

第3回 江戸街道プロジェクトアドバイザー会議
議事次第

日時：3月11日（月）15:00～17:00

会場：（株）リクルート41階スカイルームB
（グラントウキョウサウスター内）

1. 開会

2. 関東運輸局長挨拶

3. 議題

（1）プロジェクトの取組状況と今後の展開

（2）意見交換

4. その他

5. 閉会

【配布資料】

- ・議事次第（本紙）
- ・委員名簿
- ・[資料] プロジェクトの取組状況と今後の展開
- ・[別紙] 江戸料理認証制度（案）

第3回 江戸街道プロジェクトアドバイザー会議 出席委員名簿

(順不同・敬称略)

役職等	氏名	備考
筑波大学 名誉教授	石田 東生	
(公社) 日本観光振興協会総合研究所 顧問	丁野 朗	
(株) リクルート地域創造部 部長	高橋 佑司	
(株) 三菱総合研究所 主席研究員	宮崎 俊哉	
跡見学園女子大学 兼任講師	山崎 まゆみ	欠席
実業家	ルース・マリー・ジャーマン	
(特非) 全国街道交流会議 専務理事	古賀 方子	
足立成和信用金庫 理事長	土屋 武司	欠席
(一社) 関東広域観光機構 専務理事	小堀 明夫	
(一社) 日本ウォーキング協会 事業統括専務理事	井上 成美	
国土交通省 関東運輸局長	勝山 潔	

第3回江戸街道プロジェクトアドバイザー会議
プロジェクトの取組状況と今後の展開

令和6年3月11日（月）15:00-17:00



1. 江戸街道プロジェクトとは

関東には魅力ある観光資源（地域）が数々点在しており、これらをより磨き上げ、観光を通じて地域の活性化をより図るための一つの手立てとして、観光資源が単体ではなく複数で連携すれば相乗効果として魅力度や発信力の向上、集客増が期待できるのではないかとの観点から、関東運輸局が提案している地域連携促進企画

具体的には、

- (1) 繋がりが賑わいを想起させる街道、特に江戸・日本橋を起点とする五街道、江戸及びその周辺の関東圏が日本の中心になり脇道を含めて街道整備が進んだ江戸時代にちなみ、「江戸街道」という概念を用意し、
- (2) 関東圏観光の統一テーマとして関係各者（DMO等）に提示して『いわゆる街道観光』への思いを託すことで関東圏のDMO等同士が結びつくきっかけ（「江戸街道」を契機に動機付け効果を期待）をつくり、
- (3) 街道や脇道の周辺に点在する魅力的な観光資源をPRしながら（プラットフォームづくり）、ロゴマークの活用やシンポジウム等を通じて関係者間の連携機運を醸成するとともに、
- (4) 「江戸街道」という統一テーマの下に、賛同者たる各地域DMO等の実際的な連携を様々な角度（宿場、歴史、温泉、食、分散型宿泊等）から促し、
- (5) 関東広域観光の促進を「江戸街道」という統一テーマでブランディング（高付加価値化、識別化(独自化・差別化)）し、新たな周遊ルート形成、旅行商品開発などの成果が生まれることを期する という取組

2. 現状（これまでの取組）

- (1) 有識者会議の設置（令和4年5月）・有識者会議をアドバイザー会議に発展改変（令和5年6月）
- (2) 推進ビジョンの策定（令和5年4月）
- (3) ロゴマーク作成（令和5年6月使用開始、令和5年12月商標登録）
- (4) リーフレット作成（零の巻～四の巻まで全5巻）
- (5) 街道観光シンポジウム開催（令和4年7月、令和5年7月）・JiFフォーラム共同開催（令和5年11月）①
- (6) オンラインセミナー開催（令和4年度、5年度）
- (7) 専門家マッチング事業（令和4年度、5年度）②
- (8) 実証事業等（街道観光アプリ作成（小田原）、江戸料理、英語講談、分散型宿泊等）（令和5年度）③④⑤
- (9) 街道観光資源の再編集（街道観光プラットフォーム作成）（令和5年度）⑥

3. 今後の展開

ロゴマークの普及・対象の発信力強化、既存・連携中の取組（周遊ルート等）の商品化、新たな周遊ルート等の開拓などにより「伴走から自走へ」

🗨️ 観光地域づくりの支援（P5～7、P21）

各地域づくりに関して「特別体験事業」や「地域観光新発見事業」等、観光庁補助事業を最大限活用した支援

🗨️ 周遊ルートの設定や旅行商品化の支援（P11～12、P13～15、P20）

- ・アドバイザー会議での助言をいただきながら、料理街道や温泉街道といった連携テーマに基づく周遊ルート開発や旅行商品化を支援
- ・観光資源を組み合わせた周遊ルート開発
- ・活用できる観光庁補助事業による支援

🗨️ 街道関連事業のプロモーション支援（P4、P8～10、P16～19、P22）

これまでの取組を引き続き実施するほか、大型B to Cイベント（※自治体やDMOから参加を募りブース等で地域PRを実施）の開催や、江戸街道プラットフォームの活用により、地域の資源を発掘し、資源を持つ街道沿いの市区町村やDMO同士の連携を支援

🗨️ 関東広域観光機構（関東広域DMO）によるインバウンド誘客支援

既存の取り組みの発信力強化・商品化、新規開拓（自治体・DMO連携仲介）など

令和5年度の取組結果と課題等

インバウンド関係者への江戸街道プロジェクトの認知度向上と機運醸成、ネットワーク強化を図るため、「インバウンド大復活！地域分散化戦略と観光DXの未来を考える～街道を活用した観光とともに～」と題したフォーラムを（一社）日本インバウンド連合会（JiF）と共同開催した。フォーラムには、江戸街道プロジェクト委員にもご登壇いただき、江戸街道プロジェクトについてそれぞれの委員の立場からご紹介いただくとともに、街道観光を活用した地域の連携強化について呼びかけた。

開催概要

日時：令和5年11月16日（木）
10:00～17:25
場所：ハリウッド大学院大学
開催形式：現地・オンラインのハイブリッド形式

共催・後援

共催：一般社団法人 日本インバウンド連合会、
関東運輸局、ハリウッド大学院大学
後援：一般社団法人 関東広域観光機構、
日本政府観光局（JNTO）、東京都港区

参加者

会場参加者数 : 117名
オンライン参加者数 : 109名
合計 : 226名

プログラム

午前の部（専門部会）

第一セッション

「ツーリズム&医療・多文化コミュニケーション・地方誘客戦略」

宮崎 俊哉 氏（江戸街道プロジェクトアドバイザー委員）他

第二セッション「地域の魅力発信と観光DX戦略」

高橋 佑司 氏（江戸街道プロジェクトアドバイザー委員）他

午後の部（総合セッション）

基調講演①「街道を活用した観光について」

土屋 武司 氏（江戸街道プロジェクトアドバイザー委員）

基調講演②「建築遺産を活用した街おこし計画

～千住の大橋眼科プロジェクトの挑戦～

阿部 朋孝 氏（㈱阿部養庵堂薬品社長）

基調講演③

「村や沿線を”まるごと”ホテルに見立てる分散型ホテルの事例紹介」

嶋田 俊平 氏（㈱さとゆめ代表取締役社長）

基調講演④「アフターコロナ期の観光立国の進め方」

（一社）日本インバウンド連合会 理事長 中村 好明 氏

特別シンポジウム①

「インバウンド需要の地域分散化戦略～街道観光振興を中心に」

土屋 武司 氏（江戸街道プロジェクトアドバイザー委員）他

特別シンポジウム②

「量（訪日客数）から質（真の日本ファンづくりと高付加価値化）への転換」

岡村 清二（国土交通省 関東運輸局観光部長）他

会場の様子



第一セッション
＜宮崎委員＞



第二セッション
＜高橋委員＞



特別シンポジウム①
＜土屋委員＞



第一セッション
＜会場の様子＞

課題

登壇していただいた委員の発言の時間を十分にとることができず、街道を活用した観光というテーマについて深掘りすることができなかった。

今後の展開

江戸街道プロジェクトを広めるフォーラム等を次回開催する場合には、プログラム構成や開催地をよく検討していく。

空き家・古民家等を再生して宿泊施設に利用するなど、地域一帯で宿泊経営を行うことで、空き家問題の解決や旅行者の滞在、交流の創出等が期待できる「分散型宿泊（アルベルゴ・ディフーズ）」の取組を推進する。

