

東三河振興ビジョン

【主要プロジェクト推進プラン】

地域活性化に向けた戦略的展開

～ 「食」、「健康」、「ローカル鉄道」の新展開～

東三河ビジョン協議会

2021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 策定の目的	1
3 位置づけ	1
4 策定主体	1
5 計画期間	1
II 新型コロナウイルス感染症（ウィズコロナ）の影響について	2
1 新型コロナウイルス感染症（ウィズコロナ）の影響	2
（1）観光への影響	2
（2）特産品・飲食への影響	6
（3）健康意識や就労意識・形態への影響	7
（4）地域公共交通への影響	8
2 新型コロナウイルス感染症（ウィズコロナ）の影響を踏まえた視点	9
III 東三河地域の現状と課題	10
1 「食」に関わる現状と課題	10
（1）現状と課題	10
（2）まとめ	16
2 「健康」に関わる現状と課題	17
（1）現状と課題	17
（2）まとめ	22
3 「ローカル鉄道」に関わる現状と課題	23
（1）現状と課題	23
（2）まとめ	26
IV 取組の方向性と目標	27
1 「食」のブランド化と販路開拓による地域活性化	27
（1）東三河特産品のブランド化	28
（2）東三河特産品の販路開拓	29
2 「健康」増進による地域活性化	31
（1）働く世代の“健康づくり”の仕組みの構築	32
3 「ローカル鉄道」を活用した地域活性化	35
（1）鉄道駅を核にした重点的な観光振興	35
（2）官民連携による東三河ローカル鉄道のブランド化	36
（3）コロナ禍により低迷した日常利用の促進	37
4 「食」、「健康」、「ローカル鉄道」における取組の相互連携	39
5 重点事業「食」、「ローカル鉄道」の取組を活用した、働く世代の健康増進プロジェクト	40
V 2020年度先導事業	41
1 「食」、「ローカル鉄道」の取組を活用した、働く世代の健康増進プロジェクト業務	41
VI 参考資料	42

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」に位置づけた重点的な施策を具体化し、着実に推進していくために策定する。2020年度は、「地域活性化に向けた戦略的展開～『食』、『健康』、『ローカル鉄道』の新展開～」をテーマとした。

2 策定の目的

- 東三河地域の強みである「食」を活かした地域の稼ぐ力の創出、地域の産業人材の活躍と確保に向けた「健康」づくりの推進、「ローカル鉄道」を活用した観光振興を、相互に連携させ東三河地域が一体となり戦略的に展開し、地域活性化を推進することを目的とする。
- なお、本プランでは、当該テーマに基づく新型コロナウイルス感染症への対応を考慮しつつ、将来を見据えた地域活性化策を策定・推進する。

3 位置づけ

県、市町村、東三河広域連合、経済関係団体、観光関係団体、大学、民間事業者、NPO等が、共通目標のもと連携・協働して推進する実施計画

4 策定主体

東三河ビジョン協議会
(県、東三河の8市町村、東三河広域連合、経済関係団体、大学等で構成)

5 計画期間

2021年度から2023年度までの3年間

Ⅱ 新型コロナウイルス感染症（ウィズコロナ）の影響について

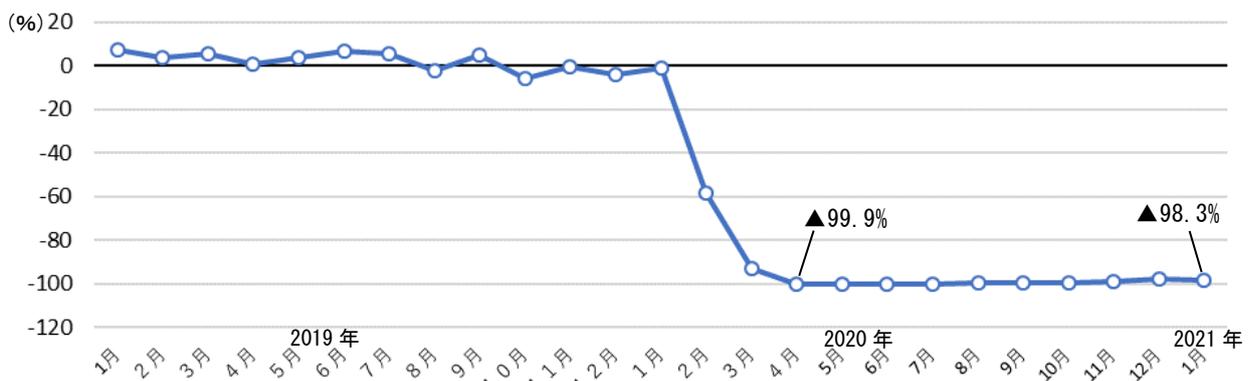
- 2020年に発生した新型コロナウイルス感染症により、県独自の「愛知県緊急事態宣言」を発出するなどし、不要不急の外出の自粛や新しい生活様式の実践などの感染拡大防止対策を実施している。併せて、感染拡大防止とのバランスを図りつつ社会経済活動の回復を目指すため、県と市町村が緊密に連携して経済対策に取り組んでいる。
- ここでは、新型コロナウイルス感染症の影響について整理し、本推進プランの策定にあたり踏まえるべき視点を示す。なお、本推進プランで取り上げる「食」、「健康」、「ローカル鉄道」に繋がる切り口として、「観光」、「特産品・飲食」、「健康意識や就労意識・形態」、「地域公共交通」について取りまとめた。

1 新型コロナウイルス感染症（ウィズコロナ）の影響

(1) 観光への影響

- **日本全体の訪日外国人旅行者数**は、新型コロナウイルス感染症拡大による入国制限等により、2020年4月の前年同月比が99.9%減と**大幅に減少**し、2021年1月（推計値）においても98.3%減となり、**ほぼゼロに近い状態**が続いている。

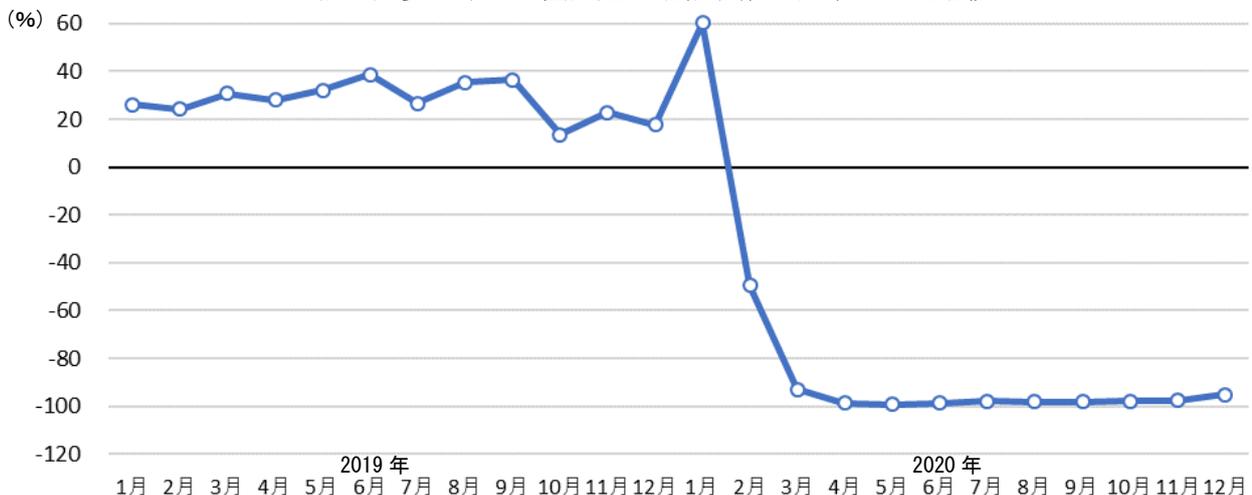
〈図1〉 訪日外国人旅行者数の前年同月比推移



出典：日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」

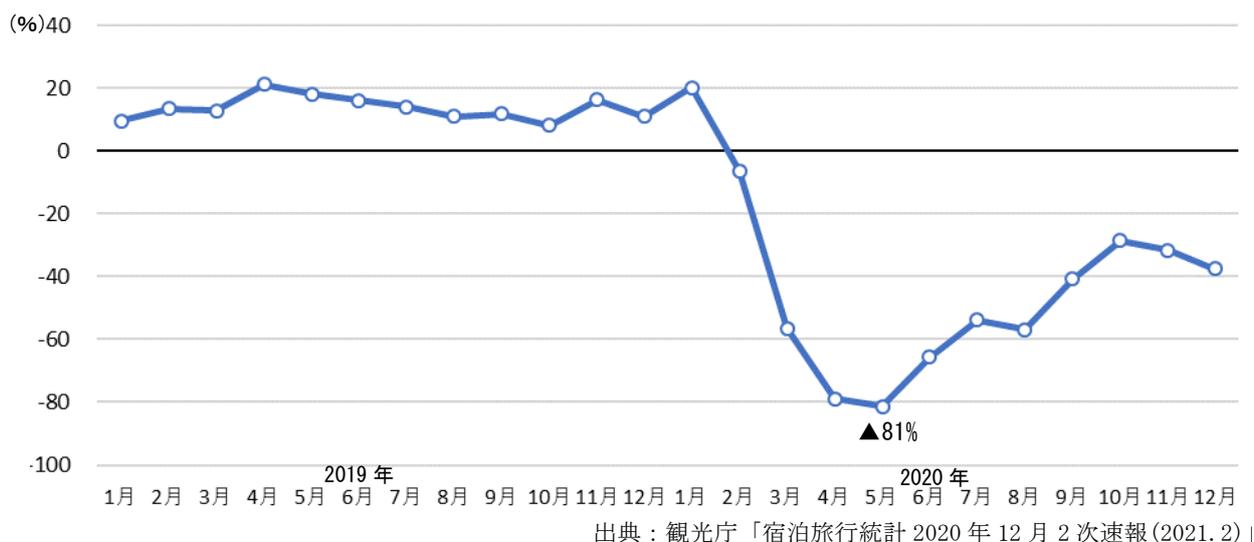
- **愛知県の外国人延べ宿泊者数**については、4月以降も入国制限等の影響を受け、前年同月比が95~99%減となり**非常に厳しい状況**が続いている。また、**愛知県の日本人を含めた延べ宿泊者数**は、2020年5月の前年同月比が81%減で最低となり、それ以降は**徐々に回復**しつつある。

〈図2〉 愛知県の外国人延べ宿泊者数の前年同月比推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計2020年12月2次速報(2021.2)」

〈図3〉愛知県の延べ宿泊者数（日本人及び外国人）の前年同月比推移



- 一方で、東三河地域の新型コロナウイルスの感染者数は県内の6.3%¹と少なく、新聞報道によると、「密」にならない場所である奥三河や渥美半島の豊かな自然に囲まれた屋外観光地では、お盆などの連休を中心に例年以上の賑わいとなった。また、小規模な部屋数の宿泊施設においても県内や近隣地域からの利用客が増加し、「#東三河おでかけエール²」や「Love あいちキャンペーン³」、「GoTo トラベル⁴」の後押しもあり昨年以上の利用があった。
- 東三河地域の宿泊者数の前年同月比の推移を見ると、4月に98%減と大幅に減少したが、8月に奥三河⁵、9月に東三河南部⁶がプラスに転じ、その後は第3波の影響を受けつつもプラスを維持している。特に県内からの宿泊予約数の増加傾向が高く、マイクロツーリズム⁷が浸透している。

¹ 2021年1月26日時点の集計

² 新型コロナウイルス感染拡大により大きな影響を受けた東三河の観光事業者が、「元気のある東三河を取り戻していきたい」という思いのもと、魅力的でお得なプランを提供するキャンペーン。主催：愛知県東三河広域観光協議会、共催：東三河広域経済連合会、後援：東三河広域連合、協力：東三河県庁。

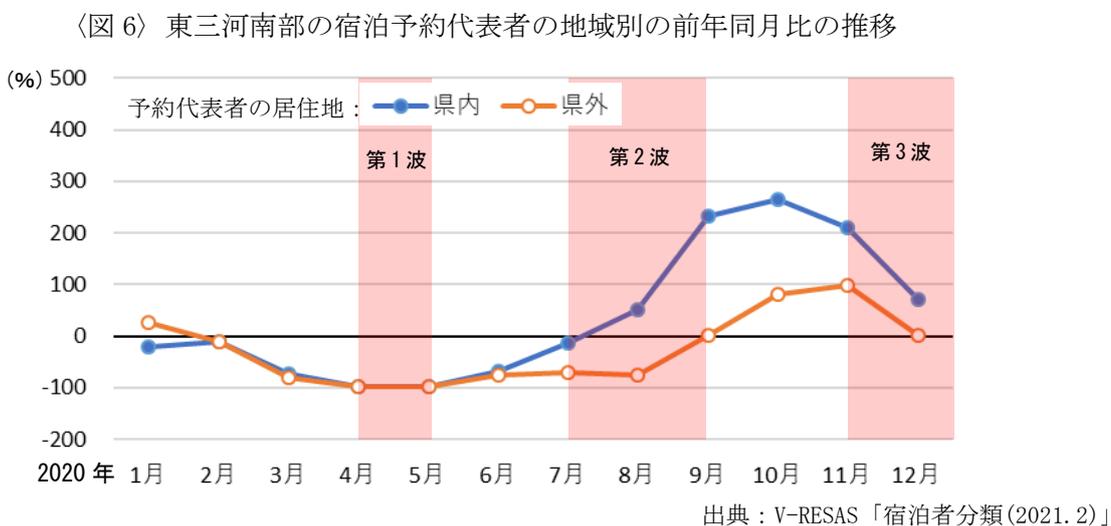
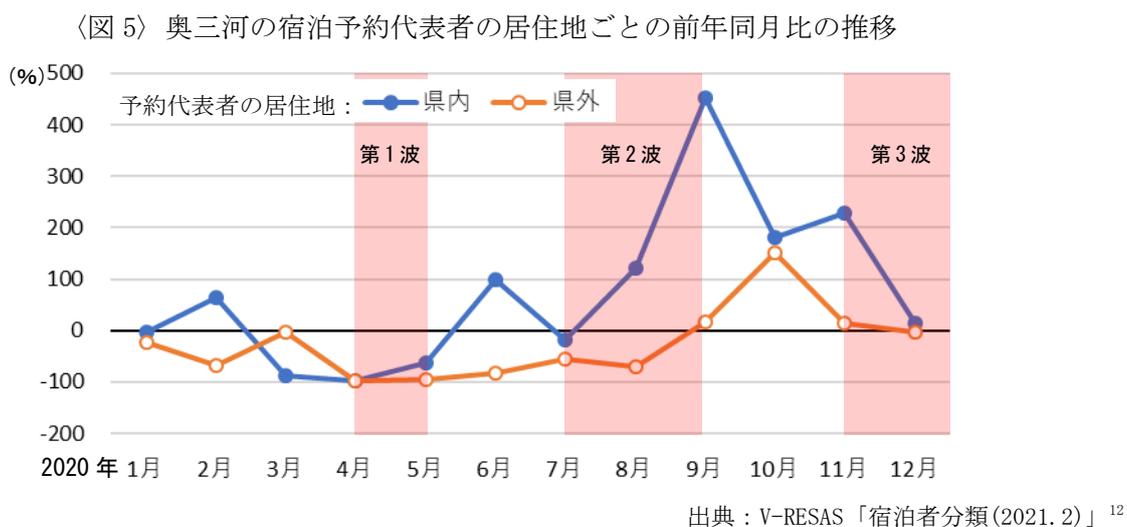
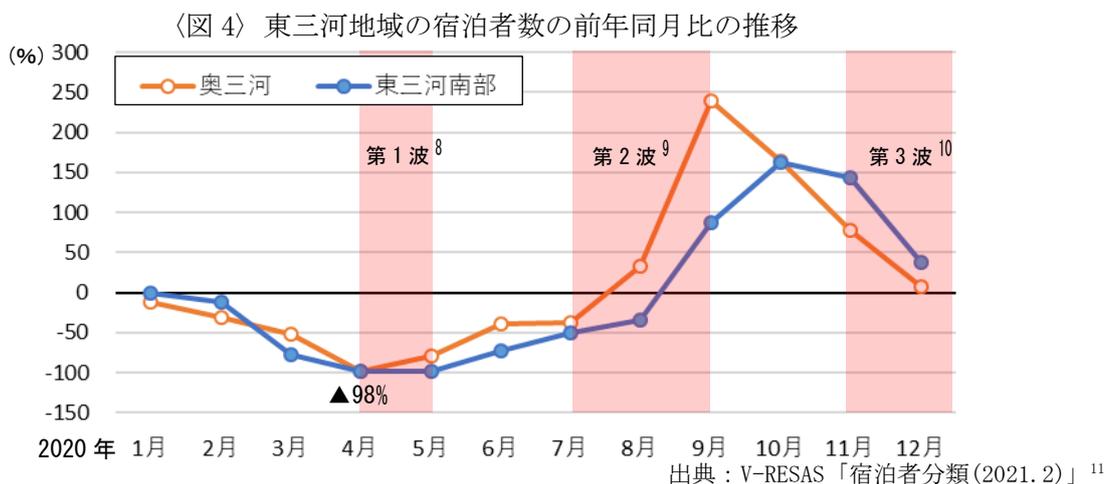
³ 愛知県が実施する、新型コロナウイルス感染症により深刻な影響を受けた観光関連産業を支援するため、県民による県内旅行を呼びかける事業。

