

行政改革の推進について

第6次行政改革推進計画に基づく取組について報告いたします。

■ 報告項目

1. 恵庭市公民連携協働事業提案募集事業について
(1~10ページ)

2. 本庁外4施設の第2専門部会評価について
(11~14ページ)

報告 1

「恵庭市公民連携協働事業提案募集」事業について

「恵庭市公民連携協働事業提案募集」事業実施要領（案）

第1 趣旨

多様化する市民ニーズに対応する新たな政策展開の手法として、民間の企業等から、市内経済の活性化、公共サービスの充実に資する事業企画や協力・支援に関する提案を募集し、民間との協働による政策企画・事業化を検討するため、「恵庭市公民連携協働事業提案募集」事業について実施要領を定める。

第2 基本的な考え方

多様化・細分化する地域住民ニーズに対応するためには、民間の企業等が有する資源（アイデア、ノウハウ、資金等）と市が持つ情報やネットワーク、人的資源を結びつけることで、市内地域や経済の活性化、公共サービスの充実や市が進める施策の効果的な展開を図ることが重要である。

また、社会的責任の一環として地域貢献活動や SDGs（持続可能な開発目標）に取り組みたいと考える民間の企業等も数多くあることから、市が協働を推進すべき政策分野や項目を提示することにより、民間の企業等から提案を募集し、市内における民間との協働を推進するものである。

第3 民間企業等からの提案募集

1 応募対象

本事業では、提案の主体性、実効性、事業の継続性等の観点から、対象を企業、学校法人、NPO、各種団体又は複数の企業や団体で組成されたコンソーシアム（以下「複数企業等」という。）（以下これらを「民間企業等」という。）とし、個人からの提案は受理しないほか、次のいずれかに該当するものの提案は受理しない。

- (1) 法令等に違反する行為を行うもの又はそのおそれのあるもの
- (2) 公序良俗に反する行為を行うもの又はそのおそれのあるもの
- (3) 政治活動を助長するおそれのあるもの
- (4) 宗教活動を助長するおそれのあるもの
- (5) その他協働の対象とすることが適当でないと認められるもの

2 募集する提案

提案する民間企業等自らが事業の実施・協力主体となるものであって、次のいずれかに該当する提案とする。

(1) 協働に向けた協力・支援等に関する事業提案

市が推進する総合戦略の政策分野から、民間企業等が自ら選択して、社会や地域への貢献を念頭に市行政に対する支援や協力等の内容を含んだ事業の企画提案（総合戦略の政策分野の詳細については別表1）

(2) 複数の政策分野にわたって市との協働を推進する提案

複数の政策分野について、市と包括的かつ継続的に協働して事業を展開する企画提案

(3) 複数企業等で市との協働を推進する提案

(1) 及び(2)の視点で複数企業等が市と協働して事業を展開する企画提案

(4) 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）を活用する提案

地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）を活用した、地方創生関係交付金対象事業への支援提案

3 募集方法

(1) 提案受付

別添『「恵庭市公民連携協働事業提案募集」事業に関する提案シート』（以下「提案シート」という。）により電子メール、FAX等で受け付ける。ただし、提案内容に関する部局に事前に相談等を行い、当該部局を経由して提案シートを提出しても差し支えないものとする。

(2) 提出先

恵庭市企画振興部企画課

〒061-1498 恵庭市京町1番地

TEL 0123-33-3131（内線2344）

FAX 0123-33-3137

E-mail kikaku@city.eniwa.hokkaido.jp

(3) 募集期間

提案募集期間及び提案受付期間は、通年とする。

第4 民間企業等からの提案の事業化

(1) 担当課の決定

民間企業等からの提案内容に即し、提案の窓口となる担当課を定めることとする。複数の項目にわたる提案の場合は、企画振興部と関係部等で協議を行い決定する。

(2) 事業化の可否の審査

民間企業等からの提案は総務部、企画振興部、関係部等で協議を行い、事業実施の可否について審査する。また、行政推進第2専門部会と連携し、必要に応じて行政改革推進本部会議や行政改革推進委員会の承認を受けることとする。

(3) 審査基準と審査結果の区分

独自性、市民の利益、実現性、採算度、資格・責任管理等を考慮し、審査を行う。

審査結果は「採用（一部採用を含む）、継続協議、不採用」の3区分とする。継続協議の場合は、事業化に向けて民間事業者等と更なる協議を行う。

【審査結果の区分】

- ① 採用（一部採用）：提案（の一部）を採用し、事業として実施できると判断した場合
- ② 継続協議：「採用」に至らないまでも、実施することで大きな市民の利益になると判断した場合。もしくは、事業の実施にあたって課題等の整理が必要な場合
- ③ 不採用：公民連携協働事業に適さないと判断した場合、現時点では実現が困難な場合

（4）事業者の募集・選定と優先権の設定

提案が採用され事業化する場合、事業者の募集・選定方法及び優先権の設定について、総務部、企画振興部、関係部等で協議を行う。また、市及び民間企業等は、必要に応じて連携・協力に関する協定を締結することができる。

【事業者の募集・選定方法と優先権の区分（例）】

- ① 隨意契約：提案内容に独創的なアイデアや工夫などが含まれ、その事業者にしか行えない業務であると認められた場合
- ② プロポーザル（加点あり）：提案者以外にも事業実施が可能な事業者等が複数存在するが、提案内容に特別なノウハウ、経験などの活用が盛り込まれている場合
- ③ プロポーザル（加点なし）：提案者以外にも事業実施が可能な事業者等が複数存在し、提案に特別なノウハウ、知的財産等が盛り込まれていない場合

第5 公表・広報等

市と民間企業等が協働で実施する事業については、事業化した時点でその内容等を公表するとともに、市のホームページで事業内容のPRを行う。また、広報誌等を活用しながら市民等に対して広く周知を図る。

別添 「恵庭市公民連携協働事業提案募集」事業に関する提案シート

年 月 日

提案企業等	(住所) (名称) (代表者氏名)		
連絡責任者	(役職) (氏名)		
責任者所在地			
電話番号		FAX番号	
E-mail アドレス			

提案の種類	<input type="checkbox"/> ①協働に向けた協力・支援等に関する事業提案
	<input type="checkbox"/> ②複数の政策分野にわたって市との協働を推進する提案
	<input type="checkbox"/> ③複数企業等で市との協働を推進する提案
	<input type="checkbox"/> ④地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）を活用する提案
希望する提案の分野・項目	
提案内容	
事業実施希望時期	
事業の具体化に向けた市への要望等	

別表1 提案を募集する政策分野と施策・事業

第2期恵庭市総合戦略（令和2年3月策定予定）に示す施策・事業について、支援・協力の提案（申し出）を募集する。

政策分野	具体的な施策・事業
1. 人がつながり人口減少に負けない魅力あるまちづくり	<p>多世代交流の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多世代交流推進事業（公共施設の利活用、歩くまちづくり） ・ガーデンデザインプロジェクトの推進 <p>広域化による機能維持・増進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域救急医療体制連携事業 ・都市間交流による産業連携 ・さっぽろ連携中枢都市圏事業 ・千歳市との連携 <p>駅周辺の賑わいづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共交通ネットワーク形成事業（エコバス再構築） ・駐車場対策 ・エリアマネジメントの推進（地域デザイン） ・駅周辺再整備事業 ・商店街活性化事業 ・駅まちプラザ賑わい創出事業 ・土地利用促進による都市機能集約 ・（再掲）ガーデンデザインプロジェクトの推進 <p>公共施設マネジメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共施設等再編（インフラ含む） ・公有地有効活用（住宅地等供給促進） ・（再掲）ガーデンデザインプロジェクトの推進 <p>PPP/PFIの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・PPP・PFI推進事業 ・（再掲）ガーデンデザインプロジェクトの推進 ・AIやIoTの活用 ・郵便局との連携 <p>SDGsの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SDGsの推進
2. 安全安心に住み続けたくなるまちづくり	<p>暮らしの情報発信・充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政マップICT化推進事業（行政情報・観光・防災）

	<ul style="list-style-type: none"> ・タウン情報の充実 ・各種マップ多言語化推進事業（多文化共生） ・窓口サービス向上の推進 ・ガーデンシティえにわライフスタイル発信 ・Society5.0 の実現に向けた技術の活用 <p>住宅政策の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存住宅有効活用・流動化事業 ・耐震化リフォーム推進事業の充実 ・住み替え促進事業 ・3世代住宅の推進 ・民間未利用地宅地開発等の促進 ・（再掲）ガーデンデザインプロジェクトの推進 <p>健康・長寿の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者の居場所事業の充実 ・高齢者等健康増進事業（歩くまちづくり等） ・運動やスポーツを通じたまちづくりの推進（健康ペゾット等） ・在宅医療と介護の連携の推進 ・介護保険地域密着型サービスの整備・充実 ・介護保険施設の整備及び施設サービスの充実 ・地域包括ケアシステムの構築・推進 ・スポーツ健康まちづくりの推進 <p>防災環境の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防災体制の構築 ・緊急貯水槽の設置（消防用水の併用） ・国土強靭化等との連携 ・応急手当の普及啓発
3. 恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくり	<p>地域資源活用観光振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光プロモーション ・ガーデンツーリズムの推進（イベント事業の充実、地域連携による全国・全道的イベントの展開、恵庭渓谷の活用） ・花のまちづくりプラン推進（恵庭市公共施設花づくり指針等の推進、ガーデンデザインプロジェクトの推進によるまちのイメージ向上） ・対恵庭直接投資継続拡大に係る推進事業（台湾及び国内） ・関係人口の拡大 ・「花ロードえにわ」（道の駅）と農畜産物直売所による農商工等連携拠点整備事業

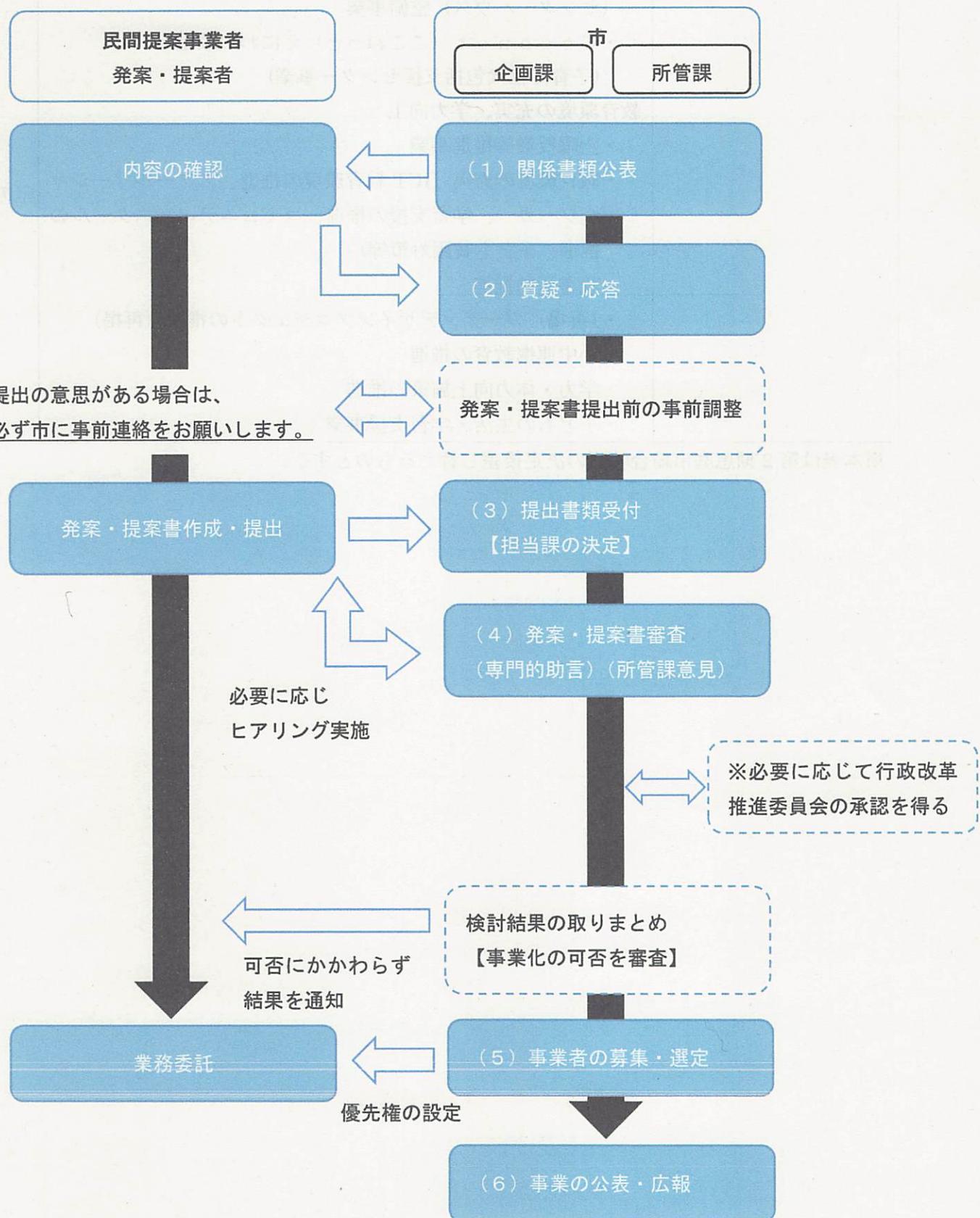
- ・子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点
(センターハウス) 整備事業
 - ・全国都市緑化フェアの開催誘致
- 地域産業活性化**
- ・自社工場製品モニター販売促進
 - ・(再掲) 都市間交流による産業連携
 - ・認定農業者・後継者・新規就農者の育成
 - ・農商工連携の推進
 - ・「花ロードえにわ」(道の駅)と農畜産物直売所による農商工等連携拠点整備事業
 - ・子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点
(センターハウス) 整備事業
 - ・産業 PR イベントの開催
 - ・産官学金の連携による地元企業の活性化
 - ・ふるさと納税推進
 - ・(再掲) ガーデンデザインプロジェクトの推進
 - ・外国人労働者が働きやすいまちづくり
 - ・サテライトオフィスの誘致
 - ・新たなビジネスモデルの構築等による地域経済の発展
- 産業連関表を活用した地域経済活性化**
- ・産業連関表活用事業
- 地域エネルギー有効活用**
- ・地域エネルギー有効活用事業 (焼却施設余熱利用含む)
 - ・環境配慮型住宅の推進 (スマートハウス、高気密高断熱街区形成事業)
 - ・まちごと COOL CHOICE の促進
- 就労促進**
- ・就職応援セミナー (学生・生徒、保護者を通じた地元就活)
 - ・合同企業就職説明会
 - ・企業誘致の促進 (土地利用の促進や拡大・効果的な優遇制度の運用等)
 - ・障がい者や高齢者等幅広い就労支援事業
 - ・農福連携
 - ・女性就業促進のための保育等多様なニーズに対応する各種施策事業の連携取組
 - ・季節労働者雇用促進支援事業
 - ・(再掲) ガーデンデザインプロジェクトの推進

	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人材の登用推進 ・中小企業支援事業・起業家支援 ・移住定住促進 ・高等教育機関等と連携した若者定着と知の拠点づくり <p>中小企業支援事業・起業家支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内外起業家支援事業（新たな開業支援等） ・（再掲）駅まちプラザ賑わい創出事業 ・中小企業活動支援（事業系廃棄物手数料の軽減） ・（再掲）商店街活性化事業 <p>移住定住促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住者促進事業（雇用情報・賃貸住宅情報等一括提供事業） ・土地利用促進による宅地供給促進 ・（再掲）ガーデンデザインプロジェクトの推進 ・シティセールスの推進（庁内・市民検討委員会の設置） ・女性、高齢者、障がい者、外国人等が共生するまちづくり <p>高等教育機関等と連携した若者定着と知の拠点づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高等教育機関連携事業（土曜スクール推進） ・産官学連携 ・地元学生・生徒の定着促進事業 ・高等学校・大学等における人材育成
4. 希望を持って子育てしたくなるまちづくり	<p>個々人の希望をかなえる少子化対策推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・育児休暇取得促進事業 ・子育て応援企業表彰制度 ・子育て応援隊の推進 ・子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点（センターハウス）整備事業 <p>妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特定不妊治療費助成事業 ・妊婦健康診査費助成 ・産後子育てサポート事業 ・多子世帯軽減支援事業 ・私立幼稚園特別支援教育推進事業 ・恵庭市独自要件による保育園入所事業 ・子育て情報発信事業 ・（再掲）女性就業促進のための保育等多様なニーズに対応する各種施策事業の連携取組 ・多様な子どもの遊び場の創設

