

戦略1 にぎわいと活力を創出するまちづくり

計画期間 令和元年度～令和5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	決算額									
	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
(1) 地域資源の発掘と活用	21,669	千円	19,433	千円		千円		千円		千円
(2) 農畜産物の高付加価値化	3,557	千円	3,169	千円		千円		千円		千円
計	25,226	千円	22,602	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	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	目 標
915,337	1,190,090	1,361,201				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	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	目 標
580,762	596,862	545,905				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	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	目 標
35	53	10				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	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	目 標
39.7	42.1	43.5				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	令和元年度	令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度	目標
32,486	23,708	16,659				37,000

■成果動向（令和２年度の評価）

・「食と農」、「歴史あるれんが」といった観光資源を活かしながら、道央圏からの誘客及び着地型観光を推進するため、市内全域を網羅した観光イラストマップの配布、当市出身タレントを起用した観光動画の作成、江別アンテナショップGET'Sを活用した情報発信、プロモーションイベントやSNSによるPR等を行ってきたところです。その結果、新型コロナウイルス感染症拡大による行動自粛要請等があり、地域発見魅力発信事業の成果指標である主要観光施設観光入込客数は前年度比減となったものの、観光振興計画推進事業の成果指標である観光入込客数（全体）は、令和２年度から大型複合書店を集計に含めたこともあり、前年度比では14.4%増となりました。

■改善案（次年度へ向けた展開・課題・推進の方向性）

・観光入込客数や江別アンテナショップGET'Sの来客数は、令和３年度も新型コロナウイルス感染症の影響を一定程度受けるものと想定されるため、その動向を見ながら、引き続き、道央圏からの誘客強化及び市内での周遊促進に焦点を置き、法人化を予定している観光協会と連携しながら、地域資源を活用したイベント等の実施、SNS等による継続的な情報発信、特産品や観光施設等のプロモーション活動に取り組みます。

<課題>

- 観光資源の磨き上げによる、認知度向上が必要
- 情報発信の拡充が必要
- 市民・事業者の観光に対する意識の向上が必要
- 観光目的のアクセス向上が必要
- 通過型観光から着地型観光への転換が必要

<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	令和元年度	令和２年度	令和３年度	備考
観光振興計画推進事業	観光入込客数	1,190,090 人	1,361,201 人	人	
	事業費	10,256 千円	7,185 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)	194,451 人	189,019 人	人	
	主要観光施設観光入込客数	335,981 人	274,249 人	人	
	事業費	3,814 千円	4,282 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	23,708 人	16,659 人	人	
	アンテナショップ来店者数(市外)	6,511 人	3,972 人	人	
	事業費	7,599 千円	7,966 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	令和元年度	令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度	目標
11	12	10				18

■成果動向（令和２年度の評価）

・農畜産加工品の主な原材料を江別産とすることなどを条件とした認証制度が、平成２６年度からスタートしており、令和元年度までにケチャップ、ジャム、ジュースなど１２件が認定されましたが、令和２年度には加工品の販売終了等により２件が更新されなかったため、認定数は１０件となりました。農業者自らが農業の閑散期などを利用して商品開発や製造等を行うため、単年度に多くの件数は見込めませんが、着実に件数を増やしていくことが、江別の農産物加工品のPR及びブランド力の向上に寄与するものと考えます。

■改善案（次年度へ向けた展開・課題・推進の方向性）

・認定を受けた安全安心な地元農産物加工品の認知度を高め、販売促進や今後の認定件数の増を図るため、直売所やイベント、レシピ動画等でのPRを進めていきます。
 ・平成２８年度からは農畜産物の加工新商品開発等に対して補助を実施し、また、平成２９年度からは都市と農村の交流センター内のテストキッチンが稼働し、自身で工房を持たない農業者でも農産物加工品の開発が可能となったことから、次年度も補助を継続するとともに、テストキッチンの利用促進を図る中で、新たな商品開発や既存商品のレベルアップを支援していきます。

<課題>

- 市内外への継続的なPRが必要
- 需要を伸ばすための支援が必要
- 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が必要
- 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PR
- ・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を支援
- ・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	令和元年度	令和２年度	令和３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	596,862 人	545,905 人	人	
	イベント参加者の満足度	100 %	100 %	%	
	事業費	1,010 千円	976 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	2 品目	品目	
	事業費	2,547 千円	2,193 千円	千円	

