

日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉾石の道」

基本戦略

令和3年3月

日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」推進協議会

目 次

第1章 はじめに

1 策定の趣旨	1
2 計画期間	1

第2章 「歴史遺産を生かした地域活性化、観光振興戦略」の成果、課題及び今後の方向性

1 多種多様な鉱山文化や歴史遺産の魅力を発掘、「見える化」し、活用します	
(1) 目的	3
(2) 実施事業	3
(3) 分析	4
(4) 今後の方向性	5
2 地域ならではの魅力を掘り起こし、磨き、継承することで、そこに住まう一人一人の誇りを高めます	
(1) 目的	5
(2) 実施事業	5
(3) 分析	6
(4) 今後の方向性	7
3 「ここにしかない」魅力を地域が知り、内外に向けて発信することでその価値を共有します	
(1) 目的	7
(2) 実施事業	7
(3) 分析	8
(4) 今後の方向性	9
4 人々が行き交い、地域や地域経済の活性化、観光振興につながる仕組み、体制を整えます	
(1) 目的	9
(2) 実施事業	9
(3) 分析	10
(4) 今後の方向性	10
5 南北の観光動線を創出し、滞在環境の整備を進めます	
(1) 目的	10
(2) 実施事業	11
(3) 分析	12
(4) 今後の方向性	13
6 全体総括	13

第3章 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」基本戦略について

1	基本方針	14
2	プロジェクトの展開	15
3	取組方針	
(1)	ヘリテージとしてのレベルアップ	15
(2)	地域の「銀の馬車道・鉱石の道」愛の醸成	16
(3)	地域外からの誘客増加を目指した取組の推進	18
4	推進体制	21
5	優先すべきターゲット	23
6	目標の設定	
(1)	重要目標達成指標（KGI）	24
(2)	重要業績評価指標（KPI）	24

第4章 参考資料

1	アンケート調査について	27
2	アンケート様式	35
3	日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会と関連組織等の取組	36

第1章 はじめに

1 策定の趣旨

日本遺産「銀の馬車道・鉦石の道」推進協議会（以下、「本協議会」という。）は、平成29年度に日本遺産に認定されたストーリー「播但貫く、銀の馬車道 鉦石の道」の魅力を国内外に発信し、誘客による人の交流と経済循環の促進を図ることにより、沿線住民の地域に対する愛着と誇りを醸成し、活気溢れる地域を形成することを目的として発足した。そして、平成29年度から令和8年度までを事業期間とした『歴史遺産を生かした、地域活性化、観光振興戦略』（以下、「現戦略」という。）に基づき、沿線地域の活性化の取組をすすめてきた。

この度、本協議会の活動が3年を経過したことを契機に、従前の戦略をより実効性の高いものとし、今後の本協議会及び銀の馬車道ネットワーク協議会、鉦石の道推進協議会が、日本遺産を活用した播但地域の活性化に向けたそれぞれの取組の羅針盤として活用するために見直しを行う。その中で、本協議会発足以降に実施した事業の成果等の検証と沿線資源の魅力や課題を精査し、「播但貫く、銀の馬車道 鉦石の道」の取組を充実させ、テーマ、方向性、将来像を定めるとともに、行政、民間、市民などそれぞれが担う役割等を明確にし、“日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉦石の道」基本戦略”（以下、「基本戦略」という。）を策定する。

2 計画期間

基本戦略の計画期間は、令和3年度から令和8年度までの6年間とする。

第2章 「歴史遺産を生かした地域活性化、観光振興戦略」の成果、課題及び今後の方向性

本協議会では、現戦略に基づき、「日本の近代化を支えた鉱山文化・歴史遺産が残る73kmの「道」を次世代につなぎ、持続可能な播但地域を目指す」ことをビジョンに掲げ、以下の5つの基本方針に則り、沿線地域の活性化の取組をすすめてきた。

歴史遺産を生かした、地域活性化、観光振興戦略 基本方針

- 1 多種多様な鉱山文化や歴史遺産の魅力を発掘、「見える化」し、活用します
- 2 地域ならではの魅力を掘り起こし、磨き、継承することで、そこに住まう一人一人の誇りを高めます
- 3 「ここにしかない」魅力を地域が知り、内外に向けて発信することでその価値を共有します
- 4 人々が行き交い、地域や地域経済の活性化、観光振興につながる仕組み、体制を整えます
- 5 南北の観光動線を創出し、滞在環境の整備を進めます

ここでは、上記基本方針に基づいて本協議会が実施したこれまでの事業について、成果や課題、改善点の整理・評価を行うとともに、令和2年10月～12月にかけて実施した、日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」アンケートの結果に基づき今後の方向性を整理する。

1 多種多様な鉱山文化や歴史遺産の魅力を発掘、「見える化」し、活用します

(1) 目的

「銀の馬車道・鉱石の道」におけるストーリーとしての『道』自体の実体が認識しにくいという課題をふまえ、目には見えない『道』をモニュメントや解説板、アートイベント等によって、可視化することにより人々の理解や訪問の動機付けに結びつける。

(2) 実施事業

年度	事業
H29	<ul style="list-style-type: none"> ●馬車復活事業（馬車運行：神河町） ●金銀銅文化プロジェクト <ul style="list-style-type: none"> ・「銀の馬車道」道の駅「銀の馬車道・神河」（神河町） ・「かくれんぼ」道の駅「ようか但馬蔵」（養父市） ・「カラミッド」生野駅西口広場（朝来市）
H30	<ul style="list-style-type: none"> ●馬車復活事業（馬車運行：神河町、朝来市生野町）（馬車模型設置：神河町） ●金銀銅文化プロジェクト <ul style="list-style-type: none"> ・「市川の恵み」市川町スポーツ公園（市川町） ・「飾万津の賑わい」姫路港飾万津公園（姫路市） ・フォーラム：「播但路の風景の礎」生野メインホール ・制作工房公開 ・お披露目式 ●サイン計画の策定及び計画に基づく解説板の設置(銀の馬車道・鉱石の道沿線)
R元	<ul style="list-style-type: none"> ●金銀銅文化プロジェクト <ul style="list-style-type: none"> ・「辻川」辻川山公園南側（福崎町） ●鉱山遺構等を活用した地域アートイベント（補助事業） <ul style="list-style-type: none"> ・「おおよアウトサイドギャラリー2019 明延」あけのべ憩いの家 来場者 500 名 ・「鉱石の道ワードチェーンアート 2019」朝来市神子畑地区 参加者 150 名 ・「生野ルートダルジャン芸術祭 2020」来場者延べ 1,500 名 ・「中瀬アートディスカバリー」来場者 300 名 ●誘導サイン設置(銀の馬車道・鉱石の道沿線)

● 馬車復活事業



(馬車運行：神河町)



(馬車模型：神河町)

● 金銀銅文化プロジェクト



(銀の馬車道)



(かくれんぼ)



(カラミッド)



(市川の恵み)



(飾磨津の賑わい)



(辻川)



(鉱山遺構等を活用した地域アートイベント (補助事業))

(3) 分析

① 事業評価

- 『馬車復活事業』では、来訪者に往時の雰囲気を感じてもらおうことで、「銀の馬車道・鉱石の道」のPRに繋がった。
- 『金銀銅文化プロジェクト』でのアート作品の設置は、「銀の馬車道・鉱石の道」の見える化を一体的に実現することができた。
- 『鉱山遺構等を活用した地域アートイベント』では、アートに関心のある人の新たなまちの魅力発見につながったことと、非公開の産業遺産については、アートを通じて公開することにより市民がその保全や活用に関心を持つことができた。

② アンケート結果

- 設問『日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」関連事項のうち知っているものは』
 - ・「モニュメント」の回答が全体の17.4%で二番目に多かった。
- 設問『日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」で必要と思われる視点は』
 - ・「モニュメント等の設置等」の回答が全体の5.9%であった。
 - ・その他の回答で、「歴史的な経緯の整理と公開（データベース化をする）」「当時の写真をデジタル化、蒐集（コレクション）する取組が大事」など、具体的な意見も見られた。

③ 課題

- 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」の「見える化」を発展・継続していくことが必要である。

(4) 今後の方向性

今後も、この「見える化」・「可視化」を強化し、「銀の馬車道・鉱石の道」をより具体的にイメージできることに繋げ、人々のより一層の理解や訪問の動機付けになるよう取り組んでいく。

2 地域ならではの魅力を掘り起こし、磨き、継承することで、そこに住まう一人一人の誇りを高めます

(1) 目的

遺産の次世代への継承にあたっては、地域の人たちが地元の歴史・地域資源を知り、誇りを持つことが重要なことから、そこに住む人々が「銀の馬車道・鉱石の道」を地域の宝として認識し、誇りに感じられる機運を醸成する。

(2) 実施事業

年度	事業
H29	<ul style="list-style-type: none"> ●日本遺産認定記念式典 <ul style="list-style-type: none"> ・式典 H29年4月29日 場所：史跡生野銀山 ・シンポジウム H30年1月21日 場所：花の北市民広場 参加人数：550名
H30	<ul style="list-style-type: none"> ●人材育成事業（副読本作成）構成市町（3市3町）中学生を対象 部数：30,000部（A4版カラー、16ページ） ●人材育成事業（ボランティアガイド研修） <ul style="list-style-type: none"> ・市川町文化センター 参加人数37名 平成31年1月20日 ・福崎町文化センター 参加人数32名 平成31年2月3日 ●県政150周年記念！人情喜劇 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」 <ul style="list-style-type: none"> ・姫路市市民会館 来場者数：約650名 チラシ：約4000部
R元	<ul style="list-style-type: none"> ●高校生フォーラム事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップ：計4回・参加校：6校・参加人数：29人 令和元年8月4日・9月8日・10月20日・11月17日 ・フォーラム：参加人数約200人 神河町中央公民館・グリンデルホール 令和元年12月14日 ●日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」戦略的プロモーション事業 <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信ワークショップ 2月15日 参加者11人 ・魅力発見ワークショップ 2月22日 参加者15人 ・地域の魅力マップ作成 撮影した写真をマップとしてまとめ、ホームページに掲載



(日本遺産認定記念式典)



(人情喜劇)



(ボランティアガイド研修)



(高校生フォーラム事業)

日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉦石の道」戦略的プロモーション事業

日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉦石の道」が平成29年に認定されてから1年を迎えようとしています。日本遺産が持つブランド力を使って地域の魅力を上げるためには、地域の魅力を伝えること、そして情報発信による地域の魅力を発信することが重要です。そこで日本遺産「銀の馬車道 鉦石の道」には、情報発信の方法を共に学び、日本遺産を活用した発信活動の活性化を目指すワークショップを開催いたします。ワークショップでは、地域の魅力を発信し、SNS(Instagram)を使った情報発信を行います。この機会にぜひSNSを使った地域の「魅力」を発信し、始めてみませんか？

① 第1回ワークショップ(2月15日)
「初めてのInstagram! 登録方法と基本的な使い方」
【講師】前原洋平・前相道子(NPO法人J-heritage)
【日時】令和2年2月15日(土) 13:00~16:30
【場所】口原市郷土博物館ユージウムセンター(旧渡田邸) 兵庫県東播磨市新町口原69-2

② 第2回ワークショップ(2月22日)
「初めてのInstagram! 実際に地域の「魅力」を発信。してみよう」
【講師】前原洋平・前相道子(NPO法人J-heritage)
【日時】令和2年2月22日(土) 13:00~16:30
【場所】口原市郷土博物館ユージウムセンター(旧渡田邸) 兵庫県東播磨市新町口原69-2

●ワークショップでは参加者個人のスマートフォンを使用しますので、忘れずに持参ください。

【講師プロフィール】
前原洋平氏/NPO法人J-heritage 総理事、内閣府地域活性化推進部 参事「産業遺産(JAAN) 創元社」
前相道子氏/NPO法人J-heritage 幹事兼企画委員長、写真家、兵庫県ヘリテージマネージャー 参事「女子的産業遺産実践(創元社)」
元北播磨 産業遺産 神戸船舶総合出版センター

※兵庫県産品の保存活用に向けて、支援も提供しています。
2019年からアンダープレイングの取り組みからワークショップを主催し、個人や地域が40の遺産をめぐり、観光やビジネスで活用する機会を、市民や事業者と共有しています。

主催 日本遺産「銀の馬車道 鉦石の道」推進協議会
【事務局】「播但貫く」観光局 観光局 観光局 観光局 観光局 TEL:079-664-1628

(日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉦石の道」戦略的プロモーション事業)

(3) 分析

① 事業評価

- 『シンポジウム』『人情喜劇』の開催は、地域の魅力を再発見し、誇りを醸成するとともに、地域外からの来訪者の獲得等合わせ目的を達成できた。
- 『人材育成事業』については、中学生対象の副読本作成や、ボランティアガイド研修等、そこに住まう人々に対し誇りを高めるきっかけとなる取組がなされた。

② アンケート結果

- 設問『日本遺産「銀の馬車道・鉦石の道」で必要と思われる視点は』

- ・「観光ガイドの育成」6.1%、「郷土愛を育む取組み」4.4%、「地域活動及びネットワーク活動への支援」3.6%と決して高くはない数値となっている。
- ・その他の回答では、「地元住民の機運」「近隣住民自身が楽しめるコンテンツを用意する」などの意見が見られた。

