令和7年度「GREEN」をテーマとした
広域観光促進に関する実証事業

事業報告書【概要版】



国土交通省　関東運輸局　観光部

令和8年3月

◆目次

１．事業名 ・・・

１．事業名

令和7年度「GREEN」をテーマとした広域観光促進に関する実証事業

２．事業の背景・目的

（背景）
観光は、成長戦略の柱、地域活性化の切り札である。第４次観光立国推進基本計画においては、「持続可能な観光」「消費額拡大」と合わせて「地方誘客」がキーワードに掲げられており、広域関東ブロック（※１）においても、より一層の地方誘客が重要である。この広域関東ブロックにおける地方誘客を促進するためには、各地域が個別に誘客するだけでなく、各地域の魅力的な地域資源を活用した異なる体験を組み合わせることにより、独立しているコンテンツの付加価値（魅力）を高め、国内だけでなく世界中の観光客にとって魅力的な周遊観光につなげていくことが重要である。
また、各地域の地域資源を活用したコンテンツを体験し、周遊してもらうことで、滞在日数の増加、ひいては旅行消費額の増加が期待される。このような中、令和９年に広域関東ブロックの横浜で開催される「GREEN×EXPO 2027（2027 年国際園芸博覧会）」を観光の起爆剤として活用することが効果的であると考えられる。
（目的）
広域関東ブロックにおけるインバウンドの周遊観光を促す仕掛けとして、日本独自の四季折々の花や多様な自然といった地域資源である「GREEN」（※２）をテーマとした「モデルルート」の調査・検証を行う。「GREEN」をテーマとしたモデルルートの構築により需要を喚起し、絶好の機会である「GREEN×EXPO 2027（2027 年国際園芸博覧会）」との相乗効果により一層の来訪を促し、地域関係者が主体となった持続的な地域間の更なる連携を図ることで、広域関東ブロックにおける地方誘客や観光満足度の向上につなげていく一助とすることを目的とする。
その際には、街道を活用した「江戸街道プロジェクト」（※３）と連携することとし、本事業とともに広域観光の取組を促進していく。

（※１） 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 県とする。
（※２）「植物」、「花」、「緑」を総称する言葉
（※３）五街道、脇往還に存在するコンテンツを「江戸街道」という統一テーマによって、効果的に国内外へ発信し誘客促進を図る取組。

（事業仕様書より）

３．事業内容

１）モデルルートの構築等について

①実施方針

広域関東ブロックにおけるインバウンドの周遊観光を促す仕掛けとして、日本独自の四季折々の花や多様な自然といった地域資源である「GREEN」をテーマとし、「江戸街道プロジェクト」と連携したモデルルートを構築します。モデルルートの構築にあたっては、「GREEN×EXPO 2027」のテーマである、『幸せを作る明日の風景』を踏まえ、自然景観や植生にとどまらず、「人と自然の関係性」や「精神的豊かさ」「歴史・文化的背景」まで含めた、日本らしい“奥深い緑”を感じる旅、すなわち『Japan Green』をコンセプトとします。

②構築の方向性

- **地域資源のリブランディング**：
  街道に沿った歴史的景観、日本庭園や農村の原風景など、多様なGreenを「Japan Green」として再定義・再編集
- **面的周遊観光の実現**：
  江戸街道プロジェクトと連動させた「Japan Green」として旅の流れを創出し、相乗効果を図る
- **訪日客の地方分散化**：
  対象市場ごとの休暇や訪日旅行シーズンを考慮し、東京から関東広域の農村や森林エリアへ誘導
- **国際発信力の強化**：
  視覚的な緑にとどまらない、「Japan Green」ブランドによる統一訴求
- **持続可能性**：
  GREEN×EXPO 2027をスタート地点と位置付け、「Japan Green」として広域的に持続可能な観光を発展させていく

③構築におけるキーワード

- **5つのテーマ**：
  GREEN×EXPO 2027メインテーマ：「幸せを創る明日の風景（Scenery of the Future for Happiness）」
  4つのサブテーマ：Co-adaptation／Co-existence／Co-creation／Co-operation
- **五街道＋脇往還**：
  東海道／甲州街道／中山道／日光街道／奥州街道／関連する脇往還
- **四季**：
  日本特有の季節感（春／夏／秋／冬）
- **五感**：
  視覚（風景）、聴覚（音）、嗅覚（線香やアロマ等の香り）、味覚（食や薬草など）、触覚（手仕事、温泉など）

④対象市場を踏まえたルート構築

「春」（桜鑑賞）及び「秋」（紅葉鑑賞）の訪日旅行ピーク期に加え、「夏」（長期休暇を利用するファミリー層の増加、アウトドアアクティビティ目的）及び「冬」（スノーアクティビティや温泉体験目的）のシーズンを中心に、欧米豪やアジアといったエリア対象ではなく、具体的な国を対象として、訴求力のあるコンテンツを組み入れたモデルルートを構築。
（別表「年間訪日動向」参照）

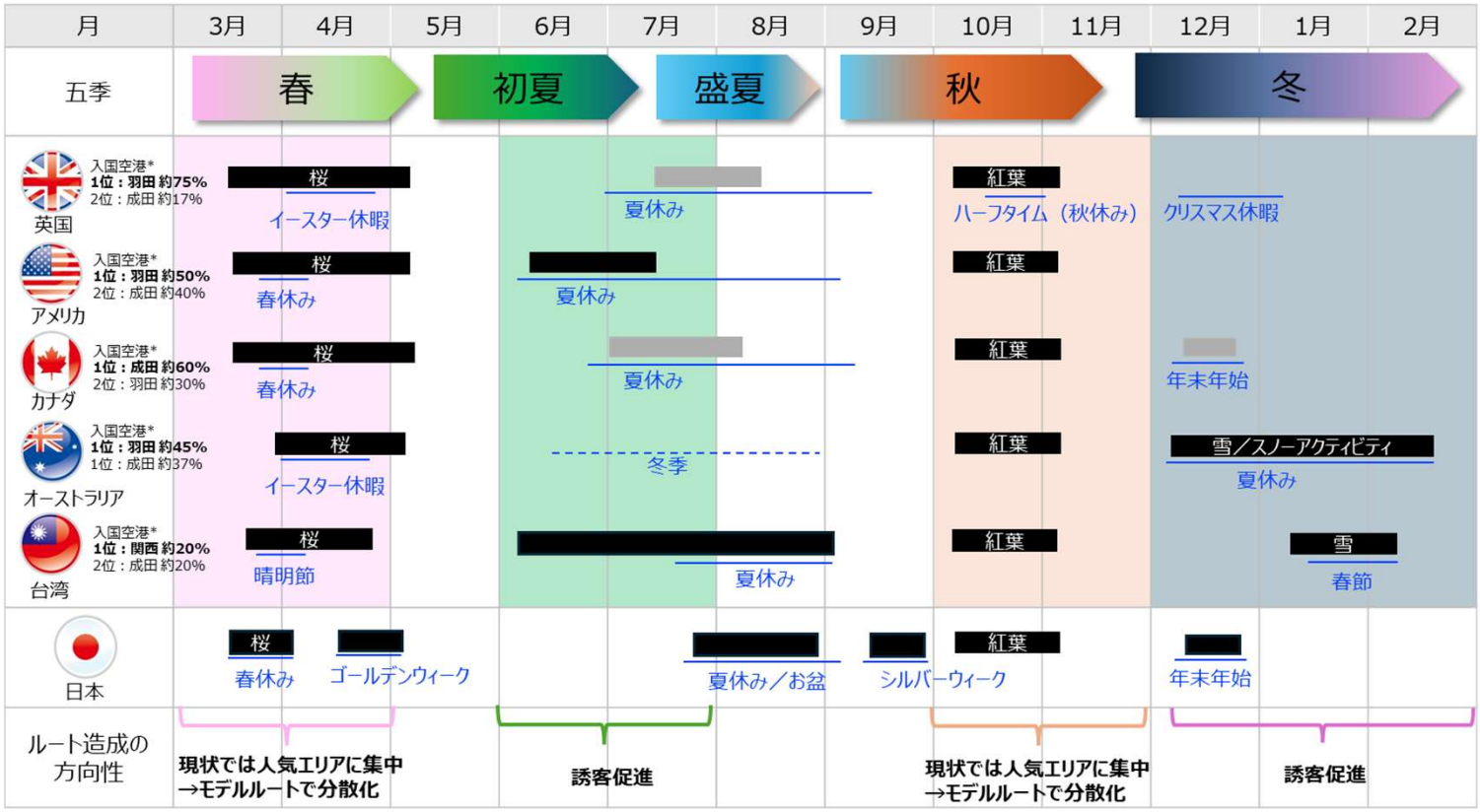
■5つの対象国設定の根拠（近年の市場動向を踏まえて）

・英国：盆栽体験を中心にGREENへの関心が高い層への訴求を目論む。
・アメリカ：北米を中心に人気のAT（adventure tour）要素とGREENコンテンツの関連性を重視。
・カナダ：成田空港利用率が高く、将来的に関東圏周遊促進の可能性マーケットとして位置付けた。
・オーストラリア：近年の日本酒人気の高まりがGREENコンテンツと合致。
・台湾：写真撮影、日本アニメ志向がある潜在層へGREENコンテンツの訴求が可能。

■ルート起点設定のポイント

カナダ・台湾の入国は成田空港利用が高い傾向にあるため、成田エリア起点も有効と判断。

〔別表：年間訪日動向〕



*参考とした資料：2024年インバウンド消費動向調査「表1-1　国籍・地域（21区分）別　回答者属性および旅行内容】

⑤構築のステップ

「令和6年度『GREEN』をテーマとした体験型観光による広域観光促進に関する実証事業」で構築したモデルルートのコンテンツ及び関東広域各都県より提供されたGREENを題材とした観光資源情報等を踏まえ、関東広域各都県と連携を図り、４つのステップで17本のモデルルートを構築。

Step１．前年度に造成した3モデルルートの活用（既存モデルルートのブラッシュアップ）

Step２．全モデルルートへの仕掛けコンテンツの組み入れ（顕在的・潜在的なニーズへの訴求）

●顕在的な要素：「江戸街道」への興味関心層のリアルなニーズ
→SHOGUN（将軍）、SAMURAI（サムライ）、UKIYOE（浮世絵）等
●潜在的な要素：日本アニメ等に描かれた情景＝日本美への興味関心
●重要な要素：ビーガンやベジタリアン、温泉におけるタトゥーフレンドリー対応等

Step３．新規モデルルートの構築（既存コンテンツの活用）

●関東広域各都県より提供されたGREENを題材とした観光資源をStep２の観点も含めブラッシュアップし、商品化を踏まえた新規モデルルートとして構築。

Step４．関東広域各都県とのヒアリング（モデルルートの調整、コンテンツの提案、等）

実施日	都県	都県からの意見等
9月2日	埼玉県	大宮盆栽村でも英語対応にて盆栽体験が可能なので、春花園盆栽美術館での体験が難しい場合は活用して欲しい。
9月8日	茨城県	特になし。
9月16日	栃木県	・あしかがフラワーパークのコンテンツ「ふじのはな物語」は4月の最終週がベストシーズン ・若竹の杜「竹器抹茶体験」については土日祝のみ提供なので、平日の対応については、案内ガイドも含めて県から施設へ打診が可能。 ○県南宿泊先及び飲食店について複数施設の提案あり
9月16日	群馬県	リトリート推進の意味でも温泉コンテンツは良い。草津温泉はタトゥーフリーでもあるので適している。 「ぐんまフラワーパークプラス」（10/10リニューアルオープン）も検討いただきたい。ルートからは若干外れるが、事業テーマに合致した施設と思われる。
9月17日	神奈川県	オーバーツーリズムを避ける意味で、早朝の鎌倉ハイキングは良いと思われる。
9月17日	千葉県	日本遺産に認定された「北総四都市」を江戸街道と結び付けられないか。街道とはズレるが、GREENの観点では房総で田植え体験、農泊、鋸山トレッキングが良い。冬季の東京湾越しの富士山遠景等は浮世絵の世界と通ずる。浮世絵関連コンテンツとしては、菱川師宣、波の伊八を推薦する。 今後の千葉（房総）への誘客策としては、東京滞在中のインバウンド向けのショートトリップや成田からの帰国前に1泊などの取り組みが必要と感じている。
9月19日	長野県	市場に刺さるコンテンツであれば良いと考えている。県として売りたいスポットに人気スポットの組み合わせが無いと集客が難しいが、その点が考慮されていると感じた。
9月24日	山梨県	・七面山の景観が素晴らしい「赤沢宿」エリアの宿泊を検討して欲しい。 ・ワイナリーも良いが、地ビール、日本酒も取り上げて欲しい。 ・白駒池も大変素晴らしいが、八ヶ岳周辺のエリアの各種コンテンツは、JAPAN GREEN というテーマとマッチする度合いが非常に高い。 ○他、各ルートに関して複数の提案あり。
12月2日	東京都	コンテンツが都心に偏っているので、甲州街道に西東京のコンテンツ組み入れを検討して欲しい

※福島県、新潟県についてはメールによる説明で、特に意見は無かった。

⑥各モデルルートの主なテーマとGREEN×EXPO 2027のサブテーマ関連性

ルート名	主なテーマ	GREEN×EXPO 2027　サブテーマ
日光・奥州街道 GREEN旅_春	地域での取り組みが生かされたコンテンツの組み込み	Co-operation（連携による解決）
日光・奥州街道 GREEN旅_夏	地元の食を支え、文化を守る農家体験	Co-existence（緑や農による共存）
日光・奥州街道 GREEN旅_秋	日本の酒造り文化を独自技術により未来に繋いでいる	Co-creation（新産業の創出）
日光・奥州街道 GREEN旅_冬	植物資源を伝統工芸や生活に生かす取り組み	Co-adaptation（自然との調和）
中山道 GREEN旅_春	植物資源を伝統工芸や生活に生かす取り組み	Co-adaptation（自然との調和）
中山道 GREEN旅_夏	いにしえの峠を越えを現代風に体験	Co-operation（連携による解決 ）
中山道 GREEN旅_秋	葛飾北斎が辿った中山道	Co-operation（連携による解決 ）
中山道 GREEN旅_冬	雪国の知恵と現代アートのマッチング	Co-creation（新産業の創出 ）
甲州街道 GREEN旅_春	食の多様性（精進料理とヴィーガン料理）	Co-creation（新産業の創出 ）
甲州街道 GREEN旅_夏	都会での自然体験と森林での心身一体感	Co-adaptation（自然との調和 ）
甲州街道 GREEN旅_秋	秋の実りと発酵を楽しむ	Co-existence（緑や農による共存）
甲州街道 GREEN旅_冬	八ヶ岳の自然に溶け込む体験	Co-adaptation（自然との調和 ）
東海道 GREEN旅_春	混雑を避けた新たなルート設定	Co-operation（連携による解決 ）
東海道 GREEN旅_夏	脇往還を活用した新たなルート設定	Co-operation（連携による解決 ）
東海道 GREEN旅_秋	歴史と現在アートのマッチング	Co-creation（新産業の創出 ）
東海道 GREEN旅_冬	冬ならではの食とリトリート体験	Co-adaptation（自然との調和 ）
東海道 GREEN旅_冬	新たな視点での周遊ルート	Co-operation（連携による解決 ）

⑦構築モデルルート（17ルート）一覧

ルート名	主な脇往還	周遊都県	ルートサブタイトル	主なターゲット国				
				アメリカ	カナダ	イギリス	オーストラリア	台湾
日光・奥州街道 GREEN旅_春	佐倉・成田街道、水戸街道	千葉県、東京都、栃木県、茨城県	春の旧街道と花めぐりの旅	○	○			○
日光・奥州街道 GREEN旅_夏	会津西街道	栃木県、福島県	農の心と食文化にふれる、緑を味わう旅	(○)	(○)			○
日光・奥州街道 GREEN旅_秋		東京都、埼玉県、栃木県	匠に出会う、盆栽・竹・日本ウィスキーの旅			○		
日光・奥州街道 GREEN旅_冬	佐原街道、水戸街道	千葉県、茨城県	祈りと手仕事、冬景色に出会う日本美の旅	○	○			
中山道 GREEN旅_春	川越街道、三国街道	埼玉県、群馬県	佐倉と宿場文化をたどる、春を歩く旅	○		○	○	○
中山道 GREEN旅_夏	北国街道	群馬県、長野県、新潟県	峠を越えて歴史を体感する、街道探訪の旅	○	○	○	○	○
中山道 GREEN旅_秋	北国街道	東京都、群馬県、長野県	葛飾北斎の世界に浸る、芸術と歩きの旅	○	○	○	○	
中山道 GREEN旅_冬	三国街道	群馬県、新潟県	雪景色に心を預ける、白銀の街道旅					○
甲州街道 GREEN旅_春	みのぶ道	東京都、山梨県	祈りと森に身を委ねる、静寂と再生の旅	○	○	○	○	
甲州街道 GREEN旅_夏	信玄棒道	東京都、山梨県	涼と癒しを楽しむ、高原ウェルビーイングの旅					○
甲州街道 GREEN旅_秋	佐久甲州街道	東京都、山梨県、長野県	実りと発酵を楽しむ、秋の恵みの旅	○	○			
甲州街道 GREEN旅_冬	富士道	山梨県、長野県	大地と空と繋がるリトリート旅	○	○	○		○
東海道 GREEN旅_春	鎌倉街道	東京都、神奈川県	江戸文化と古都をつなぐ春の旅	○	○	○	○	
東海道 GREEN旅_夏	中原街道、鎌倉街道	東京都、神奈川県	清流と歴史を味わう、涼やかな街道旅	○	○	○	○	
東海道 GREEN旅_秋		東京都、神奈川県	伝統文化と現在アートが交差する旅	○		○		
東海道 GREEN旅_冬	大山街道	東京都、神奈川県	冬が彩る花・祈り・文化の旅					○
東海道 GREEN旅_冬	房総往還、浦賀道	東京都、神奈川県、千葉県	浮世絵でたどる、江戸前周遊の旅	○	○	○	○	○

