

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

eーじゃん、とよかわ！デジタルマーケティングによる魅力・来訪者増加プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

愛知県豊川市

3 地域再生計画の区域

愛知県豊川市の全域

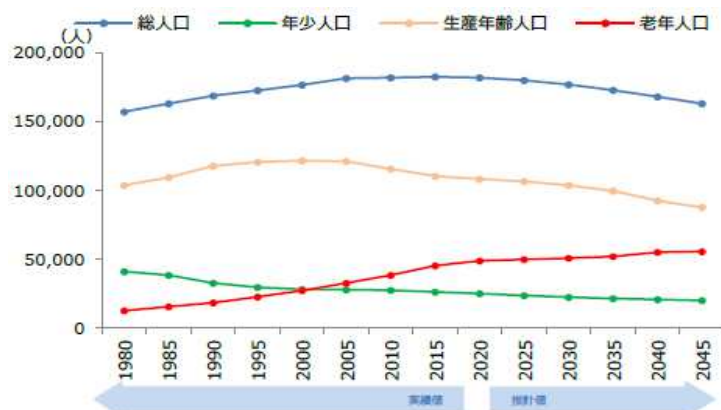
4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

【人口】

豊川市の人口は、直近の国勢調査では平成22年（2010年）の181,928人から平成27年（2015年）に182,436人と微増（+508人）となっているものの、平成27年（2015年）をピークとして、令和27年（2045年）には、163,019人まで減少（-19,417人）すると予測（国立社会保障・人口問題研究所推計）され、その後も緩やかに人口減少が続くと見込まれる。

人口減少による行政サービスの低下を避けるべく、関係人口や交流人口の増加に資する施策を展開することで、定住人口の増加につなげる。



豊川市の人口推計

出典：国立社会保障・人口問題研究所

【産業】

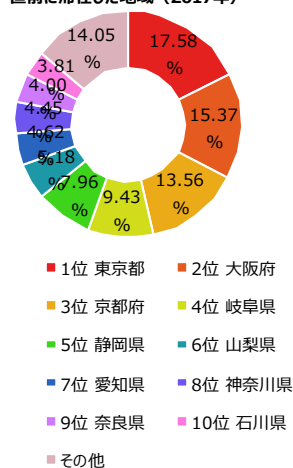
「地域経済分析システム（RE S A S）」における「産業構造マップ」の付加価値額（企業単位）では、全産業のうち製造業が第1位（46.2%）となっており、全国（23.8%）、愛知県（40.2%）との比較からも現在の産業の強みとなっている。一方で、リーマンショック以降は企業数、事業所数は減少傾向であり、製造品出荷額は横ばい傾向であるものの、今後の人口減少、国際的な競争が厳しくなっていく状況下では、製造業をはじめとした地域経済が縮小していくことが懸念されるため、産業の活性化や地域ブランドの確立に向けた取組が必要である。

また、本市の事業所数は、上位5業種中、第2位の製造業を除くすべてが第3次産業に分類され、全体の56.4%に上るにもかかわらず、サービス関連に係る愛知県内の有効求職者数は少ない状況であるため、雇用の創出は重要な課題である。

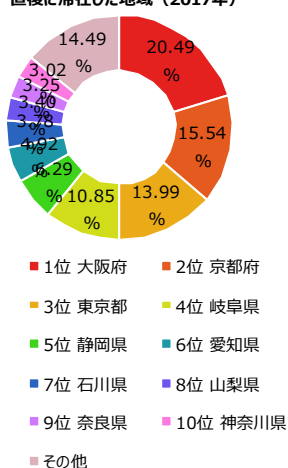
【観光】

RE S A Sによると、訪日外国人が愛知県を訪れる直前に滞在した地域は東京都（18%）が最も多く、直後に滞在した地域は大阪府（20%）、京都府（16%）の順に多い。本市には、日本三大稲荷のひとつとして知られ、年間500万人を超える参拝者が訪れる豊川稲荷があり、市内に東名高速道路のインターチェンジが2つあるという観光で訪れる環境が整っているが、外国人滞在人口は夜間（2019年4月時点4,773人）より昼間（4,282人）が少なく、宿泊客を市内の観光施設等に取り込めていない、いわゆる「ゴールデンルート」の通過点になっている。市内に滞留する仕組みづくりを行うことで、関係人口や交流人口の増加を目指す。

直前に滞在した地域（2017年）



直後に滞在した地域（2017年）



(外国人)愛知県への移動相関分析

出典：国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

本市を訪れる外国人が、宿泊だけでなく目的地として来訪するように、ソーシャルネットワーク等でニーズを把握しながら、客観的なデータを用いて効果的な地域の魅力発信及び観光PRを行う。また、RESASによると県外からの来訪者の割合は、静岡県（33%）や首都圏（26%）が高いため、当該地域に対して集中的にプロモーション活動を行い、交流人口の増加につなげる。

