

地 域 再 生 計 画

1 地域再生計画の名称

「食」を中心とした地場産業の振興による雇用促進計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

帯広市

3 地域再生計画の区域

帯広市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地域の現状

帯広市は、北海道の東部に位置し、総面積618.94km²を有し、人口16万9千人を擁する十勝の中心都市として発展をしてきた。大地を潤す十勝川さつないがわや 札内川の清らかな水や、年間2,000時間を超える全国有数の長さを誇る日照時間など豊かな自然の恵みを受けて、寒冷な気象条件にありながらも恵まれた土地資源を活かした我が国最大の食料生産を基盤に、周辺18町村とともに人口約35万人の一体的圏域を形成している。

帯広市は、農業を基幹とする第1次産業と、関連する食品加工・製造業や農業とともに発展してきた農業機械産業、加えて公共投資による土木建設業といった第2次産業、また十勝の中核都市であるという地勢から、卸小売・サービス業を中心とした第3次産業により発展してきた。

こうした日本有数の農業地帯として発展してきた十勝の優位性を活かすべく、帯広市では周辺町村とともに「フードバレーとまち」を掲げ、農林漁業と食を中心に産業政策を進めているなかで、ここ最近の地域経済は回復傾向にあり、平成25年の有効求人倍率も前年を上回る数値で推移しているものの、一般有効求人倍率は全国平均を下回っている状況が続いている。

また、事務職では求職者数の4分の1程度の求人数に留まっている一方、専門技術職やサービスの分野では人手不足から求人が求職者数の2倍になるなど、職種間における求人と求職の雇用のミスマッチが生じており、就職件数も前年より減少していることから、このミスマッチの解消が雇用を拡大していくうえで課題となっている。

ハローワーク帯広における有効求人倍率の推移

	23年	24年	25年	平成25年12月	
				有効求人数	有効求職者数
一般有効求人倍率(全国)	0.65	0.80	0.93		
一般有効求人倍率(帯広所)	0.62	0.76	0.91		
就職件数	4,710	4,765	4,471		
専門技術	1.55	1.75	2.00	882	440
事務職	0.25	0.19	0.27	309	1,145
販売	0.89	0.95	1.28	562	440
サービス	1.86	1.72	1.95	1,047	538

※ 一般有効求人倍率は新規学卒、季節を除きパートを含む1～12月の累計

※ 就職件数は新規学卒を除きパートを含む1～12月の累計

※ 専門技術、事務職、販売、サービスは新規学卒を除きパートを含む各年度12月の有効求人倍率

このため、地域の基幹産業である農業を基盤とする食料品製造業及び関連産業の振興と食を中心とした観光産業の振興、及び地元企業等のグローバル展開を推進することによる雇用の場の創出を進めるとともに、その企業ニーズに応じるための、次世代の農業、食品産業、観光産業等を支える優秀な人材を育成し、地域の資源をフルに活用しながら雇用機会を増大させることで、雇用のミスマッチ解消を図り、地域産業に根差した雇用環境へと改善しようとするものである。

4-2 地域再生計画の数値目標

取組を進めるにあたり、厚生労働省の「実践型地域雇用創造事業」を活用することにより、人材の育成、及び地域経済の活性化と雇用機会の創出を目指す。

実践型地域雇用創造事業活用による雇用創出数 213人
(平成26年7月1日から平成29年3月31日)

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

帯広市における有効求人倍率は全国平均を下回り、依然、厳しい雇用状況にあり、雇用機会の不足や雇用のミスマッチ等が課題となっている。

このため、実践型地域雇用創造事業の支援を受けることにより、帯広市の取組みと連携しながら、重点分野である農業分野及び食料品製造・小売分野、観光振興分野における雇用の場の創出と人材育成等の事業を実施し、雇用環境の課題解決を図ろうとするものである。

具体的には、農業経営基盤の強化や、食産品の商品開発、販路拡大、海外展開に向けた事業者向け研修により雇用の場を創出するとともに、マーケティングや商品開発・販売に必要なスキルの習得、さらには外国人観光客に対応できるグローバルな人材を育成するための失業者向けセミナーにより人材の確保、

