

第Ⅱ部 第七期計画

| | | |
|------------------------|----|----|
| 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 |

第Ⅱ部 第七期計画

1章 広報活動（日本文化の発信）

第七期計画における協議会広報は、その目的を「歴史街道計画」の知名度向上と「歴史街道ブランド」の強化とし、併せて「地域の魅力発信」「歴史文化に親しむ楽しみかたの提供」など、歴史の現場を訪れるための情報提供を積極的に行っていく。

知名度向上のためには、マスメディアや会員団体等との連携、あるいはインターネットを活用したPRを通じて「歴史街道」というブランドの定着と「歴史街道計画」の志し、考え方についての正しい理解を伝えるよう努める。

特に、ブランドの強化については歴史街道計画の理念訴求につながる情報の積極的発信に努めるとともに、学識経験者、マスコミや行政官などのキーマンへのアプローチを積極的に進める。

広報活動については、1. 「一般広報活動」、2. 提案受託型広報活動、3. 地域文化連携（次世代育成型）広報活動、4. 歴史街道倶楽部に分類し、以下に第七期計画案を示す。

(1) 一般広報活動

①基本方針

以下の諸課題に留意しつつ戦略的に広報活動を展開する。

i) 発信テーマの開発

各事業（メインルート・ネットワーク・広報ほか）における新たなテーマや事業成果を歴史街道の文脈で組み立てターゲットに向けて的確な話題提供を図る。

ii) 情報収集編集体制の強化

地域情報、企業や自治体の社会貢献・歴史・文化・観光動向、メディア関心事など定時定点で掌握できる体制づくりを進め、協議会が歴史観光情報ネットワークのハブとなる基盤を強化する。

iii) メディアとのさらなる関係強化

全国紙、旅行誌、経営情報誌、HP、TV等の関係者（記者・ライター・プロデューサー）との交流を維持・強化し、国内外のオピニオン層（メディア、研究者、宗教者、政治家、行政官など）への積極的情報発信を展開する。

② 事業展開

i) マス媒体への戦略的情報発信

新聞、雑誌などのマス媒体対策については、積極的プレスリリースをベースに、過去に築いてきたネットワークを活用した情報発信を行う。

第六期リリース発信19件であるところを第七期にはより積極的に発信し、50%アップを目指す。

ii) 宣伝タイアップ活動の継続

法人会員協力広報活動である既存媒体PHP研究所「月刊歴史街道」、朝日放送「歴史街道～ロマンへの扉～」、ケーブルテレビ「歴史街道～わたしたちのまちの歴史と文化～」、TOKK（阪急）、近鉄ニュースなどを維持する。同時に露出頻度の向上に向けマスコミに協議会の事業活動の積極的な情報提供や企画提案などを通して記事掲載に結びつける。

iii) マスコミ関係者との交流促進

情報交換会を活用し、ミニコミ誌やタウン誌など新たなネットワークの構築も活発化させる。

特に首都圏については、情報発信力の強化に向け、首都圏情報交換会等を通じた人的ネットワークの構築を図りつつ、首都圏でも取り上げやすいテーマの発信に努める。

ファミトリップについては倶楽部イベント等とからめる形で毎年1回以上実施する。

これらの活動を通じて新聞または雑誌の新規連載開始、テレビ番組の本数増加を狙う。

iv) イベント広報の実施

毎年実施している東京・関西での大規模講演会は、広く一般の方に歴史街道の魅力を伝える重要な機会であるため、戦略的かつタイムリーなテーマ設定と、一般の方に気軽に親しんでいただける内容で継続実施する。

また、講演会は講師や招待者として各界のキーマンに協議会の理念を伝える絶好の機会であり、広報ネットワークを構築するにおいても重要なきっかけであるため、人的ネットワークの構築及びブランドロイヤリティの向上に役立つよう戦略的に実施する。

一方、多くの方に歴史街道の魅力を知っていただくため、関係機関と連携して、歴史街道各地をアピールする展示会、セミナーを近畿圏を含む各地で実施する。

v) 会員団体、他団体との連携広報

会員団体への内部広報としては、当該団体にとってのCSR活動、歴史文化に親しむ一助として、協議会イベントや歴史街道倶楽部の告知、歴史文化を紹介する記事などを発信するべく働きかけていく。

一方、会員団体等とは共同事業の実施などを通じて両者の媒体力を活かし一般の方に協議会への認知、イベントへの参加告知等を広報していく。また、そのための事業提案を活発に行う。

vi) 海外広報の強化

海外広報については、従来通り、協議会ホームページ、関西地域振興財団のK I Tセンター及びK I P P O、関西経済連合会との連携をベースに広報を行いつつ、日本文化体感プログラムの外国人受講者への歴史街道ブランドの浸透を図る。また、国交省、観光庁や総務省のインバウンド活動に連携できる事業については積極的に取り組み、映像作品やパンフレットの作成、放映に結びつける。

vii) 広報ツールの拡充

・既存ツールの活用

既存の広報ツールであるDVD、絵葉書、書籍、協議会設立20周年記念誌などはマスコミや行政官に対し歴史街道を簡潔に説明できるグッズであるので、これらをネットワークづくりに有効に活用する。

・HPの充実

協議会HPでは、歴史街道の理念や自主イベントの情報発信のみならず、会員自治体・企業の歴史文化イベント、歴史文化の楽しみ方の提案などを動画や写真を交えて紹介していく。その際、朝日放送「歴史街道～ロマンへの扉～」や協議会独自で撮影した動画や写真など過去の資産の活用を図る。

また、海外への情報発信の基幹ツールとして平成22年度に実施した英語ホームページの全面改修が好評であるため、このスタイルを踏襲し、重点4言語（英語・フランス語・中国語・韓国語）で順次全面改修に取り組んでいく。

なお、協議会HPは全面的に改修することが望ましいが多大な費用が見込まれるため、協議会の収支状況を判断しながら実施するものとし、当面は情報発信の頻度向上、情報発信量の増強に努めるとともに、理念訴求を含めた解りやすい情報発信に努める。

