

事業名：ウェルカム江別事業

広報広聴課 広報広聴係

政 策	09 計画推進		戦 略	04 えべつの魅力発信シティプロモート	
取組の 基本方針	02 透明性と情報発信力の高い市政の推進		プロジェクト	A ニーズにあわせた効果的な情報発信	
			プログラム	③ 江別市に住んでもらうための生活情報の発信	
開始年度	平成23年度	終了年度	—	補助金の性格	

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）	
江別市外の人	
手段（事務事業の内容、やり方）	
江別市の魅力をPRするパンフレット等及びホームページを作成・運営する。	
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）	
江別市に対する認知度、イメージが向上する。	

指標・事業費の推移						
区分		単位	25年度実績	26年度実績	27年度実績	28年度当初
対象指標1	江別市外の人（把握困難）	人	0	0	0	0
対象指標2						
活動指標1	パンフレット等作成部数	部	8,000	18,000	33,000	33,000
活動指標2	ホームページ更新回数（年間）	回	4	2	28	12
成果指標1	パンフレット等配布部数（年間）	部	8,000	18,000	33,000	33,000
成果指標2	ホームページのアクセス件数（年間ページビュー）	件	28,589	27,988	19,750	24,500
事業費(A)		千円	1,212	2,880	2,801	2,625
正職員人件費(B)		千円	1,172	2,356	2,329	2,295
総事業費(A+B)		千円	2,384	5,236	5,130	4,920

	事業内容（主なもの）	費用内訳（主なもの）
27年度	<ul style="list-style-type: none"> 平成26年度にリニューアルしたパンフレット及びホームページのコンテンツの充実 市内全域のマップの増刷 市勢要覧の増刷 プロモーション動画の作成 	<ul style="list-style-type: none"> 江別の良さをPRするパンフレット・ホームページの作成等経費 1,663千円 市内全域のマップ作成経費 417千円 市勢要覧の増刷経費 177千円 プロモーション動画作成経費 324千円

事業を取り巻く環境変化
事業開始背景
日本が本格的な人口減少の時代を迎え、江別市においても平成17年をピークに人口が減少し、少子高齢化も確実に進行している。 今後、定住人口や交流人口を増加させるため、江別市外の方に江別の良さを印刷物等でアピールし、江別市の人口増加に寄与することを目的し、事業を開始した。
事業を取り巻く環境変化

平成27年度の実績による担当課の評価（平成28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？（目的妥当性）	
妥当性が低い	理由 根拠 江別市の魅力を発信し、定住者の増加、入込客数の増加を図ることは、市の役割として妥当である。
(2) 上位計画等（総合計画・個別計画等）への貢献度は大きいですか？（上位貢献度）	
貢献度 ふつう 貢献度 小さい 基礎的事務事業	理由 根拠 市の公式ホームページで提携している行政情報とは別に市外向けに江別の魅力を発信する事業として未来戦略に位置付けられており、さらなる充実を図っていく必要がある。
(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上がっている理由、上がっていない理由は何ですか？（成果動向及び原因分析）	
上がっている 上がっていない	理由 根拠 広報媒体が対象者の目に触れたとしても、直接に成果は得られにくく、常に目新しい情報がなければアクセス数の向上は難しい。まずはSNS等を含めた多様な情報発信を続けることが重要。
(4) 成果が向上する余地（可能性）はありますか？その理由は何ですか？（成果向上余地）	
成果向上余地 中 成果向上余地 小・なし	理由 根拠 アンケート調査等による読者からの意見を反映し、より魅力的な広報媒体となるよう内容を充実させていくことができる。 また、多様な情報発信媒体との連携により、多くの人に市の魅力を理解してもらえる環境が整備され、大学との連携も含めて期待できる。
(5) 現状の成果を落とさずにコスト（予算や所要時間）を削減する方法はありますか？（効率性）	
ある	理由 根拠 現段階では認知度の向上が優先となるためPR経費の削減は難しい。

事業名：ふるさと納税普及促進事業

契約管財課 管財係

政 策	09 計画推進		戦 略	04 えべつの魅力発信シティプロモート	
取組の 基本方針	01 自主・自立の市政運営の推進		プロジェクト	A ニーズにあわせた効果的な情報発信	
			プログラム	④ 江別市のイメージづくり	
開始年度	平成26年度	終了年度	—	補助金の性格	

