

令和6年度 事業報告

1. 概要

令和6年度は、経済もバブル期を最高値も更新し日経平均株価が初の4万円台となった5年度から引き続き株価の変動が激しい年となっています。デフレ脱却、物価上昇に伴い賃金上昇がみられる傾向と言われていたのですが、国民の大半は景気が良くなったことの実感を受け止められていない状況にあります。

国内では20年ぶりに新紙幣が発行され、パリ五輪に参加した日本人選手が過去最多となる18個の金メダル、総数43個と国際的な舞台で活躍する明るい話題が挙がる一方で、政治家による「政治とカネの問題」が混沌とした日本経済を象徴しているように感じます。

道内では、新千歳空港の発着、国際線の回復や訪日客増加が後押しし宿泊者数は前年度比3.8%増で、感染症の影響がなかった2019年の約9割の水準に戻ってきています。

町内では、町最大のイベントが名称を変え2年目を迎えた「びらとり食の祭典」が盛況に終わり、すずらん観賞会や全道PKグランプリも通常開催されました。

令和6年度は町補助金や北海道観光機構補助を活用した観光推進事業はじめ、クラフトジンの商品化、観光庁事業、アイヌ文化体験交流事業など多くの観光ツアーに携わることが出来ました。

また、都市圏を中心とした飲食イベントや近隣町との連携を図った観光PR促進事業など様々なイベントに参加し、道内外への積極的なPR活動を実施することができました。町をはじめ関係機関のご指導、ご支援並びに会員のご協力に対して感謝を申し上げ、以下事業概要について報告いたします。

2. 理 事

役職名	氏 名	事業所名
会 長	山 口 尚 之	(株)びらとりミート
副会長	山 田 隆	びらとり温泉ゆから
副会長	新 井 貞 則	(一社) びらとりウレシパ
理 事	平 村 徹 郎	平取町建設協会
理 事	藤 谷 直 樹	平取町課長職会
監 事	池 田 優 作	苫小牧信用金庫平取支店
監 事	佐 藤 和 三	平取町副町長

3. 各種会議等開催状況

(1) 総 会

開催年月日	会 議 名	議 件
R6. 05. 29	令和6年度 (一社) びらとり観光協会 通常総会	1 令和5年度事業報告並びに 収支決算書について 2 令和6年度 事業計画(案)並びに 計収支予算書(案)について 3 役員欠員に伴う補充について

(2) 理 事 会

開催年月日	会 議 名	議 件
R6. 05. 08	第1回 理事会	1 会員加入について 2 令和6年度通常総会の日程について 3 令和6年度通常総会の 議案内容について 4 各種委託業務について 5 新商品の進捗状況について
R6. 10. 22	第2回 理事会	1 各種事業の進捗状況について 2 今後の事業予定について
R7. 03. 14	第3回 理事会	1 各種事業の進捗状況について 2 今後の事業予定について

(3) 各種会議

開催年月日	会 議 名 及 び イ ベ ン ト	出 席 者
R6. 04. 18	第 1 回すずらん観賞会実行委員会	山口・斉藤
R6. 05. 09	優駿日高道！！オールひだか魅力発信協議会	山口
R6. 05. 13	鵜川・沙流川 WAKUWAKU 協議会 第 1 回策定部会	斉藤
R6. 05. 21	平取町商工会 総会	山口
R6. 06. 03	モンキーリバー会議	山口
R6. 06. 12	日高観光ネットワーク会議 (WEB)	斉藤
R6. 07. 02	鵜川・沙流川 WAKUWAKU 協議会 第 2 回策定部会	斉藤
R6. 07. 03	第 1 回びらとり食の祭典実行委員会	山口・斉藤
R6. 07. 11	三館合同運営委員会	山口
R6. 07. 18	第 1 回エコミュージアム検討 WG	山口・斉藤
R6. 08. 02	チプサンケ実行委員会	山口・斉藤
R6. 09. 03	第 2 回びらとり食の祭典実行委員会	山口・斉藤
R6. 09. 06	第 2 回エコミュージアム検討 WG	斉藤
R6. 09. 26	日高観光ネットワーク会議 (WEB)	斉藤
R6. 10. 21	第 3 回エコミュージアム検討 WG	斉藤
R6. 11. 05 ～06	日高観光ネットワーク会議 山日高開催	斉藤
R6. 11. 01	鵜川・沙流川 WAKUWAKU 協議会 第 3 回策定部会	斉藤
R6. 12. 05	日高観光ネットワーク会議 (WEB)	斉藤
R7. 01. 21	第 1 回先住民フォーラム会議	山口
R7. 01. 29	日高観光ネットワーク会議 (WEB)	斉藤
R7. 02. 19	第 2 回先住民フォーラム会議	山口
R7. 02. 26	第 4 回エコミュージアム検討 WG	斉藤

