

風評被害対策の主な取組状況

令和4年3月22日
復興庁原子力災害復興班

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

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
- 内閣府原子力被災者生活支援チーム事務局長補佐
- 消費者庁 次長
- 外務省 経済局長
- 文部科学省 大臣官房総括審議官
- 厚生労働省 生活衛生・食品安全審議官
- 農林水産省 総括審議官(新事業・食品産業)
消費・安全局長、輸出・国際局長
- 経済産業省 大臣官房福島復興推進グループ長
- 国土交通省 観光庁次長
- 環境省 環境保健部長
- 原子力規制庁 核物質・放射線総括審議官
- 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

※ ALPS処理水を議題として扱う場合には、別途必要な構成員を追加。

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30年 7月 5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31年 4月12日 | フォローアップ |
| 平成25年11月 7日 | フォローアップ | | G20に向けた取組について |
| 平成26年 6月23日 | 風評対策強化指針取りまとめ | 令和元年11月 1日 | フォローアップ |
| 平成27年 6月 4日 | フォローアップ | | 国内外に向けた取組の強化 |
| 平成28年 4月 1日 | G7に向けた取組について | 令和 3年 4月22日 | フォローアップ |
| 平成28年10月 7日 | フォローアップ | | ALPS処理水への対応について |
| 平成29年 2月24日 | フォローアップ | 令和 3年 8月20日 | 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について |
| 平成29年 7月21日 | フォローアップ | | |
| 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 | | |

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 ② 妊産婦並びに乳幼児等の保護者 ③ 広く国民一般	① 小売・流通事業者 ② 消費者 ③ 在京大使館、外国の要人及びプレス 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 ② 海外からの観光客、外国プレス及び在留外国人 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 ② 食品及び飲料水の安全性 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」 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 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」 ② 福島県における空間線量率や食品等の安全 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 ● 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 ● 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 ● 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、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。

科学的根拠に基づいた正確な情報の発信

概要

国内外に向けて、東京電力福島第一原発事故からの復興の進捗やALPS処理水の処分等について、**プッシュ型広告等**を活用して、**科学的根拠に基づいた正確で分かりやすい情報を発信**。

主な取組

(1) 国内向け情報発信

○ ALPS処理水について説明する動画の配信

- ALPS処理水について**イラスト**を用いて**分かりやすく説明**した**チラシ**及び**動画**を公開。**プッシュ型広告**を実施（**再生回数は127万回**）。



○ 健康影響に関する風評を払拭するための動画の配信

- 福島第一原発事故による放射線の健康影響についての**国連機関UNSCEARの発表**を**有識者が分かりやすく解説**する動画を公開。**プッシュ型広告**を実施（R3.12）。



特設ページ

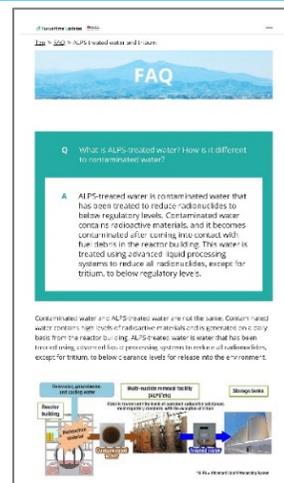


話し手
坪倉正治 福島県立医大教授

(2) 国外向け情報発信

○ ポータルサイト「FUKUSHIMA UPDATES」

- 外国人のよくある疑問に対し、Q&Aにより**分かりやすく解説**するポータルサイト「FUKUSHIMA UPDATES」を開設。
- ALPS処理水に関するQ&A（英、韓、中（繁・簡））**を追加。



「FUKUSHIMA UPDATES」
FAQページ

○ 積極的な情報発信

- 「復興の現状」「ALPS処理水」「食・観光の魅力」について、以下を実施。
- ① **欧米紙（Financial Times）**による記事広告（R4.2）
- ② **YouTube動画**の配信・**プッシュ型広告**の展開（R4.2）
- ③ **在日インフルエンサー**による発信（R4.2~3）



