

2016—2020

ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱ  
総括報告書

豊橋市

# 目次

---

1. ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱの総括について……………	3
(1). 総括報告書とは……………	4
(2). 推進計画Ⅱの位置付け……………	4
(3). 推進計画Ⅱの総括……………	5
シティプロモーション活動の柱……………	7
重点プロジェクト……………	15
2. 次期計画の策定に向けて……………	25
参考資料：豊橋市の現状について……………	27
(1). 人口、人口構成比の推計……………	28
(2). 観光、商工業等の統計データ……………	29
(3). 各種アンケート、調査データの結果……………	31
(4). 進捗管理一覧……………	35

## 1. ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱの総括について

# 1. ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱの総括について

## (1). 総括報告書とは

人口減少や少子高齢化の急速な進行、さらに地方分権の進展、地方への人の流れをつくる「地方創生」の取組みなど地方自治体を取り巻く環境は大きく変化し、都市間競争は激しさを増しています。

本市では、平成 21 年にシティプロモーション活動の基本的な考え方と戦略の方向性を明らかにした「豊橋市シティプロモーション戦略ビジョン」を、翌平成 22 年に具体的な事業展開を明らかにしたアクションプランである「ええじゃないか豊橋推進計画」（計画期間平成 22 年度～27 年度）を策定しました。

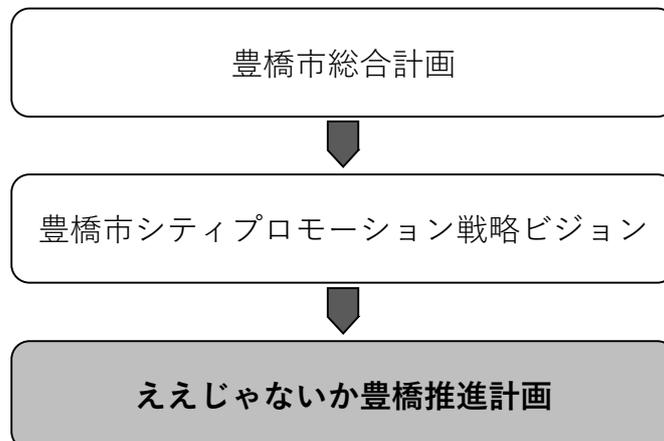
平成 28 年には東京オリンピック・パラリンピックや市制施行 110 周年などを魅力発信の好機と位置付け、新たな展開を目指した「ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱ」（計画期間平成 28 年度～32 年度）（以下「推進計画Ⅱ」という。）を策定し、市民の豊橋市への愛着度や自慢度の向上、地域外での豊橋の認知度やイメージの向上に努めてきました。

この間、4 つのメインコンテンツ（手筒花火、のんほいパーク、路面電車、とよはし食文化）を中心に、豊橋の魅力を発信してきた一方で、人口減少社会への突入や未来技術等の社会実装、世界規模で広がっている新型コロナウイルス感染症による社会生活への影響など、社会情勢の変化は著しく、本市を取り巻く状況も大きく変わってきています。

この総括報告書は、「ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱ」の計画期間における成果や課題を振り返り、現状下で、推進計画・推進計画Ⅱを踏まえた、未来に向けての「豊橋市シティプロモーション推進計画（仮称）」の策定に活用するためのものです。

## (2). 推進計画Ⅱの位置付け

推進計画Ⅱは、「豊橋市総合計画」の戦略計画プロジェクト「選ばれるまち豊橋プロジェクト」を実践するものです。また、「豊橋市シティプロモーション戦略ビジョン」の基本的方向である広報戦略と地域ブランド戦略を踏まえたアクションプランとして、豊橋を認知してもらい、関心をもってもらい選んでもらうことを目指し策定されたものです。



### (3). 推進計画Ⅱの総括

シティプロモーション活動の柱や重点プロジェクトに位置付けられた事業を中心に、各年度の進捗管理を通じて妥当性、有効性、効率性の観点から定性的な評価を行いました。また、評価結果に基づき、個々の事業について毎年見直しを行い、改善を実施するとともに、新たな事業の立案にも取り組みました。

これまでの実績を踏まえて、平成 28 年度からの約 5 年間の進捗を振り返ると、推進計画Ⅱではシティプロモーション活動の柱と重点プロジェクトを中心に施策を展開することができました。

こうしたことから、ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱは、全体として概ね順調に進めることができたと認識しています。

以上のように、平成 21 年に策定した「豊橋市シティプロモーション戦略ビジョン」に基づき、推進計画・推進計画Ⅱと 10 年に渡って、豊橋市への愛着度や自慢度・地域外での豊橋の認知度やイメージの向上に資するシティプロモーションの取組みを進めてきました。

参考資料の各種アンケート、調査データの結果を分析すると、認知度については全国的にも高い水準を保っており、これまでの取組みの成果が表れています。

一方で、豊橋市への来訪体験の有無など、豊橋市に対する「関心」や「選んでもらう」といった項目は高い水準になく、今後のシティプロモーションを行っていく上での課題と言えます。

また、「市版 SDGs 調査 2020」において、全 83 市の中で満足度 1 位を獲得するなど、市民の生活への充足度は高い数値を示しているものの、首都圏を中心として人口の流出傾向は継続しているため、定住・関係・交流人口を維持・増加させていくための施策の展開が不可欠です。

#### 目指す姿

- 豊橋市の魅力が市民一人ひとりに浸透し、愛着度や自慢度が高まっている。

	平成 27 年度	令和元年度
市民の豊橋市に対する愛着を感じる人の割合	79.7%	80.4%
市民の豊橋市を自慢できる割合	54.2%	53.8%

<市民意識調査>

- 国内外に豊橋市の魅力が伝わり、認知度やイメージが高まっている。

	平成 25 年度	令和元年度
東海 4 県以外在住者の豊橋市の名前を知っている人の割合	94%	89.3%
東海 4 県以外在住者の豊橋市のイメージについて連想することができる人の割合	30.9%	40.5%

<豊橋市イメージアンケート調査>



シティプロモーション活動の柱

## ▼基本方針

豊橋市にはすでに数多くの魅力が存在しますが、それらの魅力を有効に活用できているとは言い難い状況にあります。また、「魅力発信」を行うためには、絶え間ない魅力づくりが必要となります。

そこで、「とよはし魅力プロデュース」を展開し、魅力の磨き上げ、掛け合わせ、掘り起こしなどにより「魅力アップ」を行うとともに、新たな魅力の創造にも取り組み、「魅力発信」につなげていきます。

## ◆既存の魅力の磨き上げ

すでにある魅力を改良することで魅力を高めます。

(例：ええじゃないか豊橋まつり)

## ◆既存の魅力の掛け合わせ

様々な魅力を掛け合わせることで、PR対象を拡大したり魅力を高めたりします。

(例：首都圏親子対象アカウミガメ自然体験ツアー「自然」×「観光」)

## ◆埋もれている魅力の掘り起こし

あまり知られていない魅力を掘り起こし、スポットを当てることで、埋もれていた魅力を発見します。

(例：シティプロモーション事業補助金、認定事業による民間活動の支援)

## ▼具体的施策における主な取り組み

## ◆既存の魅力の磨き上げ

- ・本市最大のイベント「ええじゃないか豊橋まつり」へのさらなる集客とPRの強化を実施しました。(観光振興課)
- ・平成28年度の「海フェスタ東三河」の開催をきっかけに「豊橋みなとフェスティバル」の内容を充実させ、さらなる集客とPRの強化を実施しました。(みなと振興課)
- ・のんほいパーク100万人プロジェクトを推進し、ゾウ放飼場の整備や新生代展示室の改装、ナイトZOOの実施など、ハード・ソフト両面でさらなる魅力アップに取り組みました。(動植物園)

## ◆既存の魅力の掛け合わせ

- ・謎を解いて各施設を巡る事業「謎解きフタガワ CODE」を実施し、二川地域の魅力を掛け合わせた効果的なPRを実施しました。(自然史博物館)
- ・市内の鉄道事業者と協力し、「エール」ラッピング電車の運行を実施しました。(シティプロモーション課)

## ◆埋もれている魅力の掘り起こし

- ・シティプロモーション活動を活発化させるため、シティプロモーション事業補助金や認定事業により、新たな民間シティプロモーション活動を発掘し支援しました。(シティプロモーション課)
- ・学生が就職や仕事について考える機会をつくとともに、地元企業の魅力を知ってもらうため、「まじカフェ」を開催しました。(未来創生戦略室)

## ▼成果と課題

### ■成果

- ・「ええじゃないか豊橋まつり」や「豊橋みなとフェスティバル」などの大型イベントの実施により、にぎわいを創出し、まちの魅力の向上につなげることができました。
- ・ソフト・ハード両面において、のんほいパークのさらなる魅力化を実施するなど、市の観光施設の魅力アップを図ることができました。
- ・市民や民間によるシティプロモーション活動を支援することによって、地域が一体となったシティプロモーションの取組みを推進することができました。

### ■課題

- ・既存の魅力の磨き上げ、既存の魅力の掛け合わせ、埋もれている魅力の掘り起こしの3つ観点からとよはし魅力プロデュースに取り組み、一定の成果が得られています。今後も、これらの魅力プロデュースを継続するとともに、より効果的な施策の展開に努める必要があります。

### 細事業の方向性

充実	縮小	維持	完了	廃止
6	1	17	1	1



ええじゃないか豊橋まつり



のんほいパーク

## ▼基本方針

市民が誇りに思えないまちを市外にPRすることはできません。豊橋市の魅力を発信するためには、まず市民に豊橋市の魅力を知ってもらうことが大切です。

そこで、地域内向けのプロモーション活動である「アイラブとよはし運動」を展開し、市民への情報発信を行い、地域に対する愛着や誇りの醸成に取り組みます。

(例：豊橋市の魅力をテーマにした市民講座の実施など)

## ▼具体的施策における主な取組み

- ・学生を中心とした奥三河木材ストリートファニチャーを用いた公共空間活用イベントの実施を支援し、大学からの若者活躍の情報発信や、まちなかの賑わいを創出しました。また、世界的カンファレンス TEDxToyohashiUT の開催により、学生と世界で活躍する日本人・外国人が集う場の創出を支援し、学生の国際交流の推進につながることができました。(未来創生戦略室)
- ・市内大学などの大学生と地元企業の交流の一環として、学生が企業の魅力を伝えるデザインを制作するコンテストを開催し、選定された作品は企業活動に活用されました。(未来創生戦略室)
- ・ごみ収集車(H29年度更新車両6台、R1年度更新車両3台)に豊橋市の推進する530運動やシティプロモーションといったコンテンツデザインをラッピングし、ごみ収集業務を行うことで530運動などのPRとごみ収集車のイメージアップに取り組みました。(収集業務課)
- ・うざラッキーなどマスコミキャラクターの各種イベントへの貸し出しや、農産物博覧会でグッズ等の販売を行い、広く豊橋をPRすることができました。(農業支援課)
- ・小中学生や一般向けに「とよはしの匠」の技を学ぶ出前講座を実施し、次世代の子供や若者に匠を通じてものづくりに触れてもらう機会となりました。(商工業振興課)
- ・「とよっすい」を本市水道事業として、イベント及び売買契約を締結している店舗・自動販売機での販売や、HPに掲載するなどし、広くPRすることができました。(上下水道局総務課・営業課)
- ・豊橋の民話を語る会が市制100周年記念で出版し、絶版となった市内の民話集『片身のスズキ』を校区の民話を継承するため、再版し販売しました。(図書館)
- ・郷土史家の豊田珍比古氏が戦前に東三河の社寺等の石碑や墓碑などから採った拓本資料を、整理・再調査して資料集としてまとめ、『豊橋市図書館拓本資料集』を刊行しました。(図書館)

