

十勝アクティブシニア移住交流促進事業

大都市圏のアクティブシニアの十勝地域への中長期的な移住・交流を図るため、食や自然といった十勝の魅力を生かした取組みを展開し、「交流人口の拡大」と「シニア層の知見・経験を取り込んだ地域づくり」につなげていく。

KPI

十勝管内への観光入込客数
(H25) 967万人 → (H31) 1,035万人

地方創生加速化交付金 (H27補正)

- 管内共通の学びのニーズ・メニュー調査等の実施(振興局)
- 移住フェアへの参加・空き家情報の収集・発信の共同実施、各町に応じた受入環境の整備(管内5町)

十勝アクティブシニア移住交流促進部会の設置・運営

十勝総合振興局・管内13町

(池田町、音更町、士幌町、鹿追町、芽室町、上士幌町、新得町、大樹町、幕別町、豊頃町、本別町、足寄町、陸別町)



情報提供

他市町村や関係機関、有識者

(農業団体、経済団体、民間事業者・NPO法人(アウトドア、旅行代理店等)、大学、試験研究機関等)



協力

- 連絡調整・情報共有、各自取組の進捗状況の把握
- 交付金事業等の具体的な企画検討

- 議題に応じ招聘
- 専門性・ノウハウを活かし、交付金事業等の企画検討に参画・協力

地方創生推進交付金 (H29～H31)

- ※池田町に加え、**H30**からは音更町、士幌町、本別町、足寄町が参画
- 十勝アクティブシニア移住交流促進部会の運営
- 市町村レベルのニーズ調査
(池田町においてペルソナマーケティングを実施)
- 学びのメニュー開発(上記部会で企画検討したメニューの試作、実証)
- 効果的な情報発信
- 受け入れ事業の実施(モニターツアーの実施)
- 学びの人材育成

食や自然等の十勝の魅力を活かした移住交流の受入環境づくり

学びのメニュー充実による移住交流の促進(イメージ)

- ◆ 趣味も含めた『学び』の場を充実させることで、健康で活動的なシニア層の中長期滞在や移住・定住を促進する。

十勝の地域資源を活かした体験・趣味のメニュー



ソーセージづくり チーズづくり 野菜づくり 乗馬 動物とのふれあい飼育

自然環境や産業集積を活かした学びの場や人材の充実



食品加工技術センター チーズ工房 農家 畜産大学・農業高校

「体験・趣味」×「学びの場」

中長期滞在、移住・定住の促進



学んだことや経験を教える
(地域とのふれあい・地域貢献)

趣味を活かした起業

北海道くしろ地域・東京特別区交流推進事業

東京23区との連携促進に向け、その橋渡し役となる交流推進員を配置するとともに、東京都荒川区との連携により、くしろ地域特産品の販路拡大に向けたイベントの開催を皮切りに新たな販売ルートや顧客獲得の可能性を見出す。また、首都圏の高校や企業等をメインターゲットとした教育旅行の誘致やヘルスツーリズムの拡大に向けた効果的なプロモーションを展開することにより、首都圏における「くしろ地域」の認知度の向上を図り、交流人口及び地域特産品の販路拡大による地域活性化を目指す。

KPI

釧路管内観光入込客数

H27 727万人 → H31 780万人

取組内容

- I 東京23区との連携事業を企画・調整する交流推進員の配置
- II 荒川区日暮里駅前で「北海道くしろ！旬！秋の味覚市」の開催などくしろ地域特産品の販路拡大に向けた取組の実施
- III 教育旅行・ヘルスツーリズムの誘致促進に向けたプロモーション

首都圏における「くしろ地域」の認知度向上

「くしろファン」の獲得

波及効果

- I 首都圏からの観光客の誘致拡大
- II くしろの特産品の販売拡大による産業振興
- III 首都圏との交流促進

「くしろ地域」の活性化

波及効果の最大化

- I くしろ地域の人口減少の抑制（将来的な移住・定住者の獲得）
- II 首都圏以外の中部・関西方面へのくしろの認知度向上

首都圏における「くしろ地域」認知度UP！

くしろ地域

観光客・修学旅行

くしろ地域特産品の販売拡大

教育旅行・ヘルスツーリズム

釧路管内観光入込客数

780万人

◆現地交流推進員◆



くしろ秋の味覚市
in 日暮里

荒川区

東京23区との
連携の企画・調整

港区

品川区

大田区



アイヌ文化を核とした交流人口拡大・受入体制整備

北海道独自の文化であるアイヌ文化の誇るべき価値・魅力をアイヌ文化を大きな観光資源としている白老町と連携して、道内外に発信し、交流人口の拡大を図るとともに、まちづくり会社(白老版DMO)を中核とした白老町内の受入体制整備に取り組む。

