【平成30年度「新しい東北」交流拡大モデル事業】　～株式会社　阪急交通社～

TOHOKU NEW 湯治TOUJI STYLE（Hot Spring ＆ Activity Program）ブランドの確立と温泉地をベースにした長期滞在型東北体験プログラムの開発・構築・連携・販売事業

背景・目的

東北の温泉、食、自然、文化等は、伝統文化やヘルスツーリズム等に意識の高い欧州の需要が見込まれるが、魅力が伝わっていない。

⇒ **東北に古くからある「湯治」をインバウンド向けに磨き上げ、地元の食や体験等を組み込んだ温泉長期滞在型東北体験プログラムを構築。欧州マーケットからの誘客を図り、東北の交流人口拡大、観光復興につなげる。**　（対象市場：フランス、ドイツ、オランダ）

主な実施取組の内容

【取組①　訪日外国人に向けた温泉長期滞在型東北体験プログラムの構築に向けた、地元の連携体制の構築】

TOHOKU NEW TOJI STYLE のコンセプト設定

・コンセプト＝健康・美容・癒しと「蘇り」を実感できる長期滞在スタイル
・ブランドロゴの作成

湯治 Tohoku New Toji Style

外国人向け「NEW TOJI」プログラムの開発

・かみのやま温泉、酸ケ湯温泉、花巻温泉を核に開発
・３泊４日のツアー商品×10コースを開発、アクティビティ　10コース、全90以上開発

【取組②　モニターツアー実施等による磨き上げ】

モニターツアー・ファムトリップの実施、プログラムの検証

・在日留学生、外国人によるモニターでプログラムの魅力向上、受入れ環境整備。
・仏、独の現地旅行エージェント対象、各3泊4日のファムトリップを実施。具体的な旅行企画の提案。
・現地エージェントから意見収集、各国のニーズにあわせた旅行商品の改善を実施。
・イメージビジュアルも撮影、情報発信等に活用。

【取組③　プログラムの周知・プロモーション／販売】

インフルエンサー招請による情報発信

・仏、独、蘭のインフルエンサーがSNSとブログでの情報発信、あわせて18万以上リーチ獲得。

専用サイト公開、バナー広告、WEBメディア記事掲載

・英・仏・独語の専用サイト https://tohoku-toji.com/en/
・「VOYAPON」と「DozoDomo」に記事掲載

海外旅行博への出展、現地旅行会社セールス

・ロンドン、スペイン、ベルリンの旅行博に出展
・パンフレット、ポスター、アドカードを作成し、旅行博でPR
・ターゲット市場の現地有力エージェント訪問、プログラムの商品化へのアプローチ。

受入れ地観光サイトの多言語化

・連携地域サイトの多言語化と専用サイトとのリンク構築

成果目標

・2018年度延べ宿泊者数　300人泊
・2019年度延べ宿泊者数　400人泊
・2020年度延べ宿泊者数　600人泊

実績

・2018年度延べ宿泊者数209人泊＋2019年度予約105人泊
・2019年度目標を805人泊、2020年度目標を1,175人泊に上方修正

得られた成果

〇地域事業者との間で協議やモニターツアーでの反応等の共有を丁寧に行い、**受入れ側も欧州ターゲット集客へのモチベーションがアップ**してきている。
〇**3泊4日程度のプログラムを既存の商品に加え、欧州での商品化、東北への訪日客獲得**、**次年度以降もシリーズ化**に繋げるなど、継続的な集客に期待ができる。

今後に向けた課題・活動の見通し

〇「TOHOKU NEW TOJI　STYLE」が欧州マーケットでブランドとして確立し、3泊程度の体験的な滞在から、**本格的な長期滞在化を目指した商品造成を目指し自走化できるよう、引き続きPR、商品造成、販売を実施**。
〇FIT向けや他社への紹介販売等もあわせて行い、東北に長期滞在する外国人旅行者の獲得を目指す。