(4) 事業活動

I. 観光客誘致事業

各種イベントを通じて本町の魅力ある特産品等を町外に発信し、本町の観光振興、誘客に繋げることを目的に事業実施を行った。

① まるまるひがしにほん（埼玉県）	6/25（火）～30（日）
② びらとり温泉ゆから10周年記念イベント	7/27（土）
③ 大ほっかいどう祭（札幌市）	7/27（土）～28（日）
④ ホッカイドウ競馬びらとりDAY（門別競馬場）	8/8（木）
⑤ イランカラプテマルシェ（二風谷）	8/16（金）
⑥ イランカラプテマルシェ（二風谷）	8/23（金）
⑦ オータムフェスタ2024 第1期（札幌市）	9/6（金）～10（火）
⑧ オータムフェスタ2024 第2期（札幌市）	9/13（金）～17（火）
⑨ ツーリズム EXPO ジャパン（東京ビッグサイト）	9/26（木）～29（日）
⑩ 二風谷コタンDAY（二風谷）	10/14（日）
⑪ 日高トレイル（浦河）	10/26（土）～27（日）
⑫ 北海道食とロケ地観光フェスティバル（札幌市）	11/10（日）
⑬ オールひだか魅力発信キャンペーン（札幌市）	11/14（木）～15（金）
⑭ CAPO 大谷地 PR 物販（札幌市）	12/14（土）～15（日）
⑮ 平取町のアイヌ工芸（チカホ）	2/22（土）～23（日）
⑯ 伝統的工芸品展示会（道庁）	3/12（水）～13（木）

II. 観光宣伝と観光客の誘致促進

平取らしい地域資源や豊富な食の魅力等について情報収集を行い、迅速な観光情報配信を行った。

- ① 平取町観光パンフレット作製 10,000 部
- ② 飲食店&土産品・宿泊パンフレット作製 500 部
- ③ 観光うちわ5,000 部作製（町外イベントでの配布）
- ④ 北海道じゃらん 9月号
- ⑤ 北海道新聞 テレビ欄下部
- ⑥ 北海道じゃらん 全国版
- ⑦ 協会ホームページでの情報発信及び Facebook・X（旧ツイッター）・Instagram での発信

Ⅲ. 観光土産品と観光特産等の紹介、宣伝及び提供

「ニプタイデラックスッキー」は順調に販売数を増やし約 2,200 箱の販売に至った。また、新商品として日本酒「涼爛」の酒粕を使用した「びらとり酒粕まんじゅう」を開発し、すずらん観賞会及び協会会員町内販売にて 1,350 箱販売に至った。平取町の自然素材を使ったクラフトジンも完成し 3 月 1 日より「びらとり温泉ゆから」さんで販売開始している。また、「山の駅ほろしり」に関しては昨年同様の売上額となった。

Ⅳ. 隣接他町との観光連携事業

日高町、むかわ町他との観光広域交流事業の推進を図った。

- | | |
|----------------------|----------------|
| ① ひだかのグルメ市（門別競馬場） | 5/ 1（水）～2（木） |
| ② フードカーニバル（門別競馬場） | 6/13（木） |
| ③ むかわ・平取・日高物産展（札幌市） | 7/ 9（水）～10（木） |
| ④ ふるさと祭り（占冠村） | 8/10（土）～11（日） |
| ⑤ 集えフードファイターズ（門別競馬場） | 8/27（火） |
| ⑥ むかわ味覚まつり | 10/26（土） |
| ⑦ むかわ・平取・日高物産展（札幌市） | 11/20（水）～21（木） |
| ⑧ 門別競馬場 PR 物販 | 11/ 4（土） |
| ⑨ 美食屋の祭典（門別競馬場） | 11/ 9（木） |
| ⑩ 平取・むかわ・日高物産展（札幌市） | 3/18（火）～19（水） |

