

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年 7月 24日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 白老観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	北海道白老郡白老町	
所在地	北海道白老郡白老町若草町 1丁目 1番 21号	
設立時期	1951年5月 白老町観光協会(任意団体) 設立 1979年4月 社団法人白老観光協会 設立 2013年4月 一般社団法人白老観光協会 移行	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	25人【常勤7人(正職員6人・出向1人)、臨時職員5人、嘱託職員10人、その他3人】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 福田 茂穂 (出身組織名) ホテルいすみ 代表取締役	(一社)白老観光協会会長(代表理事)。2017年5月より当協会会長に就任し、白老の観光振興に精力的に取り組んでいる。ホテル経営者として、各種マネジメントに秀でており、地域内外に幅広い人脈を持つ。白老町観光地域づくりの牽引役である。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CM) ○：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	(氏名) 渋谷 和憲「専従」 (出身組織名) (株)JTB 常務理事	(株)JTBで38年間勤務し、支店、メディア販売、仕入・商品企画部門の個所長を経験、旅行業全般や観光地域マーケティングに高い知見と能力を持つ。観光経済波及効果、市場調査、観光戦略策定、着地型商品企画、造成、販売に従事する。総合旅行業務取扱管理者。
財務責任者 (CFO：チーフ・ファイナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 千葉 勝宏「専従」 (出身組織名) (一社)白老観光協会 事務局長	当協会に34年間勤務。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。北海道内自治体、観光事業者、白老町事業者との幅広いネットワークを持ち、利害関係者との合意形成に精通する。

事業部門 物販部門の責任者	(氏名) 千葉 勝宏「専従」 (出身組織名) (一社)白老観光協会 事務局長	当協会に34年間勤務。白老町ならではのお土産物販売、軽飲食提供等の物販事業責任者として運営を行っている。白老町ふるさと納税推進業務や各種イベントでの販売等、地場産品の販路拡大に取り組んでいる。
各部門（プロモーション・旅行商品造成・販売の責任者	(氏名) 柳 加奈子「専従」 (出身組織名) (一社)白老観光協会 総務課兼業務課主任	白老町観光事業者と連携し、当協会の着地型旅行商品企画・販売を担当。ANA ビジネスソリューションに勤務経験あり。総合旅行業務取扱管理者、旅程管理者資格を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【北海道白老町】 * 令和7年7月1日付にて組織変更あり< >は6月30日までの名称 ・ <経済振興課・農林水産課>→産業経済課（経済振興室、観光振興、宣伝、観光行事、商業振興）（農林水産室、農業、林業、水産業振興） ・ <政策推進課・企画財政課>→企画政策課（アイヌ文化振興、ウポポイ普及啓発、公共交通、都市景観、ふるさと納税、広報・報道対応、統計業務） ・ <生涯学習課>→教育課（仙台藩白老元陣屋資料館の管理運営、文化財の整備・保護、文化芸術・スポーツ振興） ・ 建設課（社会資本整備、ウポポイ周辺整備） ・ 総務課（姉妹都市、情報システムの維持管理）	
連携する事業者名及び役割	【観光振興事業者】 ・ (公社)北海道観光機構(各種誘客活動連携、助成・支援事業連携) ・ 虎杖浜竹浦観光連合会(白老町虎杖浜・竹浦地区観光振興連携) 【宿泊事業者】 ・ 白老町内各宿泊施設(宿泊) 【飲食事業者】 ・ 白老町内各飲食関連事業者(飲食) 【交通事業者】 ・ J R 北海道(株)白老駅(受入態勢整備) ・ 白老観光バス(株)・白老交通(株)・北海道中央バス(株)・道南バス(株)(二次交通) 【物販・その他】 ・ 各物販事業者・その他事業者(商品仕入販売・着地型旅行商品開発・運営) 【アイヌ文化振興】 ・ ウポポイ(民族共生象徴空間) (公財)アイヌ民族文化財団(アイヌ語・アイヌ文化振興、伝承者育成、普及啓発、総合的研究の推進) ・ (一社)白老アイヌ協会・(一社)白老モシリ・白老民族芸能保存会 【産業振興】 ・ 白老町商工会・(協組)白老商業振興会・白老牛銘柄推進協議会 ・ とまこまい広域農業協同組合・いぶり中央漁業協同組合 【メディア】 ・ (株)北海道新聞社・(株)苦小牧民報社・(株)室蘭民報社 【関連団体】 ・ 若草町内会(地元地域町内会) ・ ポロト自然休養林保護管理協議会(観光資源保護管理) ・ 白老おもてなしガイドセンター(観光ガイドサービス) ・ 特定非営利活動法人ウレシパの杜(森の再生・保存) ・ 白老文化観光推進実行委員会	

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 白老金融協会(当協会資金管理及び監査) <p>【広域連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 北海道登別洞爺広域観光圏協議会(観光振興広域連携) ・ 登別市・白老町観光連絡協議会(観光振興連携) <p>【文化財】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 仙台藩白老元陣屋跡・資料館(文化財)
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<p>【該当する登録要件】①及び②</p> <p>① (一社)白老観光協会理事会・三役会・通常総会を開催</p> <p>② 白老まちづくりDMO戦略協議会の設置及び開催 (概要)</p> <p>① 当協会には、白老町観光関連事業者、経済団体、産業団体、アイヌ関連団体等、多種多様な業界から会員178社(団体等)(R7.4.1現在)が参画し、各種業界を代表する方が役員(会長1名、副会長3名、専務理事1名、常務理事1名、理事11名)として理事会を形成している。理事会は概ね1~2か月に1回開催され、事業計画の審議、事業進捗状況の点検、事業実施結果の評価等を行ない、合意形成を図っている。三役会(会長、副会長、専務理事)は、理事会に諮る事前協議や緊急対応等の合意形成を図っている。また、年1回開催する通常総会では、正会員に対し、事業報告、事業計画、決算状況等を報告するとともに、幅広く意見を聴取し、事業執行への反映に努めている。白老町は、*<経済振興課>→産業経済課経済振興室が、観光振興・宣伝、観光行事、観光施設の計画・維持管理等を担い、日々当協会と連携し、観光振興事業を推進している。*令和7年7月1日付にて組織変更あり<>は6月30日までの名称</p> <p>② 当協会が主導し、官民多様な関係者が参加する「白老まちづくりDMO戦略協議会」を設置。当協会を中心に、広域経済産業団体、各種協議会、地域自治体等19団体で構成し、官民・産業間・地域間の連携を図り、本協議会にて多様な意見を反映し、合意形成を図る仕組みとしている。</p>
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<p>観光は、観光関連事業者だけでなく、農業、林業、漁業、製造業、サービス業等幅広い分野にわたる産業であり、その振興は、交流人口を拡大させ、地域経済の活性化や雇用の増大をもたらすものである。町民一人一人が、観光の意義及び白老町の魅力(自然、歴史、文化、食、温泉等)を理解し、観光の重要な担い手として認識することが重要である。ウポポイへの来訪客の効果を全町に波及させ、住民意識啓発・参加促進を目的に以下の取組を実施している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2年に1回白老町が「町民意識調査」における観光施策満足度調査を実施。 ・ 観光客と町民の交流イベントをウポポイに隣接する白老駅北観光商業ゾーンで開催(2020年以降毎年実施) ・ 白老町民限定ウポポイ無料施策(2020年、2024年) ・ 町民対象の観光おもてなしガイド養成講座の実施(2019年以降毎年実施) ・ 「界ポロト」日帰り入浴町民割引カードの発行(2022年以降実施) ・ 地域住民へのアイヌ文化、観光啓発を目的とした講演、イベントを実施
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <p>昭和26年5月、観光地としての運営を円滑に進めるため、白老町観光協会(任意団体)が設立された。昭和54年4月、公益法人の設立が許可され、社団法人白老観光協会設立、その後、平成25年4月、一般社団法人白老観光協会に移行する。</p> <p>任意団体の観光協会設立から、白老町の文化、観光資源の保存保護、観光施設の整備改善、観光関係者の資質の向上と観光事業の健全な振興等を目的に、観光宣</p>

