

美唄市産業振興計画

1 産業振興計画の目的

経済活動のグローバル化や情報技術の進化に伴う産業構造の変化、少子・高齢化の進展や人口構成の変化、インターネットの普及などによる人々の価値観の多様化など、地域経済を取り巻く環境は大きく変化してきた中、平成20年以降の世界的な金融危機や原油価格の高騰、さらに平成22年以降の欧州の経済危機が世界経済に大きな影響を与えるなど、世界経済は先行きの見えない深刻な状況となっています。

また、平成23年3月11日に発生した東日本大震災やこれに伴う原発事故の影響により、※サプライチェーンの寸断や電力制限など、日本経済は依然厳しい競争環境に直面しており、本市においても不安定な電力需給を背景に節電対策などが求められるなど、企業活動や市民生活において様々な影響がありました。

日本経済全体を取り巻く厳しい環境の中で 本市産業の振興を図るためには、農業、商業、工業に観光を加えた各産業分野の企業・団体が豊富な地域資源や優れた技術力を最大限に生かし、地域資源に付加価値を付けた産業活動を展開していくとともに、産業間・企業間・産業団体・市民・行政が連携して魅力ある地域づくりに取り組んでいくことが必要とされています。

美唄市産業振興計画は、本市産業の現状把握と分析から導き出された課題の解決に向け、美唄市総合計画（第6期）の理念と方向性に即し、「分野横断的な産業振興」・「地域資源を活用した産業振興」・「中小企業の経営基盤の強化」を計画の柱として、本市の産業のあるべき姿を実現していくことを目的として策定しました。

なお、本市の基幹産業である農業については、別途策定している「美唄市農業ビジョン」において、農業経営の体質強化や安定化を図っていくこととしております。

※サプライチェーン（supply chain）

原材料の調達から生産・販売・物流を経て最終需要者に至る、製品・サービス提供のために行われるビジネス諸活動の一連の流れのこと。業種によって詳細は異なるが、製造業であれば設計開発、資材調達、生産、物流、販売などのビジネス機能（事業者）が実施する供給・提供活動の連鎖構造ある製品の原材料が生産されてから、最終消費者に届くまでのプロセスのこと。

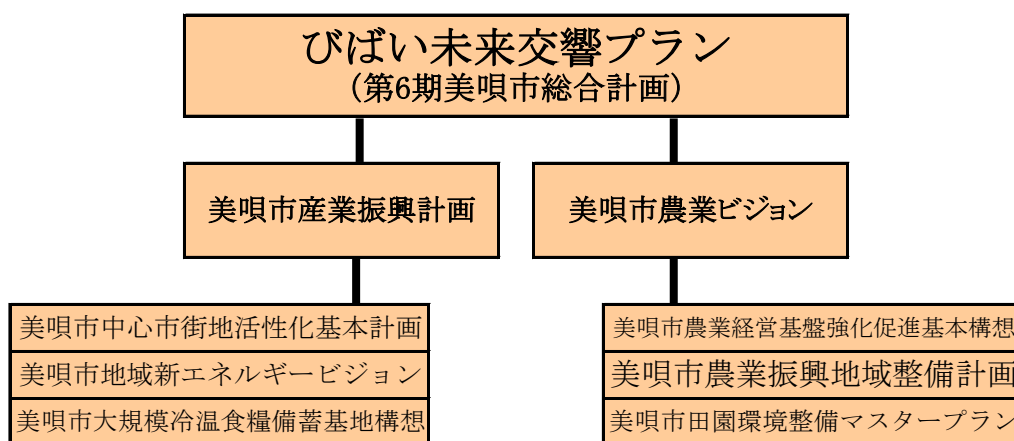
2 産業振興計画の位置付け・計画期間

産業振興計画は、平成23年3月に策定した上位計画「びばい未来交響プラン（第6期美唄市総合計画）」に掲げる産業振興施策の具体的な取組みを示す中間計画とします。

本計画の推進期間は、第6期美唄市総合計画との整合性を図るため、平成25年度から平成32年度（第6期総合計画の最終年度）の8年間とします。

ただし、第6期美唄市総合計画との整合性や社会情勢の変化などに対応した実効性のある計画とするため、産業振興計画の施策（戦略）については、総合計画に合わせ、必要に応じ見直しを行うものとします。

産業振興計画の位置付け



産業振興計画の計画期間

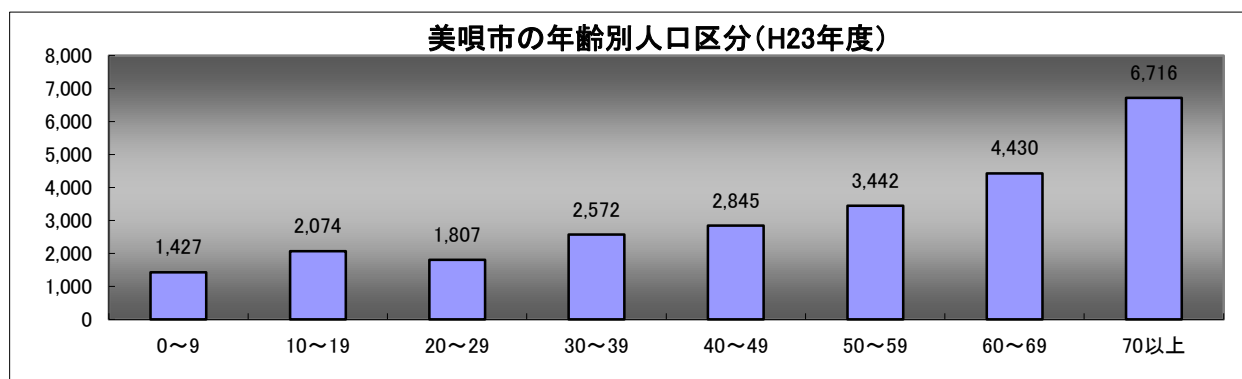
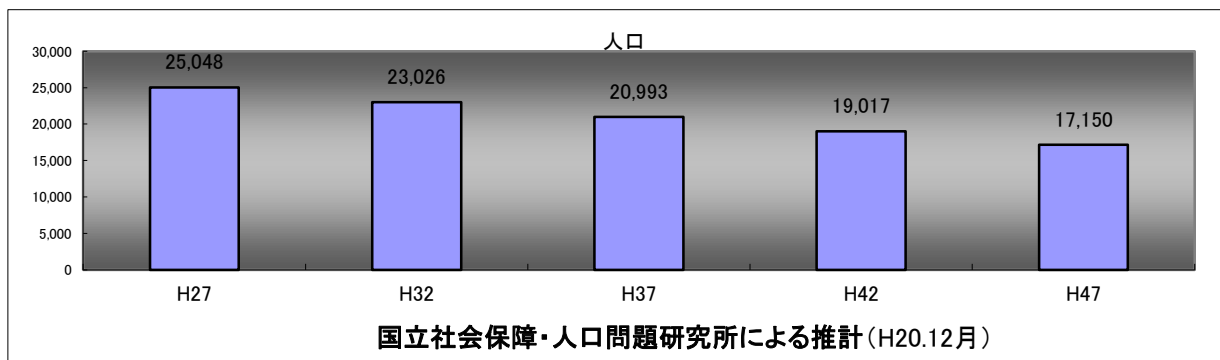
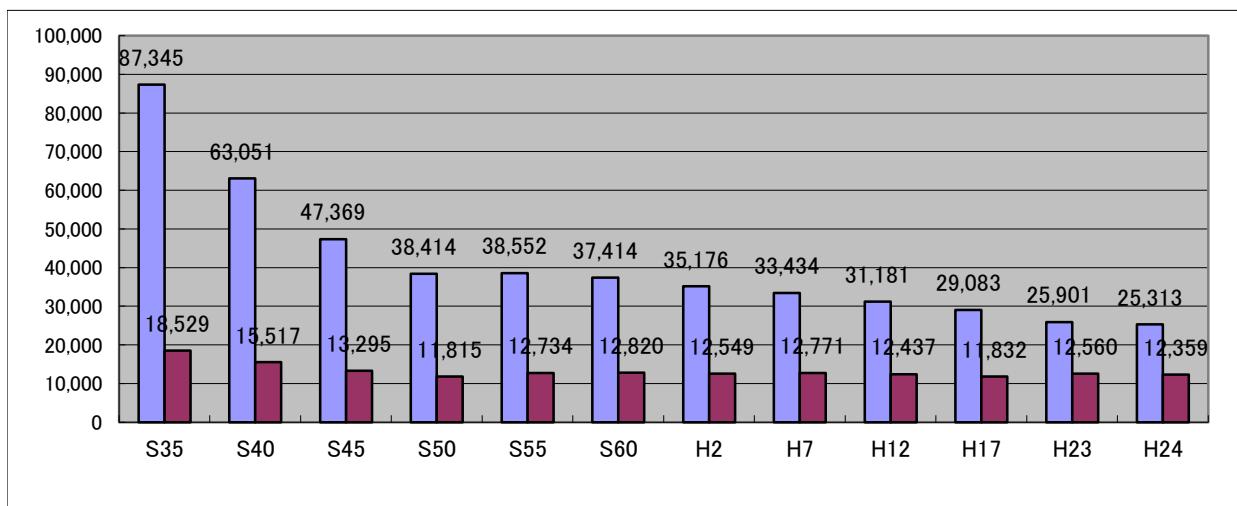
	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32
第6期総合計画	← 前期 →					← 後期 →				
産業振興計画					見直し					

3 産業の現状

本市は空知地方の中央部に位置し、かつては三井、三菱など大規模炭鉱のほか中小の炭鉱も多数あり、国内有数の石炭都市として栄え、昭和31年には、世帯数は17,139世帯、人口は92,150人のピークを記録しましたが、昭和38年以降、炭鉱の相次ぐ閉山により人口は年々減少し、平成23年度末には、世帯数12,560世帯、25,313人まで減少しており、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、本市の人口は平成42年には20,000人を割る試算となっています。

また、年齢別人口では、20歳以上60歳未満の年齢層が10,666人（42.1%）となっており、このうち、30歳未満の人口層の比率が低い状況となっており、これら労働力不足は各産業において生じています。

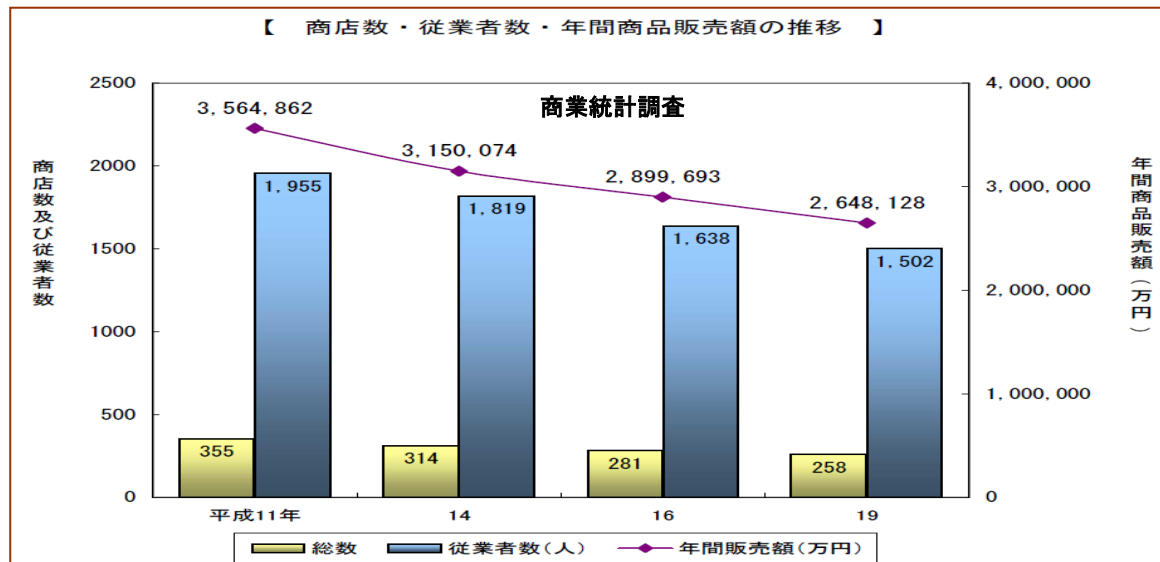
美唄市の人口及び世帯の推移



(1) 商業

本市の商業は、人口減少と少子高齢化の進行に加え、コンビニエンスストアや郊外型大規模小売店舗の進出、消費者の生活行動圏の広がりに伴う購買力の市外流出、さらにはインターネットや通信販売による購入や消費者の生活スタイル・意識の変化、経営者の高齢化と後継者不足など、様々な要因が複合的に重なり、商店数及び従業員数、年間商品販売額とも年々減少傾向にあります。

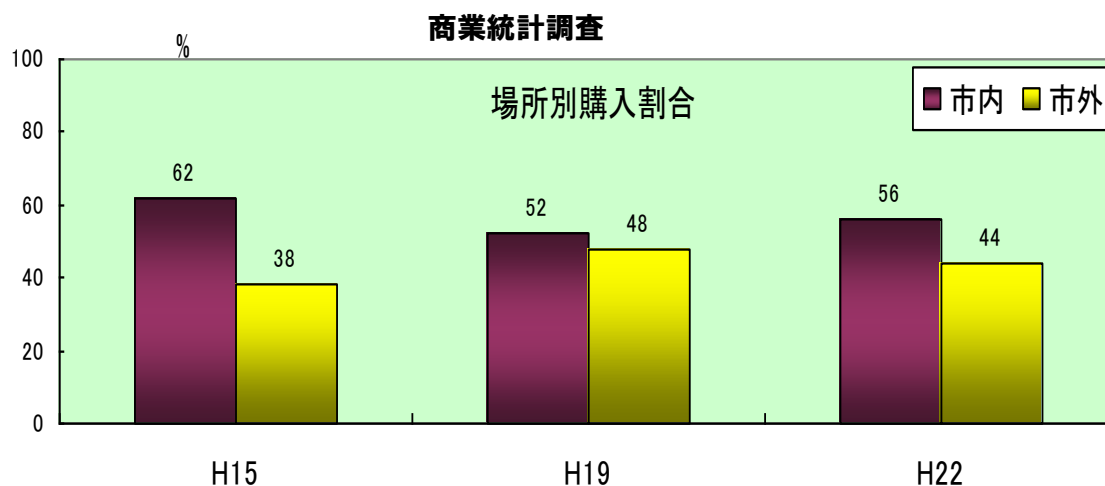
商店数・従業員数・販売額の推移



市民の買い物場所

平成24年度には、ドラッグストアの進出や家電量販店の進出があったものの、これまで3回実施した商業統計調査では、約4割の市民が市外の郊外型小売店舗で商品を購入している結果となっており、この傾向は、今後、さらに進むことが予測されます。

