

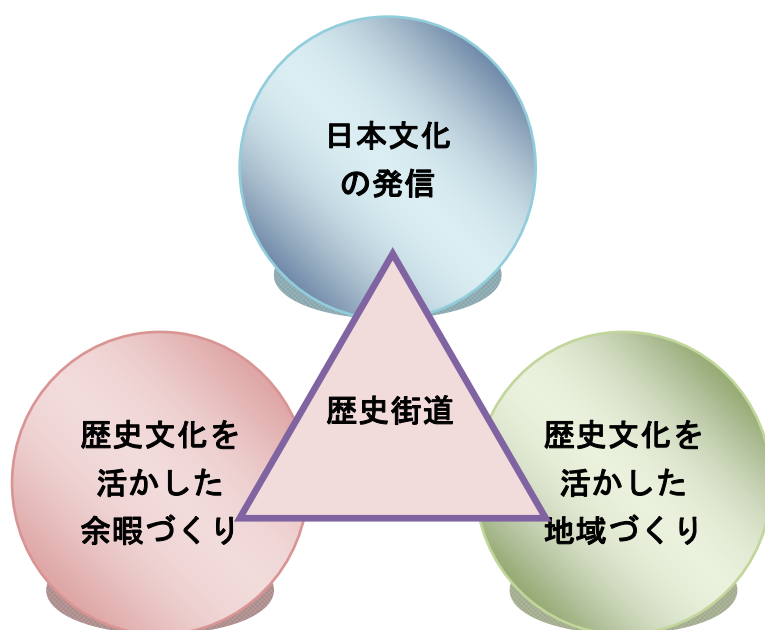
## 歴史街道メインルートと3つのネットワーク



「歴史街道」では、わが国を代表する数多くの歴史文化資源を分かりやすく紹介していくため、5つの時代別ゾーンを結ぶメインルート（伊勢～飛鳥～奈良～京都～大阪～神戸）と、地域の特徴を活かした3つのネットワークを設定しています。

「歴史街道計画」は、これらを舞台に、日本の歴史文化を内外に発信し、我が国の文化戦略の一翼を担おうとするプロジェクトです。

### 3つの目標



## 『「歴史街道」づくりの提言』

外国人に「日本について何を知っていますか」と尋ねると、まず返ってくるのは商品と企業の名前です。経済大国の日本としてそれは当然でしょうが、それ以外のことがほとんど知られていないのは寂しいことです。文化や歴史、功績ある人々の名前などがほとんど知られていないのです。

「人間の顔のない経済大国」、「商品を吐き出すブラックボックス」。日本に対するこうした評価は正しいものではありませんが、私たち日本人もこれまでは、自国の文化や伝統、こころや生活感覚を世界に知らせようという意識が薄かったことも事実でしょう。いや今も、日本の文化やこころを知らせるのは、貿易摩擦のため、よりよい経済関係を深めるため、つまり経済が目的で文化やこころの問題はそのための手段という気持ちがあるのではないのでしょうか。

さらにいえば、私たち日本人自身も、物質的な豊かさ、物理的環境の快適さや便利さを追い求めるのに忙しく、その根底にある日本の文化や伝統や特有の発想について考える余裕を失っているきらいがあるのではないのでしょうか。

今や日本は、世界の16%もの生産力をもち、世界の総輸出の5%にも当たる貿易黒字を計上し、世界中の貯蓄の半分以上を占める巨大な経済力をもつようになっています。日本の経済は、私たちの実感をはるかに超えて、国際化し巨大化しているのです。このままでは日本は「金儲けにしか関心のない国」という評価が定着してしまう恐れがあります。

このような現実を超え、日本人自身も外国の人々にも、長い歴史に培われた日本の文化とこころを深く認識するような実効ある具体的な計画を考える必要があると考えます。

そこで、私たちが着目したのは、日本の文化、日本人のこころが形成された過程を、その現場において見聞することです。

独特の風土を持ったこの国土で生まれた日本文化には、特有の性格があります。同時に世界にも類例のないこの国土の文明的位置の故に、東洋と西洋の文明を巧みに吸収し消化することもできました。現代の日本の文化と日本人のこころは、そうした歴史の成果として築かれたものです。従ってこれを正しく認識し深く理解するためには、歴史現場においてそれぞれの時代の文物と環境を味わうことが大切でしょう。

文化を知りこころを解するためには、書かれた文章を覚え、並べられた事物を知るだけでは充分ではありません。体験の記憶と自ら試みた実感をもって親しみひたるのでなければ、本当の文化を知ることにはならないのではないかと思います。

