

**地方創生交付金事業  
(推進・拠点整備)  
担当課による効果検証結果**

## 地方創生推進交付金事業

事業No.1 モノづくり集積地SUWAのヒトづくりプロジェクト …1ページ

事業No.2 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 …6ページ

## 地方創生拠点整備交付金事業

事業No.3 歴史・文化の学びを支える博物館整備事業 …17ページ

## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	1	担当課	商工課
交付対象事業名	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)	交付金の種類	地方創生推進交付金
総合戦略での位置付け	一之柱 魅力的で安定した「しごと」ができる「まち」の創生 2 創造都市 ～Creative City～ をつくる (2) 地域の資源、創意工夫を活かした新産業・新事業の創出		
地方創生として目指す将来像	諏訪圏5市町村は県を代表するものづくりの集積地であり、当該区域の第二次産業従事者割合は全国平均を大きく上回っている。また、企業の成長の原資となる付加価値額を業種別に見ても各市町村とも製造業の占める割合が一番高く、製造業が当該地域における一つの基幹産業となり、地域経済を牽引している。 こうした当該地域の強みである製造業の持続的な発展を維持するためには、企業の成長の原動力となる人材の確保が最も重要である。また、継続的に人材を確保するためには、当該地域の製造業が誇る技術力・応用力の向上と併せて、地域全体のブランド価値を高め、ものづくり人材を惹きつける力もつける必要がある。そのため、「SUWA独自のキャリア・サイクルモデル」を構築することで、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む経済好循環の確立を図る。		
地方創生の実現における構造的な課題	諏訪圏5市町村は、他の地方都市と同様、少子高齢化・若年層の都市部への流出に伴い、域内企業の人材確保が困難な状況が続いており、企業の成長停滞や存続自体を脅かす事態に迫られる恐れがある。 さらに、当該地域における2次産業を生産額で見ると「電気機械」「一般機械」「輸送用機械」の割合が高く、経済産業省が実施した企業アンケート調査によると、5年後技術者が不足すると予想される分野として、機械工学が一番高い結果となっており、今後、大手企業も含めて若年層理系人材の取り合いが激化し、2045年を待たずして地方都市ではより一層人材確保が困難になる可能性がある。		
具体的な取組内容	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仕組みづくり ・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・環境等成長産業参入、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 ・国外を含む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 ・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 ・関東経済産業局等と連携し、航空・医療・環境等成長産業等に関するシーズ・ニーズマッチングを実施 ・試作事業のコンソーシアム検討、設立 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実施 ・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及び就職の場の提供 ・諏訪圏外在住者の小型ロケット製作等への参加 ・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、ビッグデータ活用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実施 等		
令和3年度交付金事業実績額	5,908,000	円	令和4年度交付金事業予算額
			6,020,000
			円

## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	1	担当課	商工課
-----	---	-----	-----

交付対象事業名	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)	交付金の種類	地方創生推進交付金
---------	---	--------	-----------

重要業績評価指標 (KPI)				
指標名	基準値	令和2年度	令和3年度	令和4年度 (計画最終年度)
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	目標値	50 件	65 件	75 件
	実績値	30 件	39 件	
	目標達成度	76.0%	60.0%	
	感染症拡大による影響	島津製作所での新技術・新工法展示商談会をWEBにより開催した。WEBによる商談に切り替わったことで、昨年に引き続きビジネスマッチングの件数は低調に推移している。		
若年層を対象とした事業の参加人数	目標値	700 人	750 人	800 人
	実績値	206 人	397 人	
	目標達成度	29.4%	52.9%	
	感染症拡大による影響	感染症対策を実施したうえで、ロケットのワークショップ等の開催し例年を上回る実績を残すことができた。		
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	目標値	60 人	70 人	75 人
	実績値	210 人	169 人	
	目標達成度	350.0%	241.4%	
	感染症拡大による影響	諏訪圏域高校卒業生のうち諏訪圏域内の就職者は、169名となった。感染症の影響がどの程度あるかは不明。		
粗付加価値額	目標値	2,325 億円	2,334 億円	2,343 億円
	実績値	2,315 億円	億円	
	目標達成度	0.0%	0.0%	
	感染症拡大による影響	令和3年度の実績については、工業統計調査による結果を用いるため、令和5年度に確定する。		

<b>感染症拡大による事業全体への影響</b>	<p>小中学生等を対象としたモデルロケットワークショップについては、コロナ禍で感染対策を徹底することで例年に比して参加人数を伸ばすことができた。ものづくりの魅力を積極的に発信し、諏訪圏域企業への就職を視野に入れた人生設計を若年層のうちから検討してもらうことで、今後の人口流出防止につながることを期待する。</p> <p>島津製作所の「新技術・新工法展示商談会」については、WEBによる展示商談会として開催し、HPへのアクセス数は1,181件(2月28日現在)となっている。現地開催の展示会に比べるとビジネスマッチング件数は、昨年に引き続き低調となっている。コロナの影響もありデジタル化が急速に進展するなか、企業では新たな販路開拓方法が求められている。</p> <p>病院連携による医療・ヘルスケア分野参入支援事業のうち日赤分科会はオンラインを活用し計3回開催した。関係者が一堂に会しての活動はできなかったが、個別の分科会活動を積極的に展開し、諏訪赤十字病院をはじめ、岡谷市民病院・諏訪中央病院・富士見高原病院・県立こども病院など幅広く訪問し活動することができた。</p> <p>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。</p>
-------------------------	---

## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	1	担当課	商工課
-----	---	-----	-----

交付対象事業名	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)	交付金の種類	地方創生推進交付金
---------	---	--------	-----------