令和5年度は、来年度（6年度）以降に具体的な取組が進められるよう、支援対象選定、現地視察、意見交換を行った。

令和5年度事業の流れ

- ◇本事業の活用希望団体に対してヒアリングを実施
下記2団体を取組支援候補地域として選定
- （一社）かながわ西観光コンベンション・ビューロー
想定エリア・・・南足柄市矢倉沢エリア
- （一社）みなかみ町観光協会
想定エリア・・・谷川ペンションくるみ村、
藤原エリア、猿ヶ京温泉民宿通り

- ◇地域検討会と称し、専門家・有識者を派遣し現地視察、意見交換を実施
【群馬県利根郡みなかみ町・令和6年2月7日】
【神奈川県南足柄市・令和6年2月26日】

- ◇地域検討会のレポートを作成し、専門家・有識者から意見聴取

- ◇各地域にフィードバック

専門家・有識者に対してプレゼンテーションを実施
⇒上記2地域を支援対象地域に選定・取組支援開始

専門家・有識者（敬称略、順不同）

- 高橋 佑司（株式会社リクルート地域創造部 部長）
- 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）
- 土屋 武司（足立成和信用金庫 理事長）
- 俣野 喬仁（株式会社さとゆめ事業創造チーム チーム長）

令和6年度は、令和5年度の取組の進捗状況を踏まえ推進

みなかみ町

【視察行程】

▽谷川ペンションくるみ村

谷川沿いにあり、ペンションが複数軒連なるエリア。閉業となってしまうペンションや事業承継を望む方もいる。

▽藤原エリア

国内屈指の豪雪地域であり、独自の文化風習が残る。ペンションや民宿が点在している。

▽猿ヶ京温泉民宿通り

民宿が複数軒連なるエリアであり、旧三国街道の文化と体験工房が集積している「たくみの里」とを結びつけた観光振興や、広い農村風景が残っている景観を活かした誘致なども可能。

【専門家等意見概要】

- 一つの大きな地域として全てをPRするのではなく、いくつかに分けてブランディングができると良い。
- 「〇〇の街」のように特徴的なものに特化して見せるかたちの方法もある。
- エリアごとの特徴に付随してロケーション、温泉といったものがあることをPRしていくようなかたちが一番良い。
- 御宿場印等の来訪していただくためのツールを増やしていくことが必要。
- ウォーター街道、ウォーターツーリズムとして、水と温泉推しでブランディングをし、同時並行で空き家の活用を考えたらどうか。
- 日本の水が綺麗で柔らかいことが説明でき、学べて体感できると、インバウンドの方にとっても魅力的。
- 宿泊施設と食事の場所との交通アクセス、2次交通についてセットにして考えていくべき。自動運転のバスの活用や食事を輸送するというのもあり。
- 地域の金融機関などを巻き込みながら、産学公金含めながら作っていくのはどうか。

南足柄市

【視察行程】

▽夕日の滝

首都圏から近い滝行が無料でできる場所。新緑、紅葉と四季折々で楽しみ、夏はキャンプ場が開かれ水遊びでにぎわう。

▽矢倉沢エリア

足柄古道、矢倉沢往還が通り、歴史や自然に触れることができるエリア。

▽さねかたファーム

約7000坪の敷地で様々な果実や樹木を育てており、収穫体験や桜の植樹体験など、農家の人とのふれあい交流が可能。

▽大雄山最乗寺

福井県の永平寺、鶴見の総持寺に次ぐ格式のある曹洞宗のお寺。南足柄市の観光のコアスポット。

【専門家等意見概要】

- ビジター系（日帰りの一般的な日本人）とコミュニティー系（外国人、その周りにいる日本人）に分けて集客等の目標を作ると良い。
- 日本在住の外国人なら、日本のルールに慣れており、日本の文化や人に対する関心等、基礎ができていますので、最初のターゲットに良い。
- 日本在住であっても外国人は情報が不足していることが多いので、分かりやすい動線さえ作れば、どこでも行くようになる。
- 体験コンテンツや宿泊施設がつかれないにしても、まずはできる範囲で、例えば地図を渡してご案内するだけでもご満足していただける方もいる。
- 小田原や箱根と差別化して、2、3泊目の旅程上で立ち寄ることを見据えたコンテンツ作りも良い。
- 一つのエリアをしっかりと楽しんでもらう泊・食・遊の環境をつくり、それを円的につなぎ合わせていくところに重きを置いてもいい。
- 土地があれば、可動式のトレーラーハウス等、暫定的な宿泊設備を置いて試してみてもいい。また、既存の宿と連携を取る方法もある。空き家を使う場合、時間もお金もかかるので、現実のスピード感や潮流に合わせて考えていけると良い。

本実証事業では、アプリを活用した街道観光振興のニーズや有効性の検証、アプリの利用率を上げるための課題や改善点等を抽出するための調査を実施。

既存アプリを参照した検証用の街あるきアプリを導入し、街道観光への誘客と周遊促進・消費拡大への効果及びその有効性を検証するとともに、実証で得られた結果をもとに他地域へ横展開するための課題や方策を検討。

実施概要

- ① 実証エリア：神奈川県 小田原市内
協力連携：小田原市/小田原市観光協会/小田原まち歩き実行委員会
- ② 実証期間：令和5年11月15日(水)～令和6年1月31日(水)
- ③ ターゲット：年齢・性別・国籍問わず全ての方を対象
- ④ 搭載機能：右記参照
 - 周遊促進：小田原の観光スポット、歴史・文化や食・伝統工芸品など名産品のストーリー紹介
 - コミュニティ：いいね！フォトコーナー
(写真投稿機能)
 - エンタメ：万歩計機能の搭載
- ⑤ 利用促進PR
 - 現地PR：11月18-19日(土日)、12月16-17日(土日)
 - メディア告知：「歴史人WEB」にPR記事掲載および「歴史人(本誌；紙媒体)」に広告記事掲載
 - 協力連携先によるPR
 - ・小田原ガイド協会等による参加者への利用促進PR
 - ・チラシ設置：小田原駅観光案内所、MINAKA小田原(駅連結の商業施設)、小田原城址公園(Ninja館・SAMURAI館)、小田原市観光交流センター、小田原宿なりわい交流館、協力店舗、等

⑥ 効果検証

- アプリ利用者の移動ログ分析
- 利用者満足度調査(利用者アンケート)

⑦ 次年度以降の他地域への展開と手法の検討

- 横展開に向けた課題の抽出

検証用アプリ搭載機能

コミュニティ

周遊促進・消費拡大

GPSポップアップ
(観光スポットの情報配信、小田原の歴史や名産品のストーリーの紹介)

