

第2回「江戸街道プロジェクト有識者会議」

令和4年11月1日

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

本日はお忙しい中、ご出席いただき、ありがとうございます。定刻となりましたので、只今より第2回「江戸街道プロジェクト有識者会議」を開催いたします。本日の司会進行を務めます、関東運輸局観光部国際観光課の清水と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、資料の確認をさせていただきます。表紙として「議事次第」、「委員名簿」、「江戸街道プロジェクト有識者会議資料」の3点と、参考資料として、「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」となります。

なお、本会議は議事録作成のために、録音いたしますことをご了承願います。それでは始めに、関東運輸局観光部長の岡村よりご挨拶を申し上げます。

○関東運輸局観光部 岡村部長

関東運輸局の岡村でございます。本日はご多忙にもかかわらず、第2回「江戸街道プロジェクト有識者会議」の開催にご協力を賜りまして、誠にありがとうございます。

5月20日の第1回有識者会議において、確認させていただいた実施方針案に基づき、7月4日にキックオフ・シンポジウムを開催、調査事業を実施すると同時に、対外的な広報活動に活用するリーフレットの作成と配布、地域関係者の課題解決をサポートさせていただくためのマッチング事業等を実施させていただきながら、プロジェクトの土台づくりを行って参りました。

本日の有識者会議におきましては、これまでの取組をご報告させていただくとともに、これから実施予定の内容につきましてご説明をさせていただき、先生方のアドバイスによって、更なるブラッシュアップをさせていただきたいと考えているところです。

先日、岸田総理大臣より総合経済対策が発表されましたが、コロナからの需要回復、地域活性化として戦略的なプロモーションと観光産業の高付加価値化を通じ、コロナ禍で失われた5兆円のインバウンド事業の復活、国内観光やイベント事業の喚起、文化、芸術、スポーツの振興等により、コロナ禍からの需要回復、地域経済の活性化を図ることが掲げられております。

江戸街道プロジェクトにつきましては、まさにこれらの課題をしっかりとクリアしていくことのできる、具体的な取組であると考えておりますので、引き続き、有識者の皆様方のご協力により、着実に進めて参りたいと考えております。本日の会議におきましては、沢山のご意見を頂戴できましたら幸いです。本日は限られた時間ではございます

が、どうぞよろしくお願い申し上げます。私からのご挨拶とさせていただきます。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

続きまして、本有識者会議の委員の皆様を、お手元の委員名簿の順にご紹介させていただきます。

(委員名簿に沿って紹介)

それでは、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、「江戸街道プロジェクト有識者会議資料」に沿って説明をさせていただきます。調査事業、専門家マッチング事業、江戸街道ショーケース、訪日プロモーション事業案の4点となります。

なお、本日は江戸街道プロジェクトに関する取組について事務局からの報告がメインとなります。本来であれば、座長の石田委員に会議の進行をお願いするところですが、事務局から委員の皆様への報告の形となることから、このまま事務局が会議の進行を担当させていただきたいと思っております。委員の皆様、よろしくお願いいたします。

○石田 東生 座長

よろしくお願いいたします。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

それでは、「1. 調査事業」について、事業の受託者であるケー・シー・エス社より説明いたします。

○(株)ケー・シー・エス 森田氏

ケー・シー・エスの森田から調査事業についてご説明をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

(「江戸街道プロジェクト有識者会議資料 1. 調査事業について」に基づき説明)

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

只今の報告について、委員の皆様からご質問やご意見などがありましたら、Zoomの手を挙げるボタンを押していただけますでしょうか。

○丁野 朗 委員

とても丁寧なご説明をいただきましたが、私たちは資料を事前に読んでおり、この後の時間がなくなるとお思いますので、ご説明は簡潔にお願いできればと思います。

私は中部エリアでもアドバイザーをさせてもらっているのですが、中部エリアの昇龍道と比べると、この江戸街道というものは歴史的なリアルがあると思います。そのリアルな部分というものを、皆さんがどのように感じておられるか、ここはしっかりと捉えていきたいと思います。その上で、調査の①～④、これらは非常に必要な調査なのですが、サプライサイドと申しますか、現状がどうなっているのかということのを淡々と調べることは、これは結構だと思うのですが、一番大事なことは、江戸街道、五街道、あるいは、脇往還を含めて、こういうものに対して、皆さんがどのようなイメージ、どういう期待を持っているのかということがとても大事なので、調査⑤については丁寧にやっていった方がいいかと思います。

その上で、調査⑤というのはWebアンケートなので、マスアンケートですよ。おそらく出てくる結果は、大変申し訳ないですが、あまり期待をしていません。おそらく、街道という従来の顧客層というのは、中高年もしくはマニアですよ。けれども、そうではなくて、新しい街道をどのように読み解いていくかということを見る上では、若い人達、特に女性達がどのような思いを持っているか、あるいは、そもそも街道というものに対してどのようなイメージを持っているかということを知りたいので、こういったマスアンケートでは、限界があると思います。例えば、グループインタビューのようなことを丹念にやればとても大変で、またお金もかかるので、あまり色々なことを言えませんが、少なくとも既存の中高年マニア層の他に、若い女性、この辺りの2つぐらいのグループでもよいので、全く違う街道のイメージを持っているはずですよ。そういう意味で、2つぐらいに絞り込んで、それならそこまで手間もかからないと思いますので、グループインタビュー的なもの、もしくは、実際にそういうところに行ってヒアリングしてくるとか、そういう定性的な調査をもう少し丹念にやってもらった方がいいのではないかと思います。

マスアンケートの結果というのは、状況証拠にしか過ぎないと思います。定性的な調査の結果を裏付けるために、Webアンケートをやるということはわかりますが、Webアンケートだけだと、徒労に終わるのではないかと、そういう危惧を持っています。調査についてはそのような印象を持ちましたので、よろしく願いいたします。

