

# ウポポイをめぐる現状、課題、施策と ご議論いただきたい論点

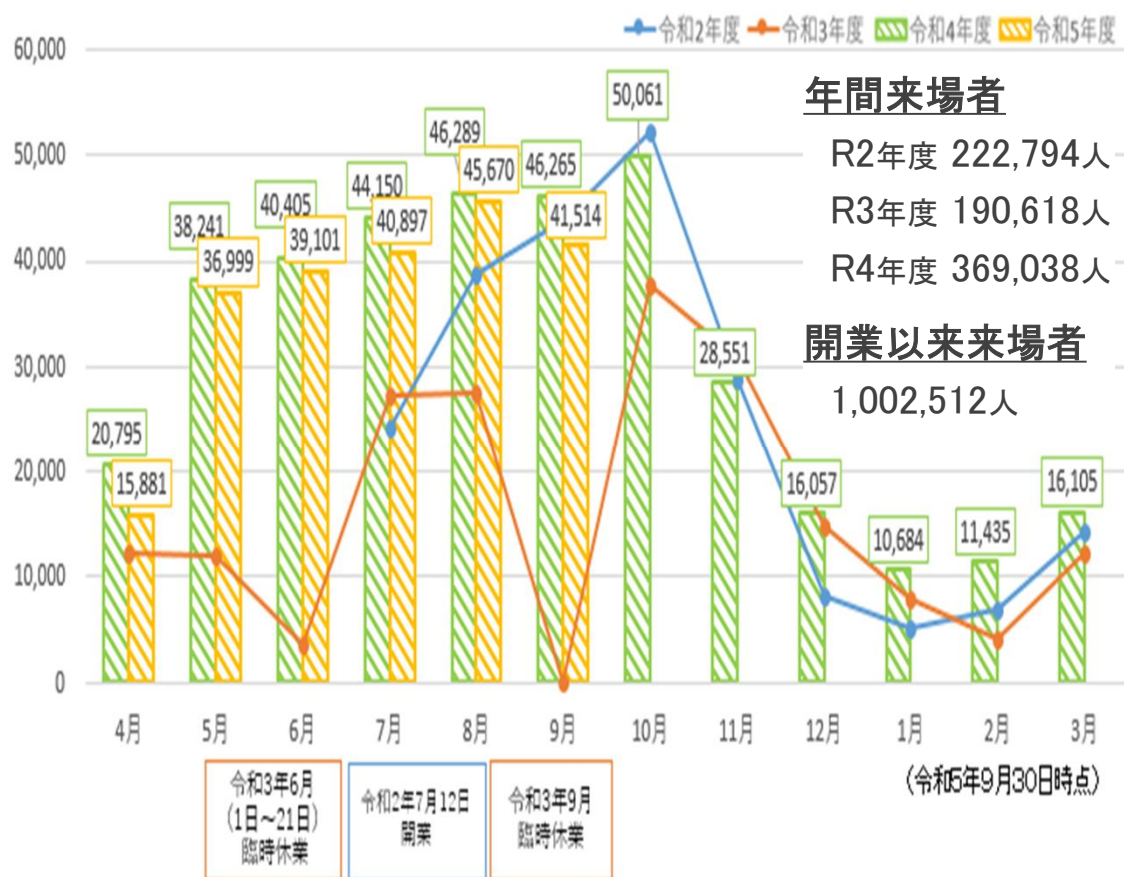
---

令和5年10月  
国土交通省 北海道局

- アイヌ施策の総合的かつ効果的な推進を図るための基本的な方針(令和元年9月6日閣議決定)により、**年間来場者数100万人**を目指すこととされた。しかし、**現在の年間来場者数は約37万人**(令和4年度)にとどまる。
- 令和5年7月のアイヌ政策推進会議において、これまでにない思い切った取組や新たな誘客戦略の策定等について、**岡田内閣府特命担当大臣(アイヌ施策：当時)**から関係省庁へ指示された。

## ウポポイ来場者数の推移

【月ごと入場者数（人）】



## 岡田内閣府特命担当大臣(アイヌ施策)からの指示

- 関係省庁においては、今後、**年間来場者数100万人の達成に向けて、これまでにない思い切った取組を進めるようお願いする。**
- 例えば、和田座長代理も発言されたように、大都市圏での効果的なCM・広告など、北海道外でのウポポイの認知度向上や来場者増加に向けた取組、これまで以上に集客効果が高く、来場者により楽しんでいただけるイベントの実施、更には、さっぽろ雪まつりの開催時期に合わせた冬の企画行事など、冬期における魅力的なイベントの開催、インバウンド向けの特別イベントの開催や外国人旅行者目線で「行ってみたい」と思わせるホームページ・広報動画の作成などに取り組みとともに、**有識者の意見を聞きながら、ターゲット毎の効果的な誘客手法等を検討し、新たな誘客戦略を策定するなど、更なる方策を検討してください。**  
(令和5年7月7日 第14回アイヌ施策推進会議)

## 国土交通省行政事業レビュー（令和5年6月）

- ウポポイの来場者数100万人に向けて、現状どの段階にあり、いつまでに達成するのか、途中の達成状況もわかるような検証の方策を検討すべき。
- 広報資料の多言語対応を抜本的に改善し、品質管理を行うべき。
- 誘客促進のために適切な予算の使い方となっているか、入札方式も含め国が厳しく見ていくべき。

