

第8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：令和7年12月4日（木）10:00～12:00

場所：オンライン（Microsoft Teams）

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について
  - (2) プロジェクトの今後の方向性について
4. その他
5. 閉会

【配付資料】

- ・議事次第（本紙）
- ・出席委員名簿
- ・資料1 プロジェクトの取組状況について
  - （資料1－1）観光庁補助事業を活用した江戸街道プロジェクト関連案件の支援
  - （資料1－2）令和7年度第1回「江戸街道関連事業者交流会」について
  - （資料1－3）令和7年度第2回「江戸街道関連事業者交流会」について
  - （資料1－4）江戸街道関連事業ベストプラクティス集の作成方針（案）
  - （資料1－5）JNTO 広域連携プロモーション事業について
  - （資料1－6）街道観光に関する課題解決支援事業
  - （資料1－7）江戸街道をテーマとしたイベントについて
  - （資料1－8）「GREEN」をテーマとした広域観光促進に関する実証事業
- ・資料2 プロジェクトの今後の方向性について
  - （資料2）江戸街道プロジェクト推進ビジョン2025（案）
- ・（参考資料） 関東広域観光機構の取組について（※非公開）

第8回 江戸街道プロジェクトアドバイザー会議 出席者名簿

委員

(順不同・敬称略)

役職等	氏名	備考
(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	
(株) ジャーマン・インターナショナル 代表取締役社長	ルース・マリー・ジャーマン	欠席
(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) 日本ウオーキング協会 事業統括専務理事	井上 成美	
(株) JTB 総合研究所 主席研究員	亀山 秀一	
(一社) ONSEN・ガストロノミーツーリズム 推進機構 相談役	岡村 清二	
国土交通省 関東運輸局長	藤田 礼子	

オブザーバー

(順不同・敬称略)

役職等	氏名	備考
(一社) 関東広域観光機構 CMO 兼 プロジェクト統括	畑山 博康	
(公社) 日本観光振興協会 地域連携部長 兼 関東事務局長	佐々木 晃久	

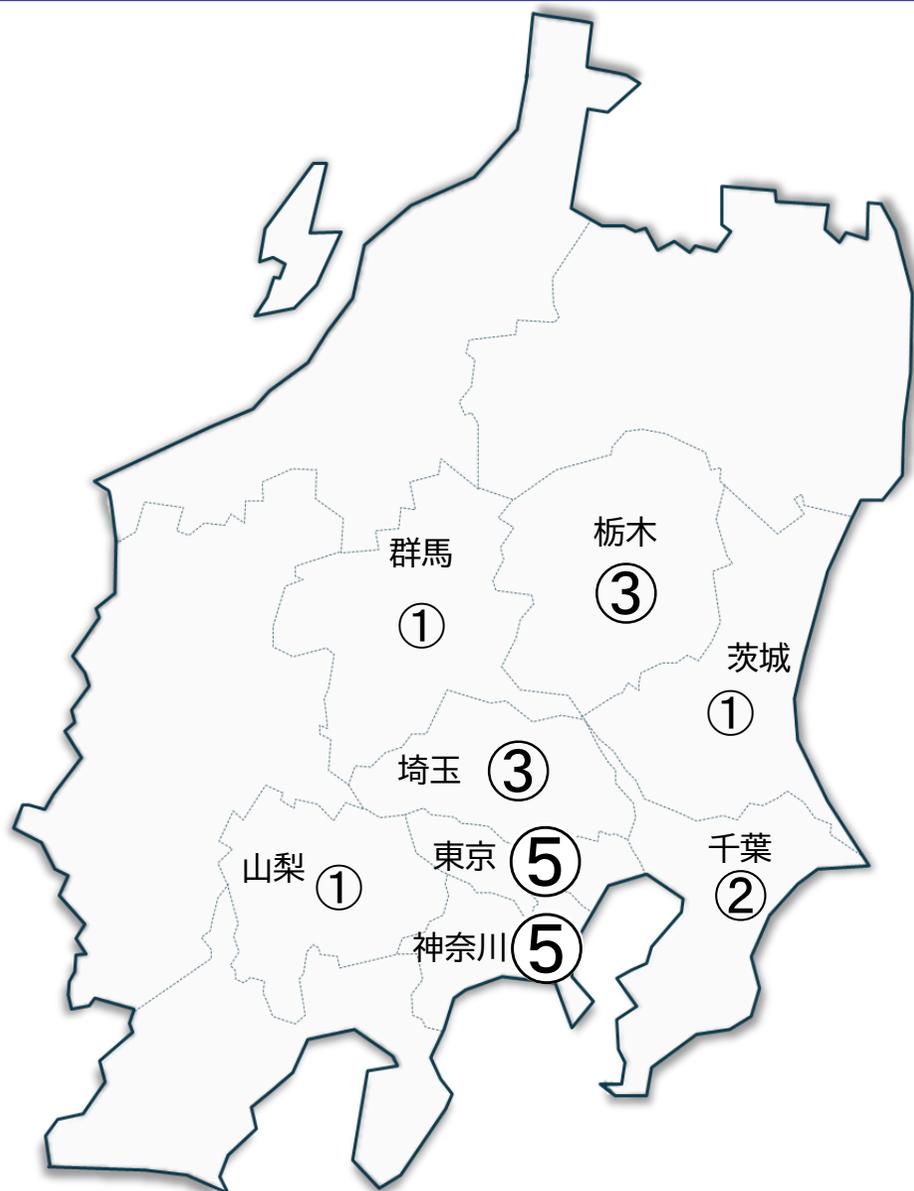
# プロジェクトの取組状況について

関東運輸局観光部  
令和7年12月



EDO SHOGUN ROADS

## 過年度事業の整理・今年度の方向性について



令和6年度伴走支援をした事業数・・・21件

### 課題

- 単年度の交付金のため、継続性が把握できていない
- 支援メニューの整理がされていない

### 令和7年度の方向性

- 地域主体の事業設計支援や継続の把握  
単年度で終わらないよう、地域が自走できるような事業設計を一緒に構築。  
また、伴走支援した事業について、次年度以降も継続して実施できているかを把握する。
- 次年度予算や交付金についての紹介支援  
事業の補助金のみでなく、受入環境の整備等に活用できる補助金の紹介。また来年度に活用できる予算についても適宜紹介を行う。

## 地域観光魅力向上事業の概要

### 事業内容

- 将来に亘って持続的に地方誘客が促進されるよう、まだ観光に未活用な地域資源の活用など、地域資源を活用した収益性が高く独自性・新規性のある観光コンテンツの開発から、適切な販路開拓や情報発信の総合的な支援を行い、中長期に亘って販売可能なビジネスモデルづくりの支援を実施。
- <支援内容>
  - ・観光分野の専門家によるアドバイス等を通じた観光コンテンツの磨き上げや商品化の支援
  - ・観光コンテンツの販路開拓のための商談会の開催やOTA掲載等の支援、SNSによる情報発信等の支援

### 事業イメージ



地域固有の自然資源の活用  
(北海道美瑛町：インフラ・ツーリズム)



閑散期の新たな魅力の創出  
(沖縄県宮古島市：冬の星空観測)



歴史・文化に関する地域資源の体験化  
(三重県伊勢市：お伊勢さんについて学ぶ文化観光インタープリテーション)



地域に根ざす伝統工芸や生業の観光活用  
(岐阜県高山市：飛騨春慶塗体験)

### 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：国→民間事業者(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7年3月3日(月)～4月18日(金) / 採択通知：5月28日(水) / 交付決定：6月下旬～7月目途
- ・第二次公募：令和7年5月28日(水)～6月18日(水) / 採択通知：7月30日(水) / 交付決定：8月下旬～9月目途

地域観光魅力向上事業の採択一覧（一次公募）

	事業タイトル	申請主体	都道府県
1	～知られざる「もうひとつの日光街道」であなただけの江戸体験～ 日本唯一の篆刻美術館協力で彫った篆刻を東往還が描かれた浮世絵に捺す	一般社団法人まくらがDMC	茨城県
2	観光列車DL大樹を活用した「会津ごころ」と出会うツアー造成事業	東武鉄道株式会社	栃木県
3	越谷宿-祈りと誇りの旅- 越谷宿の風情ある街歩きと、能楽堂での伝統文化体験が一体となる、 自然と歴史が紡ぐ新たな体験/江戸街道プロジェクト連携事業	路地裏寺子屋rojicoya	埼玉県
4	懸垂型モノレール営業距離世界最長！ギネス・ワールド・レコードのモノレール を活用した「空飛ぶ宴」による観光コンテンツ造成事業	千葉市	千葉県
5	水路で紡ぐ江戸街道ツアー～屋形船ナイトクルーズと、噺家と歩く街歩き 伝統文化・手仕事の町、浅草～北千住を楽しみつくす旅！ (江戸街道プロジェクト連携事業)	一般社団法人和文化 継承委員会まほろば	東京都
6	「北斎の足跡をたどる旅 - 横須賀の海、空、陸で体験する 『The Great Wave』 富嶽三十六景 神奈川冲浪裏」	横須賀市	神奈川県
7	三崎マグロのルーツは江戸にあった！ “江戸海道” がつなげたマグロと江戸の物語を訪ねて	一般社団法人三浦市観光協会	神奈川県
8	戦国の道でのリアル体験、本物を学ぶ信玄棒道の旅	八ヶ岳歴史の道ツーリズム 推進委員会	山梨県
9	日本の地域紹介の第一人者ポール・クリスティと歩く甲州街道の新しい体験& と山梨ワインガストロノミーホッピングで食とワインの体験	一般社団法人ONSEN・ ガストロノミーツーリズム推進機構	山梨県
10	江戸街道みのぶ道でのウェルネス巡礼旅 ～法華経の聖地七面山とその周辺巡礼地域施設を活用した国内外に向けた誘 客事業～	早川町	山梨県

