第２期西尾市まち・ひと・しごと創生総合戦略
（計画期間　令和３年度～令和７年度）

総合戦略に基づく施策の
令和５年度取組状況等について

１．西尾市の人口動態

１．推計人口

令和5年10月１日現在の西尾市の人口は167,907人で、１年前と比べて302人減少した。

	H22年	H27年	H28年	H29年	H30年	R元年	R2年	R3年	R4年	R5年	前年比
総人口	165,298	167,990	168,743	169,352	169,592	169,984	169,046	168,591	168,209	167,907	▲ 302
0～14歳	24,617	24,236	24,188	24,222	23,881	23,559	23,652	23,416	23,071	22,658	▲ 413
15～64歳	105,941	103,106	102,913	102,796	102,616	101,659	101,835	101,266	101,137	101,181	44
65歳以上	34,561	40,211	41,205	41,920	43,050	43,463	43,050	43,832	43,930	44,068	138
100歳以上	－	－	－	－	－	－	－	77	71	－	
不詳	179	437	437	414	437	437	437	－	－	－	

出典：H22年とH27とR2年は国勢調査（確定値）。R3年以降はR2年国勢調査確定値を基準値とする推計人口

（愛知県人口動向調査）

R3年以降については、不詳を補完した値となっています。

R5は65歳以上の区分に、100歳以上の人数を含む

２．自然動態

令和5年の自然動態は、出生児数が1,092人、死亡者数が1,948人となり、856人の減少となった。出生数は、前年より51人減少し、死亡数は3人増加した。

		H27年	H28年	H29年	H30年	R元年	R2年	R3年	R4年	R5年	前年比
自然動態	出生	1,423	1,470	1,412	1,341	1,328	1,252	1,223	1,143	1,092	▲ 51
	死亡	1,621	1,555	1,743	1,658	1,668	1,634	1,750	1,945	1,948	3
	自然増減 …①	▲ 198	▲ 85	▲ 331	▲ 317	▲ 340	▲ 382	▲ 527	▲ 802	▲ 856	▲ 54

出典：愛知県人口動向調査（愛知県統計課）

３．社会動態

令和5年の社会動態は、転入者数が6,960人、転出者数が6,427人などとなり、554人の増加となった。
令和5年の転入者数は、前年より107人増加した。
令和5年の転出者数は、前年より7人減少した。

		H27年	H28年	H29年	H30年	R元年	R2年	R3年	R4年	R5年	前年比
社会動態	転入	5,970	6,619	6,842	7,352	8,025	5,795	5,962	6,853	6,960	107
	転出	5,556	5,907	6,031	6,729	7,253	6,262	5,905	6,434	6,427	▲ 7
	その他増減	306	126	129	▲ 66	▲ 40	▲ 17	15	1	21	20
	社会増減 …②	720	838	940	557	732	▲ 484	72	420	554	134

出典：愛知県人口動向調査（愛知県統計課）

自然増減①と社会増減②でみる令和5年の人口増減は302人の減少となった。

	H27年	H28年	H29年	H30年	R元年	R2年	R3年	R4年	R5年	前年比
人口増減…①＋②	522	753	609	240	392	▲ 866	▲ 455	▲ 382	▲ 302	80

２．施策の取組状況

【基本目標１】『まち』
地域の魅力を磨き、快適な暮らしができ、にぎわいのあるまちを形成する
多様な交流が生まれるにぎわいに満ち、まちに誇りや愛着を感じながらいつまでも安心して暮らせるまちをつくります。

＜主な事業の令和５年度取組状況及び今後の展望等＞

【にしおマラソン】

第２回大会は、フルマラソンの部 5,140 人、5km の部 508 人、2km の部 366 人がエントリーし、令和６年１月に開催した。約８割が市外からの参加で、広く西尾の魅力を PR できた。今後は、コースの見直しなどに取り組むとともに、観光地や特産品の PR を行い、市が一体となって盛り上がる大会運営を目指す。

【にしお健康ツーリズム】

健康経営に取り組む企業にヒアリングを実施し、その結果を踏まえ、前年度実施したプログラムに西尾らしいコンテンツを追加するなどブラッシュアップを行った。令和６年度は、さらに魅力的なコンテンツを追加し、一般向けにも販売し、にしお健康ツーリズムの浸透を図るとともに、本市の魅力を広く周知する機会を創出する。

