

(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5月時点

※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.	6	事業名	国際会議の機会を活用した海外への「福島の今」情報発信事業	事業番号	A-6
事業実施主体		福島県	総交付対象事業費		11,660千円
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		11,660千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力発信事業					
①情報発信事業					
				小計	11,660千円
i) 風評動向調査					
ii) 体験等企画実施					6,977千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					4,683千円
iv) ポータルサイト構築					
②外部人材活用					
				小計	千円
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					
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>					
① 県内視察及び復興状況の体感 海外からの会議参加者 100名					
② 動画の制作本数 ○新規作成2本(8カ国語で) ○既存動画翻訳3本程度 県が作成したALPS処理水の安全性や観光地の魅力について既に作成した動画をASEAN諸国用の言語に翻訳する。					
③ 英語パネルの制作数 10台					
④ 動画等を活用した情報発信 海外からの会議参加者 100名、国内からの会議参加者(企業関係者) 40名					
<アウトカム>					
① アンケート結果のうち8割以上のポジティブな反応(例:福島のファンになった。)を目指す。					
② ASEAN諸国での報道					
事業概要					
事業実施主体	福島県 ※市町村連携				
主な企画内容	日ASEANスマートシティ・ネットワーク ハイレベル会合が県内で開催される機会を捉え、福島の復興の正しい現状や魅力を発信することで、風評払拭を図る。				
主な事業の実施場所	○会議会場(会津若松市及びJビレッジ(檜葉町・広野町)) ○福島県視察先(「福島ロボットテストフィールド」「東日本大震災・原子力災害伝承館」「請戸小学校」「道の駅なみえ」等を想定)				
事業の実施期間	令和4年7月から令和5年3月まで				

企画内容

<実施主体> 福島県

<連携団体及び役割分担>

福島県及び関係市町等が連携して以下のとおり役割分担。

- (i) 福島県：ASEANから訪日した参加者の福島での視察対応、動画等情報発信等。
- (ii) 会津若松市：動画等情報発信。宿泊体験対応。市内観光支援。市内移動対応等。
- (iii) 広野町：動画等情報発信。宿泊体験対応等。
- (iv) 檜葉町：動画等情報発信。宿泊体験対応等。

<現状>

- ・東日本大震災から11年が経過したが、根強い風評は国内外に残っており、とりわけ海外においては、避難指示解除地域が広がって帰還が進んでいること、避難地域だったエリアでは福島イノベーションコースト構想など先進的な取組がなされていることなどを知らない方が多い。
- ・東南アジアから本県への観光客数は、震災直後に比べ回復の傾向があったが、処理水放出の方針決定により、新たな風評が懸念されている状況である。
- ・浜通り（特に相双地方）や会津地方は、首都圏からのアクセスが悪く、海外の方を招いた情報発信の場を設けることが困難である。

<課題>

- ・これまでも国や関係団体と連携して風評払拭に向けた様々な取組を実施してきているが、輸入規制を設ける国や地域がアジアには依然として残っており、誤解に基づいた報道がなされるなど課題があった。
- ・海外における根拠のない風評に対しては、リアルに本県被災地を訪れた人に情報発信してもらうことが最も効果的である。特に、国際会議等で訪日する外国人は社会的影響力の大きい人物も多いことから効果的と考えられる。
- ・本県は中通りを除くと東京からの交通アクセスが良好とは言えず、会津や浜通り（特に相双地方）にとって、本会議は情報発信のための絶好の機会である。

<現状の課題に対するこれまでの取組>

- ・太平洋・島サミットの誘致。
- ・廃炉国際フォーラムの開催（NDF主催）。
- ・駐日外交団向け福島視察による本県復興と魅力の発信。
- ・知事による海外でのプレゼン及びトップセールス、輸出促進に向けたフェアの開催。
- ・東アジアからのインフルエンサー招へいとモデルツアー作成。

<事業実施により得られる効果>

- ・福島復興に関する正しい状況や多様な魅力を各国政府の幹部に直接伝えることにより、輸入規制の緩和、販路の拡大、誘客の増加が期待される。
- ・同行する海外メディアによる報道等を通じて、復興の現状、イノベーションコースト構想等の創造的復興や処理水等に関する理解促進につながり、新たな風評の抑制が期待される。
- ・復興する浜通りのシンボルとしての「Jヴィレッジ」の新しい活用事例となるだけでなく、Jリーグに関心の高い東南アジアへのアピールにより、ASEAN諸国のサッカー関係者のJヴィレッジの利用拡大をはじめ、浜通りへの将来のインバウンド需要等の喚起にもつながる。
- ・国際会議等に出席するために来県する方に対する積極的戦略的アプローチを経験することによって、海外における風評払拭のための情報発信のあり方について、新たな手法を得ることができる。

<今年度事業における具体的な取組内容>

① 動画の制作と活用

実施期間：R4.7月～R5.3月 新規制作2本、多言語翻訳3本程度

実施体制：委託業者

- ・福島県の現状や魅力、地域の広さや放射線情報等を網羅的に説明する動画を、極力、会議参加国の言語で制作（約8カ国語）し、県内移動時等に視聴してもらう。
- ・これまで県が製作した動画を会議参加国の言語に翻訳することで、有効活用しながら、廃炉に向けた正しい情報や放射線の知識、福島の多様な地域の魅力を発信する。
- ・動画の配信に当たっては、福島県公式Youtube等の動画掲載ページに止まらず、日ASEANスマートシティ・ネットワーク ハイレベル会合のwebサイトへの掲載等東南アジア諸国への拡散を意識した発信する。
- ・会議参加者及び来県する外国メディアの記者にも、業務上に止まらず、私的なSNSの活用も含めて、幅広い発信を依頼する。

② 会議会場等における情報発信

実施期間：R4.12.3～7（R4.7月～12月）

実施体制：委託業者

- ・会議会場等においてパネル等を活用しながら、本県の正確な情報を発信することで、理解の促進につなげる。

③ 浜通り等視察・体感業務

実施期間：R4.12.5・6（R4.7月～12月）

実施体制：委託業者

- ・東日本大震災の影響を特に大きく受けた浜通りを実際に見てもらい、復興の現状、ALPS処理水等について知ってもらい、正しい情報を発信してもらうための視察等を実施する。
- ・会津若松の宿泊施設からJヴィレッジへの移動の途中に「福島県ロボットテストフィールド」（南相馬市）の視察を行い、浜通りにおける「福島県イノベーション・コースト構想」について情報発信し、将来の拡散につなげる。
- ・また、道の駅などへの立ち寄りや、移動中のバス内において、タブレット（動画）や職員等の活用によって、復興する福島（特に浜通り）のインフラ等についてガイドを行う。
- ・上記に加えて東京電力福島第一原子力発電所や、東日本大震災・原子力災害伝承館、東京電力廃炉資料館、請戸小学校、楢葉町コンパクトタウン等の視察を実施。