

「地方創生推進交付金」に係る事業実施結果【令和元年度】

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	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。				
申請額	51,214,000円	決算額	49,740,682円	不用額	1,473,318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	令和元年度	令和2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	2,330		17 %
		実績値		423	88		
② 道外への魅力発信イベント入場者数	人	目標値		2,100	2,100		1,119 %
		実績値		22,501	24,517		
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	2,300,000		42 %
		実績値		686,474	1,242,138		
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	30		70 %
		実績値		0	42		

総評
<p>ウボボイ開設を見据え、これまで北海道とともに全国各地で観光プロモーション等を展開し、自然や食など、まちの魅力発信やアイヌ文化の理解促進等に努めながら、交流人口の拡大に取り組んできた。加えて、地域特性を活かした商品開発支援や、おもてなしガイド人材の育成、まちづくり会社(白老版DMO)の収益性確保に向けた取組みなど、魅力ある観光地形成に向けて様々な事業を推進してきた。</p> <p>その中で、新商品開発やガイド人材育成は、KPIの進捗状況からも概ね計画どおり推進されているものと評価している。いずれの事業も、令和元年度から地域DMO候補法人が事業推進の旗振り役として参画しており、自走化を目指した推進体制の構築についても注力してきたところである。</p> <p>今後においては、観光消費動向の分析結果等を踏まえつつ、地域内のステークホルダーと連携したマネージメントと事業収益を最大限に生み出す戦略的なマーケティングを推進し、更なるおもてなし環境の充実を目指していく考えである。</p>