【ｅスポーツ事業】

デジタルを融合した新たな観光施策のひとつとして、ｅスポーツを活用した多文化交流プログラム、健康プログラム、観光交流プログラム等の実施及びｅスポーツイベントを開催し、ｅスポーツの認知度向上や賑わいの創出等に努めた。引き続き、令和６年度も各種プログラムとｅスポーツイベントを実施し、ｅスポーツを通じて本市の魅力を伝えるなどスポーツツーリズムを推進する。

【観光資源魅力創造事業】

観光スポットとして知名度が高い西尾城及び宮崎海岸でのプロジェクションマッピングの実施や、東幡豆海岸のトンボロ干潟で駅伝を実施するなど、観光資源を生かしたイベントを開催し誘客を図るとともに、観光資源の PR を行った。令和６年度も引き続き、トンボロ現象を生かした「トンボロリレーマラソン」を開催し、神秘的で珍しい自然現象の魅力を広く伝え、リピーター確保につなげていく。

【ふるさと応援寄附金制度】

5,000 円以上寄附された市外の方へ一色産うなぎ、西尾の抹茶、えびせんべい等を始めとする返礼品を贈呈し、特産品の PR を図った。

返礼品のラインナップの充実、魅力的な返礼品とするためのブラッシュアップ業務を実施し、新規寄附者の獲得及び寄附額増額を図り、令和５年度の寄附実績は、158,941 件、2,536,605,500 円となった。

今後は、返礼品提供事業者との連携を強化し、事業者とコミュニケーションを取りながら、一緒になってふるさと納税を推進する。また、リピーターの獲得につなげるため、訴求効果があり見映えのある返礼品画像の制作、加工、SNS 等の活用による寄附者獲得などの取組を行っていく。

【津波避難施設整備事業】

令和５年度は奥田地区外４地区の津波避難タワーの実施設計業務及び旧離島保育園の屋上フェンス等の実施設計業務が完了。今後は令和７年に旧離島保育園の屋上フェンス等を整備し、津波一時待避所に指定する。令和８年度までに津波避難タワーを新たに６基整備し、市内に計 10 基を整備する。

【危険箇所のＬＩＮＥ通報機能追加事業】

令和 5 年 9 月に市 LINE 公式アカウントに機能を実装し、道路・公園・河川・水路・動物死骸発見の５つのカテゴリについて市民からの通報(情報提供)を可能とした。また、通報内容は庁内 GIS にも自動で連携され、担当課が対応状況の管理に活用している。今後は利用増のため、通報カテゴリの追加も検討する。

【R5 実績】月平均：約 50 件、申請合計：366 件（R5.9.1～R6.3.31）

【河川防災情報整備事業】

令和４年度に実施計画を策定し、令和５年度にデジタル田園都市国家構想交付金事業として整備。令和５年度：河川カメラ・危機管理型水位計３箇所設置、西尾市河川防災情報システム運用開始。令和５年度事業完了。

【行政手続きのスマート化事業】

令和 4 年 9 月 1 日から「スマート申請」の運用を開始し、月平均 100 件ほどの申請を受け付けている。

今後は更なる利用の増加を図るため、対象申請の拡充と PR 強化に取り組む。

【R5 実績】月平均：約 100 件、申請合計：1291 件

【書かない窓口システム導入事業】

令和 6 年 2 月から、マイナンバーカードの IC チップ情報や運転免許証等の券面読取情報を利用した、証明書交付、申請書作成支援及び手続案内する「らくっと窓口」サービスを開始した（デジタル田園都市国家構想交付金を活用)。

政策目標指標

各年 3 月 31 日時点

指標	基準値	目標値	実績値		
	R1	R7	R3	R4	R5
交流人口（観光入込客数）	352 万人（R1）	450 万人（R5）	264 万人	349 万人	417 万人

