

**東三河振興ビジョン
主要プロジェクト推進プラン**

2019 年度の成果と主な取組状況

I 主要プロジェクト推進プランの策定状況

東三河振興ビジョンの核となる「将来ビジョン」では、将来ビジョンに位置付けた重点的な施策を具体化し、着実に推進していくため、毎年度、重点的に取り組むべき施策を1～2テーマ選定し、3箇年程度の実施計画を「主要プロジェクト推進プラン」として策定し、実施していくこととしています。

2012年度から2019年度までに11のプランが策定され、2019年度は、このうち、以下の5つのプランに基づく取組が進められました。

- ① 地方創生事業の広域展開（計画期間：2016年度～2019年度）
- ② 新東名インパクトを活かした地域振興（計画期間：2017年度～2019年度）
- ③ 「人が輝き活躍する東三河」の実現（計画期間：2018年度～2020年度）
- ④ 世界・全国レベルのスポーツ大会等を活かした地域連携（計画期間：2018年度～2020年度）
- ⑤ 交通基盤の整備と利便性向上に向けた地域連携の推進（計画期間：2019年度～2021年度）

【各年度における主要プロジェクト推進プラン策定状況】

計画期間 策定年度	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023		
【将来ビジョン】 2012	<ul style="list-style-type: none"> ○ 10年後の東三河の目指すべき姿 豊かさが実感できる 輝く「ほの国」東三河 ○ 地域特性を活かし重点的に取り組むべき施策の方向性 <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> 1. 東三河の魅力の創造・発信 2. 豊かな自然の保全・再生 3. 地域産業の革新展開 </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> 4. 安全・安心な地域づくり 5. 誰もが活躍できる地域づくり 6. 地域を支える社会基盤の整備 </td> </tr> </table> ○ 地域力・連携力の発揮 ○ 目標年次：2023年度 											<ul style="list-style-type: none"> 1. 東三河の魅力の創造・発信 2. 豊かな自然の保全・再生 3. 地域産業の革新展開 	<ul style="list-style-type: none"> 4. 安全・安心な地域づくり 5. 誰もが活躍できる地域づくり 6. 地域を支える社会基盤の整備
<ul style="list-style-type: none"> 1. 東三河の魅力の創造・発信 2. 豊かな自然の保全・再生 3. 地域産業の革新展開 	<ul style="list-style-type: none"> 4. 安全・安心な地域づくり 5. 誰もが活躍できる地域づくり 6. 地域を支える社会基盤の整備 												
【主要プロジェクト推進プラン】 2012	広域観光の推進												
2013	地域産業の革新展開 再生可能エネルギーの導入推進												
2014	スポーツ大会を活かした地域振興 ① 地域連携によるスポーツ大会の新展開 ② 世界・全国レベルのスポーツ大会の招致 ③ スポーツ大会による地域振興 地域連携事業の戦略展開 ① アンテナショップ等を拠点とした地域ブランドの強化と販路拡大 ② 戦略的な加工食品開発による海外輸出の本格化 ③ 東三河ジオパーク構想の推進												
2015	地方創生事業の広域展開 ① 「ほの国」東三河ブランド戦略の推進 ② 産学官連携による産業人材の育成・確保												
2016	新東名インパクトを活かした地域 振興～広域観光の新展開～ ① 新東名インパクトの検証と活用 ② 観光に関わる基盤の整備と活用												
2017	「人が輝き活躍する東三河」の実現 ① 誰もが能力を最大限に発揮できる環境づくりの推進 ② 人材の育成・確保 世界・全国レベルのスポーツ大会 等を活かした地域連携 ① 世界・全国レベルのスポーツ大会等を活かして地域をもっと盛り上げる ② 「極上のスポーツフィールド・東三河」のイメージを拡散する												
2018	交通基盤の整備と利便性向上に向 けた地域連携の推進 ① 計画的な道路網整備 ② 地域公共交通の維持・確保 ③ リニア開業を見据えた豊橋駅利便性向上と中間駅の利活用												
2019	地域連携による地方創生事業のさらなる推進 ① 交流人口の拡大、関係人口の創出・拡大 ② グローバル化に対応した環境整備 ③ 先進技術等を活用した東三河の地域力の向上												

本資料は、2019年度におけるこれら計画期間中のプランに掲げられている目標の達成状況及び取組結果をとりまとめたものです。

Ⅱ 各プランの成果及び取組状況

新型コロナウイルス感染症の影響への考え方について

2020年に発生した新型コロナウイルス感染症により4月10日に「愛知県緊急事態宣言」が発出、4月16日の国の「緊急事態宣言」に基づく特定警戒都道府県への指定、5月4日には国の緊急事態宣言が5月31日まで延長され、不要不急の外出の自粛や、3つの密を避けるなどの「新しい生活様式」の実践等による感染拡大防止対策がとられてきました。

2020年度の観光白書によると、2020年4月の訪日外国人旅行者は99.9%減、2020年1-3月期の訪日外国人旅行消費額は41.6%減となっています。また、東三河地域でも各種イベントの開催中止や規模縮小が行われるなど、主要プロジェクト推進プランの取組にも多大な影響が及ぶことが想定されることから、2020年度の取組状況の取りまとめ時には、これらの影響の分析を行い、必要に応じ目標値の見直しの検討が必要です。

併せて、継続事業については、新型コロナウイルス感染症の流行を契機とした「都市から地方へ」の流れを踏まえた取組とするなど、各推進プランのさらなる推進方法を検討する必要があります。

1 地方創生事業の広域展開（計画期間：2016年度～2019年度）

(1) 主な取組

地域が連携して取り組むべき個別事業（リーディングプロジェクト）を2つ抽出し、県及び各市町村の地方創生総合戦略と連携し、地方創生に係る制度・施策を効果的に活用しながら、東三河地域への「新しいひとの流れ」を作ることを目指していくこととしています。

各プロジェクトの進捗状況と2019年度の主な取組は次の通りです。

プロジェクト① 「ほの国」東三河ブランド戦略の推進

- 2つの主な取組を進めることとしています。
 - (1) 東三河のブランドイメージ確立と相互共有
 - (2) ターゲットを明確にした情報発信

- 2019年度は、観光、スポーツ、ドラマのロケーション誘致を中心に、東三河地域のイメージ向上を促進する取組が進みました。

- JRグループや愛知県、市町村、観光事業者が共同で、2019年10月から12月の3ヶ月間、「愛知ディステーションキャンペーンアフターキャンペーン」を開催し、キャンペーン注目企画や、周遊バス、観光列車等を実施しました。
 - 〈注目企画〉
 - ・吉田城鉄櫓手筒花火特別放揚
 - ・家康誕生の謎に迫る！鳳来寺山 特別拝観プレミアムガイドツアー
 - ・星空の聖地“奥三河”ツアー など
 - 〈周遊バス〉
 - ・たはらは農業王国！実りの秋の休日は、大人も子どもも楽しめる農業体験とジャングル探検で！
 - ・豊川稲荷秋季大祭&まぐろ解体ショーとセリ体験！ など
 - 〈観光列車〉
 - ・地元の方々とおもてなし おいでん奥三河（豊橋～新城） など