事業効果	<b>③地方創生に効果があった</b>
判断理由	<p>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。人材育成については、成果を数値で追うことが難しいため評価しにくいところもあるが、ハイブリッドエンジンの高度化に関する基礎研究が今後諏訪圏における精密加工技術や宇宙機器の技術力向上につながってくると期待している。また、諏訪地域で製品化された機器・部品・技術等魅力を積極的に地域内外に発信する販路拡大事業(外部展示会等)は、SUWAブランド知名度向上に寄与するとともに、地域の稼ぐ力の向上につながっている。</p>

<事業効果> ①地方創生に非常に効果的であった ②地方創生に相当程度効果があった  
③地方創生に効果があった ④地方創生に効果がなかった

今後の方針	<b>②事業内容の見直し(改善)</b>
判断理由	<p>諏訪地域の強みである製造業の技術者等育成に向け、OB 人材等を活用して技能習得や提案型技術者育成等を実施することで、精密加工分野の産業集積として更なる発展を目指す。 技術者の育成は、技術・技能向上のみではなく、販路拡大のための稼ぐ力・売る力も身につけることが望ましく、スキルアップのために技能・技術等に加えて、稼ぐ力の向上や販路拡大に結びつく市場やマーケティング等を学習することが重要である。 人材育成は、人間形成、資質向上、各種スキルの向上、技能、販路分野等々幅が広く企業毎に要求度が異なるため、各事業分野において企業の需要に寄りそった人材育成を行う必要がある。</p>

<今後の方針> ①追加等更に発展させる ②事業内容の見直し(改善) ③事業の継続  
④事業の中止 ⑤予定通り事業を終了

◎小型ロケット制作を通じたものづくり技術の高度化と人材育成



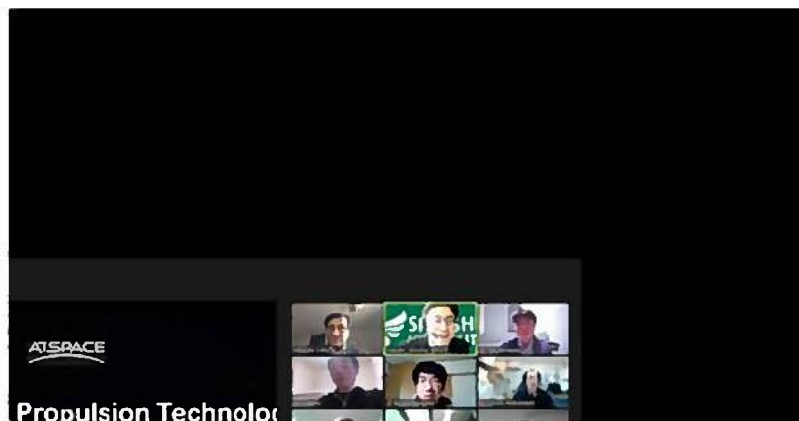
R4年3月20日 ロケット打ち上げ当日の様子

R3年6月19日

諏訪清陵高校附属中学校にて開催

SUWA小型ロケットプロジェクト

ワークショップ



R3年12月11日 国際連携特別講義

ZOOMによるオンライン開催

ロケット開発特別講義

◎医療・ヘルスケア機器分野への参入に向けた人材育成



R3年7月～R4年2月

日赤分科会による「Aライン固定具」

試作品の提供・評価

◎域内ものづくり企業製品の出張展示・商談会の開催

出展企業 63社  
展示件数 89件

**NAGANOものづくり諏訪圏域**  
『新技術・新工法展示商談会』in SHIMADZU

科学技術で社会の未来を創る  
コアコンピテンスへ  
諏訪圏の技術で貢献する

新技術・新工法を提案します！  
会期 12月1日～2月28日

<https://shimadzu.suwamo.jp/>

産業一覧区分  
精密加工  
表面処理  
鍛造/切削  
金型/治具  
設備/装置  
システム/ソフトウェア  
機械設計製作  
その他/技術

産業の強い区分  
医療ヘルスケア  
増強・1.2系等  
加工・成形/対応  
エレクトロニクス  
計測・計装  
産業機械  
品質/生産向上  
その他

産業一覧区分  
1 3  
4 5 6 7 8  
9 10 11 12  
13 14 15 16 17 18 19 20  
21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100

R3年12月1日～R4年2月28日まで

「新技術・新工法Web 展示商談会」in SHIMADZU

出展企業 63社(内5市町村 33社)

## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	2	担当課	産業連携推進室
交付対象事業名	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	交付金の種類	地方創生推進交付金
総合戦略での 位置付け	一之柱 魅力的で安定した「しごと」ができる「まち」の創生 3 新たな価値～New Value～をつくる (3) 「SUWAブランド」の創出による新たな可能性の発信		
地方創生として 目指す将来像	諏訪地域の事業者と首都圏のデザイナー・クリエイターとの協業による商品開発が市のサポートを必要とせずとも質、量ともに進化したうえで定着し、従来の下請け構造に依らない事業が育つことで企業経営の多角化がすすみ、雇用の安定と促進につながることを目指す。また、ものづくりの魅力に立った観光地域づくりと、生み出された商品は地元で利用、または愛用され、地域を代表とする土産・贈答品として定着し、地域の魅力の発信が高まることで「知りたい」「行ってみたい」「住んでみたい」と考える人々を呼び込めるまちを目指す。		
地方創生の実現に おける構造的な課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場の要望に対し、スピード感のある開発が求められているが、必ずしも達成できておらず機会の喪失につながっている。首都圏と地元とのスピーディーかつ綿密な打ち合わせを必要とするのが、既存のツールであるEメール、電話、FAX等では距離の壁を打破したスピード感のある展開ができず、積極的な活動に繋がっていない。</li> <li>・首都圏に対する認知拡大は進んだが、地域の住人の認知が進まなかった。SUWAプレミアム本店ショップは、商業観光施設の為、地元の利用が少なくブランド認知が進まなかった。また参画地域事業者は小規模事業者が多く、展開できる商品点数、人員などに余裕がなく、首都圏への販路拡大は単独では難しい。また、資金力の乏しい中小零細企業にとって、商品化の企画や技術があっても開発費用のねん出ができずに機会の喪失になっている。</li> </ul>		
具体的な取組内容	SUWAプレミアム販路創生事業(資料1) ○地域内に対するブランド認知度の向上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回実施した。1回目は、コロナ禍のため大人数が密集する企画ではなくターゲットを明確にした体験型の内容で行い、2回目は、様々な世代やファミリー層にPRするため、地域内で最大規模の大型商業施設内スペースで体験展示会を開き、多くの来場者の回遊を促すことで、密集・滞留を避けながら周知することができた。 ○東京国際ギフトショー出展(2022.2/8～2/10) 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ブースの出展を行う。 商談成立件数 2 商談継続件数 8 名刺獲得件数 73 (数値はいずれも2月末現在の実績)		
	SUWAデザインプロジェクト(資料2) ・公立諏訪東京理科大学の大学生が市内に拠点を有する3事業者と連携し、地域外クリエイターのレクチャーやアドバイスを受けながら、新たな視点による事業者PR動画の作成を行った。 ・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を継続して進めた(令和3年度中サイトへの掲載記事70件)。		
	新商品・新サービス開発支援(資料3) ・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3年度は、予算350万円のところ、5者から申請が寄せられ計350万円を採択している。		
令和3年度交付金事業 実績額	16,469,999	円	令和4年度交付金事業 予算額
			0
			円



## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	2	担当課	産業連携推進室
-----	---	-----	---------

交付対象事業名	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	交付金の種類	地方創生推進交付金
---------	---	--------	-----------

重要業績評価指標 (KPI)				
指標名	基準値	令和元年度	令和2年度	令和3年度 (計画最終年度)
SUWAプレミアム商品売り上げ (単年度)	目標値	1,700 万円	1,800 万円	1,900 万円
	実績値	1,600 万円	2,499 万円	1,666 万円
	目標達成度	82.3%	138.8%	87.7%
	感染症拡大による影響	旗艦店である「SUWAガラスの里」の休業期間が影響し、店舗での直売は減少したが、インターネットによるPRを進めたこともあり、オンライン販売額が堅調に推移した。		
新規参画社によるSUWAプレミアム 認定商品数 (単年度)	目標値	0 個	2 個	4 個
	実績値	0 個	4 個	5 個
	目標達成度	-	200.0%	125.0%
	感染症拡大による影響	感染症が懸念される中でも、新たな商品の開発や新たな販路拡大のため、複数の新規申請が認定を受けた。		
事業者フォロー時間の削減 (単年度)	目標値	10 時間	20 時間	30 時間
	実績値	0 時間	42 時間	72 時間
	目標達成度	420.0%	360.0%	266.7%
	感染症拡大による影響	首都圏クリエイターとの双方向による打ち合わせがオンラインでの実施がメインとなったため、感染症拡大による影響を縮減しながら進めることができた。		
SUWAプレミアム商品、モニター参加者数 (単年度)	目標値	50 人	100 人	150 人
	実績値	0 人	191 人	197 人
	目標達成度	382.0%	660.0%	131.3%
	感染症拡大による影響	感染拡大防止の観点から、ターゲットを絞ったイベント開催や開放性の有る施設内での展示会を活用し、多くの方に周知する工夫を行った。		

感染症拡大による事業全体への影響	<p>新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け2年目となったが、昨年度コロナ禍でも配慮しながら展開した経験や内容をベースにして、引き続き安全安心面を考慮しつつ必要な対策を講じて効果を得られるよう事業を実施した。</p> <p>○SUWAプレミアム販路創生事業では、対面や密集を避けるため都内レンタルスペースの活用を新たに実施。また、大規模なイベントではなくターゲットを明確にしたPR体験会を実施した他、地域内の大型施設内において、家族連れや多くの来訪者が滞留せずに体験できる展示会になるよう工夫を加え実施した。</p> <p>○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地域参加側との間で、リアルタイムでのオンラインツールを場面に応じ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。</p> <p>○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5事業が採択され、コロナ収束後を見据えた新しい事業展開を目指す地域関係者のバックアップに当たった。</p>
------------------	--

## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	2	担当課	産業連携推進室
-----	---	-----	---------

交付対象事業名	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	交付金の種類	地方創生推進交付金
---------	---	--------	-----------

事業効果	<b>①地方創生に非常に効果的であった</b>
判断理由	<p>コロナ禍による影響が継続し、従来の団体観光客向けに展開していたSUWAガラスの里での実売が制約を受ける中、引き続き外部発信手段としてネットを通じた周知を進め、さらに「新たな働き方」であるワーケーションのモニターツアーでもPRを行うなどビジネス機会創出に向けての活動も評価され、産業観光まちづくり大賞にて経済産業大臣賞の受賞に繋がり、継続が実を結んだ結果となった。また、産業連携事業補助金事業及びSUWAデザインプロジェクトも、年々新たな参画者による視点を変えたアイデアや異業種の連携によるチャレンジを促す機会として地域関係者にも周知が広がっており、総合的に見て地方創生に非常に効果的な事業であったと判断できる。</p> <p>今後も、3つの事業が相互に相乗効果を生むよう、事業を継続していく。</p>