地域観光魅力向上事業の採択一覧（二次公募）

	事業タイトル	申請主体	都道府県
1	陶芸の町の文化体験の継承。日本遺産「かさましこ」を核とした、陶芸作家等との「時消費」創生事業	かさましこ日本遺産活性化協議会	茨城県
2	徳川光圀が娘を嫁がせた幸せのまち那珂市～美食家光圀の七運グルメと水府提灯工房をめぐる棚倉/太田街道ツアー造成、特産品も幸福イメージでプッシュ！総合地域振興を目指す	茨城地域魅力開発促進委員会	茨城県
3	江戸街道プロジェクト「中山道・軽井沢～安中エリア」を歩く。国史跡での「碓氷峠難所越え」体験造成による安中インバウンド誘客事業	一般社団法人安中市観光機構	群馬県
4	「歴史×森林×西洋」が交差する奇跡の軽井沢文化！専門ガイドとe-bikeでめぐる浅間六彩トレジャーライド(江戸街道プロジェクト連携事業)	一般社団法人サイクリング・フェスティバルASAMA	群馬県
5	地域連携による『江戸湯治街道』の再興と温泉地周遊型観光モデルの実証事業	江戸湯治街道リトリート実行委員会	群馬県
6	「輸出対応型盆栽×将軍料理×国際的アートクラフト」で世界に！上質な江戸の勢と匠を味わう川口発ラグジュアリー体験販売事業(江戸街道プロジェクト連携事業)	BON-景   静と動 × BONSAI-Art	埼玉県
7	行田ストーリーライド ～GYODA HERITAGE RIDE～	行田市	埼玉県
8	“浮世絵と巡る江戸の華一蔦屋重三郎と葛飾北斎が解き明かす！「出版・版画・和紙・落語」江戸文化体験街歩きツアー/江戸街道プロジェクト連携事業	江戸浮世絵実行委員会	東京都
9	江戸の職人と現代・未来をストーリーでつなぐ時空旅行～インバウンドが好む職人体験による未来への文化継承事業～	ソニーグループ株式会社	東京都
10	北斎を「匠の共演」で創り、江戸を「すみだ藝匠と語らい」歩く。創造と継承が紡ぐ木版×屏風の発掘ラグジュアリー美学旅(江戸街道プロジェクト連携事業)	Next江戸文化未来創造委員会	東京都
11	江戸から旅立つ 街道文化継承体験 将軍の道をガイドと巡る 千住～草加の生業と街道めしの世界(江戸街道プロジェクト連携事業)	千住宿街道観光利活用実行委員会	東京都

## 地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業の概要

### 事業内容

○高単価な特別体験『プレミアムインバウンドツアー』の造成

- ・より効果的に消費額拡大を図るために、消費意欲が旺盛なインバウンド客をターゲットに、我が国が誇る観光資源を生かした**高価格帯商品の造成を集中的に実施**。特に**貴重な観光資源の特別開放、地域産品や伝統工芸品等のモノ消費と一体となった特別体験、高単価商品の造成による多角化促進等**に注力。
- ・また、地域への経済波及効果の最大化を促進するため、**地域調達率の高いコンテンツ造成**を支援。

○海外情報発信

- ・造成したプレミアムツアーを活用した来日意欲の創出のため、訪日イベント等を実施。

### 事業スキーム

- ・事業形態：間接補助事業  
1,000万円（定額補助）+250～3,500万円（補助率1/2）、最低事業費1,500万円
- ・補助対象：国→民間事業者（事務局）→地方公共団体、DMO、民間事業者等

### スケジュール

- ・公募期間：令和7年2月6日（木）～3月14日（金）
- ・採択決定：令和7年4月11日（金）

### 事業イメージ

#### 規制改革型



#### コト×モノ消費型



#### プレミアム型



地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業の採択一覧

	事業タイトル	申請主体	都道府県	現在の状況
1	ここでしか味わえない神聖な体験 - 大山阿夫利神社の納め太刀体験	公益社団法人 神奈川県観光協会	神奈川県	9/8 モニターツアー実施
2	Yokohama Silk Renaissance - 横浜 シルクロードの饗宴 横浜究極のレセプション パーティーを造成する。 ～濱自慢100周年・江戸街道の軌跡・ GREEN×EXPO2027への架け橋～	YRP協議会 (横浜ルネッサンスプロ ジェクト協議会)	神奈川県	8/20 江戸街道関連事業者交流会参加 10/6 イベント実施

非公開(画像)

9/8 視察写真  
(神奈川県観光協会)

非公開(画像)

10/6 視察写真(YRP協議会)

非公開(画像)

非公開(画像)

# 1-2 令和7年度第1回「江戸街道関連事業者交流会」について

## 開催の目的

観光庁補助事業の活用等を通じて街道関連事業が各地域で展開されている機会を捉え、江戸街道プロジェクトアドバイザリー会議から丁野座長をはじめとした有識者を招き、江戸街道プロジェクトの意義等を改めて共有するとともに、有識者を交えた意見交換、各地域や事業者間の情報交換及び連携の更なる促進の機会を提供するために、運輸局主催による「江戸街道関連事業者交流会」を開催した。

## 開催日時

日 時: 令和7年8月20日(水) 14:00~16:30  
 場 所: 横浜第二合同庁舎 1階 共用第1会議室

## 出席者

街道関連事業に取り組む民間事業者、地方公共団体、DMO等 43名

## 江戸街道関連事業者交流会 プログラム

1. 関東運輸局長 あいさつ  
関東運輸局 局長 藤田 礼子
2. 江戸街道プロジェクトについて
  - (1) 江戸街道プロジェクト概要説明  
関東運輸局 観光部 部長 近藤 光則
  - (2) 江戸街道プロジェクトアドバイザリー会議座長挨拶
  - (3) 江戸街道プロジェクトアドバイザリー会議委員挨拶
3. 一般社団法人関東広域観光機構の紹介  
関東広域観光機構 CMO兼プロジェクト統括 畑山 博康
4. 有識者を交えた意見交換  
アドバイザリー委員ごとにグループに分かれ、意見交換会を実施。
  - (1) 意見交換①
  - (2) 意見交換②

【テーマ】

  - 丁野座長グループ: 「地域関係者との協働体制づくり」
  - 宮崎委員グループ: 「販路開拓」
  - 高橋委員グループ: 「観光コンテンツ開発」

## 出席関係者

江戸街道プロジェクトアドバイザリー会議  
 丁野 朗 座長、宮崎 俊哉 委員、高橋 佑司 委員  
 関東広域観光機構  
 畑山 博康 CMO兼プロジェクト統括、秋田 仁寿 事務局次長

## 当日の様子



局長あいさつ



関東広域観光機構の紹介



名刺交換の様子



丁野座長グループ  
 【テーマ】  
 地域関係者との協働体制づくり



宮崎委員グループ  
 【テーマ】  
 販路開拓



高橋委員グループ  
 【テーマ】  
 観光コンテンツ開発  
 有識者を交えた意見交換会

## 交流会後に実施したアンケート結果について（概要）

### 【交流会の満足度について】

「非常に満足」が42.1%、「満足」が57.9%であった。

### 【意見交換について】

「課題の解決や今後の連携につながる機会となった」が78.9%、「今後の連携に直接つながる機会とはならなかったが参考になった」が15.8%、「あまり成果は得られなかった」が5.3%であった。

### 【時間配分について】

「短かった」が68.4%、「ちょうどよかった」が31.6%であった。

#### ○「短かった」と回答した主な理由

- ・参加人数(1グループあたりの人数)が多かったため、もう少し意見を伺いたかった。
- ・自己紹介について、長く話す方もいたためタイムキーパーが必要。
- ・事業紹介を1、2分でまとめるのは困難で、意見交換の時間が事業紹介で終わってしまった。しかし、他の事業者の事業紹介も参考になったため、価値のない時間だったとは思わない。

### 【交流会の感想について】

- ・このように関係事業者が顔を合わせる(実際に集まる)機会は以前と比べて減ってきているので、今後も定期的開催されたい。
- ・お客様の動線上(※事務局注 街道ごと)の宿場または事業者同士での会を開催してもらえると有り難い。
- ・事前に事業者の紹介のデータを送付する際に選んだ分科会についての質問を事前に吸い上げておき、司会者がそれを見ながら話を広げていくのが良いのではないかと。

### 【今後の交流会について、希望する内容やプログラムについて】

- ・他事業者との情報共有、課題共有の分科会は今後も実施して欲しい。
- ・もっと事業者間で自由に語り合えるような形にした方が、各々の課題や、成功例などを多く聞くことができるのではないかと。
- ・自治体、協会・DMO、民間など同じ事業体ごとの時間があると、同業者の悩みを聞ける良い機会になるのではないかと。