並びに波及的に雇用の機会を創出するためのマーケット対応型の商品開発や外国人観光客を対象としたモデルツアー造成の実践等、地域の特性を生かした事業に取り組むことで、地域の再生と雇用の創出に結び付けていくものである。

5-2 特定政策課題に関する事項

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推進事業【B0906】を活用した事業

(1) 事業実施主体

帯広地域雇用創出促進協議会

(2) 構成員

帯広市、北海道十勝総合振興局、帯広商工会議所、北海道商工会連合会十勝支所、北海道中小企業団体中央会十勝支部、北海道中小企業家同友会とかち支部、公益財団法人とかち財団、有識者 帯広大谷短期大学教授 津久井 寛

(3) 実施する事業内容

I 雇用拡大メニュー

ア 十勝の農業を強化するための人材定着セミナー

帯広・十勝地域の大規模農業においては、家族経営から法人化し社員を雇用する組織化が進められており、グローバル化を凶っていくうえでも社員の労務管理や会社経営についての知識習得は重要となっている。そのため組織化において、効果的な求人方法や面接などの人材採用からはじまり、社内のメンタルヘルスを含めた社員が働きやすい環境づくり、労務管理についてのセミナー、並びに海外展開等の戦略などを含めた企業経営を学ぶセミナーを行う。

イ 首都圏等へ向けた食関連商品開発・販路開拓・経営戦略セミナー

帯広・十勝地域の豊富な食関連資源を生かした商品開発を進めるための先進事例やデザイン等の価値を高める手法、健康や安心安全などトレンド等を学ぶとともに、首都圏等への販路開拓のための経営戦略やマーケティング手法などを学ぶセミナーを行う。また、6次産業化による多角化、高付加価値農業を目指す農業者や農業・食関連企業を対象として、先進的取り組みから経営戦略を学ぶセミナーを行う。

ウ 海外展開に向けた企業実践セミナー

帯広・十勝の企業が、海外進出、輸出など、企業の国際化を目指すにあたり、海外の商慣習などの基礎的な内容から輸出入業者に商品を渡すまでの手続きなどの実務、並びに先駆的企業の実践などを学ぶことで、海外進出を目指す企業の育成やきっかけづくりとするためのセミナーを開催する。

エ 十勝の地域資源を生かした創業支援・新分野進出セミナー

帯広・十勝地域の観光や食品関連の創業希望者や第2創業、新規就農希望者及び新分野進出を検討している企業等を対象として、創業や新規就農、新分野進出のための基礎知識から心構え、経営戦略、事業計画書作成等を学ぶセミナー・演習を行う。

オ 雇用創出実践メニュー公開セミナー

雇用創出実践メニューにおいて実施するマーケット対応型商品開発事業及び外国人観光客を対象とした十勝の魅力発信モデルツアー造成事業の事業成果等を公開するセミナーを開催する。

II 人材育成メニュー

ア 十勝を生かすマーケティング講座

帯広・十勝地域は、全国、海外から農業および食文化、観光などを中心とした認知度が急速に高まっている中、食品製造販売や観光分野などにおいて積極的に商品開発、観光客受入などに対応していくために、マーケティングに関する基礎的手法を理解し、かつ実践できる人材が企業で求められている。そこでマーケティングの基礎的知識の習得および事例研究等の演習などを行う。

イ 商品開発基礎・演習講座

帯広・十勝地域は従来、農業を中心とした原料供給から高付加価値商品の製造販売へと取り組むことによる地域経済活性化を目指している。そこで、商品開発における企画や販売・広告宣伝等の講義・演習を行う。

また、帯広・十勝地域の抱えている課題として、食品関連産業や観光産業において、「食べて美味しい」「来たら楽しい・満足」な商品・メニューがあるにも関わらず、それらを魅力的に伝えられない現状がある。それらをより魅力的・効果的に伝えるためのPOPやチラシの企画制作、商品・風景等の撮影技術を学ぶ講義・演習を行う。

