

# ホープツーリズム海外誘客事業

**取組全体の目的・概要:** 福島県（原子力被災12市町村をはじめとした浜通り等）における風評が続く中、外国人交流人口拡大のためには「被災地の状況を中心に福島県を分かりやすく伝える技術の向上」「外国人向け旅行商品づくり・周知」が課題。

**取組のモデル性:** 被災地を中心とした学習旅行「ホープツーリズム」における、①受入体制の整備（通訳ガイド育成・マニュアル作成）②認知度の向上（Web整備）③コンテンツの磨き上げ（旅行商品造成販売）によって、継続的な外国人交流人口の拡大をはかる。

## 主な実施取組の内容

### 取組① 受入体制整備（通訳ガイド研修・マニュアル作成）

○原発事故を中心に福島の実情を正しく伝えるための基礎知識やファシリテーション能力の習得を図るべく、通訳ガイドの研修を実施。

#### 【研修概要】

開催回数:6回(延べ48名参加)

テーマ:放射線、食の安全、廃炉、復興、ファシリテーション、実地研修(浜通り地区)

講師:福島大学マクマイケル・ウィリアム助教

○放射線等の専門的知識が求められる福島県において、通訳やツアー行程による情報の偏りを避け、ツアーの理解度・満足度を向上させるため、アテンドマニュアル・事例集を作成。



研修の様子



マニュアル

### 取組② 認知度の向上（WEB基盤の整備）

○海外に向けたホープツーリズムの情報発信を行うべく、専用英語WEBサイトを開設。閲覧者の情報を分析し、福島の今の情報や、ツアーの魅力発信に繋げる。

URL: <https://www.hopetourism.jp/en/>



WEBサイト

### 取組③ コンテンツの磨き上げ（旅行商品造成・販売）

○広島大学留学生を招聘し、モニターツアーを実施(10月)。結果に基づき、外国人旅行客のニーズを踏まえた参加者の理解が深まるようなツアー行程を検討し、一般向け旅行商品の造成・販売・催行を実施(2月)。

#### 【旅行商品の実施テーマ(2泊3日)】

1日目:震災の歴史・結果・経過

2日目:震災の爪痕と現状の共有・地域の人々の暮らし

3日目:未来に向けて私たちができること

#### 【旅行商品の販売・プロモーション】

販売:WEBサイトで販売

プロモ:WEBメディア等紹介記事を掲載(12月～1月)

成果:NHK全国放送、日経新聞等メディア取材3媒体



催行の様子①



催行の様子②



メディアでの報道

#### 成果目標

- ◆旅行商品 1コース
- ◆送客人数 15人
- ◆宿泊者数 30人泊

#### 実績

- 旅行商品 1コース
- 送客人数 5人
- 宿泊者数 10人泊

○国籍別販売実績:  
中国 6人泊  
アメリカ 2人泊  
台湾 2人泊

## 得られた成果

- ガイド育成・アテンドマニュアルの作成により受け入れ体制の強化ができ、団体からの問い合わせにも対応が可能になった(海外大学ゼミ、県人会等)。
- 一般旅行客向け旅行商品の造成により、福島に関心ある外国人が参加し、高い満足度が得られた。
- 販売・プロモーション、メディア露出により「ホープツーリズム」の認知度が向上した。

## 今後に向けた課題・活動の見通し

- 地元の受け入れ団体(地元NPO団体や語り部団体)との連携強化、引き続きガイド育成による受け入れ体制の強化を継続。
- 募集型・受注型・FIT等、多様なニーズに対応できる商品展開を図る。