事例No.	1328
公表年度	H30
団体の属性	町村
団体名	北海道標茶町

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・移住定住 ・地域運営組織

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「馬が繋ぐ“もうひとつのふるさと”標茶町」事業

出典

平成30年度「「関係人口」創出事業」モデル事業調査報告書

15. 北海道標茶町 「馬が繋ぐ"もうひとつのふるさと"標茶町」事業（事業パターン（1）②）

15.1 地域の特徴・課題と事業のねらい

(1) 地域の特徴

北海道の東部に位置し、総面積 1,099.37 ㎢の広大な町で、概ね丘陵地帯と平野部に大別され、釧路川、別寒辺牛川及び西別川の各流域は平たん形状であり、南東部には塘路湖、シラルトロ湖が広がり釧路湿原国立公園の湿地帯が分布している。気候は、春期から初夏にかけては冷涼で、夏は日照時間が短いが最高気温 30℃に達する時期があり、秋は比較的晴天が続く。冬は積雪が少なく寒さが厳しい、夏暑く冬寒いというやや内陸的な気候となっている。

町の歴史としては、明治 18 年に釧路集治監が開庁、囚徒は労役として道路開削、硫黄鉱開発、農地開墾などが割り当てられ、開拓に先駆けた基幹工事を行った。明治 34 年に集治監が廃止された後、明治 40 年に軍馬補充部が発足し、馬産王国となったが、現在は乳牛・肉牛が 4 万頭以上飼養される大酪農畜産業地域である。なお、軍馬補充部のあった場所は現在、標茶高校の敷地となっており、その面積は 255ha で高校の敷地面積としては日本一である。現在は冷涼な気候を生かした一次産業(酪農)が盛んである。

北海道の東側、釧路管内のほぼ中心に位置し、3 空港・ＪＲ釧網本線がありアクセスが良いが、働く場が無いなどの理由から若年層の人口流出が進み、高齢化率約 32%（H27 国調 65 歳以上割合）と少子高齢化が進んでいる。基幹産業の酪農では後継者不足による酪農家の離農と、それによる生産戸数の減少や家畜ふん尿による環境汚染や悪臭が問題になっている。

(2) 事業のねらい

少子高齢化が進んでおり、高齢化率約 32%（H27 国調 65 歳以上割合）で、移住・定住対策が急務となっている。すぐに移住定住者を獲得するのは難しいことから、本町の「馬を核とした取組」（＝道東ホースタウンプロジェクト）のファンを獲得し、その中から将来的に移住を考えてくれるような方が出てくることを期待する。ターゲットは、都市圏の乗馬愛好家や乗馬クラブの方々で、馬を核としたツアーやふるさと納税の取組の趣旨に賛同していただける方に標茶町のファンになっていただき、標茶町の取組の広報・PR に協力をしていただく。何度も標茶町を訪れることや引退馬とのつながりで魅力を感じてもらい、将来的に移住を考えていただくことができればと考える。

15.2 事業内容

(1) 「関係人口」に対して地域と継続的なつながりを持つために実施した取組内容

「馬を核とした取組」で目指す標茶町の姿である"道東ホースタウン"のビジョンと、「標茶町・ふるさと納税」の趣旨をシンボリックに伝え、納税のモチベーションを高める専用サイトの開設と運営を行う。また、発信力のある乗馬関係の専門家や、馬をモチーフに創作を行うアーティスト等と関係性を築き、標茶町の取組への協力を得ることを目的とする。さらに、乗馬専門冊子等のメディアで広く標茶町のふるさと納税や

地域振興の取組を発信する。

(2)「関係人口」を募る仕組みの詳細

「標茶町・ふるさと納税者」から「ホースタウン・広報官」を選出するとともに、「標茶町・ふるさと納税」連携乗馬クラブに対して「ホースタウン・アドバイザー」の就任を依頼する。

発信力のある乗馬関係の専門家等とのネットワークづくりを行い、標茶町の取組への協力を得る。それと同時に、その人自身が「関係人口」にもなり、ブランド価値を確立することにも寄与した。