## 戦略のイメージ

- 誘客に係る施策を**来場者居住地(道内、道外、海外)、教育旅行ごとのセグメント**に整理し、セグメントごとに100万人目標達成に向けた来場者数の定量的目標をそれぞれ設定。

**道内 〇〇万人**

【施策例】

- シャトルバスの運行等による来場動機付け
- 地域連携の推進

**道外 〇〇万人**

【施策例】

- 認知度向上のためのテレビCM・電車広告
- 道外客向けモデルコースの設定

**海外 〇〇万人**

【施策例】

- 海外客目線でのHP・動画の発信
- 旅行博など海外向けイベントでのPR

**教育旅行 〇〇万人**

【施策例】

- 旅行会社等へのPR
- 教育委員会等を通じた呼びかけ

- エビデンスに基づき誘客につながる効果的なアプローチを行い、**費用対効果も含む効果検証・進捗管理によりPDCA**サイクルを回しながら、柔軟に各目標、誘客手法を見直し。

【ご参考】 これまで行った年間来場者数目標100万人ギャップ分析（令和5年度行政事業レビュー公開プロセス資料より引用）

来場者属性	目標 (備考参照)	令和2年度 (達成率)	令和3年度 (達成率)	令和4年度 (達成率)	改善の方向性
道内容	35万人	13.9万人 (39.7%)	10.4万人 (29.7%)	15.7万人 (44.8%)	⇒ <b>道内のウポポイ認知度は高いため、来場のきっかけとなるような誘客施策が必要。</b>
道外客	35万人	3.2万人 (9.1%)	3.5万人 (10.0%)	13.1万人 (37.4%)	⇒ <b>目標の4割に満たない状況。北海道以外ではウポポイの認知度は低いいため、周知施策を強化。</b>
インバウンド	20万人	—	—	—※	⇒ <b>来道ポテンシャルの高いアジア圏への誘客施策が必要。</b>
教育旅行	10万人	5.1万人 (51.0%)	5.1万人 (51.0%)	8.1万人 (81.0%)	⇒ <b>目標の8割を達成。ターゲット県を絞った営業など重点化。</b>
合計	100万人	22.2万人 (22.2%)	19.0万人 (19.0%)	36.9万人 (36.9%)	

(備考)

- ・ 目標は、開業当時に道観光客数調査報告書(H30)、道来訪者満足度調査報告書(H31)、旧アイヌ民族博物館入場者データ(H29)等から、想定したもの
- ・ 道内、道外の来場者数は、総来場者数から教育旅行来場者を除き、来場者アンケートで把握した道内・道外の属性割合から算出

## 1 ウポポイ（誘客）の現状と課題

### ○来場者数目標（年間100万人）との乖離

- ・令和4年度の来場者数は約37万人。
- ・開業(R2.7.12)から9月末までの累計来場者数は約100万人。

### ○令和5年度に入り、来場者数は減少傾向（※8月末現在で前年同期比▲6.0%）

### （ウポポイ来場者数の推移）

	R2年度	R3年度	R4年度	R3年度→R4年度 増減	R4年度 (4~8月)	R5年度 (4~8月)	R4年度→R5年度(4~8月) 増減
道内	13.8万人	10.4万人	15.3万人	+4.9万人(+47%)	8.3万人	5.9万人	▲2.3万人(▲28%)
道外	3.2万人	3.5万人	12.6万人	+9.1万人(+260%)	6.8万人	8.0万人	+1.2万人(+18%)
海外	—	—	0.7万人	+0.7万人(—)	0.08万人	0.8万人	+0.7万人(+840%)
教育旅行	5.2万人	5.1万人	8.1万人	+3.1万人(+59%)	3.8万人	3.1万人	▲0.7万人(▲19%)
合計	22.2万人	19.1万人	36.9万人	+17.8万人(+93%)	19.0万人	17.9万人	▲1.1万人(▲6%)

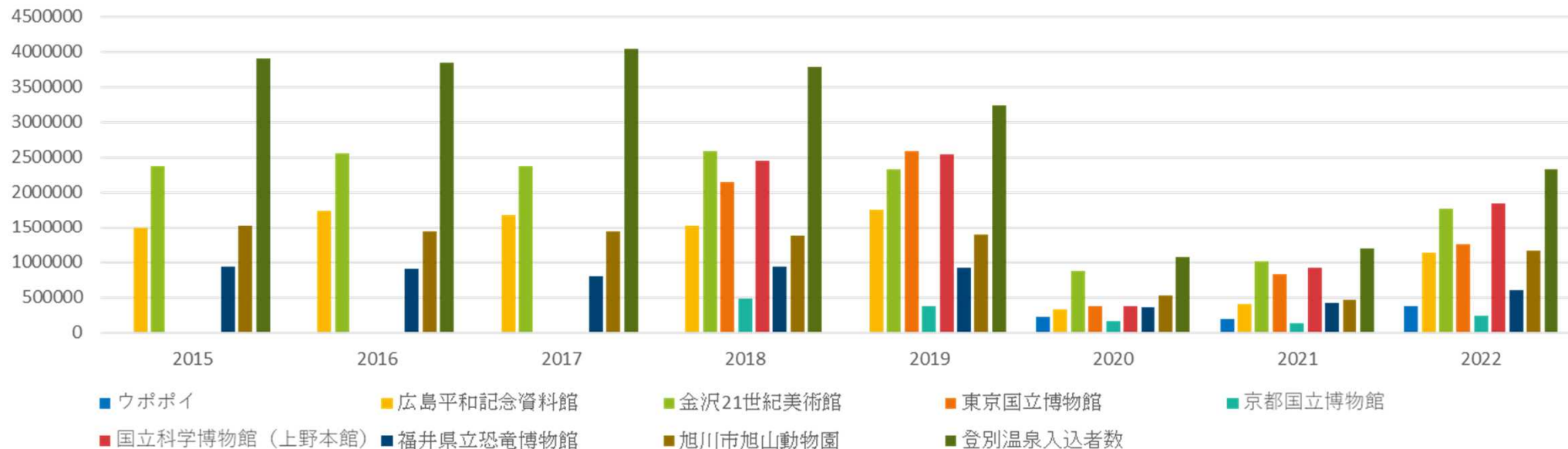
※道内、道外の来場者数は、総来場者数から教育旅行来場者、海外来場者を除いた上で、来場者アンケートで把握した道内・道外の割合から推計