## 今後の開催に向けて

- ・実際に顔を合わせる機会が減っており、他事業者との情報、課題共有は今後も実施して欲しいという意見から、今後も対面形式での実施を検討していきたい。
- ・前回交流会後アンケートの結果を踏まえ、意見交換の時間を増やし、事業紹介の時間を意見交換の時間に含めたが、今回の実施後アンケートでも意見交換の時間が足りなかったという意見が多かったため、45分を2回ではなく90分を1回にする、事業者紹介資料のよりよい活用法の検討や有識者や他の事業者への質問を事前に募る等の工夫をしていきたい。
- ・地域が地域に働きかけることを目指し、テーマ別のグループ分けだけでなく、地域や参加者属性毎の少人数グループでの実施も検討したい。

## 実施方針

### 目的：

- 課題の共有と整理  
参加者が抱える観光に関する課題を共有し、地域ごとの状況やニーズを可視化する。  
→ 参加者から事前に課題等を収集。事務局側で分類・整理をし、当日スライドで共有。  
分類・整理をすることで、参加者の共感や気づきを促す。  
分類・整理した課題について、課題解決の一助となり得る事業の紹介。
- 補助金申請に向けたコンテンツ造成支援  
令和7年度「地域観光魅力向上事業」等の後継の補助金申請に向けて、採択のポイントを踏まえた企画のヒントを得る。  
→ 事務局から採択に向けたポイントを紹介。  
観光庁及び他省庁の補助金紹介

本研究会は、取組の過程や地域課題の共有から、各参加者が「気づき」を得ることで広域的な連携の可能性を探る機会とするとともに、支援メニューの紹介等を通じた課題解決の支援の場とすることを目的とします。また、補助金申請に資するコンテンツ造成のポイント、事業採択後の事業の継続性の観点から工夫すべきポイント等を整理・紹介し、参加者にとって、より実践的な観光コンテンツづくりのヒントを得られる場とすることで、取組事業者や街道関連コンテンツ数の増加を図っていきます。

## 実施概要

実施日	令和8年2月末頃	
形式	オンライン開催（検討中）	
対象	これまでの交流会参加者（昨年度、今年度第1回）をはじめとした街道関連事業に取り組む民間事業者、地方公共団体、DMO等のほか、 <b>現在取り組んでいないが、街道観光に関する新たな取り組みを始めたい方。</b>	
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>○あいさつ・江戸街道プロジェクトの説明 10分（開会の挨拶2分、有識者の紹介・あいさつ3分、江戸街道プロジェクトの説明5分）</li> <li>○地域課題について（事務局） 10分（※集まった地域課題数により調整）</li> <li>○課題解決支援メニューの紹介（事務局） 10分（想定：課題解決支援事業、専門家マッチング事業、魅力向上事業等の後継事業等）</li> <li>○補助金の採択に向けたポイント紹介（事務局） 10分</li> <li>○参加事業者等より実施事業の事例発表 50分（2団体×10分、質問時間2団体×10分、有識者コメント2団体×5分）</li> <li>○総評（アドバイザー会議委員（要調整）） 10分（2名×5分）</li> <li>○事務局からのお知らせ 5分</li> <li>○閉会 5分</li> </ul>	合計 110分

# 1-4 江戸街道関連事業ベストプラクティクス集の作成方針（案）

## 作成目的

- 江戸街道プロジェクトへの取組過程の発信によるプロジェクトへの取組促進  
自治体、DMO、民間事業者等が行っている江戸街道関連事業を整理し、取組事例を紹介・過程を共有することによりプロジェクトへ取り組む関係者の増加を図る。
- 事業展開に役立つ情報の提供  
工夫点等、事業に取り組む上で参考となる情報を紹介することで、今後の事業企画や改善に役立つヒントを提供する。  
・その他、副次的目的として、各取組に共通する課題の洗い出しと課題解決支援方法の検討材料とする。 など



プロジェクトの成果を発信し、その意義（価値）について地域住民、関係者等の理解を得ることで広く協力関係を構築し、自治体、DMO、民間事業者等の関係者間における広域的な連携の強化につなげる。

## 作成方針

最初に事例集を作成。当該事例集からアドバイザー会議委員の選定の下、1～2例程度を〇〇年度ベストプラクティスとして紹介

- 収集対象：行政、DMO、民間事業者、金融機関 etc
- 記載項目：実施主体名、実施時期、取組背景、活用支援メニューほか、具体的な取組内容、成果・効果、工夫点・成功要因、課題点、今後の展開
- 事例の収集方法：交流会（第二回）参加者からの収集をメインとし、その他、課題解決支援事業といった運輸局実施事例等から年度ごとに収集
- 発信媒体：関東運輸局HPでの公開ほか、事業者交流会参加者への事例集送付
- 留意事項：観光庁等既存の事例集との棲み分け等
- 今後の展開：事例収集対象を拡大し、ベストプラクティス集を作成

（記載様式イメージ）



## 神奈川県観光利用促進委員会

### 県境を跨いだ地域連携機会の創出 (神奈川宿と下田宿)

#### 〔取組の概要〕

- 神奈川宿に眠るお宝発見ガイド付きツアー  
開港期の神奈川宿をテーマに歴史的遺産や文化(神奈川神楽)をガイド付きでめぐるモニターツアーを実施
- 横浜芸者と下田芸者によるコラボレーションディナーショー&神奈川宿歴史講座 宿場町の歴史的遺産や文化(横浜芸者等)を再発見するモニターイベントを実施

ガイド付きツアー



コラボレーションディナーショー



#### 〔成功要因〕

- ○○○○

#### 〔取組の成果〕

- △△△△

#### 〔活用した支援策〕

- 地域観光地新発見事業

## 実施主体名

### 取組又は事業の名称

#### 〔取組の概要〕

- 実施時期:
- 取組背景:
- 活用した支援メニュー(補助金名):
- 取組内容(具体的に):

○○○○



○○○



#### 〔取組の成果、効果〕

- 地域経済に貢献、関係人口の増加に寄与
- 利用者の満足度の向上や多様な働き方の実現
- 企業における働き方改革の推進
- ○○○○

#### 〔工夫点、成功要因〕

- △△△△

#### 〔実施中・実施後の課題〕

- □□□□

#### 〔今後の展開〕

- ◇◇◇◇

## 令和7年度事業概要

- JNTOが、地域の魅力を良く知る運輸局及び広域連携DMOと連携し、各地域の魅力ある観光資源などを踏まえ、地域の認知度向上を目的に訪日プロモーションを企画し、実施する。
- プロモーション実施後、JNTOの知見・ノウハウを活用のうえ、効果検証を行い地域にフィードバックを行う。

## 事業内容

### 招請事業

※非公開資料

### 広告事業

- テーマ:江戸街道「Edo Shogun Roads」の魅力
- 対象市場:英国、フランス、豪州
- 目的、コンセプト:  
日本橋を起点とする五街道とその脇道として整備された脇往還を総称する「江戸街道」周辺には、「江戸」のエッセンスのある歴史・伝統文化・食・酒・温泉等まだ知られていない魅力的な観光資源が点在している。同街道をフックとし、日本の伝統文化や歴史に特に興味のある層をターゲットに紹介し、まだ知られざる「江戸街道」の認知度向上を図る。

## 令和8年度事業概要

- JNTOが、地域の魅力を良く知る運輸局及び広域連携DMOと連携し、各地域の魅力ある観光資源などを踏まえ、地域の認知度向上を目的にプロモーション事業を実施する。
- プロモーション事業実施後、JNTOの知見・ノウハウを活用のうえ、効果検証を行い地域にフィードバックを行う。

※非公開資料

## 事業概要

本事業では、観光に関連する地域の課題を総合的に解決していくため、関東運輸局が窓口となり、有識者の助言、指導を通じて支援を実施する。本事業の支援の結果、申請団体の施策、取組方針等に取り入れられることを目指す。

### 【事業内容】

- ・募集時点では具体的なテーマを設定せず、地域の実情に応じたテーマ、内容を検討し支援を実施する。
- ・本事業実施後の取組や方向性について報告書を提出してもらい、有識者のフィードバックを受ける。

<想定有識者>

- ・江戸街道プロジェクトアドバイザー委員会を中心とする。

<支援形式(一例)>

- ・有識者による観光振興のための意見交換、講演等の実施
- ・他事業活用・補助金等申請のための有識者助言、提言の実施 等

### 【事業スキーム】

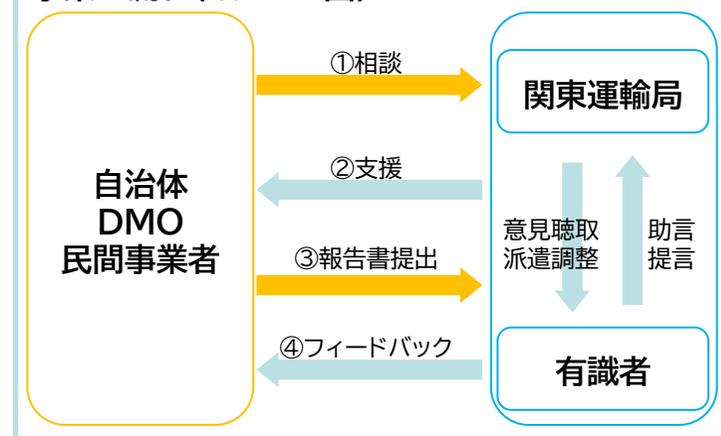
対象団体: (一社)下仁田町観光協会、草加市、(一社)ツーリズムいすみ

想定回数: 各2,3回(4~8回程度)有識者を派遣(原則1回につき1名)