ウ 十勝農業・食品関連産業で働くための人材育成講座

帯広・十勝地域の地域資源である農畜産、酪農業の高付加価値のために、チーズ・乳製品やハム・ソーセージ等の肉製品に関する食品加工技術を習

得する講義・実習を行う。乳製品については、チーズバットや保温器具等を用いて実際にチーズを作成する実習や微生物検査実習などを実施、肉製品については、ハム・ソーセージや缶詰製造などについて試験製造設備（スライサー・チョッパー、塩漬・燻製設備等）を用いて製造を行う実習などを実施する。

エ 十勝型グローバル人材育成講座

帯広・十勝地域は、外国人観光客の増加や食品を中心とした海外への販路開拓を行う企業・農業者が増えている中、企業のグローバル化に対応できる人材を求めている。そこで、十勝地域の得意とする「食品・観光・農業」分野におけるグローバル人材となるための基礎的知識習得や、接客英会話や日本ならではの「おもてなし」を含む実践力を高めるための演習等を行う。

オ 十勝発信IT活用講座

帯広・十勝地域を魅力的・効果的に伝えるためのインターネットを活用した手法を学ぶ講義・演習を行う。

III 就職促進メニュー

ア 帯広・十勝就職マッチング事業

帯広・十勝地域の高等教育機関（大学・短大・専門学校等）が少なく、高校卒業時に多くの進学者は十勝管外へ出て、そのまま戻らない傾向が強い。そこで、地域外への人材流出を抑えるためのマッチングの場、及び管外流出した人材への管内企業への就職推進を図るための合同企業面接会等の事業を行う。

イ 情報発信事業

ホームページにより、地域内の事業所、求職者等へのセミナー情報提供などを行う。

IV 雇用創出実践メニュー

ア マーケット対応型商品開発事業

帯広市の製造品出荷額の49.1%は食料品製造業が占めているものの、十勝で生産される豊富な農産物の多くが原材料のまま本州に出荷されており、産地加工型の食品加工を増やし、付加価値の向上を図ることが、地域経済の活性化、雇用の拡大には欠かせない。

そこで、首都圏等の買い手側のニーズ調査を行った上で十勝の一次産品を活用した商品開発（マーケットイン型）を行う。商品開発にあたっては、

開発する商品に応じて十勝管内の食品製造業者と連携を図り、必要な設備を賃借することにより、実践支援員が開発を行うものとし、ファブレス(工場を持たない)な手法を用いることで、多様な商品開発を可能とさせる。

開発商品カテゴリーは3つ。1. 業務用加工商品、2. 機能性商品、3. 土産品・ギフト品。

1. 「業務用加工商品」では、じゃがいも、豆など農産物の一次加工品(ポイル、ピューレなど)や、畜産/水産品も活用したスープベースなどを開発する。今までは産地で行っていなかった下処理作業などの一次加工を行うことで、生産物の付加価値化と、新たな雇用創出を目指す。

商品開発後にノウハウの提供を受けた地域企業の商品の販路は、一次加工品を扱ったメニュー展開をしながら、国産食材にもこだわっている、中規模(5~20店程度)のチェーン展開をしているレストランなどの外食業やホテルなどを想定している。2. 「機能性商品」は、低糖質メニュー/商品の素材として注目の大豆粉・小豆粉など「豆粉」や薬膳料理などでも多用されている「長いも」「ごぼう」「ゆり根」「黒にんにく」などを活用した菓子類やスープなどを想定している。

商品開発後にノウハウの提供を受けた地域企業の商品の販路は、リトルワールド(株)が運営するインターネットサイト「食のプレミア」や、2014年4月に札幌でオープンの北海道物産ショップ、無農薬野菜や無添加の加工品などを販売する大阪のスーパーなどで一般消費者を対象に販売することを想定している。

3. 「十勝産素材を利用した土産品・ギフト品」は、国内、国外から十勝/北海道への観光客向けの観光土産品、通販やネット、カタログでの販売を想定したギフト商品を開発する。実現事業での市場調査の中でのヒアリングで、「十勝」のイメージとして、チーズや乳製品、スイーツを挙げる消費者や業者は多く、需要も見込まれるため、小麦や豆類などの農産物と乳製品を活用したスイーツ/菓子類の開発を想定している。流通面での制約を考慮し、温度帯はお土産品として購入しやすい「常温品で賞味期限が長め(6ヶ月以上)の商品[例:十勝産野菜の甘納豆、など]」、「冷凍品でも、解凍後の賞味期限が3日程度の商品[例:十勝産小麦粉の黒豆ガトーショコラ、など]」2パターンで検討する。

