

I. 第9期中期計画総括



1. 第9期中期計画（3年間の取組み方針）

年度	H30(2018)年度	(H31=R1)2019年度	R2(2020)年度
重要イベント	-	ラグビーW杯	東京オリンピック等(延期)
テーマ	当協議会存在理由の明確化 → メインルートを基軸とする広域官民連携による当協議会の柱となる事業の構築		
	原点回帰	チェンジ&チャレンジ	柱となる事業構築
取組み方針	<ul style="list-style-type: none"> ・既存事業の整理、見直し → 改廃、強化等の区分 ・新規事業の模索 → ニーズの優先順位付けと実現性考慮 → 日本文化体感プログラムの一般・観光客向け企画 ・WEB戦略見直し (HP全面改訂) 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存事業再スタート ・新規事業へのチャレンジ → MR6拠点参画官民広域連携事業 → 他団体等との広域連携事業 → 日本文化体感プログラムの一般・観光客向け事業 ・新WEB戦略展開 	各種展開事業の中から、国内向けとインバウンド向けに主力事業となりうるものをそれぞれ絞り込み、拡大・強化する。
他団体との連携（共催、協力、後援等）を最大限強化			
事務局のマンパワー及び健全財政の維持			

付帯重要案件	歴史街道シンボルステッカー（1,500箇所）ならびにWelcomeボード（77駅125箇所）のメンテナンス 会員団体HPでの「歴史街道計画を応援しています」バナーの掲出（特に自治体関連の観光協会やそれら類似団体のHP）
--------	--



2. 第9期中期計画進捗状況①

区分	事業項目	主要ターゲット	取組計画概要			左記取組の進捗状況 (2020年度上期はコロナ禍でほぼ休止状態) ※詳細は年度版事業報告書参照
			H30(2018)年度	2019年度	2020年度	
国内	メインルート	歴史ファンの中高年男女	従来路線継続しつつ次年度以降の在り方(そのまま継続するものとMR全域企画としての実施可否等)を専門部会的な場を設けて検討	そのままとしたものはルーティン事業として継続	MR全域企画の一環として実施するものは新たな事業としてスタート	・関西5私鉄：歴史街道マップと統合し再開 ・伊勢～飛鳥：「伊勢街道」連絡協議会、沿線自治体との連携事業推進 ・飛鳥～京都：クラブツーリズム社と連携推進 ・京都～神戸：西国街道シリーズとして継続 ・京街道淀川左岸：京街道MAPの更新(毎年)
			①百舌鳥古市古墳群(世界遺産登録の実現=有識者委員会・民間委員会) ②各遺産ごとの事業推進(京都二条城777の継続等) ③国への要望活動継続			(ほぼ計画通り進捗(世界文化遺産地域連携会議との連携))
			①熊野古道の外国語表示の整備(最終100箇所) ②三霊場東京フォーラム内容を10言語HP化			
			①名古屋・大阪での情報発信に力点 ②風景街道「琵琶湖さざなみ街道・中山道」 ③伝建地区など同種テーマによる連携を推進			
			企業、大学生	企業・大学とも毎年各1件の新規開拓を目指す		
	高校生	旅行会社との連携による講座開講を目指す				
	ネットワーク	世界文化遺産地域連携会議との連携	欧米系インバウンド			(ほぼ計画通り進捗)
		・紀伊山地の霊場と参詣道	国内外の歴史ファン			
		・北近畿、琵琶湖「食と歴史の回廊」	ファミリー層			
		・日本文化体感PRG	小中学生とその保護者	奈良教育大学、大阪市(文楽、大阪城)+夢基金採用企画の実施		
・共同事業(スタンプラリー)		歴史ファンの老若男女	展開期間・内容見直し	2019年度よりリニューアル版をスタート	2019年に新たなスタンプラリーとしてスタート	
共通	・歴史街道倶楽部	歴史ファンの中高年男女	会員数減対策の一環として、図書館、主要駅、銀行営業店舗等へ会報の配架を要請。調整完了後より順次配架		「歴史の旅人」の公共図書館への配架 93自治体314館 (内首都圏43自治体、98館)	
	・会員団体実施事業への後援	会員団体	目標 → 120件	150件	200件	'18年109件、'19年117件、'20年60件
	・フォーラム、展示会等	歴史ファンの中高年男女	関西広域連合等との大規模連携企画を中心に継続			計画通り毎年継続実施

