

地方創生の推進について

第3期恵庭市総合戦略ガーデンシティプラン 令和6年度(計画1年目)数値目標・KPI

※ 実績及び数値目標については、直近(最新)の数値を記載

【基本目標(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】

区分		計画の 基準値	目標 (第3期)	R6年度 実績値	備考
KPI	複合施設利用者数(人)	R4	636,800	増加	R6 730,775 (内訳) ・えにあす: 624,469人 ・黄金ふれあいセンター: 66,245人 ・かしのもり: 40,061人
	さっぽろ連携中枢都市圏事業の実施数(事業)	R4	7	増加	R6 10
	千歳市との連携:「予定より早く進んでいる」「予定どおり」の事業数(事業)	R4	32	増加	R6 39
	エコバス利用者数(人)	R4	318,254	維持	R6 393,048
	公共施設床面積(㎡)	R4	253,259	削減	R6 247,247
	PPP・PFI件数(件)	R3	22	増加	R6 30

【基本目標(2)安全安心に住み続けたいまちづくり】

区分		計画の 基準値	目標 (第3期)	R6年度 実績値	備考
KPI	Instagramフォロワー数	R4	7,154	増加	R6 13,411
	えにわか・アクティブユーザー数	R4	2,309	増加	R6 5,339
	新築戸数(戸)	R4	288	増加	R6 265
	いきいき百歳体操サポーター登録者数(名)	R4	39	増加	R6 24
	長寿大学学生在籍数(人)	R4	116	増加	R6 87
	救命講習受講者数(累計人)	～R4	40,373	増加	R6 47,190 (内訳) R1: 2,169人 R2: 2,381人 R3: 1,050人 R4: 1,938人 R5: 2,399人 R6: 2,253人
	地域版避難所運営マニュアル策定数(地域)	R4	5	増加	R6 9

【基本目標(3)恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくり】

区分		計画の 基準値	目標 (第3期)	R6年度 実績値	備考
KPI	観光入込客数(人)	R4	1,670,000	増加	R6 1,819,073
	ふるさと納税者数(件)	R4	115,565	増加	R6 129,856
	製造品出荷額等(億円)	R2	1,418	増加	R4 1,582 2023年(令和5年)経済構造実態調査より
	ふるさと納税返礼品数(個)	R4	620	増加	R6 1,292
	市内温室効果ガス排出量のH25年度比(%)	R2	14.8%減	削減	R4 19.5%減
	市役所の事務事業における二酸化炭素排出量のH25年度比(%)	R3	19.4%減	削減	R5 32.79%減 2023(令和5年)第5次地球温暖化対策実行計画 (事務事業編)令和5年度実績報告より
	就職支援制度利用による就労者数(累計名)	R4	370	増加	R6 312 (内訳) 合同企業説明会: 40、ジョブガイド恵庭: 272 (3年間累計内訳) R4: 16件 R5: 18件 R6: 22件
	起業件数	R2～R4	61	増加	R6 56 (5年間累計内訳) R2: 4件 R3: 3件 R4: 17件 R5: 25件 R6: 28件
	オーダーメイドツアー参加者数(件)	H28～R4	75	増加	R6 77 (3年間累計内訳) R4: 209人 R5: 279人 R6: 273人
	日本語習得支援ボランティア育成セミナー及び講座の参加者数(人)	R2～R4	316	増加	R6 761 R6年度学校基本調査(独自調査)結果(R6.3卒業生)
	地元(大学・専門学校・高校)卒業者の地元就職率(%)	R4	4.7	増加	R5 3.2

【基本目標(4)希望を持って子育てしたいまちづくり】

区分		計画の 基準値	目標 (第3期)	R6年度 実績値	備考
KPI	子育て応援企業表彰数(件)	R4	18	増加	R6 1
	合計特殊出生率	R3	1.35	維持	R5 1.06 令和5年度人口統計調査結果及び令和5年4月1日の市内人口により算出
	授業でタブレット端末を「ほぼ毎日」使用している割合	R4	小学校23.4 中学校25.9	増加	R6 小学校16.9 中学校48.9 令和6年度全国学力・学習状況調査結果
	公共施設のwifi環境の整備箇所数(箇所)	R4	9	増加	R6 2



それぞれの基本目標で定めたKPI(重要業績評価指標)が達成されることで、
総合戦略が目指す重要目標達成指標(KGI)の達成が期待。

○重要目標達成指標(KGI)

