

第7次豊川市総合計画まちづくり市民ヒアリングシート

1. 基本目標と具体的な施策

基本目標(選択)	②ひとの流れづくり
方向	製造業を軸とした魅力ある企業の集積を図りつつ、既存企業の機能強化を図ります。また、魅力ある地域資源を国内外に積極的に発信するとともに、テレワーク関連施策などを通じて、本市へ「ひと」を呼び込む流れをつくります。
施策(選択)	(1)企業立地・産業集積の推進 ●東名高速道路や国道1号、国道23号、国道151号などの道路ネットワークを生かした産業集積を図るため、新たに進出する企業の誘致に向けた支援を行います。 ●地域の経済、雇用を支える既存企業の市内における再投資などを支援します。

2. 資料「第2期豊川市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組状況報告書(令和5年度分)」関係ページ

P.10～11、12～13

これまでの取組を踏まえた、施策の実施及び目標の実現に関する課題

(企業立地推進課)

- ①【連番17、20】「企業立地支援策の啓発」や「トップセールスによる企業誘致」により、市の魅力や企業立地に関する支援策をPRし、企業誘致に一定の成果を上げているが、企業誘致に至る要因は企業の置かれている状況などによりさまざまであり、効果的なプロモーションについて常に検討を進める必要がある。
- ②【連番18】「進出企業への企業立地奨励金、雇用促進奨励金、工場などの新增設に対する企業再投資促進補助金の支給」について、御津1区第2期分譲用地へ進出する企業が継続してあるものの、分譲の進捗状況は分譲・内定済が令和6年8月時点で御津1区第2期分譲用地全体の48%【面積比】であり、分譲開始2年が経過している物流用地への企業の進出状況が低く、補助制度のさらなる周知などが必要である。

次期総合計画・総合戦略の実現に向けて、上記課題の解決のために考えられる手法など

(企業立地推進課)

- ①企業誘致に関する効果的なプロモーションについて、社会経済の動向を見極めながら県や近隣市との連携・協力を深め、トップセールスの強化や、企業誘致に資する市職員のスキルアップなど、より効果的なプロモーションの方法を検討し、実施する。
- ②御津1区第2期分譲用地について、分譲主体である県企業庁と連携し、進出検討企業へのサポートを充実させるとともに、御津1区の分譲用地に特化した補助制度や、国道23号名豊道路の全線開通による利便性の向上などについて機会を捉え、広く周知する。

まちづくり市民ヒアリング委員からの意見

第7次豊川市総合計画まちづくり市民ヒアリングシート

1. 基本目標と具体的な施策

基本目標(選択)	②ひとの流れづくり
方向	製造業を軸とした魅力ある企業の集積を図りつつ、既存企業の機能強化を図ります。また、魅力ある地域資源を国内外に積極的に発信するとともに、テレワーク関連施策などを通じて、本市へ「ひと」を呼び込む流れをつくります。
施策(選択)	(2)地域資源の活用推進 ●豊川稲荷、御油のマツ並木や赤塚山公園、豊川いなり寿司をはじめとする歴史・文化、自然環境、特産品など本市独自の地域資源の活用により、来訪者の増加を図る施策を推進します。 ●民間団体と連携し、スポーツをはじめとした本市のにぎわい創出に向けたイベントの開催などを支援します。

2. 資料「第2期豊川市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組状況報告書(令和5年度分)」関係ページ

P.10～11、14～16

これまでの取組を踏まえた、施策の実施及び目標の実現に関する課題

(元気なとよかわ発信課)

①【連番21】地域資源の活用手法の一つとして、ふるさと納税における返礼品取扱数の増加や既存返礼品の魅力向上に取り組んでいるが、まだ隠れた地域資源があり、掘り起こしが十分ではないと感じており、また、魅力発信における有効な手法であるふるさと納税制度を活用していない事業者があるため、ふるさと納税制度を通じた地域資源の発信として特産品をはじめとした返礼品を充実させる必要がある。

(農務課)

②【連番21】地域資源の活用により市をPRする取組である「とよかわブランド推進事業」について、とよかわブランドの「とよかわバラ」や「とよかわ大葉」、その他の豊川産農作物と加工品のPR・販売を首都圏で行っているが、豊川産農産物独自の付加価値を含めたPRができていないため、効果的な手法を検討し、実施する必要がある。
 ③【連番23】地域資源のPRのために、リレーマラソンやシティマラソン大会などにおいて、豊川産農産物や加工品の配布を行ったが、参加者数がコロナ禍以前に戻っておらず、効果的なPR手法を検討する必要がある。