	<p>伝と観光客誘致促進や観光客に対する接遇の改善、観光意識の普及向上等の各種事業を行ってきた。</p> <p>令和2年、ウポポイ(民族共生象徴空間)開業にあわせて、白老町が白老駅北観光商業ゾーンを整備する。当協会が、構成施設の観光インフォメーションセンター指定管理事業者として選定される。地域の観光振興、観光情報発信のみならず、観光資源の維持管理、地域特産品販売及び展示PR等の事業を行っている。</p> <p>令和6年度における当協会の事業については、概ね以下の通りである。</p>
事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<ol style="list-style-type: none"> 1. 広告宣伝事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 新聞・雑誌広告 ・ 旅行情報誌広告掲載事業 ・ 各種観光事業集客チラシ作成事業 ・ 誘導案内看板維持管理 ・ インターネット事業更新管理 ・ SNS等を活用した情報発信事業(しらおいナビ、ベトナム、中国等海外向け) 2. 誘客事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ JRトレインスイート四季島 ・ 第40回仙台青葉まつり ・ 10周年タッチザジャパンスペシャル TTJS ・ 香港ブックフェア ・ ツーリズムEXPO ジャパン2024 ・ 民族共生象徴空間PR事業(東京・京都) ・ 白老町PR事業 in 豊田通商本社 ・ 台湾文化交流事業 ・ 台北国際旅行博 ITF 2024 ・ 東京白老会 ・ 北海道教育旅行説明会・相談会(大阪・東京) ・ 道外誘客促進事業(九州圏・四国圏) ・ EZONE(首都圏)
受入環境の整備	<ol style="list-style-type: none"> 1. 白老駅北観光インフォメーションセンター管理運営業務 <ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊飲食、観光、体験プログラム等の情報発信 ・ 白老町特産品、北海道内お土産物販売及びPR展示 ・ 軽飲食の提供 ・ 手ぶら観光(手荷物預かり、コインロッカー)対応 ・ レンタサイクル事業 2. 白老駅北観光商業ゾーン管理運営業務 <ul style="list-style-type: none"> ・ 遊具施設管理(ふわふわドーム等) ・ SLポート号(D51)保存管理 ・ 駅北観光商業ゾーン(移動販売スペース、イベントスペース等)管理

		<p>3. JR 白老駅委託事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 白老駅臨時改札(ウポポイ側改札)案内業務 ・ 白老駅舎管理・清掃業務 ・ 白老駅内観光案内ブースの管理運営 <p>4. 白老ふるさと 2000 年の森管理業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ポロトの森キャンプ場の管理運営 ・ キャンプ用品のレンタル <p>5. ウポポイ駐車場管理業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光大型バス駐車場管理運営 	
	観光資源の 磨き上げ	<p>1. ポロト湖インフォメーションセンター管理運営業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ カナディアンカヌー貸出事業 ・ ポロト湖氷上ワカサギ釣り事業 <p>2. 観光ガイド養成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 白老町事業として観光ガイド養成講座を実施 養成講座終了有志による、ガイドセンター設立 ガイド事業開始 <p>3. 日帰りバスツアー事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 札幌圏発白老町を含む胆振管内を周遊する日帰りバスツアー事業を実施 <p>4. 元気まち情報館管理事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大滝白老線(幹線道路)設置の「元気まち情報館」での情報 発信、維持管理事業 <p>5. ポロト湖、ポロトの森春の一斉清掃</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光シーズン前、環境保全を目的に地元の協力を得て実施 <p>6. 白老町アイヌ施策の事業連携</p> <p>白老町実施の「アイヌ文化の保存伝承」「アイヌ文化的理解促進」「観光及び産業振興」「地域間・国際交流の推進」等各事業において、アイヌ文化磨き上げ、及びプロモーション活動等で連携</p>	

【定量的な評価】

※ 観光客の入込数

2024 (R6) 年度

全体 2,322,565 人 189,604 人の増 (前年比 108.9%)

宿泊客数 124,408 人 16,185 人の増 (前年比 115.0%)

日帰り客数 2,198,157 人 173,419 人の増 (前年比 108.6%)

海外客数 80,755 人 29,514 人の増 (前年比 157.6%)

海外宿泊客数 19,067 人 7,461 人の増 (前年比 164.3%)

海外日帰り客数 61,688 人 22,131 人の増 (前年比 155.9%)