〔構築モデルルート資料（例）〕



⑧モデルルートコンテンツ解説及び構築骨子一覧

構築のステップを経て各モデルルートの趣旨に適した素材を検討した結果、110コンテンツを選定。

モデルルートコンテンツ一覧

No	ルート	季節	コンテンツ	都県	市町村	コンテンツ解説	モデルルート構築骨子
1	日光奥州	春	城下町きもの散歩 （ひよどり坂の竹林、佐倉城址公園の桜）	千葉県	佐倉市	「リアルなサムライ文化と歴史を体験できる場所」としてアピール可能。 成田空港からのアクセスが良く、「江戸時代の雰囲気を残す城下町」であることが大きな魅力。	
2	日光奥州	春	千住宿ガイドツアー	東京都	足立区	水戸街道の最初の宿場町として、今もなお当時のリアルな歴史と文化が息づく、北千住地区をガイドとともに巡る。インバウンド向けに東京の穴場として潜在性があるコンテンツ。	
3	日光奥州	春	栃木市内散策（蔵の街並み）	栃木県	栃木市	黒塗りの壁や重厚な扉を持つ伝統的な蔵が連続する風景は、写真映えするだけでなく、日本の職人技と歴史を感じさせる。	
4	日光奥州	春	あしかがフラワーパーク （「ふじのはな物語」鑑賞）	栃木県	足利市	樹齢160年を超える600畳敷きの大藤棚「奇跡の大藤」は、空から紫色のシャワーが降り注ぐような圧巻の光景。米CNNの「世界の夢の旅行先10カ所」に選定された実績もあり、インバウンドには人気のスポット。	●主なターゲット国： アメリカ、カナダ、台湾 ・カナダや台湾などは成田空港の利用率が高く、周遊ルートとして商品化しやすい。 ・この時期は桜が目的の旅行者が多く、竹林や城も人気。 ・SAMURAIやSHOGUNへの憧れもあり、潜在的には日本のアニメファンにも響く。
5	日光奥州	春	ココ・ファーム・ワイナリー （日本ワインテイスティング）	栃木県	足利市	知的障害を持つ人たちが働く「こころみ学園」の園生たちが、自分たちの仕事として山の開墾からブドウ栽培を始め、ワイナリーへと発展した歴史がある。この社会貢献と情熱の物語は、多くのインバウンドへ訴求可能。	
6	日光奥州	春	筑波山神社・筑波山ロープウェイ	茨城県	つくば市	古くから「西の富士、東の筑波」と称される信仰の山であり、関東平野の絶景を臨めるパワースポットとしても知られている。手軽な絶景体験、そして信仰の山としてのストーリー性を兼ね備えている点が魅力。	
7	日光奥州	春	いばらきフラワーパーク （バラのアロマミスト作り体験）	茨城県	石岡市	広大な敷地に咲き誇る多様な花々と、地域食材を活かした食体験、様々なアクティビティが魅力。台湾・香港に続いて、欧米諸国からの観光客も茨城県の自然や日本の里山文化に興味を示す傾向にある。	
8	日光奥州	春	霞ケ浦サイクリング（桜並木）	茨城県	土浦市	日本のナショナルサイクルルート（NCR）の1つに指定されており、世界的に見ても認知度が高まっている。春の時期ならではの湖と桜のコントラストが魅力。	
9	日光奥州	春	土浦宿散策	茨城県	土浦市	旧水戸街道の宿場町として栄えた土浦宿には、現在も江戸時代からの歴史を感じさせる建物や景観が残っている。 霞ケ浦サイクリングとの組み合わせは体験型アクティビティとして特にアジア圏に訴求可能。	
10	日光奥州	夏	霧降の滝	栃木県	日光市	華厳滝、裏見滝とともに日光三名瀑の一つに数えられる。葛飾北斎が渓流の美しい変化を描いたことでも有名。日光東照宮との組み合わせで自然体験の魅力を訴求できる。	
11	日光奥州	夏	那須里山ファームライド （里山サイクリング・季節の野菜収穫体験）	栃木県	那須町	地元のガイドと一緒に里山の風景や田園地帯を巡ることができ、積極的にインバウンドをターゲットとしたプログラムを整備している。広大な那須の自然の中で、新鮮な地元の農産物に直接触れ、収穫できる体験は、日本の食や農業への関心を高めます。自然体験や食育に関心がある家族層向け。	●主なターゲット国： アメリカ、カナダ、台湾 ・主に台湾向けに推奨。理由として、福島ー台湾直行便を有効に活用できる、 ・台湾では日本の地方部滞在が人気である、潜在的には日本のアニメファンにも響く、といったことが挙げられる。 ※食や宿場の街並みはどのターゲット市場にも有効
12	日光奥州	夏	大内宿散策	福島県	下郷町	江戸時代の宿場町の景観がそのまま残り、日本の原風景を体感できる貴重なスポット。福島県のインバウンド人気観光地ランキングで1位を獲得する等、定番スポットとしての存在感。	
13	日光奥州	夏	桃狩り体験（がぶりガーデン）	福島県	会津若松市	7月中旬から9月にかけての旬の時期に、もぎたての新鮮で甘い桃を味わえる点が魅力。高品質な日本の味覚を求める層に非常に人気がある。	
14	日光奥州	夏	会津絵ろうそく体験	福島県	会津若松市	自分だけのオリジナルの土産を作れるという点が、体験型消費を重視する文化体験やクラフトに関心が高い層に訴求可能。	
15	日光奥州	夏	和漢ハーバルティーブレンド体験 （御薬園）	福島県	会津若松市	歴史ある大名庭園というロケーションで、和漢植物を使ったオリジナルのハーバルティーをブレンドできるウェルネス体験。健康志向やマインドフルネスに関心のあるインバウンドに訴求可能。	
16	日光奥州	秋	大宮氷川神社	埼玉県	さいたま市	都会の喧騒から離れた静寂と歴史を感じられるパワースポット。埼玉県の定番観光スポットの一つであり、日本の伝統的な神社の雰囲気を味わえる。参道のイチョウ紅葉も絶景でSNS映えスポットとしても魅力がある。	
17	日光奥州	秋	**＊大宮盆栽美術館**	埼玉県	さいたま市	歴史的背景とともに丹念に作り上げられた盆栽の名品を鑑賞できる。世界的に「BONSAI」の人気が高まっており、イギリスを中心としたインバウンドが多く訪れている。	●主なターゲット国：イギリス ・ガーデニングを文化として誇るイギリス人に対し、日本の盆栽を「東洋の園芸遺産」と位置付けることで、共通の言語で価値を伝えることが可能。 ＊令和6年度『GREEN』をテーマとした体験型観光による広域観光促進に関する実証事業造成コンテンツ
18	日光奥州	秋	**＊大宮盆栽村**	埼玉県	さいたま市	四季折々の美しい盆栽の風景や、職人たちの手入れの様子を見学できる。本物志向の盆栽愛好家や日本の伝統文化を深く知りたい層に訴求。	
19	日光奥州	秋	西堀酒造（見学・試飲）	栃木県	小山市	国登録有形文化財の酒蔵で、伝統的な日本酒造りに加え、栃木県初のウイスキー蒸溜所「日光街道小山蒸溜所」を併設。日本のクラフトウイスキーは海外で人気が高まっている。	
20	日光奥州	秋	**＊若竹の杜　若山農場**	栃木県	宇都宮市	広大な敷地に広がる美しい竹林は、映画やドラマのロケ地にもなるほど幻想的な景観が魅力。都会の喧騒を忘れて静かな自然の中を散策でき、日本の里山文化や自然に興味を示す欧米諸国からの観光客にも訴求。	
21	日光奥州	秋	春花園盆栽美術館（盆栽体験）	東京都	江戸川区	実際に自分で盆栽づくりを体験できるプログラムを提供しており、日本の伝統芸術を深く学ぶことが可能。外国人留学生が勉強に来ているほど世界的にも注目されている。	
22	日光奥州	冬	**＊成田山公園散策**	千葉県	成田市	成田山新勝寺に隣接する成田山公園を散策。老木が立ち並ぶ園内では、冬には澄んだ空気の中、静かな境内景観を楽しめる。成田山新勝寺・参道観光と組み合わせた新たなコンテンツとして訴求できる。	●主なターゲット国：アメリカ・カナダ ・カナダは成田空港利用率が高く、周遊ルートして商品化しやす。 ・カナダの伊能忠敬ともいえる人物、地図を作った探検家ディビット・トンプソンとの親和性がある。 ・アメリカ（北米）は、Adventure travelの本拠地で、茨城のコンテンツに素材としての可能性がある。 ＊令和6年度『GREEN』をテーマとした体験型観光による広域観光促進に関する実証事業造成コンテンツ
,	日光奥州	冬	佐原の街並み散策 （小野川舟下り、伊能忠敬旧家、等）	千葉県	佐原市	江戸時代の情緒が残る街並みは「北総の小江戸」と呼ばれており、小野川沿いの景観は非常に魅力的。また、伊能忠敬の旧家は国の史跡に指定されており、歴史的な背景に触れることができ、日本の歴史や伝統的な風景に興味がある層に訴求できる。	
24	日光奥州	冬	**＊偕楽園（梅花鑑賞）**	茨城県	水戸市	日本三名園の一つであり、早春には約3,000本もの梅が一斉に咲き誇る。日本の四季折々の美しさ、特に春の訪れを感じられる風景は、多くのインバウンドに訴求可能。	
25	日光奥州	冬	梅染体験	茨城県	水戸市	偕楽園の梅を使った伝統的な草木染めを体験。日本の伝統工芸に触れ、オリジナルの作品を土産として持ち帰れる点が、体験型消費を重視する層に魅力的。	
26	日光奥州	冬	**＊水府提灯作り体験**	茨城県	水戸市	水戸市の伝統工芸品である水府提灯の製作工程を手軽に体験でき、自身の作品を土産として持ち帰ることが可能。日本の職人技や伝統的な生活文化に触れることができ、文化体験を重視する層に訴求できる。	
27	日光奥州	冬	袋田の滝（ハイキング・氷瀑鑑賞）	茨城県	大子町	日本三名瀑の一つで、高さ120メートル、幅73メートルの壮大な滝。特に厳寒期の「氷瀑」は圧巻で、この時期ならではの景観がインバウンドに訴求できる。	

モデルルートコンテンツ一覧

No	ルート	季節	コンテンツ	都県	市町村	コンテンツ解説	モデルルート構築骨子
28	中山道	春	川越街歩き（松本醤油商店見学）	埼玉県	川越市	江戸時代の蔵造りの街並みがそのまま残る「小江戸」として知られており、日本の歴史的な街並みや食べ歩きを楽しめる。 松本醤油商店では、現在では珍しい伝統的な木桶を使った天然醸造を行っており、この手作業の工程が日本の職人文化として高く評価されている。	●主なターゲット国： アメリカ・カナダ・イギリス・オーストラリア・台湾 ・東京からの移動時間も短く、リピーターに対し比較的簡易に新たなコンテンツの紹介が可能なルート ・特に、桜や城、日本の伝統技術の知られざるコンテンツ（新たなコンテンツ）の紹介が可能。
29	中山道	春	見沼田んぼの桜回廊（桜鑑賞）	埼玉県	さいたま市	さいたま市に広がる「見沼たんぼ」の周囲、全長約20kmにわたって続く桜並木。散策できる桜回廊としては日本一の長さを誇る。川越、大宮盆栽村に加えて新たなコンテンツとして訴求可能。	
30	中山道	春	熊谷桜堤（桜鑑賞）	埼玉県	熊谷市	江戸時代から桜の名所として知られる。「日本さくら名所100選」にも選定され、約500本のソメイヨシノがおよそ2kmにおよぶ桜のトンネルを作る。知られざる桜の名所としてインバウンドにも訴求が可能。	
31	中山道	春	忍城（桜鑑賞）	埼玉県	行田市	戦国時代の歴史的な舞台となった城で、春には美しい桜を鑑賞可能。日本の城郭建築や歴史に興味がある層に穴場スポットとして訴求。	
32	中山道	春	深谷煉瓦作り体験	群馬県	深谷市	深谷には上質な煉瓦の生産に適した土があり、生産が盛んに行われていた。煉瓦の型枠で、当時に戻って手作りで煉瓦作りができる貴重な体験。体験の前後に煉瓦作りの駅庁舎や旧煉瓦製造施設を見学を組み合わせることで、日本の近代化を支えた産業観光を深堀することが可能。	
33	中山道	春	ぐんまフラワーパークプラス（フラワーベース作り）	群馬県	前橋市	広大なフラワーパーク内で、花や植物をテーマにしたクラフト体験が可能。	
34	中山道	春	赤城山ハイキング	群馬県	前橋市	関東平野を一望できる自然豊かな山で、四季折々のハイキングを楽しめる。群馬の温泉観光を目的とするインバウンドに対し、新たな自然体験の魅力として訴求が可能。	
35	中山道	春	織物参考館・紫（藍染体験）	群馬県	桐生市	消えつつある古い染織技術を展示。藍染体験を通じて、桐生織物1300年の歴史を体感でき、日本の伝統技術に興味がある層に訴求可能。	
36	中山道	夏	中之条ガーデンズ	群馬県	中之条町	四季折々の花々（特に薔薇）が楽しめる回遊式庭園。ヘッドガーデナーとともにガーデンウォークを楽しみながら、庭園の見どころに触れることができる。薔薇の写真映えと里山の原風景のコントラストがインバウンドに訴求可能。	●主なターゲット国： アメリカ・カナダ・イギリス・オーストラリア・台湾 ・過去と現代のコンテンツの組み合わせはストーリー性を重視する層にマッチする。 ・欧米豪でも人気の「駅弁」やアニメの世界観が体験できる
37	中山道	夏	四万の甌穴群散策	群馬県	中之条町	「四万ブルー」と称される澄んだ水と、川の浸食により形成された地形が見られる自然景観。長い年月が生んだ造形美はフォトジェニックであり、アクセスの手軽さもある。 派手な観光地よりも、歴史や自然の成り立ちを深く知ることを好む、特に欧米豪へ訴求が可能。	
38	中山道	夏	安中杉並木散策	群馬県	安中市	街道の杉並木としては日本最大の規模を誇り、樹齢400年の歴史的景観。 江戸時代の旅人が歩いた当時の雰囲気を感じられる場所となっており、また、木曽路ほど観光地化されていないため、「穴場の歴史ルート」という特別感の訴求が可能。	
39	中山道	夏	碓氷峠廃線ウォーク	群馬県	安中市	普段は公開されていない廃線をガイドと歩く。苔とシダが広がる幻想的な風景の中で、持続可能な観光の取り組みに触れる。 産業遺構やアドベンチャー的な要素もあり、単なる「観光地」では満足できない層をターゲットに展開が可能。	
40	中山道	夏	乙見湖散策	新潟県	妙高市	笹ヶ峰高原に広がる美しいダム湖。湖畔を散策しながら、湖面に映る山々の絶景や夢見平遊歩道へ続く自然を楽しめるスポット。 「日本離れしたアルプスのような風景」は、アジア圏の観光客には「非日常の極致」として、欧米圏の観光客には「懐かしくも新しい日本の風景」として映り、翌日の笹ヶ峰ガイドウォークへの導入として有効。	
41	中山道	夏	笹ヶ峰ガイドウォーク（夢見平遊歩道）	新潟県	妙高市	標高1,300mに位置する夢見平遊歩道。涼やかな高原で、ガイドウォークを楽しみながら高原植物に出会える。単なるハイキングを超えた森林セラピー体験やかつて木材搬出に使われた森林鉄道の跡地「夢見平」の歴史的背景等、本質を体験したい層に訴求が可能。	
42	中山道	夏	北方文化博物館見学	新潟県	新潟市	越後の大地主・伊藤家の豪農の館を訪れ、屋敷・庭園や潟の周辺を散策。新田開発を支えた豪農の暮らしと歴史に触れることができる。 日本の「美・食・住」が高レベルで凝縮されており、京都などの有名観光地とは一味違う「地方の豊かさと歴史の深さ」を感じたいインバウンド向けに訴求が可能。	
43	中山道	夏	福島潟散策	新潟県	新潟市	豪農の館を支えた広大な「潟」の風景は、豪農の新田開発への理解を深めることができる。 その広大な湿地帯は日本の原風景とも言え、都会の観光地にはない「日本の自然の豊かさ」と「生物多様性」を体験できる場所として、インバウンド層に高いポテンシャルを持っている。	
44	中山道	夏	新潟ふるさと村（くろさき茶豆体験）	新潟県	新潟市	新潟は枝豆の作付面積日本一。当地の「くろさき茶豆」の香りと味を体験でき、産地でしか買えない、食べられない食材を求める層にとって魅力的なコンテンツとして訴求が可能。	
45	中山道	秋	すみだ北斎美術館	東京都	墨田区	世界的に有名な浮世絵師、葛飾北斎の生誕地両国に位置し、多くの作品を展示。 ルートの導入部としてストーリー性を高めるコンテンツ。	●主なターゲット国： アメリカ・カナダ・イギリス・オーストラリア ・欧米豪マーケットでは、浮世絵や葛飾北斎の絶大な人気がある。 ・日本の秋の美しさと精神性への興味。 ・混雑地を避けた紅葉を楽しみたい層に訴求できるルート。
46	中山道	秋	妙義山ガイドウォーキング	群馬県	富岡市	葛飾北斎「勝景奇覧」にも描かれており、奇岩怪石で知られる妙義山の景観を楽しみながらのウォーキングは、ＡＴ需要にも対応可能なコンテンツ。	
47	中山道	秋	伊香保温泉体験	群馬県	伊香保町	石段街が象徴的な歴史ある温泉地で、石段の両側に土産物屋や旅館が軒連ねる風情ある温泉街を体験。特に「日本の伝統的な温泉街の活気」と「フォトジェニックな風景」を求める層に訴求。	
48	中山道	秋	草津温泉体験	群馬県	草津町	関東を代表する名湯。日本の温泉文化の極み」を体験できる、まさに「King of Onsen」と呼ぶにふさわしい場所。圧倒的な湯量と、街の中心の「湯畑」のビジュアルは多くのインバウンドに訴求が可能。	
49	中山道	秋	小布施酒蔵巡り（見学・試飲）	長野県	小布施町	日本酒人気が高まる中、北斎コンテンツと併せて日本酒文化に触れたい層に訴求。	
50	中山道	秋	北斎館見学	長野県	小布施町	葛飾北斎が晩年を過ごした小布施町にある美術館で、肉筆画などを展示。浮世絵ファンにとって特別な場所。	
51	中山道	秋	岩松院（「八方睨み鳳凰図」鑑賞）	長野県	小布施町	葛飾北斎の天井画「八方睨み鳳凰図」で有名な寺院。 インバウンドにも広がる可能性あり。	