- ・GPSの位置情報により近くの観光情報をポップアップで表示
- ・小田原の歴史・文化や、食・伝統工芸品など名産品のストーリーを紹介

エンタメ

万歩計機能

- ・街道を歩ききっかけや楽しみの創出

アプリ画面イメージ



近くのお得情報 いいね！フォト発信

いいね！フォト (写真投稿機能)

- ・旅行者が撮影した写真・コメントをアプリで投稿
- ・写真専用サイトに掲載し、アプリ利用者間での共有閲覧が可能

フォト ライブラリー



結果（中間報告：データは現時点の速報値）

(1) アプリの移動ログ分析 ※ダウンロード数（Android:247・iPhone:426）

- ・実証期間は、2023年11月15日～2024年1月31日の11週間である。
- ・得られたサンプル数は645。移動ログは、1分毎にプロットを取得する設定。
- ・属性は50代以上が多く、外国籍の方のサンプル数は71だった（表1）。

(2) 得られたサンプルの特性・「ヒートマップ」（滞留状況・100mメッシュ）

- ・全サンプルのうち、6割程度は周遊を5分以上継続している（図1）。
- ・小田原城スタートのサンプルが最多だが、傾向は同様だった（図2）。
- ・よって、以降、周遊時間5分以上のデータで図化・解析を実施。

表1 サンプル属性

全体	645
国内来訪者	574 89%
外国籍	71 11%
男性	302 47%
女性	320 50%
無回答	23 4%

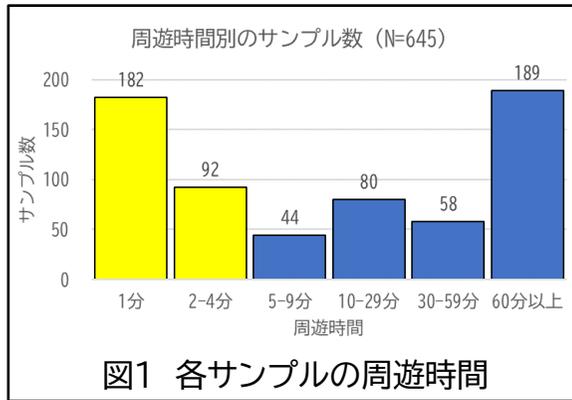


図1 各サンプルの周遊時間

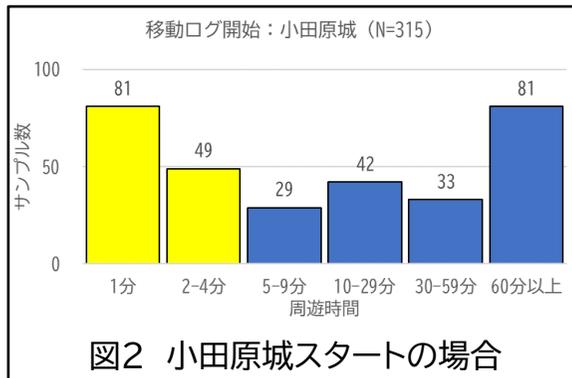
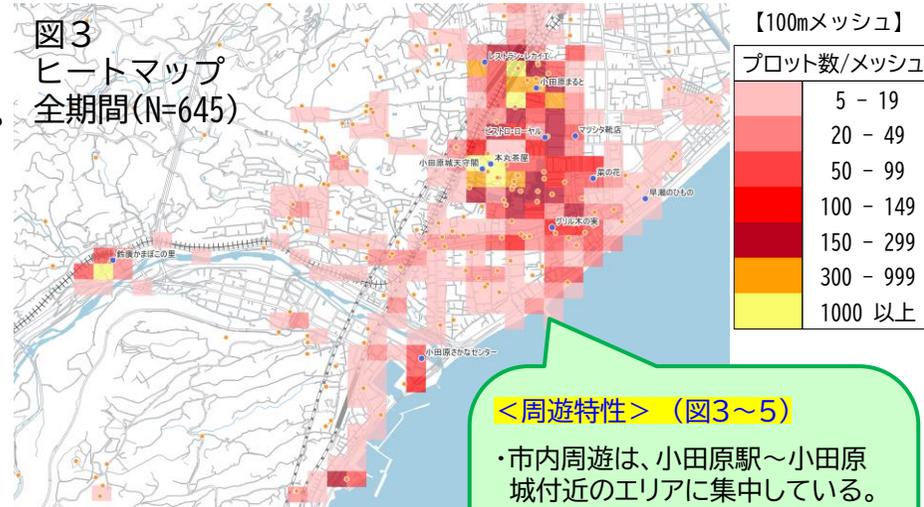


図2 小田原城スタートの場合

図3 ヒートマップ 全期間(N=645)



<周遊特性> (図3~5)

- ・市内周遊は、小田原駅～小田原城付近のエリアに集中している。
- ・さらに広域へと周遊した事例は、平日に少なく、休日に多かった。
- ・広域周遊の行先は、かまぼこ通り、御幸の浜、小田原漁港など、江戸街道アプリに掲載した観光スポットをたどる周遊がみられた。

図4 ヒートマップ 休日(N=490)

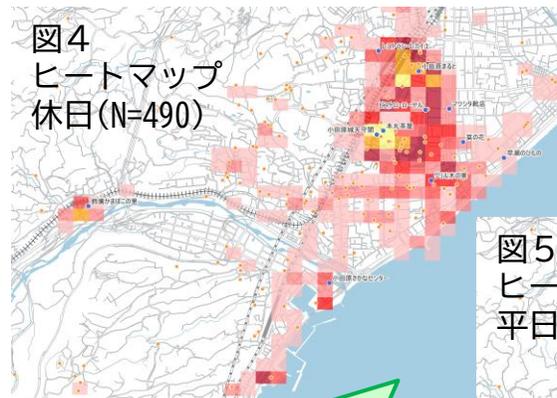
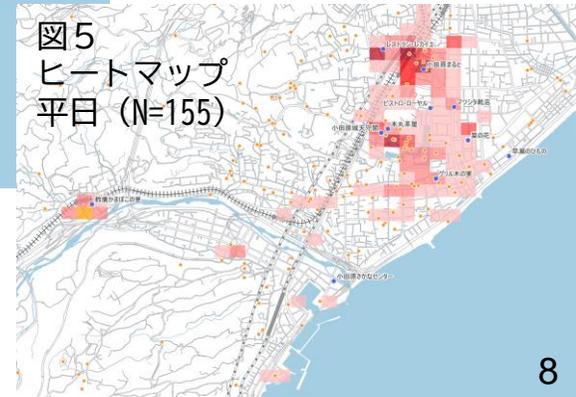


図5 ヒートマップ 平日(N=155)