③ 課題

- 地域住民に対し、本協議会等の取組に対する関心や理解を深めることが必要である。
- 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を地域に生かし、未来につなげる『人』を継続的に育てていく事が重要である。

(4) 今後の方向性

「高校生フォーラム事業」など若い世代に対するアプローチと、そこに住む地元の人々の誇りを高めることを両輪として、地域の魅力を掘り起こし、継承していく取組を今後も継続していくことにより、播但沿線地域の住民一人ひとりの誇りを高めていく。

3 「ここにしかない」魅力を地域が知り、内外に向けて発信することでその価値を共有します

(1) 目的

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」の資源を、兵庫県内、近畿地方をはじめ、全国、海外に広く発信することで、今以上の観光客を招き、地域や地域経済の振興に繋げていく。

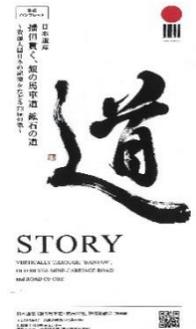
(2) 実施事業

年度	事業
H29	<ul style="list-style-type: none"> ●映像制作業務 <ul style="list-style-type: none"> ・「日本遺産」の「ストーリー」や「歴史的・文化的価値」等を最新最高の技術で映像化 ●プロモーション事業（雑誌「一個人」への掲載） <ul style="list-style-type: none"> ・月刊誌「一個人」紙面で女優の宮崎美子さんと73kmの道を巡り、日本遺産ストーリーを紹介 ・雑誌のセンターにA B判特別付録 掲載ページ数6ページ、A4変形判オールカラー、発行部数：12万部 ・書籍「日本遺産を旅する」への掲載 掲載ページ数6ページ、A5判変型、オールカラー160頁 発行部数：2万部 ●日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」プロモーション業務 <ul style="list-style-type: none"> ・日本遺産認定後、平成29年度事業の成果についてメディア等を活用して情報発信 ・春の誘客プロモーション 春の観光シーズンに向けた誘客プロモーションの実施 ・プロモーションツール制作 認知度向上に向けツール（はっぴ、のぼり等）制作 ・告知 新聞広告（朝日新聞・神戸新聞）JR窓上ポスター（京阪神間～播但線・寺前駅） ●日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」公式ホームページ制作業務 <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ制作業務 利用実績（令和元年度）19,850人のユーザーにより、ページビュー数は46,088回。言語からユーザーの約95%が日本語使用者で、英語、中国語使用者もいるが、ごくわずかである。 ●ガイドブック、パンフレット作成 <ul style="list-style-type: none"> ・ガイドブック制作 言語：日本語、英語 種類：紙媒体（日本語）、デジタル版（日本語、英語） 部数：2,000部（日本語） ページ数：48ページ（表紙込み） ・パンフレット 言語：日本語、英語 種類：紙媒体（日本語）、デジタル版（日本語、英語） 部数：10,000部（日本語） サイズ：A3三つ折リーフレット

H30	<p>●情報発信事業（旅楽）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成30年9月20日発行「旅楽」No.56 秋号 A4 2ページ ・令和元年6月20日発行「旅楽」No.59 夏号 A4 2ページ ・仕様：A4 オールカラー24ページ 部数50,000部 ・配布先：大阪梅田バスターミナル、京都駅総合案内所、近畿及び近隣県の「道の駅」、高速道路SA、JR四国の駅等100箇所 <p>●日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」プロモーション業務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ロゴマークの公募、決定 チラシ配布やホームページなどを活用し募集。（45作品応募） ・「銀の馬車道・鉱石の道」を巡るバスツアー 写真家と行くツアー11月7日（水） instagramar と行くツアー12月1日（土） ・住民参加型盛り上げ隊による広報（播但沿線活性化協議会他） ・情報発信 「ロゴ募集」「ツアー募集」「各種イベント告知」について広告、チラシ等制作 ・公式フェイスブック、インスタグラムの開設
R元	<p>●情報発信事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ロゴマークピンバッジ作成（600個） ・記念撮影パネル作成 ・日本遺産公式HPリニューアル ・日本遺産公式HPページビュー数 平成29年度 1,378（2月～3月） 平成30年度 42,521 令和元年度 46,088（改修年度）



（雑誌「一個人」への掲載）



（公式パンフレット）



（公式ホームページ）

(3) 分析

① 事業評価

- 新聞・雑誌をはじめ、映像・プロモーション・WEB等様々な媒体での情報発信を行い、企画・デザイン等ソフト面に関しても、満足のいく形で展開されてきた。

② アンケート結果

- 設問『日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を聞いたことがあるか』

・「ある」との回答が 85.1%と高い数値だが、クロス集計で地域別に見てみると、地域外の認知度はまだ低い。

- 「ホームページ・SNS」関連についての評価は、いずれも低い値となっている。

設 問	ホームページ・SNS
「銀の馬車道・鉱石の道」を何で知ったか	3.9%
「銀の馬車道・鉱石の道」関連事項のうち知っているものは	5.4%
「銀の馬車道・鉱石の道」関連事項のうち興味のあるものは	3.2%

③ 課題

- 取材・広告等メディアへの働きかけもさることながら、今後は情報発信のツールとして、ホームページや SNS が重要となる。いつ・誰に・どのような情報を誰が発信するのかも含め、ホームページの拡充・SNS での発信の強化が必要となる。

(4) 今後の方向性

地域ならではの「ここにしかない」魅力の発掘を継続し、個々の情報発信のスキルアップを図り、内外に向けた確かな情報発信を行っていく。

4 人々が行き交い、地域や地域経済の活性化、観光振興につながる仕組み、体制を整えます

(1) 目的

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」の資源や遺産等をそれぞれの地域の実情に応じた形で活用しながら、地域活性化を図るために自走できる組織体制を構築する。

(2) 実施事業

年度	事業
H29	<ul style="list-style-type: none"> ●マーケティング調査事業 <ul style="list-style-type: none"> 日本遺産エリア内（観光地調査）及び全国（WEB 調査）等 <ul style="list-style-type: none"> (1)従来の客層に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・6 市町への来訪者数調査 ・6 市町および近隣主要観光地・施設の入込み者数調査 (2)新たな客層に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・観光客に対するニーズ・意識調査（現地調査） ・誘客対象ニーズ・意識調査（WEB 調査） (3)WEB・SNS 調査 <ul style="list-style-type: none"> ・構成文化財および周辺観光地の現状把握 ・大手旅行口コミサイトにおける当該エリアの現状把握 ・データベース化

H30	<p>● ツーリズム実証化事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」ツーリズムフォーラム 第1回：日本遺産ツーリズムを学ぶ／F I Tを学ぶ／当該エリアの課題を考える 第2回：旅行商品ができるまで／ツアー商品をつくってみる 参加者数：延べ23名（播但地域のガイドの会・観光協会等） ・ 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」モデルツアーの実施 実施予定日：H31年3月8日、参加費8,000円 告知方法：神戸新聞紙面広告、SNS、チラシ配布 ※35名の申し込みがあり催行可能となったが、コロナウイルスの蔓延により中止
-----	--

(3) 分析

① 事業評価

- 「マーケティング調査事業」では、観光ターゲット層が明確となり事業における考え方、取組の柱ができた。
- 「ツーリズム実証化事業」では、コロナ禍の影響を受け十分な事業展開が出来なかった。

② アンケート結果

- 設問『日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」で必要と思われる視点は』
 - ・ 「広域的な観光振興」が8.1%で上位5番目となっている。
 - ・ その他の回答では、「隣接市町と不断の連携を保ちながら、周知と振興を図る」などの意見が見られた。

③ 課題

- 調査から4年が経過しており、刻一刻と変化する現在の状況に見合ったターゲット設定を行う必要がある。
- コロナ禍の現状を踏まえ、観光エリア・規模等再検証する必要がある。
- 何よりも今、沿線市町が連携して地域の魅力を磨き上げ、施設等のサービス向上に力を注ぎ、来るべき観光需要に対して準備をしておくことが必要である。

(4) 今後の方向性

現状を把握するための新たなマーケティング調査等を行うとともに、DMOなどまちづくり観光組織の整備を検討する。

当該組織の活動に対して、一定の予算規模が必要となる事業については、クラウドファンディングやふるさと納税の活用等による財源確保を検討する。

5 南北の観光動線を創出し、滞在環境の整備を進めます

(1) 目的

古くからの歴史や、四季の風景を楽しめる沿線の魅力づくりを進め、それらを結ぶことにより「観光動線」を創出し、ウォーキングルートやサイクリングルートの検討を進めるとともに、J R播但線や播但連絡道路の利用促進を図ることで、交流拠点づくりを目指し、滞在環境の整備を進める。

(2) 実施事業

年度	事業
H29	<ul style="list-style-type: none"> ●「銀の馬車道・鉱石の道」73km ウォーキング・サイクリング事業 ・情報発信ツールとして Web ページとアプリを作成 ・アプリと連携したスタンプラリーを実施 ・ウォーキングバスツアーを実施
H30	<ul style="list-style-type: none"> ●「銀の馬車道・鉱石の道」73km ウォーキング・サイクリング事業 ・アプリを活用したスタンプラリーを実施 ・2か年にわたり取組を継続することで、目標以上の参加者数を獲得 ●県政 150 周年記念！ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」サイクルトレイン ・播但線利用区間：香呂駅～生野駅 ・参加人数：サイクルトレインコース 35 名（募集定員 40 名） サイクルコース 1 名（募集定員 40 名） ・チラシ作成部数：5,000 部
R 元	<ul style="list-style-type: none"> ●アートフェスティバル 「鉱山（ヤマ）と道の芸術祭」 テーマ：「つなぐ」 ～現代アートを通じて、かつての馬車やトロッコが鉱石を運んだ道でつながりを感じてもらう ・インスタレーションアート（現代アート作家が地域に滞在しながら作品を作成、展示） 生野鉱山エリア、神子畑鉱山エリア、明延鉱山エリア、中瀬鉱山エリア、銀の馬車道エリア 14 か所 来場者 7,750 名 ・パフォーマンス（鉱山や周辺の街並みが持つ特有の景観や空間を舞台に、体を使った様々な表現で先人の思いを伝える） 生野鉱山エリア、中瀬鉱山エリア 2 か所 来場者 200 名 ・オープニングイベント 平成 31 年 3 月 10 日 但陽会館（朝来市） コンサート、芸術祭参加アーティストによるリレートーク 来場者 60 名 ・D-K デジタル掛け軸ライブ in 生野銀山 平成 31 年 3 月 9 日～24 日 史跡生野銀山観光坑道内 ・アートツーリズム 平成 31 年 3 月 16 日、24 日 参加者 36 名 アートディレクターやアーティストと一緒に作品を巡るツアーの実施 ●日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」サイクルトレイン JR 播但線においてサイクルトレインを運行し、景色や名物を楽しみながらサイクリングすることによりエリア内外への認知度向上、来訪者増加を目指す。 ・播但線利用区間：香呂駅～新井駅 ・参加人数：37 名（募集定員 40 名） ・チラシ作成部数：300 部



(サイクルトレイン事業)



(アートフェスティバル「鉱山(ヤマ)と道の芸術祭」)



(73km ウォーキング・サイクリング事業)

(3) 分析

① 事業評価

- 「銀の馬車道・鉱石の道」73km ウォーキング・サイクリング事業」及び「サイクルトレイン事業」においては、参加者の評価も高かった。
- アートフェスティバルについては、当該日本遺産エリア全体をフィールドとした周遊観光のモデルケースとなった。また産業遺産をテーマとした先見性のあるアートイベントとして高い評価を受けた。

② アンケート結果

- 設問『日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」関連事項のうち知っているものは』
「サイクルトレイン」の回答は6.3%と低かった。
- 設問『日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」で必要と思われる視点は』
「ウォーキングやサイクルイベントの開催」の回答は9.8%と、比較的期待度の高い数値が出た。

③ 課題

- 参加者の評価が高い広域イベントについて、参加者のレビューを活かしつつ継続して実施していくとともに、その認知度を高めていく工夫が必要である。

(4) 今後の方向性

「道」を活かした沿線での広域イベントを継続して開催することにより、日本遺産としての認知度を高めると共に、滞在環境の整備を進め交流人口の増加を図っていく。

6 全体総括

これまでの現戦略の基本方針に則って進めてきた取組の中で、ポジティブなキーワードとして以下のものが挙げられる。

事業	・若い世代への継承 ・継続は力 ・地域住民の参加
情報発信	・ターゲットに合致した情報発信
ツーリズム	・継続による更に幅広い年代層への広がり ・継続した取組みによる目標以上の参加人数 など

一方、課題・改善点のキーワードとして以下のものが挙げられる。

事業	・一時的なものに終わっている ・継続ができていない ・地元愛を醸成する新たな取組の必要性 など
情報発信	・事業でも活用できる HP の充実 ・SNS 等の取組への周知 ・積極的に広く発信できていない

このキーワードから見えてくるように、地元の愛着を育んでいくこと、特に若い世代へアプローチをして、各年代層に繋げていくことが必要である。

これまでも取り組まれてきたことではあるが、その個々の事業について、『継続』していく事が大切であり、そして持続可能なものにしていく事が最も重要となる。

第3章 日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」基本戦略について

1 基本方針

平成29年に「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」が日本遺産に認定されたことを契機に、本協議会では、「歴史遺産を生かした地域活性化、観光振興戦略」により沿線の魅力の発掘、地域住民の誇りの醸成、エリア内外への認知度向上、来訪者の増加などを目指した様々な取組を進めてきた。その結果、「日本遺産」への理解やその取組の浸透が少しずつ進み、次のステージに進む機運が高まっている。

