

地方創生交付金事業 効果検証結果一覧

令和3年9月末

事業名 (R2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
モノづくり集積地SUWAの ヒトづくりプロジェクト (SUWAモノ・ヒト プロジェクト) (6,134,000円) (R2~4年度)	NPO諏訪圏ものづくり 推進機構を介した ビジネスマッチング 件数	50 件	38 件	76.0%	1. SUWAブランドの普及・高付加価値化事業 ・地域商社機能の設けるための検討、基盤整備 ・市場を理解し売れるものづくり手法や効果的なホームページ作成方法、航空・医療 ヘルスケア・環境等成長産業分野への参入、技術力を活かした製品開発等を学ぶ稼 ぐ力の向上のための人材育成・勉強会等の開催 ・地域内外への受注獲得支援や展示・商談会の開催等によるビジネスマッチング支援 オンライン展示・商談会アクセス1,828件(R3.2.26現在) ・SUWAブランド(小型ロケット製作を通じて得られた技術等を含む)の知名度向上に 向けた広報 ・地域内の大学・高校等と連携した域内企業等の情報発信 ・航空・医療ヘルスケア・環境等成長産業等に関するシーズ・ニーズマッチング強化 に向けた関東経済産業局等との連携体制構築 等 2. 関係人口の創出とものづくり人材の育成・確保事業 ・若年層向けのキャリア育成プログラム及び教材等の開発、実施(広域的なものづく り機会・学習機会の創出) ・大学等と連携した地域内企業へのインターンシッププログラムの整備 ・県内大学生等の小型ロケット製作等への参加による諏訪圏企業のPR及び就職検討の 場提供 ・諏訪圏外在住者の小型ロケット製作等への参加に向けた基盤づくり ・小型ロケット製作等による技術力向上、新素材の加工技術、IoTの基盤となる通信 技術・計測制御技術の習得等を通じた提案型技術者の育成 ・関係人口等の創出に向けた若年層等を対象としたロケットに関するイベントの企画 検討 等	【地方創生に効果があった】 ※目標値を上回った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 KPIについては、「新卒・第2新卒者(UIJターン 含む)等の地域内企業への就職者」は目標を上 回ったが、他のKPIについては目標値を下回って いる。要因として感染症の影響によるところが大 きいが、事業効果としてはKPIには反映できない 一定程度の効果があると考えている。例えば、小 型ロケット製作では、ハイブリッドエンジン(新 規の構造、新燃料)の高度化やオートクレーブを 活用したCFRP(炭素繊維強化プラスチック)の成 形技術の習得を行い、諏訪圏における精密加工技 術・宇宙産業の技術力向上につながっており、ま た小中学校でのモデルロケットの作製や打ち上げ 等を通じ、モノづくりの楽しさや宇宙工学への興 味が芽生え、諏訪圏域への就職促進が図られるこ とを期待する。	【事業内容の見直し(改善)】 小型ロケット製作を通じた提案型技術者の 育成では、個別技術の高度化等、技術力の 向上は図られたものの、習得した技術力を 応用した新たな製品開発や販路拡大につな げる営業力の向上にまでは進んでいない。 また、医療・ヘルスケア分野参入支援で は、収集・抽出した課題解決を企業連携で 取り組むことにより課題解決の手法を学ぶ とともに、高度な精密加工技術の応用によ り医療現場のニーズを解決することで、ビ ジネスの創出へ結びつける必要がある。 感染症の影響も予想されるなか今後の事業 展開においては、個々の事業を有機的に連 携させ、販路開拓支援、シーズ・ニーズ マッチング支援、魅力創出・発信を通じ、 若年層を呼び込める一体的な施策を講じる 「地域商社機能」の構築も必要と考える。
	若年層を対象とした 事業の参加人数	700 人	206 人	29.4%			
	新卒・第2新卒者 (UIJターン含む) 等の地域内企業への 就職者	60 件	210 件	350.0%			
	粗付加価値額	2,325 億円	※R3確定予定	-			
