

(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 5 年 1 月 13 日時点

※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.	2	事業名	ふくしまの魅力・情報デジタル発信等強化事業	事業番号	A-2
事業実施主体		福島県	総交付対象事業費		834,363 千円
既配分額		596,928 千円	当該年度交付対象事業費		237,435 千円
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業①情報					
①情報発信事業					
					小計 237,435 千円
i) 風評動向調査					千円
ii) 体験等企画実施					2,643 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					175,969 千円
iv) ポータルサイト構築					58,823 千円
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					千円
ii) 地域の語り部の育成					千円
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					千円
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
○福島県の米生産、園芸、漁業の魅力、12 市町村の農業の安全性等を PR するための動画等を作成し、特設サイト等で発信					
○広報について、専門家のアドバイスを得て、効果的・効率的な情報発信体制を確立					
○復興や風評対策等の情報を海外に向けて分かりやすく発信					
【アウトカム】					
○農業産出額 2,226 億円[最新値 R 元 2,086 億円]					
○沿岸漁業生産額 45 億円[最新値 R2 21 億円]					
○県産農産物価格(米、モモ等)の回復 震災前の水準に回復 震災前(H22)の県産農産物取引価格の全国平均価格に対する割合を 100 とした場合、最新値を 100 にする。					
○県産農産物の輸出額 263 億円[最新値 R2 227 億円]					
※令和 7 年度の目標値。					
事業概要					
事業実施主体	福島県				
主な企画内容	○福島県の農業、園芸農業の安全・安心や魅力を PR するための動画等を各担当課が作成。漁業の魅力を各種メディアを活用して県外に発信する。 ○専門家が動画等の制作や効果的な発信の方法等についてアドバイスし、発信した動画のアクセス数等を分析。その結果を担当課にフィードバックすることで情報発信の改善を図る。 ○また、復興や風評対策等に係る情報を多言語化し、海外に向けて、見やすく、分かりやすい発信をするためのポータルサイトを新たに構築する。				
主な事業の実施場所	福島県 首都圏等 (PR イベントの開催)				
事業の実施期間	A チャレンジふくしま戦略的情報発信事業 令和 3 年 8 月～令和 6 年 3 月 B ふくしま米生産情報発信事業 令和 3 年 8 月～令和 6 年 3 月 C 被災地農業再生促進事業				

- 令和3年12月～令和8年3月
- D ふくしま園芸農業の魅力発信事業
令和3年10月～令和6年3月
- E ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業
令和3年8月～令和6年3月
- F 戦略的復興関連情報発信事業
令和5年5月～令和6年3月

企画内容

【実施体制】

- ①実地主体：福島県
- ②連携団体及び役割分担
 - (1)福島県
 - I 県各部局へ風評対策事業に関する広報案件を照会・選定
 - II 各部局課において広報用動画を業者に委託
 - III 広告ベンダーである Google・Yahoo!からのアドバイス（委託業者と共同）
 - IV 分析結果のフィードバック、発信方法の改善、マニュアルを活用したフォローアップ
 - V 改善案の検証と実行に向けた検討
 - (2)市町村
 - I 県及びメディアと連携協議会を組織し、情報発信素材の収集や広報について連携
 - II 特に、浜通り等15市町村では、参入希望企業等に対する具体的な対応
 - (3)福島イノベーション・コースト構想推進機構
 - I 動画の内容をさらに充実させるため、浜通り等15市町村と連携
 - II 具体的な参入に向けた相談対応
 - (4)委託業者
 - I 各部局の風評対策事業について、広報用デジタル素材を制作、PRイベントの実施
 - II デジタル広報素材を Google、Yahoo!、YouTube、Twitter、Facebook、Instagram、LINE、TikTok、Pinterest 等のデジタル媒体やTV、ラジオ、新聞等のメディアを通じて発信
 - III 広告や動画の表示回数、視聴回数、クリック回数、平均セッション時間、新規セッション率等の情報データを分析・効果検証
 - IV 各部局の広報案件における次回広報への改善案を提案
 - V 蓄積された実績に基づくノウハウを全庁に共有するためのマニュアルを作成

【現状・課題】

<現状>

- 「風評・風化対策に関する情報発信分析事業」（R4.3.31）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	H28.3	H29.2	H30.2	H31.2	R2.2	R3.2	R4.2
43.8	20.4	25.5	33.9	40	38.1	39.4	46	44.9

