

Ⅱ. 第10期中期計画

1. 第10期の課題

■ 運営組織

1. 運営組織形態（望ましい姿）の確認
→ 「協議会」方式の継続？
2. 構成会員（含会費・協賛金）の維持・拡大
3. 事務局のマンパワー維持・拡大

■ 活動内容（当面はWithコロナによる制約が前提）

1. 広域官民連携事業の継続的展開（含他団体との連携）
⇔ **当協議会の存在理由・存在感の顯示**
2. WEBサイト（含SNS）の最大限活用による情報発信
3. 首都圏での活動拡大（Afterコロナ）
⇔ 首都圏での認知度向上と倶楽部会員増を目指す

2. 考慮すべき環境与件

■ 内 部

- ・コロナ禍による会費等の**大幅収入減（想定）**
- ・**協議会発足30周年 2021年（R3年）**

■ 外 部

- ・**ニューノーマル（新常態）**
- ・**文化庁の京都移転（2022年）** ↔ **積極的連携を目指す**
- ・東京オリンピック・パラリンピック（TOKYO 2020）
- ・ワールドマスターズゲームズ2021関西 ⇒ 1年延期
- ・2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）



国際的にも日本&関西への関心・注目度がアップ：内外PRの絶好の機会

3. 第10期中期計画（基本方針）

1. 基本方針

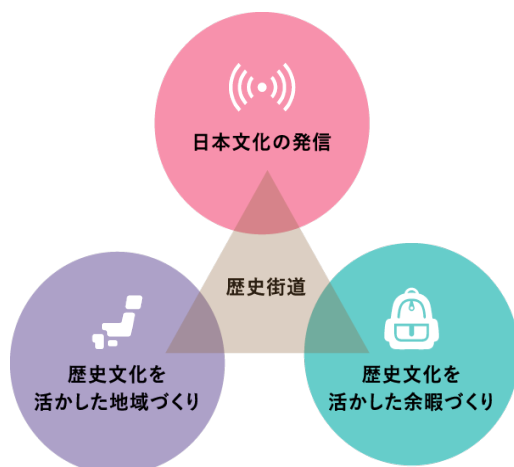
新型コロナウイルスによる新しい常態（ニューノーマル）を前提とし、歴史街道計画の原点にある考え方と同推進活動30年のこれまでの蓄積を活かしつつ、EXPO'25での情報発信及び次の時代へと続く永続的持続可能な活動を目指す。

◆◇歴史街道計画の原点（マスタープランで掲げた目的：1992年4月）◇◆

- 1) 日本の歴史文化や日本人の知恵、ここ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うこと。（**日本文化の発信**）
- 2) 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うこと。（**歴史文化を活かした余暇づくり**）
- 3) 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。（**歴史文化を活かした地域づくり**）

※歴史街道計画は・・・（中略）・・・**バラバラに実施されてきた諸事業をメインルートを中心にネットワーク化を図り、近畿全体への文化誘客効果を創出していこう**というものである。

歴史街道計画3つの目標



歴史文化を活かした

・「情報発信」

歴史文化とふれあう様々なイベントを開催し、あらゆるメディアを活用して国内はもとより世界中の人々に日本独自の歴史や伝統を魅力的にアピールする。

・「地域づくり」

古い町並みや貴重な自然環境を守り、有効活用し、歴史街道にふさわしい雰囲気とその地域の人々の暮らしに根づいた、ゆとりと潤いある心地よい環境づくりをめざす。

・「余暇づくり」

めざすは歴史の現場を舞台にした巨大テーマパーク。訪れる誰もが知的興奮を味わえる素敵な旅を演出。レトロバスや、博物館やモニュメントなど楽しい空間づくりを考える。

第10期中期計画（考え方）

■ 3カ年通期テーマ

次の時代へと続く永続的持続可能な活動※へのトランスフォーメーション

※歴史街道計画推進活動：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する広域官民連携活動

- 背景 -

- ◆ **コロナ禍による新たな常態 (New Normal)**
- ◆ **30年の大きな節目／転換期 ⇒ 新しい時代への変化適応**
- ・ CHANGE → CHANCE → CHALLENGE
- ・ トランスフォーメーション → 仕事のやり方、組織の在り方、若年ファン層開拓etc.