事業期間: 単年度事業

事業費: 諸謝金及び旅費交通費のみ事業費負担

### 事業の流れ(イメージ図)



## 事業フロー図



## 江戸街道プロジェクト「江戸街道ぶらり旅」

### 【開催の目的】

現在、関東運輸局で実施している広域関東でのブランディングを図ることを目的とした江戸街道プロジェクトをより活性化させ、地域全体の情報発信と更なる協力を獲得するため、街道観光を一般の方に広く周知し、かつ地域還元が出来るような地域PRを目的とする。

【昨年度の会場の様子】

### 【令和7年度の開催概要(案)】

開催時期: 令和8年3月20日(金・祝)春分の日(調整中)

開催場所: 東京ミッドタウン八重洲1Fギャラリー(東京駅から徒歩3分)

※本会場内で記者会見の開催を検討中

参加対象: 広域関東エリアの自治体、DMO、民間事業者等

実施内容: ・江戸街道プロジェクト及び江戸街道を紹介する展示パネルの設置  
(調整中) ・地域の特産品等の魅力を発信するための物販ブースや体験コーナー等の設置  
・観光パンフレット等の配布、来場者が楽しめるイベントステージ等の実施等



## イベントの取り組み

- 令和6年度は、五街道の起点である日本橋にて、一般の方を対象に本取組への認知度向上につなげる「街道観光」をテーマにしたリアルイベントを開催、広域関東エリアの自治体・DMO・民間事業者等の協力を得て実施した。
- 令和7年度は、「街道観光」の一般の方への更なる認知度向上・理解促進を図るため、一般消費者が多く往来する東京駅の間近(駅から徒歩3分)という立地にて本イベントの開催を企画することにより、より一層広く周知、街道観光の活性化とプロモーションの効果向上を目指す。

## 事業実施に向けて

- 関東地域では、他エリア(東北・九州等)ほど地域がまとまって催事を行う機会が多くないため、江戸街道プロジェクトを広域関東の一体感をつくる原動力として、「江戸街道ぶらり旅」のようなイベントを継続的に各地で実施することで、広域連携プロモーションの機運醸成を図っていく。

※非公開資料

## ○モデルルート構築

- モデルルートを五街道毎に四季(春夏秋冬)のルート(計16ルート)構築(脇往還も活用し、1都10県全てを含める)
- GREEN×EXPO 2027のテーマや江戸街道プロジェクトとの連動を想定

## ○モニター調査の実施

- ターゲット市場に適した外国人インフルエンサー等によるモニターツアーを実施
- 参加者へのアンケートによる効果検証
- 実施予定時期 令和7年11月下旬～12月上旬

## ○モニターツアーコース(案)



EDO SHOGUN ROADS



©Expo 2027

街道	日光・奥州街道	中山道	甲州街道	東海道
強調テーマ	盆栽、ガーデニング文化(大宮、春花園) 自然の静寂(若竹の杜) 酒蔵見学(西堀酒造)	葛飾北斎(小布施、妙義山) 浮世絵(北斎美術館、北斎館) 温泉文化(草津)	都心のGREEN(明治神宮) ヴィーガンと地産食(勝沼) 足元から自然を感じる(清里)	宿場町(小田原、箱根) 古人の足取りをたどる(箱根八里)
ターゲット	英国	英国、北米、豪州	北米	英国、北米
行程(1日目)	大宮盆栽美術館・盆栽村見学 【埼玉県さいたま市】 西堀酒造見学・試飲 【栃木県小山市】▶宇都宮泊	すみだ北斎美術館 【東京都(両国駅)】 妙義山ガイドウォーキング 【群馬県】▶草津温泉泊	明治神宮ガイドウォーキング 【東京都】 シャトーメルシャンワイナリー ツアー 【山梨県勝沼】▶八ヶ岳泊	熙代勝覧(きだいしょうらん)見学 【東京都(三越前)】 小田原城(紅葉鑑賞)・清閑亭(庭園鑑賞)、香り袋作り体験 【神奈川県小田原市】▶箱根泊
行程(2日目)	若竹の杜見学(竹林・抹茶体験) 【栃木県宇都宮市】 春花園盆栽美術館 【東京都江戸川区】	北斎館見学、岩松院 小布施酒蔵巡り 【長野県小布施】	はだしの森あるき 森林サウナ体験 【山梨県清里】	旧東海道箱根八里ガイドウォーク(石畳の道と杉並木、甘酒茶屋、寄木細工体験、恩賜箱根公園) 【神奈川県箱根町】

## ○情報発信

- 江戸街道プロジェクトの紹介動画及びモデルルートで使用した江戸街道(五街道と脇往還)のGREENコンテンツを紹介する動画を発信
- 外国人インフルエンサーによるSNS発信
- 江戸街道プロジェクトポータルサイト等への掲載による積極的な発信

# 江戸街道プロジェクト推進ビジョン 2025 (案)

2025年4月

国土交通省関東運輸局



## 目次

1. はじめに.....	1
2. 「江戸街道プロジェクト推進ビジョン 2023」の評価検証 .....	1-11
(1) 各取組の評価 .....	1-11
(2) 総評.....	11
3. 「江戸街道プロジェクト」の目的、「江戸街道プロジェクト 2025」の 基本方針等.....	11-19
(1) 目的.....	11
(2) ターゲット .....	11
(3) 位置づけ.....	12
(4) 取組期間.....	12
(5) 取組（取組の方向性） .....	12
○観光地域づくり.....	12-14
①面的観光の推進.....	12
②支援メニュー及び支援内容の充実 .....	12-13
③支援の連携 .....	13
④新たな視点による取組の推進.....	13-14
⑤地域の自主的取組の推進 .....	14
○情報発信・プロモーション .....	14-15
①認知度の更なる向上のための継続的な取組.....	14
②インナーブランディング強化 .....	14-15
③支援メニュー及び支援内容の充実（再掲） .....	15
④支援の連携（再掲） .....	15
⑤情報発信ツールの整備及びプロモーションの連携.....	15
⑥新たな視点による取組の推進（再掲） .....	15
⑦地域の自主的取組の推進（再掲） .....	15
○受入環境整備 .....	15-16
①支援メニュー及び支援内容の充実（再掲） .....	15-16
②支援の連携（再掲） .....	16
③新たな視点による取組の推進（再掲） .....	16
④地域の自主的取組の推進（再掲） .....	16

---

○各種データの把握 .....	16
○今後の取組の検討 .....	16
(3) 取組による期待される共通のメリット .....	16
4. 参考 広域関東観光の現状と課題 .....	17
5. 参考 広域関東観光のポテンシャル .....	18
6. 参考 広域関東における観光推進の方向性 .....	18
7. 参考 広域関東の新たな観光振興策「江戸街道プロジェクト」 ....	18
8. 参考 アドバイザリー会議における委員発言要旨 .....	19

## 1. はじめに

2019年に発生した新型コロナウイルスは、その蔓延により地域経済に非常に大きな損失をもたらしました。また、コロナ禍を通じて普及した新たなワークスタイルや労働移動によって、地域の事業者を取り巻く事業環境等にも変化が生じ、地域としての課題がより深刻化・明確化しているところです。

こうした状況をふまえ、観光事務を所掌しております関東運輸局におきましても観光を通じ、広域関東エリアにおける自治体、DMO、官民の観光関係者の皆さまと連携して種々の課題に取り組むとともに、広域関東を「江戸街道」という統一テーマでブランディングすることで効果的に国内外へ発信し、誘客促進することにより地域を活性化していきたいという思いで、このプロジェクトを立ち上げました。

このような経緯の下、策定した「江戸街道プロジェクト推進ビジョン2023」（以下、「現行ビジョン」という。）は、2024年度までに効果的な施策とするために、当該エリアにおける観光団体等による「街道を活かした積極的な取組」を促すための方針としてとりまとめたものですが、策定から2年を経過する中で、観光に関する状況は更に変化を見せており、訪日外国人旅行者数が3600万人を超える等、コロナ禍からの回復が順調な推移をたどる一方で、観光地・観光産業における人材不足や観光客の特定地域の偏在といった観光行政を取り巻く様々な課題へ対応するため、持続可能な観光を推進していく必要があるほか、二次交通を含めた受入環境の整備とともに、観光による経済効果を関東一円に波及させていくためには、地方誘客への取組も一層推進していく必要があります。現行ビジョンに定めた江戸街道プロジェクト（以下、「本プロジェクト」という。）の取組の進捗状況もふまえ、2025年度からの当局における取組や役割等を定めた新たな方針として早急に更新する必要性が生じてきました。

そこで、次項からは現行ビジョンの検証を行い、その検証結果をふまえて、第3項に本プロジェクトの目的及びターゲットを（現行ビジョンから修正）、また、第4項に今年度以降3年間の取組方針を記載しました。これにより本プロジェクトの推進、さらには、明日の日本を支える観光ビジョンや観光立国推進基本計画に定められた政府目標の達成を目指してまいります。