<今後の検討の進め方>

- ・平日・休日の違いのほか、サンプル属性の違い等を踏まえて、小田原市街地における周遊特性について深掘りする。

結果（中間報告：データは現時点の速報値）

(3) 利用者アンケート調査の結果

・アンケート回答総数は144件。属性は、年代別にみると50代以上が多いが、それ以外に大きな偏りはない。

図6：アプリの活用場面は「旅ナカ」の情報検索が多かったが、「旅マエ」での利用も上位（3位）に入った点は注目される。

図7：地域の食や伝統工芸など「生業に根差したストーリー」の提示が評価された。また、観光スポット情報のポップアップ通知機能が役に立ったと評価された。

図8：満足度評価（10段階）は、低評価（評価1～3の合計）の割合が10%だったのに対し、高評価（評価8～10の合計）は24%だった。

図6

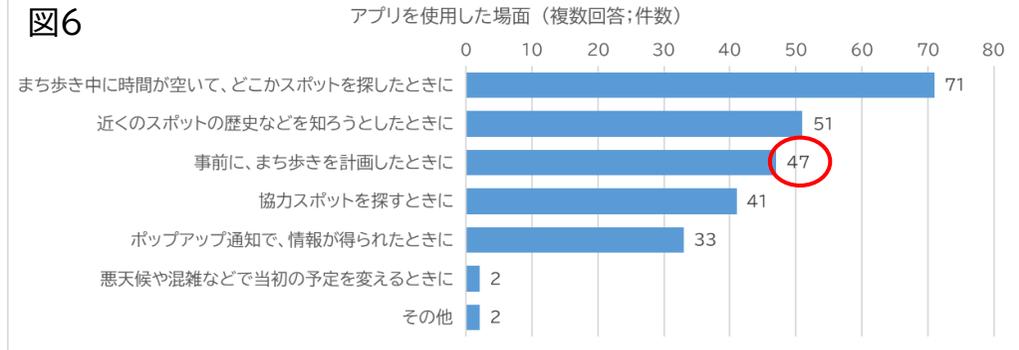


図7

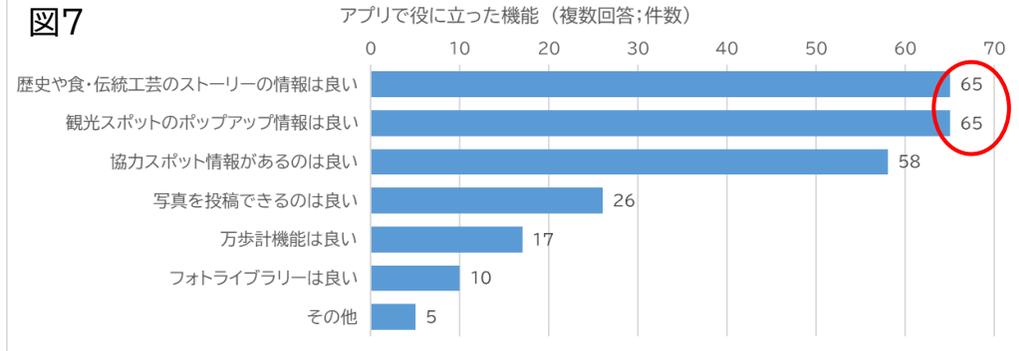
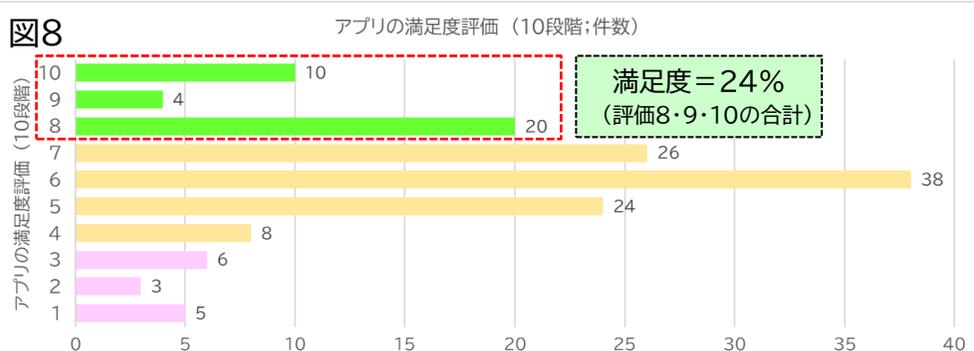


図8



課題

旅マエ機能の充実という観点～誘客と周遊促進を図る「旅マエ・コンシェルジュ機能」の充実～

・観光アプリは、「旅ナカ」での活用に加え、誘客・周遊促進効果を期待できる「旅マエ・コンシェルジュ機能」、とりわけ地域の生業に根差した食など名産品のストーリーへの関心を喚起するような、魅力的な提示方法を模索することが課題。

アプリ利用率向上のための取組み

・利用者から評判の良かった「歴史や食・伝統工芸などのストーリー性」や、「観光スポットのポップアップ情報」など、アプリを使ってもらうための魅力的なコンテンツの更なる充実が課題。

今後の展開

・アプリを活用した街道観光振興のニーズ、有効性（誘客と周遊促進、消費拡大への効果等）及び、アプリの利用率を上げるための課題や改善点について整理したうえ、関係者（自治体やDMO等）に情報展開を行う。

目的

江戸料理をテーマとして、その魅力や歴史にクローズアップし、外国人観光客に向けた新たな観光コンテンツとして活用。広域関東エリアにおける消費額拡大や高付加価値なコンテンツ造成の推進を図る。

千住宿江戸料理のメニュー開発

1 江戸料理研究家による開発

- ・料理研究家冬木れい先生の派遣
- ・旧千住宿にある和食板垣が協力
- ・和食板垣料理長と冬木れい先生による意見交換
- ・地域の食材である千住ネギや足立菜を料理に活用



開発メニューの一例

2 試作メニューの完成、試食会

- ・足立区関係者のみなさまにご試食・千住宿江戸料理と称するにあたってのご意見をいただいた。



試食会の開催

江戸料理を宿場観光に組込

まち歩き+江戸料理体験

- ・海外展開を視野に実際の観光体験に組み込んだ成果を確認するため、観光まち歩きに江戸料理体験を加えたモデルツアーを実施
- ・インフルエンサー(Megan氏)に体験してもらい、インバウンドへの訴求に向けた検証を行った。



千住宿まち歩きの様子

江戸料理の訴求展開

1 千住宿江戸料理のお披露目会開催

- ・有識者、旅行会社、地域団体、宿泊事業者等の影響力の高い方々をお招きし、開発メニューの提供と本事業の趣旨を認知していただいた。



お披露目会の様子

2 訴求媒体の制作

- ・イメージ動画の制作
- ・散歩の達人での記事制作
- ・その他記事掲載、新聞1件
WEBメディア2件、雑誌2件
- ・在日外国人インフルエンサーによるSNS(TikTok、Instagram)発信



各訴求媒体の制作

3 江戸料理体験セミナー開催

- ・パネルディスカッションを開催、観光の有識者をファシリテーター、江戸料理の有識者をパネリストに据えたコラボレーションにより江戸料理の観光活用について議論を深めた。
- ・参加者には江戸料理の試食を実施、座学だけでなく体験型のセミナーとして開催。



体験セミナーの様子



課題

①江戸料理の認知の低さ

- ・本事業の体験セミナー参加者は江戸料理を初めて聞く人が多く、「江戸料理」は和食や京料理などに比べると認知度が低い。
- ・本事業では、事業趣旨に賛同した多くの報道・出版社が取材に協力してくれたものの、これは一過性のものに過ぎず、継続した発信が求められる。

②江戸街道プロジェクトとしての江戸料理の定義

- ・「江戸料理」の言葉には2つの意味があり、「東京の郷土料理」という意味と「江戸時代の料理(全国が対象)」という意味が挙げられ、定義を明確に示し、広域関東でのコンテンツとして示すことが求められる。
- ・江戸街道プロジェクトの趣旨を踏まえた江戸料理とは、街道を通じて伝播した、江戸をルーツに持つ技法を活かした料理を指すものを定義として、今後、詳細を固める必要がある。

