

目指す姿 令和2年度 **新たな復興のステージへ向かう“ふくしま”（ふくしまの新たなイメージの創出、ふくしまブランドの再生・構築）**

成果実績

- 「きゅうり」や「トマト」など一部品目では、市場価格が震災前の水準を超える。
- 県産農産物の輸出量は震災前の水準を超えた昨年度を上回った。
- オンラインストアの販売促進キャンペーンの売上は前年を超え21億円を突破。

課題

- 「もも等の果物」や「牛肉」など多くの品目では市場価格の回復が遅れている。
- 更なる流通や消費、販路拡大に向け、魅力ある福島県産品のブランド力向上が必要。

【主な農産物価格の推移（もも）】

年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年
福島県	439	222	340	356	358	429	399	410	492
全国	483	406	455	478	469	527	514	551	612
割合(%)	90.9%	54.7%	74.7%	74.5%	76.3%	81.4%	77.6%	74.4%	80.4%

【農産物輸出量の推移】

年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年
農産物	28,790	1,100	3,125	5,075	10,465	30,635	48,325	32,426	217,487
米	108,026	17,000		300	13,450	22,329	123,540	150,780	150,780
その他	18,106	1,303	2,171	5,484	15,827	13,895	41,469	34,641	163,227
福島県	152,924	17,000	2,403	5,296	10,859	39,742	66,859	213,334	217,487

成果実績

- 秋・冬観光キャンペーンの開催などにより観光客入込数はH22年比で95.3%まで回復。
- 中通りと会津では、震災前の観光客入込水準を上回って推移している。
- 外国人宿泊者数はH22年比で137.9%を記録（前年比27.4ポイント増）

課題

- 浜通りの観光入込は68.2%にとどまっており、本格的な回復には至っていない。
- インバウンドは、全国的な伸びには追いついていない。

【観光客入込状況】

年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年
観光客入込数	57,179	35,211	44,459	48,315	46,893	50,313	52,764	54,494
H22年比	100%	(61.6%)	(77.8%)	(84.5%)	(82.0%)	(88.0%)	(92.3%)	(95.3%)

【外国人宿泊者数】

年	H22年	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年
外国人宿泊者数	97,170	25,000	31,300	48,050	161,776	212,700	280,376	303,376	303,376
H22年比	100%	(25.7%)	(31.9%)	(49.6%)	(167.1%)	(217.9%)	(288.6%)	(312.2%)	(312.2%)

