

南陽市地域雇用創造計画書

平成 29 年 6 月

南 陽 市

目 次

- 1 事業構想提案書又は地域雇用創造計画の名称
- 2 地域の名称
- 3 自発雇用創造地域の区域
 - 3-1 自発雇用創造地域の区域
 - 3-2 要件該当地域であることの明示
- 4 労働力の需給状況その他雇用の動向に関する事項及びその目標
 - 4-1 地域の現状
 - 4-2 地域の課題
 - 4-3 目標
- 5 地域の雇用創造を図るために行う事業
 - 5-1 全体の概要
 - 5-2 地域再生法第5章の特別の措置を適用して行う事業
 - 5-3 その他の事業
 - 5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置
 - (1) 支援措置の名称
 - (2) 事業の実施主体
 - (3) 事業の具体的内容
 - (4) (3)における各種支援措置の周知徹底に関する事項
 - (5) 事業終了後における地域の雇用創造に係る計画予定等
 - (6) (1)以外の地域再生基本方針に基づく支援措置
 - 5-3-2 支援措置によらない独自の取組
 - (1) 市町村自らが実施する独自の取組
 - (2) 地域再生基本方針に基づく支援措置以外の国等による支援措置
- 6 計画期間
- 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項
 - 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法
 - 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容
 - 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法
- 8 自発雇用創造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協同組合等に関する事項

1 事業構想提案書又は地域雇用創造計画の名称
 「シャインマスカットだけじゃない！！ 南陽 Shine プロジェクト」
 ～かがやく文化、きらめく人材、ときめく出会い、そして3つの Shine を
 融和して新たな戦略の構築と雇用創出へ～

2 地域の名称
 南陽市

3 自発雇用創造地域の区域

3-1 自発雇用創造地域の区域

南陽市の全域

3-2 要件該当区域であることの明示

当市の有効求人倍率及び人口減少率は、下表のとおりとなっており、要件を満たしている。

	有効求人倍率 季節除く一般（パート含む）		有効求人倍率 常用（パート除く）		人口減少率 （%） （H23年3月 31日の人口-H 28年1月1日の 人口）/（H23年 3月31日の人 口）
	26年1月～28年 12月平均 （※全国平均 1.22のため1以 下）	28年平均 （※全国平均 1.37のため1以 下）	26年1月～28年 12月平均	28年平均 （※全国平均 1.11のため1以 下）	
全国平均	1.0	1.0	0.99	1.0	0.81
南陽市	0.92	1.02	0.78	0.90	4.66

4 労働力の需給状況その他雇用の動向に関する事項及びその目標

4-1 地域の現状

（地勢）

当市は、山形県の南部に位置し、総面積160.52km²、北部は山地で、全面積の5割以上を山林が占める。南には沃野が開け、農作物の耕作に適している。冬期間は積雪量が多く、特別豪雪地帯にも指定されている。また、風光明媚な県南県立自然公園や赤湯温泉など、豊富な観光資源を有する地理的条件に恵まれ、鉄道、道路交通網にも恵まれた県南地方の要衝の地にある。

（人口）

当市の人口は、平成22年10月現在33,658人であったが、平成27年10月までに1,373人減少し、32,285人となっている。

高齢化率は31.1%であり、近年の出生率の低下や市外への若者流出が、人口減少の原因となっている。

また、平成22年の労働力人口は、16,344人であり、平成17年と比較すると、9.6%の減少となっており、年齢構成別では、特に若年者の減少が著しく、13.4ポイントの減少となっている。

(産業)

当市では、古くから観光産業が栄えてきた。東北のお伊勢様と呼ばれる熊野大社、赤湯温泉（旅館14軒）、江戸時代から続く酒蔵、4つのワイナリー、空のスポーツを堪能できるスカイパーク、全国的に有名なラーメン店、シャインマスカット等のぶどうやさくらんぼなど、パワースポットから保養、スポーツ、おいしいグルメまで、たくさんの観光資源が存在する。また、春に桜まつり、初夏にバラまつり、秋に菊まつり、冬には雪灯かりまつりが開催されるほか、年2回のワインフェスティバルなど、四季を通じて観光を楽しむことができ、観光客をターゲットとして、古くから飲食サービス業、小売業、宿泊業が活性化してきた。また、平成27年10月に開館した南陽市文化会館は、南陽産の木材を使用した「世界最大の木造コンサートホール」として、ギネス世界記録認定を受け、新たな観光交流の目玉となっており、有名アーティストのコンサート等の開催など、市内外から期待が寄せられている。

