あかべこ会津にあいばっせ

～アプリでめぐる会津若松市～

愛知学院大学法学部　小林明夫ゼミナール
代表者：晦日優菜
発表者・参加者：及川凜音、岡野耕大、小野愛果、柿元美優、金田瑞葵、亀洞菜月、
川合茜理、瓦井拓海、鈴木粋都、鈴木勇登、髙瀬友鈴、寺島優、
長屋杏実、名取穂乃美、野村將馬、長谷川葉流、林大夢、松川拓磨、
晦日優菜、山下栞怜

梗概

近年、デジタル化が進みスマートフォンが手放せない時代になっており、若者の間ではSNSの利用やポイ活アプリの利用が多くなっている。

また、会津若松市の総人口は、2000年時点で135,415人、2020年時点で117,376人と減少傾向にあり、今後も減少すると予測される。年齢別人口についても、年少人口は減少しているのに対し、老年人口は増加していることから若者の人口は減少し、高齢化が深刻になると考える。さらに観光客数については、新型コロナウイルスの影響で2020年、2021年に100万人を下回ったが、2023年には約175万人まで回復したことから今後も回復していくと考えられる。

そこで私たちは、若者に選ばれるまちを実現するため、「あかべこ会津にあいばっせ」というプロジェクトを提案する。このプロジェクトは、会津若松市が持っているICT技術と、今後も活発になると予想される観光とを結びつけた「あかべこ集め」というアプリを活用した事業である。「あかべこ集め」では、会津若松市の観光名所を巡ってもらうことで、あかべこを育成しポイ活をすることができる。これを通じて、会津若松市に足を運びやすくし、その方々にセカンドハウスのサブスクリプションを提供することで、若者の定住に結び付けることができると考える。

第１章　はじめに

私たちは、今回のテーマである「地方都市における若者の定着」について、会津若松市の持つ ICT 技術に焦点を当てる。第２章では、会津若松市の人口の推移や ICT 技術と若者のデジタル利用について現状分析を行う。第３章では、基本的な考え方としてどのようにして若者に定着してもらうかについて述べる。第４章では、基本的な考え方に基づいて「あかべこ会津にあいばっせ」というプロジェクトを提言し、参考となる群馬県の「群馬 HANI-アプリ」について紹介する。さらに、それに対するメリットや課題とその対応策について述べる。まとめの第５章では、今回の提言から見た今後の展望について述べる。

第２章　現状分析

第１節　会津若松市の現状

（１）人口の推移

①　総人口の変化

会津若松市の総人口は、2020 年時点で 117,376 人であり、2000 年の 135,415 人と比較すると、約 13.3%減少している[1]。また、2040 年には約 90,000 人まで総人口が減少することが予測されている[2]。

②　年齢別人口の変化

会津若松市の年少人口（０～15 歳未満）は、1980 年時点で 28,900 人であったが、2020 年には 13,716 人まで減少している。一方で、老年人口（65 歳以上）は、13,421 人から 36,307 人へと増加している[3]。また、2040 年には年少人口は 8,000 人を下回り、高齢化率（65 歳以上の人口割合）は 40%に達することが予測されている[4]（図１参照）。

---

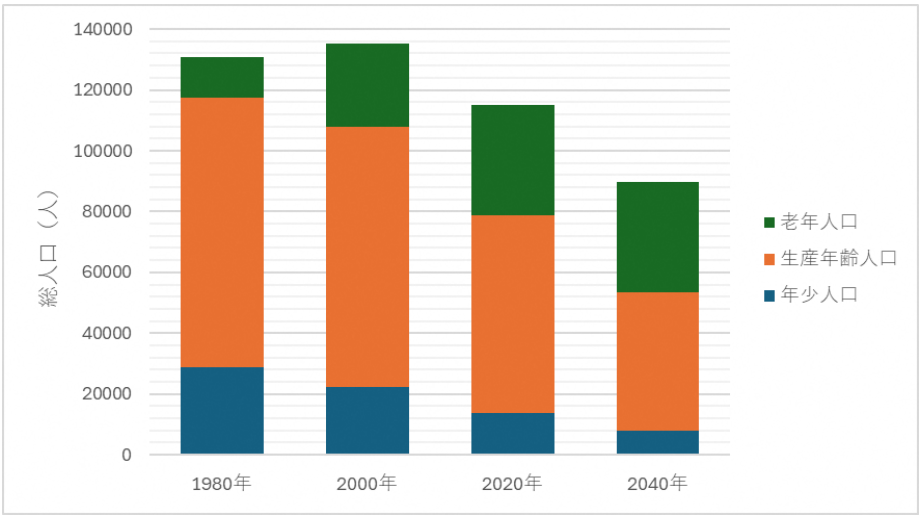
[1] 会津若松市企画政策部情報統計課「令和２年国勢調査 人口等基本集計結果（会津若松市の結果概要）」　６頁（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2007080901423/）（閲覧日 2024 年９月 23 日）

