

F-ATRA_s

一般社団法人
双葉郡地域観光研究協会

福島沿岸地域からふるさと愛を叫ぶ！
みんなで作る着地型観光地域形成プロジェクト！

一般社団法人双葉郡地域観光研究協会
代表理事 山根 辰洋

自己紹介



■ 山根辰洋 1985.7.15 Age 36

- 東京都八王子市出身。映像クリエイター。
- 2013年8月に復興支援員として双葉町秘書広報課所属。
- 2016年9月、双葉町民と結婚し婿入り双葉町民に。
- 2019年独立。同年11月に双葉町に観光事業法人設立。

復興支援員時代 (2013.8 ~ 2016.3)



• ご近所同士の会話がなくなった喪失感。町民同士のコミュニケーションのきっかけにできるようなコミュニティ紙『ふたばのわ』創刊

• 地域の伝統文化を動画として記録保存、発信

• 地域コミュニティ維持の支援や若者世代コミュニティ形成の支援

• 様々な活動を通じて、町民数百人と交流。親交を深める。

プロジェクトマネージャー時代 (2016.4 ~ 2019.5)



- 地元の一般社団法人に所属し、大熊町・双葉町の復興支援員事業受託責任者として、事業マネジメントを担当
- 最大11名、3拠点（いわき2拠点、会津）のマネジメントを担当し、企画・運営・進捗管理・渉外・労務・総務・会計などあらゆる業務に従事
- ここでの経験が独立の礎に

独立、そして法人設立（2019.5～現在）



- 独立後に、個人事業主に。地域再生には交流人口増が重要と考え、地域を越えて、様々な方と意見交換。
- 結果、プレイヤーのひとりとして自分の思想を確立していくことが近道と考える
- 自分の思想を体現する組織として、ベンチャー創業
- 会社設立後、コロナ禍突入。受難な日々が続くも、その中でも貴重な出合いをいただき、なんとか経営維持

一般社団法人双葉郡地域観光研究協会（F-ATRAs）とは

サービスカテゴリ	詳細	具体的なサービス
1. ツアー造成・運営	<p>地域のもつストーリーを大切にしたツアー造成を得意とし、地域事業者と丁寧な関係構築を行いながら運営体制構築することを重要視し、持続可能な運営を展開。コロナ禍における対応も踏まえ各種感染症対策やオンラインツアー等の造成・運営も実施。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・双葉町タウンストーリーウォーキングツアー ・双葉町タウンストーリーオンラインツアー ・クラフトジン付きオンラインツアー ・パレットキャンプ
2. 研修旅行造成・運営	<p>クライアント様ニーズを丁寧にヒアリングの上、オーダーメイド型研修ツアーの造成・運営</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・神田外語大学様 研修ツアー企画・運営 ・プリティッシュヒルズ様 研修プログラム造成 ・専門学校FSG様 研修ツアーの企画・運営 ・福島大学様と連携したオンラインツアーの企画・運営
3. 東北沿岸地域観光コミュニティ形成・運営	<p>東北沿岸地域における新たな観光コミュニティ形成及び事務局業務を提供。地域事業者と綿密にコミュニケーションを取った関係構築を重要視し運営を展開。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・双葉町観光会議の運営 ・宮城・福島常磐沿線観光推進実行委員会の運営
4. 旅行サービス手配	<p>ランドオペレーター事業。旅行業者と連携したツアー商品企画・集客等をパッケージングした、ビジネスモデル検討中</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ふくしま12市町村移住モニターツアーコーディネート
5. メディア運営・プロモーション	<p>FukushimaSeasideというブランド名の各種デジタルメディアを運営。現在は、SNS広告等を駆使し、認知度を向上を目指し、将来的な販促ツールとして育成中。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・FukushimaSeaside（Web,各種SNS）を通じたデジタルマーケティング ・商品プロモーション企画、デザイン制作、コンテンツ制作