一方、発信情報の充実のため、会員各団体や地域のイベント等の情報収集を確実にできる体制づくりに取り組んでいく。

・ソフト資産の活用

歴史街道各地の魅力を伝えるにあたり、映像や写真が持つ力は大きい。そこで、これらを用いたアピールを強化する必要がある。

協議会では関係団体の協力のもと、DVD、絵葉書、書籍などを展開しているが、新たな商品の開発と過去に作成した資産の活用を図る。

・新規ツール開発・・・ソーシャルメディアの活用

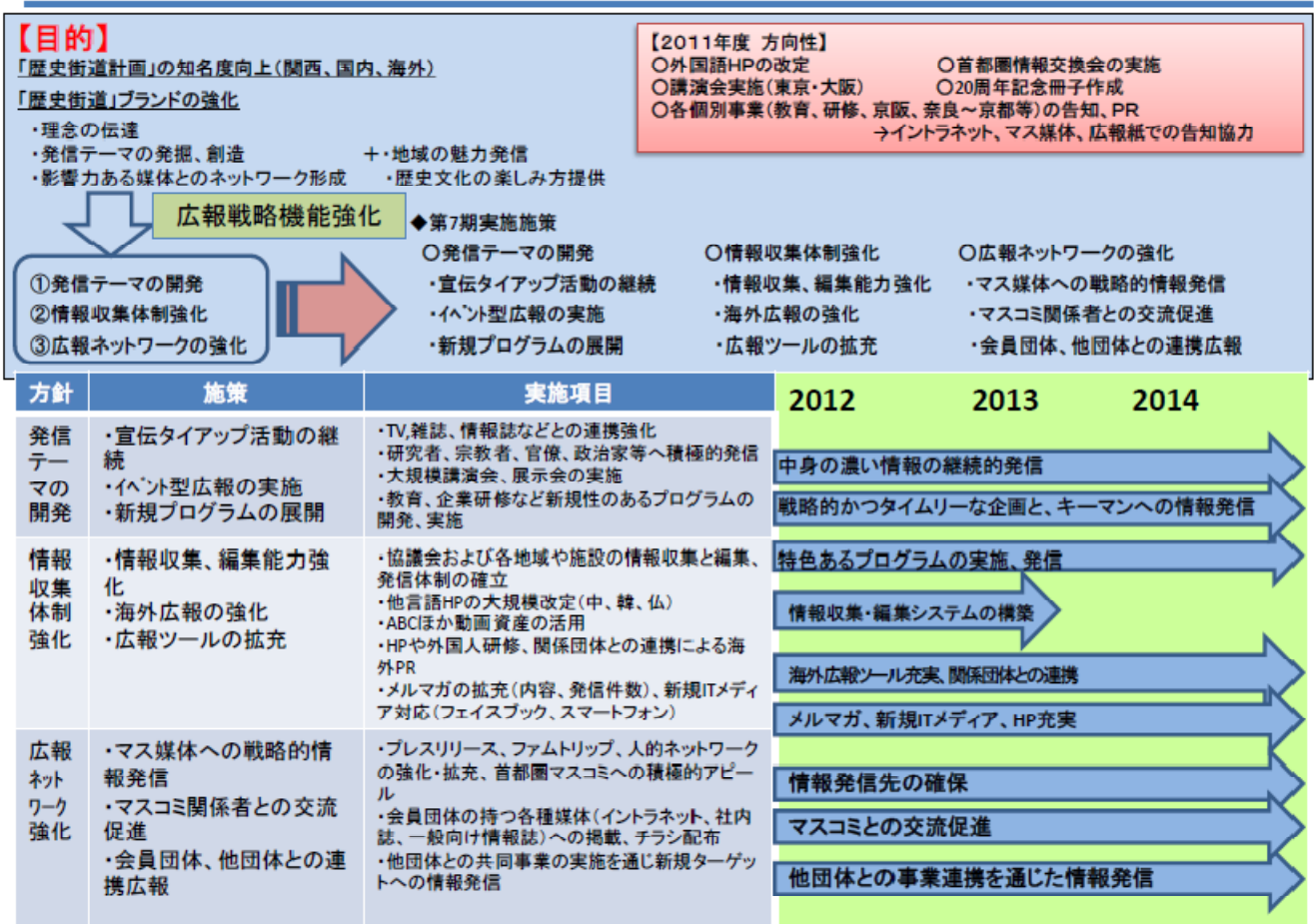
新規ICTメディアの展開など、次代を見据えた効果的かつ低コストの情報発信に努める。

若年層取り込み及びコアカスタマー育成の手段として有効な新規ICTメディア対策を進める。具体的にはSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）

の開始、スマートフォン対策である。スマートフォンについては現状のHPを徐々に対応できる仕様とする一方、他社のプラットフォームとの連携も視野に入れて情報発信体制を構築する。

SNSについては、フェイスブックに取り組み、新たな層の開拓と情報発信頻度の向上を図る。また、歴史文化の情報、地域情報に特化した他のHP、ブログとの連携を図ることも検討する。メールマガジンは現状の発信件数（7,000件）を大幅に積み増し、早期に10,000件体制とする。

第7期計画 広報への取り組み<イメージ>



(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

① 基本方針

「日本文化体感プログラム」開発の狙い、第六期での成果等については、歴史街道第六期計画事業報告書のとおりである。

第七期計画においては、企業研修プログラムの確立と定常化を目指し以下の4項目に重点をおいて活動を推進する。

② 事業展開

i) コンテンツ

研修対象者のニーズに柔軟に対応できるよう、コンテンツの整備を図り、外国人研修者のために英語対応力の強化を進める。

- ・座学で実施する日本文化編の基本コンテンツを確立する。
- ・現地見学で実施するコース編は、研修内容に対応し適合する基本コースを企画し臨機に提案できる体制を確立する。

ii) 標準プログラム化の推進

国内外研修の開拓、計画的な実施を実現するための標準プログラム化を推進し、協議会の受託能力に応じた年間プログラムを策定する。

- ・JICA/PREXとの研修連携を継続する。
- ・会員企業へ積極的にアプローチする。(グローバル企業、鉄道会社ほか)
- ・研修事業者(パナソニックエクセルほか)の開拓をすすめる。
- ・展開地域の拡大のために、各地の協力を得て体感プログラム現地コースの拡充を図る。

iii) PR

「日本文化体感プログラム」の座学コンテンツを活用した協議会プレゼンスの向上を図るため、企業・団体における研修ニーズにマッチした効果的なPRを実施する。

- ・講演、セミナー
- ・大学における歴史街道講義(帝塚山大学、和歌山大学ほか)
- ・地域ボランティアガイド連携(研修意図の理解促進)、学生ボランティアガイド育成
- ・経済団体との連携
- ・経済団体(関経連、経団連)等の会員向け発信
- ・PR媒体の活用
- ・協議会HPの整備(「日本文化体感プログラム」の概要掲載など)
- ・マスコミ広報アプローチ(メディア体験会など)
- ・「日本文化体感プログラム」パンフレットの改訂・活用

iv) 体制

- ・定常化に向けた持続可能な体制を整備する。

第7期計画 教育・研修事業への取り組み<イメージ>

①企業研修プログラム開発の狙い

グローバルに活躍するビジネスパーソンの基本能力の養成

- ・日本らしさの理解促進を通じて、日本の良さを改めて認識し、日本が世界に誇る最先端の技を融合して、世界に貢献する人の育成。
- ・特に海外からの研修生には日本の歴史文化的背景の理解を深めてもらい、自国の産業育成にいかに対応できるかを考えてもらう。

