

# 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン

— 計画期間 令和5～9年度 —



(令和5年3月)

丹波市



## 目 次

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 第1部 総論（観光・商工業振興ユニティプラン） .....   | 1  |
| 第1章 計画の改定にあたって .....            | 1  |
| 1.計画改定の目的 .....                 | 1  |
| 2.計画期間 .....                    | 3  |
| 3.計画の位置付け .....                 | 3  |
| 第2章 丹波市の現状 .....                | 4  |
| 1.丹波市の概要 .....                  | 4  |
| 2.観光の状況 .....                   | 6  |
| 3.就業者の状況 .....                  | 18 |
| 4.事業所の状況 .....                  | 18 |
| 5.商業の状況 .....                   | 21 |
| 6.工業の状況 .....                   | 23 |
| 7.市内総生産の推移 .....                | 25 |
| 第3章 前回計画の観光・商工業振興施策の評価と課題 ..... | 27 |
| 第2部 観光振興計画 .....                | 42 |
| 第1章 観光振興のめざす方向 .....            | 42 |
| 1.基本理念 .....                    | 42 |
| 2.基本方向 .....                    | 42 |
| 基本方向1 観光資源の魅力を高める               |    |
| 基本方向2 観光を安心して楽しめる環境を整備する        |    |
| 基本方向3 丹波市の観光を基幹産業化する            |    |
| 第2章 観光振興の実施施策 .....             | 46 |
| 1.観光資源の魅力を高める .....             | 46 |
| (1) 丹波三宝や丹波竜など既存資源のさらなる研磨       |    |
| (2) 新たな観光資源の発掘・開発と高付加価値化        |    |
| 2.観光を安心して楽しめる環境を整備する .....      | 49 |
| (1) 観光情報の効果的な発信                 |    |
| (2) 観光インフラの整備                   |    |

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| (3)おもてなしの向上                     |           |
| <b>3.丹波市の観光を基幹産業化する</b>         | <b>52</b> |
| (1)戦略的な観光振興策の展開                 |           |
| (2)魅力ある宿泊施設の拡充                  |           |
| (3)丹波市の特産物を活かした食事と土産物が楽しめる環境づくり |           |
| <b>4.丹波市がめざす5年後(令和9年度)の観光の姿</b> | <b>54</b> |

## 第3部 商工業振興計画 ..... 55

### 第1章 商工業振興のめざす方向 ..... 55

#### 1.基本理念 ..... 55

#### 2.基本方向 ..... 56

- 基本方向1 小規模な商店を元気にしていく
- 基本方向2 大規模商業施設の発展により丹波市商業を牽引していく
- 基本方向3 スモールビジネスの起業や中小企業の誘致を広げる
- 基本方向4 既存企業が安心して事業活動を展開できる環境をつくる
- 基本方向5 働き方改革を推進する

### 第2章 商工業振興の実施施策 ..... 60

#### 1.小規模な商店を元気にしていく ..... 60

- (1)魅力ある個店づくりの推進
- (2)コミュニティに果たす役割に着目した支援の充実
- (3)中心市街地活性化の手法による丹波市商業の発展

#### 2.大規模商業施設の発展により丹波市商業を牽引していく ..... 64

- (1)多様で専門性の高い商品・サービスの提供
- (2)大規模商業施設が果たす公共的役割に対する支援の充実

#### 3.スモールビジネスの起業や中小企業の誘致を広げる ..... 66

- (1)起業の推進
- (2)企業誘致に係る情報の収集と発信
- (3)企業誘致に向けた環境整備

#### 4.既存企業が安心して事業活動を展開できる環境をつくる ..... 70

- (1)財源や情報発信に対する支援
- (2)人材の確保支援
- (3)企業間連携の推進

## 5.働き方改革を推進する ..... 73

(1) 企業に対する働き方改革の支援

(2) 労働者に対する働き方改革の支援

## 6.丹波市がめざす5年後(令和9年度)の商工業の姿 ..... 76

### 資料編 ..... 77

資料1 丹波市観光・商工業振興ユニティプランの改定について(諮問) ..... 78

資料2 丹波市地域資源活用懇話会委員名簿 ..... 79

資料3 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン策定経過 ..... 80

資料4 丹波市地域資源活用懇話会設置条例 ..... 81

資料5 丹波市中小企業・小規模企業振興基本条例 ..... 83

資料6 丹波市観光・商工業振興ユニティプランの改定について(答申) ..... 86

### 『ユニティプラン』とは？

「ユニティ」とは、「統一」「一致(団結)」「協同」などの意味で、観光・商工業振興ユニティプランとは、「観光と商工業が様々な連携を図りながら、それぞれの魅力を高め、新たな付加価値を創造していく振興計画」を意味しています。

※1 「事業の目標数値」の「現状」欄の数値は、直近年度の数値を記載していますが、新型コロナウイルス感染症の影響が大きかった項目については、新型コロナウイルス感染症影響前の令和元年度の数値を記載しています。(P51、P53)

※2 「事業の目標数値」の「目標(令和9年度)」欄の数値が「現状欄」の数値よりも低い項目がありますが、現状数値が施設オープン時のものであるため目標数値よりも大きいことや、単年度では目標数値を上回っているが継続した成果が見られないことが理由となっています。(P48、P68)



道の駅丹波おばあちゃんの里



# 第Ⅰ部 総論（観光・商工業振興ユニティプラン）

## 第Ⅰ章 計画の改定にあたって

### Ⅰ. 計画改定の目的

前回計画の策定時においては、地方の人口減少による負のスパイラルの解消と地方創生の実現に向けた観光・商工業振興の全国動向や、本市の総合計画や総合戦略の策定、シティプロモーションの取組の始動といった状況を踏まえ、次の事項を目的とした観光・商工業振興の新たな基本計画を策定しました。

- (1) これからの10年という中期的な視点をもって、課題認識、将来像、進むべき方向性を明らかにする。
- (2) 国や県の計画ビジョンなどと整合を図った施策を展開する。
- (3) 観光や商工業の振興は、農業や健康・医療・福祉産業など多様な産業振興との関連が従来に増して大きくなっている。また、土地利用施策や交通施策との関係も、より一層深く考えていく必要が生じている。観光・商工業の振興をこれまで以上に部局横断、部局連携で総合的に取り組む方向性を示す。
- (4) これからの観光や商工業の振興は、市民の参画と協働により、多彩な取組を展開する必要がある、そのため本市のこれからの観光・商工業振興施策の方向性を市民に分かりやすく「見える化」していく。

今回の計画は、前回計画で策定した本市がめざす10年後の姿である基本理念や基本方向はそのまま継承することとし、持続可能な観光・商工業振興にあたり、SDGsの考え方に基づいた取組や、新型コロナウイルス感染症による新しい生活様式、DX（デジタルトランスフォーメーション）化を契機に観光・商工業のあり方が大きく変化しており、これらに対応した施策を前回計画から改定するものとします。



なお、2015年に国連総会で「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、具体的な17のゴール・169のターゲットを示されましたが、計画の改定にあたっては、持続可能な開発目標であるSDGs※の理念に基づき、本市が将来にわたり豊かさと活力あるまちを継続できるよう、実効性のある計画づくりを進めます。

## 【SDGs の17のゴール】



※持続可能な開発目標（SDGs:Sustainable Development Goals）とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。（出典：外務省 HP）



## 2. 計画期間

前回計画は、平成 30 年度から令和4年度までの5年間を計画期間としていました。

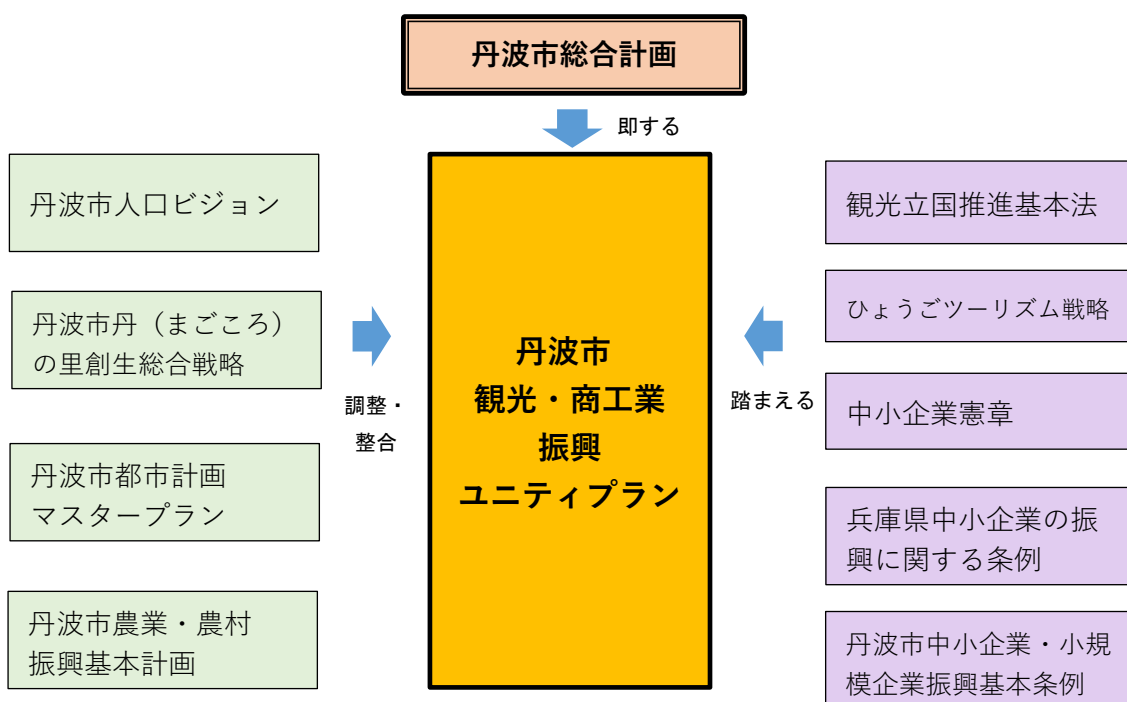
今回の計画は令和5年度から令和9年度までの5年間の計画となります。

なお、観光・商工業をめぐる情勢の変化や国・県の動向等に応じて、計画の修正・見直しを行うこととします。

|             | 平成29<br>年度              | 30<br>年度      | 令和元<br>年度 | 2<br>年度         | 3<br>年度 | 4<br>年度 | 5<br>年度       | 6<br>年度 | 7<br>年度           | 8<br>年度                  | 9<br>年度 | 10<br>年度 | 11<br>年度 |
|-------------|-------------------------|---------------|-----------|-----------------|---------|---------|---------------|---------|-------------------|--------------------------|---------|----------|----------|
| ユニティ<br>プラン |                         |               |           |                 |         |         |               |         |                   |                          |         |          |          |
|             |                         | 前回計画<br>(5年間) |           |                 |         |         | 今回計画<br>(5年間) |         |                   |                          |         |          |          |
|             |                         |               |           |                 |         |         |               |         |                   |                          |         |          |          |
| 丹波市総<br>合計画 |                         |               |           |                 |         |         |               |         |                   |                          |         |          |          |
|             | 基本構想<br>(平成27年度からの10年間) |               |           |                 |         |         |               |         |                   | 次期基本構想<br>(令和7年度からの10年間) |         |          |          |
|             |                         |               |           |                 |         |         |               |         |                   |                          |         |          |          |
|             | 前期基本計画<br>(5年間)         |               |           | 後期基本計画<br>(5年間) |         |         |               |         | 次期前期基本計画<br>(5年間) |                          |         |          |          |
|             |                         |               |           |                 |         |         |               |         |                   |                          |         |          |          |

## 3. 計画の位置付け

「観光立国推進基本法」、「ひょうごツーリズム戦略」、「中小企業憲章」、「兵庫県中小企業の振興に関する条例」等を踏まえ、本市の最上位計画である「丹波市総合計画」に即し、「丹波市都市計画マスタープラン」、「丹波市人口ビジョン」、「丹波市丹（まごころ）の里創生総合戦略」、「丹波市農業・農村振興基本計画」等関連計画と調整・整合を図ります。



## 第2章 丹波市の現状

### 1. 丹波市の概要

#### (1) 丹波市の位置、地形、交通

平成16年11月1日に、旧氷上郡6町（柏原町・氷上町・青垣町・春日町・山南町・市島町）が合併し、丹波市は誕生しました。

本市は、兵庫県の中東部、京都府との県境に位置し、北は福知山市、西は朝来市・多可町、南は西脇市、東は丹波篠山市と接する、面積493.2km<sup>2</sup>のまちです。阪神間から自動車で1時間から1時間30分圏内であり、市内南部は阪神都市圏との関わりが強い一方で、北部では隣接する京都府の都市との関わりが強くなっています。



気候は、瀬戸内海型・内陸型気候に属し、年間の寒暖差、昼夜の温度差が大きく、秋から冬にかけて発生する丹波地域の山々をつつむ朝霧・夕霧は、「丹波霧」と呼ばれ、豊かな自然環境に一層の深みと神秘さを醸し出しています。

市域の約75%は森林であり、美しい自然や田園風景が広がる緑豊かな地域となっています。小さな山々に囲まれた谷底平野や盆地が地域の骨格を形成し、そこに形成された田園地帯には集落が点在しています。市内には本州で最も低い谷中中央分水界（海拔95m）があり、加古川水系の加古川、篠山川が南に、由良川水系の竹田川が北に流れています。

本市の広域交通は、舞鶴若狭自動車道・北近畿豊岡自動車道からなる高速道路網及び国道175号・176号が、本市と阪神地域・播磨地域・但馬地域・京都府北部地域を結んでいます。鉄道は、JR福知山線とJR加古川線が市東部を南北に通じ、市内に8駅があります。

また、京阪神と山陰を結ぶ高速バス網があります。しかし、地域交通の担い手である路線バスの利便性は高くはありません。地域内の交通は自動車交通が中心となっています。

## (2) 人口の推移

総人口は、平成2年の73,659人以降、平成7年、平成12年は横ばい傾向で推移しましたが、平成17年から減少傾向が続き、令和2年には61,471人となり、これは、平成2年の16.5%減となっています。

年齢3区分別人口割合は、平成2年では年少人口（0～14歳）19.2%、生産年齢人口（15～64歳）61.9%、高齢者人口（65歳～）19.0%となっていたが、少子高齢化傾向が続き、令和2年には、年少人口が12.1%（7.1ポイント減）、生産年齢人口52.7%（9.2ポイント減）に、高齢者人口は35.2%（16.2ポイント増）になっています。

また、令和2年において、全国、兵庫県と比較すると、年少人口割合（0～14歳）は全国と同率で兵庫県よりも低く、生産年齢人口割合（15～64歳）は全国、兵庫県より低く、高齢人口割合（65歳以上）は全国や兵庫県よりも高くなっています。

図 人口の推移

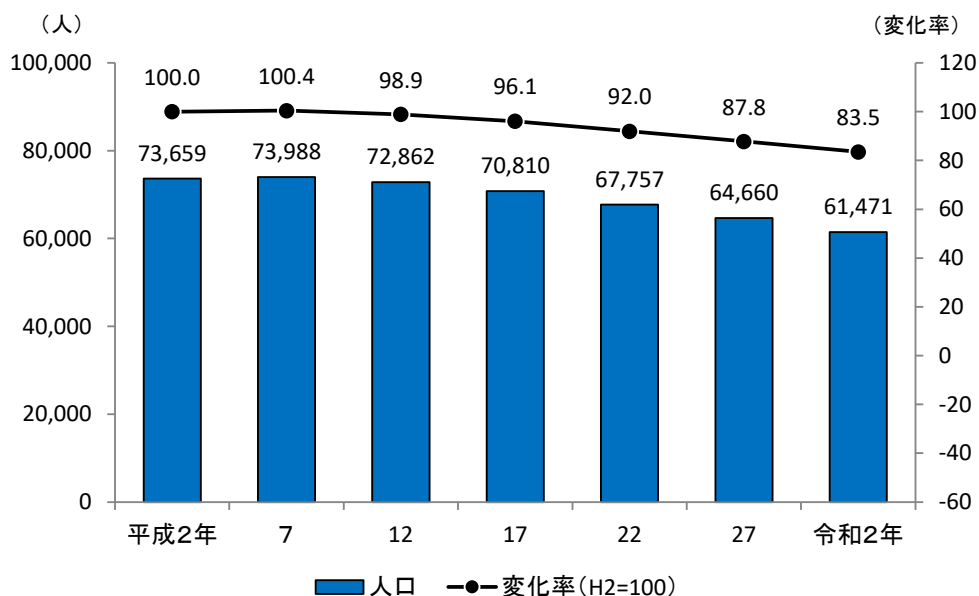
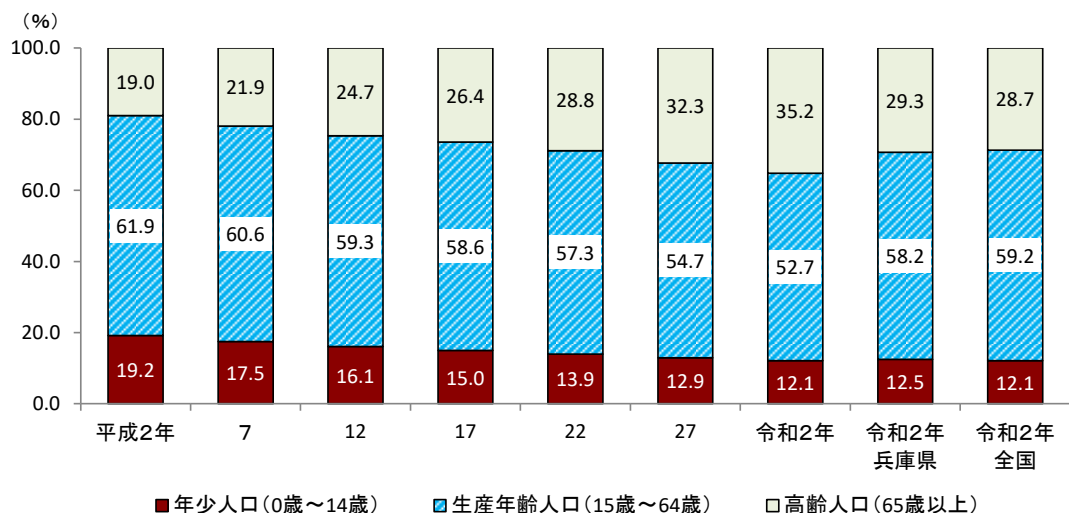


図 年齢3区分人口割合の推移



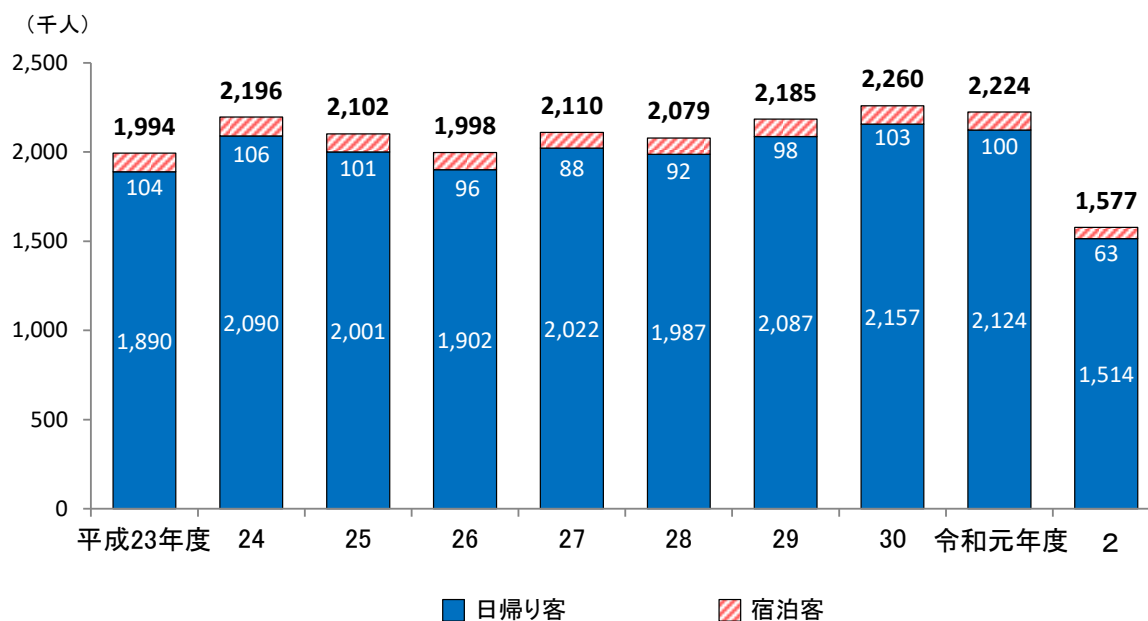
出典：国勢調査

## 2. 観光の状況

### (1) 観光入込客数

観光入込客数(日帰り、宿泊)は、平成23年度の199.4万人／年から令和元年度まで微増と微減を繰り返しながら推移してきましたが、令和2年度はコロナ禍で、前年より64.7万人／年(29%減)減少し、本市の観光産業は大きな痛手を受けています。

図 丹波市の観光入込客数の推移



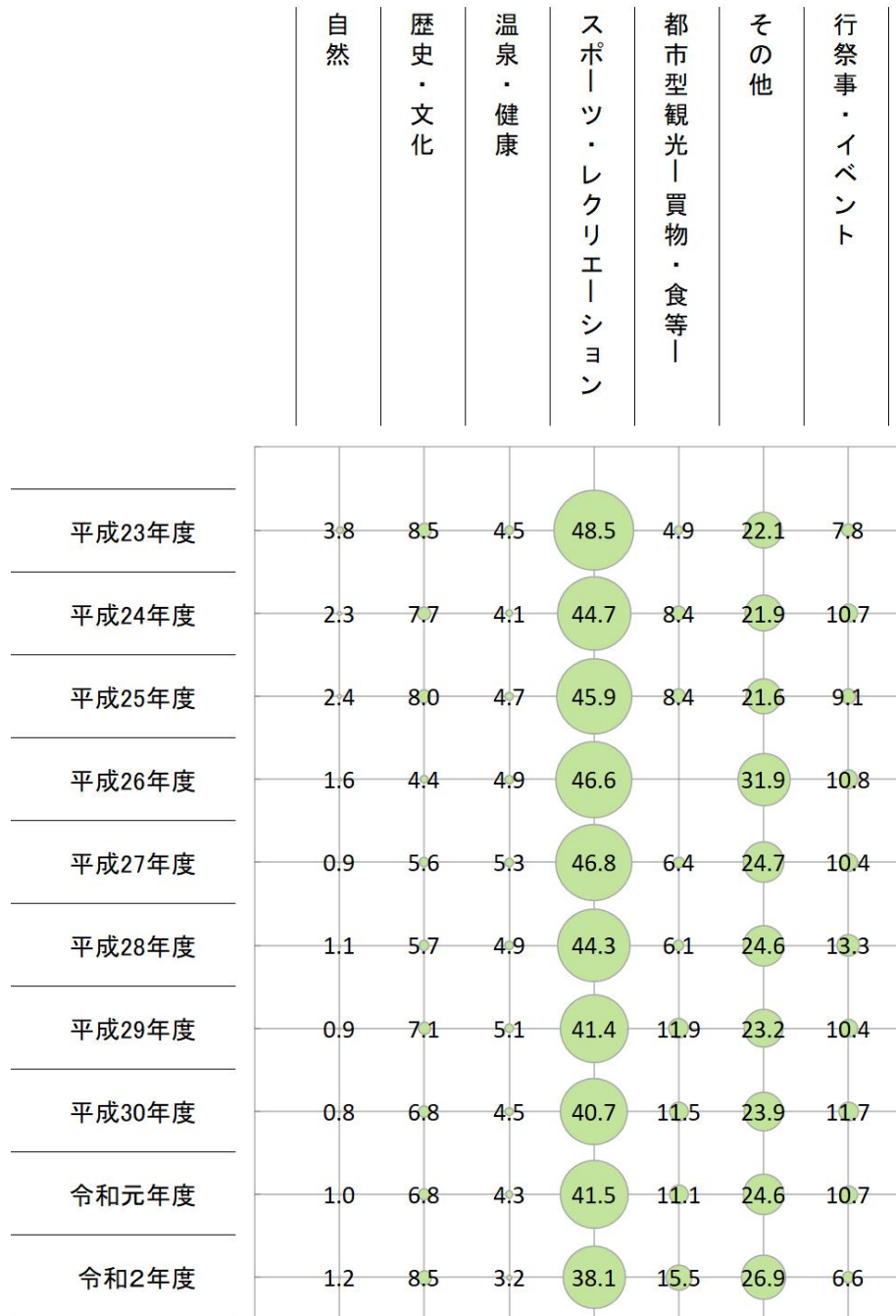
出典：兵庫県観光客動態調査報告書

## (2) 目的別観光入込客数の推移

本市の観光入込客の目的別構成比は、平成23年度では「スポーツ・レクリエーション」が48.5%で最も高く、構成比はやや減少傾向にありますが、令和2年度でも38.1%と最も高くなっています。

