

地域再生計画

1. 地域再生計画の名称

ひと・まち・自然が調和した活力創造への挑戦！

「にぎわいのあるまちづくり」へ

Aff Business Challenge Do!

※Aff : Agriculture, forestry and fisheries

2. 地域再生計画の作成主体の名称

北見市

3. 地域再生計画の区域

北見市の全域

4. 地域再生計画の目標

4-1 地域の現状

(地勢)

北見市は、北海道の東部、オホーツク沿岸地域から北見盆地、さらには大雪山系へと続く地域に位置し、大雪山国立公園、知床国立公園ならびに阿寒国立公園や、オホーツク海沿岸には網走市やサロマ湖、ワッカ原生花園に代表される自然あふれる風光明媚な景色に囲まれた中心都市である。オホーツク地域は、夏の“オホーツクブルー”と呼ばれる澄んだ青空が北海道のさわやかな気候を、また、オホーツク海沿岸に接岸する流氷は冬の厳しい寒さを想起させ、年間を通じて北海道を代表する観光拠点となっている。

平成18年3月の1市3町合併後、市町村としては北海道一の広さであるとともに、全国でも第4位の面積(1427.56cm²)となり、市の西端である石北峠せきほくとうげから東端のオホーツク海までの道路延長は、東京箱根間大学駅伝競走の走破距離に匹敵する110kmで日本一の広大な地形である。

(人口)

北見市の人口は、平成27年の国勢調査で121,226人と、平成22年の前回調査と比較して、4,463人、3.6%の減少となった。(直近の平成29年1月末現在の住民台帳データでは12万人を割り込んでいる)。

平成25～27年度(3カ年)における人口動態については1,414人の社会減、さらに1,832人の自然減であり、こうした要因により、人口が減少していると考えられる。

また、平成22年の労働力人口は62,050人であり、平成17年(64,932人)と比較すると、4.4%の減少となり、高齢化率では30.2%(平成27年

国勢調査) であり、前回 (25.4%) より 4.8%の増加となっている。

(産業)

北見市は、明治 28 年(1895 年)、高知県の北光社移民団の入植以来、本格的な開拓が進められ、その後、北見自治区では商工業・サービス業、端野自治区では農業、常呂自治区では漁業と農業、留辺蘂自治区では林業や温泉を中心にそれぞれ発展を遂げてきた。

また、北見市は、合併によって様々な地域資源を有する大きな可能性を秘めたオホーツク圏の中核都市として、自治区ごとに特色ある農林水産物を育む 1 次産業、食料品製造や木材・木工製造、電子部品製造等の製造業を中心とする 2 次産業、卸・小売業やサービス業等の商業を中心とする 3 次産業まで広範囲にわたる産業基盤を有している。特に 1 次産業は、全国に誇る「食」の宝庫として、地域経済を支える基幹産業である。こうした地域の強みを生かし、生産力と付加価値を高めるために、1 次産業で生み出された価値を 2 次・3 次産業へ連鎖させ、市外から獲得した資金を市内で循環させる地域循環型都市を目指している。

基幹産業である農業は、大雪山の石北峠からオホーツク海沿岸までの東西約 110km と広範囲にわたる中で、約 22,000 ha に及ぶ耕地面積を有し、稲作や麦類、ばれいしょ、てん菜、豆類などの畑作と、たまねぎを中心とした野菜などの園芸作物の生産等に加え、酪農、肉用牛の飼育及び養豚業など畜産を含め多様な経営が行われている。

生産される農産物は、化学肥料や化学合成農薬の使用を必要最小限にするなど、環境との調和に配慮したクリーン農業にも取り組み、安全・安心で品質の高い農畜産物を消費者に届けている。

