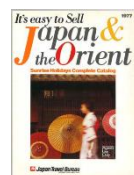


■サンライズツアー60年史(1964年～2024年)

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」のスローガンのもと、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》



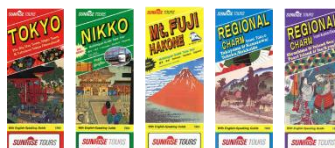
《1988年》



《1992年》



《1993年》



《1999年》



《2020年》

