

## 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

名称	実績						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	5,020	千円	17,896	千円	24,374	千円	41,333	千円	47,568	千円
	(9,680)		(24,341)		(31,488)		(33,239)		(36,136)	
計	5,020	千円	17,896	千円	24,374	千円	41,333	千円	47,568	千円
	(9,680)		(24,341)		(32,473)		(33,239)		(36,136)	

※( )は他戦略との重複分

※H29年度以前の額は完了した戦略事業も含む

### 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	20			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	37.6			50.0

#### <30年度の方針>

戦略プロジェクト4 A 「ニーズに合わせた効果的な情報発信」は、引き続き関係団体と連携し江別市の認知度とイメージを高めるための事業を総合的・戦略的に実施するため、以下のとおり事業を進めていく。

◆推進プログラム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」では、引き続き市民参加や市民協働によるまちづくりの普及に努めるほか、SNSを活用した情報発信を行う。

◆推進プログラム②「江別市に来てもらうための観光・産業情報の発信」では、首都圏の食関連事業者等を対象に江別の食材やフード特区の取組をPRするイベントや首都圏の企業訪問等を実施することにより、市外企業とのネットワークの拡大・深化を図る。また、江別産農畜産物ブランディング事業で、ブランド化小麦製品の維持・拡大やブランド牛の安定供給を、地域発見魅力発信事業で、リアル謎解きゲームの開催や江別の魅力発信MAPの作成等を行うことによって、江別市の認知度向上を図る。

◆推進プログラム③「江別市に住んでもらうための生活情報の発信」では、ウェルカム江別事業で移住促進パンフレット「えべつのじかん」等の冊子の内容を充実させ、住宅取得支援制度との連動により効果的な配付に努める。また、大学と連携した15秒CMやプロジェクションマッピング等を行うとともに、小学生を対象としたICT教育の充実による次世代教育の取り組みを子育て世代にアピールし、江別市への定住に向けたPRを行う。

◆推進プログラム④「江別市のイメージづくり」では、えべつシティプロモーション事業で「食」を核に、札幌圏の子育てママをターゲットにしたプロモーションの展開として、フリーペーパーの活用・PRセミナー、ネットメディア向けPRなどを実施するほか、「江別シティプロモート推進協議会」による官民一体の実践活動やSNSの活用などを通じて重層的なPR活動を進めていく。また、ふるさと納税普及促進事業では、寄附者への返礼品等のメニューを充実し、江別市及び特産品のさらなる認知度向上に努める。

◇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  
(協働を知ってもらう啓発事業、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	H28年度	H29年度(予算)	H30年度(予算)	備 考
協働を知ってもらう啓発事業【重複】1A-①	協働の理解が進んだ学校の割合	— %	— %	90 %	H30から指標を変更
	事業費	(1,018) 千円	(714) 千円	(710) 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	328 人	400 人	500 人	
	市民協働推進事業で実施した協働事業への参加団体数	69 団体	50 団体	50 団体	
	事業費	(3,244) 千円	(3,203) 千円	(3,245) 千円	
イベント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	20 位	18 位	18 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上向
- 江別市の取組やポテンシャル等の市内外への浸透
- 江別の特産品や観光情報等の発信

<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、江別アンテナショップGET'S管理運営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	H28年度	H29年度(予算)	H30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	2 社	1 社	2 社	
	事業費	(11,546) 千円	(12,531) 千円	(13,747) 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	(2,579) 千円	(1,617) 千円	(2,879) 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(未来戦略策定時5施設)	174,638 人	180,000 人	174,638 人	
	主要観光施設観光入込客数(H27:6施設 H28:7施設)	434,444 人	430,000 人	434,444 人	
	事業費	(4,877) 千円	(6,524) 千円	(6,978) 千円	
江別アンテナショップGET'S管理運営事業【重複】2D-①	アンテナショップ来店者数	42,250 人	25,000 人	42,250 人	
	アンテナショップ来店者数(市外)	16,296 人	3,750 人	16,296 人	
	事業費	(8,224) 千円	(8,650) 千円	(8,577) 千円	
イベント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	20 位	18 位	18 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って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（ウェ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	H28年度	H29年度(予算)	H30年度(予算)	備 考
ウェルカム江別事業	パンフレット等配布部数（年間）	33,000 部	36,000 部	19,000 部	移住促進冊子「えべつのじかん」の発行部数を見直し
	ホームページのアクセス件数（年間ページビュー）	14,394 件	25,400 件	20,700 件	
	事業費	2,542 千円	8,581 千円	1,756 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	20 位	18 位	18 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	H28年度	H29年度(予算)	H30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	2,922 人	3,870 人	3,382 人	
	事業費	18,049 千円	27,829 千円	41,934 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	20 位	18 位	18 位	
	事業費	3,783 千円	4,923 千円	3,878 千円	
ウェルカム江別事業 【重複】4A-③	パンフレット等配布部数（年間）	33,000 部	36,000 部	19,000 部	
	ホームページのアクセス件数（年間ページビュー）	14,394 件	25,400 件	20,700 件	
	事業費	— 千円	— 千円	— 千円	