

地域産業部会

◇ 部会の経過

日 時 ・ 場 所 等	内 容
第1回地域産業部会（第4回市民会議） 平成24年4月18日（水） 18:30～20:30 野幌公民館 ホール	マトリックス（縦軸にハード・ソフト・ハートづくり、横軸に短期・中期・長期）に第1回～第3回市民会議で出された意見を整理。
第2回地域産業部会（第5回市民会議） 平成24年5月23日（水） 18:30～20:50 野幌公民館研修室2号	顔づくり事業、北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区、商店街活性化事業計画（野幌商店街振興組合）について、それぞれの担当職員から内容説明。第1回部会で整理したマトリックスをもとに、まちづくり政策・戦略テーマを検討。
第3回地域産業部会（第7回市民会議） 平成24年7月22日（日） 14:00～18:40 市役所西棟会議室1号・2号	第6回市民会議（全体会議）での意見交換を踏まえて、まちづくり政策・戦略テーマをさらに議論。意見の絞り込みを行い、戦略テーマを決定。
第4回地域産業部会（第8回市民会議） 平成24年8月24日（金） 18:30～21:00 市役所西棟会議室1号・2号	まちづくり政策・戦略テーマを提言書にまとめるため、第3回部会の結果をもとに作成した提言書のたたき台について議論。

◇ 部会委員の構成

氏 名	所 属 ・ 職 名 等
河西 邦人	部会長・有識者委員 札幌学院大学 経営学部経営学科 教授
相田 晶子	市民委員
島本 和夫	市民委員
志水 有希	市民委員
前後 稔	市民委員
寺岡 秀一	市民委員
寺田 外治	市民委員
峯田 智也	市民委員

◇ 部会長報告（議論の概要や方向性、部会の想いなど）

誤解を恐れず言えば、地域産業部会の議論の根本にあるのは、「儲かる地域へ」ということである。経済が全てではないが、地域経済を支える産業が儲かれば、市民が、自治体が潤い、公共の課題を解決するための原資を産み出すことができる。その儲け方を江別らしく、自然を大切に、人を大切に、社会を大切にするのである。

江別市も人口の減少と高齢化という課題を抱えている。他方、江別市内には4大学を始め、若者が多く在住したり、通学したりしているが、卒業と共に江別市外へ流出する。その理由は江別市内に若者向けの仕事がないからである。儲かる地域になっていけば、雇用も生まれ、若者が江別市に定住してくれる可能性が高まる。

儲かる地域へ変えるべく推進する原動力は、6次産業による付加価値向上と経済の拡大、物流産業の強化による流通小売業振興、地域資源の掘り起こしによる日帰り観光の振興である。その手段はネットワーキングとマーケティングである。

地域産業部会 部会長 河西 邦人

1. まちづくり政策提言

～ 地域産業分野におけるまちづくり全体の方向性（マトリックス図参照）

（1）短期的な取り組み

ハード	<ul style="list-style-type: none">① 江別の特産品などの資源の活用 (例. れんが、ヤツメウナギ、土偶、埋蔵文化財センター、文京台小の天文台、四季のみち、田園風景、歴史的施設の保全と活用)② 農業の魅力向上のための農業基盤の強化
ソフト	<ul style="list-style-type: none">① 情報の収集と発信の一元化 (例. 産学官の連携、江別の産業を活かす企業誘致、道外へ売り込み)② 産業の振興と雇用の創出 (例. フードコンプレックス特区の活用、大型の農業生産法人)③ 江別のイベント、特産品（食）、自然などの観光への活用 (例. EBE-1、地元農作物、れんが、江別スイーツ、工場見学、野幌森林公園、セラミックアートセンター、道立総合運動公園の活用)
ハートづくり	<ul style="list-style-type: none">① 農業の後継者対策② 農業の新たな取り組みを支援する組織横断的な相談窓口③ 農業と大学の連携 (例. 繁忙期の農作業で単位取得)④ 若者の雇用対策 (例. 若者を呼び込むための企業誘致、企業と学生のマッチング)⑤ 市民参加による集客、にぎわいの創出 (例. 商店街での大学生による音楽活動、野幌森林公園のボランティアガイド)⑥ 市民への地元特産品の理解の促進 (例. 給食時間に校内放送で江別産の食材を紹介)

