

# 風評被害対策の主な取組状況と今後の方向性

1. 取組の概要	．．．	1
2. 取組の成果と課題	．．．	5
3. 風評・リスコミ戦略に基づく具体的取組	．．．	9
4. 今後の方向性	．．．	14
5. メディアミックス事業について	．．．	15

令和3年3月2日  
復興庁原子力災害復興班

- 「**風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略**」に基づき、「知ってもらう」、「食べてもらう」、「来てもらう」の3つの観点から、関係府省庁において、工夫を凝らした情報発信等を実施。
- 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**」等において、関係府省庁の取組のフォローアップを実施。
- 令和元年11月1日には、復興庁の当面の重点的取組「**風評払拭イニシアティブ for 2020**」を示すとともに、復興大臣から関係府省庁に対して、国内のみならず海外に向けた取組の強化を指示。

	I 知ってもらう	II 食べてもらう	III 来てもらう
対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 児童生徒及び教育関係者</li> <li>② 妊産婦並びに乳幼児等の保護者</li> <li>③ 広く国民一般</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 小売・流通事業者</li> <li>② 消費者</li> <li>③ 在京大使館、外国の要人及びプレス</li> <li>④ 在留外国人及び海外からの観光客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 教師、PTA関係者、旅行業者</li> <li>② 海外からの観光客、外国プレス及び在留外国人</li> <li>③ 県外からの観光客</li> </ul>
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 放射線の基本的事項及び健康影響</li> <li>② 食品及び飲料水の安全性</li> <li>③ 復興が進展している被災地の姿 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 福島県産品の「魅力」や「美味しさ」</li> <li>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</li> <li>③ 生産段階での管理体制 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 福島県の旅行先としての「魅力」</li> <li>② 福島県における空間線量率や食品等の安全</li> <li>③ 教育旅行への支援策 等</li> </ul>
発信の工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受信者目線で印象に残るような表現の工夫</li> <li>● メディアミックスの活用 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 安全性も理解してもらえる工夫</li> <li>● 国際比較による福島県を相対化した情報発信 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「ホープツーリズム」に関する発信</li> <li>● 草の根からの発信 等</li> </ul>



放射線副読本の改訂・普及、農林水産物の販路拡大・販売促進支援、教育旅行を含めた国内観光振興への支援 等

# 「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」について

## 1. 目的

復興大臣の下、関係省庁局長クラスからなるタスクフォースを開催し、風評対策の進捗管理及び課題の洗い出しを行い、今後の方向性を定めることにより、その推進を図る。

## 2. 構成員

復興大臣	復興副大臣		
復興庁	事務次官、統括官、審議官、統括官付参事官		
内閣府大臣官房政府広報室	室長		
内閣府食品安全委員会事務局	事務局長	農林水産省	消費・安全局長、食料産業局長
内閣府原子力被災者生活支援チーム	事務局長補佐	経済産業省	地域経済産業審議官
消費者庁	次長	国土交通省	観光庁次長
外務省	経済局長	環境省	環境保健部長
文部科学省	大臣官房総括審議官	原子力規制庁	核物質・放射線総括審議官
厚生労働省	生活衛生・食品安全審議官	防衛省	防衛装備庁プロジェクト管理部長

(オブザーバー)

福島県、内閣官房東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局、総務省、財務省

## 3. 開催実績

- |              |               |              |                                |
|--------------|---------------|--------------|--------------------------------|
| ・平成25年 3月21日 | 各府省庁風評対策取りまとめ | ・平成29年 7月21日 | フォローアップ                        |
| (平成25年 4月 2日 | 「対策パッケージ」公表)  | ・平成29年12月12日 | 「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」策定      |
| ・平成25年11月 7日 | フォローアップ       | ・平成30年 7月 5日 | 「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」フォローアップ |
| ・平成26年 6月23日 | 風評対策強化指針取りまとめ | ・平成31年 4月12日 | フォローアップ                        |
| ・平成27年 6月 4日 | フォローアップ       | ・令和元年 11月 1日 | フォローアップ                        |
| ・平成28年 4月 1日 | G7に向けた取組について  |              | 風評払拭イニシアティブfor2020             |
| ・平成28年10月 7日 | フォローアップ       |              |                                |
| ・平成29年 2月24日 | フォローアップ       |              |                                |

- ▶ 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。そのため、復興庁として下記の施策に積極的に取り組む。

## 海外向けの取組

### ○ 輸入規制の撤廃に向けた取組

- 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。



G20観光大臣会合（2019年10月、北海道）での展示

### ○ 海外での販路開拓支援

- 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

## 国内向けの取組

### ○ 福島県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

- 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。これらの事項を、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等による発信を強化する。

### ○ 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

- 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。



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

### ○ 福島県へのインバウンド誘客促進

- 「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・販売を支援することにより、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：楡葉キャンパス）