# 国内類似施設入場者数に見るウポポイの位置把握

- 他の地域で「ウポポイ」に近似していると思われる博物館や、「ウポポイ」近隣観光地である登別温泉の来館者数及び入込数について次のとおり

施設・地域名	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ウポポイ						22.3万人	19.1万人	36.9万人
広島平和記念資料館	149.5万人	174.0万人	168.1万人	152.2万人	175.9万人	32.9万人	40.6万人	112.6万人
金沢21世紀美術館	237.3万人	255.4万人	237.3万人	258.1万人	233.5万人	87.1万人	101.2万人	176.3万人
東京国立博物館				214.3万人	258.9万人	37.6万人	83.7万人	124.8万人
京都国立博物館				47.8万人	37.6万人	17.0万人	13.3万人	24.5万人
国立科学博物館（上野本館）				245.9万人	253.8万人	37.8万人	92.6万人	184.3万人
福井県立恐竜博物館	93.1万人	90.1万人	80.2万人	93.8万人	92.4万人	36.0万人	42.2万人	60.1万人
旭川市旭山動物園	152.2万人	143.1万人	143.0万人	137.4万人	139.1万人	52.0万人	46.4万人	116.4万人
登別温泉入込者数	391.3万人	385.2万人	404.9万人	378.3万人	323.6万人	106.5万人	120.0万人	233.7万人

【出典】「広島平和記念館」公表データ／「2021年度 金沢21世紀美術館年報」（21・22年：NHK及び中日新聞記事）／福井県立恐竜博物館公表データ 旭山動物園公表データ／（社）登別国際観光コンベンション協会データ



# これまでのウポポイの主な広報誘客活動

令和元年度

令和2年度

令和3年度

令和4年度

令和5年度



旅行ガイドブック、航空会社機内誌等に広告を出稿 (R2.2)



テレビCM放映 (R2.7北海道、R2.9東北、R2.10首都圏)



オリパラアイヌ舞踊実施及びCM全国放送 (R3.8)



全国旅行支援 YouTube等広告 (R4.11~)



日本観光ショーケース (R5.3)



タレントによる開業記念トークショー (R2.7)



ウポポイPRキャラクター「トゥレツポん」のデビュー1年イベント (R2.8)



北海道ローカル局で特番放映 (R3.11)



ウポポイ訪問動画 ハフポスト掲載 (R4.11~)



岡山出張公演 (R5.2)



地域アイヌ文化紹介番組放映 (R5.2)



日経、読売等の全国紙に開業特集記事掲載 (R2.7~)



JR首都圏全線及び東京メトロ全線の中吊り広告 (R2.10)



大都市圏テレビCM放映 (R4.3)



ウポポイ サックスマッチ (R4.9)



雪まつり 大雪像背面広告 (R5.2)



開業3周年記念式典 (R5.7)



# 誘客推進に係る委託事業

(単位：百万円)

