

情報発信等戦略の期間

令和3年度～令和7年度まで

※ 令和7年度までのうち、対象市町村等が設定

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、新たな風評を懸念する声が高まっていることから、各部局が連携し、風評払拭に向けた取組の更なる強化を図る。

(2) 福島県の情報発信体制

①国内外的情報発信拠点におけるふくしまの魅力発信事業

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	首都圏を中心とした県産品風評対策事業
観光交流局	県産品振興戦略課	米国に向けた県産品風評対策事業

②ふくしまの魅力・情報デジタル発信等強化事業

総務部	広報課	ふくしま戦略的デジタル発信推進事業
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
農林水産部	水田畑作課	ふくしま米生産情報発信事業
農林水産部	農業担い手課	被災地農業再生促進事業
農林水産部	園芸課	ふくしまの園芸農業の魅力発信事業
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相双地域の魅力・情報発信事業

総務部	相双地方振興局	相双地域の魅力戦略的情報発信事業
企画調整部	エネルギー課	Jヴィレッジから広める福島安全安心PR事業
企画調整部	生涯学習課	被災地域の復興のあゆみ・魅力発信事業

④外部人材等の活用によるふくしまの魅力・情報発信事業

生活環境部	国際課	海外への福島風評払拭・魅力発信事業
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
観光交流局	観光交流課	海外風評払拭情報発信事業
観光交流局	県産品振興戦略課	県産品バイヤー招聘事業

⑤ふくしまの語り部人材育成強化事業

企画調整部	生涯学習課	次世代につなぐ震災伝承事業
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 国内外の情報発信拠点におけるふくしまの魅力発信事業
 - 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。
 - アメリカの情報発信拠点であるニューヨーク州等において、輸入規制撤廃となった米を中心としたトップセールス等を行う。
- ② ふくしまの魅力・情報デジタル発信等強化事業
 - 福島県の漁業や農業などの魅力等をデジタル発信し、福島県産品の購買意欲の向上等を促進する。
 - 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。
- ③ 相双地域の魅力・情報発信事業
 - 相双地域の市町村と密接に連携しながら、相双地域の正確な情報や魅力を一体的に発信し、風評の払拭や交流人口の拡大を図る。
 - 震災関連施設等から相双地域の復興状況や地域の魅力等を発信する。
- ④ 外部人材等の活用によるふくしまの魅力・情報発信事業
 - 根強い風評が残る外国のインフルエンサー等を招請し、本県の魅力や安心・安全の理解醸成を図る。
 - 地域の魅力・文化・歴史・復興の想いを語る地域人材を活用した風評払拭を行う。
- ⑤ ふくしまの語り部人材育成強化事業
 - 県内の語り部団体の連携強化や語り部の育成、県外等の語り部需要の調査・拡大を行う。
 - 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。

