

## 地域再生プロジェクトの実施結果調書

市町村名

礼文町

## 1 地域再生プロジェクト実施結果（プロジェクト全体）

（5年計画のうち2年目）

実施地域	市町村名：礼文町 民間団体名：礼文町観光協会ほか	計 1市町村 団体
プロジェクト名：「元気な礼文づくりプロジェクト」=地域環境・地域産業が創り出す WAKUWAKU 島づくり=		格差の分野： 地域経済の格差
地域の課題及び 地域再生プロジェクト の目標	<p>◆ 地域の課題</p> <p>礼文町の人口は、昭和31年の10,099人をピークにその後は少子化や若年層の流出による人口の減少と食生活の改善や医療の進歩などによる長寿の伸展を背景に高齢化が進んでいる。</p> <p>人口減少や少子高齢化の進行は地域経済の原動力の一つであるマンパワーの不足という大変厳しい一面を抱えている。</p> <p>町財政は行政改革等鋭意進めながら健全化に向けた努力をしているが、投資的経費は勿論のこと生活インフラや福祉などの義務的経費の捻出も厳しい状況にある。</p> <p>一方、基幹産業の漁業と観光だが、漁業では、生産量・生産金額とも概ね横ばいで推移しているものの、後継者不足や組合員の高齢化が構造的な問題となっている。食の安全がクローズアップされている昨今、豊饒の海からの新鮮な水産物の付加価値を高め、消費意欲の湧く魅力ある新たな商品の開発や販路の拡大を図り、他地域とは異なる最北端の島ならではの「礼文水産ブランド」を確立する必要がある。</p> <p>また、昭和49年に「利尻・礼文・サロベツ国立公園」の指定を受けて以来、順調に交流人口（観光客入込数）を伸ばしてきた観光は、平成14年の30万人をピークに観光客のニーズや旅行形態の多様化により、交流人口の減少傾向が続いており、平成18年度で約20万人、平成19年度は約18万人の交流人口となっていることから、「見る・食べる・遊ぶ（体験する）」を具体化した新たな観光メニューを創造するなど、交流人口増加に向けた「礼文観光ブランド」を確立する必要がある。</p> <p>◆ プロジェクトの目標</p> <p>礼文島を「元気な島」にするためには、本町の基幹産業である水産と観光の振興を柱として行政と団体、住民等の取組みの結集で地域経済の活性化を図ることが必要である。</p> <p>本プロジェクトを核として、最北端の花の島に潜在している多種・多様な地域資源を最大限に活用し、水産と観光の連携を図りながら、また、町内児童生徒を中心とした島外における「礼文町観光大使活動」や、島内おもてなしの一つとしての「高校生花ガイドボランティア活動」、更には「低温管理によるレブンアツモリソウ開花調整」等の本町独自の取り組みを総動員し、都市住民（観光客）との交流機会や交流人口の拡大を目標に、一人でも多くの礼文ファンやロイヤルカスタマー（固定客）の確保に努める。</p>	

取組の成果	<p><b>住民等の評価</b></p> <p>取組内容については、必要の都度HPや新聞・町広報誌・回覧などにより周知したこともあり十分な理解を得ており、住民にも関心を持ってもらい高い評価を得ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロイヤルカスタマー事業については、マスコットキャラクターを多用した新規アイデア事業として町民の評価を得ている。</li> <li>・島グルメ発見事業については、島の食材を使った新しいグルメの開発として町民の評価を得ている。</li> <li>・チラシ・フットパスマップ事業については、島内の案内及び利用価値の高いチラシとして町民の評価を得ている。</li> <li>・イベント開催事業については、高山植物や魚介類など地域の特性を最大限に活かしたイベントとして町民の評価を得ている。</li> <li>・体験モニターツアー実施事業については、個人集客型観光の発展が図られる企画として町民の評価を得ている。</li> <li>・水産物PR事業については、地域特産品のPRイベントとして町民の評価を得ている。</li> </ul>	
	<p><b>計画に対する達成度</b></p> <p>計画事業が全て実施されたことに加え、2年目を迎えた事業もあり、習熟度・達成度がより高いものになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロイヤルカスタマー事業については、マスコットキャラクター活用PR事業の他、知名度アップに努める等計画を達成した。</li> <li>・島グルメ発見事業については、グルメコンテストの開催や試食会の実施など、島の特産品の有効利用に努める等計画を達成した。</li> <li>・チラシ・フットパスマップ事業については、島情報チラシと外国語版WEBを製作しPRに努める等計画を達成した。</li> <li>・イベント開催事業については、3種のイベントで3,767名を動員し、依然高い人気があり地域のPRに努める等計画を達成した。</li> <li>・体験モニターツアー実施事業については、特別企画で着地型ガイドの案内を実施するなどして、PRに努める等計画を達成した。</li> <li>・水産物PR事業については、水産まつりと三重県におけるイベントで延べ11,000人を動員しPRに努める等計画を達成した。</li> </ul>	
	<p><b>具体的な効果</b></p> <p>平成14年の30万人をピークに観光客の減少が続いており、平成20年度では約17万6千人の入込数で、交流人口の減少は長引く景気の低迷に加え、特に平成21年度においては、全国的なインフルエンザの流行や夏季の天候不順なども相まって地域経済へ大きな影響を与えている。</p> <p>これらのことから、大幅な交流人口の減少を予測したが、本プロジェクトの計画事業を実施してきたことにより、数年前までは毎年10%程の減で推移してきた交流人口も減少幅が小さくなっていることから効果はあったと考えている。</p>	<p><b>交付金支援期間終了時の成果目標に対する現時点での達成状況</b></p> <p>平成19年度交流人口18万人 → 平成24年度交流人口18万3千人の目標に対し現時点（H21年度末）での見込み交流人口が16万8千人であり△8.2%の状況である。</p>

