

地 域 再 生 計 画

1 地域再生計画の名称

まるごと美味しい名所の街「くしろ」地域雇用促進事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

釧路市

3 地域再生計画の区域

釧路市の全域

4 地域再生計画の目標

本地域は、人口が190,478人から181,169人となり4.9%減少し、労働力人口もまた93,277人から86,869人となり6.9%減少している（平成17年国勢調査及び平成22年国勢調査）。

また、東日本大震災以降、有効求人倍率はわずかながら回復傾向はあるものの、全国の有効求人倍率（0.99倍）を下回り、0.87倍と結果的に低い水準での推移となっている。

本地域では水産業、石炭産業、紙・パルプ産業が基幹産業であるが、近年はこれらとともに道東の酪農と結びついた飼料関連産業、サービス業が地域経済の大きなウエイトを占めている。そのなかでも紙・パルプ製造業の産出額は、903億7,696万円であり、製造業全体の出荷高の37%を占めている。また、食料品製造業の出荷額は、621億495万円であり、製造品出荷額の25.7%を占めている（平成24年工業統計調査）。

しかしながら、水産業については国際漁業規制の強化や漁獲資源の減少により、平成14年度の漁獲売上高が189億1,941万円であるのに対し、平成24年度には88億3,945万円となり規模が半減し、石炭産業についても80年余にわたり操業を続けてきた太平洋炭鉱が閉山し、地元経済界による後継会社の設立はあったものの一時に約1,000人の失業者が出る等、地域経済に大きな打撃となった。さらには公共事業減少の影響も受け、釧路市の経済や雇用情勢は、バブル崩

壊時期を脱し、ようやく回復基調に踏み込みつつあった日本経済の背中を見ながらも、依然深刻な状況にあった。

この状況の解消に向けて、釧路市は産業再生を目指し、平成16年に地域の全産業の現状分析と課題抽出を行い、釧路市産業再生指針を策定し、食、環境、福祉、エネルギー等、様々な分野において、市民協働や産学協働の取り組みを進め、地域一体となって産業創出や企業立地に努めた。また平成19年には、観光振興ビジョンを策定し、観光を中心とする裾野の広い産業群の振興に向けて歩み出した。

しかしながら、平成20年9月の米国のリーマンショックを起点にした世界同時経済不況の影響で、平成21年5月には釧路管内の有効求人倍率が0.26倍に落ちる等、地域雇用環境は過去20年で最悪の状態に陥った。地元企業の置かれた経営環境は「新規雇用しなければ会社が存続できないが新規雇用したら会社がもたない」という切羽詰ったものであった。

現在は、東日本大震災以降の復興特需を契機として有効求人倍率がバブル経済崩壊以前の1992年8月の水準（釧路管内は0.82倍）まで達したが、アルバイトやパートタイムといったいわゆる非正規雇用の求人数が4割を占めている。また、慢性的に人材不足に陥っている建設業や、医療・福祉業の求人が圧倒的に多い一方で、それらの業種を充足する求職者数が少ないため、求人募集期間終了後も再度募集を繰り返す等、求人と求職のバランスがとれておらず、有効求人倍率の回復は、実態の伴わないものである。雇用意欲のある企業であっても「即戦力を求める」傾向が根強く、求職者にとって狭き門となっている。求職者もまた、就職後に雇用条件の相違や、業務対応能力の不足により、早期に離職する傾向があり、企業にとって必要な人材が定着しないといった課題がある。

このことから、企業が事業展開で求める人材を自社で教育することが難しく、役員が管理業務だけでなく営業等の現場の業務を抱え込み、事業を拡大するゆとりがない。求職者においては、営業職、宿泊業、飲食サービス業で離転職を繰り返す傾向が強く、販売促進や高度な接客スキルをもった人材が育たない環境にある。

雇用を創造するには、まず求職者に対しては、求職者自身の地域に対する知識、まちに対する認識、勤労意欲、職業上必要とされる技術等のスキルアップの機会づくりが不可欠である。

企業に対しては、事業意欲を刺激し、新商品開発や販路開拓、起業についての具

体的な展望を与えることが必要であるとともに、商品の付加価値を高め、地元志向の販路から国内外へ販路を開拓することにより、ビジネスチャンスが無駄なく生かすことへの動機づくりが重要である。

