

令和5年度 多賀城ビジネスプランコンテスト ビジネスアイデア部門

南門を活用した多賀城ブランディング (ワクワクしようよ！知名度アップ)大作戦

～悠久の史都(まち)多賀城はデジタル田園都市へと更なる発展を続ける～



Subtitle

悠久の史都(まち)多賀城は デジタル田園都市へと 更なる発展を続ける

悠久の史都



デジタル田園都市



はじめに

アイデアを思いついたきっかけ(背景)

「南門」という新たなランドマークが公開されます



当プレゼンテーションでお伝えしたいこと



「南門」を活用したビジネスアイデア
って何かないかな～！？

多賀城市には貴重な歴史遺産があるから、今回の南門の公開をきっかけにもっともっと
たくさんの人に多賀城市のことを知ってほしい！

課題

デジタルの活用による課題解決

課題解決によって導き出される

多賀城市のブランドイメージ(印象)

・波及効果

大作戦①

課題、作戦・課題解決

◆ 課題

- ・多賀城駅から「南門」までの移動に時間がかかるため、

ストレスフリーな移動手段を取り入れたい

◆ 作戦名

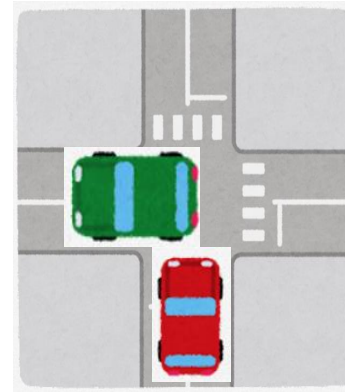
ライドシェア +



お散歩観光



自動運転自動車 + アトラクション



課題解決: ストレスフリーな移動手段が実現され移動時間が短縮

作戦の詳細 1/2

◆ 作戦1:ライドシェア+お散歩観光



<デジタルの活用による課題解決>

ライドシェア運営管理システムの構築(マッチング、配車予約管理 等)

・雇用促進(人手不足解消)・業務効率化

①ドライバー確保のための運転手マッチング・スケジュール・配車管理をシステム化

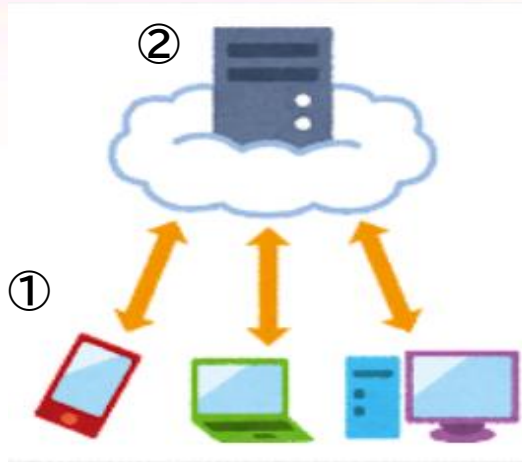
②アテンド(名勝ガイド)確保のためのボランティアマッチング、ライドシェア連携をシステム化

・地域活性化

多賀城市、多賀城市のタクシー事業者、多賀城市民参加によるコンソーシアムを結成しライドシェアを運営

作戦の詳細 1/2

ライドシェアシステム



① 運転手・ボランティア申し込み、送迎申し込み

② 働きたい時に働きたいだけ、運転手、ボランティアガイドをマッチング、配車受付、配車制御もシステム化により効率化！

ライドシェア



お散歩観光



④ 天気が良いのでお散歩を兼ねて多賀城市観光しませんか？ガイドがご案内します！

③ 南門までお送りします

⑤



⑤ 急な雨でもご安心を！ライドシェアがただちに駆け付け(配車)ます

⑥ ライドシェアを拡張

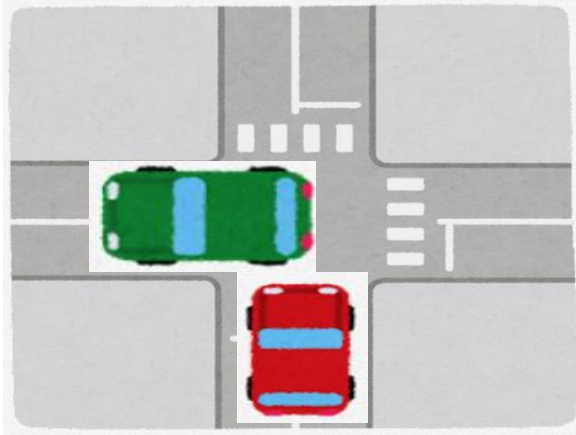


⑥ 松島への観光客を多賀城市に呼び込む(多賀城市に宿泊しませんか？ライドシェアがお迎えにあがります！空きアパートの活用も視野に入れ取組みます)



大作戦の詳細 2/2

◆ 作戦2: 自動運転自動車 + アトラクション



< デジタルの活用による課題解決 >

・自動運転レベル3(4)

- ・多賀城駅から「南門」までの自動運転輸送サービス(コンセプト:最新自動運転技術に触れながら、千三百年前へタイムスリップ)

・国の動向

第二百十三回国会における岸田内閣総理大臣施政方針演説(令和6年1月30日)

