

日本遺産認定地域における取組事例集

令和6年3月 株式会社リクルート

この事例集について

目的

- 本事例集は、令和3年12月に公表された「令和3年度の総括評価・継続審査を踏まえた地域活性化計画等の改善について」を踏まえ、日本遺産各地域の取組の進化・改善に向け、参考となると考えられる取組を抜粋して紹介するものです。
- 事例集の作成においては、事務局を担当した株式会社リクルートが実施した「日本遺産プロデューサー派遣」「地域活性化計画進捗状況調査」等を踏まえ、各地域の取組において部分的に参考となる取組内容を抜粋・抽出し、取りまとめを行いました。

活用方法

- 地域活性化計画の取組の柱である、1．組織整備、2．戦略立案、3．人材育成、4．整備、5．観光事業化、6．普及啓発、7．情報編集・発信により取りまとめておりますので、自地域の課題に応じてご覧いただき、参考にしてください。
- キーテーマは、各項目の冒頭に取組推進のポイントとともにまとめて記載しています。
- 事例について更に知りたい場合は、下段の問い合わせ先より地域に問い合わせを行い、自地域の取組の進化・改善に活かすとともに、地域間の交流を図っていただけると幸いです。

目次

1. 組織整備（1事例）	P.3
◎愛媛県・高知県・徳島県・香川県 各県内58市町村 「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～	P.4
2. 戦略立案（2事例）	P.6
◎高知県（奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村） 森林鉄道から日本一のゆずロードへーゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化ー	P.7
◎岡山県（高梁市） 「ジャパンレッド」発祥の地ー弁柄と銅の町・備中吹屋ー	P.9
3. 人材育成（1事例）	P.11
◎広島県（呉市）・神奈川県（横須賀市）・長崎県（佐世保市）・京都府（舞鶴市） 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～	P.12
4. 整備（1事例）	P.14
◎広島県(福山市) 瀬戸の夕風が包む 国内随一の近世港町～セピア色の港町に日常が溶け込む瀬の浦～	P.15
5. 観光事業化（4事例）	P.17
◎福島県（郡山市、猪苗代町） 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-	P.18
◎島根県（雲南市、安来市、奥出雲町） 出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～	P.20
◎富山県（南砺市） 宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波	P.22
◎鹿児島県（鹿児島市、出水市、垂水市、薩摩川内市、いちき串木野市、南さつま市、志布志市、南九州市、姶良市） 薩摩の武士が生きた町～武家屋敷群「麓」を歩く～	P.24
6. 普及啓発（1事例）	P.26
◎大阪府（泉佐野市） 旅引付と二枚の絵図が伝えるまちー中世日根荘の風景ー	P.27
7. 情報編集・発信（1事例）	P.29
◎富山県（南砺市） 宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波	P.30

(1) 組織整備

取組推進の ポイント

- 短期的には地域内外の人々がストーリーを体験できる事業を、**事業実施主体**が継続的に実施する仕組みを構築し、自立・自走を目指す。
(①事業収益による財源確保、②自治体や事業者からの支援による財源確保)
- 中長期的には地域内外の人々がストーリーを体験できる事業を、**民間事業者**が継続的に生み出す仕組みの構築を目指す。
- 協議会等には、DMO等の観光関係者や、民間事業者が中心的な役割の担い手として参画することが望ましい。

キーテーマ

構成市町村

ストーリー

1

国内若年層ターゲットにアプローチ
するための民間事業者との連携構築

◎愛媛県・高知県・徳
島県・香川県 各県内
58市町村

「四国遍路」
～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～

「四国遍路」

～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～

申請者：徳島県（徳島市、鳴門市、小松島市、阿南市、吉野川市、阿波市、三好市、勝浦町、神山町、牟岐町、美波町、海陽町、板野町、上板町）
高知県（高知市、室戸市、安芸市、南国市、土佐市、須崎市、宿毛市、土佐清水市、四万十市、香南市、香美市、東洋町、奈半利町、田野町、安田町、芸西村、中土佐町、四万十町、大月町、三原村、黒潮町）
愛媛県（松山市、今治市、宇和島市、新居浜市、西条市、大洲市、四国中央市、西予市、久万高原町、砥部町、内子町、愛南町）
香川県（高松市、丸亀市、坂出市、善通寺市、観音寺市、さぬき市、東かがわ市、三豊市、宇多津町、多度津町）

ストーリー概要

弘法大師空海ゆかりの札所を巡る四国遍路は、阿波・土佐・伊予・讃岐の四国を全周する全長1400キロにも及ぶ我が国を代表する壮大な回遊型巡礼路であり、札所への巡礼が1200年を超えて継承され、今なお人々により継続的に行われている。四国の険しい山道や長い石段、のどかな田園地帯、波静かな海辺や最果ての岬を「お遍路さん」が行き交う風景は、四国路の風物詩となっている。

国籍や宗教・宗派を超えて誰もがお遍路さんとなり、地域住民の温かい「お接待」を受けながら、供養や修行のため、救いや癒しなどを求めて弘法大師の足跡を辿る四国遍路は、自分と向き合う「心の旅」であり、世界でも類を見ない巡礼文化である。

将来像（ビジョン）

- ① 遍路道を核として、四国4県が一丸となり魅力ある観光地づくりや長期周遊型観光ルートの形成、情報発信や普及啓発を行うことにより、四国の認知度を高め、流入人口の拡大を図る。
- ② 観光振興による消費の拡大や就業機会の増大など、観光産業にとどまらず、農林水産業、製造業など幅広い分野への波及効果を通じて、地域経済の持続的な発展につなげる。
- ③ 四国遍路の歴史、伝統、文化等に関する住民の理解を深め、地域への誇りと愛着を育み、活力に満ちた地域社会の実現を促進する。特に、若い世代に四国遍路の素晴らしさへの気付きを促し、若い感性で世界に向けて情報発信を行い、次の世代に引き継ぐ役割を果たす機運を醸成する。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■阿波遍路道（鶴林寺道）／国史跡

「発心の道場」。阿波遍路道は約280kmの行程である。京阪神方面からのお遍路は鳴門市の岡崎港に上陸し、四国八十八箇所第1番札所霊山寺を目指す。



■第31番札所 竹林寺／庭園 国名勝、本堂・書院 国重文

第31番札所。高知県を代表する名刹で本堂は国指定重要文化財、庭園は国指定名勝、17体の国指定仏像を所有。



■讃岐遍路道（根来寺道）／国史跡

「涅槃の道場」。66番札所雲辺寺から88番札所大窪寺までの旧讃岐国を通る遍路道。



(1) 組織整備：事例 1

国内若年層ターゲットにアプローチ するための民間事業者との連携構築

組織整備における取組内容

<概要>

- 「四国遍路」のターゲット層の分類を行った。
- 国内若年層に向けたアプローチを進めていくため、**複数の団体・民間事業者との合同会議を開催**、関係構築を行った。
- その1つである商工会議所青年部とは、協議会と年1回以上の定例会議化され、**連携して事業を推進する基盤が構築**された。

取組の背景・進捗

<背景>

- 「四国遍路」を広く発信していくため、協議会ではWebサイトの運用に加え、SNSを活用した効果的な情報発信、運営方法の検討を進めていた。
- 地元民間事業者・関係者の方々に「四国遍路」を活用、関わってもらうため、民間事業者との連携を模索していた。

<進捗>

- PR・情報発信を進めるにあたり、SNSそれぞれのユーザー層や特徴に違いがあることから、「四国遍路」のターゲット層の分類を行い、国内若年層を新たなターゲットに設定。国内若年層へのアプローチを進めるために民間事業者との連携に向けた取組を始めた。

問い合わせ先

- 四国遍路日本遺産協議会 事務局（高知県 文化スポーツ部 歴史文化財課 記念物・埋蔵文化財班）
電話：TEL:088-823-9052 142001@ken.pref.kochi.lg.jp

事例サマリー

- 「四国遍路」のターゲット層を分類、今後の重点対象層として国内若年層を設定し、民間事業者との連携に向けた取組をスタートした。
- 商工会議所青年部とは協議会との定例会議化が決まり、青年部主催イベントが共有されるなど、連携して事業を推進する基盤が構築された。

取組における工夫点

<Point①ターゲット層の分類と新たな市場の開拓>

- 「四国遍路」のターゲット層の分類を以下の通り行った。

ターゲット層	取 組
インバウンド	・ （一社）四国ツーリズム創造機構が協議会と協働し、海外向けのPR活動や情報を発信
国内高齢者 ヘビーユーザー	・ 地元観光会社（観光バス等）が遍路ツアーを組み、首都圏等の旅行会社と連携をしながら団体旅行を催行
地域住民等	・ 教育委員会や学校との連携のもと活動を展開

- 高齢者層は強固なマーケットが築けている一方、将来を見据え、SNSを活用する国内若年層を新たなターゲットとして設定。国内若年層に向けたアプローチが十分でないことから、民間事業者との連携に向けた取組を進めている。

<Point②商工会議所青年部との連携構築>

- 商工会議所青年部は各県ごとに組織化され、四国4県の連携組織は当該認定地域と活動範囲が重複している。また、青年部は40歳程度を上限とした民間事業者で組織化されているため、若年層との親和性も高いことから、当該団体との連携構築を進めている。

<Point③公認の情報発信アンバサダー制度の導入検討>

- 国内若年層に向けた情報発信が十分でないため、広島県福山市の取り組みを参考に公認アンバサダー制度の検討を開始。上記青年部と連携し、体制の構築を進めている。

(2) 戦略立案

取組推進の ポイント

- 文化財保存活用地域計画、文化観光推進法に基づく認定計画等における日本遺産事業の意義・役割を明確化する。
- 将来像の実現に向けた短期的・中長期的な戦略の立案を行うため、ターゲットの設定、他の行政計画への位置づけ等を行う。

