

## 第2期 天塩町まち・ひと・しごと創生総合戦略

天塩町 総務課 地方創生係

### はじめに

天塩町は、最北の稚内から日本海側を南に約70kmの地点にある人口約3,000人の漁業と酪農の町です。町名の由来となった国内4番目の長流「天塩川」の河口部に位置し、かつて明治後期から大正にかけて流域の豊潤な森林から切り出し、流送により河口の港に集積された木材を国内外に輸出する物流拠点として栄えました。特に良質なアカエゾマツは「天塩松」と呼ばれ、欧州に渡り、高級ヴァイオリンの部材等として珍重されました。下流域には国立公園区域となっているサロベツ原野まで伸びる海水と淡水の混合する広大で豊穡な汽水域が形成され、そこに棲息するシジミは大粒で重厚な味に定評があり、古来より「蝦夷の三絶」(蝦夷地にある三つの絶品)の一つと謳われ、希少性も伴い、秋に天塩川に回帰する良質な鮭「天塩鮭」と共に固有の水産ブランドとなっています。

本町の歴史は1880(明治13)年、天塩、中川、上川3郡を管轄する戸長役場が天塩村に設置されたことから始まり、1895(明治28)年には市街地が誕生、明治30年代後半から団体移住が活発に行われるようになり木材業を中心に発展し、1915(大正4)年に



天塩川の河口に拓けた天塩町

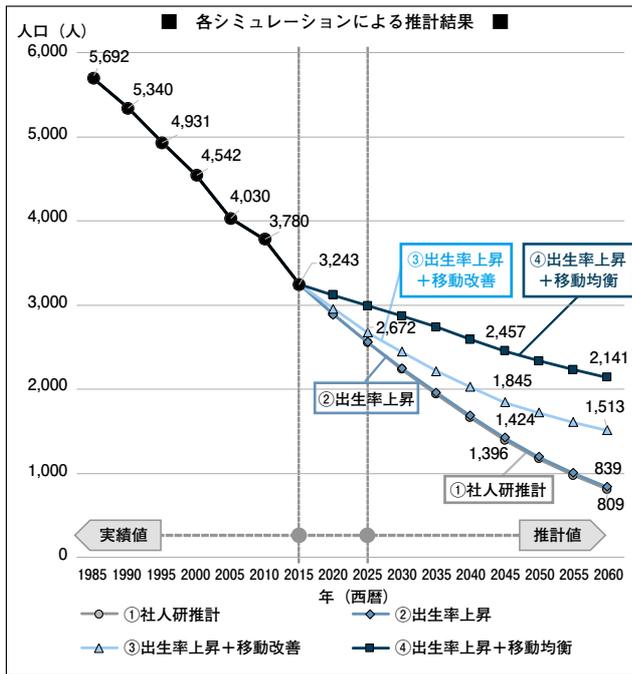
2級町村制施行による天塩村が誕生しました。そして1924(大正13)年には1級町村制施行に伴い天塩町へと昇格しています。林産業の衰退が見え始めた大正中期、農牧混同農業の導入がはじまり酪農業への転換が進められ、昭和40年代には全農家の9割以上が乳牛を飼養するなど現在における町の基幹産業へと発展しました。

### 策定の趣旨

戦後、未開拓地の多かった本町には多くの入植者の受け入れ等により人口が増加し昭和30年頃には1万人に達しました。高度経済成長の流れにより、農業基盤整備をはじめ道路交通網、社会公共施設、文教施設などの整備が進み生活環境が向上しました。しかし、離農者の増加、国鉄民営合理化に伴う羽幌線の廃止、その他社会・経済情勢の変化により人口流出に拍車がかかり、人口は1957年のピーク時から比べ現在は3,000人を下回り約1/3以下の人口となっています。さらに、国立社会保障人口問題研究所の人口推計によると、2045年には天塩町の人口は1,396人まで減少するとされ、将来的な人口減少と少子高齢化は依然深刻な状況であることがうかがえました。

こうした人口減少問題に対する基本認識を町民と共有し、本町及び民間企業、関係団体、住民と総力を結集しながら天塩町における地域創生に向けた施策を総合的かつ計画的に推進するため「第2期 天塩町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定しました。