実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

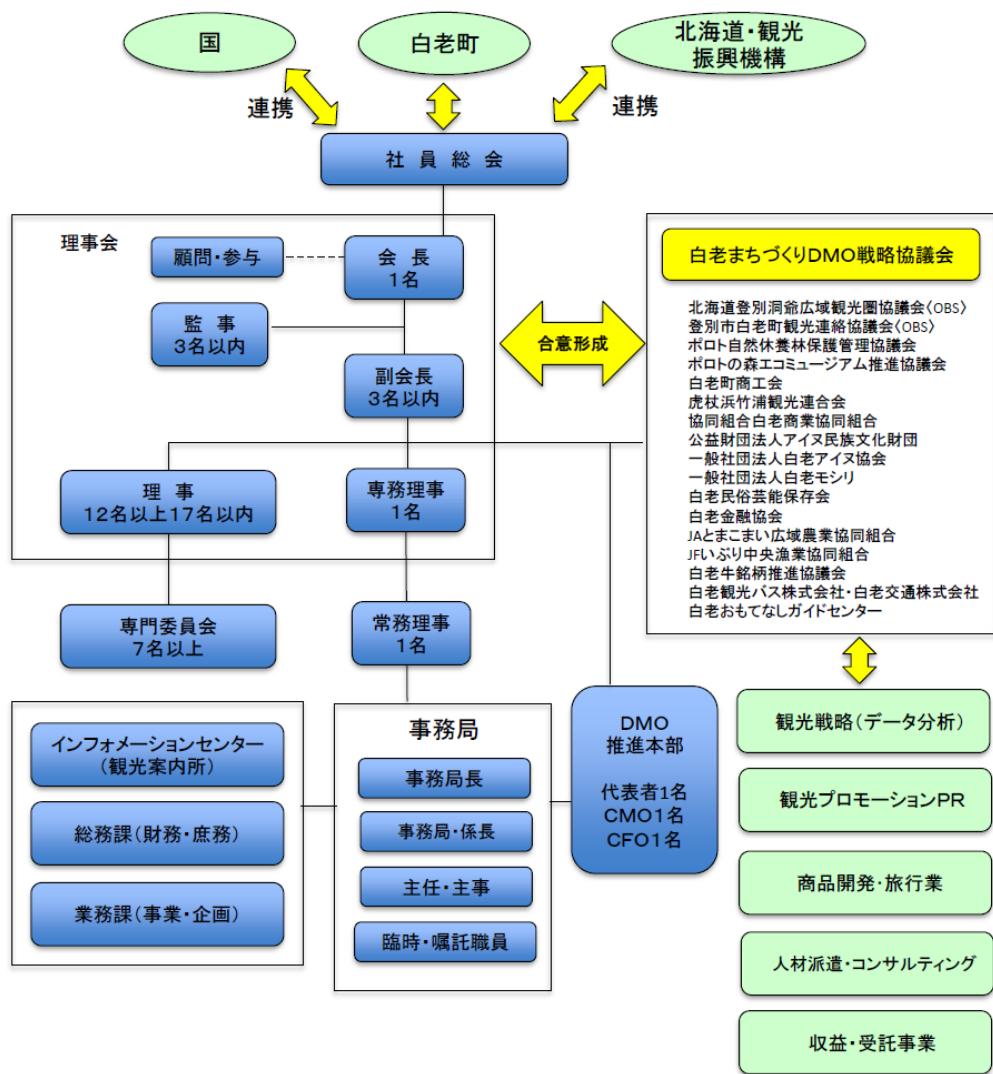
【実施体制の概要】

当協会 2024（R6）年度末会員数178、白老町観光関連事業者、経済団体、産業団体、アイヌ関連団体が加盟)が母体となり、行政(国、北海道、白老町)及び(公社)北海道観光機構等と連携し事業を推進。当協会理事会及び三役会(会長、副会長、専務理事)、年1回開催する通常総会にて、幅広く意見を聴取し合意形成を図った上で、事業推進に努めている。

当協会等に加え、広域観光協議会、農林水産経済団体、アイヌ関連団体、地元町内会等、多様な関係者が参画する「白老まちづくりDMO戦略協議会」においても、官民が密接に連携した合意形成を図った上で、事業推進に努めている。

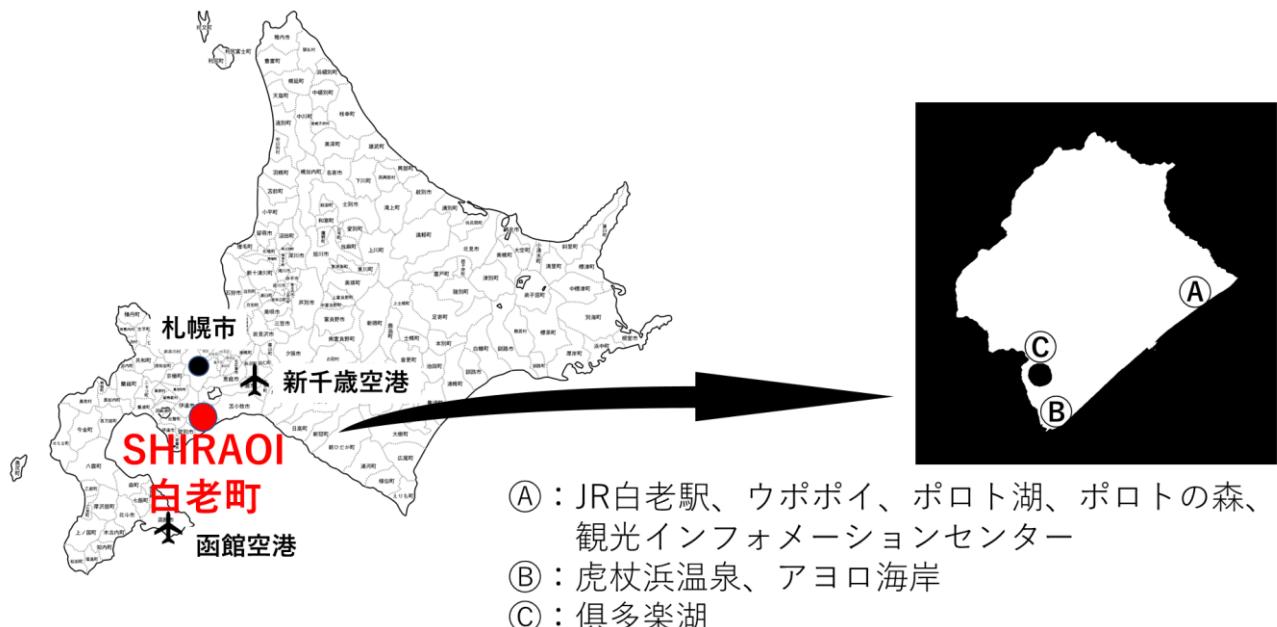
【実施体制図】

一般社団法人白老観光協会 組織図



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

白老町は、北海道の南西部、胆振総合振興局管内のほぼ中央に位置し、南は太平洋、西は登別市、北は千歳市と伊達市大滝区（旧大滝村）、東は別々川をはさんで苦小牧市と隣接している。

白老とは、アイヌ語で「虻（あぶ）の多いところ」という意味の言葉、「シラウオイ」からきたと言われている。

町の面積は、およそ 425.64 平方キロメートルで、東京 23 区総面積の約 2/3 の広さとなる。町の面積の約 75% を森林が占め、海、川、山、森、湖と様々な自然にあふれたのどかな街である。

気候は穏やかで、夏は涼しく冬の積雪もあまり多くない。春と秋には豊富な自然が織りなす豊かな風景が楽しめ、四季折々の様々な表情を楽しむことができる。

白老町は古くから先住民族「アイヌ」の人々がコタン（集落）を形成し、自然と自然現象のそれぞれに「カムイ（神）」が宿るとして敬い、人間も自然の一部であると考え、共生により豊かな生活文化を育んできた。これまでの歴史や、地域に根差したアイヌ文化の伝承・保存、調査・研究活動、豊かな自然環境や交通アクセスの良さなどが認められ、2020（R 2）年 7 月、日本の貴重な文化でありながら存立の危機にあるアイヌ文化の復興・発展のための拠点となるナショナルセンターとして、「国立アイヌ民族博物館」「国立民族共生公園」「慰靈施設」から構成される「ウポポイ（民族共生象徴空間）」が開設された。

そのような背景のもと町は、「第 6 次白老町総合計画」（令和 2 年策定）「第 2 次白老町商業・観光振興計画」（令和 4 年策定）で、ウポポイ開設を機に、多文化共生のまちづくりを進め、観光振興による町内商工業の活性化を目指す事となった。

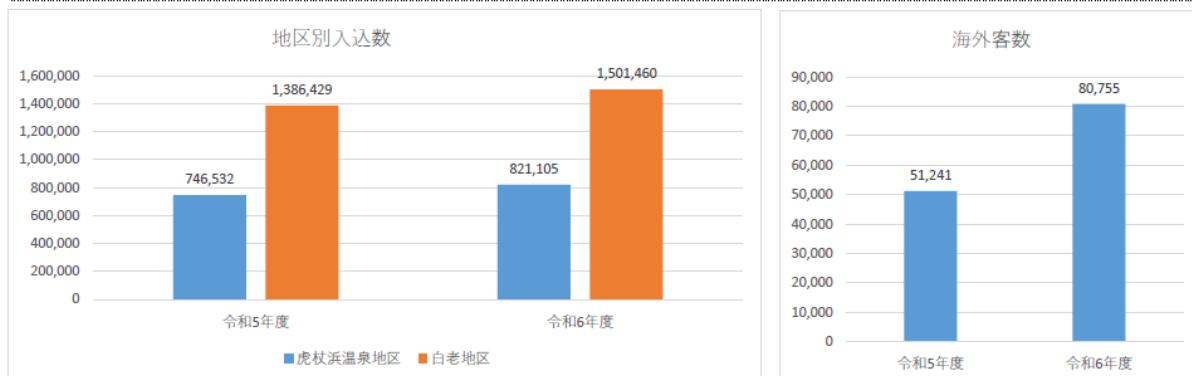
観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域は、地域DMO要件の単独市町村区域の白老町とする。観光振興においては、近隣市町とも連携する必要があることから、西胆振地区（3 市 4 町）が加盟する「北海道登別洞爺広域観光圏協議会」及び隣接する登別市との「登別市・白老町観光連絡協議会」にて、地域連携の必要があるマーケティングやマネジメント対応を行う。