## ▼成果と課題

### ■成果

- ・「学生魅力デジタルマップ製作イベント」や「学生がつくる企業PRデザインコンテスト」の実施など、市内の若者が中心となって活動し、とよはしをさらに好きになる取組みを進めることができました。
- ・トヨッキーをはじめとしたマスコットキャラクターの活用や、ごみ収集車へのラッピングなど親しみを感じる工夫をこらして行政サービスを提供し、市民の愛着度の向上を図ることができました。
- ・連続テレビ小説「エール」のモデルとなった古関金子さんのPRや卓越した技能者である「とよはしの匠」講座の実施など、豊橋の歴史や文化を知ってもらうことで、市民の誇りを醸成する取組みを進めることができました。

### ■課題

- ・市民意識調査によれば、20歳代の若者層が愛着度・自慢度ともに低い状況にあるため、若者が豊橋市に愛着を持ち、自慢できるような施策を展開していく必要があります。

### 細事業の方向性

充実	縮小	維持	完了	廃止
0	0	8	5	0



若者が主体となったイベント



とよはしの匠

## ▼基本方針

地域外の方に豊橋市に関心を持ってもらい、選んでもらうためには、豊橋市の認知度の向上はもちろん、イメージの向上が必要です。

そこで、地域外向けのプロモーション活動である「ユーラブとよはし運動」を展開し、東三河地域が連携した魅力発信や、インバウンドを意識した海外への情報発信など、地域外へ豊橋市の魅力のPRを行うことで、これまで以上に国内外での豊橋市の認知度やイメージの向上を図り、交流人口、定住人口の増加を目指します。

(例：首都圏での手筒花火の放揚など)

## ▼具体的施策における主な取り組み

- ・ロケの受け入れ体制の強化や、ロケ候補地の積極的なPRを行い、豊橋市へのロケ誘致を推進するとともに、ロケ地マップ等を用いて、豊橋市で撮影された様々なドラマや映画のロケ地(連続テレビ小説「エール」、「陸王」など)を観光に活用しました。(シティプロモーション課・観光振興課)
- ・三遠ネオフェニックスの試合情報や選手を活用したまちなか店舗の紹介等を行うスマートフォンアプリの開発や配信を通じ、三遠ネオフェニックスの応援気運を高めるための仕掛けづくりに取り組みました。 (「スポーツのまち」づくり課)
- ・新たに豊橋ふるさと大使を委嘱するとともに、豊橋市の知名度向上やイメージアップのため、PR活動の強化に取り組みました。のんほいパークのカレンダーロケーションへの活用やSNSによる豊橋産の商品の紹介など、豊橋ふるさと大使によるPRを実施しました。(秘書課)
- ・豊橋や愛知にゆかりのある作品を中心に「ええじゃないか とよはし映画祭」を実施し、映画をテーマに豊橋市をPRしました。(シティプロモーション課)
- ・穂の国とよはし芸術劇場「プラット」によるプロデュース作品や市民参加型の演劇などを公演し、豊橋発の芸術文化を創造発信しました。(「文化のまち」づくり課)
- ・プロジェクションマッピングや本格的なサーキットの設置をはじめとして、のんほいパークの魅力向上を図り、新たな誘客につなげました。(動植物園)
- ・首都圏において手筒花火の特別放揚を行うなど、豊橋市の文化の認知度向上とPRを図りました。(観光振興課)
- ・周辺の市町村と連携し、ミニトマトや次郎柿などの農産物の海外販路の拡大や開拓を実施しました。(農業企画課)

## ▼成果と課題

### ■成果

- ・連続テレビ小説「エール」や「陸王」など、映像作品を活用したロケのまちづくりを進め、プロモーションに活用し、市内外に本市の魅力の情報発信をすることができました。
- ・スマートフォンアプリを活用して本市のスポーツ情報や三遠ネオフェニックスの情報、まちなか店舗の情報などスポーツを通じて本市の魅力を発信することができました。
- ・吉田城や二川本陣などでイベントを実施するなど、歴史ある街並みを有する本市の魅力をPRすることができました。
- ・「ええじゃないか とよはし映画祭」や穂の国とよはし芸術劇場「プラット」での催しなど、文化振興を図ることができました。
- ・海外向けに豊橋の農産物を紹介し、新たな販路の開拓に取り組むことができました。

### ■課題

- ・様々な分野での取り組みにより、豊橋の魅力を広く市外に発信することができています。一方で、豊橋市イメージアンケート調査によれば、全国的には豊橋市について「特に連想するものがない」と回答する方の割合も多く、認知をしてもらっただけでなく、具体的な行動を促すための動機付けのための取り組みが必要です。

細事業の方向性				
充実	縮小	維持	完了	廃止
6	2	38	4	3





重点プロジェクト

## ええじゃないかライフ実感プロジェクト

### ▼基本方針

豊橋市は海、山、川と恵まれた自然環境があり、時間が市電のようにゆったりと流れる一方で、新幹線も停車し、大都市圏へのアクセスの良いまちです。一方で全国有数の農業王国であることから豊かな食文化があります。住んで楽しい、ええじゃないかライフを実感してもらいます。

### ▼具体的施策における主な取組み

#### ●市民を題材にした動画による魅力発信

・本市で暮らす様々な人にスポットを当て、その人を通して本市の魅力を発信する動画を作成し、ローカル TV、配信サイトなどを活用し発信しました。(シティプロモーション課)

#### ●「道の駅」の設置

・道の駅「とよはし」を新設し、農業や観光など地域情報の広域発信拠点を整備しました。また、道路利用者の休憩所としてだけでなく、災害時に備えるための防災施設として整備しました。(道路建設課)

#### ●伝統的な産業を活用した事業展開

・刺子<sup>きしこ</sup>、織布<sup>しよくふ</sup>など本市の伝統的な産業を活用し、刺子・帆前掛けグッズを販売するなど、新たな豊橋の魅力を創造しました。(商工業振興課)

#### ●ええじゃないかライフブックの配布

・豊橋ならではのライフスタイルを提案する冊子「クラストコ」を刊行し、本市の魅力を PR しました。(広報広聴課)

#### ●豊橋魅力発見講座の開催

・本市の魅力を知る方を講師に迎え、様々なジャンルで豊橋の魅力を再発見する講座を開催しました。(生涯学習課)

## ▼成果と課題

### ■成果

- ・豊橋に暮らす方々の様子を発信することで、このまちで実現できる豊かな生活のイメージを伝えることができました。
- ・道の駅とよはしを新設し、新たなにぎわいを創出するとともに、地域情報の発信力の向上を図ることができました。
- ・刺子・帆前掛けグッズの販売や「クラストコ」の刊行など素敵な豊橋のイメージを発信し、好感度向上のための取組みを進めることができました。
- ・様々な観点から豊橋の魅力を再発見するとともに、多くの方とその魅力を共有することができました。

### ■課題

- ・豊橋で実現できる暮らしのイメージとあわせ、そのコストなどの定量的な分析もあわせて実施するなど、情報の受け手の行動を促すための取組みが必要です。

細事業の方向性				
充実	縮小	維持	完了	廃止
0	0	2	3	0



豊橋ライフスタイルブック「クラストコ」

# インバウンド倍増プロジェクト

## ▼基本方針

豊橋市は、訪日外国人旅行者の主要ルートである東京・京都・大阪を結ぶいわゆるゴールデンルート上にあり、外国人宿泊者数は県内で第3位となっています。

また、東京オリンピック・パラリンピックの開催もあり、ますますインバウンド（訪日外国人旅行者）事業の重要性が増しており、インバウンドを倍増します。

## ▼具体的施策における主な取組み

### ●外国人向け豊橋体験プログラムの企画

・外国人にとって魅力的な手筒花火などのお祭り、農業、食文化などをテーマにした体験型プログラムを実施しました。（観光振興課）

### ●訪日団体旅行会社へのアプローチ

・本市が旅行コースに組み込まれるよう、日本へのツアーを組む旅行会社に対し、市内の観光スポットを紹介や吉田城鉄櫓前広場で手筒花火を披露するなどのアプローチを行いました。（観光振興課）

### ●海外でのプロモーション活動の実施

・PR対象国で行われる商談会へ参加するほか、現地食料品店に「豊橋コーナー」を設置して豊橋のPRを実施しました。（産業政策課）

### ●豊橋親善大使による海外PR

・本市に滞在経験のある外国人や、本市にゆかりのある海外在住者を豊橋親善大使に任命し、海外向けに本市のPRを実施しました。（多文化共生・国際課）

### ●外国語での情報発信

・SNSなどを活用し、本市の情報をポルトガル語、英語、タガログ語、やさしい日本語で発信しました。（多文化共生・国際課）

### ●豊橋市内のWi-Fi化

・本市を訪れる方がより効率的に観光を楽しめるよう豊橋市内の観光スポットを中心にWi-Fiの設置を行いました。（多文化共生・国際課）

## ▼成果と課題

### ■成果

- ・手筒花火や食文化など特色のある本市の魅力を海外向けにPRすることができました。
- ・訪日団体旅行会社へのアプローチなど海外からの誘客のための取組みを進めることができました。
- ・本市を訪れている外国人が様々な情報にアクセスしやすくなるよう多言語での情報発信や Wi-Fi の設置を行い、インバウンド対応のための環境整備を進めることができました。

### ■課題

- ・インバウンドを増加させていくためには、魅力的なコンテンツを効果的にPRするのとあわせ、その機会の絶対数を増やすことが重要です。新型コロナウイルスの影響も踏まえ、その方法を検討する必要があります。

細事業の方向性				
充実	縮小	維持	完了	廃止
1	0	7	1	2



手筒花火のPR

## ▼基本方針

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会は、世界的なビッグイベントであることから、開催期間の前後には多くの外国人選手、大会関係者、外国人観光客が日本に訪れます。スポーツだけでなく、観光振興、国際交流、文化、教育など様々な分野に関わり広がりのある展開が考えられ、この機会を通じて全世界に豊橋市の魅力を発信します。

## ▼具体的施策における主な取組み

## ●オリンピック・パラリンピックをいかした手筒花火発信

・誘致したチームやその関係者を対象に、手筒花火をはじめとした豊橋らしさを体験できるイベントなどを開催し、本市を PR しました。（「スポーツのまち」づくり課）

## ●オリンピック・パラリンピックの合宿チームとの交流

・市民に対して豊橋まつり、まちなかクリスマスマーケット、ええじゃないかとよはし映画祭などのイベントでホストタウン国の PR を行いました。（シティプロモーション課）

