

## 資料 1

## 地方創生推進交付金対象事業の実績等について

事業名	コワーキングスペースを活用した地域力向上まちづくり事業(3年目)						
事業概要	情報の収集・発信や最先端のICT機器等の利用が可能な気軽に立ち寄れる居場所としての機能や、起業・創業・就業、産学・地域連携、企業の業務効率化等のワンストップ支援機能を備え、こうしたニーズやモチベーションを持つ市内外の人や企業をまちなかに呼び込むとともに、イベント等を通じて利用者同士の交流や協働、マッチングを促し、地方創生に向けたまちづくりに活かすための拠点とする。						
R1取組	○コワーキングスペース管理運営(3年目) ・運営方法等、利用者の利便性向上を目指す環境や仕組みのブラッシュアップ ・都市部、地元双方の潜在的利用者をターゲットにしたPR ・利用者間の連携推進体制の強化 ・収益基盤の安定化						
KPI (増加分) 【目標値 (増加分の 累積)】	新規創業者数(人)【R2 13人】	目標値	事業開始前	H29	H30	R1	
		実績値		1	4	4	
	諏訪東京理科大学卒業生の市内就業者数(人)【R2 13人】	目標値		1	3	4	
		実績値	16	3	6	-7	
	コワーキングスペース売上額(千円)【R2 8,200千円】	目標値		0	3,800	1,800	
		実績値	12	-2	0	3	
製造品出荷額等(万円)【R2 4,600,000万円】	目標値		1,000,000	1,000,000	1,300,000		
	実績値	0	0	7,476	2,934		
			19,826,359	1,543,810	2,034,431	1,458,567	
事業名	「(仮称)ちの観光まちづくり推進機構」(茅野版DMO)による地方再生モデル創造事業(3年目)						
事業概要	企画、営業、情報発信等の各分野のスペシャリストが力を結集し、「観光を活かした地域づくり」の中核として、観光を横軸に多様な産業を結び付ける地域商社の機能を有し、意欲的にまちづくりにかかわる全ての個人や団体が参画する法人組織「茅野版DMO」を設立する。茅野版DMOは地域資源や人々の魅力を結び付け、オール茅野での「泊・食・過ごし方」を魅力ある旅行商品として交流者に販売することなどを通じて、地域への滞在目的を増やし、地域全体に稼ぎが巡る流れを構築する。						
R1取組	地方創生推進交付金を活用することで、平成30年4月に設立した茅野版DMO「一般社団法人ちの観光まちづくり推進機構」を支援し、新しい観光情報ホームページ及び着地型OTAのバージョンアップ、滞在交流プログラムやモニターツアーの造成、各種誘客ツールのインバウンド版作成等の事業を実施した。						
KPI (増加分) 【目標値 (増加分の 累積)】	市内年間宿泊観光客数(人)【R3 145,000人】	目標値	事業開始前	H29	H30	R1	
		実績値		10,000	20,000	35,000	
	滞在交流プログラム・着地型旅行商品利用者数(人)【R3 33,000人】	目標値		823,000	-1,000	-6,000	-25,000
		実績値			250	1,500	3,250
	滞在交流プログラムの提供側市民参画者数(人)【R3 1,650人】	目標値			10	75	165
		実績値			146	177	480
「(仮称)ちの観光まちづくり推進機構」(茅野版DMO)の年間売上高(万円)【R3 9,850万円】	目標値			0	1,350	1,275	
	実績値			0	948	1,542	
事業名	産学公連携「スワリカブランド」創造事業(2年目)						
事業概要	・公立諏訪東京理科大学を中心とした産学公連携により、恵まれた自然環境をフィールドに、地域の高度なものづくり技術の支援を受けながら最先端のIoT通信技術の利活用を通じて、行政や地域の課題解決に向けた研究開発や人材育成の推進を図る体制と成果を「スワリカブランド」として創出する。 ・SNSで取組の様子を紹介したり、イベントの開催などを通じて、市内外の人や企業にスワリカブランドのPR等を行う。						
R1取組	・外部人材による研究会の運営及び地域課題の解決をテーマとした実証実験、新技術、新製品等の開発の推進 ・人材育成に係るセミナー、講座等の開催 ・Facebookページ、スワリカブランドのロゴマーク、取組紹介動画等を通じて事業をPR。IoT通信技術を活用した地域課題の解決をテーマにアイデアソンを実施し、スワリカブランドの取組への理解を深めた。						
KPI (増加分) 【目標値 (増加分の 累積)】	事業を通じた起業又は既存企業の新分野進出件数(件)【R4 5件】	目標値	事業開始前		H30	R1	
		実績値			0	1	
	事業への民間事業者の参画社数(社)【R4 15社】	目標値			0	1	
		実績値			5	2	
	事業を通じた新技術・新製品等の開発件数(件)【R4 13件】	目標値			14	3	
		実績値			0	2	
人材育成関連事業への参加者数(人)【R4 100人】	目標値			2	2		
	実績値			0	3		
				40	10		
				70	162		