⁴ 政府が実施する、感染拡大により失われた観光客の流れを地域に取り戻し、観光地全体の消費を促すことで、地域における経済の好循環を創出しようとする事業。

⁵ 奥三河は、新城市、設楽町、東栄町、豊根町の4市町村。

⁶ 東三河南部は、豊橋市、豊川市、蒲郡市、田原市の4市。

⁷ 3密を避けながら地元の方が近場で過ごす旅のこと。安心、安全に過ごしながらか地域の魅力を深く知るきっかけになり、地域経済にも貢献するもの。



⁸ 図中第1波は、2020年4月10日～5月26日（愛知県緊急事態宣言発出中）の期間とした。

⁹ 図中第2波は、2020年7月29日～9月18日（厳重警戒・危険領域）の期間とした。

¹⁰ 図中第3波は、2020年11月19日～2021年3月1日時点で継続中（厳重警戒・危険領域）の期間とした。

¹¹ 計算式

1) 各道府県及び各エリアにおける、宿泊者分類ごとの宿泊開始日ベースの宿泊者数を月毎に合計。

2) 1) で求めたものについて前年同月からの変動を下記の計算式によって縦軸に示す y の値とする。なお、グラフ上ではこれをパーセント表記で示す。 $y = (\text{当該月の宿泊者数} \div \text{前年同月比の宿泊者数}) - 1$

¹² 計算式

1) 各エリアにおける、予約代表者の居住地ごとの宿泊開始日ベースの宿泊者数を月毎に合計。

2) 1) で求めたものについて前年同月からの変動を下記の計算式によって縦軸に示す y の値とする。なお、グラフ上ではこれをパーセント表記で示す。 $y = (\text{当該月の宿泊者数} \div \text{前年同月の宿泊者数}) - 1$

- しかし、**東三河地域**においても、2020年11月に開催が予定されていた「F I A 世界ラリー選手権ラリージャパン」を始めとし、お祭り、花火大会、スポーツ大会など、**多くのイベントが中止**され、**観光客数の大幅な減少**が見込まれる。
- さらに、新聞報道によると、2020年1月から8月までに全国で新型コロナウイルス感染症関連により**休廃業・解散した企業**は、前年同期比で**約24%増加し今後も増加する可能性**があるとしている。**東三河地域**においても、**豊鉄ターミナルホテル、豊橋パークホテル、富士見荘、伊良湖シーパーク&スパが休廃業**しており、**深刻な影響**が出ている。

〈表1〉新型コロナウイルス感染症の影響により中止等となった東三河地域の主なイベント

市町村	イベント等名称	開催中止等
豊橋市	さくらまつり	中止
	花しょうぶまつり	中止
	豊橋祇園祭	神事のみ実施
	豊橋みなとフェスティバル	中止
	炎の祭典（炎の舞、弥生の舞）	中止
	羽田祭り	神事のみ実施
	ええじゃないか豊橋まつり	縮小開催
豊川市	諏訪の桜トンネル	中止
	うなごうじ祭	中止
	豊川市民まつり	中止
	つつじまつり	中止
	こざかい葵まつり	中止
	菟足神社 風まつり	神事のみ実施
	いなりんピック いなりんとゆかいな仲間たち大運動会	中止
蒲郡市	三谷まつり	中止
	蒲郡まつり	中止
	形原温泉あじさい祭り	中止
	農林水産祭	中止
	くらふとフェア蒲郡	中止
	全国ご当地うどんサミット	中止
田原市	滝頭桜まつり	中止
	おんぞまつり	中止
	田原祭り	中止
	トライアスロン伊良湖大会	中止
	田原市民まつり	中止
	全国どんぶりサミットin田原2020	中止
新城市	長篠合戦のぼりまつり	慰霊法要のみ実施
	新城納涼花火大会	中止
	新城さくらまつり	中止
	新城ラリー	無観客
	つくで祭り	中止
	鳳来寺山もみじまつり	安全祈願の法要のみ実施
新城市 設楽町	F I A 世界ラリー選手権ラリージャパン	中止
東栄町	東栄フェスティバル	中止
	チェンソーアート競技大会	中止
豊根村	芝桜まつり	中止

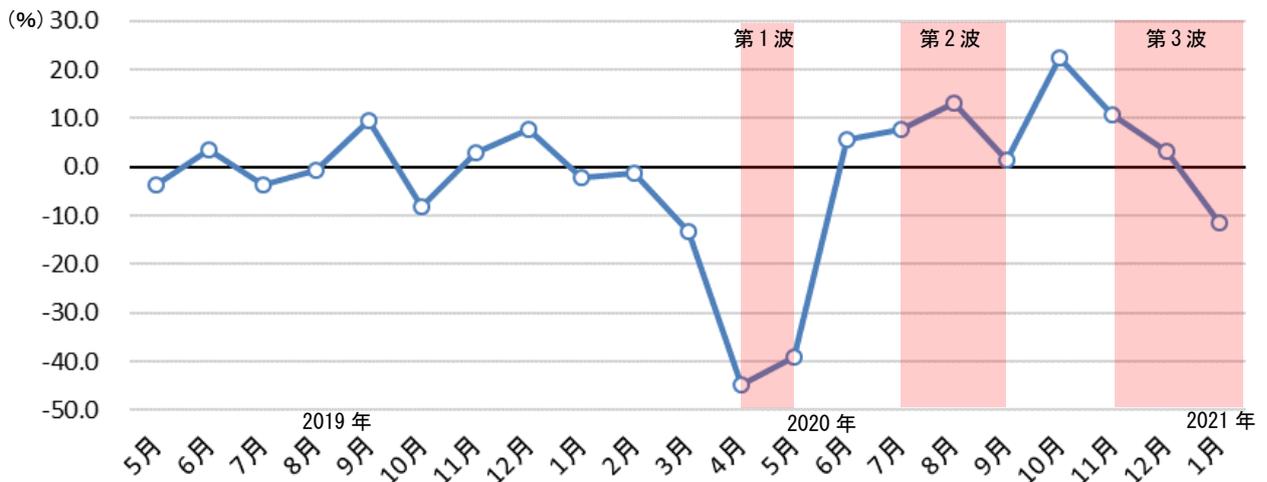
出典：東三河総局調べ（2021.2時点）¹³

¹³愛知県「観光レクリエーション統計（2019年）」で集計された観光レクリエーション資源等の内、祭り等の短期間で実施されるものを対象とした。

(2) 特産品・飲食への影響

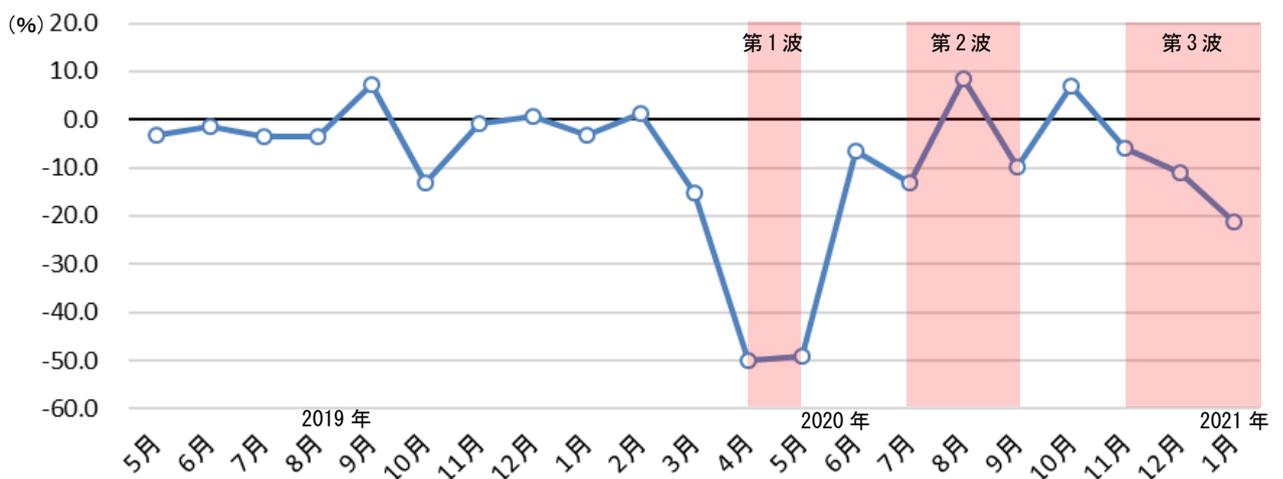
- 東三河地域の道の駅では、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、4月と5月は休業や営業時間短縮等の対策が行われ、売上額と来場者数共に、前年同月比の約50%減となった。
- 6月から10月までの前年同月比について、来場者数は、夏期休暇による来訪や、バスによる団体客の減少、地域イベントの中止などの影響により、増減を繰り返しており、一方、売上額は増加を維持している。11月以降は、第3波の影響を受け、共に下降基調である。
- 道の駅へのヒアリングによると、来場者は団体客から個人客中心に移行し、県内や周辺地域からの利用者が増加している。

〈図7〉東三河地域の道の駅売上額の前年同月比の推移



出典：東三河総局調べ¹⁴

〈図8〉東三河地域の道の駅来場者数の前年同月比の推移

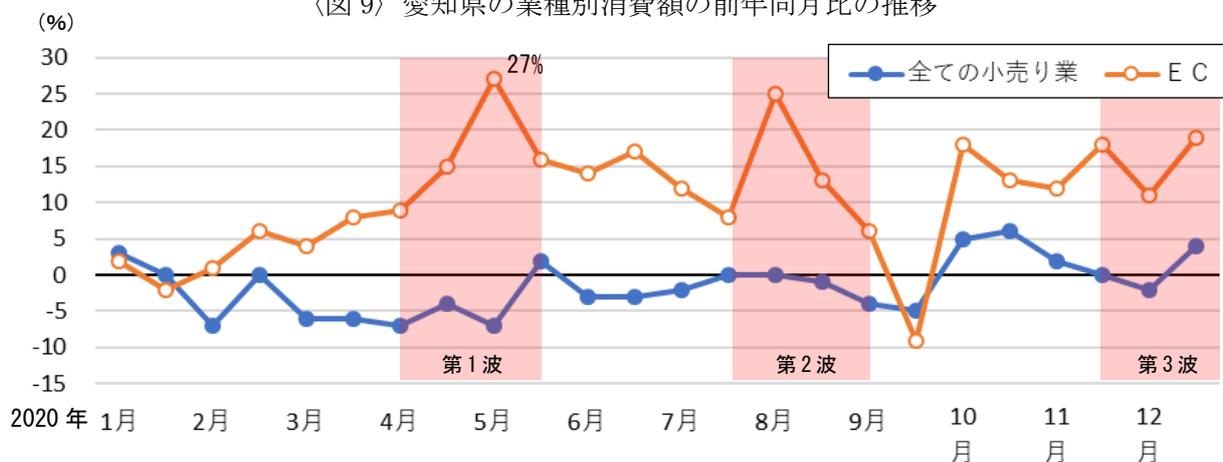


出典：東三河総局調べ

¹⁴ 対象施設は、鳳来三河三石、つくで手作り村、もっくる新城、田原めっくんはうす、あかばねロコステーション、つぐ高原グリーンパーク、アグリステーションなぐら、豊根グリーンポート宮嶋。道の駅「とよはし」は、2019年5月開業であり前年比較ができないことから除外。

- また、新たな生活様式に対応した販路開拓として、通販サイトの開設、キッチンカーなどによる移動型販売の実施、テイクアウトやデリバリーの商品開発が進んでいる。特に通販サイトを含むEC¹⁵の愛知県の消費額は、5月に前年同月比27%増となり、店舗に訪れずに消費する動向がうかがえる。

〈図9〉愛知県の業種別消費額の前年同月比の推移



出典：V-RESAS「決算データから見る消費動向 業種別の前年同月比の推移(2021.2)」¹⁶

- 店舗等における新型コロナウイルスに対する安全・安心対策の徹底と消費者への見える化のサポートとして、対策済施設であることを周知するステッカーやポスターを配る取組が進められている。

(3) 健康意識や就労意識・形態への影響

- 民間企業が行った「健康に関するアンケート¹⁷」によると、約半数の人が「ステイホーム・コロナ禍を機に健康への意識が高まった」と回答している。その内訳は、「食事・栄養に気を配るようになった」が最も多く50.9%、次いで「運動を心がけるようになった」が35.3%であり、健康増進の意識が高まっている。
- また、内閣府が行った「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」によると、東京都23区に住む20歳代を中心に、地方移住への関心が高まっている。
- さらに、新型コロナウイルス感染予防の一環として在宅勤務などテレワークを導入する企業が増加しており、全国で約3割の人がテレワークを経験している。同調査では、テレワーク経験者は、仕事よりも生活を重視するように意識が変化した人の割合が64.2%、地方移住への関心が高くなった人の割合は24.6%となり、ライフスタイルの多様化や地方移住への関心が高まっている。

¹⁵ EC (electronic commerce) とは、電子商取引と訳され、インターネット上で物やサービスを売買すること全般を指す。

¹⁶ 日本各地のJCBグループカード会員から、無作為抽出した100万会員のクレジットカード決済データを活用し、消費指数を作成。会員住所及び利用加盟店の業種を用いて情報を分析。