(3) 個別事業毎の実施内容

1）ふるさと納税寄附サイトの開設・運営

平成 30 年 9 月 3 日に寄附サイト「ふるまる」によりガバメントクラウドファンディング形式で寄附の受付を開始した。

2）ポータルサイトの開設・運営

道東ホースタウンプロジェクトのビジョンを伝えるポータルサイトは（株）クラシコに再委託を行い、Facebook ページ開設、チラシ、リーフレット制作と合わせて作業を行い、平成 31 年 1 月 10 日に完成した。

3）専門家招致

唯一の乗馬専門誌「馬ライフ」の編集長の土井健氏に来町いただき、標茶町の魅力を確認していただき、「馬ライフ」10 月号、12 月号、1 月号に記事を掲載していただき、情報発信をすることができた。鉄と革を使い作品を制作するアーティストの中津川仁氏には、平成 30 年 12 月に標茶町とホテル（ヘイゼルグラウスマナー）をイメージした製品の試作品を製作していただいた。今後商品化に向けて具体的な調整を進めて行く。(株)電通の阪中真理氏およびベネッセこども基金の龍千恵氏の両氏を広報、情報発信の専門家として来町いただき、ホームページやＳＮＳでの情報発信が重要であることなど今後のＰＲ方法について意見を伺った。道東ホースタウンプロジェクトのビジョンと、ふるさと納税の趣旨をシンボリックに伝えるサイトの必要性についてご助言をいただき、事業者を本町に紹介していただくことができた。



図 II-14 中津川仁氏による試作品

出所）標茶町成果報告書

4）メディア等での社会発信

Web 広告によりふるさと納税クラウドファンディングの周知 PR を実施した。乗馬専門誌「馬ライフ」に特集記事を掲載し、「10 月号」「12 月号」「1 月号」に記事が掲載された雑誌は乗馬クラブなどへの説明にも活用し、信頼を得るためのツールとしても活用することができた。

さらに、本事業で制作したリーフレット・クリアファイルは、平成 31 年 1 月 17 日～20 日まで横浜市で開催されたホースメッセで配布し、大変に好評を得た。ホースメッセでは本事業で実働していた地域おこし協力隊がパネリストとしてディスカッションに参加し、本町での取組の紹介を行い、多数の方から本町への訪問や事業趣旨への賛同をいただくことができた。

また、ポータルサイトと Facebook ページでは、事業の紹介などを中心に情報発信ができた。

5）「ホースタウン広報官」の募集・任命

ふるさと納税の受付が 9 月にスタートしたことから、募集については 10 月～11 月に実施した。広報官の募集については、昨年から実施しているツアーの参加者、且つふるさと納税の寄附者としてリストアップし募集した。説明会と現地訪問は、計 3 回実施し、計 15 人を招致して広報官に任命した。1 回目は 12 月 15 日～17 日（4 人来町）、2 回目は 1 月 12 日～14 日（5 人来町）、3 回目は 2 月 2～4 日（6 人来町）で開催した。

6）「標茶町・ふるさと納税」連携乗馬クラブの「ホースタウン・アドバイザー」化

「乗馬ファン」への最大のアプローチ・チャネルである「乗馬クラブ」を標茶町へ招待し、生産牧場や馬事関連施設、標茶町の観光地等の視察、町長及び役場の担当部門等との意見交換の場を設定した。実際にアドバイザーとして協力いただけたのは以下 3 団体である。

〇引退馬協会沼田代表、田崎理事に 11 月 20 日～21 日の日程で来町いただき現地視察と意見交換を行った。

〇サンヨーガーデン乗馬クラブ社長 山口氏 については、業務の都合上来町することはできなかったが、サンヨーガーデン乗馬クラブに訪問し、アドバイザー就任については承諾を得ている。

〇乗馬クラブイグレット代表 沼田氏 は引退場協会代表でもあるが、乗馬クラブ代表の立場としてもアドバイザーとして就任していただくことで承認済。

15.3 成果分析

(1) 地域課題への取組結果

働く場が無いなどの理由から若年層の人口流出が進み、少子高齢化が進む中、移住定住対策が急務であり、平成 24 年度から移住・交流事業に取り組んでいる。本事業は、平成 29 年度から開始した、馬を核とした地域づくり「道東ホースタウンプロジェクト」に対し、都市圏の「乗馬ファン」「乗馬クラブ」をメインターゲットに「関係人口」の創出を進め、「ホースタウン広報官」としてコア層を組織化し、PR 活動などに協力を得ながら今後、自己増殖的に関係人口が増えていくことを目指すものである。