一方、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による国内観光業への打撃はもちろんのこと、各国政府が海外渡航を制限する中、インバウンド事業を展開してきた多くの観光地は厳しい状況に置かれている。

既に決定された「2020東京オリンピック・パラリンピック」や「ワールドマスターズゲームズ2021関西」の開催延期にも象徴されるように、規模の大小を問わず、イベント・事業における開催の在り方にも変化・対応を迫られる状況が求められている。

観光需要が新型コロナウイルス感染症流行以前への水準まで回復していくには、感染リスクに対する不安が払拭されることが必要であり、国内外とも依然厳しい見通しである。

このような状況において、新型コロナウイルス感染症の終息状況を見据えた、個人客・家族単位での来訪者及びリピーターの確保やマイクロツーリズムの推進等に取り組むことがより重要なポイントになると思われる。

以上のことを念頭に置きながら、これまでに取り組んできた事業の成果と課題をふまえ、日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」への地域の愛着を醸成するとともに、その魅力を高めて当エリアへの誘客促進に結びつけ、それによって地域経済の好循環を生み出すことを目指すために、そのテーマを以下のとおり掲げ、令和3年度から令和8年度までの、日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」の取組や方向性を示すものとする。

【目指すべき姿】

「愛される道・訪ねられる道へ」

「銀の馬車道・鉱石の道」周辺エリアに来訪者を呼び、
沿線各エリアに経済効果を生み出す

2 プロジェクトの展開

新たな基本戦略を推進するにあたっては、基本方針に則り、これまでの成果や課題、アンケート結果をふまえたうえで、現戦略の推進にあたり重点を置いてきた「地域の愛の醸成」「地域外からの誘客増加を目指した取組の推進」「ヘリテージとしてのポイント整備」の3項目と令和2年度で計画期間の終了する第3次「銀の馬車道」活用推進計画の3つの柱を引き継ぎ、次の3つの柱に基づきプロジェクトの展開を図っていく。

- 1 ヘリテージとしてのレベルアップ
- 2 地域の「銀の馬車道・鉱石の道」愛の醸成
- 3 地域外からの誘客増加を目指した取組の推進

3 取組方針

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を基軸として、播但地域の歴史、文化、自然、施設、伝統技術等さまざまな地域固有の資源を活用して、他地域と差別化した観光スタイルの形成を推進することにより、地域ならではの強みである「ここだけ」を磨く。

(1) ヘリテージとしてのレベルアップ

「銀の馬車道・鉱石の道」沿線の観光スポット等拠点の整備、歴史的な資料の整理活用等を行うことで、ヘリテージとしてのレベルアップを図る。

① 来訪者への「見える化」の推進

「銀の馬車道・鉱石の道」をたどる73kmの道程には、目に見えて往時を偲ばせる歴史遺産や観光資源がまだまだ少ないことから、構成文化財に磨きをかけるとともにさらなる知名度の向上、沿線への誘客に繋げるため、「見て、触れて、楽しむ」取り組みを通じた「見える化」を推進する。

これまでから、目に見える「道」としてのポイントが少ない中、観光資源・スポットの「見える化」を図ってきているが、まだまだ十分とは言い難い状況である。これまでに設置してきた看板・馬車模型等の改修や新設のほか、ドローンを活用して道を上空から見せる工夫、AR技術・VR技術を活用した馬車道や町並みの再現、更には、5G環境の普及にあわせた、もう一歩進んだ観光体感を実現できる環境整備も視野に入れた「見える化」を図っていく。

また、観光資源・スポットの「見える化」には、本来の歴史の持つ価値を普遍化することが不可欠であることから、歴史的な町並みを再発見し、古民家の活用など地域単位の整備や活用を推進することで、地域固有の魅力を高めるとともに継続的な関連資料の整理、収集、保存を行い、さらには「銀の馬車道・

「銀の馬車道・鉱石の道」とは何かを伝える歴史講話の実施など「銀の馬車道・鉱石の道」の歴史を地域で語り継ぐ取組を行うことにより、地域遺産としての価値の向上・レベルアップを図る。



(市川町浅野「ハヤブ」モニュメント)

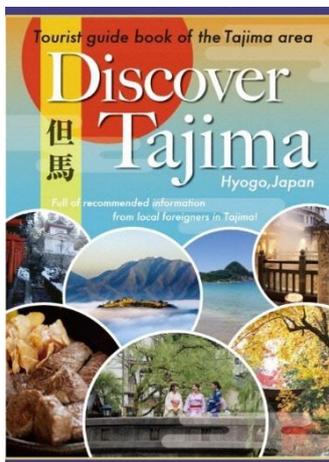


(サイン整備)

② インバウンドに向けた環境整備

今後も大きなマーケットになると期待される訪日外国人旅行者に的確に対応していくための環境整備を進める。

コロナ禍の影響により、現在、訪日外国人旅行者が大幅に減少しているが、多言語化の推進、海外旅行者向け商品の開発、外国人に対応できるガイドの育成など、来たるべくインバウンドマーケットの回復を見据えたハード・ソフト両面での備えを実施していく。



(外国人向けガイドブック)



(外国人向け観光ガイド)



(おもてなしセミナー)

(2) 地域の「銀の馬車道・鉱石の道」愛の醸成

沿線に住む人々への、日本遺産「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」のストーリーや構成文化財等への理解を通じて、地域への愛着や誇りを醸成する。

また、今後ますます観光需要の高まりが見込まれ、地域の魅力や歴史を熟知した人材が必要とされることを想定し、観光客などの来訪者に対し、中播磨地域、但馬地域をとともに語る、地域観光の担い手育成を目指す。

① シビックプライドの形成

幅広い世代に、日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」への誇り、愛着を高めることにより、地域住民のボランティア活動や住民同士のコミュニケーション等を活発化させ、観光まちづくりに繋げるとともに、地域への定着を促進する。

地域外からの観光誘客を図るためには、まず地域の人々が地域に愛着を持ち、地域の人であることに誇りを持つということが重要である。

「銀の馬車道」エリアと「鉾石の道」エリアとの人的交流を通じた、観光ボランティアガイドの育成、さらには日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」を担う住民組織の立ち上げなど、観光人材育成プログラムの構築に取り組む。

更に、日本遺産のストーリーや構成要素を次世代に引き継いでいくために、小中高生向けの日本遺産講座の実施などを通じて、シビックプライドの形成に繋げていく。



(中高校生向け日本遺産講座 (イメージ))



(小学生向け副読本)



(フォトコンテスト写真展)

② 地域外の人々との交流・連携

日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」関係者や沿線地域住民が、他の日本遺産認定団体やそこに住む人々との交流を通じて、互いの歴史的価値や活動内容等について情報共有を図ることで、「銀の馬車道・鉾石の道」への更なる理解と誇りの醸成に繋げていく。

これまで、地域外、特に他の日本遺産認定団体や地域とのコミュニケーションや結びつきが少なかった反省をふまえ、積極的に他の日本遺産認定地域の現状を見聞き課題等を知ることにより、当地域での課題解決策を検討する。また、改めて当該地域の魅力を再認識・再発見することにより、地元への愛着＝「銀の馬車道・鉾石の道」愛の醸成を図っていく。

(3) 地域外からの誘客増加を目指した取組の推進

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」沿線地域のイメージ、魅力等を高める取組や、資源を活用したイベント等を企画することにより、兵庫県内、近畿地方をはじめ、全国、海外に広くPRして観光客を招き、地域や地域経済の振興につなげる。

① ブランド化の推進

「食・グルメ」や「名産・みやげ」「イベント」「サービス」等で日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」の冠や、各種ロゴマーク・デザイン等の普及を図ることにより、沿線地域内外への認知度向上と、ブランド化を推進する。

ブランド化の推進を考える上で重要なのが、その商品・サービス等すべてに共通のイメージを植え付けることである。その上で、「食やグルメ」・「サービス」などその地でしか味わえない食材・料理や体験は、ブランドの価値向上に大きく寄与するものである。

一方「名産・みやげ」などは通信販売、ネット販売などの手法もあるが、こちらも同じく、その地でしか手に入らない商品・サービスの構築が来訪者増加への一助となっていく。

来訪者を飽きさせない新たなキャラクター・商品・料理・サービスの継続的な開発とイメージの共通化を通じた、ブランドイメージの形成を図っていく。



(ロゴマーク)



(飾磨津物揚場跡レンガ造建物モニュメント)



(生野ハヤシライス)

② 体験・体感できるイベントの開催

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」の歴史や文化等を体感できるようなイベントを開催する。

コロナ禍の中で、リアルイベントの開催が困難となっている状況ではあるが、魅力的な地域への歴史や文化を体感したいという来訪者の欲求は常に尽きることは無い。

そのような地域に選ばれるきっかけづくりとして、リモートでのイベントの開催、人数を限定した上でのリアルイベントを企画・開催し、可能な範囲・条件下での体感の場づくりを進めていく。

さらには、ポストコロナにおいてはコロナ禍前の水準による通常人数・他地域含む広範囲から誘客を促すイベントを開催し、リピート来訪者の囲い込み及び新たなファン層の拡大を図っていく。



(「銀馬車かぼちゃ」プロジェクト)



(サイクルトレイン事業)

③ 来訪者の満足度を向上させる受入環境の整備・支援

観光案内所、宿泊施設、飲食店・土産店等において、旅行者の満足度を高める受入態勢の整備を行うとともに、回遊性・滞留性・拠点性の強化を推進する。また、来訪者のリピーター率向上を推進する。

観光客の満足度は、宿泊施設含めその施設の受け入れ体制によっても大きく左右される。また、一つひとつの拠点の充実度・特化性も施設自体のイメージや来訪者へのおもてなし等満足度を決める重要なファクターである。

ソフト・ハード面での継続的なサービス向上と、当該エリアにおける一つひとつの拠点の充実を図り、点から線、線から面へと繋げていくことで、リピート来訪者の増加に繋げていく。

また、来訪者が朝や夜に楽しめる、興味関心のある体験メニュー等を開発することで当該地域への長時間滞在の可能性を高めていく。



(道の駅「銀の馬車道・神河」)



(神子畑交流館)

④ 戦略的プロモーション

「銀の馬車道・鉱石の道」の魅力発信については、今後とも話題性・独自性を高めることにより、国内外へ積極的にPRを行っていく。

例えば、鉱山技師として生野銀山の近代化に貢献したジャン＝フランソワ・コワニエやマカダム式舗装を導入し、「銀の馬車道」を設計したレオン・シスレーなど、「銀の馬車道・鉱石の道」にゆかりのあるフランス人技術者とのストーリーを活かした海外へのプロモーションの実施等、フランスとのつながりが深い「銀の馬車道・鉱石の道」ならではの魅力を積極的に発信していく。

更に今後のプロモーションにおいて、日本国内をはじめ世界中で多くの人が利用するSNS等のWebによる発信が不可欠であることから、その中でも情報拡散力やリアルタイム性が高いSNSで「銀の馬車道・鉱石の道」を認知してもらい、ファンを増やしていく。そしてSNSからホームページへと誘導して魅力や情報を詳細に伝え、周辺エリアへの来訪を促していくことが大切である。

そのために、広くSNSで発信することに力を注ぎ、ホームページの魅力を高めることに重点をおいて、既存のメディアも活用しながら、様々な媒体によるプロモーションを実施していく。



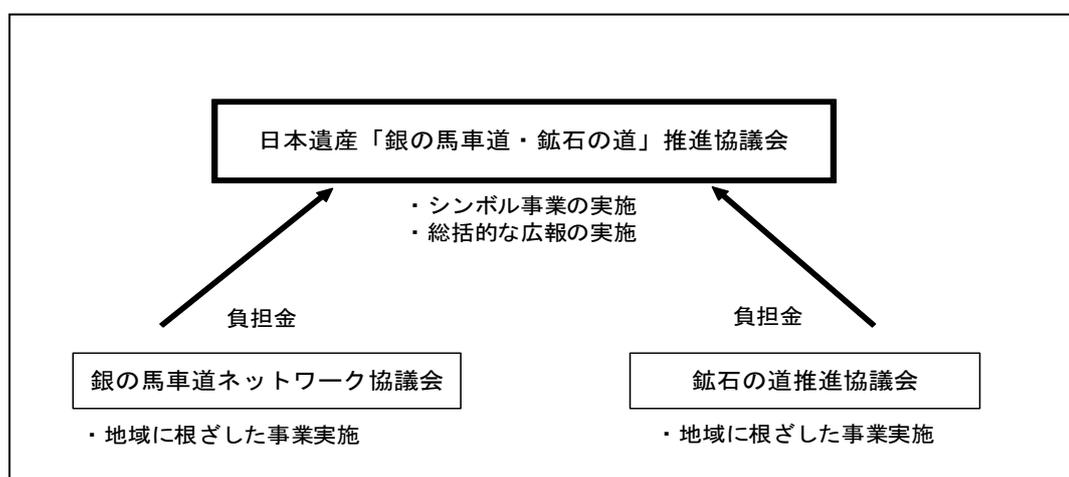
情報発信ツール (イメージ)