第9期中期計画進捗状況②

区分	事業項目	主要ターゲット	取組計画概要			左記取組の進捗状況 (2020年度上期はコロナ禍でほぼ休止状態) ※詳細は年度版事業報告書参照
			H30(2018)年度	2019年度	2020年度	
国内 新規事業	・6拠点を含む地域連携事業 連携先→ ex.地域案内ガイド、資料館・博物館、大学等 内容→ ex.リレーウォークセミナーetc.	歴史ファン の中高年男女	2019年度の立ち上げを目的に企画・調整(専門部会的な場を設け検討)	MR全域企画として試行、アプリアップを図る	MR全域企画として正式スタート	各団体との連携は進むが6拠点を 含む連携事業には至らず (第10期へ持ち越し)
			2019年度の立ち上げを目的に企画・調整	MR全域企画として試行、アプリアップを図る	MR全域企画として正式スタート	
	・関西5私鉄+市町村連携事業	中高年生	日本文化体感プログラム(こども向け)を修学旅行用コンテンツとしてカスタマイズ、商品化して提案。早ければ2018年度、遅くても2019年度での実現を目指す。			教育旅行コンテンツとして紹介はされるが、実現には至らず
	・旅行会社との連携事業(教育旅行) → 教育旅行コンテンツ商品化					
	・世界文化遺産地域連携会議との連携 ・紀伊山地の霊場と参詣道	欧米豪インバウンド及び 国内外の歴史ファン	①法隆寺(斑鳩活性化計画:東京セミナー・東京シンポ等) ②姫路(世界遺産サミット誘致=2018、西日本の世界遺産によるデジタルサイネージ広告等)			ほぼ計画通り進捗 (世界文化遺産地域連携会議との連携)
			①古道別多言語MAP・パンフ・ガイドブックを順次整備 ②公共交通機関利用による「7泊8日温泉と蘇り」のコースづくり			
・新WEB戦略の展開	歴史ファン	2018年度内HP全面リニューアル(情報を整理、見やすく、わかりやすい)を目指す。2019年度には英語でのSNSへの情報発信が適宜できるようにする。			全面リニューアル完了するも英語での情報発信は第10期へ持ち越し	
・歴史街道計画貢献者の顕彰	地域の歴史街道関連活動者	早ければ2019年度、遅くても2020年度の実現をめざし、企画検討・調整			関西元気文化圏推進協議会へ要請するも保留	

第9期中期計画進捗状況③

区分	事業項目	主要ターゲット	取組計画概要			左記取組の進捗状況 (2020年度上期はコロナ禍でほぼ休止状態) ※詳細は年度版事業報告書参照
			H30(2018)年度	2019年度	2020年度	
既存事業 インバウンド	・日本文化体感PRG → 訪日外国人研修生向け → 日本で学ぶ留学生向け	経済的發展途上国 研修生 留学生	外部スタッフ(講師及び通訳案内士)の充実を常に意識し、現状(年間50本~60本)の維持を目指す			コロナ禍以前はほぼ計画通り進捗
			①東京五輪までに紀伊半島三霊場東京フォーラム(2018)の内容を10言語HP化 ②熊野古道における外国語表示整備(~2021) ③多言語による紀伊山地の霊場と参詣道ガイドブック・パンフレットを古道別に整備(~2021) ④10言語「北近畿・琵琶湖 食と歴史の回廊」HPの充実 ⑤QRコードから10言語に対応可能な「北近畿・琵琶湖 食と歴史の回廊」MAPの普及			
	・南北近畿振興	欧米豪を含む インバウンドへの 基礎対応				
新規事業	・関西観光本部との連携 → MRに関係するツアーの商品化 (期間 1週間~10日) → 日本文化体感PRG版ツアーの商品化	日本に関心を持つ 外国人	これまで協議会で実施してきた「一筆書きの旅」や「日本文化体感PRG」を商品としてカスタマイズ、提案。	関西観光本部の協力を仰ぎ、ファミトリップや発信力あるプロガーへの利用を実現させ、商品としてのブラッシュアップを図る。	一般商品として流通	嗜好性が強い一般商品としての販売は困難なため 来期以降別途検討(継続案件)
			①全国世界遺産共同行動の検討(2020:姫路城でのカウントダウン・イベント等) ②斑鳩活性化計画(法隆寺セミナー内容の10言語HP化、欧米観光見本市でのアピール等:2018~) ③スペインにおける紀伊山地の霊場と参詣道セミナー(2018)			ほぼ計画通り進捗 (世界文化遺産地域連携会議との連携)
	・世界文化遺産地域連携会議との連携	欧米豪からの インバウンド	2018年度内HP全面リニューアル(情報を整理、見やすく、わかりやすい)を目指す。2019年度には英語でのSNSへの情報発信が適宜できるようにする。			全面リニューアル完了するも英語での情報発信は第10期へ持ち越し
・新WEB戦略の展開	日本に関心を持つ 外国人					

