

I. 第8期中期計画振返り

1. 第8期における事業展開

歴史街道計画の3つの目標

第8期計画

I 地域事業

メインルート事業
ネットワークエリア事業

II 理念普及事業

日本文化体感プログラム

III 広報事業

一般広報活動
歴史街道倶楽部事業

1. 第8期における事業展開
※各種テストツアーや講演会などの実施

歴史街道計画の3つの目標

- 広報活動
- 日本文化体感プログラムの展開
- 教育プログラムの展開
- 歴史街道倶楽部(個人会員)の展開

TV番組

日本文化研修

月刊「歴史街道」

- 官民連携による地域環境整備
- 歴史街道モデル事業のフォローアップ
- 地域リーダー等のネットワークづくり
- 各種広域連携事業の推進

シンポジウム

PR展示

観光「ラフィア」との連携

歴史街道「行」事業

- 歴史街道メインルートの醍醐味づくり
- 関西を南北3つに分けた連携推進
- 世界遺産・日本遺産関係地域の振興

世界遺産連携会議の支援

関西5私鉄連携事業

京都～大阪～神戸連携事業

京街道連携事業

紀伊半島連携事業

北近畿連携事業

歴史街道倶楽部※

会報発行

非公開文化財見学

文化財修復見学

リレーウォーク

講演会



2. 第8期実施内容

H27 H28 H29

(単位：回)

項目	計			実地箇所・場所・対象等												
	297	298	302													
スタンプラリー	3	3	3	歴史街道	5私鉄	西国街道										
ウォーク	39	37	37	クラブ ツーリズム	伊勢飛鳥	西国街道	京街道	イベント 広報	倶楽部							
勉強会、説明会	11	14	21	飛鳥 奈良京都	ホラティイ ガイド	滋賀 サイクリスト	びわこ	情報 交換会	全体会議							
フォーラム、セミナー	37	32	35	伊勢飛鳥	西国街道	サイクル ツーリズム	イベント 広報	倶楽部	近鉄 文化知							
展示会	10	16	9	風景街道	道の駅	万博 鉄道祭り	イベント 広報									
研修教育	68	63	79	企業	大学	JICA	こども									
イベント活動小計	168	165	184													
媒体（紙面）	43	45	41	QRMAP	サイクリング マップ	ちずたび	月刊 歴史街道	近鉄コース	TOKK	旅人	ECC	世界遺産 マップ				
媒体（TV、ラジオ）	26	26	25	FM滋賀	ABC	CATV										
媒体（動画、web）	35	37	27	一筆ツア-	パナソニック 映像	企業内	関西ばど									
メルマガ	24	24	24	Do楽	なう											
媒体広報小計	128	132	117													
要望活動	1	1	1	東京：国会議員や霞が関官庁（年1回）												



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

■ 地域事業

1. メインルート事業

(1) 歴史文化を活かした余暇づくり

(事業目的・方針)

新しい楽しみ方、見せ方等「歴史街道ならでは」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。

・単位：回、人、支出等金額は千円
・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

No.	事業項目	内容	H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性		
1	関西5私鉄連携事業 ※各社より@400千円の協賛金あり。	スタンプ ラリー	期 間	5/23~ 8/31	7/1~ 10/2	7/1~ 10/1	5私鉄沿線の市町村を 巻き込んだ広域官民連携事業 への発展拡大が必要。	△
		応募者数	587	543	371			
		支出額	2,397	2,299	2,314			
2	JR西日本連携事業 (JR万葉まほろば線)	ウォーク、 記念行事 等	実施回数	1	0	1	まほろば線駅所在地市町の 連携はあるが、駅単独の点 での活動で終わっている。 線から面へと拡大する必要 がある。	地域づくりでの展開事 業と連携し、広域官民 連携事業としての展開 をめざす。
		参加者数	300	0	35			
		支出額	0	0	0			
3	旅行会社との連携事業	旅行・ ウォーク	実施回数	6	3	4	クラブツーリズム内部向けの 連携のみで 終わっている。 歴史街道倶楽部を交えたり 他社との連携も必要。	△
			参加者数	153	82	152		
			参加者数/ 回	26	27	38		
			支出額	39	14	30		



