

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

資料

1. 風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略に基づく取組

- (1) 知ってもらう
- (2) 食べてもらう
- (3) 来ってもらう

2. 復興庁の今後の主体的取組

令和元年 1 1 月 1 日



新たなステージ 復興・創生へ

1. 風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略に基づく取組（1）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メディアミックスによる情報発信

- TVやWEBサイト、電子書籍、SNS等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～ ）（別紙1）



福島のことを紹介するためのCM



WEBサイトのトップ画面イメージ

- 今年度はFMラジオ番組、WEBサイトリニューアルを実施。（別紙2）

②放射線副読本の作成・配布・活用（文部科学省）

- 放射線に関する科学的な知識を理解した上で、原発事故の状況や復興に向けた取組を学ぶ観点から、章立てを見直すなどの改訂を行い公表（H30.10）。
- 全国の小・中・高等学校に約1,450万部配布。放射線に関する教職員等を対象とした研修や児童生徒を対象とした出前授業の実施等を通じて活用を促進。



③その他

- 「放射線のホント」：2.8万部配布（H30年度）。
- 「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、全国自治体に約133万部配布。
- 「ふくしまを食べよう。（LINEマンガ）」：約97万読了（H30年12/4～10までの7日間）。



1. 風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略に基づく取組（2）食べてもらう

○福島県農林水産業再生総合事業により、生産から流通・販売に至るまで支援（農林水産省）

- 平成30年度の福島県産農産物等流通実態調査において、仲卸業者等の「納入業者」は小売業者等の「納入先」の意向を実態よりもネガティブに評価していることが明らかとなった。
- 調査結果に基づき、小売業者、卸売業者、生産者団体への指導、助言文書を発出（H31.4）。

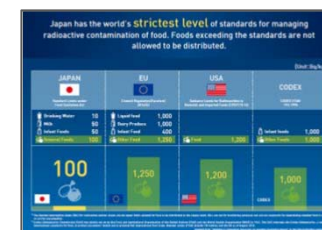
○輸入規制の撤廃・緩和に向けた働きかけ

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、第7回アフリカ開発会議（TICAD7）、IAEA総会といった国際会議等に際し、福島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事務局への提供を通じ、被災地の復興の様子を発信。
- また、田中復興大臣及び菅家復興副大臣が、本年10月15日開催のワールド・プレス・ブリーフィング（東京オリンピック・パラリンピック競技大会の準備状況を国内外のプレス（約320名出席）に発信することを目的）のレセプションにおいて、復興の状況、被災地の食材の安全性等について説明。併せて、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。出席者から好評。



福島と各国の空間線量率を示すパネル



日本と各国の食品安全基準を比較するパネル

②大臣自らによる働きかけ

- 輸入規制措置の撤廃・緩和、風評払拭に向け、田中復興大臣や復興副大臣が各国の在京大使館に対し、被災地の復興の様子等について説明するほか、在京大使館関係者が被災3県を訪問するツアーを実施。

③海外メディア向け被災地ツアーの実施

- 中国メディア関係者が被災地を訪問し、中国の新聞やSNSなどにおいて取材を踏まえた報道を実施。



④パンフレット「風評の払拭に向けて」の改訂

- 日本語・英語版・中国語版（簡体字、繁体字）・韓国語版を改訂。パンフレット「風評の払拭に向けて」



⇒ 54か国・地域のうち、32か国・地域が規制を撤廃

1. 風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略に基づく取組（3）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（観光庁）

- インフルエンサーの活用（イギリスの著名人を福島県・山形県に招請し、CNN、SNS、特設サイト等で情報発信）。
- イベントや商談会の活用（フランスの旅行会社3社3名を福島県を含む東北各県へ招請（鶴ヶ城、末廣酒造を見学））。
- オンライン旅行会社と連携した東北旅行の情報発信や、販売促進キャンペーンの実施（中国にて福島県を含む東北各県を周遊する個人旅行者向けコースを紹介・販売）。



福島県会津若松市「武徳殿」
での剣道体験



C-trip特設ページ（中国）

② 福島県への教育旅行の回復に向けた施策

- 平成29年度から小・中・高等学校のPTA関係者が集まる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。（「放射線のホント」を1万8千部配布（平成30年度））
- コミュタン福島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を実施。（30年度：ツアー本数40本、参加者837人）（観光庁）



「ホープツーリズム」推進
に向けたモニターツアー

概要

今なお続く風評の払拭に向け、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、テレビやインターネット等を活用したメディアミックスによる情報発信を実施。