ALPS 処理水の処分方針決定後、これまで回復傾向にあった福島県のイメージが低下した。

<課題>

- 東京電力福島第一原子力発電所事故の影響等により、福島県産農産物の価格はいまだに全国平均と比べて震災前の水準まで回復していない状況である。
- 福島県への農業分野での参入、生産、販売にあたり、いまだに、原子力災害を理由に不安を抱き、疑問視する県外企業がある。
- 放射性物質を理由に消費者の6.5%が県産食品の購入を忌避。県水産業・水産物への風評を抑制し、また購買意欲の喚起につながるよう、県水産業や水産物に関わる人々への「理解」・「共感」を醸成することも必要。
- 震災後、55の国と地域で福島県産食品の輸入規制が行われ、震災から11年が経過した現在でも、中国、韓国など近隣諸国を初めとした12の国、地域で福島県産食品の輸入規制が継続している。
- 本県の広報は、全体的に新聞やテレビ、ラジオ等の従来型メディアを活用した発信が中心で、特設サイトや動画などのデジタルコンテンツを保有していない場合や、デジタルメディアを活用していない場合、活用していても効率の悪いなどの問題が所在。広報のデジタル化への対策は、風評払拭の継続的な取組に向けて不可欠であり、デジタル広報の積極的かつ効率的な活用と、全庁における抜本的な意識改革を図ることにより、効果的な風評対策につなげていくことが必要。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

A チャレンジふくしま戦略的情報発信事業

- 令和 3・4 年度の事業実施により、Google 等の専門家からのアドバイスを広報活動に反映させ、より効率的なデジタル広報を選択することが可能となり、動画再生数や各種申込数、フォロワー数等が増加。
- デジタル広報の結果分析・効果検証の内容を各部局にフィードバックすることにより、次年度以降の各部局が実施する広報活動へ反映。

B ふくしま米生産情報発信事業

- 県産米の魅力と正しい産地情報の発信。
- 流通・販売段階の担当者等に本県における実際の米生産の状況や安全・安心の取組等をパンフレット及び動画により訴求することで、産地の情報を分かりやすく周知。
- 消費者に向けた情報発信により、県産米の安全性に関する理解を促進。

C 被災地農業再生促進事業

- 令和 3 年度より各地域の状況や県等が実施している補助制度を紹介する動画資料を作成し、福島県公式 YouTube や企業参入フェア等で配布することにより、広く情報発信を実施。

D ふくしま園芸農業の魅力発信事業

- 県内全域をカバーする動画作成候補地を選定し、動画作成を開始。
- Web サイトを立ち上げ、情報発信開始。
- 作成した動画を Web サイトやPR素材として活用。

E ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業

- 令和 3・4 年度のふくしまの漁業の魅力体感・発信事業において、TV、ラジオ等の各メディアの県産水産物のおいしさや魅力を伝える企画番組の放映による情報発信や、県の水産業をまとめたナビゲーションサイトの開設。

F 戦略的復興関連情報発信事業

- 平成 27 年より、復興事業の進捗情報などの外国語版復興情報ポータルサイトを構築し、英語、中国語、(簡体字・繁体字)、韓国語、ドイツ語、フランス語、イタリア語、スペイン語、ポルトガル語、タイ語で情報発信。

