

53-2 産業・生業の再生（復興ツーリズムの推進）

事例名	被災地を訪れ自らを成長させる学びの旅のプログラム“ホープツーリズム”
場所	福島県
取組時期	応急期・復旧期・復興前期・復興後期
取組主体	福島県観光交流課、公益財団法人福島県観光物産交流協会、ほか
<p><b>取組概要：</b></p> <p>福島県では、東日本大震災（地震・津波）及び原発事故そして風評を一度に経験し多様な課題を抱えている一方、地域の復興に向けて挑戦を続けている方々があり、そのような今の福島だからこそできる地域の再生のための取組を、地域が一体となって作り上げている。</p> <p>そこで、東日本大震災で発生した地震・津波・原発事故による観光客の減少を食い止めるために、新たな観光プログラムとして「ホープツーリズム」を企画し、風評払拭・風化防止や地域住民における復興への想い・プライドの醸成を目指すとともに、地域の経済活性化に寄与する新たな取組として実施している。</p>	
<p><b>具体的内容：</b></p> <p>■福島ならではの“学びの旅”ホープツーリズム</p> <p>福島県は、東日本大震災での地震・津波・原発事故によって今も観光目的の宿泊客が震災前の水準を下回っており、観光客の呼び戻しが重要な課題として残っている。特に、津波・原発事故の被害を受けた浜通り地域の観光客が大きく減少し、福島県の強みでもあった教育旅行の回復が鈍いことから、新たな交流人口拡大のための取組が必要だった。</p> <p>これを受けて、福島県と公益財団法人福島県観光物産交流協会が連携して、東日本大震災からの教訓や被災した福島県民の想いを後世に伝えるため、2016年度より福島ならではの新しい“学びの旅”として、「ホープツーリズム」を実施した。このツアーの趣旨は、参加者に報道だけでは伝わらない福島のありのままの光と影の姿を知ってもらい、困難な状況のなかで復興にチャレンジし続ける地域住民との対話を通じて、自らを成長させる機会にしてもらうことである。一方、福島県にとっては震災の風評被害の払拭・風化の防止、国内外への共感の輪の広がり、地域経済の活性化に寄与し、復興まちづくりにつながる取組でもある。</p> <p>■ホープツーリズムの概要</p> <p>ホープツーリズムは、福島県「浜通り」を中心に、「福島ならではの新しい学びの旅」をテーマとしたプログラムであり、福島ならではの「学びの旅」を意識した教育旅行としての側面をセールスポイントとして掲げ、マスコミ報道だけでは見えない福島復興の「光と影」について、参加者自身の体験を通じて理解につなげるのが特色である。</p> <p>誘客のターゲットとして、主に高校の修学旅行生を対象とした教育旅行、国家公務員内定者や企業等の社員を対象とした人材育成、JICAの研修員や外国人留学生を対象とした海外からの誘客のほか、福島に関心を持つ個人を想定している。</p> <p>ツアーの要素として「見る」、「聞く」、「考える」が取り上げられている。「見る」では、福島第一原発や原発事故後の周辺地域の現状、復興をけん引するメガソーラーなど新産業の取組について参加者</p>	

が現地に行き、参加者自身の目で観察することを通じて理解を深める。「聞く」では、福島復興として原発廃炉・地域づくり・農業等に携わる人々との取り組みを直接聞き、取り組みの現状と復興への想いを理解する。「考える」では、ツアー中に「振り返り」のための時間を設けるほか、アウトプットのためのワークショップを行うなどして、震災・原発事故により顕在化した社会課題について議論するなど、新たな価値観の創出や人生観の芽生えにつながる取組を行う。

#### ■ホープツーリズムの実績

2016年度は1本のツアーを実施し、35名の参加者であったが、2019年度には45本、948名の参加者となり、着実にホープツーリズムに参加する学校・企業等は増加しており、教育・修学旅行としての強みを活かして多くの学校の参加を募っている。

特に、私立の中高一貫校をはじめ全国から高等学校の修学旅行が増えており、教員からは「一つの問題でもさまざまな見方や意見があり、生徒が学ぶいい機会になった」という意見や、生徒からは「福島の復興や発展の傍観者ではなく関係者になりたい」という意見が出ている。

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
本数	1本 (1本)	20本 (9本)	50本 (23本)	45本 (26本)
参加者数	35名 (35名)	597名 (233名)	1052名 (597名)	948名 (687名)

表：福島県ホープツーリズムの受入実績（カッコ内は教育旅行）

（出典：福島県観光物産協会より提供）

#### ■今後の課題

事業の発展のためには、①協会だけの活動に限界があり、ホープツーリズムの商標登録を活かし、旅行会社の参入を促進すること、②企業や行政向けの研修プログラムを確立すること、③海外からの視察に対応したツアーの企画などホープツーリズムの魅力や商品力を磨いていくことが課題となっている。

また、2018年度「新しい東北」交流拡大モデル事業（地域型）により、外国人観光客受入のための通訳ガイドの研修や英語版のウェブサイトの構築を行った。今後、ツアーガイドの育成、NPO団体や語り部団体との連携強化など観光客の受入体制の整備が課題である。

#### 出典（他の事例集等への掲載）：

- ・ 公益財団法人福島県観光物産交流協会「ホープツーリズム」  
<https://www.hopetourism.jp/>
- ・ 復興庁・公益財団法人福島県観光物産交流協会「平成30年度「新しい東北」交流拡大モデル事業（地域型）ホープツーリズム海外誘客事業」（2018年）  
[https://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat1/sub-cat1-19/Tourism\\_industry/comic/20191120\\_30kouryumodelchiiki\\_6.pdf](https://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat1/sub-cat1-19/Tourism_industry/comic/20191120_30kouryumodelchiiki_6.pdf)
- ・ 復興庁・株式会社東北博報堂「令和元年度「新しい東北」交流拡大モデル事業（地域型）：ホープツーリズム海外誘客事業」（2019年）

<https://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat1/sub-cat1-19/20191122165603.html>

- ・ トラベルボイス・観光産業ニュース「博報堂グループ旅行会社、福島復興を考えるインバウンド向けツアー開始、住民との交流会等体験と学びを提供」(2019年11月)

<https://www.travelvoice.jp/20191127-142086/print>

**活用された制度：**

- ・ 「新しい東北」交流拡大モデル事業(地域型)(対象年度：2018年度～2019年度)

**事業費：**