

令和3年4月22日  
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  
復興庁資料

# 風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略 に基づく復興庁の主な取組



## 「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」を踏まえた復興庁の主な取組状況(1/3)

### 知ってもらう

#### ○放射線に関する正しい知識の理解と誤解の払拭

- ① 福島復興の現状等を「知ってもらう」、福島県産品を「食べてもらう」、福島県に「来てもらう」の3つの観点から、TV、ラジオ、インターネット、SNS、マンガ等多くの媒体を活用したメディアミックスによる情報発信を実施（H31.2～）。
- ② その他
  - 「放射線のホント」：PTA全国大会参加者等に2.1万部配布（R1）。
  - 「放射線の基礎知識に関するリーフレット」：日本医師会会員、全国自治体、全国産婦人科病院、イオン室内遊園地において155万部配布（H30～R1）。



### 食べてもらう

#### (1) 福島県産品の利用・販売促進等

##### ① 復興大臣より、経済3団体のトップに被災地産品の利用等を直接要請

- ・ R3.3.18 日本経済団体連合会（古賀審議員会議長）
- ・ 3.16 経済同友会（櫻田代表幹事）
- ・ 3.10 日本商工会議所（三村会頭）
- さらに、産業界での福島県産品をはじめとする被災地産品の流通・販売促進や被災地応援フェアの開催、社内食堂・贈答品等での一層の利用について、復興庁・農林水産省・経済産業省連名で要請（R3.3.15）

##### ② ふくしま応援企業ネットワークによる首都圏等でのフェア開催情報等、福島県産品を買える場所の情報発信

- 加盟企業の拡大にも取り組んでおり、会員企業数は146社。（設立当時（H26.11）は14社）
- 従来の加盟企業を中心であった建設会社、重電といった電力と関連の深い業種だけでなく、旅客・運輸や通信の大手企業をはじめ、多様な企業が加盟。

# 「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」を踏まえた復興庁の主な取組状況(2/3)

## (2) 輸入規制の撤廃・緩和に向けた働きかけ

### ① 国際会議の場を活用した情報発信

- G20首脳及び関連閣僚会合などの国際会議に際し、福島の空間線量率の低さや日本の食品安全基準の厳しさを示すパネル展示や、被災地産食材情報の提供を実施。  
(R1.5～11)
- ワールドプレスブリーフィング（海外記者向けのレセプション）において、復興大臣等が復興の状況、被災地の食材の安全性等について説明。被災地産の食材を使用した料理の提供等により、被災地の魅力を発信。



福島と各国の空間線量率を示すパネル

### ② 「復興五輪」海外発信プロジェクト（在京大使館への情報発信）

- 復興庁政務が各国の在京大使に対し、震災に対する支援への感謝と被災地の姿等を伝えるとともに、輸入規制措置の撤廃・緩和に向けた働きかけを実施。
- 在京大使・大使館員を対象として宮城県（5月、6か国計8名参加）、岩手県（6月、7か国計10名参加）、福島県（7月、12か国計14名参加）への訪問ツアーを実施。  
(R1.5～7)



日本と各国の食品安全基準を比較するパネル

### ③ 海外メディア向け被災地ツアーの実施

- 中国・香港のメディア関係者向けに復興が進む福島の姿や日本の食品の安全性などを知るためのツアーを企画し、中国・香港の新聞やSNSなどにおいて取材を踏まえた報道を発信。
- 被災地の復興しつつある姿や魅力の発信、風評払拭のため、聖火リレーのグランドスタートに併せ、在京の海外メディア等を対象に被災3県を巡るツアーを実施。



在京大使館への情報発信

### ④ パンフレット「風評の払拭に向けて」の改訂等

- 日本語・英語版・中国語版（簡体字、繁体字）・韓国語版を改訂。
- 復興の現状を紹介する海外向け動画を多言語（日英中韓仏西アラビア）で作成。



パンフレット「風評の払拭に向けて」

輸入規制措置を導入した54の国・地域のうち、39か国・地域が規制措置を完全撤廃、韓国及び台湾を除く13か国・地域において規制措置を緩和。

## 来てもらう

### ○ 国内外からの被災地への誘客促進

#### ① 海外からの旅行客の拡大に向けた施策

- インフルエンサーを活用した情報発信の実施（イギリスの著名人を福島県に招請し、制作した動画をYouTube、SNS等で発信）
- メディアを活用した情報発信の実施（欧米のメディアを招請し、各々の媒体で情報発信）
- オンライン旅行会社と連携した東北旅行の情報発信及び販促キャンペーンの実施
- 海外旅行会社等と連携した東北旅行に特化した共同広告の実施
  
