

(案)

第2次

白老町商業・観光振興計画



令和 年 月

白老町

【目次】

第1章 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・	P 1
(1) 計画の目的	
(2) 計画の位置づけ	
(3) 計画の期間	
第2章 白老町内における商業と観光の現状と課題・・・・・・・・	P 2
(1) 観光入込客数	
(2) 各地区の特色	
(3) 商業・観光事業者を取り巻く環境	
(4) イベントの開催状況	
(5) 周知・PRの現状	
(6) 観光客の消費単価と経済波及効果	
(7) 商業と観光に関する課題	
第3章 観光施策の展開・・・・・・・・・・・・・・・・・・	P 7
(1) 将来像	
(2) 基本方針	
①魅力ある観光地の形成	
②魅力ある地域資源の活用	
③訪れやすいまちづくりの整備・充実	
④新たな誘客への取り組み	
⑤産業連携の推進と投資意欲の醸成	
⑥商工業の活性化	
⑦中小企業振興と創業支援	
(3) 具体的戦略	
第4章 計画の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・	P 14
(1) 本登録を目指す地域DMOを中心とした体制	
(2) 地域内の各団体・組織との連携体制の構築・運用	
(3) 近隣自治体との広域連携	
(4) アフターコロナを見据えた取り組み	
第5章 計画の進捗管理・評価方法・・・・・・・・・・・・・・・・	P 16
(1) 計画の進捗管理	
(2) 計画の評価方法	

第1章 計画策定の趣旨

(1) 計画の目的

白老町では、ポロトコタンの愛称で親しまれたアイヌ民族博物館が平成30年3月に閉館し、令和2年7月にアイヌ文化復興のナショナルセンターとしてウポポイ（民族共生象徴空間）が開業した。ウポポイの開業によって増加する来訪者の町内周遊による地域活性化を期待し、観光ガイド人材の育成や飲食店メニューの英語表記化、PR素材として名所・旧跡や景勝地などの動画撮影や動画を活用したデジタルサイネージの制作、ホームページの更新、アイヌ文化の理解・促進を目的とした手工芸講座の開催など、機運醸成や受入体制の強化を進めてきた。しかし、ウポポイの開業が予定の4月から7月に延期されたように、令和2年1月以降に表面化してきた新型コロナウイルス感染症拡大の影響は大きく、ウポポイ開業初年度となる令和2年度白老町観光入込客数は、ウポポイ来場者をはじめとした日帰り観光客の増加により全体として前年比で増加となったものの、宿泊客は大きく減少しており大半の施設で客数が減少し、各施設・店舗において売上高の減少に大きく影響を及ぼしている。

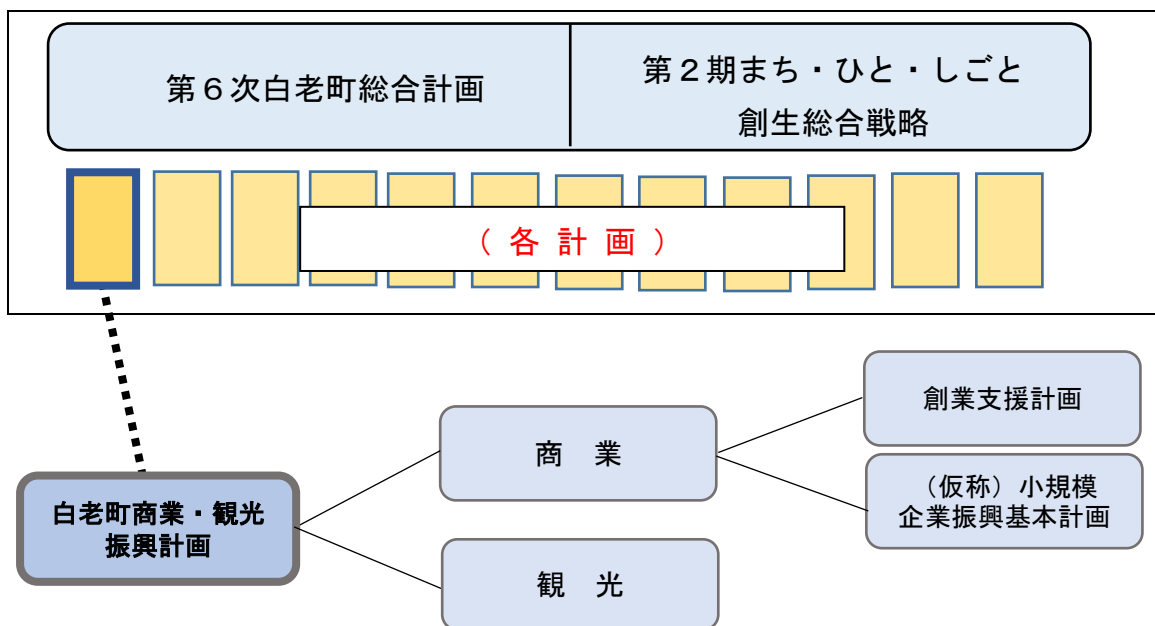
本計画では、先行きが不透明な昨今の情勢も踏まえ、現状と課題を把握し先を見据えた施策の立案・実施により商業及び観光振興を推進するため策定するものである。