	<ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点（センターハウス）整備事業 ・Cocoonet（ここねっと）えにわの取組み（子育て世代包括支援センター事業） <p>教育環境の充実、学力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土曜授業等推進事業 ・教育環境の充実（ICT 教育環境の推進、スクールソーシャルワーカー、学習支援の推進、コミュニティ・スクールの推進、子ども貧困対策等） ・読書活動推進 ・（再掲）ガーデンデザインプロジェクトの推進（再掲） ・小中連携教育の推進 ・学力・体力向上施策の推進 ・子どもの生活・学習支援事業
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

※本表は第2期恵庭市総合戦略の決定後差し替えるものとする。

制度のフローと実施スケジュール



報告 2

本庁外4施設の第2専門部会評価について

1. 経緯

平成29年度の行政評価では、健全な財政運営に向けた事務事業の適正化と、職員一人ひとりの改革意識と人材育成を促すため、評価対象事業の新たな抽出方法として、課及び職員からの行革提案を募集しました。

この課・職員提案の中で、公共施設等総合管理計画推進の観点から「保健センター」「子ども発達支援センター」「郷土資料館」「学校給食センター」の本庁外4施設について単に事務事業の見直しに止まらず、民間活用（PPP）及び公共施設マネジメントに至るまで多段階に評価を行うことで施設の今後のあり方を整理する提案があり、「行革で取り組むメニュー」として決定しました。

平成30年度は、第1段階の事務事業評価を実施し、当該評価により本庁外4施設の課題を明確にするとともに今後の事務事業の見直しを整理しました。

令和元年度においては、PPP推進（第2専門部会）の視点による検討を加えて本庁外4施設の今後の方向性を整理します。

2. 各施設の検討状況

（1）保健センター

【第1専門部会評価】（平成30年度）

令和元年度より介護福祉課に事務移管予定だが、これを機会に委託化も進めるべき。また、これまでの実施主体として介護福祉課へ適切なバックアップをしていただきたい。夜間・休日急病診療事業については、先駆的にほかの自治体との連携により連休期間を一部休止（交通費は助成）することや市内医療機関への民間委託も視野に入れて検討していく必要がある。

【所管課の検討状況】（令和元年度）

① 「高齢者健康づくり支援事業」

令和元年度には高齢者健康づくり事業が介護福祉課へ移管され、地域包括支援センター等との協働がより一層可能となることから、今後の事業運営等について委託を含め検討していくこととした。

② 「介護予防地域リーダー支援事業」、③ 「地域支えあい・地域づくり事業」

令和元年度に事業を介護福祉課へ移管し、社会福祉協議会や地域包括支援センターなどの協働事業として実施していくよう、事業の委託化の検討等を行っていくこととし、いきいき百歳体操の介護予防効果については、市内大学との共同研究を行うこととした。

④ 「夜間・休日急病診療事業」

当診療所は初期救急医療機関として、市民の健康維持に大きく寄与している。また、地元にそのような医療機関があることは市民への初期救急に係る安心感を拡大し、拠り所となっている。市外の急病センター等との連携については、今後関係機関との協議・検討が必要である。

【第2専門部会評価】

「高齢者健康づくり支援事業」をはじめ、介護福祉課へ移管された3つの事業については、地域の福祉・介護サービス協事業所との連携が促進され、市民サービスの向上が図られている。

「夜間・休日急病診療事業」については、救急医療の維持や向上等に向けて、医師会はもちろんのこと、「千歳市との連携施策の充実拡大に関する覚書」に基づき、両市における定期的な情報共有及び相互連携の実現に向けた協議を進めていただきたい。

(2) 子ども発達支援センター

※令和元年10月2日 厚生消防常任委員会にて「恵庭市子ども発達支援センター事業検討報告書（案）」について報告

【第1専門部会評価】（平成30年度）

自ら事業評価を行い、詳細なニーズ調査による分析から事業見直しの方向性を明確にしている。行政が取り組むべき早期発見や訪問支援、「小児神経医による子ども発達相談」について、これからも重点的に取り組んでいくためには、地域の担い手を充実させていくことも必要である。

【所管課の検討状況】（令和元年度）

① 「相談支援事業」

市内に相談支援事業所が3ヶ所あり、児童の相談支援はほぼ全てセンター内の「相談支援室え～る」が担っている。今年度、相談支援事業所の新規参入があったが、現在は休止状態であることから、当面は現行どおりの実施が望ましいと考える。成人（18歳以上）の相談支援については主に民間の相談支援事業所2ヶ所が利用計画作成を行っている。

「相談支援室え～る」でも一部計画相談を行っているが、20歳以上の利用者に対しては、段階的に市内相談支援事業所への移行を進めている。

② 「児童発達支援事業」

幼児期の発達支援、保護者支援、地域支援すべての役割をセンターが担っており、早期発見から一体的に支援を行う役割を果たしていることから、センターの児童発達支援事業は児童に対する支援の根幹を担っている。保護者の就労など特別な事情を除き、児童発達支援事業を利用する児童の大半がセンターを利用していることから、現行どおりの

実施が望ましい。(市町村中核子ども発達支援センター事業の必須事業となっている)

③ 「放課後等デイサービス事業」

放課後等デイサービスについては、センターでの継続支援を希望する利用者ニーズはあるが、将来構想に沿って、保護者の理解を得て民間事業所への移行を段階的に進めてきた所である。今後についても事業の見直しを進め、令和2年度より事業を休止する方向で検討している。

④ 「社会生活支援事業」

平成23年の事業開始当初と比較して、市内に就労支援事業所（就労移行支援、就労継続支援A型、就労継続支援B型）が増えたこと、市外事業所の利用も増えてきたことなど、就労支援を利用する環境が整備されてきた。また相談支援による高校卒業から就労までのスムーズな移行が図られてきていることもあり、令和2年度より事業を休止する方向で検討している。

【第2専門部会評価】

「恵庭市子ども発達支援センター事業検討報告書」において、①「小児神経医による子ども発達相談」の継続実施、②「障害児通所支援事業」の「放課後等デイサービス事業」及び「社会生活支援事業」の休止、③早期発見と相談を一体的に提供する身近な通所支援の場所として事業の実施、④「地域支援事業」、「児童相談事業」、「児童支援事業」、「障害児通所支援事業」の再編を今後推進していくことについて確認した。

(3) 郷土資料館

【第1専門部会評価】(平成30年度)

第5期総合計画後期では史跡カリンバガイダンス施設の整備を考えているところであり、従来の資料館機能との集約、さらにはほかの公共施設と複合化を行えば、文化学習要素はもとより観光資源となる可能性も期待され、事業価値の向上による収益性の可能性も広がると考える。まずは、老朽化する施設対応のためにも早期に教育部内で史跡カリンバガイダンス施設整備に伴うコンセプトと優先度を明確化していく必要がある。

【所管課の検討状況】(令和元年度)

① 郷土資料館維持管理

維持管理業務としては、国の重要文化財として指定を受けており、自治体が責任を持って管理すべきものとして定められていること。また、事業運営業務については、日常の郷土資料館業務（展示や郷土史に関する問い合わせ対応、資料貸出、受付等）、資料収集、保管、展示、調査研究、教育普及、広報など周知業務、学校教育と連携した業務などがあり、市直営が望ましいと考えているが、第5期総合計画後半に整備を計画しているガイダンス施設の建設と一体的に推進することとしたい。

② 埋蔵文化財整理室維持管理

維持管理業務としては、国の重要文化財として指定を受けており、自治体が責任を持つて管理すべきものとして定められていること。また、職員も常駐せず、必要経費も光熱水費が主なものであり、所在地も資料館とは離れた場所であることから、今後も市直営として継続すべき事業である。

【第2専門部会評価】

民間活用に関しては、ガイダンス施設の方向性が明確になるまで当面は直営で行うことが望ましいと判断した。

(4) 学校給食センター

※「恵庭市学校給食センター整備・運営に関する基本的方向性（素案）」を作成し、検討中。年度内に正案が出来上がる見込み。

【第1専門部会評価】（平成30年度）

施設の老朽化が著しいが、給食センターの新たな整備には莫大な費用を要する。費用と効果のバランスを検証していくことになるが、公共施設等総合管理計画の観点からも複合化について検討指示する。また、組織体制についても、より効率化をあげるために学校給食協会へ運営の裁量を与える形で業務のスリム化を図ることも必要と考える。現在検討中の給食費の公会計化は非常に重要な取り組みであると考える。評価とは別の枠となるが「組織体制の見直し」「公会計化」についても検討を指示したい。

【所管課の検討状況】（令和元年度）

小学校給食センターの施設の老朽化により、中学校給食センターも含めたあり方を検討していかなければならないと考えており、第5期恵庭市総合計画の後期計画に載せ、施設整備をしていきたいと考えている。安全で安心な給食を安定的に提供するため、今後における学校給食センターの整備の考え方、手法、運営などに関する検討を行い、基本的方向性を示していく。

【第2専門部会評価】

「恵庭市学校給食センター整備・運営に関する基本的方向性」の中でPFI事業を導入することとし、BT0方式を基本とすることを確認した。市の財政状況や今後の主要な施策の推進状況などから事業の適正な実施時期を検討し進めてもらいたい。

3. 今後の取組みについて

令和2年度においては公共施設マネジメント（第3専門部会）の視点による検討を加えて本庁外4施設の今後の方向性を整理していきます。

第2期恵庭市総合戦略案

ガーデンシティプラン

～日本のガーデンシティ（田園都市）がここにある～

当初令和2年●月

恵庭市

恵庭市制施行50周年記念

未来へつなぐ 花のまち 恵庭



年

目 次

1. 恵庭市総合戦略の目的	1
1.1 恵庭市総合戦略の目的	1
1.2 恵庭市総合計画との関係	1
2. 恵庭市総合戦略の対象期間	2
3. 恵庭市総合戦略	2
3.1 基本目標（目指すべき将来の方向性）	2
(1) 人がつながり人口減少に負けない魅力あるまちづくり	2
(2) 安全安心に住み続けたくなるまちづくり	2
(3) 恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくり	2
(4) 希望を持って子育てしたくなるまちづくり	2
3.2 数値目標	3
3.3 施策の横断的展開	3
(1) 若者世代を中心としたニーズに対応する横断的施策（P17 参考資料参照）	3
(2) 交流人口増による幅広い地域産業活性化（P18 参考資料参照）	3
(3) 妊娠・出産・就労・結婚・定住への切れ目のない支援（P19 参考資料参照）	3
(4) 新ガーデンデザインプロジェクトの推進（P20 参考資料参照）	4
(5) 新しい時代の流れを力に（P21 参考資料参照）	4
3.4 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）	5
(1) 人がつながり人口減少に負けない魅力あるまちづくり	5
(2) 安全安心に住み続けたくなるまちづくり	7
(3) 恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくり	9
(4) 希望を持って子育てしたくなるまちづくり	13
4. 戰略の推進管理	15
4.1 PDCAサイクルの推進	15
5. 参考	16
5.1 総合戦略の構成の概要	16
5.2 事業の展開の方向性	17
(1) 若者世代を中心としたニーズに対応する横断的施策	17
(2) 交流人口増による幅広い地域産業活性化	18
(3) 妊娠・出産・就労・結婚・定住への切れ目のない支援事業一覧	19
(4) 新ガーデンデザインプロジェクトの推進	20
(5) 新しい時代の流れを力に	21
5.3 令和元年度恵庭創生懇談会	24

1. 恵庭市総合戦略の目的

1.1 恵庭市総合戦略の目的

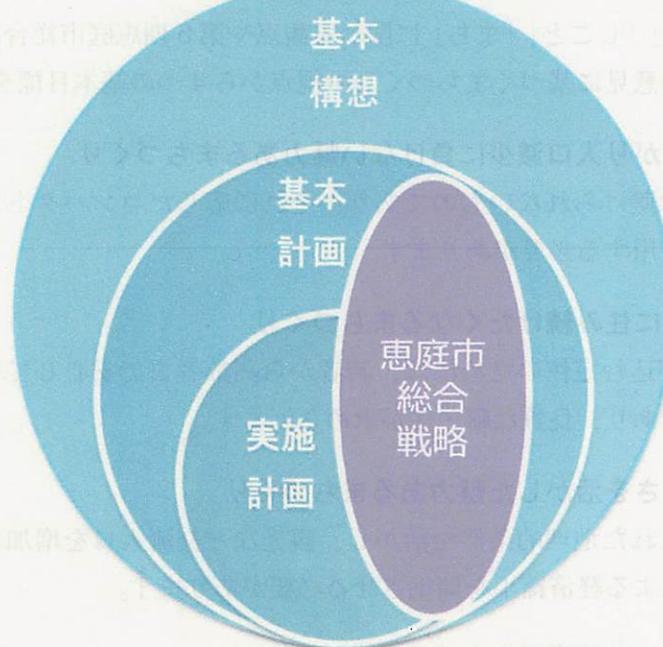
令和元年9月に実施した市民アンケートにおいて回答者の92%が恵庭市は住みやすいと評価しています。豊かな自然と交通などの利便性を併せ持ち、市民の郷土愛も高いことが裏付けられました。まちの健全な将来を考えると、この優れた地域性を生かしつつ、今後も地域の課題に向き合い、少子高齢化を克服し、地域の強みを生かし、地域の生き残りを図つていかなければなりません。そのためにも、住みやすいまち、住み続けたくなるまちとしてライフスタイルの提供を続けていく必要があります。

総合戦略は、恵庭市が次世代に向けて更なる発展を遂げ、この地で暮らすことに幸せを感じられるまちをつくり、人口減少や少子高齢化が急速に進む社会情勢においても高い持続性を確保するため、短・中期的に取り組むべき施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものです。

1.2 恵庭市総合計画との関係

恵庭市総合戦略は、第5期恵庭市総合計画において人口減少の問題に特化した重点的・横断的な取り組みを進めるべき施策の基本計画・実施計画として位置付け、国の交付金などを活用し取り組んでいくこととします。

第5期恵庭市総合計画



2. 恵庭市総合戦略の対象期間

令和2年度から令和6年度までの5年間とします。

3. 恵庭市総合戦略

3.1 基本目標（目指すべき将来の方向性）

当市は、水と緑豊かな石狩平野の平坦な地形の中、「空の玄関・新千歳空港」と「道都・札幌市」の中間に位置し、国道36号線やJR4駅を有するなど、優れた立地環境を背景に田園都市として発展を続けてきました。こうした地理的優位性を活かすとともに、恵庭市総合戦略の策定に当たり、「恵庭市人口ビジョン」において、人口動向や将来人口の分析を行い、目指すべき将来の方向性を以下のとおりまとめました。

「ひと」に関わる現状分析として、転入者による社会増によって若者の流出や出生率の低さをカバーしているということが推測されます。このため、今後も住みよいまちという強みを伸ばすため、宅地供給により転入者増、対して若者定着や低出生率という弱みを克服する施策展開を行う必要があります。

「しごと」に関わる分析として、生産年齢人口の減少による域内経済の縮小を阻むため、高齢者や女性、外国人材等の活躍できる場やその方策を創造することが必要です。

「まち」に関する分析では、恵庭の自然、景観など「花・水・緑」をコンセプトに、全国都市緑化フェアの誘致を起爆剤として、交流人口増加を目指し、雇用に繋がるような経済波及効果を高める必要があります。

こうした「ひと」「しごと」「まち」に関する観点や第5期恵庭市総合計画策定にあたって寄せられた市民の意見に基づくまちづくりの視点から4つの基本目標を定めました。

(1) 人がつながり人口減少に負けない魅力あるまちづくり

人口減少は避けられないものであり、それに応じたコンパクトシティの推進や民間の力を活用する必要があります。

(2) 安全安心に住み続けたくなるまちづくり

転入を呼び込む定住のためには、若者から高齢者まで安心して暮らせるまちづくりが必要であり、良質な職・住が求められます。

(3) 恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくり

恵庭の恵まれた地理的条件を活かし、観光など交流人口を増加させることにより人口減少による経済縮小を鈍化させる必要があります。

(4) 希望を持って子育てしたくなるまちづくり

妊娠・出産・子育て・教育の切れ目のない支援により安心して子育てできることはもとより、子育て世代を呼び込むためには、学力向上などの教育・子育て環境を充実させが必要です。

3.2 数値目標

数値目標	基準値	目標値（R6）
純移動数 〔転入者数-転出者数〕：転入超過数	純移動数 562 人 (H30)	純移動数 822 人 (R2～R6 累計)
観光入込客数	観光入込客数 1,356,869 人 (H30)	観光入込客数 1,572,000 人 (R6)
女性就業率	女性就業率 42.9% (H27 国勢調査)	女性就業率 (H27 国勢調査対比) ※ ¹ (R2 国勢調査)
若年者就業率	若年者就業率 53.2% (H27 国勢調査)	若年者就業率 (H27 国勢調査対比) ※ ¹ (R2 国勢調査)
合計特殊出生率	合計特殊出生率 1.33 (H30)	合計特殊出生率 1.60 (R6)

