

第3章 苫小牧市総合戦略

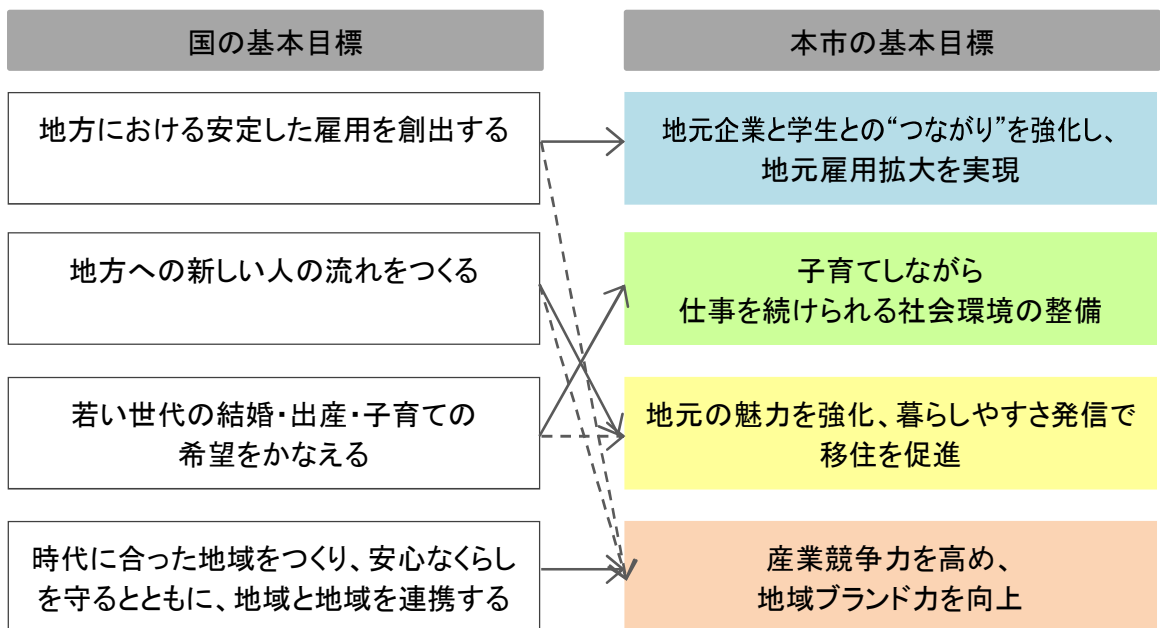
1. 基本目標

目標設定の考え方

苫小牧市総合戦略を策定するにあたって、国の定める基本目標を基にするとともに、苫小牧市における課題認識や優先順位を考慮し、4つの基本目標を策定しました。

雇用については「若者の雇用」、子育てについては「子育てと仕事の両立」、移住については「本市とのつながりや愛着の醸成」を基軸に基本目標を設定しており、苫小牧市の実情に合わせた基本目標となっています。

また、苫小牧市は、北海道の中でも比較的積雪の少ない気候、二つの港（新千歳空港と苫小牧港）を有する立地、製造業等の二次産業の占める割合が高いといった特徴があり、産業振興（企業誘致）が地域経済を支えてきた側面があります。そこで、「広域連携」や「地域ブランド力向上」を基軸として、4つ目の基本目標を設定しました。



2. 施策の体系

本市では、4つの基本目標を実現するための14の「施策」を展開します。それらの施策を束ねる概念として「施策の基本的方向」を示しています。（次頁参照）併せて、4つの基本目標を担う主な地域（ゾーン）を39ページに示しました。

