

地域再生プロジェクトの実施結果調書

市町村名	厚真町・安平町・白老町 苫小牧市・むかわ町
------	--------------------------

1 地域再生プロジェクト実施結果（プロジェクト全体）

(2年計画のうち 1年目)

実施主体	市町村名：厚真町・安平町・白老町・苫小牧市・むかわ町（東胆振地域ブランド創造協議会）			計 5市町村
プロジェクト名	東胆振魅力発信・交流拡大プロジェクト			格差の分野：社会構造の格差
地域重点プロジェクトとの関連性	<input checked="" type="checkbox"/> 該当 <input type="checkbox"/> 非該当	◆地域重点プロジェクト名 いぶり・食と観光のプロムナード・プロジェクト	◆主な取組 ○食や文化、産業、歴史と観光のマッチングの促進	
地域の課題及び地域再生プロジェクトの目標	<p>◆ 地域の課題 東胆振地域の人口減少率、高齢者率を見ると、母都市である苫小牧市を除き4町すべてが全道平均を上回る状況となっており、今後も生産・消費の中心となる生産年齢人口の減少が予想され、超高齢社会の進展による地域活力の減退が懸念されるところである。</p> <p>一方、当該地域は豊富な地域資源があり、札幌圏や新千歳空港に近く、苫小牧港を有するなど地理的に恵まれており、観光としてのポテンシャルは非常に高い地域と言えるが、各まちでの取り組みが中心であり、地域として面向的な拡がりに欠けているのが現状である。</p> <p>◆ プロジェクトの目標 1市4町が観光を柱とした総合的・横断的な取り組みを通じて連携することで、地域全体のブランド力を創出・発信することにより、母都市である苫小牧市から各まちへの回遊性の向上、さらには札幌圏などの大都市圏から当該地域へ入り込む交流人口の拡大へつながり、地域全体の活性化ひいては社会構造の格差の是正に資することが出来る。</p>			
取組の成果	<p>住民等の評価 それぞれの事業に係った事業者や住民からは、広域での取り組みについて一定の評価を頂いている。協議会自体の知名度が低く初年度は協議会の趣旨や存在そのものを知ってもらうことに注力し、関係団体や事業からは協議会の設立趣旨や活動内容について認知されつつある。</p> <p>計画に対する達成度 初年度は、2年度目の事業実施に向けた土台作りとなったが、その土台作りに関しては整った来たと感じている。また、次年度の取り組みを見据えた事業実施を行ってきたことから、初年度としては時間は無い中ではあったが一定の成果を挙げることが出来た。</p> <p>具体的な効果 マーケティング調査報告書の完成、モニターツアールートの策定、食のブランド化に向けた試食会の実施、スタンプラリーの実施、観光資源の描写</p>			
交付金支援期間終了時の成果目標に対する現時点での達成状況 交流人口の拡大については、現時点で根拠となる観光入込客数が公表されていないため、数値を用いて示すことが出来ない。				
プロジェクト推進上の課題・問題点	<p>課題点等 今後、具体的な事業実施をするに当たり、民間事業者をどのように取り組んでいくかが一番の課題となる</p> <p>課題を踏まえた今後の展開 課題解決のため、各場面に応じて関連事業者を巻き込んだ意見交換や情報交換の場を設け、事業展開に積極的に係っても貢い、官民一体となった体制を構築できるように事業展開の手法を考えていく。</p>			

2 地域再生プロジェクト構成事業

(1) 実績額について

(単位：千円)

No	事業名	実施期間	年次	事業費	財源内訳						交付金要望額
					国庫補助金等	道補助金等	市町村補助等		市町村自己財源	民間等自己財源	
	実施主体名				補助金等	委託費	0	5,439	1,790		
1	東胆振の新しい観光のあり方に関する調査 JTB北海道、リクルート北海道じやらん	23 ↓ 24	全体計画	7,229			0	5,439	1,790		7,229
			初年度(H23)	6,229			0	5,439	790		6,229
			2年度目(H24)	1,000			0	0	1,000		1,000
2	モニターツアーの実施 協議会、JTB北海道	23 ↓ 24	全体計画	4,357			1,000	2,357	1,000		4,357
			初年度(H23)	357			0	357	0		357
			2年度目(H24)	4,000			1,000	2,000	1,000		4,000
3	食のブランド化に向けた商品開発の実施 協議会、専門家、リクルート北海道、事業者	23 ↓ 24	全体計画	16,468			2,000	860	13,608		16,468
			初年度(H23)	6,968			0	860	6,108		6,968
			2年度目(H24)	9,500			2,000	0	7,500		9,500
4	東胆振の観光情報発信 協議会、専門家	23 ↓ 24	全体計画	5,946			0	4,000	1,946		5,946
			初年度(H23)	446			0	0	446		446
			2年度目(H24)	5,500			0	4,000	1,500		5,500
5		↓	全体計画								
			初年度								
			2年度目								
6		↓	全体計画								
			初年度								
			2年度目								
計	事業数〔4〕		全体計画	34,000			3,000	12,656	18,344		34,000
			初年度(H23)	14,000			0	6,656	7,344		14,000
			2年度目(H24)	20,000			3,000	6,000	11,000		20,000

