

## 第2回「江戸街道プロジェクト有識者会議」

### 議事次第

日時：令和4年11月1日（火） 13：00～15：00

場所：オンライン開催

#### 1. 開 会

#### 2. 関東運輸局観光部長挨拶

#### 3. 議 題

- （1）江戸街道プロジェクトにおける取組状況について
- （2）その他

#### 4. 閉 会

#### 【会議資料】

- ・ 議事次第（本紙）
- ・ 委員名簿
- ・ 江戸街道プロジェクト有識者会議資料

## 「江戸街道プロジェクト有識者会議」

### 委員名簿（敬称略・順不同）

石田 東生          筑波大学 名誉教授

丁野 朗            公益社団法人日本観光振興協会総合研究所 顧問

沢登 次彦（※） 株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター センター長

宮崎 俊哉          株式会社三菱総合研究所 主席研究員

山崎 まゆみ        跡見学園女子大学 兼任講師

ルース・マリー・ジャーマン      実業家

（※）沢登委員の欠席による代理出席

高橋 佑司    株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター  
グループマネージャー

## 第2回『江戸街道プロジェクト』有識者会議 資料

---

令和4年11月1日（火） 13:00-15:00



関東運輸局 観光部

Kanto District Transport Bureau

1. 調査事業について
2. 専門家マッチング事業について
3. 江戸街道ショーケースについて
4. 訪日プロモーション事業（案）について

# 1. 調査事業について

# 街道を活用した広域関東の新たな観光振興策の調査検討業務

## 【事業目的】

『江戸街道プロジェクト』実施方針（案）に基づき、街道をテーマとした事業事例及び観光資源等を発掘する調査を行い、新たな観光振興施策として広域関東を「江戸街道」というテーマやキャッチコピー等によってブランディングし、効果的に国内及び海外へ発信し誘客を促進させるとともに、広域関東として地域の特性を活かしながら、観光客が滞在又は周遊でき、消費拡大につながる仕組みづくりを行うことを目的とする。

## 【事業概要：調査メニューと結果の活用】

街道をテーマにした観光振興をやってみたいと感じるポイントを示す

### 調査① 広域関東内/外の取組み事例の調査

[point] 域内に横展開するに資する好事例の取組みを紹介する

### 調査② 街道をテーマとした既存旅行商品の調査事業

[point] 商品企画における重視する点や留意する点を明らかにする

### 調査③ 連携可能なコンテンツの整理

[point] 街道のストーリーでまとめられる事例を整理し、

### 調査④ 街道の成り立ちや歴史的な背景の整理

[point] 五街道ごとの成り立ちを整理し、連携契機に使える背景を探る

### 調査⑤ 市場のニーズ調査事業

[point] 江戸街道のターゲット像を示し、訴求展開のイメージを作る

### 結果の活用① 街道を活用した広域関東の新たな観光振興策の検討

[point] 街道を活かした積極的な取組み」を促すための方策を検討する

### 結果の活用② 次年度の進め方

[point] 『江戸街道プロジェクト』実施方針に示されたロードマップを前提に実証事業、プラットフォームの整備、キャッチコピーの普及に向けた仕様を検討する

## 調査① 広域関東内/外の取組み事例の調査

五街道を活用した『江戸街道プロジェクト』の推進にあたっての基礎資料として、広域関東内外で取り組まれている活動の実態を把握するとともに、好事例についてはターゲット及びニーズの特性を参考するために事例調査を行う。併せて『江戸街道プロジェクト』に積極的な地域の抽出も行う。

### < 方 法 >

- ・街道に係る取組事例の基本収集をWEB調査にて行う
- ・基本収集として、各取組みについて概要のほか、主体、関係団体主体的取組み（継続年数、広域連携、情報発信、商品化）、市場認知（日本遺産など外部認定状況、国内/海外向けメディアでの取り上げ状況）

### <期待成果>

主に下記の取組みについて、始まった契機や狙い、今後の課題を示す。

- ・街道沿いの自治体枠を超えた連携（例：御宿場印プロジェクト）
- ・宿場町ごとの域内連携（例：妻籠宿）

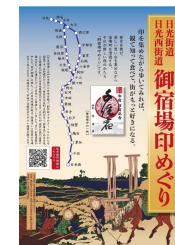


図 御宿場印プロジェクト



図 妻籠宿WEBサイト

# 街道を活用した広域関東の新たな観光振興策の調査検討業務

## 調査② 街道をテーマとした既存旅行商品の調査事業

実際に販売されている街道をテーマとした旅行商品の実態、ならびに商品造成における課題を調査する。

### < 方 法 >

- ・街道の旅行商品を国内で最も広く扱うクラブツーリズム(株)へ取材する。
- ・街道をテーマとした商品企画における「重要な項目」や「留意すべき点」を整理する。
- ・他旅行会社に整理した項目からアンケート調査を実施する。

### < 期待成果 >

- ・街道をテーマとした旅行商品造成に向けてを地域が検討していく際の参考資料を作成する。

## 調査③ 連携可能なコンテンツ調査事業

街道ごとに自治体、地域事業者（協同組合、商工会議所、商店等）間における連携可能なコンテンツを調査する。

### < 方 法 >

- ・調査①で整理した事例調査および公開されている文献や一般書籍など既存文献をもとに整理する。

### < 期待成果 >

- ・街道のストーリーが各宿場の異なるコンテンツをつないでゆくといった連携を念頭におき、街道毎の共通テーマとサブテーマを抽出し連携の理由付け（契機箇所）を増やす。
- ・各地域の同意を前提に、コンテンツの情報提供（旅行関連会社からの問合せや宣材作成に使える画像や動画）先も整理する。

## 調査④ 街道の成り立ちや歴史的な背景の整理

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、これらを街道ごとに整理する。

### < 方 法 >

- ・五街道を対象に、調査①の事例調査および公開されている文献や一般書籍など既存文献をもとに整理する。

### < 期待成果 >

- ・成果は、今後活用しやすいデータベース（一覧表）として整理する。
- ・江戸街道プロジェクトにおける五街道のキャッチコピーを検討する材料とする。

## 調査⑤ 市場のニーズ調査事業

今後、街道をテーマとした商品造成を戦略的に検討するための基礎資料として、どういったターゲットが、江戸街道のどういったコンテンツに関心があるのか等、市場ニーズを把握する。