	<p>課題点等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・島グルメ発見事業については、当初の計画どおりの取組が実施できたことから特段の課題等はない。</li> <li>・チラシ・フットパスマップ事業については、当初の計画どおりの取組が実施できたことから特段の課題等はない。</li> <li>・イベント開催事業については、当初の計画どおりの取組が実施できたことから特段の課題等はない。</li> <li>・体験モニターツアー実施事業については、当初の計画どおりの取組が実施できたことから特段の課題等はない。</li> <li>・水産物PR事業については、当初の計画どおりの取組が実施できたことから特段の課題等はない。</li> <li>・ロイヤルカスタマー事業については、当初の計画どおりの取組が実施できたことから特段の課題等はない。</li> </ul>
<p>プロジェクト推進上の課題・問題点</p>	<p>課題を踏まえた今後の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・島グルメ発見事業について、礼文島の新たなご当地グルメを募集することにより、島外への地域特産物のPRはもちろん、地産地消を含めた消費拡大に努めていく必要がある。</li> <li>・チラシ・フットパスマップ事業について、好評を得ているフットパスマップについては増刷し、チラシについては内容をより充実したものに一新しPRに努める必要がある。</li> <li>・イベント開催事業について、より多くの集客を図るため広く情報発信を行うとともに、イベント内容の充実を目指す必要がある。</li> <li>・体験モニターツアー実施事業について、礼文島西海岸クルーズなど新たなメニューを導入し、より効果的な事業展開を図る必要がある。</li> <li>・水産物PR事業について、首都圏を中心に地域特産品の消費拡大を広くPRするとともに、水産と観光との連携による相乗効果を図り、交流人口の増加に向けた積極的な事業展開が必要である。</li> <li>・ロイヤルカスタマー事業について、礼文島ならではの新たな魅力やタイムリーな情報を、タイムリーに提供できるシステムづくりを構築する必要がある。</li> </ul>

## 2 地域再生プロジェクト構成事業

### (1) 実績額について

(単位：千円)

No	事業名 実施主体名	実施期間	年次	事業費	財源内訳						交付金 要望額	
					国庫補助 金等	道補助 金等	市町村補助等		市町村 自己財源	民間等 自己財源		その他
							補助金等	委託費				
1	離島体験滞在交流促進施設整備事業 礼文町	20 ～ 21	全体計画	574,363	211,600				5,469		357,294	0
			初年度(20)	354,895	131,600			95		223,200	0	
			2年度目(21)	219,468	80,000			5,374		134,094	0	
			3年度目(22)	0							0	
2	島グルメ発見事業 礼文町観光協会	21 ～ 22	全体計画	2,039			2,000			39		1,410
			初年度(20)	0								0
			2年度目(21)	1,039			1,000			39		910
			3年度目(22)	1,000			1,000					500
3	ロイヤルカスタマー 創造事業 礼文町	20 ～ 21	全体計画	3,315					3,315			2,870
			初年度(20)	1,040				1,040				1,000
			2年度目(21)	2,275				2,275				1,870
			3年度目(22)	0								0
4	体験モニターツアー 実施事業 礼文町観光協会	21 ～ 24	全体計画	2,665			2,100			565		2,100
			初年度(20)	0								0
			2年度目(21)	1,165			1,100			65		1,100
			3年度目(22)	1,500			1,000			500		1,000
5	島情報チラシ・フットパス マップ製作事業 礼文町観光協会	20 ～ 24	全体計画	5,366			3,049			2,317		3,049
			初年度(20)	2,817			2,000			817		2,000
			2年度目(21)	749			749					749
			3年度目(22)	600			300			300		300
6	祭り・イベント開催 事業 礼文町観光協会	20 ～ 24	全体計画	4,960			2,350			2,610		1,271
			初年度(20)	526			250			276		200
			2年度目(21)	1,434			600			834		571
			3年度目(22)	1,000			500			500		500
7	おかみさんの会開催 事業 礼文町観光協会	20 ～ 24	全体計画	499						499		0
			初年度(20)	100						100		0
			2年度目(21)	99						99		0
			3年度目(22)	100						100		0