「第2期 天塩町まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、第1期で目指し、胎動した地方創生の意識や取り組みを切れ目なく継続し、地方創生の次なるステップに向



【総合戦略における計画人口】  
天塩町まち・ひと・しごと創生人口ビジョンにおける「目指す将来人口」を踏まえ、この戦略の取り組み期間が終了する令和6年度（2024年度）末時点で、総人口を概ね「2,672人」維持することを目標とします。

けて国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方や5つの政策原則及び第2期における新たな視点を取り入れ、また、「北海道創生総合戦略」を踏まえながら、天塩町人口ビジョンに示した人口減少と地域経済の縮小を克服し、天塩町における「まち・ひと・しごと創生」の実現に向けた今後5カ年の基本目標や施策の基本的方向及び具体的な施策をまとめるものとなりました。



広大な酪農地と牧草ロール

## 基本目標

第2期天塩町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定にあたり、第1期総合戦略に関する認知度、住民満足度及び今後を重要と考える施策項目を数値的に把握し分析するため、住民アンケートを実施しました（令和元年11月実施、16～70歳までの住民、回収率32.7%）。

アンケート結果を踏まえ、今後重要となるコンセプトを4つに分けて示しました。

### ① 若者が定着できる環境づくり

若年層における満足度が低いこと、今後も若年層のニーズを把握した継続的な事業推進が求められることから、地域への若者の定着を促進する子育て支援や教育などの施策や、女性人口の増加を図るため交流の場の提供や生活環境の整備などの女性の視点に立った施策展開。

### ② 産業が活性化する基盤づくり

農水産物の生産量・資源量が上昇傾向にあること、起業や地域商社の設立など一定以上の成果が得られること、居住年数が経過するにつれて雇用・労働の充実及び産業振興が求められることから、商工業活性化のための起業支援や、一次産業活性化のための新規参入・後継者対策。

### ③ 誰もが充実して暮らせる住環境づくり

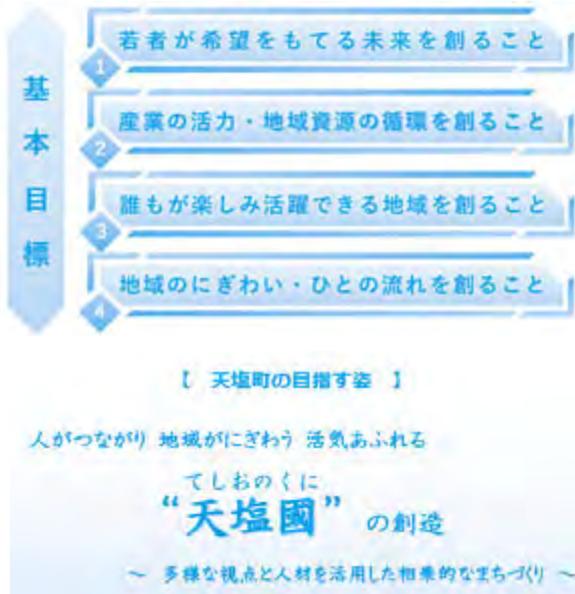
各層共通して、医療や公共交通、空き住宅の利活用を求める傾向にあること、高年層における満足度の二極化の是正を図る必要があることから、個々の生活状況に応じた支援サービスや空き家の活用やリフォーム支援などの住環境整備、医療機関受診も含めた公共交通の充実。

### ④ 地域や文化、世代を超えて交流できる環境づくり

老朽化した施設の複合化への関心が高まっていること、若年層、中年層や女性に共通して交流の場を重要視する傾向が強いこと、長期居住者の満足度において地域コミュニティの構築が大きな要素と推測されること、道の駅などの交流拠点の一層の整備が求められる

ことから、地域・文化・世代を超えた交流の場づくりや地域情報発信。

これら4つの方向性を踏まえ、地域活性化の柱とする基本目標と「目指す姿」を設定しました。



#### 4つの基本目標ごとの現状と課題、施策展開について

##### (1) 若者が希望をもてる未来を創ること

本町における20～30歳代の男女比率は6：4と女性の割合が少なく婚姻率も3.6と全国平均値の5.1と比較し低い値となっています。このことから若年層や異業種間での交流事業による出会い機会の創出、新婚家庭への支援、若年女性人口の増加を目指します。また、教育環境においては情報化・グローバル化による変化に対応できる教育環境の整備構築、町に唯一存在する道立の天塩高校の存続に向けた施策を図ります。