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

・単位:回、人、支出等金額は千円
 ・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

(2) 地域づくり、受入体制づくり

(事業目的・方針)

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

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。

No.	事業項目	内容		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性		
4	伊勢～飛鳥間連携事業 (紀伊半島交流会議伊勢街道分科会、「伊勢街道」連絡協議会や伊勢市、宇陀市等)	講演・ウォーク	実施回数	4	3	4	官(行政)あるいは民間だけの事業展開となっているので、官民が連携した広域事業への発展拡大をめざすことが必要。	上述余暇づくりでの展開事業と連携し、広域官民連携事業としての展開をめざす。	△
			参加者数	333	167	132			
			参加者数/回	83	56	33			
			支出額	0	0	0			
5	飛鳥～奈良～京都間地域連携事業 (6市1村)	勉強会・講演・ウォーク	実施回数	5	4	4			
			参加者数	166	52	84			
			参加者数/回	33	13	21			
			支出額	36	5	55			
6	京都～大阪～神戸間西国街道連携事業 (16の自治体と12の資料館、博物館)	講演・ウォーク・展示・スタンプラリー	実施回数	9	9	9			
			参加者数※	474	456	440			
			参加者数/回	53	51	49			
			支出額	602	326	311			



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

・単位:回、人、支出等金額は千円
 ・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

②各地のボランティアガイド組織との協働事業や運営を強化する事業活動

受入体制づくりや各ボランティアガイド組織のガイドの実施方法・ノウハウなどの情報の収集・周知

No.	事業項目	内容		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性		
7	京都～大阪間京街道・淀川左岸地域連携事業 (4市1町及び京阪電鉄)	ウォーク	実施回数	5	5	5	官民連携事業としての展開はできているが、参加市町の増設要。 → H29は京街道マップを作成。京阪電車より495千円の協賛金あり。	上述余暇づくり、地域づくりでの展開事業と連携し、広域官民連携事業としての展開をめざす。	○
			参加者数	213	152	142			
			参加者数/回	43	30	28			
			支出額	135	122	1,099			
8	ボランティアガイドミーティング	15地域のボランティアガイド団体※	実施回数	2	1	1			
			参加者数	-	18	20			
			支出額	24	38	79			
9	定点案内	※	実施期間	10/3～11/3	10/1～11/3	10/1～11/5			
			利用者数	-	-	-			
			支出額	130	96	44			

※伊勢、明和、美杉、伊賀上野、飛鳥、橿原、桜井、天理、斑鳩、奈良、宇治、長岡京、大山崎、大阪、神戸



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

2. ネットワークエリア事業

(事業目的・方針)

- ・南北近畿エリアの活性化(情報発信力、地域リーダー等との連携強化)
- ・「世界文化遺産」地域連携会議等との連携によるPR活動、地域振興活動

(1) 考え方

- ①「関係者総参加と継続による成果拡大の姿」をイメージしつつ、「広域官民団体でなければできない分野に特化した活動」を行う。
- ② 近畿を南北3つに分け連携事業を推進する<南部：紀伊山地の霊場と参詣道=歴史街道2号、北部：環状高速道路に沿った連携<(北近畿・琵琶湖 食と歴史の回廊)=歴史街道3号と位置づけ、数値目標(宿泊客10%増)を掲げた誘客促進活動を核とする>
- ③「世界遺産連携」の分野で関西から日本全体をリードする。

(2) 8期までの成果(南北近畿)