[2] 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和５年推計）」（https://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson23/t-page.asp）（閲覧日 2024 年９月 23 日）

[3] 会津若松市企画政策部情報統計課・前掲（注）１　８頁

[4] 国立社会保障・人口問題研究所・前掲（注）2

（図１）会津若松市の総人口及び年齢３区分別人口の推移

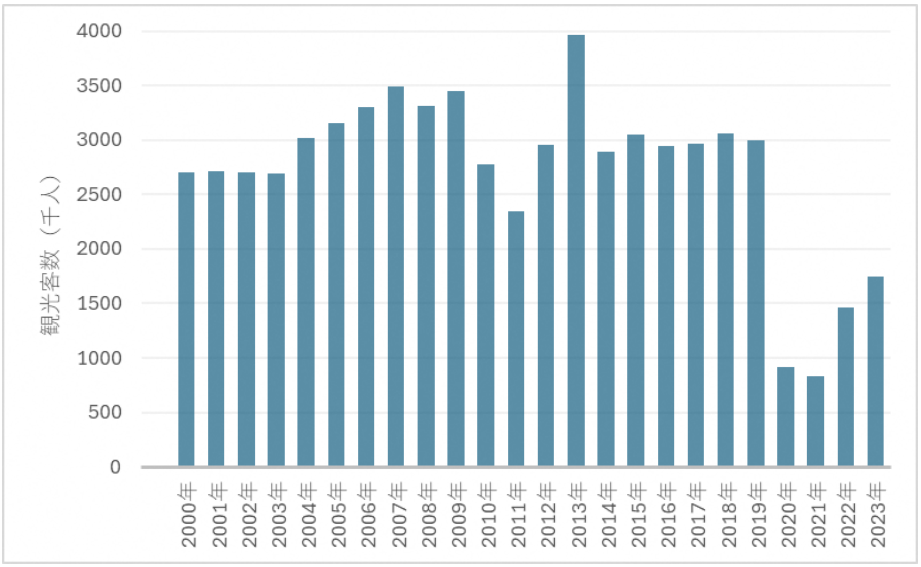


（出典：「令和２年国勢調査 人口等基本集計結果（会津若松市の結果概要）」及び「日本の地域別将来推計人口（令和５年推計）」より作成）

（２）観光客数の推移

会津若松市を訪れた観光客の総数は、2000 年以降でおおよそ 300 万人程度を推移していたが、新型コロナウイルスの影響により 2020 年と 2021 年に大きく減少し、100 万人を下回った。その後、2022 年からは回復傾向を見せ、2023 年５月に新型コロナウイルスが５類に移行されたことを受け、約 175 万人まで回復したことから[5]、今後もさらに回復していくと考えられる（図２参照）。

（図２）会津若松市の観光客数の推移



（出典：会津若松市観光課「観光客数と主な観光施設利用者数の推移」より作成）

[5] 会津若松市観光商工部観光課「観光客数と主な観光施設利用者数の推移」（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2016092600026/#jyu）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