	新型コロナウイルス感染症 感染拡大の影響	・次世代の人材を育成することを目的とし、小中学生等対象のモデルロケットワークショップは、感染症の影響により例年に比べて開催回数が減少した。今後、感染症の状況を注視しつつも、小中学生へもの づくりの楽しさを伝え、諏訪圏域の企業への就職を視野に入れたキャリアデザインが描けるよう取組の必要がある。 ・トヨタの「新技術・新工法展示商談会」は、オンライン展示・商談会に切り替えて開催。HPへのアクセス数は1,828件(2月26日現在)となっている。対面方式展示会に比べるとビジネスマッチング件数は低 調ではあるが、今後Webを通じた商談が進展することも予想されることから、企業のデジタル化といった新たな対応が求められる。 ・病院連携による医療・ヘルスケア分野参入支援事業は、病院内へ立入制限等大きな制約を受けたが、Web分科会開催等により実施。新たな課題として、アイソレーションガウンへの取組や脱炭素社会への実現 に向けた環境分野での取組があげられており、令和3年度は次のステップへつなげていく。 ・コロナにより新たな課題が顕在化された部分もあり、各企業の自己変革力が一層求められる。行政としてのサポートも重要となると考えられ、引き続き支援を継続していく。					
Let's Go 「大人心くすぐ る」使ってみたくなるブラン ドづくりプロジェクト (20,500,000円) (R1~R3年度)	SUWAプレミアム売上	1,800 万円	2,499 万円	138.8%	1. SUWAプレミアム販路創生事業 ・これまで、地元へのブランド認知度を向上させることが課題として指摘されていた ことを受け、販路創出イベントを2回実施。コロナ禍のため、大人数の参加は困難 だったが、いずれもターゲットを明確にした体験型の内容となり、来訪者からは好 評を得た。また、様々な世代や層にPRするため、市役所ロビーでの展示会を行い、 約600名に周知することができた。 ・東京国際ギフトショー出展(2021.2/3~2/5) 東京ビッグサイト(入場制限や感染防止を徹底)において、3ブースの出展。 商談成立件数1、商談継続件数34、名刺獲得件数105(R3.2末時点) 2. SUWAデザインプロジェクト ・公立諏訪東京理科大学の学生が市内に拠点を有する5事業者と連携し、地域外クリ エイターの助言を受け、未来に向けたアイデア出しや事業者PR動画の作成を実施。 ・令和元年度に立ち上げた専用Webサイトを活用し、市内事業者の取り組みや活動を 発信して外部へのPRを進めた(サイトへの掲載記事107件)。 3. 新商品・新サービス開発支援 ・新商品及び新サービスを生み出す具体的な取り組みに対し、上限100万円で事業費 の2/3を補助。令和2年度は4者から申請があり計350万円を支援。	【地方創生に非常に効果的であった】 ※指標が目標値を上回ったなどの場合 SUWAデザインプロジェクトに参加し、意識が醸成 された事業者の実績が新たな繋がりを生み出し、 産業連携事業補助金の活用にも繋がった。両事業 で生み出された新製品が地域ブランドであるSUWA プレミアムに認定され、さらに新しい関係者が参 画する仕組みが地域に根付き始めている。 コロナ禍により、従来の観光来訪者向けの実売が 苦戦する中、新たなPRや外部発信手段としてネッ トを通じた魅力を周知したところ、販売額は好調 に推移した。 地域ブランドも7年目となるが、継続が実を結ん だ結果であるため、非常に効果的な事業であつた と判断できる。	【事業の継続】 産業連携事業補助金を活用して完成した商 品が、相次いでSUWAプレミアムに認定さ れ、新たな地域ブランドの活動として認知 が広がっている。また、SUWAデザインプロ ジェクトに参加した事業者から、産業連携 事業補助金の申請等の新たな事業の展開や 繋がりがも生じている。SUWAプレミアムの販 売額も、コロナ禍にありながら過去最高額 を上回り、各々の事業が相互に連携しなが ら好循環に結びついている。
	新規参画社による SUWAプレミアム認定 商品数	2 個	4 個	200.0%			
	事業者フォロー時間 の削減	20 時間	72 時間	360.0%			
	SUWAプレミアム商 品、モニター参加者 数	100 人	660 人	660.0%			
	新型コロナウイルス感染症 感染拡大の事業全体に対する影響	緊急事態宣言の発令を受けた年度当初においては、首都圏や他地域等の様子を確認しながら事業の進行も見合わせざるを得ない影響を受けた。そのような状況から、「新しい生活様式」の広まりや「おうち時 間の充実」といった消費行動の変容が見られる中で、感染防止に配慮しながら安全安心対策を徹底し、計画に合わせ事業を進めた。 ・SUWAプレミアム販路創生事業では、大規模なイベントではなくターゲットを明確にしたPR体験会を実施し、告知でのネット広告の活用や、オンライン配信等、内容についても工夫を加えた。 ・SUWAデザインプロジェクトでは、首都圏や遠隔地のクリエイターとの間で、リアルタイムでのオンラインによる双方向のコミュニケーションを取り入れ、距離と時間の壁の打破を達成できた。 ・新商品・新サービス開発支援では、産業連携事業補助金の対象として4事業が採択され、コロナ禍でも新しい展開を志向する事業者の支援に当たった。					