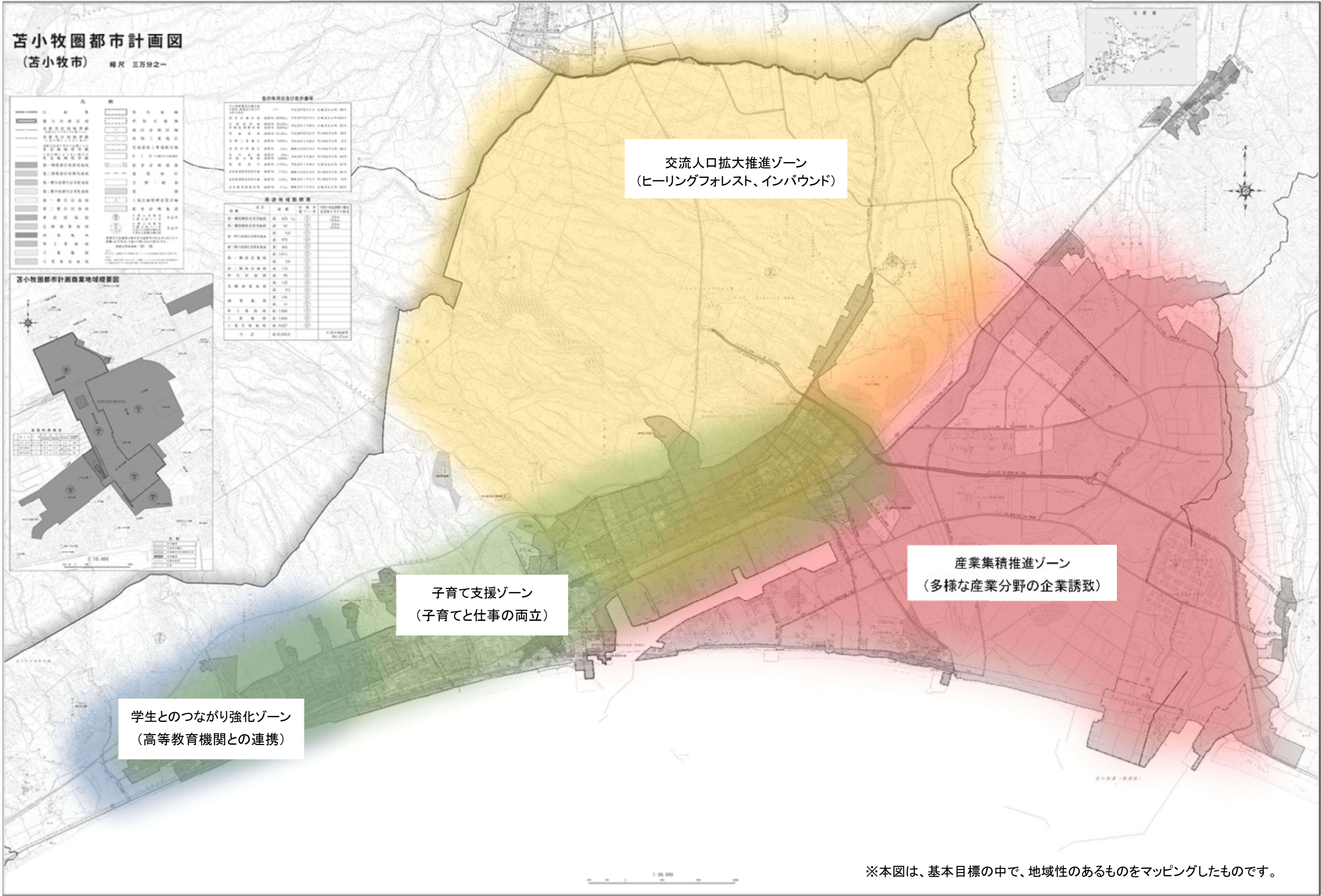
また、施策に紐づく各事業例を示しています。事業例は、総合戦略を推進するに当たって、新たに設けた事業だけでなく、既存の事業も含んでいます。今回の総合戦略に位置づけることで、既存事業の機能を強化したり、新規事業との組み合わせで実効性を高めたりしています。

なお、施策はPDCAによる管理を行い、検証結果を踏まえた施策の見直しを行うこととしています。そこで、本総合戦略では、各施策に対して、客観的な重要業績評価指標（KPI）を設定しています。

基本目標	施策の基本的方向	具体的な施策	事業例
地元企業と学生との“つながり”を強化し、地元雇用拡大を実現	1-1 市内在住若者の雇用機会の拡大	①若者の市内就職の促進	- 就業支援事業（若者や女性の離職防止支援等）（先行型事業） - 市内企業の認知向上支援事業（本市公式ホームページに情報掲載、イベント（就業体験ツアー等）開催） - 新卒高校生等雇用奨励金事業
	1-2 学生と地元企業との“縁づくり”促進	②学生と地元企業との交流・連携機会の創出	- 高校生・大学生等と市内企業とのマッチング支援 - 苫小牧駒澤大、室蘭工大、苫小牧高専等の高等教育機関と連携した各種取組の展開 - キッズタウン開催事業（子どもの擬似就労・消費体験等） - 就業支援事業（就職セミナー開催等）（先行型事業）
	1-3 創業支援	③苫小牧における創業促進	- 創業サポート事業（新規創業セミナーの開催等） - ワンストップ相談窓口の設置
子育てしながら仕事を続けられる社会環境の整備	2-1 仕事と子育ての両立支援	④ワーキングマザー＆ファザーの子育て応援	- 企業近隣における「保育ステーション」の設置に向けた検討 「子ども送迎バス」の検討（習い事の送り迎えの負担を減らす送迎バスの検討） - パパの子育て応援事業（父子健康手帳交付、パパの子育て講座等） - 男女平等参画のための意識改革支援事業（ワークライフバランスに関する講演会、日本女性会議の開催等） - 女性復職支援事業 - 放課後児童クラブの充実
	2-2 出産・子育てしやすさを実感できる支援	⑤子育て支援・保育サービスの充実	3人目の保育料等の無料化 - 地域子育て支援事業（子育て支援拠点の設置等） - ファミリー・サポート・センター事業 - 子育て世代包括支援センター事業（妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援を提供するワンストップ拠点を整備等） - 一時預かり事業（保育園等における児童の一時預かり等）
	2-3 苫小牧らしい教育プログラム形成支援	⑥苫小牧の地域資源を活かした体験学習の推進	豊かな自然環境や文化を活かした体験プログラムの充実

