

情報発信等戦略の期間

令和4年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

令和4年度に引き続き、原発災害の風評を払拭すべく、国指定史跡である向羽黒山城跡を中心に会津美里町の魅力を全国に向けて発信し、誘客に繋げる。

令和4年度は、コーエーテクモゲームスさんの人気ゲーム「信長の野望」と提携し、ゲームのキャラクターや音楽を使用した専用サイトと有人ガイドを伴わずに山城を踏破できる音声ガイドアプリを構築してきた。その中で、歴史ファンやゲームファンの取り込みを想定したが、事業が始まったばかりで、いまだ広く認知されるまで至っていない。令和5年度からは、人気歴史ゲームである「信長の野望」とのコラボレーションを、より広く、前面に押し出した情報発信を展開していく。

まずは、友好都市である台東区の協力を得て、広報やホームページでモニターツアー募集する。ツアーは、「戦国の天空茶屋」と称し、かつての戦国大名たちも見たであろう、向羽黒山城跡から会津盆地を見下ろす絶景での日本茶の野点をメインとする。歴史ロマンと地元の食材、地酒にあふれたモニターツアーを実施し、その様子を専用サイトの動画配信やSNS配信するとともに、台東区の広報やホームページでも紹介していただき、福島県と会津美里町、向羽黒山城を広く知ってもらおう。ツアーの募集にあたっては、向羽黒山城を題材にした紙芝居の作成上映を地元の団体に委託し、台東区と会津美里町の交流事業の際に上映する。温故知新の紙芝居という、あえてアナログな媒体を使用することで、世代を超えて向羽黒山城の魅力を訴えるとともに、お得感のあるモニターツアーの募集案内も同時に行い、会津美里町へといざなう。

次に、山城案内アプリの機能と対象地域を拡張し、AR拡張現実により山城全体を俯瞰できる機能を備えるほか、人気ゲーム「信長の野望」のキャラクターを使用したノベルティである御城印状を景品として、スタンプラリーを実施し、山城や周辺の街並みへ周遊を促す。山城の周辺を歴代城主の「信長の野望」のキャラクターをあしらったのぼり旗で彩り、訪れた人が戦国時代の日本最大級であった山城のロマンに浸れるような雰囲気づくりを進める。そうそうたる顔ぶれの歴代城主ののぼり旗を見上げることで、向羽黒山城跡の魅力が存分に発揮される。アプリを使用し、歩きまわること自体が楽しみになるように仕掛けていく。

以上の取り組みを、発行部数毎月6万部を誇る、歴史系雑誌「歴史街道」の裏表紙に連載し、モニターツアーの募集や実施報告を専用サイトにリンクさせる。「歴史街道」の裏表紙に、コーエーテクモゲームスの「信長の野望」と会津美里町の向羽黒山城跡をコラボレーションして連載することは相当のインパクトがあると思われ、「会津美里町の向羽黒山城は面白そうだ!」という認識を持ってもらい、歴史ファンと「信長の野望」ゲームファンに向けての、風評を払拭する魅力的な情報発信にしていく。

民間の一般社団法人会津美里町観光協会（以下「観光協会」）と会津美里町産業振興課商工観光係が同等で主体となり、観光振興及び風評払拭にむけて情報発信を実施していく。観光協会が、情報発信の実働部隊として機能し、向羽黒山城を含めた観光情報を、自らのホームページ、インスタグラムを中心にメディアミックスしながら発信していく。

③ 情報発信等の戦略目標

本事業の戦略目標は、「人気ゲームを介した向羽黒山城の魅力を発信することで、新たな誘客に結びつけ、おもてなし需要を喚起し、地域の振興につなげる」である。

【令和7年までの数値目標】

- A 向羽黒山城跡、入場者数を年間2,000人
- B 御城印状の累計売上数 5,000枚
- C 向羽黒山城専用サイト訪問者数、累計5,000人
- D 向羽黒山城跡利活用団体の創出 1団体
- E 向羽黒山城跡関連経済効果、今よりも1,000万円増（協力事業者に売上の推移観察を要請）

④ 全体工程表

- R4 4-1 向羽黒山城専用サイト
- 4-2 山城案内アプリの試験運用

- R5 5-1 友好都市台東区と協力してのモニターツアーの実施
- 5-2 信長の野望御城印状スタンプラリー
- 5-3 雑誌「歴史街道」への連載

- R6 6-1 観光大使、山城名刺

- R7 7-1 山城シンポジウム

【対象市町村等が独自に行う情報発信等に関する取組との連携】

上記の全ての取組を、会津美里町と一般社団法人会津美里町観光協会のHPで取り上げ、相互にリンクさせる。また、町広報で特集を組んで町民にもこの向羽黒山城プロジェクトを周知していく。