の意味を感じるようになった。
- ・市が推していると安心感があり、広がればいいなと思える。
- ・「WE LOVE とよた」の取組は、市民が自分たちのまちをもっと好きになるきっかけになっている。
- ・「WE LOVE とよた」条例は、今読んでも過不足ない。時代にあわせた変化の必要性や否定されるポイントはないと思う。また、市民への広がりには強制感はなく、「WE LOVE とよた」を合言葉に自由で自主的に自然な広がりを見せている。条例の伝えたい部分が体現できつつあると思う。
- ・シティプロモーションの先駆け。何よりも早かったのがよかった。他の自治体もマネしてやり始めたが、先んずれば人を制す。

- ・抽象的でわかりにくいという声もあるが、「WE LOVE とよた」という言葉のみで雰囲気は理解できる。逆に具体化すると範囲を狭める恐れがあるため、自由に解釈してもらう今のスタイルでよいと思う。
- ・各々で取組の目標や目的を持つことこそが新しい時代の価値観や風土、文化であり、本当の意味で優しく多様な社会だと思う。文化が根付くには時間がかかるが、短期的な評価に翻弄されず、今後もこの理念を大切に市民が育んでいけるよう行政としてもバックアップを継続してほしい。
- ・条例と聞くと押し付けがましい気がする。
- ・県外出身者にはあまり馴染まない。
- ・一部の人達が盛り上がっているだけで、ほとんどの市民は恩恵を受けていないと思う。

⇒「1 条例」に対する市の考え

- ・今回の「WE LOVE とよた」の振り返りの中で、「WE LOVE とよた」の認知度は相応に高い水準にあること、市民団体等による自発的な取組が様々にあること、多くの前向きなご意見があることを確認できました。
- ・「WE LOVE とよた」を条例としていることには、①制定過程で多くの市民の皆様との合意形成を図ってきたこと、②議決を得た条例であることが取組の拠り所となっていること、などの意義があると考えています。
- ・こうしたことから、今後も条例を継承し、「地域の魅力を次の世代につなげるまちづくり」を引き続き進めていくこととしました。

2 言葉・ロゴマーク（22件）

（1）言葉

- ・わかりやすいネーミングだし、とよた産・とよたに関わりがあるものという判別がつきやすくてよいと思う。
- ・主語が「I」ではなく「WE」であることで一体感を感じる。
- ・他地域でも同じようなフレーズを見ることもあるが、短く覚えやすいので親しみを持っている。
- ・こどもは読めないかも。

（2）ロゴマーク

- ・ロゴマークのデザインがかわいい。
- ・ロゴマークが印象的で、「WE LOVE とよた！」と聞くと元気な感じでよい。
- ・誰にでもパッとわかりやすく、馴染みやすくてよい。
- ・文字だと紛れてしまうが、赤いロゴマークだと目立って印象に残りやすい。
- ・ロゴマークもすっかり見慣れ、市民が自然と親しみを持てるデザインで好き。
- ・「WE LOVE とよた」は好きなロゴで愛着がある。
- ・「WE LOVE とよた」と似た企業ロゴもあるため、そろそろイメチェンもありかと思う。
- ・もう少しスタイリッシュなロゴにした方がよくアピールできると思う。

（3）言葉等の広がり・波及

- ・「WE LOVE とよた」という名称はキャッチーで使いやすく、条例制定による取組の後押しで市民の間にも広がりを感じる。ロゴを「WE LOVE ○○」と地域名に置き換えて使える点も親しみやすくてよい。
- ・市民が「WE LOVE ○○」のロゴを使って自分や仲間との好きを自由に表現するようになった。それらを生活の中で見かけるとほっとし、誇らしさも感じる。
- ・豊田おいでんまつりに携っており、「WE LOVE おいでん」の缶バッチをつくって配布した。来場者が嬉しそうにもらってくれたり、身に着けて踊ってくれたりする姿を見て、自分の好きをみんなと共有できた気持ちになった。
- ・2025年の「おいでん総踊り」では、「WE LOVE とよた賞」や「WE LOVE おいでん！」の掛け声が多く場面で見られ、合言葉としての浸透を嬉しく思った。これからも市民にもっといろんな「WE LOVE とよた」が広がってほしい。
- ・「WE LOVE とよたフェスタ」の事務局として携わる中でロゴマークの使用について質問されることも多く、広がりを感じるとともにとても誇りに思った。
- ・「WE LOVE とよた」は、様々な地域や団体、個人の活動までを支えるバックボーン役を果たしていると思う。具体的に限定せず自由に解釈して活用できることで、市民にも使いやすく、活用の幅が広がっているのではないか。

