6 日本橋かるたによる外国人観光客向け日本橋江戸前文化体験ツアー事業

企画提案者：日本橋地域ルネッサンス 100 年計画委員会　歴史・文化推進部会
事業実施者：ANA セールス（株）
自 治 体：中央区
対象地域：日本橋地区

現状・課題

日本橋は世界的にも評価を受けている浮世絵の言わば発祥の地であるが、現状では日本人であっても知る人は少ないのが現状である。よって、日本橋地区＝浮世絵発祥の地という観光資源を活かしたアプローチが、外国人観光客に対して不十分であり、日本橋の江戸前文化の魅力を体験してもらう機会を一部逸している。

実施内容

外国人観光客が、浮世絵という日本独自の芸術に案内されて、日本橋の誇る江戸前文化体験を味わい、浮世絵の国日本を体感し、日本橋への好印象を持ち帰るとともに再訪を促すような旅行商品を組成する。

❶「日本橋かるた」の「詠み句」・解説及び付属品の英訳及び試作品の制作

日本橋地域ルネッサンス 100 年計画委員会が制作した「日本橋かるた」の 47 の詠み句及び解説、付属の地図を英訳し、英訳かるたの試作品を制作した。

❷外国人向け日本橋江戸前文化体験ツアーの企画

英訳した「日本橋かるた」の中から訪問スポットを数か所抽出し、外国人向けのまちめぐりコースを造成し、モニターツアーを企画。ツアーの内容は、魚河岸を巡るコースとして実施。ツアーでは老舗を巡るだけでなく、浮世絵を基本に制作した「日本橋かるた」の体験や、書道による絵葉書作成、焼き海苔、鰹節削りなどの体験といった、アクティビティを企画し、日本橋の歴史と文化を効果的にプレゼンテーションした。

❸外国人向け日本橋江戸前文化体験ツアーの運営

モニターツアーはツアーガイドをつけて、日本橋江戸前文化体験をテーマに老舗めぐりを行った。

募集パンフ

ツアー当日配布リーフレット

ツアー開始前の日本橋レクチャー

日本橋見学

伊場仙ギャラリーで浮世絵見学

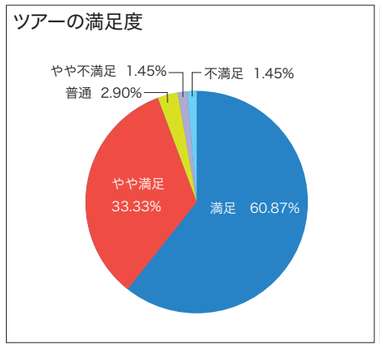
熙代照覧見学

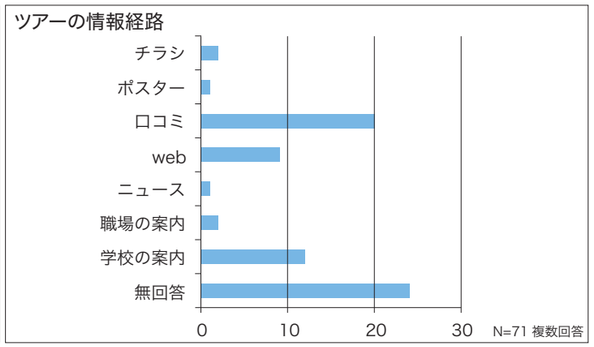
成　果

・参加者は歴史や文化、そして老舗のあり方にも興味が高く、日本橋の魅力についても十分な訴求ができた。

・ツアー参加者の満足度が非常に高く、日本橋地区に対する興味、親しみが十分向上したとの結果を得られた。

・日本橋地区の今後のプロモーションはインターネットの活用は当然だが、インターネットを過信せずに、広告や、チラシ、書籍といった従来型のメディアも組み合わせて活用すべきことが分かった。





課　題

❶ツアー実施で見えてきたツアー運営上の課題に対する対策を立てる。

・コースを再度検討し、参加者の興味を満たしながらも効率と安全に配慮できるルートを選定。
・歴史や文化、伝統などについては参加者の知識レベルに応じて臨機応変に対応する。
・アクティビティは可能な限り一箇所にまとめ、全体の効率化を図る。

❷通訳ガイドや、プレゼンテーターの能力により満足度が大きく左右された。

・優秀な通訳ガイドの育成が必要不可欠である。
英語（中国語）が堪能で日本橋に精通した人材を育成する。
・ツアー冒頭のプレゼンテーションにおける「つかみ」が重要である。外国語で聴衆を感動させながらプレゼンテーションできる人材を育成する。

❸現状では日本橋地区の魅力が多くの外国人に伝わっていないことが明白となった。

❹街の標記・標識等の英語表記が不備

今後の展開

・アンケート結果（希望価格帯）を基に、商品として成立するコストと売値を勘案した商品づくりを模索する。

・上質の英語を話せるツアーガイドが必要不可欠であり、その育成に着手する。

・日本橋を広く発信するために、インターネット、書籍、広告等のメディア企画に着手する。

・再度モニターツアーを実施し商品としての精度を高めていく予定。