「歴史街道」ブランドの強化

- ・歴史街道コンセプトの徹底、研修プログラムの提供によるプレゼンス向上

■2011年度【定常運営・実行フェーズ】

海外受入研修の継続・標準プログラム化と国内研修の開拓
運営体制を整備、プログラムの公開(HPIほか)、PR・販売

■第7期(2012~2014)【定常運営】

協議会の中核事業として育成。プロジェクト体制から定常体制に移行。
コンテンツ整備、国内研修・海外研修の開拓と標準プログラム化を推進。
研修プログラムの継続的な広報活動、話題づくり。

【2010年度 主な取り組み実績】

■実施企画策定フェーズ

プログラムの具体化に向け、歴史街道が提供する新コンテンツの開発に注力。連携先(PREX・JICA)と共同商品化を実現する。

【テスト事業の実施・検証。ともに参加者の高い評価】

- 第1弾 中小企業振興政策」研修(10/2奈良)
- 第2弾 水環境整備事業行政官研修(11/12 京都)
- 第3弾 中小企業振興政策」研修(2/20 宇治)
- 第4弾 メコン地域 観光振興研修(3/4・6・7 宇治・伏見)
- 第5弾 日墨交流研修(3/10講義)
- 第6弾 日本経団連社内広報センター(3/11・12 京都)

【セミナー&講演活動】

- 帝塚山大学観光ビジネス入門講座(1/20 歴史街道を講義)
- 日本広報学会 広報塾(2/19「日本らしさを世界に伝える」)
- 国際協力セミナー(2/25「日本の歴史文化が研修員に与える学び」)

| 項目 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------|--|---------|------|------|
| コンテンツ | <ul style="list-style-type: none"> ・日本文化編(基本コンテンツの確立、近代史拡充) ・現地コース編(研修内容に応じた編集) ・現地説明(ポイントをテキスト化) | | | |
| 事業展開 国内 海外 | <ul style="list-style-type: none"> ・会員企業アプローチ(鉄道会社ほか) ・JICA・PREX研修連携(中小企業振興研修ほか順次) ・JICA福利厚生協力:研修員自主ツアー ・研修事業者(パナソニックエクセルほか) | | | |
| 講演・セミナー | <ul style="list-style-type: none"> ・大学における講義 ・地域ボランティアガイド連携(研修意図の理解促進) ・学生ボランティアガイド育成 | | | |
| PR | <ul style="list-style-type: none"> ・日本文化体感パンフレットの活用(2011. 3完成) ・協議会HP(6月) ・広報発表(6月) ・協議会会員、関係連ほか | | | |
| 体制 | プロジェクト体制を継続 運営体制検討 | 定常体制に移行 | | |

コンテンツの確立。対象に合わせた企画編集へ

相手先の研修計画に組み込み、計画的な実施へ

座学と現地をつなぎ、研修効果を上げる

共感者を増やし、歴史街道のプレゼンス向上につなぐ

(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

① 基本方針

「教育プログラム」の狙い、第六期での成果等については、歴史街道第六期計画報告書のとおりである。

第七期計画においては、歴史街道「教育プログラム」の確立と定常化を目指し以下の5項目を実施する。

② 事業展開

i) 事業開発

古代から近代に至る時代ゾーンとターゲット（「小学生＋親」「中高校生」「大学生（社会人含む）」）のマトリクスを組みテーマ素材の発掘・検証を行う。

- ・時代ゾーン、ターゲット層、テーマ素材の検討。
- ・実施企画の検証と活用、年間サイクルの確立。

ii) ノウハウの取り込み

大学や企業団体と連携し継続して実施するプログラム、あるいは新規に実施するプログラムをベースに教育的コンテンツや伝え方について学ぶ。

- ・教育関係者、企業担当者とのネットワーク強化、チームづくり
- ・教育ノウハウの学習。歴史街道版「教育プログラム」教材の開発。

iii) 教育機関、協力団体・企業との連携

- ・共同企画開発の推進

協議会活動の理解促進、教育プログラムを活かした社会貢献活動への参画意識の高揚を図るため教育機関、協力団体・企業との共同企画開発を推進。法人・個人会員の維持・増強につなぐ

- ・修学旅行誘致活動の推進

海外修学旅行（昭和57年65件⇒平成21年1,054件）が拡大し、日本の歴史文化に触れる機会が減っている。近畿の歴史文化資源体感の意義と役割の理解促進を図り、修学旅行の新たな価値づくりを提案し、歴史街道版修学旅行づくりを目指す

