

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施概要

実施目的

東北の食材を活用し魅力あるツアーに磨き上げるとともに、食の制限がある方も一緒に「おいしい」を共有できる宿泊施設・レストラン等、食の多様な受入環境作りを同時に行い外国人誘客を目指す。

1. 実施内容

代表事業者名	アトラク東北株式会社
連携事業者名	株式会社東武トップツアーズ・株式会社インアウトバウンド仙台・松島・株式会社ソノベ・一般社団法人世界遺産平泉・一関DMO
実施地域	東北
対象マーケット国	1) 台湾/マレーシア/タイ(団体・FIT) 2) 欧米豪(FIT)
実施体制	全体事務局<代表団体> アトラク東北株式会社 株式会社東武トップツアーズ(契約事業者) 株式会社インアウトバウンド仙台・松島(ツアー造成) 株式会社ソノベ(事務局サポート) (株)フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング (バンコク展開・ツアーコーディネート) アジアクリック・Eighty Days 海外セールスサポート
ビジネスモデル もしくは 自走化モデル	①食べる東北の多様性受け入れのコンサルテーションチームの設立と総合ディレクション(国内向け) ・食のツアー造成サポート(現地ツアー事業者向け) ・プロモーションサポート(自治体・地域事業者向け) ・食の多様性受け入れ強化(自治体・宿泊飲食事業者向け) ②東北のランドオペレーター(海外向け) ・食べる東北総合旅の窓口 ③輸出事業者合同セールス(海外向け) ・食べる東北インアウトバウンドの総合窓口

2. 結果と考察

実施結果	● 食べる東北素材開発(食文化体験)ーエンターテインメント性や特別感を取り入れた素材開発 8本 ● 食べる東北体験プログラム(食文化体験)ーエンターテインメント性や特別感を取り入れた体験プログラム造成 25本 ● 台湾・マレーシア・タイにおける団体ツアー展開 ● 欧米豪におけるFIT向けツアー展開 ● ベジタリアン対応プログラや飲食店受け入れ環境整備
考察・課題	・団体エージェントに向けて、新しい食のプログラムの提案ができ評価も得た一方、団体には価格の課題もでた。 ・造成商品と海外エージェントの販売タイミングのズレが生じた。 ・インバウンドに取り組む地域事業者の増加 ・ベジタリアン対応可能なツアーやレストランの増加 ・FIT開発商品数は揃ったが販売については課題 ・台湾における素食マーケットの開拓ができた。

3. 汎用ポイント

汎用性
● 海外エージェントとのセールスをする上でのタリフの共有及びツアー造成に向けてサポート体制提供 ● 新規事業者が販売に向けて当事業を通して連携したOTAへの掲載へ向けて紹介サポート体制提供 ● ベジタリアンフレンドリーに向けて、フードピクトグラムと基礎情報をまとめたマニュアルの提供

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細①）食の受入強化に関する取組

■ Same table：東北の食を楽しみたい人がみんな同じテーブルで食事を目指す（フードフレンドリー）

■ フードフレンドリー環境整備

- ・ ウェルカムマークやピクトグラム等の整備
ダウンロード可能
- ・ マニュアルの整備と勉強会開催
- ・ モデル店舗の開拓と協働（ツアーにも対応）
- ・ ベジタリアンパンフ作成
- ・ ベジタリアンの方も楽しめるツアー造成



■ 食のツアーおよび受け入れ強化セミナー開催

専門家を交え講義およびベジタリアン対応
マニュアルの作成と配布

①仙台	7月29日	26名
②一関	7月30日	34名
③盛岡	9月03日	21名
④大蔵村	9月17日	4名
⑤仙台試食会	10月01日	21名

合計
106名



東北初のベジタリアン向け情報パンフ



ベジタリアン対応も可能な食のツアー
やレストランの情報を英語と繁体字でパンフ展開

店舗にてベジタリアン向け対応



ベジタリアンフレンドリー
商品の英語と繁体字メニュー

フードピクトグラムによる
指差しシートの提供

食のツアーにおいても多様性対応

各地で食のツアーやベジタリアン対応など展開



食のツアーの専門家やベジタリアン対応専門家の講義と実食

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～
実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施①
➤ 東北の食を素材を活かした素材開発