- 2020年2月1日（土）～3月29日（日）の期間、地元の食材を使った料理と絶景が楽しめるレストランバスコースを東三河全域に拡大し、全33回のツアー運行で、延べ515人が参加しました。募集時には満席に近い申し込みがありました。新型コロナウイルス拡大の影響により、昨年度の参加人数（全39回874人）を下回りました。

コース 渥美半島三河湾コース、渥美半島太平洋コース

豊川・蒲郡 稲荷―海産物コース、豊川・蒲郡 神社―海産物コース

奥三河 東栄・豊根コース、奥三河 新城・設楽コース

- 奥三河地域では、2019年4月6日（土）～7日（日）にかけ、茶臼山高原（豊根村）から湯谷温泉（新城市）までを走るトレイルランニング大会「奥三河パワートレイル」を開催し、841人が出走しました。
- 豊橋市では、2020年3月に放送がスタートする連続テレビ小説「エール」ゆかりの地としてのPRを目的に、ポスターの作成・掲示や、『「エール」で豊橋を盛り上げる会』の設立、古関裕而さんの名曲や貴重な写真等を交えたエピソードトークを楽しめる『「喜多三」特別ライブ in 豊橋』の開催等の取組を行いました。
- 蒲郡市では、2021年に全国公開予定の映画「ゾッキ」の制作を支援し、市の活性化につなげるため、行政・企業・民間が一体となり「映画ゾッキ蒲郡プロジェクト委員会」を発足し、ロケ地の提供や炊き出しの支援を行うとともに、ロケの裏側や蒲郡市の紹介をSNSで発信する等の取組をしました。
- 5月26日には、「道の駅とよはし」がオープンし、地元のこだわりの食材を使った飲食店や特産品を扱うショップが入居する「Tomate（トマッテ）」、旬の農産物を取り揃える「あぐりパーク食彩村」を核に、食と農業の魅力を発信しています。テレビや雑誌等、メディアに多数取り上げられ、来場者数の年間目標100万人を約5ヶ月で達成するなど、大変な賑わいとなりました。
- 田原市では、地域の食材を生かした丼を通じ、食文化の継承、地域経済の活性化を目的とし、「どんぶりサミット in 田原2019」を開催しました。田原の「田原牛と釜揚げしらすビビンバ丼」や新城の「鳳来牛すき焼きどんぶり」など東三河を中心とした18店舗が31品を出品しました。
- 愛知県では、都市部の人々に山間地域を訪れて魅力を知ってもらうことを目的に、「愛知高原・奥三河の唄」スペシャル動画及びPR動画を作成しました。また、東三河地域や奥三河地域の豊かな自然やスポーツ等の魅力を伝えるプロモーション動画「Higashimikawa in 8K」、「EXPLORE OKUMIKAWA」を作成しました。

プロジェクト② 産学官連携による産業人材の育成・確保

- 2つの主な取組を進めることとしています。
 - (1) 産業人材育成事業の活性化
 - (2) U I J ターン等による産業人材の確保

- 社会人キャリアアップ連携協議会では、各主体が実施している産業人材育成に向けた研修等の情報の一元化を図り相互利用を促進するなど、産業人材育成事業の活性化に向けた取組が進められています。2019年度は、人材育成講演会、社会人キャリアアップ交流サロン（ジェネカフェ）を開催しました。

- 東三河広域経済連合会では、東三河地域の商工会議所・商工会が連携して、経営幹部及び管理監督者向けなどハイレベルのスキルや知識を習得できる人材育成セミナー「東三河産業アカデミー」を実施し、人材育成・経営・営業ノウハウ等をテーマとした20講座を開催しました。

- 豊橋商工会議所では、学生と東三河優良企業との出会いの場を創出することを目的とした「東三河学生就職NAVI」や、地域産業の振興と雇用拡大の一助として、求人・求職者双方のニーズに合わせたきめ細かい支援を進めるため「無料職業紹介所」を運営し、東三河地域の企業の人材確保に向けた取組を進めています。また、地域の社会人が、職業の内容や地域で働く役割・意義などを中高生に伝えることで、生徒が将来や職業を考えるきっかけを創出する「ビジネスパーク」を開催しました。

- 東三河広域連合は、学生が就職や仕事について考える機会をつくとともに、学生に地元企業の魅力を知っていただくため、学生が地元企業と気軽に交流できる「まじカフェ」を開催しました。

- また、豊橋商工会議所は、お昼休みに学食でランチを食べながら、学生と企業が少人数で交流するサービス「モグジョブ」を開催しました（愛知大学豊橋キャンパス、豊橋技術科学大学、豊橋創造大学）。

- (株)サイエンス・クリエイトでは、「情報化・IT活用」「品質管理」「企画・改善」「技術者育成」など、中小企業にとって必要となる様々な講座を実施し、地域の企業等を支える人材の育成を支援しています。2019年度は22講座を開催しました。

- 愛知県では、大都市圏からの若者の流入を促進するとともに、地元企業の採用力向上と若者の円滑な就職活動を双方から支援することで、東三河地域の産業人材の確保と若者の定住を促進しました。具体的には、東京圏に在学中の学生を対象とした「東三河しごと体感ツアー」や「東三河ワーク×ライフ発見フェア」、東三河の魅力や課題、将来のあり方などをテーマに学生と話し合う「東三河ワーク×ライフスタイル研究会」、現役世代と保護者世代との就活事情の違い等を学ぶ「保護者のための東三河就活準備セミナー」等を開催しました。地元への愛着を高め、地元定着やUターン就職の促進を目的に、小学5・6年生及び中学生向けに「東三河魅力発見ノート」を作成しました。また、リアルな職業体験を通して社会の仕組みを学び、その機能や役割について考える事を目的に、奥三河の地域資源を活かした小学生職業体験や、奥三河検定を実施しました。

- また、三河山間地域の魅力等を様々なメディア等を活用して情報発信し、関係人口の増加を図り、経済活動の拡大や移住・定住の促進のため、あいちの山里関係人口創出事業として、TV・SNSによる情報発信や、スマホアプリを活用した誘客イベントの開催、花祭周遊シャトルバスの運行等を実施しました。

