

地方創生交付金事業 効果検証結果一覧

事業名 (H30年度実績額) (計画期間)	重要業績評価指標 (KPI)				事業概要及び成果	効果検証結果	
	指標	目標値	実績値	達成度		事業効果(基準)及びその判断理由	今後の方針及びその判断理由
諏訪圏6市町村による SUWAブランド創造事業 (5,816,000円) (H29～R1年度) ※H28工業統計調査確報値	新技術・新製品等開発件数	40 件	28 件	70.0%	「ものづくり技術の高度化と人材育成」 1諏訪地域のものづくり技術を生かした新事業進出支援 (1)小型ロケット製作を通じたものづくり技術の高度化と人材育成 ・CFRP等の新素材の加工・接合技術を確立し、新たな仕事を確保する H30年度参加人数19名 (2)医療・ヘルスケア機器分野への参入に向けた人材育成 ・これまで培ってきた高度な精密加工技術をさらに成長・発展させることによる医療機器等の成長産業への参入促進 研究会登録人数123人 2工業と商業等が一体となった「SUWAブランド」の確立 (1)域内ものづくり企業製品の出張展示 ・商談会の開催 ・高度な精密加工技術の情報発信による成長産業等の新規受注確保、域外人材の呼び込み 新技術・新工法展示商談会inおおさか(2019.2.19)、出展:67社、来場:378名	「地方創生に相当程度効果があった」 (※目標値を上回ることはなかったものの、目標値を相当程度(7～8割)達成したなどの場合) ・KPIについては目標値を下回っているが、製造品出荷額等以外では前年実績を上回っており製造品出荷額等も前年比で微減(99.1%)である。 ・小型ロケット制作を通じてや基幹病院との「ひと」の交流も前年度より活発で、小型ロケットについては今年度から小中学生を対象に自分で制作した模型ロケットの打ち上げや、ロケットデザインも一般から募集するなどした。基幹病院とは協同し課題解決を図っている。 ・また「SUWAブランド」の確立では、初めて大阪で展示商談会を開催し、来場者の8割から求めている技術や展示があったことや高レベルの加工技術に評価をいただき、実際に商談成立した案件もあり、諏訪地域外から「しごと」を呼び込むことができています。	「事業の継続」 今後諏訪地域が生き残っていくためには、航空宇宙や医療ヘルスケア分野などの成長が見込まれる産業への進出は重要である。中でも航空宇宙と医療ヘルスケア分野は高度な技術が必要とされ、対応する人材も相応の技術や知識を求められるため、そのための人材育成は必要不可欠になってくる。人材育成は短期間でできるものではなく可視化も難しいが、継続して取り組むべき事項である。
	人材育成関連事業への参加人数	897 人	628 人	70.0%			
	展示会・商談会における商談成約件数	45 件	35 件	77.8%			
	製造品出荷額等	6,600 億円	※ 5,516 億円	83.6%			
SUWAクリエイティブシティ化 戦略事業 (24,636,000円) (H28～H30年度)	SUWAプレミアム売上額	15,000 千円	14,799 千円	98.7%	1SUWAプレミアム販路創生事業 ○フラグシップショップのリノベーション ・平成26年のオープン以降、丸5年が経ったことから改装、リニューアルオープンイベントで多くの集客となった。(2019.3.17 ガラスの里来館約1,400人) ・ガラスの里での売上げトップ3 ①SEEK SPL(単眼鏡) ②スリッサー(鼻毛カッター) ③オイルヒーター ○東京国際ギフトショー出展(2019.2.12-15) ・東京ビックサイトにおいて3ブースの出展を行った。 商談成立件数:7件 商談継続件数:28件 2SUWAデザインプロジェクト ・首都圏クリエイティブ人材と諏訪地域事業者をつなぎ、技術・商材・サービスの価値を専門家の視点で再定義し、ブランディング、クリエイターコラボレーション、プロモーションを行った。 3新商品・新サービス開発支援 ・新商品・新サービスを生み出す具体的な取組みに対し、上限100万円まで事業費の2/3を補助(産業連携補助金)。8者、合計584万円の申請を採択。	「地方創生に相当程度効果があった」 (※目標値を上回ることはなかったものの、目標値を相当程度(7～8割)達成したなどの場合) ・ブランドの売上額は、平成29年度には1636万円であり、平成30年度目標値は超えていたものの、平成30年のふるさと寄付の認定商品の大規模解除による影響と冬季の御神渡りがなかったことにより、影響を受けた。 ・SUWAデザインプロジェクト、産業連携事業補助金からの新商品開発が順調に進んでおり、今後も新商品新サービス創出と売り上げへの貢献が期待できる。	「事業の継続」 参加事業者については、精密加工製造業からIoT、サービス業等にも徐々に広がりを見せている。新しい産業へのチャレンジという面において、産業連携事業補助金と当室の活動は展開ツールとして大いに機能している。事業者連携の中には新商品の開発の枠を超えて「まちづくり」の動きをするなど、自主的な活動が始まっている。
	SUWAクリエイティブシティ化戦略参画事業者数	140 者	280 者	200.0%			
	新商品・新サービス創出件数	24 件	29 件	120.8%			