- ・県外出身者の自分が豊田市で子育てし、地域に根を張っていこうとする際に、「WE LOVE とよた」をあちこちで目にすることで、市民が地域への愛着を醸成しようとする機運を感じ、とても好ましく思った。

⇒「2 言葉・ロゴマーク」に対する市の考え

- ・アンケート調査での市民認知度は8割を超えており、また、こども（小学校5年生～高校1年生）へのヒアリングでは9割以上の認知度となっているほか、多くの方がポジティブな印象をもっていると認識しています。
- ・また、地域名などを「WE LOVE ○○」として掲げて一体感を高める取組や、店舗等で地元の特産品に「WE LOVE とよた」のシールを貼るなど、民間主体の活用も広がっており、今後もこうした取組の輪が広がるよう後押しをしていきます。
- ・なお、「WE LOVE とよた」のロゴマークの取り扱いについては、市と豊田商工会議所が協調しながら進めてきており、今後も適切な連携の下で取り組んでいく考えです。

3 認知・PR（32件）

（1）意味の認知・理解

- ・言葉の意味についてもっと周知し、市民の認知を高めていくべき。
- ・ロゴや言葉について「これはね・・・」「こんな市だよ」と、子どもたちも言えるくらいになると、目指しているまちづくりにより近づくと思う。
- ・条例を初めて知った。「WE LOVE とよた」のマークを目にする機会は多いが、何を意味しているかはあまり周知されていないと思う。条例の継承にあたり、さらなる広報が必要だと思う。
- ・「WE LOVE とよた」のロゴは以前から知っており、触れる機会も多い。認知度は高いが、馴染みがない人もまだまだいると感じられ、「WE LOVE とよた」の広がりには道半ばとの印象。
- ・理念だけでなく行動につなげる設計にする必要がある。豊田市の押しつけではなく、市民と協働できる仕掛けづくりが重要。
- ・豊田市ゆかりのスポーツ選手や観光地に使われているイメージで、地産地消などで使われているイメージはあまりなかった。よい取組だと思うが、意味合いも含めた認知度向上が大切だと思う。
- ・「WE LOVE とよた」の言葉やロゴを知っていて、催し物のポスターなどにあると目に留まるが、条例は知らなかった。条例を知らない方に広く伝えていくことも必要だと思う。
- ・取組の大小に関わらず、特に市民活動への広がりには「WE LOVE とよたフェスタ」への出展・来場で広がっていると感じる。
- ・条例は知らなかったが、ロゴマークは知っている。関連イベントにも参加していたことに気付いた。
- ・トラック等でステッカーを見たことがあったが、詳しくは知らなかった。
- ・「WE LOVE とよた」は特別なメッセージでなく、豊田市のロゴマークだと思っていた。

（2）広報・PR手法

- ・時々広報とよたに掲載したり、折込情報として配布したりすれば、マークの認知が高まり愛着も増加するのではないか。
- ・「WE LOVE とよた」のロゴマークを自由に使用できることを周知し、使用を推進していく。
- ・ポスターなどは目につくので、どんどんイベントなどで掲出してほしい。
- ・もっと広告を出すべき。
- ・市民にTシャツを配るなど、もっと知名度を上げる施策を打ったほうがよい。
- ・「WE LOVE とよたサポーター」によるPRはとてもよいと思う。
- ・サポーターの活動状況がわからない。任命に留まらず、もっと活動が広がるとよい。