## ●オリンピック聖火リレーの誘致

・関連行事の中でも注目度の高いオリンピック「聖火リレー」を誘致し、国内外への本市の PR を図りました。（「スポーツのまち」づくり課）

## ●国際大会での手筒花火の PR

・ラグビーワールドカップ 2019 表彰式で民間による手筒花火の PR が行われるなど、世界に手筒花火を PR する気運を醸成することができました。

## ●外国語での情報発信（再掲）

・SNS などを活用し、本市の情報をポルトガル語、英語、タガログ語、やさしい日本語で発信しました。（多文化共生・国際課）

## ●豊橋市内の Wi-Fi 化（再掲）

・本市を訪れる方がより効率的に観光を楽しめるよう豊橋市内の観光スポットを中心に Wi-Fi の設置を行いました。（多文化共生・国際課）

## ▼成果と課題

### ■成果

- ・オリンピック・パラリンピックの開催を契機とした国際交流の場において、手筒花火をはじめとした豊橋らしさを体験できるイベントを実施するなど本市の魅力を伝えることができました。
- ・ホストタウン国とのゴールボールやテコンドーなどのスポーツ交流を通じて、本市の魅力を発信することができました。
- ・本市を訪れている外国人が様々な情報にアクセスしやすくなるよう多言語での情報発信や Wi-Fi の設置を行い、インバウンド対応のための環境整備を進めることができました。(再掲)

### ■課題

- ・オリンピック・パラリンピックをはじめとしたスポーツの国際大会は注目度が非常に高く、大きなプロモーション効果があるものの、その効果が一時的なものとなる傾向があります。そのため、その効果を一過性のものではなく継続的なものとするための仕組みを検討する必要があります。

細事業の方向性				
充実	縮小	維持	完了	廃止
0	0	2	1	0



オリンピック・パラリンピックを契機とした国際交流

## みらいスマイル満開プロジェクト

### ▼基本方針

学校での学習や、地域での活動などを通して、郷土を愛し、郷土に誇りを持つ人を育て、豊橋市の未来を担う子どもや若者の笑顔満開のまちにします。

### ▼具体的施策における主な取組み

#### ●子育てホームページの強化

- ・子育て支援情報ポータルサイト「育ナビ」の充実と SNS などを活用した新たな情報発信を実施し、切れ目のない子育て支援のまちとして本市を PR しました。(こども未来政策課)

#### ●まちなか笑顔プロジェクトの展開

- ・笑顔のまちづくり事業やまちなかこども夜店などを実施し、こどもの笑顔あふれるまちなかでの事業を展開しました。(こども未来館・まちなか活性課)

#### ●小・中学校郷土学習の実施

- ・郷土への誇りや愛着を育むために、小・中学校において郷土の偉人、史跡、文化財などを取り上げる学習活動を積極的に推進しました。(商工業振興課)

#### ●「ええじゃないか豊橋伝播隊 DOEE」によるパフォーマンス

- ・ええじゃないか豊橋音祭りやとよはしクリスマスマーケットなどにおいて、オリジナル曲にのせたパフォーマンスを実施し、様々な場所において本市の魅力を発信しました。(シティプロモーション課・まちなか活性課)

## ▼成果と課題

### ■成果

- ・子育て世代への支援を充実させることにより、子育てしやすいまち豊橋の気運を醸成することができました。
- ・まちなかで子どもが楽しく参加できるイベントを開催することにより、笑顔があふれるまちづくりを推進することができました。
- ・郷土の偉人、史跡、文化財などを取り上げる学習活動を実施することにより、小中学生の郷土への誇りや愛着を育むことができました。
- ・「ええじゃないか豊橋伝播隊 DOEE」のパフォーマンスにより、ええじゃないか豊橋の魅力を発信することができました。

### ■課題

- ・シティプロモーションの取組みを進める上で、未来を担う子どもや若者への施策は重要です。今後も事業を充実させるとともに、子育てしやすいまちとして効果的なPRを実施していく必要があります。

細事業の方向性				
充実	縮小	維持	完了	廃止
0	0	8	0	0



まちなかでの若者向けイベント



ハグっこプロジェクト



## 2. 次期計画の策定に向けて

## 2. 次期計画の策定に向けて

---

人口減少社会にあっても定住人口を一定数維持し、交流人口及び関係人口を増加させ、地域の活性化を図るには、「認知してもらうこと」と「関心をもってもらうこと・選んでもらうこと」のギャップを極小化させ、知るだけでなく具体的に行動する人をいかに増やすことができるのかという視点が求められます。

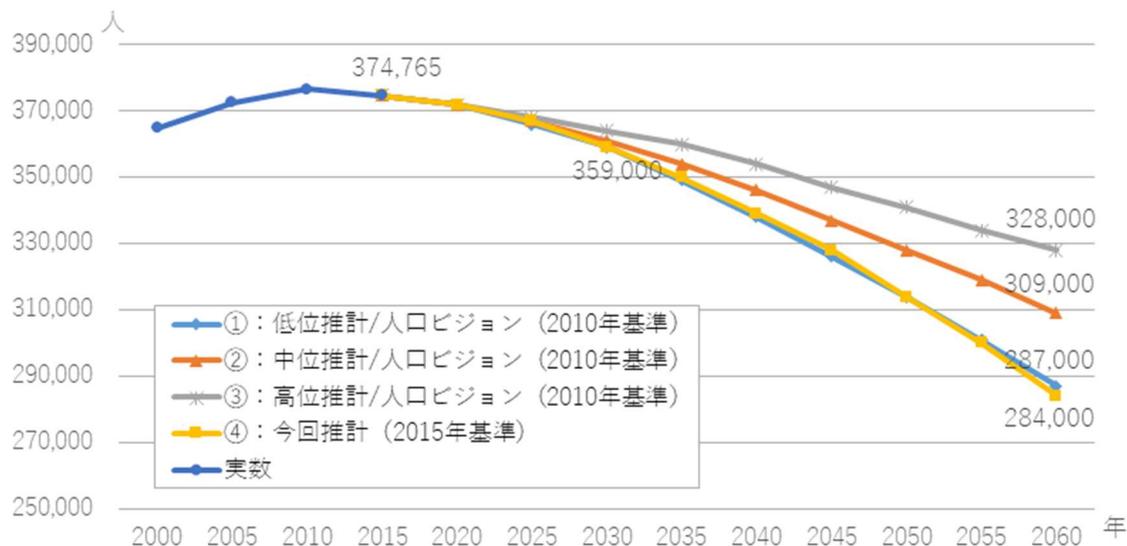
そのため、次期計画の策定にあたっては、推進計画Ⅰ・Ⅱの理念を踏襲しつつも、地域が一丸となった行動を促す計画づくりを進めます。

参考資料. 豊橋市の現状について

## 参考資料. 豊橋市の現状について

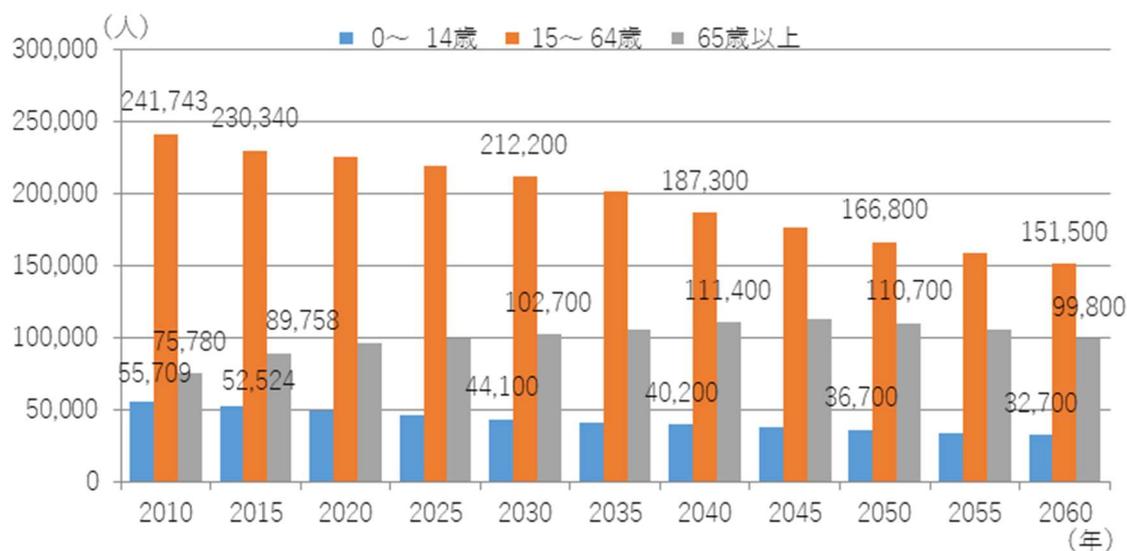
### (1). 人口、人口構成比の推計

#### ①豊橋市の人口（総数）の推計



今回、2015年国勢調査を用いた人口推計（以下、今回推計と表記）において、総数では人口ビジョンの低位推計とほぼ同じ軌道を示しました。

#### ②豊橋市の年齢3区分別人口の推計（2015年基準）

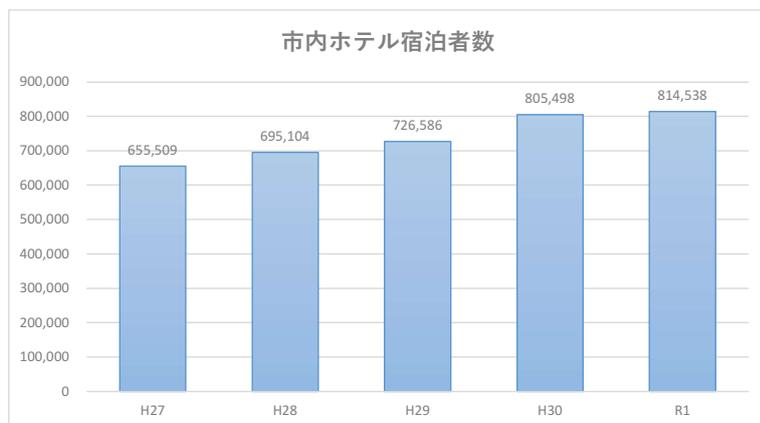


今回推計では、0～14歳並びに15歳～64歳人口の減少傾向が人口ビジョンの低位推計より緩やかとなる一方で、65歳以上人口は低位推計より10年早い2040年にピークを迎える見込みとなりました。