欧米紙（Financial Times）
記事広告

復興の進捗や魅力の発信

概要

今なお続く風評の払拭に向け、① 福島復興の現状等を「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、インターネット、SNS、ラジオ、テレビ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、復興の現状や放射線の基礎知識、福島県産農産物等の魅力を伝えるためのわかりやすいコンテンツを充実。



「タブレット先生の福島の今」充実したコンテンツ

(2) FMラジオ番組「Hand in Hand」

- TOKYO FMで福島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）や福島で放送。（聴取者数 約70万人/回）



(3) マンガ

- 福島の復興の現状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

「Magical Journey Fukushima」(NHK World)

- 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しつつ、検査の状況や被災からの復興の様子を紹介。

(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（14動画計730万回再生）。



(6) WEBゲーム「ふくしま旅スゴ」

- ウェブ上で福島全市町村をサイコロを振って巡り、各市町村に関するクイズと放射線に関するクイズに答えながらゴールを目指すすごろくゲーム。「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」を配布。



(7) オンラインツアー

- 福島の海の魅力を釣りや料理を通じて体感できる一般参加型ツアーを開催（R3.11、参加者109名）。釣り雑誌、スポーツ紙などで発信。
- 福島第一原発の「廃炉」の今を知る一般参加型ツアーを開催（R4.2、当日視聴者（延べ人数）：1194名）。



釣り雑誌での展開

(8) イベントの開催

- 福島県内自治体等と連携し、大阪において食、観光など福島の魅力や復興の進捗を発信するイベントを開催（R4.3）。



地域情報発信交付金

福島再生加速化交付金（福島定住等緊急支援【地域魅力向上・発信支援事業】）

事業概要・目的

- 福島県の本格的な復興・創生に向けては、今もなお続く風評を払拭することが重要であり、特に、「ALPS処理水の処分に關する基本方針」が決定された中で、処理水にかかる風評を抑止する必要がある。
- そのためには、国内外に向けて国による科学的根拠に基づく正しい情報の発信に加え、市町村等自らが継続的に地域の取組・魅力等を発信し続けていくことが効果的である。
- 風評の影響は地域によって様々であり、また地域の復興の進捗状況や情報発信体制にも差があるところ。それらを踏まえ、市町村等が自らの創意工夫によって必要な取組を企画・実施することが重要。
- このため、市町村等が自らの創意工夫によって地域の復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等について理解を深めるための情報発信やイベントの実施等を継続的に取りこむ環境整備について支援し、継続的に発信できる基盤を整えとともに風評の払拭を図る。

期待される効果

- 地域の魅力等の情報発信を持続的に実施できる体制づくり及び福島県産品等への風評払拭を促進することにより、福島の復興・再生を加速することが期待される。

資金の流れ

復興庁

各市町村
県

事業イメージ・具体例

- (1) 対象自治体
福島県内の全市町村（59市町村）及び福島県
- (2) 事業メニュー
 - ①地域の魅力向上・発信事業
 - 【情報発信事業】
 - ・風評動向調査、体験等企画実施、
情報発信コンテンツ作成、ポータルサイト構築
 - 【人材活用事業】
 - ・企画立案のための外部人材の活用、地域の語り部の育成
 - ②関連施設の改修
地域の魅力向上・発信事業と一体的に行うための関連施設の改修
- (3) 交付率 1/2*
*ただし、交付限度額と比較していずれか低い額
(別途、震災復興特別交付税による地方負担軽減措置あり)

地域情報発信交付金

概要

- 地元産品や観光名所といった地域の魅力を発信するイベント等、福島県の各自治体が企画・実施する風評払拭に向けた取組を支援。
- 初年度である令和3年度は、福島県及び20市町村による39事業について、交付決定。

【事業の例】

体験等企画実施(イベント)

「ふくしまプライド。」海外販路回復・拡大事業

海外の飲食店や量販店とのタイアップにより県産品のフェアを開催。フェアにインフルエンサーを招聘し、消費者に食品の安全性を発信する。



事業イメージ

体験等企画実施(モニターツアー)