### < 方 法 >

- ・WEBアンケート調査にて、街道観光に関心がある人を対象に調査を行う。
- ・街道観光への訪問経験の有無でフラグを建てる。
- ・以下の調査項目についてフラグごとに集計する。  
「旅行への意向」、「訪問ニーズ」、「旅行情報、手配方法」

### < 期待成果 >

- ・「旅行への意向」 → 訴求の方向性を確認する
- ・「訪問ニーズ」 → ターゲット像の設定する
- ・「旅行情報、手配方法」 → 訴求方法、プラットフォーム検討資料とする。

# 街道を活用した広域関東の新たな観光振興策の調査検討業務

## 結果の活用① 街道を活用した広域関東の新たな観光振興策の検討

調査①～⑤で収集・整理した五街道沿線のコンテンツをもとに、市場ニーズや好事例を参考にして、広域関東エリアにおける観光関係団体等による「街道を活かした積極的な取組み」を促すための方策を検討する。

### 「街道を活用した広域関東の新たな観光振興策」の目次（素案）

#### 1. 本資料の位置づけ

広域関東エリアにおける観光関係団体等による「街道を活かした積極的な取組み」を促すための方策についてとりまとめたものである・・・

#### 2. 江戸街道プロジェクトとの連携が考えられる既存事業

- ① ●● 連携事業
- ② ▲▲ プロジェクト
- ③ ■■ 事業

#### 3. 効果的な実施施策（案）

- |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>施策 1) (仮) 御宿場印ラリー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・施策の概要やイメージ</li> <li>・ターゲット</li> <li>・費用感</li> <li>・実施体制や構成メンバー案</li> <li>・その他、必要な条件</li> </ul> | <p>施策 2) (仮) 駅からぶらり散歩</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・施策の概要やイメージ</li> <li>・ターゲット</li> <li>・費用感</li> <li>・実施体制や構成メンバー案</li> <li>・その他、必要な条件</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. 活用が考えられる国の事業

- ① ...看板商品...
- ② ...交通連携...
- ③ ...

#### <参考資料>

- 広域関東エリア内の好事例
- 広域関東エリア外の好事例

## 結果の活用② 次年度の進め方

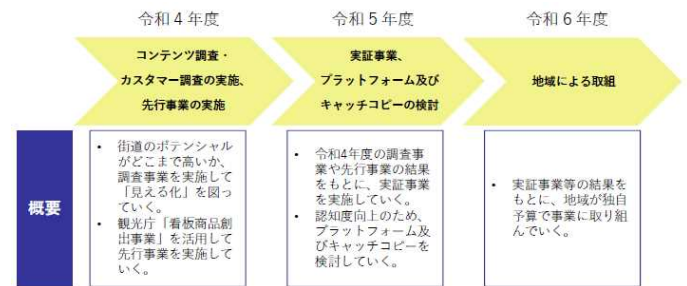
次年度には、『江戸街道プロジェクト』方針に示されたロードマップを前提にしつつ、本事業の結果を踏まえた「積極的に取組む実証地域を選定、誘客に繋がる具体的な事業を実施、効果と課題を把握」といった実証業務を想定しており、本業務にてその仕様及びスケジュール等を検討する。

### 検討における着眼点

- A : R4 年度（本事業）の成果を活用したプロジェクトが地域活性化に寄与するエビデンスをもって地域へ周知する取組みの企画
- B : R6 年度を見据え、地域による取組みの創出に向けた支援をするための企画

<江戸街道プロジェクトのロードマップに示された項目と仕様作成の項目>

- (1) 実証事業
  - ・活用可能な国の事業等、積極的な応募を促す事業の想定
  - ・募集要件
  - ・実施期間
- (2) プラットフォームの整備について
  - ・具体的なイメージの構築  
⇒ [例] SNSを通じた『江戸街道』情報の双方方向環境の整備（イメージ）情報発信、ファンコミュニティの仕組み構築 等
- (3) キャッチコピーの普及促進
  - ・参考事例の整理
  - ・ブランド化に向け、認知向上の取組み、シンボルマークの使用許諾の整備などを検討



図『江戸街道』プロジェクトロードマップ(令和4年度～令和6年度)

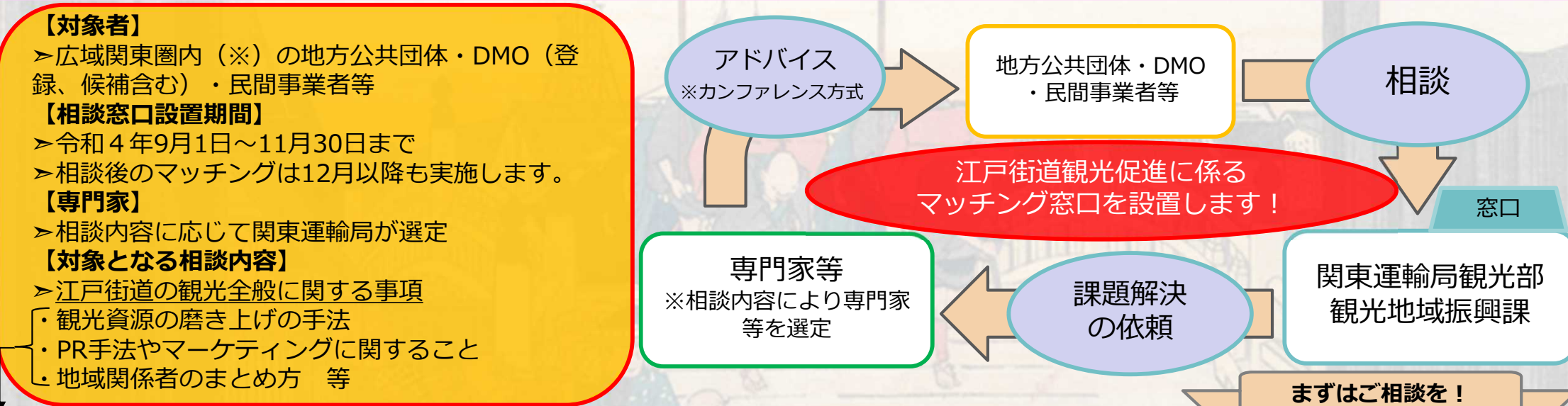
## 2. 専門家マッチング事業について

# 令和4年度 江戸街道観光を促進するための専門家マッチング事業

江戸時代に江戸と各地を結んだ幹線道である五街道と、それ以外の主要な街道である水戸街道や成田街道等の脇往還（以降、まとめて「江戸街道」という。）については、現在においても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ことから、これらを「江戸街道」という統一テーマによってブランディングすることが出来れば、地域における誘客促進と経済の活性化に大きく貢献することが出来る。

