

ふるさと加西の魅力を全国に

地域資源を活用したブランドカアップへの取り組み

■重点目標は5つ

1. 魅力ある観光メニューの開発
2. 観光入込数を増やす
3. 「地域ブランド」を育てる
4. 農作物の高付加価値化を図る
5. 定住・交流人口を増やす

加西市の魅力を全国に発信しようと昨年4月、「ふるさと営業課」を新設し、様々な取り組みを行ってきました。

積極的に市内外のイベントに出向き、加西市のPRを行うとともに、新たな取り組みとして、旅行業者の企画する様々なツアーの誘致や北条の宿まち歩きツアーの企画などにより、加西市への観光客の入込数は増加傾向にあり、平成20年度は140万人（前年比23.8万人増）となりました。

また、特産品開発、地域ブランドの確立については、新たに市場の開拓ができつつあり、ブランド化に向けた芽が膨らんできています。

今後も、観光と特産品とを一体化させ、課員一丸となってPRに取り組み、加西市の知名度アップに努めていきます。

■主な取り組み

■かさい夢フェスタ

昨年は、加西サイサイまつりをリニューアルし、エコをテーマに経費の削減を図りました（対前年比、約180万円の経費削減、CO2排出量20%減）。

今年は8月2日に、会場を県立フラワーセンターへ移し、市民主体、市民がもてなす祭りとして開催。加西市の物産等をPRするとともに、花と水辺の空間で、加西市の魅力と情報発信を行いました。

経費と労力をかけた以前のサイサイまつりに比べ、加西の持ち味と資源を活かし、必要最小限の経費で新しい夏のイベントが提案できました。

交通渋滞等今後改善すべき課題もありますが、「昨年まで以上のかなりの人出だった」、「雰囲気よかった」、「水辺にうかぶ花火が最高！これまでのまつりで一番美しかった」という声を多く聞いています。

■北条の宿はくらんかい

北条の旧宿場町がいわいを会場に多彩なイベント「北条の宿はくらんかい」を昨年に引き続き、今年も10月17・18日に開催しました。

地域の住民が中心となって、賑わいと活気にあふれた地域主体のイベントとして定着しつつあり、まちなかにある寺や神社、空き家、空き店舗を利用した市民の参加によるカフェやギャラリー、芸能など多彩な催しに、市内外から多くの人々が訪れました。（昨年2.5万人、今年3万人）

今後、野菜や加工品の販売、喫茶などの臨時出店場所として、定期的に活用されていくことを期待するとともに、その立ち上げを支援していきます。

■観光プロモーションの強化

関係機関や団体との連携を深め、観光資源の発掘・開発、都市部へのプロモーション強化に努めました。専門家による観光現地指導会を実施し、加西市の観光のあり方そのものを見つめ直しました。

- ・観光、特産品をPR（姫路菓子博、加西SA、関西大学、赤穂義士祭、ひょうごふるさと館等）
- ・近隣市との連携による観光キャンペーン「播磨の国宝巡りツアー」を実施（4～6月）、北条の宿まち歩きツアーの実施
- ・旅行業者との連携によるパッケージ開発
- ・観光ホームページ「かさい観光ナビ」を作成
- ・加西の四季フォトコンテストの開催



かさい夢フェスタ（8/2）クライマックスに、打ち上げられた水辺での花火。



北条の宿はくらんかい（10/17・18）普段は静かな町通りが、多くの人で賑わいました。



関西大学学園祭（11/3）特産品を様々なイベントで積極的にPR。

■加西製品のブランド化と全国へのPR、地産地消の推進

県外からの利用者が多く、効率的なPRができる中国縦貫自動車道加西サービスエリア（以下加西SA）で、特産品販売と同時に観光PRを行いました。

また、間もなく認証していく予定の地域ブランドですが、一足飛びに全国ブランドとはいきませんし、行政がいくら旗振りをして、生産者のご理解なくしては、モノになり得ません。

最近、市内にも地域ブランドに対する熱い思いを持たれた市民が増え、独自の加工品も、少しずつ開発されてきました。市内の事業者やグループ、生産者の皆さんが発案・開発された優れたものを加西ブランド協議会等の関係機関と連携を図りながら、PRと販路拡大に努めます。

- ・加西SAの特設ブースで、ぶどう、米等の試食販売、SA売店で特産品販売
- ・ハリマ王にんにくを使用した特選料理キャンペーンを開催
- ・東京で加西産米販売
- ・ブランドフォーラム開催（加西ブランド協議会）
- ・北播磨ステーション等で特産品販売、「加西ウィーク」で集中的にPR
- ・特別栽培米を学校給食に利用
- ・自慢のレシピコンテストの実施（本誌20頁参照）

■定住・交流人口の増加

新規就農者及び田舎で開業や芸術活動などを行いたい、農業をしながら田舎で暮らしたいという人たちの転入促進と地域の活性化を図っています。

- ・都市部へのPR（ふるさと回帰フェア、ひょうごで田舎暮らし臨時相談所等）
- ・市ホームページに空き家バンクを掲載
- ・市民農園の開設支援
- ・まちづくり協議会やNPO等、まちおこし団体の支援

■地域全体で創ろう「誇れる加西」

「ないない尽くし」から「あるある発見隊」へ

旅行業者の方から、「加西」という名は、観光客からよく知られていると聞きます。なぜなら、中国道を利用して大阪方面から西向きに旅行する際に、最初に立ち寄るのが加西SA、逆に大阪方面への帰りに最後に休憩するのも加西SAだからそうです。しかし、加西市という存在とは結びついていないのが実情です。

私のまちには何も自慢するものがないと欠点を指摘するばかりではなく、加西市で暮らす私たちが、既に持ち合わせている加西の素晴らしさを再認識し、それらを特徴づけることで、やがてはブランド候補になっていくものと考えています。そして私たちがまちに誇りを持ってその思いを市外の方々に伝えていけば、自ずとまちに活力が蘇り、加西という地域ブランドが確立するのではないかと思います。

地域ブランドは、地域発の産品・商品・サービスのブランド化と地域のイメージそのもののブランド化が相互に作用しあって形づくられるものです。

加西市は、貴重な資源の宝庫ですので、それらが有機的に連携しあうことによって、地域のイメージが確立し、やがて加西というブランドに定着してくるものと考えています。

特産品開発やイメージ戦略のためには、地域全体で取り組み、そのレベルアップを図っていかねばなりませんので、引き続き、市民の皆様のご協力をお願いします。

【問合せ】 ふるさと営業課 ☎428740



加西SAでかさい満載市場（H20.11/2）市内生産者と共に特設ブース設置。特産品と観光地をPR。



加西ブランドフォーラム（2/8）東京からは（株）スズノブ代表取締役西嶋さん、姫路市で活躍中の版画家岩田さんをお招きしました。



田舎暮らし臨時相談所（H20.9/17）神戸市内の百貨店に出向き、田舎暮らし希望者に加西市を紹介。



加西製品のブランド化へ
加西市の米・野菜・果物・お酒等、たくさんの優れた地域資源のブランド化を図ります。