

東三河振興ビジョン
【主要プロジェクト推進プラン】
～ 地方創生事業の広域展開 ～

東三河ビジョン協議会
平成 28 年 3 月

目次

I	「主要プロジェクト推進プラン」の策定方針	1
1	テーマの設定	1
2	位置づけ	1
3	策定主体	1
4	計画期間	1
5	2つのリーディングプロジェクト	1
II	各リーディングプロジェクトの主な取組内容	2
1	「ほの国」東三河ブランド戦略の推進	2
	（1）東三河のブランドイメージ確立と相互共有	2
	（2）ターゲットを明確にした情報発信	4
	（3）推進体制	6
2	産学官連携による産業人材の育成・確保	7
	（1）産業人材育成事業の活性化	7
	（2）U I Jターン等による産業人材の確保	9
	（3）推進体制	11
III	推進プランの進捗状況の把握及び見直しについて	12
IV	平成 27 年度先導事業	13
V	参考資料	16

I 「主要プロジェクト推進プラン」の策定方針

1 テーマの設定

「主要プロジェクト推進プラン」(以下「推進プラン」という。)は、「将来ビジョン」を着実に推進していくために策定するものである。

平成 27 年度は、地方創生総合戦略の策定年度となることから「地方創生事業の広域展開」をテーマに選定した。

中でも、「①「ほの国」東三河ブランド戦略の推進」及び「②産学官連携による産業人材の育成・確保」の 2 事業を、地域が一体となって重点的に取り組むリーディングプロジェクトとして位置付け、具体の取組を展開していく。

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」をつくることを目指す。

2 位置づけ

県、市町村、広域連合、経済団体、観光関係団体、大学、民間事業者、NPO等が連携・協働して展開する実施計画

3 策定主体

東三河ビジョン協議会

(県、東三河の 8 市町村、広域連合、経済団体、大学等で構成)

4 計画期間

平成 28 年度から平成 31 年度までの 4 年間

(地方創生総合戦略の計画期間の終期と整合)

5 2つのリーディングプロジェクト

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

Ⅱ 各リーディングプロジェクトの主な取組内容

1 「ほの国」東三河ブランド戦略の推進

東三河の知名度・好感度を向上させ、この地域への「新しいひとの流れ」をつくるためには、まず、「何を伝えるのか」を整理する必要がある。

東三河に関する情報の中から、首都圏をはじめとする地域外の人々にとって付加価値の高いものを見極め、地域全体で理解を深めながら、相互共有を図らなければならない。

併せて、東三河の魅力について「どうやって伝えるのか」を工夫する必要がある。

ターゲットを明確に設定した上で、市場等の反応を確かめながら首都圏をはじめとする地域外に向けたPR活動を、継続的に進めていかなければならない。

こうした課題認識の下、以下の取組を重点的に進める。

〔2つの主な取組〕

- (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

(1) 東三河のブランドイメージ確立と相互共有

①「東三河の快適な暮らし」を伝えるストーリーづくり

東三河は、豊かな自然や歴史、文化に恵まれた住みやすい地域である。この「快適な暮らし」は大都市圏の人々から評価されることが多い。

そこで、この地域に何があり、どういった人々が生活しているのかを伝える、様々なストーリーを作成、ターゲット別に整理し、広く周知を図る。

②ターゲットを明確にした各地域資源の磨き上げ

東三河には、既にブランドとして広く情報発信されている地域資源も多いが、それらの情報が消費者にどのように受け止められるのか、常に意識する必要がある。ターゲットを明確にしながら各地域資源のさらなる磨き上げを継続し、より訴求力の高いブランドイメージの確立、情報発信の強化につなげる。

③発信すべきセールスポイントの相互共有

東三河のブランドイメージの確立には、発信すべきセールスポイントが共有されることが不可欠である。広域連携のメリットを活用した各取組を通じて、東三河の一体感を醸成しながら、ブランドイメージの共有を進めていく。