(2) 計画の位置づけ

本計画は、令和2年度に策定された「第6次白老町総合計画」及び「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」の下位に位置づけられるものであり、本町における商業及び観光施策の指針となるものである。

本計画の推進には、関連する各計画と連携を図った上で進め、商業及び観光を取り巻く環境の変化に応じて随時内容を見直すこととする。

【計画の体系図】



(3) 計画の期間

本計画は、第6次白老町総合計画と連動させることを鑑み、令和4年度から令和9年度までの6年間とする。

第2章 白老町内における商業と観光の現状と課題

(1) 観光入込客数

白老町の観光入込客数は、昭和43年度より統計を開始し、平成3年度の250万人をピークに、以降は減少傾向となっており、ウポポイ開業準備のため平成29年度末をもって（一財）アイヌ民族博物館が閉館したことも影響し、平成30年度の観光入込客数は大きく減少した。

ウポポイの開業が近づくにつれ様々なメディアにて取り上げられたことにより「白老」の注目度も高まり、令和元年度は前年比で6%の増加に転じ、宿泊客数は平成20年度以来、11年振りに10万人を越えた。

ウポポイは、年間来場者数100万人を目標としており、これに伴い白老町への観光入込客数増加が期待されていたが、令和2年1月以降新型コロナウイルス感染症の影響が表面化してきており、ウポポイは2度の延期を経て令和2年7月12日に開業したほか、緊急事態宣言に伴う外出自粛などにより宿泊を伴う観光を控える傾向となり、ウポポイ開業初年度となる令和2年度の日帰り客数について前年比15%増、宿泊客数は同43%減となり、全体では前年比11%増となった。

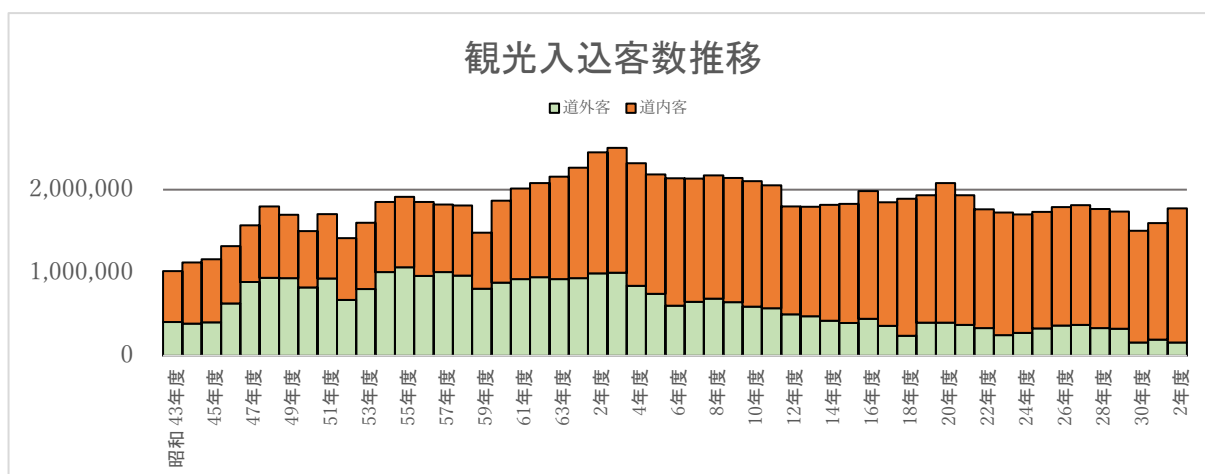
なお、令和元年度に道内20番目であった観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の影響で各自治体では軒並み減少しており、令和2年度は札幌市、函館市、小樽市、釧路市に次いで全道5番目となった。

(表1) <直近5年間の観光入込客数>

(単位：人)

年度	総数	前年比	内 訳		内 訳	
			道外客	道内客	日帰り客	宿泊客
平成28年度	1,766,682	97.4%	335,099	1,431,583	1,685,512	81,170
平成29年度	1,735,570	98.2%	327,906	1,407,664	1,646,097	89,473
平成30年度	1,505,404	86.7%	162,197	1,343,207	1,421,038	84,366
令和元年度	1,596,871	106.1%	194,239	1,402,632	1,494,845	102,026
令和2年度	1,773,948	111.1%	160,336	1,613,612	1,715,968	57,980

(表2) 統計を始めた昭和43年度からの観光入込客数推移



(2) 各地区の特色

白老町は、車（道央自動車道白老IC利用）で新千歳空港からで約40分、札幌市からは約1時間の距離に位置し、札幌市と室蘭市を繋ぐ国道36号が横断しているほか、胆振と後志圏域を繋ぐ道道白老大滝線（四季彩街道）がある。令和2年には国道36号の社台地区と苫小牧市樽前地区の4.8km区間が4車線化される一方、白老駅ではバリアフリー化がなされるとともに、駅前広場の整備や南北自由通路が完成し、これまでも停車していた特急すずらんに加え新たに特急北斗が停車する等、利便性が向上した。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で中止が相次いだところではあるが、白老港にはクルーズ船入港の引き合いが増加している。