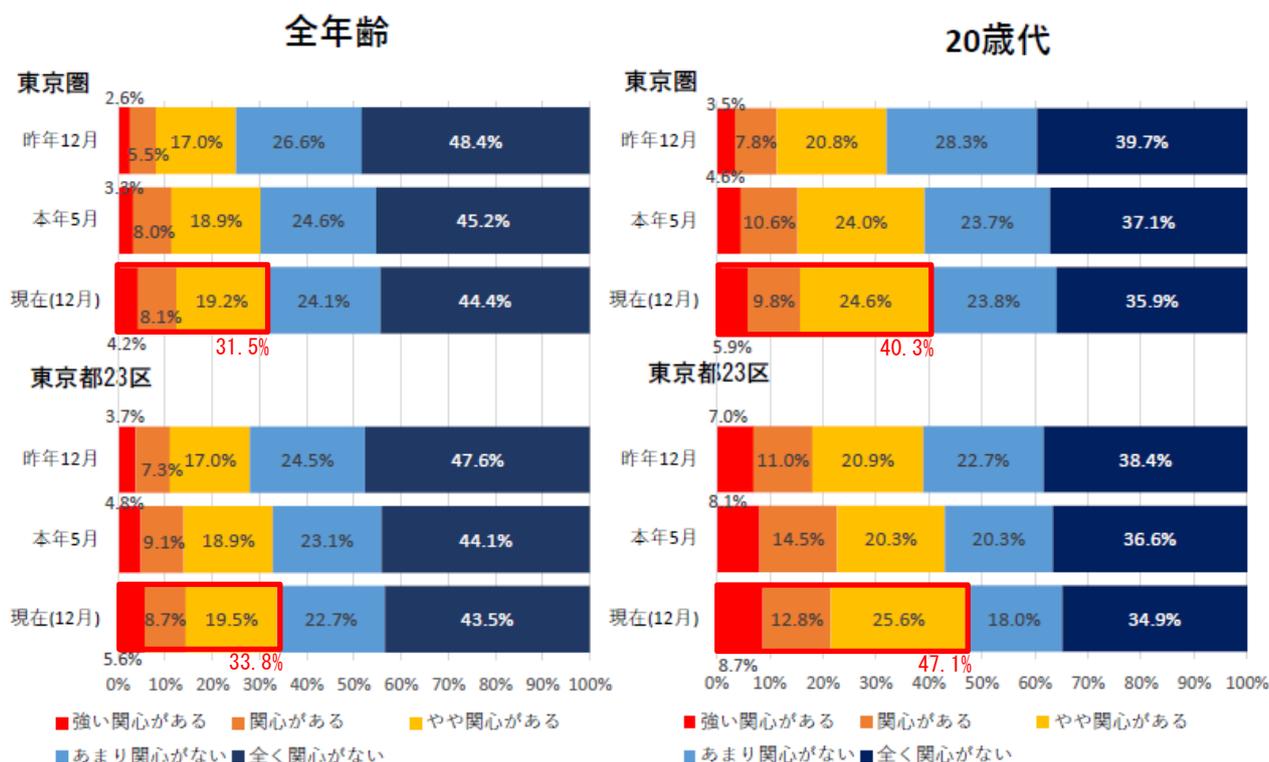
計算式

1) 指定都道府県の業種別における「半月頻度(縮日15日及び末日)の消費額」を集計

2) 1)で求めたものの前年同期比(変化率)を産出し、縦軸に示す値とする。なお、グラフ上ではこれをパーセント表記で示す。

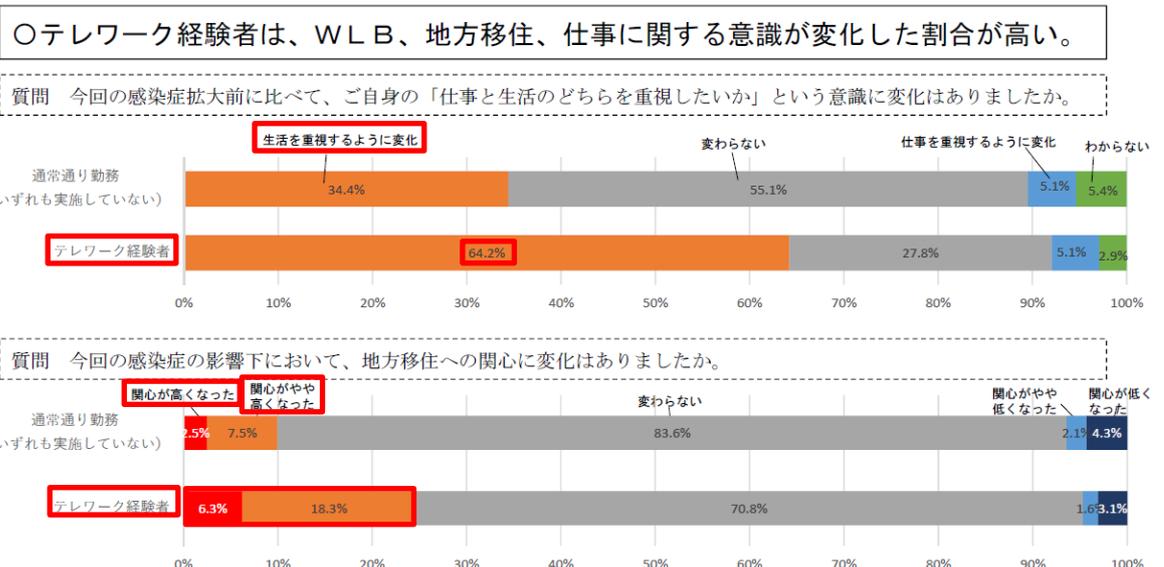
¹⁷ 明治安田生命ウェブサイトより

〈図 10〉 地方移住への関心（首都圏在住者）



出典：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査(2020.12)」

〈図 11〉 テレワーク経験者の意識変化



(4) 地域公共交通への影響

- **新しい生活様式・働き方の実践**に伴い徒歩・自転車の利用やテレワーク・オンライン会議が推奨されていることから、東三河地域において、例えば**豊橋鉄道の鉄道・軌道**は2020年4月、5月で**対前年比5割が減収**し、**乗り合いバス**も沿線のイベントやスポーツ大会の中止などにより**利用者が大きく減少**している。
- **地域公共交通の日常利用を促すために、安心して乗車するためのポイントを紹介する動画の作成・PR**が行われている他、鉄道やバスを利用した謎解きゲームといった、**団体でなく個人など少人数で参加できるイベント**が開催されている。

2 新型コロナウイルス感染症（ウィズコロナ）の影響を踏まえた視点

- 本項の新型コロナウイルス感染症の影響を整理し、本推進プランのテーマである「食」、「健康」、「ローカル鉄道」において踏まえるべき視点を以下のとおり取りまとめた。

「食」の地産地消（マイクロツーリズム）と新たな生活様式へ対応した販路開拓

〔影響のまとめ〕

- 外国人旅行者は大幅に減少し回復の兆しが見えない。その一方で、新型コロナウイルス感染者数が少ない東三河地域は、「密」とならない豊かな自然に囲まれた屋外観光地の利用者数や小規模な部屋数の宿泊施設の宿泊者数、道の駅の売上額は、県内や近隣地域からの利用客の増加により昨年度を上回り回復傾向であり、マイクロツーリズムが浸透している。
- 店舗における安全・安心対策の徹底と消費者への見える化の取組が進展している。
- 通販サイト、キッチンカーなどによる移動型販売、テイクアウトやデリバリーといった、新しい生活様式へ対応した販路開拓の取組が進展している。特に通販サイトを含むECは、消費額が大きく増加している。
- 健康増進の意識の高まりにより、食事・栄養に気を配る人が増加している。

〔踏まえるべき視点〕

- 豊かな自然など「密」とならない観光地としての魅力発信と、県内や近隣地域を対象としたマイクロツーリズムによる地産地消の推進
- 店舗における安全・安心対策の徹底・PR（見える化）の推進
- 新たな生活様式に対応した、通販サイトを始めとする販路開拓の推進
- 健康増進の意識の高まりを踏まえた、栄養成分による差別化の推進

「健康」な地域づくりによる人材の定住化

〔影響のまとめ〕

- 食事、運動を心がけるようになったなど、健康増進の意識が高まっている。
- 東京都 23 区に住む 20 歳代を中心に地方移住への関心が高まっていることや、テレワーク経験者においてもライフスタイルの多様性や地方移住への関心が高まっている。

〔踏まえるべき視点〕

- 健康増進の意識の高まりを踏まえ、ライフスタイルの多様性や地方移住への関心が高まるなどの「都市から地方へ」の流れを地元企業の就職に繋げる

「ローカル鉄道」を活用したマイクロツーリズムと個人誘客

〔影響のまとめ〕

- 鉄道などに安心して乗車してもらうための動画作成や、団体でなく個人など少人数で参加できるイベントが開催されている。
- 「密」にならない観光地や宿泊施設などの感染リスクが少ない場所へ県内や近隣地域からの利用客が集まっている。
- 新しい生活様式・働き方の実践に伴い、徒歩・自転車利用やテレワークが推奨されていることから、利用者が低迷している。

〔踏まえるべき視点〕

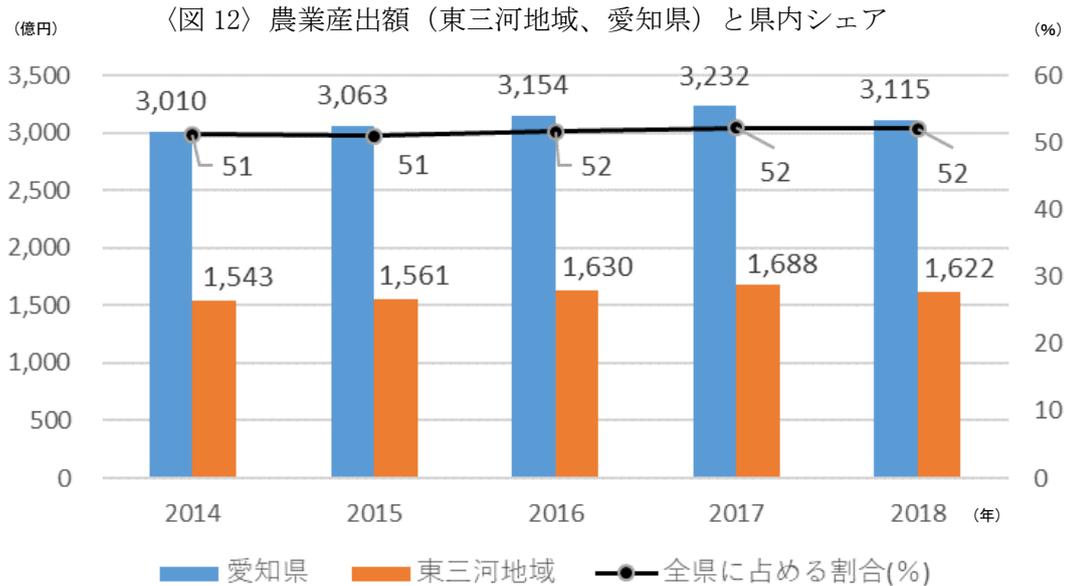
- 安心して乗車してもらうための安全・安心対策の徹底・PR（見える化）、個人誘客の推進
- 豊かな自然などの「密」とならない観光地としての魅力発信と、県内や近隣地域を対象としたマイクロツーリズムの推進
- コロナ禍により低迷した利用者の回復に向けた取組の推進

Ⅲ 東三河地域の現状と課題

1 「食」に関わる現状と課題

(1) 現状と課題

- **東三河地域の農業産出額**は、本県（全国 8 位の 3,115 億円 2018 年）における**県内シェア 52%**（1,622 億円 2018 年）と過半を占め、全国 21 位の兵庫県を上回っている。特に、田原市は市町村別で全国 1 位、豊橋市は同 10 位の産出額を有するなど、**極めて農業が盛んな地域**である。



出典：農林水産省「農業所得統計」「市町村別農業産出額（推計）」

- 東三河地域が主な生産地であり、県の全国シェアが高い農業品目は、**キャベツ**、**しそ（大葉）**、**花き**（きく、観葉植物、ばら等）、**うずら卵**等がある。

〈表 2〉 東三河地域の主な農業品目と県内シェア (2018 年)

品目	東三河地域の 県内シェア (産出額ベース)	県全体の産出 額／全国順位	品目	東三河地域の 県内シェア (産出額ベース)	県全体の産出額 ／全国順位
キャベツ	93.0%	246 億円／1 位	洋ラン（鉢物）	49.3%	55 億円／1 位
トマト	73.1%	155 億円／3 位	観葉植物（鉢物）	32.3%	41 億円／1 位
しそ（大葉）	94.6% ¹⁸	137 億円／1 位	ばら（切花）	77.4%	23 億円／1 位
ブロッコリー	83.2%	38 億円／5 位	シクラメン（鉢物）	65.9%	8 億円／1 位
みかん	58.9%	94 億円／7 位	うずら卵	78.1% ¹⁹	30 億円／1 位
かき（柿）	68.8%	26 億円／5 位	鶏卵	33.7%	204 億円／6 位
きく（切花）	93.8%	216 億円／1 位	肉用牛	53.8%	113 億円／19 位

出典：県全体の産出額及び全国順位は、愛知県農政課「よくわかるあいちの農業 2020」から引用。

東三河地域の県内シェアは、農林水産省「平成 30 年市町村別農業産出額(推計)データベース（詳細品目別）²⁰」及び愛知県「平成 30 年度 花き生産実績」より。

- 東三河地域は、**全国トップクラスの生産量**を誇る**アサリと養殖アユ**の他、**メヒカリ**などの**深海魚の漁獲**、**ウナギ・青ノリ・網姫サーモン**の**養殖**などが行われており、**特色ある水産業**が営まれている。
- 東三河地域では、既に食文化として親しまれている**豊橋ちくわ**、**にかけうどん**、**豊川いなり寿司**、**佃煮**、**五平餅**、**清酒**などに加え、全国でも有数の生産量を誇る農水産物を活用した、**新商品開発**や道の駅などにおける**6次産業化**に向けた取組が進展している。

¹⁸ 出荷量に対する県内シェア

¹⁹ 飼養羽数に対する県内シェア

²⁰ 推計年の生産農業所得統計（都道府県別）において推計した都道府県別農業産出額（品目別）を 2015 年農林業センサス又は推計年産の作物統計調査を用いて市町村別に按分し作成。このため、各市町村における農業産出額の実態が十分に反映されない場合がある。具体的な推計方法は次の通り。

都道府県別農業産出額 × $\frac{\text{市町村別作付面積（飼養（出荷）頭羽数）等}}{\text{都道府県別作付面積（飼養（出荷）頭羽数）等}}$

なお、野菜・果実の品目については、農林業センサスにおいて露地又は施設の作付面積等が秘匿されている場合、公表されている露地又は施設のいずれか一方の作付面積を用いて推計している。

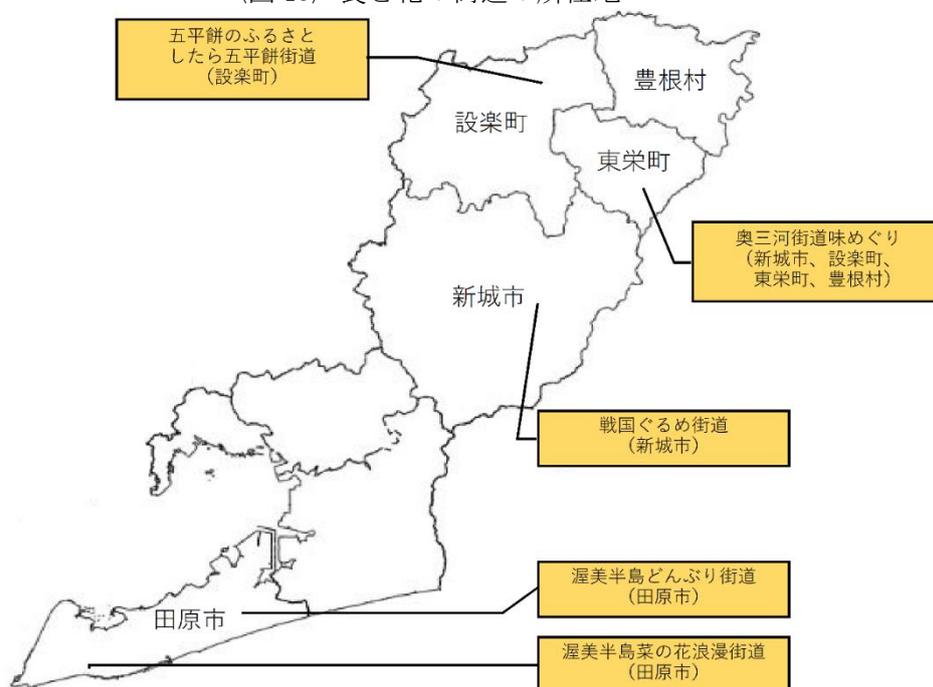
〈表 3〉 東三河地域の農水産物等を加工した主な特産品

豊橋市	豊橋ちくわ、豊橋カレーうどん、菜めし田楽、三河つくだ煮
豊川市	豊川いなり寿司、豊川いなりうどん、三河つくだ煮
蒲郡市	ガマゴリうどん、蒲郡メヒカリを使用した商品、蒲郡みかんクラフトチューハイ、蒲郡みかんジュース、三河つくだ煮
新城市	五平餅、清酒、奥三河バーガー、ジビエ料理、鳳来ダムカレー、奥三河戦国グルメ街道の創作料理
田原市	渥美あさりの押し寿司、あさりせんべい、渥美半島どんぶり街道のアイデア丼
設楽町	五平餅、清酒、したらダムカレー、ジビエ料理
東栄町	五平餅、清酒、ジビエ料理、東栄チキン
豊根村	五平餅、ジビエ料理、ブルーベリージャム、新豊根ダムカレー、ロイヤルフィッシュ料理

出典：東三河総局調べ

- これらの農水産物とその加工品を含む特産品を活用し、**地産地消による地域活性化**に繋げる取組として、道の駅などにおいて、地域内を周遊しながら特産品を楽しむ**スタンプラリー**や**カード収集イベント**が開催されている他、県が認定する「**食と花の街道認定事業**」が進められている。

