

令和6年度 デジタル田園国家構想交付金(地方創生推進タイプ)の実績一覧

資料 3

個別戦略	開始年度	終了年度	事業名	事業概要	R6年度／R7年度の事業概要	R6総事業費 （決算額・円）	重要業績評価指標（KPI）	当初 （事業開始前）	1年目		2年目		3年目		目標値 （事業完了時）	未達成であった場合、その事由
									目標値累計 （単年目標）	実績値 （対前年増減）	目標値累計 （単年目標）	実績値 （対前年増減）	目標値累計 （単年目標）	実績値 （対前年増減）		
1－2 2－1	R4 （2022）	R6 （2024）	持続可能な食と農の まちづくり	（地産地消の推進） 豊かな農産物を活かした食文化を味わうことのできる機会をつくるため、地域の農家と飲食店をマッチングさせ、地域の農産物を活用し魅力的な食を提供する飲食店を増やす。また路線バス等を活用した貨客混載など、地域内での流通の仕組みづくりを行う。 （農業分野でのイノベーションの誘発） この地域の農家は、全国有数の高い農業技術を有している。新たなアイデアや新ビジネスをおこすノウハウを有しているスタートアップ企業と農家をマッチングし、共創により農業分野でのイノベーションを誘発する。 （魅力ある食文化のPR） 本市の食文化を域内外にPRする動画やチラシの作成、イベントの開催などを通じて、食と農の魅力を伝え、イメージを底上げし、交流人口や関係人口の増加につなげる。	―――令和6年度事業――― ○地産地消の推進 ・地産地消を進める事業主体を形成し、新たな食の魅力となるコンテンツを生み出すマッチングイベントを開催するとともに食文化をPRするチラシや動画の作成、イベントの開催などを通じて、食と農のまちであることの情報発信を行った。また、域内流通の仕組みについて、事業化した。 ・地産地消に取組む市内飲食店や菓子店等を巡るスタンブラリーイベント実施し、地産地消に取組む店舗を掘り起こし、市内外の人に地元農産物の美味しさや農産物を知ってもらうとともに、誰もが地元食材を利用したメニューを食べることができる環境を整えた。 ・地産地消に取組む飲食店や菓子店を地産地消取組店として認定し、PRを実施した。 ○農業分野でのイノベーションの誘発 ・農家とスタートアップ企業が協働で商品開発を行うマッチングコンテストを開催した。 ・前年のコンテストでマッチングした農家とスタートアップの事業化に向けた支援を行った。	39,575,678	豊橋市の観光入込客数	1,811,806人	1,861,806人 （50,000人）	2,102,494人 （290,688人）	1,911,806人 （50,000人）	2,034,222人 （▲68,272人）	2,011,806人 （100,000人）	2,128,823人 （94,600人）	2,011,806人	達成
							農産物直売所入込客数（道の駅とよはし）	1,162,795人	1,187,795人 （25,000人）	1,195,599人 （32,804人）	1,237,795人 （50,000人）	1,187,947人 （▲7,652人）	1,287,795人 （50,000人）	1,168,269人 （▲19,678人）	1,287,795人	令和6年度は令和5年度と比較し、メディア露出が少なく、新店舗オープンや新商品発売もなかったため、入込客数が減少したと考えられる。
							地産地消に取り組む飲食店等と農家の件数	0件	20件 （20件）	22件 （22件）	50件 （30件）	154件 （132件）	80件 （30件）	216件 （84件）	80件 （累計）	達成
2－2 4－1	R5 （2023）	R7 （2025）	東三河「スポーツツーリズム」推進プロジェクト （愛知県、東三河8市町村と連携）	「東三河スポーツツーリズム」のブランド力を強化するため、全国展開しているアウトドアスポーツ事業者のブランディングカや、スポーツツーリズムを積極的に展開している事業者・地元団体等のノウハウを得ながら、愛知県、東三河8市町村、愛知県東三河広域観光協議会、東三河広域経済連合会が一体となり、戦略的に事業を推進する。	―――令和6年度事業――― ○新体験型観光商品の造成支援 ・引き続き、ナショナルサイクルルート周辺の自然環境をいかした体験型観光商品の更なる造成を行うとともに、全国展開する体験型観光Webサイトを活用し、効果的なプロモーションや商品のブラッシュアップ等を実施した。 ○ナショナルサイクルルートゲートウェイの魅力向上 ・引き続き、道の駅とよはしにサイクリストに対する工具等の貸出やサイクリングルート及び周辺の観光案内を行うスタッフを常駐させた。加えて、訪れたサイクリストに対するヒアリング調査や、サイクリングイベント・サイクリストの受け入れ環境の工場を図るための企画立案を行った。 ○「豊橋市自転車活用推進計画2021-2030」に基づくサイクリングイベントの実施 ・災害時等での自転車活用に関する啓発や自転車を楽しむ機会の充実の施策として、デジタルツールを活用したデジタルサイクリングマップの体験型サイクリングイベントを実施した。 ○アウトドアスポーツ事業者を活用した東三河地域ブランドの周知等 ・引き続き、東三河アウトドアスポーツツーリズムの広域周遊ルートにPRのほか、アウトドアスポーツ事業者の情報発信ツールの活用をするなど、アウトドアスポーツへの関心が高い層に向けて、東三河地域ブランドの周知を図った。 ―――令和7年度事業――― ○ナショナルサイクルルート周辺の自然環境をいかした体験型観光商品の更なる造成等 前年度の実施結果を踏まえ、ナショナルサイクルルート周辺の自然環境をいかした体験型観光商品の更なる造成を行うとともに、全国展開する体験型観光Webサイトを活用し、効果的なプロモーションや商品のブラッシュアップ等を実施する。 ○道の駅とよはしサイクリスト受入環境整備 ナショナルサイクルサイクルルートのゲートウェイである道の駅とよはしにサイクリストに対する工具や空気入れの貸し出し、サイクリングルート及び周辺の観光案内を行うスタッフを常駐させる。