

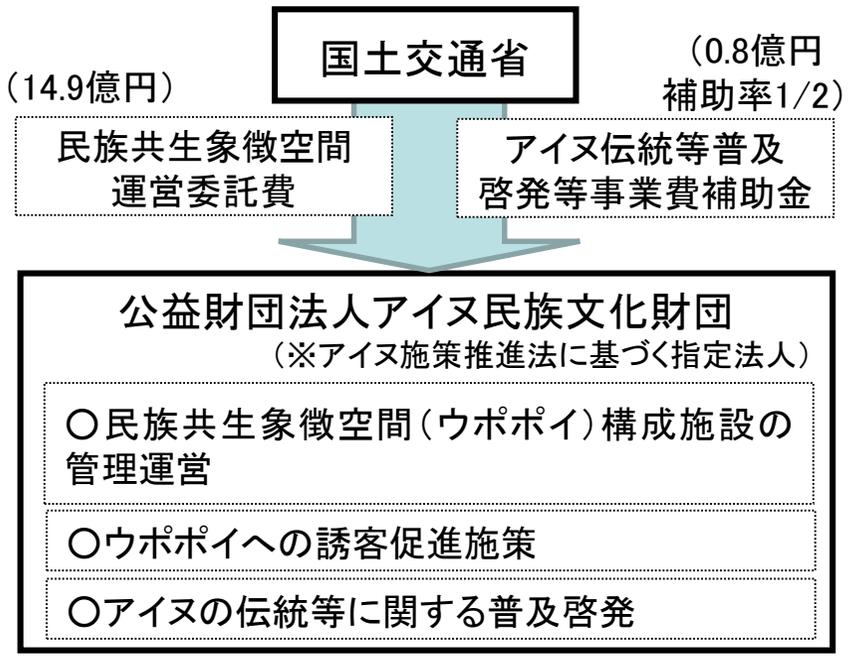
# 行政事業レビュー公開プロセス 説明資料

---

【事業名】 アイヌの伝統等普及啓発等に必要経費

○ アイヌの伝統等に関する国民に対する知識の普及及び啓発を図るための施策を推進することにより、アイヌの人々が誇りを持って生活することができ、及びその誇りが尊重される社会の実現を図り、もって全ての国民が相互に人格と個性を尊重し合いながら共生する社会の実現に資する。

アイヌの人々の誇りが尊重される社会を実現するための施策の推進に関する法律（平成31年法律第16号。以下「アイヌ施策推進法」という。）に基づき、国が本事業を実施する必要がある。

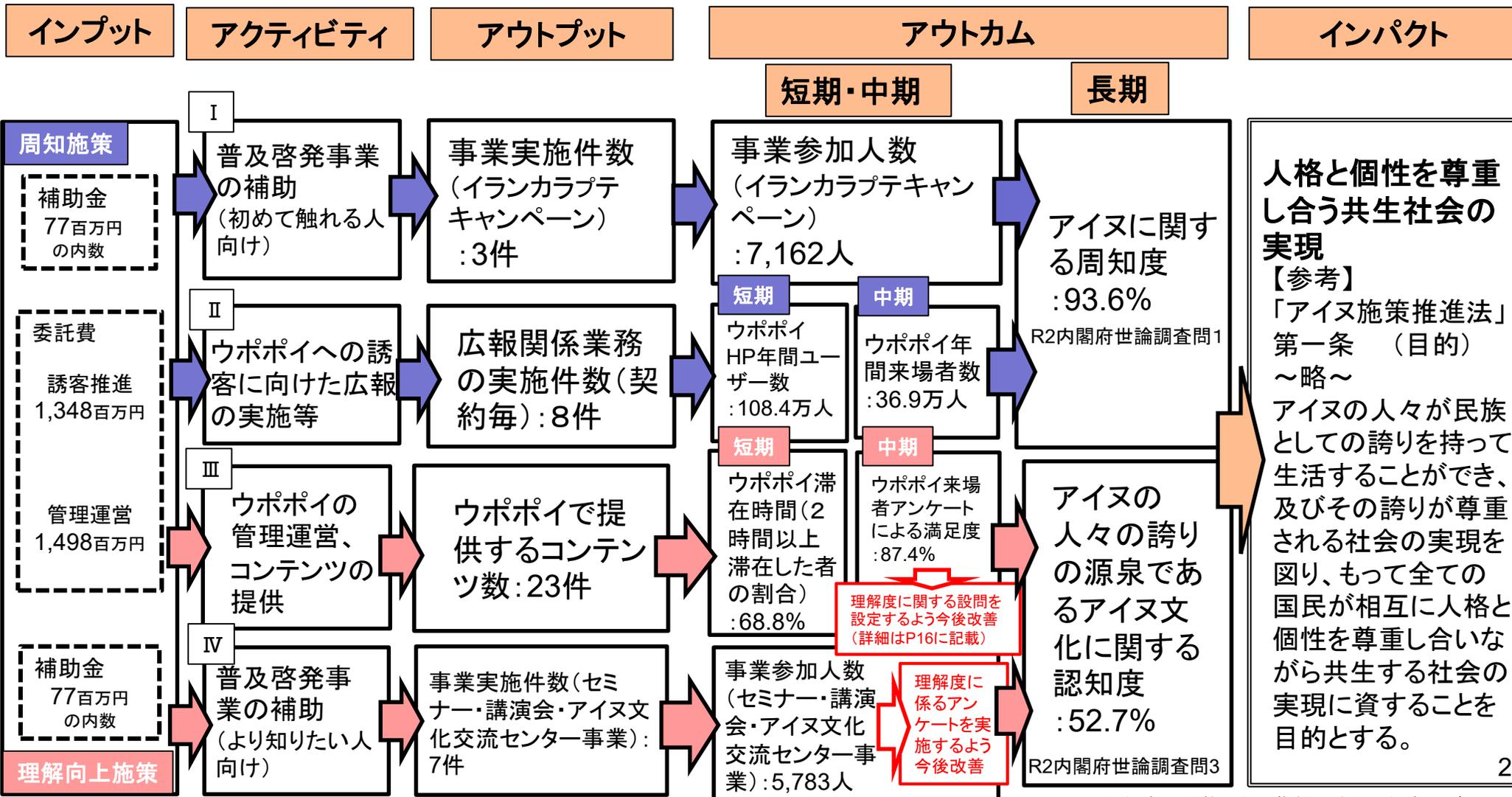


**【想定される論点】**

- アイヌについてより多くの方に知ってもらうための施策は効果的に行われているか。
- アイヌ文化についてより理解を深めてもらうための施策は効果的に行われているか。
- ウポポイの効率的な運営、地域との連携による相乗効果の発揮は十分に行われているか。

# アイヌの伝統等普及啓発等に必要経費(ロジックモデル)

○ 「アイヌ施策推進法」に基づき、人格と個性を尊重し合う共生社会の実現に向け、アイヌの伝統・文化に関する知識の普及・啓発を図るため、アイヌについてより多くの方に知ってもらうための施策(周知施策)とアイヌ文化についてより理解を深めてもらうための施策(理解向上施策)を実施。



※年度の記載のない指標は令和4年度のデータ

○ より多くの方にアイヌについて知ってもらうため、ウポポイの来場者数を増加させるための広報活動や初めてアイヌに触れる人向けの普及啓発イベントを実施しているが、取組は効果的に行われているか。

➤ **I【アウトプット】普及啓発事業の実施件数**  
(イランカラプテキャンペーン)

