

四季の恵みに心湧く  
兵庫丹波



四季の恵みに心湧く  
兵庫丹波  
兵庫丹波の実り・魅力ある  
地域づくり構想  
【概要版】

令和3年3月

発行 兵庫丹波の実り・魅力ある地域づくり構想戦略会議、丹波県民局

02丹波©2-012A3

兵庫丹波の実り・魅力ある地域づくり構想戦略会議、丹波県民局



# 兵庫丹波の実り・魅力ある地域づくり構想の概要

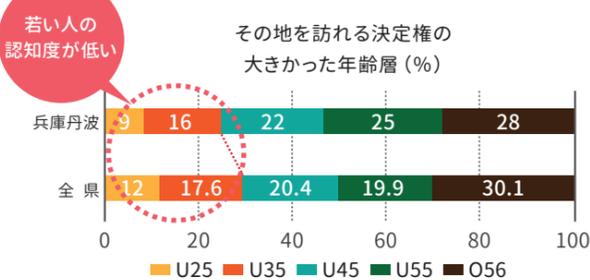
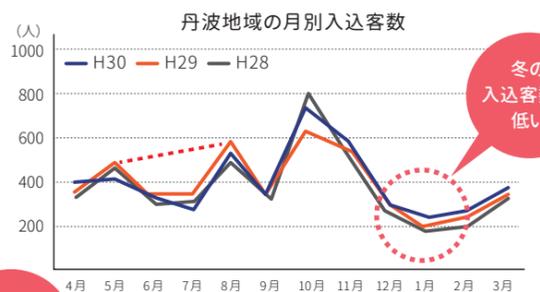
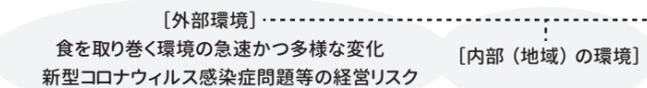


## 1. 構想の全体構造

兵庫丹波の実り・魅力ある地域づくり構想の理念（存在価値、何のためにやるのか）は、「兵庫丹波の農産物を核として四季を通じた賑わいを創出する」にあります。

実現に向けた方向性としては、兵庫丹波の発展・持続を目標しながら、戦略的視点に加え、「気軽に楽しむ」「じっくり楽しむ」「知る」といった3分野での事業計画を定め、事業実施においては、地域関係者等が相互連携した横断的取り組みとなることを重視しています。

構想を基に、新型コロナウイルス感染症による、国内の食に関する環境の大きな変化や地域の課題にも的確に対応していきます。



### 理念

「兵庫丹波の農産物を核として四季を通じた賑わいを創出する」

### めざすべき姿

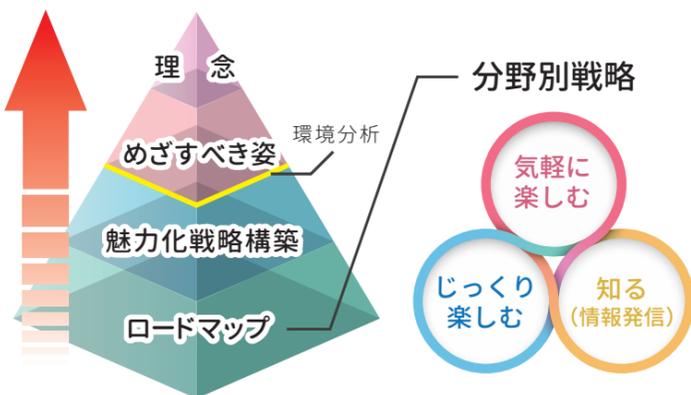
- 若い世代も含めたファン層の拡大
- 1年を通じて楽しめる兵庫丹波の実現

### めざすべき方向性

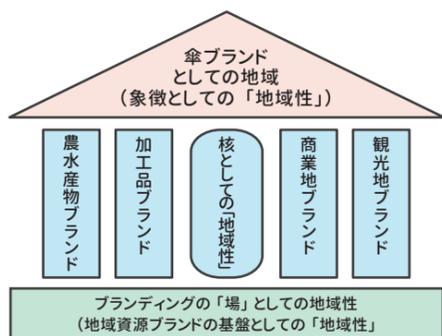
- 地域が選択する、「発展」「持続」「縮小速度の低減」⇒発展、持続を選択し、戦略的な考え方を導入

### 魅力化戦略

- 市場浸透戦略から（既存の産品・お客様を大切にしながら）
- 市場開拓戦略、新商品・サービス開発戦略、多角化戦略へ（新たなファン層の獲得と年間通じた賑わいの実現へ）



## 2. 地域づくりの基本姿勢



地域資源を活用し、関係者と連携して、地域の魅力を拡充する。

地域ブランド構築の基本構図 出典：青木幸弘 (2004) 「地域ブランド構築の視点と枠組み」

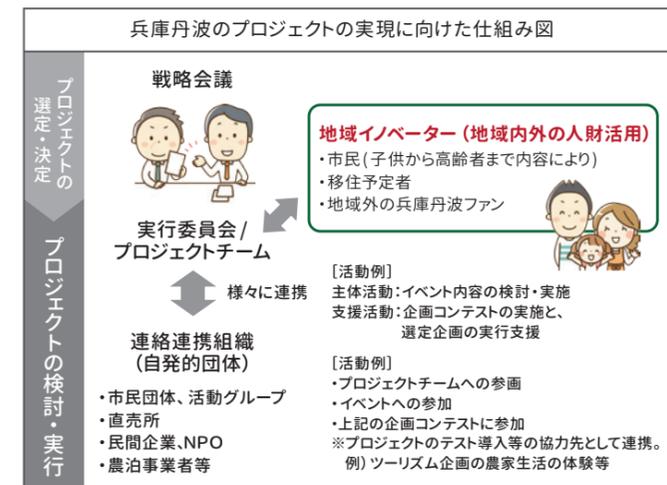
兵庫丹波では、農畜産物の販売促進の柱づくりに留まるのではなく、地域資源を活用しながら、地域関係者が複数の柱を構築していくことで、維持発展していく仕組みづくりを目指します。