ＫＰＩ（重要業績評価指標）

各年３月31日時点

指標	基準値	目標値	実績値		
	R1	R7	R3	R4	R5
佐久島交流人口	106,000人 (R1)	120,000人 (R7)	81,777人	79,816人	75,000人
成人の週１回以上のスポーツ実施の割合	46.7% (R2)	50% (R6)	―	52.1%	52.1% (R4)
にしおマラソン参加者	4,259人 (R1)（※1）	7,000人 (R7)	4,190人 （オンラインイベントエントリー含む）	0人 （開催せず）	6,014人
国内トップレベルの大会開催数	2大会 (R1)	4大会 (R7)	3大会	0大会	2大会
観光用Wi-Fiアクセスポイント数	56か所 (R1)	70か所 (R7)	48か所	41か所	37か所
外国人宿泊者数（吉良温泉）	18,428人 (R1)	20,000人 (R7)	219人	638人	2,556人
ワーケーションプラン利用人数	0人/年 (R3)	10人/年 (R7)	1人×2日 2人	0人	50人/年
観光協会ホームページアクセス数	592,732件 (R1)	800,000件 (R7)	632,030件	661,913件	830,228件
名鉄西尾・蒲郡線年間利用者数	3,324,568人 (R1)	3,494,000人 (R7)	2,787,326人	2,946,952人	3,063,661人
コミュニティバス年間利用者数	119,198人 (R1)	180,000人 (R7)	186,111人 （内いっちゃん2,745人）	213,776人 （内いっちゃん3,474人）	243,524人 （内いっちゃん3,126人）
いこまいか一年間利用者数	2,254人 (R1)	2,300人 (R7)	5,613人	6,341人	6,942人
ふれんどバス年間利用者数	304,975人 (H30.10～R1.9)	305,000人 (R6.10～R7.9)	247,915人	255,499人	276,002人
名鉄東部交通バス年間利用者数（※２）	367,759人 (H30.10～R1.9)	368,000人 (R6.10～R7.9)	320,860人	329,381人	410,689人
佐久島渡船年間利用者数	251,000人(R1)	260,000人 (R7)	203,886人	202,614人	192,000人

（※１）令和元年度の一色マラソン参加者数（※２）R2.4の一部廃止路線除く

【基本目標２】『ひと』
次代を担う子どもの育成と、多様な人材の活躍を推進する

若い世代が結婚や出産に希望をもち、子育てを楽しめるまちをつくるとともに、多様な人材が活躍できるまちをつくります。

＜主な事業の令和５年度取組状況及び今後の展望等＞

【結婚支援事業】

令和２年度に、三河湾リゾートリンクスと結婚支援事業に関する覚書を締結し、リンクスが企画する婚活イベントについて、市が広報やホームページでイベントの告知をするという共催の体制を構築した。令和４年度は新型コロナウイルスの影響により連携事業の実績はなし。令和５年度は国内最大級のマッチングアプリ「ペアーズ」と事業連携協定を締結し、出会い応援のためのアンケート実施によるニーズ調査、アンケート回答者の中から抽選で３０名にペアーズを１か月間無料利用できるギフトコードを配布することで、オンラインによる新たな出会いを創出した。令和６年度以降は「にしお縁結びプロジェクト」と称して、対面式の婚活イベント「にしお de 婚活」をはじめとした出会いの機会創出や、市民の結婚への積極的な意識や行動を育む機運の醸成に向けた様々な取組を実施していく。

【結婚新生活支援事業】

新婚生活への支援及び市内への移住・定住を促すため、新婚世帯の新築住宅取得費用を最大３０万円まで補助する制度を、令和３年４月１日から施行した。
令和３年度については、対象要件に該当する世帯がなく実績が無かったことから令和４年度から要件の見直しを実施。その結果、満枠となる１０件の交付実績となった。

令和５年度は令和４年度と同じ条件で運用をおこなったところ、年度途中で満枠となる１０件の交付となった。そのため補正予算で５件分の枠を追加したところ、追加分も満枠となり、合計１５件の交付実績となった。

令和６年度については曖昧であった「新築」の定義を規定するとともに、要綱に規定する趣旨「結婚新生活への支援」に沿った制度となるよう、住宅取得から補助金申請までに期限を設けるための見直しを行い、１５件の枠で運用していく。

【子育て世代包括支援センター事業】

妊娠期から就学前までの子どもとその保護者に対して、さまざまな相談に切れ目なく対応している。また、関係機関との連絡会議を定期的に行い、情報共有を図りきめ細かい支援を実施。

連絡会議　12 回／年　検討件数　延べ 87 件

【子ども医療費支給事業】

子どもの通院については15歳の年度末まで、入院については18歳の年度末まで保険診療による医療費の自己負担分を助成した。

【保育園・幼稚園におけるＩＣＴ化推進】

各園２台のタブレットに加え、各クラス１台ずつタブレットを導入した。園児の登降園管理システムに加え、連絡帳機能の活用を始め、業務の効率化も進めている。

【子ども食堂運営費補助】

子ども食堂を運営する団体を支援するため、運営費補助金を交付した。

令和５年度の交付団体数は７団体

【寺子屋にしお推進事業】

小学１年生から３年生までの児童を対象として、ふれあいセンター、寺院などの施設を利用し26小学校区中、14小学校区（12教室）で実施し、全教室で年間721日を開催し、延べ7,646人の児童が参加した。