商品開発後にノウハウの提供を受けた地域企業の商品の販路は、観光客や一般消費者をターゲットに卸商社や、通販会社(ネット含む)、小売店を想定している。今後増えると予想される外国人観光客へもアピールできる商品の開発や、販売先と一体となったコラボ商品の開発を検討する。

商品開発事業の主な行程は以下①~⑤のとおり。

①国内・国外ニーズ調査

小売店、量販店、百貨店、通販、メーカー、外食、卸商社などを対象に、ニーズ調査を行う。一般消費者向け商品・業務用商品などの商品化

可能性を探り、マーケット対応型の商品開発につなげるためのデータとする。調査場所は首都圏を中心とした国内とともに、今後販路拡大の可能性が高い国外を対象とする。国外に関する調査については、近年十勝への観光入込客数が増加している、シンガポール、タイ、台湾、香港の4カ国について、関連団体や国内在住の外国人等を対象に実施予定。

②開発商品「試食・評価会」(十勝開催)

商品を魅力的に磨きあげることが目的に、商品の客観的な評価を得るための「試食・評価会」を実施する。開発商品の試食だけでなく、他社商品・競合商品などとの食べくらべを行い、秀でている点や欠点を客観的に把握し、商品の改良や販売につなげる。

③開発商品「試食・評価会」(首都圏、関西圏開催)

大消費地において、食関連業のバイヤーや関係者などを招待し、開発商品の試食・評価会を開催する。商品開発後、民間事業者へ移管し、実際販売につなげるためのデータとして、販売価格や取引条件などのヒアリングも行う。

④首都圏展示会への開発商品出展(FOODEX JAPAN 等)

食品展示会「FOODEX JAPAN」などに出展し、開発商品の試食提供によるマーケティングリサーチを行う。買い手との新たなつながりを得ることで、今後の販売につなげていく。出展にあたっては、一般社団法人とから財団と帯広信用金庫が旗振り役となり、十勝の生産者事業者が共同出展している「北海道・十勝物産館」などへの出展を想定している。

⑤実践事業成果物公開セミナー

開発した商品について、地元企業での製造、販売に向けて、製造レシピ等とともに、商品開発に至ったプロセスやニーズ等を公開する。

なお、事業終了後における地域への波及効果としては、開発した商品の販売収益の増はもとより、以下のような事業化や起業等につなげたり、若しくはとから財団、同友会とから支部など地域の既存団体内に事業移管し、地域PB商品開発、販売部門として事業を展開するなどして、雇用の拡大を目指す。

<成果物>

(1) 地域資源を活用した開発商品の製造レシピ／マニュアル(3カテゴリー×各2~3種=8商品)

- ・身近な素材がニーズとマッチした新たな商品になる、という商品開発プロセスも含めて公開することで、地域資源の再発見再認識を促し、新商品開発や販路拡大を波及的に活性化させる。
- ・事業成果物の製造方法／レシピの公開と併せてニーズ調査により把握した市場調査レポートを地域企業に提供することにより、地域事業者／生産者の売り上げ拡大及び雇用創出につなげる。

イ 外国人観光客を対象とした十勝の魅力発信モデルツアー造成事業

これまで帯広市における観光客の誘致策として、首都圏へのPRキャンペーンやアジアに向けた観光プロモーションなどを実施してきた。

こうした観光客の地域経済への波及効果を上げていくためには、当地域での滞在期間をいかに延長してもらうかが課題となっており、そのためには、地域の特色を生かした体験型観光の構築が有効である。

国内観光客向けには、北海道ガーデン街道やとちろングトレイル、スイーツめぐり、各種アウトドア等、関係団体や民間企業等で受入側の取り組みが進められているところであるが、外国人観光客向けについては、平成25年度にイベント的に招聘事業を行っているものの、ビジネスモデルを意識した体験型観光コースの開発には手がついていない状況にある。

