

# 風評の影響の払拭に向けた取組について



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進捗やALPS処理水の処分等について、**プッシュ型広告**等を活用して、**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 ALPS処理水について説明する動画の配信

ALPS処理水についてイラストを用いて分かりやすく説明したチラシ及び動画を公開。プッシュ型広告を実施。



### ② 健康影響に関する風評を払拭するための動画の配信

福島第一原発事故による放射線の健康影響についての国連機関UNSCEARの発表を有識者が分かりやすく解説する動画を公開。プッシュ型広告を実施。（R3.12〜）



### ③ 児童・生徒向けの教育動画の作成・公開

「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」の2本の動画を制作し公開。（R5.4〜）



### ④ 放射線測定体験イベントの開催

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。（R5.3）



### ⑤ オンラインイベントの開催

住民の帰還等復興の進捗やALPS処理水の処分等をテーマとする**一般参加型のオンラインイベント**を開催。（R4.12）



当日参加者658名

# 科学的根拠に基づいた正確な情報の発信（2）

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進捗やALPS処理水の処分等について、プッシュ型広告等を活用して、科学的根拠に基づいた正確で分かりやすい情報を発信。

## （2）海外向けの情報発信

### ① 海外紙における記事広告の掲載

以下の新聞等において、ALPS処理水の処分を含む廃炉、福島復興の現状や食・観光の魅力等についての記事を掲載。



Financial Times (欧米) (R4.2)  
THE WALL STREET JOURNAL (米国等) (R5.3)  
自由時報 (台湾) (R5.1~3)  
South China Morning Post (香港等) (R5.3)

### ② 科学雑誌への寄稿

ALPS処理水の安全性等について、科学雑誌 (New Scientist) に寄稿。(R5.2)



### ③ 動画の制作・配信

「復興の現状」「ALPS処理水」「食・観光の魅力」の3動画(英・中(繁・簡)・韓・タイ・インドネシア・ベトナム)を制作し、プッシュ型広告を展開(英・中(繁・簡)・韓)。



3 動画計3070万回再生

### ④ オンラインイベントの開催

欧州のニュースサイト (EuroNews) において、復興やALPS処理水の処分を含む廃炉等をテーマとして外国人、日本人のパネリストが議論し、一般視聴者の質問等に答えるオンラインイベント(英語)を開催。(R4.12)



117万回再生

# 復興の進捗や魅力の発信（1）

① 福島復興の現状等を「知ってもらう」、② 福島県産品を「食べてもらう」、③ 福島県に「来てもらう」の3つの観点から、インターネット、SNS、ラジオ、テレビ等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）メディアを活用した情報発信

### ① YouTube動画「おいしい福島」の配信

タレントを起用し、福島県産農林水産物の魅力と安全性や、浜通りを巡る旅の魅力等について、分かりやすく、楽しく伝える動画をインストリーム広告も活用してYouTubeで配信。

16動画計1230万回再生

<食>



<旅>



(R4年度制作)

### ② 流通業界誌への記事掲載

流通業界誌において、卸売・小売関係者及び消費者による「常磐もの」の消費拡大と風評払拭に関する対談記事を掲載。(R5.2)



### ③ 出前授業の実施

国内各地の高校に職員を派遣し、復興の現状、ALPS処理水の処分、風評の影響等についての出前授業を実施し、その様子を地方紙に掲載。R4、8校)



## 復興の進捗や魅力の発信（2）

① 福島復興の現状等を「知ってもらう」、② 福島県産品を「食べてもらう」、③ 福島県に「来てもらう」の3つの観点から、インターネット、SNS、ラジオ、テレビ等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）イベント等を通じた発信

#### ① 国内外での福島を魅力発信するイベントの開催

(i) 福島の海や「常磐もの」の魅力と安全性を発信する釣り大会及びステージイベントを開催。（R4.7 相馬市）



(ii) 福島県内自治体等と連携し、名古屋市において食、観光などの魅力や復興の進捗を発信する物販イベントを開催。（R4.11）



(iii) タイにおいて、復興の現状、福島の食や観光の魅力を発信するイベント及び水産物等を販売するフェアを開催。（R5.1、2）



#### ② インバウンド需要の拡大に向けた情報発信

インフルエンサー、メディアを含む韓国人を招へいし、福島県内の復興の進捗や食・観光の魅力を感じられる各地を訪問するモニターツアーを実施。（R4.11）



#### ③ 国際会議の機会を活用した情報発信

福島県において開催された日・ASEAN諸国の関係者を招いたスマートシティに関する国際会議の機会を活用して、復興の現状や福島県産の農水産品等の魅力を発信するとともに、招へいしたメディアを通じて各国に情報発信。（R4.12）



① 福島県の復興の現状等を「知ってもらう」、② 福島県産品を「食べてもらう」、③ 福島県に「来てもらう」の3つの観点から、インターネット、SNS、ラジオ、テレビ等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。令和4年度は県及び37市町村の69事業に交付して事業を実施。令和5年度は現時点で県及び27市町村の41事業に交付を決定済。

<活用例>



「ふくしまプライド。」  
海外販路回復・拡大事業

海外の飲食店や量販店とのタイアップにより県産品のフェアを開催。フェアにインフルエンサーを招へいして消費者に食品の安全性を発信。



相馬の地域文化魅力発信事業

道の駅そうまを地域文化の魅力を伝える情報発信拠点として、馬追や浜通りの食文化を体験できるファミリー向けイベント等により地域文化の魅力を伝える。



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・発信するため、高校生を対象に語り部としての研修を実施。県外の学校との交流等を通じて、福島の今を発信。

### ② 自治体への広報アドバイザーの派遣

福島県内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（R5.1～）