■ 取組方針（案）

新しい時代に対応するための

1. 広報活動の更なる拡充（時代に合った広報活動）
2. ターゲット層の拡大（若年層への積極的なアプローチ）
3. デジタル化施策の導入

* 当該期間をⅠ. ウイズコロナ Ⅱ. アフター・ポストコロナに区分しての方策を講じる。

4. 第10期中期計画（取組方針）

年度	令和3（2021）年度	令和4（2022）年度	令和5（2023）年度
重要イベント	東京オリンピック・パラリンピック	ワールドマスターズゲーム関西	-
テーマ	次の時代へと続く永続的持続可能な活動へのトランスフォーメーション（⇒若年ファン層拡大・デジタルツールの積極的活用・運用組織の在り方）		
新常态 (New Normal)	Ⅰ. ウイズコロナ		Ⅱ. アフター・ポストコロナ
取組み方針	Ⅰ. WEBやオンラインによる多岐にわたる情報発信や少人数で楽しめる仕掛けづくりに注力		Ⅱ. 左記での構築ノウハウを活用し、第9期積み残し課題への取組と従前事業の再構築・再稼働
	1. 広報活動のさらなる拡充 ・30周年事業の活用 → Instagram投稿キャンペーン → 歴史街道ガイドブック（キャラクター版） → 記念フォーラム	・30周年事業の発展的定着化 → Instagram投稿キャンペーン年次定例化 → キャラクターの多角的展開による情報発信	・メインルート6拠点参画官民広域連携事業試行 ・地域連携事業の再構築、再稼働 ・首都圏での活動拡大 +
	2. ターゲット層の拡大（若年層の取込み） ・マイクロツーリズム推進 ・ゲームオペレーション試行（新しい楽しみ方） ・フォトロゲイニング試行（新しい楽しみ方）	・マイクロツーリズムの推進拡大 ・ゲームオペレーション試行拡大展開 ・フォトロゲイニング試行先拡大	前年までの取組施策の継続実施。ただし、試行施策については試行結果を検証の上、継続等の可否を判断する。
	3. デジタル化施策の導入 ・歴史街道スタンプラリーのデジタル化試行 ・オンラインセミナーの展開	・デジタルポイント拡大 ・オンラインセミナー拡大展開	
広域官民連携事業の継続的展開（含他団体との連携） ⇔ 当協議会の存在理由・存在感の顕示 WEBサイト（含SNS）を最大限活用しての情報発信			



大阪・関西万博での情報発信

継続検討重要案件 歴史街道計画推進活動運営組織形態の検討 ⇒ 「協議会」方式の継続もしくはその他方式への変更

広報活動のさらなる拡充（時代に合った広報活動）①

1. 30周年事業の展開

対外的話題性提供の大きな広報機会と捉え、コロナの影響で何かと制約はあるものの、積極的に最大限活用する。

2. 周年事業を展開する上で重視・注力したい点

- (1) これまでの足跡を辿るとともに蓄積ノウハウを活用できること。
- (2) 一過性で終わることなく、継続的発展性の可能性があること。
- (3) 若年世代層へも訴求と関心と呼びこめること。
- (4) SNS等、時代に適応した多様な情報発信及びその拡散等ができること。
- (5) ローコストで運用できること。