アウトドアコンテンツを軸とした 紅葉の魅力体感・発信事業

アウトドアをテーマにモニターツアーを開催し、参加者によるSNS投稿を通じて情報発信を行う。また、町の観光資源をPRする動画制作や、観光特設サイトの作成を行う。

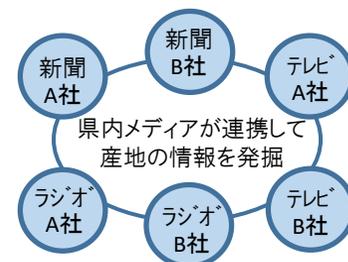


事業実施箇所(木戸川渓谷)

情報発信コンテンツ作成 ポータルサイト構築

ふくしまの漁業の魅力体感・ 発信事業

水産物の安全性を発信するため、テレビ・ラジオ・新聞等、県内オールメディアが県外メディアと連携して漁業の魅力を発信。併せて漁業や「常磐もの」を紹介するサイトを構築。



事業実施体制イメージ

情報発信を行う 人材の確保・活用

震災と復興を未来へつむぐ 高校生語り部事業

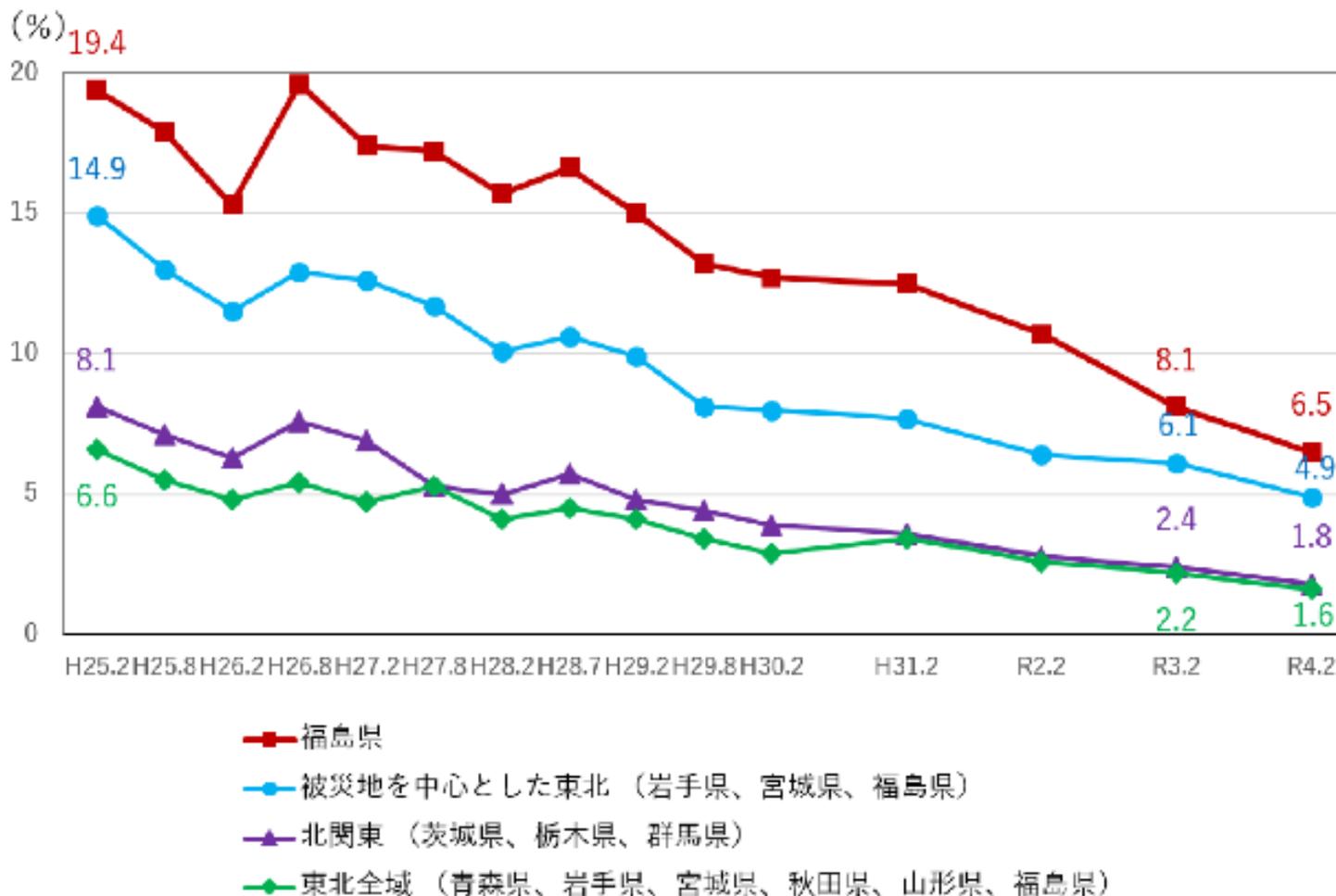
震災の事実や教訓を継承・発信するため、高校生を対象に語り部としての研修を行うとともに、県外の学校との交流等を通じて、福島の今を発信する。