業務名	委託金額	契約方式	業務の概要
<b>契約済額</b>	<b>1,006.2</b>		
<b>I 積極的広報の実施</b>	<b>332.4</b>		
・ イベント時広報の実施	163.2	一般競争	WEB広告、札幌駅サイネージ、チラシ作成等
・ 旅行見本市等出展	40.9	随意契約（企画競争）	3/24～26大阪観光ショーケース、10/26～29ツーリズムEXPOジャパン出展（出展費用、ブース造成、ブース運営等）
・ エスコンフィールド北海道LED広告	37.5	随意契約（特命）	エスコンフィールド北海道（北広島市）への広告掲出
・ 教育旅行誘致のためのファムトリップの実施	26.3	随意契約（企画競争）	事前学習、事後学習に活用可能な教育旅行向け学習素材の制作、学習素材を活用したモニターツアーの実施
・ 地域連携事業（平取町）	25.0		プロモーション（動画制作、パンフレット等の制作）、ウポポイ・平取の周遊ツアー造成、インバウンド・国内観光客向けファムツアー等
・ ウポポイラジオ	19.6		毎週日曜日8:00～8:30放送
・ 園外イベント	16.5		PRイベントの開催（8/26～27。函館市蔦屋）（トークショー、舞踊披露、料理体験教室、パネル展示、切り絵・刺繍ワークショップ等）
・ その他	3.5		
<b>II コンテンツの充実・イベントの実施</b>	<b>446.9</b>		
・ 園内イベント開催経費	127.9	随意契約（企画競争）	GW、3周年、夏休み、SW、冬季各イベントの企画運営補助、イベント開催時における著名人、出演者等の招聘等
・ アイヌ文化映像コンテンツ制作等	108.9	随意契約（企画競争）	体験交流ホールやイベントで活用する映像コンテンツ（アイヌ関連儀式）制作
・ アイヌ語学習コンテンツ制作	102.5	随意契約（企画競争）	アイヌ語をテーマとした映像コンテンツ、説明用配布物制作
・ フィールドミュージアム整備費用	72.0	一般競争	自然景観を活用した園内周遊プログラム造成
・ 地域交流事業（阿寒）	28.3		阿寒アイヌコンサルンと連携したイベント開催（4/28～5/28。秋（開催予定））（展示、物販、「ロストカムイ」特別公演）
・ その他	7.2		
<b>III 来場者サービス</b>	<b>226.9</b>		
・ 予約管理システム改修	106.0	随意契約（企画競争）	事前予約時の利便性向上を図るための予約管理システムの改修
・ インバウンド受入体制の整備	45.0	随意契約（企画競争）	インバウンドの誘客に向けた英語版ホームページの構築等
・ 園内モビリティバス導入	39.5	一般競争	お年寄り、足の不自由な方等向けの園内周遊バスの導入
・ 園内整備	25.4		モビリティバス保管場所、休憩所設置
・ 団体予約管理システム構築	11.0	一般競争	
<b>未契約額</b>	<b>211.7</b>		
<b>【委託費計】</b>	<b>1,217.9</b>		

※上記のほか、ウポポイの運営・維持管理に係る経費（令和5年度：1,491百万円）を計上している。

- 年間来場者100万人を目指すことは、閣議決定された「アイヌ施策の総合的かつ効果的な推進を図るための基本的な方針」に明記されているものであり、手を緩めることなく目標達成に向けて最善の努力を行うため、積極的な広報の実施等については、引き続き、重点的に取り組む必要。
- 今回比較できた国立博物館は、設置目的（ウポポイはアイヌ施策推進法に基づくもの）、地理的条件、年間100万人の来場者目標などウポポイと異なるため、広報費に充てる費用や割合について単純に比較することは困難である。  
なお、参考としてウポポイ、各博物館の来場者一人あたり広報費は以下のとおり。

	ウポポイ(R4) (北海道白老町)	国立博物館 A	国立博物館 B	国立博物館 C
来場者数 (R4)	36.9万人	—	—	—
広報費(R4)	4.3億円	—	—	—
来場者一人 あたり広報費	1,165円	約80円	約43円	約133円
入場料(一般)	1,200円	—	—	—

※広報費は、ウポポイは、R3補正予算額のうちコンテンツ等制作経費を除いた額、その他は、文化庁経由で各国立博物館より聞き取り（来場者一人あたり広報費のみ掲載）。（展示の更新経費などは含まず、特別展の広報経費は把握が困難なため除く）

※来場者数は、ウポポイは、R4年度来場者数。各博物館は常設展のR4年度来場者数。

※ウポポイの入場料は、博物館（文化庁）分を含む。



## 2 なぜ来場者が増えないのか (※国土交通省の課題認識)

- 道内、道外、海外いずれの旅行者からも、「ウポポイ」が魅力的な訪問先として位置付けられていない(ターゲットごとに効果的な誘客活動が行われていない。)
- 園内コンテンツの魅力不足(来場意欲につながる魅力的なコンテンツが少ない。)
- イベントの魅力不足(来場意欲につながる魅力的なイベントが少ない。)
- ウポポイ単体での誘客には限界(観光客が求める多様なニーズを充足できない。)
- 民間活力の一層の取込
- その他(冬季来場の低迷、不十分なインバウンド向け受入環境、データ分析に基づいた誘客 等)

## 3 今後來場者を増やすために (※「検討会」で特にご議論いただきたい論点)

- 来場意欲の向上(道内・道外)、認知度の向上(道外・海外)など、ターゲットに合わせた効果的な誘客活動の実施と、それによる旅行先としての魅力向上
- 園内コンテンツの磨き上げ、新規コンテンツの導入
- 著名人の活用や有力コンテンツ(映画・アニメ等)とのコラボレーション等によるイベントの魅力向上
- 白老町、関係市町村・施設等と連携した全道的な取組
- 官民が連携した責任ある取組体制の整備と、より一層の取組の検討
- 効果的・効率的な誘客手法(さっぽろ雪まつりとの連携、交通アクセスの向上に向けた実証実験の実施、ガイドアプリなどインバウンド向け受入環境の整備、予約システム改修などデータ収集・分析システムの整備 等)
- 実際の入場者数・入場料や目標と誘客施策に係る費用との関係をどう考えるか

