標茶町タウンプロモーション計画

愛おしさを育む、
「しべ推し」
プラン

目次

1 標茶町タウンプロモーションの背景目的 ・・・・・・・・ 2

（１）標茶町タウンプロモーション実施の背景と目的 ・・・・・・・・ 2

2 標茶町の今とこれから ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3

（１）推進委員会の実施から見えてきた「標茶町の魅力と課題」・・・・ 3

（２）町民インタビューの実施から見えてきた「標茶町の魅力と課題」・ 3

（３）理想の「10年後の標茶」について ・・・・・・・・・・・・・・・ 5

3 プロモーションの方向性 ・・・・・・・・・・・・ 6

（１）ペルソナ設定 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6

（２）情報発信にまつわる具体的な計画案 ・・・・・・・・・・・・・・ 6

（３）キャッチコピー・ロゴの制定 ・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7

4 まとめ　これからの行動展開 ・・・・・・・・ 8

1 標茶町タウンプロモーションの背景目的

（１）標茶町タウンプロモーション実施の背景と目的

北海道の東側・道東エリアのほぼ中央に位置する標茶町。「釧路湿原国立公園」「阿寒摩周国立公園」の２つの国立公園と「厚岸霧多布昆布森国定公園」の一部を有し、豊かな自然と貴重な動植物が生息しています。総面積 1,099.37 平方キロメートル（東京都の半分）と広大な土地と冷涼な気候を活かして、酪農が盛んに営まれ、さまざまな乳製品が製造・販売されているなど、湿原を中心とした自然と、牛舎や放牧地が隣り合う牧歌的な風景が広がるまちです。

2025 年 1 月時点の人口は、約 6,800 人。町内には JR・釧網本線が縦断し、道東エリアの空港からのアクセスも良く、市街地にはコンビニやスーパーなどの商業施設や飲食店がコンパクトに集積していることから、一定程度の暮らしやすさが保たれているまちである一方、1960 年代から人口減少が進み、現在も少子高齢化と若者流出の状況が続いています。こうした課題は全国共通であり、地域資源を活用した取り組みについては、各自治体で進められているところです。

こうした背景を踏まえ「標茶町」の知名度を上げ、定住人口の減少に歯止めをかけることや交流・関係人口を増やすことにより、地域の活力を維持していくための取り組みとして、令和 5 年度から標茶町タウンプロモーション推進事業を進めておりますが、本町が将来にわたり持続的な発展を遂げていくために、長期的な目線での事業方針を定め、効果的な事業展開を図るべく、この度「標茶町タウンプロモーション計画」を策定しました。

計画策定にあたっては、役場各部署から選出し構成する標茶町タウンプロモーション推進委員会を立ち上げ、タウンプロモーションに係る研修会の開催や計画策定に向けたワークショップなど、標茶町ならではの魅力や課題、目指す地域像と施策案について話し合いを進めてきたほか、本町に住む方々からの声を反映させていくため、多方面でご尽力している方々にインタビューを実施しました。

すべての人が、愛着心を持って暮らせるまちを目指して。本書では、今後の活動内容と、それにより見えてきた将来的な方向性および今後のタウンプロモーションの計画プランをまとめます。

タウンプロモーションとは

地域の魅力を伝える広報・営業活動。地域の魅力を内外に発信し、その地域へヒト・モノ・カネを呼び込み地域経済を活性する活動として位置づけられています。

タウンプロモーションの目的

産業・観光振興、移住・定住促進、企業誘致、住民満足度の向上

2 標茶町の今とこれから

（１）推進委員会の実施から見えてきた「標茶町の魅力と課題」

推進委員会を開催し、ワークショップ形式（以下 WS）での話し合いを進める中で、以下のような魅力と課題が見えてきました。

■魅力

・豊かな自然と共存できるまち。
・広々した土地（牧草地など）、開けた風景も魅力であり、長閑で暮らしやすい。
・都会に比べると不便なところも、長閑さ、自然の維持という点では魅力の一つになっている。

【 WSで上がった具体的な標茶町の魅力（順不同）】

- 酪農
- 釧路湿原
- 放牧地
- カヌー
- 野生動物
- 渋滞がなく静か
- 「切れてるバター」など標茶でしか作っていない商品がある
- 乳製品
- 標茶高校
- ぽん・ぽんゆ
- 多和平
- 馬
- 羊
- 温泉の泉質、湯量が良い
- 水や空気がきれいでおいしい
- 星空
- ノロッコ号やSL冬の湿原号
- 就農支援が充実している
- 小中学生の給食費と保育料が無料
- 大学生まで医療費無料