基本目標	施策の基本的方向	具体的な施策	事業例
地元の魅力を強化、暮らしやすさ発信で移住を促進	3-1 苫小牧出身者のネットワーク化支援	⑦苫小牧出身者への継続的な情報発信の拡充	 旬のとまこまい情報の発信事業（本市公式ホームページや公式フェイブックページによる情報発信等）
	3-2 交流人口・定住人口の拡大支援	⑧移住者の受け入れ体制の充実 ⑨とまこまいライフスタイルの確立 ⑩縁結びコーディネート機能の設置	 移住情報発信事業  苫小牧市お試し移住体験の支援事業  ヒーリングスポットとしての苫小牧の魅力造成事業  ゆとりある苫小牧の過ごし方の提案事業  地域コミュニティーポイント事業  とまこまいフィルムコミッション事業  とまこまい縁結びサポート助成事業（出会いイベントやセミナー等）
	3-3 “とまごころ（地元自慢の心）”の普及	⑪郷土の魅力を伝える活動の推進	 「地域学（地域の歴史・生活文化）」「地域コミュニティとのかかわり」を通じた「とまごころ（地元自慢の心）」の醸成  市民による地域魅力の深掘り、着地型観光ツアーの開発  「知られざる苫小牧」の情報発信  市内企業 PR 事業  ご当地スポーツ（アイスホッケー等）の推進事業
産業競争力を高め、地域ブランド力を向上	4-1 進出企業へのサポート機能の強化	⑫立地企業への支援強化	 立地企業のニーズ把握とフォローアップ  立地企業サポート事業（先行型事業）
	4-2 多様な産業集積（高度化）の推進	⑬多様な産業分野の企業誘致の促進	 進出企業のニーズを踏まえた提案型企業誘致活動の展開  新千歳空港の機能充実と国内・国際航空輸送ネットワークの拠点形成  国際コンテナターミナル等の機能強化とポートセールスの推進  進出希望企業インセンティブツアー事業  新たな事業所や機能等を市内に設けた企業への助成制度の整備事業
	4-3 地域間連携の促進	⑭広域連携事業の推進	 広域観光推進組織（DMO）の設立支援事業（上乗せ事業）  受入体制の整備事業（広域観光ルート検討や受入プログラムの検討等）（上乗せ事業）

とまこまい未来戦略マップ



地元企業と学生との“つながり”を強化し、地元雇用拡大を実現

現状と課題

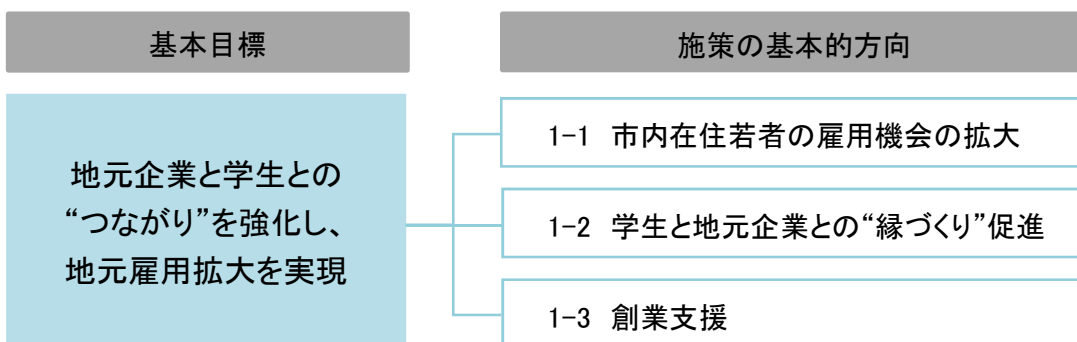
苫小牧市内から市外の転出の統計データを年齢別にみると、大学進学や就職の時期に多くの若者が市外（特に札幌市や首都圏）へ転出していることがわかります。その中でも、若年層（20歳代）の転出を抑制するための雇用環境の充実が課題となっています。

基本目標と施策の基本的方向

市内の高校・大学等に通う学生の市内企業に対する認知度は低く、まずは市内の学生が地元の優良企業（大企業、中小企業）を知り、興味を持つ機会を設けます。また、雇用の受け皿となる地元企業の雇用を拡大するとともに、自ら市内で創業（企業）する若者の育成を図ります。

数値目標	実績値(2014年度)	目標値(2019年度)
新規雇用創出数	—	延べ300人
管内学生の管内事業所就職割合※	53.49%	60%

※管内＝苫小牧公共職業安定所管内とする



1-1 市内在住若者の雇用機会の拡大

施策① 若者の市内就職の促進

■施策概要

市内にある企業情報を集約・発信し、市内学生とマッチングを行う企業情報ポータルサイトを構築します。市内企業の発掘、情報収集及び発信を行うとともに、奨励金事業を実施し、若者の市内就職を促進します。

■対象

- ・市内外の高校、大学等に通う学生、未就職者
- ・市内の企業

■目標・成果

- ・学生の市内企業への就職促進

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2015 年）	目標値（2019 年度）
企業データ掲載率※	47.9 %	50.0 %
処遇改善事業所数	—	延べ 50 事業所
新規雇用創出	—	延べ 300 人

※企業データ掲載率＝掲載数÷送付数

■具体的な事業例

就業支援事業（先行型事業）【工業労政課】

- 離職防止等処遇改善事業として、若者や女性社員の離職防止等につながる研修支援や、女性が働きやすい社会環境を構築するための支援等を行う。
- 若者人材育成事業として、若年入職者の発掘・育成並びに若手技術者・技能者の技術技能向上を図り、生産性及びサービスを向上させる取組等を支援する。（先行型事業として、平成 27 年度実施中）

市内企業の認知向上支援事業【企業立地課・工業労政課】

- 本市公式ホームページ内に、市内のさまざまな業種の企業・事業所情報を掲載する。（WEB サイト更新や運営にあたっては、市内企業へのヒアリングを行い情報の集約、魅力の発掘を行う。）
- 市内の大手企業や中小企業等への技術見学や就業体験ツアーを実施する。

新卒高校生等雇用奨励金事業【工業労政課】

- 25 歳未満の新卒高校生等の雇用促進を図り、雇用の維持・確保や若者の就職促進につながる支援を行う。

1-2 学生と地元企業との“縁づくり”促進

施策② 学生と地元企業との交流・連携機会の創出

■施策概要

苫小牧出身者の学校段階での支援を強化するとともに、各校・各企業に実施しているインターンシップ事業に対し、情報の一元窓口を設け、コーディネート機能を強化します。また、高校生等を対象とした見学イベント等を開催します。

