

JR東日本・JALの地域未来創生戦略にJTBが連携し東日本エリアの立体型観光を推進

～第1弾として「新たな移動・体験価値」の向上に向けた旅行商品の発売と魅力ある目的地づくりに取り組みます～

- 東日本旅客鉄道株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:喜勢 陽一、以下「JR東日本」)と日本航空株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:鳥取 三津子、以下「JAL」)と株式会社 JTB(本社:東京都品川区、代表取締役 社長執行役員:山北 栄二郎、以下「JTB」)は、3社の連携により東日本エリアの立体型観光^{※1}を推進します。
- JR東日本とJALは「東日本エリアの地方創生に向けた連携強化」に関する協定^{※2}による「地域未来創生戦略」に基づき、多様なパートナーとの協働による地方創生と社会課題の解決に取り組むこととしていますが、鉄道と航空を組み合わせた立体型観光の具現化に向け、JTBの強みである交流を創造する力や全国規模の送客・創客力を掛け合わせ「広域観光モデルの創出」を強力に推進していきます。
- 3社による連携のもと、地域経済の活性化と観光産業の未来を見据えた、陸・空・地域体験をシームレスにつなぐ商品の開発や地域との協働による魅力ある目的地づくりに貢献していきます。

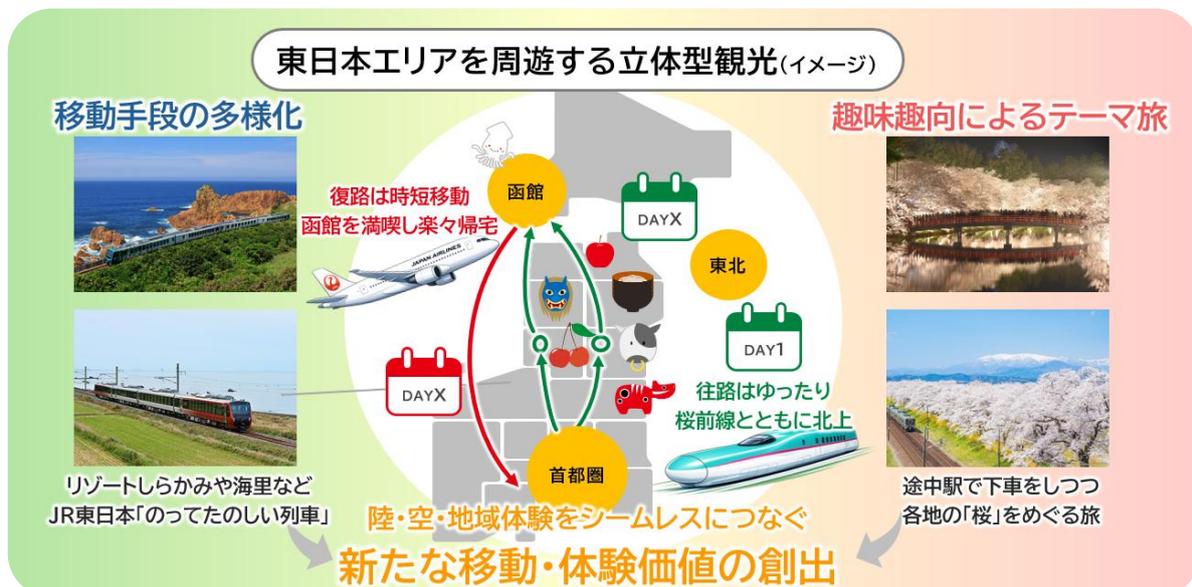
※1:立体型観光とは…鉄道(新幹線など)と航空など複数のモビリティを組み合わせることで、より自由度の高い広域周遊の実現を目指します。

※2:JR 東日本と JAL「東日本エリアの地方創生に向けた連携強化」に関する協定を締結 (https://www.jreast.co.jp/press/2025/20260206_ho02.pdf)