事業イメージ

取り組みの成果と課題（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。

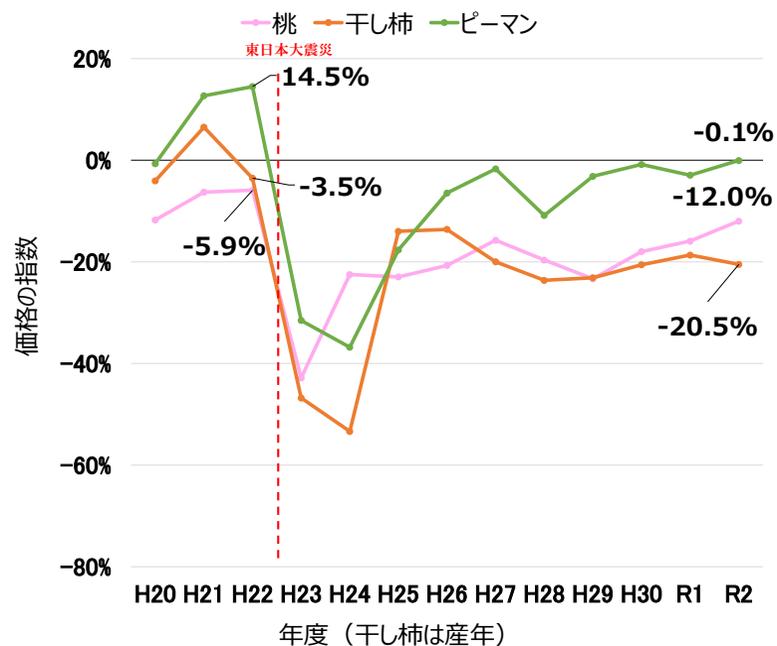
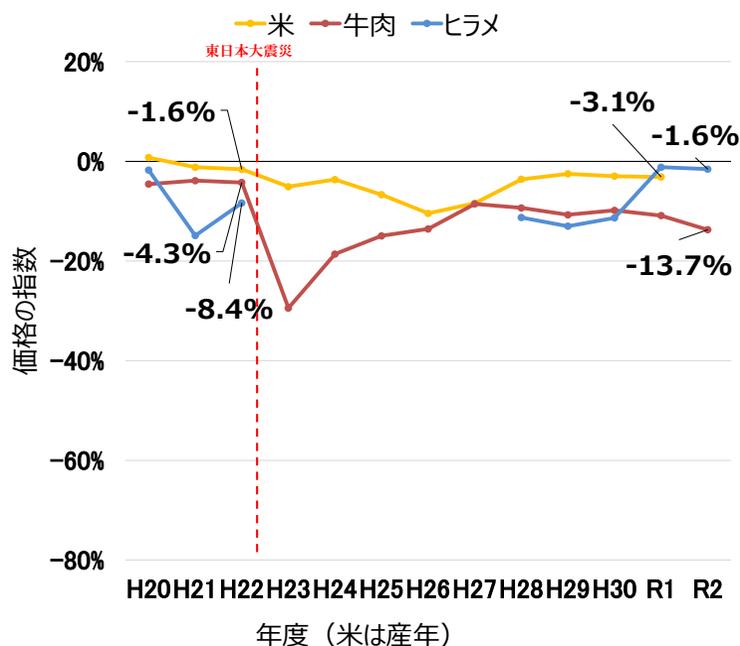


