

第Ⅱ部 第8期計画

(平成27年度～平成29年度)

第1章 基本方向

第8期計画の策定にあたり、まず、歴史街道の理念が謳われた重要な発信を通して受け継がれてきた基本理念を振り返り、それを堅持していくことを確認する。

1. 基本理念の堅持

- (1) 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。

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

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。日本はその歴史とこ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。(※2ページに全文掲載)

「世界を考える京都座会」の提言(昭和63年3月)

- (2) 各界の叡智を結集して、各種の共同事業を推進するとともに、その実現のために必要となる制度改革や整備事業等について提案することなどを主な役割とする歴史街道推進協議会を、関係する省庁、地方公共団体の代表者、学識経験者および経済界の代表者等の参加を得て設立しようとするものです。

「歴史街道推進協議会設立趣意書」平成3年4月)

- (3) 歴史街道計画の第1の目的は、日本の歴史文化や日本人の知恵、こころを世界に向けてアピールし、多くの人々に訪れてもらうことによって、日本の「よさ」や特徴を理解してもらおうということである。第2の目的は日本の多くの人々に、より楽しく歴史文化に接し、そのよさを再認識してもらおうということである。最後に第3の目的は、歴史街道各地の歴史文化資源を最大限に活用し、それにふさわしい地域づくりを、官民が力を合わせ複合的に推進していくことである。

「歴史街道マスタープラン」(平成4年2月)

2. 事業構想

社会経済の動向を踏まえ、協議会として事業を推進するにあたり着目すべきポイントを確認する。

- (1) 歴史文化を活かした地域づくりの推進、歴史文化資源の紹介、体験を通じて日本文化の本質を伝える。

歴史街道推進協議会では、「歴史街道」を、伊勢～飛鳥～奈良～京都～大阪～神戸の5つの時代別ゾーンで結ぶメインルートと、近畿地域の特徴を活かした「古代史のまち」「戦国～江戸時代のまち」「紀伊半島のまち」の3つのネットワークエリアで構成し、それぞれの地域に伝えられた数多くの歴史文化資源を活用して、日本の歴史文化を内外にわかりやすく紹介していく活動を続けている。

近畿2府6県（福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）に広がるルートやエリアにおいて、地域の特徴を活かしたまちづくりや、歴史文化資源の継承・保全を推進し、積極的な情報発信とあわせ、それぞれの地域（現地）で本物に触れる（体感する）ことを通じて、国内外へ日本文化の本質を伝えていきたいと考えている。

- (2) 歴史街道のブランド価値を高める事業創造に努める。

歴史街道のブランド価値とは以下の3点と考える。

① 来訪者・地域住民からみた歴史街道の価値

それは、24年間のノウハウの蓄積、歴史街道的な視点、切り口での魅力ある提案やサービスの提供によって実現できる。

私たちは歴史街道の実体化に向けた活動を推進することで、歴史街道の価値を高める。

② 支援協力者（会員、寺社・研究者等関係者）からみた歴史街道の価値

それは、支援協力者が社会的に価値ある事業に参画していると実感できることで理解を得ることができる。

私たちは日本・関西への貢献、官民連携団体としての公益性、地域活性化を目指すことで歴史街道の価値を高める。

③ スタッフからみた歴史街道の価値

それは、スタッフ自身が働き甲斐があり誇りを持てる仕事・組織であると認識することで獲得できる。

私たちは来訪者や地域住民、地域社会、ひいては国づくりに貢献する気概を持って歴史街道の価値を高める。

- (3) 私たち日本人が本来持ち備え、大切にしてきた自然観、精神性等を伝え歴史街道の存在意義を示す。

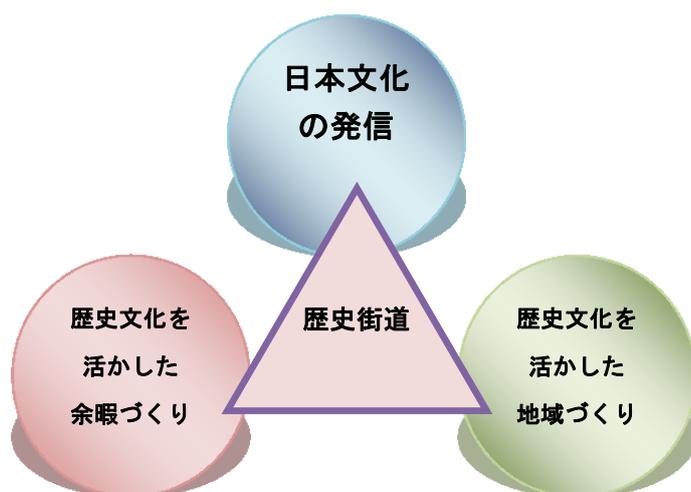
「日本人のこころ」「日本人としての自信と誇り」「伝統文化の継承」「地域再生・活性化」等、日本人のアイデンティティ、日本人のこころの基軸・原点の再確認への貢献を目指す。