※¹R2 国勢調査集計結果公表後、目標値について検討

3.3 施策の横断的展開

(1) 若者世代を中心としたニーズに対応する横断的施策 (P17 参考資料参照)

今後も遊休地等を活用した宅地供給による転入者増を図るとともに、高齢者の住み替えによる既存住宅の活用や流動化事業を進め、さらには若年層のニーズにある賃貸住宅供給も促進するなど、宅地や既存住宅の循環、連携を推進することにより、出生率の増や人口の社会増を目指すこととします。

(2) 交流人口増による幅広い地域産業活性化 (P18 参考資料参照)

道央圏 264 万人の日帰り観光をメインターゲットとし、本市の特色や地域性である「花のまちのイメージ」や農産物、自然景観など良好な地域資源を活用することで、交流人口を伸ばし、さらには経済波及効果を拡大させ、幅広い地域産業の活性化を図り、雇用の増などへ結び付けていくことを目指します。

(3) 妊娠・出産・就労・結婚・定住への切れ目のない支援 (P19 参考資料参照)

年代別に施策の対象者は異なり、必要とする支援も異なることから、妊娠・出産・

子育て・就労・結婚・定住への切れ目のない支援を体系づけることにより、効果的な施策展開を図っていきます。

(4) 新ガーデンデザインプロジェクトの推進 (P20 参考資料参照)

JR 駅を中心としたコンパクトで質の高い住環境、市街地に近接する工業団地を中心とする利便性の高い職場環境、ガーデンツーリズム等の観光機能の更なる強化に取り組むとともに、防災、景観、環境、健康機能を付加し、居心地の良い生活空間づくりを進め、QOL¹が高いまち=「住みやすいまち、暮らしやすいまち」の戦略的なPRを推進します。

(5) 新しい時代の流れを力に (P21 参考資料参照)

Society5.0²の推進による未来技術は、有効に活用することで課題を解決するだけでなく、市民生活の利便性を高め、恵庭の魅力を向上させるものと期待されます。また、SDGs³の理念に沿って進めることにより、政策の全体最適化及び課題解決の加速化が期待でき、持続可能なまちづくりを推進します。さらに恵庭の資源を活用し関係人口⁴の創出に努めます。

¹ QOL : Quality Of Life の略称。ひとりひとりの人生の内容の質や、社会的にみた生活の質のことを指し、どれだけ人生に幸福を見出しているかの尺度としてとらえる概念のこと。

² Society5.0: サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）のことで、狩猟社会（Society1.0）、農耕社会（Society2.0）、工業社会（Society3.0）、情報社会（Society4.0）に続き、IoTやロボット、AI等の最新テクノロジーを活用した新しい社会。

³ SDGs : 持続可能な開発目標（SDGs）とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標。

⁴ 関係人口：移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと。恵庭市では、行き来する・通過する人々やさっぽろ連携中枢都市圏圏域人口、工業団地関係者、ふるさと納税寄付者等が、恵庭に関心を持ち、応援し、関わりを持つこと等を想定。

3.4 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI⁵）

※施策の横の記号について、◎は新規事業、○は拡大事業、◇は継続事業

(1) 人がつながり人口減少に負けない魅力あるまちづくり

具体的な施策・事業	重要業績評価指標（KPI）
①多世代交流の推進 子どもから高齢者まで多機能施設による交流、「居場所」の創設を推進し、コミュニティの維持、増進に努めます ○新ガーデンデザインプロジェクト ⁶ の推進 ◇多世代交流推進事業 (公共施設の利活用、歩くまちづくり)	複合施設利用者数 (基準値 H30-593, 956 人、目標値 R6-636, 076 人)
②広域化による機能維持・増進 教育、文化、医療、産業等幅広い分野において他市と連携し、先進事例の導入などにより、機能の拡充やまちの魅力づくりを図ります ◎さっぽろ連携中枢都市圏事業 ◎千歳市との連携強化 ◇地域救急医療体制連携事業 ◇都市間交流による産業連携	都市間連携による商品開発数 (基準値 R1-2 個、目標値 R6-10 個 (5 年間累計))
③駅周辺の賑わいづくり 3駅を中心としたコンパクトシティを目指し、少子高齢化社会に対応した機能の集約、確保、充実を図ります ○エリアマネジメント ⁷ の推進(地域デザイン) ○駅周辺再整備事業 ○商店街活性化事業 ○土地利用促進による都市機能集約 ◇公共交通ネットワーク形成事業 ◇駐車場対策	エコバス利用者数 (基準値 H30-299, 270 人、目標値 R6-300, 000 人) 最寄りの駅周辺に賑わいがあると思う人の割合 (基準値 H30-28%、目標値 R6-30%)

⁵ 重要業績評価指標（KPI）：Key Performance Indicator の略称。施策ごとの進捗状況を検証するため設定する指標。

⁶ 新ガーデンデザインプロジェクト：職・住・観光機能の拡充を図るための、コンパクトシティ、駅周辺の賑わいづくり、花のビレッジ、恵庭かわまちづくり事業、新住宅団地検討、工業団地の用途拡大の政策間連携の総称。

⁷ エリアマネジメント：地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組み。

◇駅まちプラザ賑わい創出事業

◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進

④公共施設マネジメント

公共施設の機能を維持し、統廃合・複合化により時代に合った適正な管理コスト、多世代交流機能、遊休地の民間利用を図ります

○公共施設等再編(インフラ含む)

○公有地有効活用(住宅地等供給促進)

◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進

公共施設床面積

(基準値 H30-254,169 m²)

目標値 R6-252,661 m²)

⑤PPP⁸・PFI⁹の推進

公共サービス、機能維持のため、官民協働を推し進め、民間活力、ノウハウ等を活用し、稼ぐ公民連携を進めます

◎企業版ふるさと納税の推進

◎民間企業やNPO法人等との連携・協働

○PPP・PFI推進事業

○AIやIoTの活用

◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進

PPP・PFI件数

(基準値 H30-18件、

目標値 R6-23件)

⁸ PPP : Public Private Partnership の略称。官民連携のこと。公共的な社会基盤の整備や運営を、行政と民間が共同で効率的に行おうとする手法。

⁹ PFI : Private Finance Initiative の略。公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法。

(2) 安全安心に住み続けたくなるまちづくり

具体的な施策・事業	重要業績評価指標（KPI）
⑥暮らしの情報発信・充実 様々な暮らしに関する情報の ICT ¹⁰ 化により、スマートフォンなど様々な端末・媒体・ツールでの情報入手を可能にし、市民の利便性の向上や関係人口増への手段とします <ul style="list-style-type: none"> ◎ガーデンシティえにわライフスタイル発信 ◎恵庭市行政デジタル化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ◇各種マップ多言語化推進事業（多文化共生） ◇窓口サービス向上の推進 ◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進 	市ホームページセッション数 （基準値 H30-971,727 セッション、目標値 R6-1,000,000 セッション）
⑦住宅政策の推進 既存住宅の流通を図り、リフォームや耐震化を図り、住み替えや住宅の流動化を関係機関と連携しながら促進します <ul style="list-style-type: none"> ◇既存住宅有効活用・流動化事業 ◇耐震化リフォーム推進事業の充実 ◇住み替え促進事業 ◇3世代住宅の推進 ◇民間未利用地宅地開発等の促進 ◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進 	住み替えフェア参加者数 （基準値 H30-216 人、目標値 R6-500 人（5年間累計））
⑧健康・長寿の推進 誰もが健康で生きがいのある生活を送り続けるために、高齢者の保有する知識や経験を地域貢献に生かすとともに、健康に対する意識の向上や気軽に楽しめるスポーツの普及などを推進します <ul style="list-style-type: none"> ◎スポーツ健康まちづくりの推進 <ul style="list-style-type: none"> ◇高齢者の居場所事業の充実 ◇高齢者等健康増進事業 ◇運動やスポーツを通じたまちづくりの推進 （健康イベント、歩くまちづくり等） ◇在宅医療と介護の連携の推進 	複合施設利用者数 （基準値 H30-593,956 人、目標値 R6-636,076 人）

¹⁰ ICT : Information and Communication Technology の略称。情報や通信に関する科学技術の総称。

- ◇介護保険地域密着型サービスの整備・充実
- ◇介護保険施設サービスの充実
- ◇地域包括ケアシステム¹¹の推進
- ◇コミュニティ・スクール事業
- ◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進

⑨防災環境の充実

異常気象をはじめとする自然災害の常態化に備え、北海道や関係機関との連携を強化するとともに、地域防災力の強化と充実に向けた取り組みを推進する

講習受講者数（累計）（基準
値H30-35,000人、目標値R6-
42,000人）

- ◎地域強靭化の推進
- 応急手当の普及啓発
- ◇防災体制の構築
- ◇緊急貯水槽の設置（消防用水の併用）
- ◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進

¹¹ 地域包括ケアシステム：団塊の世代が75歳以上となる2025年を目指し、重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、住まい・医療・介護・予防・生活支援が一体的に提供されるシステム。

(3) 恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくり

具体的な施策・事業	重要業績評価指標（KPI）
⑩地域資源活用観光振興 インバウンドを含めた交流人口の増加を目指し、地域資源を活かしたイベントの充実、観光プロモーションの展開など観光資源の魅力や認知度の向上を図ります	
◎関係人口の拡大 ○全国都市緑化フェアの開催誘致 ○「花ロードえにわ」(道の駅)と農畜産物直売所による農商工等連携拠点整備事業 ○子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点（センターハウス）整備事業 ◇観光プロモーション ◇ガーデンツーリズムの推進 (イベント事業の充実、地域連携による全道的イベントの展開、恵庭渓谷の活用) ◇花のまちづくりプラン推進 (恵庭市公共施設花づくり指針等の推進、ガーデンデザインプロジェクトの推進によるまちのイメージ向上) ◇対恵庭直接投資継続拡大に係る推進事業（海外及び国内）	観光入込客数 (基準値 H30-1, 356, 869 人、 目標値 R6-1, 572, 000 人)
⑪地域産業活性化 地域性を反映した事業を展開し、雇用の増や経済の活性化を図ります	製造品出荷額等
◎スマート農業の推進 ◎農業技能実習生受入サポート事業 ◎サテライトオフィス ¹² やコワーキングスペース ¹³ の活用 ◎テレワーク ¹⁴ やワーケーション ¹⁵ の調査 ◇ふるさと納税推進	(基準値 H29-1560 億円、 目標値 R5-1600 億円) ふるさと納税額

¹² サテライトオフィス：企業または団体の本拠から離れた所に設置されたオフィスのこと。恵庭市では通勤ラッシュ等から離れ、北海道内を周遊できるものと想定。

¹³ コワーキングスペース：互いのアイデアや情報を交換し、仕事の質を高める働きができる場所。

¹⁴ テレワーク：ICT（情報通信技術）を活用し、時間や場所の制約を受けずに柔軟に働く形態のこと。在宅勤務やモバイルワーク、サテライトオフィスを想定。

¹⁵ ワーケーション：リゾート地などで休暇などをかねてリモートワーク（オフィスから離れた場所で働く）を行う労働形態のこと。「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語。

- ◇自社工場製品モニター販売促進 (基準値 H30-3 億 3294 万円、目標値 R6-10 億円)
- ◇認定農業者・後継者・新規就農者の育成
- ◇農商工連携の推進
- ◇産業 PR イベントの開催
- ◇産官学金の連携による地元企業の活性化
- ◇外国人材が働きやすいまちづくり
- ◇(再掲)「花ロードえにわ」(道の駅)と農畜産物直売所による農商工等連携拠点整備事業
- ◇(再掲)都市間交流による産業連携
- ◇(再掲)子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点(センターハウス)整備事業
- ◇(再掲)新ガーデンデザインプロジェクトの推進

⑫産業連関表¹⁶を活用した地域経済活性化

産業連関表を活かし、経済波及効果を測定することにより 産業連関表作成 (R6)
り、効率的な投資により雇用を創出します

- ◇産業連関表活用事業
- ◇RESAS¹⁷活用事業
- ◇地域経済循環分析¹⁸ (環境省) 活用事業

⑬地域エネルギー有効活用

地球温暖化対策実行計画を策定し、地域エネルギーの有効 COOL CHOICE 賛同登録件数
活用を行ないます (累計)

- ◇地域エネルギー有効活用事業 (基準値 R1-3, 693 件、目標
- ◇環境配慮型住宅の推進 値 9, 000 件)
- ◇まちごと COOL CHOICE の促進
- ◇(再掲) 新ガーデンデザインプロジェクトの推進

⑭就労促進

地域の雇用の場を創出し、地元就職の促進を図るとともに、女性や高齢者、障がい者等の働く場を維持、拡大し就業人口の増加を図ります

¹⁶ 産業連関表：経済波及効果分析や各種経済指標の基準改定を行うことを目的に、一定期間において、財・サービスが各産業部門間でどのように生産され、販売されたかについて、行列（マトリックス）の形で一覧表にとりまとめたもの。

¹⁷ RESAS：産業構造や人口動態、人の流れ等のビッグデータをマップやグラフでわかりやすく表示できる内閣官房及び経済産業省が提供しているシステム。

¹⁸ 地域経済循環分析：産業連関表と地域経済計算を中心とした複合的な分析により、「生産」、「分配」及び「支出」の三面から地域内の資金の流れを俯瞰的に把握するとともに、産業の実態、地域外との関係性等を可視化する分析手法。

<p>◎外国人材の登用推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇就職応援セミナー (学生・生徒、保護者を通した地元就活) ◇合同企業就職説明会 ◇企業誘致の促進 (土地利用の促進や拡大・効果的な優遇制度の運用等) ◇障がい者や高齢者等幅広い就労支援事業 ◇農福連携 ◇女性就業促進のための保育等多様なニーズに対応する各種施策事業の連携取組 ◇季節労働者通年雇用促進支援事業 ◇(再掲) 新ガーデンデザインプロジェクトの推進 	<p>地元(大学・専門学校)卒業者の地元就職 (基準値 H30-25人、目標値 R6-50人)</p> <p>農福連携による就労者・就労訓練者数(基準値 H30-2,479人、目標値 R6-7,000人(5年間累計))</p>
<p>⑯中小企業支援事業・起業家支援</p> <p>働く場の創出のため起業者支援を実施するとともに、関係機関と連携しながら中小企業の振興を図ります</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇市内外起業家支援事業(新たな開業支援等) ◇中小企業活動支援 ◇(再掲) 駅まちプラザ賑わい創出事業 ◇(再掲) 商店街活性化事業 	<p>起業件数(基準値 H28~H30-42件、目標値 R6-70件(5年間累計))</p>
<p>⑯移住定住促進</p> <p>暮らしや子育て環境を整え、移住定住者の必要とする情報を提供し、条件やニーズに応え、移住の促進を図ります</p> <p>◎外国人も暮らしやすく、住みやすいまちづくり(多文化共生)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇女性、高齢者、障がい者等が共生するまちづくり ◇住み替え促進事業 (住み替えセミナーによる戸建て住宅等の供給促進、高齢者の住み替え、リフォーム等の推進) ◇移住者促進事業 (雇用情報・賃貸住宅情報等一括提供事業) ◇土地利用促進による宅地供給促進 ◇シティセールスの推進(府内・市民検討委員会) ◇(再掲) 新ガーデンデザインプロジェクトの推進 	<p>日本語習得支援ボランティア(日本語サポート)育成セミナー及び講座の参加者数 (基準値 R1-0人、目標値 R6-100人(5年間累計))</p> <p>オーダーメイドツアー数 (基準値 R1-12件、目標値 R6-70件(5年間累計))</p>
<p>⑪高等教育機関等と連携した若者定着と知の拠点づくり</p> <p>地域と若者をつなぐ拠点として、大学・専門学校や高等学校を位置づけ、高等教育機関を核とした地域力の強化と若</p>	

者の雇用拡大と定住を図ります	
◎高等学校・大学等における人材育成	地元（大学・専門学校）卒業者
◇高等教育機関連携事業	者の地元就職
◇産官学連携	（基準値 H30-25 人、
◇地元学生・生徒の定着促進事業	目標値 R6-50 人）