モデルルートコンテンツ一覧

No	ルート	季節	コンテンツ	都県	市町村	コンテンツ解説	モデルルート構築骨子
52	中山道	冬	旧白井宿散策	群馬県	渋川市	江戸時代の宿場町の面影を残す歴史的集落。石垣や水路、町並みを通して、街道と暮らしが一体となった日本の原風景を感じられ、観光地化されすぎていない「隠れた本物」として、ありのままの日本の風情を求める層に訴求が可能。	●主なターゲット国：台湾 ・台湾では、日本のフルーツと冬季の雪関連のコンテンツが人気で、絶景とウェルネスへのニーズも高い ・「雪景色×温泉×アート」といった、台湾には無いコンテンツの組み合わせが可能。
53	中山道	冬	いちご狩り体験	群馬県	沼田市	冬の沼田でハウス栽培によるいちご狩りを体験。甘みと酸味のバランスが良い完熟いちごを味わえる。特に台湾では、日本のイチゴは高級品として認知されており、「産地で食べ放題」という体験に価値観を感じる。	
54	中山道	冬	宝川温泉庭園露天風呂（雪見風呂）	群馬県	みなかみ町	「日本一大きい露天風呂」を称し、ロイター通信が選ぶ「世界10大温泉」に日本で唯一選ばれた実績がある。大自然に囲まれた混浴露天風呂で雪見風呂を楽しめる体験は、多くの外国人観光客を魅了。	
55	中山道	冬	清津峡トンネル	新潟県	十日町市	日本三大渓谷の一つである清津峡の絶景を、アート作品として昇華させたトンネル。特に終点の「パノラマステーション」からの眺めは、SNS映えスポットとして国内外で非常に人気がある。	
56	中山道	冬	かんじき体験	新潟県	十日町市	日本の雪国の暮らしや文化、動物の足跡探しなど、冬のアウトドアアクティビティとして人気がある。	
57	中山道	冬	雪下野菜堀り体験	新潟県	十日町市	雪の下に貯蔵することで甘みが増した越冬野菜を、雪の中から掘り出すという雪国ならではの貴重な体験が可能。収穫した野菜を試食する等、日本の食や農業への関心を高めます。	
58	中山道	冬	越後妻有里山現代美術館MonET	新潟県	十日町市	「大地の芸術祭」の主要拠点施設の一つで、国内外のアーティストによる現代アート作品を常設展示。建築家の原広司氏設計の建物自体も魅力的で、自然とアートが融合したユニークな体験が可能。	
59	中山道	冬	ぽんしゅ館「唎酒番所」体験	新潟県	越後湯沢市	新潟県内の酒蔵が誇る地酒を気軽に試飲できる人気スポット。専用コインを使ったコイン式の自動販売機というギミックやアミューズメント性もアジア圏のインバウンドには好まれる。	
60	甲州街道	春	池上本門寺	東京都	大田区	五重塔や立派な伽藍があり、歴史と静けさを感じられる。都会の中の落ち着いた空間。	●主なターゲット国： アメリカ・カナダ・イギリス・オーストラリア ・観桜期の混雑地を避け、日本の春の美しさと精神性への興味が高い層へ訴求が可能。 ・赤沢宿の歴史的な街並み等、インバウンド向けの新たな適地の提案が可能 ・日本ならではのビーガンやベジタリアン食を組み込み、新たな魅力を創出
61	甲州街道	春	山十製紙（紙漉き体験）	山梨県	身延町	450年の歴史を持つ「西島手漉和紙」の伝統技術を体験できる。実際に自分の手で伝統工芸品を作り上げる体験は、日本の文化や職人技への理解を深めることが可能。	
62	甲州街道	春	赤沢宿散策	山梨県	早川町	かつての宿場町の面影を残す歴史的な景観が魅力。日本の里山文化や古き良き街並みに興味がある層への新たな適地となりうる地区。	
63	甲州街道	春	みのぶ道トレイル体験	山梨県	身延町	身延山への古道「みのぶ道」を歩くトレイル体験。地域の自然や歴史を感じながらハイキングを楽しめる点が魅力。	
64	甲州街道	春	【食】ヴィーガン料理	山梨県	山梨市	精進料理の流れを汲む、日本ならではのヴィーガン食体験。食の多様性に対応しており健康志向や特定の食習慣を持つ層にとって大きな魅力。	
65	甲州街道	春	【食】精進料理	山梨県	身延町	味だけでなく見た目の美しさや精神性も感じられる体験です。食文化を通じて日本の文化や思想に触れたい層に訴求。	
66	甲州街道	春	身延山久遠寺（精進料理、お勤め体験）	山梨県	身延町	身延山久遠寺でのお勤めでは、実際の修行や信仰生活の一部を体験できる。自己探求やウェルネスを旅の目的とする層にとって、非常に深い体験となる。	
67	甲州街道	夏	GREEN SPRINGS散策	東京都	立川市	「空と海と風と生きる」をコンセプトにした、日本でも珍しいオープンエア型のウェルネス・タウン。 新宿から電車で約30分という好立地は、「都会の便利さ」と「質の高い癒し」をセットで求める層をに訴求可能。	●主なターゲット国：台湾 ・台湾でのウェルネスやリトリートへの人気 ・写真映えする都会の自然と夏の森林の美しさ
68	甲州街道	夏	国営昭和記念公園散策	東京都	立川市	昭和天皇御在位50年を記念して開園した広大な国営公園。多様な季節の草花が楽しめる庭園等、自然散策に最適な施設が充実。セグウェイに乗って広大な園内をめぐるガイドツアーもある。 GREENSPRINGSと組み合わせて、「立川ウェルネス・トリップ」として提案が可能。	
69	甲州街道	夏	信玄棒道ガイドウォーク	山梨県	北杜市	戦国時代の武田信玄が軍用道路として整備した「棒道」を、ガイドとともに散策。歴史的な背景を学びながら自然を楽しめる点が魅力。	
70	甲州街道	夏	はだしの森ウォーク	山梨県	北杜市	森の中をはだしで歩き、自然との一体感を味わうウェルネス体験。マインドフルネスや森林セラピーに関心がある層に訴求。	
71	甲州街道	夏・冬	森林サウナ体験	山梨県	北杜市	サウナ人気が世界的に高まる中、日本の自然と組み合わせたこの体験は非日常を体験したい層に強く訴求。	
72	甲州街道	秋	明治神宮ガイドウォーク	東京都	渋谷区	東京の中心にある広大な鎮守の森をガイドと巡ることで、その深い歴史や文化的な意味等、100年先を見据えて計画された森づくりのストーリーを学ぶことが可能。	●主なターゲット国：アメリカ・イギリス ・都内でGREENを感じるスポットから結ぶルートで、ストーリー性がある。 ・特に、アメリカ、イギリスでは旅行中に地場産ワインやビーガンディナーを求める割合が高く、また、苔に覆われた森林が想起するアニメの世界観も人気。
73	甲州街道	秋	多摩御陵散策	東京都	高尾町	大正天皇陵、昭和天皇陵等4陵が造成されており、参道から続く約160本のケヤキの並木道や陵墓を囲む北山杉の深い森は荘厳で静謐な雰囲気に包まれている。 精神的な深みを求めるリピーターに訴求可能。	
74	甲州街道	秋	ぶどう狩り体験	山梨県	勝沼市	勝沼は日本のワイン発祥の地であり、秋には新鮮で高品質なブドウの収穫を体験できる。日本のフルーツへの関心が高い層に非常に人気がある。	
75	甲州街道	秋	ワイナリーツアー	山梨県	勝沼市	日本独自のブドウ品種「甲州」などを使ったワインの醸造所を見学・試飲。日本のクラフトワインは海外で評価が高まっており、ワイン愛好家にとって魅力的。	
76	甲州街道	秋	白駒池ガイドウォーク	長野県	佐久穂町	季節ごとに変化する紅葉と、秋にも美しい苔の生態系を楽しめる。ジブリの世界観を体感したい層にも訴求。	
77	甲州街道	秋	黒澤酒造（見学・試飲）	長野県	佐久穂町	長野県の歴史ある酒蔵で、伝統的な日本酒造りの工程を見学可能。世界的に人気が高まっている日本酒文化を深く知りたい層に訴求	
78	甲州街道	冬	耕雲院【禅リトリート富士】（禅体験）	山梨県	都留市	江戸から富士山へ向かう富士講の信者が心身を清めるために立ち寄った都留市の耕雲院で心身を整える体験。歴史的背景を踏まえたスピリチュアルな体験を求める層に訴求可能。	●主なターゲット国：台湾 ・台湾でのウェルネスやリトリートへの人気 ・写真映えする冬の森林の美しさ
79	甲州街道	冬	笹一酒造（見学・試飲）	山梨県	大月市	山梨県の老舗酒蔵で、日本酒やウイスキー、クラフトビールなど幅広い酒類を製造。見学や試飲を通じて日本の酒造りの多様性や情熱に触れることができる。	
80	甲州街道	冬	八ヶ岳星空観察体験	長野県	南牧村	八ヶ岳観光圏の代表的なコンテンツで、当地区は空気が澄んでおり、日本有数の美しい星空の観察が可能。非日常的な体験は、自然やアウトドアに関心がある層に強く訴求。	
81	甲州街道	冬	萌木の村散策	山梨県	清里村	森と共生し、シードバンクの役割を担う美しいナチュラルガーデンが広がる複合施設。クラフトビールやベジタリアン向けの食事もあり、日本の自然とノスタルジーが融合した癒しの聖地として、広く訴求が可能。	

モデルルートコンテンツ一覧

No	ルート	季節	コンテンツ	都県	市町村	コンテンツ解説	モデルルート構築骨子
82	東海道	春	東京水辺ライン	東京都	台東区 港区	移動そのものが観光となるクルーズ。春には川沿いの桜や新緑を眺めながら、江戸時代の水辺の風景に思いを馳せて現代の東京の街並みを楽しむ。 特に都会の喧騒を離れてリラックスしたい層や建築・写真好きの層に訴求。	●主なターゲット国： アメリカ、カナダ、イギリス、オーストラリア ・日本の春の美しさと精神性への興味が高く、東京からのアクセスが良い古都の情景への興味も高い。 ・東京至近で楽しめるトレイルや、湘南・鎌倉の話題性（日本のスポーツアニメのモデル地）もある。
83	東海道	春	浜離宮恩賜庭園	東京都	港区	徳川将軍家の別邸として造られた大名庭園を散策。潮の満ち引きによって表情を変える池や鴨場を備え、春には桜や菜の花など季節の花々が庭園を彩る。歴史ある庭園と現代的な都市風景が共存する景観のギャップが魅力。	
84	東海道	春	円覚寺	神奈川県	鎌倉市	鎌倉を代表する禅寺の境内を散策。境内には国の名勝に指定された庭園や、国宝に指定されている建造物が残る。深い静寂と禅の精神が息づいており、賑やかな鎌倉（小町通り）よりも静かな鎌倉を好む層に訴求可能。春には桜が境内を彩り、抹茶体験も可能。	
85	東海道	春	香道体験	神奈川県	鎌倉市	日本の伝統的な芸道の一つで、作法に則って香木を焚き、立ち上る香りを鑑賞するというもの。鬼頭天薫堂、座香十等で体験が可能。本物志向の富裕層や文化愛好家に訴求。	
86	東海道	春	【食】ヴィーガン寿司	神奈川県	鎌倉市	地元の新鮮な鎌倉野菜を使用した「鎌倉野菜寿司」や精進料理にインスパイアされた肉・魚・卵・乳製品を使用しない寿司等、伝統文化や健康面での魅力などが詰まっており、日本での特別な食体験が可能。	
87	東海道	春	鎌倉山ハイキング	神奈川県	鎌倉市	鎌倉の自然や景色を楽しみながら手軽にハイキングが可能。鎌倉の新たな魅力として、自然体験を求めるインバウンドに訴求が可能。	
88	東海道	春	江ノ島散策	神奈川県	鎌倉市	島全体がパワースポットであり、海越しの富士山の遠景やアニメの聖地等が融合した人気の観光地であり、ルート上の代表的なコンテンツとして魅力がある。	
89	東海道	夏	旧芝離宮恩賜庭園	東京都	港区	江戸時代初期の大名庭園の一つを散策。都心とは思えない自然と歴史に包まれながら、四季折々の景観を味わうことができる。日本の造園技術が凝縮され、特に石組みの技術は、盆栽や禅に興味がある欧米系のインバウンドに「緻密な美学」として高く評価されている。	●主なターゲット国： アメリカ、カナダ、イギリス、オーストラリア ・日本の初夏の美しさと精神性への興味が高く、東京からのアクセスが良い清涼感あふれる体験コンテンツを求める層が多い。 ・街道、歴史のストーリー性に関心がある層にマッチする内容。 ＊令和6年度『GREEN』をテーマとした体験型観光による広域観光促進に関する実証事業造成コンテンツ
90	東海道	夏	洗足池公園	東京都	大田区	日本の近代史を代表する人物である勝海舟や西郷隆盛ゆかりの史跡が残り、浮世絵師・歌川広重も描いた歴史的な景観が現代の静かな暮らしと溶け合い、インバウンドのリピーターにとって魅力的な場所である。	
91	東海道	夏	陣ヶ下渓谷公園ガイドウォーク	神奈川県	横浜市	源頼朝の家臣がここに陣を張ったという伝説に由来する、横浜市内で唯一「渓谷」と呼ばれる公園。 高速道路高架と原始的な自然が共存する風景のギャップに加えて、侍の歴史が息づく場所としての「深み」が歴史に興味がある層にも訴求できる。	
92	東海道	夏	高麗山公園（湘南平）	神奈川県	平塚市 大磯町	平塚と大磯にまたがる高台に広がる自然豊かな公園。湘南平と呼ばれる展望スポットからは、富士山や相模湾、伊豆半島まで一望でき、観光客で混み合わない絶景を求めるインバウンドに訴求可能。	
93	東海道	夏	**＊小田原城**	神奈川県	小田原市	小田原は、人気の観光地である箱根や鎌倉へのアクセスも良いため、それらの地域と組み合わせた周遊ルートの一部としても訴求できる。小田原城に代表される歴史とかまぼこの食文化等、多様なコンテンツでインバウンド需要に対応可能。	
94	東海道	夏	清閑亭庭園	神奈川県	小田原市	黒田長成侯爵の別邸として造営された国登録有形文化財。数寄屋建築の特徴でもある北山杉の面皮柱、瀟洒な下地窓、綱代天井や駆け込み天井等、木造伝統建築の粋を随所に見ることができる。 旬を迎えた地魚や肉、野菜、果物などを厳選し、小田原の伝統工芸品で演出された「小田原別邸料理」を食すことができる。	
95	東海道	秋	箱根寄木細工体験	神奈川県	箱根町	箱根の伝統工芸品である寄木細工の製作を体験。職人技に触れ、オリジナルの作品を土産として持ち帰れる点も魅力。	●主なターゲット国：アメリカ、イギリス ・人気の箱根を更に深堀できる内容で、自然とアート、建築等に興味があるラグジュアリー層への訴求が可能。 ・京都方面から東京へ向かうルートへのアレンジも可能。
96	東海道	秋	箱根八里ガイドウォーク	神奈川県	箱根町	旧東海道の一部である日本遺産「箱根八里」の自然・歴史文化を達人ガイドの案内で巡る特別なプログラム。箱根の代表的なコンテンツとして、特にリピーター向けに訴求が可能。	
97	東海道	秋	江ノ浦測候所	神奈川県	小田原市	自然、天空を展望する場所としての役割を持ち、古代の太陽信仰や、自然との共生をテーマにした現代アート施設。小田原の新たなコンテンツとして訴求可能。	
98	東海道	秋	日本橋街歩きツアー	東京都	中央区	東海道の起点日本橋で、老舗でのだし体験等の食体験や専門ガイドの案内による街歩きを通じて、伝統文化の深堀体験が可能。	
99	東海道	冬	品川神社	東京都	品川区	独特な建築様式で知られ、富士山に見立てた富士塚「品川富士」があり、都心にいながら富士登拝が体験できる。富士信仰、金運、歴史的な彫刻といったインバウンドが好む「日本の神秘」が凝縮されたパワースポット的な要素が魅力。羽田空港や品川駅からのアクセスも良い。	●主なターゲット国：台湾 ・台湾でののウェルネスやリトリート人気 ・日本の冬の美しさの中での文化体験に興味を持つ層が多く、特に冬の富士山撮影が人気。 ・梅花は桜とともに人気。 ＊令和6年度『GREEN』をテーマとした体験型観光による広域観光促進に関する実証事業造成コンテンツ
100	東海道	冬	**＊三渓園（冬の日本庭園鑑賞）**	神奈川県	横浜市	横浜にある広大な日本庭園で、歴史的な建造物と四季折々の風景が融合している。中でも冬の静かな庭園の美しさは日本の庭園美を象徴。	
101	東海道	冬	**＊大山阿夫利神社**	神奈川県	伊勢原市	標高約700mに位置する歴史ある神社で、関東総鎮守として信仰を集めている。絶景と合わせて日本の信仰文化に触れられる。	
102	東海道	冬	**＊宿坊体験（大山）**	神奈川県	伊勢原市	地域の食材を使った精進料理や朝のお勤めなどを通じて日本の信仰文化を深く体験。	
103	東海道	冬	**＊曽我梅林（梅花鑑賞）**	神奈川県	小田原市	富士山と箱根の山々を背景に約3万5千本の梅が咲き誇る。仇討ちで有名な「曽我兄弟」のゆかりの地でもあり、多くの史跡を巡りながら、眼下に広がる相模湾や富士山を堪能できるウォーキングコースもお勧め。	
104	東海道	冬	太田記念美術館	東京都	渋谷区	浮世絵に特化した美術館。実業家の故・太田清蔵氏のコレクションを中心に約15,000点に上る作品を所蔵。浮世絵に興味があるインバウンドにとっては「聖地」的な美術館。	●主なターゲット国：アメリカ・カナダ・イギリス・オーストラリア・台湾 ・浮世絵や石仏などの日本文化要素に関心が高い層向けのルート。 ・東京湾を中心とした新たな周遊で、関東近県の穴場を探すリピーター向けのルート。
105	東海道	冬	菱川師宣記念館	千葉県	鋸南町	浮世絵の祖とされる菱川師宣の作品を展示。浮世絵は世界的に評価されており、日本の美術史や文化に関心がある層に訴求。	
106	東海道	冬	鋸山ガイドウォーク	千葉県	鋸南町	標高329mの山頂から関東平野や東京湾を一望できる絶景スポット。「地獄のぞき」や百尺観音など、スリルと歴史を感じられる体験が可能。東京湾フェリーとの組み合わせにより「古代東海道」としてのストーリー性を持たせることが可能。	
107	東海道	冬	東京湾フェリー	千葉県 神奈川県	鋸南町 三浦市	気軽に東京湾のパノラマを楽しみたい層向け。車窓とは異なる視点で東京湾や房総半島、三浦半島周辺の景色を楽しめる。「古代東海道」の位置付けとしても訴求可能。	
108	東海道	冬	城ヶ島公園散策（水仙鑑賞）	神奈川県	三浦市	冬季（1～2月）は八重水仙の見頃であり、数千羽のウミウの越冬風景と合わせて冬の生命力を感じさせることができる。太平洋の荒波と富士山が織りなすダイナミックな風景も魅力。	
109	東海道	冬	ミニ大漁旗染付体験（三富染物店）	神奈川県	三浦市	江戸幕府御用達の幟染めから大漁旗を染めるようになり現在へ至る染物店で江戸時代から変わらない伝統技法を体験。文化的な学びと本物体験を求める層に訴求可能。	
110	東海道	冬	神奈川宿散策（割烹田中屋、等）	神奈川県	横浜市	旧東海道の宿場町の一つで、歴史的な史跡や雰囲気を残している。中でも、割烹田中屋は1863年の創業以来の長い歴史があり、歌川広重「神奈川・台之景」にも描かれていることでも知られている。 幕末の横浜開港時の領事館として使われた寺院巡りなども知的なインバウンド層にとって魅力。	

