

2. じっくり楽しむ

(1) 戦略マトリクス

この分野では、商品サービスの革新度、ターゲット市場の多様化により「気軽に楽しむ」と比較して、市場開拓 / 多角化戦略に関するツーリズムに関する事項の充実が求められることから、各戦略における事業内容も多くなります。

戦略 めざす姿	商品 / サービス開発	市場開拓 / 多角化	テーマ
① 若い世代も含めた ファン層の拡大	・学生旅への支援サービス	・家族ツアーの企画	原体験
② 1年を通じて楽しめる 兵庫丹波の実現	・四季ごとの名所ツアー コンテスト / 地域資源（コト体験） の活用推進 ・おもてなし強化 / 地域との交流	・地域ツーリズムの多様化 / アフターワークツーリズム、 農村 MICE など	新奇性
	・四季ごとの農業体験 ・農業視察ハブ	・滞在型農村体験 ・農家民宿等の活性化	非日常

図30：「じっくり楽しむ」のマトリクス（例）

① 若い世代も含めたファン層の拡大

学生等若年層の旅に関して、地域で受けられる特別サービスを提案するほか、直売所等の企画運営を行う機会を創設していきます。

また、家族や夫婦での特別な記念日を地域で盛り上げるような旅行機会を増加させ、将来は子供の世代の家族がまた兵庫丹波を訪れるといった、兵庫丹波と長い付き合いをしてもらえる取り組みを行います。

② 1年を通じて楽しめる兵庫丹波の実現

四季ごとの名所等をツアー化することに併せ、地域との交流機会を増加させます。

また、地域資源（コト）の活用を図ることとし、ツアーに冒険要素を加えたり、地域の人しかわからないような歴史文化等の情報を活用したりといった新奇性の高い企画への支援を行います。これにより、気温などに関係なく、冬でも訪れる機会創設を図ります。

さらに、四季ごとの農業体験の組み合わせや、農家の暮らし体験を行うなど、農家民宿等との連携を図り、住み込み型の体験で田舎に触れる機会を設けます。

(2) 今後留意すべき事項

① 兵庫丹波の魅力化

この分野では、主にどのようにして滞在時間、宿泊日数を増加させるかということを考えます。これにより「売れる仕組みづくり」といったスタンスから脱却し、地域の魅力化により「自ずと兵庫丹波の商品・サービスが選択される」仕組みづくりへと転換します。

この目標の実現には、次の数式の最大化を図ることが有効です。

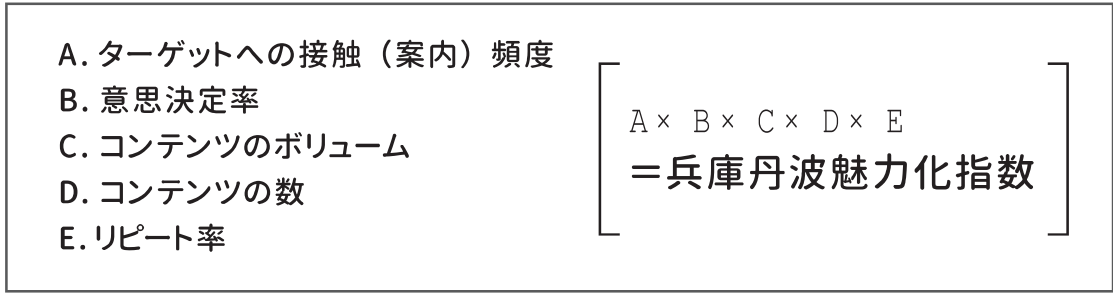


図31：兵庫丹波魅力化指数

A. 後述「知る」の項目のとおり、まず、ターゲット層にコンテンツ等を知ってもらう機会を如何に確保するかということを考えます。

B. 次に、「行こう」という意思決定をするには、何が必要なのかを考えます。一般的な旅行ニーズは、緊張緩和・関係強化、娯楽追及（宿・食・温泉）であるといわれており、今後2030年にも引き続き旅行ニーズとして残ると言われています（じゃらんリサーチセンター調べ（2018））。

