

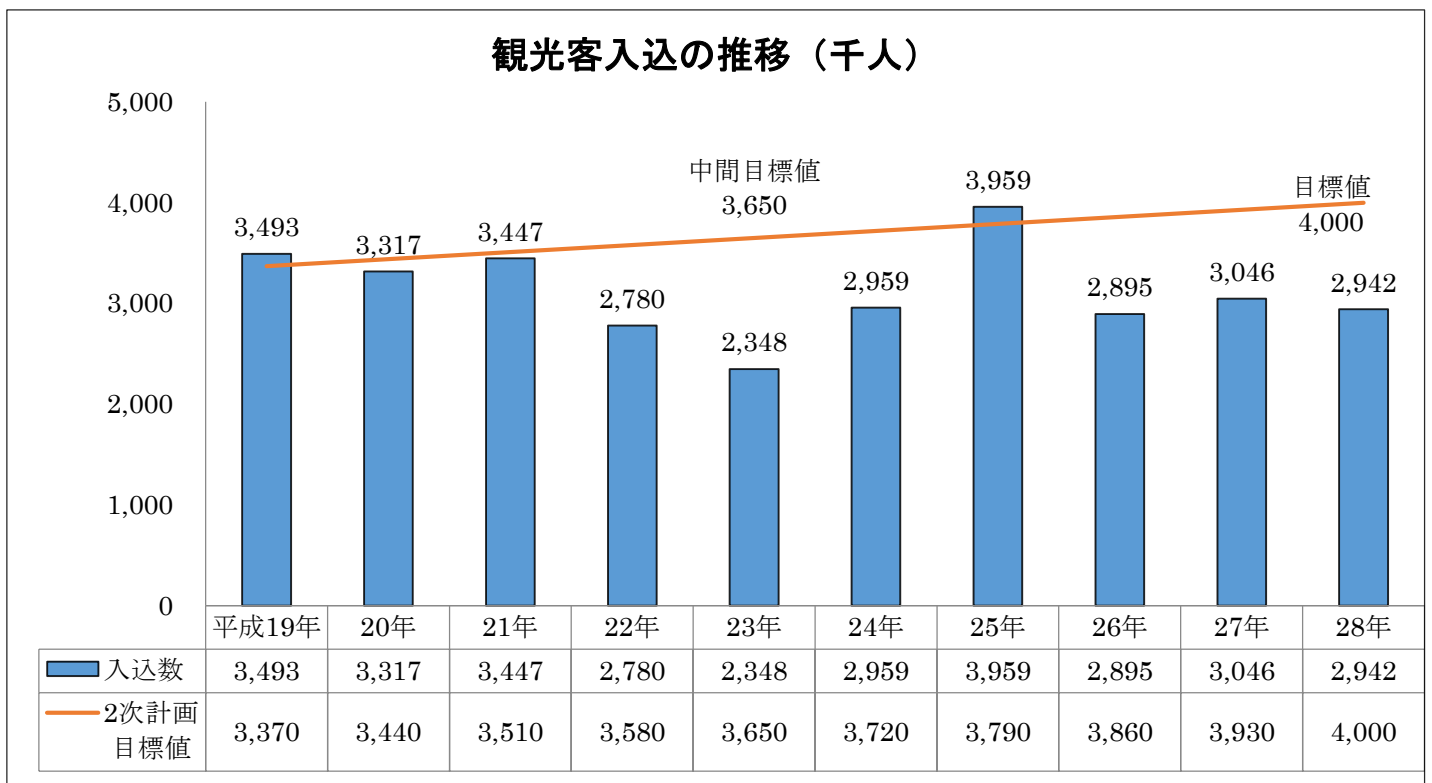
Ⅱ 本市観光の現状と課題

1 観光入込数等

(1) 観光入込の推移（第2次会津若松市観光振興計画の達成状況）

第2次観光振興計画の入込目標としては、平成19年から毎年徐々に入込を増加させ、計画最終年である平成28年の観光入込目標を4,000千人としているところです。

平成19年から3年間は、概ね数値目標を達成していましたが、平成22年は、天守閣の赤瓦葺き替え工事により鶴ヶ城外観が足場で覆われたことによる入込減、平成23年は東日本大震災により観光客が激減しました。平成24年以降は、風評被害の影響があるなか、平成25年の大河ドラマ「八重の桜」放送による入込増加や、平成27年の「ふくしまデスティネーションキャンペーン」や「天守閣再建50周年記念事業」など、機会を捉えた誘客取組などにより、観光入込数は東日本大震災前の水準に戻りつつありますが、完全な回復、計画目標の達成には至らないのが現状です。

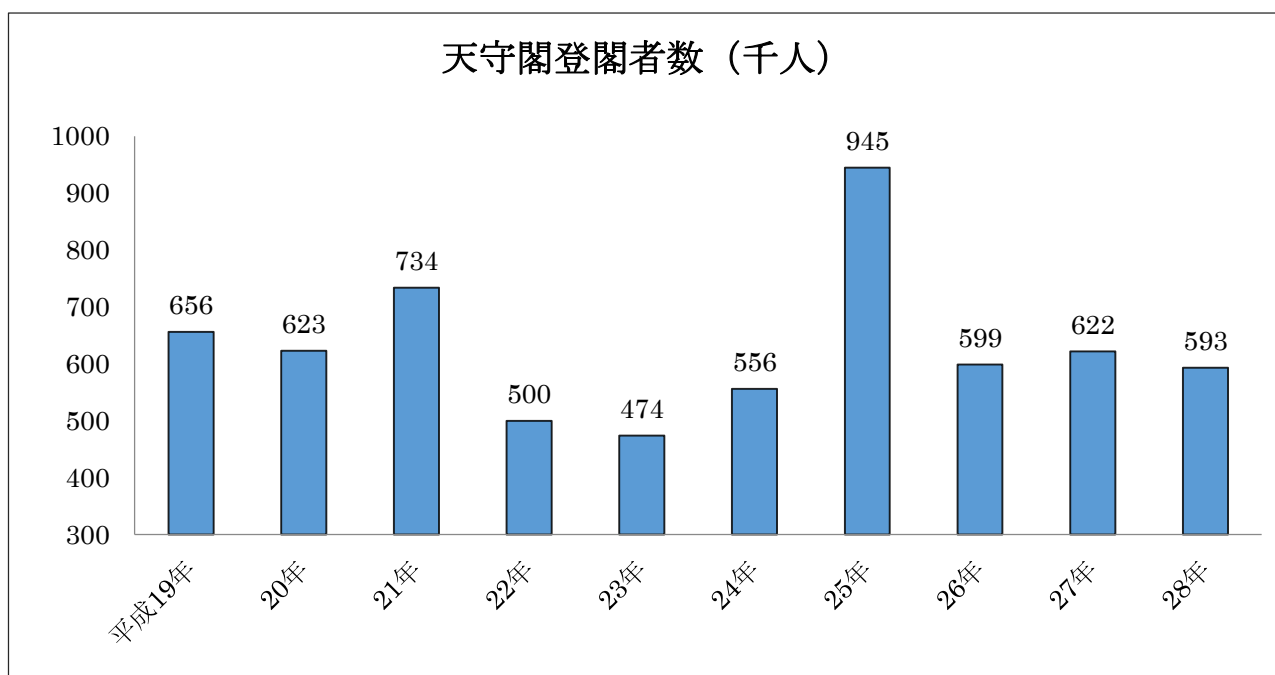


(2) 史跡若松城天守閣登閣者数

毎年、概ね 60 万人強の登閣者数で推移していましたが、平成 21 年は大河ドラマ「天地人」や ETC 休日特別割引等の影響により約 73 万人を記録しました。

平成 22 年は赤瓦改修工事、平成 23 年は東日本大震災と原子力発電所事故の影響により大きく減少しました。

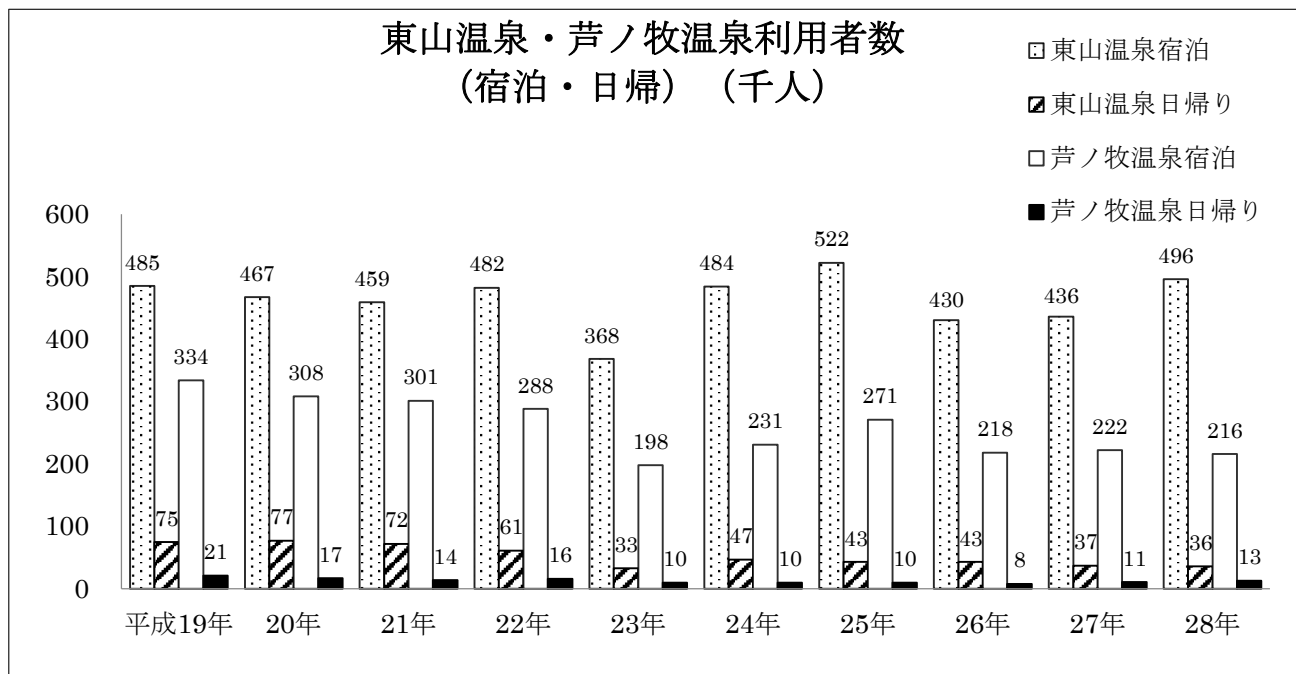
平成 25 年は、大河ドラマ「八重の桜」効果により 945 千人を記録しましたが、平成 26 年は減少に転じ、以降 60 万人前後で推移しています。



(3) 東山温泉・芦ノ牧温泉利用者数

東山温泉は例年約 50 万人強、芦ノ牧温泉は約 30 万人強の利用者数（宿泊、日帰り含む）で推移してきましたが、本市観光客入込数同様に、平成 23 年の東日本大震災と原子力発電所事故により大きく減少しました。

