

地 域 再 生 計 画

1 地域再生計画の名称

雇用拡大と地域活性を呼び起こす地域密着型人材育成事業

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、労働力人口、求職者数とも減少している。また、求人者数もそれ以上に減少しており、結果的に有効求人倍率は道内でも低い水準での推移となっている。

また、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、874億6千万円であり、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、704億3千万円であり、製造品出荷額の30%を占めている。（平成21年工業統計調査より）

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規模が縮小し、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人の失業者が出るなど、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、平成20年までの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、エネルギーなど、様々な分野に於いて、市民協働や産学協働の取組を進め、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月に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4月には釧路管内の有効求人倍率が0.2倍台に落ちるなど、地域雇用環境は過去20年で最悪の状態に陥った。

そこで平成21年には経済疲弊下においても地域ができる限りの自助努力を目指すべく、釧路市中小企業基本条例を策定し、「財の域内循環」「域外貨の獲得」「それらを域内のあらゆる主体が協力して行う域内連携」の3つの柱を産消協働理念として条例に位置付け、地域事業者の大部分を占める中小企業との連携による地域経済活性化に向けた取組を進め始めた。

かつて、太平洋戦争後の疲弊した日本に対して、食糧供給・エネルギー供給の拠点として役割を果たしてきた釧路市は、それゆえ「資源供給基地」として労働集約型産業構造を形成してきたが、国内外の度重なる産業構造の変化や経済危機により地域の基幹産業が疲弊するのに伴い、地域における雇用力も著しく減衰している。

また、長期間における資源供給基地としての立ち位置は、商品の高付加価値化やそれと一体となった流通販路の開拓の分野において、ノウハウの蓄積機会を失わせる結果となり、新商品の開発をビジネスチャンスとして生かしきれない矛盾を産業内に抱え込むこととなった。

地域経済力と地域雇用力は相互に因果性の高い関係にあるが、巨大な裾野を擁していた産業群が低迷するのに正比例して、地域雇用力も降下を続けている。企業側としては「雇用したくても仕事がないので新規雇用できない（新規雇用すれば経営を著しく圧迫する）」という状態が常態化しつつあり、比較的雇用力を維持している少数の企業であっても「未熟な新社員を企業内で訓練する余裕はない。だから即戦力を雇用しなければならない。しかしそのような人材を探し出すのが難しい」というジレンマに陥っている。

このような地域における、雇用創造の方向性としては、「地域に根ざした企業が新たな商品開発や起業への挑戦意欲をかき立てることで雇用動機を生み出す」きっかけを作り、その上で、「企業が行わねばならない仕事を完遂できる即戦力となる人材を発掘・育成する」、そしてそれらを「地域企業と行政が連携して行う」ことが重要である。

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24年度～平成25年度の期間における雇用創出の目標を152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

産業構造の変化と世界同時経済不況により釧路地域の経済力と雇用力は著しく低下しており、地域自らの努力により雇用環境を向上させる必要性が高まっている。

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、地域雇用創造推進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 法第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 地域雇用創造推進事業【B0902】

釧路地域における、雇用の推進を図るためには、産消協働分野、流通分野、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。

産消協働分野においては、企業経営と労務管理能力に長じた人材の養成が不可欠であり、また企業側が要求する即戦力となる人材育成の機会づくりを行っていく必要がある。

流通分野においては、地元商品の高付加価値化と売り出し方、売る対象、売る地域などの流通戦略が不可欠であるが、的確な情報をもってアドバイスできる人材の育成を行わなければならず、またビジネスチャンスのある地域の情報も必要である。

観光分野においては、幅広い郷土知識とホスピタリティをもった人材と新たなビジネスチャンス創造が必要であるが、そのためには観光に特化した中での人材

育成や、幅広い分野との連携によるビジネスチャンス創造も不可欠である。

これらの課題を解決するため、地域雇用創造推進事業を実施し、雇用の拡大と地域産業の活性化を図る。

なお事業の実施に当たっては、釧路市、北海道中小企業家同友会釧路支部、釧路商工会議所、釧路地方職業能力開発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 新事業参入支援事業

地域の中で新分野への参入や新技術の開発、新規創業を目指す企業、人材に対して販路拡大やマーケティングに関するセミナーを開催する。事業拡大を促進することで雇用の受け皿を確保する。市外から起業支援について実績のあるアドバイザーを隔月で招き、支援事業を展開する。また、新規参入や起業を目指す人材、企業の掘り起こしを目的とした事例報告セミナーを開催する。

② 事業永続支援事業

地域内の雇用の受け皿を担う中小企業にとって事業存続の根幹をなす後継者のためのセミナーを開催する。

後継者育成のため、市内外から講師を招聘し、事業承継を行うために必要な知識、経営センスを学ぶ。実際に事業承継を行った、または移行中の企業経営者、後継者を講師とした事例セミナーを開催する。また、事業承継について必要な知識、実践的な手順を学ぶための準備セミナーも平行して開催する。