（3）スマートシティ会津若松

会津若松市は、「スマートシティ会津若松」の推進を掲げ、情報通信技術(ICT)や環境技術などを、福祉・教育・防災・交通等といった生活を取り巻く様々な分野で活用し、将来に向けて持続力と回復力のある力強い地域社会と、安心して快適に暮らすことのできるまちづくりを進めている[6]。この取組が目指すものは、単なるデジタル化ではなく、ICT 関連企業の受け皿としての「スマートシティ AiCT」の整備[7]や、地域ポータルサイト「会津若松＋（プラス)」の運営[8]、地域通貨としての「会津コイン」の発行[9]といった、地域にデータもお金も残すことができる「三方良し」の仕組みの実現が目指されている。また、会津大学や一般社団法人スーパーシティ AiCT コンソーシアム、そして会津若松市の産官学の連携により、さらなる推進が図られているものである[10]。

第２節　若者のデジタル利用

若者のデジタル利用について、スマートフォンの利用と若者の間で流行しているアプリについて述べる。

スマートフォンの１日の平均利用時間は、2019 年では 112.1 分、2021 年では 136.3 分とコロナ禍に入ってから増加している。新型コロナウイルスが５類に移行された 2023 年では 132.1 分とほぼ横ばいになっている[11]。年代別でみると、10 代と 30 代は約２時間、20 代は約３時間、50 代は約１時間であり、若者は長時間スマートフォンを利用していることが分かる[12]。2022 年のスマートフォンの依存に関する調査によると、全国で約 70%の人がスマートフォンに依存していると回答した。年代別でみると、10 代で約 60%、20 代で約 70%の人が依存していると回答した[13]

---

[6] 会津若松市ホームページ「スマートシティ会津若松について」（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2013101500018/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

[7]スマートシティ AiCT ホームページ「スマートシティ AiCT について」（https://aizu-aiyumu.co.jp/about/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

[8] 会津若松市ホームページ「地域情報ポータルサイト『会津若松＋（プラス)』とは」（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2015121000042/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

[9] 会津若松市「スマートシティ会津若松パンフレット 2022 年度版」　12 頁（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2023072400026/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

[10] 会津若松市・前掲（注）9　2～5 頁

[11] Glossom(株)「スマートフォンでの情報収集に関する定点調査 2023 年」（https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000031.000043425.html ）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

[12] NHK 放送文化研究所「2021 年メディア利用の生活時間調査」（https://www.nhk.or.jp/bunken/yoron-jikan/column/media-2021-04.html?v=4235dfd2b74945d32146babf5d1996c5）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

[13] MMD 研究所「2022 年スマホ依存と歩きスマホに関する定点調査」（https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2131.html ）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

若者の間では、「LINE」、「Instagram」、「X（旧 Twitter)」といった SNS や、「Amazon Prime Video」、「ABEMA」、「NETFLIX」といった動画サブスクリプションのアプリの利用が多くなっている[14]。また、最近では「ポイ活」アプリが流行している。「ポイ活」とはポイント活動の略で、ポイントを貯めること、運用すること、使用することをいう[15]。特に電車での移動時間などを利用して行う「ながらポイ活」が人気であり、2022 年の調査によると、10 代で 60.7%、20 代は 56.0%の人が「ながらポイ活」のアプリを現在利用していると回答した。ながらポイ活アプリの利用状況をジャンル別でみると、「移動計測」が 32.8%、「レシート撮影」が 30.2%、「ゲーム」が 21.6%となり、「移動計測」が最も多くなっている。移動計測のながらポイ活アプリには、「トリマ」、「Coke ON」、「ポ数計」など様々なアプリがあり、「トリマ」が最も多く利用されている[16]。若者は、以上のような「ポイ活」アプリを積極的に利用している。

第３章　基本的な考え方

第１章と第２章で述べたように、会津若松市は人口の減少、特に若者の人口の減少が顕著である。しかし、観光客数は増加しており、今後も増加していくと考えられる。また、会津若松市には画期的な ICT 技術があり、様々な活用事例もある。そこで私たちは、会津若松市の観光客数の増加と、ICT 技術に着目する。会津若松市の持つ ICT 技術を活用し、観光客数を増やす。その上で、会津若松市を訪れた観光客を定住まで繋げる方策を考える。