第6次総合計画等策定調査特別委員会資料より

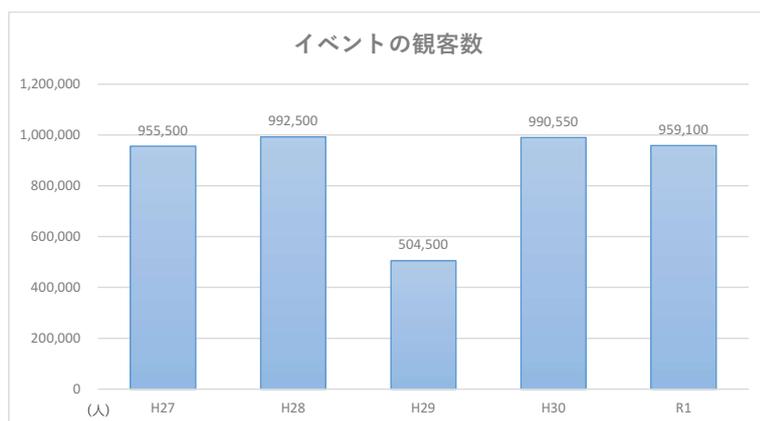
## (2). 観光、商工業等の統計データ

### ①市内宿泊者数



- ・市内ホテル宿泊者数は増加傾向にあります。

### ②イベント観客数



- ・イベントの観客数は H29 については豊橋まつりの中止により減少したものの、ほぼ横ばいです。

### ③観光入込客数



- ・観光入込客数は年度毎のばらつきはあるものの、概ね増加傾向にあります。

#### ④ 製造品出荷額等



- ・ 製造品出荷額等については増加傾向にあります。

#### ⑤ 年間商品販売額



- ・ 年間商品販売額については、やや減少傾向が見られるものの、ほぼ横ばいです。

### (3). 各種アンケート、調査データの結果

#### ■市民意識調査

##### ○調査概要

- ・市民と行政が一体となったまちづくりを推進するため実施
- ・市内在住の満18歳以上の男女を無作為抽出し郵送により調査
- ・標本数5,000人に対して2,429人の有効回収（有効回収率48.6%※令和元年度）
- ・調査項目の中に、「豊橋市に対する愛着度と自慢度」がある。
- ・本市が取り組むシティプロモーション事業の市民の声を毎年調査

##### ○主な結果について（単位：％）

項目／年度	H28	H29	H30	R1
とても愛着がある	38.4	37.0	36.3	37.1
やや愛着がある	39.7	40.5	42.7	43.3
愛着がある	78.1	77.5	79.0	80.4
とても自慢できる	10.8	10.0	12.0	10.5
やや自慢できる	42.0	39.2	42.7	43.3
自慢できる	52.8	49.2	54.7	53.8

##### ○分析結果について

- ・「愛着がある」と感じる割合は、約8割を維持しながら微増しています。
- ・「自慢できる」割合は約53%であり、愛着と比べてまだまだ低い状況です。
- ・令和元年度で年代別にみた特性は、70歳以上で「愛着がある」と感じる割合が約84%、60歳代でも「愛着がある」と感じる割合が約83%と共に年代の高い方の割合が高くなっています。
- ・同じく、70歳以上で「自慢できる」割合が約62%となっている一方、20歳代では約49%となっており、年代の高い方の割合が高くなっています。
- ・愛着度、自慢度ともに全体の中では20歳代の割合が低い状況だが、経年的にみると愛着度は7割を超え始め、また、自慢度は毎年微増しています。
- ・具体的に自慢できることについては、「自然が豊かなこと」が最も高く、次いで「道路や交通の便がよいこと」「伝統芸能、祭り、イベントがあること」等となっています。

## ■豊橋市イメージアンケート調査

### ○調査概要

- ・平成 18、25 年度に実施したアンケートに基づき令和元年度に実施
- ・全国調査…東海 4 県以外に在住の 20 歳以上の男女 400 人
- ・東海調査…東海 4 県に在住の 20 歳以上の男女 300 人
- ・インターネットにより調査を実施
- ・豊橋市の認知度、来訪経験、イメージ、主要観光地の来訪経験を調査

### ○主な結果について（単位：％）

調査項目	調査内容	18 年度		25 年度		令和元年度	
		全国	東海	全国	東海	全国	東海
豊橋市の認知度	名前を知っている	93.0	100.0	94.0	99.0	↓ 89.3	↑ 99.3
豊橋市の来訪経験	住んでいたことがある・住んでいる	0.0	5.3	0.4	5.1	0.0	3.0
	観光目的で行ったことがある	5.3	25.7	5.7	31.0	↑ 11.5	↑ 36.9
	宿泊したことがある	1.3	—	2.5	3.0	↑ 5.3	↑ 8.7
	買い物目的で行ったことがある	—	9.7	0.4	10.8	↑ 1.1	↑ 14.8
	ビジネスで行ったことがある	3.0	17.3	9.6	25.9	↓ 6.4	↓ 16.8
	親戚・知人の訪問で行ったことがある	4.3	11.0	3.9	11.8	↓ 2.2	↑ 11.1
	その他の理由で行ったことがある	4.0	25.3	0.4	3.4	0.6	1.0
行ったことがない	84.0	32.3	81.6	32.3	↓ 78.2	↓ 31.9	

#### （認知度について）

- ・全国では豊橋市の都市名は約 9 割の人に知られています。また、東海では約 99%となっています。25 年度対比では、全国では約 5%減少していますが、東海では微増しています。

#### （来訪経験について）

- ・全国では、「豊橋市の来訪経験」（住んでいたことがある人も含む）は約 22%です。目的は「観光」（11.5%）、「ビジネス」（約 6%）、「宿泊」（約 5%）の順となっています。一方、東海では、「来訪経験」は約 68%です。目的は「観光」（約 37%）、「ビジネス」（約 17%）、「買い物」（約 15%）の順となっています。18 年度からの傾向として、全国では来訪経験のある人は増加しています。また、全国、東海ともに「観光」、「宿泊」、「買い物」での来訪が増加しています。

### ○分析結果について

- ・豊橋市の認知度は、全国・東海ともに高いと言えます。
- ・来訪経験は、特に東海からの「観光目的」での来訪が着実に増加しています。

## ■ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2019」

### ○調査概要

- ・「ブランド」とは、対象に対する消費者からの好意的な「評価」と「期待」である。そこで、「地域ブランド調査」においては、①コミュニケーション指標、②魅力度の構成因子要素、③イメージ評価指標の3つの視点から、全国各自治体に対する消費者からの評価（魅力度や経験）と期待（各意欲度やイメージなど）を調査ポイントとしている。（総合報告書より引用）
- ・全国の男女、20歳～79歳を対象に、2019年6月24日から7月11日にかけてインターネットで全国1,000市区町村、47都道府県を調査。
- ・調査項目は、認知度、魅力度、情報接触度、情報接触経路、観光意欲、居留意欲、製品の購入意欲、イメージ、地域資源に対する評価など84項目となっています。

### ○本市の地域ブランド力の評価

- ・本市の地域ブランド力の総合指標は、認知度は全国192位、県内3位、魅力度は全国277位、県内4位、情報接触度は全国234位、県内3位でした。県内においては、いずれの項目も上位を維持しています。認知度については、「よく知っている」「知っている」「少しだけ知っている」「名前だけは知っている」の割合の合計が80.8%で全国平均の53.4%、県平均の47.4%を大きく上回りました。魅力度については、10.7点で全国平均の9.0点、県平均の5.9点を上回りました。自治体の情報、話題などを見たり聞いたりした頻度を問う情報接触度は、23.6点で全国平均の16.3点、県平均の13.2点を上回りました。

### ○分析結果について

- ・2016年から2019年にかけて、認知度、魅力度、情報接触度、居留意欲度、観光意欲度のスコアはいずれも増加傾向にあり、取組みの成果があがっていると考えられます。一方で製品購入意欲度は減少傾向にあり、製品などのPRが課題となっています。

## ■ブランド総合研究所「市版 SDGs 調査 2020」

### ○調査概要

- ・市民目線による悩みや社会の課題、幸福度や定住意欲度などに関する地域の持続性を明らかにする調査
- ・調査対象 83 市に居住中の男女、15 歳以上を対象に、2019 年 11 月 19 日から 12 月 23 日にかけてインターネットで調査を実施（有効回答者数 13,270 人）
- ・幸福度、満足度、愛着度、定住意欲度の 4 項目を設定
- ・豊橋市は全 83 市中、満足度で 1 位、幸福度で 3 位、定住意欲度で 13 位、愛着度で 14 位となり総合順位でも 5 位となった。

### ○分析結果について

- ・今回の調査においては、20 台以下が最も「幸福度」、「生活満足度」、「愛着度」、「SDGs 認知度」が高くなっています。一方で 40 代以下が最も悩みにあげた項目は「低収入・低賃金」、「貯蓄・投資」などの項目となっており、若年層を中心に経済面での悩みが多くなっています。

## ■「SUUMO 住みたい街ランキング 2020 愛知県版」

### ○概要

- ・「SUUMO 住みたい街(駅)ランキング」において、「豊橋」が「名古屋」、「金山」に次ぎ、2019 の 5 位から 3 位にランクアップしました。  
リニア開業への期待を背景に、名駅アクセスと生活環境のバランスの良さが高順位に繋がったと分析されています。