区分		計画の 基準値	目標 (第3期)	実績値	備考
数値 目標	将来人口推計からの人口比率	1.000	基準値を上回ること	R6 1.003	
	純移動数(1月～12月)(人)	+412	累計人数の増加	R6 553	転入者数－転出者数
	観光入込客数(人)	1,670,000	増加	R6 1,819,073	

第3期恵庭市総合戦略ガーデンシティプラン 令和6年度(計画1年目)数値目標・KPI

※ 実績及び数値目標については、直近(最新)の数値を記載

【基本目標(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】

区分		計画の基準値		目標(第3期)	R6年度実績値		備考
KPI	複合施設利用者数(人)	R4	636,800	増加	R6	730,775	(内訳) ・えにあす:624,469人 ・黄金ふれあいセンター:66,245人 ・かしわのもり:40,061人
	さっぽろ連携中枢都市圏事業の実施数(事業)	R4	7	増加	R6	10	
	千歳市との連携:「予定より早く進んでいる」「予定どおり」の事業数(事業)	R4	32	増加	R6	39	
	エコパス利用者数(人)	R4	318,254	維持	R6	393,048	
	公共施設床面積(㎡)	R4	253,259	削減	R6	247,247	
	PPP・PFI件数(件)	R3	22	増加	R6	30	

【基本目標(2)安全安心に住み続けたいまちづくり】

区分		計画の基準値		目標(第3期)	R6年度実績値		備考
KPI	Instagramフォロワー数	R4	7,154	増加	R6	13,411	
	えにわかアクティブユーザー数	R4	2,309	増加	R6	5,339	
	新築戸数(戸)	R4	288	増加	R6	265	
	いきいき百歳体操サポーター登録者数(名)	R4	39	増加	R6	24	
	長寿大学学学生在籍数(人)	R4	116	増加	R6	87	
	救命講習受講者数(累計人)	~R4	40,373	増加	R6	47,190	(内訳)R1:2,169人 R2:2,381人 R3:1,050人 R4:1,938人 R5:2,399人 R6:2,253人
	地域版避難所運営マニュアル策定数(地域)	R4	5	増加	R6	9	

【基本目標(3)恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくり】

区分		計画の基準値		目標(第3期)	R6年度実績値		備考
KPI	観光入込客数(人)	R4	1,670,000	増加	R6	1,819,073	
	ふるさと納税者数(件)	R4	115,565	増加	R6	129,856	
	製造品出荷額等(億円)	R2	1,418	増加	R4	1,582	2023年(令和5年)経済構造実態調査より
	ふるさと納税返礼品数(個)	R4	620	増加	R6	1,292	
	市内温室効果ガス排出量のH25年度比(%)	R2	14.8%減	削減	R4	19.5%減	
	市役所の事務事業における二酸化炭素排出量のH25年度比(%)	R3	19.4%減	削減	R5	32.79%減	2023(令和5年)第5次地球温暖化対策実行計画(事務事業編)令和5年度実績報告より
	就職支援制度利用による就労者数(累計名)	R4	370	増加	R6	312	(内訳) 合同企業説明会:40、ジョブガイド恵庭:272 (3年間累計内訳) R4:16件 R5:18件 R6:22件
	起業件数	R2~R4	61	増加	R6	56	(5年間累計内訳) R2:4件 R3:3件 R4:17件 R5:25件 R6:28
	オーダーメイドツアー参加者数(件)	H28~R4	75	増加	R6	77	(3年間累計内訳) R4:209人 R5:279人 R6:273人
	日本語習得支援ボランティア育成セミナー及び講座の参加者数(人)	R2~R4	316	増加	R6	761	R6年度学校基本調査(独自調査)結果(R6.3卒業生)

【基本目標(4)希望を持って子育てしたくなるまちづくり】

区分		計画の基準値		目標(第3期)	R6年度実績値		備考
KPI	子育て応援企業表彰数(件)	R4	18	増加	R6	1	
	合計特殊出生率	R3	1.35	維持	R5	1.06	令和5年度人口統計調査結果及び令和5年4月1日の市内人口により算出
	授業でタブレット端末を「ほぼ毎日」使用している割合	R4	小学校23.4 中学校25.9	増加	R6	小学校16.9 中学校48.9	令和6年度全国学力・学習状況調査結果
	公共施設のwifi環境の整備箇所数(箇所)	R4	9	増加	R6	2	