しかし、観光客は、それぞれの観光資源を個々に楽しむか、又は、インターネット情報で観光資源の存在を知っていても、現地でその魅力を満喫することなく、市外の観光地へと流れることが多い状況である。また、当市を訪れる観光客総数は、平成17年で1,398千人、平成22年で1,199千人となっていたが、東日本大震災後の平成23年には938千人と大幅に減り、その後、少しずつ増加しているものの、平成27年で1,085千人となっており、震災前までには回復していない状況である。

製造業においては、当市に古くから営まれていた製糸業の名残から、ものづくりの伝統が引き継がれている。高度成長期をピークに独立した多くの配電盤製造業者が、市内東部に集積しているほか、南陽西工業団地を中心として、市内各所に多くの製造業者が興隆している。当市における平成22年現在の製造業就業者は3,957人となっており、全就業者に占める割合は24.2%で、全国平均の16.1%を大きく上回っている。

しかし、製造業では、企業間で雇用面における大きな格差が生じている。就職面談会において、首都圏から新たに誘致されるような企業には、多くの求職者が列をなすのに対し、町工場のような中小の製造業では、面談者が全くなく、求人と求職者との間で大きなミスマッチが生じている。

農業については、南に広がる沃野で主に水稻が作付され、日当たりのよい斜面では、収穫期の一日の寒暖差が大きいことから、ぶどう等の果樹栽培に適しており、農業に有利な地形を活かして水稻、果樹、畜産などを組み合わせた複合経営が行われ、基幹産業として重要な役割を果たしてきた。

また、当市では、約300年のぶどう栽培の歴史を反映し、明治時代半ばから、ワインの醸造も始まり、現在は、山形県内のワイナリー12社中4社のワイナリーが立地し、生食用ぶどう生産の他、ワインの原料の供給元としてぶどう農家が発展してきた。それに加え、近年、数ある生食用ぶどうの中で、南陽市で栽培されたシャインマスカットが、地域内外から特に高い評価を受け、これからさらに需要が伸びる高級ぶどうとして期待されている。

しかし、農業者の高齢化や後継者不足により、農家数は減少が続いており、平成17年の1,693戸から平成27年には1,328戸となっている。

当市の食に関しては、菓子等のよく知られた土産品が少ないため、先の実践型地域雇用創造で新たな土産品やメニューを開発してきた。その結果、開発した商品の一部が、市内の菓子製造業等の店舗でその商品を取り扱うようになり、また、新たな雇用も生まれ、事業の成果が出ている状況である。しかし、観光客にアピールできる土産品等が、やはり近隣市町と比べて乏しい状況である。

(雇用)

ハローワーク米沢管内の新規求人数は、平成28年12月現在で1,063人となっており、産業別の新規求人構成比は、製造業が22.8%と最も高く、次いで医療・福祉業が19.7%、卸・小売業が14.2%などとなっている。

また、ここ数年の新規求人数の動向を見ると、横ばいで推移しているが、有効求職者数は平成28年12月現在で2,134人となり、平成24年6月と比較すると、39.8%の減少している。

しかし、当市における常用有効求人倍率は、平成25年平均の0.51から平成28年平均の0.90と上昇しているが低水準で推移し、地域内の求職者にとっては、希望する職種に就くことができず、求人と求職者との間で大きなミスマッチが生じている。

4-2 地域の課題

(重点分野)

- ① 観光関連（宿泊業、飲食サービス業、小売業）分野
- ② ものづくり（製造業）に関する分野
- ③ 農業に関する分野
- ④ 食（食料品製造業等）に関する分野

(地域の課題)

【観光関連（宿泊業、飲食サービス業、小売業）分野】

当市の観光については、前述した通過型の観光となっていることや観光客の減少により、たくさんの観光資源が活かしきれていない状況

である。そのため、当市の基幹産業である観光産業は、一部の繁盛店を除き、持続的な発展が見られない状況である。

また、当市の商店数は、平成11年度の675件のピーク時から、平成26年度には、385件にまで減少し、観光客をターゲットとして当市に根付いて繁盛していた店舗、飲食店等が衰退してきている。

