

奥三河地域雇用創造計画

平成 26 年 10 月

愛知県 新城市 北設楽郡 設楽町 東栄町 豊根村

目 次

I	自発雇用創造地域の区域	1
1	自発雇用創造地域の区域	1
2	要件該当区域であることの明示	1
II	労働力の需給状況その他雇用の動向に関する事項	1
1	地域の概況	1
2	人口、労働力人口、就業構造等の動向	2
3	地域内の労働力需給状況等の雇用面における課題や雇用動向を踏まえた雇用開発計画の方向性	3
III	地域雇用開発の目標に関する事項	4
1	地域雇用創造推進事業の実施に伴う雇用創出	4
	(1) アウトプット指標	4
	(2) アウトカム指標	5
	(3) 当該目標の設定の根拠・当該目標の把握方法	8
2	地域雇用創造推進事業以外の雇用創出事業の実施に伴う雇用創出	8
IV	地域の特性を生かした重点的に雇用機会の創出を図る事業の分野に関する事項	9
1	地域重点分野の設定	9
2	地域重点分野に係る市町村自らが当該分野において行う雇用機会の創出に関する施策及び今後の見通し	8
V	地域雇用創造協議会に関する事項	9
1	協議会の名称及び構成員等	10
2	活動内容	10
VI	雇用の創造に資する方策その他当該自発雇用創造地域の地域雇用開発を促進するための方策に関する事項	10
1	地域雇用開発の促進のための措置	10
2	地域雇用開発の促進に資する地域の取組	20
VII	計画期間に関する事項	22
VIII	自発雇用創造地域内における事業協同組合等が労働者の募集に従事しようとする場合にあっては当該事業協同組合等に関する事項	23

I 自発雇用創造地域の区域

1 自発雇用創造地域の区域

愛知県新城市、北設楽郡設楽町、東栄町、豊根村

2 要件該当区域であることの明示

愛知県新城市、北設楽郡設楽町、東栄町、豊根村（以下「奥三河」という。）は、ハローワーク新城管内であり、同管内における最近3年間及び最近1年間における有効求人倍率は、下記のとおりとなっており、一般・常用ともそれぞれ該当期間における全国の有効求人倍率を下回っており、要件を満たしています。

有効求人倍率		平成 23～ 25 年度	平成 25 年度
ハローワーク 新 城	一般	0.65	0.71
	常用	0.64	0.74
全 国	一般	0.82	0.97
	常用	0.66	0.78

II 労働力の需給状況その他雇用の動向に関する事項

1 地域の概要

この地域 奥三河は、愛知県の東北部に位置し、北は長野県に、東は静岡県に接しています。面積は、約 1,052 平方キロメートルで、愛知県の 20.4 パーセントを占めており、県内最高峰の茶臼山を始め奇岩が林立する鳳来寺山などの山々がそびえ、天竜奥三河国定公園、愛知高原国定公園など、四季折々に風光明媚な景勝地が多くあります。人口は約 6 万人で、県人口の 0.8 パーセントです。若年層の流出もあり、特に山間地では過疎化・高齢化が進行し、地域社会の活力の低下などが懸念されています。

地域の産業は地域的環境からかつては農林業、建設業、木材・木製品製造が中心であったが、昭和 35 年以降の工業団地の造成により電気、金属、機械、ゴムなどの企業が進出しています。

第 1 次産業の農業は、新城地域では稲作を中心に、野菜、花き、茶、果樹などの栽培や畜産が行われ、設楽地域では高冷地を生かした施設野菜、花きの栽培、畜産等が行われています。水産業は、淡水魚の繁殖に適した地域であり、ニジマス、あまご等を中心に内水面漁業が行われています。林業では長期的な木材価格の低迷が続き、高性能林業機械等を導入した低コスト林業施業の推進による林業の採算性を向上させ、林業所有者の経営意欲を喚起するなどして林業振興を図っています。

2 人口、労働人口、就業構造等の動向

愛知県(全県)の人口は、1990年～2010年の20年間で10.7%増加したが、一方で奥三河においては、13.3%減少し、平成22年国勢調査時における65歳人口の比率は、地域全体では31.2%でしたが、北設楽郡3町村については43%から48%程度になっています。

表1 人口の推移 国勢調査

	平成2年 (1990年)	平成22年 (2010年)	増減率
国 計	123,611,167	128,057,352	3.6%
愛知県計	6,690,603	7,410,719	10.8%
奥三河	70,062	60,726	△13.3%

表2 平成22年(2010年)の人口構成 国勢調査

	総人口	年齢別構成比%			労働力人口
		0～14歳	15～64歳	65歳～	
国 計	128,057,352	13.2	63.8	23.0	63,699,101
愛知県計	7,410,719	14.5	65.2	20.3	3,873,429
奥三河	60,726	11.9	56.9	31.2	32,131

また、生産労働人口(15～64歳)についても急激に減少し、平成52年時には、約44%の減少が推計されています。

表3 2040年(平成52年)の人口推計

	総人口	年齢別構成比%		
		0～14歳	15～64歳	65歳～
愛知県計	6,855,632	11.3	56.3	32.4
奥三河	39,635	8.7	48.1	43.2

日本の地域別将来推計人口(平成25(2013)年3月推計)
国立社会保障・人口問題研究所

表4 奥三河市町村の人口と労働人口

市町村名	人口	就業者数	産業				雇用者数
			第1次産業	第2次産業	第3次産業	分類不能	
新城市	49,864	25,816	2,217	10,196	13,067	336	19,809

設楽町	5,769	2,764	593	666	1,489	16	1,844
東栄町	3,757	1,568	139	441	980	8	1,081
豊根村	1,336	623	109	146	338	30	420
合 計	60,726	30,771	3,058	11,449	15,874	390	23,154

3 地域内の労働力需給状況等の雇用面における課題や雇用動向を踏まえた雇用開発計画の方向性

奥三河は、地理的には中山間地域で、人口減少・少子高齢化が進む中、特に大きな地場産業ありません。地域の課題は、若者の雇用の場がなく、豊橋市や名古屋市等に人口が流出し、女性や高齢者の就労の場や機会も少ないこともあり、長い目でみた場合、地域の持続性確保ができない状況にあることです。一方で、平成24年には新東名高速道路と接続する三遠南信自動車道鳳来峡インターチェンジの供用が開始し、平成27年度に愛知県内区間の新東名高速道路開通、その新城インターチェンジ（仮称）の出入口に新しい道の駅「もっくる新城」の開業や設楽原パーキングエリア（仮称）が開設するなど、観光に関する環境が整いはじめています。