このような考え方から、私たちは日本の文化と歴史を体験し実感する旅筋、いわば「歴史を楽しむルート」としての「歴史街道」の開発整備を提唱するものです。

幸いにして日本では、主要な歴史の現場を、ほぼ歴史年代の順に訪ねる旅をすることができます。それは、さほど遠い距離でもなくあまり長い時間をかけることもない範囲にあります。つまり、「勤勉に楽しむ」日本人の性格にも、短い日数で日本を訪れる外国人にも、無理なく巡れるルートとなり得るのです。

この「歴史街道」構想は、日本人のこころに伝えられてきた「生なり」の文化の源流というべき神話の地・伊勢からはじまり、古代から中世にかけての三つの都—飛鳥、奈良、京都—とその近郊を巡り、秀吉以降の商人文化の中心地「大阪」、明治以降の国際交流を象徴する神戸を結ぶこととなります。

勿論、日本文化の最も古い歴史をもつこの地域には、多くの歴史文物があり、伝統的な行事や芸術技能が保たれております。また、隠された文物や知られざるころの跡も多いことでしょう。さらにこれから追加すべき「もてなし」のハードやソフトの開発も重要になるでしょう。新しい技術や思想を吸収し活用してきた日本の歴史そのままに、高度な技術や斬新な発想を導入しなければならないことも多いに違いありません。快適な移動方法や多彩な楽しみの導入も大切です。「歴史街道」は、常に開発され更新される知的な観光ルートでなければならないと思うからです。

文化は突如として興るものではありません。伝統を大切にしない文化が長く栄えたためしはなく、新しい技術と発想の導入なしに長く保たれた伝統もまたありません。豊かな国になった日本は、その歴史とところに根づいた文化を、歴史の現場から世界に発信する必要があります。私たちは、この「歴史街道」を現代に生かすことが、二千年の日本の歴史に新しい楽しみを加えると共に、百年後、千年後に現代の英知と繁栄を伝える試みでもあることを願うものです。

今、日本では新しい街づくり、新しい国際交流の場の建設が進められていますが、同時に先人から受け継いだ歴史の現場を、新たな知的興奮の舞台にすることも大切ではないでしょうか。

1988年3月

#### 世界を考える京都座会

|       |      |       |
|-------|------|-------|
| 松下幸之助 | 天谷直弘 | 飯田経夫  |
| 石井威望  | 牛尾治朗 | 加藤 寛  |
| 高坂正堯  | 堺屋太一 | 斎藤精一郎 |
| 広中平祐  | 山本七平 | 渡部昇一  |

## はじめに

歴史街道推進協議会は平成3年に発足して以来、「日本文化の発信基地づくり」「新しい余暇ゾーンづくり」「歴史文化を活かした地域づくり」という3つの目標に取り組んでいる。

歴史街道推進協議会発足20年の節目を迎える第六期計画の策定にあたっては、第五期計画までの18年間の事業成果を有機的に結びつけ如何に活用するか、また、世界的に不透明な経済環境を背景に資金確保が困難となりつつある状況の中で、未達成の課題にどのように取り組み、事業の充実を進めるかが大きなテーマとなっていた。

そこで、第七期計画では、第六期計画までの事業成果を総括して、限られた資源「人材・情報・資金」を如何に有効に活用するかという視点に立って事業の再構築と強化に取り組んできた。

広報活動（日本文化の発信）、個人会員のネットワークづくり、歴史文化を活かした余暇づくり、歴史文化を活かした地域づくり及び協議会運営に内容を整理し、第Ⅰ部にその活動成果を報告する。

続いて、第Ⅱ部に第七期計画(案)をとりまとめた。

第七期計画においては、これまでの事業成果を活用し、時代の流れや環境の変化に柔軟に対応することとし、未曾有の災害に見舞われた日本の速やかな復興を促すためにも、次代を担う青少年や外国からの旅行者に、歴史街道を通して“日本文化の本質”に触れてもらい、「思いやり」「絆」「規律」といった“心の力”を伝え、日本人のアイデンティティを再認識しながら国内外への情報発信に努めることを目指している。

このため、第七期計画の策定にあたり、まず、第六期計画までのビジョン、行動計画及び事業の方向性等についての検討を行った。

ビジョンに関する確認は、以下の4項目である。

### 1. 協議会発足当初からの基本理念を順守すること

『(基本理念) 日本の文化と歴史を体験し実感する旅筋「歴史街道」の開発整備を提唱し、歴史の現場から日本の歴史文化を世界に発信する。「世界を考える京都座会」』

「歴史街道」構想とは、神話の地・伊勢からはじまり、古代から中世にかけての三つの都一飛鳥、奈良、京都一とその近郊を巡り、秀吉以降の商人文化の中心地「大阪」、明治以降の国際交流を象徴する神戸を結ぶ、短期間で無理なく巡ることができる知的観光ルートの実体化構想である。