自動運転についても、2024年度において、社会実装につながる「一般道での通年運行事業」を二十か所以上に倍増し、全ての都道府県での計画・運行を目指します。

作戦の詳細 2/2

令和(2024)



平成
昭和



神亀(724)



<コンセプト>

最新自動運転技術に触れながら、千三百年前へタイムスリップ疑似体験

<運行経路>

多賀城駅→東北歴史博物館を經由し、「南門」まで

<アトラクション>

・AR・VRゴーグルを着用し乗車



<AR(拡張現実)技術を活用>

車窓から見える令和から明治までの多賀城市の街並みを再現

<VR(仮想現実)技術を活用>

時代は古(いにしえ)、神亀元年(724年)にタイムスリップを再現

<終点>

・終点到着しゴーグルを外すと……目の前にはリアル(本物)の「南門」が広がっている



多賀城市のブランドイメージ・波及効果

◆ 多賀城市のブランドイメージ

①悠久の史都(まち)を継続しながら、市が一体となって
デジタル田園都市を目指すDX最先端シティ

◆ 波及効果

- ・若者のボランティアガイド参加による、「地元を知る」、「興味を持つ」ことへのきっかけ作り
- ・インバウンドガイド対応による、「語学の实地訓練の場を提供」
- ・運転手の人手不足を解決、隙間時間に働きたい人などへの就労提供
- ・多賀城の名所をアピール
- ・空き家(アパート)対策



大作戦②

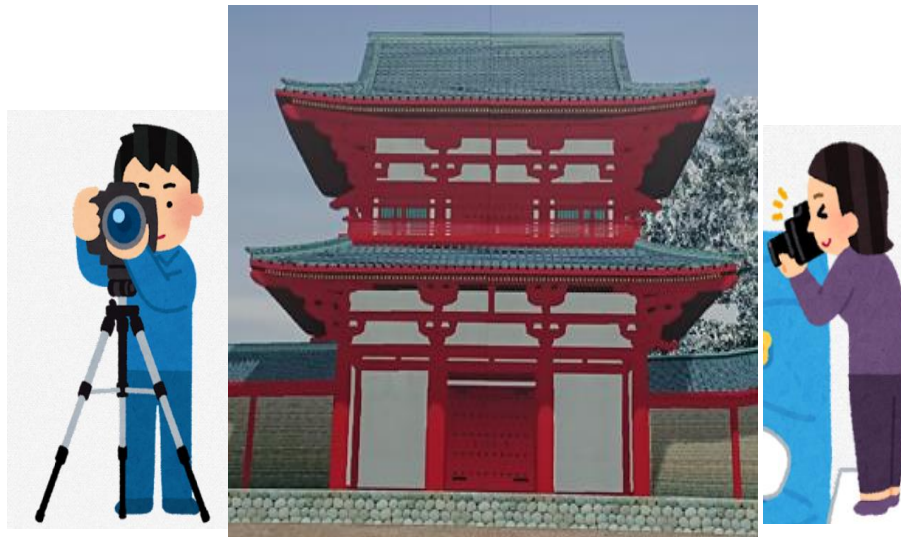
課題、作戦・課題解決

◆ 課題

- ・多賀城創建千三百年記念を**全国レベルで周知したい**

◆ 作戦名

「南門」を活用したデジタルコンテンツ(実写、アニメ、AR、VR)コンテスト



課題解決: 多賀城市のランドマークを活用したユニークな
取り組みにより、「南門」の知名度がアップ、
多賀城市のファンも増加

作戦の詳細 2/2

デジタルコンテンツコンテスト



実写



アニメ



AR



VR



入賞作品には、話題性作りのため多賀城市ゆかりの芸能人の出演や多賀城市民によるボランティアエキストラ参加によるリメイクを実施

※多賀城市出身のあの俳優さんや 多賀城高校出身のあの声優さん



制作したデジタルコンテンツはSNS用発信コンテンツとして活用



「南門」知名度アップ・多賀城市ファン増加

多賀城市のブランドイメージ・波及効果

◆ 多賀城市のブランドイメージ

②悠久の史都(まち)多賀城は更なる発展に挑戦する都市

◆ 波及効果

- ・多賀城市のファン増加によるふるさと納税者、納税額の増加
- ・税込増加分を「南門」を活用した各種イベント運営への資金提供



PR動画コンテスト

多賀城市のファン増加による、ふるさと納税者、納税額の増加

税込増加分を「南門」を活用した各種イベント運営への資金提供



ふるさと納税

サイクリック(循環)な取り組み

課題解決により導き出されたブランドイメージ

Subtitle

悠久の史都(まち)多賀城は
デジタル田園都市へと
更なる発展を続ける



- ① 悠久の史都(まち)を継続しながら、市が一体となってデジタル田園都市を目指すDX最先端シティ
- ② 悠久の史都(まち)多賀城は更なる発展に挑戦する都市

**年齢・性別を問わず、たくさんの
ステークホルダーたちと
ワクワクする体験**

を共有し、多賀城の知名度を上げるとともに、子どもたちの未来に誇れる多賀城市になってほしいと強く思っています。

**ワクワク = チャレンジ
しようよ!**