〈図 13〉 食と花の街道の所在地



出典：愛知県「食と花の街道」

- 東三河地域の道の駅は、県内（17 駅）の約 6 割となる 10 駅が設置されており、2019 年度の来場者数は約 465 万人²¹と高い集客力を有している。また、2021 年 5 月には新たに「道の駅したら」が開業予定である。観光情報など地域の魅力の発信や特産品の販売の他、6 次産業化に向けた取組、通販サイトの開設などが一部で行われている。

〈図 14〉 東三河地域の道の駅の所在地



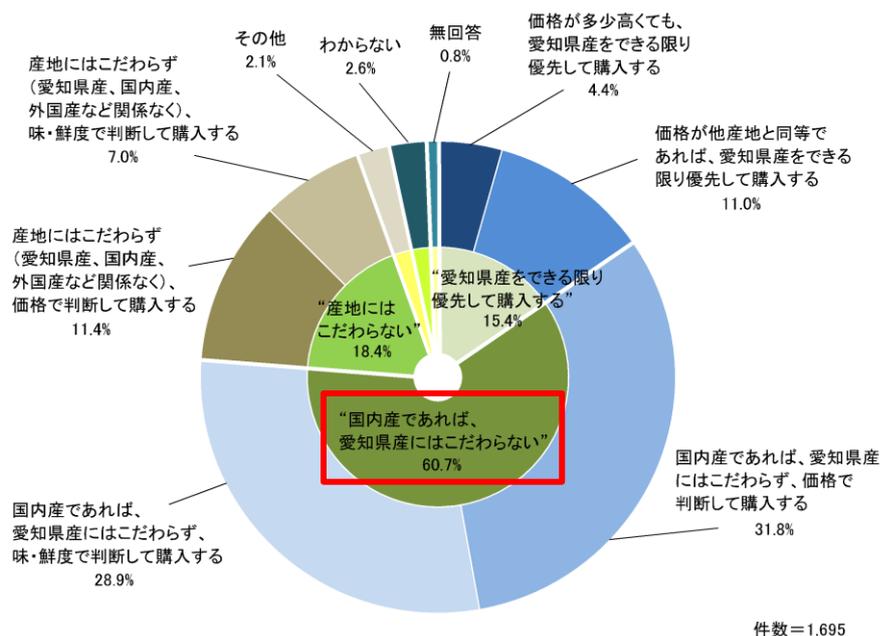
出典：全国「道の駅」連絡会「道の駅公式ホームページ(2020年11月9日時点)」

²¹ 伊良湖クリスタルポルトを除く、来場者数を市町村が把握している以下の施設の合計。
道の駅とよはし、鳳来三河三石、つくで手作り村、もっくる新城、田原めっくんはうす、あかばねロコステーション、つく高原グリーンパーク、アグリステーションなぐら、豊根グリーンポート宮嶋。

- 愛知県の「農林水産業に関する県政世論調査²²」によると、農産物等を購入する際に優先する産地は「国内産であれば、愛知県産にはこだわらない」が60.7%、その内、「国内産であれば、愛知県産にこだわらず、価格で判断して購入する」が31.8%、「国内産であれば、愛知県産にこだわらず、味・鮮度で判断して購入する」が28.9%となっている。そのため、産地直売所等の域内流通の活性化等により販売価格を抑える取組の他、“甘みが強い”などといった味の特徴や、産地直送などの鮮度を積極的にPRすることで、さらなる需要の拡大が期待できると考えられる。

〈図15〉農産物等を購入する際に優先する産地

問5 あなたは、農産物等（米、野菜、果物、肉、卵、魚など）の産地が明らかな場合、どのような産地を優先して購入しますか。【〇は1つ】



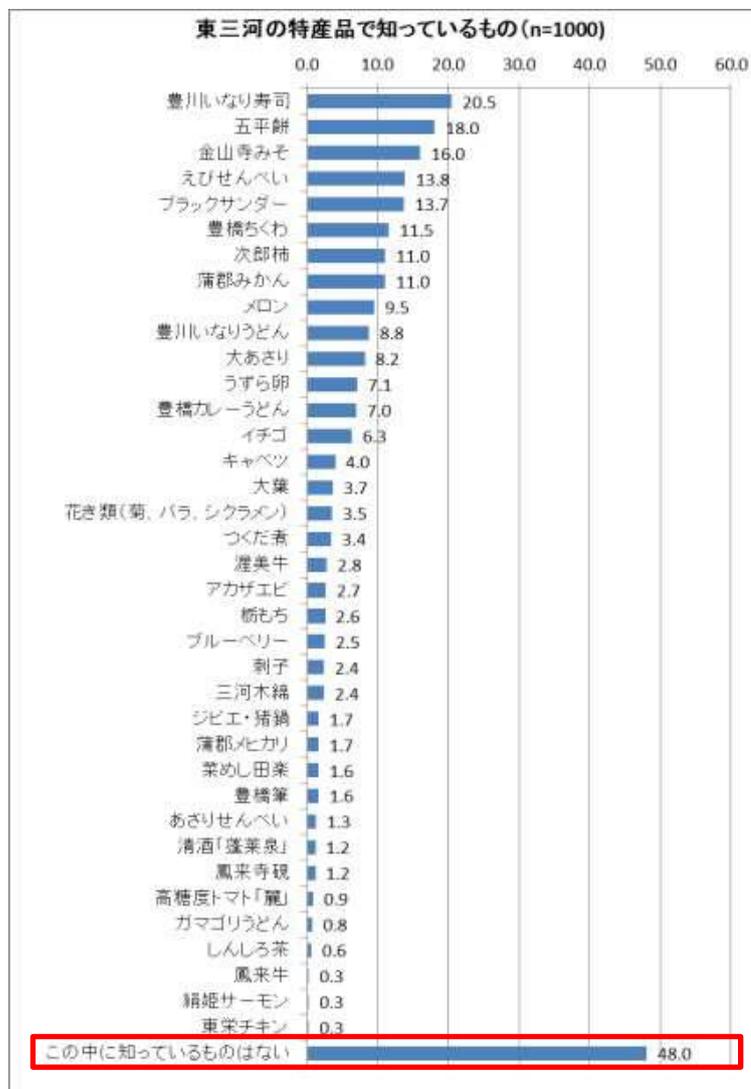
出典：愛知県「2020年度 第1回県政世論調査(2020.9)」

- また、名古屋圏におけるアンテナショップの開設、首都圏におけるマルシェの開催やレストランとの連携、香港フードエキスポなどの海外マーケットへ向けた展示会・商談会やプロモーションを行うなど、国内外への販路開拓が進められている。

²² 愛知県「2020年度 第1回県政世論調査(2020.9)」

- 一方で、東三河広域連合が行った「東三河アンテナショップ 実現可能性調査報告書²³」によると、首都圏住民に認知されている東三河の特産品等は「豊川いなり寿司」が最も高く、次いで「五平餅」、「金山寺みそ」、「えびせんべい」の順となるが、「知っているものはない」が48.0%を占めている。**東三河地域に対する認知度が低いことから、認知度を高めるためのブランド化と情報発信が重要**である。

〈図 16〉 東三河地域の認知度



出典：東三河広域連合「アンテナショップ実現可能性調査報告書(2016. 3)」

- そのような中で、**将棋めし**（勝負めし）として話題となった東三河地域の食材をふんだんに使用した料理、朝の連続テレビ小説「**エール**」にちなんだPRなど、**全国的に知名度が高いコンテンツを活用したプロモーション**、東三河の食材を使った料理と絶景が楽しめる**東三河レストランバス**などの**地域の特色ある取組**、地域内の**ブランド認定制度の創設**などの**新たな価値の創出を図る取組が進展**している。

²³ 東三河広域連合「東三河アンテナショップ実現可能性調査報告書(2016. 3)」

(2) まとめ

本節で整理した「『食』に関わる現状と課題」を、以下のとおり取りまとめた。

- 全国でも有数の農水産物の生産地の強みを活かした**新商品開発**や**6次産業化に向けた取組が進展**している。
- 道の駅による地域内を周遊しながら特産品を楽しむスタンプラリーなど、**地産地消を推進する取組**が進められており、**味や鮮度をPR**することで、**更なる需要拡大が期待**できる。
- また、国内外に向けた**販路開拓の取組**が進められている一方で、**首都圏における低い認知度が課題**となっている。
- そのような中で、**将棋めし**や朝の連続テレビ小説「**エール**」などの**知名度が高いコンテンツを活用したプロモーション**、**東三河レストランバス**など**地域の特色ある取組**、**ブランド認定制度の創設**などの**新たな価値の創出を図る取組が進展**している。

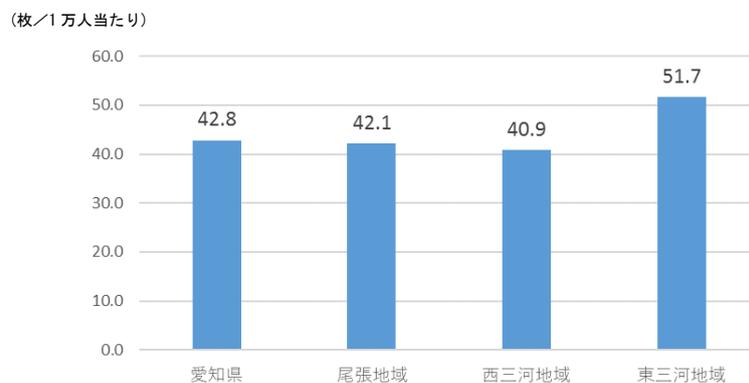
2 「健康」に関わる現状と課題

(1) 現状と課題

〔健康に関する行政施策〕

- 「健康日本21あいち新計画」では、今後、高齢化の進展により病気や介護負担の上昇が予想される中、「健康寿命」を延伸させることが極めて重要であり、従来の健康増進・疾病予防に加え、疾病の早期発見、適切な治療管理による疾病の重症化予防、さらには社会全体でサポートする仕組みが必要としている。
- また、生活習慣を意識しない働く世代や、仕事や家事によって時間的ゆとりがない者等は健康づくりへの関心が希薄だと考えられている。
- 愛知県・市町村では、個人の主体的な健康づくりを応援する取組である「あいち健康マイレージ事業²⁴」が推進されている。東三河地域は、同事業に取り組んだ住民へ交付される優待カード「～MyCa～（まいか）」の人口1万人当たりの発行枚数が県内で最も多く、取組が進んでいる地域といえる。

〈図 17〉 地域別人口1万人当たりのまいか発行枚数（2019年度実績）

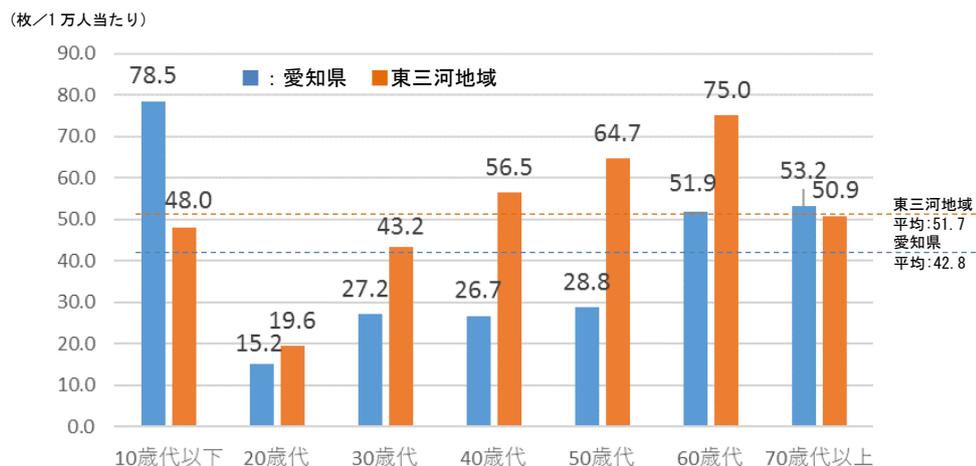


出典：愛知県「まいかカード発行枚数集計」

- 一方で、「～MyCa～（まいか）」の人口1万人当たりの発行枚数を年代別で見ると、県全体では20歳代～50歳代が低く、東三河地域では20歳代と30歳代が低いことから、働く世代へ届き難いという課題がある。

²⁴ あいち健康マイレージ事業は、県と市町村が協働で実施する、県民の主体的な健康づくりを応援するための仕組み。日々の運動や食事などの生活習慣改善に繋がる取組など、実施市町村が決定した健康づくりメニューに取り組むことで、健康ポイント（マイレージ）を獲得できる。一定以上のポイント（マイレージ）獲得者には、県内の協力店で様々な特典が受けられる「あいち健康づくり応援カード！～MyCa～（まいか）」が交付される。

〈図 18〉 年代別人口 1 万人当たりのまいか発行枚数(2019 年度実績)



出典：愛知県「まいかカード発行枚数集計」

〔働く世代への訴求手段〕

- 従業員の健康保持・増進に積極的に取り組む「健康経営²⁵」を実践する企業が近年増加している。この健康経営を手段として、働く世代へ健康施策を直接的に訴求させることが期待される。

〈図 19〉 健康経営優良法人²⁶の認定数（大規模法人・中小規模法人部門合計値）



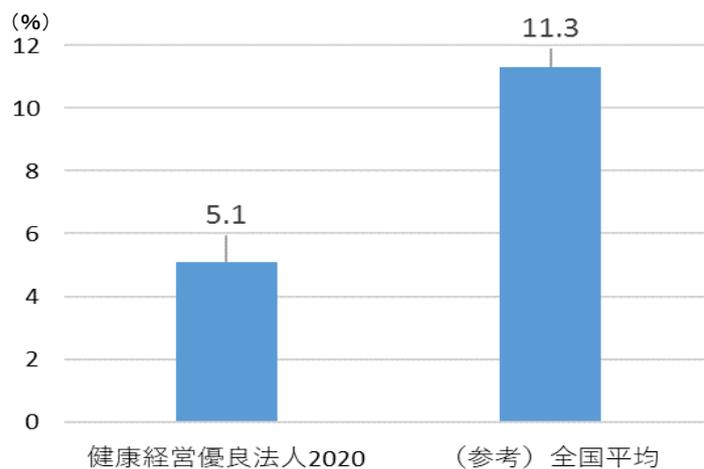
出典：経済産業省「健康経営の推進について(2020年9月)」

- 全国で健康経営に取り組む企業は、離職率が低い傾向にある。さらに、就活生及び就職を控えた学生を持つ親が就職先に望む勤務条件等として、「従業員の健康や働き方への配慮」が求められている。このことから、健康経営に取り組むことで、企業の人材の定着・確保が期待できる。

²⁵ 健康経営は、社員の健康を重要な経営資源と捉え、積極的に社員の健康づくりに取り組むことで、会社の生産性向上を目指す経営手法のこと。NPO法人健康経営研究会の登録商標。