(4) 進捗管理一覧

■シティプロモーションの活動の柱一覧

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
I	1	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	観光振興課	豊橋まつりの魅力化	ええじゃないか舞らん行列	豊橋市中心部	フェイスペイントや仮想、行列、お札まき等ええじゃないかの真髓を体現できるイベントの実施	充実
I	2	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	みなと振興課	豊橋みなとフェスティバルの充実	豊橋みなとフェスティバル	三河港神野地区	海フェスタ東三河の知見を継承して、豊橋みなとフェスティバルで東三河各市町の連携及びPRを目的とした事業の実施	維持
I	3	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	観光振興課	トヨッキーを活用した新たなPRの展開	トヨッキー反射板キーホルダー作成・配布	市内小学校	市内小学校の全新1年生に交通安全とトヨッキーの知名度向上を目的としてトヨッキー反射板キーホルダーを配布	廃止
I	4	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	観光振興課	トヨッキーを活用した新たなPRの展開	鈴鹿サーキット観光プロモーション	鈴鹿サーキット	鈴鹿8耐に出場するハルクプロを応援するためにトヨッキー応援団を結成して鈴鹿サーキットで応援	縮小
I	5	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	—	DOEE 進化プロジェクトの実施	—	—	—	—
I	6	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	動植物公園	のんほいパーク100万人プロジェクトの推進	リニューアル事業	のんほいパーク	ゾウ放飼場や園路の整備などを行った	維持
I	7	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	動植物公園	のんほいパーク100万人プロジェクトの推進	施設営繕事業	のんほいパーク	園内サインの整備などを行った	維持
I	8	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	動植物公園	のんほいパーク100万人プロジェクトの推進	イベント企画運営事業	のんほいパーク	夜間開園時にプロジェクションマッピングの投影イベントなどを行った	維持
I	9	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	自然史博物館	のんほいパーク100万人プロジェクトの推進	特別企画展開催事業	自然史博物館	特別企画展「メガ恐竜展 in 豊橋」、「武器甲虫」、「体感！恐竜ワールド」、「深海の玉手箱」を開催した	維持
I	10	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	自然史博物館	のんほいパーク100万人プロジェクトの推進	教育普及活動事業	自然史博物館	大型映像を3D対応上映システムにリニューアルした	維持
I	11	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	自然史博物館	のんほいパーク100万人プロジェクトの推進	教育普及活動事業	自然史博物館	記念式典、記念企画展、プラキオサウルスの塗り替えなど、開館30周年事業を行った	完了
I	12	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	自然史博物館	のんほいパーク100万人プロジェクトの推進	教育普及活動事業	自然史博物館	年5回の企画展、名古屋芸術大学と連携したミュージアム・コンサート、自然史博物館自由研究展、ワークショップなど、様々な教育普及活動を行った	充実
I	13	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	シティプロモーション課	プロモーションデザインの統一化	—	市役所関係課	PRガイドラインを作成し、各課へ周知するとともに、各課からの相談に対しアドバイスを行った	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
I	14	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	「スポーツのまち」づくり課	穂の国・豊橋ハーフマラソンの魅力化	スポーツ活動推進事業	豊橋公園周辺	日本陸連公認大会として開催し、公認の部に296名のエントリーがあった第10回の記念大会として大会ゲスト3名を招き、大会の盛上げと大会後のトークショーを開催したほか、大型ビジョンカーによるレース中継や会場内でのお疲れ様マルシェを催すなど例年以上の盛り上げを行った	充実
I	15	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	「スポーツのまち」づくり課	豊橋みなとシティマラソンの魅力化	スポーツ活動推進事業	総合スポーツ公園	レース後のランナーに三河湾産釜揚げしらすと豊橋産奇跡のお米「女神のほほえみ」をコラボさせたしらす丼を提供し、豊橋のPRと大会の魅力度アップに取り組んだ	維持
I	16	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	「スポーツのまち」づくり課	FUN NIGHT RUNの魅力化	スポーツ活動推進事業	のんほいパーク	豊橋市動植物公園にちなみ恐竜型の水の噴射機を設置したほか、ライトアップされた遊園地の中を駆け受けるコースに変更し、非日常感を演出する等FUN要素を拡大した	維持
I	17	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	—	「牛川の渡し」の魅力の発信	—	—	—	—
I	18	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	—	手筒花火の魅力を紹介する場の検討	—	—	—	—
I	19	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	まちなか図書館開館準備室	「まちなか図書館」(仮称)の整備	まちなか図書館(仮称)整備事業	駅前大通二丁目地内	基本設計の実施(H29)、保留床売買契約の締結(H30)、実施設計の実施(R1)、内装工事の着手(R2)、開館に向けたプレ事業の開催や情報紙の発行等(H28~R2)	充実
I	20	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	都市計画課	二川宿の歴史的なまち並み景観形成の推進	まちづくり景観形成整備事業助成金	二川宿景観形成地区	景観形成地区内で、景観形成に著しく寄与すると認められる工事に対し工事費の一部を助成をした	維持
I	21	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の磨き上げ	商工業振興課	その他	がんばる個店応援事業補助金	市内店舗	市内店舗が外国語メニューを作成した	維持
I	22	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	まちなか活性課	様々な魅力のマッチングの実施	イベント連絡会議	こども未来館ここにこ	中心市街地で開催される民間、行政のイベントの主催者が集まり、情報共有や情報交換等を行った	維持
I	23	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	—	東三河が連携した新たな観光プラン作り	—	—	—	—
I	24	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	—	首都圏の方対象豊橋満喫ツアーのプラン作り	—	—	—	—
I	25	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	「重点プロジェクト② インバウンド倍増プロジェクト」に掲載	外国人向け豊橋体験プログラムの企画	—	—	—	—
I	26	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	「スポーツのまち」づくり課	新たなスポーツイベントの企画	フルマラソン調査検討委託	「スポーツのまち」づくり課	豊橋市でのフルマラソン大会の開催が可能かを検討するための基礎調査を行う	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
I	27	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	—	新たな企画電車（路面電車）の創造	—	—	—	—
I	28	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	自然史博物館	二川地域プロモーションの展開	教育普及活動事業	豊橋総合動植物公園、二川宿本陣資料館、商家駒屋、地下資源館・視聴覚教育センター、自然史博物館	5つの施設が連携して、謎を解いて各施設を巡る事業「謎解きフタガワCODE」を実施した	維持
I	29	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	—	市電沿線プロモーションの展開	—	—	—	—
I	30	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	自然史博物館	東三河のジオパーク認定への取り組み	教育普及活動事業	自然史博物館	東三河の市町村や愛知県と連携して、認定ジオガイド養成講座やジオツアー及びジオサイトの調査を行った	充実
I	31	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	環境保全課	ネイチャースポットの観光活用	自然環境保全推進事業	市ホームページ	市内の自然が豊かな場所を紹介するホームページ「とよはしネイチャースポット保全マニュアル」を専門家の意見を交えながら再整備し、わかりやすく見やすいようリニューアルした また、職員が実際にネイチャースポットを歩き作成した「ネイチャースポット探検記録」を掲載し、情報発信に努めた	充実
I	32	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	美術博物館	ネイチャースポットの観光活用	葦毛湿原観察会	葦毛湿原	春（4月）と秋（9月）に県指定天然記念物の葦毛湿原と周辺の植物の観察会を実施	維持
I	33	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	「重点プロジェクト① ええじゃないかライブ実感プロジェクト」に掲載	「道の駅」の設置	—	—	—	—
I	34	豊橋魅力プロデュース	○既存の魅力の掛け合わせ	「重点プロジェクト② インバウンド倍増プロジェクト」に掲載	豊橋市内のWi-Fi化	—	—	—	—
I	35	豊橋魅力プロデュース	○埋もれている魅力の掘り起こし	「重点プロジェクト① ええじゃないかライブ実感プロジェクト」に掲載	伝統的な産業を活用した事業展開	—	—	—	—
I	36	豊橋魅力プロデュース	○埋もれている魅力の掘り起こし	—	新たな食文化の開発	—	—	—	—
I	37	豊橋魅力プロデュース	○埋もれている魅力の掘り起こし	—	新たな観光名所づくり	—	—	—	—
I	38	豊橋魅力プロデュース	○埋もれている魅力の掘り起こし	シティプロモーション課	補助金、認定事業による民間活動の支援	シティプロモーション事業補助金・認定事業	市内外	プロモーション活動を実施する団体に補助金や事業認定により支援を実施	維持
I	39	豊橋魅力プロデュース	○埋もれている魅力の掘り起こし	未来創生戦略室	その他	まじカフェ（東三河広域連合による事業）	愛知大学、豊橋総合大学、豊橋技術科学大学、愛知工科大学、タリーズコーヒータンク 豊橋駅前店	学生が就職や仕事について考える機会をつくるとともに、学生に地元企業の魅力を知ってもらうため、学生と地元企業が交流する気軽な場として「まじカフェ」を開催	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅱ	1	アイラブとよはし運動	○みんなで魅力を共有	「重点プロジェクト④ みらいスマイル満開プロジェクト」に掲載。	「わたしの好きな豊橋」の募集	—	—	—	—
Ⅱ	2	アイラブとよはし運動	○みんなで魅力を共有	「重点プロジェクト① ええじゃないかライフ実感プロジェクト」に掲載	豊橋魅力発見講座の開催	—	—	—	—
Ⅱ	3	アイラブとよはし運動	○みんなで魅力を共有	未来創生戦略室	その他	大学連携創生事業費補助金	市内	市内3大学の教員や学生による本市創生に資する事業を支援するもの ・奥三河木材ストリートファニチャーを用いた公共空間活用 …まちなかの賑わい創出のため、学生を中心に奥三河木材を用いたストリートファニチャーを作成また、それらを用いて公共空間活用イベントを行い東三河地域の賑わい創出を図る ・世界的カンファレンスTEDxToyohashiUTの開催 TEDxを日本21都市目の開催地として豊橋技術科学大学で大学生主体で実施 6人のスピーカーを迎えて開催スピーカー・学生・協賛企業との懇親会も行った	完了
Ⅱ	4	アイラブとよはし運動	○みんなで魅力を共有	未来創生戦略室	その他	まちづくりカフェの開催	こども未来館	「豊橋の未来に残したいモノ」をテーマに、市内3大学の学生を対象としたワークショップを開催した	完了
Ⅱ	5	アイラブとよはし運動	○みんなで魅力を共有	未来創生戦略室	その他	学生魅力デジタルマップ製作イベントの開催	こども未来館（市内）	「絵になりそうな1枚の写真撮ってみよう」をテーマに、市内3大学の学生を対象としたワークショップを開催し、制作したデジタルマップをデジタルサイネージ”みてみりん”に掲載した	完了
Ⅱ	6	アイラブとよはし運動	○みんなで魅力を共有	未来創生戦略室	その他	学生がつくる企業PRデザインコンテスト	市内	市内大学などの大学生と地元企業の交流の一環として、学生が企業の魅力を伝えるデザインを制作するコンテストを開催した	完了
Ⅱ	7	アイラブとよはし運動	○みんなで魅力を共有	収集業務課	その他	ごみ収集事業費	市内	ごみ収集車(H29年度更新車両 6台、R1年度更新車両3台)の荷箱両側面に豊橋市の推進する530運動やシティプロモーションといったコンテンツデザインをラッピングし、直営収集エリアにおいてごみ収集業務に使用している	維持
Ⅱ	8	アイラブとよはし運動	○パフォーマンスによる愛着アップ	「重点プロジェクト④ みらいスマイル満開プロジェクト」に掲載。	「ええじゃないか豊橋伝播隊DOEE」によるパフォーマンス	—	—	—	—
Ⅱ	9	アイラブとよはし運動	○パフォーマンスによる愛着アップ	シティプロモーション課	マスコットキャラクターによるPR	映画祭バージョントヨッキー	豊橋市内	映画祭バージョンのトヨッキーを活用しPR	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅱ	10	アイラブとよはし運動	○パフォーマンスによる愛着アップ	農業支援課	マスコットキャラクターによるPR	農産物プロモーション事業	市内	豊橋産農産物の応援キャラクター「うずラッキー」のイベントでの活用やグッズの販売により、産地豊橋を広くPRした	維持
Ⅱ	11	アイラブとよはし運動	○パフォーマンスによる愛着アップ	観光振興課	マスコットキャラクターによるPR	トヨッキー貸し出し	市内外	トヨッキーを活用して豊橋市PRを行うために、着ぐるみの貸し出しを実施	維持
Ⅱ	12	アイラブとよはし運動	○産業による愛着アップ	—	若者への地域産業PR	—	—	—	—
Ⅱ	13	アイラブとよはし運動	○産業による愛着アップ	商工業振興課	産業体験講座の実施	「とよはしの匠」顕彰事業費	市内	小中学生向けや一般向けの出前講座を実施した	維持
Ⅱ	14	アイラブとよはし運動	○産業による愛着アップ	総務課・営業課	その他	—	イベント・店舗・自動販売機	イベント及び売買契約を締結している店舗・自動販売機での販売や、HPに掲載するなどしてPRを行った	未定
Ⅱ	15	アイラブとよはし運動	○歴史、文化による愛着アップ	「重点プロジェクト④ みらいスマイル満開プロジェクト」に掲載。	豊橋妖怪プロジェクトの展開	—	—	—	—
Ⅱ	16	アイラブとよはし運動	○歴史、文化による愛着アップ	「重点プロジェクト① ええじゃないかライブ実感プロジェクト」に掲載	豊橋魅力PR冊子の発行	—	—	—	—
Ⅱ	17	アイラブとよはし運動	○歴史、文化による愛着アップ	—	豊橋魅力再発見ツアーの開催	—	—	—	—
Ⅱ	18	アイラブとよはし運動	○歴史、文化による愛着アップ	図書館	その他	—	図書館	ええじゃないかとよはし映画祭の特設コーナーを図書館内に設置し、PRを行った	完了
Ⅱ	19	アイラブとよはし運動	○歴史、文化による愛着アップ	図書館	その他	—	図書館、じょうほうひろば、美博等	豊橋の民話を語る会が市制100周年記念で出版し、絶版となった市内の民話集『片身のスズキ』を校区の民話を継承するため、図書館が再版して販売した	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅱ	20	アイラブとよはし運動	○歴史、文化による愛着アップ	図書館	その他	—	図書館	郷土史家の豊田珍比古氏が戦前に東三河の社寺等の石碑や墓碑などから採った拓本資料の445件を、整理・再調査して資料集としてまとめ、刊行した	維持
Ⅱ	21	アイラブとよはし運動	○歴史、文化による愛着アップ	シティプロモーション課	その他	—	市内	・古閑夫妻の業績をまとめたリーフレットを作成し、配布 ・コンサート講演会を実施 ・喜多三特別ライブを実施	維持
Ⅱ	22	アイラブとよはし運動	○子育てライフや学校生活で愛着アップ	「重点プロジェクト④ みらいスマイル満開プロジェクト」に掲載。	小・中学校郷土学習の実施	—	—	—	—
Ⅱ	23	アイラブとよはし運動	○子育てライフや学校生活で愛着アップ	「重点プロジェクト① ええじゃないかライフ実感プロジェクト」に掲載	高校生アイラブとよはしイベントの開催	—	—	—	—
Ⅱ	24	アイラブとよはし運動	○子育てライフや学校生活で愛着アップ	「重点プロジェクト④ みらいスマイル満開プロジェクト」に掲載。	子育てホームページの強化	—	—	—	—
Ⅱ	25	アイラブとよはし運動	○子育てライフや学校生活で愛着アップ	「重点プロジェクト④ みらいスマイル満開プロジェクト」に掲載。	まちなか笑顔プロジェクトの展開	—	—	—	—