注 1 プロジェクトを構成する全事業の実績について記載すること。

2 平成21年度以前の地域再生チャレンジ交付金で採択された地域再生プロジェクトは、計画期間に応じて「年次」最下欄に3年度目を追記すること。

3 「事業費」、「財源内訳」及び「交付金要望額」欄は実績額又は予定額を記載すること。

4 その他記載に当たっては、別記第2号様式に準じること。

(2) 実施内容について

No	事業名	計画内容	年次	実施状況	効果・課題	今後の展開
1	東胆振の新しい観光のあり方に関する調査	観光資源の再発掘、満足度調査、認知度と興味度の意識調査等を行い、課題と魅力を分析・検証するため、マーケティング調査を実施する。	初年度 (H23)	・住民を対象とした観光資源の基礎的調査 ・住民・観光客を対象としたマーケティング調査の実施 ・都市圏を対象とした認知度と興味度のギャップ調査の実施	(効果) 調査により、東胆振の強みや弱み、ニーズ等を把握でき、今後進むべき方向性を見出すことができた (課題) 民間事業者との意識の共有や事業を展開する上での連携が課題	調査結果を関係者と共有するため、マーケティング調査の報告会を開催予定。関係者との共通認識を持った上で、事業の連携を進めていく
				—	—	
2	モニターツアーの実施	マーケティング調査を踏まえた、観光ルートを策定し、その満足度などを調査するため、モニターツアーを行う。確立されたルートは、観光情報冊子の中でPRする。	初年度 (H23)	新たな観光ルートを策定するにあたり、マーケティング調査結果や専門家の意見を反映させるべく、観光ルート策定委員会を開催し、新たな観光ルートを策定	(効果) 今までの点としての観光資源が線あるいは面として結ばれ、魅力のバリエーションが増した (課題) 新たな観光ルートが、ニーズにマッチしたものかを検証する必要がある	新たに策定した観光ルートの満足度を調査するため、モニターツアーを実施する。その評価をもとに、ルートの絞込み・再編成を行い、情報発信冊子の中でPRをする。
				—	—	
3	食のブランド化に向けた商品開発の実施	各まちの特産品や観光資源をPRするための東胆振スタンプラリーの実施や、東胆振の豊富な食資源をPRするためのグルメ開発、民間団体への商品開発補助を行い、食の魅力を積極的に発信し、付加価値を高めブランド化を図る。	初年度 (H23)	・各まちの特産品や観光資源をPRするための東胆振スタンプラリーを10月末～2月末まで実施。569名の応募があった。 ・フードプロデューサーである小畠氏に協力いただき、東胆振おこわの開発に取り掛かる。関係者と連携して進めていくため、試食会を開催（総数約150名）。	(効果) ・スタンプラリーを通して各まちに足を運んでもらうきっかけができ、併せて特産品のPRができた ・東胆振おこわという地域のお米と食材をPRできる商品が開発され、開発過程で試食会を開催し、多くの関係者を巻き込みながら事業を進めることができた (課題) ・スタンプラリーは、実際にお金を落としてもらう仕掛けが必要 ・おこわは、実際に販売するための仕組みの構築が必要	・スタンプラリーについては、昨年度の反省やマーケティング調査結果を踏まえ、より効果的に魅力的な展開する ・東胆振おこわは秋の東胆振地産地食フェアでのお披露目を予定。また、販売展開を目指し、積極的に営業活動を行い、民間事業者の参画を促す ・民間団体で取り組む地場産グルメ開発の支援（補助金交付）を行う
				—	—	
4	東胆振の観光情報発信	本プロジェクトによって確立された様々なコンテンツを広く、効果的に発信するため、観光情報冊子を作成し、東胆振地域をはじめ札幌圏に配布することで、交流人口の増加を目指す。	初年度 (H23)	観光情報冊子に掲載するための写真をストックしておくため、プロのカメラマンによる地域イベントや観光スポットの写真撮影の実施。	(効果) 観光情報冊子に掲載する質の高い写真をストックすることができた (課題) 広域としての情報発信の仕組みの構築が必要。冊子の作成にあたっては地域の魅力や観光資源を消費者に的確に伝える工夫が必要	民間の旅行雑誌制作会社と連携し、質の高い効果的な情報発信を念頭に観光情報冊子を作成・配布する。また、今後の情報発信のあり方を検討する。
				—	—	