文化庁
Agency for Cultural Affairs, Government of Japan

日本遺産 周遊促進のためのハンドブック

日本遺産
JAPAN HERITAGE

JAPAN HERITAGE

1

はじめに

このハンドブックでは、認定地域の新たに日本遺産担当者になられた方（自治体職員等）や、日本遺産のストーリーを活かした観光コンテンツ・旅行商品の造成、来訪者が日本遺産のストーリーを現地で体感できる環境づくりの促進に取り組む方（観光関連事業者･観光団体職員の方等）に向けて、日々の取組をより効果的に実施していただくために役立つ情報を記載しています。

具体的には、観光マーケティングの基礎知識、地域でよくみられるお悩みに応じた旅行商品造成のポイントに加え、平成 27 年度に日本遺産に認定され重点支援地域となった地域で実施したモニターツアーの内容を紹介することで、日本遺産のストーリーを来訪者が現地で体感できる観光コンテンツ・旅行商品造成の参考となる情報を取りまとめています。

皆様の地域が日本遺産を活用して観光誘客や地域の活性化を実現するための一助として、ぜひ本書をご活用ください。

本書がご提供する内容

新しく文化財担当になり、日本遺産の促進に取り組むことになったが、どうやって取組を進めていくべきかを知りたい	観光やマーケティングに関する知見が乏しく、どのように日本遺産のストーリーの体感を促進するような取組を進めていくべきか知りたい	日本遺産のストーリーを体感できるコンテンツ・旅行商品の具体的な取組例を知りたい
↓	↓	↓
日本遺産や観光マーケティングなどの基礎知識を紹介	日本遺産の周遊促進に役立つ TIPS を紹介	4 つの地域での取組例を紹介

このハンドブックは、文化庁 令和３年度「日本遺産周遊促進モデル構築事業」の一環として作成されたものです。この事業は、複数の文化財等で構成される日本遺産ストーリーを来訪者に体感してもらうためのモデル事業を重点支援地域において行い、また、その内容・成果を横展開することで、日本遺産を活用した各地域での更なる取組の深化を図ることを目的として実施されました。

このハンドブックは、受託事業者（株式会社近畿日本ツーリストコーポレートビジネス）が旅行会社としての目線から、調査・分析・とりまとめを行ったものになります。

日本遺産 周遊促進のための ハンドブック

JAPAN HERITAGE

CONTENTS

p2 1 はじめに

p4 2 日本遺産の周遊促進に関する基礎知識

p10 3 日本遺産周遊促進に向けたお悩み診断フローチャート

p12 4 日本遺産周遊促進に向けて知っておくべき TIPS

p23 5 事例

p44 6 まとめ　テーマ旅行の専門家 クラブツーリズム 黒田氏に聞く

2

日本遺産の周遊促進に関する基礎知識

日本遺産の周遊促進を図る上で必要になる基礎知識についてまとめました。
周遊促進の前提となる「日本遺産」という制度の趣旨及び概要と、周遊促進の実現に向けて、地域の魅力を旅行者に伝え日本遺産のストーリーを来訪者に体感していただくコンテンツ・旅行商品造成を行うために押さえておくべき「観光マーケティング」に関する基礎知識を整理しています。

日本遺産とは

観光マーケティングとは

日本遺産とは

日本遺産の周遊促進に関する基礎知識

主旨と目的

我が国の文化財や伝統文化を通じた地域の活性化を図るためには、その歴史的経緯や、地域の風土に根ざした世代を超えて受け継がれている伝承、風習などを踏まえたストーリーの下に有形・無形の文化財をパッケージ化し、これらの活用を図る中で、情報発信や人材育成・伝承、環境整備などの取組を効果的に進めていくことが必要です。

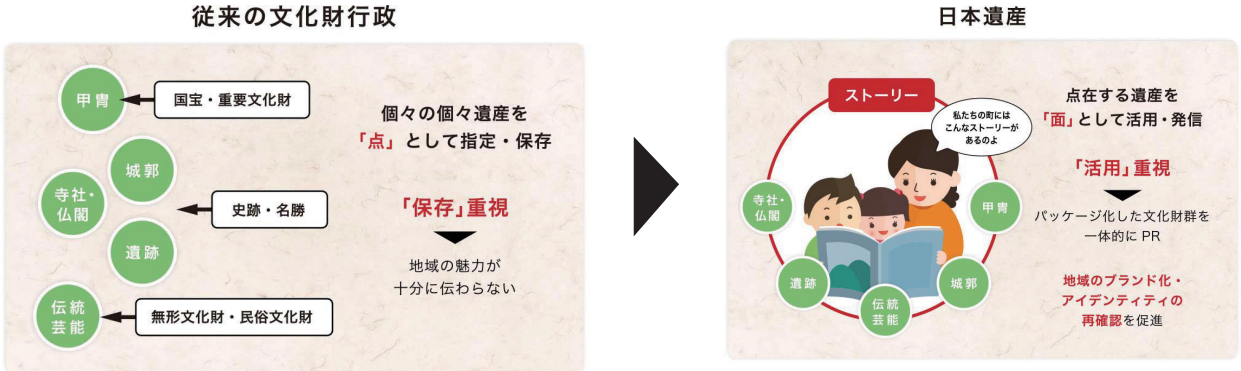
文化庁では、地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化･伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage)」として認定し、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の様々な文化財群を総合的に活用する取組を支援します。

世界遺産登録や文化財指定は、いずれも登録・指定される文化財（文化遺産）の価値付けを行い、保護を担保することを目的とするものです。一方で日本遺産は、既存の文化財の価値付けや保全のための新たな規制を図ることを目的としたものではなく、地域に点在する遺産を「面」として活用し、発信することで、地域活性化を図ることを目的としている点に違いがあります。

日本遺産事業の方向性

日本遺産事業の方向性は次の３つに集約されます。

① **地域に点在する文化財の把握とストーリーによるパッケージ化**
② **地域全体としての一体的な整備・活用**
③ **国内外への積極的かつ戦略的・効果的な発信**



認定による効果

「日本遺産」に認定されると、認定された当該地域の認知度が高まるとともに、今後、日本遺産を通じた様々な取組を行うことにより、地域住民のアイデンティティの再確認や地域のブランド化等にも貢献し、ひいては地方創生に大いに資するものとなると考えています。

参考・画像出典：文化庁、日本遺産ポータルサイト「日本遺産とは」（https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/about/index.html）

観光マーケティングとは

日本遺産の周遊促進に関する基礎知識

地域の魅力を旅行者に伝え、日本遺産のストーリーを来訪者に体感していただくコンテンツ・旅行商品造成を進めていくためには、観光マーケティングの考え方に基づいて明確なコンセプトに基づいた戦略策定が重要です。この観光マーケティングの考え方を身に付ける上で知っておくべき基礎知識をまとめました。

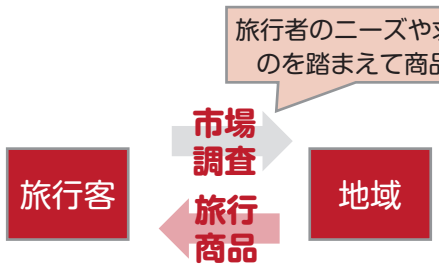
0 心構え

● マーケットイン／プロダクトアウト

商品開発における２つの大きな考え方です。**日本遺産をテーマとした旅行商品造成の場合は、「マーケットイン」の考えに基づいて、戦略策定や具体的な施策検討を進めていくことが望ましい**でしょう。

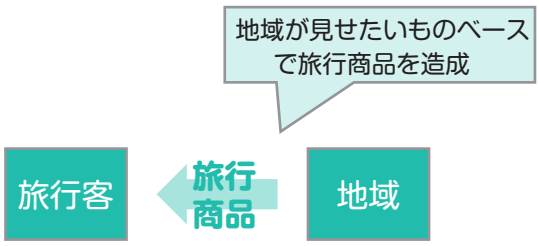
マーケットイン

- ✓ 商品開発を行う上で、ニーズを優先し、顧客の声や視点を重視する考え
- ✓ 旅行商品の場合、旅行者の声やニーズを優先して商品を作っていく



プロダクトアウト

- ✓ 商品開発を行う上で、作り手側の意向を優先する考え
- ✓ 旅行商品の場合、「地域や旅行会社が見せたいもの」を優先して商品を作っていく



参考：JMR 生活総合研究所「マーケティング用語集　プロダクトアウト、マーケットイン」
(https://www.jmrlsi.co.jp/knowledge/yougo/my02/my0227.html)

1 環境分析

● 外部環境分析

まず、戦略策定にあたっては地域の外部を取り巻く環境を整理し、地域が今おかれている状況を適切に評価します。代表的な整理方法として、「PEST 分析」や「5Forces 分析」といった、フレームワークと呼ばれる効率的な考え方の一般化された枠組みを活用するものがあります。

PEST 分析

PEST は、マクロ環境を効率的かつ網羅的に分析する際に使用するフレームワークです。

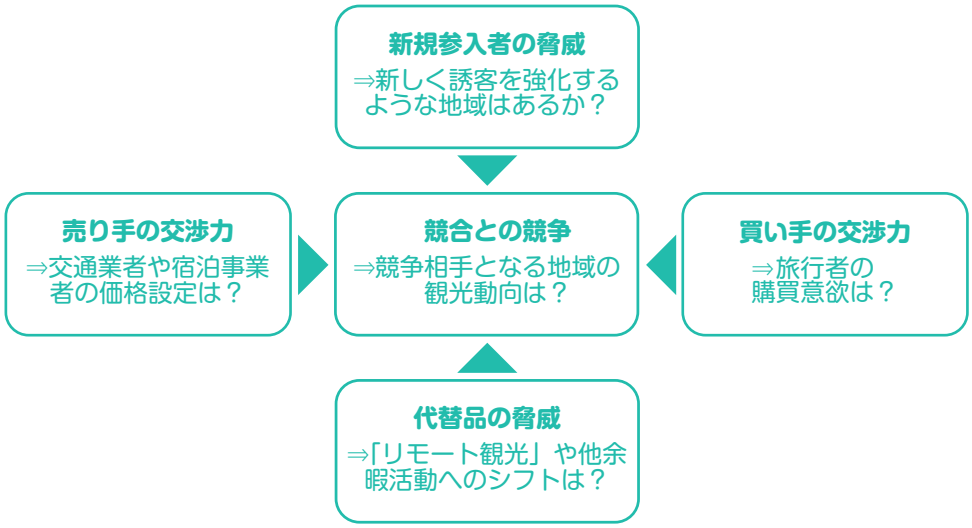
Politics 政治的要因	法規制など、**市場ルールを変化**させるもの ☑ 法律・税制、裁判の判決 ☑ 政治動向（外交や政権交代） など
Economy 経済的要因	景気や経済成長など、**価値連鎖に影響を与える**もの ☑ 景気（物価・消費動向） ☑ 経済成長率　など
Society 社会的要因	人口動態変化など、**需要構造に影響を与える**もの ☑ 人口動態（人口構成比、出生率／死亡率…） ☑ 文化（世論、流行、宗教、教育、言語…）
Technology 技術的要因	IT 技術など、**競争ステージに影響を与える**もの ☑ インフラ整備 ☑ 技術革新　など

観光マーケティングとは

日本遺産の周遊促進に関する基礎知識

5Forces 分析

5Forces は、特定業界の競争環境を分析し、業界構造を俯瞰的に把握する際に用いるフレームワークです。右に、実際に地域の観光という観点で検討する際の考え方の例を示しています。



● 内部環境分析

内部環境分析では、顧客、商品・サービス、人材・組織、財務等の切り口から地域の観光資源のポテンシャルを客観的に分析します。

内部環境分析の観点例

内部環境分析としては、他にも４大経営資源（ヒト・モノ・カネ＋情報）や、SPRO（戦略、プロセス、リソース、組織）といった整理軸がありますが、今回は農林水産省による、観光という観点で地域を分析する際に活用しやすい整理軸の例を示します。

参考：農林水産省「観光戦略づくりの手引き」（2021 年）

顧客	地域が既に獲得している顧客の状況 ☑ 認知度 ☑ リピーター率、顧客の属性　など
商品・サービス	観光資源として見た際の地域のコンテンツやハード面の整備状況 ☑ 観光資源の魅力・ブランド力 ☑ 顎（食事）・足（移動）・枕（宿泊）の整備状況
人材・組織	地域全体として、観光誘客や観光客の対応を行う体制 ☑ 受入体制（ガイド、地域住民の理解、観光関連の組織） ☑ 情報発信力　など
財務	施策を遂行する上で必要となる財務資本の状況 ☑ 資金調達力 ☑ キャッシュフロー　など

● 内部・外部環境分析

地域のおかれた状況は、内部・外部の環境の情報を合わせて整理することで見えやすくなります。SWOT 分析を活用することで、地域の観光戦略を成功に導くための道筋を検討しやすくなります。

SWOT 分析

SWOT は、KSF（Key Success Factor）や事業機会・事業課題を導き出すために、地域の外部環境や内部環境を整理するためのフレークワークです。なお、後述するターゲットによって、プラス要素とマイナス要素が入れ替わることもあります。したがって、必ずしもこの順番通りに進めるのではなく、必要に応じて戻ることも必要です。

	プラス要素	マイナス要素
内部環境	**Strength　強み** 自地域の強みは？	**Weakness　弱み** 自地域の弱みは？
外部環境	**Opportunity　機会** 自地域の観光にとって有利なことは？	**Threat　脅威** 自地域の観光にとって不利なことは？

観光マーケティングとは

日本遺産の周遊促進に関する基礎知識

クロス SWOT 分析

クロス SWOT は、SWOT 分析をベースとして、強みと弱み、機会と脅威をクロスさせることで、戦略オプションを検討しやすくするフレームワークです。

		外部環境	
		Opportunity 機会	Thread 脅威
内部環境	Strength 強み	**S × O　積極的攻勢** ⇒強みと機会を活用して何ができるか？	**S × T　差別化戦略** ⇒強みを活かして、脅威を乗り越える方法は？
	Weakness 弱み	**W × O　弱点強化** ⇒機会を逃さないために弱みをどうやって克服するか？	**W × T　防衛／撤退** ⇒弱みと脅威が重なった時に、どうやって危機を乗り越えるか？

2 戦略策定　STP ＋ 4P

内部環境・外部環境の分析結果を基に、地域の戦略を策定します。このハンドブックで取り上げているような「日本遺産のストーリーを体感させるような旅行商品を造成する」といった施策は、ここで策定された戦略に沿う形で検討されます。そのため、この戦略を十分に検討せずに、日本遺産のストーリーを体感させようとしても、うまく進行しない可能性が高い、ということに注意する必要があります。

具体的な戦略策定の手法として、STP ＋ 4P を紹介します。この手法は、顧客の視点に立ち、顧客のニーズを捉えた製品を提供しようとするマーケットインの考え方における基本的なステップです。

STEP 1	Segmentation	セグメンテーション
STEP 2	Tageting	ターゲティング
STEP 3	Positioning	ポジショニング
STEP 4	4P	マーケティングミックス

● STEP1　セグメンテーション

市場環境分析の結果を踏まえて、市場を同じニーズや性質を持つ塊ごとに細分化します。細分化した中から、自地域にとって効果的な客層を抽出し、その客層に対してアプローチを検討することになります。

整理軸は様々な例がありますが、自地域の強みや弱みに基づいて適切な整理軸を設定することが肝になります。

属性例	内容例
性別	男性、女性
年齢	20 代、30 代…／若年層・中年層・高年層
旅行形態	1 人、カップル・夫婦、家族、友人、団体
国籍	日本、インバウンド

属性例	内容例
所得	超富裕層、富裕層、一般層
趣味	自然、歴史、サブカル、芸術、食、温泉…
ロイヤリティ	未来訪、1 度だけ来訪、何度も来訪

観光マーケティングとは

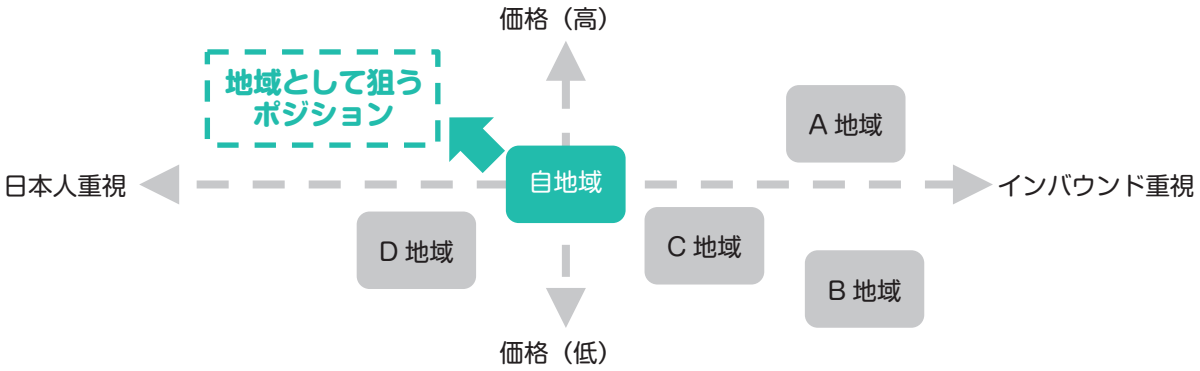
日本遺産の周遊促進に関する基礎知識

● STEP2　ターゲティング

セグメンテーションを行って細分化された塊（＝セグメント）の中から、地域が狙っていくべき客層（＝ターゲット）を選定します。地域としてどの客層を狙いたいか、という考え方にとらわれず、旅行客の定量的なデータ分析や、インタビューなどから得た定性的な情報から、「自分たちの地域に対して、どういった人が、どういった魅力を感じているか」を考えてターゲットを選定していくことが必要です。

● STEP 3　ポジショニング

ターゲットとした客層がどういった要因で旅行先を決定するか（＝購買決定要因）を基にポジショニングマップを作成し、旅行市場内で自地域が独自の位置を獲得できるような立ち位置を取ってターゲット層への訴求を目指します。



● STEP4　4P（マーケティングミックス）

STP 分析を通して、戦略の核となる、「どういったターゲットに、どういうポジションでアプローチするか」が決まったら、具体的な施策を検討します。一般的には、4P というフレームワークが活用されています。各 P を個別に考えるのではなく、連動させて考えることが必要ですし、（特に Product と Price、Place と Promotion）STP 分析とも一貫性があるようにするのがポイントになります。