○石田 東生 座長

本日はよろしく願いいたします。丁野委員からは、サプライサイドと実際の消費者目線ということでしたけれど、サプライサイドも、今流行っているものとか、観光の中の結構狭いイメージが強いと思います。どこまで広げるかということは、リソースの問題がありますから、十分に検討していただくとして、ポテンシャルの高い、必ずしも上手くいっていない、その他の街道のプロジェクトはかなりありますので、その辺りの活用とか連携ということも、結構重要なのではないかと思います。例えば、国土交通省が行っている日本風景街道とか、あるいは、日本ウォーキング協会が行っている百街道のテーマ別の大きなプロジェクトがありますけれど、新しい点を、線に結びつけていくようなことが1つのきっかけにな

るのではないかと思います。それと、結果の活用のところで、交通連携と書いてありますけれども、スマートモビリティとか観光 MaaS のようなものとの連携も、是非お考えいただければと思います。

あとは、調査⑤の市場のニーズ調査なのですが、これはやはり何となく行うのではなく、ターゲットを明確にすることが大事かというように思いまして、どのように到達するかということは難しいのですけれども、部長のご挨拶の中にもありましたが、インバウンドというものをどのように導くかということです。これも中国、台湾、韓国系と、欧米系とを分けて考えるぐらいの丁寧さがあってもよいのかという気がします。

○ルース・マリー・ジャーマン 委員

本当によく考えられていて、ご丁寧にご説明いただき感謝していますが、根っからの営業マンということで、調査⑤の市場のニーズ調査事業が1番だと思っています。厳しいことを言うようなのですが、このニーズ調査は、ターゲットを絞ることが先で、そのターゲットは誰なのかということが頭に入っていれば、他のコンテンツについての調査等を行っていくと、それぞれの事業者に対して、現在どのようなお客様がいらして、どういったお客様を求められていますかと聞いて、そこにギャップが生じます。私たちが目指したいターゲット層と、例えば人数は少ないかもしれないけれど、現在来ているお客様。そのギャップを埋めるために、どのような事業にしていくかということになります。

今まで色々な国の沢山の事業に関わらせていただいているのですが、まずは現状把握、今どのようなものがあるって、コンテンツを作り上げて、ターゲットに向けてどうやって発信するかという流れが非常に多くて、マジョリティかと思いますが、いつも逆じゃないかと思っています。先ほどもお話にありましたように、インバウンドの中で、これから日本にとって凄く大事なお客様になるのが、台湾、韓国、シンガポール、オーストラリア、米国、ヨーロッパですよね。例えばその中で、プラス日本人の若い女性とかを入れて、いくらぐらいかけて欲しいのかということをもっとシミュレーションして、そのお客様に合わせてのコンテンツ構成になることが、よいと思いますと言いたいところなのですが、そうではなくて、絶対ベストだと経験上考えております。

このままこのプランでやっていきますと、コンテンツが先に来て、そのコンテンツに合うお客様を当てはめるような感じになると思います。今までとあまり変わらないような気がします。まず、お客様をシミュレーションして、平均単価をどれぐらいかけて欲しいか。ただ単純に、街道に興味ある方ということにすると、街道に興味があること、イコール、そこにお金をかけること、には限らないので、予算的に少し余裕があって、歴史に興味があり、ウォーキングが好きといった順番でヒアリングをして、今後それぞれの事業者に対して、現にそういうお客様がもう既に来ていれば、コンテンツを当てるという判断になると思いますが、もう私たちのところは大体、日帰りの団体旅行者で、誰もお金を使ってくれないというような結果であれば、ギャップがあるので、どう埋めていくかというこ

とです。もう少し、この調査⑤を第1優先にしてもいいかと思いました。

○山崎 まゆみ 委員

他の事業と違って3カ年のじっくりと腰を据えた事業ゆえに、非常に綿密なご計画かと思えます。素晴らしいと思えます。そして、貴重なお時間ですので、私が申し上げたいことは他の委員の皆様、ジャーマン委員、石田委員、丁野委員が仰っておられましたので、私は全く別の視点で、むしろ今日はこの話をしたく、この会議に参加しました。このタイミングで言うべきかどうか少し迷ったのですけれども、言いたいことを先に言ってしまおうと思ってお話します。

せつかく3カ年で腰を据えてやられる事業ですし、どうしたら息の長い、この事業をやることで5年、10年、地元の方たちが育てていける事業にできるかと、そればかりを最近考えておりました。その時に、やはり人、誰がやっているのか、息切れをしないのかといったことを凄く考えます。例えば、事例として丁野委員が日本遺産ですとか、様々なネットワークを作っており、あれだけ長く丹念に続いています。事業者さんたちも積極的に参画できているということが、丁野委員を中心に非常にネットワークができていて、事業者さん間の交流が上手くできていて、アウェイ感がなく疎外感もなく、みんなで一緒に各地で進めているというような印象を受けるのです。

来年度は調査検討業務ということで、ご説明を受けましたけれども、調査の時点から参画して下さりそうな事業者さんを集めて、江戸街道と言われても、五街道ならイメージがつかますが、私たち有識者は、散々色々と議論したので江戸街道というイメージがつくのですけれども、そもそも江戸街道のイメージの紙を渡して調査をしてくださいでは、イメージがつかないと思うので、その辺りを揉む場、勉強会やシンポジウムをするということではなく、多少冒頭に勉強会があっても、うちの事業はこのような調査をしてみたい、このような未来を考えている、そちらはどうですかという情報交換など、江戸街道プロジェクトネットワークづくりを、調査の時期から築いた方が皆もわかりやすく、一緒に進めていけるのかと思ひ、人的なサポートのようなものを、この調査と同時にしていった方がよいのではないかと思ひ、今、お話させていただきました。