観光客を増やし、定住まで繋げるため、３つの柱が考えられる。

１つ目は、ICT 技術を用いて会津若松市について知ってもらうことである。若者の主要都市圏への流出などによる人口減少が加速する会津若松市において人口の増加を図るためには、会津若松市が魅力の１つとして挙げている ICT 技術を活用し、ICT のまち・会津若松市としての知名度を上げることが求められる。

２つ目は、観光客を増加させ、来訪者に会津若松市の魅力を伝えることである。観光客に ICT 技術を用いたサービスで様々な旅行プランを提案し、それまで知られていなかった会津若松市の歴史、文化、自然といった地域の魅力に触れてもらう。これにより、地域の新たなブランド力の醸成に繋げ、観光客の再訪や交流人口の増加、会津若松市の人口減少の抑制に寄与できると考える。

３つ目は、繰り返し訪れた人を定住に繋げることである。繰り返し来訪することと定住することとの間にはギャップがあるため、地域の良さが理解されても、それが直接定住には繋がりにくい。そこで定住の前段階としてお試し居住ができる仕組みが必要であると考える。

---

[14] Glossom(株)・前掲（注）11　参照。

[15] 教育と ICT Online 第 109 回 10 代に人気の「ながらポイ活」とは？（https://project.nikkeibp.co.jp/pc/atcl/19/08/28/00031/020800122/ ）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

[16] MMD 研究所「2022 年ながらポイ活に関する調査」（https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2105.html ）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

第４章　具体的な政策提言

第１節　提案

私たちは、会津若松市において郷土玩具の赤べこが有名である点と、「一緒に行こう」という意味が会津の方言で「あいばっせ」である点をかけ、「あかべこ会津にあいばっせ」と称するプロジェクトを提案する。「あかべこ会津にあいばっせ」とは、会津若松市独自のアプリ「あかべこ集め」を開発・利用し会津若松市に足を運びやすくすることで観光客を増やし、定住者の増加につなげるプロジェクトである。このプロジェクトは４つの段階に分かれている。

(１)アプリケーションの開発

観光客が会津若松市に足を運びやすくするために、会津若松市独自のアプリ「あかべこ集め」の開発を行う。開発に際しては、DMO と行政へのインターンシップを連携しアプリの作成に取り組む。

DMO とは、地域の“稼ぐ力”を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する『観光地経営』の視点に立った観光地域づくりのかじ取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である[17]。DMO を活用することで、地域に根づいたマーケティングの促進や、地域住民や民間企業を巻き込んだマーケティングを実施することができ、地域の魅力をリアルに届けられる。そのため、専門的知識を持つ事業者だけでなく、多様な地域の人もアプリの開発に携わることが可能となり、より地元の魅力を感じられる地域密着型のアプリの完成を見込むことができる。

また、市役所へのインターンシップに参加をした学生にも加わってもらい、アプリの作成に関わる人材の多様性を確保する。それにより、作成過程で会津若松市に関心のある若者に市の魅力を直接体感してもらうことができる上、アプリの開発事業そのものが若者の能力を育成・発揮する機会となり、優れた若手人材の増加にも役立つと考える。

(２)アプリケーションの広報活動

アプリのリリース後に多くの観光客に利用してもらうため、アプリの特徴や魅力を伝える広報を行う。アプリの広報手段には SNS を活用することで、幅広い地域の方にアプリの存在を認知してもらい、アプリのインストールに繋げる。

参考事例として、群馬県が主導し開発を行った埴輪を育てる育成アプリ「群馬 HANI-アプリ」が挙げられる。私たちは本年９月９日に群馬県庁を訪問し実地にヒアリング調査を行った。「群馬 HANI-アプリ」は、群馬県の公式 Instagram アカウントである「ぐんまハニスタグラム」や県のマスコットキャラクターぐんまちゃんの公式 X、さらには県のホーム

---

[17] 観光庁「観光地域づくり法人(DMO)とは」(https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/dmo/dmotoha.html)（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）

ページを使い、アプリの宣伝を実施したとのことである[18]。その結果、情報が拡散され、「群馬 HANI-アプリ」の総ダウンロード数は 2024 年 9 月 2 日時点で 31,031 件を記録した。