さらに、ブランド化された地場産品の活用や豊川産農産物の普及啓発を通して本市の魅力の増進を図り、旅行者に選ばれる地域づくりを推進するとともに、創業者・事業者に対する支援により地元の活性化につなげる。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2020年度増加分 1年目	2021年度増加分 2年目	2022年度増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
観光入込客数（万人）	741	9.8	10.6	10.6	31.0
市内宿泊者数（万人）	25.8	0.2	0.21	0.21	0.62
S N S登録者数（件）	8,403	0	300	300	600
創業支援計画に基づく 創業者数（人）	13	15	15	15	45

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

eーじゃん、とよかわ！デジタルマーケティングによる魅力・来訪者増加プロジェクト

③ 事業の内容

ゴールデンルートの中間地点に位置する本市の地理的な優位性と地域資源を生かし、旅行者のニーズを効率的に把握しながら効果的に情報発信することで、来訪者の増加を図る。また、生産量日本一のバラをはじめとする農産物や、とよかわブランドとして認定された地場産品を活用し、地域の魅力を発信する。さらに、創業者や既存商業者への支援を行うことで地域産業が活発となり、元気な地域を創出する。

■デジタルマーケティング等による地域の魅力発信

外国人をはじめとする旅行者に対して、ソーシャルネットワーク等でニーズを把握しながら、旅行者目線に立ったデジタルマーケティングを行い、地域の魅力を効果的に発信する。また、本市への来訪者が多い首都圏等に向けたプロモーション活動を行う。

■魅力あふれる地域づくり

とよかわブランドとして認定された地場産品の販路開拓や情報発信を推進するとともに、賑わいのあるまちづくりにつながるイベントを支援し、交流人口の増加を図る。また、豊川産農産物による魅力増進を図るため、豊川産のこだわり農産物を積極的に使って料理を提供するこだわり農産物タイアップ店の普及や、地元農産物を活用したおもてなしレシピグランプリを実施する。

■地域とつながる関係づくり

賑わいのあるまちづくりにつながるイベント等が本市と継続的に関わる機会となり、とよかわブランドや他の地域にない魅力的なコンテンツを来訪者に提供することで、関係人口の増加を図る。

■新たな仕事を生み出す環境づくり

創業機運の醸成を図るため、創業を目指す人に対する初期投資の支援や相談体制の構築をする。また、やる気のある既存商業者に対して店舗改装費等の支援を行う。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

とよかわブランドとして認定された地場製品の新たな販路を開拓することで、認知度が高まり自立した収益の確保が可能となる。また、新規創業者等に対して各機関がフォローアップを行い、事業を軌道に乗せ、自立できるよう促す。賑わいのあるまちづくりにつながるイベントについては、自ら収益を上げる仕組みを確立させ、助成なしでイベントを開催できるように指導する。

【官民協働】

外国人旅行者を対象としたデジタルマーケティングについては、豊川市観光協会、豊川市国際交流協会および商工会議所等と連携して情報を共有し、効果的に観光PRを行い、インバウンドの推進につなげる。

また、創業支援に関しては、豊川商工会議所、各商工会及び金融機関と情報を共有し、創業者へ適切な助言をするなど地域一丸となって支援に取り組む、販路拡大や収益の確保につなげていく。

【地域間連携】

東三河広域連合が行う東三河への誘客促進事業と連携し、イベント等における特産品の出品を行うなど、交流人口の増加に向けて相互に協力する。

また、愛知県が行っている農林水産物のインバウンド需要拡大に向けた取り組みと連携し、豊川産農産物のPRと外国人旅行者の取り込みを行う。

【政策間連携】

インバウンド推進、都市圏等を中心としたプロモーション事業、豊川産

農産物等の地場産品を活用した事業が連携し、地域の魅力を効果的に発信することで、交流人口の増加に向けて一体的に取り組む。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（K P I））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度、9月頃に開催する「豊川市まち・ひと・しごと創生総合戦略会議」による効果検証を行い、効果の測定を実施する。また、議会による検証として、政策課題調査特別委員会において検証結果を報告し、前年度の事業進捗度とK P Iにより、評価を実施する。

戦略会議および議会における評価を受け、見直しを行うとともに翌年度の予算編成を行う。

【外部組織の参画者】

産：豊川商工会議所、豊川青年会議所、豊川ビジョンリサーチ、ひまわり農業協同組合、豊川市観光協会

学：愛知大学、豊橋創造大学短期大学部

金：豊川信用金庫

労：連合愛知三河東地域協議会

言：中日新聞社

その他：N P O法人とよかわ子育てネット

官：豊川市

【検証結果の公表の方法】

豊川市ホームページにて事業実施結果および検証会議の内容を公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 65,702千円

⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2023年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

【数値目標】

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。