

(様式1-2) 情報発信等戦略 000 福島県

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		
国内外の方々に福島県の正しい姿や多様な魅力知っていただくため、県外の大消費地やアジアを始めとしたEUやアメリカへの積極的な情報発信、輸出の拡大など、根強い風評に対応するため、各部局が一丸となり、相乗効果を創出できるような取組等を企画・調整し、戦略的かつ効果的な情報発信に取り組む。		
② 福島県の情報発信体制（本年度実施事業のみ抜粋）		
A-1 国内外の発信拠点におけるふくしまの魅力・情報発信事業		
A	風評・風化戦略室	ふくしまの魅力・情報発信連携事業
B	県産品振興戦略課	県産品風評対策事業
C	観光交流課	大阪・関西万博を活用した風評払拭事業
D	空港交流課	台湾定期便就航に伴うプロモーション事業
A-2 ふくしまの魅力・情報デジタル発信等強化事業		
A	広報課	ふくしまエリアジャックプロモーション事業
B	農業担い手課	被災地農業再生促進事業
C	水産課	ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業
A-3 相双地域の魅力・情報発信事業		
A	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
B	避難地域復興課	歩いて楽しむ復興探究事業
C	生涯学習課	被災地域の復興のあゆみ・魅力発信事業
D	相双地方振興局	相双地域の魅力戦略的情報発信事業
E	観光交流課	ホープツーリズム運営・基盤整備事業
A-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		
A	国際課	外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業
B	観光交流課	ホープツーリズム拡充等浜通り観光支援事業
C	観光交流課	海外風評払拭情報発信事業
D	県産品振興戦略課	ふくしま応援シェフ活用事業
A-5 ふくしまの語り部人材育成強化事業		
A	生涯学習課	次世代へつなぐ震災伝承事業
B	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

A-1 国内外の発信拠点におけるふくしまの魅力・情報発信事業

- 外部機関等との連携や東京駅前の新たな交流スポットの積極的活用、また西日本における複合的な発信により、ふくしまの安全・安心とその魅力等を切れ目なく複合的に発信することで、風評の払拭を図る。
- 輸入規制が撤廃された米国やEU等において、県産酒及び県産米を中心とした積極的なプロモーション等を実施する。
- 定期チャーター便の運航が決定した台湾に向けて、福島県内の観光資源や県産農林水産物等の安全性を周知する。

A-2 ふくしまの魅力・情報デジタル発信等強化事業

- 各部署で実施する風評・風化対策に関するイベントと連携した「ふくしまジャック広告」の展開し、本県のポジティブなイメージを醸成するイメージアップ広告も織り交ぜながら、本県の情報に多層的に接触する状況を創出する。
- 浜通り地域等の農業等の現況を、原子力災害による農業参入への懸念を持つ県外企業や新規就農希望者等に向けて積極的に情報発信を行う。
- 各種メディアへの本県水産業に触れる機会の提供、県産水産物取扱の認定店を増加させる取組を実施する。

A-3 相双地域の魅力・情報発信事業

- 「福島復興のシンボル」Jヴィレッジを拠点に、教育旅行者や視察者等への情報発信や県外向けふくしまの魅力味わいキャンペーンを実施すると共に、福島12市町村におけるフットパスを切り口にした情報発信を行い、風評払拭を目指す。
- 相双地域魅力発信SNSコンテンツ構築、新幹線車内誌への掲載、一般観光客向けのホープツーリズムに関するデジタルを活用した情報発信など被災地域の魅力や正確な復興状況等を発信を行う。

A-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

- 駐日大使、海外メディア等の県内視察・招へいによる本県の復興状況や魅力の発信や本県PR資材提供による情報発信を行う。
- ブルー・ツーリズムに関する各種プロモーション、インフルエンサーやメディア、旅行AGTの招請、地域人材を活用したアテンド・ファンづくり、また、SNSによるターゲットコミュニティへの情報発信、対象市場における観光情報サイト等へのコンテンツ掲載支援等を行う。

A-5 ふくしまの語り部人材育成強化事業

- 東日本大震災・原子力災害ふくしま語り部ネットワーク会議、交流会、伝承者育成、県外等への語り部派遣、語り部団体等へのインバウンド対応や海外派遣に向けた支援を行う。
- 高校生による語り部活動及び生徒、教員に対する伝承館等を活用した語り部人材育成を行う。