(4) 希望を持って子育てしたくなるまちづくり

具体的な施策・事業	重要業績評価指標（KPI）
⑯個人の希望をかなえる少子化対策推進事業 安心して子育てのできる環境・風土を関係事業者と連携し 社会全体としてつくりあげます <ul style="list-style-type: none"> ◇育児休暇取得促進事業 ◇子育て応援企業表彰制度 ◇子育て応援隊の推進 ◇（再掲）子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点（センターハウス）整備事業 	表彰数 （基準値 H30-6 件、目標値 5 件（5年間累計））
⑰妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援 妊娠、出産、子育てと切れ目のない支援をすることにより、 親子が安心して健やかに過ごせる環境づくりに努め、希望 をもって子育てしたくなるまちづくりを進めます <ul style="list-style-type: none"> ◎Coconet（ここねっと）えにわの取組み （子育て世代包括支援センター事業） ◎子ども貧困対策 <ul style="list-style-type: none"> ◇特定不妊治療費助成事業 ◇妊婦健康診査費助成 ◇産後子育てサポート事業 ◇多子世帯軽減支援事業 ◇私立幼稚園特別支援教育推進事業 ◇恵庭市独自要件による保育園入所事業 ◇子育て情報発信事業 ◇多様な子どもの遊び場の創設 ◇（再掲）女性就業促進のための保育等多様なニーズに対応する各種施策事業の連携取組 ◇（再掲）子育て支援、教育、観光を融合させた花のまちづくり拠点（センターハウス）整備事業 	合計特殊出生率 （基準値 H30-1.33、 目標値 R6-1.60）
⑱教育環境の充実、学力向上 教育環境の充実・学力向上により魅力あるまちづくりをアピールし、転入者増加を目指します <ul style="list-style-type: none"> ◎子どもの生活・学習支援事業 	

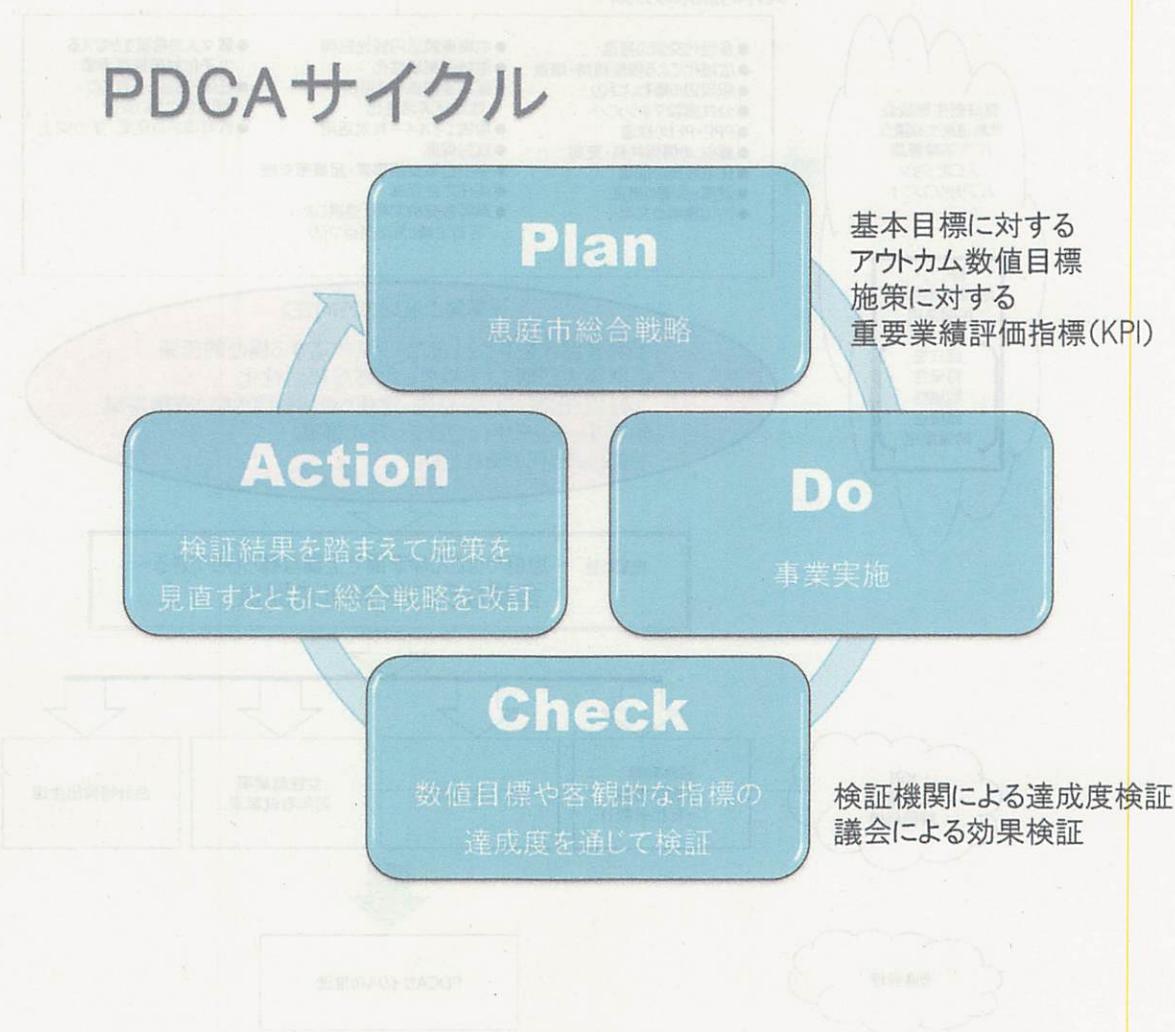
◎ふるさと教育のさらなる充実	土曜授業延べ日数
◎英語教育の推進（英検 IBA の実施）	(基準値 R1-32 日、
◇土曜授業等推進事業	目標値 R6-38 日)
◇教育環境の充実	
(ICT 教育環境の推進、スクールソーシャルワーカー ¹⁹ 、学 習支援の推進、コミュニティ・スクールの推進等)	
◇読書活動推進	
◇小中連携教育の推進	
◇学力・体力向上施策の推進	
◇（再掲）新ガーデンデザインプロジェクトの推進	

¹⁹ スクールソーシャルワーカー：学校、家庭、地域等、児童生徒に関わる背景や状況を視野に入れて児童生徒を取り巻く環境の改善を図るための専門員。

4. 戦略の推進管理

4.1 PDCAサイクル²⁰の推進

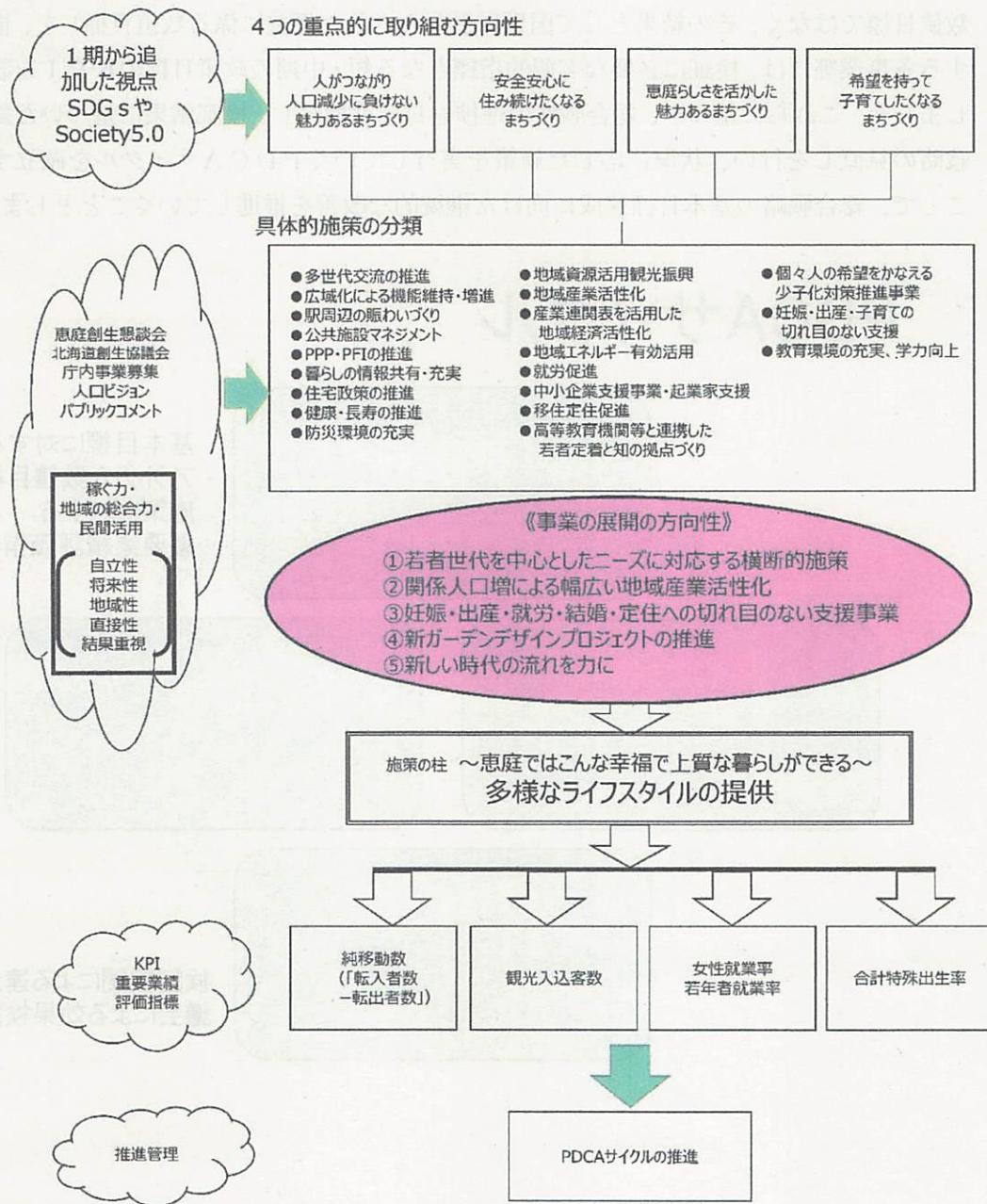
恵庭市総合戦略では、基本目標に対するアウトカム（行政活動そのものの結果に係る数値目標ではなく、その結果として国民にもたらされた便益に係る数値目標）を、構成する各事業等には、検証に必要な客観的指標となる短・中期の政策目標のKPIを設定しました。これらに基づき、総合戦略の進捗を毎年度検証し、検証結果に基づいた総合戦略の見直しを行い、状況に応じた施策を実行していくPDCAサイクルを確立することで、総合戦略の基本目標達成に向けた継続的な改善を推進していくこととします。



²⁰ PDCAサイクル：Plan-Do-Check-Actionの略称。Plan（計画）、Do（実施）、Check（評価）、Action（改善）の4つの視点をプロセスの中に取り込むことで、プロセスを不断のサイクルとし、継続的な改善を推進するマネジメント手法のこと。

5. 参考

5.1 総合戦略の構成の概要



5.2 事業の展開の方向性

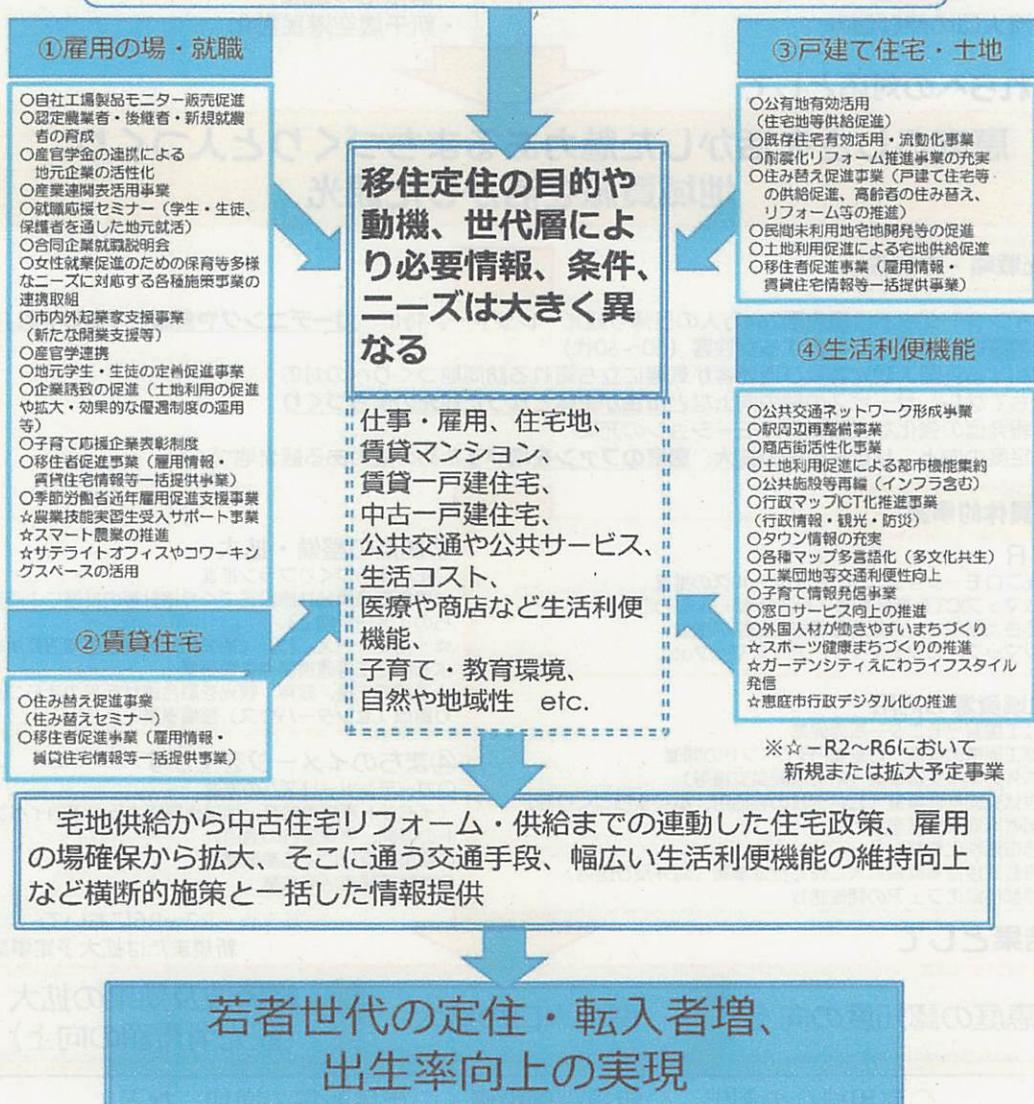
(1) 若者世代を中心としたニーズに対応する横断的施策

参考資料

若者世代を中心としたニーズに対応する横断的施策 ～アンケート調査、イベント等での直接ヒアリング等から～

若者・若年ファミリー層の移住・定住の動機や目的

進学、転勤・仕事、住宅購入、えにわに「住みたい」（U・Iターン含む）

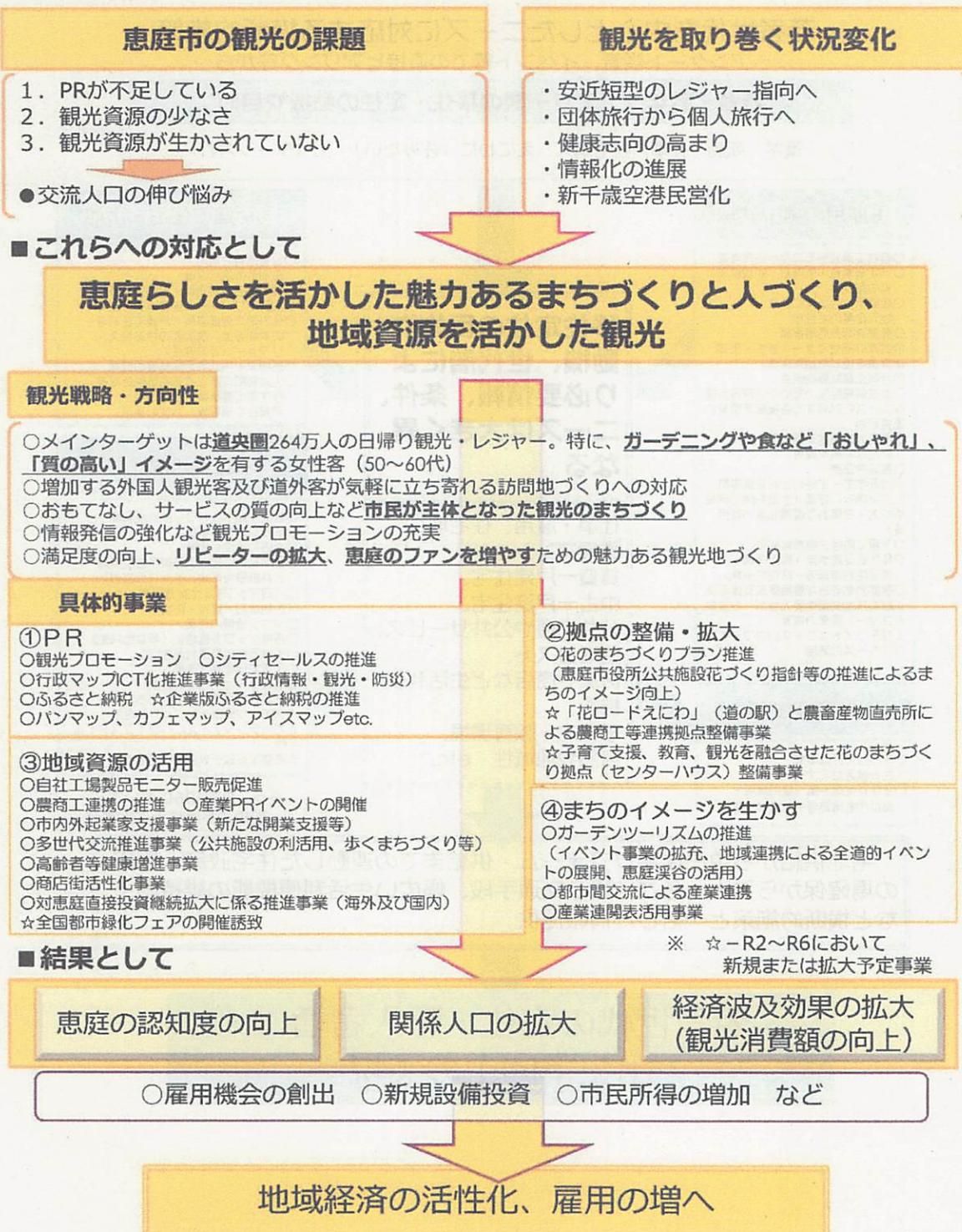


(2) 交流人口増による幅広い地域産業活性化

計画の実現のための参考資料

参考資料

交流人口増による幅広い地域産業活性化



(3) 妊娠・出産・就労・結婚・定住への切れ目のない支援事業一覧

妊娠・出産・就労・結婚・定住への切れ目のない支援事業一覧

参考資料



(4) 新ガーデンデザインプロジェクトの推進

新ガーデンデザインプロジェクトの推進

参考資料

シティセールス

恵庭の魅力・資源の戦略的PR

～関係人口の拡大（転入人口、観光交流人口、知名度向上）

- ◇移住定住の推進（わくわく地方生活パッケージ）
- ◇ふるさと納税、企業版ふるさと納税
- ◇タウン情報発信（SNS、HP等）
- ◇都市間交流・国際交流、多文化共生
- ◇自転車イベントをはじめとする行事等の戦略的な広報宣伝
- ⑥暮らしの情報発信・充実
- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑭就労促進
- ⑯移住定住促進