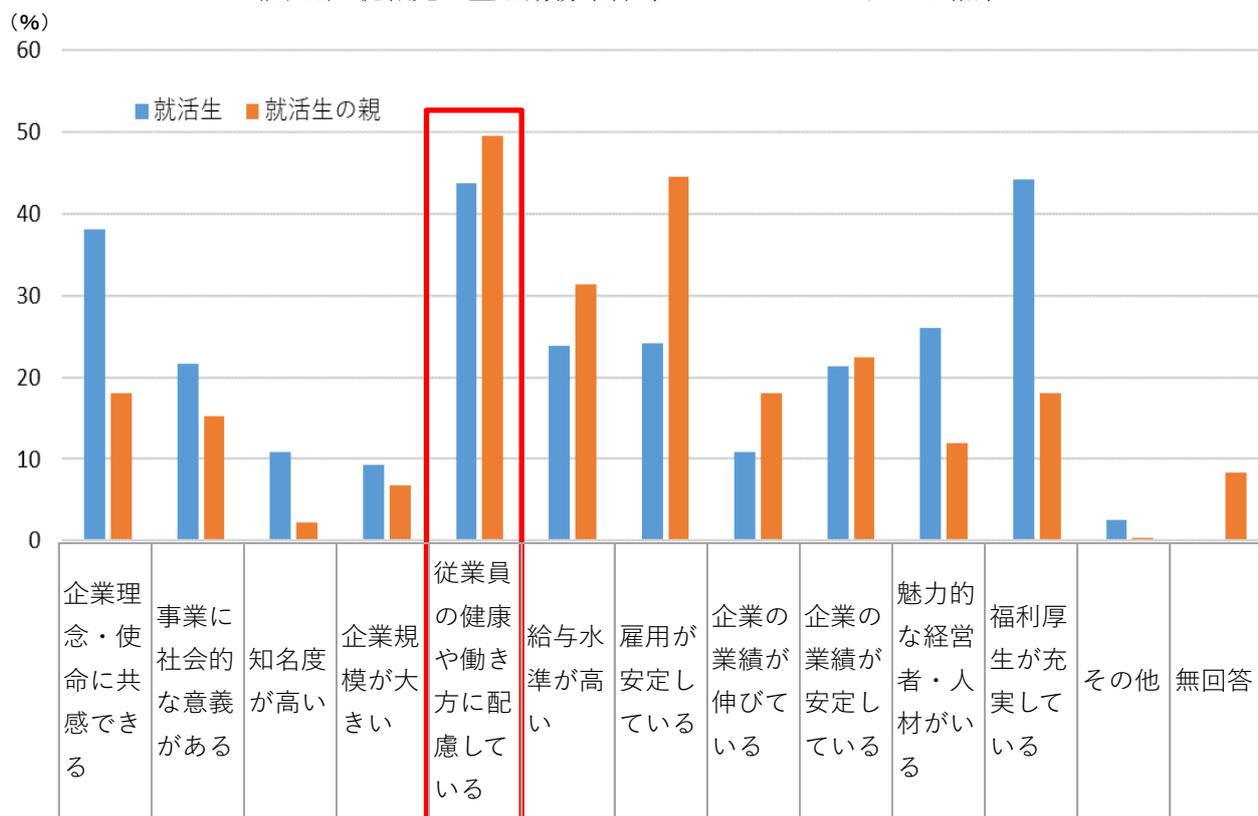
²⁶ 健康経営優良法人は、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する「健康経営優良法人認定制度」により認定された法人。経済産業省が制度設計、日本健康会議が認定を行う。

〈図 20〉健康経営優良法人における離職率²⁷



出典：経済産業省「健康経営の推進について(2020年9月)」

〈図 21〉就職先に望む勤務条件等についてのアンケート結果²⁸



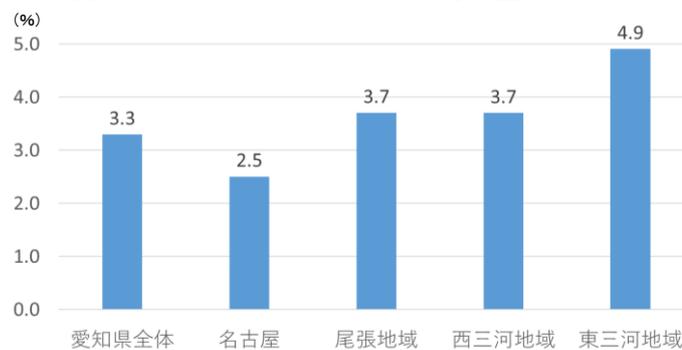
出典：経済産業省「健康経営の推進について(2020年9月)」

²⁷ 離職率の全国平均は「厚生労働省 H29 年雇用動向調査結果」の現況に基づく（ただし、健康経営度調査の回答範囲と異なる可能性がある）。離職率＝正社員における離職者数の設問／正社員数を各社ごとに算出し、それぞれの企業群で平均値を算出。なお、離職率に関する設問は健康経営度調査の評価に含まれていない。

²⁸ 就活生及び就職を控えた学生を持つ親に対する、次の質問への回答の集計。Q（就活生）将来、どのような企業に就職したいか（3つまで選択）。Q（親）どのような企業に就職させたいか（3つまで選択）。

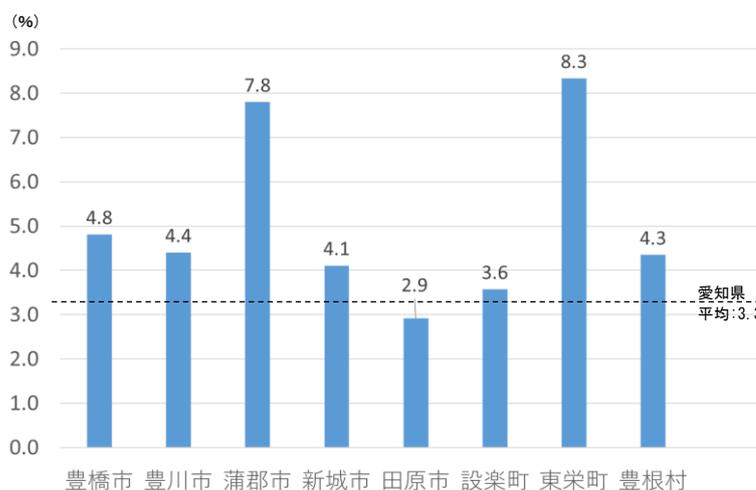
- **愛知県**は、健康経営への第一歩となる「**健康宣言**²⁹」等に取り組む企業数が**全国で最も多く**（約 5,500 社）、その内、約 4,000 社が全国健康保険協会愛知支部に加入している事業所である³⁰。その中でも、**東三河地域**は、**健康宣言に取り組む事業所の割合が最も高い**。一方で、**地域内で偏りがある**ことから、**地域全体への波及により全体の底上げを図る必要がある**。
- さらに、個々の企業が健康宣言をステップアップして、**健康経営を実践する「健康経営優良法人」**等の各種認定の**取得を目指すことが重要**である。

〈図 22〉 全国健康保険協会愛知支部加入事業所における健康宣言に取り組む事業所の割合



出典：全国健康保険協会愛知支部提供データ

〈図 23〉 全国健康保険協会愛知支部加入事務所における健康宣言に取り組む事業所の割合
(市町村別)



出典：全国健康保険協会愛知支部提供データ

〈表 4〉 東三河地域内で取り組まれている健康経営に関わる主な認定制度等

実施主体	認定制度等
全国健康保険協会 愛知支部	健康宣言
健康保険組合連合会 愛知連合会	健康宣言
日本健康会議	健康経営優良法人認定
豊橋市	とよはし健康宣言事業所認定
蒲郡市	蒲郡市健康Wチャレンジ宣言
愛知県	愛知県健康経営推進企業登録

出典：東三河総局調べ

²⁹ 健康宣言は、企業の健康経営への取組の第1歩。自社の健康づくりを宣言することで、社内外へ取り組みをPRするもの。日本健康会議が認定する「健康経営優良法人認定」を受けるための必須条件。

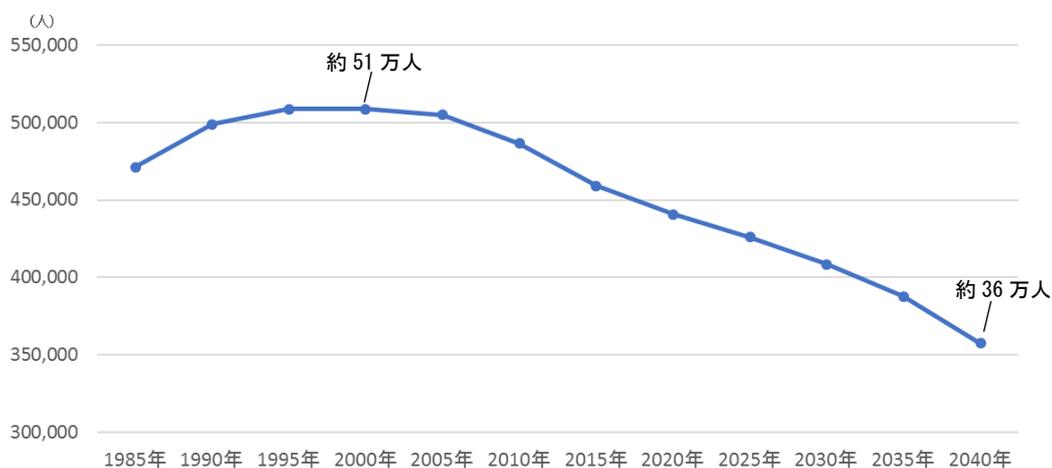
³⁰ 日本健康会議データポータルより

- 地域全体へ健康経営を波及させるには、**東三河地域内の企業の大多数**を占める**中小企業への取組拡大が必要**である。また、関係機関のヒアリングにおいて、中小企業が健康経営に取り組むためには、**インセンティブの拡充**が必要との意見が多い。併せて、**モチベーション維持や継続の仕組み**も必要である。

〔新型コロナウイルスを契機にした「都市から地方へ」の流れ〕

- **東三河地域の生産年齢人口は、2000年にピーク**（約51万人）を迎えた後、減少に転じ、団塊ジュニア世代が65歳を迎える**2040年頃には大きく減少する**（約36万人）ことが見込まれる。
- “働く世代の健康づくりに積極的に取り組む地域”を目指すことにより、**他地域との差別化（ブランド化）**が図られ、**新型コロナウイルスを契機にした「都市から地方へ」の流れ**を東三河地域の**人材の定着・確保に繋げることが期待**できる。

〈図24〉東三河地域の生産年齢人口の推移（2020年以降は推計値）



出典：1985-2015年：総務省「国勢調査」、2020年以降：社人研「日本の地域別将来推計人口」

(2) まとめ

本節で整理した『健康』に関わる現状と課題」を以下のとおり取りまとめた。

- 今後、高齢化の進展により病気や介護負担の上昇が予想される中、「**健康寿命**」の**延伸が極めて重要**であり、「**あいち健康マイレージ事業**」が推進されているが、**働く世代へ届き難いという課題**がある。
- 近年、全国で取り組みが拡大している「**健康経営**」に取り組むことで、**働く世代への訴求が期待**できる。
- 東三河地域は「**健康経営**」や「**あいち健康マイレージ事業**」の**取組が進んでいる**。**東三河地域全体への波及を進める**ことで、全体の底上げを図る必要がある。
- **東三河地域の大多数の企業は中小企業**であることから、地域全体へ健康経営を波及させるためには、**中小企業への取組拡大**が必要である。また、中小企業への取組拡大には、**インセンティブの拡充**や**モチベーションの維持・継続の仕組み**が必要である。
- 東三河地域の**生産年齢人口は、今後大きく減少**していくことから、“**働く世代の健康づくりに積極的に取り組む地域**”を目指すことで、「**都市から地方へ**」の流れを東三河地域の**人材の定着・確保に繋げる**ことが期待できる。

3 「ローカル鉄道」に関わる現状と課題

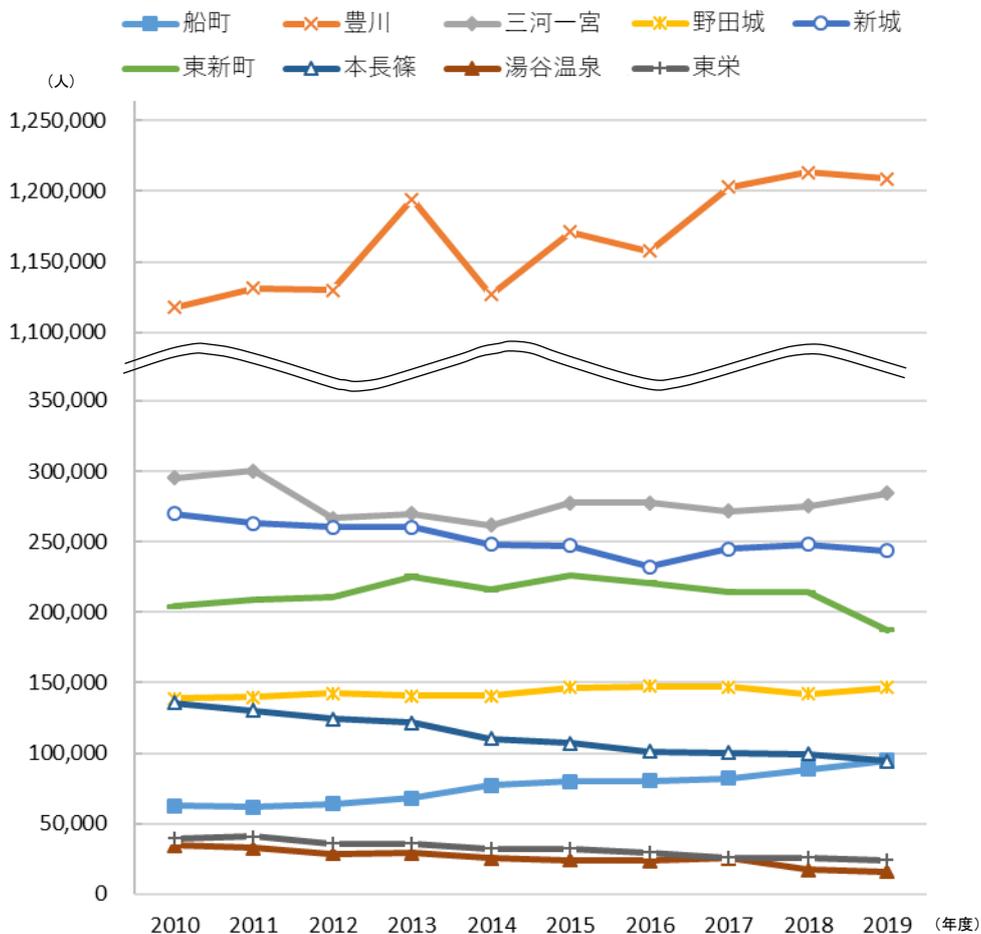
(1) 現状と課題

東三河地域のローカル鉄道は、東海旅客鉄道の飯田線、名古屋鉄道の西尾・蒲郡線、豊橋鉄道の渥美線、市内線の4路線が運行されている。

ア 東海旅客鉄道飯田線

- 飯田線は、豊橋駅から辰野駅（長野県上伊那郡辰野町）までの195.7km、94駅を繋ぐ鉄道であり、中山間地には「柿平駅（新城市）」、「小和田駅（静岡県浜松市）」、「田本駅（長野県泰阜村）」などの**秘境駅**があり、全国の鉄道マニアが集まる場所にもなっている。（急行「飯田線秘境駅号」がクールジャパンアワード2019受賞）
- **2019年度駅別乗車人員**は、2010年度比で船町駅が51%、豊川駅が8%、野田城駅が6%増加しているものの、**三河一宮駅が4%、新城駅が10%、東新町駅が8%、本長篠駅が30%、湯谷温泉駅が54%、東栄駅が36%減少**している。
- 2018年度に東三河地域研究センターが開設した「飯田線に乗ろう」による情報発信などを活用し、**観光誘客とともに住民利用の促進**を図る取組が進められている。

〈図 25〉 東海旅客鉄道飯田線（東三河地域内）の駅別乗車人員の推移



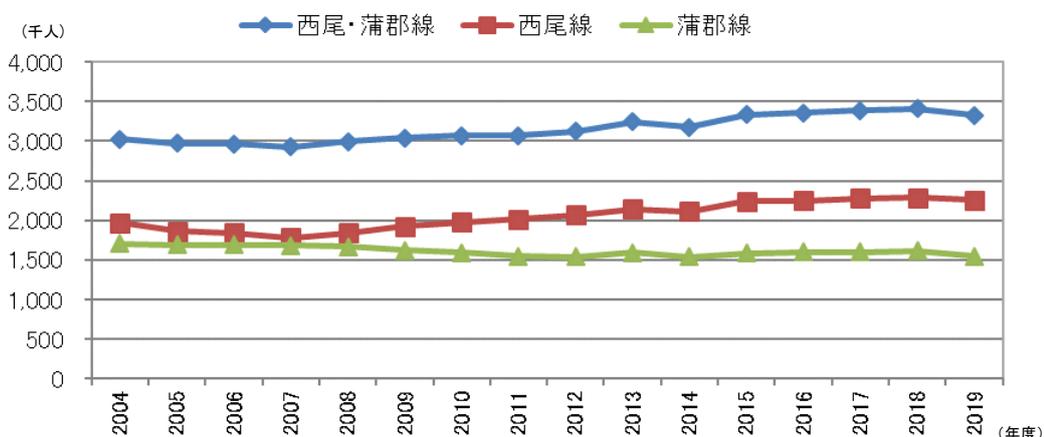
出典：東海旅客鉄道提供資料、豊橋市「豊橋市統計書」、豊川市「豊川の統計」及び提供資料