○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

事業項目	紀伊山地の霊場と参詣道(歴史街道2号)	9期
1. 発信コンセプトの整理	神道・仏教・修験道の聖地が共存し、それらが古道で結ばれ、現代に生きる	○
	3つの聖地・4つの絶景・5つの古道・6つの温泉・7つのパワースポット	○
2. モデルコース設定 (テストツアー実施)	伊勢路→熊野三山、神倉神社・大斎原・那智の滝、熊野古道(中辺路・小辺路)、吉野・天川、高野など	○
3. 整備事業 (歴史街道モデル事業ほか)	① 新宮、那智勝浦、本宮、田辺(市街地・本宮)、上富田、高野、紀ノ川、大和街道周辺地区、吉野、天川、十津川 (以上、歴史街道モデル事業計画策定地域) ② 紀伊山地の霊場と参詣道の各古道における外国語道標設置(不足分の解消)	○
4. キーパーソンのネットワーク	約75名	○
5. 同種施設間のネットワーク形成	観光案内所	△
6. SNSによる情報発信	http://kii-m-r.com/	○
7. 紙媒体による情報発信	古道別多言語MAP・ガイドブック・パンフレット制作	○
8. 映像・TV	高野山(2016)+映像蓄積、デジタルサイネージによる情報発信	○
9. メディアとの関係づくり	東京(2015) ※東京(2013)名古屋(2014)	△
10. シンポジウム・イベント	世界遺産サミット(2015・和歌山 ※2014・京都)、紀伊山地三霊場大阪シンポ(2015~2017 ※2009~)、同東京シンポ(2017)	△



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

事業項目	北近畿・琵琶湖 食と歴史の回廊(歴史街道3号)	9期
1. 発信コンセプトの整理	環状高速道路の開通とそれに沿った観光まちづくり連携の存在	○
	歴史+食(近江米・鯖・間人ガニ・但馬牛・丹波豆・京野菜等)の魅力	○
2. モデルコース設定 (テストツアー実施)	大津、近江八幡、彦根、信楽、舞鶴、京丹後、竹田城・出石・城崎、銀の馬車道、篠山、三木、京街道	○
3. 整備事業 (歴史街道モデル事業ほか)	① 大津、近江八幡、彦根、木の芽峠、口丹後、北丹後、出石、和田山、生野、篠山、三木、高槻、乙訓八幡 ② 風景街道「琵琶湖さざなみ街道・中山道」	○
4. キーパーソンのネットワーク	約75名	○
5. 同種施設間のネットワーク形成	観光案内所(伝建地区・道の駅・商工会・施設・・・は道半ば)	△
6. SNSによる情報発信	http://northkansai.com/	○
7. 紙媒体による情報発信	QRコードMA(1000箇所貼付依頼)、3言語パンフ	○
8. 映像・TV	・近江八幡(2015)彦根(2017)+映像蓄積 ※小浜(2014) ・PR映像の制作	○
9. メディアとの関係づくり	大阪(2015) ※名古屋(2012)	△
10. シンポジウム・イベント	小浜(2015)、DMOシンポ(2017) ※大阪(2013)	○



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

・単位:回、人、支出等金額は千円
 ・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

■ 理念普及事業

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)

(事業目的・方針)

本事業は歴史街道計画の理念を具体化し、日本の国際競争力強化の一助とする取り組みである。グローバル人材育成に向け企業研修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べく、第8期計画に示した事業方針に沿って、コンテンツ・PR・体制の整備・拡充に取り組む。

事業項目	対象		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性	
日本文化体感プログラム	訪日研修生	実施回数	49	48	63	JICAからの信頼を得、着実に件数は増加。今後、さらに発展拡大していくためには外部講師の質・量の確保、充実が必要。	○
		参加者数	609	570	796		
		参加者数/回	12	12	13		
		収入額	2,842	3,625	4,648		
		支出額	1,251	2,385	3,288		
		差額	1,591	1,240	1,360		
	企業、経済団体等	実施回数	6	3	2	実施団体からの評価は高いが、会員団体等へのアプローチができていない。やりよう次第で可能性は大。	○
		参加者数	437	263	275		
		参加者数/回	73	88	138		
		収入額	651	585	212		
		支出額	433	370	120		
		差額	218	215	92		
	大学	実施回数	4	6	5	大学相手の案内(営業)はほとんど皆無。需要が見込めそうな大学をリストアップし、まずは案内(営業)から始める必要あり。	○
		参加者数	422	417	216		
		参加者数/回	106	70	43		
		収入額	80	25	503		
		支出額	0	122	334		
		差額	80	-97	169		
		収入総額	3,573	4,235	5,363		
		支出総額	1,684	2,877	3,742		
		差額	1,889	1,357	1,621		