ターゲット層の拡大（若年層の取込み）

1. マイクロツーリズムの推進

各地域の観光ボランティアガイドや地域活性化に取り組んでいる団体等と連携し、各地の「まち歩き」活動を推進する。

2. ゲームオペレーションの試行（～拡大）

性別を問わず若年層にも人気拡大中の「謎解きゲーム」の歴史街道版を試行し、歴史街道事業領域広域での周遊を目指す。

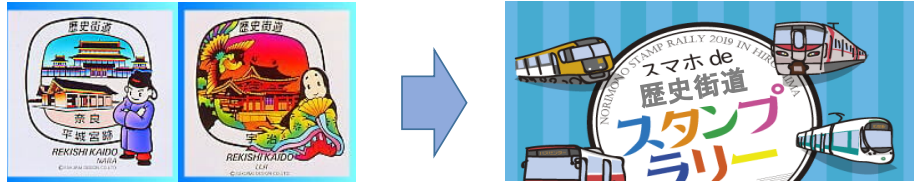
3. フォトロゲイニング試行（～拡大）

歴史街道の新しい楽しみ方の一つとして、市町村のリレー形式での展開を目指す。 ※本格的実施はアフター・ポストコロナの時期で。

デジタル化施策の導入

1. 歴史街道スタンプラリーのデジタル化試行

既存のスタンプラリーについて、**部分的試行等を含めて**検討する。



2. オンラインセミナーの展開

各種展開事業において**有料・無料**それぞれで試行し、全国レベルで多くの視聴参加者の獲得をめざす。



(リバイバル) まんがによる「歴史街道」の紹介



- ・ 2004年3月発行（現在絶版）※総頁数57
- ・ 今後、協議会HPに英語版を含めての掲載などを検討

5. 主要事業施策①

(共通:メインルート+ネットワーク)

	事業項目	主要ターゲット	取組概要		
			R3 (2021) 年度	R4 (2022) 年度	R5 (2023) 年度
メインルート	関西5私鉄連携事業推進	歴史ファンの中高年男女	スタンプラリーのデジタル化導入(アナログ方式併存)		
	伊勢飛鳥間連携事業		部分的試行	試行ポイント拡大	
	飛鳥奈良京都連携事業		伊勢街道MAP制作	連絡協議会・周辺自治体との連携事業推進	
	京都大阪神戸連携事業		クラブツーリズムとの連携企画推進・拡大		
	京街道淀川左岸連携事業		西国街道MAP改訂	西国街道セミナー・リレウォーク再開	
ネットワーク	紀伊山地の霊場と参詣道	歴史ファンの中高年男女	紀伊山地三霊場フォーラムの年次開催(紀伊山地三霊場会議共催)		
	北近畿、琵琶湖		近隣関係団体等との連携事業の継続 WEBサイト・歴史街道倶楽部を中心とした情報発信		
	世界遺産連携会議との連携	欧米豪インバウンド	①熊野古道における外国語表示整備 ②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多言語整備		
共通	日本文化体感PRG	高校生	会員市町村内の高校と共同し、留学生との交流プログラム展開		
		大学生	講義内でのプログラム活用他大学のニーズに応じたプログラム展開		
		企業	国内企業：新入社員研修、海外赴任前研修 海外企業：日本での研修、インセンティブ旅行でのプログラム活用		
		訪日外国人研修生	日本国際協力機構(JICA) 経由等を中心に継続展開		
		日本で学ぶ留学生	日本での就職を希望者を対象に就職活動に資するプログラムを提供		
		通訳案内士	最新地域状況の紹介セミナーをリアル、WEB双方にて開催		

5. 主要事業施策②

	事業項目	主要ターゲット	取組概要			
			R3 (2021) 年度	R4 (2022) 年度	R5 (2023) 年度	
共通	共同事業(スタンプラリー)	歴史ファン の老若男女	スタンプラリーのデジタル化導入(アナログ方式併存)			
	歴史街道倶楽部	歴史ファン の中高年男女	部分的試行	試行ポイント拡大		
	SNS	Instagram投稿キャンペーン	Instagram利用の歴史ファン	周年キャンペーン展開	共同事業化しての年次展開	
	広報	facebook	facebook利用の歴史ファン	フォロワーの拡大：現状17千人強 → 20千人台		
		歴史街道ガイドブック (キャラクター絵本版：紙&デジタル)	小学校高学年～ファミリー層	制作・発刊	キャラクターのLINEスタンプ化やSNSで活用 (公共図書館・学校図書館での配架、倶楽部ノベルティとしての利用)	
		ゲームオペレーション フォトゲイニング	歴史ファンの中高年男女	試行	試行先拡大	定例化
	会員団体実施事業への後援	会員団体	協賛連携を基本とし、展開ポイントの順次拡大を図りリレ形式へ 年間100件以上をkeep			
	フォーラム、展示会等	歴史ファン の中高年男女	※30周年記念フォーラム：R3年11月開催(大阪) 関西歴史文化遺産フォーラムの年次開催 (関西広域連合・文化庁地域文化創生本部連携企画) 大阪府立図書館での年次開催 首都圏：日比谷図書文化館・阪急たびこ塾・都立図書館等での適宜開催			