属性例	検討すべき内容例
Product（製品）	ターゲットに刺さる地域の魅力の特定と、それが伝わるような旅行のコンセプト、行程、顎・足・枕
Price（価格）	ターゲットに訴求するような価格帯設定（安すぎず、高すぎず）
Promotion（プロモーション）	誘客を図るターゲットに情報が届くような情報発信の方法
Place（流通）	誘客を図るターゲットに情報が届くような販路の選定・事業者（エージェント、OTA、大手旅行会社、専門の旅行会社等）との連携

補足

01 補足

こうしたフレームワークを活用する際、最も気を付けるべきなのは、フレームワークを使って情報を整理すること自体が目的になってしまうことです。重要なのは、マーケットインの考え、つまり顧客のニーズに合わせて地域の魅力の伝え方を検討していくことです。

02 補足

実務上は、自治体職員のみでこうした戦略・施策検討を進めることが難しい場合もあります。そうした場合は、P10に示すような関連事業者とも必要に応じて連携しながら、地域としてもノウハウを蓄積すると取組を進めやすいでしょう。

3

日本遺産周遊促進に向けたお悩み診断フローチャート

「日本遺産を活用して誘客促進を図る方法が分からない」「日本遺産をテーマとした旅行商品の作り方が分からない」といった声を地域の方々からお聞きすることがあります。

ただ、一言で「旅行商品の作り方が分からない」といっても、実際に悩んでいるポイントは個人や地域によって異なりますし、悩みポイントによって、相談するべき相手や取るべき行動は変わります。

そこで、今回、どのポイントで悩んでいるかを見分けられるようなフローチャートを作成しました。

日本遺産周遊促進に向けた

お悩み診断フローチャート

1 CHECK 日本遺産のストーリーや構成文化財の知識が不足している

YES → 助けとなるパートナー：前任の担当者、学識者　等

解決に向けて…
地域に詳しい前任者や事業者・団体、住民との連携が肝要になります

NO ↓

2 CHECK 日本遺産を活用した旅行商品の作り方の知識が不足・悩んでいる

YES → 助けとなるパートナー：旅行会社、広告代理店、コンサルティング会社　等

解決へのTips
①、⑥、⑧へ

NO ↓

3 CHECK 他地域の魅力・商品との差別化に悩んでいる

YES → 助けとなるパートナー：旅行会社、コンサルティング会社　等

解決へのTips：
①、②、③、④へ

NO ↓

4 CHECK 造成した商品の効果的な販路開拓・活用に悩んでいる

YES → 助けとなるパートナー：旅行会社、OTA、旅行エージェント　等

解決に向けて…
造成したコンテンツとターゲットに合わせた販路を選択しましょう

NO ↓

5 CHECK 造成した商品の効果的な情報発信・プロモーションに悩んでいる

YES → 助けとなるパートナー：メディア、マーケティング支援会社、コンサルティング会社　等

解決へのTips：
⑤、⑦、⑧へ

NO ↓

6 CHECK 造成した商品販売等の取り組み・施策の効果検証と改善に悩んでいる

YES → 助けとなるパートナー：旅行会社、コンサルティング会社　等

解決へのTips：
P23・他地域の事例へ

NO →

他の地域が抱える課題や解決にむけた取組の成果を自地域の取組に活かし、周遊促進の実践を継続して続けていきましょう！
他地域の事例はp.23へ

4

日本遺産周遊促進に向けて知っておくべきTIPS

日本遺産のストーリーを活用し、地域の周遊促進を図る上では様々な課題が生じます。この章では、その中でも特に大きな課題に対して、地域としてどのような点に気を付けるべきなのか、また、どのような取組を推進していけばよいか、日本遺産をテーマとした旅行商品造成に深く携わっている有識者の声などから、役に立つ情報を整理しています。

1 日本遺産のストーリーを体感してもらうための取組

2 日本遺産周遊促進に資するテーマの設定

3 「シリーズ化」によるシリアル型の構成地域内での理解促進・相互送客

4 「テーマ」で結びつく他の地域との連携強化・誘客促進

5 地域の強みを明確にし分かりやすくステークホルダーに伝える情報発信

6 地域の住民や事業者との連携構築

7 「地域のファンクラブ」を通じた効果的な情報発信・誘客促進

8 総合ガイドやナビゲーターの導入・育成

一覧

日本遺産のストーリーを活用し、地域の周遊促進を図る上では様々な課題が生じます。
今回は、その中でも特に大きな課題に対して、地域としてどのような点に気を付けるべきなのか、また、どのような取組を推進していけばよいか、いくつかのポイントをまとめました。

今回取り上げる課題

- 日本遺産を活用した旅行商品の作り方の知識が不足・悩んでいる
- 他地域の魅力・商品との差別化に悩んでいる
- 造成した商品の効果的な情報発信・プロモーションに悩んでいる

日本遺産周遊促進に向けて知っておくべきTIPS

1. 日本遺産のストーリーを体感してもらうための取組
2. 日本遺産周遊促進に資するテーマの設定
3. 「シリーズ化」によるシリアル型の構成地域内での理解促進・相互送客
4. 「テーマ」で結びつく他の地域との連携強化・誘客促進
5. 地域の強みを明確にし分かりやすくステークホルダーに伝える情報発信
6. 地域の住民や事業者との連携構築
7. 「地域のファンクラブ」を通じた効果的な情報発信・誘客促進
8. 総合ガイドやナビゲーターの導入・育成

1 日本遺産のストーリーを体感してもらうための取組

地域の悩み

- ●地域に観光資源や構成文化財はあり、個々に整備を進めているが、どのように旅行者にとって魅力的な旅行商品を作るか分からない
- ●旅行関連事業者との連携にあたって、どうやって旅行商品を作っていくかを把握しておきたい
- ●将来的に地域の観光協会・DMO として旅行業免許取得を検討している

取組の方向性	**ナビゲーターによる全体感のある解説と、 地域の歴史・文化が感じられるコンテンツによる「学び」の旅として 地域の歴史・文化を体感できる旅行商品を造成する**

旅行者が日本遺産のストーリーを体感し、地域の歴史・文化の魅力を感じることができるようなコンテンツを造成するためには、**個々の観光施設や構成文化財における整備を進めるだけではなく、日本遺産のストーリーの体感に資する形で設計された旅行商品を造成する必要**があります。なお、地域によっては、日本遺産の構成文化財になっていない観光スポットでも、その地域の歴史・文化を理解するためには必須、ということもあり、**日本遺産のストーリーを理解してもらうことが目的だからといって、日本遺産の構成文化財のみを回ればよいというわけではないことには留意が必要**です。

具体的に地域の歴史・文化を理解してもらうための方策の一つに、日本遺産のストーリーに関連する切り口をテーマとして、**「学び」の旅をデザインすることが考えられます。**「学び」の旅とは、以下のような要素を持つものです。

- **総合ガイドがスルーガイドとしてツアーに同行し、地域の歴史・文化を面的に解説。**旅の始まりには概観を語り、訪問地と地域の歴史・文化とのつながり、訪問地同士の関係性を道中で解説し、最後は振り返りをすることで、ただ周遊するだけでは見えてこない地域の歴史・文化を理解できるようにする。
- **地域のことを深く知る人物（地域の名家、学芸員、ボランティアガイド、寺のご住職など）との交流や、体験型コンテンツ、地域の文化が色濃く反映された食事**などを通じて、少しずつ地域の歴史・文化を自分の体験として学んでいく。

こうした「学び」の旅は、日本遺産のような、目で見えないストーリーを扱っているものと相性がよい一方で、**ターゲットは地域の歴史や文化を深く学ぶ、知的好奇心が満たされるような旅が好きな層に絞られやすい**といった特徴があります。

なお、「学び」の旅を含むテーマ旅行の企画はある程度の専門性が求められるため、一般的には、こうしたテーマ旅行の商品の企画・造成やその運営に長けた旅行代理店等と連携して進めていくことになるでしょう。

クラブツーリズム 成瀬氏

日本遺産の本来の目的は、文化財の有効活用と地域の伝統・文化を基に、地域の郷土意識を再興しようというものです。そのため、日本遺産のストーリー理解促進自体が目的になってしまうと意味のない取組になってしまう恐れもあります。ターゲットを広く取る意味で、1stステップは、旅行者が楽しめる旅を企画するということを目的に、日本遺産のストーリーを活用していくことを考えていくとよいでしょう。

世界遺産は見て理解でき、感動する物が対象ですが、日本遺産はストーリーが対象で、必ずしも目に見えるわけではありません。そうした場合は、スルーガイドを導入した学びの旅が基本路線になるでしょう。

POINT

POINT 01

日本遺産のストーリーを旅行者に理解してもらうような旅行商品造成のためには、個々の資源やコンテンツを整備するだけでなく、日本遺産のストーリーで各コンテンツが繋がるように旅行全体を設計しましょう。

POINT 02

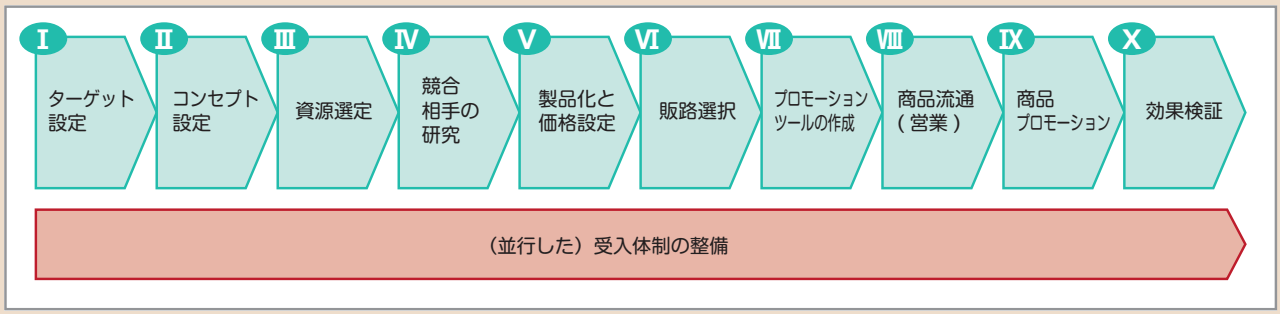
旅行商品の造成をする際には、地域の歴史・文化を把握している協議会や、地域の観光資源と旅行に関する知見に長けた旅行代理店等のプロフェッショナルと連携した検討・実施が効果的です。

参考となる事例　Case 1 高岡市／ Case 2 福井県（小浜市、若狭町）／ Case 3 明日香村／ Case 4 国境の島（五島市・新上五島町・対馬市・壱岐市）

【参考】旅行商品造成のステップ（一例）

一般的に、旅行商品やコンテンツは以下のようなステップで造成されています。

旅行商品造成のステップ



	＃	項目	内容
受入体制整備		（並行した）受入体制の整備	地域側の観光客を受け入れるマインドづくりや、ガイドの確保・育成、多言語対応、交通環境の整備等、地域に必要な受け入れ体制整備を並行して行う ⇒　文化庁ホームページ「日本遺産関連　補助事業等のご案内」（https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/nihon_isan/2020080501.html）に掲載されている各省庁の補助事業の活用もご検討ください
旅行商品・コンテンツ造成のステップ	Ⅰ	ターゲット設定	定量的データも踏まえ、ターゲットを設定する（ライフステージ、個人・友人・夫婦・家族連れ、国内客・インバウンド、趣味、所得水準）
	Ⅱ	コンセプト設定	日本遺産ストーリーも踏まえて、造成する旅行商品のコンセプトを定める（テーマ、大まかな泊数・人数規模・属性）
	Ⅲ	資源選定	コンセプトを実現するために周遊すべき観光資源を選ぶ。旅行者にとってテーマが伝わりやすく、移動負担も押さえられるルートを策定する
	Ⅳ	競合相手の研究	同一地域や、類似テーマで既に販売されている製品の内容や価格、販売状況等を研究し、差別化する
	Ⅴ	製品化と価格設定	宿泊・飲食・観光関連施設等と調整、仕入れを行い、仕入れ値や競合相手の動向も踏まえて適切な価格を設定し、旅行商品化する
	Ⅵ	販路選択	想定するターゲットに訴求しやすいような販路を選択し、流通させる
	Ⅶ	プロモーションツールの作成	地域のコンセプトやおもな観光資源、モデルコース等、発地側のエージェントや旅行者にとってその地域の情報がよくまとまったプレスキットを作成する
	Ⅷ	商品流通（営業）	設定したターゲットがよく利用する流通経路へ商品を卸し、販売を行う。必要に応じてファムトリップなども行い、発地側のエージェントに対して営業活動を行う
	Ⅸ	商品プロモーション	設定したターゲットへ情報が届くような媒体を選定し、商品のプロモーションを行う。必要に応じて、インフルエンサーを通じた情報発信等も行う
	Ⅹ	効果検証	販売状況等の定量データや、お客様・地域の声等の定性的データを基に、造成した商品の効果検証を行い、ブラッシュアップや次の商品開発につなげる

2 日本遺産周遊促進に資するテーマの設定

地域の悩み

●旅行者にとって魅力的なテーマ設定が難しい
●日本遺産のストーリーが理解しやすく、他の地域との差別化にもつながるテーマの設定が難しい

取組の方向性	**旅行商品造成について知見を持つ有識者と必要に応じて連携し、日本遺産のストーリーを構成する重要な要素の中から、旅行者にとって興味を持ちやすい切り口をテーマに設定する**

日本遺産は地域に点在する文化財が一連のストーリーとしてパッケージ化されており、地域の歴史・文化の総体が示されたものです。

TIPS ①でも説明したとおり、旅行者にとって魅力的な旅行商品として日本遺産を活用する場合、「学び」の旅として企画することが一般的な方向性になります。

一方、**旅行商品である以上、まずは現地での旅行を楽しんでいただくことが最も重要な目的になります。日本遺産のストーリーの重要なキーワードをそのまま旅行商品のテーマに据えてしまうと、お客様からの認知度の低い言葉を使ってツアーを進めてしまう恐れがあります。**

誘客のしやすいテーマ設定という観点で考えると、日本遺産認定地域であるという事実を活かし、**そのストーリーに表現されている地域の歴史・文化の中から、他の地域でも造成されており実際に参加している人が多いようなテーマ設定が望ましい**でしょう。その上で、地域の歴史・文化を理解しやすくなるようなコンセプトを設定できるとよいでしょう。

実際に取り組まれる際には、こうしたテーマ旅行の企画造成に長けた有識者の助けを借りながら、地域の担当者が持っている地域の歴史・文化に関する知見を基に、その地域に合ったテーマを設定していくことになります。

【具体的なテーマ例】

日本遺産：海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群 ～御食国若狭と鯖街道～

⇒　テーマ：「小浜～京都をつなぐ“街道”を往復し、歴史を体感」

「街道・町歩き」は他の地域でも造成実績があり、人気のあるテーマです。その街道の発着点をツアーを通して往復することで、理解を深めつつ、これにまつわる街並み散策や食の体験を通じて、旅としても楽しむというテーマになっています。

クラブツーリズム 黒田氏

地域内には、様々な魅力が存在しますが、それらを伝えるために複数の切り口を同時に取り組んだテーマを設定すると、参加者にとっては逆に地域の魅力が伝わりにくくなります。そこで、最初のツアーでは対象顧客を考慮したテーマに絞り、他の切り口はシリーズ化した旅行で紹介します。例えば「食」をテーマとしたツアー中に、参加者へ地域の歴史や文学など、他の切り口で企画したツアーを紹介すると、再訪意欲を高めることができます。

日本遺産認定地域への訪問客を増やす最善策は、すでに一定数の市場規模が存在し、潜在顧客が見込めるテーマ（例えば、御朱印集め、名城巡り、景勝地の写真・スケッチ、古墳・古代遺跡等）を活用することです。これらのテーマ旅行に参加された方が、日本遺産認定地を訪れた際、実体験（現地での説明）を通じて「日本遺産」に関心を持っていただき、次回の旅行のテーマに日本遺産を選択していただくことが現実的な日本遺産周遊促進策です。

POINT

POINT 01

地域の歴史･文化を表現しながら、地域外の人も興味を抱く切り口を見つけて、地域の旅行におけるテーマとして設定することが、誘客促進において重要です。

POINT 02

地域の歴史･文化を深く理解している認定地域の担当者（自治体職員等）が、旅行商品造成（特にテーマ旅行と呼ばれる目的別の旅行）の専門家と連携することも、有効な取り組みの一つです。

参考となる事例　Case 1 高岡市 /Case 2 福井県（小浜市、若狭町）/Case 3 明日香村 /
Case 4 国境の島（五島市・新上五島町・対馬市・壱岐市）

3 「シリーズ化」によるシリアル型の構成地域内での理解促進・相互送客

地域の悩み

●シリアル型で、地域が離れているために一度に回り切るのが難しい
●地域の中に多様な観光資源があり、一回の旅行商品で回り切ると移動が大変

取組の方向性

一回で回り切ろうとするのではなく、複数回に分けることで、旅行者にとって理解しやすくするとともに、地域同士の相互送客も狙う

日本遺産には、複数の自治体から構成されたシリアル型の協議会もあり、その中には、その距離の遠さや交通アクセスの利便性から一度に訪問するのが現実的でないものも存在します。そうした中には、どうやって地域間の連携を進め日本遺産の周遊促進を図るか、課題感を持っている協議会も多いと考えられます。

距離の離れた協議会の構成自治体同士を一つの旅行商品で回り切ろうとすると、予算もかさみ日程も長くなり、移動負担も増えてしまう上に、一度に様々な魅力がばらばらと伝えられることになってしまい、「旅行を楽しめるものにする」「地域の歴史・文化を体感し、理解していただく」という本来の目的からは離れてしまうことになってしまう恐れがあります。

こうした地域では、発想の転換が重要ではないかと考えられます。**「○○シリーズ」として、複数回にわけた旅行商品を造成することで、旅行者にとっても地域にとってもメリットがある形で、地域の歴史や文化を理解いただけるようにするという施策**が考えられます。

今回は実例として、長崎県の五島列島（五島市・新上五島町）、対馬市、壱岐市から構成されている日本遺産である「国境の島」において、五島列島編と対馬･壱岐編の２回に分ける形でモニターツアーを実施しています。