Ⅴ. 観光諸行事の協力

すずらん観賞会協業／チブサンケ協業／びらとり食の祭典協業
全道 PK グランプリ協業／義経雪あかり協力

Ⅵ. 平取町や地域団体の地域振興事業の受託

アイヌ政策推進交付金事業では 2 事業、町委託事業では 3 事業、観光振興機構事業は 1 事業、ふるさとものづくり支援事業で 1 事業を受託した。

1) アイヌ文化情報発信事業

【業務委託期間】

令和 6 年 5 月 1 日～令和 7 年 3 月 21 日

① 実写版『ゴールデンカムイ』スマホでスタンプラリー

日 時：令和 6 年 9 月 7 日（土）～11 月 4 日（祝・月）

参加実績：1,335 名／333 名（アンケート結果）

広告カウント数：8 月 23 日投稿 X（旧ツイッター）

インプレッション数 39 万

リンククリック数 2,750

ページアクセス数：観光協会ページ 11,482

②アイヌ伝統衣装試着体験&展示

10/5（土）～14（祝・月） 約30組

事業効果

新たなターゲット層目指して実施した実写版の撮影地として臨んだ、「実写版『ゴールデンカムイ』スマホDEスタンプラリー」は、平取町のアイヌ文化を肌で感じ、学んで、楽しんでもらうことを目的とし実施した。

イベントの参加者は男性よりも女性が大幅に多く、アニメとは違う実写版の影響なのかと思う。目的の一つである30～40歳代の中年層のアンケート数は333名の50%と半数近くを占める結果となり、10～20歳代を含めると74%を超えているが、例年と違い50～70歳代が26%あることから、また違う「平取町×ゴールデンカムイ」として、アイヌ文化を学ぶことで一つの目的は達成できている。

来訪目的では、「スタンプラリーに参加するため」と「ゴールデンカムイのファンだから」との回答が約半数の75%程度となり、同時開催していた「衣装展」の相乗効果も大いにあったと感じる。また、「以前参加したから」が約10%と継続して実施したことが結果に繋がっている。満足度は無料参加であるため、「満足」が約90%以上とほとんどが満足していることが分かった。「普通」は約9%となり、「不満」はほとんど見られなかった。

各事業所の入込数について下記のとおり

9月7日（土）～11月4日（祝・月） 93日間

	参加者	ウレシバ	ゆから	博物館	歴史館	工芸館	萱野茂二 風谷アイ ヌ資料館	男の手仕事	女の手仕事	トッパカンチ	合 計
	WEB カウ ント	ゴール	スタンプ ポイント	スタンプ ポイント	スタンプ ポイント	スタンプ ポイント	スタンプ ポイント	スタンプ ポイント	スタンプ ポイント	スタンプ ポイント	
合 計	1,335	2,367	21,920	9,616	13,733	8,575	2,305	3,476	6,252	4,178	76,757
前 年 同時期	1,828	1,574	20,957	8,076	6,765	5,745	2,257	3,466	2,626	3,626	56,920
比 較	73%	150%	105%	119%	203%	104%	149%	101%	238%	115%	135%

今後同じようなイベントの参加意向の設問では、「参加したい」が約 91%となっているため、内容の検討は必要となるが、今後もイベントを継続することが求められていることが証明された。

アンケート分析では、このイベントへの肯定的な意見が多く、「ゴールデンカムイ」の支持層で参加者とそのイベントでアイヌ文化を知ったという参加者の相乗効果で多くの方々の参加に繋がっており、平取町＝ゴールデンカムイイベントが波及して来ているように感じている。課題としては、来場者はノベルティを求めている傾向がある為、平取町独自のゴールデンカムイとのコラボ商品が必要と感じてはいるものの、対集英社や WOWOW などとの関係性もあることから、町のバックアップも必要になると感じる。