ガーデンツーリズム 観光振興計画の推進

～花の拠点を核とした ガーデンツーリズム

- ◇地域や近隣市町村と連携した大規模イベント（全国都市緑化フェア）（サイクルフェスタ等）
- ◇花のビレッジ構想の推進（花の拠点多機能化、かわまち事業等）
- ◇恵庭渓谷の活用
- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑯移住定住促進

《職・住・観光機能の拡充》

+

《防災・景観・環境・健康機能の付加》

- ～居心地の良い生活空間や健康づくり、景観や住環境災害に配慮した空間づくり～
- ・環境配慮型施設整備の誘導とCO₂削減、環境配慮型住宅の誘導等
- ・公共施設花づくり指針や街路樹再生指針の運用
- ・自転車の利用や歩いて暮らせるまちづくりの促進による健康づくりの推進
- （自転車活用計画の策定、公園緑地や歩行者空間の整備等）

工業用地の確保と 用途拡大の検討

～就労促進と機会拡大、企業誘致の促進

- ◇工業用地の調査検討
- ◇自社製品のモニター販売
- ◇サテライトオフィスやテレワーク等の検討
- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑭就労促進
- ⑯移住定住促進

JR駅を中心とした機能集約と 住環境整備

～公共機能の移転集約と民間集客機能の誘致、駅周辺における人口の確保・維持と高齢化率の緩和、賑わいづくりと活性化、都市計画の柔軟な運用など住宅・土地政策の一体的取組み～

- ◇柏陽地区土地利用再編（市住入居者移転促進、民間住宅借り上げ等）
- ◇島松地区住環境整備（西島松地区住環境整備等）
- ◇えにあす周辺機能拡大（すみれ公園機能拡大や旧市民活動センター利活用）
- ◇新たな土地利用促進
- ◇低利用地・集合住宅跡地の利用促進と住み替えなど、住宅・土地流動化の誘導や働きかけ
- ◇居心地の良い歩行者空間や公園機能の拡大整備（ふるさと公園P-PFI、すみれ公園等）

- ①多世代交流の推進
- ②広域化による機能維持・増進
- ③駅周辺の賑わいづくり
- ④公共施設マネジメント
- ⑤PPP・PFIの推進
- ⑥暮らしの情報発信・充実
- ⑦住宅政策の推進
- ⑧健康・長寿の推進
- ⑨防災環境の充実
- ⑯移住定住促進

PPPや公共施設マネジメントの反映

(5) 新しい時代の流れを力に

新しい時代の流れを力に

参考資料

①第2期恵庭市総合戦略とSociety5.0の関係による人間中心の社会

区分	分野	態様	将来像	
国 想 定	事業・ビジネス	製造	生産流通管理	
		サービス	キャッシュレス	多言語翻訳アプリ
		農林水産	スマート農業	
市	⑤PPP・PFIの推進 ⑥暮らしの情報発信・充実 ⑪地域産業活性化 ⑯移住定住促進			
国 想 定	社会基盤・空間	行政	オープンデータ	テレワーク
		インフラ	AI活用	スマートメータ
		運輸	自動運転	ドローン
市	③駅周辺の賑わいづくり ⑤PPP・PFIの推進 ⑪地域産業活性化			
国 想 定	生活・学び	家庭生活	人とロボットの共生	
		医療介護	オンライン医療	医療データ
		教育	遠隔授業	タブレット学習
市	⑤PPP・PFIの推進 ⑧健康・長寿の推進 ⑫教育環境の充実、学力向上			

Society 5.0による人間中心の社会



新しい時代の流れを力に

参考資料

②第2期恵庭市総合戦略とSDGsの関係

- | | |
|----------------|---------------------------|
| ①多世代交流の推進 | ⑪地域産業活性化 |
| ②広域化による機能維持・増進 | ⑫産業連関表を活用した地域経済活性化 |
| ③駅周辺の賑わいづくり | ⑬地域エネルギー有効活用 |
| ④公共施設マネジメント | ⑭就労促進 |
| ⑤PPP・PFIの推進 | ⑮中小企業支援事業・起業家支援 |
| ⑥暮らしの情報発信・充実 | ⑯移住定住促進 |
| ⑦住宅政策の推進 | ⑰高等教育機関等と連携した若者定着と知の拠点づくり |
| ⑧健康・長寿の推進 | ⑱個々人の希望をかなえる少子化対策推進事業 |
| ⑨防災環境の充実 | ⑲妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援 |
| ⑩地域資源活用観光振興 | ⑳教育環境の充実、学力向上 |



⑯⑰



⑮⑯⑰



④⑨⑮



⑩⑯



②⑤



⑯⑰



⑨



②③④⑤



①⑧



④⑦⑩



②③④⑤



⑬



①⑯⑰



⑩⑪⑭



⑥⑦⑬



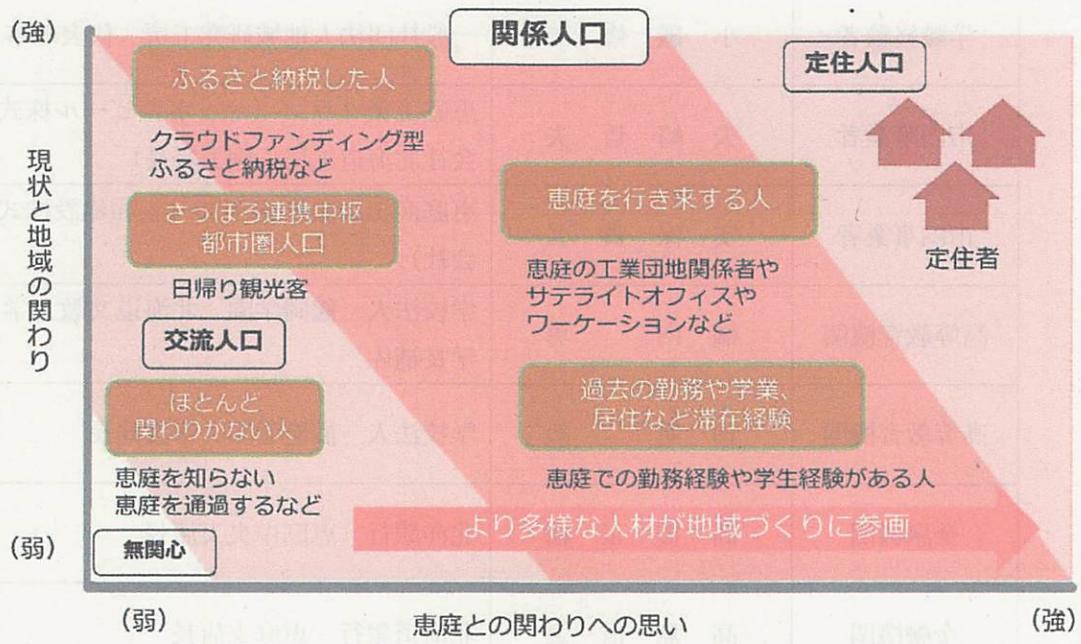
⑯

新しい時代の流れを力に

企画監修：柏原恵吏平元時子

参考資料

③恵庭市における関係人口の創出



- ⑤PPP・PFIの推進
- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑯移住定住促進
- ⑰高等教育機関等と連携した若者定着と知の拠点づくり

5.3 令和元年度恵庭創生懇談会

職名	氏名	役職等
学識経験者	小磯修二	一般社団法人地域研究工房 代表理事
市内事業者	矢崎哲夫	恵庭工業クラブ（サッポロビール株式会社北海道工場 副工場長）
市内事業者	安保貴弘	恵庭商工会議所青年部（宏和建設株式会社）
高等教育機関	橋内勇	学校法人 鶴岡学園 北海道文教大学 学長補佐
高等教育機関	切明毅	学校法人 滋慶学園 事務局長
金融機関	高橋正樹	北洋銀行 恵庭中央支店長
金融機関	高島信之	北海道銀行 恵庭支店長
報道機関	尾野教仁	恵庭市政記者クラブ (千歳民報社代表)
労働者代表	大溝宏	連合北海道恵庭地区連合会長
士業	佐藤康介	社会保険労務士（恵庭社会保険事務代行社）
行政	山谷秀治	千歳公共職業安定所 (ハローワーク所長)
行政	守山英男	北海道石狩振興局 地域創生部 部長

第1回恵庭創生懇談会 令和元年5月31日

第2回恵庭創生懇談会 令和元年11月21日

第3回恵庭創生懇談会 令和元年12月23日

第4回恵庭創生懇談会 令和2年2月14日

第2期恵庭市総合戦略

2020年（令和2年）●月

■発行 恵庭市

〒061-1498

北海道恵庭市京町1番地

☎0123-33-3131

HP : <http://www.city.eniwa.hokkaido.jp/>

■編集 企画振興部企画課

第2期恵庭市総合戦略案 概要

期間：令和2（2020）年度～
令和6（2024）年度

総合戦略は、恵庭市が次世代に向けて更なる発展を遂げ、この地で暮らすことに幸せを感じられるまちをつくり、人口減少や少子高齢化が急速に進む社会情勢においても高い持続性を確保するため、短・中期的に取り組むべき施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものです。

恵庭市企画課
TEL33-3131 内線2344
FAX33-3137

4つの重点的に取り組む方向性

人がつながり
人口減少に負けない
魅力あるまちづくり安全安心に
住み続けたくなる
まちづくり恵庭らしさを活かした
魅力ある
まちづくり希望を持って
子育てしたくなる
まちづくり

具体的な施策の分類

- ①多世代交流の推進
- ②地域化による機能維持・増進
- ③駅周辺の賑わいづくり
- ④公共施設マネジメント
- ⑤PPP・PFIの推進
- ⑥暮らしの情報共有・充実
- ⑦住宅政策の推進
- ⑧健康・長寿の推進
- ⑨防災環境の充実

- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑫産業連携表を活用した
地域経済活性化
- ⑬地域エネルギー有効活用
- ⑭財労促進
- ⑮中小企業支援事業・起業家支援
- ⑯移住定住促進
- ⑰高等教育機関等と連携した
若者定着と知の拠点づくり

- ⑲個々人の希望をかなえる
少子化対策推進事業
- ⑳妊娠・出産・子育ての
切れ目ない支援
- ㉑教育環境の充実、学力向上

事業の展開の方向性

- 1 若者世代を中心としたニーズに対する横断的施策
- 2 関係人口増による幅広い地域産業活性化
- 3 妊娠・出産・就労・結婚・定住への切れ目のない支援
- 4 新ガーデンデザインプロジェクトの推進
- 5 新しい時代の流れを力に

施策の柱

～恵庭ではこんな幸福で上質な暮らしができる～
多様なライフスタイルの提供

数値目標

純移動数
(転入者数
- 転出者数)

822人
(R2～R6累計)

観光入込客数

1,572,000人
(R6)

女性就業率
若年者就業率

H27国勢調査
対比△

合計特殊出生率

1.60
(R6)

新ガーデンデザインプロジェクトの推進

参考資料

シティセールス

恵庭の魅力・資源の戦略的PR

～関係人口の拡大（転入人口、観光交流人口、知名度向上）

- ◇移住定住の推進（わくわく地方生活パッケージ）
- ◇ふるさと納税、企業版ふるさと納税
- ◇タウン情報発信（SNS、HP等）
- ◇都市間交流・国際交流、多文化共生
- ◇自転車イベントをはじめとする行事等の戦略的な広報宣伝
- ⑥暮らしの情報発信・充実
- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑭就労促進
- ⑯移住定住促進

ガーデンツーリズム 観光振興計画の推進

～花の拠点を核とした ガーデンツーリズム

- ◇地域や近隣市町村と連携した大規模イベント（全国都市緑化フェア）（サイクリングフェスタ等）
- ◇花のビレッジ構想の推進（花の拠点多機能化、かわまち事業等）
- ◇恵庭渓谷の活用
- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑯移住定住促進

《職・住・観光機能の拡充》

+

- ### 《防災・景観・環境・健康機能の付加》
- ～居心地の良い生活空間や健康づくり、景観や住環境災害に配慮した空間づくり～
 - ・環境配慮型施設整備の誘導とCO₂削減、環境配慮型住宅の誘導等
 - ・公共施設花づくり指針や街路樹再生指針の運用
 - ・自転車の利用や歩いて暮らせるまちづくりの促進による健康づくりの推進（自転車活用計画の策定、公園緑地や歩行者空間の整備等）

工業用地の確保と 用途拡大の検討

～就労促進と機会拡大、企業誘致の促進

- ◇工業用地の調査検討
- ◇自社製品のモニター販売
- ◇サテライトオフィスやテレワーク等の検討
- ⑩地域資源活用観光振興
- ⑪地域産業活性化
- ⑭就労促進
- ⑯移住定住促進

JR駅を中心とした機能集約と 住環境整備

～公共機能の移転集約と民間集客機能の誘致、駅周辺における人口の確保・維持と高齢化率の緩和、賑わいづくりと活性化、都市計画の柔軟な運用など住宅・土地政策の一体的取組み～

- ◇柏陽地区土地利用再編（市住入居者移転促進、民間住宅借り上げ等）
- ◇島松地区住環境整備（西島松地区住環境整備等）
- ◇えにあす周辺機能拡大（すみれ公園機能拡大や旧市民活動センター利活用）
- ◇新たな土地利用促進
- ◇低利用地・集合住宅跡地の利用促進と住み替えなど、住宅・土地流動化の誘導や働きかけ
- ◇居心地の良い歩行者空間や公園機能の拡大整備（ふるさと公園P-PFI、すみれ公園等）
- ①多世代交流の推進
- ②広域化による機能維持・増進
- ③駅周辺の賑わいづくり
- ④公共施設マネジメント
- ⑤PPP・PFIの推進
- ⑥暮らしの情報発信・充実
- ⑦住宅政策の推進
- ⑧健康・长寿の推進
- ⑨防災環境の充実
- ⑯移住定住促進

PPPや公共施設マネジメントの反映

新しい時代の流れを力に

参考資料

①第2期恵庭市総合戦略とSociety5.0の関係による人間中心の社会

区分	分野	態様	将来像	
国 想 定	事業・ビジネス	製造	生産流通管理	
		サービス	キャッシュレス	多言語翻訳アプリ
		農林水産	スマート農業	
市	⑤PPP・PFIの推進 ⑥暮らしの情報発信・充実 ⑪地域産業活性化 ⑯移住定住促進			
国 想 定	社会基盤・空間	行政	オープンデータ	テレワーク
		インフラ	AI活用	スマートメータ
		運輸	自動運転	ドローン
市	③駅周辺の賑わいづくり ⑤PPP・PFIの推進 ⑪地域産業活性化			
国 想 定	生活・学び	家庭生活	人とロボットの共生	
		医療介護	オンライン医療	医療データ
		教育	遠隔授業	タブレット学習
市	⑤PPP・PFIの推進 ⑧健康・長寿の推進 ⑫教育環境の充実、学力向上			