3. 各事業の取組状況

第9期事業区分	年間実施回数		
	2018	2019	2020
・メインルート事業	18	26	15
・ネットワーク事業	14	5	13
・日本文化体感プログラム事業	54	71	10
・フォーラム、展示事業	11	11	3
・歴史街道倶楽部事業	44	48	38
・協議会運営	7	6	8
・広報（媒体、メルマガ、要望活動等）	118	103	101
計	266	270	188

‘20年度はコロナ禍で約3割減。特に日本文化体感PRGは激減

実施項目種類別

項目	2018 実績	2019 実績	2020 見込	実地箇所・場所・対象等													
	計	計	計														
スタンプラリー	1	2	1	歴史街道	5私鉄	西国街道	阪神高速										
ウォーク・ツアー	42	38	31	クラブ ツアー	伊勢飛鳥	西国街道	京街道	イベント 広報	倶楽部	朝日・五私鉄 リレーウォーク	あの町 この町 ウォーク						
勉強会、 説明会	15	15	24	飛鳥奈良京都	おらなてい ガイド	滋賀サイクリスト	ヒワチ	情報交換会	全体会議	世界遺産会議	倶楽部	現地見学会					
フォーラム、 セミナー	29	34	19	伊勢飛鳥 西国街道	紀伊山地 三霊場	サイクリスト	イベント広報	歴史文化遺産 フォーラム	倶楽部	近鉄文化物	阪急 たびコト塾	大阪中央 図書館					
展示会	5	2	2	風景街道	道の駅	万博鉄道祭り	イベント広報	宇治茶まつり	大阪 中央図書館	東京 中央図書館							
研修教育	56	76	10	企業	大学	JICA	こども	通訳案内士									
イベント活動小計	148	167	87														
媒体（紙面）	41	40	47	QRMAP	サイクリングマップ	ちずたび	月刊 歴史街道	近鉄ニュース TOKK	リレーウォーク リーフレット	歴史の旅人	ECC 京街道マップ	JRふれあい ハイキング					
媒体（TV、ラジオ）	25	24	24	FM滋賀	ABC	CATV											
媒体 （動画、web）	27	15	6	一筆ツアー	パソコン映像	企業イントラ	関西ばど	Yahoo ニュース	デジタル サイネージ								
メルマガ	24	24	24	Do業	なう												
媒体広報小計	117	103	101														
要望活動	1	0	0														

‘20年度はコロナ禍によりイベント活動は約半減。

広報（シンボルステッカーのメンテナンス）

■ 2021年3月末現在

◇ステッカー

自治体数	調査箇所	貼付箇所	➡ 284箇所完了 (新規+32箇所)
18	603	252	

◇Welcomeボード

	掲出記録（～1999年）		2021年3月末	
	掲出駅数	掲出枚数	掲出駅数	掲出枚数
JR西日本	25	48	3	3
近鉄	36	56	26	32
阪急	14	19	3	3
京阪	8	8	3	3
阪神	2	4	0	0
洲本バス	1	1	0	0
計	86	136	35	41