上記の方向性を踏まえた上で地域再生計画の目標として、平成26年度から平成28年度までの期間における雇用創出の目標を252人とし、雇用の拡大を目指す。

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

産業構造の変化とリーマンショックに端を発した米国の金融不安とそれに起因する為替高騰の影響により、一段と低下した有効求人倍率（平成21年5月、全国平均0.38倍に対し釧路管内0.26倍）は、東日本大震災以降の復興特需を契機として、バブル経済崩壊以前の1992年8月の水準（釧路管内0.82倍）まで達した現在も、アルバイトやパートタイムといったいわゆる非正規雇用の求人数が4割を占め、また、求人募集期間終了後も、人材の充足数を満たすことができずに再度募集を繰り返す業種がある等、求人と求職のバランスがとれておらず、実態の伴っていない状況である。

この現況を脱するには釧路市中小企業基本条例の理念に基づき、域外貨の獲得と域内循環を域内連携のもとで行うことを目指しつつ、具体的には地域企業経営者の事業意欲の活性化とそれを支える地域求職者の人材育成が急務となっている。

そこでこのたび、実践型地域雇用創造事業における各種セミナー等を通じて、地域に根ざして生きる雇用者・被雇用者らが、現実のマーケットへの対応能力を身につけ、地域における経営・雇用環境の改善を図っていくこととした。

5-2 特定政策課題に関する事業

「該当なし」

5-3 法第5章の特別の措置を適用して行う事業

「該当なし」

5-4 その他の事業

5-4-1 実践型地域雇用創造事業【B0906】

釧路地域における、雇用の推進を図るためには、販路開拓分野、食分野、観光分野において、次の諸点を解決していかなければならない。

販路開拓分野においては、国内外への販路開拓について第1次産業資源が豊富な土地柄にあっても未だ取り組みが不十分であり、商品情報発信力を強化及び販路開拓の手法を獲得し、具体的な販路拡大の取り組みが求められている。海外販路の開拓について、国内人口が減少する中で釧路地域においても課題となっており、貿易関連の情報や実務能力の獲得が地域の企業にとっても重要である。

食分野においては、本市は、全盛期に比べれば水揚量、水揚高共に激しく落ち込んでいるが、いまなお、全国有数（平成24年水揚量全国第8位）の水揚げを誇る釧路港を有する水産都市である。また、平成17年の旧阿寒町、旧音別町との合併により、酪農業を中心とした農産物をも含めた、裾野の広い第一次産業を有する市となっている。

しかし、それらの産出物の多くは原料生産にとどまっており、国内外へ販路拡大するためには、他地域の産出物との差別化を図るため、付加価値を高める必要がある。

観光分野においては、市域に釧路湿原国立公園と阿寒国立公園を有し、自然観光が振興するのに並行して、釧路市出身の世界的な建築家である毛綱毅曠氏の設計による建築物や、ホテルが近接するコンベンション施設を配置する都市観光の充実を図ってきたが、近年の観光動向や連泊化のメニューづくりの課題には、地域の観光業界は対応しきれていない。さらに、冬期間における観光入込数が落ち込み、集客性をもった取り組みが必要とされている。

なお事業の実施に当たっては、釧路市、釧路商工会議所、（一社）北海道中小企業家同友会釧路支部、（一社）釧路水産協会、（一社）釧路観光コンベンション協会を実施主体とする。

I 雇用拡大メニュー（事業主を対象）

① 販路開拓マーケティングセミナー

釧路市は中小企業の構成比が商業統計で95%（平成19年度中小企業

庁調べ)を占めるまちであり、大手企業と比較して市場マーケティング調査や販売ノウハウの習得に十分な投資ができず、販路開拓の機会を失っていることが地域の課題として掲げられている。この課題を解決するために、集客コンサルティングや販路開拓に実績を持つ講師を招へいし、域外へ向けた販路拡大を志す卸小売業、サービス業等の中小企業経営者や幹部社員等に対して、B to C取引の販売促進手法やマーケティング、店舗型の集客術等の先進的な販売手法を習得するためのセミナーの開催により雇用の拡大を目指す。

② 販路開拓ブラッシュアップセミナー

販売促進に係るコンサルティング講師等を招へいし、既存のチラシや広報手段等の事例とブラッシュアップ方法を学ぶセミナーを開催する。座学では、実際の販売促進や広報等の事例を題材に、効果が上がった事例や顧客の購買に繋がった販売促進等を学習する。開催都度にグループディスカッションも実施し、講師の指導に基づきながら、各企業が独自で取り組んでいる販売促進戦略の意見交換と情報交換を行い、各企業がより効果的な販売促進を探るための実践的な検証も行う。