今後の展開として、ふれあいセンター、寺院等の地域の施設を活用し、子どもたちの安心・安全な居場所を設け、子どもたちに学習や様々な体験・交流活動の機会を提供する。

【学校におけるＩＣＴ環境の整備と活用】

ICT 環境の活用における学校での状況報告を受けるとともに、令和７年度の一人一台端末の更新に向け、令和６年度から導入する機種やソフトウェアの検討を行っていく。

【学校と家庭をつなぐ連絡システムの導入】

令和４年度より学校・家庭・地域をつなぐ連絡システム「すぐーる」を導入・運用をしている。緊急時の連絡だけでなく、日々の欠席連絡にも対応をし、連絡システムとして効果的な運用をすることができている。令和６年度からイベント等のチラシの「デジタル配信」を実施する。

【生涯学習センター（仮）建設事業】

生涯学習センター（仮称）の建設について、デザイン案を選ぶコンペ方式による設計者選定競技を実施し、業者選定後、新築工事の基本設計を行った。

令和6年度に実施設計を行い、令和7～8年度に建設工事、令和9年4月の供用開始を予定。

政策目標指標

各年1月1日～12月31日

指標	基準値	目標値	実績値		
	R1	R7	R3	R4	R5
年間出生数【住民基本台帳登録】（※）	1,367人（H30）	1,400人（R7）	1,218人	1,102人	1,122人

（※）外国人の出生を含む

ＫＰＩ（重要業績評価指標）

各年3月31日時点

指標	基準値	目標値	実績値		
	R1	R7	R3	R4	R5
合計特殊出生率	1.54（H26～H30平均値）	1.58（R7）	1.44（R2）	1.45（R3）	1.31（R4）
出産祝い金の受給者数	1,286人（R1）	1,400人（R7）	1,216人	1,107人	803人
放課後児童クラブの待機児童数	32人（R1）	0人（R7）	0人	0人	0人
図書館貸出カードの登録率（18歳以下の子ども）	40%（R1）	60%（R7）	54.2%（人口はR4.4.1現在）	55.8%（人口はR5.4.1現在）	57.9%（人口はR6.4.1現在）
参加人数（マルチ・カルチャー・キャンプ in 佐久島）	0人（R2）	50人（R7）	0人	0人	0人
寺子屋にしお開設数	12教室（R1）	13教室（R7）	11教室	12教室	12教室

【基本目標３】『しごと』
地域の特色を生かした稼ぐ地域の形成と安心して働ける場を維持・拡大する
市内に十分な雇用の場があり誰もがいきがいを感じて働くことができるまちをつくります。

＜主な事業の令和５年度取組状況及び今後の展望等＞

【海外販路開拓事業】

タイのバンコクで行われた訪日旅行新フェア（ＦＩＴ）に参加し、西尾の抹茶を点てる体験を通して、プロモーションを行った。お茶文化のあるあるタイでは、抹茶は大変人気である、令和６年度以降は、旅行客のＰＲとともに事業者に対してプロモーションを行う。

【新規就農者等支援事業】

就農直後の経営確立を支援するために、令和４年度以降に経営開始した者には、経営発展支援資金として補助対象事業費の上限 1,000 万円（3/4 補助）及び経営開始資金として年間 150 万円を最長３年間交付し、令和３年度以前に経営開始した者には、年間最大 150 万円を最長５年間交付する。令和５年度は事業対象者 16 名に対し 26,745 千円を交付した。

【スマートアグリシティ西尾構想の推進】

JA 西三河きゅうり部会で取り組んだスマート農業を応用した技術をいちごへ横展開し、省エネ化による農業経営の安定や新たな担い手への ICT 技術を活用した技術継承を促進する。

【企業立地支援のための補助金等交付事業】

市内に工場等の新設又は増設をしようとする企業に対し、工場等建設奨励金（23 社 241,057 千円）、雇用促進奨励金（1 社　2,400 千円）、企業再投資促進補助金（1 社 113,344 千円）を交付した。

【企業立地プロモーション事業】

愛知県産業立地セミナーin 大阪(8 月)及び東京（11 月）に西尾市の立地促進パンフレットを配置することで、関西圏、首都圏の企業に本市の企業立地のＰＲをした。引き続き、地域経済の厚みづくり、地域に根ざした企業を増やすため、企業立地ＰＲを推進していく。