今後も定期的にメンテナンス作業を実施する

広報（バナー掲出&公共図書館への配架）

実績（2021年3月末現在）

◇会員団体HPでの協議会バナー掲出

計	自治体	観光協会等	各種団体	民間企業
129	42	40	38	9

会員団体多数の協力を得て大幅に増加：'18.8月末55団体 → +74

◇図書館配架（歴史街道倶楽部会員誌「歴史の旅人」）

自治体数	配架館数	配架冊数	※3企業（金融機関）
93 (43)	314 (98)	314 (98)	170

上表（ ）内は首都圏実績：首都圏での配架は2019年度から

広報（歴史街道Youtubeチャンネル「オリジナル映像」）

■ 歴史街道オリジナル映像（Youtube ～公式チャンネル～ チャンネル登録者数 498人）

※視聴回数前回差：2020年10月末時点から5カ月間の視聴回数（以下頁も同じ）

No.	タイトル	言語	字幕	視聴回数 2021.3月末	視聴回数 前回差※	時間 (分：秒)
1	歴史街道西国街道でCool Japan	日	英	740	+297	15:40
2	歴史街道 飛鳥～奈良～京都	日	英	57,652	+8,052	16:04
3	歴史街道伊勢本街道を辿り伊勢神宮へ	日	英	851	+172	16:35
4	Touch the spirit of Japan 6 Kobe	英	英	146	+52	7:41
5	Touch the spirit of Japan 5 Osaka	英	英	196	+53	8:10
6	Touch the spirit of Japan 4 Kyoto	英	英	167	+53	9:16
7	Touch the spirit of Japan 3 Nara	英	英	130	+31	6:39
8	Touch the spirit of Japan 2 Asuka	英	英	137	+33	5:29
9	Touch the spirit of Japan 1 Ise	英	英	664	+73	8:37
10	歴史街道日本文化体感プログラム	日	英	814	+166	5:06
11	北近畿・琵琶湖 食と歴史の回廊 紹介VTR	日	-	4,227	+3,227	5:23
12	歴史街道	日	-	1,903	+557	15:45

広報（歴史街道Youtubeチャンネル「旅の星」①）

■ Youtube Journeys Throughout Japan 旅の星 Tabinohoshi チャンネル登録者数 1.74万人）

府県	NO.	市町村	視聴回数 2021.3月末	視聴回数 前回差	タイトル	時間 (分：秒)
奈良県	1	奈良市	8,275	+214	春日大社 旬祭と紅葉	7:32
	2	宇陀市	5,144	+675	佛隆寺千年桜と又兵衛桜	6:41
	3	宇陀市	5,796	+229	大野寺しだれ桜と安産寺	5:39
	4	宇陀市	48,493	+3,446	女人高野 室生寺	9:56
	5	宇陀市	23,282	+1,497	室生寺紅葉と宇陀の秋旅	10:09
	6	斑鳩町	10,375	+681	1400年の歴史を巡るおとな旅	6:25
	7	橿原市・明日香村	19,137	+1,537	日本国成立の地 明日香、藤原京	7:24
	8	明日香村	4,267	+291	飛鳥 キトラ古墳	6:44
	9	御杖村	2,806	+316	丸山公園桜とみつえ体験交流館	5:47
	10	御杖村	5,020	+410	伊勢本街道と三峰山	9:10
	11	曽爾村	4,061	+311	屏風岩公苑山桜とめだか街道	7:12
	12	曽爾村	7,229	+301	曽爾高原と伝統獅子舞	8:08
	13	吉野郡	14,646	+1,916	吉野・黒滝・天川 ～祈りの聖地Ⅰ	10:58
	14	吉野郡	5,929	+1,092	五條・野迫川～祈りの聖地Ⅱ	9:05
	15	吉野郡天川村	29,974	+3,391	修験道の里	12:20
	16	吉野郡吉野町	14,344	+1,564	金峯山寺 秘仏本尊 夜間拝感	8:55
	17	吉野郡東吉野村	5,222	+494	高見山霧氷と冬旅	10:19
	18	吉野郡東吉野村	2,774	+228	秘滝と宝蔵寺しだれ桜	6:03
	19	山辺郡山添村	3,288	+222	ふるさとの秋景	6:20
	20	山辺郡山添村	3,786	+396	桜名所と牛ヶ峰岩屋樹型	5:27