しかしながら農業就業者数は、2,412 人 (2015 農業センサス) で、前回調査 (2005 農業センサス 3,543 人) と比較し 31.9%減少した。年齢別では、60~64 歳が全体の 14%と最も多く、20~39 歳が 408 人と全体の 17%であるのに対し、60 歳以上では、1,103 人と全体の 45.7%となっている。農業算出額は、28,980 百万円 (H28.12.22 農林水産省公表) で、北海道全体の 2.6%であるが、2007.5.31 公表 (33,360 百万円) からは、13.1%減少しており、担い手不足等に比例するように減少傾向にある。

本地域の水産業はオホーツク海とサロマ湖における「つくり育てる漁業」と「資源管理型漁業」の推進により、ホタテ、サケ・マスなどを中心に生産性の高い漁業が展開されており、衛生管理手法を取り入れた水産関連施設の整備やサロマ湖の環境保全対策に取り組むなど安全で安心な水産物の供給

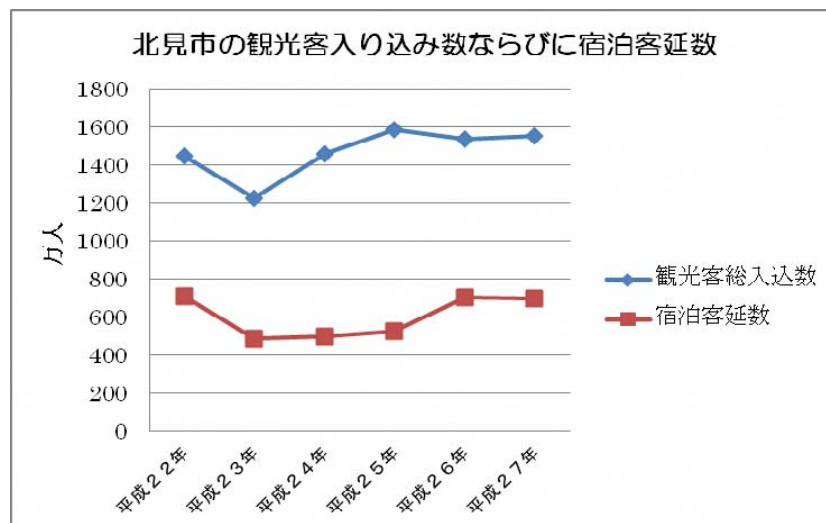
や、環境と調和した水産業の振興を図っている。

北見市の地勢の特徴として行政区域面積の66%が森林で、林業は農業、水産業と並ぶ基幹産業のひとつとして位置づけられている。約95,000haの森林面積のうち、63%が国有林、37%が民有林となっており、北海道有林を除く民有林のうち、トドマツやカラマツを主体とした人工林が55%を占めている。これら人工林に対しては、森林の多面的機能の発揮に向け、適正な除間伐等保育施業を推進している。

こうした1次産業の物流拠点として、卸売機能、物流機能の集積が進み、北見市は商業においてオホーツク圏の中心的な役割を果たしている。卸売業、小売業を合わせた年間販売額は約3,357億円で、オホーツク総合振興局管内における小売業の販売額シェアは44.3%、卸売業においても56.7%で、拠点として確固たる地位を築いている。

さらにオホーツク圏の豊富で良質な農林水産資源を背景とした食料品、木材・木製品製造業が盛んである。また、情報通信機械器具、電子部品・周辺機器製造業が従業員数、製品出荷額において大きな割合を占めており、地元の雇用拡大と地域経済活性化を支えている。

また、観光では、平成27年度の北海道の観光入込客数（延べ人数）が、1億4,082万人であり、前年比105.6%と堅調に推移した。北見市についても155万人で前年比101.4%と増加傾向にある。圏域別の観光入込客数（延べ人数）では、道央が約2分の1（55.3%）、道南・道北で約4分の1（24.6%）を占めており、残る4分の1を十勝、オホーツク、釧路根室の各圏域において、6～7%ずつシェアしている状況である。また、宿泊客延べ数では、北見市は69.6万人泊となっており、道内の市町村では11番目である。観光入込客数と同様に宿泊客延べ数も、道央6割、道南・道北で4分の1となっており、道東の3圏域は5～6%ずつシェアしている状況である（平成27年度北海道観光入込客数調査報告書、北海道経済部観光局）。



