

令和6年度 福島イノベーション・コースト構想
イノベ地域来訪者受入体制構築事業

「地域の価値向上に向けたブラッシュアップ事業実施」のうち
「地域企業との連携による担い手創出事業」
発表会資料

2025年2月26日



株式会社JR東日本びゅうツーリズム&セールス

地域共創部

目次



1.会社概要	03
2.取組概要と目的	04
(1)取組概要と目的	04
(2)本取組で実施した内容	05
3.取組成果	06
(1)旅マエイイベント概要	06
(2)旅ナカツアー概要	08
(3)旅アト情報発信概要	11
4.効果検証	13
(1)旅マエイイベント(アンケート)	13
(2)旅ナカツアー(アンケート)	16
5.今後に向けて	18
(1)次年度以降の事業計画	18
(2)イノベ地域での自走について	19

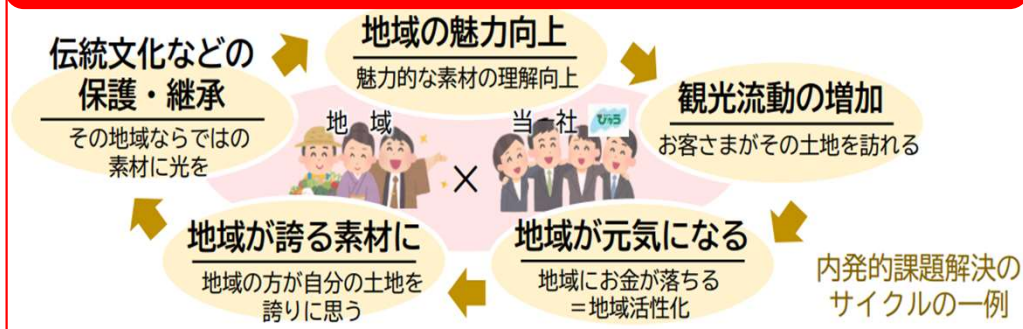
1. 会社概要

ビジョン

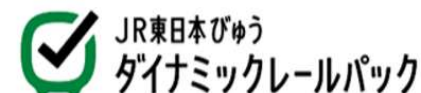
観光流動創造を通じて

- ・人々の人生を豊かにする
- ・地域と共に新たな価値と持続可能な社会を創る

当社が目指す「地域共創」



旅行事業



日本の旅、鉄道の旅

- ・JR東日本びゅうダイナミックレールパック
- ・添乗員付きツアー
- ・法人、旅行会社向けセールス

地域連携事業



▲(例)観光庁事業によるモニターツアー



▲(例)有識者を招聘し実施した地域PR

- ・観光素材の発掘
- ・モニターツアーやイベントの実施などを通じた多様なアプローチを用いた地域プロモーション

駅たびコンシェルジュ



- 首都圏を中心に24拠点を展開



▲(例)地元事業者による地域プロモーション

- ・駅におけるタビマエ・タビナカをサポート
- ・地域と一体となったイベントやPRの実施
- ・多言語でのインバウンド向けパス類の販売

2. 取組概要と目的

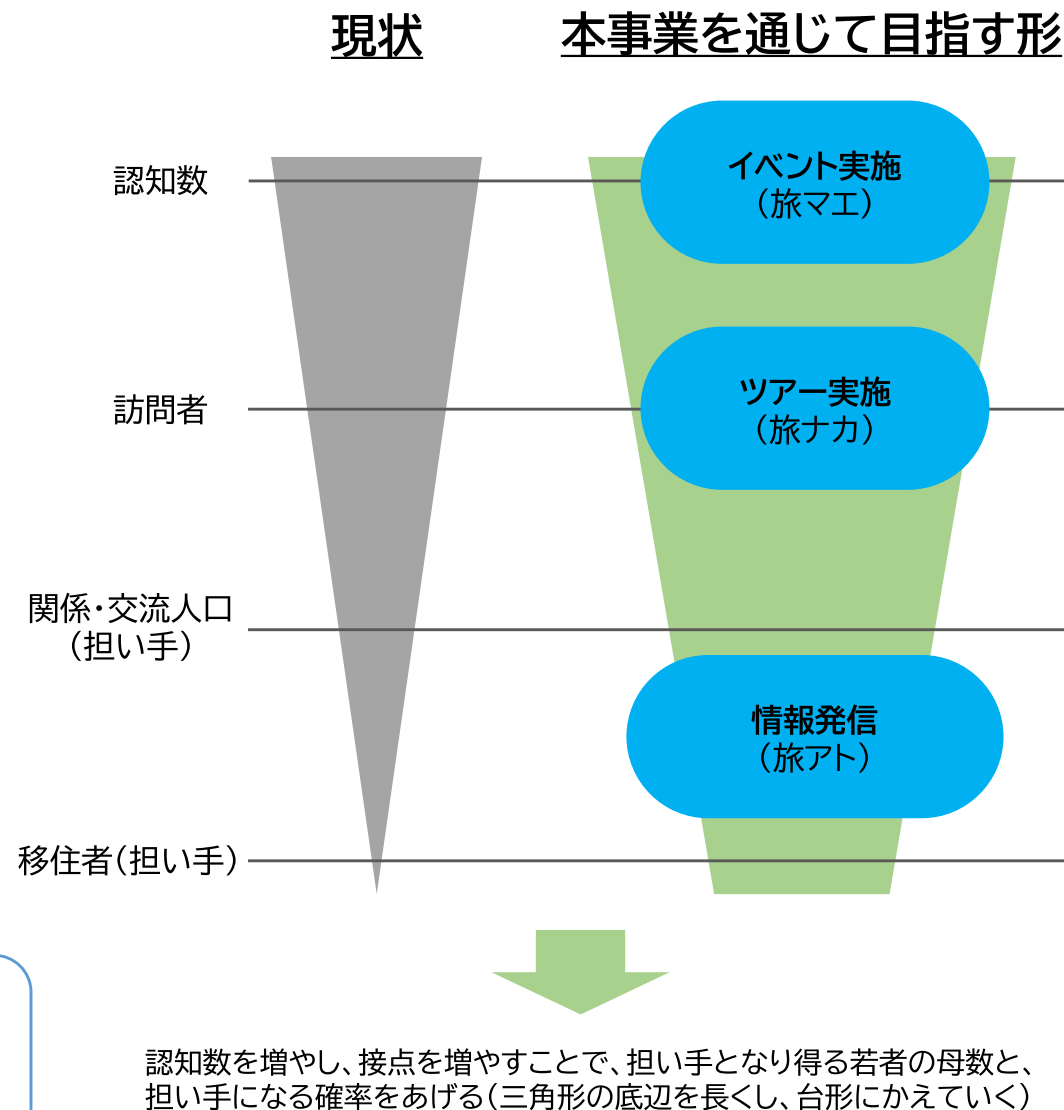
(1) 取組概要と目的

福島イノベーション・コースト構想（以下「イノベ構想」という）の実現に向け、本事業では南相馬市小高区及び双葉町に交流・関係人口等の来訪者を外部から呼び込み、将来的な地域の担い手となり得る人材を継続的に地域に呼び込めるコンテンツの開発を行った。

その実現に向け、JRグループとしての発信力や送客力に加え、イノベ地域で活動している株式会社Rurioと連携することで、将来的に構想の担い手として期待できる若者等を主要なターゲットとし、多くの方へ本地域の認知度向上を図った。

株式会社Rurio

2021年より双葉町を中心とした浜通りで地域ブランディング事業を手掛ける東北大学発のスタートアップ企業。雑誌・WEBデザインや多言語化・国際化事業を通じて東北地方の市場価値向上および持続可能な町まちづくりコミュニティの開発を行っている。



2. 取組概要と目的

(2) 本取組で実施した内容

◇イベント実施(旅マエ)

- ・シェアダイニングK, D, C, , (新大久保駅)
- ・駅たびコンシェルジュ仙台(仙台駅)



◇ツアー実施(旅ナカ)

- ・全4回実施
2024/11/2～1泊2日、2024/11/16～1泊2日
2025/2/1～1泊2日、2025/2/8 日帰り



◇情報発信(旅アト)

- ・Slackを活用した情報発信
- ・オウンドメディア [*and trip.] 掲載

