

---

# 2019年度(第1回) 地方創生推進交付金 活用事業の概要

---

2019年8月  
北海道

# 北海道DMOを核としたインバウンド等の受入環境づくり

広域連携DMO形成の加速化と釧路地域等のDMO形成の促進による全道のDMOの重層的な連携による地域観光人材の育成、地方への誘客促進とリピーター確保により、地域と季節に偏りのないインバウンド等の受入環境づくりを推進

KPI 外国人観光客数  
H26 154万人 → R2 500万人

地方創生加速化交付金 (H27補正)

## DMO形成への助走

- 1 観光満足度調査
- 2 関係者の合意形成等
- 3 地域におけるDMO理解促進セミナー

## 海外の潜在顧客の取り込み

## インバウンド加速化プロジェクト (平成29年2月策定)

【目標】 外国人観光客 H32 500万人

### 【展開方向】

- ①国際的に質の高い観光地づくり  
→ 地域の推進体制づくり、人材の育成 等
- ②旅行者の快適性・満足度向上  
→ 多言語対応、買い物環境の充実 等
- ③戦略的な宣伝・誘致活動  
→ 市場の特性、熟度に応じたPR 等

## 北海道観光のくにづくり行動計画 (平成30年3月策定)

### 【展開方向】

- ①国際的に質や満足度の高い観光地づくり
- ②戦略的な誘致活動による旅行市場の拡大
- ③世界水準の受入体制の整備・充実

「稼ぐ観光」の実現による、  
観光のリーディング産業化

## 重層的な地域間連携による観光ブランド力の強化

北海道観光振興機構  
(日本版DMO法人)

### 広域連携 DMO

北海道・市町村・  
関係機関/団体等

北海道ブランドのマーケ  
ティング・マネジメント、イン  
バウンド受入環境づくり

### 広域連携DMOの運営体制の強化

- ・マーケティングやマネジメントを担う専門人材の育成
- ・HPへのアクセスデータの分析 等
- ・詳細データ分析に基づく観光戦略の推進

### 地域のDMO形成に向けた支援

- ・観光戦略策定等のためのコーディネータ派遣
- ・マーケティングやマネジメントを担う人材育成  
(研修プログラムの開発・研修の実施) 等

連 携

### 釧路地域をモデルとするDMO形成

- ・体制強化や観光地の魅力の磨き上げ 等

### 道内各地の日本版DMO法人等

釧路観光コン  
ベンション協会

阿寒観光協会ま  
ちづくり推進機構

地域連携  
DMO

地 域  
DMO

広域エリア毎の  
マーケティング・  
マネージメント

主要観光地の  
マーケティング・  
マネージメント

## インバウンドの大幅拡大等に向けた受入環境づくり

### 地域観光人材の育成

- ・地域の中堅観光人材のプロデュース能力育成  
→ 旅行商品造成や商談会の実践研修、セミナー開催
- ・通訳ガイドの育成  
→ 技能・実務・実践研修によるスキルアップ
- ・外国人おもてなし人材の育成  
→ 小売店、宿泊施設、交通事業者、アウトドア事業者  
等への実践的接客研修

【釧路】 マーケティング等の専門人材の配置等

### 地方への誘客促進とリピーター確保

- ・道央圏と地域を結ぶ新たな広域周遊ルートの形成・PR  
→ 地方空港間連携によるルート形成  
→ 農山漁村の魅力発掘による新たな観光コンテンツづくり  
→ 閑散期における観光メニューの掘り起こし
- ・「北海道オリパラの会」等との連携によるスキーやサイクリング  
マラソン等のスポーツツーリズムの推進  
→ 地域スポーツコミッション形成など、受入環境づくり  
→ メディア招聘、商談会等でのマーケティング、プロモーション等
- ・来道中の外国人向け観光情報のリアルタイム提供  
→ SNS、検索サイトへの情報掲載

【釧路】 アプリ等の情報発信機能の強化や地域のブランド化 等

観光による持続的な地域創生 ～ 「世界が憧れる観光立国北海道」の実現

# 企業・異分野連携による次代を創る農林水産業の確立

一次産業の担い手の減少や高齢化による労働力不足に対応しながら、地域に所得と雇用を生み出すチャレンジングな農林水産業を確立するため、北海道の特性に応じた「新たなイノベーションの推進」や「新たなブランドの創出」、「次代の担い手の確保」に取り組む

KPI		農業産出額	漁業生産額(就業者一人当たり)
H25	10,705億円	→	R1 現状値以上
H24	781万円	→	R1 1,050万円

## 地方創生加速化交付金 (H27補正)

- ・イノベーション
  - スマート農業の推進
  - ナマコ養殖など新たな生産体制による日本海漁業の振興 等
- ・ブランディング
  - エゾシカ利活用地域モデルの形成
  - 道産CLTの早期実用化 等
- ・人材の確保
  - 新規就農者の移住促進・サポ
  - 新規漁業就業者の受入体制づくりと実践的な研修

## イノベーション・ブランディング・人材の確保の3本の矢で、農林水産業の成長産業化を加速

### 新たなイノベーションの推進 ~ 高収益化 ~

- ◆ 農業に関心のある企業と地域農業の連携推進
- ◆ ロボット技術やICTの活用促進に向けた人材育成研修等
- ◆ 日本海漁業の新たな生産モデル構築  
(観光施策等との連携による生産から流通までの体制の構築)



### 新たなブランドの創出 ~ 付加価値向上 ~

- ◆ エゾシカの捕獲から利活用までの地域モデル創出  
(ジビエに加え、ペットフード、皮革原料にも利活用)
- ◆ 道産木材製品の新たなプロモーション活動の展開による道外・海外への販路拡大