■課題

・町としての認知度が低い⇔情報発信力が弱い
・人口減少（若手世代、後継者不足、担い手不足）が続いている。
・駅前商店街の過疎化。

（２）町民インタビューの実施から見えてきた「標茶町の魅力と課題」

実際に標茶町で暮らす町民を対象に、個人個人の現状認識・タウンプロモーションへの意見を聞き取る町民インタビューを実施する中で、以下のような魅力と課題が見えてきました。

■魅力

・温かくのんびりとした町民性。外から来た人を大らかに迎え入れられる風土。
・日常生活には困らない利便性。渋滞や混雑がない、除雪のきれいさ、などの暮らしやすさ。
・水と空気がきれいでおいしい。

■課題

・自然資源が魅力である一方で、町の内側に光が当たる場面が少ない。
・自然以外の突出した魅力がわかりにくい。
・医療や生活に直結する施設が少ない（特に小児科がないことへの課題感）、そうした施設での働き手不足。
・後継者不足（一次産業、市街地の個人商店）

2025年 1月号、2月号、3月号の
広報しべちゃに掲載

商店街で個人店を営む店主、赤ちゃん広場に参加した皆さん、郵便局長、酪農家などにインタビューしました。

【 町民インタビュー抜粋 】

- この先もできるだけ人口が減らない仕組み、若い人たちが地元に帰って来たくなる情報発信や制度が充実していくと良い。
- 標茶の人が標茶のことをもっと知っていく必要がある。
- 道の駅のような人が集まる場所があれば、町のことを知ってもらうきっかけになる。
- もう少し医療や生活に直結する施設が充実すればもっと暮らしやすくなる。
- 外に向けたPRと、町の生活を整えていく働きかけ。その両方が、「長く愛着を持って暮らせるまちづくり」には必要。

（３）理想の「10年後の標茶」について

これからのタウンプロモーションを進めていくにあたり、（１）で整理した課題と魅力を踏まえて、目指すべき「10年後の標茶」と「そのためにできること」を話し合いました。

■ 10年後の標茶の理想像

・「標茶ファン」の人たちが暮らしている。
・進学や就職で地元を離れた子どもたちが「標茶の魅力」を語ることができる。
・進学や就職で地元を離れた若者世代が「戻りたくなるまち」である。戻ってこられる環境が保たれている。

＝標茶で暮らす人たちが**「地域に対する誇り・愛着心」を持ち続けていられる状態**が、理想の姿である。

■そのために今できること

①関係人口創出・認知度向上のためのタウンプロモーション

・観光資源でもある自然の保護及びプロモーション
・企業誘致、移住者へのアプローチ
・まちづくりに関する財源確保のためのふるさと納税への取り組み

②住民満足度の向上及び地域シビックプライド（地域に対する誇り）の醸成

・市街地の個人商店存続への働きかけ→町民の暮らしやすさの維持
・子供に係る医療費や給食費、保育料の無償化の継続→子育てのしやすいまちであり続ける
・進学で地元を離れた若者世代が戻って来られる環境・雇用の創出

シビックプライド＝自分が住む地域に対する誇り。タウンプロモーションは地域外へ、シビックプライドは地域内に対して働きかけるものであることから、両者は補完関係にあり、両立させて取り組むことが大切だと考えられています。

3 プロモーションの方向性

2 で整理した現状及び 10 年後の標茶の姿を踏まえて、タウンプロモーションの方向性を定めるため、ペルソナ設定・情報発信にまつわるアクションを具体化させていきました。またプロモーションの軸となるよう、キャッチコピー・ロゴを作成しました。

（1）ペルソナ設定

推進委員全体が共通認識を持ち、一貫性のある施策やプロモーション活動を展開することを目的に、ペルソナを設定しました。（ペルソナ：当プロモーション活動のターゲットとなる仮想的な人物像）

■世代

・20-30代の子育て世代。
・祖父母世代。夏休み、孫たちが遊びに来てくれる故郷を目指す。

■人物像

・新規就農希望者、テレワーク可能な人、ゆったりとした空気感を求める人、標茶近郊在住だが町の雰囲気を好む人、都市部在住で趣味（スポーツ、写真、アウトドア）を満喫したい人。
・現在標茶町内の小中学校に通う子どもたち（＝戻って来たいと思えるまちに）

