

第11期中期計画

(2024年度～2026年度)

第11期中期計画策定における基本的考え方

・歴史街道のコンセプトに沿った事業の推進

第8期中期計画以降、歴史街道の原点に立ち返り、日本の歴史文化の発信を推進するため、古代から現代まで1500年の歴史の舞台を一筆書きでつなぐことができるメインルートおよび戦国～江戸時代・古代史・紀伊半島の各ネットワークを活用した事業を積極的に推進して参ります。



・基盤強化

上記の事業方針に則って、公益文化事業を推進する協議会として、しっかりと事業を実施・継続していくため、人的ネットワークの拡大及び収益事業の強化を図ります。

第11期中期計画の取り組み方針

方針

次の世代への文化の継承・文化観光を活用した
日本文化の発信・持続可能な推進体制を目指す

事業方針	強化ポイント
歴史街道のコンセプトに沿った事業の推進	・ 広域連携による地域の魅力発信
	・ 次世代に向けた文化の発信と継承
	・ 大規模イベントの活用
	・ DXの推進
基盤強化	・ 人的ネットワークの拡大
	・ 収益事業の強化

第11期中期計画における方向性のまとめ

- 広域連携の推進**
 関西観光本部や各地のDMOなど、インバウンドに注力している団体、関係する行政、広域連携団体など、様々な団体との連携を強化し、広域官民連携事業を継続的に展開する。
- 次世代に向けた文化の発信と継承**
 次代を担う若者の日本文化についての理解促進を目的に、Instagram、Facebook、X（旧Twitter）等、SNSも積極的に活用した文化発信とあわせ、文化の継承を目的としたプログラムに取り組んでいく。
- 大規模イベントの活用**
 大阪・関西万博、ワールドマスターズゲームズ関西など、内外から関西への誘客が期待できる大規模イベントの開催時期にあわせ、国内外に向けた効果的な広報を積極的に展開する。
- DXの推進**
 10期に引き続き、DX（デジタルトランスフォーメーション）を意識しつつ、交通事業者等が準備を進めている「Ma a S」との連携も視野に、効率的な情報発信に取り組んでいく。
- 人的ネットワークの拡大**
 協議会発足から30年余りで培ったノウハウおよび人的ネットワークを活用するとともに、さらなる拡大を図る。
- 協議会の基盤強化**
 歴史街道のブランド価値の向上を図り、財政、人的パワーなど基盤強化に取り組む。
 個人応援団である歴史街道倶楽部の活動内容の質的向上および多様化を図り、幅広い世代に向けた会員増に取り組む。

第11期中期計画における活動①

- 広域連携の推進**
 歴史を現場で体感するというコンセプトの実現と、テーマ性、物語性にあふれたその地域らしさの発信を目指し、他団体との連携を強化、広域官民連携事業を継続的に展開する。

1) 地域連携事業の内容充実とエリアの拡大

伊勢～飛鳥、飛鳥～奈良～京都、西国街道およびボランティアガイド団体との連携事業など、既存の枠組みの連携事業では、より多くの人に参加できるように量と質の充実を図るとともに、参加団体の増加、エリアの拡大を図る。また、地域内個々の連携についても積極的に協力する。



6拠点連携事業の展開

既存の地域連携事業の拡大、充実

【対象範囲の拡大】

例) 飛鳥奈良京都連携会議
 (既会員) 葛城市、大淀町等へ拡大
 (非会員) 大和郡山市、田原本町等
 連携への参加 ⇒ 協議会加入呼びかけ

【連携の拡大】

例) 飛鳥～奈良～京都連携と西国街道
 連携とのコラボレーション 等、
 各事業の相互連携

第11期中期計画における活動①

- ・広域連携の推進
歴史を現場で体感するというコンセプトの実現と、テーマ性、物語性にあふれたその地域らしさの発信を目指し、他団体との連携を強化、広域官民連携事業を継続的に展開する。

2) 関連する地域連携団体との連携強化

世界文化遺産地域連携会議、紀伊山地三霊場会議、日本風景街道、近江中山道連絡会議等との連携を継続し強化するとともに、ナショナルサイクルルートに指定されている滋賀県のピワイチ、紀伊半島の太平洋岸自転車道を軸に、福井、京奈和、南大阪などそれぞれのエリアで取り組みと連携し、自転車道ネットワークを通じた広域連携、全国街道交流会議や旧街道自転車旅研究会等の地域連携会議とも積極的に提携し連携を図る。

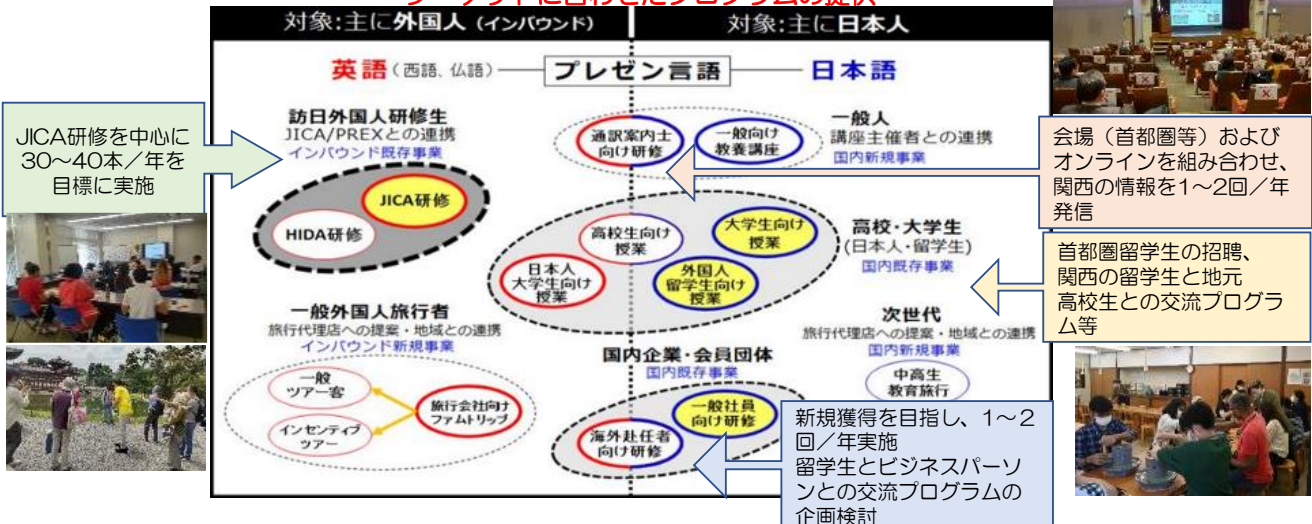


第11期中期計画における活動②

- ・次世代に向けた文化の発信と継承
次代を担う若者の日本文化についての理解促進を目的に、文化発信とあわせ、文化の継承を目的としたプログラムに取り組んでいく。

- 1) 海外からの研修員、留学生、ビジネスパーソン、大学生、高校生などを対象に、日本文化理解のために文化体験の充実など、プログラムのさらなる充実を図る

ターゲットに合わせたプログラムの提供



- 2) 次世代へのプログラムの提供については、大阪観光局など、関係する団体との連携に取り組んでいく。

第11期中期計画における活動②

- 次世代に向けた文化の発信と継承
次代を担う若者の日本文化についての理解促進を目的に、文化発信とあわせ、文化の継承を目的としたプログラムに取り組んでいく。
- 2) 日本文化への理解、次代への継承を目的に、親子参加型プログラムなどの充実および定着

