

平成 2 9 年度
日本遺産フォローアップ委員会
審議結果について

平成 3 0 年 3 月
文化庁

1. 日本遺産フォローアップ委員会の開催趣旨

文化庁では、平成27年度より地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」に認定するとともに、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化を図っています。

日本遺産のストーリーを認定された地域（以下「認定地域」という。）が主体となって日本遺産を活用した地域活性化の取組を行うことができるよう、認定後に行う情報発信、人材育成、普及啓発、公開活用のための整備等の事業に対して認定後3年間を目途として財政支援を行うとともに、各認定地域が抱える個別の課題に対して指導・助言を行う日本遺産プロデューサーの派遣等の取組を行っており、各認定地域ではそれぞれの実情に応じた地域活性化のための方策が図られています。一方、各認定地域の取組には温度差もあり、取組の評価を行い、その評価に基づき改善を図ることによって、メリハリをつけた事業を促進する等、各認定地域が地域活性化を行っていく事業イメージと改善プロセスの共有化を図る必要があります。

このような背景を踏まえ、文化庁では、PDCAサイクルによる事業の促進や認定地域が行うモデル事業の議論を行うべく、外部有識者からなる「日本遺産フォローアップ委員会」（以下「委員会」という。）を立ち上げ（平成29年10月11日文化庁長官決定）、以下の（1）～（3）を審議事項として、各認定地域の取組の評価を行うこととしました。

- （1）認定地域における既実施又は実施予定事業に関する事
- （2）認定地域が定める目標及びその達成状況に関する事
- （3）その他、PDCAサイクルに基づく事業の促進を図るために必要な事項

文化庁としては、委員会の審議結果を各認定地域に示すことで、認定地域が自らの課題を認識するとともに、事業の見直しを行うことで、今後より一層の日本遺産を活用した地域活性化が図られることを期待しています。

2. 平成29年度における委員会の評価方法

平成29年度においては、以下のとおり委員会において審議を実施しました。

(1) 評価項目の整理

全認定地域が策定する、日本遺産を活用した地域活性化に向けた6年間の事業計画（以下「地域活性化計画」という。）における記載事項に照らし、その記載事項を計画通りに行うために求められる観点を、委員会における7の評価観点の領域（評価項目）として整理しました。合わせて、各評価項目において具体的にどのような取組を行うべきか、取り組むべき内容を整理しました（図表1）。

(2) 認定地域が行う取組の整理

(1) で整理した取り組むべき内容について、日本遺産プロデューサーの意見を参考に、7の領域ごとに、認定後1年目・2年目・3年目にどのようなことを段階的に行っていくべきかを「3年間の取組モデル」として整理しました（図表2）。その際、認定前に実施しておくことが望ましい事業・必須で行うべき事業・実施が推奨される事業を分類して、取り組むべき内容の軽重を示しています。

「3年間の取組モデル」については、定期的に実施した事業の検証を行い、その結果を踏まえ、全体的な方針（基本戦略等）の見直しを行うなど、常に事業の検証及び改善を行っていくことが必要と考えています。なお、このモデルは、あくまで標準的な考え方を示したものであり、各認定地域の実情に応じた個々の事業の実施の時期や順序等が異なることを否定するものではありません。

(3) 各認定地域において改善すべき事項及び優良な取組事例の整理

各認定地域における日本遺産を活用した地域活性化に向けた事業の取組状況について、各認定地域に関する以下の資料及び各認定地域を訪問し、指導・助言を行っている日本遺産プロデューサーからの意見を踏まえ、確認しました。

- ・日本遺産魅力発信推進事業実績・予定
- ・日本遺産魅力発信推進事業以外の事業実績・予定
- ・協議会構成メンバー
- ・地域活性化計画指標

これらにより確認した各認定地域の取組状況と「3年間の取組モデル」に照らして、取り組むべき内容が十分に行われていない認定地域が参考とすべき「改善すべき事項」を整理しました（図表3）。「改善すべき事項」は定型的な表現でまとめましたが、個別具体的な表現を用いた方が改善すべき内容がより良く伝わると考えられる場合については、個別の改善すべき事項を整理しました。（「3. 平成29年度における委員会の審議結果」の「個別指摘」にて記載）

