

事業名：地域プロモーション推進事業

商工労働課 主査（商工労働）

政策	02 明日につながる産業の振興								
施策	03 商業の振興								
基本事業	03 観光・イベントによる賑わいの創造								
開始年度	平成23年度	終了年度	—	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）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 周辺市町村</li> <li>・ 江別観光協会</li> </ul>	
手段（事務事業の内容、やり方）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光ルートマップの作成</li> <li>・ 地域プロモーション広告掲載事業</li> <li>・ 江別PRに係る派遣補助</li> </ul> <p>【平成24年度からの手段 江別周辺市町村を対象とした観光ルートマップの作成や地域プロモーション広告掲載事業を実施することとし、平成23年度まで実施していた江別観光協会への江別PRに係る派遣補助は事業内容の見直しにより江別観光協会補助金事業等にて行なう。】</p>	
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）	
観光情報の発信や観光客の誘致に努め、江別市の知名度向上を図り観光客の市内への入り込み数を増やす。	

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	周辺市町村数	市町村	8	8	8	8
対象指標2	江別観光協会会員数	会員	168	179	175	—
活動指標1	観光ルートマップ作成部数	部	20,000	30,000	7,000	—
活動指標2	補助対象事業件数	件	3	0	0	—
成果指標1	観光入込客数	人	749,900	845,700	757,184	—
成果指標2						
事業費(A)		千円	2,191	1,696	1,649	2,881
正職員人件費(B)		千円	803	2,405	2,344	3,130
総事業費(A+B)		千円	2,994	4,101	3,993	6,011

	事業内容（主なもの）	費用内訳（主なもの）
25年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 江別マップ作成事業</li> <li>・ 広告掲載事業</li> <li>・ ウォーキングマップ作成事業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ルートマップ作成費用 706千円</li> <li>・ ウォーキングマップ作成費用 158千円</li> <li>・ 広告掲載費用 499千円</li> </ul>

<b>事業を取り巻く環境変化</b>
<b>事業開始背景</b>
江別市は宿泊施設が少なく、日帰りで訪れる環境客が大部分を占めている。 また、人口が減少しており、定住人口獲得も課題となっている。
<b>事業を取り巻く環境変化</b>

<b>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）</b>	
<b>(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？</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> 妥当である <input type="checkbox"/> 妥当性が低い	<b>理由根拠</b> 賑わいの創造は、様々な活性化につながるもので、その点では妥当。大規模観光産業がない当市においては、行政がサポートすることもやむを得ない。
<b>(2) 上位の基本事業への貢献度は大きいですか？</b>	
<input type="checkbox"/> 貢献度大きい <input checked="" 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	<b>理由根拠</b> 従来型の観光資源に乏しい当市ではおのずと限界があるため。
<b>(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、でていない理由は何ですか？</b>	
<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	<b>理由根拠</b> 行政が市外でのプロモーションに関わることで、市内企業の市外販売での機会が設けられ、地域のプロモーションにも繋がっている。また、観光ルートマップ作成や広告掲載により、江別へ足を運ぶきっかけ作りを行ない、江別市の知名度向上にも寄与している。
<b>(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？</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> 成果向上余地 大 <input type="checkbox"/> 成果向上余地 中 <input type="checkbox"/> 成果向上余地 小・なし	<b>理由根拠</b> 現状では江別を知らない人もまだまだ多く、江別市の知名度向上や市内への入込客数を増加する余地は多大にある。
<b>(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すか？</b>	
<input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> なし	<b>理由根拠</b> 大規模観光産業がない当市においては、行政がサポートすることもやむを得ず、現状ではイベントや冊子・広告を利用した地域プロモーションを地道におこなっていく必要がある段階である。