

情報発信等戦略の期間

令和 6 年度～令和 7 年度まで

情報発信等戦略

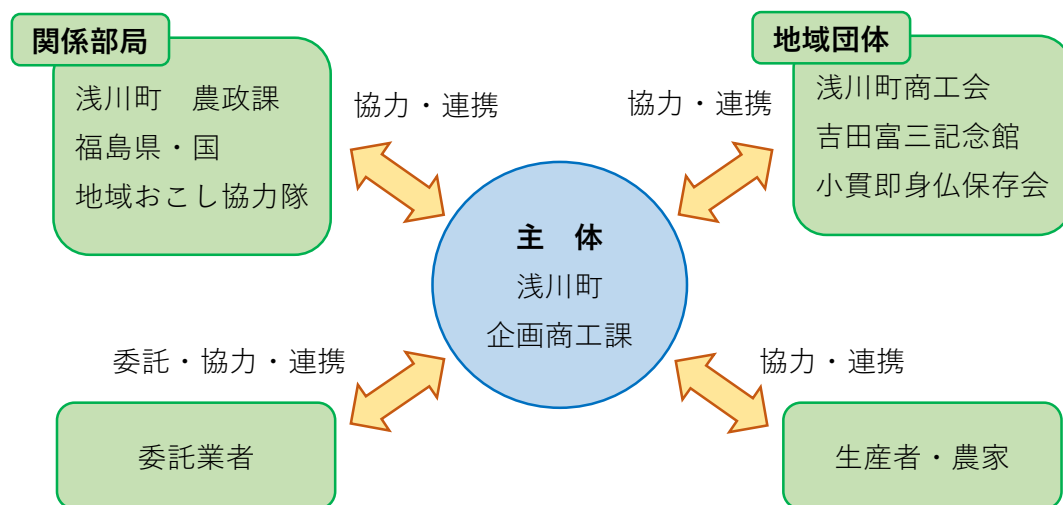
①情報発信の内容

東日本大震災から13年が経過しているが、やはり「福島県」と言えば震災・原発という一括りのイメージがある。また、県外への情報発信も乏しいため、県内最古の伝統を持つ「浅川の花火」、県内唯一の即身仏「弘智法印有貞」、がん研究の先駆者「吉田富三博士」など町の魅力として誇れるものはあるが、「浅川町」としての認知度が低いのが課題である。

そのため、県外の方々の耳目を集める「カンフル剤」となる取組が必要であることから、SNSを中心とする一大プロモーションを行い、町の三大観光資源である「浅川の花火」、「即身仏 弘智法印有貞」、「世界的病理学者・吉田富三」を中心に町の観光資源、特産品を情報発信することで、「福島県の浅川町」とはどんなところなのかを知ってもらい、認知度の向上に取り組む。

②浅川町の情報発信体制

福島県、国及び町の関係部局、商工会などの地域団体や委託業者、特産品の生産者等と連携・協力しながら、浅川町の魅力を発信する。



③情報発信の戦略目標

これまで、他市町村と一緒に掲載される情報誌や観光ガイドブックへの掲載、町ホームページ、X（旧Twitter）などの情報発信がメインのため、そもそも「浅川町」を知らなければ気にして見ることもなく、町外への情報発信ができていなかった。そこで、本交付金を活用し、町外へ町の魅力を発信することで「福島県の浅川町」の認知力向上に取り組む。

また、情報発信及び認知力向上を通じて、町民の「花火しかない」、「何もない町」というネガティブなイメージから、「全国に誇れる花火の町」とポジティブなイメージに変えていくことにより、町民も一体となった町の活性化を目指す。

【KPI】 吉田富三記念館入館者数 3,000人

④ 全体工程表