4 推進体制

(1) 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会のあり方

銀の馬車道ネットワーク協議会、鉱石の道推進協議会はそれぞれ地域主導で取組を数十年来続けてきており、引き続き、地域のニーズに沿った事業展開、これまで継続的に実施してきた事業を展開していく。一方、日本遺産を構成するストーリー、一連の構成遺産を繋ぎ一体的に沿線の地域活性化を進めるため、日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会の役割が重要となってくる。

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会は、今後、更に効果的な事業を実施していくための効率的な推進体制を整え、将来の合併を見据えて3協議会全体の連携をより強化し、確保可能な予算に応じて、毎年度取り組むべきシンボル事業、総括的な広報を実施していく。

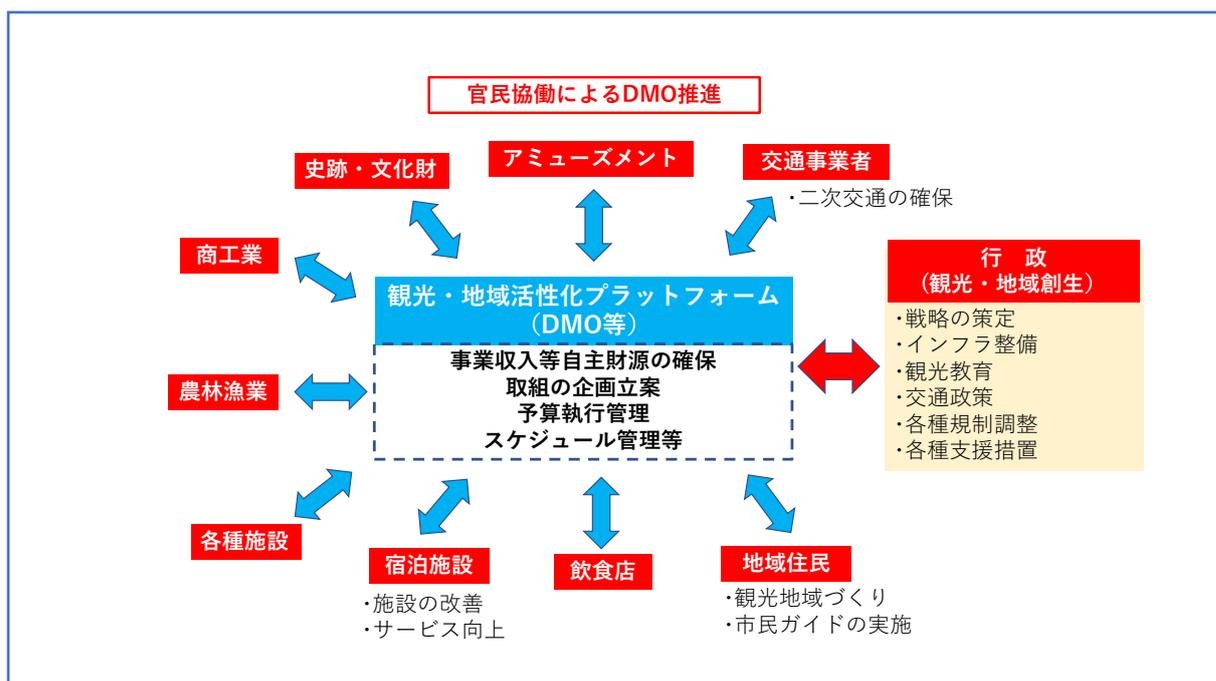


(2) 官民協働による DMO 推進

この戦略では、誘客増加に重点をおいた事業展開を想定しており、そのために当日本遺産沿線地域の多様な資源、人材を繋ぎ、活用することで、当地域が「何度も訪れてみたい」、「来るたびに異なった楽しさに出会える」場になることを目指している。

一方、首都圏をはじめ全国からの旅行者や外国人旅行者の増加等により多様化、高度化するニーズに対応するため、推進体制についても、多様なセクターによる協働で構築していく必要がある。

上記をふまえて、各種取組をさらに発展させながら、各種観光情報をワンストップで提供し、事業収入等の自主財源を確保することができる観光・地域活性化プラットフォーム（DMO等）の設立の検討を進めていく。



(3) 経済効果を高めるための広域連携

DMO が稼ぐ力を付け、自主財源のみで運営するには、現段階においては「銀の馬車道・鉾石の道」単体での観光地としての魅力、集客力が不足しているといえる。

日本初の「世界文化遺産」となった姫路城、さらには断層から湧き出る城崎温泉、大地の遺産を有する山陰海岸ジオパークを結ぶ広域観光ルートを形成し、「銀の馬車道・鉾石の道」エリアだけでなく、周辺のエリアとともに来訪者を呼び、周遊させ、受け入れることで、各エリア一体となった面での経済効果を生み出すことが必要である。

当日本遺産地域の行政、民間、市民それぞれが一体となって、他の観光コンテンツ地域としっかり手をつなぎ、広域的な視点からの来訪者の増加を図り、周辺地域とともに発展、飛躍を目指す。



(姫路城)



(竹田城跡)



(城崎温泉)

5 誘客促進のために優先すべきターゲット

(1) 背景

現状の旅行業の状況は、基本方針でも述べたように、国施策による国内旅行の需要喚起が促されてはいるものの、ポストコロナの世界が新型コロナウイルス感染症流行以前への水準まで回復していくには、国内外ともに厳しい見通しである。

このような状況下、旅行形態においても、当面はかつての団体旅行から、個人客・家族・少人数グループ単位での旅行に主流となることが想定される。

(2) ターゲット設定

① 個人旅行

平成 29 年度に実施したマーケティング調査に基づき、現戦略で設定したターゲットを引き続き設定する。

○ 国内旅行者

- ・兵庫県及び近畿圏内在住の 50～60 代男女。歴史文化に興味関心を持つ層
- ・兵庫県及び近畿圏内在住の 20～30 代女性。グルメ、景観、地域ならではの体験に興味関心を持つ層

○ 海外旅行者

- ・個人旅行者 (FIT)
- ・欧州、北米在住で歴史文化に興味関心を持つ層
- ・中国、台湾、韓国、タイ等アジア在住で、景観、地域ならではの体験、買い物等に興味関心を持つ層

② 団体旅行

コロナ禍の影響により、団体旅行者及び特に海外旅行者については、時期含め段階をつけ見直していくものとする。

日本国内の団体旅行については、インバウンド需要の少し前には回復していくとみられるが、その時期はまだ先になることが予想される。

従って、現状は、ターゲットは個人旅行者に軸足を置きつつ、その時がいつ来ても良いよう地域資源のブラッシュアップ、サービス向上等に力を注いでいく事が重要であると考ええる。

6 目標の設定

(1) 重要目標達成指標 (KGI)

基本方針で目指すべき姿としている「沿線各エリアに経済効果を生み出す」が基本戦略の重要目標であることから、観光におけるその地域の主要経済効果指標に挙げられる下記項目を KGI とする。

KGI 項目	目標設定時点 (令和元年度実績)	目標値 (令和 5 年度)	目標値 (令和 8 年度)
観光入込客数	19,775 千人	19,775 千人	20,075 千人
宿泊者数	2,901 千人	2,901 千人	2,931 千人

(2) 重要業績評価指標 (KPI)

本基本戦略では、(1)で掲げた KPI を達成するための指標として、取組方針に定める項目ごとに KPI を設定し、進行管理と効果測定を行っていく。

なお、現戦略に掲げる KPI のうち、継続すべき項目については継承した上で今後の具体的な指標を設定するとともに、必要に応じ新たな項目、数値目標を設定することとする。

① ヘリテージとしてのレベルアップ

○ 来訪者への「見える化」の推進

KPI 項目	目標設定時点 (令和 2 年度)	目標値 (令和 5 年度)	目標値 (令和 8 年度)
観光看板整備数 (累計)	45 か所	49 か所	53 か所
ヘリテージ ポイント整備数 (累計)	12 か所	13 か所	14 か所

<具体的な取組例>

- ・馬車模型設置
- ・看板の設置・改修
- ・関連資料の整理、収集、保存を行うことで、「銀の馬車道・鉱石の道」の歴史を後世に語り継ぐ取組み
- ・AR や VR の活用
- ・既設看板、ヘリテージポイントの再整備・再活用 など

○ インバウンドに向けた拠点整備

KPI 項目	目標設定時点 (令和 2 年度)	目標値 (令和 5 年度)	目標値 (令和 8 年度)
日本遺産関連多言語化媒体数 (累計)	39 種	42 種	46 種
日本遺産関連国外向け商品数 (累計)	13 品	15 品	17 品

<具体的な取組例>

- ・各種刊行物・サイン等の各種多言語化推進
- ・海外向けグッズの開発 など

② 地域の「銀の馬車道・鉱石の道」愛の醸成

○ シビックプライドの形成

KPI 項目	目標設定時点 (令和 2 年度)	目標値 (令和 5 年度)	目標値 (令和 8 年度)
地域の文化に誇りを感じる住民の割合	64.8% (令和元年度実績)	75.5%	79.4%
小中高生を対象とした事業実施回数(累計)	6 回	9 回	12 回

<具体的な取組例>

- ・ 高校生フォーラム
- ・ 日本遺産川柳コンテスト
- ・ 小中学生による「銀の馬車道・鉱石の道」に関する新聞製作
- ・ 日本遺産を担う住民グループの立ち上げ
- ・ 高校生らによる観光振興プランコンテストの実施、研究成果の実現
- ・ 地域住民による新モデルコースの整備～モニターツアーの実施
- ・ 中高生のためのわかりやすい日本遺産講座
- ・ ご当地検定の実施
- ・ 歴史講話 など

○ 地域外の人々との交流・連携

KPI 項目	目標設定時点 (令和 2 年度)	目標値 (令和 5 年度)	目標値 (令和 8 年度)
他日本遺産エリアとの交流回数(累計)	8 回	12 回	16 回

<具体的な取組例>

- ・ 他の日本遺産認定地域との交流会・座談会・パネルディスカッション
- ・ 共通点のある他の日本遺産認定団体との共同シンポジウムの開催
- ・ 姫路城と竹田城跡、城崎温泉をつなぐ広域観光ルートの創出
- ・ 他日本遺産地域への観光視察・交流
- ・ 他日本遺産地域からのモニターツアー招聘
- ・ 当該日本遺産と同テーマの観光地との新たな交流
- ・ 他の日本遺産地域や鉱山地域等とのタイアップイベント など

③ 地域外からの誘客増加を目指した取り組みの推進

○ ブランド化の推進

KPI 項目	目標設定時点 (令和 2 年度)	目標値 (令和 5 年度)	目標値 (令和 8 年度)
関連商品数	81 品	90 品	100 品
関連商品の売上額	32,530,110 円	36,000,000 円	39,500,000 円

<具体的な取組例>

- ・ 収益性の高いヒット商品の開発
- ・ 銀馬車かぼちゃを活用したイベント
- ・ 関連施設へのロゴマーク統一化
- ・ 商品パッケージの統一化
- ・ キャラクター、料理、商品の開発
- ・ エリア内優待パスポートの発行
- ・ グルメスポットの掘り起こし、グルメ開発、プロモーション など

○ 体験・体感できるイベントの開催

KPI 項目	目標設定時点 (令和2年度)	目標値 (令和5年度)	目標値 (令和8年度)
主催イベント参加者数 (累計)	13,968 人	25,000 人	37,000 人
関連イベント参加回数 (累計)	46 回	80 回	115 回

<具体的な取組例>

- ・日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」サイクルイベント
- ・ロードツーリズム
- ・ウォーキングイベント
- ・日本遺産「銀の馬車道 鉾石の道」リモートイベント
- ・周遊を促すスタンプラリーイベント など

○ 来訪者の満足度を向上させる受入環境の整備・支援

KPI 項目	目標設定時点 (令和2年度)	目標値 (令和5年度)	目標値 (令和8年度)
おもてなしセミナー等 参加者数 (累計)	473 人	850 人	1,200 人
ツアー造成数 (累計)	10 ツアー	12 ツアー	14 ツアー
ガイド利用者数(累計)	13,857 人	14,500 人	15,200 人

<具体的な取組例>

- ・花つなぎ事業
- ・ホテル・旅館のコンシェルジュ等を対象とした研修会
- ・観光ボランティア研修、おもてなしセミナー
- ・銀の馬車道ガイド、鉾石の道ガイドの交流・育成
- ・観光サービス提供者向け日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」手引き書の作成
- ・宿泊者が朝や夜に楽しめる観光メニューの開発
- ・レンタサイクルの導入 など

○ 戦略的プロモーション

KPI 項目	目標設定時点 (令和元年度実績)	目標値 (令和5年度)	目標値 (令和8年度)
ウェブサイトアクセス数(PV)	131,591	183,000	222,000
ユニークユーザー数 (UU)	45,568	64,000	76,000
SNS「いいね」等数	139,678	150,000	165,000

<具体的な取組例>

- ・地域特派員による沿線情報の発信
- ・SNSを活用したキャンペーン
- ・旅行会社、マスコミ招聘ツアー
- ・各種イベント出展
- ・「銀の馬車道・鉾石の道」インスタフォトコンテスト など

第4章 参考資料

1 アンケート調査について

(1) 調査時期

令和2年10月～12月

(2) 調査方法

- ・中播磨県民センター、但馬県民局及び沿線市町で開催されたイベント時にアンケートを配布・回収
- ・沿線市町の観光スポット、公共施設にアンケートと回収ボックスを設置

