

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の実施

口ケット打ち上げに伴う交流事業 実施報告書

福島イノベーション・コスト構想推進機構 御中

一般社団法人 宇宙産業連携機構

宇宙は、地域と関わる方を増やす入口として機能するのか？

口ケット打ち上げの見学に訪れる来訪者に対し、地域の食・文化・暮らしの魅力を体験してもらい、継続的な関係人口・産業人口の拡大につなげる仕組みを構築する。

来訪者をファネル構造で捉え、関心喚起から定着までの各段階に応じたプログラムを設計する。本事業はこのファネルの初期段階（関心喚起～来訪）を中心に検証を行った。

関心喚起 口ケット打ち上げをきっかけに来訪

来訪 地域の魅力を五感で体験

再訪 継続的な関係性を構築

定着 移住・企業進出の検討へ

打ち上げを軸とした交流プログラムの全体像

ロケットの打ち上げに足を運ぶ層を分解し、宇宙産業の人材獲得を見据えながら、フェーズごとに適切なプログラムを用意する。



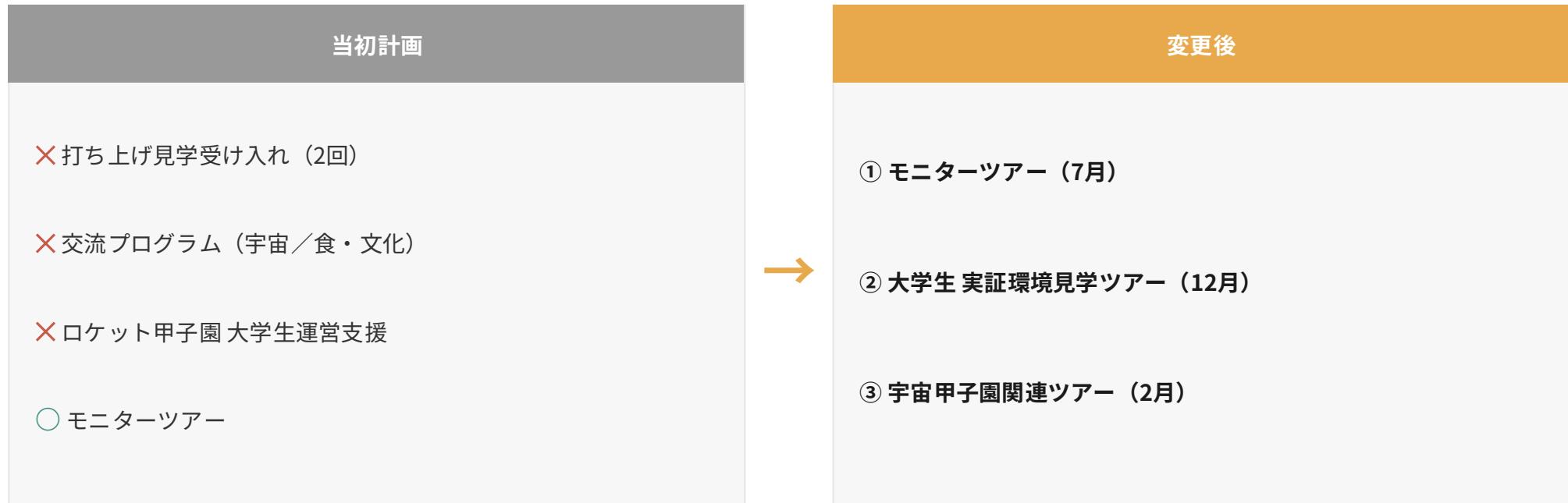
当初の検証仮説（ファネル軸）

ファネル段階	検証仮説	対応プログラム
関心喚起	ロケット打ち上げは来訪のきっかけとして機能するか	打ち上げ見学受け入れ ロケット甲子園
来訪	宇宙×食×文化の体験設計で地域の魅力が伝わるか	モニターツアー 交流プログラム（宇宙） 交流プログラム（食・文化）
再訪	体験後にリピート意向・継続的な関係が生まれるか	フォロー施策 個別ツアー対応
定着	移住・企業進出の検討につながる動線が成立するか	現地視察 自治体連携

ロケット打ち上げ未実施に伴う事業の再設計

当初予定していたロケット打ち上げ（2回）が、機体の技術的な問題により実施できなかった。これを受け、打ち上げがなくても検証可能な形に事業内容を再設計した。

打ち上げを前提とした交流プログラムおよびロケット甲子園の大学生運営支援プログラムも同様に実施が困難となった。



3つの事業がファンネルのどの段階を検証するか

事業	ファンネル段階	検証仮説
① モニターツアー (7月)	関心喚起→来訪	コンテンツの魅力がどこにあるかをメディア・有識者の目で検証する
② 大学生実証環境 見学ツアー (12月)	関心喚起→来訪	実証環境への関心が、継続的な来訪・利用意向につながるか
③ 宇宙甲子園 関連ツアー (2月)	関心喚起→来訪	大会参加者に地域を楽しんでもらうニーズがあるか

