

(様式1-5)

福島県 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和4年7月29日時点

※本様式は1-3, 1-4に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	7	事業名	ふくしまの魅力発信 in 西日本	事業番号	A-7
事業実施主体	福島県	総交付対象事業費	7,547千円		
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費	7,547千円	
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
				小計	7,547千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施				7,547千円	
iii) 情報発信コンテンツ作成					
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
i) 企画立案のための外部人材の活用				小計	
ii) 地域の語り部の育成				千円	
二 関連施設の改修地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修					
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
○イベント来場者数：各イベント500人以上					
※令和3年度 東京駅前常盤橋ふくしま情報発信事業 1日あたり平均500人を参考					
【アウトカム】					
○関西エリア居住の人の福島県へのイメージ「良い」「やや良い」と思う人の割合の向上により、福島県へのイメージ「良い」「やや良い」全体の目標値50%を目指す。(令和4年3月末時点44.9%)					
※参考：「風評・風化に関する情報発信分析事業」					
事業概要					
事業実施主体	福島県				
主な企画内容	西日本の大消費地において、県産品の安全・安心とその魅力、観光誘客に係る取組や情報などを発信する。				
主な事業の実施場所	①長居公園 自由広場(大阪市) ②大阪城公園 太陽の広場(大阪市) ③名古屋市				
事業の実施期間	令和4年10月～令和5年3月				
企画内容					
【実施体制】					
①実地主体：福島県					
②連携団体及び役割分担					
大阪事務所(サテライトショップ)、名古屋事務所：販売物販の手配、会場調整 等					
委託業者(MBSラジオ、ラジオ大阪)：福島県取材、ラジオ番組での広報、ブース設置等					
【現状・課題】					

<現状>

- ・ALPS処理水の処理方針決定により、新たな風評のおそれの可能性があり、農林漁業者における生産意欲や観光事業者の事業意欲等の減退が懸念され、回復傾向にあった農林水産物の価格の下落や、教育旅行を始めとした観光誘客の回復の遅れなどの、影響を懸念する声が県内各地で高まっている。
- ・福島県は、令和4年1月に「福島県風評・風化対策強化戦略」を一部改訂し、「国内外の理解促進」・「事業者への強力な支援」を大きな柱とし、「大消費地に対する発信の強化」を行うなど、新たな風評への懸念を踏まえ、重点的に取り組むべき対策を明確に位置付け、本県のイメージやブランド力を向上させることを目標に、全庁一丸となって風評・風化対策に取り組んでいる。

<課題>

- ・上記強化戦略に基づき、令和4年度は、首都圏に向けた風評対策を重点的に行っているが、県の「風評・風化に関する情報発信分析事業」によると、首都圏居住の人に比べ、関西居住の人の方が、福島県へのイメージが悪いことが分かった。
＜「福島県へのイメージ 良い・まあまあ良いと答えた人の割合」令和4年3月31日＞
首都圏エリア：49.2% 関西エリア：38.6%
- ・本年7月22日、原子力規制委員会が「処理水海洋放出計画」を認可したことを受け、福島県として新たな風評被害が生じないよう緊急的かつ集中的な対策が必要との結論に至り、これまで取り組んできた首都圏への風評対策に加え、西日本地域の大都市圏への重点的な対策が必要な状況にある。
- ・西日本地域は、福島県から離れていることもあり、「福島県の現在の姿」に関する基本的な情報が浸透していないことから、情報発信に当たっては、イベント会場への来場者に対する県産品などの周知・販売だけでなく、「(ふくしまの復興の姿等を)見る」・「(ラジオなどで今の福島の情報)を聞く」ことに加え、「(福島の状態を)学ぶ(理解する)」といった複合的な取組を行うことで、西日本の人々に福島県の安全・安心の理解を促進する必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・(首都圏向けの情報発信) 東京駅前常盤橋ふくしま情報発信事業
三菱地所(株)常盤橋タワー暫定広場内で福島発信ブース+常設展示ブースを設置し、ふくしまの魅力や正しい情報を発信。等
- ・(西日本向けの情報発信)「ふくしまプライド。」発信事業・関西圏
大阪市の飲食店等と連携したイベント等の開催。等

【事業実施により得られる効果】

- ・多くのラジオリスナー等が集まるイベントで魅力・情報発信することで、来場者のTwitter、Facebook等のSNS等を通じて、本県の魅力や正確な情報を拡散することが期待される。
- ・イベント来場者が本県の安全・安心等について理解することで、ふくしまの復興や風評払拭について、実際に共感することができる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