【観光客の実態等】

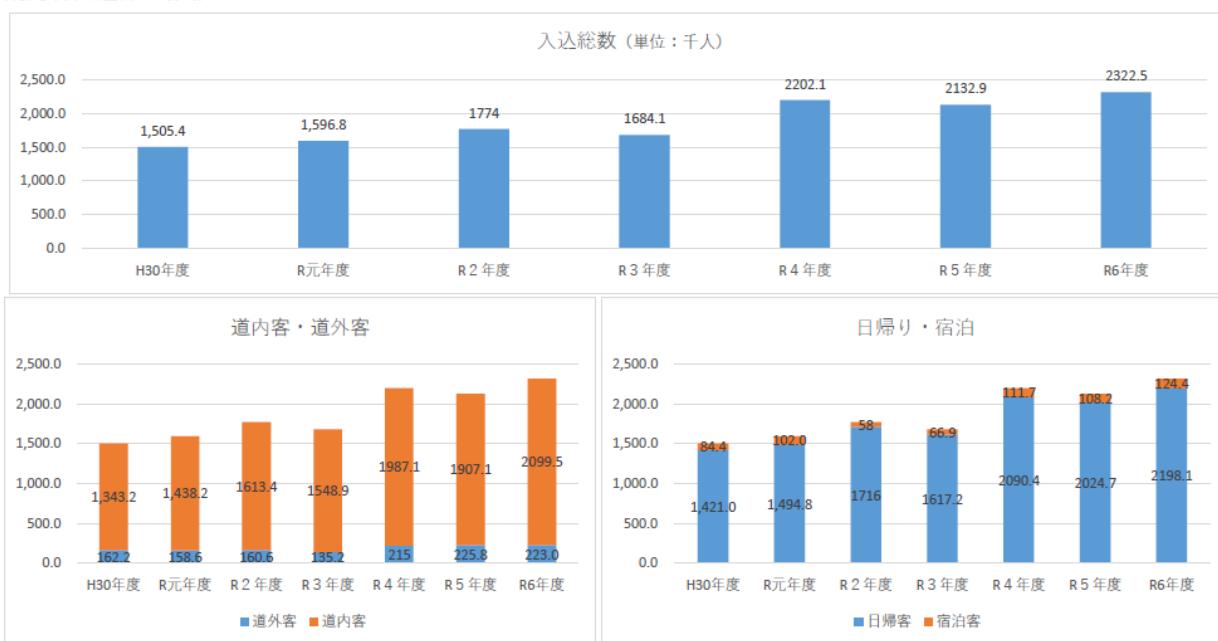
令和6年度の入込数は232万人となり、昭和43年以降の統計開始以来、歴代3位を記録した。白老虎杖浜両地区における宿泊施設の新規開業およびリニューアルによる宿泊者数の増加、5年ぶりの復活となった白老牛肉まつりをはじめとした町内イベントによる集客力の向上のほか、町内飲食店の周遊性向上などが増加要因としてあげられる。また、インバウンド客は前年度比約3万人の増加となり、背景には円安による日本への旅行意欲の増加や、中国の春節時の来訪者が戻りつつあることなどが考えられる。

観光客入込数

区分	年度	令和5年度			令和6年度				
		虎杖浜温泉	白老地区	計	虎杖浜温: 前年比	白老地区	前年比	計	増減
宿泊（ホテル・旅館・民泊）		65,565	42,658	108,223	70,599	107.7%	53,809	126.1%	124,408
日帰り（ホテル・旅館）		133,285	15,969	149,254	208,814	156.7%	20,600	129.0%	229,414
飲食店・みやげ		376,472	860,150	1,236,622	364,228	96.7%	937,776	109.0%	1,302,004
自然・景観		135,931	9,749	145,680	139,330	102.5%	36,358	372.9%	175,688
文化・歴史		0	338,815	338,815			330,213	97.5%	330,213
スポーツ・レクリエーション		35,209	54,723	89,932	35,234	100.1%	37,366	68.3%	72,600
体験・ツーリズム		70	8,453	8,523		0.0%		0.0%	0
まつり・イベント		0	55,912	55,912	2,900		85,338	152.6%	88,238
計		746,532	1,386,429	2,132,961	821,105	110.0%	1,501,460	108.3%	2,322,565
(うち海外客数)		20,542	30,699	51,241	40,049	195.0%	40,706	132.6%	80,755
									29,514 157.6%



観光客入込数の推移



【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

分類	名称	概要	活用方法
山岳	ホロホロ山	標高1322mの絶景が楽しめる山	トレッキング
湿原	ヨコスト湿原	環境省重要湿地選定の湿原	体験メニュー
湖沼	ポロト湖	夏はカヌー、冬はワカサギ釣りが楽しめる湖	体験メニュー
	俱多楽湖	水質、透明度とも全国トップクラスの湖	環境整備検討中（トイレ、通信）
河川	ウヨロ川	鮭の遡上を間近に見ることができる川	体験メニュー
	アヨロ川	鮭の遡上を間近に見ことができる川	体験メニュー
滝	インクラの滝	日本の滝百選に選ばれた白老町の滝	観光地として案内中
	白老滝	白老町の秘境の滝	正確な情報を案内準備中
	社台滝	白老町の秘境の滝	正確な情報を案内準備中
海岸	アヨロ海岸	アイヌ伝説が残る美しい海岸	体験メニュー
動物	エゾシカ	ポロトの森等に生息	ジビエ商品販売中
	シマリス、キタキツネ、モモンガ	ポロトの森等に生息	体験メニュー
鳥	ヤマガラ、アカゲラ、シジュウカラ	ポロトの森、ヨコスト湿原に生息	体験メニュー
植物	ミズバショウ、エゾアジサイ、ヒカゲスミレ	ポロトの森、ヨコスト湿原に群生	体験メニュー
史跡	白老仙台藩陣屋跡・資料館	国定指定文化財（史跡）・資料館、北海道遺産	案内中
神社・寺院	白老八幡神社	350年の歴史がある白老町の神社	文化観光
	鳳龍山禅照寺	白老町竹浦地区にある曹洞宗の寺	文化観光
庭園・公園	ポロトの森キャンプ場	ポロト自然休養林内キャンプ場	当協会案内中
	萩の里自然公園	白老町のシンボル的な自然公園	体験観光
	ASOBUBA、ブウベツの森キャンプ場	民間事業者のキャンプ場	体験観光
年中行事	白老牛肉祭り	白老牛を堪能できる一大イベント	R2～R5まで中止、R6再開
	ポロトミンタラフェスティバル	町民と観光客のふれあいイベント	本年度実施
博物館	国立アイヌ民族博物館（ウポポイ）	アイヌの歴史と文化を主題とした国立博物館	観光の拠点
テーマ公園	国立民族共生公園（ウポポイ）	アイヌ文化の体験型フィールドミュージアム	観光の拠点
施設	慰靈施設（ウポポイ）	アイヌの人々による尊厳ある慰靈を実現	慰靈施設
	白老駅北観光商業ゾーン（ポロトミンタラ）	JR白老駅北の観光商業施設	観光商業の拠点
温泉	白老温泉	世界的に珍しい植物性のモール温泉	温泉地（宿泊、日帰り、食事）
	虎杖浜温泉	源泉かけ流しの虎杖浜地区の温泉	温泉地（宿泊、日帰り、食事）
食	白老牛	白老町のブランド黒毛和牛	販売連携
	白老バーガー＆ベーグル	白老町のご当地グルメ	ブランド化、販売連携
	チエブ・オハウ	アイヌの伝統料理	体験メニュー
	虎杖浜たらこ	虎杖浜地区的ブランドたらこ	体験メニュー、販売連携
	ニジマス料理	俱多楽湖の伏流水で育てられ美味	体験メニュー、販売連携
スポーツ	ポロト湖でのカヌーイング	カナディアンカヌーの貸し出し	当協会案内中
	ポロト湖での氷上ワカサギ釣り（冬季）	ポロト湖氷上ワカサギ釣り（冬季）	当協会案内中
体験	アイヌ文化体験	木彫り、手縫い刺繡等文化体験	地元事業者と連携中