Society 5.0による人間中心の社会



新しい時代の流れを力に

参考資料

②第2期恵庭市総合戦略とSDGsの関係

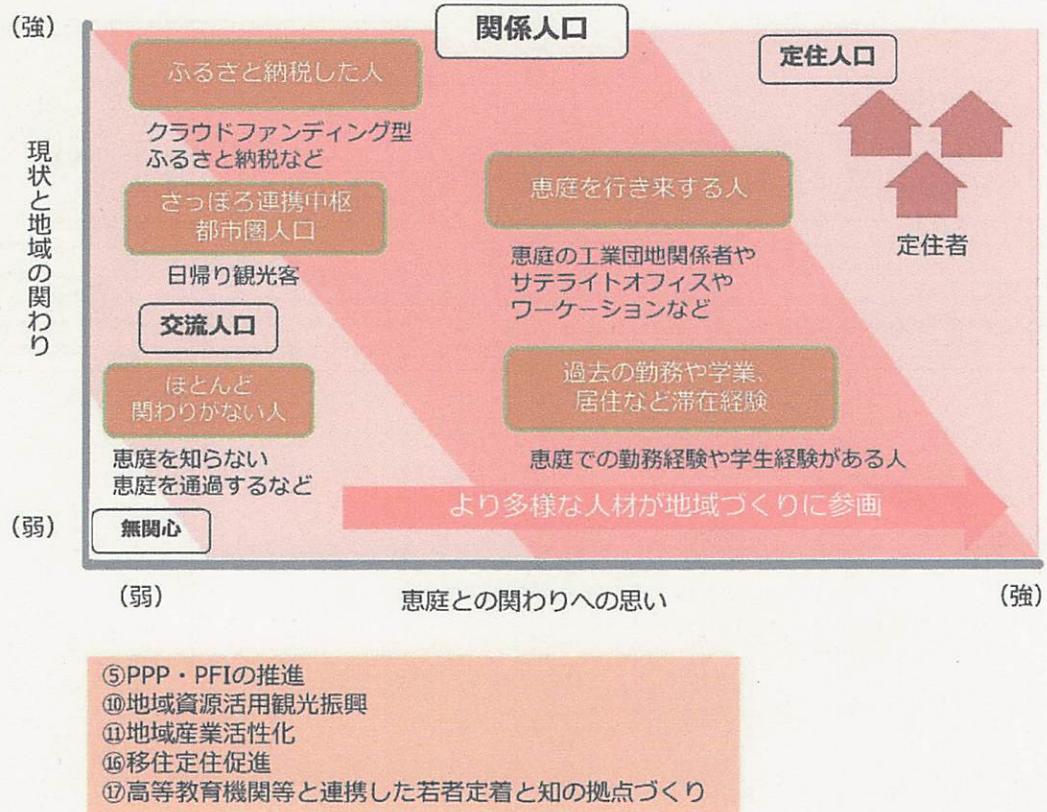
- | | |
|----------------|---------------------------|
| ①多世代交流の推進 | ⑪地域産業活性化 |
| ②広域化による機能維持・増進 | ⑫産業連関表を活用した地域経済活性化 |
| ③駅周辺の賑わいづくり | ⑬地域エネルギー有効活用 |
| ④公共施設マネジメント | ⑭就労促進 |
| ⑤PPP・PFIの推進 | ⑮中小企業支援事業・起業家支援 |
| ⑥暮らしの情報発信・充実 | ⑯移住定住促進 |
| ⑦住宅政策の推進 | ⑰高等教育機関等と連携した若者定着と知の拠点づくり |
| ⑧健康・長寿の推進 | ⑱個々人の希望をかなえる少子化対策推進事業 |
| ⑨防災環境の充実 | ⑲妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援 |
| ⑩地域資源活用観光振興 | ⑳教育環境の充実、学力向上 |



新しい時代の流れを力に

参考資料

③恵庭市における関係人口の創出



東京オリンピック・パラリンピックのホストタウン登録に向けた取組について

1. ホストタウン登録に向けた取組について

令和2年1月24日に道庁で開催された「ホストタウン拡大に向けた説明会」を受け、グアテマラの競歩選手3名のホストタウン登録を検討。

内閣官房東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局を通じて、グアテマラオリンピック委員会と事前調整を進めた結果、ホストタウン候補地として内定。

ホストタウンの実施にあたり、国の新たな支援制度である「オリパラ基本方針推進緊急調査費支援」を活用することとし、2月13日付で「オリパラ基本方針推進緊急調査・企画提案書」を提出。

4月3日にグアテマラオリンピック委員会関係者が来恵し、ホストタウンに関する合意調印式を行う予定。

2. ホストタウン登録に係る新たな支援制度の概要

(令和元年度補正予算事業＝オリパラ基本方針推進緊急調査費支援)

2020年を越えた未永い交流の礎となる質の高い取組を加速するために、東京大会後に引き続きホストタウンが取組を継続させるためのモデルとなるような取組に係る調査を実施。

(1) 対象内容

①共生社会ホストタウンを目指す自治体

(令和2年1月1日時点で共生社会ホストタウン未登録の自治体)

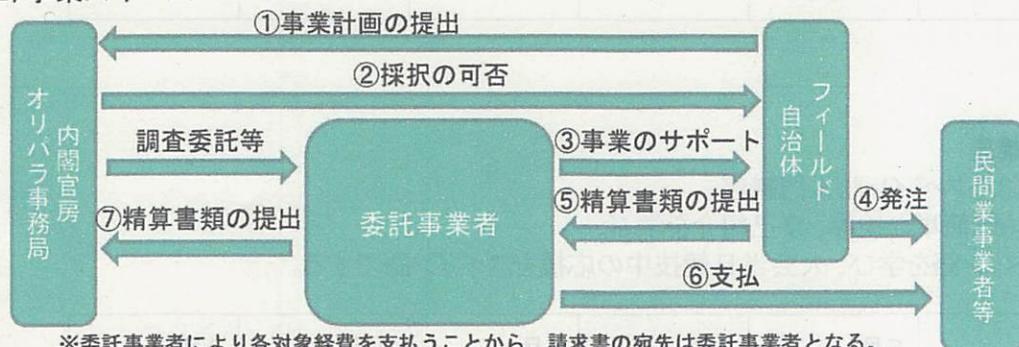
②共生社会ホストタウン

(令和2年1月1日時点で共生社会ホストタウンに登録されている自治体)

③復興ありがとうホストタウン

④未登録・地域（令和2年1月1日時点）の解消及び国内でのホストタウン登録が薄い地域における登録の促進

(2) 事業スキーム



(3) 調査対象プロジェクトに係る経費等

調査対象プロジェクト1つ当たりの経費の上限は、調査対象プロジェクトに参加するフィールド自治体1つ当たり上限1,000万円を上限として、おおむね140件を選定予定。

3. 取組内容等

(1) フィールド自治体の区分																																		
未登録国・地域の解消及び国内でのホストタウン登録が薄い地域における登録の促進																																		
(2) 目的																																		
<ul style="list-style-type: none"> ●札幌市開催となった競歩競技のグアテマラ共和国競歩選手のホストタウンとなることで、恵庭市民の異文化理解や国際意識を高め、東京オリンピック開催の機運の醸成と浸透を図る。 ●ホストタウンをきっかけにグアテマラ共和国の歴史・文化・社会等への理解を深め、東京オリンピック後、道内在住のグアテマラ共和国関係者との交流を通じ、恵庭市のSDG'sへの取組の一助としていく。 																																		
(3) モデルプロジェクトの具体的な内容・スケジュール																																		
① グアテマラ NOC 関係者の事前現地視察等の招聘																																		
<ul style="list-style-type: none"> ●ホストタウンを希望するグアテマラ共和国 NOC 関係者の事前現地視察を招聘し、ホストタウンを目指す。 																																		
<table border="1"> <tr> <th>3月</th> <th>4月</th> <th>5月</th> <th>6月</th> <th>7月</th> <th>8月</th> <th>9月</th> </tr> <tr> <td>事前調整</td> <td>視察実施 →</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>☆</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>事業の効果とりまとめ、精算</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	事前調整	視察実施 →							☆								事業の効果とりまとめ、精算										
3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月																												
事前調整	視察実施 →																																	
	☆																																	
		事業の効果とりまとめ、精算																																
② グアテマラ & SDG's セミナー																																		
<ul style="list-style-type: none"> ●駐日グアテマラ共和国大使館や在札グアテマラ共和国名誉領事と連携予定。 ●グアテマラの文化・歴史・料理紹介、さらにコーヒーとフェアトレードなどについて理解を深める講座やセミナー等を開催。 ●講師はグアテマラ共和国大使館員、道内グアテマラ出身者、JICA青年海外協力隊OB等に依頼。 																																		
<table border="1"> <tr> <th>3月</th> <th>4月</th> <th>5月</th> <th>6月</th> <th>7月</th> <th>8月</th> <th>9月</th> </tr> <tr> <td>事業内容等の検討・調整</td> <td></td> <td>イベント実施 →</td> <td></td> <td>事業の効果とりまとめ、精算</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>☆</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>→</td> </tr> </table>	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	事業内容等の検討・調整		イベント実施 →		事業の効果とりまとめ、精算					☆											→						
3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月																												
事業内容等の検討・調整		イベント実施 →		事業の効果とりまとめ、精算																														
		☆																																
						→																												
③ スペイン語入門講座																																		
<ul style="list-style-type: none"> ●スペイン語講師によるスペイン語入門講座。 ●交流のきっかけとなる簡単な挨拶、自己紹介を学ぶ。 ●応援する際のスペイン語を学び、大会当日競技中の応援をスペイン語で行う。 																																		
<table border="1"> <tr> <th>3月</th> <th>4月</th> <th>5月</th> <th>6月</th> <th>7月</th> <th>8月</th> <th>9月</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>講座実施 →</td> <td>事業の効果とりまとめ、精算</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>☆</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>→</td> </tr> </table>	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月					講座実施 →	事業の効果とりまとめ、精算						☆									→						
3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月																												
				講座実施 →	事業の効果とりまとめ、精算																													
				☆																														
						→																												

④競歩競技関係者によるウォーキング講座

- 日本の競歩競技関係者によるスポーツ教室などを開催。

3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
		事業内容、委託先の検討・調整			イベント実施 ☆	事業の効果とりまとめ、精算		

⑤事前合宿の受入れ

- 7/6～7/24 の札幌の選手村開村前までの期間の受入れ。

- 恵庭市内ホテルに宿泊予定。

- 市内及び近隣市の練習場やトレーニング施設等を活用していただく。

3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
		事業調整		←→ 事前合宿受入れ	事業の効果とりまとめ、精算	

⑥事前合宿中の息抜きおもてなし&激励会

- 事前合宿期間中に、選手の負担にならない程度に恵庭市内外近郊の観光＆食事会をし、息抜き＆大会に向けての激励会をする。

3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
		事前調整		イベント実施 ☆	事業の効果とりまとめ、精算	

⑦広報及び応援活動 ※一部必須事業

- グアテマラ応援グッズやチラシ等を作成し、地方紙や地域 FM、さらに市内イベント等を活用し、市民はもとより近隣市町村へ広くホストタウンの取組について周知。

- 競技当日、応援バスツアーを企画し、グアテマラ選手の沿道応援をする。

3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
		事業内容、委託先の検討・調整	←→ 広報活動の実施		事業の効果とりまとめ、精算 ☆		

⑧ホストタウン・ハウスへのブース出展 ※必須事業

- 大会期間中に東京ウォーターフロントシティ(有明)に設置されるホストタウン・ハウスにブース出展し、ホストタウンの取組みを周知する。

3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
		事業内容、委託先の検討・調整			→	☆ ブース出展		事業の効果とりまとめ、精算

⑨ただいま・おかえり交流

- 競技後の8月8日に、選手を迎える、日本の文化体験や食事会を開催し市民と交流。

3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
		事業内容の検討・調整		→	☆ イベント実施		事業の効果とりまとめ、精算

(4)期待される効果

《期待される成果》

- グアテマラ共和国のホストタウンをきっかけに、道内に在住するグアテマラ共和国関係者とのつながりが深くなることが期待される。
- リオ+20(国連持続可能な開発会議)の準備会合で、コロンビアとグアテマラが中心となって提案し、全世界的な取組へと発展した持続可能な開発目標「SDG's」について、グアテマラのホストタウンになることで、市民のSDG'sへの関心を高めることが期待される。

《機運醸成》

- グアテマラ共和国の文化・歴史・社会等について学ぶあるいは体験する機会を創出し、市民のグアテマラや中米への関心を高める。
- 競技中での沿道応援が可能な種目のホストタウンとなることで、テレビ中継などでは味わえない臨場感を楽しめるという機会を活用し、市民の競歩競技及び東京オリンピックへの関心を高める。
- 競歩競技関係者による講演あるいはスポーツ教室等により、ウォーキングなどの健康づくりへの関心を高める。

《レガシーへ》

- グアテマラ共和国のホストタウンをきっかけに、道内在住のグアテマラ出身者やJICA青年海外協力隊OB等グアテマラ関係者との交流を推進する。
- グアテマラ関係者との交流を通して、グアテマラや中米への理解を深め、世界的視野にたったSDG'sの取組みへと繋げていく。

3. グアテマラ共和国について



国旗は、空の色を表す青、清潔・高潔を表す白を基調とした2色旗で、中央に国鳥ケツァル鳥を施した国章が配されています。

■ 基本情報

- ①人口 約1,691万人（2017世銀）
- ②面積 108,889平方キロメートル（北海道と四国を合わせて広さよりやや大きい）
- ③首都 グアテマラシティ
- ④国花 モンハ・ブランカ（ランの1種）
- ⑤通貨 ケツアル
- ⑥言語 スペイン語（公用語）、その他に22のマヤ系言語他あり
- ⑦宗教 カトリック、プロテスタント等（信教の自由を憲法上保障）
- ⑧主要産業 農業（コーヒー、バナナ、砂糖、カルダモン）、繊維産業
- ⑨国を代表する祝日 独立記念日（9月15日）
※1821年、スペイン支配からの独立を宣言した日付



【内政】

国会や司法の機能不全もあり、厳しい国内情勢が続いている。2019年6月16日に大統領選を実施したが、当選に必要な票の過半数を獲得した候補者がいなかったため、同年8月11日に決選投票を実施。アレハンドロ・ジャマティ次期大統領が選出され、2020年1月14日に就任式が挙行された。

マヤ世界の中心

ティカル遺跡をはじめ、マヤ文明の建築物が集中して存在しており、時代の流れを観察できます。また、人口の半分近くがマヤ系先住民であることも理由の一つといわれます。

マヤ文明最大級の遺産・ティカル国立公園



恵庭市版

シティセールスプラン(案)

～ガーデンシティの可能性を引き出せ～

～ガーデンシティを売り込め～

～ガーデンシティに呼び込め～



令和2年3月

北海道恵庭市

【 目 次 】

はじめに

第1章 シティセールスプラン策定の目的

1 シティセールスの必要性とプラン策定の目的	3
2 恵庭版シティセールスの概念図	3
3 期間	4
4 成果指標の設定	4

第2章 シティセールスの戦略

1 都市イメージのコンセプト	6
2 恵庭市におけるシティセールスの戦略	7
(1) 魅力の整理と都市イメージ戦略	7
(2) 個々の事業の一体感・統一感を図る戦略	7
(3) ふるさとへの誇りづくり戦略	7

第3章 施策の展開

(1) 魅力を探る・つくる	8
(2) 魅力を発信する	9
(3) 編集・集約する	10
(4) 定着させる	11
プランの体系図	12

第4章 プランの推進体制

資料	14
(1) シティセールス府内・市民検討委員会取組経過等	
(2) 府内・市民検討委員会委員名簿	

はじめに

当市では、2015年に策定した恵庭市総合戦略「ガーデンシティプラン～日本のガーデンシティ（田園都市）がここにある～」に基づき、移住定住環境整備、都市観光、ライフステージに応じた子育て支援策等を展開し、2016年には、職・住・観光に係る拠点整備事業「ガーデンデザインプロジェクト」を追加して、戦略的にまちづくりを進めています。

本総合戦略は、2020年度に第2期を策定しましたが、この中で、2040年問題を見越した様々な課題を克服するための先んじた取り組みとして、発信力や集客力、あるいは市民力などの活力ある都市形成を進める「シティセールス」を「新ガーデンデザインプロジェクト」のすべてに関わる横断的な取り組みと位置付けたところであります。