iv) P R

- ・取組毎の広報計画づくり
- ・P Rルートの開拓（教育委員会、子ども会ほか）
- ・協議会会員、経済団体への広報

v) 体制

- ・定常化に向けた持続可能な体制を整備する。

第7期計画 教育・研修事業への取り組み<イメージ>

| | |
|---|--|
| <p>②教育プログラム開発の狙い</p> <p>新たな価値創造に挑戦できる人材の育成 次代を担う若者、子どもたちに日本の歴史文化を伝え、新たな価値創造につなぐ。</p> <p>「歴史街道」ブランドの強化 歴史体験学習プログラムを設計・提供することで、歴史街道のプレゼンスを高める。</p> <p>歴史街道ファン層の拡大 歴史街道倶楽部に多様な歴史ファン層を取り込むことで、「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。</p> <p>■2011年度以降 [実行フェーズ] 教育プログラムを順次展開。大学連携の継続、会員企業連携の推進。四季を通じて展開できる内容や産業史視点での検討。</p> <p>■第7期(2012~2014) 教育プログラム体系の構築。年間サイクルの確立。 時代ゾーンとターゲット層のマトリックスを描きテーマ素材を発掘・展開。</p> | <p>【2010年度 主な取り組み実績】</p> <p>■2010年度 [企画フェーズ] 大学連携でプログラムを具体化・検証。教育機関に学び、独自企画を展開。</p> <p>【大学連携】 第1弾 奈良教育大学との連携・10/23(土)奈良(興福寺~東大寺) ・「親子で探ろう奈良の世界遺産」親子5組11人、学生2人 参加者13人</p> <p>第2弾 京都文教大学との連携・11/3(水)宇治 ・「親子で楽しむ宇治茶の日:宇治茶で茶チャチャ」 ・茶香服・玉露体験に親子17組38人参加。スタンプラリー台紙配布4000枚、ゴールポイントに1200人を動員。文教大学生約115人が運営を支援。</p> <p>【独自企画】 第3弾 「『てつ』の町 堺の秘密を探れ」 3/26(土) ・参加者 子ども20人、大人19人 ・鉄でつながる堺の「てつ」物語 「鉄砲」「刃物」「自転車」「古墳」</p> |
|---|--|

| 項目 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------|---|---------------------------------|------|------|
| 事業企画 | 教育プログラム体系づくり 時代ゾーン、ターゲット層、テーマ素材の検討。 実施企画の検証と活用。年間サイクルの構築。 | 年間サイクルを確立。次世代育成の必須プログラムへ | | |
| 大学連携 | ・京都文教大学 地域連携学生プロジェクト(10/8を予定) ・奈良教育大学 公開講座 | 教育ノウハウの取り込み、社会人としての動機づけ | | |
| 独自企画 | ・会員企業アプローチ 竹中工務店連携「古代建築の謎(仮)」(8月) 教材開発 | 会員企業における協議会活動の理解促進、社会貢献へ | | |
| PR | ・取組毎の広報計画づくり ・PRルートの開拓(教育委員会ほか) ・協議会会員、関係連ほか | 日本文化発信を通じ個人会員の多様化につなぐ | | |
| 体制 | プロジェクト体制を継続 運営体制検討 | 定常体制に移行 | | |

(4) 個人会員のネットワークづくりー「歴史街道倶楽部」の推進

① 基本方針

「歴史街道計画」の個人応援団づくりを基本の考え方とし、「量から質への転換」を意識し、会員サービスの質的充実、新会員獲得に向けた活動を強化する。なお、広報活動に限りなく近い活動ではあるが、歴史街道事業推進のための検証機能や新規サービス開発の支援・協力を果たす役割を担っているため、広報活動と事業とをつなぐ活動に位置づける。

活動のポイント

- ・歴史街道事業推進のための検証機能を果たす
- ・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）
- ・個人会員の拡大(新規会員の獲得・既存会員の維持)

② 事業展開

i) 戦略機能強化

歴史街道計画推進に貢献する歴史街道倶楽部の運営

- ・新企画の検証機能発揮、協議会施策との連動
新しい楽しみ方開発・ストーリーの検証
一筆書プロジェクトの継続
会員自治体と協働したイベントの実施
- ・首都圏企画の開発（セミナー、他団体連携）

ii) 新サービス開発

団塊シニア、女性層・親子（こども）の開拓

- ・新ターゲット開発企画の拡充
近鉄文化サロン連携 「五感で体感！にほん文化シリーズ」の充実
- ・既存会員向けイベントの展開
- ・気軽に参加可能な「おためし企画」の実施

iii) 会員増強

一般参加呼びかけ型企画の投入（3年間12回以上）

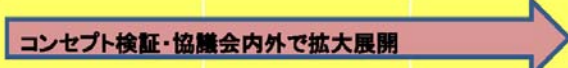
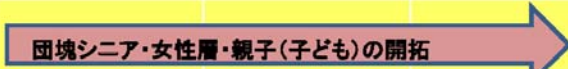
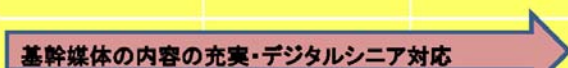
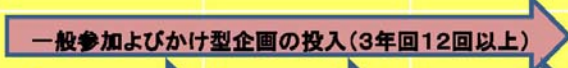
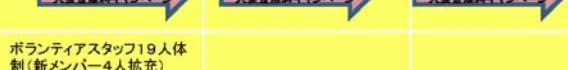
- ・イベント連動型会員募集
他団体セミナー、講演会等連携推進
- ・入金金無料キャンペーン（毎年実施）
歴史街道講演会の開催時期に毎年展開、さらに家族会員募集など追加実施
- ・会員維持
複数年会員、会費納入方法の改善
会員獲得目標は5,000名（平成26年）

iv) P R

基幹媒体の内容の充実・デジタルシニア対応強化。歴史街道倶楽部が実施する講演やイベントへの参加を会員企業・団体に呼び掛け、福利厚生として社員・職員の教養と健康の増進に役立ててもらうなど会員化による歴史街道倶楽部の活用を推進する。

- ・会員団体へアピール……社内発信機能を活用
- ・HPの充実……分かりやすさ、双方向性
- ・「歴史の旅人」……新編集方針の検討、新規の活動紹介、会員募集記事強化