平成31年度取組方針

【流通】更なる定番化を目指したフェア実施やオンラインストアでの販売促進強化

【販路拡大】オリパラ東京大会への食材提供と更なる販路拡大

【ブランディング】6次化商品や福島の酒などによるブランド力向上

【輸出】輸出戦略に基づく輸出拡大、並びに輸入規制解除の働きかけ

平成31年度取組方針

【国内観光の振興】食や歴史を生かした誘客と秋・冬キャンペーンの実施

【ホープツーリズム】プログラムの磨き上げ及び旅行会社への働きかけ

【インバウンド】食と観光を融合した新たな取組や台湾定期チャーター便の活用



成果実績

- 各種情報発信の効果により本県のイメージは年々回復傾向にある。
- 動画やポスターなど様々なコンテンツにより県内外への発信機会が充実

課題

- 本県への関心や応援意向は横ばいで風化傾向が進んでいる。
- 風評払拭・風化防止に向けては本県に思いを寄せる方々とのより一層の共働が不可欠

【本県へのイメージ】

項目	震災前	震災後
良い	18.9	24.9
どちらともいえない	48.0	53.0
悪いイメージを持っている	33.1	22.1

【本県への関心】

項目	震災前	震災後
関心がある	6.6	16.7
あまり関心はない	45.3	18.6
関心がない	48.1	64.7

成果実績

- 教育旅行誘致キャラバンや関係者モニターツアーなどの実施により、震災前の約7割まで宿泊者数が回復。学校数は86.5%まで回復。

課題

- 教育旅行の訪問先は、一度決めると数年変更しない傾向がある。
- 従来の教育旅行ルートとホープツーリズムの更なる結び付けが必要

【教育旅行延べ宿泊者数】

【教育旅行学校数】

平成31年度取組方針

【イメージ発信】企業連携プロジェクトや全国各地でのオールふくしまプロモーション等による企業や県内市町村、庁内各部署が一体となった情報発信の拡大

【関心度向上】オリパラや世界・全国レベルのイベント等を利用した本県の魅力発信

【連携拡大】ご縁のある企業や大学、自治体等との様々なコラボレーションの実現

平成31年度取組方針

【効果的な誘致キャラバン】ターゲットを明確にし、県内関係者が連携して集中的、継続的に訪問活動を展開

【ニーズに合致した素材等の提供】各校のニーズに対応できる多様なコンテンツを揃えて適切に提供、ホープツーリズムとも結び付けを図る。

対策強化の方向性

①ターゲットを意識
(いつ、誰に対して、どの地域でなどターゲットを意識した取組)

②届く、伝わる発信
(「より届く」「より伝わる」ように心に響く発信に心がける)

③連携を強化
(企業や国・他都道府県・市町村・庁内各課等と連携強化し、取組を拡大)

④果敢に挑む
・困難な課題(壁)の克服に向けて粘り強く取組む。
・新たな取組に積極的なチャレンジを続けていく。

⑤共感・共鳴から共働へ
(共働の更なる進化に向けて)

国策定の「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」

ターゲットを意識

届く、伝わる発信

連携を強化

果敢に挑む

県産品の販路回復・開拓

■流通の課題に挑む

- ①取扱いの定番化に向けた小売店等への県産農林水産物等販売コーナーの設置・拡大
- ②首都圏等での米、牛肉、GAP産品や旬の農産物などを扱う「ふくしまプライドフェア」の実施
- ③オンラインストア（楽天、Amazon、Yahoo!）における販売促進キャンペーンの拡大
- ④農林水産物等の流通実態調査結果を踏まえた効果的な取組の実施

■消費拡大へ向けた課題に挑む

- ⑤思いを込めたテレビCM等各種メディアを活用した県産農産物の魅力と安全性の発信
- ⑥大型量販店や生産者団体等と連携したより消費者へ届くトップセールスの実施
- ⑦都内飲食店等と連携した県産農産物コラボ商品開発によるインバウンド観光客への販売促進
- ⑧「ふくしまの今を語る人」派遣や消費者招聘ツアーの実施による県外消費者への直接的発信

■ブランド力の強化に挑む

- ⑨農産物のイメージ向上に向けた本県産のイメージを塗り替えるパッケージモデルへの取組支援
- ⑩「売れるデザイン」による販売促進や「ふくしまベストデザインコンペティション」の実施
- ⑪「醸造王国ふくしま」のブランド確立に向けた海外プロモーションや県内外での「酒まつり」の開催
- ⑫6次化商品共通ブランド「ふくしま満天堂」による商品改良・開発やブランディングの強化
- ⑬HACCPに放射性物質管理を組み合わせた「ふくしま食品衛生管理モデル」の導入普及
- ⑭第三者認証GAP等の取得拡大と東京オリンピック・パラリンピックへの食材供給に向けたPR
- ⑮水産エコラベルの認証支援と認証水産物等の販売コーナー設置やフェア開催による販路確保

■輸出拡大に挑む

- ⑯輸出戦略に基づく「ふくしま」ブランドの認知度向上と輸出拡大に向けた取組実施
- ⑰規制解除に向けた積極的な働きかけと輸出拡大に向けた展示会出展や関係者招へい

「復興の現状・取組」「食や観光の魅力」

「感謝」「県民の思い・努力」

「魅力(自薦)+応援(他薦)+評価(事実)」

国内外への正確な情報発信

■ふくしまの「新しいイメージ」の発信に挑む

- ①本県へ思いを寄せる全国展開企業との連携プロジェクトによるコラボレーション企画の展開
- ②首都圏の商業施設等における県内関係者が一体となったオールふくしまプロモーションの実施
- ③全国紙やSNS、斬新な動画等を活用した「知るほどたのしい、ふくしま」の発信