③ 人材確保・活用促進支援事業

地域に根差した経営を展開する中小企業の問題点として人材の定着率向上や経営者の時流に沿った経営方針立案は地域に根差した経営を展開する中小企業にとって必要不可欠な課題となる。また、新規創業者に対してもセミナーを通して確かな経営指針の確立を促す必要がある。これらのことから、経営セミナーを実施し、事業存続や創業のノウハウを構築する。

II 人材育成メニュー

①観光ホスピタリティー向上事業

域外貨獲得による域内循環の向上を目指す中で観光関連分野が重要になるが、観光関連業種において観光資源に加えて接客面での魅力を増強するため、観光分野へ就職を希望する求職者に対して基礎から応用にかけてのマナー研修セミナーを実施する。

また、高齢者や障がい者に対して十分な接客と受け入れ態勢を構築するため、観光介護ヘルパー育成セミナーもあわせて実施する。

②地域情報発信事業

IT技術の発展により観光分野を始めとして地域の各産業で情報発信の重要性が増している。情報発信強化による各産業の事業拡大に資する人材の育成セミナーを実施する。

③食品販売営業マン育成事業

釧路及びその周辺の豊富な海産物を擁する沿岸部と広大な酪農面積を持つ内陸部から生産される多様な加工食品の付加価値を高めて全国、世界へ向け売り込むため、幅広い知識を持った営業人材を育成するためのセミナーを実施する。

④ネットショップ拡大促進事業

水産都市、酪農都市である釧路の水産加工品、乳製品などの販路拡大を図るため、ネットショップを活用した販路拡大のための人材育成事業を展開する。これにより食品メーカー、食品卸小売業への人材供給を目指す。

⑤戦略的地域ビジネス人材育成事業

観光などの地域内での経済活動と食品の加工、出荷といった域外への経済活動において、地域の歴史、産業構造、地域課題への理解をもった人材は観光に関わる分野において必要とされる。地域資源を活用した域外連携で新規雇用を誘発するためにはこうした人材の育成が喫緊の課題となる。これらについて十分な理解を持った人材を供給する。

III 就職促進メニュー

①合同企業就職フォーラムの開催

地域企業が新事業展開や業務拡大するうえで必要とする専門的・中核的人

材を、合同企業説明会を通して面談、獲得する。同会場においては簡易職業興味検査などを行い、キャリアカウンセリングを行う。

またインターネット上の SNS を通じて合同企業説明会、登録マッチングシステムへの誘導を図る。システム登録者に対してはキャリアカウンセリングと、求職活動に向けた職務経歴書の作成指導等を実施する。

5-3-2 釧路市が行う事業

ア 産消協働分野

① 心の寄付

a 内容

市域限定で使える IC ポイントカードであるスキップカードを使い、カードホルダーがポイントを寄付することを可能とし、寄付のテーマを釧路市が中心となって構成する域内循環検討円卓会議において決定し、市民の協力を得る。市民啓発による域内循環思想の普及と、経済活動を通じたまちづくり参加の促進を目指す。

b 実施主体

民間団体、協力：釧路市

c 事業規模

釧路市としての予算はないが、スキップカードの年商は 2.4 億円。

d 成果

(a) これまでの実績

平成 23 年 4 月 21 日より取組。8 月末までは、「東日本大震災への義捐金」を寄付テーマとして、65,624 ポイント分（同額金額）の寄付を行い、9 月 1 日からは釧路動物園の動物の子どもへの支援をテーマとして継続中。

(b) 今後の見込み

域内循環を進めるためには「地元から買おう」というだけでは困難であり、最終家計支出を担う市民が動かない。市民を動かす仕掛けが必要であり、そのための啓発事業として今後も継続する。なお、ポイント加盟店からは「商人として地域活性化に寄与できる取組であり歓迎する」との意見が寄せられている。

② 地産地消くしろネットワークによる地産地消の推進

a 内容

釧路地域の地場産品の消費の拡大・販売促進等を目的に、地元小売店と連携して広く地元でPRするとともに、「くしろ食財の日」を開催している。

ホームページ等で地場産品情報を発信しているほか、食をはじめとする地域資源の有効活用の推進、学校給食における地場産品の利用拡大支援等による啓発を行っている。

b 実施主体

釧路市・民間団体

c 事業規模

平成23年度予算 4,550千円

d 成果

(a) これまでの実績

- ・くしろ食財の日参加店舗 91店舗（H23年度）
- ・くしろ食財の日拡大キャンペーン応募数 5,448件（H22年度）
- ・地域イベントでの普及啓発 6回（H22年度）
- ・学校給食便りを使った普及啓発 5回（H22年度）