それぞれの基本目標で定めたKPI(重要業績評価指標)が達成されることで、総合戦略が目指す重要目標達成指標(KGI)の達成が期待。

○重要目標達成指標(KGI)

区分		計画の基準値		目標(第3期)	実績値		備考
数値目標	将来人口推計からの人口比率		1,000	基準値を上回ること	R6	1,003	
	純移動数(1月~12月)(人)		+412	累計人数の増加	R6	553	転入者数-転出者数
	観光入込客数(人)		1,670,000	増加	R6	1,819,073	

令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金の 交付実績について

[単位:円]

□地方創生推進タイプ(ソフト事業:2事業)

(補助率:事業費の1/2以内)

A:新ガーデンデザインプロジェクト推進事業<R3年度~R7年度(4年目)>

番号	事業名	申請		実績	
		事業費	交付決定額	事業費	交付額
A-①	恵庭市公式アプリの開発	11,932,000	5,967,000	11,721,600	5,860,800
A-②	恵庭の魅力拡充 (市内観光施設でのホーストレッキング事業)	297,000	148,000	297,000	148,500
A-③	恵庭の魅力拡充 (市内の魅力あふれるコンテンツを結ぶ周遊 促進事業)	652,000	326,000	629,767	314,884
A-④	恵庭の魅力拡充(シティセールス事業)	2,940,000	1,470,000	2,821,911	1,410,955
A-⑤	恵庭の魅力拡充(産業連携推進事業)	820,000	410,000	643,141	321,570
A-⑥	市民健康づくり(歩くことを通したまちづくり事 業)	691,000	345,000	690,012	345,006
A-⑦	市民健康づくり(サイクルフェスタ事業)	2,000,000	1,000,000	1,715,600	857,800
A-⑧	移住定住の推進	5,877,000	2,938,000	5,142,202	2,571,101
小計		25,209,000	12,604,000	23,661,233	11,830,616

B:いしかり・ライフstyle魅力発信・若者地元定着促進事業(北海道、近隣市町との連携事業)<R2年度~R6年度(5年目)>

番号	事業名	申請		実績	
		事業費	交付決定額	事業費	交付額
B-①	就職促進事業	3,758,000	1,879,000	3,758,000	1,879,000
B-②	起業支援事業	1,592,000	796,000	1,491,692	745,846
小計		5,350,000	2,675,000	5,249,692	2,624,846

地方創生推進タイプ合計	30,559,000	15,279,000	28,910,925	14,455,462
-------------	------------	------------	------------	------------

(補助率:事業費の1/2以内)

□デジタル実装タイプ TYPE1(ソフト事業:2事業) 所管:総務部情報政策室情報政策課 <R6年度>

事業名	申請		実績	
	事業費	交付決定額	事業費	交付額
GIS活用による防災情報のデジタル化事業	39,471,000	19,735,000	34,409,493	17,204,746
デジタル教材導入事業	12,537,000	6,268,000	10,890,000	5,445,000
小計	52,008,000	26,003,000	45,299,493	22,649,746

□地方創生拠点整備タイプ(ハード事業:-事業)

※令和6年度の申請なし

【A-①】新ガーデンデザインプロジェクト推進事業

恵庭市公式アプリの開発

企画課・脱炭素推進課

「観光」、「市民生活」、「経済」、「まちづくり」の4つの異なる分野の施策をつなげ、一体的な施策展開を進めることにより相乗効果を引き出すことを目的として、分野の異なる施策において、共通で使用可能な恵庭市公式ポータルアプリを開発した。令和6年度は災害時オフライン機能、家庭での脱炭素取組見える化機能を開発した。今後はアプリの多言語対応など、アプリ機能の拡充に向けて基盤整備・更新を進める。

関連数値目標・KPI

恵庭市公式ポータルアプリ	KPI(R6) 目標値	KPI(R6) 実績値
アプリへの登録者数	2,800人	8,000人

担当コメント

恵庭市公式アプリ「えにわか」に災害時オフライン機能を追加した。大規模災害時には通信環境が制限されることも想定されるが、本機能によりインターネットに接続できない状況でも防災ガイドブックなどを確認することが可能となった。日常的にアプリを使用いただくことで、災害時の備えに加え、日々の防災意識の向上にも役立てられる。