打ち上げが実施できなかったことにより、「関心喚起」の検証は口ケット以外のコンテンツで行い、「来訪→再訪」の段階に焦点を当てた検証を強化した。

事業① モニターツアー（2025年7月）

外部の視点（メディア・有識者）に対し、南相馬のイメージを「被災地」から「宇宙産業のフロンティア」へと転換するコンテンツの魅力を検証する。

日程	2025年7月15日（火）～16日（水）
参加者	計15名 首都圏メディア（社会部・文化部）、教育研究機関（駒場東邦・大山先生等）（招待制）
主な訪問先	JR原ノ町駅、MLC SPACE LAB（三菱倉庫）、田村紀夫氏ご自宅、井田川打ち上げ実証地、ブルーベリーパーク ぴぱぱ、相馬牧場、ふくふく醸造、但野宅（懇親会）

検証のポイント

- MLC SPACE LABでの最先端技術と田村紀夫氏宅に見られる「1000年の志」の継承を同時に体験
- ブルーベリーパークや相馬牧場など、地域の豊かな営みと宇宙が地続きであることを五感で確認
- 「感情の揺さぶり」を通じた深い共感と関係人口の創出可能性を検証

事業① モニターツアー（2025年7月）

「メディア向けツアーでここまで参加者同士が打ち解けるのは珍しい」

MLC SPACE LABをはじめとする宇宙関連拠点やロケット打ち上げ実証地、地域の宇宙産業事業者の視察に加え、震災以降、地域に根差して復興に取り組んできた方々の歩みにも触れた。

農家や牧場関係者、野馬追の出陣者など、多様な立場の方々との対話を通じて、地域の奥行きと重層的な魅力を実感する機会となった。



事業① モニターツアー (2025年7月)

「なぜ、広大な土地が生まれたのか」を尋ねることの意味

モニターツアーの成果

福島沿岸の宇宙を知るツアーでありながら、訪問先は津波被災した民家、沿岸の農家、畜産農家。

→

なぜ、広大な土地が生まれたのか
地域の再生のために挑戦する方たちの想い



事業② 大学生 実証環境見学ツアー（2025年12月）

大学生にとって実証環境の確保への関心が高いことが判明し、実証環境の体験に特化したツアーとして実施した。

日程	2025年12月13日（土）～14日（日）
参加者	計19名 東北大学、慶應義塾大学、筑波大学、日本大学、名古屋大学、東京理科大学等の学生・院生
主な訪問先	AstroX、IST東北第一工場、福島ロボットテストフィールド（ARES・会津大学共同実証見学）、下蛇沢・井田川実証用地、haccoba（醸造所見学）、MLC SPACE LAB（宿泊・懇親会）

検証のポイント

- MLC SPACE LABが宿泊機能を備えた「滞在型拠点」として機能し、長期検証実験のイメージを具体化
- ARESや会津大学による実際のデモンストレーションにより「ここで実験できる」という具体的なイメージを形成
- haccobaでのクラフトサケ体験を含め、「暮らして研究する」ことの魅力を提示

事業② 大学生 実証環境見学ツアー（2025年12月）

福島スペースカンファレンスに参加 → 実証見学ツアー開催へ

AstroXや福島ロボットテストフィールドを訪問し、実際の開発・実験現場を体感した。

MLC SPACE LABでの宿泊やhaccobaの見学、近隣スーパーでの買い物出しを通じて、現地で「暮らしながら研究する」具体的なイメージが醸成された。

「実際に使ってみたい」との声が多く寄せられ、具体的な活用意向の形成につながった。

一方で、交通手段や宿泊費補助など支援体制の充実を求める意見も明らかとなり、今後の受入環境整備に向けた重要な示唆を得る機会となった。



事業② 大学生 実証環境見学ツアー（2025年12月）

学生には、学生の都合がある。学生にとって理想の滞在環境を知る。

ポイント

滞在環境

- 長期滞在できる宿泊環境
- 楽しめるコンテンツ
- おいしいお酒
- リーズナブルでおいしい食事



事業③ 宇宙甲子園関連ツアー（2026年2月）

宇宙甲子園モデルロケット部門の開催に合わせ、大会参加者とその家族に地域を楽しんでもらうニーズの有無を検証した。

日程	2026年2月7日（土）～8日（日）
参加者	計36名 沖縄県立首里高校、鹿児島県立楠隼中学、群馬県立高崎工業高校等の出場チーム、保護者、一般参加者
主な訪問先	南相馬市馬事公苑、三菱倉庫、浪江町（サムライガーリック作業体験、WAZA見学、甲冑着付け体験、震災遺構請戸小学校）、ジョワイストロ ナミエ（懇親会）