【中心市街地活性化事業】

官民一体となって「にしおまちなか未来ビジョン」を策定するとともに、策定過程での社会実験の実施等により多くの市民や団体を巻き込みながらまちなかにおける賑わい創出を図った。

【デジタル格差解消事業】

ソフトバンクとの包括連携協定に基づき、各地域包括支援センターでスマホ教室を実施（9 回）。取組状況：「シニアパソコン教室」や、誰でも参加可能な「生活に役立つアプリを学ぶスマホ講座」、子ども対象「プログラミン教室」などを

開催した。

今後の展開：市民ニーズを把握し、時代にあったＩＣＴ活用技術習得の場を提供できるよう、デジタル格差解消に向けた支援を行う。

政策目標指標

各年３月31日時点

指標	基準値	目標値	実績値		
	R1	R7	R3	R4	R5
製造業の従業者数（従業者４人以上の事業所）【工業統計】	40,950人（R1）	48,750人（R7）	40,500人（R2）	36,213人（R3）	33,850人（R4）

ＫＰＩ（重要業績評価指標）

各年３月31日時点

指標	基準値	目標値	実績値		
	R1	R7	R3	R4	R5
特産品による新商品開発数（累計）	11件（R1）	16件（R7）	13件	13件	14件
東京での物産展における西尾市の認知度	42%（R1）	50%（R7）	42%（R1）	56.3%（R4）	56.3%（R4）
事業承継支援実績（累計）	15件（R1）	27件（R7）	10件	10件（R3）	11件
展示会出展数（累計）	50件（R1）	65件（R7）	2件	2件	6件
販路拡大の商談数（累計）	70件（R1）	90件（R7）	11件	11件	26件
創業支援事業に基づく創業者数（累計）	79人（R1）	140人（R7）	25人	25人（R3）	16人

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生拠点整備タイプ）実績一覧

事業名	事業概要	事業経費（円）	事業経費内訳（円）	指標	指標値	実績値 （6年3月末時点）	実施内容	事業評価	今後の方針
スポーツを核とした健康まちづくり促進のための拠点施設整備計画	プロスポーツをはじめとした大規模大会を誘致できるよう西尾市総合体育館の観客席を増設し、大規模大会、広域大会等のイベント誘致を行い観戦者を増加させ、市外からの来訪人口を増やす。 本施設は国道23号（岡崎バイパス）のＩＣから車で約２分の立地であることから、この開催に合わせて同バイパス沿いの道の駅「にしお岡ノ山」と連携し大会とのコラボイベント企画等を行うことで、道の駅にも来訪者を誘導することができ、特産品のＰＲ及び消費喚起を促すことができる。このような観光資源を組み合わせたスポーツツーリズムを作り出すことで観光入込客数の増加や知名度の向上につなげる。 また、トップレベルの大会を観戦することで市民のスポーツに対する関心を高め、スポーツ実施率の向上につなげ、体育館の利用率の向上と市民の健康寿命の延伸を図る。	142,230,000	工事請負費 移動観覧席設置工事　105,600,000 備品購入費 移動観覧席製造　36,630,000 計　142,230,000	西尾市総合体育館の利用者数 国内トップレベルの大会開催数	20,000人 1回	77,541人 2回	総合体育館メインアリーナにおいて、大相撲西尾場所、卓球Ｔリーグ西尾大会、Ｖリーグ DIVISION1女子の試合を実施した。	交付金により設置した移動観覧席を活用すべく、国内トップレベルの大会を実施させることが出来た。また、西尾市総合体育館の利用者数を増加させるため、大会のみならず大相撲西尾場所など、イベントの開催をすることが出来た。	施設の利用者数を増加させるため、今後も国内トップレベルの大規模大会を誘致に努めていきたい。

