

東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催も迫り、海外の注目が日本に集まる中、風評対策に一層取り組む必要がある。そのため、復興庁として下記の施策に積極的に取り組むこととする。

海外向けの取組

○ 輸入規制の撤廃に向けた取組

取組内容

- ① 大臣等による在京大使館訪問
- ② 海外メディア向け被災地ツアーの実施（11月10～16日 中国及び香港のメディア14人）
- ③ 国際会議でのパネル展示及び被災地食材リストの提供（11月22、23日 G20外務大臣会合）

輸入規制が残る国や地域の政府関係者やメディアに対し、復興しつつある被災地の姿や魅力を知ってもらうとともに、現地の産品を食べてもらい、風評払拭に関する情報の発信を図る。

○ 東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした情報発信

取組内容

- ① 復興庁WEBサイトの改善やハッシュタグFukushimaを利用したSNSでの発信を含め、復興関連情報・写真・動画の英語での発信
- ② オリパラに関連するあらゆる機会を活用して、日本の食品安全基準の厳しさやその基準に基づく検査の実施状況等に関する情報を提供

海外の方が知りたい情報を得やすくなるよう、WEBサイトの改善やコンテンツの多言語化等を図るとともに、食の安全等正確な情報を広めるため、様々な機会を活用する。



G20観光大臣会合（2019年10月、北海道）での展示



復興庁WEBサイト(英語版)



ワールド・プレス・ブリーフィングレセプションで提供した被災地産食材を使用した料理

海外向けの取組

○ 海外での販路開拓支援

取組内容 被災地企業(農林水産業含む)が行う海外販路開拓に対して、専門家等の派遣による支援

専門家等の派遣を通じ、現地の商慣習等を踏まえた販路開拓を図る。



東南アジアでのテストマーケティングイベント

○ 福島県へのインバウンド誘客促進

取組内容 被災地域の震災学習ツアー「ホープツーリズム」をはじめ、風評払拭や魅力発信に繋がる訪日外国人向け旅行商品の造成・販売を支援

持続的な外国人交流人口の拡大及び風評払拭・風化防止を図る。



「ホープツーリズム」催行の様子(於: 榴葉キャンパス)

国内向けの取組

○ 福島の復興の現状や放射線に関する基本的な知識等の発信強化

取組内容 福島の復興の現状や放射線に関する基本的な知識等について、多くの国民に知ってもらうよう、様々な媒体をフル活用し、ラジオ番組のほか、マンガやSNS等による発信強化

科学的根拠に基づかない風評は、福島県の復興の現状に関する認識や放射線に関する正しい知識等が十分に周知されていないことに主たる原因があると考えられる。そのため、これらの事項について、わかりやすさ等、工夫することで、より多くの国民に知ってもらう。



マンガ
「ふくしまを食べよう。」