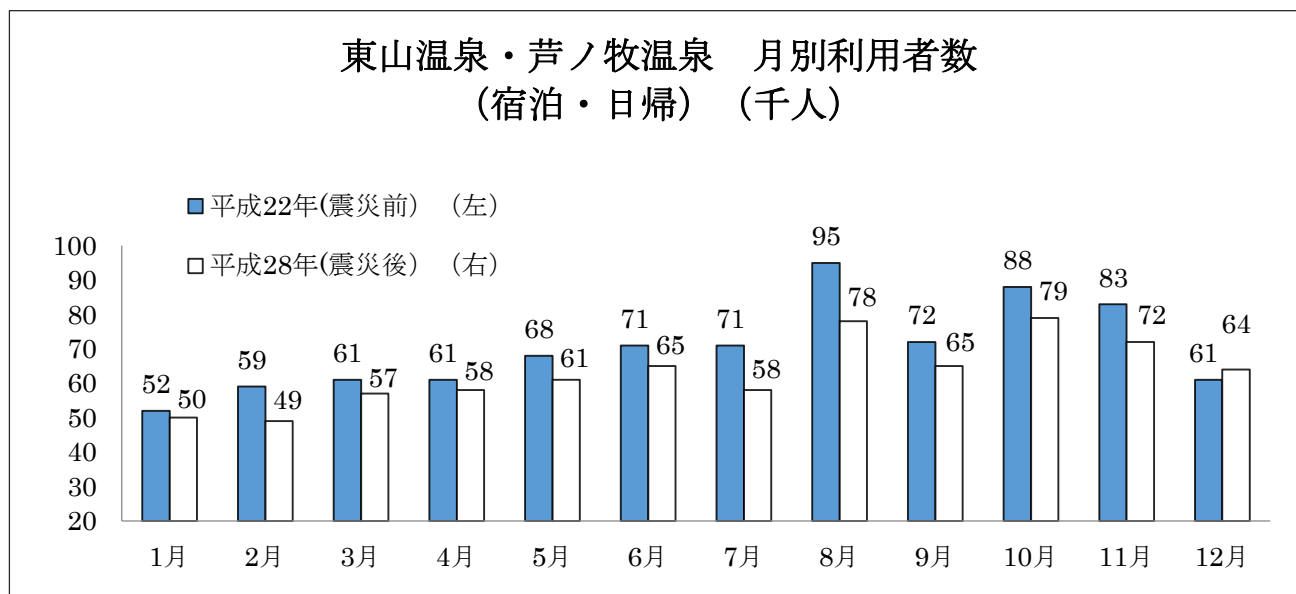
平成 28 年時点で、いまだ東日本大震災前の水準に至らない状況です。



東山・芦ノ牧両温泉の月別利用者数は、夏の 8 月、秋の 10 月、11 月時期は利用者が多いことからトップシーズンと言えます。

また、総じて 1 月～3 月期は利用者が少なく観光シーズンのオフの時期と言えます。

東日本大震災からの回復はもちろんのこと、オフシーズン期の観光誘客に向けた取組が重要です。



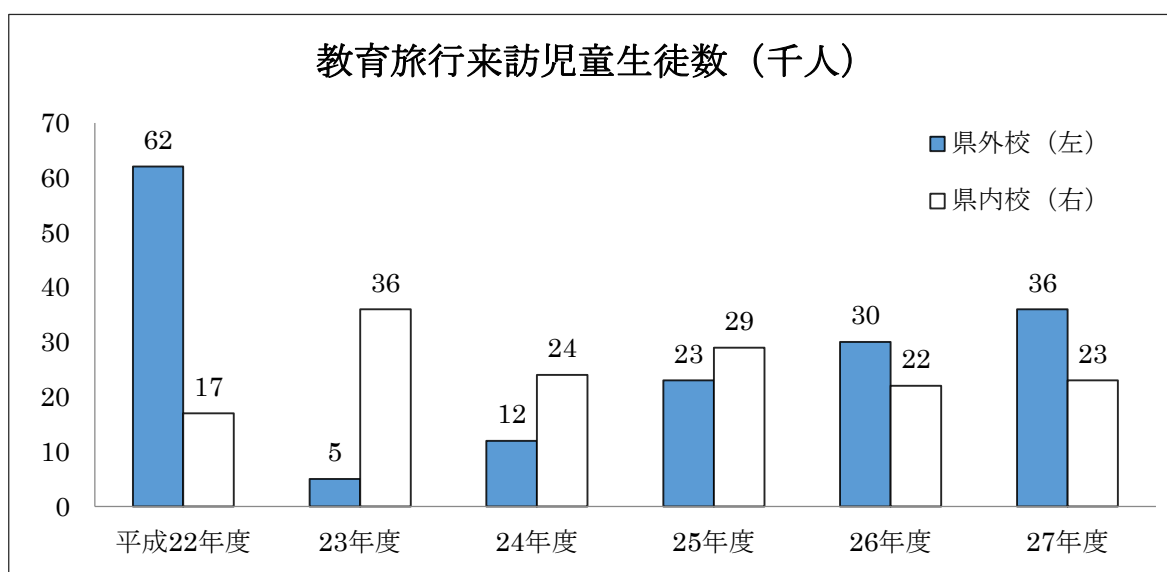
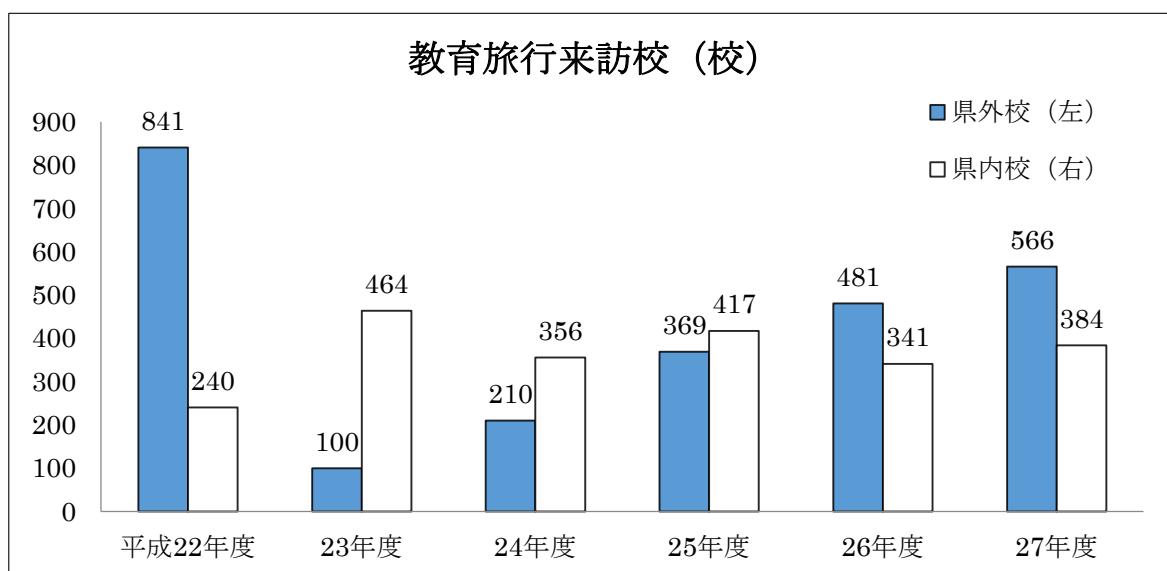
(4) 教育旅行

本市の教育旅行は、東日本大震災前の平成22年度は県外来訪校数841校でしたが、震災により平成23年度は100校へと大きく減少しました。

東日本大震災以降、徐々に回復し、平成27年度には566校まで回復しましたが、未だ東日本大震災前の7割に満たない状況であり、早期回復に向け、継続した取組が必要です。

また、全国的な少子化の進行により学校の統廃合などによる学校全体数も減少（年平均約1%の減少率）していることから、東日本大震災からの回復と合わせ、新規誘致活動の強化が課題とされています。

なお、本市を教育旅行で訪れる東日本大震災後の県外来訪小学校数は、宮城県、新潟県、山形県、埼玉県の順で、中学校は千葉県、茨城県、東京都、栃木県の順となっており、隣県を中心に、東北、関東からの訪問が多くなっています。

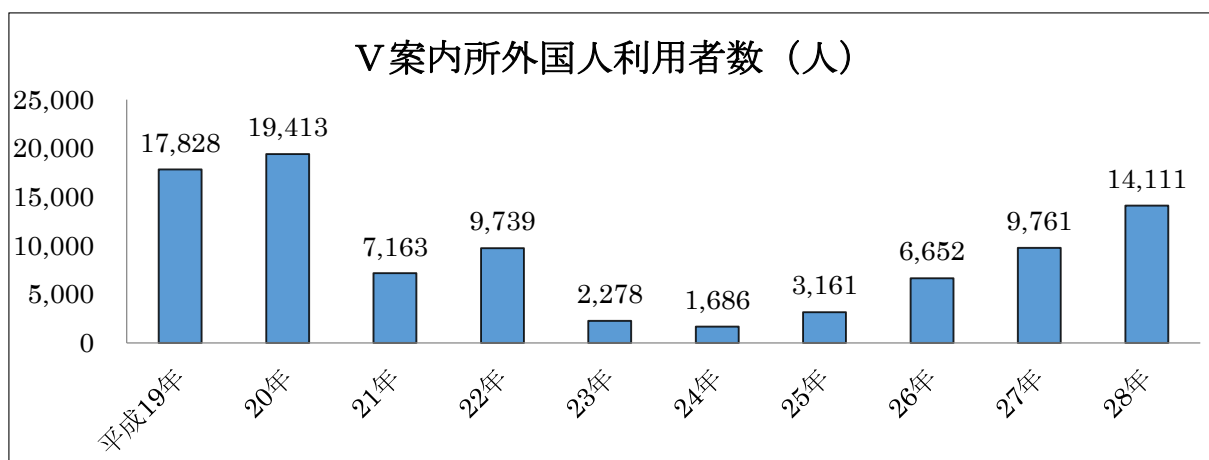


(5) 外国人観光客

本市を訪れる外国人観光客入込数（V案内所外国人利用者数）は、平成19年、20年は17千人を超える外国人観光客が訪れていましたが、平成21年は新型インフルエンザの流行や、世界的な金融不安などにより大きく減少したところです。

さらに平成23年の東日本大震災と原子力発電所事故により、本市の外国人観光客は平成23年に約2,000人まで減少しました。平成25年からは徐々に増加傾向に転じ、平成27年は東日本大震災前の平成22年水準まで回復し、平成28年も増加傾向で推移しています。

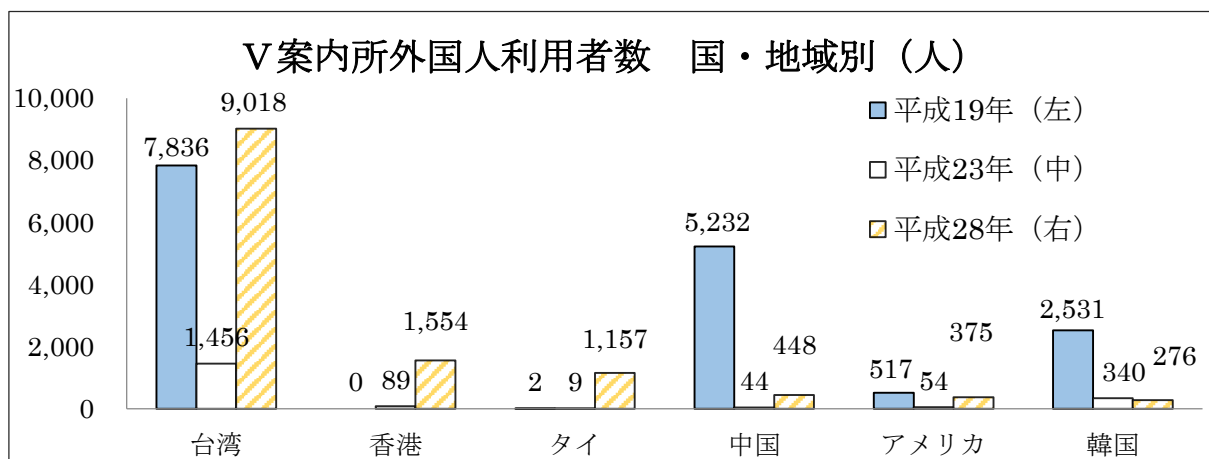
※V案内所…外国人観光客に外国語で観光案内ができる案内所です。日本政府観光局（JNTO）が認定要件（カテゴリー1から3）に基づき認定します。本市では、会津若松駅案内所と鶴ヶ城観光案内所がカテゴリー2の認定を受けています。