キーテーマ

構成市町村

ストーリー

1

日本遺産事業の自走化戦略の策定

◎高知県（奈半利町、森林鉄道から日本一のゆずロードへ
田野町、安田町、北川村、馬路村）
—ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化—

2

民間事業者を巻き込み、商品開発を促進する
ための「ブランド認定制度」の構築

◎高梁市

「ジャパンレッド」発祥の地
— 弁柄と銅の町・備中吹屋 —

#051・平成29年度認定

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—

申請者：高知県（奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村）

ストーリー概要

南国土佐の東に位置する中芸地域。かつて西日本最大の森林鉄道が駆け巡った中芸は、林業に代わる産業としてゆず栽培に力を注ぎ、今や日本一の生産量を誇っている。木材を運んだ森林鉄道の軌道は、ゆず畑の風景広がる「ゆずロード」に生まれ変わったのである。

川沿いや山間に広がるゆず畑を、小さくかわいい白い花、深く鮮やかな緑の葉、熟すとともに濃くなる黄色の果実が季節ごとに彩る景観。ゆず寿司などの風味豊かな郷土料理。中芸のゆずロードをめぐれば、ゆずの彩りに満ちた景観と、ゆずの香り豊かな食文化を堪能することができる。

将来像（ビジョン）

中芸地域5町村の人口は、この5年間で約1万人から9千人台半ばにまで減少。地域社会の活力を低下させ、生産機能等に支障をもたらす人口減少は、5町村それぞれの総合計画及び高知県の中山間対策においても地域最大の課題として位置付けられている。

私たちはこの課題を、日本遺産認定から6年間の活動を通して構築した5町村の共通基盤の下、関係人口の創出・拡大・深化の中で生み出される新しい価値によって解決に導く。そのために、中芸の魅力が凝縮された日本遺産、“ゆずと林鉄”を効果的に活用する。

日本遺産を通じて人びとの豊かな関係が築かれ、人びとが支えあい、暮らし続けられる持続可能な中芸の将来像は、①関係人口の創出・拡大・深化、②関係人口がもたらす経済活性化、③関係人口が、地域住民にアイデンティティ確認の機会を与え、次世代を育成することを目指す。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■岡御殿／高知県保護有形文化財（建造物）

材木業や回船業で名を馳せた岡家は、御用銀の調達などで土佐藩とも関係が深く、林政にもかかわった。岡家に関係する史料が展示されている。



■旧馬路営林署／未指定

旧馬路営林署の建物は、ゆず産業を牽引してきた馬路村農業協同組の本所として現在も活用されている。隣接する敷地にあるゆず加工場では、年間を通じて、工場見学を受け入れている。



■ゆず畑の景観／未指定

中芸地域の代表的な農産物であるゆずは、林業に代わって地域を支えた産業である。生産量は3,000トンを超え日本一を誇る。中芸地域の山間部を中心に、ゆず畑が広がっている。



(2) 戦略立案：事例 1

事例サマリー

- 日本遺産ストーリーを体感できる体験型イベント「ゆずFeS」の自走化戦略として、ロードマップと収益事業化戦略を策定した。
- 同自走化戦略に基づき、運営主体を中芸のゆずと森林鉄道 日本遺産協議会から段階的に民間事業者に移行し、最終的には補助金に頼らないイベント運営を目指している。

日本遺産事業の自走化戦略の策定

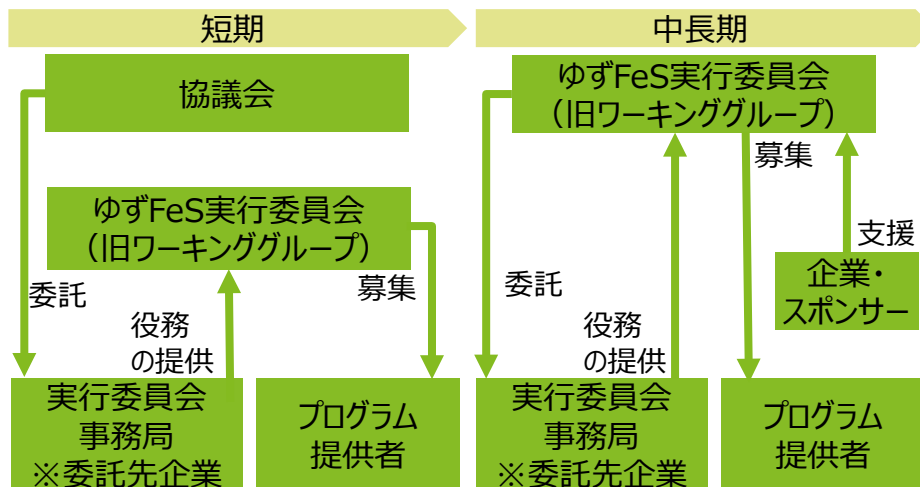
戦略立案における取組内容

<概要>

- 協議会は体験型イベント「ゆずFeS」の運営体制を**民間事業者に移行**することを決定し、外部専門家による支援のもとでイベント運営の自走化に向けた戦略として**ロードマップと収益事業化戦略**を策定。
- 今後は自走化戦略に基づいて「ゆずFeS」運営体制の移行を推進し、民間事業者の創意工夫によりイベント開催を通じた地域経済の活性化効果をさらに高めるとともに、**自走化の早期実現を目指す**。

<参考>

運営体制の移行に係るロードマップ（一部抜粋）



問い合わせ先

- 中芸のゆずと森林鉄道 日本遺産協議会（安田町地域創生課日本遺産推進室）
電話：0887-30-1865 メール：yuzurintetsu@mk.pikara.ne.jp

取組の背景・進捗

<背景>

- 2018年より「ゆずFeS」の開催を通じた魅力発信・誘客等を行い、2023年で10回目の開催を迎えた。イベント開催を通じた日本遺産認定地域の更なる活性化及び補助金に頼らない持続可能な事業運営を目指すべきとの認識のもと、協議会がイベント運営の在り方に関する検討を開始。

<進捗>

- 「ゆずFeS」の目指すべき将来像と現状とのギャップを明らかにした上で、イベントの開催効果の更なる向上を図るためには民間ノウハウの積極的な活用が必要との観点から、事務局運営を民間事業者に移行することとした。
- 円滑な体制移行を推進するために、関係者間での合意形成を図りながら段階的に民間事業者へ移行するためのロードマップを策定した。
- 移行後は補助金に頼らないイベント運営の段階的な実現を目指すとともに、日本遺産認定地域の活性化を一層推進する。

取組における工夫点

<Point① 地域関係者を巻き込んだ検討の推進>

- 自走化戦略の実行性を担保するために、検討段階からゆずFeSワーキンググループのメンバーやプログラム提供者など既存プレイヤーとの議論を重ねながら、体制移行にあたっての要件や新たに巻き込むべきプレイヤー候補を一緒に整理するなど、自走化に向けた地域関係者間の早期の合意形成を図った。

<Point② 外部専門家と連携した戦略策定>

- 地域の現状と課題を理解している外部専門家を活用することで、実行段階を見据えた形で、自走化戦略の熟度を高めることができた。

102・令和2年度認定

「ジャパンレッド」発祥の地 ー 弁柄と銅の町・備中吹屋 ー

申請者：高梁市

ストーリー概要

標高約500mの高原上に忽然と出現する「赤い町並み」。かつて国内屈指の弁柄(べんがら)と銅(あかがね)生産で繁栄した鉾山町・吹屋(ふきや)である。吹屋で生産された赤色顔料の弁柄は全国に流通し、社寺などの建築や九谷(くたに)焼・伊万里(いまり)焼や輪島(わじま)塗等、日本を代表する工芸品を鮮やかに彩り、日本のイメージカラーである「ジャパンレッド」を創出した。富を得た商人たちは赤い瓦と弁柄で彩色された格子(こうし)で家々を飾り、今も残る町並みは、独特の景観を醸し出し、訪れる多くの人々を魅了している。また周辺には、弁柄工場跡や銅山跡等も残り、「ジャパンレッド」を創出した往時の繁栄をしのばせている。

将来像 (ビジョン)

高梁市は、弁柄(ベンガラ)と銅山で繁栄した日本の伝統色「弁柄色」の赤で統一された吹屋の町並み(重要伝統的建造物群保存地区)や現存12天守の一つである白壁の美しい備中松山城(国指定重要文化財)と城下町、そして、備中神楽、渡り拍子、松山踊りなど伝統的な民俗芸能が今に引き継がれ、歴史的文化遺産と民俗芸能が、地域の誇りとして市民に根付き、文化財の保存と伝統文化の継承に取り組むまちづくりを展開している。

しかし、市域の大半が中山間地域である本市においては、人口減少と少子高齢化が著しく、空き家や空き地が目立ち、伝統芸能の伝承も困難になってきている。こうした現状を打開すべく、日本遺産認定を契機に、市民の郷土への愛着と誇りをさらに醸成し、心豊かな人を育むまちづくりを一層効果的に推進するとともに、地元住民の協力を得ながら受入れ体制を整備し、シティプロモーションの体制を充実させ、国内外へ効果的な情報発信を行うことで、地域の魅力を売り込み、インバウンドを含む交流人口増加により経済効果を高めていく。さらには、令和2年度に策定する次期高梁市総合計画において、日本遺産による地域のイメージブランドを活かした地域の「稼ぐ力」、「地域価値の向上」や地域内の「循環力」を計画に位置づけ、地域住民や移住者が様々な分野にチャレンジできる仕組みの構築や、地消地産による消費の高循環による波及効果を生み出すことで、地域活性化を進めていく。