【想定されるメリット】

メリット①：1回ごとの予算・日程が旅行者にとって参加しやすくなる

メリット②：シリアル型の同じ協議会であれば、ある地域について学ぶ際に、もう一つの地域と比較するような企画とし、ツアー内での解説をすることで、旅行者にとってより深くその地域を知ることができる

メリット③：同じ日本遺産を構成する他地域との間で相互誘客が可能

クラブツーリズム 黒田氏

実際に日本遺産をテーマとしたツアーを案内して実感することは、認定地のストーリーを単独で紹介するより、「複数の地域と比較」しながら説明した方が、ツアー参加者にとって、訪れた地域をより身近に感じ、正しく理解していただけることです。今回、「国境の島」で訪れた壱岐市立一支国博物館のように、五島・対馬・壱岐3島の資料が並べて展示されていると、各島の比較ができて理解しやすいと思います。

そして、特にシリアル型では、認定地域間の連携に加えて、相互送客を図ることが大切ですが、最も重要なことは、お客様と接する地域の方々の日本遺産に対する意識です。例えば、「実はこの地域は○○というストーリーで日本遺産に登録されていますが、A市やB市も含まれています。そこでA市やB市も訪れていただくと、この地域の日本遺産ストーリーが、より深く実体験できます」など、観光案内所や観光地でのガイドが一言、具体的に案内するだけでも、旅行者の日本遺産に対する関心は深まります。

POINT

POINT 01

シリアル型の協議会の場合、すべてを一度に周遊する旅行商品ではなく、地域を分けて「シリーズ化」された複数回の旅行商品として企画することも、相互誘客実現にむけた有望な取り組みとなります。

POINT 02

シリアル型の協議会の構成地域同士の連携では、「まずはお互いに連携しようという意識を持つこと」が重要であり、単独では成しえない取り組み(テーマ設定や商品)･成果を共に実現することを認識しましょう。

参考となる事例　Case 4 国境の島（五島市・新上五島町・対馬市・壱岐市）

4「テーマ」で結びつく他の地域との連携強化・誘客促進

地域の悩み

- ●他の地域・協議会との連携が具体的に進まない
- ●近隣の人気観光地からの誘客を図りたいが、具体的な取組に結びつかない

取組の方向性	**旅行者が興味を持つような「テーマ」を設定し、同じテーマを持つ地域同士での連携や相互誘客を図る**

TIPS ③の発展型として、日本遺産の認定地域同士の連携や、日本遺産でなくても、類似性のある歴史・文化を持つ地域同士の連携も考えられます。例えば、高岡市であれば、地域内に構成文化財が所在する他の協議会（「加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡―人、技、心―」と「荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間（北前船寄港地・船主集落）」）の連携や、地域の歴史・文化で類似性のある北陸の工芸・ものづくり産地（燕市、三条市、越前市）などとの連携が想定されます。

このように、**地域の歴史・文化・地理条件の共通項をフックに、他の地域の持つストーリーとストーリーを結び付けるストーリーを形づくり「グループ」商品の造成につなげていくことで相互送客と自地域の深い理解につなげることができます。**

地域としては、自分の地域の歴史・文化、観光客目線での魅力を整理し、どういったテーマでどういった地域と共通項を作れるかを明確にし、両地域の繋ぎ役を担える文化庁や旅行会社と連携して取組を進めていくことが肝要かと考えられます。

こうした取組によって、マスマーケティングを狙うよりも、知的好奇心が高く、その地域の歴史・文化にも興味関心の高い層にアプローチしやすくなっていくことが期待できます。

クラブツーリズム 黒田氏

どのようなテーマに興味関心を抱くかは、旅行者によって異なります。そこで、お客様を案内する立場のガイドやナビゲーター（講師）は、初めに旅行者のニーズやウォンツを正確に把握し、特に「～したい」というウォンツを満たす地域へ誘導していくことが重要です。

実際、私が日本遺産をテーマとした旅行を企画する際には、ツアー参加者からの質問や対話、そしてアンケート結果から、お客様が訪れて自慢できる地域を選ぶように心掛けています。

モニターツアー参加者（旅行会社・DMO出向経験あり）

行政には区域があり、今までは自地域に集客しようとしてきました。ただ、点で集客を図ることは難しく、面でとらえることが必要です。

複数の地域で共通するテーマの旅行商品を「グループ化」することは、参加者の日本遺産のストーリー理解促進に貢献することは可能です。そうしなければだめだと思います。本来なら日本遺産に指定しているところをグループ別につなげて、更にそこと世界遺産をつなげて日本の中でひとつのストーリーをつなげる。それで国内周遊につながり、誘客促進の礎となると思います。

POINT

POINT 01

日本国内の他の地域・日本遺産の協議会と連携して、同じテーマで「グループ化」した商品を作ることで、相互送客や自地域の深い理解の促進につながります。

POINT 02

地域が推したい言葉にこだわるのではなく、観光客目線で自分の地域の歴史・文化の中にある魅力を整理する。そこから共通項を見出して観光客に届く言葉で語ること、これが大事な考え方です。

参考となる事例　Case 1 高岡市／ Case 4 国境の島（五島市・新上五島町・対馬市・壱岐市）

5 地域の強みを明確にし分かりやすくステークホルダーに伝える情報発信

地域の悩み

●効果的な情報発信ができていない
●コンセプトやモデルコースなどが分かりやすくまとまった資料が不十分

取組の方向性	**地域の強みを明確にし、各種資料を整理し、旅行会社やエージェントと連携しやすくなるようなプレスキットを用意しておく**

一般的に、旅行商品造成を円滑に進めていくうえでは、旅行会社等が送客しやすい、また旅行代理店が旅行商品を造成しやすいように、**コンセプト、モデルコース（地域の歴史・文化が体感でき、かつ、旅行者にとっての利便性も高い旅程案）、キービジュアル、プレスキット（地域の基本情報や主要観光地の写真、問い合わせ等の項目・資料がまとまった情報提供ツール）などを整えておく**ことが役に立ちます。

例えば、発地側に営業に行った際にプレスキットのような形で、その地域を旅する際の代表的なコンセプト・キービジュアル・モデルコースなどの素材がまとまっていれば、発地側のエージェントとしても検討が具体的にでき、具体的な旅行商品造成に向けた取組が推進しやすいというメリットが考えられます。

さらに、**こうした情報をとりまとめようとすることによって、日本遺産のストーリーで表現されている地域の歴史・文化や、その中でどういった要素が旅行者にとって魅力的に映るか、また、旅行者目線ではどういった行程が考えられるのか、といった、地域として誘客促進を図る上で重要な情報を整理することが期待**できます。

モニターツアー参加者（観光コンサルタント）

今まで、地域のコンセプトを能動的に具現化するような思考は旅行代理店が担ってきましたが、その考える土台を地域側で常に準備しておくようなマインドセットが地域にあり、そのための予算措置などを行うことができると、日本遺産の周遊促進に向けた具体的な取組の推進にもつながりやすいです。

こうした情報のとりまとめは地域全体に関わるため、一事業者には取り組みにくい領域。したがって、まずは、DMOや観光協会が地域の受け入れ事業者と連携しながら、必要に応じて旅行代理店等の知見も借りて、主体的に情報をとりまとめていくことが大事ではないでしょうか。

POINT

POINT 01

旅行会社や発地側の旅行エージェントが地域での取組を効率的かつ効果的に遂行できるように、着地側の情報がまとまっていることは重要なため、提供できる情報の整備・最新化が重要です。

POINT 02

地域の魅力や歴史・文化、コンセプト、モデルコースなどを地域の自治体やDMO・観光協会が明示的な情報として整理しておくことで、観光事業者と連携した効果的な情報発信につながります。

6 地域の住民や事業者との連携構築

地域の悩み

●他の地域・協議会との連携が具体的に進まない
●閑散期対策やナイトタイムエコノミー対策が進んでいない

取組の方向性	**地域の住民や関連事業者と普段からコミュニケーションをとり、コンテンツの造成や地域の魅力の発掘、誘客促進の機運醸成につなげる**

旅行者に魅力的な体験を提供しつつ、日本遺産のストーリー理解促進にも資する旅行商品造成には、**構成文化財や地域の歴史・文化の理解に資するスポットをそのストーリー理解にあうような形で周遊することと、その地域の魅力について“語れる”人物（地域住民や学芸員やガイド、その文化財の管理者等）による解説、ツアーに参加したからこそ体験できる特別な体験プログラムなどがあることが重要だと考えられます。**

こうしたコンテンツを造成するためには、地域の事業者や団体の協力が不可欠です。こうした調整を旅行会社が単独で行うと、取組がスムーズに進まないだけでなく、地域の一体感が醸成されず、地域全体として観光誘客を通じた地域活性化を進めようという機運が芽生えない恐れもあります。そのため、**自治体や DMO が普段から地域の事業者や団体とコミュニケーションをとり、旅行者の継続的な受け入れの意向や受け入れに向けた課題感を把握することが重要ですし、旅行商品造成においては、協議会と旅行会社が協力して地域の事業者・団体と調整を行うことが重要**です。また、**地域の状況を協議会が継続的に把握しておくことによって、旅行者にとっての地域の魅力を発掘できる可能性も高まるといったメリットも期待できます。**

さらに、事業者や団体との調整だけでなく、**地域住民とのコミュニケーションも重要です。住民との交流は旅行者にとって「心に響く」ことが多く、地域住民との交流がポジティブな内容であることが地域のファンを生み出すことにつながる**ためです。

クラブツーリズム 黒田氏

日本遺産のストーリーでは「ヒト（人）、トキ（時）、コト（事）、モノ（物）」がキーワードで、中でも地元の人（ヒト）から聞く話は、日本遺産ストーリーを理解する上で欠かせません。そこで私は、地元の方々との交流を大切にし、積極的に現地で暮らす人の声を聴くようにしています。そしてこの心に残る対話によって、日本遺産の学術的なストーリーが身近な歴史・文化として実感できるのです。
（※小浜のツアーでは、朝方、田烏漁港を訪問し、漁師から、地域の名産であるよっぱらいサバについて解説いただく機会を作ることができ、ツアー招聘者の方々から満足度が高いとのフィードバックをいただいた。）

クラブツーリズム 成瀬氏

「学びの旅」では、同じ場所を巡っても、その土地の歴史・文化、自身の持つエピソードなど、心に残るトークができる人のお話を聞くことができるかどうかで、参加者の体験の満足度や興味関心は大きく変わります。
満足度が次回参加の源泉ですから、常に地域や地域のヒトが持っているエピソードを収集し、効果的に利用しなければなりません。
人の心を打つ地域の話はSNSでは簡単に入手できません。現場第一主義の実践が肝要です。

POINT

POINT 01

日本遺産の協議会が、地域の関連事業者・団体と普段からコミュニケーションすることで、個別の点ではなく、全員が面で観光客受入を行う土台・雰囲気が醸成され、魅力的なコンテンツ造成につながります。

POINT 02

日本遺産の協議会が、地域の関連事業者・団体と普段からコミュニケーションすることで、個別の点ではなく、全員が面で観光客受入を行う土台・雰囲気が醸成され、魅力的なコンテンツ造成につながります。

参考となる事例　Case 1 高岡市／ Case 2 福井県（小浜市、若狭町）／ Case 3 明日香村／
Case 4 国境の島（五島市・新上五島町・対馬市・壱岐市）

7「地域ファンクラブ」を通じた効果的な情報発信・誘客促進

地域の悩み

●効果的な情報発信ができていない
●誘客促進をどのように進めるべきかが分からない

取組の方向性	**その地域が好きな人が登録する「ファンクラブ制度」を構築し、そのコミュニティに対して情報発信をすることで、効果的な情報発信・誘客促進の仕組みを作る**

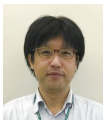
日本遺産のストーリーも含めて、地域の歴史・文化、自然など、地域は多様な魅力があり、ターゲットによって遡及できる魅力や適した情報発信や旅行商品の形態は様々です。そのため、情報発信や誘客促進を図る上では、地域のことが好きなコミュニティの構築が大きな役割を果たすことになります。

地域のことが好きな人が集まっているファンクラブ制度を構築することができれば、地域に興味関心の高い層、いわゆる関係人口とのタッチポイントを常に持つことが可能になり、マス広告と比べ、効率的なターゲティングが可能になります。具体的な情報発信の内容としては、季節に応じて、その地域の魅力を発信することで来訪意欲・再訪意欲を喚起することや、地域の産品を販売するためのプラットフォームとして活用することが考えられます。

こうしたファンクラブに加入してくれるきっかけは様々ですが、日本遺産であれば、「一度来訪した時の特別な経験が忘れられない」ということもありえますし、「ダイビングが趣味で毎年地域を訪れているうちに、地域の歴史や文化にも触れてみたくなる」ということも考えられます。

こうした仕組み作りについては地域の民間事業者が主導することは難しいと考えられるため、行政や観光協会、DMO、協議会が主導し、地域の関連事業者と協力して、「ファンクラブ」のような仕組みを作っていくことが望ましいでしょう。

クラブツーリズム 成瀬氏



「学び旅」は個人の趣味趣向と親和性があります。ヒトは好きなことに時間とお金を使う傾向があります。

このようなヒトにコミュニティを作り居場所を提供することで、参加者の希望（行動指標）を集積することが容易になります。幸せな当事者意識によって、場合によっては参加者自身が主体性を持ってコミュニティの成長拡大に貢献することもありますし、旅行参加者としても上質な参加者として関係性を築くことになります。

ファンクラブ制度の導入によるタッチポイント作りは、SNSを含む情報発信や再訪問意識促進・関係人口化に向けた有効な手立てとなることが期待できます。「学び旅」では、単に凝った旅行商品の提供ではなく、テーマに対し深く長く関わるヒトを増やす仕組が必要です。

POINT

POINT 01

「ファンクラブ制度」のような地域を好きな方が集える場所（地域とファンのタッチポイント）をつくることで、地域の情報発信促進や、ファンの再訪意欲の喚起を効果的な実施につながることが期待されます。

POINT 02

「ファンクラブ制度」の整備は、行政や観光協会・DMOが主導して、地域の関連事業者と連携しながら進めることで地域に根付く効果的な制度が検討・実施できると考えられます。

参考となる事例　Case 1 高岡市／ Case 3 明日香村

8 総合ガイドやナビゲーターの導入・育成

地域の悩み

●日本遺産のストーリーが難しく、旅行者に理解してもらえていない
●日本遺産をテーマとするガイドの育成に課題感がある

取組の方向性	**総合ガイドやナビゲーターを導入し、旅行者が地域の歴史・文化を全体感を持って理解できるようにサポートを行う**

観光ガイドの解説は観光スポットやバスで通った箇所の歴史や文化財の説明を「点」で伝えがちです。ただ、日本遺産は、世界遺産では語られない”ストーリー”を語るものであり、「点」での説明ではその地域の歴史や文化を十分に伝えられないことが多いです。

そのため、**日本遺産をテーマにするような「学び」の旅では、その地域に詳しいガイディングを行うだけでなく、総合ガイドやナビゲーターのような役割の人物（例えば、旅行会社のテーマ旅行の企画に長けている専門家や、地域の歴史を研究している学識者）がスルーガイドとして行程に同行し、冒頭では地域の歴史・文化の概略、道中では訪問地と日本遺産との関係性や、誰もが知る事柄との関係性の解説や日本遺産の講義、終盤ではラップアップといった形で、地域の歴史・文化をツアー参加者が実感をもって理解できるようなサポートをしていきます。**

地域としては、こうしたスキルを持った人員との連携を強化する他、**地域のガイドや観光関連事業者にも、こうした「面」的な説明を行い、来訪者の心に響くエピソードを語ることのできるようなスキルを身に付けるための「学び方」や「伝え方」を習得するよう働きかけることで、地域全体として、来訪者に地域の歴史・文化を理解してもらえるような環境づくりにつなげることができる**と考えられます。

クラブツーリズム 黒田氏

これまでのガイドは、地域内の名所・旧跡などを「点」で説明することが多かったのですが、日本遺産のストーリーを構成する文化財には、目に見えない無形の文化財も含まれるため、点の説明だけではその魅力が十分に伝わりません。そこで、日本遺産の案内役としては、解説が地域に限定されるガイドでは不十分で、他の地域と比較しながら、歴史の流れと地域の伝統文化を分かりやすく「面」で説明できるナビゲーターの存在が必要です。そこで、私はタクシー運転手や広く観光事業に携わる方など、実際に旅行者と語れる立場の人を対象に地域ナビゲーター育成講座を各地で開催し、将来的には一般社団法人ネイチャーホスピタリティ協会でオンラインでの講座も予定しています。それは、旅行者の知る物語（感想）と関連付けたストーリー（物語）の伝え方「ナラティブ・アプローチ」を学ぶ講座です。

クラブツーリズム 成瀬氏

日本遺産は、地域のストーリーが対象で、必ずしも目に見えるものではありません、

目で見て楽しむことができ、その場に来れば体感できるものについては、ただ訪れるだけでも単発で楽しむことができますが、そうでないものを巡り、地域の歴史・文化を少しずつ学んでいく場合は、ガイドやつなぎ役が必要になります。

POINT

POINT 01

日本遺産をテーマとした「学び」の旅では、総合ガイドやナビゲーターという役割が同行して適宜解説を加えることで、旅行者が地域の歴史・文化を深く理解し、その魅力を体感できるようになります。

POINT 02

地域の観光産業に携わる方々が、点として（その地域）の説明だけではなく、認定地域内や国内の他の地域とのつながりや、地域・日本の長い歴史の中で語ることで、旅行者の地域への理解が深まります。

参考となる事例　Case 1 高岡市／ Case 2 福井県（小浜市、若狭町）／ Case 3 明日香村／
Case 4 国境の島（五島市・新上五島町・対馬市・壱岐市）

5

事例

Case 1

加賀前田家ゆかりの
町民文化が花咲くまち高岡
ー人、技、心ー

Case 2

海と都をつなぐ
若狭の往来文化遺産群
～御食国若狭と鯖街道～

Case 3

日本国創成のとき
ー飛鳥を翔た女性たちー

Case 4

国境の島 壱岐・対馬・五島
～古代からの架け橋～

事例

旅行商品造成に向けた進め方例

「日本遺産周遊促進モデル構築事業」では、４つの重点支援地域において、来訪者に日本遺産ストーリーを体感させることを主軸に、構成文化財や地域の観光資源、受入環境の整備状況や、ターゲット層のニーズを踏まえ、持続可能性のあるコンテンツとなることを意識して、地域の課題の解決に資するようなモニターツアーを造成し、その効果検証と今後の取組の方向性のとりまとめを行いました。