本市における平成19年の外国人観光客は、台湾、中国、韓国の順に、多くの観光客が訪れていましたが、東日本大震災により、大きく減少しました。

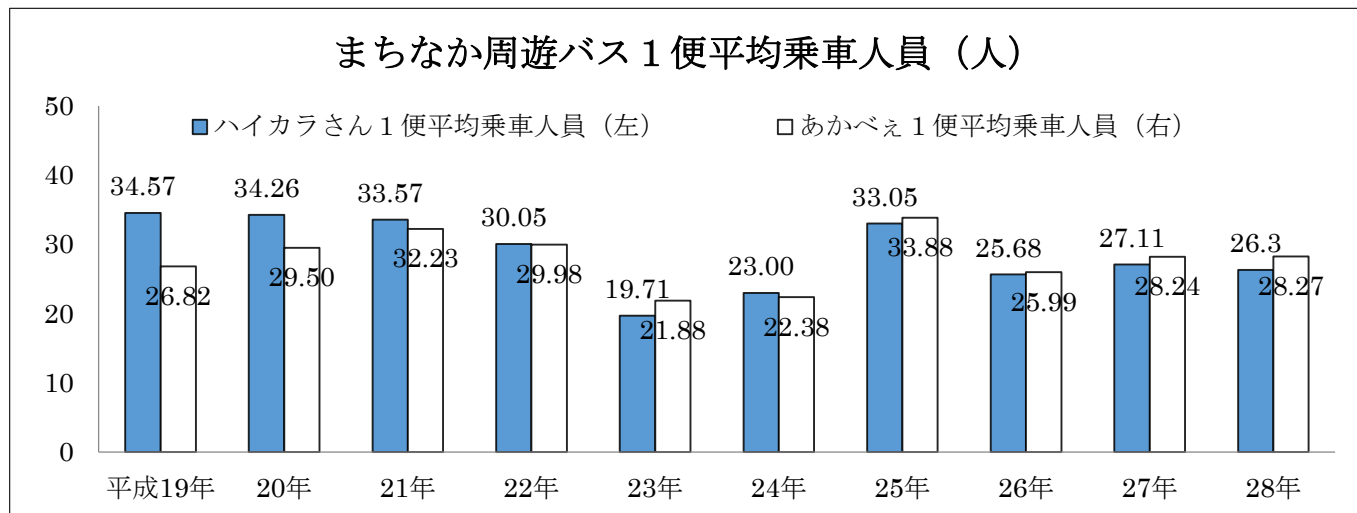
平成28年の外国人観光客は台湾をはじめ、香港、タイが大きく増加しています。一方、中国、韓国の回復の割合は低い状況です。

平成28年の外国人観光客数上位5カ国は、台湾、香港、タイ、中国、アメリカの順になっています。



(6) まちなか周遊バス

2次交通手段として定着しているまちなか周遊バス（ハイカラさん・あかべえ）は、東日本大震災後に減少に転じていましたが、平成25年大河ドラマ「八重の桜」放送による効果で増加し、平成28年の1便平均乗車人員は、震災前の水準まで回復しつつあります。



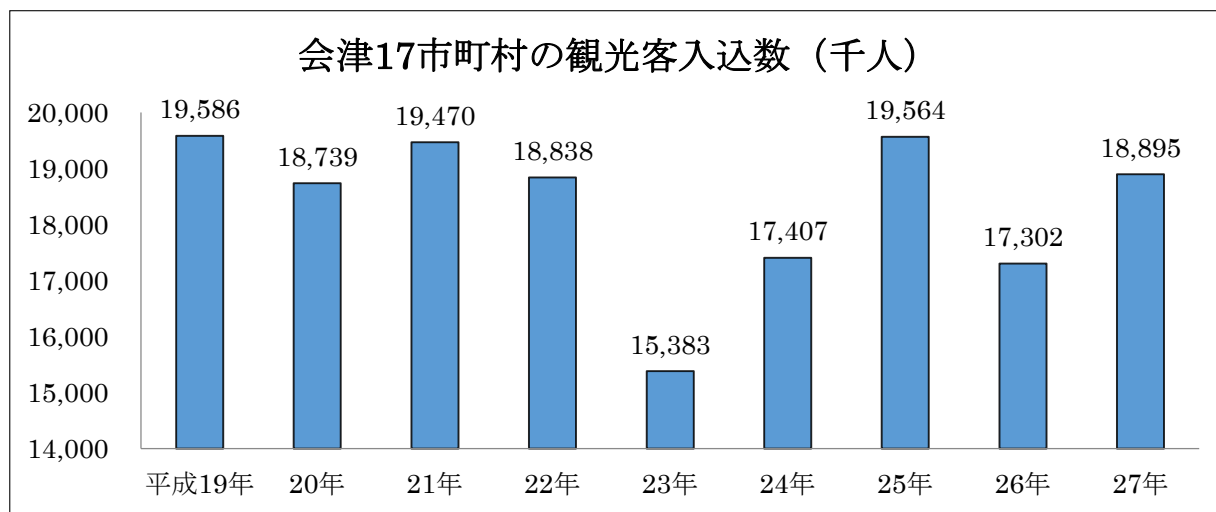
(7) 広域観光

本市を含む会津17市町村の観光客入込数は、概ね約19,000千人で推移してきましたが、東日本大震災後、大きく減少しました。

平成25年は、大河ドラマ「八重の桜」放送で大きく増加しましたが、翌年は減少に転じています。

平成27年には、ふくしまdestinationキャンペーンの効果もあり東日本大震災以前の水準まで回復しました。

※出典：福島県観光客入込状況（県商工労働部）

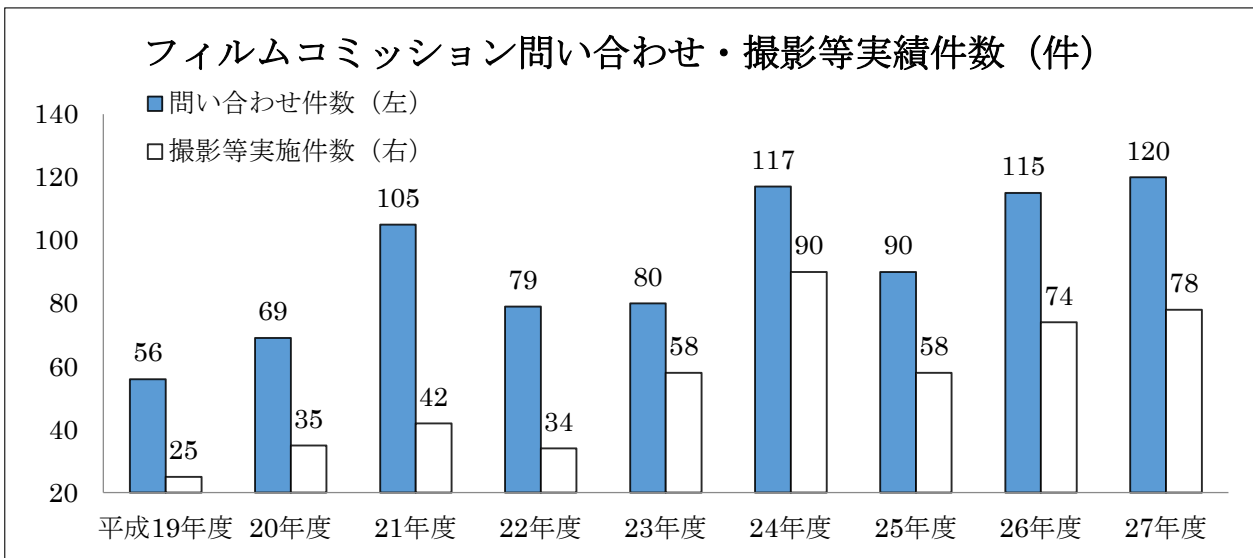


(8) フィルムコミッション

本市のフィルムコミッションは平成14年5月に設立され、映画やテレビなどのロケの撮影を円滑に進めるために、ロケ地の案内や誘導、撮影の様々な支援を行う組織として活動を行ってまいりました。

年々問い合わせ件数も増加し、それに伴い撮影等の実績も増加傾向にあります。平成24年度は大河ドラマ「八重の桜」放送前で撮影等が大きく増加しました。その後、問い合わせや撮影等の件数も増加傾向にあります。