*and trip.
tabi-bito machi-bito

3. 取組成果

(1) 旅マイベント概要

「福島県浜通り」地域の認知度向上を目的に、本地域で活躍している方や本地域に関係の深い方を講師として招き、「街づくり」「地域での起業」といった観点から若者に向けた情報発信イベントを実施した。

①実施内容

第1回

イベント：「被災地」から「イノベーションの地」へ
福島県浜通りの魅力を地酒生産者と語る

実施日：2024年9月29日(土)

実施場所：シェアダイニングK, D, C, , (新大久保駅)

参加人数：8名

ターゲット：18～39歳(若者向け)

登壇者：高崎丈氏 (株)タカサキ喜画)

佐藤太亮氏 (株)haccoba)

小林雅幸氏 (株)Rurio)



▲ご登壇者トーク



▲試飲

地域企業との連携による担い手創出事業
—発表会資料—

第2回

イベント：好きなことを生かした地方創生！
福島県浜通りからまちづくりを学ぶ

実施日：2024年10月6日(土)

実施場所：駅たびコンシェルジュ仙台(仙台駅構内)

参加人数：11名

ターゲット：18～39歳(若者向け)

登壇者：高橋正行氏 (株)磐城高箸)

馬場立治氏 (Plan Vie(株))

小林雅幸氏 (株)Rurio)



▲イベント



▲ご登壇者

3. 取組成果

(1) 旅マイベント概要

②情報発信

第1回



▲ポスター・チラシ



▲御茶ノ水駅



▲飯田橋駅



▲Xによる宣伝
(JR水戸支社)

※JR東日本と連携し、その他主要駅にポスター・チラシを掲出
全実施駅：御茶ノ水・飯田橋・東京・新宿・池袋・新大久保・柏

- その他
- メルマガ配信(18～39歳 約15,000名)
 - X(水戸支社)投稿
 - Rurio関連学生団体への告知

第2回



▲ポスター・チラシ



▲駅たびコンシェルジュ仙台



▲仙台駅通路



▲Xによる宣伝

※仙台駅構内でも人通りの多い箇所を選定し掲出
仙石線乗り換え通路や駅たびコンシェルジュ仙台前など

- その他
- メルマガ配信(18～39歳 約9,000名)
 - X(*and trip.編集部【公式】)投稿
 - X(水戸支社)投稿
 - Rurio関連学生団体への告知

3. 取組成果

(2) 旅ナカツアー概要

震災から13年経った小高区と双葉町を舞台に“現在”を知り、街歩きで本地域で再生を目指す人や街並みに触れ、地元の方との交流を通じて、これからのまちづくりと一緒に考える。また地域を楽しんでもらうことで愛着を持ち、ツアー終了後も継続的に関係を持ってもらえるきっかけとなるツアーを造成。

①実施内容

第1回

催行日：2024年11月2日（土）～3日（日）

催行人数：5名（定員20名）

ターゲット：18～39歳(若者層)限定

ツアー行程：次頁行程表の通り(首都圏発・仙台発)

第2回

催行日：2024年11月16日（土）～17日（日）

催行人数：5名（定員20名）

ターゲット：18～39歳(若者層)限定

ツアー行程：次頁行程表の通り(首都圏発)

第3回

催行日：2025年2月1日（土）～2日（日）

催行人数：13名（定員15名）

ターゲット：18～49歳向け

ツアー行程：次頁行程表の通り(首都圏発・仙台発)

第4回

催行日：2025年2月8日（土）

催行人数：17名（定員25名）

ターゲット：18～49歳向け

ツアー行程：次頁行程表の通り(首都圏発・仙台発)