文化体験プログラムでは、衣装展が終了した翌日の 10 月 5 日（土）から 10 月 14 日（祝・月）の土日祝にウレシパの協力のもとアイヌ伝統衣装の試着体験を実施。告知はせず来館者にお声かけ頂き 5 日間で 30 組（78 名）の体験者となった。同時に着物の他にマタンプシ、テクンペ、サパンペの試着の他、ゴールデンカムイに登場した「アシリパ」のマタンプシ及びテクンペ、野田サトル氏の色紙も同時展示（試着不可）したことによる効果もあった。

2) アイヌ文化×食×回遊コンテンツの磨き上げ事業

①アイヌ民具コレクションカード事業

期 間：令和 6 年 8 月 31 日（土）～なくなり次第終了

参加事業所：20 事業所

カード種類：全 24 種 カードにランクを付け各種 300～800 枚 計 13,000 枚
事業効果

二風谷アイヌ民具コレクションカード事業については、昨年同様のペースでの配布となった。予定通り約 2 ヶ月間に渡り主要施設での配布を行った。配布枚数では二風谷アイヌ文化博物館が 5,400 枚と昨年を超える結果となり、萱野茂二風谷アイヌ資料館では 1,600 枚であったが在庫があればもう少し裁くことが出来た。次いで二風谷工芸館で 1,000 枚と昨年同様の配布となった。今回も開催期間に「ゴールデンカムイ衣装展」があったことで、特に博物館等施設での配布が多かったことが挙げられる。

上記で述べた通り、二風谷コタン周辺での配布が多かったが、飲食店では 100～200 枚程度、お土産店では 300～500 枚程度の配布をしていることから、予定通りの配布となり、町内への回遊が見られる結果となった。

町内での配布の他、大阪で実施された「ツーリズム EXPO ジャパン」にての配布や今後のアイヌ関連商品販売の PR 時等でも配布をしており、アイヌ工芸品への興味の訴求を高めることが出来たと感じる。

3) 平取町観光 PR 事業

事業効果

6 年度は、観光客も以前のように旅行をはじめ各地で賑わいを見せた年であった。各種イベントも通常開催となり人数制限等の規制もなくなり例年通りの出展スタイルにて、様々な町外イベントに出店することが出来た。

また、旅行雑誌「北海道じゃらん（全国版）」への掲載などを実施することで、長期的な観光 PR に繋がった。

食のイベントに関しては、例年実施していることから全道的に「びらとり和牛」の美味しさが広がっており、以前は「平取町の食材を当町には来られない方に食していただき、これを機会に足を運んでもらえるキッカケ」として実施していたが、それ以外にも「食べて美味しさがわかったので友人を連れて」などの輪が広がりつつある。

物販 PR では、道外に出向くことで「びらとり和牛」や「びらとりトマト」の魅力を発信するとともに、依然として道外では低い認知度を徐々に増加させることに繋がっていると感じる。アイヌ文化と連携することで、その効果は何倍にもなり経済効果及び費用対効果をもたらしていると考ええる。道内は購買だけではなく、同時にふるさと納税のパンフレットや当協会協が作成している食と土産のパンフレットを配布することで、より当町に興味をもってもらい来町するキッカケの仕組みとしている。

旅行雑誌への掲載や「ツーリズム EXPO ジャパン」への出展に伴って、まだまだ知られていない北海道の魅力を発信することで、道内旅行先への旅前情報として継続していくことは重要と捉えている。

観光は景観も重要であるが「食」のコンテンツは極めて重要なキーワードであり、旅行者は「食」をメインとする旅行形態になっている。それをキッカケに体験や宿泊に繋がることで、地域への経済効果と繋がり町内への循環となる。食すこと、触れることがキッカケで「今度は平取町を訪れたい」という話す方もいた。

その一方で、依然として道外での認知度は低く、「名前も場所も知らない」と現場にいる私たちは良く耳にするが、本事業を継続的に実施することで、情報の拡散だけではなく、実際の来訪にもつながることを実感した。一人でも多くの方に食を活かしたイベントへの出展から、誘客へ繋がっていくことが重要であると考ええる。

4) 『ゴールデンカムイ』衣装展及びプレミアムツアー事業

①実写版『ゴールデンカムイ』衣装展

日 時：令和6年9月13日（金）～10月4日（金）12：00まで

参加実績：4,922名

事業効果

衣装展についてはWOWOWとのタイアップをして実際に撮影に使用された衣装や小道具の展示を実施する運びとなった。アンケート等を実施していない為、閲覧者の属性などは把握できていないものの、多くの方々に賑わった。その結果として博物館入込数は前年同時期と比較して約1.76倍の4,890名の観覧者となった。