（2）中期的な取り組み

ハード	<ul style="list-style-type: none">① 道の駅の整備 (例. 江別産の食事、食材、特産品の販売)② 石狩川、千歳川、夕張川の観光への活用 (例. 河川防災ステーションを特産品売り場・道の駅・ヨットハーバーなどに活用、カヌー体験)③ 自然エネルギーの農産物の貯蔵庫やハウスへの活用 (例. 冷熱エネルギー、泥炭の暖房への活用)④ 集客力のある大型イベント会場、交流の場の整備⑤ 野幌森林公園の活用 (例. 野幌駅からのフットパスの整備)
-----	---

ソフト	① 観光資源のネットワーク化と歴史学習 (例. 観光資源を巡るバスツアー、市内観光施設のルート化、石狩川の川下り体験、水運の歴史学習) ② 元気な高齢者が働ける場づくり ③ 新しい工業団地の検討 ④ 農地(家庭菜園)の長期間の貸出システムの構築 ⑤ 市民の買い物優待制度の創設 ⑥ 産学官連携による農産物の加工と世界的な視点での販売 (例. サプリメント、医薬品の開発)
ハートづくり	① 子育て世代が短時間でも働ける場づくり ② 中小小売店の活性化

(3) 長期的な取り組み

ハード	① 宿泊施設の整備
ソフト	—
ハートづくり	—

(4) 短期からの継続的な取り組み

- ① 市内で市民と商業をつなぐ仕組みづくり
 (例. 公共バスの活用、配達ネットワークの活用、中小企業や商店による地域の物流ネットワーク)
- ② 江別ブランドの創出
 (例. フードコンプレックス関連の企業誘致、高付加価値の商品開発、質の良い農産物のブランド化、江別スイーツやビールのPR)
- ③ 地産地消の推進
 (例. 酪農公社の乳製品やえぞ但馬牛の地元消費拡大、農家民宿や農家レストランによる地産地消、農産物直売所や体験型農場のPR)
- ④ 既存の観光資源のネットワーク化と積極的な活用
 (例. 農村地区をフットパスなどで観光活用、大学生による市民目線の観光プロジェクト、体験型農場のPR、有名人の観光大使への任命、フィルムコミッションの誘致、充実した観光マップの作成と効果的な配布、既存の観光資源を組み合わせるパッケージ化)

2. 戦略テーマ提言

戦略テーマ名											
6次産業の推進											
どんな状態にしたいのか											
1次産業を起点にした、産業の価値連鎖を戦略的にネットワーキングし、2次産業、3次産業へと地域経済の幅の拡大と振興を図り、経済効果を波及させ、雇用を産む。江別産の1次産品を江別市内で加工食品、栄養剤へ加工し、付加価値を高め、江別から全道、本州、海外へ販売していく。また、江別産の1次産品や食品加工品を江別市内の飲食店で提供していく。											
立案背景											
江別市は農産物の供給地としての役割を果たしているものの、1次産品の価値をさらに高める余地がある。また、6次産業の基盤である1次産業の担い手が減少している。											
立案に関するデータ											
○ 産業の状況（道内他都市との比較）											
指標名	調査年	単位	江別市	小樽市	北見市	岩見沢市	千歳市	恵庭市	北広島市	石狩市	平均
人口千人あたり 商業年間商品販売額	平成18	百万円	1,119	2,097	4,346	3,165	1,818	1,220	2,237	2,728	2,341
人口千人あたり 事業所数	平成18	事業所	27.1	48.6	47.9	38.3	33.7	28.2	24.2	33.9	35.2
人口千人あたり 従業者数	平成18	人	261.5	428.8	437.7	369.3	515.6	364.2	349.7	416.2	392.9
人口千人あたり 製造品出荷額等	平成20	百万円	873.7	1,236.3	1,082.1	724.8	2,443.5	1,971.6	1,077.4	1,823.5	1,404.1
人口千人あたり 農業産出額	平成18	百万円	49.9	5.4	241.7	202.7	142.6	82.4	73.4	70.1	108.5
○ 1次産品の価値をさらに高める											
江別市の主要な農作物											
・春まき小麦（ハルユタカ、春よ恋など）											
作付面積 920ha 全道1位、収穫量 1,220 t 全道2位（平成22年）											
（農林水産省北海道農政事務所統計部資料『平成22年産小麦の市町村別収穫量（北海道）』）											
・ブロッコリー											
作付面積 206ha 全道1位、収穫量 2,216 t 全道1位（平成22年）											
○ 1次産業の担い手が減少											
	単位	H21年度	H22年度	H23年度							
農家戸数	戸	502	483	473							
新規就農者数	人	8	5	0							
農業生産法人数	団体	41	44	45							