(2) さらなる地方創生事業の広域展開に向けて

- 2016年度から2019年度にかけて、国において地方創生推進交付金の当初予算が毎年度1,000億円計上され、全国の都道府県や市区町村で事業が展開されています。東三河地域においても様々な事業が実施され、なかでも、リーディングプロジェクトである「『ほの国』東三河ブランド戦略の推進」及び「産学官連携による産業人材の育成・確保」は、いずれも重要課題であり、多様な取組が展開され、地方創生事業の広域展開が着実に進められてきました。

- 「『ほの国』東三河ブランド戦略の推進」については、マラソン大会やサーフィンなどスポーツイベントの開催や「あいち花フェスタ in 東三河」など、東三河地域のブランドイメージの向上に向けた取組の他、連続テレビ小説「エール」等による新たな観光ブランドの立ち上げの展開、東三河レストランバスなど新たに芽が出てきた取組がある一方で、東三河ジオパーク構想や東三河ブランドショップ事業など、更なる調整が必要な取組も見られます。

- 「産学官連携による産業人材の育成・確保」については、「ものづくり博 in 東三河」、「社会人キャリアアップ連携協議会」、「東三河産業アカデミー」、「東三河学生就職NAVI」、「無料職業紹介所の人材マッチング支援」などにより、人材育成・確保に向けた支援窓口や講座、就業支援等の充実に向けた取組を展開しました。その中で、人材マッチング事業において、東三河地域の企業の求人ニーズと学生、転職者などの休職者ニーズのミスマッチ等により、結果として地元企業の採用が難しくなっているとの指摘がありました。

- 本推進プランの計画期間は2019年度で終了しますが、本推進プランの課題の他、「若者の転出超過」や「観光入込客数の伸び悩み」など東三河地域の課題があるため、2019年度に策定した「地域連携による地方創生事業のさらなる推進」により、引き続き、連携を強化しながら取組を進めていく必要があります。

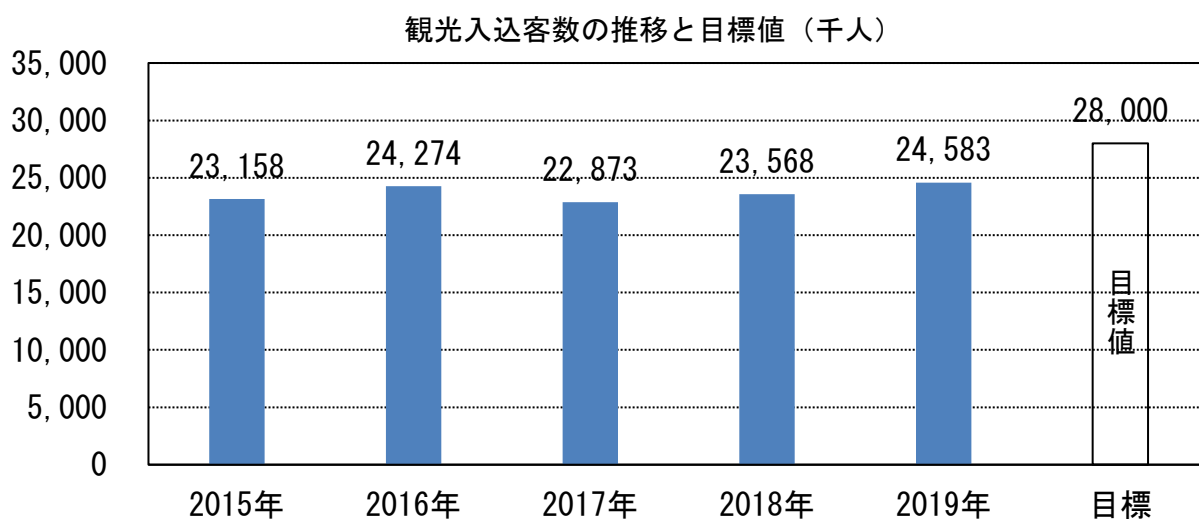
2 新東名インパクトを活かした地域振興（計画期間：2017年度～2019年度）

（1）目標達成状況

項目	数値目標	計画当初	達成状況
目標1 観光入込客数	28,000 千人 (2019年)	23,158 千人 (2015年)	24,583 千人 (2019年)
目標2 宿泊者数	2,700 千人 (2019年)	1,999 千人 (2015年)	2,308 千人 (2019年)
目標3 道の駅の売上額	2,000 百万円 (2019年度)	1,737 百万円 (2015年度)	3,489 百万円 (2019年度)

目標1 観光入込客数の増加

- 観光入込客数については、2015年から約4,800千人増加させ、2019年には28,000千人とすることを目標としています。
- 2019年の観光入込客数は24,583千人となり、新東名開通前の2015年と比較すると約1,425千人（約6%）の増加、新東名開通後の2016年と比較すると約309千人（約1.3%）の増加となり、新東名開通による交流人口の増加に加え、魅力的なコンテンツの充実及び観光施設整備などによる観光入込客数の増加はみられたものの、目標値に対し約88%にとどまっています。

