

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-11	被災地域の復興のあゆみ・魅力発信事業			
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
39,863 千円	19,931 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

○「風評・風化対策に関する情報発信分析事業（全国を対象とした Web 調査）」で以下のような結果が示されている。

<福島県のイメージについて「良い」「まあまあ良い」の回答 単位%>

震災発生前	震災発生後	H27.10	H28.8	H29.9	H30.9	R1.9	R2.9	R3.9	R4.9	R5.9	R6.9
43.8	20.4	28.7	33.8	37.1	40.6	41.1	43.0	46.1	52.0	51.4	49.0

<福島県産食品の購入意向>

「福島県産は購入しない」と「福島県産をやや避けている」を合わせた割合 12.1%（R6 年）

<福島県への訪問意向>

「訪れたくない」と「あまり訪れたくない」を合わせた割合 14.4%（R6 年）

上記の現状の原因となる課題について

課題 1：震災に関心のある層の減少

福島県内には東日本大震災・原子力災害伝承館を始めとした複数の震災伝承施設があり、各施設では震災時の出来事や当時得た教訓等を効果的に学ぶことができるが、近年、来館者数は減少傾向であり、複合災害への関心の低下を表している。

課題 2：福島県から離れた地域（県外・国外）で受け取る震災関連情報の不足

福島県外及び国外では、パブリシティにおいて東日本大震災及び原子力災害の情報発信の機会が少なくなっている。情報の発信数が減少した結果、現地の方の古い情報や誤った情報が上書きされない状態が続き、風評や風化が進行してしまうおそれがあるため、継続して正しい情報を発信していく必要がある。

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）

- 令和 4 年度事業では、伝承館を活用し、県外からの東日本大震災からの復興のあゆみの共有を広げるため「復興のあゆみを発信するイベント」、広く福島県の現状を理解いただくことで風評払拭を図る「風評の払拭に資するイベント」を行うとともに、県内 13 の震災伝承施設が連携し、学びや魅力を県内外に発信した。また、被災地域における各種イベント、被災地域のフィールドワーク等の内容や被災地の情報をメディアや SNS を通じて国内外に発信することで、被災地域の魅力や正確な情報の発信し教育旅行やホープツーリズムなど県外からの地域間交流を促進した。
県外での複合災害の記録、復興のあゆみを発信する「県外パネル展示」として、多くの方にご覧いただけるよう羽田空港ターミナルビルで実施した。
また、施設の特性に適した効果的な情報発信を行うため、広報アドバイザーによる広報戦略の提案を受け、広報に活かしている。
- 令和 5 年度事業では、広報アドバイザー等による効果分析を踏まえた SNS や WEB による情報発信を行った。復興のあゆみを発信するイベントでは、防災をテーマとしたワークショップ、伝承館ミニコンサートを実施した。風評の払拭に資するイベントでは、福島に思いを寄せる方の講演、トークセッションを実施し来館者だけでなくオンラインで県外からも参加できる形態で実施した。
県外展示については、科学技術に興味がある方に関心を持ってもらえるよう科学未来館で実施。震災の実体験がない若年層の方に広く知ってもらえるよう神田外語大学の文化祭で展示を実施した。
また、新たに、県外からの教育旅行・企業研修等を対象にしたモニターツアー等を新たに実施した。旅行会社への営業活動に使用するためのセールスシートを作成し浜通り 15 市町村の情報提供を行った。
- 令和 6 年度事業では、伝承館を活用し、復興のあゆみを発信するイベントでは双葉町の大型フードフェスティバルと連携して実施。伝承館への来館を誘導するとともに、福島県内の震災伝承施設を紹介、被災自治体による情報発信コーナーを設け、県外への伝承館の関心を高めた。
モニターツアーでは企業研修関係の旅行の促進に加えて台湾等のインバウンドの誘客増の取組を行った。
また、新たにフランスモンベリアール市で、現地の多大な協力のもと伝承館の初の海外展示を実施し約 1 年間の福島県の展示を実現するとともに、伝承館館長、震災語り部の講話により、震災の教訓と福島県の現状を国外へ発信した。
- 令和 7 年度事業では、県内 12 の震災伝承施設が連携し、学びや魅力を県内外への発信や伝承館を活用した復興のあゆみを発信するイベントや風評の払拭に資するイベント等を実施することで、被災地への来県動機を高めて、実際に震災伝承施設に訪れてもらう、このことにより複合災害の記憶と教訓を伝え、減災・防災への意識を高めていただくとともに、震災伝承施設の来館をきっかけとした被災地域の周遊による地域間交流の促進を図る。