## (ウポポイ来場者数の推移) ※再掲

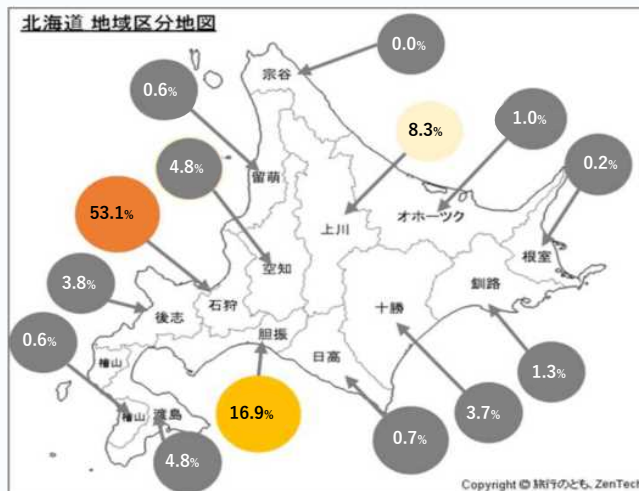
	R2年度	R3年度	R4年度	R3年度→R4年度 増減	R4年度 (4~8月)	R5年度 (4~8月)	R4年度→R5年度(4~8月) 増減
道内	13.8万人	10.4万人	15.3万人	+4.9万人(+47%)	8.3万人	5.9万人	▲2.3万人(▲28%)
道外	3.2万人	3.5万人	12.6万人	+9.1万人(+260%)	6.8万人	8.0万人	+1.2万人(+18%)
海外	—	—	0.7万人	+0.7万人(—)	0.08万人	0.8万人	+0.7万人(+840%)
教育旅行	5.2万人	5.1万人	8.1万人	+3.1万人(+59%)	3.8万人	3.1万人	▲0.7万人(▲19%)
合計	22.2万人	19.1万人	36.9万人	+17.8万人(+93%)	19.0万人	17.9万人	▲1.1万人(▲6%)

※道内、道外の来場者数は、総来場者数から教育旅行来場者、海外来場者を除いた上で、来場者アンケートで把握した道内・道外の割合から推計

## 道内からの誘客の課題

- 新規来場者に加え、来場ポテンシャルが高い札幌圏・近隣市町村からのリピーターの確保が必要。
- 道内のウポポイの認知度は96.1%(R4.3調査)と既に高い。しかし、R5年度4~7月来場者は、R4年度に比べ▲30%と大きく減少。

### R4年度道内来場者の内訳



### ウポポイ認知度 (R4.3調査)

	北海道	関東	関西	中部
認知度	96.1%	47.6%	39.2%	38.2%

## 施策の方向性・具体的な施策例

- 来場ポテンシャルの高い札幌圏及び白老町を含む近隣市町村からの誘客を強化
  - ウポポイ来場のインセンティブを創出 (札幌圏・近隣市町村それぞれ)
- ↓
- 来場のきっかけとなる北海道出身の著名人等を招聘したトークショーや、映画・アニメ等とのコラボなど季節・特別イベントの実施
  - イベントに合わせた、札幌圏を中心とした道内広報の実施
  - 近隣市町村からの複数回の来場促進のための年間パスポートのインセンティブ付与 等

## (ウポポイ来場者数の推移) ※再掲

	R2年度	R3年度	R4年度	R3年度→R4年度 増減	R4年度 (4~8月)	R5年度 (4~8月)	R4年度→R5年度(4~8月) 増減
道内	13.8万人	10.4万人	15.3万人	+4.9万人(+47%)	8.3万人	5.9万人	▲2.3万人(▲28%)
道外	3.2万人	3.5万人	12.6万人	+9.1万人(+260%)	6.8万人	8.0万人	+1.2万人(+18%)
海外	—	—	0.7万人	+0.7万人(—)	0.08万人	0.8万人	+0.7万人(+840%)
教育旅行	5.2万人	5.1万人	8.1万人	+3.1万人(+59%)	3.8万人	3.1万人	▲0.7万人(▲19%)
合計	22.2万人	19.1万人	36.9万人	+17.8万人(+93%)	19.0万人	17.9万人	▲1.1万人(▲6%)

※道内、道外の来場者数は、総来場者数から教育旅行来場者、海外来場者を除いた上で、来場者アンケートで把握した道内・道外の割合から推計

## 道外からの誘客の課題

- 北海道来訪者の多い三大都市圏では、来道時の訪問先を選ぶ際の前提となるウポポイの認知度をさらに高める余地がある。
- また、ウポポイを認知している層に対する来場の動機付けが不十分。
- 誘客に効果的な、1)道外からの宿泊客が最も多い札幌、2)ウポポイ近郊で最大の宿泊地である登別、からの来場促進が効果的か。

### ウポポイ認知度 (R4.3調査) ※再掲

	北海道	関東	関西	中部
認知度	96.1 %	47.6 %	39.2 %	38.2 %

### 宿泊客延べ数の多い道内市町村 (R4年度調査)

順位	市町村名	宿泊客延べ数	前年度比	R元年度比
1	札幌市	1,299万人泊	+107.2%	▲7.1%
2	函館市	353万人泊	+73.0%	▲7.7%
3	釧路市	125万人泊	+65.7%	▲15.6%
4	帯広市	104万人泊	+12.5%	▲12.5%
5	小樽市	88万人泊	+85.3%	▲6.4%
6	登別市	88万人泊	+102.9%	▲17.8%
7	倶知安町	68万人泊	+125.5%	▲40.8%
8	旭川市	67万人泊	+77.3%	▲25.7%
9	北見市	58万人泊	+28.9%	▲9.8%
10	富良野市	57万人泊	+91.7%	▲9.5%

