

|   |
|---|
| 情報発信等戦略の期間  |
| 令和3年度～令和7年度まで   |
| 情報発信等戦略   |
| <p>① 情報発信の内容</p> <p>A-1<br/>風評の大きな要因である「食」や「健康」について正確な情報を発信し、理解を得るとともに、村内で農作物を生産している農家の方々が実際に首都圏のイベントに行き、対面で農作物PRや説明を行うことで、村産農作物の安心・安全・美味しさ・食べ方などをより直接的に伝える。<br/>また、村が有する豊かな自然や歴史、文化、体験アクティビティなども併せて魅力を発信することで、全体的なイメージ向上を図る。</p> <p>A-2<br/>動画等を活用したプロモーションを通じて魅力を発信する。</p> <p>② 北塩原村の情報発信体制</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○北塩原村商工観光課を中心に、関係各課(総務企画課、企画室、農林課)の連携・協力により公式HP、Twitter等のSNSによる発信</li><li>○裏磐梯観光協会及び加盟施設等の協力によるHPやSNS等による発信</li><li>○磐梯山ジオパーク及び裏磐梯ビジターセンター等との連携による発信</li><li>○極上の会津プロジェクト協議会や福島県の観光PR事業などと連携したプロモーション活動、近隣市町村や杉並区を中心とした交流自治体との連携による発信</li></ul> <p>※裏磐梯観光協会：加盟施設数100施設<br/>※磐梯山ジオパーク協議会構成団体数：24団体<br/>※極上の会津プロジェクト協議会：全会津17市町村及び関係団体<br/>※杉並区を中心とした交流自治体：東京都杉並区 外7市町村</p> <p>③ 情報発信等の戦略目標</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○国内外に対して、北塩原村産の農作物の安全性、健康への影響等についての正確な情報を発信して原発事故やALPS処理水海洋放出による放射能等の風評の払拭を図るとともに、「自然」「温泉」「文化」「歴史」「農産物」「体験アクティビティ」等の魅力についての情報等を発信することによる本村のイメージ向上を図る。</li></ul> <p>④ 全体工程表</p> <p>北塩原村情報発信に係る全体工程表</p> <p>R3 R4 R5 R6 R7</p> <p>情報発信事業の実施<br/>(イベント参加・実施、全国情報誌の活用、交流事業の拡充など)</p> <p>関係団体HP、SNS等による情報発信<br/>(村の特産品等を活用したSNSへの誘導)</p> <p>近隣市町村と連携した魅力発信<br/>(情報共有、事業活用検討、計画、実施)</p> <p>特産品の魅力発信<br/>コンテンツ作成の検討</p> <p>テレビ番組又は動画作成</p> <p>事業検証・修正等</p> <p>事業検証・修正等</p> <p>事業検証・修正等</p> <p>事業検証・修正等</p> <p>村ホームページやXなどの既存媒体での広報</p> |