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

・単位:回、人、支出等金額は千円
 ・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

2. 「日本文化体感プログラム」(次世代育成・教育プログラム)

(事業目的・方針)

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していくためには、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、平成28年度はさらに時代区分や地域的なバランスのとれた多様なプログラムを提案し実行する力を高めていく。

事業項目	対象		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性	
日本文化体感プログラム(親子向け)	小中学生(含保護者)	実施回数	9	6	5	労力大にして効果は？ 9期は原則廃止。ただし、奈良、大阪の定着案件及び「夢基金」応募企画採用時のみ実施。	×
		参加者数	199	135	104		
		参加者数/回	22	23	21		
		支出額	1,273	622	183		



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

■ 広報事業

1. 一般広報活動

(事業目的・方針)

歴史街道計画の知名度向上、理念訴求、歴史街道ブランドの強化、歴史街道各地の魅力を発信する。

・単位:回、人、支出等金額は千円
・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

No.	事業項目	内容		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性		
1	TOPICSのDM (マスコミ、関係者等)	1回/半期	送付数計 支出額	1,300 202	1,300 199	0 0	「歴史の旅人」トピックスと重複する部分が多く、取り止め。	×	
2	メールマガジン 「歴史街道なう」	1回/月	第2木曜日 配信	配信先数 会員 約240件			情報発信ツールとして費用対効果は高いので継続する。 ただし、コンテンツ内容については必要に応じて随時見直ししていく必要あり。	○	
3	メールマガジン 「DO楽」	1回/月	第4木曜日 配信	配信先数約6,500件 (会員他希望者)				○	
4	Facebook	随時更新	いいね数	9,000	11,000	13,300	順調に拡大。HP見直しに連動して継続。	○	
5	歴史街道 スタンプラリー	通年	応募者数 支出額	7,186 2,844	4,415 2,360	未 2,261	マンネリ化しつつあるので、内容について見直し、リニューアルして実施する。	○	
6	マスコミ関係者等 との情報交換会	1回/年	支出額	49	67	331		好評の内に展開してきているので、継続実施。 ただし現状の参加枠の制度※②は見直す。	○
7	月刊「歴史街道」 記事・広告掲載※ ①	1回/月	支出額	1,000	1,000	1,000	○		
※①正規掲載料金 400千円/頁・月				参加市町村数	16	15	15	※②複数口の会費もしくは共同事業費負担団体のみ参加形態を見直す必要あり	



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

1. 一般広報活動

・単位:回、人、支出等金額は千円
・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

No.	事業項目	内容		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性	
8	朝日放送 「歴史街道スペシャル」	1~2回/年 (放映時間30分)	放映数	2	1	1	各社の特別協賛枠での実施。 露出度及びその効果も大きいと考えられるので、可能な限り継続を要請。	○
9	CATV局 「歴史街道～わたしたちのまちの歴史と文化～」	月2回更新 (全13局)	放送時間 15分	各局週1回～7回放映				
10	阪急沿線情報紙 「TOKK」でのPR※③	1回/月	発行部数50万部/回・WEB掲載 ※③500千円/回					
11	近鉄沿線情報紙 「近鉄ニュース」でのPR	1回/月	発行部数10万部/回					
12	JRふれあい ハイキングだよりでのPR	1回/四半期	発行部数春・秋各8万部、夏・冬各6万部/WEB掲載					
13	あすたいむ 歴史コラム (WEB)	1~2回/月	関西ほどのHPで掲載			HPのビュー数次第での判断要。	△	