一方、増加傾向にあるのは「都市型観光―買物・食等―」で、令和2年度は15.5%となっています。

図 丹波市の目的別構成比（％）



出典：兵庫県観光客動態調査報告書

### (3) 丹波市観光に関するアンケート調査の結果

#### ① 調査の目的

本調査は、丹波市観光・商工業振興ユニティプランの資料として活用するため、本市を訪問した方の観光等の行動と意識を把握するために実施したものです。

#### ●調査の概要

##### ・調査対象地域、対象者、対象者数

調査対象地域：丹波市周辺地域、県内瀬戸内沿岸地域、大阪府、京都府（福知山市を除く）

| 府県  | 地域      | 市町名          |  |
|-----|---------|--------------|--|
| 兵庫県 | 丹波市周辺地域 | 福知山市（京都府）    |  |
|     |         | 丹波篠山市        |  |
|     |         | 三田市          |  |
|     |         | 西脇市          |  |
|     |         | 朝来市          |  |
|     | 瀬戸内沿岸地域 | 姫路市          |  |
|     |         | 加古川市         |  |
|     |         | 明石市          |  |
|     |         | 神戸市          |  |
|     |         | 芦屋市          |  |
|     |         | 西宮市          |  |
|     |         | 宝塚市          |  |
|     |         | 尼崎市          |  |
|     |         | 伊丹市          |  |
|     |         | 川西市          |  |
|     |         | 大阪府          |  |
|     |         | 京都府（福知山市を除く） |  |

調査対象者：調査対象地域登録者で 20 歳台～60 歳台

調査対象者数：1,190 人

##### ・調査実施方法

WEB 調査（アンケート調査会社に登録しているモニターに対する調査）

##### ・調査実施期間

令和4年8月5日（金）～令和4年8月12日（金）

##### ・調査票の回収

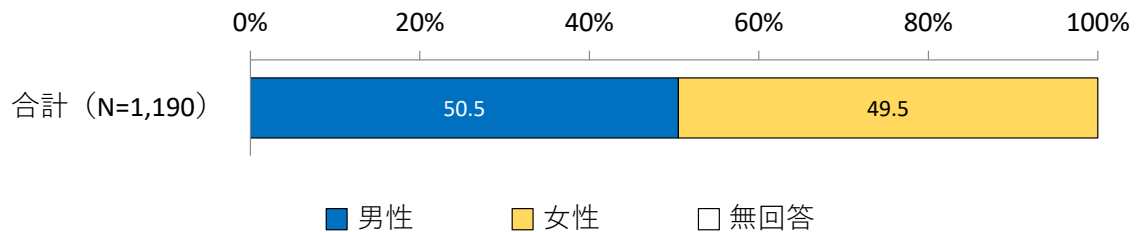
回収数：1,190 票

## ② 調査の結果

### ●回答者の属性

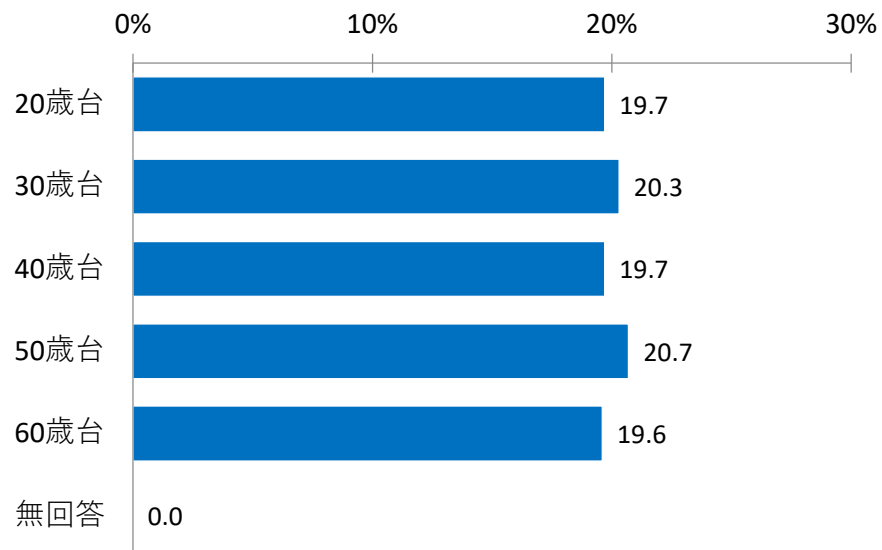
#### F1 性別

・「男性」(50.5%)、「女性」(49.5%)となっています。



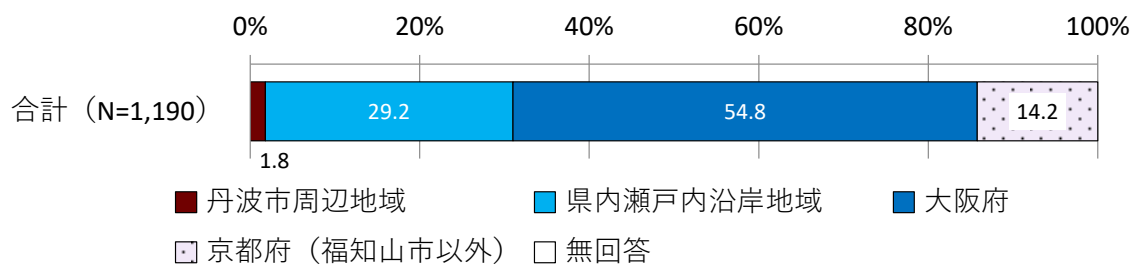
#### F2 年齢

・各年齢とも 20%前後となっています。



#### 問1 居住地

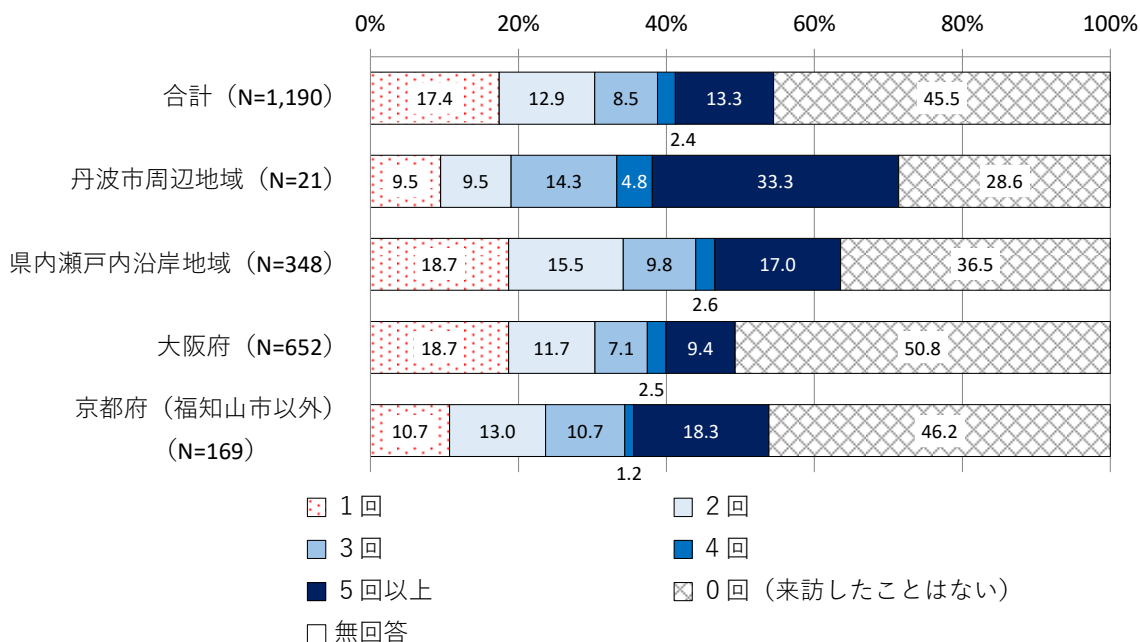
「大阪府」(54.8%)、「県内瀬戸内沿岸地域」(29.2%)、「京都府」(14.2%)、「丹波市周辺地域」(1.8%)となっています。





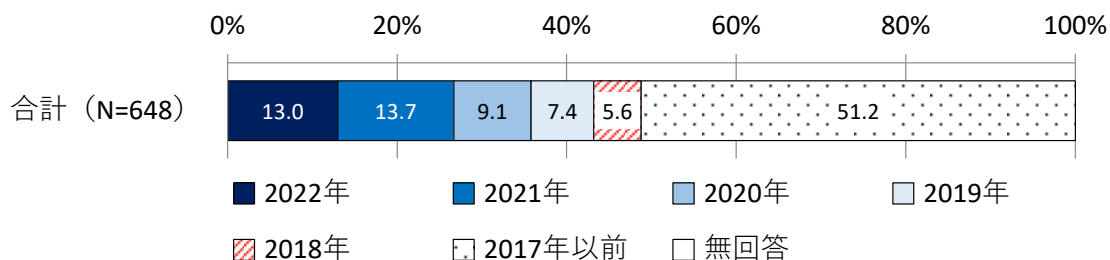
## 問2 これまで、丹波市を来訪した回数

- ・ 「丹波市を来訪した」は54.5%(648人)です。
- ・ 居住地域別に「訪問回数が2回以上」の割合をみると、丹波市周辺地域(61.9%)が最も高く、次いで県内瀬戸内沿岸地域(44.9%)、京都府(福知山市以外)(43.2%)、大阪府(30.7%)となっています。



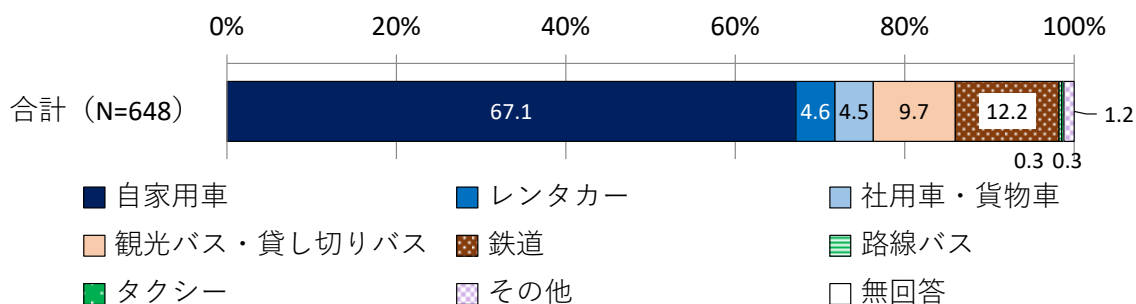
## 問3 最近、丹波市を来訪した時期 (N=648)

- ・ 「2017年以前」(51.2%)が最も高く、次いで「2021年」(13.7%)、「2022年」(13.0%)となっています。
- ・ 最近の本市への訪問時期を2つに区分すると、「5年(2018年)以内」は48.8%、「6年(2017年)以前」は51.2%となっています。



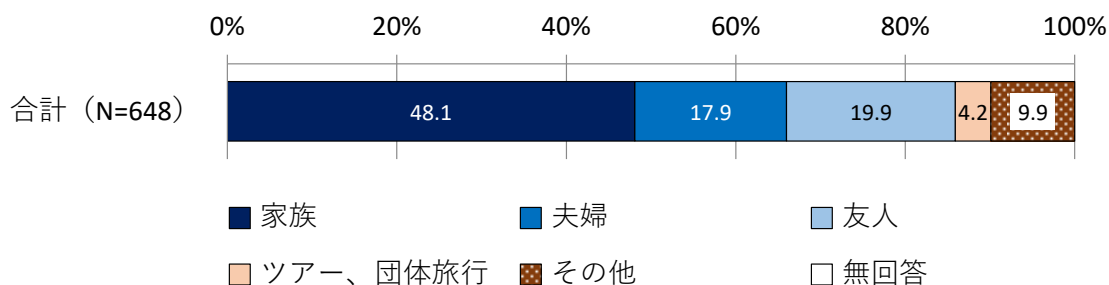
#### 問4 最近、訪問した時の主な交通手段 (N=648)

- ・「自家用車」(67.1%)が最も高く、次いで「鉄道」(12.2%)、「観光バス・貸し切りバス」(9.7%)となっています。
- ・「自家用車」が約7割を占めていますが、「鉄道」や「路線バス」の公共交通も一定数あります。



#### 問5 最近、訪問した時の同伴者 (N=648)

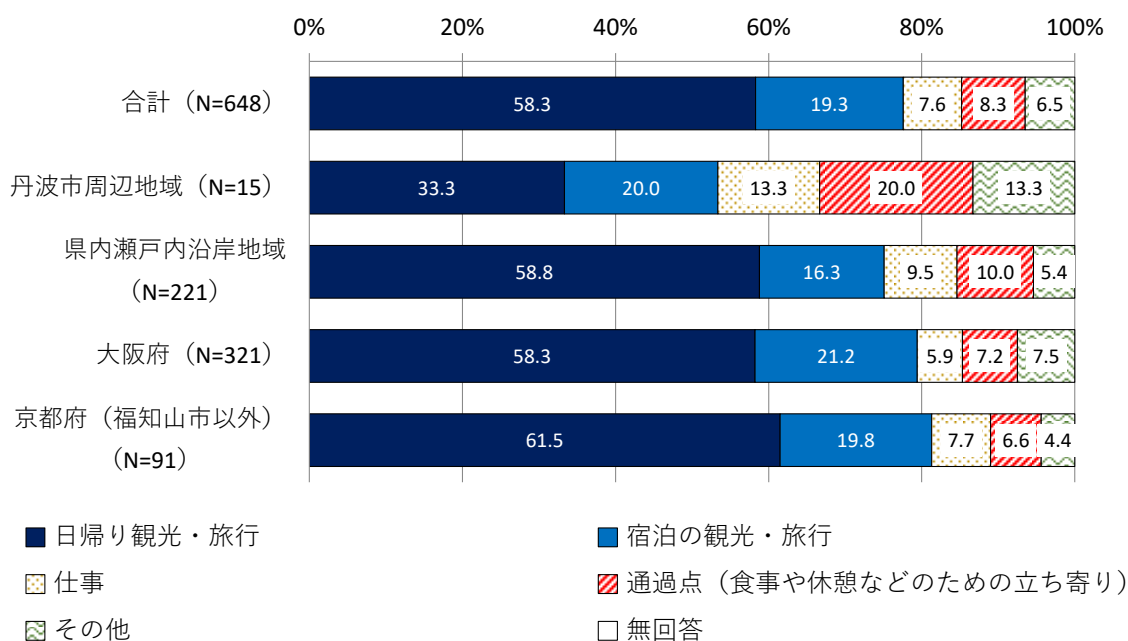
- ・「家族」(48.1%)が最も高く、次いで「友人」(19.9%)、「夫婦」(17.9%)となっています。
- ・「ツアー、団体旅行」は1割以下となっており、本市は少人数来訪型の観光地であると思われます。



ラッピングバス

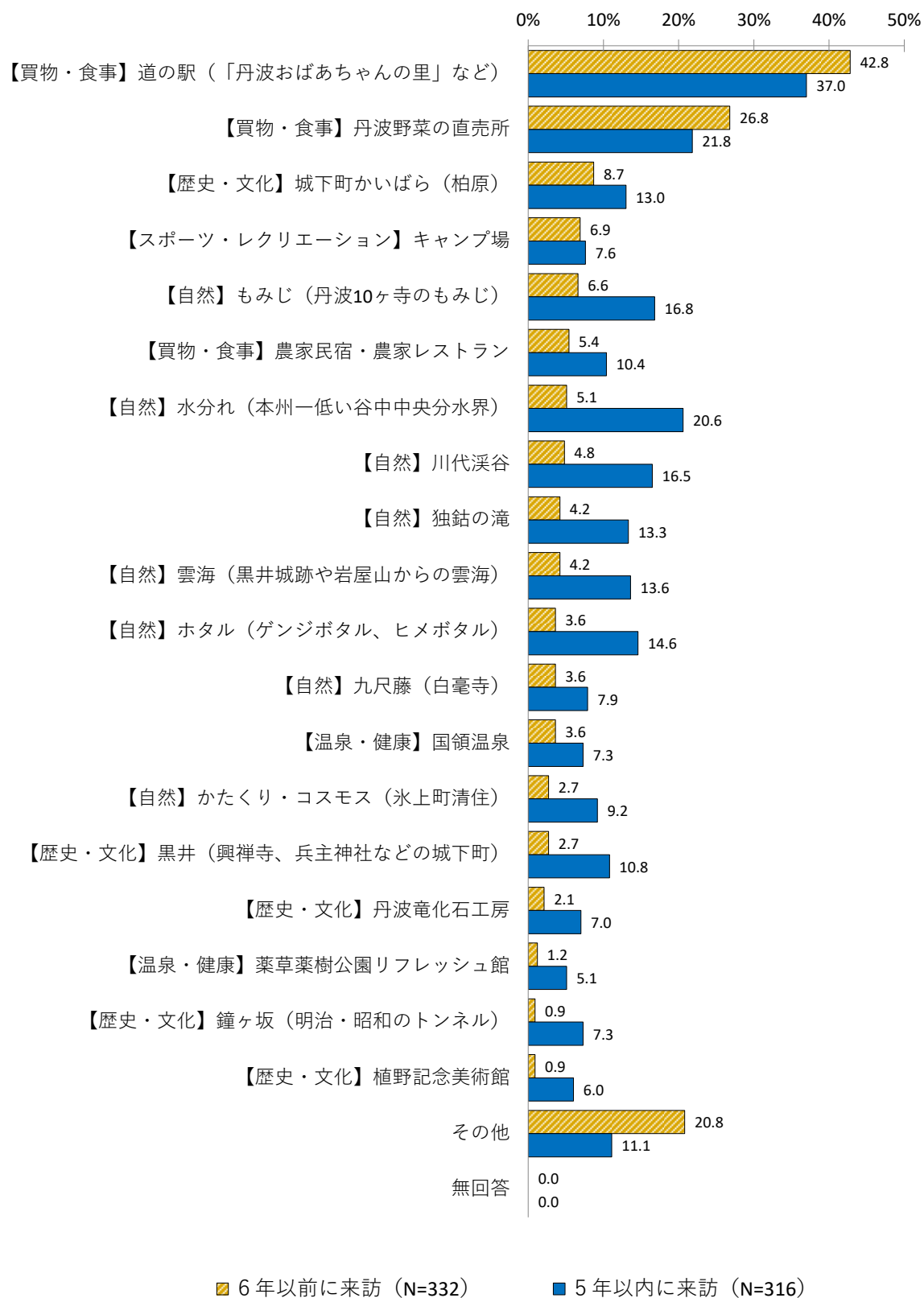
## 問6 最近、訪問した時の目的 (N=648)

- ・ 「日帰り観光・旅行」(58.3%)と「宿泊の観光・旅行」(19.3%)を合わせた『観光・旅行目的』は77.6%となっています。
- ・ 居住地域別に『観光・旅行目的』をみると、「京都府(福知山市以外)」(81.3%)、「大阪府」(79.5%)「県内瀬戸内沿岸地域」(75.1%)となっていますが、「丹波市周辺地域」(53.3%)は低くなっています。



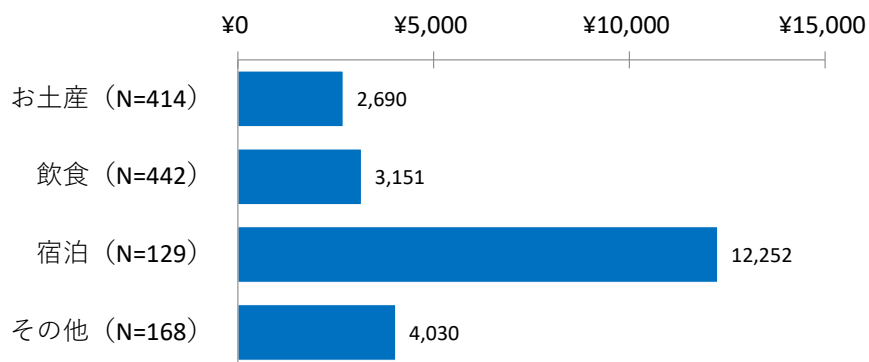
## 問7 最近、訪問された時に行かれた場所 (複数回答) (N=648)

- ・ 5年以内に来訪した時では、「【買物・食事】道の駅(「丹波おばあちゃんの里」など)」(37.0%)が最も高く、次いで「【買物・食事】丹波野菜の直売所」(21.8%)、「【自然】水分れ(本州一低い谷中中央分水界)」(20.6%)、「【自然】もみじ(丹波10ヶ寺のもみじ)」(16.8%)、「【自然】川代溪谷」(16.5%)と、多様性のある観光資源の存在が特徴となっています。
- ・ 最近の丹波市への訪問場所を比較すると、「6年以前」から10ポイント以上高くなったのは、【自然】水分れ(本州一低い谷中中央分水界)(15.5ポイント増)、【自然】川代溪谷(11.7ポイント増)、【自然】ホテル(ゲンジボタル、ヒメボタル)(11.0ポイント増)、【自然】もみじ(丹波10ヶ寺のもみじ)(10.2ポイント増)などの自然系が多く、また、ほとんどの訪問場所が増加しています。



### 問8 丹波市訪問時の支払額(N=648)

訪問者(648人)のうち、本市訪問時に支払いのあった人(506人)は78.1%です。  
支払者の平均支払額は、お土産 2,690 円/人、飲食 3,151 円/人、宿泊 12,252 円/人、その他 4,030 円/人となっています。



### 問9 最近、丹波市を訪問した時に購入したお土産(複数回答)(N=414)

- ・「丹波黒大豆枝豆」(44.9%)が最も高く、次いで「丹波栗」(28.5%)、「黒豆パン・丹波大納言小豆パン」(26.3%)、「黒豆を使った加工食品」(25.8%)、「野菜(葉物根菜など)」(25.4%)、「丹波大納言小豆」(16.9%)、「果物(ブルーベリー・ぶどうなど)」(16.4%)、「栗を使った加工食品」(14.3%)、「地酒」(11.1%)となっています。



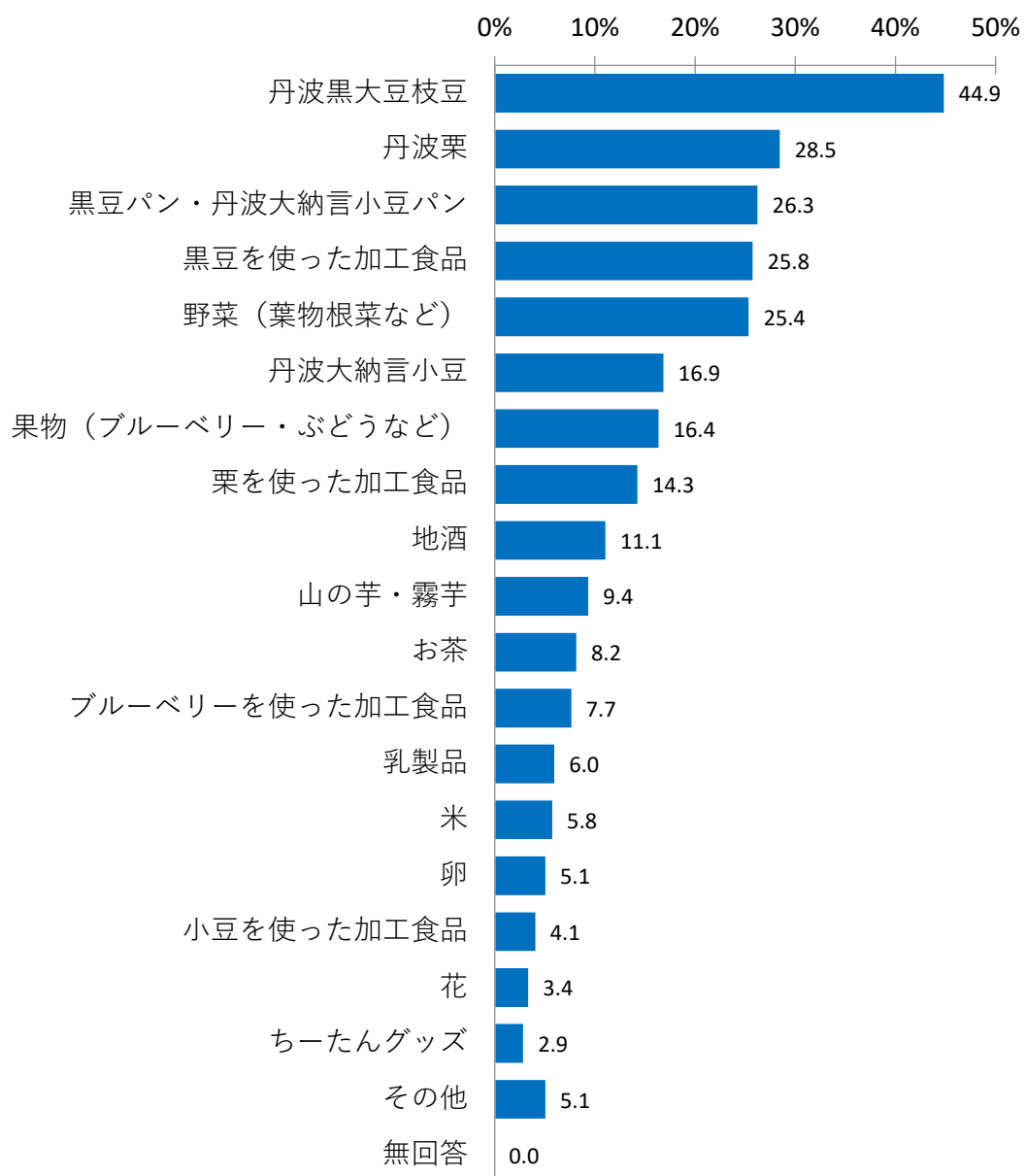
丹波黒大豆枝豆

- ・丹波黒大豆枝豆、丹波栗、野菜、果物などの農産物が上位を占め、本市の特性が顕著に表れています。

黒豆パンや丹波大納言小豆パン、丹波栗を使った農産物加工品も上位を占めていますが、丹波三宝の一つである丹波大納言小豆を使った加工品を購入した割合は低くなっています。