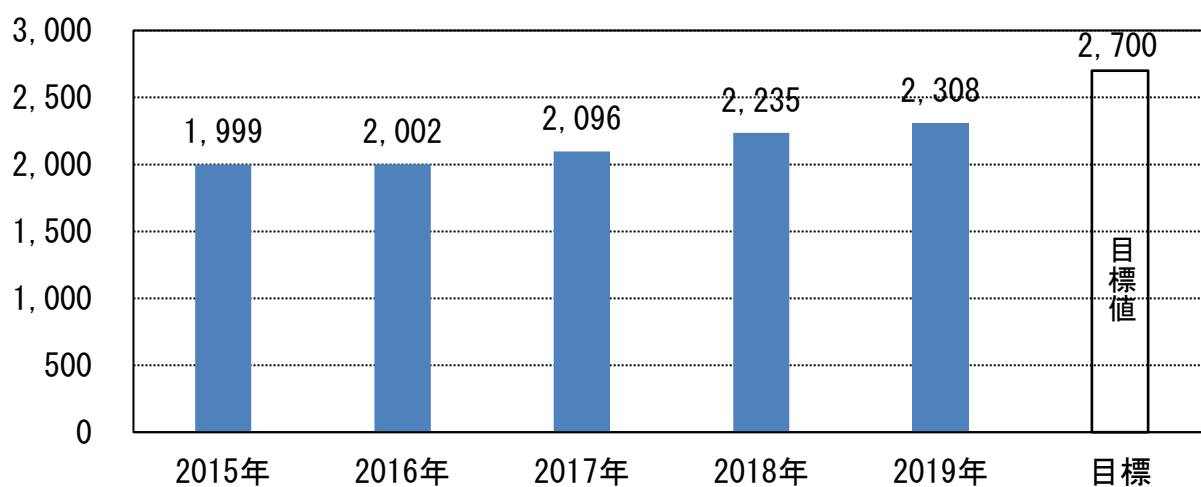


「愛知県観光レクリエーション利用者統計」より東三河分を抜粋。

目標2 宿泊者数の増加

- 宿泊者数については、2015年から約700千人増加させ、2019年には2,700千人とすることを目標としています。
- 2019年の宿泊者数は2,308千人となり、外国人宿泊者の増加や宿泊施設の新規開業などにより増加しているものの、目標値に対し約85%にとどまっています。
- 目標値2,700千人の内訳は、日本人が1,969千人、外国人が731千人としていましたが、実績としては日本人が1,898千人（達成率約96%）、外国人が409千人（達成率約56%）となり、外国人の宿泊者数の伸び悩みが大きく影響しています。

宿泊者数の推移と目標値（千人）

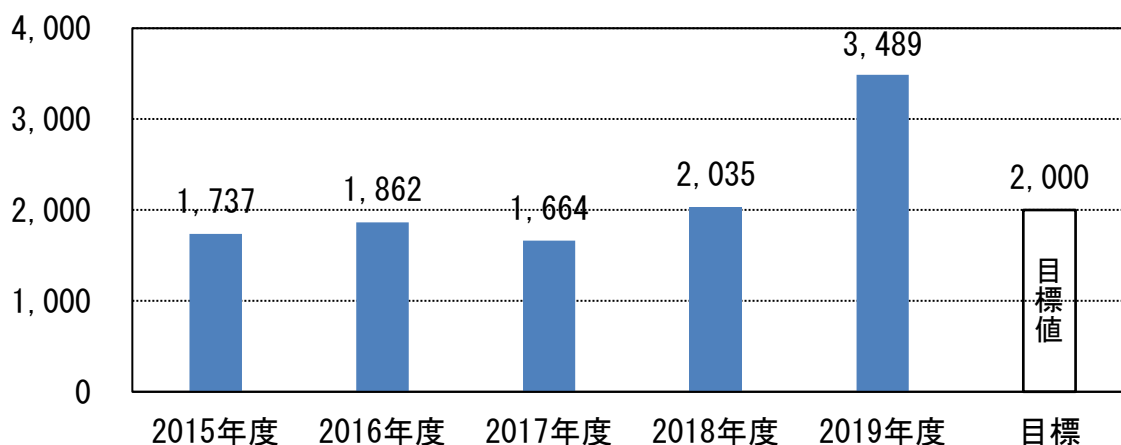


愛知県東三河総局調査による。

目標3 道の駅の売上額の増加

- 道の駅の売上額については、2015年度から約260百万円増加させ、2019年度には2,000百万円とすることを目標としています。
- 2019年度の道の駅の売上額は、3,489百万円となりました。2019年5月の「道の駅とよはし」開業（1,444百万円）や、特産品の商品開発などにより、2015年度から1,752百万円の増加となり、目標を大きく上回り達成しました。

道の駅の売上額の推移と目標値（百万円）



愛知県東三河総局調査による。

(2) さらなる新東名インパクトを活かした地域振興に向けて

- 新東名愛知県区間の開通に伴う日帰り圏域の拡大等を踏まえ、観光入込数の増加に向けた取組を推進してきましたが、全国、愛知県全体と同様に、伸び悩みを見せています。一方、深海生物のタッチングや名物解説など、独特の展示を行う「竹島水族館」、ナイト ZOO イベントや演出効果の高い展示を展開する「豊橋総合動植物公園」などで観光客の増加が見られることから、観光資源の特性を生かした磨き上げやPR方法の工夫により、集客性を高める取組に力を入れていくことが重要です。
- また、宿泊者数の状況は、特に訪日外国人旅行者について、2015年から2019年で東三河地域の外国人の宿泊者数は約30%伸びており、引き続き増加が期待できる外国人旅行者の趣向に合った観光資源の磨き上げとPRとともに、地域全体の受入環境を整えていくことが必要です。
- 一方、道の駅の売上額は、新東名愛知県区間の開通による利便性や東三河地域の強みである「食」を生かし、「もっくる新城」、「田原めっくんはうす」、「道の駅とよはし」などにおいて売上額が増加しており、2021年春に設楽町でオープン予定の「道の駅したら」を含め、道の駅を拠点に周遊性・滞在性を高める取組が必要と考えられます。
- 観光を中心とした地域振興にあたっては、2020年に発生した新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、地域内消費の喚起や、「新しい生活様式」に対応したサービスの提供を進めていくほか、2019年度に策定した主要プロジェクト推進プラン「地域連携による地方創生事業のさらなる推進」のもと、引き続き、国内外からの交流人口の拡大に向け、地域が一体となって取組を強く推進することが重要です。

3 「人が輝き活躍する東三河」の実現（計画期間：2018年度～2020年度）

(1) 目標達成状況

項目	数値目標	計画当初	達成状況
目標1 東三河の就職件数に占める女性の割合	54% (2020年度)	52% (2016年度)	54.0% (2019年度)
目標2 東三河の就職件数に占める高齢者（65歳以上）の割合	7% (2020年度)	5% (2016年度)	8.3% (2019年度)
目標3 東三河のシルバー人材センターの登録者数	4,600人 (2020年度)	4,300人 (2016年度)	4,840人 (2019年度)
目標4 東三河4大学の学生の東三河の企業に対する認知度	50% (2020年度)	29%※ (2018年度)	62%(5社以上)※ 26%(10社以上)※ (2019年度)

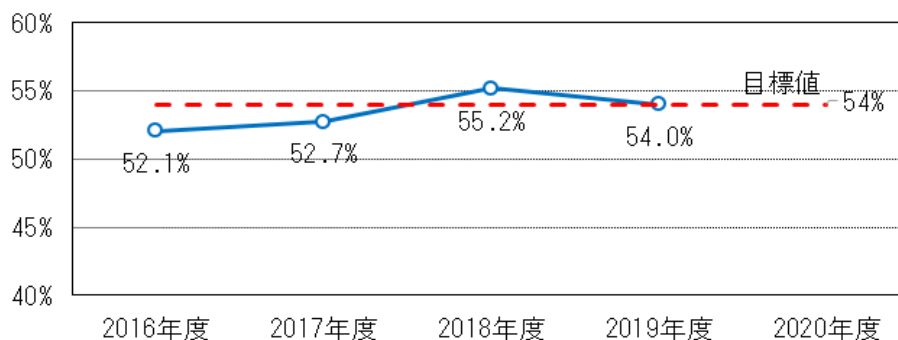
※東三河ビジョン協議会委員から「学生は企業名を認知しているが、東三河地域(地元)と企業名がつながっていないのではないか」との指摘を受けて、2019年度から企業認知度の調査方法を変更。

