

まち・ひと・しごと創生総合戦略重要業績評価指標（K P I）進捗状況表

推進交付金事業に特に関わりのあるKPI

交流による賑わいづくり			
指標名	指標値	令和3年度実績	到達率
観光入り込み客数	3,125 千人	1,684 千人	53.89 %

令和2年度実績	増減
1,774 千人	90千人減 ↓

関連事業	事業内容	実施内容詳細	課題・事業展開の方向性等
町内活性化イベント開催事業	町内の賑わい創出のためのイベント開催	・ポロミントラにおいてアイヌ文化PR、食、音楽、子ども向けイベントを7月～9月において5日間開催	・町内に幅広く観光客が周遊する企画が必要
ポロミントラ魅力向上事業	ポロミントラの賑わい創出のための遊具整備	・R2年度…ふわふわドーム、クリフクライマー ・R3年度…ブランコ、すべり台	・利用状況の推移を見ると好調であることから、家族連れ憩いの場となるよう利用向上に向けたPR等
観光情報発信強化事業	観光情報の発信強化 観光協会Webサイトの刷新	・閲覧者が視覚的に見やすい階層化と画像を多用した他、英語圏にも発信するように英語版を制作	・アクセス数向上に向け、SNS発信や閲覧者が欲しい情報ニーズの把握等
おもてなしガイド活用推進事業	観光ガイド養成のための講座の運営	・初心者向けに白老の自然、アイヌ文化、歴史を学んだ上で町内のフィールドワークを実施	・受講者の参加数が頭打ちになりつつある
観光客誘客推進事業	道内外誘客活動及びPR活動 虎杖浜・竹浦地区活性化のための補助	・虎杖浜・竹浦地区活性化に係る補助、観光機構等と連携した道内外誘客活動（福岡・大阪等）	・アフターコロナでインバウンドが戻りつつあるため、デジタル、海外プロモーションが必要
経済波及効果測定分析事業	来訪者動向調査・分析等	・町内観測地点を設定し、来訪者がどのような周遊を行ったか等をGPSを用いて分析する。	・得たデータからターゲットを絞り、効果的なプロモーションが必要

委員からの主な意見

- ・ウポポイは白老町にとって観光の顔。積極的にPRしてほしい。
- ・町だけに頼らず、民間もより力を入れていかなければならないと感じる。そのバランスも重要。
- ・ふるさと学習などで小中学生が地元のパンフレットなどを作成し観光客に紹介するのもおもしろい。子どもたちがまちに愛着を持たせ、大人になったときにより魅力を感じることができる。
- ・旅行にも、その時々流行りがある。流行に乗る活動も大事と感じる。学生割をもっと広げられれば、若い人も集まるかもしれない。

まち・ひと・しごと創生総合戦略重要業績評価指標（KPI）進捗状況表

「住みたい」を叶えるまちづくり			
指標名	指標値	令和3年度実績	到達率
完全移住者数	40人/年	52人/年	130%

令和2年度実績	増減
16人/年	36人増 ↑

関連事業	事業内容	実施内容詳細	課題・事業展開の方向性等
UIターン新規就業者移住支援事業	東京圏からの移住希望者への就業マッチング支援 ※道との共同事業	・東京圏から白老町に移住し、北海道のマッチングサイトに掲載された企業等に就業、もしくは、起業した場合の移住支援金を支給	・HP、SNS等を通じた事業の周知、相談体制の継続
移住・定住促進事業	移住・定住プロモーション活動 オンライン相談の実施	・移住相談、受入対応 57件 ・北海道「いぶり暮らし」オンラインセミナー 13名参加 ・北海道移住・交流フェア2021 2組3名参加	・オンラインを活用した多面的な町の魅力発信、相談体制の継続 ・専用WEBサイト、SNS、周知パンフレット等による移住後の暮らしをイメージできる多様な情報提供
移住定住促進家賃サポート事業	町外から町内民間賃貸住宅に入居する若年世帯等への家賃補助	・町外から町内民間賃貸住宅に転入した若年世帯、子育て世帯に対して家賃の一部を補助 ・継続 若年世帯3件、新規 若年世帯5件・子育て世帯2件 計10件	・転入時にチラシの配布、町内事業所や不動産業者等への周知の継続
しらおいファンづくり事業	まちのファンづくりによる関係人口の創出・拡大	・制度構築 ・Webサイト作成(コンテンツ拡充)	・イベント等で、認知度向上に向けたPRが必要。