○高橋 佑司 代理

調査については色々と幅広くされていると思っています。私から言うと、この3カ年だけではなくて、この3カ年をきっかけにして、どう持続的に、その地域で、今回の街道プロジェクトがこれからもずっと続いていくかというところが凄く大事だと思っています。そういう観点でいうと、この調査①のところでは、まず今やられている方々とか、やられている組織をきちんとあぶり出してリスト化していく。ここで、どのような人たちが、どのようなことやっているのかということ、まず知るということは凄く大事だと思っています。

あとは、カスタマー調査のところとも重なるかと思っていますのですが、その地域ごとに、その地域の特徴に対して何か嵌っている方々がいらっしゃって、それが凄く重要だと思っています。よって、嵌っている方々は、何に嵌っているのか、何故嵌っているのか、この辺りが、おそらく先ほど丁野委員がWebだけだとわからないと言ったのは、具体的に何なのか、何故なのか、何故そう思ったのか、これは自分の興味なのか、何か地域側の人の資源なのか、物の資源なのか、自然なのか等、この辺りを具体的に炙り出していけると凄く面白くなるかと思っています。

もう一点、先ほどの持続的という観点でいうと、地域をしっかりと経営していくというか、地域を観光という観点で成り立たせていくためには、その地域のDMOの方々が、街道プロジェクトに対してどういうスタンスなのかということも、ある程度理解していた方がいいかと思っていますので、これから地域を担っていただけるようなDMOとか、観光協会とか、この辺りと、街道プロジェクトの繋がりところで、どのようなことがあり得るのかということ整理できるとよいと思っています。

○宮崎 俊哉 委員

皆さん色々その通りだと思います。私も気になったのは、ニーズ調査のところなのですが、一般的な、いわゆるBtoCというか、個人の観光旅行だけという関わりでもない、幅広さがあるのではないかと思っています。単純に言うとBtoBのようなものについても、特に教育旅行みたいな話など、そういうところについてのニーズも確認した方がよいでしょうし、さらに発展すると、地域との関わり方で、観光庁がされている「第2のふるさとづくり」、あるいは民間の「おてつだび」といった話は、山崎委員のネットワークの話にも繋がるのですけれども、旅行を楽しむだけではなくて、関係人口のような、そちらを作るような、そういう関心を持っている人達のニーズなり、こういうところに探しに行けばよいというようなものも、出てくるとよいかと思いました。

この結果を誰に見せるのかということ、各地の頑張っている、頑張ろうとしているDMOの皆さんへのヒントだとすれば、結構それぞれの地域によってターゲットが変わってくる部分もあるのではないかと思うので、こういうパターンの人たちがいますと決め打ちをあまりせずに、色々なニーズ、ターゲットがあり得るところも、逆に出していてもよいのかと思いました。

次年度以降、エビデンスを持って地域活性化に貢献するということを今後言っていくという話であれば、事例調査のところ、地域の幅広い主体に対して、何が起きているのか、どのようなよいことが起きているのか、教育だったり、文化だったり、あるいは、住民の暮らしそのものがこうなったとか、そういったことも事例調査のところでまとめると、こんなよいことがあるということが上手く伝わるのではないかと思います。

あと2つなのですが、1つは、逆に今言ったBtoBのように、使い方を想定するという観点でいうと、ガストロノミーウォーキングという、街道沿いに色々な地域の食を並べて

歩くというようなものがあり、ガストロノミーウォーキングは、ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構がやられていますけれども、そのような取組と合わせることを、考えてもよいのではないかと思います。

最後なのですが、3年後、これだけのものが、広域関東においてできるということと、併せて、我々も関わっているのですが、大阪・関西万博があります。あれを西でやるのでしたら、それを楽しんだ人は、今度は会場ではなく、広いフィールドとして関東で楽しめますといったような、ゴールではありませんが、組み合わせるのはどうでしょうか。観光庁さんの仕事をしている時に2025年にインバウンドも復活させましょうと。それは大きなイベントとして万博がありますという時に、関東の大きなタマとして仕上げている、連携をする。同じようなことを考えると、あちらで今何をやっているかということ、ボランティアを事前から集めて色々なイベントと一緒にやっという話もあるので、山崎委員が仰ったように事業者のネットワークもありますが、先ほどの「おてつたび」ではありませんが、例えば、「ふるさとワーキングホリデー」とか、色々なことがあったりしますから、ボランティアなど、地域各地でこういう展開をするために、一緒に頑張ってもいいというような人の組織をプラットフォームとして作って、一緒に盛り上げていくということもやってもよいのではないかと思います。

○丁野 朗 委員

今、山崎委員からとても大事な論点が提示されましたので、改めて補足させていただきたいと思います。一昨日まで、日本遺産フェスティバルと言いますか、全国の日本遺産地域が集まって、今年は第7回目の会議が開催されました。場所は下関と北九州、関門海峡です。大体500人くらいの方々が集まりました。要は何が言いたいかということ、担う人たちとか組織が、かなりしっかりしてきたということです。

この江戸街道のプロジェクトというものは、最終的なゴールとして色々な事業を起こしていくということが当然あるわけですが、その起こしていく時の、一種のプラットフォームといいますか、大きな組織、これがどのように構えていくかということが、事業の持続性というところの大きなポイントになるのではないかと思います。これは宮崎委員も仰っていたように、やはり推進母体ですよね、関東運輸局が自ら担っていただけることはとても大事なことなのですが、ただやはり実際の事業というのは現場で動いている人たちが、そこできちんと思いを持って継続してもらわなければなりません。

実は、今回の調査の中に、色々な方々がそういうことに対して、どういう思いを持っていらっしゃるかということ、是非入れて欲しいと思います。調査というのは、意識を掘り起こすという意味があるので、単に調査をするのではなくて、調査をするを通して動機づけを図っていくというような要素があると思います。それは項目としては書きにくいと思いますが、色々なヒアリングする時に、是非、地域の皆さんの思いとか意識を、丹念に拾ってきていただいて、できればそのことをネットワーク化、あるいは、組織