調査年度	調査方法
2018年度	企業リストを提示せず、知っている企業名を記載⇒1社以上 29%
2019年度	企業リストを提示し、知っている企業数を選択⇒5社以上 62%（10社以上 26%）

目標1 東三河の就職件数に占める女性の割合

- 子育てがしやすい社会基盤や就労環境の整備等、女性の活躍に向けた取組の成果が直接反映されるため、「東三河の就職件数に占める女性の割合」を本プランの成果指標とし、2020年度までに54%を達成する目標としています。
- 県では、「女性の活躍促進サミット2019」や「あいち女性輝きカンパニーの認証」、「愛知県内一斉ノー残業デー」など様々な取組を進めました。
- 市町村においても、「女性限定の移住・定住体験ツアー」、「育児相談」、「子育て支援情報の充実」や「子育て支援センターの充実」など様々な取組を進めました。
- 以上の取組を推進した結果、数値目標を既に達成しました。

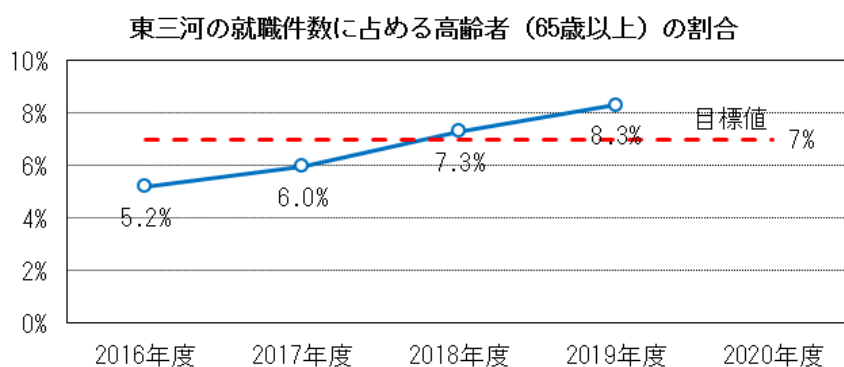
東三河の就職件数に占める女性の割合



出典：愛知労働局「愛知労働局年報」及び「聞き取り結果」より加工

目標2 東三河の就職件数に占める高齢者（65歳以上）の割合

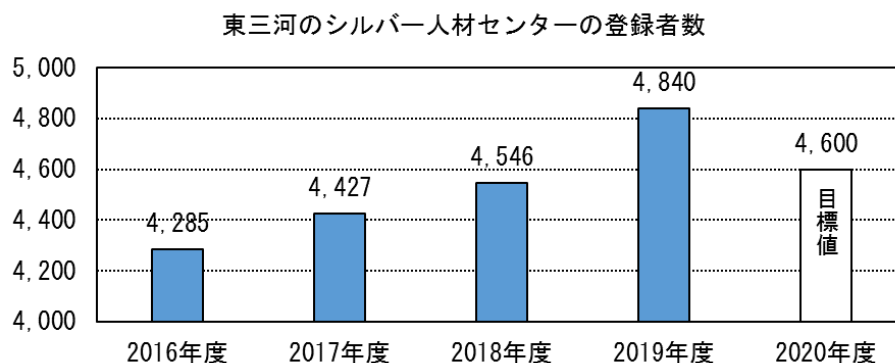
- 高齢者が地域で働ける場の拡大等、高齢者の活躍に向けた取組の成果が直接反映されるため、「東三河の就職件数に占める高齢者（65歳以上）の割合」を本プランの成果指標とし、2020年度までに7%を達成する目標としています。
- 県では、高齢者の多様なニーズに対応した「企業と高齢者のマッチングを図るための就職面接会」などの取組を進めました。
- 市町村では「農業人材バンクの運営」、農業団体では「無料職業紹介所の運営」などの取組を進めました。
- 以上の取組を推進した結果、数値目標を既に達成しました。



出典：愛知労働局「愛知労働局年報」及び「聞き取り結果」より加工

目標3 東三河のシルバー人材センターの登録者数

- 高齢者については、雇用以外にも様々な社会参画の形があります。シルバー人材センターは、「高齢者が働くことを通じて生きがいを得る」ことや「高齢者の社会参加により活力ある地域社会をつくりだす」ことを目的としており、ボランティアなどの社会貢献活動も行っていることから、「東三河のシルバー人材センターの登録者数」を本プランの成果指標とし、2016年度から約7%増加させ、2020年度には4,600人とする目標としています。
- 県では、間接的な取組として、高齢者の健康と体力の保持、増進を図る「老人クラブ活動への助成」などの取組を進めました。
- 市町村においても、シルバー人材センターが実施する子育て世帯の家事等の支援サービス事業に対して補助する「子育て世帯生活支援事業」などの取組を進めました。
- 以上の取組を推進した結果、数値目標を既に達成しました。



出典：公益社団法人 全国シルバー人材センター事業会 HP
愛知県シルバー人材センター連合会提供資料

目標 4 東三河 4 大学の学生の東三河の企業に対する認知度

- 若者については、各方面で東三河の仕事環境に関する情報提供の取組が重点的に行われており、成果を把握する上で、「地元企業の認知度」を本プランの成果指標とし、2020 年度までに 50%を達成する目標としています。
- 調査方法について、「学生は企業名を認知しているが、東三河地域（地元）と企業名がつながっていないのでは」との指摘を受けて、2019 年度は企業リストを提示し、知っている企業を選択する方法へ変更し、5 社以上の企業を知っている学生の割合は 62%（10 社以上の企業を知っている学生は 26%）となっています。（2018 年度は企業リストを提示せず、知っている企業名を記載する方法により調査をし、1 社以上の企業を知っている学生の割合は 29%）
- 市町村、広域連合、地元経済団体等で、企業と学生の新たなマッチング手法（モグジョブ・まじカフェ）を充実させるなど、地域が連携した地元企業の認知度を向上させる取組などを進めました。