また、インターネット販売や通信販売などを利用し商品を注文するスタイルがますます定着することが想定されます。



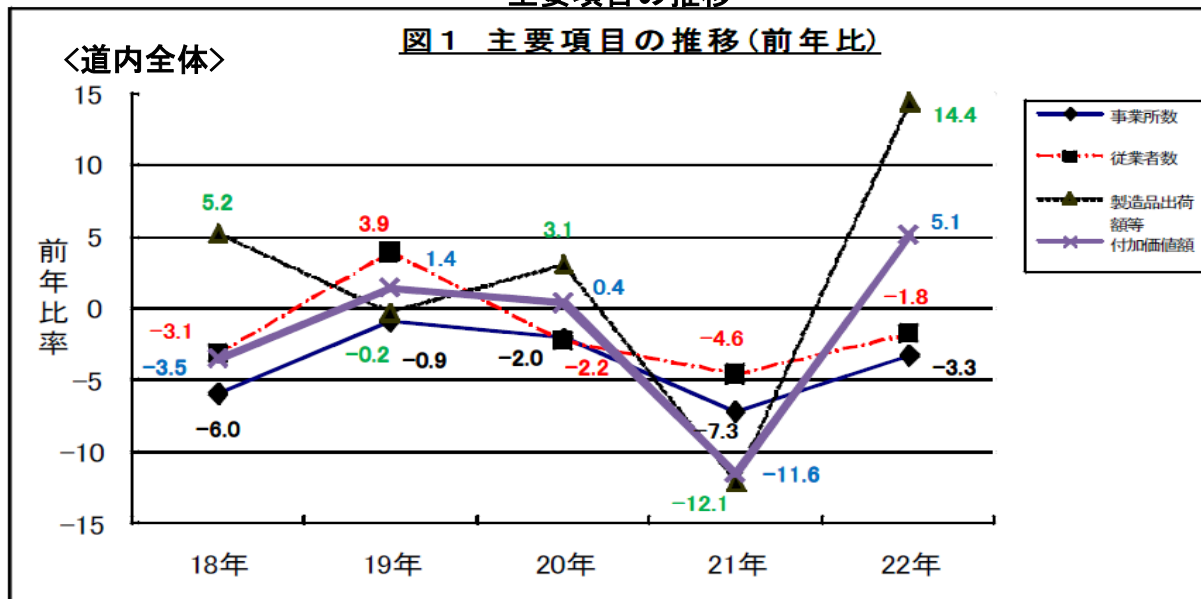
(2) 工業

平成22年に実施した工業統計調査(従業者数4人以上の事業所)による本道の事業所数は5,931事業所、従業者数は17万3,973人、製造品出荷額等は5兆9,529億円、付加価値額は1兆5,950億円となっており、事業所数と従業者数は前年を下回りましたが、製造品出荷額と付加価値額は前年を上回りました。

本市においては、製造業や建設業などの事業所数は年々減少し、従業員数も平成9年度の工業統計調査と比較すると、1,696人から847人となり、ほぼ半減しました。

また、製造業の年間出荷額も平成21年度は若干増加しましたが、平成22年には再び減少し、さらに企業誘致についても先行きの見えない経済状況下において、新たな企業の進出がないことから、今後、さらに工業出荷額の減少が見込まれる状況となっています。

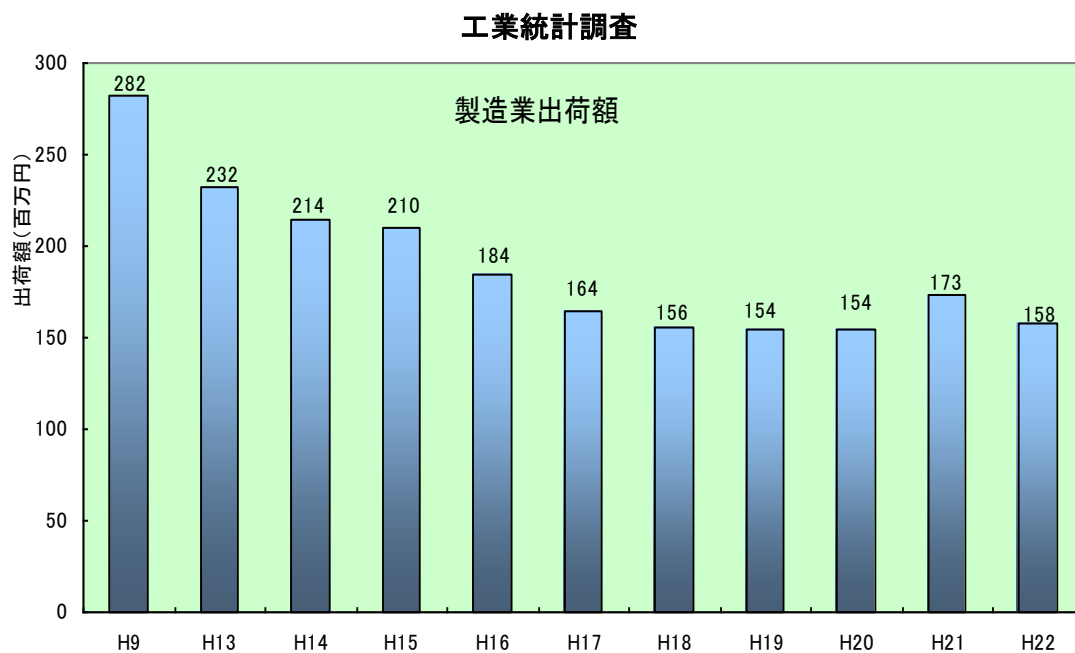
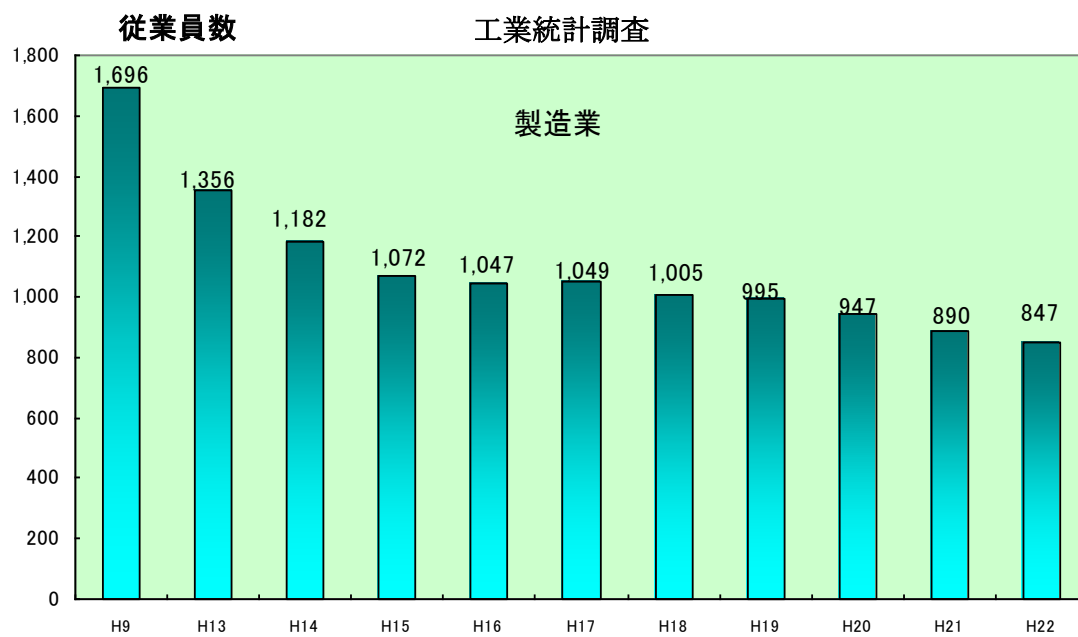
主要項目の推移



主要項目の推移

年次	事業所数		従業員数		製造出荷額等		付加価値額	
		前年比 (%)	(人)	前年比 (%)	(百万円)	前年比 (%)	(百万円)	前年比 (%)
H18	6,813	△6.0	182,681	△3.1	5,749,592	5.2	1,686,084	△3.5
H19	6,752	△0.9	189,875	3.9	5,739,595	△0.2	1,709,900	1.4
H20	6,618	△2.0	185,625	△2.2	5,917,424	3.1	1,715,927	0.4
H21	6,132	△7.3	177,113	4.6	5,202,551	△12.1	1,517,427	△11.6
H22	5,931	△3.3	173,973	△1.8	5,952,864	14.4	1,595,012	5.1

従業員数・工業出荷額の推移

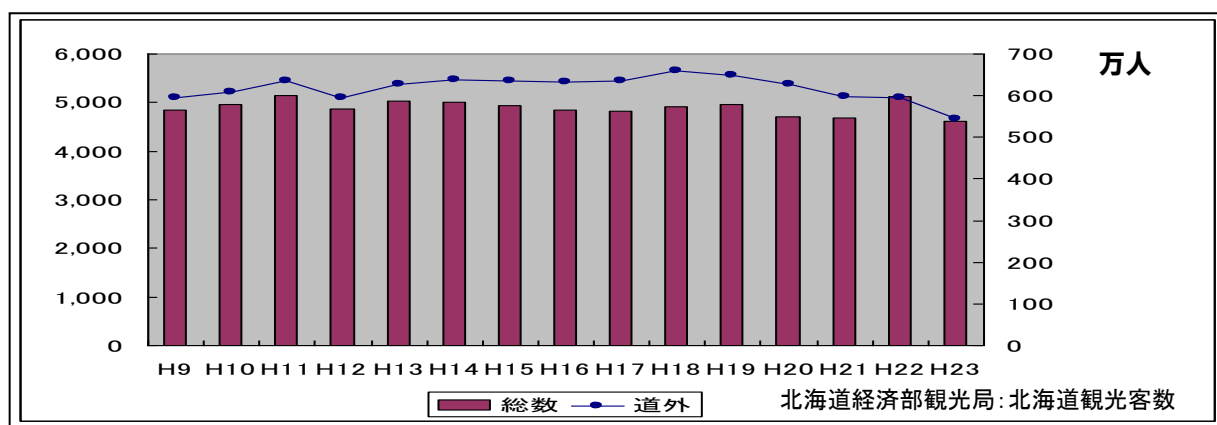


(3) 観光

①道内観光入込客（実人数）

北海道の観光入込客数（実人数）は、平成11年度の5,147万人をピークに、ガソリン価格の高騰による出控えや世界的な金融危機に起因する景気低迷などの影響を受け、平成21年度には4,682万人までに減少しました。

平成22年度には、中国のバブル経済などの影響により、外国人観光客の増加が見られ、観光入込客数（実人数）は5,127万人となり、前年を上回る結果となりましたが、平成23年度には東日本大震災及び原発事故の影響などにより、再び減少に転じました。



観光客入込数(実人数)

年 度	総 数	前年度対比	内 訳					
			道 外 客			道 内 客		
				日帰り客	宿泊客		日帰り客	宿泊客
平成9年度	4,850	-	596	3	593	4,254	3,343	911
平成10年度	4,956	101.8	609	3	606	4,347	3,425	922
平成11年度	5,147	103.9	635	3	632	4,512	3,580	933
平成12年度	4,862	94.4	596	3	593	4,266	3,393	873
平成13年度	5,041	103.7	627	3	624	4,414	3,504	911
平成14年度	5,009	99.4	638	3	635	4,370	3,495	875
平成15年度	4,939	98.6	635	2	633	4,304	3,439	865
平成16年度	4,839	98.0	632	2	630	4,207	3,346	861
平成17年度	4,813	99.5	635	2	633	4,178	3,334	844
平成18年度	4,909	102.0	659	2	657	4,250	3,393	857
平成19年度	4,958	101.0	649	2	647	4,309	3,532	777
平成20年度	4,707	94.9	628	2	626	4,079	3,297	781
平成21年度	4,682	99.5	597	2	595	4,085	3,326	758
平成22年度	5,127	(99.1)	595	13	583	4,532	3,584	949
平成23年度	4,612	90.0	544	6	538	4,068	3,142	926

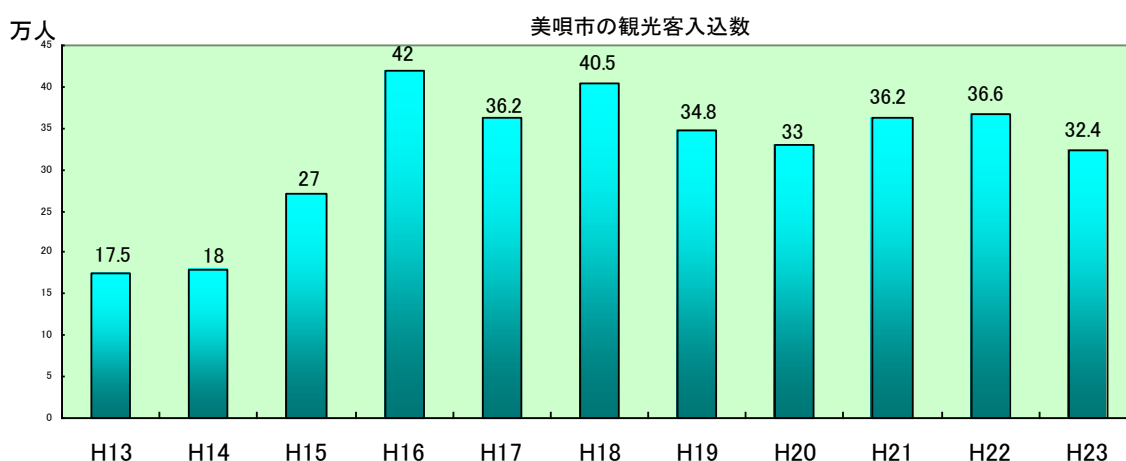
③本市観光

本市は、豊かな自然に恵まれ、世界的に有名な彫刻家・安田侃氏の作品が並ぶアルテピアッツァ美唄（イタリア語で「芸術広場」）や空知管内随一の桜の名所・東明公園など四季折々の風景が楽しめるとともに、日本一の直線道路である国道12号沿いには、美唄の特産品を一堂販売しているアンテナショップPiPaがあります。

その他、6万羽を超えるマガンが飛来するラムサール条約登録湿地の宮島沼や美唄の炭鉱の歴史を伝える三菱美唄記念館、スポーツ・娯楽施設では交流拠点施設「ゆ〜りん館」、パークゴルフ場、美唄国設スキー場などの観光施設が多く点在しています。