全体的工夫点①特別感（食べる場所・食べ方にこだわる） ②食のバリアフリー（ベジタリアン対応） ③サスティナブル（食文化の持続可能を意識）
 ④タリフの整理（エージェント向けセールス強化） ⑤手仕舞いの直前化（旅中対応強化） ⑥地域事業者連携の増加

■ 食べる東北素材開発（食文化体験）：エンターテインメント性や特別感を取り入れた素材開発 8本
・ 伝統工芸と地域の食の組み合わせ


会津漆器工房にて
マイ箸づくりと
会津郷土料理



秀衡塗り工房見学と
古民家で地元懐石



南部鉄器工場見学と
本精進料理



garment Attractxi
(ニッカウイスキーと
定義山プラン)



カニ漁体験とBBQ

・ ベジタリアン対応


盛岡日本酒Foodie
蔵検が開くと
杜氏を囲む夕食



ベジタリアン
餃子料理教室

祭りとの組み合わせ


塩釜みなと祭り
水上ピクニック

開発素材、
ツアー
プログラムは
タリフを用意し
て
エージェント
セールスへ活用

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施②

➤ 東北の食を素材を活かした体験プログラムの造成および団体ツアーの造成

全体的工夫点①特別感（食べる場所・食べ方にこだわる） ②食のバリエーション（ベジタリアン対応） ③サステナブル（食の持続可能性を意識）

④タリフの整理（エージェンツ向けセールス強化） ⑤手仕舞いの直前化（旅中対応強化） ⑥地域事業者連携

■食べる東北体験プログラム（食文化体験）：エンターテインメント性や特別感を取り入れた体験プログラム造成 25本

・テーマ性を持った食のツアー（前日まで申し込みOKのツアーも造成）



日本酒ホッピング

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/815/>



プレミアム酒ティスティング

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/963/>



生食ツアー

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1310/>



塩でめぐる塩釜

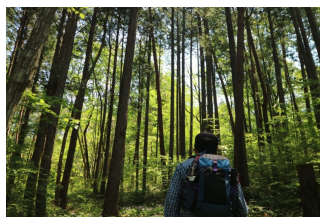
<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1153/>



