

背景

- ・豊田市は、昭和・平成の合併によって人口約42万人を有する大きなまちとなった。
- ・市民は、合併前の生活圏である地域（個）の意識はあるが、市（全体）としてのまちづくりの意識を醸成していく必要。
- ・都市部は働く場を求めての転入者も多く、山村部の過疎化との都市内格差も大きい。

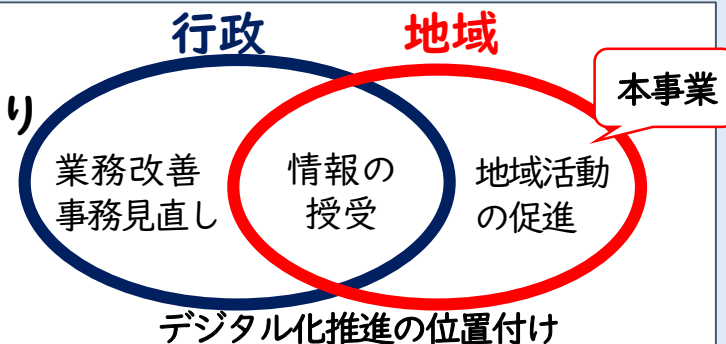
現状の課題

- ・多くの地域・市民活動が行われている一方、地域情報の伝達手段は未だ紙媒体による回覧や、施設での配架が主となっており、多くの住民は各地域の活動を知らない状況にある。（機会損失）
- ・未来の地域の担い手となる若者～中年層は、地域への興味や関心が薄く、担い手不足によるコミュニティ活動が衰退している。



事業の目的

- ・住民が自らの地域を「便利に 楽しく 知る」機会の創出
- ・市民力・地域力・行政力・企業力が発揮された共創によるまちづくり
- ・そのための地域活動のデジタル化推進
 - ☞ デジタル技術による効率的な地域情報の伝達・管理手段の提供
 - ☞ 将来的には情報だけでなく、ヒト・モノ・カネが繋がる土台を築く



これまでの取組

- ・広報紙、市ホームページ、公式SNSによる市政情報の発信
- ・行政と一部の住民組織間の連絡へLINEWORKSを導入（令和4年度実証実験）

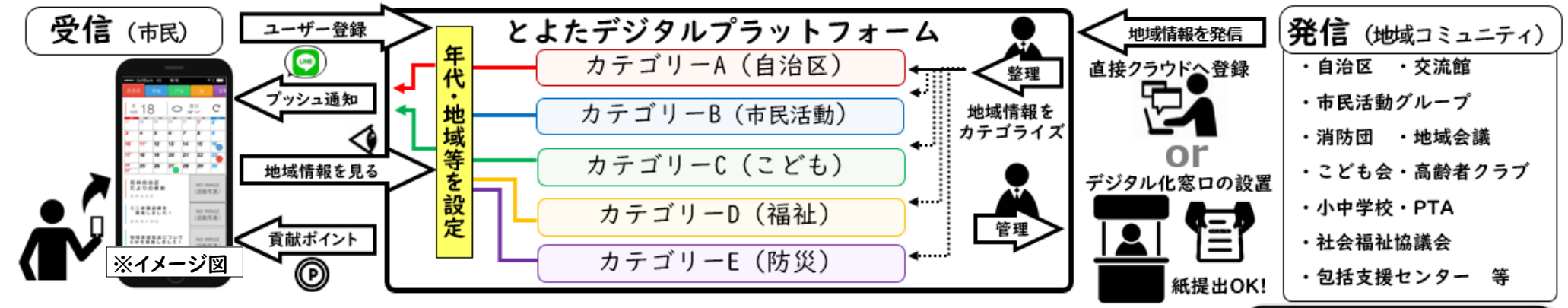


事業内容

得られる成果等

寄附のメリット等

💡 利用者に合わせて地域情報の **プッシュ・プル型デジタルプラットフォーム**



💡 便利なだけでは、地域への興味や関心が薄い人は使わない! 関係人口が増えない!
 ゲーミフィケーションを取り入れて **手段** そのものに楽しさやワクワク感を! 🎮
 例) まちづくりシミュレーションゲーム



- ・住民が地域を知る機会の創出 → 地域への興味・関心アップ → 地域コミュニティ活動の活性化
- ・地域情報の伝達及び管理手段として全国展開可能なスキーム構築

企業に求めるもの等

- ・企業版ふるさと納税による経済的支援 (主に開発費用)
- ・プラットフォーム開発・運営における相談・技術支援
- ・関連企業等の情報提供
- ・マネタイズにおける協力

企業のメリット

- ・企業の社会貢献活動 (SDGs) とPR活動 (サービス内・HP)
- ・新規事業の開発 (スキーム開発)
- ・他自治体への横展開 (ビジネスチャンス)