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）実績一覧

事業名	事業概要	事業経費（円）	事業経費内訳（円）	指標	指標値	実績値 （6年3月末時点）	実施内容	事業評価	今後の方針
西尾の魅力発信によるモノづくり企業の競争力強化事業	本市の製造業の大宇分を占める自動車関連産業で大変革期を迎えていることや、市内の中小企業の新卒の確保が非常に難しい状況となっていることなどから、変化に強い強靭な産業基盤を目指すことと、市内における十分な雇用の創出を図ることを目指して、「西尾の魅力発信によるモノづくり企業の競争力強化事業」を展開する。	14,458,350	展示会共同出展運営管理業務委託料　5,849,800 展示会出展補助事業　1,500,000 消費者向け製品開発促進事業　3,960,000 「ローカルではたらこう」運営事業委託料　1,850,000 「ローカル就活ガイド」印刷費　1,298,550	人材マッチング件数 販路拡大の商談数 企業立地件数	10 25 8	36 33 5	①展示会共同出展運営管理業務委託料 東京ビックサイトで開催された大型展示会「第16回オートモーティブワールド」に市内のものづくり企業４社と共同出展した。 ②展示会出展補助事業 事業者が展示会に出展した際の費用の一部を補助した。 ③消費者向け製品開発促進事業 モデル企業を２社募集し、商品開発、プロダクトデザイン、マーケティング、クラウドファンディング出品まで伴走支援し、その成果や取り組み事例を市内企業に向けた報告会を開催した。 ④「ローカルではたらこう」運営事業委託料 学生等を対象に、市内の飲食店で、市内企業の経営者や人事担当者が自社の強みなどについてプレゼンし、企業の思いを直接伝える場を設けけ、加えて、学生等の思いも企業に伝えることで、「思いの共有・共感」を作り出し、効果的なマッチングを図った。 ⑤「ローカル就活ガイド」印刷 市内の企業の魅力をダイレクトに伝えるための冊子を作成し「二十歳の集い」や市内の高校に配布した。	①３日間の展示会で、７９３名という非常に多くの方が、西尾市ブースに来場され、契約などに発展した案件および商談中の案件を合わせ１６件におよび、販路拡大につながる内容となった。 ②６企業に対して補助金の交付を行い、今後の販路拡大につながる内容となった。 ③実施した事業者から、一般消費者向け製品開発・販売に関するノウハウ獲得だけでなく、試行錯誤しあきらめずに探求することを通じて、社員の成長につながったという評価を頂いており、当初の目的以上の成果につながった。 ④堅苦しい感じもなく参加した大学生から好評であった。 ⑤企業の魅力をコンパクトにまとめて、雇用の創出につながる魅力ある内容の冊子となった。	税収及び雇用の維持・拡大、地域産業の活性化を図るため、企業誘致・留置につながる本事業に継続して取り組んでいく。 また、事業支援にかかるものは現在、ニコラボ（中小企業支援事業、中心市街地活性化事業の拠点）にて引き続き支援している。

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）実績一覧

事業名	事業概要	事業経費（円）	事業経費内訳（円）	指標	指標値	実績値 （6年3月末時点）	実施内容	事業評価	今後の方針
スポーツを核とした健康まちづくり事業	②フルマラソン大会等の開催による健康づくり事業 生活習慣病のリスクが低い方に対して、運動習慣を身に付けてもらい生活習慣病を予防できるよう、ポピュレーションアプローチの一環として、また、本市が健康づくりのまちとしてＰＲしていくためのシンボル的イベントとしてフルマラソン大会を開催する。大会は市内外からの一般参加が可能で、かつ、県内では現時点で本市のみの開催となる男女同時参加の公道を使用したフルマラソン大会として開催する。開催は、民間団体と連携した実行委員会を設立し進めるとともに、大会の開催に合わせて、地元商工業団体と連携し、県内外から訪れる大会参加者に西尾市の地場産品等のPRを行い、市内消費の増加を図る。	140,299,482	補助金 140,299,482 【予算額の内訳と返還額】 前年度からの繰越明許費 156,410,000 令和5年度予算額 3,350,000 返還額 19,460,518	市民マラソン参加者数 市外からのマラソン参加者数	1,100人 4,400人	985人 5,029人	第2回大会は、フルマラソンの部5,140人、5kmの部508人、2kmの部366人がエントリーし、令和6年1月に開催。雨が降り続く悪天候であったが、多くのボランティアの声援もあり、完走率は95%に達し、ランナーサイトの総合評価も80点を得ることができた。	交通安全上の問題が多かった第１回大会のコースの見直しに取り組み、市街地の交通渋滞を緩和し、より豊かな自然を感じられるコースとなった。市内からは985人の参加があり、本市の健康づくり寄与するとともに、県内（市内を除く）からは4,116人、県外からは913人の参加があり、市の地場産品等のPRを行うことができた。	今後は、マラソンコース・交通規制などの市民への周知を徹底することで、マラソン大会の定着化を図り、市民の協力を得られるよう努め、市全体での機運を盛り上げ、参加者増加につなげていきたい。 また、ランナーニーズにあったコースの見直しに取り組み、沿道の観光地や特産品のPRを図るとともに、参加者のための宿泊プランの拡充や「にしおマラソンの出走権」をふるさと納税の返礼品とすることを検討していきたい。

