

江戸街道プロジェクト推進ビジョン2025(新ビジョン)の位置づけ

「江戸街道プロジェクト推進ビジョン2025」は、広域関東(※)エリア内の各地域による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、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す ※ 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、新潟県、山梨県、長野県の1都10県

プロジェクトの目的

自治体の境界を越えて関係者が連携し、地域を活性化させるとともに、魅力発信力を高め、付加価値を向上させることで来訪と観光消費の促進につなげ、地域が自走していき、その効果を周く地域にもたらすことを目的とする取組

取組の方向性

ターゲット

- コアターゲット
- メインターゲット
- サブターゲット

ターゲット設定の詳細については右に記載

○ 観光地域づくり

- ① 面的観光の推進
- ② 支援メニュー・支援内容の充実
- ③ 支援の連携
- ④ 新たな視点による取組
- ⑤ 地域の自主的取組

○ 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取組
- ② インナーブランディング強化
- ③ 支援メニュー・支援内容の充実
- ④ 支援の連携
- ⑤ 情報発信ツールの整備、プロモーション連携
- ⑥ 新たな視点による取組
- ⑦ 地域の自主的取組

○ 受入環境整備

- ① 支援メニュー・支援内容の充実
- ② 支援の連携
- ③ 新たな視点による取組
- ④ 地域の自主的取組

各種データの把握

新ビジョンの取組期間

2025年4月から2028年3月

※次期ビジョン2028年4月～

積極的に発信するテーマ

- ・庭園(GREEN)
- ・酒蔵(酒蔵巡りや伝統的な酒づくり)、食(食文化)
- ・温泉(温泉文化)

取組により期待されるメリット

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

ターゲット(対象市場:国内市場並びに欧米豪市場及び台湾市場)

コアターゲット:「江戸」に関連した歴史や伝統に高い関心がある層/既に定番の歴史観光資源を訪れ、その他の地域の歴史文化にも触れたい、新しい体験をしたい層

メインターゲット:歴史や伝統に好意的で、興味があり、旅行において歴史や伝統も楽しみたい層

サブターゲット:アクティブシニア/各ビークルユーザー

歴史自体に興味は薄く、それ自体を旅行目的としないが、旅行者のやりたいことが、温泉や食・酒といった誘客の切り口となるテーマと合致する場合に、導線設計により歴史につなぐことができる層。

2030年 政府目標

日本人国内旅行消費額:22兆円 訪日外国人旅行者数:6,000万人
訪日外国人旅行消費額:15兆円 地方部外国人延べ宿泊:1.3億人泊

◀ 江戸街道プロジェクトロゴマーク



EDO SHOGUN ROADS



江戸街道プロジェクトHP