③広域関東内のどこで江戸料理が食べられるか

- ・実施したセミナーで江戸料理はどこで食べられるのかといった声があった。
- ・他方、古い料理店は承継問題も抱えていることが指摘されている。
- ・①や②の課題解決と併せて、地域に誘客する環境を整え、料理店を支援する仕組みが求められる。

今後の展開

①「江戸料理」訴求の継続

- ・江戸料理の効果的な訴求について検討する。例えば、固定の読者を持つ月刊誌で、街道シリーズとして「江戸料理」を取り上げることで報道・出版関係者が、ビジネスとして関わり、江戸料理の認知向上を積極的に訴求できる環境を整えたい。

②「江戸料理」定義の策定

- ・本事業において、江戸料理を「江戸時代に江戸の地で発祥した料理文化、和食のルーツであり、街道を通じて日本全国に伝播し、今でも郷土料理の多くに名残を残しているもの」と定義づけた。
- ・本事業で定めた定義を基に観光や料理等の有識者の意見を踏まえて、定義の詳細な部分について定めていきたい。

③江戸料理の普及・認知度向上

- ・江戸料理の体験が出来るイベントを開催することにより、江戸料理の普及を図る。また、江戸料理を食べることができる店舗一覧のパンフレットを作成し、ホテルや主要な駅に設置し、認知度の向上を図る。

街道沿いで古くから語り継がれてきた伝説や逸話等の歴史的文化資源を活用した「インバウンド向け講談会」を企画。誘客効果検証事業として、令和5年8月の本所講談会に引き続き、令和6年2月に東京都足立区千住で講談会を実施。

イベント概要

公演名：The seven wonders of senju
～あなたの知らない「千住七不思議」の世界～
日時：令和6年2月28日（水）、29日（木）
第1部：15時～16時
第2部：17時～18時
料金：無料（予約制） 各回定員15名
場所：慈眼寺本堂（東京都足立区千住1-2-9）
演目：琵琶弾き語り「奥のほそみち」（日本語）（川嶋信子）
講談「そば閻魔」（日本語／英語字幕）（神田ようかん）
講談「千住大橋と大亀」（英語）（神田ようかん）

英語通訳ガイド付き街歩きツアー（講談会と同日開催）

各日：13時30分～14時30分
料金：無料（予約制） 各回定員15名
行程：北千住駅～宿場町商店街～ほんちょう商店街～
東京芸術センター前広場（御宿場印マルシェ会場）

御宿場印マルシェ2024（足立成和信用金庫主催で同日開催）

場所：東京芸術センター前広場（足立区千住1-4-1）
内容：御宿場印PR、物品販売 等

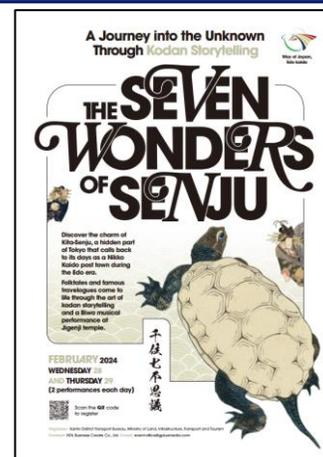
講談会参加者

2月28日（水）①12名（予約12名）
// ②2名（予約6名）
2月29日（木）①14名（予約14名）
// ②11名（予約11名）
合計 39名

街歩きツアー参加者

2月28日（水）8名（予約10名）
2月29日（木）12名（予約13名）
合計 20名

広報用チラシ

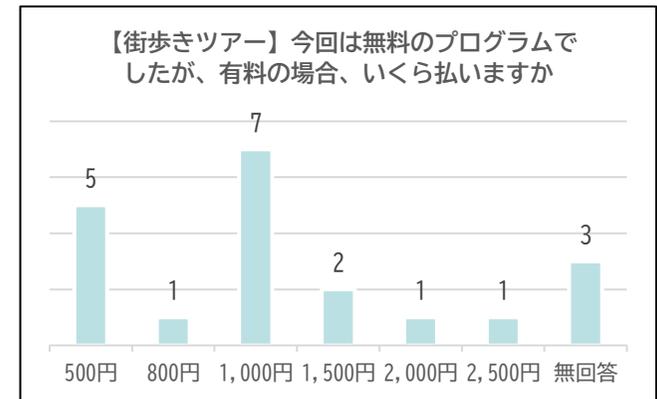
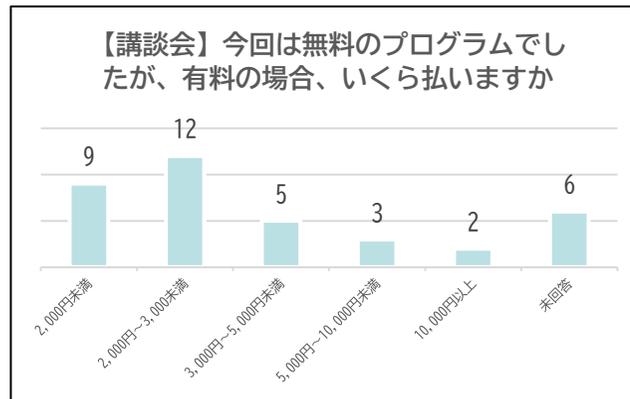
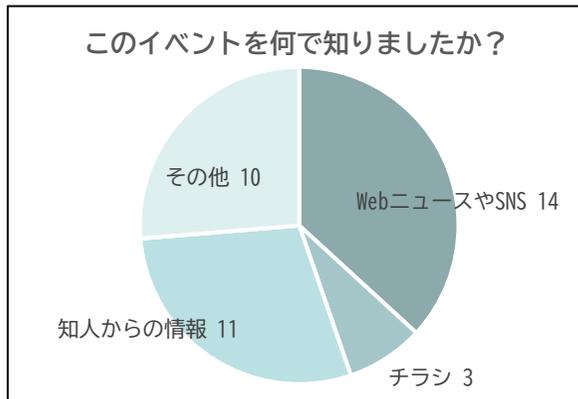
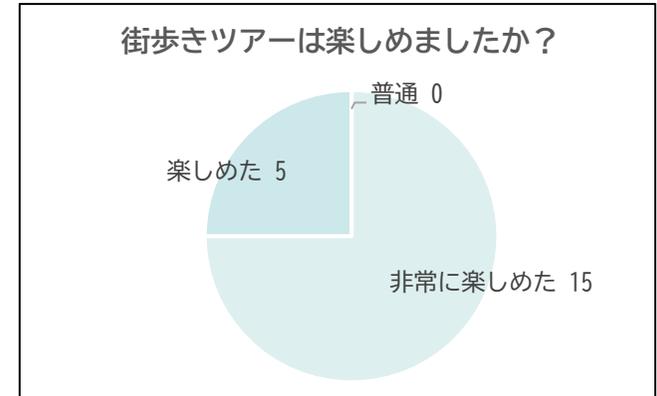
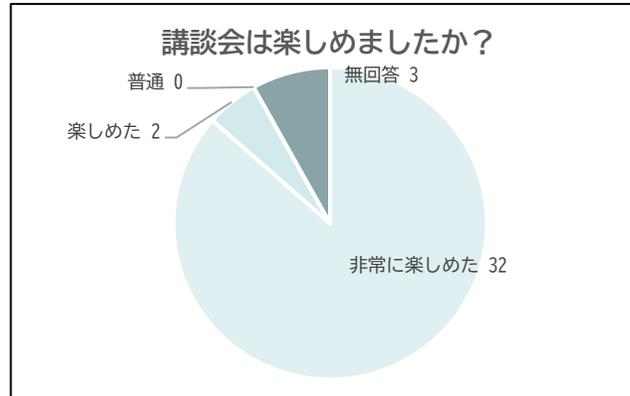
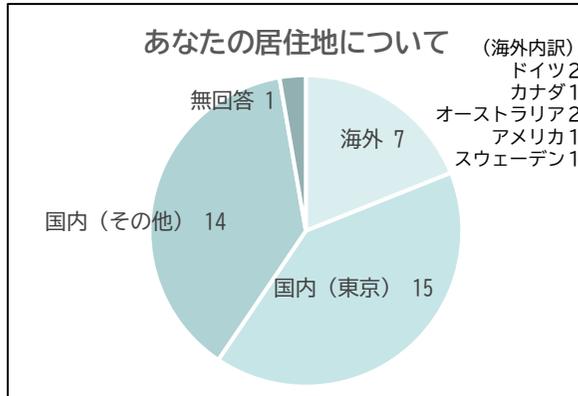