■対象

- ・市内の大学、高等専門学校、高校、小学校
- ・市内の企業

■目標・成果

- ・あこがれの就職先として市内企業（大手企業、中小企業）の名前が挙がる
- ・学生に実践的な就労体験や訓練の機会を提供

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
インターンシップ新規受入企業数	— 件	延べ 50 件
インターンシップ参加学生数	454 人	500 人
キッズタウン出展企業・団体数	25 社	30 社

■具体的な事業例

高校生・大学生等の市内企業とのマッチング支援【工業労政課】

- インターンシップ受入企業の情報公開や情報ポータルサイトでの受入情報の公開を行い、情報の一元化に努める。

苫小牧駒澤大、室蘭工大、苫小牧高専等の高等教育機関と連携した各種取組の展開【政策推進課・工業労政課】

- 苫小牧駒澤大との連携協定に基づく側面支援により、学生の地域参加の意識を醸成し、地元就職を促進する。
- 室蘭工大、苫小牧高専等との協働事業「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC＋事業）」の取組の中で、学生の地元就職を支援する。

キッズタウン開催事業【青少年課】

- 仮想の街であるキッズタウンを作り、子ども達が擬似的な就労及び消費体験を行う。

就業支援事業（先行型事業）【工業労政課】

- 就業チャレンジ支援事業として、就職セミナーを開催するほか、ものづくり産業や福祉施設を中心とした見学ツアーを実施する。（先行型事業として、平成 27 年度実施中）

1-3 創業支援

施策③ 苫小牧における創業促進

■施策概要

苫小牧市内での創業希望者に対して、創業前後に必要な支援を行います。また、関係する機関（商工会議所、金融機関等）と連携し、創業希望者に対して支援を行います。

■対象

- ・創業希望者

■目標・成果

- ・地域経済の活性化（地域産業の多様化、スモールビジネスの創業）

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値(2014年度)	目標値(2019年度)
創業セミナー参加者数	87 人	100 人
創業者数	10 人	15 人
相談件数	130 件	150 件

■具体的な事業例

創業サポート事業【商業観光課】

- 商工会議所と連携した、新規創業セミナーを実施し、創業計画から創業後の経営相談までを一貫してフォローする。（経営や融資に関する相談など）また、新規創業セミナーの受講者が年内に開業した場合には、創業に係る一部経費を補助する支援を行う。（平成27年度から実施）

ワンストップ相談窓口の設置【商業観光課】

- 創業希望者又は創業者の様々な課題等について相談する窓口として、市と商工会議所でワンストップ相談窓口を設ける。

子育てしながら仕事を続けられる社会環境の整備

現状と課題

現在の合計特殊出生率を維持しても人口は減ることから、合計特殊出生率をさらに上げていかなければ、人口を維持することは難しいと考えられます。そこで、出産や子育てしやすい環境を整備するとともに、子育ての経済的負担感の軽減（市民を対象としたアンケート調査では「理想の子ども数が持てない理由」として「子育てや教育にお金がかかりすぎる」との回答が約6割）が課題となっています。

基本目標と施策の基本的方向

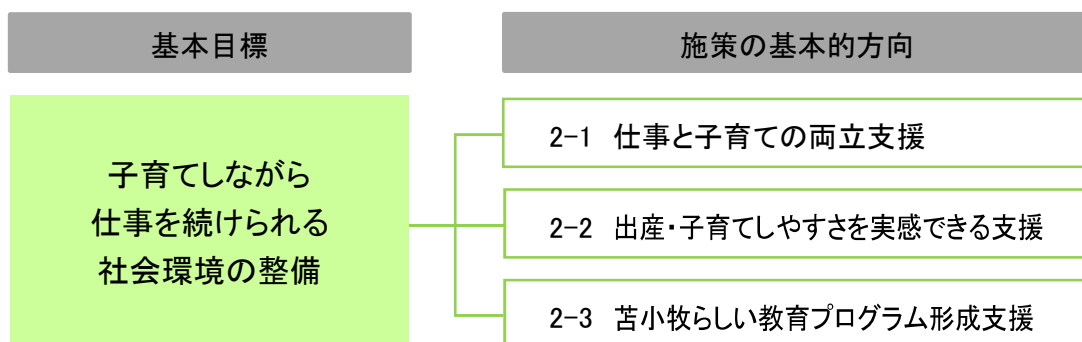
現代の子育て家庭は、夫婦ともに家計を支える働き手として、また地域経済を支える働き手として、役割を担っていることが少なくありません。共働きであっても、出産・子育ての負担を軽くする社会基盤整備を目指し、苦小牧らしい子育ての仕組みづくりを支援します。

数値目標	実績値(2014年度)	目標値(2019年度)
合計特殊出生率	1.51 ※ ¹	1.60
子育て環境や支援の満足度（5段階評価）	2.80 ※ ²	3.3
子育て世代（20歳代後半～30歳代）の女性の労働力率	62.2 % ※ ³	66.7 %

※1: 人口動態調査(2008～2012年)より算出

※2: 2013年調査結果

※3: 2010年調査結果



2-1 仕事と子育ての両立支援

施策④

ワーキングマザー＆ファザーの子育て応援

■施策概要

市内企業の子育て世代にやさしい職場環境整備（保育料の補助や保育ステーションの整備等）を支援することで、出産・子育てを理由とした離職を減らします。子育ての物理的・経済的な負担を軽くすることで、「子どもが欲しい」「もう一人生みたい」の希望をかなえます。