一方で、これまでも街道に関する様々な取り組みが地方公共団体やDMO、民間事業者等によって進められているところであるが、様々な課題に対してそれぞれの地域が悩みながら街道観光を模索しているのが現状である。

当事業では、関東運輸局が窓口となり、地域からの相談に基づいてあらゆる課題を解決することを目的に専門家の協力を得ながらアドバイスをを行い、「江戸街道」というテーマのもとに観光を促進し、地域の活性化を支援する。



関東運輸局観光部  
観光地域振興課  
TEL : 045-211-7265  
MAIL : ktt-kanko-chiiki@gxb.mlit.go.jp

（※ 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）

※出席者限りの非公表資料

### 3. 江戸街道ショーケースについて

# 江戸街道ショーケース

街道観光 2 のアイデア

関東運輸局

Kanto District Transport Bureau



# 江戸街道ショーケース

## ～街道観光20のアイデア～

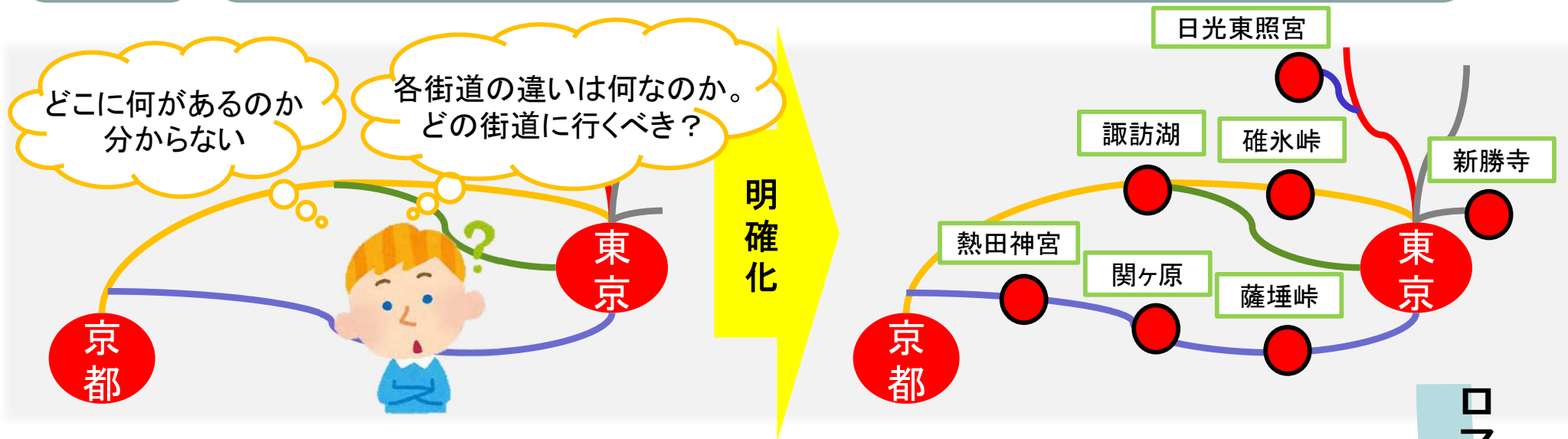
| 番号 | 題名                            | 番号 | 題名                             |
|----|-------------------------------|----|--------------------------------|
| 1  | 江戸街道統一プロジェクト                  | 11 | 国道16号沿線イベント                    |
| 2  | 徳川埋蔵金謎解きツアー                   | 12 | 地元を歩いて歴史を知ろう！                  |
| 3  | 富士講縁の地を巡ろう！                   | 13 | 東海道を一年かけて制覇 ～フォトログの旅～          |
| 4  | ぼくたちがつくる奥の細道（ネオ 奥の細道）         | 14 | 旅ガチャ -五街道編-                    |
| 5  | 戊辰戦争ゆかりの地をたどる旅                | 15 | バイクで気軽に山梨下道旅                   |
| 6  | グルメとキャッシュレス                   | 16 | Sustainable Way                |
| 7  | ワーケーション×宿場町                   | 17 | 電車で巡る！中山道の御朱印集め                |
| 8  | 関東温泉街道                        | 18 | 浮世絵の世界を歩こう<br>（例：東海道五十三次をめぐる旅） |
| 9  | 御湯印を集めて銭湯活性化プロジェクト            | 19 | 日光街道「チャリ旅」                     |
| 10 | 江戸を歩こう！バーチャルまちあるき<br>（お散歩アプリ） | 20 | 日光街道旅 ～パワースポットと癒しと映えを～         |

## 課題

現在の旧五街道に関するマップは、宿場町ごとや行政区画ごとに作成されており、街道全体の観光コンテンツや経路をまとめたマップが存在しない。  
このため、街道全体及び各街道のブランディングが図られていない。

## 対応

- ・どこにこういった見所があるのかを整理し、全街道を一気通貫で示したマップを作成する。
- ・多言語にも対応させ、マップだけでなく案内表示なども統一規格の外国語表記で整備する。
- ・「江戸街道」一体として統一感のあるコンテンツとして整備する。



さらに・・・

江戸街道

「江戸街道」の認知度を世界に広げるため、ドイツのロマンティック街道とのコラボレーションを検討する。  
両街道を同一テーマで結び、共通の交通手形を作成するなど、街道同士で一貫性を持たせることにより2つの街道を制覇することの価値を生み出す。

ロマンティック街道

未だ発見されておらず謎のままとなっている徳川埋蔵金は、候補地がいくつか存在しており、赤城山麓や中禅寺湖、上野東照宮などがある。

本企画では、埋蔵金の在処を解き明かす**謎解きイベント**を開催。**候補地別に難易度を設定**して、ファミリー向けから謎解き熟練者を唸らせるレベルまで幅広い層にチャレンジしてもらえるような内容とする。また、タイムを競う仕組みも導入して競争心を煽る。