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

2025（令和 7 年 5 月末現在）

エリア	旅館・ホテル		簡易宿所		施設数計	客室数計
	施設数	客室数	施設数	客室数		
虎杖浜～竹浦	22	300	24	43	46	343
虎杖浜	8	125	7	6	15	131
竹浦	14	175	17	37	31	212
社台～北吉原	10	176	26	39	36	215
社台	2	23			2	23
白老	5	126	7	17	12	143
石山			6	6	6	6
萩野			2	2	2	2
北吉原	3	27	11	14	14	41
総計	32	476	50	82	82	558

【利便性：区域までの交通、域内交通】

● 区域までの交通

飛行機

東京⇒新千歳空港 約 1 時間 40 分 大阪⇒新千歳空港 約 2 時間

〈新千歳空港から〉

JR 北海道 新千歳空港から白老駅まで 約 45 分(特急利用)

都市間バス 新千歳空港から白老駅まで 1 時間 45 分(1 日 1 便)

車 新千歳空港から白老駅まで 約 45 分(高速道路利用)

列車

〈札幌駅から〉 JR 北海道 札幌駅から白老駅まで 約 1 時間(特急利用)

〈旭川駅から〉 JR 北海道 旭川駅から白老駅まで 約 2 時間 30 分(特急利用)

〈新函館北斗駅から〉 JR 北海道 新函館北斗駅から白老駅まで 約 2 時間 30 分(特急利用)

車

〈札幌方面から〉 札幌北 IC から白老 IC まで 約 1 時間 30 分(高速道路利用)

〈旭川方面から〉 旭川鷹栖 IC から白老 IC まで 約 2 時間 20 分(高速道路利用)

〈函館方面から〉 大沼公園 IC から白老 IC まで 約 2 時間 50 分(高速道路利用)

フェリー

〈苫小牧港から〉 車で 苫小牧フェリーターミナルから白老駅まで 約 40 分

● 域内交通

白老町交流促進バス(愛称：ぐるぽん)を運行。「JR 白老駅」から「ウポポイ」はもちろん「仙台藩白老元陣屋資料館」「ポロトミンタラ」等白老地区の観光拠点をはじめ、社台地区、萩野地区等、どこまで乗っても 1 回 100 円で利用可能。

【外国人観光客への対応】

(人)

年度	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
訪日外国人宿泊客数	11,815	9,204	52	5	2,128	11,607	19,067

- ・ 2024（R6）年度の白老町の外国人宿泊客数は19,067人で前年より7,461人の増。円安が追い風となるほか、新千歳空港における国際線の増便・路線再開、特に台湾、香港、韓国、中国、タイなどのアジア圏）や米国からの来訪者が増加傾向にある。
- ・ 観光インフォメーションセンター（J N T O カテゴリー2）の維持運営
- ・ 常勤外国人スタッフ（ベトナム人1名、中国人1名）による観光案内及び多言語情報発信（S N S等）
- ・ 観光インフォメーションセンターに対話型翻訳機（72言語）を設置
- ・ 観光マップ（英語、中国語繁体語、中国語簡体語、韓国語）の発行及び設置

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	アンケート調査を自主事業として実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクスを活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	2年に1回実施される「町民意識調査」における観光施策満足度を引用し分析を実施。

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

白老町は、北海道の玄関口、新千歳空港（千歳市）や苫小牧港（苫小牧市）に比較的近く、アイヌ文化や歴史、景勝地や温泉があり、宿泊をして1日以上滞在し楽しむことができる観光地である。しかし、観光客は、JRや道央自動車道など交通アクセスの利便性が高い故、近隣の登別温泉（登別市）、洞爺湖温泉（洞爺湖町）等、規模の大きい温泉地に宿泊する傾向があり、白老町は、通過型日帰り観光地となり、町での滞在時間は短い傾向にある。

2020（令和2）年7月「国立アイヌ民族博物館」「国立民族共生公園」「慰靈施設」からなるウポポイ（民族共生象徴空間）が町内に開業。町は増加する観光客対応として、観光インフォメーションセンターを開設、JR白老駅および周辺を整備、観光ガイド人材の育成や受入体制の強化を進めてきた。観光客に心のこもったおもてなしを提供するとともに、観光による地域活性化を目指す施策を実施してきた。

事業者の人手不足等による受入規模の縮小などの新たな課題や、インバウンドの増加が極めて堅調でコロナ前の水準に回復するなど地域における観光を取り巻く環境は大きく変わってきた。開業5年目を迎えるウポポイ、白老町と連携を強化し、町内の魅力の更なる発信、着地型のツアーの開発・販売等で観光客を増やすとともに、滞在時間を増やし、地域内における経済効果を高めることが継続的課題である。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で積極的に活用できる強みは何か? ・アイヌ文化伝承の地 ・海、山、川、湖などの豊かな自然環境 ・新千歳空港に車で40分の好アクセス ・札幌圏からのアクセスの良さ ・「白老牛」「虎杖浜たらこ」「椎茸」「卵」等、特産品を活用した食文化 ・「国立民族博物館」や「国立民族共生公園」「慰靈施設」等から構成される「ウポポイ(民族共生象徴空間)」の開業 ・湯量豊富な虎杖浜温泉やモール泉の白老温泉等温泉資源が豊富 ・ポロト湖・ポロト自然休養林を活用したアウトドア体験が可能 ・道内では比較的温暖で、積雪は少ない ・史跡白老仙台藩陣屋跡、仙台藩白老元陣屋資料館が北海道遺産として選定 ・大規模イベント(白老牛肉まつり)の復活 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で改善を必要とする弱みは何か? ・商業集客施設が無い(地元特産品集約施設が無い) ・宿泊施設(収容数)が少ない ・宿泊者が少なく、通過型観光地 ・拠点からの二次交通が少ない ・統計調査等活用不足 ・観光推進体制が脆弱(誘客活動、観光案内等) ・宿泊施設の老朽化 ・人口減少、高齢化による観光事業の担い手不足 ・少ない飲食店 ・閑散期(冬季)の集客力が弱い ・情報発信力が弱い ・地域一体で観光に取組む団結力不足
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって追い風となる要素は何か? ・「ウポポイ(民族共生象徴空間)」開業による観光客の増加や新規創業・出店 ・新千歳空港、JR白老駅、白老港、白老町周辺道路等の社会基盤整備 ・知名度のある宿泊施設(星野リゾート界ポロト)の進出 ・「ウポポイ」「界 ポロト」「白老牛」等メディア露出増加による注目 ・円安によるインバウンド消費機会の拡大 ・全国チェーンホテルのリブマックスの開業 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって逆風となる要素は何か? ・国際情勢不安による旅行控え ・人口減少、若年層の旅行離れ等による市場の減少 ・周辺観光地との競争激化 ・公共交通機関の減便、路線廃止 ・物価上昇による観光消費控え