(b) 今後の見込み

今後も、地域における地産地消の取組を推進するため、関係団体と連携し情報提供・普及啓発・人材育成等の活動を行っていく。

また、「食」以外の分野での地産地消活動について検討を行っていく。

③ 地域材利用促進事業

a 内容

釧路市は、平成17年の合併により、市域の約75%、10万ヘクタールもの森林資源を有することとなったことから、森林・林業・木材産業関係者等で構成する釧路森林資源活用円卓会議を設置して、釧路市有林の有効活用策、木材供給側（川上）での地域特性に応じた森林施業とコスト削減策、地域材利用の拡大策（高付加価値製品の加工・流通）の検討を進めている。

具体的には、今年度、「木」が「つな」ぐ市町内の絆を目指して地域材利用を進める「くしろ木づなプロジェクト」として、地域材の資源状況・品質・

流通状況の把握、マテリアル利用及びバイオマス利用の検討、地域材利用を促進する人材育成、エンドユーザーの増を図る取り組みを進める事業を展開する。

b 実施主体

釧路市・民間団体

c 事業規模

平成23年度予算 10,027千円

d 成果

(a) これまでの実績

「川上」から「川下」まで森林を取り巻く関係者が一堂に会して森林資源の域内循環に向けて課題を共有し解決策を検討する組織の構築、会議の開催

(b) 今後の見込み

今後も、地材地消の取り組みを推進するため、関係団体と連携して、情報集積・販路拡大・普及啓発・人材育成等の活動を行い、生産から消費までの機能を地域の中に持つ都市型の木材資源活用モデルの構築に取り組む。

イ 流通分野

① 地域ブランド化推進事業

a 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、地域内のさまざまな分野・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「ししゃも」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 実施主体

釧路市・民間団体

c 事業規模

平成23年度予算 5,553千円

d 成果

(a) これまでの実績

- ・「釧路しししゃも」釧路地域ブランド登録数 初年度（平成 21 年度）7 社 9 種類→（平成 23 年度）7 社 11 種類（予定）
- ・「釧路しししゃも」赤パッケージによる年末ギフト増、新丸型 8 尾入りパッケージによる新規販売先の増 駅・空港売店等、関東圏（パルシステム、マイカルなど）（平成 21 年度使用数：ギフト赤パッケージ 2,995 部、8 尾入りパッケージ 4,370 部、ロゴマークシール 186,000 枚）
- ・釧路しししゃもフェア開催（22 年度） 開催日程 18 日間、参加店舗数 58 店（うち 1 件札幌店）、消費者アンケート数 818 人、料理メニュー 116 種類、平成 22 年度から釧路しししゃもフェア実行委員会設置による運営へ移行
- ・「釧路定置トキシラズ」平成 22 年度販促シール配布数 98,000 枚
- ・「トキまつり」開催 およそ 200 人へ試食配布
- ・料理教室等の開催（試食会） およそ 120 人分（釧路短期大学との共催）
- ・大消費地向け P R ・販促活動 平成 21 年度 東京 2 か所、札幌 1 か所
平成 22 年度 東京 3 回、大阪 1 回、札幌 2 回

(b) 今後の見込み

(1) 釧路しししゃも

- ①地域団体商標の取得による販促活動 ②釧路しししゃもフェア等イベントによる消費拡大・P R 活動 ③大消費地での物産展・商談会出展による販促活動 ④商品開発による販路拡大事業

(2) 釧路定置トキシラズ

- ①品質管理の徹底 ②イベント等による消費拡大・P R 活動 ③大消費地での物産展・商談会出展による販促活動 ④商品開発による販路拡大事業

(3) その他

- ・釧路地域ブランド推進委員会によるサンマ、イクラのブランド化へ向けた取り組みについての検討

・他分野への発展も視野に入れた検討。民間主体、市は運営補助、人的補助等の支援とする取り組み。

ウ 観光分野

① 阿寒湖温泉ニューツーリズム推進事業

a 内容

ツアーガイド等の候補生を養成し、ニューツーリズム旅行商品の企画・開発を行い、人材育成を行える組織を構築。

b 実施主体

釧路市・民間団体

c 事業規模

平成 23 年度予算 34,502 千円

d 成果

(a) これまでの実績

現在実施中

(b) 今後の見込み

今後検討

② 観光振興ビジョンの実施

a 内容

岸壁炉辺の営業、早朝魚河岸ツアー&朝食プランと旅行商品化、MICE 関連産業の実態把握、MICE 誘致のセールス、アフターMICE 商品の開発、異国の森ブランド化、アイヌブランド化、着地型旅行プログラム開発、写真コンテスト、ぐる得パスポート製作、産業観光プログラム開発、観光まちづくり市民ネットワーク事業、タンチョウ折紙製作、観光講座、くしろ検定、イベントカレンダー、修学旅行誘致、幣舞観光ガイドステーション設置

b 実施主体

釧路市・民間団体

c 事業規模

平成 23 年度予算 100,182 千円

d 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

さらにさまざまな観光商品開発と、そのネームバリューのアップを目指す。

6 計画期間

地域再生計画の認定日～平成26年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

釧路公共職業安定所管内における有効求人倍率及び地域雇用創造推進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。