【事業実施により得られる効果】

A チャレンジふくしま戦略的情報発信事業

- 庁内全体の情報発信力を高め、本県のイメージ等の更なる向上を図ることにより風評を払拭。

B ふくしま米生産情報発信事業

- 県産米の魅力と正しい産地情報の発信により風評を払拭。

C 被災地農業再生促進事業

- 浜通り地域等での生産や販売、生活に不安を抱いている県外企業が、福島県の農業分野に参入するためのインセンティブの向上。

D ふくしま園芸農業の魅力発信事業

- 県産園芸作物のファンを獲得し、購買に対する不安の解消が図られ、県産園芸作物の消費拡大が期待。

E ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業

- 県産水産物への安全性の理解促進と、水産物の購買意欲の再喚起。

F 戦略的復興関連情報発信事業

- 風評対策等に関する情報をわかりやすく発信することで、国内外で正しい理解を促進し、風評を払拭。

【今年度事業における具体的な取組内容】

A チャレンジふくしま戦略的情報発信事業

- 令和3年度事業では、延べ22事業を対象に各種デジタル媒体を活用した広告配信を行うとともに、効果測定と分析を実施した。
- 令和4年度事業では、延べ22事業を対象に各種デジタル媒体を活用した広告配信を行うとともに、効果測定と分析を実施した。
- 令和5年度事業では、過去2カ年の実績を踏まえ、制作段階からの専門家によるコンサルテーションや新たなデジタル媒体の活用、ノウハウを全庁に共有するマニュアルの作成などを実施する。

実施期間：令和5年4月～令和6年3月

実施体制：福島県（以下【県】）及び委託業者（以下【業者】）

概算費用：43,318千円

①県各部局へ照会【県】

②[一部新規]広報案件の選定【県】（Google・Yahoo!等の専門家の意見を参考に①の照会に回答のあった事業の中から広報課が風評払拭に資する5事業程度を選定する。）

※Yahoo!追加の理由：日本においては、Googleに次ぐ広告ベンダーであり、出稿に向けた適切なアドバイスの見込めるため。

③[新規]制作段階からのコンサルテーション【県】【業者】（効果的な発信を見据えたコンテンツ制作となるよう、制作段階において、Google・Yahoo!から事業担当課へのコンサルテーションを実施する。）

④デジタル広報素材の制作【業者】

⑤[一部新規]デジタル広報【業者】（④で制作したデジタル広報素材を活用し、令和3・4年度事業において実施してきたGoogle、Yahoo!、YouTube、Twitter、Facebook、Instagramに加え、ユーザーのトレンドを加味した新たな媒体としてLINE、TikTok、Pinterest等のデジタル媒体から複数種を組み合わせ、ターゲットの選定や絞り方、広報内容、伝え方等を十分に見極めながら、目的やターゲットに応じた広告の種類、手法等を決定し、最も効果的な発信方法を選択する。

令和4年度までに実施した事業を対象とする場合には、前年度の分析を生かし、更に効果を得られる可能性のある新たな媒体を選択するほか、同様の媒体を使用する場合も効果を検証し、新たな手法や効果が見込まれる配信方法を導入するなど改善を図る。（離脱率の高い動画は前半に離脱させないキーワードや魅力ある素材を入れ込む、WEBサイトの滞在時間の長い優良ページの内容を誘導バナーのデザインに反映させる等、より高い効果を発揮できるよう広報内容を進化させていく。）

⑥効果測定・分析等【業者】（各広報案件のデジタル広報については、部局の垣根を越えて一元的（同一アカウント）に集約し、正確な分析と検証を行う。分析に当たっては、GoogleやYahoo!のアドバイス等を参考に分析するとともに各広報案件に対して改善策を示す。

分析の手法については、MCCアカウント（※1）やGoogleアナリティクス（※2）等の活用により、各分析項目の中から必要とされる数字をピックアップし、発信に対する正確な評価を行うとともに改善策を導き出す。）

（※1）複数の広告アカウントを1か所で管理でき、アカウントを跨いだ比較・検討により高度なレポートの作成が可能。

（※2）Googleが提供するWEBページのアクセス解析ツールで、来訪者や使用デバイスなどユーザーの行動データを把握できる。

⑦効果・分析結果のフィードバック【県】

⑧[新規]デジタル広報マニュアルの作成・共有【業者】（本事業により実施したデジタル広報の実績やGoogle・Yahoo!などの広告ベンダーが保有する独自のノウハウをまとめたデジタル広報用のマニュアルを作成し、全庁で共有することで、県全体のデジタル発信力の底上げを図る。）

B ふくしま米生産情報発信事業

- 令和3年度事業では、県内の米生産における晩夏～収穫期にかけての特徴的な取組や取り入れられている先進技術を撮影し、米の流通業者や福島県産米取扱小売業者を中心に周知を行った。
- 令和4年度事業では、令和3年度に撮影できなかった春～夏にかけての県内米生産における特徴的な取組や取り入れられている先進技術を撮影し、動画等の作成を行った。また、新たな媒体として流通業者が営業用の媒体として使用できるスライドを作成した。
- 令和5年度事業では、過年度を踏まえ、生産の取組から米自体の食味や品種の特性を中心に県オリジナル品種ごとの動画等を作成し、流通業者へ情報発信を新たに実施する。