③ 戦略的観光客集客セミナー

北海道へ訪れる観光客はここ数年、4,000万人代後半を安定して推移している。しかし、釧路市以外にも北海道には魅力的な観光資源を有した地域が多く、北海道内でも観光客の集客競争が激化している。この現状から、釧路市が他地域と比較して秀でた観光地として観光客を獲得するためには、地域内連携と販路開拓が鍵となっているため、観光分野において集客に実績がある講師を招へいし「観光と地域連携」や「観光地域マネジメント」等の成功事例を学習し、事業拡大を目指す。セミナーにおいて、参加する関連事業者により釧路市の観光の状況を検証するためのグループディスカッションも併せて実施することにより、地域内連携の視点を共有することで相乗的な効果が期待できる。

④ 連携ビジネス創出促進セミナー

釧路市における人口減少が加速度的に進行し、経済規模が縮小する中で個々の企業努力だけで事業展開を成し遂げることは非常に困難である。基幹産業として成長を続けた炭鉱や製紙が事業規模を縮小し、地域経済の疲弊が深刻化する中で、経済成長の原動力となる産業の活性化を目指し新たな雇用を生み出すためには、地域一体で取り組むビジネスモデルを創造しなければならない。そのためには、各事業所の良い部分を活かしつつ、不足する部分を補う形で横の連携ネットワークを構築し、商品・サービスの高品質化や高付加価値を図る必要がある。

釧路市では、夏季の冷涼な気候を求めて道内外から中長期滞在者が訪れる等、関連する産業で早急な対応が求められる。しかし、観光客に早急な対応が求められる宿泊や飲食に関連する企業では従業員の出入りが激しく「雇ってもすぐやめる」という傾向が非常に強い産業である。安定した雇用の機会を得ることが少ないことから、人材教育と人員不足により事業拡大の機会を失っていることも大きな問題である。

本事業では、事業連携する事前準備として、共創ビジネスに失敗を経験した経営者を招へいし「なぜ失敗したのか」「原因はなぜか」を検証するセミナーを実施する。また、事業推進の上で人材の流出を防ぎ、将来にわたり優秀な人材を確保することは重要なテーマである。同時にセミナー参加者によるグループディスカッションも実施することにより、事業間の連携の視点も習得することができ、新たな商品・サービスの開発、販路拡大に向けた活路を見出すことができる。

⑤ 雇用創造実践メニュー公開セミナー

地域企業に雇用創造実践メニューで開発した商品のノウハウを情報公開する。

II 人材育成メニュー

① 観光おもてなしスキル定着セミナー

観光関連業種をはじめとした接客対応に係る仕事では、日々、多くの人と接

する機会があり、接客の魅力を高める必要がある。しかし、釧路市を拠点とした道東観光や長期滞在者が増える一方で、これに対応できる人材が未だ不足しているのが現状であり、観光事業者への人材の充足が課題となっている。こうした課題を解決するべく、基本的なビジネスマナーの習得を基本とした、意識とスキルの両面での基礎的な土台づくりを行うセミナーを実施する。具体的には、基本的なビジネスマナーや観光客を想定したコミュニケーション講座、さらに自ら考え行動する力「社会人基礎力」を養い、マニュアルに囚われない柔軟な思考を持った人材を育成し、観光客の多様な要望に対応できる高度な技能を有した人材を育成する。

② 企業情報発信技術習得セミナー

インターネットやソーシャルメディアの隆盛により、商品・サービスの情報発信をマーケティング戦略に導入する企業が多く見られるようになった。インターネットを取り巻く環境が急速に進展する中で、最先端の情報発信能力を有した人材は各企業において必ず必要となる。本事業では、店舗型における事例を中心にソーシャルメディアを媒体とした、商品・サービスの情報発信技術を習得するセミナーを実施する。

