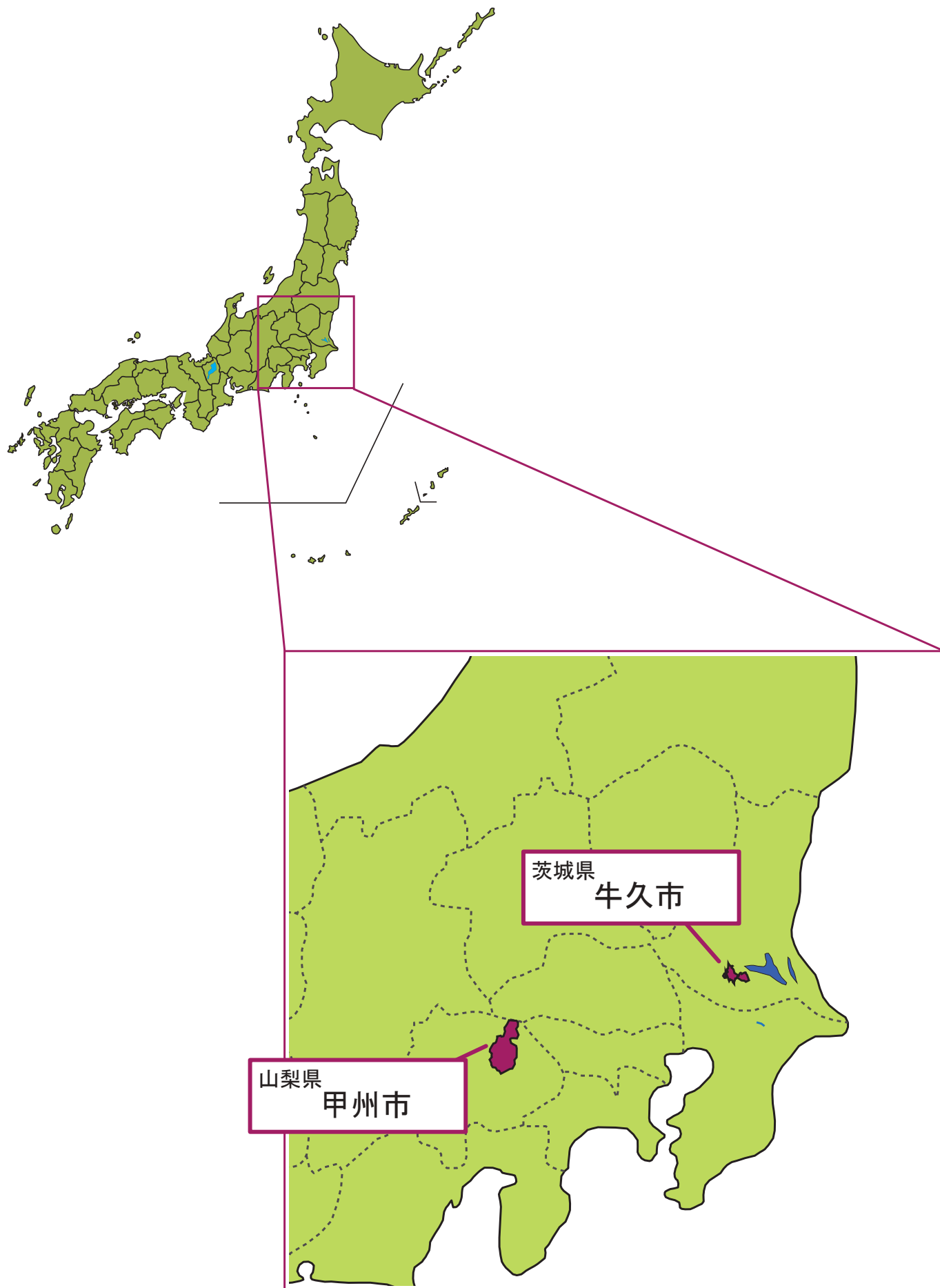
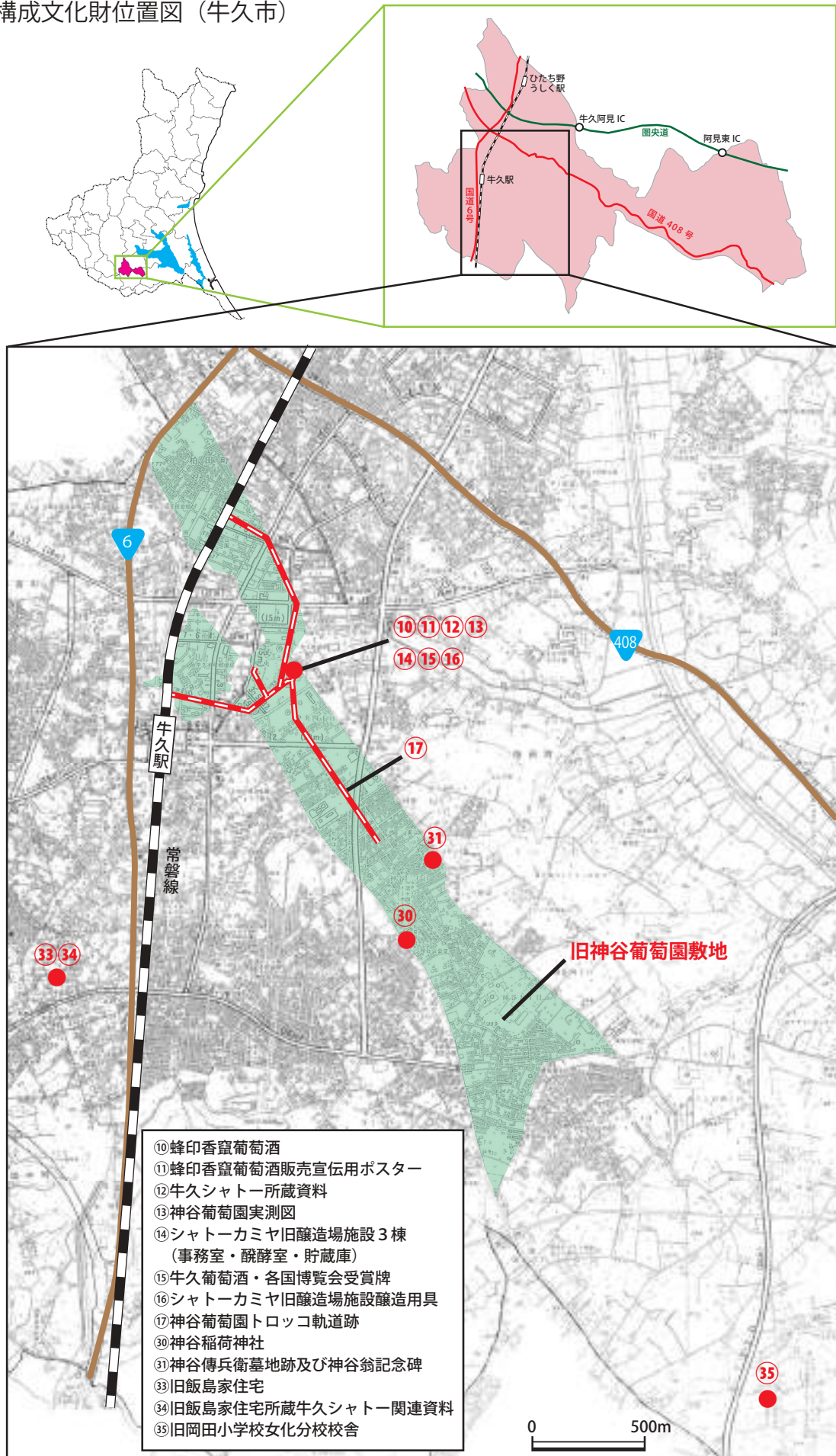