一方、自己成長・知識増進といった現状極めて少ない、ニッチなニーズも増加するものと考えられ、自分探し、趣味探求、歴史まちあるきの様な新たな地域資源の発掘に楽しみ方の要素を付加するようなコンテンツ開発が重要になります。

加えて C. 従来ある地域資源やイベント等の内容を拡充しボリュームを上げること、D. 各地域資源やイベント等を複合化し、コンテンツ自体の選択肢を増やすことも重要です。

< (参考1) 滞在回数を増やす例 >

- リピート要素を付加する・・・家族で誕生日会や結婚記念日を兵庫丹波で行うおもてなし、四季を通じた来訪者に特別なサービスを提供する仕組み
- 四季を通じたコンテンツ・・・食、自然、風景、イベント、オーナー制等
- 地域との交流・・・昔話、農業等各種体験、酒造り等

< (参考2) 滞在時間を増やす例 >

- 回遊性・地域の面的対応に係るコンテンツを開発する
 ……コンテンツのボリュームを増す、1日でまわれない量、エリア配置（広域企画、スタンプラリー）
- コンテンツの複合化を行う
 ……食農+some（美容リラクゼーション、多分野の食、歴史文化（例：酒と丹波焼））
- コンテンツの時間を多様化させる
 ……朝、夜（酒蔵飲み歩き、朝の雲海、夕日、夜のライトアップ）

※海外諸国の観光関係のプロモーション資料の多くは、「そこに行けば、何ができるのか」、ということが明確に表現されているものが多く、さらに「半日滞在できれば〇〇」「1週間だと〇〇」と具体的に明記され、単なる観光要素ではなく、滞在者の時間活用の提案がなされています。これらの参考を踏まえつつ、産品を始めとする地域資源を応用した観光の在り方を戦略会議の中でも検討していきます。

さらに、

E. 来丹者とのコミュニケーションの継続性が生まれるような、丁寧な顧客管理と、リピート率の向上を進めます。例えば、小売業においては、サンクスメール（商品・サービスを購入したお客様に対して、数日中にお礼の手紙等を送る）の様に、顧客に「感謝・お礼」を伝えたり、商品の感想をうかがい、今後の商品化に役立てることを行っています。

兵庫丹波においても売りっぱなし、利用していただきっぱなしではなく何らかの形で「感謝・お礼」の気持ちを伝える手段を増やしていき、例えば顧客とのコミュニケーションを手紙やインターネット等で継続的に行うことで、四季を通じた魅力を知っていただくことに繋げていきます。

図31の兵庫丹波魅力化指数のとおり、どの過程の活動も魅力化に深く関係しており、関連事業者が相互に地域のブランド化をめざす認識が持てるよう、啓発を行います。

②おもてなし

1) おもてなし：地域との交流

映画・アニメ・小説等の所謂「聖地巡礼」といった、題材の地を来訪する「コンテンツツーリズム」において、関連学会では、巡礼者がその地をリピートする要因については研究段階で、緒論が展開されている状況ですが、**来訪者が「なつかしさ」を感じたことや「地域の人と触れ合ったこと」が来訪の魅力を高める、というほぼ共通の研究結果^{※8}があります。**

また、ある地域を訪問した外国人が様々な観光資源の案内を受けた中で、最も思い出に残ったのは、たまたまそこにいた地域の高齢者とゲートボールをしたことだった、という例もあります。今後は、従来当たり前と思っていたこと、規模は小さいが地元の人も面白いと思えるようなコンテンツを活かすことも考えられます。

丹波篠山市の学生が観光客に挨拶をするところから町の印象が非常に良くなったと感じた観光客が多々存在しています。また、丹波市にある黒井城址は、現在まで6千回、7千回と城址に登り続け、城址の景観の維持活動や、来訪者支援を行う市民がいるという、登ってみるまでわからない情報があります。