事業名	事業概要(全体)	令和元年度 当初事業費 (千円)	令和元年度 実績事業費 (千円)	事業概要(令和元年度)	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	4,477				
1-① 白老町食と観光魅力発信事業	観光資源のPR及び誘客促進プロモーションの実施	4,500	4,477	大都市圏(東京、大阪、名古屋)におけるウボボイ及び白老町の魅力発信イベントの開催	A	B	・町長のトップセールスにより、三大都市圏においてPRできたことは効果があったと考えられる ・ウボボイ来場者の過半数が道内客と想定されるため、道内PRに注力する方が効果的
2 カウントダウンイベント		3,600	3,599				
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、象徴空間のPR	3,600	3,599	100日前カウントダウンイベントの実施、各種イベントでのPRブースの設置	A	B	・様々な機会、手法を駆使しながらPRできたことで、より多くの人に情報が届いた ・アイヌ文化とはあまりゆかりの無い著名人の起用が印象に残る
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 (北海道新幹線×nittan地域戦略会議)	広域連携による象徴空間PR事業の実施	1,000	1,000	道内外の各種イベントでのPR、プロモーションツールの作成	A	B	・PRブースについて、現状でよしとせず、継続して改善していく必要がある ・日胆という広域PRにより、観光客には選択肢が増える
4 観光客おもてなし事業		20,100	20,065				
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	1,965	飛生芸術祭において、アイヌ文化に関する活動等を行っているアーティストを招へい アイヌ文化に関するワークショップの開催	A	B	・飛生芸術祭は町外からの評価が高いのに、町民の理解が得られていないように感じる ・飛生の取組と町役場の連携をさらに強化すべき
4-② 来訪者に対する情報収集及び分析事業の実証実験	来訪者に対する情報収集、市場調査、分析等	5,000	5,000	日帰り及び宿泊観光客に対し消費動向調査(アンケート)の実施	A	B	・基礎資料とするには、調査期間の季節、対象施設に偏りを感じる ・民泊等の小規模事業者などを焦点にあてた調査、分析も必要
4-③ 町内を周遊する着地型観光プログラムの造成	着地型観光プログラムの造成	3,700	3,700	着地型観光プログラムの状況整理	B	B	・体験可能なプログラムについては、選定基準も含め、時間をかけて作成すべき ・観光客に対し有効な情報提供が可能となった。町民にも宣伝してはどうか
4-④ 教育旅行に対する体験プログラムの造成	教育体験プログラム受入体制整備	2,600	2,600	教育旅行プログラムの情報整理、実証実験、弁当活用の可能性調査	B	B	・アイヌ文化に本来なかった要素を組み合わせることで、誤った理解やイメージにならないよう ・教育における信頼関係形成にとって、パッケージ制作は有用
4-⑤ アイヌ工芸品・特産品等の商品化	アイヌ工芸品・特産品の商品化	4,700	4,700	エントを使用したソフトクリーム・クッキーの商品化、オハレテレビの公開	B	B	・包装紙は観光インフォメーションセンターで有効活用されている ・商品がありきたりの印象、独創性を期待したい
4-⑥ まちづくり会社PR強化に対するコンテンツ制作	開発商品の市場調査、販売拡大策の提案	1,100	1,100	商品の販売拡大策として、札幌での市場調査の実施、ネット販売活用策の立案	B	B	・費用対効果の面において疑問が残る ・マークが乱立すると、訴求力が弱まってしまう可能性がある
4-⑦ 観光資源魅力発信プログラム造成及びビジネスモデルの構築	観光資源の魅力発信プログラムの構築・普及	1,000	1,000	体験プログラムの予約体制確立	A	B	・時代の流れに合った体制づくりの構築は、更なる展開につながることも期待できる ・「あきらめないサイト」にするためにも、ささやかな情報でも日々更新することが大切
5 おもてなしガイド人材育成事業		13,030	11,963				
5-① おもてなしガイド人材育成事業の組織化	象徴空間エリア内外の町民ガイドの育成	5,100	5,100	おもてなしガイド人材養成講座の開講(全6回)	A	B	・地元住民の学ぶ場となっているが、本当の知識、理解を身に付けることがガイドとして必要 ・収益を念頭においた組織化が必要
5-② アイヌ文化担い手(刺繍・工芸品)育成に向けて作成したメニューの実践に対する支援	刺繍・手工芸品製作者の育成、スキルアップ	3,500	2,694	アイヌ文化担い手育成として刺繍講座等の実施	A	B	・担い手になることは、職業として一定の収入を得ることが必要 ・伝統を守るため、若年層を取り込めるような工夫が必要
5-③ アイヌ文化を学ぶふるさと学習事業	アイヌ民族の歴史と文化を学ぶ体験学習	500	499	児童・生徒がアイヌ文化を学ぶ体験学習を実施	B	B	・ふるさとに愛着や誇りを育ててほしい ・体験した子どもたちの声を吸い上げて、より良いものにしてほしい
5-④ 多文化共生人材育成事業の磨き上げに対する支援	ワークショップの開催等	3,930	3,670	東京大学学生団体と連携した子供向けワークショップ開催、着地型観光プログラムの構築	B	B	・予算の大きさに対し、効果の薄さがとても残念 ・本内容であるならば、道内からでも講師を招くことはできる
6 誘客拡大に向けた域内の基盤強化事業		8,984	8,636				
6-① アイヌ文化・芸術の体感映像化事業の構築	アイヌ文化・芸術の体感映像化事業の構築	1,000	1,000	町内の観光地に関する体感映像の制作	A	B	・町内景勝地の映像化が行われたことは効果的であった ・今後、いかに活用するかが重要
6-② 地場製品の生産拡大に向けた体制構築支援	地場製品の生産拡大に向けた体制確立	3,984	3,636	ポト自然休養林にて、地場食材や地場産材を活用した事業を実施	A	B	・料理やクラフト等を学んだ方々が、今後どのようにまちづくりに生かすかが大切 ・収益化やビジネスモデル構築に課題がある
6-③ 来訪者の受入体制・おもてなし環境の実践(多言語化等)	コミュニケーションツール作成、電子決済カーパス導入調査	2,000	2,000	会話用ツールの作成、多言語化対応及び電子決済サービスの調査、ロゴマーク制作	C	C	・ポケットや電子決済など、効果のあるサービスを導入するメリットを知る機会が必要 ・種類も多く複雑なため、行政から事業者への丁寧なサポートを望む
6-④ 誘客拡大に向けた二次交通の調査事業の実施	二次交通活用に有効なツール作成、レンタサイクルの実証実験	2,000	2,000	レンタサイクル事業の実証実験、ルートマップ制作	B	B	・レンタサイクルは乗り捨て可能にすると、帰りのお土産購入など便利 ・住民や子どもたちの安全確保にも配慮が必要
合計		51,214	49,740				