本恵庭市版シティセールスプランでは、恵庭市を「ガーデンシティ」として売り込むためのブランド化を目指すとともに、「恵庭に行くと、この様な時を過ごせる」というような、個性豊かなライフスタイルの発信や提供を行うことで、恵庭ならではの「暮らしづくり」を提案します。

恵庭市の強み	恵まれた地理的条件、豊かな自然、活発な市民活動、良質な農産物や生産品、観光施設、地価の安さ、多様な商圏の近接等
恵庭市の弱み	都市的魅力への認識が弱い、ふるさとへの誇りとなり得るところが認識されていない、各施策間で行っているプロモーションの一体感・統一感がない

強みを伸ばし、
弱みを克服し、
変化に対応する

＜シティセールス＞

【ガーデンシティのブランド確立】

【恵庭ならではの「暮らしづくり」を提案】

- ・まちの魅力や資源を市内外へ戦略的にアピールし、
- ・知名度の向上やふるさとの誇りを醸成し、関係人口、移住・定住人口等の増加に向けた取り組みにより



「住んでみたいまち」・「住み続けたいまち」を目指します。

第1章 シティセールスプラン策定の目的

1 シティセールスの必要性とプラン策定の目的

恵庭市は、道都札幌市と空の玄関新千歳空港の間にあるという恵まれた地理的条件や豊かな自然と田園風景、あるいは良質な農産物等々の様々な魅力や資源のポテンシャルを持ち合わせています。

こうしたことから、市民も他の自治体も、恵庭の「住みやすさ」について、認識されているものと推察されますが、他の自治体や近隣との差別化を図るべき、都市的な魅力やふるさとの誇りの認識が弱いこと、あるいは各施策間で行っているプロモーションに係る一体的・統一的な取り組みがないことといった課題を抱えています。

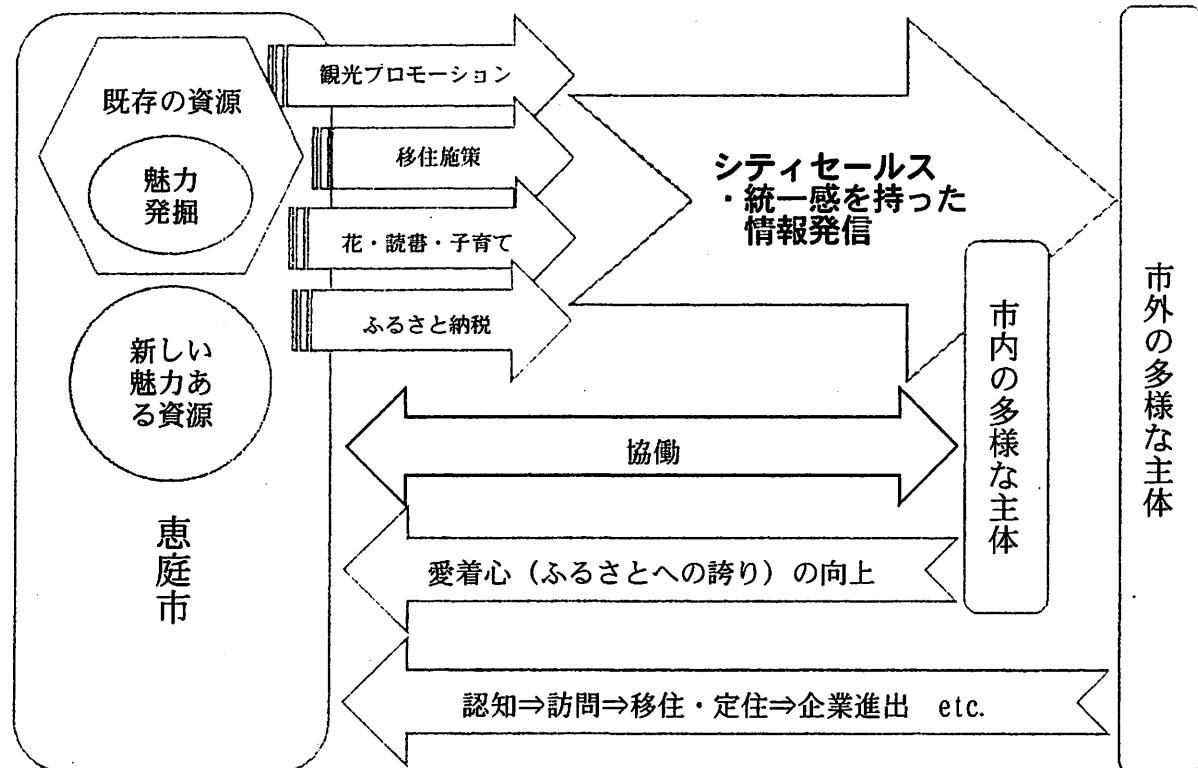
このため、恵庭という「まちを売り込む」すなわち「シティセールス」に焦点を当て、戦略的にセールスを推進し、都市のブランドイメージを確立するため、本プランを策定します。

2 恵庭市版シティセールスの概念図

本市が取り組むシティセールスは、マーケティングの考え方を取り入れながら、市が内外の多様な主体と良好な「関係づくり（リレーションシップ）」を行うことを主眼とします。

恵庭市版シティセールス全体の概念図は図1のとおりです。

【図1. 恵庭市版シティセールスの概念図】



3 期間

本プランは、対象期間を令和2年度から令和6年度までの5年とします。

また、社会情勢の変化など種々の背景を踏まえ、必要に応じて見直しを行い、その時々に適したプランにすることができるものとします。

4 成果指標の設定

シティセールスによる期待すべき効果は、「道内、道外からヒト・カネ・モノ・企業などを地域に取り込む」とことと「市民がふるさとに誇りを持ち、定着してもらう」ことです。

「ヒト・カネ・モノ・企業などを地域に取り込む」ことによる効果として、「訪問者」、「移住者」、「物品販売数」、「企業誘致数」、「宿泊施設数」の増加などが想定されます。

さらに、地域経済の活性化や市税収入の増加などに加えて、転出者の減少にもつながることが考えられます。

したがって、未来から「今」、理想から「現実」、希望から「妥協点」など、目的と手段を明確にするための手法を勘案し、本プランの成果指標のひとつとして、※1『関係人口の増加』と定めます。

本市に興味を示し、何らかの関りを持ってもらうためには、まず市の魅力を知ってもらわなければなりません。

これには、市の認知度の向上、関心度の向上、都市イメージの向上が前提となります。

【成果指標1：関係人口の増加】

関係人口の増加の達成度評価としては、

- ①移住希望者数（相談会参加者数）
- ②ふるさと納税件数
- ③東京恵庭ふるさと会参加者（恵庭市在住者以外）
- ④ガーデンシティサイト（市ホームページ内）の閲覧数
- ⑤Garden city Eniwa(ガーデンシティえにわ)インスタグラムフォロワー数

と定義し検証します。

※1 関係人口：移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと。

【成果指標2：ふるさとへの誇りづくり】

恵庭の魅力設定に向け、市内の季節ごとの風景やイベント及び特産品等を

①「勝手に20選」

と銘打って選定し、広く周知します。

20選は、人気度（例えば、インスタグラム掲載の中で「いいね」の多い順等）を鑑みながら、適宜、入れ替えを行います。

なお、目標期間内における達成状況の検証期間として、令和2年度から令和6年度の5年間を設定し、上記の2つの目標に対し、達成度指標を定め、検証を行います。

表1. 成果指標の設定

項目	基準値(H30)	中間目標値(R4)	目標値(R6)
(1) 関係人口の増加:人(組・件)	26,403	65,210	105,260
移住希望者数:人(組)	139	150	180
ふるさと納税件数:人(件)	26,223	50,000	80,000
東京恵庭ふるさと会参加者(人)	41	60	80
ガーデンシティサイト閲覧数(件)	0	15,000	25,000
Garden city Eniwa(ガーデンシティえにわ)インスタグラムフォロワー(数)	0	150	200
(2) ふるさとの誇りづくり			
勝手に20選	多数存在	優れた20選	より優れた20選

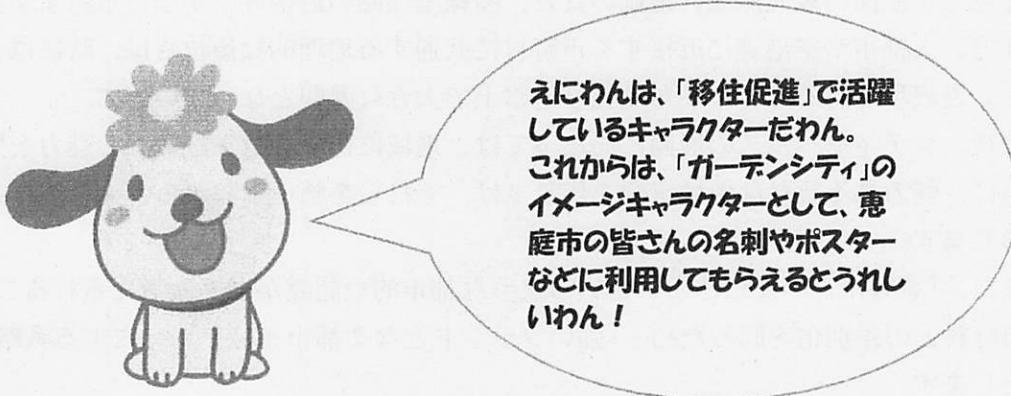
第2章 シティセールスの戦略

1 都市イメージのコンセプト

本市の既存の魅力は、「住みやすさ」が最も顕著な特長ですが、これは生活都市としては基本的な条件であり、「住みやすさ」をもって本市を他市町村と差別化することは難しい状況にあります。

そこで、本市における都市イメージのコンセプトとして、「住みやすさ」を軸として、生活都市としての特長を表現している都市づくりのひとつのテーマである「田園都市」、英語表記で※2 「Garden city : ガーデンシティ」と定めます。

このコンセプトで、「強いブランド」となる都市イメージによる戦略を図り、時代に即した魅力へとつなげます。



「ガーデンシティ」イメージキャラクター えにわん

※2 【ガーデンシティ（田園都市）】

産業革命が進行したイギリスでは、雇用の場である都市に人口が集中し、人々は自然から隔離され、遠距離通勤や高い家賃、失業、環境悪化に苦しんでいた。

これを憂いた近代都市計画の祖と呼ばれるエベネザー・ハワードは、都市の社会・経済的利点と、農村の優れた生活環境を結合した第三の生活を生み出すことによる解決を目指し、1898年に「明日・真の改革にいたる平和な道」を出版し（1902年にわずかに改訂され「明日への田園都市」と題名が改められた）、その中で、人口3万人程度の限定された規模の、自然と共生し、自立した職住近接型の緑豊かな都市を都市周辺に建設しようとする構想を提案した。

この理論は一定の支持者を獲得するに至り、1899年にはハワードを中心に田園都市協会が設立され、本協会は、1903にロンドン北郊のレッチワースにて初の田園都市建設に着手し、田園都市を運営する土地会社が住民たちに土地の賃貸を行い、土地会社の資金を元手に住民たちが住民たち自身が公共施設の整備を進めた。1920年には2つ目の田園都市となるウェリン・ガーデン・シティが着手され、両田園都市はその後、世界各地の建築家や都市計画家に影響を与えた。

引用：フリー百科事典＜ウィキペディア＞「田園都市」より

2 恵庭市におけるシティセールスの戦略

一般的に、シティセールスとは、まちの魅力や資源を市民との協働により、市内外へ戦略的にアピールし、まちのイメージを向上させることで、「知名度の向上や、交流人口、移住・定住人口の増加を図ることができる取り組み」、あるいは「ヒト、カネ、モノ、企業などを地域に取り込み、地域の力を高めるための販売促進であるプロモーション活動」などと言われています。

これらを勘案し、恵庭市版シティセールスの戦略について、以下のとおり3つを設定します。

(1) 魅力の整理と都市イメージ戦略

恵庭の魅力を考えた場合、「恵まれた地理的条件、豊かな自然、活発な市民活動、良質な農産物や生産品、観光施設、地価の安さ、多様な商圈の近接等」が挙げられます。

他方、大都市や空港等に近接する市町村に共通する地理的な優位さは、時には「通過するまち」と表現されるなど、まちを売り込む上で大きな課題となっています。

今後、シティセールスの展開にあたっては、地域に存する様々な資源の魅力を発掘するとともに、魅力ある新たな地域資源を作り上げ、それらを整理しながら、売り込みを図る必要があります。

また、「恵庭市といえば○○」というような都市的な認識が弱いと考えられることから、他市町村との差別化を図るために、「強いブランドとなる都市イメージ」による戦略を図ることとします。

(2) 個々の事業の一体感・統一感を図る戦略

シティセールスは、地域の自己アピールである観光プロモーションや移住・定住、あるいは、花・読書・子育てのまちづくりやふるさと納税推進事業など、様々な分野の事業が一体となって効果が表れます。

したがって、これまで個々にアピールしてきた事業について、一体感や統一感を図るための横断的な事業展開を行う役割を担うようにアピールすることとします。

(3) ふるさとへの誇りづくり戦略

令和元年度に実施した市民アンケート調査によると、本市の92%の市民が、「住みやすい、どちらかというと住みやすい」と高く評価しており、このことは、恵庭市の地理的条件や自然環境などの様々な魅力や資源に満足していると考えられます。

通常シティセールスは、地域外からの資源の取りこみに主眼を置き、地域外での訴求に呼応することが主な手法ですが、恵庭市版シティセールスでは、市民に対しても訴求し、市民が魅力を認識し、自ら発信する展開についても考慮しながら、ふるさとに誇りを持てる取り組みを進めることも重視します。

第3章 施策の展開

本市のシティセールスにおいては、都市のブランドを創造・確立するため、「魅力を探る・作る」、「魅力を発信する」、「編集・集約する」、「定着させる」という4つの施策を展開します。

(1) 魅力を探る・つくる

近年の市場では、「モノ消費」から「コト消費」へと移り替わりつつあり、さらに最近は「コト消費」になびかない消費者は「トキ消費」へと移り始めています。

これは「欲しいものが特にない」など所有に興味を示さないことや、「SNS上では積極的に情報シェアを行うが、購入はしない」など、新しい商品・サービスを探すのが大変だから現状の商品・サービスは満足してないけど買い替えはしないといった、今どきの消費者に振り向いてもらうために「コト消費」、そして新たな消費活動である「トキ消費」の仕掛けを構築する必要があります。

例えば、当市における「美味しいもの」だけを魅力とするのではなく、子どもたちと「美味しく食べること」を魅力にすることや、「素晴らしい景色」がただ目の前にあればいいのではなく、「目の前の景色の素晴らしさ」を家族や友人と分かち合う「時」を作るようしなければなりません。

さらには、恵庭の「住みやすさ」が魅力であれば、「住みやすさの理由」の具体的なシーンを可視化し、ストーリーで言語化していくため、以下の事業を実施、検討します。

【実施すること】	<ul style="list-style-type: none">・コト消費・トキ消費の創造・ガーデンシティの可視化・言語化・魅力情報の共有（Webやマガジン）・市制施行50周年とのタイアップ・花の拠点整備の推進・人の紹介・イメージキャラクター「えにわん」の共有 等
【検討すべきこと】	<ul style="list-style-type: none">・認知だけで終わらせらず体験へと導く仕掛けづくり・企業や団体等がシティセールスを行う「ガーデンシティづくり事業」の認定・支援の構築

(2) 魅力を発信する

魅力の情報発信は、使用するメディアを大きく2つに分けて、「広く知ってもらう」ためのものと「詳しく知ってもらう」ためのものを併用します。

ア) 広く知ってもらう

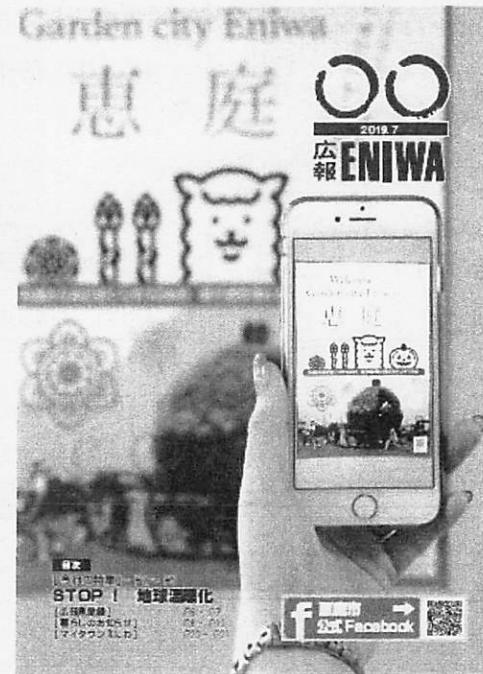
多様な本市の魅力を「ガーデンシティ」の魅力として集約し、可視化・言語化して発信、次のメディアへ誘導するため、以下の事業を実施、検討します。

