

地方創生交付金事業 効果検証結果一覧

令和4年9月末

事業名 (R3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) (5,908,000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	65 件	39 件	60.0%	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1,181件 (R4.2.28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 ・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実施等 3. 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	【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。人材育成については、成果を数値で評価し難いが、ハイブリッドエンジンの高度化に関する基礎研究が、今後の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ことを期待する。また、諏訪圏で製品化された機器・部品・技術等の魅力を積極的に地域内外へ発信する販路拡大事業 (外部展示会等) は、SUWAブランドの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。	【事業内容の見直し (改善)】 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、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、販路分野等幅が広く、企業ごと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添った人材育成を行っていく必要がある。
	若年層を対象とした 事業の参加人数	750 人	397 人	52.9%			
	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	70 人	169 人	241.4%			
	粗付加価値額	2,334 億円	※R5確定予定	-			
	新型コロナウイルス感染症 感染拡大の影響	・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、諏訪圏外の企業への就職を視野に入れたキャリアデザイン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。 ・島津製作所の「新技術・新工法展示商談会」は、Webによる展示商談会として開催。HPへのアクセス数は1,181件 (2月28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昨年引き続き低調となっている。デジタル化が急速に進展する中で、企業では新たな販路開拓方法が求められる。 ・病院連携による医療・ヘルスケア分野参入支援事業のうち、日赤分科会はオンラインにより計3回開催。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。 ・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 (16,469,999円) (R1~R3年度)	SUWAプレミアム売上	1,900 万円	1,666 万円	87.7%	1. SUWAプレミアム販路創生事業 ・地域内に対して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。1回目は、コロナ禍のため、ターゲットを明確にした体験型の内容を行い、2回目は大型商業施設内で体験展示会を開き、密集・滞留を避けながら様々な世代やファミリー層にPRを行った。 ・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。商談成立件数2、商談継続件数8、名刺獲得件数73 (R4.2月末時点) 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3事業者と連携し、地域外クリエイターの助言を受け、新たな視点による事業者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を継続して進めた (R3年度中、サイトへの掲載記事70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3年度は5者から申請があり予算満額の計350万円を採択。	【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 コロナ禍において、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を実施。継続した活動が評価され、産業観光まちづくり大賞において経済産業大臣賞の受賞につながった。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、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、地域内の関係者に年々認知されてきており、地方創生に非常に効果的な事業であったと総合的に判断できる。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。	【事業の継続】 地域内の関係者や地域外の事業者、移住者等の新たな参画者から寄せられた企画については、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」の認定に発展したり、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、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受賞するに至った。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、若者視点によって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契機につながる好循環を生んでいる。
	新規参画社による SUWAプレミアム認定 商品数	4 個	5 個	125.0%			
	事業者フォロー時間の 削減	30 時間	80 時間	266.7%			
	SUWAプレミアム商品、 モニター参加者数	150 人	197 人	131.3%			
	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	新型コロナウイルス感染症の影響を受け2年目となったが、昨年度のコロナ禍での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事業を実施した。 ・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に都内レンタルスペースを活用。ターゲットを明確にしたPR体験会を実施した他、大型商業施設において来訪者が滞留しない工夫を加えた体験展示会を実施した。 ・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5事業が採択され、コロナ終息後を見据えた新たな事業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4年9月末

事業名 (R3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
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	21,854 人	8,688 人	39.8%	<p>前年度に引き続き新型コロナウイルス感染拡大防止のため、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、県による集中対策期間(9/3～9/12)以外は、まん延防止等重点措置の間も開館し、すわ大昔情報センターでも感染症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、「すわ大昔フォーラム」は駅前交流テラスすわっちゃオと共催して、全てオンライン講座としてユーチューブ配信を行った。</p> <p>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札所巡り御朱印帳対応を実施。</p> <p>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、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、「御柱と諏訪信仰」をテーマに全10回をオンラインで実施し、LCVでも放映した。 ・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)へつなげる役割を果たした。</p> <p>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についてデータ整備を進めた。令和3年度の特別展「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、その一部を資料検索システムより閲覧可能とした。その他にも順次資料整備を進めている。</p>	<p>【地方創生に効果があった】</p> <p>※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</p> <p>コロナの影響で来館者数が前年同様に目標値の約40%であったにも関わらず、情報センターの利用者数は60%近くと20%程多かった。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認知されてきた状況が伺える。「すわ大昔フォーラム」は、御柱祭の前年ということ、「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幅広く設定し、諏訪の歴史に関心のある広範囲の人を想定して実施した。全10回合計で22,000回以上(令和4年3月末時点)視聴されており、誰でもどこにいても見たい時に見ることができる利便性により、効果は大きかったと言える。</p>	<p>【事業の継続】</p> <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点で、すわ大昔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、広く一般に認知されてきている。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、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、オンラインで開催するなど、より多くの人参加、視聴できるように工夫した。収蔵庫の資料調査が進んだことで、検索できる資料が増えることから、今後、ホームページからの資料検索システムへのアクセスが増え、活用度はさらに増していくと思われる。</p>
	館内に整備する「すわ大昔情報センター」利用者数	3,000 人	1,768 人	58.9%			
	「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	3,500 件	2,361 件	67.5%			
	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	<p>・令和3年度のすわ大昔情報センターの利用は、昨年度同様、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う来館者の減少による影響を大きく受けた。10月、11月頃には感染者の減少により一時的に入館者が増加したが、全体的には利用者数は落ち込んだまま回復しなかった。そのような状況下にも関わらず、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せず、縄文ブームが続いていることが伺われた。</p> <p>・コロナ禍において、人を集めるイベント、講座はほぼ中止もしくは延期せざるを得なかったが、事前に状況を予測し、「御柱と諏訪信仰」をテーマに全10回のフォーラムを駅前交流テラスすわっちゃオと連携して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してもらうことが可能となり、入館者数としてカウントできないものの、視聴者数からオンライン講座は相当の効果があったと言える。</p>					