■関心度向上に向けた情報発信の拡大に挑む

- ④ふくしまの今を全国各地で直接伝えるチャレンジふくしまフォーラムの開催
- ⑤本県の復興のシンボルである「ヴィレッジ」を活用した復興状況の発信及び交流促進
- ⑥オリンピック聖火リレー及び野球・ソフトボール競技開催に向けた関連事業を通じた県外への発信
- ⑦福島イノベーション・コースト構想の推進に向けた戦略的かつ効果的な情報発信
- ⑧FICCオートキャンプ世界大会等の全国・世界規模のイベントでの本県の正確な情報発信
- ⑨主要国際会議等でのPRや駐日外交団等の県内視察等による国外向け情報発信の強化
- ⑩アーカイブ拠点施設整備の推進、機運醸成のためのフォーラムや資料展示会の実施

市町村との連携

- ①海外からの観光誘客及び受入に向けた広域的な取組への支援
- ②各地方振興局との連携によるサービスエリアや道の駅などでの観光・県産品の魅力発信
- ③県内の道の駅等における県と市町村等が一体となった風評払拭・風化防止イベントの実施
- ④東北絆まつりなど各種大規模イベントにおける本県の魅力と復興の現状の発信

観光誘客の促進

■国内からの誘客増に挑む

- ①「福が満開、福のしま。」ふくしま秋・冬観光キャンペーン2019の実施（JRとの連携）
- ②ふくしまの食・日本酒や歴史、秋・冬の絶景、花、登山など様々なテーマによる誘客促進
- ③「本県ゆかりのウルトラマン・特撮」や「ふくしま尾瀬」、「只見線」など幅広い資源を活かしたPR
- ④人気ポケモンを活用したイベントや広域周遊企画の実施

■ホープツーリズムの確立に挑む

- ⑤モニターツアーを始めとするツアー催行を通じたプログラムの磨き上げ
- ⑥アーカイブ拠点施設等と連携した企業向け研修プログラムの構築

■インバウンド誘客増に挑む

- ⑦食と観光を融合したふくしまの魅力発信による誘客
- ⑧ダイヤモンドルート動画を活用した発信及び「サマライ」「スポーツ」などテーマ別誘客策の展開
- ⑨東京オリパラに向けた受入環境整備やナイトカルチャーコンテンツの開発
- ⑩外航クルーズ船の誘致活動及び乗客向け広域観光周遊ルートの構築
- ⑪台湾定期チャーター便など国際チャーター便の運航促進

教育旅行の回復

■教育旅行の回復に挑む

- ①首都圏の教育委員会等に対する意向調査結果を踏まえた効果的な誘致キャラバンの実施
- ②福島ならではの学習プログラムの磨き上げや教育関係者対象のモニターツアーの実施
- ③歴史や自然学習等とホープツーリズムを結びつけたモデルルートの作成

震災から現在までの「経過」「変化」、「情報のアップデート」「正確な情報」

「斬新さ」と「繊細さ」の両立

「共感と応援の輪」及び「共働」の拡大

■全国の企業・団体、自治体等との連携強化を更に進める

- ①鉄道中吊り広告や広報誌への記事掲載など九都県市等と連携した情報発信の強化
- ②各県外事務所による企業への訪問活動や説明会の開催等による企業からの応援活動の促進
- ③本県へ関心を寄せる企業・大学等との「ご縁」を深める視察ツアー・交流会や訪問活動の実施
- ④「もっと知って ふくしま！」等の動画の全国への配信協力（企業所有の商業施設、自治体庁舎等）
- ⑤関西や海外の大学との連携による若年層への理解促進と共感の輪の拡大

■共感・共鳴から共働への流れを更に進める

- ⑥ふくしま大交流フェスタの開催やふくしまファンクラブによる情報発信による交流促進
- ⑦「30歳の同窓会」の開催などによる移住促進施策の推進
- ⑧浜通り市町村をはじめとした本県の復興状況の分かりやすいPRによる企業立地の促進
- ⑨本県を応援する企業・団体等の一体となった県公式イメージポスターの掲出活動の拡大

国との連携

- ①流通実態調査の結果に基づく小売・流通事業者への説明や情報提供の実施
- ②国や国関係機関による国内外への情報発信（風評払拭イベント、国際会議など）
- ③輸入規制の緩和・撤廃に向けた外交ルート等による諸外国への働き掛け
- ④「ふくしまグリーン復興構想（仮称）」に基づく環境省と連携した本県自然公園の魅力発信と創出