この地域には、活用できる資源は、大きく6つに分類することができます。ひとつは、「豊かな自然」、2つ目は、自然に関連する「食」です。3つ目は、自然の中での「スポーツイベント（自転車、トレイルランニング、新城ラリー等）」であり、4つ目は、「歴史」～“長篠の戦”などの歴史上のストーリーは様々な観光商品の味付けとなる資源となります。5つ目は、道の駅・直売所・博物館等の既存の観光施設と、閉校した小学校などの遊休施設で新たな観光拠点としての利活用が望めるものです。最後は、これまでつくってきた観光商品や観光ツールです。パンフレットや冊子、マニュアル等の印刷物から、体験プログラムのデータベース、特産品、枚挙にいとまがないほど存在しています。今までどちらかといえば、供給側の目線と地域資源の活用可能性から開発してきたコンテンツを、本事業を活用することにより、顧客目とユーザーの利用可能性の視点からとらえ直し、統合的なコンセプトのもと、活用していくことが必要になります。観光資源は多様にありますが、その観光資源のほとんどが商品化されておらず、観光が産業として確立されていません。そのため、観光の求人および求職のボリュームがまだまだ小さく、雇用に結び付きにくい状況です。

平成24年愛知県観光リレーション利用者統計結果によれば、県内に1億3,719万人が訪れていますが、奥三河にはその約2パーセントの322万2,894人であり、平成4年の545万716人を境に、減少傾向に歯止めがかかっていない状況も続いています。

観光産業が成り立つように、観光資源を商品化し、この産業に参入する事業所を増やすことで求人を生み出し、ここに就職したいという求職者をこの事業のセミナーなどで育成し、雇用を創造します。交流人口を増やすだけでなく、住民の人口流出を防ぎ、地域の持

続性を確保していくことが実践型地域雇用創造事業の雇用創造とともに大きな目的になると考えられます。

Ⅲ 地域雇用開発の目標に関する事項

1 地域雇用創造推進事業の実施に伴う雇用創出

(1) アウトプット指標

イ 雇用拡大メニュー

①	1年度目	60社
②	2年度目	100社
③	3年度目	100社
	合計	260社

ロ 人材育成メニュー

①	1年度目	74人【地域求職者 67人、在職者 7人】
②	2年度目	182人【地域求職者 164人、在職者 18人】
③	3年度目	192人【地域求職者 173人、在職者 19人】
	合計	448人【地域求職者 404人、在職者 44人】

ハ 就職促進メニュー

①	1年度目	20人【地域求職者 18人、在職者 2人】
②	2年度目	40人【地域求職者 36人、在職者 4人】
③	3年度目	40人【地域求職者 36人、在職者 4人】
	合計	100人【地域求職者 90人、在職者 10人】

(アウトプット指標の内訳)

	アウ ト プ ッ ト				アウトプット指標 設定の根拠
	1年度目	2年度目	3年度目	合計	
I 雇用拡大メニュー	60社	100社	100社	260社	ハローワーク新城市内の雇用保険適用事業所(751社)+家族経営事業主(約150社)+農家(約150軒)=約1,050社のうち約25%(重複参加者を含む)が3か年で事業利用すると想定
(1)奥三河高原「観光ビジネス参入」セミナー	20社	20社	20社	60社	
(2)顧客起点「マーケティング」セミナー	25社	50社	50社	125社	
①道の駅出店・出品セミナー	15社	30社	30社	75社	
②Web販売スキルアップセミナー	10社	20社	20社	50社	
(3)商品・メニュー公開セミナー	15社	30社	30社	75社	

II 人材育成メニュー		74 人	182 人	192 人	448 人	ハローワーク新城管内の新規求職者数(年間 2,586 人)+新規以外の有効求人者等(年間約 700 人)+ハローワークに求職申込をしない潜在的な求職者(約 300 人(推計))=約 3,600 人の約 5%が 1 年間で事業利用すると想定
(1) 奥三河高原 「接客・接遇」 セミナー	0 人 (地域求職者 0 人 在職者 0 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	80 人 (地域求職者 72 人 在職者 8 人)		
(2) 奥三河高原 「観光コンシェルジュ」 セミナー	10 人 (地域求職者 9 人 在職者 1 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	90 人 (地域求職者 81 人 在職者 9 人)		
(3) 奥三河高原 「グリーン・ツーリズム」 セミナー	20 人 (地域求職者 18 人 在職者 2 人)	10 人 (地域求職者 9 人 在職者 1 人)	20 人 (地域求職者 18 人 在職者 2 人)	50 人 (地域求職者 45 人 在職者 5 人)		
(4) 奥三河高原 「ソウル(魂)フード」 セミナー	20 人 (地域求職者 18 人 在職者 2 人)	20 人 (地域求職者 18 人 在職者 2 人)	20 人 (地域求職者 18 人 在職者 2 人)	60 人 (地域求職者 54 人 在職者 6 人)		
(5) ビジネス IT セミナー	24 人 (地域求職者 22 人 在職者 2 人)	72 人 (地域求職者 65 人 在職者 7 人)	72 人 (地域求職者 65 人 在職者 7 人)	168 人 (地域求職者 152 人 在職者 16 人)		
III 就職促進メニュー		20 人	40 人	40 人	100 人	セミナー受講者等の求職者のうち定員を 10 名として年間 2 回、2 か所開催(初年度 1 か所)
(1) 就職面接会	20 人 (地域求職者 18 人 在職者 2 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	100 人 (地域求職者 90 人 在職者 10 人)		
(2) 広報・情報提供事業	- 人 (地域求職者 - 人 在職者 - 人)	- 人 (地域求職者 - 人 在職者 - 人)	- 人 (地域求職者 - 人 在職者 - 人)	- 人 (地域求職者 - 人 在職者 - 人)		
合 計	I 雇用拡大メニュー	60 社	100 社	100 社	260 社	3 か年アウトプット 指標合計 地域企業：260 社 求職者等：548 人
	II 人材育成メニュー	74 人 (地域求職者 67 人 在職者 7 人)	182 人 (地域求職者 164 人 在職者 18 人)	192 人 (地域求職者 173 人 在職者 19 人)	448 人 (地域求職者 404 人 在職者 44 人)	
	III 就職促進メニュー	20 人 (地域求職者 18 人 在職者 2 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	40 人 (地域求職者 36 人 在職者 4 人)	100 人 (地域求職者 90 人 在職者 10 人)	