- ・「WE LOVE とよたサポーター」の選定について、行政で候補者をあげて市民投票制にしてはどうか。また、各地区でサポーターを選抜し、全市の選抜隊を構成してはどうか。定期的に市民投票による更新の流れができるとうい。
- ・認知度については、表面的な数値ではなく、具体的な認識内容をよく確認することが必要。
- ・市民の認知拡大が行動変化にどの程度結びついているかを定量的に示せると、効果がより明確になる。地産地消の経済指標や地域への愛着度の見える化は、今後の方向性やゴール検討に有効だと思う。
- ・今後は外国人の巻き込みや認知度アップも視野に入れ、外国語パンフレット等により外国籍の方も「WE LOVE とよた」を知る機会が増えるとよい。
- ・豊田市民でも、市内で開催するイベント等に参加しなければ、なかなか認知度は上がらないと感じる。具体的な行事を広く市民にPR するべき。

⇒ 「3 認知・PR」に対する市の考え

- ・条例制定から現在にかけては、まずは「WE LOVE とよた」というキャッチフレーズを広く知ってもらうことを目指し、様々な取組を展開してきました。その結果、言葉そのものは高い認知度となっている一方、「WE LOVE とよた」の理念や期待している具体的な取組などの認知度は今後のテーマと捉えています。
- ・そうした考えと同時に、「WE LOVE とよた」は市による啓発のみでなく、個々が幅広く自由に解釈し、伸び伸びと自発的に取り組む「WE LOVE とよた」も含めて、地域に広がっていくことが望ましいと考えています。
- ・こうした「WE LOVE とよた」の捉え方の多様性、豊田市に関わる人々の多様性にも配慮し、「自由に楽しむ」という理念を大切にしながら啓発に取り組んでいきたいと考えています。

4 今後の取組（33件）

（1）市民等の巻き込み

- ・スポーツ、芸術、伝統芸能などと幅広くコラボする企画などがあると、豊田市をより楽しんでもらえると思う。
- ・スーパーや一般企業とコラボすることで、市民がより親しみやすくなるを感じる。
- ・企業やお店、市民活動団体等が主体の「WE LOVE とよた」の活動への市の斡旋や補助は、お客さんや従業員を巻き込んだ周知や理解につながると感じる。
- ・「WE LOVE とよた」の対象には企業等も含まれるため、もっと企業にも活用してもらえとなおよいと思う。
- ・市民が気軽に取り組める活動をいくつか提示し、参加を促す取組を進めてほしい。参加しやすい環境を整えることで、地域全体の活性化につながると期待。
- ・自分の好きな分野や得意分野を通じて豊田の魅力を気軽に表現できる「WE LOVE とよた」案内人・ガイドのような人を創出する機会があるとよい。
- ・市民・行政・企業が互いに思いを重ね、一体感を持って豊田をよりよいまちにしていけるよう、対話の場を創出してほしい。
- ・市役所などの公的機関が先頭に立つのではなく、費用対効果を見極めた民間に任せの方がよい。現状の物価高を考えると、減税できた方が市民は喜ぶのではないか。

（2）地産地消・消費喚起

- ・帰省土産を買うことが多いが、特産品などに貼ってあるシールで豊田産だと知ってもらえる。地産地消にも貢献していると思うので、どんどん広がっていくとよい。
- ・豊田市産の農産物にステッカーを貼るのはとてもよいと思う。
- ・「WE LOVE とよた」を掲示している場所で、もう少し市民に特典があるとよい。
- ・食べ物などおいしいものをもっとアピールできればよいと思う。

（3）キャンペーン

- ・以前あった「WE LOVE とよた」「WE LOVE ○○」のInstagramキャンペーンについて、人物や笑顔が写っている写真などを活用し、何らかの機会に改めて実施してはどうか。
- ・「WE LOVE とよた」は、あまりにも普通の言葉になってきた。「私は 豊田市が好きです WE LOVE とよた！」など前後に別の呼びかけを追加して、みんなで声をそろえて合唱してはどうか。
- ・PayPay キャンペーンはとてもありがたかった。またあると嬉しい。

