

(様式1-2) 情報発信等戦略 000 福島県

情報発信等戦略の期間

令和3年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

(1) 情報発信の内容

東日本大震災から10年が経過したものの、依然として根強い風評被害が残る中、ALPS処理水の処分方針決定により、新たな風評が発生し、農林水産物の価格や観光誘客の回復の遅れなどの更なる影響を懸念する声が高まっている。
このため、下記のコンセプトの下、風評払拭に向けた取組の更なる強化を図る。

- ①ターゲットを意識した伝わる発信
- ②農林水産・観光業等の生産・事業基盤の強化に向けた対策の更なる推進
- ③共感と共創の輪を拓ける取組強化・人材育成

(2) 福島県の情報発信体制

- ①ターゲットを意識した伝わる発信
 - 総務部 広報課 チャレンジふくしま戦略的情報発信事業
 - 企画調整部 風評・風化戦略室 東京駅前常盤橋ふくしま情報発信事業
 - 観光交流局 県産品振興戦略課 県産品風評対策事業
 - 農林水産部 水田畑作課 ふくしま米生産情報発信事業
- ②農林水産・観光業等の生産・事業基盤の強化に向けた対策の更なる推進
 - 生活環境部 自然保護課 自然公園の魅力を活かした風評払拭強化事業
 - 観光交流局 観光交流課 ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業
 - 農林水産部 農産物流通課 「ふくしまプライド。」海外販路回復・拡大事業
 - 農林水産部 水産課 ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業
- ③共感と共創の輪を拓ける取組強化・人材育成
 - 観光交流局 観光交流課 東アジア誘客促進に向けた風評払拭キャンペーン
 - 教育庁 高校教育課 震災と復興を未来へつむぐ高校生語り部事業

(3) 情報発信等の戦略目標

- ① ターゲットを意識した伝わる発信
 - 福島県の風評払拭に向けた取組を県庁内で一元化するなど、効果的な情報発信体制を確立する。
 - 主に首都圏の人々に、福島県の魅力や正確な情報等を発信する。
- ② 農林水産・観光業等の生産・事業基盤の強化に向けた対策の更なる推進
 - 福島県の漁業や農業などの魅力等を発信し、福島県産品の購買意欲の向上等を促進する。
 - 海外の飲食店や量販店において、福島県産品の魅力や安全性をPRする取組を行うことで、輸入規制緩和等を目指す。
- ③ 共感と共創の輪を拓ける取組強化・人材育成
 - 国内外の人々との交流を通じて、震災や福島県の魅力について学ぶ機会をつくる。
 - 根強い風評が残る外国のインフルエンサーを招請し、本県の魅力や安心・安全の理解醸成を図る。