■対象

- ・子育て世代（特に共働き世帯（デュークス＝double employed with kids）を重視）
- ・市内の企業（大企業、中小企業）

■目標・成果

- ・出生率の向上
- ・地域子ども・子育て支援の充実

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
企業への保育ステーション機能の概要説明・周知	—	29 社
保育ステーションの機能に賛同する企業数	—	5 社

■具体的な事業例

企業近隣における「保育ステーション」の設置に向けた検討【こども育成課】

- モデル事業として、大手企業における保育ステーション機能のニーズや費用対効果の検証を行う。
- 中長期的取組として、共催事業として賛同した企業に対する「保育ステーション」機能の実現をめざす。

「子ども送迎バス」の検討【スポーツ推進室】

- 親等の送迎が必要となるアイスホッケー、サッカー、野球、水泳などのスポーツに関する習い事に対して、送迎バスを運行し、共働きでもスポーツを習わすことのできる環境を整える。

パパの子育て応援事業(父子健康手帳交付、パパの子育て講座等)【健康支援課】
➤ 父親の育児参加を促進することを目的に父子手帳を配布し、父親向けの子育て講座を開催する。
男女平等参画のための意識改革支援事業【男女平等参画課】
➤ 固定的な役割分担の意識改革、ワークライフバランスやダイバーシティなどを推進するための講演会などの啓発事業を実施する。 ➤ 男女平等参画社会を目指すための日本女性会議全国大会を開催することにより、市民意識の向上を図る。
女性復職支援事業【工業労政課】
➤ 結婚、出産、子育てを機に仕事を離れた女性の復職を支援する。
放課後児童クラブの充実【青少年課】
➤ 放課後児童クラブの土曜日開室や平日開室時間の延長、就学援助世帯及び登録児童3人目以降の利用料無料化を実施する。

2-2 出産・子育てしやすさを実感できる支援

施策⑤ 子育て支援・保育サービスの充実

■施策概要

少子高齢化の進行や共働きの増加などにより、保育所に対するニーズは多様化し、保育サービスをはじめとした子育て支援施策の充実が求められています。全ての子どもが心身ともに健やかに成長できる環境整備を図り、地域社会全体における子育て支援事業の充実を推進します。

■対象

- ・就学前児童
- ・幼児とその保護者

■目標・成果

- ・保護者の育児負担の軽減
- ・子どもが心身ともに健やかに成長できる環境整備

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
18 歳未満の子どもが 3 人以上いる世帯数	2, 053 世帯	2, 100 世帯
一時預かり事業（保育所型）の実施施設数	5 箇所	7 箇所

■具体的な事業例

3 人目の保育料等の無料化【こども育成課】

- 保育料や認定こども園の保育料無料化について、所得制限を設けず、全ての 3 人以上の子どもを持つ家庭への実施について検討する。また、一時保育事業など特別保育の無料化についても、費用対効果を含めて検討する。

地域子育て支援事業【こども育成課】

- 地域において子育て親子の交流等を促進する子育て支援拠点の設置を行う。

ファミリー・サポート・センター事業【こども支援課】

- 育児や仕事と子育ての両立を支援するため、小学生以下の託児などを行う。

子育て世代包括支援センター事業【健康支援課】

- 妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援を提供するワンストップ拠点を整備する。

一時預かり事業【こども育成課】

- 保育園等において児童を一時的に預かり、保護者の育児負担の軽減を図る。

2-3 苦小牧らしい教育プログラム形成支援

施策⑥

苦小牧の地域資源を活かした体験学習の推進

■施策概要

豊かな感性と人間性を持つ子どもを育成するため、社会の変化に対応する体験学習の機会と環境の整備を図ります。また、地域資源を活かした体験プログラムの充実により、自然豊かな苦小牧の環境の中での地元自慢の心を育みます。

■対象

- ・市内の幼児・小学生・中学生・高校生
- ・市内の幼児・小学生・中学生の保護者

■目標・成果

- ・子どもの感性と人間性、生きる力の育成

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014年度）	目標値（2019年度）
体験プログラム等の参加者数	12,098 人	12,500 人
体験プログラム等の実施回数	246 回	265 回

■具体的な事業例

豊かな自然環境や文化を活かした体験プログラムの充実【こども育成課／生涯学習課／青少年課／環境生活課／科学センター／美術博物館】

- 多様な体験や交流を通じた子どもの健全な育成の観点から、豊かな自然（森や湖）をフィールドとした体験プログラムや文化交流の体験教室の充実を行う。

地元の魅力を強化、暮らしやすさ発信で移住を促進

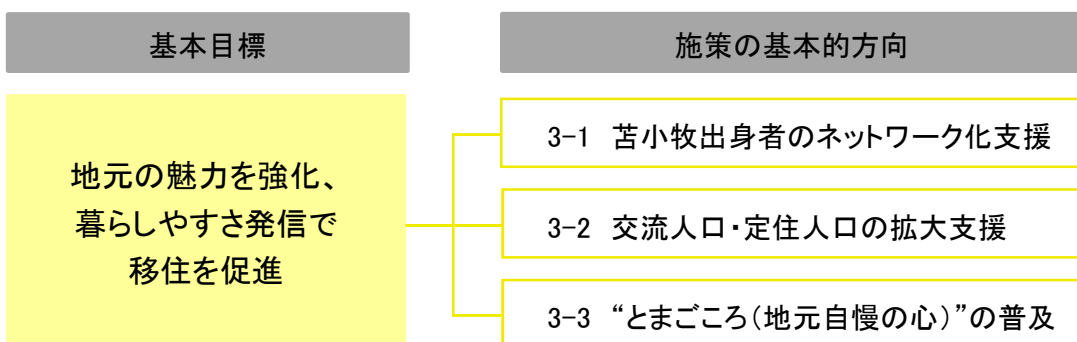
現状と課題

これまでの苫小牧市の人口は、製造業をはじめとする企業進出により、おおむね増加を維持してきました。今後の人口移動をめぐっては、全国的に人口が減少する中で、他都市（札幌や首都圏）と競合する可能性があります。そこで、これまで以上に苫小牧市の魅力や暮らしやすさをアピールし、「苫小牧市に移り住みたい」というイメージを維持・拡大していく必要があります。また、イメージだけでなく、実際に地域コミュニティの活性化や生活利便性の向上など、生活環境の改善も併せて進めていく必要があります。