八幡平冬のマリージュ
1泊2日

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1367/>

・ピクニック（屋外での食の提供）のツアー（自然と組み合わせた食文化提案）



仙台街中早朝ハイキング

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/918/>



山寺早朝ピクニック

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1221/>



秋保ワイナリーピクニック

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/904/>



どこでも野点プラン

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/952/>

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施③

▶ 持続可能な取り組みに向けて食に関わる地域事業者（宿泊事業者・飲食事業者）との連携の強化

食事ではなく食文化体験へ 造成プログラムを宿泊プランや仕出しプランへ発展

・ 伝統工芸と地域の食の組み合わせ



<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1383/>



竹ストローと漆ランチ（ベジタリアン対応可能）

自然環境に配慮した漆技術を活用した竹ストローの蒔絵プランと漆の器で地域食材を楽しむプランを開発



1泊2食+食の体験（1泊3食）プランチャレンジ



竹ストロー漆ランチと湯治
（ベジタリアン対応可能）

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1591/>

鳴子温泉TOJIプラン

竹ストローとランチプランと温泉宿泊を組み合わせ夕食は地域の人との食事を楽しむ「農ダブル」の体験プログラムをトライ。地域に滞在と消費の増加を目指す。

・ 伝統芸能文化と地域の食の組み合わせ



<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1099/>



すずめ踊り体験と直会（ベジタリアン対応可能）

すずめ踊りをいつでも体験できる体制を確立。体験後食事をセットして、祭りや直会の疑似体験をいつでもできるよう造成



花見宴席の仕出し弁当プランチャレンジ



すずめ踊り鑑賞と花見プラン
（ベジタリアン仕出し対応）

花見宴席体験プラン

日本の花見の楽しむための花見ピクニックプランにすずめ踊りのアトラクションと仕出し対応ができるようプランをカスタマイズ。今年の4月ツアー予定

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施④

■ ローカルインバウンドにおいて課題となる 2 次交通問題を意識した交通をツアーに組み込んだツアーの造成

交通 X 食文化体験

・ガイドとTAXIと地域の食の組み合わせ



Taxi & ガイド
羽黒山山伏ガイドと精進料理



Taxi & ガイド
塩釜・松島食文化体験



Taxi & ガイド
仙台笹舟御膳



石巻桜グルメ
ライド



石巻漁師グルメ
ライド
2月商品化

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1449/>

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1303/>

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1292/>

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1561/>

・船を活用した地域の自然鑑賞と地域食の組み合わせ



松島寿司と日本酒ナイトクルーズ

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1270/>



体験漁とBBQ

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/981/>



オイスタークルーズ

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/477/>

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施⑤

■東北キッチン：地域事業者を主体とした郷土料理やベジタリアン対応の料理教室（弁当開発も展開）の開発

・地域のキーとなる事業者と連携し、ベジタリアン対応も含めた地域の食の組み合わせ展開（伊豆沼農産）

伊豆沼農産（宮城）が地域農家、事業者をコーディネートし継続して受け入れ態勢を構築中



強度調理体験
と農家めぐり

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1207/>



どぶろく作りと
陶芸体験

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1208/>



ヴィーガン料理教室
と農家宿泊

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/1334/>



はす祭りと料理体験

<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/tourinfo/994/>

・地域食の事業者とベジタリアン対応の食事プランの開発



アキウ舎（宮城）ヴィーガン弁当の開発



ニューグランド新庄（山形）
ヴィーガンフレンチコースの開発



肘折温泉・松屋（山形）
ヴィーガン向け精進料理風懐石の開発 7

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施⑥

エージェンツファムを行い国・団体/FITなどそれぞれのマーケットニーズに合わせたツアープログラム提案と造成

■ 欧米エージェンツファム 7月30日ー8月2日



食と地域文化を組み合わせた食文化プログラムを中心に視察

FIT向け欧米及び在住外国人へアプローチ

ローカルを希望する日本
リピーターや在住外国人
コミュニティアプローチで
新しい誘客チャンネル開発。
2月に肘折温泉地面出し競争
と銀山温泉を組み合わせ
湯治ツアーを開催予定。



■ アジアエージェンツファム（台湾・マレーシア）8月22-26日



食と体験を組み合わせた食文化プログラムを中心に視察

団体向け食のこだわり提案アプローチ

既存コースがほぼ固まっている
団体ツアーに向けて、新しい食の
プログラムの提及び既存コース
においてもアレンジが可能なプラン
を積極提案。新しいコース造成や
食にこだわるツアー造成へ寄与



■ 台湾ベジタリアン専門エージェンツ及びメディアファム 11月15-18日



事業を通じた多様性の食の受け入れ体制を中心に視察

東北初の素食対応ツアーの開催へ

顧客の全員がベジタリアンの
エージェンツを招請。この事業
にて造成したプランなどを体験。
5-7月にて、東北初の全ての
行程の食事を素食にて対応する
東北ツアーを展開予定。



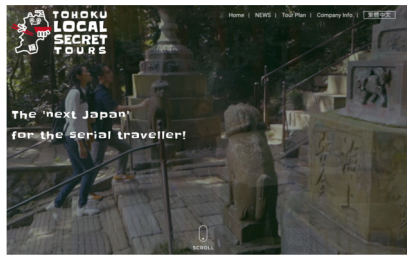
モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施⑦