(2) アウトカム指標

①	1 年度目	23 人 (常雇	16 人、常雇以外	7 人、創業者	0 人)
②	2 年度目	61 人 (常雇	34 人、常雇以外	25 人、創業者	2 人)

③	3年度目	66人（常雇	37人、常雇以外	27人、創業者	2人）
	合計	150人（常雇	87人、常雇以外	59人、創業者	4人）

（アウトカム指標の内訳）

	ア ウ ト カ ム				アウトカム指標設定の根拠
	1年度目	2年度目	3年度目	合計	
I 雇用拡大メニュー	6人	10人	10人	26人	アウトプットで示した利用企業全数260社を対象とし、そのうち該当分野での求職者受入れ数が1割あるものとして、セミナーごとに算出した数値を合計
(1) 奥三河高原「観光ビジネス参入」セミナー	常雇 1人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 1人	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 1人	常雇 3人 常雇以外 2人 創業者 2人	
(2) 顧客起点「マーケティング」セミナー	常雇 2人 常雇以外 2人 創業者 0人	常雇 2人 常雇以外 3人 創業者 0人	常雇 2人 常雇以外 3人 創業者 0人	常雇 6人 常雇以外 8人 創業者 0人	
①道の駅出店・出品セミナー	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 2人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 2人 創業者 0人	常雇 3人 常雇以外 5人 創業者 0人	
②Web販売スキルアップセミナー	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 3人 常雇以外 3人 創業者 0人	
(3)商品・メニュー公開セミナー	常雇 1人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 3人 常雇以外 2人 創業者 0人	
II 人材育成メニュー	8人	36人	41人	85人	ハローワーク新城管セミナーでの就職率(約20%)で算出
(1) 奥三河高原「接客・接遇」セミナー	常雇 0人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 5人 常雇以外 3人 創業者 0人	常雇 5人 常雇以外 3人 創業者 0人	常雇 10人 常雇以外 6人 創業者 0人	
(2) 奥三河高原「観光コンシェルジュ」セミナー	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 4人 常雇以外 4人 創業者 0人	常雇 4人 常雇以外 4人 創業者 0人	常雇 9人 常雇以外 9人 創業者 0人	
(3) 奥三河高原「グリーン・ツーリズム」セミナー	常雇 0人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 4人 常雇以外 3人 創業者 0人	常雇 5人 常雇以外 5人 創業者 0人	
(4) 奥三河高原「ソウル(魂)フード」セミナー	常雇 1人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 2人 常雇以外 1人 創業者 1人	常雇 2人 常雇以外 1人 創業者 1人	常雇 5人 常雇以外 3人 創業者 2人	

	(5) ビジネス IT セミナー	常雇 2人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 7人 常雇以外 7人 創業者 0人	常雇 7人 常雇以外 7人 創業者 0人	常雇 16人 常雇以外 15人 創業者 0人	
	Ⅲ 就職促進メニュー	3人	8人	8人	19人	ハローワーク新城管内面接会における就職率(約 20%)で算出
	(1) 就職面接会	常雇 2人 常雇以外 1人 創業者 0人	常雇 4人 常雇以外 4人 創業者 0人	常雇 4人 常雇以外 4人 創業者 0人	常雇 10人 常雇以外 9人 創業者 0人	
	(2) 広報・情報提供事業	常雇 -人 常雇以外 -人 創業者 -人	-人 地域求職者 -人 在職者 -人	-人 地域求職者 -人 在職者 -人	-人 地域求職者 -人 在職者 -人	
	Ⅳ 雇用創出実践メニュー	6人	7人	7人	20人	事業実践支援員労働者数
	(1) 奥三河高原観光開発事業	常雇 4人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 5人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 5人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 14人 常雇以外 0人 創業者 0人	
	(2) 奥三河高原特産品開発事業	常雇 2人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 2人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 2人 常雇以外 0人 創業者 0人	常雇 6人 常雇以外 0人 創業者 0人	
合 計	Ⅰ 雇用拡大メニュー	6人 常雇 4人 常雇以外 2人 創業者 0人	10人 常雇 4人 常雇以外 5人 創業者 1人	10人 常雇 4人 常雇以外 5人 創業者 1人	26人 常雇 12人 常雇以外 12人 創業者 2人	3 年アウトカム 指標合計 <u>150人</u>
	Ⅱ 人材育成メニュー	8人 常雇 4人 常雇以外 4人 創業者 0人	36人 常雇 19人 常雇以外 16人 創業者 1人	41人 常雇 22人 常雇以外 18人 創業者 1人	85人 常雇 45人 常雇以外 38人 創業者 2人	
	Ⅲ 就職促進メニュー	3人 常雇 2人 常雇以外 1人 創業者 0人	8人 常雇 4人 常雇以外 4人 創業者 0人	8人 常雇 4人 常雇以外 4人 創業者 0人	19人 常雇 10人 常雇以外 9人 創業者 0人	
	Ⅳ 雇用創出実践メニュー	6人 常雇 6人 常雇以外 0人 創業者 0人	7人 常雇 7人 常雇以外 0人 創業者 0人	7人 常雇 7人 常雇以外 0人 創業者 0人	20人 常雇 20人 常雇以外 0人 創業者 0人	

(3) 当該目標の設定の根拠・当該目標の把握の方法

①アウトプット指標設定の根拠

- ・雇用拡大メニュー・・・ハローワーク新城市内の雇用保険適用事業所(751社)+家族経営事業主(約150社)+農家(約150軒)=約1,050社のうち約25%(重複参加者を含む)が3か年で事業利用すると想定
- ・人材育成メニュー・・・ハローワーク新城市内の新規求職者数(年間2,586人)+新規以外の有効求人者等(年間約700人)+ハローワークに求職申込をしない潜在的な求職者(約300人(推計))=約3,600人の約5%が1年間で事業利用すると想定
- ・就職促進メニュー・・・セミナー受講者等の求職者の内定員を10名として年間2回、2か所開催(初年度1か所)