特に開幕明けの3連休は例年の3倍以上の入込となった。また、観光協会の目的でもある中若年のターゲット層は基より家族連れなど幅広い年齢層が見受けられた。

② 実写版『ゴールデンカムイ』プレミアムツアー

日 時：令和6年10月3日（木）～4日（金）

運営業者：札幌観光バス

参加人数：24名

広告カウント数：8月23日投稿 X（旧ツイッター）

インプレッション数 18.4万

リンククリック数 1,674

事業効果

実写版『ゴールデンカムイ』プレミアムツアー事業については、123名の応募となり高い倍率となった。参加費が一見高額に感じてしまうが、その価値は参加者にとって高いものとなった。今後の傾向を模索するためには出来るだけモニターのではなく参加者から正式な費用を頂戴して実施するべきであったことは、今後の課題である。

ツアーの内容としては、参加者は20歳代から60歳代と幅広く、アシリパ役の山田杏奈氏のファンやゴールデンカムイのファン、実写版のロケ地（非公開場所）を楽しみにしている方など多種多様であったものの、共通のゴールデンカムイをキーワードに楽しく過ごせたのではないだろうか。実際に参加者からは「楽しかった」「また是非実施してほしい」などの声を頂いた。

また、同時に実施した山田杏奈氏と久保茂昭氏を招いたトークセッションでは町内者を含めた約130名を招いて実施することが出来た。

ただし、今回のツアーのように多くのマンパワーが必要となる、多くの費用がかかることとなれば、ロケ地の活用は非常に厳しい状況である。平取町が観光PRのためにどこまで整備するかが重要で、今後の方向性は変わっていくものと考ええる。

5) 共創モデル実証運行業務「二次交通実証 PR 事業」

平取町における公共交通機関の利便性を改善すべく、観光客の利便性と住民生活の両面の課題を創意工夫により解決し地域の活性化や、地域再生の具体的取組と相まって、その取り組みの経済活性効果を高める事業を実施し、観光と二次交通の解消をめざし当該地域の振興発展に寄与することを目的とする事業。

実証運行期間 令和6年9月18日～令和6年11月3日

分析結果

アンケート数が乗車数との整合性が取れているか不明ではあるものの、年齢層は比較的に満遍なく乗車している傾向となった。

乗車者の住所は28%が町内在住の利用者となり、道内在住の利用者は町内者を合わせて61%の利用、また、道外在住の利用者は39%と多い結果となった。道内利用者でも札幌市在住の方が22件と断トツで多く、道外では東京都12件で続いて、神奈川県、埼玉県と続き、関東圏の利用が多い傾向となった。

これは、SNS 広告にてこの時期に主催していた「ゴールデンカムイ」などの観光的要素を主体としていることと、広告では札幌市や道外でも主要都市をターゲットに絞り広告した結果と想定される。

乗車場所は町内では「振内」が多く、続いて「二風谷コタン」、「本町」と続いたが、「ゆから」からの乗車は0件となったが、降車場所では「二風谷コタン」が多く「本町」、「振内」が同数となったが、「ゆから」も5件との結果となった。

今後の料金設定は、「1,000～1,500円」が47%を占める結果となり、「1,500～2,000円」が33%となる。「2,500～3,000円」「3,500～4,000円」は各々1%に留まり、安価であるから乗車していることが想定される。

意見等を見る限り、「継続してほしい」との意見が多く挙がっているものの、その多くが「1,000～1,500円」の乗車金額を想定しており、事業を継続して実施するための費用の確保は、この低価格では厳しいと考える。また、町民利用も半数いることから、町民の交通手段としての利用となると、観光による町内経済効果は薄く、町外へ流出する要素となりうると感じる。ただし、公共交通機関の接続が不便であるため、観光客が平取町へ観光に来る手段としての活用に一翼は担ったのではないだろうか」と考える

利用者数については下記のとおり

	振内	ゆから	コタン	本町	千歳	本町	コタン	ゆから	振内	合計
午前	16	1	3	7	35	6	24	4	9	105
午後	7	4	23	7	0	17	3	0	5	68
全体	23	5	26	14	35	23	27	4	14	171