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

1. 一般広報活動

<講演会、セミナー等>

・単位:回、人、支出等金額は千円
 ・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

No.	事業項目	内容		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性
1	大阪府立中央図書館共催	講演会	実施日or期間	1	2	1	官民連携事業として実施してきており、それなりの効果も認められているので、今後も継続実施していく。必要に応じて内容の見直しは随時行う。 ※歴史文化遺産フォーラム、三霊場フォーラムとも支出額に見合う収入があるので、実質負担額はゼロ。
			参加者数	60	86	80	
			支出額	0	0	0	
2	関西歴史文化遺産フォーラム ※関西広域連合との共催	フォーラム	実施回数	1	1	1	
			参加者数	410	240	240	
3	紀伊山地三霊場フォーラム ※紀伊山地三霊場会議共催	フォーラム	実施日or期間	1	1	1	
			参加者数	170	281	160	
4	泉州エリア共催事業	講座、ワークショップ等	実施回数	6	4	5	
			参加者数	301	187	74	
			参加者数/回	50	47	15	
			支出額	0	0	32	
5	首都圏PRイベント ※JR東海等の協力により実施	講演会、展示会等	実施回数	1/15~17	4	-	
			参加者数	466	340	-	
			参加者数/回	466	85	-	
			支出額	2,912	2,604	-	

※H28年度まではJR東海からの協賛金により実施できたが、H29年度からは広告協賛金がなくなったため、原則廃止。
 (注!) 歴史街道倶楽部関連案件は継続実施



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

1. 一般広報活動

<展示活動、街頭PR等>

・単位:回、人、支出等金額は千円
 ・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

No.	事業項目	内容		H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性
1	大阪府立中央図書館共催	展示会	期 間	7/15~8/3	7/5~31	7/4~30	上記講演会との連動企画
			来場者数	期間中来館者数 4~5万人。 展示エリアの稼働はなし。			
			支出額	2	0	0	
2	阪神高速バントパス Loop A	展示	期 間	1/7~26	7/28~8/16	8/3~24	会員サービスの一環として実施
			来場者数	221	224	227	
3	「親子で楽しむ宇治茶の日2016」 ※京都文教大学連携	展示クイズ&アンケート	実施回数	1	1	1	
			来場者数	10,000	7,000	10,000	
			支出額	0	0	0	
4	「関西ワールドマスタースターズゲームズ2021」	総会会場ブース出展	実施回数	1	1	1	
			来場者数				
5	パナソニック映像「旅の星」自治体と連携	歴史街道各地の紹介映像(日英)配信	配信数	10	9	1	
			支出額	184	164	378	
6	「世界遺産マップ」関西広域連合と連携	日本語・中国語(繁体字)版を作成	作成数	1	1	1	
			支出額	595	1,339	304	

今後、年を追って盛り上がりが見込まれ、参加府県との合同参加効果も見込めるので、継続実施。
 対外的訴求・露出効果は高く、支出額に見合う協賛収入があるので、実質の負担額はゼロ。



3. 第8期事業別レビューと第9期の課題・方向性

・単位：回、人、支出等金額は千円
 ・○ 継続、△ 見直し、× 取り止め

2. 個人会員のネットワークづくり－「歴史街道倶楽部」の推進

No.	事業項目	内容	H27	H28	H29	第8期レビュー&第9期での課題・方向性
1	首都圏企画 (含奈良まほろば館共催)	実施回数	5	4	3	会員数は減りつつあるが、イベント参加人数は比較的安定。 倶楽部運営本来の目的（歴史街道計画の応援団づくり）と歴史街道計画推進のための検証機能を果たすことに注力して継続。
		参加者数	284	169	111	
		参加者数/回	57	42	37	
2	「五感で体感！にほん文化シリーズ」 (近鉄文化サロン共催)	実施回数	6	4	5	
		参加者数	149	127	115	
		参加者数/回	25	32	23	
3	お試し企画 (新規会員勧誘)	実施回数	5	5	10	
		参加者数	262	337	490	
		参加者数/回	52	67	49	
4	既存会員向けのイベント	実施回数	15	13	8	
		参加者数	758	492	353	
		参加者数/回	51	38	44	
5	歴史・文化セミナー (近鉄文化サロン主催・近畿文化会協力)	実施回数	12	12	12	
		参加者数	858	570	685	
		参加者数/回	72	48	57	
6	会員誌『歴史の旅人』の発行(20頁)	発行総部数	16,000	16,000	16,000	主要駅での配布や会員自治体の図書館ならびに 会員銀行営業店舗での配架検討
		発行総費用	5,207	5,225	5,182	
7	歴史街道倶楽部運営収支	収入	19,345	16,730	15,989	運営収支黒字化
		支出	19,100	17,194	17,337	
		差額	245	-464	-1,348	
8	歴史街道倶楽部会員数(人)	総数	2,375	2,085	2,044	会員数減の歯止め
		個人	1,937	1,719	1,692	
		家族	424	352	340	
		法人	14	14	12	