<「ストーリーづくり」のイメージ>



※平成27年度先導事業として、愛知県が実施している「東三河魅力発信ストーリー集等作成事業」の概要は13ページ参照。

【工程表】

取組内容	主な取組主体	実施年度			
		H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1
①「東三河の快適な暮らし」を伝えるストーリーづくり H27 先導事業 ・東三河魅力発信ストーリー集等作成事業(県)	県	→ ・ストーリー等の公募			
	市町村、広域連合、観光関係団体、経済団体、民間事業者等				→ ・地域の特性を伝えるストーリーをターゲットごとに整理 ・ストーリー集の周知 ・東三河のPR素材の磨き上げ ・東三河の一体感の醸成 ・ターゲットを明確にしたキャッチコピー等の検討
②ターゲットを明確にした各地域資源の磨き上げ ・重点資源である「食」・「花」・「炎」を中心とした地域資源	民間事業者、観光関係団体、経済団体、農林水産業関係団体、市町村、広域連合、県				→ ・魅力ある商品の開発推進<特産品開発、インバウンド広域観光ルートの設定等> ・観光地・各種イベント等の魅力向上、利便性の向上 ・東三河の文化・芸術・歴史のPR手法の磨き上げ ・体験プログラム(郷土料理・農山漁村の暮らし体験等を含む)の充実
	・東三河産の農林水産物	県、市町村、広域連合、農林水産業関係団体、民間事業者等			→ ・「いいともあいち運動」や「花の王国あいち」の推進、「あいち木づかいプラン」等に関連する事業との連携により、東三河の地域イメージ向上を促進
・スポーツ大会等	民間事業者、競技団体、観光関係団体、市町村、広域連合、県				→ ・ランニング、駅伝、自転車競技、マリンスポーツ、トライアスロン、モータースポーツや、2020年東京オリンピック・パラリンピック等のスポーツ大会との関わり等を通じて、東三河の地域イメージ向上を促進 ・ホームタウンとして東三河地域を位置付けているプロバスケットボールチーム「浜松・東三河フェニックス」と連携し、東三河の地域イメージ向上を促進

取組内容	主な取組主体	実施年度			
		H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1
③発信すべきセールスポイントの相互共有 ・各地域資源の東三河地域内における相互理解のさらなる推進 H27 先導事業 ・東三河魅力発信ストーリー集等作成事業(県)	民間事業者、観光関係団体、経済団体、農林水産業関係団体、大学、市町村、広域連合、県				
・「あいち観光戦略」及び「昇龍道プロジェクト※1」における取組との効果的な連携を通じた東三河の地域イメージ向上を促進	県、市町村、広域連合、観光関係団体、農林水産業関係団体、民間事業者等				
・各地域資源の連携による新たな価値創出の促進	県、市町村、広域連合、観光関係団体、経済団体、民間事業者等				

(2) ターゲットを明確にした情報発信

①地域外（首都圏等）に向けたPR活動の充実

前掲(1)「東三河のブランドイメージ確立と相互共有」の取組の成果も活かしながら、地域外の人々に対する効果的な情報発信及びその効果検証を継続的に進めていく。

②地域外の視点を重視したPR素材の絞り込み

地域外に向けたPR活動等と連動させて、首都圏等の消費者、外国人を対象にしたアンケート調査を実施するなど、地域外の視点も重視してPR素材の絞り込みを進める。また、首都圏在住の東三河地域出身者と連携した情報発信についても検討していく。

③知名度の高い既存ブランドを活用したPRの検討・実施

既存ブランドは、大都市圏における認知度が高く、消費者への訴求力も強い。

そこで、地域資源をPRするにあたって、既存ブランドの情報を関連づけるなどの工夫をすることで発信力を向上させる。

※1 「昇龍道プロジェクト」

中部北陸9県の自治体、観光関係団体、観光事業者等と協働して中部北陸圏の知名度向上を図り、海外からのインバウンドを推進するプロジェクト。日本の真ん中に位置する中部北陸地域の形は、能登半島が龍の頭の形に、三重県が龍の尾に似ており、龍の体が隈無く中部北陸9県を昇っていく様子を思い起こさせることから同地域の観光エリアを「昇龍道」と呼んでいる。

【工程表】

取組内容	主な取組主体	実施年度			
		H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1
<p>①地域外（首都圏等）に向けた PR 活動の充実</p> <p>H27 先導事業 ・東三河まち・ひとと魅力創造発信人材育成事業〈首都圏プロモーション〉（県） ・「まるごとにつぼん」への出展（豊橋市） ・東三河アンテナショップ実現可能性調査（東三河広域連合）</p>	<p>県、市町村、広域連合、観光関係団体、農林水産業団体、民間事業者等</p>	<p>→</p> <p>・「海フェスタ東三河」等を活用した東三河の魅力発信</p>			
		↑	<p>相互連携</p>		
			<p>・PR効果の高いイベント等を活用した東三河の魅力発信</p> <p>・観光振興、特産品の販路拡大、交流居住等のPR活動を行う手法の検討・実施</p> <p>・「まるごとにつぼん」への出展（豊橋市）</p> <p>・首都圏におけるアンテナショップの実施に向けた検討</p> <p>・県人会等の組織を活用したPR活動の実施</p> <p>・SNS、動画等の活用による効果的な情報発信や、各種広報媒体の多言語化</p> <p>・首都圏等における農林水産物のトップセールスの実施（県）</p> <p>・（1）の成果を活用したPR活動の展開</p>		
<p>②地域外の視点を重視した PR 素材の絞り込み</p> <p>H27 先導事業 ・東三河まち・ひとと魅力創造発信人材育成事業〈首都圏プロモーション〉（県） ・「まるごとにつぼん」への出展（豊橋市） ・東三河アンテナショップ実現可能性調査（東三河広域連合）</p>	<p>県、市町村、広域連合、観光関係団体、経済団体、大学、民間事業者等</p>				→
			<p>・首都圏等におけるアンケート調査や体験型イベントの実施</p> <p>・在住外国人・留学生等との連携による情報発信及びアンケート調査の実施</p> <p>・地域外の視点を整理し、（1）、（2）①③の取組に活用</p>		
<p>・首都圏在住の東三河地域出身者との連携</p>	<p>市町村</p>				→
			<p>・「ええじゃないか豊橋応援倶楽部」の会員を東三河地域の出身者まで拡大した「ほの国東三河応援倶楽部」を設立し、首都圏在住の東三河地域出身者がUターンするための仕組みづくりとPR活動を一体的に促進</p>		
<p>③知名度の高い既存ブランドを活用した PR の検討・実施</p>	<p>県、市町村、広域連合、観光関係団体、経済団体、民間事業者等</p>	→			
			<p>・「海フェスタ東三河」等を活用した東三河の魅力発信</p>		
			<p>・PR効果の高いイベント等を活用した東三河の魅力発信</p> <p>・飯田線等の鉄道網を活用したPRの検討・実施（東三河広域経済連合会・県）</p> <p>・自動車産業観光の推進（東三河広域経済連合会）</p> <p>・ヘルスケアツーリズム等におけるラグーナテンボスとの連携（東三河広域経済連合会・県）</p> <p>・豊橋駅等の知名度を活かした、東三河の位置情報の発信方法に関する検討</p> <p>・（1）（2）①②の取組と連携させつつ、東三河のリーディングブランドに相応しい資源を活用したPRの検討・実施</p>		

