

関係各府省庁における提案・助言の反映状況

本会議でいただいた提案・助言を反映して、関係各府省庁においては、以下の取組を実施中又は今後実施していく予定。

1. 体系的な取組の実施

(1) 風評のメカニズムの精査

- ① 食品に関する消費者意識調査の結果について、男女別及び年代別の傾向等
を分析（消費者庁）
- ② 農林水産物の生産・流通・販売の実態を調査し、その結果に基づき関係団
体への指導、助言等を行うとともに、実証実験の結果を生産者・販売者へ
フィードバック（農林水産省）

(2) 既存の施策の棚卸と重複、不足等の確認

- ① 風評対策タスクフォースの開催を増やし、関係各府省の取組の進捗状況等
を密に情報共有（復興庁）

(3) セグメント（対象）に応じた効果的な広報の実施

- ① 小学生等の親子を対象として、スタンプラリー、実験等を通じて放射線に
ついて学ぶイベントを開催（消費者庁、内閣府食品安全委員会、厚生労働
省、農林水産省）
- ② 大学生等を対象として、食品中の放射性物質に関する知識や、生産・流通
に携わる方の思いを伝える意見交換会を開催（消費者庁、内閣府食品安全
委員会、厚生労働省、農林水産省、経済産業省）
- ③ 学生を対象とした職員の出前授業によって、ALPS 処理水等に関する理解を
促進（経済産業省）

(4) 各段階（認知獲得、関心惹起、探索誘導、着地点整備（信頼供給、行動促 進））に応じた広報の実施

- ① ALPS 処理水に関して、各段階に応じて重層的に広報を実施
 - ・テレビCM、ウェブバナー広告、ウェブ動画広告等によって、認知を獲得（経
済産業省）
 - ・BS テレビ番組やラジオ番組の放送、新聞広告の掲載、各種イベントへの説
明ブースの出展等によって、関心を惹起し、探索を誘導（内閣府政府広報
室、経済産業省）
 - ・ウェブサイト、動画、パンフレット等といった段階的理解の促進に向けたツ
ールを提供（原子力規制庁、経済産業省）

- ・福島県産水産物を使った弁当等を販売する取組によって、行動を促進（経済産業省）
 - ② ウェブサイトやツイッターアカウントにおいて、食品中の放射性物質に関する基準値や検査結果について、日本語・英語で公表することによって、着地点を整備（消費者庁、内閣府食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省）
 - ③ 誘客に取り組む自治体への支援にあたって、段階的フェーズに応じた広報や適切な目標の設定等の採用を働きかけ（観光庁）
- (5) 入口段階（関心惹起）でのインフルエンサーの活用**
- ① キャスターやタレントが出演し、一般参加者がリアルタイムで視聴、コメント（質問）投稿ができる復興の状況やALPS 処理水の処分等についてのオンライントークイベントを開催（復興庁）
 - ② 外国人インフルエンサーが被災地の水産物を紹介する記事を公開（農林水産省）
 - ③ 「世界経済フォーラム」の若手リーダー、国際女性会議 WAW!2022 の女性トップリーダー、ミスインターナショナル世界大会出場者など影響力のある人物に対して東京電力福島第一原子力発電所の視察等の機会を提供（経済産業省）

2. 効果的な広報の方法、内容等

(1) 好奇心を喚起した上での科学的な理解の促進

- ① 親子で参加し、釣り・調理・試食と併せて放射線測定を体験するイベントを開催（復興庁）
- ② マルシェやトークショーとともに食品中の放射性物質に関するリスク管理について情報提供するとともに、購買行動の変容について実証（消費者庁、内閣府食品安全委員会、復興庁、農林水産省、経済産業省）
- ③ 放射線教育に関して、児童生徒の好奇心を喚起する実験などを取り入れた教職員研修や出前授業を実施（文部科学省）
- ④ 東日本大震災・原子力災害伝承館での展示内容等を工夫（経済産業省）
- ⑤ 利用者の関心を喚起した上で、正確なモニタリングデータを提供するため、ウェブサイトのデータの表示の仕方等を工夫（原子力規制庁）