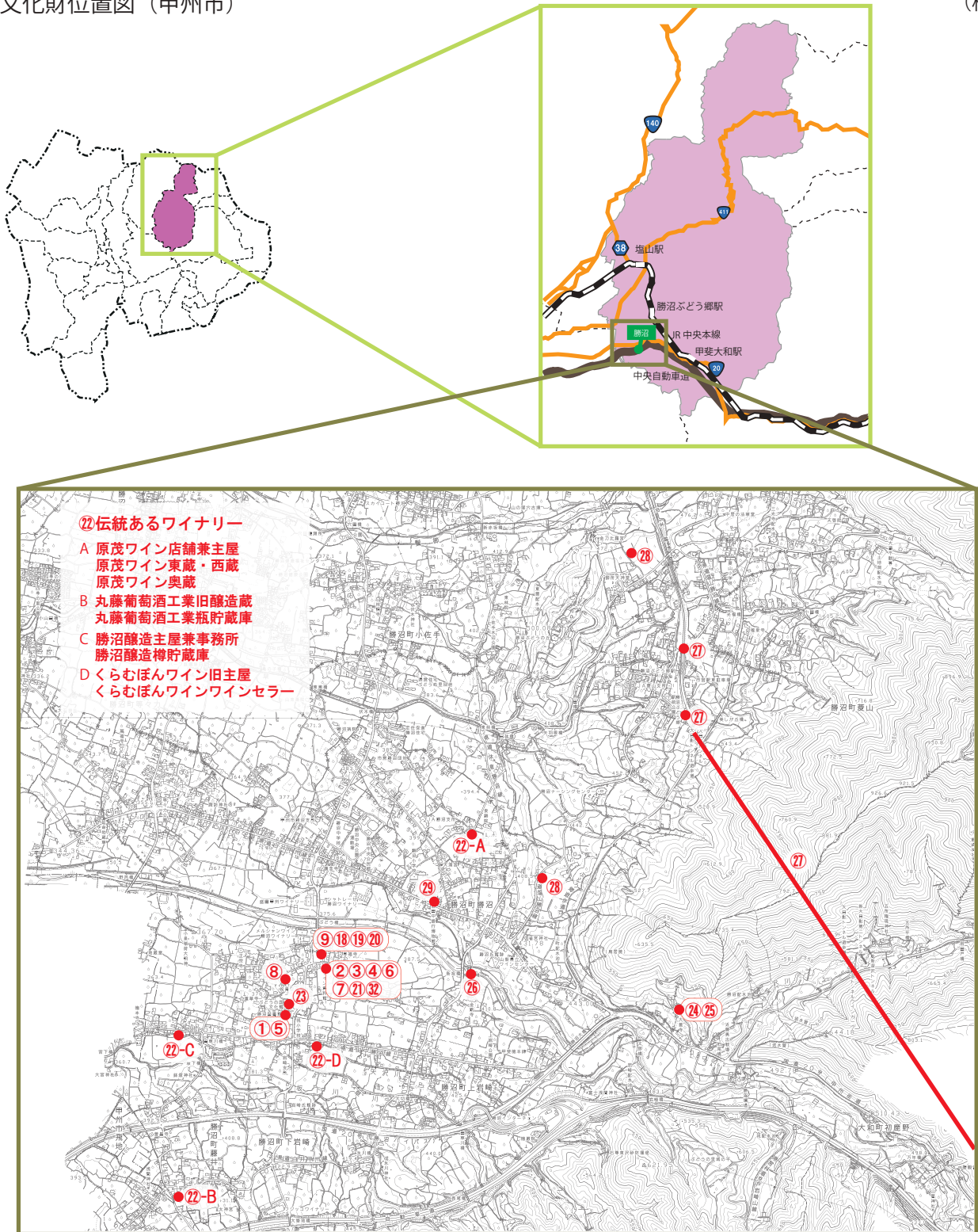
① 申請者	◎茨城県牛久市 山梨県甲州市	② タイプ	地域型 / シリアル型 A B C D E
③ タイトル			
(ふりがな)	にほんわいん 140 ねんし ～こくさんぶどうでじょうぞうするわぶんかのけっしょう～		
日本ワイン 140 年史 ～国産ブドウで醸造する和文化の結晶～			
④ ストーリーの概要 (200 字程度)			
<p>国産ブドウを原料とし、日本国内で醸造される「日本ワイン」。その 140 年にわたる歴史において重要な地位を占めるのが山梨県甲州市と茨城県牛久市である。甲州市は地元のブドウ農家との共存繁栄をはかり、広大なブドウ畑と新旧 30 ものワイナリーを誕生させるに至った。牛久市の「牛久シャトー」は、ブドウ栽培から醸造までの一貫した工程を構築し、大規模な醸造体制を確立した。明治の文明開化期、国営では果たせなかったワイン醸造を、それぞれの地域の特性を生かして民間の力で成し遂げたのである。切磋琢磨して日本のワイン文化の広まりに貢献した二つのまちに息づく歴史を知れば、ワインの味わいもより深くなる。</p>			
			
シャトーカミヤ旧醸造場施設事務室		旧宮崎葡萄酒醸造場施設 (宮光園)	

■構成文化財位置図（市町村の位置）



■構成文化財位置図 (牛久市)





- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| ① 大日本山梨葡萄酒会社関連資料 | ⑭ メルシャンワイン資料館収蔵品 |
| ② フランス渡航誓約書 | ⑮ 伝統あるワイナリー |
| ③ 明治十年全十一年中往復記録 | ⑯ 勝沼のぶどう栽培用具及び葡萄酒醸造用具 |
| ④ 帰航船中日記 | ⑰ 柏尾山大善寺 |
| ⑤ 『葡萄三説』及び葡萄三説草稿 | ⑱ 大善寺のワイン文化 |
| ⑥ 葡萄栽培并葡萄酒醸造範本 | ⑲ 祝橋 |
| ⑦ 明治12年産のワイン | ⑲ 旧大日影鉄道隧道・旧深沢鉄道隧道及び周辺の隧道遺構 |
| ⑧ 龍憲セラー | ⑳ 馬の水飲み場 |
| ⑨ 大黒天印甲斐産葡萄酒と甲斐産エビ葡萄酒 | ㉑ 旧田中銀行社屋 旧田中銀行土蔵 |
| ⑩ 旧宮崎葡萄酒醸造場施設（宮光園） | ㉒ 旧宮崎葡萄酒醸造場施設（宮崎第二醸造場） |
| ⑪ 宮光園資料 | |
| ⑫ 宮光園 35mmフィルム | |

ストーリー

【官営から民営へ。日本ワイン史の第一歩が刻まれる】

明治時代のはじめ、日本の近代化が急速に進むなか、政府主導のもとに官営のワイン醸造が始まった。江戸時代からブドウの産地として知られていた山梨県は、まさにその先駆けであった。

明治10年(1877)、祝村(現在の山梨県甲州市勝沼町)に日本初の民間ワイン醸造場「大日本山梨葡萄酒会社」が設立される。同年、日本産のワイン製造の夢を抱く土屋龍憲(当時19歳)は、同志の高野正誠とともにフランスへ渡る。およそ1年半後、帰国した龍憲らは本場で学んだブドウの栽培法と醸造技術を駆使し、日本固有種の甲州ブドウでの本格ワイン醸造を始めた。

渡仏を後押ししてくれた明治政府の期待に応えるべく、明治12年、龍憲らは念願の国産本格ワインを完成させる。のちに高野家の蔵から見つかった未開封のワイン2本は「最古の日本ワイン」とされ、龍憲らの夢と情熱が詰まった結晶として大切に保管されている。こうして第一歩を刻んだ日本のワインづくりだが、技術面の不足や日本人がワインに馴染みがなかったことなどが原因で、10年を待たずに会社は解散。と同時に政府主導のワインづくりも頓挫した。



最古の日本ワイン

龍憲は会社と一緒に醸造を手がけていた宮崎光太郎とともに、明治22年(1889)に東京に「甲斐産商店」を開くが、翌年には光太郎に譲り、個人で醸造を続けると、そこにワイン醸造を志す多くの若者が集まった。うち一人が新潟県北方村出身で、のちに「マスカット・ベリーA」などのブドウ品種を生み出した川上善兵衛である。日本独自の甲州ブドウと善兵衛が生んだマスカット・ベリーAは、最も醸造量が多い品種として君臨している。

龍憲とともに歩み、その醸造技術を学んだ宮崎光太郎は、明治22年に自宅に醸造場を設け、甲斐産商店を切り盛りするが、なかなか軌道に乗らない。当時の日本人の多くはワインの味を好まなかったのだ。考えた末、もともと実業家肌である光太郎は方針を転換し「エビ葡萄酒」など甘味ワインに力を注ぐ。これは、ワインにハチミツや漢方薬を混和し独特の甘味を持たせたもので、その飲みやすさから好評を博していく。

【日本初「シャトー」完成、分業体制で大規模生産化】

実はこの甘味ワイン、光太郎よりも先に東京で製造・販売していた人物がいた。「神谷バー」の創業者・神谷傳兵衛である。傳兵衛は17歳のころ(1873年)、横浜のフランス人商会で働いていたが、病気で衰弱し、主人の勧めたワインで体調を回復させてその滋養を知った。以来ワインに興味を抱き、明治14年(1881)に考案、発売したのが「蜂印香竄葡萄酒」だった。輸入ワインにハチミツや漢方薬を加えて飲みやすくしたもので、甲州市の宮崎光太郎はこれにヒントを得たのである。

やがて、甘味ワインは大人気を博すも、傳兵衛は満足しなかった。「このワインを日本国内で醸造し、一大産業にしたい」というのが彼の夢だったのだ。傳兵衛は甲州市でワイン醸造が産業化しつつあることを知っていた。それに倣い、かつて甲州の若者が旅立ったように、養子の神谷傳蔵をフランスへワイン留学に派遣。自身は国内でのブドウ栽培所を探し当てた。その場所こそ、現在の牛久市にあたる茨城県稲敷郡の約119ヘクタールもの原野である。傳兵衛はこれを開墾し、ブド



シャトーカミヤ旧醸造場施設事務室

ウの苗木 6,000 本を移植した。そして明治 36 年（1903）、2 年の歳月をかけて「牛久醸造場」（現・牛久シャトー）が完成。帰国した傳蔵の知識をもとに、ポルドー地区の最新様式を採り入れた本格的なワイン醸造場であった。

傳兵衛はブドウ園・醸造所・牛久駅をむすぶトロッコ列車を走らせ、工員らの移動や大量の輸送も実現させた。こうして、ブドウの栽培からワインの醸造、貯蔵、瓶詰出荷まで一貫した製造工程を有する日本初の本格的なワイン醸造場へと「牛久シャトー」を発展させたのである。

【地域ぐるみでつくる一大ワイン産地の確立】

こうした流れを受け、一方の甲州市では大正元年（1912）、宮崎光太郎が自宅にワイナリー「宮光園」を開設し、醸造場の見学、ブドウやワインの飲食や購入ができるスタイルを確立した。今では当たり前となったワイナリーのスタイルが初めてできたのである。また光太郎は地元のブドウ農家との共存繁栄を図り、勝沼を一大ワイン産地へと押し上げた。このため勝沼には地元農家や組合が営む中小のワイナリーが次々と生まれ、今に至っている。



旧宮崎葡萄酒醸造場施設（宮光園）

牛久市では、神谷傳兵衛が日本初のシャトーにおいて大規模生産を実現。甲州市では宮崎光太郎ら先覚者が始めた、ブドウ生産とワイン醸造を分業でおこなう伝統的手法が大規模生産の礎となった。明治から大正にかけて、中央線と常磐線が開通して首都圏への大量輸送体制も確立。牛久産ワイン、甲州産ワインともに大量に出荷されていった。

牛久市と甲州市は、国営で果たせなかった国産本格ワイン製造を民間の力で成し遂げ、それぞれが持つ地域の特色を生かし、競い合う形で日本社会へのワインの普及や発展に大きく貢献した。そして神谷傳兵衛、宮崎光太郎の両雄が普及させた甘味ワインが広まったのち、日本にも徐々に本来の渋みのある本格ワインが浸透。昭和 50 年ごろからは本格ワインへとニーズが移り、今にいたっている。

【日本ワインの聖地ならではのシビックプライド】

牛久市には傳兵衛が建てた、ヨーロッパの古城を思わせる「牛久シャトー」が現存する。建物外観はもちろん、内部に残るワイン樽や醸造用具、トロッコ軌道跡は日本ワインの発祥地としての歴史を雄弁に物語る。毎年春の桜まつりでは、今も残るブドウ園の周辺が約 200 本のサクラで彩られ、多くの人々で賑わうなど「牛久シャトー」は街のシンボルとなっている。