(2) さらなる「人が輝き活躍する東三河」の実現に向けて

- 4 項目中 3 項目で数値目標を既に達成しました。学生の地元企業に対する認知度は、統計の取り方を見直した結果、名前を提示すれば知っている企業が多いことが明らかになり、より深い情報発信を行うとともに、引き続き、企業と学生の人材マッチングを含め、誰もが能力を最大限に発揮できる環境づくりを推進する必要があります。

4 世界・全国レベルのスポーツ大会等を活かした地域連携（計画期間：2018年度～2020年度）

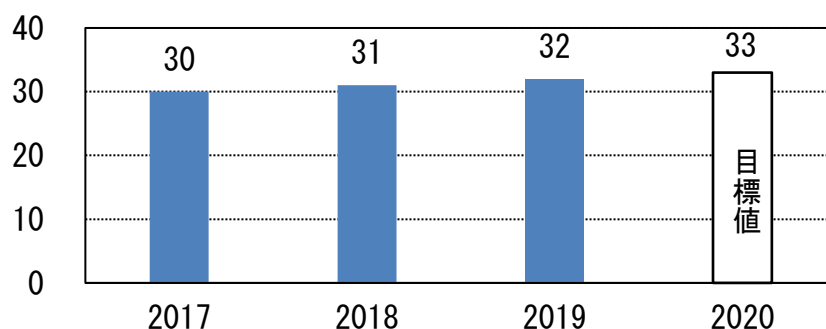
（1）目標達成状況

項目	数値目標	計画当初	達成状況
目標 1 スポーツ大会の参加者数	33 千人 (2020 年)	30 千人 (2017 年)	32 千人 (2019 年)
目標 2 スポーツ大会の観客数	180 千人 (2020 年)	172 千人 (2017 年)	175 千人 (2019 年)
目標 3 スポーツ大会のボランティア数	8 千人 (2020 年)	7 千人 (2017 年)	7.2 千人 (2019 年)

目標 1 スポーツ大会の参加者数の増加

- スポーツ大会の参加者数については、2017年から3千人増加させ、2020年には33千人とすることを目標としています。
- 2019年のスポーツ大会の参加者数は、32千人となりました。悪天候により中止となった大会がある中で、計画当初の2017年より2千人増となります。

スポーツ大会の参加者数の推移と目標値（千人）

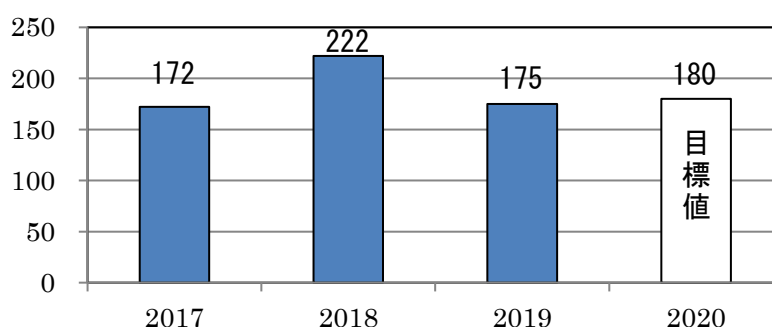


愛知県東三河総局調査による。

目標 2 スポーツ大会の観客数の増加

- スポーツ大会の観客数については、2017年から8千人増加させ、2020年には180千人とすることを目標としています。
- 2019年のスポーツ大会の観客数は、175千人となり、2018年から47千人減少しました。これは2018年に「2018 アーバンリサーチ ISA ワールドサーフィンゲームス」が開催されたためであり、2017年と比較すると3千人増加しています。

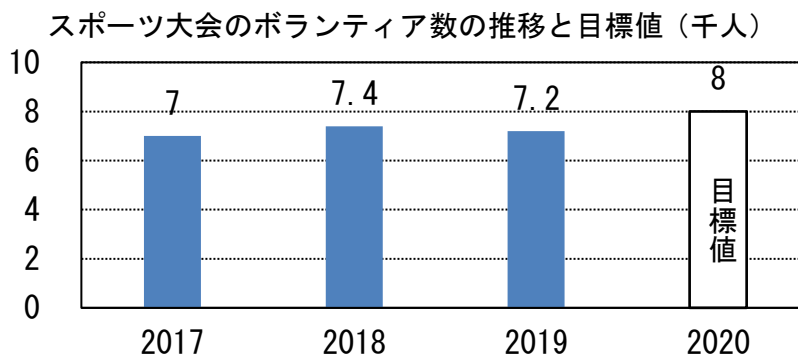
スポーツ大会の観客数の推移と目標値（千人）



愛知県東三河総局調査による。

目標3 スポーツ大会のボランティア数の増加

- スポーツ大会のボランティア数については、2017年から1千人増加させ、2020年には8千人とすることを目標としています。
- 2019年のスポーツ大会の観客数は、7.2千人となり、計画当初の2017年から0.2千人増加していますが、2018年と比較すると0.2千人減少しています。



愛知県東三河総局調査による。

(2) さらなる世界・全国レベルのスポーツ大会等を活かした地域連携に向けて

- 愛知県最高峰の茶臼山や津具高原、四谷千枚田、鳳来寺、湯谷温泉など奥三河の観光資源が楽しめる、愛知県初の本格的な中距離トレイルランニング大会「奥三河パワートレイル」には、愛知県外からも多数のランナーが参加しており、地元住民も一体となって大会を盛り上げています。
- また、近年は自ら競技する人のみではなく観戦する人も増えつつあります。「新城ラリー」には毎年約5万人の観戦者が訪れ、豊橋市総合体育館をホームアリーナとした「三遠ネオフェニックス」のゲームの観戦者も増加しています。
- 2020年11月には、新城市や設楽町を含む、愛知県と岐阜県をコースとしたFIA世界ラリー選手権が開催されます。
- 2021年1月には豊橋市のアクアリーナ豊橋等を会場とする、第76回国民体育大会冬季大会スケート競技会（ショートトラック・フィギュア）・アイスホッケー競技会が開催されます。
- こうした世界・全国レベルのスポーツ大会の増加に伴い、多くの競技者や観戦者が東三河を訪れ、宿泊・飲食・地域製品の購入等の域内消費による経済効果や競技者・観戦者・大会支援者の間での交流が生まれています。
- 2019年度に策定した主要プロジェクト推進プラン「地域連携による地方創生事業のさらなる推進」では、東三河の豊かな自然を活かし、オールシーズン、オールエリアでスポーツを楽しめる裾野の拡大や「スポーツ」と「道の駅」・「食」・「体験型コンテンツ」などを組み合わせた周遊性、滞在性の向上など「東三河スポーツツーリズム」のブランド化を目指すこととしています。
- 今後も引き続き、世界・全国レベルの大会を活かした地域の連携により極上のスポーツフィールドとしての東三河のイメージを確立する必要があります。