WEBメディアでの広報のほか、都内ホテル、商業施設及び日本語学校等50箇所にて約1,800枚を配架。
コンシェルジュ対応可能なホテルでは、コンシェルジュ対応を個別調整。

当日の様子



アンケート結果 (速報値 回答数：37)



アンケート結果 (感想)

- I was in kita-senju before so I thought it would be a nice experience to learn more about this area. I really liked the performance.
(以前北千住に来たことがあったので、この地についてもっと知ることができて良い経験になると思いました。パフォーマンスがとても気に入りました。)
- I wanted to explore kita-senju as its my first time here, and also first time to experience kodan.
(初めての北千住、そして初めての経験なので北千住を探索したいと思いました。)
- I learned a lot and felt the beautiful history of Japan.
(たくさんのことを学び、日本の美しい歴史を感じました。)

第1回「本所講談会」での課題等

調査業務事業報告書 (R5.10) より抜粋

集客・ターゲット設定	<ul style="list-style-type: none"> 「講談」、「七不思議」が何か分からず本コンテンツだけでは集客が難しいことから、その他の観光コンテンツ（食事、名所巡り、宿泊）等とセットで売り出すことが望ましい。 旅行目的によってコンテンツに求めるもの（エンタメ性、歴史に深く触れる等）が異なるため、ターゲットの設定と、それに合わせた演出の工夫が必要。 日本文化や歴史に触れられたことに感動する声が多かったことから、文化・歴史好きの欧米豪などのターゲットが望ましい。
英語	<ul style="list-style-type: none"> 日本語自体をもっと楽しみたいという意見あり。 英語ができる出演者がいない場合、無理に英語でのスクリプト作成をせず日本と英語を織り交ぜる、モニターに翻訳を投影する等の対応も検討可能。
説明	<ul style="list-style-type: none"> 説明が長いという意見あり。理解の一助となる内容に絞るか、リーフレットに記載する等の工夫が必要。
会場	<ul style="list-style-type: none"> 椅子の固さへの意見あり。長時間の体験になるため居心地の良さを整える工夫が必要。



第2回「千住講談会」で配慮した点

集客・ターゲット設定	<ul style="list-style-type: none"> 「講談」の魅力について、インバウンドでも興味を持てるよう解説・特集したWEB記事を作成。 講談会の実施に合わせて、千住七不思議の舞台となった場所等を巡る「英語ガイド付き街歩きツアー」を実施。 足立区、足立成和信用金庫の協力により、「御宿場印マルシェ」を同日開催（街歩きツアー行程に組み込み） 講談会会場に「御宿場印ブース」を併設。 欧米豪をターゲットに設定したうえで、欧米豪に訴求力のあるJAPANTODAYでWEB広告記事を複数回配信。 その他、MATCHAへの記事掲載も実施。 ホテルへのチラシ配架について、ラック配架のみでなく、コンシェルジュ対応可能なホテルには個別に協力を依頼。
英語	<ul style="list-style-type: none"> 千住にゆかりのある松尾芭蕉の「奥のほそみち」をテーマに日本語による琵琶弾き語りの演目を実施。 英語による講談のほか、日本語を主体に一部英語を織り交ぜた短話の講談を実施。 演出として、ふすま絵に英語字幕（場面説明）を投影。
説明	<ul style="list-style-type: none"> リーフレットに演目解説のほか「千住七不思議」の解説等を記載し、説明を省略できるよう配慮。
会場	<ul style="list-style-type: none"> 背もたれ付の柔らかい椅子を客席に設置。 寺院の協力により、本堂での講談会開催を実現。

今後の展開

足立区での事業展開

2025年に「千住宿開宿400周年」を迎えることから、機運醸成を図りながらイベント有料化等による『自走』を目指す。

他地域への展開

本事業の取組事例をパッケージ化し自治体・DMO等への横展開を予定。

事業の目的

本検証事業は、地域の観光コンテンツやPRツール等を集約し、広域関東における街道観光の情報を一元提供できるプラットフォームの構築に向け、検証用のサイトを制作・実証運営し、インバウンド及び国内旅行者の来訪のきっかけ作りや、周遊促進に対する有効性の検証を行った。

また、次年度以降の本格的なプラットフォームの構築・運用に向けた課題を抽出し、運営体制を含め具体的なコンテンツや方策の検証・整理を行った。

実施概要

① 検証用サイトの掲載コンテンツ

- ・ 街道関連サイト検索（おすすめ検索機能）
- ・ 特集記事 4宿場（千住、小田原、勝沼、桶川）
- ・ AI機能を活用した旬のイベント情報サイト
- ・ ビジュアル・アーカイブ
- ・ コミュニティ機能（旅行者からの投稿（インスタグラム））
- ・ 江戸街道プロジェクトの概要 など

② サイト利用促進のための方策

- ・ 関連団体のHPやSNS等を入り口として、当サイトへ誘導するためのメディア戦略の構築、効果の検証
- ・ 検索エンジンのSEO対策

③ 検証用サイトの効果検証

- ・ アンケート調査（利用者向け／自治体・旅行会社等向け）
- ・ アクセスログの分析（グーグルアナリティクスを活用）
- ・ ヒアリング調査（自治体、旅行会社、サイト管理者）
- ・ 街道観光振興への波及効果の把握
- ・ 本格運用に向けた課題の整理

④ 次年度以降の実用化に向けたプラットフォーム完成図の提示

検証結果を踏まえ、具体的なコンテンツ、デザイン、サイト運営・管理手法等の完成図を提示

街道観光プラットフォーム(仮称)



街道観光プラットフォームトップページ



江戸街道のみどころ検索ページ



旬のイベント情報(AI機能)ページ
外部サイト



特集ページ(千住宿)

実施結果

検証用ポータルサイトの公開期間

令和6年1月30日(火)～3月22日(金)まで

- (1)アクセスログ分析(2/23時点) ※Googleアナリティクス集計
- ユーザー数(サイトに訪れた数):285
 - セッション数(アクセスした数):382
 - 表示回数(ページごとの閲覧数):1,257

(2)アンケート／ヒアリング結果

①利用者目線(旅行者目線)からの主なご意見

- ・デザインレイアウトについては高い評価(8割以上)を得られた。
- ・街道をフックに観光資源をPRする視点は斬新。
- ・江戸街道について詳しくない人の指針になる。江戸街道の説明をわかりやすいところに掲載したほうがいい。
- ・旬のイベントは、今実施しているイベントが集約されていてよい。
- ・英語だけではなく、他の言語も増やしてほしい。