1 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

実施期間：令和5年4月～令和5年5月

実施方法：福島県が文書により販売事業者等に対して意見照会

検討内容：「ふくしま米」の評価向上と販売促進に向け、より効果的な情報発信の方法・発信先等について検討する。検討結果を基に、動画やパンフレットを作成・情報発信する。

2 動画制作・WEB掲載、パンフレットの制作

実施期間：動画・パンフレット制作 令和5年4月～令和5年12月

WEB掲載 令和5年12月

実施体制：委託業者、福島県等

概算費用：6,055千円

- ・「ふくしま米」を生産する産地での特色ある取組や安全安心の取組、県オリジナル品種に関する動画やパンフレットを作成し、一般の消費者だけでなく卸の営業や仕入といった本県産米に直接関わる担当者等が本県産米を理解できるよう流通・販売事業者もターゲットとしてPR活動を展開する。
- ・流通・販売段階の担当者が知りたい産地や県オリジナル品種の情報を提供するため、米生産現場の実際の姿、正しい情報について様々なデータも用いた動画及びパンフレットを制作することとし、放射性物質検査の実施状況等の安全・安心に係る取組に加え、品種の開発状況や他県に比べて品質・収量が安定して優れている点等も発信する。
- ・令和3年度は晩夏から収穫期、令和4年度は春から夏にかけての生産に係る取組の動画を作成し情報発信を行った。令和5年度は本県オリジナル米の品種ごとの特徴（食味の特徴や生育上の特性など）についての動画を品種ごとに作成し、米としての魅力に焦点を当てて情報発信を行う。
- ・動画を県公式 YouTube へ掲載し、広く一般消費者へ周知を図るとともに、県内集荷業者や県産米取扱業者を通して動画掲載を周知することで、県内集荷業者等と取引のある県外流通・販売事業者へ情報を波及・拡散させる。

3 PR活動（流通業社訪問・店頭PR等）

実施期間：令和5年12月～令和6年2月

実施体制：福島県

概算費用：245千円

- ・主に首都圏の県産米を取り扱う流通・販売事業者を県内流通業者と共に訪問し、パンフレットや動画により説明するとともに、店頭で消費者に対しても、ふくしま米の産地の正しい情報について、放射性物質検査の実施状況等の安全・安心に係る取組に加え、品種の開発状況や、他県に比べて品質・収量が安定して優れている点等もPRする。

C 被災地農業再生促進事業

○令和3年度事業では、浜通り地域等の現状や営農、農地の現状、参入事例等を紹介する動画資料の制作を行った。

○令和4年度事業では、前年度に続き動画資料を制作するとともに、インターネット広告、YouTube広告、マスメディア等の活用等により広く情報発信を行った。また、参入の意向や可能性がある県外企業等に対し、相談対応等での提供や周知等を行った。

○令和5年度事業では、浜通り等15市町村において、放射線の影響等を心配することなく営農が可能であることに加え、動画を視聴した参入希望企業の迅速な新規参入の判断に資するよう、市町村ごとの営農状況の違いや農地の情報、支援制度の基礎的な情報等にまで踏み込んだ動画の制作、発信を行う。

1 積極的な情報発信【市町村連携】

実施期間：令和5年4月～令和6年3月

実施体制：福島県、委託業者、福島イノベーション・コースト構想推進機構、福島相双復興推進機構、浜通り等15市町村

概算費用：4,840千円

情報発信：参入の意向がある、可能性がある企業等に対し、インターネット広告（SNS広告、リスティング広告、ディスプレイ広告）を活用して積極的、広範囲に情報発信する。
加えて、参入相談が最も多い関東地域への情報発信を行うため、東京都内の電車や県外の新聞への広告を行うことで、より広い範囲の方が目にできるよう情報発信する。
また、各関係団体のHP、SNS等を広く活用することにより、広告費を抑え、広く情報の発信を行う。