(3) 回収状況

サンプル数 1,572 (目標:500) ※全回収数 1,576

(4) アンケート配布イベント、アンケート回収箱設置場所

イベント名	設置場所	回収
姫路市家島諸島体験事業(10.24,11.1,8,15)	—	姫路市
—	辻川観光交流センター	福崎町
民生委員・児童委員協議会(11.12)	市川町役場	市川町
国際交流協会理事会(10.5)	市川町観光交流センター	
青少年補導委員会(11.13)	—	
「神河町歴史文化遺産保存活用地域計画」認定記念シンポジウム(10.24)	神河町中央公民館グリンデルホール	神河町
—	朝来市観光情報センター	朝来市
—	朝来市役所	
—	養父市役所(養父地域局)	養父市
明延鉱山探検坑道日曜見学会(10.4,11,18,25)	あけのべ自然学校	
おもわず行きたくなる中播磨地域プレゼン(11.17,18)	中播磨県民センター内	中播磨
消費生活セミナー(11.9)		
女性の活躍促進企業セミナー(11.10)		
中播磨魅力体験ツアー(10.3,4)		
おとなが学ぶ、学生も学ぶ「みんなの鉱石の道」(中瀬エリア)(10.17)		
おとなが学ぶ、学生も学ぶ「みんなの鉱石の道」(明延エリア)(11.15)	—	但馬
鉱石の道神子畑サイクリングエクスペリエンス(11.8)		
道の駅但馬のまほろば 冬のまほろば祭(11.23)		
—		
—	神戸新聞社社内	神戸新聞社
—	星の子館	神姫バス
—	神姫バス社内	
—	但陽信用金庫社内	但陽信用金庫

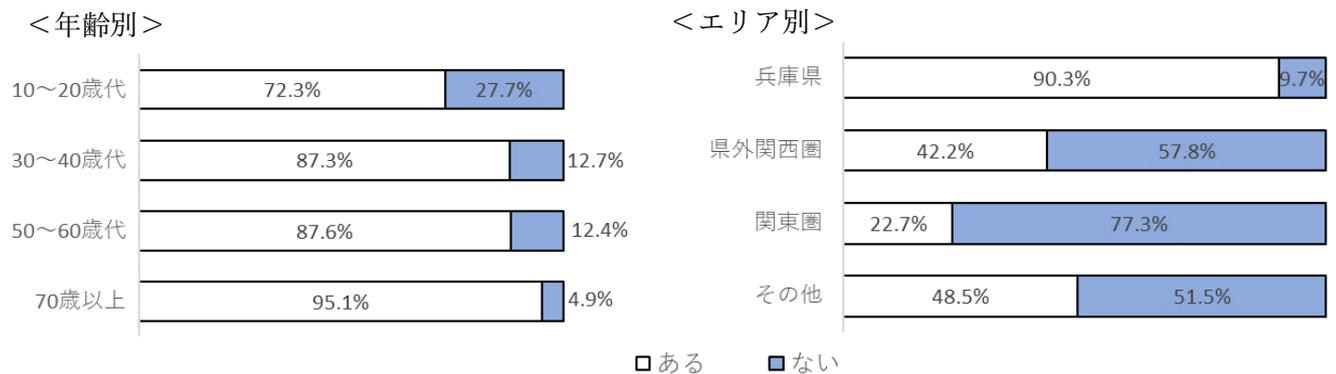
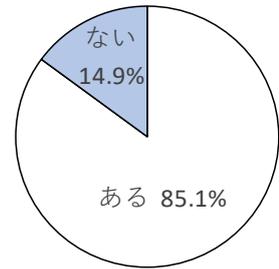
(5) 結果概要

① 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を聞いたことがあるか

8割以上の人ですでに「銀の馬車道・鉱石の道」を知っている。

『認知度』は、いずれの年代でも70%～90%代と高い割合であるが、年代が若くなると認知度が下がる傾向にある。

エリア別で見ると、県外の認知度がいずれも50%を下回る数字となっている。

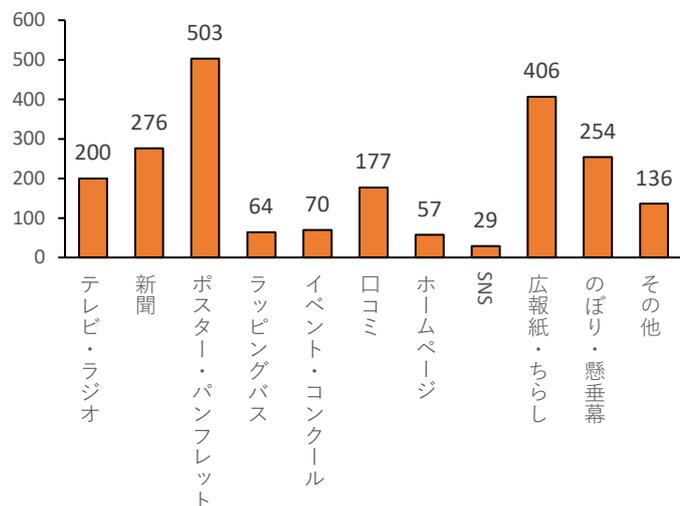


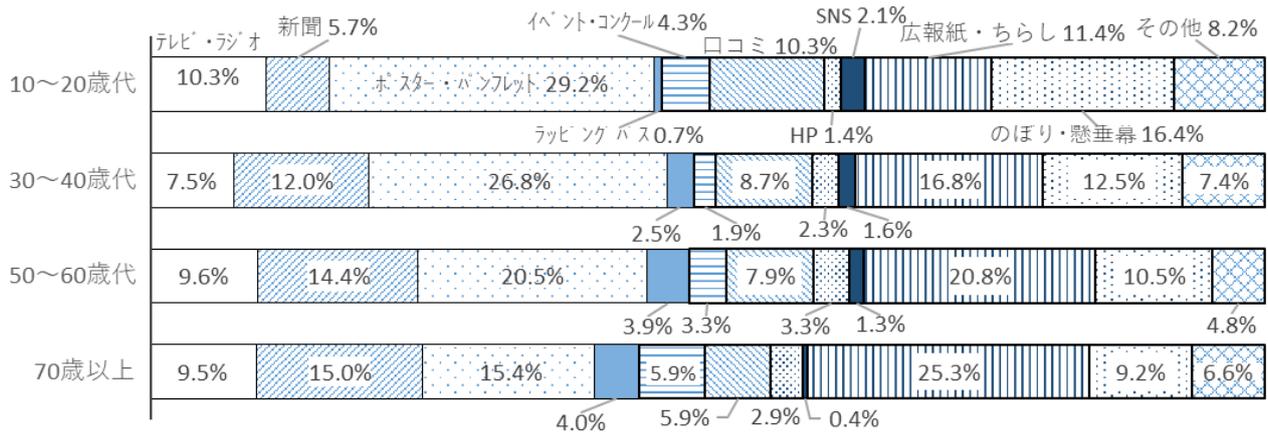
② 「日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を何で知ったか

『認知のきっかけ』の設問では、「ポスター・パンフレット (23.2%)」が最も多く、続いて「広報紙・チラシ (18.7%)」の順となっている。年代別では、「ポスター・パンフレット」で年代が低いほど高い数値に、「広報紙・チラシ」の数値では逆の方向が見られる。

また大きな影響力のある「ホームページ (2.6%)」、「SNS (1.3%)」が全体から見ると低い数値であり、今後は他の情報媒体からの誘導やターゲティング広告等での露出でこれらの情報媒体に対する認知の機会を増やしていくことが求められる。

回答	数値	構成比
テレビ・ラジオ	200	9.2%
新聞	276	12.7%
ポスター・パンフレット	503	23.2%
ラッピングバス	64	2.9%
イベント・コンクール	70	3.2%
口コミ	177	8.1%
ホームページ	57	2.6%
SNS	29	1.3%
広報紙・ちらし	406	18.7%
のぼり・懸垂幕	254	11.7%
その他	136	6.3%
計	2,172	100%

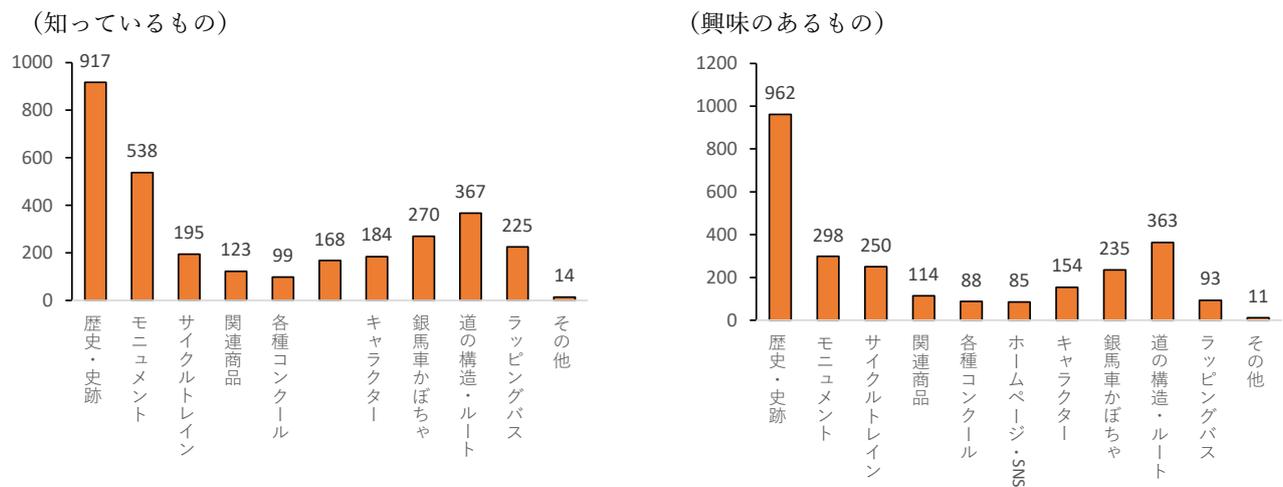




③ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」で知っているもの、興味のあるもの

「銀の馬車道・鉱石の道」で「知っているもの」、「興味のあるもの」の設問では、いずれも「歴史・史跡」、「モニュメント」、「道の構造・ルート」の回答が、上位3位を占めている。

特に両設問で1位の「歴史・史跡」については、他の回答項目と比べ、年代・性別・住まいを問わず高い比率の値を占めている。



(知っているもの)

	数値	構成比	年代別				エリア別				男女別		
			10-20代	30-40代	50-60代	70歳以上	兵庫県	県外関西圏	関東圏	その他	男	女	回答しない
歴史・史跡	917	29.6%	132	344	316	103	841	23	5	11	529	367	2
モニュメント	538	17.4%	65	201	205	54	504	12	0	1	307	219	0
サイクルトレイン	195	6.3%	15	69	86	19	182	6	0	0	118	71	0
関連商品	123	4.0%	8	52	43	17	118	0	0	0	68	53	0
各種コンクール	99	3.2%	10	35	39	14	95	1	0	0	57	41	0
ホームページ・SNS	168	5.4%	20	59	74	13	161	3	0	1	117	50	0
キャラクター	184	5.9%	25	75	61	20	175	2	0	1	90	91	0
銀馬車かぼちゃ	270	8.7%	26	97	102	34	250	3	0	3	146	111	1
道の構造・ルート	367	11.8%	47	128	133	51	344	7	1	3	223	136	0
ラッピングバス	225	7.3%	19	85	90	27	212	4	1	0	122	99	0
その他	14	0.5%	1	7	3	2	11	1	0	1	7	7	0
計	3,100	100%	368	1,152	1,152	354	2,893	62	7	21	1,784	1,245	3

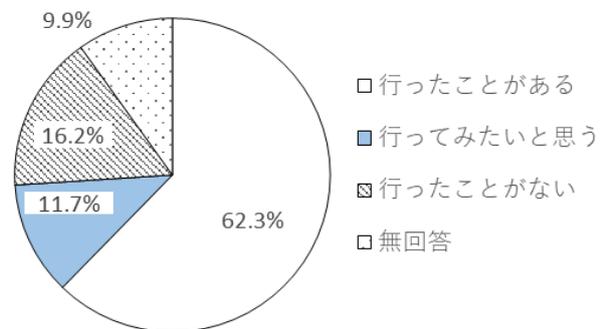
(興味のあるもの)

	数値	構成比	年代別				エリア別				男女別		
			10-20代	30-40代	50-60代	70歳以上	兵庫県	県外関西圏	関東圏	その他	男	女	回答しない
歴史・史跡	962	36.3%	144	353	339	98	821	61	15	24	526	410	0
モニュメント	298	11.2%	54	116	104	18	257	21	6	4	136	153	3
サイクルトレイン	250	9.4%	45	114	72	14	205	23	6	7	138	107	0
関連商品	114	4.3%	21	57	27	6	102	4	2	1	62	49	0
各種コンクール	88	3.3%	20	28	31	8	77	4	2	2	42	44	1
ホームページ・SNS	85	3.2%	12	32	35	5	79	3	1	2	50	34	0
キャラクター	154	5.8%	48	59	41	3	127	13	5	3	53	97	2
銀馬車かぼちゃ	235	8.9%	65	82	71	10	188	26	8	3	58	168	2
道の構造・ルート	363	13.7%	45	131	130	46	308	25	6	8	208	144	1
ラッピングバス	93	3.5%	16	33	31	9	81	7	1	0	35	53	1
その他	11	0.4%	1	5	4	1	8	1	0	1	8	3	0
計	2,653	100%	471	1,010	885	218	2,253	188	52	55	1,316	1,262	10