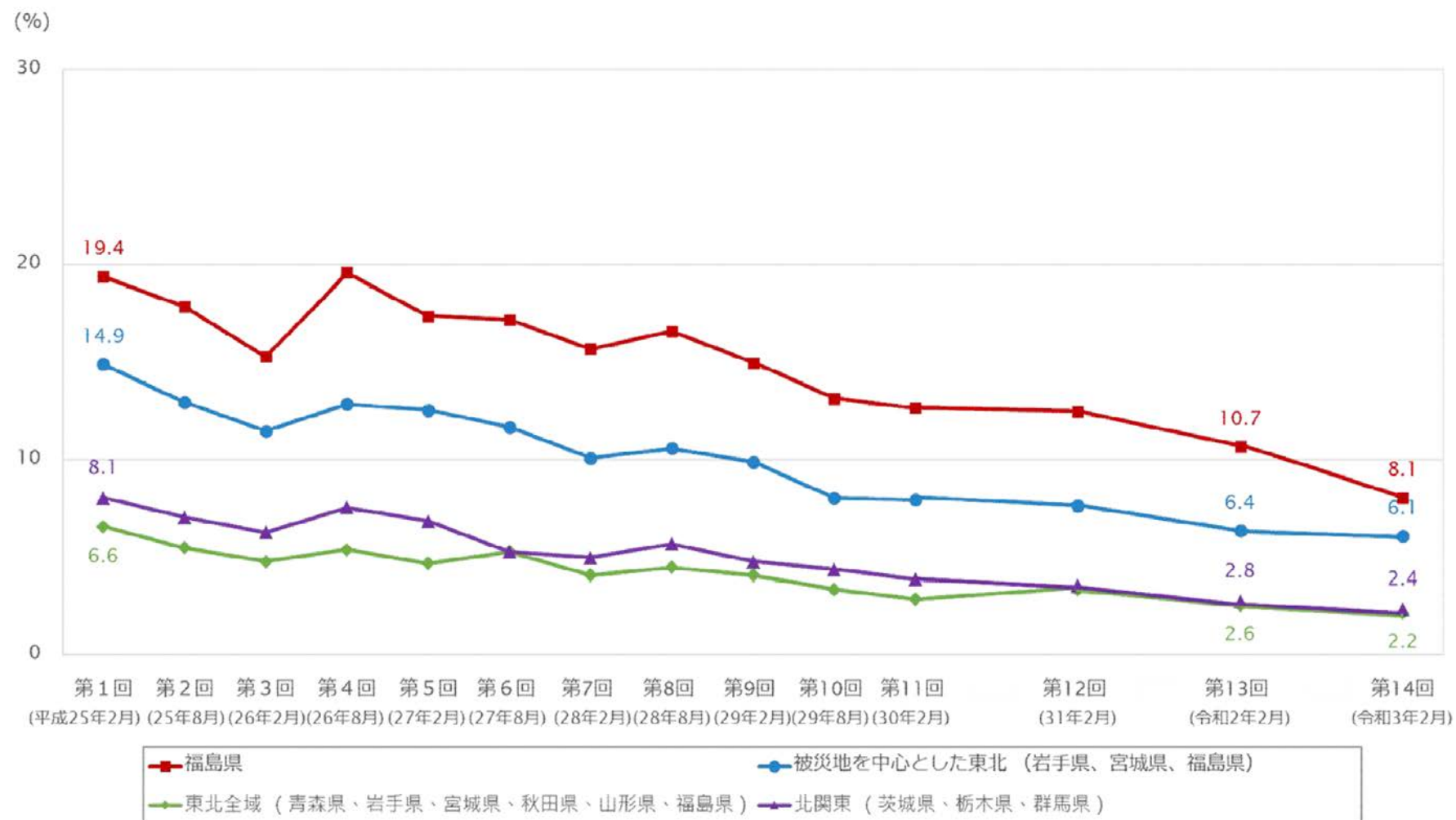


マンガ「福島ツアー同行取材記」

## 2. 取り組みの成果と課題 (1/4)

### ○ 放射性物質を理由に購入をためらう産地

➤ 放射性物質を理由に福島県産品の購入をためらう人は、過去最少。

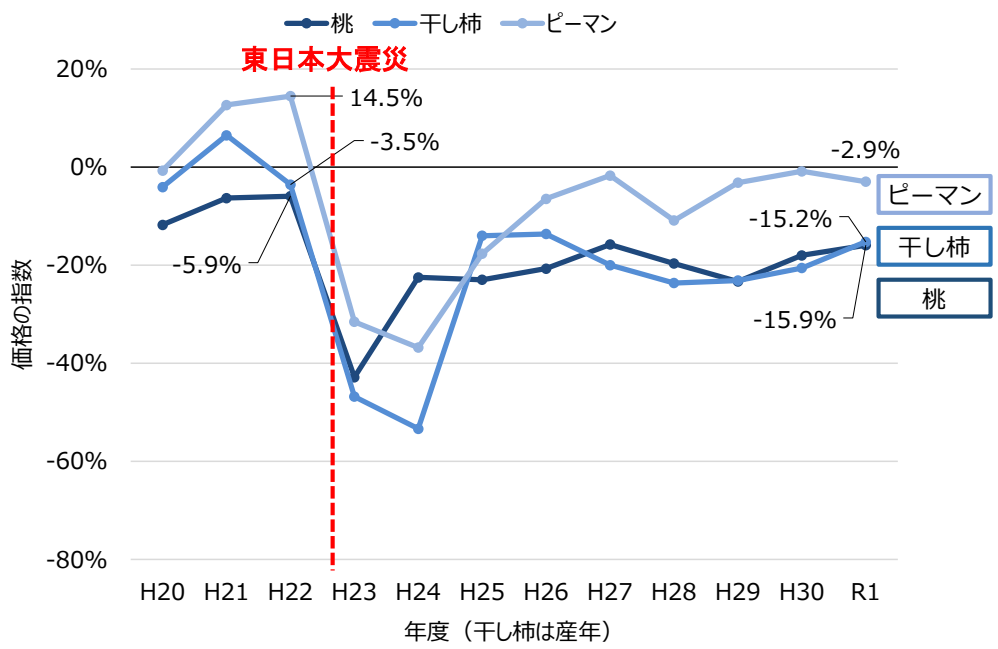
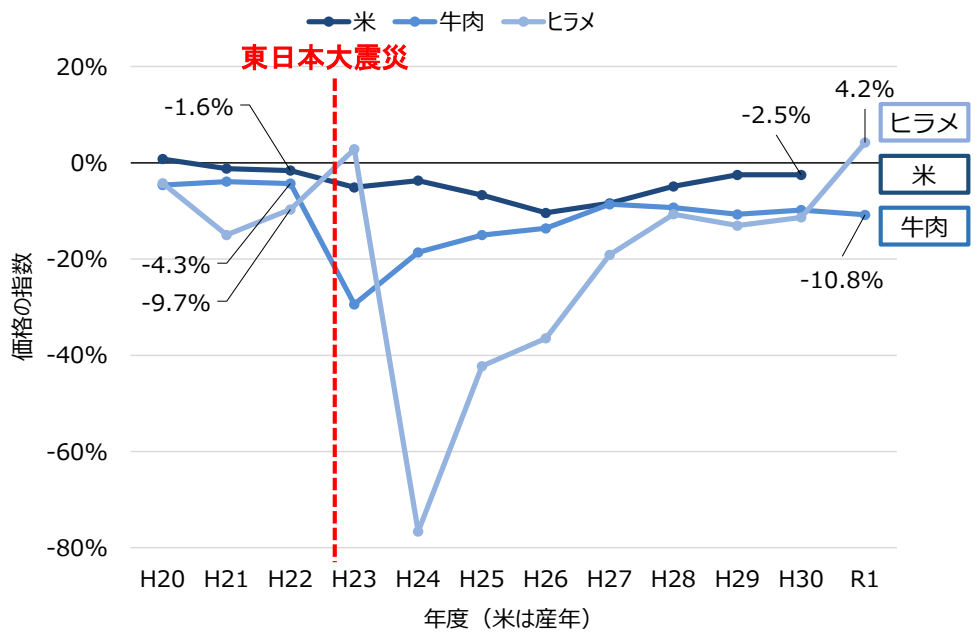