2 動画資料の充実【市町村連携】

実施期間：令和5年4月～令和6年3月

実施体制：福島県、委託業者、福島イノベーション・コースト構想推進機構、福島相双復興推進機構、浜通り等15市町村

概算費用：3,621千円

動画資料：浜通り等15市町村の復興の状況の違いや参入可能な農地情報、支援制度等を動画資料とする。
動画資料の内容は県と委託業者が主体となり企画を行い、各関係団体と調整を行う。
動画で浜通り等15市町村の営農地としての魅力と、参入可能な農地やその周辺環境、支援制度等に関する基礎的な情報等を網羅的に周知することで参入に向けた事後の相談対応を円滑に実施できる効果も期待される。

D ふくしま圏芸農業の魅力発信事業

○令和3年度事業では、動画の作成4品目7本、Webサイトによる情報発信を行った。

○令和4年度事業では、動画の作成7品目21本、Webサイトによる情報発信、イベント等での作成した動画の活用を行った。

○令和5年度事業では、動画の作成が計画的に進んでいることを踏まえ、より効果的な情報発信を行うためパンフレットの作成、PRイベントを新たに実施する。

1 本県における園芸経営の魅力ややりがい感、産地の魅力を紹介する動画を制作

実施期間：令和5年4月～令和6年10月

実施体制：委託業者

概算費用：6,211千円（委託料※1+※2）

- ・動画作成の対象とする産品は、ふくしまならではの品目（取扱の多いものなど）に重点化する。
- ・動画の掲載ページから放射性物質検査結果が閲覧できるサイトにリンクし、放射性物質の影響等なく農業に従事できる環境であることを伝えることなどを通じて、福島県産品に不安を感じている県外の消費者等の不安解消、風評払拭を図る。

※令和5年度動画を作成する園芸品目：ぶどう、アスパラガス、りんどうの3品目

2 消費者や栽培希望者等への情報発信

実施期間：令和5年4月～令和6年2月

実施体制：県

概算費用：60千円（旅費、役務費、使用料及び賃借料）

- ・県ホームページや福島県公式YouTube動画サイトに加え、PR素材動画として市町村や公社等の関係機関・団体等が主催する農業フェア等のあらゆる機会を捉えて、広く県内外に情報発信することで、本県産の園芸品目に対する不安を払拭する。

3 パンフレットの作成(新規)

実施期間：令和5年4月～令和5年10月

実施体制：委託業者

概算費用：2,671千円（委託料）

- ・令和5年度で全ての品目の動画が完成するため、全ての品目を網羅したパンフレットを作成する。
- ・就農相談会やPRイベント等で配布し、福島県の園芸のファン層を拡大する。

4 PRイベントの実施(新規)

実施期間：令和5年10月～令和6年2月

実施体制：委託業者、県

概算費用：2,643千円（委託料、旅費）

- ・農林水産業関連情報の展示やプレゼンテーションが可能な「アグリビジネス創出フェア」（場所：豊洲）や「東日本大震災風化防止イベント」（場所：新橋）など、県外の住民で農業や福島県に思いを寄せる人が参加する既往のイベント等へのブース出展を行い、本県の園芸の魅力を発信する。
- ・イベント等の様子を園芸課公式HPやSNS等で発信し、情報の拡散をねらう。

E ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業

○令和3年度事業では、テレビ、新聞、ラジオによる県産水産物の情報発信及びふくしま常盤ものナビによる県産水産物を購入できるECサイト等の紹介を行った。

○令和4年度事業では、令和3年度事業に加え、情報発信素材の収集や広報について連携するため、県、浜通り市町、メディアによる連携協議会を組織した。また、常盤もの取扱店舗とメニューの紹介等による購買促進を行った。

○令和5年度事業では、国が「ALPS処理水の処分に関する基本方針の着実な実行に向けた行動計画」を令和5年1月に改定し、ALPS処理水の海洋放出時期を令和5年春から夏頃を見込むことを示したことから、これに伴う新たな風評発生の状況に応じて、海面・内水面それぞれ福島県の水産物の生産・加工・流通・販売・消費・利用の各場面に注視した企画番組を制作し、県外向け情報発信を実施する。また、来県者向けの常盤もの取扱店舗のスタンプラリーを新たに実施する。