(4) グローバルイベントへの対応

- ① 訪日外国人が日本の歴史文化に親しんでもらうための環境整備（情報発信、ルート提案等）を行う。
- ② 日本人自身が日本のことを理解して「おもてなし」ができるよう日本人への歴史・文化理解をすすめる。
- ③ 東京オリンピック・パラリンピック、関西ワールドマスターズゲームズ2021等を控え、経済団体・自治体・国の機関における日本文化発信強化の取り組みが進むため、これらと連携・協力して歴史街道としての責任と役割を果たしていきたい。

3. 3つの目標（行動計画）

歴史街道の基本理念を実現するために3つの目標を設定し事業を推進する。



4. 推進事業への取り組み方

「歴史街道」事業の展開にあたっては、その推進母体となる団体が強力な主体者として、すべての事業実行にたずさわるのではなく、マスタープランの提供や、コンセプトに沿った具体的事業の提案を行うことによって、各事業主体者間の連絡、調整を行い、その実現を図っていくという体制が現実的である。

『歴史街道』構想の実現にむけて」（平成2年4月）

第2章 事業戦略

3つの目標（日本文化の発信、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）を達成するため、地域事業、理念普及事業、および広報事業を推進する。

各事業を定義し、事業目標、事業方針を明文化する。

1. 地域事業・・・＜メインルート＞ ＜ネットワーク＞

【地域事業とは】

歴史街道と地域の自治体、市民団体等が協力して推進する地域間連携事業である。

隣接する地域を線をつなぐことによって、物語性やテーマ性にあふれた新たな魅力づくりを行い、来訪者にとって魅力ある地域づくりを進める。

地域の歴史文化資源を活用したテーマをエリアごとに設け、広域での魅力発信と周遊観光の推進に当たる。

【地域事業の目標】（歴史街道の実体化）

地域の歴史文化資源を発掘・編集・活用することで、歴史街道が実体のある旅筋として、多くの人々が訪れ日本文化の本質を体感できる存在となることを目指す。

【事業方針】

- (1) ソフト・ハードの両面による地域づくりを提案する。
- (2) メインルートエリアとネットワークエリアの相互の連携を深め、新たな広域連携事業を展開する。
- (3) コンセプトの浸透を図り、メインルート縦走型、地域探訪型の歴史街道ツアーを開発するとともに、新しい見せ方、楽しみ方等「歴史街道ならではの」（広域連携、官民連携、地域ノウハウ相互活用、時代をたどる旅のルート等）を追求し、具体的なルート・エリアと歴史文化を味わえる企画を提案して、業界、地域、来訪者に対する取り組みの活用価値を高める。
- (4) 地域資源の発掘、地域の魅力づくりに広域官民連携で取り組み、その地域らしさを発信することで、地域住民に誇りと自信をもってもらい、地域が主体となって展開できる環境づくり、活力ある地域づくりに貢献する。

2. 理念普及事業 [日本文化体感プログラム]

…＜日本文化理解・グローバル人材育成＞ <次世代育成・教育プログラム>

【理念普及事業とは】

日本人のこころ、日本の精神、日本的伝統を失いつつある危機感から、日本本来の姿を内外の人々に伝えるために「歴史街道づくりの提言」が発表された。その思いを受け、日本文化の本質を歴史の現場から伝える歴史街道理念の具体化を目指す事業である。

【理念普及事業の目標】

(1) 日本文化理解・グローバル人材育成

内外の日本文化理解並びにグローバル人材育成、我が国の国際競争力強化に資する取り組みとして推進する。

関係先の認知度を高め協議会の存在意義や新たな役立ちを示す。

対象はビジネスパーソン・大学生。

(2) 次世代育成・教育プログラム

歴史街道計画の発信力を高め、持続可能な取り組みにしていくため、次世代育成に向けた歴史・文化の体験型学習プログラムを開発する。

対象は次世代（小・中・高校生）と、その家族。

【事業方針】

(1) 三箇年（平成25年度～平成27年度）の重点強化を継続する。

(2) 企業研修事業においては、品質の維持に努め、企業・研修事業者との信頼関係を築き、定常運営体制を確立する。

(3) 教育プログラムにおいては、ほんものに“ふれる”、歴史を“感じる”、私たちとのつながりについて“考える”に加えて、家族のコミュニケーション促進を図る。

3. 広報事業・・・ <一般広報事業> <歴史街道倶楽部事業>

【広報事業とは】

歴史街道計画の理念である「豊富な歴史文化資源を有する近畿で歴史の現場を訪れることを通じて日本を知っていただく」というメッセージを広く伝える活動である。

歴史街道が信頼されるブランドとして輝き続けるため、キーパーソンからの理解・共感を得るための活動および歴史街道各地の歴史的文化的魅力の発信を行う。

【広報事業の目的】

- (1) 歴史街道の知名度向上
- (2) 歴史街道ブランドの強化
- (3) 歴史の現場を訪れるための地域情報の発信

【目標】

- (1) 発信力強化
- (2) 影響力強化
- (3) 連携強化

【事業方針】

- (1) 一般広報事業
 - ① 理念広報、事業広報、および地域広報を推進する。
理念（歴史街道計画の理解促進、歴史街道の信頼性向上）
事業（発信テーマの発掘・創造、事業機会の創出）
地域（地域情報の収集、地域情報の効果的な発信）
 - ② 基礎的広報素材の収集とメディアの確保をベースとして継続的な情報発信を行う。
 - ③ 新規メディアを開拓し、露出を拡大する。