<首都圏プロモーションの実施例>

○「ツーリズムEXPOジャパン2015」出展（平成27年9月25日～27日）

愛知県東三河総局と愛知県東三河広域観光協議会が連携し、東京ビッグサイトにおいて、東三河のPRブースを出展した（平成27年度先導事業として実施。概要は13ページ参照）。



（東三河のPRブース）



（3Dバーチャル手筒花火体験）



（東三河産の花きPR・ブーケ配布）

※JA豊橋・JAひまわり・JA愛知みなみ及び首都圏のフラワーショップと連携して実施

○「まるごとにつぼん」出展（平成27年12月17日から）

浅草の商業施設「まるごとにつぼん」において豊橋市が出展を開始した（平成27年度先導事業として実施。概要は14ページ参照）。



（豊橋市出展ブース）



※刺子半纏(さしこはんてん)を使ったグッズ・豊橋筆などを紹介



（筆づくりワークショップ）

（3）推進体制

工程表に明記した各主体が、それぞれの強みを活かした取組を着実に推進するとともに、東三河で一体的に進められる取組に関しては、「東三河県庁」と「東三河広域連合」との連絡調整を通じて、適切な役割分担のもと、効果的な事業実施の推進を図る。

また、取組内容に応じて、「東三河広域経済連合会」や「愛知県東三河広域観光協議会」をはじめとする関係団体間の連携・協力を深めつつ、取組効果を高めるとともに、実効性を確保していく。

2 産学官連携による産業人材の育成・確保

本格的な人口減少社会を迎える中において、東三河の地域産業を支える人材の育成・確保が重要な課題となっている。

県、市町村、大学、経済団体、企業等、東三河の多くの主体が産業人材育成事業に取り組んでいるが、相互に情報共有しながら連携を強化することで、より効果的で質の高い取組が可能となると考えられる。

併せて、前掲のリーディングプロジェクト『『ほの国』東三河ブランド戦略の推進』の取組内容も活かしつつ、地域産業を支える人材を地域外から呼び込むことにより、多様な人材によって産業が支えられている地域を目指す。

こうした課題認識の下、以下の取組を重点的に進める。

〔2つの主な取組〕

- (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

(1) 産業人材育成事業の活性化

① 社会人キャリアアップ連携協議会^{※1}を核とした産業人材育成事業の展開

「社会人キャリアアップ連携協議会」が一元化を進めている各構成団体の人材育成プログラムの情報等を活用し、よりの確に地域のニーズに対応するよう、人材マップの作成、新規講座の開発等に取り組む。

② 産業人材育成事業の連携・充実

産業人材育成事業の実施主体間の効果的な連携、適切な役割分担のもと、事業の重点化、体系化等、人材育成のさらなる充実を図る。

〔工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度			
		H28	H29	H30	H31
① 社会人キャリアアップ連携協議会を核とした産業人材育成事業の展開 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> H27 先導事業 ・講座ニーズ・シーズ調査 ・人材育成講演会 (社会人キャリアアップ連携協議会) </div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">  </div>	社会人キャリアアップ連携協議会、市町村、経済団体、民間事業者等				
		<ul style="list-style-type: none"> ・各機関の研修情報の共有、セミナー等の実施 ・講座ニーズ・シーズ調査 ・人材マップ作成 ・新規講座の開発、実施 ・講座の有効活用のための仕組みの構築 			

※1 「社会人キャリアアップ連携協議会」

自治体、大学及び企業の「知」、「技」を活用した社会人のキャリアアップを地域が一体となって推進する体制を構築し、多様な人材の育成等を通じて地域産業の活性化等に寄与することを目的に、平成26年10月に設立された団体。

