

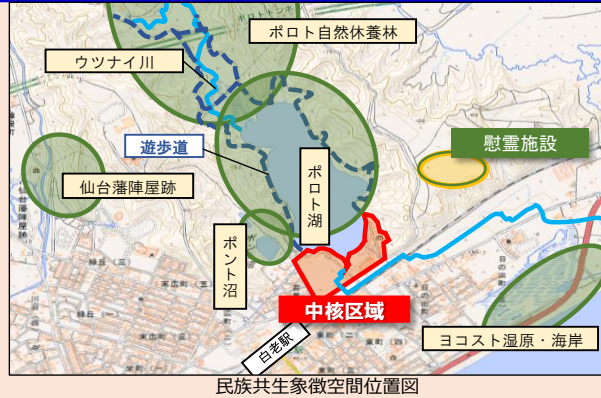
# 民族共生象徴空間（愛称：ウポポイ※）の概要

- ウポポイは、アイヌの文化復興等に関するナショナルセンター。北海道白老町に令和2年4月24日オープン
- 「国立民族共生公園」、「国立アイヌ民族博物館」、「慰霊施設」を整備
- 年間来場者数100万人達成を目標

※アイヌ語で「(おおぜいで)歌うこと」という意味

## 民族共生象徴空間

- 北海道白老町ポロト湖畔を中心に整備



## 国立アイヌ民族博物館

- アイヌの歴史・文化等を研究し、国内外に正しい認識と理解を促進する情報発信拠点。
- アイヌの歴史・文化等に関する十分な知識をもつ専門家を育成し、博物館等をつなぐネットワーク拠点。

博物館建物完成 令和元年9月予定  
外構完成 令和元年11月予定

※イメージ



## 国立民族共生公園

- 舞踊、工芸等のアイヌ文化を体験・交流する体験型のフィールドミュージアム

公園全体完成 令和2年3月予定



## 慰霊施設

- ポロト湖の東側の太平洋を望む高台に慰霊施設を整備

慰霊施設外構完成 令和元年8月予定



## 開業準備を考慮した施設整備

- ◇国立民族共生公園内において体験交流プログラムのリハーサルや研修、実施に必要な機材の設置等を開始(令和元年10月を予定)

## ウポポイ開設プロモーション

### 【実施時期】

2019年8月頃～2020年1月頃

### 【実施場所】

<道内> 札幌×2、旭川、函館、新千歳空港  
<道外> 東京、大阪、名古屋

### 【実施内容】

- ① 北海道博物館特別展の開催
- ② インフルエンサーによる情報発信
- ③ 各種広報媒体を活用したPR
  - アイヌ文化の実演・体験（VR、舞踊・音楽、試食等）
  - アイヌ工芸品の展示・販売
  - PRアンバサダーの出演
  - ウポポイの認知度・関心度調査 など



宇梶 剛士さん AKB48チーム8  
坂口 渚沙さん

PRアンバサダーによる  
アイヌ文化の魅力発信

## カウントダウンプロモーション

### 【実施時期】

2019年10月頃～3月頃

### 【実施場所】

札幌市内

### 【実施内容】

- ① さっぽろ雪まつり会場でのPR
  - ・ 大雪像製作 ・ PRブース出展
  - ・ PRアンバサダー出演 など
- ② 開設機運の醸成を図る広報
  - ・ 各種広報媒体を活用したPR
  - ・ 札幌駅地下歩行空間壁面広告
  - ・ カウントダウン広告 など



※開設500日前イベント



## 来場者数 100万人へ

## 海外プロモーション

### ◇海外プロモーション

#### 【実施時期】

2019年6月頃～2020年3月頃

#### 【実施場所】

北米、ハワイ、台湾、  
中国、ASEAN、  
イギリス、カナダ



#### 【実施内容】

- ① 現地対外発信拠点との連携
  - アイヌ古式舞踊・伝統音楽の披露
  - 集客施設等を活用したプロモーション
  - 北海道の食・観光・アイヌ文化・ウポポイのPR など

※国・地域により実施内容は異なる

## 地域間連携の強化

### ◇地域のネットワーク体制の構築

- ① 観光ガイド向け教本の作成
  - 検討会議の開催
  - 周遊マップ（多言語版）の作成

### ◇受入体制の整備

- ① 旅行商品造成に向けたルート検証
  - アイヌ文化や観光施設が体感できるVRの設置
  - アプリを活用したアイヌ関連施設や観光施設のPR

（事業主体：北海道観光振興機構）



## アイヌ文化発信

### ◇東京オリパラを契機としたアイヌ文化発信

- 東京オリパラ開会式等での古式舞踊披露に向けた踊り手育成  
（事業主体：北海道アイヌ協会）



- ① アイヌ工芸品の販路拡大・担い手育成に向けた調査など

### ◇アイヌ文化情報発信

- 巡回展・出前講演会の開催
- 学習小冊子の作成、アーカイブ機能拡充

## 道内客向け

札幌圏を中心に全道域で認知度向上に向けた広報を展開しつつ、札幌圏からのツアーや周辺観光地とのモデルルートの開発など、具体的な需要を喚起

### 【ポイント】札幌圏を中心としたPR

- ▶ 主要都市でのPRイベント（札幌、函館、旭川）
- ▶ ミナパ ▶ チカホで壁面広告
- ▶ 電子看板（札幌駅、大通駅） ▶ JR・地下鉄車内中吊り
- ▶ 新千歳空港でのPRイベント、空港内電子看板による広告
- ▶ 応援ネットとの連携（ホテル、交通、メディア、商品等）

