

情報発信等戦略の期間

令和3年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

① 情報発信の内容

南相馬市の「食」と「海」に関する情報の発信を行う。

「食」に関する情報については、カツオをコンセプトとした開発を行った新グルメを県外で食べてもらうための企画や、市内で食べてもらうための企画を実施し、その取組内容についてSNSやWEB媒体を活用してPRしていく。また市内で採れる農産物等やその生産者の取組や生産にかける想いなど発信するポータルサイトを作成し、WEB広告などを活用して幅広い方に見て知ってもらうとともに、実際に食べてもらうための企画を行う。これらの発信により、市内飲食業や農産物等の認知度や評価を向上させ、市全体のイメージ向上に繋げる。

「海」に関する情報については、良質な波が発生することで知られるサーフスポットでもある北泉海岸で安全にサーフィンを楽しんでいる光景を動画を活用して発信することや、サーフィン体験交流イベントの実施など複合的な取組を企画し海の安全性とともに発信していくことにより、北泉海岸でサーフィンをすることに対する不安や風評の払拭に繋げる。

② 南相馬市の情報発信体制

- ・市のFacebookやホームページ、新たに構築するポータルサイト等による情報発信
- ・南相馬観光協会や南相馬市旅館ホテル組合、市内飲食事業者、日本サーフィン連盟関係者や市内外のサーファーの協力を仰ぎSNS等による情報発信
- ・外部の専門家やインフルエンサーを活用することによる情報発信
- ・北泉海岸のサポーターやフォトスポットを訪れた観光客によるSNSを利用した情報発信
- ・南相馬市の情報発信用LINE公式アカウントを活用した情報発信
- ・「食」や「海」など本市で情報発信する内容に関心が高い方々が閲覧することの多いWEB媒体への記事掲載等による情報発信

③ 情報発信等の戦略目標

これまで行ってきた放射線量の測定結果の公表など市の農作物等に対する安全に関する情報発信に加えて、本市のグルメや農産物等の生産者の想い、サーフィンを楽しむサーファーといった本市の魅力が想像できるような情報を継続的に発信していく体制を整える。情報発信を通じて、原発事故被災地であり、いまなお放射能による影響が残っているというネガティブなイメージ（風評）を抱く方の考えを、魅力ある「食」や「海」があり、それらを育てる魅力ある「人」がいるまちというポジティブなイメージに変えていくことにより風評払拭を図り、県外の人々の安心に繋げていくことで、本市の復興を加速させる。

④ 全体工程表

南相馬市情報発信全体工程表

	R3	R4	R5	R6	R7
市SNS等による情報発信					
農産物ポータルサイトによる情報発信	事前調査、ロードマップ策定 ポータルサイト構築	ポータルサイト誘導に向けた取組 ポータルサイトを核にSNSやイベントでのチラシ配布など様々な媒体を組み合わせた情報発信 生産者を交えた情報発信力強化のためのワークショップ	ポータルサイトのコンテンツ拡充（レシピ動画作成など）	市農産物購入者を対象としたキャンペーンやイベントの実施	
新規グルメメニュー創出	飲食店等調査・メニューの開発	WEB媒体等を活用した情報発信 市内での新規グルメフェア 県外で新グルメ提供の場の設置、メディア向けプロモーション	協力店舗支援、開発メニューブラッシュアップ、地域に根付かせる仕組みの検討		
サーフタウンPR		北泉海岸に関する調査・北泉海岸紹介動画作成	ポータルサイトの構築 サーフィン体験交流イベントなどの実施	ポータルサイトを用いた情報発信、WEB媒体等を活用した情報発信 北泉海岸を活用したイベントの実施	