祭りで賑わう牛久シャトー

甲州市には宮崎光太郎が明治 37 年（1904）に作った第二醸造所が資料館として公開され、また光太郎の私邸も近代産業遺産「宮光園」として公開されている。醸造場として使われた日本家屋内で、ワイン醸造の歴史が学べるなど、周辺にある 30 ものワイナリーとのパイプ役にもなっている。

両市では、市民や醸造者が世界中から来る観光客との交流を楽しむ様子が見られる。日本ワイン発祥地ならではの郷土への愛着のあらわれだろう。両市の人々は相互に交流を図りながら、日本ワインのさらなる成長と広まりに取り組んでいる。この二つのまちを訪ね、140 年前から続くワイン文化を理解することで、日本ワインの味わいも一層深いものとなるだろう。

ストーリーの構成文化財一覧表

番号	文化財の名称 (※1)	指定等の状況 (※2)	ストーリーの中の位置づけ (※3)	文化財の所在地 (※4)
①	だいにっぽんやまなしぶどうしゅがいしゃ 大日本山梨葡萄酒会社 かんれんしりょう 関連資料	未指定 (歴史資料)	明治10(1877)年に創業した日本初の民間ワイン株式会社である同社の帳簿等で、初期醸造の様子がわかります。結果的に会社は解散してしまいましたが、失敗に至るプロセスは検証され、その後の民間ワイン会社の成功に貢献しました。	山梨県 甲州市
②	とこうせいやくしよ フランス渡航誓約書	未指定 (歴史資料)	大日本山梨葡萄酒会社ではワインの本場フランスに、高野正誠と土屋龍憲の二人を伝習生として派遣しました。この誓約書から二人が出発前に、技術の習得に全力を挙げることがわかります。留学は当初1年間という計画でしたが、半年ほど超過し帰国しました。	山梨県 甲州市
③	めいじじゅうねんどうじゅういちねんちゅう 明治十年全十一年中 おうふくきろく 往復記録	未指定 (歴史資料)	高野正誠と土屋龍憲の二人の伝習生が記した書簡を日誌として書き留めていたもので、明治11(1878)年11月17日まで、13ヶ月の出来事が書かれています。期待に胸をふくらませ渡仏し、言葉や文化にとまどいながらも、一生懸命伝習に努めていた様子がわかります。	山梨県 甲州市
④	きこうせんちゅうにつき 帰航船中日記	未指定 (歴史資料)	フランスからの帰りの航海日記で、船からみえる風景や寄港地の様子が記されています。1年以上にも及ぶ伝習活動ややブドウ・ワインについての記述が少ないことから、心底安堵していた心境がうかがえます。	山梨県 甲州市
⑤	ぶどうさんせつ およ ぶどうさんせつ 『葡萄三説』及び葡萄三説 そうこう 草稿	未指定 (歴史資料)	渡仏した高野正誠が、ワインの本場フランスで学んだ理念や知識、栽培や醸造に関する道具類までも記した技術書。明治23(1890)年に出版されると、たちまちワイン醸造を志す者の良き教科書として、全国に普及しました。草稿には、渡仏を手引きした前田正名による朱書きの校正が記入されています。	山梨県 甲州市
⑥	ぶどうさいばいならびにぶどうしゅ 葡萄栽培 并 葡萄酒 じょうぞうはんほん 醸造 範本	未指定 (歴史資料)	フランスでの伝習活動を終了した土屋龍憲が、三田育種場長の前田正名に提出した伝習の報告書。渡仏しワイン醸造を学んでくるという壮大な計画には、明治政府の絶大な協力があったことを示す資料です。	山梨県 甲州市

番号	文化財の名称 (※1)	指定等の状況 (※2)	ストーリーの中の位置づけ (※3)	文化財の所在地 (※4)
⑦	めいじ ねんさんにほん 明治12年産日本ワイン	未指定 (生活文化)	高野正誠と土屋龍憲がフランスから帰国した明治 12 (1879) 年に醸造された最古の日本ワイン。140 年前に日本ワインを醸造しようとした関係者の、夢と情熱の結晶であり、永久保存を考慮し、松やにて密封されています。	山梨県 甲州市
⑧	りゅうけん 龍憲 セラー	国登録有形 (建造物)	明治期に造られた半地下式煉瓦造ワイン貯蔵庫で、煉瓦積みの技術及び煉瓦は、鉄道敷設に伴い建設された旧大日影隧道などと同じです。最先端の技術を、ワインの品質管理のためセラーに応用しており、当時の醸造家たちの意気込みが感じられます。	山梨県 甲州市
⑨	だいくてんしるしかいさんぶどうしゅ 大黒天印 甲斐産葡萄酒 かいさん ぶどうしゅ と甲斐産エビ葡萄酒	未指定 (生活文化)	宮崎光太郎は明治 19 (1886) 年に「大黒天印甲斐産葡萄酒」を醸造しますが、さらに醸造法を改良し明治 21 (1888) 年から醸造を軌道に乗せることができました。その後、甘味葡萄酒の「エビ葡萄酒」、滋養葡萄酒の「薬用帝国葡萄酒」などのベースとしても使われました。	山梨県 甲州市
⑩	はちじるしこうざんぶどうしゅ 蜂印 香竈葡萄酒	未指定 (生活文化)	日本を代表する甘味葡萄酒で、神谷傳兵衛は輸入ワインにハチミツや漢方薬を加え日本人好みの味に改良しました。明治 14 (1881) 年に発売され、ヒット商品となり、牛久シャトー建設の資金源にもなりました。	茨城県 牛久市
⑪	はちじるしこうざんぶどうしゅはんばい 蜂印 香竈葡萄酒販売 せんでんよう 宣伝用ポスター	未指定 (歴史資料)	明治 14 年に発売が開始された蜂印香竈葡萄酒の販売宣伝用ポスター。商標や商品を前面に押し出すのではなく、中心には女性を配し、蜂や葡萄描くなど、全体的にイメージを優先したデザインです。	茨城県 牛久市
⑫	うしく しょぞうしりょう 牛久シャトー所蔵資料	未指定 (歴史資料)	明治～大正期に神谷葡萄園を訪れた芳名録や神谷傳蔵 (2 代目神谷傳兵衛) がヨーロッパ留学から持ち帰った葡萄栽培及びワイン製造関連の文献資料、明治天皇葡萄献上時書状や当時の古写真などが保管されています。	茨城県 牛久市

番号	文化財の名称 (※1)	指定等の状況 (※2)	ストーリーの中の位置づけ (※3)	文化財の所在地 (※4)
⑬	かみやぶどうえんじつそくず 神谷葡萄園実測図	未指定 (歴史資料)	明治～大正期の神谷葡萄園(現在の牛久シャトー)の実測図で、明治～昭和期までの4枚が現存しています。敷地の用途により色分けされていて、当時の広大な葡萄園の土地利用と醸造場建物の位置がわかる貴重な資料です。	茨城県 牛久市
⑭	シャトーカミヤ きゅうじょうぞうじょうしせつ とう 旧醸造場施設 3棟 (じむしつ はっこうしつ ちようぞうこ 事務室・醗酵室・貯蔵庫)	国重文 (建造物)	明治36(1903)年に神谷傳兵衛が建設した日本初の本格的ワイン醸造場(牛久シャトー)。ヨーロッパの古城を思わせる事務室など、明治時代の洋風ワイナリーの世界を体験することができます。	茨城県 牛久市
⑮	うしくぶどうしゅ かっこくはくらんかい 牛久葡萄酒・各国博覧会 じゅうしょうはい 受賞牌	未指定 (歴史資料)	100年以上前に牛久シャトーで生産された葡萄酒。未開封の状態に残されている。明治時代のイギリスやフランスで開催された博覧会に出品し、金賞を受賞していることから、海外においても高く評価されていたことがわかります。	茨城県 牛久市
⑯	シャトーカミヤ きゅうじょうぞうじょうしせつじょうぞう 旧醸造場施設 醸造 ようぐ 用具	未指定 (有形民俗)	明治期のワイン醸造の様子を物語る醸造用具。当時の醸造工程に本場フランスの先端技術を導入していることがわかります。	茨城県 牛久市
⑰	かみやぶどうえん きどう 神谷葡萄園トロッコ軌道 あと 跡	未指定 (史跡)	神谷葡萄園内に敷設されていたトロッコ軌道跡。現在は生活道路として利用されており、当時の面影を残しています。	茨城県 牛久市
⑱	きゅうみやざきぶどうしゅじょうぞうじょう 旧宮崎葡萄酒醸造場 しせつ みやこうえん 施設(宮光園)	市指定 (建造物)	明治25(1892)年に宮崎光太郎が私邸に建設した醸造場で、後に観光ブドウ園もあわせて宮光園と称しました。白蔵は勝沼駅新設前年の大正元(1912)年、白ワイン増産のため新築され、現在は甲州市が公開・活用をしており、日本におけるワイン産業黎明期のワイナリーの特徴を知ることができます。	山梨県 甲州市