3. 取組成果

(2) 旅ナカツア一概要

②行程表

JR線 徒歩 バス	
TOUR 1 日目	行程 品川駅(7:40~7:50) JR線 東京駅 JR線 上野駅 JR線 (特急列車・普通車指定席) JR線 原ノ町駅 JR線 (普通列車・普通車自由席) JR線 小高駅 小高地区(昼食) (ツアー参加者内での自己紹介・アイスブレイク) 小高地区街歩き 小高パイオニアヴィレッジ(「居・職・住の境界があいまいな空間建築」がコンセプトの施設) 小高駅 JR線 (普通列車・自由席) JR線 原ノ町駅 原ノ町地区(夕食) 宿泊施設(20:00頃) 宿泊 ホテル丸屋 GRANDE 洋室 食事 × 朝 ○ 昼 ○ 夕
TOUR 2 日目	行程 宿泊施設 (8:30頃) 原ノ町駅 JR線 (普通列車・普通車自由席) JR線 双葉駅 双葉(ガイドと街歩き) (シャトルバス) 東日本大震災・原子力災害伝承館 せんだん亭(なみえ焼きそばの昼食) 浅野燃系フタバスーパーゼロミル(ツアーの振り返り) (シャトルバス) 双葉駅 JR線 (特急列車・普通車指定席) JR線 上野駅 JR線 東京駅 JR線 品川駅(18:50~19:00) 食事 ○ 朝 ○ 昼 × 夕

▲ツアー行程一例(首都圏発着)

JR線 徒歩 バス	
TOUR 1 日目	行程 仙台駅(10:30~10:40) JR線 (普通列車・普通車自由席) JR線 原ノ町駅 JR線 (普通列車・普通車自由席) JR線 小高駅 小高地区(昼食) (ツアー参加者内での自己紹介・アイスブレイク) 小高地区街歩き 小高パイオニアヴィレッジ(「居・職・住の境界があいまいな空間建築」がコンセプトの施設) 小高駅 JR線 (普通列車・自由席) JR線 原ノ町駅 原ノ町地区(夕食) 宿泊施設(20:00頃) 宿泊 ホテル丸屋 GRANDE 洋室 食事 × 朝 ○ 昼 ○ 夕
TOUR 2 日目	行程 宿泊施設 (8:30頃) 原ノ町駅 JR線 (普通列車・普通車自由席) JR線 双葉駅 双葉(ガイドと街歩き) (シャトルバス) 東日本大震災・原子力災害伝承館 せんだん亭(なみえ焼きそばの昼食) 浅野燃系フタバスーパーゼロミル(ツアーの振り返り) (シャトルバス) 双葉駅 JR線 (特急列車・普通車指定席) JR線 仙台駅(17:20~17:30) 食事 ○ 朝 ○ 昼 × 夕

▲ツアー行程一例(仙台発着)

第1回~4回まではほぼ同一行程で、首都圏と仙台からのお客様合同で実施。参加者同士の交流イベントから始まり、小高区内街歩きを通じて「小高パイオニアヴィレッジ」等、町民の手によるスモールビジネスの醸成を知る機会を組み込んだ。その後、双葉町に移動し、町歩きでは震災から復興の軌跡をたどり、「東日本大震災・原子力災害伝承館」の見学、ツアー最後に「浅野燃系スーパーゼロミル」にて参加者同士での意見交換や、今後も継続的に本地域に関わってもらえるコミュニティへの参加を促した。

3. 取組成果

(2) 旅ナカツアー概要

③告知・情報発信・販促



2024年10月10日
株式会社JR東日本びゅうツーリズム&セールス
株式会社Rurio

【東北復興ツーリズム】未来につながる新たな「まちづくり」とこれからの福島・浜通りの魅力を発見
「今がアツい！！イノベーションの地、福島県浜通り
小高地区・双葉町で感じる街と人の物語」
好評発売中！

JR 東日本グループは東日本を営業エリアに抱え、鉄道輸送だけでなく駅を中心とした事業展開やまちづくりに取り組み、利便性とお客さまサービスの向上、地域の活性化に務めております。本事業では福島イノベーション・コースト構想を実現すべく、現地地域事業者である株式会社Rurioと連携することで、感度の高い若者へ更なる地域情報を発信し、イノベーション地域でのインターンシップや起業等、観光を超えたより深い関係性の構築を目指します。

本ツアーは、福島イノベーション・コースト構想 イノベ地域における交流・関係人口拡大推進業務「地域の価値向上に向けたブラッシュアップ事業」に選定され、実施しております。

■ツアーおすすめポイント

- 旅行代金はなんと、1泊2日でお一人様、首都圏発着14,500円～、仙台発着8,500円～と、大まかに参加いただきやすい価格設定です。
- 現地でRurioのスタッフとイベントをお楽しみいただけます！
- 再生を目指す地元の方との交流や仲間作りをしたい方におススメ！
- 小高区と双葉町の“現在”を見学して、まちづくりを一緒に考えよう！
- 浜通り地域を楽しみ愛着を持ち、また来たいくなること間違いなし！



【モニターツアー】「今がアツい！！イノベーションの地、福島県浜通り小高地区・双葉町で感じる街と人の物語」好評発売中！
【東北復興ツーリズム】未来につながる新たな「まちづくり」とこれからの福島・浜通りの魅力を発見
株式会社JR東日本びゅうツーリズム&セールス
2024年10月10日 14時00分



JR東日本グループは東日本を営業エリアに抱え、鉄道輸送だけでなく駅を中心とした事業展開やまちづくりに取り組み、利便性とお客さまサービスの向上、地域の活性化に務めております。本事業では福島イノベーション・コースト構想を実現すべく、現地地域事業者である株式会社Rurioと連携することで、感度の高い若者へ更なる地域情報を発信し、イノベーション地域でのインターンシップや起業等、観光を超えたより深い関係性の構築を目指します。

本ツアーは、福島イノベーション・コースト構想 イノベ地域における交流・関係人口拡大推進業務「地域の価値向上に向けたブラッシュアップ事業」に選定され、実施しております。



発信日 情報発信内容

- 2024/10/1 東北大学・東洋大学での告知依頼
- 2024/10/1 Rurioより学生団体への告知
- 2024/10/5 立教大学・慶応大学での告知依頼
- 2024/10/5 Rurioより学生団体への告知
- 2024/10/7 当社顧客へのメルマガ(若者限定) 約20000名弱
- 2024/10/10 VTSプレスリリース、PR TIMESプレスリリース
- 2024/10/11 *and trip.X(旧Twitter)配信
- 2024/10/14 國學院大学・宮城大学等での告知
- 2024/10/16 VTSメルマガ(若者限定) 約4000名
- 2024/10/18 *and trip.X(旧Twitter)のJR水戸支社Xによるリポスト配信
- 2024/10/18 観光系専門学校での告知依頼
- 2024/10/21 Rurioより学生団体への告知
- 2024/10/22 *and trip.X(旧Twitter)のJR公式Xによるリポスト配信