黒豆パン



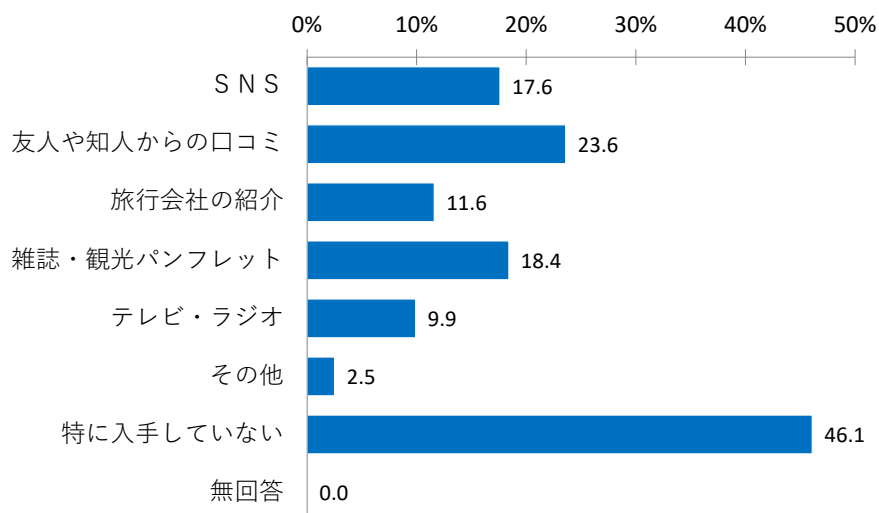
ブルーベリー



丹波栗のモンブラン

# 問 10 最近、丹波市を訪問した時の観光情報の入手先（複数回答）（N=648）

- ・ 「特に入手していない」（46.1％）が最も高く、次いで「友人や知人からの口コミ」（23.6％）「雑誌・観光パンフレット」（18.4％）、「SNS」（17.6％）となっています。
- ・ 年齢別にみると、20～30 歳台は「SNS」、「友人や知人からの口コミ」、「旅行会社の紹介」、「雑誌・観光パンフレット」など、多様な情報先を利用しています。

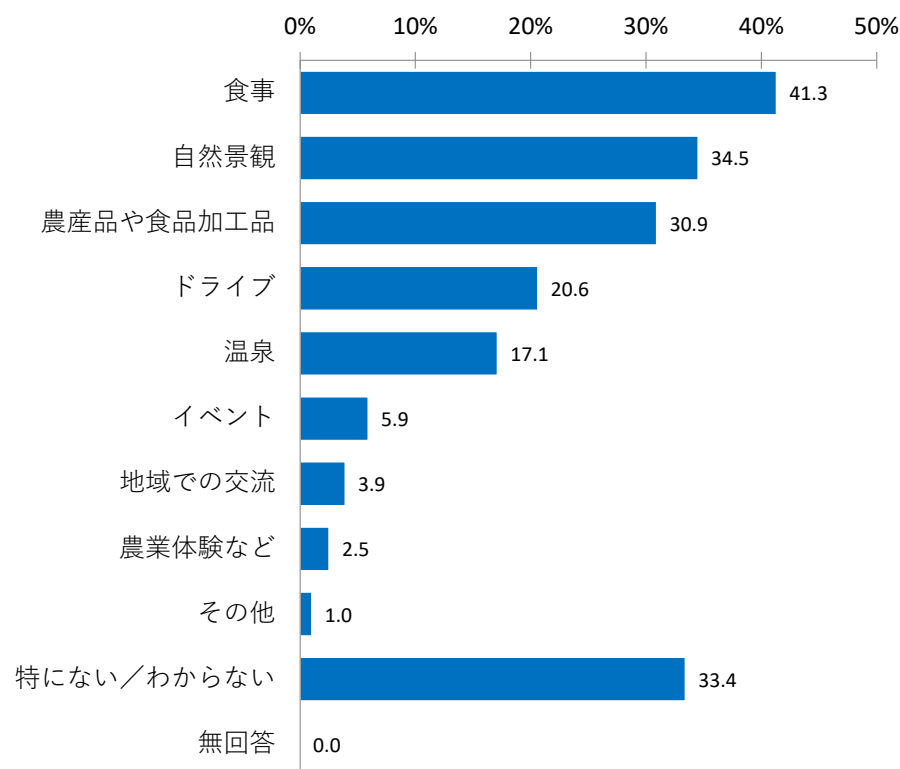


|             |                                      |                                 |                                                                |                                 |             |                                            |             |
|-------------|--------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------|--------------------------------------------|-------------|
| S<br>N<br>S | の<br>友<br>人<br>や<br>知<br>人<br>か<br>ら | 旅<br>行<br>会<br>社<br>の<br>紹<br>介 | フ<br>レ<br>誌<br>・<br>ツ<br>・<br>観<br>光<br>パ<br>ン<br>フ<br>レ<br>ット | テ<br>レ<br>ビ<br>・<br>ラ<br>ジ<br>オ | そ<br>の<br>他 | な<br>い<br>に<br>入<br>手<br>し<br>て<br>い<br>ない | 無<br>回<br>答 |
|-------------|--------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------|--------------------------------------------|-------------|

|              |      |      |      |      |      |     |      |
|--------------|------|------|------|------|------|-----|------|
| 合計 (N=648)   | 17.6 | 23.6 | 11.6 | 18.4 | 9.9  | 2.5 | 46.1 |
| 20歳台 (N=119) | 32.8 | 35.3 | 27.7 | 27.7 | 11.8 | 0.8 | 26.1 |
| 30歳台 (N=120) | 25.0 | 34.2 | 15.0 | 20.8 | 10.0 | 0.8 | 34.2 |
| 40歳台 (N=107) | 15.0 | 22.4 | 4.7  | 14.0 | 6.5  | 0.9 | 55.1 |
| 50歳台 (N=152) | 11.2 | 18.4 | 6.6  | 11.8 | 9.9  | 3.9 | 54.6 |
| 60歳台 (N=150) | 8.0  | 12.0 | 6.0  | 18.7 | 10.7 | 4.7 | 56.7 |

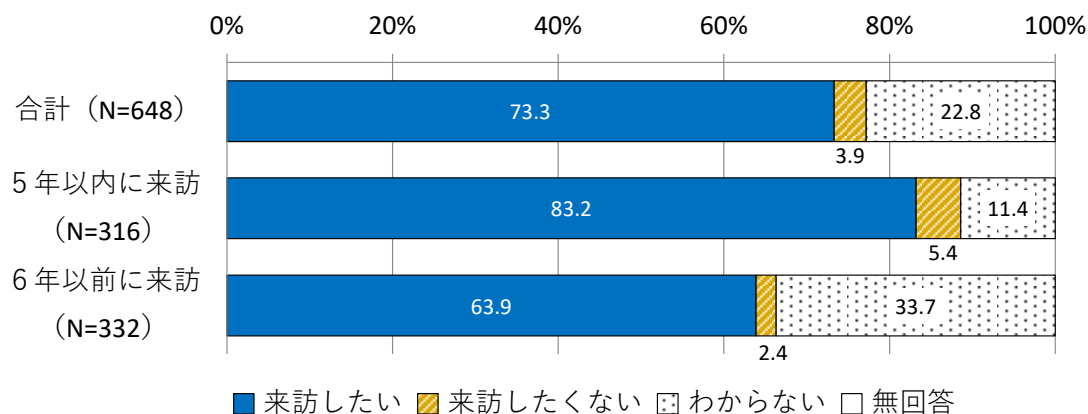
### 問 11 丹波市を来訪する場合の楽しみ(複数回答)(N=1,190)

「食事」(41.3%)が最も高く、次いで「自然景観」(34.5%)、「農産品や食品加工品」(30.9%)、「ドライブ」(20.6%)となっています。



### 問 12 今後、観光目的での来訪意向(来訪した人 N=648)

- ・ 「来訪したい」(73.3%)、「わからない」(22.8%)、「来訪したくない」(3.9%)となっています。
- ・ 訪問時期別に「訪問したい」をみると、「5年以内」(83.2%)は「6年以前」(63.9%)より19.3ポイント高くなっています。

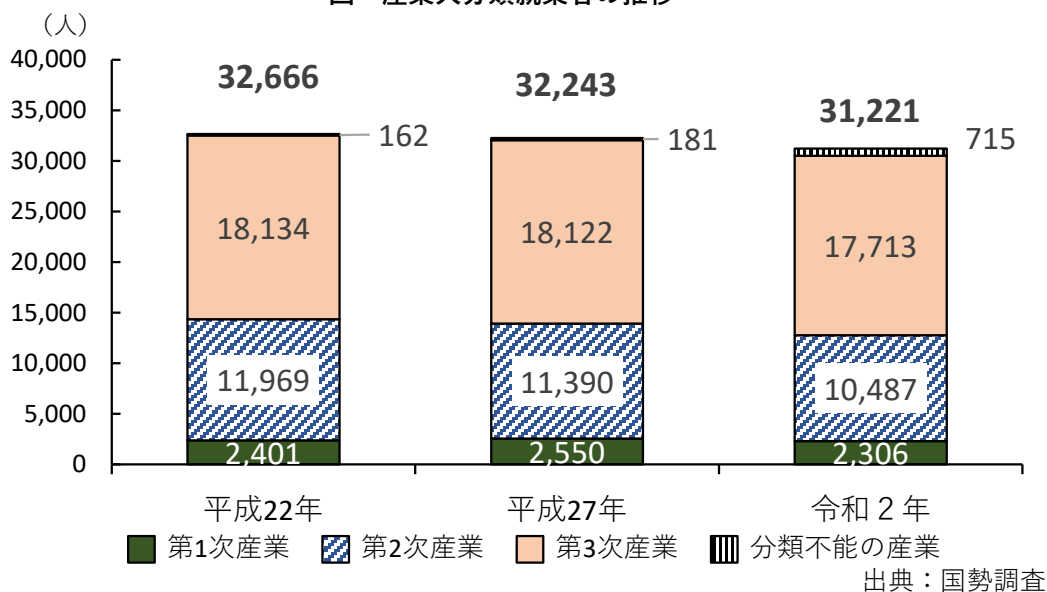




### 3. 就業者の状況

本市の就業者人口は、平成22年が32,666人で、微減傾向で推移し、令和2年では31,221人に減少しています。産業大分類別就業者数は、第1次産業が平成27年にやや増加したものの、令和2年では2,306人に減少しています。第2次産業、第3次産業とも微減傾向で推移し、令和2年は平成22年より減少しています。

図 産業大分類就業者の推移



### 4. 事業所の状況

#### (1) 丹波市の事業所数の推移

本市の事業所数は、平成26年の3,360事業所から132事業所が減少し、平成28年は3,228事業所となっています。産業大分類別では、「卸売業、小売業」39減、「製造業」36減、「建設業」21減、「宿泊業、飲食サービス業」17減となっており、昨今の社会情勢からも同様の減少傾向が推察されます。

| 産業大分類、経営組織         | 事業所数  |       |      |
|--------------------|-------|-------|------|
|                    | 平成26年 | 平成28年 | 増減数  |
| A～R全産業（S公務を除く）     | 3360  | 3228  | -132 |
| A～B農林漁業            | 20    | 21    | 1    |
| C鉱業、採石業、砂利採取業      | 1     | 1     | 0    |
| D建設業               | 484   | 463   | -21  |
| E製造業               | 534   | 498   | -36  |
| F電気・ガス・熱供給・水道業     | 3     | 5     | 2    |
| G情報通信業             | 12    | 9     | -3   |
| H運輸業、郵便業           | 84    | 80    | -4   |
| I卸売業、小売業           | 799   | 760   | -39  |
| J金融業、保険業           | 24    | 23    | -1   |
| K不動産業、物品賃貸業        | 93    | 86    | -7   |
| L学術研究、専門・技術サービス業   | 94    | 92    | -2   |
| M宿泊業、飲食サービス業       | 297   | 280   | -17  |
| N生活関連サービス業、娯楽業     | 271   | 263   | -8   |
| O教育、学習支援業          | 84    | 91    | 7    |
| P医療、福祉             | 238   | 237   | -1   |
| Q複合サービス事業          | 39    | 38    | -1   |
| Rサービス業（他に分類されないもの） | 283   | 281   | -2   |

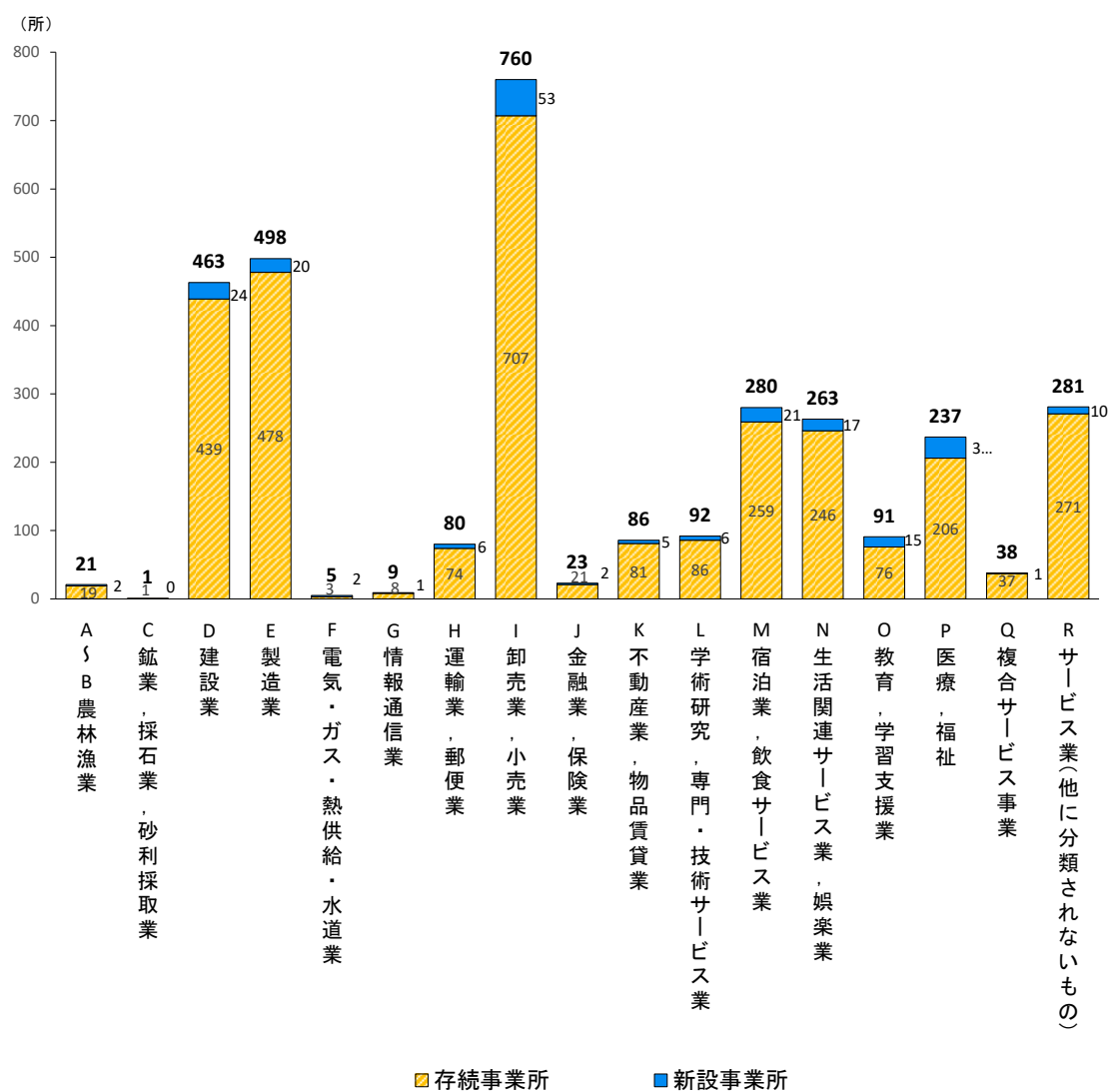
出典：平成28年経済センサス・活動調査

## (2) 丹波市の新規立地事業所

平成 24 年から平成 28 年の新規立地事業所の主な業種は、「卸売業、小売業」53 事業所、「医療、福祉」31 事業所、「建設業」24 事業所となっています。

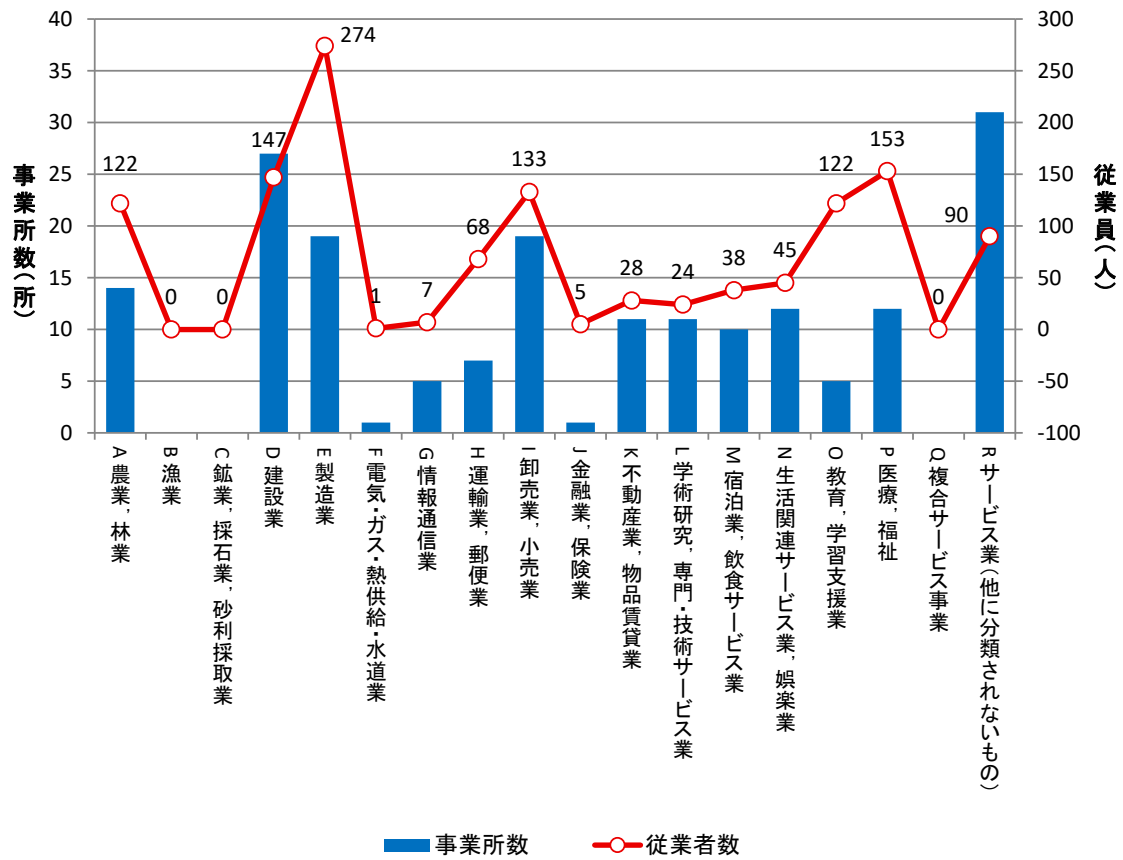
平成 28 年から令和元年の新規立地事業所の主な業種は、「サービス業（他に分類されない）」、「建設業」「卸売業、小売業」「製造業」となっています。

図 平成 28 年丹波市の存続・新設事業所数（平成 24 年 7 月～平成 28 年 6 月）



出典：平成 28 年経済センサス - 活動調査

図 丹波市の新規立地事業所（平成 28 年 7 月～令和元年 6 月）



出典：令和元年経済センサス - 基礎調査



下友政用地

## 5. 商業の状況

卸売業の事業所は、平成19年より減少傾向で推移し、平成28年は117事業所となっています。小売業も減少傾向が続き、平成28年は532事業所となっており、その後の経済状況を考慮すると、横ばいまたは微減傾向が続いているものと思われます。

商品販売額については、卸売業は増加傾向で推移し、平成28年で530億円となっています。一方、小売業は減少傾向で推移し、平成28年では640億円（平成19年から5ポイント減）となっています。その後の卸売業、小売業は同様傾向で推移しているものと思われます。

卸売業の1事業所当たりの商品販売額は増加傾向で推移し、小売業も増加傾向で推移しています。

図 事業所数、従業員数（卸売）

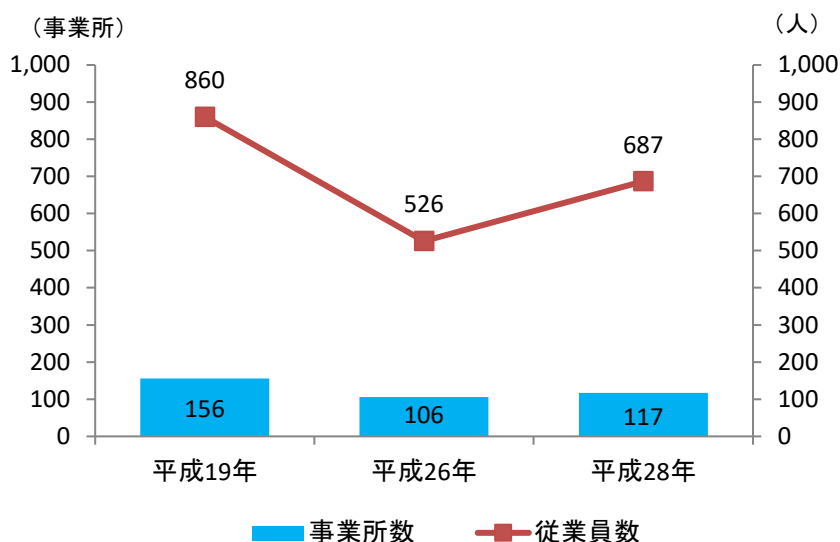
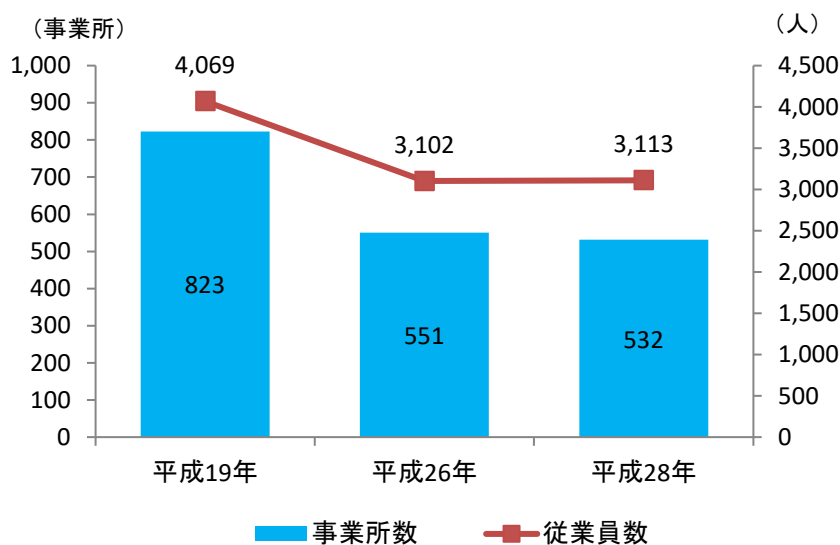


