

戦略４ えべつの魅力発信シティプロモート

計画期間 平成 26 年度～ 平成 30 年度

主管部局 総務部 関係部局 企画政策部、生活環境部、経済部

めざす姿

- 効率的・効果的な情報収集・発信が行われ、市民との情報共有が図られています。
- シティプロモートにより、道内・道外における江別市の認知度が向上します。

戦略を構成するプロジェクト事業費の推移

※（ ）は他戦略との重複分

名 称	決算額	予算額			
	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
4 A ニーズにあわせた効果的な情報発信	13,970 千円 (9,680)	5,443 千円 (24,843)	千円	千円	千円
計	13,970 千円 (9,680)	5,443 千円 (24,843)	千円	千円	千円

戦略プロジェクト4 A ニーズにあわせた効果的な情報発信

【プロジェクトの目標】

情報収集と発信の仕組みを再構築して江別市の情報戦略を確立し、対象と目的を明確化することで、ニーズにあわせた効果的な情報発信に取り組んでいきます。特に、まちの魅力を高めるために重点的に推進する取組を積極的にPRし、市民や企業などの主体と行政が、一体的に情報発信に取り組むことで、「戦略1」から「戦略3」までの効果的なプロモーションの推進を図るとともに、江別市の認知度向上をめざします。

◆成果指標4 A-1 江別市の認知度の道内順位（単位：位）

初期値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	目 標
20	19					18

◆成果指標4 A-2 江別市の情報発信力が高いと思う市民割合（単位：％）

初期値	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	目 標
41.4	28.5					50.0

■成果動向（評価）

個別事業については、ほぼ予定どおり進捗しています。
 成果指標4 A-1については、初期値に比べ、認知度の道内順位が上昇しています。
 成果指標4 A-2については、初期値を下回っていますが、これは、情報発信に対する「発信力が高い」と思っている市民の割合が相対的に低下したことによるものです。

■改善案（次年度へ向けた展開・課題・推進方向性）

全国的な認知度の向上については、個別事業を効果的・機動的に展開することによって、今後も着実に上昇するように努めます。情報発信力の強化については、市外のみならず、市民に対しても、子育て、教育、安全・安心などといった情報をさまざまな手法で、より分かりやすく提供することによって、「えべつの魅力」を総合的に高められるよう努めます。

◇推進プログラム４Ａ－① 市民や企業などが主体となるまちづくり情報発信の促進

<課題>

- 江別市の知名度や認知度の向上
- 行政だけで情報発信するのではなく、市民や企業も江別の魅力を知り、官民一体による情報発信の取組

<取組の概要>

- ・市民への情報提供と情報共有
- ・市民参加・市民協働意識の啓発
- ・シティプロモート戦略に基づく取組の推進
(協働を知ってもらい啓発事業、市民協働推進事業、市民協働情報共有推進事業等を通じた協働の取組のプロモーション)
- ・市内各団体等との連携による情報発信

事務事業	指 標	H26年度	H27年度(予算)	H28年度	備 考
協働を知ってもらい啓発事業【重複】１Ａ－①	リーフレット等配布枚数	2,370 枚	2,200 枚	枚	
	出前講座参加者数	2,073 人	1,943 人	人	
	事業費	(1,149) 千円	(466) 千円	千円	
市民協働推進事業【重複】１Ａ－②	市民協働推進事業で実施した協働事業への参加者数	756 人	900 人	人	
	事業費	(3,379) 千円	(3,185) 千円	千円	
えべつシティプロモーション事業【重複】４Ａ－④	江別市の認知度の道内順位	19 位	20 位	位	
	事業費	— 千円	— 千円	千円	

◇推進プログラム４Ａ－② 江別市に来てもらうための観光・産業情報の発信

<課題>

- 江別市の知名度や認知度の向上
- 江別市への関心や興味の向上
- 江別市の取組やポテンシャル等の市内外への浸透
- 市外の食関連企業に対し、江別におけるフード特区の取組を知ってもらう
- 市外食関連企業と江別市の取組状況を適時に共有するネットワークの構築
- 市内企業の受注基盤の調査・発信など、市内外企業双方のニーズの把握