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	1	ユーラブとよはし運動	○スポーツによるPR	「重点プロジェクト③ オリンピック de 世界発信プロジェクト」に掲載	オリンピック・パラリンピックをいかした手筒火花発信	—	—	—	—
Ⅲ	2	ユーラブとよはし運動	○スポーツによるPR	「重点プロジェクト③ オリンピック de 世界発信プロジェクト」に掲載	オリンピック・パラリンピック聖火リレーの誘致	—	—	—	—
Ⅲ	3	ユーラブとよはし運動	○スポーツによるPR	「重点プロジェクト③ オリンピック de 世界発信プロジェクト」に掲載	オリンピック・パラリンピックの合宿チームとの交流	—	—	—	—
Ⅲ	4	ユーラブとよはし運動	○スポーツによるPR	「スポーツのまち」づくり課	三遠ネオフェニックスの応援	スポーツ大会誘致の推進	豊橋市総合体育館など	豊橋駅でのPR看板や広小路通りへの応援フラッグの設置に加え、三遠ネオフェニックスの試合情報や選手を活用したブーストショップ紹介等を行うスマートフォンアプリの開発・配信を通じ、三遠ネオフェニックスの応援気運を高めるための仕掛けづくりに取り組んだ	維持
Ⅲ	5	ユーラブとよはし運動	○スポーツによるPR	—	サーフィン、釣りスポット「表浜海岸」の情報発信	—	—	—	—
Ⅲ	6	ユーラブとよはし運動	○スポーツによるPR	都市交通課	ええじゃないか豊橋サイクルフェスティバルの開催	ええじゃないか豊橋サイクルフェスティバル	・のんほいパーク ・市内外	のんほいパークでの「のんほいキッズバイクフェス」や「スローガイドツアー」などを実施した	維持
Ⅲ	7	ユーラブとよはし運動	○スポーツによるPR	—	ハイレベルスポーツ大会を活用した情報発信	—	—	—	—
Ⅲ	8	ユーラブとよはし運動	○豊橋ふるさと大使によるPR	—	ふるさと大使館コーナーの開設	—	—	—	—
Ⅲ	9	ユーラブとよはし運動	○豊橋ふるさと大使によるPR	秘書課	新たな豊橋ふるさと大使の任命	豊橋ふるさと大使委嘱式	穂の国とよはし芸術劇場 豊橋市民文化会館	平成31年にTBSテレビの福澤克雄さんに新たに豊橋ふるさと大使を委嘱したまた令和元年には世界で活躍されるパーカッションの加藤訓子さんに豊橋特別ふるさと大使を委嘱したそれぞれの立場、分野において本市の観光振興や、文化振興などに協力していただく大使の方には今後も豊橋市の魅力を全国に発信していただく	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	10	ユーラブとよはし運動	○豊橋ふるさと大使によるPR	秘書課	その他	豊橋ふるさと大使名刺	それぞれの活動の場	豊橋ふるさと大使の名刺を作成し、大使に使っていただくことで、本市のPRをしていただくと共に、名刺を使って豊橋に来ていただくきっかけを作った	維持
Ⅲ	11	ユーラブとよはし運動	○歴史によるPR	—	新たな吉田城の活用	—	—	お城EXPO2018でPR (H29. 12. 22-24) 全国城下町シンポジウムでPR (H30. 6. 28-30)	維持
Ⅲ	12	ユーラブとよはし運動	○歴史によるPR	美術博物館	東海道二川宿でおもてなし	二川宿本陣まつり「大名行列」	旧二川宿一帯	二川宿本陣まつり「大名行列」の開催	維持
Ⅲ	13	ユーラブとよはし運動	○歴史によるPR	美術博物館	東海道二川宿でおもてなし	展覧会開催事業	二川宿本陣資料館	企画展、常設企画展、五節句イベント等の開催	維持
Ⅲ	14	ユーラブとよはし運動	○歴史によるPR	美術博物館	東海道二川宿でおもてなし	商家「駒屋」事業	商家「駒屋」	商家「駒屋」での各種イベントの開催	維持
Ⅲ	15	ユーラブとよはし運動	○歴史によるPR	美術博物館	東海道二川宿でおもてなし	—	旧二川宿一帯	「灯籠で飾ろう二川宿」の開催	維持
Ⅲ	16	ユーラブとよはし運動	○歴史によるPR	—	その他	—	—	—	—
Ⅲ	17	ユーラブとよはし運動	○映画やドラマによるPR	シティプロモーション課	映画関連イベントの開催	ええじゃないかとよはし映画祭開催事業補助金	PLAT, 開発ビル	豊橋・愛知にゆかりのある作品を中心に映画を上映する他、新たにコンペティションを開催	維持
Ⅲ	18	ユーラブとよはし運動	○映画やドラマによるPR	シティプロモーション課 観光振興課	ロケ応援団の強化	—	市内	映画、ドラマ、情報番組などのロケ支援を豊橋観光コンベンション協会と実施 映画「家族マニュアル」など	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	19	ユーラブとよはし運動	○映画やドラマによるPR	シティプロモーション課	ロケ地マップで誘客	—	市内	豊橋ロケの作品のロケ地情報をMAP化し、配布	維持
Ⅲ	20	ユーラブとよはし運動	○映画やドラマによるPR	農業企画課	その他	農産物プロモーション事業	PLAT等	SNS等に掲載してもらうことによるPR効果を狙い、豊橋に来訪した著名人に豊橋産農産物をプレゼント	維持
Ⅲ	21	ユーラブとよはし運動	○映画やドラマによるPR	シティプロモーション課	その他	NHK連続テレビ小説の誘致活動	市内外	・古閑夫妻の業績をまとめたリーフレットを作成し、配布 ・商工会議所青年部主催の「福島マルシェ」へ補助金を交付し、PR ・連続テレビ小説「エール」の制作決定(H31.2.28)	完了
Ⅲ	22	ユーラブとよはし運動	○映画やドラマによるPR	シティプロモーション課	その他	「エール」を活用した地域活性化事業	市内外	・「エール」で豊橋を盛り上げる会設立(R1.07.12) ・「エール」関連グッズを作成しPR ・物産展などイベント等開催	維持
Ⅲ	23	ユーラブとよはし運動	○首都圏でPR	環境政策課	首都圏クリーンアップ530運動の実施	JK530in横浜中華街	横浜中華街	豊橋市役所JK広報室が、横浜中華街で530運動を実施しながらPRした	廃止
Ⅲ	24	ユーラブとよはし運動	○首都圏でPR	シティプロモーション課	新宿プロモーションの展開	首都圏動画活用PR	新宿	新宿アルタ大型ビジョンやTOHOシネマズ新宿等でPVを活用しPR	維持
Ⅲ	25	ユーラブとよはし運動	○首都圏でPR	農業企画課	物産展や観光展の定期開催	交通会館マルシェの開催	東京交通会館	豊橋産農産物やその加工品のPR販売	縮小
Ⅲ	26	ユーラブとよはし運動	○首都圏でPR	農業企画課	その他	広告媒体を活用したPR	JR大森駅構内、JR東日本景品東北・根岸線中吊、折込	MEGAドン・キホーテ大森山王店にてJA豊橋が開催した「愛知豊橋どうまいフェア」と運動した広告掲出によるPR	充実
Ⅲ	27	ユーラブとよはし運動	○首都圏でPR	観光振興課	浅草まるごとにつぼん出展	浅草まるごとにつぼん	浅草まるごとにつぼん	浅草まるごとにつぼんで豊橋や東三河の加工品、伝統的工芸品の委託販売を行い、地域資源のPRを行った	廃止
Ⅲ	28	ユーラブとよはし運動	○首都圏でPR	観光振興課	全国ふるさとフェア出展	全国ふるさとフェア2018	横浜赤レンガ倉庫	豊橋の農産物を首都圏でPRすることを目的として、農産物等の販売を行い知名度の向上を図った	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	29	ユーラブとよはし運動	○動画によるPR	シティプロモーション課	ええじゃないか豊橋CMアワードの開催	ええじゃないか豊橋CMアワード	市内外		維持
Ⅲ	30	ユーラブとよはし運動	○動画によるPR	シティプロモーション課	豊橋市プロモーションビデオの活用	首都圏動画活用PR	新宿	新宿アルタ大型ビジョンやTOHOシネマズ新宿等でPVを活用しPR	維持
Ⅲ	31	ユーラブとよはし運動	○動画によるPR	「重点プロジェクト① ええじゃないかライフ実感プロジェクト」に掲載	市民を題材にした動画による魅力発信	—	—	—	—
Ⅲ	32	ユーラブとよはし運動	○手筒花火によるPR	—	手筒花火の全国展開	—	—	—	—
Ⅲ	33	ユーラブとよはし運動	○手筒花火によるPR	観光振興課	観光手筒花火の実施	吉田城手筒花火放揚	吉田城鉄橋前広場	訪日旅行を扱う旅行会社に吉田城鉄橋前広場で手筒花火を披露	廃止
Ⅲ	34	ユーラブとよはし運動	○手筒花火によるPR	観光振興課	観光手筒花火の実施	ええじゃないか豊橋手筒花火in豊洲	ららぽーと豊洲	ららぽーと豊洲にて豊橋の地域資源である手筒花火の放揚を行い、本市の知名度向上と誘客増加を図った	維持
Ⅲ	35	ユーラブとよはし運動	○手筒花火によるPR	観光振興課	観光手筒花火の実施	全国ふるさとフェア2017	横浜赤レンガ倉庫	全国ふるさとフェアの特設会場で手筒花火の放揚を行い、本市の知名度向上と誘客増加を図った	維持
Ⅲ	36	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業企画課	「野菜ソムリエ協会」との連携事業の実施	農産物プロモーション事業	東京都中央区	野菜の日イベント内の豊橋ブースにて、モンシェールとコラボしエディブルフラワージュレの試食会を開催	維持
Ⅲ	37	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業企画課	「野菜ソムリエ協会」との連携事業の実施	農産物プロモーション事業	フェイスブック、インスタグラム等	野菜の日イベントに連動したSNS等での情報発信による豊橋産農産物のPR	維持
Ⅲ	38	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	—	「道の駅」農業体験ツアーの検討	—	—	—	—
Ⅲ	39	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	—	「豊橋百農人」との連携事業の実施	—	—	—	—