体系だてたプログラムの構築と関連施設・団体との連携

親子参加型プログラム体系（時代×地域）					
	三重	奈良	京都	大阪	兵庫
古代史		飛鳥の「石」は謎がいっぱい			
奈良時代	蘇民将来しめ縄づくり	きつと気に入る木のおもちゃづくり	宇治茶でチャチャチャ	「鉄」のまち堺の謎を探れ！	家族DE能
平安～室町時代					大阪城の謎を探れ
戦国～江戸時代					家族DE文楽
近代					神戸洋菓子ものがたり

既存プログラムの活用と新規プログラムの企画

第11期中期計画における活動②

- 次世代に向けた文化の発信と継承
次代を担う若者の日本文化についての理解促進を目的に、文化発信とあわせ、文化の継承を目的としたプログラムに取り組んでいく。
- 3) 中高生が楽しく地域の歴史文化を理解する目的で作成したWEB版「タイムスリップ号」の内容充実と活用による日本文化理解の促進
テキストや映像などのコンテンツの充実とともに、より多くの方に活用していただくための普及活動を行う。
 - 歴史街道を旅する動画の制作
「やさしい歴史街道」シリーズや、留学生が歴史街道の旅を体験するなど、ターゲットにあわせた企画の検討
 - 若年層を意識し、Instagram、Facebook、X（旧Twitter）等SNSの積極的活用を検討・実施する。



第11期中期計画における活動③

・大規模イベントの活用

大阪・関西万博、ワールドマスターズゲームズ関西など、内外から関西への誘客が期待できる大規模イベントの開催時期にあわせ、効果的な広報を積極的に展開する。

1) 首都圏広報の拡大

マスコミ関係者、通訳案内士およびホテルコンシェルジュなど情報発信のキーパーソンとなる方々への情報提供など、ターゲット毎に効果的な広報活動を展開する。あわせて、首都圏における歴史街道倶楽部会員増を目指す。



キーパーソンへの情報提供

- ・通訳案内士、ホテルコンシェルジュ対象のセミナー
- ・マスコミ関係者への情報提供リリース、ML、情報交換会等
- ・関係団体の協力による旅行会社への情報提供 等

一般への情報提供

- ・東京講演会の開催（1回/年）
- ・公共施設などを活用した講演会&展示PR
- ・関連団体の協力によるセミナーの開催
- ・オンラインを活用したセミナーの実施 等

第11期中期計画における活動③

・大規模イベントの活用

大阪・関西万博、ワールドマスターズゲームズ関西など、内外から関西への誘客が期待できる大規模イベントの開催時期にあわせ、効果的な広報を積極的に展開する。

2) インバウンド集客の強化

関西観光本部などとの連携により、日本の歴史文化に興味をもつ外国人旅行者へ積極的に情報発信を行うため、旅行会社へのモデルコースや、日本文化体感プログラムを活用したインセンティブツアーの提案を継続実施。あわせて、協議会WEBサイトの多言語化を推進する。



第11期中期計画における活動③

・大規模イベントの活用

大阪・関西万博、ワールドマスターズゲームズ関西など、内外から関西への誘客が期待できる大規模イベントの開催時期にあわせ、効果的な広報を積極的に展開する。

3) 訪問者の周遊促進のための事業推進

歴史街道が推奨するモデルコース（日本の歴史文化を感じる旅）を設定し、関西の魅力ある歴史文化資源をICT等を活用して国内外を対象に広く発信するとともに、デジタルスタンプラリーや関連団体との連携によるイベント実施などを通じて、大規模イベント参加者の周遊促進を図る。



第11期中期計画における活動④

・DXの推進

第10期中期計画に引き続き、DX（デジタルトランスフォーメーション）を意識しつつ、効率的な情報発信に取り組んでいく。

1) 若年層など、幅広い世代への戦略的広報の推進

幅広い世代、特に若者や子育て世代に、歴史文化の楽しみを知っていただくきっかけづくりのための活用

・鉄道会社との連携による歴史文化資源、博物館などの施設などを活用した「デジタルスタンプラリー」「リアル謎解きゲーム」等の継続および、「たまむすびのクエスト機能」の活用など新たなツールや「インフルエンサー」の活用、交通事業者等が準備を進めている「Maas」との連携等を検討。



第11期中期計画における活動④

・DXの推進

第10期中期計画に引き続き、DX（デジタルトランスフォーメーション）を意識しつつ、効率的な情報発信に取り組んでいく。

2) ターゲットにあわせた効果的、効率的な広報の推進

誰もが手軽に情報を入手できるよう、また、発信の担い手になっていただけるよう、インスタグラムやフェイスブックなどのSNSの活用および映像ソフトの配信。
より幅広い層に参加していただけるWEBセミナーを開催。

歴史街道が蓄積してきた歴史文化を紹介するエッセイや物語を手軽に多くの人に読んでいただき、日本史の旅を体感していただくために、**多言語化を意識し、電子版書籍等アーカイブ**を制作する。



第11期中期計画における活動⑤

・人的ネットワークの拡大

協議会発足から30年余りで培ったノウハウおよび人的ネットワークを活用するとともに、さらなる拡大を図る。

1) 外部スタッフの活用

広範かつ質の高い事業推進のために、協議会の事業を実施しているなかで、助言、協力をいただいている方々などに外部スタッフ（ブレン）としてより積極的に計画に参画していただく体制をつくる。

2) キーパーソンとの関係づくり

より効果的な広報活動を実施するために、マスコミ関係者など、情報発信のキーパーソンとなる方々との関係づくりの強化を図る。

3) 要望活動の展開

事業を積極的に推進していくために、関係省庁担当者の計画への理解促進を図るために、意見交換など、関係づくりを行う。

第11期中期計画における活動⑥

- 協議会の基盤強化
歴史街道のブランド価値の向上を図り、財政、人的パワーなど基盤強化に取り組む

1) 協議会会員団体の維持・拡大

2) 歴史街道倶楽部会員の維持・拡大

会員維持拡大のための魅力的なオリジナルイベントを企画・実施するとともに、入会金無料キャンペーンなどを組み合わせ、会員獲得を目指す。
また、2024年度は創立30周年を記念した事業を実施する。