（2）情報発信にまつわる具体的な計画案

■キーワード

シーズンステイ、企業誘致課、3世代自由研究、小さなイベントのまち、中の人が好きなまち

【 具体的な意見案 】

- 釧路湿原での自由研究をキーワードに祖父母世代に PR。ロイヤルエクスプレスにチラシを置くなど、着地型の情報発信が効果的ではないか。
- 移住 PR のため、標茶で購入できる土地の情報を伝える。どれくらいの生活費がかかるか、実際に住んでからの情報をより多く出す。移住者のリアルな声、移住者目線での標茶の魅力を伝える。
- 新聞などの広告、インフルエンサーの活用、飛び込み営業など、さまざまな方法で企業誘致に向けて働き掛ける専門部署を新設する。
- より多くの人にファンになってもらえるポテンシャルは秘めている。コアな層に向けて、中の人の思いが伝わる熱量のある発信を行う。深く狭く、熱量のある情報発信（例:標茶って実は〇〇なんです！）。
- 実際に町外の人たちと交流できるイベントを開催。ファンを増やす。

（３）キャッチコピー・ロゴの制定

■コンセプト

しべちゃって惜しいところだらけなんです → しべ推し

人も自然もすばらしく、もっと有名になってもいいポテンシャルを秘めているのに、スポットが当たる機会はやや少なめ。ちょっぴり「惜しい」ところがあるけれど、誰もがそんな一面を愛おしく思っている。その大らかさも、このまちの魅力のひとつ。
この愛おしさを、もっと大切にしていきたい。このまちを推してくれる人を増やしていきたい。そんなメッセージを込めて、「しべ推し」というコピーを作成しました。

サブタイトル：**いと、おしい。愛おしい。**

「惜しさ」という言葉から生まれたコピーですが、伝えたいのはあくまで「愛おしさ」というポジティブなイメージです。原案にある惜しいという単語が先行しないよう、また愛着を持って長く使い続けていけるよう「愛おしさ」が全面に出るサブタイトルを付属しました。
※「いと」は、古語で「とても」「非常」を差す言葉です。愛おしいの「いと」を掛け合わせています。

■キーワード

・中の人も外の人も、標茶を推していく。ファンをつくる。
・惜しさ＝愛おしさ。マイナスプロモーションではなく、未完成の部分、素朴な雰囲気に愛着を持って暮らし、伝えていく。

■ロゴデザイン

愛着心が伝わるような、温かみのある雰囲気に。酪農（牛）と自然（湿地・湖とカヌー・羊と鹿）の要素で構成。
「しべ推し」のコピー普及に向けて、グッズ展開しやすいイラストデザインを採用しました。
※基本のカラーパターンを設定し、用途に応じて別カラー版も使用していく。

4 まとめ　これからの行動展開

3 の情報発信にまつわる内容を含め、役場職員をはじめ、それぞれが日常業務に落とし込むための行動案を話し合いました。また、町民アンケートから回収された行動案を含めて見出した方向性を、以下にまとめます。

①「しべ推し」を軸に、地域の関係人口創出・認知度向上に向けて取り組む

第一段階として、「まだ標茶を知らない人」に町名を知ってもらうきっかけを増やす。「しべ推し」のロゴ及び「いと、おしい。愛おしい」のキャッチコピーを広めることで、温かい空気感を伝えていく。

【 具体的な行動案 】

- 名刺やふるさと納税返礼品、グッズの制作や特産品のラベルなどにロゴマークを適用し、イメージの定着を図る。
- ポスターやパンフレットなどPR物を作成し、各種イベント等で周知及びイメージの定着を図る。

②道東の中央に位置する立地を活かし、「立ち寄りたくなるまち」を目指す

道東全域で見たときに中央付近に位置するのが、標茶町。現在は通過点になってしまうことが多い印象だが、今後この立地の良さを活かし、「立ち寄りたくなるまち」を目指す。道東道延伸のチャンスを逃さない。