アイヌ語の挨拶の言葉である「イランカラプテ」をアイヌ文化の情報発信や理解促進のキーワードとして、アイヌ文化等への親近感や共感を高めるため首都圏を中心にアイヌ文化を発信するイベント(イランカラプテキャンペーン)を開催しており、その実施件数をアウトプットとして設定した。

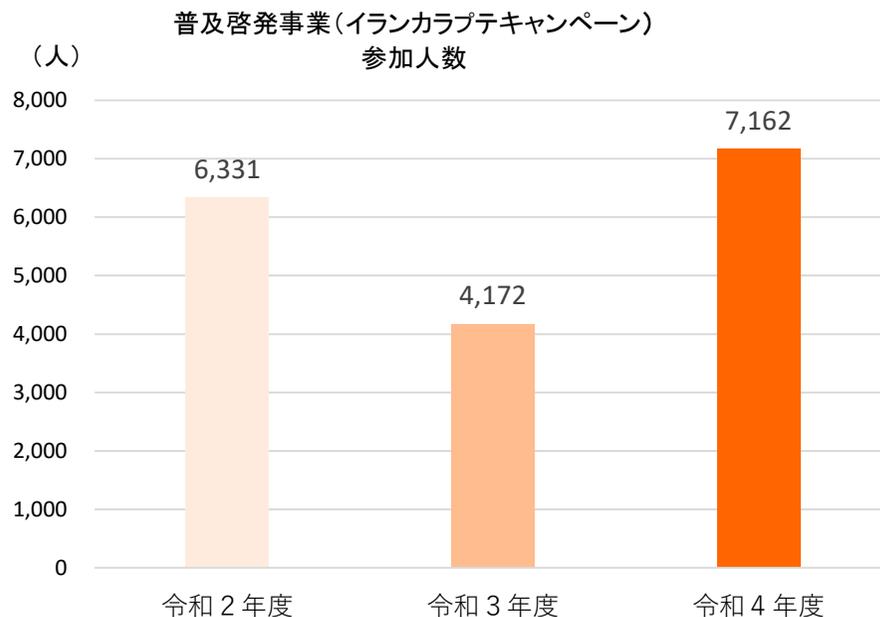
**【事業実施件数】**

- 令和2年度 6件  
(渋谷駅、池袋駅、新宿駅、東京駅、多摩市、羽田空港)
- 令和3年度 5件  
(大阪、東京駅、羽田空港、名古屋駅、伊丹空港)
- 令和4年度 3件  
(名古屋、大阪、埼玉)



➤ **I【短期アウトカム】事業参加人数**

多くの人に普及啓発イベントに参加してもらうことで、アイヌに関する周知度が向上すると考えられることから普及啓発事業(イランカラプテキャンペーン)における参加人数を短期アウトカムとして設定した。



➤ **Ⅱ【アウトプット】**広報関係業務の実施件数(契約毎)  
デジタル広報や旅行見本市への出展などウポポイへの誘客に向けた広報関係業務を実施しており、その**実施件数(契約毎)をアウトプットとして設定した。**

➤ **Ⅱ【短期アウトカム】**ウポポイのHPの年間ユーザー数  
ウポポイへの来場のきっかけとなった情報源の1位(31.7%)はウポポイHPであった。

そのため、**ウポポイHPの年間ユーザー数(※)を短期アウトカムとして設定した。**

※同じIPアドレスを1としてカウント。

(万人) **【短期アウトカム】ウポポイHPの年間ユーザー数**



➤ **Ⅰ、Ⅱ【長期アウトカム】**アイヌに関する周知度

法目的の実現のため、アイヌの人々が民族としての誇りをもって生活することができ、及びその誇りが尊重される社会の実現を図ることとしている。

そのため、アイヌについてより多くの方に知ってもらうことが必要。よって**アイヌに関する周知度(アイヌという民族がいることを知っていると答えた者の割合)を長期アウトカムと設定した。**

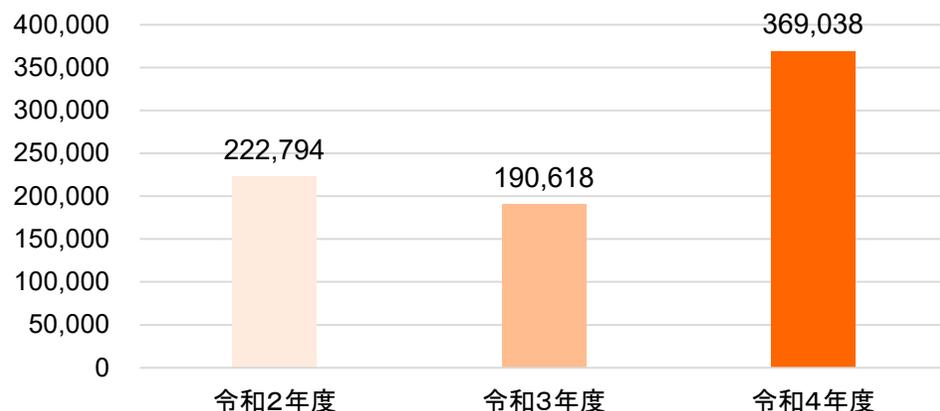
なお、内閣府の世論調査は、複数年に一度の調査であるため傾向は把握できないが、令和2年度(11月)調査による**アイヌに関する周知度は93.6%**となっている。

【参考】調査手法が異なるため、単純比較はできないが、平成30年(7月)調査時のアイヌに関する周知度は94.2%

➤ **Ⅱ【中期アウトカム】**ウポポイ年間来場者数

アイヌに関する周知度を向上させるためには、アイヌの復興・創造の拠点であるウポポイに、より多くの方に来場してもらうことが必要。そのため、**ウポポイ年間来場者数を中期アウトカムとして設定した。詳細な来場者の分析については後述。**

(人) **【中期アウトカム】ウポポイ来場者数**



※令和2年度は開業(R2.7.12)~R3.3.31

※令和3年度は、新型コロナの影響により、R3.6.1~6.21、R3.8.31~9.30の間、臨時休業している。

## 【民族共生象徴空間デジタル広告等誘客推進業務】108百万円

- ▶ デジタルを活用し、道外（教育旅行やインバウンド）やファミリー層の誘客のため下記のような広報を実施。
- ▶ PR動画等のオリジナルコンテンツ、メディアタイアップコンテンツの制作、その他広告を実施。



教育旅行事業者用、学校説明用、インバウンド向け説明用動画紹介



ウポポイ内で体験できるプログラムを紹介するPR動画（再生回数58万回）



著名人によるウポポイ体験動画（再生回数78万回）



子育て情報ウェブサイトでのウポポイPR漫画（バナー広告の表示回数935万回、クリック数3万2千回）

（参考）令和3年度実施 テレビCM制作・放映 257百万円

- ▶ 令和4年2月12日（土）～3月27日（日）北海道及び大都市圏（関東、関西、中部）においてテレビCMを放映。
- ▶ 北海道では、ほぼ100%の認知度を獲得  
道外の各地域は、6～9%程度、認知度が向上。

	北海道		関東		関西		中部	
	CM前	CM後	CM前	CM後	CM前	CM後	CM前	CM後
ウポポイの認知度	95.9%	96.1%	41.1%	47.6%	31.8%	39.2%	29.2%	38.2%
増加率		0.2%		6.5%		7.4%		9.0%

## 【日本観光ショーケースin大阪・関西における出展ブース企画運営業務】13.5百万円

- ▶ 全国各地の幅広い観光業界の商材・コンテンツが集まる機会を捉え、アイヌ文化・ウポポイの紹介ブースを設置。
- ▶ 3日間で業界関係者、一般来場者計1,610人がウポポイブースに来訪。