(4) 全体工程表

別紙のとおり

※ 令和4年1月14日時点の計画であり、令和5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4年4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	令和5年1月	2月	3月	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①国内外の情報発信拠点におけるふくしまの魅力発信事業																
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1~2回(休日)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。+「ふくしまの復興体験ブース」	アンケート調査等実施														
首都圏を中心とした県産品風評対策事業		首都圏での物産展の開催 ※下半期 1回×1週間														
		インフルエンサー・SNS等を利用した情報発信														
「ふくしまプライド。」海外販路回復・拡大事業		会場選定、店舗との調整、動画・資料作成等事前準備														
		レセプション 試食商談会														
		販促プロモーション														
<ul style="list-style-type: none"> ・物産展開催地を再検討し新たな消費者層への情報発信を実施。 ・本県産品の美味しさ、安全性の理解の定着化及び更なる販路拡大を目的とし、米を中心とした農林水産物、その他加工食品について、商材、実施地域、実施形態を検討し、確実に取引につながるようなプロモーションを実施する。 																
②ふくしまの魅力・情報デジタル発信等強化事業																
ふくしま戦略的デジタル発信推進事業		広報案件をデジタル変換⇒インターネット広告等で広報														
		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 ※四半期ごと														
<ul style="list-style-type: none"> ・PDCAサイクルにより年々広報内容をバージョンアップしていく体制を構築する。 ・さらに、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。 ・処理水の処分方針決定に伴う風評の再燃やイメージの低下が予想される令和5年度以降は水産物を中心とした農林水産物関係に重点を置いて新報事業を策定する予定。 ・各部署が(当該交付金以外の取組を含め)本事業の実施によるデジタル広報への意識改革等により、令和3年度のデジタル広報内容について、分析・調査を行い、その結果を各事業に独自に反映し、全庁の発信力の底上げを図ることも想定している。 																
自然公園の魅力を活かした風評払拭強化事業		インフルエンサーを起用し、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"> ・作成した動画を活用し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 ・事業の成果を県内の県立自然公園等の自然公園に横展開することを検討 																
ふくしま米生産情報発信事業	米の集荷・販売事業者等から産地情報発信に関する意見の聴取	動画制作・パンフレットの制作														
		WEB掲載														
		PR活動(店頭PR)														
<ul style="list-style-type: none"> ・本県産品の美味しさ、安全性の理解の定着化及び更なる販路拡大を目的とし、米を中心とした農林水産物、その他加工食品について、商材、実施地域、実施形態を検討し、確実に取引につながるようなプロモーションを実施する。 																
被災地農業再生促進事業		①動画資料は当該地域への農業分野での参入の意向がある、または可能性がある企業等に対し、リスティング広告やディスプレイ広告、YouTube広告、マスメディア等を活用して積極的、広範囲に情報発信する。 ②県外企業等の持つ浜通り地域等での農業参入の不安の払拭を図るために、当該地域の農業や営農、農地、住環境やインフラ整備の状況、さらには参入事例等、正確かつ分かりやすい動画資料を作成、更新する。														
<ul style="list-style-type: none"> ・動画資料の積極的な情報発信 動画資料はインベ機構と共有するとともに、当該地域への農業分野での参入の意向がある、または可能性がある企業等の相談でDVD形式を配布、または県、インベ機構HPに掲載する形式の資料を周知、配布等する。企業上のレポートによる相談対応では県や機構のHPにアップした動画資料の視聴を誘導する。 ・訪問等面での相談対応では限られた時間での対応となるため、DVDとして配布するとともに、配信資料やパンフレット、名刺にQRコードを添付して、視聴機会を確保する。積極的に視聴の誘導も行っていく。 ・映像の充実 動画資料は、毎年新たな情報に更新する。 																
ふくしまの園芸農業の魅力発信事業		園芸経営の魅力ややりがい、産地の魅力を紹介する動画を制作														
		栽培希望者等への情報発信														
		WEBサイトの改修と運営、県・市町村等連携プラットフォーム対応														
<ul style="list-style-type: none"> ・当該年度内に撮影ができなかった品目や作業や風景を動画にする。 ・2年間にまたがり撮影した動画を作品に仕上げ、制作された動画を活用し、県庁や農研機構等に風評払拭に結びつける。 ・WEBサイトの刷新アップとともに、本県の園芸農業の魅力集約WEBサイトとしての機能強化を図る。 																
ふくしまの漁業の魅力体験・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														
		福島の漁業や「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"> 令和5年度計画 ①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。 ◇TV放映企画(産地取材特集) 8回以上 ◇ラジオ放送企画(旬の魚紹介) 8回以上 ◇新聞掲載企画(コラム記事) 8回以上 ②ナビゲーションサイトの開設 福島の漁業や「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。 ◇ライブラリーによる漁法、魚種の紹介 1式 ◇常盤ものを使ったメニューを提供する飲食店(協賛店)の紹介 100店舗以上 ◇協賛店での一押しメニュー紹介 4回以上 ◇産地イベント等の情報紹介 1式 																
③相双地域の魅力・情報発信事業																
相双地域の魅力戦略的情報発信事業		①相双地域魅力発信ポータルサイト・SNSコンテンツ構築 ②相双地域魅力体験モニターツアー														
<ul style="list-style-type: none"> ・今年度事業の継続。 ・SNSコンテンツによる集中的な情報発信ターゲット(発信地域)やモニターツアーターゲット(出身地域、年齢層、旅行目的)の見直し、変更。 																

