

地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金対象事業

資料3

事業名	事業内容	総合戦略における事業目的	有効性の有無	理由
受注及び販路開拓支援事業	市内中小企業者等が展示会、見本市等へ出店する経費に対し補助金を交付し、市内企業の活性化を図る。	企業な新たな受注、販路開拓を支援することにより、新たな雇用を創出する。	有	補助金の交付申請22社に対し、実際に受注につながった件数が91件(11社)あった。展示会・見本市等への出展に行政が支援を継続することは、より多くの企業が展示会・見本市等へ出展することが期待でき、企業が新たな販路を開拓することは地域経済の活性化につながると考えられるため。
新技術・新製品研究開発支援事業	市内企業の持続的な成長力を強化するため、次世代を見据えた開発力・技術力の獲得に対し、補助金を交付し支援する。	新技術・新製品研究開発に挑戦しやすい環境を整備及び支援することにより、新たな雇用を創出する。また、企業の研究開発指向を高揚させることで、新産業の創出や新分野への参入を促し、若者にとって魅力ある職場づくりと雇用の創出を図る。	有	企業が行う研究開発を促進し、新技術・新製品が開発されることは地域経済の活性化にもつながるため。
コワーキングスペース開設事業	茅野市(諏訪地域)における若者(特に学生)の起業・創業・就業の種まきから刈り取りまでを支援するワンストップサービス拠点を整備する。	利用者間の情報交換や地域住民、地元企業との膝詰めによる交流が可能なスペースを設置し、そこで若者がキャリアデザイン力を身につけるとともに、地域への愛着を醸成し、最終的に企業・創業・就業のいずれかの形で、市内、諏訪地域内への若者の定着を図る。	有	平成27年はコワーキングスペース開設に向けた基礎調査、基本構想の策定を行った。基礎調査からもコワーキングスペースの必要性は高いと考えられ、新たな雇用を創出するためにも必要な事業であるため。
茅野・産業振興プラザ支援事業	企業間の情報交換・連携・協力の推進、人材育成と地域社会貢献、情報発信の拠点となるプラザを支援することにより地域内の産業振興を推進する。	茅野・産業振興プラザを機能強化することにより、地域内の産業間連携を促進し、雇用の創出を図る。	有	アドバイザー、コーディネーターによる企業訪問が積極的に行われており、企業体質強化・人材育成等に寄与している。市内の製造品出荷額も平成26年の1,815億円から増加したため。
諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業	諏訪地域の企業、NPO諏訪圏ものづくり推進機構及び大学等とが連携し、成長産業等の高付加価値な事業分野への進出と諏訪地域のブランド化の実現を目指す事業を広域的に支援する。	同一経済圏にある諏訪圏6市町村、域内の大学及び諏訪圏ものづくり推進機構が広域に連携して、これまでの諏訪地域の強みである高度な精密加工技術と恵まれた自然環境を活用することで、成長産業等の高付加価値な事業分野への進出を図り、所得水準の高い仕事の獲得と諏訪地域のブランド化を実現。産業の振興と質の高い雇用の増加を目指す。	有	大学と産業支援機関の知見を得ながら、多くの地元企業の参画により、研究会やセミナー等の取組が活発に行われており、高度なものづくり人材の育成に寄与している。また、同一経済圏で様々なネットワークを構築し、地域が一体となりブランディングを進めるためにも必要な事業であるため。
空き家住宅改修補助事業	空き家バンクに登録してある住宅を、市内の業者を利用して行う改修工事50万円以上に対し、25万円を補助する。	空き家として放置されている家屋の改修に対して補助金を交付することにより、空き家住宅の改修を促し、当該空き家住宅の活用による定住者等の増加及び地域経済の活性化を図る。	有	平成27年は目標値を上回る申請があった。空き家を改修することで既存の住宅ストックの有効活用ができ、また空き家だった物件が適切に維持管理されることは防犯・防災面からもメリットがあるため。