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"> ・江別市を応援したいと思っている人 ・ふるさと納税協賛企業、団体 ・ふるさと納税協力企業等 					
手段（事務事業の内容、やり方）					
<ul style="list-style-type: none"> ・一定の条件を満たすふるさと納税者に対して、江別市の特産品等を贈呈する。 ・市内の企業・団体等から協賛品を募り、併せて贈呈する。 					
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）					
<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税制度の普及や特産品の贈呈により江別のPRに繋げる。 ・協賛企業・団体名等を市ホームページに掲載し、企業のイメージアップを図る。 ・継続して江別市を応援してもらう。 ・特産品関連産業の活性化。 					

指標・事業費の推移						
区分		単位	25年度実績	26年度実績	27年度実績	28年度当初
対象指標1	江別市を応援したい人（特定不能）		0	0	0	0
対象指標2						
活動指標1	「ふるさと納税」ホームページへのアクセス件数	件	0	9,701	57,202	60,000
活動指標2						
成果指標1	ふるさと納税者数	人	0	105	2,145	4,000
成果指標2	協賛企業・団体数	団体	0	6	6	0
事業費(A)		千円	0	1,157	10,863	30,155
正職員人件費(B)		千円	0	5,890	6,211	6,121
総事業費(A+B)		千円	0	7,047	17,074	36,276

事業内容（主なもの）		費用内訳（主なもの）	
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税をして頂いた方に江別の特産品等を贈呈する。 ・地元企業、大学等から協賛品を募り併せて贈呈する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品セット購入費・カンダ-購入費 7,697千円 ・特産品セット梱包材料費等消耗品費 54千円 ・特産品紹介チラシ印刷費 10千円 ・特産品送料・クレジット決済手数料・広告費 3,053千円 ・クレジット決済導入経費 49千円 	

事業を取り巻く環境変化	
事業開始背景	
<ul style="list-style-type: none"> ・平成20年4月の税制改正により、地方公共団体に対し一定額以上寄附を行った場合に個人住民税・所得税の一部が控除されるふるさと納税制度が導入され、江別市では寄附者に対し、年末に礼状及びカレンダーを贈呈してきた。 ・平成26年度からスタートした第6次総合計画の「えべつ未来戦略」の中に「えべつの魅力発信シティプロモート」が位置づけられたことから、その一環として江別市及び地元特産品のPRを行うため、ふるさと納税寄附者に対し江別の特産品詰合せの贈呈を開始した。 ・寄附者の満足度向上を図るとともに、関連産業への経済波及効果が期待されることから、平成27年9月から特産品選択方式を導入した。 	
事業を取り巻く環境変化	
<ul style="list-style-type: none"> ・平成20年4月 税制改正 ふるさと納税制度導入 ・平成26年4月 第6次総合計画スタート、事業開始 ・平成27年4月 税制改正 特例控除額の上限拡充、ワンストップ特例制度開始 ・平成27年6月 クレジット決済導入 ・平成27年9月 特産品選択方式の導入 	

平成27年度の実績による担当課の評価（平成28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？（目的妥当性）	
妥当性が低い	理由根拠 「えべつ未来戦略」の「えべつの魅力発信シティプロモート」の一環として取り組む事業である。
(2) 上位計画等（総合計画・個別計画等）への貢献度は大きいですか？（上位貢献度）	
貢献度 ふつう 貢献度 小さい 基礎的事務事業	理由根拠 上位計画である「えべつの魅力発信シティプロモート」における成果は江別市の認知度向上となっており、本事業で江別の特産品等を寄附者に贈呈することで、直接、市内外に江別市のPRができることから貢献度は大きいと考える。
(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上がっている理由、上がっていない理由は何ですか？（成果動向及び原因分析）	
どちらかといえば上がっている 上がっていない	理由根拠 ふるさと納税者数は、前年度の105人から平成27年度は2,145人と大幅に増加しており、順調に成果が上がっている。 その要因としては、平成27年4月の税制改正（特例控除額の上限拡充、ワンストップ特例制度の導入）、クレジットカード決済の導入及び特産品選択方式を導入したことなどが考えられる。
(4) 成果が向上する余地（可能性）はありますか？その理由は何ですか？（成果向上余地）	
成果向上余地 大 成果向上余地 小・なし	理由根拠 特産品の贈呈回数制限の変更や、寄附額の区分に応じて選択できる特産品のセット数の変更など、ふるさと納税制度がより利用しやすい状況を整えることにより、さらに成果が向上することが見込まれる。
(5) 現状の成果を落とさずにコスト（予算や所要時間）を削減する方法はありませんか？（効率性）	
ある	理由根拠 本事業にかかる経費は、ふるさと納税者数に比例して増加するため。