当市では、市の商工観光課、南陽市観光協会、南陽市観光推進会議が連携し、市内の各種まつりや観光資源のPRに努め、また、誘客推進活動として、近県や首都圏のエージェントへの訪問や懇談を通じて、積極的な観光客の誘客に努めているが、観光産業の発展につながるような観光客数の増加には至っていない状況である。

一方、平成30年には東北中央自動車道が開通する見込みとなっており、当市に観光客を誘致する絶好のチャンスと捉え、独自の観光施策の展開を予定しているが、単なる交通上の通過地点とならないよう、当市の観光資源を活かした一步先の事業展開が期待されている。

そこで、実践型地域雇用創造事業を活用し、観光客へのおもてなし等に関するセミナーの開催をはじめ、当市を訪れる観光客の属性・基礎調査を実施して改めて観光課題を分析し、また、滞在型観光ツアー商品開発とその普及によって観光客の誘客に努め、観光産業を活性化して雇用創出につなげていく。また、後述のワイン特区認定による当市の注目度アップとの相乗効果を狙い、ワインツーリズムも積極的に推進していく。

【ものづくり（製造業）に関する分野】

当市が実施した平成28年度南陽市労働雇用実態調査（以下「実態調査」という。）によれば、製造業のうち、「人材不足」と回答した企業の割合は、有効回答の22%を占め、年々増加傾向にある。特に中小企業では、求人しても応募者がいないなど、大変苦慮している。また、実態調査において、新卒者の3年目の定着率は約60%となり、3年前と比べて約20ポイント下回り、人材不足に拍車をかける状況となっている。このような理由により、人材を確保したくてもできないことから、注文があっても生産量を増やすことができない中小企業が存在し、企業の業績に影響を与えかねない悪循環が生じている。

また、実態調査によれば、今後、雇用について市に期待する制度・支援の上位3項目は、「社員に対する教育・資格取得等への支援」、「採用情報発信への支援」、「必要な人材確保への支援」であった。

このような中で、当市では、事業所の新設や増設に対する企業立地奨励金の拡充や、首都圏等から本社機能に移転し、雇用が増加した事業所に対する本社機能移転奨励金や固定資産税の不均一課税制度の創設など、雇用促進のための施策を講じているが、特に若者への雇用の場の確保など、雇用対策に苦慮している状況である。

そこで、実践型地域雇用創造事業を活用し、それらの課題を解決するための効果的なセミナーの開催を通じて、迅速な改善が求められている中小企

業を中心とした人材確保と従業員育成を促進させ、また、製造業への就職を希望する求職者に対し、就職のための実践的な能力を養成することにより、求人側と求職側とのミスマッチ解消を推進する。

【農業に関する分野】

当市の農業は、前述のとおり、農業者の高齢化や後継者不足により農家数は減少が続いており、耕作放棄地や遊休農地が増加し、生食用ぶどうの生産量減少、ワインの原料調達が困難になるなどの課題が生じている。

ワイン生産に関しては、昨年、当市が構造改革特別区域計画「ぶどうの里なんようワイン特区」の認定を受け、新規ワイナリー参入者の増加も期待される中、本年、当市5つ目となる新たなワイナリーが創業する見込みとなっている。これからは、更なるぶどうの需要が高まってくることが考えられ、新たな雇用創出の機運が高まっている。

このような中、地方創生推進交付金による「耕作放棄地バンクを活用した醸造用ぶどう栽培プロジェクト」として、平成28年度から耕作放棄地バンクをスタートさせ、首都圏企業や個人資産家に耕作放棄地等の売り込みを実施し、UIJターン者による農地の再生、雇用創出支援を実施している。しかし、農地の再生にあたり、それを手掛ける新規就農者の養成が、最重要課題となる。

そこで、実践型地域雇用創造事業を活用し、需要の高まるぶどう栽培を中心とした農家の養成に係るセミナー等の実施を通じ、新規就農者の育成に努め、ぶどう農家等での雇用を創出し、魅力あるぶどうの里なんようの形成につなげていく。

【食（食料品製造業等）に関する分野】

当市の食（食料品製造業）は、前述のとおり、観光客にアピールできる土産品等が、近隣市町と比べて乏しい状況である。

その中で、当市独自の南陽産品ブランド化推進事業により、先の実践型地域雇用創造事業で開発したお菓子を販売する菓子製造業に対し、販路拡大を支援し、新たな雇用創出を図りたいと考えている。