化するところの大きな素材にさせていただけるとよいのではないかと思います。これは全体の議論なのですが、せっかくご提案がありましたので、是非その点をご協議いただければと思います。

○関東運輸局観光部 岡村部長

貴重な意見を沢山いただきありがとうございました。ケー・シー・エス社とも相談させていただきながら、取り組んで参りたいと思います。事業の継続性というところでは、この後に説明をさせていただきますが、マッチング事業として、なるべく地域に沢山、出向いていき、色々な方々とお話をしたいという目的も入っています。そこでおそらく、色々な新たな出会いがあり、人材が発掘されるのではないかと考えています。これも進めながら、今検討しているというところがございますので、ご了解いただければというところがございます。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

それでは「2. 専門家マッチング事業」に移ります。観光地域振興課の宮崎より報告いたします。

○関東運輸局観光部観光地域振興課 宮崎課長

観光地域振興課長の宮崎です。どうぞよろしく願いいたします。私の方からは専門家マッチング事業の概要と、今、届いている相談事例および事例を紹介します。

(「江戸街道プロジェクト有識者会議資料 2. 専門家マッチング事業について」に基づき説明)

○関東運輸局観光部 岡村部長

只今のマッチング事業につきましてご説明をさせていただきました。先ほども申しあげましたように、私どもの方では受け身ではなく、プッシュ型で話を持っていきたいと考えております。宮崎の方から申しあげましたように、先生方をお願いすることが多々あると思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

只今の報告について、委員の皆様からご質問やご意見などがありましたら、Zoomの手を挙げるボタンを押していただけますでしょうか。

○丁野 朗 委員

参考資料の3ページのところに、今、看板商品創出事業で動いてる7つの事業があると

思います。この中では、2次採択の事業が多いので専門家のアドバイス事業は特に行っていないところが多いと思います。ここは関東運輸局が直接絡んでいるところであり、丹念に続けていけば、組織化の1つの端緒となると思いますので、重点エリアとして位置付けていただければと思います。

○高橋 佑司 代理

先ほど調査のところで、委員の方々が話された観点があったと思います。現場に各委員の方が行かれる時に私もそうですけども、自分が言った観点はきちんと自分で聞いてこようと思っています。それがみんなで、できて集まってくるといいなと、改めて思っています。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

次に、「3. 江戸街道ショーケース」に移ります。この議題は、関東運輸局観光部の若手職員を中心に考案された、江戸街道への街道を活用したアイデアを報告するものとなります。

20個ございまして、そのうちの10個をピックアップし、1個あたり、2分程度のお時間をいただいて、これから発表させていただきます。可能性を感じるアイデアなどございましたら、ぜひご意見をいただけますと幸いです。

○関東運輸局観光部国際観光課 河野係長

観光部国際観光課の河野と申します。よろしく申し上げます。この「江戸街道ショーケースの街道観光20のアイデア」というのは、自治体とかDMOとか地域の皆様が地域を盛り上げるために、取り組む参考になればと、作成したものです。それでは、20個の中から10個をピックアップして説明させていただきます。

(「江戸街道プロジェクト有識者会議資料 3. 江戸街道ショーケースについて」に基づき説明)

○関東運輸局観光部 岡村部長

只今、10個のショーケースをご紹介させていただきました。これは、関東運輸局各課の若手職員に自由な発想で作っていただきました。あえて上長の意見は入れておりません。当初は、倍以上の数があったのですが、彼らの中で少しずつ選びながら、20個にまとめたというところがございます。ブラッシュアップを図りながら、できれば、各地域で事業化に結びつけられればよいかと考えてございますが、色々ご意見あると思います。温かい目でアドバイスをいただければと思いますのでどうぞよろしくお願いいたします。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

只今の報告について、委員の皆様からご質問やご意見などがありましたら、Zoomの手を挙げるボタンを押していただけますでしょうか。

○宮崎 俊哉 委員

楽しく聞かせていただきました。最初の資料の話に戻ってしまうのですが、要はニーズとかターゲットみたいところに幾つもアイデアをいただいたのですが、そもそも江戸街道を、あるいは、それを使うという部分に、まだ少し囚われ過ぎなところもあるのかなという気がしています。

より広くこのプロジェクト自体を、みんなに使ってもらうために、先ほどは、ガストロノミーと組み合わせたらどうかというお話を差し上げましたけれども、別に、eスポーツ、ウェルネス、あるいは、アニメと組み合わせてもいいと思います。例えば、ハロウィンの時に、この江戸街道プロジェクトを使おうとしたらどのような使い方があるのかという風に。そもそも、単純に考えて別のターゲットがいると思われるようなツーリズムの形を取り込んでいくといった意味で、少し視点を変えたようなものを、もっとまとめられて、各地に提示をしていくと、より多様なものになっていくのではないのでしょうか。基本線は、何か守らなければいけないと思うのですが、そのような考え方があるということを示すことは大事かと思いました。

○石田 東生 座長

せっかく若い人が一生懸命やって、極めて面白いものができていると思いますので、あまりガチャガチャ言わないほうが逆にいいのかなと思います。でも、こうしたらいいのではないかという思いも沢山ありまして、そういうものを聞きすぎると、面白味がなくなっていくので、適当に割り引いて聞いてください。そういう前置きで申し上げたいと思います。

もう少し、ウェルビーイングと絡むのでしょうか、歩くということを表に出した方がいいのではないかと思います。歩いてお腹が減って、美味しいものを食べて帰ってもらうとか、色々な歩くソフトで色々な発見をしていただくとか、結構大事なことはないかと思いました。

それとワーケーションの話なのですが、ワーケーションを実際に行っている方、あるいは、取り組んでみたいと思っている方と話をしたことがあるのですが、彼らはかなり貪欲でして、単に場所変わってリフレッシュして仕事ができるというだけではなく、その土地土地で何かビジネスのタマ探しをしているところがかなりあります。そういうことも含めて、事業者の仲間に入れるということがあってもいいのかと思いました。