こういった「おもてなし」の心は、単純に接客接客能力の向上を図るというだけでなく、他人を受け入れるというサインを示し、何らかのコミュニケーションが生じるということが重要であり、地域の魅力を高める上で非常に大きな役割を果たしています。

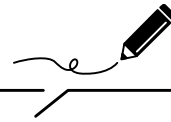
2) 兵庫丹波おもてなし戦略

来訪者を迎える上で、重要なことは、受け入れる地域の関係者がどれだけ自分の暮らしている地元を愛しているか、育てている作物にどれだけ想いをかけているか、といった愛情の有無と、それをどのように表現しているかということです。

実務上は、兵庫丹波に住む人々が地域の商品やサービスを提供するという一方向の立場にあるだけでなく、来訪者と同じベクトルでそれを共有し、共に体験し想いを分かち合えること、そして、地域住民の地元愛やその土地を誇りに思う気持ちを語っていくことができる、というような一心同体的な感覚を大切にします。

これが、訪れた人に「心のお土産を残す」、兵庫丹波での、おもてなしのあり方だと考えます。いたずらに観光の成果を追いつめるのではなく、歴史文化のある地域であることを活かし、地域独自のおもてなし姿勢を考える時間をとっていくことを啓発していきます。

※8) コンテンツツーリズム学会論文集各誌(2014-)による



「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉です。

地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面していますが、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されています。

例えば、兵庫丹波を気軽に訪れる段階の方は、地域との関わりや、地域とのかかわりへの想いはさほど強くありません（これを交流人口と言います）。ここから、何らかの「受け入れ」姿勢が「自分が何かをできる場」となることをきっかけに、リピート回数が増加し、この地域で何らかの活動を行うという、関係人口に繋がります。

この実現には、例えば、若年層向けに、デザイン性の高い乗用の草刈り機等により、草刈を楽しむ機会を設け、結果として地域景観の維持をもたらすといった、地域貢献の体験等きっかけづくりが求められます。

兵庫丹波の場合、地域活動の満足度にあわせ、産品や自然等豊富な地域資源があることから、さらに定住人口が増数することも考えられます。

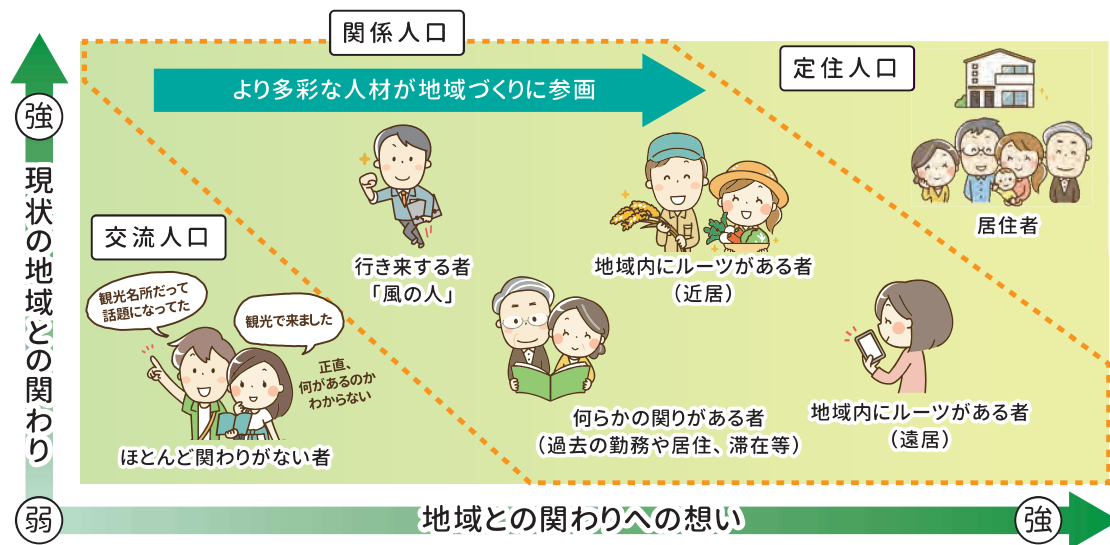


図32：関係人口説明図
出典；総務省ホームページから抜粋

(3) ツーリズムについて

① ツーリズムの種類

平成4年に農林水産省が、農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動として「グリーンツーリズム」を提唱したほか、近年新型コロナウイルス感染症問題の影響から、小規模単位の旅行者が国内近隣地域を訪問する、マイクロツーリズム、仕事と余暇を兼ねたワーケーション等が注目されています。