③ Webショップ開発創業セミナー

創業における事例を中心に、ECサイト、ホームページ制作技術習得のほか、ブログやSNS等を融合させたインターネット販促技術も併せて修得する。

④ 商品・サービス販売力強化セミナー

営業職をはじめ、商品・サービスを販売する事業に従事する者には、必ず顧客への「伝える力」が求められてくる。釧路市は魅力的な水産資源等を持っているにも関わらず、商品の販売ノウハウに乏しいことが現状である。また、釧路の商売特徴として、漁師町であるがゆえに「黙っていてもモノは売れる」という気質が根強く残っていることが販売力養成の大きな妨げとなっていた。この課題を解決するために、これら職種の求職者を主な対象として、プレゼンテーションの基本技術から顧客管理、さらには商談力を育成するセミナーを開催

する。具体的には、パワーポイントを基本とした提案資料を作成する技術を習得しプレゼンテーションスキルの向上、営業職等で必要となる顧客・販売管理の技術を習得し管理業務能力の養成、顧客提案資料、顧客データベース、POP、DM、ニューズレター作成の実践を通して販売力・商談力の強化を図る。

⑤ フードビジネス専門職セミナー

四季を通して優秀な食材を調達できる釧路市は、レシピの創意工夫次第で大きく売り上げを伸ばすことができる可能性を有している。特に近年は「食べログ」や「ぐるなび」等レストラン情報のデータベース利用も広がり、ロコミ次第で大きく売り上げが左右される時代である。しかし、釧路市内には、食専門の教育機関が存在せず、調理師をはじめとしたフードサービス関連への就職を志す人材が地域外へ流出しているということが課題である。この課題を解決するために、本事業を通してフードサービス業に関連する企業の雇用拡大を図る。具体的には栄養学や色彩感覚等食品に関連する基本的な知識といった多岐に渡る技能を身につける。講義の後半には、創作料理のレシピ開発も併せて行う。

⑥ 地域ビジネス創出セミナー

釧路市は地域特色を活かしたビジネスモデルが多数眠っている。これを発掘し、活用することで大きなビジネスチャンスを生み出すことができる。本事業では、地域経済学や地域学を専門とする講師を招へいし、釧路市の地域資源を活かした新たな観光のビジネスモデルを模索するセミナーを開催する。習熟度の向上と就職した際の実践意識を刷り込むため、座学のほか、釧路市内の観光地や各施設等においてフィールドワークも実施し、現地から分かる経済活動のタネも発見してもらおう。

Ⅲ 就職促進メニュー

① 合同企業就職フォーラムの開催

雇用拡大メニューを利用した地域企業と人材育成メニューを利用した地域求職者等のマッチング等を目的とした合同就職フォーラムを開催する。また、同会場内でキャリアコンサルタントによるカウンセリングも実施する。

② 就職支援情報発信

実践型地域雇用創造事業で実施する事業の周知を図るため、協議会ホームページを開設する。同時に、セミナー参加者の就職に役立つ情報を随時発信していくとともに、重点分野に該当する企業の情報も求職者に向けて発信する。

IV 雇用創出実践メニュー

① 地域の食材を活かした加工品・商品開発事業

釧路市はこれまで北海道の原料供給基地の一つとして、食材を中心に産物を販売してきた。しかし、釧路市の主要な産業のひとつである水産部門においては、国内の魚食離れから、食材としての産物の販売が減少している課題に直面している。しかし一方で、国外において「安全・安心」かつ「高品質」な食品を求める傾向が強くなり、北海道ブランドを前面とした農作物・海産物の人気上昇傾向であり、日本の食文化の普及による産物の加工品のニーズが高まっている。そのため、道内の他地域より秀でた競争力を持つ食の商品開発と新たなニーズの発掘が早急に求められている。

本事業では、既存の商品の品質改良を重ねるとともに、釧路市の主力産物である水産品を中心とした、地元の食材を活用した新商品の企画・開発を行い、販路開拓を行う。スケトウダラに関しては釧路港の水揚げの6割以上を占める等年間を通して安定供給が望める食材である。しかし現状は、水揚げのほぼ全てがすり身にされ、加工食品という観点では発展途上の魚介類である。この現状を踏まえ、市民及び観光客へ釧路産スケトウダラを利用した新たな食文化としての商品展開を行うため、地域の経済団体や企業に対しニーズ調査を行い、専門家の指導・助言を受けながら水産加工食品を企画する。