それと、16号線なのですが、これは単にご紹介だけなのですが、東京工大の柳瀬さんという方が、ご存知だと思いますけども、「国道16号線：「日本」を創った道」という

著書において、日本誕生期以来、源頼朝も徳川家康も現在も、これからも極めて大事だということで、それで、江戸街道としての16号線を現在に通ずる道みたいな、そのような視点があってもいいのかなと思います。

○高橋 佑司 代理

本当に皆さんのこれだけ沢山の色々なアイデアがあるのだなと改めて思いましたし、何よりまず素晴らしいなと思ったのが、自分事化を皆さんが行っているという点かと思います。まずは、関東運輸局が、自分たちだったらどうするかということを考える、これを自分たちでまずやってみようみたいなところをされていること自体が素晴らしいなと思います。おそらく、こういうところからどんどんアイデア含めて広がっていくと思っていますので、その観点でいうと、本当になかなか行政っぽくないなという感じです。私も特に細かいところで何かというわけではなくて、大切だと思ったポイントが2つありました。

1つは、今この中にありました、温泉の伝道師など、街道を通じたファンのネットワークです。そういうものを作っていくことが大事だろうと思っていて、それこそ今、広島では、広島県観光連盟が「HIT ひろしま観光大使」ということで、誰でも広島県を好きであれば、観光大使になれるということで、今も1万人以上集まっていて、100万人を目指すと言っているくらい、今どんどんやってらっしゃいます。江戸街道も同様に、江戸街道師として100万人集めようとするれば、すぐに人口的にはできるのではないかと思います、様々な切り口があるのでそういうファンのネットワークを作るということは凄く大事だと思います。

あと、印象的だったのは17ページ目の、お散歩アプリみたいなものがありますけども、凄く大事だなと思います。宿泊旅行というのはどんどん減ってきていて、理由としては、テレビゲームとか、自分の家の周辺のジムとか、自分の周りに家の中を含めて余暇を楽しめる、充実できる場所が増えてきたので、なかなか遠出をしなくなったということも一つの要因としてあると言われています。逆に、自分の生活の中から少し外に出てみようという動きを作るという意味ではすごく大事な提案ではないかと思っています。一般の人たちの生活の中で普段やっていることと、どう掛け合わせるかみたいところで、また色々なアイデアが膨らんでいこうと思っています。

○山崎 まゆみ 委員

大変素晴らしい、関東運輸局の若手の皆様のアイデアを集結されてということで、何だか聞いてるだけでワクワクしました。素晴らしいので更に高付加価値というか、私も、まだぼんやりと自分の言葉にきちんと乗ってないのですけれども、やはり関東運輸局のエリアならではのストーリー、そうしたテーマになっているとは思いますが、例えば、温泉街道みたいなものは、私もシンポジウムでご提案させていただいたり、原稿を書いたことでオマージュしていただき深く感謝申し上げますが、例えば、九州温泉街

道、東北温泉街道とかでも結構パクられるし、同じことができていくその中で、関東運輸局でやるならではの持ち味でもう一声何かがあるかなと思った時に、ふと、何かそこに本物感というか、今回プレゼンいただいた中には凄くエンタメ感満載で、私も会議の度に申し上げてきた、何かメディアが飛びつきそうなキャッチコピーだったり、メディアが飛びつきそうな絵柄ができたとか、素晴らしい練り感があったのですが、もう一声なんか本物感があってもいいのかなと思いました。それはむしろ、事業者さんに専門家の皆さんが入っていき、事業者さんとディスカッションしながらそれを見つけていくものかと思うのですが、温泉に関して私は専門なので、温泉街道はそのまま他の地域がやれるので、関東運輸局ならではの、例えば、関東の温泉療法医、病院の先生に監修で入っていただくとか、関東の病院とアジャストする。特に温泉はファジーなものなので、例えば、何とか温泉は何に効くってというのはいくらでも皆さん仰っているし、私も言えるのですが、そこに更に本物感をつけるとしたら、何とか病院と提携して、これをより本格的に効果が出ますとか、ドクターのコメントが付くことの本物感というものが温泉では考えられます。他のプロジェクトも、本物感なのかもっとエンタメ感に突き抜けるのか、何かもっと突き抜ける何かを、活路を今も少し考えつつ、それを課題にしつつ、事業者さんとディスカッションしていてもいいのではと、ぼんやりではありますが思いました。

○丁野 朗 委員

やはり若い方々が発想したので、非常に柔らかい、よいプランがたくさん出てきていると思いき、大変そういう意味では感心いたしました。今、温泉街道の方は、山崎委員が仰ったように、あまりリアルな街道にこだわらずに、テーマで街道作るというのは、非常にいいなと思います。こういう形だと、今のガストロノミーなんかも沢山できていくのではないかと思いました。例えば、埋蔵金とか戊辰戦争、これはどちらかというとなりが好きな、こういうものは、あるターゲットに対しては非常にヒットするのではないかという感じがします。要は、テーマ街道です。テーマ街道みたいなものをしっかりと実現していくことが必要なのではないかということでした。

2点目は、先月、小田原で全国まちあるきフォーラムを行いましたけれど、この時は、「長崎さるく」、「まいまい京都」、「弘前路地裏探偵団」など、非常に濃い方々が集まって、ガイドであり、同時にマネジメントしている方々が集まった、いわゆる、まち歩きフォーラムいうものを行ったのですが、この中でやはりマネジメントをどのように行っていくのかということが非常に大事なポイントで、それができていれば、色々な街道にどんどん打って出られ、それがないと、やはり事業化しにくいのではないかと思いき、先ほどと同じような言い方ですけど、やはりこのマネジメント組織みたいなものをつくるのがポイントかなと思いました。