基本目標と施策の基本的方向

苫小牧出身者を苫小牧市に戻ってくる可能性のある層（移住のターゲット）として捉え、将来的なUターンにつなげます。また、定住人口だけでなく、まずは交流人口を増やすとの観点から、苫小牧市に興味を持ち、繰り返し足を運んでももらえる機会（お試し移住など）を設けます。

数値目標	実績値(2014 年度)	目標値(2019 年度)
転入者数（定住人口数）	5,958 人	6,500 人
観光入込客数（交流人口数）	186 万人	218 万人
「苫小牧市は住みやすい」と回答した人の割合	23.3 %	30.0 %



3-1 苫小牧出身者のネットワーク化支援

施策⑦

苫小牧出身者への継続的な情報発信の拡充

■施策概要

苫小牧出身者は、将来的に結婚や子育てを機に、苫小牧市にUターンする可能性があることから、市内の暮らしの情報や空き家情報、求人情報等をホームページやSNS（フェイスブック等）を活用して発信し、出身者が気軽に地元の情報に触れられる環境を整えます。

■対象

- ・苫小牧出身者（現在、市外在住者）

■目標・成果

- ・苫小牧市へのUターン促進
- ・市外からの転入促進

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014年度）	目標値（2019年度）
ホームページ年間アクセス数	871,109 件	維持

■具体的な事業例

旬のとまこまい情報の発信事業【秘書広報課】

- 市のホームページや公式フェイスブックを活用し、苫小牧出身者がUターンを考えるきっかけとなる情報やお役立ち情報（暮らしの情報や空き家情報、求人情報等）を発信する。

3-2 交流人口・定住人口の拡大支援

施策⑧

移住者の受け入れ体制の充実

■施策概要

移住希望者に対して、苫小牧市の生活環境や子育て環境などの情報や相談窓口の一元化を行い、効果的な情報発信と相談支援を行います。また、空き家の情報の整理・発信や空き家への入居支援を行います。さらに、苫小牧市の暮らしを体験できる機会を設けます。

■対象

- ・市外の在住者（特に、近隣市や首都圏）

■目標・成果

- ・市外からの転入促進
- ・苫小牧市の認知度向上

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
移住問い合わせ数	12 件	30 件
お試し移住への参加者数	—	10 世帯

■具体的な事業例

移住情報発信事業【政策推進課】

- 国の『移住ナビ』、北海道での『北海道移住まるごと情報サイト』にタイムリーな情報提供を行うとともに本市公式ホームページ等で苫小牧市の暮らしに関する情報を集約した情報を発信する。

苫小牧市お試し移住体験の支援事業【政策推進課】

- 苫小牧市の暮らしを実感できるよう、移住を検討している方に対し、関係団体と連携して、移住体験ができる住宅を提供する。

施策⑨

とまこまいライフスタイルの確立

■施策概要

苫小牧の貴重な自然を生かした新たなライフスタイルや観光イメージを開発し、交流人口や定住人口の獲得につなげます。また、交流人口や定住人口を増やすことで、地域経済の活性化につなげます。

■対象

- ・市外の在住者（特に、近隣市や首都圏）

■目標・成果

- ・交流人口及び定住人口の拡大
- ・苫小牧市の新しい過ごし方、暮らし方の定着

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
観光拠点別の観光入込客数	186 万人	218 万人
コミュニティポイント登録者数	—	40 千人

■具体的な事業例

ヒーリングスポットとしての苫小牧の魅力造成事業【政策推進課・まちづくり推進課】

- 雄大な自然（森林や湿地、温泉や火山）の恵みを活かし、日常の疲れやストレスを癒す滞在型の施設（治療院、温浴施設、宿泊施設、お試し移住のための貸別荘）など、民間の投資を呼び込み、都心と苫小牧を行き来する高所得者層（外国人を含め、世界を転戦するスポーツ選手やグローバルに活躍する一流ビジネスマン、ライフスタイル等に影響力を持つ文化人など）の誘客を推進する。

ゆとりある苫小牧の過ごし方の提案事業【商業観光課・環境生活課】

- 貴重な湿原での野鳥観察、丘陵地でのホーストレッキングなど、苫小牧ならではのアクティビティや時間の過ごし方を提案する。

地域コミュニティポイント事業【政策推進課】

- 地域コミュニティポイントサービスシステムを構築し、公共サービスの利活用の促進と地域内商店の活性化を図る。

とまこまいフィルムコミッション事業【商業観光課】

- 市内での映像制作に向けた各種支援を行い、ロケーション撮影地という新たなまちの魅力を創出する。

施策⑩**縁結びコーディネート機能の設置****■施策概要**

結婚を機とした移住者を増やすべく、苫小牧市内在住の男性又は女性と市外在住者（札幌市民など）とのマッチングを行います。（とましん結婚相談所と連携した）メンター機能を強化し、結婚希望者への支援を行います。

