

「地方創生推進交付金」に係る事業実施結果【平成30年度】

申請事業名	アイヌ文化を核とした交流人口拡大・受入体制整備事業				
事業概要	北海道と白老町が連携して、アイヌ文化や地域の魅力等を発信し、交流人口の拡大を図るとともに、来訪者の増加を見据えた白老町内における受入体制整備に取り組むもの。 【北海道の役割】道外・町外からの交流人口の拡大促進 【白老町の役割】来訪者の増加を見据えた受入体制整備				
申請額	57,168,000円	決算額	48,718,243円	不用額	8,449,757円
事業期間	平成30年度～令和2年度 (3か年)	総合戦略上	【基本目標】柱2 観光による地域づくり・交流促進と移住定住の推進 【数値目標】観光入込客数 179万人(平成26年度)→300万人(令和2年度)		

重要業績評価(KPI)	単位	KPI	平成30年度	平成31年度	平成32年度	達成率
① 事業で実施した町内を周遊する着地型観光プログラムや教育旅行に対する体験プログラム参加者数	人	目標値	620			12.9 %
		実績値	80			
② 道外への魅力発信イベント入場者数	人	目標値	2,100			952 %
		実績値	20,000			
③ DMOが支援を行ったアイヌ工芸品・特産品等の新商品の売上高	円	目標値	2,300,000			0 %
		実績値	0			
④ 事業を通じた新規のおもてなしガイド登録者数	人	目標値	30			0 %
		実績値	0			

総評
<p>象徴空間開設を見据え、大都市圏や町内主要イベントにおける誘客プロモーション活動と、おもてなしガイドやアイヌ文化担い手等の人材育成や新たな観光体験プログラムの造成など、全17事業57,168千円の交付を受けたところである。</p> <p>その中、「6-②地場製品の生産拡大に向けた検討体制の組織化」については、体制の組織化を図るため、町内の関係団体で構成する協議会に対し、専門アドバイザーの招聘等に要する費用を補助する予定であったが、関係団体との協議を重ねる中で、まずは白老町が主体となって課題等を検討すべきとの意見が出されたため、交付金を活用せず、町が中心となって、課題の洗い出しや事業の方向性など、関係者との認識の共有化を図ることから始めるとの見解となり、事業は未着手となった。</p> <p>各事業については、ウボボイや当町の認知度の向上や、次年度につながる観光の素材づくりや開設に向けた町民の機運醸成が図られたことから、それぞれに意義のある取組みとなったものと考えているが、その一方で交付金のKPIにも設定されているDMO(まちづくり会社)が未設立で当該年度を終えたことなど課題も残った状況にある。</p> <p>また有識者委員からは、一定の事業成果はあったという意見がある一方、事業の効果測定方法の在り方や事業内容の町民周知方法に対する疑義が多く寄せられた。</p> <p>今後においては、ウボボイ開設まで1年をきった中、早急にDMO(まちづくり会社)の設立手続きを進めるとともに、30年度からステップアップした事業展開を図っていくとともに、機運醸成やおもてなしお向上に向け、多くの町民参画を図るために情報発信の強化に努めていきたい。</p>

