

地方創生交付金事業 効果検証結果一覧

長野県諏訪市

交付金の種類	事業名	重要業績評価指標 (KPI)				効果検証結果			
		指標	目標値	実績値	達成度	事業効果	判断理由	今後の方針	判断理由
地方創生加速化 交付金	SUWAクリエイティブシティ化戦略事業	産業連携プロジェクト参画事業者数	120 者	195 者	162.5%	①地方創生に非常に効果的であった	・目標に対する実績は優良であり、まだまだ地域には新たな商品を開発を望む事業者の需要が存在する。 ・数字上で見えない実績として、別プロジェクトの事業者同士が新たな連携を模索する等の事例もあり、企業連携の活性化につながっている。	①追加等更に発展させる	・下請けメーカーからの脱却、あるいは地域の特性の新商品開発による類似品との差別化、商品の開発にとどまらず、ライフスタイルの提案といった前向きな考えを持つ事業者は多く、本事業によるサポートは、事業者の創造性を引き出すツールとして需要は大きいと考える。
		産業連携プロジェクト地域外参画事業者数	13 者	23 者	176.9%				
		「SUWAプレミアム」取扱商品数	120 点	131 点	109.2%				
		新商品・新サービス創出件数	12 件	14 件	116.7%				
	諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業	研究会参加者数	30 人	28 人	93.3%	②地方創生に相当程度効果があった	・諏訪地域のものづくり技術を生かした新事業進出支援では小型ロケット製作や基幹病院との交流などにより、今後につながる成果が生まれるとともに、今後の取り組むべき方向性がみえてきた。 ・「新技術・新工法展示商談会」Jin三菱重工の開催では商談成立4件、試作依頼2件、見積り・図面検討12件などの成果が生まれるとともに、この展示会をきっかけに、航空宇宙分野での連携支援プロジェクトをスタートすることができた。	③事業の継続	・成長分野と言われる航空宇宙産業・医療ヘルスケア産業への新参入のためには技術の高度化に対応できる人材の育成が不可欠であり、こうした人材育成は短期間でできるものではなく継続して人材育成を行っていく必要がある。
		セミナー参加者数	140 人	196 人	140.0%				
		新製品開発件数	30 件	26 件	86.7%				
		展示会における商談契約件数	35 件	30 件	85.7%				
	御柱祭の知名度活用による諏訪エリアの長期滞在型観光創生事業	産業別従事者数(宿泊業飲食サービス) ※平成31年経済センサスによる	11,000 人	数値なし	-	③地方創生に効果があった	・御柱祭の知名度活用により、新たなアプローチによる諏訪の魅力発信に取り組んだ。4K技術によるプロモーション映像は、地方自治体の「絶景」PR動画5選に選出され、諏訪エリアに接点の無いターゲットに対して映像からWebへの誘導が図られた。また、新たに制作したパンフレット『すわ「結び」たび』では、諏訪地域内にある様々な地域の魅力や人とのコミュニケーションを楽しみながら旅するといった滞在方法を提案し、滞在周遊型観光の実現に向けた情報発信ができたため。	①追加等更に発展させる	・構築したブランド「諏訪の国」の認知拡大とブランド活用に向けた取り組みが必要である。また、首都圏での発信については、旅行博のような一時的な情報発信に留まらず、コアターゲットに向けた定期的なプロモーションによる、来訪契機や交流意欲を醸成する取り組みも必要であるため。
		移住交流(地域しごと支援センター)推進事業	圏域移住相談窓口相談者数(延人数)	100 人	179 人	179.0%	①地方創生に非常に効果的であった	・移住相談窓口(諏訪圏移住相談センター)は、平成28年6月にオープンし、10か月間で目標値としていた相談者数(延べ人数)100人を上回る179人(達成度179%)の相談対応に応じることができた。 ・現在、移住には結びついていない移住相談者にも継続的に連絡や情報提供を行うことで、今後、移住に結び付くものと期待される。	③事業の継続
DMO設立に向けたビーナスラインを基軸とした広域観光事業	沿線観光地延利用者数	9,000 千人	長野県集計中	-	③地方創生に効果があった	・本年作成した広域ビジョンは、GPS調査等から地域の状況と課題を分析し、今後の方向性を提案することができており、このビジョンを活用しながら地域活性化を目指すことができる。 ・研修・セミナー参加者数は、H28目標値を大幅に上回る参加者を集めることができた。広域ビジョン策定におけるワークショップも含めて、観光案内職員や事業者が、地域の課題に対し積極的に取り組む姿勢がみられるなど、課題解決に向けた意識醸成が図られている。 (沿線観光地延利用者数、沿線観光消費額は、長野県集計中のため、評価外とした。)	③事業の継続	・平成29年度は、平成27年度の基礎調査事業、平成28年度に策定した広域ビジョンに基づき、この地域の本質的な価値を守り、育て、活用しながら、将来に向けてありたい姿を目指す初年度とし、地方創生推進交付金により整備したツールを最大限用いて広域連携のメリットを活かした事業を展開する。 ・なお、平成29年度からは地方創生推進交付金事業ではなく、各市町村からの負担金で事業継続とする。	
	沿線観光消費額	29,410 百万円	長野県集計中	-					
	研修・セミナー参加者数	30 人	260 人	866.7%					
	お勧めドライブルート造成	1 件	5 件	500.0%					
地方創生推進 交付金	SUWAクリエイティブシティ化戦略事業(SUWAプレミアム販路創生)	SUWAプレミアム売上高	10,000 千円	15,724 千円	157.2%	①地方創生に非常に効果的であった	・すべての実績が目標を上回る成果が出ている。インターネットTVは全6回の放送に対し、再生数は7500回以上、ラジオ公開放送においては諏訪地域以外の県内北信、東信、中信、南信からも含め、約400名の集客が得られた。公開放送後は土日の集客数が増加している。東京で行われた展示会では大手家電量販店にて商品納入が決定するなど県外へ販路拡大した。	①追加等更に発展させる	・メディア活用によるブランド発信は一定の効果を得ているものの、市内外におけるブランド認知はいまだ十分といえず、引き続き発信力の強化が不可欠である。また、販路拡大においても安定的かつ複数商品の販売に至るよう、継続的な後押しが必要と考える。
		SUWAクリエイティブシティ化戦略参画事業者数	120 者	195 者	162.5%				
		新商品・新サービス創出件数	12 件	14 件	116.7%				