

風評の影響の払拭に向けた取組について

令和8年9月11日



国内外に向けて、東京電力福島第一原発事故からの復興の現状やALPS処理水の海洋放出等に関し、国内に向けては、復興再生土の安全性等や放射線の基礎知識について、科学的根拠に基づいた正確で分かりやすい情報を発信。

(1) 国内向けの情報発信

①復興再生利用動画の配信

復興再生土の利活用について理解醸成を促進するため、「復興再生土の安全性」や「県外最終処分と復興再生利用の必要性」等について、動画を制作し公開。



復興再生土利活用に関する動画

②放射線の基礎知識の動画配信

放射線について不安や疑問を持った方々に基礎的な知識を分かりやすく伝えるため、“正しい知識と情報”を対話形式で分かりやすく伝える動画を制作し公開。



放射線の基礎知識に関する動画

③児童・生徒向けの教育動画の配信

「原子力災害からの復興と風評の払拭に向けて」及び「東京電力福島第一原子力発電所の廃炉とALPS処理水の海洋放出」を公開。また「みんなしってる? ほうしゃせんのこと」の動画を制作し公開。



復興と風評の払拭に関する動画

放射線の基礎知識に関する動画

(2) 国外向けの情報発信

①外国語ポータルサイト

「FukushimaUpdates」の公開

外国人のよくある疑問や誤解に対して、Q&Aにより分かりやすく解説。
【英・中（繁・簡）・韓・仏・スペイン・ベトナム・タイ】



ポータルサイト「FukushimaUpdates」のサイトロゴ

②廃炉作業の進捗やALPS処理水の動画配信

福島第一原発の廃炉作業の進捗やALPS処理水の安全性について、“科学的根拠に基づいた正確な情報”を伝える動画を制作し公開。【英・中（繁・簡）・韓・仏・スペイン・ベトナム・タイ】



廃炉作業の進捗やALPS処理水に関する動画

③海外の政府関係者・有識者等への説明会の開催

東日本大震災・原発事故からの復興の現状、福島の魅力等について情報発信。



説明会の様子

～これらの情報については、復興庁WEBサイト「福島の今」においても公開中～

「知る」・「食べる」・「楽しむ」の3つの観点から、多様なメディアを活用した情報発信を実施。
また、自治体による風評の影響の払拭に向けた魅力の発信等の取組を支援。

(1) 国内向けの情報発信

①放送番組（テレビ・ラジオ）

福島県浜通りの農産物や観光の魅力を伝えるテレビ特番を放映、福島県で復興＆再生に携わる方へのインタビューをラジオで放送。



福島県浜通りの魅力を発信する番組放送
(テレビ放送:首都圏・被災3県などで放送)



復興＆再生に携わる方への取材
(ラジオ放送:36局で放送)

②復興の現状や課題、福島県の魅力を伝える動画の配信

復興の現状や課題、福島県浜通りの農産物や観光の魅力を伝えるため、様々なコンテンツを制作し公開。



復興の現状や課題を発信する動画



復興の現状を発信するビジュアル



福島県の魅力を発信する動画

③イベントへの出展

各種イベントへのブース出展を実施（R7:6回）。
復興の現状やALPS処理水の海洋放出の安全性、地域の魅力等を発信。



イベント出展状況



ALPS処理水の安全性 パネル展示



授業の様子



視察ツアー
(東日本大震災・原子力災害伝承館)



視察ツアー
(東京電力廃炉資料館)

～これらの情報については、復興庁WEBサイト「福島は今」においても公開中～

「知る」・「食べる」・「楽しむ」の3つの観点から、多様なメディアを活用した情報発信を実施。
また、自治体による風評の影響の払拭に向けた魅力の発信等の取組を支援。

(2) 国外向けの情報発信

① イベントへのブース出展

韓国において、2025年10月日韓交流お祭り、11月トラベル・ショーの場において、福島在地酒の提供や赤べこの絵付け体験等を通じて復興の現状を伝える復興庁ブースを出展。



トラベル・ショーのイベントロゴ



復興庁ブースの様子

③ 各種メディアを通じた広告等

韓国において、観光雑誌への記事掲載、CTV広告、招致したインフルエンサーによるSNS・動画発信を行うとともに、2026年3月11日前後にソウル・プサンにおける屋外広告を実施。



OOH広告(ソウル・プサン)



CTV広告(韓国)

② 天皇誕生日レセプションや国際会議等の機会を活用した発信

韓国、米国、ベトナムの天皇誕生日レセプションの場や、IAEA総会やダボス会議、TICAD9等の国際会議の場において、各国要人や招待客に対して情報発信。



IAEA総会での情報発信の様子



ダボス会議での情報発信の様子

④ インフルエンサー等を起用した地域の魅力発信

海外インフルエンサーを招へいしたモニターツアーを実施し、福島の食や観光地の魅力を発信



福島の食や観光地の魅力に関する配信

「知る」・「食べる」・「楽しむ」の3つの観点から、多様なメディアを活用した情報発信を実施。
また、自治体による風評の影響の払拭に向けた魅力の発信等の取組を支援。

(3) 自治体の取組の支援

① 福島県及び県内市町村が自らの創意工夫によって行う風評払拭の取組への支援

令和3年度に創設した地域情報発信交付金により、福島県の各自治体が企画・実施する風評払拭に向けた情報発信を支援。
現時点で県及び53市町村の437事業に交付を決定済。

<活用例>



県産品トッププロモーション事業

令和7年11月に輸入規制が撤廃された台湾など、県産品の輸出拡大が見込める国や地域において、桃などを中心とした県産品のトッププロモーションを実施。



相馬の水産物風評払拭
・観光魅力発信事業

福島県主催の大規模イベントや「日本橋ふくしま館MIDETTE」に出展し、相馬産の水産物を使った料理のPRやブランド認証商品の販売等を通じて、安全性やおいしさ、魅力を県外に発信。



震災と復興を未来へつむぐ
高校生語り部事業

震災の事実や教訓を継承・発信する語り部育成のため、高校生を対象に復興に係る探求学習等を実施し、県外の高校生等との交流により福島の今を発信。

復興再生利用の必要性や安全性に関する政府一丸となった情報発信

各府省庁と連携し、政府一丸となって国民に向けた復興再生利用の理解醸成に取り組んでいる。
復興再生土を利用した花壇の見学会、こども霞が関見学デーやふくしま復興フェアでの紹介、
イベントでのポスターやリーフレットによる説明、SNS等を通じた情報発信などを実施。

(1) 復興再生利用を実施した花壇の見学会

①職員及び来庁者等への見学会

霞が関の中央官庁の花壇等11カ所での復興再生利用の現場を活用した見学会を実施。



復興庁(大臣視察)



農林水産省(政務視察)



法務省(職員の花壇見学会)



財務省(職員の花壇見学会)

(2) こども霞が関見学デーやふくしま復興フェアでの紹介

①こども霞が関見学デー

各府省庁での開催時に、復興再生土についての説明や花壇見学会を開催。
(R8.7/29-30)



経済産業省
(こども霞が関見学デー)



復興庁



復興庁(ふくしま復興フェア)



②ふくしま復興フェア

福島県産品を霞が関の庁舎で販売する各府省庁会場において、復興再生利用の展示及び花壇見学会等を開催。

(3) 職員研修、イベント出展等

既存の職員研修等に中間貯蔵施設等の現場見学を組み込み。
また、各府省庁においてイベント等でポスターやリーフレットによる説明を実施。



経済産業省(幹部視察)



復興庁(みちのく潮風トレイルイベント)