(雇用)

雇用の面では、平成28年12月における新規求人数は910人で、前年同月の804人と比較すると13.2%増となっており、産業別の新規求人の構成比では、医療・福祉業が27.5%と最も高く、次いで卸売・小売業が13.3%、建設業が11.2%などとなっている。

また、ここ数年の新規求人数の動向を見ると、平成26年12月に646人と落ち込んだ後は、緩やかに回復し平成27年12月では、804人となっている。

一方、有効求職者数は平成28年12月では2,059人であり、前年同月との比較では、12.8%の減少となっている。この結果、平成28年12月の常用有効求人倍率は1.33倍であり、前年同月の1.00倍から上昇しているが、その4割はパートなど非正規労働に対する求人であり、業種によっては、求人側と求職者側とにギャップが生じており、地域内においては、厳しい状況が続いている。

有効求人倍率（常用）の推移

区 分	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年 1 2 月
北見市	0.75	0.82	0.89	0.97	1.33
全 道	0.57	0.74	0.86	0.95	1.09
全 国	0.74	0.87	1.00	1.11	1.36

4-2 地域の課題

(重点分野)

- ・食・観光関連産業分野
- ・情報関連産業分野

(地域の課題)

北見市の主たる産業は広大な土地を利用した農業であり、かつては世界の70%の生産量を誇った“ハッカ”の産地として認知されている。現在は、たまねぎと白花豆の日本一の生産地域となり、てん菜、じゃがいもや小麦の主要な産地として重要な役割を果たしている。また、オホーツク海に面した常呂地区では、ホタテやサケ・マスなどが水揚げされるなど水産資源にも恵まれるほか、豊富な森林資源を背景に木材を利用した林産業、酪農業などの農林水産業を基幹産業とした「食料生産基地」である。

これまでも1次製品のブランド化を進めるための取り組みとしてオホーツク産小麦を使ったパン・スイーツ等の商品化事業、地場産の山わさび、ホタテ、白花豆等の商品化やオホーツク圏地域食品加工技術センターが有す

る技術を活用した野菜ビネガーの商品化など、地域資源を活用した商品化ならびにブランド化を推進してきたが、販売促進や域外への消費拡大には至っていない。

このような中、北見市では北見市総合計画（後期基本計画、平成26年～平成30年）やそれを踏まえた北見市地方創生総合戦略（平成27年度～平成31年度）において「特色のある農林水産物を活用した産業振興」を重点分野に位置づけ、「一次産品の高次加工や製品化への支援、ブランド化の推進」、「加工品の新たな販路開拓・販売促進」、「地元産品の高付加価値化の推進」などに対し様々な取り組み・支援を開始している。

しかしながら、一方では1次産品の高付加価値化を担う市内の製造業は平成26年には事業所数119（平成18年には165、27.9%減少）、従業員数は2,871人（平成18年には3,922人、26.8%減少）と合併後で約3/4に減少している。これに伴い、製造品出荷額も平成18年には14,811,183万円であったが、平成26年には6,324,010万円と大幅な減少（57.3%減少）となっており、厳しい状況が続いている（経済産業省、工業統計調査）。

他方、1次産品ならびに地場産品のブランド化を推進するためには、高度な情報発信力が必要となる。オホーツク地域は首都圏などの大消費地と離れているため、必要な商品情報、地域情報を発信することが、消費者への関心を高める方法として重要である。商品そのものやパッケージ、ポップなどの販促ツール、観光情報ポスターなどの“デザイン”は魅力ある商材を認知させるためには重要なツールである。スマートフォンが普及し、どこでも瞬時に情報を得られることから、企業においてはこうした情報媒体を利用した販売戦略が今後さらに重要視されてくる。

本事業では、販売促進やブランド化に向けた情報発信力、デザイン力を学ぶセミナーを開催し、商品の企画から商品化までのデザイン戦略、できた商品の魅力を伝える情報発信力を備えた人材を育成するとともに、想像力豊かな人材を活用する雇用の場を創出する。

