資料３

令和4年度　デジタル田園国家構想交付金（地方創生推進タイプ）の実績一覧

個別戦略	開始年度	終了年度	事業名	事業概要	R4年度/R5年度の事業概要	R4総事業費（決算額：円）	重要業績評価指標（KPI）	当初（事業開始前）	1年目		2年目		3年目		目標値（事業完了時）	未達成であった場合、その事由
									目標値累計（単年目標）	実績値（対前年増減）	目標値累計（単年目標）	実績値（対前年増減）	目標値累計（単年目標）	実績値（対前年増減）		
２－２	R2（2020）	R4（2022）	地方を舞台とした映像作品から始まる関係人口の拡大と新たなふるさと創出プロジェクト（福島市と連携）	「エール」放映を契機とした官民連携及び豊橋市との連携により、豊橋市のさらなる付加価値を創出し、福島市の広域連携事業を通じた地域間交流を活発化させ、他地域との触れ合いの中で互いの地域を経済・文化面などで応援する関係人口の新たなふるさとの創出を目指す。	－－－－－－－令和４年度事業－－－－－－－ 〇豊橋市と福島市との交流事業 ・市民や若者の交流イベント（手筒花火など）、企業間の交流イベントを実施した。 〇市民交流型プロモーション 古関裕而ゆかりのまち世田谷区で開催される「世田谷スーパーパレード」へ出展し、特産品のPR、販路拡大を実施した。	1,867,555	豊橋市と福島市の観光入込客数の和	7,927千人	8,027千人（100千人）	6,839千人（−1,088千人）	8,147千人（120千人）	7,272千人（433千人）	8,297千人（150千人）	11,928千人（4,656千人）	8,297千人	達成
							「エール」関連イベント数と福島市との交流イベント数の和	0件	8件（8件）	30件（30件）	18件（10件）	37件（7件）	30件（12件）	41件（4件）	30件（累計）	達成
							ロケ資産となる映像作品本数	14件	15件（1件）	26件（12件）	16件（1件）	54件（28件）	18件（2件）	97件（43件）	18件（累計）	達成
２－２ ４－１	R2（2020）	R4（2022）	東三河「スポーツツーリズム」推進プロジェクト（愛知県、東三河8市町村と連携）	「東三河スポーツツーリズム」を地域一体となって力強く推進し、スポーツを切り口に「交流人口の拡大」、周遊性・滞在性の向上による「地域産業の活性化」、地元団体・住民の主体的な参加を促し、地域全体で「おもてなしの心」を醸成し、「スポーツツーリズム」の盛んな地域づくりを目指す。	－－－－－－－令和４年度事業－－－－－－－ 〇道の駅とよはしを中心としたスポーツ体験型観光 道の駅とよはしがサイクリングの拠点としてサイクリストへの認知を定着させるため、サイクリングと体験型観光コンテンツを組み合わせたイベントやデジタルマップを充実させた。 〇サイクルトレインの推進 トレッキングやランニングなど様々なスポーツの魅力を体験できるイベントを実施した。	9,512,180	東三河地域の年間観光入込客数	24,000千人	24,800千人（800千人）	16,621千人（−7,379千人）	25,600千人（800千人）	17,036千人（415千人）	26,400千人（800千人）	18,310千人（1,274千人）	26,400千人	新型コロナウイルス感染症の蔓延による地域内のイベントの中止や新たな生活様式の推奨、訪日外国人の減少等が大きく影響したことにより、目標値には達しなかったが、最終年の単年度目標は達成した。
							東三河地域の宿泊者数	2,400千人	2,520千人（120千人）	1,299千人（−1,101千人）	2,640千人（120千人）	1,319千人（20千人）	2,760千人（120千人）	1,626千人（307千人）	2,760千人	新型コロナウイルス感染症の蔓延による地域内のイベントの中止や新たな生活様式の推奨、訪日外国人の減少等が大きく影響したことにより、目標値には達しなかったが、最終年の単年度目標は達成した。
							東三河地域の道の駅の売上額	2,400百万円	2,520百万円（120百万円）	3,485百万円（1,085百万円）	2,640百万円（120百万円）	4,050百万円（565百万円）	2,760百万円（120百万円）	4,451百万円（401百万円）	2,760百万円	達成
							東三河地域の観光旅行者用レンタサイクルの貸出件数	3,200件	3,360件（160件）	2,702件（−498件）	3,520件（160件）	2,847件（145件）	3,680件（160件）	3,649件（802件）	3,680件	新型コロナウイルス感染症の蔓延による地域内のイベントの中止や新たな生活様式の推奨、訪日外国人の減少等が大きく影響したことにより、目標値には達しなかったが、最終年の単年度目標は達成した。
２－１	R4（2022）	R6（2024）	持続可能な食と農のまちづくり	（地産地消の推進） 豊かな農産物を活かした食文化を味わうことのできる機会をつくるため、地域の農家と飲食店をマッチングさせ、地域の農産物を活用し魅力的な食を提供する飲食店を増やす。また路線バス等を活用した貨客混載など、地域内での流通の仕組みづくりを行う。 （農業分野でのイノベーションの誘発） 新たなアイデアや新ビジネスをおこすノウハウを有しているスタートアップ企業と農家をマッチングし、共創により農業分野でのイノベーションを誘発する。 （魅力ある食文化のPR） 本市の食文化を域内外にPRする動画やチラシの作成、イベントの開催などを通じて、食と農の魅力を伝え、イメージを底上げし、交流人口や関係人口の増加につなげる。	－－－－－－令和４年度事業－－－－－－ 〇地産地消の推進 地元産食材を利用する飲食店等を増やすため、農家と飲食店をマッチングし、新メニューを開発・提供するイベントを実施した。また、卸業者、市場、飲食店等の関係者と検討を重ね、農産物の域内流通を高めるため、路線バス等を活用した貨客混載などの実証を行った。 〇農業分野でのイノベーションの誘発 農家とスタートアップ企業が協働で商品やサービス開発を行うマッチングコンテストを開催した。 －－－－－－令和５年度事業－－－－－－ 〇地産地消の推進 引き続きマッチングイベントや物流方法の事業化に向けた実証を行う。 〇農業分野でのイノベーションの誘発 引き続きマッチングコンテストを開催するとともに、昨年度マッチングした新商品や新サービスの事業化に向け、専門家を交えた伴走支援を行う。 〇食と農のまちの発信 地元産食材を利用することが、食文化となるようPRするチラシや動画の作成、イベントの開催などを通じて、食と農のまちであることの情報発信する。また、首都圏等で、地域の農産物をPRするマルシェの開催や、小売店での販売棚設置する。	25,449,998	豊橋市の観光入込客数	1,811,806人	1,861,806人（50,000人）	2,102,494人（290,688人）	1,911,806人（50,000人）		2,011,806人（100,000人）		2,011,806人	達成
							農産物直売所入込客数(道の駅とよはし)	1,162,795人	1,187,795人（25,000人）	1,195,599人（32,804人）	1,212,795人（25,000人）		1,262,795人（50,000人）		1,262,795人	単年度目標 達成
							地産地消に取り組む飲食店等と農家の件数	0件	20件（20件）	22件（22件）	40件（20件）		60件（20件）		60件（累計）	単年度目標 達成
合　計						36,829,733										