## 2 地域再生プロジェクト構成事業

### (1) 実績額について

(単位：千円)

No	事業名 実施主体名	実施期間	年次	事業費	財 源 内 訳						交付金 要望額	
					国庫補 助金等	道補助 金 等	市町村補助等		市町村 自己財源	民間等 自己財源		その他
							補助金等	委託費				
8	地域水産物PR事業 礼文町水産物加工協議会	20 ～ 24	全体計画	6,705			3,300			3,405		2,100
			初年度(20)	1,248			600			648		600
			2年度目(21)	1,757			800			957		800
			3年度目(22)	1,400			700			700		700
9	観光トレッキングサ ポートバス運行事業 礼文町観光協会	20 ～ 24	全体計画	5,055						5,055		0
			初年度(20)	1,050						1,050		0
			2年度目(21)	855						855		0
			3年度目(22)	1,050						1,050		0
10	高校生花ガイドボラ ンティア事業 礼文高校	20 ～ 24	全体計画	0								0
			初年度(20)	0								0
			2年度目(21)	0								0
			3年度目(22)	0								0
11	観光大使活動事業 町内小中高生	20 ～ 24	全体計画	76						76		0
			初年度(20)	0								0
			2年度目(21)	76						76		0
			3年度目(22)	0								0
12	礼文町マスコットキ ャラクター製作事業 礼文町	20 ～ 20	全体計画	1,205					1,205			1,200
			初年度(20)	1,205					1,205			1,200
			2年度目(21)	0								0
			3年度目(22)	0								0
13	礼文島魚文化の伝承 事業 礼文町	20 ～ 20	全体計画	1,040					1,040			1,000
			初年度(20)	1,040					1,040			1,000
			2年度目(21)	0								0
			3年度目(22)	0								0
計	事業数[13]		全体計画	607,288	211,600		12,799		11,029	14,566	357,294	15,000
			初年度(20)	363,921	131,600		2,850		3,380	2,891	223,200	6,000
			2年度目(21)	228,917	80,000		4,249		7,649	2,925	134,094	6,000
			3年度目(22)	6,650			3,500			3,150		3,000

