



## 観光先進地を目指し、オールジャパンで観光復興 「新しい東北」交流拡大モデル事業 平成 28 年度実績及び平成 29 年度事業選定結果

- 「新しい東北」交流拡大モデル事業では、東北への外国人旅行者の誘客を促進するため、観光先進地を目指す民間の新たな試みを支援します。
- 平成 28 年度 13 事業では、89 の旅行商品(送客数 4,431 人、宿泊者数 10,222 人泊)を開発するなどの実績(※)を上げることができました。
  - ※ 4月以降に催行予定の旅行商品への予約数も含まれています。
  - ※ 宿泊者数はツアー全体の宿泊者数ではなく、東北での宿泊者数のみを集計しています。
- 平成 29 年度においては、11 の提案を選定しました。  
昨年度に引き続き、旅行商品の開発・販売、販路の形成、プロモーション等に取り組み、官民共同で新たなビジネスモデルの立ち上げを目指します。
- 取組の成果は来年2月頃に開催する報告会で発表します。

(詳細については別紙参照)

### <平成 29 年度選定事業>

#### 【東北のブランドイメージの創出】

1. 「武士道/TOHOKU SAMURAI SPIRITS」サムライ魂の聖地ブランド化 (NTTドコモ)
2. 食材のふるさと「TOHOKU Nihonshoku & Sake Tourism」(東武トップツアーズ)
3. 「TOHOKU BREWING Tourism」一歴史と伝統を醸し出す旅一

(福島民報社 (東北七新聞社協議会))

#### 【受入体制強化】

4. 優しい東北「MUSLIM FRIENDLY TOHOKU」ブランド (サニーサイドアップ)
5. 東北における訪日外国人の周遊観光促進に向けたバス路線の活用 (JTB東北)
6. 東北 TOMODACHI プロジェクトー東北を個人旅行 (FIT) の聖地に一

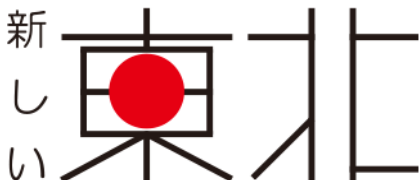
(近畿日本ツーリスト)

#### 【「学びの場」としての魅力づくり】

7. 中国・台湾・アメリカ向け訪日教育プログラムの展開 (パソナ)

#### 【観光先進地への新たな試み】

8. 「Fooding Tourism」一知的好奇心と味的好奇心を満たす東北の旅一 (料理通信社)
9. 東北の食産品×スポーツイベントの相乗効果による、人・モノの継続的な交流促進 (JTB西日本)
10. 海外富裕層向け高品質な東北の旅行商品流通モデル (ダイヤモンド・ビッグ社)
11. 東北水系観光資源との触れ合いを通じた外国人観光客と地域産業の交流機会創出 (双日ツーリスト)



問い合わせ先：

復興庁観光担当 津田、松江、松浦、藤原

電話：03-6328-0223、0265

## 平成 29 年度「新しい東北」交流拡大モデル事業における選定案件

## 【東北のブランドイメージの創出】

## 1. 「武士道/TOHOKU SAMURAI SPIRITS」サムライ魂の聖地ブランド化

提案者：株式会社NTTドコモ

事業内容：『武士道』の著者新渡戸稲造の故郷岩手を中心に、武士を体感するプログラムを東北初の観光乗合バスツアーと組み合わせて販売。

実施地域：岩手県、宮城県、福島県等

対象市場：欧米

## 2. 食材のふるさと「TOHOKU Nihonshoku &amp; Sake Tourism」

提案者：東武トップツアーズ株式会社

事業内容：「東北は食材の故郷である」をコンセプトに、ワンランク上の食べ方・飲み方を「TOHOKU Nihonshoku & Sake Tourism」として商品化。