出典：消費者庁「風評被害に関する消費者意識の実態調査 (第14回)」

## 2. 取り組みの成果と課題 (2/4)

### ○ 農産物等の福島県産と全国平均の価格差

➤ 福島県産品と全国平均との価格差は回復基調だが、牛肉や桃などで固定化も見受けられる。

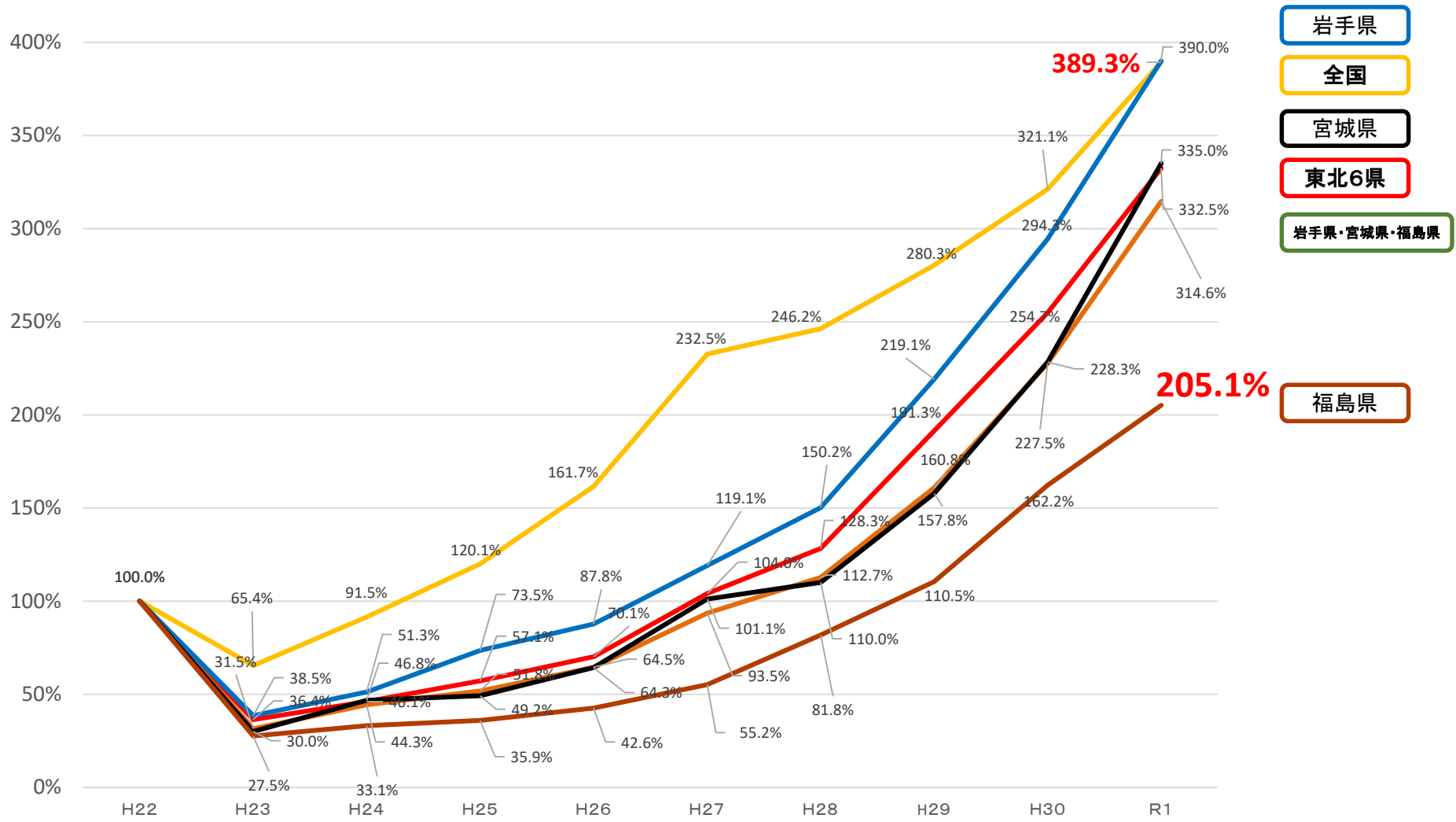


出典：農林水産省「令和元年度福島県産農産物等流通実態調査」

## 2. 取り組みの成果と課題 (3/4)

### ○ 外国人宿泊者数

➤ 福島県の外国人延べ宿泊者数は震災前以上に回復したが、  
**震災前と比べた増加率 (205.1%) は、全国 (389.3%) に大きく劣っている。**



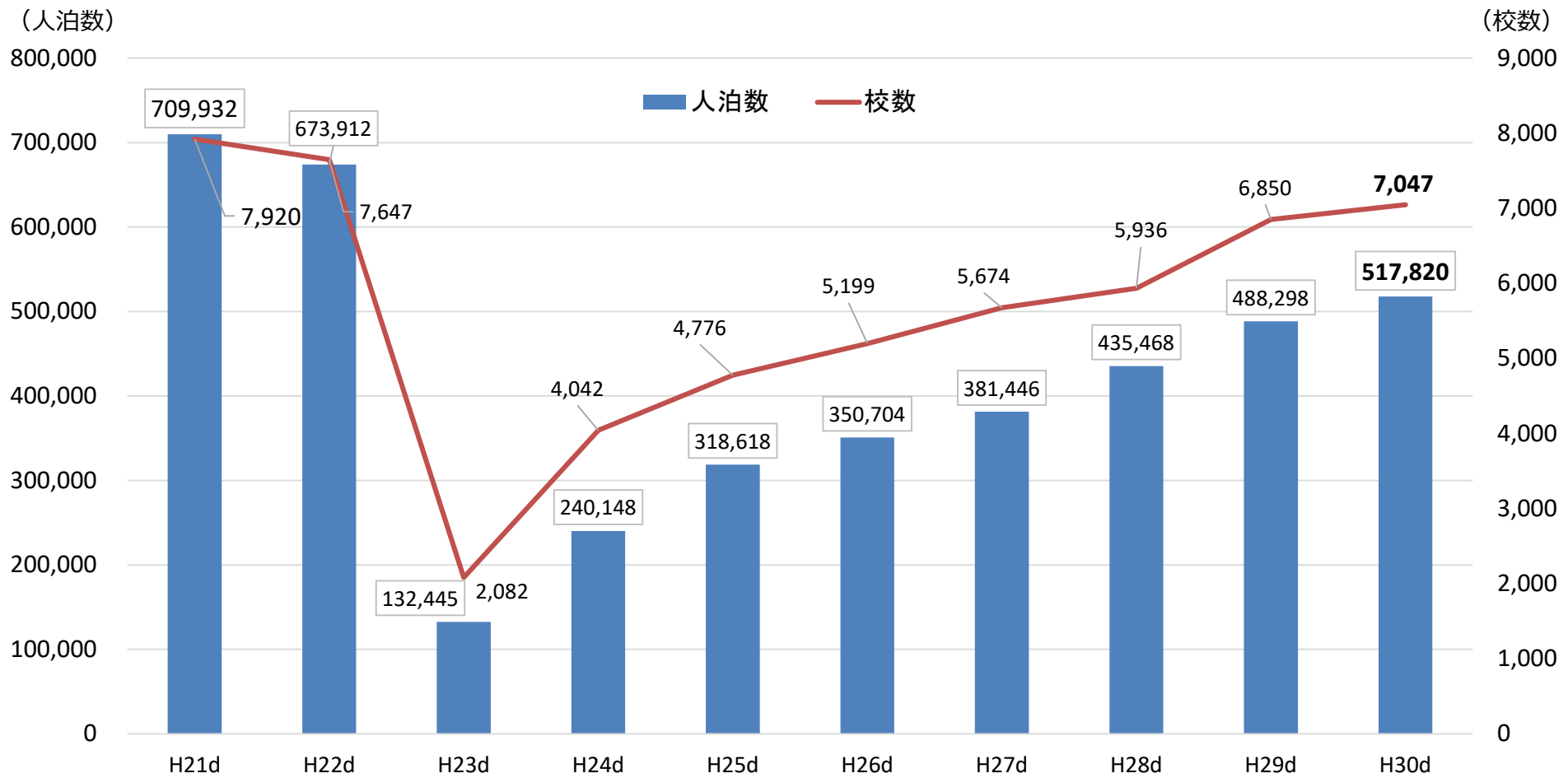
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」



## 2. 取り組みの成果と課題 (4/4)

### ○ 福島県教育旅行の延べ宿泊者数

- 平成30年度の福島県教育旅行の延べ宿泊者数は、震災前の約7割の水準。  
(平成21年度比)



※ 教育旅行を目的に福島県に宿泊した小学生～大学生までの宿泊延べ人数及び学校・団体数

出典：福島県

