

2026 年 7 月 16 日
東日本旅客鉄道株式会社

～推しがつなく、世界ひろがる～「すき旅」が始まります！

- JR 東日本グループは、2024 年 6 月に発表した中長期ビジネス成長戦略「Beyond the Border」の中で、多様化する趣味嗜好からつながる“コンテンツ軸”により流動を創造し、都市と地方の流動を活性化することを目指しています。
- これまで個別に展開してきたコンテンツ連携施策を「すき旅」としてブランド化し、お客さまの“好き”をきっかけとした継続的な移動需要の創出を目指します。
- 「すき旅」を通じて、お客さま一人ひとりの“好き”を移動のきっかけとし、地域との新たな接点や交流の創出につなげます。

1. 概要

＜ブランド名称＞

すき旅 英語表記: SUKITABI

＜コンセプトワード＞

推しがつなく、世界ひろがる。

＜ブランドロゴ＞



コンテンツに合わせた
カラーバリエーション



推しを応援するために、新幹線に乗って、東日本エリアへ。
推しがいなかったら足を運ぶこともなかったような場所も、
推しがもたらしてくれたご縁だと思ふとなんだかちょっと身近に感じられる。
同じように誰かを推す熱量を持った仲間たちが、知らない土地の楽しみ方も教えてくれる。
そこには自分が知らなかった世界がある。新たな出会い、発見がある。
推しが連れ出してくれたこの旅を通じて、私の世界が少し広がった気がする。
私の応援で推しが成長・成功していくのにあわせ、私自身もちょっとアップデートされていく。
その感覚がなんだかうれしい。

2. 専用サイト

<https://www.jreast.co.jp/sukitabi/>

実施中、またはこれから実施予定のコンテンツを起点としたキャンペーン情報を掲載しています。

3. 開始日

2026 年 7 月 16 日(木) 14:00

専用サイトオープン



＜JR 東日本が“コンテンツ軸”により目指す姿＞

4. 「すき旅」第1回企画

「櫻坂 46 と、鉄道で旅しよう。」(2026 年 7 月 15 日プレスリリース)

〈実施期間〉

2026 年 7 月 20 日(月)～11 月 30 日(月)

第 1 弾:7 月 20 日(月)～9 月 30 日(水)

第 2 弾:10 月 2 日(金)～11 月 30 日(月)

女性アイドルグループ櫻坂 46 のメンバー10 名を起用し、新潟、長野、庄内エリアを対象とした企画。メンバーが駅長制服を着用し特別に撮りおろしたビジュアルのグッズがもらえるスタンプラリー、フォトスポットの設置、オリジナルグッズの販売、限定音声コンテンツの配信、メンバーの YouTube 動画公開など、さまざまな企画を展開。



(参考)これまで実施した“コンテンツ軸”施策

○「NiziU × JR 東日本 TRAIN キャンペーン」(2026 年 3 月 3 日プレスリリース)

〈実施期間〉

第 1 弾:2026 年 3 月 10 日(火)～3 月 31 日(火)

第 2 弾:2026 年 4 月 3 日(金)～5 月 17 日(日)

・NiziU Live with U 2026“NEW EvoNution”東京公演とタイアップした TRAIN キャンペーン。NiziU デジタルスタンプラリーや、新幹線車内限定音声コンテンツ、モバイル Suica を着せ替えできる限定カードフェイスがもらえるお買いものキャンペーンを実施。



今後もアイドル、アーティスト、アニメ、ゲームなど多様なコンテンツホルダーとの連携企画を順次展開していく予定です。

※「すき旅」は JR 東日本が商標登録出願中です。

※本プレスに使用している画像はイメージです。