

**提案名：「福島県沿岸の地域愛を価値化した旅行商品造成・販売・連携拡大モデル構築事業」**

(東北域内の普及展開対象地域) (対象とする国外マーケット)  
 福島県浜通りの各市町村 ターゲット国：アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、オーストラリア、中国、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア  
 客層：special interested hunter

**事業の概要：常磐線沿線地域を含む浜通り地域全体において、原発事故の体験をキーとした商品造成・販売を進めることで、経済的な賑わいを創出する取組を行う。**

**代表事業者名・連携事業者名**

【代表事業者】一般社団法人双葉郡地域観光研究協会  
 【連携事業者】株式会社ノットワールド、株式会社リクルートライフスタイル、孫の手トラベル、株式会社Jヴィレッジ  
 【連携組織・団体・事業者】イノベーションコースト構想推進機構、双葉町、ふたばいんふお/双葉郡未来会議、福島ロボットテストフィールド、(一社)いわき観光まちづくりビューロー 等

**課題・問題意識**

福島沿岸地域住民はふるさとへの愛着が強く、地域再生に向けた住民主体の取り組みも増えつつあるが、各取り組みの充実や広域に展開し、福島県浜通り地域全体で価値提供する取り組みには繋がっておらず、地域への愛着やふるさとへのアイデンティティを観光業として価値化させ、裾野の広い産業振興につなげていくことが必要である。また、原子力災害からの地域再生は世界でも類がなく、その経験を世界中の人々に対して発信し、観光的価値として創出していくことが福島県沿岸地域の再生において重要である。

**参考とした過年度モデル事業名**

R1 ホープツーリズム海外誘客事業  
 R1 福島沿岸部周辺地域における魅力発信のためのFIT 向け旅行造成事業

**課題解決に向けたモデルの普及・展開の内容**

**具体的取組内容**

- 取組イ：地域連携体制の構築**
  - (1)：双葉町民の巻き込みと合意形成
  - (2)：浜通りコミュニティやキーパーソンとの関係構築
  - (3)：事業報告会の実施
- 取組ロ：商品造成と販売体制の構築**
  - (1)：商品化に向けたコンテンツの収集
  - (2)：モニターツアーの実施
  - (3)：商品力向上研修会の実施
  - (4)：OTA等WEBへの掲載
- 取組ハ：プロモーション**
  - (1)：広告宣伝及び販促用動画制作
  - (2)：浜通りを対象とした観光パンフレットの制作
  - (3)：メディア招聘によるPR
  - (4)：SNS運用による情報発信

**東北内で本モデルに関わる事業者、組織等を増やすための取組**

- ① F-ATRAsが接点をもつ地域住民、関係事業者との連携
- ② 東北内に係わる事業者と接点を持つ組織・団体との連携
- ③ 株式会社リクルートライフスタイルとの連携による観光事業者の発掘

**モデル事業として得たい成果**

- ① 地域一体型モデルの構築
- ② 継続して伝承するための仕組化（ビジネスモデル化）
- ③ 福島が紡ぐ新しい未来のコンテンツ化福島が紡ぐ新しい未来のコンテンツ化
- ④ 外国人向け旅行商品の造成販売に対する流れの構築

**交流人口拡大への貢献**

原発事故を経験した住民や産業が持つ固有の経験を、マーケット情報と地域の声をもとにした個人旅行商品として開発。これらの商品を浜通り地域にある既存・新規の観光コンテンツと連携させていくことで、マーケットに対して新たな訪問価値を提供。合わせてコンテンツ提供者・交通事業者・宿泊事業者・飲食店・販売事業者等が連携した継続可能なビジネスモデル化を行うことで、持続可能な体制を構築。さらには、マーケットニーズに沿った磨き上げを行うための新たなブランディングを行い、外国人向け旅行商品の造成販売に対する流れを構築し、浜通りの交流人口の拡大につなげる。

※ コロナウイルス影響ありの場合、ランドオペレーター、旅行会社等の現地訪問、FAM等については、渡航再開の見通し等を鑑みて柔軟に対応。送客は在日外国人をメインに実施。

**成果** 《目標》 造成旅行商品数8本、送客人数200人、延べ宿泊人数15泊 《実数》 造成旅行商品数 8 本、送客人数14人、延べ宿泊人数29泊  
**モデル性・汎用性** 原子力災害の避難地域における地域住民参加型観光商品の造成手法（住民を巻き込んだストーリーづくり、ガイドスクリプト化、通訳ガイド育成、OTA活用等）