<取組の概要>

- ・シティプロモーション推進体制の構築と戦略の策定(市内企業、大学、団体等との連携により今後の戦略を決定)
- ・シティプロモート戦略に基づく取組の推進
(江別産農畜産物ブランディング事業、地域発見魅力発信事業等を通じた産業・観光情報のプロモーション)
- ・効果的な媒体や手法による江別や江別ブランドのPR(企業誘致、観光誘客等、目的やターゲットに応じた効果的なプロモーションの推進)
- ・PR活動等を通じた市外食関連企業とのネットワークの構築
- ・企業間情報の共有、産学官ネットワークの活性化

事務事業	指 標	H26年度	H27年度	H28年度	備 考
事務事業	指 標	H26年度	H27年度(予算)	H28年度	備 考
総合特区推進事業【重複】２Ａ－④	食関連企業の新增設数		2 社	社	H27事業費の一部をH26補正前倒し (6,500) 千円
	事業費		(8,470) 千円	千円	
緊急雇用創出事業(フード特区プロモーション事業)	新規雇用者数	2 人	— 人	人	H26事業終了。事業の一部を「総合特区推進事業」で引き続き実施
	直接情報交換が可能となった企業数	93 社	— 社	社	
	事業費	8,950 千円	— 千円	千円	
江別産農畜産物ブランディング事業【重複】２Ｂ－②	特産品認知個数	2 個	2 個	個	H27事業費はH26補正前倒し (3,207) 千円
	事業費	(2,300) 千円	(0) 千円	千円	
地域発見魅力発信事業【重複】２Ｄ－①	主要観光施設観光入込客数	147,407 人	129,000 人	人	
	事業費	(2,852) 千円	(3,015) 千円	千円	
えべつシティプロモーション事業【重複】４Ａ－④	江別市の認知度の道内順位	19 位	20 位	位	
	事業費	— 千円	— 千円	千円	

◇推進プログラム4A-③ 江別市に住んでもらうための生活情報の発信

<課題>

- 江別市の知名度や認知度の向上
- 江別市への関心や興味の向上
- 江別市の取組やポテンシャル等の市内外への浸透

<取組の概要>

- ・シティプロモーション推進体制の構築と戦略の策定（市内企業、大学、団体等との連携により今後の戦略を決定）
- ・シティプロモート戦略に基づく取組の推進（江別市の住環境（教育環境や子育て環境等を含む）や取組、優位性等を対象ごとの絞ったプロモーションの推進）
- ・子育て世代に向けた江別の住環境や生活情報のPR（ウエルカム江別事業等を通じた情報発信）
- ・江別の取組や制度等の内外への発信

事務事業	指 標	H26年度	H27年度	H28年度	備 考
ウエルカム江別事業	パンフレット等配布部数（年間）	18,000 部	23,000 部	部	
	ホームページのアクセス件数（年間ページビュー）	27,988 件	22,700 件	件	
	事業費	2,880 千円	2,640 千円	千円	
えべつシティプロモーション事業 【重複】4A-④	江別市の認知度の道内順位	19 位	20 位	位	
	事業費	— 千円	— 千円	千円	

◇推進プログラム4A-④ 江別市のイメージづくり

<課題>

- 地域愛着心の向上
- 江別市への知名度や認知度の向上
- 江別市に関心や興味を持ってもらう
- 江別市の取組やポテンシャル等の市内外への浸透

<取組の概要>

- ・シティプロモーションを推進するため、市内企業、大学、団体等と協議会を設立し、プロモーション活動の方向性を整理
- ・協議会が主体となった具体的な取組を実施
- ・ソーシャルネットワーキングサービスなどを使った市民との情報共有に着手

事務事業	指 標	H26年度	H27年度(予算)	H28年度	備 考
ふるさと納税普及促進事業	ふるさと納税者数	105 人	180 人	人	
	協賛企業・団体数	6 団体	6 団体	団体	
	事業費	1,157 千円	1,534 千円	千円	
えべつシティプロモーション事業	江別市の認知度の道内順位	19 位	20 位	位	H27事業費は H26補正前倒し 1,269 千円
	事業費	983 千円	0 千円	千円	
ウエルカム江別事業 【重複】4A-③	パンフレット等配布部数（年間）	18,000 部	23,000 部	部	
	ホームページのアクセス件数（年間ページビュー）	27,988 件	22,700 件	件	
	事業費	— 千円	— 千円	千円	

