

令和 8 年 6 月 定例会 一般質問

通告 7

質問 格子状防風林をシティプロモーションの戦略に

答弁 ブランディングの一部として参考にしていきます

9 番 まつの みやこ 松野 美哉子 議員

【質問：松野 美哉子 議員】

9 番、松野美哉子でございます。

今回は格子状防風林をシティプロモーションの戦略にということでお伺いいたします。

我が町には世界遺産も日本遺産ありませんが、北海道遺産の宇宙から見える格子状防風林という全国的にも大変希少な景観があります。

この格子状防風林は単なる景観ではなく、道東の厳しい風雪から農地や人々の暮らしや命などを守るために、先人たちが長い年月をかけて築き上げてきた開拓の歴史そのものでもあります。

この地域の物語でもある格子状防風林を見る景観としてだけではなく、伝える景観として、もっと積極的に活用できないかと考えるものです。

中標津らしさを視覚的に発信し、地域ブランドの向上や観光PRにつなげていくことができるのではないのでしょうか。

そこで格子状防風林が持つ歴史や物語性、さらには道東の自然や野生動物の魅力をも生かした、当町のブランドイメージを内外に発信することとして、大きな効果が期待できると思われませんが、宇宙から見える格子状防風林を活用した地域のブランド力の向上を、町長はどのようにお考えになりますか。御見解をお聞かせください。

【答弁：経済部長】

松野議員御質問の格子状防風林をシティプロモーションの戦略について、御答弁申し上げます。

格子状防風林は明治以降の開拓区画を基礎に形成され、その役割や雄大な景観が評価され、平成 12 年に次世代へ引継ぎたい北海道の大切な宝物として北海道遺産、根釧台地の



格子状防風林として選定されました。中標津町のみならず別海町、標津町、標茶町にまたがって広がり、スペースシャトルからも撮影されたとおり、そのスケールは世界的にも稀有で、北海道ならではの雄大な景観として存在しております。

こうした資産については、開陽台展望館での動画放映や模型展示などによる観光資源として活用するだけでなく、ナカシベツ大学や小学生を対象とした景観学習を実施するなど、教育を通じて地域の宝物としての意識醸成に努めております。

また、東北北海道の位置を視覚的に伝える手段として、様々な場面でグーグルマップやグーグルアースなどを活用し、宇宙からの視点で情報発信を行っており、先に述べたとおり格子状防風林は複数の自治体をまたがることから、道外や海外で中標津町を紹介する際など、より広域的な視点が必要な場面で効果的に活用しております。

議員御質問の格子状防風林を活用した地域ブランド力の向上につきましては、格子状防風林は北海道遺産に選定されている貴重な景観であると同時に、厳しい風雪から農地と暮らしを守ってきた先人の知恵と労苦の結晶であることから、その歴史的価値と物語性、さらには東北北海道の自然・野生生物の魅力を重ね合わせて、伝える景観として発信していくことは、地域ブランドの一つとして、観光・交流促進に大きな効果が期待できるものと認識しております。

格子状防風林をこれからも守りながら伝えるために、観光で訪れた方だけではなく、この町で暮らしている方とも、この雄大な景観の価値を共有し、引き続き本町の魅力向上につなげてまいりますので、御理解を賜りますようお願い申し上げます。

【再質問：松野 美哉子 議員】

ただいまの答弁の中にスケールは世界的にも稀有で、北海道ならではの雄大な景観とおっしゃっておりました。小学生の景観学習でも、地域の宝として教育の中で意識の醸成に努められていることも承知しております。

また、道内や海外で中標津町を紹介し効果的に活用されてきたことも大事なことでありますが、そのことは格子状防風林そのものを見る景観、守りながら伝える雄大な景観の価値の共有としてあるものを、あるがままに伝えるにすぎません。

私はそこからさらに広げ深めた取り組みを考えておりました。そこが大切であると思っております。

宇宙からも見える格子状防風林をキャッチコピーとして掲げ、その景観をデザイン化をして、ふるさと納税返礼品の梱包のための包装紙や紙袋、お土産品のパッケージのデザインとして推奨する。