■ 東北側で、団体もFITも一貫して受け入れ対応できるランドオペレーションを強化

東北側でFIT向けダイレクト集客

FIT



Tohoku local secret tours
<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp>

造成した体験プログラムは
(株) インアウトバウンド仙台・松島が
運営するサイトに販売

団体向けセールスツール整備

団体



エージェンタリフの準備と造成プログラム
などを含めた東北モデルルートシート作成し
日々セールスで活用

FIT向けにツアー（一部）を各種OTAとも連携



エージェントには手数料設定をして団体ツアーのプログラムとしての活用や
FIT顧客への販売依頼をセールス（そのためのチラシも各種作成）



モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細②）地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施⑧

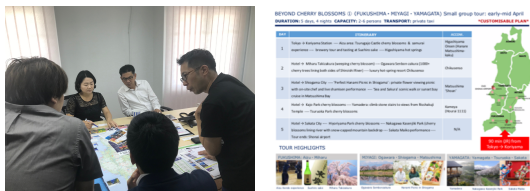
各地域団体・事業者と連携し、継続的セールスと受け入れに向けて事業連携

東北運輸局・東北観光推進機構 マレーシア合同セールス

■9月4日 共同セールス
Parlo Tour/Hello Holiday/
Malaysian Harmony/Poto Travel
Poto Travel & Tour

■9月5日 単独セールス
Sunrise tours（ファム招請エージェント）

その後の誘客に向けて、
セールス後の問い合わせも
受けれるように地域の旅行会社
として同行し提案



4泊・5泊の東北モデルルートを
造成し提案

山形県最上エリア 地域全体による受入強化

- ・新庄市 ニュースランドホテル新庄の
ベジタリアン向けフレンチフルコース
- ・真室川町の甚五右衛門芋収穫と試食体験
- ・戸沢村の民泊ベジタリアン対応
- ・最上町 わらべ唄の宿 湯の原
ベジタリアン対応
- ・鮭川村 ベジタリアン対応きのこと鍋と収穫
- ・大蔵村 ベジタリアン対応精進料理開発

地域の特徴である伝統野菜を中心
に地域全体において
食の体験プログラム及び
ベジタリアン対応を強化



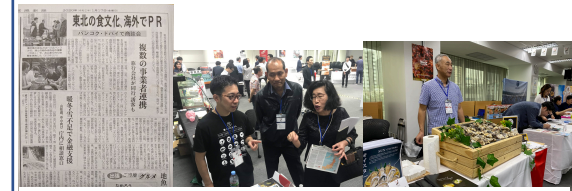
他地域から視察で訪問や勉強会に
地域事業者が呼ばれるまでに展開

フィッシャーマン・ジャパン マーケティング 輸出とインバウンドの融合

■1月23日 バンコクTOHOKU FOOD EXPO

東北の農水産物の輸出を支援する東北・
食文化輸出推進事業組合が独自に開催
した食の商談会へ、食を中心とした東北
ツアーを紹介。試食し産地へ行きたく
なったバイヤーなどへツアーを紹介。
東北の食の輸出とインバウンドの連携の
新しいセールスの取り組み

4月ベトナムになるが、東北の食材を
取り入れているレストランオーナーの
東北視察と観光を組み合わせたツアー
を組合メンバーと企画および受け入れ



タイの旅行会社も招き、試食を通して
東北の食ツアーを紹介するスタイルが好評

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細③）海外向けPR事業①

東京プロモーション（セカンドディスティネーション）→旅中での接点作り

10月



東京にてインバウンド
関係者商品説明会



東京の飲食店を食べる案内所へ
東京で東北を感じる
2時間Tripイベント
30名参加

11月



Kampai!SakeイベントPR出展
11/23 イタリア大使館公認イベント
日本酒ツアーPRブース出展

1月



東京の飲食店を食べる案内所へ
造成ツアーオイスターツアーで実際使用している
牡蠣を仕入れて食べる説明会を開催
(フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング連携)
27名参加