出典：消費者庁「風評被害に関する消費者意識の実態調査（第15回）」

取り組みの成果と課題（農産物等の福島県産と全国平均の価格差）

- ▶ 福島県農産物等の価格は、震災直後、全国平均を大きく下回る状況となったが、その後、**徐々に回復**。ただし、一部の品目に関しては、震災後に発生・拡大した全国平均との**価格差が現在まで固定化**している状況。

福島県産品と全国平均の価格差の推移



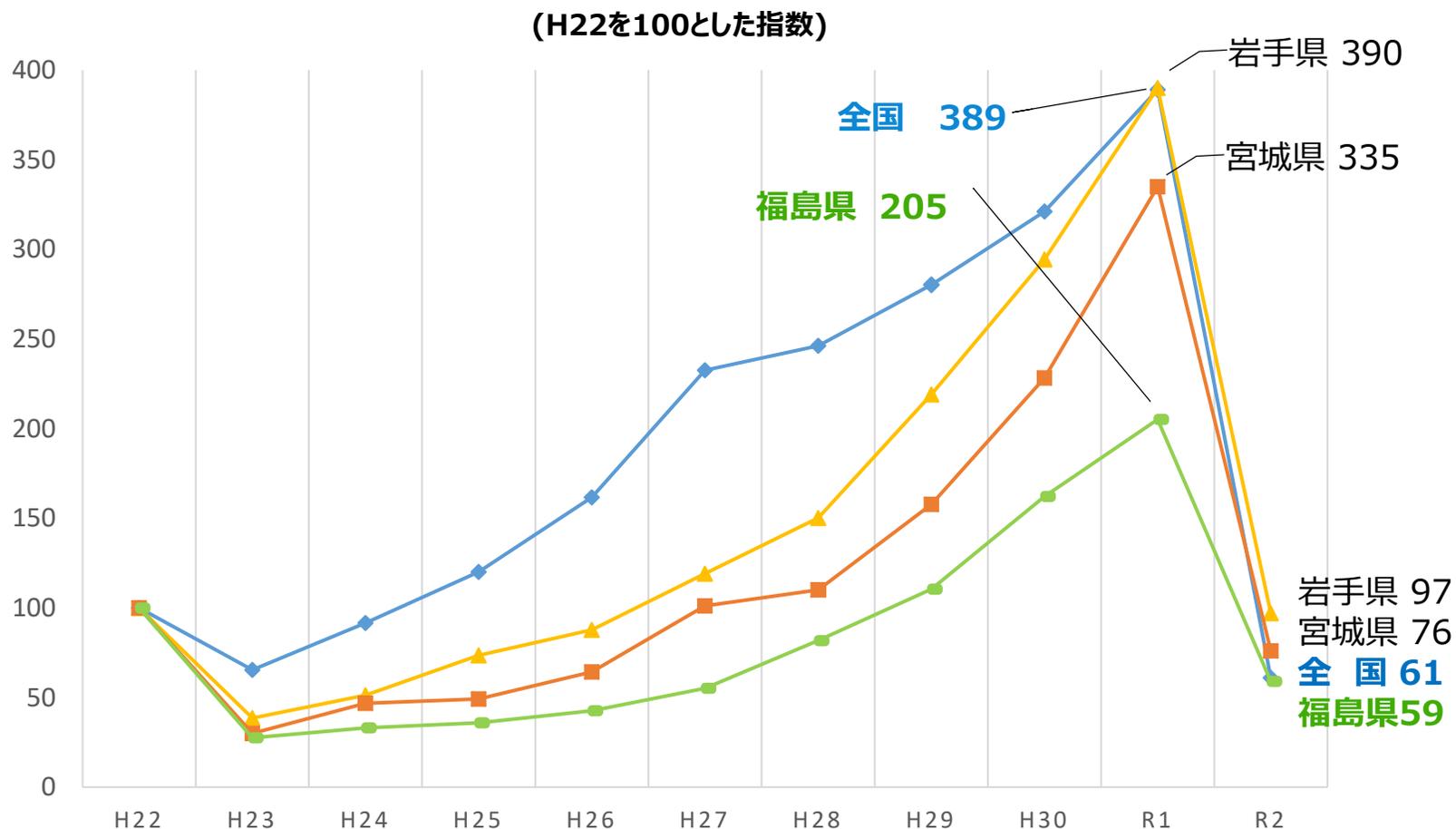
※価格の指数は、福島県産品と全国平均の価格差を、全国平均の価格で割った値。
 ※令和2年度は、令和2年12月までの実績を使用。
 ※牛肉、干し柿、ヒラメは年度単位、桃とピーマンは7～9月の値、米は産年単位の値である。
 ※干し柿にはあんぼ柿以外も含まれる。
 ※ヒラメは、平成28年に試験操業の対象魚種となり出荷が再開された。