構成文化財概要(来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋)

■高梁市吹屋伝統的建造物群保存地区／国重伝建

旧吹屋往来治いには、弁柄問屋や各種の小売商を営んだ家々が軒を連ね、赤褐色の瓦・土壁・海鼠壁・弁柄塗りの格子で統一された優れた意匠の町家が良好に残っている。



■ベンガラ館／未指定(史跡)

明治期の弁柄工場を昭和61年(1986)に復元整備したもので、水車を動力源とする当時の弁柄製造工程が概観できる唯一の施設である。



■笹畝坑道／未指定(史跡)

吉岡銅山の旧坑道の一つ。坑道口から約250mを整備し公開している。削岩機の跡やトロッキ軌道が残り、近代における銅採掘の実態が体感できる空間となっている。



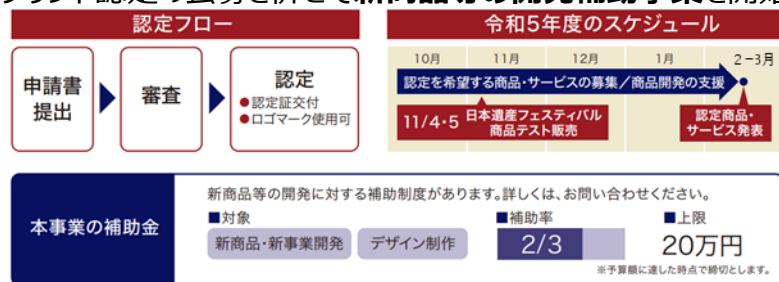
(2) 戦略立案：事例2

民間事業者を巻き込み、商品開発を促進するための「ブランド認定制度」の構築

戦略立案における取組内容

<概要>

- ご当地商品・サービスを「JAPAN RED 備中吹屋」ブランドとして認定し、地域の魅力を発信する制度。
 - ✓ **認定基準**：①日本遺産ストーリーとの結び付け、②独自性・創造性、③信頼性
 - ✓ **認定の対象**：①高梁市内の事業者によって生産・製造された商品等、②吹屋地区内で提供されるサービス
- ブランド認定の公募と併せて**新商品等の開発補助事業**を開始。



取組の背景・進捗

<背景>

- 観光促進や地域活性化につなげる制度を検討していたところ、市全域でモチベーションを高め、事業者を巻き込む制度の設計を進めていた。

<進捗>

- R4年度に市内事業者への日本遺産の周知と事業への巻き込みを図るため、商品開発に関するWS等を開催し、ブランドコンセプトを策定。R5年度にブランド認定制度の設計を行い、10月に公募を開始。

問い合わせ先

- 高梁市日本遺産推進協議会 事務局（高梁市 観光課 日本遺産・歴まち推進係）
電話：0866-21-0257 メール：rekishimachi@city.takahashi.lg.jp

事例サマリー

- 民間事業者を巻き込み、商品開発を促進するために、商品開発支援、開発補助金事業とブランド認定募集を連動する形でプロセスを設計している。
- ブランド認定の公募と同時期に開発補助金事業を展開することで、開発しやすい環境を整備するとともに、ブランド認定の底上げを目指している。

取組における工夫点

<Point①民間事業者の参加・巻き込みを考えたプロセス設計>

- 認定制度を設計するにあたり、市内事業者へのヒアリングを実施し、そこで得た課題感を認定基準や対象に反映。
- 基準にストーリーの要素を盛り込むことで、事業者がストーリーを改めて学び直し、日本遺産に関心・当事者意識を持ってもらうことを期待。
- 事業者へ日本遺産の周知と産品開発へのモチベーションを高めるため、商品開発支援のワークショップを開催。次年度、開発補助事業と認定募集につなげ、事業者の参加・巻き込みを狙う。

<Point②開発補助事業との連動による申請促進と認定の質向上>

- 認定制度の創設と併せて新たな商品や体験コンテンツづくりに向けた開発補助事業を開始。

<Point③戦略的な視点による認定制度の設計>

- 認定制度は、単に製品を認定し、日本遺産に関連する商品を増やしていく取り組みではなく、制度を有効に活用することで、産品開発、広報活動、交流人口の拡大など、地域が目指す姿に向けてどのように展開するかを戦略的に考え、ブランドの認定基準や認定対象などを設計している。
- 認定対象は「商品」だけではなく「サービス」も対象にすることで、来訪への動機づけとともに、域内産品の購買等の消費促進に繋げる。
- 来年度以降の認定審査に向けて、地域のニーズ（販路開拓、PR・情報発信等）に対してアドバイスできる外部審査員の人選を進めている。

(3) 人材育成

取組推進の ポイント

- 地域活性化計画等を効果的に実行していくためには、担い手となる人材の育成・確保が不可欠。また地域内で中長期的に日本遺産事業に携わる人材が必要。
- 外部の専門家によるコーチングや大学との連携による知見・ノウハウの提供、中長期的な人材育成の観点からの学校教育との連携等を充実させることが重要。
- 文化資源の活用に取り組む事業者・人材が既に存在している場合も多くみられる。これらの事業者・人材の取組において、日本遺産を取り入れることで付加価値を提供できるよう連携することも重要。

キーテーマ

構成市町村

ストーリー

1

シリアル型でのガイド内容横連携の
ためのガイド人材育成

◎広島県（呉市）、
神奈川県（横須賀
市）、長崎県（佐世
保市）、京都府（舞
鶴市）

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～

#035・平成28年度認定

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～

申請者：広島県（呉市）、神奈川県（横須賀市）、長崎県（佐世保市）、京都府（舞鶴市）

ストーリー概要

明治期の日本は、近代国家として西欧列強に渡り合うための海防力を備えることが急務であった。このため、艦艇の配備を進めるとともに、国家プロジェクトにより天然の良港4つを選び軍港を築いた。静かな農漁村に人と先端技術を集積し、海軍諸機関とともに水道、鉄道などのインフラが急速に整備され、日本の近代化を推し進めた4つの軍港都市が誕生した。100年を超えた今なお現役で稼働する施設も多く、軍港を中心として発展した4市特有の景観が近代化遺産としてその歴史を伝える。日本の近代化に向けて躍動した往時の姿を残す旧軍港4市は、どこか懐かしさも遅く、今も訪れる人々を惹きつけてやまない。

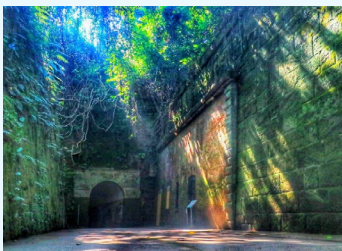
将来像（ビジョン）

日本遺産「鎮守府」を活用した様々な取組を4市と各市の多様な主体が連携しながら磨き上げ、充実を図り、また、各市における長期総合計画や文化財保存活用地域計画等に基づく取組とも効果的に融合させ、4市が広域エリアで日本遺産事業に取り組む強みを最大限に発揮しながら施策を展開していくことにより、4市の有する魅力・価値を再評価し、将来に向けて継承・発信し、広域周遊の実現、鎮守府のブランド化を図り、それぞれのまちの更なる活性化と持続可能な地域づくりにつなげていく。

また、遠く離れた4市における日本遺産事業を自立的・継続的な取組としていくことにより、過去から現在に引き継がれた4市のつながりを将来に向けてより一層強固なものとし、広域的な都市間連携の新たなモデルとしていくとともに、将来に向けて国を守る重要な地域である4市から「鎮守府ストーリー」を通じて「4市の歴史的役割」や「4市の存在意義」、「平和の理念」のメッセージを未来に向けて力強く発信し、次世代へ受け継いでいく。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■東京湾要塞（猿島砲台跡）／国史跡
東京湾に浮かぶ唯一の自然島「猿島」に造られた砲台跡。れんが造りの貴重な歴史遺産で、弾薬庫・兵舎などの遺構が残る。



■呉市海事歴史科学館／未指定
日本近代化そのものといえる呉の歴史を伝える博物館。近代日本の造船技術の進化と技術力の高さを物語る資料を展示



■旧佐世保無線電信所（針尾送信所）施設／国重文
大正11年に建設された現存唯一の長波通信施設。高さ136mを誇る3本の巨大な電波塔は鉄筋コンクリート造りの到達点。



■舞鶴赤れんがパーク／国重文及び未指定
明治～大正期に海軍によって建造された赤れんが造りの倉庫12棟が現存、うち5棟を博物館・観光交流施設として整備



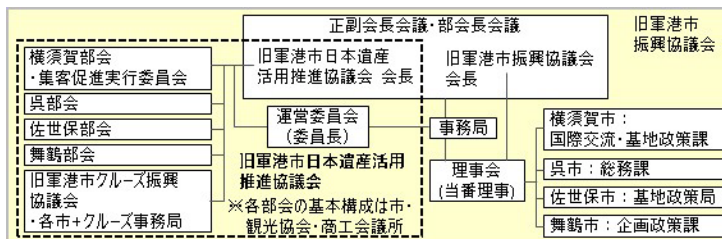
事例サマリー

- ガイド内容の横連携を促進することで、着地型コンテンツの磨き上げや受け入れ体制の強化につながる戦略を立案した。
- 一般的な観光客にわかりにくいテーマ・ストーリーにおいて、興味関心を訴求しやすい、観光視点でのガイド内容・方法の方向性、地域間での連携意向、を改めて共有した。