<事業効果> ①地方創生に非常に効果的であった ②地方創生に相当程度効果があった  
③地方創生に効果があった ④地方創生に効果がなかった

今後の方針	<b>③事業の継続</b>
判断理由	<p>地域の関係者や域外の事業者、あるいは移住者等の新たな参画者から寄せられた新企画については、産業連携事業補助金の活用がスタートアップ支援として根付き始めている。そこから生まれた提案が、地域ブランド「SUWAプレミアム」の認定に発展を見せたり、さらに新たな地域の活動として展開が広がることとなり、特にSUWAプレミアムの活動は、そのビジネスモデルが評価を受け「産業観光まちづくり大賞」の経済産業大臣賞を得るに至った。</p> <p>また、SUWAデザインプロジェクトも公立諏訪東京理科大学と地域内事業者との連携の機会となり、若者視点により事業者も刺激を受け、新しい異業種交流の場やアイデア創出のきっかけに繋がる好循環を生んでいる。</p>

<今後の方針> ①追加等更に発展させる ②事業内容の見直し(改善) ③事業の継続  
④事業の中止 ⑤予定通り事業を終了



資料1

## 令和3年度 SUWAプレミアム販路創生事業



### ■体験型イベントの開催

設立から8年目を迎え、ブランドイメージの向上と共に、地元にも愛され地域の誇りになるブランドへの成長を促す事業として、域内でのイベントを2回実施。ターゲットを絞った体験型イベントの他、地域内に所在する大型商業施設では初めてとなる体験展示会（11社）を行った。休日に来訪したファミリー層向けにPR効果が得られ、アンケート結果は概ね好評で所期の目的を達成した。



### ■東京国際ギフトショー継続出展

国内最大級の規模を誇る国際展示見本市「東京インターナショナルギフト・ショー」に6期連続で出展。新型コロナウイルスの影響により来場者はショー全体を通じ100,383名（前年度は94,335名）に留まり、出展社も10社の予定が5社（昨年度5社）となったが、商談継続件10、名刺獲得数件73を上げ、「SUWAプレミアム」ブランドの認知度を高める結果となった。



### ■効果的な媒体活用による周知

- ・SUWAプレミアム公式ホームページやターゲットに合わせたネット広告。
- ・実際に商品を体験できる「47 RENTAL STORE（渋谷区）」に出展。
- ・「産業観光まちづくり大賞」経済産業大臣賞受賞を通じて全国に発信。





資料2

## 令和3年度 SUWAデザインプロジェクト

### ■令和3年度に取り組んだ主な内容（2点）

#### ①デザインプロジェクト専用サイトの活用と運営

○令和元年度事業として、これまでのプロジェクトや市内事業者の活動を内外関係者にPRするプラットフォームとして、専用ウェブサイトを設置。

○令和2年度は、サイトの運営を通じ事業者のPRを継続して実施。

- ・新規記事数107（職場図鑑15、開発物語10、SUWAログ82）

- ・サイトへの訪問ユーザー数4,677（月間平均390）

○令和3年度も引き続きサイトの運営を通じて事業者の活動を発信。

- ・新規記事数70（職場図鑑8、開発物語5、SUWAログ57）

- ・サイトへの訪問ユーザー数6,771（月間平均564）



←SUWAデザインプロジェクト専用ウェブサイト

#### ②令和2年度に続き、公立諏訪東京理科大学大学生がプロジェクトに参加。市内事業者と連携し、事業者の魅力発信に向け共創

【今年度プロジェクトの目的】

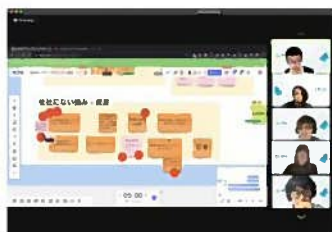
「諏訪圏の事業者が、圏域外の世代・領域を超えた人材との交流を通して、新たな取組みに継続的に挑戦することのできる土壌を作ること」

○公立化後、諏訪東京理科大学の大学生は長野県外出身者が70%を超え日本

各地から次代を担う人材が集まっている状況。事業者側の「地域内外に自社の活動をPRすることができる」という思いと、大学側の「企業との深い対話を通して、自身の進路やキャリアを考えるきっかけになる」との思惑が合致。

○諏訪市に拠点を有する、多業種・異業種の3事業者がプロジェクトが協力。

○ロフトワークを通じ、首都圏で活躍中のクリエイター（動画制作、アイデア出し、情報発信）によるレクチャーを実施。



オンラインを活用した首都圏クリエイターとのワークショップ



公立諏訪東京理科大市川先生



クリエイター（くろやなぎてっぺい氏）

## ■令和3年度プロジェクトの特徴と将来像

○オンラインを活用した双方向でのレクチャー

コロナ禍であったため、オンラインによるツールを活用。首都圏や他地域との間に生じていた「距離の壁」の打破を目指し、クリエイターによる講演やワークショップをリアルタイムで実施した。

○事業者・大学生の双方によるアイデア創出、成果発表

クリエイターのアドバイスにより、事業者側・大学生側の双方が自らのアイデアを元に企業紹介のPR動画を作成。関係者を前に成果発表を実施した。



クリエイターからのアドバイスを受けながら動画作成



事業者チーム、大学生チーム、双方が成果発表会に参加

## SUW A 後山ブランドプロジェクト

資料3-1

## 1. プロジェクト概要

後山産の松茸は地元のみならず多くのファンが買い求める差別化された商品であるが、集落は10年ほど前には100世帯ほどあった世帯数も半減、今では限界集落となっている。後山集落の魅力を多くの方に知ってもらい、その価値を高めるため、八ヶ岳周辺の農産品をメインに取り扱うオンラインセレクトショップ「ハチカッテ」と連携することで、「諏訪後山」のブランド作りに取り組む。