## 実施エリア

赤城山麓  
(群馬)

- 謎解き熟練者向け
- 難易度:特に難しい  
(それなりの体力も必要)
- 3～4時間程度

中禅寺湖  
(奥日光)

- 大学生グループなど
- 難易度:普通～難しい
- 2～3時間程度

上野東照宮  
(東京)

- ファミリー層向け
- 難易度:易しい
- 1～2時間程度

高

難易度

低

## 謎解きの流れ

伝説の  
概要を知る



土地の伝承を基  
に宝探しのための  
情報を得る

宝を開けるための  
鍵を集める



集めた鍵をヒント  
に埋蔵金を探す

辿り着いた参加者には  
景品を用意

○謎解きの内容を設定する際は、江戸時代の文化に触れられるような内容とし、謎解きをしていく中で自然と当時の生活や文化を学ぶことができる構成とする。

○埋蔵金を掘り当てるためには**知力・体力・ヒラメキ**のそれぞれが求められるようにして内容に変化をつける。

○最難関の赤城山麓では、難易度を極限まで引き上げてリピーターを狙う。

# 本企画の流れ

## れ

①富士講の人々が行っていた富士山参詣、本宮富士浅間神社参拝、富士八海巡りといった富士講縁の地を巡り歴史を学ぶ。

富士講縁の地の訪れた場所の数によってクーポンの割引率や内容を変えることで、何度でも来てもらう。

初めて富士山に登るきっかけになったり、アドベンチャーリズムで外国人の方を呼び込むことができる。



②富士講の歴史を学ぶことで、電子アプリ上でポイントが貯まり富士山周りの観光スポットで使えるクーポンをゲットできる。

富士山に登って終わりではなく、クーポンを使うために富士山周りの観光地を周遊する。



③その土地にどんな歴史があるのか知ることによって、いつもと違う土地の魅力を感じながら、異なる視点で観光を楽しむことができる。

## 富士講とは？

「富士を拝み、富士山霊に帰依し心願を唱え、報恩感謝する」というわかりやすい教えが広まり、江戸時代から昭和初期にわたりつづいた庶民の信仰。代表が富士山を参詣し、本宮富士浅間神社に参拝してから富士講八海巡りなどの修行を行っていました。富士講の開祖は長谷川角行(1541～1646)富士の人穴(富士宮市)や北口本宮参道の立行石等で荒行を重ねて宗教的覚醒を得て、祈祷の力により諸病平癒などで庶民を救済したといひます。山の結界が開放される2ヶ月間に平均1～2万の人々が信仰を目的とした登拝が行われました。

## 概要

芸能人が俳句を披露し意外な才能を披露するテレビ番組が人気を得たり、コミカルなサラリーマン川柳やシルバー川柳がSNSで話題になったりなど、近年「和歌」が注目される機会が増えてきた。本企画では、奥州街道を題材にした松尾芭蕉の代表的俳諧「奥の細道」になぞらえ、中高生～20代のいわゆるZ世代の若者から、奥州街道の風景や街道沿いにあるスポット、またそれにまつわる思い出などに関する俳句と、扉絵や挿絵として使用するイラスト・写真を募集し、「ネオ 奥の細道」として句集を作成する。

## ねらい

- ・作品づくりのために現地を観光したり街道の歴史を調べたりなど、創作活動の過程を通して奥州街道に対する知見や興味を深めてもらう。また若者目線で奥州街道の魅力を再発見・掘り起こしすることにより、新たな観光スポットが生まれることも考えられる。
- ・奥の細道が出版された時代には存在しなかったものやことばが登場する意外性、セオリーにとらわれない尖った感性などといった、従来のイメージとは一画された新鮮さが話題となることで、作品にふれた方にも奥州街道に親しみを持ってもらえ、来訪にも繋がると考えられる。

## ターゲット

- ・中高生～20代(Z世代)男女不問
- ・カメラ・写真好き、文学好き
- ・TwitterやインスタなどのSNSユーザー

## 実施すること

- ・句集の作成・出版、ホームページなどでのアーカイブ化
- ・観光マップなどと一緒に配布  
(書籍化し販売できるコンテンツにもなりうる)



作品を募集



選定・審査

ネット投票／専門家による



句集の完成

## 概要

奥州街道は、明治政府軍と旧江戸幕府軍の戦争である戊辰戦争ゆかりの道でもある。  
ゆかりの地などをめぐりながら当時の人々に思いをはせ、あわせて地域のおいしい食や温泉を堪能する。



## ターゲット

- ・歴史に興味のある男女

## ストーリー

江戸幕府が倒幕されて明治維新が起こり、西洋から文明が次々と入ってきて近代化の道をたどり、現代に至っている。  
そうした時代の移り変わりを戊辰戦争ゆかりの地を軸として巡ることで、歴史を体感する。

## コース例

- ①宇都宮城址公園……戊辰戦争で宇都宮城の戦いが行われた。
- ②清巖寺……鉄塔婆があり国の重要文化財に登録されている。
- ③旧篠原家住宅……宇都宮を代表する旧家の一つで、江戸時代(19世紀初めごろ)から奥州街道口の現在の場所で、商いを行っていた(国の重要文化財)。
- ④大田原城跡(龍城公園)……戊辰戦争で攻防戦が行われた。
- ⑤うなぎの丁子屋……芦野宿の中心街にあった。創業300年以上の歴史をもつ宿とうなぎ料理のお店。
- ⑥那須歴史探訪館……古くから文化伝播の経路にあった那須町の歴史を「道」をテーマに表現している。
- ⑦アウシュヴィッツ平和博物館……アウシュヴィッツ強制収容所の犠牲者の遺品・資料等の展示を行っている。
- ⑧小峰城跡……戊辰戦争白河口の戦いにより落城。
- ⑨甲子温泉……源泉掛け流しの国立公園の中にある秘湯の一軒宿。



## 概要

街道沿いの飲食店を利用した観光客に、お店のグルメの写真や感想などをその場でSNSにアップしてもらおうと、飲食代を安くする。

現金払よりも、キャッシュレス払の観光客の飲食代を、より安くする。

前払い制の出店(でみせ)などでは、飲食してお店の情報をSNSにアップしたことをお店が確認したら、連携している他の店でも使えるクーポン券等をお渡しする。クーポン券は一定期間有効で、その日に使わなくても、また来たときに使ってもらう。