## 知ってもらおう

### ○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「知ってもらおう」、福島県産品を「食べてもらおう」、福島県に「来てもらおう」の3つの観点から、**TV、ラジオ、インターネット、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～）。

- ・ マンガ作者のInstagramにおいて好意的な反応多数。
- ・ 福島県産食品の販売に合わせてマンガが配布された事例もあり。  
**イオンリテール「福島鮮魚便」で常設**
- ・ 福島県産農産物等の魅力と安全性についての動画をYouTubeで配信。
- ・ **海外に向けても、コンテンツの多言語化や海外向けTV番組の放送を実施。**



復興庁ホームページ内のポータルサイト「タブレット先生の福島の今」



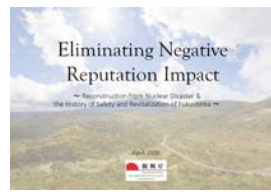
放射線の正しい知識を伝える動画



有名人を活用したマンガ



インフルエンサーを起用したYouTube動画



パンフレット「風評の払拭に向けて」（日、英、中（簡、繁）、韓版で作成）



台湾人レポーターを活用した海外向けTV番組



WEBすぐろく「ふくしま旅スゴ」

② 「**放射線副読本**」：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、改訂を行い（H30.10）、全国の小・中・高等学校に**1,810万部配布**（H30～R1）。また、**放射線教育の実施状況と放射線副読本の活用状況についての調査結果を公表**（R2.3）。