番号	文化財の名称 (※1)	指定等の状況 (※2)	ストーリーの中の位置づけ(※3)	文化財の所在地(※4)
①9	みやこうえんしりょう 宮光園資料	未指定 (歴史資料)	宮光園に所蔵されている皇族をはじめ多くの著名人の名が記された芳名録や帳簿等の資料、及び「甲斐産葡萄酒」「大黒天印甲斐産葡萄酒」のラベル等の資料、皇族来訪時の写真資料等。特にラベル類は多種多様であり、甘味・薬用ワインのものが多くことから、老若男女をターゲットとして商品開発をしていたことがわかります。	山梨県 甲州市
②0	みやこうえん 宮光園35mmフィルム	未指定 (歴史資料)	宮光園主屋修理中に発見された35mm映画フィルム。大正時代のブドウ栽培、ワイン醸造、観光ブドウ園の様子が記録されています。当時としては画期的な、動画を宣伝媒体として使用していました。	山梨県 甲州市
②1	メルシャンワイン資料館 しりょうかん しゅうぞうひん 収蔵品	未指定 (有形民俗)	明治～大正時代の、大規模醸造にかかわる用具が収集・展示されています。これらは宮光園に伝わる写真や映像により、使用されている様子が記録されており、当時の醸造技術を知るうえで貴重な資料です。	山梨県 甲州市
②2	でんどう 伝統あるワイナリー ・原茂ワイン店舗兼主屋 ・原茂ワイン東蔵・西蔵 ・原茂ワイン奥蔵 ・丸藤葡萄酒工業旧醸造蔵 ・丸藤葡萄酒工業瓶貯蔵庫 ・勝沼醸造主屋兼事務所 ・勝沼醸造樽貯蔵庫 ・くらむぼんワイン旧主屋 ・くらむぼんワインセラー	国登録有形 (建造物)	日本ワインの黎明期を物語る、創業100年の歴史をもつワイナリー。その多くが和風建築のワイナリーで、ワイン産業が勝沼地域の地場産業として定着したことを物語る他の生産地にはない特徴です。伝統的な主屋は事務所・売店として、土蔵や養蚕主屋はセラーとして使われています。	山梨県 甲州市
②3	かつぬま 勝沼のぶどう栽培用具 さいばいようぐ および葡萄酒醸造用具 およ ぶどうしゅじょうようぐ	国登録有形 (有形民俗)	大正時代頃から現代まで使用されてきたブドウ栽培とワイン醸造に関する用具類で、機械化や改良などにより使用されなくなった旧式の資料で、勝沼におけるワイン醸造の歴史を物語る貴重な資料です。	山梨県 甲州市

番号	文化財の名称 (※1)	指定等の状況 (※2)	ストーリーの中の位置づけ (※3)	文化財の所在地 (※4)
②4	かしおさんだいぜんじ 柏尾山大善寺	国宝 (本堂)	養老2(718)年開創と伝わる古刹で、関東最古の本堂は国宝に、本堂内に安置される本尊など3件17軀の仏像は重要文化財に指定されています。ブドウ発祥の伝承があるうえ、境内で栽培されたブドウを使ってワインを醸造し、寺で提供しています。まさに甲州市勝沼を象徴する寺院です。	山梨県 甲州市
②5	だいぜんじ 大善寺のワイン文化	未指定 (無形民俗)	明治中期に、ブドウとワインの地産地消を図るため「葡萄酒愛飲運動」が興り、日本酒からワインへの切り替えが進みました。柏和葡萄酒を経営している大善寺では、住職と檀家がワインを醸造し、祭事・神事には御神酒として必ずワインが振る舞われ、勝沼の地にワイン文化が根付いていることを示しています。	山梨県 甲州市
②6	いらいばし 祝橋	国登録有形 (建造物)	昭和6(1931)年に建設されたコンクリートアーチ橋で、地元では眼鏡橋の愛称で親しまれています。以前は木造の吊橋でしたが、コンクリート造への変換により、ブドウ・ワインの勝沼駅への大量輸送が可能となりました。	山梨県 甲州市
②7	きゅうおおひかげつどうずいどう 旧大日影鉄道隧道・ きゅうふかさわてつどうずいどうおよ 旧深沢鉄道隧道及び しゅうへん ずいどういこう 周辺の隧道遺構	未指定 (建造物)	明治35(1902)年に開通した旧中央本線煉瓦造トンネル。鉄道開通はブドウ・ワインの東京への大量輸送を可能にしました。現在は軌道をそのまま残し、トンネルの構造を確認することができる施設としてのほか、勝沼トンネルワインカーヴ(貯蔵庫)として保存活用されています。	山梨県 甲州市
②8	うま みずの ば 馬の水飲み場	未指定 (有形民俗)	大正2(1913)年に中央本線の勝沼駅開設後も駅までの輸送は馬に頼っていました。駅が高所に設置されたため、馬の労をねぎらうために道路の脇に石組の馬の水飲み場は、当時の苦労を物語ります。	山梨県 甲州市

番号	文化財の名称 (※1)	指定等の状 況 (※2)	ストーリーの中の位置づけ (※3)	文化財の所 在地 (※4)
②9	きゅうたなかぎんこうしゃおく 旧 田中銀行社屋 きゅうたなかぎんこう どうぞう 旧 田中銀行土蔵	国登録有形 (建造物)	明治 30 (1897) 年に勝沼郵便電信局として建築され、大正 9 (1920) 年に銀行類似会社山梨田中銀行となり、その際煉瓦造土蔵が建てられました。醸造用ブドウの大量買付けに出資するなど、各社のワイン増産体制を支えた会社の面影を残す貴重な建物です。	山梨県 甲州市
③0	かみやいなりじんじゃ 神谷稲荷神社	未指定 (生活文化)	ワイン生産と商売繁盛を祈願し、神谷傳兵衛の出身地にある現在の愛知県にある豊川稲荷から、シャトー開設前年の明治 35 (1902) 年に勧請しました。神谷傳兵衛のワイン生産の決意をうかがえる場所です。	茨城県 牛久市
③1	かみやでんべえぼ ちあとおよ かみや 神谷傳兵衛墓地跡及び神谷 おきなきねん ひ 翁 記念碑	未指定 (史跡)	当初神谷葡萄園跡地の一角に神谷傳兵衛の墓はありましたが、その後墓は東京に移され、現在は日本のワイン翁を称える記念碑が残されています。碑は地元住民が建てたもので、神谷傳兵衛の偉業を称えたものです。	茨城県 牛久市
③2	きゅうみやざきぶどうしゅじょうぞうじょう 旧 宮崎葡萄酒醸造場 しせつ みやざきだいにじょうぞうじょう 施設 (宮崎第二 醸造場)	県指定 (建造物)	明治 37 (1904) 年建築の宮崎葡萄酒の第二醸造場で、現在はメルシャンワイン資料館として公開されています。明治 36 年の鉄道開通による需要増加を見込んで建築されましたが、牛久醸造場の建設に刺激された可能性があります。	山梨県 甲州市
③3	きゅういいいじまけじゅうたく 旧 飯島家 住宅	未指定 (建造物)	飯島家は、明治 30 年代に神谷葡萄園の土地購入の交渉代理人を務めていました。旧飯島家住宅は、明治前期の建築で、明治 17 (1884) 年の明治天皇女化原行幸の際に行在所にもなっています。	茨城県 牛久市
③4	きゅういいいじまけじゅうたくしよぞううしく 旧 飯島家 住宅 所蔵牛久シ ャトー関連資料 かんれんしりょう	未指定 (歴史資料)	飯島家が、神谷傳兵衛の牛久進出に大きく関与していたことや、当時の牛久シャトーの様子がわかる貴重な資料です。	茨城県 牛久市
③5	きゅうおかだしょうがっこうおなばけぶんこう 旧 岡田 小学校女化 分校 こうしゃ 校舎	国登録有形 (建造物)	神谷葡萄園の前身である、津田出が開拓した津田第七農場の一部を引き継いだ入植者たちが、明治 31 (1898) 年に開校した学校です。	茨城県 牛久市

構成文化財の写真一覧

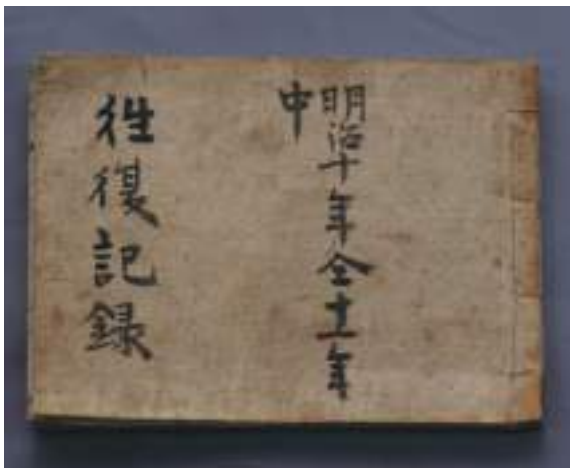
①大日本山梨葡萄酒会社関連資料



②フランス渡航誓約書



③明治十年全十一年中往復記録



④帰航船中日記



⑤『葡萄三説』及び葡萄三説草稿



⑥『葡萄栽培并葡萄酒醸造範本』



⑦明治12年産日本ワイン



⑧龍憲セラー



⑨大黒天印甲斐産葡萄酒と甲斐産エビ葡萄酒



⑩蜂印香鼠葡萄酒



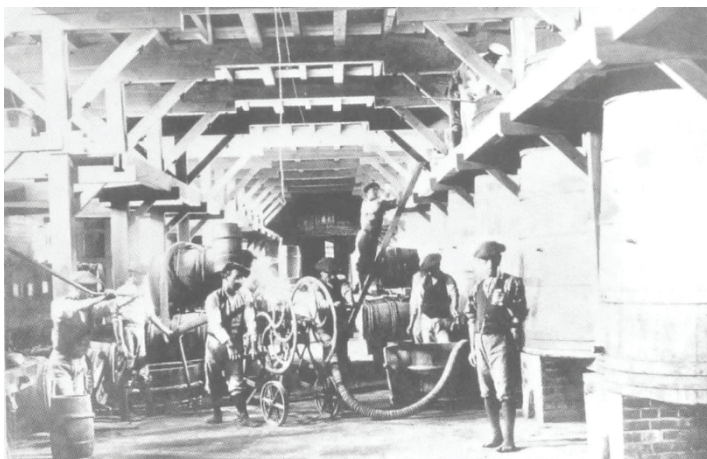
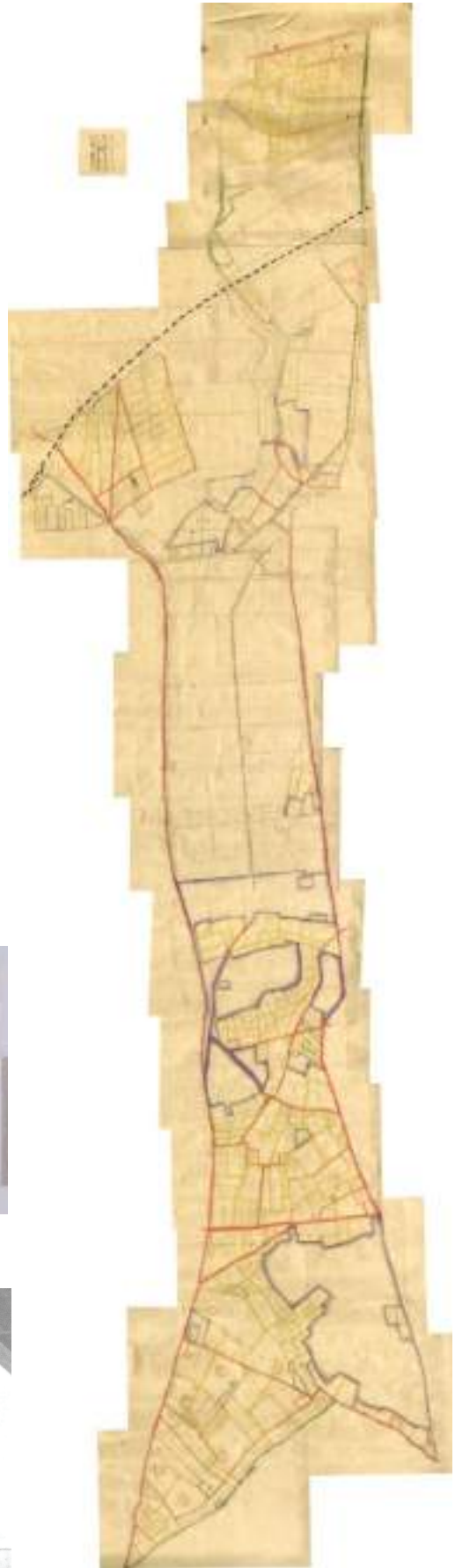
①蜂印香蜜葡萄酒販売宣伝用ポスター