3. 取組成果

(3) 旅アト情報発信概要

②オウンドメディア“*and trip.”での情報発信



ふくしま再発見の旅 ～希望と未来を紡ぐ小高地区・双葉町で感じる街と人の物語～【ツアー体験記】

編集 PR

2025/02/17

♡お気に入りに登録する



目次

- ～1日目 小高町歩き～
- ～2日目 双葉町歩き～
- ツアー振り返り
- ～最後に～

南相馬市小高区・双葉町は福島県の浜通り地域に位置し、首都圏からは特急ひたち号や普通列車を利用して約3時間半、仙台からも普通列車で約1時間半の場所に位置しています。今回はそんな浜通り地域で、地域の現状を知ってもらうためのツアーを、株式会社Rurioの皆さんと企画・実施し、20代～60代まで様々な世代の方にご参加いただいたので、ご紹介いたします。

～1日目 小高町歩き～

ランチ@故郷喫茶Caféカミツレ

初めに小高駅前でツアー開始のご挨拶。お昼の集合でお腹もすいているため、まず腹ごしらえのためのランチ場所に移動。今回お世話になったのは「故郷喫茶Caféカミツレ」。店内は温もりを感じる木目調の家具で揃えており、コミュニティスペースにぴったりなひろびろ空間が女性に大人気のお店。8ランチセットのお肉料理をいただきました！



故郷喫茶Caféカミツレ



ランチメニュー例

弊社オウンドメディア“*and trip.”へ情報発信として今回のツアー内容を掲載

※現在作成中(2月中掲載予定)

月間PV数は約450,000PV(2024年8月1日～8月31日実績)

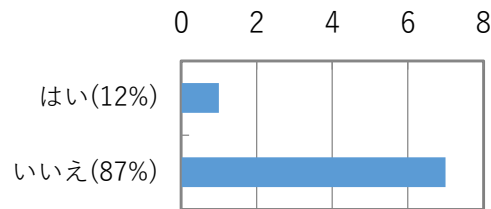
地域企業との連携による担い手創出事業
一発表会資料一

4. 効果検証

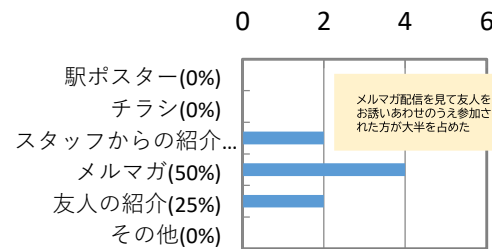
(1) 旅マイベント(アンケート)

①K, D, C, , , (回答者=8名)

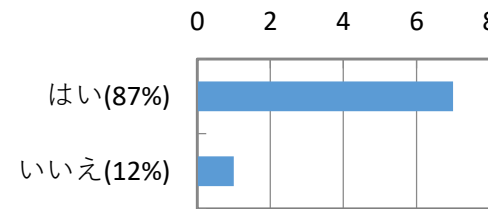
【Q1】これまで同じようなイベントや講座に参加されたことはありますか



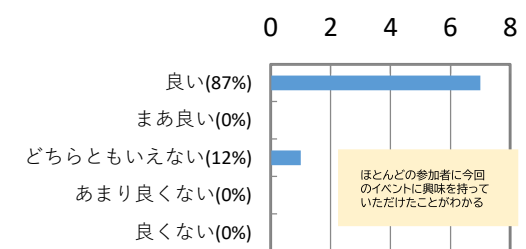
【Q2】今回のイベントをどちらでお知りになりましたか



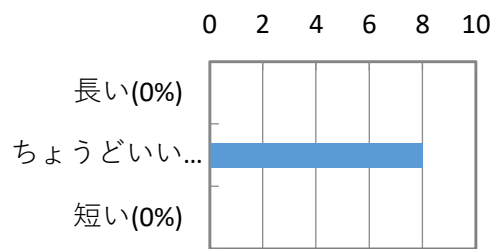
【Q3】今回のようなイベントが開催されたら、また参加したいと思いますか



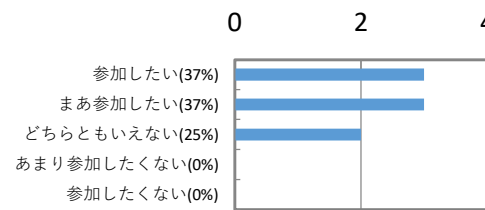
【Q4】イベントの内容は良かったですか



【Q5】イベントの時間はどうでしたか



【Q6】来年以降も継続的に同様のイベント等に参加したいですか



【Q7】今後やってほしい企画イベントなどご意見や、その他イベントに関する感想などがございましたらご記入ください

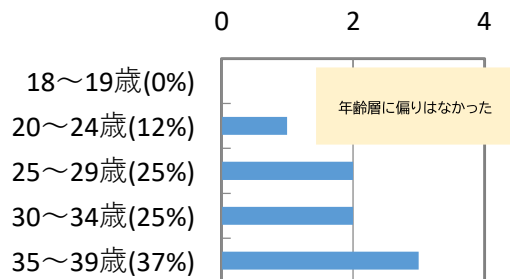
グルメイベント
告知が少しもったいないかなと思いました

酒と食のイベント
実際にやっている人の話を、試飲しながら聞けるというのはとても良かったです。あまりこういうことに参加したことは無かったのですが、直接生産者さんからの話を聞けて勉強にもなりました。美味しいお酒も飲めて楽しめました。

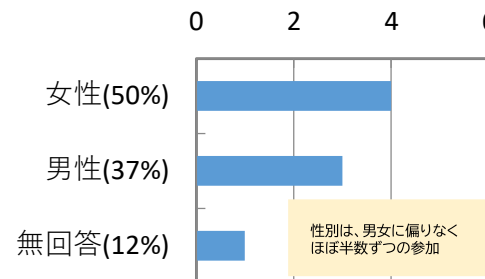
移住関連のイベント(体験ツアー紹介)
メルマガのみでの告知でしたので怪しいリンクかと不安になる部分もありました。内容は非常に面白かったのももったいないかなと思いました。