また、各認定地域における取組状況の確認により、各認定地域の取組の中で、特筆すべきものについては、「優良な取組」として整理しました。

以上の整理により、認定地域ごとに「改善すべき事項」及び「優良な取組」をまとめ、これをもって平成２９年度における各認定地域の取組評価としました。

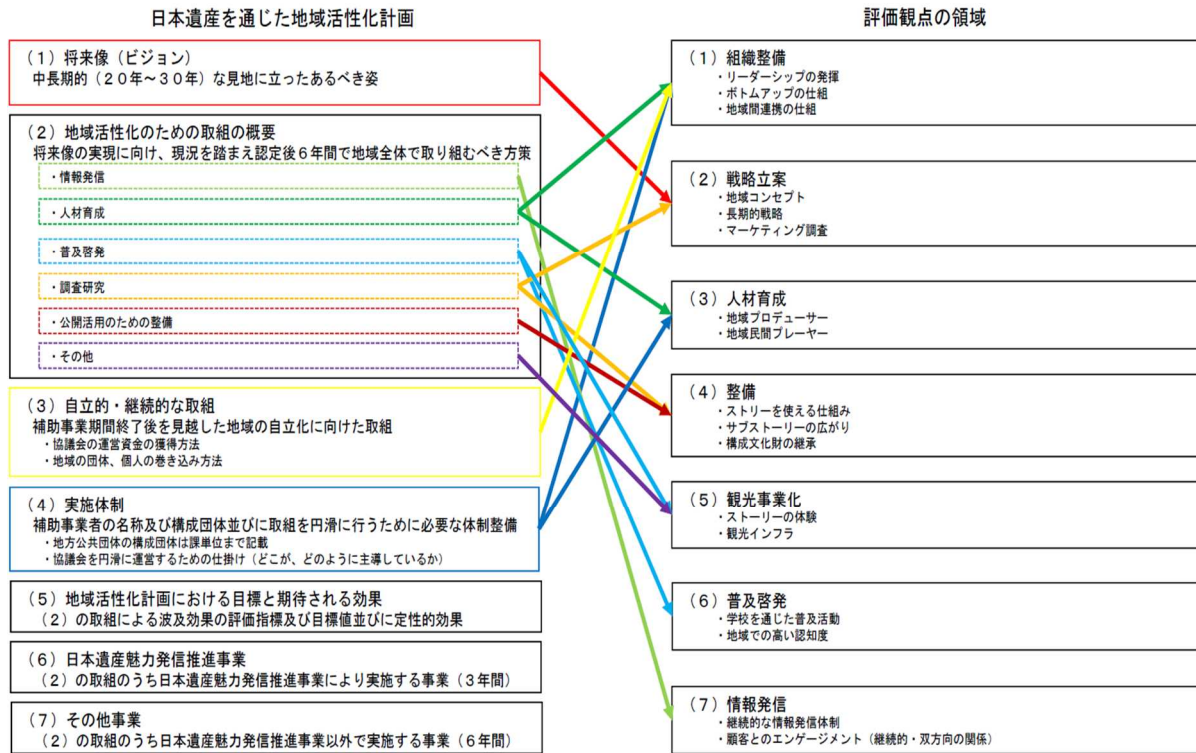
各認定地域においては、この評価方法を参考にして、各地域の実情に応じた産業振興・観光振興を図る等、創意工夫をもった改善を図っていく必要があります。

なお、この評価は各認定地域の置かれた状況等を十分踏まえて行ったものであり、認定地域間の優劣を付けたり、ランキングを付けるものでないことは言うまでもありません。

また、この評価は、今後、地域が活性化するために必要となる取組の状況の評価していますが、各認定地域が策定する地域活性化計画の施策効果を把握するための地域活性化計画指標は、６年間の中期的な事業計画に基づくものであるため、この評価と現時点での地域活性化計画指標の結果とは必ずしも内容が一致しません。

(図表 1)

