
東三河まち・ひと・しごと創生総合戦略

令和3年1月改定
東三河広域連合

目次

1. 基本的な考え方	
（1）策定の背景及び趣旨	1
（2）総合戦略の位置付け及び計画期間	1
2. 目指すべき将来の方向	2
3. 基本目標と具体的な施策	3
＜基本目標①＞ 魅力あふれる地域をつくる	4
＜基本目標②＞ 活力ある地域をつくる	6
＜基本目標③＞ 「ひと」が流入し定着する地域をつくる	8
＜基本目標④＞ 安心して暮らせる地域をつくる	10
4. 総合戦略の推進	
（1）推進体制	12
（2）効果の検証	12

1. 基本的な考え方

(1) 策定の背景及び趣旨

国は、人口減少への歯止めと、東京圏への人口の過度の集中を是正することで、将来にわたり活力ある日本社会を維持していくことを目指し、平成 26 年 11 月に「まち・ひと・しごと創生法」を制定し、今後目指すべき将来の方向や 5 か年の目標、施策をまとめた「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」及び「まち・ひと・しごと創生総合戦略」をした（平成 26 年 12 月）。

地方公共団体においても、「地方人口ビジョン」並びに「地方版総合戦略」を策定することとされ、本広域連合においても、東三河創生戦略（東三河人口ビジョン及び東三河まち・ひと・しごと創生総合戦略）を平成 29 年 2 月に策定し、構成市町村を始め経済団体や観光団体等と連携して、人口減少に歯止めをかけ安心して暮らせる地域づくりに取り組んできた。

その一方で、東京への人口の一極集中と全国的な人口減少に歯止めはかからず、国においては、『将来にわたって「活力ある地域社会」の実現と、『「東京圏への一極集中」の是正』を目標に掲げた、第 2 期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し（令和元年 12 月）、地方創生の動きを更に強化する方針を示している。

そこで、本広域連合でも第 1 期での取り組みを踏まえ、引き続き構成市町村と連携して地方創生に取り組み、東三河の地域力と自立力を高め、将来にわたり「しごと」と「ひと」の好循環を生み出し、安心して暮らし続けられる「まち」を形成し、地域全体の発展につなげるため、「第 2 期東三河まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「総合戦略」という。）を策定する。

(2) 総合戦略の位置付け及び計画期間

総合戦略は、「まち・ひと・しごと創生法」に基づき策定するものであり、国や県の総合戦略を勘案するとともに、構成市町村の総合戦略や、東三河地域の県・市町村・広域連合及び民間機関で構成する「東三河ビジョン協議会」が策定する「東三河振興ビジョン」とも連携を図る。

計画期間は、令和 2 年度（2020 年度）から 6 年度（2024 年度）までの 5 か年とし、PDCA サイクルによる効果検証等により、必要に応じて見直しを行うものとする。

2. 目指すべき将来の方向

東三河の人口は、既に長期的な人口減少の局面に入っており、現状のまま推移すると2060年には約55万人まで減少し、高齢化率は37%を超える見通しである。生産年齢人口が減少し、少子高齢化が進行する中で、地域の活力を維持するとともに、将来にわたり安心した暮らしを確保する必要がある。