土台となる取組（徹底した安全・安心の確保／正確な情報発信）

放射線に関するリスクコミュニケーション（正確な情報・知識の普及）

①県民を対象とした食と放射能に関する説明会の開催

②県内の小・中学校における放射線教育の充実

③理解促進のためのパンフレット等を活用した県内外イベント等での発信強化

環境回復の取組

除染後のモニタリング

廃炉・汚染水対策

空間線量測定

徹底した食品の検査

農林水産物のモニタリング

米の全量全袋検査

肉牛の全頭検査

自家消費野菜の検査

県産品

平成30年度実績・成果

- ◆国内外での知事、副知事トップセールス 沖縄県やイオン各店等43回(3月末)
- ◆「ふくしまプライド。」フェアの開催件数 26企業・45回・のべ650店舗で実施(3月末)
 - ・県産コメの定番販売状況：首都圏、関西圏、北海道、沖縄で計1,209店舗(2/26現在)
- ◆オンラインストア3社(楽天、Amazon、Yahoo!)による販売促進 286出店 売上21億円突破
- ◆食の魅力を発信する動画「FUKUSHIMA FOOD EXPERIENCE」315万回再生(3月末)
- ◆県産農産物の輸出量が過去最高を記録。コメの輸出市場シェアがマレーシアで初めて「日本一」(占有率62.1%)、桃のシェアは2か国で3年連続「日本一」を記録→タイ(占有率88.2%)、インドネシア(占有率96.6%)
- ◆全国新酒鑑評会6年連続日本一の「ふくしまの酒」を国内外で発信
 - ・国内 9月：新橋SL広場(3.8万人)、10月：六本木ヒルズ(3万人)
 - ・海外 5月：NY(200人)、12月：NY(400人)・ワシントン(600人)1月：ダボス(500人)
- ◆NY福島の酒専用コーナー及びチャレンジショップのオープン
- ◆動画「NASAKE」「FUKUSHIMA 8K」配信、雑誌・Web、テレビの活用による発信

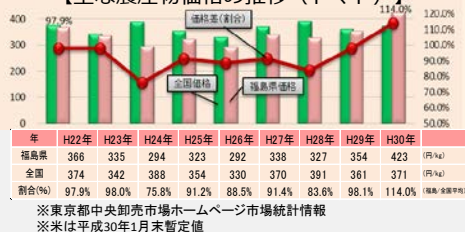
【主な農産物価格の推移(牛肉)】



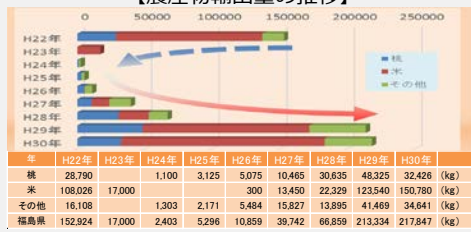
【主な農産物価格の推移(米)】



【主な農産物価格の推移(トマト)】



【農産物輸出量の推移】



平成31年度の具体的な取組

- ◆流通実態調査の結果を踏まえた販路回復・定番化に向けた販売促進対策
 - 首都圏等の大型量販店での県産品フェアの実施や小売店等での販売コーナーの拡大
 - オンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)における販売促進キャンペーンの拡大
- ◆消費拡大に向けた発信力の更なる強化
 - テレビCM等各種メディアの活用やトップセールス等での正確な情報と魅力の発信
 - 都内飲食店等と連携した県産農産物コラボ商品開発によるインバウンド観光客への販売促進
- ◆県産品を選んでもらうためのイメージとブランドの向上
 - 「売れるデザイン」、「本県産のイメージを塗り替えるパッケージ」への開発支援
 - 「醸造王国ふくしま」のブランド確立に向けた海外プロモーションや県内外での「酒まつり」の開催
 - 6次化商品の改良・開発や第三者認証GAP等取得、水産エコラベル認証の取組支援
 - HACCPに放射性物質管理を組み合わせた「ふくしま食品衛生管理モデル」の導入普及
- ◆輸出拡大に向けた取組の強化
 - 輸出戦略に基づく「ふくしま」ブランドの認知度向上と輸出拡大に向けた取組実施
 - 規制解除に向けた積極的な働きかけと輸出拡大に向けた展示会出展や関係者招へい