6) 地域観光新発見事業

「アイヌ文化観光から文化遺産につなげるコンテンツ造成事業」

アイヌ文化が現代に継承されている平取町二風谷地区において、アイヌ文化の伝統を幅広いターゲットへ身近に体感・伝えるために、IT システムを活用したガイドコンテンツの造成を行う。

内容

全 14 箇所 19 ポイントに設置されている QR コードを読み取ることにより、その場所の説明や儀式などの情報が音声のみならず、映像にて体験することが出来る。

設置場所：1. ウレシパ (2) 2. 夫婦石 3. 萱野茂二風谷アイヌ資料館 4. 金田一京助の歌碑 5. 匠・若手の工房 6. コタン全体 7. 男の手仕事 8. 女の手仕事 9. 丸木舟 (チプサンケ) 10. 二風谷アイヌ文化博物館 11. 沙流川歴史館 12. 二風谷工芸館 (3) 13. ポロチセ (3) 14. ペペレセ

アンケート期間 令和 6 年 1 2 月 1 5 日～令和 7 年 1 月 1 4 日

分析結果

運営計画策定に係るアンケートを令和 6 年 1 2 月 1 5 日～1 月 1 4 日の期間に実際に QR 音声ガイドシステム体験者に行なった。30 件のアンケートの結果からシステム内容は評価が高く良いことから、利用方法（制限）を検討する時間を要するので一定期間は無料で開放することが望ましい。平取町と協力体制を整え、このシステムがより一層利用されることを期待する。

7) 北海道観光機構補助事業

「日本一の群生地！すずらんツーリズム推進事業」【継続事業 3 年目】

観光入込数の減少と、「すずらん」による観光客数の低水位での横ばい状態にあることから、「すずらん」をテーマとしブランディングし認知度を向上させた観光地づくり「すずらんツーリズム」を推進させることにより、来訪者を増やし地域経済効果を高めていく事業を実施した。

【業務期間】

令和 6 年 6 月 1 4 日～令和 7 年 2 月 2 8 日

事業内容

- ① 体験メニューの検討・開発、冊子等の紙媒体の制作。レンタカー店などへの営業すずらんアットウシブレスレット製作体験開発。
- ② 冊子等の紙媒体の制作
1,000 部完成
- ③ レンタカー店などへの営業
20 店舗を回りパンフレット配置。
- ④ PR 動画の撮影・編集
編集、完成、4 月以降観光協会の YouTube チャンネルにて配信予定。

⑤特産品開発

すずらんアットウシブレスレット完成

エッセンシャルオイルアクセサリー ガラス工芸家と打合せ完成

すずらんスイーツ 北九州市の金平糖専門店恋寿華堂とのコラボで完成。

⑥EC サイト

3年間の補助機関で開発した商品、体験など通信販売もしくは現地での体験が出来るように4月より運用開始。

8) ふるさとのづくり補助事業

野生のホップを活用したクラフトジンの商品化

【業務期間】

令和6年4月1日～令和7年2月28日

- ①平取町には野生のホップ（カラハナソウ）が自生しており、未活用となっていることから、地域資源を利用した新たな特産品、観光のPR 商材、ふるさと納税の返礼品として活用することにより、地域産業の育成・振興に促進を目指す。
- ②協会で酒販免許がないため「びらとり温泉ゆから」で取扱い協力をしてもらい3月1日より店頭販売開始。 6,800 円/500 ml 2,800 円/100 ml
- ③酒類販売に伴い定款変更が必要な為、本総会で諮り酒販免許取得予定。

(5) 地域貢献事業（新入学児童への記念品贈呈）

全町5小学校 20名、平取養護学校入学（小・中・高） 22名

(6) 観光アンケート事業の実施

平取町知ってよ！キャンペーン！！の実施

アンケート期間：令和6年9月18日（水）～11月30日（土）

アンケート数：136件

ページビュー数：435view

(7) 各種ツアー事業の実施協力

- 1) 日本初の地域認定ガイドがもたらす特別な旅行商品造成・販売事業

主体：北海道観光機構

- 2) ウポポイ・平取地域アイヌ文化体験交流事業

主体：平取町アイヌ文化振興公社