3) 事務局マンパワーの維持・拡大

第11期中期計画における活動【具体事例】①

大阪・関西万博記念スタンプラリーの開催

大規模イベント活用のため、大阪・関西万博（以下「万博」と記す）開催期間に合わせ、協議会の対象範囲を幅広くカバーするようスタンプポイント110カ所に拡大、万博来場者に広くPRし、万博来場者が気楽に参加できるような形でスタンプラリーを開催。



万博記念スタンプラリー

- 万博に合わせた期間設定
- スタンプポイントを拡大
(110カ所程度)
- スタンプラリーの
応募条件緩和
- 万博を利用したPR

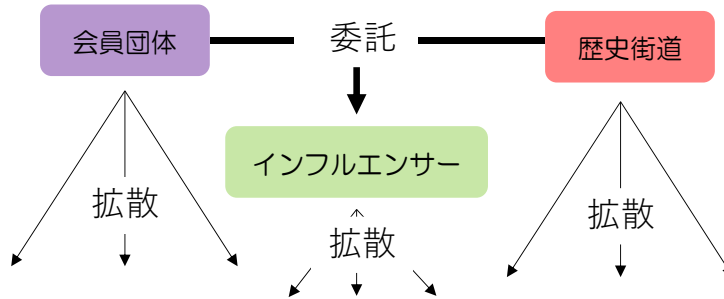


万博来場者の
参加により
参加者拡大

第11期中期計画における活動【具体事例】 ②

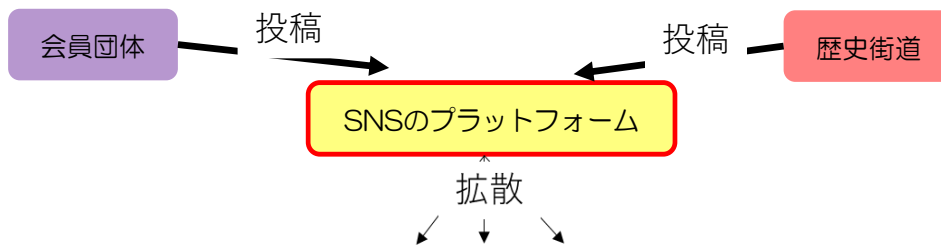
インフルエンサーを活用した地域紹介映像の展開

SNSの更なる活用を目指し、地域の会員団体と共同で、インフルエンサーが地域内の歴史文化遺産を訪問する映像を作成し、会員 団体・インフルエンサーと協力して、拡散を図る。



広域イベント情報連携プラットフォームの整備

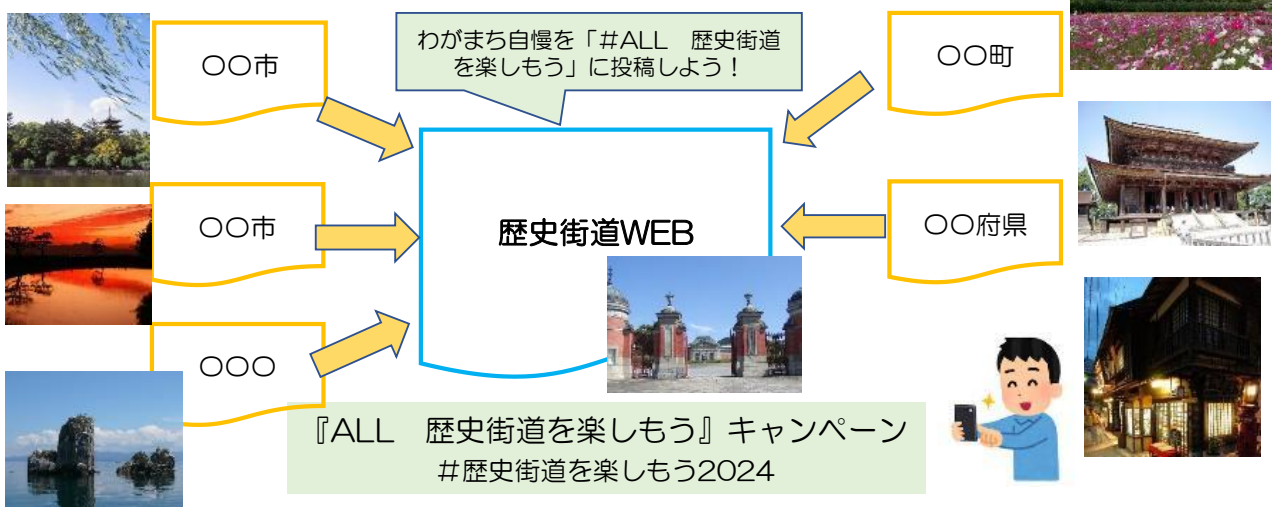
メインルートの顕在化を目指し、伊勢街道連携、飛鳥・奈良・京都連携、西国街道連携等の地域連携と協力し、歴史文化に関わるイベント紹介掲載を行う広域イベント情報連携プラットフォームを整備する。