日本遺産認定申請書と評価の関係について



評価観点の領域	取り組むべき内容
(1) 組織整備 ・リーダーシップの発揮 ・ボトムアップの仕組み ・地域間連携の仕組み	(1) 組織整備 ・プロジェクトリーダーの決定 (熱意ある人。できれば専任) ・民間主体のテーマ別ワーキンググループ設置 ・関係する部局・地域による定例の連絡会議の設置 ・サブリーダーを設置し次期リーダーを育成 ・ワーキンググループ提言の実行 (責任者を明確化する)
(2) 戦略立案 ・地域コンセプト ・長期的戦略 ・マーケティング調査	(2) 戦略立案 ・地域の未来の姿を可視化し協議会で共有 (20-30年後) ・地域の長期的構想への組み込み (歴史文化基本構想含む) ・マーケティング調査の実施 ・調査にもとづき地域コンセプトを確定 ・マーケティング戦略策定と成果指標の設定
(3) 人材育成 ・地域プロデューサー ・地域民間プレイヤー	(3) 人材育成 ・地域プロデューサーの探索・組織化 (多職種から複数名) ・地域プレイヤーの探索・組織化 (ガイドを含む) ・地域プロデューサーの活動の活性化 ・地域プレイヤーの育成 (日本遺産ガイド育成を含む)
(4) 整備 ・ストーリーを伝える仕組み ・サブストーリーの広がり ・構成文化財の継承	(4) 整備 ・ストーリーを体験するための説明版・案内板の設置 ・ストーリーを支えるサブストーリーの抽出 ・構成文化財を後世に引き継ぐための取組 ・日本遺産センター (コーナー) などの拠点づくり
(5) 観光事業化 ・ストーリーの体験 ・観光インフラ	(5) 観光事業化 ・モデルルートの作成 (地域コンセプト、調査に基づく) ・ワーキンググループでの観光化施策の取りまとめ ・駐車場・宿泊インフラの課題抽出と対応 (民泊活用など) ・モデルルートの磨き上げ (体験プログラムの導入) ・ワーキンググループの観光化施策の提言の実行
(6) 普及啓発 ・学校を通じた普及活動 ・地域での高い認知度	(6) 普及啓発 ・小・中学校での普及啓蒙 (総合学習、ガイド育成、体験など) ・地域・民間を巻き込むための普及啓蒙 ・教育体験プログラムの整備
(7) 情報編集・発信 ・継続的な情報発信体制 ・顧客とのエンゲージメント	(7) 情報編集・発信 ・更新可能なウェブサイトの作成 (モバイルを最優先) ・SNSなどの継続的・双方向の発信手段の整備 ・定期的な情報発信の組織内プロセス整備

(図表 2)