地方創生交付金事業 効果検証結果一覧

令和3年9月末

事業名 (R2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				
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 (44,105,422円) (H30～R2年度)	上諏訪駅周辺市街地人口の社会増	130 人	82 人	63.1%	1. 「あつまる！つながる！はじまる！」地方創生プロジェクト ①しごとづくり ・コーディネーターとして会計年度任用職員を配置。すわっチャオを拠点に地域活動（SUWAプレミアムイベント、頑張る女性の再就職セミナー、リゾートテレワークエクスポ会場、ヒシのお酒品評会、市内中学校の探究的学習等）の支援を実施。 ・コワーキングスペース「Tsunagu」での創業支援。起業への関心を高める、創業機運醸成事業として講演会開催（全2回）や、会員向け交流会（全2回）を開催。 ②ひとの流れ創出 ・「諏訪圏移住相談センター」において専任コーディネーターによる諏訪圏への移住相談実施。地域おこし協力隊発案の移住者オンライントークイベントや楽園信州オンラインセミナーを開催。 ・「諏訪市空き家バンク物件登録相談会」は、コロナ影響により、すわっチャオでは全1回開催。 ③子育て支援 ・キッズコーナーを活用し親子向けの体験イベントの「季節のイベント」を全8回、母親向け交流促進イベントの「しゃべっチャオ」を全9回開催。 ④まちづくり ・すわっチャオ自主事業13事業、高齢者向け講座を4講座開催。以下主な取組。 ◆コロナと向き合う市民応援イベント 「心を一つに”STAY Home”つながるキャンペーン」 ◆上諏訪駅前通り商店街とのコラボレーション企画 「仮想ハロウィンイベント」 ◆オンライン配信拠点整備に伴う初配信オンラインイベント ◆高校生グループと連携した受験生応援イベント「受験生応援ロード」 ◆距離を保って健康づくり「いきいき健康講座」 ◆買い物ついでに簡単ストレッチ「コリほぐし体操」（全17回） ◆地域の薬剤師とのコラボ講座「地域の薬局活用しチャオ」を開催 2. 地域住民や企業、周辺商店街などの活動支援 ・アイスクャンドル2021や飲食店出張テイクアウト販売（17店舗出店）、すわともカード8周年事業など、商店街の活性化を目的とした事業に対する補助を実施。 3. 官民一体によるアーク諏訪運営経費 ・アーク諏訪運営経費として共益費および駐車場使用料を負担 4. 運営協議会の活動経費 ・すわっチャオの円滑な運営に必要な事項について協議する諏訪市駅前交流テラスすわっチャオ運営協議会を全2回開催	観光客数（上諏訪温泉、諏訪湖）	3,496,760 人	2,102,930 人	60.1%	【地方創生に効果があった】 ※目標値を上回ることに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 新型コロナウイルスの影響もあり、前年度より利用者総数は減少となっているが、ウィズコロナ、アフターコロナにおける新たな生活様式に合わせた運営方法の随時見直しや、コロナ禍での市民の発表機会創出としてオンライン配信拠点整備に取り組みなど、駅前にある活動拠点としての機能や役割を果たすことができています。 また、新たに駅前商業会や諏訪観光協会などの駅周辺関係者や、毎日多く利用する高校生と連携した賑わいのあるまちづくりに向けた事業への取り組みや、多世代利用に向けた高齢者が気軽に参加できる講座開催など、開館2年目として取り組みに対する成果が表れてきている。	【事業内容の見直し（改善）】 施設運営については、買い物帰りの方や高齢者の方にも気軽に立ち寄りことのできる運営に随時見直すとともに、コロナ禍においてもオンライン配信を活用して市民の発表の場としての機能を提供していく。また貸館業務では、日中昼間の利用率向上のため、リゾートテレワークやワーケーションなどのワークスペースとしてビジネス利用者の拡大を目指す。 新たな生活様式に合わせて館運営を随時見直していき、安心・安全に利用できる施設にするとともに、子育て世代、高校生、ビジネス利用者、高齢者、さらに移住希望者及び個人起業者など、幅広い世代がそれぞれの目的で利用し、交流が生まれるスペースとして機能を強化していく。
	コワーキングスペースを含めた創業支援件数	45 件	45 件	100.0%							
	上諏訪駅乗客数	1,600,750 人	1,226,765 人	76.6%							
	新型コロナウイルス感染症感染拡大の事業全体に対する影響	新型コロナウイルス感染拡大により下記のとおり運営変更を実施。 ・施設休館（4～5月末）、開館時間短縮（7月末まで。最大3時間短縮）、会議室等有料施設の貸館業務停止（7月まで）、館内利用者人数の制限（定員1/2、座席削減等）、自主事業の中止（7月末まで）、キッズコーナーの営業時間短縮（継続中） 新型コロナウイルス感染症の影響により主に下記影響があった。 ・来館者数の減少（前年比48%）、開館一周年記念事業など自主事業の開催中止や縮小、会議室等の利用制限による施設利用減少（前年比51%） （人数制限や不特定多数が見込まれるイベントでの利用制限）									