(2) 歴史街道倶楽部事業

歴史街道計画の一翼を担い、歴史街道の理念普及のために重要な役割を果たす応援団である。

歴史街道事業推進のための新サービス開発、実験的事業・モデルツアー等の検証機能を担う一方、他団体からの協力や連携のメリットを創出する。

個人会員増強策の投入で会員数低減傾向に歯止めをかけ、会勢の拡大を目指す。

第3章 事業計画

第7期計画の課題・第8期計画の目標（3年後のあるべき姿）・目標達成に向けた重点施策を明確化し、地域事業（メインルート事業、ネットワークエリア事業）、理念普及事業（日本文化体感プログラム）、広報事業（一般広報活動、歴史街道倶楽部事業）の各事業計画の概要を示す。

1. 地域事業

地域事業の推進にあたり、第7期計画での課題、第8期計画の目標と重点施策を整理しておく。

<第7期計画の主な課題>

- ・ 5私鉄連携事業の新企画への参加者増強。
- ・ 旅行会社との連携強化。
- ・ 広域官民連携事業に対する自治体ごとの推進体制の強化。
- ・ 歴史文化観光の視点から持続的発展につながる取り組みの強化。
- ・ 地域のキーマンとの人的ネットワークの強化・活用。

<第8期計画の目標>

- ・ 広域官民連携事業が歴史街道各地でより積極的に展開されている。
- ・ 歴史街道各地の歴史文化資源を活かした広域的な周遊が行われている。
- ・ 近畿にある世界遺産を有効に活用した対外PR活動が活発に行われている。
- ・ 訪日外国人対応プログラムが試行され、具体化が進んでいる。

<第8期計画の重点施策>

- ・ 広域官民連携事業の新規取り組みと定着化。
- ・ パートナー（5私鉄、旅行会社、地域リーダー等）との連携強化。
- ・ 南北近畿エリアの活性化。
- ・ インバウンド対応事業実施に向けた受託事業の応募と採択時の事業展開。
- ・ 「世界文化遺産」地域連携会議との連携によるPR活動、地域振興活動。
- ・ ネットワーク各地の受け入れ態勢強化と広報強化。

1-1. メインルート事業

(1) 歴史文化を活かした余暇づくり

新しい楽しみ方、見せ方等「歴史街道ならではの」を追求し、地域と連携して歴史文化を味わえる企画を提案し、業界、地域、来訪者に対する活用価値を高める。会員団体との連携を深め、間口を広げメインルートの魅力を広範に発信する。

① 5 私鉄連携企画の推進

- ・平成26年度からの新規事業「BINGO de ラリー」を推進する。
- ・私鉄各社（近鉄、南海、京阪、阪急、阪神）による推奨エリアを紹介し、ボランティアガイドとの連携により参加の促進を促し、参加者数は毎年5,000人以上をめざす。

② JR西日本連携企画の推進

- ・万葉まほろば線沿線の駅の周年事業などの実施とそれに絡めたウォークをJR西日本、天理市、地元企業・団体との連携により実施する。

③ メインルート上の定型モデルのルート提案

- ・メインルートエリアを前提に自主的にめぐり歩きたくなるための提案
- ・媒体ツールは地図やスマホなど

④ 旅行会社との連携企画推進

- ・法人会員企業の旅行会社と連携し、歴史街道ならではの体験が味わえるツアーを開発する。
- ・歴史街道らしいトピックを反映した新機軸の企画に挑戦し、メインルート以外の地区（ネットワークエリア）も含めて試行する。

(2) メインルートにおける地域づくり、受入体制づくり事業

地域資源の発掘、地域の魅力づくりに広域官民連携で取り組み、その地域らしさを発信することで、地域住民に誇りと自信を持ってもらい、地域が主体となって展開できる環境づくり、活力ある地域づくりに貢献する。

① 広域官民連携事業の推進

歴史街道メインルートの歴史的連続性、重層性を確認するための重要な事業として位置づける。時代テーマごとに各地で進めている地域連携事業の将来像を確立のうえ、地域連携事業を発展させ、古代～近代の歴史の流れを一つのルートとしてつなぎ、歴史街道のコンセプトを具体化する。