海外からみた十勝の魅力としては、当地域の特色である「広大な畑」が観光資源となり、その場で最も旬な食材の収穫体験やその場で調理して食べるといった当地域ならではの体験型旅行商品の開発が有効なものと考ええる。

北海道における外国人観光客数は、平成23年度は東日本大震災の影響で落ち込んだものの、近年の海外における日本食ブームなどを背景に増加傾向にあるなかで、道内の地域別にみると、道央圏、道北圏等への比率が大きく、十勝圏への来客数は、まだまだ少ない状況にある。

訪日外国人宿泊客数（延べ人数）

（単位：人）

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	H24構成割合
北海道	1,979,321	2,365,161	1,652,744	2,501,105	100.0%
前年対比	94.8%	119.5%	69.9%	151.3%	
道央圏	1,417,650	1,686,333	1,158,309	1,785,870	71.4%
前年対比	92.5%	119.0%	68.7%	154.2%	
道南圏	148,769	179,233	130,831	208,150	8.3%
前年対比	216.2%	120.5%	73.0%	159.1%	
道北圏	215,826	264,757	182,725	251,041	10.0%
前年対比	86.3%	122.7%	69.0%	137.4%	
十勝圏	80,989	113,073	96,051	116,370	4.7%
前年対比	75.0%	139.6%	84.9%	121.2%	

北海道観光局 訪日外国人宿泊客数調より

十勝圏における国別訪日外国人宿泊客数（延べ人数）（単位：人）

	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	H24 構成割合
アジア	73,983	98,463	86,073	102,007	87.7%
前年対比		133.1%	87.4%	118.5%	
中国	4,272	8,263	6,066	6,917	5.9%
前年対比		193.4%	73.4%	114.0%	
韓国	3,190	5,238	3,187	2,615	2.2%
前年対比		164.2%	60.8%	82.1%	
台湾	42,383	39,211	37,315	49,955	42.9%
前年対比		92.5%	95.2%	133.9%	
香港	14,205	23,464	20,781	21,445	18.4%
前年対比		165.2%	88.6%	103.2%	
シンガポール	7,882	16,001	13,021	15,525	13.3%
前年対比		203.0%	81.4%	119.2%	
ヨーロッパ	471	956	856	549	0.5%
前年対比		203.0%	89.5%	64.1%	
北米	662	980	782	897	0.8%
前年対比		148.0%	79.8%	114.7%	
オーストラリア	4,186	9,076	5,195	10,651	9.2%
前年対比		216.8%	57.2%	205.0%	
その他	1,687	3,598	3,145	2,266	1.9%
前年対比		213.3%	87.4%	72.1%	
計	80,989	113,073	96,051	116,370	100.0%
前年対比		139.6%	84.9%	121.2%	

北海道観光局 訪日外国人宿泊客数調より

こうした状況のもと、外国人観光客数の中でも比率が高く、積極的にプロモーション等を実施しているアジア圏の観光客を対象として、十勝生産者の想いや食材の理解を深めるためのツアープログラム、及び農業王国十勝ならではの付加価値をつけた場所や食べ物の旬を楽しむ農業体験プログラムとあわせて、十勝の観光地や施設などをめぐる体験滞在型のモデルツアー（1日、半日）の造成を行う。

地域の特性を生かした収穫体験などを行う場合、一度に多人数の受け入れができるものは内容が限定されてしまうため、まずは、1団体20人程度の海外富裕層をターゲットとして、様々なアイデアを凝らした「おもてなし」を提供するモデルツアーを造成し、そのツアーを基礎として廉価版のコースに広げていくことを目指す。

また、地域の受け入れ態勢が整っていない現状を踏まえ、受け入れに協力的な企業の開拓を進め、地域企業と海外からの観光客の双方にとって魅力的なツアー内容となるようにコーディネートを行う。

外国人観光客対象の体験ツアーは、英語等による説明資料の準備や、宗教に配慮した食事内容など、細かな対応が必要となり、国内向けツアーより開発に手間がかかるところであるが、モデルツアーとして一度構築がなされれば、地域での普及が容易となることを見込まれるなど今後の発展性が大きく、また、外国人観光客については、国内観光客よりも旅行中の消費額も高額となることから、地域経済への波及効果が高いことを見込まれる。