以上の事例のように、SNS を活用した広報は高額な経費を使うことなく、アプリを広める手法として大いに有効であると考えられる。

(3)アプリケーションの利用による観光促進

アプリの具体的内容は次の通りである。はじめに、滞在期間や移動手段など、観光客の目的に合わせたモデルコースをいくつか設定し、そのモデルコースの要所にチェックイン QR コードを設置する。観光客にアプリで QR コードを読み取ってもらうと、様々な種類のあかべこをアプリ内で入手することができる。スタンプラリー形式で会津若松市内を巡り、あかべこ集めをしてもらう。あかべこが一定個数以上集まるとポイントが貯まり、段階的に特典として市内で利用できる割引券を入手することができ、お得に市内を観光することができる。この割引券は飲食店などで利用することができ、市内の経済発展の一助になることが見込まれる。

また、会津若松市を訪れるたびに相棒のあかべこ達のレベルが上がっていくことで、ゲーム感覚で「あかべこ集め」を継続することができると考える。

このように「あかべこ集め」を利用し観光をすると、より会津若松市のことを楽しめる仕様となっている。巡るモデルコースによっては、観光客が知らない会津若松市の一面を体感することもでき、会津若松市について知ってもらうきっかけになると考える。

(4)サブスクハウスによる定住者の増加促進

会津若松市内にある使用されていない古民家や空き家をリノベーションしてサブスクハウスとして活用する。サブスクハウスは、毎月定額の料金を支払うことで一定期間、住居を利用することができ、賃貸に比べてコストが抑えられるため人気である。会津若松市にある既存の古民家や空き家を活用することにより、地域再生にも貢献することができる。

そして、開発したアプリの利用者のみが宿泊できるサブスクハウスを提供する。セカンドハウスとしてリノベーションしたサブスクハウスで宿泊し、実際に住むことでアプリの利用者に会津若松市の魅力を伝えることができ、最終的には定住者の増加にも繋がると考えられる。

第２節　メリット

この事業を進める上でのメリットは５つある。

１つ目に、市民も参加しやすく、今まで訪れたことのない地域にも行く機会を得られることが挙げられる。

---

[18] 群馬県庁ホームページ「群馬 HANI-アプリ～群馬の埴輪を育ててオリジナル古墳をつくろう！」
（https://www.pref.gunma.jp/page/3842.html）（閲覧日 2024 年 9 月 30 日）

会津若松市の ICT 技術を活用しアプリを制作することで、市民にとっても参加しやすい環境を提供し、地域探索の新しい機会を創出することが可能である。そのため、普段訪れることのない地域や観光スポットに出かける機会が増加し、会津若松市の隠れた魅力や新たな発見が期待できる。この結果、地域への興味や愛着が深まることが見込まれる。

また、アプリを通じて市民が友人や家族と共に地域を巡ることで、地域内の交流活動が活発になり、地域の絆が強化される。さらに、アプリの利用は観光地やイベント、地域ビジネスの支援にもつながり、地域経済に好影響を与えると考えられる。

２つ目に、会津若松市に住む多くの市民が DMO の事業に携わることができる可能性があり、その結果、市民のシビックプライドの醸成が期待できることが挙げられる。

自治体が行う政策を外側から見ているだけでなく、内側から実際に携わることで、政策を通して市民たちが市の魅力を再認識することができる。そして、シビックプライドを持つ人たちは「地域に貢献したい心意気」があるため、地方創生への取り組みにも積極的に参加してくれることが予想できる。市民のシビックプライドを醸成させることで若者が市に住み続けること、さらには DMO の事業を通してシビックプライドを高めた市民が生活のしやすさや市の魅力などを市外にアピールすることで、市民の定住化だけでなく移住者の増加にも繋がると考える。

３つ目に、会津若松市の活性化を期待できることが挙げられる。

地域を活性化させるためには、会津若松市といえば何が有名な町であるかをひと目で分かるようにすることが必要である。会津若松市といえば、会津漆器や会津木綿をはじめ、会津絵ろうそく、赤べこ、起上り小法師、唐人凧などの有名な工芸品や民芸品が数多くある。工芸品や民芸品の中でも、特に赤べこは他県からの認知度が高く、歴史も長い。2024 年４月には、「アカベコランド」という赤べこに特化した新たな観光施設がオープンするなど、会津若松市が誇る民芸品として広く知られている。本政策でアプリが普及することにより、会津若松市と言えば「赤べこの町」であるとより印象づけることができる。