家庭での脱炭素取組見える化機能のシステム構築と利用促進のための制度設計を行うことができた。少しでも多くの方に利用していただき、このシステム・制度を通じて、家庭での省エネ・脱炭素に役立てていただきたい。また、利用者の皆様から提供いただいたデータを活用し、より実態に沿った施策の企画・立案を目指していく。

アプリの機能や登録店舗の紹介を定期的に行うことで、アプリの利用普及に努めたい。

取組事例

恵庭市公式アプリの開発

災害時オフライン機能

災害時の情報収集や日々の防災意識の向上に役立てられるよう、オフライン状態でも防災ガイドブックなどを確認できる機能を開発した。

家庭での脱炭素取組見える化機能

恵庭市の温室効果ガス排出量の約1/4を占めるとされている家庭部門について、各家庭のエネルギー使用量データを基に推計値を算出するため、データ収集し算定を行うシステムを開発した。

各エネルギー使用量データから温室効果ガス排出量（二酸化炭素ベース）を算定し、利用者が把握できるよう表示するシステムを構築。

また、利用促進のためデータ入力、世帯構成等に応じた削減目標値達成のレベルにより、インセンティブの付与を行う制度設計も行った。



【A-②】新ガーデンデザインプロジェクト推進事業

恵庭の魅力拡充（市内観光施設でのホーストレッキング事業）

花と緑・観光課

緑のふるさと森林公園では、新たな観光コンテンツの造成のため、乗馬体験などのホーストレッキング事業を実施し、新しい恵庭の魅力拡充を目指す。

関連数値目標・KPI

ホーストレッキング事業

R6(2024)

乗馬体験者数

130件

担当コメント

【ホーストレッキング事業】

令和6年度は、令和5年度に比べ30件ほど参加数が減少した。周知開始時期が小学校の夏休み期間と重なり、小学校を通じた周知ができなかったことが要因と考えられる。

令和6年度は、ワークシヨップとキッチンカーの出店を行った。これにより、乗馬体験後にワークシヨップを体験したり、キッチンカーで軽食を楽しんだり、園内に長時間滞在している姿が見受けられた。

本事業を契機に、アスレチック遊具などの当園の魅力を発信できたことから、引き続き令和7年度においても広く周知を行い、本事業を契機とした当園の魅力発信及びピーター獲得を継続したい。

取組事例

恵庭の魅力拡充事業

ホーストレッキング事業

○事業説明

- ・実施日：8月25日 10:00～15:00
- ・3歳以上を対象とした引馬乗馬体験を緑のふるさと森林公園アスチック広場にて実施した。
- ・緑のふるさと森林公園森林センターにてワークシヨップ（シヤカシヤカポーチ製作、木馬キーホルダー、木パズル時計）、キッチンカー（からあげ等）の出店をおこなった。



○主な成果

- ・引馬乗馬体験参加数 130件
- ・ワークシヨップ参加数 38件
- ・キッチンカー購入客数 32件



花と緑・観光課

関連数値目標・KPI

取組事例

惠庭の魅力拡充事業

はなたびタクシー利用券事業

○主な成果
・利用件数 3,193件



【市内周遊プラン作成事業】

【はなたびタクシー利用券事業】

6

【A-④】新ガーデンデザインプロジェクト推進事業

恵庭の魅力拡充（シティセールス事業）

企画課

恵庭市の魅力や資源を市内外へ戦略的にアピールするため、恵庭市シティセールス推進委員会を開催。R6年度は『トラベルウェブマガジン旅色とタイアップした全国的なPR』『えにわフォトコンの継続開催』などを通じたPRを実施するとともに、商業・観光・移住・ふるさと納税など施策間連携の強化・発信により、シティセールスを一体的に推進した。

関連数値目標

Instagram	R4年度末	R5年度末	R6年度末
フォロワー数	7,154人	9,527人	13,506人

担当コメント

- 恵庭市公式Instagramでの情報発信を重点的に進め、投稿を頻繁に行うほか、「えにわフォトコン」の長期開催等により参加者からの情報発信・閲覧数の増加・フォロワー数の増加に努めた。
- トラベルウェブマガジン「旅色」とタイアップし、全国的なPRを実施。
- 商業・観光・移住・ふるさと納税など施策間の連携を強化し、各種イベント出展時におけるPRなどを一体的に推進した。
- 市を取り巻く環境や社会情勢を考慮し、より効果的かつ実効性のあるシティセールスを推進するため、令和7年3月に「第2期 恵庭市版シティセールスプラン」を策定。