## 【民族共生象徴空間アイヌ古式舞踊等の海外発信業務】202百万円

- ▶ 国内最大級の旅行見本市ツーリズムEXPOジャパンへ出展。ウポポイと西胆振地域の魅力を訴求。4日間で業界関係者、一般来場者計3,922人がブースに来訪。業界関係者のうち、約半数の48.8%が北海道旅行商品の造成を検討していると回答。
- ▶ メディア等の活用により、アイヌ古式舞踊等の映像を国内外へ発信。



ツーリズムEXPOジャパン2022（東京ビックサイト）出展



オリパラ舞踊披露（札幌）動画

## 【地域のアイヌ文化動画制作等業務】166百万円

- ▶ ウポポイの認知度及び来訪意欲の向上を図るため、国内外にアイヌ文化を発信する動画を作成。
- ▶ 海外向け番組（NHK-WORLD）制作・放映（30分×5本）、国内地上波（テレビ東京）での放映、ウポポイでの展示映像。

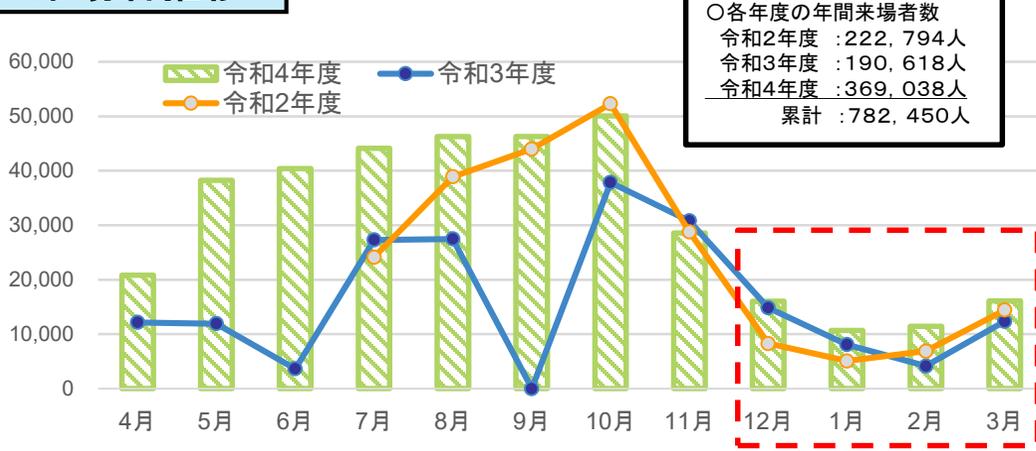


NHK-WORLD「アイヌの大地を訪ねて」

# 【アウトプット】広報関係業務の課題と現状の取組(①冬季誘客)

- 令和4年度年間来場者数は369,038人と過去最多を更新。
- 年間来場者100万人の達成に向けては、冬季(12月頃～3月頃)の誘客が課題。
- 北海道の豊かな冬の観光資源と連携した施策や魅力的なイベントを開催し冬季の誘客を強化。

## 来場者推移



## 誘客施策

- 多くの道外客が来場するさっぽろ雪まつりに広告を出稿



- 家族連れやリピーターを惹きつける冬ならではの体験プログラム・イベントを実施



ホワイトイルミネーション



ドローンショー

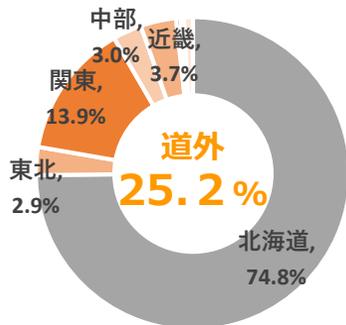


鹿革すべり

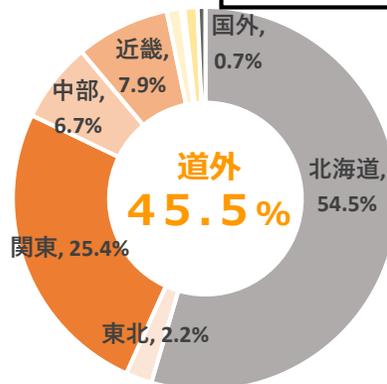
- 令和4年度ウポポイ来場者のうち、道外からの来場者割合は前年度と比較し20.3%増加。
- アフターコロナ時代の来場者の増加に向けて、訴求力の高いTV広報や教育旅行等の誘致のための旅行会社等へのPR、来道ポテンシャルの高いアジア圏への広報など効果的な誘客施策に取り組んでいる。

## 来場者分析(居住地区)

令和3年度



令和4年度



## 誘客施策

### 道外客へのPR

- 大都市圏でのTVCM放映
- 旅行見本市へ出展し旅行会社等へPR



### インバウンドへのPR

- コロナ禍前の来道外国人旅行者は上位5か国がすべてアジア圏

(単位：人)

2019年度	中国	台湾	韓国	香港	タイ
来道旅行者数	594,000	488,900	436,900	177,800	210,600

- SNS、Web広告等を活用し来道ポテンシャルの高い国へPR



台湾・香港向けWebサイト「ラーチャーゴー」にて記事掲載

## 出張公演による道外イベントの実施

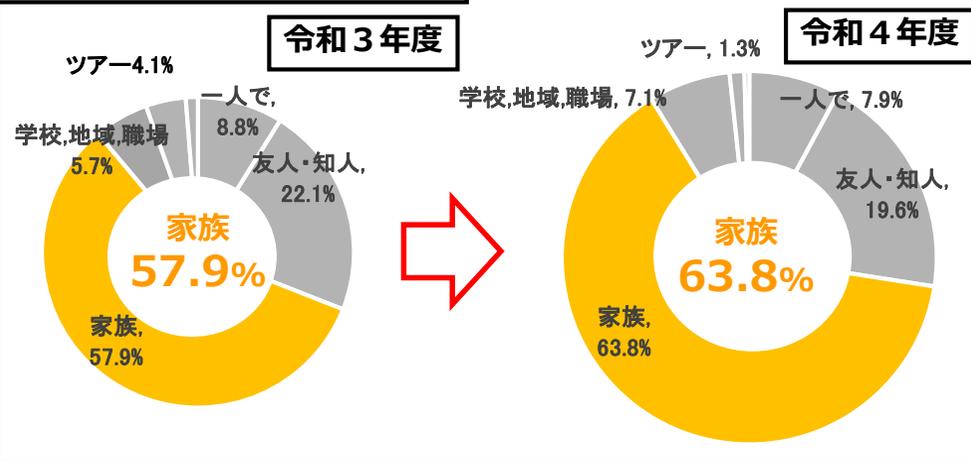
- ウポポイ初となる道外出張公演を令和5年2月に岡山シンフォニーホールにて開催



# 【アウトプット】広報関係業務の課題と現状の取組(③ファミリー層誘客)

- 令和3年度から引き続き令和4年度においても、ウポポイ来場者の中では家族連れが多数を占めており、令和4年度は約6割を占めた。
- 年間来場者数増加に向けて、ファミリー層の誘客に取り組んでいる。