### 【ポイント】全道域アプローチによる広報展開

- ▶ CM（TV、ラジオ） ▶ 新聞（全道、地方） ▶ WEB広告、SNS
- ▶ 情報誌（じゃらん、JR車内誌）
- ▶ 道の広報誌・HP・知事メルマガ]
- ▶ 各部・各振興局、市町村情報発信事業でのPR
- ▶ 包括連携企業とのタイアップ
- ▶ アニメキャラを活用したスタンプラリー
- ▶ 高速道路SAでのPR、工芸品販売

### 【ポイント】国際・大規模イベントの活用

- ▶ ラグビーW杯 ▶ さっぽろ雪まつり「大雪像」
- ▶ 北海道旅行博 ▶ 札幌モーターショー
- ▶ ほっかいどう大運動会

### 【ポイント】周辺観光地と連携した需要喚起や環境整備

- ▶ 空港連絡バスの開設や都市部と白老周辺地域を結ぶバスツアー開発など、バス事業者との調整
- ▶ 特急の増便に向けた白老駅等の環境整備
- ▶ 周遊モデルルートの開発

## 道外客向け

観光需要の大きい都市圏、北海道ファンが集まるイベントを中心にPRしつつ、道央圏周遊ルートのプラスワンとして、ウポポイを訴求

### 【ポイント】三大都市圏を中心としたPR展開

- ▶ アンバサダー出演による大型商業施設でのイベント開催（東京、名古屋、大阪）
- ▶ タウン誌、WEB・SNS ▶ 読売新聞（東京、中部、大阪）
- ▶ JR中吊り（東日本、東海、西日本）
- ▶ 駅電子看板（上野、大阪駅等）

### 【ポイント】北海道に関心ある層への訴求

- ▶ 旅行誌（東京、東海、関西） ▶ ほっかいどう応援団セミナー
- ▶ ツーリズムEXPO ▶ 関西、中京北海道クラブ
- ▶ 北海道フェア(高速道促進期成会)
- ▶ 直行便就航6県との連携
- ▶ 大学や学会等と連携したMICEでのPR

### 【ポイント】地域グルメなど北海道の魅力とともにウポポイを訴求

- ▶ 道外PRイベントにおける白老町の魅力発信 ▶ どさんこプラザ（有楽町）や百貨店等での北海道物産展
- ▶ 道産乳製品フェア・アンテナショップ等におけるPR

## 海外客向け

数多いアジア圏を中心に、歴史・文化への関心の高い欧米に向けて情報発信しつつ、札幌・登別温泉・ニセコなどへの宿泊者の誘致を促進

### 【ポイント】アジア圏を中心としたPR等

- ▶ 食・観光と連携したPR、アイヌ文化セミナー  
中国（ハルビン）、香港、台湾、ベトナム、シンガポール、タイ
- ▶ SNSでの発信（インフルエンサー活用）
- ▶ 道ASEAN事務所と連携したPR

### 【ポイント】道内の国際イベント等を活用

- ▶ ラグビーW杯
- ▶ 世界津波の日・高校生サミット
- ▶ G20 観光大臣会合
- ▶ さっぽろ雪まつり「大雪像」
- ▶ 日本博

### 【ポイント】歴史・文化に関心の高い国へのアプローチ

#### <異文化・歴史に関心の高い国>

- ▶ イギリス（ロンドン）でのPRイベント
  - ・ アイヌ文化体験プログラム
  - ・ アイヌ文化伝承者、大英博物館による講演会
  - ・ 現地旅行会社への誘客PR

#### <先住民族文化の根付いた国>

- ▶ カナダ（バンクーバー）でのPRイベント
  - ・ 先住民文化との交流
  - ・ アイヌ文化体験プログラム
- ▶ 米国（西海岸、ハワイ）でのPRイベント
- ▶ 豪州・フィンランド（新規就航地）旅行博

## 教育旅行向け

実績校を中心に営業強化しつつ、企業の研修等も含めた働きかけなど、さらなる誘致促進

### 【ポイント】道内の小・中学校生の修学・体験学習旅行

- ▶ 道教委との連携
  - ・ 校長会や教員研修会等でのPR
  - ・ 全学校へのパンフレット配付等
- ▶ 札幌市教委との連携
  - ・ 校長会や教員研修会でのPR
  - ・ 全学校へのパンフレット配付等
- ▶ アイヌ財団との連携（旅行会社やバス会社、関係業界への営業）

### 【ポイント】道外高校生の修学旅行

- ▶ 実績校へのアプローチ
  - ・ 中京、北陸、関西、四国方面
- ▶ 観光振興機構等との連携（教育旅行説明会でのPR）
  - ・ 東京、大阪、名古屋、大宮、仙台など7カ所
- ▶ 文科省による教育委員会を通じた学校向け周知

### 【ポイント】更なる上積みに向けた働きかけ

- ▶ 道内高校の研修（1年生の宿泊研修等）
- ▶ 道外小・中学校の修学旅行
- ▶ その他（企業研修・報奨旅行、国・道・市町村の職員研修、生涯学習など）