### CLTの利用促進 ー高知県と連携ー

- ◆ 首都圏へのPR等(高知県)
- ◆ トマト・カラマツを活用したCLTの技術普及、生産・加工体制の整備等



### 次代の一次産業を担う中核的人材の確保

～ 他産業からの転職者・農林水産業を専攻していない新規学卒者の確保～

- ◆ 農林漁業の一体的な情報発信  
(UIターンフェア等の開催・参加、普通高校での出前講座 等)
- ◆ 農山漁村の就業・暮らし体験モデル事業  
(体験プログラムの作成、ウニ・ナマコの漁業やCLT等の先端技術の現場研修を含む)

北海道ブランドの創出にも貢献し、地域を支える「稼ぐ産業」として貢献

# 新幹線開業効果を広げる交通とDMOネットワーク構築事業 ～地域偏在解消に向けた交通事業者・広域連携DMO・地域のDMOの一体的な取組～

北海道新幹線の開業効果を持続的に最大限に活用し、北海道観光の課題である観光客の地域偏在を解消するため、鉄道事業者（JR東日本、JR北海道）・航空会社との共同企画立案により、北海道新幹線と地方空港を組み合わせた旅行商品化を促進するとともに、旭川圏域等のDMOと連携した観光コンテンツづくりを促進する。

KPI	宿泊客延べ数(北海道)	延べ宿泊者数(大雪圏域)
	H26 3,279万人泊	H27 163万人泊
	R2 4,000万人泊	R2 201万人泊

地方創生加速化交付金（H27補正）

## 北海道新幹線が つなぐ交流圏の形成

- 波及効果の最大化
  - ①二次交通の整備促進
- 道外との交流拡大
  - ①道外からの誘客拡大（商談会、旅行商品の造成等）
  - ②道民の利活用の促進（新幹線利用PR）
  - ③東北地域との交流促進（イベント等における相互PR等）

## 【北海道観光をとりまく状況】

- ①新幹線開業効果は道南圏で顕著（H28：道南圏は前年比15%増）
- ②観光客の6割近くが道央圏に宿泊しているなどの地域偏在
- ③観光客の約7割が5月～12月に集中
- ④2020年度の道内空港運営の民間委託の実現に向けた取組
- ⑤JR北海道による事業範囲の見直し

## 北海道広域観光・誘客促進研究会の設置・運営

### 広域連携DMO

（北海道観光振興機構）  
※地域への誘客・滞在に向けた全体の企画調整

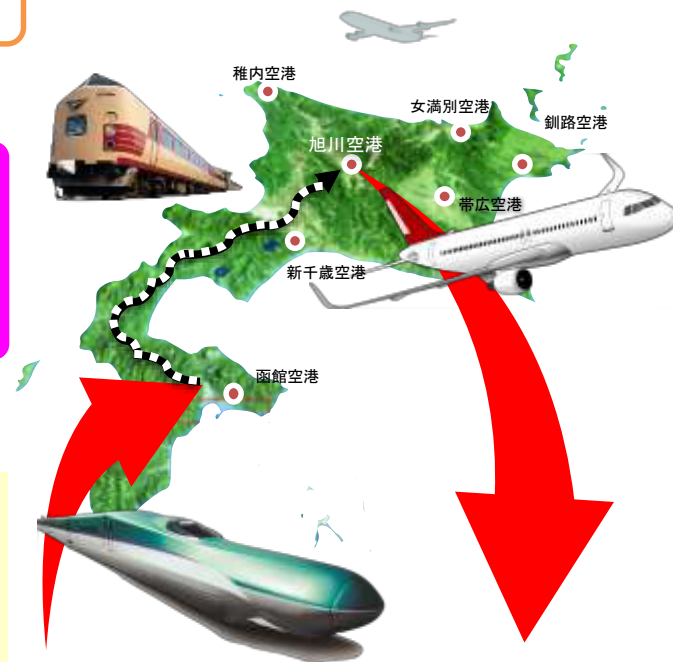
### 多様な交通事業者

（JR東日本・JR北海道、航空会社、レンタカー等）  
※利用客ニーズの吸い上げと商品企画

### 地域のDMO

（大雪カムイミタラ地域連携DMO等）  
※DMOの組成と地域資源の磨き上げ

- 1 観光ルートへのニーズ把握や利便性、満足度の分析
- 2 広域周遊の多様化や新幹線開業効果の波及方法の検討
- 3 旅行商品の共同企画立案
- 4 地域の観光コンテンツづくりの支援
- 5 着地型旅行商品の開発・検証
- 6 旅行会社に対する商談会の実施



新幹線＋在来線や地方空港の利用拡大

北海道新幹線＋地方空港に、地域の観光コンテンツや多様な移動手段を  
組み合わせた広域周遊ルートの形成

ネットワークの構築による地方への誘客、地方滞在日数の増加を一体的に実現





# 「さっぽろ圏」若者定着促進広域連携

さっぽろ圏の共通課題である「若者の地元定着」と「首都圏からの人材還流」の促進に向け、地域協働で策定した「若者の地元定着促進プラン」を着実に推進するため、参加市町村等との連携により事業を実施し、その成果を関係機関が参画する協議会において検証の上、ノウハウを共有し、管内での横展開を図る。