原子力規制委員会が「処理水海洋放出計画」を認可したことを受け、新たな風評被害が生じないよう、庁内各部局や関係機関とも連携しながら、西日本への緊急的かつ集中的な対策として、当該地域の大都市圏において福島県の安全・安心を理解する取組や県産品の購買意欲を向上させる「複合的」な情報発信を行い、風評を払拭する。

①MBSラジオ秋のまつり2022 ※イベント集客想定：約4万人

実施期間：令和4年11月3日(木・祝)9:30~16:00(予定)

実施体制：福島県(風評・風化戦略室、大阪事務所(サテライトショップ))

概算費用：203万円(委託費165万円、行政経費38万円)

○「正確な情報」と「ふくしまの魅力」発信ブース(1ブース)

県産品の販売に加え、産地における安全性の確保の取組を客観的に消費者へ説明する第三者認証GAP(注)等について、県農林水産部やJAグループふくしまとも連携し、GAP取得に向けて頑張る生産者の声や実際にGAPを取得した農産物の販売等を通じて、ふくしまの安全・安心を発信する。

ラジオの事前取材では、実際にJAや農家等を取材し、現場の声を届ける。

(注)GAP(Good Agricultural Practices)

「農業生産工程管理」と訳されており、農産物の生産管理に「工程管理」の手法を採用することで、生産物の安全性等の成果を得るもの。

○MBSラジオ番組内の告知 ※パーソナリティによるブースレポート等あり。

○福島県への取材結果を番組内で放送(数十分×2回 予定)

② 10万人のふれあい広場（ラジオ大阪主催） ※イベント集客想定：約10万人
実施期間：令和4年11月23日（水・祝）9：00～15：00（予定）
実施体制：福島県（風評・風化戦略室、大阪事務所（サテライトショップ）、アクアマリンふくしま等）
概算費用：485.7万円（委託費428.7万円、行政経費57万円）

○「正確な情報」と「ふくしまの魅力」発信ブース（3ブース）

県産品や農林水産物等の販売によるふくしまの魅力発信に加え、ふくしまの海の安全・安心や海洋生物に触れる取組を実施することによって、ふくしまの自然環境を身近に体験・理解することにより風評を払拭する。また、「ふくしま復興パネル」などを展示・説明することにより、震災以降のふくしまの復興状況（除染の進捗や放射線量の低減状況、インフラの整備等）を発信し、ふくしまの本当の姿を理解してもらう。

○ラジオ大阪番組内の告知。 ※パーソナリティによるブースレポート等あり。

○福島県への取材結果を番組内で放送。（数十分×2回 予定）

③見て食べて知ってふくしまフィスティバル2022 at 名古屋 ※想定来場者数：約5千人

実施期間：令和4年11月23日（水・祝）
実施体制：福島県（風評・風化戦略室、名古屋事務所等）
概算費用：66万円（行政経費のみ）

○「正確な情報」と「ふくしまの魅力」発信ブース（4ブース）

県産品や農林水産物等の販売によるふくしまの魅力発信に加え、ふくしまの自然環境を身近に体験・理解することによる風評を払拭する。また、「ふくしま復興パネル」などを展示・説明することにより、震災以降のふくしまの復興状況（除染の進捗や放射線量の低減状況、インフラの整備等）を発信し、ふくしまの本当の姿を理解してもらう。

大阪市に加え、これまであまり重点的にふくしまの魅力・情報発信を行ってこなかった西日本の大都市においても複合的な魅力・情報発信を行うことにより、西日本の福島県へのイメージの向上につなげ、全体的なイメージ向上の底上げを行う。

【今年度事業における目標】※複数年度にわたって事業を実施する場合

※単年度事業

【今年度事業の実施により得られる効果】※複数年度にわたって事業を実施する場合

※単年度事業

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

※単年度事業

【新型コロナウイルス感染拡大防止対策】

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体する地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

<具体的な対策>

- ・密にならないよう、会場レイアウトの設定、入退場口、待機列対策、密集対策、消毒、マスクの着用、ソーシャルディスタンスの確保を案内、関係者の（アルバイト等雇う場合含む）連絡先の把握及び「健康状態」「行動履歴」の記録等の感染防止対策を徹底する。