※ここで言う6次産業は、農水省の6次産業化の定義（平成24年6月の「6次産業化の推進について」）に従い、①農業の2次・3次産業への進出、②2次・3次産業の農業進出、③農業と2次・3次産業の連携・融合による新事業・新産業の創出、を意味している。

戦略テーマ実現への方策

【短期】

1 ハード

6次産業の基盤である農業を強化するため、土地改良などの農業の基盤整備を推進する。

2 ソフト

2011年に江別市は北海道フードコンプレックス国際戦略総合特区に指定され、その制度を活用して6次産業として包括的な振興を推進する。この特区による振興策として以前から進められている江別ブランドの価値向上に一層努める。ブランディングのため、農産物直販所や農家レストランを通じた地産地消により、江別市民に江別産の一次産品を愛してもらおう一方、優れた品質の一次産品の付加価値向上、本州への販売強化、海外への輸出促進を行政が支援する。2次・3次産業との協働による付加価値化としては、江別産の1次産品を原料とする食品加工企業やバイオ関連企業を誘致し、3次産業との協働では江別産の1次産品をメインにした食品や料理の開発を図る事業を実施する。観光政策との連動では、農家民宿や農家レストランという農業周辺領域のアグリビジネスによる高付加価値化も支援していく。

3 ハートづくり

6次産業の基盤を強化するため、農業後継者対策を継続して進める。農作業等での一時的労働力の確保のためインターンシップという視点で大学との連携を図るため、行政が仲立ちをする。一方、江別産の食に関する市内外の関心と支援を高めるため、EBE-1 グランプリのような民間による食のイベント開催を支援し、江別の子ども達向けに地産地消の学校給食や市内食料自給率のアピールを通じて食育を行う。

【中期】

1 ハード

江別市の特徴である大量降雪をエネルギーとして活用し、冷熱エネルギーによる農産物の貯蔵庫を、農産物や食品の残さを利用したバイオマス施設を行政が支援して整備する。泥炭を暖房に利用したハウスの整備により農業の通年化を図る支援をする。循環型の1次産業のシステムを作ることにより、地域社会の環境負荷を減らしつつ、自然に優しいというイメージのブランディングを行う。

2 ソフト

行政が農地を市民へ長期にわたって貸し出す仕組みを構築し、市民が家庭菜園を楽しめる場を創る。医薬バイオ企業、市内の大学、公的研究機関の産学官連携の支援を行い、高い付加価値を有する機能性食品や薬品の開発を支援する。そして、1次産業を基盤にしたハイテク高付加価値産業の集積を市内に創出する。

3 ハートづくり

農業に関心を持つ市民が家庭菜園からより本格的な農業までを楽しむ事で、地域農業の支援者になっていくようなイベント、教育をしていく。移住者による新規就農や後継者対策も継続して行う。

【長期】

1 ハード

新たな工業団地を建設する。

2 ソフト

中期計画の成果を検証しつつ、継続的に行う。

3 ハートづくり

中期計画の成果を検証しつつ、継続的に行う。

戦略テーマ名

地域流通のネットワーク化

どんな状態にしたいのか

道北方面の物流の拠点とすることで物流産業を育成する一方、市内に効率的な物流ネットワーク（スマート・ロジスティックス）を構築し、エネルギー消費を抑えつつ、買い物難民対策と商業者振興につなげる。

立案背景

A：江別市は道央道の江別東 IC と江別西 IC を有し、大消費地である札幌へのアクセスは良い。札幌市大谷地流通業務団地が手狭になりつつあり、新たな物流拠点のニーズが高まっている。

B：江別市内の物流に目を向けると民間を中心にした多様な物流ネットワークが存在し、ネットワークの重複による余剰もあり、省エネルギーの視点から好ましくない。また、車等で買い物へ行けなくなる高齢者が増加し、宅配のニーズが高まると予想される。

立案に関するデータ

A：○ 札幌市大谷地流通業務団地が手狭

札幌市内では物流団地や工業団地に余裕がないため、隣接市への企業誘致へシフトしてきている。
⇒ 札幌市と石狩市との企業誘致連携、札幌圏みらいづくり産業立地支援制度（札幌市内だけでなく、隣接市（小樽市・石狩市・当別町・江別市・北広島市・恵庭市・千歳市）へ立地した場合にも補助金を交付する制度）

B：○ 高齢化率の推移（江別市将来人口推計結果）

		総人口	高齢者人口(65歳以上)	
			人数	割合
実績値	平成 12 年	123,877 人	18,837 人	15.2%
	平成 17 年	125,601 人	22,481 人	17.9%
	平成 22 年	123,722 人	27,030 人	21.8%
推計値	平成 25 年	122,257 人	30,868 人	25.2%
	平成 30 年	119,046 人	36,624 人	30.8%
	平成 35 年	114,864 人	40,785 人	35.5%