この仕組みが確立すると、その地域自体のファンが定着し、自ずとこの地域を訪れ、商品・サービスが評価される状態ができます。

## 3. 兵庫丹波魅力化戦略

戦略の構築フレームをもとに、地域で新たなアイデアを生み出し、内部・外部環境の変化（インバウンド、国内回帰、GoToトラベル等）についても、冷静に対応し、揺らがない地域づくりに繋がります。

	既存市場	新市場
既存商品・サービス	市場浸透戦略 （既存市場に既存提供物） あしもとをかためる どのようにして既存顧客にさらに浸透させていくか	市場開拓戦略 （新市場に既存提供物） 市場、販路をどこまで広げるか、どのように知ってもらうか
新商品・サービス	新商品・サービス開発戦略 （既存市場に新提供物） 新たな商品・サービスの加工、活用、コラボの可能性は無い	多角化戦略 （新市場に新提供物） 全く新しい取り組みや新しい対象者にどんなことができるか

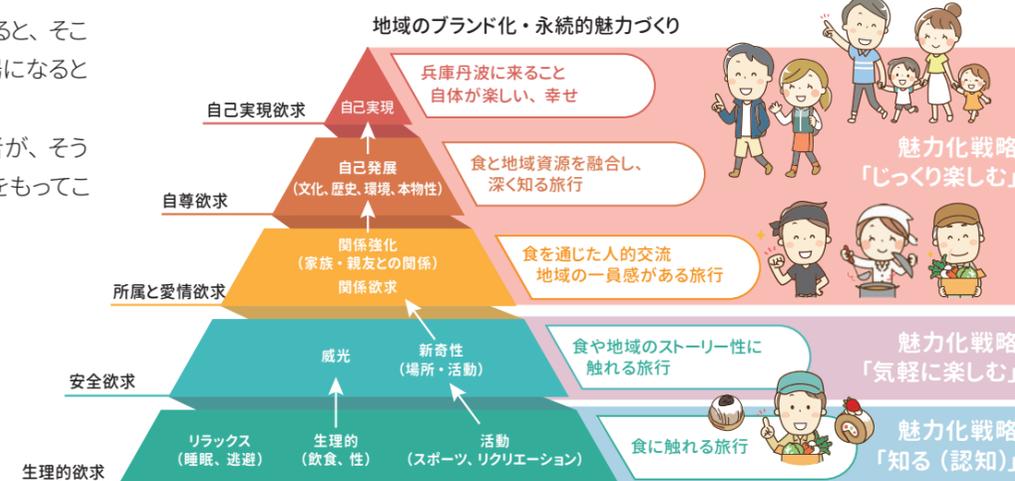


## 4. 分野別戦略

「兵庫丹波に来ること自体が幸せ」という場を創設する。

最終的には、兵庫丹波を訪れると、そこにいること自体が幸せを感じる場になるという、大きな効果に繋がります。

魅力的な地域づくりは、関係者が、そういった場を創設しようという想いをもってこそ、成立します。



## 5. 構想の実現

戦略会議は、PDCAを管理し、向こう10年、兵庫丹波が魅力ある地域となるための中枢的役割を果たします。

計画の検証結果を踏まえながら、地域に生じた社会的、経済的変化を把握し、次年度以降の計画をよりよきものに修正していきます。

	第一次プロジェクト →即実施	第二次プロジェクト →検討後実施	第三次プロジェクト →将来的に実施
イメージ	＜すぐ実施可能なもの＞ 第二次プロジェクトに繋がる事業 （例）6次産業化支援、マイクロツーリズムの提案 / コト体験の推進	＜少し考察を要するもの＞ 第一次プロジェクトから繋がる事業 （例）和洋菓子に親しむ教室 実施支援、イベント企画コンテスト	＜即実施は難しいが、地域の為に必要なもの＞ 第二次プロジェクトの実施後さらに飛躍を図るために必要な事業 （例）家族ツアー企画、農村型MICE
手法の例（構想初年度時点）	実行委員会編成 プロジェクトチーム編成 実行方法：直営、企画コンテスト等	検討会開催 （ニーズ調査、予算・内容・役割分担の検討）	情報交換（戦略会議等で）

### 構想実現の効果

- 兵庫丹波から見た
  - ・ 商品の魅力化→地域の魅力化⇒兵庫丹波地域のブランド化=地域に対する外部からの評価・期待
  - ・ 経済的価値の変化（事業者→連携者→地域）から非経済的価値（地域の誇り、愛着、連帯感）へ
- お客様から見た（来丹者）
  - ・ 商品の消費→地域への教務⇒双方型コミュニケーション⇒兵庫丹波に来ること自体が幸せ
  - ・ 物質的満足から精神的満足へ（地域関係者が目指すべき、地域づくり）