『なぜ、双葉町で観光事業を始めたのか？』

1.大好きなヒト・モノ・コトを紹介したいから

無料のオンラインツアーを開催

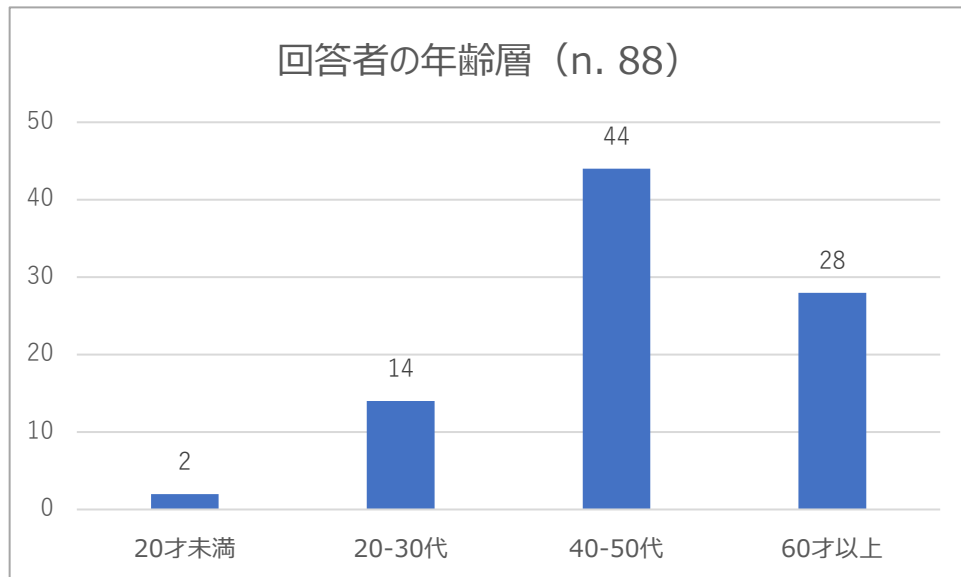
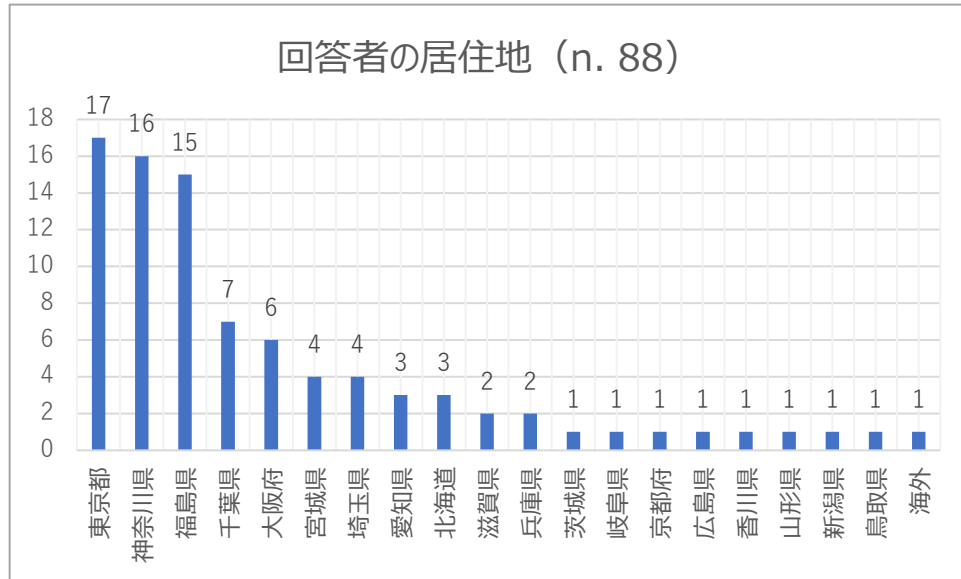