3年間の取組モデル

	1年目	2年目	3年目
1 組織整備	実行力ある協議会の組織化 ★プロジェクトリーダーの決定（熱意ある人。できれば専任） ★民間主体のテーマ別ワーキンググループの設置 ★関係する部局・地域による定例の連絡会議の設置 <input type="checkbox"/> 個人サポーターの組織化（ガイドを含むが、限らない） <input type="checkbox"/> 法人パートナーの組織化（協賛による資金調達）	協議会の自走に向けた活性化 <input checked="" type="checkbox"/> サブリダーを設置し次期リーダーを育成 <input checked="" type="checkbox"/> ワーキンググループ提言の実行（責任者を明確化する） <input type="checkbox"/> 収益事業の実施（ふるさと納税含む） <input type="checkbox"/> 個人サポーターの活躍の場の提供 <input type="checkbox"/> 法人パートナーとの協業	協議会の自走 <input type="checkbox"/> 民間主導での協議会運営と事業の実施 <input type="checkbox"/> 事業収益による自走 指標 ・個人サポーター、法人パートナー数 ・協議会の収益額（協賛金、ふるさと納税額等）
2 戦略立案	仮説の立案と調査の実施 ★地域の未来の姿を可視化し協議会で共有（20-30年後） ★地域の長期的構想への組み込み（歴史文化基本構想含む） <input checked="" type="checkbox"/> 事業に沿ったマーケティング調査の実施 <input type="checkbox"/> 競合となる地域の調査と分析 <input type="checkbox"/> コンセプトを実現する中長期戦略の策定	調査を受けてのコンセプト確定とブランド戦略立案 <input checked="" type="checkbox"/> 調査にもとづき地域コンセプトを確定 <input checked="" type="checkbox"/> マーケティング戦略策定と成果指標の設定 <input type="checkbox"/> 地域コンセプト実現のための各種ガイドライン作成 <input type="checkbox"/> 地域ブランド力・認知度調査（ブランド戦略確立が前提）	3年目の現状把握と戦略の柔軟な更新 <input type="checkbox"/> 成果測定とマーケティング戦略の見直し <input type="checkbox"/> コンセプト実現のための中長期戦略の改定 指標 ・ブランド力、ブランド認知度 ・地域コンセプトの浸透度（地域内、外）
3 人材育成	地域プロデューサーの育成と事業化の推進 ★地域プロデューサーの探索・組織化（多業種から複数名） <input checked="" type="checkbox"/> 地域プレイヤーの探索・組織化（ガイドを含む） <input type="checkbox"/> プロデューサー育成のための研修・視察等への派遣 <input type="checkbox"/> 日本遺産活用と民間事業者向けワークショップの実施 <input type="checkbox"/> 民間による関連事業の支援（広報支援、各種調整など）	地域プロデューサーの活躍と民間事業の支援 <input checked="" type="checkbox"/> 地域プロデューサーの活動の活性化 <input checked="" type="checkbox"/> 地域プレイヤーの育成（日本遺産ガイド育成を含む） <input type="checkbox"/> 地域内の成功事例の吸い上げと共有（勉強会など） <input type="checkbox"/> 民間による関連事業の支援（広報支援、各種調整など）	地域プロデューサーによる事業 <input type="checkbox"/> 地域プロデューサー主導の事業立ち上げ <input type="checkbox"/> 地域プレイヤーの活躍の場の設定 指標 ・地域プロデューサー数 ・地域プレイヤー数 ・地域活性化の活動の頻度（ワークショップ数など）
4 整備	ストーリーを伝える整備の実施 <input checked="" type="checkbox"/> ストーリーを体験するための説明版・案内板の設置 <input checked="" type="checkbox"/> ストーリーを支えるサブストーリーの抽出 <input checked="" type="checkbox"/> 構成文化財を後世に引き継ぐための取組 <input type="checkbox"/> 民間施設・事業所などによる日本遺産の盛り上げ <input type="checkbox"/> 他の部局（まちづくりなど）の整備計画とのすり合わせ	ストーリーを体験できる整備の実施 <input checked="" type="checkbox"/> 日本遺産センター（コーナー）などの拠点づくり <input type="checkbox"/> センターのソフト充実（サブストーリー紹介等） <input type="checkbox"/> ガイド紹介などマッチング機能の実装 <input type="checkbox"/> 体験プログラムなどの申込機能の実装	自律的な整備の仕組み化 <input type="checkbox"/> 日本遺産センター（コーナー）の自走 <input type="checkbox"/> ストーリーの継続的な磨き上げ 指標 ・観光客の満足度 ・観光客の滞在時間の増加
5 観光事業化	第三者評価に基づく観光商品化 <input checked="" type="checkbox"/> モデルルートの作成（地域コンセプト、調査に基づく） <input checked="" type="checkbox"/> ワーキンググループでの観光化施策の取りまとめ <input type="checkbox"/> 駐車場・宿泊インフラの課題抽出と対応（民泊活用など） <input type="checkbox"/> 旅行者等による視察ツアーの実施（事業者を厳選） <input type="checkbox"/> 関連商品（サービス・物販）開発を民間へ依頼	観光事業化の実行とガイドライン策定 <input checked="" type="checkbox"/> モデルルートの磨き上げ（体験プログラムの導入） <input checked="" type="checkbox"/> ワーキンググループの観光化施策の提言の実行 <input type="checkbox"/> 体験プログラム・商品開発のガイドライン作成 <input type="checkbox"/> 関連商品・サービス販路拡大（道の駅、アンテナショップ等）	広域連携による観光の魅力度向上 <input type="checkbox"/> 近隣の観光地・日本遺産認定地との周遊ルート形成 <input type="checkbox"/> 自走できるイベント・情報発信の継続 指標 ・観光客の入込数・滞在時間・消費金額（客単価） ・観光客の周辺エリアの拡大
6 普及啓発	教育活動を通じた地域の巻き込み <input checked="" type="checkbox"/> 小・中学校での普及啓蒙（総合学習、ガイド育成、体験など） <input checked="" type="checkbox"/> 地域・民間を巻き込むための普及啓蒙 <input type="checkbox"/> 高校・大学生、若者、留学生等巻き込み（大学ゼミの協業等） <input type="checkbox"/> 民間向けアイデアワークショップの実施（文化財の活用等） <input type="checkbox"/> 商品・事業アイデアコンテストの実施	教育プログラムの自走 <input checked="" type="checkbox"/> 教育体験プログラムの整備 <input type="checkbox"/> 社会人向け体験プログラムの提供 <input type="checkbox"/> 地域を巻き込んだ継続型イベントの実施 <input type="checkbox"/> 文化財を活用した民間事業の実施	教育プログラムの外部展開 <input type="checkbox"/> 教育プログラムの地域外・観光客への提供 <input type="checkbox"/> 民間からのプログラム開発の仕組み化 指標 ・学習体験をした生徒の数 ・日本遺産の認知度 ・民間主導のイベントの数
7 情報発信	情報の集約と効果的発信の仕組みづくり <input checked="" type="checkbox"/> 更新可能なウェブサイトの作成（モバイルを最優先） <input checked="" type="checkbox"/> SNSなどの継続的・双方向の発信手段の整備 <input type="checkbox"/> マスコミ関係者などへの情報発信リストの整備 <input type="checkbox"/> 画像・動画など魅力発信の素材の集約・製作 <input type="checkbox"/> SNSなどの継続的・双方向の発信手段の整備	継続的情報発信と自主メディアの整備 <input checked="" type="checkbox"/> 定期的な情報発信の組織内プロセス整備 <input type="checkbox"/> コンテンツの多言語化・多文化化対応 <input type="checkbox"/> 民間の情報発信を支援するための講座の開催 <input type="checkbox"/> フォロワー数などを増加させる施策	民間の情報発信の仕組み化 <input type="checkbox"/> 民間からの情報発信の仕組み化（コンテンツの自然増） <input type="checkbox"/> SNSなどの継続的・双方向の活性化施策 指標 ・ウェブサイトのページビュー ・更新回数、投稿数 ・フォロワー数などのエンゲージメント数