ウポポイの開業により、教育旅行や一般客の来町が増加しているが、新型コロナウイルス感染症が収束することで更なる来町が期待されている。町内には、古くから伝承されてきたアイヌ文化があり、仙台藩が北方警備のために元陣屋を築いたことが白老における本格的な開拓が行われた年としている歴史、ポロト自然休養林や日本の滝100選に選ばれているインクラの滝など手つかずの自然があり、文化・歴史・自然を楽しむことができる。

また、町主催の「おもてなしガイド人材養成講座」の修了者により令和3年4月に「白老おもてなしガイドセンター」が設立され、町内各地のガイドや観光案内を行う体制整備が進められ観光客の周遊性向上が期待されている。

東西に28kmの長さがあり、JRの駅が6か所（社台・白老・萩野・北吉原・竹浦・虎杖浜）ある白老町は、各地区に下記のような資源や特色がある。

(表3) 各地区の資源・特色

【社台・白老地区】
牧場（軽種馬、肉牛）、インクラの滝、ヨコスト湿原、ウポポイ、ポロト湖、ポロトの森、キャンプ場、仙台藩白老元陣屋資料館・陣屋跡、商店街

【石山・萩野・北吉原地区】

白老港、萩の里自然公園、白老滑空場、牧場（肉牛）、石山工業団地、製紙工場

【竹浦・虎杖浜地区】

虎杖浜温泉、海産物ロード、アヨロ鼻灯台、アヨロ海岸、倶多楽湖、親水公園、釣り堀、椎茸農園、飛生芸術祭

(3) 商業・観光事業者を取り巻く環境

商業面においては、白老地区の商店街と虎杖浜地区の海産物ロードが商業の集積区域となっているところであるが、町の空き店舗等活用・創業支援事業により平成27年度より21件の新規・改修店舗が増えた（令和2年度末時点）。事業開始当初は白老地区に集中していたが、ウポポイの開業年度が近づくにつれて開業場所が全町に広がっている。また、同事業を活用せずとも民泊や簡易宿所の宿泊業、キャンプ場やカヌー体験といったレジャー事業等においても新規開業する事業者が増えている。さらに、新たに開業する事業者はブランド化された町内食材の活用や既存の町内事業者との連携を模索するケースも多く、相乗的な集客効果が見込まれている。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症拡大が事業者に与えた影響は大きく、特に海外客や団体客による売上割合の大きかった事業者には深刻な影響が生じている。

また、ウポポイの開業により教育旅行や一般団体向けツアーが増えているほか、令和4年度からはJR東日本のクルーズトレイン（周遊型臨時寝台列車）であるTRAIN SUITE 四季島が白老駅に停車予定となっている。

(4) イベントの開催状況

町内で開催するイベントについては、ウポポイ開業前年度の令和元年度には「白老牛肉まつり」「元気まちしらおい港まつり」「かに・たらこ・温泉三大まつり」が開催されていたが、「元気まちしらおい港まつり」は令和元年度をもって開催を終了し、令和2年度及び3年度は「白老牛肉まつり」と「かに・たらこ・温泉三大まつり」が新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった。一方、ウポポイ開業にあわせて令和2年度からポロトミンタラにて「しらおいポロトミンタラフェスティバル」を開催しており、今後の定期開催が期待されている。

なお、民間事業者の主催するイベントについては、平成21年度より開催されている「飛生芸術祭」や令和元年度に虎杖浜地区で開催された「浜フェス」などがあり、地域への集客効果が生まれている。

(5) 周知・PRの現状

観光客に対する観光や店舗等の情報提供は、下記のとおり行っている。なお、

令和3年度には白老観光協会のホームページを刷新し、観光情報を効果的に発信できる体制を整備する。

(表4) 周知・PRの現状

インターネット・SNS
白老町公式ホームページ、白老町公式 Facebook ページ 白老観光協会ホームページ、白老観光協会 SNS (Facebook ページ、Instagram、Twitter)
観光案内窓口
白老駅北観光インフォメーションセンター (ポロトミンタラ内)
パンフレット配架
白老町役場、白老駅北観光インフォメーションセンター、JR白老駅観光案内ブース、元気まち情報館ほか

(6) 観光客の消費単価と経済波及効果

ウポポイの開業前後で観光客の人数や傾向、消費額が変化する可能性が考えられたことから、令和元年度の観光消費動向調査より、北海道経済部観光局が提供している【観光消費による経済波及効果の「見える化」分析ツール】を使用して測定している。

(表5) 観光消費額と経済波及効果額

	令和元年度	令和2年度
観光入込客数	1,596,871 人	1,773,948 人
総観光消費額	76 億 6 千万円	95 億 8 千万円
日帰り客	3,725 円	4,827 円
宿泊客	20,394 円	22,319 円
道内客	11,142 円	11,946 円
道外客	18,319 円	12,316 円
外国人客	29,250 円	0 円
経済波及効果	96 億 5 千万円	119 億 7 千百万円