- 12市町村を中心とした福島の魅力等の発信や交流人口の増加に取り組む事業者の活動を支援
  - ・ 訪日外国人を対象とした原発事故被災地への訪問ツアーの造成
  - ・ 現地展示会等における地域の魅力の発信 など

#### ② 福島県への教育旅行の回復に向けた施策

- 震災・原発事故被災地の見学や地元の方々との意見交換等を通じ、対話型で学ぶ「ホープツーリズム」推進に向けたモニターツアーの実施を支援
- 小・中・高等学校のPTA関係者の全国大会に復興大臣等が参加し、福島県の教育旅行回復や正しい放射線知識の理解促進に向けた情報発信を実施（H29～）
- 復興庁、観光庁からの協力依頼を受け、文部科学省から全国の教育委員会教育長、知事に対して、福島県への修学旅行等の実施に関する通知を发出（H31.3）

**(参考資料)**



- 福島県が生産・販売に力点を置く農産物等を中心に、その魅力と安全性を短く、分かりやすく、かつ楽しく観られる動画を制作、YouTubeで配信（True Viewインストリーム広告を活用し視聴機会を増大）。
- 動画を観て福島県産農産物等に魅力を感じた消費者がすぐに購買行動に移すことができるよう、復興庁サイト「タブレット先生の『福島の今』」の特設ページに福島県運営のインターネット通販サイト「ふくしまプライド便」へのリンクも設置。

概要

ポイント1：インフルエンサーの活用

第1弾～第4弾合計で200万回以上視聴 (R3.3.19時点)

[第1弾] リュウジさん (料理研究家)



YouTube  
チャンネル登録者数 145万人



農家訪問編



料理編

[第4弾] さかなクン (魚類学者、タレント)



YouTube  
チャンネル登録者数 21.9万人



現地紹介編 (ヒラメ)



現地紹介編 (アンコウ)

[第2弾] フォーリンデブはっしーさん (グルメエンターティナー)



Instagram  
フォロワー数 26.6万人



農家訪問編



料理編

ポイント2：楽しい内容としつつ安全性にも訴求



[第3弾] ロバート馬場さん (吉本芸人)



YouTube  
チャンネル登録者数 25.5万人



農家訪問編



料理編

ポイント3：購買行動の喚起



ふくしまプライド便へのリンク



# 令和2年度の取組事例② 釣り×料理による情報発信

## 『常磐もの』で福島の今を体感2020 ～釣れたヒラメでリモートクッキング～

### 趣旨・目的

- 釣りと料理を通して地域食材の魅力を伝え、安全性等への理解の増進を図る。
- 食と交流の体験を楽しむことができるグルメアプリ「キッチンハイク」を活用し、双方向型オンライン料理ワークショップとすることにより、疑似的な現地参加を体感でき、福島への親しみを増進。

### 実施概要

いずれのコンテンツからも  
福島の現状や製品の安全性もPR

釣り

料理

日本全国のヒラメを食べていますけど1番美味しかったです。さっき釣ったばかりのものをおろして食べたら、なんか昆布締めしたみたい。僕の予測では、底の海藻に根付いているアジを食べているからなんじゃないかと。

釣り専門誌  
スポーツ紙等

福島の今を伝える  
釣りの魅力を伝える

日刊スポーツ  
YouTubeチャンネル  
からも発信

釣りジャーナリスト協会  
にも原稿・写真を配信



横山復興副大臣も参加

インフルエンサーと  
メディア参加による釣り  
(相馬沖)



有名イタリアンシェフによる  
オンライン料理ワークショップ  
(相馬市東部公民館)

キッチンハイクを  
活用した情報発信



参加者  
参加者も  
SNSで拡散

野菜→  
↓ヒラメ

福島県産の  
食材を発送



累計約2万いいね!

釣りインフルエンサーによる  
SNSでの情報拡散

釣りファン  
釣り関心層

海の豊かさを伝える  
ウェブ「イGyoppy!  
(Yahoo!)」からも発信

FMラジオ  
Hand in Hand



各種報道 地方紙・テレビ局等も自主的に報道

復興庁YouTube  
チャンネル

6.1万回再生

キッチンハイク  
からも記事を  
配信



ママ層  
料理関心層

ワークショップに参加した  
ママインフルエンサーによる  
SNSでの情報拡散

累計約7千いいね!

