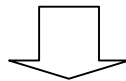


## 丹波市 観光まちづくりへの提案

2011年3月  
近畿観光まちづくりアドバイザー会議

### 【提 言】

丹波市は2004年11月に旧氷上郡の氷上町、柏原町、青垣町、春日町、山南町、市島町の6町が合併し、兵庫県内で5番目の広大な面積を持つ市として誕生した。市域内は自然環境や歴史的な資源が豊富で、JRや高速道の整備により京阪神からのアクセスも良く、観光客を誘致するに当たっては好条件下にあると言える。しかしながら現実には、地域資源が散漫で観光客を誘引するような目玉的な存在がない上、中途半端な大都市圏との距離感から通過点となってしまっている。そこで、アドバイザー会議では好条件を生かされてない原因を観光まちづくりのテーマの欠如と考えた。



丹波と聞いて多くの人は何を想起するだろうか。隣の篠山であったり、栗や黒豆などの農産物であったり、いずれも直接的に丹波市をイメージさせるものではないと思う。視察した柏原の町並みや高源寺など、いずれも素晴らしい観光資源ではあるが、全国クラスの発信力を持っているわけではない。町並みや寺社仏閣を目的地として消費者が比較検討した場合、丹波市こそが唯一無二の存在であるとは認識しにくい。そうした中であって、2006年8月に発見された恐竜の化石「丹波竜」は学術的な評価はもちろん、在野の研究者が発掘した「世紀の発見」などという報道もあり知名度が高い。丹波市にとってもっとも個性的な観光資源であると言えるだろう。

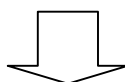
「丹波竜」を前面に出して丹波市のイメージ醸成を図ることは、丹波市の地域ブランディングに他ならない。丹波竜を軸にすることで対外的な発信力が強い、市域の資源を結びつけたコースの提案、食の魅力づくりなど仕掛けにストーリー性を持たせることにもなる。「丹波竜」を突破口にして、新しい丹波市の観光まちづくりの地平を開きたい。

その端緒となるものとして、近畿観光まちづくりアドバイザー会議では次項以下の提案を行う。

## ○STEP 1 【現状分析と推進体制づくり】

現地視察の結果、市全体のプラスイメージとして委員から「丹波竜」「(歴史、食材など)観光資源の豊富さ」「京阪神からのアクセスの良さ」「関係者の熱意」などが挙げられた。観光資源の豊富さは各委員とも認めるところだが、市域が広く拡散しているイメージである上、その多くは現地を訪れたことによって初めて気づく潜在的な資源であることを指摘している。つまり、プラス面であるはずの京阪神のアクセスの良さと観光資源の豊富さが連動していない。

その中で唯一、固有名詞で挙げたのが「丹波竜」である。現状では観光資源の豊富さであることよりも、丹波竜の一点に活路を見出していきたい。丹波市の多くの魅力の中の丹波竜ではなく、丹波竜の付加価値として市内の資源を活用する方向で考えたい。その上で、京阪神からのアクセスの良さや関係者の熱意を組み合わせ、観光まちづくりを進展させていくのがもっとも即効性のある取り組みだと考える。



丹波竜を観光まちづくりのテーマに据え、丹波竜を前面にイメージ戦略として打ち出す。そのイメージ戦略に沿って、数多い資源の中でも食や自然など、丹波竜と親和力の高いものと組み合わせることが観光まちづくりの第一歩であると考えます。

視察後、地元の子どもの化石を発見し話題になっていたが、市民の盛り上がりは今ひとつだったと聞いた。これはおそらく旧町意識が未だ根強いことを意味していると推測する。そのため、丹波竜を突破口に市内全域に波及効果を及ぼす戦略を市民に対して根気よく説明すると同時に、市民向け（特に旧・山南町以外）の丹波竜発掘現場とちーたんの館の見学ツアーなどを実施してはどうだろうか。我々の視察時と同じく、化石発見者の村上さんにガイドをお願いし、丹波竜の里弁当を食べ、対外的なイメージ戦略と同時に市民の気運づくりも進めていくべきだろう。そのことが観光客の受け入れ態勢にもつながり、内外に丹波竜を丹波市のシンボルとしてアピールすることにもなる。