(令和元～2年度白老町観光消費動向調査)

(7) 商業と観光に関する課題

白老町には、前述のとおり文化や歴史、自然景観や温泉があり、宿泊をして1日以上滞在し楽しむことができるが、近隣には登別温泉(登別市)、北湯沢温泉(伊達市大滝区)、洞爺湖温泉(洞爺湖町)などの規模の大きい温泉地や、交通アクセスではJRや道央自動車道、新千歳空港(千歳市)、苫小牧港(苫小牧市)もあるため、通過型の観光地となり、町内での立寄箇所や滞在時間は短い傾向にある。

令和2年度に実施した観光消費動向調査では、観光客の事前予算額と実際消費額の差に残余金が生じていることがわかり（表6）、消費の機会を多く提供することが必要と考えられる。

小売事業者については販売品目の周知、飲食事業者ではメニュー内容の周知、宿泊事業者では宿の魅力や食事内容の周知といったことが売上増加に効果的と思われるが、近年の観光客向けにはスマートフォンによる検索対応が必要であり、ホームページやSNSの活用、飲食情報等のサイトへの掲載などによって周知することのほか、最新情報を更新していくことが求められる。

催事・イベントについては、「白老牛肉まつり」「しらおいポロトミンタラフェスティバル」「かに・たらこ・温泉三大まつり」の継続開催や新たなまつりの開催検討、新型コロナウイルス感染症の影響から安全面に配慮したオンライン等による新たな形式での催しの開催検討が必要である。また、民間事業者等が主催する「飛生芸術祭」等のイベントについても連携した周知・PRの実施、町内事業者の出展・参加の促進が課題である。

観光客の周遊促進として、交流促進バス（愛称：ぐるぼん）や白老観光協会によるレンタサイクル事業（シラヴェロ）を展開しているところであるが、利用方法をはじめ、ルート提案といった情報発信が必要であり、各事業者と連携した利用促進策の実施が求められる。

白老町にとっては、ウポポイの開業効果で観光入込客数の増加が見込まれているところではあるが、さらなる町内の魅力発信を行い、繰り返し訪れたいくなるような白老町のファンづくりを行い、地域内で経済効果を高めていくことが課題である。

（表6）観光消費額の課題

	事前予算額	実際消費額	差 額
全 体	7,694 円	5,145 人	2,549 円
日 帰 り 客	5,171 円	4,235 円	936 円
宿 泊 客	11,440 円	6,539 円	4,901 円
道 内 客	7,890 円	5,220 円	2,670 円
道 外 客	7,050 円	4,914 円	2,136 円

（令和2年度白老町観光消費動向調査）

第3章 観光施策の展開

(1) 将来像

まちの将来像

「共に築く希望の未来 しあわせ感じる元気まち」

観光をめざす姿

「自然や歴史、食、温泉など、白老の魅力を求め、何度も訪れたいくなるまち」

(第6次白老町総合計画より)

将来の目標

- ◆おもてなしと思いやりの心あふれる受け入れ体制が充実していると感じる町民の割合
現状値 48.8% (令和元年度) → 目標値 54.8% (令和9年度)
- ◆観光入込客数
現状値 1,774千人 (令和2年度) → 目標値 3,500千人 (令和9年度)
- ◆観光消費額
現状値 96億円 (令和2年度) → 目標値 160億円 (令和9年度)
- ◆経済波及効果額
現状値 120億円 (令和2年度) → 目標値 179億円 (令和6年度)
- ◆新規企業の誘致や地域資源を活用した商品開発が推進されていると感じる町民の割合
現状値 44.3% (令和元年度) → 目標値 50.3% (令和9年度)
- ◆新規創業支援件数 (延べ)
現状値 4件 (令和元年度) → 目標値 12件 (令和9年度)
- ◆クルーズ客船、大型貨物船の寄港回数
現状値 0隻 (令和元年度) → 目標値 4隻 (令和9年度)

(第6次白老町総合計画及び第2期白老町まち・ひと・しごと創生総合戦略より)

本計画独自の目標

- ◆白老町の「ファンづくり」(初めて来町した観光客の割合)
現状値 38.9% (令和2年度) → 目標値 20.0% (令和9年度)
- ◆ホームページアクセス数(白老観光案内: <https://shiraoi.net/>)
現状値 35万件 (令和2年度) → 目標値 70万件 (令和9年度)
- ◆フォロワー数(白老町 Facebook ページ、白老観光協会 Facebook ページの合計)
現状値 1,577人 (令和3年度) → 目標値 3,000人 (令和9年度)

※目標年度までにSNS等での発信手法に変更があった場合には、同等の発信手法と目標値に置き換えることとする。

(2) 基本事業方針

方針1：魅力ある観光地の形成

ウポポイの開業を契機とし、観光地としての魅力を向上させるため、(一社)白老観光協会が地域DMOの取得を目指すほか、関係機関との連携により、町内の周

遊性を高めるための施策を展開します。

方針2：魅力ある地域資源の活用

豊富な食材やアイヌ文化を取り入れた商品開発・飲食の提供のほか、自然景観の保存・整備、温泉資源の利活用など、本町の持つ魅力ある地域資源を活用し、地域価値を高める取り組みを推進します。