# オンライン料理ワークショップ

- 「食」の関心層をターゲットとし、**全国規模での福島県産食材の魅力と安全性の認知、及び購買・訪問意欲の増進**を目指す。
  - ・ 拠点となる福島会場に有名料理人（寺田真二郎氏（料理研究家））を講師として招聘し、オンラインで3大都市圏の会場（ABCクッキングスタジオ）を接続することで、**リモートによる料理ワークショップ**を開催。
  - ・ 使用する食材の放射線測定状況なども各会場のモニターで紹介し、参加者に**安全性を体感**いただくとともに、**自ら料理し味わう**ことで、**福島県産食材の魅力を感じて**いただく。
- 取組が広く全国で報道されるよう、農林水産省、福島県とも連携し、**地域のメディアにPR**。

**ABC** 中部会場：愛知県  
Cooking Studio (名古屋パルスタジオ)



**企画名称** 「福島のおいしい」を体感！全国リモートクッキング  
**開催時期** 令和3年1月25日（月）16:00～18:00  
**会場** 福島会場を拠点とし、3つの地方会場（関東、中部、関西のABCクッキングスタジオ）をオンライン会議システムで接続  
**参加者** ABCクッキングスタジオHPから募集（受講生を対象）  
**使用食材** 福島県産ヒラメ・野菜、地方会場にちなんだ農産物



**ABC** 関西会場：京都府  
Cooking Studio (京都グランドスタジオ)



福島と3大都市圏  
をリモートで接続

## 福島会場（拠点）：福島県 (Garden Kitchen 郡山駅前)



放射線測定状況（動画）



復興庁  
YouTube  
チャネル



ライブ配信  
+  
ゲスト動画配信



オンラインで接続

**ABCクッキングスタジオ**  
国内外に149万人以上の会員を持つ世界最大級の料理教室。料理・パン・ケーキのコースのほか、1回完結の"1day"レッスンを展開し、「世界中に笑顔のあふれる食卓を」を企業理念に「手作りの食」の大切さと楽しさを提案。自由度の高いサービスや豊富なメニュー展開も人気のひとつ。

**ABC** 関東会場：神奈川  
Cooking Studio (たまプラーザスタジオ)



**地方会場：3大都市圏**  
(ABCクッキングスタジオ)

- ・ 福島県産食材に加え、地方会場にちなんだ地元食材も使用しPRすることで地元メディアの関心を向上
- ・ 各会場にインスタグラマーを配置し「映える」写真撮影を指導（→ SNSによる拡散も期待）



- 「ふくしま旅スゴ」は、ウェブ上で福島全市町村（59市町村）をサイコロを振って巡り、各市町村の特色や特産品などに関するクイズと放射線に関するクイズに答えながら「映える（ばえる）」写真を集めてゴールを目指す「楽しく学べるすごろくゲーム」。
- ステージクリア毎に大人気家庭用ゲームソフト「あつまれどうぶつの森™」で使用できる「あつ森マイデザイン」（赤べこのコスチュームなど福島にちなんだデザイン）を配布する等によりユーザーの流入を促進。

概要

- ① ステージは、会津エリア5ステージ、中通りエリア8ステージ、浜通りエリア4ステージの計17ステージ
- ② 各ステージには4つのクイズがあり、正解して4つ全てのアイテムを集めるとコンプリートページへ。
- ③ コンプリートページでは、ニンテンドースイッチ™ソフト「あつまれどうぶつの森™」で使用できる「あつ森マイデザイン」（赤べこのコスチュームなど福島にちなんだデザイン）を配布（全20種以上）。

訪問者数  
**4.0万**  
(1/28-2/28)



TOP画面



ゲーム画面 (ステージマップ)



ゲーム画面 (クイズ)

YouTubeクリエイターによる発信も実施

ゲームプレイをするターゲット向けに、YouTubeクリエイター2組によるPRも実施



赤べこコスチューム



あんぼ柿Tシャツ

## 取組概要

- 全国各地の災害からの復興を応援するTOKYO FMのラジオ番組。(全国8局で放送)
- 2020年8月から2021年3月までの放送のうち、16回を福島への風評払拭に向けた取組について放送。(2019年度は、10月から3月までの放送のうち10回)
- ラジオ放送と合わせて、文章・写真による「現地レポート」を復興庁HP「福島の今」及びTOKYO FMのHPに掲載。