主な取組内容

(1) テレビCM

- 福島県の今を紹介するためのテレビCMを、2月9日(土)から1週間程度、全国で放送。
- 福島県の魅力や未来に向けた取組といった前向きな情報を発信する内容。



福島の今を紹介するCM

(2) WEBサイト

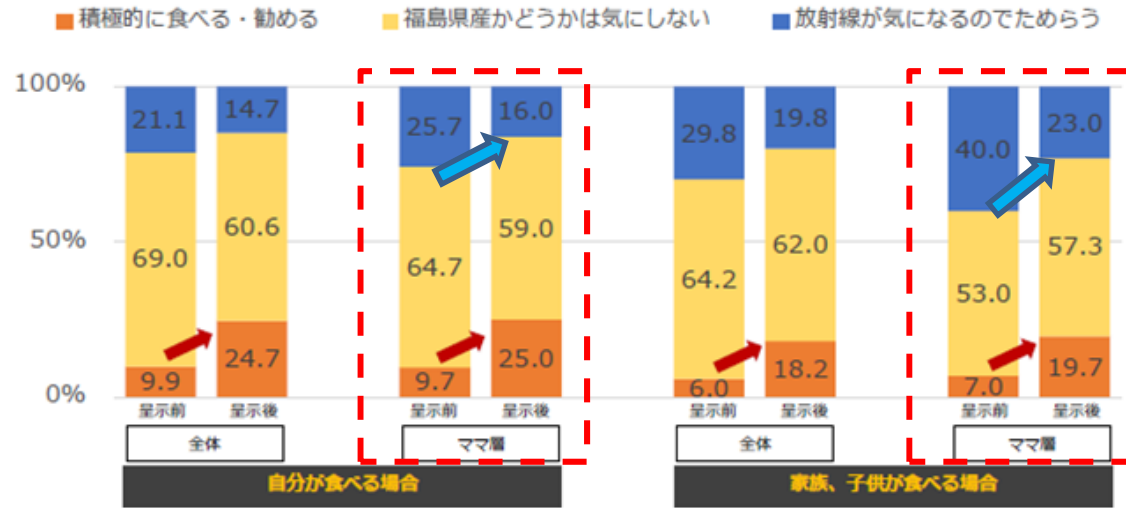
- 復興庁ホームページ内に、「タブレット先生の福島の今」を2月8日(金)に開設。
- 「魅力」、「未来」、「風評の払拭」、「復興」の4つの項目により情報を発信。
- 特に、「風評の払拭」では、放射線について学べるWEB動画やクイズも掲載。



WEBサイトのトップ画面イメージ

【福島県産品への意識】

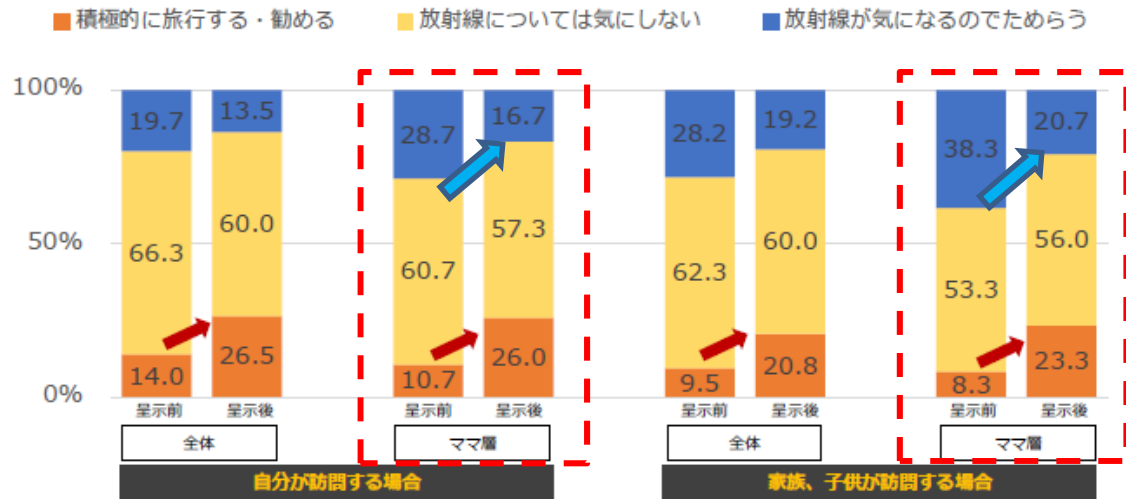
ママ層



- 福島県産食品や福島県への旅行に対して積極的な人の割合は、WEB動画等を見て頂いた後、大きく上昇した。一方、ためらう人の割合は、大きく減少した。
- 特にママ層(20-40歳代女性)においては、その傾向が顕著。

