

1. 構想の成果と今後

(1) 「実り」について

① 理念からめざすべき姿→戦略→実行という、一貫した理念経営の仕組みの導入

日本の企業経営でも一般的な「理念経営」のフレームを使用したことで、兵庫丹波において、構想策定から実行までの柱が強固となり、長期間ぶれない活動に繋がります。

② 地域の魅力化（ブランド化）に関する概念

地域ブランドの理論を確認し、どのようにすればブランド化するのか、地域が連携してブランド化すると何がかわるのかといったことを共有する機会を設けたことで、地域関係者が今後の活動の意味を理解することに繋がります。

この2点を構想で明確にしたことに併せ、柔軟なロードマップづくりをプロジェクトにより進めていく仕組みを明確にしたことで、兵庫丹波の永続的な維持発展という「実りある」構想の実現に繋がります。

(2) 「魅力」について

適用する戦略とマネジメント手法

適用する経営戦略の理論を定めたことで、今後地域関係者がマネジメントの視点を持つことが可能となり、置かれている状況の把握や戦略のバランスを考えながら、高度な議論やアイデア出しをおこなえるようになり、兵庫丹波の「魅力ある」構想の実現に繋がります。

以上のとおり、「実り」「魅力」を備えた構想策定について、理念経営という形で戦略的な思考を用いる機会となったことで、兵庫丹波は、不確定要素が多い情勢においても、地域の発展・維持を目指した、高度な価値連鎖が伴うまちづくりを行うことが可能となります。

(3) 今後について

地理的・歴史的に多様な特徴をもつ兵庫丹波は、魅力的な地域資源が数多く存在していますが、そこに課題が存在しないわけでは、ありません。地域の発展・持続には、「実り」のフレームを「魅力」で肉付けしていく、具体的な魅力化戦略の実行が常に求められます。

地域内においては、さらに戦略を強化し、兵庫丹波の優れた産品を軸として、地域の皆さんが自発的に新たな取り組みが行えるように配慮し、様々な価値を生み出す苗床を創設していきます。

また、地域外における、一極集中といった都市機能の再考、人々の生活様式に大きな影響を与えた新型コロナウイルス感染症問題等、外部環境の情勢に対応していく面では、強固な骨組みのある構想に立ち返りながら、各分野に留まらない地域ネットワークの強化を図り、アナログ・デジタルを融合した魅力化戦略を推進していきます。

この構想がターゲットとする地理的範囲においては、国内近隣地域からはじめる戦略としておりますが、プロジェクト策定方法に大きく柔軟性、可能性を持たせており、今後生まれてくるであろう、地域の発案により磨き上げられた様々なコンテンツは、向こう10年を見据えたロードマップの中で表現され、将来のイ

ンバウンド、アウトバウンドにも十分対応していけるものと考えます。

構想実現の効果

- 兵庫丹波から見た
・製品の魅力化→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）から非経済価値（地域の誇り、愛着、連帯感）へ
- お客様から見た（来丹者）
・製品の消費→地域への興味→双方向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）

2. 専門家からの意見

兵庫丹波の各地域では、既に地域活性化に尽力されている多数の関係者がいらっしゃいます。外部の目から見て、四季を通じて訪れたいくなる様な地域資源が沢山ありますし、戦略会議においても、メンバーのアイデアが豊富にあることに驚きを覚え、今後活用の余地があると認識しております。

また、時代は急速に変化していきます。全国どの地域においても今後のあり方として、「発展」「持続」「縮小速度の低減」のいずれかの選択を余儀なくされますが、この地域の活力は、発展・持続に繋がっていく可能性を大いに秘めています。

そのためには、メンバーの力を結集し、将来に渡り、地域の魅力を高める上では、体系だった理論を適用し、関係者の頭の中に戦略的な考えを採り入れながら活動していくことが、先ずは重要です。

構想策定にあたり、専門的見地からお手伝いをさせていただきましたが、この構想の活用は、地域の皆様に委ねられています。本書が活かされれば、兵庫丹波は、何があっても魅力を秘めた地域であり続けることとなると考えております。

今後、他の行政のモデルになりうる、「今までの役割分担では難しくなってきた、まちづくりのあり方、やり方」を変えていく「スタート」を切ることができたという面、また、新型コロナウイルス感染症問題以後、通用しなくなっていく構想や戦略が増える中、活路を見出すための、地域独自の新たな構想や戦略の構築ができたという面で、重要な歴史的一歩であると考えております。