KPI

石狩管内若年(15~29歳)男性の首都圏への転出超過数

H27 1,714人 → R1 850人

## 札幌圏地元定着促進協議会設立運営による広域的な取組

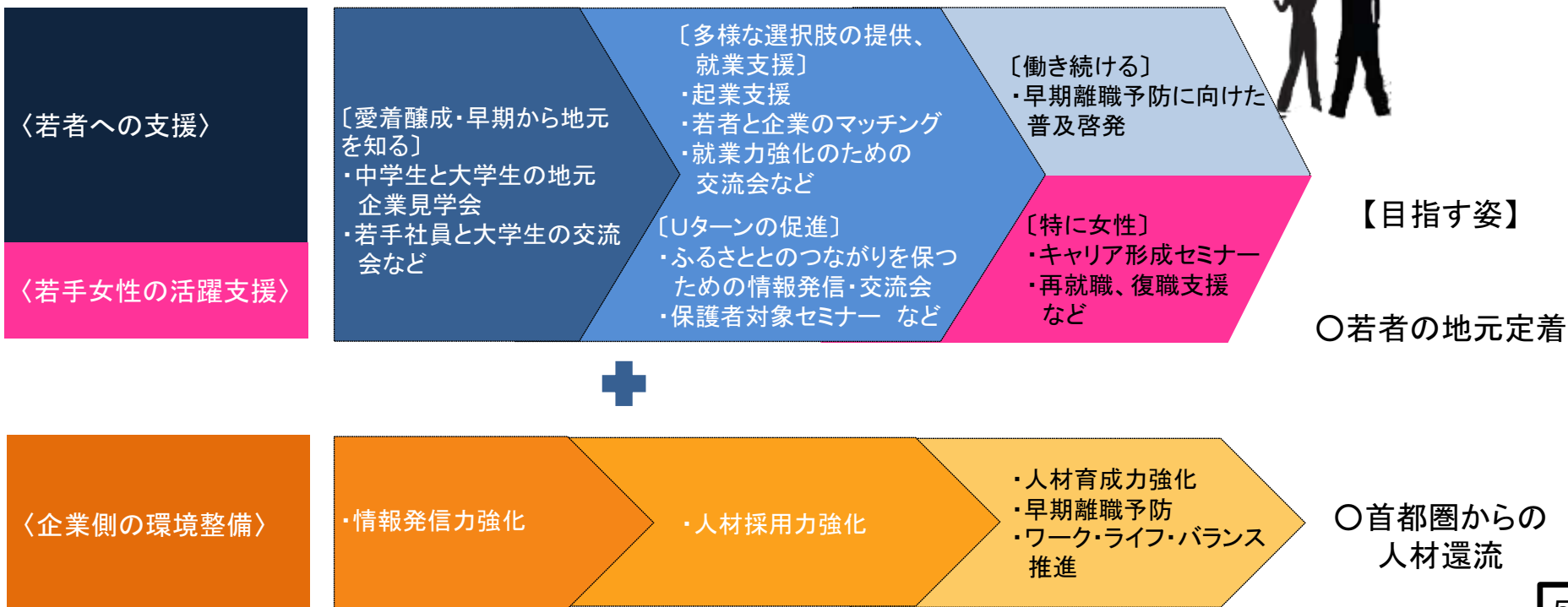
(札幌市など・北海道石狩振興局・有識者・ハローワーク・大学・金融機関、人材紹介会社等)

〔北海道(石狩振興局)の役割〕

- 総合調整  
地元定着促進プランの進捗管理、協議会運営、推進体制検討 など
- 若者の定着促進に必要な各種調査の実施  
地元大学・企業に対するインターンシップ実態調査、首都圏大学における札幌圏就職先情報調査 など



## 「若者の地元定着促進プラン」の着実な推進



# 海・山・川!!障がい者が満喫するバリアフリーレジャーと地域づくりの相互連携

北海道新幹線の開業を機に、本道への移動の利便性が高まる障がい者の観光の促進を通じ、高齢者や子育て世帯など全ての人に優しいまちづくりを実現するため、宿泊・飲食施設、移動手段、アメニティ施設など観光資源のバリアフリー化を地域ぐるみで進める。

KPI

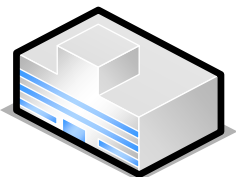
管内を訪れる障がいのある観光客数をR1までに466人増加させる。

H28 3,663人 → R1 4,129人

## 背景



障がい者等の潜在的な旅行ニーズ



全国でも数少ないバリアフリーホテルの開業



北海道新幹線開業による障がい者の旅行の利便性向上



障がい者が観光を満喫できる環境を管内一体的に整備  
 ・檜山観光のセールスポイント  
 ・新たな観光客層の取り込み  
 etc...

## 平成28年度(地方創生加速化交付金事業)

### ○北海道(檜山振興局)

- ・観光資源のバリアフリー度の調査・点検
- ・情報発信の手法検討
- ・講演会等の開催による地域住民への理解促進



### ○管内全7町

- ・観光資源のバリアフリー化
- ・モニターツアーによる利用者の意見聴取
- ・研修等による人材育成(受入体制の整備)

## 平成29～令和元年度(地方創生推進交付金事業)

### ■受入体制整備事業

#### ○北海道(檜山振興局)

- ・観光資源のバリアフリー度の調査・点検(継続)
- ・モニターツアー(管内周遊型)の実施

#### ○各町

- ・観光資源のバリアフリー化(施設改修、ガイドの配置等)
- ・モニターツアー(各町単位)の実施

### ■人材育成事業

#### ○北海道(檜山振興局)

- ・講演会(意識啓発)の開催、研修用資材の収集・作成

#### ○各町

- ・研修会(受入技術の向上)の開催

## めざす姿

◆地域ぐるみでハード・ソフトの両面のバリアフリー化を検討、受入体制を整備することで、檜山地域のイメージアップ

◆北海道新幹線開業により飛躍的に拡大する来道者を檜山地域に呼び込み、観光振興により地域経済を活性化

◆障がい者だけではなく、高齢者、妊産婦や乳幼児連れなど「全ての人にやさしいまちづくり」を通して共生社会を実現



# 西蝦夷（えぞ）300年新交流時代創造事業 〈Step2〉

留萌管内の交流人口を増加させるために、広域観光ルートターゲット(場所、趣味、年代等)を明確にして効果的に売り込むとともに、「地域版DMOのあり方」の具体化に向けて、準備組織を立ち上げることで地域版DMO設立に繋げ、地域が一体となった観光振興を図る。