また、地域の研究機関、製造所などと連携し、たまねぎなど既存の地域資源の活用のほか、ハーブや栽培可能な新規作物の導入、ブリなど新たな水産資源等を積極的に活用した成果物を開発し、雇用の創出を図る。

観光面においては、当市にはサロマ湖や温根湯温泉を中心に平成27年度には155万人の観光客の入り込みがある一方、宿泊客数は約60万人（平成27年度北海道観光入込客数調査報告書、北海道経済部観光局）と、宿泊客数としては近年増加傾向にあるが、入込数に比較すると「通過型」の観光地という現状である（宿泊客数のうち外国人宿泊客数は2.1万人）。他方、平成24年にリニューアルオープンした「山の水族館」は初年度年間30万

人を集客した実績があり、こうした「にぎわい拠点」をさらに中心市街地商店街を含む地域全体に波及させることで「通過型」観光地であっても地元には大きな経済効果をもたらす可能性がある。

このような状況を踏まえて、先に挙げた北見市総合計画（後期基本計画、平成26年～平成30年）において掲げた「地域産業の活性化による就業の場の創出」と「第2次北見市産業振興ビジョン」の基本施策に基づく雇用機会の創出・拡大に向けた取組みとして、豊富な地域資源を活用した魅力的な食と観光を振興するため「食」の新商品やメニューの開発、さらには開発商品の販売・流通を促進するチャレンジショップセミナーを行い、企業の新たな商品開発に加え、起業を促す取組みを行う。

新たな観光促進事業として、北見市地方創生総合戦略（平成27年度～平成31年度）の重点施策である「賑わいのあるまちづくりを実現させるための様々な交流の活性化」に向け、先に挙げた「山の水族館」やスポーツ体験施設としてのカーリング場、既存の観光・宿泊施設や新たに発掘する観光資源と連携した、「にぎわい拠点」を創出し、観光誘客と起業者支援としてのチャレンジショップ販売など、食関連事業と観光事業の融合を図る取組みを行う。こうした「にぎわいのあるまちづくり」から地域経済の活性化を図ることで雇用の創出・拡大を目指す。

さらに、これまでは1次産品のブランド化、地場産品の商品化、流氷・世界遺産などイメージによる観光誘客などに重点が置かれてきたが、企業が独自に商品の“デザイン力”や“情報発信力を高めていくことで魅力ある商材のPR活動や広報活動につながり新たな雇用を生み出す可能性がある。

4-3 目標

実践型地域雇用創造事業による雇用創出数：

事業開始前0人→平成31年度187人（累計）

		事業開始前 現時点： 基準値	平成29 年度 (1年度 目)	平成30 年度 (2年度 目)	平成31 年度 (3年度 目)	事業終了後 最終目標 値：結果
アウト プ ット	雇用拡大 メニュー	0社	50社	90社	90社	230社
	人材育成 メニュー	0人	60人	125人	125人	310人
	就職促進 メニュー	0人	30人	60人	60人	150人
アウト カム	雇用拡大 メニュー	0人	8人	19人	19人	46人
	人材育成 メニュー	0人	14人	37人	37人	88人
	就職促進 メニュー	0人	8人	15人	15人	38人
	雇用創出 実践メニュー	0人	5人	5人	5人	15人
	合計	0人	35人	76人	76人	187人

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

北見市の地域資源である食と観光関連産業分野、主要消費地から遠方にある“北見市”をアピールする方法として、今後強化を行うことが必須である、情報関連分野を重点分野に設定し事業を進めていく。食の研究・開発や製品化支援を行っているオホーツク圏地域食品加工技術センター、人材育成事業を継続して行っている地域の大学などの教育機関、そのほか、観光協会、商工会議所や金融機関など産学官金の連携のもと、実践型地域雇用創造事業を活用し人材育成・雇用創出を図っていく。前3年間で行ってきた雇用創造事業での実績に加え、地域資源を活用した商品化（地域資源を活用する商品開発セミナー、創業・新分野進出セミナーなど）と販売促進・情報発信を担う人材の育成（情報・デザインセミナー、情報技術の活用による流通・販売セミナー等）を目的としたセミナーを実施する。地域資源を活用した新商品、「食」のメニューを開発し、販路拡大、域外への情報発信を行い、多様な分野での雇用創出を目指す。