## 来場者分析(同行者)



## 誘客施策

- 家族連れやリピーターを惹きつけるこどもも楽しめる体験プログラム・イベント等の実施



弓矢体験



ウポポイ散策謎解きゲーム

- 漫画やマスコットキャラクターなどのこどもにも親しみやすい素材を活用したPRの実施



子育て情報ウェブサイトでのウポポイPR漫画掲載



北海道観光振興機構とウポポイのキャラクターのコラボ動画放映



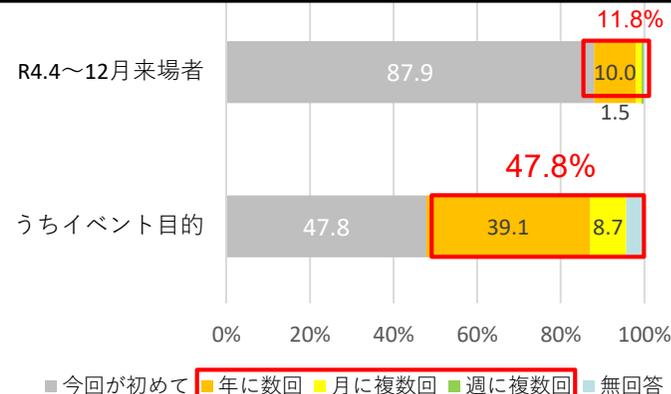
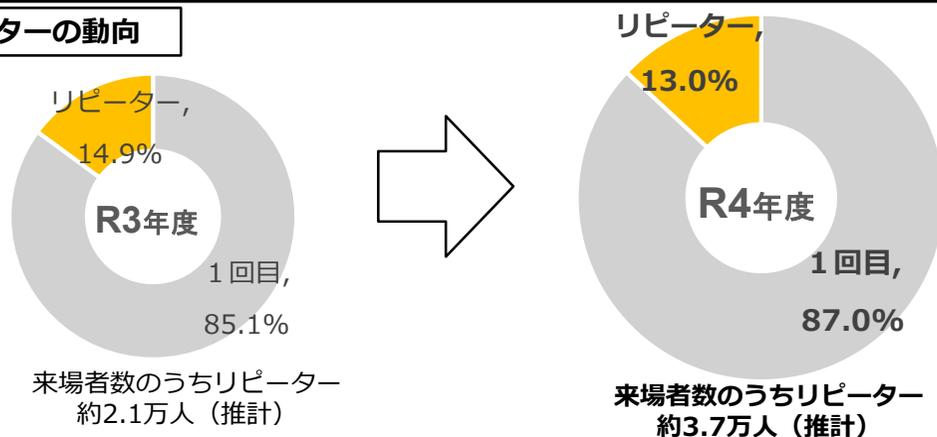
ペーパークラフト



ポン劇場(紙芝居)

○年間来場者数100万人の目標達成に向けて、今後、リピーターの確保もより重要に。  
 ○このため、再訪のきっかけとなる、季節イベント・特別イベントを開催することにより、リピーターの誘客に努めている。

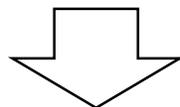
リピーターの動向



イベント目的の来場者のうち約半数がリピーター。

※リピーター数は、来場者数（教育旅行を除く）×リピーター割合により推計。

来場者全体のアンケートでは、施設利用の満足度が高い(「非常に満足+まあまあ満足」(87.4%))ものの、リピーターの比率は縮小傾向。  
 一方、再訪意向の割合は高い(「また来たい」(63.7%)、「イベントやついでの機会があれば来たい」(34.7%))。



再訪のきっかけとなる  
 季節イベント・特別イベントを実施

【季節イベント・特別イベントの例】



ドローンショー



フォトコンテスト



夏期イベント (予約制)  
 (ポロトコタンの夜)



GWイベント  
 (ウポポイ散策謎解きゲーム)

# 年間来場者数目標100万人とのギャップ分析

○ ウポポイは、令和2年7月の開業以来、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、来場者数が伸びず、令和2年度約22.2万人、令和3年度約19.0万人、令和4年度約36.9万人と推移。特に令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響で、臨時休業を実施。

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
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%)	→ 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。
道内客	35万人	13.9万人 (39.7%)	10.4万人 (29.7%)	15.7万人 (44.8%)	→ 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。
道外客	35万人	3.2万人 (9.1%)	3.5万人 (10.0%)	13.1万人 (37.4%)	→ 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。
インバウンド	20万人	—	—	—※	→ 来道ポテンシャルの高いアジア圏への誘客施策が必要。
合計	100万人	22.2万人 (22.2%)	19.0万人 (19.0%)	36.9万人 (36.9%)	

※R5.3は、1,018人来場(アジア系309人、欧米豪系709人)

(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

## 課題

- 開業以来、来場者の増加を目指して、ウポポイの認知度の向上に向けた広報を中心に行ってきたところ。近年は、来場者の分析を基に、冬季の誘客、道外からの誘客、ファミリー層の誘客等を強化してきたところ。
- しかし、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、年間来場者数100万人の目標とは大きく乖離している状態。
- このため、現状の取組を継続するだけでは不十分。

## 改善の方向性

- ロジックモデルや成果指標等の検討を基に、ウポポイ開業後の来場者の動向等を分析し、EBPMに基づく新たな誘客戦略を国土交通省において策定する。

### [想定される誘客戦略の主な内容]

#### ▶ ターゲット毎の目標とのギャップ分析

#### ▶ アフターコロナの時代にマッチした年間来場者目標100万人のターゲット毎の内訳

- ・道内容、道外客、インバウンド、教育旅行等のターゲット毎に区分した目標値を設定
- ・各部署・各予算の目標・責任の明確化のための中間指標を設定

#### ▶ ターゲット毎の誘客の方針

(例)

- ・[道内容]実際の来場のきっかけとなる誘引策の実施
- ・[道外客]ウポポイの認知度の更なる向上に向けた広報
- ・[インバウンド]来道ポテンシャルの高いアジア圏への広報
- ・[教育旅行]ターゲット県に重点化した誘致のための営業活動
- ・[リピーター]複数回の再訪を促すコンテンツの開発

#### ▶ 各方針に基づく効果的な誘客手法

- アイヌ民族文化財団は、新たな誘客戦略に基づき、自らの創意工夫も活かしつつ、事業を効果的に実施。

国土交通省は、新たな誘客戦略の目標・指標に基づき、事業の実施状況をチェック。

○ アイヌ文化についてより理解を深めていただくため、古式舞踊の鑑賞や木彫・刺繍体験、普及啓発のためのセミナー・講演会などを実施しているが取組が効果的に行われているか。

➤ **Ⅲ【アウトプット】ウポポイ提供コンテンツ数**

ウポポイにおいては、アイヌ文化を深めるための多様なコンテンツを実施しており、提供しているコンテンツ・プログラム数をアウトプットとした。

令和2年度14個、令和3年度23個、令和4年度23個  
(アイヌ古式舞踊鑑賞2演目、楽器演奏鑑賞・体験、調理体験、木彫・刺繍体験、口承文芸実演等)

➤ **Ⅲ【短期アウトカム】ウポポイ滞在時間(2時間以上滞在した者の割合)**

ウポポイに来場し、コンテンツ・プログラムを体験する場合、通常2~3時間程度滞在することを想定している。

(博物館1時間、舞踊鑑賞30分、伝統的コタン見学1時間)