②アウトプット指標設定の根拠

- ・雇用拡大メニュー・・・アウトプットで示した利用企業全数260社を対象とし、そのうち該当分野での求職者受入れ数が1割あるものとして、セミナーごとに算出した数値を合計
- ・人材育成メニュー・・・ハローワーク新城市セミナーでの就職率(約20%)で算出
- ・就職促進メニュー・・・ハローワーク新城市管内面接会における就職率(約20%)で算出

③当該目標の把握の方法

各事業メニューを利用した求職者等への定期的なアンケートを郵送し、就職状況を確認するとともに、ハローワークや当協議会の構成団体との情報交換を行い、きめ細かく就業者の支援を行い、データに把握に努めます。

<参考>

○地域求職者等の主な就職予定先

【観光分野】 道の駅観光案内所、観光飲食店、パーキングエリア物販部門、飲食部門、田舎の駅として活用施設

【農商工連携分野】 道の駅物販部門、飲食店、小売店舗、直売所、農協、製造業事業所

2 地域雇用創造事業以外の雇用創出事業の実施に伴う雇用創出

上記1の地域雇用創造推進事業の実施による雇用創出のほか、本地域においては、下記の「VI雇用の創造に資する方策その他当該自発雇用創造地域の地域雇用開発を促進するための方策」の「2.2 地域雇用開発の促進に資する市町村の取組」の各種事業の実施を通じ、地域産業の活性化

及び新産業の創出を促進するとともに、地域内の雇用創出及び雇用機会の増大を図り、計画期間において地域内の雇用を150人以上とすることを目標とします。

IV 地域の特性を生かした重点的に雇用機会の創出を図る事業の分野に関する事項・

1 地域重点分野の設定

【1】観光分野

【2】農商工連携分野

2 地域重点分野に係る市町村自らが当該分野において行う雇用機会の創出に関する施策及び今後の見通し

【1】観光分野

観光分野については、奥三河で組織する「奥三河観光協議会」等で協議を重ね、これまでに体験型プログラム「たぁ〜んと体感 奥三河」の掘り起しや「食」による回遊性を高めるプログラムとしての「奥三河 味のお辺路めぐり」など奥三河地域の広域観光の推進を民間の交通事業者とも連携し、地域資源を見つめなおし、交流人口増加を目指しています。しかし、これまでの事業の成果は、観光客増加には限定的であり、奥三河地域での観光旅行商品として旅行会社や専門家に認知されにくく、ツアー商品としての魅力が高まっていない状況です。

平成24年愛知県観光リクリエーション利用者統計結果によれば、奥三河には322万2,894人の利用者があり、その利用者の内容は、「スポーツ・レクリエーション」が108万3,133人で、「自然」が81万83人で奥三河の全利用者の約60%占めており、地域資源とユーザーの視点を一致させる努力が重要だと感じています。

今までの地域資源の発掘を次のステップにつなげるための、観光に関する事業展開する事業所の拡大やより積極的な情報発信を充実し、旅行商品化に向けたモニターツアーを積極的に行うことで観光産業の拡大や、雇用創出に結び付け、新都市の観光基本計画の目標300万人や、豊根村の100万人などの目標を着実に達成するため、観光におけるより一層の地域連携の取組を加速化します。

【2】農商工連携分野

一次産品等の高付加価値化などの取組は、農業関係者、商工関係者がそれぞれ独自に行っていますが、購入者のニーズや販売者からの要望が取り入れられていない状況があり、農業関係者と商工関係者がそれぞれの強みを活かしながら、道の駅などの販路までも念頭に置き、奥三河全体の関係者が連携して事業を展開して行くことが必要となっています。

今後、新東名高速道路の開通も視野に入れ、まず日帰り客の中高齢層をターゲットとし、地域資源の活用による商品開発することにより、観光関連ビジネスへの参入を促し、雇用の確保・創出を目指します。

V 地域雇用創造協議会に関する事項

1 協議会の名称と構成員

協議会の名称

奥三河地域雇用創造協議会

主要な構成員

- (1) 新城市
- (2) 設楽町
- (3) 東栄町
- (4) 豊根村
- (5) 奥三河観光協議会
- (6) 愛知県商工会連合会新城設楽支部
- (7) 愛知東農業協同組合

2 活動内容

奥三河地域雇用創造協議会は、奥三河の市町村や経済団体等の創意工夫により実施する地域経済の活性化や雇用機会の創出のための地域再生の具体的取組みと相まって、その取組みの雇用創造効果を高める事業を実施し、当該地域の雇用構造の改善を図ることを目的として、各種事業に取り組むものとします。

VI 雇用の創造に資する方策その他当該自発雇用創造地域の地域雇用開発を促進するための方策に関する事項

1 地域雇用開発の促進のための措置

- (1) 地域雇用創造推進事業の活用

I 雇用拡大メニュー

(1) 奥三河高原「観光ビジネス参入」セミナー

イ 事業内容

当協議会が中心になって本格的にこの地域の観光産業創造に取り組むという方向性に地域の事業者が共感し、また、事業者自身のビジネスが観光分野に参入することで新たな収益源になると感じてもらう必要があります。特に観光ビジネスというものがどういうものか、具体的な参入実例として農家レストラン開発や日帰り体験受け入れ、花を活かした事業展開、などのケーススタディを通し、おもてなしの個別具体的な知見を得られるセミナーを企画し、事業拡大や新規事業参入・創業を目指します。

ロ 事業実施期間：成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

(2) 顧客起点「マーケティング」セミナー

イ 事業内容

事業所に必要となる商品開発・販路開拓のためのマーケティング基礎知識やノウハウを獲得するとともに、消費者・旅行者ニーズにマッチした商品づくりや、ネットショップのような既存事業のリニューアルをめざす事業者向けセミナーを開催します。

個別具体的なテーマとして「Web 販売スキルアップセミナー」も併せて行います。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

(3) 商品・メニュー公開セミナー

イ 事業内容

奥三河が本格的に観光産業創造に取り組むという方向性の理解と、新規事業への取組みの契機となるセミナーを開催し、実践メニューの成果物としての商品やメニューを地域の企業はもちろん個人としても取り組めるよう、個別相談会等の機会としての活用を促します。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

