

食材のふるさと「TOHOKU Nihonshoku & Sake Tourism」

背景・目的

訪日旅行者の中で日本食(和食)に関する関心度は高いにも関わらず、東北訪問経験者に限ると、食にお金をかけていないというデータがあり、東北が訪日旅行者の消費を取り込めていないという課題が存在。

➡ 魅力が伝わっていないのには、受入側・販売側・消費側それぞれに課題があると考え、食に関する素材開発・受入態勢整備を行うとともに、旅行商品造成及び販売・プロモーションを実施する。
(対象市場:台湾・タイ)

主な実施取組の内容

【取組① 素材の開発・磨き上げと受入体制整備(受入側の課題解決)】

東北の「食・酒」に関する観光素材の開発と外国人旅行者の受入体制整備のため下記取り組みを実施した。

- ・観光素材の開発:東北インアウトバウンド連合及び地域事業者と連携
- ・「ユニットシート」(※)の作成(15作成)
- ・個別素材シートの作成:ユニットシートの内容を個別に分解したシート作成(24作成)
- ・外国人受入研修会の実施、外国人受入マニュアルの作成 等

(※)開発した素材をモデルコース化し、所要時間、手仕舞い日、金額等海外旅行会社が商品造成するうえで必要な情報を体系的に整理した資料

【取組② 旅行商品の造成(販売側の課題解決)】

6月に商品造成者+メディア13名を招請、意見交換会を実施し、取組①で作成したユニットシート、個別素材シートの内容をもとに商品造成を行った。

ツアー造成数

- ◆台湾・タイ向け旅行商品:41商品
- ◆在日・訪日外国人向け着地型旅行商品:11商品

【取組③ 販売・プロモーション(消費側の課題解決)】

現地のメディアとのタイアップなど、市場の特徴に応じた販売・プロモーションを実施。

- ⑦台湾テレビ局とタイアップ
東北の食・観光を紹介する番組制作を行った。
- ④テレビショッピングで商品販売
台湾最大のショッピングチャンネルにて旅行商品のPRを行った。
- ②ユニットシート・個別素材シートを活用したBtoB営業
ユニットシート・個別素材シートを活用したセールスを実施した。
- ①台湾旅行博(ITF)参加
東北地域事業者とともに旅行博ステージ上で東北の食素材紹介と商品販売を行った。



番組の様子

ユニットシート

ユニットシート

成果目標

素材開発	10素材
旅行商品数	20商品以上
送客人数	650人
延べ宿泊日数	1,300人泊

実績

34素材(個別含む)	国籍別販売実績:
51商品	台湾 763人 1,957人泊
996人	タイ 183人 648人泊
2,705人泊	在日 50人 100人泊

得られた成果

- 商品数、送客・宿泊者数全てで目標を上回った。「ユニットシート」の作成により、海外の旅行会社による商品造成の容易化を図ることができた。
- また、シートごとに詳細にターゲットの属性を設定することで、売り先を意識したPR活動を行い、商品内容や営業方針の改善に繋げることができた。

今後に向けた課題・活動の見通し

- 受入側では今回体系化した素材の活用、受入の積み重ねによるノウハウの蓄積などを通して、外国人の満足度を上げていく。
- 販売側・消費側では、ユニットシートの精査、新たなシート作成を継続することで、海外旅行会社の商品造成の促進、更なる販売網の拡大を目指す。