大自然の中で思い出を☆森&里山wedding推進事業

京都丹波ウエディングプロジェクト実行委員会 南丹広域振興局企画総務部企画振興室 西村友里

推薦理由

【アピールポイント(組織力の発揮)】

≪企画振興室長:岩松 義秀≫

- ①行政が主導でこういったタイプの企画をすすめる場合、地域バランスや公平性などの観点を考慮することから取組が制限されることも多い。今回の取組は、よそ者の視点を活かしPRしたいと、当初個人的な取組として動きはじめたことで、この指とまれ方式で企画や事業趣旨に賛同してくれる有力な地元メンバーが集まった。
- ②地元メンバーと対話を重視し進めたことで信頼関係ができスムーズに事業が展開した。
- ③プラットフォーム事業として多様な主体が事業の 実施主体となっているが、実施主体自身が楽しん で、共通の目的に向かって活動できており、継続 することが期待できる。

【プロセスの工夫、横展開が可能な点】

≪アセッサー:副室長 上田 哲生≫

- ・観光地化されていない地域の名所をPRすることになり、これまでの事業にはない取組となっている。
- ・フォトウエディングの写真をきっかけに、都会の若者に京都丹波のことを知ってもらうという仕掛けになっており、新たな層を京都丹波に呼び込むことにつがる。
- ・これまでにない視点から、若者の移住者の増加を 図る施策になっている。



取組内容(1)

> 取組の分野 (該当に〇、複数選択可)

- 創造的事業)・ 府民サービス向上・
 - 職場環境改善 業務効率化 •

> 現状、課題

- ・自然や農村の原風景など京都丹波ならで はの資源(たから)を十分にPRできていない
- 京都丹波の有名な観光地以外の名所を十 分にPRできていない
- •様々な移住施策がすすめられているが、都 会の若者に対するPR力に欠けている

> 目指す姿、状態

- ・都会の若者の結婚セレモニーの選択肢の 1つに「京都丹波ウエディグ」が入るのが一 般的になっている状態
- 多くの若者がフォトウエディングの地として 京都丹波を選択している状態
- 京都丹波ウエディングをきっかけに、地域 の魅力や地元の方のあたたかさに触れ、京 都丹波への移住を考える若者が増えている 状態

▶ 取組の対象、顧客、ターゲット

- 京阪神に住む若者
- ・結婚写真にロケーションフォトを考えている若 者

> チーム体制、ネットワーク

- ●リーダー:京丹波町地域おこし協力隊
- キーマン:各地域振興会
- 実行者:地域の事業者(一棟貸しの宿、アロマ エステサロン、農家民宿)、若手メンバー(京都

丹波・写ガール隊、京都丹波・写メンズ)など

取組内容(2)

> 取組内容とプロセス

<着想(気づき)~企画立案、事業化まで>

- 結婚式前に写真を前撮りするのが一般的
- ・学式や披露宴を行わず写真撮影だけのフォトウエディングを選ぶ若者も増えている
- ・海外セレブの影響で自然の中での撮影が増加
- →四季折々のすばらしい景色を楽しめる京都丹波 には適した撮影スポットがたくさんある!
- →フォトウエディングに適した撮影スポットをPRすることで、観光地化されていない名所をPRできる!

<実行、実践の内容とプロセス>

- ・地元の方に魅力に気づいてもらい、仲間を
- 集めるため、イメージ写真を多数撮影
- ・ 賛同いただけた地元の方と何回も会議

〔地元の方との会議で決定した事項〕

- ①単なる撮影で終了ではなく、撮影後に体験できるこの地域ならではのアクティビティをPRしよう! (お食事どころ、体験など多数ピックアップ)
- ②地元だけでフォトウエディングや結婚式をコーディネートできる体制を構築しよう!



工夫したポイント

- 魅力を伝えるため、 自らモデルとなり撮影 を重ねた
- ・地元の方のアイディアを取り入れるため、南丹市美山町と京丹波町の2つに拠点をしぼり会議を重ねた。
- 様々な場面でこのプロジェクトの仲間を 墓った



工夫したポイント

- 取組む側もやっていて楽しいことを重視
- ・わくわくする、楽しい 企画でどんどん仲間 を集めた
- ・地域にお金が落ちる方法をみんなで考えた

結果とふり返り

> 成果、目標達成状況

- モデル撮影会を5回実施 (亀岡市・南丹市・京丹波町の15箇所以上 の魅力を発信)
- ・京都新聞や地域情報冊子「南丹じかん」に メンバー募集記事を掲載
- →関わりたいという地元メンバー増加
- ・地元との会議8回
- ・新聞をみて、京都市に住む女性から「このプロ ジェトで撮影したい」と嬉しい電話
- ・都会の結婚写真専門業者から問い合わせの電話

> 今後の展開

- 〇地元の受け入れ体制を整える
 - アクティビティを整理
 - さらなる撮影スポットの掘り起こし
 - 各季節ごとの旬のスポットやアクティビティを情報発信
- ○都会へのさらなる売り込み
 - ・都会のウエディング事業者に売り込み
 - ・ウエディング情報冊子への掲載

取組から学んだ点

- ・京都丹波地域には過疎化への危機感から「この地域をなんとかしなくては!」「自らも一肌脱ごう!」という方がたくさんおられることを知った。
- ・わくわくするような企画で地域はいっきに活気 づくことを体感した。
- ・よそ者の企画でも、想いを伝えることで、地元 の方と信頼関係を築き、協働事業ができる!



さらに工夫したい点

- ・地元メンバーをさらに増やし、地域にお金が落ちる体制の構築にむけ、会議を重ねる。
- さらなる魅力発掘のため拠点を追加する。