

Fooding Tourism 知的好奇心と味的好奇心を満たす東北の旅

背景・目的

- 「外国人が来日前に期待していたこと」「今回の訪日旅行でしたこと」「次回の訪日旅行でしたいこと」⇒「日本食を食べること」⇒「食」は外国人旅行者にとって重要な要素。
- 東北地方には山村漁村を中心に特徴ある食、食文化が豊富にあり、外国人旅行者にとっても魅力的なコンテンツではあるが、情報発信不足、受入れ態勢整備が不足。



東北の農山村や漁村を舞台に、「食」に高い興味・関心を持つ者を満足させる旅「Fooding Tourism」を展開。地域の食や食文化、その生産者、料理人等にスポットを当てて外国人目線での情報発信を行い、交流人口の拡大につなげる。
(対象市場:在日の欧米豪・シンガポール 等)

主な実施取組の内容

【取組① 食にまつわる地域資源の開発と記事化による情報発信】

青森、岩手、山形の食にまつわる地域資源を外国人目線で記事化。
WEBサイト「The Cuisine Press」にて日英併記記事掲載。

- (青森) http://r-tsushin.com/journal/japan/hachinohe_food_tourism.html
- (岩手) http://r-tsushin.com/journal/japan/iwate_food_tourism.html
- (山形) http://r-tsushin.com/journal/japan/tsuruoka_food_tourism.html



■WEB掲載記事

【取組② フードツーリズム開発講座の実施】

地域で食をテーマに着地型旅行の造成や、外国人受入に取り組む人材育成を目的とした講座を開催。

第1回6/28-29 第2回7/18 参加者:東北6県から総勢20名



■講座の様子
(青森県八戸市)

【取組③ Gourmet Rideの企画・実施】

青森、岩手で開発したコンテンツの記事で紹介するとともに、自転車で移動しながら地域の自然や食の魅力を体験するイベント「Gourmet Ride(グルメライド)」を実施。

9/30-10/1 青森県弘前・大鰐 参加者18名
10/14岩手県遠野 参加者16名



■GourmetRide岩手の様子

【取組④ 旅行商品の造成・販売】

Fooding Tourism商品を各地で開発。「食」に興味・関心の高い外国人に向けた戦略的な情報発信を実施。

(着地型商品)

青森 5件／岩手 5件／山形 3件／宮城 2件／福島 1件

(農家民泊プラン)

青森 5件／岩手 4件／秋田 1件／福島 1件

▶販売先

Veltra2件／MyTokyoGuide1件／JAPANiCAN6件／BeautyofJapan3件／
TheArtofTravel2件／DewaShounaiDesign1件／StayJapan11件

▶フライヤーの配布 (GINZA6など20か所以上で、3000枚以上)

▶旅行商品に関する情報拡散施策

JapanToday 11/13公開、SavvyTokyo 11/21公開、
GaijinPot 12/1公開

等



■販売サイト



■SavvyTokyo

■プレスリリース

成果目標

- ◆旅行商品 15
- ◆送客人数 300人
- ◆宿泊者数 1200人泊
- ◆フードツーリズム開発講座20名

実績

- ◆旅行商品 28
- ◆送客人数 73人
- ◆宿泊者数 82人泊
- ◆フードツーリズム開発講座20名

得られた成果

- 送客数等の規模は大きくないが、参加した外国人の満足度は総じて高く、もっと金額を上げるべきとのコメントも見られた。
(東北の食を中心とした農山漁村における旅の魅力は、再訪や、口コミによる紹介(=情報の拡散)につながりやすいとのコメントもあった。)
- 専門誌による記事化を通じて、東北の「食」に興味・関心を有する外国人に対して、その魅力を正しく伝えるツールを整備できた。

今後に向けた課題・活動の見通し

- 「Fooding Tourism」の付加価値をより深く追求するとともに、国内外において本取組に関する認知度を高めていく。
(商品の改良、「食の情報感度の高い人々」にターゲットを絞った情報発信、Gourmet Rideの継続等を通じた東北の「食」の情報発信、拡散 等)