事業名：えべつシティプロモーション事業

政策推進課 主幹（シティプロモート）

政 策	09 計画推進		戦 略	04 えべつの魅力発信シティプロモート	
取組の 基本方針	02 透明性と情報発信力の高い市政の推進		プロジェクト	A ニーズにあわせた効果的な情報発信	
			プログラム	④ 江別市のイメージづくり	
開始年度	平成26年度	終了年度	—	補助金の性格	

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）	
市外居住者	
手段（事務事業の内容、やり方）	
まちの認知度とイメージを高めるための取り組みを総合的・戦略的に実施するため、市民と行政が一丸となったシティプロモーションを行う推進体制を確立し、効果的な情報発信を行う。	
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）	
江別市に対する認知度、イメージを向上させる。	

指標・事業費の推移						
区分		単位	25年度実績	26年度実績	27年度実績	28年度当初
対象指標1	市外居住者	人	0	0	0	0
対象指標2						
活動指標1	推進プロジェクト等の活動回数	回	0	17	10	18
活動指標2						
成果指標1	江別市の認知度の道内順位	位	0	19	21	19
成果指標2						
事業費(A)		千円	0	983	4,232	3,833
正職員人件費(B)		千円	0	7,853	7,764	7,651
総事業費(A+B)		千円	0	8,836	11,996	11,484

	事業内容（主なもの）	費用内訳（主なもの）
27年度	シティプロモート推進プロジェクト会議の開催 推進プロジェクトによる実践活動 情報発信セミナーの開催 フリーペーパーへの記事掲載	シティプロモート推進委託 1,804千円 フリーペーパーへの記事掲載 994千円 会議開催経費 229千円 情報発信セミナー開催 174千円 ほか

事業を取り巻く環境変化	
事業開始背景	
日本が本格的な人口減少の時代を迎え、江別市においても平成17年をピークに人口が減少し、少子高齢化も確実に進行している。 今後、定住人口や交流人口を増加させるためには、まずは江別の良さが道内外に広く認知される必要があることから、市内の関係団体からなる協議会を設立し、江別の認知度の向上を図れるような体制を構築していく。	
事業を取り巻く環境変化	
少子高齢化、都市部への一極集中は全国的な傾向であり、多くの自治体が似たような取組みを行う中で、新聞・テレビ・雑誌・ポスター等のマス広告的手法は莫大な費用がかかるうえにニーズや価値観の多様化に伴って一定の限界があり、これを補う手法としてクチコミ情報の活用が注目されている。	

平成27年度の実績による担当課の評価（平成28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？（目的妥当性）	
妥当性が低い	理由 根拠 人口減少・少子高齢化により生産年齢人口が相対的に少なくなることへの対応として、定住人口や交流人口を増加させるためには、江別の良さが道内外に広く認知されている必要があることから、妥当であるといえる。
(2) 上位計画等（総合計画・個別計画等）への貢献度は大きいですか？（上位貢献度）	
貢献度 ふつう 貢献度 小さい 基礎的事務事業	理由 根拠 観光振興、産業振興、定住促進など様々な分野への波及効果が望めることから、貢献度は大きい。
(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上がっている理由、上がっていない理由は何ですか？（成果動向及び原因分析）	
上がっている どちらかといえば上がっている	理由 根拠 情報発信の仕組みづくりとともに、市民との共感形成や、情報発信の担い手の裾野を広げるなどの土台づくりを進めてきており、今後の展開の中でこれらが活かされてくるものと考えている。
(4) 成果が向上する余地（可能性）はありますか？その理由は何ですか？（成果向上余地）	
成果向上余地 中 成果向上余地 小・なし	理由 根拠 人材や組織、情報などの資源を継続的に活用可能な状態にすることにより、実践の積み重ねや斬新なアイデア等の具現化が進むなどして、成果が向上する余地は大きいと考えている。
(5) 現状の成果を落とさずにコスト（予算や所要時間）を削減する方法はありませんか？（効率性）	
ある	理由 根拠 関係団体の主体的な取組や、市内の人材の有効活用を図る中で取組を進めてきており、様々な無料媒体の活用も実施済みであることから、目標達成に向けたプロモーションを展開するためには、コスト削減は難しい。