方針3：訪れやすいまちづくりの整備・充実

多様化する観光ニーズに応えるため、観光インフォメーションセンターを拠点とした町内の周遊性を高めるための情報発信やガイド人材の育成、交通アクセスの整備のほか、宿泊施設、飲食店、土産品店等、民間事業者の参入促進等に努めます。また、外国人観光客の増加に備え、多言語対応やキャッシュレス化、観光地のバリアフリー等にも取り組みます。

方針4：新たな誘客への取り組み

地域DMOの本登録を目指す（一社）白老観光協会が中心となり、観光客動向調査や観光ニーズの把握に努め、マーケティングの視点からターゲット設定を行い、旅行商品の販売やアクティビティ（屋外での遊び）の充実、教育旅行の誘致、アイヌ文化を取り入れた商品開発、販売等に取り組みます。

方針5：産業連携の推進と投資意欲の醸成

創業支援計画に基づき、総合的なサポート体制を構築し、町内での投資意欲のある創業者を継続的に輩出・支援していきます。また、立地企業連絡協議会等による異業種間の産業連携や、観光を主軸とした地域DMOによる地域内連携を強化し、経済循環を促進させます。

方針6：商工業の活性化

購買力の流出抑制や来訪者の増加を見据えた町内消費の拡大を図るため、既存商店街の活性化策や、白老駅北観光商業ゾーン基本計画に基づいた振興策等に取り組み、商工業の活性化による稼ぐ力の創出に努めます。

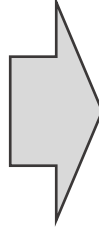
方針7：中小企業振興と創業支援

中小企業や個人事業者の経営安定を図るため、商工会など関係機関との連携により各種融資制度や助成制度の充実に努めるとともに、企業意欲を喚起するため、創業支援計画に基づき、支援メニューの拡大を推進します。

（第6次白老町総合計画より、一部改変）

○ 白老町商業・観光振興計画（平成28年3月策定）基本方針との比較

平成28年3月策定 白老町商業・観光振興計画	本計画
①観光資源のネットワーク化 ②観光資源の魅力づくり ③集客・誘客活動の強化 ④魅力的な地場産品等の造成 ⑤街の顔となる市街地の形成 ⑥推進体制の確立	①魅力ある観光地の形成 ②魅力ある地域資源の活用 ③訪れやすいまちづくりの整備・充実 ④新たな誘客への取り組み ⑤産業連携の推進と投資意欲の醸成 ⑥商工業の活性化 ⑦中小企業振興と創業支援



前計画における基本方針の内容を踏襲し、商工業の活性化や創業支援を行うことで産業の活性化を図ります。

(3) 具体的戦略

方針1 【魅力ある観光地の形成】	
1-1	[主な課題] <ul style="list-style-type: none"> ・地域DMO運営に携わる人材確保 ・道の駅整備に係る財源 地域DMOの取得を目指すほか関係機関との連携により町内の周遊性を高めるための施策を展開 <ul style="list-style-type: none"> ・白老観光協会が地域限定旅行業に登録、旅行商品の販売開始（令和3年度内） ・地域DMOとして運営に携わる専門人材の確保、育成 ・白老観光協会の地域DMO本登録（～令和4年8月） ・道の駅設置の検討 ・ぐるぽん（交流促進バス）を活用した周遊策の立案・実施 ・レンタサイクルの利用促進策の立案・実施 ・周遊促進のため、クーポンやスタンプラリー企画の立案・実施 ・町内店舗や宿泊施設における動画放映やパンフレット配架によるPR

方針2 【魅力ある地域資源の活用】	
2-1	[主な課題] <ul style="list-style-type: none"> ・PRの実施及び支援 ・販路拡大の支援 ・地域ブランドの高付加価値化

	<p><u>豊富な食材やアイヌ文化を取り入れた商品開発・飲食の提供</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・白老牛肉まつりなどイベントの継続開催 ・白老牛やたらこ等の特産品取扱店のPR実施 ・オハウレシピ（平成30年度作成）の普及啓発 ・アイヌ文化を取り入れた手工芸作家（平成30年度～令和2年度）育成事業への支援 ・アイヌ文化に関連した手工芸品・飲食提供店のPR資料作成（チラシ・ポスター・ホームページ等） ・地域ブランド認証制度の構築・運用 ・仙台藩白老元陣屋資料館及び史跡の活用促進 ・飛生芸術祭など芸術文化イベントのPR、連携事業の検討
2-2	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町内温泉施設の利用促進PRの実施及び支援 ・インクラの滝やアヨロ鼻灯台等の安全確保に係る整備実施 ・自然景観保全活動の継続実施 <p><u>自然景観の保存・整備、温泉資源の利活用</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然景観の保全啓発 ・自然景観保全に関する現状の把握と関係機関・団体との情報共有 ・自然環境におけるゴミ・トイレ問題の啓発 ・インクラの滝誘導看板（字社台）の維持管理 ・ポロト湖周辺の清掃活動の実施 ・倶多楽湖周辺の清掃活動の実施 ・倶多楽湖簡易トイレの設置・管理 ・登山や湖でのレジャーに対する安全啓発 ・社台滝、石狩白老の滝など秘境とされる観光資源の情報整理 ・アヨロ鼻灯台周辺の保全・観光促進策の立案・実施 ・虎杖浜温泉をはじめとする町内温泉施設の利用促進策の立案・実施