第7期計画 歴史街道倶楽部事業への取り組み<イメージ>

| 歴史街道倶楽部事業 (活動の方向)量から質への転換(売上規模→質の確保、新顧客開拓) | | 【2010年度 主な取り組み実績】 | | |
|---|---|---|------|------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・歴史街道事業実現のための検証機能を果たす ・新規サービス開発強化(学び・役立ち・交流・生き甲斐づくり) ・新規会員の獲得・既存会員の維持 ■2011年度 [変革への布石を打つ] ・現状課題の整理、変革の方向性検討 ・新規会員獲得のための取り組み ・20周年記念事業開発・歴史街道計画との連動 一筆書プロジェクト ■第七期(2012～2014) [歴史街道計画推進の一翼に(原点)] ・歴史街道倶楽部の認知度向上・事業活動のPR ・高質な会員組織の維持・新規会員獲得施策の継続実施 | | イベント実施全41回、月平均3.4回実施(2009年36回) ①歴史のまちウォーク14回 913名 ②伝統芸能2回 127名 ③海外ツアー タイ 13名 ④語り部ツアー5回406名⑤近畿文化 会共同2回171名⑥歴史講演会6回824名⑦近畿文化サロン集客 協力11回 ⑧10/15～1/31入金無料キャンペーン469名獲得 【2011年度 主な取り組み実績】 イベント実施全48回、月平均4回実施 ①歴史のまちウォーク10回 650名 ②伝統芸能3回 185名 ③海外ツアードイツ 15名 ④語り部ツアー4回287名⑤近畿文化 会共同2回105名⑥歴史講演会6回950名⑦近畿文化サロン共催 8回133名 集客協力12回 ⑧11/15～3/15入金無料キャン ペーン 388名獲得 ⑨首都圏イベント2回 67名 | | |
| 項目 | 施策 | 2012 | 2013 | 2014 |
| 戦略機能強化 | 1)新企画の検証機能発揮、協議会施策との連動 ・新しい楽しみ方開発・ストーリーの検証 2)首都圏企画の開発(セミナー、他団体連携) |  | | |
| サービス開発 | 1)新ターゲット開発企画の拡充 ・近畿文化サロン連携の継続 2)既存会員向けイベントの展開 3)気軽に参加可能な「おためし企画」の実施 |  | | |
| 情報提供 | 1)ホームページの充実...分かりやすさ、双方向性 2)「歴史の旅人」...新編集方針 3)会員団体へのアピール...社内発信機能を活用 |  | | |
| 会員状況 | 1)イベント連動型会員募集 2)入金会無料キャンペーン(毎年実施) 3)会員維持...複数年会員、会費納入方法 ※会員獲得目標5,000名(2014年) |  | | |
| 体制 | ボランティアスタッフの活用...新メンバーの募集 |  | | |

2章 歴史文化を活かした余暇づくり

(1) 基本方針

日本文化の本質を伝えるという協議会の目的達成に向けメインルートエリアとネットワークエリアを相互補完的に機能させ、地域の魅力を深めてゆくために一層の連携を図りつつ、新たな余暇の提案、事業を行う。

①歴史街道のコンセプトを明確に打ち出す

歴史街道計画では、時代の流れをたどる旅筋を広く人々に体感してもらうため、伊勢から神戸までの6都市を結ぶメインルートを設定し事業を推進してきた。

その基本理念にのっとり、文化発信型事業（企業研修プログラム、教育プログラム、一筆書ツアー、定点案内など）を核とした、新たな発見や学びを体感できる旅の楽しみ方を官民連携して開発し、提供する。

②近畿の広域的魅力整理と活用

協議会発足20年を大きな節目として、ネットワークエリアでは地域の事情に応じた広域的な歴史観光のあり方を検討し、メインルートとの相互補完的な事業を推進する。

多様な歴史・伝説、景観、食文化をもつ北近畿・琵琶湖エリアにおいては、近畿における「着地型ツアー」の先進地を目指す。

また、高い知名度とブランド力を持つ世界文化遺産に、歴史街道関係地から5地区が指定されていることを考慮し、協議会としてこの力を十分に活用した事業に取り組んで行く。

特に中央エリアにおいては、メインルートとの連携強化や世界遺産を意識し、第六期事業成果の継承を図る。

一方、紀伊半島の歴史的文化の魅力を親しみやすい形で広く伝える必要がある。それらを長期滞在者やリピーターを中心とした「文化観光ゾーン」形成に結びつけるよう努力する。

- ・ 定点案内：案内地域の拡大と内容の充実を図る。
- ・ ボランティアガイドとのネットワークを強化する。
時空をつなぐ旅筋という「歴史街道」の魅力を伝えてもらえるよう地域のキーパーソンとの連携を深める。
- ・ 情報発信拠点の整備拡充（地域づくり事業にて記載）に取り組む。

3) ツアー開発の積極的推進

ツアー開発においては、事業パートナーのニーズを踏まえつつ、歴史街道らしさを活かした商品造成に取り組む。その際、歴史街道だからこそ可能な官民連携を強く意識したものとする。

－パートナーシップを構築する。

ツアー造成事業を事業パートナーと協力し、ユーザーのニーズに対応する提案に高めていく。パートナーは、ボランティアガイド団体、ツアー会社、旅館、自治体、社寺、システム開発会社、ライター、出版社等を想定。

－ツアー対象者のニーズを絞り込んだツアーを造成する。

夫婦、親子、友達同士で楽しむ歴史文化、あるいは歴史街道・初級者編、中級者編 など

4) 情報発信ツールの開発・強化に取り組む

歴史街道の旅を楽しく演出するツールを外部の専門家団体と協働し、歴史街道旅行者の利便を高める。

－古地図、携帯端末、GPS等を活用した既存システムの応用版を開発する。

－歴史街道の旅のためのコンテンツを作成する。

－「平成23年度官民連携主体による地域づくり推進事業」で実施した飛鳥～奈良～京都間の自転車道及び自動車道の調査成果をベースにさらに情報のブラッシュアップを行い、その成果をHP等で示し“自分で旅のコースを作る楽しみ”を提供する。

(2) ネットワーク

①事業計画

i) 北近畿・琵琶湖エリア

ーシンポジウム成果などの継承、地域事業との連携

平成24年1月に実施したシンポジウムの成果を十分に継承する。

このエリアでは特に最近、現地NPOや大学が連携した新しい魅力発掘への取り組みが始まっており、各種の取り組みやキーパーソンとの連携を図りつつ、広域での魅力創造、発信に取り組む。

ー第六期で推進してきた事業を定着させる

滋賀における風景街道事業（琵琶湖さざなみ街道・中山道）や近江・戦国の道事業との連携、丹後・但馬における広域マップの貼付、広域パンフレット増刷・配布といった事業を定着させる。福井県については市町村からの参加がなくなり、今後、どういった事業を重点的に進めていくかについての再調整を行う。

ー京阪神圏にターゲットを絞った情報発信やツアーコースづくりを行う

地域単位のものに加え、複数地域が連携した人物ツアー（例：細川ガラシャ＝大阪－長岡京－大津－丹後－福井）やテーマツアー（例：戦国武将＝安土－近江八幡－彦根－長浜）、山陰海岸ジオパークや日本海の幸、琵琶湖、城崎温泉、サイクリング、街道歩きの要素を取り入れたものなど、各地元とも連携した計6～9種類のコースを提案する。

ii) 中央エリア

ー世界遺産を活用した歴史街道事業をさらに充実させる

歴史街道エリアの周遊性を向上させることを目的に、世界遺産地域とメインルート各地を結ぶ美観道路形成への提案、外国人対応ツールの開発（四カ国語パンフレットやHPの充実など）などの事業を実施する。

