

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	実績				予算額			
	H26年度		H27年度		H28年度			
					当初	H27補正	計	
4 A ニーズにあわせた効果的な情報発信	5,020	千円	17,896	千円	36,613	0	36,613	千円
	(9,680)		(24,341)		(15,149)	(9,140)	(24,289)	
計	5,020	千円	17,896	千円	36,613	0	36,613	千円
	(9,680)		(24,341)		(15,149)	(9,140)	(24,289)	

※（ ）は他戦略との重複分
※H27年度はH26年度補正前倒し含む

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	21				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	31.6				50.0

■成果動向（評価）

効果的な情報発信の仕組みを再構築して、江別市の認知度を向上させる取組を進めているところです。各個別事業においては、ふるさと納税普及促進事業や地域発見魅力発信事業のように大きく成果を伸ばす事務事業もあり、全体的にはほぼ予定どおり進捗しました。成果指標4 A-1の江別市の認知度の道内順位については、概ね横ばいで推移しており、成果指標4 A-2の江別市の情報発信力が高いと思う市民割合については、初期値を下回っていますが、H26年度と比較すると上昇しています。単年度で飛躍的な上昇は見込めませんが、既存の個別事業の取組をより効果的な内容に見直すことにより、成果指標向上の余地はあると考えます。

■改善案（次年度へ向けた展開・課題・推進方向性）

個別事業を効果的・機動的に展開するとともに、「江別シティプロモート推進協議会」から発案された企画を具現化し、官民一体となった取組などを進めることによって、江別市の認知度が上昇するよう努めます。また、江別市の情報発信力の強化については、引き続き、市外のみならず、市民に対しても、子育て、教育、安全・安心などの情報をさまざまな手法で、より分かりやすく提供する取組を積極的に進めていきます。

◇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、市民協働推進事業等を通じ、協働の取組をプロモーション)
- ・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	H28年度(予算)	備 考
協働を知ってもらい啓発事業【重複】1A-①	リーフレット等配付枚数	2,370人	2,240人	1,006人	
	出前講座参加者数	—	1,960人	1,057人	
	事業費	(1,149)千円	(449)千円	(1,020)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	812人	900人	
	事業費	(3,379)千円	(3,147)千円	(3,254)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	21位	19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>

- 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
- 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>

- ・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
- ・市外食関連企業とのネットワークの維持・発展・深化
- ・企業間情報の共有、産学官ネットワークの活性化
- ・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)
- ・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)

事務事業	指 標	H26年度	H27年度	H28年度(予算)	備 考
総合特区推進事業【重複】2A-④	食関連企業の新増設数	—社	1社	2社	
	事業費	—千円	(14,537)千円	(5,524)千円	H28事業費の一部をH27補正前倒し(6,500)千円
江別産農畜産物ブランディング事業【重複】2B-②	特産品の認知個数	2品目	2品目	2品目	
	事業費	(2,300)千円	(3,090)千円	(0)千円	H28事業費はH27補正前倒し(2,640)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	239,800人	240,000人	
	事業費	(2,852)千円	(3,118)千円	(5,351)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	21位	19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上
- 江別市の取組み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に的を絞りプロモーションを推進）
- ・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(予算)	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	33,000 部	33,000 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	19,750 件	24,500 件	
	事業費	2,880 千円	2,801 千円	2,625 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	21 位	19 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
- 江別市の取組み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（市内企業、大学、団体等との連携によって決定した戦略に基づくプロモーションの推進）
- ・市内各団体等との連携による情報発信（各構成メンバー自らが具体的な情報発信）

事務事業	指 標	H26年度	H27年度	H28年度(予算)	備 考
ふるさと納税普及促進事業	ふるさと納税者数	105 人	2,145 人	4,000 人	
	事業費	1,157 千円	10,863 千円	30,155 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	21 位	19 位	
	事業費	983 千円	4,232 千円	3,833 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	33,000 部	33,000 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	19,750 件	24,500 件	
	事業費	— 千円	— 千円	— 千円	