各地域においては、それぞれ以下のようなステップでモニターツアー造成を行いました。

なお、モニターツアーや旅行商品造成においては、造成した旅程をアテンドする際の問題点等を事前に洗い出し、対策を検討しておくことが必要となるため、どうしても難しい場合を除いて事前に現地視察を行うことが望ましいです。

また、短期間で実施する場合は、協議会や地域の受入事業者との密な連携が特に必要となります。

モニターツアーの実施に向けたステップ例

	項目名	実施時期	業務内容
①	協議会へのヒアリング	実施月-3月	●文化庁・受託事業者・認定協議会の三者で、地域の課題感や本事業での取組内容等について認識合わせ実施。
②	現地視察	実施月-2月	●旅行商品造成のプロが現地視察を行い、モニターツアーの企画検討のための情報収集を行うと共に、ツアー催行上の問題点やその解決策を確認。 ●必要に応じて、現地にて協議会と打ち合わせを実施。
③	企画作成・調整	実施月-2月～実施月-1月	●①や②で収集した情報や、旅行商品造成に関する知見を基に、本事業にて実施するモニターツアーの企画を行い、協議会と調整。 ●地域の受入事業者とも各種調整を実施。
④	モニターツアー参加者調整	実施月-1月～実施月	●認定地域の要望や、企画内容・趣旨を踏まえて、日本遺産サポーターズの中から適切な属性・人数のモニターツアー参加者を選定・依頼。 ●モニターツアー参加者向けに各種調整を実施。
⑤	モニターツアー本番	実施月	●モニターツアーを実施。検証したい項目に適した実施時期になるように調整することが望ましい。 ●ツアーの催行にあわせて現地での検証を行うとともに、モニターツアー参加者向けのアンケート取得等、効果検証に向けた調査も実施。
⑥	効果検証	実施月～実施月 +1月	●モニターツアーで実施した参加者アンケートや、ツアーを実施した有識者の定性的分析結果等を踏まえて、各地域における課題や今後の取組の方向性を整理。

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 地域の概要

No.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―

申請者・構成自治体	高岡市
タイプ*	**地域型**　シリアル型　**A**　**B**　C　D　**E**
ストーリー概要	高岡は商工業で発展し、町民によって文化が興り受け継がれてきた都市である。高岡城が廃城となり、繁栄が危ぶまれたところで加賀藩は商工本位の町への転換政策を実施し、浮足立つ町民に活を入れた。鋳物や漆工などの独自生産力を高める一方、穀倉地帯を控え、米などの物資を運ぶ良港を持ち、米や綿、肥料などの取引拠点として高岡は「加賀藩の台所」と呼ばれる程の隆盛を極める。 町民は、固有の祭礼など、地域にその富を還元し、町民自身が担う文化を形成した。純然たる町民の町として発展し続け、現在でも町割り、街道筋、町並み、生業や伝統行事などに、高岡町民の歩みが色濃く残されている。
地域の特徴	#加賀前田家　#城下町　#工芸都市　#クラフト　#職人文化　#歴史的な町並み　#寺社仏閣

＊地域型（単一の市町村でストーリーが完結）とシリアル型（複数の市町村にまたがってストーリーが展開）があり、地域型は以下の５つのどれかに当てはまることが必要。
A 文化財保存活用地域計画又は歴史文化基本構想を策定済の市町村 /B 歴史的風致維持向上計画を策定済の市町村 /C 世界文化遺産の構成資産を有している市町村 /D 世界文化遺産暫定一覧表記載案件の構成資産を有している市町村 /E 世界文化遺産暫定一覧表候補案件の構成資産を有している市町村

毎年５月１日に御車山と呼ばれる７基の山車が優雅な囃子とともに中心市街地を巡行する（高岡御車山祭）

高岡開町の祖前田利長の菩提を弔うために建てられた曹洞宗寺院（瑞龍寺）

高岡開町に際し前田利長が鋳物師を招き、鋳物づくりを行わせたことに始まる鋳物師町（金屋町）

2 主要な課題感

課題1　来訪者の人々が地域の歴史・文化を体感・理解するための取組推進

工芸都市として、高岡市は既に知名度の高いイベントを長年開催するなど一定の知名度を獲得しており、日本遺産のストーリーもこれに関連するものとなっている。
ただ、町民文化・歴史的町並み、職人文化といった日本遺産のストーリーを要素として来訪者が体感できるような旅行商品として提供するような取組はまだ途上にあると言える。

課題2　北部エリア内の２次交通の不足対策

観光名所が集中しており、新幹線駅（新高岡駅）も位置しているなど、交通のアクセスが良い中心市街地エリアにおける誘客推進や周遊性向上は行われているが、市北部エリアについては途上であり、特に２次交通の不足を地域としては懸念している。

課題3　職人や寺社仏閣との連携

旅行者が日本遺産ストーリーや地域の歴史・文化を体感するためには、地域の関連事業者と協力した体験プログラムの提供が有効であり、高岡では、職人の工房見学や寺社仏閣のガイド付き特別拝観などが有力な選択肢になるが、まだ十分に連携が進んでいるとは言い難い。

3 実施したモニターツアーの内容

コンセプト	加賀前田家が作った歴史的な町並みに息づく「ものづくりのまち」の文化を体験する
ターゲット	インバウンドも含め、加賀前田家の文化やものづくりに興味関心のある層
ツアー参加者	旅行会社、メディア、日本在住の外国人、通訳案内士、事務局
モニターツアーの行程	**1日目** 東京（7：52 発）～大宮（8：17 発）～<はくたか 553 号>～新高岡（10：47 着） ＝吉久（案内人同行で重伝建（重要伝統的建造物群保存地区）の町並みと「農庵（みのりあん）」を視察） ＝さまのこ屋（昼食）＝勝興寺（経堂、奥書院など通常拝観できない場所を特別拝観） ＝高岡市立博物館・高岡城跡（前田利長が築城した城跡） ＝前田利長墓所（国内最大級の墓域を誇る大名墓所） ＝高岡地域地場産業センター（見学） ＝高岡マンテンホテル駅前（チェックイン） ＝瑞龍寺（夜間特別拝観） ＝やすらぎ庵（夕食） ＝高岡マンテンホテル駅前【泊】
	2日目 高岡マンテンホテル駅前 ＝金屋町（前田利長が築いた高岡鋳物発祥のものづくりの町） ＝金森銅器加工所 ＝鋳物工房利三郎（体験） ＝茶寮 和香（昼食） ＝山町筋（見学） ＝山町筋防災センター（振り返り意見交換会） ＝能作ギャラリー（見学） ＝新高岡（17:05 発）～<はくたか 572 号>～大宮（19:54 着）～東京（20:00 着）

POINT

POINT 01

初日は加賀前田家ゆかりの史跡をめぐり、2日目は現在まで息づく「ものづくり」の文化を感じることで、日本遺産のストーリーに表現されている高岡の歴史・文化を感じる。

POINT 02

学芸員・スペシャルガイドの解説や、瑞龍寺の夜間拝観＆住職のご案内などの特別な体験を盛り込み、より深く日本遺産のストーリーを感じていただく。

POINT 03

ツアーの企画・監修を務めたクラブツーリズム成瀬氏が総合ガイドとして同行。①歴史（加賀前田家の歴史）、②宗教（浄土真宗）、③文化（町民が築いた文化）、④経済（商工業都市）という4つの切り口から高岡の歴史・文化を全体感をもって感じられるように随所で解説を行う。

4 事業成果

主な参加者アンケート結果

ツアー全体の推奨度……（0～10の11段階）平均 7.8 / NPS* 33
参加者推奨度の高いコンテンツ……瑞龍寺夜間特別拝観 平均 9.0、金屋町の工房見学・体験 平均 9.0
日本遺産のストーリーの理解度……（0～5の6段階）参加前 1.8　⇒　参加後 4.0

*NPS：顧客ロイヤリティを測る指標。「推奨者（9,10と回答）の割合」－「批判者（0～6と回答）の割合」で計算できる。

特別感のある体験、地元の人のトークなどが日本遺産のストーリー理解に貢献することを確認

国宝・瑞龍寺の住職のご案内付きの夜間特別拝観や、金屋町での重伝建（重要伝統的建造物群保存地区）散策やギャラリー見学と工芸体験などは特に体験としても充実しており、地域の歴史・文化の理解促進につながるとの声が多かった。特別な体験や地元の人との交流を通して、参加者の心に残るストーリーが伝えられることが確認できました。また、これらを調整する過程で、市と地域の関係者との間で連携を強化することにもつながります。

総合ガイド・ナビゲーターの解説で全体感のある「学び」の旅をデザインすることの有用性を確認

日本遺産をテーマにした旅行商品造成の専門家であり、ツアー監修も行ったクラブツーリズム成瀬課長が総合ガイドとして全行程に同行し、高岡の地理・歴史・文化を４つの切り口から随所で解説したことで、参加者に、地域の歴史・文化を体感できる旅だったとの評価が多く、日本遺産のストーリー理解促進において、日本遺産の知見の深い人物がスルーガイドやナビゲーターを務めることの重要性が確認できました。
なお、ある程度の日本の歴史・文化の前提知識が求められ、「学び」の旅としての色が強いことから、万人受けするわけではなく、日本人･外国人ともに、ものづくりや加賀前田家由来の歴史に興味を持つ人にターゲットが絞られるとの指摘もありました。

金沢との連動性の必要性を確認

地理的・歴史的につながりの強い金沢エリアからの送客を狙う必要性が改めて指摘されました。「前田家の歴史・文化をより深く学び、その文化を体感する場所として高岡を訪れるという仕組みが構築できると、地域の歴史・文化に興味関心がある層にリーチしやすい」とのコメントが見られました。

【勝興寺】ボランティアガイドの方に、普段は入れない場所も含めて、寺の歴史や建築について、ご案内いただいた

【高岡城跡】高岡市立博物館の学芸員に、散策しながら高岡城の歴史を解説いただいた

【瑞龍寺】住職のご協力･ご案内のもと、貸切で、寺としても初の試みとなる夜間特別拝観を実施

【金屋町・鋳物工房利三郎】金屋町では、複数の工房・ギャラリー見学や鋳物体験を実施

【２日目昼食】見学した銅器メーカーの食器を利用し、地元の食事をふんだんに使った食事を提供

【意見交換会】高岡市の職員にも参加いただき、地域の魅力や、歴史・文化を体感いただくための考えを議論

5 主要な課題解決に向けた示唆

課題1 来訪者の人々が地域の歴史・文化を体感・理解するための取組推進

総合ガイド・ナビゲーターによる全体感のある解説は有用

今回はクラブツーリズムの日本遺産の旅行商品造成のプロである成瀬課長が総合ガイドを務め、点と点をつないだ面的な解説を行い、参加者が地域の歴史・文化を理解し、旅を楽しめるような取組を行いました。旅の玄関口となる観光案内所や観光施設に、日本遺産のストーリーや地域の歴史・文化・地理が分かるような解説・案内を用意するなども有用と考えられます。

地域の歴史・文化を体感できる特別な体験が来訪者の旅の満足度を高める

今回のツアーでは瑞龍寺にご協力いただき、寺としても初の試みとなる特別拝観を実施しました。また、金屋町では工房の見学・体験、高岡古城公園では学芸員のご案内など、地域の歴史・文化を現地の人の言葉を通じて学べる特別な体験を参加者に提供することができました。こうした特別な体験や、地域のおいしい食事などは旅の満足度を高めることが確認できました。

課題2 北部エリアへの２次交通の不足対策

地域の実情と利用者のニーズに合わせた交通網の整備が必要

旅行者の歴史的なつながりは深いものの、川の両岸に位置し徒歩では 30 分ほどかかる市北部の吉久・伏木地区の回遊性促進について、今回のモニターツアーでは小規模のバスツアーで巡る形で交通手段を提供しました。

参加者からは、バスツアーの他、レンタサイクルや、地域の歴史・文化と深く関わる北前船と絡めて、海路で辿るといった案も出ました。

現実的に２次交通を整備するのが難しい地域もあるため、市民や旅行者のニーズも踏まえ、公共交通を整備する、レンタサイクルを整備する、旅行会社や交通事業者と連携したバスツアーや観光船を整備するといった選択肢の中から適当なものを検討していくことが必要になります。

課題3 職人や寺社仏閣との連携

協議会や市、DMO が主体的・継続的に地域の声を聞き、連携する体制づくりが望ましい

モニターツアーでは、これまで連携してこなかった工房も含めて、職人との交流や工房見学･体験、高岡古城公園での学芸員による案内、国宝・瑞龍寺の特別拝観などが実現しました。実現にあたっては、クラブツーリズムと高岡市と連携しながらモニターツアー実施に向けた調整を職人や寺社と行っていました。こうした、「ツアーに参加したからこそ経験できる特別な体験」は、参加者にとって、ツアーをより満足いただける要因になるとともに、日本遺産のストーリーをより深く理解する契機となります。

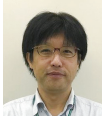
そのため、モニターツアーでの協力が一過性のものにならないよう、協議会や市、DMO が主体的にコミュニケーションを取り続けることが望ましいと考えられます。

6 関係者の声

地域担当者

地域の魅力であり、日本遺産のストーリーにも表現されている「ものづくりのまち」という強みが、インバウンドを中心に訴求力があることが確かめられたことは良かった。特に金屋町の古民家を改装した宿泊施設と工房体験を組み合わせた滞在型観光など、具体的なアイデアについては今後協議会としても検討してみたい。

クラブツーリズム 成瀬氏



日本遺産は地域の歴史・文化のストーリーが対象で、目に見えるものではない。そのため、これを交通整理するガイド役が必要。

また、重要なのは、「高岡ファンクラブ」のような仕組みを作ること。高岡の歴史・文化が好きな人が集まっていれば、このコミュニティを通じて情報発信も行うことができる。

モニターツアー参加者

金屋町の伝統工芸のギャラリーを見学した後、近くの古民家を改装したレストランでそのギャラリーの食器を使用した昼食を食べたが、地域の文化と歴史を自分の肌でも感じられ、おいしい食事も堪能でき、非常に良い体験だった。

モニターツアー参加者

見学した金屋町の古民家を改装した宿泊施設は魅力的。また、鋳物工房見学や体験、古民家を改装したミシュランガイド掲載レストラン、ブルワリーなども素晴らしく、滞在型観光の長期滞在プランも検討できるのではないか。

モニターツアー参加者

高岡城などの日本遺産の要所が、現存していないこともある。ストーリーを体感できるような説明やコンテンツを工夫しつつ、特にインバウンドにとっては、食や美しい景観、体験コンテンツなど、感覚でも楽しめるコンテンツが必要と感じた。

海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群 ～御食国若狭と鯖街道～

1 地域の概要

No.5　海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群 ～御食国若狭と鯖街道～

申請者・構成自治体*	◎福井県（小浜市、若狭町）
タイプ**	地域型　**シリアル型**　**A**　B　C　D　**E**
ストーリー概要	若狭は、古代から「御食国」として塩や海産物など豊富な食材を都に運び、都の食文化を支えてきた地である。 また、大陸からつながる海の道と都へとつながる陸の道が結節する最大の拠点となった地であり、古代から続く往来の歴史の中で、街道沿いには港、城下町、宿場町が栄え、また往来によりもたらされた祭礼、芸能、仏教文化が街道沿いから農漁村にまで広く伝播し、独自の発展を遂げた。 近年「鯖街道」と呼ばれるこの街道群沿いには、往時の賑わいを伝える町並みとともに、豊かな自然や、受け継がれてきた食や祭礼など様々な文化が今も息づいている。
地域の特徴	#御食国　#食文化　#海の幸　#街道　#歴史的な町並み　#寺社仏閣

＊　◎は連絡調整を代表して行う地方公共団体
＊＊地域型（単一の市町村でストーリーが完結）とシリアル型（複数の市町村にまたがってストーリーが展開）があり、地域型は以下の５つのどれかに当てはまることが必要。
A 文化財保存活用地域計画又は歴史文化基本構想を策定済の市町村 /B 歴史的風致維持向上計画を策定済の市町村 /C 世界文化遺産の構成資産を有している市町村 /D 世界文化遺産暫定一覧表記載案件の構成資産を有している市町村 /E 世界文化遺産暫定一覧表候補案件の構成資産を有している市町村

【鯖街道】最古の鯖街道である「針畑越えルート」根来坂登山道入り口

【熊川宿】鯖街道のメインルート「若狭街道」の宿場町。国の重要伝統的建造物群保存地区

【浜焼き鯖】油ののった鯖を丸ごと豪快に焼き、生姜醤油をつけて食す

2 主要な課題感

課題1　**来訪者がストーリーを体験・理解するための取組推進**

鯖街道や御食国文化など、地域の歴史・文化を象徴する要素はあり、個々のコンテンツ拡充や宿泊環境の整備も進んでいるが、地域への来訪者に、日本遺産のストーリーや地域の歴史・文化を理解してもらうための取組は途上。
現状は、鯖街道をレンタサイクルなどで巡る旅行プランなどを造成している。

課題2　**寺社仏閣やコンテンツ提供者との連携**

自治体や DMO と地域の関連事業者のコミュニケーションは図られているが、継続的に旅行者にコンテンツを提供することを目的とした連携はまだ十分には進んでいない。

課題3　**閑散期対策・夜間帯のコンテンツ不足対策**

関西圏などから車による来訪が多いことから、積雪の影響が大きく、１～２月頃が閑散期となっている。
また、繁華街などもないため夜間帯のコンテンツは不足している状態にある。

課題4　**DMO 自らが旅行商品を販売できる体制の整備**

地域では、現在 DMO 自らが着地型旅行商品を販売できる体制の整備を目指して準備を進めているが、免許取得等事務的な準備に加えて、地域の歴史・文化と旅行商品の企画・造成の双方に造詣の深い人材の確保・育成がまだ途上にある。