2. わが国を代表する数多くの歴史文化資源を分かりやすく紹介するため、5つの時代別ゾーンを結ぶメインルート（伊勢～飛鳥～奈良～京都～大阪～神戸）と、文化的重層性、魅力の補填など相互補完機能の面から、地域の特徴を活かした3つのネットワークで構成すること。
3. 協議会発足から20年を迎えて、今日的な存在意義を強く打ち出していくこと。  
（日本の再生、次世代育成としての歴史街道、CSRとしての歴史街道、団塊層・シニア層・都市生活者への新たなアプローチ、世界遺産の活用など）
4. メインルートの実体化をめざし、具体的な活動を進めること。  
（具体的なルート提案、実体化に必須となる事業を見極めメインルート事業を再構築する）

次に、行動計画のテーマの見直しを行った。

1. 「日本文化の発信基地づくり（一～六期計画）」を「日本文化の発信」に改めて行動の幅を広げる。
2. 「新しい余暇ゾーンづくり（一～六期計画）」も同様に「歴史文化を活かした余暇づくり」に改め提案領域が場所に限定される「ゾーンづくり」の表現を避ける。
3. 「歴史文化を活かした地域づくり（一～六期計画）」は変更せず、豊かな自然と歴史・文化の息づくまちづくりを進め、暮らす人にもやさしい、潤いのある空間づくりを目指す。

最後に、事業の方向性についての確認を行った。

1. 「日本文化の発信」については、  
「歴史街道計画の知名度向上」と「歴史街道ブランドの強化に向けた情報発信」を行うために、戦略機能の強化（地域情報の活用、企業研修の本格稼働、教育プログラムの推進など）、広報ツールの強化及び広報ネットワークの強化を目指す。
2. 「歴史文化を活かした余暇づくり」については、  
「歴史街道への旅客誘致活動（広域観光の推進）」及び「メインルートの実体化」を進めるために、視点を線から面に広げ「歴史街道」を通じて日本文化を再発見し、日本の心を体感できるような「旅」の提案、旅を楽しむ新たなツールソフトの開発、誰もが楽しめる旅筋の選定、分野の垣根を越えたイベントの造成などに取り組む。

3. 「歴史文化を活かした地域づくり」については、

「地域ポテンシャルの活用（ソフト、ハードの地域環境整備、人づくり）」、「広域ネットワークの整備」、「情報発信拠点の整備」、「観光誘客のモデル作成」などを通じて、広域連携の強化、世界文化遺産の活用、旧街道をはじめとする地域資源を活かしたまちづくり、観光振興地域における人材育成などに取り組む。

以上を前提に、これまでの事業成果に基づき、新たな手法を取り入れ、限りある資源（人材、情報、資金）を有効に活用し、「歴史街道」の実体化を進め、理念の普及と広報の一層の強化に取り組み、着実な成果を目指すこととした。

引き続き、歴史街道推進協議会の活動に対し、会員の皆様並びに関係各位のご協力、ご支援をいただきたく、よろしくお願い申し上げます。

平成24年6月  
歴史街道推進協議会

# 目 次

|                        |    |    |
|------------------------|----|----|
| 第Ⅰ部 第六期計画の報告           | …… | 8  |
| 1章 広報活動（日本文化の発信）       | …… | 8  |
| (1) 一般広報活動             |    |    |
| (2) 提案受託型広報活動          |    |    |
| －歴史街道「企業研修プログラム」の推進    |    |    |
| (3) 地域文化連携（次世代育成型）広報活動 |    |    |
| －歴史街道「教育プログラム」の推進      |    |    |
| (4) 個人会員のネットワークづくり     |    |    |
| －「歴史街道倶楽部」の推進          |    |    |
| 2章 歴史文化を活かした余暇づくり      | …… | 22 |
| 3章 歴史文化を活かした地域づくり      | …… | 30 |
| 4章 協議会運営               | …… | 37 |
| 第Ⅱ部 第七期計画              | …… | 39 |
| 1章 広報活動（日本文化の発信）       | …… | 39 |
| (1) 一般広報活動             |    |    |
| (2) 提案受託型広報活動          |    |    |
| －歴史街道「企業研修プログラム」の推進    |    |    |
| (3) 地域文化連携（次世代育成型）広報活動 |    |    |
| －歴史街道「教育プログラム」の推進      |    |    |
| (4) 個人会員のネットワークづくり     |    |    |
| －「歴史街道倶楽部」の推進          |    |    |
| 2章 歴史文化を活かした余暇づくり      | …… | 49 |
| 3章 歴史文化を活かした地域づくり      | …… | 54 |
| 4章 協議会運営               | …… | 58 |