1 オールメディアによる漁業の魅力発信業務【市町村連携】

実施期間：令和5年5月～令和6年3月

実施体制：業務委託

概算費用：110,800千円（うち委託費：110,000千円）

- ・委託事業者がテレビ、新聞、ラジオとの協力体制を構築し、海面・内水面それぞれ福島県の水産物の生産・加工・販売・流通・消費・利用の各場面に注視した企画番組を作成し、ALPS処理水放出に伴う風評の発生の可能性や状況に応じた県外向け情報発信を行う。

○テレビ：全国放送や、全国ローカル局を使用した県外放送で、水産物のトピック（漁業者の一日、漁業への思い等）の発信や、釣り番組等による福島県の水産物の紹介を行う。（実施回数：8回）

○ラジオ：全国放送の放送枠を確保し、水産物のトピック（常盤もの美味しい食べ方等）を放送する。（実施回数：8回）

○新聞：全国紙の紙面で、水産業のトピック（水産加工業の現場、量販店での常盤もの取扱情報等）を掲載する。（実施回数：8回）

○インターネット：動画配信サイト、全国ニュースが掲載される情報配信サイト等で、テレビ、ラジオ、新聞の各企画について情報発信を行う。

○2の常盤もの取扱店舗について現地取材を行い、常盤もの取扱・提供状況や来店スタンプラリーの実施を情報発信する。（実施回数：24店舗分）

・漁業地域地先の市町と連携協議会を構築し、情報発信の素材やニーズの把握を行う。

※行政経費（旅費等）：800千円（うち旅費：393千円、需用費：197千円、役務費：10千円、使用料及び賃借料：200千円）

2 ふくしま常盤ものナビによる購買促進業務【市町村連携】

実施期間：令和5年5月～令和6年3月

実施体制：業務委託

概算費用：20,000千円

・委託事業者が、来県者向けの常盤もの取扱店舗ナビゲーションアプリ（県産水産物を販売・提供する店舗を紹介するWEBアプリ。SNSと連携し、常盤もの取扱店舗について、店舗側及び来店者側双方における情報発信を支援する）を提供、常盤もの取扱店舗来店スタンプラリー（WEBアプリを用いた常盤もの取扱店舗への来店数に応じた記念品を提供するイベントであり、常盤もの取扱店舗の集客を支援する）を実施する。

・1において、常盤もの取扱店舗の情報発信（24店舗分）を行い、来店スタンプラリーの実施を周知することで常盤もの取扱店舗の集客を支援する。

F 戦略的復興関連情報発信事業【新規】

1 見やすく分かりやすい情報発信を目的とした、外国語版の復興情報ポータルサイト構築

実施期間：令和5年4月～令和5年9月

実施体制：福島県

概算費用：36,971千円

①4言語（英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語）サイト構築 34百万円

②6言語（ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ポルトガル、タイ）サイト構築 3百万円

事業内容：風評払拭、風化防止に向けた正確かつ迅速でわかりやすい情報発信を実現するため、新たに外国語版復興情報ポータルサイトを構築する。

①4言語（英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語）サイト構築

震災の被害状況から復旧、現在の取組までを時系列で見やすくするとともに、掲載情報についてもよりわかりやすくタイムリーに発信する。ALPS処理水海洋放出を見据え、廃炉にかかる県の取組や海外向けのプロモーション活動にかかる情報発信についても力を入れて取り組む。

②6言語（ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ポルトガル、タイ）サイト構築

震災時の被害状況、避難指示区域の状況、放射線量、避難者数、農林水産物モニタリング状況、輸入規制状況等、掲載する情報を絞ったダイジェスト版の構成とする。

情報発信の対象：既存のポータルサイトでは、英語、中国語、（簡体字・繁体字）、韓国語、ドイツ語、フランス語、イタリア語、スペイン語、ポルトガル語、タイ語で情報発信を行ってきたが、新サイトでは、発信言語ごとにページボリュームを勘案した構成とし、英語、中国語（簡体字・繁体字）及び韓国語については、掲載内容を充実させていく。（理由：閲覧数が多いこと、中国、韓国、台湾、香港などで輸入規制が続くこと）その他言語については、厳選した情報を掲載する。

