

(様式1－2) 情報発信等戦略 543 富岡町

情報発信等戦略の期間
令和4年度～令和7年度
情報発信等戦略
<p>① 富岡町が発信したい情報</p> <ul style="list-style-type: none">● 「町内の復興状況」や「帰還困難区域の再生状況」、そして「課題」を含めた【正確な富岡の今】● 今も昔も変わることのない【富岡町の魅力】● 小中学校が統合し、昨年度から小中併設型・小中連携校が開校したことによる【学校の復興状況】● 富岡町産農産物や県産農産物の安全性と魅力 ※町民（県外避難を含む）に対する情報発信のあり方については、 富岡町災害復興計画（第二次）後期（令和年3月） 基本方針4 情報の収集・発信
<p>② 富岡町の情報発信体制</p> <p>(行政)</p> <p>「町政の広報広聴に関すること」及び「地域情報化の推進に関する総合企画及び調整に関すること」を所掌する企画課が、町広報紙の発行や電子ネットワークによる情報の発信を主とした町情報発信の中心を担う。</p> <p>(地域住民・団体)</p> <ul style="list-style-type: none">・地域おこし協力隊・一般社団法人とみおかプラス（まちづくり会社）・富岡町観光協会 <p>(地域外の住民・団体)</p> <ul style="list-style-type: none">・とみおかサポータークラブメンバーのみなさん・連携協定を締結している他地方自治体や大学、金融機関等
<p>③ 令和7年度までに富岡町が目指す情報発信の将来像</p> <ul style="list-style-type: none">・情報発信の目的やターゲット、(発信ツールの) メリット・デメリットを明確にした上での適切なツールによる発信・情報発信の「定量的」又は「定性的」な効果測定・検証・広報アドバイザーの助言等外部視点の導入・業務委託（効果的な役割分担）を視野に入れた継続的な情報発信の仕組みづくり・ターゲットが求めるコンテンツを把握した「寄り添う」情報発信・【正確な富岡町の今】及び【富岡町の魅力】に係る情報を発信することにより、令和7年度の富岡町における入込客数を70,000人（平成22年度入込客数451,310人、年度比15.5%）とする・【富岡町産農産物の安全性及び魅力】に係る情報を発信することにより、令和7年の富岡町における米を除く農産物の産出額を1億円（令和2年の1,000万円から10倍）以上とする
<p>④ 全体行程表</p> <p>別紙のとおり</p>

【別紙】

富岡町 情報発信 全体工程表

令和7年10月現在

※ 本交付金の活用による実施を希望する取組を赤字記載（黒字は本交付金の活用によらない取組）

取組	R 4	R 5	R 6	R 7
体験等企画実施 1	富岡の海を知る体験ツアー	参加者アンケート結果に基づく「より富岡町の今に対する正確な理解が増すツアー」の造成・実施		
	交流・関係人口の増を目的としたモニターツアー・移住検討者の検討の後押しを目的とした移住体験ツアー			
体験等企画実施 2		富岡町産農産物を活用したスイーツ作りコンテスト及び首都圏イベントでの情報発信		
		ミス・インターナショナル及びミス・ワールド・ジャパンを通じた国内外への風評払拭・魅力発信事業		
コンテンツ作成 ・発信	多言語化コンテンツ整備	整備したコンテンツの活用による海外向け発信事業の展開（旅行エージェントや大学との連携含）		
	移住検討者の検討の後押しを目的とした移住専門誌等への町情報掲載			
ポータルサイト構築	社会教育施設ポータルサイト構築・実装	最大観光資源 夜の森桜まつり 首都圏魅力発信事業		
	5/8社会教育施設ポータルサイトの充実・活用による情報発信			
町政情報の随時発信	移住検討者の検討の後押しを目的とした移住ポータルサイトコンテンツ（インタビュー記事掲載・動画配信）の充実			
	広報紙・町ホームページ・町公式フェイスブック・町公式ユーチューブチャンネル・LINE@等による随時の情報発信			