(a) 伊勢～飛鳥間連携事業

- ・伊勢街道をはじめとする伊勢～飛鳥間の街道における歴史文化資源を発掘し、「歴史文化を活かした地域づくり」を推進する。

(b) 飛鳥～奈良～京都間連携事業

- ・飛鳥～奈良～京都連携事業エリアの宇治市、城陽市、木津川市、奈良市、天理市、桜井市、橿原市、明日香村等と連携事業を実施する。

(c) 京都～大阪～神戸間西国街道連携事業

- ・西国街道沿道エリアの17の自治体や8の博物館、資料館と講演会、リレーウォーク、特別展示、スタンプラリーなどの事業を実施する。

(d) 京都～大阪間京街道・淀川左岸地域連携事業

- ・京街道・淀川左岸エリアの八幡市、宇治市などの5つの自治体や各観光協会とリレーウォーク、クイズラリーなどの事業を実施する。

(e)メインルート連携事業

- ・伊勢～飛鳥～奈良～京都～大阪～神戸の各連携事業間の連携を、共通のテーマによる各事業間の部分連携として試行する。

② 各地のボランティアガイド組織との共同事業や運営を強化する活動

- ・拠点16カ所のボランティアガイドとの連携事業をすすめる。
- ・受入体制の充実や余暇づくりの新メニューを開拓する。
- ・各ボランティア団体間の情報交換を通じて、ノウハウの確認やコミュニケーションを図るため毎年1回のフォーラムを開催する。

③ 訪日外国人に日本文化を紹介する活動

- ・歴史・文化資源や施設の資料などを整備し、訪日外国人を対象とした日本を紹介するモデルコースを策定する。
- ・モデルコースを関係機関（5私鉄、JR、広告代理店などの歴史街道会員・団体）へ提案し、各組織の事業などでの活用を促進する。

1-2. ネットワークエリア事業

近畿圏の豊かな歴史文化を活用した広域観光事業をさらに積極的に推進する。

歴史街道のメインルートとネットワークの歴史資源の多くは、(伊勢・飛鳥・奈良と丹後・紀伊山地、京都と吉野、大阪と安土・姫路など城郭都市など)や地理的連続性(伊勢と東紀州、飛鳥と百舌鳥・古市、吉野・天川、戦国ゾーンと近江・若狭など)のように深い歴史的なつながりを有している。

メインルートとネットワークの両者を合わせた情報発信(メイン単独+メインネット両方+ネット単独)が「日本文化の発信」や「新しい余暇づくり」の提案につながるという認識により、受け入れ体制を含めて「歴史文化を活かした地域づくり」を広域的に進めていかなければならない。

第一に「近畿を南北に3分割(北近畿・琵琶湖、メインルートをのぞく中央部、紀伊半島)」したエリア連携をさらに積極的に推進する。

第二に、メインルートや特定エリア(例:紀伊半島交流会議)で実施されてきた事業ノウハウをネットワークエリア全域に活用し、近畿の歴史的な地域全体のレベルアップを図っていく。

第三に、活動を「地域」「行政」「民間」が、それぞれ単体で進める事業ではなく、「広域連携・官民連携により実現可能なもの」(スケールメリット型・役割分担型・ノウハウ交流促進型)へと特化させていく。

(1) 歴史的地域の魅力向上 — 近畿の歴史的地域、全体の底上げを目指して

① 歴史的景観や文化を活かした地域整備に関する提言、要望活動

歴史文化を活かした地域づくりを進め、「歴史街道」モデル事業を推進するための要望活動を行い、各地で培われた事業ノウハウをできるだけ近畿全体での共有財産としていくことに取り組む。

② 着地型観光の推進

ネットワークエリアにおける歴史・文化観光の対象となる各地域の魅力を発掘・編集し、地元主導による着地型観光の内容づくりに協力する。

観光まちづくりプラットフォーム推進機構や各地の関係者と連携し、段階を踏みながら、地元主導による着地型観光を充実させていく。

③ 地域リーダーとの人的ネットワーク形成

第7期計画から取り組んできた「地域リーダーのネットワーク形成」に以下の視点で取り組んでいく。

- ・多くのブレンの知恵を集めて、協議会ならではの貢献分野を模索する。
- ・各地域や官民の関係者が相互に有益となる事業分野を発見するための、媒介役となる。
- ・観光面では「持続可能なパイの拡大（あるいはパイの減少抑止）のためにどうしていくか」をともに考えていく。
- ・各地域において推進されている国のプロジェクト関係者（観光圏、風景街道、道の駅など）との連携を進める。

④ 地域共同事業の推進および提案

— メインルートの事業ノウハウを近畿全域に

第6期計画から第7期計画にかけて実施した観光案内所ネットワークについては、現状を維持していく。一方で、外部資金が獲得できた場合にはスタンプラリー、語り部組織の連携による定点案内、博物館・美術館の連携事業「町家を活用した店舗」や「外国人割引店舗」のネットワークなどメインルートを中心に培ってきた官民・広域連携事業のノウハウをネットワークエリア全体、もしくは特定のエリア内での地域共同事業として展開提案していく。

⑤ 近畿の世界遺産の連携・保全・活用などへの協力

メインルートの斑鳩・奈良・京都・宇治、ネットワークの姫路・大津や紀伊山地の計29市町村の歴史文化資源が世界文化遺産に登録されている。また、文楽や和食が無形遺産に登録され、文化遺産に百舌鳥・古市古墳群、飛鳥・藤原京、彦根城、記憶遺産に舞鶴の「引揚 シベリア抑留の資料」が登録待ち状態となっている。近畿におけるこれら世界遺産の集積はパリ・ローマ・北京などに匹敵するものである。