KPI

管内観光入込客数

(H27) 140.2万人 → (R1) 145万人

## 背景

- 留萌管内及び隣接振興局の総人口(約330万人)に対する留萌管内観光入込客数(H27:約120万人)の割合は約36%となっており、他振興局と比べると観光客を呼び込む力が弱い。
- 近年急増している訪日外国人宿泊数においても留萌管内は416名に留まっている。
- 留萌地域の創生を図っていくためには、観光商品やサービスの開発、情報発信といった一連の取組を広域で展開することで、誘客しきれていない国内客や今後も増加が期待される外国人観光客を積極的に取り込み、観光消費の増大による地域経済の活力向上が必要である。

管内及び隣接振興局人口に対する入込客数の割合

他振興局  
100~500%

留萌振興局  
約36%

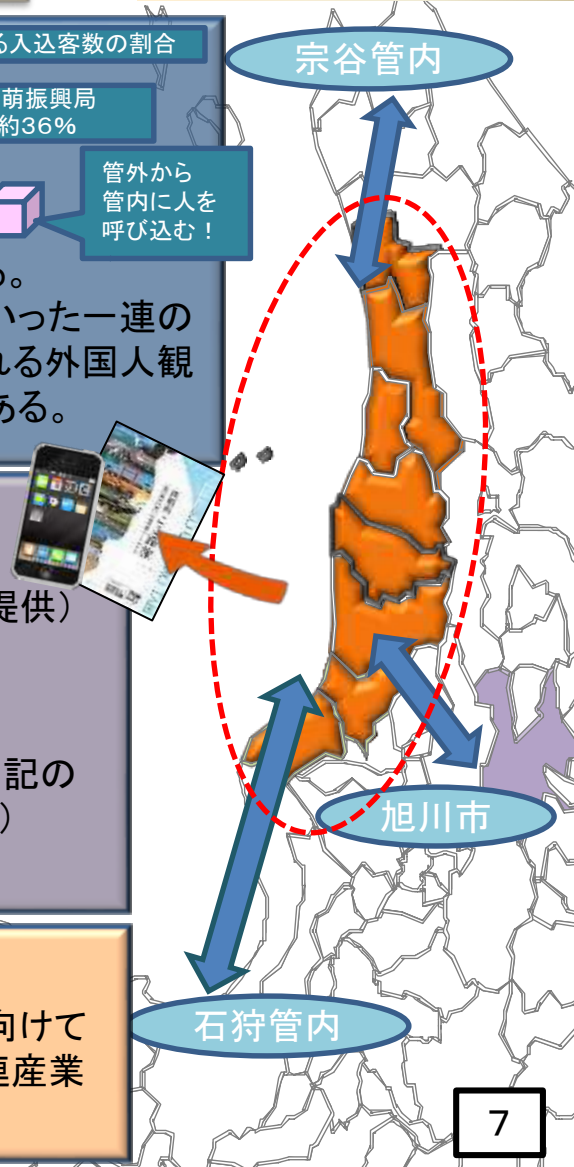
管外から管内に人を呼び込む！

## 地方創生推進交付金事業(H29~31実施)

- ◆ 外国語対応のWeb連携型観光ガイドブック作成(HP、SNSとのリンクで詳細情報を提供)
- ◆ 留萌地域観光振興における広域連携に資するためのプロジェクト実施
  - 観光体験プログラム・ツアーの造成
  - 各種イベントと連動した観光PR
  - 観光商談会、エージェント営業 など
- ◆ DMO組織づくりに向けた本格的検討(西蝦夷再興協議会(仮称)を設置・運営し、上記の事業実施に係る検討のほか、将来的なDMO形成に向けた準備組織作りを進める)
- ◆ 札幌市内における留萌地域の食・観光PR実施

## 将来の姿

- かつて西蝦夷と呼ばれ、日本海交易の要衝として栄えた留萌地域の魅力再生に向けて実施する本事業において、留萌地域が一体となって実施する観光振興により、関連産業の活性化を図るとともに、雇用の創出や移住定住人口の増加につなげていく。





# 十勝アクティブシニア移住交流促進事業

大都市圏のアクティブシニアの十勝地域への中長期的な移住・交流を図るため、食や自然といった十勝の魅力を生かした取組みを展開し、「交流人口の拡大」と「シニア層の知見・経験を取り込んだ地域づくり」につなげていく。

KPI

十勝管内への観光入込客数  
H25 967万人 → R1 1,035万人

地方創生加速化交付金（H27補正）

- 管内共通の学びのニーズ・メニュー調査等の実施（振興局）
- 移住フェアへの参加・空き家情報の収集・発信の共同実施、各町に応じた受入環境の整備（管内5町）

## 十勝アクティブシニア移住交流促進部会の設置・運営

十勝総合振興局・管内13町

（池田町、音更町、士幌町、鹿追町、芽室町、上士幌町、新得町、大樹町、幕別町、豊頃町、本別町、足寄町、陸別町）



情報提供

他市町村や関係機関、有識者

（農業団体、経済団体、民間事業者・NPO法人（アウトドア、旅行代理店等）、大学、試験研究機関等）



協力

- 連絡調整・情報共有、各自取組の進捗状況の把握
- 交付金事業等の具体的な企画検討

- 議題に応じ招聘
- 専門性・ノウハウを活かし、交付金事業等の企画検討に参画・協力

地方創生推進交付金（H29～H31）

- ※池田町に加え、H30からは音更町、士幌町、本別町、足寄町が参画
- 十勝アクティブシニア移住交流促進部会の運営
- 市町村レベルのニーズ調査（池田町においてペルソナマーケティングを実施）
- 学びのメニュー開発（上記部会で企画検討したメニューの試作、実証）
- 効果的な情報発信
- 受け入れ事業の実施（モニターツアーの実施）
- 学びの人材育成