## 施策の方向性・具体的な施策例

- 市場規模の大きい三大都市圏からの北海道来訪を検討する際、ウポポイが訪問先の選択肢に入るために必要な**認知度**をさらに獲得
  - また、実際に北海道へ来訪した際のウポポイ**来場意欲**を高めるべく、**札幌・登別からの誘客**を強化
- ↓
- 三大都市圏におけるさらなる情報発信
  - さっぽろ雪まつりでのPRや連携したイベントの開催
  - 札幌～ウポポイ（雪まつり期間）、登別～ウポポイを結ぶシャトルバスの運行実証実験

等

## (ウポポイ来場者数の推移) ※再掲

	R2年度	R3年度	R4年度	R3年度→R4年度 増減	R4年度 (4～8月)	R5年度 (4～8月)	R4年度→R5年度(4～8月) 増減
道内	13.8万人	10.4万人	15.3万人	+4.9万人(+47%)	8.3万人	5.9万人	▲2.3万人(▲28%)
道外	3.2万人	3.5万人	12.6万人	+9.1万人(+260%)	6.8万人	8.0万人	+1.2万人(+18%)
海外	—	—	0.7万人	+0.7万人(—)	0.08万人	0.8万人	+0.7万人(+840%)
教育旅行	5.2万人	5.1万人	8.1万人	+3.1万人(+59%)	3.8万人	3.1万人	▲0.7万人(▲19%)
合計	22.2万人	19.1万人	36.9万人	+17.8万人(+93%)	19.0万人	17.9万人	▲1.1万人(▲6%)

※道内、道外の来場者数は、総来場者数から教育旅行来場者、海外来場者を除いた上で、来場者アンケートで把握した道内・道外の割合から推計

## 海外からの誘客の課題


- ウポポイのホームページなど、予約導線がわかりづらい。(令和4年度受入環境整備調査報告書)。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響が落ち着き、道内インバウンド旅行者数が回復傾向にあるにもかかわらず、海外からのウポポイ来場者数は伸びていない。

※新型コロナウイルス感染症拡大前に海外から北海道を訪れた旅行者を見ると、上位5ヶ国・地域は全てアジア圏

	中国	台湾	韓国	タイ	香港
来道旅行者数	594,000人	488,900人	436,900人	210,600人	177,800人

(「北海道観光入込客数調査報告書(2019年度北海道)」より)

## 施策の方向性・具体的な施策例

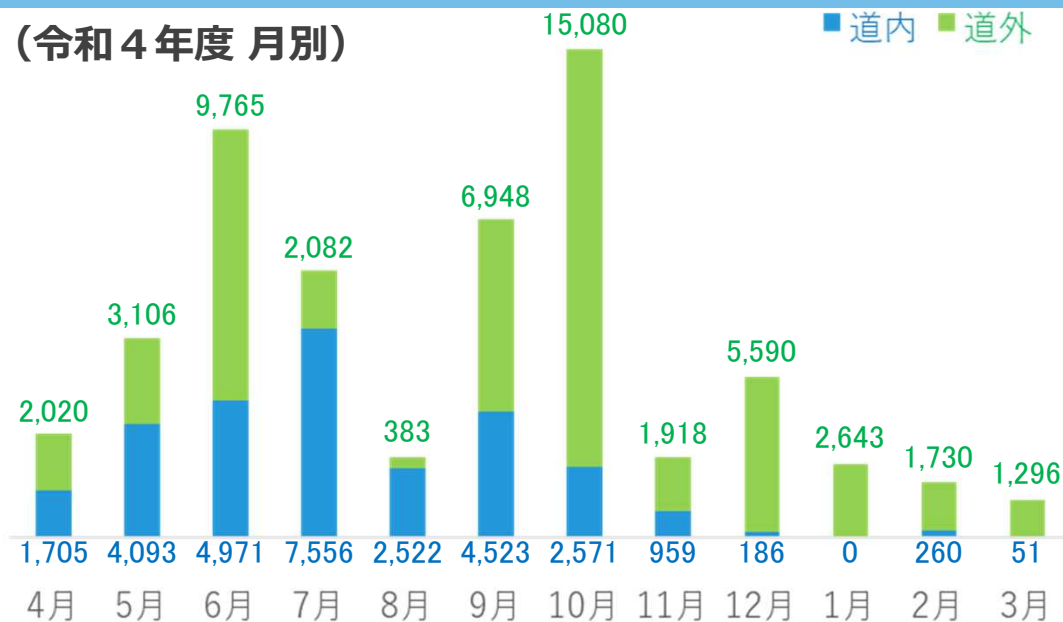
- インバウンド受入環境を早急に整備
  - 外国人旅行者が北海道を訪れた場合には必ずウポポイ訪問を検討する程の**認知度**を獲得
- 
- 予約システムの利便性向上
  - 体験交流ホールで活用可能な翻訳機器の整備
  - JNTOと連携した情報発信
    - ・外国人旅行者目線でのHP、動画制作
  - 国外のイベントにおけるPR
    - ・香港、台湾での旅行博におけるPR
  - 海外先住民族との交流、連携