KPI 事業で実施したプログラム参加者数
 H32 7,870人

道外・町外からの交流人口拡大促進



交流人口の拡大

- 1 北海道独自の文化であり、白老町観光の要でもある「アイヌ文化」の魅力を発信するPRアンバサダーの委嘱
- 2 日本各地の大都市圏(6箇所)での北海道・白老町のアイヌ文化を核とした魅力発信プロモーションの実施



白老町の受入体制整備

観光客のおもてなし

- 1 地域特性を活かした商品開発等の支援
- 2 来訪客に関する情報収集及び分析
- 3 町内の周遊性を高める着地型観光プログラムの造成
- 4 教育旅行に対する体験プログラムの造成
- 5 アイヌ工芸品の販路拡大及び販売体制の確立

人材育成

- 1 町民を対象としたおもてなしガイドの人材育成・組織化
- 2 アイヌ伝統工芸品の製作者育成
- 3 小中学生を対象としたふるさと学習の実施
- 4 多文化共生人材育成事業の実施
- 5 地元事業者を対象としたおもてなし人材育成の実施
- 6 アイヌ文化伝承者と芸術家との連携

観光入込客数増加に伴う受入環境整備体制



交流人口拡大に伴う地域経済の活性化・雇用創出

海外における北海道ブランドの魅力拡大・経済交流推進事業

北海道の海外ネットワークを活用しながら、本道独自のアイヌ文化が持つ魅力を活かして北海道のブランド力の底上げを図り、道産品の輸出拡大・海外からの誘客促進に取り組む。

KPI

イベント参加者数
H32
97,000人

アイヌ文化の魅力を活かして HOKKAIDOブランドをトータルで底上げ

道産品の魅力UP

- ・豊かな自然に育まれた安全・安心の食品
- ・独自の文化で育まれたクラフト製品
- ・アイヌ文様を取り入れた新たな製品

活用

アイヌ文化の魅力

- 自然との共生
- 独特のアイヌ文様
- 美しい工芸品
- 音楽と舞踊

活用

観光の魅力UP

- ・雄大な景観との調和
- ・独自の歴史文化体験



現地の様々な「場」を活用した トータルプロモーションの実施



北海道とアイヌ文化関係団体、経済団体等が連携した 海外展開モデルの構築

経済団体・貿易機関

アイヌ文化関係団体

○構成
北海道、アイヌ文化関係団体、
道内経済団体、貿易関係機
関、金融機関等

北海道



世界各地に向けたHOKKAIDOブランドの発信



歴史・文化資源を活用した回遊性のある観光地づくり

人口減少、高齢化の急速な進展に伴い、地域経済の活力低下を招いていることから、食や自然に加え、アイヌ文化などのカルチャーに着目し、北海道の持つ魅力や強みを発揮できる「観光」分野を持続的に成長させるため、道内を訪問する観光客が多くの観光地を周遊する仕組みづくりを目指す。

本事業で開発した観光商品や体験プログラムの件数

KPI



H32
18件

【北海道観光をとりまく状況】

- ①観光客の約5割が道央圏に宿泊しているなどの地域的な偏在
- ②観光客の約4割が夏季（6月～9月）に集中する季節的な偏在
- ③新幹線開業効果は道南圏で顕著（H28：道南は前年同期比15%増）
- ④2020年度の道内空港運営の民間委託の実現に向けた取組
- ⑤JR北海道による事業範囲の見直し

交流人口の拡大による地方創生観光産業のリーディング産業化
国際的に質の高い観光地づくり

事業検討会議の位置付け

広域連携DMO(北海道振興機構)が
地域間連携によるネットワーク化と
地域の受入環境づくりを支援

全体会議

圏域を超えたネットワーク化の検討・形成



ブロック会議

道内6圏域内における地域間連携の強化

- ① 広域周遊の多様化や「民族共生象徴空間」波及方法の検討
- ② 広域周遊ルートの作成・検証
- ③ 地域の観光コンテンツづくりの支援
 - 着地型旅行商品の企画・立案
 - ニーズ把握や満足度の分析
- ④ 体験型プログラムの開発・検証
- ⑤ 旅行会社に対する商品造成の働きかけ