6. 事務局要員計画

単位:(人)

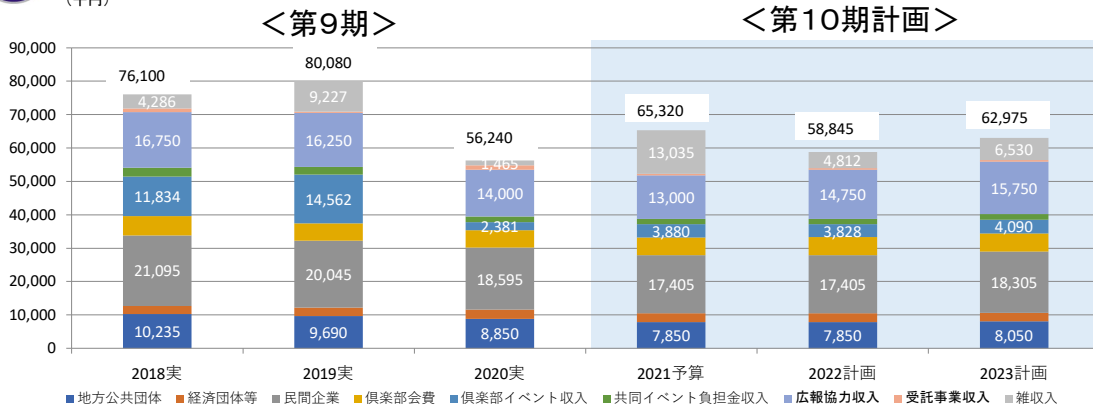
	2020	2021	2022	2023
出向者 (出向元社数)	11 (7社)	10 (6社)	10 (6社)	10 (6社)
契約社員	4 (フルタイム2名、PA2名)	4	4	4
計	15	14	14	14
人件費(千円)	10,232	10,000	10,000	10,000

出向者人件費はすべて出向元※負担



7. 年度別収支計画(収入)

(千円)



収入	2020実績	2021予算	2022計画	2023計画
地方公共団体	8,850	7,850	7,850	8,050
経済団体等	2,700	2,600	2,600	2,600
民間企業	18,595	17,405	17,405	18,305
倶楽部会費	5,256	5,400	5,450	5,500
倶楽部イベント	2,381	3,880	3,828	4,090
共同事業収入	1,650	1,650	1,650	1,650
広報協力収入	14,000	13,000	14,750	15,750
受託事業収入	1,342	500	500	500
雑収入	1,465	13,035	4,812	6,530
計	56,240	65,320	58,845	62,975

<収入計画見込ポイント>

単位: 百万円

・第10期約187 (▲25) < 第9期約212

- 内訳 -

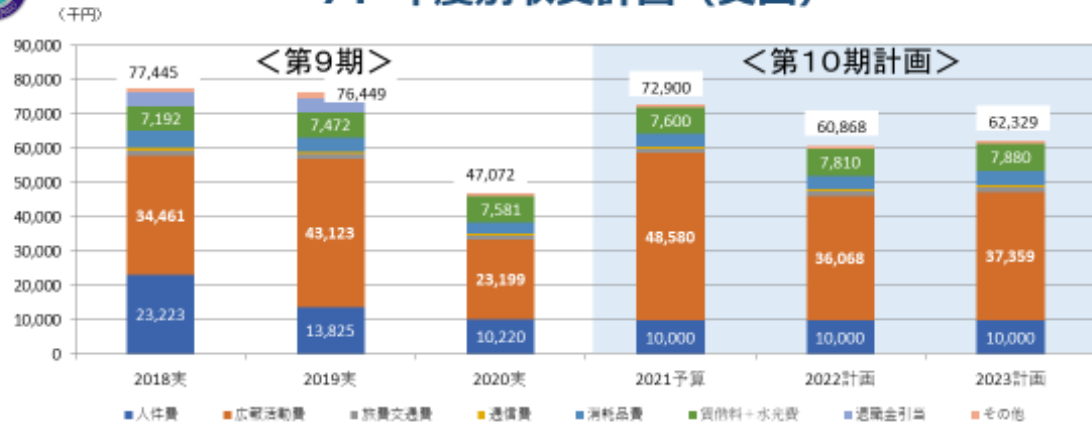
倶楽部▲17、企業▲6、自治体▲5、広報協力金▲5
雑収入+9(助成金等)



