

3 推進体制

「銀の馬車道」がつなぐ中播磨地域では、住民自らが描いた地域の“夢”である中播磨地域ビジョンの実現に向け、さまざまな取り組みが展開されてきた。

その推進手法として提起されているのは、以下の3つである。

“おこす（がんばる意欲をおこす）”

“つなぐ（活動をネットワークする）”

“いかす（資源を地域づくりにいかす）”

第1次計画の推進においては、「日本初の高速産業道路」として中播磨地域を育んできた「銀の馬車道」の歴史的・文化的な価値を活用することを通じて地域をさらに魅力あるものにしようとする人々の意欲の集積が、沿道各地でつながったことにより一つの取り組みとして展開され、さらに地域資源として商品開発やまちづくりへと活用されることとなった。

まさに、中播磨地域ビジョンを実現するための推進の基幹部となり、第1次計画は展開された。

第2次計画においては、「銀の馬車道」と深く関わりのある「鉱石の道」や「海の道」と連携して、「銀の馬車道」をより歴史、空間、文化の重層性をもったブランドとすることをめざして、第1次計画の取り組みを前進させ持続させてきた。

地域の産品開発やイベント、また「銀の馬車道」人情喜劇劇団の活動が定着し、地域住民の間で「銀の馬車道」に対する理解が深まってきている。

一方で、第1次、第2次計画の10年間を経て、やや活動のマンネリ化が指摘されるようになってきている。

第3次計画は「銀の馬車道」をブランド化し、地域外からの誘客増加をめざす

本来、「銀の馬車道」活用推進計画は、「銀の馬車道」を活用してまさに道が結ぶ地域が連携して地域の活性化を目標としたものである。第3次計画は、これまでの10年間の蓄積を活かして国内外の来訪者に「銀の馬車道」の価値や「銀の馬車道」を中心軸とした沿線地域全体の魅力をアピールして、交流人口の拡大（地域外からの誘客）や経済の好循環を生み出すことをめざす。

観光・地域活性化プラットフォーム（DMO）の設立をめざす

現在、姫路城や天空の城として人気の高い竹田城跡には大勢の来訪者がある。特に海外からの観光客が急増しており、これらの来訪者に「銀の馬車道」の価値や魅力をアピールする好機となっている。

このたびの第3次計画（H28～H32の5カ年）では、観光に力点を置いた事業展開を想定しており、「銀の馬車道」の多様な資源を誘客のための物語として構成し、「何度でも訪れてみたい」、「来るたびに異なった楽しさに出会える」ことをめざしている。

推進体制についても、「銀の馬車道ネットワーク協議会」をさらに発展させ、官民協働で、各種観光情報をワンストップで提供し、事業収入等の自主財源を確保することができる組織である観光・地域活性化プラットフォーム（DMO等）設立の検討を進めていく。

※DMO：Destination Marketing / Management Organization

「兵庫遺産街道—Hyogo Heritage Route—」としての飛躍を

DMOが稼ぐ力を付け、自主財源のみで運営するまでに成長するには、「銀の馬車道」だけでは観光地としての魅力が足りない。

日本初の「世界文化遺産」となった姫路城、そして「日本遺産」「近代化産業遺産」「プロジェクト未来遺産」とトリプル遺産達成をめざすことで「銀の馬車道」の遺産としての価値を伝えるとともに、「鉱石の道」、さらには断層から湧き出る城崎温泉等の大地の遺産を有する山陰海岸ジオパークを結ぶ広域観光ルートを、「兵庫遺産街道—Hyogo Heritage Route—」としてルート化する。

豊岡DMO等、すでに先行して取り組みを進めている組織との連携し、地域外から訪れる人々の増加を図り、「銀の馬車道」を通じて周辺地域とともに飛躍をめざす。