## 食や自然等の十勝の魅力を活かした移住交流の受入環境づくり

学びのメニュー充実による移住交流の促進（イメージ）

- ◆ 趣味も含めた『学び』の場を充実させることで、健康で活動的なシニア層の中長期滞在や移住・定住を促進する。

十勝の地域資源を活かした体験・趣味のメニュー



ソーセージづくり チーズづくり 野菜づくり 乗馬 動物とのふれあい飼育

自然環境や産業集積を活かした学びの場や人材の充実



食品加工技術センター チーズ工房 農家 畜産大学・農業高校

「体験・趣味」×「学びの場」

中長期滞在、移住・定住の促進



学んだことや経験を教える（地域とのふれあい・地域貢献）

趣味を活かした起業

# 北海道くしろ地域・東京特別区交流推進事業

東京23区との連携促進に向け、その橋渡し役となる交流推進員を配置するとともに、東京都荒川区との連携により、くしろ地域特産品の販路拡大に向けたイベントの開催を皮切りに新たな販売ルートや顧客獲得の可能性を見出す。また、首都圏の高校や企業等をメインターゲットとした教育旅行の誘致やヘルスツーリズムの拡大に向けた効果的なプロモーションを展開することにより、首都圏における「くしろ地域」の認知度の向上を図り、交流人口及び地域特産品の販路拡大による地域活性化を目指す。

## KPI

釧路管内観光入込客数  
 H27 727万人 → R1 780万人

## 取組内容

- I 東京23区との連携事業を企画・調整する交流推進員の配置
- II 荒川区日暮里駅前で「北海道くしろ！旬！秋の味覚市」の開催などくしろ地域特産品の販路拡大に向けた取組の実施
- III 教育旅行・ヘルスツーリズムの誘致促進に向けたプロモーション

首都圏における「くしろ地域」の認知度向上

「くしろファン」の獲得

## 波及効果

- I 首都圏からの観光客の誘致拡大
- II くしろの特産品の販売拡大による産業振興
- III 首都圏との交流促進

「くしろ地域」の活性化

## 波及効果の最大化

- I くしろ地域の人口減少の抑制（将来的な移住・定住者の獲得）
- II 首都圏以外の中部・関西方面へのくしろの認知度向上

首都圏における「くしろ地域」認知度UP！

くしろ地域



くしろ秋の味覚市  
in 日暮里



観光客・修学旅行



くしろ地域特産品の販売拡大



教育旅行・ヘルスツーリズム



◆ 現地交流推進員 ◆

釧路管内観光入込客数  
780万人

# アイヌ文化を核とした交流人口拡大・受入体制整備

北海道独自の文化であるアイヌ文化の誇るべき価値・魅力をアイヌ文化を大きな観光資源としている白老町と連携して、道内外に発信し、交流人口の拡大を図るとともに、まちづくり会社(白老版DMO)を中核とした受入体制整備に取り組む。

KPI

事業で実施したプログラム参加者数  
**H29** 0人 → **R2** 4,300人

## 道外・町外からの交流人口拡大促進



交流人口の拡大

- 1 北海道独自の文化であり、白老町観光の要でもある「アイヌ文化」の魅力を発信するPRアンバサダーの委嘱
- 2 日本各地の大都市圏(6箇所)での北海道・白老町のアイヌ文化を核とした魅力発信プロモーションの実施



## 白老町の受入体制整備

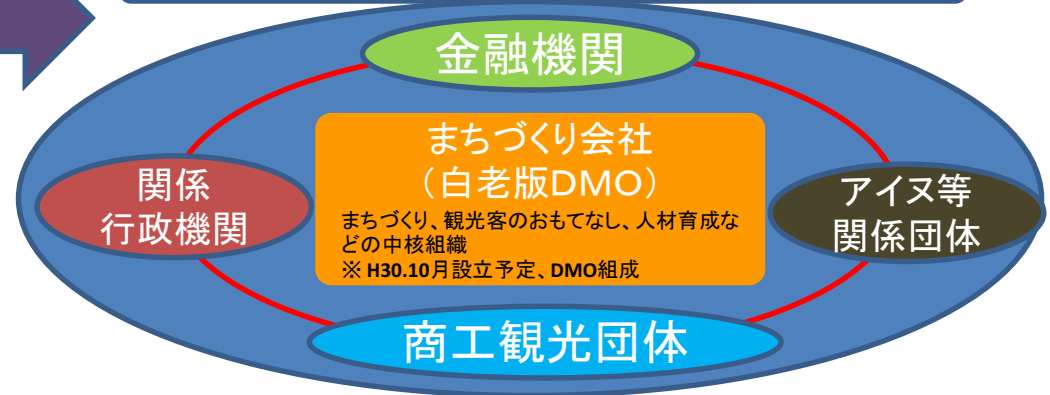
### 観光客のおもてなし

- 1 地域特性を活かした商品開発等の支援
- 2 来訪客に関する情報収集及び分析
- 3 町内の周遊性を高める着地型観光プログラムの造成
- 4 教育旅行に対する体験プログラムの造成
- 5 アイヌ工芸品の販路拡大及び販売体制の確立