コロナ禍で減収幅拡大可能性大



7. 年度別収支計画（支出）



(単位: 千円)

支出	2020実績	2021予算	2022計画	2023計画
人件費	10,220	10,000	10,000	10,000
広報活動費	23,199	48,580	36,068	37,359
旅費交通費	1,073	1,400	1,400	1,400
通信費	577	600	600	600
消耗品費	3,360	3,750	4,020	4,120
賃借料+水光費	7,581	7,600	7,810	7,880
その他	1,064	970	970	970
計	47,072	72,900	60,868	62,329
事業収支	9,167	-7,580	-2,024	646
前期繰越金	41,232	50,399	42,819	40,796
次期繰越金	50,399	42,819	40,796	41,442

<支出計画見込ポイント>

(単位: 百万円)

■ 広報活動費計

第10期約122(第8期約115、第9期約96)

- ・'21年度 周年事業、デジタル化対応、助成金獲得等で大幅増(次頁参照)
- ・'21年度'22年度とも事業収支マイナス分は繰越金でカバー

■ 繰越金

コロナ禍の影響による減収幅が大きくなれば、一気に枯渇する可能性あり。

広報活動費予算案内訳



(単位: 千円)

	2020年度 予算	2020年度 実績	2021年度 予算案	2022年度 予想	2023年度 予想
広報費	38,350	23,199	※48,580	36,068	37,359
会議費・要望活動費	1,050	508	900	900	900
メインルート	5,670	4,918	※①7,200	5,750	5,450
ネットワーク	700	80	400	400	400
フォーラム・展示	2,750	1,660	2,485	2,605	2,605
広報	8,160	2,965	※②11,800	10,800	10,800
情報発信	2,850	379	4,400	5,400	5,400
広報ツール	2,810	2,581	6,900	2,400	2,400
首都圏活動費	2,500	5	500	3,000	3,000
日本文化体感プログラム	9,000	2,186	※③14,124	4,023	5,396
歴史街道倶楽部	10,520	9,846	11,171	11,090	11,308
受託事業	500	1,036	500	500	500

- ※ → ※①スタンプラリーデジタル化 約2百万円
 ※②周年事業、ターゲット層拡大 約9百万円
 ※③助成金獲得

Ⅲ. 令和3（2021）年度 展開計画



1. 歴史街道Instagram投稿キャンペーン

写真投稿SNS「Instagram（インスタグラム）」で投稿キャンペーンを実施。性別問わず幅広い世代への訴求と参加（投稿）を通じて歴史街道各地の魅力の発信・拡散を目指す。過去の写真や動画も投稿可。

<実施案：期間・ネーミング・アカウント・賞品等は仮置き>

- ・実施期間 2021年7月20日（火）～2022年1月31日（月）
- ・参加方法
 - Step1：「わたしの歴史街道」公式Instagramアカウント（@touch_the_spirit_of_japan）をフォロー。
 - Step2：「わたしの歴史街道」を収めた写真や動画をご用意ください（撮影時期は不問）。
 - Step3：お気に入りの写真にハッシュタグ「#わたしの歴史街道」を付けて投稿。投稿された写真の一部は**特設サイトにて紹介**。
- ・賞品 抽選で数百名様に素敵な賞品（歴史街道賞、地域賞など）をプレゼント！