また、南大阪～飛鳥間と播磨をはじめ、彦根など暫定リスト掲載地域の魅力を引き出すような歴史街道事業をさらに充実させていく。

ー記念年を切り口とした地域連携型の情報発信やイベントを実施する

第七期計画の期間にユネスコ世界遺産40周年関連事業が京都・姫路・和歌山などで予定されている。また姫路城、法隆寺、京都・大津・宇治が世界遺産登録20周年を迎えるので必要に応じ、世界遺産を切り口とした情報発信やイベントを市町村等と連携して実施する。竹内街道の1400年事業などとの連携についても併せて検討する。

iii) 紀伊半島エリア

ー紀伊半島のキーパーソンがゆるやかに連携していく体制づくりを進める

シンポジウムや「吉野・高野・熊野の国事業」、「10万人の参詣道環境保全活動」への協力、「世界文化遺産」地域連携会議、紀伊半島交流会議などを通し、

紀伊半島のキーパーソン（宗教関係者、県、市町村、地域リーダー）がゆるやかに連携していく体制づくりを推進する。

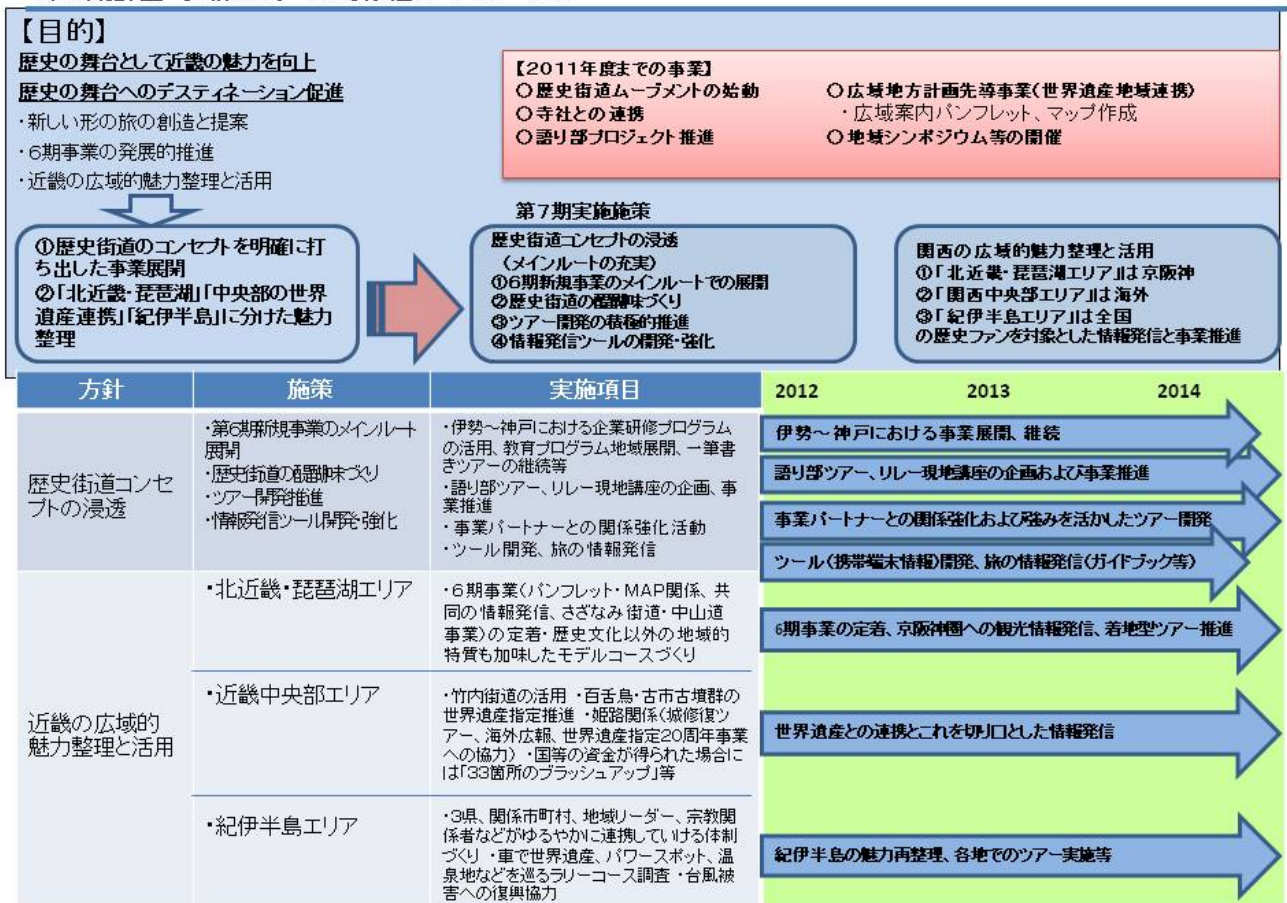
ー紀伊半島の魅力を今一度、整理し直す

「紀伊半島の霊場と参詣道」の世界遺産登録10周年、高野山開創1200年などを契機に、「車で（世界遺産、パワースポット、温泉地、景勝地などを）巡る周遊コース設定」の方向性などを検討していく。

ー各地の魅力を発掘・整理を目指したツアーを実施する

各地の魅力を発掘・整理することを目指したツアーを和歌山や「吉野・高野・熊野」において実施する。実施結果は検証の上、旅行会社等と情報交換することを通じ、新たな楽しみ方と定着するよう取り組む。

第7期計画 余暇づくりへの取り組み<イメージ>



3章 歴史文化を活かした地域づくり

(1) 基本方針

地域間、地域と協議会が協働し、連携を深め、併せて、地域ポテンシャル（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）を高め、地域の活性化を図ることを目的とする。

メインルート事業とネットワーク事業とは、相互補完的に機能させていくため一層の事業連携を図り、日本文化の本質を国の内外に伝えるという協議会の目的達成に向け、歴史文化を活かした地域づくりを推進する。