<概要>

- 日本遺産のストーリーや4都市の違いをガイドが説明し、**別の地域にも行ってみたいという旅行意欲の喚起が促せるよう、ガイドの横連携体制の構築に向けて各地共通のガイド内容の方向性を定めた。**

協議会 組織図



背景

- 一体感の創出や四市連携に苦慮していた。ガイド案内時に他3市の概要資料を活用する地域はあるものの、全体で共有されておらず、ガイドの案内により他地域への周遊はあまり期待できない状況だった。

＜進捗＞

- 一般の観光客には「鎮守府」という言葉は馴染みがなく、物語を自分事に変換させることが課題であり、加えて4地域における関係性がストーリー構築に不十分であったことを視察で発見できた。
- ガイド人材においても、他地域の情報や取組内容等を把握・理解したい意向はあるものの、そのための手段が確立できていないことが関係者とのヒアリング等から明らかになった。

問い合わせ先

- 旧軍港市日本遺産活用推進協議会（旧軍港市振興協議会）
電話：03-5510-3260 メール：kyugun@theia.ocn.ne.jp

取組における工夫点

＜Point①観光客の共感や理解を得やすいガイド内容の検討＞

- ストーリー特性上、「戦争」のイメージがつきまとうものの、一方で「平和」や現代の日本につながる「技術貢献」の側面も大きいことに着目し、日本の技術力の高さを感じてもらう内容を説明することで、観光客の知識レベル問わず十分に楽しめる可能性があることが分かった。
- ストーリーの理解を促すためにも、現地のみならず各地の海軍との関係などを、**鎮守府全体のストーリーと組み合わせ**て説明すること、各地のガイドが取り組んでいる工夫を（共有化の方法の仕組み化も含めて）共有することで、ガイド内容やガイド方法を継続的にレベルアップしていけることの認識が関係者間で共有することができた。

＜Point②シリアル型の連携強化に向けた段階的取組の明確化＞

- テーマ・ストーリーを、着地型コンテンツとして成立させるための戦略（付加価値化）と受け入れ体制を策定・整備するため、**各地の連携を軸とした事業推進のステップを明確化。**
 - ① 第一ステップ：マーケティング調査による潜在的な新規需要を把握した上で、専門家を交えた日本遺産の観光的活用に係るマーケティング戦略の策定及びターゲット設定。
 - ② 第二ステップ：着地型コンテンツとしての磨き上げをプロジェクト化し、体験型コンテンツ造成や日本遺産専門のプロガイド育成等を実施。
 - ③ 第三ステップ：4市共通で実施する着地プロモーション戦略の検討及び実施
 - ④ 第四ステップ：周遊型観光ではないシリアル型ならではの連携強化策の検討。

(4) 整備

取組推進の ポイント

- 構成文化財における受入環境整備（ストーリーに関する解説の整備・多言語化等）を行い、付加価値を生み出す。
- 宿泊施設、交通アクセス等の環境を整備する。
- 来訪者の導線に合わせて文化資源や景観・風景の整備する。
- 日本遺産センター等の拠点整備やサブストーリーの抽出等を行う。

キーテーマ

構成市町村

ストーリー

1

ストーリー解説の強化と、周辺の構成文化財に
誘うガイダンス施設の新設整備

◎福山市

瀬戸の夕凧が包む 国内随一の近世港町
～セピア色の港町に日常が溶け込む鞆の浦～

#065・平成30年度認定

瀬戸の夕凧が包む 国内随一の近世港町 ～セピア色の港町に日常が溶け込む鞆の浦～

申請者：福山市

ストーリー概要

夕暮れ時になると灯りのともる石造りの「常夜燈」は、港をめざす船と港の人々を 160 年間見守ってきた鞆の浦のシンボル。「雁木」と呼ばれる瀬戸内海の干満に合わせて見え隠れする石段が、常夜燈の袂から円形劇場のように港を包み、その先端には大波を阻む石積みの防波堤「波止」が横たわる。

瀬戸内の多島美に囲まれた鞆の浦は、これら江戸期の港湾施設がまもって現存する国内唯一の港町。潮待ちの港として繁栄を極めた頃の豪商の屋敷や小さな町家がひしめく町並みと人々の暮らしの中に、近世港町の伝統文化が息づいている。

将来像（ビジョン）

福山市では、平成30年3月に「鞆まちづくりビジョン」を策定し、地域住民と行政との協働により鞆町の再生・活性化に取り組んでいる。また、平成28年度に策定した「第2次福山市観光振興ビジョン」の中で、鞆の浦を本市の代表する観光資源の一つとして位置付け、重点的な観光振興に取り組んでいる。

日本遺産を活用する事業においても、鞆まちづくりビジョンや福山市観光振興ビジョンとの整合をとり、「暮らし」と「観光」の調和のとれた観光地づくりを推進していく。鞆の浦は、常夜燈、雁木、波止など江戸時代からの港湾施設が今も現役で活躍し、潮待ちの港として賑わった頃の豪商の屋敷や町家、寺社なども数多く見ることができる。また、地域に伝わる四季折々の伝統行事や祭事など無形の文化財も、地域の暮らしの中で大切に守られ、受け継がれている。

日本遺産のストーリーを通じて、こうした鞆の浦の歴史的・文化的な魅力を国内外に発信し、（Ⅰ）「持続可能な地域づくりのモデルとなるまち」、（Ⅱ）「未来に歴史・文化が継承されるまち」、（Ⅲ）「観光客に滞在拠点として選ばれるまち」を目指す。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■常夜燈／未指定

航海の目印として造られた国内最大級の石造りの常夜燈。江戸時代から今も変わらず港を見守り続けている鞆の浦のシンボル。



■雁木／未指定

潮の干満に関係なく船を着けられ、荷揚げができるようになっている。全長約150m、最大24段もの石階段が円形劇場のように続く。石造りとしては国内最大級の規模。



■波止／未指定

江戸時代、高波被害から港湾を守るために鞆港を包み込むように造られた石積みの防波堤。穏やかなカーブを長く描く。石造りとしては国内最大級の規模で、今も江戸時代の波止が3基ある。



(4) 整備：事例1

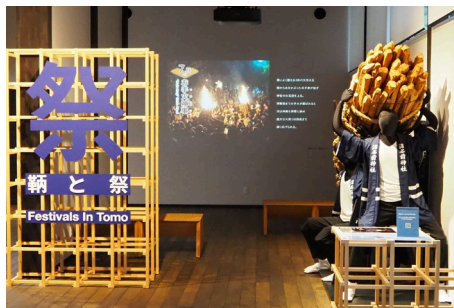
ストーリー解説の強化と、周辺の構成文化財に誘うガイダンス施設の新設整備

整備における取組内容

<概要>

- 町中に立地する明治時代の建物を活用し、日本遺産のガイダンス機能を有する鞆町町並み保存拠点施設「鞆てらす」を新たに整備。
- 同施設には、伝統的建造物の復原修理方法や、**日本遺産の構成文化財・特産品などを紹介する展示エリア**が設けられている。
- 2022年のオープン以来、入館者数が約1年間で5万人を達成した。

鞆町町並み保存拠点施設「鞆てらす」▼



問い合わせ先

- 日本遺産鞆の浦魅力発信協議会 事務局（福山市経済環境局 文化観光振興部 文化振興課）
電話：084-928-1278 メール：bunkazai@city.fukuyama.hiroshima.jp

事例サマリー

- 鞆町の中心部において、町並み保存の推進や地域住民と来訪者の交流の場、観光の周遊拠点となる施設「鞆てらす」を整備し、2022年7月にオープンした。
- 日本遺産ガイダンス施設としての機能を有しており、来訪者に日本遺産ストーリーの魅力を伝え、構成文化財への周遊を促進している。

取組の背景・進捗

<背景>

- 住民の要望を受け、市主導のもとで拠点施設の整備を検討開始。

<進捗>

- 「鞆てらす」の整備財源は国の街なみ環境整備事業の交付金と、市の鞆町歴史・文化のまちづくり基金から確保。
- 「鞆てらす」は市と地域住民が協働で運営している。地域住民で構成される有償ボランティアは施設案内や清掃等の役割を担っている。
- 展示エリアでは、日本遺産ストーリーの動画説明に加え、鞆町の歴史や構成文化財等も展示。また、入館者に日本遺産構成文化財への周遊を促進するために、有償ボランティアによる案内等を行っている。
- 「鞆てらす」はオープン後に約1年間で入館者数5万人を達成。

取組における工夫点

<Point①わかりやすい施設コンセプトの設定>

- ターゲットに訴求するうえで施設の持つ機能だけでなく、わかりやすいコンセプトの提示も重要である。

<Point②住民参画の促進>

- 施設整備に対する住民の理解と親しみを深めるために、計画検討への住民参加、愛称の募集、住民向け内覧会の開催や小学生の企画によるオープニングイベントの開催など、様々な住民参画の機会を提供。

<Point③施設コンテンツの魅力向上>

- ハコモノとしての施設の維持管理が不可欠であるが、来館者への新たな価値提供も含めて施設コンテンツの魅力向上も非常に重要である。福山市はこの点を大事にしながら、展示内容の更なる充実化に関する検討を含めて地域内外の方に選ばれる施設運営を心掛けている。