図 事業所数、従業員数（小売）



出典：商業統計、平成28年経済センサス

図 年間商品販売額（卸売、小売）

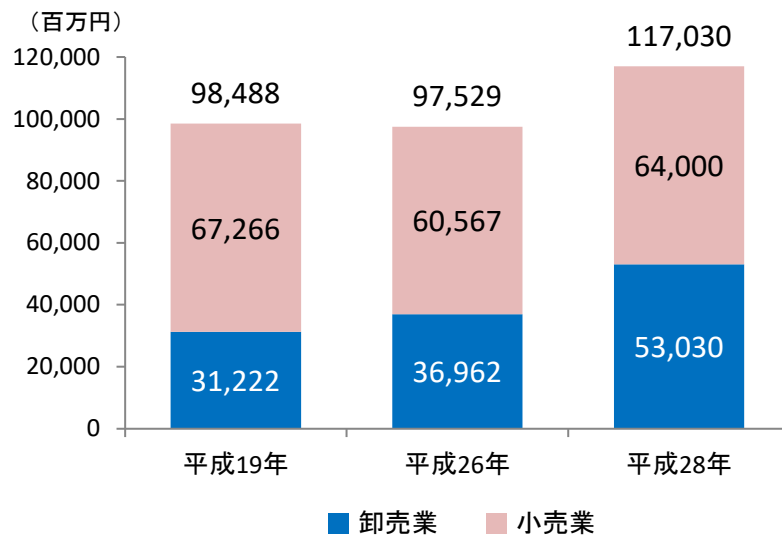


図 卸売業の従業者 1 人当たり年間商品販売額

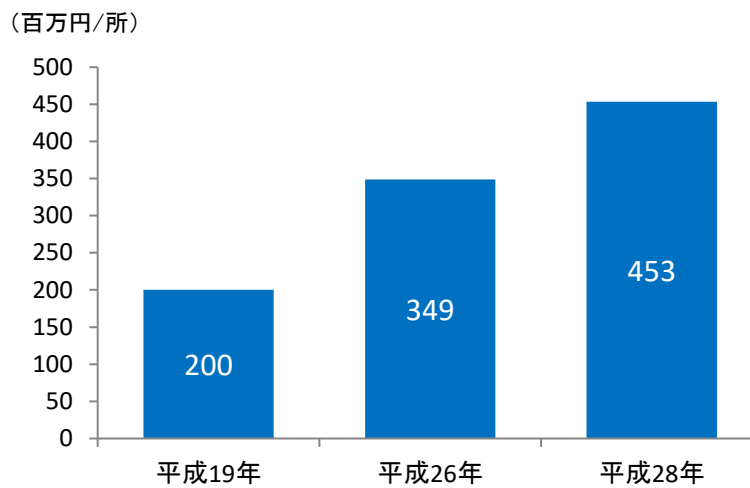
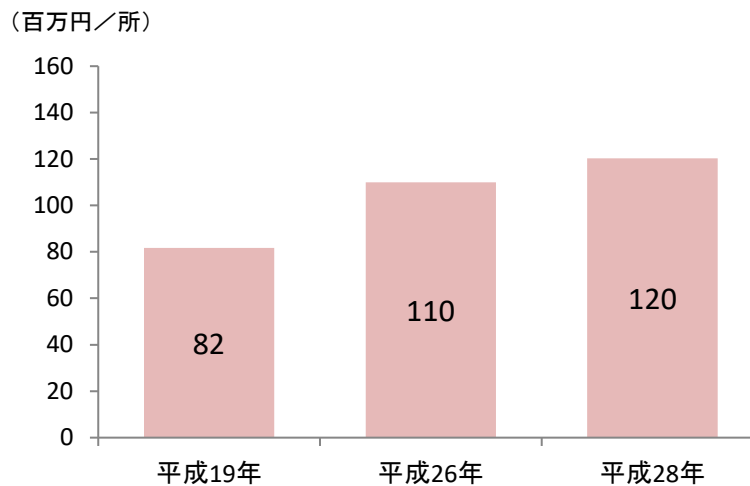


図 小売業の従業者 1 人当たり年間商品販売額



出典：商業統計、平成 28 年経済センサス

## 6. 工業の状況

### (1) 事業所数、製造品出荷額

本市の事業所は、微増減傾向で推移しましたが、令和元年では215事業所となっています。製造品出荷額は微増傾向で推移し、令和元年では2,470億円／年となっています。1事業所当たりの製造品出荷額は、県平均より低くなっています。

図 事業所数の推移

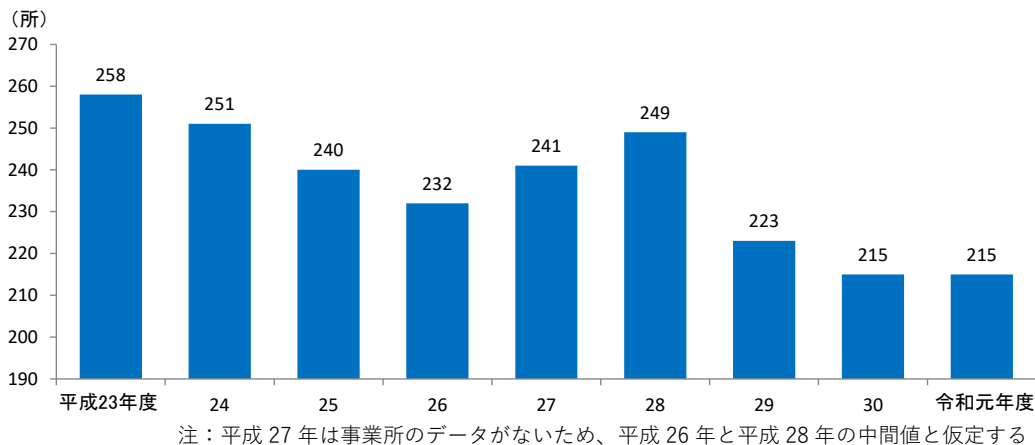


図 製造品出荷額の推移

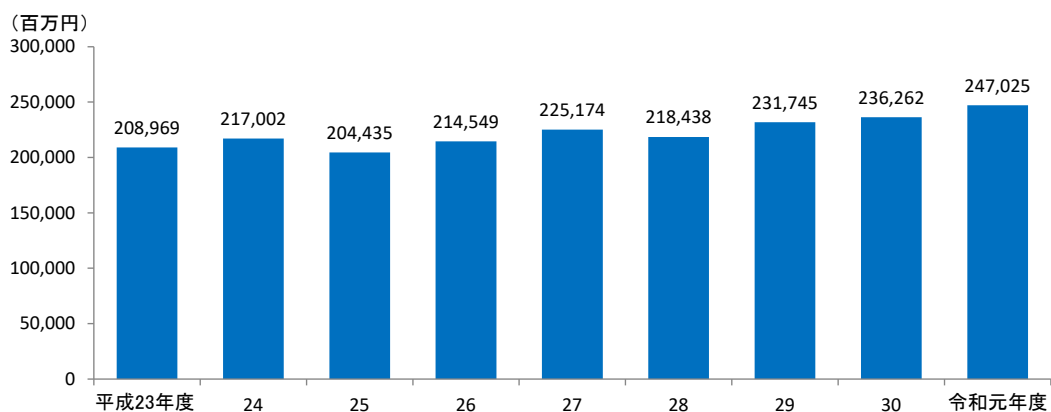
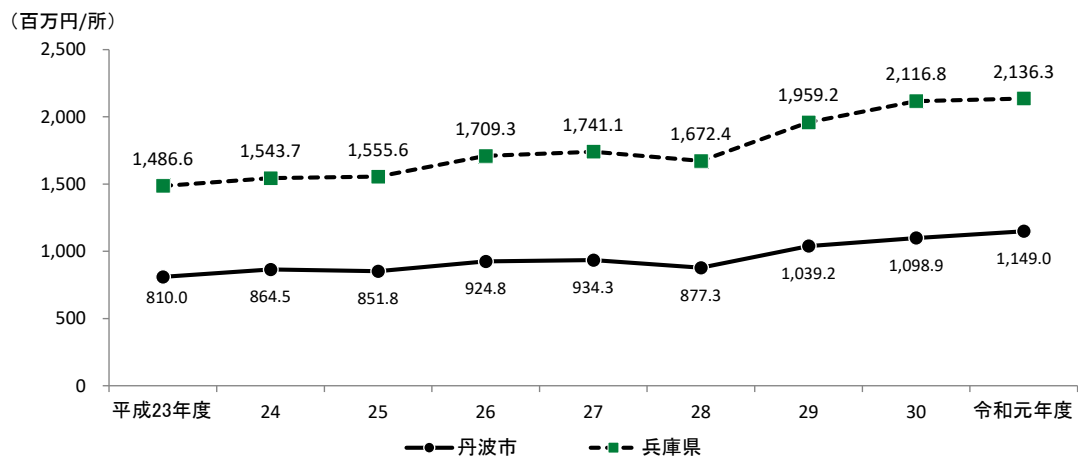


図 1 事業所当たりの製造品出荷額の推移

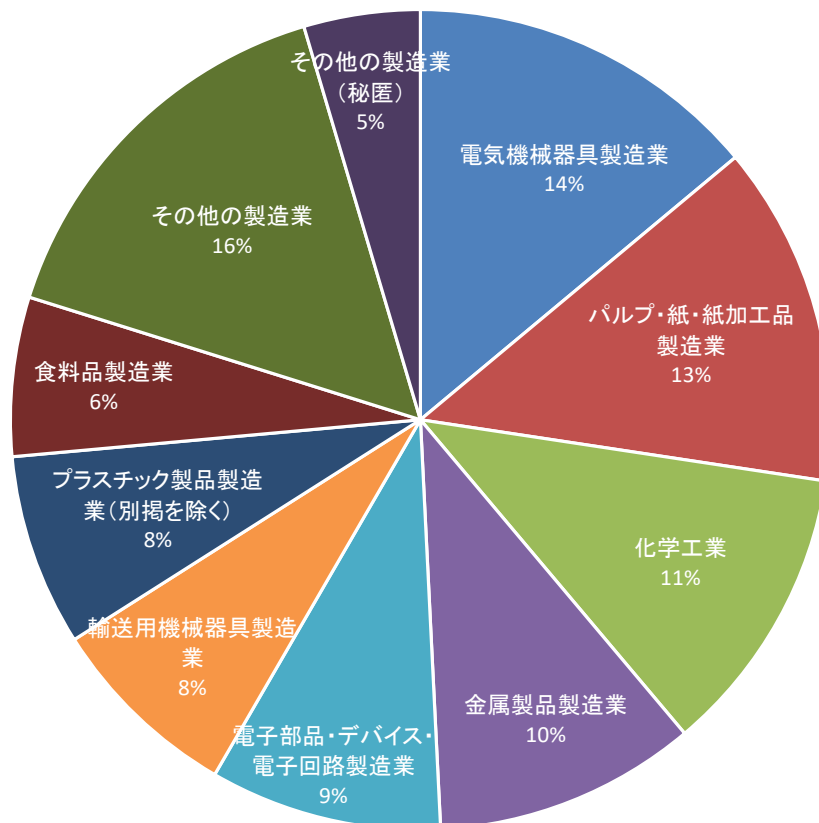


出典: 工業統計、令和元年経済センサス - 基礎調査

## (2) 産業別製造品出荷額の構成

本市の製造品出荷額の構成をみると、電気機械器具製造業（14%）、パルプ・紙・紙加工品製造業（13%）、化学工業（11%）、金属製品製造業（10%）、電子部品・デバイス・電子回路製造業（9%）となっています。

図 令和元年丹波市産業別製造品出荷額の構成



出典：令和元年経済センサス - 基礎調査



歌道谷用地

## 7. 市内総生産の推移

本市の平成23年度の2,363億円／年から微増減を繰り返し、令和元年度では2,523億円／年と平成23年度から7%増加しています。また、就業者一人当たりの市内総生産では、微増傾向で推移し、令和元年度では714万円／人と平成23年度から4%増加しています。本市の就業者一人当たりの市内総生産は、県平均より低くなっています。

図 丹波市の市内総生産（名目）

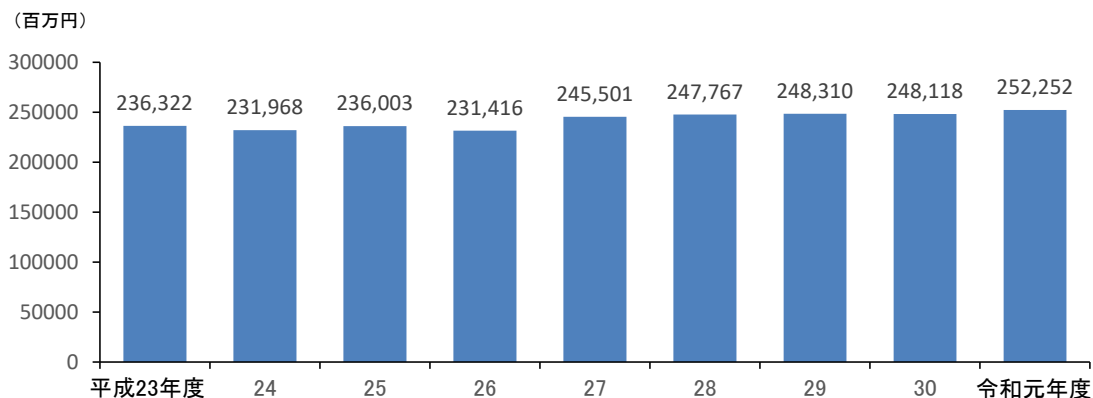
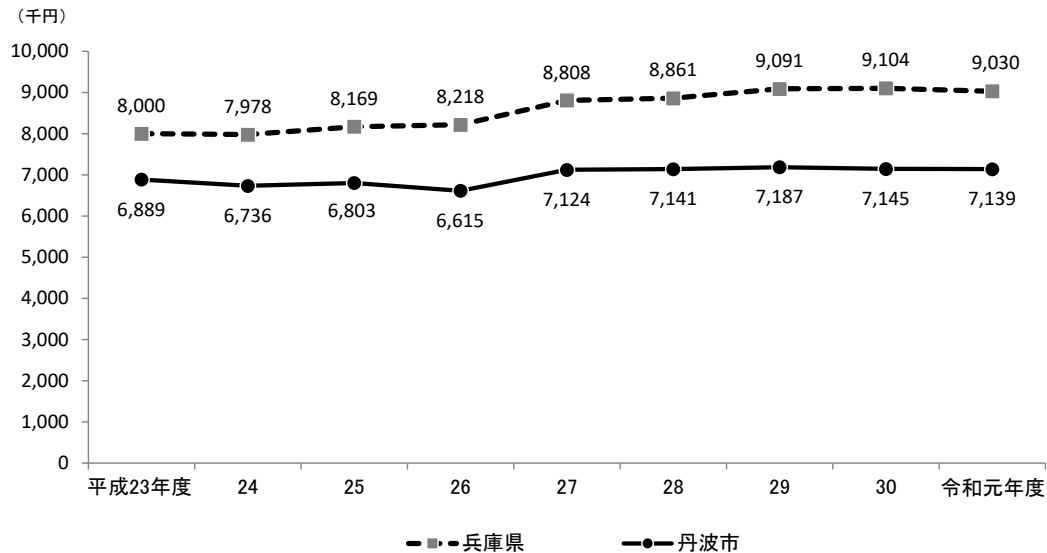


図 就業者一人当たりの総生産（名目）の推移



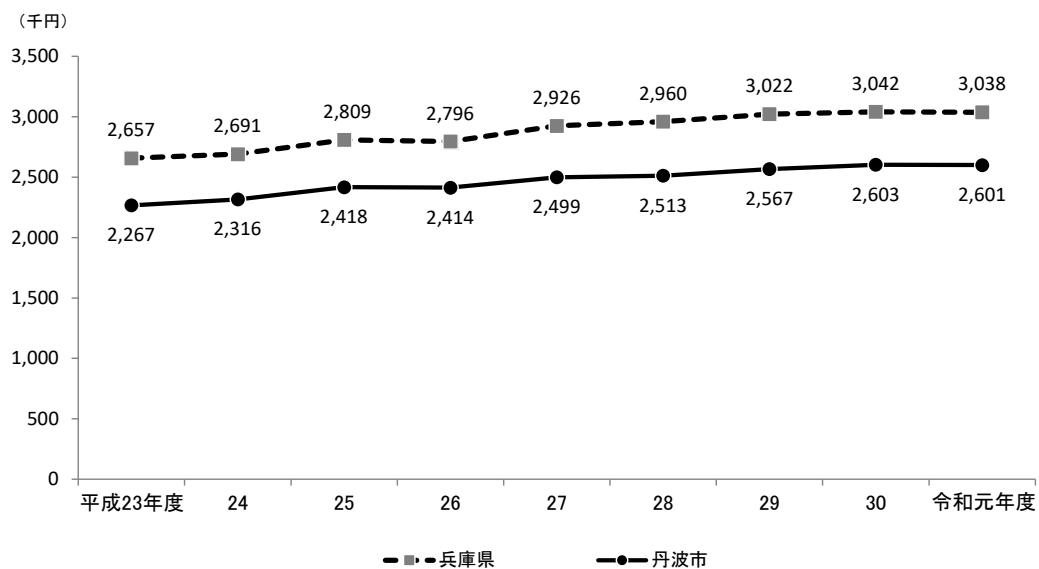
出典：兵庫県統計課「令和元年度市町民経済計算」

※金額は平成27年度価格基準



市民一人当たりの所得は、微増傾向で推移し、令和元年度では 260 万円／人と平成 23 年度から 15%増加しています。本市の市民一人当たりの所得は、県平均より低くなっています。

図 一人当たりの市民所得の推移



出典：兵庫県統計課「令和元年度市町民経済計算」



山南工業団地

### 第3章 前回計画の観光・商工業振興施策の評価と課題

#### Ⅰ. 観光振興施策

##### (Ⅰ) 基本方向Ⅰ. 観光資源の魅力を高める

###### ① 前回計画の施策評価

###### 基本目標Ⅰ. ブランド化した丹波三宝など既存資源のさらなる研磨

「丹波三宝の生産拡大・販路拡大に対する支援の充実」、「ブランド価値の向上」、「丹波三宝以外のブランド化した観光資源の研磨・活用の推進」、「氷上回廊の情報発信」、「イベントの開催」については、それぞれ下表の施策が実施できており、今後も継続的な取組を行う必要があります。

|   | 施 策                                 | 主な実施状況                                                                                   | 方向性 |
|---|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | 丹波三宝の生産拡大・<br>販路拡大に対する支<br>援の充実     | ・ 特産物種子等購入助成補助事業による<br>生産拡大・支援<br>・ 「丹波すぐれもの大賞」、Bizステーショ<br>ンたんば、民間事業者によるスイーツな<br>どの商品開発 | 継続  |
| 2 | ブランド価値の向上                           | ・ 丹波栗食べ歩きフェア、丹波大納言小豆<br>ぜんざいフェアなどのイベント開催に<br>よる販路拡大                                      | 継続  |
| 3 | 丹波三宝以外のブラ<br>ンド化した観光資源<br>の研磨・活用の推進 | 有機野菜、山の芋、ブルーベリーなどの農<br>産物について、「丹波すぐれもの大賞」、Bi<br>zステーションたんば、民間事業者による<br>商品開発              | 継続  |
| 4 | 氷上回廊の情報発信                           | 氷上回廊水分れフィールドミュージアム<br>のリニューアル及びHPによる情報発信                                                 | 継続  |
| 5 | イベントの開催                             | スイーツフェスティバル（令和元年度終<br>了）、丹波栗食べ歩きフェア、丹波大納言<br>小豆ぜんざいフェアの開催                                | 継続  |

## 基本目標 2. 新たな観光ブランド品の発掘・開発

「地域間交流の推進」と「観光資源の魅力アップを推進」は、下表の施策が実施できており、今後も継続的な取組を行う必要があります。

「ワークショップの開催」は以前には実施していましたが、今後開催の見込みがなく、「かたくり・もみじのブランド化の推進」は写真集製作やフォトコンテストなどの開催の実績はありません。

また、「ニューツーリズムの推進・支援」は体験型観光に置き換わっており、この3施策は見直す必要があります。

|   | 施 策               | 主な実施状況                                                                                                                           | 方向性 |
|---|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | ワークショップの開催        | 令和3年度以前に実施                                                                                                                       | 統合  |
| 2 | 地域間交流の推進          | 大丹波手づくり甲冑交流会や竜学の実施                                                                                                               | 継続  |
| 3 | かたくり・もみじのブランド化の推進 | 写真集製作やフォトコンテスト開催は未実施                                                                                                             | 統合  |
| 4 | ニューツーリズムの推進・支援    | 県事業「コト体験コンテンツ・ブラッシュアップ等支援事業」などによる体験型観光の磨き上げ                                                                                      | 拡充  |
| 5 | 観光資源の魅力アップを推進     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・道の駅丹波おばあちゃんの里のリニューアル</li> <li>・氷上回廊水分れフィールドミュージアムのリニューアル</li> <li>・黒井城跡登山道の整備</li> </ul> | 継続  |

## 基本目標 3. 丹波竜の里づくりの推進

「丹波竜を活用したまちづくりの推進」、「恐竜化石を活用した自治体連携」については、下表の施策が実施できており、今後も継続的な取組を行う必要があります。

|   | 施 策              | 主な実施状況                                | 方向性 |
|---|------------------|---------------------------------------|-----|
| 1 | 丹波竜を活用したまちづくりの推進 | 特別展（夏季・冬季）、丹波竜フェスタ、セミナーなどの開催          | 継続  |
| 2 | 恐竜化石を活用した自治体連携   | 「にっぽん恐竜協議会」による竜学<br>丹波竜フェスタへの連携自治体の参加 | 継続  |

## ② 課題

本市は、魅力的な観光資源として、「食」、「自然」、「歴史・文化」などがありま

すが、既存の観光資源の魅力をさらに磨き、あるいは眠っている観光資源を発掘・活用し、これらの観光資源を効果的に発信することにより、本市により多くの観光客を呼び込む必要があります。

近接する丹波篠山市と観光イメージが重複する部分もあり、本市の観光資源を官民共同で、再発見・新発見を行いその独自性、希少性、歴史・文化及び自然的価値などの要素を検証しながら、本市独自の観光資源を確立していく必要があります。

## (2) 基本方向2. ストレスを感じることなく、観光を楽しめる環境を整備する

### ① 前回計画の施策評価

#### 基本目標1. 観光情報の効果的な発信

「IT、SNSを活用した観光PRの推進」と「市内イベント参加者への情報発信」は、下表の施策が実施できており、今後も継続的な取組を行う必要があります。

「パンフレット（紙媒体）での観光PRの推進」と「多言語での情報発信」はWeb利用が社会に定着しつつあるなかで、紙媒体の利用とWebメディアのバランスを検討する必要があります。また、本市におけるインバウンドの実績を踏まえながら、適切な多言語化の方法を選択するなど、見直しの必要があります。

「“丹波市ファン”の増加に向けての取組」は、観光施策とともに、本市の常住人口、交流人口及び関係人口の増加、税収の増加にも貢献する取組であり、より重点的に取り組む必要があります。

|   | 施策                   | 主な実施状況                                                                                 | 方向性 |
|---|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | IT、SNSを活用した観光PRの推進   | 市観光サイト「SATURDAY TAMBA」や丹波市観光協会による情報発信<br>(HP、フェイスブック、Instagram)                        | 継続  |
| 2 | パンフレット（紙媒体）での観光PRの推進 | 観光パンフレットの作成                                                                            | 統合  |
| 3 | 多言語での情報発信            | ・市観光サイト「SATURDAY TAMBA」による情報発信（自動翻訳機能による）<br>・観光情報センター（丹波ええとこナビ）における多言語案内タブレット（アプリ）の活用 | 拡充  |
| 4 | 市内イベント参加者への情報発信      | 丹波市観光協会HPによるイベント周知                                                                     | 継続  |

|   |                        |                             |    |
|---|------------------------|-----------------------------|----|
| 5 | “丹波市ファン”の増加<br>に向けての取組 | 丹波市ＨＰによるふるさと住民登録制<br>度の情報発信 | 拡充 |
|---|------------------------|-----------------------------|----|

## 基本目標 2. 観光インフラの整備

「ストレスのない環境整備の推進」は、下表の施策が実施できており、今後も継続的な取組を行う必要があります。

「インバウンドの受入の推進」は、コロナ禍で本国への外国人観光客が大きく落ち込んでいますが、コロナ収束後の増加が見込まれるため、取組について見直しの必要があります。

|   | 施 策            | 主な実施状況                                                                                                                    | 方向性 |
|---|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | ストレスのない環境整備の推進 | 公衆トイレの一部洋式化、照明器具ＬＥＤ化、フリーWi-Fi の設置                                                                                         | 継続  |
| 2 | インバウンドの受入の推進   | ・市観光サイト「SATURDAY TAMBA」による情報発信（自動翻訳機能による）<br>・観光情報センター（丹波ええとこナビ）における多言語案内タブレット（アプリ）の活用<br>・ＪＮＴＯ外国人観光案内所カテゴリーⅠ認定（観光情報センター） | 拡充  |