- 交通系 I C カードは豊橋駅から豊川駅までの間で利用可能となっている。それ以外の駅では、沿線イベント開催時に I C カード精算のため混雑が発生しており、**交通系 I C カードの導入が望まれる**。併せて、利便性向上に向け**特急伊那路号の東栄駅停車、サイクルトレインの導入**等について、**J R 東海への要望活動**を継続して取り組んでいる。
- **隣接する長野県内**においては、J R 飯田線活性化期成同盟会が組織されており、**東三河地域内の駅も含めた観光誘客イベント**の実施、イベント列車の運行や体験型イベント等の**利用促進に向けた取組**が行われている。今後は、このような**東三河地域外の組織とも連携**をおこない、**利用促進を飯田線全体で力強く進めていく必要がある**。

イ 名古屋鉄道西尾・蒲郡線（西尾駅～蒲郡駅）

- 西尾・蒲郡線は、西尾駅から吉良吉田駅までの西尾線と、吉良吉田駅から蒲郡駅までの蒲郡線の 2 つの路線を指す。
- 西尾・蒲郡線は 2008 年度以降輸送人員数は増加している（2019 年度の利用者数 332 万人で 2007 年度比 14% 増）。**蒲郡線**を見ると **2014 年度までは減少傾向**にあったが、**2015 年度以降は増加傾向**であり、**160 万人前後**で推移している。

〈図 26〉名鉄西尾・蒲郡線（西尾駅～蒲郡駅）の輸送人員数の推移



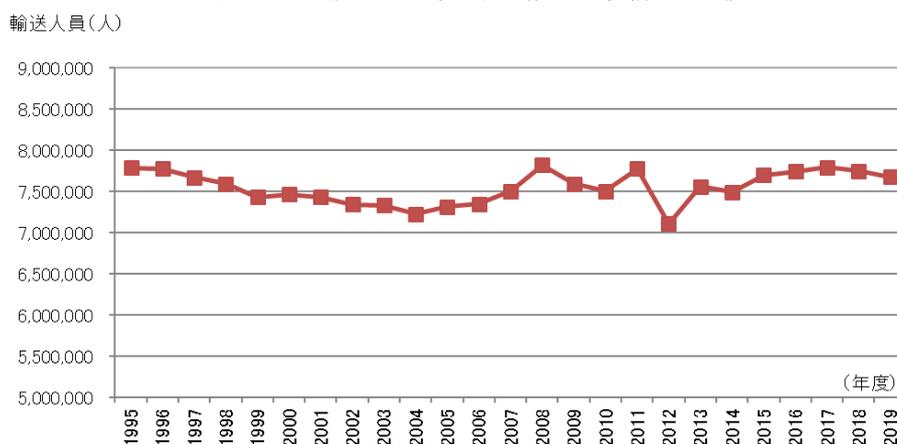
出典：蒲郡市「名鉄西尾・蒲郡線対策協議会資料」及び蒲郡市提供資料

- 交通系 I C カードは、西尾駅から吉良吉田駅までの間で利用可能になっている。
- **隣接する西尾市**を含む沿線の市民応援団や関係機関により組織された名鉄西尾・蒲郡線活性化協議会では、沿線ガイドマップの作成、レンタサイクル、ウォーキングイベントなどの**観光誘客の取組**や、沿線の学校と連携した地域イベントの開催、SNSを活用した情報発信など、**地域住民による利用促進を図る取組を実施**している。
- 西尾・蒲郡線は、鉄道事業者との協議により**令和 7 年度までの運行継続**と蒲郡市・西尾市の両市による**財政支援**が決まっている。今後も**観光誘客や地域住民による利用促進に継続して取り組む必要がある**。

ウ 豊橋鉄道渥美線

- 渥美線は、新豊橋駅から三河田原駅を結ぶ鉄道であり、全線で交通系 I C カードの利用が可能である。
- 渥美線の輸送人員数は **2004 年度まで減少傾向にあったが、その後は増加傾向に転じ、2019 年度の輸送人員数は 768 万人（2004 年度比 6%増）** となっている。
- 花をテーマとした**カラフルトレイン**や建築家の安藤忠雄氏が設計した**駅舎**、伊良湖岬方面などへのサイクリングに活用できる**サイクルトレイン**の運行など、**特色ある取組を展開**している。

〈図 27〉 豊橋鉄道渥美線の輸送人員数の推移

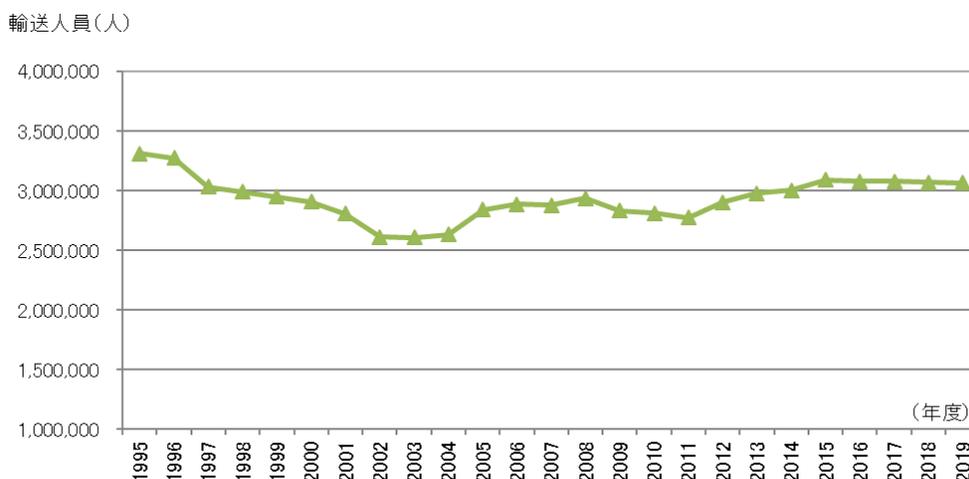


出典：豊橋鉄道提供資料、愛知県「令和元年度刊愛知県統計年鑑」

エ 豊橋鉄道市内線

- 市内線は、全国でも 17 都市 19 路線しか運行されていない路面電車であり、豊橋駅から市中心部を経由して市東部の住宅地を結んでいる。全線で交通系 I C カードが利用できる。
- 市内線の輸送人員数は **2003 年度までは減少傾向にあったが、その後は増加傾向に転じ、2019 年度の輸送人員は 306 万人（2003 年度比 18%増）** となっている。
- 電車に乗りながらビールやおでんが楽しめる**企画電車の運行**や、**沿線の魅力を紹介するマップ**の作成など、特色ある取組が展開されている。

〈図 28〉 市内線の輸送人員数の推移



出典：豊橋鉄道提供資料、愛知県「令和元年刊愛知県統計年鑑」

オ ローカル鉄道の2次交通

- 新城市では、住民生活の足の確保に加え**観光2次交通の整備**を図るため、もつくる新城から本長篠駅、三河大野駅、湯谷温泉駅などを経由し鳳来寺山山頂までを繋ぐ「**湯谷温泉もつくる新城線**」を**新設**（2020年10月）した。従来は、紅葉の名所として知られる鳳来寺山山頂へのバス運行は、もみじ祭り開催期間中の土日のみであったが、同路線の新設により年間を通じた平日の交通手段が確保され、**公共交通を利用した観光地へのアクセスが向上**した。
- 国においては、2020年6月に公布された「持続可能な運送サービスの提供の確保に資する取組を推進するための地域公共交通の活性化及び再生に関する法律等の一部を改正する法律」では、**地方公共団体が交通事業者等と連携して、地域の輸送資源の総動員による移動手段の確保や、既存の公共交通サービスの徹底などを推進**することとしている。
- その取組として、**来訪者も自家用有償旅客運送³¹の運送の対象に加えることで観光ニーズへの対応を可能**にすることや、**Maas³²のための協議会制度を創設し、幅広い関係者の協議・連携を促進**することなどが位置づけられている。
- ローカル鉄道の観光誘客には、**鉄道駅から目的地までの交通手段が不可欠**であり、バス、タクシー、カーシェア、レンタサイクルなど**2次交通の検討が必要**である。

(2) まとめ

本節で整理した「『ローカル鉄道』に関わる現状と課題」を以下のとおり取りまとめた。

- 東三河地域のローカル鉄道は、秘境駅やサイクルトレインなどの**特色ある取組**や、ウォーキングなど**鉄道駅を帰着点にしたイベント**、地域住民と連携した**利用促進イベントが展開**されている。
- 一方で、**利用者が減少している路線**もあり、**鉄道事業者との連携**や交通系ICカード利用エリア拡大などの**環境整備**に取り組むなど、**利用を促す取組が必要**である。
- また、鉄道駅から観光地等までの交通手段として、バスとの接続改善や、タクシー、レンタサイクルなどの**2次交通の検討が必要**である。
- 東三河地域外まで連続する路線では、**隣接地域においても観光による誘客や日常利用の促進が展開**されていることから、これら**隣接地域と連携**した事業展開により、力強く推進する必要がある。

³¹ 自家用有償旅客運送は、バス・タクシー事業が成り立たない場合であって、地域における輸送手段の確保が必要な場合に、必要な安全上の措置をとった上で、市町村やNPO法人等が、自家用車を用いて提供する運送サービス。

³² Maas (Mobility as a Service)とは、出発地から目的地までの移動に対し、様々な移動手段・サービスを組み合わせて一つの移動サービスとして捉えるもの。

IV 取組の方向性と目標

前述に記載の「新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた視点」や、「食」・「健康」・「ローカル鉄道」における東三河地域のそれぞれの「現状と課題」を踏まえ、取組の方向性と目標を取りまとめた。

1 「食」のブランド化と販路開拓による地域活性化

東三河地域では、新商品開発や6次産業化に向けた取組が進展している。これらを含む特産品を地域の稼ぐ力につなげるため、地域内で特産品の価値を再認識する他、他地域との差別化を図る商品開発や東三河地域の特色を活かしたプロモーションにより、新たな価値の創出を推進し、**ブランド化を図る**。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により注目された販売方法や、首都圏さらには海外に向けた**販路開拓を推進**する。

目標名	現状値（2019年度）	目標値（2023年度）
道の駅の売上額※1	3,456百万円（9施設）	3,690百万円（10施設） 【約2.3億円（約7%）増加※2】

※1 道の駅は、東三河地域の特産品が多く集まり、通販サイトを積極的に展開するとともに、道の駅を通じて地域の特産品のプロモーションや付加価値を高める新商品開発等が期待されることから、道の駅の売上額を目標値とした。なお、道の駅の売上額は、市町村が売上額を把握している10施設の合計（民間施設の伊良湖クリスタルポルトを除く）

（道の駅とよはし、鳳来三河三石、つくで手作り村、もっくる新城、田原めっくんはうす、あかばねロコステーション、つく高原グリーンパーク、アグリステーションなぐら、豊根グリーンポート宮嶋、道の駅したら（2021年5月開業予定）

※2 「道の駅とよはし」を除いた施設の直近3箇年の増加率、本プランの取組効果、「道の駅とよはし」の開業時期を考慮して設定した。

注） なお、個々の道の駅についての分析（売上額・地元率）をおこなうことで課題等を把握する。

目標名	現状値（2019年度）	目標値（2023年度）
付加価値を高める商品開発等の件数※1 （商品数）	56件 （2020年度（見込み） 94件）	100件 【 倍増 ※2】

※1 他地域との差別化を図る付加価値の高い商品開発、6次産業化に向けた取組を計る指標として、付加価値を高める商品開発等の件数を目標値とした。対象は、東三河ビジョン協議会の構成機関において、支援又は新聞等で報道され把握している、「食」に関する商品数とする。

※2 2020年度は、コロナ禍による営業自粛の中で商品開発に注力するなど、前年比で2倍程度の商品開発等が行われた。そのため、目標件数は、2020年度の商品開発数を維持する。この中で、将棋めし、エールに関連した商品、大葉クラフトビールなど話題性が高い商品を多く開発していくことを目指す。

(1) 東三河特産品のブランド化

- 店舗における新型コロナウイルス感染症への安全・安心対策の徹底・PR（見える化）を推進するとともに、道の駅による地域内を周遊しながら特産品を楽しむイベントの開催など、**県内や近隣地域を対象としたマイクロツーリズム**に取り組む。
- 併せて、道の駅における地元産の商品の割合を意識しつつ、地域住民が特産品を購入する際に重要視する味や鮮度をPRしながら、道の駅を活用したプロモーションを行うなど、**地域住民が特産品の価値を再認識するための地産地消を推進**する。
- また、**他地域との差別化**を図るため、スタートアップの支援を図るとともに、産学官の連携、道の駅による支援などにより**生産・加工・販売の工程において付加価値を高める商品開発や6次産業化に向けた取組を実施**する。
- さらに、将棋めし、東三河レストランバス、ご当地うどんなど、知名度の高いコンテンツの活用や東三河地域の特色を活かしたプロモーションにより、新たな価値の創出を図り、**東三河地域の特産品のブランド化を構築**する。

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
①地域住民が特産品の価値を再認識するための地産地消の推進（マイクロツーリズム）	
店舗における安全安心宣言認定取得の推進	県、市町村、経済関係団体
「密」とならない観光地としての魅力発信	県、市町村、観光関係団体
地域内を周遊しながら特産品を楽しむイベントの開催（スタンプラリー、食と花の街道、道の駅等）	県、市町村、観光関係団体
味や鮮度を強調した特産品のPR	市町村、観光関係団体
道の駅や観光資源を活用した特産品のPR	県、市町村、観光関係団体
②他地域と差別化を図る付加価値の高い商品開発、6次産業化に向けた取組の実施	
食農産業クラスター推進協議会による食・農バリューチェーンの構築	県、市町村、経済関係団体、大学
道の駅等における6次産業化支援	県、市町村
食材の栄養成分分析等による差別化	市町村、経済関係団体
スタートアップの支援	県、市町村、経済関係団体、大学
6次産業化推進人材育成プログラムの推進	市町村、経済関係団体、大学
特産品のフルーツを使った商品開発等の支援	県
③特産品のブランド化の構築	
知名度が高いコンテンツを活用したPR（将棋めし、エール等）	市町村、経済関係団体、観光関係団体
地域の特色を活かした情報発信（東三河レストランバス、ご当地うどん、okumikawAwake等）	県、市町村、経済関係団体、観光関係団体
みかわ牛推進協議会によるブランド化の推進	県、市町村、経済関係団体
道の駅の連携によるイベントの実施（スタンプラリー、駅弁等）	市町村、経済関係団体、観光関係団体
地域内のブランド認定制度の推進（とよかわブランド、渥美半島たはらブランド等）	市町村
インフルエンサー等を活用した情報発信	県、市町村、観光関係団体
首都圏等への販路開拓を見据えた、東三河地域内のブランドの現状分析	広域連合

(2) 東三河特産品の販路開拓

- **新たな生活様式への対応**から注目されたテイクアウトやデリバリー、通販サイトなどの**販売方法**により、従来からの需要の確保と新たな需要の取り込みを推進する。
- 東三河特産品のブランド化の取組の一つである**首都圏等**や**海外**に向けて東三河地域の特色を活かしたプロモーション活動を行い、**さらなる販路開拓を推進**する。

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
①新たな生活様式に対応した販売方法の推進	
テイクアウト・デリバリーの推進（商品開発含む）	県、市町村、経済関係団体
国内向け通販サイトの構築、活用	県、市町村、経済関係団体
移動型販売の促進（軽トラ市・キッチンカー等）	市町村、経済関係団体
②首都圏等へ向けた販路開拓	
首都圏等における特産品のプロモーション（交通会館マルシェ、山PORT新城等）	市町村
首都圏レストランとの連携	市町村
東三河ブランドショップの検討	広域連合
首都圏等向け展示会・商談会への出展	県、市町村、経済関係団体
③海外へ向けた販路開拓	
海外向け通販の検討	経済関係団体
海外輸出への支援	県、市町村
海外向け展示会・商談会への出展（香港フードエキスポ等）	県、市町村、経済関係団体