(5) 観光事業化

取組推進の ポイント

- ストーリーを体現するような商品開発や産業創造に取り組む。
- 個々の構成文化財を活用し、日本遺産のストーリーに触れることができる事業を実施する。

	キーテーマ	構成市町村	ストーリー
1	教育旅行の事業化に向けた戦略・アクションプラン策定	◎福島県（郡山市、猪苗代町）	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	誘客ターゲットをインバウンドに絞り込むための戦略立案	◎島根県（雲南市、安来市、奥出雲町）	出雲國たたら風土記 ～鉄づくり千年が生んだ物語～
3	多面的にストーリーを体現できる宿泊施設内展示と体験プランの商品化	◎南砺市	大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波
4	ストーリーを体現する商品の開発	◎鹿児島県（鹿児島市、出水市、垂水市、薩摩川内市、いちき串木野市、南さつま市、志布志市、南九州市、姶良市）	薩摩の武士が生きた町 ～武家屋敷群「麓」を歩く～

#022・平成28年度認定

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-

申請者：福島県（郡山市、猪苗代町）

ストーリー概要

明治維新後、武士の救済と、新産業による近代化を進めるため、安積地方の開拓に並々ならぬ想いを抱いていた大久保利通。夢半ばで倒れた彼の想いは、郡山から西の天空にある猪苗代湖より水を引く「安積開拓・安積疏水開さく事業」で実現した。奥羽山脈を突き抜ける「一本の水路」は、外国の最新技術の導入、そして、この地域と全国から人、モノ、技を結集し、苦難を乗り越え完成した。この事業は、猪苗代湖の水を治め、米や鯉など食文化を一層豊かにし、さらには水力発電による紡績等の新たな産業の発展をもたらした。未来を拓いた「一本の水路」は、多様性と調和し共生する風土と、開拓者の未来を想う心、その想いが込められた桜とともに、今なおこの地に受け継がれている。

将来像（ビジョン）

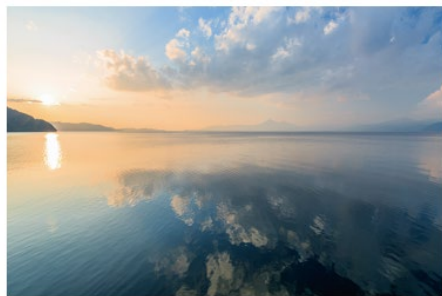
認定ストーリーの普及啓発を継続することにより地域の魅力向上につなげることに加え、これまでの取り組みから得た実績等を踏まえつつ、観光資源を用いた「稼げる」事業展開を強力に推進し、観光客数の増加につなげる。

推進体制は、当面協議会がベースとなり、地域住民や民間企業の普及啓発等の取り組みを支援して地域内外の関係者を取り込むことでネットワーク化を図り、地域全体で来訪者の受け皿を構成する。また、協議会の組織体制について見直しを行い、民間を主導とする自立・自走に向けた改編を段階的に実行することにより、認定ストーリーを通じた持続的な地域活性化推進の実現を目指す。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■猪苗代湖／未指定

猪苗代湖の水の恩恵を受けるべく、安積開拓・安積疏水開さく事業が行われた。



■旧福島県尋常中学校本館／国重文（建造物）

開拓による発展等によりこの地に設置された明治期の代表的な洋風建築の建物である。



■開成山公園／未指定

開拓を進めた開成社が作った池や、同社の植樹により生まれた桜の名所があり、郡山のシンボルの場所である。



(5) 観光事業化：事例 1

教育旅行の事業化に向けた戦略・アクションプラン策定

観光事業化における取組内容

<概要>

- 他地域の教育旅行事業化の成功モデルを探求し、**教育旅行のエリア戦略、対象となる生徒のターゲット戦略、年度ごとの取組み施策の立案**を行った。

取組の背景・進捗

<背景>

- ストーリーや構成文化財の特性として、「学び」にフォーカスした取組が有用と考えられることから、日本遺産事業の柱の一つとして、「教育旅行」にフォーカスしていくことを目論んでいた。
- 教育旅行を戦略的に事業展開したいと考えつつも、試行的な教育旅行実施に留まり、継続的な実施や実績の積み上げ・拡大を図ることができておらず、ツアーの企画や運営、営業を担う実施体制の不在が課題となっていた。

<進捗>

- 事業化に向けて、他地域の成功モデルの知見等を基に、プロデューサーによる助言を得つつ、庁内及び関係者と継続的に協議を実施。
- ①体制づくり、②情報編集・発信、③教育旅行のテーマ設定について、方向性を定めた。次年度以降も、定めた戦略やアクションプランに基づいて、具体的な検討や実装に向けて取組んでいく。
(右：疎水の起点となっている公園)

問い合わせ先

- 日本遺産「一本の水路」プロモーション協議会（郡山市文化スポーツ部国際政策課）
電話：024-924-3711 メール：gakuto@city.koriyama.lg.jp

事例サマリー

- 教育旅行の事業化について、これまでの取組も活かしつつ、継続的な実装・展開に向けた戦略（ターゲットやテーマ等）及びアクションプラン（活動計画等）を定めた。
- 戦略が明確になることで、地域活性化に向けた当面の重要課題（体制構築・人材育成、情報発信等）を絞り込むことができた。

取組における工夫点

<Point①事業化に向けたポイントを絞った戦略検討>

- 教育旅行に本格的に取り組む上で、**体制づくりが一番重要**になると考え、実現に向けたポイントを理解するためリアリティのある事例を参考にした。
- 事業化に向けたポイントを、①教育旅行を推進提案する**体制づくり**、②学校側への情報提供・内容提案の為の**情報整理・発信**、③本ストーリーで注力する教育旅行の**テーマ設定**、の3つに定め、協議会での議論を経て方向性を定めた。
- 「学習素材等、学校側に提供できる情報の整理・発信」及び「学校側のニーズを汲み取るための企画・営業等の体制整備」を注力すべき内容として関係者と共有し、早期に体制設計と準備に移行する優先順位を定めた。

<Point②初期段階の効果的な推進方法の共有>

- 先行事例を詳細に確認しながら、①取組の整理や比較化による現状や方向性の確認、②各科目の学習指導要領とストーリー・構成文化財との関連性の整理、③ターゲットとなる校種・学年と提供できる学びの内容を明確にし、Webページ等での事前学習用の資料提供、④広域での連携等の重要性、⑤事業検討を進めるための体制整備の重要性を認識。
- 教育旅行の初動期には、営業活動を旅行会社に任せるだけでなく、「顧客層」に自らがアプローチして直接獲得することが重要であり、**先生への直接の訴求**が最重要課題であることを関係者間で共有した。

<Point③事業化を軸とした実施体制構築の戦略設定>

- 3か年計画で初動期の取組を進めるものとし、令和7年度事業までは協議会事務局が主軸となり、受託事業者と事業実施しつつ、それ以降の本格稼働に向けて様々な方法を検討しながら、体制を調整していく。



#034・平成28年度認定

出雲國たたら風土記 ～鉄づくり千年が生んだ物語～

申請者：島根県（雲南市、安来市、奥出雲町）

ストーリー概要

日本古来の鉄づくり「たたら製鉄」で繁栄した出雲の地では、今日もなお世界で唯一たたら製鉄の炎が燃え続けています。たたら製鉄は、優れた鉄の生産だけでなく、原料砂鉄の採取跡地を広大な稲田に再生し、燃料の木炭山林を永続的に循環利用するという、人と自然とが共生する持続可能な産業として日本社会を支えてきました。また、鉄の流通は全国各地の文物をもたらし、都のような華やかな地域文化をも育みました。

今もこの地は、神代の時代から先人たちが刻んできた鉄づくり千年の物語が終わることなく紡がれています。

将来像（ビジョン）

私たちが目指すものは、たたらが生み出したこの地域こそ現代社会が求めているSDGs（持続可能な開発目標）の原点であること、世界でオンリーワンの技術であるたたらが日本の発展を支えてきたこと、そして今でも息づいていることなどを、地域住民あるいは事業者自らが再認識することでストーリーの価値を知り、地域外の人々や観光客に、その魅力を自ら語ることができることである。そして、来訪者がたたら製鉄のすばらしさを体感し、圏域内住民はこの地に住んでいることに誇りと愛着を持つことを目標としている。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■ 菅谷たたら山内／国指定重要有形民俗文化財
操業当時の姿が世界で唯一現存し、たたら製鉄が盛んであった往時を彷彿とさせる。



■ 奥出雲たたら製鉄及び棚田の文化的景観／国選定重要文化的景観
砂鉄を採取した鉄穴流しの跡地は、棚田として整備され今に輝きを放つ。



■ 安来節／市指定無形文化財
鉄の積出港として栄えた安来で生まれた民謡。軽快な歌声は港町の賑わいに花を添えた。



(5) 観光事業化：事例2

誘客ターゲットをインバウンドに 絞り込むための戦略立案

観光事業化における取組内容

<概要>

- **欧米人（特にフランス）に向けたPR戦略を設計。**欧米人（特にフランス）の興味を喚起する「アニメ・マンガ・映画」や「刀剣」「循環型農業」などにフォーカスして「たたら製鉄」の物語を組み立てつつ、高付加価値化の文脈で「玉鋼の包丁づくり体験」などを企画。

取組の背景・進捗

<背景>

- ①民間事業者や地元との連携強化や機運醸成、②ガイド的人材ではないコンシェルジュ的人材育成や体制の構築、③効果的なスキーム含め情報発信力の改善への糸口を探っていた。

<進捗>

- 3地域におけるそれぞれのゲートウェイとなる施設が「どの施設を見学してもほぼ同じ物語に終始している」ため、どこか1施設で十分と思われる可能性が高く、ターゲット設定が曖昧なため、この旅を求めている人物像が見えにくく、地域の抱える課題感に対して以下の対応が特に必要であると認識された。
 - 一般の観光客にストーリーや価値が伝わりづらいため、文化的視点から観光視点での表現に転換すること
 - 誰に何を伝えようとしているのかが分かりづらいため、テクニカルな面よりもターゲットを明確にした上で情報発信の戦略を整理すること
- 事前知識やガイドの案内がなければ、ストーリーが理解しにくい構成文化財も多いことから、ターゲットを固めたうえで、プロモーション戦略を考える必要があることが確認された。