これらの取り組みを引き続き実施することにより、今後も恵庭市の魅力発信に努めたい。

取組事例

えにわシティセールス事業

恵庭ブランド確立のための「ガーデンシティえにわ」PR

恵庭のブランドイメージ向上のため「ガーデンシティえにわ」を前面に出した全国的なPR・デジタル広告の実施・フォトコンテストなどを実施した。

○主な取組

- ・公式Instagramでの投稿
- ・各種イベントの出展
- ・ラジオCM
(地域FMラジオe-niwa)
- ・デジタル広告の実施
(Instagram、検索サイト)
・えにわフォトコンの開催
- ・「旅色」への掲載



恵庭市シティセールス推進委員会の開催

○主な取組

令和2年度に策定した「恵庭市版シティセールスプラン」に基づき、市内の学識経験者、関係団体からの推薦者、公募市民からなる委員会を開催。Instagramを活用したシティセールスや第2期プランの改訂に向けた意見交換等を行った。

- ・第1回開催 (R6. 12. 23)
- ・第2回開催 (R7. 3. 6)



【A-⑤】新ガーデンデザインプロジェクト推進事業

恵庭の魅力拡充（産業連携推進事業）

商工労働課

恵庭の地域資源を活用した商品開発支援や開発商品の紹介パンフレットを新たに作成し市内外に向けてPRを行う。
また、友好都市静岡県藤枝市との産業交流により異なる特徴をもつ地域間において、両市の事業者が連携しそれぞれの農産物や技術を活用した新商品開発・試作支援を行うことで、地域のブランド力を高め魅力拡充を図る。

関連数値成果

えにわづくり制作事業

新商品開発数	R5年 11商品 R6年 17商品
--------	----------------------

地域間交流による新商品試作支援事業

試作商品数 (R6新事業)	恵庭市 3商品、藤枝市 3商品
---------------	-----------------

担当コメント

【えにわづくり制作事業】
既存人気商品や新規開発商品を掲載することで、恵庭の魅力を詰め込んだパンフレットを作成することができた。
パンフレットは小学生から大人まで広く手に取ってもらっており、好評を得ている。またパンフレット制作過程において市内事業者から商品開発や販路拡大などの相談を受け対応することができた。今後も、事業者が抱える課題の解決に向けた支援を行い、産業PRイベントなどで事業者・店舗・商品のPRを通じて、恵庭の魅力拡充をさらに行っていく。
【新商品試作支援事業】
市では新商品開発補助金制度も別途設けているが、認知度不足や加工イメージができないことを理由に利用件数が減少傾向にあったため、まずは両市の資源を知り・使ってもらうことで商品開発の機運を高めることを目的に実施した。取り掛かりやすい事業として好評を得たので今後も実施していく。

取組事例

恵庭の魅力拡充事業

えにわづくり制作事業

特産品や市内事業者の開発商品を掲載した恵庭の魅力をもとめたパンフレットを作成。市内外のイベント出展時や市内アンテナショップ、観光協会等で広く配布した。



新商品試作支援事業

両市で生産された農畜産資源を相互に活用した新商品創出に向けた研究、開発等に取り組む事業に対し支援を行った。



【A-⑥】新ガーデンデザインプロジェクト推進事業

健康スポーツ課

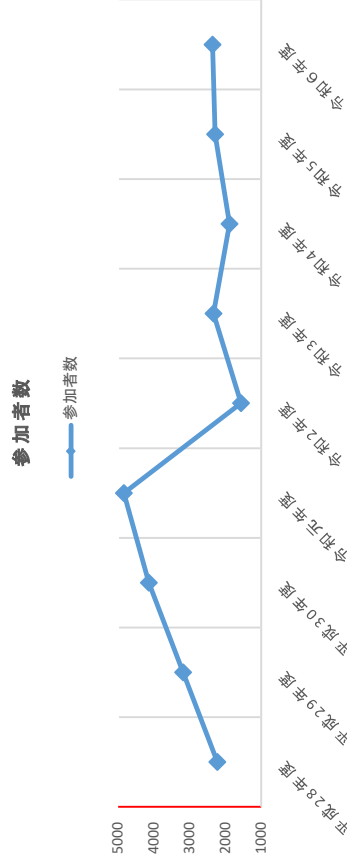
市民健康づくり（歩くことを通したまちづくり事業）

歩くことを通して市民全体の健康意識や健康増進活動の向上並びに地域交流の推進、歩くことと楽しさを重視したイベントを組み合わせること、健康づくり無関心層を含めた多くの市民の健康への関心と参加を促し、市民の健康意識の向上と健康づくりへの機運を高めた。