## (2) 実施内容について

No.	事業名	計画内容	年次	実施状況	効果・課題	今後の展開
1	離島体験滞在交流促進事業	最北の島の天然温泉を利用した、健康増進と癒しの場を提供する日帰り入浴と新たな体験滞在観光の核としての体験交流のできる施設の整備を図る。	初年度(20)	施設実施設計・動力ポンプ設置・施設建設本體工事	施設整備中のため、特になし	体験滞在の核となる交流施設の機能強化を検討する。
			2年度目(21)	施設建設・電気機械設備・パイプライン布設	施設の完成により憩いと交流の場が創設されたが有効活用を検討する必要がある。	施設の有効利用を検討するとともに、積極的な活用を展開する。
			3年度目(22)			
2	島グルメ発見事業	礼文島の食材を使った新しいグルメ(美食料理)やB級グルメを開発し、観光客誘致の向上を図るとともに、グルメマップを製作し首都圏等に掲示することにより地域PRやきっかけづくりに努める。	初年度(20)			
			2年度目(21)	グルメコンテスト開催・試食会実施	特産品の新たな活用法を発見できた。今後さらに利用食材の幅を広げる必要がある。	新たなご当地グルメを募集することにより地域特産物のPRや消費拡大に努める。
			3年度目(22)			
3	ロイヤルカスタマー創造事業	新しい観光商品の糸口を探るため、8月から9月にかけて花ガイドによる体験型トレッキングを実施する。また、首都圏プロモーションの際に、礼文島の食材(礼文の魚文化の継承事業との連携可)を利用した試食会等を行い差別化を図る。	初年度(20)	体験トレッキング実施・フラワーメール等の製作体験・首都圏プロモーション(東京、大阪)	本事業を通じて関係者との協力関係が図られた。外来植物駆除体験トレッキングについては、実績の検証により今後の展開への新たな取組みが必要。	エージェントやNPO等との連携を図り、情報発信を強化することで、固定客やリピーターの増員につながる取組みや着地型観光メニューを磨き上げる。
			2年度目(21)	ラジオ出演・マスコットキャラクター活用PR事業・ナイトハイイク	ラジオなどを通じて礼文島の知名度アップが図られた。単発の企画に終始することなく、常に新たな魅力が発信される工夫が必要。	ホームページなどの活用により観光やイベントなどに関する情報を、より具体的にタイムリーに提供し集客に努める。
			3年度目(22)			
4	体験モニターツアー実施事業	礼文島の表玄関香深港から車を利用しないエコモニター体験ツアー(外来植物等駆除)とウニ採りなどの漁業体験モニターツアーの実施、また、離島体験交流施設での地元住民を講師に穴あき貝やガラス玉を使っての工作体験交流等の実施。	初年度(20)			
			2年度目(21)	花散策等自然体験モニター実施	礼文島の魅力を効果的に導入することにより、個人集客型観光の発展が期待できる。体験・滞在型のツアーを提供できるような素材づくりが肝心。	礼文島西海岸クルーズなど新たなメニューを取り入れ、より効果的な事業展開を図る必要がある。
			3年度目(22)			
5	情報チラシ・フットパスマップ製作事業	外国人旅行者も安心して島内観光を行なうことが出来るよう、日本語・英語・漢台語による礼文島フットパスマップ(各言語5ルート)と島内の観光スポット紹介の他、商店や食堂など観光業と連携した便利情報を掲載したチラシを製作する。	初年度(20)	フットパスマップ制作(トレッキング5コース・日本語、英語、中国語)・情報満載チラシ製作	トレッキング愛好者(観光客)への情報満載ガイド紙として利便性向上が大きく図られた。リアルタイムでの情報提供やマップ、チラシの充実に努めて行く。	観光客に対し、情報満載の充実した内容の発信を継続的に図る必要がある。
			2年度目(21)	情報満載チラシ製作・外国語版WEB製作	チラシによるPR効果や、外国人観光客向けのWEB製作により、今後の観光客誘致が大いに期待できる。受入側の施設面などの整備が課題。	旅行者の満足度を高めるため、様々な情報提供やその内容充実に努める。
			3年度目(22)			
6	祭り・イベント開催事業	アツモリ感謝祭、ウスユキ感謝祭、オータムフェスタ、島ナイトイベント等祭りやイベントを新規に開催し、観光客の滞在期間内における満足度の向上を図る。	初年度(20)	アツモリ感謝祭・ウスユキ感謝祭・オータムフェスタ	イベントの開催により多くの集客があった。集客増加のため、積極的なPR等の強化対策が必要	魅力あるイベントを開催することで、交流の場の提供に努め、住民参加の促進と集客アップにつなげてゆく。
			2年度目(21)	アツモリ感謝祭・ウスユキ感謝祭・オータムフェスタ	内容が充実され参加者の満足度が高い。一層のイベント完成度アップを図る。	より多くの集客のため広く情報発信を行うとともに、イベント内容の充実を図る。