【オンラインツアー】双葉町タウンストーリーオンラインツアー
～福島第一原子力発電所立地町、再生への第一歩～

オンラインツアー開催概要

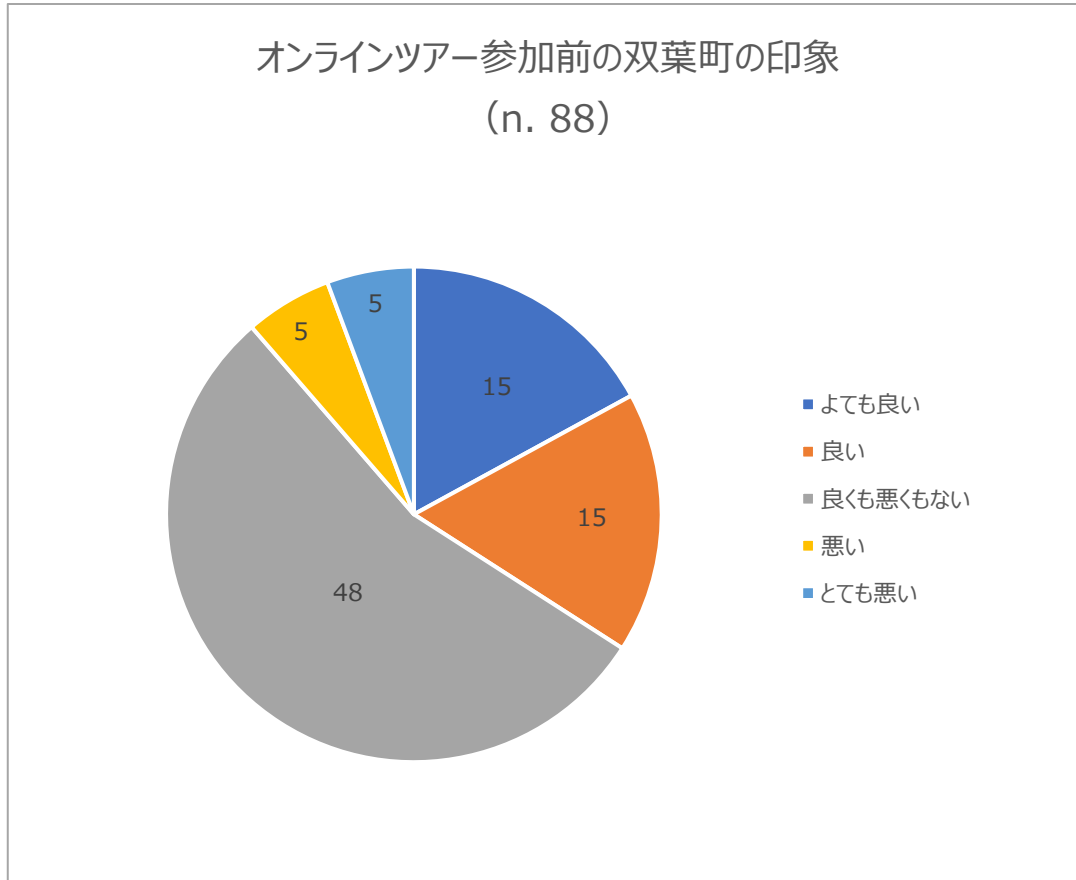
	開催日時	申込者数	当日参加者数	アンケート回答者数
日本語	9月2日（木） 19:00-20:00	73	42	26
	9月30日（木） 19:00-20:00	69	40	23
	11月3日（水） 19:00-20:00	38	19	16
	11月30日（火） 19:00-20:00	44	33	23
	合 計	224	134	88
英語	9月14日（火） 13:00-14:00	70	27	16
	10月31日（日） 09:00-10:00	35	19	7
	合 計	105	46	23
	総 計	329	180	111

募集方法と参加者分布



- 東京、神奈川と首都圏からの参加者が多く、次いで福島県在住者が多かった
- 申込み者の居住地も大方同様の分布で、首都圏以外の方の福島沿岸部に対する関心（あるいは認知度）はあまり高くないように感じられる
- 参加者の年齢は、40代以上が全体の約80%を占め、若者の比率が低かった
- 次ページにあるように、FB（FB広告を含む）を通じての申込みが多かった。FB利用は平均年齢が高いという分析もあるので、若者が良く利用するInstagram等を有効利用することで、もう少し20-30代の参加者を増やせたかもしれない

参加者の福島沿岸地域に対する認知（ツアー参加前）



- 福島県在住者、主催者の知人、福島沿岸部訪問経験者は現地の状況を知っているか、あるいは震災以前の良いイメージから「とても良い」「良い」と回答
- 「良くも悪くもない」の回答者の理由の多くは、情報があまりなくよく分からない、良い悪いではなくただただ気の毒に思うの2つ
- 「悪い」「とても悪い」の回答者の理由は、放射線量に対する不安によるものが多い