## 令和2年度 of 新たな取組

- 『あれから10年、復興が進む福島に行く』と題し、12市町村を中心に放送。
- 復興庁HP「福島の今」の現地レポートに、取材時の**動画**(約3分)を掲載。
- 各番組の最後に、**放射線に関するクイズを紹介**し、「福島の今」への誘引増加を図った。
- 視聴者から被災地に向けた**エール**をいただき、市町村等へお届けするとともに、復興庁HPに掲載。

11/12放送 大熊町



イチゴ栽培を行う企業やキウイの作付けを始めた団体の取組を紹介するとともに、食品の安全性や大熊町の復興の現状について情報発信。

12/17放送 双葉町



2020年9月に開館した「東日本大震災・原子力災害伝承館」の展示内容等を紹介するとともに双葉町の復興の現状や課題などについて情報発信。

2/18放送 放射線教育



放射線教材コンテストの受賞作品を紹介するとともに、受賞者の方々に制作に至る思いを伺うことで、放射線教育の重要性について情報発信。

- 海外の福島に対するイメージは原発事故直後のネガティブなままであり、オリパラ東京大会に向けて海外から注目が集まる中、福島の現状等に関する正確な情報を発信し外国人の不安・疑問を解消することが重要。
- このため、Web上で外国人の疑問に答えることを主目的とした外国人向けポータルサイトを開設。関係機関が一体となって情報の更新等に努めることにより、海外に向けた情報発信の最前線ツールとなることを目指す。



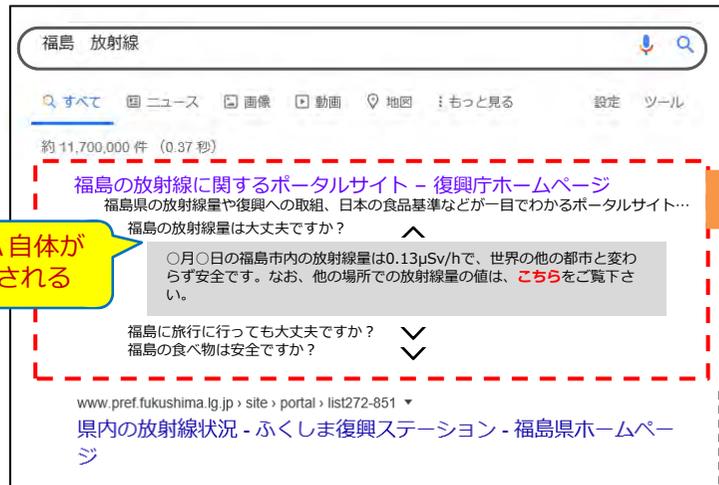
① Web検索結果画面に表示され得るQ & A方式を採用。また、Q & Aは外国人の関心の高い事項を選定。

② Q & Aに出典を明記するとともに、関係機関のデータ等掲載ページをリンク。

<効果>

「FAQ」は、「店舗情報」等と同様に、Webで一定のルールに従って作り、ある程度見られるようになれば、Web検索結果画面に表示される。

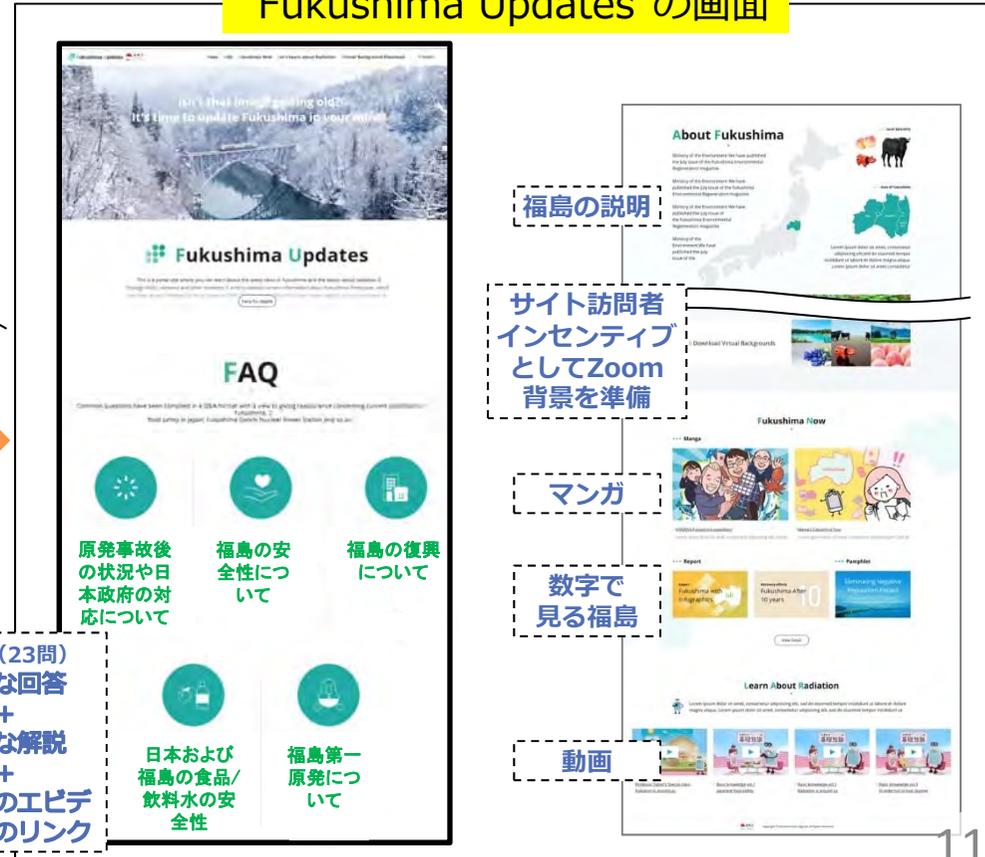
Web検索結果画面 (イメージ)



