

(様式1-5)

会津若松市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年5月9日時点

※本様式は1-3, 1-4に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	1	事業名	国際会議の機会を活用した「スマートシティ会津若松」等魅力発信事業	事業番号	A - 1
事業実施主体	会津若松市	総交付対象事業費	9,616千円		
既配分類	千円	当該年度交付対象事業費	9,616千円		
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業				小計	9,616千円
①情報発信事業					
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					
iii) 情報発信コンテンツ作成					
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
i) 企画立案のための外部人材の活用					
ii) 地域の語り部の育成					
二 関連施設の改修					
地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修					
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
①「スマートシティ会津若松」「サムライシティ会津若松(※)」といった会津若松の魅力についての動画等の制作 動画(5分程度)の制作 ASEAN諸国向け等8カ国語(予定)対応 2本 (※)実直で粘り強い会津人の気質により受け継がれた教えや歴史、武家社会の文化を全身で感じることができる街を表現した言葉で、本市が商標として登録。					
②会津大学等と連携した「スマートシティ会津若松」等の魅力の発信 会津大学学生・留学生等 20名					
③会津若松市内で開催される国際会議との連携による効果的情報発信 基調講演(オンライン配信あり)や会場ブース等における動画上映 県内バス移動時の動画放映(タブレット等) 市内ホテル旅館等への宿泊や地元ランチ等の体験 市内スマートシティ拠点の視察 取材で訪れた各国メディアへの情報発信					

【アウトカム】

- ①動画等  
出席者（100名※）へのアンケート実施  
会津若松市の「スマートシティ」としての認知率100%  
オンライン参加者によるSNSへの感想等の投稿 100件  
動画再生総数 年間計1,000回以上
  - ②会津大学等と連携した魅力発信  
会議参加者と留学生との交流。  
出席者（100名※）へのアンケート実施  
会津若松市の安全・安心な都市等としての認知率100%
  - ③会合の開催と連携による効果的情報発信  
出席者（100名※）へのアンケート実施  
会津若松市へのポジティブな印象の認知率8割以上
- ※ 新型コロナウイルス等の状況より変動の可能性あり

事業概要

事業実施主体	会津若松市
主な企画内容	動画配信。市内で開催される「第4回日ASEANスマートシティネットワークハイレベル会合（以下「会合」という。）」との連携により会津若松の魅力を発信して海外等における風評払拭
主な事業の実施場所	会津大学、スマートシティAiCT等
事業の実施期間	令和4年7月～令和5年3月

企画内容

【実施体制】

- ①実施主体：会津若松市
- ②連携団体及び役割分担  
福島県及び関係市町等が連携して、以下のとおり役割分担。
  - i) 福島県：ASEANから訪日した参加者の福島への移動及び県内視察対応、並びに動画等情報発信等
  - ii) 会津若松市：動画等情報発信。宿泊体験対応。市内観光支援。市内移動対応等
  - iii) 広野町：動画等情報発信、宿泊体験対応等。
  - iv) 檜葉町：動画等情報発信、宿泊体験対応等。
  - v) 会津大学：会津若松市と連携し、学生、留学生等と参加者の交流による情報発信
  - vi) 一般社団法人スーパーシティAiCTコンソーシアム：スマートシティ分野の民間団体として協力