観光入込客数は、交流拠点施設「ゆ〜りん館」のオープンなどにより、平成16年には40万人を超えましたが、平成19年度以降は徐々に減少し、平成20年度には33万人に減少しました。

その後は若干、持ち直しましたが、H23年度には、東日本大震災や記録的な豪雪などの影響により前年度を下回りました。



美唄市		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	22年度
	入込総数	25.5	39.6	30.4	32.1	35.0	31.3	34.5	18.5	14.5	22.9	19.4	20.0	323.7	366.0
	内道外客	2.6	4.0	3.0	3.2	3.5	3.1	3.5	1.9	1.5	2.3	1.9	2.0	32.5	36.8
	内道内客	22.9	35.6	27.4	28.9	31.5	28.2	31.0	16.6	13.0	20.6	17.5	18.0	291.2	329.2
	内日帰客	24.1	37.8	28.1	29.8	32.6	29.0	31.9	16.5	12.6	20.9	17.5	18.1	298.9	341.3
	内宿泊客	1.4	1.8	2.3	2.3	2.4	2.3	2.6	2.0	1.9	2.0	1.9	1.9	24.8	24.7
	宿泊客延数	1.4	1.8	2.3	2.3	2.4	2.3	2.6	2.0	1.9	2.0	1.9	1.9	24.8	24.7
美唄市		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	21年度
	入込総数	34.7	45.4	28.9	38.9	43.1	45.7	36.6	17.6	13.7	20.7	20.9	19.8	366.0	362.3
	内道外客	3.5	4.5	2.9	3.9	4.3	4.6	3.7	1.8	1.4	2.1	2.1	2.0	36.8	25.1
	内道内客	31.2	40.9	26.0	35.0	38.8	41.1	32.9	15.8	12.3	18.6	18.8	17.8	329.2	337.2
	内日帰客	33.2	43.6	26.7	36.5	40.6	43.1	33.8	15.8	12.2	18.7	19.3	17.8	341.3	337.3
	内宿泊客	1.5	1.8	2.2	2.4	2.5	2.6	2.8	1.8	1.5	2.0	1.6	2.0	24.7	25.0
	宿泊客延数	1.5	1.8	2.2	2.4	2.5	2.6	2.8	1.8	1.5	2.0	1.6	2.0	24.7	25.5

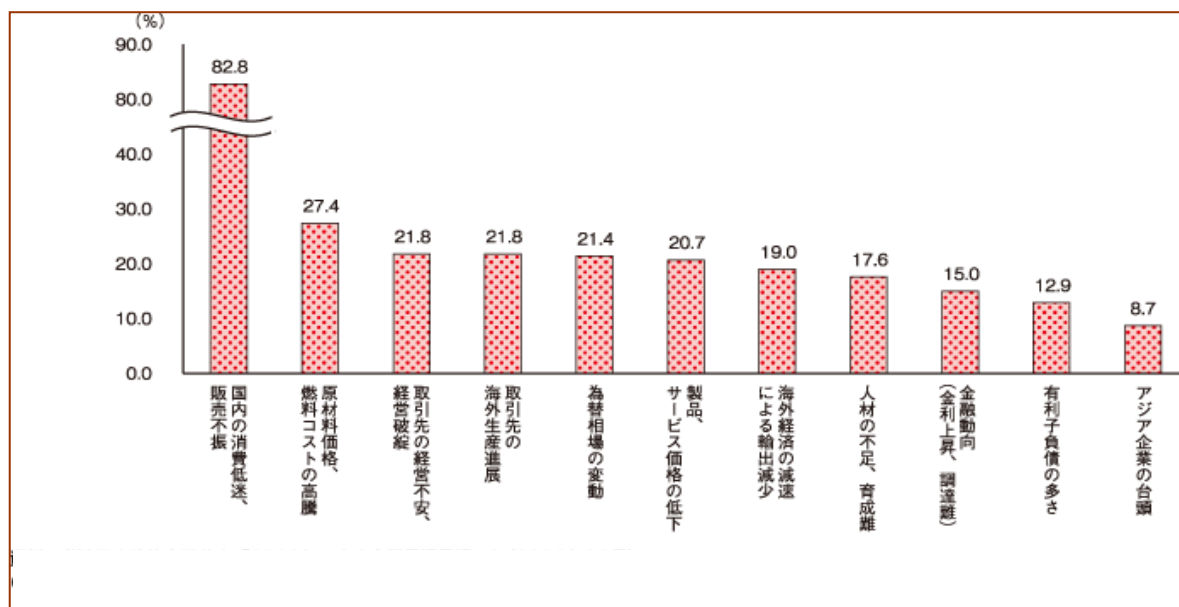
(4) 中小企業

中小企業の多くは経営基盤が小さいことから、景気の動向などに左右されやすい環境にあります。

全国的には、東日本大震災の影響により、地震、津波による産業基盤の壊滅、工場や店舗などの損壊、原発事故による生産活動の停止等、さらに取引先の被災による事業の停滞などにより生産販売額が減少するなど、中小企業を取り巻く経済環境が激変し、本市においても極端な生産・販売額の落ち込みはないものの、中小企業の経営環境は改善されない状況となっています。

中小企業の定義

業 種	中小企業者 (下記のいずれかを満たすこと)		うち小規模企業者
	資本金	常時雇用する従業員	常時雇用する従業員
①製造業・建設業・運輸業 その他の業種(②～④を除く)	3億円以下	300人以下	20人以下
②卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
③サービス業	5,000万円以下	100人以下	5人以下
④小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下



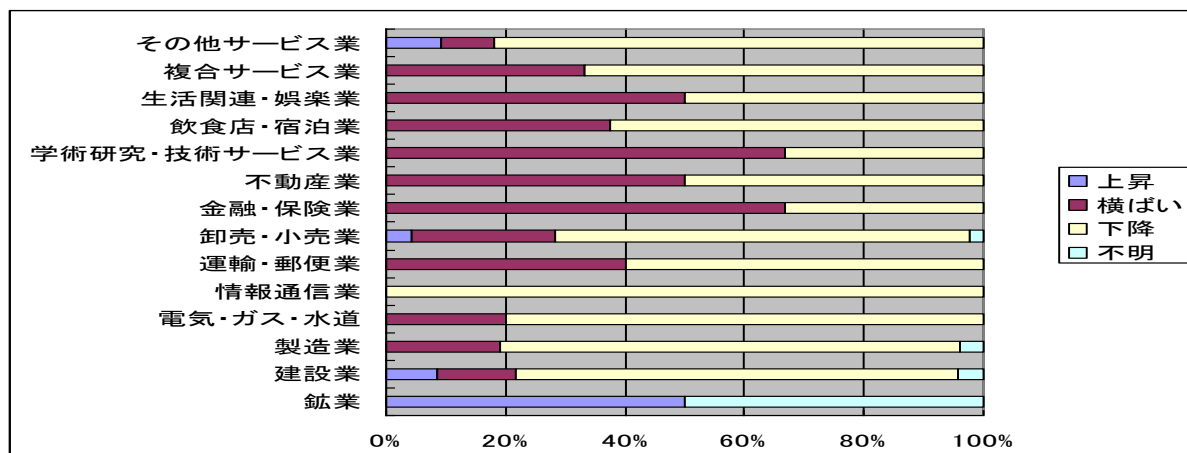
資料：日本政策金融公庫[2011年の中小企業景況見通し]

※日本政策金融公庫「2011年の中小企業景況見通し」によると、中小企業が直面している課題は、国内の消費低迷・販売不振が82.8%と突出し、以下、原材料・燃料価格の高騰、取引先の経営関係が続いており、中小企業を取り巻く経営環境は厳しい状況となっています。

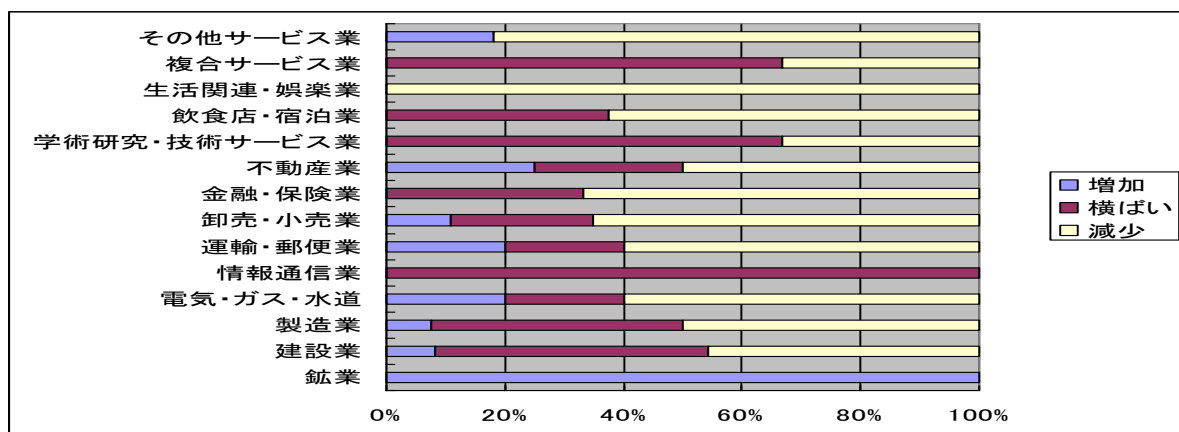
H23美唄市経営・設備投資動向調査

本市の「経営・設備動向調査」における「自社の属する業界の景気」・「売上高」・「自社の資金繰り」の項目では、エネルギー需給を背景に、鉱業関連の企業において、いずれの項目も上昇、増加、好転しましたが、他の業種の企業については景況感、売上高、資金繰りとも横ばい、下降、悪化したと回答した企業が多く、本市の中小企業の経営環境は改善されない状況となっています。

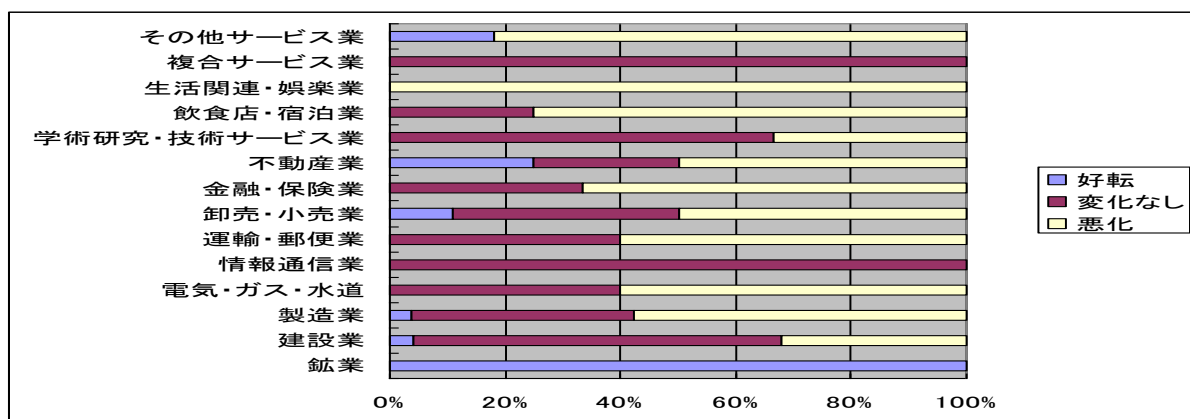
自社の業界の景況感



売上高



自社の資金繰り

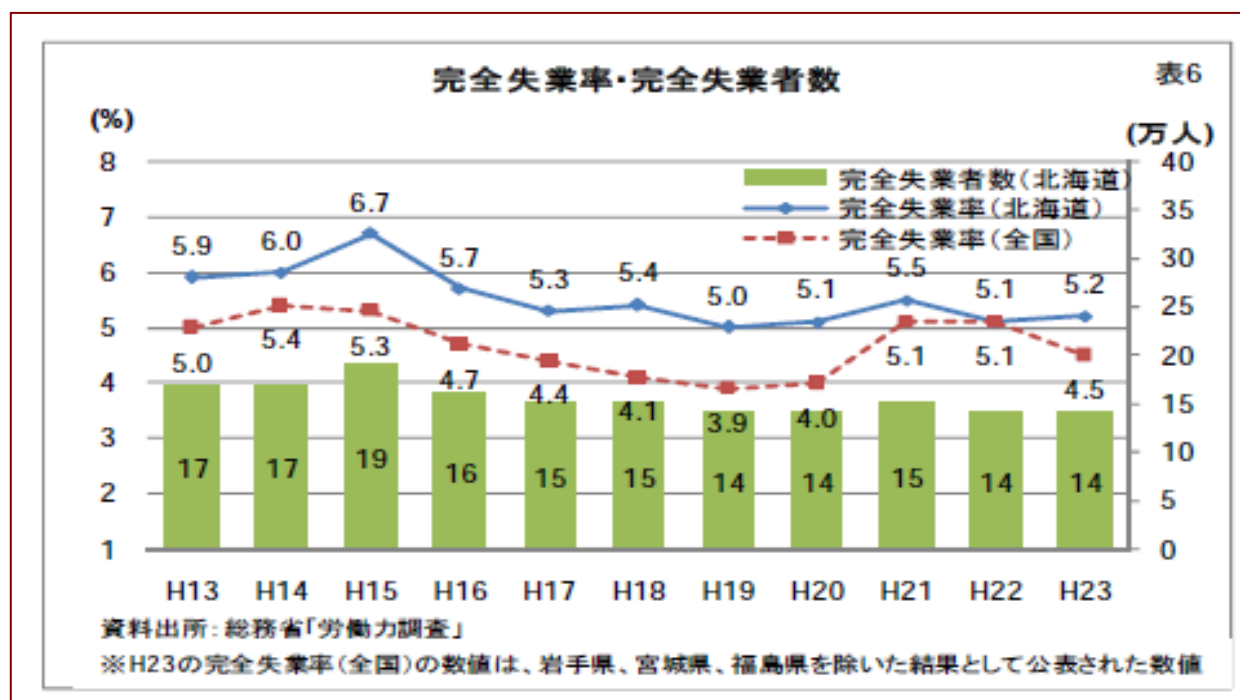


(5) 雇用

①完全失業率・完全失業者数

国内需要の縮小による経済活動の長期的低迷や生産拠点の海外移転に伴う産業の空洞化による雇用機会の減少のほか、雇用形態の多様化に伴う若年層の仕事に対する価値観・就業意識の変化、さらには採用の際に、企業が「職業能力・経験」を重視することに加え、求職者が「やりたい仕事」を探すなど、近年、求人側と求職者のミスマッチなどが生じており、これらが完全失業者を生む要因の一つとして考えられています。