全国的な規模で上映される映画やテレビをはじめ、多岐のジャンルのロケ誘致に結び付けていきます。



2 各種アンケート結果

(1) 鶴ヶ城公園来場者アンケート

(一財) 会津若松観光ビューロー実施の鶴ヶ城公園来場者アンケート結果

〈調査概要〉

調査日：平成 27 年 4 月 1 日～平成 28 年 3 月 31 日

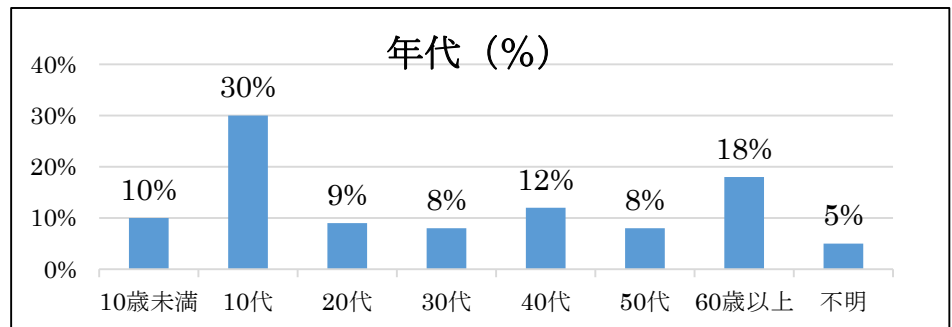
回答数：673 名

調査実施場所：鶴ヶ城天守閣

調査方法：アンケート用紙記入

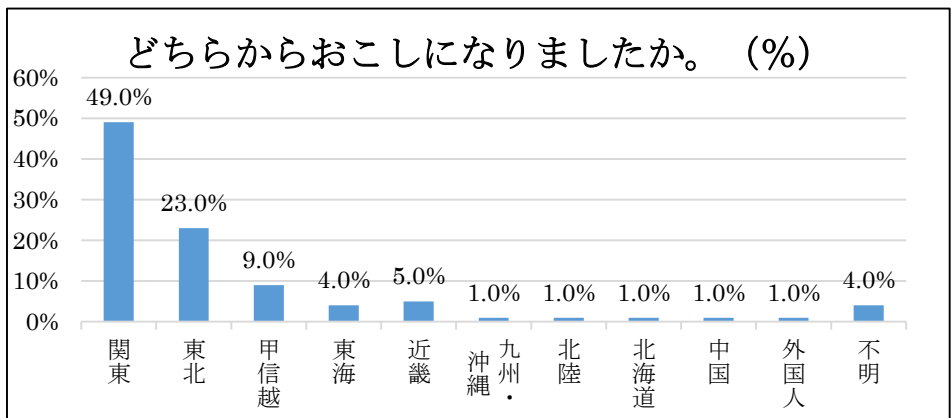
○鶴ヶ城を訪れた観光客の年齢層

10 代が最も多く、次いで 60 歳以上、40 代の順番に多い状況です。



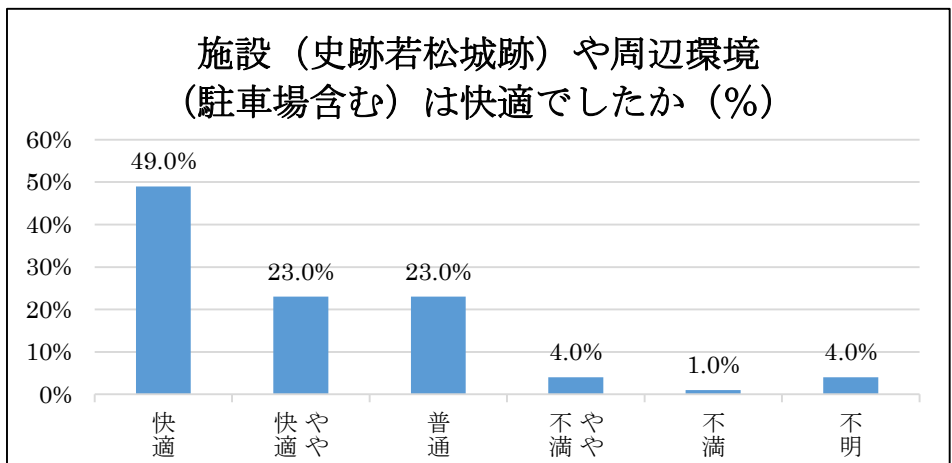
○どちらからおこしになりましたか

関東からの来訪者が最も多く、次いで東北、甲信越の順に多い状況です。



○若松城、周辺駐車場の満足度調査

「快適」が最も多く、次いで「やや快適」、「普通」が多い状況です。



(2) 会津若松市を訪れた外国人観光客アンケート

(一財) 会津若松観光ビューロー実施のインバウンド事業によるアンケート結果

〈調査概要〉

調査日：平成 27 年 10 月～11 月

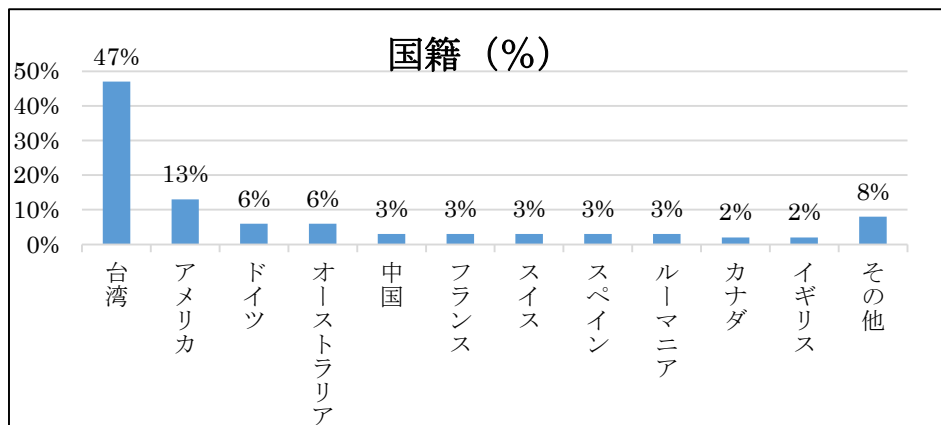
回答数：62 名

調査実施場所：東山温泉・芦ノ牧温泉・観光案内所・御薬園

調査方法：アンケート用紙記入

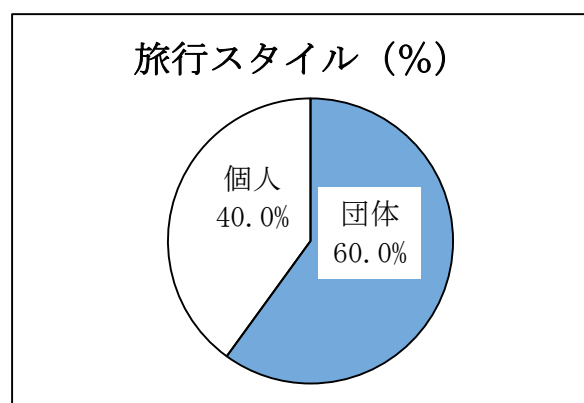
○外国人来訪者の国籍

台湾が最も多く、次いで、アメリカ、ドイツの順で多い状況です。



○旅行スタイル

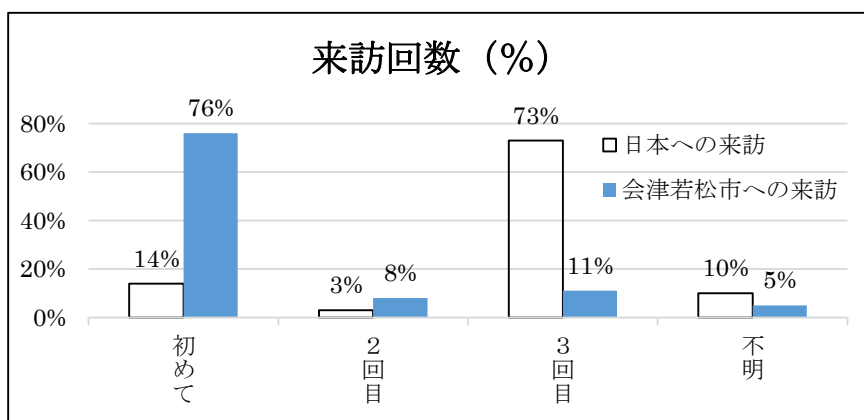
本市への来訪外国人は6割が団体旅行者です。



○本市への来訪回数

日本への来訪は7割以上がリピーターですが、本市への来訪は7割以上が初めての方です。

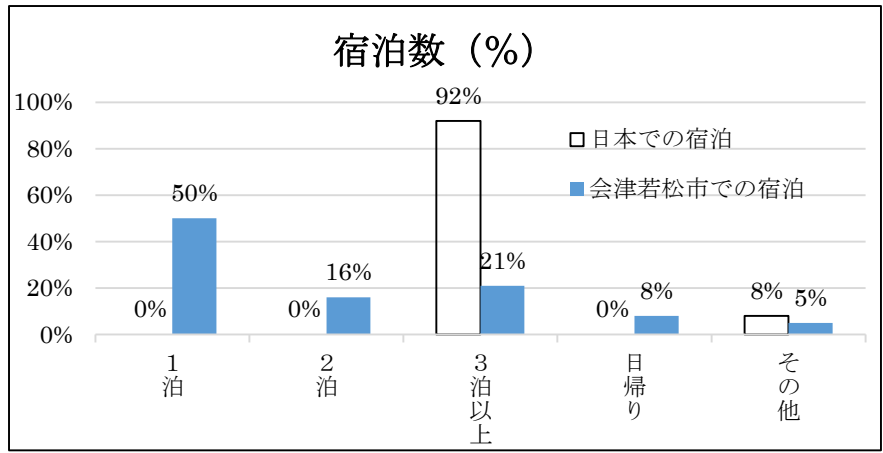
2割弱の方が本市への再訪者です。



○本市への宿泊数

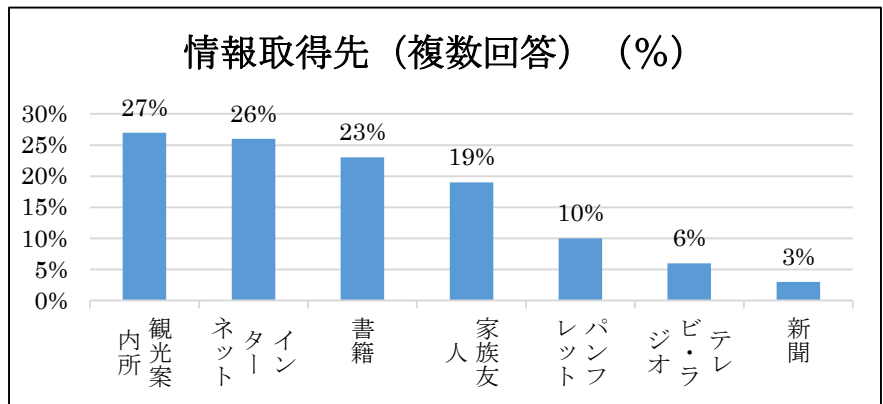
本市に訪れた外国人の日本での宿泊日数は約9割の方が「3泊以上」と回答しました。

一方、本市での宿泊は5割の方が「1泊」と回答しました。



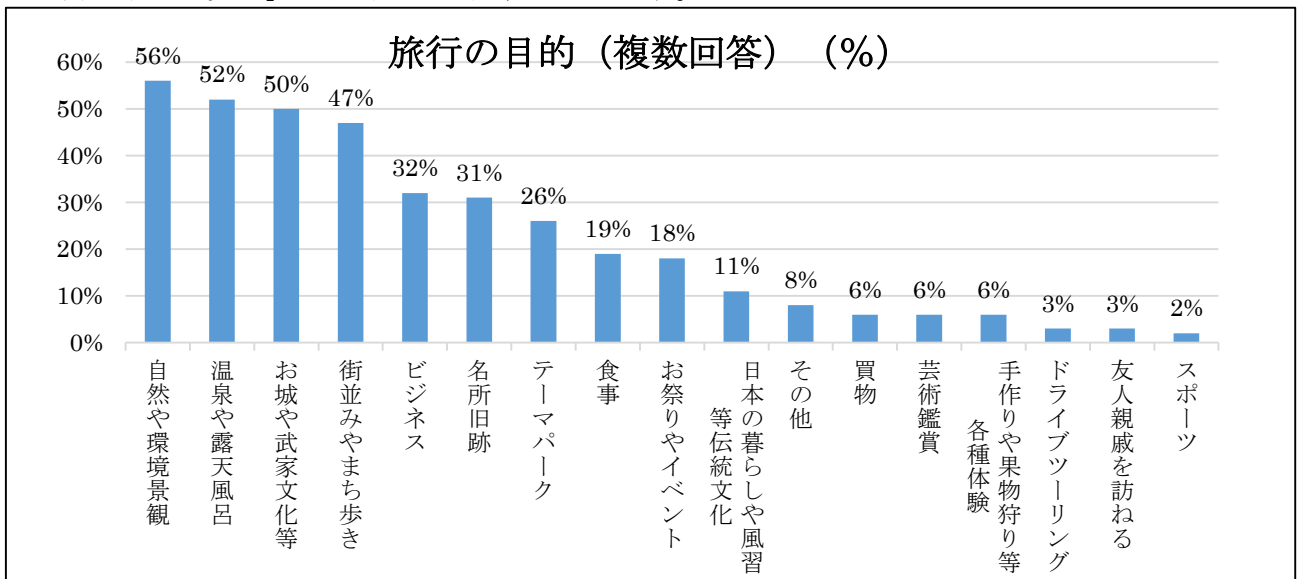
○会津若松市の情報取得先

観光案内所が最も多く、次いでインターネット、書籍の順に多い状況です。



○どのような目的で会津若松市を訪れたか

本市を訪れた外国人の約5割の方が「自然や環境景観」「温泉や露天風呂」「お城や武家文化等」「街並みや町歩き」を目的として回答しています。