広報（歴史街道Youtubeチャンネル「旅の星」②）

■ Youtube Journeys Throughout Japan 旅の星 Tabinohoshi チャンネル登録者数 1.59万人

府県	NO.	市町村	視聴回数 2021.3月末	視聴回数 前回差	タイトル	時間 (分:秒)
京都府	1	京都市	4,905	+622	京都・伏見 名水めぐり	5:53
	2	宇治市	8,551	+298	宇治茶めぐり	5:49
	3	宇治市	15,978	+300	三室戸寺あじさいと萬福寺	6:29
	4	宇治市	10,072	+410	源氏物語ミュージアムと宇治川鶴飼	6:04
	5	宇治市	74,978	+4,225	平等院鳳凰堂と宇治上神社	6:13
	6	八幡市	5,140	+1,459	背割堤桜と春の八幡	12:46
	7	大山崎町・長岡京市・向日市	5,238	+896	京都乙訓周遊	12:30
大阪府	1	大阪市	5,836	+750	大阪城探訪	7:21
	2	堺市	2,451	+92	堺 サイクリング探訪～歴史と伝統の町	7:28
	3	堺市	6,586	+401	利休のふるさと	7:13
	4	堺市・高石市	3,520	+168	歴史と伝統のまち堺と高石夜景	8:26
	5	堺市	2,491	+157	さかい利晶の社と桜めぐり	5:35
	6	羽曳野市	8,497	+405	いにしえロマン～百舌鳥・古市古墳群	8:46
	7	藤井寺市	11,641	+570	藤井寺まち旅	8:19
	8	岸和田市	7,369	+243	岸和田城と水間観音	7:57
	9	泉佐野市	7,654	+452	名勝犬鳴山と熊取煉瓦館	12:34
	10	泉南市・阪南市・田尻町・岬町	3,607	+252	大阪最南端エリア～みさき公園ほか	10:26
	11	泉大津市・和泉市・忠岡町	3,150	+148	弥生ロマンと伝統織物	10:15

広報（歴史街道Youtubeチャンネル「旅の星」③）

■ Youtube Journeys Throughout Japan 旅の星 Tabinohoshi チャンネル登録者数 1.59万人

府県	NO.	市町村	視聴回数 2021.3月末	視聴回数 前回差	タイトル	時間 (分:秒)
兵庫県	1	神戸市	8,743	+244	灘の酒と神戸ビーフ	6:02
	2	神戸市	11,236	+946	神戸北野異人館めぐり	5:09
	3	姫路市	12,409	+589	【世界文化遺産】国宝 姫路城	8:31
	4	宝塚市	3,776	+505	宝塚まち旅	8:43
滋賀県	1	彦根市	13,426	+732	彦根城と夢京橋	7:42
	2	近江八幡市	11,690	+721	近江八幡商いの里	4:25
	3	近江八幡市	30,913	+3,373	豊臣秀次のまちづくり	7:11
	4	東近江市	17,847	+1,910	東近江の旅 I 五箇荘～永源寺	10:34
和歌山県	1	田辺市	75,085	+5,360	熊野古道 中辺路	13:02
	2	高野町	828	+828	【世界遺産】紀伊山地の霊場と参詣道 聖地 高野山	13:11
	3	那智勝浦町 新宮市	13,310	+1,858	【世界遺産】紀伊山地の霊場と参詣道 熊野速玉大社と熊野那智大社、青岸渡寺	9:31
	4	那智勝浦町 新宮市・田辺市	6,079	+783	【世界遺産】紀伊山地の霊場と参詣道 熊野本宮大社と熊野古道・雲取越	10:13
三重県	1	伊勢市	5,985	+300	朔日参りと伊勢神宮・外宮～河崎	7:43
	2	伊勢市	12,793	+612	伊勢神宮・内宮とおはらい町	7:56
	3	伊賀市	4,414	+632	忍びの里 伊賀の秋旅	11:12
福井県	1	小浜市	5,273	+596	若狭～お水送りと鯖街道	7:06
徳島県	1	鳴門市	6,857	+340	鳴門巡り 春の渦	10:20