エピソードトークをもっと知りたい

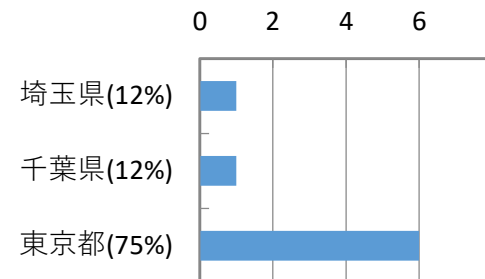
【Q8】お客さまのご年齢



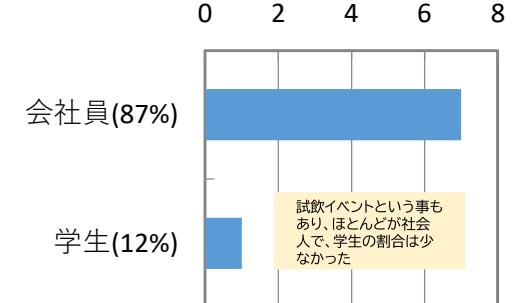
【Q9】お客さまの性別



【Q10】お客さまの居住地



【Q11】お客さまのご職業

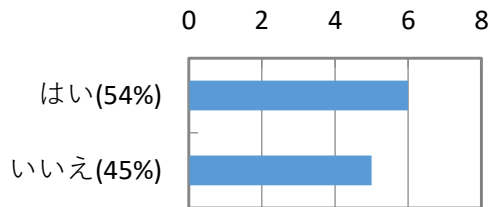


4. 効果検証

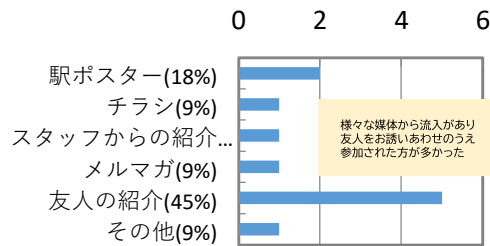
(1) 旅マイベント(アンケート)

②駅たびコンシェルジュ仙台(回答者=11名)

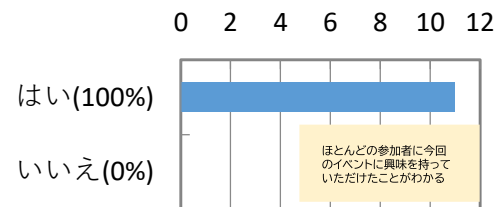
【Q1】これまで同じようなイベントや講座に参加されたことはありますか



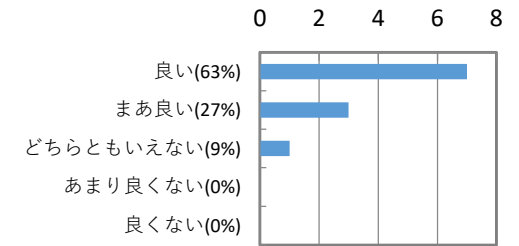
【Q2】今回のイベントをどちらでお知りになりましたか



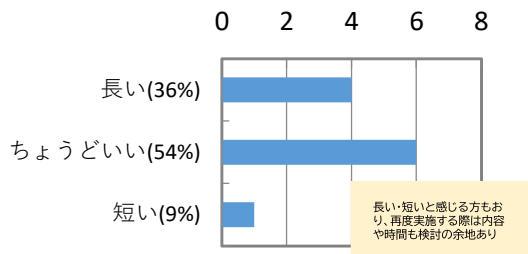
【Q3】今回のようなイベントが開催されたら、また参加したいと思いますか



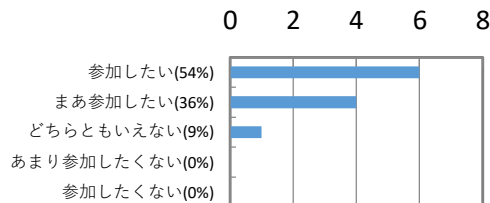
【Q4】イベントの内容はでいかがでしたか



【Q5】イベントの時間はどうでしたか



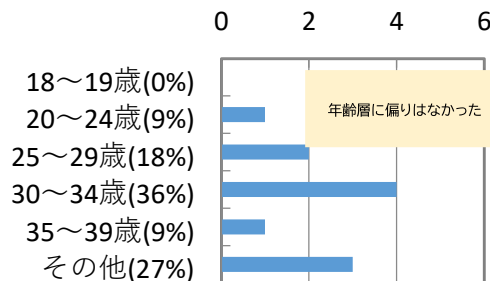
【Q6】来年以降も継続的に同様のイベント等に参加したいですか



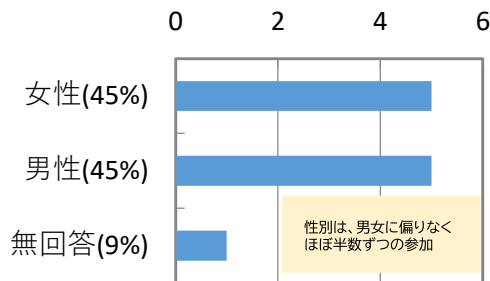
【Q7】今後やってほしい企画イベントなどご意見や、その他イベントに関する感想などがございましたらご記入ください

漁業、農業について地域物産の試食？ 体験イベントなど特になし。
今回、紹介のあった現地ツアーはいろいろなパターンで開催してほしい。JRさんが関わっているプロジェクトの企画お二人の経歴がよく分かるセミナーだったと感じました。こういった経緯今日はありがとうございました。冬の浜通りキャンペーンという旅行商品で浜通りエリアで仕事をされているのか伺うことができ勉強になりました。たくさんのお客様を受け入れていただいたご恩でなにか一緒にツアー他地方での地域づくりへの繋がりなど、もう少し繋がりのある内容が聞けを作れたらというおもいでしました。またお話しを伺いたいと思いました。ありがとうございました。
自分が想像していたまちづくりの話ではなかった。やりたいことやスキル東北エリアでのこのようなイノベーションに取り組まれているお話があればどう活かしてビジネスの面で勉強になった。
年齢限定ではないとありがたいです。興味の有無は年齢で区切れるものではないと思うので。