※上記に加え、P E S T分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)。

(3) ターゲット

○第1ターゲット層 北海道在住
<ul style="list-style-type: none"> ・ミドル層(35~49歳)、シニア層(50歳以上) ・教育旅行マーケット
○選定の理由
<ul style="list-style-type: none"> ・2024(R6)年度白老町観光入込客数(232万人)のうち道内客は約9割(209万人)を占めている。 ・来訪者アンケートの居住地項目では北海道内が54%次いで関東圏26%。年齢別では50代(27%)が最も多く、次いで40代(22%)、60代(17%)となっている。

- 来訪者アンケートのリピーター率では、道内客は5回目以上のコア層が約6割（58%）と特に高い。総合的な満足度も道内客は90%と極めて高く、「白老町での一番の楽しみ」は「温泉に入ること」が最上位。

○取組方針

- 新聞広告や各種旅行雑誌、ホームページ、SNSサイトなどの各種道内向けの媒体を活用した情報発信を実施、白老町特有の観光資源の視覚的魅力を訴求する。
- アンケート調査よりリピーター層は虎杖浜温泉、竹浦温泉、モール温泉など良質で多彩な温泉を楽しみに白老町を訪問していることが示されているので、温泉を更に訴求する取り組みを行う。
- 町内外から多くの人を集めることができる「まつり・イベント」を情報発信の貴重な機会ととらえ、協賛・協力し、ポロトミンタラ（白老駅観光商業ゾーン）において新しい情報を発信し、町内周遊を推進する。
- 白老町独自観光振興施策（プロモーション、イベント）を積極的に活用する。
- 北海道、白老町、周辺自治体、ウポポイと連携し、教育旅行誘致事業を積極的に行う。
- 白老町観光事業者と連携し、需要に基づいた着地型コンテンツを造成・販売する。

○第2ターゲット層

大都市圏（東京・大阪・名古屋）及び新千歳空港就航地

- ミドル層（35～49歳）、シニア層（50歳以上）
- 教育旅行マーケット

○選定の理由

- 来訪者アンケートの道外居住者は関東、関西、中部の順位。新千歳空港から車で40分の立地の利便性があることから3都市及び就航地を選定。
- 観光インフォメーションセンター利用客の調査にて道外客2,645人のうち大都市圏（関東圏、中部圏、関西圏）合計1,674名（63.2%）で約6割以上を占めている。
- 新千歳空港を利用する前後に白老町を訪問する観光客が多い。
- 宿泊を伴う道外客の一人当たり観光消費額は（@30,151円）、宿泊日帰りを含めた全体平均21,516円より極めて高く、特に30～50代以上のミドル層・シニア層は若年層よりも消費単価が高く、かつ可処分所得も多い。
- 観光消費額全体の底上げを図るために、道外客の入込客数を増加させが必要。
- 白老町はアイヌ文化の伝承の地であり、「ウポポイ（民族共生象徴空間）」は、教育旅行マーケットにおいて学習的価値が高い。修学旅行等は複数年にわたり同一目的地を選定する傾向があることから学校数、学生数の多い都市圏の安定需要を獲得する事が必要。

○取組方針

- 北海道、白老町と連携し、大都市圏誘客活動を実施し、白老町のPR並びに誘客に努める。
- 北海道、白老町、周辺自治体、ウポポイと連携し、教育旅行誘致事業を積極的に行う。
- 白老町観光事業者と連携し、需要に基づいた着地型コンテンツを造成・販売する。

○第3ターゲット層

海外市場

- 東アジア・東南アジア（中国、台湾、香港、韓国）
- 欧米豪 年代50～60代 クラスター：文化体験派 所得水準1200万円

○選定の理由

- 白老町における海外宿泊者数はコロナ以前では約1万人前後、コロナ禍では一桁～2000人程度で推移していたが、2023年度11,607人とコロナ前まで回復し、更に2024年度は19,067人と急激に増加している。円安や新千歳空港における国際線の増便・路線再開、特に台湾、香港、韓国、中国、タイなどのアジア圏や米国からの来訪者が増加傾向。アジア圏を中心とした新千歳空港国際線利用客の増加が期待されるので、外国人宿泊客の総数及び全体に占める割合を増やすことが必要。
- 観光インフォメーションセンター観光案内利用客の割合は、東アジア・東南アジア計で約50%、欧米豪計45%で大部分を占めている。

- ・ 海外客の観光消費による町の活性化を白老町が町の方針として掲げている。
 - ・ アドベンチャートラベル市場調査報告書（北海道観光機構）の分析内容に基づき、アイヌ文化への関心度が高いと思われるクラスター、所得水準をターゲットと想定した。
- 取組方針
- ・ 日本政府観光局（J N T O）と連携し、ウポポイ以外の白老町観光コンテンツ情報発信を行う。当協会ホームページ、S N S等の多言語対応を継続して行う。
 - ・ 地元事業者、当協会外国人従業員（中国人1名、ベトナム人1名）との連携による、訪日外国人向け着地型コンテンツの開発。
 - ・ 「欧米豪層をターゲットとした地域の魅力滞在コンテンツ造成事業」実施によるA Tコンテンツ開発・造成を行う。

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	～豊かな自然に恵まれ、先住民族「アイヌ」の歴史と文化が息づくまち～ 北海道白老町
②コンセプトの考え方	<ol style="list-style-type: none"> 1. 魅力ある観光地を形成 ウポポイ（民族共生象徴空間）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、当協会が地域DMOとして関係機関との連携により、魅力ある観光地の形成に努める。 2. 魅力ある地域資源の活用 豊富な自然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、白老町が持つ魅力ある地域資源を活用し、観光地としての価値を高める。 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（当協会運営）を拠点とした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、土産物店等の魅力度アップ、新規事業者の参入促進等に努める。また、外国人観光客の増加にも備え、多言語対応やキャッシュレス化、観光地のバリアフリー化にも取り組む。 4. 新たな誘客への取り組み 当協会が中心となり、観光客動向調査や観光ニーズの把握等に努めるとともに、旅行商品の企画販売、体験メニューの充実、教育旅行の誘致、アイヌ文化を取り入れた商品企画販売等にも取り組む。 <p>以上のような取り組みを実践し、何度も訪れて、住んでみたくなる ～豊かな自然に恵まれ、先住民族「アイヌ」の歴史と文化が息づくまち～ 北海道白老町を実現する。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	「白老まちづくりDMO戦略協議会」にてDMOの方針等、多様な関係者と共有を行う。 同協議会と概ね会員が重複する「一般社団法人白老観光協会」の通常総会（年1回）、理事会、三役会等（概ね1～2か月に1回）を実施し、多様な関係者との合意形成を図り事業を推進する。