一般論として、こういったツーリズムには、新奇性(目新しい)、癒し(+温泉等)の強化が必要とされており、兵庫丹波の地域資源を活用し、複雑に組み合わせたり、特徴を出しながら開発することが可能です。魅力化戦略においては、この開発を支援する取り組みが求められ、地域の柔軟な発想を求める機会を創設していきます。

<p>一般的なツーリズムの種類</p> <p>従来から存在するツーリズム</p> <ul style="list-style-type: none">・マイクロツーリズム(食べ歩き、食と歴史文化の融合、酒蔵巡り等)・グリーンツーリズム(自然と触れること自体が目的)・アドベンチャーツーリズム(ミステリーツアー等)・コンテンツツーリズム(映画、小説、アニメなどの聖地巡礼)・ラーニングツーリズム(学びの場と地域の融合)・ストーリーツーリズム(種まきから収穫体験、歴史や恐竜に関する旅等) <p>兵庫丹波独自のツーリズム</p> <ul style="list-style-type: none">・アフターワークツーリズム(第二のふるさと化)

図33：ツーリズムの例

例えば、兵庫丹波の独自のツーリズムとして、大阪府や兵庫県南の都市部のワーカーやその家族をターゲットに、金曜日の終業後は、そのまま兵庫丹波に移動し、週末を楽しむといった、「アフターワークツーリズム(新造語)」を提唱し、ターゲット層に何をどのように提供できるかを考えていきます。

近年、若者の流入による観光コンテンツの若返りにより、町が再生されるケースが増えています。特にサイクリングや芸術祭等、スポーツ・アート等をテーマとしたツーリズムにより、ホテル旅館業・飲食業のサービスを充実させながら、継続性、受け入れ態勢を整えていくことも考えられます。

その他、産品や産品をとりまく地域に関連したツーリズムの可能性について、検討を重ねていくこととし、地域の学生や地域づくり団体からのアイデアなどを広く募集していきます。