■ 必須で行うべき事業 □ 実施が推奨される事業 ★ 認定前に実施しておくことが望ましい事業

(図表 3)

1 組織整備	1-A【リーダーシップの発揮】 迅速で大胆な意思決定ができるよう、協議会に事業を進めるリーダーをおく必要がある。また、リーダーがリーダーシップを発揮できる環境を構築する必要がある。
	1-B【ボトムアップの仕組み】 民間主導で事業を動かすため、民間も参加したワーキンググループや部会を組織し、ボトムアップの仕組みを構築する必要がある。
	1-C【地域間連携】 自治体内での他の事業（及び認定地域間）との連携による取り組みを行う体制を構築する必要がある。また、連携会議等、情報や課題を共有の仕組みを構築する必要がある。
2 戦略立案	2-A【地域コンセプト】 地域の魅力を伝える明確な地域コンセプトを設定するとともに、ターゲットとする顧客の絞り込みを行う必要がある。
	2-B【長期的戦略】 まちづくり計画や地域振興計画、観光振興計画のなかに日本遺産を位置づけ、長期的戦略を策定する必要がある。
	2-C【マーケティング調査】 ターゲットとする顧客や地域の魅力の源泉を把握するため、マーケティング調査を実施する必要がある。
3 人材育成	3-A【地域プロデューサー】 民間による活動を活性化するため、地域プレイヤーを束ね、プロジェクトを主体的に実行する地域プロデューサーを巻き込む必要がある。また、協議会が地域プロデューサーを組織化する必要がある。
	3-B【地域民間プレイヤー】 ボトムアップの取り組みを行うため、日本遺産事業に主体的に取り組む地域の団体や個人からなる地域プレイヤー（ガイド含む）を掘り起こす必要がある。
4 整備	4-A【ストーリーを伝える仕組み】 訪問者がストーリーを深く理解できるようにするため、説明板・案内板、日本遺産センター（コーナー）等を整備する必要がある。
	4-B【サブストーリーの広がり】 ストーリーを深掘りし、個別の具体的なストーリー（サブストーリー）を抽出する必要がある。また、メインのストーリーもみがきあげる必要がある。
	4-C【構成文化財の継承】 民間の協力の下、官民一体となって日本遺産を体感するための構成文化財を後世に引き継ぐための取り組みを進める必要がある。
5 観光事業化	5-A【ストーリー体験】 ストーリーを中心に据えたモデルルート作成、体験プログラム提供等、ストーリーを説得力ある形で体験できる仕掛けを構築する必要がある。
	5-B【観光インフラ】 宿泊、食事、交通等、立体的な観光体験を提供するためのインフラ上の課題を民間と共有し、解決への取り組みを積極的に行う必要がある。
6 普及啓発	6-A【学校を通じた普及活動】 地域の歴史・文化を理解するため、体験学習により日本遺産に触れる機会を提供する等、小・中学校、高校、大学で日本遺産に関連する取り組みを行う必要がある。
	6-B【地域での高い認知度】 地域での日本遺産の認知、関心を高めるため、民間の知恵を募集する等、地域を巻き込む仕組みを構築する必要がある。
7 情報発信	7-A【継続的な情報発信体制】 情報を更新する手順を決め、継続的に情報発信をする仕組みを構築する必要がある。
	7-B【顧客とのエンゲージメント】 SNS等の運営体制が整え、顧客との継続的・双方向の関係（エンゲージメント）を獲得、維持できる情報発信を行う必要がある。

3. 平成29年度における委員会の審議結果

2. による評価結果については以下のとおりです。

なお、改善点の記号は（図表3）の記号と対応しています。また、個別具体的な表現を用いた方が改善すべき内容がより良く伝わると考えられる改善点は、表外に記載しました。

（1）各認定地域において改善すべき事項

No	認定地域	改善点
平成27年度認定地域		
1	近世日本の教育遺産群～学ぶ心・礼節の本源～	1－B 2－B 3－B
2	かかあ天下～ぐんまの絹物語～	2－B 5－B
3	加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡～人、技、心～	なし
4	灯（あか）り舞う半島 能登～熱狂のキリコ祭り～	1－B 3－B 7－A
5	海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国（みけつくに）若狭と鯖街道～	1－B
6	「信長公のおもてなし」が息づく戦国城下町・岐阜	なし
7	祈る皇女斎王のみやこ 斎宮	2－B 3－A 5－B
8	琵琶湖とその水辺景観～祈りと暮らしの水遺産	1－B
9	日本茶 800 年の歴史散歩	1－B
10	丹波篠山 デカンショ節～民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶～	7－A
11	日本国創成のとき～飛鳥を翔（かけ）た女性たち～	7－A
12	六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～	なし
13	津和野今昔～百景図を歩く～	なし
14	尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市	なし
15	「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～	なし
16	古代日本の「西の都」～東アジアとの交流拠点～	1－B 5－A 7－A
17	国境の島 壱岐・対馬・五島～古代からの架け橋～	1－A 3－A
18	相良 700 年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里～人吉球磨～	1－C