しかし、前述した新たな観光客の増加を図るに当たり、また、ワイン特区認定に絡めたワインツーリズムを推進し、雇用創出を図っていくためには、当市の新たな食文化を醸成していく必要がある。

そこで、実践型地域雇用創造事業を活用し、先の事業で開発した土産品や新メニューをブラッシュアップするとともに、南陽市のワインや日本酒に合うお菓子、料理等を開発し、市内外において試食会、マーケティング調査等を行い、情報発信を通じて観光客等への販路を拡大し、新たな雇用を創出する。

4-3 目標

実践型地域雇用創造事業による雇用創出数：

事業開始前84人→平成31年度105人（累計）

		事業開始前 現時点： 基準値	平成29 年度 (1年度 目)	平成30 年度 (2年度 目)	平成31 年度 (3年度 目)	事業終了後 最終目標 値：結果
アウト プ ット	雇用拡大 メニュー	213社	95社	110社	110社	315社
	人材育成 メニュー	190人	70人	85人	85人	240人
	就職促進 メニュー	110人	30人	30人	30人	90人
ア ウ ト カ ム	雇用拡大 メニュー	16人	6人	11人	11人	28人
	人材育成 メニュー	42人	13人	17人	17人	47人
	就職促進 メニュー	17人	6人	6人	6人	18人
	雇用創出 実践メニュー	9人	4人	4人	4人	12人
	合計	84人	29人	38人	38人	105人

※ 目標設定の考え方

事業者・求職者へのセミナーや地域資源を活用した商品開発等を通じて地域の雇用機会の創出を目指す実践型地域雇用創造事業の実施に当たり、同事業による雇用創出数を目標とするもの。毎年度、同事業を活用した事業者・求職者へのアンケート調査等により効果測定を実施するとともに、地域の関係者から構成される協議会において評価を行う。

内訳は、別紙1のとおり

5 地域の雇用創造を図るために行う事業

5-1 全体の概要

当該地域の基幹産業である、観光関連分野、ものづくりに関する分野、農業に関する分野、食に関する分野を重点分野に設定し、協議会の構成員である山形県置賜総合支庁、南陽市商工会、南陽市観光協会等の地域の関係機関との連携のもと、実践型地域雇用創造事業を活用し、これからの当市の基幹産業を担う事業所の人材育成を目的として、雇用拡大メニュー、人材育成メニューの各種セミナーを開催する。また、ハローワーク米沢と連携し、就職促進メニューにおける就職面接会を当市で開催し、地域の求

人と求職者にマッチングの機会を提供する。さらに、雇用創出実践メニューにおいては、地域の観光、食材等の資源を活かした多面的な滞在型ツアー商品開発事業、グルメ開発事業を実施し、雇用の創造を目指す。

なお、実践メニューの事業実施に当たっては、重点分野に設定した各分野に精通したアドバイザーを迎え、地域特産物を活用した地域再生についての技術指導及び雇用の受け皿となる連携組織作りの支援、他地域の好事例紹介などのアドバイスをいただくことを予定している。

5-2 地域再生法第5章の特別の措置を適用して行う事業 別紙2のとおり

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

(1) 支援措置の名称

実践型地域雇用創造事業

(2) 事業の実施主体

南陽市雇用創造協議会

構成員、組織図は、別紙3のとおり

(3) 事業の具体的内容

事業の具体的内容は、以下のとおり

【雇用拡大メニュー(事業主(その従業員、創業希望者を含む)を対象とすること)】

①1-Shine「かがやく文化」を、伝えるおもてなし接客セミナー

南陽市の地域資源を「かがやく文化」としてとらえ、それを国内外の観光客や買い物客に語り伝え、また、誇りと優しさを持って接客・接遇できるような、販売・集客促進を目指す、おもてなしの心と技を磨くセミナー

②1-Shine「かがやく文化」で、集客力アップのメディア戦略セミナー

商品(製品)、サービスのマスコミ等への情報発信のためのプレスリリース手法等を学ぶセミナー。基本的な情報発信戦略からソーシャルメディアを活用した応用・実践まで、メディア戦略方法を幅広く習得するとともに、そのコンテンツとして南陽市の「かがやく文化」を幅広く投影できるような知識と技術を習得していく。