地方創生交付金事業 効果検証結果一覧

令和3年9月末

事業名 (R2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
スポーツ・健康・観光複合拠点「すわかランド」整備事業 (0円) (H29～R2年度)	すわかランド入館者数	316,263 人	150,569 人	47.6%	1. 屋内プール天井改修 ・市民の健康づくりの場、高齢者の介護予防の拠点として活用している屋内プールの天井は吊天井であり、施設の安全性確保など、機能面において課題があった。すわかランド運営委員会においても、危険性について懸念されていた。そこで、吊天井を撤却し、新たに膜天井を設置することで、施設の安全性を確保するとともに、内観意匠を膜ならではの形状として柔らかく躍動感のある空間を創出した。また、防湿性を高め施設の長寿命化を図り、空調や吸音効果により施設の機能強化を進め、将来にわたり多くの利用者が快適に施設を活用できる環境を整備した。 2. 健康づくりプロジェクト事業(未実施) ・松本大学との連携により、運動を習慣づける「健康づくりプロジェクト」に取り組む。活動量計を利用することで、健康運動指導士が個人個人のデータ分析を行い、効果的な運動法をアドバイスする。 ・活動量計を用いることで、運動量のセルフモニタリングや、他の受講者との比較などが可能となり、健康づくりに向けたきっかけづくりとする。 ・自身に合った運動法を継続的に行うことで、生活習慣病や介護予防へとつなげるとともに、「自分の健康は自分で守る」意識の醸成により健康長寿を図る。 ※上記事業を計画していたが、新型コロナウイルス感染症拡大及び拡大防止の観点から中止とした。今後、別途事業も検討しながら、健康への意識醸成を図る。 3. すわかランドを活用した健康増進事業 ・すわかランドは屋内プールやトレーニングルームなど、様々な健康づくりを行う環境が整っている。特に、トレーニングルームは、専門のトレーナーによる利用者の要望や目標に合ったプログラムの作成や指導、松本大学などと連携した健康づくり教室を開催しており、若い世代から高齢者まで幅広い世代にわたる入館者の多くが利用している。 ・トレーニングルームのマシンや器具の充実を図ることで、官民協働による健康づくりの充実や、若い世代や高齢者の健康づくりに向けた意識の醸成を図る。 ・トレーニングルームの利用者増加による料金収入の増加を目指す。	【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 屋内プール天井改修を実施したことにより、施設の安全性向上・長寿命化が図られ、将来に亘りすわかランドを安心して利用してもらうことができるよう機能強化が図られた。膜天井のやわらかな曲面がプールにマッチした景観を演出し、入館者からも好評であり、利用者の増加を見込める。新型コロナウイルス感染症拡大の影響も大きく、入館者数は、目標入館者数の対47.6%と厳しい状況になったが、令和3年4月には平成31年比75%に回復したことから、地域に定着し健康づくりに役立っている。	【事業の継続】 屋内プール天井改修工事により施設の安全性を確保することができている。今後も安全な施設利用ができる点や景観の良さのPR等により、利用者増加への取り組みを強化していく必要がある。 すわかランドを活用した健康増進事業を継続するため、トレーニングルームの充実が必要不可欠であり、引き続き利用者増加による料金収入の増加を検討する。
	トレーニングルーム関係収益	5,625 千円	632 千円	11.2%			
	健康づくりプロジェクト参加者数	110 人	0 人	0.0%			
	新型コロナウイルス感染症感染拡大の事業全体に対する影響	感染症の影響により施設営業、プログラム実施に多大な影響があった。代表的な影響は下記のとおり。 ・自主レッスンプログラム休止 (R2/3/4～5/31) ・トレーニングルーム休止 (R2/3/4～7/12) ※「新型コロナウイルス感染症対策地方創生臨時交付金を活用し、換気するための窓改修及び大型送風を機購入。各箇所感染症対策を講じ、7月13日より人数・利用時間制限を設けて再開」 ・屋外50mプール(従来は6月オープンであるが、感染拡大状況に応じR2/7/1オープン) ・全館休館 (R2/4/5～5/31) ・午前10時から午後8時までの短縮営業 (R2/6/1～8/31) 上記に記載した通り、休止・休館期間及び利用者の自粛もあったため、利用人数の大幅な減となった。					