東京オリンピック・パラリンピックを控え、近畿がこの分野をリードし、圏域全体でもこうした好条件の活用に取り組んでいくため、第8期計画でも「世界文化遺産」地域連携会議への協力などを通し、世界遺産特別法の制定、二条城での「アクアリウム城」など若者を巻き込むイベントづくり、欧米を中心とした外国人観光客誘致、各地域における課題解消、暫定登録地域の登録支援に取り組む。

(2) 地域づくり、受入体制づくり ― 近畿を南北3つに分けた広域エリア振興

① 紀伊半島エリア

「紀伊山地の霊場と参詣道」の世界遺産登録の意義は「そこに（日本文化の根源といえる）仏教・神道・修験道の聖地が混在し、それらが古道・街道で相互に結ばれ今に生きている」という点にある。現状では関係3県、23市町村、4鉄道（JR東海、JR西日本、南海、近鉄）、3聖地（高野、熊野、吉野）などがそれぞれ独自に情報を発信しているため、全体のストーリーとして広まっていけない点に課題を残している。

歴史街道推進協議会はこれら全ての地域・団体と関係を持つ存在であり、課題解決の一翼を担っていくことが必要である。

もう一つの重要な課題は「持続可能な広域圏形成」である。

世界遺産の維持に対する支援策の問題、また今後、各地域において交流人口による経済活性化を如何に進めるかといった課題がある。

第一に、地域づくりの面では、田辺市（本宮地区・口熊野地区）、橋本市、新宮市、那智勝浦町、高野町、紀の川大和街道地区、吉野町、橋本市、西熊野街道周辺地区（五條市、天川村、十津川村、野迫川村）、吉野町において「歴史街道モデル事業」計画が策定され、整備事業などが進められてきた。

台風被害からの完全復興もあわせ、引き続き国への要望活動を行う。

第二に、地域づくりのソフト面として、第7期計画でリニューアルされた「紀伊半島連携会議」を核に、多くのブレイクの知恵を集めて、協議会ならではの貢献分野を模索することとあわせ、「持続可能なパイの拡大（あるいは減少抑止）のためにどうしていくか」をともに考えていく。

また、「世界文化遺産」地域連携会議への協力により、世界遺産特別法の制定運動を推進する。

第三に、紀伊半島全体情報の発信に向け、様々な歴史資源をどう整理・編集するかである。

紀伊山地全体を「5つのゲート（名古屋・京都・奈良・大阪・白浜空港）」に沿った何種類かのツアーコースに分類し、それを記録・発信する事業に取り組んでいく。

「蘇りの地」である紀伊半島全域を、「温泉地のハシゴ」による中長期滞在可能なエリアとして打ち出していくことが理想である。

第四に、宗教界や紀伊半島三県会議、「吉野・高野・熊野の国」プラン、JR・高速道路・白浜空港の利用促進などとの連携をさらに強化していく。

すでに平成27年の和歌山誘致が決定している「世界遺産サミット」などをキックオフの場として、協議会関係地域の宿泊者数を安定的に10%増の230万人とする、といった共通の目標を掲げ、紀伊半島全体の調整や協調気運醸成に取り組む。

② 高野山開創1200年事業への協力

第8期計画中の「記念年」に、平成27年の高野山開創1200年がある。

すでに朝日放送特別番組の放映、東京へのメディア訪問、ウォークイベントや世界遺産観光地づくりサミットへの協力などを行っている。

第8期計画でも引き続き、同事業に協力し、それを盛り上げるための事業に取り組む。

③ 北近畿・琵琶湖・若狭エリア

このエリアは近畿圏内における「観光まちづくりノウハウの宝庫」である。

観光情報発信の先進事例も多く、また、府県ごと、あるいは府県境をまたぎ広域的に活動してきた運動や組織など多様な担い手が存在する。

「食と歴史の回廊」の形成を目指してこれらの組織、あるいはそれに関わる人材間の交流を進め、国プロジェクト関係者（観光圏・道の駅・風景街道・・・）なども交えて、「歴史・観光まちづくりの輪」を推進する。

平成27年には「環状高速道路」に加え、「京都縦貫道」の完成により、京都と丹後エリアがダイレクトで結ばれることになっている。

こうした状況に対応しながら、各地域の行政・観光関係者や地域づくりリーダーと日常的に意見・情報・アイデア交換を進め、各地域間で相互に活用できそうなノウハウ、またトータルとして足りない部分などについて議論を進めていく。

第8期計画においてはまず「着地型メニュー」などを含むポータルサイトや各地のパンフレットのデータベース化など基礎的な広報素材の充実を図るとともに、関係機関・団体などとの連携の途を探ることが基本となる

次に近畿地方整備局が作成したマップなどをベースに、QRコードなどを付加し、既存の外国語翻訳分、各地域の映像などにアクセスできるようにするなど、「食と歴史の回廊」としての「統一感醸成」をはかっていく。

また、「食と歴史の回廊」全体としての連携だけでなく、例えば「城下町どうし」や「歴史的人物」などをテーマに、柔軟で自発的な複数地域間の連携を促進していくことも重要である。