①メインルートの道中魅力づくり

メインルート各地において着地型歴史観光を促進するため、それぞれの地域が有する魅力ある歴史文化資源を発掘し、内外に情報発信して行く。また、魅力を引き出すコーディネーターの役目を担う各地域のキーパーソン（ガイド、学芸員、宗教者など）とのネットワークを積極的に深め、同時にキーパーソン間の横の連携も図る。

②地域づくりの面的展開

歴史的風景に関する事業（日本風景街道事業）や拠点整備などに取り組むほか、ネットワークにおいては「メインルート」において実施されてきた事業ノウハウを活かし、広域案内所のネットワーク形成などの事業を「面」的に展開して行く。

③広報事業との連動

一般広報事業はもちろん、企業研修プログラム、教育プログラム等との有機的な連動を通して、歴史街道コンセプトの周知、地域の歴史文化資源の活性化につなげていく。

(2) 事業展開

①メインルートの充実強化

第六期計画で個別に実施してきた事業を複合的に構成し、有機的に結び付けて、メインルートの魅力を更に引き出し旅のルートとしての充実を進める。

i) 広域官民連携事業の推進

メインルートの歴史的連続性、重層性を具体化する重要な事業として広域官民連携事業を位置付ける。古代～近代の歴史の流れを一つのルートとして広域に地域が連携することで歴史街道のコンセプトを具体化する。

このため、地域の歴史文化資源の掘り起しにも努め、その活用を図りながらデ

ステイネーションとしての地域振興を図る。

1) 伊勢～飛鳥間事業

平成25年の伊勢神宮式年遷宮に向け、日本風景街道「伊勢街道」連絡協議会とともに伊勢市及び伊勢街道（伊勢本街道、初瀬街道）沿いの市町村の各団体（行政、まちづくり団体、ボランティアガイド団体）間で交流・連携した活動を実施する。

具体的には、ボランティアガイド団体の相互研修、地域の魅力発掘、理解促進、街道ウォークなどを実施する。

2) 飛鳥～奈良～京都間事業

第六期計画に引き続き、歴史資源の掘り起しと共通テーマ設定を目的とする勉強会、情報交換会の開催、共通テーマによるリレー現地講座の推進などに取り組む。特にリレー現地講座は、参加者からの評価も非常に高く、参加自治体等からの期待が高まっているため、関係機関等に参加を呼びかけ、地域が主体的に事業を運営していける仕組みづくりと新たなテーマを構築することを目標に、事業の継続と活性化を図って行く。

3) 万葉まほろばプロジェクト

飛鳥から橿原、桜井、天理を経て奈良にいたるまでのJR線、近鉄線の周辺地域の貴重な歴史観光資源を整理して関係団体、鉄道会社、観光関連事業と協力し地域活性化に結びつく事業を推進する。

4) 京都～大阪～神戸間事業

「西国街道」連携事業については、自治体と博物館の関係強化を図り、地域が主体的に組織と事業を運営できる仕組みづくりを検討し、周辺の旧街道（能勢街道、有馬街道等）を含めたステップアップした事業展開を図る。

「京街道」事業は、当協議会独自の企画として京街道にある社寺や鉄道事業者、地元の企業、観光施設の協力を得て、地域の歴史・魅力を再発見する事業を引き続き展開し、コンテンツの蓄積を進め、官民連携事業の提案を行う。

ii) 歴史的風景を活かした魅力づくり

1) 日本風景街道「伊勢街道」

日本風景街道「伊勢街道」連絡協議会に積極的に協力し、地域歴史文化資源の掘り起し、案内看板の整備、団体間交流を進めるとともに、遷宮に合わせ、「伊勢の道」を核に面的な広がりを持つ活動を検討する。

2) 日本風景街道「まほろば」

日本風景街道「まほろば」連絡協議会に参画し、啓発活動と事業推進に積極的協力を行う。

iii) 歴史街道応援団ネットワークの構築

歴史街道の事業推進へ協力を得るため積極的に関係自治体の学芸員やボランティアガイド団体等とのコミュニケーションを図る。歴史街道応援団ネットワークを構築する。

iv) 歴史街道の拠点整備とその活用

歴史街道 i センターの整備拡充を行う。また来訪者が地元の人と触れ合いながら情報を交換できるような情報拠点の開拓を行う。現地の楽しみ方を知ってもらうことで、DESTINATION 化の促進と地域振興を狙う。

(3) ネットワーク事業

①歴史街道モデル事業のフォローアップ

過去、50の地域が歴史街道モデル事業計画を策定、整備事業などを推進している。これらのフォローアップを行っていくとともに、必要な要望活動、古道・街道事業との連動などを行っていく。

②市町村共同事業の活性化

既存事業の継続に加え、33の半日コースについては地元やメディア・旅行社などの意見も交えたブラッシュアップを行い、活用してもらえるようアレンジを行う。また、市町村共同事業全般についても、さらなる新機軸の導入を含めた、積極的な見直しを行う。

③メインルートの事業成果を面的に展開

第六期において観光案内所等(約100箇所)をネットワークし、情報発信体制を整えたが、その定着・発展に取り組む。

第1に紀伊半島や北近畿・琵琶湖などの近接エリアにおいて、県境を越えた基礎資料を相互配布できる仕組みを整える。例えば紀伊半島においては、三重県内では和歌山県・奈良県のパンフレットが未設置であり、和歌山・奈良の両県においても同様の状態が続いている。

第2には、案内拠点ネットワークの拡大を進める。例えば京阪神の主要宿泊施設などを積極的にこのネットワークに加えていく。また、これを契機に「メインルートのみで実施されてきた事業」の中で、「面」的な展開可能なものがないかどうか引き続き模索していく。