特に今回の小田原は、例えば、体に色々な障害を持っていらっしゃる方々も、普通に街を歩ける、これがテーマでした。だから、色々な介護機器だとか、新しいDXといいます

か、そういうものをどんどん導入するということが大きな特色でした。更に紹介すると、古地図です。今回の看板事業でも奈良だとか、堺だとか、京都だとか、幾つか行っているのですが、自分が歩いている場所で、特に江戸街道も古地図上のルートと現在のルートがどう変わってきているのかは非常に興味があるわけで、そういう古地図を使って、うまくそれを表現していくといったようなことを、色々なやり方があります。今日はバーチャルまち歩きのプランが出ていましたけれど、要は、まち歩きと DX といいますか、新しいまち歩きの方法を提案していく、おそらく若い方々がかなり意識してそういうことを考えたのではないかと思いますので、このあたりも非常に面白いなと思いました。

それから最後 3 点目なのですが、実は今「100 年フード」っていうものを、文化庁というか、バックが農水省なのですが、ずっと行っていまして、今年も今月から募集を始めます。全国 131 の 100 年フードがあり、関東は今 14 のフードがあります。フードという意味で言うと、それを繋いでいくなんていうことも当然考えられるのですが、申し上げたいことは、とても大事なこととして、全部スポンサー企業を募ろういうことで実施しています。このスポンサー企業というのは、固有名詞は言いませんけど、色々なお醤油とかお酢とか、色々な会社があります。そういう会社にきちんとサポーターリングしていただくということなのです。例えば、観光分野でもホテルですね、ホテルが色々な料理を出します。その料理の中にその土地の特色があるフードをきちんと出していただくといったことで、ホテルとの提携も今行おうとしているのですが、何かこの事業全体をサポートしてくれるようなサポーター企業ですね、そういうような仕組みというものが、今日色々な違った観点からの提案をしていますけれど、こういうものが必要なのではないかという気がします。

日光街道ではすでに JAF がバックについてくれますし、そういうエリアの全体、もしくはナショナルカンパニーがそういうところに入っていただくのもよいと思います。地元の信用金庫とか、そういうところはもう当然入ってこなければいけませんし、企業応援隊というかその仕組みを、これも同じこと言っているのですが、きちんとできるというのかなと思いました。

○ルース・マリー・ジャーマン 委員

短めで、ポイントだけお話したいと思いますが、やはり拡散というか、発信とか、先ほどの、高橋代理が仰ったのですけれど、そのコミュニティづくりというのは凄く重要だなと思いました。例えば、初年度とか 2 年目くらいまでは、6 ヶ月に 1 回のライターウォーク、フォトグラファーウォークを開催していく。国内でも、ブログを書いている方とか、海外のトラベル雑誌に掲載している人がかなりいるので、その人達に直接声をかければ、例えば、歴史のことを教えながら、この新しい街道を歩くという、歩くだけで本人たちが、どういうところが面白いとか、どういう記事を書くかということを、彼らに思いついてもらう機会を与えるというのは、一つのアイデアかなと思います。

その本人たちが、色々なところで歩いて、こういう風にインスパイアされましたとかいう記事、日本人もそうだし、アジア系のライターさんもそうだし、アメリカとか、カナダとかのライターさんも沢山日本にいたので、そういう人たちと一緒に歩いて世界に伝えていってもらえれば、あまり費用がかからないことですし、自然にそのストーリーが拡散していくのだらうと思います。

でも、全く同じようなノリでそのライターさんだけではなくて写真家、色々な写真を中心にブログを作ったりしている外国人も沢山いるので、例えば、その一緒に歩いて、本人たちが、お互いのネットワークを作りながら、たくさん写真を作って、そうすると何か、共に同じ体験をしているからそこで自然に何だかコミュニティができて、かつ、世界への発信ができると思います。だから、そういうライターと写真家を巻き込むような、アイデアがあったら、更にいいなと思いました。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

次に、「5. 訪日プロモーション事業（案）」に移ります。この項目は、街道を軸とした関東広域エリアにおける訪日プロモーション事業の案であり、資料は、ジャーマン委員のアドバイスを基に作成したものです。併せまして、観光庁事業の看板商品創出事業における街道関連採択分について紹介した参考資料もご紹介いたします。国際観光課の大石より説明します。

○関東運輸局観光部国際観光課 大石課長

関東運輸局観光部国際観光課の大石でございます。本日はよろしくお願ひいたします。私からは、街道を軸とした関東広域エリアにおける訪日プロモーション事業案等について説明をさせていただきます。

(資料「江戸街道プロジェクト有識者会議資料 4. 訪日プロモーション事業（案）について」等に基づき説明)

○関東運輸局観光部 岡村部長

只今ご説明させていただきました訪日プロモーション事業案でございますが、我々、関東運輸局として、自ら実践をしていくということが大事かなと思っておりますので、まず、ショートという形でYouTubeの動画をつくっていこうと思っております。それに合わせて、この街道プロジェクトというものを周知していく、認知度を高めていくことが大事ですから、学生の柔軟な頭で考えてもらったものが非常に必要かなと思っております。我々がまず実践し、説明した上で、きちっと学生さんたちに、コンテストに参加していただく形で来年度、進めていきたいと考えております。ご意見等ございましたら頂ければと思います。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

只今の報告について、委員の皆様からご質問やご意見などがありましたら、Zoomの手を挙げるボタンを押していただけますでしょうか。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

続きまして、議題(2)その他として、観光計画調整官の村田より、江戸街道プロジェクト有識者委員の追加について、提案事項がございます。

○関東運輸局観光部 村田計画調整官

計画調整官の村田でございます。どうぞよろしくお願いたします。私の方からは、有識者会議の委員の追加ということで、少し話をさせていただこうと思っております。

この有識者会議においては、現在、6名の皆さんが委員ということで、それぞれの分野で様々な観点からご意見を頂戴してございまして大変感謝しております。先ほど、訪日プロモーション事業案の話もありましたけれども、その中で、早速、関東運輸局職員による動画の制作・発信を今年度これから始めていきたいと考えております。そこで映像関係の制作・編集の専門家の方にもご参加いただきまして、アドバイスをいただきながら進めていきたいと考えているところです。本日この委員の追加ということで、皆様ご了承いただければ、またこれから人選が決まり次第、またご報告をさせていただきたいと思っております。私の方からの提案は以上でございます。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