取組内容	主な取組主体	実施年度			
		H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1
②産業人材育成事業の連携・充実 ・モノづくりなど産業を支える人材の育成	県、市町村、経済団体、大学、民間事業者等	<ul style="list-style-type: none"> ・世界で活躍しイノベーションを起こす実践的技術者の養成（豊橋技術科学大学） 			
		<ul style="list-style-type: none"> ・「東三河産業アカデミー」をはじめとする、地域産業の担い手となる人材育成の充実（東三河広域経済連合会） ・国際性に富んだ指導的技術者の養成（豊橋技術科学大学） ・社会人向け人材育成事業の実施（豊橋技術科学大学） ・3Dプリンタ等デジタル工作機械を備えた「メイカーズ・ラボとよはし」を設置し、ものづくり起業家（メイカー）や企業の研究開発を担う技術者等を育成（㈱サイエンス・クリエイト） ・高等技術専門学校において、企業実習を伴う職業訓練等を民間との連携を図りつつ実施（県） ・経済団体、地元企業、外部人材、行政、学校等が連携した産業人材育成事業の実施 			
・農林水産業の担い手の育成	県、市町村、農林水産業関係団体、大学、民間事業者等	<ul style="list-style-type: none"> ・農起業支援センター※2における一元的な就農相談対応（県） ・先端農業を担う人材の育成（豊橋市・田原市） ・植物工場の管理・経営ができる人材の育成（豊橋技術科学大学・豊橋市等） ・6次産業化推進等、生産から加工、流通、販売まで視野に入れたIT農業人材の育成（豊橋技術科学大学） ・山里の暮らしや地域づくりと一体となった「なりわいづくり」の推進 ・農林水産業において女性が経営に主体的に参画できるよう、能力向上のための研修会等を開催（県） ・あいち森と緑づくり事業（平成30年度まで）による森林整備技術者の養成等（県） ・水産試験場と漁業者が連携して「少年少女水産教室」を開催するなど漁業の担い手を確保・育成（県） ・各地域の実情に合わせ関係団体が連携し、担い手育成支援を実施 			
・キャリア教育における産業界等との連携強化	県、市町村、経済団体、大学、民間事業者等	<ul style="list-style-type: none"> ・発達段階に応じたキャリア教育を推進 ・企業のキャリア教育参画のための仕組みづくりを推進（県） ・産業界等と連携した、職業理解の講座、インターンシップの実施（大学） 			

※2「農起業支援センター」

就農希望者に対する就農相談、就農後の生産技術指導等の支援を行う拠点。東三河地域においては、愛知県の農林水産事務所農業改良普及課内に3か所設置（豊橋市・田原市・設楽町）。

＜社会人キャリアアップ連携協議会の取組イメージ＞



(社会人キャリアアップ連携協議会ホームページより)

(2) U I J ターン等による産業人材の確保

① U I J ターン及び交流居住の促進

東三河への人材還流を促進するため、東三河のブランドイメージ確立や東三河の情報発信の取組と連携させながら、U I J ターン及び交流居住の取組を進め、産業人材の確保を図る。