II 人材育成メニュー

(1) 奥三河高原「接客・接客」セミナー

イ 事業内容

「接客・接客」セミナーでは、基本マナーにおもてなしの要素を加えた内容を展開します。これは、観光分野だけでなく、飲食店や小売店等での就職にも広く活用できるスキルです。このセミナーでは、観光交流の価値は、「非日常の興奮」と「休息の癒し」といった、相反するものの同時的体験に基づくものであることを理解し、楽しめるもの、ゆったりできるものを組み合わせ、ターゲットである中高年齢層に対応する「おもてなし」セミナーとします。

ロ 事業実施期間：平成 27 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

(2) 奥三河高原「観光コンシェルジュ」セミナー

イ 事業内容

観光全般の知識を持ち、地域情報の収集・編集力、地域資源を活用したプログラム開発・企画力等を持った観光人材を育成します。

道の駅等の交流拠点における観光コンシェルジュによる案内・提案が日帰り観光プログラムではより魅力的で価値あるものになるといった効果が出るように養成します。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

(3) 奥三河高原「グリーン・ツーリズム」セミナー

イ 事業内容

人に伝える教える技術を向上させるための知識を身に付け、いかにお客様がその地域に愛着を感じてもらえるようになるかという、地域の広告塔となるよう知識を習得します。また、す

すべての企画・立案をおこない、地域の特徴を活かした体験プログラムの開発ができるよう技術を習得します。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

(4) 奥三河高原「ソウル（魂）フード」セミナー

イ 事業内容

食品加工の技術や「食」全般の知識を習得し、その活用の一つとして地域資源としての農産物の特徴の紹介や料理法などの実習等を通じて、消費者や観光客に地域の魅力として直接伝えることのできるスキルを習得した人材を養成します。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

(5) ビジネス IT セミナー

イ 事業内容

企業内においては IT 技術をいかに効果的に使えるかで業績に大きな差が出ることとなります。地域求職者の IT 技術を向上させるため、事業主が求める基本ソフト操作(中級レベル)習得することによるプロモーションスキル等を付与し、早期就職につなげます。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

III 就職促進メニュー

(1) 就職面接会

イ 事業内容

事業所と人材育成メニューを受講した求職者が出会う場として就職面接会を開催し、職業のマッチングを促進します。広域での協議会であるため、2か所で開催する等の配慮を行います。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

(2) 広報・情報提供事業

イ 事業内容

協議会のホームページを開設し、各種セミナーの開催スケジュール、参加者募集活動の状況を伝えるだけでなく、奥三河での情報・観光コンテンツの紹介や PR も実施します。

個別具体的なテーマとして奥三河の道の駅等の交流拠点での情報端末としてのコンテンツ開発も併せて行います。

ロ 事業実施期間：平成 26 年度～平成 28 年度

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

IV 雇用創出実践メニュー

(1) 奥三河高原 観光開発事業

① 日帰り観光プログラム

イ 事業内容

既存の様々な体験型のプログラムを再整理し、組み合わせ、販売できるように開発していきます。また、棚田におけるプログラムなど、新しいもののプログラム開発も調査・検討します。

この事業でのターゲットである中高年齢層のニーズに対応した企画プログラムとし、モニターツアー等を実施し、その必要性を参加者(モニター)・専門家・旅行会社といった幅広い検証により分析を実施し、商品化を積極的に進めます。

個別具体的なテーマとして「ソウル(魂)フード」を扱います。

ロ 事業実施期間及び実施スケジュール 平成 26 年度～平成 28 年度

【平成 26 年度】

- ①地域資源となる観光資源に関する資料整理や現地確認調査 【12月～3月】
- ②交流拠点、道の駅等での観光ニーズ調査・地域情報把握 【12月～3月】
 - ・ホームページへの観光コンテンツ作成
 - ・観光案内・交流・体験提案のマニュアル作成
- ③日帰りプログラム開発 【1月～3月】
 - ・アドバイザー助言
 - ・モニターツアー実施による観光資源魅力ブラッシュアップ
- ④モニターツアー実施に向けての販路開拓PR 【1月～3月】
 - ・東名高速道路サービスエリアでのチラシ配布
 - ・地域内イベントへの出店、近隣市イベントへの出店によるPR
- ⑤モニターツアー実施 【1月～3月】
 - ・毎月1回×3か月×1コース (添乗員：実践支援員)
- ⑥モニター結果の入力・分析 【1月～3月】
- ⑦旅行会社派遣による検証・アドバイス 【3月】
- ⑧開発した日帰りプログラムの成果物公開 【3月】
 - ・モニターツアーのアンケート結果を提供します。

【平成 27 年度】

- ①地域資源となる観光資源に関する現地調査 【4月～11月】
- ②交流拠点、道の駅等での観光ニーズ調査・地域情報把握 【4月～3月】
 - ・ホームページへの観光コンテンツ作成
 - ・観光案内・交流・体験提案のマニュアル作成
- ③日帰りプログラム開発 【4月～3月】

- ・アドバイザー助言
- ・モニターツアー実施による観光資源魅力ブラッシュアップ
- ④モニターツアー実施に向けての販路開拓PR 【4月～3月】
 - ・東名高速道路サービスエリア等でのチラシ配布
 - ・地域内イベントへの出店、近隣市イベントへの出店によるPR
- ⑤モニターツアー実施 【4月～3月】
 - ・毎月1回×12か月×1コース（添乗員：実践支援員）
- ⑥モニター結果の入力・分析 【4月～3月】
- ⑦専門家による検証・アドバイス 【7月、11月、3月】
 - ・4か月ごとに1回×3回
- ⑧開発した日帰りプログラムの成果物公開 【9月、3月】
 - ・モニターツアーの実施内容やアンケート結果を提供し、地域資源の魅力向上のための情報共有をします。

【平成28年度】

- ①地域資源となる観光資源に関する現地調査 【5月、7月、11月】
- ②交流拠点、道の駅等での観光ニーズ調査・地域情報把握 【4月～3月】
 - ・ホームページへの観光コンテンツ作成
 - ・観光案内・交流・体験提案のマニュアル作成
- ③日帰りプログラム開発 【4月～3月】
 - ・アドバイザー助言
 - ・モニターツアー実施による観光資源魅力ブラッシュアップ
- ④モニターツアー実施に向けての販路開拓PR 【4月～3月】
 - ・東名高速道路サービスエリア等でのチラシ配布
 - ・地域内イベントへの出店、近隣市イベントへの出店によるPR
- ⑤モニターツアー実施 【4月～3月】
 - ・毎月1回×12か月×1コース（添乗員；実践支援員）
- ⑥モニター結果の入力・分析 【4月～3月】
- ⑦専門家による検証・アドバイス 【7月、11月、3月】
 - ・4か月ごとに1回×3回
- ⑧開発した日帰りプログラムの成果物公開 【9月、3月】
 - ・モニターツアーの実施内容やアンケート結果を提供し、地域資源の魅力向上のための情報を地域全体で共有します。