また、対象のお店が分かるパンフレットを作成し、地図上でどこにお店があり、どういう食べ物が食べられるかを分かるようにする。

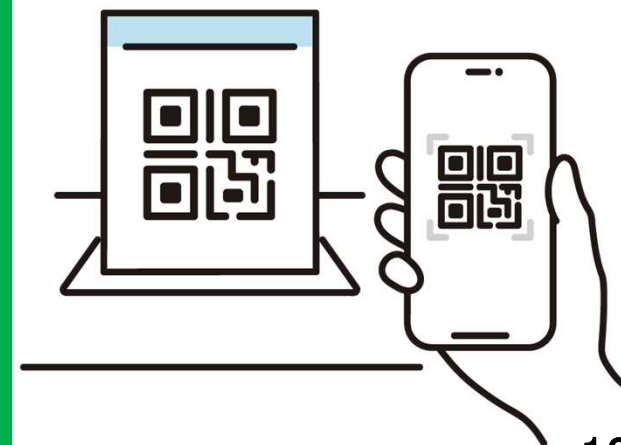
対象のお店の前には、ポスターを掲示して、パンフレットを持っていない人にも気づいてもらう。

## ねらい

飲食店のキャッシュレスを促進して、インバウンドによる消費拡大や現金決済のコスト削減などを図る。

飲食代が安くなることによって、観光客に満足感を感じてもらい、安くなった分のお金を他の消費にあててもらおう。

そうすることによって、観光客に街道関係の観光スポットを巡ってもらいながら、様々な場所でお金を使ってもらい、街道の魅力も感じてもらう。



## ♪暮らしように旅をする

## 宿場町巡り♪, ° ∴ °

### 企画について

江戸街道の各地にある宿場町から自分の行きたい地域を選び、一ヶ月単位で過ごしてもらう。平日は宿場町のカフェやサテライトオフィスで仕事を、休日は宿場町で観光をする。

### メリット

#### 企業

- ・生産性の向上
- ・ワークライフバランスの充実

×

#### 旅行業者

- ・契約者数の増加
- ・一ヶ月単位の旅行予約

×

#### 宿場町

- ・観光客&関係人口の増加
- ・一人あたりの旅費増加

### 地図

旅行者には一ヶ月で宿場町を2～3箇所を巡り、暮らしように時間を過ごしてもらう。宿場町ならではの衣食住を体験。



例) 大内宿→妻籠宿→関宿

宿場町でしかできない非日常を味わいながら暮らしように旅をする

貴方にぴったりの宿場町が必ず見つかる♪

## 概要

温泉や銭湯は、今も昔も人々にとって生活の疲れを癒やしてくれ、明日への新たな活力を生んできた。  
五街道のように、温泉地や銭湯がある場所をつないで「温泉街道」とし、温泉地など毎に作成した御湯印（ごゆいん）めぐりを行ってもらい、一巡すると温泉街道士などとして認定する。  
また、何度も地域を訪れてもらうために巡った回数によって浪人～征夷大將軍といったランクを設ける。  
また、温泉パスポート（お風呂を掲載したり、割引で入浴や飲食できるクーポン付き）の発行も行う。  
この取組によって、温泉地や銭湯のある地域を活性化させ、広域周遊を促進させる。



## ルートの設定

- 街道付近の温泉ルート  
→（例）甲州温泉街道
- 特定地域の温泉ルート  
→（例）さいたま温泉街道

## 資格の認定

- ・関東甲州温泉街道士
- ・さいたま温泉街道士
- すべて制覇  
・関東温泉街道士

## レベル

巡った回数によって、  
**浪人**→**御家人**→**旗本**→**大名**→  
**老中**→**大老**→**征夷大將軍**  
と位が上がる。

## 御湯印の作成・配布



## 湯めぐりパスポート



九州温泉道  
（主催：九州観光機構）の  
**関東版！！**



## 概要

近年、昭和レトロブームや「ととのう」ブームにより、コロナ禍で窮地に立っていた銭湯やサウナ施設が再び脚光を浴びている。本企画ではここにスポットを当て、五街道沿いにある銭湯などの温浴施設を巡って「御湯印(おゆいん)」を集め、癒しの体験と並行して街道の歴史を学んでもらう。また、大手の施設だけでなく、地域にある隠れた銭湯、共同浴場、サウナ施設などを掘り起こすことで銭湯業界全体の活性化をめざし、地域産業の活性化にもつなげていく。



## ストーリー

銭湯をチェックポイントとして街道や宿場町を巡り、歴史をひもといていく。銭湯の設立と宿場町に関連があれば、なおコンテンツ化しやすい。

例) 下諏訪温泉(長野県) 中山道で温泉の湧き出る宿場町として栄えた。現在でも歴史ある銭湯や公衆浴場が残る。



## 実施しうること

- ・御湯印にクーポンの機能を兼ねる  
(近隣の商店、飲食店などで使える。地域周遊を促進。)
- ・浴室などに街道の歴史にまつわる掲示を行う
- ・街道の特産品や偉人にまつわる風呂
- ・街道別銭湯マップの作成(HPやアプリなど)
- ・銭湯やサウナをモチーフにしたグッズの配布

【グッズ配布条件】

- #御湯印獲得数に応じて
- #浴室の掲示から出題される街道クイズに正解
- #SNSで企画をシェアする 等



## ターゲット

20代～30代 男女不問

- ・銭湯・サウナ好きの層 ・健康志向の層
- ・昭和レトロ好きの層 ・トレンドに敏感な層



## 芸能人の起用

アイドル、俳優、お笑い芸人など、幅広い層の芸能人が銭湯・サウナファンを公言しているため、PRキャラクターとして起用することで、旅行者により親近感を持って本企画に参加してもらえると考える。また、彼らのファン層も企画参加者に獲得できる。



## 概要

ウォーキングのデータが江戸街道の街並みとリンクするお散歩アプリ。歩いた距離と、街道の街並みがリンクし、歩けば歩くだけ街並みの歴史・風景・文化を学べるオリジナルアプリ(歩数計)を開発。リアルなウォーキングによる健康増進と、知識欲をくすぐるトリビア満載の五街道バーチャルツアー。