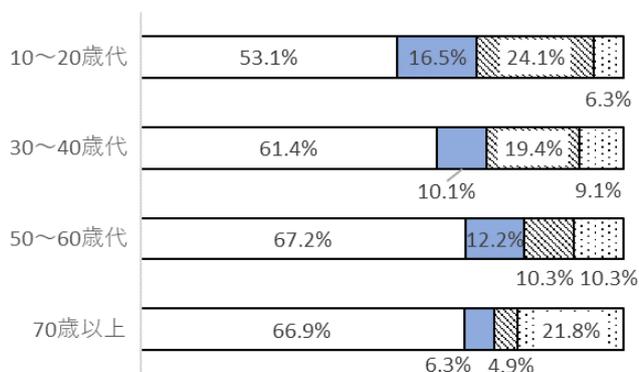
④ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を訪れたことがあるか

『銀の馬車道・鉱石の道を訪れたことがあるか』の設問では、「行ったことがある」が62.3%と高い数値だが、「行ってみたいと思う」、「行ったことがない」の回答は、認知度に比例して居住別の県外で低い数値となっている。
沿線外及び県外への情報発信及び魅力発信が課題である。

回答	数値	構成比
行ったことがある	979	62.3%
行ってみたいと思う	184	11.7%
行ったことがない	254	16.2%
無回答	155	9.9%
計	1,572	100%



<年齢別>



<エリア別>



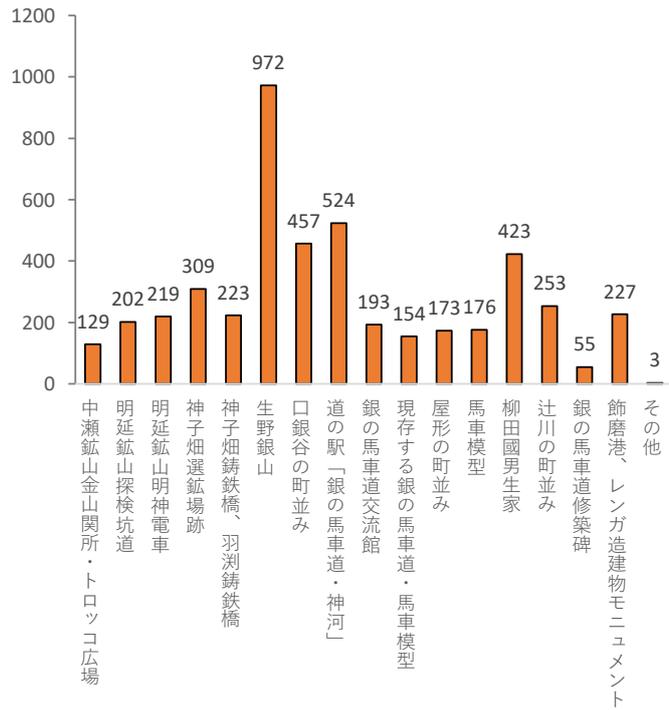
□ 行ったことがある ■ 行ってみたいと思う ▨ 行ったことがない ▩ 無回答

⑤ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」で訪れたことがあるスポット

『銀の馬車道・鉱石の道に関連した訪れたことがあるスポット』の設問では、「生野銀山 (20.7%)」、「道の駅 銀の馬車道・神河 (11.2%)」、「口銀谷の町並み (9.7%)」、「柳田國男生家 (9.0%)」の順となった。特に居住別で県外在住者の「生野銀山」を訪れた割合は22.2%で地域外、県外での知名度の高さがうかがえる。

他の観光スポットについても、それぞれの特色を活かし魅力を創出することで日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」全体の底上げを図ること、また既存のスポットのみならず、新たな観光拠点の開発が重要である。

回答	数値	構成比
中瀬鉱山金山関所・トロッコ広場	129	2.7%
明延鉱山探検坑道	202	4.3%
明延鉱山明神電車	219	4.7%
神子畑選鉱場跡	309	6.6%
神子畑鑄鉄橋、羽瀨鑄鉄橋	223	4.8%
生野銀山	972	20.7%
口銀谷の町並み	457	9.7%
道の駅「銀の馬車道・神河」	524	11.2%
銀の馬車道交流館	193	4.1%
現存する銀の馬車道・馬車模型	154	3.3%
屋形の町並み	173	3.7%
馬車模型	176	3.8%
柳田國男生家	423	9.0%
辻川の町並み	253	5.4%
銀の馬車道修築碑	55	1.2%
飾磨港、レンガ造建物モニュメント	227	4.8%
その他	3	0.1%
計	4,692	100%



住まい	全体	中瀬鉱山金山関所・トロッコ広場	明延鉱山探検坑道	明延鉱山明神電車	神子畑選鉱場跡	神子畑鑄鉄橋、羽瀨鑄鉄橋	生野銀山	口銀谷の町並み	道の駅「銀の馬車道・神河」
兵庫県	4,305	111	181	198	281	203	886	431	489
県外関西圏	141	8	11	7	14	8	30	8	11
関東圏	10	1	1	0	0	1	4	0	1
その他	38	3	4	5	5	3	8	1	2
無回答	198	6	5	9	9	8	44	17	21
計	4,692	129	202	219	309	223	972	457	524

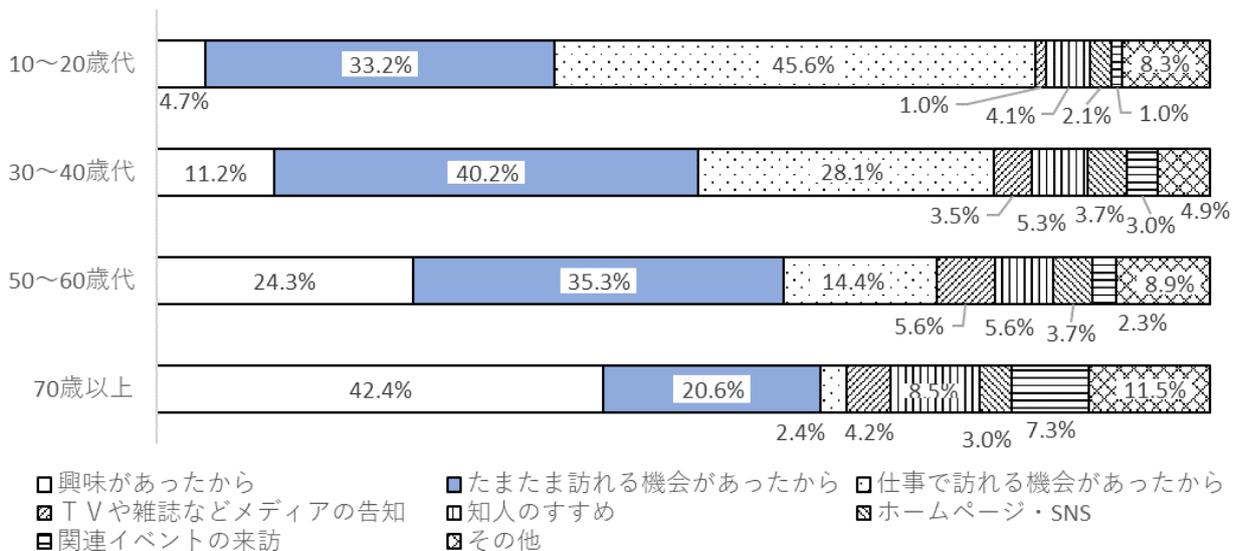
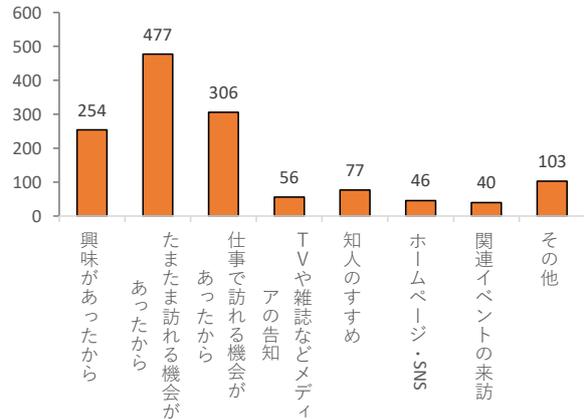
住まい	銀の馬車道交流館	現存する銀の馬車道・馬車模型	屋形の町並み	馬車模型	柳田國男生家	辻川の町並み	銀の馬車道修築碑	飾磨港、レンガ造建物モニュメント	その他
兵庫県	180	145	162	164	384	232	48	208	2
県外関西圏	3	3	5	3	12	7	2	9	0
関東圏	0	0	0	0	1	0	0	1	0
その他	1	1	1	1	1	1	0	1	0
無回答	9	5	5	8	25	13	5	8	1
計	193	154	173	176	423	253	55	227	3

⑥ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を訪れたきっかけ

『銀の馬車道・鉱石の道沿線を訪れたきっかけ』の設問では、「たまたま（35.1%）」、「仕事（22.5%）」、「興味があったから（18.7%）」の順となった。

年代別の「興味があったから」の回答が若い世代ほど低い数値となっており、若年層への興味・関心喚起が必要となる。

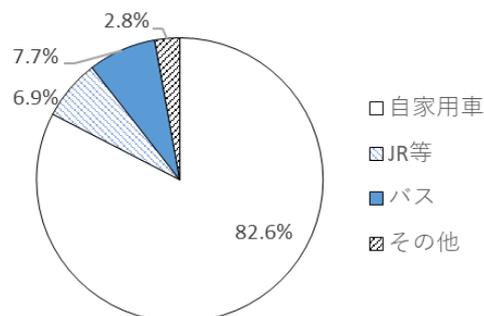
回答	数値	構成比
興味があったから	254	18.7%
たまたま訪れる機会があったから	477	35.1%
仕事で訪れる機会があったから	306	22.5%
TVや雑誌などメディアの告知	56	4.1%
知人のすすめ	77	5.7%
ホームページ・SNS	46	3.4%
関連イベントの来訪	40	2.9%
その他	103	7.6%
計	1,359	100%



⑦ 来訪までの交通手段

『来訪までの交通手段』の設問では、「自動車」が82.6%と圧倒的に自家用車での来訪が多数を占める。

回答	数値	構成比
自家用車	1,000	82.6%
JR等	83	6.9%
バス	93	7.7%
その他	34	2.8%
計	1,210	100%

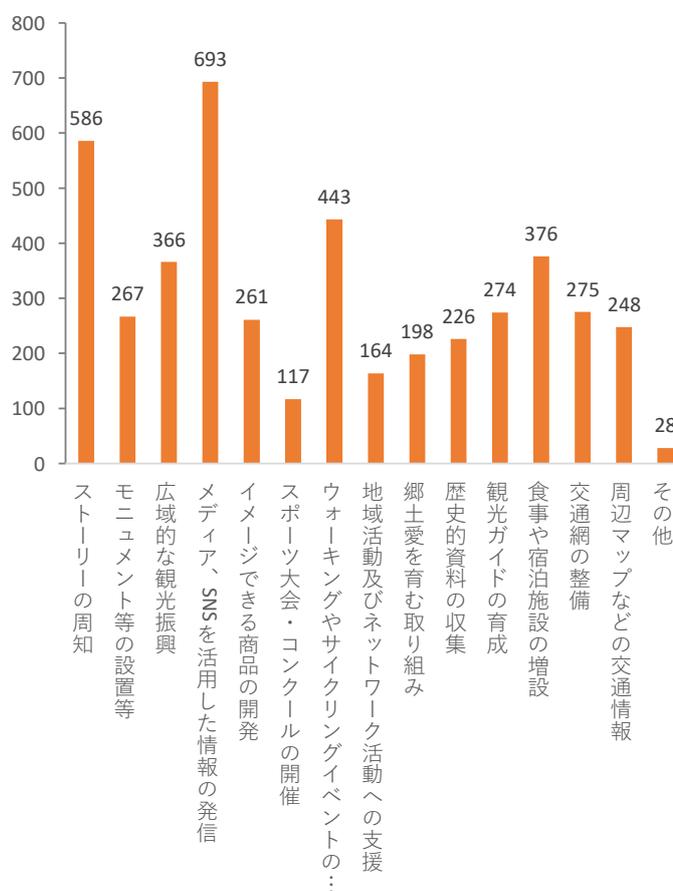


⑧ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」で必要と思われる視点

『銀の馬車道・鉱石の道で必要と思われる視点』の設問では、「テレビやラジオ等のメディア、SNSを活用した情報の発信（15.3%）」、「ストーリーの周知（13.0%）」、「ウォーキングやサイクリングイベントの開催（9.8%）」となっている。情報発信においては、いつ・どこで・何を・どのような内容で発信していくかが重要となってくる。「ストーリーの周知」、「イベントの開催」においても、その情報発信のやり方次第で結果も変わってくると言える。

数値的には10%を下回ったが、「広域的な観光振興（8.1%）」、「食事や宿泊施設の増設（8.3%）」の項目についても、周辺地域の巻き込み、特に「食」の分野において観光振興の柱となる要素が大きいと言える。