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

ニ 事業に従事する労働者の体制：実践支援員リーダー1人、実践支援員5人

② 田舎の駅 農家民泊

イ 事業内容

奥三河地域には、廃校や空き家が多数存在しています。これを「田舎の駅」と位置づけ、地域資源を活用した体験型観光プログラムの実践拠点として農家民泊に取組めます。また、アドバイザーより助言を受けながら、奥三河地域の地域資源を利用した体験型観光プログラム開発を行います。マーケティング調査、誘客及び販路開拓を行い、観光関連産業への雇用の拡大と地域の活性化を目指します。

人材育成メニュー「接客・接客」セミナー「ソウル(魂)フード」セミナーでの受講者等との連携を図り、実践研修プランを盛り込むなど人材育成とプログラム開発を目指します。

個別具体的なテーマとして「田舎の駅 棚田、yuya café など」も併せて行います。

ロ 事業実施期間及び実施スケジュール 平成 27 年度～平成 28 年度

【平成 27 年度】

- | | |
|--|----------|
| ①マーケティング調査
(来客者、体験型観光プログラム参加者への調査) | 【4月～12月】 |
| ②実施地域との打合せ・調整
・ケータリングサービスの調整 | 【4月～3月】 |
| ③取組のブラッシュアップ
・関係者打合せを開催 | 【4月～3月】 |
| ④価格調査
・来客者、体験型観光プログラム参加者への調査 | 【4月～3月】 |
| ⑤販路開拓・PR
・近隣市イベントへの出店によるPR (SA・PA・道の駅等) | 【4月～3月】 |
| ⑥成果物公開
・運営マニュアル等公開 | 【3月】 |

【平成 28 年度】

- | | |
|--|----------|
| ①マーケティング調査
(来客者、体験型観光プログラム参加者への調査) | 【4月～12月】 |
| ②実施地域との打合せ・調整
・ケータリングサービスの調整 | 【4月～3月】 |
| ③取組のブラッシュアップ
・関係者打合せを開催 | 【4月～3月】 |
| ④価格調査
・来客者、体験型観光プログラム参加者への調査 | 【4月～3月】 |
| ⑤販路開拓・PR
・近隣市イベントへの出店によるPR (SA・PA・道の駅等) | 【4月～3月】 |

⑥成果物公開

【3月】

- ・運営マニュアル等公開

ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会

ニ 事業に従事する労働者の体制：実践支援員 1人

(2) 奥三河高原 特産品開発事業

① 田舎の駅 農家レストラン

イ 事業内容

奥三河には、廃校や空き家が多く存在します。これを新たな観光拠点となる「田舎の駅」と位置づけ、農家レストランを実践します。多くの農畜産物が存在しますが、品目を絞り、アドバイザーより助言を受けながら、奥三河の地域資源（農畜産物）を利用したメニュー開発を行います。例えば、夏秋産の高原トマトは県内では標高が 500m以上である奥三河高原だけであり、幻のルネッサンストマト（酸味があり、糖度も高く、グルタミンも多く含まれる）、カラフルなミニトマトも生産されています。これらのトマトを使い、前菜、スープ、デザートと奥三河高原トマトをふんだんに使ったメニュー開発を行います。

また、愛知の伝統野菜（4つの定義：1. 今から 50 年前には栽培されていたもの 2. 地名、人名が付いているものなど愛知県に由来しているもの 3. 今でも種や苗があるもの 4. 種や生産物が手に入るもの）の八名丸さといもや天狗ナスを、定番の煮物、焼き物だけではなく、メインディッシュになるメニューへ開発します。そして、自然薯、八名丸さといもは、泥落とし、皮むき後の処理に時間がかかるため若い人々の利用が減っているので、乾燥、粉末（大粒、中粒、細粒）に一次加工し、手早く時間を節約して料理できるように利用価値を高め、販路開拓、利用拡大につなげていきます。また、イベント等への参加により、マーケティング調査、誘客及び販路開拓を行い、「食」関連産業の活性化を通じて、観光関連産業への雇用の拡大と地域の活性化を目指します。

人材育成メニュー「ソウル（魂）フードセミナー」での受講者等との連携を図り、実践研修プランを盛り込むなど人材育成とメニュー開発を目指します。

ロ 事業実施期間及び実施スケジュール 平成 26 年度～平成 28 年度

【平成 26 年度】

①地域資源となる地域の食材に関する基礎調査及びマーケティング調査【12月～3月】

（商工会、農業協同組合、直売所、旅館等へのヒアリング調査）

②地域食材の旬なものを活用したメニュー開発

【12月～3月】

- ・開発に係る検討
- ・新メニュー開発

- ・アドバイザー助言

③開発したメニューのブラッシュアップ

【2月～3月】

- ・試食会の開催

- ④開発した新メニューの価格調査 【2月～3月】
 - ・軽トラック市で実施
 - ・キッチンカーを活用した調査等
- ⑤開発した新メニューの販路開拓・PR 【2月～3月】
 - ・地域内イベントへの出展、近隣市イベントへの出展によるPR
 - ・キッチンカーによるSA・PA・道の駅等のPR
- ⑥新メニューの成果物公開 【3月】
 - ・アドバイザーによる指導・助言
 - ・市町村内の飲食業、宿泊施設等に料理として提供できるよう、作り方（実技）、レシピ、盛り付け等の情報を提供します。