②旅行会社側からの主なご意見

- ・広域の情報を一元化で入手できるのはよい。今後、各地域の細かい情報(トイレ、駐車場、食事処(大きさなど))があるとよい。
- ・顧客向けの資料作成やコンテンツ造成に役立つ。
- ・写真の著作権等がクリアになっているとよい。

③自治体側からの主なご意見

- ・江戸街道に関連する自治体間で連携・PRの機会が持ててよい。
- ・継続的にサイトを管理していくために協力はしたいが、できるだけ負担がかからない方法を検討してほしい。

④既存サイト運営者からのご意見(課題点)

- ・イベント情報や地域の情報の管理更新
- ・サイトを運営していくためのマンパワーや予算の確保
- ・セキュリティ対策の更新

課題

利用しやすく(閲覧者、旅行会社、自治体等各視点でのサイト改良)

検証用のサイトとしてベースとなる基盤はできたが閲覧者、旅行会社、自治体等の各視点から、更なる利用しやすさを考えて更新していく必要がある。

やさしく(検索のしやすさ、情報のわかりやすさ、多言語対応など)

モニター調査を定期的に行いながら、だれもが活用できる内容の更新が必要である。

継続的な管理運営(人材確保、予算確保、体制構築など)

サイトを継続的に運営するためには、情報の更新やメンテナンス、アクセス解析などの対応が必要になる。対応すべきことを整理し、運営できる人材の確保や体制を構築する必要がある。

課題	解決策案
ユーザー数・セッション数・表示回数の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・SEO対策 ・ターゲットの把握(分析) ・プロモーション実施
コンテンツ(情報)の収集	<ul style="list-style-type: none"> ・キーワード検索の更新
セキュリティの向上	<ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティ対策に関する情報収集及び見直し
ホームページの操作性を向上	<ul style="list-style-type: none"> ・サイトの見直し
WEBマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> ・定期的なアンケート調査(閲覧者、自治体、関係者等)
サーバーの管理(サーバー及びドメイン費用含)	<ul style="list-style-type: none"> ・運用管理する人材の確保 ・費用・予算の確保

今後の展開

確実な運営体制の構築

今年度は、検証事業としてベースとなるテストサイトを構築し、一定程度のニーズや課題を整理することができた。

次年度以降、サイトの運営主体を整理し、確実に運営できる体制を構築する必要がある。

自治体や観光関連事業者等との連携

街道観光プラットフォームは、運営管理者のみでサイトを運営することはできない。江戸街道に関わる自治体や情報を利用する旅行会社や観光協会・DMO等、関係者との協力の取り付けと連携が必要になる。

江戸街道プロジェクトのポータルサイトとして一元化

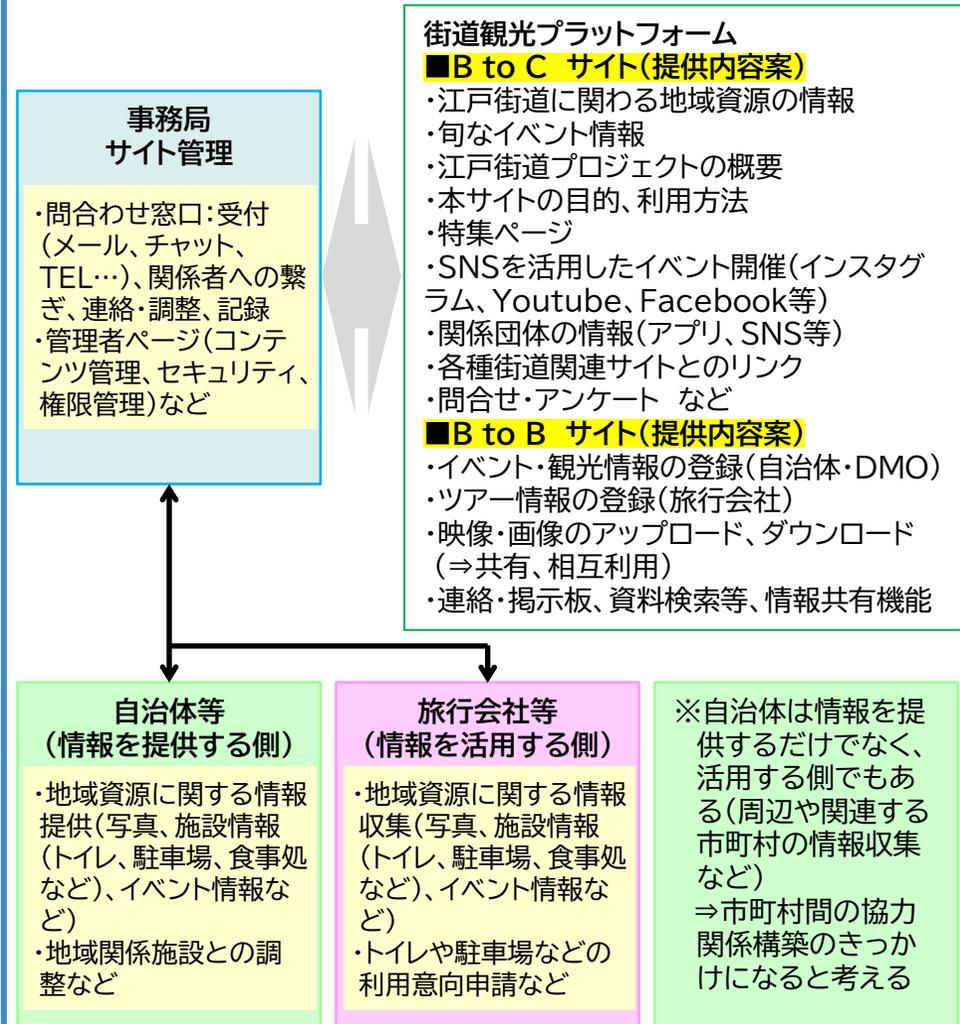
現在、関東運輸局で江戸街道プロジェクトを展開しているが、プラットフォームに情報を一元化しPRしていくことで認知度の向上を図りながら江戸街道プロジェクトのポータルサイトとしての自立を目指す。

プラットフォームとしての機能性・利便性の向上

1都10県に広がる江戸街道に関わる市町村のイベント情報をワンストップで得られる唯一のプラットフォームとして、継続的に機能性を高め、誰もが利用しやすいサイトとなるよう、利便性の向上を図る。

管理体制（素案）

次年度以降にプラットフォームを運営するための管理体制(素案)



今後の展開として想定される機能（案）

街道観光プラットフォーム

- 【事務局業務】 ・ BtoC ページのアクセス向上のためのPR施策（SNS連携・広告や、内部SEO対策の実施等）
・ コンテンツ管理、セキュリティ対策、権限管理 等

① B to B向けの機能

江戸街道プロジェクトのステータス向上のために

○ 事務局 ⇒ 地域 民間

街道観光のビジネスを支援するための機能

- ・ 江戸街道プロジェクトの目的・役割説明(ビジネス向け)
- ・ 会員へのメルマガ（仮）での情報発信(アーカイブ機能)
- ・ 運営からの情報揭示機能
 - 国や自治体の助成金・補助金情報の掲載等
 - サイト運用データの提供、統計情報の提供
 - 街道関係の資料の提供(事務局からの著作権案内付)
- ・ 民間×地域の情報揭示機能