「諏訪の国」ブランド展開と 観光推進組織基盤創生事業 (11,644,000円) (H29～R1年度)	諏訪6市町村観光地利用者延数	13,800,000 人	12,917,600 人	93.6%	1観光地域ブランド・新たな観光スタイルの展開 ①諏訪の国観光スタイルのモデル商品化 ・諏訪地域内への宿泊と体験をセットにした「ハケ岳生とうもろこし収穫体験」付宿泊プランを楽天トラベル等のOTAで販売(予約実績:411人泊) ・東京インターナショナル・ギフトショー出展 ブース来場者:約1,200人 地元事業者と連携し、地産品を軸に大手小売店バイヤーへPR ②諏訪の国ブランドの地域内外への発信 ・諏訪の国ブランド第1号認定式の開催(於:銀座ビストロバーンヤード) ハケ岳生とうもろこしの試食、特別メニューの披露、模擬収穫体験 ・諏訪の国開国フェスの開催(於:茅野市民館) 来場者:約2,000人 6市町村長による開国宣言、飲食ブース出店、地産品販売、フォーラム 2有望ターゲットへの継続的な情報発信 ①SNSを活用した情報発信 ・諏訪の国公式アンバサダー(100人)の導入と、SNSによる情報発信 ・カメラガールズ連携セミナーと現地撮影会の実施 ②海外マーケットに向けた情報発信 ・インバウンド商談会「Visit Japan Travel & MICE Mart」への出展(東京・新潟・神戸)、交流会での諏訪八蔵地酒ブース出展 3自主的な地域観光の推進体制・組織の検討 ・観光推進組織基盤創生に向けた検討会の開催 ・諏訪広域観光シンポジウムの開催(於:諏訪市文化センター) ・諏訪観光ナビWEB改修及びデータベース整理によるWEBメディアの環境整備	「地方創生に相当程度効果があった」 (※目標値を上回ることはなかったものの、目標値を相当程度(7～8割)達成したなどの場合) 「ハケ岳生とうもろこし収穫体験」付宿泊プランの予約実績は411人泊で、メディアにも取り上げられ、来訪機会の拡大を図ることができた。また、諏訪の国公式アンバサダーの募集や、諏訪の国開国フェスの開催は、民間主導で地域の事業者や住民を巻き込んだ展開ができた。	「事業の継続」 諏訪の国アンバサダーのSNSによる一般消費者への直接的な情報発信と、諏訪の国ブランド認定制度の活用、海外マーケットとの接点拡大の取り組みを継続するとともに、中心となって活動している地域の民間事業者の育成につなげ、持続可能な体制整備に取り組む必要がある。
	諏訪6市町村観光地利用者宿泊客数	3,000,000 人	2,840,700 人	94.7%			
	観光地域ブランド「諏訪の国」ロゴ使用申請数	31 件	35 件	112.9%			
	諏訪6市町村観光消費額	37,627,170 千円	35,783,428 千円	95.1%			
まちの魅力と地域の絆の再発見！ 市民待望の駅前活き活きプロジェクト (130,171,500円) (H30～R2年度) ※供用開始前につき目標・実績ともH29数値	上諏訪駅周辺市街地人口の社会増 ※令和元年度供用開始	0 人	0 人	-	1地元住民、商店街関係者、観光事業者と連携し賑わい創出に向けた機運づくり ・近隣商店街や地元住民、広く市民に向けて以下の機運醸成に関する取組を進め、駅前再開事業の理解者を増やしオープン後の施設利用者獲得に繋げる。 ①「上諏訪駅前今昔物語」と題し、工事用の仮設囲いに写真を転写し、駅前の歴史を貴重な写真で振り返ることで、当時を懐かしむとともに、今後の開発に期待を寄せてもらう。 ②地元商業会等が実施しているアイスキャンデル開催時にのぼり旗を設置し、ティッシュペーパーを配布。公用車には施設オープンを告知するマグネットシートを貼付。 ・地元住民との連携促進、協力体制構築のため地元商業会と意見交換を実施。 2運営委員会の活動経費 ・公共スペースの運営面について意見を聞く「駅前公共スペース運営検討委員会」を設け、全8回開催。委員には子育てや社会教育などの分野から市民4名を委嘱。 3公共スペース整備負担金 ・「あつまる!」、「つながる!」、「はじまる!」をコンセプトとした、多世代・多機能・多目的に利用することが可能な活動拠点「諏訪市駅前交流テラスすわっちゃオ」の整備。 ・公共スペースはイベントスペース、キッズコーナー、調理研修室、和室、バンドスタジオ、コワーキングスペースなどの施設機能を持ち、様々な用途の利用に供することで、多くの人が集まる賑わい創出の場とするほか、人的・経済的な交流により、新たな取組や新ビジネス創出を促進する場とする。	「地方創生に効果があった」 (※目標値を上回ることはなかったものの、事業開始前よりも改善したなどの場合) 上諏訪駅前今昔物語等関連事業の実施や運営検討委員会の開催、地元商店関係者との意見交換により、賑わい創出に向けた機運づくりや市民の意見を取り入れたすわっちゃオの運営検討等を行うことができた。また、すわっちゃオの内装・備品整備を予定通り進め、地元住民や商店街関係者と連携し駅前を拠点とした賑わい創出に取り組む基盤を整えることができた。	「事業の継続」 市民の意見を取り入れて整備した公共スペース「駅前交流テラス すわっちゃオ」について、地元住民や商店街関係者と連携し駅前を拠点とした賑わいを創出の場とするほか、人的・経済的な交流による新たな取組や新ビジネス創出を促進する場としていく。また、高校生などが気軽に集まり利用できる場としていくことで若い世代との交流拡大にもつなげていく。
	観光客数(上諏訪温泉、諏訪湖)	3,453,760 人	3,469,985 人	100.5%			
	コワーキングスペースを含めた創業支援件数	15 件	26 件	173.3%			
	上諏訪駅乗客数	※ 1,587,750 人	※ 1,587,750 人	100.0%			