

戦略1 にぎわいと活力を創出するまちづくり

計画期間 2019（平成31）年度～2023年度

主管部局 経済部 関係部局

基本的方向

- 点在する江別市の観光資源を、多様化する観光ニーズに応じて磨き上げを行うとともに、知られざる観光資源を新たに発掘し、新たな魅力を創出します。
- 産業振興に貢献する次代を担う優秀な人材の確保・育成を支援します。
- 地元農畜産物を利用した商品開発などの取組を支援するとともに、市内生産者・事業者による販路拡大に向けた取組を推進します。
- 直売所や農家レストラン、体験施設などのグリーンツーリズム関連施設と連携して、「食」と「農」の魅力向上を図ります。

戦略を構成する具体的施策の事業費推移

名 称	予算額					
	H31年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	
(1) 地域資源の発掘と活用	24,745	千円	千円	千円	千円	千円
(2) 農畜産物の高付加価値化	4,429	千円	千円	千円	千円	千円
計	29,174	千円	千円	千円	千円	千円

戦略実現に向けての数値目標

◆数値目標（1） 観光入込客数（単位：人）

現状値	H31年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目 標
915,337						1,052,000

◆数値目標（2） グリーンツーリズム関連施設の利用者数（単位：人）

現状値	H31年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目 標
580,762						768,000

◆数値目標【基盤】 学生の地域定着に向けた大学との連携企業等の数（単位：社・団体）

現状値	H31年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目 標
35						50

◆数値目標【推進機能】 転入前に江別市の特産品や観光施設を知っていた転入者の割合（単位：％）

現状値	H31年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目 標
39.7						45.0

具体的施策（１） 地域資源の発掘と活用

豊かな自然環境や歴史的遺産のほか、市民とともに新たな観光資源を発掘し、江別固有の地域資源としての活用を進めます。

◆重要業績評価指標（KPI） 江別アンテナショップGET'S来客数（単位：人）

現状値	H31年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目標
32,486						37,000

＜平成31年度の方針＞

札幌市に隣接し、交通アクセスの優位性のある、江別の地の利を活かし、「食と農」、「歴史あるれんが」を観光の軸とし、江別ならではの観光を推進し、様々な分野にその効果を波及させることを目指します。そのため、市内全域を網羅したイラストマップの作成、SNSによる情報拡散を図るバスツアーの実施、アンテナショップGET'Sを活用した観光情報の発信強化及び市内周遊を促進するためのイベント等を実施します。

また、地域おこし協力隊による新たな観光資源の発掘や産業連携による新商品の開発支援を通じ、観光資源の魅力向上やブランド化の推進に努めます。

さらには、市民・事業者の観光意識を醸成するためのセミナー等を開催するほか、産学官等による検討により、新たな江別の観光振興を目指します。

＜課題＞

- 魅力はあるが認知度の低い観光資源
- 情報発信の強化が必要
- 市民・事業者の観光に対する意識の向上
- 市内周遊観光の推進
- 道央圏からの誘客強化

＜取組の概要＞

- ・観光資源の魅力向上
- ・着地型観光の推進
- ・情報発信の強化
- ・ブランド化の推進
- ・広域観光の推進
- ・市民・事業者の観光意識の醸成
- ・観光客の受入環境の整備

事務事業	成果指標	H31年度	2020年度	2021年度	備考
観光振興計画推進事業	観光入込客数	943,000 人	人	人	
	事業費	11,478 千円	千円	千円	
地域発見魅力発信事業	主要観光施設観光入込客数(策定時5施設)	180,000 人	人	人	
	主要観光施設観光入込客数	359,000 人	人	人	
	事業費	4,905 千円	千円	千円	
江別アンテナショップGET'S管理運営事業	アンテナショップ来店者数	33,000 人	人	人	
	アンテナショップ来店者数(市外)	12,000 人	人	人	
	事業費	8,362 千円	千円	千円	

具体的施策（２） 農畜産物の高付加価値化

他産地との差別化を図り、江別特有の銘柄として売り込むために、産業間連携により江別産農畜産物のブランド化やイメージアップを進め、高品質・高付加価値化の商品化をめざします。

◆重要業績評価指標（KPI） えべつの農産物加工品認定数（単位：件）

現状値	H31年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	目標
11						18

<平成31年度の方針>

消費者や市場から近距離にあり、農畜産物の種類や経営が多様であることに加え、小麦「ハルユタカ」の活用など、他産業との連携が進む江別市の特性を活かして、都市型農業の推進を図ります。
 そのため、ブランド化小麦製品の維持・拡大に必要な小麦品種を一定程度確保するための支援や、ブランド牛の安定供給を図るための支援を行います。
 また、江別産農畜産物を活用した加工新商品開発等に対する支援や、地域おこし協力隊（6次産業化支援員）による都市と農村の交流センターを活用した商品開発等の支援を行います。
 さらに、江別市「まち」と「むら」の交流推進協議会による直売所スタンプラリーや農家のかあさん土曜市などの加工品フェアの開催を支援し、都市と農村の交流を推進します。

<課題>

- 市内外への継続的なPR活動の取組
- 需要を伸ばすための多角的な支援の必要性
- 加工品開発のノウハウ等支援が必要
- 農畜産物の高付加価値化の推進
- 販路拡大等の支援が必要

<取組の概要>

- ・広報等メディアの活用による周知・PR活動
- ・消費者向けイベント等の開催を支援
- ・生産者と実需者等の意見交換
- ・江別産農畜産物を活用した商品開発の推進
- ・加工品フェア等の開催を支援
- ・加工品生産者による研修会等の開催を支援
- ・農畜産物等の地域ブランド確立に向けた取組
- ・商談会の出展等を支援
- ・農家レストラン等グリーン・ツーリズム関連施設の開設を支援

事務事業	成果指標	H31年度	2020年度	2021年度	備考
都市と農村交流事業	グリーンツーリズム関連施設の利用者数	581,000 人	人	人	
	イベント参加者の満足度	100 %	%	%	
		事業費	1,600 千円	千円	千円
江別産農畜産物ブランディング事業	特産品の認知個数	2 品目	品目	品目	
	事業費	2,829 千円	千円	千円	