なお、実施に当たっては平成26年～平成28年の前3年間の実践型地域雇用創造事業において培った地域の企業、地域内経済団体、研究開発機関、大学などの連携が構築されているほか新たに金融機関との連携を行い、地域一体となって事業の推進を図っていく。

当該地域は大学や地方公共団体が主体となって行ってきた人材育成事業に携わってきたスタッフのほか、これらの修了生がいることから、様々なアドバイスや協力を頂ける下地が整っている。これらの人材や経験をもとに地域再生と雇用創出を目指して取り組む実践事業については充実した内容になるものと見込まれるものである。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業
該当なし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

(1) 支援措置の名称

実践型地域雇用創造事業

(2) 事業の実施主体

北見市雇用創造協議会

(3) 事業の具体的内容

事業の具体的内容は以下のとおり。

【雇用拡大メニュー】

①戦略的情報・グランドデザイン活用セミナー

事業主や営業・販売責任者、情報管理者等を対象に、販売促進に関わるマーケティング戦略の講義や、商品販売におけるポップ、商品パッケージ、通販向けホームページのデザイン、イベントポスター等総合的なデザイン分野の講義と実習を行い、商品のプロモーション力、企業の販売促進、情報発信力の向上を目指すセミナーを実施する。

②情報技術の活用による流通・販売セミナー

事業主、情報管理者を対象に流通管理、ホームページの活用、瞬時に情報を得ることができるタブレット、スマートフォン活用、ネット販売に関する知識・ノウハウを習得し、インターネット販売などの販路拡大を目指したセミナーを実施する。

③地域食材新商品開発ステップアップセミナー

事業主・開発担当者等を対象に、たまねぎ、小麦などの農産物、ホタテ、鱒などの水産物などの主要な地域資源のほか、豆類、ハーブや新たに地域に導入可能な新規作物、近年の気候変動などによりこれまで獲れなかったブリなど、新たな未利用資源の活用法を研究機関が有する技術、専門家が有するユニークなアイデアを活用し、新商品開発やプロデュース方法などに関するセミナーや、商品への付加価値化を実践するセミナーを実施する。

④地域資源を活用する創業支援・新分野進出セミナー

「食」関連事業、「観光」関連事業など起業・創業希望者、新分野に進出を考える事業者を対象として、創業に必要な事業計画、資金計画などの知識や、各種支援制度の紹介、先進事例を学ぶセミナーを実施し、意欲的に取り組む個人・企業を支援し新たな雇用を創出する。

また、実践事業でのチャレンジショップと連携し、新商品の開発や販売を支援する。

⑤実践メニュー成果物公開セミナー

事業主及び創業予定者等を対象に雇用創出実践メニューで開発した成果物やノウハウ等を公開・伝承し、地域内企業等の事業拡大、創業を含めた雇用拡大に繋げる。

【人材育成メニュー】

①ICT活用即戦力養成セミナー

地域重点分野において活躍できるICT関連技術を習得する講座を実施し、求職者の早期就業につなげる。インターネット上での情報管理や販売管理、ホームページ運営等や情報セキュリティー管理を行うなど、幅広くパソコンやタブレットなどのスキルを取得することを目的とするセミナーを実施する。

②デザイン関連技術習得セミナー

商品情報を提供するための基礎知識の習得と、商品のネーミング法、ポップ、ポスターなどの作成法など広告・宣伝の基礎技術を習得し、企業における情報提供管理者として働く人材を育成するセミナーを実施する。

