

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

地域資源の磨き上げによる関係人口・交流人口創出とシビックプライド醸成事業

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

【人口及び関係人口・交流人口の減少】

本市の人口は2011年度以降増加傾向にあり、直近の国勢調査では人口増（2015年：182,436人⇒2020年：184,661人（2015年比+2,225人））と愛知県東三河地域の8市町村で唯一の人口増となっている自治体である。しかし、国勢調査における本市の将来人口は2060年に145,772人と予測され、さらに15～19歳人口においては1980年代以降は年平均△640人程度で推移するなど、継続して若年人口が転出超過の状況にある。持続可能な自治体運営において、人口減少は大きな課題となっている。

本市の観光入込客数は、ご当地グルメの全国的な祭典である「B-1グランプリin豊川」を開催した2013年以降、年間700万人台を維持していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け2020年は540万人と大きく落ち込んでいる。豊川稲荷という全国的に知名度の高い地域資源を有する本市では、観光入込客数が全体の約7割を占める豊川稲荷に集中し、かつ初詣での参拝客となる1月の観光入込客数が全体の約6割を占めている特性がある。資源の一極集中に過度に依存することなく、豊川稲荷赤坂別院等における首都圏へのシティプロモーションの実施や、豊川稲荷における分散参拝を目的としたイベントの開催等、コロナ禍においても関係人口・交流人口の拡大に取り組んでいるところである。活力ある自治体を維持していくためには、観光入込客数の増加に資する通年わたるイベントやシティプロモーションの展開、若年層のU I Jターンの促進に向けた移住・定住情報の発信力強化や地域ブランドの魅力の再発信等の実施により、平成18年から22年の3度にわたる周辺4町との合併以降、下降傾向にある市民のシビックプライドを醸成し、本市への関係人口・交流人口の拡大や若年世代の地元での就職を促す等、人口増に向けた情報発信等の施策を講じる必要がある。

【地域経済の活力低下】

本市の観光入込客数は、コロナ禍以前の2019年は年間720万人であったのに対し、2021年には500万人と大幅な減少傾向にある。また、2019年度の市内のタクシー利用者は約45万人、旅客運送収入は約535百万円であったのに対し、2020年度には、前年度比約60%の約28万人、約331百万円の利用状況と減少している。また、地域経済の自立度を示す指標として、RESAS「地域経済循環マップ」における地域経済循環率の経年推移では、2010年の92.2%に対し、2013年90.3%、2015年88.2%、そして2018年87.6%と推移しており、コロナ禍の影響はもちろんであるが、それ以前から本市の経済自立度は低下傾向にある。民間消費額の地域外への流出額は、2013年の774億円、2015年254億円、2018年216億円と改善傾向にあるものの、2018年の支出流出率の順位は955位と全国中位レベルにある。

人口増である一方、地域経済の活力低下という現状を踏まえ、地域経済の活力を引き続き維持・創出していくためには、首都圏・近隣自治体を始めとする他市町村に向けた地域資源の継続的なPR等を実施し、本市への関心を持っていただく関係人口・交流人口のさらなる拡大を図り、経済自立度の上昇を図る必要がある。特に本市の産業の約半数（55.2%（2015年国勢調査））を占める第3次産業において、新型コロナウイルス感染症の流行は大きな影響を与えていると考えられることから、地域外への流出抑制を図る施策の展開や、アフターコロナを見据えた地域の企業等への支援、地域資源の磨き上げ等の対策を講じる必要がある。

【地域資源のさらなる磨き上げ】

本市は、年間500万人（2019年）を超える参拝者が訪れる豊川稲荷や、本市で最も来園者数の多い赤塚山公園といった観光・公共施設、全国に知名度のある駅伝といったスポーツ分野でのイベント、バラ・大葉・トマト等地域ブランドとして発信している「とよかわブランド」といった地場産品を始めとする多様な地域資源を有している。令和3年6月に実施した本市の来訪者動向調査では、本市の観光地やイベントへの再来訪意向は6割～8割と高い傾向にある。これら地域資源は、市の魅力向上と関係人口・交流人口の拡大に資することから、既存のポテンシャルを生かすとともに、施設管理者、生産者等の資源関係者と連携した地域資源の付加価値の創出に取り組み、市内外に対する本市のPRと来訪動機の機会提供による関係人口・交流人口の拡大に向けた、地域資源のさらなる磨き上げを推進する必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