② いままでにない、来訪機会の創設

今後兵庫丹波において、地域資源を活用しながら、次世代の来訪者を増やしていく為には、次のようなことを考えていく必要があります。

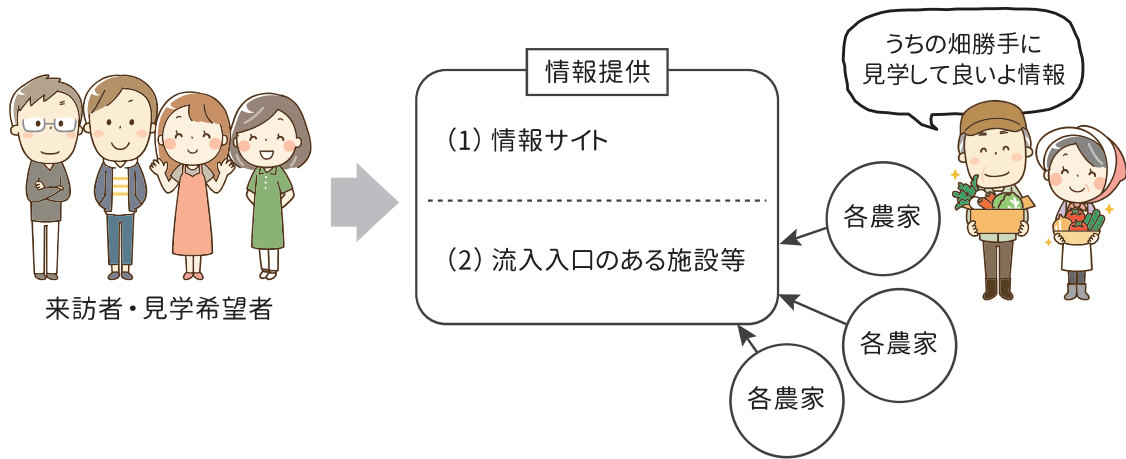


図34：兵庫丹波農村見学ハブのイメージ図

1) 農村見学ハブ(システム)の構築

兵庫丹波の強みである農畜産物を活かし、体験機会を増加させていくことが魅力を高めます。まず、最も簡単な方法として、「今日は、ここに行けば農作業を自由に見学できる」「手伝うなら勝手に手伝って良い」という情報を集約し、提供する場(ハブ)をつくります。

地域外の方は、農家の農作業を見学して良いのか悪いのかもわかりません。そこにアクセプト(受け入れる)サインを示すだけで、地域への親近感、信頼度が格段に高まります。来訪者が勝手に行う見学のため、対応時間を要せず、農家への負担も軽減されます。

2) 農家民宿等の活性化

農業体験や農村の暮らし、自然の中で非日常の時間を過ごしたいというニーズは、新型コロナウイルス感染症問題以降高まっています。農家民宿は、旅館業法の規定による簡易宿所の営業となりますが、農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律の規定中、滞在型余暇活動又は山村・漁村滞在型余暇活動に必要な役務を提供する営業(農林漁業体験民宿業)に該当すると、客室延床面積等の要件が緩和されます。

この取り組みは、宿泊・食事・体験・買い物等の経済効果を生む農村の持続的産業の在り方として、農林水産省も推進しており、兵庫丹波においても魅力的な地域資源を活用したアイデアを実現していく担い手としての活躍が見込まれます。

3) 農村型 MICE

MICEとは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称です。

主に都市部で取り組まれています。大規模でなく、地域の施設や資源を活かした同様の取り組みは実施できるはず。この会議や研修の内容について、兵庫丹波独自の要素として、地域の農産物や歴史風土に関する学びやイベントとツーリズム等をうまく組み合わせ、地域外の企業等が利用するといった、新たなニーズを開拓します。

そこから、一度はMICEのニーズで訪問した企業人が地域の良さを感じて、次は家族で来訪する等、リピートに繋げていくことを想定します。

< (参考1) 農村型 MICE での検討事項 >

- ①会議・研修・展示・イベントの受入規模を決める→ 宿泊、飲食、観光のバランスを考える。
どんなことができるか?どこで研修をするか?
- ②提供するサービスを決める → 地域独自のものはあるか?
- ③宿泊サービスの内容を決める → どこにどのように泊まるか?
- ④飲食サービスの内容を決める → どんな食事、弁当にするか?
- ⑤提供する地域コンテンツを決める → どこで楽しんでもらうか?

(4) 事例

①この分野での戦略会議の意見・アイデア

この分野での戦略会議の意見・アイデアを季節ごと、分野ごとに分類しました。

各項目の数字は、それぞれ、1:農業体験に関する事項、2:歴史文化に関する事項、3:飲食する体験に関する事項、4:自然体験に関する事項、5:レジャー体験に関する事項、6:景観に関する事項、7:癒しに関する事項、8:その他の事項、を表しています。