## 2. 連携イメージ

## 金子 公明（後山の生産者）



ここだけの八ヶ岳をお届け。

# ハチカッテ

八ヶ岳周辺地域を次世代に繋げるために、地域で輝く人・モノを更に輝かせて、八ヶ岳の好きなファンの皆さんに届けることを使命とする「ハチカッテ」とブランド化によって先代から受け継いできた後山集落の魅力を多くの方に知ってもらい、その価値を高めることで、住民も、地域を離れた若い世代にも改めて“ふるさと”を誇ってもらいたいと願っている後山の生産者が連携し地域の魅力を発信。

# jigujiブランドプロジェクト

資料3-2

## 1. プロジェクト概要

まちづくりの一環として「神宮寺石」「神宮寺温泉水」を利活用した地域ブランド「Jigujiブランド」(神宮寺では古来から地元を「じぐじ」と愛着を込めて呼ぶ)をコンテンツ化し、地域住民の誇りを具現化すると同時に、上社周辺を訪れる観光客にその優れた製品に接してもらうことでリピーターを増やし地域のまちづくりを活性化することを目的とする。

## 2. 連携イメージ

### 上社まちづくり協議会

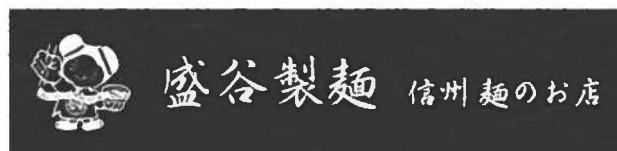
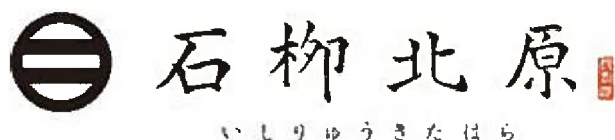
#### jigujiブランドによるまちづくりの推進

UNY design

ブランド・製品企画  
デザイン



明治十三年創業 諏訪の石屋



#### 神宮寺石アロマストーン制作

神宮寺地区のみ産出される安山岩の特性を生かした地域ブランド商品として、アロマストーン商品を開発する。



#### 神宮寺温泉水応用食品の開発

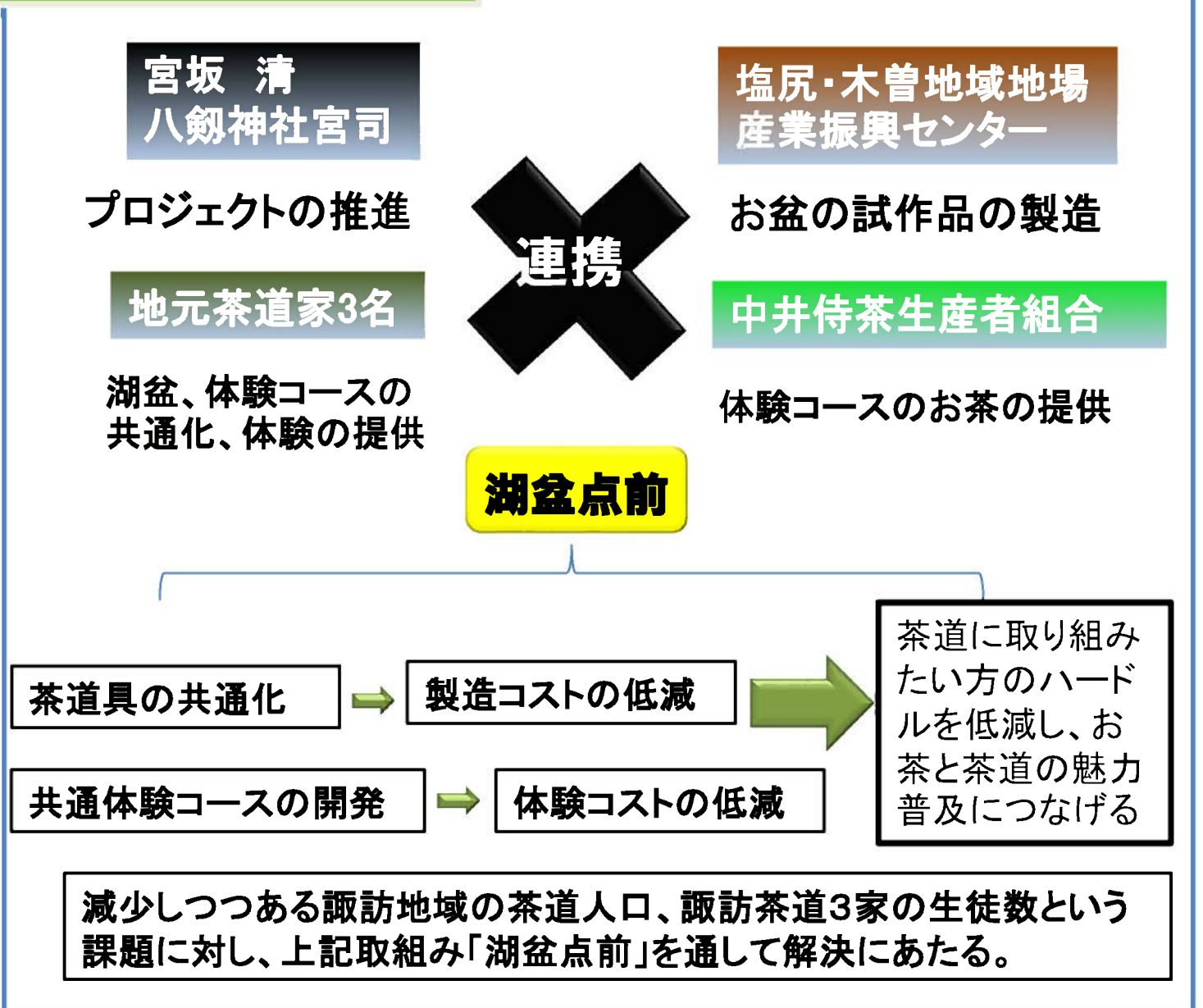
「飲める」温泉の特性を活かし、食品へ加えることで健康+おいしさをアップする効果が期待できる。様々な応用商品の開発の機会を広げていく。