■対象

- ・20～30 歳代の市内及び近隣市町在住者

■目標・成果

- ・有配偶率の向上
- ・出会いの場の拡充

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
婚姻率※1	5.51 ※2	6.00
とましん結婚相談所登録者の結婚数（累計）	15 組	30 組

※1: 婚姻率＝年間婚姻数／9 月末日人口総数×1,000

※2: 2010 年(平成 22 年)6 月 30 日現在の実績値

■具体的な事業例**とまこまい縁結びサポート助成事業【政策推進課】**

- 本市、関係団体（商工会議所、とましん結婚相談所等）と連携し、出会いイベントやセミナーの企画等の事業展開について協議するとともに、必要に応じて開催経費等を助成する。

3-3 “とまごころ(地元自慢の心)”の普及

施策⑪

郷土の魅力を伝える活動の推進

■施策概要

子どもから高齢者までの全ての市民が、苫小牧市の魅力をつくり、伝える担い手となり、苫小牧市における地域資源の活用方策や課題の共有を図ります。また、苫小牧市への理解を深めるとともに、地元自慢の心（とまごころ）の醸成につなげます。

生涯学習として、地域ガイドの育成講座を設置し、市民が自ら地域のお宝（地域資源）を発掘し、その魅力を伝える活動を促進します。また、市内企業（製造業等）の工場等を市民や観光客に紹介する機会を設け、市内外での認知向上、イメージ向上を図ります。

■対象

- ・市民（子どもから高齢者まで）、市内企業

■目標・成果

- ・地元自慢の心の醸成
- ・市民自身の苫小牧市の魅力への理解とその魅力を伝える心（もてなしの心）の育成

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014年度）	目標値（2019年度）
苫小牧市に住みたいと思う高校生・大学生の割合	26.2 %	30.0 %
市民ガイドの登録人数	10 人	30 人
とまこまい産業観光ガイド掲載企業数	20 社	25 社
氷上スポーツ育成事業への参加者数	351 人	360 人

■具体的な事業例

「地域学(地域の歴史・生活文化)」「地域コミュニティとのかかわり」を通じた「とまごころ(地元自慢の心)」の醸成 【生涯学習課・美術博物館】

- 「地域学(地域の自然や歴史、生活文化)」を子どもから高齢者までが学び、「地域コミュニティとのかかわり」の中で、地域への深い理解と地域を愛する心を育むプログラムを構築する。

市民による地域魅力の深掘り、着地型観光ツアーの開発 【商業観光課】

- 地域の自然、歴史、生活文化など、苫小牧市の魅力を講座を通じて市民自らが学び、受講後は市民ガイドとして免許を授与。市民発のバラエティ豊かな着地型観光ツアーの開発につなげる。

「知られざる苫小牧」の情報発信 【生涯学習課・政策推進課】

- 普段、入ることのできない「工場の内部」、車ではいけない「トレッキングルート」など、グーグルのストリートビューを活用し、市民が自ら苫小牧の魅力を発信していく環境を整える。そのための技術習得の講座等を行う。

市内企業 PR 事業 【商業観光課・企業立地課】

- WEB やフェア、ツアーなど様々な機会を活用し、市内企業の魅力を発信することにより、イメージ向上につなげる取組を行う。

ご当地スポーツ(アイスホッケー等)の推進事業 【スポーツ推進室】

- アイスホッケーなど、地域で愛されるスポーツの発展を市民や市内企業で支える仕組みの確立。

産業競争力を高め、地域ブランド力を向上

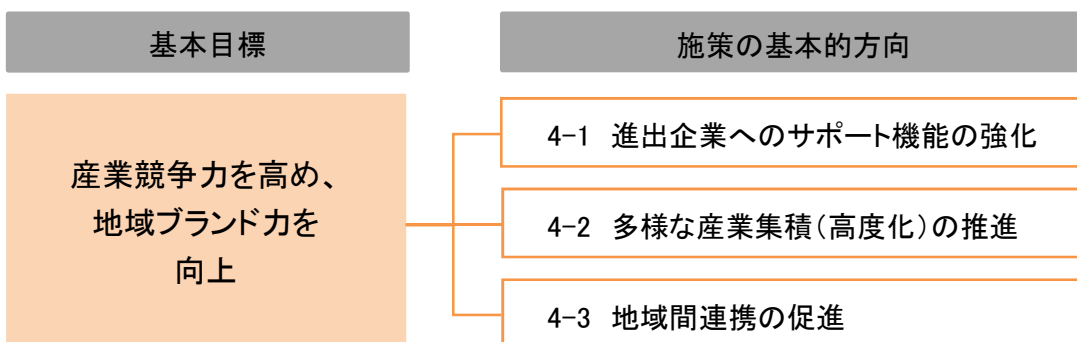
現状と課題

これまで人口増加を維持できたのは製造業をはじめとする企業進出の効果が大きく、今後人口減少局面を迎える中で、更なる競争力の向上が喫緊の課題です。また、産業集積地である苫小牧は、世界的な景気の影響や社会環境の変化により、常に（国際的な）地域間の競争にさらされているとも言えます。

基本目標と施策の基本的方向

そこで、更なる企業誘致の推進、および進出企業に対するフォローアップを進めます。また、多様な産業の集積（高度化）を推進するとともに、地域間連携による産業振興（直近では観光振興）を進めます。

数値目標	実績値(2014 年度)	目標値(2019 年度)
新規企業進出件数（5 年間累計）	—	20 件
広域連携による共同事業の新規実施数	—	延べ 10 件



4-1 進出企業へのサポート機能の強化

施策⑫

立地企業への支援強化

■ 施策概要

国内市場の縮小や人口減少などを背景に、今後は企業誘致だけではなく地域経済を支える立地企業の成長が不可欠となってきます。立地企業が抱えている課題やニーズに対して、継続的に意見交換・情報共有を図るとともに、課題解決に向けて連携・協力・支援を行います。