## 基本目標3. 観光拠点の整備

「情報発信の充実」、「観光資源の整備・充実の推進」については、下表の施策が実施できており、今後も継続的な取組を行う必要があります。

「観光コンシェルジュの充実」は道の駅丹波おばあちゃんの里の観光情報センター（丹波ええとこナビ）の案内人が市内観光地の紹介等の観光コンシェルジュの機能を果たしていますが、さらに取組を見直す必要があります。

|   | 施 策           | 主な実施状況                                              | 方向性 |
|---|---------------|-----------------------------------------------------|-----|
| 1 | 情報発信の充実       | 観光情報センターによる市内周遊を目的とする観光情報の発信                        | 継続  |
| 2 | 観光資源の整備・充実の推進 | ・道の駅丹波おばあちゃんの里のリニューアル<br>・氷上回廊水分れフィールドミュージアムのリニューアル | 継続  |
| 3 | 観光コンシェルジュの充実  | 観光情報センター（丹波ええとこナビ）への案内人の配置                          | 統合  |

#### 基本目標4. おもてなしの向上

「観光客ファーストの推進」は、以前にはおもてなし講座の開催実績はありますが、今後の開催は未定であり、取組方法を見直す必要があります。

|   | 施 策         | 主な実施状況     | 方向性 |
|---|-------------|------------|-----|
| I | 観光客ファーストの推進 | おもてなし講座の開催 | 統合  |

#### ② 課題

「本市を訪れた人がリピーターになる」、あるいは「ほかの人に本市の魅力を伝えて新しいファンをつくる」ためには、観光地を取り巻くソフトとハードの環境が整備され、心地よく、ストレスを感じさせないことが必要です。

また、コロナ禍における「新たな生活様式」への転換をビジネスの好機ととらえ、観光客の安心・安全を確保しつつ、新たな『丹波市観光』を体験できる環境づくりが求められています。

### (3) 基本方向3. 丹波市の観光を基幹産業化する

#### ① 前回計画の施策評価

##### 基本目標1. DMOによる戦略的な観光振興策の展開

「DMO化の推進」は、丹波市観光推進組織検討委員会の検討結果により、本市においては新たにDMO組織をつくるのではなく、丹波市版DMOとして、丹波市観光協会に観光戦略室を設置することにより戦略的な観光振興を図ることとします。

「人材の育成」、「儲かる仕組みづくり」、「観光協会の組織の充実」は、丹波市観光協会に設置した観光戦略室を中心として、戦略的な観光振興策の構築や事業展開を推進することとし、今後も継続的な取組を行う必要があります。

|   | 施 策       | 主な実施状況                                    | 方向性 |
|---|-----------|-------------------------------------------|-----|
| I | DMO化の推進   | 丹波市観光協会を観光推進組織として位置付け、丹波市版DMOを構築          | 変更  |
| 2 | 人材の育成     | 丹波市観光協会の観光戦略室に専門人材を登用し、観光人材を育成            | 継続  |
| 3 | 儲ける仕組みづくり | 道の駅丹波おばあちゃんの里を拠点とした市内周遊による地域が儲かる仕組みづくりの構築 | 継続  |

|   |            |                  |    |
|---|------------|------------------|----|
| 4 | 観光協会の組織の充実 | 丹波市観光協会に観光戦略室を設置 | 継続 |
|---|------------|------------------|----|

### 基本目標2. 丹波市らしい宿泊施設の整備促進

「民泊の推進と支援」については、自然発生的な農家民宿などは増えていますが、宿泊旅行を増加させるほどの顕著な実績がなく、観光戦略に基づいて儲かる宿泊について見直す必要があります。

|   | 施 策      | 主な実施状況           | 方向性 |
|---|----------|------------------|-----|
| I | 民泊の推進と支援 | 空き家利活用促進事業等による支援 | 拡充  |

### 基本目標3. 食事と土産物が楽しめる環境の整備

「人材育成と支援」は、人材育成研修は実施できていないが、Bizステーションたんばなどの支援による起業や商品開発の取組がみられ、今後さらに強化していく必要があります。

|   | 施 策     | 主な実施状況                                                       | 方向性 |
|---|---------|--------------------------------------------------------------|-----|
| I | 人材育成と支援 | ・人材育成研修は未実施<br>・「丹波すぐれもの大賞」、Bizステーションたんば、民間事業者によるスイーツなどの商品開発 | 拡充  |

## ② 課題

本市には魅力的な観光資源が多数あり、コロナ禍前で毎年約200万人の観光客がありました。しかし、観光消費額はコロナ禍前の令和元年度で193億円であり、基幹産業と位置付けるにはまだ時間を要します。

観光を基幹産業化するためには、民間事業者、市民、行政が観光資源を有機的に結び付け、商品やサービスの付加価値を高め、観光消費額を向上させる戦略づくりが必要となります。



農家民宿



丹波大納言小豆のぜんざい

## 2. 商工業振興施策

### (1) 基本方向Ⅰ. 小規模な商店を元気にしていく

#### ① 前回計画の施策評価

##### 基本目標Ⅰ. 魅力ある個店づくりの推進

策定した6施策のうち、「事業者の意識啓発」や「地域資源活用による新商品開発・販路拡大」などの取組では、Bizステーションたんばの活用による実績がみられ、本市内での経済波及効果も期待されるため、新商品開発に留まらず、販路拡大のための方策を充実させていく必要があります。また、「魅力ある店舗情報の発信」や「伴走型支援の強化」の取組については、事業者の売上向上などに効果的と評価を受けており、今後も継続した取組や充実が求められています。

|   | 施 策                     | 実施状況                                                              | 方向性 |
|---|-------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | 事業者の意識啓発                | 経営相談・セミナー<br>雇用維持安定支援事業（社内研修）                                     | 継続  |
| 2 | 店舗イメージアップ支援<br>の推進      | 経営相談<br>設備投資支援事業（店舗改修）                                            | 継続  |
| 3 | 地域資源活用による新商品<br>開発・販路拡大 | 商品開発・販路拡大相談<br>地域資源活用促進等事業費支援事業<br>（令和3年度終了）<br>新商品発表会、商談会、EC サイト | 拡充  |
| 4 | 魅力ある店舗情報の発信             | 経営相談・セミナー<br>ホームページ作成支援事業<br>販売促進支援事業・PR事業（にじい<br>ろタブレット、チラシほか）   | 拡充  |
| 5 | 後継者育成                   | 事業承継相談・セミナー<br>マッチング支援<br>商工会、地域金融機関等との連携                         | 継続  |
| 6 | 伴走型支援の強化                | 商工会（個別相談、計画策定支援、経<br>営フォーラム）                                      | 継続  |



## 基本目標2. コミュニティに果たす役割に着目した支援の充実

策定した5施策のうち、「空き家、空き店舗の活用」の取組は、地域の賑わいづくりに貢献しており、今後さらに拡大が望めます。「各種商業振興助成制度の充実」では、コロナ禍において、急速に普及したキャッシュレス決済に対応する地域通貨「たんばコイン」が地域の小規模店舗の利用促進に効果を発揮しました。今後は、デジタル社会の進展に伴い、さらなる効果的な活用が求められています。

|   | 施 策                  | 実施状況                                 | 方向性 |
|---|----------------------|--------------------------------------|-----|
| 1 | 地域を支える商店街づくりの推進      | 商工業地域活性化補助（令和2年度終了）<br>県事業（イベント）活用支援 | 継続  |
| 2 | 空き家、空き店舗の活用          | 起業相談<br>移住相談、店舗改修支援                  | 拡充  |
| 3 | 集客イベントなどの開催          | 商工業地域活性化補助（令和2年度終了）<br>中心市街地活性化事業    | 変更  |
| 4 | 各種商業振興助成制度の充実        | たんば共通商品券、たんばコイン（電子マネー）発行支援           | 拡充  |
| 5 | 事業推進のための情報提供、支援体制の充実 | 商工会、関係機関との連携による支援<br>制度の情報提供         | 継続  |

## 基本目標3. 中心市街地活性化の手法による丹波市商業の発展

「集客・交流機能の強化」「商工会、まちづくり会社との連携」については、これまで中心市街地活性化事業を通じて、まちの賑わいが創出されてきました。同事業の計画期間は終了しましたが、培ったノウハウを活かしてまちづくり会社が事業を継続するため、状況に応じた支援が必要です。「中心市街地活性化事業推進による周遊性の向上」は観光拠点施設の整備計画の変更にともなって、道の駅丹波おばちゃんの里を拠点とした周遊性の向上に取り組んでいます。引き続き効果的な観光周遊性強化の支援を検討する必要があります。

|   | 施 策             | 実施状況                                             | 方向性 |
|---|-----------------|--------------------------------------------------|-----|
| 1 | 集客・交流機能の強化      | まちづくり柏原が連携して取り組む地域の観光イベント<br>テナントミックス事業          | 継続  |
| 2 | 商工会、まちづくり会社との連携 | 第2期計画に基づく各種事業（令和2年度計画期間終了）※これまでの計画で積み上げた事業を独自に展開 | 変更  |

|   |                       |                                         |    |
|---|-----------------------|-----------------------------------------|----|
| 3 | 中心市街地活性化事業推進による周遊性の向上 | 周遊性の向上に向けたモデル事業の活用支援<br>※観光拠点施設の整備は計画変更 | 統合 |
|---|-----------------------|-----------------------------------------|----|

## ② 課題

コロナ禍でネット通販が充実し、外出しなくても容易に商品を手に入れることができるようになりましたが、高齢者が普段の暮らしに必要な商品やサービスを得ることのできる小規模な商店が身近なところにあるということは依然として重要なことです。個人経営が多く、資本力が弱い個店が営業を継続できるよう、消費者ニーズを踏まえた商品等の仕入れや開発、個店の魅力アップ、情報発信、デジタル化への対応、さらには後継者育成など多様な支援が必要です。また、個店が連なった商店街は、暮らしに必要な商品やサービスを提供するだけでなく、まちの賑わいや防犯といった地域コミュニティに果たす公益的な面でも重要な役割を果たしてきました。大規模商業施設が市の中心部への集積が進む中、市民が住み慣れた地域で住み続ける上で「小規模な商店を元気にしていく」ことが重要です。

## (2) 基本方向2. 大規模商業施設の発展により丹波市商業を牽引していく

### ① 前回計画の施策評価

#### 基本目標1. 多様で専門性の高いサービスの提供

「集客を高め消費力の向上」「大型小売店舗と商店の連携」については、質の高い商業サービス提供や消費向上への実績があり、継続した支援が求められています。

「集客イベントなどの開催の支援」については、県に類似事業があるため、商工業地域活性化補助を廃止し、Bizステーションたんばの利用による経営指導に変更し取り組みました。

|   | 施 策            | 実施状況                                                               | 方向性 |
|---|----------------|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | 集客を高め消費力の向上    | 施設改修などの県市協調事業                                                      | 継続  |
| 2 | 集客イベントなどの開催の支援 | 商工業地域活性化補助(令和2年度終了)<br>経営相談                                        | 継続  |
| 3 | 大型小売店舗と商店の連携   | たんば共通商品券・たんばコイン(電子マネー)発行支援<br>商工業地域活性化補助(令和2年度終了)<br>県事業(イベント)活用支援 | 統合  |

## 基本目標2. 大規模商業施設が果たす公共的役割に対する支援の充実

「コミュニティ施設運営支援」によって、地域コミュニティの形成に資する役割を担っています。「公共的サービスへの活用」によって、公共的サービス拡大が推進されており、施策の成果がみられるため、今後とも継続して取り組む必要があります。

|   | 施 策          | 実施状況                          | 方向性 |
|---|--------------|-------------------------------|-----|
| 1 | コミュニティ施設運営支援 | ポップアップホール運営支援                 | 継続  |
| 2 | 公共的サービスへの活用  | 市民プラザ開設、防災協定締結<br>各種の啓発イベント利用 | 継続  |

## ② 課題

大規模商業施設には、各地域の小規模な個店では提供できない多様で専門的な商品やサービスを提供し、消費ニーズを丹波市内で完結させるという役割を担っています。市の中心部に大規模商業施設が集積し、一定の役割は果たしています。市外へ消費が流れないように市民の消費ニーズを的確に把握し、それに対応した多様で専門的な商品やサービスを開発し、情報発信していく必要があります。また、大規模商業施設には多くの市民を集客させる特長があるため、公共的なサービスを提供する機能の付加や様々な啓発イベントを実施するなど、新たな機能を充実させ、集客力の拡大を図っていく必要があります。今後ますます、「大規模商業施設の発展により丹波市商業を牽引していく」ことが重要です。

## (3) 基本方向3. スモールビジネスの起業や中小企業の誘致を広げる

### ① 前回計画の施策評価

#### 基本目標1. 起業の推進

「起業相談体制の強化」の起業相談体制の整備により、新たな商業活性化の機運が醸成しつつあります。「コミュニティビジネスの起業支援」「女性起業家の育成」「起業と育成」「農商工連携の推進」「丹波市ブランドの活用」「6次産業化の推進」の6施策により、多様なニーズにきめ細かく対応していますが、コロナ禍で変容した消費行動などに対応した支援が望まれます。

|   | 施 策             | 実施状況                                                         | 方向性 |
|---|-----------------|--------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | 起業相談体制の強化       | 「たんばチャレンジカフェ」を「Bizステーションたんば」に機能強化<br>起業者育成実践型支援事業(チャレンジショップ) | 拡充  |
| 2 | コミュニティビジネスの起業支援 | 市民活動支援センターや Bizステーションたんばとの連携                                 | 継続  |
| 3 | 女性起業家の育成        | 男女共同参画センターや Bizステーションたんばとの連携                                 | 拡充  |
| 4 | 起業と育成           | たんば“移充”テラス(移住相談窓口)や Bizステーションたんばとの連携                         | 拡充  |
| 5 | 農商工連携の推進        | 新商品開発、地域資源活用の相談<br>商工会、農業関係機関との連携                            | 統合  |
| 6 | 丹波市ブランドの活用      | 情報発信(各種手段、道の駅利用)<br>地域資源活用支援                                 | 継続  |
| 7 | 6次産業化の推進        | 事業者マッチング・商品開発相談<br>地域資源活用支援                                  | 統合  |

## 基本目標2. 企業誘致に係る情報の収集と発信

「トップセールスによる企業誘致活動」「企業訪問による情報収集」の2施策については、コロナ禍で手法を変更し取り組みました。今後も有効な取組の手法を検討する必要があります。「アフターケアと情報交換の充実」については、地道な取組を実施しており、継続した取組が必要です。

|   | 施 策              | 実施状況                 | 方向性 |
|---|------------------|----------------------|-----|
| 1 | トップセールスによる企業誘致活動 | コロナ以降は、来丹時の応対に変更     | 変更  |
| 2 | 企業訪問による情報収集      | コロナ以降は、市内企業に対する取組へ変更 | 変更  |
| 3 | アフターケアと情報交換の充実   | コロナ以降は、市内企業に対する取組へ変更 | 継続  |

### 基本目標3. 企業誘致に向けた環境整備

「立地企業への各種優遇制度の充実」「新技術を活用する企業の誘致」「ワンストップ体制の推進」については環境整備の効果を検証しながら、引き続き支援していく必要があります。新たな立地用地が不足している現状から、市有地（歌道谷用地）を活用した誘致を進めることとしましたが、今後の方向性を検討することが必要です。

|   | 施 策             | 実施状況                                      | 方向性 |
|---|-----------------|-------------------------------------------|-----|
| 1 | 立地企業への各種優遇制度の充実 | 立地企業に対する優遇支援や地域未来投資促進法（丹波市基本計画）に即した事業者を支援 | 継続  |
| 2 | 新技術を活用する企業の誘致   | 地域未来投資促進法（丹波市基本計画）による地域経済牽引事業者の増加         | 継続  |
| 3 | ワンストップ体制の推進     | 産業立地用地の情報収集を関係機関や宅建協会と連携強化                | 継続  |

### ② 課題

大企業や中堅企業の誘致は、地域経済の活性化や雇用の創出などの面で効果は大きいですが、利便性や労働力確保の観点からは、都市部と競争して本市の優位性を保つことは難しいと言わざるを得ません。そういう意味では、大企業や中堅企業の誘致というところだけに軸足を置くのではなく、本市の困りごとを積極的に発信し、これをビジネスチャンスと捉える事業者や、やる気のある中小企業の誘致に注力していく必要があります。本市で新しく挑戦しようとする「スモールビジネスの起業や中小企業の誘致を広げる」ことが重要です。

## (4) 基本方向4. 既存企業が安心して事業活動を展開できる環境をつくる

### ① 前回計画の施策評価

#### 基本目標1. 財源や情報発信に対する支援

「地元企業の市内外PR」については、コロナ禍の影響により活動が制約されたため、インターネットを活用した情報発信や企業と労働者とのマッチングについて検討していく必要があります。「増設に対する各種優遇制度適用」「経営安定、事業拡大などに向けた支援制度の充実」「企業ニーズの把握」についても実績を踏まえ、継続的に取り組んでいく必要があります。

|   | 施 策                            | 実施状況                                     | 方向性 |
|---|--------------------------------|------------------------------------------|-----|
| 1 | 地元企業の市内外PR                     | 展示会への出展<br>産業交流市の開催<br>匠の技フェア（商工会）       | 変更  |
| 2 | 増設に対する各種優遇<br>制度適用             | 企業誘致促進補助<br>雇用奨励補助                       | 継続  |
| 3 | 経営安定、事業拡大など<br>に向けた支援制度の充<br>実 | 企業誘致促進補助<br>雇用奨励補助<br>設備投資支援             | 継続  |
| 4 | 企業ニーズの把握                       | 市内事業者へのヒアリング・アンケート<br>丹波市中小企業・小規模企業振興協議会 | 継続  |

## 基本目標2. 人材の確保支援

「大学と連携した人材確保」「高校と連携した人材確保」については、若年労働者の確保が重要な課題となっており、企業と協力し地道に取り組んでいます。さらに企業や関係機関と連携を深める必要があります。

「合同企業説明会等の開催」「専門人材の確保」「丹（まごころ）ワークサポートたんばによる人材確保・就職支援」についても実績を踏まえ、継続して支援を進めていく必要があります。

|   | 施 策                                   | 実施状況                                     | 方向性 |
|---|---------------------------------------|------------------------------------------|-----|
| 1 | 大学と連携した人材確保                           | 企業訪問、企業説明会等の開催<br>就職連携協定                 | 継続  |
| 2 | 高校と連携した人材確保                           | 企業紹介フェア、企業見学会<br>産業交流市、企業ガイドブック          | 拡充  |
| 3 | 合同企業説明会等の開催                           | 就職ガイダンス、企業説明会<br>福祉人材確保<br>関係機関、移住定住部署連携 | 継続  |
| 4 | 専門人材の確保                               | 就職フェア、説明会                                | 継続  |
| 5 | 丹（まごころ）ワークサポ<br>ートたんばによる人材確<br>保・就職支援 | 就職相談、労働局との連携<br>キャリア相談・心理相談              | 継続  |

### 基本目標3. 企業間連携の推進

「企業マッチングの推進」については、企業のニーズを踏まえながら、さらに関係機関と連携を深めて企業間マッチングを進める必要があります。

|   | 施 策        | 実施状況               | 方向性 |
|---|------------|--------------------|-----|
| 1 | 企業マッチングの推進 | 商工会や地域金融機関によるマッチング | 継続  |

### ② 課題

本市の工業の事業所数や従業者数は、緩やかに減少傾向となっています。また一事業所当たり、従業者一人あたりの製造品出荷額は増加傾向にあるものの兵庫県の平均と比べると低くなっています。丹波市経済の発展のためには、まずこれまで本市を支えてきた既存企業が安定して企業活動を展開し、さらに拡大していくことが最も重要です。そのためには、事業拡大に向けた財源調達や情報発信に対する支援、若い優秀な人材確保に向けた支援、さらには企業間連携の促進支援などが必要です。こうしたきめ細かな支援により、「既存企業が安心して事業活動を展開する環境をつくる」ことが重要です。

## (5) 基本方向5. 働き方改革を推進する

### ① 前回計画の施策評価

#### 基本目標1. 企業に対する働き方改革の支援

「各種支援制度の充実」「雇用継続に向けた支援」については女性、高齢者等の安定雇用に資するよう、継続的な取組を強化する必要があります。

「企業ニーズの把握」については、企業の多様な労働環境に対応してきめ細かくニーズを把握していく必要があります。

|   | 施 策        | 実施状況                                            | 方向性 |
|---|------------|-------------------------------------------------|-----|
| 1 | 各種支援制度の充実  | 雇用維持安定支援事業<br>設備投資支援事業<br>女性活躍推進助成、女性活躍設備投資支援事業 | 変更  |
| 2 | 雇用継続に向けた支援 | 雇用維持安定支援事業                                      | 継続  |
| 3 | 企業ニーズの把握   | 市内事業者へのヒアリング・アンケート、丹波市中小企業・小規模企業振興協議会           | 継続  |

## 基本目標2. 労働者に対する働き方改革の支援

「ワーク・ライフ・バランスの推進」「女性活躍推進支援策の充実」については、働き方改革を積極的に推進していく必要があります。

「ハローワークなど関係機関との連携強化」については、これまでの実績を踏まえ継続して取り組む必要があります。

|   | 施 策                | 実施状況                                   | 方向性 |
|---|--------------------|----------------------------------------|-----|
| 1 | ワーク・ライフ・バランスの推進    | 福祉人材の処遇改善（奨励金、資格取得、引越し費用）賃金上乘せ<br>両立支援 | 拡充  |
| 2 | 女性活躍推進支援策の充実       | 女性活躍推進助成、女性活躍設備投資支援事業                  | 変更  |
| 3 | ハローワークなど関係機関との連携強化 | 就職相談、労働局との連携<br>キャリア相談・心理相談            | 継続  |

## ② 課題

働き方を変えていくことは、優秀な人材を安定的に確保したいと考える企業にとっても、また自分の能力を活かしながら仕事と生活の調和を図りたいと考える労働者にとっても重要なことです。とりわけ、今後の生産年齢人口の減少が著しい本市の企業にとって、労働力を確保していく上では喫緊の課題です。そのため企業に対しては、女性の能力を活かすため積極的登用を図ろうとする取組や、障がい者や高齢者の積極的採用、ワーク・ライフ・バランスを推進するための柔軟な働き方の設定や休暇制度の促進などに取り組む企業を応援していく必要があります。一方、労働者に対しては、まだまだ女性が職場で能力を発揮することや男女が共に子育てに携わることに対する理解が十分でないことから市民に対する意識変革の取組を進めていく必要があります。また、各個人の能力に応じた就業機会が得られるよう情報の提供、助言などのきめ細かな支援も必要です。柔軟に働くなれば丹波市、能力を活かした働き方をしたいなら丹波市、というイメージが定着するよう、「働き方改革を推進する」ことが重要です。



## 第2部 観光振興計画

### 第1章 観光振興のめざす方向

#### 1. 基本理念

##### 「観光がまちを変える、人を変える、未来を変える」

第1部で本市の観光を取り巻く現在の課題として「既存の観光資源に磨きをかけるとともに、新たな資源を発掘する必要がある」「観光を安心して楽しめる環境を整備していく必要がある」「観光産業の投資効果を高め、本市の基幹産業にしていく必要がある」の3点を掲げました。

こうした丹波市観光の現在の課題と5年後のめざす姿を踏まえ、この5年間の観光振興の基本理念を前回計画と同じ「観光がまちを変える、人を変える、未来を変える」にしました。

この基本理念を具体化するため、以下、方向性と具体的な施策を示していきます。

#### 2. 基本方向

##### 基本方向1 観光資源の魅力を高める

丹波三宝などの「丹波市ブランド」をさらに磨くとともに、歴史・文化・自然などの魅力をさらに高め、本市に多くの観光客を呼び込みます。

(1) 丹波三宝や丹波竜など既存資源のさらなる研磨

(2) 新たな観光資源の発掘・開発と高付加価値化

【SDGsとの対応】



## 基本方向2 観光を安心して楽しめる環境を整備する

丹波市の情報を発信し、観光客の誘客を推進するとともに、すべての旅行者がストレスなく快適に“旅の喜び”を実感できるよう観光施設の整備を進めるなど、環境づくりを推進します。