4. 第8期年度別会員推移(法人・個人)

■ 会員団体数推移

年度	H27年度	H28年度	H29年度
省 庁	9	8	8
経済・各種団体	12	12	12
府 県	8	8	8
市 町 村	61	59	52
準 会 員	1	1	1
民間企業	116	112	108
計	207	200	189

■ 歴史街道倶楽部会員数推移

年度	H27	対H26比	H28	対H26比	H29	対H26比	
会員数合計	2,375	92	2,085	81	2,044	79	
個人	会員数	1,937	92	1,719	82	1,692	80
	新規加入者数	309	82	202	53	276	73
	退会者数	471	94	420	84	303	60
家族	会員数	424	92	352	76	340	74
	新規加入者数	56	67	33	39	47	56
	退会者数	95	82	105	91	59	51
法人	会員数	14	88	14	88	12	75

H27、H28と続けて1割近い会員の減少が続いたが、H29はやや下げ止まり感がある。



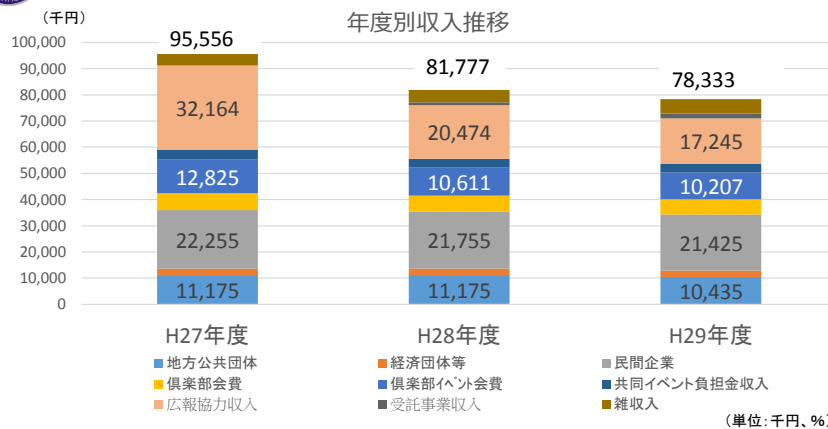
参考：歴史街道倶楽部個人会員属性（2018年3月末現在）

（単位：人）

年齢代	男性	女性	計	構成比
90	16	4	20	1.2%
80	155	36	191	11.3%
70	454	138	592	35.0%
60	384	119	503	29.7%
50	183	91	274	16.2%
40	66	23	89	5.3%
30	12	7	19	1.1%
20	2	2	4	0.2%
計	1,272	420	1,692	100.0%