4. 会員数推移

(単位：団体)

年 度	2016	2017	2018	2019	2020
省 庁	8	8	8	8	8
経済・各種団体	12	12	12	12	14
府 県	8	8	8	8	8
市 町 村	59	52	49	49	44
準 会 員	1	1	1	1	1
民間企業	112	108	106	101	97
計	200	189	184	179	172

- ・ 現会員数はピーク時の約 5 割
- ・ 現自治体会員数は関西全自治体数の約 2 割
- ・ 市町村、民間企業の会員は直近 5 カ年でも 2 割～ 1 割減

歴史街道倶楽部会員数の推移

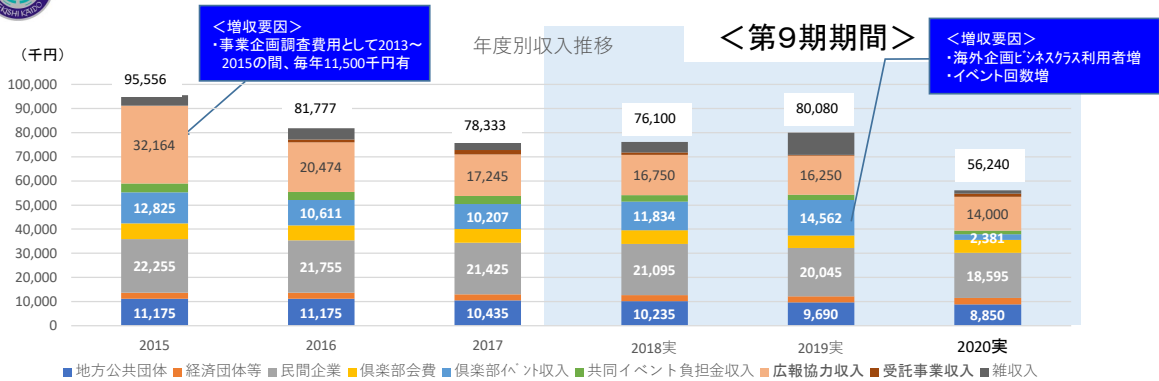
(単位：人、団体)

年 度		2016	2017	2018	2019	2020
会員数合計		2,085	2,044	2,069	1,867	1,801
個人	会員数	1,719	1,692	1,716	1,570	1,510
	新規加入者数	202	276	378	308	282
	退会者数	420	303	354	454	342
家族	会員数	352	340	341	287	280
	新規加入者数	33	47	78	37	53
	退会者数	105	59	77	91	60
法人	会員数	14	12	12	10	11

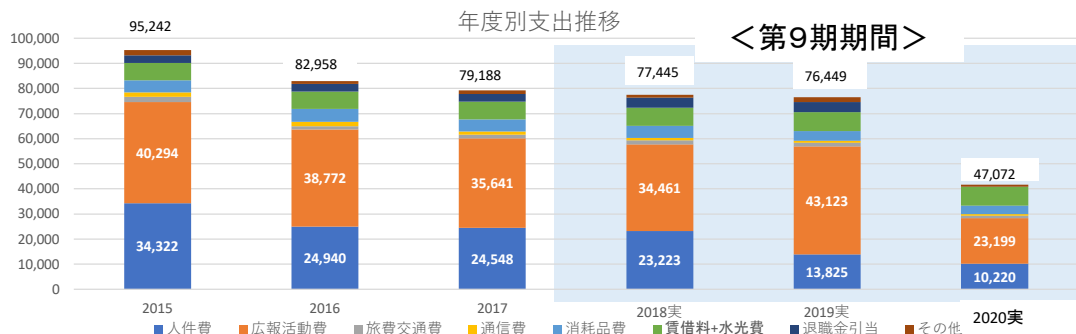
2016年度まで毎年 1 割近い減少。以後2018年度までは
下げ止まったが2019年度以降は再度減少に転じる。