			3年度目(22)			
7	おかみさんの会開催事業	ホテル・旅館・民宿・商店を中心とした地域のおかみさん達による地域振興懇談会の開催と、ソフトイベントの開催	初年度(20)	設立会議開催・観光おもてなし花壇整備	旅行者へのおもてなしの意識の高揚が図られた。参加メンバーが固定化傾向にあるため、参加意欲を助長する対策が必要。	女性の視点からの新たな観光メニュー等の開拓や各種情報の共有を図るため今後においても定期的な情報交換や学習の場として本会を開催したい。
			2年度目(21)	観光おもてなし花壇整備・観光振興アドバイザーとの懇談会	事業の推進によりおかみさんたちの相互理解が図られた。繁忙期の活動が多く参加者が偏る傾向がある。	繁忙期(観光ピーク時)以外の活動メニューを充実させ、参加者の増加を図る。
			3年度目(22)			
8	地域水産物PR事業	海に囲まれた礼文島をPRするため。海の日に新鮮な地場水産物を住民や観光客に提供する水産まつりの開催と、チャレンジ隊を組み、首都圏を中心に礼文産のホッケ等の地域の魅力をPRするイベントの実施	初年度(20)	礼文島水産まつり実施・首都圏での水産加工品のPR事業	知名度アップと水産物の新たな販路拡大の可能性が広がった。より多くの集客が見込める場所の選定。	観光とタイアップしたイベント等において、最北の島の食の魅力(安心、安全)をPRし、消費拡大に努める。
			2年度目(21)	礼文島水産まつり実施・首都圏での水産加工品PR事業	礼文島の水産物の魅力が多くの人に理解された。今後さらに交流人口の増加に向けた積極的な事業展開が必要。	地域特産品の消費拡大を広くPRするとともに、水産と観光との連携による相乗効果を図る。
			3年度目(22)			
9	観光トレッキングサポートバス運行事業	6月から8月のトップシーズンに島内観光の利便性を図るためのトレッキングサポートバスを委託運行	初年度(20)	観光トレッキングサポートバスの委託運行	島内交通の利便性が図られた。運行便数に対し、利用者が少ないため、PR等の対策が必要。	利用者の利便性、満足度を高めながら継続実施する。
			2年度目(21)	観光トレッキングサポートバスの委託運行	島内交通の利便性が図られた。利用者が少ないため、観光客へのPR・周知が必要。	島内トレッキング前後の移動手段としてのPRを行う。
			3年度目(22)			
10	高校生花ガイドボランティア事業	礼文高校では、総合的な学習の時間を利用して、郷土の色々なことを調べたり取組んだりしており、その一環として海岸や道路脇の清掃活動や、景勝地桃岩附近での花ガイドボランティア(3年生)などを実施している。	初年度(20)	海岸等の清掃活動・景勝地桃岩附近での花ガイドボランティア	自然豊かな故郷の海岸清掃は環境美化意識を高め、花ガイドボランティアを行い観光客をもてなすことによって、故郷の貴重な自然を再認識するとともに理解を深めることができた。	礼文高校の独自の取り組みとして将来においても継続実施したい。
			2年度目(21)	道路脇の外来種除去活動・景勝地桃岩附近での花ガイドボランティア	貴重な高山植物の植生保護のため、また、町内外の人々に対しての環境美化意識高揚のためにも効果的な事業展開がされている。一般町民や観光客などとの連携も視野に入れる。	礼文高校全校生徒の減少により事業の縮小化が懸念されるため、事業継続のための側面的な支援を検討する必要がある。
			3年度目(22)			
11	観光大使活動事業	島内の小中高生が観光大使として、修学旅行先の札幌などで観光パンフレットの配布や観光協会より提供を受けた特産物の「りしり昆布」等をJR札幌駅などで無料配布し郷土「礼文島」の観光宣伝活動を行っている。	初年度(20)	修学旅行先での観光宣伝活動	児童生徒の郷土愛の醸成や島民の意識の高揚が図られた。	故郷に学ぶ「礼文学」の体現として、また郷土愛を育む事業として、今後においても児童生徒による観光宣伝活動を展開したい。
			2年度目(21)	修学旅行先での観光宣伝活動	礼文島の効果的なPRが行われ、児童生徒の貴重な体験活動として位置付けられた。	観光大使活動の新たな展開方法を児童生徒自らが検討を重ね、郷土学習を深める。
			3年度目(22)			
12	礼文町マスコットキャラクター製作事業	礼文町のマスコットキャラクターをHPや広報紙などの媒体を通じて全国的に公募する。選定キャラクター	初年度(20)	キャラクターの公募・着ぐるみ製作・イベントPR活動	東京・札幌のイベントにキャラクターが参加し、礼文島のPR等を行い知名度アップにつながった。	様々な事業との連携や、民間・各団体でのマスコットキャラクターの活用を推進し、広く礼文島PRに努める。
			2年度目(21)			

		については町の「顔」として、デザイン化したものを活用するほか着ぐるみを製作し、各種イベントへの参加や観光PR等に利用する。	3年度目(22)			
13	礼文島魚文化の伝承事業	未利用資源のホッケ、タラの残渣を活用して、加工協、水試、町が連携して魚醬づくりを行う。発展的には製品化を図り、古くから伝わる郷土料理(魚主体)の発掘を行いレシピ集を作成し、宿泊業者や町民に還元し、魚文化の伝承を行う。	初年度(20)	魚醬づくり・郷土料理(魚主体)レシピづくり	資源の有効利用が図られ、礼文島ならではの食(メニュー)を提供する参考となった。食材によっては時期的なものもあり工夫が必要。	魚醬については、商品化に向けた取組みとして、更なる研究に努める。
			2年度目(21)			
			3年度目(22)			