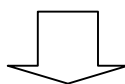
また、視察後の会議で評価の高かった鹿肉料理、農産物などと丹波竜を結びつけてオリジナリティーがある特産品として商品力を高められないかも検討したい。さらには、市内観光の消費を高めるためにも、ちーたんの館にアンテナショップ的な役割を持たせて特産品開発などにつなげることができないだろうか。加えて、丹波竜のテーマ性を高め、発信力を強くするために篠山市であったり、他地域と広域連携することも検討すべきことだろう。

その中心になるのは、我々が視察した時にお集まりいただいた皆さんが担うことを期待する。

## ○STEP2 【地域観光資源の分析と活用の方向性】

STEP1で指摘した通り、まずは「丹波竜」である。昨年12月に「ちーたんの館」をオープンしたことで、点であった化石発掘現場にもう1点が加わり線を引くことが可能になった。両スポット間のアクセスは良いとは言えないが、コース化が可能になったのは前進と捉えたい。次の段階として、丹波竜をテーマとした面的な回遊性を高めることを講じたい。

ハード整備ではなく、既存のものを生かしながら面的な取り組みとできるか。食や他の観光施設など地域間連携によってソフト面の充実から、丹波市の丹波竜に広がりを持たせたい。



視察後に委員が提案したものを列記すると、

- ・ 発掘現場を訪れた観光客に想像力を高める仕掛けをする
  - 発掘状況の映像化▼発掘現場の河原に実際に降り立てるようにする▼駐車場から発電所記念館までを「恐竜ロード」とし、本当の足跡幅で路面にサインを描く▼ちーたんの館では視覚だけではなく鳴き声などで五感に訴える▼ガイド、解説員の常駐化
- ・ 丹波竜の里弁当の工夫
  - 弁当容器を恐竜のイメージに▼メニュー、お品書きを入れる▼食べ終わった後の弁当箱や包装紙がお土産にならないか

ーなど、いずれも工夫次第で取り組みやすい提案があがっている。弁当については、地元の特産品を使っており、丹波市でしか食べられない希少性を訴えるべきだろう。遊び心で、地場の山菜や野菜が中心の草食竜弁当、鹿肉をメインにした肉食竜弁当などバリエーションを持たすこともできる。また、視察した他の資源、薬草薬樹公園でオリジナルブレンドの「丹波竜茶」を提供したり、特定日に浴場を「丹波竜の湯」として営業することなども試行してみればどうだろうか。丹波竜の歩幅で市内観光資源間の距離を示すマップなど「丹波竜まるごとミュージアム構想」という提案もあった。さらには、丹後自然7不思議などと称して、丹波竜の発掘現場と柏原の町の「木の根橋」を関連づける取り組みを行ってもいい。

いずれにせよ、丹波竜をキーワードにどうすれば丹波市の総合力を発揮できるかをつねに視野に入れ、取り組むことが結果的に市内の豊富な観光資源を掘り起こし活用することにつながるものだと考える。

## ○STEP3 【商品化とマーケティング】

観光まちづくりのテーマとして掲げた「丹波竜」によって市内に面的な広がりを見現化していくことから、商品化を考察してみたい。前述のSTEP1、2の通り、丹波竜を切り口に町中の回遊性を高めることが主眼であり、情報発信力のある話題づくりの仕掛け、イベントを主に考え、その前提となる受け入れ態勢の整備についても触れた。

丹波竜というテーマ、京阪神からのアクセスの良さを前提にターゲットは、小学生前後の子どもを持つ都市在住のファミリー層を想定した。

### ○イベント

#### 【夏休みの自由研究は丹波市でやってしまおう！】

全国でも類例のないほぼ全身骨格が発掘された「丹波竜」について、とことん調べる1日ツアー。発掘者の村上さんから臨場感あふれる発見当時の様子を聞き、実際に丹波竜が発掘された川代溪谷を探索する。化石発掘体験もしてみる。溪谷を眺めながら丹波竜の里弁当を食べた後は、ちーたんの館を見学。元気村かみくげで買い物を楽しむほか、薬草薬樹公園の入浴を加え、三田市の県立人と自然の博物館に立ち寄る。春日局について調べるオプションも設定する。旅行会社に夏休みプランとして商品化を依頼する。

