

| |
|---|
| 情報発信等戦略の期間 |
| 令和3年度～令和7年度まで ※ 令和7年度までのうち、対象市町村等が設定 |
| 情報発信等戦略 |
| <p>① 情報発信の内容</p> <ul style="list-style-type: none">・ 県外で開催されるイベント等へ出展し、チラシ、パンフレット等の配布等によるPRのほか、こぶしの里（玉川村農産物直売所）との連携による玉川村産農産物のPRを行うことにより、玉川村や玉川村産の農産物に対する風評の払拭を図るとともに、県外からの訪問者数の増加を目指す。・ 玉川村の地域資源（観光地、特産品）をPRし、観光利用者の増加を図るため、都内公共交通機関における広告と連動した村独自のPRイベントを実施する。・ 誘客につながる新たな魅力の創出とSNS等を活用した情報発信に資するため、玉川村の地域資源（観光地等）を、ホームページや動画投稿サイト、SNS等により発信し、玉川村に対する認知度やイメージの向上及び風評の払拭を図るとともに、県外から玉川村への訪問者数の増加を目指す。・ インフルエンサーに玉川村の魅力を体験してもらい、SNSや動画投稿サイト等により情報発信することにより、玉川村に対する認知度やイメージの向上及び風評の払拭を図る。・ 玉川村の交流人口及び関係人口拡大による、来村者の増加を促すため、親和性のあるアートを活用した、大道芸イベントを開催し、県外から多くの来場者を目指す。・ 玉川村に所在している福島空港では、東日本大震災以降国際線の運航が休止されており、インバウンド利用がない状況があった。しかし、令和6年1月より13年ぶりに復活する、台湾との定期チャーター便が運航となるため、台湾からお越しいただく方に向けたPRを図り、村内の様々な場所を巡ってもらい、玉川村の魅力を体験してもらうことで、風評の払拭を図る。・ 玉川村の観光利用者を増やすため、首都圏におけるイベントに出店し、体験型アクティビティやサイクルヴィレッジたまかわ等観光PRを行う。 <p>② 玉川村の情報発信体制</p> <ul style="list-style-type: none">・ 観光、農業等の各担当課が中心となり、村公式ホームページによる情報発信・ 玉川村観光物産協会の協力もとホームページやSNS等による情報発信・ こぶしの里（玉川村生産物直売所）との連携による、イベント出展等による情報発信・ メディア、観光関連事業者と協力・連携した情報発信・ プロモーション委託業者や県外メディアへ協力を依頼し情報を発信・ 国や福島県、近隣の自治体とイベント情報等の共有、連携による情報発信 <p>③ 情報発信等の戦略目標</p> <ul style="list-style-type: none">・ 本村の地域資源を題材とした魅力発信により、交流人口や関係人口の拡大につなげる。 |

④ 全体工程表

玉川村情報発信全体工程表については以下のとおり。
 ※令和6年1月10日時点の計画であり、事業の進捗等に応じて変更する場合がある。

| 区分 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 県外イベント出展・村内イベント開催 | → | | | | |
| 情報発信とwebアンケート | → | | | | |
| 大学と連携したモニターツアー | → | | | | |
| 調査分析 | → | | | | |
| SNS等による効果的な情報発信 | → | | | | |
| 農産物等PR・観光PR | → | | | | |
| 村公式HP等の既存媒体による広報 | → | | | | |
| インバウンド利用拡大に向けたPR | → | | | | |