	<p>白老町観光方針及び観光施策は、白老町公式ホームページで広く周知され、当協会と連携して、事業実施される。</p>
	<p>定期的に開催(概ね1～2か月に1回)される当協会理事会(宿泊、飲食、交通、物販他各分野の観光事業者の代表で構成される)並びに三役会(会長、副会長、専務理事)において、事業管理、予算管理、数値管理等定期的に戦略との整合性に関する調整等が行われる。</p> <p>活動の意義・内容・成果・目標数値の達成状況等の分析結果を反映した「事業報告書」「前年度収支決算」並びに次年度の「事業計画書案」「収支予算案」は、通常総会で報告、承認される。また当協会公式ホームページにて公表。</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>おもてなしガイド人材育成事業によるガイド品質の維持向上 ご当地グルメ「白老バーガー＆ベーグル」規格・プロモーションの管理 観光総合窓口対応による、ニーズの把握、サービスの維持向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 白老ふるさと2000年の森管理業務 ・ 自転車、カヌー貸付事業 ・ ワカサギ釣り事業 ・ 白老ねっと商店事業（インターネット販売） ・ 白老町ふるさとGENKI応援寄附金事業（ふるさと納税） ・ コーディネーター事業（体験商品の販売、職業体験、業務受託） ・ 白老駅北観光商業ゾーン管理業務 ・ しらおいチャレンジショップ管理業務 ・ SLポート号・遊具施設、自動販売機等管理業務 ・ 観光大型バス駐車場管理業務 ・ 手ぶら観光（手荷物一時預かり）コインロッカー設置事業
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>JR白老駅北観光インフォメーションセンターによる観光案内、HP、SNS等一元的な情報発信・各種施策を実施。 当協会ホームページ、白老町ホームページ、白老町広報誌、市内の観光関連事業者等で、地域一体となった情報発信を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広告宣伝事業 新聞、雑誌広告、旅行情報雑誌掲載、各種観光事業集客広告、誘導案内看板管理、インターネット、ホームページ、SNSサイトPR事業（しらおいナビ）観光情報発信機能強化事業 ・ 誘客事業 観光客・修学旅行誘致活動事業（道内外・海外他）まつり・イベント事業への協賛、協力

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	120	128	143	149	155	160
	実績	145 (*)	139 (*)	197 (*)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	72 (*)	77 (*)	108 (11.6)	110 (11.7)	112 (11.8)	115 (12)
	実績	111 (2.128)	108 (11.607)	124 (19.067)			
●来訪者満足度 (%)	目標	82.3 (*)	82.8 (*)	83.3 (*)	83.8 (*)	84.3 (*)	85 (*)
	実績	86.8 (*)	90.0 (*)	92.7 (*)			
●リピーター率 (%)	目標	56.3 (*)	58.0 (*)	60.0 (*)	63.0 (*)	65.0 (*)	70 (*)
	実績	77.4 (*)	73.5 (*)	67.9% (*)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

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」を上位計画として位置付け、本町における商業及び観光施策の指針として策定された「第2次白老町商業・観光振興計画」に定められた目標数値と平仄をあわせた目標設定としている。「総合計画」「総合戦略」「振興計画」に目標数値が記載のないものについては、現状値を考慮し段階的に目標設定している。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

上記計画の令和9年度目標数値を基に段階的に単年度目標を設定。令和6年度目標143億、令和9年度目標160億。（*）はデータ無し、以下同様。

●延べ宿泊者数

令和6年度は白老虎杖浜両地区における宿泊施設の新規開業およびリニューアルにより宿泊者数が大きく増加。上記計画の令和9年度目標数値（11.5万人）を基に段階的に単年度目標を設定。

●来訪者満足度

アンケート調査により測定、0～7段階（大変満足～どちらでもない～大変不満、利用していない）のうち5～7の評価割合を目標指標。令和6年度の総合的な満足度は92.7%と極めて高く推移。調査精度の向上と現状レベル維持を目指し、令和9年度目標数値（85.0%）を基に段階的に単年度目標を設定。

●リピーター率

アンケート調査により測定、来町2回目以上の観光客の割合を目標指標。令和6年度のリピーター率は67.9%と前年よりも5.6ポイント減少したものの、目標は上回った。調査精度の向上と現状レベル維持を目指し、令和9年度目標数値(70.0%)を基に段階的に単年度目標を設定。

(2) その他の目標

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●住民満足度 (%)	目標	45.0	50.0	52.0	53.0	53.0	54.8
	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
	実績	43.0	43.0	45.0			
	(*)	(*)	(*)				
●Webサイトの アクセス状況 【PV】	目標	460,000	570,000	700,000	800,000	900,000	1,000,000
	(*)	(*)	(34,000)	(35,000)	(37,000)	(40,000)	
	実績	571,460	790,845	787,285			
	(*)	(33,035)	(43,263)				
●観光客総入込数 【人】	目標	2,000,000	2,300,000	2,600,000	2,700,000	3,000,000	3,500,000
	(*)	(*)	(52,000)	(53,000)	(54,000)	(55,000)	
	実績	2,201,935	2,132,961	2,322,565			
	(15,238)	(51,241)	(80,755)				

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

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」を上位計画として位置付け、本町における商業及び観光施策の指針として策定された「第2次白老町商業・観光振興計画」に定められた目標数値と平仄をあわせた目標設定としている。

【設定にあたっての考え方】

● 住民満足度

上記計画の令和9年度目標数値を基に段階的に単年度目標を設定。令和9年度54.8%の目標数値を基に段階的に単年度目標を設定。2年に1回白老町により実施される「町民意識調査」における観光施策満足度調査により分析を実施。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市民の割合を指標とする。直近の調査は令和5年度45.0%。

● Webサイトのアクセス状況

上記計画の令和9年度目標数値100万件を基に段階的に単年度目標を設定。

● 観光客総入込数

上記計画の令和9年度目標数値3,500千人を基に段階的に単年度目標を設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（R4） 年度	210,650,775（円）	【会費収入】 1,823,000 【補助金収入】 96,847,146 【事業収入】 112,736,944 【自転車及びカヌー貸付負担金】 209,600 【雑収入】 1,379,291 【繰入金収入】 560,000 【前期繰越収支差額】 △2,905,206 (円)
2023（R5） 年度	147,891,952（円）	【会費収入】 1,848,000 【補助金収入】 38,242,933 【事業収入】 106,711,196 【自転車及びカヌー貸付負担金】 190,600 【雑収入】 139,223 【繰入金収入】 760,000 【前期繰越収支差額】 454,075 (円)
2024（R6） 年度	165,140,196（円）	【会費収入】 1,87,800 【補助金収入】 47,244,775 【国からの補助金】 4,042,500 【事業収入】 109,013,522 【自転車及びカヌー貸付負担金】 218,100 【雑収入】 893,188 【特定預金取崩収入】 706,100 【繰入金収入】 1,622,000 【前期繰越収支差額】 △477,989 (円)
2025（R7） 年度	170,186,100（円）	【会費収入】 2,050,000 【補助金収入】 33,290,000 【事業収入】 119,341,757 【雑収入】 1,982 【繰入金収入】 8,871,000 【前期繰越収支差額】 △1,596,639 (円)
2026（R8） 年度	170,186,100（円）	2025（R7）年度 予算と同額で仮定 (円)
2027（R9） 年度	170,186,100（円）	2025（R7）年度 予算と同額で仮定 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2022 (R 4) 年度	210,196,700 (円)	【事業費】 125,805,425 【特別枠事業費】 1,999,955 【臨時交付金事業費】 58,410,002 【観光地づくり推進事業費】 2,050,000 【管理費】 21,287,318 【特定預金支出】 84,000 【繰出金支出】 560,000 (円)
2023 (R 5) 年度	148,824,016 (円)	【事業費】 122,727,971 【特別枠事業費】 1,600,000 【観光地づくり推進事業費】 1,700,000 【管理費】 22,036,045 【特定預金支出】 0 【繰出金支出】 760,000 (円)
2024 (R 6) 年度	166,736,835 (円)	【事業費】 123,311,774 【特別枠事業費】 9,046,729 【観光地づくり推進事業費】 2,050,000 【管理費】 29,660,332 【特定預金支出】 1,046,000 【繰出金支出】 1,622,000 (円)
2025 (R 7) 年度	170,186,100 (円)	【事業費】 123,161,000 【特別枠事業費】 1,290,000 【管理費】 33,659,000 【特定預金支出】 1,035,000 【繰出金支出】 8,871,000 【予備費】 2,170,100 (円)
2026 (R 8) 年度	170,186,100 (円)	2025 (R7) 年度 予算と同額で仮定 (円)
2027 (R 9) 年度	170,186,100 (円)	2025 (R7) 年度 予算と同額で仮定 (円)