3 実施したモニターツアーの内容

コンセプト	鯖街道のスタート地点・ゴール地点を往復し、御食国の歴史と文化を体感する
ターゲット	トレッキング等アクティブな趣味を持つシニア層・京都を来訪中・来訪予定のインバウンド
ツアー参加者	旅行会社、メディア、日本在住の外国人、通訳案内士、事務局
モニターツアーの行程	**1日目** 京都から見た御食国・小浜（琵琶湖路・熊川街道） 東京（7：21 発）～品川・新横浜～<のぞみ 205 号>～京都（9：33 ／ 10：00 発） ＝今津宿（散策・11：30 ～ 12：00） ＝濱の四季（昼食・12：50 ～ 13：30） …御食国若狭おばま食文化館（ガイド同行で見学・13：30 ～ 14：15） ＝鯖街道ミュージアム・小浜西組（見学と散策・14：20 ～ 16：10） ＝小浜遠敷地区・若狭姫神社（散策と参拝・16：20 ～ 17：00） ＝ホテルせくみ屋（チェックイン・17：15 頃） ＝四季彩館 酔月（夕食・18：30 ～ 20：30） ＝ホテルせくみ屋【泊】 **2日目** 御食国・小浜から見た京都（熊川街道・若狭街道） ホテルせくみ屋（8：00 発） ＝田烏漁港（田烏水産様より説明・港から見学／ 8：40 ～ 9：15） ＝福井県立若狭歴史博物館（見学・9：45 ～ 10：25） ＝ 9：25 ～ 10：05） ＝神宮寺（見学・10：45 ／ 11：45） ＝鵜の瀬（見学・11：50 ／ 12：05） ＝熊川宿（葛そばの昼食・12：25 ／ 13：50） ＝朽木宿（見学・14：10 ～ 14：50） ＝花折峠（見学・15：20 ～ 15：30） ＝出町柳（鯖街道碑見学・15：50 ～ 16：10） ＝メルパルク京都（振り返り意見交換会・16：40 ～ 18：00） …京都（18:10 着／ 18:24 発）～<のぞみ 44 >～新横浜・品川～東京（20:36 着） ※鯖街道花折の鯖寿しをお持ち帰り用でご準備

POINT

POINT 01

鯖街道を1日目はゴール（京都）からスタート（小浜）へ、2日目はスタートからゴールへと辿ることで、鯖街道や御食国文化の歴史・文化を体感し、日本遺産のストーリーを体感する。

POINT 02

漁港での水揚げ見学・漁師の方の解説などの特別な体験や、各所で学芸員やスペシャルガイドの解説を通して、日本遺産のストーリーを深く理解し楽しんでいただく。

4 事業成果

主な参加者アンケート結果

ツアー全体の推奨度……（0～10の11段階）平均 7.7 / NPS* 33.3
参加者推奨度の高いコンテンツ……田烏漁港 平均 8.5、熊川宿 平均 8.1
日本遺産のストーリーの理解度（0～5の6段階）……参加前 1.6　⇒　参加後 3.9

＊NPS：顧客ロイヤリティを測る指標。「推奨者（9,10と回答）の割合」－「批判者（0～6と回答）の割合」で計算できる。

特別感のある体験、地元の人のトークなどが日本遺産のストーリー理解に貢献することを確認

田烏漁港で漁師の方から地域のブランド養殖サバ（よっぱらいサバ）の話を聞く機会を設けました。この交流が印象に残った、時代を超えて「鯖街道」を通じた京都とのつながりが理解できたといった好意的な声が多く、地元の人との交流や、「食」と関連したエピソードは、旅行体験の充実や日本遺産のストーリー理解に貢献することが確認できました。
また、神社や歴史的町並みの魅力が感じられた一方、地域の住民の歓迎ムードがあまり感じられなかったとの声もあり、地域全体として観光客を受け入れる機運の醸成が旅行体験にも貢献できることが示唆されました。

ツアー形式で、ナビゲーターのスルーガイド付きの「学び」の旅を企画することの有用性を確認

日本遺産をテーマにした旅行商品造成の専門家であり、ツアー監修も行ったクラブツーリズム黒田顧問が総合ガイドとして全行程に同行し、地域の歴史・文化を他の地域との比較などを通して随所で解説しました。参加者からは、黒田顧問のガイドがあったからこそ旅を楽しむことができ、地域の歴史・文化への理解も深まったとのコメントが多く、日本遺産をテーマとした場合、ツアー形式で、語ることのできる人物がナビゲーターを務めることの重要性が確認できました。
なお、京都と小浜の地理的・歴史的関係性や、鯖街道の歴史・苦労話と日本の歴史・風土の関連性など今回の旅の要となるストーリーは、旅前に紹介された方が、旅中の理解意欲を増進させるとのコメントも多くありました。

閑散期対策・夜間帯のコンテンツのなさの対策として、朝の体験型コンテンツの有用性を確認

閑散期の冬であっても体験できるコンテンツとして、漁港見学を朝に設定したツアーを造成。高い満足度を得ることができました。夜間帯の店舗の営業が少なかったとしても、例えばライトアップなどを行うことで、夜間帯の街の散策自体を魅力的にすることができるとの声もありました。

【御食国若狭おばま食文化館】地元の方に地元食文化等に関する解説を受けながら館内を見学した

【1日目昼食】よっぱらい鯖をふんだんに使用した鯖料理をメインとした食事が提供された

【若狭姫神社】黒田顧問に寺社の参拝に関する作法や歴史に関する解説を受けつつ見学した

【田烏漁港】地元の漁師の方に、よっぱらい鯖開発の経緯や養殖の苦労話などの話を聞いた

【熊川宿】黒田顧問の解説を受けつつ、昔の宿場町を散策した

【鵜の瀬】黒田顧問の解説を聞きながら、神宮寺のお水送り（地域の宗教儀礼）の拠点を見学した。

5 主要な課題解決に向けた示唆

課題1 来訪者がストーリーを体験・理解するための取組推進

地域の方との交流の重要性、「食」に関連させた理解促進

今回は、田烏漁港にご協力いただき、漁師の方から地域の養殖ブランド鯖であるよっぱらいサバや現在の京都とのつながりなどについてのお話を聞いたことで、参加者の旅の満足度向上やストーリーの体感を促進することができました。ガイドによる説明だけでなく、地域の方と交流し、直接地域の歴史・文化に関する話を聞くことが重要です。

地域の歴史・文化の体感、日本遺産のストーリー理解促進につながる行程の組み方

今回の「鯖街道」のように、スタートとゴールが設定できる項目が主なテーマになっている日本遺産では、その発着点を結ぶツアーは理解促進につながりやすいです。他には、「歴史上の人物ゆかりの地をめぐる」や「交易の歴史」なども時系列に沿って行程を組みやすいでしょう。

課題2 寺社仏閣やコンテンツ提供者との連携

協議会や市、DMO が主体的・継続的に地域の声を聞き、連携する体制づくりが望ましい

モニターツアーでは、これまで連携してこなかった漁港でのセリ見学を実施しました。実現にあたっては、小浜市と連携しながらモニターツアー実施に向けた調整を漁港と行った。こうした、「ツアーに参加したからこそ経験できる特別な体験」は、参加者にとって、ツアーをより満足いただける要因になるとともに、体験とスペシャルガイドを経て、日本遺産のストーリーをより深く理解する契機となるため、地域側がどの事業者とどういった連携が可能かを把握していると、こうした調整がスムーズになることが期待できます。モニターツアーでの協力が一過性のものにならないよう、協議会や市、DMO が主体的にコミュニケーションを取り続けることが望ましいと考えられます。

課題3 閑散期対策・夜間帯のコンテンツ不足対策

地域の方との交流や地域の文化を体感できるコンテンツを朝に体験するようにするという方向性は一つの対策になる

今回の事業で実施した漁港での漁師との交流など、地域の歴史や文化とつながりのある営みを見学・体験コンテンツとすることで、閑散期にも提供可能なコンテンツとなりえます。また、夜間帯のコンテンツ拡充が難しい地域でも、夜に日本遺産に関する講義を実施することや、早朝だからこそできる体験（寺社の早朝参拝やセリ見学）を盛り込むことで、夜間帯のコンテンツ不足があまり気にかからないような工夫をとることができます。

課題4 DMO 自らが旅行商品を販売できる体制の整備

旅行会社との連携と「補助線を引ける人材」の長期的な育成・採用

日本遺産を起点としたツアー造成に資するコンテンツ造成を内製化する上では、法人・個人の免許取得に加え、地域の歴史・文化を深く理解し、一連の旅行商品として企画できる人材の育成は短期的には難しいため、地域の歴史・文化を深く知る自治体・DMO 等と、旅行商品に長けた旅行代理店が連携して、ノウハウを蓄積していくことがまずは重要と考えられます。

6 関係者の声

地域担当者

“食”と“道”の2つを軸とした文化が、京都と若狭、そして過去と現在を繋いでいる点について、関心を持ってもらえたことは良かった。ターゲットの一つであるインバウンドに関して、出身地域によって興味関心のある分野が異なることは意識して、それぞれに沿ったプランを用意するのか、更にターゲットを絞るのか検討したい。

クラブツーリズム 黒田氏

学校での授業とは異なり、実際に旅をしているので、ストーリーにまつわる歴史的説明に加え、身近な食や地名、習慣、人生観等に関連した話をすることで、参加者の関心が得られ、理解も深まります。
また、参加者の属性によって興味・関心の傾向が異なるので、臨機応変に参加者によって話す内容を変える工夫も必要です。

モニターツアー参加者

ただ鯖を食べるだけでなく、御食国若狭おばま食文化館の見学や地元の漁師さんとの交流を通して、食文化がどのように伝承されてきたかや現在においても鯖街道を結ぶ地域間の交流があることを知れて良かった。

モニターツアー参加者

道という共通項を通じて、歴史・地理的な由来に根差した食文化を知ることができる点は魅力だと感じた。歴史に関心のある人や街の裏側を知る事に趣を感じる人にとって魅力的なツアーだと感じた。

モニターツアー参加者

ありがちな名所を巡るのでなく、文化や歴史的な背景が一貫した地を巡るのは非常に良かった。ただ、観光地として地元住民の受入体制が整っておらず、観光をしにくい雰囲気がある。

日本国創成のとき ー飛鳥を翔た女性たちー

1 地域の概要

No.11　日本国創成のとき ～飛鳥を翔（かけ）た女性たち～

申請者・構成自治体*	橿原市・高取町・◎明日香村
タイプ**	地域型　シリアル型　A　B　C　D　E
ストーリー概要	日本が「国家」として歩み始めた飛鳥時代。この日本の黎明期を牽引したのは女性であった。 この時代の天皇の半数は女帝であり、彼女たちの手によって、新たな都の造営、外交、大宝律令を始めとする法制度の整備が実現された。また、文化面では、女流歌人が感性豊かな和歌を高らかに詠い上げ、宗教面では、尼僧が仏教の教えを広め、発展させるなど、政治·文化·宗教の各方面で女性が我が国の新しい“かたち”を産み出し、成熟させていった。 日本国創成の地である飛鳥は、日本史上、女性が最も力強く活躍した場所であり、その痕跡が色濃く残る地である。
地域の特徴	#飛鳥時代　#女性活躍　#古墳　#世界遺産　#自然

＊　◎は連絡調整を代表して行う地方公共団体
＊＊地域型（単一の市町村でストーリーが完結）とシリアル型（複数の市町村にまたがってストーリーが展開）があり、地域型は以下の５つのどれかに当てはまることが必要。
A 文化財保存活用地域計画又は歴史文化基本構想を策定済の市町村 /B 歴史的風致維持向上計画を策定済の市町村 /C 世界文化遺産の構成資産を有している市町村 /D 世界文化遺産暫定一覧表記載案件の構成資産を有している市町村 /E 世界文化遺産暫定一覧表候補案件の構成資産を有している市町村

橿原市【藤原宮跡】
持統天皇が完成された、日本初の都「藤原京」の中心部「藤原宮」があった場所

高取町【波多甕井神社】
宮廷行事の薬狩りが行われた羽内地区の由緒ある式内大社、波大甕井神社

明日香村【牽牛子塚古墳】
斉明天皇が葬られたとされる小市岡に築かれた壮麗な八角形墳、牽牛子塚古墳

2 主要な課題感

課題1　来訪者がストーリーを体験・理解するための取組推進
地域には、日本遺産のストーリーの構成文化財に登録されているように、古代日本の政治・文化・宗教を形作った人物ゆかりの史跡が数多く存在しており、５人の女性それぞれのモデルコースなども既に造成されている。ただ、日本遺産のストーリーを体感するという観点では、まだ途上だと考えられる。

課題2　閑散期対策・ナイトタイムエコノミー対策
古墳や遺跡が多いという地域の文化財の特性上、どうしても夏・冬の利便性が低下するのは避けられず、この時期は閑散期になっている。コアになる施設は古墳のため、屋内施設の整備も可能性としてはあるものの課題も多い。

課題3　ユニークベニューや団体旅行のディスティネーションとしての取組の検討
地域内には、豊富な歴史文化資源があり、奈良・京都からの距離的な近さも考慮するとユニークベニューや団体旅行先としての活用可能性があると考えられる。地域としても関心はあるが、特にユニークベニューとしての検討は具体的には進んでいない。

課題4　地域内での回遊性・消費単価の向上
一般的には消費単価が高いとされるシニア層の来訪が多い地域ではあるものの、多くの観光客が、地域の歴史文化資源を来訪した後、回遊するのではなく地域を離れてしまい、結果として回遊性や消費単価が低いとの感覚がある。

3 実施したモニターツアーの内容

コンセプト	“飛鳥女史紀行～語り部が紐解く「古代日本をつくった５人の女性の物語」～”がタイトル。日本遺産のストーリーで紹介される５人の女性に関連する史跡を巡りながら、学識者や学芸員、地域のガイドなどの解説を受けることで、より深く地域の歴史・文化を学ぶ
ターゲット	歴史好き・シニア層
ツアー参加者	メディア、日本在住の外国人、旅行会社、事務局
モニターツアーの行程	**1日目** 東京（8：00 発）～品川（8：07 発）～新横浜（8：18 発）～＜新幹線のぞみ 207 号＞～京都（10：15 着／10：40 発）～＜近鉄特急＞～橿原神宮（11：35 着） ＝波多甕井神社【解説①高取町・福井ガイド】「推古天皇薬草狩りと薬の町・高取町」 ＝花大和「薬膳料理の昼食」 ＝向原寺「【講演①明日香村文化財課西光課長補佐】①蘇我稲目・推古天皇と豊浦宮について、②豊浦寺と善信尼について」 ＝飛鳥寺「【解説②明日香村文化財課西光課長補佐】：①用明２年の戦い（蘇我 VS 物部）について、②善信尼・鞍作鳥と飛鳥大仏」 ＝あすか風舞台【体験】飛鳥古代衣装着装体験…石舞台古墳「見学キーワード：蘇我馬子の専制政治」＝大和八木・カンデオホテル橿原【泊】 **2日目** 大和八木 ＝奈良県立万葉文化館駐車場…酒船石遺跡…飛鳥宮跡「【対談②阪南大学・来村先生と明日香村文化財課西光課長補佐】：皇極天皇の祭祀と乙巳の変、飛鳥の地形が語ること」…奈良県立万葉文化館「【解説③万葉文化館･井上先生】額田王ビデオ､【講演②万葉文化館・井上先生】万葉集と額田王、【解説④万葉文化館・井上先生】常設展」と昼食「カリオン」 ＝橿原市藤原京資料室…藤原宮大極殿跡「【解説⑤阪南大学・来村先生】藤原京概説と持統帝『春過ぎて…』唱歌」…橿原市藤原京資料室駐車場 ＝奈良文化財研究所藤原宮跡資料室「【対談③阪南大学・来村先生と明日香村文化財課西光課長補佐】藤原京発掘資料軒瓦から紐解く藤原京」 ＝高松塚壁画館・高松塚古墳「【解説⑥阪南大学・来村先生】高松塚が語る飛鳥時代 ＝明日香村中央公民館（意見交換会） ＝橿原神宮（17：55 発）～＜近鉄特急＞～京都（18：51 着／19：13 発）～＜新幹線のぞみ 248 号＞～新横浜（21：06 着）～品川（21：17 着）～東京（21：24 着）

POINT

01 POINT

飛鳥の日本遺産ストーリーを構成する5人の女性に関する史跡をめぐるだけでなく、**地域の文化を感じられる食事や古代衣装体験を通して、地域の歴史･文化を深く学ぶ。**

02 POINT

総合ガイドとして同伴する阪南大学来村教授や、学芸員･ガイドの解説を通して、日本遺産のストーリーを深く理解し楽しんでいただく。

4 事業成果

主な参加者アンケート結果

ツアー全体の推奨度……（0～10の11段階）平均 9.0 / NPS* 66.7
参加者推奨度の高いコンテンツ……あすか風舞台衣装体験平均 10、石舞台古墳 平均 9.7
日本遺産のストーリーの理解度（0～5の6段階）…参加前 3.0　⇒　参加後 4.3

＊NPS：顧客ロイヤリティを測る指標。「推奨者（9,10と回答）の割合」－「批判者（0～6と回答）の割合」で計算できる。

総合ガイド・ナビゲーターの解説付きの全体感がありつつディープな「学び」の旅の有用性を確認

モニターツアーでは、地域の歴史に詳しい阪南大学国際観光学部来村教授に総合ガイドとして同行いただき、来村教授作成の資料も用いて、スポットで学芸員の方などにも解説をいただくなどして、地域の歴史・文化を深く学ぶ旅を実施しました。また、日本遺産をテーマとする「学び」の旅を数多く実施するクラブツーリズム成瀬氏も適宜解説を行い、地域の歴史・文化が全体感を持って体感できるような工夫をしました。
日本遺産に認定されている人物の功績やゆかりの地を巡り面白かったとの声があった一方、「インバウンドのターゲットは日本文化への理解度レベルが高い層が望ましい」や、「旅行者のレベル感に合わせた対応が必要なエリアであり、ガイド内容も専門性が高いものとライトなものに二分化させる方向性はありえる」といったコメントもあり、前提となる知識レベルに合わせたツアーの造成やガイドによる解説を整備する必要性も指摘されました。