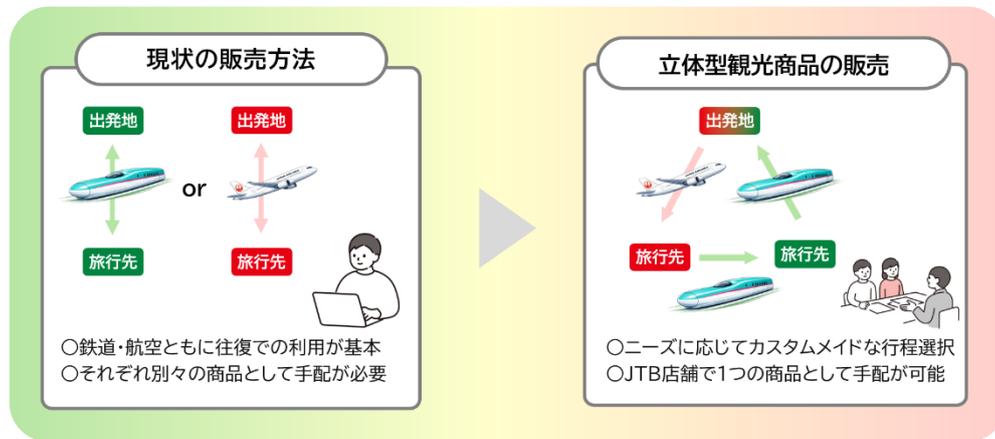
1. 3社連携の目的

- (1) 3社の鉄道・航空・交流創造力というそれぞれの強みとネットワークを結集し、東北をはじめとする東日本エリアで広域的な周遊を促進する新たな観光モデルの確立を目指します。陸・空・地域体験をシームレスにつなぐことで、「新たな移動・体験価値」を創出します。
- (2) 地域の伝統文化・食・自然など多様な地域資源を磨き上げるとともに、魅力的な観光コンテンツや体験プログラムを創出します。
- (3) 持続可能な誘客・送客のため、自治体や関係事業者との協働を深め、人流創出や滞在時間の拡大を通じて交流人口・関係人口の拡大を図りながら、ツーリズム産業のサステナビリティ向上と地域経済の活性化に貢献していきます。

2. 立体型観光の推進への具体的な取り組み



航空と鉄道を組み合わせた移動の選択肢の拡充により、東日本エリアの広域周遊の促進を目指します。例えば、往路は地域をめぐりながらゆったりと現地に向かい、復路は時間いっぱいまで現地で過ごし、飛行機を利用して短時間で帰宅するなど、多様な過ごし方が可能になります。多様な旅行スタイルを提案することで、地域への来訪促進や滞在時間の拡大につなげ、地域の魅力をより深く体験できる旅行価値の創出を目指します。



(1) 立体型観光推進に向けた旅行商品の販売

首都圏のお客さまの移動体験や周遊意向など多様なニーズを検証するため、2026年4月から9月の間、JTBの首都圏※3店舗で首都圏発～東日本エリア着の商品を「鉄道+航空」の立体観光型にカスタマイズして販売します。お客さまのニーズに応じて、往路・復路で鉄道または航空を選ぶことができます。また、商品をおトクに購入できる旅行クーポンの配布キャンペーンも実施します。適用要件など、詳細はJTBの対象店舗にてご確認ください。

※3:東京・神奈川・千葉・埼玉の店舗(総合提携店、一部店舗を除く)



ご案内チラシ(イメージ)

(2) 「魅力ある目的地づくり」～コンテンツ拡充に向けた取り組み～



地域に根差したツーリズムやテーマ性を持った観光コンテンツとの連携や、JTBが持つ「交流を創造する力」を活かしたコンテンツ開発、また各社の地域共創の取り組みを通じて開発したコンテンツの活用を進めます。そして、国内観光キャンペーンや海外ネットワークを活用した情報発信を通じて、東日本エリアの魅力を国内外に広く発信し、誘客促進を図ります。また、開発したコンテンツを組み込んだインバウンド向け商品の企画・提案により、訪日誘客の強化を図ります。

<「魅力ある目的地づくり」に関する取り組みの一例>

① 「ふくしまデスティネーションキャンペーン」×「日本の旬東北」

東日本大震災から15年という節目に開催するJRグループデスティネーションキャンペーン「しあわせの風ふくしま^{※4}」やJTBグループ国内旅行キャンペーン「日本の旬^{※5}東北」との連携により、東北エリアへの誘客促進と広域周遊の拡大を図ります。



※4:「しあわせの風ふくしま」ふくしまデスティネーションキャンペーン(https://www.jreast.co.jp/press/2025/20260206_ho01.pdf)

※5:JTB「日本の旬」とは…「日本の魅力の再発見」をテーマに、各地の「旬」の魅力を掘り起こし、旅行を通じてより多くの方にご案内し、現地の魅力を感じていただくことで国内観光地の活性化への貢献を目指す1998年より実施するJTBグループのキャンペーン

② 「東北復興ツーリズム」×「みちのく潮風トレイル」

東北復興ツーリズムの推進のため、現地体験コンテンツの深度化や教育旅行や企業研修旅行の誘致を目指します。地域に根差した取り組みとして、認定NPO法人みちのくトレイルクラブと協力し、「みちのく潮風トレイル」をフックにした沿岸エリアの魅力発信を行います。



③ スピリチュアルツーリズム

出羽三山は、日本の伝統的な山岳信仰など自然と調和した宗教文化や「生まれ変わり」の体験ができるディープな観光地として、インバウンドにも人気が高まっています。地域と連携し新しい旅行スタイルの提案に取り組みます。



(3) プロモーション

地域の魅力を国内外に広く発信します。2026年3月からは、羽田・伊丹・関西国際の3空港のデジタル広告を活用したプロモーションも国内外のお客さまにむけて発信しています。

① 放映空港・箇所

空港名	放映箇所
東京国際(羽田)空港	第1ターミナル・第2ターミナル アドビジョン
大阪国際(伊丹)空港	国内線エリア、チェックインカウンター
関西国際空港	国際線エリア、国内線エリア、フライトボード



東北の広域観光動画(イメージ)

② 放映期間

第1弾:2026年3月下旬(放映中)~4月下旬まで

※第2弾として5月以降も実施予定

③ 放映内容

- ・東日本エリア(青森県、秋田県、福島県等)の桜を訴求するプロモーション
- ・立体型観光の旅行スタイルを喚起するプロモーション