■ 対象

- ・ 立地企業

■ 目標・成果

- ・ 立地企業の成長、発展

■ 重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
合同就職説明会への参加者数※ ¹ （5 年間累計）	—	500 人
職場の環境改善につながったと答えた従業員割合※ ²	—	80 %
展示会等における商談（接触）件数※ ³	—	100 件※ ⁴

※1: 立地企業サポート事業(人材確保支援事業)

※2: 立地企業サポート事業(職場環境改善事業)

※3: 立地企業サポート事業(事業拡大・販路拡大支援事業)

※4: 1社あたりの1回の展示会等における平均件数

■ 具体的な事業例

立地企業のニーズ把握とフォローアップ【企業立地課】

- 立地企業との接触機会の拡大を図る。
- 立地企業への情報発信・情報交換の場として、専用ポータルサイトを新設し、多面的な企業支援を展開する。

立地企業サポート事業(先行型事業)【企業立地課】

- 事業拡大・販路拡大支援事業として、市内中小企業における販路拡大や新たなビジネスパートナーを得るための国内外への展示会や商談会への出展経費を補助する。
- 人材確保支援事業として、製造業等の労働力市場の開拓や有能な人材確保と定住促進のため、市が主体となって苫小牧市外で市内企業による合同就職説明会を開催する。
- 職場環境改善事業として、従業員の職場の定着率向上を目的とした、福利厚生、労働環境の改善のための設備投資などの経費を補助する。
(先行型事業として、平成 27 年度実施中)

4-2 多様な産業集積(高度化)の推進

施策⑬

多様な産業分野の企業誘致の促進

■施策概要

新規立地及び企業の設備投資を呼び込むために、必要なインフラ整備を行うとともに、進出意欲のある企業向けの下見ツアーを新たに行うなど、苫小牧ならではの立地環境を広くPRし、多様な産業分野における企業進出を促進させる。

■対象

- ・市内への進出希望企業

■目標・成果

- ・ものづくりを核とした産業集積地、物流拠点としての競争力の向上

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014年度）	目標値（2019年度）
新千歳空港の年間利用者数	19,260,408 人	22,046,000 人
苫小牧港の取扱貨物量	10,630 万トン	11,180 万トン
進出希望企業インセンティブツアー参加社数	—	延べ30 社
新たな助成制度を利用した企業数	—	延べ3 社

※苫小牧港の取扱貨物量の目標値は現港湾計画の目標年次(平成30年代前半)における数値

■具体的な事業例

進出企業のニーズを踏まえた提案型企業誘致活動の展開 【企業立地課】

- 進出希望企業のニーズを捉え、苫小牧市の優位性を活かした企業別立地プランを作成するなど、提案型の企業誘致活動を展開する。

新千歳空港の機能充実と国内・国際航空輸送ネットワークの拠点形成 【空港政策課】

- 新千歳空港の機能を充実させるとともに、国内・国際航空輸送ネットワークの拠点となりうる国際競争力の向上を図る。

国際コンテナターミナル等の機能強化とポートセールスの推進 【企業立地課】

- 東港区では国際コンテナターミナルの整備を進め、コンテナ物流の効率化に向けた機能強化を図る。
- 西港区では広域的な流通港湾に対応した港湾整備を進め、さらなる海上輸送の安全性やサービス向上を目指す。
- 国内外の新たな船社・荷主の獲得に向けたポートセールスを行う。

■ 具体的な事業例

進出希望企業インセンティブツアー事業【企業立地課】

- 進出意欲のある企業のマネジメント層などを対象とした「苫小牧下見ツアー」を実施する。冷涼な気候や港・空港に近い立地条件などの優位性のほか、観光地や住環境などについてもアピールする。

新たな事業所や機能等を市内に設けた企業への助成制度の整備【企業立地課】

- 今後成長が見込める産業分野の企業が、市内に事業所等を設けた場合の助成制度を新たに整備する。

4-3 地域間連携の促進

施策⑭

広域連携事業の推進

■施策概要

東胆振定住自立圏や胆振日高地域における地域間の連携を促進し、各地域の特色を活かした事業を推進します。また、広域での地域魅力を深堀し、その価値を内外に発信するための組織を設立し、地域ブランド化を促進させます。さらに、広域圏における中核市として、本市が果たすべき機能や役割について検討を進めます。

■対象

- ・本市を含む、周辺市町村（広域連携）
- ・地域サービス産業事業者（観光関連事業者等）

■目標・成果

- ・広域での連携を促進し、地域ブランド力の向上

■重要業績評価指標(KPI)

指標名	実績値（2014 年度）	目標値（2019 年度）
道外プロモーション回数（累計）	2 回	10 回
着地型（市内）モニターツアー参加者数	46 人	100 人
着地型（市内）モニターツアーアンケート満足度	87.0 %	95.0 %

■具体的な事業例

広域観光推進組織(DMO)の設立支援事業(上乗せ事業)【政策推進課】

- 日胆エリアにおける周辺市町村や関連団体、観光関連事業者等と連携し、広域でのマーケティング、プロモーション等を推進させるための組織を設立する。

受入体制の整備(上乗せ事業)【政策推進課・商業観光課】

- クルーズ船の寄港時の受入強化をはじめ、広域観光ルートの設定を検討するとともに、宿泊、着地型体験プログラムなどの受入整備を行い、にぎわいの風景そのものも観光資源とし、市街地の活性化につなげる。