そこで、東三河人口ビジョンにおいて、目指すべき将来の方向を次のとおり示している。

《目指すべき将来の方向》

1 人口流出に歯止めをかけるとともに、地域外から人を呼び込む

進学、就職などの理由により若い世代が転出していると考えられるため、地域内における雇用環境の充実を図るなどにより人口流出に歯止めをかける。

また、近年、大都市圏から地方への移住が進みつつあるため、この動きを好機と捉え、東京圏や愛知県内から人を呼び込む。

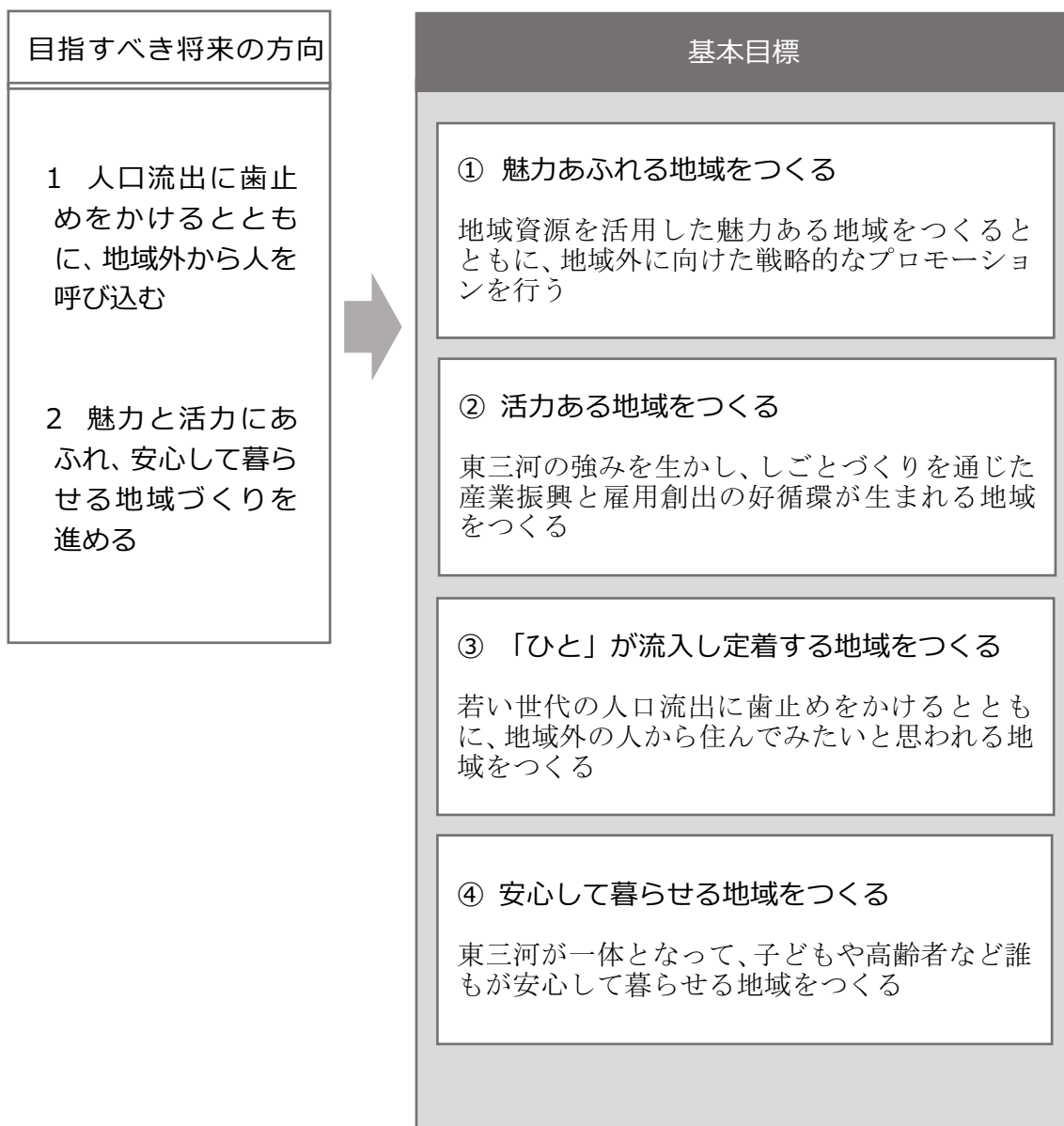
2 魅力と活力にあふれ、安心して暮らせる地域づくりを進める

地域に魅力や活力がなければ人を呼び込むことはできないため、地域資源を活用した産業振興など、東三河の特性を生かした魅力と活力ある地域づくりを進める。

また、少子高齢化が進み、今後も高齢者の数が増加することが見込まれるため、介護サービスの維持・充実や医療との連携を図るとともに、子どもたちの健やかな成長を支える環境をつくるなど、住民が安心して暮らせる地域づくりを進める。

