

情報発信等戦略の期間

令和5年度～令和7年度まで

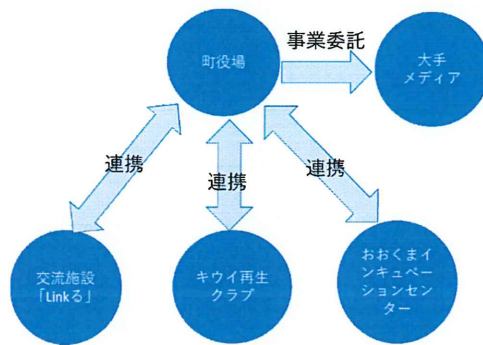
情報発信等戦略

①情報発信の内容

- ・大熊町の農産物の安全性や魅力に関する情報発信を行い、風評の払拭を図り、農産物の産出額の回復を図る。
- ・大熊町の農産物に係る風評の払拭と産出額の回復のため、全国の高校生を対象に、大熊町産キウイを使ったスイーツ作りコンテストを県内で開催するとともに、大熊町産キウイを使ったスイーツを開発し、首都圏においてスイーツを販売するイベントを実施する。
- ・上記イベントを活用し、マスメディアを通じて、大熊町の農産物の安全性や魅力を発信する。
- ・旧大野小学校の校舎を活用して開業した「おおくまインキュベーションセンター」や交流施設「linkる」と連携し、コンテスト入賞チームの高校生や学校関係者らによるキウイ収穫体験など、地元生産者との交流イベントを行い、大熊町の農産物の安全性や魅力を体感してもらう。

②大熊町の情報発信体制

- ・大熊町役場、交流施設「linkる大熊」、おおくまインキュベーションセンター、キウイ再生クラブなどが連携し、各ホームページやSNSを通じた情報発信を行う。
- ・委託事業者である大手メディア企業の新聞、ウェブサイトなどを活用した情報発信を行う。



③ 情報発信等の戦略目標

- ・ALPS処理水の海洋放出により、放射線及び放射性物質への不安感が再び醸成され、風評により、営農再開や大熊町農産物の出荷・購入に影響が出ないようにすることを最大の目標とする。
- ・令和7年にける大熊町の果実産出額；3000万円/年（震災前の産出額3億円の10%）以上とする。
- ・令和7年度以降のイベントの自走を目指す。

④ 全体工程表

実施事業については次年度に評価、分析を行いフィードバックする。