<p>Jヴィレッジから広める福島安全安心PR事業</p>	<p>①教育旅行者や視察者等への情報発信 ②県外利用者向けふくしまの魅力味わいキャンペーン</p>	<p>両取組とも今年度事業を継続しつつ、本県のトピック的な情報を活用しながら、施設利用者がより印象に残る取組となるようブラッシュアップを行う。 【教育旅行者や視察者等への情報発信】 ・連携する機関や施設の拡充（お互いの利用者等を相互に周知）。 ・発信する情報のアップデート（地域における新たな取組や魅力スポットの追加）。 【県外利用団体向けふくしまの魅力味わいキャンペーン】 ・提供メニューの充実。 ・より発信力のあるプロチームやイベント等との連携を模索。</p>
<p>被災地域の復興のあゆみ・魅力発信事業</p>	<p>SNS等による発信及び効果分析 風評の払拭に資するイベント 地域の魅力・復興のあゆみを発信するイベント 福島復興の現状を知ってもらうためのモニターツアー</p>	<p>・広報戦略アドバイザー委託の成果やSNS広告等の分析結果を踏まえ、前年以上の効率的なターゲットティング等を行うことで、戦略的かつ効果の高い情報発信に継続的に取り組む。 ・参加者の声や連携先との情報共有を踏まえ、イベント内容及び研修内容等のブラッシュアップを行い、より効果的な情報発信に継続的に取り組む。</p>
<p>④外部人材等の活用によるふくしまの魅力・情報発信事業</p>		
<p>海外への福島風評払拭・魅力発信事業</p>	<p>県内視察、都内でのPRイベント等による情報発信 年度内に県内視察2回、都内でのPRイベント1回 在外公館等への資料提供による情報発信</p>	<p>・本県の県産品に対する輸入規制が続く国・地域を中心に駐日外交団や海外プレス等をターゲットに情報発信を継続し、本県の安全・安心に関する正確な情報や地域の魅力等の発信につなげる。</p>
<p>ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業</p>	<p>〇ブランディング策定及びブランドイメージ動画作成 〇プロモーション 〇受入体制の整備</p>	<p>・ブランディングテーマに基づく情報発信 ・協働会の自動化サポート、予約サイト構築支援、SNS活用による情報発信支援 ・コンテンツの整理・集約、商品造成開発及び流通支援</p>
<p>海外風評払拭情報発信事業</p>	<p>ファミツアー（インフルエンサーや旅行会社による県内観光地の視察、地域の人材を活用した風評払拭等の実施。） 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等でファミツアーから得られた本県観光地の魅力の情報を発信。）</p>	<p>・自然を活かしたアクティビティ等の本県観光魅力について継続的に情報を発信。 ・造成された旅行商品に関するモニターツアー等の実施による旅行商品の磨き上げ。 ・招聘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。 ・R4で対象とした海外市場に対する定量的調査（本県への旅行意欲やイメージなど）</p>
<p>県産品バイヤー招聘事業</p>	<p>国内バイヤー招聘 海外バイヤー招聘</p>	<p>【国内】 ・令和4年度事業の効果を見定めながら、扱う加工食品や招聘するバイヤーの地区を変えながら実施していく。 【海外】 ・令和4年度事業の効果を見定めながら、招聘バイヤーの種類（流通関係のみならず飲食店・小売店等のバイヤーへも拡大する等）や地区、視察先の優先等を変更しながら実施していく。</p>
<p>⑤ふくしまの語り部人材育成強化事業</p>		
<p>次世代につなぐ震災伝承事業</p>	<p>事例調査、関係団体ヒアリング 語り部団体連絡協議会・交流会 次世代伝承者育成プログラム構築・検討PT 語り部派遣モデル事業（需要調査） 語り部派遣モデル事業（派遣）</p>	<p>・次世代伝承者育成プログラムのモデル事業を実施し、語り部団体等が主体となって後継者育成を継続できるよう検証を行い、プログラムの磨き上げ及び語り部団体等の自主的な運営体制構築への移行支援を行う。 ・語り部派遣モデル事業の講話聴講者の声をまとめ発信することで、派遣のさらなる需要拡大及び定着を図る。さらに派遣モデル事業の結果を踏まえ、語り部団体等が主体となって継続できる派遣スキームを検討し、全国への語り部派遣を通じた風化防止・風評払拭の継続に資する。</p>
<p>震災と復興を未来へつむぐ高校生語り部事業</p>	<p>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</p>	<p>・伝承館等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、伝承館等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。 ・震災を経験した県にある学校、震災について学びたいと考えている学校等に対する語り部活動の機会を設定し、オンラインも活用しながらより多くの人々との交流を実現する。 ・県内私立高校、県内市町村等との連携を引き続き模索していく。特に、語り部活動を行っている県内県立高校生と県内私立高校生との交流の実現に向けて、関係機関等との協議を行っていく。</p>