

JTB 広報室 2023 年 10 月 17 日

訪日外国人観光客向けパッケージ旅行「サンライズツアー」 60 周年記念特別ツアーを 10 月 17 日(火)より順次発売開始

インバウンドにおけるさらなる交流機会の創造へ

JTB グループでインバウンド(訪日)旅行を専門に扱う株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル(本社:東京都品川区、代表取締役社長執行役員:石田恒夫、以下 JTBGMT)が企画する訪日外国人観光客向け国内パッケージ旅行「サンライズツアー(SUNRISE TOURS)*」は、2024 年で運行開始 60 周年を迎えます。

昨年 10 月の水際対策緩和以降、サンライズツアーは訪日観光客の本格復調にあわせて順調に予約を伸ばしてきました。一部地域ではオーバーツーリズムが懸念されていますが、サンライズツアーでは日本各地のさまざまな魅力を体験できる新たな訪日ルートの開発を進めることで、この社会課題の解決にも取り組んでいます。

今回は 60 周年を記念した特別ツアーとして、1964 年の運行開始当初の行程を現代版にアレンジした復刻版ツアーと、日帰りのミステリーツアーを企画しました。10 月 17 日(火)より順次販売を開始します。



SUNRISE
TOURS JTB



<2024 年サンライズツアー60 周年記念ロゴ>

60 年の軌跡とサステナブル・ツーリズムへの取り組みを表明したマーク

【60 周年記念特設サイト】 <https://www.jtbgmt.com/en/g-web/60th-jp>

■サンライズツアー60 年のあゆみ (別紙参照)

サンライズツアーは、1964 年に東京でおこなわれた第 18 回オリンピック競技大会を契機に、日本各地のローカル・パッケージツアーブランドを統一化したことが始まりです。以降、外国人向け主催旅行の名称として用いられるようになり、1967 年には、アステカの太陽神を模したシンボルマークが採用され、世界中に販売網を広げることとなりました。

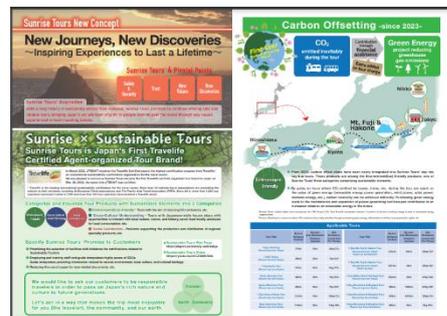
2003 年、政府によって「観光立国宣言」とともに、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が開始。JTB も連動し、2009 年には文化体験をテーマとした商品シリーズ「Hands-On Japan!」、2013 年にはアジア諸国からのリピーター向けのツアーブランド「エクスペリエンスジャパン」(2017 年にサンライズツアーへブランド統合)を展開するなど、そのときどきのマーケットニーズにあわせて、幅広い商品を取り揃えてきました。



<1967 年サンライズツアーシンボルマーク>
アステカの太陽神を模したマーク

2020年4月からの約2年間は、新型コロナウイルス感染拡大に伴う入国規制の影響でツアーの運行中止を余儀なくされましたが、2022年7月には国のガイドラインに準拠したかたちで再開。現在は、アフターコロナにおける旅行形態やお客様の志向の変化に応じたツアーの企画と、地域への新たな人流の創出に向けて取り組みを加速させています。

これからも1964年の発売開始以来、延べ800万人以上の外国人のお客様をお迎えしてきた歴史とともに、次の10年に向けて歩んでいきます。



<2023年パンフレット>
サステナビリティの観点から、現在はデジタルパンフレットで展開中

■60周年記念商品のポイント

1. 1964年運行開始当初の復刻版周遊ツアー

1964年、サンライズツアーが運行開始した当初のツアーは、東京・日光・箱根・京都・奈良の定番観光地に加えて、倉敷・高松の瀬戸内海エリアをご案内する10日間の行程でした。

本ツアーでは、この60年前の行程をベースとし、瀬戸内海エリアの日本が誇る内海美の魅力と歴史や文化をより感じていただけるよう、広島・宮島・松山・しまなみ海道、直島まで周遊する内容とし、さらに、年々外国人からの注目が高まっている歴史風情溢れる金沢と、日本の原風景を感じることできる白川郷・高山を巡ります。20日間前後で関東、北陸、近畿、瀬戸内エリアを周遊する本ツアーは、年内の発売開始を予定しています。



2. 隠れた日本の魅力に出会うミステリーツアー

本ツアーでは、「名勝地」や「季節の美」、「フルーツ」をテーマとして、まだ訪日外国人のお客様に知られていない関東近郊にある季節折々の旬のスポットへご案内します。桜や紅葉等その時季一番の見頃の花や自然の美しさを五感で感じていただけます。さらに、事前に行き先を明かさないうわゆるミステリーツアーとして設定しているため、行き先を想像する高揚感を味わっていただくと同時に、日本の新たな魅力とのサプライズな出会いもお楽しみいただけます。本ツアーは10月17日から販売開始します。