歴史街道Instagram投稿キャンペーン（参考事例）

「あなたの鉄道旅」の写真や動画をInstagramに投稿して、みんなで鉄道旅の楽しさを共有しよう！

Instagramにハッシュタグ「#旅に出よう日本を楽しもう」を付けて投稿してくれた方の中から抽選で計1,200名様に素敵な賞品をプレゼント！

2. 歴史街道ガイドブックキャラクター本の制作①

<コンテンツ概要>

- ・キャラクターが楽しい冒険のストーリーを展開しながら市町村スタンプの各ポイント等を紹介
- ・キャラクターが歴史を巡って旅をする設定で各頁に登場
- ・イラストとキャラクターの動きやセリフなどは当該市町村と相談の上掲出
- ・各ポイントのエピソードや市町村情報を掲載

(制作：もへろん&スタジオSAKURAI.D)

1. 狙い

- (1) キャラクターの登場で歴史街道の話題を広く提供。
- (2) 各市町村マークのスポットを回ってみようと新規のファン層
(中・高校生及び中・高生がいるファミリー層) の拡大を目指す。
※従来のファンの方も改めて楽しめる。
- (3) 団体(密)でなく、「気ままなひとり散歩」もPRの視野に。

2. 歴史街道ガイドブックキャラクター本の制作②

2. 新キャラクター導入メリット

キャラクターによる情報発信で話題性提供

- ⇒ SNSやYoutubeでの発信(会員市町からも)
- ⇒ **LINEスタンプの制作・展開**
- ⇒ HP内に新キャラクターコーナーを設けての情報発信
- ⇒ グッズ展開(各種ノベルティ、キャラクタービジネス)
- ⇒ イベント企画での活用(着ぐるみ)

3. 発刊予定

2021年10月目途：販売は**アマゾン等ネット**にて

4. 活用予定

- ・会員団体への配布
- ・Instagram投稿キャンペーン賞品
- ・歴史街道倶楽部会員入会ノベルティ
- ・公共図書館での配架(関西・首都圏1都3県) etc.



各地のキャラクタースタンプ例 (37種類)



歴史街道ガイドブック案内キャラクター案

時空を超えて各市町村スタンプのポイント等を案内するキャラクター候補

「うさっち」
(月よりやってきた精霊)



「とちまる」(日本古来の柴犬)と
「てんすけ」(てんとうむし)



「みどりん」
(緑の木々の聖霊)



(Copy right もへろん&スタジオSAKURAI.D)

歴史街道ガイドブック（イメージ）

O S A K A



大阪城

1583年、豊田秀吉によって壮麗な大阪城が築かれました。
 現在の大阪城は昭和初期に当時の大阪市長によって
 再建計画が発表され住友財閥の住友吉左衛門の寄贈を筆頭に、大阪市民の寄付金に
 よって三代目復興天守閣が完成しました。第2次大戦の空襲にも持ちこたえ戦前と
 同じ美姿で大阪のシンボルになっています。



市町村名
市町村マークの説明：設置場所
市町村情報&観光案内
大阪観光コンベンション協会 http://www.osaka-info.jp/jp/index.php

N A R A



奈良公園

奈良公園と言えば「鹿」ですが、鹿は春日大社の神使であり、
 春日大社創建の際、茨城県の鹿島神宮の祭神「武みかつち
 のみこと」が神鹿に乗ってやって来たと言われ、住民は鹿に
 愛着と畏敬の念を併せ持つと言われていました。
 尚、奈良公園の鹿は野生鹿として国の天然記念物に指定されています。



市町村名
市町村マークの説明：設置場所
市町村情報&観光案内
奈良市観光協会 http://www.narashikanko.or.jp/

3. 30周年記念フォーラムの開催

■開催予定

- ・日 時：11月1日（月） 13：00～16：30
- ・場 所：大阪中央公会堂大集会室
- ・席 数：580席（1F810席+2F351席）×1/2
- ・内 容：基調講演+パネルディスカッション

※テーマ、メインスピーカー他出演メンバーについては調整・交渉中



4. 歴史街道倶楽部入会促進拡大キャンペーン

■ 「入会金無料キャンペーン」を年間を通して実施する。

- ・ 目的：コロナ禍による会員の減少に歯止めをかける。
 歴史街道倶楽部会員 ⇒ **歴史街道計画推進の個人応援団**
 - ・ 期間：2021年4月1日～2022年3月末日
 - ・ 目標：720名（キャンペーン時月間平均加入者数 約50名×12ヶ月×120%）
- ※より効率的効果的に進めるために会員団体のOB会・現役社員職員等へ募集案内リーフレット等を定期的に配布予定