⑨モデルルート紹介資料

構築したモデルルートについては、商品化を見据えて多言語にて作成。

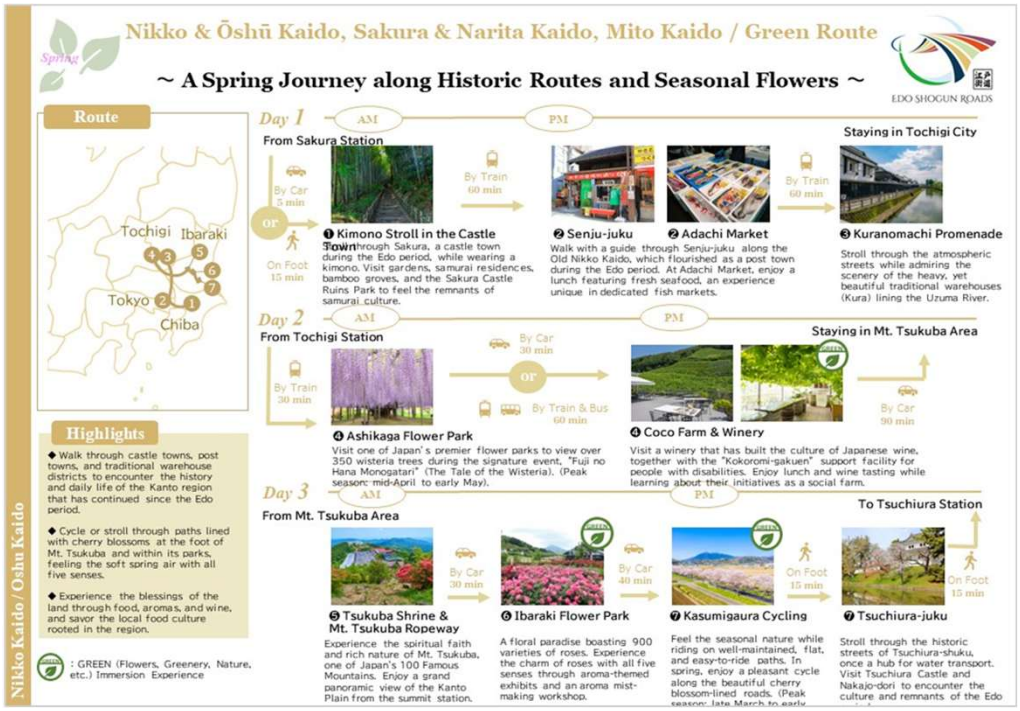
紹介資料概要
●言語：日本語及び英語
●主な仕様：A4サイズ、横型、フルカラー（資料フレームについては街道毎のイメージカラーを利用）
●掲載内容：街道名（脇往還含む）、行程概要（移動手段と所要時間）、ルートの見どころ、
ルートイメージMAP、各コンテンツ解説
●ポイント：１）GREEN体験コンテンツをオリジナルピクトグラムで表示
２）トラベルマート等のインバウンド誘致商談会で好評を得たデザインをベースとした。

〔モデルルート紹介資料（例）〕

●日本語版



●英語版



２）リーフレット制作について

①制作目的
江戸街道プロジェクトの認知向上および広域周遊の魅力訴求を目的として、紙媒体による情報発信ツールとしてリーフレットを制作した。
総合版1種および街道別4種の計5種を制作し、日本語・英語の2言語で展開することで、国内外に向けた活用を想定した構成とした。

②コンセプト及びデザイン上の工夫
本紙1冊を手に取るだけで、対象となる街道の歴史的・文化的魅力と全体像を容易に把握（イメージ）できることを基本コンセプトとして制作した。A4三つ折り仕様による携行利便性と街道別テーマカラー活用による視覚的な訴求力を両立させた。

③掲載スポット選定の考え方
掲載スポットは、各街道の歴史的背景や街道らしさが伝わることを前提に、以下の観点から選定した。
・各街道の象徴的な地点であること
・四季のバランスが取れていること
・広域性が伝わるよう、地域偏在を避けていること
・視覚的訴求力が高いこと
・訪日外国人旅行者にとって理解しやすく、来訪動機につながりやすいこと

④多言語対応方針（日本語・英語）
日本語版は、日本人向けを想定し、街道の背景や地域文脈が伝わる表現とした。
英語版は、訪日外国人旅行者を主対象とし、固有名詞・歴史用語については理解しやすさを優先して整理した。
英文は直訳ではなく、視認性・可読性・観光文脈における自然さを重視し、必要に応じて表現を調整した。

⑤仕様及び構成
・Ａ４、フルカラー、三つ折り、
・構成：総合版１種（日本語及び英語）、街道別４種（日本語及び英語）

⑥概要
ア）総合版：江戸街道全体の案内。五街道及び主要脇往還の代表的なスポットの画像及び解説を掲載した。
イ）街道版：街道のテーマカラーを表紙及び地図に活用し、街道の概要及び四季を象徴するスポットの画像及び解説を掲載した。

３）ショート動画制作について

①制作目的
江戸街道プロジェクトの認知向上および来訪意欲の喚起を目的として、SNS等での活用を想定した縦型ショート動画を制作した。
総合版1本および街道別4本の計5本を制作し、短時間で江戸街道の世界観や広域性が伝わる構成とした。
また、リーフレットとの連動を意識し、今後の広報・周知施策に活用可能な基礎動画素材として整備した。

②コンセプト及び構成上の工夫
「EDO SHOGUN ROADS」というブランドワードを冒頭に配置した。「SHOGUN」は訪日外国人旅行者にとって認知度・訴求力の高いキーワードであり、江戸・将軍・街道というコンテクストを直感的に伝えるブランド表現として採用した。また、日本全体図から江戸街道エリアへズームするマップ演出を取り入れ、江戸街道が日本のどの地域に位置するかを視覚的に示した。訪日外国人旅行者にとっての地理的理解を補い、来訪イメージの形成につなげることを意図した。

③掲載スポット選定の考え方
掲載スポットは、短尺動画における視覚的訴求力を重視し、以下の観点から選定した。
・短時間でも印象に残る景観・街並み・体験要素を有すること
・地域偏在を避け、広域性が伝わる構成とすること
・SNS上での視認性が高く、興味喚起につながること

④音源について
総合版については、日本の伝統楽器（笛、三味線、太鼓等）を使用したオリジナル楽曲を作曲、使用した。特に江戸街道のインバウンド向けワードである「EDO SHOGUN ROADS」を広告する目的で、楽曲の中に「EDO SHOGUN ROADS」の掛け声を組み込むとともに、画面遷移も楽曲に合わせたリズミカルな構成とした。
・作曲家：鮎澤　貴秀
・主な演奏家：椿 正範（津軽三味線・掛け声）、佐藤公基（尺八・篠笛・掛け声）、
渡辺 隆寛（太鼓・掛け声）、小山なつみ（合いの手）

⑤仕様及び構成
・尺：総合版（約60秒）、街道版（各約30秒）
・構成：総合版1本、街道別4本（各動画の最後に「GREEN×EXPO 2027」の開催概要を表示）
・納品形式：SNS配信を想定した汎用フォーマット

⑥概要
ア）総合版（五街道及び主要脇往還）
将軍イメージによる導入カットと五街道・主要脇往還の全体地図を用い、江戸街道プロジェクト全体の世界観を訴求する構成とした。
イ）日光・奥州街道／日光御成道／水戸街道／成田・佐倉街道　版
日光・奥州街道を主軸に、関連する脇往還を含めた広域構成とした
ウ）中山道／三国街道 版
宿場景観、山岳風景、温泉を横断的に紹介し、街道の多様な魅力を訴求する構成とした。
エ）甲州街道／北国街道 版
都市近郊から山岳・文化資源までの広域性を表現し、街道沿線の多様な観光資源を訴求する構成とした。
オ）東海道／鎌倉街道／大山街道／房総往還 版
海沿い・都市近郊の周遊魅力を軸に、東海道を中心とした広域観光の魅力を訴求する構成とした。

⑦ショート動画コンテンツ一覧

動画タイトル	コンテンツ	所在地(都県)	所在地(市区町村)
江戸街道	若竹の杜 若山農場	栃木県	宇都宮市
	千住大橋	東京都	足立区
	栃木市(蔵の街並み)	栃木県	栃木市
	大内宿	福島県	下郷町
	川越(時の鐘)	埼玉県	川越市
	忍城	埼玉県	幸手市
	熊谷桜堤	埼玉県	熊谷市
	妙義山	群馬県	富岡市/安中市/下仁田町
	明治神宮	東京都	渋谷区
	身延山	山梨県	身延町
	日本酒酒蔵(笹一酒造)	山梨県	大月市
	笹ヶ峰高原(夜景)	新潟県	妙高市
	富士山	山梨県	富士吉田市/鳴沢村
	箱根旧街道(石畳)	神奈川県	箱根町
	曽我梅林	神奈川県	小田原市
	偕楽園(竹林)	茨城県	水戸市
	偕楽園	茨城県	水戸市
	成田山公園	千葉県	成田市
	佐倉城址	千葉県	佐倉市
	塩沢宿	新潟県	南魚沼市
	宝川温泉(露天風呂)	群馬県	みなかみ町
	清津峡渓谷トンネル	新潟県	十日町市
	海野宿	長野県	東御市
	岩松院	長野県	小布施町
	あしかがフラワーパーク	栃木県	足利市
	浜離宮恩賜庭園	東京都	中央区
	国営昭和記念公園	東京都	立川市
	筑波山	茨城県	つくば市/桜川市/石岡市
	鋸山(地獄覗き)	千葉県	富津市/鋸南町
	草津温泉湯畑	群馬県	草津町
	ぶどう	山梨県	勝沼市
	ぽんしゅ館	新潟県	越後湯沢市
日光・奥州街道	見沼田んぼさくら回廊	埼玉県	さいたま市
	あしかがフラワーパーク	栃木県	足利市
	那須里山ファームライド	栃木県	那須町
	日本酒酒蔵	栃木県	小山市
	若竹の杜	栃木県	宇都宮市
	会津絵ろうそく	福島県	会津若松市
	佐原の街並み	千葉県	香取市
	霞ケ浦	茨城県/栃木県/千葉県	3県24市町村
	水府提灯	茨城県	水戸市
	いばらきフラワーパーク	茨城県	石岡市
	筑波山	茨城県	つくば市/桜川市/石岡市
中山道	時の鐘	埼玉県	川越市
	大宮盆栽美術館	埼玉県	さいたま市
	深谷駅	埼玉県	深谷市
	妙義山	群馬県	富岡市/安中市/下仁田町
	赤城山	群馬県	前橋市
	めがね橋	群馬県/長野県	安中市/ 軽井沢町
	草津温泉湯畑	群馬県	草津町
	雪下野菜	新潟県	十日町市
	ぽんしゅ館	新潟県	越後湯沢市
甲州街道	明治神宮	東京都	渋谷区
	国営昭和記念公園	東京都	立川市
	ぶどう	山梨県	勝沼市
	精進料理／ヴィーガン料理(イメージ)		
	日本酒酒蔵	山梨県	大月市
	身延山	山梨県	身延町
	白駒池	長野県	佐久穂町
	笹ヶ峰高原	新潟県	妙高市
	北方文化博物館	新潟県	新潟市
東海道	日本橋(欄干彫刻)	東京都	中央区
	浜離宮恩賜庭園	東京都	中央区
	三渓園	神奈川県	横浜市
	円覚寺	神奈川県	鎌倉市
	大山阿夫利神社	神奈川県	伊勢原市
	亀ヶ谷坂切通し	神奈川県	鎌倉市
	曽我梅林	神奈川県	小田原市
	見返り美人図(菱川師宣記念館)	千葉県	鋸南町
	東京湾フェリー	神奈川県/千葉県	横須賀市/富津市
	鋸山(地獄覗き)	千葉県	富津市/鋸南町

４）モニター調査の実施・検証等について

①実施方針

経験と知見及び商品造成・販売目線を有した、モデルルートのターゲット国に関係する外国人モニターを招請し、モニターツアーを実施いたします。ツアー実施後、モデルルート及びコンテンツの優位性及び課題を検証し、商品化に向けた取り組みを推進します。

①実施の目的

- **訪日観光の市場ニーズに即したコンテンツ検証と改良**
  欧米豪・台湾等の有力旅行会社およびインフルエンサーを招聘し、広域関東ブロックの「Japan Green」周遊ルートを実地体験。実際の旅程を通じて、各市場に適したコンテンツの魅力度や課題点を抽出・可視化する。
- **情報発信力の高い第三者による多言語プロモーションの創出**
  旅行会社やSNSインフルエンサーによる情報発信を通じて、リアルかつ共感性の高い情報を市場へ波及。媒体広告では届きにくい、潜在層・訪日準備層への波及を狙う。
- **広域連携による地域資源の有機的接続と経済効果の検証**
  県境や街道を越えた「周遊モデル」の可能性を、移動導線・宿泊・体験の実証を通じて検証。地域間の回遊性向上に資する仕組みや、次年度以降の実装に向けた課題を整理する。

②モニター招請について

■ランドオペレーター選定条件：

●前提：モニターツアー後のアンケート提出及び肖像権フリー（報告書や情報発信時等の本人画像掲載了承）

ア）ターゲット市場への知見があり、訪日旅行商品の企画や手配の実績がある。
イ）関東広域エリアについて、東京だけでなく、広域周遊ツアー商品の造成意向がある、もしくは既に取り扱いがある。
ウ）モニターツアー視察エリアやGreen体験コンテンツを活用し、本事業後に自社ホームページ等にて販売すること。

■ランドオペレター参加者一覧

コース	日程	ターゲット国	所属・会社	氏名	選定理由等、特記
中山道	11/27（木）～11/28（金）	・イギリス ・アメリカ ・カナダ ・オーストラリア	The Dragon trip	Ricard/Mr	ア）イギリスマーケット向けのパッケージ型ツアーを主力とし、アウトドア体験と文化要素を組み合わせた中規模グループツアーを多く取り扱っている。 イ）移動手段として専用車を活用する等、二次交通の課題を抱えるエリアにおいてもルート造成が可能。 ウ）内容のブラッシュアップを条件に、商品化を確約。
			リベルタ株式会社	Mika Twombley/ Ms	ア）街道や古道を軸とした地方周遊型ツアーや、明確なテーマ性を持つ旅の造成に注力する旅行会社。欧米ターゲット国に対しグループ向けパッケージツアーの販売実績がある。 イ）各ターゲット市場に顧客を持ち、歴史的人物の軌跡を辿るといった付加価値の高いテーマ性のあるツアーを得意とする。 ウ）自社ブランドツアーとして商品化・販売を確約。
日光奥州	12/6（土）～12/7（日）	・イギリス	BCT　Touristik	Tomoko Kubota/Ms	ア）イギリス市場における伝統文化への理解志向層及び自然/風景志向層マーケットへの知見がある。 イ）関東広域での周遊型ツアー商品造成の意向がある。 ウ）内容のブラッシュアップを条件に、自社ブランドツアーとして商品化を確約。
			リベルタ株式会社	Aya Sakakibara/ Ms	ア）街道や古道を軸とした地方周遊型ツアーや、明確なテーマ性を持つ旅の造成に注力する旅行会社。欧米ターゲット国に対しグループ向けパッケージツアーの販売実績がある。 イ）イギリス顧客に日本庭園を組み込んだツアーの販売実績あり。 ウ）自社ブランドツアーとして商品化・販売を確約。

コース	日程	ターゲット国	所属・会社	氏名	選定理由等、特記
東海道	12/10（水）～12/11（木）	・イギリス ・アメリカ	Into Japan Specialist Tours	Miho Isoyama/Ms	ア）箱根でのプライベートガイドツアーや、日本の工芸・文化を深く掘り下げる高付加価値な旅行商品を得意とし、欧州及びアメリカのラグジュアリー層を主要ターゲットとしている イ）今回のFAMツアーで扱う文化的背景や体験要素を、富裕層向けのテーラーメイド商品として展開が可能。 ウ）すでにツアー行程に含まれるスポット単体への送客実績があり、今回のルートの商品化を確約。
			luxury tours Japan	Yuka Sato/Ms	ア）欧米ラグジュアリー層を主要顧客とする訪日旅行会社。京都を中心とした着地型の高付加価値商品に強みを持つ。 イ）旅程は全国をカバーしており、新たな関東の周遊ルートの開拓の意向がある。 ウ）東京～京都間の周遊ルートとして、ブラッシュアップを条件に商品化を確約。
			リベルタ株式会社	Miyuki Kando/Ms	ア）街道や古道を軸とした地方周遊型ツアーや、明確なテーマ性を持つ旅の造成に注力する旅行会社。欧米ターゲット国に対しグループ向けパッケージツアーの販売実績がある。 イ）ターゲット国の顧客から箱根方面の需要は多く、通年定期的に送客している。 ウ）視察内容を踏まえ、自社ブランドツアーとして商品化・販売を確約。
甲州街道	12/15（木）～12/16（金）	・イギリス ・アメリカ ・カナダ ・台湾	DISCOVA JAPAN	Nethania Annet/Ms	ア）自然・心身の回復をテーマとするウェルネスツーリズムに対して強い関心を持つ訪日旅行会社。主な対象国はアメリカ、欧州 イ）近年は山梨県をはじめとする内陸部・山岳エリアの商品開拓に積極的に取り組んでいる。 ウ）ブラッシュアップを条件に、甲州街道沿線を含む新たな周遊ルートの造成および商品化を確約。
			リベルタ株式会社	Kayoko Tsugawa/Ms	ア）街道や古道を軸とした地方周遊型ツアーや、明確なテーマ性を持つ旅の造成に注力する旅行会社。欧米ターゲット国に対しグループ向けパッケージツアーの販売実績がある。 イ）関東エリアで森林ヨガを取り入れた商品を昨年造成した。 ウ）視察内容を踏まえ、自社ブランドツアーとして商品化・販売を確約。

■インフルエンサー選定条件：

●前提：モニターツアー後のアンケート提出及び肖像権フリー（報告書や情報発信時等の本人画像掲載了承）

ア）日本在住（もしくは在住歴がある）者で、Instagramのユーザー数が10,000人以上。特に欧米の訪日旅行者や日本ファン層への影響力が高いこと。

イ）モニターツアーに関する記事等を自身のSNSで情報発信すること（1モニターツアーにつき2本以上の投稿）

モニター氏名・特徴	コース	日程	ターゲット国	選定理由
氏名：Adam Rifi（アダム・リフィ） フォロワー数 Tiktok 7.5万人　Instagram 4.2万人 オーストリア出身。日本在住のトラベルインフルエンサー。Instagramでも全国各地の自然や歴史的スポットを独自の視点で発信。観光地だけでなく、知られざる魅力を掘り起こすトラベルガイド的な内容が、訪日旅行者に高い支持を得ている。 主なフォロワーはアメリカ、イギリス。近年はシンガポールやタイなどの東南アジアのフォロワーも増えている。 	中山道	11/27（木）～11/28（金）	・イギリス ・アメリカ ・カナダ ・オーストラリア	ア）全国各地の自然や歴史的スポットを幅広く情報発信しており、混雑したエリアの穴場スポット等も紹介。フォロワー属性が中山道ルートのターゲット市場とも一致するため、発信の影響力が大きいと判断した。 イ）「葛飾北斎」を切り口とした新たなルートに大きな関心を示しており、新たな視点での情報発信を2本以上確約。
	日光奥州	12/6（土）～12/7（日）	・イギリス	ア）全国各地の自然や歴史的スポットを幅広く情報発信しており、混雑したエリアの穴場スポット等も紹介。特に盆栽に関しては高い興味を示しており、イギリス人フォロワーへの影響力が高いと判断した。 イ）盆栽体験を含むについて、情報発信を2本以上確約。

モニター氏名・特徴	コース	日程	ターゲット国	選定理由
氏名：Mandy　Bartok（マンディ・バートック） フォロワー数2.1万人。アメリカ出身、東京在住。 まだ知られていない日本の地方エリアの食・体験・祭りなどの情報を自身主催のオンラインメディア「Uncover Japan」で海外へ発信の経験をもつ。 英語圏のアメリカやイギリスのフォロワーが多く、富裕層向けガイドや旅行記ライターとしての豊富な経験から、美しい写真とともに精神性や日本人の内面に触れるような視点でのポストを得意とする。ジャパントラベルやジャパンタイムズでの日本旅行関連の記事執筆のほか、旅行関連オンラインサイトや出版物の制作やガイド経験がある。 	東海道	12/10（水）～12/11（木）	・イギリス ・アメリカ	ア）英語圏のアメリカやイギリスのフォロワーが多く、今回のツアーは欧米の富裕層を想定ターゲットとしているため、発信の影響力が大きいと判断した。 イ）自身主催のオンラインメディア「Uncover Japan」での2本以上の発信を確約。
	甲州街道	12/15（木）～12/16（金）	・イギリス ・アメリカ ・カナダ ・台湾	ア）英語圏のアメリカやイギリスのフォロワーが多く、今回のツアーはウェルネスをテーマにルート設定しており、特に、日本の精神性に興味がある欧米ターゲット層への影響力が大きいと判断した。 イ）自身主催のオンラインメディア「Uncover Japan」での2本以上の発信を確約。