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	40	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業企画課	農産物海外販売戦略の展開	農産物輸出推進事業（豊橋田原広域農業推進会議）	香港	豊橋市、田原市、JA豊橋、JA愛知みなみが一体となって、香港のスーパーでミニトマト、次郎柿の店頭プロモーションを実施また県内企業と連携し、レストランイベントで豊橋田原の農産物をPRした	充実
Ⅲ	41	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業企画課	農産物海外販売戦略の展開	豊橋産農産物海外販路開拓事業	タイ、シンガポール、マレーシア	量販店や百貨店等で豊橋産農産物の店頭プロモーションを実施また、クアラルンプールで三遠南信連携（浜松市、飯田市、田原市）によるフェアを実施香港では2つ星レストランでイベントを開催	充実
Ⅲ	42	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業支援課	花のまち豊橋プロモーションの展開	花のまち豊橋プロモーション事業	豊橋駅等	豊橋産の花の常設展示、花男子を活用したフラワーパフォーマンス	充実
Ⅲ	43	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業企画課	花のまち豊橋プロモーションの展開	ブーケバトル	豊橋駅南口	駅前マルシェとコラボし、豊橋産の花きを使用して即興でブーケを作成し、観客が勝敗を決めるトーナメント戦を実施し、花材の紹介を通じてPRを行った	完了
Ⅲ	44	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	—	豊橋カレーうどんファンの拡大	—	—	—	—
Ⅲ	45	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業企画課	その他	収穫体験ツアー&地産地消料理教室（豊橋田原広域農業推進会議）	市内	次郎柿（11月）とミニトマト（2月）の収穫体験と普段は見られない農協の選果場などを見学するツアーを実施ツアーの後半には次郎柿とミニトマトを使用した料理教室をそれぞれ行い、農産物の情報を解説した	維持
Ⅲ	46	ユーラブとよはし運動	○農・食・花によるPR	農業企画課	その他	地産地消セミナー	ほいっぷ	健康増進課が行う料理教室にあわせて、生産者や野菜ソムリエによる豊橋産農産物についてのセミナーを実施	完了
Ⅲ	47	ユーラブとよはし運動	○港でPR	—	新たな三河港クルージングの開催	—	—	—	—

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	48	ユーラブとよはし運動	○港でPR	—	「海フェスタ東三河」の開催	—	—	—	—
Ⅲ	49	ユーラブとよはし運動	○芸術によるPR	「文化のまち」づくり課	穂の国とよはし芸術劇場による魅力発信	豊橋文化振興財団補助金	穂の国とよはし芸術劇場	「高校生と創る演劇」や「市民と創造する演劇」の実施など、豊橋発の芸術文化を発信した	維持
Ⅲ	50	ユーラブとよはし運動	○芸術によるPR	「文化のまち」づくり課	あいちトリエンナーレ2016の開催	—	—	—	完了
Ⅲ	51	ユーラブとよはし運動	○芸術によるPR	美術博物館	豊橋にゆかりのある画家を再発見	展覧会開催事業	豊橋市美術博物館	常設展（特別展示室）で中村正義・星野真吾・平川敏夫・大森運夫・高畑郁子などを紹介	維持
Ⅲ	52	ユーラブとよはし運動	○芸術によるPR	美術博物館	トリエンナーレ豊橋 星野真吾賞展の開催	展覧会開催事業	豊橋市美術博物館	星野真吾・高畑郁子美術振興基金の利息を財源とし、創造的な制作活動を行う新進作家の発掘と顕彰を目的として3年に一度開催する日本画の全国公募展本展での受賞をきっかけとして画壇の第一線で活躍する作家も生まれ、実験的手法や新しい日本画に挑戦する場として定着しつつある	維持
Ⅲ	53	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	のんほい鉄道の活用	のんほい鉄道の活用	のんほいパーク	季節毎のイベント時にのんほい鉄道乗車イベントを実施	維持
Ⅲ	54	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	プロジェクションマッピングの活用	プロジェクションマッピングの活用	のんほいパーク	夜間開園時に展望塔へ本格的な「プロジェクションマッピング」映像の投影イベントを開催	維持
Ⅲ	55	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	セグウェイガイドツアーの拡大	セグウェイガイドツアーの拡大	のんほいパーク	セグウェイガイドツアーを園内イベントで実施するほか、園外での乗車体験会を行い、のんほいパーク及びセグウェイツアーのPRを実施	維持
Ⅲ	56	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	新たな客層へのアプローチ	新たな客層へのアプローチ	のんほいパーク	鉄道の中吊り広告やラジオCM、豊橋駅連絡通路へのフラッグ掲出などによるPR活動の実施	維持
Ⅲ	57	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	新たな活用スタイルの提案	新たな活用スタイルの提案	のんほいパーク	第6回ええじゃないか豊橋サイクルフェスティバルを実施	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	58	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	のんほいサーキットの活用	のんほいサーキットの活用	のんほいパーク	体感時速80kmの本格的なサーキット場にて日中・夜間など開催元F1レーサーなどを招いた記念大会も開催	維持
Ⅲ	59	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	アニメとのコラボレーション	アニメとのコラボレーション	のんほいパーク	アニメとコラボしたスタンプラリー・グッズ販売・イベントを開催	縮小
Ⅲ	60	ユーラブとよはし運動	○総合動植物公園「のんほいパーク」によるPR	動植物公園	その他	その他	各地	豊橋観光コンベンション協会への委託によるプロモーション推進業務の実施静岡方面・西三河への遠足誘致活動、東三河エリア宿泊施設や東海3県旅行会社等への営業活動の実施	維持
Ⅲ	61	ユーラブとよはし運動	○市電（路面電車）によるPR	—	企画電車の運行	—	—	—	—
Ⅲ	62	ユーラブとよはし運動	○市電（路面電車）によるPR	都市交通課	「市電の日」イベントの開催	「市電の日」イベント	赤岩口車庫など	とよはし市電を愛する会が「市電の日」イベントとして、市電村及びウォーキングイベントを開催し、路面電車の魅力を発信するとともに利用の促進を図った	維持
Ⅲ	63	ユーラブとよはし運動	○市電（路面電車）によるPR	—	とよはし物語館の活用	—	—	—	—
Ⅲ	64	ユーラブとよはし運動	○広域連携によるPR	—	東三河プロモーション大作戦の実施	—	—	—	—
Ⅲ	65	ユーラブとよはし運動	○広域連携によるPR	—	フレンドシップ市との交流	—	—	—	—
Ⅲ	66	ユーラブとよはし運動	○広域連携によるPR	—	「ほの国ぐるめいど隊」による情報発信	—	—	—	—
Ⅲ	67	ユーラブとよはし運動	○広域連携によるPR	—	「穂の国娘。」による情報発信	—	—	—	—
Ⅲ	68	ユーラブとよはし運動	○広域連携によるPR	農業企画課	その他	農産物輸出推進事業（豊橋田原広域農業推進会議）	香港	豊橋市、田原市、JA豊橋、JA愛知みなみが一体となって、香港のスーパーでミニトマト、次郎柿の店頭プロモーションを実施また県内企業と連携し、レストランイベントで豊橋田原の農産物をPRした	維持
Ⅲ	69	ユーラブとよはし運動	○広域連携によるPR	農業企画課	その他	豊橋産農産物海外販路開拓事業	マレーシア	マレーシアのクアラランブルで三遠南信連携（浜松市、飯田市、田原市）によるフェアを実施加えてバイヤー招聘（飯田市）を行い、商談会も実施した	維持

分野	番号	活動の柱	分類	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性
Ⅲ	70	ユーラブとよはし運動	○広域連携によるPR	農業企画課	その他	収穫体験ツアー&地産地消料理教室（豊橋田原広域農業推進会議）	市内	次郎柿（11月）とミニトマト（2月）の収穫体験と普段は見られない農協の選果場などを見学するツアーを実施ツアーの後半には次郎柿とミニトマトを使用した料理教室をそれぞれ行い、農産物の情報を解説した	維持
Ⅲ	71	ユーラブとよはし運動	○住みやすさをPR	「重点プロジェクト① ええじゃないかライフ実感プロジェクト」に掲載	ええじゃないかライフHPの開設	—	—	—	—
Ⅲ	72	ユーラブとよはし運動	○住みやすさをPR	「重点プロジェクト① ええじゃないかライフ実感プロジェクト」に掲載	ええじゃないかライフブックの配布	—	—	—	—
Ⅲ	73	ユーラブとよはし運動	○ICTによるPR	—	「ええじゃないか通販」の充実	—	—	—	—
Ⅲ	74	ユーラブとよはし運動	○ICTによるPR	「重点プロジェクト② インバウンド倍増プロジェクト」に掲載	外国語での情報発信	—	—	—	—
Ⅲ	75	ユーラブとよはし運動	○海外・外国人へPR	「重点プロジェクト② インバウンド倍増プロジェクト」に掲載	訪日団体旅行会社へのアプローチ	—	—	—	—
Ⅲ	76	ユーラブとよはし運動	○海外・外国人へPR	「重点プロジェクト② インバウンド倍増プロジェクト」に掲載	海外でのプロモーション活動の実施	—	—	—	—
Ⅲ	77	ユーラブとよはし運動	○海外・外国人へPR	「重点プロジェクト② インバウンド倍増プロジェクト」に掲載	豊橋親善大使による海外PR	—	—	—	—
Ⅲ	78	ユーラブとよはし運動	○海外・外国人へPR	農業企画課	その他	農産物輸出推進事業（豊橋田原広域農業推進会議）	香港	豊橋市、田原市、JA豊橋、JA愛知みなみが一体となって、香港のスーパーでミニトマト、次郎柿の店頭プロモーションを実施また県内企業と連携し、レストランイベントで豊橋田原の農産物をPRした	充実
Ⅲ	79	ユーラブとよはし運動	○海外・外国人へPR	農業企画課	—	豊橋産農産物海外販路開拓事業	タイ・バンコク、シンガポール、マレーシア・クアラルンプール、香港	量販店や百貨店等で豊橋産農産物の店頭プロモーションを実施また、クアラルンプールで三遠南信連携（浜松市、飯田市、田原市）によるフェアを実施香港では2つ星レストランでイベントを開催	充実
Ⅲ	80	ユーラブとよはし運動	○その他	営業課	マンホールカード	—	じょうほう広場、じょうほうプラザ、こども未来館	本市の名所や特色を取り入れたデザインマンホール蓋3種類をカード化し、配布することにより下水道への関心と理解を深めるPR活動を行った	維持