5. 年度別収支の推移①



収入・支出とも減少トレンドが続き、現在はピーク時の約4割の水準



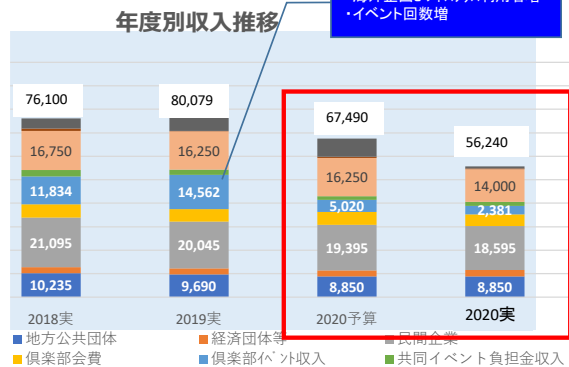
広報活動費 第8期計=約115百万円、第9期計=約101百万円(▲14百万円)



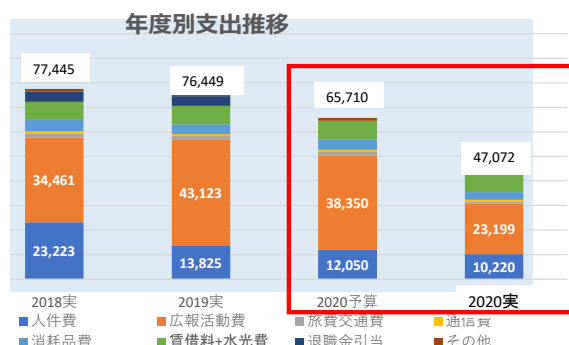
5. 年度別収支の推移②

収入	2018実	2019実	2020予算	2020実
地方公共団体	10,235	9,690	8,850	8,850
経済団体等	2,500	2,500	2,600	2,700
民間企業	21,095	20,045	19,395	18,595
倶楽部会費	5,748	5,247	5,500	5,256
倶楽部イベント収入	11,834	14,562	5,020	2,381
共同イベント負担金収入	2,650	2,250	1,650	1,650
広報協力収入	16,750	16,250	16,250	14,000
受託事業収入	1,001	308	500	1,342
雑収入	4,286	9,227	7,725	1,465
計	76,100	80,080	67,490	56,240

支出	2018実	2019実	2020予算	2020実
人件費	23,223	13,825	12,050	10,220
広報活動費	34,461	43,123	38,350	23,199
旅費交通費	1,572	1,418	1,530	1,073
通信費	1,050	758	800	577
消耗品費	4,829	3,940	4,120	3,360
賃借料+水光費	7,192	7,472	7,600	7,581
退職金引当	4,000	3,970	0	0
その他	1,117	1,943	1,260	1,064
計	77,445	76,449	65,710	47,072
前期繰越金	38,945	37,601	41,232	41,232
次期繰越金	37,601	41,232	43,012	50,399



コロナ禍で予算比約11百万円収入減



予算比約18百万円(内広報活動費▲15)支出減

6. 第9期の取組みに対する評価①

区分	No.	第10期中期計画策定にあたっての会員アンケートより抜粋
肯定的評価	1	持越し事業はあるが、コロナ禍以前は概ね計画通りの事業進捗で、第10期に向けた礎ができた。
	2	コロナ禍による様々な目標へ向けた活動の先送りは仕方がない。コロナ後の速やかな活動回復へ向けて、今はビジョンを明確にし、準備を始める時。
	3	コロナ禍での減速はやむを得ず、次期に向け、Withコロナを前提とした早期切り替えを期待する。
	4	HPがリニューアルされ見やすくわかりやすくなり、情報発信が充実している。
	5	多岐に亘る取組みをされており、特にWEB展開の成果を上げていると感じる。
	6	既存事業他様々な層をターゲットにした新規事業にも取り組まれており、評価できる。
	7	本会で地道に取り組んでおられる活動は関西の広域観光において今後益々重要なものになる。
	8	広域連携事業で各団体とのネットワーク構築を進められた。更なる新規事業構築を期待。
	9	収益事業である「日本文化体感PRG」が次世代育成支援に貢献している。