③ 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）。

### 3. 風評・リスコミ戦略に基づく具体的取組

#### 食べてもらう

#### (1) 福島県産品の利用・販売促進等

##### ① 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

- **福島県産農産物等流通実態調査**によると、仲卸業者等の納入業者が、小売業者等の納入先の福島県産品の取扱意向を実態よりも低く評価するという「**認識の齟齬**」が存在。
- 納入業者が納入先に福島県産品の取扱意向を確認するモデル実証試験を行ったところ、**想定していたよりも前向きな納入先がいることが確認**され、**認識の齟齬が解消したケース**があった。
- 調査結果に基づき、流通事業者等への**指導・助言通知**を发出。

##### ② 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

- ・ R2.2.18 日本経済団体連合会（中西会長）
- ・ 3. 9 経済同友会（櫻田代表幹事）
- ・ 3. 9 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（R2.2～3）

##### ③ **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**。

納入業者と納入先の「認識の齟齬」  
（令和元年度福島県産農産物等流通実態調査報告書（抄））

		評価される側					
		卸売	仲卸	加工	小売	外食	消費者
評価する側	卸売	3.9 (88)	3.1 (58)	2.9 (56)	2.7 (79)	2.8 (63)	
	仲卸	3.3 (161)	3.4 (227)	2.8 (100)	2.6 (163)	2.7 (128)	
	加工	2.9 (70)	2.9 (54)	3.1 (186)	2.7 (80)	2.9 (56)	
	小売	3.2 (121)	3.3 (89)	3.1 (75)	3.2 (221)		2.6 (120)
	外食	3.2 (135)	3.1 (91)	3.1 (113)		3.2 (286)	2.7 (157)
	消費者						3.3 (-)

※ 「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後ろ向き」「1：後ろ向き」の5段階評価の平均値。  
 ※ カッコ内の数値は、評価する側とされる側の組み合わせごとの回答数。  
 ※ 消費者自身の姿勢については、全国の消費者への調査での11,746人の回答。

### 3. 風評・リスコミ戦略に基づく具体的取組

#### (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。

##### ② 首脳・閣僚等ハイレベル、在外公館等からの申し入れの実施

- **ブルネイ**（R1.10）：安倍総理とボルキア・ブルネイ国王との会談にて、ブルネイ側から輸入規制撤廃を決定した旨表明。
- **インドネシア**（R2.1）：茂木外務大臣とインドネシアのルトノ・マルスディ外務大臣との会談にて、早期撤廃を改めて働きかけ。インドネシア側から緩和を決定した旨表明。

##### ③ 「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。

##### ④ 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。

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。

# (参考) 原発事故による諸外国・地域の食品等の輸入規制の撤廃・緩和



● 原発事故に伴い諸外国・地域において講じられた輸入規制は、政府一体となった働きかけの結果、緩和・撤廃される動き（規制を設けた54の国・地域のうち、39の国・地域で輸入規制を撤廃、15の国・地域で輸入規制を継続）。

◇ 諸外国・地域の食品等の輸入規制の状況（2021年1月29日現在）

規制措置の内容／国・地域数		国・地域名	
事故後輸入規制を措置	規制措置を撤廃した国・地域	39	カナダ、ミャンマー、セルビア、チリ、メキシコ、ペルー、ギニア、ニュージーランド、コロンビア、マレーシア、エクアドル、ベトナム、イラク、豪州、タイ、ボリビア、インド、クウェート、ネパール、イラン、モリシャス、カタール、ウクライナ、パキスタン、サウジアラビア、アルゼンチン、トルコ、ニューカレドニア、ブラジル、オマーン、バーレーン、コンゴ民主共和国、ブルネイ、フィリピン、モロッコ、エジプト、レバノン、アラブ首長国連邦（UAE）、イスラエル
	輸入規制を継続して措置	15	
54	一部の都県等を対象に輸入停止	6	香港、中国、台湾、韓国、マカオ、米国
	一部又は全ての都道府県を対象に検査証明書等を要求	9	EU及び英国、EFTA（アイスランド、ノルウェー、スイス、リヒテンシュタイン）、仏領ポリネシア、ロシア、シンガポール、インドネシア

注1) 規制措置の内容に応じて分類。規制措置の対象となる都道府県や品目は国・地域によって異なる。

注2) EU27か国と英国は事故後、一体として輸入規制を設けたことから、一地域としてカウントしている。

注3) タイ及びUAE政府は、検査等の理由により輸出不可能な野生鳥獣肉を除き撤廃。

◇ 最近の規制措置撤廃の例

◇ 最近の輸入規制緩和の例

撤廃年月	国・地域名	緩和年月	国・地域名	緩和の主な内容
2018年12月	オマーン	2019年7月	UAE	検査報告書の対象品目の縮小（福島県産の全ての食品、飼料→水産物、野生鳥獣肉のみに）
2019年3月	バーレーン	10月	マカオ	輸入停止（宮城等9都県産の野菜、果物、乳製品）→商工会議所のサイン証明で輸入可能に 放射性物質検査報告書（9都県産の食肉、卵、水産物等）→商工会議所のサイン証明に変更 放射性物質検査報告書（山形、山梨県産の野菜、果物、乳製品等）→不要に
6月	コンゴ民主共和国			
10月	ブルネイ	11月	EU※	検査証明書及び産地証明書の対象地域及び対象品目が縮小 （福島県の大豆、6県の水産物を検査証明対象から除外等）
2020年1月	フィリピン			
9月	モロッコ	2020年1月	シンガポール	輸入停止（福島県の林産物、水産物、福島県7市町村の全食品）→産地証明及び放射性物質 検査報告書の添付を条件に解除
11月	エジプト			
12月	レバノン、UAE	"	米国	輸入停止（岩手県産クロダイ、福島県産ピノスガイ）→解除
2021年1月	イスラエル	1、5月	インドネシア	放射性物質検査証明書（47都道府県産の水産物、養殖用薬品、えさ）→1月21日から不要に 放射性物質検査報告書（7県産（宮城等）以外の加工食品）→1月27日から不要に 放射性物質検査報告書（7県産（宮城等）以外の農産物）→5月20日から不要に