③実施概要

各街道の「秋ルート」もしくは「冬ルート」を基本としたコースでモニターツアーを4回実施した。

No	コース	日程	行程（概要）	宿泊	都県
1	中山道　2days ／秋 The Japan Green of Hokusai	11/27（木）～11/28（金）	Day1：両国（すみだ北斎美術館）～妙義山（トレッキング）～草津温泉 Day2：草津温泉～小布施（岩松院、他）～長野（→東京） ＊北斎が見た景色を辿る中山道めぐりのコース、軽いトレッキングあり 強度　★★☆☆☆　＊急登あり	〔草津温泉〕 和（あ）える宿 高松	東京 群馬 長野
2	日光・奥州街道 2days ／秋 Whispers of Green: Bonsai, Bamboo & Spirits of Japan	12/6（土）～12/7（日）	Day1：江戸川（春花園盆栽美術館）～小山（西堀酒造）～宇都宮 Day2：宇都宮（若竹の杜）～大宮（盆栽美術館、氷川神社） ＊BONSAIとBAMBOO、ジャパンウイスキーを深掘りするコース 強度　★☆☆☆☆	〔宇都宮〕 フェアフィールド・バイ・マリオット・ 栃木宇都宮	東京 栃木 埼玉
3	東海道 days ／秋 Tracing the Green Spirit of the Tōkaidō: From Edo Beauty to Modern Harmony	12/10（水）～12/11（木）	Day1：寄木細工体験～箱根八里トレイル（石畳、甘酒茶屋）～芦ノ湖 Day2：江之浦測候所～小田原市内～日本橋（熙代勝覧、だし体験等） ＊東海道の昔と今を自然、アート、歴史で辿るコース、ラグジュアリー向け 強度　★★★☆☆	〔芦ノ湖畔〕 山のホテル	神奈川 東京
4	甲州街道 days／冬 Find Your Calm in Japan's Sacred Mountains	12/15（月）～12/16（火）	Day1：八王子集合～禅リトリート富士（都留市）～八ヶ岳（星空観賞） Day2：八ヶ岳～清里（裸足ウォーク、森林サウナ）～小淵沢（→新宿） ＊ウェルネス、リトリートをテーマとした冬の甲州路 強度　★★☆☆☆	〔八ヶ岳〕 八ヶ岳グレイスホテル	東京 長野 山梨
＊各コース参加者：インフルエンサー1名、ランドオペレター2名、事務局2名（旅程管理者、副担当）					

※モニターツアーの企画手配及び催行管理、当日の添乗については、リベルタ株式会社が担当

④_1　中山道モニターツアー実施詳細

◆実施日：令和7年11月27日（木）～28日（金）1泊2日

◆参加者一覧

区分	所属団体	部課	役職	氏名
ランドオペレーター	The Dragon Trip		デスティネーション マネージャー	ヨシミズ・リュウタ
	リベルタ株式会社	インバウンド トラベル部		トゥワンブリー　美佳
インフルエンサー				アダム・リフィ
再受託事業者	リベルタ株式会社	地域開発部	執行役員	林　美希子
		地域開発部		阿部　ゆきこ

◆ランドオペレーター



会社名：The Dragon Trip
氏名：ヨシミズ　リュウタ氏
対象国：アメリカ、英語圏
1993年に設立されたイギリスロンドンに本社を置くツアーオペレーター。2011年よりアジア全域で冒険的で本格的かつ手頃な価格のツアーを提供する、比較的若者向け旅行会社。教育旅行専門「ザ・ラーニング・アドベンチャー」を立ち上げ、現在では世界中の教育旅行を専門とする市場をリードする存在。ヨシミズ氏は日本のマネージャーを務め、年60本程の小グループの訪日ツアーを扱っている。



会社名：リベルタ株式会社
氏名：トゥワンブリー　美佳氏
対象国：欧米豪
2017年設立。訪日外国人向けの地方体験型ツアー造成・プロモーションを専門とする旅行会社。欧米豪を中心とした英語圏マーケットを主なターゲットとし、文化・歴史への関心が高い層やアドベンチャートラベル志向の旅行者、プレミアムFITなど、都市部ではなく地方の「深い日本」を求める顧客に向けた旅づくりを強みとしている。トゥワンブリー氏は、主に欧米のBtoBテーラーメイドツアーのうち関東・中国地方エリアのルート提案を担当。

◆関係同行者一覧

区分	氏名	同行箇所
関東運輸局 観光部	平地史弥	すみだ北斎美術館、妙義山、小布施（岩松院、北斎館、松葉屋酒造）
関東運輸局 観光部	諸角直希	すみだ北斎美術館、妙義山、小布施（岩松院、北斎館、松葉屋酒造）
日本旅行ビジネスクリエイト	大串誠一	すみだ北斎美術館

中山道モニターツアー

◆行程

日	月日	時間	場所	内容
1	11/27 (木)	9:15	JR両国駅	両国駅東口集合
				〔徒歩移動〕
		9:30～10:45	①すみだ北斎美術館	各自見学
			②北斎生誕の地・北斎ブロンズ像	
				〔電車移動〕
		11:25	東京駅	〔11:40発　上越新幹線移動〕
				③昼食（車中弁当）
		12:30	高崎駅	
				〔専用車移動〕
		13:30～15:30	④妙義山	妙義山ハイキング
				〔専用車移動〕
		17:15	⑤草津温泉　和える宿高松	⑤夕食（和食）
				⑥夕食後、草津温泉街散策
				宿泊（和室／バストイレ付）
2	11/28 (金)	8:30		朝食後、チェックアウト
				〔専用車移動〕
		9:00～9:10	⑦愛妻の丘	各自散策
				〔専用車移動〕
		10:30～11:30	⑧岩松院	北斎の天井画鑑賞
				〔専用車移動〕
		12:00～13:00	⑨小布施「蔵部」	昼食（小布施寄り付き料理）
				〔徒歩移動〕
		13:05～13:25	⑩-1小布施町内	各自散策
				〔徒歩移動〕
		13:30～14:30	⑪北斎館	各自見学
				〔徒歩移動〕
		14:35～14:55	⑩-2小布施町内	各自散策
				〔徒歩移動〕
		15:05～15:40	⑬松葉屋酒造	日本酒試飲・ショッピング
				〔専用車移動〕
		17:00	JR長野駅	長野駅到着後、解散

●インフルエンサー投稿状況

投稿者：Adam Rifi

SNS	インスタグラム
投稿回数/投稿日	ストーリーズ： 計15回/11月27日・28日
	リールビデオ（2分30秒）： 1回/12月12日
アカウント名	@ thattravelguyjp
視聴総数/フォロワー数	10,000/42,000
視聴者国籍	アメリカ15.2% 日本14.1% シンガポール7% ドイツ6.4% オーストラリア5.9%
いいね数	238
シェア数	53
保存数	103
コメント数	16

〔2026年1月17日時点実績〕

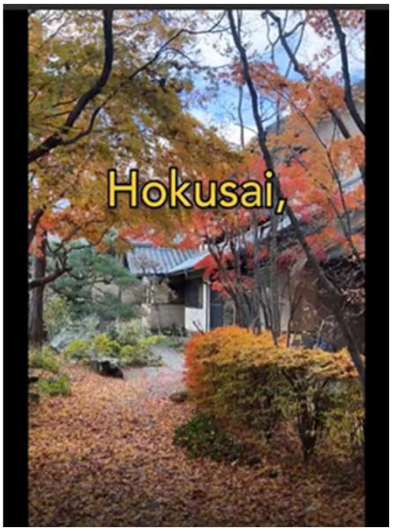
【投稿原文】

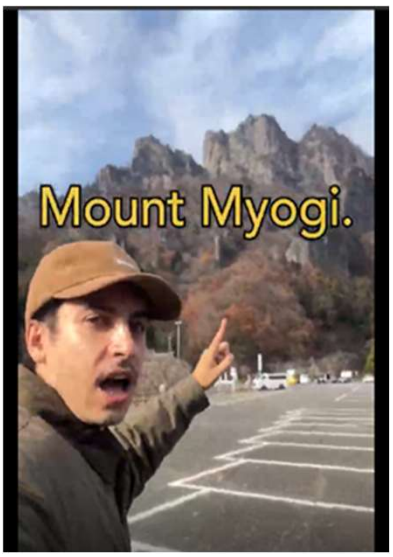
Would you be crazy enough to walk 1000km, 600 miles, from Tokyo for this scenery? 🤯

That's what Katsushika Hokusai, Japan's most famous painter, did at 80 years old to create his most famous paintings. I recently got to follow in his footsteps from Tokyo to Nagano (not literally, I used a bullet train 😂) to take in some amazing sights and spots. Here's what I saw 👇
📍The journey started at the Hokusai Museum in Sumida, located just two stops away from Akihabara. Here, you can learn all about his creation process and witness his works in a fun and interactive environment. Highly recommended to check this spot out if you are in Tokyo.
📍The next stop was one of Japan's most unique mountains: Mt. Myogi. With its jagged peaks and views out on the Gunma countryside, it's easy to see why Hokusai chose this place as the inspiration for many of his works. Mt. Myogi is especially stunning during fall colors and Sakura.
📍When visiting Gunma, an Onsen Stay is an absolute must. MUST. The most famous Onsen town is definitely Kusatsu, with its famous Yubatake hot spring fields at its center. There are also many public onsen that you can enter for just 100 yen, making the perfect opportunity for Onsne hopping.
📍Finishing at Hokusa's final destination, Obuse a small town perfectly blending European and Japanese vibes. His most famous publicly available work can be viewed here, the phoenix painting on the ceiling of Gansho-in temple, as well as another massive museum showcasing his work including many originals.

This overnight trip from Tokyo is an absolute must if you love Hokusai's work, but even just for the stunning scenery, delicious food and off the beaten path atmosphere away from tourist crowds, it's absolutely worth it.
*The Hokusai Phoenix Image was licensed via Wikimedia's Createive Commons License
#japan #pr #adthattravelguyjp

【リールビデオ投稿画像】





【投稿日本語訳】

この絶景を目にするために、東京から1,000km（約600マイル）もの道のりを歩く情熱があるでしょうか。🤯

日本で最も著名な絵師である葛飾北斎は、80歳という高齢で、自身の代表作を生み出すために実際にそれを成し遂げました。先日、私は東京から長野まで、彼の足跡を辿る旅をしてきました（もっとも、私は徒歩ではなく新幹線を利用しましたが😂）。そこで目にした素晴らしい光景や名所の数々をご紹介します。👇

📍 すみだ北斎美術館（東京都） 旅の始まりは、秋葉原からわずか2駅の場所にある「すみだ北斎美術館」です。ここでは、北斎の創作過程について深く学ぶことができ、遊び心のある体験型の展示を通じて作品を鑑賞できます。東京に滞在される際は、ぜひ訪れていただきたいスポットです。

📍 妙義山（群馬県） 続いて訪れたのは、日本屈指のユニークな景観を持つ「妙義山」です。険しく切り立った山頂と、群馬ののどかな田園風景を見渡すこの地を、北斎が多くの作品のインスピレーションの源として選んだ理由は一目瞭然です。特に紅葉と桜の季節の美しさは格別です。

📍 草津温泉（群馬県） 群馬を訪れるなら、温泉宿への宿泊は欠かせません。最も有名な温泉街といえば、街の中心に「湯畑」が広がる草津温泉です。わずか100円で入浴できる共同浴場も多く、湯めぐりを楽しむには最高の場所です。

📍 小布施（長野県） 旅の終着点は、北斎が晩年に向かった小布施です。欧州と日本の雰囲気が見事に調和したこの小さな町では、岩松院（がんしょういん）の天井画である、一般公開された北斎の最も有名な作品の一つ「鳳凰図」を鑑賞できます。また、数多くの真作を展示する大規模な美術館も併設されています。
東京からの1泊2日のこの旅は、北斎ファンの方はもちろん、素晴らしい景色、美味しい食事、そして観光客の喧騒を離れた穴場スポットを求める方にも、心からお勧めできる価値ある体験です。

*葛飾北斎の鳳凰図は、ウィキメディアのクリエイティブ・コモンズ・ライセンスを通じて使用しています。
#japan #pr #adthattravelguyjp



【インフルエンサー所見】
主な視聴者は30代中心の男女。リールビデオは一番視聴者数が伸びる金曜日の夜を狙って投稿した。他の投稿と比べて視聴数は伸び悩んだものの、「いいね」やシェアは一定数獲得した。

【投稿分析結果まとめ】

・ターゲット層と視聴傾向国籍は、アメリカ（15.2%）と日本（14.1%）が中心で、次いでシンガポール（7%）、ドイツ（6.4%）、オーストラリア（5.9%）と続いている 。属性については、30代中心の男女が多い。
・「葛飾北斎の足跡を辿る旅」という明確なコンセプトで、東京から長野（小布施）までのルートを紹介している。

●本投稿は、単なる観光地紹介ではなく「北斎」という歴史的文化背景を軸に、東京からの1泊2日の旅を提案しており、テーマ性による差別化として、単なる観光地巡りではなく「北斎の足跡」という文脈を持たせることで、アートや歴史に関心のある層への訴求を試みている。
また、穴場需要への適合として、観光客の喧騒を離れ、素晴らしい景色や食事を楽しめる「価値ある体験」として、1泊2日の広域ルートの魅力を提示している。
視聴数が伸び悩んだ点は課題が残ったが、シェアや保存がなされていることから、特定のターゲット層には深く刺さるコンテンツである可能性が示唆される。

④_2 日光・奥州街道モニターツアー実施詳細

◆実施日：令和7年12月26日(土)～27日(日) 1泊2日

◆参加者一覧

区分	所属団体	部課	役職	氏名
ランドオペレーター	BTC-Touristick	日本部門	プロダクト マネージャー	久保田 智子
	リベルタ株式会社	インバウンド トラベル部	コンサルタント	榊原 綾
インフルエンサー				アダム・リフィ
再受託業者	リベルタ株式会社	地域開発部	執行役員	林 美希子
		地域開発部		新谷 早苗

◆ランドオペレーター



会社名：BCT-Touristik
役職・氏名：プロダクト マネージャー 久保田 智子氏
対象国：ドイツ・フランス
1993年に設立されたドイツのツアーオペレーター。訪日団体旅行やFIT旅行を主に企画、日本の文化や伝統に焦点を当て現代的な要素も取り入れた商品を扱う。久保田氏(日本出身)は、ドイツの新規顧客向けやリピーター向けコースの作成、20人程度までの団体、個人の手配及びドイツ語でのガイド・添乗業務まで担当している。日本の庭園への関心の高まりなどから、当モニターツアーへの参加を参加を希望された。



会社名：リベルタ株式会社
役職・氏名：コンサルタント 榊原 綾氏
対象国：欧米豪
2017年設立の訪日外国人向けの地方体験型ツアー造成・プロモーションを専門とする旅行会社。欧米豪を中心とした英語圏マーケットを主なターゲットとし、文化・歴史への関心が高い層やアドベンチャートラベル志向の旅行者、プレミアムFITなど、都市部ではなく地方の「深い日本」を求める顧客に向けた旅づくりを強みとしている。榊原氏は主に欧米のBtoB、テーラーメイドツアーのうち関東や東北エリアのルート提案を担当。

◆関係同行者一覧

区分	氏名	同行箇所
関東運輸局 観光部	平地史弥	大宮盆栽美術館、武蔵一宮氷川神社
関東運輸局 観光部	山田和樹	大宮盆栽美術館、武蔵一宮氷川神社
日本旅行ビジネスクリエイト	大串誠一	春花園盆栽美術館、西堀酒造

日光･奥州街道モニターツアー

◆行程

日	月日	時間	場所	内容
1	12/6 (土)	9:30	亀戸駅	亀戸駅北口集合
				〔タクシー移動〕
		10:00～11:40	①春花園盆栽美術館	盆栽体験及び各自見学
				〔タクシー移動〕
		12:30	とうきょうスカイツリー駅	
				〔13:03発　東武鉄道特急移動〕
				②昼食（車中弁当）
		14:08	栃木駅	
				〔専用車移動〕
		14:30～17:15	③西堀酒造	酒蔵見学･日本酒/ウィスキー試飲
				〔専用車移動〕
		18:30	④宇都宮市内	フェアフィールドバイマリオット栃木宇都宮　チェックイン
				館内視察（ランドオペレーター対象）
		19:30～20:30	⑤道の駅うつのみや	夕食（和食）
				宿泊（洋室／バストイレ付）
2	12/7 (日)	8:30		朝食後、チェックアウト
		8:30～9:00	⑥道の駅うつのみや	視察及びショッピング
				〔専用車移動〕
		9:15～11:00	⑦若竹の杜　若山農場	竹林散策及び竹器での抹茶体験
				〔専用車移動〕
		11:30～12:30	⑧大谷餃子店 宇都宮駅西口店	昼食（宇都宮餃子）
				〔徒歩移動〕
		12:40	⑨宇都宮駅	
				〔13:21発　新幹線及びJR在来線移動〕
		14:04	土呂駅	
				〔徒歩移動〕
		14:15～15:45	⑩大宮盆栽美術館	各自見学
				〔タクシー移動〕
		16:00～16:40	⑪武蔵一宮 氷川神社	各自境内散策
				〔タクシー移動〕
		17:00	大宮駅	大宮駅到着後、解散

●インフルエンサー投稿状況

投稿者：Adam Rifi

SNS	インスタグラム
投稿回数/投稿日	ストーリーズ： 計15回/12月6日(土）・7日（日）
	リールビデオ（2分30秒）： 1回/12月19日（金）
アカウント名	@ thattravelguyjp
視聴総数/フォロワー数	62,000/42,000
視聴者国籍	アメリカ25.2% 日本8.3% ドイツ7.9% オーストラリア7.6% イギリス5.3%
いいね数	2,367
シェア数	1,281
保存数	2,700
コメント数	31

〔2026年1月17日時点実績〕

【投稿原文】

!! 🚨 🚨 HIDDEN GEM ALERT IN JAPAN !! 🚨 🚨
Recently I had the opportunity to see so many new places just outside of Tokyo that even me, as someone who has been coming to Japan for over 10 years, didn't know about:

📍 At Shunkaen Bonsai Museum in eastern Tokyo, I got to create my very own Bonsai to keep at home, a once in a lifetime opportunity! The experiences take place each Tuesday, Thursday and Saturday between 11AM and 2PM and can be booked online via their website.
📍 At Nishibori Sake Brewery, I got to try some delicious Japanese Sake and Whiskey, an incredible opportunity with one of the few Sake Breweries that also does Whiskey in Japan.