### 人材育成

- 1 町民を対象としたおもてなしガイドの人材育成・組織化
- 2 アイヌ伝統工芸品の製作者育成
- 3 小中学生を対象としたふるさと学習の実施
- 4 多文化共生人材育成事業の実施
- 5 地元事業者を対象としたおもてなし人材育成の実施
- 6 アイヌ文化伝承者と芸術家との連携

## 観光入込客数増加に伴う受入環境整備体制



交流人口拡大に伴う地域経済の活性化・雇用創出



# 海外における北海道ブランドの魅力拡大・経済交流推進事業

北海道の海外ネットワークを活用しながら、本道独自のアイヌ文化が持つ魅力を活かして北海道のブランド力の底上げを図り、道産品の輸出拡大・海外からの誘客促進に取り組む。

KPI H29 0人  イベント参加者数 R2 97,000人

## アイヌ文化の魅力を活かして HOKKAIDOブランドをトータルで底上げ

### 道産品の魅力UP

- ・豊かな自然に育まれた安全・安心の食品
- ・独自の文化で育まれたクラフト製品
- ・アイヌ文様を取り入れた新たな製品

活用

### アイヌ文化の魅力

- 自然との共生
- 独特のアイヌ文様
- 美しい工芸品
- 音楽と舞踊

活用

### 観光の魅力UP

- ・雄大な景観との調和
- ・独自の歴史文化体験



## 現地の様々な「場」を活用したトータルプロモーションの実施



## 北海道とアイヌ文化関係団体、経済団体等が連携した海外展開モデルの構築

経済団体・貿易機関

アイヌ文化関係団体

- 構成  
北海道、アイヌ文化関係団体、道内経済団体、貿易関係機関、金融機関等

北海道



## 世界各地に向けたHOKKAIDOブランドの発信





# 歴史・文化資源を活用した回遊性のある観光地づくり

食や自然に加え、アイヌ文化などのカルチャーに着目し、北海道の持つ魅力や強みを発揮できる「観光」分野を持続的に成長させるため、道内を訪問する観光客が多くの観光地を周遊する仕組みづくりを目指す。

KPI 本事業で開発した観光商品や体験プログラムの件数  
H29 0件 → R2 18件

## 【北海道観光をとりまく状況】

- ①観光客の約5割が道央圏に宿泊しているなどの地域的な偏在
- ②観光客の約4割が夏季（6月～9月）に集中する季節的な偏在
- ③新幹線開業効果は道南圏で顕著（H28：道南は前年同期比15%増）
- ④2020年度の道内空港運営の民間委託の実現に向けた取組
- ⑤JR北海道による事業範囲の見直し

交流人口の拡大による地方創生観光産業のリーディング産業化  
国際的に質の高い観光地づくり

広域連携DMO（北海道振興機構）が地域間連携によるネットワーク化と地域の受入環境づくりを支援

### 全体会議

圏域を超えたネットワーク化の検討・形成

### ブロック会議

道内6圏域内における地域間連携の強化

- ① 広域周遊の多様化や「ウポポイ（民族共生象徴空間）」波及方法の検討
- ② 広域周遊ルートの作成・検証
- ③ 地域の観光コンテンツづくりの支援
  - 着地型旅行商品の企画・立案
  - ニーズ把握や満足度の分析
- ④ 体験型プログラムの開発・検証
- ⑤ 旅行会社に対する商品造成の働きかけ

## 調査・分析

道内に来訪する観光客を、戦略的に道内周遊させるための方策を提案

活用

## ツールの開発

地域で発掘・磨き上げられた観光商材を集約し、観光的な視点で魅力的に紹介

## 道内周遊を促進させるための効果的なプロモーション

- ・VR技術を活用した観光PR  
北海道観光の「特設コーナー」を設置し、北海道特有の歴史・文化などを体感してもらい、来道意欲を喚起
- ・アプリを活用した観光PR  
アニメ「ゴールデンカムイ」の舞台となったアイヌ文化ゆかりの地を周遊させるゲームアプリを開発し、道内周遊を促進
- ・アイヌ文化PR・象徴空間開設機運の醸成  
道内主要都市で、アイヌ古式舞踊や音楽、アイヌ生活空間の疑似体験、伝統工芸品制作実演・体験、旅行事業者プロモーション

めざす姿

滞在日数や観光消費額の拡大・滞在交流型観光地づくりの形成

# 道市連携による「働き方改革・女性活躍」加速化事業

KPI: 道の働き方改革推進企業認定数  
H29 0社 → R2 780社

本道において、人口減少、少子高齢化が進む中、人手不足の解消や、家庭と仕事の両立など、男女が共に働きやすい環境づくりを進めるため、「働き方改革を推進する仕組みづくり」と「女性の活躍に向けた潜在的な労働力の掘り起こしと就労支援」を北海道と札幌市が連携して取り組むことにより、事業効果の最大化を図り、「働き方改革」と「女性の活躍促進」を広く全道に展開する。

北海道働き方改革・雇用環境改善推進会議  
(事務局: 北海道労働局)

北海道・北海道経済産業局、札幌市、経済団体、労働団体  
+ 金融機関

地域雇用ネットワーク会議  
各振興局、経済・労働団体、市町村ほか

若者・女性等の就業・創業・働き方改革支援事業 (H28-30)

ほっかいどう働き方改革支援センター (H28.12~)

企業の働き方改革をワンストップで支援!