（4）個別分野の取組

- ・ご当地ナンバープレートにもう少しさり気なさがあるバージョンがほしい。
- ・新たな分野での展開を期待（障がい者、高齢者とその家族が住みやすいなど）

- ・多少脱線してもいいので一層とがった「ひと、もの、こと」が生まれることで、豊田市が皆で楽しめるまちとなっていくと思う。
- ・大きなイベントでは表現できる人が限られるので、小さな取組から少しずつ広げていけるとよいと思う。
- ・交通機関で豊田市に来訪した際に最初に降り立つ豊田市駅の活性化を希望。また、セントレア発バスに豊田市らしいデザインを施すことで、観光客の印象が強まる。ロゴが素敵なので、豊田市駅がロゴで一面満開になる日を期待。
- ・「おいでん・さんそんセンター」は、条例を体現した象徴的な取組の一つだと思う。一層の活躍を期待したい。
- ・市議会議員と市民の交流会などを各公民館で定期的で開催し、困り事を聞く機会があるとよい。地域や自分の声が届けば、市政への関心が高まり、「WE LOVE とよた」への共感も深まると思う。
- ・豊田への愛着を高めるには、市民サービスを充実するべき。特に高齢者バスの優遇を名古屋市のようなわかりやすい制度にすれば、自由な移動が可能となり、豊田の魅力を発見する機会も増えると思う。
- ・豊田を愛するには豊田の歴史を知ることが必須だと思うが、図書館にも博物館にも豊田の歴史が見られる映像が少ないのが残念。また、これまで市が大事にしてきた貴重な資料がそのまま捨てられていくのは残念。
- ・子育てしやすい市になるとよい。保育士や教員、子どもたちに関わる仕事をしている方が、働きやすく、自信を持って進められる市になることが、子育てを支えていくと思う。
- ・若者に豊田市をもっと応援してもらうため、小・中学校での取組をどんどん実施していくとよりよいまちになると思う。
- ・豊田市は今年も暑く、全国1位の日もあった。そこで、夏に咲く豊田市の花のひまわり畑を見られるところがあたらよいと思う。
- ・地方のイベントに参加して豊田市をアピールしてほしい。
- ・産業フェスタなどのイベントはとてもよいと思うが、暑い時期は熱中症が心配。

⇒「4 今後の取組」に対する市の考え

- ・これまで、市は地産地食の推進、ご当地ナンバープレート、サポーターの任命など、様々な「WE LOVE とよた」の取組を進めるとともに、地域の魅力向上に取り組む市民団体等への支援、ロゴマークの利用促進などに取り組んできました。
- ・寄せられたご意見を参考とし、今後も様々な市の施策に「WE LOVE とよた」の観点を加えて、「とよたの魅力」を高め、発信していくことを目指します。同時に、市民の皆様のご自由で自発的な行動の輪の広がりを促進していきます。
- ・「WE LOVE とよた」はあなたの暮らしをもっと楽しくする合言葉。このような理念の輪が広がっていくよう、市民の皆様とともに取り組んでいきます。

5 総括と今後の方向性

・ 条例を継承し、地域の魅力を次の世代につなげるまちづくりを引き続き推進

※「自由に楽しむ」という理念の下、多様な市民意見に配慮しながら、理解と共感の輪を広げ、市民の自主的な行動を促進

(1) 現状の評価

① 市民等の高い認知度

- ・ 多様な主体による様々な取組の展開により、8割を超える市民が「WE LOVE とよた」の言葉・ロゴマークを認知しています。
- ・ また、9割を超えるこどもが言葉・ロゴマークを認知しているほか、多くの方がポジティブな印象をもっています。
- ・ この認知度は、「脱炭素社会」(83.7%)や「食育」(82.7%)といった国が全国に向けて発信している用語と同程度であり、市民に広く浸透していると言えます。
- ・ 各種団体への意見聴取では、条例や取組を支持する多くの意見をいただきました。

| 用語 | 認知度 | 出典 |
|---------------|-----------------------|-------------------------------|
| 「WE LOVE とよた」 | 大人：82.2% こども：96.2% | 経営戦略課調べ |
| 脱炭素社会 | 83.7% | 気候変動に関する世論調査 (令和5年7月、環境省) |
| 食育 | 82.7% | 食育に関する意識調査 (令和7年3月、農林水産省) |
| 生物多様性 | 72.6% | 生物多様性に関する世論調査 (令和4年7月、環境省) |