【今年度事業における目標】※複数年度にわたって事業を実施する場合

【アウトプット】

A チャレンジふくしま戦略的情報発信事業

県（各部局）で実施する各種風評対策事業のインターネット広告やダイジェスト動画、特設サイト等の作成及びデジタル媒体を活用した発信 5事業

B ふくしま米生産情報発信事業

動画制作本数：3本・パンフレット作成：3種類

C 被災地農業再生促進事業

動画資料の再生回数 新規作成2本／各3万回再生

※これまでの実績：2.5万回再生／令和4年度作成動画

D ふくしま園芸農業の魅力発信事業

・本県を代表する園芸品目の動画を3品目以上で撮影

E ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業

- メディア等による福島の漁業の情報発信回数：24 回以上
(参考)
 - ・TV 放送企画（グルメ系食材探訪記等）8 回以上
 - ・ラジオ放送企画（料理法の紹介等）8 回以上
 - ・新聞掲載企画（量販店での取扱情報等）8 回以上
- 来県者向けの常盤もの取扱店舗スタンプラリーの参加店舗 100 店舗

【アウトカム】

A チャレンジふくしま戦略的情報発信事業

- デジタル広告の実績を全庁統一のビッグデータとして分析し次期デジタル発信へ反映させ、効果的な PDCA サイクルを確立。
 - ※令和 5 年度は 5 つの事業・取組をデジタル発信する予定。閲覧回数や Web サイトの PV 数、申込数など、それぞれの目的に応じて KPI を設定し、効果的な発信を目指す。
- 本県に対する良いイメージや本県に関心がある割合を維持・向上させ、風評払拭を図る。
 - ※福島県の（良い）イメージ（出典：風評・風化対策に関する情報発信分析事業）
令和 2 年度：46%、令和 3 年度：46%、令和 4 年度：52%、令和 5 年度以降：50%以上を維持

B ふくしま米生産情報発信事業

震災前価格水準への中間目標（全国平均価格に対する本県の平均価格）97.75%

C 被災地農業再生促進事業

企業の農業参入数 2 社/年
※これまでの実績：7 社/平成 30 年～令和 4 年

D ふくしま園芸農業の魅力発信事業

動画を活用した県の魅力発信（県が主体のイベントや参加フェアでの動画の活用回数 10 回/年以上

E ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業

県産水産物に対する県外消費者の好感度向上 3 ポイント以上
※県外消費者を対象に県産水産物（常盤もの）に対する好感度調査を実施し、初回調査と最終調査との比較により好感度の向上効果を算出する。

【今年度事業の実施により得られる効果】※複数年度にわたって事業を実施する場合

A チャレンジふくしま戦略的情報発信事業

- 狙ったターゲットにより確実に情報を届ける情報発信と効果的な分析・効果検証の体制を確立。
- 次回・次年度以降に取り組むデジタル広報において、さらに高い効果が期待。
- 庁内全体の情報発信力を高め、本県のイメージや関心度の更なる向上を図ることにより、風評を払拭。

B ふくしま米生産情報発信事業

- 県産米の魅力と正しい産地情報の発信により風評を払拭。

C 被災地農業再生促進事業

- 浜通り地域等での生産や販売、生活に不安を抱いている県外企業が、福島県の農業分野に参入するためのインセンティブの向上。

D ふくしま園芸農業の魅力発信事業

- 県産園芸作物のファンを獲得し、購買に対する不安の解消が図られ、県産園芸作物の消費拡大が期待。

E ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業

- ALPS 処理水放出時期公表に伴う新たな風評を抑止するための情報発信により、県産水産物への安全性の理解促進と、水産物の購買意欲の再喚起。

【次年度以降の取組】※複数年度にわたって事業を実施する場合

令和 3 年度から実施している動画の作成や情報発信事業等については、令和 5 年度で一旦終了し、「風評・風化対策に関する情報発信分析事業」の結果等を踏まえて、同様の事業の必要性等を検討する。

他方、浜通り等 15 市町村の農業を支援する「C 被災地農業再生促進事業」については、参入事例や自治体ごとの支援策を網羅した動画資料を作成するほか、県外在住の農業関係の学生や就農希望者等もターゲットに加えるなどして情報発信を継続的に実施することで、当該地域の雇用に繋がる人材を確保し、企業参入へ向けた障害のひとつであった労働力確保の解決に寄与する。

【新型コロナ感染拡大防止対策】

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体の地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

<具体的な対策>

基本的な感染防止対策（必要な場面でのマスクの着用、手洗い、三密の回避、換気など）の徹底を心がける。