

風評・風化対策の現状と課題

令和2年6月26日
福島県広報課

強化戦略の第3版までの対策の柱と現在までの成果・課題



現在までの成果

- 【県産品】農産物の輸出量は過去最高を更新。オンラインストアの販売も好調。県産日本酒の金賞受賞数は7年連続で日本一。
- 【観光】入込は震災前の98.5%に回復。外国人宿泊者数も過去最高を記録、伸び率全国上位。
- 【情報発信】本県に対してのイメージは年々回復傾向。企業や自治体との連携も更に拡大。

課題

- 【県産品】米や牛肉等の価格が回復していない。ブランド力強化や信頼される産地づくりが必要
- 【観光】教育旅行の回復遅れ、インバウンド宿泊数が全国的な伸びに追いついていない。
- 【情報発信】本県への関心や応援意向の低下、認識のアップデートが進んでいないものがある。

～強化戦略第3版までの全庁一体となった取組で、様々な成果が現れている一方、風評・風化の問題は根強く、多くの課題が残されており、今までの活動を生かした粘り強い取組の継続が重要～

対策強化の取組方針

- ①積極的なチャレンジの継続 【風評・風化の課題解決に向けて粘り強い継続的な挑戦と各部局の連携強化を徹底】
- ②「アップデート」と「ビジット」の更なる推進 【福島の最新情報の正確な発信や実際の訪問・体験を通じた理解促進】
- ③共感・共働による信頼関係の構築 【企業や諸外国等との信頼関係を築くための熱意を持った丁寧かつ的確な説明と発信】

各分野における取組方針(対策強化の方向性)

農林水産物・県産品

- (1) 新たな販路・販売棚の確保に向けたトップセールスの実施やオンラインストア・パッケージングなど多様なアプローチによる効果的な流通・販売対策
- (2) 県産農林水産物の徹底した安全性確保と検査結果等の正確な発信による信頼回復
- (3) GAPやHACCP等の推進や県産日本酒・工芸品など福島ならではの製品のブランド力向上と更なる輸出拡大

観光(国内、国際、教育旅行等)

- (1) 福島ならではのコンテンツづくりなど、オリ・パラや東北DCを契機として実際に訪れてもらう誘客対策の促進
- (2) ホープツーリズムの推進と教育旅行回復に向けた訪問活動など粘り強い取組の継続
- (3) 外国人の関心が高いサムライツーリズムの創出や磨き上げと戦略的なプロモーションの実施、国際チャーター便の運航促進

情報発信(共感・共働、オリ・パラ関連含む)

- (1) 各部局が連携して正確な情報を継続的に粘り強く発信することで本県の更なるイメージ回復を図る。
- (2) 企業や団体、学校等との共感・共働の輪を拡大し、様々なコラボレーションを生み出すことで、他にはない情報発信や新たな応援活動へと発展させる。
- (3) 国や他都道府県、市町村等との連携により、国内外へふくしまの今と魅力を広く発信し、最新情報にアップデートする。



オリ・パラ開催に向けた発信

- (1) 聖火リレーや野球・ソフトの競技開催を通して世界の注目が集まるこの機を逃さず、過去にない集中的な情報発信を国内外に向けて全庁一体となって実施する。
- (2) SNSや既存事業、メディアの活用など、オリ・パラに直接関連しない部局も含めて、この機会に「新しいふくしま」のイメージを発信することで認識を「アップデート」し、大会終了後も本県イメージ向上への効果が持続する体制を構築する。

土台となる取組の継続的実施(安全・安心の確保や正確かつ最新の情報発信など)

放射線に関するリスクコミュニケーション(正確な情報・知識の普及)

県民を対象とした食と放射能に関する説明会の開催 県内小・中学校における放射線教育の充実
理解促進のためのパンフレット等を活用した県内外イベント等での発信強化

環境回復の現状の発信

除染後のモニタリング
廃炉・汚染水対策 空間線量測定

徹底した食品の検査

農林水産物の放射性物質検査
自家消費野菜の検査