平成23年度は、全国的に完全失業率が減少したものの、北海道においては0.1ポイント上昇して5.2%となっており、全国と比較すると0.7ポイント高い結果となっています。



〈完全失業率〉

就労意志は持っているが、所得が伴わない状態の求職者を完全失業者、その完全失業者と就業者の合計を労働力人口といい、労働力人口に占める完全失業者の割合を示す経済指標のことを完全失業率という。この完全失業率については総務省の労働力調査で毎月公表しています。

完全失業者とは、単に仕事がないだけではなく次の3つの項目を満たす人を示します。

- 調査期間中に仕事が無かった
- 「仕事が見つかればすぐに就職できる」
- 「調査期間中に求職活動をしていた」

②求人倍率

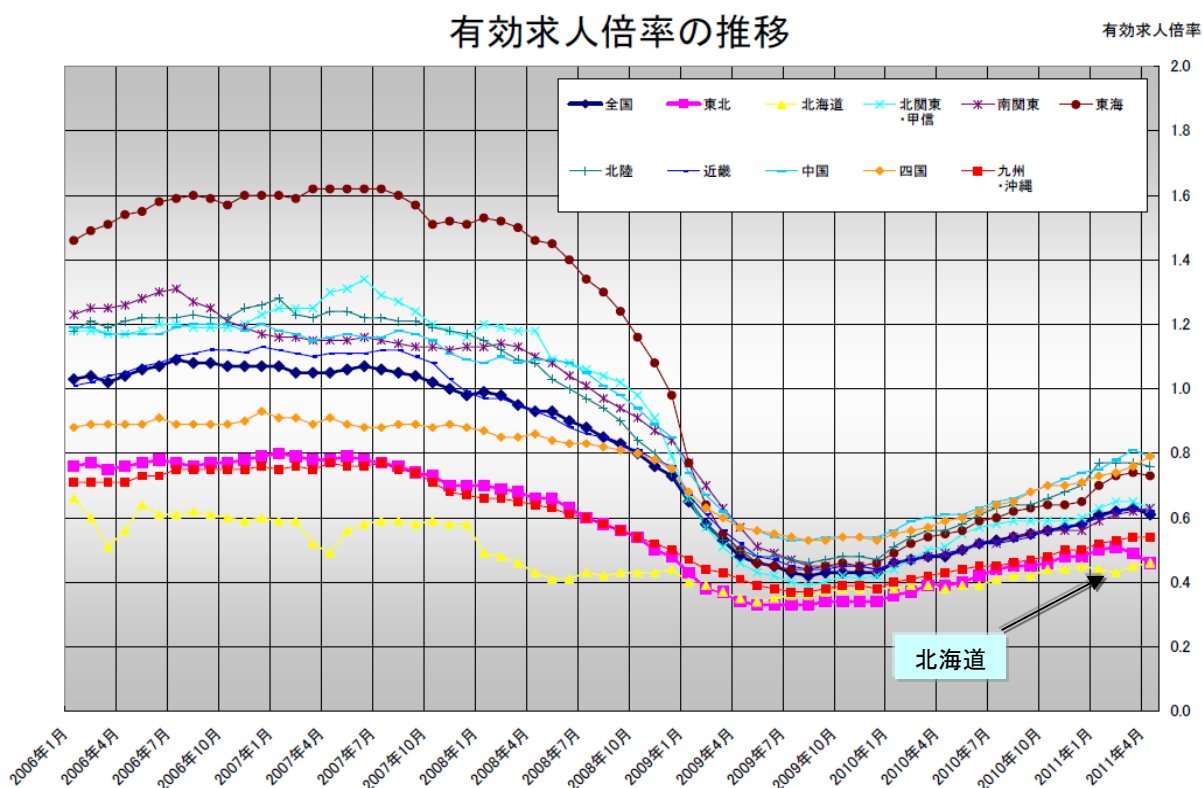
雇用動向を把握するための指標とされる有効求人倍率は、緩やかな回復基調にあるものの、平成24年3月における北海道の有効求人倍率は0.54倍となっており、全国の有効求人倍率の0.74倍と比較すると0.19ポイント下回っています。

本市においても、新たな企業の進出がなく、若い労働力が市外に流出するなど、有効求人倍率は北海道と同様の数値を示しています。

※公共職業安定所（ハローワーク）で扱った月間有効求人数を月間有効求職者数で割った有効求人倍率（求職者（仕事を探している人）1人に対してどのくらいの求人があるのかを示したものです。有効求人倍率が1倍を超える場合は求職者（仕事を探している人）よりも求人数（人材の募集）の方が多く、1倍を切る場合は求職者（仕事を探している人）よりも求人数（人材の募集）の方が少ない状況にあります。

一般に有効求人倍率が1倍を超える場合は人材の募集が多いため好況、1倍を切る場合は人材の募集が少ないため不況とされています。また、一般に有効求人倍率は景気の一致指数と捉えられ、完全失業率と並んで雇用動向を把握するのに適した指標とされています。

有効求人倍率は公共職業安定所（ハローワーク）で扱った求人数、求職者数であるため、新規学卒者（新卒）に関する求人・求職は含まれません。

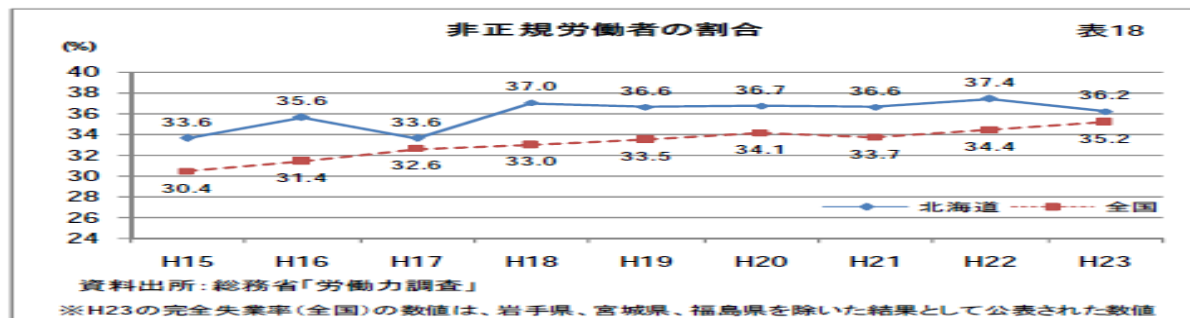


資料出所：総務省「労働力調査」

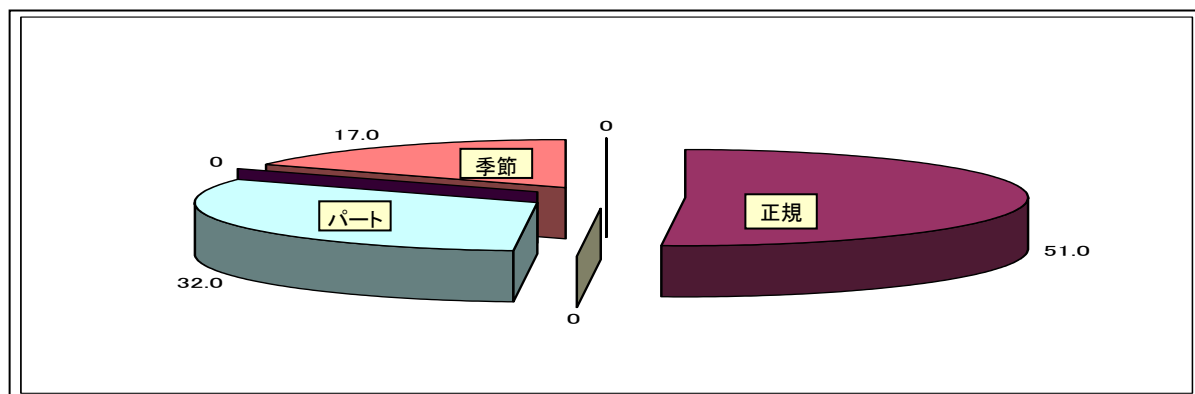
③正規・非正規労働者

総務省の労働力調査では、正規労働者の割合が66.3%に対して、パート・アルバイト・契約社員・嘱託・派遣社員など、いわゆる非正規労働者の割合が33.7%となっており、徐々に正規雇用化が進んでいます。

平成23年度には、正規・非正規の割合が、ほぼ同率となっていますが、本市の調査においては、全国及び北海道と比較し、非正規労働者の割合が半数を占めるなど、高い比率になっており、年齢別従業員構成（正規労働者）では、30歳未満の年齢層において正規労働者の比率が低くなっています。

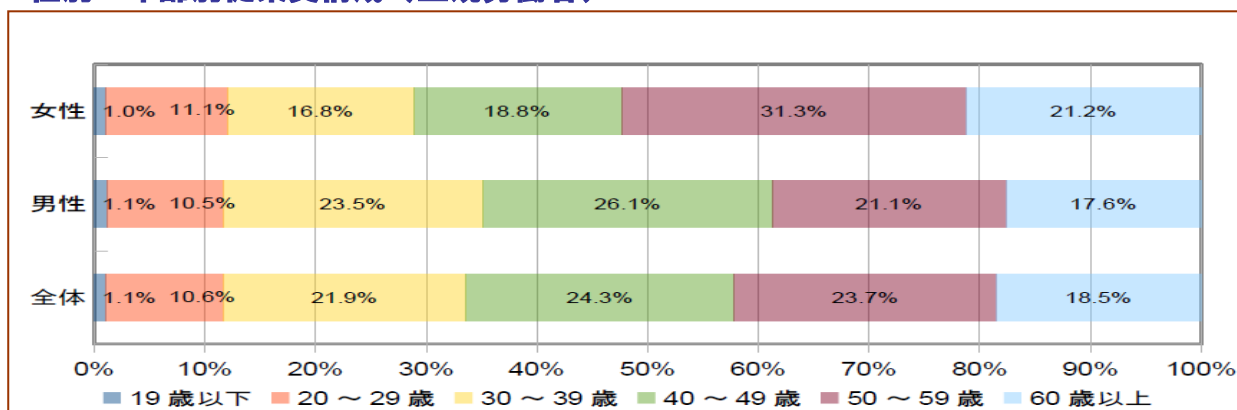


本市の正規・非正規労働者の状況



H23年度 美唄市経営・設備投資動向調査

性別・年齢別従業員構成（正規労働者）



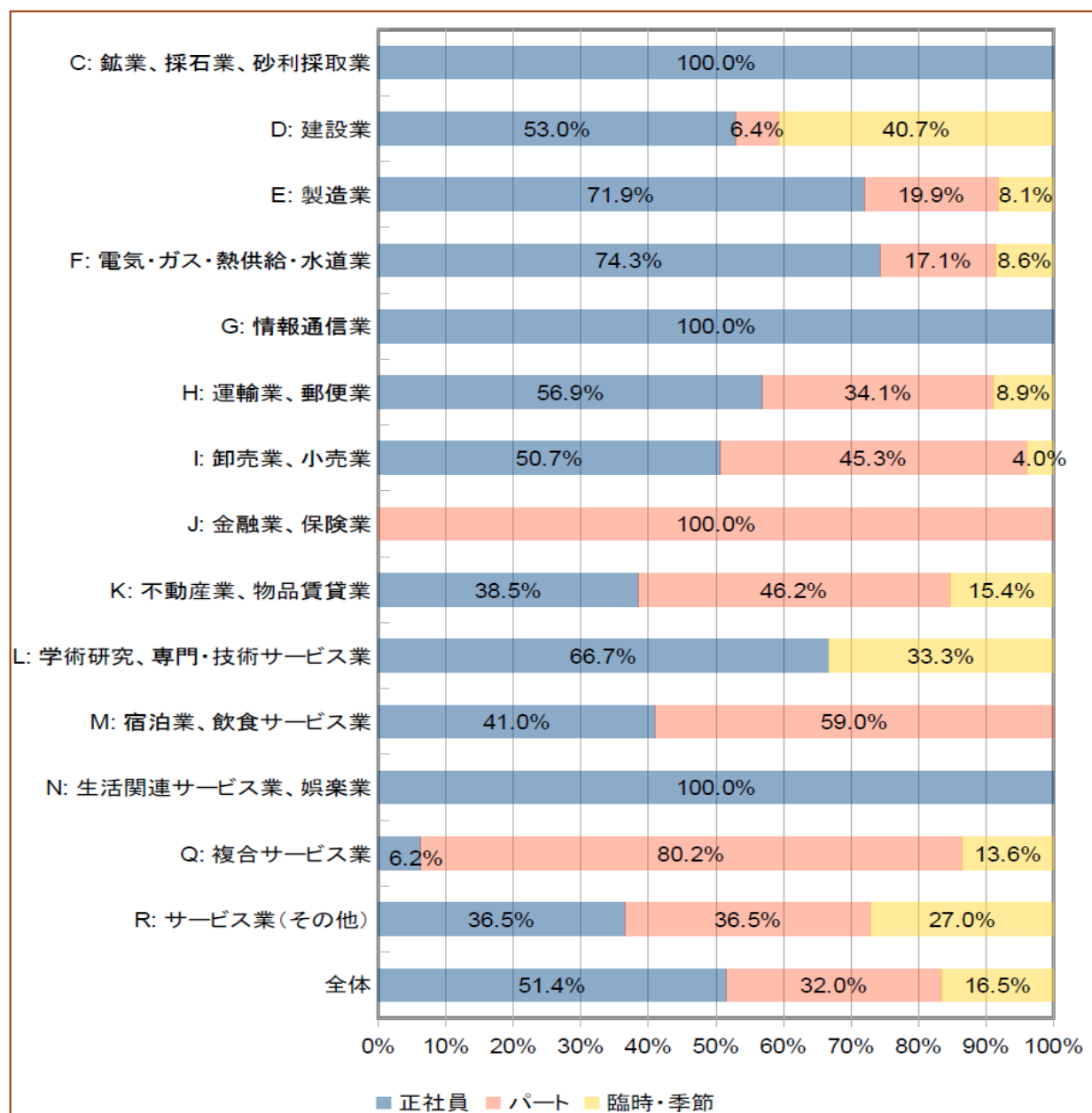
H23年度 美唄市経営・設備投資動向調査

本市の産業・雇用形態別従業員構成をみると、正規労働者の構成比率が高いのは「鉱業、採石業、砂利採取業」「情報通信業」「生活関連サービス業、娯楽業」(100%)「電気、ガス、熱供給、水道業」(74.3%)となっています。