実施地域：東北6県

対象市場：台湾、タイ等

## 3. 「TOHOKU BREWING Tourism」—歴史と伝統を醸し出す旅—

提案者：株式会社福島民報社（東北七新聞社協議会）

事業内容：日本酒、ワイン、クラフトビールの魅力を軸に、日本有数の醸造文化を感じる旅行商品を販売。宿泊施設や周辺産業も巻き込んだプログラム開発、外国人旅行者向け酒税免税制度の活用で消費拡大につなげる。

実施地域：東北6県

対象市場：欧米等

## 【受入体制強化】

### 4. 優しい東北「MUSLIM FRIENDLY TOHOKU」ブランド

提案者：株式会社サニーサイドアップ

事業内容：東北主要都市・観光地のホテルにおいて、ハラール対応を取り入れるなど、ムスリム受入拠点として整備するとともに、ムスリム系旅行者向けの旅行商品を開発。

実施地域：東北6県

対象市場：マレーシア、シンガポール等

### 5. 東北における訪日外国人の周遊観光促進に向けたバス路線の活用

提案者：株式会社JTB東北

事業内容：高速バスフリーパスとホテルを組み合わせたランドパッケージを販売。一般路線バスの時刻表データ等を集約し乗継の利便性を向上。

実施地域：東北6県

対象市場：タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア等

### 6. 東北 TOMODACHI プロジェクト—東北を個人旅行（FIT）の聖地に—

提案者：近畿日本ツーリスト株式会社

事業内容：「販売」を意識した商品開発に官民協働で取り組む DMC（Destination Management Company）を立ち上げ、地域資源の磨き上げを活発化。併せて、仙台、東京からのバス・タクシーツアーを毎日催行できる体制を整え、交通アクセスを改善。

実施地域：東北6県

対象市場：香港、韓国、台湾、中国、タイ、シンガポール等

## 【「学びの場」としての魅力づくり】

### 7. 中国・台湾・アメリカ向け訪日教育プログラムの展開

提案者：株式会社パソナ

事業内容：海外の主要大学の学生を対象に、大震災を経験した人々・地域の「人間力」と「知恵」などを学ぶ「訪日教育プログラム」を提供。

実施地域：岩手県、宮城県等

対象市場：中国、台湾、アメリカ合衆国等

## 【観光先進地への新たな試み】

### 8. 「Fooding Tourism」 ―知的好奇心と味的好奇心を満たす東北の旅―

提案者：株式会社料理通信社

事業内容：ガストロノミーと郷土料理を体験するため、自転車で移動しながら楽しむグルメ・ライドなど、食に特化した旅を企画し、在日外国人を対象に、定番の観光地ではない農山漁村への誘客に取り組む。

実施地域：青森県、岩手県、山形県等

対象市場：欧米、シンガポール等の在日外国人

### 9. 東北の食産品×スポーツイベントの相乗効果による、人・モノの継続的な交流促進

提案者：株式会社JTB西日本

事業内容：東北食産品を活用する新たな体験プログラムとスポーツ大会を組み合わせシリーズ化することで、旅行者への訴求力を確保するとともに継続するための仕組みを構築。

実施地域：青森県、福島県等

対象市場：台湾、香港、シンガポール、タイ等

## 10. 海外富裕層向け高品質な東北の旅行商品流通モデル

提案者：株式会社ダイヤモンド・ビッグ社

事業内容：海外の富裕層を顧客に持つ旅行会社と国内の旅行会社、サプライヤーを結びつけ、富裕層向けの高品質な旅行商品を販売する仕組みを構築。

実施地域：青森県、岩手県、宮城県等

対象市場：欧米、シンガポール等

## 11. 東北水系観光資源との触れ合いを通じた、外国人観光客と地域産業の交流機会創出

提案者：双日ツーリスト株式会社

事業内容：自然を満喫できる「釣り」をテーマに旅行商品を造成。食品加工・生産現場体験を盛り込むほか、海外日本食レストランと提携し帰国後に東北の食に触れる機会を作り、地域産品の消費拡大にもつなげる。

実施地域：東北6県

対象市場：ベトナム、インドネシア、中国等