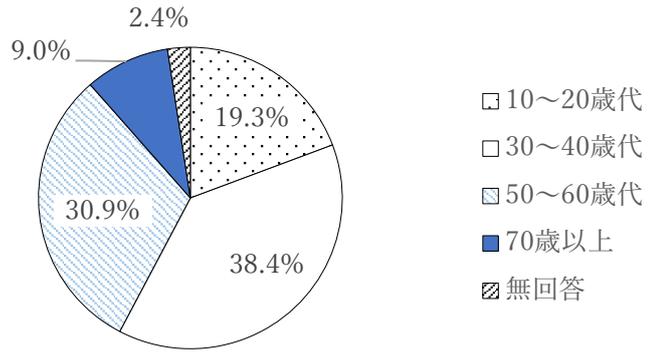
回答	数値	構成比
ストーリーの周知	586	13.0%
モニュメント等の設置等	267	5.9%
広域的な観光振興	366	8.1%
メディア、SNSを活用した情報の発信	693	15.3%
イメージできる商品の開発	261	5.8%
スポーツ大会・コンクールの開催	117	2.6%
ウォーキングやサイクリングイベントの開催	443	9.8%
地域活動及びネットワーク活動への支援	164	3.6%
郷土愛を育む取り組み	198	4.4%
歴史的資料の収集	226	5.0%
観光ガイドの育成	274	6.1%
食事や宿泊施設の増設	376	8.3%
交通網の整備	275	6.1%
周辺マップなどの交通情報	248	5.5%
その他	28	0.6%
計	4,522	100%



■ アンケート回答者属性

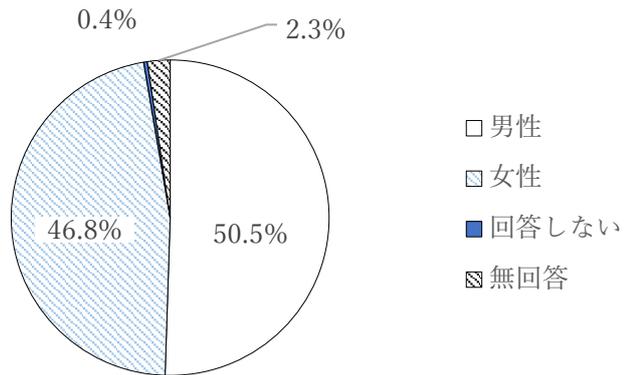
① 年代別

回答	数値	構成比
10～20歳代	303	19.3%
30～40歳代	604	38.4%
50～60歳代	485	30.9%
70歳以上	142	9.0%
無回答	38	2.4%
計	1,572	100%



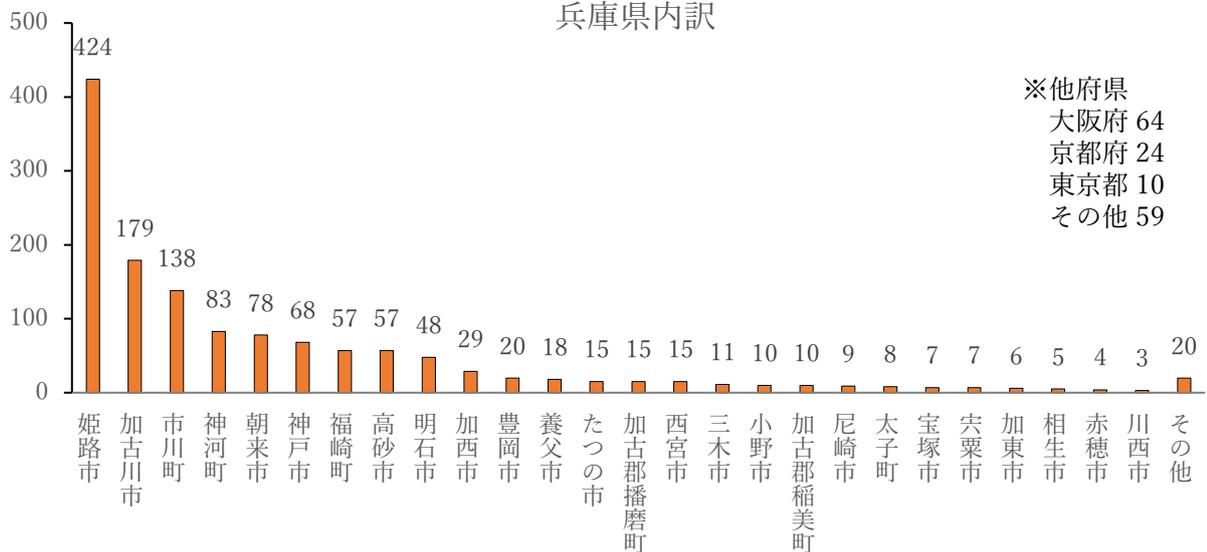
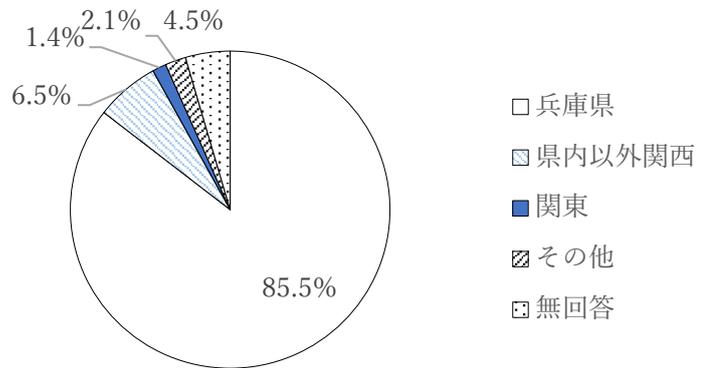
② 男女別

回答	数値	構成比
男性	794	50.5%
女性	736	46.8%
回答しない	6	0.4%
無回答	36	2.3%
計	1,572	100%



③ 居住地別

回答	数値	構成比
兵庫県	1344	85.5%
県内以外関西	102	6.5%
関東	22	1.4%
その他	33	2.1%
無回答	71	4.5%
計	1,572	100%



2 アンケート様式



日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」アンケート

日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会では、中播磨地域から伯馬地域をつなぐ「銀の馬車道・鉱石の道」を地域活性化のシンボルとして、様々な取組みを行っています。今後、「銀の馬車道・鉱石の道」のPRや地域の観光資源の開発、さらには地域づくりの新たな展開に向けて、ぜひ、ご意見をお聞かせください。

◆◆ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」について ◆◆

「銀の馬車道」はフランス人技師の指導の下、明治9年に生野鉱山～飾磨港(現姫路港)の間、約49kmを結ぶ馬車専用道路として作られました。当時としては最先端の技術が用いられ、「日本初の高速産業道路」と言われています。「鉱石の道」は、銀の馬車道からさらに北、鉱石輸送の専用道路やつなぐれた明延鉱山(養父市)、神子畑鉱山、生野鉱山(朝来市)と、さらに中瀬鉱山(養父市)を含めた往時を偲ぶ貴重な産業遺産が大切に保存されているエリアです。平成29年4月に「播磨良く、銀の馬車道 鉱石の道」～資源大国日本の記憶をたどる73kmの軌～が文化庁により、日本遺産に認定されました。

※該当する番号に「○」をつけてください。

① 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」について聞いたことがありますか。(複数回答可)

1. ある → ②へ 2. ない → ④へ

② 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」について、何で知りましたか。

1. テレビ・ラジオ 2. 新聞 3. ポスター・パンフレット 4. ラッピングバス 5. イベント・コンクール
6. 口コミ 7. ホームページ 8. SNS 9. 県や市町の広報紙・ちらし 10. のぼり・懸垂幕
11. その他 ()

③ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」関連事項のうち、知っているのはどれですか。(複数回答可)

1. 歴史・史跡 2. モニュメント(アート作品、馬車模型等) 3. サイクルトレイン 4. 関連商品
5. 各種コンクール(川柳コンテスト、フォトコンクール等) 6. ホームページ・SNS 7. キャラクター
8. 銀馬車かぼちゃ 9. 道の構造・ルート 10. ラッピングバス 11. その他 ()

④ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」関連事項のうち、興味のあるものはどれですか。(複数回答可)

1. 歴史・史跡 2. モニュメント(アート作品、馬車模型等) 3. サイクルトレイン 4. 関連商品
5. 各種コンクール(川柳コンテスト、フォトコンクール等) 6. ホームページ・SNS 7. キャラクター
8. 銀馬車かぼちゃ 9. 道の構造・ルート 10. ラッピングバス 11. その他 ()

⑤ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」に関連した下記のスポットを訪れたことがありますか。(複数回答可)

1. 行ったことがある 2. 行ってみたいと思う → ⑧へ 3. 行ったことがない → ⑧へ
(1. 2. をご回答の場合、そのスポットを下記より○で囲んでください)

- 中瀬鉱山 金山 関所・トッコ広場 ・明延鉱山 探検坑道 ・明延鉱山 明神電車(一円電車)
○神子畑選鉱場跡 ・神子畑鉄橋、羽洲鉄橋 ・生野銀山 ・口銀谷の町並み
○道の駅「銀の馬車道・神河」 ・銀の馬車道交流館 ・現存する銀の馬車道、馬車模型
○屋形の町並み ・馬車模型(ハヤブ) ・市川町浅野地区) ・柳田國男生家 ・辻川の町並み
○銀の馬車道修業碑 ・飾磨港(姫路港)、レンガ造建物モニュメント
()
○その他 ()

⑥ 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」沿線を訪れたきっかけは何ですか。

1. 銀の馬車道・鉱石の道に興味があったから 2. たまたま訪れる機会があったから
3. 仕事で訪れる機会があったから 4. TVや雑誌などメディアの告知
5. 知人のすすめ 6. ホームページ・SNS
7. 関連イベントへの来訪 (イベント名:)
8. その他 ()

⑦ 訪れた時の交通手段は何ですか。(複数回答可)

1. 自家用車 2. JR等 3. バス
4. その他 ()

⑧ 今後、日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」の活用方策で必要な視点はどのようなものだと思いますか。(複数回答可)

1. ストリーターの周知
2. モニュメント等の設置等 (見える化)
3. 他の関連地域と連携した広域的な観光振興
4. テレビやラジオ等のメディア、SNS を活用した情報の発信
5. イメージできる商品の開発
6. 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を冠した各種スポーツ大会・コンクール等の開催
7. ウォーキングやサイクリングイベントの開催
8. 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」をテーマとした地域活動及びネットワーク活動への支援
9. 未来に伝え、地域の人々の郷土愛を育む取組み
10. 当時の写真など、歴史的資料の収集
11. 観光ガイドの育成
12. 食事や宿泊施設の増設
13. 主要駅からのバス、自転車など交通網の整備
14. 道路標識や周辺マップなどの交通情報
15. その他 ()

アンケートにご協力ありがとうございました。
最後に、あなたに当てはまるものを「○」で囲んでください。

- ◆ 年齢
1. 0～20歳代 2. 30～40歳代 3. 50～60歳代 4. 70歳以上
- ◆ 性別
男性 女性 回答しない
- ◆ お住まい
姫路市 福崎町 市川町 神河町 朝来市 養父市
その他 (具体的に)

3 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」推進協議会と関連組織等の取組
[平成 29 年度]

事業区分	日本遺産推進協議会	銀の馬車道ネットワーク協議会	鉱石の道推進協議会	県(中播磨、但馬)	市町(主なもの)
地域外からの誘客の醸成	73kmウォークキングサイクリング事業 日本遺産認定記念シンポジウム開催(H30.1.21) 馬車復活事業(H29.11.25~26) 金銀銅文化プロジェクト	人情喜劇公演(H30.1.14) 絶景フォトコンクール	「銀の馬車道」ブランド戦略の推進 受入れ体制整備事業 おもてなし強化推進事業 花つなぎ事業	鉱石の道ガイド育成 郷土学習支援事業 地域イベント支援事業 先進地視察支援事業	日本遺産認定記念フォーラム in 市川町(市川) 日本遺産認定記念講演会(H29.5)(神河) 生野高校と連携した特産品開発支援(朝来) 志村喬関連映画上映(朝来) 日本遺産多言語ガイド養成講座(朝来) 日本遺産多言語ガイダンス作成(朝来) 市民向け日本遺産バスツアー(朝来) 日本遺産及び文化的景観保存活用シンポジウム(朝来) 一円電車運転士・整備士の研修(養父) 日本遺産認定記念式典(明延地区・中瀬地区)
地域外からの誘客の増加を指し、取組の推進			クリエーター等向けツアーバスの運行 鉱石の道巡回パネル展 近代化産業遺産「銀の馬車道と鉱石の道」探訪ツアー	銀の馬車道レトロ洋食街道 Y-1 グラブリ(H29.11.10~12.28) 銀の馬車道レトロ洋食街道&クワスターラリー(H29.11.17~H30.2.11) 道の駅「銀の馬車道・神河」オープン関連事業 銀の馬車道ブランドイデオロジ向上作戦	かみかわ銀の馬車道七夕まつり(神河)(H29.7) 銀の馬車道ウォーク(神河)(H29.10) 道の駅「銀の馬車道・神河」整備(神河)(H29.11) かみかわ銀の馬車道まつり(神河)(H30.3) 神河メルカト(毎月第3土曜) 日本遺産周遊バスツアー企画運営(朝来) 生野銀山へいくろう祭り(朝来) 神子畑桜まつり(朝来) 生野夏物語(朝来) 銀谷祭り(朝来) 銀谷のひな祭り(朝来) 一円電車まつり(養父) 一円電車体験乗車会、明延鉱山探検坑道見学会(養父) 中瀬金山まつり(養父) あけのべこどもまつり(養父)
ヘリテージとしてのポイント整備	マーケティング調査	歴史講話支援 ジオラマ製作 子ども向けパンフレット改訂 銀の馬車道劇団支援		鉱石の道エリア整備支援	竹内邸保全改修(神河)(H30.1~3) 中村、粟賀町地区修景整備(木造インターンシップ)(神河)(H29.9) 馬車道沿線古民家調査(神河)(H30.1~3) 日本遺産紹介サイイン整備(朝来) 一円電車及びディーゼル機関車の点検・整備(養父) 明延鉱山探検坑道定期点検及び保坑工事(養父) 中瀬地区日本遺産案内・解説看板設置(養父) 金鉱石レプリカ作成(養父)
情報発信	雑誌「一個人」シリーズ素材集及びリーフレット作成 HP制作 法被、のぼり、ポスター作成 姫路城マラソン(H30.2.10~11)	HP等運営 PR用のぼりの作成 PR用ポスターの作成 観光情報誌「旅楽」の紙面購入 「銀の馬車道」ロゴマークPRピンバッジの作成 ラッピングバス運行 姫路港ふれあいフェスティバル(H29.7.17) 日本遺産サミット in 京都(H29.7.1~2) 姫路食博 2017 出展(H29.11.10~12)	HP等運営 ブログ運営 PR用のぼりの作成 観光情報誌「旅楽」、「T2」の紙面購入 竹田城跡でのPRパネル展示 各イベントへの参加	銀の馬車道ウォークキングサイクリングマップの改訂	日本遺産PR用ポスター、プレート作成(姫路) 銀の馬車道と鉱石の道 秋の大収穫祭(市川) 観光ウォーク(市川) 日本遺産広告配信(朝来) 市内日本遺産パンフレット(朝来) 市内日本遺産多言語パンフレット(朝来) 一円電車体験乗車会ポスター・フライヤー作成(養父)
予算額	44,574 千円	15,375 千円	5,023 千円		