山間部においては「地域おこし協力隊」をはじめとする外部人材との協働等を通じて「なりわいづくり」を推進し、雇用の場及び人材の確保を図る。

② 専門人材の確保

都市部において実績のある、専門的知識を有する人材の確保を図る。

③ 農林水産業を含む起業支援

東三河地域の農林水産資源をはじめとする豊かな地域資源を活かした起業、6次産業化等を検討、実践する人々に対する支援を通じて、産業人材の確保を図る。

④ 女性が活躍できる場としての産業創出

女性の雇用、起業につながる産業創出支援等により、女性の活躍を促進する。

⑤ 「ふるさと」への愛着や誇りを高める施策の推進

地元の歴史・文化・産業等の学習等、若者たちの地域への愛着や誇りを高める施策を推進する。

【工程表】

取組内容	主な取組主体	実施年度			
		H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1
<p>①UIJ ターン及び交流居住の促進</p> <p>・大都市圏在住者を対象とした東三河地域への人材還流を促進</p> <p>H27 先導事業 ・東三河若者・しごと創生人材確保支援事業〈若者のUターン就職促進〉(県)</p>	市町村、広域連合、県、経済団体、民間事業者等	<p>・「ええじゃないか豊橋応援倶楽部」の会員を東三河地域の出身者まで拡大した「ほの国東三河応援倶楽部」を設立し、首都圏在住の東三河地域出身者がUターンするための仕組みづくりとPR活動を一体的に促進</p> <p>・UIJ ターン就職促進事業により大都市圏から若者を呼び込み、東三河地域への就職と定住を促進(県)</p> <p>・地域への就職と暮らしに関する情報を一元的に収集・提供する「地域しごと支援センター^{※3}」を名古屋市内に設置・運営(県)</p> <p>・首都圏におけるUIJ ターン就職情報の発信方法や相談窓口機能の検討</p> <p>・無料職業紹介所による人材マッチング支援(中途採用)及び東三河学生就職NAV I(新卒採用)による積極的な情報発信を「地域しごと支援センター」と連携しながら実施(商工会議所・商工会)</p> <p>・東京で県内企業の合同企業説明会を開催(県)</p> <p>・都市部の大企業等において実績のある30~50代の人材と県内企業のマッチングを支援(県)</p>			
・交流居住の促進	市町村、県、民間事業者等	<p>・奥三河地域においては、「三河の山里サポートデスク^{※4}」や「愛知県交流居住センター^{※5}」及び「地域しごと支援センター」の取組と連携しながら交流居住を促進</p> <p>・地域おこし協力隊など外部人材の活用</p> <p>・地域を訪れる人々に対する定住に向けた意向調査、環境整備等を実施</p>			
・定住環境の整備	市町村	<p>・空き家に関する調査・活用検討</p> <p>・移住者用住宅の整備や集落基盤整備</p>			
・東三河の魅力向上及び魅力発信	リーディングプロジェクト『ほの国』東三河ブランド戦略の推進を地域一体となって実行することで、東三河のブランドイメージを確立させ、人口流出の阻止及び人口増加につなげる。				
②専門人材の確保	市町村、広域連合、県、経済団体	<p>・都市部の大企業等において実績のある30~50代の人材と県内企業のマッチングを支援(県)</p> <p>・県内大学に在籍する留学生の県内就職支援(県)</p> <p>・政府関係機関の移転を国に対し働きかけ(県、関係市)</p> <p>・「ええじゃないか豊橋応援倶楽部」の会員を東三河地域の出身者まで拡大した「ほの国東三河応援倶楽部」を設立し、首都圏在住の東三河地域出身者がUターンするための仕組みづくりとPR活動を一体的に促進</p> <p>・首都圏におけるUIJ ターン就職情報の発信方法や相談窓口機能の検討</p> <p>・無料職業紹介所を通じて、専門人材を含むマッチングを支援(豊橋商工会議所)</p>			

※3 「地域しごと支援センター」

県外、とりわけ首都圏からのUIJ ターンを支援し、愛知県への人材還流を促す拠点。UIJ ターン希望者に情報提供・就労支援を行うとともに、県内中小企業等の求人開拓等を実施する。愛知県により平成27年9月に設置。

※4 「三河の山里サポートデスク」

三河山間地域と都市部の交流を深め地域の活性化を図るために、移住や起業、集落支援等の企画・運営を行う拠点として、新城市内に、愛知県により平成28年1月設置。

※5 「愛知県交流居住センター」

移住・滞在の促進による三河山間地域の活性化をめざして、民間団体と自治体等が連携・協力し、平成20年4月に設立された団体。

取組内容	主な取組主体	実施年度			
		H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1
③農林水産業を含む起業支援	市町村、県、農林水産業関係団体、経済団体	<ul style="list-style-type: none"> ・農起業支援センターにおける一元的な就農相談対応（県） ・「三河の山里サポートデスク」において、農林水産業や商工業との連携等による起業プランの募集を行い、関係団体との連携のもと、プランの実現を支援するとともに、セミナー等を通じて普及啓発を推進（県） ・水産試験場に設置された漁業就業者確保育成センターにおける一元的な就業相談対応（県） ・遊休施設等の活用 ・各地域の実情に合わせ、関係団体が連携して地域資源を活かした起業、6次産業化等を支援 			
④女性が活躍できる場としての産業創出	市町村、県、農林水産業関係団体、経済団体	<ul style="list-style-type: none"> ・女性の活躍に向けた企業の取組支援や企業経営者等の意識改革を図る取組を推進（県） ・農林水産業において女性が経営に主体的に参画できるよう、能力向上のための研修会等を開催（県） ・女性の雇用促進につながる産業創出を支援 ・各地域の実情に合わせ、関係団体が連携して地域資源を活かした起業、6次産業化等を支援 			
⑤「ふるさと」への愛着や誇りを高める施策の推進	市町村、県、大学	<ul style="list-style-type: none"> ・地元の歴史・文化・産業等の学習を通じて、子どもたちの「ふるさと」に対する愛着や誇りを醸成 ・東三河で育ち、学ぶ若者たちが東三河で暮らし続けるための支援策の推進 ・地域課題の理解と解決に関する講義等の実施（大学） 			

（3）推進体制

工程表に明記した各主体が、それぞれの強みを活かした取組を着実に推進するとともに、「社会人キャリアアップ連携協議会」による取組については、「東三河広域経済連合会」をはじめ産業界等との連携をより密にさせながら、戦略的な人材育成事業の推進を図る。

併せて、東三河全域の産業振興を推進する官民共同組織である「東三河地域産業連携推進会議」*6において、情報共有・連絡調整を図ることで、取組効果を高めるとともに、実効性を確保していく。