そうした体験型観光を組み入れ、単に「見る」だけではなく、「触れる」、「味わう」、「知る」、「聞く」など、五感で体感し、農業、食について学ぶとともに、四季がはっきりとした十勝の魅力を伝えながら、地元の人との触れ合いを感じられる内容とすることによって、一度きりではなく何回も足を運びたいくなるようなプログラムを提供し、リピーターを増加させることで、安定した外国人観光客数を確保し、それに伴う地域の受け入れ態勢を強化することにより、地域における雇用増につなげる。

費目別消費額単価

費目	消費額単価(円)		
	道民	来道者	訪日外国人 来道者
交通費	3,313	18,674	39,307
宿泊費	2,259	17,863	22,344
飲食費	1,793	10,612	16,528
土産・買い物代	4,430	18,012	36,536
入場料・施設利用料	593	2,416	3,964
その他の支出	882	2,092	3,448
合計	13,270	69,669	122,127

第5回北海道観光産業経済効果調査より

注1) 道民は旅行会社収入(その他の支出)を含む。来道者及び訪日外国人来道者は旅行会社収入を含まない。

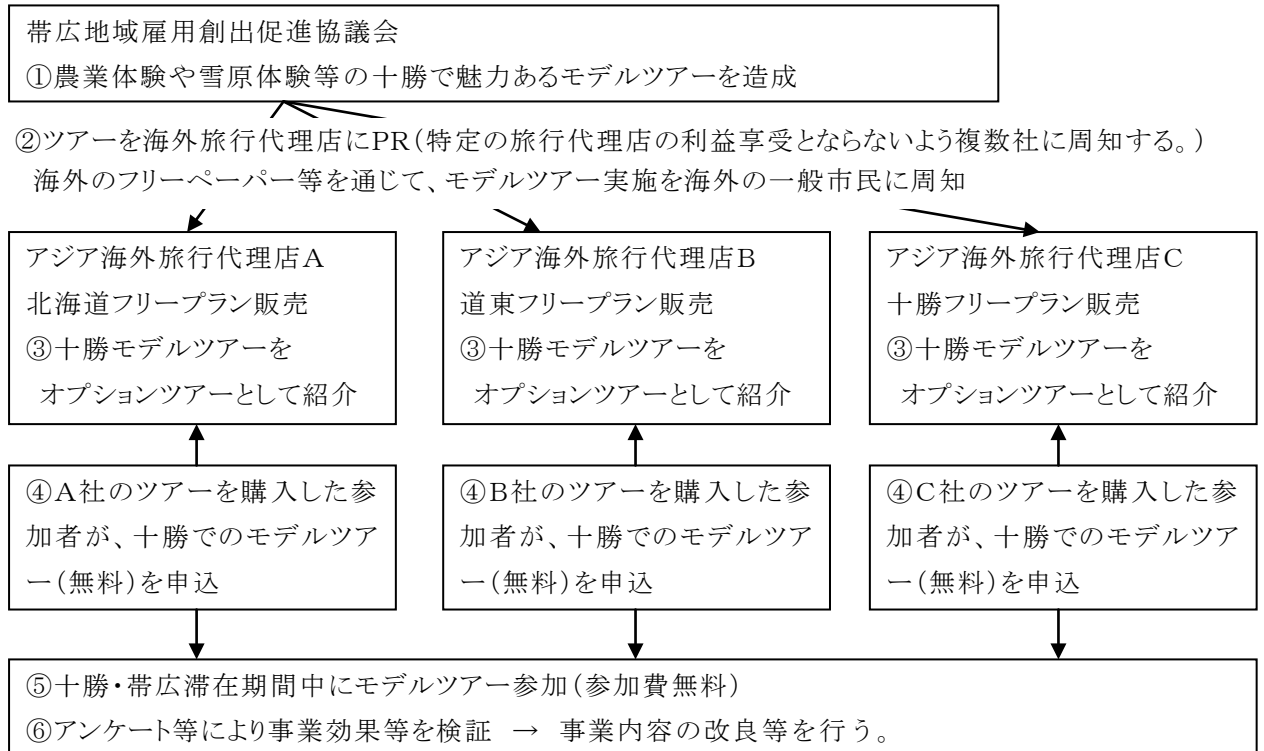
注2) 道民の消費額構成比及び消費額単価は、全ての旅行タイプを含んだもの。

<事業実施スキーム>

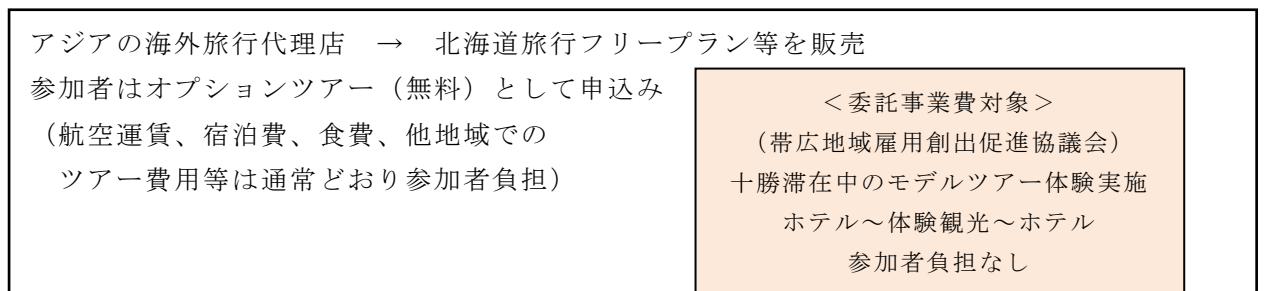
事業実施にあたっては、海外旅行代理店(アジア)と連携をしながら、一般のツアー参加者からモニターツアーの参加者を募り、その生の声を吸い上げながら、外国人観光客が再び十勝を訪れたいくなる内容としていくことで、ツアー造成を進めていく。

一般市民への周知にあたっては、複数の海外旅行代理店へPRを行うとともに、海外でのフリーペーパー(和テンション等)により、参加者を募る。

【スキームイメージ】



【事業費区分イメージ】



なお、モデルツアー実施におけるアジア旅行代理店との金銭的やり取りはなく、旅行代理店に対しては、チラシ等を置いてもらう等のPRを実施する。

＜事業アドバイザーについて＞