平成28年度認定地域		
1	政宗が育んだ”伊達”な文化	1－B 2－A 7－A
2	自然と信仰が息づく『生まれかわりの旅』～樹齢300年を超える杉並木につつまれた2,446段の石段から始まる出羽三山～	1－A 2－B 3－B
3	会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して観た往時の会津の文化～	3－A
4	未来を拓いた「一本の水路」～大久保利通”最期の夢”と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代～	2－B 3－B
5	北総四都市江戸紀行～江戸を感じる北総の町並み～	1－A 1－C 3－A
6	江戸庶民の信仰と行楽の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」～	4－A
7	「いざ鎌倉」～歴史と文化が描くモザイク画のまち～	1－B 3－B
8	「なんだ、コレは！」 信濃川流域の火焰型土器と雪国の文化	1－B 1－C 2－B
9	『珠玉と歩む物語』小松 ～時の流れの中で磨き上げた石の文化～	なし
10	木曾路はすべて山の中～山を守り 山に生きる～	1－B 4－A
11	飛騨匠の技・こころ～木とともに、今に引き継ぐ1300年～	1－B 7－A
12	『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～	なし
13	森に生まれ、森を育んだ人々の暮らしとこころ～美林連なる造林発祥の地“吉野”～	1－B 2－C 5－B
14	鯨とともに生きる	なし
15	地藏信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市	なし
16	出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～	個別指摘①
17	鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～	なし
18	”日本最大の海賊”の本拠地：芸予諸島	3－A
19	日本磁器のふるさと 肥前 ～百花騒乱のやきもの散歩～	なし

平成29年度認定地域		
1	江差の五月は江戸にもない ―ニシン繁栄が息づく町―	2－B
2	荒波を超えた男たちの夢が紡いだ異空間 ～北前船寄港地・船主集落～	1－C 3－B
3	サムライゆかりのシルク 日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ	1－A 3－A
4	和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田	2－B 個別指摘②
5	忍びの里 伊賀・甲賀―リアル忍者を求めて―	2－B
6	300年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊	2－B 2－C
7	1400年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」～竹内街道・横大路（大道）～	1－A 1－B 2－A
8	播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道	2－A
9	絶景の宝庫 和歌の浦	3－A
10	「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅	1－A
11	日が沈む聖地出雲 ～神が創り出した地の夕日を巡る～	2－B
12	一輪の綿花から始まる倉敷物語 ～和と洋が織りなす繊維のまち～	なし
13	きっと恋する六古窯 ―日本生まれ日本育ちのやきもの産地―	3－B
14	森林鉄道から日本一のゆずロードへ ―ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化―	2－A 2－B
15	関門“ノスタルジック”海峡 ～時の停車場、近代化の記憶～	なし
16	米作り、二千年にわたる大地の記憶 ～菊池川流域「今昔『水稻』物語」～	2－B
17	やばけい遊覧～大地に描いた山水絵巻の道をゆく	なし

（注）4－B，4－C，6－A，6－B，7－Bについては該当認定地域なし。

（個別指摘①）

＜2－B【長期的戦略】に関する改善事項＞

担当幹事市町が毎年持ち回りのため、本年度はうまくいっているが、来年度以降が状態を維持できる組織体制になっていない。

（個別指摘②）

＜3－B【地域民間プレイヤー】に関する改善事項＞

顧客目線の事業を実施するための観光の受け皿となる地域プレイヤーの育成が必要である。

(2) 優良な取組

※各項目【 】は(図表3)の記号と対応しており、各項目に係る改善モデル事例

○加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡～人、技、心～

【(1-A) リーダーシップの発揮】

官民合同で組織される委員会と日本遺産協議会が連携し、さらに民間のプロデューサーがけん引する体制となっており、民間を巻き込んだリーダーシップが発揮されている。

○海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国(みけつくに) 若狭と鯖街道～

【(2-A) 地域コンセプト】

御食国若狭という昔の価値を、現代に感じる魅力として「御食国アカデミー」へと転換できしており、活性化の方向性が明確である。

【(2-B) 長期的戦略】

ターゲットである京都との関係づくりや、養殖鯖という製品の振興、それを飲食店と連携した展開等、中長期戦略がしっかりと練られている。

○日本茶 800 年の歴史散歩

【(2-C) マーケティング調査】

調査に基づき、昔からある茶を食後のエスプレッソがわりとして提案する、今に合わせた提案力が評価される。また京都市からの誘客とそれに向けた受け皿整備等、顧客の動線に合わせた整備がされている。