なお、2時間を超えると満足度が大きく向上し、滞在時間が長くなるほど、満足度も高くなる傾向がある。

そのため、ウポポイに2時間以上滞在した者の割合を短期アウトカムとして設定している。

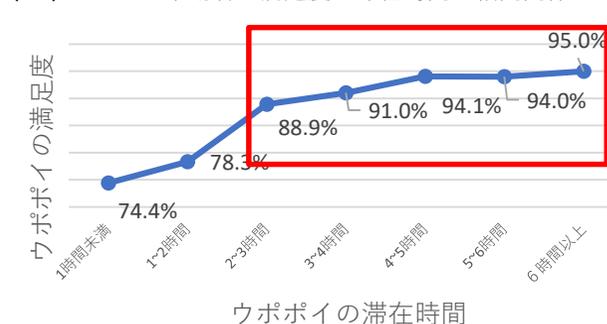
➤ **Ⅲ【中期アウトカム】ウポポイ来場者満足度**

ウポポイ来場者の理解度に関する指標として、現状測定可能な指標として、来場者の満足度を設定していた。

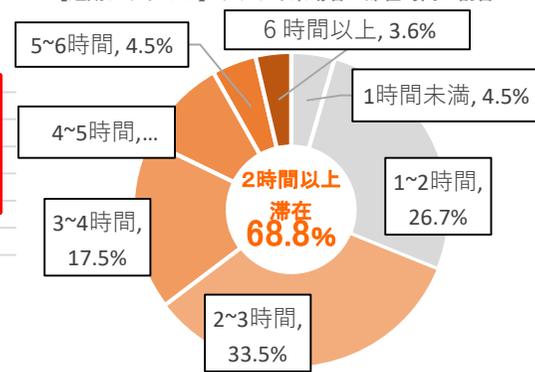
しかし、理解度を測定する指標としては、必ずしも適切とは限らないことから見直しを行う。(具体的な改善案については、後述。)

併せて、滞在時間と理解度の相関関係について改めて検証を行い、その結果を踏まえ短期アウトカムの見直しを検討する。

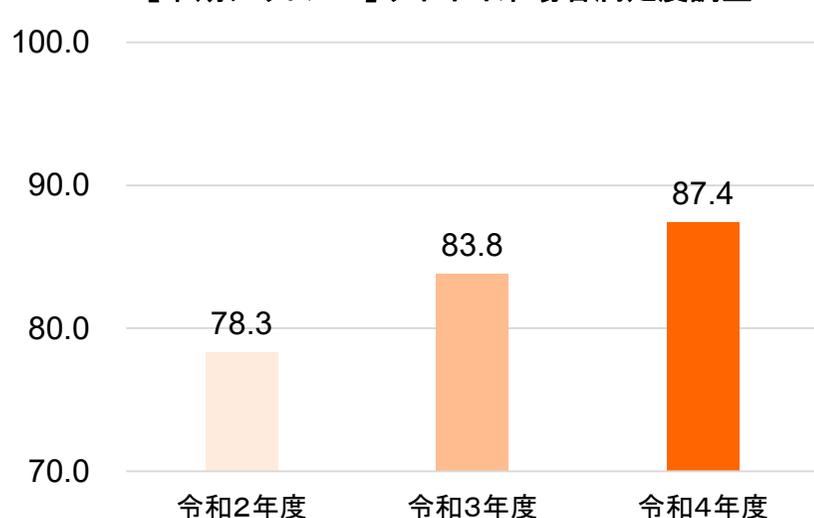
(%) ウポポイ来場者の満足度と滞在時間の相関関係



【短期アウトカム】ウポポイ来場者の滞在時間の割合



(%) 【中期アウトカム】ウポポイ来場者満足度調査



➤ **Ⅳ【アウトプット】普及啓発事業の実施件数(より知りたい人向け)**

アイヌ民族文化財団が実施しているより深くアイヌ文化を知りたい人向けの講演会やセミナーの開催等を支援しており、その**実施件数をアウトプットとした。**  
(令和2年度 4件、令和3年度 5件、令和4年度 7件)

➤ **Ⅳ【短期アウトカム】事業参加人数(より知りたい人向け)**

現状、短期アウトカムとしては、参加人数を設定しているが、参加人数を測定するのみでは理解度を測定する指標としては不十分と考えており、**講演会やセミナーの際、理解度に関する設問を設けたアンケートを新規に実施し、指標として設定するよう改善を行う。**  
(令和2年度2,667人 令和3年度3,552人 令和4年度5,783人)

➤ **Ⅲ、Ⅳ【長期アウトカム】アイヌの人々の誇りの源泉であるアイヌ文化に関する認知度**

アイヌ施策推進法の法目的の実現のためには、アイヌの人々が民族としての誇りを持って生活することができ、及びその誇りが尊重される社会の実現を図る必要がある。

そのためには、アイヌの人々の誇りの源泉であるアイヌ文化についての理解を深めることが重要であることから、**令和2年に実施した「アイヌ政策に関する世論調査」の「アイヌについて知っている事項(文化)」の回答を活用して、長期アウトカムを設定することとした。**

具体的には、アイヌ文化についての理解を深めていただくためには、多岐にわたるアイヌ文化それぞれについて理解を深めていただくことが重要であることから、以下の各項目を知っていると答えた割合の平均を長期アウトカム指標として設定している。



なお、内閣府の全国調査については、複数年に一度の調査であるため傾向は把握できないが、令和2年度(11月)調査による**アイヌ文化の認知度52.7%**となっている。

【参考】調査手法が異なるため、単純比較はできないが、平成30年(7月)調査時のアイヌ文化の認知度は42.1%

ウポポイにおいてアイヌの文化やアイヌの世界観、自然観、儀式等を来場者へ幅広く伝え、理解を深めてもらうために、古式舞踊の鑑賞、木彫、刺繍の工芸技術体験、民族楽器の演奏体験、独特な工芸品の製作体験など様々な体験・参加プログラムを提供。

➤ アイヌ文様



アイヌ文様を使った木彫・刺繍体験が可能。

➤ アイヌ語



チセ（家屋）にてオリジナルの遊びを通じて、楽しくアイヌ語を学習可能。

➤ 伝統的な工芸品



独特な工芸の様々な技法について実演・展示の観覧、製作体験が可能。

➤ 口承文芸・民話



囲炉裏を囲みながら、日々の暮らしの中で語られてきた物語や叙情歌を鑑賞。

➤ 古式舞踊



職員や伝承活動が続けている道内各地域保存会によるアイヌ古式舞踊を鑑賞。参加も可能。

➤ 信仰・儀式



伝統儀礼「カムイノミ」や先祖供養のための「イチャルパ」の鑑賞。

➤ 民族楽器



ムックリ（口琴）やトンコリ（弦楽器）の演奏の鑑賞や演奏体験。

➤ 伝統的な家屋



再現されたチセ（家屋）の室内見学のほか、暮らしや文化について職員が解説。

## 講演会の開催(アイヌの伝統や文化を知りたい人向け)

○ 広く国民を対象に、全国各地で、アイヌの伝統や文化をテーマとした講演会を開催する。平成9年の事業開始以降、全国44都道府県で開催。

### ○ 参加者数

令和2年度:1,065人  
(栃木、山口、札幌)  
令和3年度:1,993人  
(滋賀、群馬、札幌)  
令和4年度:1,659人  
(青森、福井、札幌)



## セミナーの開催(高度な内容について学びたい人向け)

○ 教育関係者や、アイヌの伝統やアイヌ文化に関して基礎的知識を有するような人々を対象に、アイヌ文化に関する様々な分野の講師を迎え、より高度な内容のセミナーを開催。

### ○ 参加者数

令和2年度:0人(コロナにより中止)  
令和3年度:300人(東京)  
令和4年度:768人  
(東京、札幌、オンライン)

## アイヌ文化交流センター事業(東京)

○ 道外に居住するアイヌの人々の文化振興活動の拠点であるとともに、国民がアイヌの伝統や文化に触れる交流の拠点として設置された「アイヌ文化交流センター」を運営。

### ○ 来場者数

令和2年度:1,602人  
令和3年度:1,259人(コロナにより、5/1~6/20、7/12~9/30、2/1~3/21臨時休館)  
令和4年度:3,356人

令和4年度イランカラツテ アイヌ文化体験講座第3回  
アイヌ文様を刺繍した  
テーブルセンターを作ろう!