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進交付金）実績一覧

事業名	事業概要	事業経費（円）	事業経費内訳（円）		指標	指標値	実績値 （4年3月末時点）	実施内容	事業評価	今後の方針
スポーツを核とした健康まちづくり事業	スギ薬局と連携し、企業等における健康診査などにおいて、健康上のリスクのある人（特定保健指導の対象者及び対象にならないがリスクの高い人）を対象に、市内の温泉や抹茶等の食の資源を活用した健康プログラムを企画開発する。また、企画開発したプログラムを組み込んだモニターツアーを実施し、プログラムの検証と改善を図るとともに、観光事業者と連携して健康ツーリズム商品として販売拡大を目指す。	1,000,780円	コンテンツ制作費	546,000	健康ツーリズム参加者数	55人	34人	民間企業と連携を図り、生活習慣病予防を目的として、市内の温泉旅館（吉良温泉）にて健康体操や健康料理の提供など健康指導を行うプログラムを開発。令和3年度、モニターツアーを実施し、その際、行ったアンケートや健康経営を推奨する企業から収集した意見をもとにツアーコンテンツのブラッシュアップを図り、ツアー販売を実施した。ツアーの浸透を図り、健康経営企業に積極的に取り入れてもうらため、一部ツアー料金を補助して販売した。ツアーコンテンツは、吉良温泉の効能の説明・入浴や食事指導の他、市内の観光資源を活かし、豊かな自然の中を散策しながら好きな場所で自ら抹茶を点てて飲む野点を取り入れ実施した。 ・健康ツーリズム事業補助 750,000円	民間企業であるスギ薬局と連携したツアーを計画したことにより、スギ薬局の持っている健康相談のノウハウや健康機器を活用することができた。また、吉良温泉と連携し、温泉特有の環境を活用することで入浴・食事や散策などから行動変容を促すプログラムをブラッシュアップさせ、「西尾らしさ」をツアーに組み込みたいと考え、抹茶の野点を取り入れた。このことから、健康食でものある西尾の抹茶や自然豊かな景観が売りの吉良温泉のＰＲにつながるとともに、手軽に楽しむことができる抹茶の野点体験などを組み込むことで、「リフレッシュ体験」と「健康増進」を併せ持つプラグラムを作成することができた。	健康経営に力を入れている企業において、健康経営や福利厚生の一環として、造成したツアーを活用していただけるよう積極的にＰＲを行っていく。また、新たなコンテンツを洗い出すことで新商品の開発につなげる。 全国の旅行代理店等が集うエキスポツーリズム展等に出展し、健康ツーリズムに関心を持つ企業へ積極的なPRを行うとともに本市のツアーのニーズ調査を実施する。
			健康ツーリズム広告宣伝費	361,780						
			健康ツーリズム参加者助成費	93,000						