検証のポイント

- 震災遺構請戸小学校（過去の教訓）とAstroX・IST（未来への希望）を並列に配置した教育的体験の効果
- 浪江町産食材をフレンチで提供するジョワイストロ ナミエでの「食の編集」の体現
- サムライガーリック・甲冑体験を通じた、宇宙を入口とした福島の多層的な理解促進

事業③ 宇宙甲子園関連ツアーの流れ

大会参加者101名のうち22名（CVR 22%）がツアーに参加。家族の参加率45%が最も高い。



示唆

家族の参加率が45%と最も高く、「子どもの宇宙体験に合わせて地域を知りたい」というニーズが確認された

生徒のCVR 15%は大会日程との兼ね合い。ツアー日程の最適化により参加率の向上が見込まれる

大会関係者以外にも14名が参加しており、宇宙甲子園自体が地域への集客装置として機能している

事業③ 宇宙甲子園関連ツアーのインサイト

宇宙にとっての「甲子園」は、特別な場所になることができる。

宇宙甲子園でのモデルロケット打ち上げを観覧後、宇宙産業関連施設の見学に加え、震災遺構の訪問、地域事業者との交流、地元食材を活用した食体験を組み合わせた。

「震災後の今を学べた」「福島を応援したい気持ちが強くなった」との声が寄せられ、宇宙というテーマが地域の歴史や復興、食と結びついて再認識される機会となった。宇宙甲子園を入口に、地域の魅力を総合的に知る体験ができた。



事業外 東京イベント & 現地ツアー

実証ツアーの参加者から、気軽に参加できる東京イベントへのリピートが生まれる

学生の実証環境見学ツアーから

- 東京における交流イベントへの参加
- 新たな参加者の紹介

へと拡大していることが確認された。

東京イベントを通じて、大学生が大企業やベンチャー企業の方と関係性を広げ、活動の応援者を獲得した



事業外 東京イベント＆現地ツアー

実証の下見のためにもう1回訪れてみる、宇宙と関係なく滞在してみる、へ

学生の実証環境見学ツアーから

● 現地ツアーの参加

改めて現地を訪問して、滞在環境を確認した。



ファネル全体での検証結果

関心喚起

宇宙甲子園 → ツアーへの参加 36名

ロケット打ち上げがなくても、宇宙産業の実証環境や地域の食・文化コンテンツ自体が来訪のきっかけとして機能することを確認。宇宙を目的に訪問した方がかなり高い確率でCVした。

来訪

訪問先のコンテンツや、目的にあわせた「食」などが高い満足度を得た

宇宙×食×文化の組み合わせにより、メディア・大学生・中高生家族のいずれにおいても宇宙に関する来訪目的から、地域とのつながりに関係性が変容する様子が確認された。

再訪

東京イベントや現地への再訪を確認、高いエンゲージメントを得た

大学生はMLC SPACE LABの滞在型拠点としての機能に高い評価。「ここで実験したい」という具体的な利用意向を確認。

定着

今回の3事業では定着段階までの検証には至らず。次年度以降、打ち上げ実現時のフルファネル検証が課題。

3つの事業を通じた成果

01

認知の転換

メディアを通じ、福島沿岸が宇宙産業を軸とした「街づくりのフロンティア」であることをブランディング。

02

担い手の確保

大学生に具体的な滞在拠点と実証用地を提示し、若手エンジニアとの継続的なパイプを構築。

03

地域理解の深化

次世代とその家族に対し、先端技術と食文化、震災遺構を組み合わせた多角的な体験を提供し、福島の真の姿を継承。

次年度以降の展望と重点施策

今回の検証で見えた課題

- 打ち上げ実施時のフルファナル検証が未実施
- 「再訪→定着」段階のフォロー設計が今後の課題
- ターゲット別のコンテンツ最適化の精緻化が必要
- コミュニティの規模拡大と持続的運営の仕組みづくり

次年度の重点施策

- 打ち上げ実現時の交流プログラム本格実施
- 大学生の実証利用ニーズに応える継続的な受入体制
- 宇宙甲子園の定例開催を活かした次世代との接点拡大
- 1,000人規模コミュニティ構築に向けたフォロー設計