

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	24,535	千円	42,120	千円		千円
(2) 農畜産物の高付加価値化	3,557	千円	3,169	千円	2,934	千円	3,308	千円		千円
計	25,226	千円	22,602	千円	27,469	千円	45,428	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	1,216,970	1,584,938		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	615,351	622,025		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	21	30		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	44.4	41.6		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	15,056	16,104		37,000

■成果動向（令和4年度の評価）

- ・新型コロナウイルス感染症の影響がある中、少人数単位での周遊を促進する事業として、レンタサイクル事業や江別アンテナショップGET'Sを発着地とする謎解きイベントの開催、江別イラストマップの発行などを実施しました。
- ・地域おこし協力隊によるSNSなどの江別市の魅力発信、（一社）えべつ観光協会と連携した特産品のPR活動等により、観光情報の発信強化、江別市や特産品の認知度向上に努めました。
- ・令和3年10月に法人格を取得した（一社）えべつ観光協会が、自走化に向けて自ら企画したマルシェ等の取組を支援し、民間の発想を生かした観光振興に取り組みました。
- ・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）、アンテナショップ来店者数は、新型コロナウイルス感染症による行動制限の緩和等により、前年度から回復しました。

■改善案（次年度へ向けた展開・課題・推進の方向性）

- ・第2次江別市観光振興計画（計画期間令和6年度～令和10年度）を策定します。
- ・引き続き道央圏からの誘客強化及び市内周遊促進に重点を置きながら、（一社）えべつ観光協会、観光事業委託事業者、地域おこし協力隊、地域プロジェクトマネージャー、近隣市町村等と連携し、観光資源を生かした各種事業を実施します。
- ・新型コロナウイルス感染症が第5類に移行し、民間や市民団体によるイベント開催等の活発化が予想されるため、その取組みを支援します。

<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
- ・観光協会との連携強化

事務事業	成果指標	令和2年度	令和3年度	令和4年度	備考
えべつ観光協会支援事業	観光入込客数	1,361,201 人	1,216,970 人	1,584,938 人	
	事業費	2,510 千円	9,176 千円	22,450 千円	
観光振興計画推進事業	観光入込客数	1,361,201 人	1,216,970 人	1,584,938 人	
	事業費	7,185 千円	8,298 千円	11,244 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	15,056 人	16,104 人	
	アンテナショップ来店者数(市外)	3,972 人	3,911 人	4,300 人	
	事業費	7,966 千円	8,163 千円	8,426 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	10	8		18

■成果動向（令和４年度の評価）

・主な原材料を江別産とすることなどを条件とした農畜産物加工品の認証制度において、令和３年度までにケチャップ、ジャム、ジュースなど10件が認定されていましたが、令和４年度の認定数は２件減少の８件となりました。

・農業者の高齢化に伴い解散する団体や加工品の製造を減らす事業者も出てきていること、昨今の原油価格・物価高騰に伴う経費の増大や国の農業政策等の見直しにより、農業経営がますます厳しい状況となっていますことから、まずは、現状の認定件数の維持に努めるとともに、認知度向上に取り組むことで、ブランド力の向上を目指しています。

■改善案（次年度へ向けた展開・課題・推進の方向性）

・認証を受けた安全安心な地元農畜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維持を図るため、生産者と消費者の交流イベントや直売所キャンペーンを実施するほか、SNS等でのイベント周知や加工品の紹介といった情報発信を含めたPRを進めていきます。

・農畜産物の加工新商品開発等に対する補助や都市と農村の交流センター内のテストキッチンの利用などにより、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ています。今後の国の農業政策等の動向による農業者への影響に注視しつつ、次年度も補助を継続するとともに、農産物加工の担い手を育成するため、江別市「まち」と「むら」の交流推進協議会による加工品研修会の開催を支援するほか、新たな商品開発や既存商品のレベルアップを、引き続き支援していきます。

<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２年度	令和３年度	令和４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	545,905 人	615,351 人	622,025 人	
	イベント参加者の満足度	100 %	100 %	98 %	
		事業費	976 千円	824 千円	1,062 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	2,110 千円	2,246 千円	