第11期中期計画における活動【具体事例】 ③

- ・若年層を意識し、Instagram、Facebook、X（旧Twitter）等SNSの積極的活用を検討・実施する。

インスタグラムキャンペーン第四弾『ALL 歴史街道を楽しもう！』

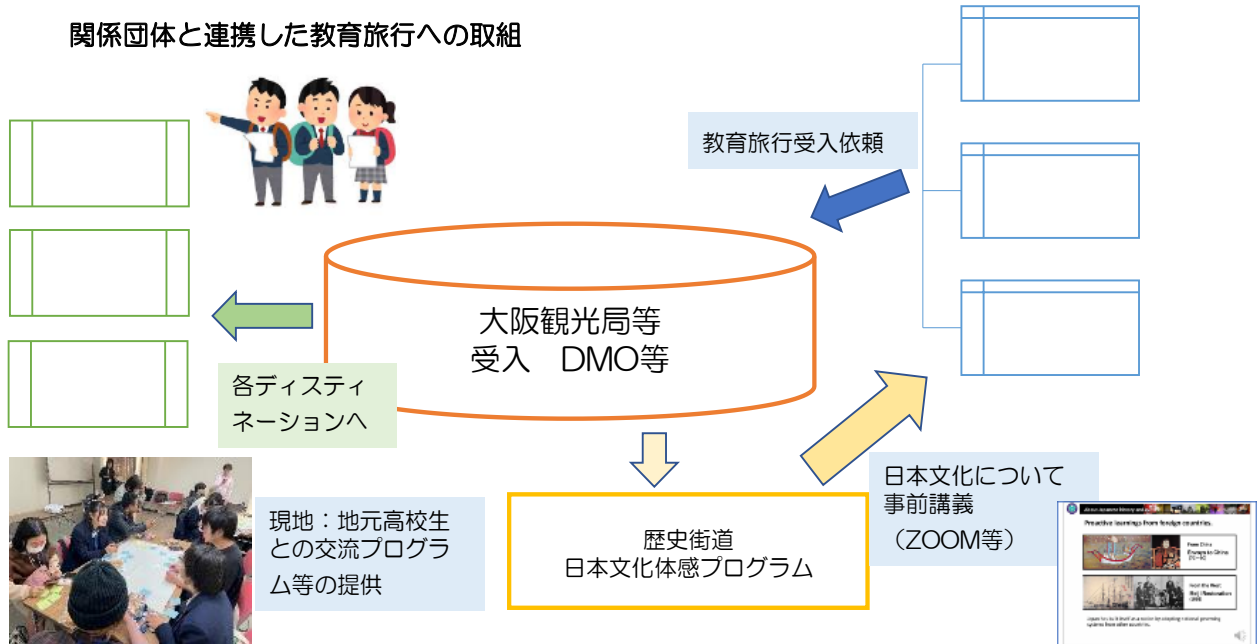


インスタグラムキャンペーンの継続実施。参加者、参加フィールドを広げるために、協議会団体へ共同キャンペーンを依頼。ALL 歴史街道で開催する。

第11期中期計画における活動【具体事例】 ④

次世代へのプログラムの提供については、大阪観光局など、関係する団体との連携に取り組んでいく。

関係団体と連携した教育旅行への取組

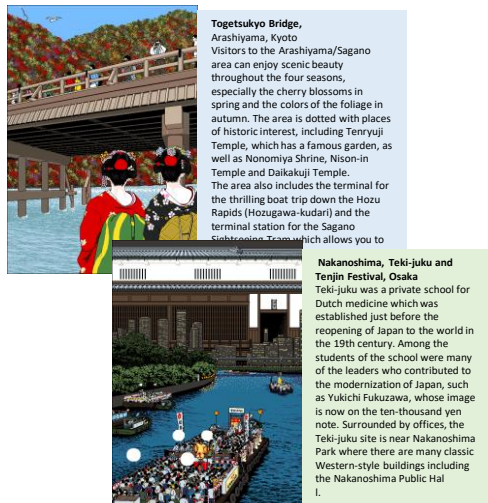


大阪観光局など、内外からの教育旅行を受け入れている団体との協力で、「日本文化体感プログラム」を活かした交流プログラムを教育旅行の中へ組み込みを提案

第11期中期計画における活動【具体事例】 ⑤

歴史街道が蓄積してきた歴史文化を紹介するエッセイや物語を手軽に多くの人に読んでいただき、日本史の旅を体感していただくために、多言語化を意識し、電子版書籍等アーカイブを制作する。

電子書籍等アーカイブの制作



歴史街道二十一景、歴史街道倶楽部会員誌表紙絵など 日・英版での電子書籍化 多くの人に興味をもってもらうきっかけにする

第11期中期計画の取り組み方針

年度	2024年度	2025年度	2026年度
重要イベント		大阪・関西万博	
取組方針	<ul style="list-style-type: none"> ・広域連携による地域の魅力発信（地域連携事業の内容充実およびエリアの拡大） ・関連する地域連携団体との連携強化 		世界文化遺産地域連携会議との連携
	<ul style="list-style-type: none"> ・次世代に向けた文化の発信と継承 海外からの研修員、留学生、ビジネスパーソン、大学生、高校生などへの日本文化理解のためのプログラムの充実 ・次世代への継承を目的とした親子参加型プログラムなどの充実および定着 		広域連携によるサイクルツーリズムの活用
	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模イベントの活用 首都圏広報の拡大（一般、ガイド、マスコミ、旅行社）WEB等を活用したモデルコース発信 		
	<ul style="list-style-type: none"> ・DXの推進 鉄道会社、関連地域と協力したゲームオペレーション等SNS等を活用した双方向情報発信 / 情報発信素材の電子化によるアーカイブの作成 		

次の世代への文化の継承・文化観光を活用した文化発信・持続可能な推進体制を目指す

重要課題・基盤強化			
人的ネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> ・外部スタッフの活用による計画の活性化 ・キーパーソンとの関係づくりによる発信力強化 ・関係省庁への理解促進のための関係づくり ⇒ 新規事業展開・事業費獲得		
歴史街道倶楽部	<ul style="list-style-type: none"> ・30周年事業等を活用した会員増強（1,900人） 	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏広報と連動した会員拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏広報と連動した会員拡大（2,400人・収益分岐）
協議会会員	<ul style="list-style-type: none"> ・休会、退会団体へのアプローチ 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業と連動した新規会員獲得 	継続実施：基盤強化のための安定確保

主要事業施策①

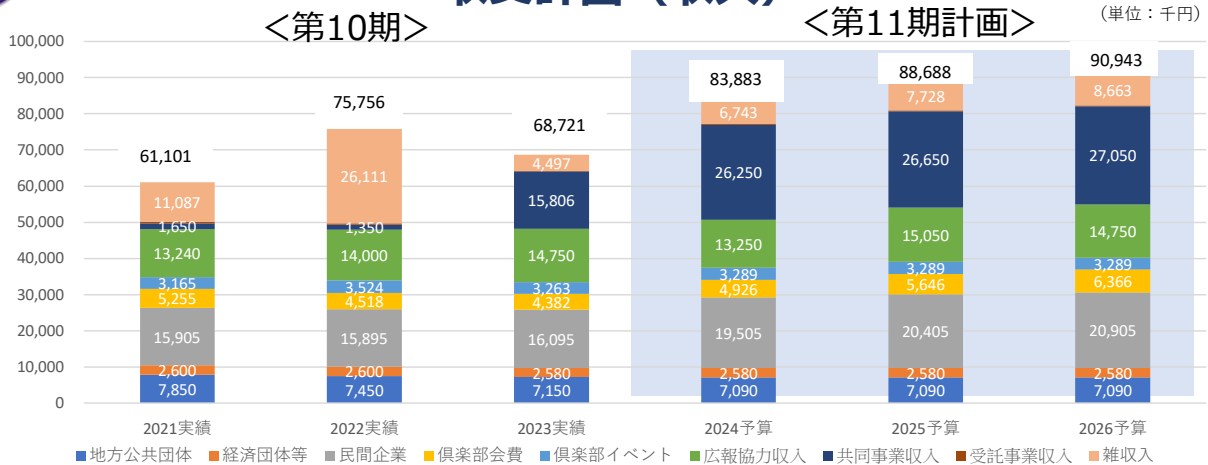
	事業項目	主要ターゲット	取組概要		
			2024年度	2025年度	2026年度
メインルート	関西6鉄道連携事業推進	歴史ファンの中高年男女	万博記念スタンプラリー スタンプラリー		
	伊勢飛鳥間連携事業		万博来場者向け	通常スタンプラリー	
	飛鳥奈良京都連携事業		風景街道伊勢街道との連携ウォーク、セミナーの展開		
	京都大阪神戸連携事業		歴史探訪テーママップ作製、SNSでのイベント紹介連携		
	京街道淀川左岸連携事業		西国街道セミナー・リレウォークの展開 京街道マップの活用、ウォークイベントへの協力		
ネットワーク	紀伊山地の霊場と参詣道	歴史ファンの中高年男女	紀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		近江中山道連絡会議、自転車道ネットワークとの連携		
	中央部		WEBサイト・歴史街道倶楽部を中心とした情報発信		
共通	日本文化体感PRG	高校生	会員団体の協力をいただき、地元高校生と留学生との交流プログラムを展開		
		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、外国人従業員への研修 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	より深い日本理解と、日本人との交流を目的にプログラムを提供		
		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		