3. 基本目標と具体的な施策

東三河人口ビジョンにおける目指すべき将来の方向を踏まえ、地域の実情に応じた基本目標を設定する。



基本目標① 魅力あふれる地域をつくる

東三河地域ならではの地域資源や全国的にはあまり知られていない魅力を掘り起こし、ＩＣＴをはじめとしたさまざまなメディアを活用し、ストーリー性を持った情報発信を行い、東三河の認知度の向上を図る。

また、東京圏・名古屋圏といった大都市圏の中間に位置する強みを活かし、マーケティング調査やデータ分析に基づく戦略的なプロモーション活動を行い、東三河の「モノ」や「コト」のブランド力・認知度の向上に努め、地域外からの消費拡大や交流人口及び関係人口の増加を図る。

数値目標	基準値（H30）	目標値（R6）
東三河の観光入込客数	2,357 万人	2,800 万人

指標：愛知県観光レクリエーション利用者統計

◆ 具体的施策と重要業績評価指標

■ 施策 1 地域外に向けた戦略的なプロモーション等を通じた東三河ブランドの創出

《基本的方向》

- 豊かな自然風土に育まれた食文化、伝統と個性あふれるお祭り、風光明媚な景観等、東三河ならではの観光資源の磨き上げと、新しい魅力の掘り起こしを行いながら効果的な情報発信を行い、東三河の認知度の向上や誘客を促進する。
- 全国有数の農産物や三河湾の海産物、それらに由来する加工品など豊富な食品に恵まれているが、全国的な認知度は低い。そこで首都圏での積極的な情報発信拠点として「ブランドショップ」を開設し、プロモーション活動を通じて東三河の認知度の向上、商品のブランド価値の向上を図る。

《重要業績評価指標（KPI）》

首都圏での「東三河」の認知度 「34.0%（H30）」 ⇒ 「50.0%（R6）」
--

指標：平成 30 年度東三河広域連合「首都圏住民を対象とした東三河資源調査（N＝500）」

《具体的事業》

事業名	事業概要
I C Tを活用した 魅力発信事業	S N Sや動画等のI C Tをはじめ、ポスターや雑誌等のさまざまなメディアを活用し、特に名古屋圏の若い女性をターゲットにした情報発信を行い、観光や定住に興味を持ってもらえるようにつなげていく。
東三河ブランド推 進事業	東三河地域の特長である食の魅力をフックに情報発信を行うための「ブランドショップ」を首都圏に開設し、商品販売のほか観光交流イベント等を通じ、東三河の認知度の向上、継続的に関係を持つファンづくりを進める。併せて、東三河の特産品のブランド価値の向上につながるプロモーションを推進する。

■施策2 官民協働による観光地域づくりの推進

《基本的方向》

- 「観光を中心とした地域づくり」の観点から、東三河の広域的観光の推進役を担い、マーケティング調査やデータ分析に基づく戦略立案やプロモーション等を実施する地域経営主体となる「東三河DMO※1」の設立を官民協働で目指す。

《重要業績評価指標（K P I）》

東三河DMOの具体化 「—（H30）」 ⇒ 「東三河DMOの具体化（R6）※2」

《具体的事業》

事業名	事業概要
東三河DMO推進 事業	東三河の官民が参画する「東三河DMO研究会」において、東三河DMOのコンセプトや具体的な事業の検討を行い、東三河DMOの設立を支援する。 また従来の観光産業以外の第一次産業やスポーツ等、さまざまな関係者の参画を促し、人材育成も推進する。

※1 Destination Management/Marketing Organization の略。観光を中心とした地域づくりの推進役として、そのための戦略を策定するとともに調整機能を備えた法人

※2 設立時期が未定のため暫定的に最終年度とする。東三河DMO研究会が目標年度を定めた時点で変更する。

基本目標② 活力ある地域をつくる

農商工のバランスの取れた産業構造や東京圏や名古屋市の大消費地に近い立地を活かした商品開発を促し、意欲ある事業者の販路拡大や商品ブランドの向上を支援します。

また、新しい技術を活用した産業の創出につながる成長産業等の分野で活躍する人材の育成を、市町村や大学、経済団体等と連携して支援することで、地域産業の発展と雇用の拡大を図る。