- ワンストップ相談窓口の設置
- アドバイザーの配置
- 普及啓発(一般・企業対策)
- 働き方改革プラン策定 (運輸・宿泊・IT・食料品製造業)

相談窓口

相談  
アドバイザー派遣

企業

業界

企業

国等の助成金を活用した就業環境の整備

業種の特性に応じた働き方改革の取組

事業成果の普及・展開

全道域への波及

- <新たな動き・課題>
- 国: 働き方改革実行計画の策定 (H29.3)、関連法案の制定 (H30 予定)
  - 道: 働き方改革推進方策の策定 (H29.10)
  - 裾野の広い取組の必要性

- <改革を加速、普及する仕組みづくりの必要性>
- 経済界との連携による仕組みづくり
  - 柔軟で多様な働き方の推進

- <女性が働きやすい環境づくりの必要性>
- 出産・育児を経ても仕事と子育てを両立したい女性層への支援

- <新たな動き・課題>
- 人手不足の深刻化が懸念
  - 25~34歳の女性の就業率の伸び悩み

働き方改革加速化事業 (H30-32)

改革を加速化する仕組みづくり

- 認証制度創設によるインセンティブ付与
- 働き方改革の取組と成果の見える化

- <関連事業> (道単)
- 地域の働き方改革推進事業
  - 振興局職員による企業のハンズオン支援

女性の活躍に向けた掘り起こし

- 子育て女性の就職活動に対する不安解消のための取組(セミナー・職場体験)の実施
- 子育て女性と企業とのマッチング・フォローアップ

連携

<経済団体>

- 道経連、道商連、同友会等との協働
- 金融機関等との連携協定締結

- <札幌市>
- 札幌商工会議所との連携による「改善モデル」の創出・普及

<札幌市>

- 女性の多様な働き方支援窓口の設置
- 女性活躍モデル作成
- テレワークなど導入支援やアドバイザー派遣を実施

連携

女性応援フォーラム共催

KPI: 女性相談窓口の新規登録者のうち、就職活動に結びついた人数 H32: 5,500人

# 環境の変化に対応したマーケティング力強化による食の輸出拡大

マーケティングと分析に基づいた確かな海外展開戦略を構築・展開するとともに、輸出事業者の裾野拡大に取り組み、特定の国や品目に依存しない、環境変化に強い推進体制づくりを進め、道産食品輸出の拡大を目指す。

KPI 本事業に参画する事業者の輸出増加額  
H29 0円 → R2 40億円

	2015年 大型低気圧	2016年 台風等	2017年	2017年 上期	2018年 上期	増減率	2018年 目標	2023年 目標
道産食品輸出額	773億円	702億円	674億円	293億円	374億円	+28%	1,000億円	1,500億円

TPP11  
EPAの発効

地震懸念  
を払拭

季候・気象環境の変化、自然災害の発生、貿易自由化の進展 →

## 多様なマーケティングによるターゲットを絞った輸出戦略の構築と展開

- 国別・品目別ターゲティング（Ⅱ期戦略：2018.12）  
農畜産物：アメリカ、中国・・コメ EU、香港・・日本酒  
ASEAN、台湾・・青果物  
ベトナム・・牛肉
- 水産物：シンガポール・タイ・マレーシア・香港  
・・高次加工品、高鮮度商材  
タイ・ベトナム・台湾・中国・加工用原魚
- 流通チャネル別のマーケティング  
バイヤー・インフルエンサー  
：有力バイヤー招聘、生産地紹介、マッチング・商談  
飲食店・量販店・Eコマース  
：調理手法の普及イベント、サンプル提供、飲食店等個別商談  
一般消費者：在住邦人・高所得者層向けPR、  
イベント出展、テスト販売
- EUの市場開拓  
市場調査、現地料理人や消費者に向けたプロモーション

道産食品輸出拡大戦略推進協議会

蓄積

蓄積

蓄積

知見

知見

知見

- 大手商社が有するノウハウの活用（生産・流通・販売までの一貫したプロデュース）
- 高付加価値商品の開発支援等による輸出事業者の裾野拡大（開発支援、テストマーケティング等）
- 地域商社「北海道どさんこプラザ」マーケティング力機能の強化（テスト販売、アドバイザー配置等）

輸出事業者の裾野拡大に向けた新たな仕組みの構築（JETRO・大手商社等との体制構築）

マーケティングに基づく輸出戦略構築

本道の生産力を活かす

ホクレン

ぎょれん

生産者・加工業者等

地域商社

その他  
BtoC等

本道の多様な資源を活かす

新たな輸出  
戦略の策定  
(2018・12)

新たな  
市場へ  
の進出

商品の  
付加価  
値向上

新たな  
有力品目  
発掘

海外展  
開企業  
の拡大

本道の強みを活かして、持続的な経済成長

# UIJターンによる起業・就業者創出（移住支援・起業支援）

KPI：本移住支援事業に基づく移住支援就業者数

H30 0人 → R6 1,084人

○ 地方へのUIJターンによる起業・就業者の創出等を地方創生推進交付金により支援。

道、市町村  
共同申請部分

地方への移住  
(東京23区在住者又は23区への通勤者が移住)

地方での就業  
(地方公共団体がマッチング支援の対象とした中小企業等に就業)

就業した場合  
最大100万円

地方での起業  
(地域課題解決に資する社会的事業を起業)

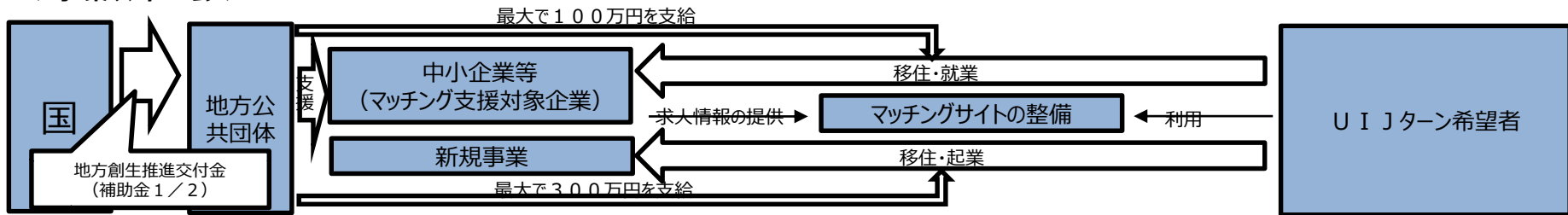
起業した場合  
最大300万円  
(最大100万円 + 200万円)

