

## 「持続可能な復興広報を考える検討会議」これまでの議論を踏まえた論点整理

### 1. 復興広報の目指すべきことに対する指摘

#### (1) 総論

- ・ 復興広報のゴールに向かうまでの各段階における成功とは何か、対象は誰なのかということをも具体化し、常に軌道修正しながら復興広報の取組を継続することが重要。
- ・ 各情報発信が、人々の「知る、関わる、動く」という行動のうち、どの行動に貢献しているのか、という視点から考えることが重要。

#### (2) 風評対策

- ・ 科学的理解が低減していると同時に忌避も減っているという現実がある中で、風評対策のゴールを適切に設定して取組を進めるべき。

#### (3) 風化防止対策

- ・ 原子力発電所の事故という東日本大震災の特異性も踏まえつつ、「なぜ風化対策を行うのか」という根本的な考え方を関係者間で共有し、「忘れてほしい」と思っている方々もいる中で、誰にとって何を残すのか、よく考えるべき。

### 2. 「可視化」と「行動変容」に対する課題

- ・ 行政広報を行うにあたっては、根拠となるニュートラルなデータやロジックを「可視化」することが必要であり、その上で、多様な人々が、「可視化」された情報を自ら引き出し、用いることで、施策や課題を「自分事」として考えて行動をするよう、働きかけることが必要。
- ・ 「行動変容」を起こすためには、様々な特性をもつメディアを、対象や段階も明確に意識しながら、戦略的に活用することが重要。

### 3. 復興広報における広報フレームの課題

#### (1) 広報戦略

- ・ ”「福島県産品」の需要拡大”を”復興”と考えた場合、その復興の実現には、①流通段階で失った棚の回復、②消費者側の「なんとなく」の不安感を払しょくするための情報のアップデート、③消費者と、情報の発信側との間の信頼構築、④他者の選択との向き合い方、という4つの課題への対応が必要。
- ・ 風評・風化対策自体が不十分ということは必ずしもないが、これからは、情報

発信の「量」より具体策の「質」を向上させるとともに、「風評」とは何かという認識を共有することが必要。

- ・ 復興に係る取組を推進する側と抑制する側、双方からの圧力によって事業が停滞してしまいがちであるが、出回る情報量が増加することに伴い、肯定的な意見を持つ人の割合も大きくなりつつあることにも留意が必要。

## (2) 広報コンテンツ体制・プロセス

- ・ 関係者全員が主体的に関わり、「共同作業」の意識を持つとともに、関係者間で認識や目的を共有する工夫を行い、意思疎通をよりスムーズにすることが肝要であること。
- ・ 広報活動を行う当事者は必ずしも広報分野における専門知識を持ち合わせていないため、どこまで戦略的であるべきか、検討すべき。
- ・ 情報発信の「グランドデザイン」の中で、インフルエンサーに担ってもらうのはどのフェイズであるかを明確にし、さらに、見ている側にも、どのフェイズに関わる発信なのかが伝わるよう工夫することが必要。

## 4. 地域発信型広報の提案

- ・ 地域住民が自発的に町の魅力を語る、「地域発の広報」が不可欠であり、各地域が広報を行う際に必要となる広報技術や専門知識を得るための環境づくりを後押しが重要。
- ・ 広報の受け手側が「これまでと違う」と認識する「型」をつくることが必要であり、被災地を巡る旅を「エコツアー」とラベリングすることなどによってインバウンドを増やし、世界からの注目を集めるとともに、地元メディア等の協力を得ながら、国内の関心を引き起こすような工夫が必要。

## 5. デマ・フェイクニュース対策

- ・ コミュニケーションに当たっては、現在も不安を抱いている人、デマに苦しめられてきた当事者、それぞれに寄り添い、相互の意思決定を尊重することが重要であること。
- ・ 健康被害等に関するデマ・フェイクニュースが、被災地・被災者への差別・偏見を拡大・維持してきたことを踏まえ、十分かつ持続的な対策をとることが必要。
- ・ 風評対策は、風評の被害を受けた側の支援のみならず、デマ・フェイクニュースをはじめとする風評の加害をもたらす側の言説・行為が発生し続けてきた事実・事例の詳細とその要因の把握・分析が不可欠。その点を踏まえた広報が必要。