歩いた距離に応じて現地で使える特典(クーポン)を用意し、最終的にはリアルに現地を訪れ滞在していただくことを狙います。江戸五街道を歩いて学んでカラダも元気、知識もアップ、特典いっぱいの一石三鳥アプリです。

## ターゲット

- ・健康増進を目的とするご高齢者
- ・歴史好き(歴ジョ、歴オタ、大河ファン)

## ストーリー

かつて人々はこの街道を徒歩で踏破していた。当時の歴史や文化、人々の信興や娯楽に思いを馳せながら令和の今を歩いてみることで、SDGsな社会や健康を考えるきっかけにしてください。

## アプリの仕組み(イメージ)

- ①専用の歩数計アプリをインストールし、お散歩スタート。  
(\*要開発)
- ②歩いた距離に応じて、五街道の街並みや当時の風景が映像で現れてくる。風景を楽しみながらどんどん歩こう！
- ③各宿場まで到達すると、クーポンに変えられるポイントが溜まる。
- ④歩いた距離はアプリ上の街道地図に反映され、ゲーム感覚で五街道すべてを踏破したくなる仕組み。
- ⑤溜まったポイントを使って、今度はリアルに現地を訪れてもらう。

## ノベルティ(特典)※現地への経済的裨益

- ・歩いた距離に応じて、現地で使えるクーポン付与
- ・歩いた距離に応じたランキング制度。バーチャルメダル(トークン)等



# 国道16号沿線イベント

## 概要

江戸時代に整備された五街道や脇往還は、現代も重要な道路交通網であり、主要な道路は国道として管理されている。特に、地方へ行くと、車社会であり、国道をはじめとする道路網の中で生活をしている。

また、国道は、県道や市道と違い、番号で呼ばれることが多く、高い認知度を誇っている。

中でも、東京・神奈川・千葉・埼玉といった首都圏をぐるっと一周できる国道16号は、抜群の話題性を誇るため活用していきたい。

## ターゲット

- ・ 食べ歩きが好きな方
- ・ SNSに投稿する話題が欲しい方（インスタ映えなど）
- ・ テレビ、YouTube等の企画として
- ・ 地域のお店（穴場の店など）を知るきっかけが欲しい方
- ・ 話題作りが欲しい商店街の方々
- ・ スタンプラリーが好きな方

## イベント案

- ・ 統一テーマ総選挙（兼スタンプラリー）

- ⇒ 国道沿いのお店において、期間限定でテーマに沿った新商品を販売する。（例：いちごを使った〇〇等）
- ⇒ 気に入ったお店へ投票してもらい、グランプリに輝いた商品は、空港や鉄道駅で販売し、誘客につなげる。
- ⇒ 投票するためには、商品を買ってスタンプを押してもらい、異なるお店のスタンプ3つで1票となる等、いろいろなお店に行ってもらえるよう工夫する。

## 国道16号とは

国道16号は、神奈川県横浜市、相模原市、東京都町田市、八王子市、埼玉県川越市・さいたま市、千葉県柏市・千葉市・木更津市を環状に結ぶ一般国道である。

また、東京湾上に海上区間があり、海上をフェリーで結ぶことで、環状道路を形成している。



## 概要

その地域を一番知っている地元の人たちが街道や江戸時代の名残がある場所を歩いて、地域に潜在する観光資源を洗い出してもらい、SNSにその場所の位置や歴史、食などの情報を投稿して情報提供してもらう。

## ターゲット

- ・老若男女の地元民
- ・地元の学校



## ストーリー

まずは、一番身近な地元の人をターゲットにして取組を行うことによって、江戸街道を認知してもらい、サポーター(ファン)になってもらう。

そこから国内観光・インバウンドへと、取組を発展させ地域活性化をはかる。



## 詳細

- ・江戸街道プロジェクトの公式アカウント(Instagram、Facebook、twitter、Line)を開設。
- ・「#(ハッシュタグ)江戸街道」を付けて、観光資源の写真、位置や歴史、食などの情報を投稿してもらう。
- ・優れた内容の投稿者には、サポーターとして「江戸街道士」に認定(ナンバリング)する。



# 東海道を一年かけて制覇～フォトログの旅～

## フォトログについて

○フォトログは地図を元に時間内にチェックポイントを回り、得点を集めるスポーツです。

チームごとに作戦をたて、見本と同じ写真を撮影します。チェックポイントの数字がそのまま得点となり、より合計点の高いチームが上位です。

**ランニングでもウォーキングでもOK！観光しながら楽しもう！！**

- ①スタート前に、地図とチェックポイント一覧が全員に配られる。
- ②作戦タイムの後一斉にスタートです。
- ③チェックポイントにはそれぞれ異なる得点が設定されています。
- ④チェックポイントは全部回る必要はありません。回る順番も自由です。
- ⑤時間内に自分たちのペースで可能なポイントを選んで回しましょう。

## まとめ Point！

①フォトログを企画し、スポーツ感覚で楽しく町を巡る&運動

②1年を通して各地で開催することで東海道を制覇することが可能！

## Plusの企画

イベント参加のみでもいいですがツアーとして組んでもいいです。1日目は月一で行われるフォトログに参加し地域を歩き回り、夜は昔宿場町だった場所に宿泊します。2日目は歩いた地域で食べられる美味しいご飯にその地域でのそば打ち体験であったり博物館巡りとチェックポイントで巡った場所の体験、歴史をもっと深く体験できるツアーも作るとより楽しさUP↑

## ～東海道をめぐる～

53もの宿場町から12個を激戦し月に一度その地域で東海道にちなんだフォトログを開催いたします。全てのイベントに参加し東海道制覇もよし、地元の近くのイベントにのみ参加しても江戸の歴史に触れることもできます。またフォトログは海外でも人気なので外国人の方でも参加していただけます。



## 概要

いま、私たちが利用している交通網の基礎は、江戸時代に五街道を中心に整備され、今日まで受け継がれている。そのことを広く知ってもらい、自分の地域の街道へ興味・関心・愛着を得ることをねらいとし、きっかけ作りを行う。今回、東京駅を中心に、そこから発着する新幹線等の鉄道網を使い、周遊を促進する。