事業の実施にあたっては、上記のように一般のツアー観光客のなかからモデルツアーの参加者を募る必要があり、海外旅行代理店との連携が欠かせないことから、海外関係者との協力関係を構築しているアドバイザーの協力を得ながら実施する。

また、地域の受け入れ先開発等、メニュー造成において、外国人観光客が満足できる対応を行うには、食事やおもてなしについてのノウハウも必要となることから、これについてもアドバイザーの助言を受けながら事業を実施する。

<事業波及効果>

事業実施の中で得たノウハウ等については、雇用拡大メニューのセミナー等において、広く周知を図り、地域旅行代理店等において、十勝の体験ツアーの事業化を促すなど、地域企業に還元していく。

5-4-2 支援措置によらない独自の取組

① 十勝産農畜水産物・加工品の販路拡大事業

事業内容：十勝管内の食材情報をまとめ、首都圏ホテルや外食産業に対して、調理方法と併せて十勝産食材の提案等を行い、販路拡大を図る。

事業実施主体：帯広市

事業規模：2,866千円（平成25年度予算）

事業成果：十勝農産品等のPRおよび販路拡大を図った。

② ものづくり総合支援補助金

事業内容：新製品・新技術・新サービス開発事業、デザイン開発事業、販路開拓事業、ソフトランディング、産学官・異業種による起業など先導的な取組み及び新しい産業の創造を図るため、事業費の一部を補助する。

事業実施主体：帯広市

事業規模：6,230千円（平成25年度予算）

事業成果：顧客ニーズに応じた新製品の開発や販路拡大に取組み、成果として地元中小企業の企業力の強化につなげている。

補助実績 平成24年度 9件 5,936千円

新製品開発4件、デザイン開発1件、販路拡大4件

③ 市場開拓・販路拡大事業

事業内容：事業者が提案する海外ターゲット市場や事業展開手法に対する補助や、HACCP認証につながる工場等の衛生水準向上に対し、支援する。

事業実施主体：帯広市

事業規模：2,835千円（平成25年度予算）

事業成果：帯広の食について、「O i s h i i J A P A N」出展によるビジネスマッチング事業や、首都圏等の企業との個別マッチングを実施するほか、海外展開へのHACCP認証に向けた企業の意識向上や衛生水準の向上などを図った。