方針3 【訪れやすいまちづくりの整備・充実】	
3-1	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報ホームページからの情報発信頻度の増加 ・観光ガイド事業の継続実施に向けた事業PR支援 ・観光ガイド人材の育成支援 ・初めて来た方にもわかりやすい観光情報の提供 <p><u>観光インフォメーションセンターを拠点とした周遊性向上の情報発信やガイド人材の育成、交通アクセスの整備、民間事業者の参入促進</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報ホームページの刷新（令和3年度内）

	<ul style="list-style-type: none"> ・観光ガイド人材の育成（平成31年度～） ・観光ガイド組織として白老おもてなしガイドセンター設立（令和3年4月） ・白老おもてなしガイドセンターと連携した着地型観光商品の立案・販売 ・ぐるぽん（交流促進バス）を活用した観光周遊の提案・PR ・ぐるぽんと元気号の相互乗り入れ等、利便性の向上 ・JR利用促進のため、利用者対象クーポン等の検討・実施 ・「JR白老駅内観光案内ブース」の観光・商業PR拠点化 ・地域おこし協力隊の登用等による観光コンシェルジュの配置 ・夜間における交通機関の利便性低下の改善策立案・試行
3-2	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国語対応の観光案内が可能な体制の維持・拡大 ・町内店舗・事業者のバリアフリー対応内容の周知 ・町内店舗・事業者のバリアフリー対応促進の支援 </div> <p><u>外国人観光客増加を見据えた他言語対応やキャッシュレス化、障がいのある方も訪れやすい観光地のバリアフリー化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店・宿泊施設・物販店の指差し確認ツール（英語・日本語）の活用（平成31年度作成） ・白老駅北観光インフォメーションセンターにおける外国語対応の観光案内 ・店舗におけるキャッシュレス対応状況調査（平成31年度）、多言語対応事例調査（令和2年度）に基づく対応策の立案・実施 ・町内店舗・事業者のバリアフリー状況調査（令和2年度～） ・Webページによるバリアフリーマップの作成

方針4 【新たな誘客への取り組み】	
4-1	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光消費動向調査の継続実施 ・経済波及効果及び観光消費額測定の継続実施 ・町内観光地点の人流データの把握・分析 </div> <p><u>観光客動向調査や観光ニーズの把握に努める</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・対面やオンラインによるアンケートで観光消費動向調査を実施し、日帰り客・宿泊客、道内客・道外客の観光消費単価を測定（平成30年度～） ・北海道庁提供の観光消費による経済波及効果の「見える化」分析ツールを用いて経済波及効果及び観光消費額を測定（平成31年度～）

	<ul style="list-style-type: none"> ・町内観光地点の人流データから、滞在時間や人数、推定される周遊ルートを把握し、域内の経済効果を向上させる観光振興策の立案・実施 ・マーケティングの視点を持ち、各調査から観光ニーズを把握、ターゲットの設定をして、リピーターを増やす催しやイベントを開催
4-2	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外遊びの提案・PRの実施 ・屋外レジャーに関する安全面での普及啓発の継続実施 <p><u>旅行商品の販売やアクティビティ（屋外での遊び）の充実</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・3-1にある白老おもてなしガイドセンターと連携した旅行商品の販売 ・町内で運営されるキャンプ場と連携した外遊びの提案・PR ・山や川、湖でのレジャーについて情報整理した上で普及啓発の実施
4-3	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行取扱事業者への周知・PR、営業活動の継続実施 ・札幌圏及び北関東圏、他地域への営業活動の継続実施 ・アンケート調査・分析の継続実施 <p><u>教育旅行の誘致</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行受入可能事業者及び体験プログラムの整理 ・昼食需要を含めて複数事業者が関連する行程（案）の作成 ・教育旅行取扱事業者への周知・PR、営業活動の実施 ・札幌圏及び関東圏における営業活動の実施 ・来町した学校及び来町見込みの学校へのアンケート調査の実施、改善策の立案・実施
4-4	<p><u>アイヌ文化を取り入れた商品開発、販売等に取り組む</u></p> <p>< 2-1 と重複するため省略 ></p>

方針5 【産業連携の推進と投資意欲の醸成】

5-1	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各機関と連携した支援・相談体制の確立・維持 ・新規事業者の事業周知・PR支援 <p><u>創業支援計画に基づいた総合的なサポート体制による新規創業者の輩出・支援</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験版チャレンジショップの積極的運営・実施 ・空き店舗等活用・創業支援事業を活用した創業支援 ・白老町商工会・地元金融機関と連携した相談対応
-----	--