≫一般のお客様向け予約サイト <https://www.sunrise-tours.jp/jp>

■サステナブル・ツーリズムへの取り組み

サンライズツアーでは、「旅行者」、「地域・コミュニティ」、「旅行会社」の共創による持続可能な新しい観光の実現に向けて、さまざまな取り組みをおこなっています。

1. 新たなインバウンドルートの開発

昨今の社会課題であるオーバーツーリズム解消と新たな訪日観光人流創出を目指し、昨秋に発表した東京・金沢・京都を巡る「レインボールート^{®**}」、今春に発表した瀬戸内エリアを周遊する「せとうちシーニックビュールート」、今夏に発表した「九州オーセンティックルート」に続き、北海道と東北エリアへの新ルートの開発を予定しています。



2. サステナブルな商品づくり

外国人のお客様が訪日旅行に求める内容や旅のスタイルの変遷にあわせて、「環境への配慮」「文化交流/異文化理解」「社会貢献」の要素を含む商品を取り揃えています。

(例)

環境への配慮:	CO2 の排出削減につながるウォーキングツアーやサイクリングツアー、 カーボンオフセットの仕組みを導入した日帰りバスツアー等
文化交流/異文化理解:	伝統文化の体験、世界文化遺産登録地への訪問ツアー、農泊等
社会貢献:	地産地消食材を楽しめる食体験、社会事業にツアー代金の一部を寄付するツアー等

3. レスポンシブルトラベラー普及活動

“レスポンシブルトラベラー”の輪を広げることを目的に、具体的な9つのActions(行動)を提案する動画を作成し、旅マエと旅ナカの旅行者の理解を促進しています。また SNS 上でも共通のハッシュタグ、「#responsibletraveler」をつけた投稿を呼びかけることで、その加速を目指しています。

▼旅行者への“レスポンシブルトラベラー”推進動画

Journeys We Want to Create with Customers



<https://youtu.be/jMv3pJrm00o>

▼サステナブル・ツーリズムへの取り組み紹介動画

Further Challenges to Sustainable Tourism



<https://youtu.be/19L12CrNyTE>

サンライズツアーは、世界中から日本を訪れる外国人観光客と地域の架け橋となるよう次の10年に向けて皆様とともに歩み続けます。

*「サンライズツアー」は JTB の登録商標です。

**「レインボールート」は JTB グローバルマーケティング&トラベルの登録商標です。

■一般のお客様からのお問合せ先

JTB グローバルマーケティング&トラベル E-mail : hq_sunrise_dial@gmt.jtb.jp

■報道関係の方からのお問合せ先

JTB 広報室 TEL:03-5796-5833(東京) 06-6260-5108(大阪)

■サンライズツアー60年史(1964年～2024年)

1964年	サンライズツアーの運行を開始。各地のローカル・パッケージ・ツアーが「サンライズツアー」の統一ブランドで催行され外国人向け主催旅行の名称として用いられた。
1967年	アステカの太陽神を模したシンボルマークが決定。
1984年	サンライズツアーの販売開始以来、累計販売人員 300 万人を突破。
1985年	つくば万博期間中に「Sunrise TSUKUBA EXPO' 85」を催行し、東京から延べ 1,200 台のバスを運行。
1986年	成田空港でトランジットする外国人旅行者の増加を受け成田山新勝寺と佐倉市の歴史民俗博物館を約 3 時間で巡る「See Japan in Three hours」を販売。
2003年	観光立国宣言(2010年訪日外国人 1,000 万人)と共に「YOKOSO! JAPAN」のローガンのもと、ビジット・ジャパン・キャンペーンが政府によって開始。
2008年	はとバス社と共同でサンライズツアー体験型商品「ジャパニーズカルチャー」シリーズを発表。
2009年	書道や茶道などの文化体験をテーマとした商品「Hands-On Japan!」の販売を開始。
2013年	アジア諸国からのリピーター向け商品「エクスペリエンスジャパン」を発表。海外向け宿泊・ツアー予約サイト「JAPANiCAN.com」による販売を開始。
2014年	サンライズツアー運行開始 50 周年。記念事業の一環として、フリー Wi-Fi サービスを東京発着の全バスツアーの車内で開始。(2023 年現在は終了)
2017年	「エクスペリエンスジャパン」をサンライズツアーへブランド統合。
2018年	立教大学学生との共同企画商品「芝桜鑑賞とイチゴ狩りと小江戸川越散策」「国立西洋美術館と上野散策ツアー」を発表。
2020年	新型コロナウイルス感染拡大に伴う入国規制の影響で約 2 年間、ツアー運行中止を余儀なくされる。
2021年	コロナ禍にバーチャルツアー「富士箱根・高尾山・京都・静岡・熊本」の販売を開始。
2022年	7 月、観光庁の「外国人観光客の受入れ対応に関するガイドライン」の内容に準拠した訪日外国人観光客向け「サンライズツアー添乗員付きパッケージツアー(管理型ツアー)」の販売を開始。 10 月、約 2 年半振りとなる訪日個人旅行解禁を受け、2023 年 1 月～12 月を対象とした宿泊・日帰り商品の販売を開始。
2023年	サステナブル・ツーリズムへの取り組みが第 1 回「JATA SDGs アワード」共創部門・奨励賞を受賞。
2024年	サンライズツアー運行 60 周年を迎える。



シンボルマーク
《1967年》



《1977年》



《1978年》



《1988年》



《1992年》



《1993年》



《1999年》



《2020年》