5 交通基盤の整備と利便性向上に向けた地域連携の推進（計画期間：2019年度～2021年度）

（1）目標達成状況

項目	数値目標	計画当初	達成状況
目標 1 東三河地域における主要な道路の新規開通延長	33.3km (2020年代中頃)	— (2018年度)	4.5km (2019年度)
目標 2 東三河地域の交通事故死傷者数	50.7人/1万人当たり (2021年)	72.4人/1万人当たり (2017年)	56.3人/1万人当たり (2019年)
目標 3 飯田線の乗車客数	3,510千人 (2021年度)	3,296千人 (2017年度)	3,294千人 (2018年度)
目標 4 路線バス（地域間幹線系統バス）の乗車客数	890千人 (2021年度)	877千人 (2017年度)	832千人 (2019年度)
目標 5 コミュニティバスの路線数	47路線 (2021年度)	45路線 (2018年度)	44路線 (2019年度)

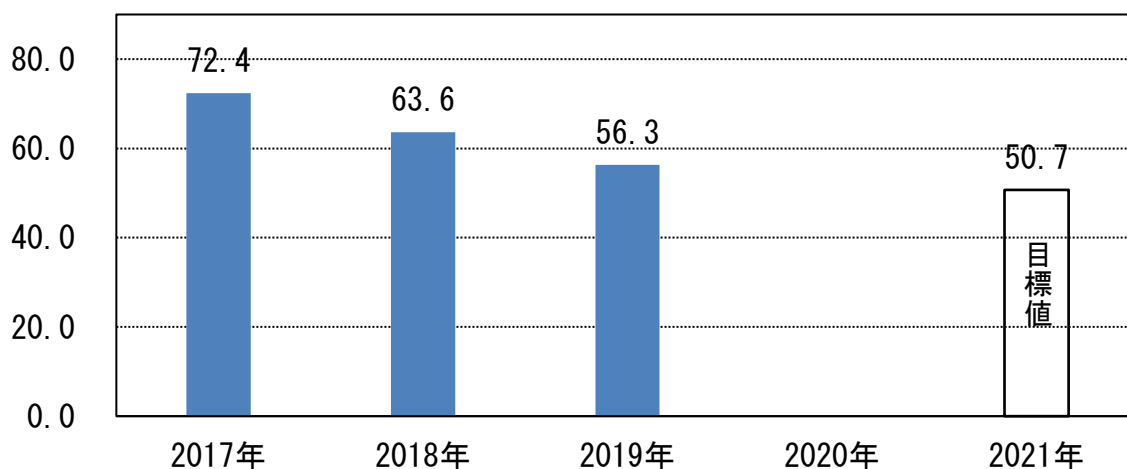
目標 1 東三河地域における主要な道路の新規開通延長

- 東三河地域における主要な道路の新規開通延長については、2020年代中頃までに33.3kmとすることを目標としています。
- 2019年の主要な道路の新規開通延長は、合計で4.5kmとなりました。
- 三遠南信自動車道飯喬道路では、2019年11月17日に、天龍峡IC～龍江IC間（延長4.0km）が開通しました。今回の開通により、飯田山本IC～飯田上久堅・喬木富田IC間の、延長14.6kmが連続して通行可能となりました。
- 主要地方道豊橋渥美線では、2020年3月26日に田原市浦町地内の一部区間（延長約0.5km）が開通し、地域交通の利便性が向上しています。

目標2 東三河地域の交通事故死傷者数

- 交通事故死傷者数（東三河地域の人口1万人当たり）については、2017年の72.4人を、30%減少し、2021年には50.7人とすることを目標としています。
- 2019年には56.3人となり、2017年から約22%減少しました。目標を上回るペースで減少しています。
- しかしながら、交通事故死傷者数（人口1万人当たり）を県内他地域と比較すると、名古屋市は48.1人、尾張地域は47.4人、西三河地域は42.4人となり、依然東三河地域は、人口当たりの交通事故死傷者発生割合が最も高い地域となっています。

東三河地域の交通事故死傷者数（人／1万人当たり）

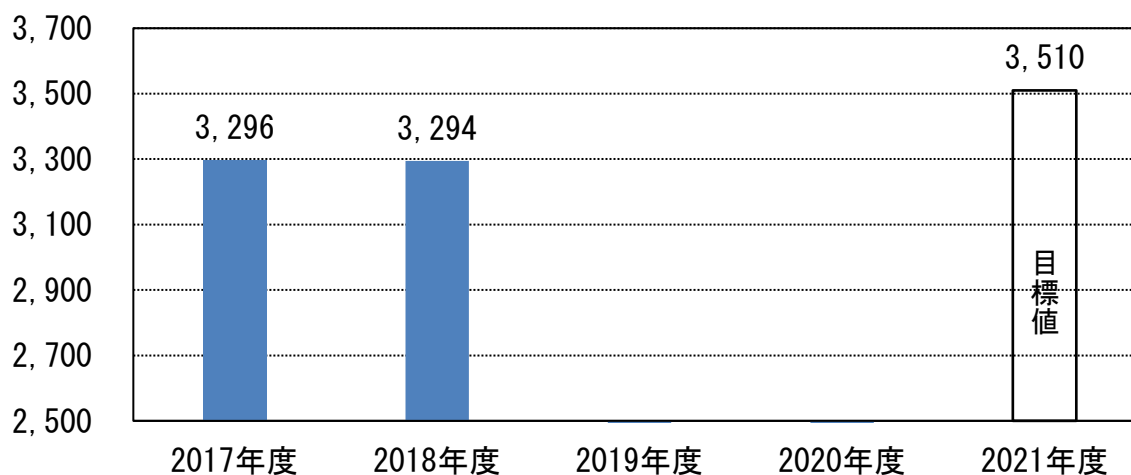


出典：愛知県警察本部交通部交通総務課提供資料

目標3 飯田線の乗車客数

- 飯田線の乗車客数については、2017年度から6.5%増加させ、2021年度には3,510千人とすることを目標としています。
- 飯田線の乗車客数は、2018年度3,294千人となり、2017年と比較すると、ほぼ横ばいとなっています。
- 2017年度の乗車客数と比較すると、愛知県内の豊橋駅を除く25駅の内、11駅が増加、4駅が変動なし、10駅が減少しています。

