

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

1. 基本情報

自治体名	他市町村との連携	事業番号	事業名			
福島県	－	A-2	風評・風化対策分析強化事業（海外）			
事業実施年度	当該年度総事業費	経費区分（該当区分に○を入力）				
R 8 年度	1,756,007 千円	①情報発信事業			②外部人材活用	
事業費	左記 事業費のうち 国費負担分	i 風評動向調査	ii 体験等企画実施	iii 情報発信コンテンツ 作成	i 企画立案のための外 部人材の活用	ii 地域の語り部の育成
7,331 千円	3,665 千円	○				

2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

自治体が抱える風評等の現状について
・未だ一部の国・地域においては福島県産食品の輸入規制が続いている。 ・外国人延べ宿泊者数（最新値：R6 年）は震災前を超えている（震災前比 337%）が、全国の伸び率（震災前比 532%）に大きく後れを取る。
上記の現状の原因となる課題について
・現在もなお 5 つの国や地域では輸入規制が継続されているほか、ALPS 処理水の海洋放出により一部の国や地域では輸入規制が強化されるなど、東アジアを中心に海外では厳しい反応が示されていることから、国際社会の理解醸成に向けて、本県の安全・安心に関する正確な情報や地域の魅力等のより一層強力な発信が必要。
上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む）
さまざまな「Fukushima」のイメージを更新していくとともに、日本に関心のある層に対して、福島県の魅力等の発信を強化し、インバウンドや県産品の販路拡大につなげていく必要があることから、広報関係部局、国際関係部局、観光関係部局、農林関係部局等において、様々な手法により海外への情報発信を展開している。
上記の取組における成果について
各部局において海外に向けて様々な情報発信を展開してきている中で、国内における福島県へのイメージ調査（情報発信分析事業）は継続して実施しているものの、海外を対象としたイメージ調査は実施しておらず、海外に対して情報発信を行うにあたってのエビデンスが不足していることが大きな課題。今般、台湾において輸入規制解除となるなど、風評・風化対策に関し海外に向けた戦略的な情報発信を行っていく絶好のタイミングでもある。

3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

1. 風評・風化対策分析強化事業（海外）

- ①実施期間：令和8年4月～令和9年3月
- ②実施体制：単独
- ③実施場所：Web（海外）
- ④概算費用：7,331 千円
- ⑤実施内容：

福島県風評・風化対策強化戦略に基づき、海外への情報発信を強化していくため、海外在住の福島県を知っている方に対してWEB調査（インターネットリサーチパネルへ条件を指定し配信する）を実施し、海外の方が持つ福島県へのイメージについて調査を行う。（予定設問数：20～30 問程度）

風評・風化対策に向けた各部局が行う海外に向けた情報発信を一体的に実施するため、調査結果については、庁内のプロジェクトチームを中心に共有し、発信の方向性について協議を行う。

分析結果を踏まえ、全庁一体となった戦略的な情報発信により、海外の方々の「Fukushima」のイメージをアップデートを図るとともに、インバウンドや県産品の販路拡大につなげていく。

- ・調査方法：定量調査（インターネット調査）
- ・調査地域：8 国・地域程度予定（※今後調整：アジア、欧米 等）
- ・調査数：各国・地域 200 サンプル程度
- ・報告書：サマリー、クロス集計あり
- ・調査対象：「福島県」を認知している人

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

海外に向け、「復興・創生に向けた取組」や「食品の安全性等の情報」を戦略的に発信するための、エビデンスとなる風評動向調査である。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

海外に向け、「地域の魅力に関する情報」を戦略的に発信するための、エビデンスとなる風評動向調査である。

4. 事業における目標等

今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る	今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る
・調査対象国・地域：5 以上	・調査結果を活用した事業構築数：5 事業
長期的な目標 ※1 つ以上は定量的な目標を設定	長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載（○%）
・県産品輸出額：1,900 百万円（R12）	・県産品輸出額：1,339 百万円（70%）