- (1) 観光情報の効果的な発信
- (2) 観光インフラの整備
- (3) おもてなしの向上

【SDGsとの対応】



## 基本方向3 丹波市の観光を基幹産業化する

地域資源を活用し、観光産業の発展を図ることにより、“地域が儲かる”、魅力ある「観光地域づくり」を進めます。

- (1) 戦略的な観光振興策の展開
- (2) 魅力ある宿泊施設の拡充
- (3) 丹波市の特産物を活かした食事と土産物が楽しめる環境づくり

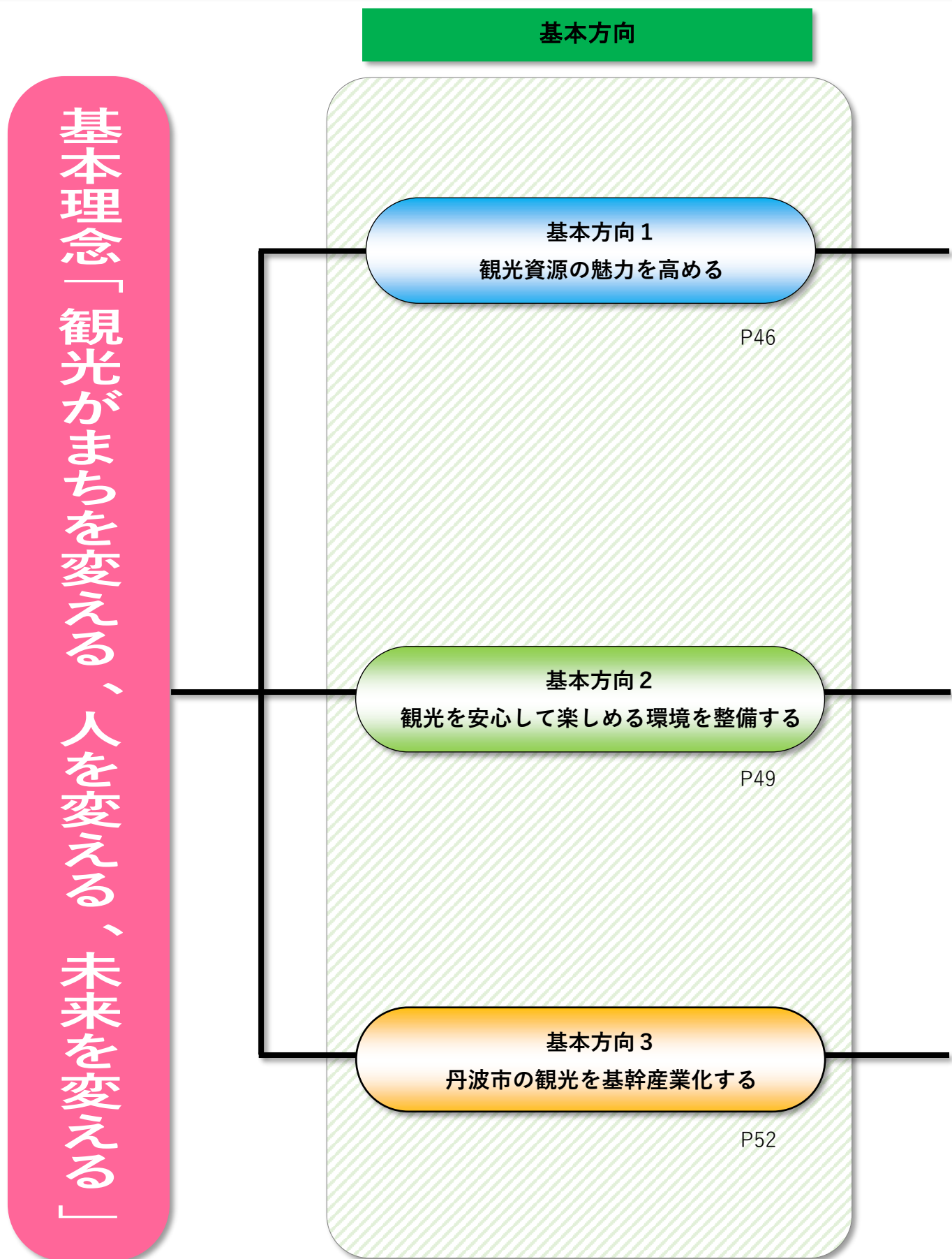
【SDGsとの対応】



丹波大納言小豆ぜんざいフェア



丹波栗食べ歩きフェア



## 基本目標

## 必要な施策

(1) 丹波三宝や丹波竜など既存資源のさらなる研磨

- 丹波三宝の生産拡大・販路拡大に対する支援の充実
- 丹波竜や丹波三宝以外の観光資源の研磨・活用の推進
- 観光資源としての氷上回廊の研磨・活用

(2) 新たな観光資源の発掘・開発と高付加価値化

- 新たな観光ブランド品の発掘・開発
- 体験型観光の推進・支援

(1) 観光情報の効果的な発信

- ICT、SNSを活用した観光PRの推進
- 多言語での情報発信
- 市内イベント参加者への情報発信
- “丹波市ファン”の増加に向けての取組

(2) 観光インフラの整備

- 楽しめる環境整備の推進
- 情報発信の充実

(3) おもてなしの向上

- 観光コンシェルジュ機能の充実

(1) 戦略的な観光振興策の展開

- 観光戦略の推進
- 隣接地域や広域連携の推進

(2) 魅力ある宿泊施設の拡充

- 農家民宿や古民家を活用した民泊の拡充

(3) 丹波市の特産物を活かした食事と土産物が楽しめる環境づくり

- 農商工連携による丹波市の食づくりの推進

## 第2章 観光振興の実施施策

### 1. 観光資源の魅力を高める

#### 現 状

豊かな自然で生産されている丹波栗・丹波黒大豆・丹波大納言小豆は「丹波三宝」と名付けられ、丹波市を代表するブランドとなっています。

また、丹波三宝に続く新たな丹波市ブランドを確立し、そのブランドの魅力を向上させ、これらを周知・啓発していくとともに、今以上に拡大していく必要があります。

#### 取組方向

##### (1) 丹波三宝や丹波竜など既存資源のさらなる研磨

各地域の特性を活かした観光資源の発掘・研磨・活用への支援を行い、ブランド化を進めることが重要です。

そのため、既にブランド化した丹波三宝が市場に安定的に供給され、あるいは魅力ある商品化の素材として提供され、観光資源として活用されるよう取組を進めます。

さらに、「丹波三宝」以外にもブランド化している山の芋やブルーベリーなどの農作物や日本有数の産地である若松や薬草、独鈷の滝やもみじ・かたくりなどの自然、パラグライダーや収穫体験などの体験型観光、柏原城下町や黒井城跡、丹波の赤鬼こと赤井直正などの歴史・文化などの多様な観光資源があります。これらを活用して新たな旅行商品の開発に取り組むとともに、本市の豊かな自然や歴史・文化などの観光スポットの魅力を発信していきます。

#### 【必要な施策】

##### ○ 丹波三宝の生産拡大・販路拡大に対する支援の充実

特産物の生産拡大や振興を図るための特産物種子等購入助成事業などの充実、ブランド化推進に係るマーケティングへの支援など丹波三宝の生産拡大によるブランド強化に向けた戦略を展開します。

SNSなどによる情報発信をはじめ、丹波三宝を活用した丹波大納言小豆ぜんざいフェアや丹波栗食べ歩きフェアの体験イベントなどを開催することにより、販路拡大の支援を推進するとともに、市内外の皆さんに楽しんでいただきます。

また、ブランド価値のさらなる向上を図るとともに、付加価値をつけるため、Bizステー

ションたんばなどの支援のもと、民間事業者自らの商品開発を支援するとともに、そのままでは商品にならないB級品の活用方策や販路確保にも努めます。

#### ○ 丹波竜や丹波三宝以外の観光資源の研磨・活用の推進

恐竜化石を核に、地層や地質を楽しみながら学べる自然環境学習の場として活用するとともに、市内の観光資源とのネットワーク化による活用を図ります。

山の芋やブルーベリーなどの農作物、日本有数の産地である若松や薬草、独鈷の滝やもみじ・かたくりなどの自然、柏原城下町や黒井城跡、丹波の赤鬼こと赤井直正などの歴史・文化など、丹波三宝以外の観光資源の研磨・活用のため、行政やBizステーションたんばなどの支援のもと、民間事業者が自ら既存の商品・サービスの魅力を高め、販売促進を行うことにより多くの観光客を誘致します。

また、城跡や神社、仏閣など、それぞれにストーリーを持たせ、近隣の市町と境域での資源活用を図っていきます。

#### ○ 観光資源としての氷上回廊の研磨・活用

本市独自の観光資源である本州一低い谷中中央分水界（海拔 95m）を紹介している氷上回廊水分れフィールドミュージアムがリニューアルしており、日本の生物の多様性に大きな影響を与えた氷上回廊と水分れ公園のPRに取り組みます。

### (2) 新たな観光資源の発掘・開発と高付加価値化

本市は、丹波三宝や丹波竜、氷上回廊など、既に多くの観光資源がありますが、今後さらなる観光振興を図っていくためには、これら既存のブランド化した観光資源の一層の魅力向上に加えて、新たな観光ブランド品になりうる農作物やそれらの加工品、歴史・文化、スポーツなどの本市独自の観光資源を発掘・開発していくことが重要です。

そのため、市民・観光事業者、農業関係者、商工業者、行政等が将来の本市の観光振興を見据えて、連携・協力し、新たな観光ブランドの発掘・研磨・活用に努めます。

#### 【必要な施策】

#### ○ 新たな観光ブランド品の発掘・開発

そば街道や丹波大納言小豆を使ったおはぎなどの食づくり、丹波布などのものづくりを業とする人に会いに行く「ヒトタビ」、令和3年度に決勝戦が甲子園で開催されてから全国的に認知度が高くなり、令和4年度に本市が女子野球タウンに認定された全国高等学校女子硬式野球選手権大会、サイクリング（ツールド丹波）などのスポーツについて、新たな観光ブランド品として発掘・開発を推進するとともに、行政や Bizステーションたんばなどの支援のもと、民間事業者自らが商品開発及び販売促進を行うことにより、多くの観光客を誘致します。



## ○ 体験型観光の推進・支援

観光農園での収穫体験やパラグライダーなどのアクティビティ体験、丹波布紬などの文化体験、化石発掘体験などの体験型観光について、各体験型観光地を結ぶ観光ツアーの推進及び支援を行います。

### 【各主体による取組と役割】

| 主 体     | 役 割                           |
|---------|-------------------------------|
| 市民・事業者等 | 観光資源の発掘・研磨・活用に努める             |
| 行 政     | 地域に積極的に関与し、観光資源の発掘・研磨・活用を支援する |

### 【事業の目標数値】

| 項 目                    | 現 状                  | 目 標（令和9年度） | 備 考                       |
|------------------------|----------------------|------------|---------------------------|
| 氷上回廊水分れフィールドミュージアム来館者数 | 33,025人/年<br>（令和3年度） | 30,000人/年  |                           |
| 丹波竜化石工房ちーたんの館来館者数      | 57,856人/年<br>（令和3年度） | 70,000人/年  |                           |
| MIKKE! TAMBA<br>販売新商品数 | 6品/年<br>（令和4年度）      | 6品/年       | 道の駅丹波おばあちゃんの里物産館の新商品販売ブース |



## 2. 観光を安心して楽しめる環境を整備する

### 現 状

今後はコロナ禍からの回復が進むことや 2025 年に大阪・関西万博が開催されることから、日本国内でインバウンドだけでなく国内旅行に対する気運が高まっていく状況にあります。

観光客に丹波市に来ていただくためには、ターゲットを的確にとらえ、そのターゲットにふさわしい情報を発信することで丹波市ファンを増やしていくことが重要です。

また、本市での観光を快適に過ごしていただくためにも、観光インフラの整備を進める必要があります。

### 取組方向

#### (1) 観光情報の効果的な発信

観光客が「観光を楽しむ」ことができるようにするためには、まず、本市の観光に興味・関心を持った人が、本市の観光地、観光施設、お土産、イベントなど必要な情報が容易に取得できるようにして、本市に訪訪してもらうようにすることが重要です。ターゲットを想定しながら、有効な媒体、魅力的なコンテンツに工夫を凝らしながら情報発信していきます。

#### 【必要な施策】

##### ○ ICT、SNSを活用した観光PRの推進

ターゲット層（30 歳以上の夫婦または家族向け及び単身者向けなど）を意識したホームページやICT、SNS（フェイスブック、インスタグラムなど）の積極的な活用など、タイムリーかつ効果的な情報発信を行います。

また、ICTやSNSに慣れていない高齢者などを対象とした見やすいパンフレット（紙媒体）での観光PRも継続します。

##### ○ 多言語での情報発信

ホームページや観光パンフレットの多言語表記により、外国人観光客へ本市の魅力を情報発信します。

##### ○ 市内イベント参加者への情報発信

桜やもみじなど季節の観光イベントや、全国高等学校女子硬式野球選手権大会やマラソンなどのスポーツ大会等に参加される人へのPRをはじめ、イベント参加のために市内を訪れた皆さんへ、市内の観光資源や体験・交流イベントを紹介し、市内を周遊していただけるよう道の駅丹波おばあちゃんの里内に設置した観光情報センター（丹波ええとこナビ）を中心に情報発信を行います。



### ○“丹波市ファン”の増加に向けての取組

丹波竜マスコットキャラクター「丹波竜のちーたん」が、ご当地キャラ博へ参加することなどにより本市を市外に周知するとともに、ふるさと住民登録制度やふるさと納税、各地域のモデルルートによる誘客支援、2025 年大阪・関西万博における魅力発信により本市に興味のある方を少しでも増やして関係人口を増加させ、市内外に向け“丹波市ファン”を増加する取組を推進することにより、I ターン就職者や農業就労者につなげます。



丹波竜のちーたん

## (2) 観光インフラの整備

本市に実際に訪れた観光客（外国人、障がい者、高齢者など）が「観光を楽しむ」ために、市内の各観光地で情報などのソフトのインフラ、ユニバーサルデザイン対応のハードのインフラ、両方を整備する必要があります。

丹波市全体の観光拠点として、道の駅丹波おばあちゃんの里のリニューアルを実施しており、今後は、丹波竜化石工房ちーたんの館や道の駅あおがきのリニューアルにより、本市の各地域における観光拠点となる施設を整備します。

### 【必要な施策】

#### ○ 楽しめる環境整備の推進

市管轄観光施設の現状を調査しバリアフリー化、公衆トイレ便器の洋式化、また、公衆無線LAN環境を整備及び二次交通の確保によりすべての観光客が快適に観光を楽しめる環境を促進します。

#### ○ 情報発信の充実

市内には、さまざまな観光スポットや多彩な四季折々の味を楽しめるレストラン、お土産店が各地にあり、そういったところに観光客をつなぎ、周遊性を高めるため、道の駅丹波おばあちゃんの里や道の駅あおがき、氷上パーキングエリア、丹波竜化石工房ちーたんの館等を拠点とした市内周遊についての『観光情報発信機能』の充実に努めます。

## (3) おもてなしの向上

観光客が「観光を楽しむ」ためには、観光事業者のみならず、市民が一体となって温かい気持ちで観光客を迎え入れる丹波市らしい「おもてなし」の気持ちが何にもまして必要です。

そのため、市、観光協会、市民・観光事業者等が協働で、おもてなしの向上を図ります。

## 【必要な施策】

### ○ 観光コンシェルジュ機能の充実

より多くの観光客に来ていただくためには、本市を訪れた人が良い印象を持って帰ることが大切です。

道の駅丹波おばあちゃんの里内に設置した観光情報センター（丹波ええとこナビ）などの案内人が『観光コンシェルジュ』となり、“おもてなしの心”で、人、物、体験などの観光客が必要とする情報を的確に提供するとともに、観光事業者だけでなく市民自らが“おもてなしの心”で観光客を受け入れられるよう支援します。

## 【各主体による取組と役割】

| 主 体     | 役 割                                                   |
|---------|-------------------------------------------------------|
| 市民・事業者等 | おもてなしの心を醸成し、地域活性化・経済活性化のため、観光資源を使って、イベントの企画・開催を主体的に行う |
| 行 政     | ・持続可能なイベントの企画・開催への支援を行う<br>・観光インフラの整備を行う              |

## 【事業の目標数値】

| 項 目                        | 現 状                   | 目 標（令和9年度） | 備 考                |
|----------------------------|-----------------------|------------|--------------------|
| 観光入込客数                     | 2,224 千人/年<br>（令和元年度） | 3,000 千人/年 | 兵庫県観光客動態調査         |
| 丹波市観光協会HP<br>閲覧数           | 444,130件/年<br>（令和3年度） | 480,000件/年 |                    |
| 観光情報センター（丹波<br>ええとこナビ）来館者数 | —                     | 60,000人/年  |                    |
| 「丹波市の観光満足度」<br>の割合         | 62.6%<br>（令和4年度）      | 80.0%      | 道の駅丹波おばあちゃんの里アンケート |



観光情報センター（道の駅丹波おばあちゃんの里内）

### 3. 丹波市の観光を基幹産業化する

#### 現 状

コロナ禍前の令和元年度の本市での観光消費額は、193億円となっています。

本市の観光を基幹産業化するために、本市においては丹波市観光協会に観光戦略室を設置して、丹波市観光協会を中心とした戦略的な観光振興を図るため、専門人材の育成が重要です。

#### 取組方向

##### (1) 戦略的な観光振興策の展開

現在の観光は、本市に「来て」、「観てください。体験してください。」の観光が主流となり、「来て」を実践するためには、観光資源を有機的に結び付けるマネジメント機能が重要です。

令和3～4年度にリニューアルをした道の駅丹波おばあちゃんの里を観光拠点として、観光戦略室を設置した丹波市観光協会が本市の観光の中心的な役割を担うよう、組織の育成を行うことにより、専門的な知識・技術を持ったプロが、多くの観光客を誘致し、観光客に商品等を購入してもらい、地域が儲かるという仕組みを作ることができます。

##### 【必要な施策】

##### ○ 観光戦略の推進

丹波市観光協会の体制強化とマネジメント力向上を図るため、協会内に観光戦略室を設置し、専門人材の登用により、観光戦略となる道の駅丹波おばあちゃんの里からの市内周遊により地域が儲かる仕組みづくりを構築していきます。

##### ○ 隣接地域や広域連携の推進

隣接市の丹波篠山市とは、丹波竜をはじめとする篠山層群の化石、丹波黒大豆枝豆などの農作物、日本有数の作庭家である重森三玲の枯山水庭園や黒井城などの戦国期の史跡、日本酒造りの丹波杜氏など共通の観光資源があり、その活用について境域連携を図っていきます。

広域連携については、現状の大丹波連携以外に、北近畿豊岡自動車道や舞鶴若狭自動車道を活用して、秋の集客が強い本市と夏や冬の集客が強い但馬地域、京丹後地域や若狭地域との自治体間や観光協会間の連携を活性化させることとします。

また、道の駅丹波おばあちゃんの里で実施されているETC2.0による一時退出の社会実験「賢い料金」の活用を図ります。

## (2) 魅力ある宿泊施設の拡充

本市への観光は日帰りが大半を占めておりますが、宿泊を伴う観光は経済効果が高いことから、宿泊施設の整備が必要と考えられます。

増加している農家民宿や古民家を活用した民泊、キャンプ場、グランピング、宿泊施設付きコワーキングスペース等の丹波市らしい魅力のある小規模宿泊施設への効果的な支援を検討します。

### 【必要な施策】

#### ○ 農家民宿や古民家を活用した民泊の拡充

農業体験と組み合わせた農家民宿、古民家を活用した民泊、宿泊施設付きコワーキングスペース等の宿泊施設などの起業、集客への効果的な支援を検討します。

## (3) 丹波市の特産物を活かした食事と土産物が楽しめる環境づくり

丹波市ブランドの確立により、多くの観光客の誘客を図り、消費経済の向上をめざすために、丹波市の特産物を活かした食と土産物の開発について、観光事業者の自立と発展に向けた施策・事業の展開に向け、検討を重ねていきます。

### 【必要な施策】

#### ○ 農商工連携による丹波市の食づくりの推進

本市は、丹波三宝、山の芋、ブルーベリー、有機野菜など、既存の食の観光資源がありますが、今後さらなる観光振興を図っていくためには、丹波市らしい食の観光資源の発見・開発・高付加価値化が必要です。

そのためには、Bizステーションたんばなどの支援のもと、民間事業者自らの商品開発とともに、農業者、商工業者、行政が協力・連携した丹波大納言小豆戦略会議や丹波栗戦略会議等での連携により、販売戦略や販路など総合的かつ多角的な視点によって新たな丹波市の食を創出し、本市の観光資源としての役割を担います。

### 【各主体による取組と役割】

| 主 体     | 役 割                 |
|---------|---------------------|
| 市民・事業者等 | 消費経済の増加による地域活性化をめざす |
| 行 政     | 戦略的な観光振興を図る         |

### 【事業の目標数値】

| 項目                  | 現状               | 目標(令和9年度) | 備考             |
|---------------------|------------------|-----------|----------------|
| 丹波市周遊バス旅行促進<br>事業件数 | 29件<br>(令和3年度)   | 45件/年     |                |
| 市町別観光消費額            | 193億円<br>(令和元年度) | 300億円     | 兵庫県地域経済指標研究会数値 |

#### 4. 丹波市がめざす5年後（令和9年度）の観光の姿

【 令和5年度→令和9年度 】

観光がまちを変える、人を変える、未来を変える

現在の丹波市の観光と「まち」

5年後

○丹波市らしい魅力ある観光地や特産品を使ったレストランなどが増えています  
○年間観光入込客数が222万人から300万人に増えています

○観光インフラの整備が進み、市内観光地を巡る周遊観光が増えています  
○OICTを活用した観光情報の発信が充実し、市外や海外からの観光客が増えています

○観光産業の消費額は、300億円となり、観光産業は丹波市の基幹産業として成長しています



## 第3部 商工業振興計画

### 第1章 商工業振興のめざす方向

#### 1. 基本理念

#### 「“住み続ける”を実現する商工業の発展」

第1部で本市の商工業を取り巻く現在の課題として「地域を支える小規模商店を元気にする必要がある」「丹波市商業を牽引する大規模商業施設を活用する必要がある」「起業支援や新たな企業の誘致を進めていく必要がある」「既存企業の発展を応援する必要がある」「働き方を変えていく必要がある」の5点を掲げました。

こうした丹波市商工業の現在の課題と5年後のめざす姿を踏まえ、この5年間の商工業振興の基本理念を前回計画と同じ「“住み続ける”を実現する商工業の発展」にしました。

この基本理念を具体化するため、以下、方向性と具体的な施策を示していきます。



産業集積地（稲継交差点周辺）

## 2. 基本方向

### 基本方向1 小規模な商店を元気にしていく

地域の活力やコミュニティなどの持続・向上のため、街中の魅力と賑わいを創出し、個店や商店街を元気にします。

- (1) 魅力ある個店づくりの推進
- (2) コミュニティに果たす役割に着目した支援の充実
- (3) 中心市街地活性化の手法による丹波市商業の発展

【SDGsとの対応】



### 基本方向2 大規模商業施設の発展により丹波市商業を牽引していく

大規模商業施設が果たす公共的機能への支援や大型小売店舗の専門性の高い商業活動を支援することにより、市内外からの多様な消費行動を捉え、市外への消費流出の抑制を図るとともに、市内商店街や個店の認知度向上、販売促進につなげる機会を創出します。

- (1) 多様で専門性の高い商品・サービスの提供
- (2) 大規模商業施設が果たす公共的役割に対する支援の充実

【SDGsとの対応】



### 基本方向3 スモールビジネスの起業や中小企業の誘致を広げる

本市が持つブランド力や地域の特性を活かしたスモールビジネスの新規起業の活動を支援するとともに、中小企業向けの優遇制度のさらなる充実や条件整備を進めていきます。

- (1) 起業の推進
- (2) 企業誘致に係る情報の収集と発信
- (3) 企業誘致に向けた環境整備

【SDGsとの対応】



#### 基本方向4 既存企業が安心して事業活動を展開できる環境をつくる

企業の市外流出を防ぐためにも操業環境の向上を支援するなど企業の事業活動を支援するとともに日常から企業が抱える操業環境の課題等を把握していきます。

- (1) 財源や情報発信に対する支援
- (2) 人材の確保支援
- (3) 企業間連携の推進

【SDGsとの対応】



#### 基本方向5 働き方改革を推進する

人口減少と少子化・高齢化がすすみ、生産年齢人口が減少する中、労働力不足の解消に向けて、各人のライフスタイルやライフステージにあわせた多様な就業が可能となるよう、仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の推進、働きやすい職場や生活環境の整備を進め、多くの「人」が、本市で働くこと、働き続けることに希望を持ち、チャレンジを続け、いきいきと活躍できる多様な働き方を推進します。