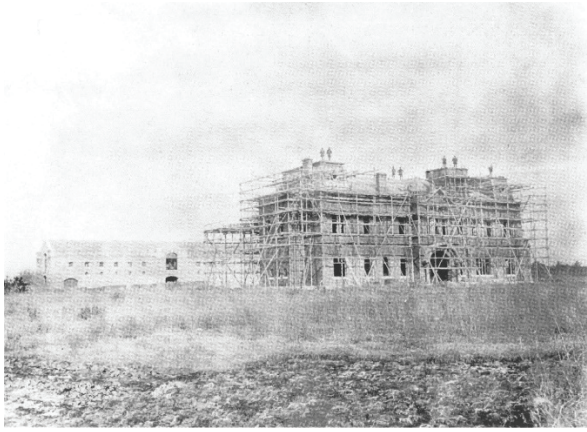


⑫牛久シャトー所蔵資料



⑬神谷葡萄園実測図





⑭シャトーカミヤ旧醸造場施設3棟（事務室・醗酵室・貯蔵庫）（牛久シャトー）





⑮牛久葡萄酒・各国博覧会受賞牌



⑯シャトーカミヤ旧醸造場施設醸造用具



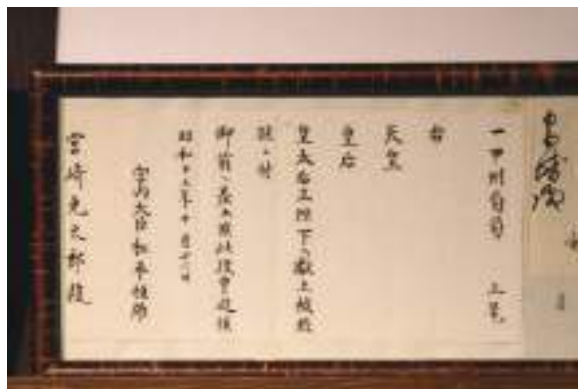
⑰神谷葡萄園トロッコ軌道跡



⑩旧宮崎葡萄酒醸造場施設（宮光園）



⑱宮光園資料



⑳宮光園 35mmフィルム



㉑メルシャンワイン資料館収蔵品



②伝統あるワイナリー



⑳勝沼のぶどう栽培用具及び葡萄酒醸造用具



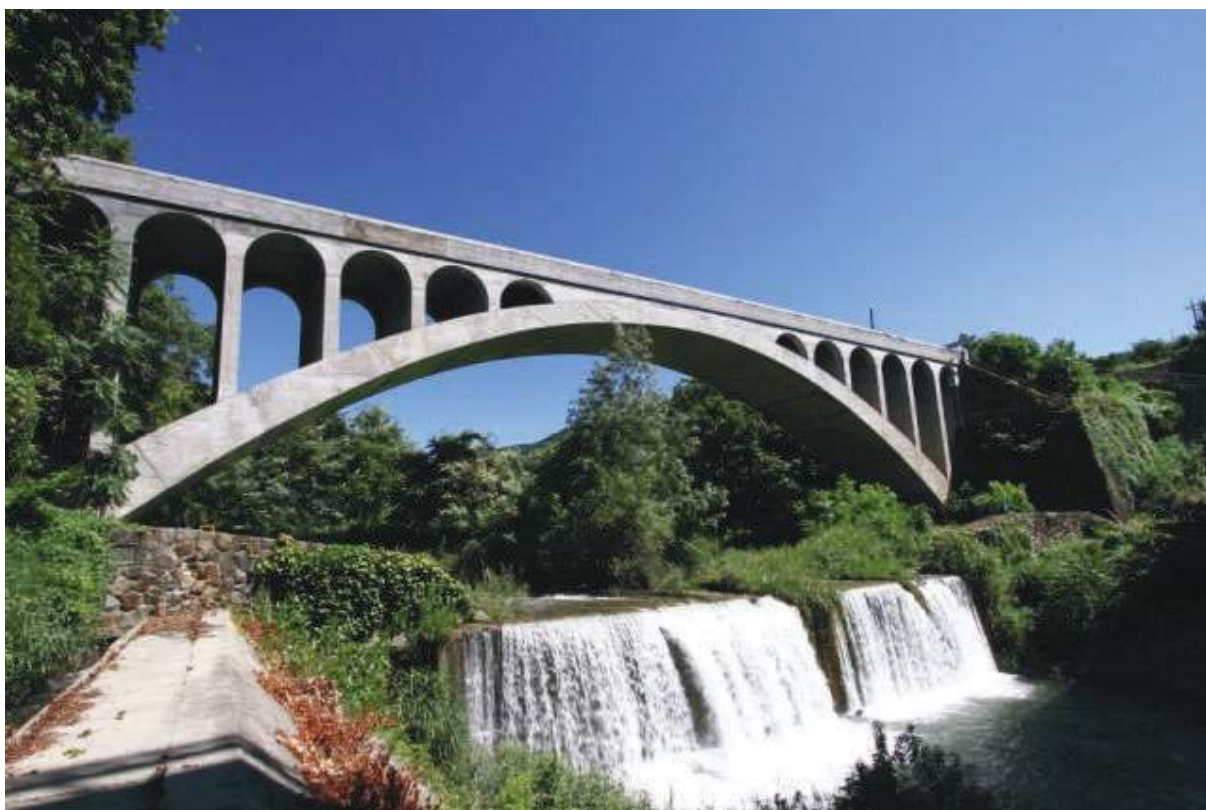
㉑柏尾山大善寺



②⑤大善寺のワイン文化



②⑥祝橋



㊦旧大日影鉄道隧道・旧深沢鉄道隧道と周辺の隧道遺構



㊸馬の水飲み場



㊹旧田中銀行社屋・土蔵



③⑩ 神谷稻荷神社



③⑪ 神谷傳兵衛墓地跡及び神谷翁記念碑



③②旧宮崎葡萄酒醸造場施設（宮崎第二醸造場）



③③旧飯島家住宅



③④旧飯島家住宅所蔵牛久シャトー関連資料



③⑤旧岡田小学校女化分校校舎



日本遺産を通じた地域活性化計画

(1) 将来像 (ビジョン)

茨城県牛久市は、筑波山を望むことのできる肥沃な台地をはじめとする豊かな自然と、その恵みを生かした様々な文化資源に囲まれている。江戸時代には水戸道中(街道)の宿場町として、近年は東京のベッドタウンとして発展し、時代の流れに応じた「協働・協創のまちづくり」が行われ、2020東京オリンピック聖火リレールートとして牛久シャトーと牛久大仏が選ばれている。牛久市では将来にわたって地域の文化資源を適切に保存・活用し次世代へ継承していくため、「牛久市文化財保存活用地域計画(文化庁長官による文化財保護法改正後の認定第1号(令和元年7月19日))」を策定し、住民や市内外のさまざまな組織等と横断的に連携しながら本計画を着実に推進している。山梨県甲州市は牛久市と同じく都心から約100km圏内に位置し、果樹園風景が広がり、果樹を中心とした農業が展開されている。さらに牛久市と同じく数多くの歴史資産と地域文化を有しており、平成29年3月には歴史的風致維持向上計画が認定されている。甲州市はこのような総合背景を踏まえ、第2次甲州市総合計画において、まちづくりの将来像として「豊かな自然歴史と文化に彩られた果樹園交流のまち甲州市」を掲げ、地域産業の活性化に向けた「創意に満ちた活力ある産業のまちづくり」に取り組んでいる。これらの地域背景や取組実績を踏まえた両市共通のキーワードは「日本ワインの分野における、歴史文化の定着と発展への多大なる貢献」である。かつては両地域がそれぞれをよきライバルと定め両地域の住民等が知恵を絞った。その結果牛久市ではシャトー型の大規模一貫生産体制が確立され、甲州市では分業化によってワイナリー群が構築され、結果的に両地域が「日本ワイン」の生産体制を確立してきたといえる。約140年の月日を経た今日、両市が互いの歴史・文化を尊重して共に手を携え、「日本ワイン」そのものの国際的地位を更に向上させるとともに、両市におけるワインツーリズムの推進を実現すべく共に取り組むことが、両地域のブランディングの向上に貢献すると共に、我が国の歴史・文化・伝統の対外発信にも貢献すると両市は確信している。以上を踏まえ、

- ◆日本ワインの国際的地位向上に貢献する取組と、両地域におけるワインツーリズムの推進を通じた両市の地域活性化に関する取組の両方を、各々の地域の特徴を活かしながら連携・接続して実現すること
- ◆これらの取組を通じた両市民の誇りや愛着(シビックプライド)を着実に醸成していくことを、両市連携の将来像(ビジョン)として設定していく。

