

第8回江戸街道プロジェクトアドバイザー会議 議事要旨

日時：2025年12月4日（木）10:00～12:00

場所：オンライン（Microsoft Teams）

出席者（敬称略）：

公益社団法人日本観光振興協会総合研究所 顧問 丁野 朗

株式会社リクルート 地域創造部 部長 高橋 佑司

株式会社三菱総合研究所 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

特定非営利活動法人全国街道交流会議 専務理事 古賀 方子

一般社団法人日本ウォーキング協会 事業統括専務理事 井上 成美

株式会社JTB総合研究所 主席研究員 亀山 秀一

一般社団法人ONSEN・ガストロノミーツーリズム 推進機構 相談役 岡村 清二

関東運輸局 局長 藤田 礼子

関東運輸局観光部 部長 近藤 光則

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

議事要旨：

(1) プロジェクトの取組状況について

○事業者交流会の開催に関するご意見

- ・事業者交流会は事業創出の契機となっており、対面開催が不可欠である。
- ・グループ別リーダーにより、事業者が自発的に事業を進める循環を構築することが望ましい。
- ・地域に利益が還元される仕組みを事業者同士で構築し、定期的な対面交流で持続可能性を高められるとよい。

○江戸街道らしさ、ベストプラクティスのとりまとめに関するご意見

- ・ポータルサイトにも早期掲載し、情報を充実させるとよい。
- ・プロジェクトの価値や提供テーマを整理し、顧客に「江戸街道で何が味わえるか」を明確化する必要がある。
- ・コンテンツは歴史、文化、酒、温泉、職人技などに整理し、江戸文化の観点を強調できるとよい。
- ・ベストプラクティスには事業背景や連携経緯を記載し、江戸街道らしさを示すべきである。
- ・モニター終了後も継続販売される事例を選定し、成功要因を分析する必要がある。
- ・江戸街道プロジェクト関連事業をどのような基準で考えていくか見直しを検討するとよい。
- ・社会的話題（例：温泉文化のユネスコ登録）と整合性を持たせ、メディア露出を図るとよい。

(2) プロジェクトの今後の方向性について

○事業の継続性に関するご意見

- ・江戸街道は食から始まった経緯があり、地域の食関連事業を体系化する必要がある。
- ・事業の継続性確保にはスポンサーのような協力事業者の存在が重要であり、食文化や江戸料理等を企業連携で強化できるとよい。
- ・金銭だけでなく活動参加型のサポーター事業者募集も効果的なため、仲間づくりをしていけるとよい。
- ・百貨店では富裕層向け工房ツアー等を行っているところもあり、そうした観光業界以外のサポートを得ることができると面白い。

○ターゲット設定、ブランディングに関するご意見

- ・インナーブランディングには「こういう関東にしたい」というビジョンを明確化し、目的と方向性を伝える必要がある。
- ・現行ビジョン案には目的や対象が欠けており、記載が必要である。
- ・ターゲット設定は「なぜその層なのか」を説明し、データ分析で合理性を担保すべきである。
- ・江戸らしさを具体化し、地域の当事者が自分の地域にも江戸文化との関与がある認識を改めて掘り起こせるとよい。
- ・ターゲットは歴史好きだけでなく、興味層も含めるとよい。
- ・「京都に飽きた人」など具体的な層を設定し、ステレオタイプを避けるべきである。
- ・「江戸」と呼べるのは Greater TOKYO であり、江戸街道プロジェクトはこれを軸にしたプロジェクトであると再認識して進めるべきである。
- ・ビジョン 2025 は課題を明確化し、改善策を示す点で評価できる。

○その他全般的なご意見

- ・江戸文化に関するものだけでなく、ビジョンには地域の視点や営みを活用する視点を含めて関東らしさを強調し、ポテンシャルを前面に出せるとよい。
- ・宿泊は地域消費を高める重要要素であるため、KPI ではなくともビジョンに記載できるとよい。
- ・コンテンツ造成においては、街歩きや物語性を重視し、歴史ストーリーを商品化する方針で考えることもよい。
- ・街道観光はネットワークとして活かし、人の交流を促進することが重要である。
- ・GREEN×EXPO 2027 を活かしたプロモーションを進められるとよい。

以上