

# 風評被害対策

## 「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」

- 福島においては、科学的根拠に基づかない風評やいわれのない偏見・差別が今なお残っている。
- 復興大臣の下、関係府省庁からなる「**原子力災害による風評被害を含む影響への対策タスクフォース（以下、タスクフォース）**」を開催（2013年3月～）。
- 2017年12月開催のタスクフォースにおいて、**より具体的な情報発信を進めていくための政府全体の方針として、「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」**を決定・公表。
- この戦略の下、「**知ってもらう**」、「**食べてもらう**」、「**来てもらう**」の3つの視点から、関係府省庁において**工夫を凝らした情報発信**を実施するとともに、タスクフォースにおいて継続的に**フォローアップ**する。

### 風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略

「知ってもらう」、「食べてもらう」、「来てもらう」の3つの視点から「伝えるべき対象」、「伝えるべき内容」、「発信の工夫」等についてシンプルかつ重要な順に明示。

|       | I 知ってもらう  | II 食べてもらう   | III 来てもらう  |
|-------|---|---|--|
| 対象    | ①児童生徒及び教育関係者<br>②妊産婦並びに乳幼児等の保護者<br>③広く国民一般            | ①小売・流通事業者<br>②消費者<br>③在京大使館、外国の要人及びプレス<br>④在留外国人及び海外からの観光客        | ①教師、PTA関係者、旅行業者<br>②海外からの観光客、外国プレス及び在留外国人<br>③県外からの観光客   |
| 内容    | ①放射線の基本的事項及び健康影響<br>②食品及び飲料水の安全性<br>③復興が進展している被災地の姿 等 | ①福島県産品の「魅力」や「美味しさ」<br>②食品及び飲料水の安全を守る仕組みと放射性物質の基準<br>③生産段階での管理体制 等 | ①福島県の旅行先としての「魅力」<br>②福島県における空間線量率や食品等の安全<br>③教育旅行への支援策 等 |
| 発信の工夫 | ● 受信者目線で印象に残るような表現の工夫<br>● メディアミックスの活用 等              | ● 安全性も理解してもらえる工夫<br>● 国際比較による福島県を相対化した情報発信 等                      | ● 「ホープツーリズム」に関する発信<br>● 草の根からの発信 等                       |

ALPS処理水の処分に伴う風評対策については、2021年4月の処分方針の決定を受け、同年8月20日に開催した**風評対策タスクフォース**において、関係省庁が取り組むべき情報発信等について、「**ALPS処理水に係る理解醸成に向けた情報発信等施策パッケージ**」として、とりまとめ、公表。