【実施すること】	<ul style="list-style-type: none">・地元FMラジオ、情報誌等の活用・駅・列車内等公共空間でのポスター掲示、看板、幟、横断幕による広告・名刺・ピンバッジ等による周知・ハッシュタグ (#hokkaido、#eniwa、#gardencity) による発信・専用ホームページの開設 等
【検討すべきこと】	<ul style="list-style-type: none">・映像化・音声化・動画作成・インフルエンサーの活用 等

イ) 詳しく知ってもらう

市の魅力（施策も含む）に関して詳しい情報を掲載し、しかも見やすく一覧できるように編集して提供するため、以下の事業を実施、検討します。

【実施すること】	<ul style="list-style-type: none">・専用ホームページ・SNS の内容の工夫・各所管での発信・専用冊子（マガジン）作成・「花と緑あふれる田園都市、ガーデンシティ」の可視化（文字・形・色で識別するロゴ等の作成） 等
【検討すべきこと】	<ul style="list-style-type: none">・市民が主役の地域ブログポータルサイトの運用・情報発信者による集会等の実施 等



(3) 編集・集約する

編集・集約に係る機能としては、「束ねて発信する」とこと「地域ブランド化する」という2つの側面から展開を図ります。

ア) 束ねて発信する

多様な魅力情報を同じ方向性を持つ情報として束ねて発信し、その入れ物として「ガーデンシティ」を用い、大きな魅力にパワーアップさせるため、以下の事業を実施、検討します。

【実施すること】	<ul style="list-style-type: none">専用ホームページ・SNSの内容の工夫各所管での発信専用冊子（マガジン）作成 等
【検討すべきこと】	<ul style="list-style-type: none">映像化音声化動画作成 等

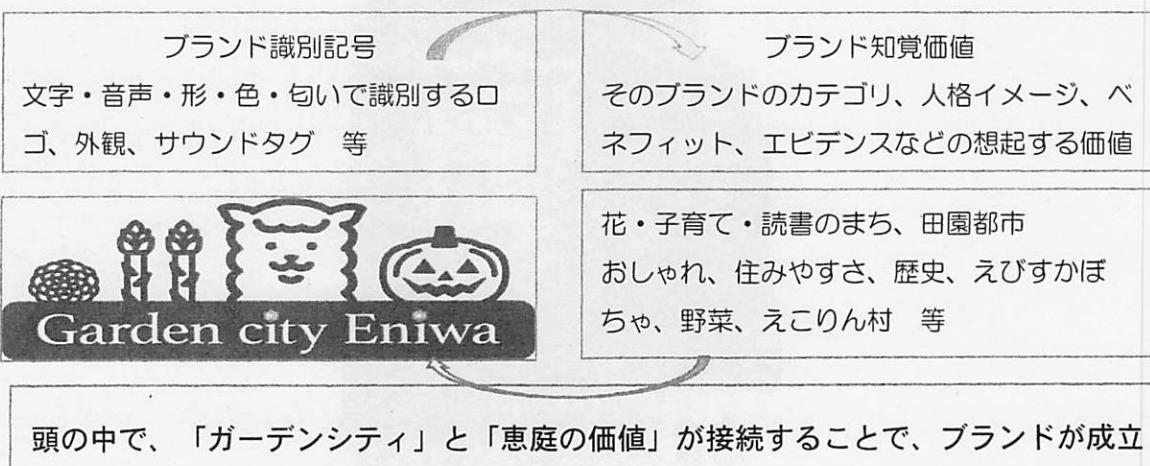
イ) ※3 地域ブランド化（恵庭市の将来像）

もうひとつの編集・集約機能として、多様な商品を載せたワゴン的なイメージである「ガーデンシティ」の地域ブランド化を図るため、以下の事業を実施、検討します。

【実施すること】	<ul style="list-style-type: none">「花と緑あふれる田園都市、ガーデンシティ」の可視化（文字・形・色で識別するロゴ等の作成） 等
【検討すべきこと】	<ul style="list-style-type: none">「花と緑あふれる田園都市、ガーデンシティ」の可視化（音声等で識別する外観やサウンドタグ等の作成） 等

※3 【地域ブランド化とは？】

ブランドとは、一言でいえば、頭の中で「記号」と「価値」が結びついた集合体と言われています。文字や音声、形や色、においなど人が五感で認識するブランドの「識別記号」と特定のサービスや商品に対して具体的に浮かぶイメージの「知覚価値」の2つが構成要素となるものです。



(4) 定着させる

「ガーデンシティ」が単なる都市イメージではなく、地域ブランドへと育つためには、「ガーデンシティ」を目に見える形に（可視化）する必要があり、ガーデンシティを表現するモノやメッセージで統一感ある都市景観を作るため、以下の事業を実施、検討します。

【実施すること】	・ガーデンシティのロゴマークイメージボード、幟、ポスターなどのJR駅や道と川の駅といった公共空間への掲示 等
【検討すべきこと】	・JR駅や公共空間に立ち寄った時に、本市の都市イメージである「花いっぱい」を感じさせる仕掛け 等

「ガーデンシティ」のロゴマークで一面が飾られたイメージボードやポスター等を、駅通路などに設置することによって、人々はそこに「ガーデンシティ」を見たような気持ちになります。

そこが、「ガーデンシティ」の地であることを実感します。

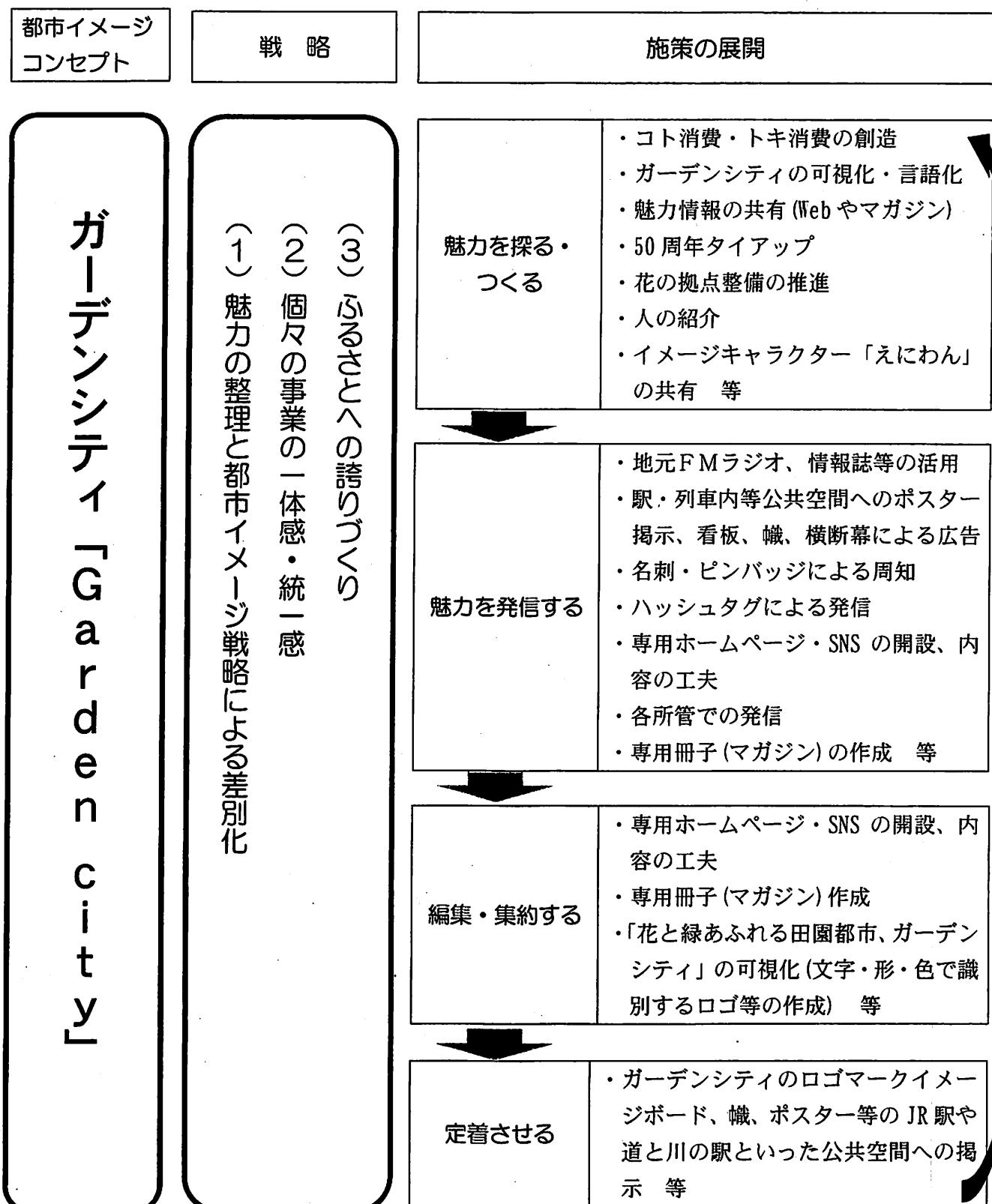
この作業を進めると、都市イメージのキャッチフレーズ的存在であった「ガーデンシティ」は、単なる言葉ではなく、様々な魅力を具現化した恵庭の代名詞になり、その魅力が市内外の人々によって肯定的に消費されつづけることで、その代名詞は信頼ある地域ブランドとして自立します。

市民も市の魅力に対する認識が高まれば、市民自身が魅力の消費者へと移行し、市民の域内消費は魅力をさらに磨き、魅力へのアクセス性（買いやしさ）をも改善させることが期待できます。

その結果、魅力はいっそう高まり、シティセールスのサイクルの冒頭に戻っていくものと考えます。



プランの体系図

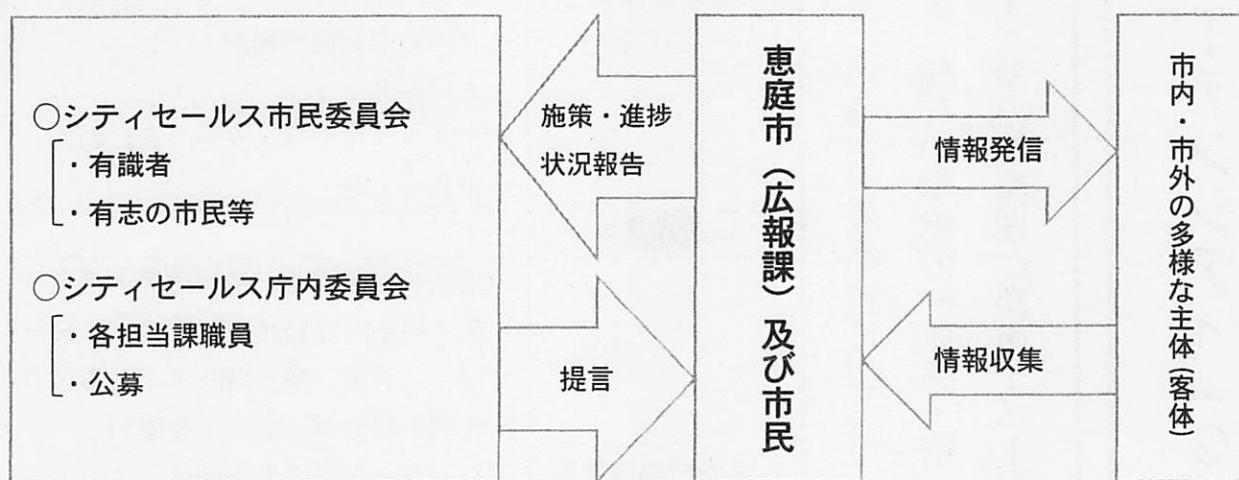


第4章 プランの推進体制

現在、市民検討委員会と庁内検討会議を組織しておりますが、本プラン策定後についても、市民と共に「ガーデンシティ」の魅力づくりや、その情報発信・あり方、あるいは、住んでみたい、住み続けたいまちのブランド確立について、引き続き、議論する場としていきます。

本市が一層魅力あるまちになっていくために、その経過はインターネット上に共有するなど、行政はここからシティセールスのヒントや助言を得るとともに、必要な予算確保を図ります。

【図2. 推進体制イメージ図】



恵庭駅空中回廊設置



えにあす設置

資料

「シティセールス市民検討委員会」の開催経過

平成30年度 ●平成30年 7月 3日

- 9月 5日
- 12月21日

令和元年度 ●令和元年 6月 4日

- 10月28日
- 令和 2年 2月18日

「シティセールス庁内検討委員会」の開催経過

平成29年度 ●平成29年12月19日

- 平成30年 2月 6月

平成30年度 ●平成30年 7月18日

- 12月13日
- 平成31年 2月15日

令和元年度 ●令和元年 7月 8日

- 令和 2年 1月29日

「短期的施策」の実施状況

実 施 内 容	場所・会場など
●平成30年度	
H31.3月 Garden city eniwa ポスター作製・掲示	空港周辺レンタカー・バイク店に掲示
H31.3月 地下鉄中割り広告（3.25～3.31までの一週間）	札幌地下鉄（東西線・南北線・東豊線）全線
H31.3月 HPオプションとして一週間デジタルサイネージで恵庭の情報を発信	銀座メトロ線デジタルサイネージ
●令和元年度（平成31年度）	
H31.4月 HPガーデンシティえにわ『シティプロモーションサイト』開設	恵庭市ホームページ
R1.6月 HP同サイト『Instagram Garden city eniwa』開設	恵庭市ホームページ
R1.7月 恵庭駅空中通路でのポスター掲示	恵庭駅空中通路
R1.8月 SNS啓発用バナーボードの設置	空中通路・※道と川の駅・イベント会場 ※改修工事終了までにあす
R1.10月 Garden city eniwa ロゴの作成	全道的に使用できるロゴ作成
R1.10月 人口17万人達成の横断幕掲示	西7線跨道橋（国道36号線上り下り）
R1.10月 Garden city eniwa・人口17万人のぼり作成	中島町2丁目なかよし公園（JRから一望）
R1.11月 Garden city eniwa ピンバッヂ作成（170個）	庁内の購入希望者の数を発注
R1.11月 人口17万人達成広告新聞掲載	全道版
R1.11月 妻婦・学生によるモニターツアー導入ワークショップ	市内観光地を巡る（ガーデンシティ大使）
R1.12月 観光情報誌じやらん4P掲載（1月号）	全道版

恵庭市シティセールス市民検討委員会委員名簿

氏名	所属		備考
会長 堀川 裕巳	有識者（宅建業界）	北央鑑定サービス	
副会長 酒井 亨	市民活動団体	JC 恵庭青年会議所	
委員 板垣 康治	高等教育関係	北海道文教大学	
委員 白崎 亜紀子	地域FM放送	FM e-n-i-wa	
委員 藤崎 由理	広告関連業界	リクルート北海道じゃらん	
委員 林 直樹	旅行関連業界	北海道宝島旅行社	
委員 柿田 郁子	シンクタンク関係	道銀地域総合研究所	
委員 有我 功	シンクタンク関係	北海道二十一世紀総合研究所	
委員 平井 梓	公募	まちづくりスポット恵み野	

恵庭市シティセールス庁内検討委員会名簿

氏名	所属		備考
委員長 大槻 雄二	企画振興部次長		～H31. 3. 31
委員長 大西 隆行	企画振興部次長		H31. 4. 1～
副委員長 渡邊 匠	企画振興部広報課長		
委員 浅野 美紀	総務部総務課		
委員 白石 まりな	企画振興部企画課		
委員 屋仲 めぐみ	企画振興部まちづくり推進課		
委員 粟野 雅文	生活環境部市民活動推進課		～H31. 3. 31
委員 東間 成美	生活環境部市民生活課		H31. 4. 1～
委員 吉岡 由香	子ども未来部子育て支援課		～H31. 3. 31
委員 石田 歩	子ども未来部子育て支援課		H31. 4. 1～
委員 桑原 一徳	経済部商工労働課		～H31. 3. 31
委員 入山 耕平	経済部商工労働課		H31. 4. 1～
委員 白石 聰史	経済部花と緑・観光課		～H30. 3. 31
委員 榎本 淳樹	経済部花と緑・観光課		～H31. 3. 31
委員 和合 智子	経済部花と緑・観光課		H31. 4. 1～
委員 林 直樹	教育部読書推進課		～H31. 3. 31
委員 佐藤 圭	教育部読書推進課		H31. 4. 1～
委員 櫻本 信一郎	総務部納税課		
委員 横式 信幸	議会事務局		H30. 4. 1～

恵庭市版シティセールスプラン

策 定 令和2年 月
編 集 恵庭市企画振興部広報課
〒061-1498
恵庭市京町1番地
TEL 0123-33-3131
FAX 0123-33-3137