今回計画していた実行テーマ、重点項目は、すべて達成することができた。

表 II-7 標茶町における目標と達成状況

設定した目標	達成状況
「標茶町・ふるさと納税」の枠組みの明確な発信スタート	ガバメントクラウドファンディング型ふるさと納税を立ち上げ、当初の目標金額 80 万円、平成 30 年 12 月末現在で 365 万円の寄附を集めた（対当初目標 450%）。
「標茶町・ふるさと納税者」から「ホースタウン広報官」を任命	ふるさと納税者の中で特にコアな層を「ホースタウン広報官」として任命（15 名）。
「標茶町・ふるさと納税」連携乗馬クラブの「ホースタウン・アドバイザー」化	「乗馬ファン」最大のアプローチ・チャネルである３つの乗馬クラブから「ホースタウン・アドバイザー」となることの承諾を得た。
母体づくり・ブランディングのための広報・ＰＲ手段としてポータルサイトの開設、発信力のある専門家やアーティスト等との連携	ポータルサイト／Facebook の制作・運営 専門家を招致し連携事例を創出 販促物の企画制作 乗馬専門雑誌での記事発信

出所） 標茶町成果報告書より作成

(2) **事業参加者に対するアンケート等の結果及び分析**

ホースタウン広報官 15 人に対しアンケートを実施した。冬の標茶町体験見学会への意見としては、「今までは旅行で訪れた場所しか知らなかったが、今回町の歴史や引退馬の受け入れ場所について実際に見て知ることができた。また、プロジェクトの現状について実際に話を伺うことができた」など、全員から標茶町や道東ホースタウンプロジェクトへの理解が深まったとの回答を得ている。また、冬のツアーを商品化した方が良いという意見を全員から受けることができ、今後の展開の参考となった。

(3) **成果の分析**

今回申請のモデル事業において計画していた実行テーマ、重点項目は、すべて達成することができた。「道東ホースタウンプロジェクト」の思いでもある馬と共に暮らせる町となるべく、今回、関係人口創出事業を行うことで相乗的な成果を出すことができた。また、全体目標に沿って、適宜計画を見直しながら進めたことで成果を最大化できた。特に、本事業にはストーリー性があること（“道東ホースタウンプロジェクト”による、「馬を核とした地域づくり」と「引退乗用馬の“終の棲家づくり”」）、地域の文化があること（馬、牧場等）、キラーコンテンツに対するある程度のファン層がいること（乗馬クラブや競馬の各関係者・愛好者）といった要素が、目標達成と今後の展開に向けた土台作りをすることができたと考えられる。

(4) **今後の取組に向けた課題**

地域には資金的な余裕がなく、中長期のプランニングとその実行を推進する人材やノウハウも不足している。これまで、助成金等の獲得により活動を進めてきたが、単年度ベースの資金調達では、プロジェクトの推進スピードにも限界がある。今後は、助成金の継続的な獲得に加えて、当プロジェクトに理解・賛同をいただける有力な組織・団体との連携や支援獲得も模索。中長期的な資金計画を可能としスピーディ

で安定的なプロジェクト推進を目指したい。

また、本事業は、企画業務の経験が豊富な地域おこし協力隊が中心となって企画立案・各種調整と遂行をしており、町担当者はふるさと納税寄附サイト事業者やポータルサイト構築の際の委託契約業務手続き、専門家やアドバイザー来町の際の結果報告作成、経費の支払いや清算など事務作業をメインに担うという体制で実施したことで、スムーズな事業展開ができた。

ゆえに、本地域おこし協力隊のようないわゆる「スーパーマン」的なマンパワーによるところが大きいといえる。このような「スーパーマン」が不在となった時に、町担当者や各種関係団体のメンバー、その他協力者等がどのように事業を進め続けられるかは大きな課題である。そのためには、町担当者や地域おこし協力隊員だけでなく各種関係団体のメンバーが、地域の課題解決テーマを共有し、どう解決していくかのビジョンを相互理解することが必要である。