パートタイムの構成比率の高い業種は、「金融・保険業」(100%)、「複合サービス業」(80.2%)、「宿泊業、飲食サービス業」(59.0%)となっています。

また、臨時・季節労働者の構成比率が高い業種は「建設業」(40.7%)、「学術研究・技術サービス業」(33.3%)となっています。

産業・雇用別従業員構成



平成23年度 美唄市経営・設備投資動向調査

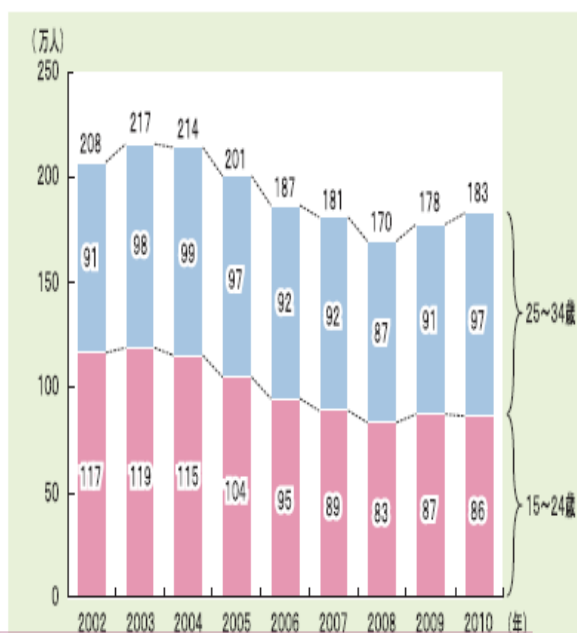
④フリーター・ニート

総務省統計でのフリーターの定義は、15歳から34歳で、男性は中学以上の卒業者、女性は中学以上の卒業者で未婚者とし、①勤務先での呼称が「パートまたはアルバイト」の者、②完全失業者のうち求職状況が「パートまたはアルバイト」の者、③非労働力人口で、家事も通学もしていない「その他の者」のうち、就業内定を受けておらず、希望する仕事の形態が「パートまたはアルバイトの者」の合計としています。

ニートの定義については、15歳から34歳で、非労働力人口のうち家事も通学もしていない者となっています。

本市においては、フリーター及びニートに関する調査を実施していませんが、美唄市経営・設備投資動向調査（H23年度）の年齢別従業員構成（正社員）の39歳までの年齢別構成では、いずれの年齢層も正規労働者の割合が低く、総務省の定義にあるフリーターに該当する若年労働者が相当数いるものと推測されます。

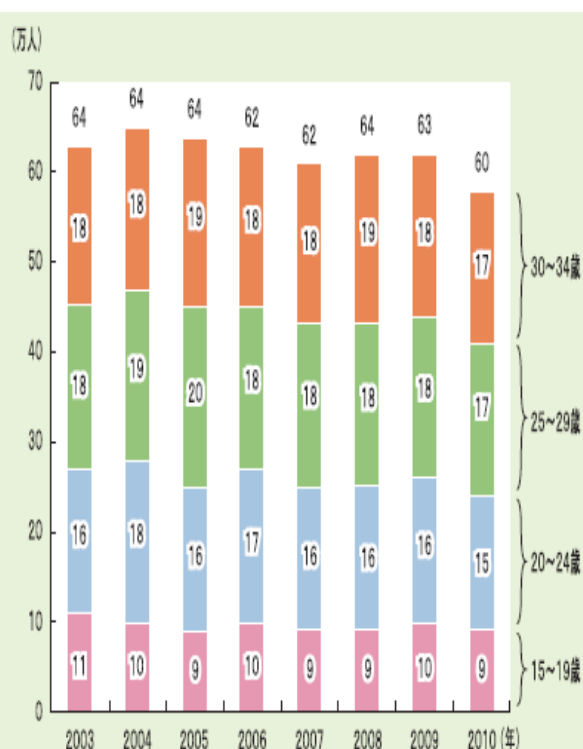
【フリーターの推移】



資料：総務省統計局「労働力調査（詳細集計）」

(注)「フリーター」の定義は、15～34歳で、男性は卒業者、女性は卒業者で未婚の者とし、
 1. 雇用者のうち勤め先における呼称が「パート」又は「アルバイト」である者、
 2. 完全失業者のうち探している仕事の形態が「パート・アルバイト」の者、
 3. 非労働力人口で、家事も通学もしていない「その他」の者のうち、就業内定しておらず、希望する仕事の形態が「パート・アルバイト」の者の合計。

【ニートの推移】



資料：総務省統計局「労働力調査」

(注)「ニート」の定義は、15～34歳で、非労働力人口のうち、家事も通学もしていない者。

資料：厚生労働白書（平成23年版）

4 産業全体の課題

農業を基幹産業とする本市においては、農業経営者の高齢化や後継者不足、さらに安価な海外農産物の輸入等に伴う農産物価格の低迷等により、農業の生産基盤の脆弱化が進み、農業離れが深刻化しています。

また、商工業分野においても、消費購買形態の多様化や販路の縮小、さらに後継者不足などの課題に充分に対応できない状況となっており、本市の産業全体において、経営基盤の脆弱化及や人材確保・育成への取り組みが共通の課題となっています。

活力ある産業づくりを推進していくために、第6期総合計画の柱となる農商工連携の推進のほか、国や道、産業支援機関の支援メニューを有効的に活用し、次代を見据えた感覚を有する人材の確保・育成を図っていくことが必要とされます。

また、本年度より実施している美唄市サテライトキャンパスで実施する地域産業の活性化に関する講座や人材育成に繋がる講座なども積極的に活用し、大学などと連携した産業の活性化の取り組みが必要となっています。

産業全体の共通課題

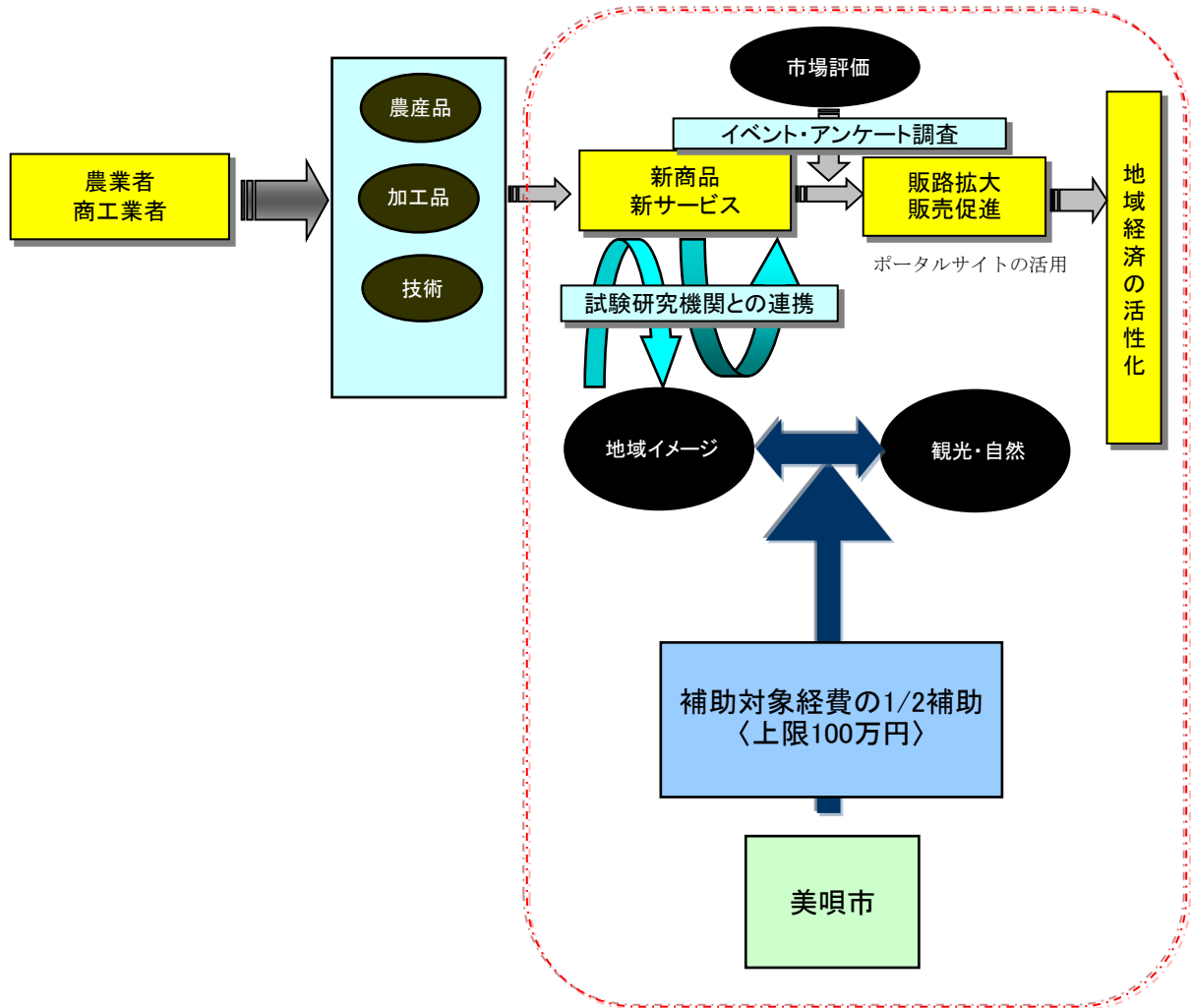


(1) 農商工連携

農商工連携事業を推進していくためには、農業者自らが地域資源を活用した6次産業化の取り組みを進めるほか、農業者と商工業者が情報交換や技術提供を行うことができる連携体制の構築が必要とされます。

本市では、平成23年度から、地域資源を活用した新商品等の取り組みに対して「農商工連携推進助成事業」として、新たに助成制度を設け、米粉やハスカップなど、地元農産物を活用した新商品開発への助成を行っています。

これら新商品の開発については、アンケート調査やイベント出展を通じて市場評価を行い、売れる商品として販路拡大（地域経済の活性化）に結び付けていく必要があります。



(2) 商業

商業基盤

人口の減少に伴う消費購買力の減少やインターネット販売、さらに通信販売など、消費者ニーズの多様化などにより、全国的に商店街の売上げは大幅に減少しており、商業を取り巻く環境は年々厳しい状況となっています。

また、郊外型店舗の進出などにより、商店街からの客離れが進み、閉店する店舗が増え、高齢者などを中心に買物不便者の増加が深刻となっています。

本市においても、消費購買ニーズの多様化に伴い、商業を取り巻く環境は年々厳しさを増しており、地域の「顔」となる中心市街地には、空き店舗や空き地が増加し、商店街の空洞化が徐々に進行しています。

このような厳しい経営環境の中で商業環境の充実を図るためには、商業者や商店街自らが消費者の多様化するニーズを的確に捉えるための市場調査を行うほか、中心市街地に消費者を呼び込むための新たな商業活動・PR活動などを積極的に取り組んでいくことが必要とされます。

また、行政及び商工会議所など関係団体には、商業活性化に関する支援メニューなど、各種情報の共有化を推進するほか、商業者等が中心となって行う商業活動に対して、立ち上がり支援を行うことが必要とされます。

人材(後継者)対策

経営者の高齢化や人材(後継者)の不足、また少子高齢化やインターネット販売や通信販売利用者の増加など、商業を取り巻く環境が大きく変化していることに伴い、商店街からの客離れが加速され、商店街の活力を低下させている状況となっています。

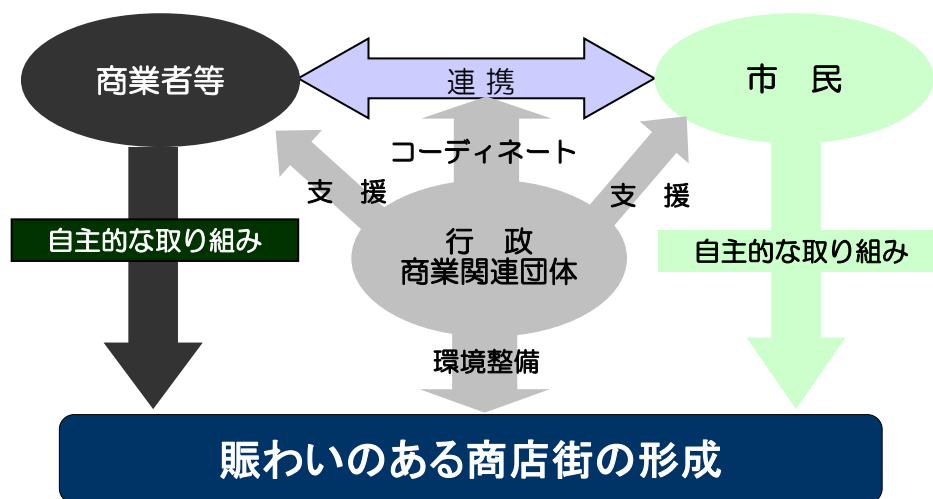
商店街に活気を取り戻すためには、多様化する消費者ニーズや激変する商業環境に柔軟に対応できる経営感覚を持ち、かつ商店街全体をコーディネートできる人材(後継者)の確保・育成を早急に進める必要があります。

商品ブランド

もの（モノ）が豊富に揃い、色々な業態の店舗が競合していく中で、日々変化する消費者ニーズを的確に捉え、商業活動を継続的・発展的に行っていくためには、既存の主力商品を販売するだけではなく、他との差別化を図る上で消費者が求める新たな商品開発や新サービスの開発・提供が求められています。

これらを総合的に進めていくためには、農商工連携助成事業の積極的な活用をはじめ、事業者自らが一店一逸（地域ブランド）の構築に向けて積極的な取り組みを行うとともに、行政や関係機関は、これら取り組みが円滑に進むよう、商品ブランドの仕組みづくりを構築するとともに、情報提供の共有や連携強化を図っていく必要があります。