③ビジネススキル習得セミナー

企業への就職活動や就業後の営業、接客、チームワークなどすべての業種で必要なビジネススキルを基礎から習得し、求職者の早期就業を支援する。ビジネスマナーの基礎やコミュニケーション技術、営業・接客時の“印象力”を向上させるためのセミナーを実施する。

④地域資源を活用した商品開発セミナー

北見地域が有する豊富な食資源を活用し、高付加価値化商品生み出すことでさらなる地域活性化を目指す。北見地域発技術を活用し、機能性を有する商品を開発する方法や商品の販売など幅広い知識を有する人材を養成するセミナーを実施する。

⑤販売実践技術取得セミナー

実践メニューの新商品チャレンジショップ実践セミナーと連携し、営業力や商品販売力に必要な“実践力”を習得し、今後、地域で展開する賑わい拠点において活躍できる人材を育成する。受講者には任意でチャレンジショップ実践事業で現場体験を行うほか、出店者とのマッチングの場を提供する。

【就職促進メニュー】

①就職面接会

地域求職者と地域内企業を対象として、就職面接会を開催し、就職のマッチングを図る。また、事業を広く周知させるため、各種セミナーの案内や事業の成果についても情報提供することで就業機会の確保と早期就業を支援する。

②情報提供事業

当該事業で実施する各種事業・セミナー等の周知、研修等の申し込み、企業の情報など就職促進に向けた情報の発信を行うため、ホームページの開設、ならびにSNSを活用した情報提供を行う。セミナー案内などパンフレットの作成・配布や情報誌などへの掲載を行う。

また、地域で行われる実践支援員が参加するイベント、チャレンジショップなどの開催情報や地域の観光情報を地域の内外に向け発信する。

【雇用創出実践メニュー】

①地域特産品を活用した新商品ならびにレシピ開発事業

北見地域では農畜水産物等の豊富な資源が生産されているが、製造事業

者の減少もあり、付加価値を生む加工製造の取り組みが弱く地域の課題となっている。

このため、地域資源を活用した商品開発に関心のある地域事業者、起業希望者等と実践支援員が連携し、新たな高付加価値商品づくりを目指して、商品企画から試作品の製造、市場調査などをおして事業化のための検証を行い、新たな商品づくりを目指す取り組みを行う。

新たな商品化に取り組む地域産品は、農畜産物が主候補となるが、他に水産物など対象産品は多く、関係者との協議を経て特色ある商品づくりを目指す。特に酢の製造方法など北見発の技術の活用や素材が持つ機能性に着目し高付加価値化を目指す。

成果物は、試食会、チャレンジショップ実践事業アンケート調査などを行いブラッシュアップするとともに、この取り組みの中で得られた、加工製造手法、市場戦略などマーケティングについては地域事業者向けの公開セミナーで地域に広く公開し活用を促す。さらに観光振興施策などとの連携により、フードショーのほか食や流通関連展示会へ出品することで販路の開拓や観光誘客へとつなげる。

②新商品チャレンジショップ実践事業

新たな観光促進事業として、先に挙げた「山の水族館」やスポーツ体験施設としてのカーリング場などの既存の観光・宿泊施設や、新たに発掘する観光資源と連携した、「にぎわい拠点」を創出するため、観光関連事業と食関連事業との融合を図る取り組みを行う。

地域事業者への商品販売・販路拡大の場を提供するとともに、実践メニューで開発した商品の試食調査を行う。観光施策の一環として地元での販売促進や消費拡大のほか、地域内に流入する観光客をターゲットとし、観光情報誌や旅行業者などと連携し地域に新たな拠点を形成する。

新規起業予定者、新たに食品加工分野への参入を検討する企業のほか、新規素材をターゲットとした食関連企業についても広く対象とし、商品開発の支援販売や販路拡大、さらには雇用の創出を支援する。「食」と「観光」を融合することで魅力的な観光情報や地域食材情報の発信を行うことで、新たな観光客の誘客を行い、地域の活性化を目指すとともに、交流人口を増加させることで周辺分野にも波及的に雇用を拡大する。