(3) 会津若松商工会議所登録事業所に対するアンケート

会津若松商工会議所実施のアンケート結果

〈調査概要〉

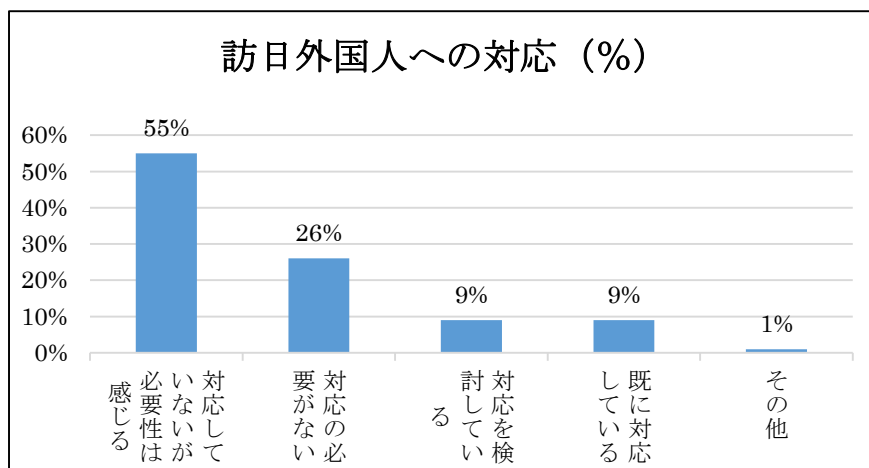
調査日：平成 27 年 10 月

回答数：223 事業所（調査対象企業数 1,006 事業所 回答率 22%）

調査方法：アンケート用紙郵送による

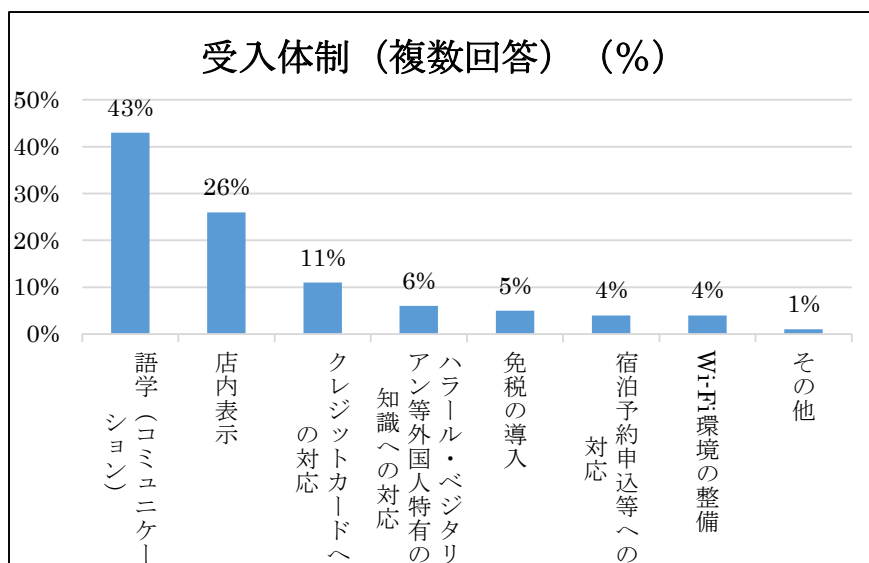
○事業所での訪日外国人への対応

5割以上の事業所が「現在対応はしていないが必要は感じる」と回答しました。



○前質問で「必要性を感じる」「対応を検討している」とご回答された事業所について、受入で不安な点

「語学（コミュニケーション）」と回答した事業所が最も多く、次に「店内表示」が多い状況でした。



(4) 首都圏在住者等に対するアンケート（跡見学園女子大学協力）

観光課実施による会津観光応援隊（主に首都圏在住の方）に対するアンケート結果
 〈調査概要〉

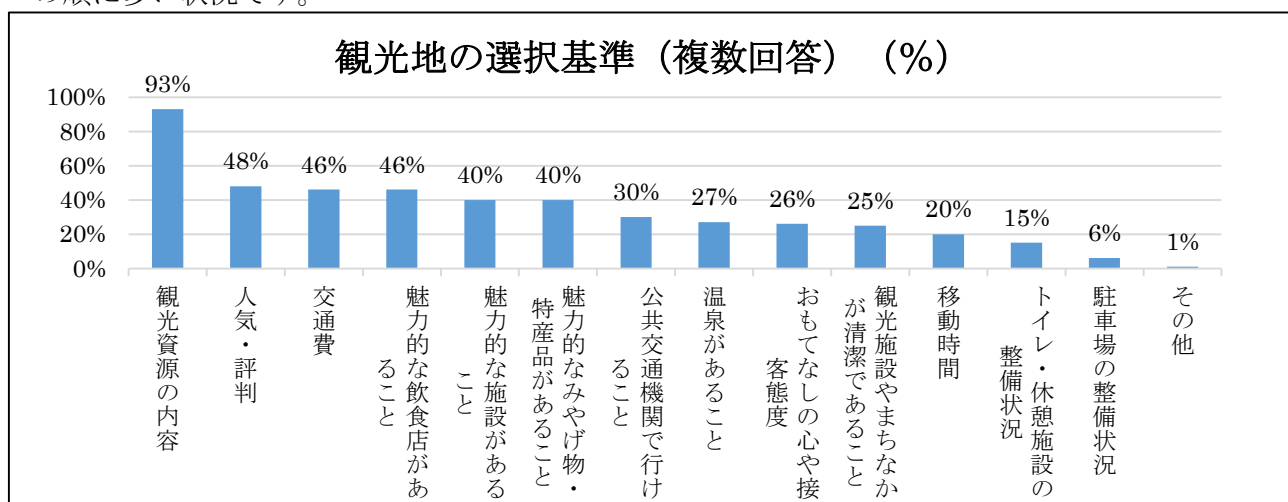
調査日：平成 28 年 5 月～6 月

回答数：84/239 名 回答率 35%

調査方法：E メールによる照会、アンケート用紙記入

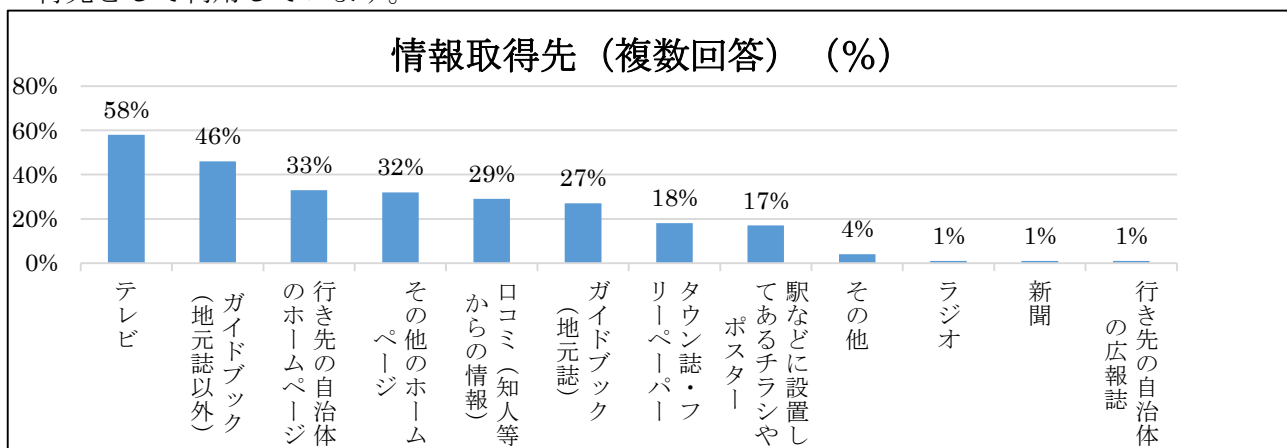
○訪問する観光地を選ぶ際に重視する点は何ですか。

「観光資源の内容」が最も多く、次いで、「人気・評判」「交通費」「魅力的な飲食店があること」の順に多い状況です。



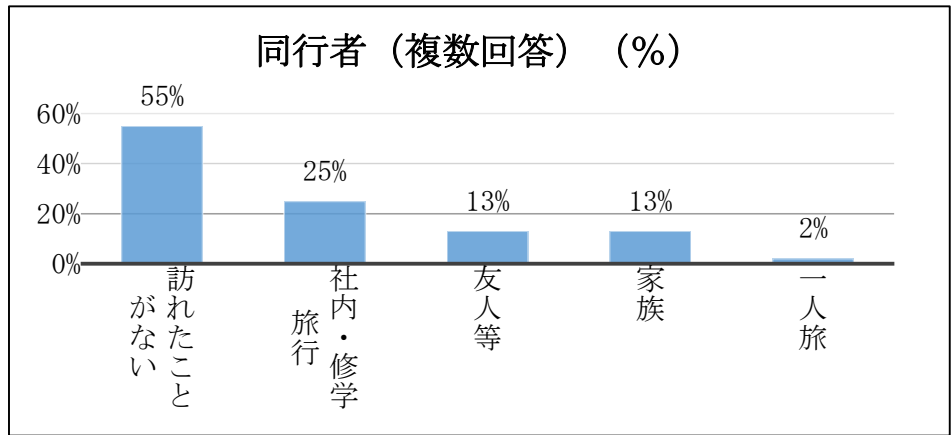
○観光レジャーに出かける場合、どのような情報を基に行き先を決めますか。

「テレビ」が最も多く、次いで、「ガイドブック（地元誌以外）」「行き先の自治体のホームページ」「その他のホームページ」の順に多く、ホームページを合わせると、6割以上の方が情報の取得先として利用しています。



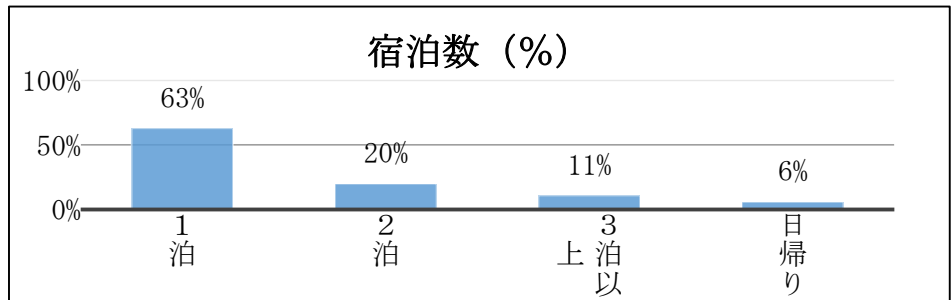
○同行者調査

訪れたことがない方が最も多く、次いで「社内・修学旅行」で訪れた方が多い状況です。



○本市を訪れた方を対象に、宿泊数を調査

本市を訪れた方のうち、9割以上は宿泊しています。



○本市を訪れた際の一人当たりの旅行費用

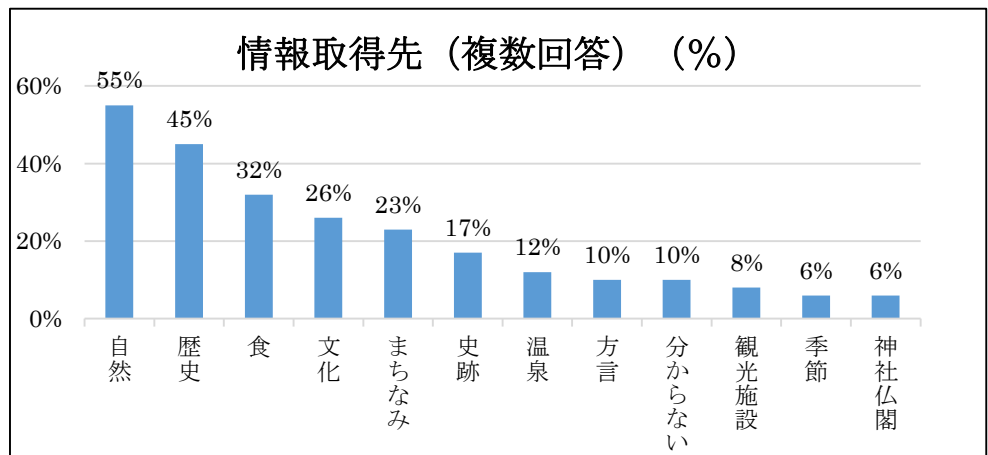
- ・団体、ツアー、パック旅行合計平均 (25,625円)
- ・個別旅行合計平均 (25,800円)

【個別旅行内訳】

宿泊費の平均	(24,000円)
土産品の平均	(5,583円)
飲食費の平均	(4,666円)
その他の平均	(2,000円)

○本市観光の魅力 (他の観光地と比較して優れている点)