商店街活性化に向けた連携の仕組み



(3) 工業

企業立地

全国の工場立地件数は、高度成長期の昭和43年の5,853件をピークに減少傾向に転じましたが、平成初期のバブル経済においては4,725件に増加しました。

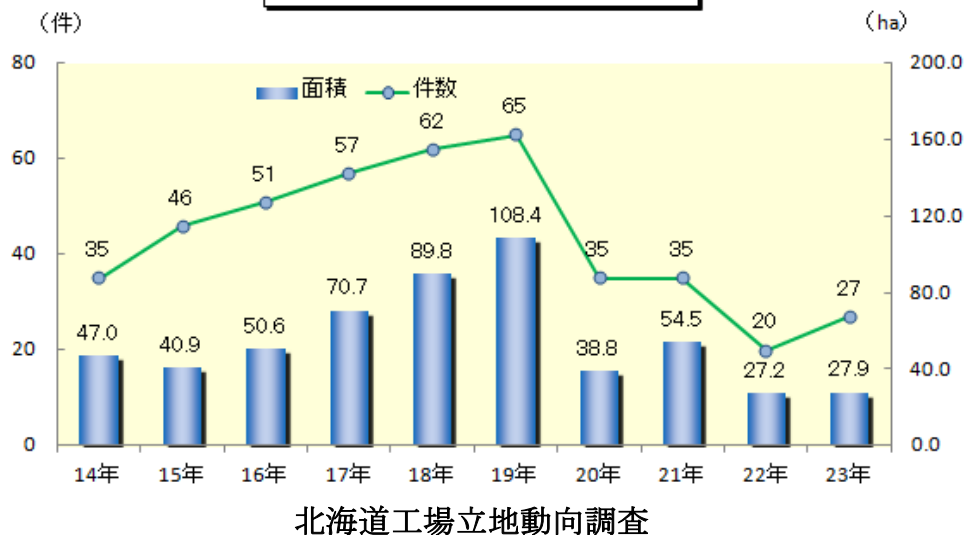
バブル崩壊後は1,000件を下回る件数で経過し、平成17年以降に持ち直しましたが、平成20年のリーマンショックにより再び減少に転じ、平成23年には、東日本大震災や欧州の金融危機などの要因により、企業の立地件数は鈍化しました。

北海道においては、平成23年度には27件の工場立地があり、このうち15件が食料品企業となっており、食料品関連の企業にとって原材料を確保しやすい北海道は立地適地となっています。

本市においては、近年、新たな企業進出がなく、工業出荷額も年々減少傾向にあり、新たに就労の場を確保できない状況が続いています。

このような国内の立地需要の低迷や地域間競争の激化など、厳しい企業誘致環境の中で、本市の経済を活性化させるためには、企業の経営革新や技術革新などを支援するとともに、地域資源を生かした特色ある産業づくりが必要です。

図1 北海道の工場立地(件数・面積)



情報発信

企業が設備投資計画を立てる場合、国・道の各種支援制度や自治体の支援制度のほか、各種情報が必要とされます。

各種情報については、ホームページや新たな情報媒体を活用するほか、企業訪問等を行い、企業は求める情報をタイムリーに提供していくことが必要です。

人材確保

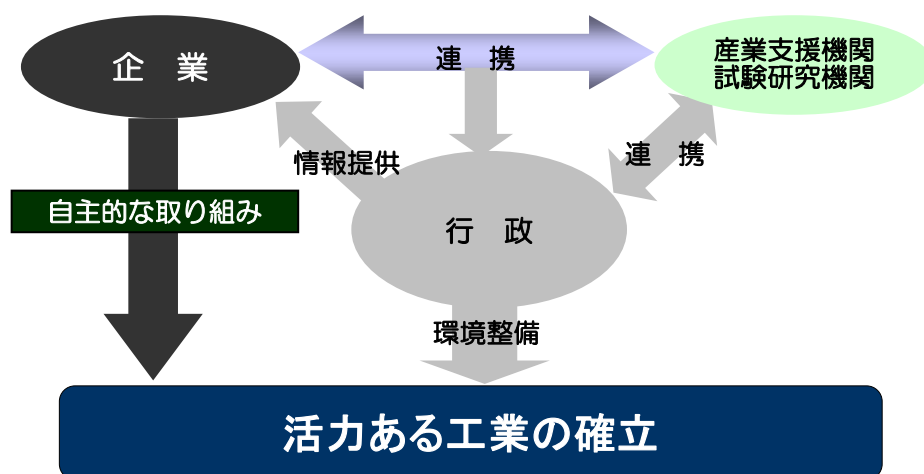
中小企業の経営基盤を強化していくためには、次代の経営感覚を有した人材（後継者）の確保・育成するための人材育成制度の充実が求められます。

優れた人材の確保・育成に当たっては、企業自らが行う社員研修や職業訓練、国や道の技術者育成講座の積極的な活用を促進するほか、市の職業訓練講座やスキルアップ支援事業、移住定住、*UJIターン、就業相談を通じて必要な人材を確保・育成する取り組みを推進していくことが需要であるとともに、地域の産学官組織が一体となった地域・企業に即戦力となる人材誘致の取り組みが必要です。

*UJIターン

大都市圏の居住者が地方に移住する動きの総称のこと。Uターンは出身地に戻る形態、Jターンは出身地の近くの地方都市に移住する形態、Iターンは出身地以外の地方へ移住する形態を指す。

工業振興に向けた連携の仕組み



（４）観光

観光資源

本市には、ラムサール条約湿地登録地の宮島沼や世界的な彫刻家、安田侃氏の彫刻を常設しているアルテピアッツァ美唄（イタリア語で「芸術広場」）温泉施設「ピパの湯ゆへりん館」や桜をはじめ四季折々の自然が楽しめる東明公園のほか、ソウルフードである美唄焼き鳥やとりめしに代表される「食」など、市外に発信できる地域資源が豊富にありますが、観光入込客数や宿泊者数では横這い、減少傾向となっています。

近年は、インターネットや携帯電話を活用した新たな情報媒体の普及により、ライフスタイルの変化や価値観の多様化に伴い、求める観光ニーズも多様化しており、これまでの「旅行会社企画型」観光から観光客が情報端末などから自由に情報を入手し、観光地・観光資源を選択する「自由企画型」観光にシフトしてきています。

また、観光スタイルも、団体旅行からグループ・家族などの少人数型に移行しており、観光目的も従来の「見る・食べる・遊ぶ」観光に加え、「交流、体験、学習」を目的としたツーリズム（体験型観光）のニーズが求められる傾向にあります。

こうしたことから、観光資源を有機的に結び付け、観光資源を点から線、線から面として捉え、面の観光に、焼き鳥・とりめしなどの「食」や、多様な体験型観光メニューを付加し、広域的・複合的な観光プログラムを構築し、情報を発信していくことが必要とされます。

情報発信

北海道の「観光客動態・満足度調査」においては、マイカーなどで「自然鑑賞」、「観光名所めぐり」、「温泉・保養」、「特産品の買物・飲食」を楽しむ結果が上位となっており、本市の四季折々の自然や歴史、文化、芸術などの地域資源と「食」を合わせた情報発信は、主に札幌圏からの誘客に一定の成果を挙げており、これら多様化する観光ニーズに合致しているものと考えられます。

また、国内の旅行市場を牽引している年齢層は「団塊の世代（シニアマーケット）」であり、これら世代は、子育てを終え、住宅ローンや教育費などの経済的負担が軽減されている世帯が多く、余剰金を趣味や旅行など余暇の充実に充てていることが推測されることから、これらシニアマーケットをターゲットとし、多様な観光プログラムを提供するなど、よりきめ細かな情報発信が必要とされます。

一方、ライフスタイルを旅行の中に反映しようとする個人旅行型のスタイルで旅行を楽しむ観光が国内外で増加しており、「今だけ」、「ここだけ」、「あなただけ」に特化された観光を求める傾向が強くなっており、

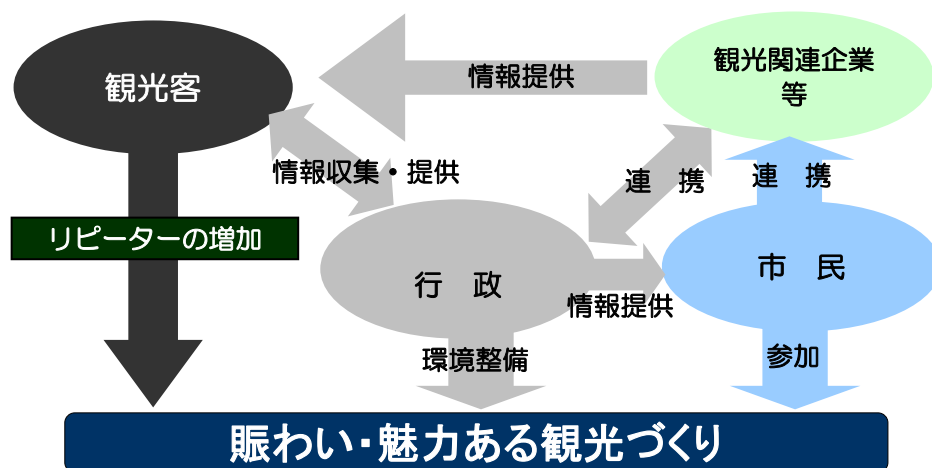
国においても、地域情報を国内外に発信し、魅力的な旅行商品を造成することにより、訪日外国人観光客の増加を目的としたビジット・ジャパン事業を官民一体で推進しているところであり、今後においては、国・道や関係機関・団体等と連携を図りながら、国外からの誘客を目的とした観光情報の発信と施策の展開が必要となっています。

観光サービス

より効果的な観光客の誘客を図るため、これまでの札幌圏や近郊からの誘客に加え、観光客として訪れることが期待される団塊の世代（シニアマーケット）や、外国人観光客の受け入れを意識した戦略的な観光情報の発信が重要です。

訪れる観光客に対して安心して快適な観光を体験していただくことが、満足度を高める重要な要素であり、さらに一度訪れた観光客をリピーターとして呼び込むためには、観光客と直接対応する観光事業者や受入れ側の施設関係者が、常に良質なサービスの提供や観光資源の魅力を正しく伝えることが必要とされており、今後、観光に携わる人たちとの情報の共有化や心のこもった観光サービスの提供など、スキルアップに努めることが求められます。

観光振興に向けた連携の仕組み



(5) 中小企業

企業経営

中小企業を取り巻く社会・経済の状況は、人口減少や少子高齢化により、国内需要が減少し、生産活動を支える労働力も小さくなるとともに、ライフスタイルや意識の変化により、企業活動や消費者行動も時代とともに変化しています。

さらに、アジア等の新興国の台頭により、海外市場の急速な拡大が進む一方、急激な円高等による経営圧迫や製造拠点の海外への移転による産業の空洞化が深刻な問題となっています。

また、平成23年の東日本大震災は、サプライチェーンの寸断など、中小企業の経営に様々な影響を及ぼし、中小企業を取り巻く社会・経済環境は、依然として不透明な状況に置かれています。

本市においては、H23年度の経営・設備動向調において東日本大震災の影響ないの回答が多数を占めました。商店数及び年間商品販売額、工業事業所数及び工業出荷額が年々減少するなど、経営基盤の脆弱な中小企業の経営環境は、依然として厳しい状況となっています。

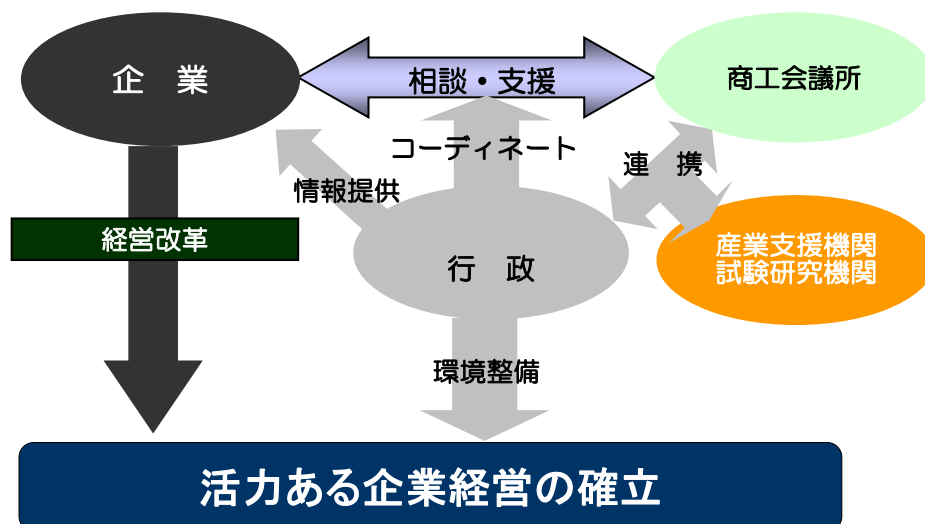
本市経済・産業活動の中心となる役割を担う中小企業の経営基盤を強化するためには、中小企業経営者自らが、本市のもつ様々な優位性を活かした実効性のある経営戦略を構築することが重要であるとともに、行政及び商工会議所、産業支援機関、金融機関には、それぞれの機関が有するノウハウや情報提供、経営相談・経営支援・人材育成・金融支援をはじめ経営基盤強化に繋がる施策の展開が求められています。

企業連携

中小企業には、地域振興や雇用の確保、雇用機会の創出など、地域の経済・雇用に重要な役割を担っていることから、厳しい経済環境にあっても時代の変化を前向きに捉え、新たな成長分野に挑戦し未来に向け、果敢にビジネスを展開していくことが強く求められています。

そのためには、同業間での交流や異業種交流や産業支援機関や試験研究機関との連携・交流を推進することが重要であるとともに、農商工連携事業を通じた新製品・新サービスや新技術の開発を促進していくことが必要とされます。

経営基盤強化に向けた連携の仕組み



(6) 雇用

雇用情勢

東日本大震災の復興関連需要の本格化、アジア諸国・資源国が牽引する形での海外経済の成長率の高まり等を背景に、北海道内の雇用情勢は緩やかな回復基調にあるものの、有効求人倍率は全国と比べて低位で推移するなど、雇用の場が不足しています。（有効求人倍率：13頁参考）

また、人口の減少に伴う過疎化の進行や高齢化の急速な進展に加え、若者の市外流出など、将来的に労働人口の減少が懸念されるなど、雇用情勢は、依然として厳しい状況が続いています。

このような状況のなか、行政及び事業者は、時代の潮流を見据え、行政は事業主と働く人々の双方の視点に立って雇用施策を推進することが必要とされ、事業主側には年金受給年齢に対応した労働条件や就業環境の改善、さらに職業能力の開発機会の提供を促進するなど、勤労者の労働意欲を高める努力が求められています。