只今の提案について、委員の皆様からご質問やご意見などありましたら、Zoomの手を挙げるボタンを押していただけますでしょうか。

○宮崎 俊哉 委員

プロモーションのお話があって映像をとという時に、おっと思ったのは事実でして、本来はプロモーションの前に別の軸になりますけど、江戸街道としてのブランドみたいなのができて、それに沿った形での映像なり、写真なりというものを整備していくのだろうと思っていたのですが、色々なご事情であるのだろうと思います。ただ、特にその動画というか、写真というのが、これから凄くそれも大事なのだろうなと思っていて、各地でこういう事業が展開される時に、同じ品質の写真というものをしっかり撮って、それをデータベースみたいにしておくというふうにしないと、一覧でどこか載せた時に、酷いことになってしまいます。

そのようなことをしっかりと意識的にやられているのが、大分前になりますけど岐阜県です。本格的にインバウンドの取組みを始めた時に、まずは1年間、どうして1年間とい

うと、季節別に写真を撮らなければならないからであり、プロのカメラマンを雇って1年かけて県内の主なところを全部同じ人に写真を撮ってもらったそうです。今でもそのデータベースはあり、申請をして無料で使えますけど、そういったものがあると、本当にその一つひとつのパンフレットの品質が、全体としても上がっていくところがあるので、そういうことに早め早めに取りかかる、トーン&マナーみたいなのを決めていただくという意味でも専門家に入っていただくのはよいのではないかと思います。

追加するのであれば、もう一つ、お題がお題なので、今回の場合は季節だけじゃなく、朝とかですね、1日の時間帯別の写真みたいなものもある方がいいのではないかなと思っていて、去年、奈良の「山の辺の道」というところで、観光まちづくりの地域づくりの話をした時に、皆さんが時間帯によって風情が全然変わるから、例えば、朝とか、天気之急に変わる時も。そこまでは難しいかもしれないけれど、そういうところを味わって欲しいとか、紹介して欲しいという話がありました。そういう観点も含めて、ぜひ、誰でも使えるような将来はそういう画像のデータベースを作るみたいなことも、今後、話題になるプラットフォームの一つとして考えていったらいいのではないかと思います。

○高橋 佑司 代理

私の方で言うと先ほど仰っていただいていた、いわゆる専門委員というところという、この3年間の事業を通じて、やはりこの状況状況で、必要な専門性というものが出てくると思います。そこは適材適所という考え方で進めていかれるのがよいのではないかと思います。

また、映像も含めて、映像も撮るといところもありますし、逆に言うと、若い人たちが筆頭に、色々な地域に行って、様々なショート動画が既にアップされていますので、そういうものを集めてみるという観点も、面白いかなと思いましたので、コメントさせていただきました。

○関東運輸局観光部 岡村部長

ありがとうございます。お話が戻りますけれど、先ほどのショーケースの時に、色々貴重なご意見いただきまして、ありがとうございます。この場にいない若手も沢山おりますので、アドバイスも含めまして、これから自信を持って進めていけと後で伝えますので、よろしく願いいたします。

それと併せまして、新たな委員の追加という形で今ご提案させていただきました。宮崎委員が仰られたように、プロモーションしか決まってないのに、映像を撮ってどうなるのかということもありました。ただ、やはり実践をまず図るべきだと判断しまして、まず撮ってみようとなりました。撮っていく中で、その中でまた色々修正をさせていただきながら、使えるものにしていこうというところで今、中で話し合っ、ご提案させていただきましたので、ご理解いただければと思っています。

○丁野 朗 委員

全体を通してということですが、最後に、訪日プロモーションという話が出てきました、これは非常にこれから必要な分野なのですけど、ちょうど今、JNTOが今月から、日本遺産なんかもそうなのですけど、各DMOに、受入環境整備がどこまでできているか、例えば、通訳案内士とか、ガイドのシステムなどを、確か一斉に調査を行っていると思います。これは他の運輸局も多分そうだと思うのですけれど、どの程度の受け入れができるのか。つまり、せっかく来ていただいてごっさりするようなことをしてはいけませんので、だからそういうことをできたところから優先的にどんどん回していくといったような、そういう考え方というのが観光庁としても、非常に重視をしているポイントです。これはこれからの3年間かけてこの事業やっていく時も、特に訪日プロモーションについては、やはり受入環境整備というか、仕組みというか、こここのところをしっかりと意識しながら進めていっていただくことがとても大事ななと思いました。3年間の事業ですから、非常に重要なポイントかなと思ひまして、最後に発言をさせていただきました。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

ありがとうございました。それでは、委員の皆様からご異論ないようでしたら、有識者委員を1名追加する方向で進めさせていただきたいと存じます。委員の皆様よろしいでしょうか。

委員一同（異議なし）

以上が、本日の議題となります。ここで個別の報告についてだけでなく、プロジェクト全体に対する視点も含めて、委員の皆様から気づいた点やご意見等をいただけますでしょうか。

○ルース・マリー・ジャーマン 委員

感想なのですが、非常に順調に進んでいるようで安心しました。引き続き、よろしくお願いいたします。

○山崎 まゆみ 委員

ジャーマン委員も仰いましたけれども、何か私もここまでスムーズに色々なことが進んでいるとは想像してなかったので、大変素晴らしいと思います。

一つだけ、素晴らしく進んでいるからこそ、余計な話なのですけれども、行政の皆さんの熱があると、地元の事業者さんたちが何となくついてこないような事例が過去に蘇ってきて、うまく事業者さんを早く関東運輸局のモチベーションに持っていけるような、

