

5 「京都丹波」ブランドの国内外への発信

【現状と課題】

「京都丹波」の地域ブランド化を戦略目標に掲げ、地域の魅力を地域内外に伝えるため、地域が持つ魅力を地域全体の視点で見つめ直し、あらゆる人・団体が自治体の枠を超えて、相互の連携を深めることによって一体性を高め、新たな魅力として全国に発信する取組を行ってきました。この「京都丹波」という呼称は、「京都」と「丹波」という全国的なビッグネームの魅力を併せ持つことから、双方が持つ歴史や伝統文化、美しい自然や豊かな農産物等の豊富な地域をいかし、活力と魅力にあふれ、次世代を担う若者が夢と誇りを持てる地域づくりを進めたい、という想いが込められています。

最近では、京都丹波の名称が地域で自然に使われる等、一定浸透してきましたが、全国的にはまだまだ認知度が低く、京都丹波地域を訪れても、これが定番といった特産品も少ないため、観光消費額も低いのが現状です。高速交通網のネットワーク化や京都スタジアム(仮称)、丹波自然運動公園の整備等様々な交流基盤が整う中、地域の魅力をさらに磨き、さらなる交流促進に向けて、「京都丹波」を発信していくことが課題です。

【具体的な施策の展開(19)】

(19) 「京都丹波」の地域ブランドの国内外への発信により、人を呼び込み、元気なまちづくり

「今、時代は京都丹波へ」。やや大きいかもかもしれませんが、この言葉が今の京都丹波には相応しい状況にあると言えます。平成24年12月に25,000人収容の京都スタジアム(仮称)が亀岡市に建設されることが決定しました。また、平成25年3月には畑川ダムが完成し、平成25年4月には「京都第二外環状道路(にそと)」が完成したことで京都縦貫自動車道が名神高速道路と直結し、ここ京都丹波が全国の主要都市と高速道路でつながりました。さらに平成27年7月には京都縦貫自動車道が全線開通し、高速道路ネットワークが完成します。加えて、府のスポーツ中核施設である丹波自然運動公園では、京都トレーニングセンター構想に基づく整備が進められ、さらに、美山芦生の森を中心とする新規国定公園の平成27年度の指定に向けて準備が進められているところです。

こうした京阪神地域とのアクセス向上や交流基盤整備、またこの地域が持つ豊かな自然環境や景観、優れた食材、郷土文化・伝統芸能・祭りや文化財等の多くの地域資源を「京都丹波」で結び、国内外に情報発信していきます。

■ 「京都丹波」の組織的な活用

◇「京都丹波の振興局」を南丹広域振興局の愛称として呼称化するとともに、イベント名に「京都丹波」を冠する等、京都丹波の地域ブランドを普及・浸透していきます。

■ 「京都丹波」の広報戦略プロジェクト

◇横断的な広報戦略を進めるために、振興局にプロジェクトチームを設置し、広報戦略プロジェクトを展開します。

◇女性、若者視点での地域再発見、情報発信を行うために、京都丹波・写ガールと広報誌、CATV、スポーツ、観光等、様々な広報媒体・分野とのコラボを行う「京都丹波・写ガール」×「？」プロジェクトを展開します。

◇ホームページ、メールマガジン、ユーチューブ、CATV、広報誌等の媒体を活用し、地域の総合的な情報を定期的に発信します。



京都丹波・写ガール隊

- ◇コンビニエンスストアや道の駅等と連携し、旅行者等が手軽に情報を取得できるAR動画による情報提供を行います。
- ◇隣接府県との連携等による京阪地域への情報発信・広報活動を強化します。

■「京都丹波」ブランドづくりのためのコンテンツづくり

- ◇駅弁やスイーツ等、京都丹波ならではの食材をいかした特産品づくり等を行う「京都丹波・道の駅プロジェクト」を展開します。
- ◇京都丹波ならではの食材による商品開発を支援するとともに、京都丹波ブランドをさらに広げるための認証制度を創設します。
- ◇京都丹波 EXPO や京都丹波振興局マルシェ等のイベントを通じた京都丹波ブランドの情報発信を行います。
- ◇地理的表示法を活用する等、農林水産物及び食品について独自のブランド化も進め、商品化や誘客につなげ、地域経済の活性化を図ります。【再掲】



七彩駅弁



七彩スイーツ



京都丹波・道の駅プロジェクトの
ロゴマーク

■ 世界に発信する「Kyoto Tamba」

- ◇京都府名誉友好大使や大学の留学生等と連携し、海外に京都丹波の良さや見どころを発信するフェイスブック (Amazing Kyoto Tamba) の開設等、外国人の視点による広報発信を行います。
- ◇外国人観光客等の誘客や観光の利便性を向上させるため、多言語表示の案内板の設置や観光パンフレットを作成します。
- ◇増加傾向にある京都丹波へのインバウンド客へのおもてなしとして、接客、表記、案内等の地元受入体制を整備します。
- ◇インバウンド誘致に係る観光プロモーションや情報発信を行います。
- ◇サイクリングツアー、農業体験、食文化体験等、京都丹波の自然や文化、食、スポーツをいかし外国人を対象にしたおもてなし体験型観光を推進します。



Amazing Kyoto Tamba

目 標 ● 道の駅の利用者数(購買者数・レジカウンター) 330万人(平成25年度 299万人)