

提案名 食べる東北・食のグローバルツーリズム

食の巡礼・東西ルートを通る東北フードトレイルを世界に発信

(東北域内の普及展開対象地域)

(対象とする国外マーケット)

宮城県・山形県

対欧(英、仏、独)、米、豪/訪日FIT・在住外国人

事業の概要: 東北の魅力ある食のコンテンツ磨き上げと、2次交通も含めたセールス連携体制の促進。地域の食を軸に(2行以内) 景観、風土、文化、人に触れ食の多様性も取り入れ、持続的販売環境作りを行い外国人誘客を目指す。

代表事業者名・連携事業者名

【代表事業者】 アトラク東北(株) /事業統括・プロモーション
(株)インアウトバウンド仙台・松島(ランドオペレーター・ツアー造成)
(株)東武トップツアーズ/ツアー造成
(株) Eighty Days/ツアー造成
(株)ソノベ/受け入れ環境整備(プロモーションツール作成)
(株)阿部長商店/気仙沼プラズホテル/受入・食の多様性対応

課題・問題意識

訪日旅行者の目的に、「日本食を食べること」が国籍を問わず多く挙げられている中、東北においては、インバウンド対応商品の不足、およびヴィーガン等食の多様性対応、統一したオペレーションシステム(受け入れ態勢)強化が課題。東北全体で、知見の共有と、共同セールス体制も必要。

参考とした過年度モデル事業名

R1年度 食べる東北・食のグローバルツーリズム
R1年度 東北DMCを世界に通用するDMCに
R1年度 タイにおける東北レンタカー周遊観光ブーム創出事業

主な取組内容、結果、汎用化ポイント及び今後の展望

■主な取組内容

取り組み1:東北の「食」の素材開発・受入体制整備

- 1-1 東北の食をテーマとしたツアー素材開発(国内外エージェント向け)
- 1-2 地域事業者の外国人受入体制整備(ツアー造成勉強会)
- 1-3 ベジタリアン等食の多様性サポート(専門家指導)

取り組み2:売れる旅行商品造成と販売

- 2-1 国内外エージェント・メディア招請
- 2-2 訪日FIT・在住外国人向け向け商品造成と販売
- 2-3 モニターツアー

取り組み3:情報配信・プロモーション

- 3-1 メディアプロモーションと販売促進(一般向け)
- 3-2 オンラインにて商品説明(旅行会社向け)

■ストーリー性のある食xアドベンチャーツーリズムの展開

①Coast to Cosatをコンセプトとする東西(宮城ー山形)ストーリー設計

食べる・歩く・出会うをコンセプトにフード&アドベンチャーツーリズムの融合。食をキーワード東北三大霊山であり、「生まれ変わり」を双方テーマに持つ宮城県・金華山と山形県・羽羽三山を東西につなぎ、その土地の自然に触れ、この自然の美しさや、地域の風土が作り出した特色ある食を、東西に巡る「歩く・食べる・出会う」コンセプトストーリーの設計。

②Food Path(食文化体験アクティビティ)の素材整備

地域の特性を生かした豊かな食を軸に、地域の資源を組み合わせ地域性高い食の素材開発。
・食材の現場を巡る特別感のあるガストロノミーツアー(宿泊型)
・東北の景観と食と地域をウォーキングツアー(半日ツアー)
・ベジタリアンの方も一緒に楽しめる多様性 整備(フードフレンドリー対応)

③東北側ツアーオペレーター整備とロングコース・アレンジ造成と販売

上記コンセプトと食の開発素材を組み合わせ
・inoutを東北側メインツアーオペレーターとして地域DMO(仙台・松島/石巻/気仙沼/鶴岡)他、地域事業者と連携、および国内外エージェントとの商談など総合窓口として整備。
・ロングスティ(3泊以上の滞在を長くするためのプログラム)コース造成と販売
・Food Pathを2次交通(タクシー・レンタカー)と組み合わせアレンジプログラムの造成と販売

モデル性: 作る・売る・受け入れるの一元化で自走化 ①売れるルートと商品作り(DMO共同造成) ②売れる体制作り(東北の窓口作り) ③売れる販路作り(地域主体の販売体制)

汎用性: ノウハウ横展開と販路サポート ① フード x アドベンチャー商品造成と販売 ②ベジタリアン対応に関するサポート ③新しい東北採択事業者との協業強化(商品化サポート)