② 市民等による主体的な取組の広がり

- ・ 「WE LOVE とよたフェスタ」や「WE LOVE とよたアワード」などの機会を通じて新たな市民団体・個人の取組への参画が広がっており、地域名などを「WE LOVE ○○」として掲げることで一体感を高める事例も広がっています。
- ・ また、地域でのロゴマークの活用（チラシへの掲載やオリジナル缶バッジの作成など）や店舗等での商品へのシール貼付など、民間主体の取組も広がっています。

③ 公民連携によるまちづくり

- ・ 「とよた元気プロジェクト」は、地域経済の活性化を目指す行政・経済界が一体となった取組として地域に根付いており、精力的な活動が継続されています。
- ・ また、公民連携により開催されている豊田おいでんまつりや、名古屋グランパスとの連携によりデザインしたご当地ナンバープレートなど、様々なかたちで「WE LOVE とよた」を取り入れた連携が図られています。

(2) 国の動き

- ・内閣府の調査では、2040年頃にかけてさらに少子高齢化・人口減少が進展するとともに、インフラの老朽化に伴う更新需要が高まると見込んでおり、また、これらの変化に伴い多様な分野において課題が顕在化することを見込んでいます。
- ・このような時代において持続可能で個性豊かな地域社会を形成していくための観点として、国の地方制度調査会の報告では「地域への愛着」について言及しています。

地方制度調査会「2040年頃から逆算し顕在化する地方行政の諸課題とその対応方策についての中間報告」(令和元年7月)

第2 2040年頃にかけて求められる視点・方策

2 2040年頃にかけて求められる方策

(1) ひとに着目した方策

① 地域社会を支える人材の育成

(中略)

地域の様々な活動を次世代に継承していくため、地域課題に向き合う教育により地域への理解・愛着を高め、ふるさとや他の地域に関わることに価値を見出す人材や、地域の魅力を引き出して発信できる人材など、地域経済・地域文化の担い手を育成していく必要がある。

- ・これは「WE LOVE とよた」条例で掲げた理念に通ずるものであり、本市が目指してきたまちづくりの方向性とも合致するものです。
- ・本市は、こうした国の動きを先取りした取組を進めてきたと捉えることができます。



(3) 今後の方向性

- ・以上の振り返り・検証を踏まえ、条例を継承し、地域の魅力を次の世代につなげるまちづくりを引き続き推進します。
- ・なお、条文は第1条（基本理念）、第2条（行動計画）ともに普遍的な内容であり、市民の機運や社会環境、国の動きなどと照らし合わせても特段の表現の加除・変更は必要ないと評価します。
- ・今後も「自由に楽しむ」という理念の下、多様な市民意見に配慮しながら、理解と共感の輪を広げ、市民の自主的な行動を促進していきます。



資料1 行動計画掲載事業の達成状況

(1) 第1期（平成29年度～令和2年度）

- ・「第8次豊田市総合計画・前期実践計画」及び「第2次地域経営戦略プラン」から、「WE LOVE とよた」の推進に寄与する事業・取組を抜粋しました。
- ・5つの視点それぞれについて、ほぼすべての事業で目標を達成できました。

| 5つの視点 | 総事業数 | 達成事業数 | 達成率 |
|--------------|------|-------|--------|
| 魅力を知る | 19 | 18 | 94.7% |
| 魅力を暮らしに取り入れる | 16 | 15 | 93.8% |
| 魅力を発信する | 10 | 9 | 90.0% |
| 魅力を高める | 7 | 7 | 100.0% |
| 理解と共感の輪を広げる | 9 | 9 | 100.0% |
| 合計 | 61 | 58 | 95.1% |

(2) 第2期（令和3年度～6年度）

- ・5つの取組の視点に適合し、かつ本市の魅力のPRに寄与する事業について、「第8次豊田市総合計画・後期実践計画」からの抜粋等により選定しました。
- ・約半数の事業が新型コロナの影響を受けた中でも、実施方法の工夫等により約8割の事業で目標を達成できました。

| 5つの視点 | 総事業数 | 達成事業数 | 達成率 | 新型コロナの影響を受けた事業数 |
|--------------|------|-------|-------|-----------------|
| 魅力を知る | 25 | 22 | 88.0% | 13 |
| 魅力を暮らしに取り入れる | 11 | 9 | 81.8% | 5 |
| 魅力を発信する | 25 | 17 | 68.0% | 11 |
| 魅力を高める | 11 | 8 | 72.7% | 3 |
| 理解と共感の輪を広げる | 11 | 10 | 90.9% | 8 |
| 合計 | 83 | 66 | 79.5% | 40 |