(地方にいたままで)  
起業した場合  
最大200万円

東京圏からのUIJターンの促進  
地方の担い手不足対策



## < 事業スキーム >



・ 北海道と札幌市をはじめとする市町村（90市町村）と共同で申請（移住支援）※90市町村のうち27市町村は、現在、追加申請中。



# 北海道の美味しい農林水産物でつくる ハイグレードな食・創造ビジネスモデル拡大事業

KPI：本事業に参画する事業者の売り上げ増加額

H30 0千円 → R3 1,900,977千円

## 優位性 全国1位の食品製造業出荷額

- 本道の食品製造業出荷額 2兆4,265億円
- 本道製造業の40.1%を占める主要産業

## 課題

- 全国44位の低付加価値率（28.9%）
- 人口減少によるマーケットの縮小

- 道内食産業
- 30人未満の小規模事業者が約5割→自力でのマーケティングや商品開発、販路拡大に限界
  - 一次産業者が取り組む6次産業化においても経営者としての意識が希薄で大半が赤字



## 食クラスター連携協議会による総合的支援

構成員 北海道、JA北海道中央会、北海道経済産業局、北海道農政事務所、北海道開発局、日本政策金融公庫、北海道科学総合振興センター（ノーステック財団）、北海道中小企業総合支援センター、フード特区機構、食品産業協会、北海道経済連合会、他

### 人づくり支援

#### 食の地域リーダー育成

- ターゲットの明確化や消費者目線に立った商品づくりにより、付加価値を高めるノウハウを持つ人材を育成
- 専門家を講師とした実地研修により、新事業展開や多角化に取り組む人材を育成



### 商品開発支援

#### 「売れるシーズ」食品研究開発

- 産学官の連携による、道内複数の地域における食の付加価値向上に関する研究体制の構築。
- 売れる「シーズ活用型食品」の開発と、活用に関する相談窓口の設置、広報・PR。



### 販売力強化支援

#### 認定制度を通じたブランド力創造

- 個別相談や商談会を通して商品の磨き上げや付加価値を向上。
- 道の認定ブランドそのものの広報・情報発信を行うことで、認定製品の販売力向上に繋げる。



## 目指す姿

一次産業者をはじめとした、道内事業者による高付加価値な食の創造・ビジネス展開の拡大

# ワイン産地「HOKKAIDO」形成プロジェクト

2018年6月に国の地理的表示(GI)制度に基づき、ワイン産地として「HOKKAIDO」が指定されたチャンスを最大限に活用し、世界に通用するワイン産地を形成するため、ぶどうの生産拡大の環境を整備するとともに、ぶどう栽培や醸造技術からマーケティングに至るまでの総合的な人材育成・確保に取り組み、ワイン産業及び関連産業の活性化を図る。

KPI 支援事業を通じた苗木確保量  
H30 0本 → R4 9万本

## 背景・課題

### 北海道の状況

- 全国一の醸造用ぶどう栽培面積(2015)  
1位:北海道362ha、2位:長野231ha 3位:山形136ha
- 道内ワイナリー数が10年で約2.5倍に増加  
2007:14件 → 2017:35件
- 地理的表示(GI)制度に基づく、産地指定(2018)  
⇒道内のワイナリー10社の113銘柄がGIワイン認定  
⇒海外への輸出促進(香港やEU等)
- 高い付加価値率  
道内ワイン製造 56.2% (道内食品工業平均 26.0%)

### 取り巻く状況

- 1 醸造用ぶどうの需要の高まり
  - ・国のワインラベル表示ルール(2018)  
⇒国内酒造会社(サッポロやアサヒ等)の国産ぶどう栽培拡大  
⇒山梨やフランスのワイナリーの道内進出
- 2 日本とEUの経済連携協定(EPA)の発効(2019.2予定)
  - ・関税即時撤廃によるEU産ワインとの競争激化

### 課題

- 1 全国的な苗木不足  
:国のワインラベル表示ルール(2018)
- 2 ワイナリー間のぶどうやワイン品質のばらつき
- 3 ワインに関する人材育成の場がない
- 4 北海道産ワインに対する低い認知度

温暖化による  
フランス系品  
種が栽培可能

EPA発効による  
競争激化

## 課題への対応と目指す将来像

### ぶどうの生産拡大の環境づくり

- 苗木の共同購入体制の構築
  - ・道内関係者、道外苗木業者との協議
  - ・苗木需要量調査 等
- 醸造用ぶどうの関係者連携会議
- 栽培技術の向上等対策
  - ・単収格差の要因の調査分析
  - ・対策の検討や研修会の開催

### 高度人材の育成・確保

- 品質向上に向けた支援
  - ・ぶどう栽培技術研修
  - ・ワイン醸造技術研修
  - ・マーケティング研修
- ブランド力向上に向けた支援
  - ・ワインの理化学分析研修
  - ・産地特性研修
  - ・プレゼンテーション研修・トップセールス

優良な苗木の安定調達・栽培技術の向上

道産ワイン原料の確保

農業者  
ワイナリー

ワインと  
食のペアリング

知的財産の保護・活用  
を通じた品質向上

ワイン産地  
の形成

ワイン  
ツーリズム

食の輸出拡大

産地形成によるワイン産業・関連産業への経済波及