具体的には、スケトウダラを使用したフィッシュ・アンド・チップスを開発する。日本のファストフードでは肉を中心としたハンバーガー類の品ぞろえは豊富であるが、白身魚を使ったフィッシュ・アンド・チップスに類する商品は数少ない。そこで、釧路産スケトウダラを使用し、釧路風にリメイクし、新しいファストフードとして普及させ、スケトウダラの新たな需要を掘り起こす。また、添え物として、釧路市にはキクイモという種類の農産物が

あり、インスリンという血糖値の上昇を抑える効果があるといわれている成分が含まれ、スケトウダラには抗メタボと筋肉増強効果があるとの研究がなされている等、健康志向が注目される食材のコラボレーションが実現する。

釧路港では、スケトウダラは年間を通して安定した供給が望める食材であり、多くの需要に応えられるだけの水揚げがある。そのため、店舗での販売や独立したファストフードを多くの企業が展開する場合でも安定供給が望める食材である。地元水産加工会社と連携したマーケティング活動と販路開拓を並行して進めることで的確な販路を開拓し、雇用の創出を図る。

② 滞在型観光ツアー商品開発事業

釧路市は、釧路湿原国立公園と阿寒国立公園を市域内に抱え、観光を経済活性化のひとつの柱と位置づけており、これまで、国内外に両国立公園を中心とした観光客誘致活動や教育旅行誘致活動を実施してきたところである。また、冬期にはタンチョウ観察を中心としたツアー、旅行誘致活動を行う等、各種プロモーション活動を通じ、観光客の誘致を図ってきている。しかし、旅行形態は団体旅行から個人旅行へと変わってきており、多様化する観光ニーズに応えるためには、地元でしか味わえない着地型旅行商品の開発が不可欠である。

そこで、地域ならではの滞在型観光ツアー商品の開発により観光客の誘致を行い、交流人口の拡大による地域活性化を図るため、専門家からの指導・助言を得ながら新たな観光資源の掘り起こしや情報収集を行うとともに着地型旅行商品の開発・設定に取り組む。また、それらのニーズ調査や広報活動を行う。

具体的には、水揚げからセリまでの見学や、旬の海産物を利用した料理の試食調理実習等を盛りこんだ豊富な水産資源を活用したグルメ体験ツアーや釧路の風土や文化、歴史を学ぶ歴史探訪ツアー等を開発する。

グルメ体験ツアーでは、釧路港で年間を通じて安定供給が期待できるスケトウダラのすり身の加工体験や、釧路沖で毎年調査捕鯨が行われているクジラのチップの加工体験、秋季には秋サケを利用した冬葉^{とぼ}作り等を想定している。

歴史探訪ツアーでは、文学愛好家やMICEとして四年制大学文学部等を対象に、北海道の名付け親であり詳細な内陸地図を完成させた「松浦武四郎」が残した「久摺^{くすり}日誌」及び「釧路叢書松浦武四郎蝦夷日誌集」から、釧路に纏わる水

産の歴史を紐解くツアー等を想定している。

観光客の増加により、宿泊、運輸、飲食等観光業界を中心とした波及的な雇用創出を目指す。

5-4-2 釧路市が行う事業

ア 販路開拓分野

① 産業クラスター促進事業（平成12年度～継続）

a 事業内容：

農林水産業や製造業、流通業、観光、環境、食などの産業間の結びつきや産学官の連携を強化し、新たな製品、サービスの開発や事業化の取り組みを促進する。

b 事業実施主体： 釧路市

c 事業規模：平成26年度予算2,290千円

d 事業成果：

(a) これまでの実績：現在実施中

(b) 今後の見込み：

付加価値をつけた、あるいは新たな価値を創造した、地域発信の製品やサービスを生み出し、それを外の地域に売ることにより、地域外からの外貨獲得を目指す。

イ 食分野

① 地域ブランド化推進事業（平成16年度～継続）

a 事業内容：

地域独自の産品を、差別化した取り組み（品質管理等）と地域イメージを結びつけながら付加価値を高め、地域内の様々な分野・団体との連携により地域ブランド化の取り組みを推進する。

具体的には、釧路地域ブランド推進委員会が主体となり、平成20年度からシシャモを、平成22年度からは、トキシラズのブランド化に向けて取り組みを進めている。

b 事業実施主体： 釧路市・釧路地域ブランド推進委員会

c 事業規模：平成26年度予算3,685千円

d 事業成果：

(a) これまでの実績：

- ・ブランド推進委員会並びに各専門部会開催
- ・イベント開催等による地元向け普及PR活動
(釧路しししゃもフェア、トキまつり、釧路ブランドフェアの開催等)
- ・販路拡大に向けた物産展、商談会等への参加
- ・販促グッズ作成によるPR活動
- ・新商品の開発研究
- ・釧路しししゃも地域団体商標登録に向けた活動
(平成25年3月に商標登録)