福島沿岸地域の情報を、伝わり易い形で、多様に発信



- 昨年度夏ごろより本格運用開始
- Facebook ページいいね 1539
- Instagram 1289 フォロワー
- オウンドメディアとして育成しつつ、試験的にデジタルマーケティングを実施



▼2021年11月21日時点でFB広告成果（過去90日）



福島沿岸地域の情報は活字では伝わりにくい



1/10 (月)
14:00-15:30

福島県双葉町

福島第一原子力発電所立地町から発信!

「クラフトジンふたば」にかけて
ふるさと再生への想い

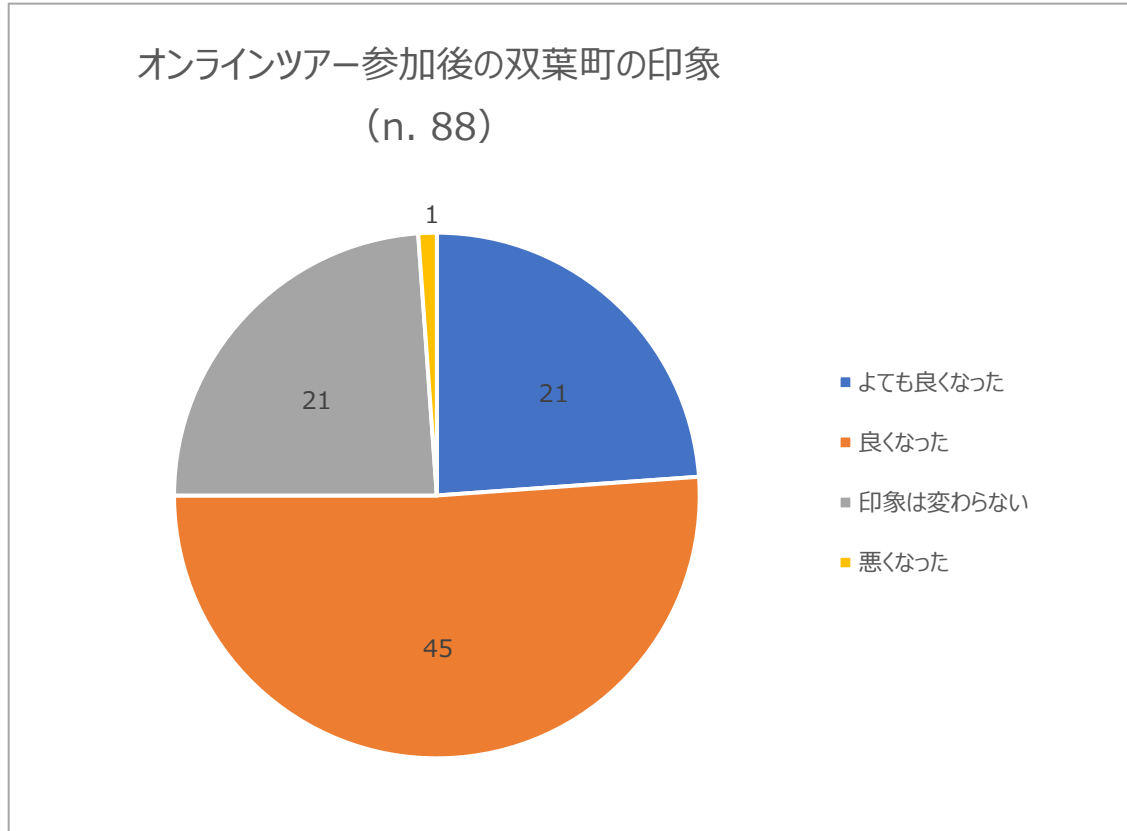


双葉郡地域観光研究会 代表
山根 辰洋



タカサキ喜画 代表
高崎 丈

参加者の認知の変化（ツアー参加後）



- ツアー参加後の印象が「とても良くなった」「良くなった」との回答が75%。一般的なニュースではあまり出てこない、まちの再生に向けた新しい取り組みやかたつての生き生きとした双葉町の様子を紹介したことによる効果だと思われる
- 以前から「良い」「とても良い」と思っていた回答者からも、ツアー後にさらに印象が良くなったという声があった
- 「悪くなった」理由は、思ったほど復興が進んでおらずショックを受けたから、というものだった