※ スイス、ノルウェー、アイスランド、リヒテンシュタイン（EFTA加盟国）もEUに準拠した規制緩和を実施。

## 来てもらう

### ○ 国内外からの被災地への誘客促進

#### ① 海外からの旅行者の拡大に向けた施策

- インフルエンサーの活用を支援（アメリカの著名人を福島県に招請し、Instagram、Facebookで情報発信）
- イベントや商談会の活用を支援（フランス・スペインの旅行会社を福島県へ招請（大内宿等を見学））
- オンライン旅行会社と連携した販促キャンペーンや、海外旅行会社等と連携した共同広告の実施を支援
- 富裕層向け旅行博への出展や海外メディアを活用した東北旅行の情報発信を支援
- 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）

### ① 海外に向けて

- 改正福島復興再生特別措置法において、海外の風評払拭や輸入規制の撤廃に向けた働きかけ等が明記された。一方で、世界における新型コロナウイルス禍からの回復の見通しが不透明であり、国際イベントの機会の活用等が現状では困難。このため、**WEBを活用した情報発信を強化**していく。

(例) ・ 外国人にリーチしやすいポータルサイト (今年度構築予定) の効果的な活用  
・ 多言語によるコンテンツの発信

### ② 国内に向けて

- 生産から流通・販売に至る事業者間の連携を強化し、福島県産農林水産物が積極的に取り扱われるよう対応する。また、**円滑な流通・販売に活用できるコンテンツを作成し**、より効果的な情報発信を図っていく。
- 放射線に関する情報の受け止め方が人によって異なることに十分配慮しつつ、購入活動に悪影響を及ぼさないよう、**ターゲットに応じたきめ細かなコンテンツの作成・発信**を行っていく。この際、関係省庁のネットワークやコンテンツを相互に活用していく。

## 概要

今なお続く風評の払拭に向け、

- ① 福島への復興の現状等を「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、ラジオ、インターネット等を活用した情報発信**を実施。

## 主な取組

### (1) 専用WEBサイト

- ・復興庁WEBサイト「タブレット先生の福島の今」を開設し、放射線について学べるWEB動画、放射線クイズ、各種レポート等、ビジュアルでわかりやすいコンテンツを充実。



### (2) ラジオ番組 「Hand in Hand」

- ・TOKYO FMで福島への風評払拭に向けた番組を放送。大都市圏（札幌・仙台・大阪・愛知・広島・福岡）や福島でも放送。



### (3) マンガ

- ・福島の今や、放射線の正しい知識を伝えるマンガ3作品を公開。（うち2作品については、英・中（繁・簡）・韓）版も作成。）

### (4) 海外に向けたTV番組の放送

- ・台湾の人気報道アナウンサーが、福島在住の2人の外国人に密着取材。外国人の視点で福島の魅力や安全性を伝える。

### (5) YouTube動画「おいしい福島」

- ・福島県産農産物等の魅力と安全性について、分かりやすく、楽しく観られる動画をYouTubeで配信。



### (6) 外国人向けポータルサイトの開設

- ・外国人の不安・疑問を解消することを主目的にした外国人向けポータルサイトを開設予定（今年度内）。



## 第1弾

### ママが行く！福島ツアー 同行取材記



令和元年11月27日（水）公開

作者：モチコ

（フォロワー数18.6万人。2児の母。京都府在住。  
普段は親子の日常4コマ漫画をInstagram等で発信。）

#### 【概要】

福島県外に住む10人の母親たちが参加した「福島ツアー」の体験記。

復興庁Webサイト「福島の今」及び作者Instagramに掲載。

Instagramでは、2万件を超える肯定的な反応がみられた。

#### 【作者Instagramのフォロワーの声（抜粋・原文ママ）】

- はじめまして。関西在住です。失礼ながら、私含め、私の周りでは東北や福島産の農作物、海産物は避けている傾向が強いと感じています。スーパーなどでも売れ残ってセール品になっていることが多いし、友人との会話でもあえて選ばないよね という意見がほとんどです。今こうして福島在住、出身の方のコメントを拝見して、申し訳ない気持ちになりました。大変勉強になる投稿をありがとうございました。
- 私にとって身近な存在してもちこさんからの発信は説得力あります✦☺ 私もなんとなく買わない、をしてしまった気がします☺ これからはあえて買う、をしようと思います♥ 食材を選ぶ母へ伝えるツアー、なるほどな企画ですね✦

## 第2弾

### キャイ〜ンの福島探訪記

—美味しい魚とスーパー科学に出会った—



令和2年3月12日（木）公開

出演者：キャイ〜ン

公開先：復興庁Webサイト「福島の今」 及び マンガアプリ

#### 【概要】

福島県の試験操業の様子や、福島高校が取り組んだ「D-シャトルプロジェクト」について、キャイ〜ンが現地で取材。

キャイ〜ンが福島の漁師と高校生を追体験するストーリーを軸に、福島県産魚介類の安全性や放射線の知識などをわかりやすく紹介。

## 第3弾

### この空の下で



令和2年3月18日（水）公開

作者：桜沢エリカ

公開先：復興庁Webサイト「福島の今」 及び マンガアプリ

#### 【概要】

福島県の甲状腺検査の実態などについて、有名マンガ家である作者本人が福島県の小児科医等へ取材。

震災時小学生だった3人の幼なじみのストーリーを軸に、放射線の知識や甲状腺検査等についてわかりやすく紹介。

## 『マイホームタウン、福島 ～私が福島に住む理由～』

- 海外の風評払拭、輸入規制の撤廃・緩和に向けた情報発信の一環として、福島復興の現状や食の安全性等について紹介するTV番組を放送。
- 海外向けTV番組を活用し、**台湾のTV局の協力**を得つつ制作・放送。