事業名	事業概要(全体)	30年度 当初事業費 (千円)	30年度 実績事業費 (千円)	30年度 事業成果	内部 事業評価	有識者 事業評価	有識者の主な意見
1 道外・町外への地域の魅力発信		4,500	4,309				
1-① 白老町食と観光魅力発信事業	北海道の日本縦断キャラバンとともに、地元の食と観光をPR	4,500	4,309	●大都市圏(福岡、沖縄、宮城)におけるウボボイ及び白老町のPR事業	A	B	・ウボボイ及び町の認知度が低いため、情報発信における課題は大きい。 ・町長のトップセールスという手法はPR効果が高かったと考える。
2 カウントダウンイベント		2,600	2,580				
2-① 象徴空間開設前記念イベント	カウントダウンイベントの開催と地元祭でのPR	2,600	2,580	●500日前カウントダウンイベントの実施	A	B	・イベントの参加者数が多ければ良しではないと考える。 ・パネル展示等、より関心をもってもらえるような内容・手法であるかが疑問。
3 広域観光圏誘客プロモーション		1,000	1,000				
3-① 広域観光圏誘客プロモーション事業 (日胆・登別洞爺観光圏協議会)	広域連携による象徴空間PR事業の実施	1,000	1,000	●nittan地域連携会議との連携による首都圏(るるぶキッチン)におけるウボボイPR事業	A	B	・広域連携事業について、実施内容や成果も評価できる。 ・シンプルに食材の魅力を全うに伝えられる内容であることを望む。
4 観光客おもてなし事業		24,500	23,956				
4-① 地元芸術家との機運醸成連携事業	地元芸術家との作品コラボによる機運醸成	2,000	1,590	●アイヌ文化に関する工芸品の作品展及びワークショップの実施 (シルキオプロジェクト、水野練平コレクティブ)	B	B	・飛生芸術祭は国内でも注目されるイベントであるが、町民の関わりが薄い気がする。 ・ワークショップの開催により、来場者が主体的に体験できるメニューは効果的であったと考える。
4-② 来訪者に対する情報収集及び分析事業の体制整備	来訪者に対する情報収集、市場調査、分析等	4,500	4,435	●観光消費額調査・来訪者同行調査、滞在型観光の受入体制の環境整備	A	B	・調査結果を具体的に観光振興に落とし込み成果につなげることに期待。
4-③ 町内を周遊する着地型観光プログラムのモニタリングの実施	着地型観光プログラムの造成	6,000	5,935	●町内を周遊するための着地型観光プログラムの調査検討 (新規体験プログラムの規格、インストラクター育成、PRビデオ・パンフレットの作成)	B	B	・今後の白老町に向けて重要な取組みであるが、課題が多いため、継続する必要がある。 ・町内により幅広く周知し、関心を底上げした方がいいと思う。
4-④ 教育旅行に対する体験プログラムの調査検討	教育旅行受入事業者のパンフレット作成、プログラム造成	2,500	2,500	●教育体験プログラムの調査及びコンテンツ作成	B	C	・アイヌ文化以外にも地域にある文化を取り上げ、工夫してみる必要がある。
4-⑤ アイヌ工芸品・特産品等の商品開発に対する支援	アイヌ刺繍等を活用した新商品開発、エント茶の販売促進等	4,000	3,997	●アイヌ文化を取り入れた商品提案 (エコバック・紙袋・包装紙の提案、オハワ・エント茶のレシピ)	A	B	・費用をかけて検討した以上、今後の活用につなげてほしい。 ・開発された商品等が、駅北インフォメーションセンター等を通じ、事業効果が社会に還元されることを望む。
4-⑥ まちづくり会社設立に向けた事業計画策定支援	設立母体の事業計画策定	4,000	4,000	●まちづくり会社設立に向けた事業計画の策定	A	C	・事業計画策定等は評価するが、30年度時点でDMO未設立は大きな問題。
4-⑦ まちづくり会社プロモーション強化に対する検討	まちづくり会社コンテンツ強化	1,500	1,499	●まちづくり会社WEB構築	A	C	・母体がないものをプロモーションするのは危険。 ・実施内容は評価できるが、設立に向けた課題は大きい。
5 おもてなしガイド人材育成事業		14,068	12,371				
5-① おもてなしガイド人材育成事業の検討	象徴空間エリア内外の町民ガイドの育成	6,500	6,500	●おもてなしガイド人材育成、ガイドテキスト作成、まち育てセミナーの開催	A	B	・ガイド人材はウボボイ開設に向けて、必要な事業である。 ・おもてなしガイドという言葉自体が町内に浸透していない状況に思える。
5-② アイヌ文化担い手育成に対するメニューの検討	刺繍・手工芸品製作者の育成、スキルアップ	4,500	3,711	●アイヌ文化担い手育成(刺繍・編み方コースの講座開講)	A	B	・子どもたちも関わることでできる催しや講座も増やしてほしい。
5-③ アイヌ文化を学ぶふさと学習事業	学校によるアイヌ文化の出前学習	438	165	●アイヌ文化と歴史を学ぶ体験学習の実施	A	B	・子どもだけの満足とせず、次につながる工夫を望む。 ・たった一度の体験に終わらず、より改善し、より中身が伝わる内容にしていく姿勢が大切。
5-④ 多文化共生人材育成事業に対する支援	多文化共生講演会等	2,630	1,995	●講演会の実施、多文化共生発信ツールの作成、多文化共生社会シンポジウムの開催、みらい創りプロジェクト対話会の実施	A	B	・本事業により知見を深めた人材がまちの活性化に活躍することを期待。
6 誘客拡大に向けた域内の基盤強化事業		10,500	4,500				
6-① アイヌ文化・芸術の体感映像化事業の検討体制の組織化	デジタルアート実現に向けた検討体制の確立	1,000	1,000	●カラーサーチライトを活用したライトアップ実証実験	B	C	・本事業を知らない人が周囲にたくさんいた。 ・サーチライトとアイヌ文化・芸術との関係性が不明。
6-② 地場製品の生産拡大に向けた検討体制の組織化	地場製品の生産拡大に向けた体制確立	6,000	0	※中止	-		
6-③ 来訪者の受入体制・おもてなし環境の検討(多言語化)	飲食店・観光関連事業者向けおもてなし研修・多言語メニュー化	3,500	3,500	●多言語化を目指した地元事業者へのヒアリング調査、おもてなし研修の実施、通訳機の活用に係る研修実施	A	B	・メニュー表示以外も、wi-fi環境やスマホに対応したQRコード等を活用すべき。 ・作成したプロモーションビデオが今後どう活用されるか不透明。
合計		57,168	48,716				