	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者に対するフォローアップの積極的実施 ・地域おこし協力隊員の起業支援
5-2	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・異業種や同業者による連携促進の実施 ・地域DMOによる地域内イベント開催時の事業者参加促進 <p><u>立地企業連絡協議会等による異業種間の産業連携や、地域DMOによる地域内連携による経済循環の促進</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・各事業者の特色や新規事業の情報共有ができる催しの開催 ・地域DMOを仲介役（ハブ）とした工場や事業所に対する視察研修のビジネス化による受入体制の構築・実施 ・地域DMOによる地域内イベントの積極的展開 <p><内容は1-1のとおり></p>

方針6 【商工業の活性化】	
6-1	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・町内消費の拡大を図る施策に関する財源確保 <p><u>購買力の流出抑制や来訪者の増加を見据えた町内消費の拡大を図る既存商店街活性化策の実施</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・町民対象の消費促進策の実施 ・町内事業者の魅力発信となる宣伝広告・周知の実施 ・各店舗の連携による出張販売等の実施
6-2	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間活力導入区域の事業者未決定時点での利活用策 ・活性化イベントの継続開催に係る財源確保 <p><u>白老駅北観光商業ゾーン基本計画に基づいた振興策等による商工業活性化と稼ぐ力の創出</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間活力導入区域への事業者参入の促進 ・ゾーン内を活用した活性化イベント（しらおいポロトミンタラフェスティバル）の継続開催（令和2年度～）

方針7 【中小企業振興と創業支援】	
7-1	<p>[主な課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各機関と連携した支援・相談体制の確立・維持 ・新規事業者の事業周知・PR支援 <p>（以上、方針5-1と重複）</p> <p><u>事業者の経営安定を目的とした各種融資制度や助成制度の充実と、創業意欲を喚起する支援メニューの実施</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・白老町商工会・地元金融機関と連携した相談対応 ・空き店舗等活用・創業支援事業による創業支援 ・事業者に対するフォローアップの積極的実施
--	--

第4章 計画の推進体制

(1) 本登録を目指す地域DMOを中心とした体制

令和元年8月に地域DMO候補法人に(一社)白老観光協会が登録しており、白老まちづくりDMO戦略協議会を設け、本登録に向けた観光振興策等の協議を進めている。協議会は、町内外の団体・組織により構成されており、計画の推進について協力を得ながら進めていく。

<白老まちづくりDMO戦略協議会> (構成員：順不同)

(一社)白老観光協会、白老町商工会、(公財)アイヌ民族文化財団、(一社)白老アイヌ協会、白老民族芸能保存会、(一社)白老モシリ、(協組)白老商業振興会、白老金融協会、虎杖浜竹浦観光連合会、JAとまこまい広域農業協同組合、JFいぶり中央漁業協同組合、白老牛銘柄推進協議会、ポロト自然休養林保護管理協議会、ポロトの森エコミュージアム推進協議会、白老交通(株)、若草町内会、北海道登別洞爺広域観光圏協議会、登別市・白老町観光連絡協議会、白老町

なお、白老観光協会の候補法人登録後にガイドライン改訂があり、登録から3年以内に本登録がされない場合は候補法人の登録取り消しがされることとなった。また、本登録後も3年ごとの登録更新が必要となる。

(2) 地域内の各団体・組織との連携・協力体制の構築・運用

観光分野では、「(一社)白老観光協会」をはじめ、虎杖浜温泉や海産物等のPRを行う「虎杖浜竹浦観光連合会」や町内の観光ガイドを担う「白老おもてなしガイドセンター」や「仙台藩白老元陣屋資料館友の会」などの団体・組織との情報共有を密にし、各種事業の推進を図る。商業分野では、「白老町商工会」をはじめ、「白老青年会議所」、「白老商業振興会」等と連携・協力体制を築き、各種事業を推進する。

地域DMOを核として、地域内の各団体・組織との連携により、新たな魅力となる観光資源の掘り起こしや開発を行う。

(3) 近隣自治体との広域連携

北海道登別洞爺広域観光圏協議会(登別市、室蘭市、伊達市、洞爺湖町、豊浦町、壮瞥町、白老町)、登別市・白老町観光連絡協議会(登別市、白老町)、北海道新幹線×nittan地域戦略会議(胆振日高管内18市町)、東胆振地域ブランド創造協議会(苫小牧市、厚真町、安平町、むかわ町)などとの広域連携により観光PR、イ

ベント開催、教育旅行の営業活動等に取り組むことで、域内への関心を高め、誘客を図る。また、広域連携DMOである公益社団法人北海道観光振興機構とは同機構の主催事業への参画等により営業活動やPR事業を展開する。

(4) アフターコロナを見据えた取り組み

新型コロナウイルス感染症の拡大により、不要不急の外出自粛をはじめ、感染防止対策が求められる中で、オンラインなど非接触によるPRは必須である。動画配信や、白老おもてなしガイドセンター等によるオンラインツアーの開催、町内事業者による商品のインターネット販売等によりPRを図る。また、ホームページの整備やSNSの活用により情報発信を継続し、観光客が気兼ねなく往来できるようになった際に選ばれる観光地となるようホームページやパンフレット、写真等の事業者PR資料を適宜更新する。