# 諏訪茶道・観光等活性化プロジェクト 資料3-3

## 1. プロジェクト概要

諏訪地域の茶道3家の連携強化、茶道具製造を担う木曾漆器製造事業者、茶葉栽培農家との連携により、「湖盆点前」のブランド化と普及拡大を図ることで、地域の活性化を目指す。諏訪地域の茶道を活性化することで、茶道という諏訪地域の文化の一つを着実に後世への伝承に繋げるとともに、茶道というサービス産業、茶道具関連製造業及び茶道関連イベントに係る観光関連産業の活性化につなげる。

## 2. 連携イメージ





1. プロジェクト概要

諏訪エリアでは移住者や面白い小規模企業ショップが増えてきている。このエリアのショップやライフスタイル、空き物件等の情報がまとまったウェブマガジンを作り、観光客や移住希望者、地元住民が参考にしながら地域を遊び巡るための媒体に育てることで、諏訪エリアへの移住者と諏訪地域で生まれ育った人々とのコラボレーションを産みだし、クリエイティブなまちづくりを探求する。

2. 連携イメージ

岡 勇樹

ウェブマガジンディレクション



REBUILDING  
CENTER  
JAPAN

取材先紹介や移住  
希望者へのPR



ローカルスモールマガジン

- ・空き物件の情報を記事に入れ込み読者に情報が届く仕組み
- ・3万人以上のフォロワーを持つリビセンのインスタを使ったPR

山と湖に囲まれた長野県諏訪エリアで続々と誕生するローカルスモールショップを追いかけるメディア「Local Small Magazine」。空き家や中古住宅も綺麗にリノベーションできることを記事を通して伝え、移住検討者への情報の場とし、諏訪エリアへの移住をイメージできる流れを作る。

# アーティストスクエアプロジェクト

資料3-5

## 1. プロジェクト概要

新型コロナウイルス感染症は諏訪地方の観光業にも大きな打撃を与え、特に地方物産を取り扱う小売業にとって深刻な影響を与えている。ウィズコロナ、アフターコロナと呼ばれる時代に即する対応策として、新たな集客と販売ルートの確立し、作家紹介と作品の販売を中心にクラフトツーリズムを用いた新風土産業の創出を目指す。「アーティストスクエア」による諏訪地方の観光施設の新たな魅力づくりを行う。

## 2. 連携イメージ



## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	3		担当課	生涯学習課
交付対象事業名	歴史・文化の学びを支える博物館整備事業	交付金の種類	地方創生拠点整備交付金	
総合戦略での位置付け	四之柱 誰もが安全・安心・安定して暮らせる、個性が輝く「まち」の創生 5 学べる、感じる「くらし」 (2) 諏訪市の自然や歴史文化に触れる機会の創出			
地方創生として目指す将来像	諏訪市は、悠久の歴史文化を持ち、それは他の地域に真似できない「ポテンシャル」である。「諏訪の国」の歴史に興味を持つ来訪者（観光客）を呼び込むとともに、歴史文化を学ぶ首都圏の学生や研究者などの専門的なニーズにも対応可能な環境を整え、圏外からの来館者を増やし、交流人口の増加を図る。また、市民が、まちの歴史や文化・芸術・自然に関心を持ち、故郷に関する学びに取り組む姿勢を博物館が支援することで、郷土愛を育み、人口流出を抑制し、まちの活力を取り戻す。これらの取り組みにより、誰もが自発的・自主的に「ふるさと諏訪」について学べる環境を整え、圏外からの来訪者を巻き込んで、悠久の歴史・文化に彩られたまちを目指す。			
地方創生の実現における構造的な課題	誰もが「諏訪の国」の歴史や文化に触れ、親しむ機会の提供や自発的な学びへの支援が求められている。また、特色ある歴史や文化の学びを通じて郷土愛を育み、地域の魅力の再認識を進めることで若い世代が「戻ってきたい」と思えるまちづくりや、地域の歴史・文化の観光資源としての魅力を活用・発信することによる交流人口増加が必要となっている。 学びの拠点であり、諏訪大社上社本宮の近隣に位置する観光拠点でもある諏訪市博物館は開館から四半世紀を過ぎ、入館者数の推移は頭打ちとなり、館内のリノベーションが求められている。あわせて、館内に収蔵する貴重な各種資料について、収蔵環境の向上と情報公開機能の向上が急務となっている。			
具体的な取組内容	令和3年度は、前年度に引き続き新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、感染警戒レベル5以上の間は自主事業を中止または延期としたが、県が定めた「命と暮らしを救う集中対策期間」9月3日～12日以外は、まん延防止等重点措置の間も開館をし、すわ大昔情報センターでも、コロナ対策を行いながら平常に近い形で来館者対応を行った。一方で、コロナ禍において事業実施について先が見通せない状況があり、「すわ大昔フォーラム」は駅前交流テラスすわツチャオと共催して、全てオンライン講座としてユーチューブ配信を行った。  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年度6月からスタートした日本遺産の土偶札所巡り御朱印帳対応を実施中。  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ったが、令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響により人を集める形では開催せず、「諏訪信仰と御柱」をテーマに10回シリーズで全てオンラインで実施し、LCVでも放映した。 また、博物館友の会と連携して、博物館サポーター養成講座「ミニ屏風作り」に参画し、サポーターの実践（地域出前講座）へ繋げる役割を果たした。 ※詳細は別紙表の通り。  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資料（書籍、写真など）についてデータ整備を進めた。令和3年度に開催した特別展「市制施行80周年記念 写真で振り返る諏訪市の80年」を機に市民から写真を募集してデータ化し、その一部をホームページ内の資料検索システムより閲覧できるようにした。また現在進めている資料調査が終了した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3年度交付金事業実績額	0	円	令和4年度交付金事業予算額	0
				円

## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	3		担当課	生涯学習課
-----	---	--	-----	-------

交付対象事業名	歴史・文化の学びを支える博物館整備事業	交付金の種類	地方創生拠点整備交付金
---------	---------------------	--------	-------------

重要業績評価指標 (KPI)													
指標名	基準値	令和29年度		令和30年度		令和元年度		令和2年度		令和3年度 (計画最終年度)			
諏訪市博物館 入館者数	目標値		18,854	人	19,154	人	19,754	人	20,654	人	21,854	人	
	実績値	18,854	人	9,491	人	12,000	人	12,833	人	8,380	人	8,688	人
	目標達成度	50.3%		62.7%		65.0%		40.6%		39.8%			
	感染症拡大による影響	令和3年度は、令和2年度に引き続いて事業の実施が難しく、夏の間の感染レベル5以上、冬から早春にかけてのまん延防止等重点措置による自主事業の中止や延期により、入館者数は目標値の40%未満となった。											
諏訪市博物館 内に整備する 「すわ大昔情報 センター」利用 者数	目標値		0	人	300	人	900	人	1,800	人	3,000	人	
	実績値	0	人	0	人	1,598	人	1,968	人	1,626	人	1,768	人
	目標達成度	-		532.7%		218.7%		90.3%		58.9%			
	感染症拡大による影響	臨時休館の影響は少なからずあったが、前年度に引き続き、日本遺産関連の土偶のご朱印が人気で、コロナ拡大が落ち着いた初夏・晩秋のセンター来場者は増加した。一方で「おおむかし何でも相談室」参加者は昨年同様、中止が多く減少した。											
「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 件数	目標値		0	件	500	件	1,200	件	2,200	件	3,500	件	
	実績値	0	件	0	件	508	件	2,657	件	2,251	件	2,361	件
	目標達成度	-		101.6%		221.4%		102.3%		67.5%			
	感染症拡大による影響	令和3年度は前年の件を上回ったが目標値の67.5%にとどまったことから、資料検索システムについての継続的な周知と、資料の登録件数を増やしていくことが課題である。											

感染症拡大による事業全体への影響	<p>令和3年度のすわ大昔情報センターの利用は令和2年度と同様に、新型コロナウイルス感染症拡大による人の移動が制限された結果、入館者の減少による影響をかなり受けたと言える。10、11月頃には一時的に感染者が減ってレベルが下がり、入館者が増加したが、全般的には利用者数は落ち込んだまま回復しなかった。その中であっては、日本遺産関連の土偶のご朱印巡りで訪れる人は大きく減少することが無く、縄文ブームが続いていることが伺われた。</p> <p>また、コロナの影響により、ほぼ年度中は人を集めるイベント、講座の開催は中止もしくは延期せざるを得ない状況にあったが、事前に状況を予測し、フォーラムを駅前交流テラスすわっチャオと連携して「御柱と諏訪信仰」をテーマに全10回のオンライン配信により開催したことで、より多くの方々に視聴をもらうことが可能となり、入館者数にカウントは出来ないものの、視聴者数を見れば、オンライン講座はコロナ禍においては相当の効果があったと言える。</p>
------------------	---

## 地方創生交付金事業 効果検証シート

No.	3		担当課	生涯学習課
-----	---	--	-----	-------

交付対象事業名	歴史・文化の学びを支える博物館整備事業	交付金の種類	地方創生拠点整備交付金
---------	---------------------	--------	-------------

事業効果	<b>③地方創生に効果があった</b>
判断理由	<p>・コロナの影響で来館者数が前年同様に目標値の約40%であったにもかかわらず、情報センターの利用者数は60%近くと20%近く多かった。県外からの来場者と、諏訪広域を中心とした県内からの来訪者はほぼ同数で、以前に比べると諏訪圏の人々に情報センターが周知されて来た状況が伺える。</p> <p>・「すわ大昔フォーラム」は、御柱祭の前年ということで、「御柱と諏訪信仰」をテーマにすわっちゃオスタジオを利用して全10回のオンライン開催とし、内容も易しいものからレベルの高いものまで多岐にわたり、諏訪の歴史に関心のある広範囲の人に対して便宜が図られた形となった。視聴者数は、3月末の時点で10回の合計で22,000回以上の視聴数があり、誰でもどこにいても見たい時に見られる利便性により、効果は大きかったと言える。</p>

<事業効果>   ①地方創生に非常に効果的であった   ②地方創生に相当程度効果があった  
                   ③地方創生に効果があった               ④地方創生に効果がなかった

今後の方針	<b>③事業の継続</b>
判断理由	<p>・コロナ禍においても、人々の持続的な学びをサポートするという点で、すわ情報センターの役割は大きく、すわ大昔フォーラムや、「おおむかし何でも相談室」によって知名度が上がり、広く一般に周知されて来ている。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。</p> <p>・「すわ大昔フォーラム」は、コロナの感染状況によりオンラインでの開催するなど、場所や時間を限定せずいつでも視聴することが出来、より多くの人が参加、視聴できるように工夫した。</p> <p>・収蔵庫の資料調査が進んだことで、検索できる資料も今後確実に増えることから、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、活用度はさらに増していくと思われる。</p>