調査・分析

道内に来訪する観光客を、戦略的に道内周遊させるための方策を提案

ツールの開発

地域で発掘・磨き上げられた観光商材を集約し、観光的な視点で魅力的に紹介

活用

道内周遊を促進させるための効果的なプロモーション

- ・VR技術を活用した観光PR
北海道観光の「特設コーナー」を設置し、北海道特有の歴史・文化などを体感してもらい、来道意欲を喚起
- ・アプリを活用した観光PR
アニメ「ゴールデンカムイ」の舞台となったアイヌ文化ゆかりの地を周遊させるゲームアプリを開発し、道内周遊を促進
- ・アイヌ文化PR・象徴空間開設機運の醸成
道内主要都市で、アイヌ古式舞踊や音楽、アイヌ生活空間の疑似体験、伝統工芸品制作実演・体験、旅行事業者プロモーション

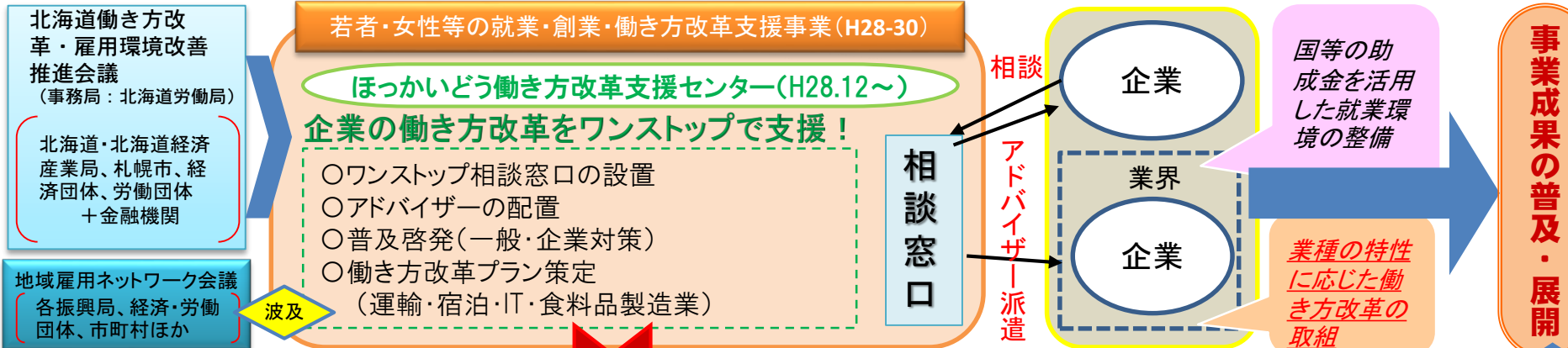
めざす姿

滞在日数や観光消費額の拡大・滞在交流型観光地づくりの形成

道市連携による「働き方改革・女性活躍」加速化事業

KPI: 道の働き方改革推進企業認定数
H32: 780社

本道において、人口減少、少子高齢化が進む中、人手不足の解消や、家庭と仕事の両立など、男女が共に働きやすい環境づくりを進めるため、「働き方改革を推進する仕組みづくり」と「女性の活躍に向けた潜在的な労働力の掘り起こしと就労支援」を北海道と札幌市が連携して取り組むことにより、事業効果の最大化を図り、「働き方改革」と「女性の活躍促進」を広く全道に展開する。



<新たな動き・課題>

- 国: 働き方改革実行計画の策定 (H29.3)、関連法案の制定 (H30予定)
- 道: 働き方改革推進方策の策定 (H29.10)
- 裾野の広い取組の必要性

<改革を加速、普及する仕組みづくりの必要性>

- 経済界との連携による仕組みづくり
- 柔軟で多様な働き方の推進

<女性が働きやすい環境づくりの必要性>

- 出産・育児を経ても仕事と子育てを両立したい女性層への支援

<新たな動き・課題>

- 人手不足の深刻化が懸念
- 25~34歳の女性の就業率の伸び悩み

働き方改革加速化事業 (H30-32)

改革を加速化する仕組みづくり

- 認証制度創設によるインセンティブ付与
- 働き方改革の取組と成果の見える化

<関連事業> (道単)