上記の取組における成果について

- 令和6年度に台湾の旅行会社や国内企業・英語圏の外国人を対象としたモニターツアーを実施し、伝承館を始めとした震災伝承施設等を周遊した。実施後にアンケートをとったところ、「復興が進展しており、イメージが前向きになった」、「理解が深まり、応援したい気持ちになった」等の声があり、参加者に震災伝承施設を通して、福島県に対する正しい情報を伝えることで理解が深めることが出来たと視える。
- 令和6年度にフランスのモンベリアル市で、現地施設と共催して初の海外展示を開催したところ、令和6年12月から令和7年6月にかけて、計13,311人が来場するなど盛況であり、多くの方に震災に関する展示を見ていただくことができ、風評払拭・風化防止に貢献した。

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. 伝承施設等の周知

- 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：福島県
- ④概算費用：39,863千円
- ⑤実施内容：

ア 伝承施設等の周知

震災伝承施設においては、震災や放射線等に関する正しい情報を得られることから、様々な媒体を使って多角的に広報展開することで、多くの方に対し、震災伝承施設等の周知を図る。

- ・震災伝承施設の情報を掲載したHP「3.11伝承ふくしま」やSNS（Instagram、X）を継続して運営し、情報発信。【月1回更新を想定】
- ・T-Verを活用し、施設を紹介するショート動画を広報【動画の作成を3回想定】
- ・Web投げ込みサービス（PR-Times）を活用【※月2、3回程度の投げ込みを想定】
- ・既存の広報に関するポータルサイトへ情報を掲載【※月2、3回程度を想定】
- ・旅行誌や専門誌等の紙媒体へ施設情報を掲載【※四半期に1回程度を想定】
- ・パンフレットを作成し県外へ配布【5,000部作成を想定】
- ・各震災伝承施設へのヒアリング実施により情報集約。それらの情報を元にHPの更新、既存イベントと連携した出展等により情報発信を実施。

イ 伝承館を核とした広報・誘客に向けた取組

県外や海外において、東日本大震災及び原子力災害に関する情報発信を行うとともに、伝承施設等への誘客を図る。

- ・伝承館等を紹介するパネルを製作し、福島県から離れた地域（西日本等）の交通機関や自治体の施設等に設置することで、現地の方々に直接情報発信を行う。

【※展示会場の想定】関西国際空港北広場、福岡県天神駅構内、伊丹空港南ターミナル、土山SA、富士山SA、札幌駅地下

- ・海外で開かれる観光展において、パネル展示や語り部の動画上映などを実施し、現地の方々に向けて、従来よりも安価で、より効果的な情報発信を行う。

【※観光展の想定】台湾

ウ 伝承館を核とした体験機会の提供

県外における風評払拭・風化防止を図るため、企業や報道関係者向けに、震災当時や今のふくしまの姿を直接見る機会を提供する。

- ・福島県から離れた地域（西日本等）の方を対象に企業研修向け及びメディア向けに震災伝承施設を巡るツアーを実施し、福島県に足を運ぶ機会を創出し、現地を見て、体験して福島県に対する理解を深めていただく。

【各ツアーについて】

- ・企業研修等向けのツアー（１回目）⇒各企業の研修担当者（研修官又は研修を組む担当等）を招聘し、研修先の候補として今後検討していただくことを期待する。

また、旅行代理店からも招聘することで今後のツアー造成の足掛かりとする。

- ・メディア向けのツアー（２回目）⇒メディア関係者（中日本、西日本等）を招聘し、取材いただくことで二次的な情報発信に繋げる。

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：

東日本大震災及び原子力災害に対し、関心の薄れてしまった層にも理解しやすいよう写真や動画、図などを多用して発信する。発信内容は多岐に及ぶ。

ア 震災当時の様子と復興の現状

イ 震災当時に関わった方（語り部等）の声や今の姿

ウ 放射能に対する正しい知識

エ 当時の体験から得た教訓や復興に向けての課題

オ 除去土壌等の最終処分と再利用について

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

震災当時の情報や復興の姿等と合わせて、被災地域の魅力を発信していく。

ア 被災地域の伝統文化や食、及び震災後に生まれた特産品等

イ 放射線検査等の食の安全性に関する説明

ウ 震災伝承施設と合わせて周辺にある観光スポットの案

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
・「3.11 伝承ふくしま」HP の閲覧者数 50 万人以上 ・県外パネル展示を年間 12 箇所で開催 ・震災伝承施設に関するパンフレットを県外・国外の方に対し、計 5,000 部配布	・原子力災害情報発信拠点である伝承館の入館者の増加 伝承館の入館者数 (R6) 86,551 人⇒(R9) 98,000 人 ・浜通りの観光客数の増加 観光客数 (R6) 10,200 千人⇒(R9) 13,200 千人
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 (○%)
・情報ふくしまに良いイメージを持っている人の割合 50 %以上 ・福島県を応援する人の割合 現況値より増加させる。 ・福島県に対する訪問意向 現況値より増加させる。	・情報ふくしまに良いイメージを持っている人の割合 (R6 49.0%) ・福島県を応援する人の割合 (R6 66.9%) ・福島県に対する訪問意向 (R6 54.3%)