(2) 地域活性化のための取組の概要

【1. 取組ビジョン】

①地域コンセプト

「世界が高く評価する日本ワインの歴史・文化・ひとを、共に手を携えて育みつづける地域」

②長期的な戦略

日本ワインの歴史・文化・ひとの足跡を歩む両地域連携・周遊型の対外PRや対外活動を、両市の特徴や組織体制等を勘案しながら連携して行うことにより、両地域の対外認知度やブランディングの向上を図り、来訪者の増加によって両地域の活性化に貢献すると共に、我が国の歴史・文化・伝統の対外発信にも貢献することを取組の長期的な戦略として位置づける。

③想定されるターゲット

国内：シニア層、20～30歳代女性

海外：イタリア(グレーヴェ・イン・キアンティ市=牛久市姉妹都市) フランス(ボヌ市=甲州市姉妹都市)

※甲州市は2020東京大会においてフランス共和国のホストタウンに登録されており、ハンドボールフランスチームの事前キャンプ受入予定。

【2. 取組内容】

①組織整備の取組 - 「日本ワイン文化推進協議会」の設置と日本版DMOへの昇華

- ・本申請に先立ち、両市が合意して組織し合同でPR活動を展開している「ワイン文化日本遺産認定推進協議会」を、認定後は「日本ワイン文化推進協議会(以下、「協議会」と呼ぶ)」と改め、上述の地域コンセプトや長期的な戦略に基づき、後述する日本遺産を活用した観光等事業化の取組のほか、人材育成・環境整備・ターゲットの動態調査に基づく対外情報発信・両市における本事業の普及促進への取組を一体となって展開する。
- ・これらの取組を自律的かつ継続的に実施していくことができるよう、3年程度を目標として民間主導の「日本版DMO」(観光庁登録)へと昇華させていくことを組織整備の取組目標とする。

②人材育成の取組 - リーダーおよび日本遺産ガイド（ガイドマネージャーを含む）の養成とガイドマニュアルの作成

- ・協議会に外部有識者などのアドバイザーや専門家を配置して指導・助言を受けるとともに、テーマ別に作業部会を設け、協議会内外との情報の共有を図り円滑に事業を推進できるようにする。各作業部会にはリーダーを置き、適宜外部アドバイザーや専門家も支援しながら、協議会および作業部会が自立的・継続的に運営できる体制を整える。
- ・両市内の文化財保護審議会、観光協会、ワイン関連団体、経済団体、市民団体等と連携し、日本遺産サポーター制度の創設と日本遺産ガイド養成講座の開設を行い、両市民が主体となって各地域の日本遺産ガイドを行うことができるような人材育成を実施し、両市の観光的観点からの魅力を高めるとともに、生涯学習の機会としても提供することで、市民の誇りや愛着（シビックプライド）の醸成を図る。
- ・協議会やテーマ別作業部会での検討を踏まえ、人材育成に必要なガイドマニュアルの作成を行う。
- ・日本遺産ガイド養成講座開催後も、協議会または作業部会において適宜ガイドの育成状況を確認する。また日本遺産ガイドの養成講座受講者を対象として、ガイドマネージャーの養成講座の開催に中長期的に取り組んでいくことを目指す。

③観光客獲得のための環境整備の取組 - 既存来訪者・愛好家へのPRと動態調査、ファムトリップ・モニターツアー実施

- ・首都圏近郊の両市は、圏央道の全通を契機として高速道路で結ばれ、かつ観光庁による広域関東周遊ルート「東京圏回廊」のコース上に位置している。また茨城県牛久市は世界最大のブロンズ立像「牛久大仏」、山梨県甲州市は「富士山」の全体像を遠くから眺められることもあり、観光客獲得のための重要な連携要素である。これらの観光資源に興味を持つターゲット層のほか、SNSのハッシュタグや国外のワイン愛好家向けサイトなどでのオンラインPR等を通じて、国内外のワイン愛好家や日本ワイン愛好家といった具体的なターゲットへ、来訪を促すような両市統一の情報発信を行う。またこれらの反響率などをマーケティング調査などの動態調査などによって把握し、対外的な情報発信の継続・事業化の際に活用する。
- ・両市の観光協会やワイン関連団体、日本遺産サポーターの協力を得ながら、両市が統一して、各々の地域の来訪者に対し、ワンストップの相互情報発信を行うことができるような紙媒体資料およびオンライン媒体資料を作成する。
- ・両市において多言語対応を前提とした構成文化財現地解説板の設置を進め、②で育成したガイド人材を配置する。

④観光等事業化の取組 - モデルルートやツアーの整備、日本ワインと地域の特産品を掛け合わせた商品の開発販売

- ・国内外の旅行会社やメディア対象のファムトリップを実施し、旅行商品造成対象や取材の対象として働きかける。
- ・国内外の旅行会社と連携し、都市部からの日本ワインの足跡を巡る旅やワイナリー試飲ツアー等の旅行商品造成を図る。
- ・③のマーケティング調査結果などを活用し、両市のワイン関連団体やその他地元団体と連携し、日本ワインを一層美味しく楽しむことができる商品の開発や、明治期に両市で生産されていたワインをラベルも含めて限定復刻したり、両地域のブレンディッドワインなどを開発し、甲州市の限定ワインを牛久市で、牛久市の限定ワインを甲州市で販売する仕掛けなどを通じて、両市をそれぞれ訪問しなければ買えない日本遺産記念ワインなどを販売することで、観光客を獲得し現地消費額を向上させ、観光等の事業化へとつなげる。

⑤対外情報発信の取組 - 既存来訪者・愛好家へのプレミアム特典付きPR（ターゲット層を絞り良質なリピーター獲得）

- ・「ワイン」「Japan Wine」「プレミアムワイン」などのSNSのハッシュタグの活用や国外のワイン愛好家向けサイトなどでのオンラインPR等を通じて、国内外のワイン愛好家や日本ワイン愛好家といった具体的なターゲットへ、対象者限定イベントやプレミアムワインの試飲をテーマとした企画などをPRし、来訪を促すような情報発信を行う。
- ・日本ワインシンポジウムを開催することで主に国内のワイン愛好家への来訪PRを行い、観光客獲得を図る。
- ・ワイン愛好家などのターゲット来訪者に対して、同じターゲットの知人友人等への情報共有を促すキャンペーンを行い、良質なリピーターを獲得し囲い込むことを目指す。

⑥両市における本事業の普及啓発への取組 - 両市小中学校でのワークショップ（学校教育と連携）・市民イベントの開催

- ・両市の中学校において、各地域のワインの歴史に関する調査と情報発信のワークショップを開催すると共に、両市の小中学生が相互に交流するイベントを開催する。
- ・日本遺産ガイドまたは日本遺産ガイドマネージャー養成講座の開催を通じて、市民の事業への参画を促す。
- ・両市内の市民対象のシンポジウムまたはイベントを開催し、市民の本事業への認知と更なる参画を促す。

(3) 自立的・継続的な取組

①人材育成の取組

・日本遺産ガイド育成事業を3年間継続して実施し日本遺産の語り部を育成することにより、日本遺産の地域内外に対する周知のための人材を確保、継続的な情報発信が行える体制を構築する。

②民間企業、市民による自立的な魅力発信の取組

・日本遺産の事業・取組を地域を巻き込みながら自走化へとつなげることを目的に、日本遺産サポーター制度を設置。日本遺産の魅力発信への積極的な参画を促すことで事業の自走化を図ると共に、地域企業や住民主体の事業推進体制を構築する。

③自走を目的とした運営資金の確保

・日本遺産事業を継続的かつ民間主導で行うために、自走を目的とした運営資金の確保を行う。日本遺産をテーマとした着地型旅行商品の開発や、商品の開発・販売を旅行会社、日本遺産サポーターに登録した民間企業等との連携し、推進する。

・ふるさと納税に日本遺産への取組みの項目を設け、その寄付金や、協議会で出版・物販を行いその収益金によって日本遺産事業の取組を実施できる体制を構築する。

(4) 実施体制

◆協議会名： ワイン文化日本遺産推進協議会

◆構成団体：

茨城県牛久市（政策企画課・商工観光課・都市計画課・広報政策課・農業政策課・文化芸術課）

山梨県甲州市（観光商工課・都市整備課・政策秘書課・農林振興課・文化財課）

牛久市商工会、牛久市青年会議所、牛久市観光協会、オエノンホールディングス株式会社、牛久グリーンファーム株式会社、牛久市文化財保護審議会、牛久市文化遺産活用実行委員会

勝沼ワイン協会、甲州市勝沼ぶどうの丘、甲州市商工会、甲州市観光協会、甲州市青年会議所、甲州市文化財保護審議会

◆事務局（幹事会）：茨城県牛久市、山梨県甲州市の関係各課（観光商工・政策企画・広報・農林・都市計画・文化財分野）の連携により、協議会を運営し、日本遺産魅力発信事業を円滑に展開する。

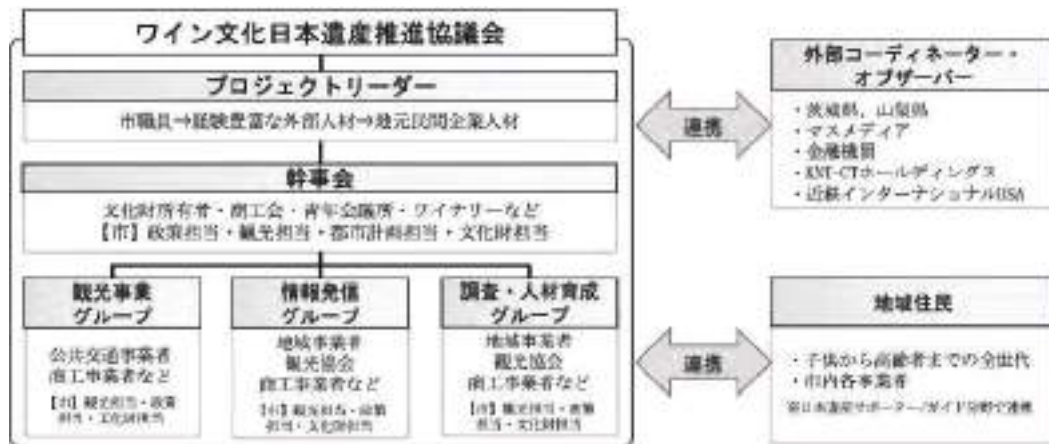
◆外部コーディネーター：茨城新聞社、山梨日日新聞社、金融機関、KNT-CTホールディングス、近鉄インターナショナルUSA