本市は、日本三大稲荷の一つと言われる豊川稲荷を中心とした観光業を含む商業、全国トップクラスの生産量を誇るバラやスプレー菊、大葉、トマトが主要農産物である農業、自動車産業を背景とした製造業を基幹とする工業と、商業・農業・工業の各分野の産業のバランスが取れた人口18万人の都市である。また、昨今では地方都市における人口減少が加速する中、本市は直近の国勢調査において人口増（2015年→2020年の5年間で2,225人増）を維持しており、前述した観光施設、地場産品に加え、桜の名所や東三河が発祥とされる手筒花火などの自然・文化といった地域資源も有しており、多様な産業基盤とともに発展している都市でもある。

しかしながら、本市においても将来の人口減は回避できない状況となっており、国勢調査における2060年の将来人口は2020年比で21%減と予測されている。また、関係人口・交流人口の創出に関しては、地域資源を生かした市内における多様なイベントの開催や、首都圏等でのイベント出展によるシティプロモーション等を行い、本市のファンの獲得に努めているものの、新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴うイベントの開催自粛等、観光客の減少等による地域経済への打撃に加え、それに伴う関係人口・交流人口の減少が懸念されている。

一方で、本市では令和5年春の大規模集客施設の開業、同年6月の市制施行80周年に併せ年間を通して実施するイベントや公共施設等のリニューアルを予定している。この機運を活用することで地域資源のさらなる磨き上げを行い、市内外からの注目を集め人の還流を生み出すとともに、シビックプライドの醸成を図り、地域の活力創出に繋げていく。

本事業では、地域資源の魅力を再発見する取組や地域資源を生かした着地型観光等の推進及びPRにより関係人口・交流人口のさらなる拡大を図るとともに、継続的な地域ブランドの創出・PRや市内イベント等を実施することで、市民に対するシビックプライドの醸成を図り、地域経済の活性化に繋げるものである。

【数値目標】

K P I ①	本事業で実施したイベント延べ参加者数						単位	人
K P I ②	市民の地元愛着度（市民の「住みよさ」回答率）						単位	%
K P I ③	本事業により創出したSNS登録者数						単位	人
K P I ④	年間観光入込客数						単位	万人
	事業開始前 （現時点）	2023年度 増加分 （1年目）	2024年度 増加分 （2年目）	2025年度 増加分 （3年目）	2026年度 増加分 （4年目）	2027年度 増加分 （5年目）	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	67,859.00	98,791.00	4,420.00	4,540.00	-	-	107,751.00	
K P I ②	54.10	2.90	2.50	2.50	-	-	7.90	
K P I ③	14,582.00	1,418.00	1,500.00	1,500.00	-	-	4,418.00	
K P I ④	508.00	97.00	97.00	98.00	-	-	292.00	

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及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

地域資源の磨き上げによる関係人口・交流人口創出とシビックプライド醸成事業

③ 事業の内容

本事業の主たる目標である関係人口・交流人口の拡大にあたっては、地域資源の磨き上げとPR強化により本市の魅力となるコンテンツを充実し、本事業の実施時期に充実する会場を活用したイベントを実施することで、本市に関心を示す「関係人口の創出」を図るものである。そして、多様な施策展開により年間を通じた観光入込客の増加を図るとともに、本市のリピーターへと変えていくよう取り組むことで、本市への来訪者となる「交流人口の拡大」を進めていく。

地域資源の魅力を再認識しまちづくりに想いを抱く市民と、関係・交流人口とが連携したイベント等が市内で実施されていく進展が見え始める時期には、新たな店舗や会場等これまでのイベントに充実した内容が付加されることを見据え、担い手の確保や地域経済の活性化に向けた施策も併せて展開することで、地域における「稼ぐ力」の創出・強化にも取り組んでいく。

本事業は、「関係人口・交流人口の拡大」とともに本市の認知度向上が図られ、さらに「地域経済の活性化」へとつなげていく2本の柱の推進と併せ、市民のシビックプライドの醸成を実現するものである。