等

## (ウポポイ教育旅行来場者数の推移 年別)

	R3年度	R4年度	R5年度 (予約)	R4年度→R5年度 増減
<b>道内</b>	3.8万人	2.9万人	2.0万人	▲0.9万人(▲31%)
小学校	1.7万人	1.7万人	1.3万人	▲0.4万人(▲24%)
中学校	1.8万人	1.1万人	0.7万人	▲0.4万人(▲36%)
高校	0.4万人	0.18万人	0.07万人	▲0.1万人(▲50%)
<b>道外</b>	1.3万人	5.3万人	5.0万人	▲0.3万人(▲6%)
小学校	0万人	0.10万人	0.08万人	▲0.02万人(▲20%)
中学校	0.1万人	0.34万人	0.28万人	▲0.06万人(▲18%)
高校	1.2万人	4.9万人	4.6万人	▲0.3万人(▲6%)

## (令和4年度 月別)



## 教育旅行の誘客の課題

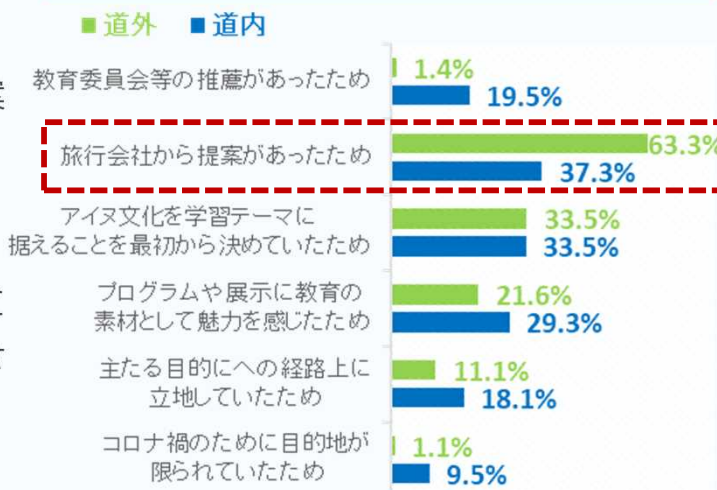
○道内が大きく減少している  
ほか、冬季が少ない傾向。

○ウポポイを目的地に選んだ理由  
は「旅行会社から提案があったため」が最多。

○教師・学生から「事前学習  
ができていないとわかりにくい」といった意見が寄せられている。

### R4年度教育旅行アンケート

Q:今回の教育旅行でウポポイを目的地に選んだ理由(抜粋)



## 施策の方向性・具体的な施策例

- 誘致活動の強化
- 冬季の来場促進
- 各学校のニーズに応じた、事前学習・フォローアップ機会の提供
- 旅行見本市でのPR、教育委員会等からの呼びかけ等による誘致
- 冬季教育旅行の実施が多い関西以西の地域へのPR
- 事前学習や事後フォローアップのための教材(ワークブック等)の製作

## 1 道内からの誘客

- 来訪意欲促進のための魅力的なイベント開催
  - ・映画・アニメ等の有力コンテンツと連携したイベント
  - ・北海道出身の著名人を活用したイベント
- 年間パスポートを活用した来場へのインセンティブ付与
- 来訪意欲促進のためのイベントに合わせた広報の実施
  - ・テレビCM
  - ・WEB広告
  - ・札幌駅におけるサイネージ広告

## 2 道外からの誘客

- 認知度向上施策
  - ・三大都市圏におけるテレビCM
  - ・WEB広告
  - ・首都圏等の駅におけるサイネージ広告
- 周辺観光地等からの送客
  - ・さっぽろ雪まつりでのPR
  - ・登別～ウポポイ、札幌～ウポポイ(※雪まつり期間)におけるシャトルバス運行実証実験