これまで実施されてきたツアーについても、今後はできる限り「回廊」全体のシナリオや複数地域連携のテーマに沿い、より計画的で「わかりやすい」定番化が望まれる。

平成27年秋に小浜にて開催予定の「全国街道交流会議・小浜大会」などをキックオフの場に、現在の関係地域宿泊者数502万人を安定的に10%増の550万人とすることを目指す。

④ 風景街道「琵琶湖さざなみ街道・中山道」

琵琶湖岸、中山道を中心に、滋賀における歴史文化資源の活用、楽しみ方の提供（情報発信、ツアー等）を行っていく。

また、歴史街道を実際に楽しむための交通手段について、滋賀県をモデルに自転車にスポットをあて、多様な交通システムの組み合わせで、実際に楽しむことができるルートの提示や関係団体との連携を進める。

⑤ 中央部エリア

メインルートをのぞく中央部エリア、播磨、南大阪地域などの振興を図るため

- ・「世界遺産＋1」観光の推進（例：姫路城＋赤穂、三木・・・）
- ・新たな世界遺産登録に向けての協力（百舌鳥・古市古墳群など）
- ・祭の顕彰（例：岸和田だんじり）

などに取り組んでいく。

2. 理念普及事業

理念普及事業の推進にあたり、第7期計画での課題、第8期計画の目標と重点施策を整理しておく。

<第7期計画の課題>

- ・ 研修事業の多言語化、(英語以外)コンテンツのカスタムメイド化に細かい対応。
- ・ 共同事業パートナーとのさらなる連携強化。
- ・ 教育プログラムの多様性確保と内容の深化。

<第8期計画の目標>

- ・ 研修事業者・大学・連携団体からの信頼を得て、「日本文化体感プログラム」が(収益事業として)定着化されている。
- ・ 「日本文化体感プログラム」のノウハウを活用し、キーパーソン(海外マスコミ、外交官、企業幹部等)に対する歴史街道や近畿の歴史文化のPR活動が行われている。
- ・ 教育プログラムの実施を通じて、次世代育成が行われている。

<第8期計画の重点施策>

- ・ 初年度(平成27年度)には、コンテンツの多言語化、パンフレットの作成など完成させる。
- ・ パートナー(研修事業者、教育事業者など)との関係を深め、さらにコンテンツの充実化を図る。
- ・ 東京オリンピック・パラリンピックの訪日外国人旅行者に対するツアー開発を会員会社に対して提案する。
- ・ 教育プログラムの反響、評価を踏まえ内容の深化・新たなプログラムの開発に取り組む。

2-1. 「日本文化体感プログラム(日本文化理解・グローバル人材育成)」

初年度の平成27年度は、平成25年度からの三箇年重点事業の最終年であり、一層の認知度拡大と定常運営体制の確立を推進する。本事業は歴史街道計画の理念を具体化し日本の国際競争力を強化する取組である。グローバル人材育成に向け日本文化体感プログラムを協議会の中核を担う事業へと育成していく。対象はビジネスパーソン・大学生。

(1) コンテンツの充実

- ① 日本政府が招致した外国人に対し、英語のみならずその母国語で日本文化を伝えるコンテンツの充実。
- ② 研修目的に的確に対応できる座学資料の整備。
- ③ 現地体験ガイド資料の整備など。

(2) 組み込み提案力の強化

- ① JICA/PREX連携の維持・強化。
- ② 企業および研修事業者の新規開拓。
- ③ オリンピックを契機に外国人誘致エージェント向けプログラム提案。

(3) 広報・宣伝の強化

- ① 経済団体等の委員会・部会でのプレゼン活動。
- ② 各メディア、外国特派員などへの理解推進活動。

(4) 実施体制の整備

- ① 講師の育成、人材確保。
- ② 現地ガイドの育成。

2-2. 「日本文化体感プログラム（次世代育成・教育プログラム）」

初年度の平成27年度は、平成25年度からの三箇年重点事業の最終年であり、時代ゾーンと地域展開、四季を通じた「体験型歴史・文化学習プログラム」の提供を目指し、歴史街道版教育プログラムの体系づくりに努める。歴史街道計画の発信力を高め、持続成長可能な取り組みにするには、次世代育成に向けた歴史・文化の体験型教育プログラムの開発が不可欠である。教育関係者や企業・団体における本事業の意義と社会的役割の認識を深め、第8期ではさらに多様なプログラムを提案し実行する力を高めていく。対象は次世代（小・中・高校生）と、その家族。

(1) 教育プログラム体系の構築

- ① 古代から近代に至る時代ゾーンおよび地域、四季を通じたプログラム体系の構築推進。

(2) 教育ネットワークの構築

- ① 大学連携の維持、強化。
- ② 会員企業と連携した教育プログラムの推進。
- ③ 他団体実施プログラムとの連携を通じた教育プログラムのポータルサイト運営など。

(3) 広報・宣伝の強化

- ① 市町村発行媒体（教育委員会、子ども会、市政だより）との連携。
- ② 新聞・雑誌・地域紙・業界紙等へのPR。
- ③ 企業内広報への告知拡充など

3. 広報事業

広報事業の推進にあたり、第7期計画での課題、第8期計画の目標と重点施策を整理しておく。

<第7期計画の課題>

- ・ 全国発信メディアの開拓。
- ・ 海外広報における他団体との連携強化。
- ・ フェイスブックのさらなる強化。
- ・ 外国語ホームページの充実とタイムリーな情報発信。
- ・ 歴史街道倶楽部会員獲得と新規サービス開発。