### ○ 番組概要

台湾の人気報道アナウンサー 田燕妮（テン・イエンニィ）さんが、福島在住の2人の外国人に密着取材。福島に住んでいるからこそ分かる福島の魅力等を外国人の視点で伝えていく。



### ○ 放送日

エスプリ ジャポン

日本 (BSフジ「ESPRIT JAPON」)  
3月27日 (金) 24:00～24:30

※ 現在、復興庁ポータルサイトで閲覧可能。

台湾 (年代電視台)  
3月21日 (土) 15:30～16:00

フランス (J-ONE)  
4月5日 (日) 放送

※ ベルギー、スイス、アルゼンチンでも視聴可能

ニュージーランド (SAKURA TV)  
4月18日 (土) 放送

※ オーストラリアでも視聴可能

### 世界の人々へのアピール

- ① 福島県では復興が着実に進捗している
- ② 福島県では大部分の地域で通常の生活が行われている
- ③ 福島県内各都市の空間放射線量は、国内外の主要都市ともはや変わらない
- ④ 福島県の食品の安全性は、世界で最も厳しいレベルの基準や、しっかりとした検査体制、流通体制により確保されている

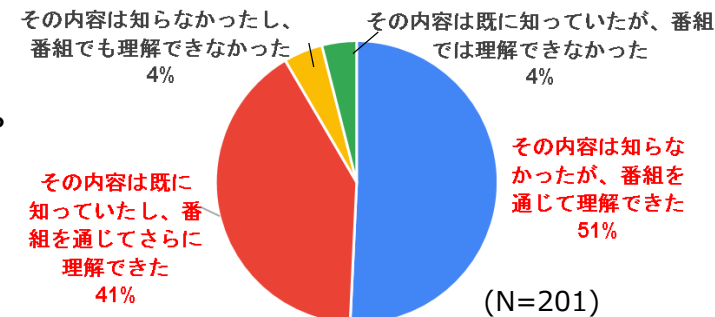


食品中の放射線物質基準は  
世界で最も厳しいレベル

### 台湾における視聴効果

- 番組放送後、上記のアピール項目①～④について、台湾のTV局が視聴者アンケートを実施。
- いずれの項目でも、**9割程度の回答者が「番組を通じて理解できた」と回答。**

質問4. 福島県の食品の安全性は、世界で最も厳しいレベルの基準や、しっかりとした検査体制、流通体制により確保されている。



### 趣旨・目的

- 釣り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が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。



釣りジャーナリスト協会にも原稿・写真を配信



日刊スポーツ YouTubeチャンネルからも発信



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



生産者との交流  
オンライン会議システムの活用



参加者もSNSで拡散



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メディアGyppy!(Yahoo!)からも発信

FMラジオ Hand in Hand

全国の大都市圏等で放送

復興庁HPで短編動画を配信

復興庁YouTubeチャンネル

近日配信予定

各種報道 地方紙・テレビ局等も自主的に報道

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!

# 「おいしい福島」～動画による福島県産農産物等の魅力と安全性の発信～

- 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。
- 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

第1弾～第3弾合計で100万回以上視聴 (R3.2.12時点)

### ポイント1：インフルエンサーの活用

【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

【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

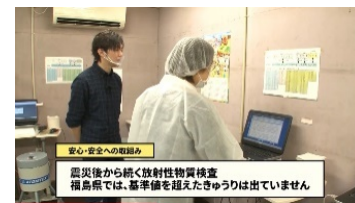


農家訪問編



料理編

### ポイント2：楽しい内容としつつ安全性にも訴求



### ポイント3：購買行動の喚起



特設ページ

ふくしまプライド便  
へのリンク



ふくしまプライド。

ふくしまの農林水産物・逸品をご紹介!

詳しくは、こちらから

※ R2年度は第4弾まで実施予定

～「オンライン料理ワークショップ」による福島県産の食の魅力・安全性の発信～

- 「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)



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

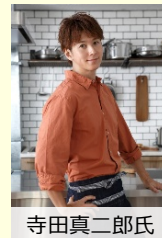


**企画名称** 「福島のおいしい」を体感！全国リモートクッキング  
**開催時期** 令和3年1月25日（月）16:00～18:00  
**会場** 福島会場を拠点とし、3つの地方会場（関東、中部、関西のABCクッキングスタジオ）をオンライン会議システムで接続  
**参加者** ABCクッキングスタジオHPから募集（受講生を対象）  
**使用食材** 福島県産ヒラメ・野菜、地方会場にちなんだ農産物



福島と3大都市圏  
をリモートで接続

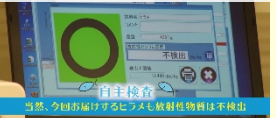
**福島会場（拠点）：福島県**  
(Garden Kitchen 郡山駅前)