特別感のある体験や、地域の文化とつながる美味しい食事などが旅の充実度を増し、結果的に日本遺産のストーリー理解にもつながることが確認

学術的な面白さに加えて、飛鳥時代の衣装のコスプレ体験や高取町の薬膳料理体験、乙巳の変の再現など、体験として楽しめるようなコンテンツを盛り込むことで、地域が誇りにしてきた飛鳥時代の都としての歴史や文化をより感じることができた。

消費単価向上に向けた施策として、地域食や早朝だからこそのコンテンツ、団体旅行の有望性を確認

地域の文化をより深く体感できる薬膳料理や、宿泊者しか参加できない朝勤行などをより広めることで地域内での消費向上につながるといった指摘がありました。また、教育旅行の行先がありきたりなところから広まっている現状を踏まえ、専門家によるリモート事前学習をセットにした教育旅行なども有望とのコメントがありました。

【1日目昼食】推古天皇による薬狩ゆかりの地とされている波多甕井神社を訪れた後、同町内で薬膳料理を堪能

【石舞台古墳】万葉衣装の着装体験を行い、その服装で石舞台古墳を散策

【牽牛子塚古墳】整備が完了したばかりの訪問。村文化財課の西光課長補佐が主導し、日本遺産ストーリーに絡めた解説板を現地に新たに整備するなど関連する工夫についても説明を受けた

【飛鳥宮跡】阪南大学来村教授（左、朱色の万葉衣装）らによる、乙巳の変の再現劇など特別な解説でストーリーに対する理解を深めた

【高松塚古墳】同古墳に関する著書もある阪南大学来村教授による特別な解説を聞きながら散策

【意見交換会】明日香村、総合ガイドを務めた阪南大学来村教授にもご参加いただき、地域の魅力や、歴史・文化を体感いただくための考えを議論

5 主要な課題解決に向けた示唆

課題1 来訪者がストーリーを体験・理解するための取組推進

総合ガイド・ナビゲーターによる深い解説は有用

今回は阪南大学来村教授が、各史跡の詳しい解説を行い、他にも学芸員や研究者などの話を聞く機会を設け、参加者が地域の歴史・文化を理解し、旅を楽しめるような取組を行いました。ターゲットを日本の歴史に造詣が深い人に絞るなどの工夫が必要との声もありましたが、歴史好きにはこうしたディープな学びの旅も楽しめることが確認できました。

地域の歴史・文化を体感できる特別な体験や美味しい食事が来訪者の旅の満足度を高める

今回のツアーでは、飛鳥時代の衣装のコスプレ体験や高取町の薬膳料理体験、乙巳の変の再現など、飛鳥時代の歴史や文化を体験できるコンテンツを提供しました。特にコスプレ体験が参加者からは好評であり、「地域全体が飛鳥時代の面影を感じられ、どこでも衣装が似合うという地域の特性を活かし、史実の再現をコンテンツとして磨き上げてはどうか」「地域全体でコスプレをできるようにしてはどうか」といったコメントも見られました。

課題2 閑散期対策・ナイトタイムエコノミー対策

その季節・時間帯“だからこそ”のコンテンツが有望

ナイトタイムエコノミー対策や宿泊促進策としては、宿泊を促すライトアップや早朝プログラムの開発が有望な策として挙げられます。飛鳥の場合、古民家に宿泊し、地域の街並みを散策することや、近隣地域でも実施されている朝勤行の可能性を指摘する声がありました。夏の時期であれば、朝の涼しい時間帯のコンテンツとしても価値があるというメリットも考えられます。また、閑散期については、人がいないことを自体を逆手にとって紹介するという見せ方の工夫も一考との声もありました。

課題3 ユニークベニューや団体旅行のディスティネーションとしての取組の検討

特に教育旅行とは親和性が高いことが確認

豊富な歴史文化遺産を活用し、飛鳥特有の地理や歴史・文化を学ぶ教育的効果は高く、それを学ぶことの学校としての独自性といった観点からも教育旅行のディスティネーションとしての取り組みを強化することの有望性が確認できました。また、京都や奈良で開催される MICE のアフターコンベンションとしてコンテンツ造成の可能性を指摘する声もありました。

課題4 地域内での回遊性・消費単価の向上

地域の文化が味わえる食事や物販などは施策案として有望

上記の宿泊を促進するための取組に加え、薬狩の話を聞いた上で薬膳料理を食す、といった食をキーワードとした取組は有望であると考えることができます。飛鳥女史の歴史・文化を活かしたおまもりなど物販を拡大するといったアイデアもありました。

6 関係者の声

阪南大学来村教授

（飛鳥衣装体験が楽しめたとのコメントが多かったことを踏まえて）コスプレというコンテンツについて、手ごたえを得た。飛鳥ではコスプレをしても平気という文化を作ることができれば良いと感じた。例えば、京都でも舞妓のコスプレをして祇園を散策することはできるが、京都駅ではそうではないということが当然ある。しかしながら、飛鳥はどのスポットでも万葉衣装が似合うことから有望性が高いと考える次第だ。

クラブツーリズム 成瀬氏

深い内容の「学び旅」こそ、旅行としての「楽しさ」が必要です。
例えば、推古天皇の薬狩りを学んだ後に地元の薬膳料理を食することで現在も薬の町として歴史を刻む高取町の時間が素晴らしく楽しくなったと意見を頂きました。
旅は座学ではないので、現地を感じて楽しむという旅行最大のあり方を織り込む意識も重要です。
飛鳥を目的地とした来訪者を増やすためには、ターゲティングも重要であり、ファンクラブ制度などでタッチポイントを作ることも考えられます。

モニターツアー参加者

日本遺産の構成文化財同士の面や線でのつながりや、そのつながり方を工夫することが今後のポイントと言えるかもしれない。この地域をどう「フィーチャー」していくか、そのための工夫を検討することが重要。

モニターツアー参加者

行程の中で、乙巳の変の再現が行われたが、その場所で我々がかつて学んだ歴史が実際に展開されたのか、その登場人物が見たのはこういう景色だったのか、ここであのような和歌を詠もうと思ったのかなど様々思うところがあった。こうした史実の再現をコンテンツとして磨き上げ、シンプルなコスプレから「成り切り」へ一歩深いコンテンツ化を行うことができるかもしれない。

モニターツアー参加者

今回の訪問地では、外国人目線では多言語対応の品質への配意がより必要と感じた。外国人ターゲットについては、国籍のほかに日本文化への理解度レベルも重要な軸になるだろう。

国境の島 壱岐・対馬・五島 ～古代からの架け橋～

1 地域の概要

No.17　国境の島 壱岐・対馬・五島 ～古代からの架け橋～

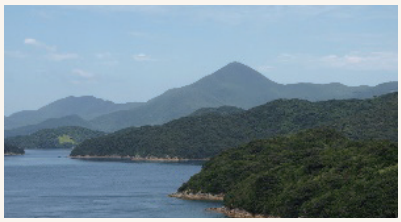
申請者・構成自治体*	◎長崎県（対馬市、壱岐市、五島市、新上五島町）
タイプ**	地域型　**シリアル型**　A　B　C　D　E
ストーリー概要	日本本土と大陸の中間に位置することから、長崎県の島は、古代よりこれらを結ぶ海上交通の要衝であり、交易・交流の拠点であった。 特に朝鮮との関わりは深く、壱岐は弥生時代、海上交易で王都を築き、対馬は中世以降、朝鮮との貿易と外交実務を独占し、中継貿易の拠点や迎賓地として栄えた。 その後、中継地の役割は希薄になったが、古代住居跡や城跡、庭園等は当時の興隆を物語り、焼酎や麺類等の特産品、民俗行事等にも交流の痕跡が窺える。 国境の島ならではの融和と衝突を繰り返しながらも、連綿と交流が続くこれらの島は、国と国、民と民の深い絆が感じられる稀有な地域である。
地域の特徴	#離島　#シリアル型　#キリスト教　#世界遺産　#中国・朝鮮との交流史　#遣唐使

＊　◎は連絡調整を代表して行う地方公共団体

＊＊地域型（単一の市町村でストーリーが完結）とシリアル型（複数の市町村にまたがってストーリーが展開）があり、地域型は以下の５つのどれかに当てはまることが必要。
A 文化財保存活用地域計画又は歴史文化基本構想を策定済の市町村 /B 歴史的風致維持向上計画を策定済の市町村 /C 世界文化遺産の構成資産を有している市町村 /
D 世界文化遺産暫定一覧表記載案件の構成資産を有している市町村 /E 世界文化遺産暫定一覧表候補案件の構成資産を有している市町村

【三井楽】五島市・福江島にある三井楽。日本最西端である五島は、遣唐使船の最終寄港地であるとともに、「亡き人に逢える島」「異国との境界にある島」ともいわれている

【金石城跡】対馬市にある城跡で、対馬藩宗家の居城跡。ここで朝鮮通信使一行を出迎えたといわれている。毎年８月上旬に「対馬厳原港まつり」が開催。金石城跡から厳原港までを江戸時代の朝鮮通信使を模して練り歩く「朝鮮通信使行列」が有名



【山王山】新上五島町・中通島にある山王山。山王山は、最澄が遣唐使の航海安全を祈願し、無事帰国後、山王神を勧請し開いたといわれている

【原の辻遺跡】壱岐市にある弥生時代の環濠集落跡で、『魏志倭人伝』に記された一支国の王都。弥生時代、海外交易の拠点として大いに栄えた

2 主要な課題感

課題1　**来訪者がストーリーを体験・理解するための取組推進**

構成文化財が五島列島・対馬・壱岐にわたって位置しており、４つの自治体で構成されるため、日本遺産のストーリーを体感することが比較的難しい。

課題2　**シリアル型協議会での連携強化**

五島市、新上五島町、対馬市、壱岐市の４自治体で構成される協議会内で、来訪者のストーリーの体感を促進するような取組や、来訪者の相互誘客を促進するための取組をどのように進めていくかが難しい。

課題3　**コロナによる環境変化を踏まえたターゲットの設定**

コロナ禍以前は地理的に距離の近い中国や韓国からのインバウンドが多かったが、アフターコロナに向け、旅行者の需要の変化も踏まえて、どういったターゲットを設定するか、課題感がある。

課題4　**多様な切り口がある中での旅行者への地域の魅力の伝え方の整理**

例えば五島列島では、マリンスポーツ、自然国立公園、世界遺産にもなっている潜伏キリシタン関連の遺産など、日本遺産以外にも様々な魅力がある。このように日本遺産以外にも地域の魅力があるなかでどのように旅行者に地域の魅力を伝えていくかが難しい。

3 実施したモニターツアーの内容（五島列島編）

コンセプト	【共通】シリーズ化を想定して複数回のツアーを企画し、より深くストーリーを理解 【五島】各所で学芸員やスペシャルガイドの解説を聞き、日本遺産・世界遺産の構成文化財及び構成資産を周遊。仏教・神道・キリスト教が共存する五島の歴史・文化を感じる
ターゲット	時間・金銭的余裕のあるアクティブシニア・「島めぐり」に興味がある層
ツアー参加者	メディア、出版社、旅行会社、事務局
モニターツアーの行程	**1日目** 羽田（8：30 発）～＜ NH661 ＞～長崎（10：30 着 /11：30 発）～＜ NH4673 ＞～五島福江（12：00 着）＝武家屋敷ふるさと館（昼食） ＝福江城址・五島氏庭園（案内人同行にて見学） ＝明星院（日本遺産）＝白石のともづな石（日本遺産）＝道の駅・遣唐使ふるさと館（見学） ＝三井楽エリア（日本遺産）＝福江・GOTO TSUBAKI HOTEL【泊】 **2日目** 福江…福江港～＜海上タクシー＞～久賀島五輪港…旧五輪教会堂・久賀島の集落（世界文化遺産）…久賀島五輪港～＜海上タクシー＞～奈留港 ＝＜マイクロバス＞＝江上天主堂・奈留島の江上集落（世界文化遺産）＝奥居旅館（昼食） ＝奈留島奈留港～＜キリシタンクルーズ／キリシタン洞窟を船上より見学＞～若松島・若松港＝日島の石塔群＝青方神社（日本遺産）＝ともじり石（日本遺産） ＝御船様（日本遺産）＝雄嶽日枝神社遥拝所 ＝上五島・五島列島リゾートホテルマルゲリータ奈良尾【泊】 **3日目** 上五島 ＝頭ヶ島の集落（世界文化遺産）・資料館見学＝頭ヶ島天主堂 ＝有川港ターミナル・鯨賓館ミュージアム…有川港（12：15 発）～＜高速船＞～佐世保港（13：40 着） ＝九十九島シーサイドテラス ホテル & スパ花みずき（昼食・意見交換会）＝長崎（19：05 発）～＜ NH670 ＞～羽田（20：45 着）

POINT

POINT 01

「遣唐使」だけでなく、その後の時代の「潜伏キリシタン」関連の史跡もめぐり、**各所で学芸員やスペシャルガイドの解説を聞くことで、仏教・神道・キリスト教が共存する五島列島の歴史・文化を深く学ぶ。**

POINT 02

五島列島・壱岐・対馬にわたって展開される「国境の島」の日本遺産のストーリーを、**五島と対馬・壱岐に分けて開催。「シリーズ」型の旅行商品を模して企画化。**

POINT 03

「シリーズ型」で、五島と対馬・壱岐を比較してみることで、それぞれの地域の歴史・文化をより深く学ぶことができるようにするとともに、日程や移動負担も適正化。

3 実施したモニターツアーの内容（対馬・壱岐編）

コンセプト	【共通】シリーズ化を想定して複数回のツアーを企画し、より深くストーリーを理解 【対馬・壱岐】各所で学芸員やスペシャルガイドの解説を聞き、海外と交流・衝突を繰り返してきた、古代から現代に続く「国境の島」としての地域の歴史・文化を体感
ターゲット	時間・金銭的余裕のあるアクティブシニア・「島めぐり」に興味がある層
ツアー参加者	メディア、出版社、旅行会社、事務局
モニターツアーの行程	**1日目** 羽田空港（10：30 発）＜ NH249 便＞福岡空港（12：30 着 /13：40 発）＜ NH4935 便＞対馬やまねこ空港（14：15 着）＝対馬藩お船江跡（日本遺産）（見学）＝対馬朝鮮通信使歴史館（見学）＝万松院・対馬藩主宗家墓所（日本遺産）（拝観）…対馬藩主宗家墓所（日本遺産）（見学）…金石城跡（日本遺産）（見学）＝厳原･東横 INN 対馬厳原（チェックイン、休憩）…志まもと（夕食）…東横 INN 対馬厳原【泊】 **2日目** 厳原（9：00 発）＝海神神社（10：00 ～ 10：30）＝和多都美神社（11：00 ～ 11：40）＝烏帽子岳展望台（11：45 ～ 12：15）＝そば道場（昼食 /12：55 ～ 13：45）＝黒田顧問による日本遺産に関する講演@東横 INN 対馬厳原（14：15 ～ 16：00）＝東横 INN 対馬厳原（チェックイン、休憩）…味所 千両（夕食）…東横 INN 対馬厳原【泊】~~＝対馬・厳原港（14：05/15：25 発）～＜九州郵船・フェリーちくし 227 便・自由席＞～壱岐・郷ノ浦港（17：30 着）＝＜ホテルバス＝郷ノ浦・ビューホテル壱岐（17：35 着）~~【泊】 **3日目** 対馬・厳原港（7：00 発）～＜九州郵船・ジェットフォイルヴィーナス 121 便＞～壱岐・郷ノ浦港（8：10 着）~~郷ノ浦（7：50 発）＝鬼の足跡（8：05 ～ 8：15）~~＝天手長男神社（8：30 ～ 8：55）＝猿岩・黒崎砲台跡（9：15 ～ 9：50）＝双六古墳、壱岐古墳群（日本遺産）（10：05 ～ 10：15）＝鬼の窟古墳、壱岐古墳群（日本遺産）（10：20 ～ 10：35）＝月読神社（10：40 ～ 11：10）＝うにめし食堂はらほげ（昼食 /11：30 ～ 12：10）＝左京鼻（12：15 ～ 12：30）＝小島神社、内海湾（日本遺産）（12：40 ～ 12：55）＝壱岐市立一支国博物館（13：05 ～ 14：05）＝原の辻遺跡（日本遺産）（14：10 ～ 14：30）＝岳ノ辻展望台（日本遺産）（14：50 ～ 15：15）＝壱岐の島ホール（意見交換会・15：40 ～ 16：45）＝郷ノ浦港（16：50 着 /17：10 発）～＜九州郵船・ジェットフォイルヴィーナス 129 便＞～博多港（18：20 着 /18：35 発）＝＜タクシー＞＝福岡（19：00 着 /19：50 発）＜ NH270 便＞～羽田（21：30 着）

※当初旅程から変更有り　~~打消し線~~＝当初予定、赤字＝２日目のフェリー欠航に伴った変更後の行程
当初の予定では、２日目夕方に対馬から壱岐へ移動予定だったが、当日フェリーが欠便となったため、２日目午後は黒田顧問による日本遺産講義を行い、３日目午前に移動した。

POINT

01 POINT

対馬の朝鮮との交流、壱岐の古代の交易･交流を知ることのできる史跡や、それぞれの神道文化が感じられる神社を巡りながら、**各所で学芸員やスペシャルガイドの解説を聞くことで、海外との交流･衝突を経て形成されてきた地域の歴史･文化を学ぶ。**

02 POINT

五島列島･壱岐･対馬にわたって展開される「国境の島」の日本遺産のストーリーを、**五島と対馬･壱岐に分けて開催。「シリーズ」型の旅行商品を模して企画化。**

03 POINT

「シリーズ型」で、五島と対馬･壱岐を比較してみることで、それぞれの地域の歴史･文化をより深く学ぶことができるようにするとともに、日程や移動負担も適正化。

4 事業成果

主な参加者アンケート結果（五島列島編）

ツアー全体の推奨度……（0～10の11段階）平均 8.1 / NPS* 37
参加者推奨度の高いコンテンツ……三井楽 平均 9.7、旧五輪教会堂 平均 9.3
日本遺産のストーリーの理解度（0～5の6段階）　参加前 1.8　⇒　参加後 3.6