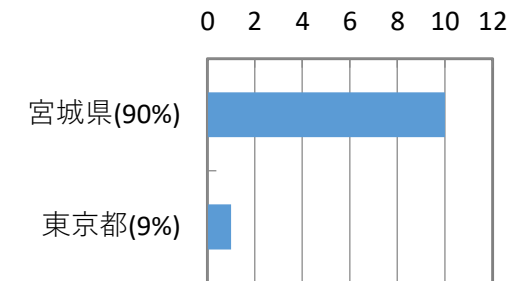
【Q8】お客さまのご年齢



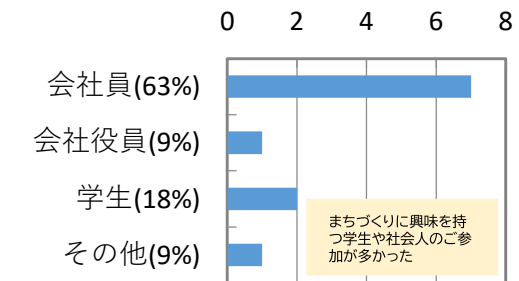
【Q9】お客さまの性別



【Q10】お客さまの居住地



【Q11】お客さまのご職業



4. 効果検証

(1) 旅マエイベント(アンケート)

①K, D, C, , ,

<分析結果報告>

- ・参加者の属性は20代前半～30代と、年齢や性別の偏りも少なく、お酒のイベントという事もあり、会社員の参加が多くを占めた。
- ・グルメや食のイベントを実施してほしいという声が多く、地酒と組み合わせたフードイベントの企画なども有望であると考ええる。
- ・エピソードトークをもっと聞きたいという意見もあり、地酒の背景や地域の特色、作り手の思いなどをさらに取り入れると体験価値を高められる。
- ・告知方法を改善すべきという意見があり、SNS等ターゲット層にあった広告手法を取り入れることで広範囲から参加者を募集できる可能性がある。
- ・内容は高評価を得ており、参加者の年齢層やバランスも良好であったが、無料イベントだと当日不参加も多数おり、参加料金は検討の余地あり。
- ・浜通り地域の地酒イベントの魅力をさらに高めるために、地域の特色を活かしながら新しい切り口を取り入れることで、参加者の満足度向上やリピーターの増加につながり、更なる認知度向上が期待できる。

②駅たびコンシェルジュ仙台

<分析結果報告>

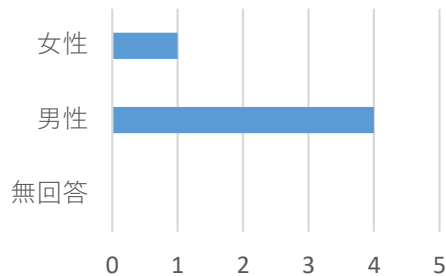
- ・宣伝告知については、多様な媒体が効果を発揮しており、特にポスターやチラシを見た方からの紹介が効果的だったと推測される。
- ・イベントの時間は「長い」「短い」という意見に対応し、セッションを複数に分けたり参加者が自由に選択できる等の工夫が必要。
- ・今回のようなイベントが開催されたら、参加者全員がまた参加したいと回答しており、イベントリピート開催への期待度の高さがうかがえる。
- ・参加者全員が、「良い」または「まあ良い」と評価しており、イベント内容自体は高い評価を得た。
- ・登壇者の活躍している浜通り地域のツアー開催を望む声があり、今後の商品造成に検討の余地はある。
- ・参加できる年齢を絞らないでほしいという声があり、認知度向上には年齢制限を撤廃し、参加対象の拡大が求められる。
- ・このイベントの成功をふまえ、地方創生における「人」をテーマにした体験型プログラムを拡充することで、地域の魅力をより深く伝えることが可能になる。継続的な開催とターゲットの拡大により、浜通り地域の地方創生への貢献度をさらに高めることが期待される。

4. 効果検証

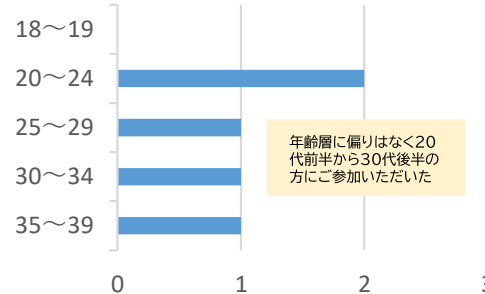
(2) 旅ナカツアー(アンケート)

①第1回(回答者=5名)

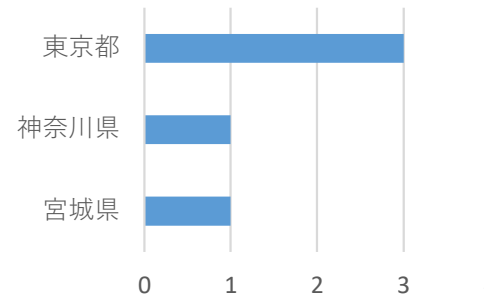
[Q1]性別



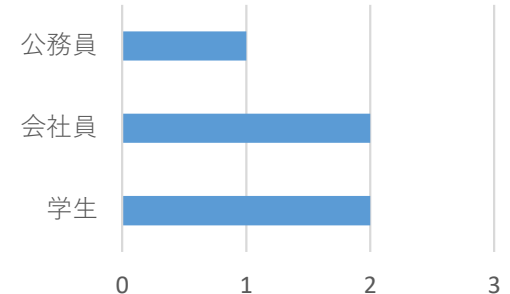
[Q2]年齢



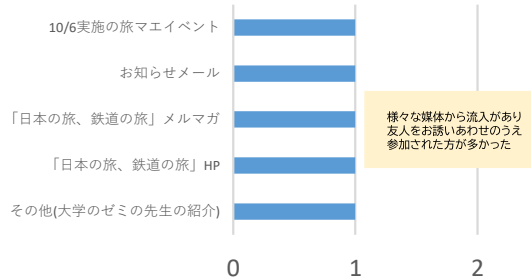
[Q3]お住まい



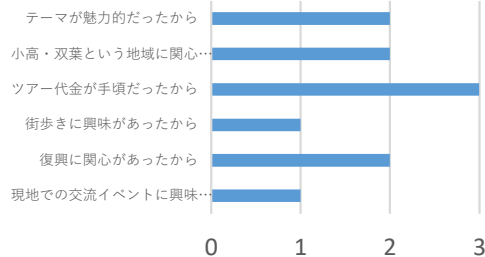
[Q4]職業



[Q5]ツアーを知ったきっかけ



[Q6]ツアーの参加動機
(複数回答)