出典：米は農林水産省「米の相対取引価格」に基づく県推定値、
 それ以外は東京都中央卸売市場「市場統計情報」

取り組みの成果と課題（外国人延べ宿泊者数の伸び率の推移（全国・東北3県））

- 令和元年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。（平成22年比）

（注）令和2年の外国人延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、被災地を含め全国的に落ち込んでいる。



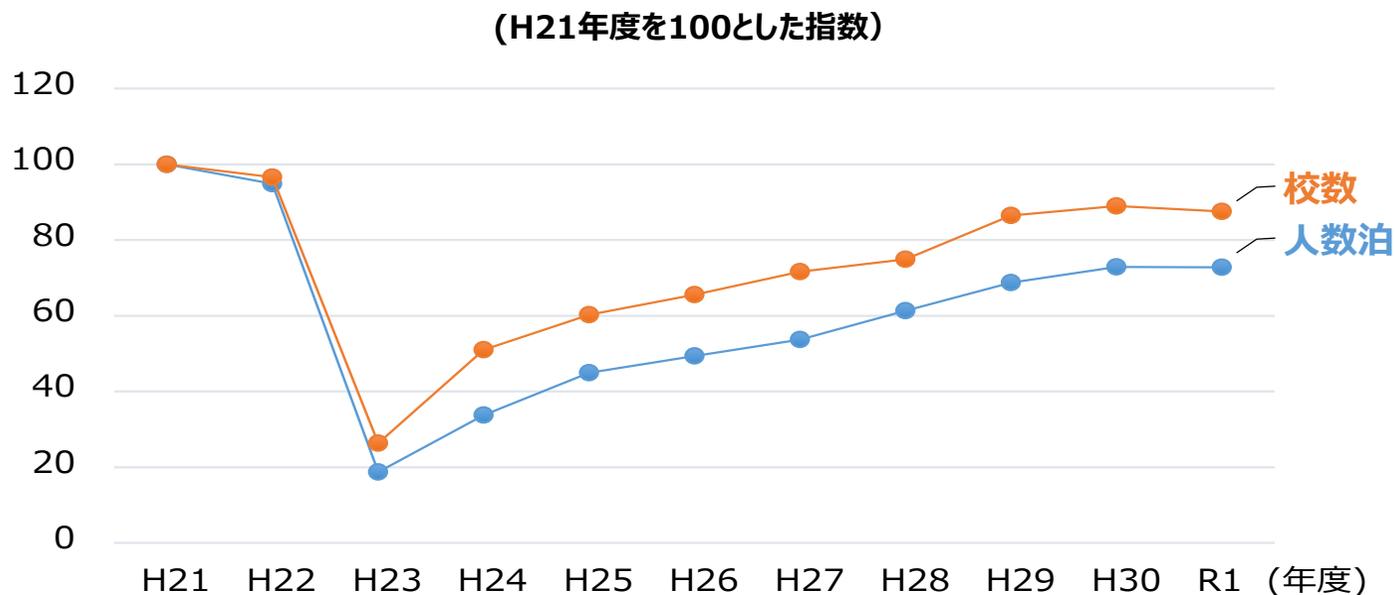
※従業員10人以上の宿泊施設を対象

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

取り組みの成果と課題（福島県教育旅行の延べ宿泊者数）

- 令和元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）

年度	H21	R1	R1/H21
人泊数	709,932	516,525	▲27.2%
校数	7,920	6,941	▲12.4%
全国の児童・生徒・学生数(千人)	17,975	16,838	▲6.3%



※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：令和元年度福島県教育旅行入込調査報告書、文部科学統計要覧

取り組みの成果と課題

(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55の国・地域のうち、41の国・地域で輸入規制を撤廃、14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（2022年2月21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	41	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、モーリシャス、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、シンガポール、米国					
	輸入規制を継続して措置	14	<table border="1"> <tr> <td>一部の都県等を対象に輸入停止</td> <td>5</td> <td>香港、中国、台湾、韓国、マカオ</td> </tr> <tr> <td>一部又は全ての都道府県を対象に検査証明書等を要求</td> <td>9</td> <td>EU、EFTA（アイスランド、ノルウェー、スイス、リヒテンシュタイン）、英国、仏領ポリネシア、ロシア、インドネシア</td> </tr> </table>	一部の都県等を対象に輸入停止	5	香港、中国、台湾、韓国、マカオ	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
一部の都県等を対象に輸入停止	5	香港、中国、台湾、韓国、マカオ						