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）実績一覧

事業名	事業概要	事業経費（円）	事業経費内訳（円）		指標	指標値	実績値 （6年3月末時点）	実施内容	事業評価	今後の方針
eスポーツを活用した地域活性化事業	新たなスポーツコンテンツとしてeスポーツを活用し、観光振興を図るとともに、地域課題を改善することを目指す。具体的には、eスポーツ大会の開催等を通じて、本市を訪れるプレイヤーや愛好家、見学者を増やすなど交流人口の拡大、 誰もが気軽に楽しめる環境を整備し、まちの活力や交流を生み出す。また、ユニバーサルスポーツでもあるeスポーツを活用して、外国にルーツのある子どもたちが参加できる活動の場を提供し、多文化共生を推進する。そのほか、脳の活性化が期待できる高齢者向けのプログラムを提供し、高齢者を中心とした健康寿命の延伸や障がい者スポーツの推進を図り、誰もが暮らしやすいまちづくりを目指す。	23,989,020	企画及び実施計画の策定	3,300,000	eスポーツイベント・大会の参加者数	400人	2,320人	【多文化交流プログラム】 外国にルーツを持つ生徒が多く在籍する県立一色高等学校定時制や多文化ルームKIBOUと連携し、多文化交流プログラムを実施。 【健康プログラム】 シルバー人材センター、特別養護老人ホームと連携し、フレイル予防とデジタルデバイドの解消を目的としたプログラムを実施。 【eスポーツイベント】 令和5年10月22日に、体を動かして遊ぶＡＲイベント「デジタルパーク」を、11月10日には、忠臣蔵サミットと連携したeスポーツ交流会を、12月16日には、ぷよぷよテトリスのチャンピオンシップ大会を実施。	県立一色高等学校の多文化交流プログラムでは、普段、交流が少ない定時制と全日制の交流を図ることができ、コミュニケーションツールとしてのeスポーツの効果の高さを感じた。 健康プログラムでは、高齢者でも楽しめる太鼓を叩くゲームを使用し、eスポーツへの理解、認知度を高めることができたとともに、高齢者層への今後の展開の可能性を感じた。 eスポーツイベントにおいては、テレビゲームソフトを使用し行うeスポーツ大会よりも、身体を使って楽しむeスポーツイベントの方が集客力があり、来場者の満足度も高いことが分かった。	２年目にあたる令和５年度は、eスポーツを活用した市外の団体、グループとの交流を事業目的としており、忠臣蔵サミット加盟団体とのeスポーツ交流イベントや、市内外の企業・団体を対象にしたeスポーツ大会を実施した。令和６年度は、2026年に愛知での開催が予定されているアジア競技大会を見据え、競技人口の多いソフトを採用するとともに、国内外で活躍するトッププレイヤーを招請し、スポーツツーリズムによる観光誘客を目的とした事業設計に取り組んでいく。
			実証プログラムの実施運営	2,200,000	eスポーツ実施グループ・団体数	7団体	7団体			
			eスポーツイベント開催運営	18,489,020	eスポーツプログラム開催回数	20回	21回			
					eスポーツプログラムへの高齢者・障害者・外国人の参加者数	80人	101名			

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）実績一覧

事業名	事業概要	事業経費（円）	事業経費内訳（円）	指標	指標値	実績値 （6年3月末時点）	実施内容	事業評価	今後の方針
デジタルマーケティングによる観光プロモーション事業	多くの旅行者が旅先で行う情報収集や予約行動は、インターネットを活用し行っている現状から、旅行者のニーズをより的確に把握し、効率よく消費行動などにつなげるため、デジタルを戦略的に活用する事業を展開する。訴求力の高い観光コンテンツを組み込んだ動画を作成し効果的かつ効率的な広告配信を行うとともに、動画広告等に対する視聴者の反応やニーズ等を可視化するための調査分析を行い、そこから得られた結果を今後の観光施策にフィードバックすることで、観光事業の精度をさらに高めていく。	24,999,700	国内外で活躍するトップクリエイターによる動画制作　7,999,700	本事業で造成したツアーの参加者数・宿泊者数	－	－	【動画製作】 ディスティネーションとしての認知度を嵩上げするため、トップクリエイターを起用し、西尾市の魅力を感じられる動画※を24本制作した。 ※内訳 YouTbe用横型動画6本、SNS用縦型ショート動画18本を制作 【動画広告配信】 以下のターゲット※に対して、Youtube及びMetaを媒体とした動画広告配信を行うとともに、視聴者の属性を刈り取り、ニーズ調査を行った。 ※ターゲット 国内／愛知,岐阜,三重,長野,滋賀,奈良,東京 国外／韓国,台湾,香港,タイ	国内外で動画広告配信を行い、西尾市が有する多くの観光資源のうち、グルメ（特にうなぎ）の訴求力が最も高いことが分かった。 ターゲットの反応については、国内においては、「愛知県」、国外については、「タイ」、「台湾」の反応が良く、国内外ともに、横型動画に比べ、縦型動画の流入（クリック率）が高かった。 また、国内における観光需要は、ゴールデンウイークのある５月、夏休みのある８月が最も高いことがわかったため、今後は、４月から７月にかけて、積極的なプロモーションが必要。	事業初年度の令和５年度は、西尾市が有する観光資源のうち、観光市場のニーズにマッチしたコンテンツを可視化するためにテストマーケティングを実施。その結果をベースに、令和６年度は、実際に誘客に繋げるためのツアーイベントを造成するとともに、うなぎや抹茶を始めとした「グルメ」を主軸に、アクティブユーザーが多い縦型動画（主にMeta）を中心とした動画広告配信を平行して実施し、より一層の観光誘客を促進していく。
			動画プロモーションによる魅力発信とアクセス情報の分析　10,000,000	SNS広告等からの本市観光ページへのリーチ数	100件	406,417件			
			マーケティングリサーチ　7,000,000	YouTubeにおける動画再生回数	10万回	15,363,025回			
				首都圏における本市の認知度（アンケートにより実施）	40%	－			