４つ目に、政策に携わる人（民間企業、DMO、市民）と連携をしてアプリを作るため、関係者のお互いの顔が繋がり今後も連携を取りやすくなることが挙げられる。

本政策は観光地や飲食店の協力、アプリの開発、サブスクハウスの運営等を行うにあたって民間企業や DMO、市民と相互に関係を構築する必要がある。本政策による関係の構築は会津若松市の様々な分野の交流を生み出すことができ、関係性を強くし、今後の連携がとりやすくなる。このことにより、新たに政策を行う際に、より円滑に進めることができる。他方で、本政策をきっかけに知り合った人達が新たに事業を起こすという波及効果も期待できる。

５つ目に、会津若松市の ICT 技術の発達を広く周知することに繋がることが挙げられる。

会津若松市は、ICT 技術が発達しており、住みやすい自治体である。そこで、より多くの人にこのことを知ってもらい、移住・定住に繋げることができる。先進的な ICT 技術を活用し、実行することで会津若松市の ICT 技術のさらなる発展の可能性があることを市内外に広く周知することに繋がる。

また、ICT 技術やデジタル技術に関連する企業の誘致に伴い、関連する技術者やその家族の移住・定住を促進することができ、同時に新たな雇用を創出することにも繋がるため、

人口の流失を抑制することが可能であると考える。加えて、アプリの普及により若年層が会津若松市を訪れる契機を創出することができ、将来的には移住・定住に繋げることができると考える。

第３節　事業を進めていく上での課題と対応策

この事業を進めていく上での課題は２つある。

１つ目に、アプリ開発に際して関係者や観光関連産業、飲食店の協力を得ることができるかということである。

本政策は地域主導で進める DMO を活用する事業である。そして、DMO の関連団体には観光庁から人材育成や財源確保に対する支援、さらには情報支援も受けることができる[19]。観光に関する事業について情報を拡散させたい、事業を発展させたいと考える飲食店や宿泊施設等は多い。それらの事業者たちから協力を得ることができると考えられる。

また、この事業に理解を示す事業者に対して、資金補助をすることで参加を促しより協力を得ることができると考える。実際に観光庁では「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」を行っている[20]。この事業では、地域計画の構築・磨き上げや宿泊施設の改修、廃屋の撤去など、地域・産業の「稼ぐ力」を回復・強化するための取り組みを支援している。幅広い領域の専門家と連携し、サポートを受けることができるため、この制度の活用が見込まれる。

さらに、会津若松市が行っている商店街の空き家を利用して出店する人を支援する「まちなか出店応援補助金」を活用することで飲食店などお店の数が増え、より効果が期待できる[21]。また、資金面だけではなく、観光地へのゴミ箱設置や外国人観光客への多言語による案内表示の設置などの支援を行うことで、より多くの人に参加してもらうことが期待できる。

２つ目に、会津若松市を繰り返し訪れてもらうことが定住者の増加に繋がるのかということである。

今回提案した「あかべこ集め」をきっかけとし、会津若松市を訪れた人全員に、住み続けたいとすぐに感じさせることは難しい。そのため、まずは短期間、市内で生活してもらい、もっと長く住み続けたいと思ってくれる方々を徐々に増やしていくことが必要である。そこで、主にアプリ使用者をターゲットとした「定額制住み放題サービス」、いわゆる空き家や使い手のない離れ等を活用した、セカンドハウスのサブスクリプションを始める。今

---

[19] 観光庁「観光地域づくり法人(DMO)等に関する支援」（https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/jizoku_kankochi/dmo/shien.html）（閲覧日 2024 年９月 28 日）

[20] 観光庁ホームページ「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」（https://kankosaisei-chiiki.net/）（閲覧日 2024 年９月 23 日）

[21] 会津若松市ホームページ「まちなか出店応援補助金」（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2024031300043/）（閲覧日 2024 年９月 23 日）