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、EFTA（アイスランド、ノルウェー、スイス、リヒテンシュタイン）、英国、仏領ポリネシア、ロシア、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たが、EUが規制緩和を公表し、2021年9月20日よりEUと英国が異なる規制措置を採用することとなったため、英国を分けて計上する。

注3) タイ及びUAE政府は、検疫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
2020年 1月	フィリピン	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
9月	モロッコ	"	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、エサ）→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）→不要に
11月	エジプト	5月	インドネシア	放射性物質検査報告書（7県産（宮城等）以外の農産物）→不要に
12月	レバノン	2021年 1月	香港	5県産（福島、茨城、栃木、群馬及び千葉）の野菜、果物、牛乳、乳飲料、粉乳、水産物、食肉及び家禽卵を除く食品に対する全ロット検査 →廃止
"	UAE	3月	仏領ポリネシア	①第三国経由で日本から輸入される食品・飼料、②漁業用のエサ(fishing bait)として使用される水産物に対する放射性物質検査証明書及び産地証明書 →不要に
2021年 1月	イスラエル	10月	EU※	検査証明書及び産地証明書の対象品目が縮小 （栽培されたきのこと類等を検査証明及び産地証明書対象から除外等）
5月	シンガポール			
9月	米国	2022年 2月	台湾	5県産（福島、茨城、栃木、群馬及び千葉）の輸入停止→一部品目を除き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、一部都県の放射性物質検査報告書の対象品目が縮小

※ 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。北アイルランドを除く英国については、2021年10月以前の旧EU規則に準拠。

出典：農林水産省ホームページ

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（概要）

～消費者等の安心と国際社会の理解に向けて～

令和3年8月20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

考え方

- ① 安全性のみならず、消費者等の「安心」につなげることを意識しつつ、届けて理解してもらう情報発信を関係府省庁が連携して展開する。
- ② 実行会議ワーキンググループ等における関係者からの要望も含め、地元の声をしっかり聴いて対応する。
- ③ 輸入規制の撤廃も念頭に、海外の国・地域ごとにきめ細かく戦略的に対応する。
- ④ 継続的に状況等を把握し、それに応じた必要な情報を効果的に発信する。