【関係人口・交流人口のさらなる拡大に向けた取組】

①年間を通じた誘客促進策の展開

本市は多様な地域資源が存在するものの、年間観光入込客数の過半が特定の観光資源への流入になっており、新型コロナウイルス感染症の拡大による観光資源への流入減少に伴い、観光入込客数が減少している状況にある。

年間を通じ安定した観光入込客数を獲得するため、令和5年にリニューアルオープンする赤塚山公園や温泉施設「本宮の湯」、中心市街地に位置し、再整備が令和6年完了予定の豊川公園、令和5年春にオープンを迎える大規模集客施設を始めとした多様な地域資源の拡充とともに、地域の企業や団体と連携した通年にわたるイベント等を開催し、市内外に向けた新たな誘客促進策を展開することで、関係人口・交流人口の創出に繋げていく。

また、市民等に向けても市制施行80周年を絡めた本市の魅力あるイベントとしてPRすることで、地域に対する愛着心を育み、シビックプライドの素地を作り出す醸成へと繋げる。

②着地型観光の推進

市内の各公共施設でスポーツ合宿を受け入れており、令和5年に市庭球場のリニューアルを控えさらなる合宿利用が見込まれる。令和5年度からは、スポーツだけでなく吹奏楽等の文化部の合宿の誘致にも拡充することで、関係人口・交流人口の拡大に繋げていく。また、観光協会と連携し、インバウンドに向けた地域資源を紹介するPRカードやモデルコースの作成等、観光に関する環境整備を行うことで、日本在住の外国人の誘客促進だけでなく、アフターコロナに向けた訪日外国人観光客の誘客促進にも取り組む。

さらには、市の魅力を紹介したPR動画等を作成し、SNSや動画を活用した広告等でPRすることで、本市近郊や首都圏等でのプロモーションにてリーチできなかった層に向けても情報を提供し、本市に関心を示す関係人口の拡大を図る。

③地域資源の磨き上げ

地域ブランドである「とよかわブランド」を始めとする地域資源の知名度を上げ、本市の魅力発信の基軸としていくため、地域資源の磨き上げや発掘に際し、地域に精通した観光協会や地域商社等と連携し、外部の専門的視点を生かした効果的なブランディング等を行い、根強いファンの獲得に繋げるとともに、市内地域資源のブラッシュアップを推進する。

さらには、磨き上げた地域資源の魅力を首都圏でのPRブースの設置をはじめ市内外でPRするイベント等への展示や、磨き上げた地域資源をふるさと納税制度を活用した返礼品として市外に向けPRするなどの複数の手段を展開し、地域資源の認知度向上、関係人口・交流人口の誘客促進、地域経済の活力向上に繋げていく。

④地域資源のPR強化

魅力あるコンテンツとなる地域資源は、市内で開催するイベントの開催情報と併せ、本市特設サイトを活用し鮮度の高い状態で市内外に発信することで、多くの関心層を引きつけ誘客促進へと繋げていく。また、本市の「とよかわ広報大使」による地元目線での地域資源、着地型観光等の紹介をラジオ等でも展開することで、市外へのPRに加え、市民に再周知する機会となり、関係人口・交流人口の拡大のみならず、市民のシビックプライドの醸成にも繋げていく。さらに、市制施行80周年記念事業として本市の魅力発信を担う芸能人と連携し、令和5年に開業する大規模集客施設やリニューアルした公共施設、スポーツイベント、出演番組等においてPRを行い、来訪者や番組視聴者に向け、市の魅力を効率的に周知する機会を創出する多面的なPR手法を展開することで、関係人口・交流人口の拡大に繋げる。

【地域経済の活性化に向けた取組】

①「稼ぐ力」の創出

市内で新規に創業・起業を検討する市民等に対し、地域資源の魅力や地域の特性等を生かした商品開発等のノウハウを共有する場を設け「稼ぐ力」の創出を図る起業支援を実施することで、地域をPRする担い手の確保とともに地域経済の活性化に繋げる。