問い合わせ先

- 鉄の道文化圏推進協議会（奥出雲町定住産業課）
電話：0854-54-2524 メール：oku-kanko@town.okuizumo.shimane.jp

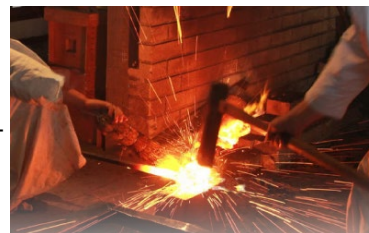
事例サマリー

- ストーリーの特性を踏まえ、日本人をターゲットとした誘客ではなく、インバウンドも含めて訴求しやすいターゲットを明確に設定した上でPR戦略を設計した。
- 文化的文脈で表現された日本遺産ストーリーを観光視点で捉え直し、「たたら製鉄」そのものだけでなく、ストーリーの要素を広く捉え、和鋼の特徴を生かした要素にフォーカスした誘客戦略の立案を実現した。

取組における工夫点

<Point①観光視点での訴求ターゲットの明確化>

- 和鋼の特徴を生かした刃物や刀剣などにフォーカスした誘客に可能性を見出し、ターゲットを日本人観光客よりも**欧米のインバウンドにフォーカス**した方が、当地の有する地域資源を有効に活用できる可能性があるかと捉えた。



- 刀剣や神楽、原風景、食、マンガ・アニメなどの要素から、**欧米の中でも特に相性の良いターゲット**として、フランスを意識しながら構成文化財の体験プログラムやツアーの訴求ポイントを検討していくことを方向性の一つとして定めた。

<Point②興味関心を喚起しやすい観光コンテンツの磨き上げ準備>

- 「たたら製鉄」だけでなく、「ヤマタノオロチ伝説」を連携させることで、広域的な誘客を見込んだ観光商品の造成を目指すことも検討。
- 体制づくりや観光事業化に向けたステップを明確化。
 - ① 第一ステップ：文化的文脈で表現されている日本遺産ストーリーを観光的文脈へ変換（観光客視点でのストーリー整理）。ターゲット設定（複数あり）を明確に想定して情報を整理。
 - ② 第二ステップ：情報発信ツールの改修、観光コンシェルジュ的人材の発掘・育成等。
 - ③ 第三ステップ：観光的文脈へ変換した日本遺産ストーリーを基に商品（観光ツアーや体験プログラム等）造成。
 - ④ 第四ステップ：旅行会社による販売ルート構築やOTA事業者サイトを活用した販売等。

#059・平成30年度認定

宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波

申請者：南砺市

ストーリー概要

瑞泉寺の再建に端を発し、宮大工の鑿一丁から生まれた華麗にして豪壮な井波彫刻と、その木彫刻職人たちが造りあげたまち井波。彫刻工房と町家が軒を連ねる石畳の通りには、木槌の音が響き、木々の薫りが漂う。通りには至るところに七福神や十二支などの木彫刻が飾られ、まちはさながらに木彫刻の美術館である。春には井波彫刻で飾られた曳山や屋台、獅子舞がまちを練り歩き、地域の安泰や五穀豊穡を祈る。地域の暮らしに根づく井波彫刻は、その高い技術力や芸術性を広く全国から認められ、今や日本の木彫刻文化の護り手となっている。

将来像（ビジョン）

井波のまちは、瑞泉寺の創建（1390年）とともに門前町として形づくられてきた。江戸時代中期に瑞泉寺が大火で焼失をし、その再建の際に京都より木彫刻師・前川三四郎が派遣され、井波の宮大工たちを弟子とし木彫刻の技を教えたことから井波彫刻が生まれた。その技は井波の地で脈々と磨き受け継がれ、井波彫刻は木彫芸術と言われるまでになり、この地の一大産業となった。今現在、井波のまち全体が木彫刻で飾られている姿は、まるで野外美術館であるかのような魅力に溢れているが、井波の全国的な認知度・知名度は決して高くなく、井波彫刻も一部の美術家や建築関係者、木彫刻愛好者などに知られているだけである。ましては井波のまちの歴史的・景観的な価値について知る人は少く、したがって、井波を訪れる国内外の観光客も多くはない。

井波地域の振興と活性化を図るには、井波の歴史と伝統・文化を基に、井波彫刻の卓越した技と井波のまちなみの美しさ等、井波の魅力を国内外の観光客に知って頂き、「観光のまち・井波」として再生を図らなければならない。井波には「瑞泉寺」をはじめ「井波彫刻」と「歴史的なまちなみ」の他、有形・無形の魅力ある地域資源があり、それを活かしたまちづくりを推進し、そして、その原動力となる各分野でのプレーヤーを育て伸ばしていく。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■井波彫刻／未指定（伝統的工芸品）

宝暦12年（1762）の大火後の瑞泉寺再建の折、京都本願寺から派遣された御用彫刻師の技を地元宮大工が習ったのが井波彫刻の始まりである。



■井波八幡宮の春季例大祭／未指定

井波八幡宮の春季例大祭において、八日町通りなど町内を巡行する大神輿や提灯屋台に井波彫刻の装飾を見ることができる。



■井波別院瑞泉寺／市指定文化財（建造物・史跡）

明徳元年（1390）に創建。本堂や太子堂、勅使門等において、欄間や臺股、手挟等、井波彫刻の粋を凝らした優れた装飾を数多く見ることができる。



(5) 観光事業化：事例3

多面的にストーリーを体現できる宿泊施設内展示と体験プランの商品化

事例サマリー

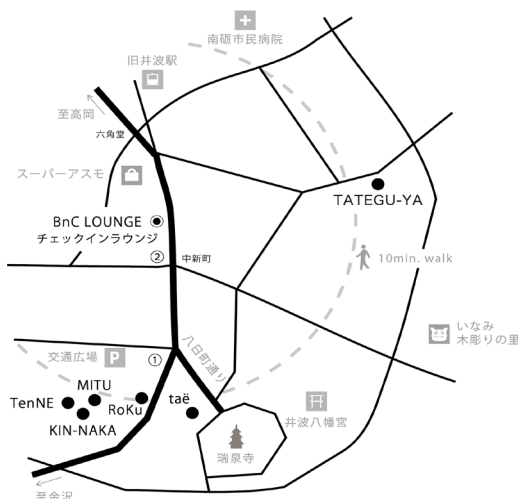
- 日本遺産ストーリーのキーコンテンツである井波彫刻と木彫刻職人に着目し、木彫刻職人のもとで「弟子入り」体験という地域ならではの特色を有する体験プランを開発した。
- 「町全体が、あなたのホテル」という構想のもとで「Bed and Craft」ブランドの宿泊施設を続々と開業し、宿泊施設を中心に地域内の周遊促進を試みることで、宿泊商品の販売を通じた町全体の活性化を目指している。

観光事業化における取組内容

<概要>

- 井波にJターンした建築家の発案により、**木彫刻などの伝統工芸体験ができる宿泊施設「Bed and Craft」**としてオープンした。その後、ジソウラボや井波日本遺産推進協議会の協力を得ながら**地域内での横展開を推進した結果、これまで6軒オープンしている。**
- 井波彫刻という地域ならではのコンテンツを取り入れることにより、宿泊施設の**高付加価値化と宿泊客の満足度向上**につながるだけでなく、井波彫刻の**認知度向上**にも寄与している。

Bed and Craftの立地と「弟子入り」体験イメージ▼



問い合わせ先

- 井波日本遺産推進協議会事務局（南砺市ブランド戦略部 文化・世界遺産課）
電話：0763-23-2014 メール：bunkaka@city.nanto.lg.jp

取組の背景・進捗

<背景>

- 日本遺産の認定をきっかけに、地域の若者有志を中心に異業種交流グループ「ジソウラボ」を立ち上げ、日本遺産の活用を含めた人づくり・まちづくりに関連する事業を展開している。

<進捗>

- ジソウラボのメンバーが「Bed and Craft」の第一号をオープンした。
- 「Bed and Craft」はマイギャラリー制度を採用しており、井波彫刻等の伝統工芸作家と協働し、ギャラリーに泊まるような空間を創出している。また、「弟子入り」体験プログラムを通じて井波ならではの付加価値を提供するとともに、井波彫刻の認知度向上につながっている。
- 同取組が評価されたため、「Bed and Craft」の運営会社が2023年に「ジャパンツーリズムアワード」の観光庁長官賞を受賞した。

取組における工夫点

<Point①モノとコトを融合したコンセプト構築>

- 日本遺産の構成文化財を活用し、モノ（ギャラリーに泊まるような空間）とコト（「弟子入り」体験）を融合した形で、井波彫刻をはじめとする伝統工芸の魅力を宿泊客に伝えている。他地域と異なる特色を有する滞在体験の提供はインバウンド観光客のニーズと合致しているため、観光客の滞在時間の延長と客単価の向上につながっている。

<Point②若者の主体性を尊重した側面支援>

- 日本遺産事業の推進にあたって地域の若者が持つ専門性や斬新なアイデア等を活用することが重要との考えから、協議会は若者の主体性を尊重しつつ、事業化に向けた取組が円滑に進むように地域内の合意形成やキーマンの紹介等の側面支援を提供している。