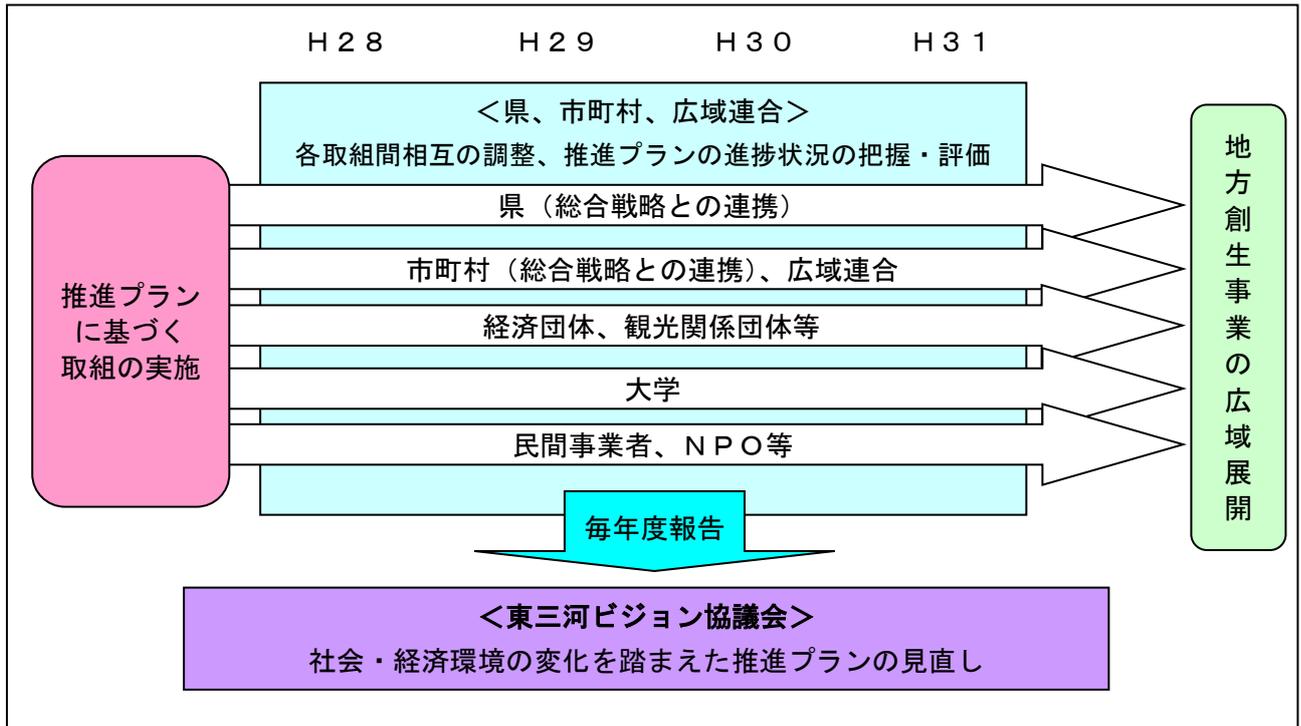
*6 「東三河地域産業連携推進会議」

東三河の各市町村、東三河広域経済連合会、(株)サイエンス・クリエイト、豊橋技術科学大学、(公社)東三河地域研究センター、県等が連携して、東三河地域の特性を踏まえ、その産業の可能性を追求し、活力ある東三河の創造を目指すことを目的として、平成24年5月に設置。

Ⅲ 推進プランの進捗状況の把握及び見直しについて

県、市町村、広域連合が連携・協力しながら、毎年度、推進プランに基づいて実施する取組の進捗状況の把握及び評価を実施し、東三河ビジョン協議会へ報告していく。
東三河ビジョン協議会においては、社会・経済環境の変化を踏まえて随時ローリングを行うなど、推進プランを柔軟に見直していく。

【推進イメージ】



IV 平成 27 年度先導事業

1 「『ほの国』東三河ブランド戦略の推進」関連事業

(1) 東三河まち・ひと・魅力創造発信人材育成事業

＜うち 「首都圏プロモーション事業」＞ (愛知県事業)

平成 27 年 9 月 25 日 (金) から 9 月 27 日 (日) まで、東京ビッグサイトで開催された世界最大級の旅のイベントである「ツーリズム EXPO ジャパン 2015」(来場者約 17 万人)において、東三河の PR ブースを出展した。愛知県東三河総局と愛知県東三河広域観光協議会とが連携し、華やかさとにぎやかさを重視した PR を展開した。

また、平成 27 年 10 月から平成 28 年 2 月にかけて、首都圏の花屋で東三河産の花きを使用した「フラワーレッスン」を実施した。主な内容は以下のとおり。

① 3D バーチャル手筒花火体験

3D ゴーグルを使用し、来場者に対して、東三河の伝統文化の一つである「手筒花火」のバーチャル体験を実施した。YAHOO! ニュースで紹介されるなど、好評を博した。