コースターより大きな作品を作ってみたいという要望にお応えして、今回はより連続講座として開催します。

講師 島田 あけみ 氏(チャシアンカラの会代表)

日時 令和5年1月27日(日) 13:30~16:30  
令和5年2月10日(日) 13:30~16:30

会場 アイヌ文化交流センター 大会議室  
[東京都中央区/豊洲2-4-13 住友不動産八重洲二丁目ビル3階]

FAX: 03-3510-2155 メール: aco-tokyo@f-ainu.or.jp  
定員 10名程度

◎参加者ご確認の方は、1月20日(金)までご申込み用紙の必要事項を記入の上、FAXまたはメールでお申し込みください。

参加費 無料(お茶、テキストはご用意いたします)

持ち物 筆記用具(リフィル・ボールペン・消しゴム・チャックペンシル・鉛筆等)  
※持ち物でないものはご用意ください。

新型コロナウイルス感染症予防の観点から、お申し込みもいたします。

主催 アイヌ文化交流センター  
協賛 国土交通省 国土交通省アイヌ文化振興課



## 改善の方向性

ウポポイ来場者アンケートにおいて、

○ 新たに、理解度に関する設問を設定。

○ また、リピーターの把握と分析のため、来場回数に関する設問の選択肢を修正。

講演会やセミナーの際、理解度に関する設問を設けたアンケートを新規に実施。

### 【ウポポイ来場者アンケート(現状)】

民族共生象徴空間(ウポポイ) お客様アンケートご協力のお願い

このたびは、民族共生象徴空間(ウポポイ)へご来場いただき、誠にありがとうございました。  
ウポポイでは、ご来場のお客様のニーズを把握し、より良い施設・サービスをご提供するために、アンケート調査を実施しております。このアンケート結果を参考として、さらなる向上に努めてまいりますので、ぜひ皆さまの声をお聞かせ下さいませよう、よろしくお願いいたします。

Q1 お客様についてお伺いいたします。  
性別: ①男性 ②女性 ③回答しない

⑤30-39歳

⑤ツアー団体

Q3 本日は、どのような手段でいらっしゃいましたか。(主な手段を1つだけお選びください。)

①自家用車 ②レンタカー ③ツアーバス・貸切バス ④路線バス ⑤鉄道(JR)  
⑥バイク ⑦自転車 ⑧徒歩 ⑨その他( )

Q4 ウポポイに来場されたのは何回目ですか。また、年間パスポートは購入していますか。

①今回が初めて ②数年に1回 ③年に数回 ④月に複数回 ⑤週に複数回 ⑥毎日

Q5 今回のご来場の目的や決め手は何ですか。(3つまで)

①舞踊鑑賞 ②プログラム体験(プログラム名) ③博物館の見学 ④博物館の見学 ⑤祭  
⑥友人・知人・家族に誘われた ⑦学校・職場の行事 ⑧子供を遊ばせられる ⑨一度来てみたかった ⑩イベントがあったから(イベント名)  
⑪その他( )

Q6 本日、ウポポイに入場した時間は何時頃ですか。  
(1)入場時間 ( )時頃  
(2)利用された施設(該当する箇所をすべてお選びください)  
①博物館 ②体験交流ホール ③体験学習館 ④体験工房 ⑤伝統的コタン ⑥なかまどインカ  
⑦炭火ダイニングカフェハルランナ ⑧ミュージアム  
⑨エントランス横ショップ ⑩その他( )

#### 【選択肢修正(案)】

- ①今回が初めて ②2回目 ③3回目 ④4回目  
⑤5回以上( 回目)

Q7 本日、利用された感想をお聞かせください。

	非常に満足	まあまあ満足	普通	やや不満	非常に不満	利用していない
1. ウポポイの全体的な満足度	1	2	3	4	5	—
2. 博物館の展示	1	2	3	4	5	6
3. 体験交流ホールでの舞踊	1	2	3	4	5	6
4. 体験学習館や工房での体験プログラム	1	2	3	4	5	6
5. 復元した建物(伝統的コタン)	1	2	3	4	5	6
6. 高齢者、障がい者、乳幼児への配慮	1	2	3	4	5	6
7. 施設の維持管理(館内外の清掃を含む)	1	2	3	4	5	6
8. パンフレットや案内のわかりやすさ	1	2	3	4	5	6
9. 建物の維持管理(樹木や芝生など)	1	2	3	4	5	6
10. レストランや売店(メニューや価格など)	1	2	3	4	5	6
11. スタッフの対応(受付や案内など)	1	2	3	4	5	—
12. チケット予約、購入(しやすさ、わかりやすさ)	1	2	3	4	5	6

Q8 今回の来場のきっかけとなった情報源は何ですか。(該当するものをすべてお選びください)

- ①ウポポイのホームページ ②ウポポイ以外のホームページ ③新聞 ④TV番組 ⑤TVCM  
⑥ラジオ ⑦雑誌・情報誌 ⑧市町村の広報誌 ⑨ポスター・チラシ ⑩SNS  
⑪動画サイト(YouTube 動画・広告など) ⑫PR イベント・キャンペーン(実施場所: )  
⑬友人・知人・家族に関して ⑭特になし ⑮その他( )  
※①~⑭について具体的な媒体名等をお聞かせください。( )

Q9 ウポポイには、また来たいと思いますか。(1つをお選びください)

#### 【追加設問(案)】

Q8 ウポポイにおける見学・体験により、アイヌの歴史・文化への知識や理解が深まりましたか。また、アイヌの歴史・文化への知識や理解が深まった見学・体験はどれですか。

	とても深まった	まあまあ深まった	どちらとも言えない	あまり深まらなかった	全く深まらなかった	利用していない
1. ウポポイ全体	1	2	3	4	5	—
2. 博物館の展示	1	2	3	4	5	6
3. 体験交流ホールでの舞踊	1	2	3	4	5	6
4. 体験学習館や工房での体験プログラム	1	2	3	4	5	6
5. 復元した建物(伝統的コタン)	1	2	3	4	5	6

➡上記回答の理由をお聞かせください。( )

○ 事業の実施に当たっては、アイヌ民族文化財団への委託及び経費の補助を行っているところ、限られた人員や予算の中で、最大限の効果を発揮できるよう、ウポポイの効率的な運営や地域との連携事業の強化に努めているが、このような取組は十分に行われているか。

### ウポポイの効率的な運営

- ウポポイについては、原則、月曜日が閉園日であるが、今年度から、ゴールデンウィークや夏休み期間など、多くの来場者が見込まれる時期には、月曜日も臨時に公開することとしている。
- また、昨年度から、文化の日(11月3日)を「ウポポイ無料開放DAY」として、入場料を無料にしているところ、当日は、これまでで最多となる約6,500人の方に来場いただいたところ。
- 限られた人員や予算の中で、最大限の効果(=誘客の促進)を發揮できるよう、来場者の動向の把握に努め、弾力的かつ効率的なウポポイの運営に努めている。

○ ウポポイ無料開放DAY



○ 月曜日の臨時公開に伴う追加来場者数見込

令和5年度臨時公開日	想定来場者数(人)
5月1日(月)	1,700
7月10日(月)	1,000
8月14日(月)	2,000
9月19日(火)	1,000
2月5日(月)	1,000
	6,700

### 地域との連携強化

- 論点①に掲げた誘客施策の実施に当たっては、ウポポイの周辺市町村や道内各地域のアイヌ舞踊保存会等と連携するなど、効率的な取組となるよう、努めてきたところ。
- 北海道内各地域との連携の強化に努めつつ、相乗効果を高めながらより効率的な誘客施策を実施。