#082・令和元年度認定

薩摩の武士が生きた町 ～武家屋敷群「麓」を歩く～

申請者：鹿児島県（鹿児島市、出水市、垂水市、薩摩川内市、いちき串木野市、南さつま市、志布志市、南九州市、姶良市）

ストーリー概要

勇猛果敢な薩摩の武士を育んだ地、鹿児島。そこには、本城の鹿児島城跡や、県内各地の山城跡の周辺に配置された麓と呼ばれる外城の武家屋敷群が数多く残っている。麓は、防御に適した場所に作られ、門と玄関の間に生垣を配置する等、まるで城の中のように敵に備えた構造を持っていた。そこでは武士達が、心身を鍛え、農耕に従事し、平和な世にありながら武芸の鍛錬に励んだ。鹿児島城跡や麓を歩けば、薩摩の武士達の往時の生き様が見えてくる。

将来像（ビジョン）

鹿児島県は、まち・ひと・しごと創生総合戦略やかごしま未来創造ビジョン、鹿児島県観光振興基本方針に基づき、地域資源や地域の取組を活用して、地域住民が主体となった「ふるさと鹿児島」の実現に取り組んでいる。また、魅力的な観光地づくりや戦略的な観光客誘致にも力を入れており、国内外からの観光客が訪れる地域を目指している。この将来像と連動させて、以下のような日本遺産を通じた地域活性化の将来像の実現に向けて取り組む。

日本遺産を活用した地域活性化にも取り組んでおり、鹿児島空港や将来の高速道路網の利用、大型クルーズ船の寄港などを活用して、多くの観光客が訪れる地域を作り出していく。地域の景観や自然、温泉、歴史・文化資源などを活かし、魅力的な観光地を作り出すと共に、これらを有機的にネットワーク化した新たな観光プログラムを構築し、多くの観光客が満足する地域を目指していく。また、日本遺産ブランドを活用した商品の開発や販売を行い、地域の経済活性化や若者の定住を促進していく。

さらに、日本遺産認定を契機に地域住民が郷土の歴史文化財の重要性を再認識し、文化財を保護して後世に伝える意識が高まっており、郷土に誇りを持ち、愛する気持ちにあふれた地域となっていく。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■ 武士踊／市無形（民俗）

一説によると、鎌倉時代小川氏が甕島に下向した折にもたらされたものであり、その後、島津氏が甕島を統治し、凱旋を機会に奨励されたといわれている。



■ 鹿児島城本丸跡／県史跡

初代藩主島津家久によってつくられた島津家の居城。本城ともよばれ、城下町形成及び外城制度の中心となる。



■ 蒲生御飯屋門／県有形（建造物）

姶良市蒲生総合支所にある蒲生麓の地頭飯屋の正門で、政治行政の中心。文政9年（1826）建立の控柱付腕木門。



(5) 観光事業化：事例4

事例サマリー

ストーリーを体現する商品の開発

観光事業化における取組内容

<概要>

- 日本遺産認定地域としての**認知度向上**という課題を踏まえ、日本遺産構成文化財である芋焼酎のブランド力に着目し、**地元芋焼酎メーカーおよび外部専門家の協力のもとで商品開発を実施**した。
- デザイン性に留意しつつ日本遺産イメージを簡潔明瞭に伝えられる商品ラベルを採用することで、消費者間での認知度向上につながる。

専門家支援によって製作した商品ラベル▼



問い合わせ先

- 日本遺産「薩摩の武士が生きた町」魅力発信推進協議会 事務局（鹿児島県教育庁 文化財課）
電話：099-286-5357 メール：siteibun@pref.kagoshima.lg.jp

取組の背景・進捗

<背景>

- 武家屋敷群「麓」が現存していない地域がある他、日本遺産関連商品も限られている中、地域内外の方に日本遺産認定地域であることを認知してもらうためのタッチポイントが不足している。

<進捗>

- 地域関係者を巻き込みながら、商品開発の方向性に関する議論を重ねた結果、商品カテゴリーの選定とコンセプトの具体化を行った。
- 外部専門家の支援により、日本遺産ストーリーを体現した商品ラベルを製作し、芋焼酎と日本遺産とのコラボ商品として発売している。
- 販路開拓を積極的に展開し、日本遺産認定地域としての知名度向上だけでなく、地域産業の活性化にも寄与することを目指している。

取組における工夫点

<Point① 出口戦略を意識した商品開発の推進>

- 商品開発を通じて解決すべき課題を地域関係者間で共有したうえで、販促戦略や日本遺産関連取組との相乗効果創出などの出口戦略を意識した取組を行った。
- その一環として、芋焼酎商品と日本遺産体験ツアーとをタイアップしたふるさと納税返礼品を設定している。

<Point② 地元芋焼酎メーカーと外部専門家と連携した商品開発>

- 酒造組合等の地域関係者との合意形成を経て、商品開発を実現するために何ができるかといったポジティブ思考のもとで地元芋焼酎メーカー等の意見を積極的に取り入れながら取組の方向性を明らかにした。
- また、商品デザインの外部専門家を活用することにより、日本遺産ストーリーのエッセンスを具現化ラベルデザインを製作した。

(6) 普及啓発

取組推進の ポイント

- 地域内において日本遺産の認知・関心を高め、誇りに思えるようにするため、学校教育と連携した普及啓発や、地域住民への普及啓発等を行う。
- 啓発の際は担い手の育成やストーリーの継承に興味を持たせられるように工夫する。

キーテーマ

構成市町村

ストーリー

1

日本遺産認知度向上のための
イベント開催の集約化

◎ 泉佐野市

旅引付と二枚の絵図が伝えるまち
—中世日根荘の風景—

#075・令和元年度認定

旅引付と二枚の絵図が伝えるまち —中世日根荘の風景—

申請者：泉佐野市

ストーリー概要

今から800年前、泉佐野市は上級貴族、九条家の領地「日根荘」でした。ここには二枚の荘園絵図と九条政基が書いた「旅引付」という日記が残されている。絵図には緑豊かな風景に、田畑に恵の水を注ぐため池や水路、社寺などが描かれ、日記には500年前の村の生活や人々の様子がいきいきと記されている。荘園の地を創り、中世から受け継がれてきた現在のこの風景は、絵図や日記に描かれた魅力ある農村景観へと誘う。

将来像（ビジョン）

泉佐野市内には、日根荘の時代（1234年～1500年代）に起源をもつ国宝・重要文化財をはじめとした文化遺産が数多く残されている。その他、ため池や水路など中世からの水利施設が今も現役で活躍し、九条家荘園として発展してきた歴史性が強い田畑や集落なども日本の原風景ともいえる農村景観としてみる事ができる。また、地域に伝わる縁ある伝統行事や祭礼などの無形文化財も、人びとのくらしの中で大切に守られ、受け継がれている。現在、日根荘に対する市民の関心度も高く、総合計画をもって施策を実施することを予定している。これを軸に日根荘遺跡を構成する様々な文化財そのものに焦点をあてた施策を実行することで、さらなる遺跡の保存活用面を発展させていくことを考えている。日根荘は泉佐野市の貴重な文化遺産であると同時に、日本の農村文化の原点とも言え、世界に誇れる地域ブランドである。しかし、こうした歴史的に重要な裏付けのある農村景観が、国内外のみならず、いまだ大阪府内でも認識が十分とはいえない。

この日本遺産のストーリーを通じて、日根荘の歴史的・文化的な魅力を国内外に発信し、地域資源としてとらえ、地域が担ってきた伝統行事や文化資源の保護といたまちづくり活動を広く展開していく。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

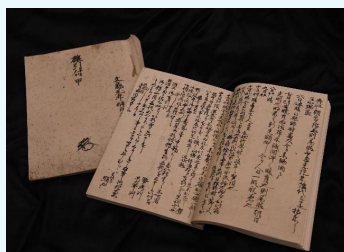
■日根荘大木の農村景観／重要文化的景観

地域の気候風土に合わせて中世から受け継がれてきた土地利用の在り方が魅了された景観を保持している。



■政基公旅引付／未指定（古文書）

戦国時代、日根荘の領主であった九条政基が長福寺に4年間滞在していた時に記した日記。村の生活や人びとの様子がいきいきと記されている。



■慈眼院 多宝塔 金堂／国宝（建造物）重要文化財（建造物）

鎌倉時代建立。日根神社の神宮寺としての古い姿を残す。



(6) 普及啓発：事例 1

日本遺産認知度向上のための イベント開催の集約化

普及啓発における取組内容

<概要>

- 個々で開催・宣伝を行ってきた様々な日本遺産関連イベントを、一覧として見れるようなイベントチラシとして夏と秋の2回発行し取りまとめることで、**イベント同士の相互集客効果を狙うとともに地域における認知度向上を目指す。**

構成文化財である「国史跡日根荘遺跡」・「日根荘大木の農村景観」で行われているイベント例

秋イベント「日根荘大木の里コスモス園」



取組の背景・進捗

<背景>

- 地形や農村の在り方が中世以来ではあるものの、そうした中世の荘園をイメージできる要素が少ないため、日本遺産の認知・関心をどう高め、ストーリーを体験してもらうのか、検討を進めていた。
- 一方、泉佐野市は関西国際空港の玄関都市であるとともに、マーケットである大阪など大都市だけでなく和歌山・奈良からのアクセスもよく、また、構成文化財におけるイベントには多くの人が来場しており、利便性や既存イベントを活用した取り組みが期待されていた。

<進捗>

- R5 年度から認知度向上に向けたイベント・PR の企画・検討を進めており、R6 年度は夏と秋のイベント情報を集約化し、日本遺産関連イベントとして、一体感のある PR・情報発信を行う。