また、デザイン化は格子状防風林を学んだ小学生らにも参加してもらい、自分たちのまちの魅力が描かれ、日本中、いえ、世界中に広がるのではという夢やデザインから、町を離れた若者たちが、我がふるさと中標津を語ることができ、誇りや愛着を生むきっかけとなり、いわゆるシビックプライドの醸成にもつながる可能性があると考えました。

さらに町長や職員、私たち議員の名刺への活用も考えられ、ファーストコンタクトの話題づくりにもなり、当町の知名度やブランド価値を高める期待が大いにある。

宇宙からも見える格子状防風林のキャッチコピーと、格子状防風林のデザイン化をシティプロモーションの戦略として考えますが、このことについての町長の御見解をお聞かせください。

【答弁：経済部長】

ただいまの松野議員の再質問にお答えさせていただきたいと思います。

シティプロモーションの目的の中にですね、交流人口・関係人口の拡大っていうものと、定住・移住者の促進という外向きの部分と、まさに先ほどおっしゃってありました地域への愛着、シビックプライドの醸成と、そういうところが大切だということで、私たちもシビックプライド、地域の人たちが住んでいるところの人たちに対しての意識の醸成、そういったところを強めるためにもですね、子どもたちの景観学習ですとか、ナカシベツ大学というところに視点を置いて、まさにこのブランド化というかブランディング、地域の強みというところをですね、一生懸命PRしていると。

できれば、格子状防風林が格子状防風林といえはこの町だというような感じになれば最高なんですけれども、まさにこのブランディングというところは難しいところでございまして、そのブランディングの中の一つとして、ただいま松野議員が格子状防風林を挙げていただいているのだと考えますが、そのためには、やはりそこに住む地域住民の愛着度の醸成というところが非常に大切だというふうに考えているところでございます。

御提案のほうの名刺ですとか包装紙ですとか、できることできないことあると思いますが、そういった部分もですね、各部局との協議っていうのは非常に必要でございまして、可能な範囲内で参考にさせていただければというふうに考えておりますので、御理解をよろしくお願いいたします。

【松野 美哉子 議員】

ただいまの御答弁の中にも入っていたのは、町内に住んでる子どもたちというような、今の地域にいる住民とかそういう方に関して、ナカシベツ大学についてもそうなんですけ

れども、ということでした。

私が今まで子ども4人いるんですけども、道外、本州のほうに行っていて言われたのは、中標津って読んでもらえないと。中標津、なかひょうつ、よく耳にすると思うんですけども、なかひょうつって読まれるってということとか、中標津ってどこにあるのっていうのを説明するときに、知床半島の根っこのちょっと内側の場所みたいな感じの言い方で伝えるしかできなかったみたいな、あとは若いからいろいろそれこそグーグルマップで調べたり見せたりとかっていうのはあるんでしょうけども、それを実際今町長がトップセールスで外国にいらしたときに、宇宙から見える日本、それでどっどっ入って行って北海道があって道東に入って中標津に詰め込んでいくっていう、そういうような形の映像を見せているってことを伺ったんですけども、そういうことも、多分、ホームページを見れば出てくるんですけども、一般の町民はそれを目にすることってそんなにないんですよ多分。特に高齢者になるとなおさらのことなんですけど、それをさらに例えば包装紙であるとか、紙袋であるとか、そういうところにQRコードでその動画を見れるようにQRコードをつけておくとか、そういうことをすると、QRコードを読み込むことはどうにかできると思うので、そういうような形ででも、町民にもそれから道外に出ていった子どもたちにも、それがすぐ北海道のここなんだよっていうのがね、数秒で分かってもらえるっていう動画の配信のためにも、広げるためのそういう包装紙であるとか、そういうものがあるといいなという思いが大きかったので、御提案、それから今、研究していただければいいなと思います。

そうですね、道外に出て行った子どもたちも含めて考えていただければいいかなと思います。お土産とかね、そういうのに使われたり、さっき言った大事なふるさと納税の返礼品の外側に中標津が描かれてるっていうのは、とても面白いのではないかと思いますので、その辺も部局が違ったり例えば観光協会の仕事であったりとか、そういうこともあるかとは思いますが、ぜひ観光協会にも事務局次長として町職員が出向していますから、そういう方からの提案として、観光協会にもどんどん一緒に活動ができるようにお話しして続けていただきたいと思います。よろしくお願いします。