【平成27年度】

- ①地域資源となる地域の食材に関する基礎調査及びマーケティング調査 【4月～12月】
 - (商工会、農業協同組合、直売所、旅館等へのヒアリング調査)
- ②地域食材の旬なものを活用したメニュー開発 【4月～3月】
 - ・開発に係る検討・新メニュー開発・アドバイザー助言
- ③開発したメニューのブラッシュアップ 【4月～12月】
 - ・試食会の開催【毎月】
- ④開発した新メニューの価格調査
 - ・軽トラック市で実施 【4月～3月】
 - ・キッチンカーによる移動
 - ・体験型観光プログラムモニタリング調査等 【4月～3月】
- ⑤開発した新メニューの販路開拓・PR 【4月～3月】
 - ・地域内イベントへの出展、近隣市イベントへの出展によるPR
 - ・キッチンカーによるSA・PA・道の駅等でのPR
- ⑥新メニューの成果物公開 【9月～3月】
 - ・アドバイザー助言
 - ・市町村内の飲食業、宿泊施設等に料理として提供できるよう、作り方（実技）、レシピ、盛り付け等の情報を提供します。

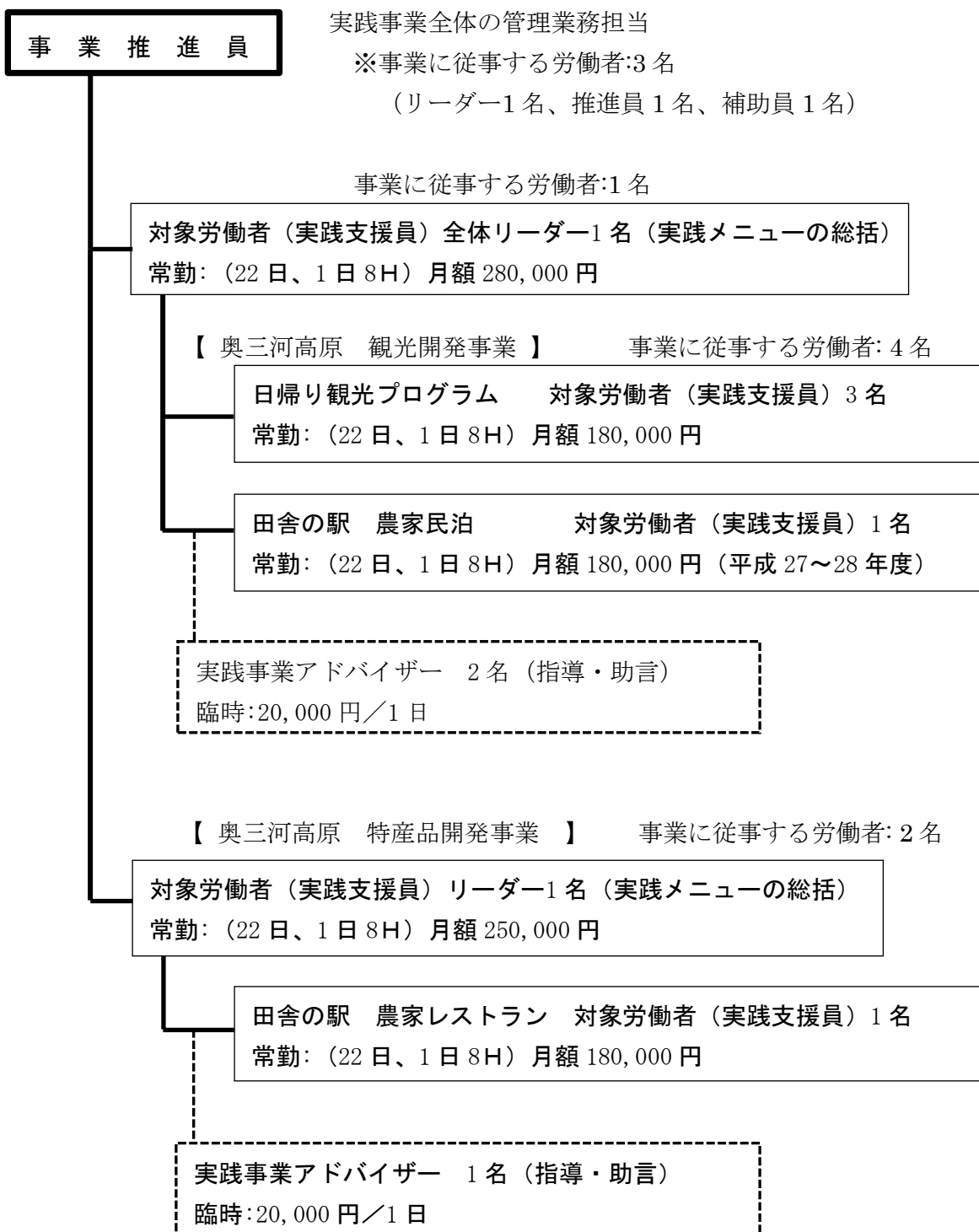
【平成28年度】

- ①地域資源となる地域の食材に関する基礎調査及びマーケティング調査 【4月～12月】
 - (商工会、農業協同組合、直売所、旅館等へのヒアリング調査)
- ②地域食材の旬なものを活用したメニュー開発 【4月～3月】
 - ・開発に係る検討・新メニュー開発
 - ・アドバイザー助言
- ③開発したメニューのブラッシュアップ 【4月～12月】
 - ・試食会の開催【毎月】

- ④開発した新メニューの価格調査
 - ・軽トラック市で実施 【4月～3月】
 - ・キッチンカーを活用した調査等
 - ・体験型観光プログラムモニタリング調査等 【4月～3月】
 - ⑤開発した新メニューの販路開拓・PR 【4月～3月】
 - ・地域内イベントへの出展、近隣市イベントへの出展によるPR
 - ・キッチンカーによるSA・PA・道の駅等のPR
 - ⑥新メニューの成果物公開 【9月～3月】
 - ・アドバイザー助言
 - ・市町村内の飲食業、宿泊施設等に料理として提供できるよう、作り方（実技）、レシピ、盛り付け等の情報を提供します。
- ハ 事業実施主体：奥三河地域雇用創造協議会
- ニ 事業に従事する労働者の体制：実践支援員リーダー1名、実践支援員1名