この構想策定の取り組みが、これから長い時間をかけて、この地域がさらに前に進んでいくことができる、一つのきっかけとなることをお祈りしております。

一般社団法人 日本地域イノベーション研究機構
代表理事 藤澤 直武（中小企業診断士）

つなぐ法務事務所
代表 時村 公之（行政書士、旅行業専門家）

一般社団法人 食品需給研究センター
主任研究員 長谷川 潤一（地域振興専門家）

志門特許商標事務所
代表 下田 佳男（弁理士）

3. おわりに

たとえ優れた戦略であっても、地域の個人や組織が戦略を理解し、協力しながら実践することなくして目標の達成はあり得ません。そして、成功した後も、時勢にあわせ柔軟に改廃し、次の戦略に繋げていくことが、結果として長期的に魅力的な地域を持続させつつ、発展させることになると考えています。

この戦略による魅力化が進むと、兵庫県に限らず、全国からみても訪れたい地域、競争力を持つ地域となります。これは、自分たちが他の地域から、学ばれる立場になっていることも意味します。

この構想は、立案の段階から、地域の各分野の団体が集まり、議論やワークを重ねながら作り上げられてきました。会議とは別に、将来を担う若手等の関係者の皆さんにも意見を聞く機会も設けました。

これに専門家の知見も加えた構想は、今後目まぐるしく変化する環境に対し、何をすべきかという視点で、地域が対応していくための戦略が定められています。第一章から始まる書物でありながら、地域全体の魅力向上に向けて、地域の人が行動を起こす「序章」がうまれることが、大きな存在意義となります。

これからも兵庫丹波をよろしく願います。

令和3年3月
兵庫丹波の実り・魅力ある地域づくり構想
戦略会議メンバー一同

[附則資料]

会議記録

兵庫丹波の実り・魅力ある地域づくり構想戦略会議

令和2年9月10日 第一回

会議主題「気軽に楽しむ」ための戦略

担当講師 一般社団法人 日本地域イノベーション研究機構 代表理事 藤澤 直武

- 協議事項
- ① 推奨品目の集約状況、選定について
 - ② 地域ブランドの定義と今回のブランド化について
 - ③ 今後のスケジュール
 - ④ 構想策定作業（ワークショップ）

令和2年10月21日 第二回

会議主題「じっくり楽しむ」ための戦略

担当講師 つなぐ法務事務所 代表 時村 公之

- 協議事項
- ① 前回の振り返り
 - ② 講演及び質疑
 - ③ 構想策定作業（ワークショップ）

令和2年12月1日 第三回

会議主題「知る」ための戦略

担当講師 一般社団法人 食品需給研究センター 代表研究員 長谷川 潤一

- 協議事項
- ① 前回会議の振り返りと今後の方向性について
 - ② 講義及び質疑
 - ③ 構想策定作業（ワークショップ）

令和3年1月20日 第四回

会議主題 構想書の検討（動画配信による連絡会議）

担当講師 一般社団法人 日本地域イノベーション研究機構 代表理事 藤澤 直武

- 協議事項
- ① 構想書原案の概要説明
 - ② 構想書原案に関する意見徴収
 - ③ 次年度以降の戦略会議の動き方について

令和3年3月12日 第五回

会議主題 構想書の確認

- 協議事項
- ① 構想の策定について
 - ② 次年度計画について

兵庫丹波の実り・魅力ある地域づくり構想策定会議メンバー

| 区分 | 団体名 |
|-----------|---------------------|
| 生産者・消費者団体 | 丹波ささやま農業協同組合 |
| | 丹波ひかみ農業協同組合 |
| | 兵庫丹波生活研究グループ連絡協議会 |
| 商工会 | 丹波篠山市商工会 |
| | 丹波市商工会 |
| 菓子組合 | 丹波篠山市菓子工業組合 |
| | 丹波市菓子工業組合 |
| 飲食関係 | 丹波篠山市飲食業組合 |
| | 丹波市旅館料理飲食組合 |
| 観光協会 | 丹波篠山観光協会 |
| | 丹波市観光協会 |
| 行政 | 丹波篠山市 |
| | 丹波市 |
| | 丹波県民局県民交流室 |
| | 丹波県民局丹波農林振興事務所(事務局) |
| | 丹波県民局丹波農業改良普及センター |

ワークシート

| 市場浸透戦略 | 市場開拓戦略 |
|-------------|--------|
| | |
| 商品・サービス開発戦略 | 多角化戦略 |
| | |

気軽に楽しむ

| |
|--|
| |
|--|

じっくり楽しむ

| |
|--|
| |
|--|

知る

| |
|--|
| |
|--|

四季の恵みに心湧く

兵庫丹波

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©1-001A4