5. マイクロツーリズム（まち歩き）の推進①

1. Osaka Metro まちさんぽ：沿線のまちあるきスポットをご紹介！



- ・ 歩いてみて、初めて気づいた新しい街の発見に、感激し、つい誰かに話したくなる。大阪の街がもっと好きになる。もっと大切にしたくなる。そんなおさんぽのご紹介。
- ・ Osaka Metro各駅（108駅）を拠点とする各コースのリーフレット※を毎月コース拠点1駅毎に順次作成し（A4タテ；20千枚/回）、各駅で配架

<※配布予定コース>

全駅での配布期間	コース拠点
3月19日（金曜日）～4月15日（木曜日）	西長堀駅（千日前線・長堀鶴見緑地線） <次頁参照>
4月16日（金曜日）～5月13日（木曜日）	日本橋駅（千日前線・堺筋線）
5月14日（金曜日）～6月10日（木曜日）	岸里駅（四ツ橋線）
6月11日（金曜日）～7月8日（木曜日）	南港東駅（ニュートラム）

6. ゲームオペレーション（歴史街道版謎解きイベント）試行①

1. 謎解きイベントの魅力

- (1) 協力して謎を解く**連帯感**（友人や家族、同僚などで協力するスタイルが主流）
- (2) 困難な状況を突破した時の**達成感**
- (3) 非日常的体験の中で感じる**主人公感**

2. 謎解きイベントを開催するメリット（期待効果）

(1) 話題性

ワクワクする物語と、非日常の舞台設定でPR効果がUP。
 参加して周りの人と共有したいという想いがFacebookやtwitterなどのSNSなどの口コミで広がりやすい。

(2) 集客

年間500万人を超える謎解き市場は、エンターテインメント業界でも注目されている拡大中のマーケット。

(3) 回遊性

参加者を普段は行かない地域やスポットにも誘導可。謎解きを楽しみながら手がかりを探索する中で回遊率がUPする。

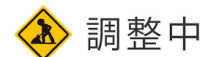
(4) ブランディング

「楽しかった!」「ワクワクした!」という参加型ならではのインパクトの強い物語体験が、参加者の心にのこり、ブランディングにつながる。



6. 歴史街道版謎解きイベント試行②

- ・ 日 時：9月以降
- ・ 場 所：京阪沿線
- ・ 形 式：周遊型（有料にて）



制限時間を設けず、受付時間中であればいつでも参加可能なイベント形式。

長期間実施が可能。制限時間がない分ゆっくり参加者自身のペースで楽しめるため、じっくり開催場所を見てほしい、滞在してほしいなどの場合に適した手法。街歩きや商業施設のイベントなどで多く活用されている。



7. 歴史ロゲイニング（フォトロゲイニング）①

アフター・ポストコロナ ⇒ 新しい楽しみ方 ⇒ ex. メインルート6拠点参画

- ・フォトロゲイニングとは、地図をもとに、時間内にチェックポイントを回り、得点を集めるスポーツ。
- ・チームごとに作戦を立て、チェックポイントでは見本と同じ写真を撮影
- ・チェックポイントに設定された数字がそのまま得点となり、より合計点の高いチームが上位
- ・観光名所や寺社仏閣、店舗などがチェックポイントに設定されることが多く、本来のロゲイニングの戦略的な面白さはそのままに、ファミリーや初心者でも手軽に楽しむことができる。
- ・性別により「男子」「女子」「混合」、年齢により、子供を含む「家族」、一定年齢以上のみで構成された「ベテラン」など、多くのクラスが設定されることで、参加者の意欲を高めることができる。