■東京のホテルやレストラン等にて旅中情報として東北ツアーを紹介



東武ホテル
レパント東京



秋葉原観光情報
センター



エンブレムホテル西新
1/19-25の1週間は朝食時間に特別ブースを設置
して積極的にPRを行なった（約100名）



浅草ベジタリアンコンビニ
VEGAAN STORE



ヴィーガンレストラン根津の谷



ヴィーガンレ
ストラン中心
の設置店舗が
増加中

■東京オリンピック・パラリンピックも
視野に東京で東北を伝える接点作りを
当事業でもトライアルを開催

①東京で東北を伝える食べる案内所作り
東北つながりの飲食店にてツアーにまつわる
料理提供とツアー紹介を繋げる取り組みを
継続して展開（今後ツアー共催も視野）

②食べる東北説明会の開催
エージェント説明会と実際に食材を試食する
食べるプログラムの展開（飲食店を食べる
案内所にするアクションも兼ね海外でも開催）

③ヴィーガン・ベジタリアンレストラン連携
東京のベジタリアンの海外旅行者があ集まる
場所にて東北のベジタリアン向け情報配信

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

実施内容（詳細③）海外向けPR事業②

エンターテインメント動画PR

肉を食べる特化したツアーを特集し、世界的フーディーインフルエンサーを招請



11月17日動画アップ
1,312,316回視聴
(1/29)

https://youtu.be/UgqkleU_jtA



byfoodの東北ツアーサイトへ [リンク](#)

ベジタリアン向けSNS・PR

日本のベジタリアンが中国語で日本のベジタリアンを発信するチャンネル
“日本素食餐廳攻略”で東北の素食対応をPR

<https://www.facebook.com/JapanVegeReataurant/>



約30,000人にリーチ。その他提携メディアで10媒体でも情報拡散。

東北観光推進機構協力によりムスリム向けFacebookページにて紹介いただく

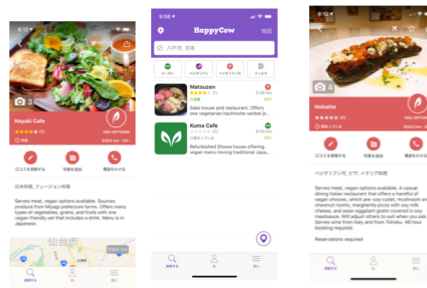
<https://www.facebook.com/EnjoyTohokuFood/photos/a.251342815062180/1296875257175592/?type=3&theater>

海外催事PR



当事業以外にも関係団体にて海外セールス時
ツアー紹介（2月はドバイも予定）

ベジタリアン 活用アプリケーションへ掲載サポート



世界的にベジタリアンの方々が活用している
ベジタリアン対応レストラン検索アプリ
「Happy Cow」へ、当事業に協力いただいた
パンフ掲載店について代理にて登録掲載

→今後も対応店が増えてきたときは、登録の
仕方をサポート。

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

KPIと結果

KPI及び目標	造成旅行商品数	送客人数		延べ宿泊日数	その他
	食のツアー素材開発 10 素材以上 造成・販売する旅行商品数 10 商品 (団体ツアー 5 商品/FIT着地商品 5 商品)	250名		750人泊	フードフレンドリーレシピ 2 商品 フードフレンドリー研修 75名 フードフレンドリー提携店利用者1000名



KPI及び目標	造成旅行商品数	送客人数		延べ宿泊日数	その他
	食のツアー素材開発 8素材 団体ツアー 16 商品以上 FIT着地 25本	746名		1,741名	フードフレンドリーレシピ 3商品 フードフレンドリー研修 84名 (4 箇所) フードフレンドリー提携店利用者1055名