関連数値目標・KPI

	KPI目標値 (最終目標)	KPI実績値 (R6)
参加人数	2,500人	2,361人

事業参加者数の状況



担当コメント

令和6年度は個人参加型のイベントと集客型イベントの両軸でアタタターコロナ時代に適した事業展開ができた。民間企業とタイアップしたウォーキングイベントは、過去最高水準の動員を記録し、現役世代、特に親子連れの参加者が多く活気があった。

事業全体の参加者数は2,361人と、コロナ禍以前と比較すると、減少しているものの、市民に確実に定着している。次年度以降も市民ニーズに沿った健康づくりを推進し事業の賑わいを創出したい。

取組事例

市民健康づくり事業

歩くことを通したまちづくり事業

○歩くイベントの実施

歩くことを通して市民全体の健康意識や健康増進活動の向上並びに地域交流を推進し、健康づくりを推進するまちづくりを目指す。

- ・Jリーグウォーキング
- 明治安田生命保険相互会社と共催
- ・冬の健康づくりセミナー
- 冬期間に実施可能な生涯スポーツの体験
- ・健康体操・ノルディックウォーキング教室
- ・歩くパネル展



○えにわ健康チャレンジの実施

楽しく自然と歩くきっかけをつくり、施設利用や健康づくりの危機促進を図ることを目的に実施。

- ・ウォーキング&クイズラリー
- ・えにわ冬の健康チャレンジ・クイズラリー



○まちなか休憩所の設置

市内ウォーキングコース近郊の公共施設、民間施設等を活用して、「まちなか休憩所」を設置。まちなか休憩所では、以下の内容を市民に提供。

- ・トイレや休憩利用・健康情報を提供・クイズの設置・参加記念品配布

【A-⑦】新ガーデンデザインプロジェクト推進事業

市民健康づくり（サイクルフェスタ事業）

企画課

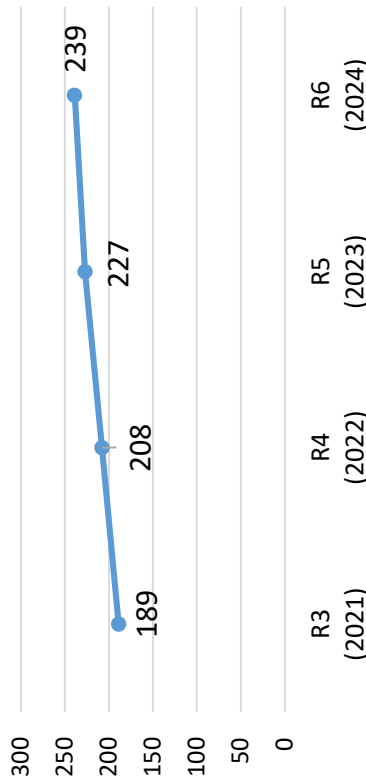
サイクルフェスタ・恵庭運営協議会が主体となり、自転車利用を通じた恵庭市の魅力の再発見、歩いて暮らせるまちづくり(CO₂削減)、自転車利用促進、観光推進や地域経済の活性化、健康増進などを図ることを目的として、「サイクルフェスタ・恵庭」を開催した。

関連数値

	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
申込者 人数	中止	189人	208人	227人	239人

参加者人数の推移

参加者人数



担当コメント

9月13日～29日のイベント期間中に自身のペースで自由にチェックポイントを巡りポイントを集める方式で開催し、参加者からは高い満足評価を得た。近隣の「長沼町」「千歳市」の道の駅及び「北広島市」の北海道ボールパークFビレッジ付近駐輪場に3日間限定の特設チェックポイントを設置し、恵庭市近郊の景観等を参加者に楽しんでもらった。今後も、自転車を活用した事業を通じて自転車利用の促進や市の魅力の発信に努めたい。

取組事例

「サイクルフェスタ・恵庭」事業

サイクルフェスタ・恵庭の開催

○主な取組

- ・H30年度より、本イベントの取り組みに協力頂ける市内の企業・団体等と市が連携し、事業の更なる発展と運営体制の強化を図るため運営協議会を設立しイベントの開催を実施。