オンラインによる  
料理指導↓



放射線測定状況（動画）



ライブ配信



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）



「映える」  
写真→



# 「ふくしま旅スゴ」～ゲームによる福島の魅力と安全性の発信～

- 「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）。

### 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

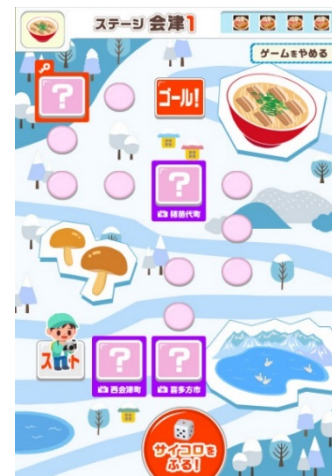
なつめさんちの  
ゲーム実況



コアラ's  
game show



TOP画面



ゲーム画面 (ステージマップ)



ゲーム画面 (クイズ)



赤べこコスチューム



あんぼ柿Tシャツ

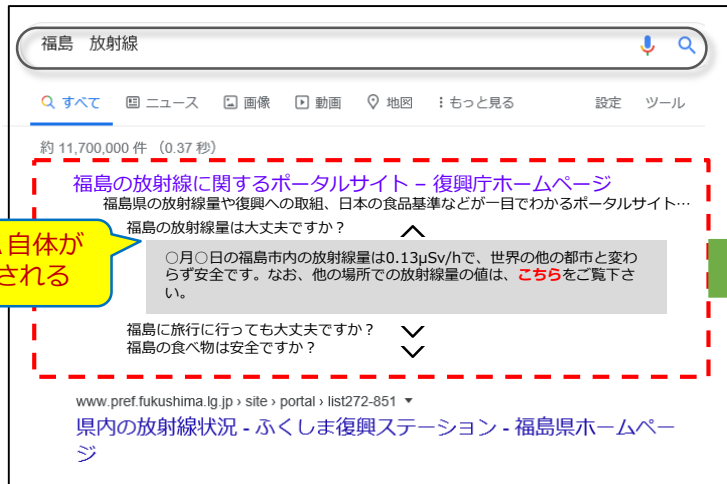
- 海外の福島に対するイメージは原発事故直後のネガティブなままであり、オリパラ東京大会に向けて海外から注目が集まる中、福島の現状等に関する正確な情報を発信し外国人の不安・疑問を解消することが重要。
- このため、Web上で外国人の疑問に答えることを主目的とした外国人向けポータルサイトを開設。関係機関が一体となって情報の更新等に努めることにより、**海外に向けた情報発信の最前線ツール**となることを目指す。

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。

### <効果>

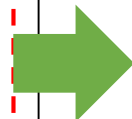
「FAQ」は、「店舗情報」等と同様に、Webで一定のルールに従って作り、ある程度見られるようになれば、Web検索結果画面に表示される。

### Web検索結果画面（イメージ）



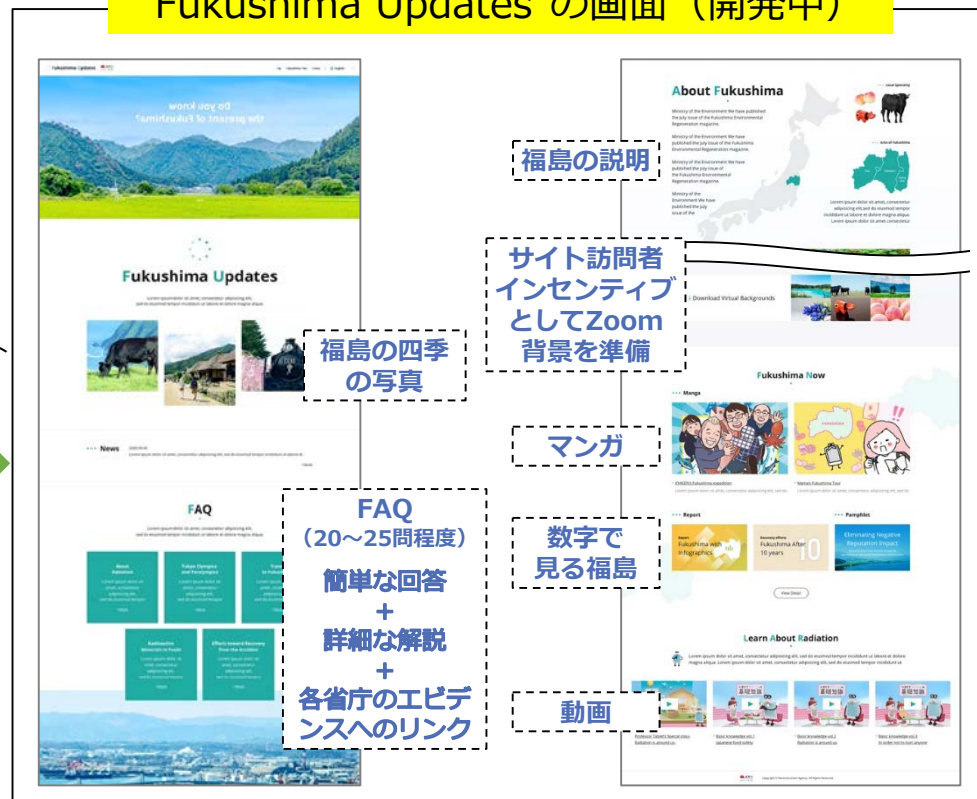
Q & A自体が表示される

サイト誘引



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**。関係機関HPも改善（更新、多言語化等）。

### “Fukushima Updates”の画面（開発中）



※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

## (参考) メディアミックス事業の効果

サンプル調査（本年2月～3月に実施）として、福島復興の現状や魅力とともに、福島空間線量の現状や福島県産食品の安全性などを紹介した動画やマンガ、データなどを見てもらったところ、福島県産食品や福島県への旅行について、「積極的に食べる」「積極的に旅行する」との回答が2～3倍程度増加、「放射線が気になるのでためらう」との回答は大幅に減少。特にママ層において、その傾向が顕著。

### 福島県産食品への意識

### 福島への旅行についての意識