<新型コロナの影響例>

● **とよたの特産品展**

新型コロナのまん延防止のため、令和3年度は開催を中止

● **おいでんアート体験フェア**

事前予約制・人数制限等の対策を取ったことにより参加人数が減少

資料2 「豊田市民の誓い」と「WE LOVE とよた」条例の関係

- ・本市には、市民が主体となって制定した「豊田市民の誓い」があり、ふれあい豊かな地域社会づくりを目指す「市民共通の願い」として地域の様々な場面で唱和されています。
- ・「WE LOVE とよた」条例は、市民の誓いで掲げる5つの行動指針に「地域の魅力に気付き、楽しむ」という観点を加えることで、市民の誓いが目指す地域社会の実現を後押しするものです。
- ・両者の関係をわかりやすく示してほしいとの意見を踏まえ、概要と関係性を整理しました。

| 「豊田市民の誓い」(昭和53年制定) | 「WE LOVE とよた」条例(平成29年制定) |
|---|---|
| <p><位置付け></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市民憲章 (望ましい市民像、市民共通の願い) <p>→ふれあい豊かな地域社会づくりの目標として、日々の暮らしで大切にすべきことを唱和により互いに確認し合うもの</p> | <p><位置付け></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「豊田市民の誓い」が目指す地域社会の実現を後押しする理念 <p>→地域の魅力を楽しみ、次の世代に引き継ぐことを目指す考え方</p> |
| <p><背景></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 高度経済成長期に転入者が増加。市町村合併もあり多様な背景を持つ地域住民が混在 ・ 新たなコミュニティ形成の意識と、その目標を決める機運の高まり | <p><背景></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 平成20年世界金融危機の沈滞ムードの払拭を目指す「とよた元気プロジェクト」の合言葉として「WE LOVE とよた」がスタート ・ 地産地消など地域経済の活性化に留まらず、地域の資源や魅力を楽しむ合言葉として展開 |
| <p><制定過程></p> <p>主体：豊田市民の誓い制定市民会議</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市民会議を中心に、アンケートを踏まえて「豊田市民の誓い」という名称と文案を整理 ・ 市民会議から市長に報告し、市議会の上程を経て制定 | <p><制定過程></p> <p>主体：市</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 条例案について、幅広い市民委員と意見交換(計13回) ・ 平成29年3月議会に条例案を上程し、全会一致で可決 |



めざすまち

ふれあい豊かな地域社会

市民が
制定



豊田市民の誓い (昭和53年)

- 1 緑をはぐくみ、川を大切にして、豊かな自然を愛しましょう
- 2 スポーツに親しみ、教養を高めて、文化の向上につとめましょう
- 3 元気で働き、若い力をそだてて、幸せな家庭をつくりましょう
- 4 互いに助けあい、心の輪をひろげて、あたたかい町をつくりましょう
- 5 いのちを尊び、きまりを守って、住みよい社会をつくりましょう

市が
制定

実現を後押し

地域の魅力に気付き、
楽しみましょう



「WE LOVE とよた」条例 (平成29年)

暮らしを楽しむ5つの視点



魅力を知

魅力を発信する

魅力を高める

暮らしに取り入れる

理解と共感の輪を広げる



資料3 条例検証の主な経過

| 年 月 | 内 容 |
|----------------------|--|
| 令和5年 1月～ 10月 | 「WE LOVE とよた」に関する意識・行動調査 条例市民検討プロジェクトへの意見聴取 |
| 令和6年 9月 10月 | 「WE LOVE とよたフェスタ」実行委員会への意見聴取 豊田市地域経営懇話会への意見聴取 豊田市子ども会議への意見聴取・アンケート調査 |
| 令和7年 4月 9月 10月 | 「とよた元気プロジェクト」実行委員会への意見聴取 Eモニターへの意見聴取・アンケート調査 パブリックコメント |
| 令和8年 2月 | 検証の完了（方針決定） |