- 地域の働き方改革推進事業
- 振興局職員による企業のハンズオン支援

女性の活躍に向けた掘り起こし

- 子育て女性の就職活動に対する不安解消のための取組(セミナー・職場体験)の実施
- 子育て女性と企業とのマッチング・フォローアップ

連携

<経済団体>

- 道経連、道商連、同友会等との協働
- 金融機関等との連携協定締結

連携

<札幌市>

- 女性の多様な働き方支援窓口の設置
- テレワークなど導入支援やアドバイザー派遣を実施
- 女性活躍モデル作成

女性応援フォーラム共催

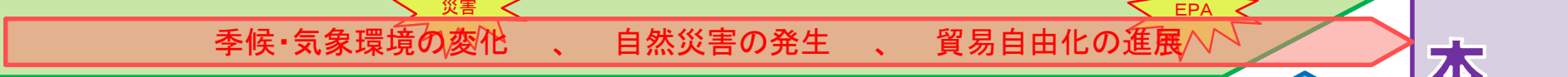
KPI: 女性相談窓口の新規登録者のうち、就職活動に結びついた人数 H32: 5,500人

環境の変化に対応したマーケティング力強化による食の輸出拡大

マーケティングと分析に基づく的確な海外展開戦略を構築・展開するとともに、輸出事業者の裾野拡大に取り組み、特定の国や品目に依存しない、環境変化に強い推進体制づくりを進め、道産食品輸出の拡大を目指す。

KPI 本事業に参画する事業者の輸出増加額
 H32 23.7億円
 ➔

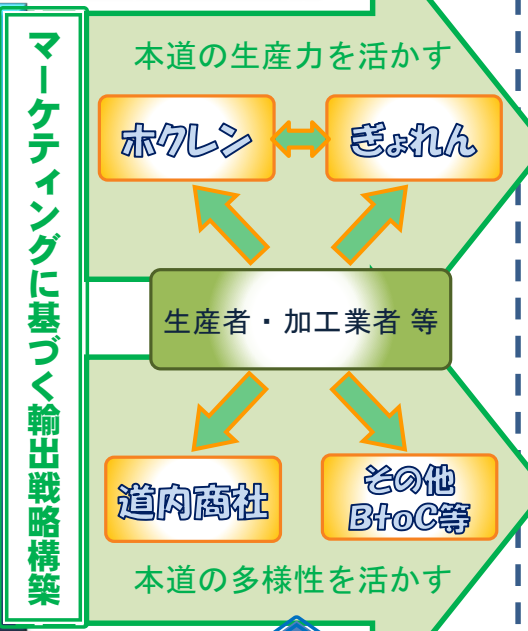
	平成27年	平成28年	平成28年 上期	平成29年 上期	増減率	平成30年 目標	平成32年 目標	平成37年 目標
道産食品輸出額	773億円	702億円	277億円	293億円	+6%	1,000億円	1,142億円	1,500億円



多様なマーケティングによるターゲットを絞った輸出戦略の構築と展開

- 国別・品目別のマーケティング（当初想定）
 農畜産物：アメリカ、中国・・・コメ
 ASEAN、台湾・・・青果物
 ベトナム・・・牛肉
 水産物：シンガポール・タイ・マレーシア・香港等
 ・・・高次加工品、高鮮度商材
 タイ・ベトナム・台湾・中国
 ・・・加工用原魚
- 流通チャンネル別のマーケティング
 バイヤー：有力バイヤー招聘、生産地紹介、
 マッチング・商談
 飲食店・量販店：調理手法の普及、サンプル提供、
 飲食店等個別商談
 一般消費者：在住邦人・高所得者層向けPR、
 イベント出展、テスト販売
- EUの市場開拓
 市場調査、現地料理人や消費者に向けたプロモーション等

蓄積
 蓄積
 蓄積
 道産食品輸出拡大戦略推進協議会



- 新たな市場への進出
- 商品の付加価値向上
- 新たな有力品目発掘
- 海外展開企業の拡大

本道の強みを活かした
 持続的な経済成長

- 知見
- 大手商社が有するノウハウの活用（生産・流通・販売までの一貫したプロデュース）
 - 高付加価値商品の開発支援等による輸出事業者の裾野拡大（開発支援、テストマーケティング等）

輸出事業者の裾野拡大に向けた新たな仕組みの構築