主要事業施策②

事業項目	主要ターゲット	取組概要			
		2024年度	2025年度	2026年度	
共通	共同事業（スタンプラリー）	万博記念スタンプラリー スタンプラリー 万博来場者向け 通常スタンプラリー			
	歴史街道倶楽部	オンラインセミナー開催（リアル併用） 30周年イベント			
	SNS	Instagram投稿キャンペーン	会員団体との協同等、効果的な発信方法を検討し、継続実施		
		facebook	継続的発信によるフォロワー数の獲得		
	広報	電子書籍等のアーカイブ（デジタル）	企画	制作	発行
		ゲームオペレーション	(WEBを活用した電子書籍として発行)		
	会員団体実施事業への後援	会員団体	年間5件の実施 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	関西歴史文化遺産フォーラムの年次開催（関西広域連合連携企画） 1回/年一般を対象とした主催講演会の開催 大阪府立図書館での年次開催 首都圏：阪急たびコト塾・デパートや都立図書館等での展示 1回/年 主催講演会の開催			



収支計画（収入）



- ＜収入計画見込ポイント＞
- ・法人会費
休会会員の正会員へ復帰および新規入会団体の継続的獲得（年間5団体）
 - ・倶楽部会員
会員の継続的獲得（年間300人増）
 - ・日本文化体感プログラム
研修事業の件数の増加及び積極的な助成金の獲得
 - ・なぞ解き
スキーム変更による収入増

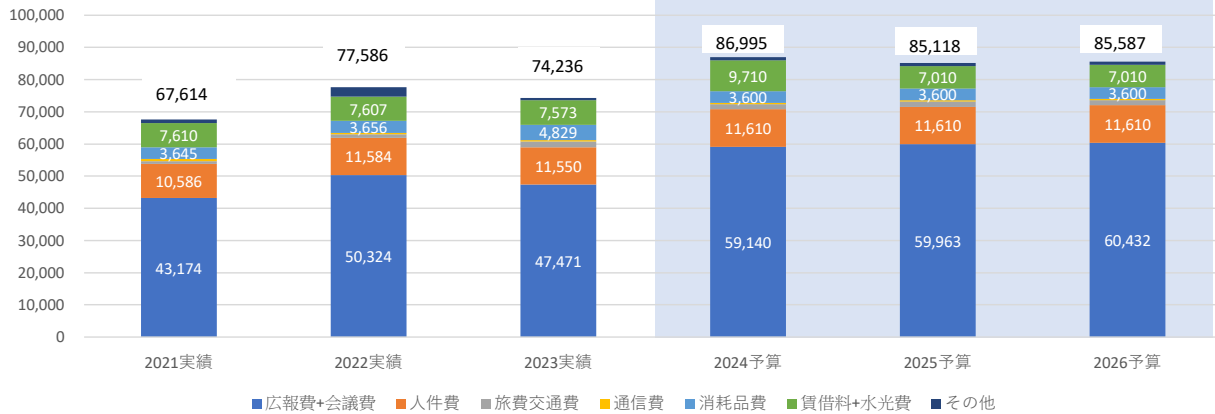


収支計画（支出）

<第10期>

<第11期計画>

(単位：千円)



支出	2023実績	2024予算	2025予算	2026予算
広報費+会議費	47,471	59,140	59,963	60,432
人件費	11,550	11,610	11,610	11,610
旅費交通費	1,788	1,600	1,600	1,600
通信費	366	415	415	415
消耗品費	4,829	3,600	3,600	3,600
賃借料+水光費	7,573	9,710	7,010	7,010
その他	660	920	920	920
小計	74,236	86,995	85,118	85,587
事業収支	-5,515	-3,112	3,570	5,356
前期繰越金	42,057	36,542	33,430	37,000
次期繰越金	36,542	33,430	37,000	42,356

<支出計画見込ポイント>

広報費については、イベントや広報媒体等の見直しを進め、効率的かつ効果的な発信をめざす

広報費以外の管理費については、事務所移転による賃料削減などをはじめ、経費節減に取り組む一方、営業に必要となる旅費交通費を増額し、メリハリのある予算とする。

収入の増額と合わせて2025年度以降、単年度黒字を目指す

第11期中期計画策定に関するご意見①



事業の方向性について

- ・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
- ・11期はターゲットを絞った施策を展開する（各事業への参加数増加を目指すアプローチを既存会員の参加を増やす方向へシフト）
- ・収支について法人会員の維持を掲げているが、歴史街道倶楽部のように、数値目標数をたてたほうが良いのではないかな。
- ・細やかな事業も継続していると感じる。
- ・第11期中期計画についても、様々な事業を展開することで、全ての加入者が加入のメリットを感じられるような計画をお願いしたい。
- ・多岐にわたる活動をしていると思う。財源やマンパワーを考慮すると、ターゲットを絞って事業の整理をしてはどうか。本来のもの、歴史街道でなければできないものに絞るのも必要。一部を広域連合などに任せると考えてはどうか。また構成団体と連携を検討するなど役割分担できればと思う。
- ・マンパワーや予算面を考えると、数多くある事業について、選択と集中が必要ではないかと思えます。
- ・大阪関西万博が開催される2025年にターゲットを絞ってはどうか。
- ・全ての会員団体が加入のメリットを感じられるような事業をお願いします。また、毎年の負担金について、各団体で不公平感が出ないように、一層の情報の提供をお願いします。
- ・コロナ禍を機に、これまでの価値観や社会の仕組みの大変革が進んでいます。歴史街道の取組みも3つの目標を軸に様々な事業が展開されています。一方、会員数や予算面は大きく減少傾向にあります。この現状を踏まえますと、これまでの延長線上ではない考え方も必要ではないかと考えます。この時代の転換期にあつては、今一度、「『歴史街道』づくりの提言(1988.3)」や「歴史街道構想」に立ち返り、「伊勢-飛鳥-奈良-京都-大阪-神戸」を結ぶ約300kmの1本のルート上に古代から現代までの1500年の歴史の舞台が連なるという「Z型の一筆書」を強く打ち出し、この「一筆書」を、つながる線として一層可視化する事業展開が重要かと考えます。（もちろん、メインルート上やネットワーク上の個々の取組みが重要であることはいうまでもありません。）