(2) 地元の方の声など地域発の魅力の発信の強化

- ① 国際交流基金の事業において、海外で、東北の手仕事の美しさを陶芸や織物等の作品を通じて伝える展覧会や東北の魅力を伝える写真の展覧会を開催（外務省）

- ② 福島県産農林水産物や三陸・常磐の水産物の魅力と安全性について発信するため、小売店（量販店）、道の駅等における物販フェアの開催、消費者等を対象とした産地ツアーの実施等の取組を実施（農林水産省、経済産業省）
 - ③ 学生による短編映画の作成や映画製作についてのトークイベントなど「福島浜通り映像・芸術文化プロジェクト」を実施（経済産業省）
 - ④ 地元民間団体による福島県の伝統・魅力の発信や交流人口拡大のための広報を支援（経済産業省）
 - ⑤ 地元事業者による新商品の開発や販路の開拓を支援（経済産業省）
 - ⑥ 地元自治体による福島県産農林水産物のブランドの確立と競争力の強化に向けた販売促進等の取組を支援（農林水産省）
 - ⑦ 地元自治体が行う誘客のプロモーションにおいて、地元の声を交えた情報発信を実施（観光庁）
- (3) インバウンド観光などの誘客の促進と観光を通じた復興の現状や安全への理解の促進**
- ① 福島県への教育旅行の回復に向けて、観光庁や復興庁、福島県と連携して教育関係者への情報提供を実施（文部科学省）
 - ② 交流人口拡大に向けたアクションプランを取りまとめ（経済産業省）
 - ③ 「ホープツーリズム」というブランディングの下で原子力災害被災地への誘客のための取組を実施（観光庁）
 - ④ 「ブルーツーリズム」を推進するとともに、地元メディア、記者クラブ等に積極的に情報発信（観光庁）
 - ⑤ （一社）日本旅行業協会（JATA）会員企業を対象に、旅行商品の造成に資する被災地、福島第一原子力発電所等のツアーを実施（経済産業省、観光庁）
- (4) 健康影響に関する風評への対策の強化**
- ① 医療従事者を対象として、科学的根拠に基づく事実を説明するパンフレットを配布（復興庁）
 - ② 健康影響に関する風評の払拭に取り組む「ぐるぐるプロジェクト」において、「誤った寄り添い」に陥らないよう施策を転換した上で情報を発信（環境省）

3. 広報を行う体制の充実

(1) 報道等メディア関係者の協力の獲得

- ① 外国メディア向けプレスツアーや外国報道関係者の招へい等を通じて、ALPS 処理水の対応や放射線検査、農業、漁業関係者等についての取材の機

会を提供（外務省）

- ② ニューヨークにおいて、現地メディア、食関係者等を招き、福島県産食材を提供するイベントを開催（農林水産省、外務省）
- ③ 福島県内で開催した物産展やキャンプのモニターイベントについて、地元メディアやNHK等の協力を得て情報発信（経済産業省）

（２） 広報に関する専門知識を持つ人材の参画

- ① 福島県の自治体に広報アドバイザーを派遣し、地元関係者とともに検討し、提案・助言を行うことを通じて、地域発の魅力の発信力を強化（復興庁）

（３） 政治が前面にたったメッセージの発信

- ① ALPS 処理水の海洋放出とその安全性に関して、大臣自らが説明するメッセージ動画を作成し、YouTube で発信（経済産業省）
- ② ALPS 処理水と食品の安全性に関して、大臣自らが説明するメッセージ動画を作成し、多言語により YouTube で発信（消費者庁）
- ③ 大臣等のハイレベルで、輸入規制を継続する国等に対する撤廃の働きかけや各国等の議員に対して廃炉等に関する説明を実施（復興庁、農林水産省、経済産業省）

（４） 誤った情報の流布に対するファクトチェックと反論の実施

- ① 外国語ポータルサイトに、福島の実情、ALPS 処理水等の外国人のよくある疑問や誤解について解説する Q&A を掲載し、随時更新（復興庁）
- ② 水産業界紙の掲載記事に対して反論記事を掲載（農林水産省）

（５） ALPS 処理水に関する専門家による解説

- ① 海外に向けて、専門家や地元漁業者のインタビュー等を交えて ALPS 処理水について説明する番組や動画を放送・配信（外務省）
- ② 海外の専門家に対して、水産物の安全性に関するモニタリングの方法や結果等について説明（農林水産省）
- ③ I A E A（国際原子力機関）による ALPS の安全性に関するレビューを受け入れるとともに、I A E Aが行ったモニタリング・分析の結果について広報（経済産業省）
- ④ I A E A総会のサイドイベントにおいて、各国、国際機関等からの参加者に対して、廃炉の進捗や ALPS 処理水について説明（経済産業省）
- ⑤ ALPS 処理水に係る海域モニタリングの分析結果を分かりやすく確認できるウェブサイトの立ち上げ（環境省）