また、従前より行っている札幌圏や関東圏をはじめとした学校への教育旅行PRや旅行会社へのPRも積極的に展開し、団体客の来町を促進する。

さらに、町内在住者（地元客）の利用促進は、事業者の経営安定化に寄与するものであることから、各種施策の展開により、地元において【知ってもらう】【来てもらう】仕組みづくりの構築を目指す。

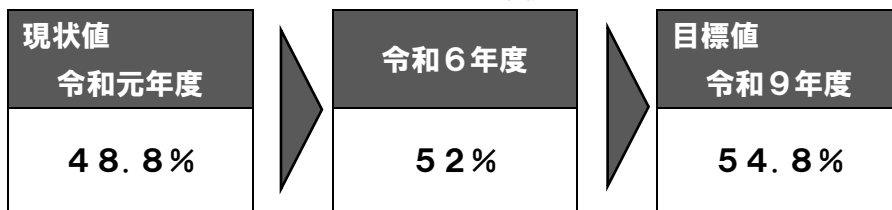
第5章 計画の進捗管理・評価方法

(1) 計画の進捗管理

「第6次白老町総合計画」及び「第2期白老町まち・ひと・しごと創生総合戦略」における目標値と本計画独自に定める目標値を本計画における目標値と定め、進捗管理を行うとともにPDCAサイクルによる改善を適宜行い、令和9年度までの目標値達成を目指すものとする。

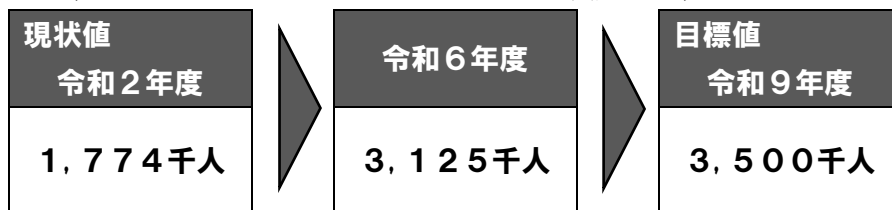
【本計画における目標値】

◆おもてなしと思いやりの心あふれる受け入れ体制が充実していると感じる町民の割合
現状値 48.8%（令和元年度）→ 目標値 54.8%（令和9年度）



◆観光入込客数

現状値 1,774千人（令和2年度）→ 目標値 3,500千人（令和9年度）



※第2期白老町まち・ひと・しごと創生総合戦略における目標値

◆観光消費額

現状値 96億円（令和2年度）→ 目標値 160億円（令和9年度）



※第2期白老町まち・ひと・しごと創生総合戦略における目標値

◆経済波及効果額

現状値 120億円（令和2年度）→ 目標値 179億円（令和6年度）



※第2期白老町まち・ひと・しごと創生総合戦略における目標値

◆新規企業の誘致や地域資源を活用した商品開発が推進されていると感じる町民の割合

現状値 44.3%（令和元年度）→ 目標値 50.3%（令和9年度）



◆新規創業支援件数（延べ）

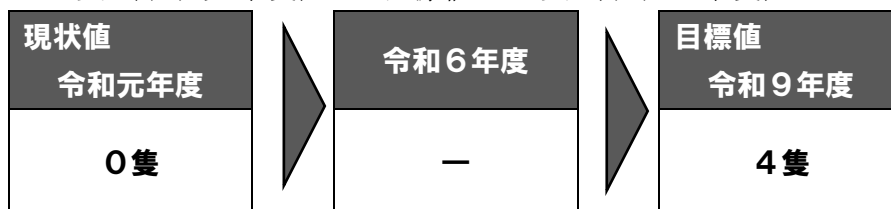
現状値 4件（令和元年度）→ 目標値 12件（令和9年度）



※第2期白老町まち・ひと・しごと創生総合戦略における目標値

◆クルーズ客船、大型貨物船の寄港回数

現状値 0隻（令和元年度）→ 目標値 4隻（令和9年度）



◆白老町の「ファンづくり」（来町2回目以上の観光客の割合）

現状値 53.2%（令和2年度）→ 目標値 70.0%（令和9年度）



◆ホームページアクセス数（白老観光案内：<https://shiraoi.net/>）

現状値 35万件（令和2年度）→ 目標値 100万件（令和9年度）



◆フォロワー数（白老観光協会 Facebook ページ）

現状値 829人（令和3年度）→ 目標値 3,500人（令和9年度）



※目標年度までにSNS等での発信手法に変更があった場合には、同等の発信手法と目標値に置き換えることとする。

(2) 計画の評価方法

計画期間の中間地点である令和6年度と最終年度である令和9年度を評価年度とし、課内にて各目標値の進捗状況を集計し、評価年度ごとに関係団体及び町内事業者等にて組織する「第2次白老町商業・観光振興計画評価委員会」にて評価を行い、町ホームページにて進捗状況及び結果を報告する。

目標値が未達の場合には、(1) のとおりPDCAサイクルによる改善を図り目標値の到達を目指す。