- ・R3年度以降、新型コロナウイルス感染拡大の中で、より多くの方々が安心して参加ができるよう、従来の1日走破型から、一定期間個々の参加者で市内チェックポイントを周遊する形式に開催方法を変更し、獲得ポイントに応じて景品交換の抽選を実施。

○主な成果

- ・運営協議会の設立達成

- ・協議会構成員：18社
- ・協賛企業：17社
- ・後援：8団体

- ・R6年9月13日(金)～9月29日(日)：イベント開催

申込者人数：239名（内大人224名、小中学生15名）
内訳

市内申込：62名（R1年比 9%↑）、市外申込：177名

- ・R6年10月6日(日)：抽選・景品交換会

参加者人数：213名

○アンケート結果

- ・イベント満足度：99.0%
（満足～やや満足）

- ・今後も参加したい：99.1%

（積極的に参加したい～できれば参加したい）



【A-⑧】新ガーデンデザインプロジェクト推進事業

移住定住の推進

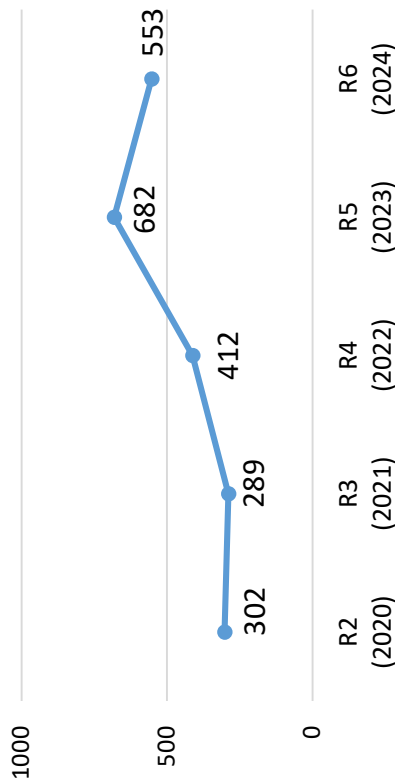
企画課

恵庭市への移住・定住を促進するため、移住相談会への出展、オーダーメイドツアーの実施、移住・定住サイトにおけるPR及び移住者向け情報誌の発行ならびに移住者交流会などを実施した。

関連数値目標

	関連数値 目標(R2～ R6累計)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
転入超 過数 (転入者数 －転出者 数)	822人	302人	289人	412人	682人	553人

転入超過数の推移



担当コメント

移住希望者を対象とした恵庭市内の案内を行うオーダーメイドツアーのほか、道外への移住相談会への出展、オンライン移住相談など個々のニーズに応じた対応を実施。
今後においても個々のニーズに応じた移住促進施策等を推進することにより、転入者の増加に努めたい。

取組事例

移住促進事業

移住相談会の実施

○主な取組・成果＜対面式相談会＞

- ・【東京】北海道移住相談会…37組
- ・【大阪】北海道移住・交流フェア…36組
- ・【東京】北海道移住・交流フェア…65組
- ・【仙台】北海道mini移住・交流フェア…12組
- ・【東京】JOIN移住交流フェア…17組
- ・【東京】さっぽろ連携中枢都市圏フェア…28組

○主な取組・成果＜オンライン相談会＞

- ・オンライン移住相談…4組



恵庭市への移住に関する情報発信

○主な取組

- ・恵庭市移住者向け情報冊子「えにわで暮らす」の発行
- ・恵庭市移住定住サイトの運営管理
- ・Instagram広告の発信
- ・大阪梅田に恵庭市のポスター掲示及び移住パンフレットの配置 等

オーダーメイドツアーの実施

○主な取組・成果

- ・恵庭市への移住を考えている方を対象に、希望に合わせたプランを作成し、タクシーを貸し切りオーダーメイドの恵庭市内案内ツアーを行う…28組

市内居住者向けイベントの実施

○主な取組・成果

- ・移住者交流会
恵庭市に移住された方のフォローアップとして年3回実施…21組58名
- ・住み替えセミナー
空家の活用や不動産相続に関するヒントとして年3回実施…40名



【B-①②】いしかり・ライフstyle魅力発信・若者地元定着促進事業

商工労働課

北海道や近隣市町村と連携し、さっぽろ圏の若者を中心として、地元定住を目的とし、地元の企業を知り、就職に繋げる取り組みや市内での起業を促進する取り組みを行った。

関連数値

合同企業 就職説明会	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
参加者総数	76人	97人	119人	175人
就職者総数	24人	16人	19人	40人