[Q7]ツアー内で1番楽しかったこと

OPVでの話(想いや今後の展望)
双葉町の街歩き
参加者の方のお話を伺ったこと
他の参加者との交流(いろいろなバックグラウンドの人と話せた)
少人数だったので、参加者等の色々な話を聞いたこと

[Q8]ツアー内で1番印象に残っていること

OPVで起業をした方の実例
おれたちの伝承館での展示やお話
小高のおれたちの伝承館で館長のような方のお話を伺ったこと
「原発」というものへの捉え方は様々なにあるということ
OWB株式会社での会社紹介や目指しているものの話を聞いたこと

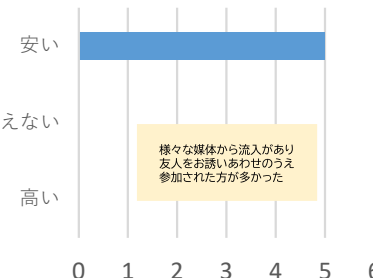
[Q9]浜通り地域の今後の発展には
何が必要だと感じたか

交通アクセスの改善
生活基盤の整備と人口
人と全国の人に関心
東北以外の人に、もう少し現状を知ってもらう(特に教育の現場で)
現況を知ってもらうための情報発信(良い悪い含めて感じ方が個人で違うため)(特に首都圏向け。ただし、色々な機関が各々出しているため一元化してほしい)

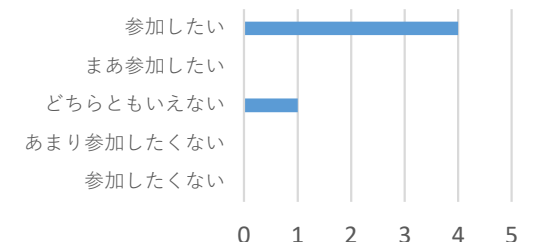
[Q10]小高や双葉で、自分が何か
事を起こすとすれば何をするか

地産物を活用したD2C事業
現状に加え、魅力をSNS等で発信する
教育関係の人と一緒にツアーをしたい
地域交通のあり方について、再検討するお手伝いをする
電車やバスの時間に合わせて短時間で回れるスタディツアーや街歩きがしやすいようなシェアリングサービスの充実

[Q11]ツアーの価格



[Q12]来年以降もツアーに参加
したいか

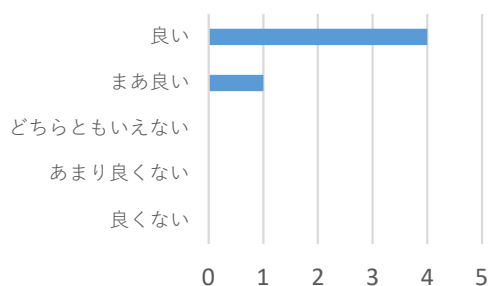


4. 効果検証

(2) 旅ナカツアー(アンケート)

①第1回(回答者=5名)

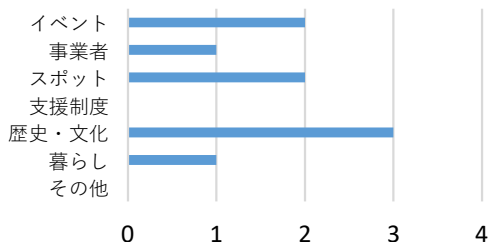
[Q13]全体的なツアーの内容



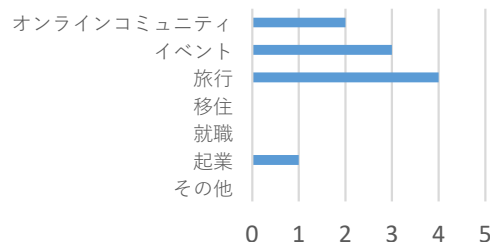
[Q14]ツアーに関する ご意見・ご感想など

通常のツアーと異なり、他の参加者との交流、現地企業との交流がある点が新鮮であり良かった。
普段は1人が家族で旅行に行くことが多く、久しぶりに係の方がついているツアーに参加しました。1人での参加で不安でしたが、びゅうの方もRurioの方も距離が近く話しかけてくださり、とても楽しかったです。またガイドをしてもらいながらの街歩きもとても楽しかったです。
様々な視点から浜通りを知る機会となりました。特に町歩きでそのままとなっている様子を知ることが出来て良かったです。
若い世代の交流の場となるようなツアーを低料金で行っていただけるのは非常にありがたい。浜通り地区に対する理解、関心も深まり、非常に勉強になるツアーだった。次回もぜひ参加したい。
出発のご案内に緊急連絡先が記載してあると良かった。(間に合ったが、電車が止まって、特急に乗り遅れる可能性があったため。)
参加者を見ると、大学のゼミや先生、先輩の紹介で参加しており、特に震災を経験していない若い世代にとってそういう募集は良いことだと感じましたし、そこから視野を広げてほしいなと思った。
双葉地域で活動、起業されている方の話、会社の見学も今後企画してもらえるとありがたいと思った。

[Q15]今後、本地域のどのような情報が欲しいか(複数回答)



[Q16]今後、地域とどのように関わりたいか(複数回答)



