

『江戸街道プロジェクト』実施方針（案）

令和4年5月20日（金）

【概要】

日本橋を起点とする**五街道**と、その枝道として整備された水戸街道や成田街道等の**脇往還**（以降、五街道と脇往還を合わせて「江戸街道」という。）については、**広域関東エリア（※）を網羅**しており、現在でもこの江戸街道沿いには歴史的な観光資源はもとより、食や文化など魅力的なコンテンツが豊富に点在している。そこで、新たな観光振興施策として、現在インバウンド向けに「Tokyo & Around Tokyo」として展開している広域関東を「**江戸街道**」という統一テーマによって更にブランディングすることで、効果的に国内及び海外へ発信し誘客を促進させ、コロナ禍で疲弊した広域関東に元気を取り戻す取り組みを行う。

また、広域関東として地域の特性を活かしながら、DMO等が地域において稼げる仕組みづくりを行う。

（※…福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県の1都10県）

【プロジェクトのメリット】

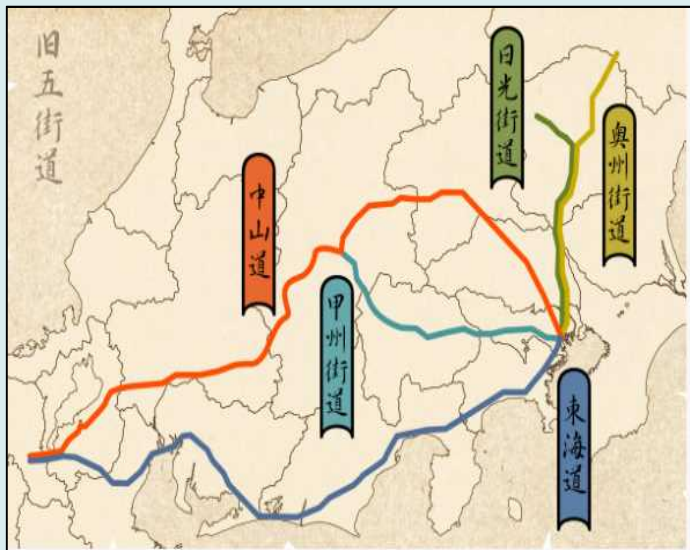
- 広域での取り組みができるため、各地域が持つ長所（観光地としての強み）を最大限に引き出しながら、互いの短所（観光名所だけでなく観光に必要なインフラ等）を補うことができる。
- 江戸街道は地理的にJR（新幹線含む）等の鉄道路線や主要道路（高速道路含む）等に沿っており、旅行者の導線に合わせ、関係者間での連携が取りやすい状況にある。
- インバウンドでは、都県の枠を超えた統一テーマでの発信により地域一帯を強く印象づけることができる。

【参考①】五街道と脇往還について

○五街道・・・江戸・日本橋を起点に伸びる東海道、中山道、日光街道、奥州街道、甲州街道の五つを指した陸上幹線道のこと。江戸時代の街道で最も重要視され、幕府の道中奉行が直接支配した。

○脇往還・・・江戸時代の五街道以外の主要な街道のことで、「脇街道」、「脇道」とも呼ばれた。五街道同様に道中奉行が管理していた。成田街道や水戸街道、会津西街道、北国街道などがある。

○現在のJR路線図・・・江戸時代の五街道や脇往還と類似したルートを採用していることが分かる。



【参考②】国内、海外の「街道」や「道 (Road)」を観光振興に活用している事例

(国内)

- 瀬戸内しまなみ海道 (瀬戸内)
- 熊野古道 (紀伊半島)
- 昇龍道 (中部) ⇒ 実際の道では無く、エリアテーマの名称

(海外)

- シルクロード (中国、中央アジア、中東等)
- ロマンチック街道 (ドイツ)
- ルート66 (アメリカ合衆国)

【広域関東におけるブランディングの必要性】

九州や北海道など他の地域と差別化することで、マーケティング全般において優位性を保つことができる。

例えば、顧客が旅行を企画する際に広域関東＝「江戸街道（五街道）」という統一的なイメージが浸透していれば、SNS等での拡散も多くなり国内外から選ばれる可能性も高くなるので、他地域との競争力が強くなる。つまり、**ブランディングに成功すると広域関東に対する旅行者の愛着も高まり、リピーターを増やせる可能性も高くなるので、エリア全体における誘客促進に繋げることが出来る。**