考察

- ・FIT向けのプログラム開発は、多くの地域事業者との連携により想定よりも多くのプログラムの開発ができた。ただし販売までのつながりは課題が残り、今後マーケティングが必要
- ・団体ツアーは、直行便が復活したタイは、食を充実したツアーが増加、逆に台湾はチャーター便のキャンセルなど想定外の状況により伸び悩みがあった。
- ・台湾においては、参加者が全員ベジタリアンの顧客を持つエージェントと連携。今後素食マーケットの拡大に期待が持てる。
- ・FITにおいては、設計プログラムの各種カスタマイズにより案件が増加。臨機応変な対応が求められる。
- ・食のプログラムが開発できたことで、今後は宿泊事業者と連携し、1泊2食＋ランチの滞在型プランの検討
- ・今期造成プログラムなどを活用し、海外団体には早めのセールスを行う必要性
- ・ベジタリアン対応に関し、好意的なエージェントが多数。ベジタリアン対応力を上げることがセールス力向上へつながる

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

事業結果・その他分かったこと

■食の受入強化に関する取組について

- ・インバウンドに向けて新たに取り組みをスタートした地域事業者増えた。（特にベジタリアン対応オプションメニューの増加）
- ・ベジタリアンを含め多様な食の対応の取り組みにより、食のツアーに関してもベジタリアン向けツアーなど新たな動きが起きた。
- ・東北においては、基礎知識がある対応できる事業者が多いことが判明（地域の共有が今後さらに必要）
- ・対応メニューやプログラムを開発しても認知までは時間が必要で、成果（集客）に結びついていないツアーや店舗があり今後の認知向上が課題となった。
- ・ベジタリアン対応ができるようになったことで、海外エージェント及びFITから東北への興味関心を想定以上に引き出すことができた。
- ・外国人観光客の受け入れについて、まだまだ慎重な店舗や事業者も多かった。

■地域事業者と連携した旅行商品の造成、海外の旅行会社を招請し、視察ツアーの実施について

- ・団体エージェントに向けて、新しい食のプログラムの提案ができ評価も得た一方、団体には価格の課題もでた。
- ・既存コースの中でも、食事プランを今回提案した内容を踏まえアレンジすることで他社と差別化と集客に繋がった会社もあった
- ・多くの地域事業者が関わり体験プログラム（商品）とすることで、バリエーション豊富なセールス展開ができた。
（これまではコンテンツ紹介が多く、値段がついた商品ではないため、エージェントには響かないことが多かった）
- ・マレーシアなどはこちらの商品準備の時期と、先方の販売サイクルとのズレが起き、集客につながらなかった
- ・オイスターツアーなどテーマ性ツアーにおいては、グーグル検索などでサイト訪問が多く、検索キーワードをより意識することで集客へつながる可能性が高い
- ・OTAサイトとの連携は進めるも、集客までに至らずそれらの検証と対策が必要
- ・ベジタリアンフレンドリーに取り組むことで、台湾の素食向けマーケット創出につながった。
- ・輸出事業者との連携による輸出とインバウンドの新しい取り組みの体制ができた。
- ・偶発的な部分も多いが、造成プランのカスタマイズ対応をすることで、集客につながった。

■海外向けPR事業

- ・動画やSNSを活用したPRもリーチはある程度到達したが、集客までには至らなかった。
- ・東京でのPRの広がりが見え、特にベジタリアン対応の分野で大きな広がりを見せ、今後も継続した繋がりが見えた

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

ビジネスモデルもしくは自走化モデル

東北の食を食文化体験として世界へセールス

① 食べる東北の多様性受け入れのコンサルテーションチームの設立と総合ディレクション（国内向け）

今回の事業を通しての知見とネットワークを活用し、ベジタリアン対応を含めた食のインバウンド強化に向けて自治体・地域事業者をサポート（受け入れ環境整備だけでなく、ツアーの組み立てや販売まで総合トータルサポート）

