

情報発信等戦略の期間

令和 4 年度～令和 4 年度まで

情報発信等戦略

①情報発信の内容

東日本大震災から 11 年が経過したものの、依然として根強い風評被害が残る中、ALPS 処理水の処分方針決定により、農林水産物の価格や観光誘客の回復の遅れなど、新たな風評の影響を懸念する声が高まっている。このため、下記のような新たな取組を始め、風評払拭に向けた取組の更なる強化を図る。

(テーマ)

- ・広野町の「二ツ沼総合公園」は総合運動公園として、地域のスポーツ振興の中核的な施設であることから、当施設を活用したイベントに県外からの誘客を図ることで、町の魅力を広く発信する。(具体的には、二ツ沼総合公園を会場とする交流人口拡大イベントを実施し、それを契機として情報発信を行う。)
- ・広野町と檜葉町の両町にまたがる「Jヴィレッジ」は、全国的にも知られ、浜通りのシンボルのひとつでもあることから、当施設を活用して、両町及び国、県、県内関係自治体等と連携することで、国内及び海外に「Jヴィレッジのある町 広野&檜葉」の魅力を発信する。(具体的には、Jヴィレッジを会場とする国際会議等イベントを契機として情報発信を行う。)
- ・令和 4 年 4 月に開館した文化交流施設「ひろの未来館」が、町内で発掘された文化財や恐竜の化石、町で誕生した童謡「とんぼのめがね」等の貴重な資料を展示している施設であることを情報発信し、恐竜や童謡に興味を持つ県外からの誘客を図ることで、町の魅力を発信する。(具体的には、興味関心を持ってもらえる魅力的な施設とするためのアートイベントを開催し、それを契機として情報発信を行う。)

②広野町の情報発信体制

【復興企画課企画振興係】

- ◇広野町の新たなまちづくりに係る地域情報発信による風評払拭に関する取組を行う。
 - ・スポーツ振興による新たなまちづくり『広野スタイル』推進による魅力向上。
 - ・スポーツ振興を核とした交流人口拡大イベントの開催による魅力発信。
 - ・『広野スタイル』をPRするための動画の作成、町の公式SNS等による情報発信。
 - ・観光大使やインフルエンサーと連携したスポーツに関心のある層へのSNS等を活用した情報発信。
 - ・(株)広野町振興公社との連携による情報発信。
- ◇Jヴィレッジを活用した海外に向けた地域情報発信による風評払拭に関する取組を行う。
 - ・『Jヴィレッジのある町』を国内外にPRするための動画の作成、町の公式SNS等による情報発信。
 - ・ふたば未来学園と連携した『Jヴィレッジのある町』を国内外にPRするための「語り部」の活用による情報発信。
 - ・Jヴィレッジを会場とした「国際会議」の開催に伴う、ASEAN加盟国等への風評払拭と魅力発信。
 - ・国際会議の開催に向けた実行委員会(国(国土交通省、復興庁)、福島県、県内関係自治体(会津若松市、檜葉町、広野町))との連携による情報発信。