## 2. 現行ビジョンの評価検証

### （1）各取組の評価

#### ①連携の契機となる街道ごとのストーリー設定

##### 取組状況：

知名度が高くない地域資源の魅力を磨く事が消費者の来訪意欲を促すために重要である為、地域資源を名称や写真に加え、他との違いや潜在価値等でストーリーとして可視化するべく、江戸街道プロジェクトの概要、取組の目的を紹介する江戸みちマップ（Ⅰ）を作成した。

また、リーフレット「いざ！江戸街道プロジェクト」（Ⅱ）を街道ごとに作成し、街道の由来や街道沿いのコンテンツ紹介をするとともに、こうした活動を周知するため、関東運輸局HPに掲載を行った。

## 1. 江戸みちマップ



## 2. リーフレット「いざ！江戸街道プロジェクト」



東海道／日光・奥州街道  
／中山道／甲州街道の  
五街道について紹介。  
また、宿場・歴史・温泉・  
食といった様々な切り口から  
地域における企画、商品化を  
想定し、観光コンテンツだけでなく、  
これらを取り扱った街道観光の  
実際の取組についても紹介する  
ことで街道観光への取組の  
広がりを図っている。

【江戸街道プロジェクトとは】

[https://wwwtb.mlit.go.jp/kanto/kankou/kankou/edokaido\\_project.html](https://wwwtb.mlit.go.jp/kanto/kankou/kankou/edokaido_project.html)

### 課題：

数あるコンテンツに対して一例しか紹介できておらず、また、掲載された観光コンテンツについても、すでに知名度の高いものが含まれており、知名度の低い地域資源の魅力紹介という観点では取組不十分となっている。さらに、街道観光の認知度を向上させ、来訪意欲を促すためにストーリーを設定すべきところ、単なる観光地の紹介にとどまっている。

**展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：**

街道観光に取り組む地域と成功事例（高付加価値化）を失敗談や苦労した点とともに紹介し、それ自体をストーリーにする。

（魅力はあるが、）知名度が高くない地域資源は、資源自体の魅力発信とともにテーマごとに分類、整理した資源マップの作成、一元発信により認知度を高める。魅力の磨き上げ（付加価値の向上）については、地域の関係者が主体的に行いつつ、資源の新しい楽しみ方（映え等SNSを意識、街道という言葉から想起される散策以外の旅のスタイル）を提供・伝える工夫をする等、官民協働で取組みを深化させる。

**②ロゴマークの活用と展開による気運の醸成**

**取組状況：**

関東運輸局が主催する本プロジェクト関連イベント（ハ）において、ロゴマークを使用し、認知度を高めた。また、ロゴマークの使用に関する要領を定めるとともに、関係者へ本プロジェクトの説明、参画依頼を行い、事業に関連した地域関係者の取組や旅行商品へのロゴマークの積極的な活用を依頼し、その普及に努めた。

そのほか、プロジェクトの意義と目的を広く理解してもらうため、「江戸街道プロジェクトシンポジウム」（ニ）を実施した。（参考 参加者：182名）

**ハ. プロジェクト関連イベント「江戸街道ぶらり旅」**



▲物販コーナー



▲ステージイベント



◀体験コーナー

旧五街道の起点であり、街道の象徴でもある日本橋にて、街道観光を広く周知し、地域還元が出来るような地域PR物産展を2日に渡って実施。

そのほか、江戸街道の紹介のための展示パネル設置、ステージイベントの開催、観光パンフレットの配布を合わせて行い、B to C イベントを盛り上げた。

実施場所：江戸桜通り地下歩道  
来場者数：のべ1000人

## 二. 「江戸街道プロジェクトシンポジウム」、「街道観光シンポジウム」



▲江戸街道プロジェクトシンポジウム  
街道が果たした役割に関する基調講演のほか、箱根八里の取組等の事例発表、街道観光による地域振興をテーマとしてパネルディスカッションを実施。



◀街道観光シンポジウムの様子。江戸料理や宿場町のアルベルゴ・ディフーゾ化に関する基調講演、パネルディスカッションを実施した。



<パネルディスカッション>

### 課題：

地域関係者の取組がプロジェクトに合致するかどうかの判断基準（の設定）が不十分であり、結果としてプロジェクトに取り組む地域事業者等へのインナーブランディング；江戸らしさの定義付け；が不十分となっている。（ロゴマークによる品質保持）

また、個別商品のプロモーションについては地域事業者が行うことになるが、造成された商品がビジョンで定めたターゲットに必ずしも対応していない。

### 展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：

インナーブランディング強化のため、ストーリーの設定による取組のイメージ付けを行う。

## ③ニーズとターゲットに対応したプロモーションの推進

### 取組状況：

現行ビジョンにおいて、ターゲットを街道観光に関心のある幅広い層とし、特に日本人旅行者を前提として、歴史が好きな女性や健康志向の高齢者、車・鉄道・自転車を利用するユーザーを、また、訪日外国人旅行者については、日本の伝統文化や歴史に関心のある欧米豪の市場と定めた。

また、令和5年度及び6年度に実証事業を行い、街道観光の情報発信ツールに求められる機能を整理するとともに、関東運輸局において「街道観光ポータルサイト（江戸街道プロジェクト・ホームページ）」（ホ）を立ち上げた。

#### ホ. 街道観光ポータルサイト（江戸街道プロジェクト・ホームページ）

<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/kankou/kankou/edokaidoportel/index.html>



各街道周辺のコンテンツをまとめた観光マップや宿場町の魅力を紹介する特集記事を掲載。その他、モデルコースを掲載する等、情報発信を行っている。

#### 課題：

現行ビジョンでは、国内旅行者のターゲットを歴史が好きな「女性」に絞っているものの、男性と比較して旅行経験率の高い女性の嗜好（興味の分野）に関するデータが不足していること、及び女性と比較して旅行経験率が低い男性に対してのアプローチ（による市場の伸び）の分析が弱いことをふまえると、ターゲットの範囲がやや狭い。

また、ターゲットに応じたプロモーションの推進を現行ビジョンで定めているが、若年層を前提としたSNSの活用については、ターゲットとズレがあり、推進方法の例示としても、やや不適のため、修正が必要と思われる。

プロモーションについては、令和7年度から本格的に取り組むを行っていくことから、2027年に開催される「GREEN×EXPO 2027」を契機として広域関東の周遊観光を促進させるため、こうしたイベントと連携して早期にプロモーションを行うことが必要。

#### 展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：

ターゲットについて、修正を行う。特に訪日外国人旅行者の対象市場の想定については、広域DMOと誘客のための戦略を共有し、共通するターゲットをふまえたものに修正する。

また、プロモーションに当たっては、ターゲットに応じたものとする。

若年層については、潜在的需要がある未認知層に位置づけ、未認知層へアプローチするための見せ方、（売出し）方法についてSNSを活用していく。

「GREEN×EXPO 2027」の開催を見据え、令和7年度に実証事業を行う。実証事業については、街道観光の促進につながる内容とする方向で取り組む。プロモーションについては、その効果を最大限に発揮するため、地域ごとに発信するのではなく、広域関東（Destination）として、関係者と連携しながら情報を発信していく。

街道関連イベントの開催に向けて取り組む。

#### ④ 既存の街道関連団体との協働と連携組織の拡大

##### 取組状況：

既存の街道関連団体の大会に参画しているが、運輸局としての成果といえるだけの具体的成果に乏しい。

宿場を巡る、いわば点を線にする旅の仕掛けとして、御宿場印めぐり（ハ）のような取組が行われており、こうした取組は同時に街道観光のリピーターを獲得する理想的な取組であることから、連携の好事例として様々な機会に紹介を行っている。

##### ハ. 御宿場印めぐり

コロナ渦における地域経済活性化を狙い、日光街道・日光西街道を来訪した証しとして、日本橋を起点とした街道沿いの各地域（宿場）にて「御宿場印」を販売し、マイクロツーリズムのきっかけとしてもらう取組。その後、各地の信用金庫が中心となって呼びかけを行い、会津西街道、東海道、甲州街道、奥州街道、中山道の順に事業が展開されていき、地域の連携に広がりを見せた取組となっている。

非公開（画像）

##### 課題：

点（宿場）を線にする観光スタイル（街道観光）のさらなる推進とともに、宿場等を起点として地域資源の散策を行うような、面的な観光スタイルの推進に関する取組が弱いことから、こうした観光スタイルを推進する取組や取組への支援が必要となっている。

旅のスタイルという点では、都心部を拠点として、日帰りで旅行するスタイルが定着しつつあり、地方部へ宿泊させる仕掛け、例えば地方部におけるナイトタイムエコノミーの創出、温泉旅館等のプロモーションや商品造成といった取組が途上の傾向にある。

現状の旅のスタイルをつぶさに分析→新しい旅のスタイルを提案（滞在、宿泊型・テーマ型観光）

##### 展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：

好事例、成功事例；連携の見本；を増やし、積極的に情報発信していく。

面的な観光スタイルの確立により、同時に江戸街道沿いにはない魅力的な観光コンテンツの取込、連携を狙う。

地域資源活用＋夜間における怪談のような過年度実証事業をアレンジしたナイトタイムエコノミーの創出等、新たな事例創出、展開を図り、地方部でのナイトタイムエコノミーを充実させる。