<第8期計画の目標>

- ・ 広報活動を通じ、歴史街道への信頼感を高め、理解者・共感者・支援者が増加している。
- ・ 毎年複数の団体と共同事業を実施している。
- ・ デジタルネットワーク型広報が拡充し、英語での情報発信が充実されている。
- ・ 歴史街道倶楽部を通じた個人応援団が増加している。

<第8期計画の重点施策>

- ・ 企画提案、事業運営力を強化し、他団体との連携事業、メディア開拓を積極的に展開。
- ・ 英語を中心に、多言語化コンテンツを強化し、情報発信頻度を向上。
- ・ ホームページ、SNSといったデジタルネットワーク型広報に注力し、発信力を強化。
- ・ 協議会会員団体の内部向け広報を強化。
- ・ 歴史街道倶楽部の会員増強。

3-1. 一般広報活動

第8期計画における広報活動は、歴史街道の知名度向上と歴史街道ブランドの強化、歴史街道各地を訪れ、歴史文化に触れてもらうことを目的とし、積極的な情報発信や企画提案活動を通じて、歴史街道の発信力強化、影響力強化、連携強化を目指す。

発信する内容として、主に、a. 歴史街道の理念、b. 歴史街道の事業、c. 歴史街道の魅力とし、より多くの方に歴史街道に親しんでもらえるように努める。

あわせて、協議会会員団体やオピニオン層にも、歴史街道をより一層理解いただき、応援いただけるよう、きめ細やかな情報発信に努める。

(1) 戦略機能の強化

① ターゲット別のこまやかな情報発信

- ・ 発信情報のヒット率を高め、歴史街道の支援者・理解者を増やすため、相手に応じた情報発信を行う。
- ・ 特にオピニオン層（行政官、寺社、研究者）および海外オピニオン層（領事館、高等行政官等）の理解者を増やす。

② 他団体連携イベント型広報の実施と事業機会の創出

- ・ 協議会のノウハウを活かした講演会、セミナーの実施
- ・ 会員団体等と連携した展示PR活動
- ・ これらの事業機会を創出するための企画提案

③ 歴史街道のコンセプトに沿った地域情報の発信

- ・ 歴史街道各地の歴史文化に関する情報を収集し、歴史街道のコンセプトに沿ってオリジナリティある切り口でタイムリーに紹介する。

(2) 広報ツールの強化

歴史街道の情報発信手段として、広報ツールの強化を図る。特にホームページを核に、動画配信、SNSの影響強化といったITを活用した広報に注力する。

一方、他団体と連携して広報ツールの新規作成・配布に努めるとともに、市町村共同事業の一環として行っている「歴史街道スタンプラリー」の充実を図る。

① ホームページの改良（歴史街道の魅力を明確に伝える手段として）

- ・ 歴史街道の魅力や歴史街道各地の情報が容易に取得できるユーザーフレンドリーなホームページをめざし、構成や内容の見直し作業を行う。
- ・ 外国語サイトの内容充実とトップページの閲覧性の向上、地理情報とリンクした情報発信の強化に努める。

② 多言語対応動画の充実・強化

- ・ 歴史街道各地を外国に向けアピールするにあたり、キラーコンテンツである動画を充実させる。
- ・ 海外向けの動画作品の企画コンペに積極的に応募し、放映につなげる。

③ デジタルネットワーク型広報の強化

- ・ 不特定多数の一般の方に協議会の情報を発信する有効なツールとしてフェイスブック、メールマガジンを積極的に活用して協議会のファンの拡大獲得を行う。
- ・ 英語等の多言語化を図り、外国人向け情報発信の頻度を増やす。

④ ポスター、パンフレット等の広報ツールの作成、配布

- ・ 協議会の持つソフト資産（写真、イラスト、キャラクターなど）を活かしたツールの制作・活用を行う。
- ・ 他団体と連携したポスター、パンフレット類の制作、配布。

⑤ 市町村共同事業（歴史街道スタンプラリー等）の実施

- ・ 市町村共同事業として特定の予算的協力を得ている市町村と共同で歴史街道スタンプラリーを軸に、共同PRの実施に取り組む。

(3) 広報ネットワークの強化

広く一般に情報発信するキーとなるメディア対策については、人的ネットワークの育成と積極的な企画提案を通じ、露出の増加に努める。

また、会員団体や協力団体の持つ媒体を通じての露出を増やすべく、各会員団体が発行する一般向け媒体（テレビ、雑誌、沿線紙など）に協力を得ての広報や各団体が実施する展示PRイベントなどへの参画、各団体のイントラネット、社内報、OB会誌などを活用した職員向けの情報発信に力を注ぐ。