【地域の保存会による舞踊披露】



	令和3年度	令和4年度
参加団体数(団体)	6	10
公演数(回)	36	52
観覧者数(人)	4,124	8,608
公演日のウポポイ平均来場者数(人/日)	1,217	1,513
土日祝日のウポポイ平均来場者数(人/日)	895	1,399

※地域の保存会舞踊披露は土日祝日にも開催

(参考)国土交通省関係事業の資金の流れ(令和4年度)

<収入>

<支出>

(単位:百万円)

来場者  
ウポポイ

国土交通省

北海道

入場料収入等  
(国土交通省関係分)  
(178)

委託費 2,846

委託費(管理運営)  
(1,498)

委託費(誘客推進)  
(1,348)

補助金  
(77)

補助金  
(77)

公益財団法人アイヌ民族文化財団

国立民族共生公園等管理 (1,676)

- 国立民族共生公園等の運営に係る人件費
- 施設の維持管理に係る経費(警備、清掃、除雪等)
- 体験交流ホールの運営に係る経費
- 体験交流プログラムの実施に係る経費 等

Ⅲ 理解向上施策

誘客推進 (1,348)

- デジタル広告等に係る経費
- 地域のアイヌ文化動画制作等に係る経費
- 旅行見本市への出展に係る経費
- 季節・特別イベントの開催に係る経費 等

Ⅱ 周知施策

アイヌの伝統等に関する普及啓発 (154)

- アイヌの伝統等に関する普及啓発事業に係る人件費
- イランカラプテキャンペーンの実施に係る経費
- アイヌ文化交流センターの運営に係る経費
- 児童生徒向け副教材の作成・配布に係る経費
- セミナー・講演会の開催に係る経費 等

Ⅰ 周知施策  
Ⅳ 理解向上施策

# (参考)成果指標に係る世論調査・アンケートの詳細

## ○ 長期アウトカム(アイヌに関する周知度) 令和2年11月内閣府世論調査

(1) アイヌに関する周知度

問1 あなたは、アイヌという民族を知っていますか。それとも知りませんか。  
(〇は1つ)

**【結果】知っていると答えた割合93.6%**

・知っている	93.6%
・知らない	6.2%

## ○ 長期アウトカム(アイヌ文化に関する認知度) 令和2年11月内閣府世論調査

(イ) アイヌについて知っている事項(文化)

(問1でアイヌ民族がいることを「知っている」と答えた方(1,654人)への質問)

問3 あなたは、アイヌ文化についてどのようなことを知っていますか。(〇はいくつでも)

**【結果】知っていると答えた各項目の平均52.7%**

該当者数	3. 衣服や服飾品を彩る独特なアイヌ文様があること	1. アイヌ語という独自の言語があること	6. 盆や衣服などアイヌ独自の伝統的な工芸品があること	2. 豊かな表現で語り伝えてきた口承文芸があること	4. 伝統的な古式舞踊があること	7. アイヌ独自の信仰・儀式があること	5. アイヌ独自の民族楽器があること	8. アイヌ独自の伝統的な家屋があること
1,654	83.1	81.3	49.8	47.6	45.9	44	41.1	28.4

## ○ アウトプット(ウポポイ来場者の滞在時間) 令和4年ウポポイ来場者アンケート

【設問】(令和4年10月調査開始)

Q ウポポイに入場した時間は何時頃ですか？

※アンケート調査実施時間(退園時間)との差を各人の滞在時間として測定。

**【結果】2時間以上滞在した者の合計68.8%**

	1時間以内	1~2時間	2~3時間	3~4時間	4~5時間	5~6時間	6~7時間	7~8時間	8時間以上	合計
R4年度累計	49	294	369	193	106	50	27	10	3	1,101
(10月~3月)	4.5	26.7	33.5	17.5	9.6	4.5	2.5	0.9	0.3	100.0

## ○ 短期アウトカム(ウポポイ来場者の満足度) 令和4年ウポポイ来場者アンケート

【設問】

本日、利用された感想をお聞かせください。

	非常に満足	まあまあ満足	普通	やや不満	非常に不満	利用していない
1. ウポポイの総合的な満足度	1	2	3	4	5	—

**【結果】「非常に満足」及び「まあまあ満足」の合計87.4%**

総合的な満足度	満足			普通	やや不満	非常に不満	合計
	非常に満足	まあまあ満足					
R4年度累計	2,064	1,155	909	232	34	31	2,361
	87.4	48.9	38.5	9.8	1.4	1.3	100.0

上段: 件数、下段: 構成比%

# (参考)ウポポイ来場者アンケート等の概要

## ① ウポポイ来場者アンケート(令和2年度～)

調査手法: 無作為抽出による聞き取り調査  
退園時に実施。

調査日時: 毎月平日1回、休日1回

回答者数: 毎月約200人、年間約2,400人

※ 毎月の調査のほか、GW、夏休み、冬休み、  
無料開放日などのイベント開催の際は、追加で  
イベントに関するアンケートを実施。

※ 上記聞き取り調査のほか、据置きアンケート  
(園内に設置したご意見箱による自由記述の  
意見聴取)も実施。

### 民族共生象徴空間(ウポポイ) お客様アンケートご協力のお願い

このたびは、民族共生象徴空間(ウポポイ)へご来場いただき、誠にありがとうございました。  
ウポポイでは、ご来場のお客様のニーズを把握し、より良い施設・サービスをご提供するために、アンケート調  
査を実施しております。このアンケート結果を参考としまして、さらなる向上に努めてまいりますので、ぜひ皆さ  
まの声をとお聞かせ下さいませ、よろしくお願い申し上げます。

**Q1 お客様についてお伺いいたします。**  
性別: ①男性 ②女性 ③回答しない  
年齢: ①小学生 ②中学生 ③15-19歳 ④20-29歳 ⑤30-39歳  
⑥40-49歳 ⑦50-59歳 ⑧60-69歳 ⑨70歳以上  
住所: 園内の方( ) 市町村 園外の方( ) 都府県  
園外の方: 国名( )

**Q2 本日は、どなたといらっしゃいましたか。(1つお選びください)**  
①一人で ②友人・知人 ③家族 ④地域・職場・学校などの団体 ⑤ツアー団体  
⑥その他( )

**Q3 本日は、どのような手段でいらっしゃいましたか。(主な手段を1つだけお選びください。)**  
①自家用車 ②レンタカー ③ツアーバス・貸切バス ④路線バス ⑤鉄道(JR)  
⑥バイク ⑦自転車 ⑧徒歩 ⑨その他( )

**Q4 ウポポイに来場されたのは何回目ですか。また、年間パスポートは購入していますか。**  
①今回が初めて ②数日に1回 ③月に数回 ④月に複数回 ⑤週に複数回 ⑥毎日  
➔①今回が初めて以外の方にお伺いします。主にどのような理由で複数回来場していますか。  
[ ]

➔年間パスポートの購入  
( )  
①購入済み ②購入予定である ③購入予定はない ④年間/スポーツを知らなかった ( )

**Q5 今回の来場の目的や決め手は何ですか。(3つまでお選びください)**  
①無語鑑賞 ②プログラム体験(プログラム名 )  
③伝統的コタンの見学 ④博物館の見学 ⑤景色を楽しむため ⑥近くに来たついでに  
⑦友人・知人・家族に誘われた ⑧学校・職場の行事として ⑨ツアー行程に含まれていた  
⑩子供を遊ばせられる ⑪一度来てみたかった ⑫アイヌ文化・歴史の学習のため  
⑬イベントがあったから(イベント名 )  
⑭その他( )