問い合わせ先

- 日本遺産日根荘推進協議会 事務局（泉佐野市 教育委員会 文化財保護課）
電話：072-447-6766 メール：bunkazai@city.izumisano.lg.jp

事例サマリー

- 地域型であり、これまで個別に開催・宣伝してきた様々な日本遺産関連イベントについて、夏と秋の2回、協議会で開催情報をとりまとめ、PR・情報発信を行う。
- 構成文化財で開催されている集客力・情報発信力の高い既存イベントを活用し、日本遺産の認知度向上を図っていく。

取組における工夫点

<Point① 個々のイベント情報を一定期間に集約し情報を発信>

- 市内で個別に開催・宣伝してきた様々な日本遺産関連イベントを、夏と秋の2回、協議会としてとりまとめて広報することで、一体感のある PR・情報発信を行う。
- 日本遺産に関わる活動団体等にも声をかけ、期間内でプログラムを新たに企画してもらい、関係者の巻き込み、イベントの盛り上げにつなげていく。

<Point② 既存イベントを活用した日本遺産の認知度向上>

- 構成文化財である「日根荘大木の農村景観」は国の重要な文化的景観でもある。休耕田を活用した「日根荘大木の里コスモス園」には約 6,000 人（R5 年）、休耕田で育てているホタルの鑑賞イベント「大木HOTAL ランプの村 Fes」には約 1,000 人（R5 年）と、多くの人が訪れている。また、コスモスの景色等が SNS で拡散されるなど、情報発信効果も高いイベントである。
- SNS マーケティングとして日本遺産の紹介や関連するイベントについて広報を行う「泉佐野市日本遺産公式 Instagram」の運営を進めることで、日本遺産の認知度向上を目指していく。

<Point③ 日本遺産イベント「荘園まつり（仮）」の企画>

- 夏と秋に広報を集約化したイベントを日本遺産イベント「荘園まつり（仮）」として設定し、来年度以降の開催に向けて、イベントの企画・検討を進めている。また、ツアー会社にも周知し、誘客を図る。
- 「荘園まつり（仮）」では、複数の会場を分散配置し周遊を促す、NPO や地域の団体が参加し複数のイベントや体験プログラムが展開することで、エリア全体で日本遺産イベントを盛り上げていくことを目指していく。

(7) 情報編集・発信

取組推進の ポイント

- 日本遺産に認定されているストーリーに関連する基本的な情報について HP、SNS等において情報発信を行う。
- Web上の情報収集から予約までの導線を整える。

キーテーマ

構成市町村

ストーリー

1

AIチャットボット・メタバースを活用した
日本遺産の案内システムの構築

◎南砺市

大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波

#059・平成30年度認定

宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波

申請者：南砺市

ストーリー概要

瑞泉寺の再建に端を発し、宮大工の鑿一丁から生まれた華麗にして豪壮な井波彫刻と、その木彫刻職人たちが造りあげたまち井波。彫刻工房と町家が軒を連ねる石畳の通りには、木槌の音が響き、木々の薫りが漂う。通りには至るところに七福神や十二支などの木彫刻が飾られ、まちはさながらに木彫刻の美術館である。春には井波彫刻で飾られた曳山や屋台、獅子舞がまちを練り歩き、地域の安泰や五穀豊穡を祈る。地域の暮らしに根づく井波彫刻は、その高い技術力や芸術性を広く全国から認められ、今や日本の木彫刻文化の護り手となっている。

将来像（ビジョン）

井波のまちは、瑞泉寺の創建（1390年）とともに門前町として形づくられてきた。江戸時代中期に瑞泉寺が大火で焼失をし、その再建の際に京都より木彫刻師・前川三四郎が派遣され、井波の宮大工たちを弟子とし木彫刻の技を教えたことから井波彫刻が生まれた。その技は井波の地で脈々と磨き受け継がれ、井波彫刻は木彫芸術と言われるまでになり、この地の一大産業となった。今現在、井波のまち全体が木彫刻で飾られている姿は、まるで野外美術館であるかのような魅力に溢れているが、井波の全国的な認知度・知名度は決して高くなく、井波彫刻も一部の美術家や建築関係者、木彫刻愛好者などに知られているだけである。ましては井波のまちの歴史的・景観的な価値について知る人は少く、したがって、井波を訪れる国内外の観光客も多くはない。

井波地域の振興と活性化を図るには、井波の歴史と伝統・文化を基に、井波彫刻の卓越した技と井波のまちなみの美しさ等、井波の魅力を国内外の観光客に知って頂き、「観光のまち・井波」として再生を図らなければならない。井波には「瑞泉寺」をはじめ「井波彫刻」と「歴史的なまちなみ」の他、有形・無形の魅力ある地域資源があり、それを活かしたまちづくりを推進し、そして、その原動力となる各分野でのプレーヤーを育て伸ばしていく。

構成文化財概要（来訪や消費のコアとなる中心的一部抜粋）

■井波彫刻／未指定（伝統的工芸品）

宝暦12年（1762）の大火後の瑞泉寺再建の折、京都本願寺から派遣された御用彫刻師の技を地元宮大工が習ったのが井波彫刻の始まりである。



■井波八幡宮の春季例大祭／未指定

井波八幡宮の春季例大祭において、八日町通りなど町内を巡行する大神輿や提灯屋台に井波彫刻の装飾を見ることができる。



■井波別院瑞泉寺／市指定文化財（建造物・史跡）

明徳元年（1390）に創建。本堂や太子堂、勅使門等において、欄間や臺股、手挟等、井波彫刻の粋を凝らした優れた装飾を数多く見ることができる。



(7) 情報編集・発信：事例1

AIチャットボット・メタバースを活用した 日本遺産の案内システムの構築

事例サマリー

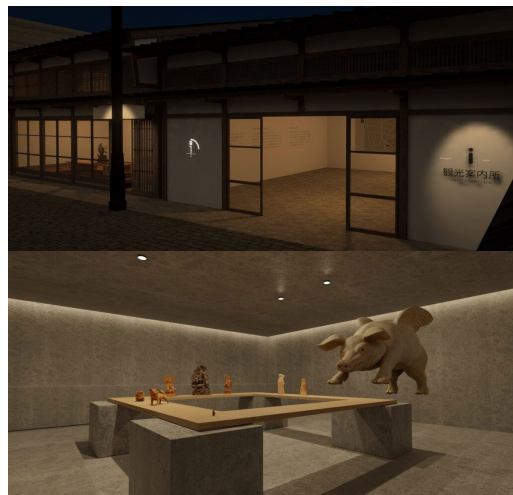
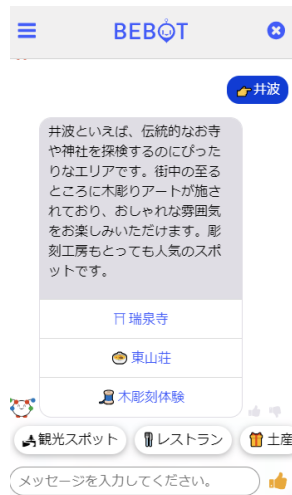
- AIチャットボットを導入し、観光客のニーズを踏まえた情報発信を行うことにより、日本遺産を含む地域の魅力を効果的に伝えとともに、観光客の満足度の向上と市内での周遊促進を図る。
- メタバースの活用により、井波地域の伝統的な町並みや木彫刻作品等の魅力を国内外に発信し、日本遺産認定地域への誘客につながることを目指している。

情報編集・発信における取組内容

<概要>

- **【AIチャットボット】**AIチャットボットを導入し、井波別院瑞泉寺や井波彫刻などの**日本遺産構成文化財を含む地域の魅力を発信**する。またチャット履歴の解析を通じて、エビデンスベースの観光施策の検討に寄与している。
- **【メタバース】**井波地域を**メタバース空間で再現**し、「井波」と「木彫」をキーワードに**日本遺産認定地域の魅力を国内外に発信**

AIチャットボットとのチャット画面（左）／
メタバース空間「バーチャル井波」（右）▼



問い合わせ先

- 井波日本遺産推進協議会事務局（南砺市ブランド戦略部 文化・世界遺産課）
電話：0763-23-2014 メール：bunkaka@city.nanto.lg.jp

取組の背景・進捗

<背景>

- 南砺市の世界遺産周辺を訪れる観光客が増加傾向にある中、観光客の満足度向上と市内他地域への周遊促進を図る必要がある。

<進捗>

【AIチャットボット】

- 南砺市が観光協会の協力を得て2021年にAIチャットボット（英語・日本語対応）を導入し、チャット履歴の解析を通じて、エビデンスベースの施策検討や多様なニーズに対応したサービス提供を目指す。

【メタバース】

- 地元の若手写真家がメタバース空間「バーチャル井波」で井波の町並みと木彫刻を再現したうえで、彫刻图案のNFT化やメタバースを活用した観光客誘致などの地域振興策も検討している。

取組における工夫点

<Point①効果検証を視野に入れた情報発信ツールの導入>

- 利用件数の分析やアンケート機能の活用などによりAIチャットボットの導入効果を検証することができる。
- また、チャット履歴の分析により観光客のニーズや行動パターンなどを可視化することで、日本遺産事業を含む市の観光施策の効果検証や新規の施策検討につながる。

<Point②柔軟な運営管理体制の構築>

- 行政が情報発信ツールの運営管理をすべて担うのではなく、民間事業者に運営管理を委託する場合（AIチャットボット）や地元の住民有志による自主運営に委ねる場合（メタバース）など、柔軟な運営管理体制を構築している。