数値目標	基準値（H30）	目標値（R6）
東三河の有効求人倍率	1.64 倍	維持

指標：愛知県労働局

◆ 具体的施策と重要業績評価指標

■ 施策 1 東三河特産品の販路拡大

《基本的方向》

- 東三河地域の優れた商品も自店舗や道の駅等の地域内での販売が中心のため、東三河単位での物産展を地域外で継続的に開催するほか、首都圏では「ブランドショップ」での商品販売を目指すことで、東三河特産品の販路拡大を図る。

《重要業績評価指標（KPI）》

東三河地域外での東三河物産展の販売額 「531 万円（H30）」 ⇒ 「800 万円（R6）」
--

《具体的事業》

事業名	事業概要
東三河物産展開催事業	県内や東海エリアの商業施設において、東三河の事業者・道の駅等を集めた東三河物産展を開催し、消費者への販売のほか、流通事業者へのアピールも行う。
東三河ブランド推進事業（再掲）	首都圏での東三河地域の情報発信拠点となる「ブランドショップ」において、東三河の特産品の販売を行い、首都圏における販路開拓を支援する。

■施策2 地域産業を担う人材の育成支援

《基本的方向》

- 新たな技術や発想で地域産業にイノベーションを起こせるような人材の育成を産学官連携で支援し、地域産業の発展と雇用の創出を図る。

《重要業績評価指標（KPI）》

地域産業人材の育成支援事業への参加者数 「—（H30）」 ⇒ 「500人※（R6）」

※R3～R6の累計参加者数

《具体的事業》

事業名	事業概要
地域産業人材育成支援事業	ビジネスプランコンテストへの支援やオープンデータ活用に関する研修をはじめとして、構成市町村・大学・社会人キャリアアップ推進協議会・東三河広域経済連合会等と連携した研修・講演会等の開催や産学共同研究の支援等、地域産業を支える人材育成を推進する。

基本目標③ 「ひと」が流入し定着する地域をつくる

東三河地域内の若い世代に、東三河の企業や地域産業を知ってもらう機会を提供する取り組みに加え、若年層から地域の産業や暮らしの情報を市町村等と連携して発信することで、地域内での就職と居住の促進を図り、人口流出に歯止めをかける。

また、名古屋圏等の若者などに東三河の企業等との交流機会を提供することで、東三河地域への就職を促進するとともに、情報提供や交流等を重ねることで、将来の東三河への就職・定住を推進する。

数値目標	基準値（H30）	目標値（R6）
東三河の転出入者数	▲1,363 人	▲900 人

指標：総務省住民基本台帳人口移動報告

◆ 具体的施策と重要業績評価指標

■ 施策 1 若い世代の転出の抑制

《基本的方向》

- 就職を目指す東三河地域内の若い世代に、地元企業等の交流会等を開催し、企業情報や地域産業、暮らしの情報を提供することで、地域内での就職や定住を促す。

《重要業績評価指標（KPI）》

学生と企業の交流イベント等への参加学生数
「540 人（H30）」 ⇒ 「750 人（R6）」

《具体的事業》

事業名	事業概要
東三河の企業への就職促進事業	学生に東三河の企業情報や暮らしについて情報提供し、企業と気軽に交流する機会として、「まじカフェ」をはじめとする交流イベント等を開催する。

■施策 2 若者等の人材還流

《基本的方向》

- 進学等により地域外へ転出した東三河出身者や地域外の優れた人材に、東三河の企業や地域産業、暮らしの情報等を提供し、企業等と交流できる機会を創出することで、地域外からの人材還流を促進する。

《重要業績評価指標（KPI）》

東三河地域外での就職活動支援事業への参加学生数 「—（H30）」 ⇒ 「600人※（R6）」

※R2～R6の累計参加学生数

《具体的事業》

事業名	事業概要
地域外からの東三河への就職活動支援事業	名古屋市内の大学生等を対象とする企業との交流イベント等を開催するほか、地域外のインターンシップフェア等への企業の出展を支援し、東三河地域の企業情報や暮らしの情報を提供することで、東三河地域への就職・定住を促進する。