＊NPS：顧客ロイヤリティを測る指標。「推奨者（9,10と回答）の割合」－「批判者（0～6と回答）の割合」で計算できる。

【三井楽】空海も訪れたという西果ての地である三井楽で遣唐使に思いをはせる

【日本遺産講義】1日目夕食後、黒田顧問による日本遺産講義を実施

【頭ヶ島天主堂】日本遺産の構成文化財だけでなく、世界遺産である潜伏キリシタン関連の史跡も訪問

【1日目昼食】五島うどんや五島牛、あごだし、椿茶など地域の食材を使った食事と民謡の披露を鑑賞

【移動】2日目の移動は海上タクシーを利用。船上で地域ガイドの方にご案内いただいた

【意見交換会】長崎県・新上五島町の職員にも参加いただき、地域の魅力や歴史・文化を体感いただくための考えを議論

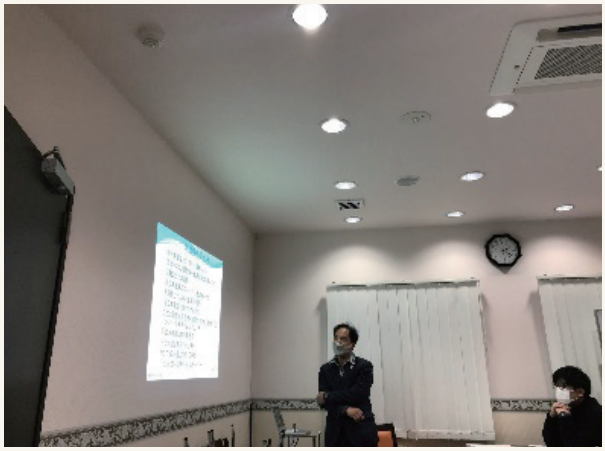
主な参加者アンケート結果（対馬・壱岐編）

ツアー全体の推奨度・・・・・・・・・・・・・・（0～10の11段階）平均 7.6 / NPS* 20
参加者推奨度の高いコンテンツ・・・・壱岐市立一支国博物館 平均 9.9、原の辻遺跡 平均 9.1
和多都美神社、烏帽子岳展望台、猿岩・黒崎砲台跡 平均 9.0
日本遺産のストーリーの理解度（0～5の6段階）　参加前 1.6　⇒ 参加後　3.7

＊NPS：顧客ロイヤリティを測る指標。「推奨者（9,10と回答）の割合」－「批判者（0～6と回答）の割合」で計算できる。

【対馬朝鮮通信使歴史館】館長と一緒に館内の展示物を見学しながら、朝鮮通信使の歴史を解説いただいた

【和多都美神社】海に続く鳥居の風景は他では出会えない風景であった。一方、裏の参道は木々が倒れたままとなっており、美しい風景が活かしきれていない面も



【黒田顧問　講演】天候不順に伴い急遽の実施となった講演。参加者は、その後の行程や日本遺産全体の理解につながる知見や観点を獲得した

【壱岐市立一支国博物館・原の辻遺跡】館長と一緒に館内の展示物を見学、地域や歴史を超えた幅広い展示、遺跡まで含めた広大な魅せ方は、参加者の評価が非常に高かった

【鬼の窟古墳】壱岐古墳群を形成する一つの古墳、鬼の窟古墳。古墳内に入る貴重な体験ができる施設であり、日本遺産の看板や音声案内板も設置されていた

【岳ノ辻展望台】司馬遼太郎の文章と共に壱岐の旅程を振り返り、参加者は古に思いを馳せ、ストーリーを体感した

ツアー中の日本遺産講義が、日本遺産のストーリーを体感・理解することを促進する効果があることを確認

五島列島編と対馬・壱岐編では、両ツアーともに、クラブツーリズム黒田顧問の日本遺産のミニ講義を実施しました。
他のツアーにおいても、移動中の車内等で総合ガイドによる解説は行われていましたが、このようにしっかりと時間をとって、日本遺産という制度や「日本遺産とは地域の歴史・文化の総体であり、日本遺産をテーマとする旅においては「気づき」が求められる」といった話を日本遺産をテーマとする旅の第一人者から解説されることで、その前後のツアー行程の解像度が高まり、より実感のこもった体験に繋がることが確認できました。

日本遺産をテーマとしたツアー造成においては、必ずしも構成文化財のみを周遊するのではなく、あくまで地域の歴史・文化が体感できるようなコンテンツを選定することが良い、ということを確認

五島列島編では、日本遺産に認定されているのは遣唐使に関連する史跡のみですが、五島藩の歴史や地域の文化のシンボルである福江城や、潜伏キリシタン関連の史跡など、「国境の島」というコンセプトにつながるコンテンツを行程に含めました。また、対馬・壱岐編でも、「壱岐市立一支国博物館を訪れ、館長のご案内を受けたことで、ストーリーの理解が深まった」とのコメントがあり、旅としての魅力も増したと考えられます。
このように、日本遺産がテーマだからといって、構成文化財ではないものを除外して考えるのではなく、地域の魅力を旅行者に伝えるということを優先して考えることの重要性が示唆されました。

シリアル型協議会の構成自治体間の連携における、相互で協力しようという意識醸成の必要性を確認

今回対馬・壱岐編で訪れた、壱岐市立一支国博物館では、五島、対馬、壱岐の展示が横並びで展示されている箇所があり、そこで、3 者の比較を行った解説を聞くことで、地域の歴史・文化の理解が進んだとのコメントがありました。また、ツアーの趣旨説明などで「五島・対馬・壱岐の 3 地域で構成される国境の島を敢えて 2 つに分けた」といった説明を行い、訪れなかった地域についての資料配布や解説などを行っていたため、「来訪しなかったもう一方にも行く必要性を感じた」とのコメントも見られました。
他方で、地域内での同じ日本遺産を構成している他の島と比較するような解説や、「五島・対馬・壱岐で一つの日本遺産を構成しているので、よかったらそちらにも足を運んでほしい」といった案内は確認されませんでした。こういった日本遺産をテーマとしたツアーで訪れる人の他にも、世界遺産やマリンアクティビティ、つり等他の目的で地域を訪れる方が多くいらっしゃることを考えると、地域として、日本遺産の構成自治体であることや、他の地域を訪れることで相互の理解が深まるといった誘導をお互いに行うことができると、相互誘客や相互理解促進につながると考えられます。

また、「国境の島」のように構成自治体間の地理的な距離が離れている場合は、今回のモニターツアーで行ったような「シリーズ型」の体裁を取ることも効果的であることが確認できました。参加者のアンケートでは、「他の地域も訪れてみないといけないと思った」などのコメントがありました。

5 主要な課題解決に向けた示唆

課題1 来訪者がストーリーを体験・理解するための取組推進

総合ガイドによる解説を通した、「学び」の旅の実現

今回のモニターツアーで実施したように、総合ガイド（P21 参照）が同行するような「学び」の旅を造成し、地域の歴史・文化について、地域の地理的条件や歴史・文化、他の地域との比較等を解説していくことで、ただ単に周遊しただけでは感じることの難しい地域の魅力に気づくことができ、旅の満足度も、日本遺産のストーリーの理解も高めることが期待できます。

課題2 シリアル型協議会での連携強化

地域間でお互いに協力する意識を持つことが重要

有識者からは、地域が全体として、日本遺産という地域の歴史・文化を示したストーリーを契機に他の地域と協力して誘客を図ろうという意識を持つことがまずは重要という示唆が得られました。そのような意識を双方が持つことで、以下のような具体的な取組に推進力が生じることが期待できます。その上で、案内所や観光ガイドの説明において相互を比較した説明を盛り込むことや今回のモニターツアーで実施したような「シリーズ型」の旅行商品の造成、協議会の全ての構成地域の歴史・文化やその比較を説明しているような資料作成、作成した資料の旅行者の目に触れるような場所への設置といった具体的な施策を進めていくことが求められます。

課題3 コロナによる環境変化を踏まえたターゲットの設定

「島めぐり」需要やワーケーション需要の取り込みは可能性大

旅行会社に在籍するツアー参加者からは、「『国境の島』に限らず、離島が構成自治体になっている地域では、アフターコロナに向けたターゲットとして、『島めぐり』を志向する旅行者が増えており、そうした層をターゲットにするのはよい考えではないか」との声がありました。また、ワーケーション拠点として、観光需要以外のトレンドを拾い上げることも可能だとするコメントもありました。

課題4 多様な切り口がある中での旅行者への地域の魅力の伝え方の整理

多様な魅力を切り分けるのではなく、他の魅力も旅行者に伝えるスタンスや気づいてもらうような情報発信が重要

日本遺産は日本遺産、世界遺産は世界遺産、と情報発信や地域のガイドの説明方法を完全に切り分けてしまうのではなく、地元の住民が誇りに思うような地域の魅力の別の側面としてつながりを持たせるような情報発信がのぞましいとの示唆が得られました。

具体的には、観光案内所での案内や、旅行者が多く訪れるような箇所での情報発信において様々な地域の魅力が分かるような説明をすることや、一度地域を訪れた経験があり地域のファンになっているような旅行者へ、他の切り口での魅力を紹介していくようなファンクラブのような仕組み作りが効果的だと考えられます。

6 関係者の声

地域担当者

皆さんのお話にあったように、日本遺産は一つの切り口。五島の漁港や椿などまだ活かしきれていない切り口もある。地元の人の生活も大切にしながら地域の文化の発信に努めたい。
また、各島でのガイドや解説でその島のことしか伝えられない点にも課題感を感じている。

モニターツアー参加者

対馬・壱岐編の3日目、小島神社・壱岐市立一支国博物館、原の辻遺跡、岳ノ辻展望台の流れが素晴らしかった。各地点の説明が前後につながる内容で語られ、古に思いを馳せる体験ができた。このようなストーリー性をもった解説や構成は旅行者の体験の質向上の観点で重要と考える。

クラブツーリズム 黒田氏

「日本遺産」というブランドがまだ確立していないので、種々のテーマ旅行で認定地を訪れた際には、日本遺産ストーリーを実感できる体験が肝要です。令和元年には万葉集をテーマとした壱岐島ツアーを実施しましたが、ナビゲーターとして壱岐島の歴史や地域の広がりを伝えつつ、一支国博物館にも立ち寄ることで、「日本遺産」についても認知していただくことができました。これは、将来的に「国境の島」をテーマとした日本遺産で誘客を行う環境を実現するための土台作りになったと思います。
五島・壱岐・対馬は、日本が島国であることを再認識できる貴重な場所ですが、日本全体の歴史と関連付けてこれら「国境の島」の歴史を眺めれば、日本遺産ストーリーの価値も高まります。

モニターツアー参加者

2つの方向で作り込みを考えるべき。日本遺産のストーリーや地域の歴史・文化やそこまで突き詰める人に対してはスルーガイドが必要になる。まず興味を持ってほしい人については、第一印象として興味を持つフックがないといけない。五島の場合、日本遺産、世界遺産、ジオパークなどが考えられるが、この場合でも全体の流れを意識した総合ガイドのような役割が必要になる。例えば、辞本涯についても、若き時代の空海が旅立った地として意識して訪れると、日本の西端として中国との国境に接してきた地域の歴史が実感を持って感じられると思う。

6

まとめ
テーマ旅行の専門家クラブツーリズム 黒田氏に聞く

　このハンドブックでは、日本遺産の周遊促進に役に立つ情報や実際の地域での取組をまとめてきました。
　まとめとして、各地域のガイド育成やマーケティング支援、テーマ旅行の企画、旅行の総合ガイドなど、様々な形で日本遺産を活かした周遊促進に取り組んでおり、今回の事業にも総合監修として参画したクラブツーリズム株式会社テーマ旅行部顧問の黒田尚嗣氏による総括を紹介します。

まとめ

テーマ旅行の専門家 クラブツーリズム 黒田氏に聞く

クラブツーリズム株式会社
テーマ旅行部 顧問 黒田尚嗣氏

「日本遺産周遊促進モデル構築事業」では、令和３年度重点支援地域に認定されている４地域を対象にモニターツアーを実施し、日本遺産ストーリーを来訪者に体感してもらうための成果や改善策を他の地域の方々にも知っていただくべく、本ハンドブックを作成しています。
今回の事業のまとめとして、全国各地の日本遺産をテーマとしたツアーを造成しているクラブツーリズムに所属し、日本遺産の第一人者として、各地域のガイド育成やマーケティング支援、テーマ旅行の企画、旅行の総合ガイドなど、様々な形で日本遺産を活かした周遊促進に取り組んでおり、今回の事業にも総合監修として参画したクラブツーリズム株式会社テーマ旅行部顧問の黒田尚嗣（くろだなおつぐ）氏にお話をうかがいました。

トークテーマ 1

改めて、「日本遺産」という制度について

Q1 これまで多くの日本遺産について、地域の支援やテーマ旅行の企画、旅行の総合ガイドなど様々な取組を実施されてきたと思いますが、その経験から、黒田さんの考える「日本遺産」とはどういったものでしょうか？

日本遺産とは「地元のプライド」

日本遺産とは、一言で言うと、「地元のプライド」だと思います。
近年、日本人は地元・郷土への想いが忘れられつつある、と言われます。日本遺産は、こうした日本人が忘れつつある郷土・地元へのプライドを回復し、先人に対する思いを見直す機会を与えてくれる文化庁の一大事業と考えられます。
地域の住民の方々は、それぞれ地域についての想いがありストーリーを持っているものです。「この地域は、国から『日本遺産』として認定されました。だから皆さん、この地元の文化に誇りをもって、よそからやってきた人に語っていきましょう」と気持ちで伝えていくことで、地元のプライドの回復につなげていく、そうしたきっかけとして日本遺産制度が貢献することを期待しています。
ただ、これまでの取り組みや、**今回のモニターツアーを通して、日本遺産のストーリー以前に、地域の方々や旅行者がそもそも「日本遺産とは何か」を知らない現状を痛感しました。**日本遺産というブランドがより知られていけば、認定地域の人が誇りを持っていくことにもつながります。**文化庁には、日本遺産ブランド自体の知名度向上にもぜひ取り組んでいただきたいし、地域の自治体の方々には、地元の住民が自信をもって土地の自慢話を語っていけるよう、働きかけていってほしい**と思います。

Q2 日本遺産の特徴は、建造物や文化財そのものではなく、「ストーリー」が認定されることと理解しています。日本遺産を「地元のプライド」としてとらえると、このストーリーについてはどのように考えるべきでしょうか。

地元住民一人ひとりの地域への誇りを語ることこそ“ストーリー”、認定されたものはあくまでそれらの一つ

認定されている日本遺産のストーリーはあくまで地域に見出せる様々なストーリーの代表的なもののひとつと考えるとよいでしょう。
地元の方一人ひとりに、その地元にまつわる思い出や愛着があります。それを誇りに思い、大事にして語ってもらうことこそが「ストーリー」の本質だと思います。「地元のプライド」が日本遺産であり、何をプライドに思うかは人それぞれですが、**地域住民のプライドと来訪者の思いが積み重なり、認定地の住民と共に観光客も価値を生み出す「価値共創」によって新たなストーリーが自然と生まれることが理想**です。
例えば、日本遺産「国境の島」では、「時に体を張り、時に他国と交流して国境を守ってきた」というメンタリティがプライドの根幹にあります。今回訪れた五島列島では、認定されている文化財は全て遣唐使関連の史跡です。ただ、方言に韓国朝鮮語由来の表現が残っているという地域住民の声や、現在の中心地である福江町が栄えたのは、日本の国境を超えて広く活動した倭寇・王直が拠点を置いたことが背景にあり、現在は明人堂というお堂が残っていることなど、様々なエピソードが、五島列島が古代から現在に至るまで「国境の島」として存在してきた地域の歴史・文化、つまり日本遺産のストーリーにつながるのです。

遣唐使船の最後の寄泊地である白石で、遣唐使船のとも綱を結える石として使われてきたという伝承が伝わるともづな石。遣唐使たちの命をかけた偉業を讃え、地元では小さな祠を建てて漁業、海上安全の神として祀っていますが、モニターツアーではともづな石の隣に住む方から、ともづな石を大事してきた様子、港のかつての様子についてお話を聞くことができました。
こうした地元の方の「自慢話」こそ、旅行者の心に響く「ストーリー」となり、「国境の島」というこの地域の文化が現在まで根付いていることを体感できるきっかけとなります。
《モニターツアー五島列島編・五島市の福江島にて撮影》

トークテーマ 2

日本遺産をテーマとする旅のあり方

Q3 このハンドブックでは、日本遺産のストーリーを来訪者に体感していただくことや、日本遺産を起点に誘客促進を図る方法を整理してきました。日本遺産をテーマとする旅のあり方について、改めてお考えを教えてください。

世界遺産は「確認」／日本遺産は「確認」＋「気づき」

世界遺産と日本遺産は名前も似ており、混同している方もいると思いますが、その旅のあり方を考えると違いが分かりやすいです。
世界遺産をテーマとする旅は、「確認」が目的になりがちです。つまり、有名で、事前に色々な情報が調べられるものを、目で見てそのすごさを感じることが主な目的となります。
日本遺産をテーマとする旅でも、事前に色々調べた上で「確認」はもちろんしますが、これに加えて、地域の人々の自慢話（ストーリー）を聞いたことによる「気づき」を得る旅でもあります。誇りを持っている地域の方々との交流を通して、今まで気づかなかったその地域の魅力に「気づき」、豊かな気持ちになる。こうした**「確認」＋「気づき」を目的とする旅が日本遺産の旅のあり方**だと思います。
面白い話を聞くと気持ちが豊かになり、「感情の老化」を防ぐことにもつながります。「感情の老化」とは聞きなれない言葉かもしれませんが、感情も使っていないと衰えるのです。そこで、旅を通じて冷めていた心を熱くする、地域や日本への誇りに再度気づく、こうした質の高い旅行体験こそ、アフターコロナに向けて求められると感じています。
地域の方との交流というと、コロナ禍での交流を懸念されるのでは、と感じる方もいるかもしれません。ただ、私が日本全国を回っているとまったくそのようなことはありません。むしろ、関心を持って、来訪者を歓迎し地元の話を聞いてもらおうという姿勢が強いと感じます。

世界遺産＝確認の旅

世界遺産は、その価値を目で見て確認でき、歴史や文化も調べたものを確認できます（姫路城・世界文化遺産）《写真は黒田氏のブログ（https://heiseibasho.com/world-heritage-himejijo/）より引用》

日本遺産＝「確認」＋「気づき」の旅

かつてあった城は既に失われており、現在は市民の憩いの場となっている高岡城跡（高岡古城公園）ですが、学芸員の方の話を聞くと、当時の城の姿が想像でき、高岡城が失われた後、どうやって、商業・工業の街として発展してきたか感じられます。《モニターツアー高岡編にて。かつての城の堀を構成した石垣について、学芸員の説明を受ける》

