

## 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	実績				予算額			
	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	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	17,661	21,220	43,402				
(2) 農畜産物の高付加価値化	3,557	3,169	3,983	3,959				
計	25,226	20,830	25,203	47,361				

### 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

＜令和4年度の方針＞

令和3年10月に法人化したえべつ観光協会が、観光推進体制の中心的役割を担い、柔軟な発想により当市が持つ観光資源を有効に活用しながら自らの組織強化及び自走化に向けた取組が進められるよう、補助金の交付、市との連携強化、地域おこし協力隊・地域プロジェクトマネージャーの活用等により支援します。

また、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、少人数による着地型観光を推進するため、レンタサイクル事業、謎解き周遊イベント、観光イラストマップの発行などについて、えべつ観光協会の民間の発想を取り入れながら共に取り組むほか、食や農、歴史あるれんがやきものの持つ観光資源としての魅力・認知度を向上させるため、プロモーションイベントの開催、江別アンテナショップGET'S及び市民交流施設における観光案内、えべつ観光協会との連携等によるSNSの活用等を通して、観光情報発信の強化を図ります。

さらに、近隣市町村と連携した観光情報の発信、子ども向けスポット紹介の冊子発行等を通して広域観光の推進を継続するほか、市民・事業者の観光意識を醸成するためのセミナーをオンラインでの開催も含めて検討します。

＜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2年度	令和3年度(予算)	令和4年度(予算)	備考
観光振興計画推進事業	観光入込客数	1,361,201 人	1,190,090 人	1,361,201 人	
	事業費	7,185 千円	9,432 千円	11,685 千円	
えべつ観光協会支援事業	観光入込客数	1,361,201 人	1,190,090 人	1,361,201 人	
	事業費	2,510 千円	3,077 千円	23,082 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	16,659 人	23,708 人	16,659 人	
	アンテナショップ来店者数(市外)	4,017 人	6,511 人	4,017 人	
	事業費	7,966 千円	8,711 千円	8,635 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

＜令和４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。

さらに、都市と農村の交流センターの利用促進を含め、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を行います。

また、江別市「まち」と「むら」の交流推進協議会による直売所や加工品に関するイベントについては、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえて感染症対策を講じる等、状況に合わせた支援により、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２年度	令和３年度(予算)	令和４年度(予算)	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	545,905 人	597,000 人	598,000 人	
	イベント参加者の満足度	100 %	100 %	100 %	
		事業費	976 千円	1,700 千円	1,700 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	2 品目	
	事業費	2,193 千円	2,283 千円	2,259 千円	