⑤地域の取組や人材育成に対する支援

**取組状況：**

地域が抱える課題解決のため、有識者と地域をマッチングさせ、令和4年度に4地域、令和5年度に2地域（令和6年度は対象地域継続）の課題解決支援（ト）を行った。

また、街道観光に取り組む地域の人材育成を目的として実践オンラインセミナー（フ）を令和4年度に6回、令和5年度に4回、計10回開催した。

（合計申込者数 1,740名）

さらに、有識者を交えた情報・意見交換により事業の課題解決を図り、連携の促進の機会とする場として江戸街道関連事業者交流会（リ）を令和6年度に開催した。（参考 参加団体等 18団体 約40名）

ト. マッチング・専門家派遣	フ. 実践オンラインセミナー	リ. 江戸街道関連事業者交流会
		
<p><b>専門家派遣事業</b></p>	<p><b>実践オンラインセミナー</b></p>	<p><b>事業者交流会</b></p>
<p>古民家ホテル視察時の様子。本プロジェクトのアドバイザー会議委員が有識者として活躍。</p>	<p>R4 は地域資源掘り起こし、組織作り、情報発信、財務戦略等の講演。8割以上の参加者から「役に立った」との回答があり、好評を博した。</p>	<p>情報交換はもとより、販路開拓等、新たな連携の機会創出にもつながっており、継続開催が求められる。</p>

**課題：**

専門家派遣による支援事例が少ない。街道観光に関する地域でのワークショップや連携のための異業種間サロンの開催といった地道な活動、地域の人材育成につながる支援メニューが少ない。

**展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：**

課題解決支援のための継続的取組とともにベストプラクティス集の作成、周知による課題解決の促進を図る。

また、観光ビジョン推進関東ブロック戦略会議を活用して、本プロジェクトを周知し、関連取組状況の把握、課題共有と整理を行い、街道観光に取り組む各地域の受入環境を効果的に整備・支援し、地域の取組を加速させる。

他省庁との連携深化。

## ⑥ 実証事業の実施によるモデル事例の構築

### 取組状況：

関東運輸局においては、令和5年度実証事業として、地域に伝わる伝説や逸話を活用したインバウンド向けの英語講談会を企画・開催し、誘客促進の効果を検証し、事業のパッケージ化、他地域への横展開のための取組事例集として「歴史文化資源を活用した地域誘客促進企画～ Senju Model～」(※) を関東運輸局 HP への掲載等により周知をした。

また、「GREEN×EXPO 2027」へ向けて、GREEN をテーマとした地方誘客促進のための実証事業を令和6年度に実施し、ツアーに歴史資源を組み込むことで江戸街道と関連させた推奨モデルルート (ル) を構築した。

### ※. Senju Model

歴史文化資源を活用した地域誘客促進企画  
～Senju Model～

令和6年5月  
国土交通省 関東運輸局観光部  
江戸街道プロジェクト推進チーム

2) 実施場所： 歴史文化の伝説

3) 実施内容

13. まとめ

◆インバウンド誘客のポイント

◆事業コンセプトによる見込入場者数の取組の取組

◆観光資源の活用と見込入場者数の取組

◆観光と観光の取組

◆インバウンド向け誘客ポイントの取組

◆地域振興効果の取組

事業コンセプトに応じたイベント開催場所の選定・ターゲットに見合ったイベント内容の決定といった実施面でのポイントをまとめるとともに、継続的なコンテンツづくりのための課題点、自走化のための概算費用(参考値)等を掲載し、取組事例として紹介。

### ル. 推奨モデルルート (R6 実証事業)

成田～水戸

大宮～宇都宮～日光

横浜～伊勢原

江戸街道沿いで体験できる伝統文化や自然景観等のコンテンツをバランスよく取り入れた推奨ルートとなっている。

**課題：**

伝説・逸話を利用した実証実験により課題の洗い出し及び評価検証による事業のパッケージ化と横展開を図ったが、他地域での取組の広がりにつながらない。テーマごとの磨き上げポイントやテーマに関わらない普遍的な磨き上げポイント、マーケットインの磨き上げ等、運輸局においても知見が不足しており、更なる知見の積み上げが必要。

※造成した観光コンテンツの個別の磨き上げのための消費者による評価検証や課題の洗い出し作業は、地域関係者によって実施されることが前提。

**展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：**

令和7年度実証事業の検証と検証結果の周知。

地域関係者の自主的取組推進。

**⑦補助金等を活用したコンテンツ造成等の推進**

**取組状況：**

観光庁補助事業を活用し、本プロジェクト関連案件の造成（伴走）支援を行っている。

R5補正事業（7） 特別体験6件、新発見16件

**7. 特別体験、新発見**

<p>江戸料理に手ごと伝統工芸など江戸尽くし！江戸・日本橋に最も近い宿場町「千住宿」で江戸を味わうガイド付き街道回遊コンテンツ造成事業（千住宿街道観光活用実行委員会）</p> <p>【実施内容】 ●安田大サーカスの団長と行く！「千住宿」の文化と伝統工芸を楽しむ！江戸街道日帰り街歩きツアー 芸人ガイドの解説とともに街道ゆかりの場所や千住の穴場スポットをめぐる一般参加型のモニターツアー。千住の探検事業者同士で連携。 (実施日11月30日：参加者 15名 12月7日：参加者 12名) ●松竹芸人がおもてなし。千住宿まち歩きウォーキングライブツアー 別の芸人ガイドによる3時間に短縮したツアー（実施日2月1日：事業者自主開催） (参加者 5名)</p>	<p>東海道53次3番目の宿場町「神奈川宿」に眠るお宝発見！横浜ディスカバリープロジェクト！（神奈川宿観光利用促進委員会）</p> <p>【実施内容】 ●神奈川宿に眠るお宝発見ガイド付きツアー 開港期の神奈川宿をテーマに歴史的遺産や文化（神奈川神楽）をガイド付きでめぐるモニターツアー (実施日10月29日：参加者 約15名) ●横浜芸者と下田芸者によるコラボレーション ディナーショー＆神奈川宿歴史講座 宿場町の歴史的遺産や文化（横浜芸者等）を再発見するモニターイベント (実施日12月27日：参加者 約15名)</p>	<p>日光街道・日光西街道ご宿場印プロジェクト～各ご宿場での着地型コンテンツ造成とデジタル版日光街道・日光西街道ご宿場印スタンプラリー開発～（東武鉄道株式会社）</p> <p>【実施内容】 ●デジタル版 日光街道・日光西街道 御宿場印スタンプラリー 江戸街道プロジェクトおよび御宿場印プロジェクトと連携。千住宿から日光宿に至るまでの9つの宿場をはじめ、周辺の駅や神社などを巡り、地域に根差した文化や歴史に触れたり、地域の名産品を楽しむスタンプラリー (開催期間 11月1日～1月13日) (参加者 580名) ●メディア露出 テレビ埼玉「埼玉ビジネスウォッチ」特集にて紹介。スタンプラリーの様子や江戸街道プロジェクトとの連携について放送。 YouTubeテレビ埼玉NS内で、アーカイブ配信中 <a href="https://www.youtube.com/@teletama_news">https://www.youtube.com/@teletama_news</a> (12月14日（土）、12月15日（日）放送)</p>
---	---	---

**全体総括：事業実施の結果、大まかに次のような課題が挙げられており、事業の継続性の観点から、これら課題に対する支援方針の検討と支援メニューの充実が必要と考えられる。**

- ①コンテンツ設計、②プロモーション、③販売・運営体制、④人材・地域体制、⑤価格設定・収益性

## 7. 特別体験、新発見

<p>江戸街道プロジェクトによる日本橋での江戸文化体験と五街道を中心とした街道観光への誘い（江戸街道プロジェクト実行委員会）</p> <p>【実施内容】 ●0H   江戸東京まつり 旧五街道の起点だった日本橋・銀座エリアで、インバウンドに向けた質の高い本物の日本文化を体験できるイベントを展開。 総合プロデュースは、世界的演出家である宮本亞門氏。各コンテンツでの第一人者から指導を受けられるイベント、ガイド付ツアー、伝統工芸品の展示を行った。 (実施期間10月4日～11月3日) (ツアー及び全イベント合計参加者 7,718名)</p>	<p>将軍の日光社参を再現！「徳川吉宗公献上料理」と川口宿での江戸体験（本町1丁目まちづくり協議会）</p> <p>【実施内容】 ●外国人有識者参加のモニターツアー インバウンド向けに日本在住の外国人を招聘し、意見交換会を行った。 (実施日10月26日；参加者 13名) ●吉宗公献上料理・瀧山装束体験ツアー 徳川将軍の日光社参の休憩所錫杖寺にて、吉宗公が食べたレシピを基にした昼食体験や、大奥ゆかりの再現装束の着用体験を組み込んだツアー。 (実施期間11月5日～2月5日) (参加者合計 59名)</p>	<p>くま泉温泉街道～日本一の温泉王国・くまの七大温泉で江戸時代の「湯治文化」の真髄を体験（群馬県）</p> <p>【実施内容】 ●くま泉温泉湯めぐりフェア 江戸街道プロジェクトのビジョンをベースに、江戸期より栄えた群馬の七大温泉地を「くま泉温泉街道」として結んだ一大温泉フェアを開催。 湯めぐり手形の販売や湯めぐりバスの運行のほか、各温泉地では地域の特色をいかしたイベントが実施された。 (実施期間 1月6日～2月4日) (延べ利用者数 1,330名)</p>
--	---	---