6. 第9期の取組みに対する評価②

区分	No.	第10期中期計画策定にあたっての会員アンケートより抜粋
要努力評価	1	事業が地域毎の単発のイメージが強く、歴史街道の一体感が薄い。
	2	コロナ禍による影響もあるが、基本方針に掲げた「メインルート基軸」はあまり感じられなかった。
	3	ターゲットや取り組み内容が多過ぎて、きめ細かいフォローなどができているか心配。
	4	協議会活動の地域への経済的寄与度合いを数字などで明確にできないか。
	5	地域連携事業は、構成団体による温度差が大きいので、今後のあり方を再検討すべき。
	6	旅行社と地域の連携事業は催行不能とならないように効果検証の上、経済効果の高い商品造成が必要。
	7	地域連携事業は単独の自治体と旅行会社との連携にとどまり、本来、開発されるべき行政の境界を越えたルート形成を進めることができなかった。
	8	五私鉄スタンプラリーと歴史街道スタンプラリーが統合されたことで、歴史街道と五私鉄との連携感が薄れ、各社のモチベーションが低下しているよう感じられる。
	9	「関西五私鉄推進事業」を歴史街道スタンプラリーと統合したが、費用対効果の観点からは十分な成果が得られていない。事業の抜本的な見直しが必要。

7. 第10期中期計画策定にあたっての意見・要望①

区分	No.	第10期中期計画策定にあたっての会員アンケートより抜粋
運営組織面	1	前例踏襲ではなく、 施策の意義・効果・会員とのシナジー等の評価軸による構造改革を。
	2	コロナ禍の経済的打撃が大きいことから、 会費等を見直し、より効率的な運営を目指す べき。拡大より維持。
	3	この30年で関西を取り巻く環境は大きく変化。 当協議会の存続も含め、抜本的にあり方を見直していく時期。
	4	他団体との連携手法、住み分け等を明確にし、「 関西観光本部 」との 発展的統合等 を含め、 関西広域でのあるべき姿の検討要。
	5	ミッションを再確認し、長期的目標設定の下、 選択と集中によりターゲットを絞りこむ。
	6	会員団体すべてが加入のメリットを感じられる ような事業展開と情報発信の強化を。
	7	事業効果の分析 が必要。地域活性化への寄与が論理的に説明できれば、負担金も確保しやすい。

7. 第10期中期計画策定にあたっての意見・要望②

区分	No.	第10期中期計画策定にあたっての会員アンケートより抜粋
活動面	1	ロマンチック街道やメイプル街道のように 世界で知られる歴史街道となるような戦略の構築 を。
	2	歴協だからこそ可能な広域的官民連携事業の展開 や構成会員同士のネットワークも活かした 事業構築 を期待。
	3	行政では打ち出しにくい 集客力のある事業 や地方自治体 単独事業と比較して斬新な事業展開 を。
	4	広域観光につながる日本文化体験プログラムの充実 と当該地域認定通訳ガイドの活用を。
	5	西国街道事業の地域拡大や日本遺産の活用など、より 会員団体のPRに繋がる形での事業展開 を。
	6	事業原資確保のため 収益事業（日本文化体感PRG等）の更なる定着 、新規収益事業の開発
	7	コロナ下でサイクルツーリズムが注目されていることから、 同ツーリズム展開の検討 を。
	8	ユーチューブなど様々な媒体で旬の情報発信など、 情報発信方法の多様化検討 の時期。
	9	各自治体や観光協会等の発信するWEB情報との 共創のあり方 を検討する必要あり。
	10	Webセミナー、バーチャル体験など在宅で参加できれば、今まで参加できなかった方も楽しめる。
	11	若者向けに Instagramを活用したフォトコンテスト を実施。
	12	マンネリ化しない取組みと欧米来訪者、国内ファミリー層などを取り込む「 次世代のファンづくり 」を。
	13	興味深いコンテンツは多いが、街中などで目にする機会が少ない。 さらなる情報発信 を期待。