また、訪れたサイクリストに対するヒアリング調査や、サイクリングイベント・サイクリストの受け入れ環境の向上を図るための企画立案を行う。 ○デジタルサイクリングマップ体験サイクルイベントの実施 前年度の実施結果を踏まえ、対象者の拡大や開催エリアの見直し等を検討の上、2021年に策定した「豊橋市自転車活用推進計画2021-2030」に基づき、災害時等での自転車活用に関する啓発や自転車を楽しむ機会の充実の施策として、デジタルツールを活用したデジタルサイクリングマップの体験型サイクリングイベントを実施する。	5,179,500	東三河地域の観光入込客数	18,900千人	20,800千人 （1,900千人）	21,860千人 （2,960千人）	22,700千人 （1,900千人）	21,371千人 （▲489千人）	24,600千人 （1,900千人）		24,600千人	9月頃、愛知県より分析及び確報を発表予定。
							東三河地域の宿泊者数	1,560千人	1,810千人 （250千人）	1,708千人 （148千人）	2,060千人 （250千人）	1,904千人 （196千人）	2,310千人 （250千人）		2,310千人	9月頃、愛知県より分析及び確報を発表予定。
							東三河地域の道の駅の売上額	4,270百万円	4,490百万円 （220百万円）	4,620百万円 （350百万円）	4,710百万円 （220百万円）	5,067百万円 （447百万円）	4,930百万円 （220百万円）		4,930百万円	達成
							東三河スポーツツーリズムウェブページ「Outdoor Route」アクセス件数	37,082件	38,932件 （1,850件）	75,160件 （38,078件）	40,782件 （1,850件）	94,413件 （19,253件）	42,632件 （1,850件）		42,632件	達成
							女性就業者数	50,028人	50,128人 （100人）	49,668人 （▲360人）	50,328人 （200人）	49,360人 （▲308人）	50,528人 （200人）		50,528人	就職や結婚、出産を契機としたとみられる市外への転出超過も多いことが減少の要因と考えられる。
1－1 2－3 3－2	R5 （2023）	R7 （2025）	子どもから大人まで「人」を育むまちづくり	（子どもの「あそび場・まなび場」づくり） 未就園児の子を持つ子育て世帯をターゲットに、地区市民館での子育て世帯が交流でき、子どもが遊んで学べる場所を整備し、定期的な子育て講座や交流サロン等を行う。 （家事支援サービスを活用した安心して子どもを産み育てることができる社会の実現） 家事支援サービスが利用できるデジタル環境を構築し、育児をしながら家事を行うことによる精神的・身体的負担を軽減などを図る。 （リスキリングを含めた学びなおしができる環境づくり） リスキリングを含めて人々が学びなおせる環境を地域でつくり、企業や個人が成長を続けることができるまちを実現し、より一層の共働きで子育てしやすいまち及び活力あふれる持続可能な産業のまちを目指すため、地域のステークホルダーなどと連携し、企業や個人に対してカリキュラムや経営診断等の様々なサービスを提供するプラットフォームを形成し、サービスを提供する。	―――令和6年度事業――― ○子どもの「あそび場・まなび場」づくりモデル事業 ・引き続き、子どもから大人まで利用できる生涯学習と地域コミュニティの拠点としての役割を担っている地区市民館（市内に約20か所）のうち、8か所で未就園児の子を持つ子育て世帯をターゲットに子育て世帯が交流でき、子どもが遊んで学べる場所を整備し、定期的な子育て講座や交流サロン等を開催した。 ○アプリを活用した家事支援サービス環境の構築 ・初年度のサービス実証を踏まえ、育児をしながら家事を行うことによる精神的・身体的負担を軽減するため、1歳未満児を育てているすべての家庭が気軽に家事支援サービスが利用できるアプリを導入した。 ○リスキリングを含めた学びなおしができるサービスの実証 ・地域のステークホルダーである大学・産業支援機関・行政・金融機関・地域産業企業などと連携し、企業や個人に対してカリキュラムや経営診断等の様々なサービスを提供するプラットフォームを構成するため、市内外問わず協力・連携可能な企業・都市部DX人材等とマッチングするための情報発信を行い、プラットフォームを形成し、モデル的にサービスの実証を行った。 ―――令和7年度事業――― ○家事支援サービスを活用した子育て家庭負担軽減 1歳未満児を育てているすべての家庭が気軽に家事代行サービスが利用できるようにすることで、子育てにゆとりを持てるようにする。 ○リスキリングを含めた学びなおしができるサービスの充実 人材育成推進宣言企業制度との相乗効果の創出を図りつつ、学びの機会の提供や、人材育成に関する相談窓口の開設、学びの意識を醸成する交流の場の創出などにより、地域をあげて本市事業者における従業員の主体的かつ継続的な学びを促進するための仕組みを構築する。（市単独事業）	20,495,500	産業人材育成事業参加者数	3,493人	3,893人 （400人）	13,114人 （9,621人）	4,693人 （800人）	29,054人 （18,268人）	5,493人 （800人）		5,493人	達成
							新たなビジネスモデル創出に関する事業への参加者数	9,396人	9,446人 （50人）	9,585人 （189人）	9,546人 （100人）	11,556人 （1,636人）	9,646人 （100人）		9,646人	達成
							リスキリングを含めた学びなおしプラットフォーム（仮称）参加数	1件	2件 （1件）	6件 （5件）	4件 （2件）	10件 （4件）	6件 （2件）		6件 （累計）	達成
合 計						65,250,678										