2.町民を町との関係を維持させ続けたいから

地域にある尊い営み



土地に紐づく物語を体験するツアー 『双葉町タウンストーリーツアー』



映画を見るような体験をするツアー『sokoiko! ピースサイクリングツアー』



3.観光はあらゆるヒト・コト・地域にノックができる

観光による地域再生・活性化を目指すコミュニティへの参加



双葉町 観光連携会議 × 浪江町 交流・にぎわい・おもてなし会議



交流創出における課題解決の相談



多様な世代・人種を超えた交流・関係人口の創出



観光産業 = 平和産業

『観光産業の発展は地域が望む姿を残すことにつながる』

原子力災害を経験し絶望を味わった地域が、観光産業を通じ平和的地域再生を目指すことで、避難によりふるさとに戻ることが叶わない町民に対しても、この地域を将来的に訪れる旅行者に対しても、より強いメッセージを発信することができる！

○人々にとって

- ・観光は、単なる余暇活動の一環としてのみ捉えられるものではなく、人々の生きがいや安らぎを生み出し、ゆとりとうるおいのある生活に寄与し、また、日常生活圏を離れて多元的な交流・触れ合いの機会をもたらす、人と人の絆を強めるものであること
- ・人々が地域の歴史や文化に触れ、学んでいく機会を得ることにより、各個人レベルにおいて、多様な価値に視野が広がること

○地域にとって

- ・地域にとっても観光振興のために地域固有の文化や伝統の保持・発展を図り、魅力ある地域づくりを行うことは、アイデンティティ（個性の基盤）を確保し、地域の連帯を強め、地域住民が誇りと生きがいをもって生活していくための基盤ともなること
- ・観光によるまちづくりが地域活性化に大きく寄与すること

引用：国土交通省WEBサイト

訪日外国人旅行者数

2020年： 4,000万人
(2015年の約2倍)

2030年： 6,000万人
(2015年の約3倍)

訪日外国人旅行消費額

2020年： 8兆円
(2015年の2倍超)

2030年： 15兆円
(2015年の4倍超)

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： 7,000万人泊
(2015年の3倍弱)

2030年： 1億3,000万人泊
(2015年の5倍超)

外国人リピーター数

2020年： 2,400万人
(2015年の約2倍)

2030年： 3,600万人
(2015年の約3倍)

日本人国内旅行消費額

2020年： 21兆円
(最近5年間の平均から約5%増)

2030年： 22兆円
(最近5年間の平均から約10%増)