第11期中期計画策定に関するご意見②

- ・11/14（火）に行われた紀伊山地三霊場フォーラム等、当県に関わる定期的なプロモーションに感謝申し上げます。引き続き、何卒よろしくお願いたします。
- ・令和2年度に、文化についての理解を深める機会の拡大及びこれによる国内外からの観光旅客の来訪促進を目指し、文化観光拠点施設(地域の博物館など)を中核とした、地域における文化観光を推進する「文化観光推進法」が施行されました。本県でも、現在、伊勢神宮とゆかりの深い斎宮歴史博物館を含む「斎宮」を核とした文化観光ルートを検討しています。

回答

→財源やマンパワーを考慮し、事業の優先順位などを決めるなど、選択と集中が必要であるというご指摘につきましては、過去、中期計画を策定するにあたっては、三年間の事業実績や効果などを協議会ご参画の皆様のご意見、ご指摘をいただきながら、事業全体の見直しを行ってまいりました。今回の11期計画策定にあたりましても、同様な作業を行ってまいります。

一方、関係各位のご賛同、ご支援をいただきながら公益文化事業を推進する協議会として、「歴史街道でなければならない事業」、「歴史街道だからこそ実施しなければならない事業」につきましては、しっかりと実施していかなければならないと考えております。

そのため、実施に向けて、1) 補助金等の獲得を目指す 2) 関連団体との連携により、事業の効率化を目指す 3) 協議会の事業を実施しているなかで、ご助言、ご協力をいただいている方々などに外部スタッフ（ブレン）としてご参画いただき、会員団体と連携した事業実施の枠組みを考えてまいります。

また、会費の減少傾向を踏まえ、増収につながる施策に力をいれるとともに、会員団体様にご理解いただける事業内容についても展開してまいります。

古代から現代まで1500年の歴史の舞台をつなぐ一筆書きルートの顕在化については、第八期以降、歴史街道の原点に立ち返り、コンセプトを強く打ち出す必要があることを掲げてきました。日本文化体感プログラムで、日本の歴史文化を体感してもらえルルートとしてツアーの中に取り入れるなどしてまいりましたが、シンボリックな事業として一筆書きが可視化できるものを検討することは重要であると考えています。

第11期中期計画策定に関するご意見③

情報発信について

- ・正確かつ分かりやすい情報発信が重要である。
- ・地上波テレビ放送が無くなって若い人の認知度が下がっているのではないか。
- ・歴史街道はツールが整っていると思う。
- ・改めてホームページを拝見し、日本文化体感プログラムやYouTube動画など、一部多言語化されているコンテンツもあり、今後活用できるのではないかと感じた。新たな素材を更新される場合には、今後も継続して多言語化を検討されると良いのではないか。
- ・「次世代に向けた文化の発信と継承」におけるWeb版「タイムスリップ号」の周知・活用の取組みの強化を図ってはどうでしょうか。各自治体の関与が非常に少ないように感じます。

回答

→情報発信につきましては、引き続き、2023年度末までにリニューアルする協議会ホームページを中心に、YouTube動画「旅の星」の充実、「タイムスリップ号」の活用を検討します。

また、2023年度11月よりPHP研究所のご協力によりスタートした、WEB「歴史街道」での地域コラム「歴史街道まぢめぐり」など、関係団体のご協力による発信力強化につとめます。

ITを活用した発信に加え、情報発信のキーパーソンであるマスコミ関係者などへの発信、ネットワークづくりにについても取り組んでまいります。

第11期中期計画策定に関するご意見④

多言語化について

- ・ 海外への情報発信は多言語化が必要である。グーグル翻訳の機能を活用してはどうか。翻訳しやすい日本語をこころがけるのも大切。
- ・ インバウンドへの展開（多言語化・SNS発信等）が必要と思います。
- ・ 欧米人は歴史を深く知りたがっている。日本語の説明文をグーグル翻訳してでも知ろうとしている。電子書籍の発行なども考えられているようだが、情報提供の多言語化が必要である。
- ・ インバウンドは多言語化が重要である。
- ・ 改めてホームページを拝見し、日本文化体感プログラムやYouTube動画など、一部多言語化されているコンテンツもあり、今後活用できるのではないかと感じた。新たな素材を更新される場合には、今後も継続して多言語化を検討されると良いのではないかと。

回 →2025年の大阪・関西万博を活用した情報発信など、今後、インバウンドを見据えた多言語発信は重要な課題で
答 あると認識しています。

ホームページにおいては一部ページが英語や中国語で発信をしていましたが、ホームページのリニューアルにとともに、まずは、歴史街道の基本的情報、歴史街道各地をめぐるお薦めコースなどの情報などの英語ページの充実をはかります。

YouTube動画「旅の星」につきましては、すでに英語には対応していますが、必要に応じて、多言語化に取り組みます。

第11期中期計画策定に関するご意見⑤

SNSについて

- ・ 広報関係にて SNS を活用されていると思うが、Instagram とFacebook については更新されていると思うが、X (旧 Twitter) は更新があまりなされていない。もっと活用してはどうか
- ・ TTikTokTokTokをはじめとした動画などを活用してはどうか。をはじめとした動画などを活用してはどうか。
- ・ 若い人はインスタを活用しているが、歴史街道倶楽部会員は高齢化しており、どのようにするかを検討してもらいたい。DMOも同様なファンクラブを運営しているが同様の悩みを抱えている。
- ・ Instagram、Facebook、X (旧 Twitter) 等SNSを積極的に活用して、効果的な広報活動をお願いします。

回 →ホームページなどとあわせ、SNS等、ITCの活用は今後、最も重要な広報ツールであると認識しています。

答 X (旧ツイッター) については、現状は歴史街道倶楽部のボランティアスタッフに運営していただいております。可能な範囲で発信していただいております。

継続的に、質のある情報をどのようなツールを活用して発信していくのか、実施体制や場合によっては有料広告やインフルエンサー活用も含めて様々な角度から検討してまいります。