## 3 海外からの誘客

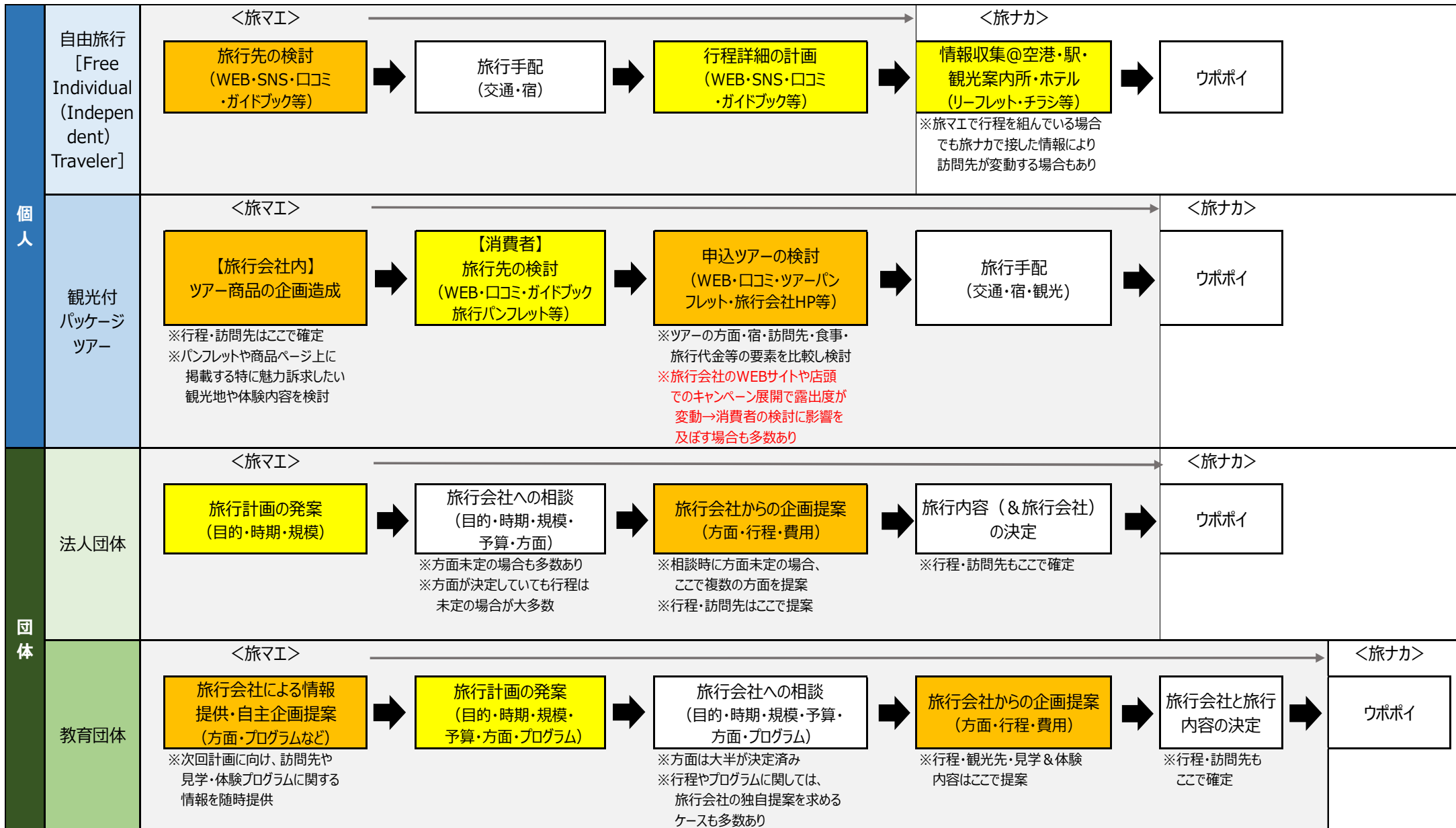
- 認知度向上施策（JNTOと連携した情報発信）
  - ・外国人目線で制作したHPや動画を通じた情報発信
  - ・国外旅行見本市等におけるPR
- インバウンドの受入環境整備
  - ・予約システムの利便性向上
  - ・体験交流ホールで活用可能な翻訳機器の整備
- 海外先住民族との交流・連携

## 4 教育旅行の誘客

- 旅行会社等へのPR
  - ・国内旅行見本市等におけるPR
- 教育委員会等を通じた呼びかけ
- 冬季教育旅行の実施が多い関西以西の地域へのPR
- 事前学習教材、フォローアップ機会の提供
  - ・事前学習教材(ワークブック)の製作
  - ・事後フォローアップの実施

# 旅行業界の「商流」を踏まえたウポポイ誘客のための取組ポイント

- 旅行業界の「商流」を踏まえ、ウポポイ来場に至るまでの形成過程と、誘客促進の取組を強化すべきポイントを整理した。
- 旅行の種別を「個人」「団体」に分別し、「個人」を「FIT」「観光付きパッケージツアー利用」、「団体」を「法人」「教育」にそれぞれ区分の上、整理した。
- 消費者又は旅行会社に対する取組を強化すべきポイントは、最重要 = オレンジ、重要 = 黄色と考えられるのではないかな。



## 1 100万人という目標に向けて、それぞれのセグメントの誘客に係る課題

事務局では次の6点を考えているが、これら以外に設定すべき課題も含めてご意見をいただきたい。

- (1) 例えば100万人目標達成に向けた中間的な来場者数の目標の設定など検証方法の設定
- (2) 道内においては、ウポポイの認知度は高いが、来場の動機付けが不十分
- (3) 道外においては、ウポポイの認知度をさらに高める余地があるとともに、ウポポイを認知している層に対する来場の動機付けが不十分
- (4) 海外においては、情報発信に課題
- (5) 教育旅行に関する魅力向上が必要
- (6) 地元の日常利用等、新規需要の開拓の可能性

## 2 課題に対応して考えられる施策の方向性や留意すべき事項

事務局では1(1)～(6)の課題に対して次の方向性の施策を考えているが、これら以外も含めてご意見をいただきたい。

- (1) 季節限定イベントの造成、アニメ映画など有力コンテンツとのコラボレーション
- (2) 三大都市圏におけるTVCMなど認知度を向上させる施策や、登別・札幌圏など周辺観光地等からの送客
- (3) 海外旅行者目線で訴求力を有するPR（HP、動画、広告媒体等）
- (4) 各学校の二足を踏まえた事前学習教材や事後フォローアップなどの機会の提供
- (5) 年間パスポートの活用促進や、地元住民目線のコンテンツの造成
- (6) 実際の入場者数・入場料や目標と誘客施策に係る費用との関係をどう考えるか

## 3 その他

上記以外に効果的・効率的な具体的施策をご教示いただきたい。