① 人的ネットワークの強化

- ・歴史街道の活動に対して広報的に支援してもらえる媒体（新聞・雑誌記事、映像、電子媒体、SNS）を確保するため、広報発信力のある人的ネットワーク（メディア関係者、発信力ある文化人等）の充実強化を進める。

② マス媒体への企画提案

- ・広く歴史街道の理念、活動を一般に知ってもらうため、マスコミ（新聞、雑誌、ミニコミ誌、テレビ、ラジオ、WEB媒体）に対して歴史街道連動記事の企画提案、記事作成等を行う。

③ 情報発信拠点の拡充

- ・協議会の知名度向上、歴史街道が発信する情報の定常的な発信先を強化するため、歴史街道iセンターの拡充を図る。

④ 協議会会員団体が持つ媒体との連携広報

- ・歴史街道の認知度向上やイベントの集客力向上、歴史文化に触れてもらうきっかけづくりを行うため、協議会会員企業・団体が持つ媒体での歴史街道の活動に関する情報発信を積極的に行う。

外部用…テレビ番組（朝日放送，CATV）、雑誌（PHP）、
PR誌（鉄道各社等）、ポスター等

内部用…社内報、イントラネット、OB誌等

- ・そのための企画提案、理解者確保に向けた活動に取り組む。

⑤ 関係団体と連携した情報発信

- ・行政等の関係団体が主体となり実施する広報活動において、歴史街道情報発信を同時に行うよう働きかける。
- ・海外や首都圏、中京圏でのプロモーションにおいて、協議会のツールを用いてアピールする。あわせて他団体が近畿に誘客した際に、協議会が近畿の魅力を伝えるノウハウを提供する。
- ・歴史街道スタンプラリーの協力社寺、博物館等との関係を活用し社寺や文化施設と連携した事業の企画・運営を行う。

3-2. 歴史街道倶楽部事業

平成6年の発足以来、歴史街道計画の個人応援団づくりを基本の考え方とし、歴史街道計画推進のための検証機能を果たしてきた。第7期については、ウォーク、バスツアー、伝統芸能鑑賞、歴史講演会など合計102回のイベントを実施し、「歴史街道」ならではの内容として好評を得た。

第8期においては、新規会員獲得に向けた活動をより強化するとともに、地域や年齢などのニーズに応じたサービスの充実を図っていく。

(1) 活動のポイント

- ① 歴史街道計画推進のための検証機能を果たす。
- ② 新規サービス開発の支援、協力（学び・役立ち・交流・生き甲斐づくり）
- ③ 歴史街道倶楽部会員の拡大（幅広い年齢層、居住地域の新規会員を獲得、既存会員の維持）。3,000名を目標とする。
- ④ 地域事業との連携

(2) 戦略機能の強化

- ① 会員増強プラン検討
- ② 首都圏企画推進
- ③ イベント広報と連携した広報
- ④ 他団体と相互に連携した宣伝
- ⑤ 自治体と協働したイベント実施など

(3) 新規会員の獲得

- ① 新サービスの開発企画
- ② ニューツーリズムへの対応イベント推進
- ③ 団塊シニアへの戦略検討など

(4) 既存会員の維持

- ① 会員の継続率向上に向けたシステム構築
- ② 会員誌、イベントの品質の維持向上
- ③ 倶楽部取組実績の積極的発信
- ④ 既存会員維持のための広報など

第4章 協議会運営

1. 基本方針

「歴史街道計画」の理念に基づき、将来に向かって事業を推進していくため、効果的かつ持続可能な協議会の運営を目指す。会員団体との意志疎通と連携を図り、連携事業や企画提案型事業を推進し、相互に成果を共有する関係を構築していく。

2. 会議体の運営

計画の進捗状況の報告と、活動計画の審議などを諮るため、総会および理事会、幹事会を開催する。また、専門部会および全体会議を必要に応じて開催する。

3. 財政基盤の強化

長期的かつ、計画的に協議会を運営していくため、会員団体の維持・強化に取り組み、会費・事業収入を拡大すると共に、効率的な運営を行い、事業収支の安定化を図っていく。各担当事業においても、積極的な活動により、事業収入の増加に取り組む。第8期計画終了時には法人会員を220団体、会費目標3,800万円に拡大することを目標とする。

歴史街道の理念に沿った事業への広報協力金の拡大や公募事業等に積極的に取り組む。

4. 事務局組織体制の強化

事業活動の充実・強化に必要な人員確保のため、会員企業等への職員出向要請に取り組む。また、プロパー職員についても後継者の採用や育成に取り組む。

5. 会員団体との交流機会の拡大

事務局と会員団体との交流の機会を拡げると共に、会員団体間の情報交換や会員団体との連携・協力を努める。このため、会員団体を対象とした「勉強会」や「現地見学会」の充実を図る。

6. 要望・提案活動への取り組み

歴史街道計画の推進に必要な、国・自治体・企業等会員団体との連携事業については、関係団体に積極的に働きかけ、事業の推進にあたる。

企画提案型の事業については、会員団体等へ、幅広く提案していく。

東京オリンピック・パラリンピック、関西ワールドマスターズゲームズ2021開催に向け、インバウンドを意識した企画提案や運営に積極的に協力していく。

以上