(商工観光課)

④【連番21】豊川稲荷、豊川いなり寿司以外の観光資源の知名度が低い実情があるため、魅力が十分に認知されていない観光資源について、活用方法の検討や、魅力発信を強化する必要がある。
 ⑤【連番23、25、29、KPI】地域資源の活用により誘客を図るために、新たな観光資源の創出、既存資源の新たな活用とともに、スポーツ・ビジネス・買い物客の取込み等、多様な切り口での誘客を検討する必要がある。

(公園緑地課)

⑥【連番22、27】地域資源の活用推進の手法の一つである赤塚山公園及び豊川公園の再整備事業は、公園の魅力、利便性の向上や、イベント等を通じた集客により、賑わいの創出につなげる取組であるが、再整備後に増加した来園者数を維持するために、民間活力を導入し、民間事業者が公園の賑わいを持続的に創出できるような手法を見出す必要がある。

(スポーツ課)

⑦【連番23・24】「スポーツイベントの活性化」について、イベントへの参加者数がコロナ禍前の水準に戻っていないため、イベントの周知方法を見直し、より多くの市内外の方が情報を受け取れるよう工夫する必要がある。また、イベントの満足度を高める工夫をし、リピーターを増やす必要がある。
 ⑧【連番25、27】「スポーツ・文化活動等合宿への支援」や「豊川公園の多機能化への再整備」について、施設利用者からの要望等を踏まえた必要な備品の整備や、適切な施設の修繕を実施する必要がある。

(都市計画課)

⑨【連番26】中心市街地の活性化を目的に実施する「中心市街地活性化事業」は、ひとの流れづくりに欠かせない取組であり、より効果的な支援方法を実施する必要がある。

(文化振興課)

⑩【連番28】文化活動支援の一つである「文化活動を通じた環境整備」は、伝統文化の継承につなげる取組であるが、茶道でしか利用できないという茶室への既成概念から利用する団体が少ない実情があり、より効果的な利用増進方法を検討する必要がある。

(生涯学習課)

⑪【連番29】「歴史遺産の利活用」について、国内外からの来訪につながりにくい実情があり、興味関心を持つような魅力ある情報発信を行う必要がある。

次期総合計画・総合戦略の実現に向けて、上記課題の解決のために考えられる手法など

(元気なとよかわ発信課)

①ふるさと納税返礼品の充実について、返礼品事業者の増加に向けた事業者への説明会を開催するとともに、民間事業者と連携した返礼品の新規開拓や魅力向上の取組を進めながら、とよかわブランドのみならず本市特産品の周知拡大を図っていく。

(農務課)

②とよかわブランドに認定された農産物の普及啓発について、生産者と一緒に首都圏での販売・PRを行い、生産者から農産物の良いところを伝えてもらうことによる、物語を持たせた効果的なPRを実施する。また、地方創生に係る包括連携協定を活用し、協定締結企業とともに、とよかわブランドを使用した魅力ある商品の開発を継続して調整・実施する。

③「スポーツイベントの活性化」について、リレーマラソンやシティマラソン大会などにおいて、効果的にPRできるタイミングを考慮し、配布方法も思い出に残るような手法を検討する。

(商工観光課)

④豊川市観光協会が推進する「とよかわブランド」の取組と連携しながら、本市の観光ブランドイメージの強化を図るとともに、土産物の開発・購入環境の整備を推進する。

⑤歴史・文化、自然環境、農業、スポーツなどの他分野の資源も含め、観光に活用できる新たなコンテンツの発掘・磨き上げを行う。

(公園緑地課)

⑥民間事業者の参入を促すため、公園内でのイベント等の開催により利益が得られるよう条件を整え、官民連携による自走型で持続的な賑わいの創出につなげていく。

(スポーツ課)

⑦イベントの周知方法について、SNSの活用方法や企業と連携した取組など、より効果的な手法を検討し、実施する。

⑧「スポーツ・文化活動等合宿への支援」や「豊川公園の多機能化への再整備」について、利用者からの要望等を収集し、利用者ニーズに合わせた施設整備や修繕を実施する。また、初動の速い対応が行えるように指定管理者との連携強化を図る。

(都市計画課)

⑨引続き中心市街地の商店街等と連携し、中心市街地活性化に向けたニーズの把握、効果的な事業を検討し、経費の支援、人的支援等を行う。

(文化振興課)