7. 歴史ロゲイニング（フォトロゲイニング）②

<開催予定: 主催 NPO法人 日本ライフロングスポーツ協会>

大会名	第13回歴史ログ「法隆寺と斑鳩の里」(※歴史街道推進協議会協賛)	
開催日時	2021年4月24日(土) 10:00 ~ 16:00	
募集期間	2020年12月15日(火) ~ 2021年4月1日(木) 事務局締切	
参加資格	18歳以上の健康な方(未成年者の方は保護者同伴で参加可能。)	
受付場所	すこやか斑鳩スポーツセンター	
参加種目	①3時間の部 ②5時間の部	
参加費	①3時間の部(1人あたり3500円)	
	②5時間の部(1人あたり4000円)	
	※各部門中学生以下は(1人あたり2000円)	
参加賞	大会オリジナルTシャツ(S・M・L・LL) ※ユニセックス	
募集定員	①3時間の部 ②5時間の部(各部門100チーム先着順)	
チーム構成	1人~5人	
表彰	各部門総合1~3位(表彰状・副賞)	



**10/2(土)
に順延**

8. デジタル化施策の導入（教材開発・普及活動）

★「歴史街道・タイムスリップ号」の造成（子どもゆめ基金助成事業）

左側のモニターには、古代から近代までの時代の流れが分かる年代表が表示されます。年代表をクリックすると、正面に拡大表示されます。

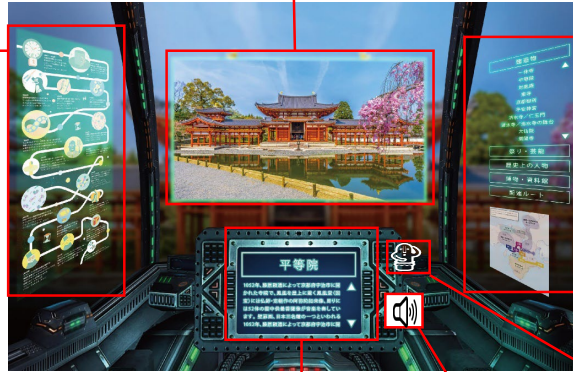


年代表は、インフォグラフィックのように目を惹くビジュアルに。

気になった項目をクリックすると、その項目の画像と説明に切り替わります。

【説明画面】

正面のモニターには、クリックした建造物・歴史上の人物等の画像が表示されます。



＜タイムスリップ等のコックピットの中をイメージ＞

サウンドボタンです。クリックすると音声のオン、オフができます。

正面下のモニターには、選択した説明画面が表示されます。

右側のモニターには、選択中の時代に沿って、カテゴリー一覧が表示されます。

例えば、平等院だと平安～室町時代の「建造物」タブが開かれた状態で表示され、その他のカテゴリーはタブが閉じられた状態になります。

その他のカテゴリーもタブをクリックすると、一覧が確認できます。

クリックするとトップページの地図に戻ることができます。

表示中の項目に、映像資料がある場合に表示されます。クリックすると映像が再生されます。

※画像はすべてイメージです。

8. デジタル化施策の導入（再掲）

1. 歴史街道スタンプラリーのデジタル化試行

既存のスタンプラリーについて、部分的試行等を含めて検討する。



2. オンラインセミナーの展開

各種展開事業において**有料・無料**それぞれで試行し、全国レベルで多くの視聴参加者の獲得をめざす。



企画別ターゲット層

◇狙い：若年層及び女性の取込み

※歴史街道倶楽部会員属性（2020年）

男：女=75：25、60才以上：60才未満=77：23

企画名	ターゲット		展開期間
	コア	サブ	
記念フォーラム	30代～40代女性	50代～60代男女	2021年11月
Instagram 投稿キャンペーン	30代～40代女性	30代～40代男性 50代～60代男女	2021年7月 ～翌年1月
謎解きゲーム (ゲームオペレーション)	20代～40代男女	10代男女	2021年10月 ～翌年3月
歴史街道 タイムスリップ号	高校生	中学生	2022年1月～
歴史街道 ガイドブック絵本	中学・高校生	小学校高学年	2021年10月～

(若年層：統計では、15～24歳または15～34歳程度とすることが多い)



歴史街道推進協議会



- ・本資料に記載されている施策や数値計画は、当協議会が現時点で入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は今後の様々な要因により、異なる可能性がございます。