## ターゲット

- ・旅行好きの人
- ・旅行をしたいけど、行き先を決められない人
- ・変わった旅行をしたい人
- ・テレビやユーチューバーの企画として

## ストーリー

宿泊先や飲食店、行楽地等で使えるクーポンを同封し、お得に旅行ができるようにする。

あまり知らない地域、関心のなかった地域を知るきっかけとなり、その地域のファンになる人が生まれれば成功と考える。

## ルール

東京駅で旅ガチャ（五街道編）を引く。  
出てきた街道の鉄道フリーパスで周遊を行う。  
特別賞（レア）を引くと、グリーン車に乗れる。

フリーパス区間（例）

東 海 道：東京－静岡

日光／奥州街道：東京－福島

中 山 道：東京－長野

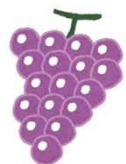
甲 州 街 道：東京－松本

# 旅ガチャ 五街道編！



# 週末は山梨にいます。

このキャッチコピーのように、山梨は東京からのアクセスに優れています。新宿から甲府まで、鉄道（特急）で90分、高速道路で120分の立地のよさです。ほとんどの人が鉄道か高速道路を利用しますが、実はもう1つ、東京と山梨を結ぶ道があります。甲州街道（国道20号線）。この道をひたすら真っ直ぐ。山梨はすぐそこです。今回は、バイクを使って2泊3日の旅を考えました。



## モデルコース（2泊3日）



1 日目

2 日目

3 日目



出発

高尾山  
ハイキング

勝沼ぶどう  
の丘

富士急  
ハイランド

PICA  
FUJIYAMA

新倉富士  
浅間神社

ほうとう不動

みたまの湯

帰宅

## ターゲット

- ・ 2～3人の個人旅行者
- ・ バイク愛好者
- ・ 高速道路の渋滞を避けたい人
- ・ 時間を気にせず旅をしたい人
- ・ 夏休みの思い出つくり
- ・ アニメ好き（聖地巡礼）

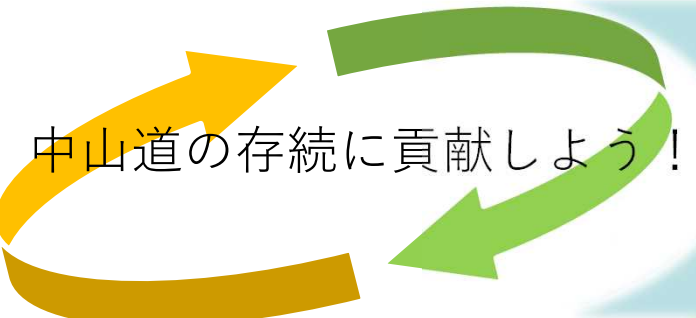
## memo

横浜コミュニティサイクル「baybike（ベイバイク）」や傘のシェアリングサービス「アイカサ」など、借りた場所に返さなくてもOKというレンタルサービスが注目を集めています。

この仕組みを応用し、バイクで観光して、旅行先で返却、帰りは鉄道という仕組みができれば、より多くの旅行客を取り込むことができると思います。

（帰りはお土産等を買うと荷物が増えるので、鉄道を使えたらよいと思います。）

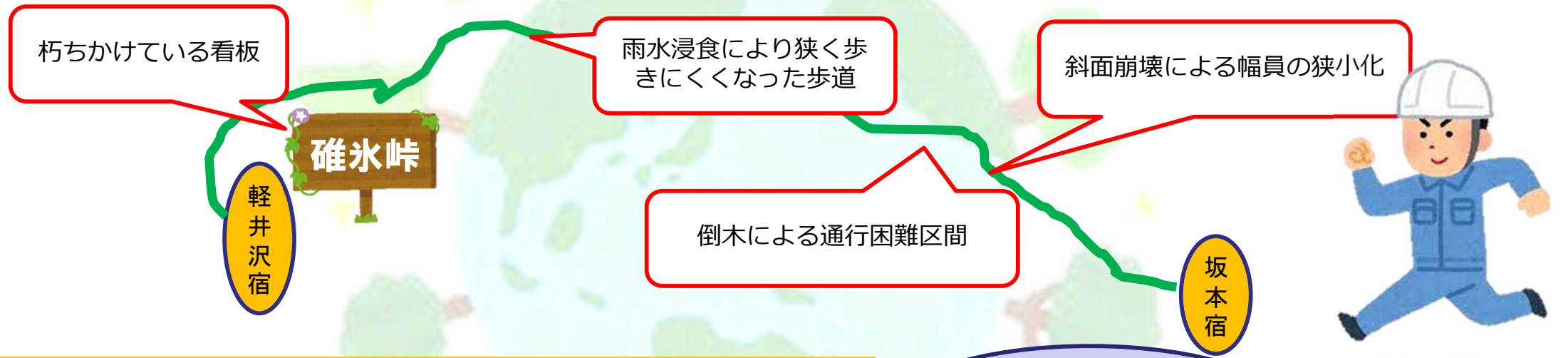
また、電動バイクを使用し、環境配慮型として売ることにも可能です。しかし、電動バイクのバッテリーは、航続距離が短い等、課題が多いため、道の駅等で充電（または交換）できるよう環境を整えたいです。



中山道の存続に貢献しよう！

中山道の坂本宿－軽井沢宿間には有数の難所であった碓氷峠があり、現代においても当時の面影を残す貴重な歴史的街道である。  
一方で、崖崩れや倒木、看板の老朽化など道を保存する上での課題も顕在化している。