[平成30年度]

事業区分	日本遺産推進協議会	銀の馬車道ネットワーク協議会	鉾石の道推進協議会	県(中播磨、但馬)	市町(主なもの)
地域の愛 の醸成	日本遺産ガイド育成(H31.1.20) 中学生向け副読本制作 人情喜劇公演(H30.8.19)	銀の馬車道・鉾石の道川柳コンテスト (応募期間：H30.10.1～12.21) 銀の馬車道・鉾石の道フォトコンクール写真展 (開催地：播但連絡道路 市川SA)	鉾石の道ガイド育成(H30.8.18) 朝来、養父市小学生向け副読本作 成 郷土学習活動支援事業 地域イベント支援事業 子供向けパンフレット作成 鉾石の道商品開発支援事業		銀の馬車道観光ウォーク(市川) (H30.10.14) 生野鉱山+明治150年記念フォーラム(朝来)(H30.10.20) 生野鉱山+明治150年市民シンポジウム(朝来) (H30.11.24) 日本遺産シンポジウム「郷土の誇りを語る」(朝来) (H31.3.21) 中瀬地区内研修(養父)(H30.5.13)
地域外か らの訪客 増加を目 指した取 組の推進	金銀銅文化プロジェクト 日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」アート フェスティバルの実施(全域) (H31.3.9～24) サイクルトレイルの運行(H31.3.24) 日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」スタン ダラライ(H30.11.23～H31.3.10) ウォークングバスツアー (H30.12.8～9、H31.2.16.17) 馬車模型の製作・設置(H31.3.29)	花つなぎ事業 JR播但線での観光情報発信(姫路～ 寺前)(姫路駅に全18駅の木板画掲 示；H31.3.15～) 従業員対象おもてなしセミナー(姫路 ～生野)(H30.8.20,28)	鉾石の道エリアを巡る鉾石の道 号の運行(H30.11.4) 周遊モザールフレット作成 鉾石の道巡回パネル展(H30.8.31 ～9.3)	銀の馬車道ブランドイメ ージ向上作戦	三木家住宅主屋公開記念催し(福崎)(土日祝) 市内日本遺産と観光資源周遊ツアー(朝来) (H30.10～H31.2) (明延)親子で遊ぼう！こども広場(養父)(H30.5.3) 一円電車まつり(養父)(H30.10.7) 一円電車体験乗車会、明延鉱山探検坑道見学会(養父) (4月から11月の第一日曜及び夏季休会期間中の毎日曜 日) 明延地区空き家活用イベント(養父)(H30.11.4、H31.3.10) 中瀬金山まつり(養父)(H30.10.21)
ヘリデー ジとして のポイント 整備	サイン計画策定 解説板設置(全域)(6基：H31.3.7)	歴史講話支援 案内ガイド(H30.5.8,9,24) 旧ヤマトPRサイン設置(H31.2.14) トウにPRサイン設置(H31.2.14) 銀の馬車道看板の修繕(H31.3) 馬車道修築陣キャクタクターシーロール修 繕(H31.3)	市川SA看板改修 鉾石の道エリア整備支援	市川SA看板改修 鉾石の道エリア整備支援	現存する銀の馬車道周辺整備(神河)(H31.3.29) 神子畑選鉱場エリアの整備・活用検討 竹内砥保会改修及び調査(神河)(H31.3.22) 中村・栗賀町地区道路美装化(神河)(H31.3.22) 中村・栗賀町地区修景整備(難波邸)(神河)(H31.2.28) 中村・栗賀町地区修景整備(イオンターニシツブ)(神河) (H30.9.14～17) 生野鉱山及び鉱山町「甲5号社宅」修理(朝来) (H31.2～3) 一円電車明延線枕木交換作業(養父)(H31.3.16) 明延鉱山探検坑道定期点検及び保坑工事(養父) (H30.10～H31.3) 中瀬地区御林ハイキングコース整備(養父)(H30.5.13)
情報発信	HP等運営 FB・Instagram制作 観光情報誌紙面購入 Web、紙媒体での誘客プロモーション プロモーション動画配信 日本遺産サマセットin高岡(H30.9.22～23) 姫路城マラソン(H31.2.23～24)	HP等運営 ラッピングバス運行 姫路港ふれあいフェスティバル出展 (H30.7.16)(H30.10.28) 姫路食博2018出展(H30.11.23～25)	HP等運営 観光情報誌紙面購入(鉾石の道掲 載) ブログ運営 竹田城跡でのPRパネル展示 (H30.11.27～12.7)	東民だよりひょうご(全戸 配布)にて情報発信 銀の馬車道・鉾石の道シオ ラ設置 (姫路観光案内所) フランスでのプロモーション	日本遺産「銀の馬車道・鉾石の道」フォトギャラリー(姫路) (H30.9.5～26) 銀の馬車道・鉾石の道展示会(姫路)(H30.11.4～10) 日本遺産国内「ジカマーケッ」(朝来)(H30.9～10) 日本遺産海外「ジカマーケッ」(朝来)(H30.12～H31.1) 日本遺産紹介多言語パンフレット・HP作成(朝来)(H31.3) 日本遺産「ジカマーケッ」掲出(朝来)(近隣・通年 京都駅他) (H30.10)
予算額	52,759千円	18,080千円	4,308千円		

[令和元年度]

事業区分 地域の愛 の醸成	日本遺産推進協議会 高校生による日本遺産フォーラム (R1.12.14)	銀の馬車道ネットワーグ協議会 銀の馬車道・鉱石の道川柳コンテスト (募集期間：R1.7.1～9.20)	鉱石の道推進協議会 「鉱石の道」伝承事業(子供学習バス運行)(R1.8.18) ※朝来コース(R1.9.22は台風で中止) 郷土学習支援事業 先進地視察支援事業 地域イベント支援事業 ガイド等交流事業(R2.2.12) 子ども向け普及啓発ポスターの作成	県(中播磨、但馬) 「鉱石の道」の記憶を伝える特別ツアーの実施	中町(主なもの) 歴史ウォーク(神河)(R1.10.26) 観光ウォーク(市川)(R1.10.20) 特産品開発支援(朝来市)(R2.3【コロナウイルスにより中止】) 志村喬関連映画上映(朝来市)(R1.11.2) 日本遺産ガイド養成講座(朝来市)(R2.3【コロナウイルスにより中止】) 日本遺産講演会(養父)(R1.11.16)
地域外からの誘客 増加を目指す 指し取 組の推進	金銀銅文化プロジェクト 鉱山遺構等を活用した地域7トバット支援 サイクリングトレイルの運行 (R1.10.27) ツアーリズム実証化事業 「銀谷のひなまつり」と銀の馬車道・鉱石の道」ツアー (R2.3.8)【コロナウイルスにより中止】	JR 播但線での観光情報発信 (R1.8.1～) (有人駅にポスター掲出) おもてなしセミナー(商工会主催)(R1.9.9) 花つなぎ事業 播但連絡道路・市川SA、豊富PAのパネル展示 銀馬車かぼちゃの歌募集	但馬鉱山遺構観光の事業化モデル支援事業 バス停を使ったPR事業	銀馬車かぼちゃをシンボルとしたエリアイメージの構築 (R1.11～R2.2) 鉱石の道サイクリングツアー 日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」親子バスツアーの実施 (R1.8.1：海からはじまるバスツアー、R1.8.7：山からはじまるバスツアー)	三木家住宅屋公開事業(土日祝)(福崎) かみかわ銀の馬車道まつり(神河)(R1.9.28) 道の駅「銀の馬車道・神河」収穫祭(神河)(R1.11.16) 日本遺産周遊バスツアー企画運営(朝来)(R1.11～12) 生野銀山へいくくろう祭り(朝来)(R1.4.13) 神子畑桜まつり・神子畑選鉱場特別公開(朝来)(R1.4.13) 生野夏物語(朝来)(R1.8.13～15)【大雨により一部中止】 銀谷祭り(朝来)(R1.9.22)【台風接近により中止】 銀谷のひな祭り(朝来) 生野ルートマルジャン芸術祭2020(朝来)(R2.3.7～22) 一門電車体験乗車会、明延鉱山探検坑道見学会(養父) 明延地区空き家活用イベント(養父)(R1.10.6) 中瀬金山まつり(養父)(R1.10.20)
ヘリテージとして のポイント 整備	サイン計画に基づく解説看板設置(全域) (7基：R2.3.9)	飾磨津物揚場周辺レンガ造 モニュメント一部保存 (R2.3.26) 馬車模型の製作・設置 (R2.3.30) 銀の馬車道区間設置看板の改修(R2.3) 歴史講話支援	「鉱石の道」道標による再現 「鉱石の道」立体模型等による再現 沿線地域による草刈り	「鉱石の道」エリア整備支援事業	中村・粟賀町地区道路装花(神河)(R1.8～9) 中村・粟賀町地区修景整備(難波邸)(神河)(R1.12) 中村・粟賀町地区修景整備(インダーンシップ)(神河)(R1.9) 生野鉱山文化調査研究(朝来)(R1.11～R2.3) 町並みサイン整備(朝来)(R1.11～R2.3) 神子畑選鉱場いろうりハウス改修事業(朝来) 一門電車及びディーゼル機関車の点検・整備(未定)(養父) 一門電車明延線枕木交換作業(養父)(R2.3.8) 明延鉱山探検坑道定期点検及び保坑工事(養父)(点検は通年、保坑工事はR1.12～R2.3) 中瀬地区御林ハイキングコース整備(養父)(R1.5.12)
情報発信	HP等運営 観光情報紙面購入 日本遺産「銀の馬車道 鉱石の道」戦略的プロモーション業務 (ワークショップ実施 R2.2.15,22) 2019 ハーバーランドの日の出展 (R1.8.11) 2019“よい仕事おこし”フェア出展 (R1.10.7～8) 日本遺産サミット in 高知出展(R1.10.12～13) 日本遺産の日 PR イベント出展 (R2.2.11～13) 兵庫市川マラソン 2020出展 (R2.2.16)	HP等運営 ラッピングバス運行 パンフレット増刷 姫路港ふれあいフェスティバル出展 (R1.7.14～15)(R1.10.20) 姫路食博2019出展 (R1.11.22～24)	地域情報誌「T2」誌面の購入 案内看板修理(生野銀山) パンフレット増刷 ノベルティ作成 HP等運営	県民だよりひょうご(全戸配布)にて情報発信 銀の馬車道・鉱石の道ジオラマ設置 JR姫路駅コンコース、市川SA	播磨の日本遺産展示会(姫路)(R1.11.5～11.27.28) 兵庫市川マラソン全国大会でのPRブース出展(市川)(R1.2.16) 日本遺産広告配信(朝来)(R2.1～3) 一門電車体験乗車会ポスター・フライヤー作成(養父)
予算額	20,094千円	38,154千円	15,361千円		



日本遺産「銀の馬車道・鉦石の道」推進協議会

(事務局) 姫路市、福崎町、市川町、神河町、朝来市、養父市、
兵庫県中播磨県民センター、兵庫県但馬県民局

(担当連絡先) 〒670-0947 兵庫県姫路市北条1丁目98番

(中播磨県民センター県民交流室産業観光課内)

Tel 079-281-9059 Fax 079-285-1102