「自然」と回答する方が最も多く、次いで「歴史」「食」の順に回答が多い状況です。



(5) 福島県観光地実態調査（会津地方のアンケート結果）

県内居住者を含む福島県来訪者を対象に調査（会津地方の調査対象地点でアンケートに答えた方を抽出し、試算）

〈調査概要〉

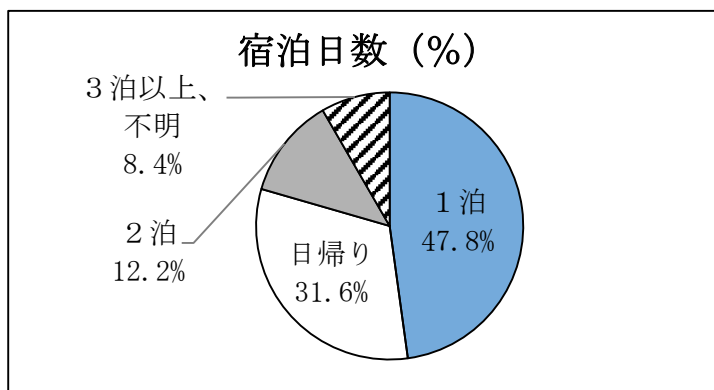
調査対象：調査地点を訪れた観光客（ビジネス客も含む）で福島県およびその周辺に立ち寄った方を対象（福島県内居住者を含む）

調査地点：県内の観光施設 11 件、県内の宿泊施設 26 件（会津地方は観光施設 4 件、宿泊施設 11 件）

調査手法：調査員が配布し、対象者による自記式と、アンケート用紙の設置による調査

○宿泊日数調査

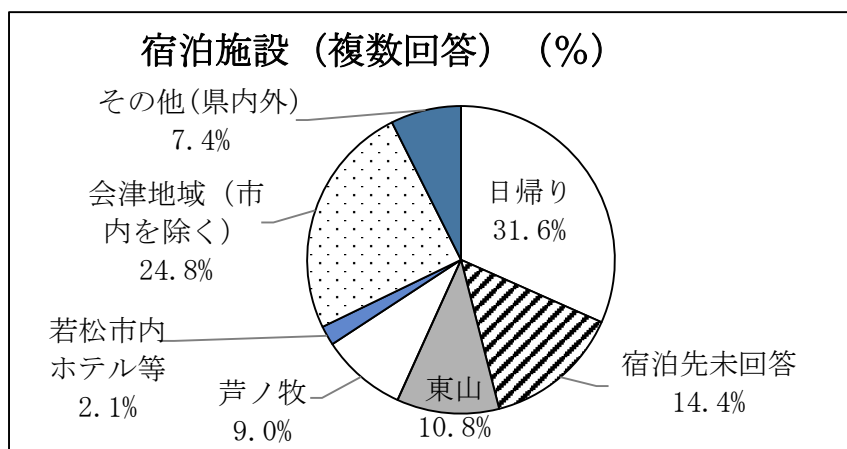
会津地方を訪れた方は日帰りが 31.6%、宿泊者はすべて合計すると 68.4%となり、比較すると、倍以上の方が会津地方に宿泊しています。



○宿泊施設（複数回答）

会津地方を訪れた方のうち、利用した宿泊施設調査では、本市宿泊施設を利用された方は、全体で 21.9%でした。

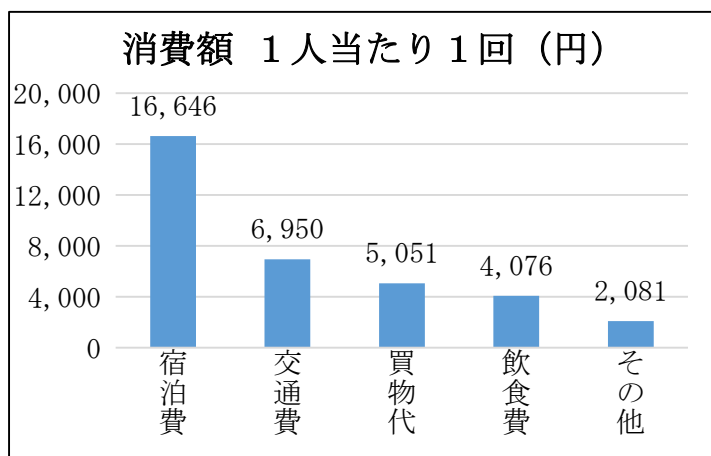
内訳は「東山」が 10.8%、「芦ノ牧」が 9.0%、「若松市内ホテル等」が 2.1%でした。



○消費額

会津地方を訪れた方 1 人当たりの福島県内で使った金額は、宿泊費が最も多く、16,646 円でした。

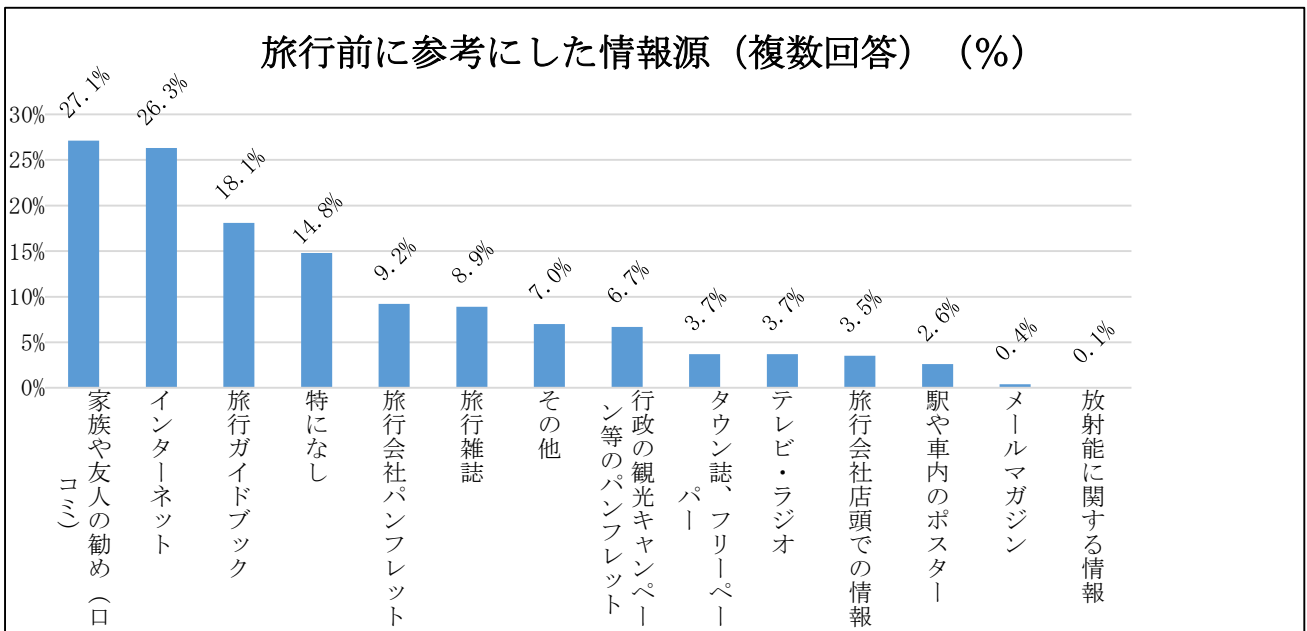
また、全国の旅行一回あたりの宿泊費 19,350 円と比較すると、低い状況です。



○旅行前に参考にした情報の入手先

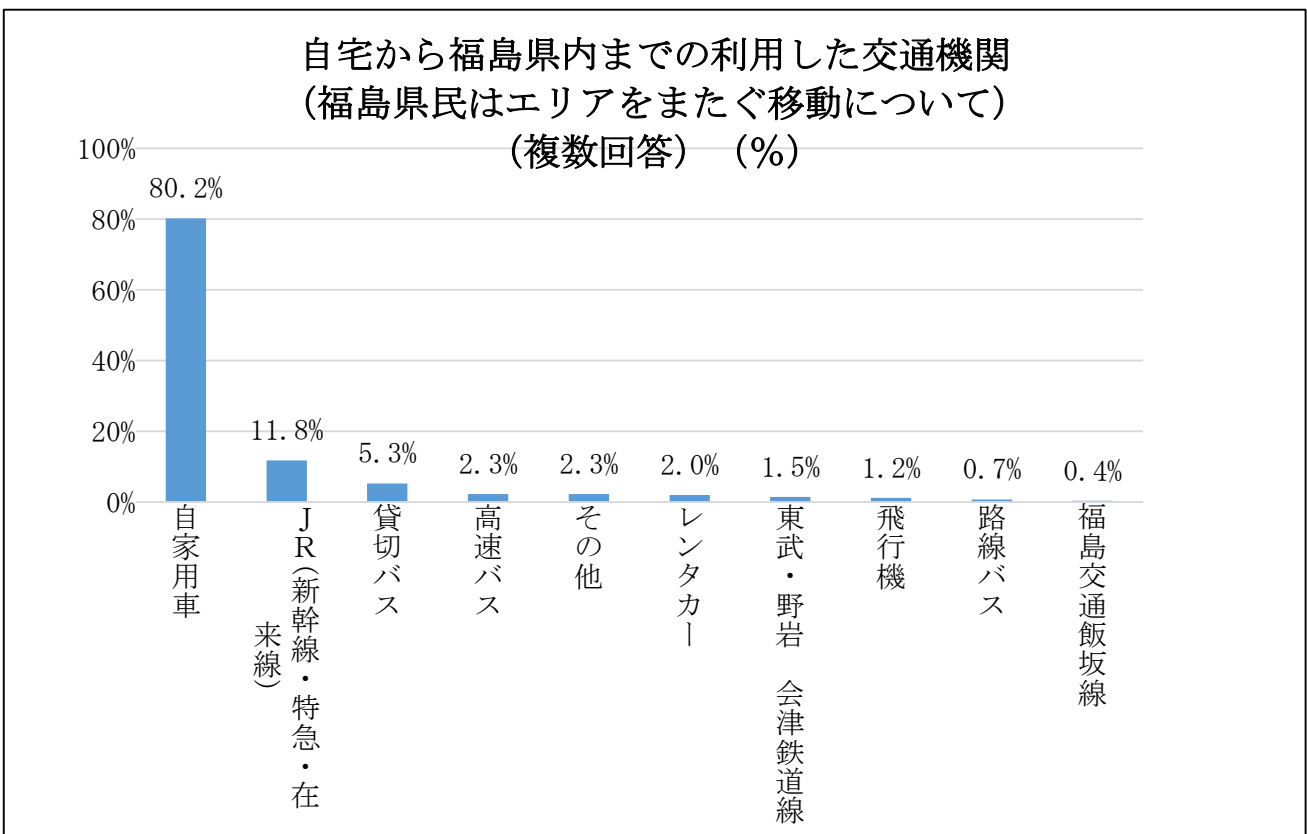
会津地方を訪れた方は、「家族や友人の勧め（口コミ）」が最も多く、次いで「インターネット」、「旅行ガイドブック」が多い状況です。