【なぜ「街道」なのか】

- 「街道」による観光振興を行うと、様々な部分での整備も必要になる。ウォーキングだけでなく車や公共交通機関等を使うことも考えると、歩道や宿泊・休憩等施設の整備以外にも、駐車場、ターミナル等交通結節点の整備も必要となるので、道路管理者である国や自治体等と民間事業者団体等が余儀なく連携することになる。また、同時に地域住民による受入環境整備への協力が進むことで、必然的に観光による地域ネットワークが構築することが出来る。
- 観光振興による地域経済の活性化とは、まずは一人でも多くの観光客に来て頂き消費を促すことであるが、街道観光については、地域の産業や文化、食や自然等に地域住民との交流を通して接する機会（体験）が増えるので、SNS等での情報拡散も含めた情報発信を行えば、観光客すなわち交流人口を増やすことが可能となる。
- 街道観光は、自治体の境界を越えた広域での取組が可能となるため、各地域が持つ長所（観光地としての強み）を引き出しながら、互いの短所を補うことが出来るが、特に江戸五街道に関しては、JR等の鉄道路線や主要道路等に沿っていることから、旅行者の導線に合わせた関係者間での連携が取りやすくなる。

『江戸街道プロジェクト』実施方針(案)

1. 江戸街道プロジェクトの方向性について

2. 本年度想定する事業内容

3. 次年度以降に想定する事業内容

1. 江戸街道プロジェクトの方向性について①

【事業実施期間】

➤ 複数年度にわたる事業として取組

単年度で完成できるプロジェクトとは考えておらず、長期的な取組により広域関東に浸透させていく。

【ターゲット】

➤ 国内観光客

歴史好き女子（刀剣、神社仏閣、御朱印、仏像、城等）、健康志向の高齢者、車や鉄道、自転車を利用するユーザー等。

➤ 訪日外国人

今後のインバウンド回復に向けた戦略的準備として、日本の伝統文化や歴史に関心のある欧米豪市場を対象とした検討を進める。

※国内で注目されないものは海外でも響かない。また、すでに日本国内には約2%の外国人が住んでおり、国内をターゲットと言っても在日外国人も含まれることから、プロジェクトを進める上では、あえて優先順位をつけず並行して行う。

1. 江戸街道プロジェクトの方向性について②

【事業コンセプト】

- 各街道にはそれぞれの成り立ちや歴史的な背景があることから、これらをきちんと踏まえた上で、街道ごとのストーリーをつくる。
- 江戸＝東京ではなく、「江戸文化＝江戸風」→「粋な文化」とする。
- 以下のテーマで2泊3日以上時間をかけた旅に誘う。
 - ・ 過去から現代そして未来を学ぶ
 - ・ ノスタルジックなレトロ体験
 - ・ 癒やし満載の食と温泉
 - ・ 開運パワースポット巡り

【連携可能なコンテンツのテーマ】

- 街道ごとの成り立ちや歴史的な背景（ストーリー）を踏まえて、下記のテーマのコンテンツを幅広く活用
 - ・ 温泉 ・ 歴史遺産 ・ 四季の景観美 ・ 神話やパワースポット ・ 宿場町 ・ 伝統文化
 - ・ ふるさと原風景 ・ 都市観光 ・ 食文化 ・ 産業 等

1. 江戸街道プロジェクトの方向性について③

【想定する関係者の役割】

- 支援（当面は主導） 関東運輸局
- 事業実施 都県、基礎自治体、登録DMO、候補DMO、観光事業者、交通事業者 等
- 連携先 地域事業者（協同組合、商工会議所、商店等）、交通事業者、金融機関 等

【連携】

人は御朱印帳のように一度集めると最後まで集めなくなる欲求行動があるので、この欲求をうまく活用して、各街道で共通するスタンプラリーを検討する。その際にすでに御宿場印企画を実施している足立区の信用金庫の取り組みを参考にして、各街道の地域事業者（協同組合、商工会議所、商店等）、金融機関とも連携する。鉄道事業者や高速道路管理者等とも連携、移動手段にあわせたスタンプラリーも検討する。

2. 本年度想定する事業内容①

(1) 調査事業の実施

「江戸街道（五街道）」企画が広域関東の観光振興にとって有益であることを示すために、街道をテーマとした事業事例及び観光資源を発掘する調査事業を実施。

<事業概要>

- 運輸局公募事業として実施（公募6月⇒7月に特定して業務開始）
- 日本各地の街道をテーマとした事業取組内容と関連する観光資源活用事業の調査
- 江戸街道を活用した関東広域の新たな観光振興策の検討
- 次年度の進め方の検討

<調査内容>

- 各自治体や団体による江戸街道による観光振興に資する取組事例について既存文献等による調査
- 具体的な事例を実施する自治体や団体からのヒアリング調査
- 街道をテーマに旅行商品を設定する事業者についての調査
- 広域関東以外で街道観光の好事例についての調査～ターゲット層とニーズの把握
- 街道観光についてのカスタマー調査

(2) 先行事業の実施

観光庁「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」を活用して、広域関東内の地域DMO等に「江戸街道」をテーマとした応募を促し、採択された場合、コンテンツ造成から販路開拓まで先行事業として実施。