【福島県への旅行についての意識】

ママ層



(平成30年度 放射線リスクコミュニケーション事前・事後効果測定調査
(三菱総合研究所実施) 結果から)

概要

- 今なお続く風評払拭に向け、①福島の復興の現状等を「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、昨年度に引き続き、メディアミックスによる情報発信を実施。

主な取組内容の例**(1) ラジオ番組「Hand in Hand」【新規】**

- TOKYO FMで毎週土曜日朝に放送。札幌・仙台・大阪・愛知などの大都市圏でも放送。
- 全26回中10回で福島の風評払拭に係わる番組を放送。
- 復興庁WEBサイト「タブレット先生の福島の今」に番組レポートを掲載。
- 11月2日(土)放送予定：『「福島」を学びの場に～「Radiation Workshop」レポート』



番組の取材時に釣れたヒラメ

(2) WEBサイトのリニューアル

- 復興庁WEBサイト「タブレット先生の福島の今」を10月26日(土)にリニューアル公開。
- 「風評の払拭」の項目では、新しいWEB動画、放射線クイズ、各種レポートなど、ビジュアルでわかりやすいコンテンツ等を充実。
- 併せて、本WEBサイトに誘導するための広告動画を様々な検索サイトなどで展開。

2018年度版



2019年度版

**今後の取組**

マンガやCSテレビなどを活用した情報発信を行っていく予定。

■概要

- 全国各地域の災害からの復興を応援する、TOKYO FMのラジオ新番組「Hand in Hand～ヒューマンケアプロジェクト～」を活用し、福島の方評払拭に向けた情報を発信。
- 2019年10月から2020年3月までの番組放送26回の内、10回分を福島の方評払拭に向けた取組について放送。(毎週土曜日8:00～8:25放送)。
- 毎放送、東京のほか、北海道(日曜21:30～21:55)、仙台(日曜9:30～9:55)、愛知(木曜20:00～20:25)、大阪(土曜21:30～21:55)、広島(日曜8:00～8:25)、福岡(土曜9:30～9:55)の6地区で放送。
- 番組内容については、ラジオ放送後に、TOKYO FMのWEBサイトで公開されるほか、復興庁のWEBサイト「タブレット先生の福島の今」でも写真付きで公開。

■2回分の番組内容(予定含む)

TOKYO FMでの 放送日(予定)	番組タイトル	番組のあらすじ
10月26日 (放送済)	富岡漁港8年ぶりの船出 ～釣り船「長栄丸」で常磐ものを釣る！	少しずつ復興が進む福島。震災後8年ぶりに再会された富岡漁港を拠点に活動する遊漁船「長栄丸」の石井宏和船長の姿を通して、常磐の海の魅力、魚介類の安全性等について伝える。
11月2日	「福島」を学びの場に～「Radiation Workshop」レポート	全国の大学の放射線学科で学ぶ大学生が、子どもに対して放射線に関する知識をわかりやすく伝える教材を開発するためのワークショップに番組が密着。参加者や有識者の声を紹介しながら、放射線について学ぶことの重要性やワークショップで生まれたアイデア等について伝える。

※ラジオ番組を無料で聴くことができるアプリ「radiko」で、過去1週間以内に放送された番組を後から聴取可能

- 放射線に関する基本的な情報、福島に関する情報を効果的に知ってもらうことを目的とする。
- トップページでは、重要度の高いものをメインエリアに配置し、サムネイルアイコンの活用により、シンプルに発信する見せ方へ改善した。

新旧トップページ



昨年度版で使用した、タブレット先生の世界観は踏襲しつつ、伝えたい情報の見せ方やサイト内の回遊性を高めるリニューアルします。



- **メインエリア** 一番目立つこのエリアには、その時一番伝えたい情報を掲載し、クリックすると詳細ページに飛ぶように設定します。公開時は昨年の人気コンテンツだった「数字で「知って!」「食べて!」「行こう!」福島」を配置します。

- **コンテンツエリア** 「動画」「マンガ」「クイズ」「現地レポート」などの各コンテンツを、わかりやすいサムネイルアイコンにすることで、ユーザーにわかりやすくクリックしてもらいやすくします。新しいマンガやレポートが追加されるたびに更新されていく予定で、コンテンツの増加に合わせてソート機能を実装予定。

□ コンテンツソート機能



- **昨年度コンテンツ** (「魅力」の発見、「未来」に向かって、「復興」に向けて)

2. 復興庁の今後の主体的取組

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

2. 復興庁の今後の主体的取組

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：檜葉キャンパス）

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。」