ホ 従事する労働者の体制

事業の実施体制



2 地域雇用開発の促進に資する地域の取組

【1】観光分野

①地域おこし協力隊運営事業

a 内容 地域おこし協力隊は、人口減少や高齢化等の進行が著しい奥三河地域において、地域外の人材を積極的に誘致し、その定住・定着を図ることで、意欲ある都市住民のニーズに応えながら、地域力の維持・強化を図っていくことを目的とする取組です。

b 実施主体 新城市、北設楽郡設楽町、東栄町、豊根村

c 事業規模

新城市 平成 26 年度：3 名 11,895 千円

設楽町 平成 25 年度：1 名 3,643 千円、平成 26 年度：3 名 16,192 千円

東栄町 平成 25 年度：2 名 6,181 千円、平成 26 年度：5 名 14,341 千円

豊根村 平成 25 年度：2 名 8,880 千円、平成 26 年度：3 名 15,471 千円

d 成果

(a)これまでの実績

奥三河地域に地域おこし協力隊員が、平成 25 年度に 5 名、平成 26 年度 14 名が委嘱され、地域の課題に対応しつつ、活動しています。

(b)今後の見込み

地域おこし協力隊の多方面にわたる活動を地域全体で支援する中、地域資源を活かし、地域の活力の低下を食い止め、維持させる方策として継続して取り組んでいきます。

②道の駅建設事業

a 内容 新城市八東穂地内の新東名高速道路新城インターチェンジ（仮称）と一般国道 151 号新城バイパスとの結節点に、市内で 3 か所目となる道の駅「もっくる新城」の建設を進めています。

奥三河全体で連携し、観光をはじめ地域の活性化を図る「奥三河観光ハブステーション」として、地域の魅力を発信するとともに人の集う施設を目指します。

b 実施主体 新城市

c 事業規模 平成 25 年度：631,000 千円

d 成果

(a)これまでの実績

平成 26 年 3 月に着工し、新東名高速道路の平成 27 年開通を見据えて準備を進めています。

(b)今後の見込み

平成 27 年 3 月下旬(予定)に開駅し、商業施設、観光案内所による業務開始する予定です。今後、交流拠点の 1 つとして広域観光などの「奥三河高原 観光ネットワーク産業構築」に寄与します。

③奥三河 味のお辺路めぐり事業

a 内容 奥三河の食による地域回遊性を高めるプログラムとして、地域の札所 88 か所（飲食店等の店舗）のご本尊（いち押し料理等）を飲食し、朱印帳にご朱印を押印するスタンプラリー形式による食べ歩き事業です。

実施期間：平成 25 年 10 月 1 日 ～ 平成 28 年 9 月 30 日

b 実施主体 奥三河観光協議会

（会員；新城市、北設楽郡設楽町、東栄町、豊根村、バス事業者、地域観光関連団体）

c 事業規模 平成 25 年度：5,070 千円

d 成果

(a)これまでの実績

事業開始と同時に朱印帳の販売を開始し、現在当初予定の約 46%の 554 冊の朱印帳を販売し、地域への観光客を誘致しています。

(b)今後の見込み

事業 P R や改善を図り、継続して事業を行い、日帰り観光プログラムの商品化とともに誘客促進を図ります。

④芝桜まつり開催事業

a 内容 茶臼山高原では、平成 20 年から芝桜まつりを開催しており、6 月の約 3 週間に 20 万人を超える観光客が訪れる一大観光スポットになっています。また、観光客の多くは名古屋や浜松方面から訪れており地域全体への観光経済振興に大きく貢献しています。

b 実施主体 豊根村

c 事業規模 平成 26 年度：10,800 千円

d 成果

(a)これまでの実績

6 月の芝桜の見ごろとなる園地管理においては、年間を通じた管理作業が必要であり、特に冬季の気象条件が厳しいため、これまで園地管理に十分な知識とノウハウの必要性を強く感じています。

(b)今後の見込み

奥三河地域には、地域資源としての「花」の魅力を発信し、今後も地元への就職意識を高めるための事業として継続して開催します。

【農商工連携分野】

①奥三河 STT プロジェクト事業

a 内容 北設楽郡 4 商工会が地域資源を特産品・観光商品に開発した事業です。平成 24 年度に調査・研究事業、平成 25 年度にはテーマごとに具体的な商品づくりを行ないました。

b 実施主体 設楽町商工会・東栄町商工会・豊根村商工会・津具商工会

c 事業規模 平成 25 年度：10,005 千円

d 成果

(a)これまでの実績

商品として「奥三河カエデシロップ」、「奥三河カエデラスク」、「奥三河グルメ戦隊トマトマン」、「揚げ五平餅」をはじめ 8 品目が開発されました。

(b)今後の見込み

販路拡大、雇用拡大につながる資源としてパッケージデザインも含めた再商品化を行い、市場調査・アドバイザーによる検証も行います。

②しんしろ軽トラック市・のんほいロット事業

a 内容 商店街の道路を歩行者天国にし、軽トラックの荷台で、地場産の採れたて新鮮野菜や海産物、花、衣類や雑貨など、多種多彩なものを運んできたまま対面販売するイベントを毎月第 4 日曜日に実施しています。

b 実施主体 のんほいロット実行委員会（新城市・新城市商工会）

c 事業規模 平成 26 年度：4,581 千円

d 成果

(a)これまでの実績

平成 22 年 3 月の事業開始以来、平成 26 年 3 月まで開催回数 49 回、出店台数月平均 67 台、来場者数 月平均 2,350 人であり、商店街活性化の新たな取組として注目され、新たな地域資源としての認知が進んでいます。

(b)今後の見込み

継続開催し、今後の新たな資源として日帰り観光プログラムに取り込めるよう検討していきます。

③高校生のための企業説明会

a 内容 地元企業への学卒者求人の充足や雇用促進を図るため、ハローワークと共催して就職を希望する市内高校生 1 年、2 年生をはじめ市外の高校とも連携して、地元企業説明会を開催しています。

b 実施主体 新城市

c 事業規模 平成 26 年度：200 千円

d 成果

(a)これまでの実績

毎年 3 月に開催し、参加校 8、参加高校生等 65 名、参加企業 19 社にのぼりました。

(b)今後の見込み

今後も地域への若者への就労支援として、地域企業の紹介と地元への就職意識を高めるための事業として継続して開催します。

VII 計画期間に関する事項

厚生労働大臣の同意を得た日から平成 29 年 3 月 31 日までとする。

ただし、計画期間中における地域内の経済、雇用情勢の変化等に対応するため、必要に応じて本計画を変更することとする。

VIII 自発雇用地域内において事業協同組合等が労働者の募集に従事しようとする場合にあつては当

該事業組合等に関する事項

該当なし