街道観光における地域と事業者の連携促進のために

○ 地域 ⇄ 民間

地域(行政・団体等)×民間(旅行会社等)のマッチング機能

- ・ 観光地域(行政・団体等)、民間企業概要の検索機能

資源や受入環境等の情報共有機能

- ・ 観光地の画像(季節ごと)、動画の提供機能・利用申請機能
- ・ トイレ情報の登録機能(設置場所、施設、外観等)
- ・ 団体受入可能な施設(飲食店、観光施設等)の登録機能
- ・ 飲食店、宿泊施設、お土産店(新店開店情報)等の登録機能
- ・ 地域の旬のイベント、民間主催のイベントの発信機能
- ・ 地域の江戸時代ルーツの名産品・工芸情報の登録機能

② B to C向けの機能

江戸街道の魅力・体験価値を示しファンを増やすために

○ 事務局 ⇒ 旅行者

街道観光の魅力と楽しみ方が学べる機能

- ・ 江戸街道プロジェクトの概要・取組説明(一般向け)
- ・ 観光観光の魅力を上向きさせる機能
 - 江戸時代～現代の街道・宿場の歴史・ストーリーの紹介
 - 街道マップ、フォトギャラリー、江戸街道アプリの紹介
 - 街道観光の体験記事(特集記事)
- ・ 交流機能(SNS(Instagram、youtube、Facebook等)連携)

街道観光の興味・関心の受け皿として

○ 地域 ⇒ 旅行者

観光地域の情報検索機能

- ・ 街道・宿場を中心とした観光情報検索機能(食、宿、体験)
- ・ 旬な街道・宿場のイベント情報機能
- ・ モデルコース紹介機能
- ・ 各地域の観光WEBサイト・アプリの紹介機能
- ・ 各地域のオンラインストアの紹介機能
- ・ 交通・アクセス情報

○ 民間 ⇒ 旅行者

街道観光の旅行商品等の検索機能

- ・ 各旅行会社の街道商品の特長を紹介する機能
- ・ 募集予定の街道商品の案内機能

江戸街道プロジェクトアドバイザー委員である山崎まゆみ委員に群馬県と連携いただいているところ、温泉文化のユネスコ無形文化遺産登録に向けたイベント等にご参加いただいた。

SOCIAL INNOVATION WEEK SHIBUYA 2023

渋谷・カルチャー・グローバル・サステナビリティ・女性などの多様なテーマについて、トークイベント、ワークショップ、体験イベント、展示ブースやネットワーキングなど、新しいアイデアに触れられる1週間にわたるイベント。

その中のトークイベントの1つに参加。

- ・期日：令和5年11月12日（日）
- ・会場：渋谷ヒカリエホール
- ・テーマ：温泉文化をユネスコ無形文化遺産に

非公開（画像）

湯けむりフォーラム2023

日本を代表する温泉地である草津温泉において、各界のトップリーダーなど多方面で活躍されている人達が、熱い議論と交流を交わすことで、群馬から新たな価値を生み出し、国内外に発信するためのイベント。その中の温泉文化フォーラムの第1部に参加。

- ・期日：令和5年12月16日（土）
- ・会場：草津温泉 ホテルヴィレッジ
- ・テーマ：「温泉文化」をユネスコ無形文化遺産に

非公開（画像）

- ・リトバ・オメロルオマ氏（フィンランドサウナ協会副会長）
- ・レイナ・オン氏（ジャパンガイドスタッフライター）
- ・田村 早代氏（群馬女将の会会長）
- ・山崎 まゆみ氏

公開座談会「『温泉文化』をユネスコ無形文化遺産に！」

「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産全国推進協議会と全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会が共催し、温泉文化のユネスコ登録へ機運を高めることを目的に開催。コーディネーターを務められた。

- ・期日：令和6年1月31日（水）
- ・会場：全国旅館会館

非公開（画像）

- ・西村屋本館（兵庫县城崎温泉）社長の西村総一郎氏
- ・名泉鍵湯奥津荘（岡山県奥津温泉）代表の鈴木治彦氏
- ・藤龍館（福島県湯野上温泉）若女将の星澤氏
- ・山崎まゆみ氏

今後の展開

今後も山崎まゆみ委員には群馬県等と連携いただきたいと考えている他、観光庁の補助事業等を活用し、温泉街道に繋がる取組を進めてまいります。

地域観光新発見事業の概要

事業内容

- 地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツについて、十分なマーケティングデータを活かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓及び情報発信の一貫した支援を実施。

<支援内容>

- ・ 専門家の意見を踏まえた観光コンテンツの磨き上げ・商品化
- ・ 新たな観光コンテンツのオンライン等を活用した国内外への販路開拓及び情報発信

観光コンテンツの磨き上げ・商品化



- ・ 観光には活用されていない地域産業等を活かした観光コンテンツの磨き上げ
- ・ 既存のコンテンツ等も含めたパッケージ化・ツアー化等

販路開拓・情報発信



- ・ 国内実施主体と海外旅行会社とのマッチング・商談会の開催
- ・ 効果的な販路開拓・情報発信に向けたセミナーの開催
- ・ オンラインを活用した情報発信等

事業スキーム

- ・ 事業形態：間接補助金事業 400万円まで定額、400万円を超える部分については補助率1/2（補助上限：1,250万円、最低事業費：600万円）
- ・ 補助対象経費：国→株式会社博報堂（事務局）→地方公共団体、DMO、民間事業者等

スケジュール

- ・ 第一次公募：令和6年3月8日（金）～4月17日（水）／採択通知：5月下旬／交付決定：6月下旬～7月上旬目処

地域観光新発見事業における江戸街道プロジェクト関連案件の支援について

目的・概要

本事業を活用し江戸街道関連のコンテンツを使った案件に対し、当局として積極的に支援・協力を行い、既存・連携中の取組の商品化、新たなコンテンツや周遊ルートの開拓により、地域での自走化を効果的に進めていく。

支援内容

- ・ 管内の自治体やDMO、事業者等に街道関連の案件形成を呼びかけ、案件形成段階から運輸局も関与してより良い案件を造成する。
- ・ 採択後も積極的な伴走支援を行い、定期的な打合せ、現地視察、街道関連案件同士のネットワーキング等を行うとともに、各地の取組を線的・面的につなげていく。
- ・ 造成された街道関連案件については、運輸局としても対外的にPRする。

概要（案）

- ・各市町村やDMOから参加を募り、大型イベント（B to C）を開催。
- ・エリアを街道ごとにまとめ、各ブースを宿場町に見立てることで、街道観光を印象づける。
- ・出展者同士のトークイベント等、ステージイベントを並行。より幅広いターゲットの来場を狙う。
- ・観光関係者向け（B to B）のプレオープン日を設け、江戸街道シンポジウムを同時開催する。

地域

もともと持つPR力やコンテンツを生かすことができる
→ **手を挙げやすい！**



来場者

宿場町に見立てたブースを回することで、街道観光を**疑似体験！**



効果

地域に興味を持ってもらう足掛かりとなり、**実際の来訪につながる！**



開催時期・期間（案）

時期：10月中旬～11月中旬
期間：2日間（金・土曜日）

金曜日 → 観光関係者向けのプレオープン（シンポジウムを同時開催）
土曜日 → 一般来場者向けの開催

開催地（案）

エリア：東京都内（各街道の起点となる中央区日本橋周辺を想定）

ブース内容例

- ・お土産品や特産品の試飲食、販売
- ・地域文化の体験 ・ 地域産業の展示や体験
- ・江戸料理の体験 ・ 御宿場印の一挙展示
- ・ガチャガチャ など

カテゴリにとらわれず自由な発想で検討。
複数の地域で1つのブースを展開することも可。