委員からの主な意見

- ・移住を考えている人へピンポイントで情報発信してほしい。例えば高校・大学を卒業して5年以内の人。それから、低価格でのお試し移住なんか企画してもおもしろい。
- ・修学旅行先で白老町の宣伝を通して学習するもの良いかもしれない。また仙台市とは姉妹都市であるから、そこでの発信も強化することも良い。
- ・移住してきた後、何十年も白老町に住み続けてもらうための施策も必要と感じる。
- ・不動産は近年とても好調。チャンスの年。魅力づくりとまとめて情報発信を強化してほしい。
- ・漁業界においても人手不足は深刻。募集フェアなどに参加しているがなかなか集まらないのが現状。職の観点からは、今後は外国人の移住定住も視野に入ってくる。
- ・星野リゾートやウポポイの影響もあるのではないかな。農協も人手不足等は非常に厳しい状況。白老町は畜産や水産がメインになるが、設備投資が難しい面もある。年間2～3人の新規就業で良い方。その点、観光は力を入れやすく結果出やすいし分かりやすいと思うから、持続的な活動になるよう力を入れてほしい。

まち・ひと・しごと創生総合戦略重要業績評価指標（K P I）進捗状況表

“関わり”を活かしたまちづくり			
指標名	指標値	令和3年度実績	到達率
ふるさと納税寄付件数	35,750 件	39,175 件	109.6 %

令和2年度実績	増減
22,513 件	16,662件増 ↑

関連事業	事業内容	実施内容詳細	課題・事業展開の方向性等
ふるさと納税推進PR事業	ふるさと納税に係る特産品返礼等	・ポータルサイト委託、特産品返礼、広告掲載 ・627,273千円の寄附額(過去最高)	・交流人口(及び寄附額)増に向けた、広告等の継続
観光情報発信強化事業	観光情報の発信強化 観光協会Webサイトの刷新	・閲覧者が視覚的に見やすい階層化と画像を多用した他、英語圏にも発信するように英語版を制作	・アクセス数向上に向け、SNS発信や閲覧者が欲しい情報ニーズの把握等
しろおいファンづくり事業	まちのファンづくりによる関係人口の創出・拡大	・制度構築 ・Webサイト作成(コンテンツ拡充)	・イベント等で、認知度向上に向けたPRが必要。

委員からの主な意見

- ・白老牛やハンバーグなど、農協としてもチャンス。
- ・素晴らしい数値だと感じる。今後も継続していただきたい。
- ・ふるさと納税返礼の際、町から何かメッセージやお手紙などあれば、一緒に同封することでよりPRに繋がるのではないか。
- ・ふるさと納税関連で白老町の名前はよく出てくる。町としてもチャンスだと思う。
- ・インフォメーションセンターでもパンフレットなどを取り扱い、人気があると聞く。

【総評】

令和3年度は、ウポポイの開業による経済効果等を活用し交流人口を拡大させ、人口減少の抑制や若者誘致による人口構造の適正化に取り組んできた。

本事業は3か年計画で令和3年度は1年目であるが、昨年引き続き新型コロナウイルスの感染拡大により、令和3年度実施事業の一部が中止に追い込まれる等、KPI達成に大きな影響を及ぼし、全項目の目標達成とはならなかった。

今後においては、社会情勢を見極めながら、ウポポイを中心とした経済効果を町全体に波及させ、まちのファンから移住・定住へのステップアップを目指すと同時に、おもてなしガイド人材をはじめとする受け入れ態勢の強化、子育て支援策の継続等、交付金事業の成果を十分に活用し、更なる地方創生の推進を目指していく。