食のツアー造成サポート （現地ツアー事業者向け）

- ・セミナーやファムツアー、モニターサポート
 - ・食のツアー造成コンサルティング
 - ・ベジタリアン対応ツアーやコンサルティング
 - ・ツアー造成代行と販売代行
 - ・OTA展開サポート
- 担当：（株）インアウトバウンド仙台・松島

プロモーションサポート （自治体・地域事業者向け）

- 魅力的なツアーの造成に向けて
- ・SNSや動画プロモーション
 - ・PRツール製作（WEB/パンフ）
 - ・ベジタリアン向け情報配信
 - ・東京プロモーション
- 担当：アトラク東北（株）
フードダイバーシティ

ベジタリアン対応サポート （自治体・宿泊飲食事業者向け）

- 特にベジタリアン・ハラール対応について
- ・セミナーやモニターサポート
 - ・フードピクトグラムを活用した
 - ・食の受入環境コンサルティングや専門家派遣
 - ・メニュー開発
- 担当：アトラク東北（株）
フードダイバーシティ

各種企画・コーディネート
担当：アトラク東北（株）

② 東北のランドオペレーター（海外向け）

食べる東北総合旅の窓口

造成したプログラムの継続的セールスおよび東北で今後造成されるツアープログラムの販売先となり東北全体をセールス対応できる体制を確立。、団体・FITを問わず先問い合わせの一元化によりチャンス拡大へつなげる。

担当：（株）インアウトバウンド仙台・松島（inout）

③ 輸出事業者合同セールス（海外向け）

食べる東北インアウトバウンド の総合窓口

東北の食材輸出事業者の取引先の視察ツアー受け入れや取引先飲食店舗向け専用ツアーなどコーディネート。輸出強化のサポートがインバウンド強化につながる新しい取り組み

コーディネーション：アトラク東北（株） ツアー担当:inout

モデル事業名 | 食べる東北・食のグローバルツーリズム「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

汎用性について

- ベジタリアンフレンドリー基礎知識マニュアルとピクトグラムを共有をベースに、魅力的な食のプログラム開発と販売のサポートが可能。

ポイント①作る

食のツアー造成サポート（有料）
ツアータリフの共有（無料）

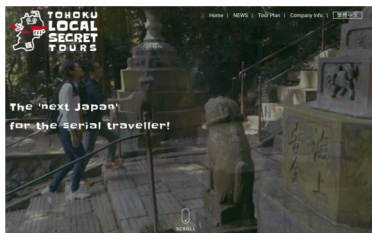
プログラム
タリフ

エージェントセールスやOTA
掲載に向けたツール整備の
ためのタリフなどフォーマット
を提供。

そのほか食に関するツアー
造成においてコンサル
テーションや
共同商品造成（有料）に
よる対応も可能。

ポイント②売る

Tohoku local secret tours
への掲載検討（有料）
OTAサイト紹介（無料）



販売サイト：Tohoku local secret tours

（株）インアウトバウンド仙台・松島が運営する
Tohoku local secret toursサイトとの共同商品造成
及びテーマ性が合致するプログラムについては
掲載の検討可能（双方合意の場合）
その他自分たちでプログラムの販売をしていきたい
事業者にはOTAサイト担当などを紹介

ポイント③受け入れる

ピクトグラムの共有（無料）
ベジタリアンメニュー開発（有料）
ベジタリアンマニュアル共有（無料）

フード
ピクトグラム

食の多様性受入強化に向けて
フードピクトやベジタリアン
マニュアルの共有が可能
（今後有料になる場合もあり）

マニュアルにはベジタリアン
基礎及び対応事例、PR手法
なども記載。宿泊、飲食事業者
などにおいては、自分たちで
できる内容を記載。メニュー
開発や具体的PRに手法に
についてもサポートが可能

食の多様性を含めツアー、受入を強化していきたい地域事業者においてはアトラク東北にて電話による初回無料相談・診断対応
作る・売る・受け入れるをワンストップでサポートが可能