📍 My personal highlight of the trip: The Wakayama Bamboo Forest, which is what Kyoto's Arashiyama wish it could be. This is the most beautifully maintained Bamboo forest in all of Japan, even having been used as a filming location for movies and series, most recently Netflix's Shogun for example*

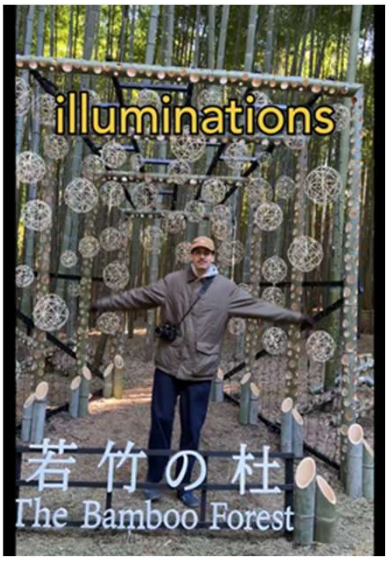
While Wakayama Bamboo Farm has been used a filming location, it was not used for Netflix's Shogun. Apologies for the misunderstanding!
📍 Before you leave Tochigi, make sure to try the local speciality Gyoza around Utsunomiya Station, also known as the Gyoza capital of Japan. Many stores offer all kinds of different Gyoza and honestly, you never can find them as good as here!

📍 Omiya's Bonsai Museum located inside the world's only Bonsai Village just an hour north of Tokyo. With changing indoor exhibitions and an amazing landscape garden housing countless priceless items, this place is truly stunning.

#pr #ad

【リールビデオ投稿画像】





【投稿日本語訳】
!! 🚨 日本国内の「隠れた名所」をご紹介します 🚨 !!

先日、東京近郊で多くの新しいスポットを訪れる機会がありました。日本を10年以上訪れている私でさえ知らなかった、素晴らしい場所ばかりです。

📍 春花園ＢＯＮＳＡＩ美術館（東京都東部） こちらでは、自分だけの盆栽を作り、持ち帰るという一生に一度の貴重な体験をしました。体験プログラムは毎週火・木・土曜日の午前11時から午後2時の間に開催されており、公式サイトからオンライン予約が可能です。

📍 西堀酒造（栃木県） こちらでは美味しい日本酒やウイスキーを試飲しました。日本でも数少ない、日本酒とウイスキーの両方を製造している酒蔵であり、非常に興味深い体験となりました。

📍 若山農場 若竹の杜（栃木県） ※今回の旅で最も感動したスポット 京都の嵐山をも凌ぐほど、美しく整備された日本一の竹林です。映画やドラマのロケ地としても有名で、非常に見応えがあります。 （※当初、Netflixの『SHOGUN 将軍』のロケ地と記載しましたが、正しくは別の作品のロケ地でした。訂正してお詫びいたします）

📍 宇都宮駅周辺の餃子（栃木県） 栃木を離れる前に、ぜひ「餃子の街」として知られる宇都宮駅周辺で、地元の名物料理を味わってください。多くの店舗が多種多様な餃子を提供しており、正直なところ、ここを上回る美味しさにはなかなか出会えません。

📍 大宮盆栽美術館（埼玉県） 東京から北へわずか1時間の場所にある、世界で唯一の「盆栽村」の中に位置しています。季節ごとに変わる屋内展示や、数々の貴重な名品が並ぶ見事な庭園は、まさに圧巻の美しさです。

#pr #ad



【インフルエンサー所見】
主な視聴者は30代中心の男女。リールビデオは一番視聴者数が伸びる金曜日の夜を狙って投稿した。
過去の他の投稿と比べても多くの反響が見られた。盆栽体験をやってみたい、竹林は映画SHOGUNで見た等コメントがあり、再生時間も長く、既存のフォロワー以外の視聴数が伸びた。
本ツアーが多くの視聴者にとって関心の高い内容であったことがうかがえる。

【投稿分析結果まとめ】

・投稿の拡散力と反響投稿は非常に高い関心を集め、フォロワー数（42,000人）を大きく上回る視聴者へリーチしている。
・ターゲット層と視聴傾向国籍は、アメリカが25.2%と最も多く、次いで日本（8.3%）、ドイツ（7.9%）、オーストラリア（7.6%）、イギリス（5.3%）と、欧米豪市場への強いリーチが確認できる。
属性については、30代中心の男女が多い。
最も視聴数が伸びる金曜日の夜を狙ってリールビデオを投稿したことで、既存フォロワー以外の新規視聴者にも広く届いている。

●本投稿は、従来の有名な観光地（京都など）を既に知っている層に対し、東京近郊の「隠れた名所」や「体験型観光（盆栽、酒蔵）」という新しい選択肢を提示することに成功したと言える。
また、保存数が2,700件と多く、今後の訪日旅行の具体的な候補地として強く意識されたことが伺える 。

④_3 東海道モニターツアー実施詳細

◆実施日：令和7年12月10日（水）～11日（木）1泊2日

◆参加者一覧

区分	所属団体	部課	役職	氏名
ランドオペレーター	オックスフォード・インターナショナル・エクスチェンジ		ツアーマネージャー	磯山　美保
	みやこLab株式会社		代表取締役	佐藤　有加
	リベルタ株式会社	インバウンドトラベル部		神藤　みゆき
インフルエンサー				マンディ・バートック
再受託事業者	リベルタ株式会社	地域開発部	執行役員	林　美希子
		インバウンドトラベル部	マネージャー	増田　信子

◆ランドオペレーター



会社名：オックスフォード・インターナショナル・エクスチェンジ
インバウンド事業名：Into Japan Specialist Tours
氏名：磯山　美保
対象国：欧米
イギリスに本社を持ち、かつては留学斡旋が主であったが、現在は富裕層向けインバウンド旅行を取り扱う。イギリス本部（Into Japan）以外の海外エージェントから送客されるテイラーメイドのFITも多く、プライベートジェットで来日する富裕層、アラブの王族なども手配も多く手掛ける。



会社名：みやこLab株式会社
インバウンド事業名：luxury tours japan
氏名：佐藤　有加
対象国：欧米
欧米の富裕層を対象に、日本の伝統文化や芸術の核心に触れるオーダーメイドの旅を提供する。独自の強力なネットワークを活かし、通常では立ち入れない工房への訪問や一流の職人との交流など、知的好奇心を満たす「真の日本」を体験できる高付加価値なツアーを提案。



会社名：リベルタ株式会社
氏名：神藤　みゆき氏
対象国：欧米豪
2014年設立。デジタルコンテンツ制作事業、コンサルティング事業と並行し、2017年インバウンド観光の力で日本の地域活性を図るトラベル事業「ハートランド・ジャパン」を欧米豪市場を対象としてスタートし現在に至る。知られていない日本の地方をディープな体験型のアドベンチャーツアーとして造成し、営業からプロモーション、ツアー催行までを展開。世界各地から未開拓の日本の地方への誘客している。神藤氏は、登山・ハイキングを中心に、個人旅行者へのオーダーメイドツアー手配から英語ガイドまで担当している。

◆関係同行者一覧

区分	氏名	同行箇所
関東運輸局 観光部	柳澤康彦	日本橋ウォーキングツアー
関東運輸局 観光部	平地史弥	日本橋ウォーキングツアー
関東運輸局 観光部	諸角直希	日本橋ウォーキングツアー
日本旅行ビジネスクリエイト	大串誠一	日本橋ウォーキングツアー

東海道モニターツアー

◆行程

日	月日	時間	場所	内容
1	12/10（水）	8:00	①小田急新宿駅	小田急新宿駅1F西口開札集合
				〔8:11発　小田急特急移動〕
		9:53	①箱根湯本駅	
				〔専用車移動〕
		10:30～11:30	②寄木細工　うちはら	寄木細工体験
				〔専用車移動〕
		12:00～16:00	③箱根恩賜公園	地元ガイドと散策
				〔徒歩移動〕
			③「箱根八里」散策（約６km）	昼食（ベーカリー）
				〔徒歩移動〕
			③甘酒茶屋	
				〔専用車移動〕
		16:30	④芦ノ湖畔	小田急 山のホテル　チェックイン
				館内視察（ランドオペレーター対象）
				④夕食（和食）
				宿泊（洋室／バストイレ付）
2	12/11（木）	7:00		④朝食（ベジタリアン向けセットメニュー）
		8:15		小田急 山のホテル　チェックアウト
				〔専用車移動〕
		10:00～12:00	⑤江ノ浦測候所	館長の案内による見学
				〔専用車移動〕
		12:30～13:30	⑥小田原市内「青麦」	昼食（ヴィーガン向けセットメニュー）
				〔専用車移動〕
		13:45	小田原駅	
				〔14:14発　新幹線移動〕
		14:48	東京駅	
				〔地下鉄移動〕
		15:15	日本橋駅	
				〔徒歩移動〕
		15:30～16:55	⑦「日本橋ウォーキングツアー」	英語ガイドの案内による散策
				〔徒歩移動〕
		17:00	三越前駅	三越前駅到着後、解散

●インフルエンサー投稿状況

投稿者：Mandy　Bartok

SNS	インスタグラム
投稿回数/投稿日	静的投稿・リール投稿各4回計8回 ①11月12日　箱根八里 ②11 月11日　寄木細工 ③11月17日　江之浦測候所 ④11月21日　日本橋ツアー
アカウント名	@ uncover_japan
フォロワー数	21,400
視聴者国籍	投稿①日本25.1%　アメリカ20.9%　オーストラリア9.2% シンガポール4.5% ドイツ4.5% 投稿②日本26.3% アメリカ22.7% オーストラリア8% ドイツ3.9% イギリス3.6% 投稿③日本27.1% アメリカ20%　オーストラリア7.8% シンガポール5.2% ドイツ4.1% 投稿④日本26% アメリカ22.9% オーストラリア7% シンガポール5% イギリス3.6%
いいね数	①63　②54　③50 ④53
シェア数	①0　②0　③2　④1
保存数	①4　②3　③6　④5
コメント数	①11　②2　③3　④2

〔2026年1月18日時点実績〕

【投稿①原文】

Want to walk the path of history just outside Tokyo?
You can escape the crowds along the Hakone circuit with a stroll along the old stone pavement of the Hakone Hacchiri.

The Hakone Hacchiri was the 32 kilometer segment of the Old Tokaido Road that ran from Odawara through Hakone and on to Mishima. With its high elevation and its cobbled pavement, it was considered one of the most challenging portions along the road.

Today, even casual visitors can get a taste of the route along the flat portion just beyond the shore of Lake Ashi. The path is lined with just over 400 towering cedar trees, planted over four centuries ago by the Tokugawa shogunate.
Those with a bit more energy will enjoy a hike over the hill to the Amazake Chaya, the only remaining teahouse out of an original dozen along the route. Here in the low-lit thatched roof building, the Yamamoto family has been serving up amazake (sweetened fermented rice drink) and mochi to travelers for centuries. Currently run by the 13th generation, I met the young man who may someday become the 14th generation owner when he and his mother kindly presented our group with omamori (talismans) for safe travels. Despite the trappings of the modern world just beyond the door, there is a sense of timelessness to this business.

Huge thanks to @explorehakone for guiding us through both the forest and the echoes of history.

#uncoverjapan #tokaido #hakone #hikinginjapan #kanagawa #myjapan #japangram #green

【投稿①画像】



【投稿②画像】



【投稿日本語訳】
東京からほど近い場所で、歴史の息吹を感じる旅に出かけてみませんか。 箱根周遊の主要ルートから少し離れ、「箱根八里」の旧石畳を歩けば、都会の喧騒を忘れて穏やかな時間を過ごすことができます。

「箱根八里」とは、旧東海道のうち、小田原から箱根を経て三島へと至る約32キロメートルの区間を指します。標高が高く、険しい石畳が続くこの道は、かつて東海道の中でも屈指の難所として知られていました。

現在では、芦ノ湖畔の先に広がる平坦なコースで、気軽に当時の雰囲気を味わうことができます。街道沿いには、400年以上前に徳川幕府によって植えられた400本を超える見事な杉の巨木が立ち並び、訪れる人々を圧倒します。

さらに足を延ばせば、かつて街道沿いにあった十数軒の茶屋の中で唯一現存する「甘酒茶屋」へと辿り着きます。茅葺き屋根の情緒ある建物の中では、山本家の方々が何世紀にもわたって旅人に甘酒や餅を提供し続けています。現在は13代目の店主が切り盛りされていますが、今回私は将来の14代目となるであろう若者にもお会いすることができました。彼とそのお母様は、私たちのグループに道中の安全を祈るお守りを手渡してくださいました。扉のすぐ外には現代社会が広がっていますが、この場所には時代を超越した変わらぬ時間が流れています。

今回の歴史と自然を巡る旅を案内してくださった@explorehakone の皆様に、深く感謝いたします。

#uncoverjapan #tokaido #hakone #hikinginjapan #kanagawa #myjapan #japangram #green



【インフルエンサー所見】
視聴者の7割を女性が占める。国籍含め全体的な反応は過去数か月の他の投稿と同様の数値であった。富士山が美しく写る箱根八里の投稿にはコメントが増えた。

【投稿分析結果まとめ】
・計8回の投稿（静止画・リール各4回）を通じて、東海道の多様な魅力を多角的に発信しており、特に、富士山が美しく写っている「箱根八里」の投稿に対して、多くのコメントが寄せられている。
・ターゲット層と視聴傾向国籍は日本（38.8%）が最多だが、次いでアメリカ（17.6%）、オーストラリア（5.4%）、シンガポール（4.2%）と続き、欧米豪およびアジア圏の英語圏ユーザーにリーチできている。
属性は、視聴者の7割を女性が占めている。

●本投稿は、単なる風景紹介にとどまらず、茶屋の店主との交流など「人」や「歴史の継続性」に触れるストーリーが、視聴者（特に女性層）に響いていると想定される。また、「東京からほど近い」場所にありながら、主要な観光ルートから少し離れるだけで「静寂」や「歴史的景観」を楽しめる点が、強い訴求力となっている。富士山などの象徴的な景観は、依然としてエンゲージメント（特にコメント）を誘発する強いトリガーとなっている。

④_4 甲州街道モニターツアー実施詳細

◆実施日】：令和7年12月15日(月)～16日(火) 1泊2日

◆参加者一覧

区分	所属団体	部課	役職	氏名
ランドオペレーター	株式会社バッファロー ツアーズジャパン	日本部門		ネサニア・アネット・ テジャムティ
	リベルタ株式会社	インバウンド トラベル部		津川　香代子
インフルエンサー				マンディ・バートック
再受託業者	リベルタ株式会社	地域開発部	執行役員	林　美希子
		地域開発部		阿部　ゆきこ

◆ランドオペレーター



会社名：株式会社バッファローツアーズジャパン
（Discova Japan）
氏名：ネサニア　アネット　テジャムティ氏
対象国：アメリカ・ヨーロッパ
2019年設立。北米・欧州・オーストラリアに強い販売網を持つ。特にFITや小グループの高付加価値旅行を専門とし、東京拠点のDiscova Japanを中心に、自然・文化・食を融合させたオリジナルツアーを強化中。



会社名：リベルタ株式会社
氏名：津川　香代子　氏
対象国：欧米豪
2014年設立。デジタルコンテンツ制作事業、コンサルティング事業と並行し、2017年インバウンド観光の力で日本の地域活性を図るトラベル事業「ハートランド・ジャパン」を欧米豪市場を対象としてスタートし現在に至る。知られていない日本の地方をディープな体験型のアドベンチャーツアーとして造成し、営業からプロモーション、ツアー催行までを展開。世界各地から未開拓の日本の地方への誘客している。津川氏は、グループ向けパッケージツアーを担当し、日本全体のルート提案を行っている。

◆関係同行者一覧

区分	氏名	同行箇所
関東運輸局 観光部	平地史弥	笹一酒造
関東運輸局 観光部	諸角直希	笹一酒造

甲州街道モニターツアー

◆行程

日	月日	時間	場所	内容
1	12/15 (月)	8:00	JR八王子駅	JR八王子駅北口集合
				〔専用車移動〕
		10:00～14:00	①耕雲院	禅ヨガ、坐禅、写経等体験
				昼食（精進料理）
				〔専用車移動〕
		14:45～16:00	②笹一酒造	日本酒試飲
				〔専用車移動〕
		17:30	③八ヶ岳	八ヶ岳グレイスホテル　チェックイン
				夕食（和食）
				〔徒歩移動〕
		20:00～20:40	④ホテル近隣	星ソムリエと星空観賞
		21:00～22:30	④ホテル近隣	オプション：プロカメラマンと星空撮影ツアー
				宿泊（洋室／バストイレ付）
2	12/16 (火)	8:00		朝食（ハーフブッフェ）
		9:00		八ヶ岳グレイスホテル　チェックアウト
				〔専用車移動〕
		10:00～12:00	⑤清里・裸足の森	地元ガイドと散策
				〔専用車移動〕
		12:30～13:45	⑥萌木の村	ブルワリー見学
				昼食（イタリアン）
				〔専用車移動〕
		14:00～15:30	⑦88PEAKS	サウナ体験
				〔専用車移動〕
		17:00	JR小淵沢駅	JR小淵沢駅到着後、解散

●インフルエンサー投稿状況

投稿者：Mandy　Bartok

SNS	インスタグラム
投稿回数/投稿日	静的投稿・リール投稿各2回計4回　①1月５日　　耕雲院（禅プログラム） ②1月10日　　はだしの森
アカウント名	@ uncover_japan
フォロワー数	21,400
視聴者国籍	投稿①日本24.6% アメリカ24.0% オーストラリア6.5% シンガポール4.9%　ドイツ4.5% 投稿②日本38.8%　アメリカ17.6%　オーストラリア5.4%　シンガポール4.2%　イギリス3.7%
いいね数	①48　②67
シェア数	①0　②2
保存数	①2　②1
コメント数	①2　②0

〔2026年1月17日時点実績〕

【投稿②原文】

I went to the woods because I wished to live deliberately. So said Henry David Thoreau.

Back in December, I went to the woods myself because I wished to walk barefoot. Although wish is a very strong interpretation of the truth. Let's say I was contractually required as part of a recent invited experience. 😅

I spent many days of my youth walking through the rocks, trees and grass surrounding my childhood home in the woods. But I never did it with the science and health minded background of Jun Kaneko, a sports trainer and environmental educator who is pioneering the concept of hadashi (barefoot walking) in the woods of Yatsugatake.
An experience like this would have been lovely but my intro to barefoot walking happened to take place on a wintry day with frost on the ground. Reader, I could not feel my toes for a good 45 remarkably painful minutes. This should be strictly a fair weather practice. (I should note that you wear special "toe shoes" for part of the walk. It unfortunately did not make our feet warmer.)
Luckily, we were able to amply warm up afterwards in the @88peaks.sauna A plunge pool was provided as well for the health benefits, but I'd had enough frigid temps for one day!