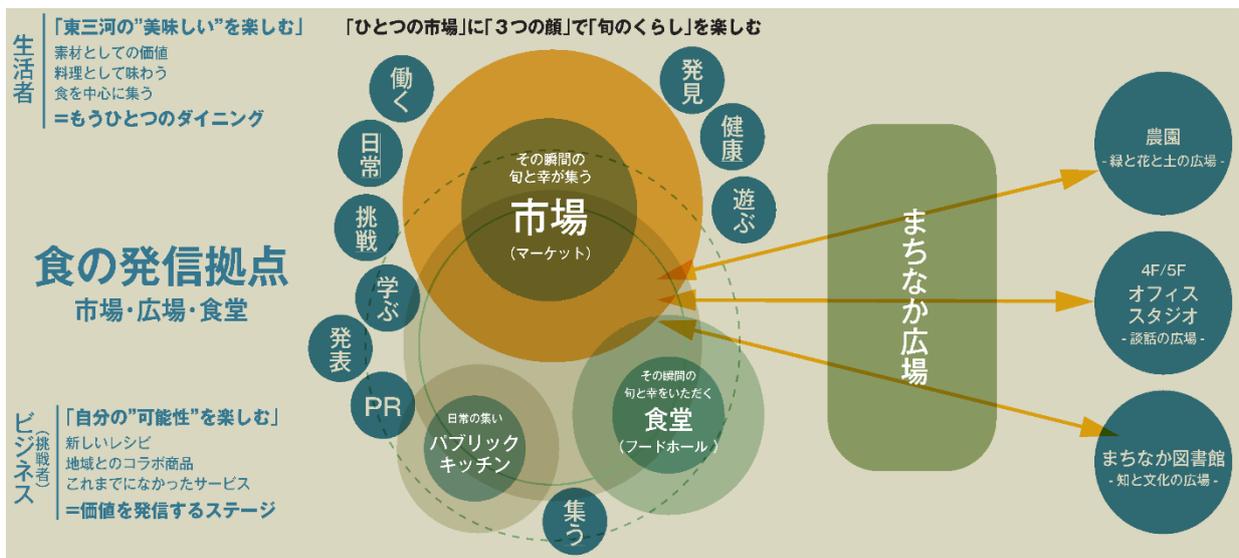
コラム

●東三河フードバレー構想

東三河フードバレー構想は、豊かな食文化を持つ地元の生産者や地元企業、研究者などによるコンソーシアムを組織し、「emCAMPUS」を拠点にイベントや勉強会などを開き、新しい食文化の創造を目指すものです。

〈emCAMPUS〉

2021年7月頃竣工予定の東棟1階は、この地域の食の価値を高め合う人間同士が集い、繋がりあうことで新たな食文化を造り、世に発信する食の市場。



また、4～5階はオフィス・スタジオで起業を目指す人が集まるシェアオフィス。低層棟の屋上には農園が整備され、収穫物の魅力を1階のマーケットの商品やフードホールの素材として発信されます。



出典：サーラコーポレーションウェブサイト、東日新聞（2020.11.21）

2 「健康」増進による地域活性化

健康寿命の延伸が極めて重要である中で、働く世代へ健康施策が届き難いことから、利用を促す健康増進プログラムを作りつつ、以下の2つを柱として“**健康づくりの仕組みの構築**”を行う。

- ① 中小企業等に向けた健康経営の促進
- ② 働く世代全体に向けたあいち健康マイレージ事業の促進

こうした取組を行うことで、「健幸まちづくり 東三河」としてのブランド化により他地域との差別化を図る。

また、この仕組みの構築により、新型コロナウイルス感染症による「都市から地方へ」の流れを受け入れる地域の基盤づくりに活用する。

目標名	現状値（2019年度）	目標値（2023年度）
健康宣言事業所数※1	531 事業所	900 事業所 【約 370 事業所（約 70%） 増加※2】

- ※1 取組の柱の一つである中小企業等へ向けた健康経営の促進を計る指標は、健康経営への取組の第一歩である健康宣言事業所数を用いた。
- ※2 豊橋市・蒲郡市の事業所の開拓状況により今後伸びの鈍化が想定される中であって、愛知県内で高位置につける東三河地域の状況を確保するため、全国健康保険協会愛知支部の2021年度の目標値から推計した1年の増加率（約20%増）と同程度を3箇年継続する。

目標名	現状値（2020年度）	目標値（2023年度）
健康経営優良法人 認定法人数※1 (中小規模法人部門)	137 法人	230 法人 【約 90 事業所（約 70%） 増加※2】

- ※1 健康宣言をステップアップした「健康経営優良法人」等の認定の促進を計る指標は、経済産業省が制度設計し、日本健康会議が認定をおこなう「健康経営優良法人認定法人数（中小規模法人部門）」を用いた。
- ※2 健康経営優良法人認定は、健康宣言が認定要件の一つであることから、健康宣言事業所数の増加率と同程度を設定した。

目標名	現状値（2019年度）	目標値（2023年度）
あいち健康マイレージ事業の優待カード「まいか」の人口1万人当たりの発行枚数※1	51.7 枚／人口1万人当たり	100 枚／人口1万人当たり 【 倍增 ※2】

- ※1 優待カード「まいか」とは、県が作成し、各市町村が設定する健康づくりの取組により一定以上のポイントを獲得した住民等に対し、市町村を通じて交付されるもの。取組の柱の一つである「働く世代」に加えその家族等に対し、市町村の健康づくり施策の波及を計る指標として、「まいか」の人口1万人当たりの発行枚数を用いた。
- ※2 東三河8市町村のあいち健康マイレージ事業取組開始年度（2014～2019年度）を踏まえ、直近1年の増加率、本プランの取組効果を考慮して設定した。

(1) 働く世代の“健康づくり”の仕組みの構築

- 食生活の改善や運動機会、豊かな自然を活かした心の健康の促進、東三河アウトドアスポーツツーリズムで設定したサイクリングやトレッキング等の様々なルートとの連携など、楽しみながら取り組むことができる心身の健康づくりメニューを増やし、働く世代に向けた**健康増進プログラムを積極的に推進**する。なお、県の Web サイトなどを通じて、働く世代以外の家族や県内他地域の住民などへも PR し、利用を促す。
- 健康経営の地域全体への波及を目指し、**中小企業等に向けて健康経営を促進**し、事業所における「健康宣言」、さらにステップアップした「健康経営優良法人」等の認定の取得を目指す。
- 健康経営促進の取組にあたっては、健康経営に取り組むメリットの周知をおこなうとともに、「健康経営優良法人」等の認定取得を目指す事業所に対し、セミナーの開催や認定申請手続きの支援など様々なサポートをおこなう。また、認定を取得した事業者へ、行政における入札加点などのインセンティブを拡充する。
- **働く世代全体へ向け**、個人の主体的な健康づくりを応援する**あいち健康マイレージ事業への参加を促す**。なお、歩数などの個人の取組を確認できる既存アプリの活用などモチベーション維持・継続の仕組みを考慮する。
- 働く世代の健康づくりに積極的に取り組む地域であることを地域内外へ情報発信することで他地域との差別化を図り、「**健幸まちづくり 東三河**」のブランド化を推進する。地域のブランド化により、「都市から地方へ」の流れを地元企業への就職に繋げるなど、新たな人の定住化を目指す。

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
①健康増進プログラムの積極的な推進	
心身の健康づくりメニューの作成・提供（体重測定 100 日チャレンジ、メンタルケアの推進等）	県、市町村
東三河地域の特色を活かした心身の健康づくりメニューの作成・提供	県、市町村
楽しみながら健康づくりに取り組めるフィールドの整備	市町村
東三河アウトドアスポーツツーリズムで設定する様々なルートと連携した健康づくりメニューの作成・提供	県、市町村
健康志向に対応したツーリズムの推進（ヘルスツーリズム、ビューティーツーリズム、スポーツツーリズム等）	県、市町村、経済関係団体、観光関係団体
健康志向に合わせた商品開発（機能性表示食品、奥三河産木材から抽出したエッセンシャルオイル等）	市町村、経済関係団体
②中小企業等へ向けた健康経営の促進	
中小企業等への健康経営の周知（チラシの配布等）	県、市町村、経済関係団体
保険会社等との連携による、事業所への直接訪問	県、市町村、経済関係団体
健康経営に関するセミナーの開催	県、市町村、経済関係団体
認定取得を目指す事業所へのサポート（認定申請手続きの支援、取組事例の紹介、健康管理に係る相談、メンタルヘルスアドバイザーの派遣等）	県、市町村、経済関係団体
中小企業等へのインセンティブ（入札加点等）の拡充	県、市町村、経済関係団体

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
健康経営に取り組む事業所の情報発信	県、市町村、経済関係団体
優秀な取組を行う事業所の表彰・PR	県、市町村、経済関係団体
③働く世代に向けたあいち健康マイレージ事業の促進	
SNS、チラシ等によるあいち健康マイレージ事業の周知	県、市町村、経済関係団体
働く世代向けのイベントの検討・実施	市町村
健康づくりに資するイベントの拡大・実施	市町村
モチベーション維持・継続の仕組みの検討（既存アプリへの参加推奨）	県、市町村、経済関係団体
協力店（あいち健康マイレージ事業で獲得できる優待カード「まいか」提示者へ特典を提供する店舗等）の拡大	県、市町村、経済関係団体
④「健幸まちづくり 東三河」のブランド化	
“健康経営に取り組む事業所が多い地域”を地域内外へPR（移住・定住イベント、高校生・大学生へのPR）	県、市町村、経済関係団体
健康経営に取り組む事業所の情報発信（再掲）	県、市町村、経済関係団体
優秀な取組を行う事業所の表彰・PR（再掲）	県、市町村、経済関係団体

コラム

●奥三河メディカルバレープロジェクト

✍ 新城市は、人生100年時代を元気に生き抜くため、2018年から奥三河メディカルバレープロジェクトに取り組んでおり、名古屋大学をはじめとした研究機関の他に、さまざまな分野の多くの企業が、それぞれの得意とする技術応用や新たな技術開発のために参加しています。

具体的なプロジェクト事例

〈プレゼンティーズム解析 奥三河メディカルバレー発信の健康経営戦略〉

プレゼンティーズムとは、体調不良やメンタルヘルスの不調が原因で、仕事や日常生活のパフォーマンスが低下している状態のことです。

就労する個々人が十分なパフォーマンスを発揮できるように職場環境を整えることが健康経営につながるとの考えからプレゼンティーズム調査の結果に基づき治療やカウンセリング等に繋げていくことを計画しています。

市民の健康状態や社会参加能力を正確に把握して、体調がととも悪くなる前の対策を推進するためのシステムづくりを目指しています。

2020年度プレゼンティーズム調査の流れ

1次スクリーニング

問診票による健康状態のチェック、健康問題の仕事への影響の調査をアンケートで行います



もし健康状態の悪化が仕事に影響していると判断された場合は2次スクリーニングへ

2次スクリーニング

問診票による健康状態の重症度のチェック、病院受診の必要性について調べるためアンケート調査を行います



もし悪化した健康状態に対して介入（何らかの手を打つこと）が必要と判断された場合は3次スクリーニングへ

3次スクリーニング



医師との面談、検査や治療

必要に応じて



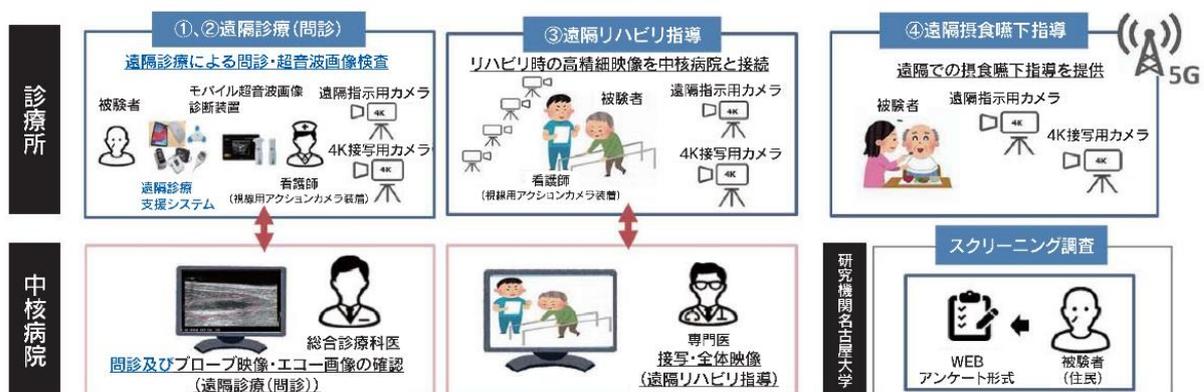
運動療法などのリハビリテーションやカウンセリングなど

2次・3次スクリーニングはスクリーニングの結果を用いて対象者を判別するので、すべての方が対象となるわけではありません。

出典：奥三河メディカルバレープロジェクトウェブサイト

〈5G通信システムを用いた遠隔診療・リハビリ・嚥下指導の実証実験〉 ※総務省事業

5Gを活用した映像伝送・遠隔診療支援のプラットフォームを新城市民病院と作手地区の診療所・集会所との間で構築し、将来的に中核病院へ行かなくても遠隔で診療・リハビリ・嚥下指導ができるかを検証しました。



出典：広報しんしろ ほのか (2020.12)

3 「ローカル鉄道」を活用した地域活性化

東三河振興ビジョンの将来ビジョンにおいて「JR飯田線や路面電車等の鉄道を観光資源として活用する取組を各鉄道会社と連携して推進」することとしている。

そのため、東三河地域の特色あるローカル鉄道を観光資源として活用し、既存のイベントや隣接地域との連携による**鉄道駅を核にした重点的な観光振興**を推進する。

また、**隣接地域や鉄道事業者との連携強化**により、東三河をめぐる新たな観光需要の喚起、利便性向上に向けた環境改善を図り、**官民連携による東三河ローカル鉄道のブランド化**を推進する。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響による利用者低迷を踏まえ、感染拡大防止策の徹底・PR（見える化）を行うとともに、通勤や通学などによる**地域住民の日常利用を促進**する。

目標名	現状値（2019年度）	目標値（2023年度）
ローカル鉄道※1の乗車人員数	18,132千人	18,132千人 【維持※2】

※1 観光利用、住民利用による「ローカル鉄道」の活性化を計る指標として、ローカル鉄道の乗車人員数を用いた。新型コロナウイルス感染症の影響による利用者低迷による鉄道事業者への支援にも資する指標。対象は東三河地域内で運行されている以下の4路線。

〔東海旅客鉄道飯田線（県内区間）、名古屋鉄道西尾・蒲郡線（西尾駅～蒲郡駅）、豊橋鉄道渥美線、市内線〕

※2 2020年度は、新しい生活様式・働き方の実践に伴い、徒歩・自転車の利用やテレワーク等が推奨されていることなどから、鉄道利用が大きく減少している。そのため、まずは新型コロナウイルスによる影響を受ける前の2019年度の数値まで回復させることを目標とし、現状維持とした。

注）東三河ビジョン協議会で設定した目標であり、事業者と協議したものではありません。

（1）鉄道駅を核にした重点的な観光振興

- 「密」とならない観光地としての魅力発信、沿線ガイドマップなどの観光誘客ツールの作成・活用に併せて、鉄道駅から観光地への交通手段として、バスとの接続改善などの2次交通の検討を行う。また、県内や近隣地域を対象としたウォーキングなど鉄道駅を帰着点にしたイベントの開催や、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と連携するなど、**既存イベント等を活用した観光誘客を促進**する。
- 東三河地域外まで連続する路線については、ローカル鉄道の魅力を路線全体で発信するため、隣接する**遠州地域・南信州地域や西三河地域と連携**したイベントの開催などに取り組む。

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
①既存イベント等を活用した観光誘客の促進	
「密」とならない観光地としての魅力発信	県、市町村、観光関係団体
観光誘客ツールの作成・活用、支援（沿線ガイドマップ等）	県、市町村、観光関係団体
鉄道を利用した観光ルートの作成・活用	県、市町村、経済関係団体、観光関係団体
2次交通の確保（バス、タクシー、レンタサイクル等）	市町村