### 課題：

旅行商品の造成に力点がおかれ、地域物産の開発といった地域興しの視点が欠けている。

また、補助事業完了後のフォローが不十分であり、街道関連商品数の増加に寄与しないおそれ。

街道ごとの商品造成数の把握が不十分であり、街道コンテンツの偏りについてフォローができていない。

ロングストーリー事業のように広域を周遊する事業補助について、江戸街道関連の事業が採択されることを狙い、既存の取組地域の魅力向上をさらに図ることが必要。

### 展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：

プロジェクト全体のデータ把握を行う。

また、事業の収益性、持続性向上のための観光庁事業の活用や補助事業のフォローを行う。

## ⑧フォーラム等の開催による認知度の向上

### 取組状況：

セミナー、シンポジウムを開催するとともに、リーフレット「いざ！江戸街道プロジェクト」を作成した。（再掲）

また、街道観光をテーマとしたインバウンドフォーラムを開催した。

**課題：**

国内外の旅行者のプロジェクト認知度把握方法（ツール）がない。  
本プロジェクト及びこれに関する各種データの把握が不十分であり、街道観光の認知度についても同様の状況にある。

**展望、現行ビジョン更新に向けた取組等の留意点：**

露出機会を増大させるべく、戦略的、積極的な取材機会を創出（取材協力依頼）。

作成した江戸街道マップの掲載、積極活用による認知度向上。

街道イベントを活用した認知度把握や観光庁補助金を活用した江戸街道関連旅行商品について、外部機関におけるポータルサイト（以下、「外部ポータルサイト」という。）立ち上げ支援と各種分析を含めた広域 DMO や日本観光振興協会との連携。

**(2) 総評**

上記の各取組について、引き続き取組が必要なものを継続的に行うとともに、現行ビジョンの推進により明らかとなった課題について対応が必要となっている。また、旅行において一般的に重視されると考えられる食をフックにした取組が弱い。江戸料理という観点で発展させることが難しいため、これを整理した上で、取組の新たな方向性を示し、推進することが必要。その他、国内外の旅行者へ街道観光のイメージ付けをした時に、アスファルトで舗装された道路、現代の街並みを単に歩くだけでは江戸の趣を感じられず、旅行者にとって期待外れになる可能性もあるため、イメージとの乖離が生じないような工夫、取組が求められる。

**3. 「江戸街道プロジェクト」の目的、及び「江戸街道プロジェクト推進ビジョン 2025」（以下、「新ビジョン」という。）の基本方針等**

現行ビジョンの評価検証をふまえ、本プロジェクトの目的、ターゲットを修正し、改めて以下のとおり掲げる。また、ビジョンの位置づけを再定義するとともに、本プロジェクトの目的を達成するため、新ビジョンの当面の取組期間を定め、以下のとおり、取組の方向性、方針を掲げる。なお、取組については、実施者や関係者がイメージしやすいように、想定される取組の具体例を記載するとともに、取組の狙いや取組によって期待される効果を記載することで、取組の推進を図る。

**(1) 目的**

関係者が連携し、付加価値を向上させることで地域が自走していく。その効果を周く地域にもたらす。

**(2) ターゲット**

国内旅行者：歴史が好きな人、アクティブシニア、各ビークルユーザー  
訪日旅行者：伝統・歴史関心層（特に欧米豪市場、台湾市場）



### (3) 位置づけ

新ビジョンは、広域関東エリア内の各地域（自治体、DMO、民間事業者等）による本プロジェクトへの積極的な取組を促すとともに、各地域が連携・協働することで、それぞれの取組が相乗的な効果を発揮し、本プロジェクトの推進において効果的な施策となるよう、取組の方向性、方針をとりまとめたものである。

### (4) 取組期間

新ビジョンにおける取組期間は、2025年4月から2028年3月までの3年間とし、期間終了時に取組状況を評価するとともに、新ビジョンの進捗状況等をふまえ、更新を行うものとする。

### (5) 取組（取組の方向性）

観光地域づくり、情報発信・プロモーション、受入環境整備の3つの取組を取組の柱として位置づける。また、これらの柱を支えるため、データの取得、活用を土台として位置づけ、強固な取組体制とする。

さらに、これらによって構築された取組体制については、不断の取組が必要であることに留意するとともに、様々なリスクに適応していく取組となるよう必要な検討を行っていくこととする。

#### ○観光地域づくり

##### ①面的観光の推進（共通）

取組の狙い：街道観光による線の動きを面的な動きにつなげ、地域を周遊する取組を推進していく。

取組により期待される効果：街道沿いにはない地域の取込による参加地域・取組地域の増加と取組関係者の連携促進

#### 取組の具体例：

- ・新しい旅のスタイルの提案と定着化
- ・宿場を拠点とした歩く観光、eバイク利用促進や関係団体との連携イベントの実施
- ・移動時間が体験時間となるようなコンテンツ開発・利用の推奨、支援 等

##### ②支援メニュー及び支援内容の充実（共通）

取組の狙い：様々なメニューにより取組地域・事業者等を支援する。支援内容も随時更新し、充実させていく。

また、個別の支援を通じて地域に共通する事業課題を把握し、総合的な支援につなげていく。

取組により期待される効果：街道関連商品数及び価値の向上、販路開拓及び販売チャネル増による商品提供機会増、並びにプロジェクト連携数の増加及び



## 地域の課題解決

### 取組の具体例：

- ・取組事例集やベストプラクティス集の作成、周知、活用による事業改善
- ・事業者交流会の開催、参加による販路開拓や連携機会の増加
- ・街道観光ポータルサイトでの取組地域紹介と外部ポータルサイトとの連携
- ・専門家派遣（支援事例数増）と専門家派遣を活用した課題解決
- ・補助事業伴走支援、事業完了後のフォロー、これらを活用した事業の持続性、収益性の向上
- ・地域内活動（サロン）の実施、参加と支援による地域の中核リーダー人材の発掘・育成を通じた高付加価値商品の創出
- ・歴史的建造物のような特別な会場を利用した観光コンテンツづくり等、実証的事業の実施と事業のモデル化及び、これを参考にして地域の資源を活用した新たなコンテンツづくりを行う取組の普及
- ・本プロジェクトに関連するコンテンツと連動した二次交通の充実化、及びその支援 等

### ③ 支援の連携（共通）

取組の狙い：観光ビジョン推進関東ブロック戦略会議等を通じて、補助メニューを整理し、他省庁等と連携することで重点的、複層的、効果的な支援とし、より効率性の高い支援により質の高い観光地域づくりにつなげる。

取組により期待される効果：取組地域に対する効果的な支援及び会議等によって得られた知見のフィードバックと活用・反映。

### 連携先と連携内容の具体例：

- ・伝統工芸（経済産業省）
- ・日本遺産（文化庁）
- ・地域を知る活動、学校への出張ワークショップ（文部科学省、教育機関）
- ・食（農林水産省）
- ・GREEN×EXPO 2027（国際園芸博覧会協会、農林水産省）
- ・酒蔵ツーリズム（国税局）
- ・温泉ツーリズム（環境省）
- ・スポーツツーリズム（スポーツ庁）
- ・ガーデンツーリズム、街並みや街道の整備・保全（地方整備局） 等

### ④ 新たな視点による取組の推進（共通）

取組の狙い：プロジェクトに欠けていた新たな視点による取組を行うことにより、更なるプロジェクトの推進を図る。

取組により期待される効果：他の取組との相乗効果、街道関連商品のバリエー



## シヨン増、新規ユーザーの獲得と既存ユーザーのフォロー

### 取組の具体例：

- ・地域おこしの観点から、地域物産の開発等を支援。特に、食をフックにして線的、面的な広がりにつなげていく（例：街道めし・宿場めしの開発、地域資源を活用した街道マラソンほか）
- ・リピーター増加の観点から、地域への再来訪のための取組を支援。特に、ターゲット予備軍を意識した SNS の活用と SNS と親和性が高く、商品レビュー（品質改善のための気づき）、情報発信やブランドコミュニティの構築を同時に期待できる街道観光アンバサダー制度といった制度の導入や導入支援
- ・持続可能な観光の観点からアルベルゴ・ディフーズ（分散型宿泊）と泊食分離を組み合わせることにより、既存地域資源を活用し、地域コミュニティの再生と地域経済の活性化を図り、宿場町を再生する取組（参考：岡山県小田郡矢掛町における取組事例）等

### ⑤地域の自主的取組の推進（共通）

取組により期待される効果：プロジェクト達成による地域の自走準備と速やかな自走への移行

### 取組の具体例：

- ・市民参加型（ワークショップ含む）事例の紹介、導入
- ・ふるさと納税の活用事例の紹介、導入
- ・その他支援事例の紹介 等

### ○情報発信・プロモーション

#### ①認知度の更なる向上のための継続的な取組

取組の狙い：地域関係者は元より、国内外の旅行者の認知度を向上させるため、本プロジェクトの未認知層へのアプローチに継続的に取り組む。

取組により期待される効果：消費の動機付け、連携機会の創出。

### 取組の具体例：

- ・プロモーションを意識したストーリー設定
- ・テーマ等で分類した資源マップの作成、周知、活用
- ・江戸街道マップの作成及びイベント等における積極的発信、活用
- ・街道関連イベント（地域物産展ほか）を通じたプロジェクト・地域コンテンツの情報発信
- ・外部ポータルサイトに掲載する江戸街道関連情報の充実
- ・積極的なメディア広告
- ・上記を通じたパブリシティ 等