#uncoverjapan #yamanashi #yatsugatake #hadashi koshukaido

【投稿②画像】



【投稿①画像】



【投稿日本語訳】
「私が森に足を運んだのは、思慮深く生きたいと願ったからだ」――作家ヘンリー・デイヴィッド・ソローはかつてこう記しました。

昨年の12月、私もまた「裸足で歩きたい」という願いを胸に森を訪れました。……もっとも「願い」というのは少し語弊があるかもしれません。正直に申し上げれば、招待プログラムの一環として、契約上の義務を果たすためでもありました（笑）。

私は幼少期、森に囲まれた家で岩や木々、草地を駆け回って過ごしました。しかし、スポーツトレーナーであり環境教育者でもある金子潤氏のような、科学的・健康的視点を持って森を歩いたことはありませんでした。金子氏は現在、八ヶ岳の森において「はだし（裸足歩き）」というコンセプトの先駆的な活動を行っています。

本来であれば心洗われるような体験になるはずでしたが、私の「はだしデビュー」は、あいにく霜の降りる冬の日となってしまいました。読者の皆さまにお伝えしておきますが、あまりの冷たさに、実に45分ものあいだ足指の感覚を失うという痛烈な体験となりました。この活動は、あくまで「天候の良い時期」に限定して体験すべきものだと痛感しました。（なお、行程の一部では専用の「5本指シューズ」を着用しましたが、残念ながら寒さを和らげるほどの効果はありませんでした。）

幸いなことに、体験後は「88PEAKS」のサウナで十分に体を温めることができました。健康増進のための水風呂も用意されていましたが、その日の私にとっては、すでに十分すぎるほどの冷気が身に染みていました。

#uncoverjapan #yamanashi #yatsugatake #hadashi koshukaido



【インフルエンサー所見】
視聴者の7割を女性が占める。年末年始などの長期休暇中は視聴数が伸びない傾向にあるため、休暇明けを待って投稿した。全体的な反応は過去数か月の他の投稿と同様の数値であった。

【投稿分析結果まとめ】
・計4回（静的投稿・リール投稿各2回）の投稿を通じて、甲州街道沿いのユニークな体験型コンテンツを発信。
・年末年始の長期休暇中は視聴が伸び悩む傾向を考慮し、あえて休暇明け（1月5日・10日）を狙って投稿する工夫がなされた。

●本投稿を通じて、裸足歩きや禅、サウナといった、身体と心の健康をテーマにしたコンテンツは、女性視聴者の多い本アカウントと親和性が高く、一定の反応を得ることに成功したと想定できる。また、インフルエンサーが自身の体験を率直に（冬の寒さも含めて）語ることで、コンテンツへの信頼性が高まっており、同時に、こうしたアクティビティには「最適なシーズン（天候の良い時期）」の提示が重要であることも浮き彫りになった。
著名な観光地を巡るだけでなく、八ヶ岳のような自然豊かな場所で「自分の身体と向き合う」という、新しい旅のスタイル（オルタナティブな日本体験）を英語圏ユーザーに提示できたと考えられる。

⑤アンケート集計及び分析

モニターツアー参加者に対し、アンケートを実施。特に将来的に商品化を目指す上での気付きや課題等をヒアリングする内容とした。また、選択式の設問は5段階評価としつつ、回答欄２を必須項目とすることで、評価を選択した根拠の明確化に繋げた。

ア）アンケート項目

種別	No	設問	回答欄1（選択式）					回答欄2（記入式）
全般・内容 *Overall content*	1	ツアーのテーマ「GREEN」及び「江戸街道」が感じられる内容になっているか	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Does the content reflect the themes of "GREEN" and "Edo Kaido"?	全く感じられない	感じられない	どちらでもない	感じられる	大いに感じられる	
	2	その土地ならではの体験コンテンツになっているか	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Is it an experience that is unique to the local area?	全くなっていない	なっていない	どちらでもない	なっている	大いになっている	
	3	体験者がこの体験が素晴らしかった！と紹介できる体験になっているか　※紹介意向	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Is this experience something you would describe as "wonderful!" and recommend to others?	全くなっていない	なっていない	どちらでもない	なっている	大いになっている	
	4	体験の難易度	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		What is the difficulty level of the experience?	非常に難しい	難しい	普通	簡単	誰でもできる	
	5	安全への配慮がなされているか	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Is there a balance between safety and enjoyment?	全くなされていない	なされていない	どちらでもない	なされている	大いになされている	
	6	体験内容はサスティナビリティや環境保護等に対する配慮がなされているか	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Is the experience content designed with consideration for sustainability and environmental protection?	全くなされていない	なされていない	どちらでもない	なされている	大いになされている	
	7	案内ガイドは参加者の興味を惹く説明をしているか	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Does the guide provide explanations that engage the participants' interest?	全くできていない	できていない	どちらでもない	できている	大変良くできている	
宿泊施設 *Accommodation*	1	施設の設備面で気付いた点	自由記入					
		Please provide your observations regarding the facilities and equipment						
	2	夕食内容で気付いた点（その土地らしさ、クオリティ、ボリューム、等）	自由記載					
		Please provide your observations the points you noticed about the dinner content (such as local characteristics, quality, volume, etc.)						
	3	朝食内容で気付いた点（その土地らしさ、クオリティ、ボリューム、等）	自由記載					
		Please provide your observations the points you noticed about the breakfast content (such as local characteristics, quality, volume, etc.)						
	4	スタッフのホスピタリティ	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Please provide your observations regarding the staff's hospitality	大変悪い	悪い	普通	良い	大変良い	
	5	サスティナビリティや環境保護等に対する配慮がなされているか	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Does this facility take sustainability and environmental protection into consideration?	全くなされていない	なされていない	どちらでもない	なされている	大いになされている	
食事施設 *Meals*	1	【1日目】昼食内容で気付いた点（その土地らしさ、クオリティ、ボリューム、等）	自由記入					
		【Day 1】Please provide your observations the points you noticed about the lunch content (such as local characteristics, quality, volume, etc.)						
	2	【2日目】昼食内容で気付いた点（その土地らしさ、クオリティ、ボリューム、等）	自由記入					
		【Day 2】Please provide your observations the points you noticed about the lunch content (such as local characteristics, quality, volume, etc.)						
商品化 *Productization*	1	ターゲットを踏まえたコンテンツを組み込んでいるか	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Does it incorporate content that takes the target audience into account?	全く組み込んでいない	一部組み込んでいない	どちらでもない	一部組み込んでいる	すべて組み込んでいる	
	2	ツアーの実現性、継続性は？	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Are the details of the tour clearly explained?	大変難しい	難しい	どちらでもない	可能性あり	大いに可能性あり	
	3	ツアー日数は妥当か	1	2	3	4	5	回答を選んだ理由を簡潔に記入
		Is the duration of the tour reasonable?	全く不適切	不適切	どちらでもない	妥当	最適	
	4	商品化に向けた課題が見受けられるか	自由記入					
		Are there any challenges observed in terms of productization?						
自由回答 *Free Response*	1	ツアーに関する意見	自由記入					
		Do you have any other comments or suggestions regarding the tour?						

イ）アンケート結果分析

中山道、日光・奥州街道、東海道、甲州街道の4本のモニターツアーアンケート結果を統合・分析した。

●総論

全体として、ツアーのテーマである「江戸街道」の歴史性と「GREEN（自然・持続可能性）」の融合は、モニターから高く評価されている。
特に、熟練したガイドによる解説や、その土地ならではの伝統工芸体験（寄木細工、盆栽等）、地域固有の自然環境（八ヶ岳の星空、箱根の石畳）が強い満足感を生んでいる。
一方で、コースによっては「歴史」と「自然」のバランスに乖離が見られる点や、季節性への配慮、ベジタリアン・ヴィーガン対応、多言語解説の徹底といった商品化に向けた具体的な課題も浮き彫りとなった。

●参加者アンケート要約（課題と優位性）

中山道モニターツアー
【課題】
草津温泉が「GREEN」や「中山道」のコンセプトにあまり合致していないという指摘が複数あり。
北斎に焦点が当たりすぎているため、北斎に興味がない層にはニッチすぎる（販売が難しい）という懸念がある。
スポット間の移動時間が少し長い点や、提供されたお弁当（発酵食品メインのヴィーガン食）が海外ゲストの好みに必ずしも合わない可能性が指摘されている。
【優位性】
「北斎」のテーマと訪問地の結びつきが良く、北斎の生涯や日本の芸術・歴史を深く学べる地域密着型の充実した内容が高く評価されている。また、ハイキングなどを通じて自然（GREEN）を体感でき、ガイドの知識豊富で対話的な解説も好評であり、宿泊施設の設備やスタッフのホスピタリティ、時間通りに提供された満足感のある懐石料理なども好評であった。

日光・奥州街道モニターツアー
【課題】
宇都宮（餃子）の立ち寄りが「GREEN」のテーマから少し外れているという声があった。
日本酒やウイスキーの試飲は、宗教上の理由（イスラム教徒など）や体質でお酒が飲めない人には向かないため、代替案の必要性が指摘されている。
宿泊施設の朝食が和食中心であったため、西洋人向けの選択肢が必要という意見や、一部足場が悪い場所に対する移動の懸念もあった。
【優位性】
盆栽体験、竹林散策、盆栽美術館など、全体を通して「GREEN（自然）」との強いつながりを感じられる構成が好評。
その土地ならではのユニークな体験（宇都宮餃子、日本酒・ウイスキーの試飲など）ができ、ガイドの解説によって歴史や背景への理解が深まったと評価されている。
弁当箱に植物性原材料が使われているなど、サステナビリティへの配慮も感じられたという意見があった。

東海道モニターツアー
【課題】
「東海道（歴史）」と「GREEN（自然）」のテーマが混在して融合していないという厳しい指摘があった。特に江之浦測候所は素晴らしいものの、東海道のテーマとは無関係であり、どちらかのテーマに焦点を絞るか、別々のツアーに分けるべきだと提案されている。ホテルの客室が少し古く感じられた点や、夕食の量が多すぎた・ローカル感に欠けたという意見、1日目の昼食（サンドイッチ）の質が低かったというマイナス評価も挙げられている。
【優位性】
日本橋から箱根八里という東海道の歴史的な繋がりが非常に説得力のある形で表現されており、箱根の石畳歩きや、400年の歴史を持つ甘酒茶屋、寄木細工体験が評価されている。
ガイドやドライバーの地域に根ざした知識とホスピタリティが、ツアーの満足度を大きく引き上げている。

甲州街道モニターツアー
【課題】
他のツアーとは対照的に、「甲州街道」という歴史的側面に触れる機会があまりなかった点が指摘されている。
季節や天候への配慮不足が大きな課題。霜が降りるほどの極寒の中での「はだしの森歩き」や星空観賞は過酷であり、季節に応じた代替案（バックアップ）が必須だと強く指摘されている。
星空観賞や醸造所、サウナなどで英語の通訳や説明書きが不足しており、インバウンドが十分に楽しめないという言語の壁が懸念されている。
【優位性】
禅体験（座禅やヨガ）、星空観賞、サウナ、はだしの森歩きなど、マインドフルネスや自然（GREEN）と深く繋がる極めてユニークな体験が非常に高く評価されている。
精進料理、地元野菜を使った食事、川マスの押し寿司、クラフトビールなど、地産地消にこだわった食事が好評であった。

●主要テーマ別の詳細分析

1．「江戸街道」と「GREEN」のテーマ親和性

各コースにおいて、テーマの浸透度には差が見られた。

・中山道：北斎の足跡を辿るストーリー性が高く評価されたが、草津温泉など一部のスポットが「GREEN（田園・森林）」というコンセプトに合致するか疑問視する意見もあった。

・日光・奥州街道：盆栽づくりや竹林散策を通じて「GREEN」との強い繋がりが実感されており、街道の歴史的背景と自然体験が良好に組み合わされている。

・東海道：歴史的な歴史性（石畳や関所）の繋がりは非常に説得力があるが、自然（GREEN）体験が「無理に詰め込まれた」印象を与える場面があり、テーマの二極化が指摘された。

・甲州街道：自然との結びつきは極めて強いが、街道としての歴史的側面を学ぶ機会が不足しており、歴史の影が薄いとの評価があった。

2. コンテンツの独自性と体験価値論

その土地ならではの「ユニークな体験」が満足度の核となっている。

・伝統工芸と文化体験：寄木細工体験や盆栽体験は、職人の技や背景を学べるため、非常に価値が高いと評された。寺院での座禅や写経、酒蔵、ワイナリーでの試飲体験も、日本文化を深く知る機会として有効に機能している。

・自然・ウェルネス：八ヶ岳での星空観賞やサウナ、森林セラピー等は、山梨県ならではの体験として評価されたが、極寒期のはだしウォークなど、気象条件によっては「楽しむ」レベルを超えてしまうリスクが指摘された。

3. ガイドの質とホスピタリティ

ガイドの説明能力がツアーの成否を左右する大きな要因となっている。

・高評価の要因：単なる知識の伝達だけでなく、参加者との対話を重視するインタラクティブな解説（妙義山、箱根、日本橋など）が好評であった。
ガイド個人の熱意や、地域住民との信頼関係が垣間見えるシーン（箱根の甘酒茶屋など）に深い感銘を受ける参加者が多かった。

・課題：専門性の高い内容（星空のレクチャーなど）において、英語通訳がない、あるいは通訳によって解説の集中力が削がれるといった「言語の壁」が依然として存在する。

4. 宿泊および食事施設

品質は概ね高評価だが、多様なニーズへの対応が必要である。

・食事の多様性：地元の食材を活かした食事（マクロビ弁当、精進料理、地元野菜）は概ね好評。
一方で、ヴィーガン、ベジタリアン、ムスリム（アルコール不可）への配慮が不足している箇所があり、選択肢（オプション）の提示が必要とされている。朝食については、和食だけでなく西洋式の選択肢を求める声も目立った。

・宿泊施設の設備：概ね清潔でホスピタリティも高いが、一部の施設で「客室の古さ」や「室内温度調節の難しさ」が指摘された。

●商品化に向けた主要な課題と解決へ向けた方向性

・ターゲットと移動手段

ターゲット：歴史愛好家、アートファン、ウェルネス志向層など、各コースの性格に合わせて、ターゲットを更に明確化する必要がある。

移動手段：専用車は自由さや快適さがある一方で、商品価格高騰の要因となる。個人旅行客向けに公共交通機関を組み合わせたモデルの検討も必要。

・季節性と安全管理

現状：冬期の森林歩きなど、天候・気温が体験の質を著しく低下させる事例があった。

解決へ向けて：季節に応じた最適なアクティビティの選定や、悪天候時の代替案を事前に構築しておくことが不可欠である。

・SDGs関係

現状：プラスチックアメニティの削減や地産地消など、一定の配慮は見られる。

解決へ向けて：特に欧米諸国の基準では、使い捨て歯ブラシの提供などは「持続不可能」と映る場合がある。環境保護への取り組みをより可視化し、旅行者が主体的に関与できる要素を組み込むことが望ましい。

５）情報発信及び効果測定について

①実施方針

海外Webメディア及び公式SNSによる情報発信を実施し、アクセス数や反響等のデータ分析を行うことで、モデルルート及びコンテンツのブラッシュアップに繋げます。

②利用媒体について

今回の実証事業に際しては、海外向け情報発信メディアとして、外国人が、外国人のために、日本の観光情報を発信する「JapanTravel」を活用した。
選定理由としては、JapanTravel.comは『旅マエ』によく見られており、サイトユーザーの60%以上が訪日前にサイトを閲覧する等、旅行前のユーザーへの情報提供に適している。
閲覧国は約2割がアメリカからの流入となっており、欧州や豪州でも閲覧率が高いことも選定の理由となった。

③目論見について

「江戸街道」に関する記事へのインバウンドの反応を検証するため、以下の目論見を設定した。
・エンゲージメント率：30%（一般的な基準は20～40%）
・セッション数：40～50秒（通常のプロモーションの場合、約40秒前後）
・SNSインプレッション：25,000回（通常の大手メディアにおけるフォロワー数の約10%が目安）

■JapanTravel概要

・使用言語：英語、中国語（繁体・簡体）、韓国語など全15言語
・月間アクセス数：100万UU
※月間ページビューは500万PVを有し、米国からアクセスされる日本の観光サイトとして、代表的なサイト。

・英語ウェブサイト: https://en.japantravel.com/
※月間アクセス数：1,000,000UU　5,000,000PV

●公式SNS
facebook（フォロワー数は約20万人）：
https://www.facebook.com/Japantravelcom

Instagram（フォロワー数は約9万人）：
https://www.instagram.com/japantravelcom/

X（フォロワー数は1.7万人）：
https://twitter.com/japantravel

Thread（フォロワー数は7.8万人）：
https://www.threads.net/@japantravelcom

④Japan Travel掲載記事発信状況

・JapanTravel記事本数：1本
・掲載期間：令和7年12月18日～令和8年1月19日（1ヶ月間）
・掲載場所：JapanTravelトップページ（ランダム表示のテキスト広告にて）
・JapanTravel公式SNS投稿：facebook, Instagram, X, Thread、各1回
※JapanTravel記事掲載に合わせて投稿
※記事広告のURLリンク付き

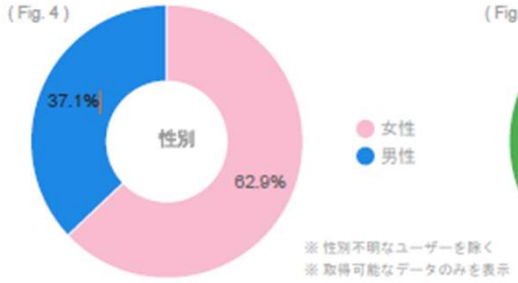
⑤Japan Travel記事掲載状況

記事URL：https://en.japantravel.com/tokyo/year-round-escapes-along-japan-s-edo-roads/72141

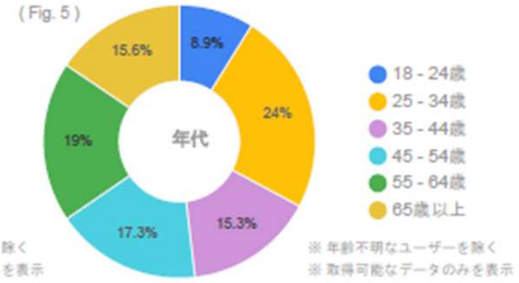
アクセス結果（集計期間：2025年12月18日～2026年1月19日）



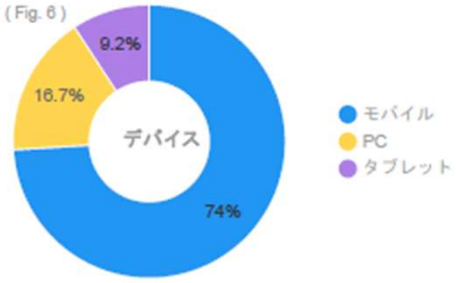
男女比



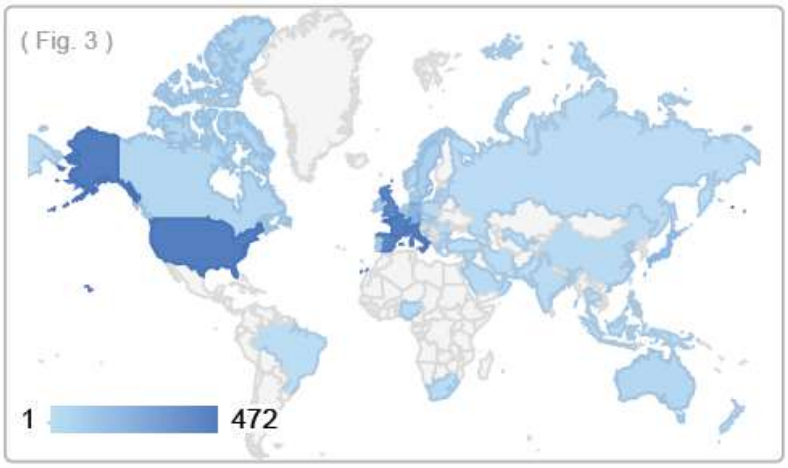
年齢層



利用デバイス



国別アクセス（全体図）



国別アクセス（数値）

(Fig. 7)

	アクセス国	PV	ユーザー	エンゲージメント
1.	United States	472	372	31%
2.	France	462	276	28%
3.	Italy	453	279	32%
4.	Spain	435	271	31%
5.	United Kingdom	395	281	28%
6.	Germany	203	112	33%
7.	Japan	109	65	74%
8.	Belgium	75	50	33%
9.	Sweden	68	50	28%
10.	Canada	45	37	40%
11.	Australia	31	25	54%
12.	Ireland	30	16	41%