MaaS について

- ・ 関西鉄道7社のアプリであるKansai MaaSとの連携（モデルコース紹介等）が良いのでは。
- ・ DXの推進については、交通事業者等が準備を進めている「MaaS」との連携も視野に入れた取り組みを実施してほしい。
- ・ デジタルの活用ではMaaSとの連携も検討してはどうか。
- ・ MaaSアプリの経路検索でアプリの経路検索で連携すればPR効果はあるのではないかと。
- ・ 歴史街道への誘客を行う際には、複数の交通事業者間で使用可能な「共通バス」があれば、メインルート間の移動等についても容易に移動できることとなり、インバウンド訪日客の利便性の向上を図れると思います。

回 →関西鉄道7社のアプリである「Kansai MaaS」との連携を関係者と調整をおこない、

答 まずは、公共交通機関と親和性のある「歴史街道お薦めコース」の提供などについて協議を進めてまいります。

第11期中期計画策定に関するご意見⑥

大阪・関西万博について

- ・万博や MICE などの大規模イベントへ 来られた方へのアプローチを検討してほしい。
- ・大阪関西万博を効果的に活用してほしい。
- ・旅行会社の会員もおられることから、万博に絡めた歴史街道に関する商品造成も出来ると、なお良いかと思いません。
- ・大阪関西万博で来場するインバウンドの方に興味を持ってもらうのが大事であり、如何にして個人に届くか、例えば、長期滞在者にイベント等の情報発信をするなど、有効な手段を検討してはどうか。
- ・万博との連携→健康が万博のテーマなので、歴史街道も「歩く」を軸にする

回答

→大規模イベントの活用は第11期計画において最も重要なポイントのひとつであると認識しています。

関西観光本部と連携し、歴史街道お薦めコースを提供し、関西に来られた方々に関西の歴史文化をに親しんでいたできるように、旅行商品の開発などに向けて働きかけをおこなうほか、協議会ホームページでの発信などに取り組んでまいります。

歴史街道が推奨するコースについて、キーパーソンを対象としたファムトリップなどを実施するなど、多くの方々へ周知するための方策を検討、実施します。

万博のテーマである「健康」を積極的に取り入れていくため、既に取り組んでいます各地のボランティアガイド団体との連携強化を進めます。

第11期中期計画策定に関するご意見⑦

インバウンドについて

- ・インバウンド関係では、文化を伝えることが有効ではないか。外国人は伊勢神宮などストーリーのあるツアー、例えば奈良と伊勢の1泊のコースなどが良いのではないか。
- ・インバウンドでは、大阪関西万博がチャンスであり、周遊させることが大事である。東京から関西に来るゴールデンルートで更に広島などの西方面へ流すことが重要である。そうなれば大阪から神戸、姫路などへの誘客することができる。
- ・欧米やアジアから来た方は現地のインフルエンサーが紹介した情報を元に日本を観光している傾向がある。
- ・計画にインバウンドに関する取組が記載されているが、会員団体の自治体には「オーバーツーリズム」対策を考えていく必要がある自治体もおられるので、歴史街道の繋がりの中で、誘客を行いたい自治体との連携により、「オーバーツーリズムの緩和」と「インバウンド誘客」が同時に図れる事業展開が出来ると良いと思います。
- ・インバウンドの取組は関西観光本部や各地のDMOなど、インバウンドに注力している団体と連携し、歴史街道推進協議会は素材や解説整備に注力し、プロモーションは連携先にゆだねるべきではないか。
- ・各会員の意向確認も必要であるが、今の観光を考えるなかで「インバウンド」に関する取組は必須であることから、歴史街道倶楽部会員の維持・拡大など、国内向けの事業にも取り組みつつ、インバウンドに関する取組も強化していただきたい。

回答

→インバウンドについては、実施団体（関西観光本部、旅行会社、各地DMO）への情報提供、協議会が発信する情報の多言語化などで取り組んでまいります。

日本文化体験プログラムを通じて、日本で学ばれる留学生へのプログラム提供の継続実施に加え、日本で就労されている外国人労働者へのプログラムの提供についても関係団体へ働きかけてまいります。

第11期中期計画策定に関するご意見⑧

外部組織との連携について

- ・各地域の自治体との連携をもっと強化して、事業推進にあたってはある程度の事務局との役割分担を考えていってもいいのではないかと思います。
- ・歴史文化を生かした地域づくりにおける観光誘客モデルの作成においては、関連する文化施設(歴史博物館など)の紹介もご検討ください。
- ・文化観光の振興や各地方公共団体等との連携強化のために、各地域の歴史系博物館等との連携を視点に加えてはどうかと考える。
- ・堺市は自転車のまちでもあるが、それと関連してピワイチなどと広域で連携したい。
- ・2024年は百舌鳥古市古墳群が世界遺産に登録されて5周年となるので、それも活用したい。
- ・自治体が個別で実施している事業を広域連携することが大事である。明日香奈良京都は観光部門、西国街道は博物館で連携している。文化財と観光の両面から見ていくことが大切。テーマテーマやストーリーがあるものは顧客の満足度が上がる。
- ・各地方の元気な自治体には必ず地侍のような強い人がいる。このような歴史好きな方をキーマンにして、人のネットワークを構築し連携すると良い。
- ・「広域連携の推進」において、広域官民連携事業のネットワーク化、「一筆書」の一層の可視化に向けての足掛かりとなるような取組みの検討を第11期にキックオフすればいかがでしょうか。もちろん、「一筆書」が一気につながるものではありませんので、目指す方向を共有し、協議できそうなところから始めてみてはどうでしょうか。例えば、「飛鳥-奈良-京都」と「西国街道」など。
- ・駅でのパンフレット掲出等は、枠が削減されているため、必ず掲出できるとは限りませんのでご了承ください。

第11期中期計画策定に関するご意見⑨

回答

→各地域の自治体との連携については、外部スタッフとして事業企画段階からご参画いただくなど、体制づくりを進めてまいりたいと思います。

飛鳥～奈良～京都連携事業において、西国街道連携に参画する資料館の学芸員を招いて実施したプログラムなど連携を模索してきました。今後は西国街道連携での取り組みを他の連携枠にどのように広げていくかなど、関係各位のご意見をいただきながら進めてまいります。