##### (2) 産業の活力・地域資源の循環を創ること

本町の基幹産業である酪農畜産業を取り巻く環境はEPAなど乳製品等の輸入自由化、経営者の高齢化、後継者不足などの課題に直面しており、新規就農者を含めた農家戸数の維持、後継者の育成、機械化ICT活用等による生産性の向上による持続可能な農業を目指します。また、旧来より町の特産品として名高いシジミ貝をはじめとした水産業についても資源の減少、

輸入水産物増加による価格低迷、漁業者の高齢化などの課題について、資源量の維持、増加のための環境改善事業への支援を図ります。

##### (3) 誰もが楽しみ活躍できる地域を創ること

本町は、人口流出や高齢化の進展により空き地・空き家や生活支援を要する高齢者の増加、公共交通機関の脆弱さによるマイカー移動以外の移動の困難性など生活住環境における課題を抱えています。これら課題を解決するため地域内に存在しているスキル、モノ、人材、仕事、場所などをマッチングするシェアリングエコノミーによる課題の解決、公共交通体系の見直し再構築と地域包括ケアシステムの構築により高齢者における移動と生活支援サービスの充実を目指します。

##### (4) 地域のにぎわい・ひとの流れを創ること

昨今の急速な情報化社会において、本町の魅力を発信し交流関係人口の創出増加には地域おこし協力隊やインフルエンサーなど外部人材の活用による情報発信による関係性の構築、近年増加傾向にある観光や労働による来訪滞在在外国人に対応するためのインバウンド・多文化共生の施策展開を目指します。

これら4つの基本目標のうち、現在も取り組んでいる特徴的な施策の2つの具体事例を紹介いたします。

#### 事例紹介01【若者が希望をもてる未来を創ること】

##### 「高大連携による高校魅力化と人材育成」

町内に唯一存在する道立の天塩高校は、これまで1学年2クラス維持を確保してきましたが、通学圏内の町村における中学校卒業人数が減少していることに伴い令和3年度入学から2クラスを割り、今後も減少傾向が続き存続が懸念されます。地域にとって、人口の流出入という観点から高校の存在を捉えると、そこは地域内15～18歳人口を同地域に留まらせ、かつ外部からの進学者を地域に招き入れるための契機となります。加えて、高校を卒業する時点で高校時代をその地域で過ごしたという良質な経験や思いが、その地域に就職しようという進路選択や、大学進学等でいったん

地域を離れたとしても、Uターンを含め愛着をもってその地域にその後も関わり続ける行為を促す可能性を潜在的に内包しています。高校が、地域にとって若者の流出入や将来的に地域を担う人材の確保を左右する重要な要因となっています。このような背景から本町では平成29年度より筑波大学（社会工学専攻）と連携した「高大連携」による高校の魅力化と地域における人材育成の取り組みを行っています。本町で実施されている高大連携は、地域や高校における課題解決や魅力創出のテーマに大学生と高校生によるグループワークを行います。そこでは高校生の目線と感性をベースに出た意見やアイデアに対してデータ分析とファシリテーションのトレーニングを積んだ大学生が高校生と一緒にRESAS（地域分析システム）の使い方を学び、データなどエビデンスをもとにした論理的思考により施策プランを構築し、それを町の関係者へプレゼンテーションする能力も磨きながら発表を行います。本町のような過疎地域では高校生が日常的に大学生や外部の同年代と接する機会は無く、本取り組みを通じて高校生たちは自分たちの住んでいる地域を客観的に捉え、課題やその解決について向き合う初めての機会となりました。令和3年度から、それまで希望者のみが任意で参加する形態から、高校の「総合的な探求の時間」の授業枠として実施することになりました。