雇用環境

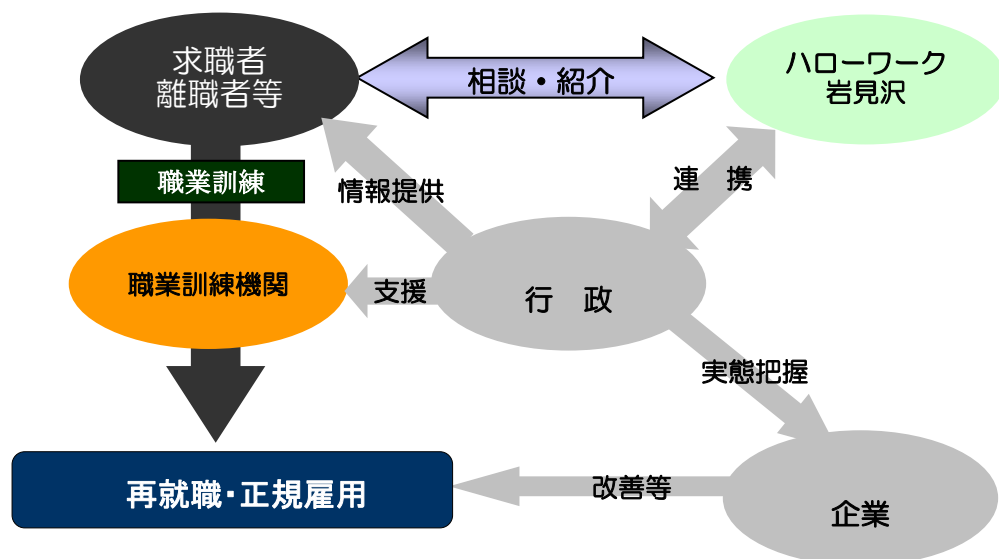
雇用環境は、従来の終身雇用制度等から、パート社員、契約社員や派遣労働者等、非正規雇用形態に移行する傾向にあるほか、平成25年4月には、高年齢者雇用安定法の一部が改正され、これに伴い、若年労働者の雇用機会の減少や非正規従業員の増加など、雇用環境が今後大きく変化することが予測されます。

また、就労に対する若者の意識も多様化し、ニートやフリーターなどが増加している一方、団塊世代が定年を迎え、これら熟練技能者の退職などにより、新たな担い手となる人材（後継者）の確保が難しい現状となっています。

本市においても、人口の減少傾向に歯止めが掛からず、生産年齢人口の長期的な減少に伴い、各産業分野において人材（後継者）不足が深刻化しています。

このため、将来を担う若者が安心・納得して働き、その意欲や能力を十分に発揮できるよう雇用環境の改善が重要であるとともに、勤労者が安心して働けるよう、健康管理や余暇利用などの福利厚生制度の充実が必要とされています。

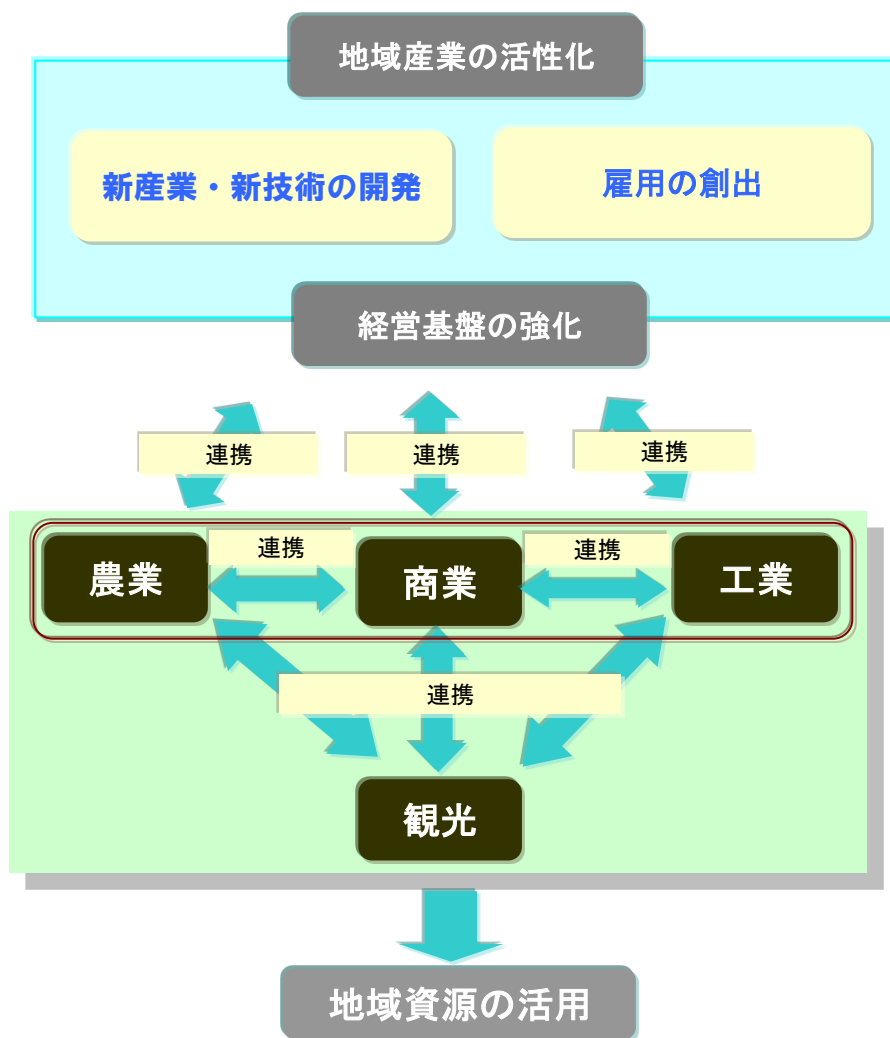
雇用環境の充実に向けた連携の仕組み



5 具体的計画の実施

本市の基幹産業である農業のほか、地域経済を支える製造業を中心とした商工業は、観光という視点で見れば、「食」を中心とした食料品製造・販売、農業体験、宿泊サービス、観光施設、旅行業、交通運輸など様々な分野で密接につながっています。

農業、商業、工業が観光と結びつくことで、新たな雇用の創出や、地域経済の活性化につながることを期待されるため、農商工の連携に観光を加えた「連携体制の構築」を推進し、地域産業活性化を図るための施策を積極的に展開します。



(1)農商工連携

①農商工連携事業の推進

本市の産業を活性化させるためには、農業、商業、工業、観光の各産業が「地域資源」を横断的・有効的に活用し、それぞれの地域資源を融合させた新たな産業づくりが必要です。

農商工連携事業は、一次・二次・三次産業の各事業者が互いの強みを活かして、「地域性」に富み、品質や技術、デザインに対する「独自性」「優位性」とそれを支える「信頼性」を有する新商品・新サービスを発掘・育成し、一元的かつ効果的、継続的な情報発信と販売促進活動を行うことにより、地域活性化につなげる「連携」を柱とした取り組みです。

近年、消費者の食に対する安全・安心志向の高まりや付加価値のある農産物を求める消費者が増加する中、地域資源を活用した農産物のブランド化や食品加工・技術を活用した新商品・新サービスの開発を目的とする農商工連携事業は、地域経済の循環を高めるための重要な取り組みとして位置付けられており、本市においても、これまで、ハスカップ・大豆・米粉等を利用した新商品の開発に取り組んでいます。

このため、引き続き、基幹産業である農業と商工業等とが産業間の壁を越えて、両者の強みを活かした新商品の開発や販路の開拓等に有機的に連携して取り組む事業及び農業者等による6次産業化への取り組みに対して総合的に支援するとともに、農業者と商工業者の連携が円滑に進むよう、経済団体及び金融機関・行政で組織する美唄市地域経済円卓会議との連携を推進するほか、J Aや商工会議所等においても、連携を推進する窓口の設置及び情報交換や交流できる機会づくりを推進します。

●主な取り組みの内容

- 農商工連携助成事業の拡充（拡充）
- マスコミ（新聞、テレビ等）への積極的な情報提供（継続）
- イベント・物産展・直売・直売コーナーにおける試作品や新商品のPR支援（継続）
- ホームページ等を活用した情報発信の強化（継続）
- 異業種企業との連携強化（継続）
- 農商工連携組織の設置（新規）
- 美唄市地域経済円卓会議との連携（新規）
- サテライトキャンパス事業を活用した事業の推進（新規）

計画推進に向けての工程

項 目	工程表							
	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32
①農商工連携事業の推進								

中間評価

(2) 商業

①活力ある商業活動の促進

中心市街地をはじめとする各商店について、引き続き、経営動向調査・消費動向調査等を実施し、消費者ニーズの把握に努めるほか、消費者ニーズの多様化や高齢化社会に柔軟に対応するため、商品の配達や出張サービス・送迎サービス事業への取り組みや大型店と商店街との共同事業への取り組みに対して支援します。

また、地域資源や個店の特徴を活かしたオリジナル商品の開発への取り組みについて支援するとともに、これらオリジナル商品等を地域ブランド製品として認定し、市内外にPRしていく仕組みをつくります。

さらに、商工会議所と連携し、商業団体や商店街などが主体となって実施するイベント事業を支援するとともに、個店や商店街が魅力ある商品やサービスを効果的に発信するためのホームページ開設等など、意欲のある事業者の活力づくりへの取り組みに対して支援します。

●主な取り組みの内容

- 経営設備動向調査・消費動向調査の実施（継続）
- 事業者が行う新たな商業活動への支援（新規）
- 事業者や商店街等が行う買物弱者対策事業への支援（新規）
- 商店街の組織化・大型店等の商店街加入促進など商店街マネジメントの促進（新規）
- 商店街活性化イベント・ソフト事業への支援（拡充）
- 商工会議所等が行うびばい商品券普及拡大・促進に向けた取組みへの支援（継続）
- 一店逸品事業への支援〈ブランド化に向けての認定制度の導入〉（新規）
- 個店や商店街の情報化支援〈ホームページ作成支援など〉（新規）
- 商工会議所など関係機関との連携強化（拡充）
- サテライトキャンパス事業を活用した事業の推進（再掲：新規）

②空き店舗・空きスペースの利用促進

中心市街地は、地域経済やまちづくりの中核としての役割に加え、日々の生活に必要な商品の販売やサービスの提供を通じて市民の暮らしと密着に関り、その生活基盤を支える重要な役割を担ってきましたが、人口の減少や高齢化の進行とともに、消費者ニーズやライフスタイルの多様化など社会経済環境の変化により売上げが減少し、商店街の空洞化や空き店舗が増加するなど厳しい状況にあります。

これまで、中心市街地の商業施設の空きスペースを活用して「市民ふれあいサロン」を開設したほか、中心市街地にまちなか交流広場を開設し賑わい創出を目的とした事業に対して支援してきており、引き続き、空き店舗や空き地を活用した事業者等の商業活動に対して支援するほか、商工会議所や商店街組織と連携し、空き店舗の有効的活用を促進します。

●主な取り組みの内容

- 賑わい創出事業の推進〈市民ふれあいサロン・まちなか交流広場の有効的活用〉（継続）
- 商工会議所等と連携した空き店舗の有効的活用の促進（継続）

③人材の確保・育成

I Tの普及に伴い、消費者は商店からの直接購入のほか、利便性を求めたネットショッピングや通信販売の利用など、消費購入形態の多様化に伴う購買力の流出が急速に進行し、本市においても、中心市街地の商店街では顧客離れが進んでいます。

特に西側地区の商店街は、大型小売店舗の撤退や個店の閉店などで空洞化が顕著となっており、買い物客を呼び戻す商業活動が必要となっており、商店街の将来を見据え課題を解決に導くことのできる高いスキルをもった若手リーダー（後継者）の育成と確保が重要となっています。

このため、高いマーケティングスキルを有するリーダーを確保するための支援策として、産業支援機関の補助制度の活用をはじめ、地域人材開発センターや情報処理訓練校が行う職業能力訓練や講習会参加に係る助成の充実に努めます。

●主な取り組みの内容

- 国や産業支援機関の実施する人材開発プログラムの活用促進（継続）
- 職業訓練・就職セミナー等に対する経費の助成（継続）
- UJターン事業の推進（新規）
- 人材育成の強化＜サテライトキャンパスの活用等＞（新規：再掲）

計画推進に向けての工程									
項 目	工程表								
	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	
①活力ある商業活動の促進									➡
②空き店舗等の利用促進									➡
③人材の確保・育成									➡

(3)工業

①企業誘致活動の推進

製造拠点の海外移転などを背景として、国内企業の設備投資は低調に推移していますが、東日本大震災を契機として、首都圏や今後地震が予測される地域の企業においては生産活動拠点の地方分散化の動きがみられることから、こうした変化に即応した企業誘致活動が重要となっています。

企業誘致は地域経済の振興や雇用の創出に直接的に結びつくため、リスク分散を検討する企業や電力制約の影響が大きい企業のほか、省エネ関連企業、メガソーラ関連事業など今後、成長・発展が期待できる企業などに対して、北海道及び中小企業基盤整備機構や空知団地企業誘致推進会議などと連携し、積極的な誘致活動の展開を図っていくことが重要です。

特に、冷涼で震災リスクが低い北海道はデータセンターの好適地であることから、本市の「ホワイトデータセンター構想」について、首都圏や関西圏などのIT関連企業やデータセンター事業者に対して企業訪問や出展会を通じて構想のPRを強化するとともに、美瑛市地域経済円卓会議のネットワークや美瑛市に關係する人脈を活用するほか、ホームページや新たな情報媒体を最大限に活用した企業誘致活動を展開します。

また、企業誘致の推進を図るため、本市の産業振興条例の見直しや税制面を含めた優遇措置の拡充を検討するほか、空知団地での操業を目指している企業については、一定期間、美瑛ハイテクセンターの入居費の軽減等を行うなど、企業が進出し易い環境を整えます。

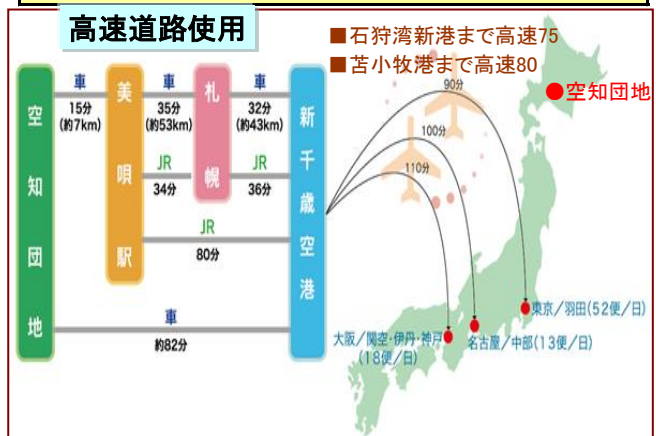
●主な取り組みの内容

- 首都圏を中心とした企業に対する集中的な企業訪問の実施（拡充）
- IT関連の出展会を通じたデータセンター構想のPR強化（拡充）
- 北海道の「バックアップ拠点構想」と連携した企業誘致活動の推進（継続）
- 中小企業基盤整備機構・空知団地企業誘致推進会議と連携した企業訪問の実施（継続）
- 産業振興条例の見直し及び税制面の優遇措置の拡充（拡充）
- 美瑛ハイテクセンターの有効的活用（継続）