## 【現状・課題】

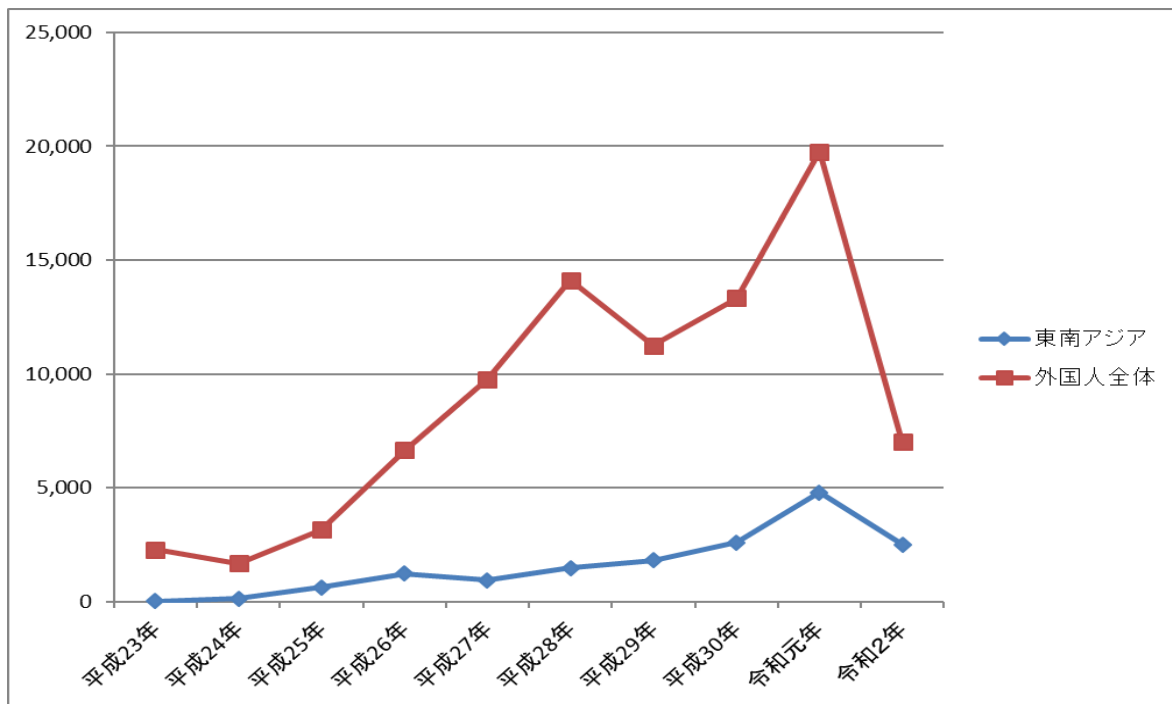
### 〈現状〉

- ・会津若松市は放射線量の測定や食品検査の結果から見ても、安全・安心に過ごせる都市である。
- ・2011年の東日本大震災及び原子力災害による風評により、会津地域においても観光入込客数は大きく落ち込んだが、近年、修学旅行者を含め、回復してきている。
- ・一方で、インバウンド客はコロナ禍前であっても、まだまだ低い伸びである。
- ・市が震災後に取り組む「スマートシティ会津若松」「サムライシティ会津若松」の取組の知名度は国内では徐々に高くなっている。
- ・ASEAN諸国への福島県産の農林水産物の輸出額は年々増加している。

### （課題）

- ・会津若松市が行ってきた風評払拭のための取組は、一定程度効果を現してきており、今後、新たなターゲットに向けた情報発信が必要であるが、「会津若松」の名前をそもそも知らない海外への情報発信を効果的に行うことは大変困難。
- ・実際に「スマートシティ会津若松」等を実感をもって経験して世界で発信してもらい、あるいは、海外マスメディアに直接取材をしてもらうためにも、会津若松市で開催される国際的イベントの機会を活用することが極めて効果的。
- ・会津産農林水産物のASEAN市場におけるさらなる取扱拡大のためにも、「会津若松」の知名度上昇が必要であるが、下記グラフのとおり、（コロナ禍前は）東アジアを中心としたインバウンドは増加したが、東南アジアからのインバウンドはまだ限られていた。

（外国人向け観光案内所利用者数を示すグラフ）



#### 【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・本市では、インバウンド客を呼び込むための取組として、これまで、ウェブサイトの整備やボランティアガイドの育成（2014年）、フリーWi-Fiスポットの整備（2015年）等の取組を行ってきた。
- ・これに加えて2015年より、スマートシティ会津若松の取組の一環として「VISIT AIZU」事業を行っている。この事業では、英語、繁体中国語、簡体中国語の多言語で観光情報を発信するだけでなく、閲覧者の国籍に応じて嗜好性を反映し、選択言語や訪問時期により異なる観光コンテンツを提示している。
- ・震災後の海外への農林水産物輸出拡大の取組として、「会津みしらず柿販路拡大促進協議会（会津よつば農業協同組合、会津美里町、会津坂下町）」に、会津若松市も平成30年度に加入し、「会津みしらず柿」のタイ及びマレーシアへの輸出に取り組んでいるところ。さらに令和2年度からはシンガポールも輸出先として追加した。以上のような取組で、徐々に認知度を挙げていくが、対象国を絞って、効果的に情報発信するところまでは至っていない。特に、最初から会津若松市に興味がある層にしか、情報を発信できていない。また、海外においては、英語及び中国語話者にしか情報発信ができていない。全く接点のない、海外の一般の方にも復興の進む会津若松のイメージをいかにして伝えるかが課題。