（実績値は国勢調査）

○ H23 年度実施 まちづくり市民アンケート結果（5,000 人対象）

- 日用品（食料品など）の買い物のしやすさ
やや不満＋不満の割合 全体平均 23%に対し、70代以上 26.3%
- 日用品（食料品など）の買い物の際の移動手段
70代以上は車・バイクでの移動が減り、徒歩やバス・タクシーによる移動が増える。

徒歩	全体平均 13.4%	70代以上 23.1%	⇒ 9.7%高い
バス・タクシー	全体平均 3.8%	70代以上 11.8%	⇒ 8.0%高い
車・バイク	全体平均 65.3%	70代以上 41.0%	⇒ 24.3%低い

戦略テーマ実現への方策

【短期】

1 ハード

A：新たな施設へのニーズを収集し、ニーズがありそうな場合、物流基地建設計画を立案する。

2 ソフト

A：コープさっぽろの小売店だけではなく、廃棄物処理場、集配センターをセットで誘致した経験を活かし、卸売・小売企業の物流センターを誘致する。そのための江別市に対する物流業者のニーズや流通団地の可能性を探る。

B：市内の物流ネットワークの相互利用状況を調査し、相互利用や統合を検討する場を作る。検討を踏まえた上でスマート・ロジスティックスのモデル事業を行政の仲立ちで試行する。

【中期】

1 ハード

A：高速のインターチェンジ付近に流通団地建設のための土地を取得する。

B：ICTと連動させた江別市内のスマート・ロジスティックスのシステム開発の支援をする。

2 ソフト

A：流通団地に関して流通企業や物流企業の誘致を図る。

B：市内のスマート・ロジスティックスのモデル事業の成果を踏まえ、そのネットワークを利用した、市内の事業者からの物品宅配サービス開始を支援する。市民の宅配による買い物を優遇するため、宅配割引を行うための補助金を出し、浸透も図る。

3 ハートづくり

スマート・ロジスティックスへ参加する事業者の組織化と協働体制構築の支援をする。

【長期】

1 ハード

A：高速のインターチェンジ付近に流通団地を建設する。

2 ソフト

A：流通企業や物流企業の誘致を図る。流通センターと物流センターを集積化することで、新たな地域の強みとする。

B：スマート・ロジスティックスと福祉事業との連携も図る。

3 ハートづくり

物流団地で働く学生、高齢者、主婦を中心としたアルバイトや正社員の確保を支援する。

戦略テーマ名

観光資源のネットワーク化

どんな状態にしたいのか

市民の目線で、既存の地域資源を観光資源として再評価とパッケージ化をし、新たな人的交流を創出する日帰り観光の振興を図る。

立案背景

定住人口が減少すると予想されているので、交流人口の増加を図る。江別市は観光地としてのイメージが弱いものの、日帰り観光を楽しめる観光資源は多く点在するが、それらの価値が十分評価されているとは言えない。

立案に関するデータ

○ 人口が減少（江別市将来人口推計結果）

	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 25 年	平成 30 年	平成 35 年
総人口	123,877	125,601	123,722	122,257	119,046	114,864

← 実績値 → | ← 推計値 →
(実績値は国勢調査)

○ 江別市への観光入込客数推移

	単位	H21 年度	H22 年度	H23 年度
観光入込客数	人	793,987	749,221	749,852

○ 道内他都市との観光入込客数比較

指標名	調査年	単位	江別市	小樽市	北見市	岩見沢市	千歳市	恵庭市	北広島市	石狩市	平均
人口千人あたり 観光入込客数	平成22	千人	6.1	50.6	11.5	13.0	52.3	17.6	13.0	29.0	24.1

戦略テーマ実現への方策

【短期】

1 ハード

札幌近郊でありながら、田園風景がある景観を大切にする。歴史的施設の保全、活用を図る。セラミックアートセンターへのアクセスを改善する。レンガを活用したデザイン性のある商品やお土産の開発を行う。

2 ソフト

江別市内の地域資源である埋蔵文化財センター、文京台小学校の天文台、四季のみち、セラミックアートセンター、道立運動公園、野幌森林公園の集客増加に向けての有効活用を検討する。

イベントによる集客に関して、1年限りで終了した「EBE-1 グランプリ」の持続可能な実施を行えるよう支援し、やきもの市やスノーフェスティバルを産官民で魅力向上をさせる。