本事業で発掘・創造した「にぎわい拠点」については、そのノウハウ等について、隣接施設の管理法人や観光関連事業者等への提供を目指すほか、マルシェ等への発展などについても検討を行う。

また、チャレンジショップを行う際のイベントの企画や情報発信、実践販売をする商品のデザイン作製などさまざまなノウハウを修得すること

で販売力・営業力を向上させる。さらに人材育成メニュー参加者の営業・販売の体験と出店者とのマッチングの場を提供する。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 大学等共同研究開発事業

事業内容：市内の中小企業等が市内の大学、公設試験研究機関と連携して行う新商品・新技術・新サービスの開発を支援する。

実施主体：北見市

実施期間：平成17年度～

事業規模：平成28年度予算額 3,000千円

事業成果：

イ これまでの実績

平成17年度に、産学官連携による中小企業振興策として制度化し、累積で67件の事業を採択（平成28年度事業採択は5件）。本助成事業を契機として、国や北海道などによる財政規模が比較的大きい提案型の助成事業へ展開している事業もあり、市内中小企業の振興策として定着している。

ロ 今後の見込

引き続き実施

(2) 連携構築支援事業

事業内容：市内の中小企業等が単独では困難な新製品・新技術・新サービスの開発、及び販路開拓について、市内外の企業やコンサルティング企業などとの連携を通じて事業化につなげることを目的とする。

実施主体：北見市

実施期間：平成19年度～

事業規模：平成28年度予算額 2,500千円

事業成果：

イ これまでの実績

平成19年度に助成事業を制度化し、これまで累積で75件の事業を採択。平成28年度事業採択6件。

大規模商談会への出店による、域外市場進出のステップにもなるなど、市内中小企業の振興策として定着している。

ロ 今後の見込

引き続き実施

(3) 企業立地促進事業

事業内容：市外から本市に進出する食品加工業や情報関連産業の企業に対して助成措置を行うことにより産業の集積を行い、地域の産業技術の発展及び雇用の創出を図る。

実施主体：北見市

実施期間：平成24年度～

事業規模：平成28年度予算額 28,000千円

事業成果：

イ これまでの実績

平成25年度医薬品・健康食品製造会社1社

ロ 今後の見込

引き続き本制度を活用した誘致活動を推進する。

(4) ふるさとテレワーク推進事業

事業内容：サテライトオフィスの整備、テレワーカーの受け入れ体制の強化、当市が集積を目指す情報関連企業の発掘に向けた首都圏企業向けのプロモーション活動や、地元ICT人材の育成を実施する。

実施主体：北見市

実施期間：平成27年度～

事業規模：平成28年度予算額 27,000千円

事業成果：

イ これまでの実績

平成27年度事業により派遣された社員の人数

延べ180人（実人数：75名）

平成28年度実施事業首都圏企業向け「北見テレワークセミナー」の実施（2回 参加人数 36名）

市民向けセミナーの実施（2回 参加人数 49名）

北見工業大学生向けハッカソンの実施

（企業13名 学生参加人数 37名）

小学生向けプログラム教室の実施（参加人数 22名）

高校生向け啓発セミナーの実施（2回 参加人数 116名）

ロ 今後の見込

サテライトオフィスの整備、プロモーション活動や、地元ICT人材の育成を引き続き実施する。

(5) 地場産品高付加価値化事業

事業内容：一次産業の基盤強化と食品加工分野の企業化などを促進し、新製品・技術開発等による地域経済の活性化を図るために商品開発へのアドバイス、技術開発支援に向けての専門家等の紹介、販路拡大支援を積極的に行う。

実施主体：北見市

事業期間：平成17年度～

事業規模：平成28年度予算額 4,000千円

事業成果：

イ これまでの実績

市内の農業団体や経済団体などの協力のもと、中核推進組織として北見市地場産品高付加価値化推進委員会を組織し、食をテーマとした地域資源の有効活用による加工食品の試作開発や販路開拓に取り組んできた。

