

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、令和5年度に引き続き、原発災害の風評を払拭するために、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ガイドアプリを構築した。令和5年度は、ガイドアプリのエリア拡張やAR（拡張現実）の実装、ゲームキャラクターをコラボした御城印やのぼり旗、冬のモニターツアーや雑誌『歴史街道』への連載など、情報発信の多様化を図ってきた。しかし、SNSでの感想などから判断して、依然として日本最大級山城としての認知度は低いと思われる。よって、引き続き全国規模での情報発信を続けて行く必要性を感じる。令和6年度も「信長の野望」とのコラボを活用し、現代に実存する向羽黒山城跡の魅力を中心に情報発信を展開していく。

まずは、20年以上にわたって観光協会が中心となって開催してきた5月下旬の「向羽黒山城まつり」において、歴史系人気ユーチューバーによるシンポジウムと現場での仮想攻城戦ライブ解説中継をユーチューブ上で展開する。攻城戦においては、趣旨に賛同したモニターツアー参加者を兵士役として配置するとともに、向羽黒山城にゆかりがあり、熱烈なファンを持つ伊達政宗や直江兼続などをモデルにした武将隊にも兵士を率いていただき、合戦の臨場感を演出する。その模様をプロのライブ中継事業者に委託し、歴史上一度も合戦の舞台になったことがない向羽黒山城に歴史のロマンを創り出す。

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5月上旬発行刊に事前に告知し、その後の刊で攻城戦を含む向羽黒山城まつりの特集を組む。さらには、ライブ中継した動画をアーカイブ化し、専用サイトを更新し、町の観光大使として任命する20名に、QRコードを貼り付けた「向羽黒山城特別名刺」を配布いただき、誘導する取り組みを実施する。あわせて、31回の歴史を誇る全国山城サミット島根県大会に参加し、全国に向けてPRし、認知度を一気に高めていく。この取り組みを単発ではなく令和6年度、7年度の2年にわたり継続していくことで、全国に向けて、会津に「日本最大級山城の向羽黒山城あり」という強烈なインパクトを植え付けることを意図していく。

難攻不落の山城を地域のまつりの中で、エンターテインメントとして映像化し、人気ユーチューバーの影響力を駆使して、風評を払拭する魅力的な情報発信にしていく。令和4年度から、今まで開発してきた、専用サイトやガイドアプリ、スタンプラリーや特別仕様ののぼり等の活用も企図する。

② 会津美里町の情報発信体制

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、「人気ゲームを介して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、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

【行程表】

- R4 4-1 向羽黒山城専用サイト
- 4-2 山城案内アプリ運用

- 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 向羽黒山城まつりシンポジウム及び攻城戦ライブ配信
- 6-2 観光大使による山域名刺配布
- 6-3 第31回全国山城サミット島根県益田市大会でのPR
- 6-4 雑誌「歴史街道」への特集広告

- R7 7-1 向羽黒山城まつりシンポジウム及び攻城戦ライブ配信
- 7-2 第32回全国山城サミットでのPR

【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】

上記の取組を、在京の会津美里町出身者で作る組織にチラシ等を送付し、山城の魅力をPRしていく。