④ネットワークエリアにおける風景街道事業の推進

「琵琶湖さざなみ街道、中山道」において風景街道連絡協議会に参画し地域と一体となって、街道整備、美化、景観保存活動やまちづくり、地域団体間の交流を行う。

⑤着地型観光（DMC）の推進

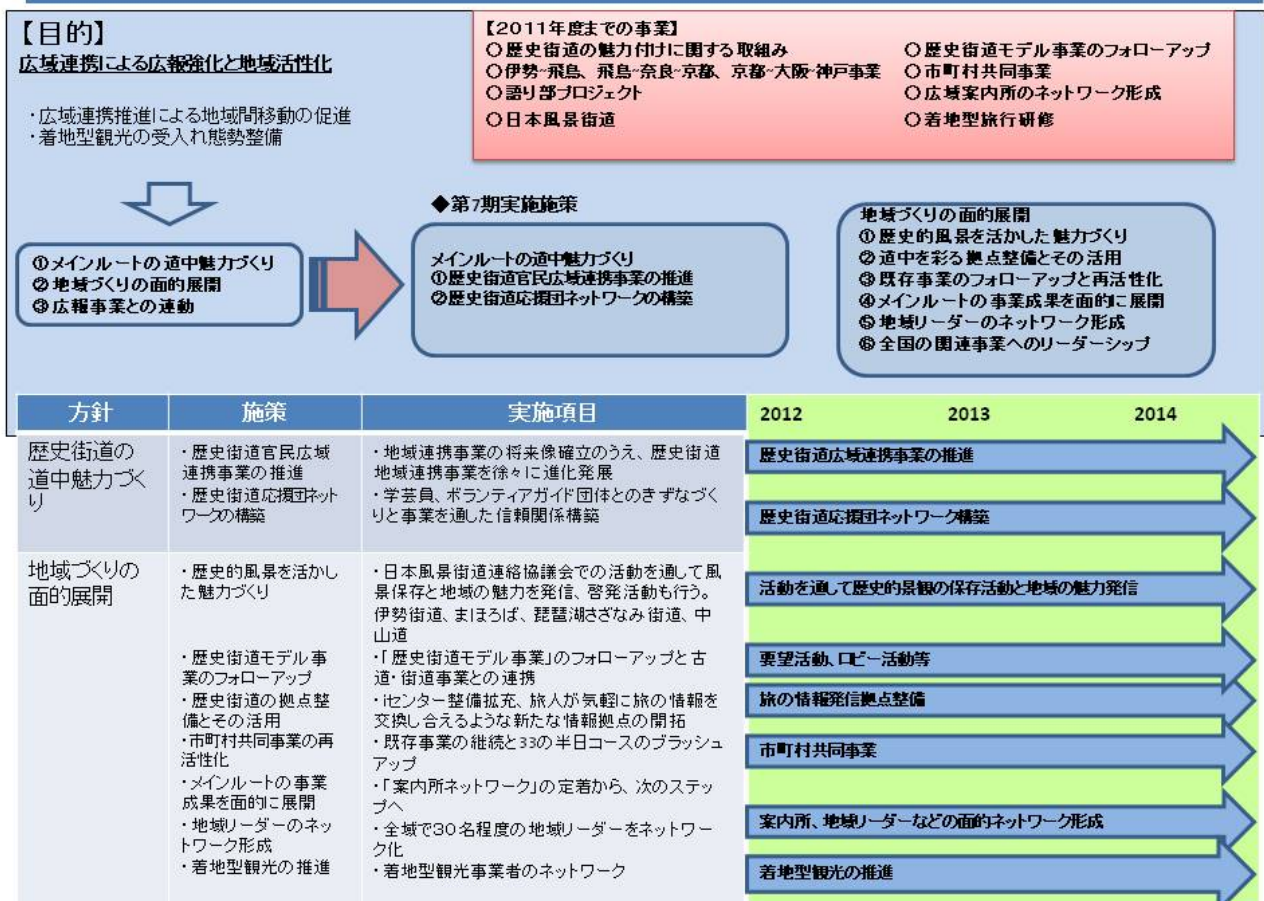
近年の国内旅行の変化の一つとして、旅そのものが大手旅行社中心の「発地型」から、地元中心の「着地型」へと転換しつつあり、地域における雇用や「地産地消」にも大きく連動している。近畿圏における着地型観光事業者（志向者や旅行業資格を有する観光協会などを含む）との連携を強め、着地型観光の進展に取り組んでいく。

⑥近畿における地域リーダー等のネットワーク形成

以上の事業などを通し、近畿の歴史観光地域づくりリーダーとのゆるやかなネットワーク化を目指す。

日常の交流を通し行政関係者以外からも地域情報が入手できる体制を強化するとともに、地域リーダー間の交流を促進して、歴史街道計画はもとより、近畿全体や各地域の振興についても、新しいアイデアを数多く共有できる仕組みを構築していく。

第7期計画 地域づくりへの取り組み<イメージ>



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、将来に亘って事業を推進してゆくため、効果的で持続可能な協議会運営を目指す。

このため、企業・自治体との連携事業や企画提案型の事業開発を重視し、経済界・地域・協力団体との意思疎通に努め、相互に成果を共有する関係を構築する。

(2) 会議体の運営

協議会活動の報告と審議を諮るため、総会及び理事会並びに運営部会・幹事会と全体会議を必要に応じて開催する。併せて、会議の活性化、会員相互の交流を図るため、勉強会や現地見学会を開催する。

(3) 要望・提案活動

諸々の会議や諮問に応じる等様々な手法を通じて、国、自治体、企業等に働きかけ、歴史街道計画の推進に必要な連携事業や企画創造型の事業を提案する。

また、国の各機関、世界文化遺産地域連携会議、観光地域づくりプラットフォーム等の歴史街道の推進に関連する諸機関・団体との協調関係を保ち、歴史街道計画の情報感度を維持する努力を行う。

(4) 事業収支の安定化

長期的、計画的に協議会を運営してゆくためには、事業収支の安定が欠かせない。平成9年をピークに、モデル事業の受託が終了したことや、平成13年以降、市町村合併等に伴う自治体会員の退会減少、経済環境等の不透明さによる法人会員の会費節減等の影響もあって、協議会の財政状況は厳しい状況にある。

第七期においても、依然厳しい経済環境が予想され、資金調達には多くの困難が伴うと考えられるが、時代の要請に応えながら歴史街道推進の理念に則った事業を推進し、会費・事業収入（規模）の確保拡大に努めつつ、効率的な運営に努力することで事業収支の安定化を図る。

(5) 協議会組織の検討

歴史街道推進協議会は、発足以来、“任意団体”として活動を続けてきた。第六期計画の期間中、運営部会及び幹事会において「社団法人」化を前提として協議会運営組織の検討を行ったが、メリットやデメリットが不透明であるとの結果、関係諸団体の動向を勘案した上、時宜を見て結論をだすことになっている。

平成23年度には、「関西広域連合」「関西地域振興財団」等関係諸団体の動向が明らかになってきたため、第七期計画の期間中に、当協議会の持続可能な運営のための組織体制の再検討を行う。

以上