<今後の方針>  
   ①追加等更に発展させる   ②事業内容の見直し(改善)   ③事業の継続   ④事業の中止   ⑤予定通り事業を終了

事業No. 3 参考資料①

2021すわっチャオ・活き活きオンライン講座「御柱と諏訪信仰」<10回シリーズ>

主催・企画・制作：駅前交流テラスすわっチャオ、諏訪市博物館「すわ大昔フォーラム」

制作協力：エルシーブイ株式会社 長野県地域発元気づくり支援金事業

	配信日(予定)	テーマ	難易度	聞き手	講師・ゲスト	アシスタント
第1回	2021年7月9日(金)	御柱の歴史 ～教えて！諏訪の御柱～	★	高見俊樹 (大昔調査会)	小林純子 (諏訪市生涯学習課長)	田中高代(LCV)予定
第2回	2021年7月28日(金)	古絵図にみる 諏訪社の歴史と景観	★★	高見俊樹 (大昔調査会)	渡邊匡一 (信州大学教授)	田中高代(LCV)予定
第3回	2021年9月3日(金)	御柱木遣りのルート	★★	石笠三千穂 (スワニミズム)	宮坂 清 (八幡神社宮司)	田中高代(LCV)予定
第4回	2021年9月17日(金)	まんがで読む 「諏訪大明神絵巻」	★	岩崎省全 (仏法紹隆寺)	五味夏希 (諏訪大明神絵巻研究者)	田中高代(LCV)予定
第5回	2021年10月15日(金)	変わり種「御柱」を歩く	★	石笠三千穂 (スワニミズム)	坂間謙司 (スワニミズム)	田中高代(LCV)予定
第6回	2021年10月29日(金)	普光寺御開帳と諏訪の御柱	★★★	高見俊樹 (大昔調査会)	石笠三千穂(スワニミズム) 岩崎省全(仏法紹隆寺)	田中高代(LCV)予定
第7回	2021年11月12日(金)	諏訪信仰の起こりと神宮寺	★★★	石笠三千穂 (スワニミズム)	小林崇仁 (幸福寺住職)	田中高代(LCV)予定
第8回	2021年11月26日(金)	諏訪の神さま仏さま	★★★	岩崎省全 (仏法紹隆寺)	長谷川弘師(千曲智恵院禪住職・ 信濃仏像修復所所長) 織田顯行(諏訪美術博物館学芸員) 宮坂省恵(照光寺)	田中高代(LCV)予定
第9回	2021年12月10日(金)	見仏記・諏訪信仰の仏たち	★★	岩崎省全 石笠三千穂	ゲスト：三好祐司(写真家) 田中ひろみ(イラストレーター・文筆家)	田中高代(LCV)予定
第10回	2021年12月24日(金)	<番外編> 世界の柱祭り、日本の柱祭り	★	高見俊樹 (大昔調査会)	北村智雄 (日本映像民俗学の会代表、 ヴィジュアルフォークロア)	田中高代(LCV)予定

諏訪人を熱狂させる諏訪大社の「御柱祭」もいよいよ来年に迫りました。御柱(おんばしら)はいつからどのような目的で諏訪神社に建てられたのか、また諏訪信仰とはどんな関係にあるのか、興味はつきません。すわっチャオと諏訪市博物館が10回シリーズでお送りするこのオンライン講座では、様々な分野から講師やゲストをお迎えし、「御柱と諏訪信仰」について多角的に追ってみたいと思います。また諏訪社において、中世から明治維新まで続いてきた「神仏習合」(神様と仏様を一緒に祀る考え方)の知られざる世界にも皆様をご招待します。御柱を10倍楽しむための入門講座としても最適です。どうぞご期待ください。

※インターネットで諏訪市ホームページのキーワード検索欄に「御柱と諏訪信仰」と入れて検索していただけますと、講座の詳細と視聴方法についてご確認いただけます。詳細は駅前交流テラスすわっチャオ(TEL 0266-75-5257)にお問い合わせください。



オンラインフォーラム収録の様子

事業No. 3 参考資料②

令和3年度 すわ大昔情報センター来場者等(月間別集計)

3年度	開催日数	大人	小人	来場者計	フォーラム	総数	平均利用数	中止	御来印
4月	25	82	7	89	0	89	3.58	中止	16
5月	26	133	15	148	0	148	5.69	5件7人	26
6月	26	80	30	110	0	110	4.23	3件4人	22
7月	27	147	121	268	0	268	9.92	2件2人	23
8月	25	132	32	164	0	164	6.6	中止	25
9月	16	80	14	94	0	94	5.9	中止	3
10月	27	168	185	351	0	351	13	5	29
11月	23	174	70	244	0	244	10.6	2	46
12月	23	79	14	93	0	93	4	2	10
1月	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2月	23	89	6	75	0	75	3.3	中止	14
3月	27	119	13	132	0	132	4.9	中止	214
総計	268	1261	507	1768	0	1768	6.6	22	428

※( )内フォーラム人数入り

【オンラインフォーラム】年度末集計

- ① 教えて！藤方の御柱 8538
- ② 古絵図にみる藤訪社 3481
- ③ 木遣りのルーツ 1733
- ④ まんがで読む！大朝神國 2107
- ⑤ 変わり種の御柱を歩く 1428
- ⑥ 普光寺御講帳と御柱 1163
- ⑦ 藤訪御舟の起こりと神宮 1307
- ⑧ 藤訪の神さま仏さま 942
- ⑨ 見仏記・藤訪御舟の仏さま 690
- ⑩ 世界の柱祭り 658

計 22025



おおむかし何でも相談室の様子