5. 第8期年度別収支推移



・地方公共団体からの収入は共同イベント負担金を含めて15%~18%。

・広報協力金を含めて民間企業からの収入が50%強を占める。

・H28から広報協力金が12百万円減少しているのは、H25からH27までの期間限定での協力金（対日本文化体感プログラム）が終了したことによる。

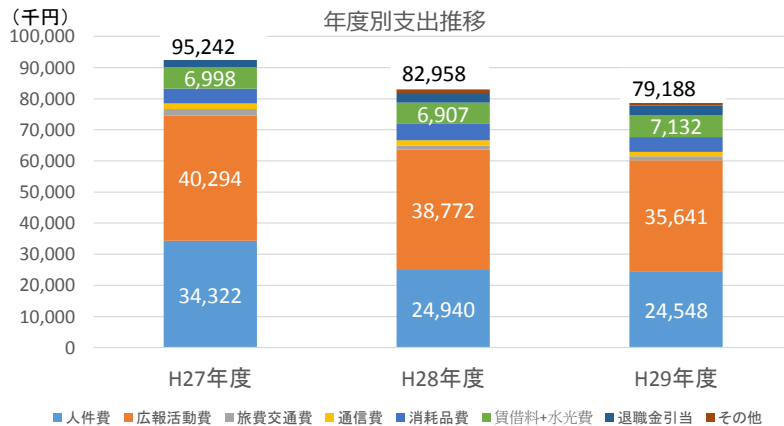
・倶楽部会費及び倶楽部イベント会費は会報作成費用等を含めて、ほぼすべて倶楽部活動費用となる。

・雑収入の8割強は日本文化体感PGの収入によるもの。

	H27年度	構成比	H26比	H28年度	構成比	H26比	H29年度	構成比	H26比
地方公共団体	11,175	11.7%	98	11,175	13.7%	98	10,435	13.3%	91
経済団体等	2,500	2.6%	100	2,500	3.1%	100	2,500	3.2%	100
民間企業	22,255	23.3%	100	21,755	26.6%	98	21,425	27.4%	96
倶楽部会費	6,520	6.8%	91	6,119	7.5%	86	5,782	7.4%	81
倶楽部イベント	12,825	13.4%	97	10,611	13.0%	80	10,207	13.0%	77
共同事業収入	3,750	3.9%	89	3,350	4.1%	80	3,350	4.3%	80
広報協力収入	32,164	33.7%	106	20,474	25.0%	67	17,245	22.0%	58
受託事業収入	0	0.0%	-	1,133	1.4%	-	1,820	2.3%	-
雑収入	4,363	4.6%	100	4,659	5.7%	106	5,566	7.1%	127
	95,556	100.0%	100	81,777	100.0%	86	78,333	100.0%	82



5. 第8期年度別収支推移



・人件費はプロパー3名+契約1名の分。出向者人件費は全て出向元負担。

・H28から人件費が約10百万円減少しているのは、プロパー1名(日本文化体感PG担当)減によるもの。

・広報活動費は年間40百万円前後、全支出の約45%で推移。その内、約半分近くは倶楽部活動費用が占める。

・消耗品費が毎年5百万円前後発生するのは、チラシなどの内製による。

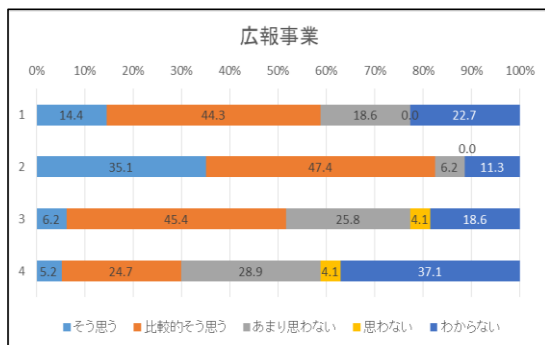
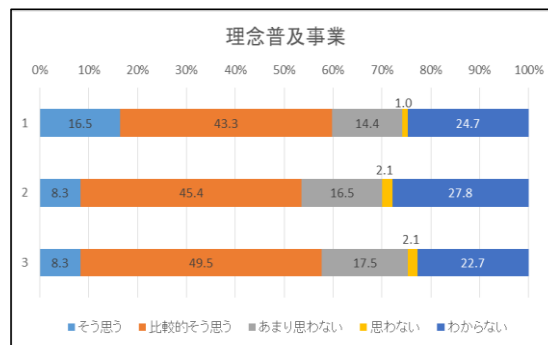
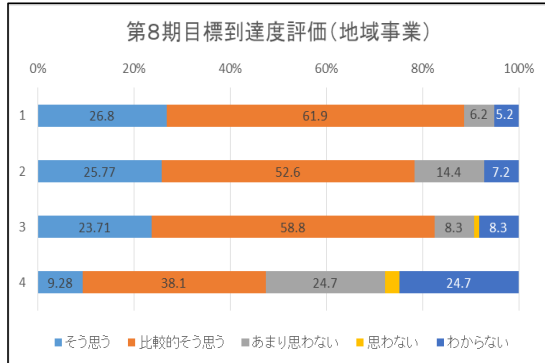
・通信費が毎年2百万円近く発生するのは、後援チラシなどのiセンターへの配送費用による。