- (1) 企業に対する働き方改革の支援
- (2) 労働者に対する働き方改革の支援

【SDGsとの対応】

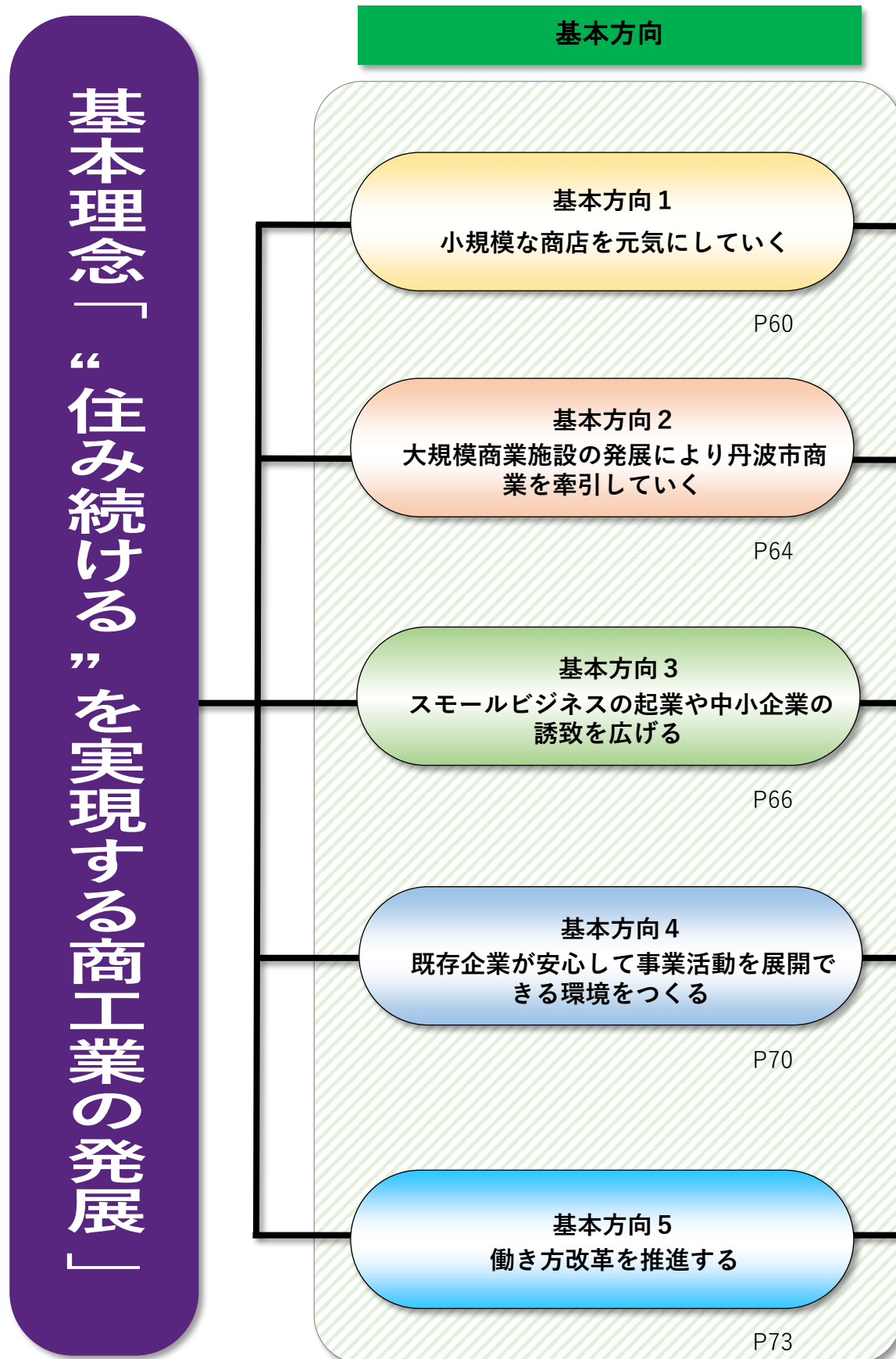


大規模商業施設



商店街





## 基本目標

## 必要な施策

(1) 魅力ある個店づくりの推進

(2) コミュニティに果たす役割に着目した支援の充実

(3) 中心市街地活性化の手法による丹波市商業の発展

○事業者の意識啓発  
○魅力ある店舗情報の発信  
○伴走型支援の強化  
○空き家、空き店舗の活用  
○商業振興のための地域通貨の充実とDXへの対応  
○集客・交流機能の強化 など

(1) 多様で専門性の高い商品・サービスの提供

(2) 大規模商業施設が果たす公共的役割に対する支援の充実

○集客を高め消費力の向上  
○集客イベント開催等の支援  
○コミュニティ施設運営支援  
○公共的サービスへの活用 など

(1) 起業の推進

(2) 企業誘致に係る情報の収集と発信

(3) 企業誘致に向けた環境整備

○起業相談体制の強化  
○女性起業家の育成  
○若者の起業と育成  
○丹波市ブランドの活用  
○関係機関と連携した企業誘致活動  
○進出企業への各種優遇制度の充実  
○新技術を活用する企業の誘致 など

(1) 財源や情報発信に対する支援

(2) 人材の確保支援

(3) 企業間連携の推進

○地元企業の市内外PR  
○大学等と連携した人材確保  
○合同企業説明会等の開催  
○丹（まごころ）ワークサポートたんばによる人材確保・就労支援  
○就職支援ポータルサイトの開設  
○企業マッチングの推進 など

(1) 企業に対する働き方改革の支援

(2) 労働者に対する働き方改革の支援

○各種支援制度の充実  
○ワーク・ライフ・バランスの推進  
○女性活躍推進や両立支援策の充実  
○子育て世代への支援策の充実  
○コワーキングスペース開設への支援 など

## 第2章 商工業振興の実施施策

### 1. 小規模な商店を元気にしていく

#### 現 状

高齢化、人口減少による市内消費購買力の低下、空き家や空き店舗の増加、大規模小売店の郊外進出、さらには、コロナ禍でネット販売、通信販売が進むなど、個店や商店街をはじめとする小売業を取り巻く環境は厳しさを増しています。

一方で、個店や商店街は、今後も高齢者をはじめ市民の日常生活を支える基盤として欠かせない存在です。個店や商店街が各機能を維持し発展していくためには魅力ある個店づくりや地元農産品など地域資源を活用した商品開発、商店街の活性化、観光とも連携した賑わいの創出が必要です。

#### 取組方向

##### (1) 魅力ある個店づくりの推進

街中の魅力と賑わいの創出において個店の充実は、必要不可欠です。

そのためには、限られた身近なエリアを対象としているからこそニーズを把握しやすいこと、大きな投資をしていないからこそニーズの変化に対応して経営戦略を変更しやすいこと、少量のきめ細やかなサービスにも対応可能なことなど小規模な個店の強みを活かして積極的な情報発信を行うなど、消費者が欲しいものを手に入れることのできる魅力的な個店づくりを図っていく必要があります。

加えて、後継者不足も大きな課題となっています。そのような状況の中で、令和元年度から産業振興支援の拠点である「Bizステーションたんば」の開設により、事業者の経営改善に一定の成果を挙げています。それらを一層充実させながら対策を講じる必要があります。

#### 【必要な施策】

##### ○ 事業者の意識啓発

個店の魅力アップのための意識啓発セミナーや勉強会などの開催を推進し、事業者の気運を醸成します。

##### ○ 店舗イメージアップ支援の推進

専門家によるアドバイスなどをもとに集客力向上のため、個店のイメージアップにつながる店舗改修等を支援します。

### ○ 地域資源活用による新商品開発・販路拡大

Bizステーションたんばを通じ、豊富な地域資源を有効に活用し、魅力ある新商品の開発、および販路拡大に向けた取組に対し、専門家による柔軟なサポートを行うことで個店の魅力アップにつなげます。また国や県が実施する各種の資金融資や補助金等の制度活用についても情報を提供します。

### ○ 魅力ある店舗情報の発信

魅力ある個店を市内外に広める情報発信、販路開拓、購買力を高めるため Web サイトやSNSなどのインターネットツール活用について、商工会と連携し講習会やセミナーの開催、技術支援、ポータルサイトの運営に取り組みます。

### ○ 後継者育成

商業の担い手となる後継者不足については、関係機関と連携を密にし、事業承継を検討する事業主に対し、創業意欲の高い起業家等とのマッチング、情報共有を図ります。

### ○ 伴走型支援の強化

地域住民に密着し欠かすことのできない商品やサービス等を提供しながら地域経済の基盤を支える小規模事業者等の持続的な経営に向け、商工会と連携し経営分析や実現性の高い事業計画策定等伴走型支援の充実強化を図ります。

## (2) コミュニティに果たす役割に着目した支援の充実

商店街は、高齢者をはじめ市民の日常に必要な商品やサービスを提供するだけでなく、まちの賑わいや防犯など生活を支える基盤として欠かせない存在です。商店街が地域コミュニティに果たす公益的な役割に着目しながら、消費者ニーズを的確にとらえ、個店の連携による購買機会の創出や商店街の催しなどをとおして地域コミュニティの活性化も図らなければなりません。

### 【必要な施策】

### ○ 地域を支える商店街づくりの推進

高齢者が安心して買い物ができるなどの日常生活支援をはじめ地域住民の交流、情報交換の場として地域コミュニティの役割を担うことを目的とした取組を国や県、市の独自制度による空き家や空き店舗などを活用することも視野に入れ支援します。

### ○ 空き家、空き店舗の活用

街中に多く点在する空き家や空き店舗を地域コミュニティの活性化や新たな商業の場として起業者を誘致するなど地域課題の解決にも取り組みます。

空き家、空き店舗を活用し、起業を目指す人の実践の場として活用するなど地域課題の解決にも取り組みます。

### ○ 集客イベント開催等

市内商店街等に買い物客を呼び込むため、様々な支援制度等を活用し賑わいづくりや魅力ある商店街づくりを支援します。

### ○ 商業振興のための地域通貨の充実と DX への対応

商業者で構成する組織が発行する紙媒体の「たんば共通商品券」やコロナ禍で急速に普及したキャッシュレス決済である電子マネー「たんばコイン」は、本市の地域通貨として定着し、地域内の消費を循環させる仕組みとして役割を果たしています。今後は経済情勢や消費動向に応じた活用だけでなく、デジタル社会の進展に呼応した活用を促進することで商業振興を図ります。

### ○ 事業推進のための情報提供、支援体制の充実

商工会等と連携しながら国や県、商店街支援団体等の事業に関する情報を収集し、商店、商店街に対し、その情報の的確な提供をはじめ、きめ細かな相談や支援体制の充実を図ります。

## (3) 中心市街地活性化の手法による丹波市商業の発展

JR柏原駅周辺については、これまで取り組んできた中心市街地活性化事業で培ったノウハウを活かし、まちづくり会社と連携した取組だけでなく、県における「シリ丹バレー構想」や「まちの拠点創造プロジェクト」とも連携を図り、旧柏原支所庁舎や旧柏原赤十字病院跡地の利活用を意識しつつ、地域の歴史性や本市の玄関口にふさわしい賑わいと活力ある空間を創出します。

また、本市のインキュベーション機能を担う地域として、まちづくり会社などが取り組む空き家、空き店舗を活用したテナントミックス事業等による商業機会の創出や創業者支援を後押しします。



まちづくり会社による  
テナントミックス事業

### 【必要な施策】

### ○ 集客・交流機能の強化

歴史的なまちなみ、文化を活かした観光による集客や地元食材を活用した飲食店などの商業活動を一体とする賑わいの創出に取り組みます。

### ○ まちづくり会社などとの連携

本市のインキュベーション機能を担う地域として、まちづくり会社などと連携を密にし、これまで取り組んできた中心市街地活性化事業で培ったノウハウを活かし、空き家、空き店舗を活用した創業者に対する支援を後押しすることで、市内全域への賑わい創出の波及効果を生み出します。



### 【各主体の役割】

| 主 体     | 役 割                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 市民・事業者等 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元商業者や事業者が提供する商品の積極的な購入</li> <li>・消費活動の基本を市内におき、市民一人一人が地域経済活性化の意識を持つ</li> <li>・事業者は、市民が安心して買い物に来てもらえるような魅力ある個店づくり、商店街（会）づくりを行う</li> <li>・これまで実施してきた中心市街地活性化事業の専門的なノウハウを活かし商業機会や賑わいを創出する</li> </ul> |
| 行 政     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・個店や商店街の魅力アップ、情報発信や新商品開発等に対する支援を行う</li> <li>・まちづくり会社が取り組む中心市街地活性化に資する事業に対する支援を行う</li> </ul>                                                                                                         |

### 【事業の目標数値】

| 項 目                  | 現 状                | 目 標（令和 9 年度） | 備 考                 |
|----------------------|--------------------|--------------|---------------------|
| Bizステーションたんば利用者数（延べ） | 224 人/年<br>（令和3年度） | 250 人/年      | 新商品開発、販路拡大や事業承継等の相談 |
| チャレンジショップ出店者数        | 6者/年<br>（令和3年度）    | 10 者/年       |                     |



チャレンジショップ：あっとかいばら



旧柏原赤十字病院跡地

## 2. 大規模商業施設の発展により丹波市商業を牽引していく

### 現 状

現在、市内中心部の国道 176 号沿い、県道青垣柏原線沿いに、多種多様なロードサイド店が出店し、商業集積を形成しています。街中の商店が減少しているのとは対照的に、店舗が増え続けている状況にあり、特にコモレ丹波の森、丹波ゆめタウン、ザ・ビッグエクストラ氷上などの大型小売店舗の出店は、市内外からの集客に貢献しています。

### 取組方向

#### (1) 多様で専門性の高い商品・サービスの提供

多くの集客力を持ち、京阪神などに行かなくても専門性の高いサービスを受けることができる大型小売店舗は、多様な消費行動をとらえ、市外への消費流出の抑制を図るだけでなく、近隣市町など市外からの集客にも大きく貢献します。

消費者のニーズに対応した安全安心で豊富な商品、サービスの持続的な提供に向けた取り組みを進めます。

魅力あるイベントを実施することで市外からも安定的な顧客確保につなげ、個店、商店街への誘客、周遊性を高める波及効果につなげます。

大型小売店舗に対して、国や県、商店街支援団体等の事業に関する情報を収集・提供し、事業の推進を支援します。

#### 【必要な施策】

##### ○ 集客を高め消費力の向上

市を代表する核商業施設として、専門性の高いサービスを提供するなど個店とは役割分担し、異なる魅力づくりに取り組み、市内外からの集客力を高めるとともに消費を向上させ地域経済の活性化につなげます。

##### ○ 集客イベント開催等の支援

大型小売店舗が行う個店、商店街など地域との共催行事、イベントについて、その開催やPRの促進、集客力アップなどを関係機関等と連携し支援します。

## (2) 大規模商業施設が果たす公共的役割に対する支援の充実

多目的ホールなどは、数少ないコミュニティ拠点として公共性の高い施設と位置付けられることから安定的な運営に向けた支援が必要です。

また、市民活動の拠点や災害時における避難所のみならず、様々な公共的な役割を果たす施設運営に取り組みます。

### 【必要な施策】

#### ○ コミュニティ施設運営支援

市民が集い、コミュニティの促進が図れるパブリック機能を持つ施設に対して、円滑な運営に資する支援に取り組みます。

#### ○ 公共的サービスへの活用

市民生活の利便性向上や市民への啓発イベントなどの開催、大型小売店舗の集客性や機能を活かした活用を推進します。

### 【各主体の役割】

| 主 体     | 役 割                                                             |
|---------|-----------------------------------------------------------------|
| 市民・事業者等 | ・地元商業者や事業者が提供する商品の積極的な購入<br>・消費活動の基本を市内におき、市民一人一人が地域経済活性化の意識を持つ |
| 行 政     | ・集客イベントや関係機関との連携をサポート<br>・公共的サービスにおける連携                         |

### 【事業の目標数値】

| 項目                      | 現状                   | 目標(令和9年度) | 備考 |
|-------------------------|----------------------|-----------|----|
| ポップアップホール・文化教室の利用者数(延べ) | 21,660人/年<br>(令和3年度) | 40,000人/年 |    |
| 公共的な啓発イベントなどの実施回数       | 140回/年<br>(令和3年度)    | 150回/年    |    |



### 3. スモールビジネスの起業や中小企業の誘致を広げる

#### 現 状

本市はU・Iターン者のみならず、兼業農家をはじめ、本業以外にも仕事を持ち活躍する市民が多く存在します。そこで、U・Iターン者や意欲ある市民が挑戦する市内での起業を、積極的にサポートできる仕組みや定住と起業をセットに考えることができる機会の提供等、新しい仕事を生み出し、地域の雇用創出や経済効果の波及につながる総合的な支援に取り組み、スモールビジネスに挑戦できるまちを推進する必要があります。

また、新規企業の立地による雇用確保も重要であり、交通の優位性、利便性の魅力をアピールし、全国区「丹波」ブランドなど地域特性を積極的に活用しながら、誘致活動に取り組む必要があります。

#### 取組方向

##### (1) 起業の推進

本市の創業支援の中心的な施策として、「Bizステーションたんば」による起業・創業の活動支援などを強化していきます。

また、創業後の経営継続に向けたフォローも必要であり、商工会、県や金融機関等との連携を密にしていきます。

地域資源を活かした本市ならではの起業・創業を支援することにより、丹波市ブランドの向上や地域資源の消費拡大にもつなげます。

現在、国では、デジタルの力を活用した地方の社会課題解決として「デジタル田園都市国家構想」、県では、「シリ丹バレー構想」の取組が進められており、これらの取組と連携しスタートアップ支援の相乗効果を図ります。

#### 【必要な施策】

##### ○ 起業相談体制の強化

本市における起業相談は、年間 300 件を超えているときもあり、相談内容も多岐にわたっています。今後相談件数の増加や起業家への的確な情報提供、創業後のフォローアップも含めた指導についてもますます専門性が求められることから、商工会と連携し相談体制の強化を図ります。



地域資源を活用した商品のコーナー  
(道の駅丹波おばあちゃんの里)

## ○ コミュニティビジネスの起業支援

地域に顕在化する高齢者の生活支援、子育て支援、地域振興などに新たな商業価値を見出し、地域を活性化させる事業を持続的に展開するコミュニティビジネスの起業について、市民活動支援センターなどの関係機関と連携を密にし支援を図ります。

## ○ 女性起業家の育成

女性の独創的な視点や発想、新しい感性、そして女性ならではの豊かな経験を活かせるビジネスの創造に向け、ネットワークづくりなど女性の起業を応援する仕組みを検討します。

市内で起業し、いきいきと活動する女性が増えることで、地域経済の活性化につなげます。

## ○ 若者の起業と育成

将来に向け持続的に発展していくためには、若い世代の定着が重要な課題となっており、起業家の支援、育成はこれらの課題解決の大きな要因のひとつとなります。

Bizステーションたんばやたんば“移充”テラスなどの相談窓口と連携を密にしながら本市の魅力ある地域資源を積極的にアピールすることで起業家志望のU・Iターン者もターゲットに人材確保に努めます。

さらに、起業を目指す人の実践の場であるチャレンジショップの開設で起業を支援するとともに創業から間もない事業者のネットワークを構築し事業継続や育成を支援します。

## ○ 丹波市ブランドの活用

丹波三宝など魅力ある数多くの農産物、丹波布をはじめとする伝統工芸や地場産業、丹波竜など地域特性を持つ付加価値の高い地域ブランドを活用した起業を育成することも重要です。このことにより丹波市ブランドを国内外に広く発信し、消費拡大につなげるとともに人材育成による技術の継承を図ります。

加えて市内に点在する空き店舗等に起業家など新規事業者の参入を関係機関と連携し支援することで商店街の活性化にもつなげます。



丹波布



丹波市産材を使った一人膳

### 【各主体の役割】

| 主 体     | 役 割                   |
|---------|-----------------------|
| 市民・事業者等 | 誰もが起業しやすい環境をつくる       |
| 行 政     | 起業しやすい環境づくりへの支援策に取り組む |

### 【事業の目標数値】

| 項目                   | 現状                | 目標(令和9年度) | 備考              |
|----------------------|-------------------|-----------|-----------------|
| Bizステーションたんば利用者数(延べ) | 259人/年<br>(令和3年度) | 350人/年    | 起業に関する相談        |
| 新規起業家数               | 24人/年<br>(令和3年度)  | 20人/年     | Bizステーションたんば利用者 |
| チャレンジショップを利用した起業家数   | -                 | 3者/年      |                 |

## (2) 企業誘致に係る情報の収集と発信

企業進出における優遇制度の特徴や優位性などを市内外の有力企業にアピールし誘致に取り組めます。

本市への企業進出に対して、必要な情報提供をはじめ、課題の解消につながる相談体制の充実を図ります。

また、進出企業に対して継続的に相談に応じ、必要な支援につながるよう取り組んでいきます。

将来的に市内既存企業との結びつきも重要視し、連携による地域の産業発展につなげ定着を図ります。

### 【必要な施策】

#### ○ 関係機関と連携した企業誘致活動

企業立地を検討する企業とのマッチングを行うひょうご・神戸投資サポートセンターや地元不動産仲介業者など関係機関と連携し、企業からの立地相談にきめ細やかに対応しながら企業誘致活動に取り組めます。

#### ○ アフターケアと情報交換の充実

新規進出企業、既存企業を問わず、企業との情報交換の機会を増やし、企業誘致、事業拡大、雇用の維持拡大、職場労働環境の改善等のために市が果たすべき効果的な支援策は何かを見極めるように努めます。

### (3) 企業誘致に向けた環境整備

北近畿豊岡自動車道は、令和6年には豊岡市まで全線開通することとなり、今後は、鳥取県などの山陰地方と結ぶ山陰近畿自動車道への接続も計画されています。また、播磨地域と結ぶ国道175号の整備も西脇市郊外まで進んでおり、春日ICおよび氷上ICを有する本市は、京阪神地域、播磨地域、山陰や北陸地方を結ぶ交通ネットワークの要衝地という利点を最大限に活かすことができます。加えて、本市は地質上、自然災害のリスクが少ない土地と言われており企業の事業継続における優位性もあります。

これら運輸・物流の利便性の向上や企業のBCP（事業継続計画）の観点から、道路網にかかる多方面で事業展開する企業の拠点として、新たな企業進出が期待できます。また、ますますデジタル化が進む中、本市においてもIoTやAIなど新技術を活用する企業の誘致環境の整備が求められます。

#### 【必要な施策】

##### ○ 進出企業への各種優遇制度の充実

企業立地における初期投資の負担を軽減できるよう、効果的な優遇策を検討します。

##### ○ 歌道谷用地の活用

市所有地であり、3.5haを有する歌道谷用地への企業誘致を推進します。

##### ○ 新技術を活用する企業の誘致

IoTやAIなどにより今後成長が期待される分野として、製造・流通・医療・介護・農業・観光などが挙げられます。例えば、本市の基幹産業である農業分野においてIoTやAIなどを手がける企業の参入によりスマート農業化を進め、農業人口の減少や高齢化を補うとともに、農業の活性化につなげます。異業種における技術活用による既存産業の活性化をめざし、企業が参入しやすい環境整備に取り組みます。

##### ○ ワンストップ体制の推進

進出企業が抱える課題に対しワンストップでサポートできるよう必要な情報の提供、相談体制の充実を図ります。そのため企業立地の適地についても常に情報収集します。

#### 【各主体の役割】

| 主 体     | 役 割                                                           |
|---------|---------------------------------------------------------------|
| 市民・事業者等 | 情報提供、地域貢献                                                     |
| 行 政     | ・商工会等と連携し、新規企業がより進出しやすい環境を整備する<br>・情報発信、立地検討企業の情報収集、産業立地PRを行う |

#### 【事業の目標数値】

| 項 目        | 現 状             | 目 標 (令和9年度) | 備 考 |
|------------|-----------------|-------------|-----|
| 企業誘致件数(新規) | 2件/年<br>(令和3年度) | 2件/年        |     |

## 4. 既存企業が安心して事業活動を展開できる環境をつくる

### 現 状

高校卒業後における高等教育機関への進学率が向上し、若者の労働力不足が課題となっています。持続可能な社会構造・経済構造を維持するためには、子育て施策やU・Iターン施策の充実を図り、人口の社会増に向けて横断的な組織連携による取り組みが必要です。新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受け、有効求人倍率が1倍を下回るなど求人数が減少したものの市内企業における若者の人材確保が困難な状況にあることから、若者の地元就職とU・Iターンを推進するため、令和4年度に「ふるさと就職奨励金制度」を創設しました。今後、市内企業がこの制度を効果的に活用することで、若手人材の確保につながっていくことが期待されています。また、市内企業の優位性や高い技術力を小学生から高校生、保護者など幅広い世代に認知させ、ふるさとへの誇りと愛着を醸成することで地元就職につなげ、将来にわたって市内企業が安定的に事業活動を継続できるよう人材の確保を支援しています。

中小企業経営基盤の安定化のため資金融資制度や設備投資補助金等を通じて、市内中小企業の経営安定と事業拡大を継続して支援しており、人材面・経済面の双方からの支援に取り組んでいます。