後も核家族化が進み、高齢者のみの世帯の増加、潜在的空き家の増加が考えられる[22]。近年では、フリーランスやリモートワークのほか、移動販売やインターネット関連事業等、職場と生活圏が遠く離れていても、十分な収入を得ることが可能になっている。また、転職を考える人が増加し、ステータスよりも生きがいを求め、より個人の楽しみや生活を大切にする生き方を選択する人も増加している。そのような価値観、考え方の変化からも空き家のサブスクリプションの注目度の高まりが一層期待できる。このように、空き家の活用をこれまで以上に行うことで、管理者側もサブスク利用者側にもメリットがある。その上、来訪者や移住者の増加が期待でき、地域活性化にも資する。

第５章　おわりに

今回の提案は、若者の流出という問題をすぐに解決できるような効果がでるものではない。しかし、中長期的に見れば「あかべこ会津にあいばっせ」というプロジェクトを通じて若者に選ばれるまちを実現できるものであると考える。

これからの少子高齢化社会において、交流人口・関係人口の維持や増加は重要になる。そのために今回提案をした「あかべこ会津にあいばっせ」というプロジェクトを通じて会津若松市に興味を持ち、定住をしてくれる人を増やしていくことが可能であると考える。

さらに市民も携わることができるような政策を行うことで、シビックプライドの醸成にも繋がり、会津若松市を活性化させたいという同じ志を持つ市民を繋げることも可能である。その繋がりから新しいプロジェクトが生まれ、会津若松市のさらなる発展に繋げることができると考える。

[22] 第 2 期会津若松市空家等対策計画　９～10 頁
(https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2020031600022/file_contents/akiyakeikaku2.pdf)　(閲覧日 2024 年 9 月 23 日)

<参考文献>
会津若松市観光商工部観光課「観光客数と主な観光施設利用者数の推移」
（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2016092600026/#jyu）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
会津若松市企画政策部情報統計課「令和２年国勢調査 人口等基本集計結果（会津若松市の結果概要）」
（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2007080901423/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
会津若松市「スマートシティ会津若松パンフレット 2022 年度版」
（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2023072400026/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
会津若松市ホームページ「スマートシティ会津若松について」
（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2013101500018/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
会津若松市ホームページ「地域情報ポータルサイト「会津若松＋（プラス）」とは」
（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2015121000042/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
会津若松市ホームページ「まちなか出店応援補助金」
（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2024031300043/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
NHK 放送文化研究所「2021 年メディア利用の生活時間調査」
（https://www.nhk.or.jp/bunken/yoron-jikan/column/media-2021-04.html?v=4235dfd2b74945d32146babf5d1996c5）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
MMD 研究所「2022 年スマホ依存と歩きスマホに関する定点調査」
（https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2131.html）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
MMD 研究所「2022 年ながらポイ活に関する調査」
（https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2105.html）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
観光庁「観光地域づくり法人(DMO)等に関する支援」
（https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/jizoku_kankochi/dmo/shien.html）（閲覧日 2024 年 9 月 28 日）
観光庁「観光地域づくり法人(DMO)とは」
（https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/dmo/dmotoha.html）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
観光庁ホームページ「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値事業」
（https://kankosaisei-chiiki.net/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
教育と ICT Online 第 109 回 10 代に人気の「ながらポイ活」とは？
（https://project.nikkeibp.co.jp/pc/atcl/19/08/28/00031/020800122/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
Glossom(株)「スマートフォンでの情報収集に関する定点調査 2023 年」
（https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000031.000043425.html）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
群馬県庁ホームページ「群馬 HANI-アプリ～群馬の埴輪を育ててオリジナル古墳をつくろう！」
（https://www.pref.gunma.jp/page/3842.html）（閲覧日 2024 年 9 月 30 日）
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和５年推計）」
（https://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson23/t-page.asp）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
スマートシティ AiCT ホームページ「スマートシティ AiCT について」
（https://aizu-aiyumu.co.jp/about/）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）
第 2 期会津若松市空家等対策計画

（https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2020031600022/file_contents/akiyakeikaku2.pdf）（閲覧日 2024 年 9 月 23 日）