デバイスの設定言語（国外＋国内）

(Fig. 8)

	言語-国 (全体)[1]	PV	ユーザー	エンゲージメント
1.	en-us	629	493	34%
2.	en-gb	455	322	33%
3.	fr-fr	451	260	28%
4.	es-es	393	233	32%
5.	it-it	360	228	32%
6.	de-de	167	88	32%
7.	sv-se	53	39	26%
8.	ja	36	18	59%
9.	en-au	32	25	59%
10.	en-ca	29	25	46%
11.	nb-no	29	15	41%
12.	en	24	6	85%

デバイスの設定言語（国内のみ）

(Fig. 9)

	言語-国 (日本)[2]	PV	ユーザー	エンゲージメント
1.	en-us	38	31	77%
2.	ja	35	17	58%
3.	en	17	1	100%
4.	en-gb	5	5	100%
5.	en-au	3	3	100%
6.	en-ca	2	2	100%
7.	ja-jp	2	1	100%
8.	fr-fr	2	1	100%
9.	pt-br	2	1	50%
10.	de	1	1	100%
11.	vi-vn	1	1	100%
12.	en-in	1	1	0%

⑥JapanTravel公式SNS発信状況

プラットフォーム：Facebook, Instagram, Threads, X
投稿日：2025年 12月 18日（ Facebook, Instagram, X） 2025年 12月 19日（Threads）
合計インプレッション数：31,209回（目標値 25,000回、達成率 124.83%）

投稿日	プラットフォーム	インプレッション	エンゲージメント	いいね！など	コメント	シェア	クリック	保存
2025年12月18日	Instagram	23,163	669	605	3	9	-	52
2025年12月18日	Facebook	5,552	59	41	3	3	8	4
2025年12月18日	X (Twitter)	1,464	22	15	-	3	-	4
2025年12月18日	Threads	1,030	12	12	-	-	-	-
	Grand total	31,209	762	673	6	15	8	60

※ インプレッション：投稿コンテンツが表示された回数
※ エンゲージメント：リアクション、コメント、シェア、クリック、保存などの件数





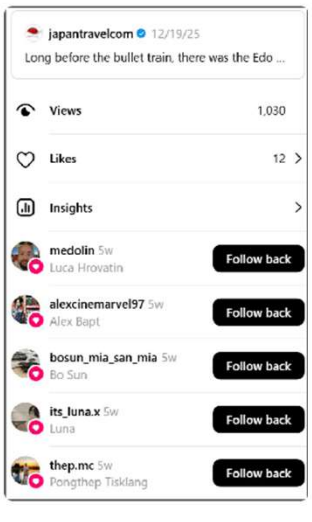
https://www.facebook.com/450397180668675/posts/882825800759142





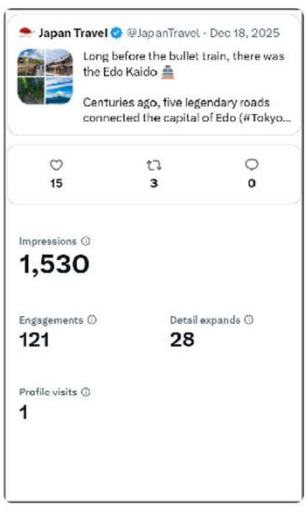
https://www.instagram.com/p/DSZU8ONDZRM/





https://www.threads.com/@japantravelcom/post/DSbzb1TjN8x





https://x.com/a/status/2001549147795538061

⑦情報発信結果分析

1. 記事広告（Japan Travel）の掲載結果および分析

【結果】
・国別アクセス状況
米国：472 PV（単独国として最多）
欧州主要4カ国（フランス、イタリア、スペイン、英国）合算：1,500 PV以上
・ユーザー属性年齢層：25～44歳が全体の約76%を占める
性別：女性ユーザーが全体の62.9%
・エンゲージメント指標
エンゲージメント率：32.5%（一般的な基準である20～40%の範囲内に着地）
平均セッション時間：83.4秒（通常のプロモーション平均である約40秒前後の2倍以上を記録）

【分析】
・欧州市場における歴史コンテンツの高い親和性
通常は米国市場での優位性が高い傾向にあるが、今回の「Edo Roads」という歴史的コンセプトは、ヨーロッパ市場から特に強い共感と関心を集めている点が大きな特徴である。
・ターゲット層への的確なリーチ
「歴史」というテーマでありながら、25～44歳の若年かつアクティブな層への訴求に成功している。また、女性比率が高い点については、記事内の美しい風景画像が女性ユーザーの関心を強く惹きつけたためと推察される。
・コンテンツの精読率の高さ
エンゲージメント率は標準的であるものの、平均セッション時間が通常値の2倍を大きく上回っている。これは、ユーザーが記事を単なる流し読みで済ませず、コンテンツ全体をしっかりと深く読み込んでいることを示しており、記事の質とユーザーの関心度が非常に高くマッチした結果と言える。

2．Japan Travel公式SNS発信結果及び分析

【結果】
・総インプレッション数：31,209回
※当初設定した目標値25,000回（通常の大手メディアにおけるフォロワー数の約10%目安）を約25%超過
・プラットフォーム別実績：Instagram単体で23,000回以上のインプレッションを獲得し、全体の牽引役となった。

【分析】
・目標を大きく上回るリーチの獲得
過去の実績等に基づく独自の目標値を約25%も上回る非常に良好なパフォーマンスを示した。特にInstagramの視覚的な訴求が、今回のプロモーションと強く噛み合ったことがうかがえる。
・プロモーションとしての効果
Japan Travelの既存フォロワー層から十分な反響（インプレッションおよびエンゲージメント）が得られていることから、今回投稿した掲載内容やクリエイティブの訴求はターゲットに対して適切に機能し、一定程度の成功を収めたと考えます。

４．事業総括

１）事業全体の総括

本事業は、広域関東ブロックにおけるインバウンドの周遊観光と地方誘客を促進するため、地域資源である「GREEN（自然・花・植物）」と「江戸街道プロジェクト」を連携させた広域観光促進の実証事業である。仕様書に基づき、五街道と脇往還を活用した四季折々の110の体験コンテンツを組み入れた17のモデルルートを構築し、多言語によるルート紹介資料、リーフレット、ショート動画を制作した。
さらに、海外の旅行会社（ランドオペレーター）やインフルエンサーを招聘したモニターツアーを実施し、海外向けメディア「Japan Travel」を通じた情報発信と効果測定を行った。

結果として、欧米豪や台湾などのターゲット市場の知的好奇心とウェルネス志向に合致する「歴史×自然」という高付加価値なコンテンツの有効性が確認された一方で、実際の旅行商品化や自発的な誘客に向けては、テーマの親和性、季節要因への対応、および情報導線の設計において課題が浮き彫りとなった。

２）各事業項目の評価（優位性と課題）

ア）モデルルートの構築および紹介資料の制作優位性：
1都10県を網羅し、春花園盆栽美術館での盆栽体験や箱根の寄木細工体験、耕雲院での禅リトリートなど、本質的な文化・自然体験を組み込んだ点は、ターゲット市場の「コト消費」ニーズを的確に捉えている。また、多言語で作成された紹介資料は、ピクトグラムを活用し視覚的に分かりやすい構成となっている。
【課題】ルートによっては、「GREEN」と「江戸街道（歴史）」のテーマが混在し、一貫性に欠ける印象を与える箇所が見受けられた。また、地方部を広く巡るための専用車移動は商品単価を高騰させるため、FIT（個人手配旅行）層の購買ハードルとなる懸念がある。

イ）広報ツール（リーフレット・ショート動画）の制作優位性：
5種類のリーフレットは四季ごとの魅力を視覚的に整理し、関東広域の地図を配置することで、域内周遊のイメージを的確に伝えている。ショート動画は、テンポの良いカット割りと「東京から1～2日」という具体的な訴求により、SNSやスマートフォン視聴において極めて高いアイキャッチ効果（フック）を発揮する仕様となっている。
【課題】ツール上で興味を喚起した後、実際の予約や詳細なアクセス情報へ誘導するための「デジタル導線（QRコードや特設サイトへの直リンク等）」が不足しており、プロモーションを実売（来訪）へ直結させる実用性に課題を残している。

ウ） モニターツアーの実施・検証優位性：
知識豊富で対話的なローカルガイドの存在や、地元の茶屋の店主等との交流が、単なる観光を「深い異文化理解」へと昇華させ、高い満足度を生み出した。また、ヴィーガン対応や地産地消の食事は、サステナビリティを重視する市場において訴求力を持つことが実証された。
【課題】冬季の「はだしの森歩き」や深夜の星空観賞など、過酷な気象条件が体験の質を低下させる事例が発生した。自然環境に依存するコンテンツにおいては、悪天候や季節要因に対する「屋内での代替案（バックアッププラン）」の確保が必須である。また、専門的な文化体験における多言語解説の不足も指摘された。

エ） 情報発信の実施と効果測定優位性：
「Japan Travel」での記事広告は、平均セッション時間が83.4秒と通常を大きく上回り、読者がコンテンツを深く読み込んでいることが確認された。また、公式SNSの合計インプレッション数も目論見を大きく上回る31,209回を記録し、歴史と自然を掛け合わせたストーリーテリングが欧米市場（特に25～44歳の層や女性層）に強く刺さることが証明された。
【課題】記事内において「東京からの具体的な交通手段」といった実用情報が不足しており、自力で旅程を組むFIT層の離脱を招く要因となり得る。

３） 今後の旅行商品化へ向けたモデルルートのブラッシュアップ方針

以上の事業評価を踏まえ、今後のツアー造成等を念頭に置き、旅行商品化および確実な誘客へ繋げるためのブラッシュアップ方針と再構築ルートを提示する。

【ブラッシュアップの基本方針】

- ●テーマの統合と高度な文脈付け：
  「歴史」と「自然」を単に並べるのではなく、「古の旅人が愛でた自然美を、現代のアートや生活様式の視点で再解釈する」といった一貫したストーリーでルートを繋ぐ。
- ●FIT層を想定したロジスティクスの最適化と情報導線の強化：
  公共交通機関（新幹線・特急等）と現地の二次交通を組み合わせた移動手段を基本とし、広報ツール（動画・リーフレット・記事公告）には予約サイトや詳細情報へ直結する導線を実装する。
- ●季節リスクを排除した柔軟なモジュール型旅程への改修：
  気象条件に左右されやすいアクティビティに対し、安全で快適な屋内体験（サステナブルな暮らしのレクチャーや伝統工芸体験等）の代替プランを旅程に標準で組み込む。

【再構築ルート】

●日光・奥州街道（秋）ルート〔ターゲット市場：テーマ探求層・FIT〕
盆栽関連のコンテンツ配置を根本から見直し、「大宮盆栽美術館での鑑賞」を先に行い、その後に「盆栽体験」を実施する学習効果の高い動線へ再編する 。昼食は宇都宮餃子を外し 、自然環境や地産地消にこだわった食事処（若竹の杜周辺等）へ変更する。また、車移動の合間に「日光街道の杉並木を実際に歩く」アクティビティを組み込み、街道の歴史と自然（GREEN）を体感させる 。酒蔵（西堀酒造）の見学においては、アルコール不可のゲスト向けに仕込み水や甘酒のテイスティングなどの代替オプションを商品パッケージ内に必ず明記する 。

●中山道（秋）ルート〔ターゲット市場：少人数グループ・FIT〕
「GREEN」および「中山道」のテーマを一貫させるため、宿泊地を草津温泉から軽井沢周辺、あるいは妙義山から小布施への動線上（中山道の宿場町周辺）へ変更する 。これにより移動時間のロスを削減し、空いた時間で旧中山道の宿場（軽井沢宿や追分宿など）の散策を組み込み、街道らしさを補強する 。また、食事手配においては完全ヴィーガン食を標準とせず、ターゲットの嗜好に合わせた一般的な和食（地産の肉や魚など）との選択制を導入する 。

●甲州街道（冬）ルート〔ターゲット市場：ウェルネス志向・少人数グループ〕
季節リスクを軽減するため、冬季の屋外アクティビティ（はだしの森歩き等）は、拠点の屋内での「サステナブルな生活レクチャー」を主軸とし、屋外での裸足体験は天候に応じた短時間の希望者制とする。「江戸街道」の要素を補強するため、近隣の宿場町（台ヶ原宿など）の散策を代替オプションとして設定し、酒蔵見学ではノンアルコール（地産ジュースや甘酒）のテイスティングを完備して多様なニーズに応える。

●東海道（秋）ルート〔ターゲット市場：ラグジュアリー・歴史探求FIT〕
江之浦測候所などの現代施設は「江戸時代の旅人が見た自然を現代アートで表現する場所」として歴史的文脈の中で案内する。箱根八里の石畳ウォークと甘酒茶屋での交流をハイライトとして維持し、質の高いヴィーガン対応食を標準オプションとして組み込む。

●日光・奥州街道（秋）ルート
コンセプト：「盆栽」や「竹林」といった日本の園芸文化・職人技と、豊かな自然の恵み（GREEN）を、インプットとアウトプットを交えながら深く探求する旅。

日	行程（概要）	ブラッシュアップポイント
1日目	【午前】 ○大宮駅 起点 ・大宮氷川神社 ・大宮盆栽美術館・大宮盆栽村 大宮駅→小山駅（JR新幹線利用）	**＊日光街道の杉並木ウォーク** 車移動の合間に下車し、日光街道を象徴する杉並木を実際に歩くアクティビティを組み込む。 車窓から見るだけでなく、歩くことで街道の歴史と自然（GREEN）を直接体感させる。 **＊2日目の昼食** 若竹の杜周辺等の自然環境や地産地消にこだわった食事処を利用。 地域の農産物を活かしたメニューにより、食からも「GREEN」のコンセプトを体感させる。
	【午後】 ■小山市内昼食 小山市内→西堀酒造→宇都宮市内（車移動） ・西堀酒造見学 〔蔵の見学、日本酒と日本ウイスキーの試飲〕 **＊日光街道の杉並木ウォーク** ■宇都宮市内にて夕食／宿泊	
2日目	【午前】 宇都宮市内→若竹の杜、若山農場→東武宇都宮駅（車移動） ・若竹の杜 若山農場 〔朝の竹林散策、竹器での抹茶体験〕	
	【午後】 **■＊宇都宮市内にて昼食** 東武宇都宮駅→東武スカイツリー駅（東武特急利用） 東武スカイツリー駅→春花園盆栽美術館（車利用） ・春花園盆栽美術館　盆栽体験 春花園盆栽美術館→東京駅（車利用） ○東京駅 終点	

●中山道（秋）ルート
コンセプト：葛飾北斎の眼差しを通じて、秋の自然美（GREEN）と江戸の風情を残す街道・名湯を追体験する旅。

日	行程（概要）	ブラッシュアップポイント
1日目	【午前】 ○両国駅 起点 ・すみだ北斎美術館見学 両国駅→（東京）→高崎駅（東京～高崎間JR新幹線利用） ■昼食（車中弁当：ヴィーガン食選択）	**＊伊香保温泉街散策** 宿泊地を伊香保温泉とする 。伊香保温泉は石段街が象徴的な歴史ある温泉地であり、江戸時代の風情と河鹿橋の紅葉（GREEN）を同時に堪能できるため、テーマとの親和性が高い 。 **＊軽井沢宿または追分宿散策** 小布施へ向かう動線上にて、軽井沢宿や追分宿などの旧中山道の宿場町に立ち寄り散策を実施。「江戸街道」のテーマを強く印象付ける。
	【午後】 高崎駅～妙義山（車移動） ・妙義山ガイドウォーキング 妙義山→伊香保温泉（車移動） ＊伊香保温泉街体験（石段街の散策、河鹿橋の紅葉鑑賞、等） ■伊香保温泉夕食／宿泊	
2日目	【午前】 伊香保温泉→軽井沢地区（車移動） **＊軽井沢宿または追分宿散策** 軽井沢地区→小布施（車移動） ■小布施市内昼食	
	【午後】 ・小布施の酒蔵巡り（見学、試飲） ・北斎館見学 ・岩松院（「八方睨み鳳凰図」鑑賞） 小布施駅→長野駅（長野電鉄利用） ○長野駅 終点	

●甲州街道（冬）ルート
コンセプト：江戸から富士山を目指した旅人たちの祈りの道をたどりながら、現代のサステナブルな暮らしとウェルネス（心身の調和）を深く体感するリトリート旅。

日	行程（概要）	ブラッシュアップポイント
1日目	【午前】 ○東京都内 起点 東京都内→都留市（車移動） ・耕雲院（禅リトリート富士） 〔禅体験、■精進料理の昼食〕	**＊はだしの森歩き体験＆サステナブルな生活講座** 季節リスクを軽減するため、インストラクターの拠点（屋内）での環境に配慮した暮らしのレクチャーを主軸とし、屋外での「裸足体験」は天候に応じた数分間の希望者制とする。 **＊台ケ原宿散策** サウナ文化に馴染みのないゲストのため、日本の道百選にも選ばれた旧甲州街道の宿場町を歩き、老舗和菓子店や酒蔵を巡るルートを代替案として設定
	【午後】 都留市→大月市（車移動） ・笹一酒造（蔵見学・地酒試飲体験） 大月市→南牧村（車移動） ■八ヶ岳地区夕食／宿泊 ・星空観察体験	
2日目	【午前】 南牧村→清里地区（車移動） ＊はだしの森歩き体験＆サステナブルな生活講座	
	【午後】 ・萌木の村散策 〔■ヴィーガン料理の昼食、クラフトビール体験〕 ・森林サウナ体験もしくは **＊台ケ原宿散策** 白州地区→小淵沢駅（車移動） ○小淵沢駅 終点	

●東海道（秋）ルート
コンセプト：江戸時代の旅人が見た自然の美しさ（GREEN）を、現代アートや伝統工芸の視点から再解釈し、歴史的文脈の中で深く味わうラグジュアリーな旅

日	行程（概要）	ブラッシュアップポイント
1日目	【午前】 ○新宿駅 起点 新宿→箱根湯本（小田急特急利用）→畑宿（車移動） ・箱根寄木細工体験	**＊江之浦測候所見学** 単なる現代アート施設としてではなく、「江戸の旅人が道中に愛でた自然の風景を、現代の視点で切り取り、再解釈した空間」として、ガイドが深いストーリーテリングを提供する。
	【午後】 ■畑宿周辺にて昼食 ・箱名八里ガイドウォーク 〔石畳の道と杉並木、甘酒茶屋、箱根恩賜公園、等〕 ■箱根地区夕食／宿泊	
2日目	【午前】 箱根地区→江ノ浦（車移動） **＊江之浦測候所見学** 江ノ浦→小田原（車移動）	
	【午後】 ■昼食（ヴィーガンランチ） 小田原→（東京）→三越前（JR・メトロ利用　＊小田原～東京間新幹線利用） ・日本橋街歩きツアー 〔福徳神社、出汁体験、刃物砥ぎ見学、熙代勝覧見学、等〕 ○日本橋駅　終点	



国土交通省　関東運輸局　観光部
〒231-8433
神奈川県横浜市中区北仲通5－57
TEL　045-211-1255

株式会社日本旅行ビジネスクリエイト　地域振興推進部
〒105-0022
東京都港区海岸2-1-24　NAC港ビル
TEL　03-6683-9086