○津和野今昔～百景図を歩く～

【(4-A) ストーリーを伝える仕組み】

日本遺産センターが、単なる情報発信の場所にとどまらず、コンシェルジュの育成機能を果たしている。また、民間運営まで見越した計画運営がなされている。

【(5-A) ストーリー体験】

コースは、百景図を歩くストーリーと連動しており、さらにそれが四季折々で楽しめるという提案にまで落とし込んでいる。また、優秀なガイドの案内によってさらに旅を深掘りできる体制ができている。

○「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～

【(1-B) 長期的戦略】

協議会の下に、官民参加した4つのワーキンググループが組織され活動しており、ボトムアップ体制が機能している。

○相良 700 年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里～人吉球磨～

【(6-A) 学校を通じた普及活動】

生徒対象の教育にとどまらず、教師が日本遺産を学ぶ研修システムが整っているとともに地元高校が地域学の授業を設ける等、積極的な学校を通じた啓蒙活動を行っている。

○会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して観た往時の会津の文化～

【(2-A) 地域コンセプト】

観光地としてすでに多様なコンテンツがあるが、総花的になることなくターゲットを絞り込み、ターゲット設定に基づいて計画が立てられている。

【(6-B) 地域での高い認知度】

17市町村と広域であるにも関わらず、情報提供のポイントとなる全ての道の駅を情報拠点化して、住民や観光客向けに優れた普及啓発を行っている。

○江戸庶民の信仰と行楽の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」～

【(6-A) 学校を通じた普及活動】

小学校で使用する郷土学習教材に日本遺産を掲載し、すべての学校において必ず学ぼう普及啓発が実施されている。

【(6-B) 地域での高い認知度】

伊勢原の魅力を発信する個人や団体を認定するシティプロモーション公認サポーターが日本遺産認定を記念したイベントを開催する等、民間が日本遺産の認知向上のための自発的な取り組みを行っている。

○『珠玉と歩む物語』小松 ～時の流れの中で磨き上げた石の文化～

【(1-B) ボトムアップの仕組み】

地元の300を超える企業・団体と、日本遺産を応援するネットワークを築き、地元からのボトムアップ体制を充実させている。

【(2-B) 長期的戦略】

観光行政の10年プランの中で日本遺産を位置づけ、全体として長期的視野と多角的視野で、小松市の観光資源である「石の文化」を未来につなげようとしている。

○『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～

【(3-A) 地域プロデューサー】

優秀な地域プロデューサーを外部から招き入れ、時間をかけて丁寧に地元へのワークショップを開催しながら、次世代のプロデューサーが育成されている。

【(6-B) 地域での高い認知度】

日本遺産のワークショップをエリアごとに行い、その様子を島全戸に配布する情報誌を年3回刊行。ワークショップで日本遺産を啓蒙し、情報発信までを行う循環の中で、地域を巻き込み人材を育成する仕組みができています。

○鯨とともに生きる

【(2-B) 長期的戦略】

「海の日本遺産、山の世界遺産」という和歌山県としての観光ビジョンのもと、4年目以降の財源確保する方針があり、自走に向けたビジョンが明確である。

○地蔵信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市

【(4-A) ストーリーを伝える仕組み】

民間企業との協業で設立されたインフォメーションセンターとの協力体制によって日本遺産センターが運営され、さらに、カフェの併設により、一般の人や初めての人が情報を受け取りやすい環境がある。

○鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～

【(3-B) 地域民間プレイヤー】

民間プレイヤーを巻き込んでの活動が各地域で行われ、ガイド育成についてもシリアル各地域が連携して共通規格で取り組んでいる。

○日本磁器のふるさと 肥前 ～百花騒乱のやきもの散歩～

【(2-A) 地域コンセプト】

ターゲットを絞り込み、しっかりとした地域コンセプトを構築しており、それらが情報発信の細部にまで徹底されている。

【(3-B) 地域民間プレイヤー】

地域プレイヤーに向けた商品開発ワークショップ等の実施を通じて、プレイヤー育成を行い、体験型プログラムの醸成に取り組んでいる。

○絶景の宝庫 和歌の浦

【(6-A) 学校を通じた普及活動】

地元生徒たちによる地域の魅力発見と取材コンテンツの作成を行うことで、地域への愛着を高めることができている。

○「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅

【(2-A) 地域コンセプト】

地域の現状を踏まえ、ターゲットや連携地域、事業者とその協業を含めた構想が明確である。

○一輪の綿花から始まる倉敷物語 ～和と洋が織りなす繊維のまち～

【(1-A) リーダーシップの発揮】

市長がリーダーシップをとって、日本遺産を既存の観光行政に組み込んでいる。

【(2-B) 長期的戦略】

地元からの日本遺産事業の提案もすでになされており、4年後以降の自走プランも掲げられ始める等、長期的な視野のある取り組みが行われている。

○きっと恋する六古窯 ー日本生まれ日本育ちのやきもの産地ー

【(1-A) リーダーシップの発揮】

民間からリーダーを選定し、シリアル型の各地域がひとつの方向性を共有しながら、一体的に協議会運営ができている。

○森林鉄道から日本一のゆずロードへ ―ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化

＝

【(1－B) ボトムアップの仕組み】

ワーキンググループを組織し，地域からの要望をしっかりと吸い上げながら活動ができている。大学との連携も積極的に行っている。

○関門“ノスタルジック”海峡 ～時の停車場，近代化の記憶～

【(1－B) ボトムアップの仕組み】

協議会に大学教授，若者を加える等，ボトムアップの取り組みが進んでいる。

○やばけい遊覧～大地に描いた山水絵巻の道をゆく

【(7－A) 継続的な情報発信体制】

地元の民間事業者による動画作成や写真等，魅力的なコンテンツをつくる人たちとの連携がよく取れている。

4. 平成29年度日本遺産フォローアップ委員会の審議経過

※資料の一部は、「日本遺産フォローアップ委員会の運営について」（平成29年10月16日（月）日本遺産フォローアップ委員会決定）1.（1）に基づき、非公開

○第1回委員会

1. 日 時 平成29年10月16日（月）10:00～12:00
2. 場 所 文化庁第2会議室
3. 議 題 (1) 日本遺産フォローアップ委員会の運営について
(2) 日本遺産認定地域の取組状況について
(3) 日本遺産認定地域が取組むべき事業について
(4) その他

4. 配布資料等

- 資料1 日本遺産フォローアップ委員会委員名簿
- 資料2 日本遺産フォローアップ委員会の運営について（案）
- 資料3 「日本遺産」による地域の活性化・観光振興の推進に向けた改善の方向性
- 資料4 日本遺産魅力発信推進事業実績・予定
- 資料5 協議会構成メンバー
- 資料6 地域活性化計画指標
- 資料7 日本遺産認定地域 4つのモデル

参考資料1 日本遺産フォローアップ委員会の開催について

○第2回委員会

1. 日 時 平成29年12月21日（木）10:00～12:00
2. 場 所 文化庁特別会議室
3. 議 題 (1) 日本遺産認定地域が取組むべき事業について
(2) 日本遺産認定地域への改善通知について
(3) その他

4. 配布資料等

- 資料1 日本遺産認定申請書と評価の関係について
- 資料2 3年間の取り組みモデル
- 資料3 認定地域別改善点

- 参考資料1 日本遺産フォローアップ委員会委員名簿
- 参考資料2 日本遺産フォローアップ委員会の開催について
- 参考資料3 日本遺産フォローアップ委員会の運営について
- 参考資料4 日本遺産魅力発信推進事業実績・予定
- 参考資料5 日本遺産魅力発信推進事業以外の事業実績・予定
- 参考資料6 協議会構成メンバー
- 参考資料7 地域活性化計画指標

※資料3は図表3及び3. 平成29年度における委員会の審議結果をもって代える

5. 日本遺産フォローアップ委員会委員名簿

(敬称略，五十音順，平成 29 年 12 月現在)

(○：委員長)

受田 浩之 高知大学副学長，地域連携推進センター長
地域協働学部地域協働学科教授

金野 幸雄 一般社団法人ノオト代表理事

下村 彰男 東京大学大学院教授

○丁野 朗 東洋大学国際観光学部客員教授

デービッド・アトキンソン 小西美術工藝社代表取締役社長

中尾 謙吉 一般社団法人日本旅行業協会国内・訪日旅行推進部 部長

矢ヶ崎 紀子 東洋大学国際観光学部准教授

6. 日本遺産プロデューサー一覧

(敬称略, 五十音順, 平成 30 年 2 月現在)

生駒 芳子	一般社団法人フュートゥラディションワオ代表理事
小川 和	本田屋本店有限会社プロデューサー
木場 カオリ	株式会社蠟 (OOKAZE NO OKORUSAMA) 代表取締役社長 一般社団法人フード&エンターテインメント協会事務局代表 株式会社 REBIRTH PROJECT エグゼクティブプロデューサー
小山 龍介	株式会社ブルームコンセプト代表取締役
本田 勝之助	一般社団法人フュートゥラディションワオ専務理事