#### 【事業実施により得られる効果】

- ・国際会議の機会を活用して、複層的に情報発信を行う。特に訪日する参加者に、母国語による動画や、自国から日本に留学している留学生等との交流を通じて情報を発信することにより、より深く、実体験としての正しい情報の定着を図る。
- ・ニュース性のある国際会議と連動して情報発信し、招聘された各国マスメディアにも魅力ある情報を提供することにより、各国での報道を実現する。
- ・「スマートシティ会津若松」「サムライシティ会津若松」について、極めて強いイメージと（視察等による）具体的な体験に基づく情報を発信してもらうことにより、海外における新たな会津若松市のイメージを定着させることができる。
- ・結果として、海外のみならず国内においても、会津若松市を「知りたい」「行きたい」という関心層の大幅な拡大に寄与し、福島県風評払拭につながる。

#### 【今年度事業における具体的な取組内容】

- ・国際会議との連携による情報発信により、風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略の「知ってもらう」、「食べてもらう」、「来てもらう」のすべてに取り組む。
- ・まず、ASEANからの会議参加者（各国政府関係者）に会津若松市内にとどまってもらうため、市内ホテル旅館等に宿泊体験をしてもらう。
- ・宿泊体験等を通じて会津産の食品等を「食べてもらう」、「サムライシティ会津若松」体験ツアーなどにより会津若松市の魅力を「知ってもらう」ための、さらなる情報発信を図る。
- ・次に、会場を国内有数のICT専門大学である会津大学とし、教育機関と連携したスマートシティづくりを情報発信する。
- ・会議の基調講演等で制作した動画を活用し、さらにASEAN各国の言語で制作したバージョンを提供することにより、各国の「スマートシティ」政策関係者の多くに「スマートシティ会津若松」の情報が共有されるようにし、各国における会津若松情報の発信拠点を築く。
- ・会津大学の学生と会議参加者との交流の場を設けることにより、より深い会津若松市の情報を参加者に与え、市のファンとなってもらう。帰国後の情報発信を質・量とも強く後押しする。
- ・会議後半には、市内のスマートシティ関係企業の拠点である、「AiCT」を訪問し、官民連携の取組を含めた「デジタル田園都市」の具体例としての印象を打ち込むなどして「スマートシティ会津若松」の魅力を更に体感してもらう。
- ・これらの取組を同行する海外メディアに取材してもらい、ASEAN各国で幅広く情報発信してもらう。
- ・結果として、会津若松市の先進的で魅力的な側面が、極めて効果的にASEAN各国で発信され、将来のインバウンド需要や農林水産物の輸出拡大につなげることを目的とする。

①動画の作成

実施期間：R4. 7月～R5. 3月

実施体制：委託業者

ターゲット：ASEAN各国の「スマートシティ」等に興味を持つ者及び一般国民

成果品： 動画（5分）2本 8カ国語対応

「サムライシティ会津若松」及び「スマートシティ会津若松」

②会津大学の留学生等による情報発信

実施期間：R4. 7月～R5. 3月

実施体制：会津大学との連携。

・事前研修 統一的に正しい情報を発信するため、自治体職員等による事前研修やAiCT、サムライシティ関連施設等現地視察を実施

・参加者との交流等により会津若松市に住んでいる者の目から見た魅力等について発信

③会合の開催と連携による効果的情報発信

実施期間：R4. 12. 3～5(R4. 7月～R5. 3月)

実施体制：委託事業者

- ・日本旅館ホテル宿泊体験（2泊）事業
- ・会津ランチ交流（会津大学食堂）等事業（地産品等の特産物提供を含む。）
- ・会津若松市内スマートシティ拠点（AiCT）等視察
- ・会場にスマートシティ会津若松の紹介パネルや動画ブース設置
- ・「サムライシティ会津若松」体験ツアー

【今年度事業における目標】 ※複数年度にわたって事業を実施する場合

【今年度事業の実施により得られる効果】 ※複数年度にわたって事業を実施する場合

【次年度以降の取り組み】 ※複数年度にわたって事業を実施する場合

【新型コロナウイルス感染拡大防止対策】

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体である実行委員会に参加する地方公共団体（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施する。