ホワイトデータセンター構想



立地環境の優位性



②立地企業の定着推進

市内企業（進出企業・地元企業）及び進出企業本社に対して計画的に企業訪問し、企業の経営状況や設備投資の意向等を把握し、企業が必要とする各種情報を提供するとともに、進出企業の親会社等に対しても企業訪問を計画的に実施し設備投資計画等、情報収集の強化に努めます。

また、商工会議所や金融機関と連携し、融資並びに助成制度など企業活動に必要な情報を細やかに提供するほか、安定した企業経営が図られるよう、助成・融資制度の拡充に努めます。

●主な取り組みの内容

- 市内企業向けの立地支援策の充実（拡充）
- きめ細かな情報提供（拡充）
- 計画的な企業訪問を通じた経営動向の把握（新規）

③新産業創出の推進

地域産業の振興を図るためには、社会や経済の動きと連動して刻々と変化する市場の中で、付加価値の高い製品（商品）や新サービス、新技術の開発を行い、既存の市場の再発掘と新たな市場を開拓していくことが重要です。

本市の多彩な産業や地域資源・観光資源には、様々な魅力や特徴を有しており、潜在的な地域資源魅力を発掘し、それらを市内外に広く発信することにより、まちのにぎわいづくりや活力ある産業づくりにつなげていく必要があります。

活力ある産業を持続的に発展させていくため、チャレンジ精神をもって新たな事業の創出に取り組む市内企業や市内企業で構成する異業種交流団体の新産業創出への取り組みを支援します。

また、新製品（商品）・新サービス等について、市内外のイベントやアンテナショップ、フリーマーケットや市のホームページなどを活用し広くPRするほか、インターネット販売などの促進を支援します。

●主な取り組みの内容

- 新産業の創出活動への支援（継続）
- 新製品（商品）等のPR支援及び販売促進支援（継続）

④食糧備蓄基地構想の推進

世界的な異常気象による自然災害の多発や地域紛争の増大、中国やインドでの人口増加や急速な経済発展に伴う食糧需給の増加などにより、世界的な食糧不足が懸念されている中、食糧の安定供給は重要課題となっており、本市は、平成11年3月に雪冷熱エネルギーを活用した「美唄市大規模冷温食糧備蓄基地構想」を策定し、食糧備蓄に向けた取組みを推進しています。

北海道は、平成23年に発生した東日本大震災・原発事故を契機に、平成24年3月、「北海道バックアップ拠点構想」を策定し、広大な土地や冷涼な気候、災害のリスクが少ないなど、北海道の優位性を活かした食糧の安定供給基地の誘致を目的とした「北海道食糧備蓄基地構想」を掲げ、国に食糧備蓄体制の強化を求めていることから、北海道との連携をさらに強化し、雪冷熱エネルギーを活用した大規模備蓄及び緊急時に、食糧（料）・日用品等を迅速に供給できる備蓄基地立地に向けた取組みを一層推進します。

●主な取り組みの内容

- 北海道バックアップ拠点構想・北海道食糧備蓄基地構想との連携強化（継続）
- 大規模・小規模冷温食糧備蓄基地構想の推進（継続）

計画推進に向けての工程

項 目	工程表							
	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32
①企業誘致活動の推進								
②立地企業の定着推進								
③新産業創出の推進								
④食糧備蓄基地構想の推進								

(4) 観光

①魅力ある観光づくり

観光を産業のひとつとして位置づけ、農業、商業、工業との横断的連携を図り、観光を通じて地域づくりを進め、「訪れてみたい」、「住んでみたい」と思えるまちづくりを推進するため、市のホームページ及びポータルサイトPiPaなどを活用した最新の観光情報を提供するほか、新たな情報媒体の積極的な活用や観光パンフレットの充実など、多様な観光ニーズに的確に対応する取り組みを推進します。

また、魅力ある観光地づくりに向け、地域資源を活かした各種イベントの開催や、地域資源や「食」の特産品を広く紹介するため、道内外の物産展等に積極的に出展するほか、観光物産協会への活動を支援し、行政と関係団体等とが一体となった魅力ある観光づくりを進めます。

●主な取り組みの内容

- 観光情報の発信体制の充実（継続）
- 地域イベントの開催や道内外の物産展への積極的な出展（継続）
- 関係団体等との連携と観光物産協会活動の支援（継続）

②体験・滞在型観光の推進

近年、農村などでの滞在を通じて自然、文化、交流を楽しむグリーンツーリズムをはじめとする体験・滞在型観光に対するニーズが高まっていることから、札幌圏に居住する団塊世代などを対象に、農業・陶芸・彫刻体験など、観光客のニーズを満たす様々な体験プログラムの充実に努めるとともに、「食」と組み合わせた、四季折々の豊かな観光資源のネットワーク化を図ることで、観光客の誘致、交流人口の増加に努めます。

●主な取り組みの内容

- 団塊の世代などをターゲットとした体験型観光メニューの開発（拡充）
- 観光資源ネットワーク化の推進（拡充）
- 地域資源となる「食」を組み合わせた観光の推進（拡充）

③もてなし力の向上

観光は、人間生活を充実させる上で欠くことのできないものであり、様々な産業と関連があり、雇用などの波及効果も期待され、地域経済の発展に重要な役割を果たしています。

また観光は訪れる人がその土地の自然にふれ、生活を知り、人と交流する、いわば文化・知識の交流でもあり、観光客への深い印象を与える心のふれあいでもあります。

このような観光を進めることが、新しい文化や産業を育て、潤いのある地域づくりを進めることにもつながります。

従って、地域の人々が観光客を温かく迎えること（ホスピタリティ）が、今後の観光振興にとって重要になってきます。

ホスピタリティは、単なる観光客のためのものではなく、観光事業者はもとより市民も含め、地域に住む人々の生活・文化の交流を通じた個性的で魅力あふれるまちづくりを進め、新しい観光の魅力を創ることを目指すものであり、「もてなし力の向上」が重要な要素となります。

すべての観光客を本市全体であたたかく迎え、行政だけではなく、市民、観光事業者、観光関係団体が協働して観光振興を推進することが、「行ってみたい、住んでみたい」まちづくりにつながることから、行政・市民・観光事業者など一人ひとりがホスピタリティの主演であるという認識に立ち連携を深め、観光客との交流、「人と人とのふれあい」を通じて、ホスピタリティ精神の醸成に努め、「おもてなしの心」を育みます。

●主な取り組みの内容

●産業間・企業間・地域・行政の連携体制の構築（新規）

●温かく迎えることができる観光ホスピタリティの醸成（新規）

計画推進に向けての工程								
項 目	工程表							
	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32
①魅力ある観光づくり			中間 評価					
②体験・滞在型観光の推進								
③もてなし力の向上								

(5) 中小企業

① 中小企業の総合的な支援

産業全般を取り巻く環境が厳しさを増す中、中小企業の経営環境は、非常に厳しい状況になっています。

本市における事業所の大勢を占める中小企業は、本市経済を支える重要な役割を果たしており、地域経済の発展のためには、中小企業の活性化が必要です。

これら中小企業の経営安定化を図るため、市融資制度の拡充を検討するほか、各種融資制度の紹介のみならず、経営支援など様々な課題に対応できる金融総合相談窓口の充実を促進するとともに、経営の体質強化や効率化、安定化など経営基盤の強化につながる支援策の拡充に努めます。

また、勤労者にとって働きやすい環境を整えるため、勤労者の生活安定や福利厚生の実現を図るとともに、勤労者向けの融資制度や福祉共済の支援を継続するほか、職業能力開発講座や技能取得講座など、中小企業が行う人材育成・人材確保の取り組みを支援します。

● 主な取り組みの内容

- 融資制度の拡充（拡充）
- 中小企業経営相談体制の強化（拡充）
- 勤労者の就労環境の充実支援〈貸付制度の維持・共済会事業の充実〉（維持）
- 人材の育成・確保への取り組み支援〈受講料補助など〉（継続）

②関係機関との連携による経営基盤の強化

中小企業は、大企業に比べ「人」「もの」「資金」などの経営資源が十分ではありません。

厳しい経営環境や急速な環境変化に対応していくためには、国や道等の施策の活用も必要であることから、これら施策を積極的に活用できるよう、国や道との連携を強化するとともに、経営相談窓口や企業訪問などを通じて、企業経営の安定化に必要な情報を効果的に提供します。

●主な取り組みの内容

●国・道の施策の活用と各種情報の提供（継続）

●関係機関との連携強化（継続）

計画推進に向けての工程

項 目	工程表							
	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32
①中小企業の総合的支援			中間 評価					
②関係機関との連携による経営基盤の強化			中間 評価					

(6) 雇用

①関係機関との連携強化

ハローワークなどとの連携を一層強化し、若年求職希望者、定年を迎えた中高年者や障がい者などの雇用機会の創出に努めます。

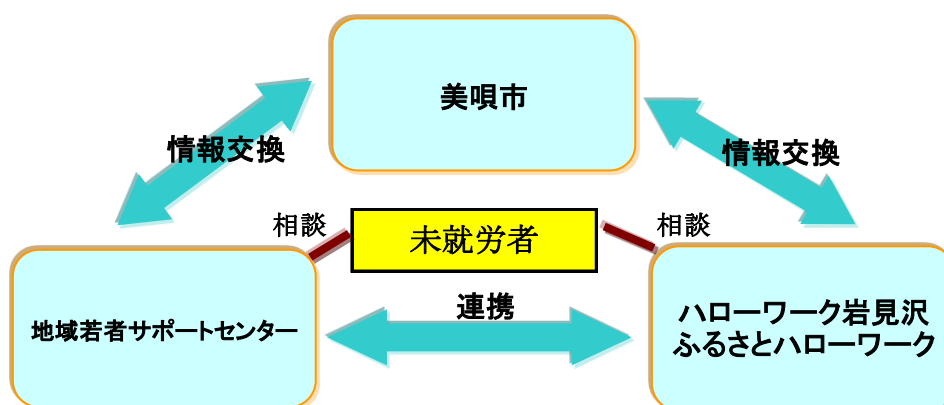
地域に雇用を創出するためには、地域経済を支える事業者の主体的な取り組みが重要であり、これら事業者の雇用に向けた取組みに対して、国や道などの雇用支援の施策を積極的に活用することを促すとともに、行政・事業主・公共職業安定所（ハローワーク岩見沢）及びふるさとハローワーク（ジョブガイド美唄）と密接に連携し、事業者・求職者などにきめ細やかな情報提供を行い、求職者や離職者の早期就職を促進します。

また、ふるさとハローワーク（ジョブガイドびばい）で実施している就職に向けての職業相談及び職業紹介などの窓口業務をより充実させるとともに、働くことについて様々な悩みを抱えている若年者に対して就労に向かえるよう就職支援を行っている「地域若者サポートステーション」と連携を図り、雇用のミスマッチなどが要因とされ生じるニートまたはフリーターの早期就職を支援します。

※地域若者サポートステーション

厚生労働省からの委託を受けた全国の若者支援のノウハウのあるNPO法人、株式会社、財団、学校法人等が実施しており、全国116か所に設置されています。

（道内6箇所：札幌市・旭川市・釧路市・苫小牧市・函館市・帯広市）



●主な取り組みの内容

- ハローワーク・ふるさとハローワーク岩見沢との連携強化（継続）
- 新規学卒者やUターン希望者等への求人・求職情報の提供（拡充）
- 地域若者サポートセンターとの連携（新規）

②職業能力の開発支援

将来を担う若年者の就業支援や職場定着の促進を図るため、南空知地域雇用対策協議会（岩見沢市・美瑛市・三笠市・月形町）が行う各種セミナーなどを通じて、新規高校卒業者等の就職を促進するとともに、学校・企業の双方に対して、生徒・学生が在学中に就業体験を行うインターンシップ制度の普及・啓発を推進します。

また、技能労働者の養成や在職者の資質向上を図るため、地域人材開発センターなど職業訓練機関で実施する知識・技能を習得するための能力開発セミナー・技能向上・取得訓練などの職業訓練事業に対して支援します。

●主な取り組みの内容

- 地域雇用対策協議会との連携強化（継続）
- インターンシップ制度の普及・啓発の促進（継続）
- 職業訓練機関による職業能力開発事業・技能習得事業の支援（継続）

③求職者の就労支援

公共職業安定所などの関係機関と連携のもと、求職者のニーズに応じた就労支援を行う「ふるさとハローワーク」での就職相談、求人情報の提供、技術習得機関や講座の紹介などを通じて転職や再就職の支援を行うとともに、公共職業安定所（ハローワーク岩見沢）や美唄市季節労働者通年雇用促進協議会と連携し、季節労働者の通年雇用化に必要な知識・技能の習得を促進するとともに、建設業事業主などに対して、国の通年雇用奨励制度などの活用を通じて季節労働者の通年雇用化を促進します。

また、福祉・介護や医療分野などの雇用のミスマッチ現象を生じている業種については、企業が求める能力・スキル等を的確に把握し雇用のミスマッチの解消を図ります。

●主な取り組みの内容

- 季節労働者の通年雇用に向けた技術修得事業への支援（継続）
- 雇用のミスマッチ解消に向けた人材育成の促進（継続）
- ハローワーク・ふるさとハローワークとの連携（継続）

計画推進に向けての工程

項 目	工程表							
	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32
①関係機関との連携強化			中間評価					
②職業能力の開発支援								
③求職者の就労支援								

6 計画の推進体制

本計画に掲げる施策を効果的、効率的に取り進めるため、全庁的な体制で取り組むとともに、事業者、市民等との連携体制についても整備を進め、産学官の連携体制の構築や国、道、産業支援機関などの施策の活用を図りながら、計画を具現化していきます。

産業の振興には、その成果が早急に形や数値に現れないものや中長期的に継続していくことが重要である施策も数多くあるため、これらの施策については、進ちょく状況を十分に見極めて適切に実施していきます。

産業振興計画に示す「主な取り組みの内容」の具体的な施策の内容については、上位計画のびばい未来交響プラン（第6期美唄市総合計画）との整合性・連動を図るため、総合計画の事務事業インデックスにおいて、事業の進行管理を行うとともに、PLAN（計画策定）→DO（実行）→CHECK（評価・検証）→ACTION（改善・見直し）のPDCAマネジメントサイクルを実践し、費用対効果を高めるための方策を検討していきます。