③1-Shine「かがやく文化」で、売上アップの営業戦略セミナー

先進的な販売方法やマーケティング、知的財産の活用方法など、基礎から応用までの先進的な販売手法を習得するとともに、そのコンテンツとして南陽市の「かがやく文化」を幅広く投影できるような知識と技術を習得していくセミナー

④1-Shine「かがやく文化」を、生かした事業拡大戦略セミナー

事業と雇用の拡大に向けて、「南陽市に所在する企業ならではの発想」で、「かがやく文化」としての地域資源を生かしつつ、いかに独創的な戦

略を構築するか。また、その戦略達成に向けて、いかなる人材を確保し、いかに育成していくか——そうした戦略的な視点に立って、人材確保や育成方針、人材活用をめざすための実践的セミナー

- ⑤1-Shine「かがやく文化」で、オンリーワンを目指す観光業売上向上セミナー

観光客をターゲットとした地域内事業所の事業拡大を促進するために、観光客を取り込むための観光ビジネス戦略のノウハウを学ぶセミナー

- ⑥1-Shine「かがやく文化」の、更なる活用を目指す成果品公開セミナー
実践メニューの事業にて開発した成果品について、順次、地域内に公開するセミナー。市内の旅館業、飲食サービス業、小売業、食料品製造業等での成果品の活用を促進し、各産業を活性化させ、市内企業の事業拡大、雇用拡大を図る。

雇用拡大メニューにおけるセミナーの詳細は、別紙4のとおり

【人材育成メニュー（原則として地域求職者を対象とすること）】

- ①2-Shine「きらめく人材」を、IT時代に生かすセミナー

地域の各種資源に幅広い知識を持ち、それをITの効果的な活用により販売促進や販路開拓に生かせるような、「きらめく人材」育成を目的としたセミナー。一般的な事務を行う上で必要となる文書作成やデータ積算などの基礎から、データベース管理やプレゼンテーション等の応用までを学ぶほか、汎用ソフトによるホームページ構築などビジネス現場で即応できる実用的なITスキルを習得する。

- ②2-Shine「きらめく人材」の、夢をかなえる起業家育成・創業支援セミナー

起業意欲のある者に対し、その潜在力に磨きをかけて新たな起業家を養成するセミナー。ゼロからの学習を通じて、起業、創業する前の悩みと、創業直後に直面する問題・不安を解消し、実践的な能力アップを目指す。

- ③2-Shine「きらめく人材」を、ものづくりに生かすキャリアマッチング支援セミナー

就労意欲を有しているにも関わらず、希望する職業へ就職できていない求職者に支援し、また、出産育児後や中途離職後の採用後のミスマッチによる離職を防止するため、ビジネスマナー、コミュニケーションやプレゼン能力など自分の仕事力を習得し、就職に必要な知識を習得するとともに、キャリアコンサルタントによるカウンセリング（面接、指導等）を実施することにより、早期就職と職場定着に繋げるためのセミナー

- ④2-Shine「きらめく人材」を、製造・運輸業に生かす技術習得セミナー

製造業、運輸業等の分野で必要とされるフォークリフトの資格取得を支援し、雇用に繋げる。当市では、製造業、運輸業等での求人が見込まれ、直接雇用に結びつきやすい技術を習得することにより更なる雇

用の拡大を図るセミナー

- ⑤2-Shine「きらめく人材」を、育てるぶどう農家育成・体験型就農セミナー

市内での就農を目指す希望者を対象に、ぶどう栽培等の実際の農業を体験しつつ、就農に向けたイメージをつかむとともに、必要な知識を習得させ、新規就農の促進を図るためのセミナー

人材育成メニューにおけるセミナーの詳細は、別紙5のとおり

【就職促進メニュー（原則として地域求職者を対象とすること）】

- ①3-Shine「ときめく出会い」を、広く提供する情報発信事業

協議会のホームページを作成し、地域の各重点分野の情報を発信するとともに、協議会が取り組んでいる事業等の情報提供を行う。

- ②3-Shine「ときめく出会い」を、創出する就職面接会事業

雇用拡大メニューの受講者と人材育成メニューの受講者のニーズはもとより、それぞれが持つ情報をより効果的かつ濃密に交換・提供する場を設け、感性や人生観でも共通事項を見出して、互いが「ときめく出会い」となるような面接会を開催する。