福島沿岸地域からふるさと愛を叫ぶ！
みんなで作る着地型観光地域形成プロジェクト！

愛、表現して伝えてみませんか？

愛の表現（ツアーコンテンツ）のイメージ



ガイドツアー

×



宿泊施設

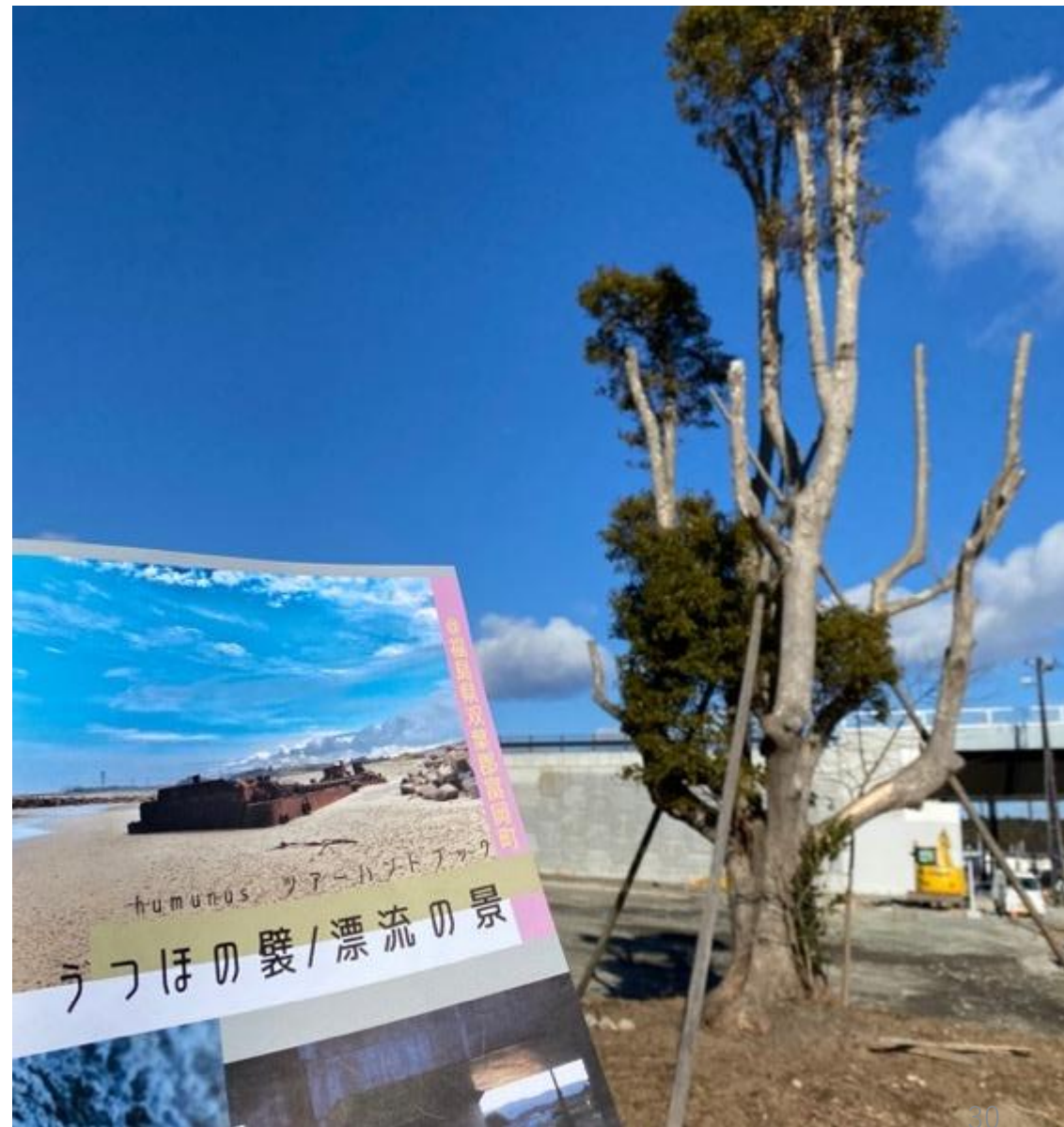
×



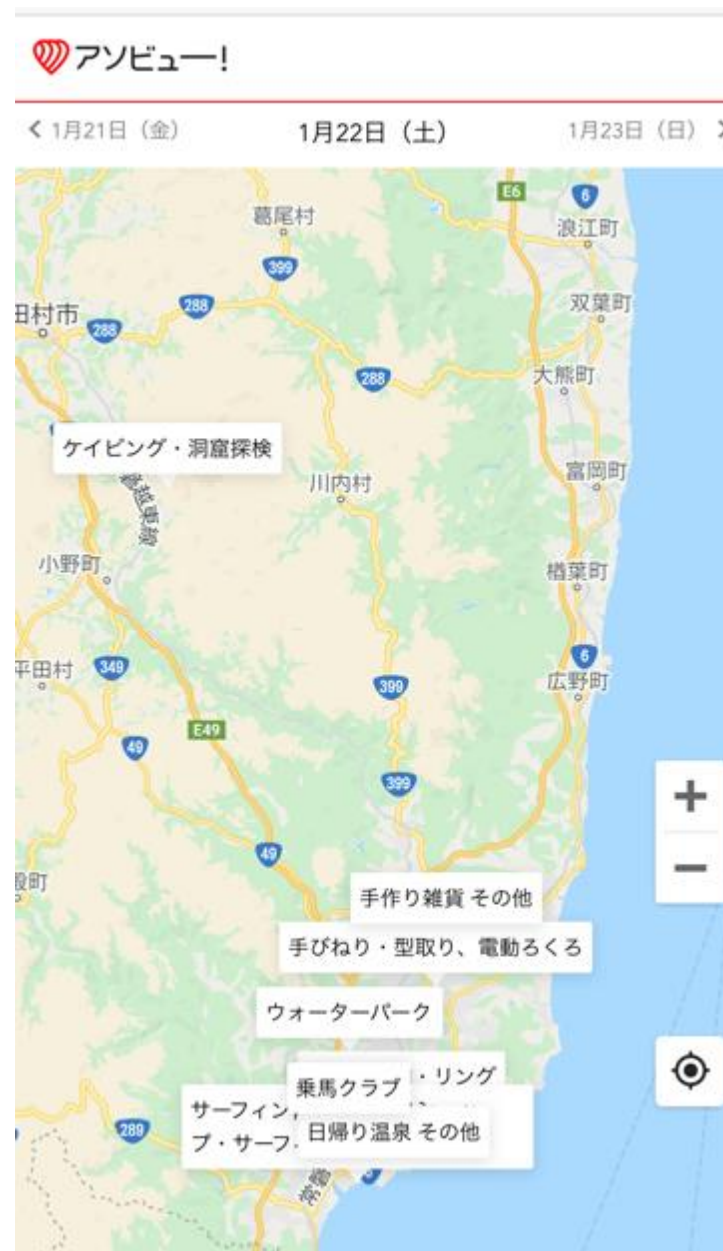
地域資源（人・もの）

Fukushima Seaside Treasure Hunter Tour

劇場型ツアー 『うつほの襲 / 漂流の景 (福島県富岡町) 』