【 具体的な行動案 】

- 道東観光の拠点・休憩スポットになるような施設をつくる。例として道の駅のような場所があると理想的。※道の駅に限らず、標茶ならではの特産品・お土産が購入できる場所。
- 定期イベントを開催する。現在町内で進められている各種イベントを含む、地元の食なども楽しめるイベントを開催・継続していく。規模は小さくとも、その土地らしいゆったりとした空気感を楽しめるイベントが理想的。
- 釧路湿原かや沼観光宿泊施設「ぽん・ぽんゆ」のPR。釧路湿原国立公園内の宿泊施設であり、シラルトロ湖畔の自然と温泉を楽しんでもらえる、標茶らしいスポットの一つとして全面的にPRし、道東旅行の目的地としてもらえるよう広報活動に力を入れる。

③移住・定住者を増やすための施策

移住希望者を増やすためのプロモーションと、プロモーションをきっかけに興味を示してくれた移住希望者が町に移住･定住できる環境づくりを両立させる。「住みたくなるきっかけ」と「住み続けたくなる仕組み」を整えていく。

【 具体的な行動案 】

- 町有地分譲にまつわる取り組み。活用可能な町有地や建物をリストアップし、目的に応じて情報提供できるようにする。状況に応じて、未利用地の活用、建物の整備解体を行い企業誘致に向けて整備することも視野に入れて検討を進める。

- 塘路地区だけではなく、市街地に住みたい人、山の中に住みたい人、さまざまなニーズにアプローチできるよう、土地情報の整理と周知活動を進める。

④町民の「暮らしやすさ」を充実させるアプローチ

今後、人口減少及び少子高齢化が進むのは明確。その事実を踏まえて、どういったアプローチをとることができるのかという視点を持ち、まちづくりを進める必要がある。

【 具体的な行動案 】

- 町内の病院や介護施設での働き手が不足している状態を改善していくため、町外（道内外）に居住し地方移住を考えている方に向けた情報発信。水や空気のきれいさ、標茶の長閑な環境の良さを求人サイトやSNS広告でPRし、雇用につなげる。

- 酪農など一次産業の担い手不足の一手として、新規就農者や従業員の居住環境を整えることが雇用の創出にもつながり得ることから、住宅整備を行う雇用者に対し、居住環境の需要・雇用者と情報共有や就農及び就業希望者へのアプローチについて検討する。

- 子どもたちの遊びの場、親子世代の集いの場となるような公園や屋内施設を充実させる。町民からの要望が多い小児科をはじめとする医師確保対策や相談できる施設・体制について充実を図る。

⑤町の中に目を向けたプロモーション展開

あらゆる情報発信において、「今現在標茶で暮らしている人たちの存在」を決して置き去りにしない。自然環境の素晴らしさだけでなく、市街地で暮らす人たちの生活までを視野に入れたプロモーションを行うこと。

【 具体的な行動案 】

- プロモーションツールの制作やより具体的なタウンプロモーションの進行において、できるだけ多く町民の声を反映していけるような取り組み、「話を受け取る・聞く」スタンスを継続する。
- 標茶で暮らす酪農従事者の技術の高さ、除雪技術の高さなど、よりローカルな情報を掘り下げ、広く伝えていく。
- 「水のおいしさ」は生活に直結するメリット。地下水を生活に利用できることや、町内の湧き水マップを作るなどして、水のきれいさ・おいしさをPRしていく。

今後については、推進委員会や町民の声から見えてきた魅力と課題、そこから見出したタウンプロモーションの方向性および具体的な行動案をもとに、タウンプロモーション事業を中長期的な視点で活動していきます。

タウンプロモーションは、まちの魅力を最大限に活かし、PRすることで、まちを知ってもらう・まちを元気にするための取り組みです。本プランをもとに、まちで暮らす一人ひとりが考え、行動し、誰もが愛着を持って暮らせるまちづくりを進めていきましょう。

標茶町タウンプロモーション推進委員会　委員

吉田　悟志	中下　亮	蝦名　玲奈	寺坂　篤弥	森田　実里
塚田　悠里	吉井　悠人	石川　淳	中村　隆之助	渡邊　穂乃香
宮澤　匠	田口　智大	矢島　恵介	中村　理人	五島　悠史
楢山　友理	上出　栄一	中道　智大	炭田　晃希	伊藤　里恵

令和７年３月 策定
発行　北海道標茶町
編集　標茶町タウンプロモーション推進委員会

〒088-2312
北海道川上郡標茶町川上４丁目２番地
TEL.015-485-2111