施策（概要）

1 関係省庁が連携し、政府一丸となり総力を挙げて正確な情報を発信

(1) 正確で分かりやすい情報発信の積極的展開

- ・ 詳細な情報も見てもらいやすくする工夫を施した科学的根拠に基づく正確で分かりやすい動画を発信
- ・ 海域モニタリング結果を発信 等

(2) 消費者等に届く情報発信と消費者等が得たい正確な情報にたどり着きやすくするための環境整備

- ・ ウェブ上でのプッシュ型広告を可能な限り活用
- ・ インフルエンサーによる東京電力福島第一原発等視察を強化
- ・ ポータルサイト「Fukushima Updates」において、国内外の消費者等が関心度合に合わせて情報を入手できる環境を整備 等

(3) 消費者等の安心につながる取組の展開

- ・ シンポジウム、商談会等を活用して消費者・流通業者等への説明を強化
- ・ 生産者の取組、検査体制・結果等の発信や、商品の安全性を消費者が簡単に確認できる工夫の検討等、消費者の目線に立って情報発信
- ・ 放射線専門家や料理人等を起用
- ・ 魚類飼育等を通じたALPS処理水の安全性の見える化を検討
- ・ 旅行会社に対して業界団体の広報誌やメールマガジンを活用し情報発信 等

(4) 教育現場における理解醸成に向けた取組の強化

- ・ 放射線副読本を活用した出前授業や教職員研修を実施 等

(5) 政府一体となった施策実施体制の構築

- ・ 関係府省庁の担当者をメンバーとして、一体的に施策実行を担う府省庁横断的な体制を構築

2 地元の福島県や近隣県の思いを受け止めながら、密に連携して発信

(1) 福島県及び県内市町村が自らの創意工夫によって行う風評払拭の取組への支援

- ・ 自治体が交付金を活用し、水産物の魅力等を県内外のメディアを通じて発信。国も連携した取組を検討・実施 等

(2) 実行会議ワーキンググループ等で出された地元自治体・業界の意見・要望に寄り添った施策の実施

(3) アフターコロナの状況に応じた現地での対話や情報発信の取組の強化

3 海外に向けて関係省庁が連携し、戦略的に発信

(1) 各国・地域及び市場の状況に応じたきめ細かな対応

- ・ 国・地域に相応しい媒体や発信者を選択
- ・ 「Fukushima Updates」にALPS処理水に関するFAQを追加
- ・ 日本政府観光局（JNTO）グローバルサイトにALPS処理水のポータルサイトへのリンクを掲載 等

(2) 海外のインフルエンサーや報道関係者等の現地招へい

- ・ 海外のインフルエンサーを現地に招へい
- ・ 輸入規制国の報道関係者の現地視察 等

(3) 国際機関との緊密な協力

- ・ 中立的で専門的知見を有する国際機関（IAEA、OECD/NEA）と緊密に協力した情報発信

(4) 輸入規制の緩和・撤廃も念頭においた外交ルートでの説明

- ・ 優先すべき国・地域を勘案しつつ、各国・地域の政府関係者や報道機関等への丁寧な説明や働きかけを強化 等

(5) 国際会議・イベント等あらゆる機会の活用

- ・ 東京オリンピック・パラリンピック競技大会のメインプレスセンターにブースを設置し説明 等

4 国内外の状況を継続的に把握し、臨機応変に発信

(1) ALPS処理水への理解に必要な情報の認識状況等の把握

- ・ ALPS処理水の安全性等の認識状況等について、国内の消費者や海外の消費者を対象としたインターネット調査により継続的に把握

(2) 風評影響の把握

- ・ 福島県や隣県等の産業について風評影響等を調査
- ・ 福島県産農産物等の生産から流通・販売に至る実態を調査・分析

(3) 風評構造の分析

- ・ 的確な風評対策とすべく、風評の構造（メカニズム）等を分析するとともに、これまで実施した取組の効果測定や評価分析を実施