高大連携ワークショップの様子



グループワーク



分析



プレゼンテーション

高大連携活動のフロー



町・高校・大学の三者連携

<b>2018年冬「天塩町PR動画作成」</b> 動画投稿サイトYoutubeに動画投稿 1000回以上再生された。
<b>2018年夏「天塩町観光活性化」</b>
<b>2019年冬「pepperによる社会貢献」</b> ソフトバンクのロボットpepperを 活用したまちづくりを考えた。
<b>2019年夏「デザイン思考まちづくり」</b>
<b>2019年夏「てしお温泉”夕映”活性化」</b>
<b>2020年秋「天塩町まちづくり提案」</b> ・デジタルとアナログが融合する天塩ハイスクール ・SNSを活かした天塩バスらせ計画一推して！天塩ー ・天塩を起点とするオロロンルートマイクロツーリズム RESASコンテストへの出場を目指した まちづくり提案を考えた。

高大連携テーマ

### 事例紹介02【地域のにぎわい・ひとの流れを創ること】 「インフルエンサー活用による地域ブランディングと 交流関係人口の創出

昨今の情報化社会において、本町における資源の活用及び「ふるさと納税」による外貨の獲得、また若年層にとっての魅力と活力のある地域づくりの観点において交流・関係人口創出と増加を目指す必要があります。元来、メジャーな観光地域でないことなどから知名度・認知度が低かったことが、SNS・インフルエンサーを活用した取り組みを行う動機となりました。

具体的な事例として、全国の自治体では初となる「町公認インスタグラマー」（地場産食材を使った料理創

作～SNS Instagram投稿PR)の取り組みを紹介し、従来、地域PRの手法としてマス媒体やWEBページ、パンフレット・ポスターなどの紙媒体によるものが主流でした。これらの課題として訴求対象(ターゲット)を絞りづらいこと、効果測定が困難なことでした。そこで、SNSとインフルエンサーを活用した地域PRを実施するうえで、ターゲットを料理食材購入と旅行観光先の決定権を持つ30～40歳代の主婦とし、SNS(Instagram)を用いた地域ブランディング及び交流関係人口の創出を目指しました。

平成30年に公募したところ10日間で全国から49名の応募があり、その中から、東京都在住の30歳代主婦で5.5万人のフォロワーを有する「@nwozsk」さんを採用し町公認インスタグラマーに任命しました。季節毎の旬の地場産食材を送り、食材ごとの生産者の思いやストーリーや料理創作までのエピソードを写真とともに投稿することで、地域や地場産食材の認知度の向上、食材購入と来訪の機会を創出しました。

また、当インスタグラマーが本町に来町した機会に「インスタ女子会」を実施し、地元若年層女子と地場食材を用いた料理創作とSNSで映える写真撮影、魅力的な投稿表現のノウハウについて習得し、地域の魅

力発信力を向上させる人材の育成に寄与しました。

本取り組みが全国初であったことから、メディア等で報じられたこともあり当初5.5万人だったフォロワー数は4カ月間で8万人まで増えました。費用対効果について一般的なインフルエンサーマーケティングにおける広告料相場単価とフォロワー数を乗じた広告費(試算額)に比較すると町が支出する食材購入費と投稿謝礼の費用総額は約半額相当で実施することができました。課題として、「ふるさと納税」返礼品ラインナップ以外の地域食材の流通形態がBtoB(企業から企業へ)主流で、BtoC(企業から個人へ)のチャンネル及び取扱いECサイト自体が乏しく食材に興味関心を持ったフォロワーに対して複数の選択肢としてオンライン上で購買客として誘導することが困難である点です。

今後の展望として町単独の資源レポートには限りがあり、近隣市町村との連携を図ることによる相乗効果や、外部者との接点・交流による地域の食材や環境、ライフスタイルの固有性や魅力の発見や理解を地域への誇り(シビック・プライド)の醸成に繋がるような地域における教育、人材育成に寄与すること等に活かすことを目指していきます。



町公認インスタグラマーによる投稿画面

## おわりに

母なる大河「天塩川」の恵みを受けて先人たちが拓いた「新天地・天塩」を、その恵みの源となった豊穡な自然資源と生態系の多様性が、人とモノにより繋がることで、かつて天塩國<sup>てしおのくに</sup>という広域エリアの中心拠点として繁栄を築きました。時代が変遷した現在、「町の目指す姿」で提起された情報と内外の多様な視点と人材による繋がりを活用した相乗的なまちづくりにより次世代における「天塩國」の創造を目指します。



天塩川河川公園からの夕日