サイト誘引

FAQ (23問)  
簡単な回答  
+  
詳細な解説  
+  
各省庁のエビデンスへのリンク

“Fukushima Updates”の画面



※日本語・英語・中国語(繁・簡)・韓国語で作成  
※各国・地域でWEB広告等を展開

- 国内外の風評払拭に向けた取組の一環として、「NHK WORLD JAPAN」においてTV番組を放送し、福島県など東北の魅力等を**160の国・地域（到達世帯数：約3億9,000万世帯）**に向けて発信。
- 被災から復興していく定点映像などを織り込み、震災当時で固定化してしまった海外の人々のイメージを払拭。
- TV放送のみでなく、1分、5分の短尺動画（日本語・外国語字幕あり）も制作し、本編と併せて復興庁YouTubeチャンネルで発信。



概要

日本をよく知る日本在住の3人の外国人と、海外でも大人気の日本人エンターテイナーが、旅を通じて、福島を中心とした東北の魅力や現地の人々の取組や思いを伝えていく。農産物等の安全性についても、検査の状況の紹介等を通じて伝える。

番組名：Magical Journey Fukushima

- A New Leaf, A New Day - (#1,#2)

「水」をテーマに源流から海へたどりながら、美味しい水から造られる福島名産の日本酒や農産物、温泉等の魅力を紹介。現地の方々のこれまでの取組や思い、検査の状況などを通じた安全性についても伝える。

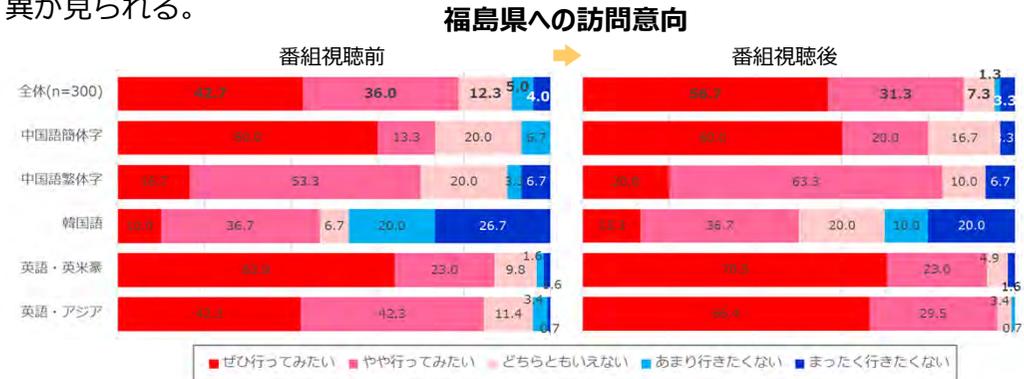


被災から復興していく定点映像 (いわき市豊間漁港付近)