支出	H27年度	構成比	H26比	H28年度	構成比	H26比	H29年度	構成比	H26比
人件費	34,322	36.0%	102	24,940	30.1%	74	24,548	31.0%	73
広報活動費	40,294	42.3%	99	38,772	46.7%	95	35,641	45.0%	88
旅費交通費	2,022	2.1%	95	1,224	1.5%	58	1,334	1.7%	63
通信費	1,801	1.9%	98	1,706	2.1%	93	1,336	1.7%	73
消耗品費	4,763	5.0%	92	5,227	6.3%	101	4,815	6.1%	93
賃借料+水光費	6,998	7.3%	100	6,907	8.3%	99	7,132	9.0%	102
退職金引当	3,000	3.1%	150	3,000	3.6%	150	3,000	3.8%	150
その他	2,042	2.1%	118	1,182	1.4%	68	1,381	1.7%	80
	95,242	100.0%	101	82,958	100.0%	88	79,188	100.0%	84



6. 第8期計画目標到達度評価 (会員団体へのアンケート結果)

事業	第8期(2015~2017年度)中期計画到達目標
地域事業	1. 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。
	2. 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。
	3. 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。
	4. 訪日外国人対応プログラムが実行され、具体化が進んでいる。
理念普及事業	1. 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。
	2. 「日本文化体感プログラム」のめりを活用し、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。
	3. 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。
広報事業	1. 広報活動を通じて、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。
	2. 毎年複数の団体と共同事業を実施している。
	3. 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。
	4. 歴史街道倶楽部を通じた個人応援団が増加している。





7. 第8期総合レビュー

		評 価	課 題
事務局	成果	<ul style="list-style-type: none"> ① 「日本文化体感プログラム」のJICA向け研修の定着（年間約60本）。 ② 関西圏内をはじめとし日本国内の世界遺産を有する自治体間の連携への貢献。 	<ul style="list-style-type: none"> ① JICA以外、特に一般受けするためのカスタマイズ化 ② 協議会評価につながる周知
	反省	<ul style="list-style-type: none"> ③ 多種多様な活動を数多く行っているが、小規模なものがほとんどで「柱」となるものがないため、顔の見えない団体になりつつある。 ④ 達成度を測定・判断すべき客観的な尺度が設定されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ③ 当協議会だからこそできかつ協議会の看板となりうる広域官民連携事業の構築・展開 ④ ケースバイケースでの適切な業績管理指標の設定
会員		<ul style="list-style-type: none"> ① 地域事業：インバウンド対応プログラムへの対応以外は総じて評価が高い。 ② 理念普及事業：6割弱の評価。わからないが2割台。 ③ 広報事業：複数団体との共同事業実施については評価が高いが、他は6割以下の評価。特に倶楽部についてはわからないが4割弱 	<ul style="list-style-type: none"> ① インバウンド向け対応企画の構築・展開 ② 会員にとってメリットを実感できる企画へのカスタマイズ ③ デジタルネットワーク広報の強化・充実及び歴史街道倶楽部会員情報等の適切な開示
定量目標		<ul style="list-style-type: none"> ① 歴史街道倶楽部会員数 3,000人 → 2,044人 ② 会費収入3,800万円 → 3,436万円 	