②多様な担い手による「稼ぐ力」のさらなる強化

新たな担い手が市内外でのイベント等で事業を展開しようとする好機を生かし、さらなる販路開拓、販路拡大等に繋げるためには、地域資源のさらなる磨き上げを図り、高付加価値化やブランディングを行う必要がある。地域資源に精通した観光協会やマーケティング、コンサルティングに長けた地域商社、流行に敏感な学生等と連携し、それぞれの得意分野の知見を生かした地域資源のコーディネートにより、地域資源の高付加価値化による地域全体での「稼ぐ力」を強化し、地域経済の活性化を図る。また、地域資源のコーディネートに参画する学生を始めとする市民、地元企業、団体等においては、地域の魅力を再認識する機会となり、シビックプライドの醸成が図られる。

さらには、高付加価値化した商品を「農業市」等の既存事業とも連携し、販売、PR等を行うことで販路拡大支援を行うとともに、市民における地域資源の認知度の向上や事業者の「稼ぐ力」を養う。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

実施主体が創意工夫のもと多くの賛同者を得る事業の実施により、本市の根強いファンの創出が期待され継続的な関係人口の拡大に繋がり、市内関係団体による自主的な事業の実施が展開される。

併せて、本事業によりまちの魅力を再認識した市民のシビックプライドが醸成されることで、自身による創業・起業の促進や若年層のふるさと回帰（U I Jターン）の意識醸成が期待され、多様な魅力創出・発信となる担い手の増加を目指す。

【官民協働】

市内の各種団体と連携し、本市の魅力の創出やPRに資するイベント等を実施する。コロナ禍により分散参拝を実施している豊川稲荷での年間を通じた夜間参拝に併せたイベントの実施団体との連携など既存事業の充実と、市制施行80周年記念事業を契機とした実施団体とより一層連携し、本市への関心度の向上等を図り、当該年度以降の関係人口の拡大を図る。

【地域間連携】

本市が位置する愛知県東三河地方の8市町村で構成する東三河広域連合が実施する首都圏等へのプロモーション活動と連携し、広域連合のアンテナショップ等への展示・出展についても連携を行う。また、ふるさと納税返礼品の商品開発や販路開拓等東三河地方の新城市4市町村の地場産品と融合した民間事業者が行う商品開発とも連携し、本市のPRに資する地域資源の磨き上げに取り組む。

【政策間連携】

本市の地域資源である農産物、観光施設、スポーツの各分野の事業が連携し、本市への関心を高める効果的な情報発信を実現できるよう、本市を知る各分野の当事者が他分野の魅力も含めたプロモーションを展開することで、地域固有の魅力を理解する関係人口の拡大や市民のシビックプライドの醸成に取り組む。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

市の魅力を紹介する動画を作成し、SNSや市ホームページ等への掲載や市外でのプロモーションに積極的に活用していく。また、本動画では、市の魅力とともに市制施行80周年の紹介を行う。

理由①

市の魅力を集めたプロモーション動画を作成し、市制施行80周年プロモーション時に多くの方に豊川市を認知してもらうことで、関係人口の創出を図る。

取組②

市の移住定住サイトやホームページのコンテンツの充実を図り、多くの方に本市に居住するメリットを感じてもらい、U I Jターンを促進する。

理由②

移住・定住に係る情報・コンテンツ等を検索しやすくし、移住定住希望者にとって有益なサイトとすることで、U I Jターンの促進を図る。また、市ホームページの充実と併せ、電子申請による行政サービスの連携にも取り組む。

取組③

該当なし。

理由③

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（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 8 月

【検証方法】

豊川市まち・ひと・しごと創生総合戦略会議において、KPIが目標を達成しているか確認する。目標値に達していない場合には原因分析を行い、外部組織の意見を踏まえながら事業内容の再検討及び修正を行う。

【外部組織の参画者】

産：豊川商工会議所、一般社団法人豊川青年会議所、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

その他：特定非営利活動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への掲載

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 197,335 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日から 2026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

(1) 豊川市制施行80周年記念事業

ア 事業概要

昭和18年の市制施行から数えて80周年にあたる令和5年を中心に、「もっと元気なとよかわを目指す80周年」として、市民や関係団体とともに記念式典、市民参加事業、PR事業の100を超える記念事業を実施する。

イ 事業実施主体

豊川市及び関係38団体

ウ 事業実施期間

2023年 1 月 1 日から 2024年 3 月 31 日 まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 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

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に
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。