#### 【丹波竜ウォーキング大会】

丹波竜の発掘現場とちーたんの館間をウォーキング。丹波竜に関する話を聞きながら歩く語り部部門、事前申告した歩数で歩けるかを競う競技部門、丹波竜をイメージしたコスプレ部門の3つを設定する。ちーたんの館前または元気村かみくげで鹿肉のバーベキュー大会、特産市などを開催する。市内道路や高源寺の階段を利用し、丹波竜の形を模したコース設定でマラソン大会などでもいい。

#### 【恐竜のまちサミット】

福井県勝山市、三重県鳥羽市など恐竜の化石が発掘されたまちに呼びかけ、シンポジウムなどを開催する。ちーたんの館に日本の化石マップを設け、他地域との連携を打ち出す。

#### 【市民参画のイベント】

丹波美術大賞展などを開催していることに由来し市内小中学生を対象にした丹波竜の絵画コンクール、丹波竜をテーマにした弁当、B級グルメコンテストを開催する。

### ○観光ルートづくり

#### 【猪・鹿・竜】

知名度が高い篠山の猪料理を丹波市に生かすため、鹿肉料理と丹波竜を語呂合わせでルート化。猪肉と鹿肉の食べ歩きに丹波竜を加え、回遊性のあるルートを構築する。

#### 【但馬、丹後への立ち寄りスポットとして】

意見交換会でも委員から発言があった通り、城崎温泉や夕日ヶ浦温泉など但馬、丹後方

面への昼食スポットが出石のそばなどに限定されており、陳腐化している。日本海のカニや魚介類を前に、鹿肉料理を提供するスポットとしてアピール。グルメツアーとして訴えるほか、価格帯に応じて弁当、鹿肉ハンバーグ、鹿料理のフルコースなどメニュー設定を行う。昼食と同時に、丹波竜関連施設や高源寺の紅葉などの立ち寄りも呼びかける。また、JRとタイアップした下滝駅や谷川駅などからのハイキングの設定なども実現したい。

#### ○情報発信

まずは、丹波市のイメージづくりに注力したい。繰り返しになるが、アドバイザー会議で提案したいのは「丹波竜」である。丹波竜の露出を徹底する方策を考えたい。例えば、お土産袋に丹波竜をイメージしたロゴを入れたり、コミュニティバスのボディに丹波竜をラッピングしたり、ちーたんを用いることなどでもいい。丹波竜のまち丹波市一の打ち出しにこだわることを勧めたい。

#### ○受け入れ態勢の整備

丹波竜を「わがまちの貴重な宝物」という共通認識が市民に育まれることは必須である。その上で発掘現場、ちーたんの館など丹波竜を身近に臨場感ある存在とするために欠かせないガイド、解説員を組織化したい。

### ○STEP4 【観光まちづくりのキーワードとビジョン】

これまで記述してきたことは、観光まちづくりの戦略として「丹波竜」を市内で共有し、発信することを主とした。漠然とした旗印で観光まちづくりを継続的に取り組むことは難しい。皆が共通して認識できるわかりやすいキーワードこそが観光まちづくりへつながる端緒であり、丹波市ではそれが「丹波竜」であることを提案したい。

「丹波竜」を突破口に、幾多もある観光目的地の中から選ばれる価値を創出するのは地元のかかっている。まずは丹波竜にこだわり、丹波竜をテーマにまちづくりデザイン案を固め、STEP1で提案した推進体制が母体となり市内外の人に「丹波竜のまち—丹波市」を訴え、伝えることを目標としたい。

特に、来年2012年の干支は「辰」であり、丹波竜再生元年という位置づけで「竜から始める観光まちづくり」を推進していただきたいと思う。

そこで、まちづくりアドバイザー会議では下記のキャッチコピーで、視察や意見交換を通じ得たものを新聞スタイルで可視化する。ファミリー向け、特に子ども向けにアピールすることに重きを置いた。

「丹波竜が棲む 丹波流ツーリズム」