事業名	諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業(3年目)				
事業概要	<p>「ものづくり技術の高度化と人材育成」</p> <p>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、新たな仕事を確保していく。 )  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)</p> <p>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)</p>				
R1取組	<p>平成27年度の地方創生先行型交付金(タイプI)、平成28年度の地方創生加速化交付金を活用し実施した事業を礎(成果としては、技術指導を受けているJAXAからの部品を受注した諏訪圏企業、事業の進捗を補佐している県外出身の大学生の諏訪圏企業への就職)として、更なる技術の高度化と人材育成の推進により、「SUWAブランド」を確立する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・提案型技術者の養成</li> <li>・技術の高度化により成長産業等へ参入し、高付加価値企業へ転換する。</li> <li>・他地域から高度技術者を呼び込む魅力ある地域の確立(SUWAブランドの確立)</li> </ul> <p>「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」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小型ハイブリッドロケット改良</li> <li>・CFRP(炭素繊維強化プラスチック)製品の新規受注促進</li> </ul> <p>「医療・ヘルスケア機器分野への参入に向けた人材育成」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・医療現場等の課題解決に資する機器の製品化</li> <li>・ISO13485取得企業支援</li> <li>・メディアカル100(医療機器等に携わる諏訪企業100社)の促進</li> </ul> <p>「域内ものづくり企業製品の出張展示・商談会の開催」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・成長産業(航空宇宙・医療)関係展示・商談会への出展による「SUWAブランド」の情報発信・確立</li> <li>・新規受注確保促進</li> </ul>				
KPI (増加分) 【目標値 (増加分の 累積)】		事業開始前	H29	H30	R1
新技術・新製品等開発件数(件)【R1 24件】	目標値		4	10	10
	実績値	26	-4	6	-5
人材育成関連事業への参加人数(人)【R1 400人】	目標値		300	50	50
	実績値	547	55	26	-269
展示会・商談会における商談成約件数(件)【R1 25件】	目標値		5	10	10
	実績値	30	-3	8	-13
製造品出荷額等(億円)【R1 1650億円】	目標値		500	550	600
	実績値	5,550	16	-50	588

事業名	「諏訪の国」ブランド展開と観光推進組織基盤創生事業(3年目)				
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域として統一感のある観光地域ブランド「諏訪の国」を確立し、全国に向けたインパクトのある発信や、観光二次交通の実証等を通じ、諏訪エリアへの観光誘客につなげていくことで、観光産業の活性化を図る。また、行政主導ではなく、民間主導の観光推進組織確立を検討。</li> <li>・最終的には地域の主力産業の1つである観光産業の活性化を通して地域雇用・交流人口の拡大、地域の人口増につなげる。</li> </ul>				
R1取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地域ブランド・新たな観光スタイルの展開</li> <li>①諏訪の国観光スタイルの造成(着地型商品や体験プログラムの造成)②諏訪の国ブランド活用(首都圏イベントでの出店PR)</li> <li>・有望ターゲットへの継続的な情報発信</li> <li>①旅行代理店・メディアへの発信(旅行会社等との商談)②WEB・SNSの活用(公式アンバサダーによる情報発信、海外向けWEBサイトの情報拡充、PR動画の再生回数向上)</li> <li>・自主的な地域観光の推進体制・組織の検討</li> <li>①広域・自主的な観光推進のための核となる組織育成(広域連携のためのワークショップ、地域企業からの広告収益事業の検討、WEBアクセス解析に基づく戦略策定)</li> </ul>				
KPI (単年度 増加分) 【目標値 (増加分の 累積)】		事業開始前	H29	H30	R1
諏訪6市町村観光地利用者延数(人)【R1 868,200人】	目標値		434,000	217,200	217,000
	実績値	13,148,800	-226,300	-4,900	-51,000
諏訪6市町村観光地利用者宿泊数(人)【R1 82,600人】	目標値		41,200	20,800	20,600
	実績値	2,938,000	4,200	-101,500	600
「諏訪の国」ブランドロゴ使用申請数(件)【R1 45件】	目標値		15	15	15
	実績値	1	15	19	-18
諏訪6市町村観光消費額(千円)【R1 1,079,449千円】	目標値		539,724	269,863	269,862
	実績値	36,817,583	-527,214	-506,941	-365,958