江別市は学生が多い街なので、学生による観光プロジェクトや学生の音楽演奏による商店街や観光施設への集客促進を図るよう、行政が支援する。

6次産業の提言でも記載したが、農村地区の周遊により農家レストランや農産物直販所といった農業と食の観光化を支援する。

江別産小麦を活用した江別スイーツとのコラボレーションでやきもの市への集客促進、江別産のどんぶりや江別産小麦を使った江別ラーメンなど、食の観光資源化推進の事業を行う。

江別市には石狩川、千歳川、夕張川があるが、河川のレジャーや学習による活用を民間が行い、行政が後押しすることで観光資源化していく。

江別市内の製造業で工場見学できる企業を取り上げ、行政がまとめて情報発信をする。

テレビや映画のロケ地として江別市を活用してもらえよう、市民が市内の優れた地域資源を発掘し、行政等が情報発信し、クリエイターへ働きかけを行う。

3 ハートづくり

生涯学習や大学と連携し、野幌森林公園や石狩川の自然ガイド育成をし、野幌森林公園や石狩川流域での自然環境学習ツアーを行い、野幌森林公園や石狩川周辺の集客増加を図る。同様に江別市の歴史的建造物のガイドを育成し、歴史学習ツアーを行い、江別市の歴史的建造物で集客増加を図る。

有名人に江別市の観光大使になってもらう。

【中期】

1 ハード

上述の地域資源の観光資源化を図る上で、ハードの課題を改善するための整備を行政が行う。例えば、野幌森林公園で入り口や遊歩道を整備し、ルート化を図る。

民間の石狩川の遊覧船運航計画が実施されるのであれば、護岸の整備、親水空間の整備、河川防災ステーションの販売や飲食店としての整備、船着き場の整備を行う。

イベントで交流人口を増やすのであれば、大型イベントを行えるイベントホールを整備する。

2 ソフト

市内の観光資源をネットワーク化し、江別観光を商品化する。江別市内の観光資源（施設・自然・食）を巡るバスツアーを実施する。一方で、レジャーではなく生涯学習に石狩川の川下り体験や水運の歴史学習を行う。

3 ハートづくり

短期で説明した人材育成を続けていく。江別まち検定と組み合わせで資格化しても良い。

【長期】

1 ハード

江別市内で宿泊できるように、廃校を利用した宿泊施設の整備、ホテルなどの誘致を図る。

2 ソフト

江別市内観光を札幌市民等へ積極的に営業していく。

3 ハートづくり

短期で説明した人材育成を続けていく。

戦略テーマ名

江別市の情報戦略

どんな状態にしたいのか

江別市に関する地域情報、産業情報、観光情報などを効果的に収集し、伝えたい人や組織へ効果的に伝え、江別ブランドを強化していく。

立案背景

江別市は良い街であるが、江別市に関する情報が市外の人や市民にすら伝わっていないことも多い。一方で、飲食店マップなど、既に情報発信のための媒体を製作している。行政が行っている広報広聴を見直し、より良い成果をもたらす情報戦略を検討する必要がある。

立案に関するデータ

○ H23 年度実施 まちづくり市民アンケート結果（現在の満足度・今後の重要度）

満足度が低く、重要度が高い施策（力を入れて取り組むべき施策）

- ・ 企業誘致や雇用機会の創出への取り組み
満足度：とても満足 + やや満足 = 6.3%
重要度：力を入れてほしい + できれば力を入れてほしい = 68.1%
- ・ 商工業の振興への取り組み
満足度：とても満足 + やや満足 = 7.7%
重要度：力を入れてほしい + できれば力を入れてほしい = 58.5%
- ・ 観光やイベントの魅力
満足度：とても満足 + やや満足 = 8.9%
重要度：力を入れてほしい + できれば力を入れてほしい = 63.8%

戦略テーマ実現への方策

【短期】

1 ハード

江別市内の情報を収集し、活用するシステムを検討する。

2 ソフト

江別市役所が収集し、発信している情報を洗い出し、これまでの広報広聴の評価を行う。その評価を基に江別市の情報戦略を立案する。

既に製作している情報発信媒体（パンフレット）の有効活用を検討する。

【中期】

1 ハード

情報収集のシステムと情報のデータベースを作る。

2 ソフト

情報のデータベースを活用して市民向け広報、対産業向け情報提供、市外向けの宣伝を行っていく。情報活用の先進地のイメージを形成する。

3 ハートづくり

情報のデータベースを活用できる人材を大学や地元企業と連携しながら、育成していく。