Q4 今回は、総合ガイドとして黒田さんなど有識者が同行するモニターツアーを実施し、参加者からも「ツアー形式だからこその学びを得ることができた」との声がありました。旅行形態についてはどうあるべきでしょうか？

「気づき」を得るためには、総合ガイド付き・ツアー形式の“「学び」の旅”が最適

現代社会において、旅行する人は誰でもスマートフォンで検索して旅先の情報を得ようとします。「確認」のためであれば、それでも十分な情報を得られるでしょうが、「気づき」を得るにはそれでは不十分です。人間は知らないことは検索できないのです。
ですので、日本遺産を含めて、**私たちが造成するテーマ旅行では、総合ガイドとして、そのテーマへの造詣が深く、地域への理解もある人員が同行します。総合ガイドが気づきをサポートすることによって、旅の目的である「気づき」を得ることができ、充実した旅行体験が実現できる**のです。
また、ツアー形式で訪れることには別のメリットもあります。それは、**受け入れる地域のおもてなしの意識が上がる**ことです。「個人だと難しいけどせっかく団体で来てくれたので」ということで、貴重な体験をさせていただくことや、エピソードを語っていただくことは多いです。その結果、**自分の関心事に対する「思い出」だけでなく、おもてなしを受けた「相手」から得られる気付きの「想い出」も持ち帰ることができます。**

実施した５本のツアーでも、各地域の方の協力もあって、通常は入ることのできない場所・時間帯に案内いただくことや、寺の住職や博物館の学芸員に自らご説明いただくといった機会がありました。
《モニターツアー高岡編・瑞龍寺。ご住職自ら夜間拝観をご案内いただいた》

トークテーマ 3

日本遺産をテーマとした旅を楽しんでいただくための方法論

Q5 日本遺産の旅はツアー形式が最適というお話を伺いました。ツアーには通常、ガイドが同行するものですが、旅行者に旅を楽しんでいただき、日本遺産のストーリーを体感していただくために、どういったガイドが望ましいとお考えでしょうか。

全体を“つなぐ”総合ガイド・ナビゲーターと“地域の誇りを語る”スポットガイド

「学び」の旅には、一般的に想像されるような、その施設・文化財についての詳しい説明を行うガイドの役割に加えて、**全行程に同行し、ツアー全体で旅行者に体感してほしいことの概説や、訪れたスポットの関連性の説明など、気づきのサポートを行う総合ガイドの役割が必要**になります。そして、**時には参加者の質問や感想を聞きながら、ナラティブ・アプローチによるストーリー解説を行うことが大切**です。

地域の誇りに関する心に響くストーリーを通して、“気づき”をいざなう

観光ガイドというと、観光名所やバスで通った箇所について、その説明や歴史を話すイメージがあります。ただ、一般的なガイドだとそのスポットだけの説明にとどまってしまい、その地域の歴史や文化の魅力を十分に伝えられないことが多いです。

学術的な説明に終始するのではなく、他の地域との比較や、地域の長い歴史で見たときの位置付け、参加者が知っているような事柄との関連性をフックに、旅行者が気づきを得るきっかけを作り、心に響くストーリーを感じてもらうことが求められます。具体的には、**ガイド自らが地域の誇りに感じていることや、ガイドが地域住民から聞いたエピソードを語り、少しずつ地域の魅力を理解していってもらう、**という流れです。旅行者がその土地のストーリーを理解する方法としては、以下の３つのような方向性が考えられるでしょう。

1. その土地を観る：歴史・風土・伝統・慣習・地名
2. その土地の生活を知る：地産地消（身土富二）の食物、空気・水・名産
3. その土地のエネルギーに触れる：伝統技術を学ぶ、人と触れ合う、温泉・森林浴

実際の旅行では、旅行の４要素である「観る」「食べる」「遊ぶ・学ぶ」「買う」と関連させて語る体験を作り、ストーリーを語っていくことになります。**日本遺産の構成文化財だけでなく、その周辺の歴史や文化、その土地を外部の人間が周遊する際に求められることなども把握していく必要があります。そのためには、地域の人の「生の声」を聴き、自分たちの土地の歴史や文化、魅力を見出すことが求められます。**

Q6 ガイドの育成・確保については、観光地の環境整備において一つの大きなトピックになっています。Q5 でご回答いただいたようなガイドを地域で育成していく上で、どういった取組が必要でしょうか。

主体的に学び、地元へのプライドを持って、オリジナルのストーリーを語る方法を身に付ける

日本遺産を説明する人として、その地域のみに詳しいガイドでは不十分で、他の地域や長い歴史の中で語れるナビゲーターの存在が必要です。そう考えて、個人的にナビゲーターを育てる活動を続けています。対象者としてはタクシー運転手や観光協会の人など。実際に旅行者に語れる立場にいる人を対象としています。（例：安来市観光協会にて実施した「旅の文化カレッジ事業・ローカルナビゲーター養成講座」など）

講座などを通して、**地域の方には、「学び方」と「伝え方」を習得していただこうと取り組んでいます。**

「学び方」とは、学術的な説明にとどまらない、自身の体験に基づいた、旅行者の心に残るようなストーリーを語れるようになる方法のことです。教科書的な説明をただ記憶するだけでなく、ガイド自らが能動的に疑問を持ち解消していくことが必要になります。そのためには、「なぜなのか」と深掘りする姿勢と、その答えに仮説を持ち、その地域に暮らす人へ尋ねて答えを導くことが重要です。

「伝え方」とは、ツアー参加者にとって日本遺産のストーリーや、地域の歴史・文化を体感してもらうためのコミュニケーション方法です。ストーリー（物語）に対しては、それを語る人、聴く人、あるいは読む人によってとらえ方が異なりますが、**このストーリーに関するそれぞれの心が、その物語が語られる土地に対する「想い」に繋がって初めてストーリーは旅となります。「物語」はたとえそれがフィクションであっても、設定された舞台が実際に存在する場合も多く、その舞台を訪れて主人公の気持ちを考えるのも旅の楽しみ**です。

そこで、日本遺産については、ただストーリーを伝えるだけではなく、参加者にとって共感しやすいような“フック”を作るために、参加者の多くが知っている事柄との関連性、地域で暮らす自身の体験や、他の地域と比較したトークなどを盛り込むことが大事になります。参加者とのコミュニケーションを通じて、その時の参加者が興味を持ちやすい話題を引き出すことで、ツアー参加者がより地域に関する関心を持つようになります。

また、上手なガイドとは、地域の過去のことではなく、未来のことを語るものです。日本遺産のストーリーに絡めて、自身のこれからの街のあり方に対する想いを語ると、参加者としても「であれば、自分としてもこういう風に街に関わることができそうだ」と、地域に対して継続的に関わってくれるようになります。

専門のガイドだけでなく、地域住民が地元に誇りを持ち、ナビゲーターのような働きができると旅行者の“気づき”も増すことでしょう。

トークテーマ 4

日本遺産の周遊促進を図る方法論

Q7 日本遺産認定地域からは、日本遺産のストーリーを体感できる旅行商品の具体的な作り方が分からないというお悩みをよくうかがいます。このハンドブックでもいくつかの TIPS を紹介していますが、改めて、日本遺産をテーマとする旅行商品造成において意識すべきことを教えてください。

マーケットインの考え方が重要／構成文化財にはこだわらずに「地元のプライド」を伝える

マーケットインとは、「作り手側の事情で商品を作る（プロダクトアウト）のではなく、買い手が求めるものを作る」というマーケティングの考え方です。旅行商品造成においても、行程の組み方やタイトルの付け方、情報発信まで、マーケットインの考え方が重要です。
旅行商品である以上、旅行者が楽しめることが大前提になりますし、日本遺産の旅の目的である「確認」＋「気づき」を達成するためには、日本遺産の構成文化財を単に周遊するのではなく、「地元のプライド」を体感してもらうために、認定地域を知る人と知らない人の両方の視点から行程を組むことが大切です。すなわち、**地域内・地域外の「誰に」「どんな物語を」「どのように」伝えるかを考えて旅行を商品化**します。
また、日本遺産のストーリーでは、全国の認定地域において、旧石器時代から現代までのいずれかの時代がフォーカスされており、**顧客の興味・関心に応じて適切な歴史物語を選ぶことで、より深くストーリーを体感していただくことができます。**
戦術レベルの話としては、日本遺産のストーリーそのままの売り方は非常に難しいことに留意が必要です。認定地域を訪れたくなる誘客のフックは既に一定数の市場規模が存在するテーマ（例えば、御朱印、城跡、景勝地の写真・スケッチ、古墳等）を活用する必要があります。それらのテーマをきっかけとして訪れた方が旅行の体験（解説）を通じて日本遺産を知り、次の旅行先の選択の際に日本遺産を選択肢の一つとしていただくことが現実的な路線ではないでしょうか。
また、ツアータイトルも「日本遺産」などと素直に書いても現時点の認知度では誘客にはつながらないため、上述したテーマを踏まえたツアータイトルをつけることが重要になります。日本遺産のストーリーや地域が推していきたい単語をタイトルにするのではなく、お客さんが知っているような単語を設定していくことが効果的なのです。

例）日本遺産「祈る皇女斎王のみやこ　斎宮」 ⇒ 旅行商品タイトル「伊勢神宮のルーツ、元伊勢をめぐる」

さらに、日本遺産の情報発信のために作成されるパンフレットやチラシといった PR ツールについても同じような話が言えると思います。ガイド向けに作成しているのか、一般顧客向けなのかがはっきりしないために、結果的に文化庁に認定されているストーリーと同じような内容になってしまう。あるいは、せっかく地域の誇りである歴史や文化をうまくまとめても、旅行者の目に届くような場所に配架されず、結局情報発信に活用できないという例が多々あります。これについても、**想定する読者が求めている情報を捉えて、PR ツールの内容や設置する場所を考えていくことが大事**です。

「地元のプライド」を旅行者に感じてもらう、という観点から、モニターツアー５本の中では、日本遺産に登録されていない文化財・観光施設であっても、ツアーのコンセプト上訪れるべき箇所については、行程に含めるようにしています。
例えば、モニターツアーの五島列島編において、日本遺産に認定されているのは遣唐使関連の史跡だが、世界遺産に関連する潜伏キリシタンゆかりの集落や天主堂もいくつか訪問しました。
《モニターツアー五島列島編にて撮影》

「地元のプライド」を示すものとして、食事にまつわるエピソードも鉄板です。
小浜では、２日目の朝には漁師の方から地域のブランド養殖サバに関するストーリーを聞く機会を持ち、その前後の食事で鯖料理を楽しみました。
このように、魅力的な食事とそれにまつわるストーリーを通して、その地域の歴史・文化を体感することも旅行商品の上で重要だと考えられます。
《モニターツアー小浜編にて撮影》

Q8 日本遺産認定地域からは「どうやって誘客促進を図るか」といった課題感も聞きます。日本遺産認定地域が日本遺産やその他の地域の魅力を活かして誘客促進を図るために意識すべきことを教えてください。

地域の多様な魅力を結び付け、地域のファンを作る

誘客促進のためには「あなただけ・今だけ・ぜひここへ」の法則により、四季のセールスポイントを明確にし、他の場所では体験できない付加価値提供が大切です。そして**多くの認定地域が、日本遺産ストーリーで紹介される歴史・文化の他にも様々な魅力をもっているので、一度にすべてを案内する１回限りの旅としてではなく、旅行に繋がりを持たせてシリーズ化することが大切**です。例えば、五島の場合、世界遺産（潜伏キリシタン）や日本遺産（「国境の島」、遣唐使、空海・最澄ゆかりの地、万葉集）さらにはジオパーク、捕鯨基地としての歴史など、様々なテーマでの旅行商品造成が考えられます。また、五島は釣りやダイビングスポットの名所としても知られており、マリンアクティビティ目的のリピーターも多くいます。このように様々な魅力を持つ地域では、最初の切り口はどこでもよいですが、それぞれを別物として扱うのではなく、**むしろそれぞれの繋がりを示すことで、地域をより深く知っていただくことにもつながりますし、再訪意欲喚起や将来的な関係人口化も期待できます。**

具体的な取組としては、各コースのガイドが「この地域は国境の島になっているんですよ」と一言普段のガイドに付け加えるといった簡単なことから始めてもいいと思います。地域全体が多様な魅力を伝える意識を持ち、様々なタイミングで伝えていくことが重要です。

他の地域と連動した周遊促進：ストーリーとストーリーを結び付けるストーリーを形作る

旅行者によっては、興味関心を抱くテーマは異なるため、案内する立場のガイドやナビゲーター（講師）は、初めに旅行者のニーズやウォンツを正確に把握し、特に「～したい」というウォンツを満たす地域へ誘導していくことが重要です。

他の地域と自分の地域を結び付けるストーリー、いわばストーリーとストーリーを結び付けるストーリーを形作ることができれば、自分の地域の歴史や文化をよりリアルに伝えることができますし、他の地域への周遊にもつなげることができます。

具体的な方法論としては、地理条件・歴史・文化での共通項を探すことが考えられます。「国境の島」（壱岐・対馬・五島）であれば、「島旅」「空海と最澄」「万葉集」、小浜では「街道」「街歩き」「ハイキング」といった項目で考えれば、他の地域や他の日本遺産との相互誘客を行っていくことができるでしょう。

例）福江島にある「みみらく」は日本の西の端として、古来から和歌に詠まれてきた。万葉集をテーマにすることで、当時の都の中心であった明日香とのつながりや、他の万葉集に詠まれた地域との連携も考えられる。

例えば、島根県には、2022年３月現在、日本遺産が７つあります。公益社団法人島根観光連盟が運営する「しまね観光ナビ」では、「しまね日本遺産」という特集ページを作成し、この７つの日本遺産を１つのページで紹介する取組が行われています。

このページでは、それぞれの日本遺産の動画や見どころ、モデルコースを紹介するページへのリンクが貼ってある他、左に引用した紹介文では、「継承すべき価値がある。」というキャッチコピーのもと、県内の日本遺産には「島根県ならではの人を惹きつける、引き込まれる美しさ」があり、「旅する人に新鮮な感動をもたらす」とその魅力を紹介しています。

このように都道府県が主導して情報発信などで連携した取組を進めることや、共通項を見出しやすい協議会同士でお互いの地域が結びつきそれぞれの地域の誇りをそれぞれの来訪者に紹介するような協力体制を作ることなどによって、より地域の魅力が伝わりやすくなることが期待されます。

出典：しまね観光ナビ「しまね日本遺産」（https://www.kankou-shimane.com/nihonisan-shimane/）

さいごに

Q9 最後になりますが、日本遺産の取組を実施している方々に向けて一言お願いいたします。

人生は一度限りなので、無限の可能性の中から１つしか生きることができません。よって人は人生において、他の地域で生きた場合の別の自分史を思い描くために旅に出ます。すなわち旅は「一度限りの人生への抗議」として、新しい気付きを求める創造活動です。
言い換えれば、**自分の生きている「物語」と旅先の「物語」とが織りなす新しい「物語」の創造こそがストーリーの旅であり、日本遺産のストーリーも自分の「物語」と対比させてこそ生きたストーリーとなります。**
そこで、昨今の社会情勢を見ていると、「形あるものはいつかはなくなるけど、地域に根付いたストーリーは不滅」ということを改めて感じます。
先ほども触れましたが、人生において、色々な人や地域のストーリーに触れれば触れるほど、人の感情の老化を防ぐことができ、人生は豊かになります。今後の日本社会において、日本人が忘れつつある郷土への想いやプライドの回復につながる日本遺産は、将来の日本の命運を決するような大事な取組であるとも思います。
文化庁や各地域で日本遺産に取り組まれている方々には、是非、ご自身が行っている日本遺産という取組自体にもプライドを持って、その普及や地域での定着活動に引き続き携わっていただければと思います。

経歴紹介

クラブツーリズム株式会社 テーマ旅行部 顧問 黒田 尚嗣氏

クラブツーリズム（株）顧問、旅の文化カレッジ講師として「旅行＋知恵＝人生のときめき」をテーマに旅の講座や旅行の企画、ツアーに同行する案内人や添乗員の育成、また自らも「世界遺産・日本遺産の語り部」として活躍中。一般社団法人日本旅行作家協会会員、旅の文化研究所研究員、総合旅行業務取扱管理者、日本遺産国際フォーラムパネリスト

著作 平成芭蕉のテーマ旅「奥の深い細道」、一個人「日本遺産を旅する２」、旅行読売「日本遺産のミカタ」、夕刊フジ「世界遺産旅行講座」連載中。ペンネーム「平成芭蕉」

詳細な経歴は黒田氏のブログをご参照ください。
「【黒田尚嗣】平成芭蕉の旅物語」（https://heiseibasho.com/ ）

主な活動実績（一部）

1. 情報発信 / プロモーション
- “おおやまみち” まちづくりサミット in 伊勢原
- 大阪府泉佐野市日本遺産認定記念シンポジウム
- 和歌山県広川町日本遺産認定記念シンポジウム
- 「日本遺産国際フォーラム」日本遺産で地方送客へ、文化財をストーリーとして発信
- 山梨県甲州市中学生向け日本遺産講座
- 三重県松阪市郷土の偉人「松浦武四郎」セミナー等

2. 受入環境の整備
- 小豆島町など関係市町の日本遺産ガイド養成講座
- 伊賀・甲賀リアル忍者ガイド養成講座
- まつさか歴史・文化案内人講座
- 島根県安来市「ローカルナビゲーター養成講座」等

３．着地型旅行商品等コンテンツの開発・強化
- 島根県安来市コロナ以降の観光考える勉強会
- 倉敷・備前日本遺産を訪ねて
- 歴史古街道団武蔵野から多摩丘陵へ―“多摩古道” を日本遺産に！
- エフエム清水モーニングパル mayu 旅コレクション「旧東海道を歩く旅」
- 関西広域連合歴史文化遺産フォーラム「歴史に学ぶ広域観光ルート」等

日本遺産周遊促進のためのハンドブック

第１版発行　令和４年３月31日
発　行　者：文化庁
作 成 協 力：株式会社近畿日本ツーリストコーポレートビジネス

日本遺産
JAPAN HERITAGE