④ 全体工程表（本年度実施事業のみ抜粋）

別紙のとおり

※ 令和6年1月10日時点の計画であり、令和7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。

<p>C 被災地域の復興のあゆみ・魅力発信事業</p>	<p>SMS等による発信及び効果分析（国内外向け）</p> <p>福島復興の現状を知ってもらうためのモニターツアー（旅行者・教員向け）</p> <p>業界誌・専門誌等への広告掲載、新聞及びテレビ番組による事業内容周知、パンフレット作成</p> <p>海外出張展示</p> <p>復興のあゆみを発信するイベント</p> <p>復興のあゆみを発信するイベント</p>	<p>相双地域は、JR常磐線全線運転再開、東北中央自動車（相馬～福島）全線開通等インフラの復旧・整備が進んでいるものの、観光客入込数は震災前の8割程度までしか回復していないなど、依然として複雑な風評が残っている状況にある。相双地域の正確な情報や魅力を県外に情報発信し、相双地域を知ってもらい、実際に来てもらうことで、両地域に対する不安や風評を払拭するため、引き続き、特定復興再生拠点の避難指示解除の状況や対象地域、対象者を精査しながら、Jヴィレッジ利用など、時機を逸せず全国に対して福島県浜通りのPRを適切に実施していく。</p>
<p>D 相双地域の魅力戦略的情報発信事業</p>	<p>ポータルサイト・SNSコンテンツ構築、相双地域魅力体感モニターツアー、物産イベント</p>	
<p>E ホープツーリズム・運営・基礎整備事業</p>	<p>「個人向けホープツーリズム」に関する情報の発信</p>	
<p>A-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>A 外国要人等を通じた風評払拭・魅力発信事業</p>	<p>駐日大使等による福島県視察・メディア、インフルエンサーによる取材、在外公館等への資料提供による情報発信</p>	
<p>B ホープツーリズム拡充等浜通り観光支援事業</p>	<p>観光客受入体制の整備、プロモーション等</p>	
<p>C 海外風評払拭情報発信事業</p>	<p>ファムツアー（旅行会社・ランドオペレータ等）、ファムツアー（インフルエンサー）</p> <p>ターゲットコミュニティへの情報発信、観光情報サイトの情報整備</p> <p>調査事業</p>	<p>複雑な風評被害等により観光客入込数が震災前の水準に回復しておらず、また、本県の県産品に対する輸入規制が続く国・地域もあることから、本県の県産品に対する輸入規制が続く国・地域を中心に駐日大使や海外メディア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を行い、情報発信や被災地域の観光誘客コンテンツや県産食材の魅力をより多くの消費者に伝えることができる取組を実施し、独自の定性定量調査や「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、工夫しながら、より効果的に本県の安全・安心に関する正確な情報や地域の魅力等の発信する必要がある。</p>
<p>D ふくしま応援シェフ活用事業</p>	<p>応援シェフ店舗によるふくしま水産物フェアの開催</p> <p>応援シェフの現状確認</p>	
<p>A-5 ふくしまの語り部人材育成強化事業</p>		
<p>A 次世代へつなぐ震災伝承事業</p>	<p>ネットワーク化・レベルアップ、人材育成、県外語り部派遣</p>	<p>語り部団体の活動を支援する事業は、令和4年度に基礎整備、令和5年度には活動開始までを実施しており、令和6年度に各団体等が自立して活動するための環境整備を実施して終了する予定である。</p>
<p>B 震災と復興を未来へつなぐ高校生の語り部事業</p>	<p>県外、海外の学校等との交流（語り部活動の実施）、震災関連学習、リーフレットの配布、伝承館を利用した教員研修</p>	<p>震災と復興を未来へつなぐ高校生語り部事業については、震災後に出生した児童生徒が増加する中で、次世代へ震災の記憶と教訓を確実に継承するための急務と必要性がある一方で、震災関連学習に取り組んだ生徒が卒業とともに入れ替わることから、各校において活動を継続し息いスクームとなるよう工夫しつつ、継続して実施していく。</p>