全国では「インターネット」「ガイドブック」「パンフレット」の順に多い状況です。



○利用交通機関

会津地方を訪れた方が利用した、福島県内までの交通機関は、自家用車が 80.2%と最も多く、次いでJRが 11.8%と多い状況です。

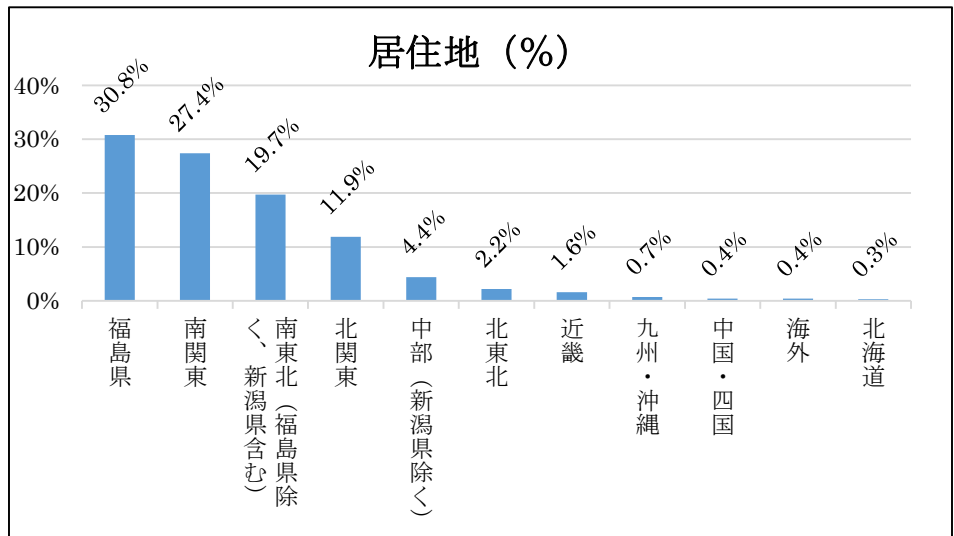
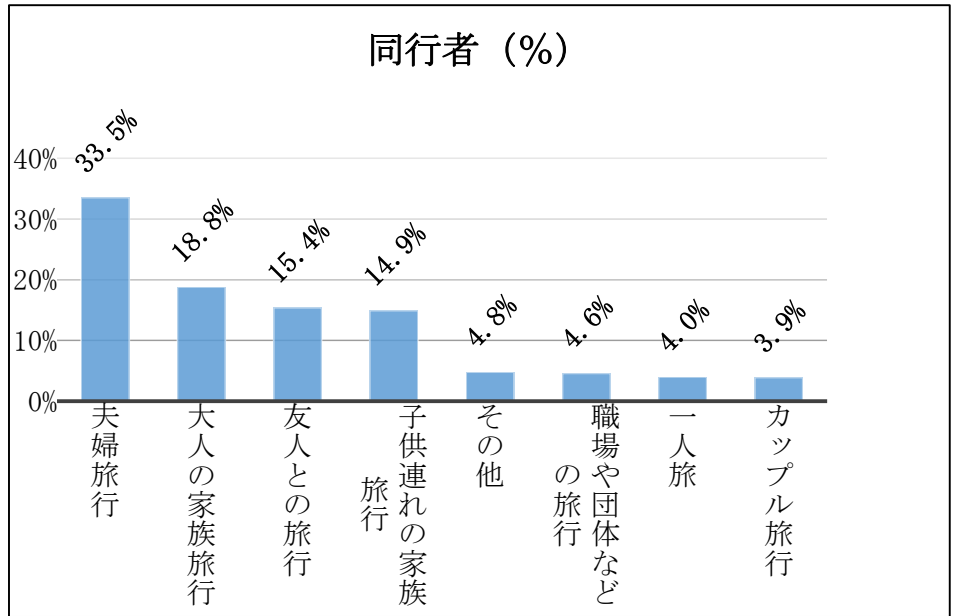
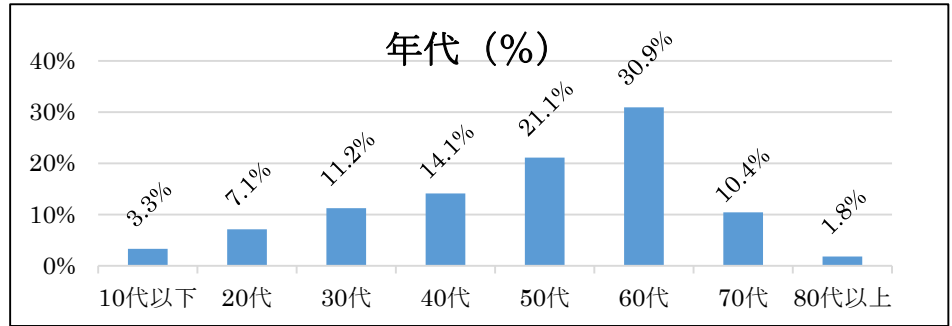


○観光客の構成

会津地方を訪れる観光客の構成について、年代は60代が最も多く、次いで50代、40代の順に多い状況です。

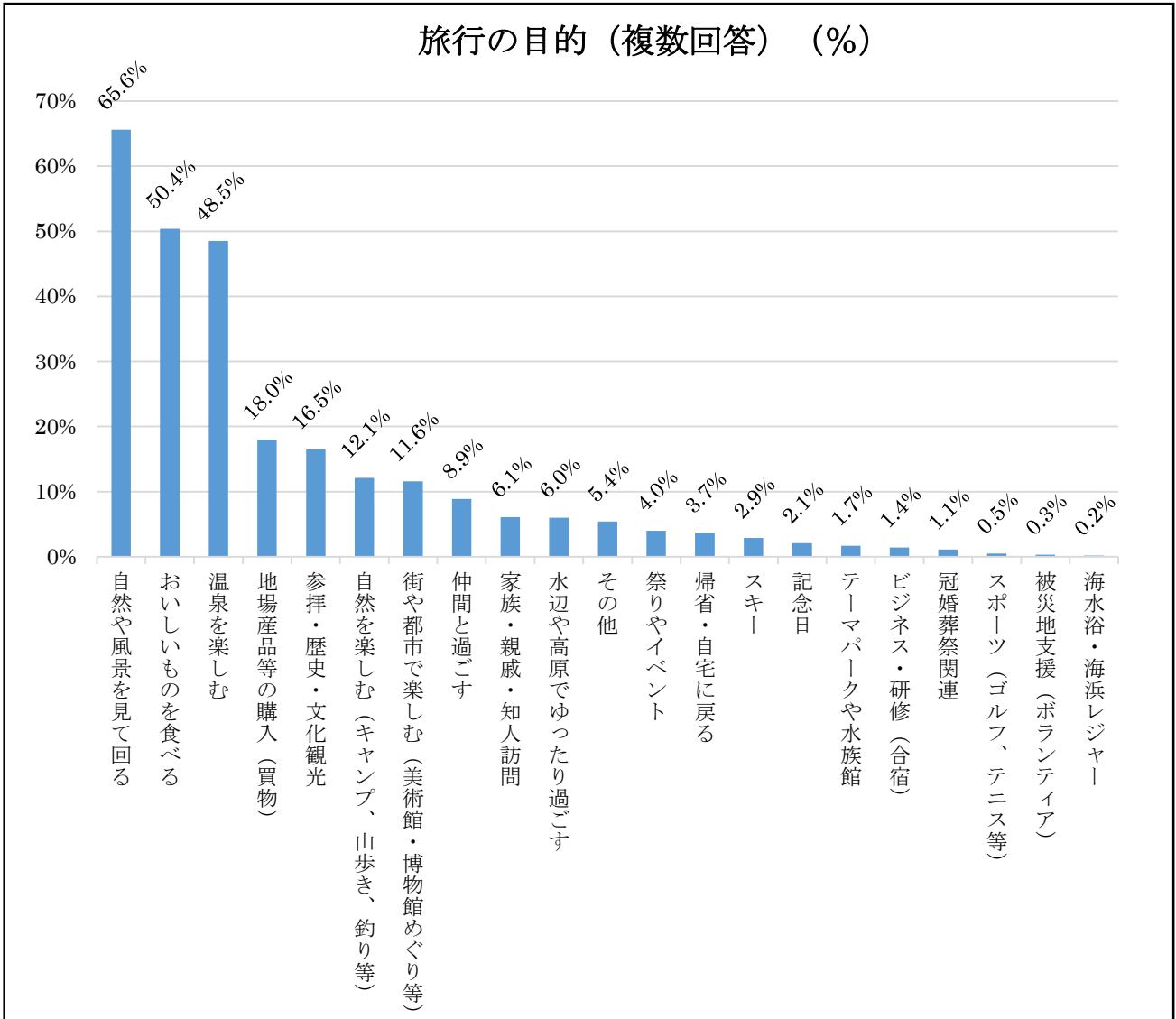
同行者は、夫婦旅行がもっとも多く、次いで大人の家族旅行、友人との旅行、子供連れの家族旅行の順に多い状況です。

会津地方を訪れる観光客の構成は、福島県在住者が最も多く、次いで南関東、南東北、北関東の順に多い状況です。



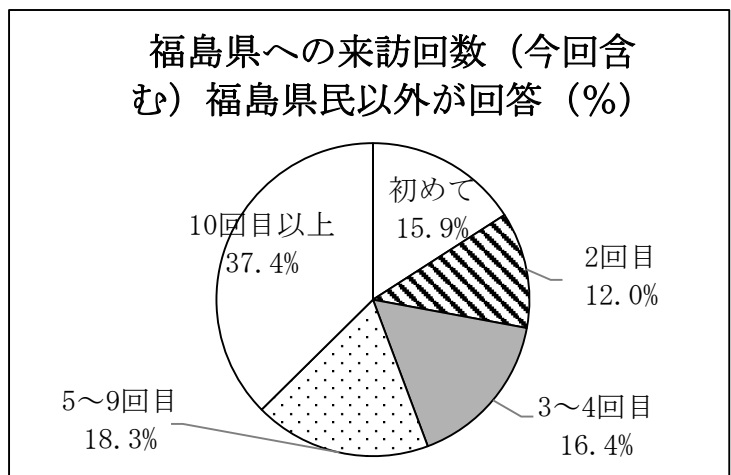
○旅行の目的

会津地方を訪れた方の旅行の目的は「自然景観」「食」「温泉」の順に多く、全国では「温泉」「食」「自然景観」の順に多い状況です。順番は違うものの、同じ目的となっています。



○福島県への来訪回数

福島県民以外の会津地方を訪れた方を対象とした、福島県への来訪回数は、初めてが 15.9%、2 回目以上の方の合計は 84.1%です。



3 本市観光の課題

(1) 原子力発電所事故による風評被害の早期払拭

課題

原子力発電所事故による風評は、本市の観光産業において完全に払拭できていない状況です。特に教育旅行において、県外来訪校数は回復傾向にあるものの、東日本大震災前と比較し低い水準であり、早期回復に向け継続した取組が必要です。

(2) 滞在型観光へ向けた取組の向上

課題

高速交通網が整備されて久しく、首都圏から日帰り圏にあることで滞在時間が短くなっているものと思われます。県のアンケートから推計すると、会津を訪れた方のうち、本市に宿泊された方は約2割となっており、更なる宿泊旅行者の増加に向けた多様な観光資源を提供するとともに、他市町村の魅力ある観光資源を有機的に結びつけるなどの回遊性、滞在性を高める更なる誘客活動が必要です。

(3) 通年型観光へ向けた取組の強化

課題

本市の1月から3月の冬期間は観光客入込数が少ない時期です。天候の影響を受けやすい時期ではありますが、冬ならではの魅力の創出や他市町村の冬祭りなどとの連携を図り、更なる誘客に向けた取組が必要です。

(4) リピーターの増加へ向けた受入環境の強化

課題

観光地としての満足度を高めることや、多様化する観光ニーズに対応すること、一日では回りきれないくらいの魅力的な観光資源を有することなどがリピーターの増加に効果的であると考えられます。コンベンション誘致など新たな誘客に取り組むと共に、豊かな会津固有の観光資源の磨き上げや、ホスピタリティの向上、新しい魅力的な観光資源の発掘など、再来訪の動機を高めるための取組が必要です。

(5) 訪日外国人観光客の増加に向けた取組の強化

課題

国をあげて訪日外国人旅行者の誘客に向けた施策が進められており、入込数も過去最高値を更新しています。しかしながら本市における外国人観光客の入込状況（V 案内所外国人利用者数を本市を訪れる外国人観光客入込数の判断基準とする）は、回復傾向にはあるものの、ピーク時の平成 20 年と比較し、平成 27 年は 50%程度に留まる状況であり、日本を訪れる外国人旅行者を本市に誘客するための取組が必要です。