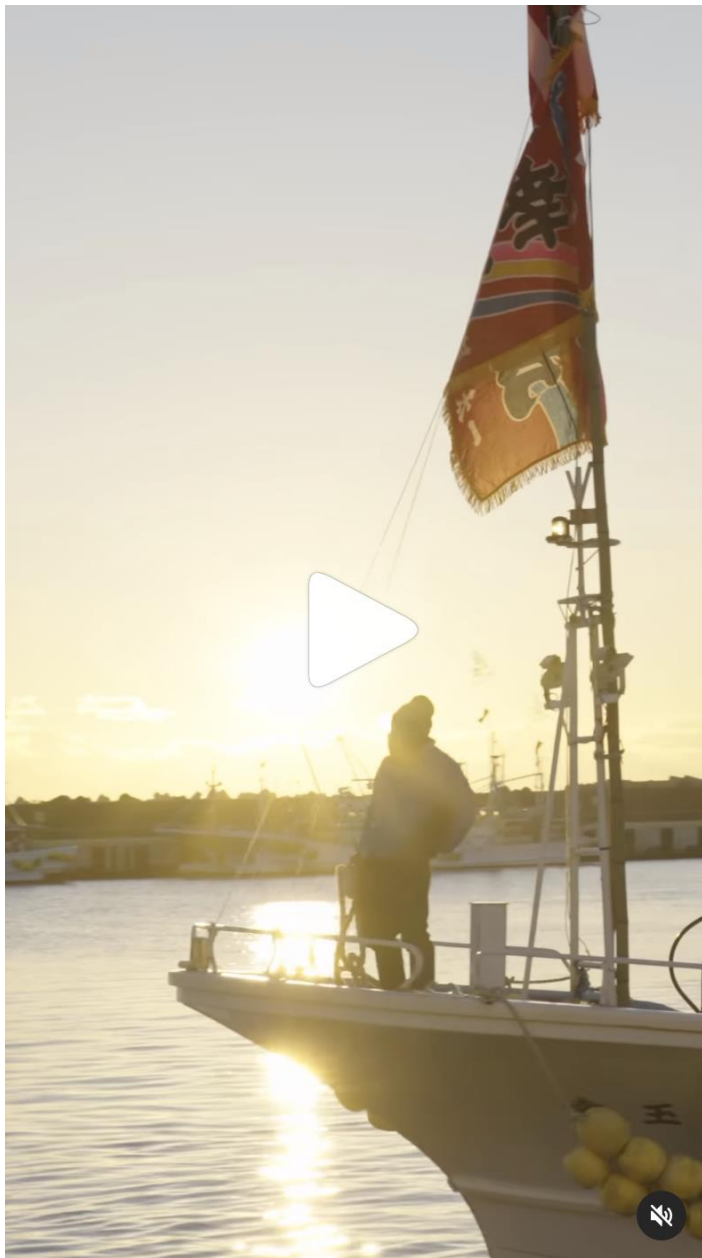
福島県沿岸地域のOTA掲載の現状（国内）





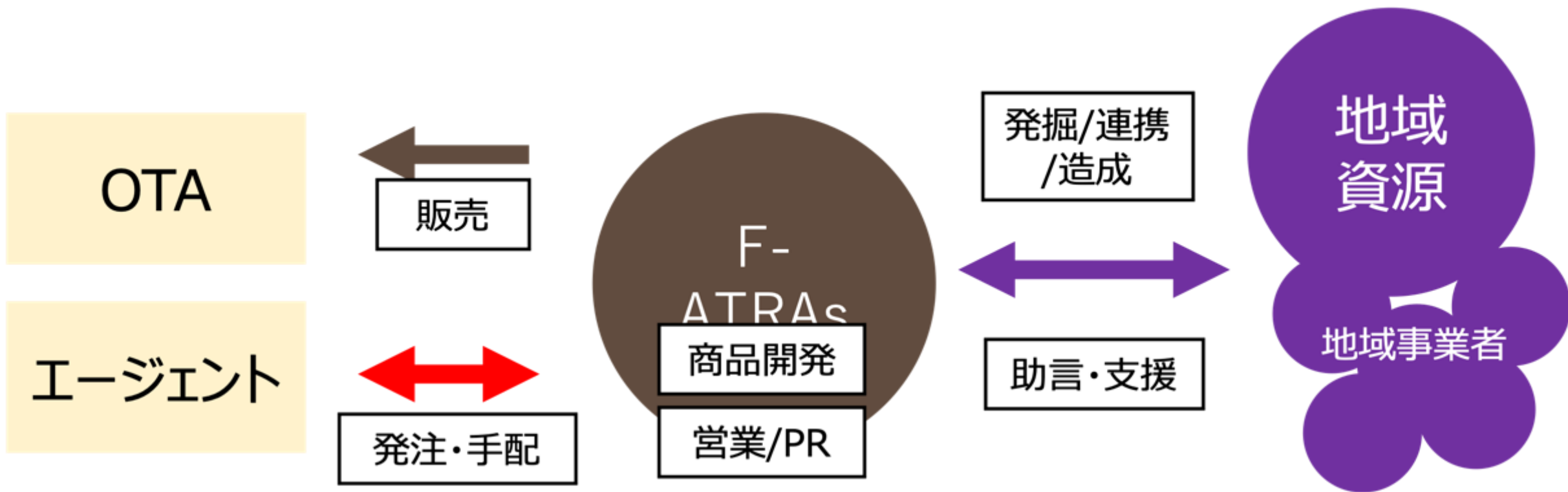


<https://www.youtube.com/watch?v=XMLqMaGbbCQ>



<https://www.instagram.com/p/CYWCZ-Rro8E/>

愛の伝道師（ランドオペレーター）を増やし拡大したい！
観光業資格がなくてもできる誰でも観光事業者モデル、兼業観光業を職業に！



『夢みることができれば、それは実現できる』

フロリダにあった、ワニだらけの沼地にディズニーランドを構想したウォルトディズニーは、計画中に亡くなったものの、その構想（コンセプト）は生き続け、今も世界中の人を魅了し続けるディズニーランドを作り上げた

『観光産業の発展は地域が望む姿を残すことにつながる』

原子力災害を経験し絶望を味わった地域が、観光産業を通じ平和的地域再生を目指すことで、避難によりふるさとに戻ることが叶わない町民に対しても、この地域を将来的に訪れる旅行者に対しても、より強いメッセージを発信することができる！

みなさんが望むふるさとの姿を想像し、
夢見ること、その想いは時空を越えます！

いい夢見ろよ！あばよ！