歴史・文化の学びを支える博物館整備事業 (0円) (H29～R3年度)	博物館入館者数	20,654 人	8,380 人	40.6%	1. すわ大昔情報センターの運営 ・センターに常駐しているスタッフが、資料整理の傍ら、来場者にセンターの利用案内、資料のレファレンスや諏訪の歴史に関する質問への回答、調査・研究への助言を行い、資料の閲覧や学習をサポートしている。令和2年6月から日本遺産の土偶礼所巡り御朱印帳対応を実施。 2. すわ大昔フォーラム、企画事業の開催 ・すわ大昔情報センターの委託業者が年に6、7回フォーラムを開催し好評であるが、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により博物館では開催せず、市文化センターやオンラインで実施。 3. 図書資料等検索システムの稼働 ・「すわ大昔情報センター」にて、来場者が自由に閲覧可能とする各種資料(書籍類等)についてデータ整備を進めた。(戸沢充則資料、宮坂光昭資料など)また、図書資料以外の資料についても順次公開していくために整備を進めている。 ※令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため休館となった間(4月5日～6月1日)は、資料調査・整理作業に重点的に取り組んだ。休館明けから9月までは来館者対応のみとし、人を集める活動は中止もしくは10月以降に延期とした。 ※10、11月のフォーラムの開催に当たっては、場所を広い市文化センターに移し募集人員を絞って事前申込制にする、駅前交流テラスすわかチャオと連携してオンライン限定講座としてYouTube配信をする等、コロナ禍において新しい試みを模索し、他係との連携により事業を実施した。	【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 コロナの影響で来館者数が前年度比65.3%であったにもかかわらず、情報センターの利用者数は目標値には届かなかったものの90.3%と堅調であった。県外からの来場者が減った分、諏訪広域を中心に県内からの来訪者が増えたと推察される。「すわ大昔フォーラム」は、感染防止対策により、募集人数を50人以下の申込制として市文化センターで開催したが、歴史に関心が高い上諏訪駅寄りの住民の参加が多く見られるなど、博物館への交通手段の無い人に便宜が図られた形になった。また、すわかチャオスタジオからのYouTubeによる初のオンライン限定講座は、当日に70人、一月後には300人近い視聴者数があり、効果は大きかったと言える。	【事業の継続】 コロナ禍においても継続的に学ぼうとする人々に対して、情報センターの役割は大変大きく、スタッフが来館できない市民からの電話やメールによるレファレンスに回答したり、「おおむかし何でも相談室」では、子どもから大人まで、寄せられた様々な質問に回答し学びをサポートするなど、諏訪の歴史を広く深く探究できる場所として機能している。 「すわ大昔フォーラム」は、博物館での開催にこだわらず、文化センター、すわかチャオ、またオンラインでの開催など、場所を限定せずに開催することでより多くの人が参加、視聴できるというメリットがある。 検索できる資料が増えることで、館のホームページからの図書資料等管理検索システムへのアクセスは確実に増える予想される。今後さらに「諏訪の歴史研究の拠点」として活用されることが見込まれる。
	館内に整備する「すわ大昔情報センター」利用者数	1,800 人	1,626 人	90.3%			
	「すわ大昔情報センター」に導入する「図書資料等管理検索システム」利用者数	2,200 件	2,251 件	102.3%			
	新型コロナウイルス感染症感染拡大の事業全体に対する影響	・すわ大昔情報センターの利用は通常であれば全国各地、特に県外からの利用者が多く、緊急事態宣言などで人の移動が制限される事態による影響は大きかったと言える。例年、資料閲覧に訪れていた研究者や学生は減少。しかし、縄文ブームもあり、日本遺産関連の土偶のご朱印巡りで訪れる人が増える形となった。 ・年度の前半は人を集めるイベント、講座の開催は全て中止もしくは延期となり、予定していたフォーラムを開催することが出来なかった。10月からは、感染症予防対策を徹底して、会場を文化センターに移し事前申込み制・定員制(50人)とする、公民館の歴史講座の中に組み入れる、すわかチャオと連携して初めてオンライン配信により開催するなど、コロナ禍における講座のあり方を模索して実施したが、参加人数は846人→241人と前年度比28%となった。					