② 和太鼓集団「志多ら」によるステージパフォーマンス

会場内「ジャパンステージ」における迫力あるパフォーマンスが、主催者フェイスブックで紹介されるなど、好評を博した。

③ 東三河産の花き PR

東三河産の花きのブーケ (スプレッド、ガーベラ、バラなど) を配布し、日本最大の花の産地、東三河を PR した。

※その他、東三河の地域資源についてのアンケートを実施しながら、キャラクター関連グッズなどを配布し、東三河の多様な魅力を PR。

④ フラワーレッスン

首都圏の花屋 6 店舗において、東三河産の花きを使用したフラワーアレンジメント教室を実施した (計 42 名参加)。



(フラワーレッスン)

(2) 東三河魅力発信ストーリー集等作成事業 (愛知県事業)

東三河の地域資源の魅力を地域外の人々に伝え、深い印象と興味を持ってもらえるような記事を作成し、ストーリー集として Web 上に公開する。併せて、ダイジェスト版パンフレットを作成し、広く周知を図る。主な内容は以下のとおり。

	ストーリーの例
1	市電に揺られてレトロ喫茶をめぐる
2	おやつ時間に欠かせないあの味
3	古くから漁師たちに愛された地の味
4	廃校舎を滑走! 国内初の自転車レース
5	世界を旅してこの海に辿り着いた
6	心地よい風景の中で好きなことに没頭して暮らす
7	山奥の古民家に訪れるとびきりの一夜
8	澄んだ水ときれいな空気もおいしさの秘訣



(ストーリー集イメージ)

(3) 「まるごとにつぼん」への出展 (豊橋市事業)

平成27年12月17日(木)にオープンした浅草の商業施設「まるごとにつぼん」において豊橋市が出展を開始した。地方の魅力を全国に発信するこの施設において、今後、定期的に商品の入れ替えを行い、継続的に、豊橋市のみならず東三河地域の魅力をPRしていく。主な内容は以下のとおり。



(豊橋市出展ブース)
まるごとにつぼん

3Fたいけん広場「浅草につぼん区」
【Event space】おすすめふるさと

①オープン時の出展内容

- ・主な出展品
刺子半纏を使ったグッズ(エプロン、ポーチ、トートバッグ、ワインボトル入れ)、豊橋筆、豊橋紅茶、無農薬煎茶、米粉のホットケーキミックス
- ・豊橋市プロモーションビデオの投影
四季折々の豊橋の情景を疑似体験してもらうための映像を投影

②イベントの開催等

- ・豊橋筆の筆づくりワークショップ開催 (H28.1.24)
- ・「地方の今を知る!まるごと大物産展!」への参加 (H28.1.8~11)

(4) 東三河アンテナショップ実現可能性調査 (東三河広域連合事業)

東三河のさらなる認知度の向上及び交流人口の拡大等を図るため、東三河の特産品等の現状を認識するとともに、現地の消費者ニーズ等を的確に捉え、東三河が出店を目指すべきアンテナショップのコンセプト及びモデルを構築するための調査研究を行った。主な内容は以下のとおり。



(首都圏住民グループインタビュー)

①首都圏アンテナショップ実態調査

既存の首都圏アンテナショップを分類し、課題を整理するとともに、成功要因及び失敗要因を分析した。

②首都圏アンテナショップ利用者調査

首都圏住民へのWebアンケート、グループインタビュー等を行い、日常生活におけるアンテナショップの利用目的、頻度等を把握した。また、東京オリンピックに向けて、訪日外国人観光客へのアンテナショップのニーズ調査を実施した。

③東三河特産品ポジショニング調査

東三河特産品の流通状況の調査、バイヤー及び飲食店関係者へのヒアリング等により、東三河特産品のポジショニングを把握した。

④東三河アンテナショップモデルの構築

首都圏におけるアンテナショップ立地の可能性について調査を行った。併せて、調査結果を踏まえ、コンセプトメイキング及びDMO等の推進体制を含めた東三河アンテナショップモデルの構築を行う。

2 「産学官連携による産業人材の育成・確保」関連事業

(1) 東三河若者・しごと創生人材確保支援事業

＜うち 「若者のUターン就職促進事業」＞

(愛知県事業)

東三河地域への若者の就職と定住を促進するため、東京圏に進学した東三河出身の学生を対象に、夏休みと春休みに「東三河企業訪問ツアー」を実施した。主な内容は以下のとおり。



(東三河企業訪問ツアー)

実施日	訪問企業	参加者
夏休み H27. 8. 10	①天狗缶詰株式会社三河工場 (豊川市) ②豊橋信用金庫 (豊橋市) ③株式会社サーラコーポレーション (豊橋市)	17名
春休み H28. 2. 16	①竹本油脂株式会社 (蒲郡市) ②株式会社ニデック (蒲郡市) ③新東工業株式会社豊川製作所 (豊川市)	32名

(2) 講座ニーズ・シーズ調査、人材育成講演会等

(社会人キャリアアップ連携協議会事業)