○起業支援事業

- ・令和6年度起業塾の受講生から6名が起業。
- ・令和6年度起業支援補助金の利用者等を含めると23名が起業。

担当コメント

就職促進事業のうち、合同企業就職説明会については、これまでの1日から2日間に拡大して開催した。2日間で合わせて75社（※両日参加企業含む）が参加し、昨年度から56名増の175名の参加があった。就職者数も過去最高の40名となり、一定の効果があつたと考えられる。

起業支援事業については、起業塾に参加した受講生同士のネットワークが形成される等の効果のほか、6名が起業した。

毎月開催の起業個別相談会にも一定の参加があり、数年前に起業した方への対応によるフォローアップも行い、きめ細かな支援を行っている。

今後も効果的な支援を継続し、市内での起業を促進したいと考えている。

取組事例

恵庭の就職促進と起業支援

就職促進事業

- 主な取組
 - ・合同企業就職説明会（正社員／パートアルバイト向け）
 - ・採用担当者向けセミナー
- 主な成果
 - ・合同企業就職説明会（正社員向け）⇒参加者：85名（パ・ア向け）⇒参加者：90名
 - ・就職決定者 合計40名
 - ・採用担当者向けセミナー参加者：59企業60名



起業支援事業

- 主な取組
 - ・開業するときの様々な疑問や悩みを解消し、事業を成功に導くノウハウを学ぶセミナーである「恵庭起業塾」の開催。
 - 毎月一回開催している中小企業診断士による専門的な相談が受けられる起業個別相談会の開催。
- 主な成果
 - ・起業塾参加人数：23名
 - ・個別相談会参加人数：32回（実人数27人）



令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金の採択状況について

[単位:円]

□第2世代交付金

・ソフト事業

【継続事業】

事業名	事業費	交付決定額	説明(主な内容)
新ガーデンデザインプロジェクト推進事業<R3年度～R7年度(5年目)>			
①恵庭市公式アプリの開発	7,912,000	3,956,000	・アプリの多言語対応 ・アプリシステム保守管理料 ・ECサイト運営委託料
②恵庭の魅力拡充	9,691,000	4,845,000	・市内観光施設でのホーストレッキング事業 ・市内の魅力あふれるコンテンツを結ぶ周遊促進事業 ・シティセールス事業 ・産業連携推進事業
③市民健康づくり	2,566,000	1,283,000	・歩くことを通したまちづくり事業 ・サイクルフェスタ事業
④移住定住の推進	4,251,000	2,126,000	・移住定住希望者への支援
小計	24,420,000	12,210,000	

・拠点整備事業

【新規事業】

事業名	事業費	交付決定額	説明(主な内容)
柏陽地区複合施設整備事業 <R7年度～R9年度(1年目)>	24,999,000	12,499,000	複合施設整備に伴う設計
小計	24,999,000	12,499,000	

・インフラ整備事業

【新規事業】

事業名	事業費	交付決定額	説明(主な内容)
柏陽地区複合施設整備事業 <R7年度～R9年度(1年目)>	3,018,000	1,207,000	かしわぎ公園整備に伴う設計
小計	3,018,000	1,207,000	

第2世代交付金 合計

52,437,000

25,916,000

【新規事業】

□デジタル実装型<R7年度>

事業名	事業費	交付決定額	説明(主な内容)
①窓口支援システム(書かない窓口)の拡大事業	57,758,000	28,879,000	ライフイベントに伴う手続きのワンストップ化拡大に向けた、システムのデータ連携対象の拡大、バックヤードを含めた庁舎レイアウトの変更
②窓口手数料等のキャッシュレス化事業	1,029,000	514,000	支所・出張所へのキャッシュレス決済端末の導入
③地域公共交通案内情報デジタル化推進事業	4,373,000	2,186,000	バスロケーションシステム及びバス接近情報を表示するデジタルサイネージの構築
④電子契約導入事業	1,518,000	759,000	電子契約の導入
小計	64,678,000	32,338,000	

□地域防災緊急整備型<R7年度>

【新規事業】

事業名	事業費	交付決定額	説明(主な内容)
災害用物資備蓄事業	1,695,000	840,000	災害用備蓄資材(ベッド、トイレ、テント)の購入
小計	1,695,000	840,000	