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

当法人は、任意団体の設立から 70 年以上、白老町の観光振興に寄与してきた。2022 (R4) 年度に候補DMO⇒地域DMOに登録され、地域の「稼ぐ力」を引き出す観光地域づくりの舵取り役として事業を推進している。「ウポポイ大型バス駐車場管理事業」「白老駅北観光インフォメーションセンター物販事業」の 2 事業の更なる拡大と、着地型旅行商品の造成・販売等により収益事業に育てることや、既存事業(上記記載の自主事業・受託事業・指定管理事業)の高付加価値化、新規事業の開発等自律的・継続的な運営を目指す。

【自主事業】

- ・ウポポイ大型バス駐車場管理事業(2024 年度駐車場収入 747 万円)

- ・白老駅北観光インフォメーションセンター物販事業(2024 年度販売額 8,196 万円)
- ・手ぶら観光(手荷物一時預かり、コインロッカー運営)事業
- ・ポロトの森キャンプ場管理運営事業(キャンプ場管理運営、売店、レンタル用品)
- ・ポロト湖インフォメーションセンター管理運営事業(カヌー、自転車貸出)
- ・コーディネーター事業

【受託事業】

- ・白老駅臨時改札業務
- ・白老駅舎管理・清掃業務
- ・白老町ふるさと納税返礼品送付業務
- ・ポロト湖ワカサギ釣り事業

【指定管理事業】

- ・白老駅北観光商業ゾーン管理業務
- ・白老ふるさと 2000 年の森管理業務

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

北海道白老町は、北海道内及び白老町内の経済発展に寄与するため、地域の「稼ぐ力」を引き出す観光地域づくりの舵取り役である地域 DMO 一般社団法人白老観光協会と連携し、白老町全体の観光振興に取り組んでまいります。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携 DMO（県単位以外）や地域 DMO と重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

対象区域が重複する地域連携 DMO や地域 DMO は無い。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	柳 加奈子
担当部署名（役職）	総務課兼業務課主任
郵便番号	059-0902
所在地	北海道白老郡白老町若草町 1 丁目 1 番 21 号
電話番号（直通）	0144-82-2216
FAX番号	0144-82-4517
E-mail	k.yanagi@shiraoi.net

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	北海道 白老町
担当者氏名	菊池 拓二
担当部署名（役職）	産業経済課（課長）
郵便番号	059-0995
所在地	北海道白老郡白老町大町1丁目1番1号
電話番号（直通）	0144-82-8214
FAX番号	0144-82-4391
E-mail	kanko@town.shiraoi.hokkaido.jp

都道府県・市町村名	北海道 白老町
担当者氏名	吉田 翔一
担当部署名（役職）	産業経済課 経済振興室 観光振興係（係長）
郵便番号	059-0995
所在地	北海道白老郡白老町大町1丁目1番1号
電話番号（直通）	0144-82-8214
FAX番号	0144-82-4391
E-mail	kanko@town.shiraoi.hokkaido.jp

基礎情報**【マネジメント・マーケティング対象とする区域】**

北海道白老郡白老町

【設立時期】 1951年5月**【設立経緯】**

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 福田 茂穂**【マーケティング責任者(CMO)】** 渋谷 和憲**【財務責任者(CFO)】** 千葉 勝宏**【職員数】** 25人(常勤7(正職員6・出向1)、臨時5、嘱託10、その他3)**【主な収入】**

事業109百万円、補助金等51百万円、会費他5百万円(R6決算)

【総支出】

事業費134百万円、管理費他32百万円(R6決算)

【連携する主な事業者】

白老町宿泊事業者、飲食事業者、交通事業者、商業事業者、物販関係事業者、白老町アイヌ関係団体、白老町商工会、(協組)白老商業振興会、白老町金融協会

戦略**【主なターゲット】**

① 北海道在住(ミドル、シニア層、教育旅行マーケット(①②共通)

② 大都市圏(東名大)及び新千歳空港就航地

③ 東アジア・東南アジア(中国、台湾、香港、韓国)、訪日観光意向を持つミドル、シニア層)欧米豪(年代50~60代、文化体験派)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・ 国、北海道、白老町の観光施策を積極的に活用
- ・ 周辺自治体、ウポポイと連携したプロモーション(教育旅行)
- ・ 地域の魅力滞在コンテンツ造成
- ・ 当協会HP、SNSの多言語対応による情報発信

【観光地域づくりのコンセプト】

～豊かな自然に恵まれ、先住民族「アイヌ」の歴史と文化が息づくまち～ 北海道白老町

KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年7月24日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年	2027 (R9)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	120 (*)	128 (*)	143 (*)	149 (*)	155 (*)	160 (*)
	実績	145 (*)	139 (*)	197 (*)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	72 (*)	77 (*)	108 (11.6)	110 (11.7)	112 (11.8)	115 (12.0)
	実績	111 (2.128)	108 (11.607)	124 (19.067)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	82.3 (*)	82.8 (*)	83.3 (*)	83.8 (*)	84.3 (*)	85.0 (*)
	実績	86.8 (*)	90.0 (*)	92.7 (*)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	56.3 (*)	58.0 (*)	60.0 (*)	63.0 (*)	65.0 (*)	70.0 (*)
	実績	77.4 (*)	73.5 (*)	67.9 (*)	—	—	—

具体的な取組**【観光資源の磨き上げ】**

- ・ ポロト湖カヌー事業、わかさぎ釣り、観光ガイド養成事業
- ・ 白老町アイヌ施策の事業連携、アイヌ文化を取り入れた商品企画、販売

【受入環境整備】

- ・ 観光インフォメーションセンターの維持運営
- ・ JR白老駅委託事業
- ・ 白老ふるさと2000年の森管理業務
- ・ ウポポイ大型バス駐車場管理業務
- ・ 白老駅北商業観光ゾーン管理業務

【情報発信・プロモーション】

- ・ 観光インフォメーションセンターによる観光案内
- ・ HP、SNS等一元的な情報発信
- ・ 多言語観光客・修学旅行誘致活動事業(道内外・海外他)
- ・ 多言語化

【その他】

- ・ 白老ねっと商店事業(インターネット販売)
- ・ 白老町ふるさとGENKI応援寄付金事業(ふるさと納税)