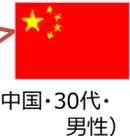


◆ 番組視聴による各国・地域の意識変容

番組視聴者へのアンケート調査の結果、福島県への訪問意向は、全体として「ぜひ行ってみたい」が14ポイント増加したが、言語によってその評価に差異が見られる。



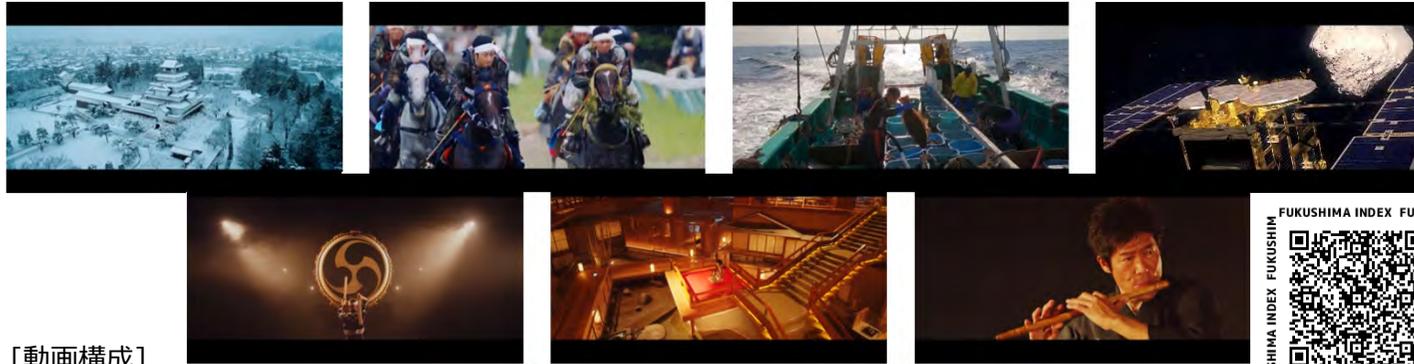
(前略) 様々な食材の生産、加工、厳しい品質管理の状況の紹介を通じて、東北地方の食材に対する不安感をぬぐい、福島県には最も美味しい食べ物があり、最も厳格な品質検査もあるというメッセージを伝えていた。農水産業の回復も素晴らしく、非常に成功しているようだった。「福島県の食べ物は一番安全だ」という言葉に賛同しないわけにはいかない。



最近、福島県の再建についてのニュースが放送されており、人々はもう一度10年前の出来事を思い出し、関心を持っている。現在の福島を確認するのは、福島県に関する固定観念を逆転できる機会になると思う。福島県の農水産物を紹介し、厳格に実施される放射能検査で安全性を伝えるだけではなく、福島県産品の特別さも見せていた。(後略)

# FUKUSHIMA INDEX –Innovations for the Next Decade–

福島において未来に向けて挑戦を続ける7名の方をフィーチャー。  
 印象的な音楽と映像で構成した短編動画を復興庁YouTubeチャンネルにおいて公開。  
 日本トップレベルのクリエイターや演者が制作に協力。  
 特に海外に向け、復興の現状と未来の姿を伝え福島のイメージ刷新をねらう。



[動画構成]

トレーラー (1分半)、ドキュメンタリー (11分半)、7名への個別インタビュー動画  
 (英語ナレーション/字幕選択可 (日・英・中・韓))

トレーラーは、プッシュ型ウェブ広告を展開し  
**66万回視聴** (米国71%、日本24.6%、その他4.4%)

【出演者】

(R3.3.24時点)



出村 裕英	会津大学コンピュータ理工学部(兼)会津大学宇宙情報科学研究センター
鈴木 みなみ	一般社団法人 とみおかプラス
陶 正徳	大堀相馬焼 陶徳窯
遠藤 美来	東日本大震災・原子力災害伝承館
久保田 健一	一般社団法人 Switch
中井 祐	テトラ・アビエーション株式会社
板垣 貴之	公益財団法人 福島イノベーション・コースト構想推進機構

**FUKUSHIMA INDEX**  
 -Innovations for the Next Decade-



**ABOUT**

伝統と革新が織りなす場所、  
 FUKUSHIMA(福島)。  
 2011年の大地震から10年の月日が経ち、  
 FUKUSHIMA(福島)は多くの町で  
 かつての賑わいを取り戻しつつあり  
 さらに、進化を続けています。  
 この地で未来に向けて挑戦する人々の姿を  
 追いかけてきました。

**LOCATION**

東日本大震災・原子力災害伝承館

甚大な複合災害の記録や教訓とそこから着実に復興する過程を取集・保存・研究し、風化させず後世に継承・発信し世界と共有する。特に福島が経験した原子力災害に焦点をあて、「未来への継承・世界との共有」「防災・減災」「復興の加速化への寄与」の基本理念を掲げる。

〒979-1401  
 福島県双葉郡双葉町大字中野高田139  
 東日本大震災・原子力災害伝承館