(4) 全体工程表

別紙のとおり

※ 令和3年8月2日時点の計画であり、令和4年度以降の計画については、事業の進捗等に応じて変更する場合がある。

別紙	全体工程表	令和3年7月	8月	9月	10月	11月	12月	令和4年1月	2月	3月	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	
(1) ターゲットを意識した伝わる発信															
チャレンジふくしま戦略的情報発信事業				広報案件をデジタル変換⇒インターネット広告で広報 ※四半期ごとに各部署へ広報案件を照会⇒選定						効果測定・分析 ⇒各部署へフィードバック		<ul style="list-style-type: none"> PDCAサイクルにより広報内容をバージョンアップしていく体制を構築する。 分析結果を踏まえて前年以上の効率的なターゲティングを行うことで、各種単価（再生回数単価、表示単価、視聴単価、クリック単価など）などのコストを削減し、効果の最大化を継続的に図る。 			
東京駅前常盤橋ふくしま情報発信事業				○「ふくしま発信ブース」：月1回（平日）想定 ※場所：三菱地所（株）常盤橋タワー 暫定広場内 ○「常設展示ブース」：「巨大」赤べこ設置。						アンケート調査等実施		県産品の安全・安心など「正確な情報」と「ふくしまの魅力」を発信予定			
県産品風評対策事業				漁業関係者など生産者によるPR販売や交流などの実施 SNS等を利用した情報発信								<ul style="list-style-type: none"> フェアや生産者と消費者との交流等の特別な体験やメディアを中心とした新たな消費者層への情報発信を強化する。 			
ふくしま米生産情報発信事業		米の集荷・販売事業者等との産地情報発信に関する検討		動画制作・WEB掲載、パンフレットの制作						PR活動（店頭PR）	県HP等に掲載	<ul style="list-style-type: none"> 新たな内容を追加した動画・パンフレットを作成 より効果的な情報の発信内容や方法について、集荷・販売業者等と検討 			
(2) 農林水産・観光業等の生産・事業基盤の強化に向けた対策の更なる推進															
自然公園の魅力を活かした風評払拭強化事業				自然公園の魅力を題材とした動画作成・発信								<ul style="list-style-type: none"> 作成した動画について、首都圏等で開催されるプロモーションイベントへの出展を予定。 環境教育の視点等新たなテーマやターゲットを設定した動画の拡充等魅力発信コンテンツの充実を図ることを予定 事業の成果を県内の県立自然公園に横展開することを検討。 			
ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業				○ブルーツーリズムのVR動画作成 ○プロモーション（県内のブルー・ツーリズムコンテンツを紹介するパンフレットを作成し、県外の旅行エージェント等へ配布。首都圏旅行エージェント訪問や商談会において、①のVR動画も活用し、PRを実施。モニターツアーの実施。）								<ul style="list-style-type: none"> VR動画等を含めた新規プロモーションツールの作成。 県外へのプロモーションの実施。 モニターツアーの継続によるコンテンツの磨き上げ。 			
「ふくしまプライド。」海外販路回復・拡大事業				アメリカにおける飲食店とのタイアップ				アメリカにおける量販店フェアの実施			今年度の取組をベースとし、現地の反応を見ながら品目、店舗、実施形態を検討予定				
ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業				各種メディアによるふくしまの漁業の魅力発信 福島漁業や”常盤もの”の種類・特徴を紹介するライブラリーや、飲食店、販売店等を紹介するナビゲーションサイトの開設								<ul style="list-style-type: none"> 各種メディアによる漁業の魅力発信：産地の取組や県産水産物（常盤もの）の美味しさに関する情報を県内のTVやラジオ、新聞が連携し、県外の消費者へ情報発信する。 ナビゲーションサイトの開設：福島漁業や”常盤もの”の種類、特徴を紹介する「常盤ものライブラリー」や”常盤もの”を取り扱う飲食店、販売店舗等を紹介する「ナビゲーションサイト」を開設し、県外消費者の購買を促進する。 			
(3) 共感と共創の輪を拓く取組強化・人材育成															
東アジア誘客促進に向けた風評払拭キャンペーン				ファムツアー（インフルエンサーや旅行会社による県内観光地の視察、地域の関係者（宿泊事業者や観光施設運営者）との商談等の実施。） ターゲットコミュニティへの情報発信（インフルエンサー自らのSNS等でファムツアーから得られた本県観光地の魅力の情報を発信。）								<ul style="list-style-type: none"> 自然を活かしたアクティビティなど本県観光魅力の継続的な情報発信。 作成された旅行商品に関するモニターツアーなどの実施による旅行商品の磨き上げ。 招請した旅行会社によるターゲットコミュニティを対象とした旅行商品の販売支援。 			
震災と復興を未来へつむぐ高校生語り部事業		伝承館を利用した教員研修（小中高教員）		震災関連学習・語り部活動の人材育成 県内の学校間での交流 県外の学校等との交流（語り部活動の実施） 風評払拭や風化防止のためのリーフレットの配布								<ul style="list-style-type: none"> 伝承館での研修を行った学校や生徒に対し、アンケート調査等を実施し、より実践的な語り部活動を行うための工夫をする。 震災関連学習の充実を図りたいと考えている学校に対し、伝承館での研修の機会を設け、学習のきっかけを与え、次の年の語り部の実践につなげる。 県内外における語り部活動の機会を充実させ、より多くの人々との交流を実現する。 			