(b) 今後の見込み：

今後も地域ブランド化を推進するため「釧路しししゃも」「釧路定置トキシラズ」については、品質管理の徹底や地域内外における普及PR活動等を継続していくとともに、新たなブランド化品目についても、検討を行っていく。

② 水産物消流宣伝・付加価値対策事業（平成10年度～継続）

a 事業内容：

釧路らしい加工品づくりや地元水産物の消流宣伝等、付加価値対策を進め、漁業・水産加工業の経営の安定化を図る。

b 事業実施主体：釧路市・釧路コンブ普及協議会

c 事業規模：平成26年度予算2,600千円

d 事業成果：

(a) これまでの実績：

- ・コンブ消流宣伝事業
- ・コンブ加工品需給安定対策事業

(b) 今後の見込み：

水産品を中心とした食資源を活用し、歴史や文化や気候等の地域の特色を生かした商品開発を行うことで、付加価値を高める、ある

いは付加価値を高めた上で販路拡大を図る。

ウ 観光分野

① 阿寒 I C 開通に係る魅力づくり事業（平成 25 年度～継続）

a 事業内容：

道の駅「阿寒丹頂の里」における地域活性化事業

平成 27 年度道東道阿寒 I C 開通に向けた道民及び道外観光客の誘致活動や、阿寒丹頂の里への観光客受け入れのための魅力づくり活動、地域の住民の盛り上がり運動の実施等地域経済活性化事業

- ・パンフレットの作成
- ・地域の魅力づくり研修会・講演会の実施
- ・情報発信活動のための看板設置
- ・地域資源を活用した特産品等の開発

b 事業実施主体：釧路市・阿寒丹頂の里プロジェクト委員会

c 事業規模：平成 26 年度予算 3,800 千円

d 事業成果：

(a) これまでの実績：現在実施中

(b) 今後の見込み：

阿寒丹頂の里エリアの機能再整理や魅力向上の可能性をさぐり、同エリアの日中滞在拠点化の取組を進める。

② 観光誘致開発広域事業（平成 25 年度～継続）

a 事業内容：

観光客誘致、イベント開催、異国の森ブランド化推進（異国の森ブランドと湖のプロモーション）、アウトドアブランド化推進（プロモーション、各種アウトドアイベントの開催）、「マリモの阿寒湖」世界自然遺産登録に向けた活動の実施、アイヌブランド化の推進商店街活性化（千本タイマツの実施、ご当地グルメ「阿寒やきとり丼」）、花いっぱいプロジェクト（花木育苗・育成、プランターによる景観整備等）、阿寒湖温泉グランドデザイン懇談会の開催、外国人へのホス

ピタリティ向上

b 事業実施主体：釧路市・NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構

c 事業規模：平成26年度予算45,218千円

d 事業成果：

(a) これまでの実績：現在実施中

(b) 今後の見込み：

事業の休止、縮小を行った場合、観光客数の大幅に落ち込みが予測されるため、維持、又は拡大の方向で今後検討。

③ 観光振興ビジョンの実施（平成19年度～継続）

a 事業内容：

岸壁炉端の営業、早朝魚河岸ツアー、MICE関連産業の実態把握、MICE誘致のセールス、アイヌブランド化、着地型旅行プログラムの開発、ぐる得パスポートの製作、タンチョウ折紙の製作、観光講座、イベントカレンダー、修学旅行誘致、幣舞^{ぬさまい}観光ガイドステーションの設置、ニューツーリズム旅行商品の企画・開発。

b 事業実施主体：釧路市・一般社団法人釧路観光コンベンション協会

c 事業規模：平成26年度予算92,832千円

d 事業成果：

(a) これまでの実績：

自然観光、都市観光のあらゆる手段を開発・実施しているが、全国的に有名な観光地に比べ、ブランド力やネームバリューが不足している。

(b) 今後の見込み：

観光商品開発とネームバリューのアップを目指す。

6 計画期間

認定の日から平成29年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

実践型地域雇用創造事業の実施に伴う雇用創出数を用い、目標の達成状況进行评估する。