◆外部コーディネーター・オブザーバー

◆アドバイザー：日本遺産活用や旅行業の経験を有する者をアドバイザーとして任命し、協議会への参画を依頼する。

◆プロジェクトリーダー：

日本遺産認定当初は、組織大勢の整備・普及啓発など各事業のキックオフが必要であるため、牛久市文化芸術課長がリーダーを務め、甲州市文化財課長が補佐し事業展開を図る。その後、両地域を俯瞰・事業推進でき、かつ日本遺産関連事業の経験を有する外部人材をアドバイザーとして任命し、事業を軌道に乗せ、日本版DMOとして自立・継続できる組織づくりを行いながら、地元民間企業の人材育成を進め、3年後を目処に切り替えを図る。



(5) 地域活性化計画における目標と期待される効果

定量的評価： 別紙①のとおり

期待される効果： ◆両地域におけるワインツーリズムが促進され、観光消費増加による生産波及・雇用創出効果などにより、両市の地域活性化実現を期待でき、日本ワインの国際的地位向上への貢献も期待できる。
◆両市民の誇りや愛着（シビックプライド）が醸成され、自立的・継続的な地域活性化が期待される。

(6) 日本遺産魅力発信推進事業

別紙②のとおり

事業費： 令和2年度： 42,000千円 令和3年度： 25,800千円 令和4年度： 12,500千円

(7) その他事業

別紙③のとおり

（5）地域活性化計画における目標と期待される効果

設定目標Ⅰ：	日本遺産を活用した集客・活性化
計画評価指標：	観光客入込数
具体的な指標：	牛久シャトー・勝沼ぶどうの丘への観光客入込数
関連事業：	①, ②, ③, ⑤, ⑩, ⑪
目標値：	令和 2 年度 856,000 人 ⇒ 令和 9 年度 1,000,000 人
設定根拠：	牛久シャトーは、平成23年の東日本大震災における甚大な被害により観光客が大幅に減少（平成24年20,000人）したが、平成27年の復旧後は様々な誘客の取組施策を実施することにより震災前の水準まで回復（平成29年:400,000人）してきた。勝沼ぶどうの丘は、過去5年間の観光客がほぼ横ばい（平成24年452,000人→平成29年456,000人）である。したがって令和2年度以降は日本遺産を活用した両地域の集客と活性化に取り組むことで、1年あたり2.0%程度の増加率を実現可能な目標値として想定した。
設定目標Ⅱ：	日本遺産を核としたコミュニティの再生・活性化
計画評価指標：	地域の文化に誇りを感じる住民の割合
具体的な指標：	市民満足度調査などの「住み心地・暮らしやすさ」の項目で「どちらかという満足」以上を選ぶ住民の割合
関連事業：	⑥, ⑦
目標値：	令和 2 年度 81.5 % ⇒ 令和 9 年度 93.6 %
設定根拠：	平成29年度の調査結果に対し、1年あたり2.0%程度の増加率を実現可能な目標値として想定した。
設定目標Ⅱ：	日本遺産を核としたコミュニティの再生・活性化
計画評価指標：	小・中学生における日本遺産の認知度
具体的な指標：	両市の小学校4年生～中学校3年生の日本遺産ストーリーの認知度
関連事業：	⑨
目標値：	令和 2 年度 0.0 % ⇒ 令和 9 年度 100.0 %
設定根拠：	郷土学習を行う両市の小学校高学年以上を対象に、両市が連携して事業を実施することを根拠とした。
設定目標Ⅲ：	日本遺産に関する取組を行うための持続可能な体制の維持・確立
計画評価指標：	日本遺産への協力者数
具体的な指標：	日本遺産サポーター（認定地域の住民が主体）への登録者数
関連事業：	④, ⑧, ⑪
目標値：	令和 2 年度 20 人 ⇒ 令和 9 年度 230 人
設定根拠：	日本遺産ガイド育成事業などを通じて、毎年30人程度の新規サポーターを開拓・登録する。

設定目標Ⅲ：	日本遺産に関する取組を行うための持続可能な体制の維持・確立
計画評価指標：	協議会または日本遺産サポーター登録民間企業の取り組み件数
具体的な指標：	協議会または日本遺産サポーター登録民間企業の開発商品もしくはサービスまたは推進事業数
関連事業：	①, ②, ③, ④, ⑧
目標値：	令和 2 年度 5 件 ⇒ 令和 9 年度 25 件
設定根拠：	観光施設整備 (2件)、ガイド育成 (1件)、教育活動 (2件)、商品開発 (20件) で想定。
設定目標Ⅲ：	日本遺産に関する取組を行うための持続可能な体制の維持・確立
計画評価指標：	日本遺産の活用に関する活動への寄付額
具体的な指標：	(1) 共通デザイン・ロゴマーク使用料 (2) 開発商品や旅行ツアーなどの収益 (3) 購入型ふるさと納税やクラウドファンディング等を活用した資金調達額
関連事業：	⑩
目標値：	令和 2 年度 300,000 円 ⇒ 令和 9 年度 3,000,000 円
設定根拠：	(1) 共通デザイン・ロゴマーク使用料 (令和2年: 0円→9年: 1,000,000円) (2) 開発商品や旅行ツアーなどの収益 (令和2年: 200,000円→9年: 1,000,000円) (3) 購入型ふるさと納税等を活用した資金調達額 (令和2年: 100,000円→9年: 1,000,000円)

※黄色で着色したセルの内容は変更しないでください。

※目標Ⅰ～Ⅳを複数設定する場合は、設定目標～設定根拠までをコピーして欄を増やしてください。

(6) 地域文化財総合活用推進事業 (日本遺産)

事業①:	「日本ワイン」日本遺産認定エリアの観光客の嗜好性に関する調査		
事業区分:	調査研究	事業期間:	令和 2 年度 ~ 令和 3 年度
事業費:	令和 2 年度: 5,000千円	令和 3 年度: 1,000千円	令和 4 年度: 0千円
事業概要:	日本遺産認定ストーリーや構成文化財に関する観光客の嗜好性・動態の分析を行う。調査で得られる旅行者の地域・年齢・性別・ワインを飲む頻度などの属性と、属性別の訪問先・滞在時間・消費額・満足度などを分析する。調査結果は幹事会や各ワーキンググループで共有し、事業推進の際の基礎データとする。令和3年度には基礎データを元にモニターツアー等を実施し、旅行商品としての案の検証を行う。得られたデータから旅行商品案のブラッシュアップを行うとともに、訪問先の環境整備など受入体制の強化を図る。モニターツアーは補助事業終了後に日本版DMOへ移管し、自主事業として実施する。		
具体的な指標:	ビジターセンター入込数		
目標値:	令和 2 年度	0 人	⇒ 令和 9 年度 12,000 人
事業②:	「日本ワイン」関連商品開発事業		
事業区分:	普及啓発	事業期間:	令和 2 年度 ~ 令和 3 年度
事業費:	令和 2 年度: 5,000千円	令和 3 年度: 3,000千円	令和 4 年度: 0千円
事業概要:	「日本ワイン」を日本の食文化に一層浸透させるため、ワインと一緒に楽しめる商品を開発しブランド化する。1年目は、認定エリア内の特産品などを活かした商品開発を行うための嗜好調査と、調査結果に基づく試作品の開発を行う。2年目は前年度の調査結果及び試作品の開発結果に基づき、地元民間企業等と販売を見据えた本格的な商品開発を行うとともに、ワインに関するインフルエンサーなども活用しながら「日本ワイン」の普及啓発とブランド化に取り組む。		
具体的な指標:	「日本ワイン」と一緒に楽しめる商品の開発件数		
目標値:	令和 2 年度	0 件	⇒ 令和 9 年度 20 件
事業③:	「日本ワイン」関連商品と「日本ワイン」に関する食文化の対外発信事業		
事業区分:	普及啓発	事業期間:	令和 3 年度 ~ 令和 4 年度
事業費:	令和 2 年度: 0千円	令和 3 年度: 1,000千円	令和 4 年度: 1,500千円
事業概要:	両市の地元商工会等と連携し、日本ワインと認定エリア内の特産品、日本遺産認定により開発された新商品を活用した食文化を対外的にイベント開催方式で発信する。1年目(令和3年度)は認定エリアの牛久市と甲州市で、2年目は東京など首都圏で開催し、認定ストーリー及び構成文化財の一層の周知を図る。		
具体的な指標:	イベント参加者の日本遺産認定ストーリー認知度		
目標値:	令和 2 年度	0 %	⇒ 令和 9 年度 70 %