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
個人や近隣地域を対象とした観光誘客イベントの開催（ウォーキング等）	県、市町村、観光関係団体
既存イベントとの連携（フォトコンテスト、ロゲイニング等）	県、市町村、観光関係団体
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の情報発信との連携	県、市町村、観光関係団体
SNSによる情報発信	県、市町村、観光関係団体
ローカル鉄道沿線地域を巻き込んだ沿線事業の検討	市町村、経済関係団体
②遠州地域・南信州地域、西三河地域との連携	
遠州地域・南信州地域と連携した情報発信、イベントの実施（共通ハッシュタグによる情報発信等）	県、市町村、観光関係団体
西三河地域と連携した協議会等の開催（名鉄西尾・蒲郡線活性化協議会等）	県、市町村、観光関係団体
西三河地域と連携した情報発信、イベントの実施（ロゲイニング、ウォーキングイベント等）	市町村、観光関係団体

（2）官民連携による東三河ローカル鉄道のブランド化

- 交通系ICカード利用エリア拡大など、**利用者の利便性の向上に向けた環境整備**の実現に向けた方策を検討するとともに、鉄道事業者へ要望する。
- さらには、「飯田線秘境駅号」を核とした情報発信を行うとともに、サイクリング周遊ルートと連携するなど、**鉄道事業者と連携したブランド化の推進**を図る。なお、天竜浜名湖鉄道など他地域の成功事例を踏まえながら取組を検討する。
- また、隣接する**遠州地域・南信州地域や西三河地域との連携を強化**し、広域的な連携のもと、ローカル鉄道の魅力のさらなる向上を目指す。

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
①鉄道事業者と連携した利便性向上に向けた環境整備	
交通系ICカードの利用エリア拡大実現に向けた要望活動	県、市町村
JR飯田線東栄駅への「ワイドビュー伊那路」停車の要望活動	県、市町村
サイクルトレインの実施（実証実験）の検討・要望活動	県、市町村、鉄道事業者
2次交通の検討（カーシェア等）	市町村、経済関係団体
MaaSの推進に向けた検討	市町村
②鉄道事業者等と連携したブランド化の推進	
鉄道専門雑誌による情報発信	県
ブランド化に向けた情報発信（SNS等）	県、市町村、観光関係団体
「飯田線秘境駅号（クールジャパンアワード2019受賞）」を核とした情報発信	県、市町村、観光関係団体
浜名湖周辺地域を含むサイクリング周遊ルートとの連携	県、市町村、観光関係団体
他地域の成功事例を踏まえた新たな取組の検討	県、市町村、観光関係団体
新たな企画列車の検討・造成（地酒、駅弁、車内サービス等）	市町村、経済関係団体、観光関係団体

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
③遠州地域・南信州地域、西三河地域との連携強化	
遠州地域・南信州地域との共同によるJR飯田線の新たな誘客促進、要望活動の検討・実施	県、市町村、観光関係団体
西三河地域とのさらなる連携強化による名鉄西尾・蒲郡線の新たな誘客促進、要望活動の検討・実施	県、市町村、観光関係団体

（3）コロナ禍により低迷した日常利用の促進

- **コロナ禍により低迷した利用者の回復に向け、安心して乗車してもらうための安全・安心対策の徹底・PR（見える化）に取り組むとともに、広報紙による情報発信等により、地域住民の日常利用を促進する。**

内容（2021年度から2023年度までの取組）	事業主体
①コロナ禍により低迷した利用者の回復に向けた取組（地域住民の日常利用の促進）	
感染拡大防止対策の徹底	鉄道事業者
安全・安心の取組のPR（見える化）	市町村、鉄道事業者
利用促進に向けた情報発信（広報紙へ掲載等）	市町村
「JR飯田線に乗ろう」による情報発信	経済関係団体
「JR飯田線に乗ろう」の情報発信への支援	県、市町村、観光関係団体
沿線の学校と連携した利用促進イベントの開催（名鉄西尾・蒲郡線利用促進大会等）	市町村
地域住民と連携した鉄道利用イベントの開催（市民まるごと赤い電車応援団等）	市町村

〈参考〉

JR飯田線活性化期成同盟会

- 長野県の上伊那地域と下伊那地域の市町村や県、経済団体の関係者などにより構成され、リニア中央新幹線開業を見据え、地域の振興に資するためJR飯田線の活性化に取り組む。シンポジウムの開催やイベント列車の運行など、利用促進の取組を行っている。

名鉄西尾・蒲郡線活性化協議会

- 沿線の市民応援団や関係機関により組織され、沿線の学校と連携した利用促進イベント、ロゲイニングやウォーキングイベント等の観光誘客の取組を行っている。

ローカル鉄道のブランド化の他地域の成功事例

天竜浜名湖鉄道「花のリレー・プロジェクト」

- 天竜浜名湖線は、第三セクター方式で運営される、奥浜名湖を中心に静岡県を走るローカル鉄道。
- 「浜松いわた信用金庫」、「天竜浜名湖鉄道」、「はままつフラワーパーク」が沿線地域住民と共に鉄道沿線に花を植え、地域の活性化を目指す取組。長く継続する取組とするため、市民と行政が協働して取り組むアダプト・プログラム方式を採用。「2019年度地方創生に資する金融機関等の『特徴的な取組』33選」として認定・表彰された。

いすみ鉄道「レストラン列車」

- いすみ線は、第三セクター方式で運営される、千葉県を走るローカル鉄道。
- 1日フリー乗車券とセットで、伊勢海老やアワビなどの地域の食材を使用した本格イタリアンを食べられる「イタリアン列車」や、地元の利き酒師が同乗して地元の食材を使った料理に合う日本酒を楽しめる「いすみ酒BAR列車」がある。

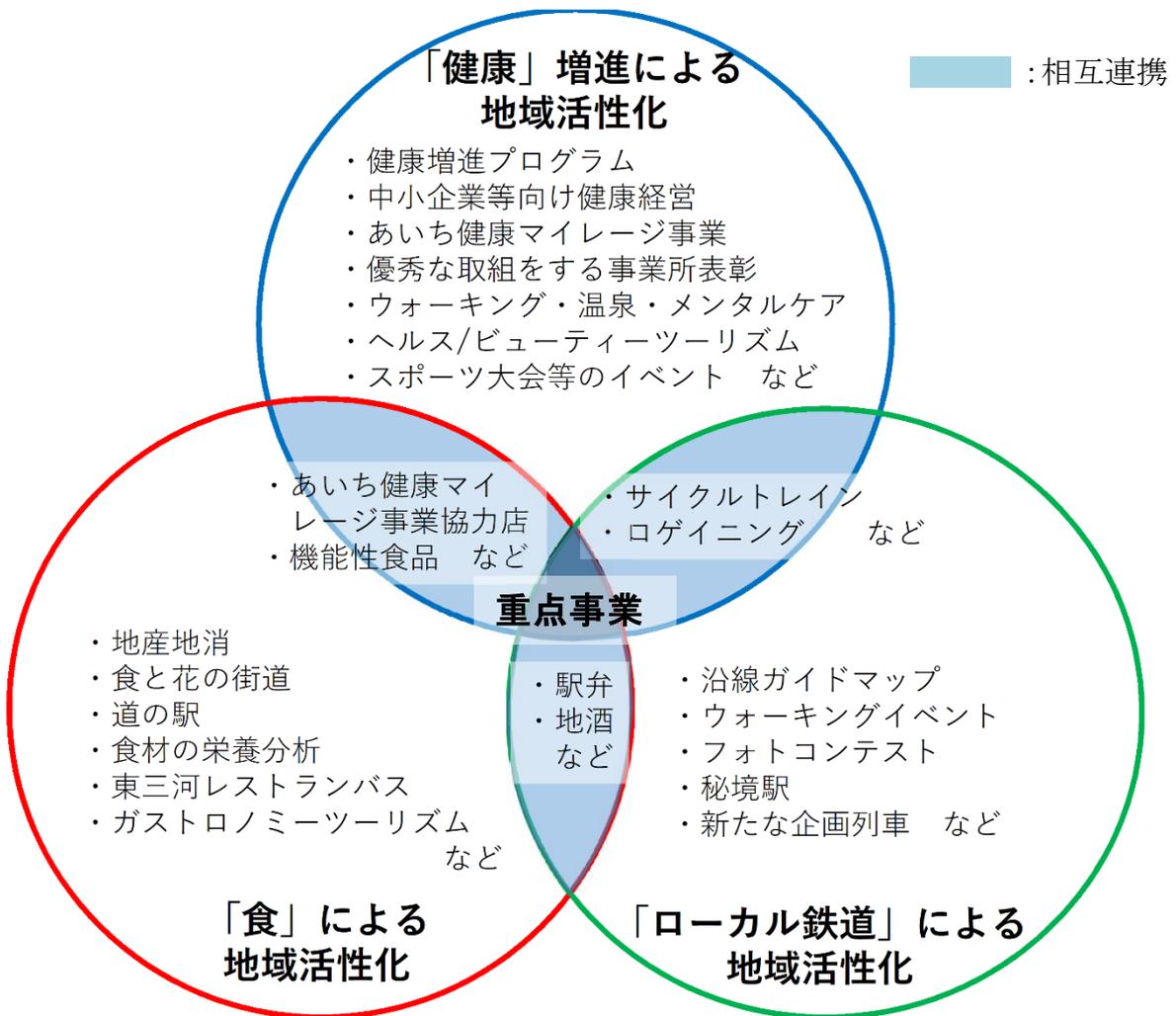
西日本旅客鉄道城端線「観光列車」

- 城端線は、高岡駅（富山県高岡市）から城端駅（富山県南砺市）を走るローカル鉄道。
- 沿線の伝統工芸品をイメージした装飾品に彩られた観光列車「べるもんた」に乗り、沿線の地酒や特産品である海鮮料理を楽しめる。

4 「食」、「健康」、「ローカル鉄道」における取組の相互連携

- 前述した「食」、「健康」、「ローカル鉄道」における取組の推進にあたっては、「食を楽しみながらの健康増進」、「ローカル鉄道のイベントを活用した健康増進」、「駅弁や地酒の車内販売によるローカル鉄道のブランド化」など、分野の垣根を越え、取組の相乗効果、相互補完を図り、地域一体となり戦略的に展開する。
- その取組の1つとして、3つのテーマを重ね合わせた重点事業『食』、『ローカル鉄道』の取組を活用した、働く世代の健康増進プロジェクト」を新たに立ち上げ、行政と経済界が連携し、取組を実施する。

「食」、「健康」、「ローカル鉄道」における取組の相互連携イメージ



5 重点事業「食」、「ローカル鉄道」の取組を活用した、働く世代の健康増進プロジェクト

事業主体	主体：愛知県、東三河8市町村、東三河広域経済連合会 連携：東三河広域観光協議会、各農業協同組合（JA）
事業概要	<p>「健康」を軸に、「食」、「ローカル鉄道」の個々の取組を活用して働く世代の健康増進に取り組むことで、食のブランド化、ローカル鉄道の利用促進及び健康づくりによる地域の魅力向上を見据えた、戦略的な地域活性化を図る。</p> <p>■取組イメージ</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px;"> <p>「食」、「ローカル鉄道」の取組を活用した心身の健康づくりメニュー ※市町村等のマイレージポイント付与</p> <ul style="list-style-type: none"> ○食、ローカル鉄道、温泉を活かしたウォーキング、サイクリング、癒し旅等 <ul style="list-style-type: none"> ・8コース程度作成 ・バーチャルコースとして県の健康アプリにも掲載 ○野菜の摂取促進など、バランスの良い食生活の推進(地産地消) <p>中小企業向け「健康経営」を促進するパンフレット</p> <ul style="list-style-type: none"> ○パンフレット掲載内容 <ul style="list-style-type: none"> ・健康経営のメリット、企業へのインセンティブ(入札加点等)の紹介 ・健康経営に関する認定制度の紹介(国・協会けんぽ・県・市町村) ・東三河の食・運動・散策場所の紹介 ・あいち健康マイレージ事業・アプリの紹介 ・健康経営に関するサポートの紹介 ・健康経営に取り組む企業紹介 →「食」、「ローカル鉄道」の取組を活用した心身の健康づくりメニューの紹介 <p>働く世代全体向け「あいち健康マイレージ事業」を促進するリーフレット</p> <ul style="list-style-type: none"> ○リーフレット掲載内容 <ul style="list-style-type: none"> ・糖尿病リスクなどの周知 ・生活習慣の改善に効果的な取組の紹介 ・あいち健康マイレージ事業・アプリの紹介 →「食」、「ローカル鉄道」の取組を活用した心身の健康づくりメニューの紹介 <p>パンフレット・リーフレットによる情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ○企業や個人向けセミナー等で配付(県、市町村、経済界、協会けんぽ等) ○事業所への資料送付に同封 (協会けんぽによる健康診断結果を提供した事業所等へ送付) ○企業への個別訪問(県、市町村、経済界、連携協定を締結した保険会社等) ○県のWebサイトや市町村の広報誌へ掲載、SNS等を活用したPR など <p>→ 県のWebサイトなどを通じて、働く世代以外の家族や県内他地域の住民などへもPRし、利用を促す。</p> </div>
役割分担(案)	愛知県：ツール(心身の健康づくりメニュー、パンフレット・リーフレット)の作成、情報発信(セミナー等での配布、Webサイトへ掲載)等 市町村：ツールの作成協力、情報発信(イベント等での配布、企業への個別訪問、広報誌への掲載)等 広域経済連合会：情報発信(健康経営セミナー等での配布、企業への個別訪問)等 広域観光協議会：ツールの作成協力、情報発信(セミナーでの配布)等 JA：情報発信(農家等への配布)等

VI 参考資料

1 策定経緯

(1) 2020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
2020. 5. 15	<p>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」） （書面開催）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東三河振興ビジョン及び主要プロジェクト推進プランにおける2019年度の進捗状況及び主な取組状況について ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）「地域活性化に向けた戦略的展開～『食』、『健康』、『ローカル鉄道』の新展開～」（以下「主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）」）の骨子（案）について ・ 次期あいちビジョンの骨子（案）（東三河部分）について
2020. 7. 10	<p>第1回 東三河ビジョン協議会（書面開催）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 東三河振興ビジョンの進捗状況について ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）の骨子（案）について ・ 次期「東三河振興ビジョン」の策定について（自由討論）
2020. 9. 25	検討ワーキング【主要プロジェクト推進プラン重点事業】
2020. 10. 16	<p>第2回 企画委員会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 次期「東三河振興ビジョン」の基本的な方向性について ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）の重点事業について
2020. 11. 16	<p>第3回 企画委員会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 次期「東三河振興ビジョン」の基本的な方向性について ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）の中間とりまとめ（案）について
2020. 12. 22	<p>第2回 東三河ビジョン協議会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 次期「東三河振興ビジョン」の基本的な方向性について ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）の中間とりまとめ（案）について
2021. 1. 15～2. 13	<p>パブリックコメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）の中間とりまとめに対する意見の募集
2021. 2. 5	<p>第4回 企画委員会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）への東三河ビジョン協議会の意見反映結果等について ・ 次期「東三河振興ビジョン」の骨子案（たたき台）について ・ 次期「東三河振興ビジョン」に基づく「重点プロジェクト」選定に向けた事業候補について

年 月 日	主な内容
2021. 3. 5	第5回 企画委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）の（案）について ・ 次期「東三河振興ビジョン」の骨子（案）について ・ 次期「東三河振興ビジョン」に基づく「重点プロジェクト」事業テーマ（案）について
2021. 3. 24	第3回 東三河ビジョン協議会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）の（案）について ・ 次期「東三河振興ビジョン」の骨子（案）について ・ 次期「東三河振興ビジョン」に基づく「重点プロジェクト」事業テーマ（案）について

（2）パブリックコメント

主要プロジェクト推進プラン（2020年度策定）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	2021年1月15日から2021年2月13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 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 愛知県等のホームページへの掲載 県民相談・情報センター、各県民相談室等への資料配布 東三河地域の大学でのちらしの配布
意見募集の結果	意見の提出者数：6人 意見の件数：6件

東三河振興ビジョン【主要プロジェクト推進プラン】
地域活性化に向けた戦略的展開
～「食」、「健康」、「ローカル鉄道」の新展開～

発行年月 2021年 8月

発行 東三河ビジョン協議会

(事務局：愛知県東三河総局企画調整部企画調整課内)

〒440-8515 愛知県豊橋市八町通五丁目4

電話 0532-35-6100 (ダイヤル)