## ② インナーブランディング強化

取組の狙い：地域関係者のインナーブランディング強化を図り、連携の広域化と深化を目指すとともに、国内外の旅行者への訴求力を高める。

取組により期待される効果：取組基準の明確化による参加判断の容易化、参加地域の増加、連携の広域化。  
商品価値・国内外の旅行者への訴求力向上とブランド価値の向上。

取組の具体例：

- ・ブランドストーリーの明確化
- ・ロゴマーク使用事例の紹介による取組イメージの共有
- ・取組（成功事例）における地域事業者等の経験談のストーリーテリング 等

## ③ 支援メニュー及び支援内容の充実（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり②に同じ

## ④ 支援の連携（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり③に同じ

## ⑤ 情報発信ツールの整備及びプロモーションの連携

取組により期待される効果：複数機関による情報発信を通じた広域関東地域や街道観光関連商品の露出機会増と国内外の旅行者への訴求

取組の具体例：

- ・街道観光ポータルサイトの定期更新によるサイト情報充実化とSNSの活用
- ・外部ポータルサイト立ち上げ支援（サイト整備）と同サイトにおける街道観光関連商品の充実化
- ・各種街道観光関連イベントの実施（後援名義による支援等を含む）
- ・テーマ別広域モデルルートの構築とセールスコールによる効率的、かつ、確実なアプローチ強化、支援
- ・広報強化を兼ねた募集型ファムツアーの実施や旅行博の共同出展、支援
- ・その他、各種プロモーションに関する関係者との連携 等

## ⑥ 新たな視点による取組の推進（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり⑥に同じ

## ⑦ 地域の自主的取組の推進（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり⑦に同じ

## ○ 受入環境整備

## ① 支援メニュー及び支援内容の充実（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり②に同じ

②支援の連携（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり③に同じ

③新たな視点による取組の推進（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり④に同じ

④地域の自主的取組の推進（再掲）

3. (5) ○観光地域づくり⑤に同じ

○各種データの把握

取組の狙い：プロモーションによるメディア露出、関連サイト・SNS等、街道観光に関する認知度や反応といった取組の効果を測るためのデータ取得、共有と街道関連コンテンツ数といった本プロジェクトを推進する上での基礎的データの把握・整理を行い、今後の展開の検討素材とする。  
また、エリアの消費拡大のための施策を効果的に発揮させるべく、情報共有を初め、広域DMOと連携する。

取組により期待される効果：ターゲットと消費傾向、周辺環境の把握を通じた合理的な施策の実施。

取組の具体例：

- ・街道関連イベントに併せた認知度調査の実施
- ・街道観光ポータルサイトのAU数等分析
- ・街道、テーマごとの関連コンテンツ数の把握、整理
- ・SNSフォロワー数・属性等、ターゲットの分析
- ・広域DMOからの関連データ取得、分析
- ・宿泊地におけるAIコンシェルジュ（着地型情報発信）等、新しいツールの導入促進 等

○今後の取組の検討

2026年度更新版観光立国推進基本計画に留意するとともに、観光産業にとって大きなリスクとなる災害、感染症、不況に負けない、影響を受けにくい旅行環境や域内調達率に配慮した持続可能な事業環境を構築し、循環型社会の実現、持続可能な社会の実現を目指し、これに寄与していくための取組を検討する。

(3) 取組により期待される共通のメリット

toB：観光を横串にした地域の課題解決、地域の活性化、付加価値の向上による地域への還元/持続可能な観光の確立

toC：付加価値の向上した旅行の提供による新しい価値の享受

## 4. 参考 広域関東観光の現状と課題

### (1) 広域関東観光の概況

旅行・観光消費動向調査によると、コロナ禍前の 2019 年の広域関東※エリアでは、日本人国内旅行による訪問者数が延べ 3 億人超で全旅行者の 36.2%を占めており、その観光消費額も約 6.3 兆円と全体の 29.0%を占めていた。

ただし、その過半数は東京、神奈川、千葉の 3 都県に集中しており、エリア全体の観光振興の観点から、他地域への周遊促進が課題と言える。

※広域関東：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、山梨県、新潟県、長野県の 1 都 10 県



全国に占める広域関東の訪問者数(万人)旅行消費額(億円)  
旅行・観光消費動向調査 2019-2020



都県別訪問者数(万人)  
旅行・観光消費動向調査 2019



都県別旅行消費額(億円)  
旅行・観光消費動向調査 2019

また、訪日外国人消費動向調査によると、コロナ禍前 5 年間における広域関東エリアの訪日外国人旅行者の消費額の伸びは、関西エリアや中部エリアに比べ低くなっており、訪日外国人旅行者の消費の取り込みの面で課題があったと言える。

広域連携 DMO エリア別外国人消費指数の推移  
(2015=100 とした場合の相対値)  
訪日外国人消費動向調査 2015-2019



### (2) アフターコロナの動向

コロナ禍で国内旅行は大きく低迷したものの、国の全国旅行支援などにより、2022 年の日本人国内延べ旅行者数は 4 億人超となり回復傾向にある。また、訪日外国人旅行者に関しても、昨年 10 月からの入国者数の上限撤廃、短期滞在者のビザ免除等によって堅調に回復し、さらに本年 3 月から中国に対する新型コロナウイルスの水際対策が緩和されたことから、今後は最大の訪日旅行者数を占めていた中国からの来訪も復活するものと想定される。

## 5. 参考 広域関東観光のポテンシャル

豊かな山海の自然に囲まれている広域関東エリアには、国内有数の観光地や温泉地、江戸文化が花咲いた歴史・文化のほか、まだ知られていない地域資源も含めコンテンツが豊富にある。また、エリア内には高度に整備された鉄道・バス・高速道路ネットワークがあり、東京を起点にすればほとんどの観光地に2～3時間程度でアクセスできる環境にあるため、周遊観光のポテンシャルは非常に高い。

さらに、国内を代表するゲートウェイである成田・羽田の国際空港があり、訪日外国人旅行者の誘客にも有利である。

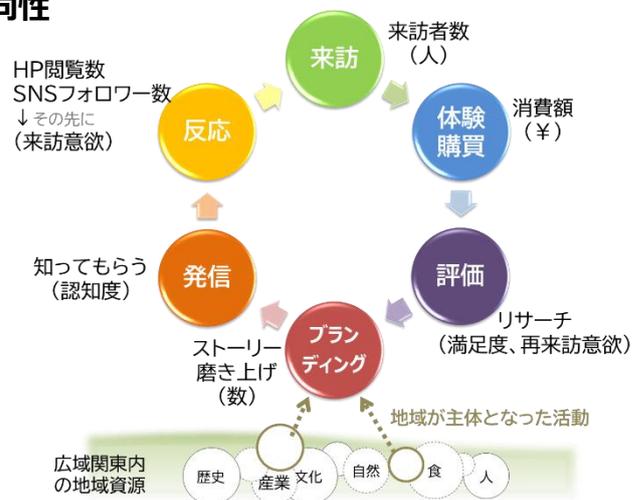
一方で、アクセスの良さゆえに、地方部における観光は日帰りを中心となる傾向がみられ、観光客の偏在化に対する対策も考える必要がある。

## 6. 参考 広域関東における観光推進の方向性

域内に潜在する地域資源を磨き、ブランディング（イメージづけ）することで、情報発信力を高め、国内外の多くの方々に認知され、訪れてもらい、そして体験（消費）してもらう。

そしてその評価がさらにブランド価値を高め、さらなる来訪を促す、そういった循環を目指す。

そのためには、域内全体が意識を共有できるブランディングが重要であり、長期的な取組により広域関東に浸透させていく。



広域関東における観光推進の方向性

- 広域関東における観光資源の総合的なブランディングを図ることを目的として、地域ごとの観光資源を共通のテーマとストーリーで結びつけ、トータル的な発信力の強化につなげることが重要である。
- 文化遺産や自然環境へ配慮しつつ、観光と経済が融和した持続可能な観光を目指しながら、広域関東エリア全体、津々浦々への周遊拡大、観光消費額の増大といった循環を形成することが重要である。

## 7. 参考 広域関東の新たな観光振興策「江戸街道プロジェクト」

広域関東観光のブランディングに向け、他との差別化やマーケティング優位性につながる統一的なイメージ戦略として、このエリア形成の礎となった江戸時代に焦点をあて「江戸街道」をブランディングのキーワードとする取組を推進する。



## **8. 参考 アドバイザリー会議における委員発言要旨**

**(第1回) 令和5年6月8日**

**<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/content/000300893.pdf>**

**(第2回) 令和5年10月25日**

**<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/content/000307264.pdf>**

**(第3回) 令和6年3月11日**

**<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/content/000322575.pdf>**

**(第4回) 令和6年6月18日**

**<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/content/000329472.pdf>**

**(第5回) 令和6年12月3日**

**<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/content/000339280.pdf>**

**(第6回) 令和7年3月13日**

**<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/content/000347920.pdf>**