基本目標④ 安心して暮らせる地域をつくる

少子高齢化が進行する中で、東三河 8 市町村が連携し、介護保険の充実と、医療・介護・予防などが包括的に確保される体制をつくるとともに、子どもたちの健やかな成長を支える環境づくりを進める。

数値目標	基準値（H29）	目標値（R6）
健康寿命 ^{※1} （日常生活動作が自立している期間の平均）	男性 79.98 年 女性 84.43 年	延伸

※1 厚生労働科学研究班「健康寿命の算定方法の指針」に基づき、人口、死亡数、要介護 2～5 の認定者数などから算定

◆具体的施策と重要業績評価指標

■施策 1 安心して暮らし続けるための東三河版地域包括ケアシステムの推進

《基本的方向》

- 介護保険者の統合によるメリットを活かし、これまでの取組をさらに充実させ、安定的にサービスを提供する。超高齢社会への備えを盤石とするため、地域の実情や個々のライフスタイルに合わせ、一人でも多くの高齢者が主体的に取り組むことができる介護予防活動を推進するなど、「全員参加」「人材育成」「連携促進」の 3 つの視点を重視した地域包括ケアシステムの構築を推進する。

《重要業績評価指標（KPI）》

過半数が要介護・要支援認定者となる年齢
「88 歳^{※2}（H30）」 ⇒ 「延伸（R6）」

※2 平成 30 年 9 月 30 日時点での要介護・要支援認定率：50.7%

《具体的な事業》

事業名	事業概要
東三河版地域包括ケアシステムの推進	全員参加による地域包括ケア活動の周知や地域包括ケアに関する住民等を対象とした研修など、地域包括ケアシステムを推進する。
介護人材の確保と定着の支援	介護の知識・資格の習得支援や、働きやすい職場づくりのために介護事業所向けの人材育成研修を実施するなど、介護人材の確保と定着を支援する。

■施策2 地域内連携による子どもたちの成長を支える環境づくり

《基本的方向》

- 東三河の子どもたちに、地域の暮らしや伝統文化に触れるなど学びの機会を創出することで、東三河に誇りと愛着を持ち心豊かに成長できる環境をつくる。

《重要業績評価指標（KPI）》

居住地以外の施設でほの国こどもパスポートを利用した割合
「34.1%（H30）」 ⇒ 「40.0%（R6）」

《具体的な事業》

事業名	事業概要
公共施設等を活用した学びの機会の創出	「ほの国こどもパスポート」の対象施設を巡るスタンプラリーを開催するなどして対象施設の利用を促進し、東三河の子どもたちに地域内での交流を促し、地域への誇りと愛着を高める。

4. 総合戦略の推進

(1) 推進体制

総合戦略の進行管理は、広域連合長を本部長、副広域連合長を本部員とする「東三河まち・ひと・しごと創生本部」が中心に行い、施策を総合的かつ計画的に推進する。

施策の推進にあたっては、産学官金労言の代表者などで構成する「東三河まち・ひと・しごと創生総合戦略推進協議会」から意見を聴取するとともに、東三河8市町村や関係機関とも十分に連携する。

(2) 効果の検証

総合戦略では5年間の取組に対する各政策分野の基本目標に係る数値目標を設定するとともに、それぞれの具体的な施策については重要業績評価指標（KPI）を設定し、検証・改善を図る仕組みとしてPDCAサイクルを運用する。

また、「東三河まち・ひと・しごと創生本部」や「東三河まち・ひと・しごと創生総合戦略推進協議会」による検証も実施しながら、必要に応じて施策や事業の追加、見直し等を行い、総合戦略の改定を行っていく。

東三河まち・ひと・しごと創生総合戦略

令和2年1月

令和3年1月

作成・発行	東三河広域連合（総務部総務課）
所在地	〒440-0806 愛知県豊橋市八町通二丁目16番地 豊橋市職員会館 4階
電話番号	0532-35-6000
ホームページ	http://www.east-mikawa.jp/