就職促進メニューにおけるセミナーの詳細は、別紙6のとおり

【雇用創出実践メニュー】

- ① 3つの Shine を融和した、多面的な滞在型ツアー商品開発事業

当市の観光スポットやおいしい果樹・食材といった「かがやく文化」を改めて調査・分析するとともに、当事業によって生まれる「きらめく人材」や「ときめく出会い」を最大限に活用して、3つの Shine を融和しながら、相互連携で多面的な観光、グルメ、スカイスポーツ（体験）等の滞在型ツアー商品を開発し、南陽市を訪れる国内外の観光客が、市内に滞在し、南陽旅を満喫できるようにしていく。

具体的には、始めに、南陽市の観光スポット等における、観光客の属性・意向に係る基礎調査、マーケティング調査を実施して、改めて観光の課題を分析する。また、その結果の分析と並行して、ツアー商品の開発、観光パンフレットの作成を行い、旅行業者に対し、窓口等へのパンフレットの配置を依頼する。さらに、旅行業者と連携してモニターツアーを企画するとともに、観光プロモーション動画を製作し、エージェントにPRし、観光客の誘致につなげ、観光産業の活性化と雇用拡大に結びつける。

- ② 3つの Shine を融和した、グルメ開発事業

当市は、複合経営の農家が多いことから、地域資源は豊富であるが、有名な土産品・メニューは多くない。そこで前身の実践事業では、観光客の旅の目的の一つと言える、地域が目玉となるような新たな土産品や新メニュー開発を実施し、数種類の商品化に結びついた。これからは、それらの商品開発をさらにブラッシュアップし、ワインや日本酒に合うお菓子、料理等を開発する。具体的には、南陽市における食材等の

マーケティング調査を行うとともに、新たな商品等を開発し、①の多面的な滞在型ツアー商品開発事業と連携しながら、試作品の商品化や販路開拓を行っていく。

雇用創出実践メニューにおける事業の詳細は、別紙7のとおり

(4) (3) における各種支援措置の周知徹底に関する事項

地域内事業所に対しては、南陽市商工会、南陽市観光協会等を通じて、セミナー等のチラシを送付するなどの方法により公開する。地域求職者に対しては、チラシやポスターを作成し、ハローワーク等の関係機関に掲示を依頼するとともに、市報や地元新聞等への折込みを利用するほか、ホームページにより積極的に情報を発信していく。

(5) 事業終了後における地域の雇用創造に係る計画予定等

協議会の構成機関は、事業実施機関終了後も市を中心に連携をとりながら、特に効果が高かったメニュー等については引き続き実施し、雇用創造の推進に取り組む。

雇用創出実践メニューで開発した観光客の属性・基礎調査結果、観光パンフレット等は、南陽市観光協会を中心として市内の各事業所において最大限に利活用し、また、滞在型ツアー商品については、市内の旅行者における商品化を促進し、観光客誘客を促進して、観光業の雇用創出につなげていく。

グルメ開発事業の商品については、市が実施している南陽産品ブランド化推進事業による補助支援の活用や市や関係機関が実施する金融制度等の活用を促進し、市内の飲食サービス業や食料品製造業等の雇用創出を図っていく。さらに、これまで当市が実施してきた南陽市労働雇用実態調査を継続し、企業の実態を踏まえ、関係機関と連携しながら、ニーズに合った研修会を実施し、各省庁等が実施する課題に即した制度等の情報提供を行い、雇用創造に結びつける。

(6) (1) 以外の地域再生基本方針に基づく支援措置

別紙8のとおり

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 市町村自らが実施する独自の取組

別紙9のとおり

(2) 地域再生基本方針に基づく支援措置以外の国等による支援措置

別紙10のとおり

6 計画期間

厚生労働大臣の同意を得た日から平成32年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

南陽市雇用創造協議会が毎年度、各事業を利用した事業主、求職者等へアンケート調査等を実施し、事業の評価を行う。併せて、雇用創出実践メニューが計画どおりに実施されているか進捗状況により評価を行う。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

各事業実施年度の翌年度6月末時点までの実績により、事業を利用した事業主の雇用実績、求職者の就職実績等のアウトカム指標の達成状況の評価を行う。併せて、各事業年度終了後に雇用創出実践メニューが計画どおりに実施されているか進捗状況により評価を行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

毎年度、南陽市雇用創造協議会のホームページにおいて公表する。

- 8 自発雇用創造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協同組合等に関する事項
該当なし