### 取組方向

#### (1) 財源や情報発信に対する支援

市内には、高い技術力で優れた品質を支える優良企業が多くあります。

企業自らが市内外にその優位性を積極的にPRする機会を設け、事業拡大、新たな事業機会の創出につなげます。

また、事業拡張に伴う増設への投資やそれに伴う雇用増加についても積極的な支援に取り組めます。

本市で操業を続ける既存企業は、長年地域経済を牽引し、安定的な雇用創出に大きく貢献しています。社会情勢が常に変化し続ける中、今後も引き続き、既存企業の健全経営に向けた支援に取り組む必要があります。

#### 【必要な施策】

##### ○ 地元企業の市内外PR

全国レベルの企業展示会への出展など市内企業の高い技術力や専門性をアピールする場を設けることや就職支援ポータルサイトを活用した企業情報のPRなどに取り組み、他業種とのネットワークを構築し事業拡大、新たな事業機会の創出につなげます。



### ○ 増設に対する各種優遇制度適用

市内に新たに工場などを増設する企業に対して、その投資負担を軽減するための支援を検討します。

### ○ 経営安定、事業拡大等に向けた支援制度の充実

市内企業が行う販売促進、事業規模拡大、生産性向上、効率化による売上などの増加に向けた取組に対し、DX の取組など時節に応じた各種支援を講じます。

### ○ 企業ニーズの把握

市内企業への巡回訪問を行い、企業から事業活動や操業環境に対する要望等の最新情報の収集に努め、企業が抱える課題等の解決や操業環境の向上をともに検討、推進していきます。

## (2) 人材の確保支援

市内産業を活力あるものとし、将来に亘って持続的に発展させていくためには、安定した人材の確保が重要です。

新規卒業者やU・Iターン者の市内就職を促進するため、ハローワークや人材確保協議会などとの連携により、高校や大学への訪問活動、企業説明会や就職フェアを定期的



に開催し、安定的な人材確保につなげる必要があります。 高校生を対象にした企業紹介フェア

### 【必要な施策】

#### ○ 大学と連携した人材確保

就職支援連携協定を締結した大学との就職面接会、企業見学会に加え、福知山市・朝来市・丹波市で取り組む三市連携事業として、福知山公立大学の学生を対象とした企業見学会や企業セミナーを開催し、本市に関心を持つ学生の確保に努めます。また、丹波篠山市・丹波市・丹波県民局等で組織する丹波地域人材確保協議会においても、県内・県外の大学と連携して若手人材の確保に取り組めます。

#### ○ 高校と連携した人材確保やキャリア教育の推進

これまで実施してきた高校生を対象にした企業見学会に加え、新たに小学生を対象にした企業見学会を開催し、保護者をはじめ地域住民にふるさとへの愛着と誇りを醸成する好機にします。

#### ○ 合同企業説明会などの開催

地元企業と学生・社会人等の交流、情報交換及びマッチング機会の場を設けるため、関係機関や移住・定住部署と連携を図りながら、就職ガイダンス、企業説明会、企業情報交換会などを市内外において実施します。

### ○ 専門人材の活用や労働者のスキルアップに対する支援

デジタル人材の活用や労働者の資格取得や技能習得のための機会を支援し、デジタル社会への対応や労働者のスキルアップを支援します。

### ○ 丹（まごころ）ワークサポートたんばによる人材確保・就労支援

本市と兵庫労働局が連携して設置している丹（まごころ）ワークサポートたんばにおいて、若者・子育て世代から高齢者までを対象に就職に関する相談、模擬面接、ハローワーキングなどの就労支援や不足している福祉分野の人材確保に取り組みます。



丹（まごころ）ワークサポート

### ○ 就職支援ポータルサイトの開設

市内の企業情報や求人情報、就職面接会の開催情報、市内企業で働く人の声などを総合的に掲載した就職支援ポータルサイトを開設し、市内外の若者をはじめ移住希望者が「いつでも、どこでも」市内企業の魅力に触れる機会を創ることで市内企業における人材の確保につなげます。

## (3) 企業間連携の推進

技術開発、製品開発、新たな取引先の開拓、販路の拡大等に向け、地元の企業間にとどまらず、市外の企業との連携も視野に入れ企業間の情報交換などの交流を促進します。

### 【必要な施策】

#### ○ 企業マッチングの推進

市内企業の経営安定、事業拡大に向けて企業間連携を推進するためには、各企業における事業活動の現状を把握し、企業の方針に沿ったマッチングの仕組みづくりを検討します。

### 【各主体の役割】

| 主 体     | 役 割                                                           |
|---------|---------------------------------------------------------------|
| 市民・事業者等 | 情報提供、地域貢献                                                     |
| 行 政     | ・商工会等と連携し、既存企業の経営安定、操業環境の向上を図る<br>・情報提供、立地検討企業の情報収集、産業立地PRを行う |

### 【事業の目標数値】

| 項 目                      | 現 状               | 目 標 (令和 9 年度) | 備 考 |
|--------------------------|-------------------|---------------|-----|
| 学卒者を新規雇用した企業数            | 57 社/年<br>(令和3年度) | 70 社/年        |     |
| まごころワークサポートたんばを通じて就職した件数 | 124件/年<br>(令和3年度) | 160 件/年       |     |



## 5. 働き方改革を推進する

### 現 状

少子高齢化の進展により労働力人口の減少を目のあたりにし、人材と労働力の確保、及び育成は全産業分野に共通する重要な課題です。これまで以上に、女性、高齢者、障がい者の労働参加や活躍が不可欠になっています。とりわけ女性の職業生活における活躍の推進や仕事と家庭の両立支援の取組は、ワーク・ライフ・バランスを前提とし、企業価値を高める動きとされています。

一方、労働者側からも長時間働くことよりも、いかに効率的に働くことができるのかが求められる時代になりました。「働くこと」に経済的な面からだけではなく、「生きがい」や「やりがい」を求める声は確実に増えています。

社会の変化に柔軟に対応して、働き方を改革していくことが企業の健全な発展と労働者の雇用確保につながります。

### 取組方向

#### (1) 企業に対する働き方改革の支援

地域活力を創り出す中小企業などの既存事業所に対する支援、魅力的なしごとの場として機能する雇用と就業機会の安定的な確保、若者や女性の働くニーズに応じた就業環境づくりを推進します。

また、市内中小企業を中心に直接企業を訪問し、企業の状況等を把握するとともに、市の各種支援制度や融資制度の充実を図り、事業の安定を促進することにより働きやすい職場づくりにつなげます。

#### 【必要な施策】

##### ○ 各種支援制度の充実

雇用者や労働者の意識啓発、研修会の開催、福利厚生施設の整備など労働環境改善に取り組む企業の姿勢を後押しするための支援に取り組めます。

ワーク・ライフ・バランスを推進するための柔軟な働き方の設定や休暇制度の促進を支援します。

##### ○ 企業ニーズの把握

市内企業への巡回訪問を行い、企業から事業活動や操業環境に対する要望等の最新情報の収集に努め、企業が抱える課題等の解決や操業環境の向上をともに検討、推進していきます。

## (2) 労働者に対する働き方改革の支援

労働者が、仕事と家庭の調和による健康で豊かな生活を送れるよう、雇用者や労働者に対し最低賃金制度や労働法令の周知や啓発を行うとともに、労働者福祉の向上をめざし、年間総実労働時間の短縮などの促進といった雇用労働条件の改善を支援しワーク・ライフ・バランスを推進します。

さらに、女性に対しては、結婚や出産にかかわらず、仕事が続けられるような子育て支援を行い、女性のみならず男性も子育てや介護をしながら働きやすい環境づくりを整える支援制度も必要です。

U・Iターン者などが本市での暮らしや仕事を総合的に相談できる移住相談窓口を充実し、自分の希望に沿う仕事場探しをマッチングすることができる仕組み、テレワーク等多様な働き方の導入により女性や高齢者、障がい者が働きやすい環境や仕事を支援する仕組みづくりを推進します。

女性や高齢者、障がい者などが安心して活躍できる職場をつくることは、すべての労働者にとって働きやすく暮らしやすい環境といえます。

### 【必要な施策】

#### ○ ワーク・ライフ・バランスの推進

労働者の職場環境や労働条件の改善に向けた研修会や就業規則の策定、福利厚生施設の充実などの企業の取組を促進させる支援を実施します。特に保育士や介護士などの処遇改善に向けて取り組みます。

#### ○ 女性活躍推進や両立支援策の充実

女性が働きやすい労働環境の整備、また性別に関係なく労働者が働きながら出産、子育て、介護など多様なライフスタイルとの両立ができるよう柔軟な働き方ができる環境の整備に取り組みます。

#### ○ 子育て世代への支援策の充実

本市の各種の子育て支援策の連携により、子育て世代の労働者が働きやすい労働環境を整備します。

#### ○ ハローワークなど関係機関との連携強化

丹(まごころ)ワークサポートたんばを機軸としハローワークなど関係機関との連携を強化し労働者の就労相談や復職、離転職におけるキャリアコンサルティング、心理カウンセリングなど就労に関するあらゆる相談について、きめ細かな対応に努めます。

#### ○ コワーキングスペース開設への支援

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴って、コワーキングスペースを利用して仕事するリモートワークが一気に加速しました。本市の豊かな自然の中で観光を楽しみながら

仕事と調和して働く「ワーケーション」は、本市の強みを活かすことができることから、空き家などを改修した施設や宿泊施設を活用したコワーキングスペースの開設を支援します。また、県のシリ丹バレー構想において「たんばコワーキングネットワーク」が推進されることから、コワーキングスペースを活用した企業の事業継続計画（BCP）に寄与することが期待できます。

#### 【各主体の役割】

| 主 体     | 役 割                                                    |
|---------|--------------------------------------------------------|
| 市民・事業者等 | 事業者は、市内雇用の拡大に努め、従業員がライフスタイルに応じて能力を最大限に発揮できる就労環境づくりに努める |
| 行 政     | ワーク・ライフ・バランスなどの労働環境の改善に向けた市内企業の取組に対する支援施策を行う           |

#### 【事業の目標数値】

| 項 目                            | 現 状               | 目 標（令和 9 年度） | 備 考    |
|--------------------------------|-------------------|--------------|--------|
| ワーク・ライフ・バランスがうまく取れていると考える市民の割合 | 55%<br>（令和3年度）    | 70%          | 市民意識調査 |
| 仕事と家庭の両立支援制度の活用件数（新規）          | -                 | 10件/年        |        |
| 女性活躍推進助成制度の活用件数                | 21 件/年<br>（令和3年度） | 25 件/年       |        |



## 6.丹波市がめざす5年後（令和9年度）の商工業の姿

【 令和5年度→令和9年度 】

### “住み続ける”を実現する商工業の発展

現在の丹波市の商工業と「まち」

5年後

- 地域の小規模商店は元気に営業し、日々楽しく買い物ができています
- 中心部の大規模商業施設では専門化や品揃えが充実し、様々なお客様でにぎわっています
- ワーク・ライフ・バランス、男女雇用機会均等法などに対応した、すべての人々が働きやすい環境ができています
- 新たな生活様式に対応した、リモートワーク、ワーケーションなど新たな働き方と生活を選択できます
- 起業や新規企業立地が増え、市内での雇用も増えています
- 様々な支援と企業努力により、市内産業は着実に成長し、出荷額などの経済的レベルも県平均に近づいています

## 資 料 編

## 諮問第3号

## 丹波市地域資源活用懇話会

## 丹波市観光・商工業振興ユニティプランの改定について（諮問）

丹波市は、平成30年に策定した「丹波市観光・商工業振興ユニティプラン」に基づき、事業を推進しております。

本計画は策定から5年を経過する中、新型コロナウイルス感染症の影響などにより観光や商工業をとりまく社会情勢が大きく変化してきております。このような状況を踏まえ、国の観光立国推進基本法等関係法令の基本理念と丹波市に相応しい観光・商工業振興に関する施策を、総合的かつ計画的に推進していくための基本方針となる「丹波市観光・商工業振興ユニティプラン」を改定することとしました。

つきましては、今後の観光・商工業の振興施策のあるべき方向性等の見直しについて、貴懇話会での専門的かつ幅広い見地からご検討いただきたく諮問いたします。

## 諮問内容

- 1 丹波市総合計画に基づく「丹波力を活かした創意ある元気なまち」を実現化する施策の策定
- 2 新型コロナウイルス感染症の影響などによるポストコロナを見据えた社会情勢を考慮し、観光・商工業の活気・活力が回復する施策の策定
- 3 SDGsやデジタル化等の情勢を踏まえた推進施策の検討

令和4年6月30日

丹波市長 林

時彦



**丹波市地域資源活用懇話会委員名簿**  
**(丹波市観光・商工業振興ユニティプラン策定)**

委嘱期間：令和4年6月 30 日から2年間

| 区分（条例第3条）        | 名前      | 所属/役職                      | 備考  |
|------------------|---------|----------------------------|-----|
| 1号委員<br>農林漁業者    | 関 美 絵 子 | 丹波根っこの会                    | 副会長 |
| 2号委員<br>商工業者     | 山 口 嘉 幸 | (株) ハートトラベル                |     |
| 2号委員<br>商工業者     | 藤 井 和 枝 | ホクトウ産業                     |     |
| 2号委員<br>商工業者     | 竹 内 真 子 | スターバー                      |     |
| 2号委員<br>商工業者     | 鴻 谷 佳 彦 | 無鹿リゾート                     |     |
| 3号委員<br>メディア関係者  | 荻 野 祐 一 | (株) 丹波新聞社                  |     |
| 4号委員<br>識見を有するもの | 田 辺 眞 人 | 園田学園女子大学<br>名誉教授           | 会長  |
| 4号委員<br>識見を有するもの | 松 原 慶 明 | (一社) 丹波市観光協会<br>観光戦略室長     |     |
| 4号委員<br>識見を有するもの | 大 木 玲 子 | 丹波市商工会<br>参事               |     |
| 5号委員<br>公募による市民  | 濱 田 亮 光 |                            |     |
| 5号委員<br>公募による市民  | 植 地 惇   |                            |     |
| 6号委員<br>行政関係者    | 宇 瀧 広 子 | 丹波県民局 県民交流室<br>室長補佐兼産業振興課長 |     |



## 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン策定経過

| 月 日                      | 会議名          | 内 容                                                           |
|--------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------|
| 令和4年6月30日                | 第1回懇話会<br>諮問 | 委嘱書交付、会長及び副会長の選出、諮問書伝達                                        |
| 令和4年7月26日                | 第2回懇話会       | 商工業部門資料説明、観光部門資料説明                                            |
| 令和4年8月24日                | 第3回懇話会       | 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン（案）協議                                       |
| 令和4年10月6日                | 第4回懇話会       | 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン（案）協議                                       |
| 令和4年11月8日                | 第5回懇話会       | 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン（案）協議                                       |
| 令和4年12月13日               | 第6回懇話会       | 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン（案）協議                                       |
| 令和4年12月21日～<br>令和5年1月25日 | パブリックコメントの実施 | 丹波市観光・商工業振興ユニティプランに対する市民からの意見等の募集<br>※令和5年1月13日にパブコメミーティング実施。 |
| 令和5年2月2日                 | 第7回懇話会       | 丹波市観光・商工業振興ユニティプラン（案）協議                                       |
| 令和5年2月21日                | 答申           |                                                               |

丹波市地域資源活用懇話会設置条例

平成24年6月22日

条例第31号

(設置)

第1条 丹波市内の農林漁業者、商工業者等の連携により、農商工連携、地域資源活用の促進及び丹波市の魅力向上による交流人口の拡大を図り、産業振興及び地域経済発展に資するため、丹波市地域資源活用懇話会（以下「懇話会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 懇話会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 産業振興に係る施策（以下「産業施策」という。）の企画立案に関すること。
- (2) 産業施策の推進に係る情報収集及び総合調整に関すること。
- (3) 産業施策の進行管理及び評価に関すること。
- (4) 前3号に掲げるもののほか、産業施策の推進に関し必要な事項

(組織)

第3条 懇話会は、委員15人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 農林漁業者
- (2) 商工業者
- (3) メディア関係者
- (4) 識見を有する者
- (5) 公募による市民
- (6) 行政関係者

(任期)

第4条 委員の任期は、2年とし、再任は妨げない。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第5条 懇話会に会長及び副会長を置く。

- 2 会長及び副会長は、委員の互選によりこれを定める。
- 3 会長は、会務を総括し、懇話会を総理する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は欠けたときは、その職務を代理する。

(市関係部署の参画)

第6条 市の関係部署の職員は、必要に応じて懇話会に出席し、懇話会との連携及び調整を図るものとする。

(会議)

第7条 懇話会の会議（以下「会議」という。）は、会長が招集し、会議の議長となる。

2 会議は、委員の過半数が出席しなければこれを開くことができない。

3 会長は、必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、意見を聴き、又は必要な資料の提出及び説明を求めることができる。

(庶務)

第8条 懇話会の庶務は、産業経済部において処理する。

(その他)

第9条 この条例に定めるもののほか、懇話会の運営に関し必要な事項は、会長が懇話会に諮り、これを定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、公布の日から施行する。

(特例措置)

2 第4条の規定にかかわらず、この条例の施行の日（以下「施行日」という。）以後最初に委嘱する委員の任期は、市長が委嘱をした日から平成26年3月31日までとする。

3 第7条第1項の規定にかかわらず、施行日以後最初に開かれる会議は、市長が招集するものとする。

## 丹波市中小企業・小規模企業振興基本条例

平成28年9月29日

条例第36号

丹波市内に立地する企業の大多数を占める中小企業・小規模企業は、地域経済を根底から支え、その発展に寄与するとともに、雇用創出により安定した市民生活を実現し、まちづくり、災害時の支援等においても地域社会の担い手として重要な役割を果たしてきた。また、大企業の企業活動にとっても重要な存在といえる。

人口の減少、超高齢社会の到来、経済活動のグローバル化の進展等、経済・社会構造が大きく変化している中で、持続可能なまちづくりを進めていくためには、中小企業・小規模企業の役割とあり方について、市、議会、事業者、地域経済団体等及び市民が共通認識を持ち、協働により中小企業・小規模企業の振興に向けた取組を実施していくことが重要である。

ここに、市は、事業者、地域経済団体等及び市民と連携を図りつつ、中小企業・小規模企業の振興を市政の重点課題と位置付け、振興に向けて基本理念を明らかにし、地域全体で共有しつつ、地域社会の発展と市民生活を豊かにする施策として総合的に実施するため、この条例を制定する。

## (目的)

第1条 この条例は、中小企業・小規模企業の振興について、市及び議会の責務、事業者及び地域経済団体等の役割並びに市民の理解及び協力を明らかにするとともに、市の中小企業・小規模企業施策の基本となる事項等を定めることにより、中小企業・小規模企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域産業及び地域経済の発展を促し、市民生活の向上に寄与することを目的とする。

## (定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 事業者 市内で営利を目的とする事業を営む法人及び個人をいう。
- (2) 中小企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号。以下「法」という。）第2条第1項各号のいずれかに該当する事業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (3) 小規模企業者 法第2条第5項に該当する事業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (4) 大企業者 中小企業者・小規模企業者以外の事業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (5) 地域経済団体等 市内に事務所又は事業所を有する次に掲げるものをいう。
  - ア 商工会法（昭和35年法律第89号）に基づく商工会
  - イ 銀行、信用金庫その他金融機関
  - ウ 農業協同組合法（昭和22年法律第132号）に基づく農業協同組合

エ その他経済活動の発展に寄与する団体及びこれらに準ずる団体

(6) 市民 市内に在住、在勤又は在学する者をいう。

(基本方針)

第3条 中小企業・小規模企業の振興は、「丹波力を活かした創意ある元気なまち」の実現を目標とし、中小企業者・小規模企業者自らの創意工夫及び自主的な努力を尊重しつつ、その特性に応じた総合的な施策を市、事業者、地域経済団体等及び市民の連携と協働の下に一体となって推進することを基本とする。

2 中小企業・小規模企業の振興は、グローバル化の進展も視野に入れ、国、県その他公共団体と連携を図りながら推進するものとする。

(基本的施策)

第4条 市は、第1条の目的を達成するため、前条の基本方針に基づき、次に掲げる施策を行うものとする。

- (1) 経営安定の促進及び経営革新並びに事業承継のための施策
- (2) 創業又は新事業の創出のための施策
- (3) 各産業の技術向上及び伝統工芸等の技術伝承のものづくりのための施策
- (4) 各産業の交流、連携及び協働による支え合いづくりのための施策
- (5) 市内経済の循環を促進するための施策
- (6) 市内商工業の活性化の推進及び農林業の産業化のための施策
- (7) 観光との連携によるにぎわいづくりのための施策
- (8) 雇用の促進、人材の確保及び育成並びに職場環境の改善のための施策
- (9) 学校教育における勤労観及び職業観の醸成のための施策
- (10) すべての市民が参加できる産業振興のための施策
- (11) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

(市の責務)

第5条 市は、事業者、地域経済団体等及び市民と連携を図りながら、経済・社会情勢の変化に対応した中小企業・小規模企業の振興のための適切な施策を推進し、財政上の措置並びに国、県等との連携及び協力に努めるものとし、必要に応じて国、県等に対し施策の充実及び改善の要請を行うものとする。

2 市は、小規模企業の振興に関する施策については、資金、人材等の確保が特に必要であると思われる小規模企業者の事情に配慮するものとする。

3 市は、工事の発注、物品及び役務の調達等に当たっては、予算の適正な執行に留意しつつ、中小企業者・小規模企業者の受注機会の拡大に努めるものとする。

(議会の責務)

第6条 議会は、中小企業・小規模企業の振興に関し、市の事務執行の監視及び評価並びに政策提言に努めなければならない。

(中小企業者・小規模企業者の役割)

第7条 中小企業者・小規模企業者は、経済・社会情勢の変化に対応して自主的に事業活動の向上及び改善に努めるものとする。

2 中小企業者・小規模企業者は、事業活動を行うに当たっては、経営基盤の強化、

人材の育成及び雇用環境の充実を図り、従業員が生きがい及び働きがいを得ることが  
できる職場づくりに自主的な努力をするものとする。

- 3 中小企業者・小規模企業者は、市が実施する中小企業・小規模企業振興策に協力  
するよう努めるものとする。
- 4 中小企業者・小規模企業者は、市内の他の事業者及び地域経済団体等との連携に  
努めるとともに、市内で生産、製造及び加工される製品並びに市内で提供される役  
務の利用に努めるものとする。
- 5 中小企業者・小規模企業者は、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自  
覚し、暮らしやすい地域社会の実現に貢献するよう努めるものとする。

(大企業者の役割)

第8条 大企業者は、中小企業・小規模企業の振興が市の経済活動の発展に重要な役  
割を果たすことを理解し、中小企業者・小規模企業者との連携を図るとともに、市  
が実施する中小企業・小規模企業振興策に協力するよう努めるものとする。

- 2 大企業者は、市内における中小企業者、小規模企業者及び地域経済団体等との連  
携に努めるとともに、市内で生産、製造及び加工される製品並びに市内で提供され  
る役務の利用に努めるものとする。
- 3 大企業者は、地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、暮らしやす  
い地域社会の実現に貢献するよう努めるものとする。

(地域経済団体等の役割)

第9条 地域経済団体等は、中小企業者・小規模企業者の経営の安定及び向上の支援  
に積極的に取り組むとともに、市が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する  
施策に協力するよう努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第10条 市民は、中小企業・小規模企業の振興が市民生活の向上において果たす役割  
の重要性を理解し、中小企業・小規模企業の健全な発展に協力するよう努めるもの  
とする。

- 2 市民は、消費者として市内で生産、製造及び加工される製品の購買又は消費並び  
に市内で提供される役務の利用に努めるものとする。

(協議の場の設置)

第11条 この条例の目的の達成及び第4条に規定する基本的施策の実施等について協  
議するため、中小企業・小規模企業の振興のための協議の場（以下「協議の場」と  
いう。）を設置する。

- 2 協議の場の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

(その他)

第12条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この条例は、平成29年4月1日から施行する。

令和5年2月21日

丹波市長 林 時彦 様

丹波市地域資源活用懇話会

会長 田辺真人

丹波市観光・商工業振興ユニティプランの改定について（答申）

令和4年6月30日付け諮問第3号をもって諮問された、今後の中長期的な観光・商工業振興施策のあるべき方向性を示した基本計画について、当懇話会において慎重に審議を重ねた結果、別添「丹波市観光・商工業振興ユニティプラン（案）」のとおり答申します。

新型コロナウイルス感染症の影響などにより観光や商工業をとりまく社会情勢が大きく変化しております。このような状況を踏まえ、観光・商工業がさまざまな連携を図りながら、市民、事業者、団体、行政が一体となって、本計画の着実な推進に取り組まれることを期待します。



発行・編集

丹波市 産業経済部 観光課・商工振興課

〒669-4192

兵庫県丹波市春日町黒井 811 丹波市役所春日庁舎

観光課 TEL 0795-88-5115

商工振興課 TEL 0795-74-1464

FAX 0795-74-3005