⑩茶室の利用促進について、茶道はもとより、茶道以外でも利用できることを広報するなどの対策を実施する。

(生涯学習課)

⑪「歴史遺産の利活用」について、東三河圏内に文化財の価値をわかりやすく伝えながら話題性を高め、県内外へ情報発信を展開する。

まちづくり市民ヒアリング委員からの意見

第7次豊川市総合計画まちづくり市民ヒアリングシート

1. 基本目標と具体的な施策

基本目標(選択)	②ひとの流れづくり
方向	製造業を軸とした魅力ある企業の集積を図りつつ、既存企業の機能強化を図ります。また、魅力ある地域資源を国内外に積極的に発信するとともに、テレワーク関連施策などを通じて、本市へ「ひと」を呼び込む流れをつくります。
施策(選択)	(3)シティセールス・観光の振興を核とした移住・交流等人口の拡大の推進 ●国内外への情報発信など、シティセールスを強化し、外国人をはじめ、市域内における交流の促進を図るとともに、関係人口の創出・拡大を図ります。 ●観光名所などにおける周遊促進を図るため、観光ルートの整備やおもてなし人材による魅力発信などの観光振興を推進します。 ●豊川版ローカルツーリズム、着地型観光などの新たな観光ニーズへの対応強化を図ります。

2. 資料「第2期豊川市まち・ひと・しごと創生総合戦略 取組状況報告書(令和5年度分)」関係ページ

P.10～11、18～19

これまでの取組を踏まえた、施策の実施及び目標の実現に関する課題

(商工観光課)

- ①【KPI】「年間観光入込客数」や「市内宿泊施設宿泊者数」について、初詣以外の時期の観光客が少ない上、市内観光地間の回遊性が乏しく、宿泊施設が少ないことなどから、長時間滞在・観光消費に結びついていない。
- ②【連番30】交流人口の増加を図る「インバウンド対策事業」について、コロナ禍以後、外国人観光客の性質が団体から個人に変化していることなどから、時流を捉えた対策を検討する必要がある。
- ③【連番32】観光名所などにおける周遊促進を図る取組である「観光ルート整備事業」について、多様性に配慮し、様々な来訪者に対応するため、受入環境を整備する必要がある。
- ④【連番33】「観光おもてなし力促進事業」について、新たな観光ニーズへの対応や観光客の満足度向上を図るため、体験型プログラムの開発や市民のおもてなし力を高める必要がある。

(元気なとよかわ発信課)

- ⑤【KPI】「SNS登録者数」は増加傾向にあるが、令和元年度に令和6年度目標値10,000人を達成していることから目標値の上方修正とともに、さらなる登録者数の増加に向けた発信内容の充実が必要である。
- ⑥【連番34】都市圏プロモーション活動やSNSの活用、各種イベントの開催・出展などを通じた情報発信は、シティセールスの強化に向けた取組であるが、移住人口の拡大に直接的につながりにくいため、より効果的な取組を実施する必要がある。

次期総合計画・総合戦略の実現に向けて、上記課題の解決のために考えられる手法など

(商工観光課)

- ①本施策については、多様な観光資源を活用し、初詣以外の時期の魅力の創出・発信やイベント実施、市内周遊促進事業、ホテル誘致事業等に取り組み、通年での誘客、滞在時間・宿泊者・観光消費額の増加を図る。
- ②「インバウンド対策事業」について、愛知県・近隣自治体や交通・旅行事業者と連携して、効率的・効果的な事業を検討する。
- ③「観光ルート整備事業」について、誰もが安全・安心・快適に観光を楽しめるよう、観光施設や案内表示など観光関連インフラやルートの整備を行う。
- ④「観光おもてなし力促進事業」について、豊川市観光協会などと連携し、着地型観光事業「マイストーリーとよかわ」の充実や観光ボランティア育成事業等に取り組む。

(元気なとよかわ発信課)

- ⑤SNS登録者数について、さらなる増加に向けて広報大使など本市にゆかりのある方と連携した多様な情報発信を展開する。
- ⑥移住人口の拡大について、一元的な移住施策の集約と情報提供、移住者による本市の魅力発信を行うとともに、移住イベントへの出展、移住相談での移住希望者のニーズ把握や受入体制の充実など、移住に関する情報発信及び施策を展開する。

まちづくり市民ヒアリング委員からの意見

--