2. 本年度想定する事業内容②

(3) シンポジウムの実施

事業を発展的に進めて行くためには、その意義と目的を広く多くの方々に周知し理解していただくことが極めて重要であるため、7月に(コロナ感染状況を踏まえた上で)キックオフ的なシンポジウムを開催。

「江戸街道プロジェクト」シンポジウム（案）

<目的>

広く一般にプロジェクトを理解してもらうために、有識者会議で議論した内容をもとに、講演や街道の取組事例を交えながら取組等を紹介。

<日時>

令和4年7月4日（月）14：00～17：00

<場所>

室町三井ホール&カンファレンス（COREDO室町テラス3階）
（東京都中央区日本橋室町三丁目2番1号）

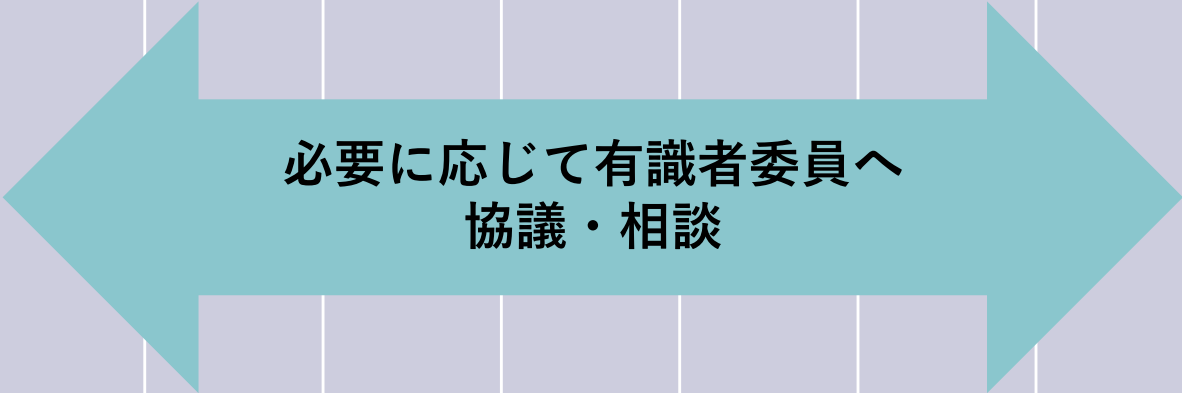
<開催形式>

ハイブリッド方式（現地開催およびWeb開催の併用）

<プログラム>

- ・ 基調講演
- ・ 事例発表
- ・ パネルディスカッション

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
主な会議等	20日 (金) 有識者会議（全体会議）	3日 (金) 観光ビジョン推進関東ブロック戦略会議 (観光資源魅力向上WG)	4日 (月) シンポジウム									有識者会議（全体会議）
事業	実施方針の検討		コンテンツ調査・カスタマー調査の実施					調査結果とりまとめ		先行事業として「看板商品創出事業」の実施		中間とりまとめ発表



3. 次年度以降に想定する事業内容

(1) 実証事業の実施

令和4年度における調査事業や先行事業の結果をもとに、実証地域を選定し誘客に繋がる具体的な事業を実施。地域が自走できる仕組を構築し、「江戸街道」の成功事例を導いていく。

(2) プラットフォームの検討

広域関東においては、既に多くの組織団体等が「街道」をテーマとした事業を実施している。それらの事業は個別に情報発信を行っていることから、顧客への訴求力が極めて低く、効果的なプロモーションが行えていない状況と思われる。

そこで、まずは広域関東におけるすべての「街道」事業をとりまとめることが出来るプラットフォーム的なものを構築し、既存事業の認知度を向上させる情報発信を一元的に実施する。

(3) キャッチコピーの検討

「江戸街道（五街道）」ブランドに対する顧客の関心や来訪意欲、商品の購買意欲を高めるためには、魅力的なキャッチコピーでマーケティングしていく必要がある。

既存のインバウンド向けキャッチコピーの「Tokyo & Around Tokyo」との使い方を整理した上で、「江戸街道（五街道）」ブランドのキャッチコピーにつきましても適時検討していく。

令和4、5年度の2年間で関東運輸局において調査事業、実証事業等を実施し、それらの結果をもとに、令和6年度から地域による独自予算での取組に移行。

令和4年度

コンテンツ調査・
カスタマー調査の実施、
先行事業の実施

- 街道のポテンシャルがどこまで高いか、調査事業を実施して「見える化」を図っていく。
- 観光庁「看板商品創出事業」を活用して先行事業を実施していく。

令和5年度

実証事業、
プラットフォーム及び
キャッチコピーの検討

- 令和4年度の調査事業や先行事業の結果をもとに、実証事業を実施していく。
- 認知度向上のため、プラットフォーム及びキャッチコピーを検討していく。

令和6年度

地域による取組

- 実証事業等の結果をもとに、地域が独自予算で事業に取り組んでいく。

概要