平成25年度実績見込み

海外販路支援補助 3件

HACCP補助金 3件

- ④ フードバレーとかち人材育成事業
 事業内容：チャレンジ精神等を持って、企業経営、異業種参入、起業化などの企業の発展を通じて地域の経済発展に寄与するようなリーダーシップを発揮する人材を育成する。
 事業実施主体：帯広市
 事業規模：5,693千円（平成25年度予算）
 事業成果：帯広畜産大学との共同事業として各種研修を実施し、人材育成を図っている。
 平成24年度実績
 新事業展開・プロジェクトマネジメントプログラム 18名終了
 食品衛生スキルアッププログラム(4コース) 26名終了
 自由選択講義プログラム(6講義) 延べ244名受講
- ⑤ 産業支援機能提供事業（十勝産業振興センター事業）
 事業内容：農業や関連産業に関する先端技術の開発や情報の拠点をつくり、農業の生産性を高め、関連産業を育成して地域産業の高度化・複合化を進める。
 事業実施主体：公益財団法人とかち財団
 事業規模：109,272千円（平成25年度予算・帯広市負担分）
 事業成果：地域産業の総合的な振興と活力ある地域社会の形成、産学官の連携と産業間や異業種の交流を促進し、広域的なネットワーク化を進めるとともに、地場産業の高度化・複合化による内発的な産業振興の促進や、地元企業からの技術相談等に対して指導助言等を行った。
- ⑥ 十勝海外ビジネス研究会
 事業内容：海外に向けたビジネスを展開していくにあたって必要な知識や海外の現状等を知るための講演会等を開催している。
 事業実施主体：帯広市
 事業規模：100千円（平成25年度予算）
 事業成果：平成23年度 5回開催 参加者 89名
 平成24年度 3回開催 参加者 88名
- ⑦ 「十勝」首都圏イメージアップキャンペーン事業
 事業内容：首都圏における十勝のイメージアップ向上をはかるため、広告掲出等を実施
 事業実施主体：帯広市
 事業規模：4,000千円（平成25年度予算）
 事業成果：漫画やアニメで人気の「銀の匙」とコラボレーションを図り、JR山手線における車内中吊り広告でのPRのほか、AIRDO機内のドリンクサービスのコップへの広告等でPRを実施。

⑧ 東アジア観光プロモーション事業

事業内容：シンガポール、台湾へのトップセールスや、招聘を実施。
平成25年度は網走市との広域連携により台湾インセンティブツアー、サイクリングモニターツアーを招聘。

事業実施主体：とちぎ観光誘致空港利用推進協議会

事業規模：4,500千円（平成25年度帯広市予算）

事業成果：平成25年度

シンガポール	観光プロモーション事業、青年招聘事業
台湾	観光プロモーション事業、サイクリスト招聘事業、旅行博覧会出展
中国	旅行エージェント招聘事業
香港	TV制作会社招聘事業
インドネシア	観光プロモーション事業
オーストラリア	旅行エージェント招聘事業

⑨ 緊急雇用対策事業

事業内容：地域の雇用環境が厳しいことから、季節労働者の就労対策や学卒未就職者の就労支援事業、高校生の勤労観・職業観を醸成するインターンシップ事業など「市単独の緊急雇用対策事業」を実施する。

事業実施主体：帯広市

事業規模：54,257千円（平成25年度）

事業成果：平成23年度 雇用延日数2,683人日の雇用を創出

平成24年度 雇用延日数2,531人日の雇用を創出

平成25年度 雇用延日数2,783人日の雇用を目標

6 計画期間

認定の日から平成29年3月末まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

帯広地域雇用創出促進協議会において、実践型地域雇用創造事業を活用した求職者や事業所に対してアンケート調査を実施し、事業の取組及び雇用の創出に対する評価を行う。