<分析結果報告>

- ・様々な経路から20前半～30後半までの参加があり、情報発信媒体が複数あったことから広範囲への情報発信が効果的だったことがわかる。
- ・参加動機も様々で、ツアー代金の手ごろさの他、復興や地域の魅力に関心がある層へ一定のニーズを捉えた内容が評価されたとうかがえる。
- ・「小高パイオニアヴィレッジ」や「おれたちの伝承館」など、直接現地での「人」との触れ合いが参加者の満足度を高める要因となった。
- ・浜通り地域の発展に認知度向上が重要であり、来訪者の増加が、二次交通の改善にもつながることを期待する声があった。
- ・同様のツアーがあった場合、また来年以降も参加したいという意見が大半を占め、再来訪意欲が高い事が明らかになった。
- ・今後、本地域との関わり方として、オンラインコミュニティで繋がりたいという意見があり、参加者への継続した情報発信が必要である。
- ・本地域のイベントやスポット、文化などの情報を求めている方が多く、参加者が興味関心を高めるためのコンテンツの提供が必要である。

5. 今後に向けて

(1) 次年度以降の事業計画

今年度は「旅マエイベント」「旅ナカツアー」「旅アト情報発信」の3本建てで本事業を実施した。JRグループおよびRuriolによる様々な媒体を活用し情報発信や広告宣伝展開を行ったが、集客に課題が残る結果となった。次年度以降、イベントやツアーを実施する際には、よりイノベーション要素を前面に打ち出し、福島イノベーション・コースト構想の中核である“「最先端技術」「復興」「産業創出」の視点”を取り入れた企画が求められる。

1. 情報発信の強化

- ・集客を強化するため、情報発信や広告宣伝の手法を見直し、特に若年層向けの媒体を積極的に活用する。例えば、TikTokやInstagramといったSNSの活用により、福島イノベ地域での先端技術の研究・実証や、地域での新たなライフスタイル創出の動きを、より魅力的に伝えていく。
- ・従来の観光訴求ではなく、「未来を創る地域」としてのブランディングを意識した情報発信を行うことが重要である。

2. ツアーの内容と価格設定の最適化

- ・ツアー販売価格は集客に大きな影響を与えるため、適正価格を見極めつつ、本地域の独自性を活かしたコンテンツを組み込むことが求められる。特に、イノベーション拠点(ロボットテストフィールド、廃炉研究施設など普段は見られない場所)への訪問(付加価値)や、先端技術に携わる人材との交流機会を含めることで、価格以上の価値を提供できるよう工夫する。
- ・また、地域の特産品(食・酒など)を活かした体験型コンテンツを強化することで、満足度向上と販売単価の引き上げを図る。

3. 若年層(特に学生)向け施策の強化

- ・ターゲット層である学生のライフスタイルに合わせ、長期休暇・学園祭・試験期間などを考慮したスケジュール設計を行う。
- ・また、大学や研究機関と連携し、産学連携ツアーやフィールドワーク型の体験プログラムを造成することで、教育的価値を高め、リピーター創出につなげる。

4. ターゲットエリアの拡大

- ・今年度は首都圏および仙台圏在住者をメインターゲットとしたが、南東北・北関東といった近隣地域にも着目し、よりアクセスしやすい現地発着型プランの開発を検討する。
- ・また、ターゲット層の多様化を図るため、「テクノロジー」「復興」「地域創生」などに関心の高い層へのアプローチを強化する。

5. 交流・関係人口拡大に向けた仕組みづくり

- ・単なる観光ツアーではなく、地域との関係を深める仕組みとして、例えば小高パイオニアヴィレッジを活用したワーケーションプランや、地域企業・スタートアップとの連携プログラムを導入し、二拠点居住や移住促進につなげる。
- ・また、地域連携DMOである「(公益財団法人)福島県観光物産交流協会」などと協力し、“現地ガイドの育成・ツアー商品化(小高町・双葉町の町歩きツアーなど)”を進めることで、より自由度の高い観光プランを提供する。

5. 今後に向けて

(2) イノベ地域での自走について

福島県浜通り地域が「イノベーションの拠点」として持続的に発展し、自走していくためには、地域資源を活かした産業創出・人材誘致・技術開発を加速させる仕組みを構築する必要がある。そのため、本地域を単なる観光地として捉えるのではなく、「技術革新」「起業・産業創出」「人材育成」「新しいライフスタイルの実験場」としての価値を確立することが重要である。

1. 産業創出・技術開発を促進するツーリズムの推進

- ・研究者・エンジニア向け視察・体験プログラムの造成
- ・福島ロボットテストフィールドなどの先端施設を活用した視察ツアーや技術者・研究者向けの実証・交流プログラムを構築。
- ・スタートアップ・企業誘致を目的としたプログラムの造成。

2. 「イノベーション×ライフスタイル」を実践する関係人口の拡大

- ・小高パイオニアヴィレッジやコワーキングスペースを活用し、都市部のイノベーター・クリエイター・エンジニアが滞在しながら働き、新規事業のアイデアを実証できる環境を提供。
- ・専用プログラムを設け、企業の新規事業担当者や学生が短期滞在しながら地域課題を解決するアイデアソンを実施。
- ・「イノベーション×地方移住」の実証モデルとして、「未来の地方都市のライフスタイル」を試せる居住体験プログラムを展開。

3. 「復興×イノベーション」のストーリーテリングとブランド戦略

- ・「災害復興」から「未来創造」へのストーリーを発信
- ・震災復興の過程を、未来の防災・減災・エネルギー技術の開発につなげる視点でツアーを造成。
- ・「日本の復興・再生モデル」というコンセプトで、海外の防災研究者や政策関係者向けの視察プログラムの展開。
- ・福島イノベ地域を「技術の社会実装を世界に先駆けて試せるフィールド」としてブランド化。

4. 持続可能な観光モデルの構築

- ・サステナブルツーリズムの推進(地域資源の活用、環境負荷の少ない観光)。
- ・デジタル技術の活用(オンラインツアー、観光アプリの開発)。

5. 広域連携による相乗効果の創出

- ・浜通り地域に限らず、福島県全体や他県との広域連携による観光ルートの開発。
- ・鉄道・バスを活用したアクセス改善や観光列車の運行企画。

本地域には、自然や景観などの観光地や、産業集積地としてのポテンシャルだけでなく、復興を目的とした拠点となる場所が数多く存在している。本エリアの魅力を多くの若者に発信することで、リピーターとして再び訪れていただき、さらには将来的な関係人口としての創出につながるよう、地域事業者との継続した関係構築や情報発信等、関係者一丸となって取り組んでまいります。