この表のように、兵庫丹波には地域資源を複合することで四季を通じて楽しめる要素が多く存在することが明らかになります。

この分野での戦略会議の意見・アイデア

1：農業体験 2：歴史文化 3：飲食する体験 4：自然体験 5：レジャー体験 6：景観 7：癒し 8：その他

	四季単独	四季を通じたツアー	四季を通じた複合型ツアー
春	6 桜、ボタンに関係するツアー 6 つつじ、藤の花、あじさいに関係するツアー	1 四季で違う農産物体験を企画 2 伝統民芸体験を身近にするイベント	1,2 農作業と写経、陶芸 1,2,4 枝豆オーナー一年4回来丹
夏	3 ひさごを食す 4 キャンプの魅力化 4 夜の虫取りツアー 4 ほたるツアー 4,5 今田の温泉キャンプ	2 歴史文化施設に泊まれるツアー 2 山城めぐり（相当数があります） 2 丹波焼の窯元めぐり 3 酒蔵巡り 3 特産品尽くしの食事体験 3 丹波篠山牛メニュー開発チーム参加権	1,2,5,7 丹波野菜 耕す 種まき 料理 1,3 みそ、きなこづくり 1,3,5 くらまめ種まきから収穫まで 1,3,6,7 農家に泊まる 1,3,7 お酒づくり（田植えから～1年） 1,4 イノシン解体 料理
秋	3 栗パン（統一規格）イベント 3 スイーツ和菓子めぐり 3 牡丹鍋をちよっぴり楽しむ 3 松茸狩りツアー 1,2,5 米の収穫とかまど炊き 1,3 栗園栗拾い 栗加工ジャム開発 1,3 農家で煮豆づくり 1,3,5 酒造り体験 1,3,5 栗三昧コース収穫、加工、染め物体験 1,4 シビエ料理教室 1,5 枝豆収穫と味わいを同時に 1,5 くらまめの選別体験 1,8 栗収穫と丹波電見学 3,5 梅酒、柚子酒、栗酒づくり 3,5 栗、山の芋、小豆などのスタンプラリー	3 旬の野菜ふるまい会 3 ループバスでビール試飲 3 お土産宅配サービスの促進 3 ウーバーーツ直売所版 3 地酒巡り貸し切りタクシー 3 地エビ、すっぽん、うなぎを食する体験 3 牛肉、牛乳、ヨーグルト飲食ツアー 3 酒蔵巡りと地元のおつまみコラボ 4 滝めぐり 5 恐竜発掘体験 5 パラグライダーを身近にするイベント 5 ミステリーツアー 6 ライトアップに取り組む 6 兵庫丹波の夕日を楽しむ 6 早朝ツアー雲海 6 星空観察 7 会員制空き家シェア 8 wi-fi 整備 8 丹波コンシェルジュ育成 8 兵庫丹波の生活体験プラン	1,7 企業の人に田植え稲刈りのCSR宿泊 1,7 農産物を使った美容ツアー 1,8 道の駅拠点のツアー 2,3 丹波焼づくりと酒 2,3 座禅と精進料理 2,3,5 スタンプラリー 2,3,7 腕自慢お母さんの手料理ツアー 2,5 モノづくり合宿（登り窯、酒、炭、養蚕、加工品） 2,5 古民家で怪談を聞く 2,5,6 夜の野生動物ツアー 2,6 古代ロマンの道散歩 恐竜 2,6,7 昔話逸話泊まることが目的になるツアー 2,6,8 日本一巡り（人、物、景色） 2,7 お寺 写経、精進料理 3,4,6,7 何もしないのんびり農泊 昼寝ごはん 3,6 地酒を景色見ながら楽しむ 3,7 贅沢な朝食を楽しむ企画 4,5 一人キャンプ推進 4,7 田んぼや自然の中でヨガ 7,8 ペットがどこでも連れていけるまちづくり
冬	2 丹波で新年を迎えるおもてなし 3 餅つきツアー 3 新酒のお披露目会 3 小豆スイーツ食べ歩き 1,3 山の芋収穫体験 料理教室 2,3 おせち作りに来るツアー		

意見のまとめ		
各季節でしか対応できない資源を最大限生かし、兵庫丹波ならではの地域性を出した体験型ツアーを考え、次の季節の紹介をして四季を通じた来丹を促進する。	四季を通じて対応できる特徴的な地域資源にスポットをあてて、魅力的なツアーにする。	①各地域の特徴的な地域資源の複数組合せ ②各季節の違う地域資源の組合せ ③農産物の種まきから収穫、食する等、テーマが一貫した組み合わせより、魅力的な四季を通じたツアーにする。

図35：この分野での戦略会議の意見・アイデア