私が本当に今日申し上げたかったネットワークづくりだったりとか、早いところの人的なサポートみたいなものをお考えになってもいいかなと思っております。関東運輸局の熱量が、事業者さんたちの熱量と同じになるように考えられてもよいのかと思いました。

○関東運輸局観光部 岡村部長

ありがとうございます。ネットワークづくりについては、進めさせていただいておりますので、また時期がきましたらご報告ご提案をさせていただこうかと思っております。

○高橋 佑司 代理

今日は色々とありがとうございました。素晴らしいと思った点で言いますと、本当に関東運輸局の方々が自ら動かれているというところと、今回、中部運輸局の方々も入っていらっしゃると思います。すごく、きちんと地域を面で見た会議体というのは素晴らしいなと思いました。

こういう形で委員の先生方が入られている場を、今年度もまた何回か予定されているかどうか、最後にそこだけを確認できればと思ひまして、質問させていただきます。

○関東運輸局観光部 岡村部長

ありがとうございます。今のところは、有識者会議につきましては年度末にリアルに集まっていたいただいて、今年度の総括というか、中間取りまとめ的な形で開催を考えているところでございます。もし、またその年度末までの間に何かございましたら、皆様、大変ご多忙だとは思いますが、オンラインの形で、開催をさせていただこうかと思っております。そこだけご了解いただければと思います。

○宮崎 俊哉 委員

どうもお疲れ様でした。ありがとうございました。まさに皆さんが仰るように、運輸局の皆さんと地元との間で色々動きができていて、主役がやはり地元の方々だということはその通りだと思います。それはそれとしてというのもおかしいですけども、運輸局としてのプラットフォームという言葉が出てきたけれども、先ほどの人材ネットワーク、これは事業者さんだけではなくて、色々な意味でのネットワークを作ったりですとか、あとはやはり、そのブランディングみたいな話ですよね。江戸街道という言葉が強いので英語にした時にどうすればよいのかというのは、ジャーマン委員と最初の頃から色々な議論があったと思います。これは国内に向けても同じだと思うので、何を表すものかということと、そこをしっかりと作っていくと、それから先ほどの写真・映像のトーン&マナーとか、あるいは、品質管理のところまでは具体的にはいかないのでしょうかけれども、ただ、要件ではないですけども、みんなが同じ方向を向いて、よい商品を作っていくというためにも、やはりブランドというものをしっかりと作らないといけないと思います。

残念ながら日本できちんと、地域のブランディング、国のブランディングもできてないのですが、できている例はほぼほぼなく、JNTO さんともそういう話をできていて、日本全体としても組織もなければ、能力といいますかスキルもないので、どうやってこれから先、日本の観光のブランディングをやっていきたいと思いますかという話をしたところなのですが、他の地域においても同じことですし、今回のような大きなプロジェクトも、ただそれをきちんとやらないといけないことだと思うので、今後その辺がどう進んでいくのか、そこに携わらせていただけるなら大変楽しみです。

○関東運輸局観光部 岡村部長

ありがとうございます。ブランディングにつきましては本当に悩んでいるところでございまして、また暫く、観光部一同、眠れない日々を過ごしていきたいなと思っております。引き続き、ご尽力、ご協力をよろしくお願いいたします。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

ありがとうございました。以上で本日予定の次第はすべて終了となります。石田委員から一言頂戴できますでしょうか。

○石田 東生 座長

引き続きこの調子で、更に色々な人を巻き込んで頑張っていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。ありがとうございました。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

石田委員ありがとうございました。最後に、関東運輸局観光部次長の春山より、閉会の挨拶をさせていただきます。

○関東運輸局観光部 春山次長

観光部次長の春山でございます。有識者の皆様、長時間にわたる会議、お疲れ様でした。本日は現在のプロジェクトの取組状況を主に説明をさせていただきましたが、皆様から沢山の貴重なご意見を頂戴しまして、大変感謝しております。このプロジェクト、今年度は、基礎調査中心に、まさに今、足固めの作業を行っているところです。皆様から頂戴したご助言等は、確実に活かしてプロジェクトを進めて参りたいと思っております。

情報共有なのですが、先週 10 月 28 日（金）の日本経済新聞・電子版、そして翌日 10 月 29 日（土）の日本経済新聞・朝刊に江戸街道プロジェクトが大きく掲載されていたのをご覧いただいたでしょうか。金曜日の電子版のタイトルは「観光巻き返しへ江戸街道プロジェクト 平塚市は家康弁当」というキャッチーなコピーで記事が出ております。この平塚の家康弁当は、先ほど看板商品事業でご説明をしたとおり、平塚市観光協会が行って

います、「平塚の徳川家康聖地化のプロジェクト」で開発しているお弁当が取り上げられました。土曜日の紙面の方は、「江戸街道」魅力高め誘客 官民一体プロジェクト始動 歴史・食・文化、内外にPR」、こちらは全国の朝刊になりますので広範囲に取上げていただいたこととなります。タイトルは異なりますが記事の内容は同じものです。

さて、江戸街道プロジェクトは、このように少しずつではありますが世間に知られてきており、観光関係者や民間事業者からのお問い合わせが少しずついただいているところです。

引き続き皆様のお力を拝借して、まずは今年度末の有識者会議において、皆様にしっかりご報告ができるように取り組んで参りたいと考えております。次回の有識者会議を来年3月に予定しておりますが、リアル開催で皆様とお目にかかれることを楽しみにしております。委員の皆様、引き続きどうぞよろしく願いいたします。以上、閉会の挨拶とさせていただきます。

○関東運輸局観光部国際観光課 清水課長補佐

それでは第2回、東海道プロジェクト有識者会議を閉会いたします。本日はお忙しいところお集まりいただき、ありがとうございました。

以上