■重点プロジェクト一覧

分野	番号	活動の柱	重点プロジェクト	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性(R3~R7) (充実、縮小、維持、完了・廃止)
I	1	ユーラブとよはし運動	①ええじゃないかライフ実感プロジェクト	シティプロモーション課	市民を題材にした動画による魅力発信	市民をテーマとした動画による魅力発信	ウェブ等	H30はばったり室内浦さんに出演いただき豊橋の魅力伝える動画を作成、配信	完了
I	2	とよはし魅力プロデュース	①ええじゃないかライフ実感プロジェクト	道路建設課	「道の駅」の設置	名豊道路道の駅整備事業	名豊道路七根IC周辺	地域振興施設建設・駐車場整備等の工事を行った	完了
I	3	とよはし魅力プロデュース	①ええじゃないかライフ実感プロジェクト	商業振興課	伝統的な産業を活用した事業展開	とよはし製品活用支援事業費	市役所ほか	刺子・帆前掛けグッズを販売した	維持
I	4	ユーラブとよはし運動	①ええじゃないかライフ実感プロジェクト	—	ええじゃないかライフHPの開設	—	—	—	—
I	5	ユーラブとよはし運動	①ええじゃないかライフ実感プロジェクト	—	ええじゃないかライフブックの配布	—	—	—	—
I	6	アイラブとよはし運動	①ええじゃないかライフ実感プロジェクト	広報広聴課	豊橋魅力PR冊子の発行	とよはしライフスタイルブックの作成・販売	市内書店他	豊橋ならではのライフスタイルを提案する「クラストコ」の3巻を発売	完了
I	7	アイラブとよはし運動	①ええじゃないかライフ実感プロジェクト	生涯学習課	豊橋魅力発見講座の開催	知っとク！豊橋ゼミナール	各地区市民館	様々なジャンルで豊橋の魅力を再発見する講座を開催した	維持
II	1	とよはし魅力プロデュース	②インバウンド倍増プロジェクト	観光振興課	外国人向け豊橋体験プログラムの企画	インバウンド招聘事業	市内店舗	訪日旅行を扱う旅行会社を招聘し、市内の観光スポットを紹介	完了
II	2	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	観光振興課	訪日団体旅行会社へのアプローチ	インバウンド招聘事業	市内店舗	訪日旅行を扱う旅行会社を招聘し、市内の観光スポットを紹介	維持
II	3	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	観光振興課	訪日団体旅行会社へのアプローチ	吉田城手筒花火放揚	吉田城鉄櫓前広場	訪日旅行を扱う旅行会社に吉田城鉄櫓前広場で手筒花火を披露	廃止
II	4	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	観光振興課	訪日団体旅行会社へのアプローチ	台湾現地プロモーション	台湾	台湾で訪日旅行を扱う旅行会社を直接訪問し、手筒花火など、本市の観光素材を紹介	維持
II	5	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	産業政策課	海外でのプロモーション活動の実施	海外販路拠点設置事業	香港(H26~)、シンガポール(H29~R1)	現地食料品店に「豊橋コーナー」を設置し豊橋をPR	維持

分野	番号	活動の柱	重点プロジェクト	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性(R3~R7) (充実、縮小、維持、完了・廃止)
Ⅱ	6	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	多文化共生・国際課	豊橋親善大使による海外PR	豊橋親善大使による海外での豊橋PR	SNS等	中国国籍の豊橋親善大使を新たに1名任命することで、世界における豊橋の更なるPRの推進を図った。また、豊橋親善大使に対し豊橋市HPへリンクするQRコードが付いた新しい名刺を新たに配布し、豊橋のPR活動に活用してもらうようにした	維持
Ⅱ	7	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	多文化共生・国際課	外国語での情報発信	SNSなどを活用した情報発信	Facebook	豊橋市の情報をポルトガル語、英語、タガログ語、やさしい日本語で発信した	充実
Ⅱ	8	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	観光振興課	外国語での情報発信	web&snsプロモーション	ネット、雑誌上	台湾のSNS、web、雑誌に豊橋の観光情報を発信した	廃止
Ⅱ	9	とよはし魅力プロデュース	②インバウンド倍増プロジェクト	多文化共生・国際課	豊橋市内のWi-Fi化	公衆無線LAN利用によるインターネット接続環境の提供	国際交流協会	一般市民や在住外国人に無線LAN接続環境を提供することで行政に関する情報が行き届くようにした	維持
Ⅱ	10	—	②インバウンド倍増プロジェクト	商工業振興課	その他	がんばる個店応援事業補助金	市内店舗	市内店舗が外国語メニューを作成した	維持
Ⅱ	11	ユーラブとよはし運動	②インバウンド倍増プロジェクト	シティプロモーション課	外国語での情報発信	中国向けプロモーション	インターネット	中国の大手ポータルサイトの1つNET EASE(網易)を活用し、中国及び中国語圏向けに豊橋市の情報を直接発信する	維持
Ⅲ	1	ユーラブとよはし運動	③オリンピック de 世界発信プロジェクト	観光振興課	オリンピック・パラリンピックをいかした手筒花火発信	吉田城手筒花火放揚	吉田城鉄橋前広場	訪日旅行を扱う旅行会社に吉田城鉄橋前広場で手筒花火を披露	完了
Ⅲ	2	ユーラブとよはし運動	③オリンピック de 世界発信プロジェクト	—	オリンピック・パラリンピック聖火リレーの誘致	—	—	—	—

分野	番号	活動の柱	重点プロジェクト	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性(R3~R7) (充実、縮小、維持、完了・廃止)
Ⅲ	3	ユーラブとよはし運動	③オリンピック de 世界発信プロジェクト	「スポーツのまち」づくり課	オリンピック・パラリンピックの合宿チームとの交流	リトアニアパラリンピック委員会及び選手団の訪問及び事前キャンプ協定書(MOU)の締結/リトアニアゴールボール代表による事前合宿及びドイツテコンドー代表による事前合宿開催	豊橋総合体育館、豊小学校、吉田方小学校等	訪問団によるスポーツ施設、市民病院やホテル等各種施設の視察に加え、二川本陣資料館でのお茶体験や手筒花火の放揚鑑賞を通じ、豊橋市をPRした。また、豊小学校とのゴールボール交流(2018年・2019年)や一般市民向けにゴールボール体験及び日本代表との親善試合を開催したり、吉田方小学校とはテコンドー交流を通じ、市民とのスポーツ交流を実施	維持
Ⅲ	4	とよはし魅力プロデュース	③オリンピック de 世界発信プロジェクト	—	豊橋市内のWi-Fi化	—	—	—	—
Ⅲ	5	ユーラブとよはし運動	③オリンピック de 世界発信プロジェクト	シティプロモーション課	その他	市民へのホストタウン相手国のPR	豊橋市内	豊橋まつり(H30.10.20、リトアニア共和国パネヴェジス市市長代理列席)、まちなかクリスマスマーケット(H30.12.15~24)、ええじゃないかとよはし映画祭(H31.3.8~10)でPR	維持
Ⅳ	1	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	まちなか活性課	まちなか笑顔プロジェクトの展開	まちなかこども夜店	豊橋駅南口駅前広場、こども未来館、花園商店街、他	豊橋市とまちなかの商店街が連携し、子どもが楽しめる緑日イベントの開催を予定していた	維持
Ⅳ	2	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	こども未来館	まちなか笑顔プロジェクトの展開	笑顔のまちづくり事業	中心市街地	まちなかの商店街と連携、交流の機会創出のため、子どもクリーン隊を実施	維持
Ⅳ	3	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	こども未来政策課	子育てホームページの強化	切れ目のない子育て支援事業	インターネット	子育て家庭に配布する資料等にホームページの情報を掲載するなど、他課と連携した情報発信を行った。また、ポータルサイトの情報更新に努めホームページの強化を行った。更に、母子健康手帳アプリやSNSを活用し新着情報を定期的に届ける「育なびレター」の配信を開始した	維持
Ⅳ	4	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	商工業振興課	小・中学校郷土学習の実施	伝統的工芸品産業育成補助金	市内小学校	豊橋筆振興協同組合が筆づくり体験等の出前講座を実施した	維持
Ⅳ	5	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	—	豊橋妖怪プロジェクトの展開	—	—	—	—
Ⅳ	6	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	—	高校生アイラブとよはしイベントの開催	—	—	—	—
Ⅳ	7	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	—	「わたしの好きな豊橋」の募集	—	—	—	—

分野	番号	活動の柱	重点プロジェクト	課名	事業名	細事業名	場所	実施内容	今後の方向性(R3~R7) (充実、縮小、維持、完了・廃止)
IV	8	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	まちなか活性課	「ええじゃないか豊橋伝播隊DOEE」によるパフォーマンス	ええじゃないか豊橋音祭り	豊橋駅南口駅前広場、サークルプラザ、ここにこ他	「どんな音でもええじゃないか！みんな楽しんで、ええじゃないか！」を合言葉に開催する「音」の祭典を開催	維持
IV	9	アイラブとよはし運動	④みらいスマイル満開プロジェクト	まちなか活性課	「ええじゃないか豊橋伝播隊DOEE」によるパフォーマンス	とよはしクリスマスマーケット	豊橋駅南口駅前広場	本場ドイツ風のクリスマスマーケットを開催「DOEE」もクリスマススタイルでイベントを盛り上げた	維持
IV	10	—	④みらいスマイル満開プロジェクト	「文化のまち」づくり課	その他	豊橋青少年オーケストラ キャンプ事業補助金	ライフポートとよはし	東三河地域の中学生・高校生を対象に、ドイツから招いた一流の音楽家による指導と、音楽を志す青少年の交流を促すことで、自己の向上・研鑽の場を提供した	維持
IV	11	—	④みらいスマイル満開プロジェクト	「文化のまち」づくり課	その他	文化がみえるまちづくり事業	市内	小中学校へアーティストを派遣してワークショップを行ったほか、アーティストインレジデンス事業（滞在制作）を実施し、アートのまち豊橋を全国に発信することで、まちの魅力の向上を図った	維持