茅野市の認知度向上事業	茅野市の認知度を向上させるため、全国(特に都心部)から人が集まるイベント等の実施に対し、支援を行う。	移住・定住・二地域居住を考えている人に対し、「茅野市」という存在を認知してもらい、移住・定住・二地域居住の最適地として選ばれる可能性を引き上げる。	有	平成27年は小屋フェスを実施した。9日間で14,128人の来場があり、WEB記事やTV取材、SNSなどの拡散により「茅野市」という名称が多くのメディアで露出した。また、Googleでの「茅野市」の検索回数が2004年以降最多となるなど、様々な効果があったため。
アニメなどの聖地活用事業	アニメなどの中で使われている実在する舞台を観光資源とし、市内にあるアニメ聖地を発信したり、モデルツアーを実施したりする。	アニメなどの中で使われている実在する舞台を観光資源とし、市内にあるアニメ聖地を積極的に発信することで、聖地巡りを行う観光客の来訪促進につなげる。	有	アニメ聖地巡礼ツアーを2回開催し、延べ49人の参加があり、新たな観光客層にアプローチすることができた。傾向としてこういった観光客はリピーターになる可能性が高い。また、巡る場所が狭小な場所もあることから大人数でのツアーは難しが、数人のツアーであっても参加者やファン層がSNSを利用する者が多く情報が拡散され、個人で訪れる者も多くなってきているため。
ビーナスライン沿線市町との連携事業	自治体の枠を超えた共同イベントの開催、ホームページの開設、共通パンフ、共通マップの作成等により、広域での誘客、情報発信を行う。レンタカー助成、インバウンド対策助成等の新規客層の掘り起し施策を広域で実施し、圏域の共栄を図る。	広域における連携したイベント、連携した情報発信に取り組み、点から面への観光導線の転換を図る。圏域における日本版DMOの組成も視野に入れ、ビーナスラインを基軸とした各自治体、各観光協会、各観光事業者間の連携強化に取り組む。	有	平成27年11月にビーナスライン沿線市町と信州ビーナスライン連携協議会を設立。基礎調査や研修会などを実施した。平成28年は協議会の企画運営部会や映像・ホームページ部会による具体的な事業の検討、ポスターパンフレットの作成などを行い、連携事業を実施していく。単独の自治体ではなく、他自治体と連携してビーナスライン沿線の観光客の増加を狙うことは広範囲での地方創生につながるため。
縄文の都PR事業	茅野市の縄文遺産を高速バスヘラッピングしたり、駅へ土偶パネルを設置したりするなど、「茅野市」と「縄文」をPRする。	様々な媒体を活用し、「茅野市」、「縄文」を各所でPRし、観光客の誘客を図る。	有	土偶、ハヶ岳、御射鹿池をラッピングした高速バスの走行と駅前に縄文のビーナスの大型パネルを設置した。これまで縄文を前面に押し出したPRはあまり行ってこなかったが、考古館の来場者の増加や縄文専用ホームページのKPIの達成など効果がみられるため。
自主防災組織活動支援事業	自主防災組織が整備する防災資機材や防災訓練等の日常活動に対し補助金を交付するとともに、自主防災組織の活動に対する人的・技術的な支援を行う。	自主防災組織の活動を充実することで、地域における支え合いが積極的に行われるようになり、安全で安心な地域コミュニティづくりを進める。	有	自主防災組織の活動が活発になることで地域防災力の向上につながる。市全体の防災力を高めていく上で、必要不可欠な事業であるため。
消防団活動支援事業	活動服貸与事業(より動きやすい活動服を貸与する)、消防団サポート事業(参加店舗等で料金の割引など様々な特典を受けることができる)、消防団協力事業所認定事業(消防団員の活動に対し積極的に協力している事業所等を認定する)	地域の消防・防災活動の要となる消防団の活動に対し支援を行うことで、消防団員のなり手を確保するとともに、安全・安心な地域コミュニティづくりを進める。	有	消防団員となることのメリットや消防団員が活動しやすい体制を整えることは消防団員の確保につながり、ひいては住みよい地域の形成につながるため。