**Q6 本日、ウポポイに入場した時間は何時頃ですか。また、利用された施設はどちらですか。**  
(1)入場時間 ( ) 時頃  
(2)利用された施設(該当する箇所をすべてお選びください)  
①博物館 ②体験交流ホール ③体験学習館 ④体験学習館別館 ⑤体験学習館別館2号館  
⑥工房 ⑦伝統的コタン ⑧ななかまどイレンカ ⑨カフェルーム ⑩ヒナペンチキッチン 炎  
⑪炭火ダイニングカフェバルランテ ⑫ミュージアムショップ  
⑬エントランス棟ショップ ⑭その他( )

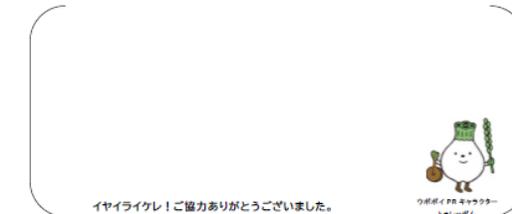
Q7 本日、利用された感想をお聞かせください。

	非常に満足	まあまあ満足	普通	やや不満	非常に不満	利用してない
1. ウポポイの全体的満足度	1	2	3	4	5	—
2. 博物館展示	1	2	3	4	5	6
3. 体験交流ホールでの鑑賞	1	2	3	4	5	6
4. 体験学習館や工房での体験プログラム	1	2	3	4	5	6
5. 復元した建物(伝統的コタン)	1	2	3	4	5	6
6. 実物音 羅がい音 乳幼児への配慮	1	2	3	4	5	6
7. 高野の維持管理(屋内外の清掃を含む)	1	2	3	4	5	6
8. パンフレットや案内のわかりやすさ	1	2	3	4	5	6
9. 建物の維持管理(樹木や芝生など)	1	2	3	4	5	6
10. レストランや売店(メニューや価格など)	1	2	3	4	5	6
11. スタッフの対応(受付や案内など)	1	2	3	4	5	—
12. チケット予約、購入(しやすさ、わかりやすさ)	1	2	3	4	5	6

**Q8 今回の来場のきっかけとなった情報源は何ですか。(該当するものをすべてお選びください)**  
①ウポポイのホームページ ②ウポポイ以外のホームページ ③新聞 ④TV番組 ⑤TVCM  
⑥ラジオ ⑦雑誌・情報誌 ⑧市町村の広報誌 ⑨ポスター・チラシ ⑩SNS  
⑪動画サイト(YouTube動画・広告など) ⑫PRイベント・キャンペーン(実施場所: )  
⑬友人・知人・家族に誘われて ⑭特になし ⑮その他( )  
➔②-⑫について具体的な媒体名等をお聞かせください。( )

**Q9 ウポポイには、また来たいと思いますか。(1つお選びください)**  
①また来たい ②イベントやついでの場合はあればまた来たい ③季節を変えてまた来たい  
④もう来たくない  
➔どのようなイベントや施設等があれば、また来たいかを聞かせください。( )

**Q10 その他、お気づきの点やご要望がございましたらご記入ください。**  
[ ]



## ② ウポポイ教育旅行アンケート(令和2年度～)

調査手法: 教育旅行で来場した児童生徒・教  
員に対してアンケート用紙を配布、  
後日回収。令和5年1月からは、WEB  
方式(教員向け)も試行。

回答者数: 児童生徒約45,000人、教員約2,700人  
(令和4年度実績)

### 民族共生象徴空間(ウポポイ) アンケートのお願い (高校生用)

公益財団法人 アイヌ民族文化財団  
イランカラコチ(こんちら)!!! ウポポイはいかがでしたか。ウポポイをより楽しい場所にし、来場者  
皆さんの後々の方々にアイヌ文化を知っていただくための助けをできる。皆さんの感想や声をお聞かせく  
ださい。  
答えを返さなくとも、□に「レ」を付けて、間違えたら消してください。( )内は自由記述してください。

**Q1 学校名と学年を教えてください。**  
学校名( ) 学年( )  
□①高校1年生 □②高校2年生 □③高校3年生

**Q2 ウポポイにおける見学・体験により、アイヌの歴史・文化への理解や興味が深まりましたか。**  
□①とても深まった □②まあまあ深まった □③どちらでもない □④あまり深まらなかった  
上記回答の理由( )

**Q3 アイヌの歴史・文化への理解や興味が深まった理由・体験はどれですか。**

	非常に満足	満足	まあまあ満足	普通	やや不満	非常に不満
1. 博物館の展示	□	□	□	□	□	□
2. 語り、歌やムツラの音楽 などの鑑賞	□	□	□	□	□	□
3. 本やアイヌの歴史などに 触れて帰らした読書体験	□	□	□	□	□	□
4. 伝統的な茅葺きの家の見学	□	□	□	□	□	□
5. アイヌ料理の体験	□	□	□	□	□	□

**Q4 ウポポイには、また行きたいですか。**  
□①是非行きたい □②是非行かない □③どちらでもない

**Q5 また行きたい方は、実はどう行きたいですか。(いくつでも)**  
□①家族と □②友達と □③一人で □④その他( )

**Q6 (1) ウポポイでは、おみやげなどの買いたいものや場所はありましたか。**  
□①ありました □②なかった  
□③ウポポイ・グッズ(オリジナル、マスク、帽子、メモ帳など)  
□④アイヌ文化のグッズ(マスコットグッズなど)  
□⑤フレッシュ・アイヌ文庫のグッズ □⑥ムツリ □⑦お菓子 □⑧何もなかった  
□⑨その他( )

**Q7 今回のウポポイへの訪問を通じて、アイヌ文化について学ばれたことや発見したことがあれば、自由  
に書いてください。**  
[ ]

### 民族共生象徴空間(ウポポイ) 訪問に関するアンケート調査へのご協力のお願い (ご引率の先生方用)

公益財団法人 アイヌ民族文化財団  
イランカラコチ(こんちら)!!! このたびは、民族共生象徴空間(ウポポイ)へ児童生徒の皆さんを  
案内したことにありがとうございます。  
ウポポイでは、今後の教育旅行における学校関係者の期待に応えるために、どのように案内する  
いくべきかを検討していきたい。教員の皆さまの声を聞かせたいです。よろしくお願いいたします。  
選択式の設問は、該当する回答のチェックボックスに「レ」を付けてください。また自由記述欄は、任  
意の回答を記述してください。

**Q1 お客様についてお伺いいたします。**  
学校名( ) 学校( )  
引率した児童生徒の学年: □①小学生 □②4年生 □③5年生 □④6年生  
□⑤中学生 □⑥1年生 □⑦2年生 □⑧3年生  
□⑨高校1年生 □⑩2年生 □⑪3年生

**Q2 今回の教育旅行でウポポイを目的とした個人で参加していただく。(複数回答可)**  
□①教育委員会の推薦があったため □②学校の先生や保護者等から評判を聞いたため  
□③旅行会社からの提案があったため □④学校としてアイヌ文化を学習テーマに採入れたことを最初から決めていたため  
□⑤提供されるプログラムや展示が教育の素材としての魅力を感じたため □⑥入場料金が安価(小学生は無料)であったため  
□⑦主な目的への経路上に立地していたため(主たる目的地: )  
□⑧コロナ禍のために他の目的地が限られていたため  
□⑨その他( )

**Q3 ウポポイへ参ることを決めた時期はいつ頃ですか。**  
□①3か月前以内 □②6か月前以内 □③1年前以内 □④その他( )年( )か月前

イヤイライクレ!!! ご協力ありがとうございました!!!