これまで、白花豆スイーツ、ゆずスイーツ、野菜ビネガー、シードルなどの試作開発に関わっており、地域資源活用とブランド化に寄与している。

販路開拓に向けては、主に首都圏で開催される大規模商談会において、かかる経費の一部支援や人的支援をするなどし、市内事業者の域外市場の開拓に寄与している。

ロ 今後の見込

引き続き目標に沿った事業を進める。

(6) 北見市観光推進プロジェクト事業

事業内容：観光推進大使画の強化、着地型観光商品づくり、広域観光の推進、インフォメーションネットワークづくり、シティプロモーションの展開、インバウンド誘致などを行い、本市への観光客誘致による交流人口の拡大を図る。

実施主体：北見市

事業期間：平成28年度～平成30年度

事業規模：平成28年度予算額 31,000千円

事業成果：

イ これまでの実績

北見市観光入込客数 155万5千人（前年度比 101.5%）

〃 宿泊客延べ数 69万7千人泊（前年度比 99.3%）

〃 外国人観光客宿泊客延べ数 24,156人泊

（前年度比 123.5%）

ロ 今後の見込
同規模の事業を想定

(7) 大雪国道広域観光推進事業

事業内容：旭川から層雲峡～温根湯～北見へという流れを再度作り出すために、既存の交通情報及び温泉宿泊後の観光素材を組み合わせた商品を販促発信するとともに、温根湯温泉側の着地型観光商品づくりに取り組む。

実施主体：大雪国道広域観光推進協議会

実施期間：平成28年度～平成30年度

事業規模：平成28年度予算額 2,282千円

事業成果：

イ これまでの実績

温根湯温泉観光入込客数 64万1千人（前年度比 95.2%）

〃 宿泊客延べ数 15万7千人泊（前年度比 99.2%）

〃 外国人観光客宿泊客延べ数 10,387人泊
（前年度比 146.3%）

ロ 今後の見込
同規模の事業を想定

(8) 中小企業融資制度

事業内容：地域経済の健全な発展と市民生活の向上を図ることを目的に、中小企業における事業活動に必要な資金供給の円滑化を図る。

実施主体：北見市

実施期間：昭和54年度～

事業規模：平成28年度拠出額 2,638,344千円

事業成果：

イ これまでの実績

H27年度新規貸付実績：101件 1,520,900千円

H26年度新規貸付実績：129件 1,651,540千円

H25年度新規貸付実績：126件 1,782,440千円

ロ 今後の見込
引き続き実施の予定

(9) 北見地産地消フェスタ

事業内容：生産者と消費者の相互理解の構築や地域における地産農林水産物の利用促進を図るとともに、各関係団体との連携により地産地消の取り組みを総合的に推進する。

実施主体：北見地産地消フェスタ実行委員会（北見市地産地消推進委員会）

実施期間：昭和22年度～

事業規模：平成29年度予算額 2,000千円

※予算額については、北見地産地消フェスタの総事業費（予定）を記載しております。

事業成果：

イ これまでの実績

H28年度の実績：北見地産地消フェスタ2016

平成28年9月3日（土）開催 入場者数約7,500人
出展店ブース店舗数28

ロ 今後の見込

引き続き実施の予定

6. 計画期間

地域再生計画認定の日から平成32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

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

北見市雇用創造協議会が毎年度、各事業を利用した事業主及び求職者等へアンケート調査や電話での聞き取り調査等を実施し、事業の評価を行う。あわせて、雇用創出実践メニューが計画通りに実施されているか進捗状況により評価を行う。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

各事業実施年度の翌年度6月末時点までの実績により、事業を利用した事業主の雇用実績、求職者の就職実績等アウトカム指標の達成状況の評価を行う。あわせて、各事業年度終了後に雇用創出実践メニューが計画通りに実施されているか進捗状況により評価を行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

毎年度、北見市地域雇用創造協議会のホームページにおいて公表する。