(6) 観光振興の中核を担う組織体制の強化

課題

観光を取り巻く環境の変化や多様化する観光ニーズに迅速に対応するために、観光振興の中核を担う組織の強化や連携体制の向上を図っていくことが必要です。

(7) 史跡の保全・整備

課題

本市のシンボルである若松城跡が、市民一人ひとりに親しまれ愛されるとともに、より一層、歴史と文化を物語るにふさわしい場となるよう、史跡の保存・保全と併せ、遺構の復元や既存施設の見直し、史跡の活用を図っていくことが必要です。



院内御廟



武家屋敷

4 本市のこれまでの取組

本市の観光振興は、平成8年3月に策定した「会津若松市観光振興条例」に基づき「一度行ってみたい会津、来て良かった会津、もう一度行ってみたい会津」を基本理念とし、その実現を図るために、「会津若松市観光振興計画」を策定し、観光施策を総合的且つ計画的に推進してきました。

これまで、平成9年度から平成18年度までの「第1次観光振興計画」、平成19年度から平成28年度までの「第2次観光振興計画」を策定し、市民・事業者・行政が連携協力し、訪れた方々に自信をもって誇れるまち、もう一度訪れたい魅力ある観光地づくりを目指して多様な施策を展開してきたところです。

現行の第2次観光振興計画は、平成19年3月に策定しており、当時の観光情勢を反映し「あいづdestinationキャンペーン」を契機に発足した「極上の会津プロジェクト協議会」による広域観光の推進や、北会津村や河東町との市町村合併による新市としての枠組みなどに対応した計画として、本市の観光施策の指針としての役割を担ってきました。

第2次計画に基づく施策の展開により、特に、広域を枠組みとした誘客宣伝体制の確立や、歴史観光の充実、鉄道事業者との連携体制の構築、さらに、市民一人ひとりが観光客をあたたく迎えるおもてなし意識の醸成などの観光施策に重点的に取り組むことで、本市の観光地としての魅力向上と受入体制の充実に努めてきたところです。

(1)主な出来事と取組

年	観光客 入込数 (千人)	出来事	取組
平成19年	3,493	<ul style="list-style-type: none"> ・観光立国推進基本計画 ・新春ドラマスペシャル『白虎隊』放送(主演:山下智久氏)(1月6日～7日) ・新潟県中越沖地震(7月) ・記録的な暖冬 	<ul style="list-style-type: none"> ・JR東日本の「この夏も会津へ 2007 キャンペーン」や東武グループの「こころのふる里東武の会津キャンペーン」との連携による交流人口の増加を図る ・「極上の会津プロジェクト協議会」を中心に会津地域全体への観光誘客
平成20年	3,317	<ul style="list-style-type: none"> ・観光庁設置(10月) ・原油価格の高騰 ・岩手・宮城内陸地震による東北地方への風評(6月) ・国道289号甲子道路開通(10月) ・世界的な金融危機に端を発する個人消費の落ち込み 	<ul style="list-style-type: none"> ・JR東日本の「この夏も会津へ 2008 キャンペーン」をはじめ、東武グループなど交通事業者と連携した交流人口の増加を図る ・「極上の会津プロジェクト協議会」を中心とした全会津17市町村を挙げての観光誘客の取組強化 ・NHK大河ドラマ「天地人」放送を契機とした観光誘客
平成21年	3,447	<ul style="list-style-type: none"> ・中国人観光ビザ発給開始 ・大河ドラマ『天地人』放送(1月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・「NHK大河ドラマ天地人」企画展の開催(1月～3月) ・JR東日本の「この夏も会津へ 2009 キャンペーン」をはじめ、東武グループなど交通事業者と連携した交流人口の

		<ul style="list-style-type: none"> ・ETC 休日特別割引実施(3月) ・新型インフルエンザ発生(8月) ・会津縦貫北道路 塩川 IC～湯川北IC開通(10月) 	<p>増加を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「極上の会津プロジェクト協議会」を中心に会津地域全体への観光誘客 ・「SAMURAI CITY」の商標を登録(8月) ・教育旅行推進のための専任職員を配置(平成21年から継続)
平成22年	2,780	<ul style="list-style-type: none"> ・新成長戦略 ・大雨により会津まつり藩公行列の中止 ・会津豪雪、国道49号で車300台立ち往生(12月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・鶴ヶ城天守閣「赤瓦」復元工事着工(3月19日) ・JRのキャンペーンをはじめ、東武グループなどと連携し交流人口の増加を図る ・極上の会津プロジェクト事業、会津・米沢地域観光圏事業による魅力の発信
平成23年	2,348	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災発生(3月) ・原子力発電所事故により県農畜産物に出荷摂取制限(4月) ・新潟・福島豪雨により只見線橋梁流出(7月) ・県人口200万人割れ(9月) ・観光立国推進基本計画見直し ・会津縦貫北道路 喜多方IC～塩川IC間開通(11月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・鶴ヶ城天守閣「赤瓦」復元工事竣工オープン(3月27日) ・官民一体となり、観光復興に向けた取組(イベントの開催、県外観光物産展等の出店、モニターツアー、旅行会社訪問、学校訪問による教育旅行誘致、ホームページによる会津の安全性や魅力情報の発信) ・八重の桜プロジェクト協議会設立(11月)。大河ドラマによる観光誘客へ取り組む ・京都市、同志社大学、新潟市と交流宣言を締結して、観光PRを中心とした交流事業を展開
平成24年	2,959	<ul style="list-style-type: none"> ・日本再生に向けた緊急経済対策 ・東京スカイツリー開業(5月) ・映画『天地明察』放映 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光復興に向けた取組継続 ・大河ドラマによる観光誘客へ取り組む ・八重の桜プロジェクト協議会とフィルムコミッションによる大河ドラマ「八重の桜」撮影支援
平成25年	3,959	<ul style="list-style-type: none"> ・新春ワイド時代劇「白虎隊～敗れざる者たち」放送(主演:北大路欣也氏)(1月) ・NHK大河ドラマ「八重の桜」放送開始(1月～12月) ・観光立国実現に向けたアクションプログラム ・会津縦貫北道路 湯川北～湯川南IC間開通(9月) ・2020 夏季五輪、東京に決定(9月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ハンサムウーマン八重と会津博 大河ドラマ館開館(平成25年1月12日～平成26年1月14日) ・鶴ヶ城天守閣プロジェクトマッピングはるか開催(3月9日～10日) ・鶴ヶ城南口駐車場公衆トイレの整備 ・飯盛山公衆トイレ整備への補助支援 ・「ハンサムウーマン」の商標を登録(8月) ・会津侍「若松つつん」を全国のイオンシネマで一年間上映(平成25年7月1日～平成26年6月30日) ・蒲生氏郷ゆかりの会津十楽の開催を支援(平成25年～) ・第25回鶴ヶ城ハーフマラソン大会開催(鶴ヶ城健康マラソン大会名称変更、ハーフコースの新設)

平成 26 年	2,895	<ul style="list-style-type: none"> ・観光立国実現に向けたアクションプログラム 2014 (2020 年目標、インバウンド 2,000 万人) ・ふくしまデスティネーションキャンペーン(プレキャンペーン)(4月～6月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・鶴ヶ城天守閣プロジェクションマッピング「庄助の春こい絵巻」開催 (3月延べ7日間開催) ・旧会津若松観光物産協会と旧会津若松観光公社が統合し会津若松観光ビューロー発足、会津まつり協会が分離独立 ・会津侍「若松つつん」の商標を登録(5月) ・あいづ食の陣(春・アスパラ 夏・トマト 秋・米 冬・会津地鶏)開幕 ・会津十楽開幕
平成 27 年	3,046	<ul style="list-style-type: none"> ・観光立国実現に向けたアクションプログラム 2015 ・ふくしまデスティネーションキャンペーン(4月～6月) ・訪日外国人旅行者 1,900 万人達成 ・会津縦貫北道路 湯川南 IC～会津若松北IC間開通 (9月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・鶴ヶ城天守閣プロジェクションマッピング「あかべこものがたり」開催(3月19日～22日) ・鶴ヶ城公園東口駐車場及び公衆トイレ、東山温泉市観光駐車場公衆トイレを整備 ・鶴ヶ城天守閣再建 50 周年記念事業を展開 ・天守閣再建50周年にあわせ、11年ぶりに天守閣展示を全面リニューアル。また、天守閣の夜間照明を LED によるグラデーション照明にリニューアル ・鶴ヶ城さくらまつりの開催 ・阿弥陀寺御三階特別公開 ・冬季誘客に向けた商品造成補助事業実施 ・日本ホテルやANA総研との連携協定を締結 ・鶴ヶ城など主要観光施設へWi-Fi 環境整備 ・七日町市民広場ウッドデッキ整備 ・あいづ食の陣 ・会津十楽
平成 28 年	2,942	<ul style="list-style-type: none"> ・明日の日本を支える観光ビジョン(3月) ・観光ビジョン実現プログラム 2016(5月) ・福島県が全国新酒鑑評会で金賞銘柄の数で4年連続の日本一になった ・ふくしまデスティネーションキャンペーン(アフターキャンペーン)(4月～6月) ・ミシュラン・グリーンガイド東北 WEB 版に、会津若松市及び鶴ヶ城、御薬園、さざえ堂が新たに掲載(12月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・冬季イベント「あいづ雪灯し」を開催(2月) ・V案内所(会津若松駅、鶴ヶ城)がカテゴリー2(英語対応可能な職員の常駐化)に認定(3月) ・コンベンションへの補助制度を整備 ・会津若松観光ビューローが日本版DMO候補法人に登録認定(5月) ・阿弥陀寺御三階特別公開(4月～6月) ・「会津の三十三観音めぐり」が日本遺産に認定 ・極上の会津夏キャンペーン(会津 手塚治虫キャラクタースタンプラリー)を開催(7月～8月) ・七日町観光案内所運営開始(9月) ・第1回会津全国煙火競演会の開催を支援(11月) ・会津若松市戊辰 150 周年記念事業実行委員会を設立 ・鶴ヶ城さくらまつり ・あいづ食の陣 ・会津十楽
平成 29 年			<ul style="list-style-type: none"> ・冬季イベント「体感！光のミュージアムアイズテラス」の開催(2月～3月)

(2)第 2 次観光振興計画の成果

① 広域を枠組みとした誘客宣伝体制の確立

「極上の会津プロジェクト協議会」を中心に、会津エリア全体が連携協力して広域観光推進に取り組みました。全会津が一体となって取り組むことで、会津地域の知名度向上、周遊型観光の充実、地域内観光資源の磨き上げや、「仏都会津」をテーマとした継続的PRなど、効果的な誘客宣伝が図られました。平成28年度には、会津17市町村で申請した「会津の三十三観音めぐり」が日本遺産に認定されるなど、全会津の連携した取組の成果と認識しています。

② 鉄道事業者との連携体制の構築

JR東日本や東武鉄道などの鉄道事業者との連携体制を構築し、首都圏をターゲットとした誘客宣伝活動に継続して取り組みました。首都圏主要駅における観光イベント等の定期的開催や、鉄道各社の主催キャンペーンと機会を捉えた連携など、鉄道事業者との協力体制の確立により、継続的且つ効果的な首都圏PRを実施する基盤が構築されました。

③ 歴史観光の充実

本市のシンボルである鶴ヶ城を核としたサムライ文化の発信など、新たな切り口による歴史観光を推進しました。往時の天守閣再現事業としての赤瓦葺き替えや天守閣再建50周年を契機とした展示リニューアルを行うとともに、プロジェクションマッピングやフルカラーLEDによる夜間の魅力向上、會津十楽による往時の城下町演出や会津侍「若松つつん」による誘客宣伝など、サムライシティを強調した歴史観光の充実を図りました。

④ 観光客をあたたかく迎えるおもてなし意識の醸成

市民総ガイド運動による「6つのどうぞ」運動やボランティアガイド養成講座などに継続的に取り組みました。観光客受入に関する市民の皆様の協力と取組促進を図ることで、市民一人ひとりが観光客をあたたかく迎える「おもてなし」意識の醸成が図られました。