

# 科学的根拠に基づいた正確な情報の発信

## 概要

国内外に向けて、東京電力福島第一原発事故からの復興の進捗やALPS処理水の処分等について、プッシュ型広告等を活用して、科学的根拠に基づいた正確で分かりやすい情報を発信。

## 主な取組

### (1) 国内向け情報発信

#### ① パンフレットの作成・配布

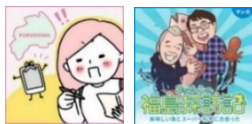
放射線の基礎知識や原子力災害からの復興と安全性について説明するパンフレットを作成。(英・中(繁・簡)・韓)版も作成。)



#### ② マンガの作成・配布

放射線の正しい知識や食品の安全性を伝えるマンガを公開・配布。

(英・中(繁・簡)・韓)版も作成。)



#### ③ WEBサイト「タブレット先生の福島の今」の開設

復興の現状や放射線の基礎知識、福島県産農産物等の魅力を伝えるための様々なわかりやすいコンテンツを公開。



#### ④ ALPS処理水について説明する動画の配信

ALPS処理水についてイラストを用いて分かりやすく説明したチラシ及び動画を公開。プッシュ型広告を実施。



245万回再生

#### ⑤ 健康影響に関する風評を払拭するための動画の配信

福島第一原発事故による放射線の健康影響についての国連機関UNSCEARの発表を有識者が分かりやすく解説する動画を公開。プッシュ型広告を実施 (R3.12)。



142万回再生

#### ⑥ オンラインイベントの開催

住民の帰還等復興の進捗やALPS処理水の処分等をテーマとする一般参加型のオンラインイベントを開催 (R4.12)。

### (2) 国外向け情報発信

#### ① 外国語ポータルサイト「Fukushima Updates」の開設

- 外国人のよくある疑問や誤解に対してQ&A (英・中(繁・簡)・韓)により分かりやすく解説。
- ALPS処理水に関するQ&Aを追加 (R3.8)。



#### ② 海外紙における記事広告の掲載

- 以下の新聞等において、ALPS処理水の処分を含む廃炉、福島復興の現状や食・観光の魅力等についての記事を掲載。

Financial Times (欧米) (R4.2)

THE WALL STREET JOURNAL (米国等) (R5予定)

自由時報 (台湾) (R5.1~3)

South China Morning Post (香港等) (R5予定)



#### ③ 動画の制作・配信

- 「復興の現状」「ALPS処理水」「食・観光の魅力」の3動画 (英・中(繁・簡)・韓・タイ・インドネシア・ベトナム) を制作し、プッシュ型広告を展開。



#### ④ 科学雑誌への寄稿

- ALPS処理水の安全性等について、科学雑誌 (New Scientist) に寄稿 (R5.2)。

#### ⑤ 日本在住外国人を対象とした現地視察・座談会の開催

- 中国人留学生を招へいして福島復興、廃炉をテーマとした現地視察・座談会を実施 (R4.8、23名及び中国系報道機関)。

#### ⑥ オンラインイベントの開催

- 欧州のニュースサイト (EuroNews) において、復興やALPS処理水の処分を含む廃炉等をテーマとして外国人、日本人のパネリストが議論し、一般視聴者の質問等に答えるオンラインイベント (英語) を開催。(R4.12、視聴数累計15万回以上)。

# 復興の進捗や魅力の発信

## 概要

今なお続く風評の払拭に向け、① 福島復興の現状等を「知ってもらう」、② 福島県産品を「食べてもらう」、③ 福島県に「来てもらう」の3つの観点から、インターネット、SNS、ラジオ、テレビ等を活用した情報発信を実施。

## 主な取組

### ① FMラジオ番組「Hand in Hand」の放送

- 福島で活躍する人に焦点を当て、復興への思いを伝える番組を首都圏をはじめ全国（札幌・仙台・福島・大阪・愛知・広島・福岡）で放送。



視聴者数約70万人/回

### ② TV番組の放送

- 三陸常磐の海産物の魅力や漁業者の方の生の声を伝えるテレビ番組を東北3局で放送（R4.10）。



### ③ WEBゲーム「ふくしま旅スゴ」の公開

- ウェブ上で福島県全市町村をサイコロを振って巡り、各市町村や放射線に関するクイズに答えながらゴールを目指すすごろくゲームを公開。「あつまれどうぶつ森」で使用できる「あつ森マイデザイン」を配布。



### ④ YouTube動画「おいしい福島」の配信

- タレントを起用し、福島県産農林水産物の魅力と安全性や、浜通りを巡る旅の魅力等について、分かりやすく、楽しく伝える動画をインストリーム広告も活用してYouTubeで配信。

<食>



<旅>



16動画計1080万回再生

### ⑤ 流通業界誌への記事掲載

- 流通業界誌において、卸売・小売関係者及び消費者による「常磐もの」の消費拡大と風評払拭に関する対談記事を掲載（R5.2）

### ⑥ 出前授業の実施

- 国内各地の高校に職員を派遣し、復興の現状、ALPS処理水の処分、風評の影響等についての出前授業を実施（R4、8校）。



### ⑦ 国内外での福島を魅力発信するイベントの開催

- 福島海や「常磐もの」の魅力と安全性を発信する釣り大会及びステージイベントを開催（R4.7 相馬市）。
- 福島県内自治体等と連携し、名古屋市において食、観光など福島を魅力や復興の進捗を発信する物販イベントを開催（R4.11）。
- タイにおいて、復興の現状、福島県の食や観光の魅力を発信するイベント及び水産物等を販売するフェアを開催（R5.1、2）。



### ⑧ インバウンド需要の拡大に向けた情報発信

- 日本在留外国人インフルエンサーが、浜通りを巡る旅の魅力を、それぞれ英語、中国語で動画を配信（R4.2）。
- インフルエンサー、メディアを含む韓国人を招へいし、福島県内の復興の進捗や食・観光の魅力を感じられる各地を訪問するモニターツアーを実施（R4.11）

### ⑨ 国際会議の機会を活用した情報発信

- 福島県において開催された日・ASEAN諸国の関係者を招いたスマートシティに関する国際会議の機会を活用して、復興の現状や福島県産の農水産品等の魅力を発信するとともに、招へいたメディアを通じて各国に情報発信（R4.12）。