飯田線乗車客数の推移と目標値（千人）

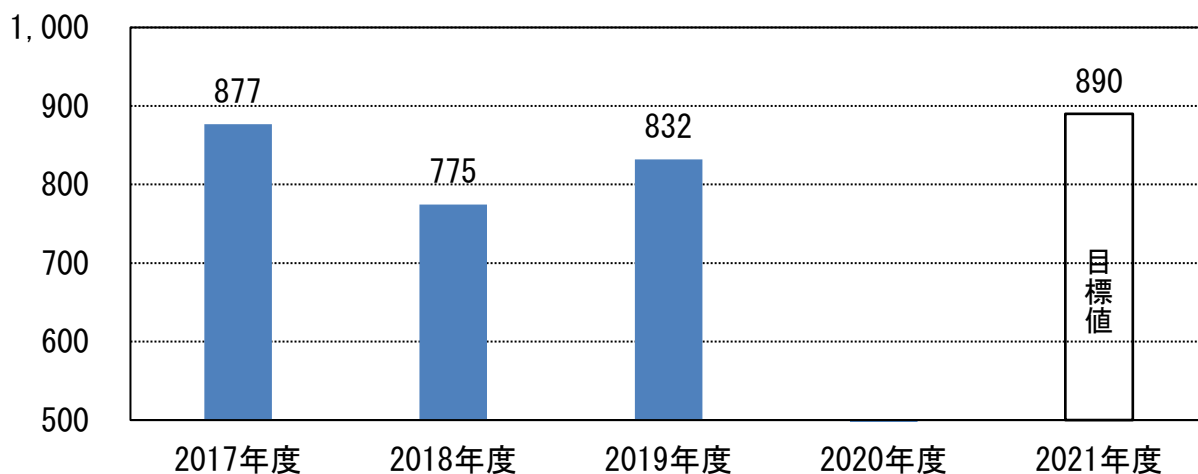


出典：東海旅客鉄道提供資料

目標4 路線バス（地域間幹線系統バス）の乗車客数

- 路線バスの乗車客数については、2017年度から1.5%増加させ、2021年度には890千人とすることを目標としています。
- 2019年度の路線バスの乗車客数は、832千人となり、2017年と比較すると、人口減少や、高齢者人口に対する運転免許証保有者数が依然高いことなどから、約5%の減少となっています。
- 対象5路線の内、3路線が増加、2路線が減少しており、豊川線の減少率（約15%減）が大きくなっています。

路線バス（地域間幹線系統バス）の乗車客数の推移と目標値（千人）

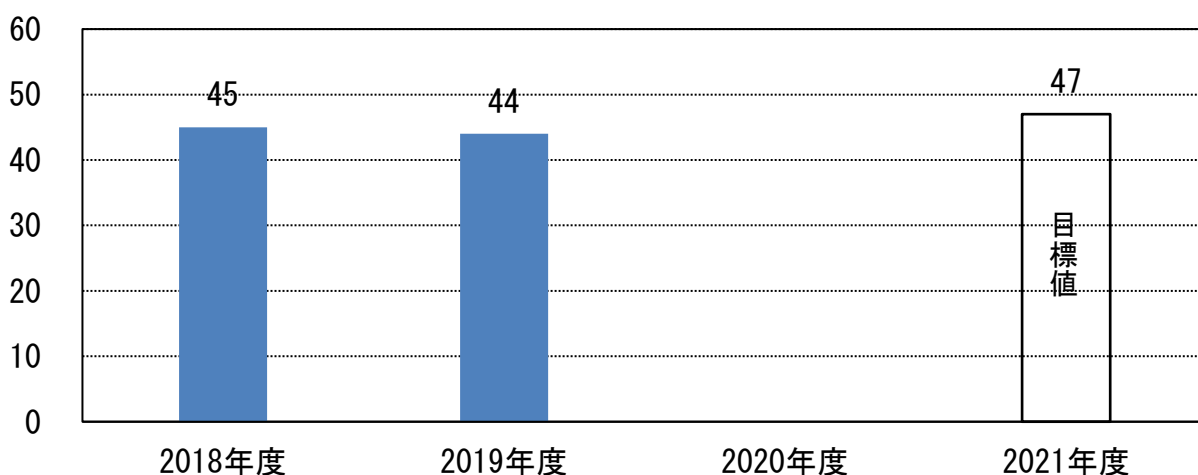


出典：豊鉄バス提供資料

目標5 コミュニティバスの路線数

- コミュニティバスの路線数については、2018年度から2路線増加させ、2021年度には47路線とすることを目標としています。
- 2019年度のコミュニティバスの路線数は、44路線となり、2017年と比較すると、1路線の減少となっています。
- 蒲郡市で新規2路線（とがみくるりんバス、みかんの丘くるりんバス）が運用開始された一方で、田原市で路線の廃止（ぐるりんミニバス高松線）とタクシー事業へ移行（ぐるりんミニバス八王子線）、新城市でデマンドバス事業へ移行（つくであしがる線）したことで3路線が減少し、全体数としては減少しました。

コミュニティバスの路線数の推移と目標値（路線）



出典：各市町村HP

(2) さらなる交通基盤の整備と利便性向上に向けた地域連携の推進に向けて

- 三遠南信自動車道飯喬道路及び主要地方道豊橋渥美線の新規開通に加え、名豊道路蒲郡バイパスや一般国道151号新城バイパス、三遠南信自動車道三遠道路など、その他主要な道路についても着実に事業が進められており、引き続き、東三河1時間圏内の拡大に向けた計画的な道路整備の促進が必要です。
- 2019年には、愛知県が17年ぶりに交通事故の死亡者数全国ワースト1位を脱却し、東三河地域においても、交通事故死傷者数は目標を上回るペースで減少していますが、県内他地域と比較すると、人口当たりの交通事故死傷者数の割合が依然として高いため、引き続き、交通安全対策の実施などの取組や、高齢者等を対象とした、公共交通機関の利用促進が必要となっています。
- 飯田線乗車客数については、ほぼ横ばいとなっています。2018年には「愛知ディスプレイネーションキャンペーン」により、長篠城駅、湯谷温泉駅、東栄駅などを利用するイベントが開催されるなど、観光等と連携した取組みが行われています。2020年度に策定する主要プロジェクト推進プランにおける観光誘客も含め、さらなる利用促進を図る必要があります。
- 路線バス乗客数の減少や、コミュニティバス路線数の1路線減少については、高齢化が進展している東三河において、地域住民の交通手段としての重要性が増していくことを踏まえ、住民による利用促進や、観光と連携した誘客の促進を図るとともに、新たな利用形態（デマンドバス、タクシー事業）への移行も含め、住民の交通手段の確保に向けた取組を進める必要があります。