事業④：	日本遺産認定記念シンポジウム及びワインフェスティバル開催事業		
事業区分：	普及啓発	事業期間：	令和 2 年度 ～ 令和 3 年度
事業費：	令和 2 年度： 3,000千円	令和 3 年度： 3,000千円	令和 4 年度： 0千円
事業概要：	1年目は、認定地域の住民等に日本遺産の認定ストーリーや構成文化財などの内容を広く普及させるため、牛久市の牛久シャトーで日本遺産認定記念シンポジウムを開催する。2年目は日本全国からワイナリー関係者を集めて甲州市で「日本ワインフェスティバル」を開催し、「日本ワイン」について対外的に情報発信するとともに普及啓発を図る。		
具体的な指標：	認定エリア内住民の日本遺産認定ストーリー認知度		
目標値：	令和 2 年度	0 %	⇒ 令和 9 年度 80 %
事業⑤：	インバウンド受入体制の構築・整備事業 ～滞在環境の整備～		
事業区分：	公開活用のための整備	事業期間：	令和 2 年度 ～ 令和 3 年度
事業費：	令和 2 年度： 22,000千円	令和 3 年度： 10,000千円	令和 4 年度： 0千円
事業概要：	1年目は、日本遺産を紹介するためのビジターセンターを、牛久市は牛久シャトー内に、甲州市はJR勝沼ぶどう郷駅前に設置し、認定ストーリーや構成文化財について個人旅行客や地元住民に対し広く周知する。2年目はインバウンド旅行者に対応するため、多言語対応のデジタルサイネージを導入し、認定ストーリー及び構成文化財の一層の周知を図る。		
具体的な指標：	ビジターセンター入込数		
目標値：	令和 2 年度	0 人	⇒ 令和 9 年度 12,000 人
事業⑥：	日本遺産特設ウェブサイト作成事業		
事業区分：	情報発信	事業期間：	令和 2 年度 ～ 令和 3 年度
事業費：	令和 2 年度： 3,700千円	令和 3 年度： 1,500千円	令和 4 年度： 0千円
事業概要：	1年目は、日本遺産のストーリーや構成文化財、地域の食や宿泊場所、観光周遊ルートなどを紹介するウェブサイト（日本語版）を構築・制作する。2年目は、前年度に制作したウェブサイトの多言語化（英語・中国語版など）を実施する。		
具体的な指標：	ホームページ閲覧（PV）数		
目標値：	令和 2 年度	24,000 アクセス	⇒ 令和 9 年度 36,000 アクセス
事業⑦：	マスメディアやインフルエンサーを活用したインバウンド誘致事業		
事業区分：	情報発信	事業期間：	令和 3 年度 ～ 令和 4 年度
事業費：	令和 2 年度： 0千円	令和 3 年度： 2,500千円	令和 4 年度： 5,000千円
事業概要：	1年目（令和3年度）は日本遺産認定を記念し、認定ストーリー・構成文化財の情報発信を新聞・雑誌と連携し行う。2年目（令和3年度）は、認定ストーリーや構成文化財のほか、開発に取り組んだ「日本ワイン」関連商品など、令和2年・3年度に実施した全ての事業成果を盛り込んだ上で、マスメディアやインフルエンサーなどの知見も含んだ映像コンテンツを作成し、多言語化を行ったウェブサイトやSNSのほか、ビジターセンターなどで公開する。		
具体的な指標：	広報媒体採用件数		
目標値：	令和 2 年度	5 件	⇒ 令和 9 年度 20 件

事業⑧：	日本遺産観光ツアーガイド育成事業		
事業区分：	人材育成	事業期間：	令和 3 年度 ～ 令和 4 年度
事業費：	令和 2 年度： 0千円	令和 3 年度： 2,500千円	令和 4 年度： 3,500千円
事業概要：	認定地域の住民（ガイド団体や歴史講座受講者など）から日本遺産観光ツアーガイド希望者を募り、日本遺産認定ストーリーや構成文化財について解説し、来訪者をおもてなしできる観光ガイドの育成を図るため、1年目は認定ストーリーや構成文化財のほか、ガイドに必要な知識・ノウハウなどの解説テキストを制作する。2年目は制作したテキストを用いて日本遺産ガイド育成講座やツアー方式の現地研修を行い、日本遺産ツアーガイドを育成する。		
具体的な指標：	ガイド育成講座修了者の次年度以降活動者数		
目標値：	令和 3 年度	20 人/地域 ⇒	令和 9 年度 80 人/地域
事業⑨：	日本遺産認定ストーリー及び構成文化財に関する認定地域小中学校への出張講座		
事業区分：	普及啓発	事業期間：	令和 2 年度 ～ 令和 3 年度
事業費：	令和 2 年度： 1,300千円	令和 3 年度： 1,300千円	令和 4 年度： 0千円
事業概要：	認定ストーリーや構成文化財について、認定エリア内の小中学生向けの出張講座を実施し、認定エリア内の将来を担う人材の認知度と地域への愛着形成を図る。また土曜授業や学校教育のプログラムに組み込むことで、総合学習や社会科の時間を使って調べ学習を行うような仕掛けをつくる。さらに夏休みの宿題や課題とすることで、家庭でも日本遺産に触れるきっかけをつくる。		
具体的な指標：	認定地域内小学 4 年生～中学 3 年生の日本遺産認定ストーリー認知度		
目標値：	令和 2 年度	0 % ⇒	令和 9 年度 100 %
事業⑩：	構成文化財の現地解説板（多言語対応）整備		
事業区分：	公開活用のための整備	事業期間：	令和 2 年度 ～ 令和 3 年度
事業費：	令和 2 年度： 2,000千円	令和 3 年度： 0千円	令和 4 年度： 0千円
事業概要：	多言語対応の構成文化財現地解説板の設置		
具体的な指標：	観光客入込数		
目標値：	令和 2 年度	1,000 人/月 ⇒	令和 9 年度 2,500 人/月
事業⑪：	SNS 発信コンテンツWEB 作品コンテスト及びWEB 作品展		
事業区分：	普及啓発	事業期間：	令和 2 年度 ～ 令和 8 年度
事業費：	令和 2 年度： 0千円	令和 3 年度： 0千円	令和 4 年度： 2,500千円
事業概要：	認定エリアを訪れた観光客が撮影・制作した構成文化財や景観に関する動画や画像等コンテンツの作品を公募し、WEB 上で作品展を実施する。WEB 閲覧者や地域住民・小中学生等による投票等で入賞者を決定し、日本遺産関連記念品を贈呈する。またWEB 作品展を実施することで誘客を図るとともに、応募者自身の SNS 発信（応募条件とする）による 2 次情報発信を促進する。		
具体的な指標：	WEB アンケート調査における認定地域の日本遺産ストーリーの認知度（初年度の調査結果を基準値とする）		
目標値：	令和 2 年度	0 % ⇒	令和 8 年度 60 %

(7) その他事業

事業①：	牛久市文化財保存活用地域計画の策定		
実施主体：	牛久市	事業期間：	令和 元 年度 ~ 令和 10 年度
事業概要：	市内にある文化財を、指定・未指定に関わらず幅広く捉えて的確に把握し、文化財をその周辺環境まで含めて総合的に保存・活用するための計画。日本遺産申請内容に関する文化財等も同計画に盛り込み、適切な保存と活用計画を策定する（文化庁長官による文化財保護法改正後の認定第1号（令和元年7月19日））		
事業②：	甲州市歴史的風致維持向上計画の策定		
実施主体：	甲州市	事業期間：	平成 29 年度 ~ 令和 8 年度
事業概要：	市内に所在する歴史的風致を抽出し、核となる文化財を中心とした重点区域を設け、重点区域に係る歴史的風致をはじめとした市内の歴史的風致の維持及び向上を図り、もって地域住民の歴史文化に対する理解と愛着を深める。また、市外への情報の発信力を高め、観光を中心とした交流人口の増加や定住促進に繋げていく（主務大臣（文部科学大臣、農林水産大臣、国土交通大臣）から認定済（平成29年3月））		
事業③：	ワイン文化日本認定推進協議会専用WEBサイト制作・運営		
実施主体：	ワイン文化日本認定推進協議会	事業期間：	平成 29 年度 ~ 令和 年度
事業概要：	牛久市・甲州市が日本遺産認定に向け共同で取り組んでいる事業や申請内容を、地域住民や観光客に広く周知するためのホームページを制作・運営する。		
事業④：	日本遺産認定推進パンフレット制作・配布		
実施主体：	ワイン文化日本認定推進協議会	事業期間：	平成 29 年度 ~ 令和 年度
事業概要：	牛久市・甲州市が日本遺産認定に向け共同で取り組んでいる事業や申請内容を、地域住民や観光客に広く周知するためのパンフレットを制作・運営する。		
事業④：	牛久市歴史リレー講座の実施		
実施主体：	牛久市	事業期間：	平成 24 年度 ~ 令和 年度
事業概要：	日本遺産や構成文化財に関する講座や現地見学会を実施するなか、一部の講座を構成文化財の「シャトーカミヤ旧醸造場施設旧事務室」を会場として開催することで、通常非公開の重要文化財建造物の公開も併せて実施する。牛久市に甲州市の職員を講師として招聘するなど、継続的な交流を行っている。		
事業⑤：	勝沼地域小学校地域探検授業		
実施主体：	甲州市・山梨大学	事業期間：	平成 30 年度 ~ 令和 年度
事業概要：	「地域探検ワークショップ（校外学習）」を開催し、その後校外学習での発見を振り返るとともに、他の学校の成果から他の地域を知り、自分の地域の資源や景観の独自性（自分の地域と他の地域の違い）についての理解を深め、もって郷土愛を培うことを目指している。		
事業⑥：	牛久シャトーワイン祭り		
実施主体：	牛久シャトー	事業期間：	平成 29 年度 ~ 令和 年度
事業概要：	毎年開催されている同イベントはワインの新酒を楽しむイベントであり、平成29年度から牛久市と甲州市の日本遺産に対する取組も来訪者にPRしている。		

事業⑦：	かつぬまぶどうまつり		
実施主体：	甲州市	事業期間：	昭和 29 年度 ~ 令和 年度
事業概要：	平成30年（2018）には65回を数える収穫感謝祭であり、無料で甲州ブドウ・ワインが振る舞われ、県内外から多くの観光客が訪れる。この場においても甲州市と牛久市の日本遺産に対する継続的な取組をPRしている。		
事業⑧：	「ワインと食の街うしく」推進事業		
実施主体：	牛久市商工会青年部	事業期間：	平成 28 年度 ~ 令和 5 年度
事業概要：	牛久市商工会青年部が、「食」による町おこしを目指し、「ワインの街うしく」に相応しい料理として「ピザ」を掲げ、「ワイン」を活用した街づくりを行っている。専用ホームページを開設しているほか、駅前のエスカード牛久内の空き店舗に「大人の牛久バー」を期間限定で営業するなどの事業を推進している。平成30年には商店街のにぎわい創出を目的とした茨城県商店街活性化コンペ事業で最優秀プランに選出されている。		
事業⑨：	かつぬま朝市		
実施主体：	かつぬま朝市	事業期間：	平成 15 年度 ~ 令和 年度
事業概要：	毎月第一日曜日に開催される、勝沼地域の住民有志で始めた朝市である。運営は全て住民ボランティアで行っており、県内外から多くの来訪者を集客している。農産物をはじめ幅広いジャンルから200店を超える出店があり、ワインセミナーやフットパスなどの地域文化を伝えるイベントも開催している。		
事業⑩：			
実施主体：		事業期間：	平成 年度 ~ 令和 年度
事業概要：			