あわせて、現在滋賀県で風景街道事業の一環で取り組んでいますサイクルツーリズムについても、地域連携事業の一環として、連携枠を広げていきたいと考えます。

事業の内容について

- ・体験型やテーマ性を持ったメニューをするとよいのではないかと。例えば宇治茶などを活用してはどうか。
- ・コロナで価値観が変わったこともあるため、原点回帰することが大事である。多文化共生の中で、特にメインルートをどのようにみせていくのか、上手く発信してほしい。ここを学ぶことが日本の歴史を学ぶことに結びつくため、一筆書きが分かるような取り組みに一步踏み込んでほしい。
- ・街道をフィーチャーするに当たり、食の道、鉄の道、水の道などテーマを持たせることで興味のある方を引き付けることができる。
- ・歴史のみをアピールするのではなく、「歴史と〇〇が学べる」等、参加される方が、歴史以外の部分でもなにかメリットを感じるような活動が必要だと思えます。そうすることで、歴史にそれほど興味がない方に対し、歴史に関わる機会を与えることができるのではと考えます。
- ・「歴史」と「〇〇」を掛け合わせるにより、〇〇にメリットがある他団体(産官学)に、支援が得られるよう働きかけることもできるのではと考えます。他団体の支援がある取組にフォーカスしていく方が、協議会の人的・金銭的等コストを下げられるのではとも考えます。

第11期中期計画策定に関するご意見⑩

- ・歴史のファンを貪欲に取り込んでほしい。趣味や嗜好性を深掘りし、テーマに加えれば、間口は狭いが広がりはある。
- ・ウォーキングイベントの目的を「歴史」と「健康増進」にすることにより、歴史を知ることに加え、健康増進を目的とする方への参加誘発となるのではと考えます。また、例えば、生命保険会社等は健康を推進しているので、ご協力を得られる可能性があるのではとも考えます。

回答

→歴史街道は「歴史」にのみフォーカスしているのではなく、その地域独自の「文化」を伝えることにも力を入れています。そのため、文化体験や産業観光との連携も視野に入れていきます。

テーマ性、物語性は、文化観光にとって重要な要素であると考えていますので、ご提案のように、様々な団体との連携、広い層への訴求に取り組みます。

若年層に対するアプローチについて

- ・歴史は若者へのアプローチが難しいと思うため、日常でのアプローチが必要ではないか。例えば、学校へのアプローチが有効ではないか。その他、鉄道愛好家へのアプローチなども良いのではないか。
- ・若年層の獲得として、企業研修や授業の一環で歴史を学ぶことを積極的に仕掛けるのが良いのではないか。
- ・歴史というコンテンツはとても良いものであり教育旅行と親和性が高い。大阪観光局とモデルコースなどでタイアップしてはどうか。
- ・幼いころから歴史に触れさせる教育も大事である。
- ・若い人に向けては、学校へのアプローチが大事である。年齢層毎の発信が必要。
- ・若年層へのすそ野を広げていくため、教育旅行内でのカリキュラム提供（歴史にまつわる座学や現地見学等かと思われるが）について、現時点で受入可能な範囲で、各施設や自治体等との連携も視野に入れ、事業計画に記載しても良いのではないか。

第11期中期計画策定に関するご意見⑪

回答 →若年層へのアプローチは重要なテーマであると認識しています。

日本文化体感プログラムにおいては、留学生と地元高校生のプログラムを実施しており、市町のご協力によって地元高校へのプログラム紹介などをお願いし、実施しております。是非、他の市町におかれましても、教育機関などへの働きかけなどご協力をお願いしたいと考えています。

海外からの教育旅行については、大阪観光局等など、関係する団体との連携を図り、実施についての可能性を探ってまいります。

国内における教育旅行についても、旅行会社や学校などの教育機関へ「日本文化体感プログラム」の活用などにつき、提案してまいります。

スタンプラリーについて

- ・大河ドラマでは堺市も関係するが、その際が実施したスタンプラリーでは異なる客層が現れたので、テーマを持って実施すると効果があがる。
- ・スタンプラリーやモデルコースなどを市町村、県、広域連合、歴史街道がそれぞれしているため、ネタが被っており情報過多に感じる。どういふふうにとまとめているのか、発信のあり方について考えてほしい。
- ・歴史街道はコンテンツとしては最高である。スタンプラリーも周遊型の事業なので良いと思う。
- ・スタンプラリーなどでは賞品をきっかけに、強制的に歴史的スポットへアプローチさせるのも一案である。

回答 →歴史街道スタンプラリーは、スタンプラリーという気軽に参加できる形で歴史文化に触れる機会を幅広い世代に提供し、関西広域に広がる様々な歴史文化施設を訪問してもらうきっかけを作るという意味で効果的なコンテンツであると認識しています。コンテンツを見直し魅カアップに努めるとともに、他団体が実施しているスタンプラリーともPR等で積極的な連携を検討してまいります。

また、2025年度には、万博に来場された方も参加しやすい形でのスタンプラリーを実施したいと考えております。

第11期中期計画策定に関するご意見⑫

歴史街道倶楽部について

- ・会員の維持、拡大は重要であるため、入会・退会理由の分析や、既存会員のニーズ分析をすることが必要ではと考えます。
- ・会員獲得（＝収益増）に向け、ターゲット層の再検討
- ・充実した活動ができて会員が増えますように。
- ・歴史街道倶楽部の会員は、会員同士が多くのポイントを巡ることを競うイベントも面白いのではないかと。
- ・会員への魅力付け（会員向け特別公開等）が必要ではないか

回答

→会員増に向けては、既存会員のデータを元に主な層である50～60代のアクティブシニア層をターゲットをとし、入会金無料キャンペーンや告知媒体の強化を図りたいと考えています。

2024年度は歴史街道倶楽部30周年であり、倶楽部会員の満足度を高めるイベントを実施するなど、会員に対して実施しているアンケートを反映し魅力あるイベントを開催していきます。

収益増の一施策としてオンラインセミナーを開催し、関西圏以外の会員にも気軽にご参加いただけるよサービスを拡充したいと考えています。

事務局について

- ・事務局機能強化に向け、会員企業のOB活用検討

回答

→日本文化体感プログラムでは、講師・ガイドなど企業OBをはじめ、外部スタッフの方々に支えられて実施体制を構築しています。

他事業につきましても、外部スタッフ（ブレン）にご参画いただき、企画などへのご協力していただける体制づくりに取り組んでまいります。

第11期中期計画策定のスケジュール

◇2023年度

- ・ 9月28日 第2回全体会議（「第11期中期計画策定にあたって」の説明）
※第11期計画の考え方と方向性、専門部会メンバーの募集
第10期中期計画の評価等について会員へアンケート実施

- ・ 11月6日 専門部会（第1回） ⇒ 序論：第10期中間総括と次期課題の共有
- ・ 1月17日 専門部会（第2回） ⇒ 本論：具体的方策議論
- ・ 2月28日 専門部会（第3回） ⇒ 結論：まとめ（最終確認）
- ・ 3月12日 第3回全体会議（第11期中期計画案説明&年度活動報告）

◇2024年度

- ・ 5月22日 幹事会（第11期中期計画案確定）
- ・ 6月 理事会（書面開催）
- ・ 7月5日 総会（第11期中期計画正式決定）

以上