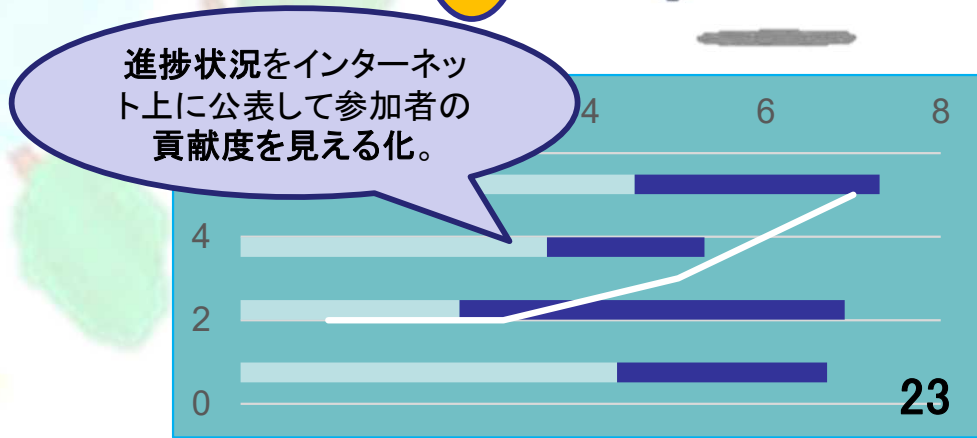
この歴史的にも貴重な道を将来に残すために、観光の力で街道を整備！



これらの課題に対し、清掃や整備を目的としたツアーを開催。  
参加者は危険を伴わない範囲で中山道を存続させるための活動を行う。

- (作業例)
- ・新しい看板の作成
  - ・落ち葉の清掃
  - ・雨水により浸食された箇所への補修

【ターゲット】  
ヨーロッパからの訪日外国人



## 概要

中山道沿いの神社やお寺でもらえる御朱印巡り。当時の中山道に近いルートには現在のJR高崎線、JR信越本線、JR中央本線が走っているため、JRを利用しながら御朱印を集める。対象の寺社でもらえる御朱印と最寄りの駅でもらえるスタンプを集めると特典がもらえる。寺社によっては今回だけの限定御朱印もあり。

## 参加の方法

- ①対象の駅の窓口で御朱印巡りの台紙をもらう。（どの駅から始めても可）
- ②対象の寺社の最寄りの駅まで電車で訪れ、駅に置かれているスタンプを押す。
- ③対象の寺社の窓口で、スタンプが押されている台紙を係の人に見せ、御朱印をもらう。
- ④全てのスタンプと御朱印を集めたら、事務局窓口で提示して、特典をもらえる。

## 中山道沿いの寺社と最寄り駅（例）

- ・眞性寺（巣鴨駅）
- ・調神社（浦和駅）
- ・氷川神社（大宮駅）
- ・勝願寺（鴻巣駅）
- ・瀧宮神社（深谷駅）
- ・金鑽神社（本庄駅）
- ・高崎神社（高崎駅）
- ・咲前神社（安中駅）



## 参考サイト

- ・ JR東日本” 中央線が好きだ。”  
<https://chuosuki.jp/event/chuo-goshuin/>



# 浮世絵の世界を歩こう（例：東海道五十三次をめぐる旅）

## 概要

江戸時代、人々に愛された浮世絵のモデルとなった現地を実際に辿り、現代の風景と見比べながら、歴史と文化に想いを馳せるぶらり旅。  
たとえば、歌川広重で有名な『東海道五十三次』の宿場を実際に訪れ写真に収め、当時の風景と見比べてみるのは一興です。

## ② 浮世絵と同じスポットで記念写真を撮ろう。目指せコンプリート



## ③ 撮った写真は浮世絵風に加工してみよう



## ターゲット

- ・日本文化に興味を持つ訪日外国人
- ・写真好きの国内旅行者

## ストーリー

訪日外国人はもちろん、日本人にとってもエモい『浮世絵』の世界を、実際に巡って現在の様子を写真に収め、時代の変遷を楽しむ街道ツアー。  
“古きを温め新しきを知る”。まさに、温故知新の旅。

## ① 浮世絵のモデルとなった舞台をMAP上で紹介



例：東海道五十三次 箱根宿

# 日光街道「チャリ旅」

## 概要



日光街道は、江戸街道の中で唯一山越えがない比較的平坦な街道で、距離も江戸街道の中で一番短い。各街道を歩いている猛者もいることから、自転車でもなら余裕で行けるはず。日光街道は147キロ。ロードバイクなら平均25km/hなので、6時間弱で走破できる。ママチャリでも15km/hなので、片道10時間で走破できます。往復チャレンジをしてもらって、上級者は1泊2日、初級者は2泊3日の行程で景色とともに楽しんでもらう。

また、休憩所として日光街道沿線の道の駅で休憩してもらうことでその土地の食事などを楽しんでもらう。片道だけでも日光まで来てもらい、1泊して、帰りは電車(スペーシア)で帰ってもらうという方法もあり??

## ターゲット



自転車(ロードバイク)愛好家(初心者から上級者まで)  
体を動かすことが好きな人

## ノベルティ



各道の駅で使える商品券・割引券等(サイクリストにとってうれしいもの。例えばカロリーの高い甘いものや、エネルギーに代わりやすい軽食等)

各道の駅でスタンプラリーを実施。規定数集めるとゴールの日光or浅草で使える食事券をプレゼント。



## 街道沿いの道の駅(一部)



○道の駅「庄和」:埼玉県春日部市  
名物:黒豆、春日部巻き



○道の駅「ごか」:茨城県猿島郡五霞町  
名物:ローズポークまん、八つ頭子コロッケ

○道の駅「しもつけ」:栃木県下野市  
名物:アユの塩焼き



○道の駅「日光」ニコニコ本陣:栃木県日光市  
名物:そば、日光銘菓

## コンセプト

忙しい現代社会につかれた、「癒し旅」をコンセプトにしています。パワースポットや映え写真を撮影できるスポットを巡り、リフレッシュするとともに良い景色や良い温泉旅館等で癒される旅はいかがでしょうか。SNSが好きな若者から癒やしとパワースポット巡りをしたいシニア層まで幅広い方にお勧めできるツアーです。



## ねらい

特に若い世代に人気のSNS (Instagram、TikTok等) で、おしゃれな景色や食べ物、カフェなどを投稿することがある種のステータスになっている。また、どんな人でも忙しい生活を送っているので、少し高級な旅館などでゆっくりしたい、良い景色を見て癒されたいというニーズもあると考える。(高級旅館は内装や景色がきれいで写真映えもする。)  
日光街道沿いは、二社一寺をはじめとするパワースポットやおしゃれな景色が楽しめる映えスポットも多く、温泉地もあることから、道中に映えスポットを巡りSNSで投稿してもらうことで、PRもしてもらう狙い。



## モデルコース (案)



## 4. 訪日プロモーション事業（案）について

※出席者限りの非公表資料