地域の課題解決、人材育成のニーズに対し、より効果的に対応するため、人材育成事業の活性化に取り組んだ。主な内容は以下のとおり。

① 講座ニーズ・シーズ調査

構成機関が実施する人材育成講座を、目的別、受講対象別に整理したうえで、新たな講座創出につなげることができるよう、自治体・産業界からのニーズと、大学等からのシーズの調査を実施し、マッチングマップを作成した。



(人材育成講演会)

② 人材育成講演会等

開催内容	年月日	テーマ
第1回 人材育成講演会	H27. 4. 17	製造業の再生に軸足を移しつつある米国
第2回 人材育成講演会	H27. 6. 30	新産業・成長産業としての農業参入
第3回 人材育成講演会	H27. 11. 20	東アジアとシリコンバレーから日本のグローバル化を眺めて
シンポジウム	H28. 2. 18	ひとを育み、まちを創る —東三河発の第四次産業革命を目指して— (基調講演：ドローンが生み出す空の産業革命 ～グローバル競争に勝つための人材育成について～)

V 参考資料

1 策定経緯

(1) 平成 27 年度の東三河ビジョン協議会等の開催状況

年 月 日	主な内容
H27. 5. 26	第 1 回 東三河ビジョン協議会 企画委員会（以下「企画委員会」） <ul style="list-style-type: none"> 平成 27 年度主要プロジェクト推進プランの策定スケジュールについて 平成 27 年度の推進プラン「地方創生事業の広域展開」に係る事業概要案について
H27. 6. 17	第 1 回 検討ワーキング【「ほの国」東三河ブランド戦略の推進】
H27. 6. 22	第 1 回 検討ワーキング【産学官連携による産業人材の育成・確保】
H27. 6. 26	第 2 回 企画委員会 <ul style="list-style-type: none"> 将来ビジョン及び主要プロジェクト推進プラン（平成 24・25 年度策定）の進捗状況について 主要プロジェクト推進プラン（平成 27 年度「地方創生事業の広域展開」）の骨子案について
H27. 7. 24	第 1 回 東三河ビジョン協議会 <ul style="list-style-type: none"> 将来ビジョン及び主要プロジェクト推進プラン（平成 24・25 年度策定）の進捗状況について 主要プロジェクト推進プラン（平成 27 年度「地方創生事業の広域展開」）の骨子案について
H27. 11. 11	第 2 回 検討ワーキング【「ほの国」東三河ブランド戦略の推進】 第 2 回 検討ワーキング【産学官連携による産業人材の育成・確保】
H27. 11. 24	第 3 回 企画委員会 <ul style="list-style-type: none"> 平成 27 年度主要プロジェクト推進プランの中間とりまとめ(案)について
H27. 12. 24	第 2 回 東三河ビジョン協議会 <ul style="list-style-type: none"> 平成 27 年度主要プロジェクト推進プランの中間とりまとめ(案)について
H28. 1. 20～2. 18	パブリックコメント <ul style="list-style-type: none"> 東三河振興ビジョン「主要プロジェクト推進プラン」中間とりまとめに対する意見の募集
H28. 2. 26	第 4 回 企画委員会 <ul style="list-style-type: none"> 県民意見募集の結果について 平成 27 年度主要プロジェクト推進プランの最終とりまとめについて 平成 28 年度主要プロジェクト推進プランのテーマ候補について
H28. 3. 17	第 5 回 企画委員会 <ul style="list-style-type: none"> 平成 27 年度主要プロジェクト推進プラン(案)について 平成 28 年度主要プロジェクト推進プランのテーマ(案)について
H28. 3. 28	第 3 回 東三河ビジョン協議会 <ul style="list-style-type: none"> 平成 27 年度主要プロジェクト推進プラン(案)について 平成 28 年度主要プロジェクト推進プランのテーマ(案)について

※ 検討ワーキング参加機関

1 「ほの国」東三河ブランド戦略の推進

- ・豊橋市 ・豊川市 ・蒲郡市 ・新城市 ・田原市 ・設楽町 ・東栄町 ・豊根村
- ・東三河広域連合 ・東三河広域経済連合会 ・愛知県東三河広域観光協議会
- ・㈱サイエンス・クリエイト ・(公社)東三河地域研究センター ・愛知県

2 産学官連携による産業人材の育成・確保

- ・豊橋市 ・豊川市 ・蒲郡市 ・新城市 ・田原市 ・設楽町 ・東栄町 ・豊根村
- ・東三河広域連合 ・東三河広域経済連合会 ・豊橋技術科学大学 ・愛知大学
- ・㈱サイエンス・クリエイト ・(公社)東三河地域研究センター ・愛知県

(2) パブリックコメント

推進プランの中間とりまとめに対する意見の募集(パブリックコメント)を実施

募集期間	平成 28 年 1 月 20 日から平成 28 年 2 月 18 日まで
意見募集の周知方法	県政記者クラブ・豊橋市政記者クラブへの記者発表 愛知県等のホームページへの掲載 東三河県庁（東三河総局）・東三河 8 市町村・東三河広域連合等での閲覧
意見募集の結果	意見の提出者数：5 人 意見の件数：6 件