

事業名：緊急雇用創出事業（フード特区プロモーション事業）

参事（総合特区推進）

政策	02 明日につながる産業の振興								
施策	04 就業環境の整備								
基本事業	01 就業機会の確保								
開始年度	平成25年度	終了年度	平成26年度	実施計画 事業認定	非対象	会計区分	一般会計	補助金	

事務事業の目的と成果

対象（誰、何に対して事業を行うのか）

1. 市民（緊急雇用創出事業として）
2. 東京近郊を中心とした食関連企業（フード特区プロモーション事業として）

手段（事務事業の内容、やり方）

緊急雇用創出推進事業（起業支援型雇用創出事業）を活用し、公募プロポーザルにより選定する市内事業者にフード特区のプロモーション事業を委託することで、新規雇用を創出するとともに、効果的・効率的な取組みを実施する。

意図（この事業によって対象をどのような状態にしたいのか）

1. 市内で新規雇用が創出される。
2. 東京近郊を中心とした食関連企業が江別市におけるフード特区に関する取組みを知り関心を持つようになる。

指標・事業費の推移

区分		単位	23年度実績	24年度実績	25年度実績	26年度当初
対象指標1	市民	人	0	0	120,802	120,802
対象指標2	東京近郊（東京、埼玉、千葉、神奈川）の従業員10人以上の食品製造業数	事業所	0	0	2,363	2,363
活動指標1	委託金額	千円	0	0	8,711	9,383
活動指標2	プロモーションの取組数	回	0	0	20	7
成果指標1	新規雇用者数	人	0	0	2	2
成果指標2	直接情報交換が可能となった企業数	社	0	0	35	20
事業費(A)		千円	0	0	8,711	9,383
正職員人件費(B)		千円	0	0	3,907	3,912
総事業費(A+B)		千円	0	0	12,618	13,295

	事業内容（主なもの）	費用内訳（主なもの）
25年度	フード特区プロモーション事業として、次の事業を委託により実施。 ・広報誌作成 ・雑誌への掲載 ・東京での展示会出展 ・企業訪問	フード特区プロモーション事業委託費 8,711千円

事業を取り巻く環境変化	
事業開始背景	
平成23年12月、江別市は関係市町村等とともに、国から北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区（フード特区）の指定を受けた。平成25年度は、フード特区が本格的にスタートして2年度目に入ったところであるが、江別市がフード特区の指定を受け、またこれに関する取組みを行っていることは、市外食関連事業者にまだまだ知られていない。このため、平成25年6月に経済部商工労働課が庁内で募集した緊急雇用創出推進事業（起業支援型雇用創造事業）の案件に対し、総合特区推進監付参事から、江別市内の取組みやビジネス環境を市外の食関連事業者等にPRするための「フード特区プロモーション事業」を提案し、9月補正予算にて事業化した。	
事業を取り巻く環境変化	
平成25年度事業は主に情報発信に関する取組みを実施。平成26年度事業は、平成25年度事業で接触した企業等に対する関係深化を目的とした取組みを主に実施する。 道の緊急雇用創出推進事業として、1年間の事業にて承認を得たものであるため、平成26年9月をもって事業を終える。	

平成25年度の実績による担当課の評価（平成26年度7月時点）	
(1) 税金を使って達成する目的（対象と意図）ですか？市の役割や守備範囲にあった目的ですか？	
<input checked="" type="checkbox"/> 妥当である <input type="checkbox"/> 妥当性が低い	理由根拠 江別市における特区の取組みやビジネス環境をPRすることで、食の臨床試験の依頼数増加やビジネス連携につながるほか、企業誘致の促進や食関連産業の集積加速、市内農畜産物の新たな市場開拓につながり、地場産業の発展に資する。
(2) 上位の基本事業への貢献度は大きいですか？	
<input checked="" type="checkbox"/> 貢献度大きい <input type="checkbox"/> 貢献度ふつう <input type="checkbox"/> 貢献度小さい <input type="checkbox"/> 基礎的事務事業	理由根拠 市内の新たな雇用を創出するほか、通年雇用の場の拡大につながる。
(3) 計画どおりに成果は上がっていますか？計画どおりに成果がでている理由、でない理由は何ですか？	
<input type="checkbox"/> 上がっている <input checked="" type="checkbox"/> どちらかといえば上がっている <input type="checkbox"/> 上がらない	理由根拠 作成したPR媒体を企業訪問等で有効に活用したことにより、情報大の「食の臨床試験」に係る照会や視察につながっており、今後の試験受託依頼など大きな成果が期待される。
(4) 成果が向上する余地（可能性）がありますか？その理由は何ですか？	
<input type="checkbox"/> 成果向上余地 大 <input checked="" type="checkbox"/> 成果向上余地 中 <input type="checkbox"/> 成果向上余地 小・なし	理由根拠 平成25年度に繋がりのできた企業等に対して、平成26年度はさらに関係深化につながるアプローチを行い、成果の向上を図る。
(5) 現状の成果を落とさずにコスト（予算+所要時間）を削減する方法はありませんか？	
<input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> なし	理由根拠 必要最低限のコストで事業を推進している。