観光

平成30年度実績・成果

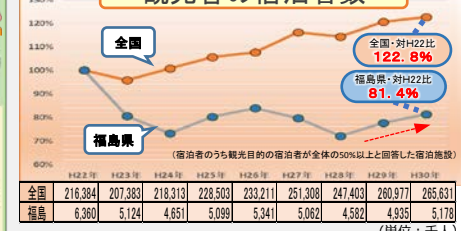
- ◆2年目となる「ふくしま秋・冬観光キャンペーン2018」の実施などにより、平成29年度の観光客入込は震災前の95.3%にまで回復。会津(102.1%)と中通り(109.3%)は震災前の水準を上回った。また、観光を目的とした宿泊者数も平成29年度から上昇傾向にある。
- ◆県職員内定者や経済産業省職員等を対象としたホープツーリズムツアーの催行
- ◆筑波大学附属高校、明治大学附属中野高校の生徒や大手企業の研修担当者、海外メディアの記者等を対象としたホープツーリズムモニターツアーの実施
- ◆平成30年1～12月の外国人延べ宿泊者数は前年を上回る120,250人泊(H22比：137.9%)
- ◆海外向け「ダイヤモンドルート」PR動画(2019年版)の再生回数 2,300万回超
- ◆福島空港の国内外に向けたチャーター便の増加
 - ・国際：台湾、ベトナム、ロシアなど146便、国内：北海道、九州・沖縄など83便が運航
 - ・遠東航空(台湾)の定期チャーター便の通年運航が決定(H31.4から2年間・週2往復)

3方部別観光入込数



会津・対H22比 102.1% 中通り・対H22比 109.3% 浜通り・対H22比 68.2%

観光客の宿泊者数



外国人宿泊者数



平成31年度の具体的な取組

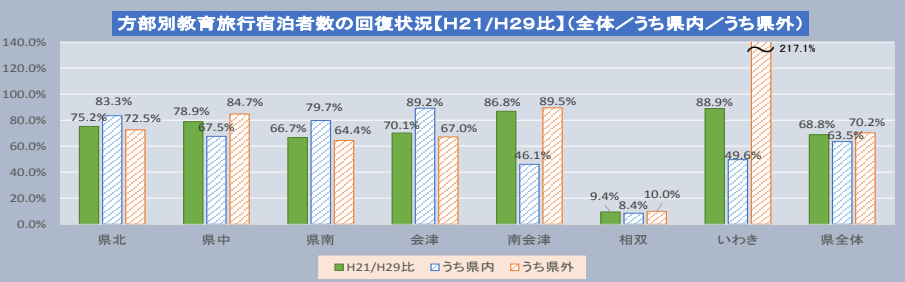
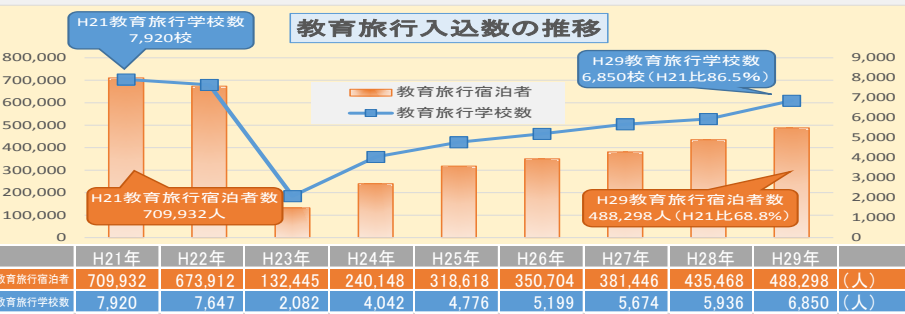
- ◆食・歴史など様々なテーマや秋・冬観光素材を活かした国内観光誘客
 - 「福が満開、福のしま。」ふくしま秋・冬観光キャンペーン2019の実施(JRとの連携)
 - ふくしまの食・日本酒や歴史、秋・冬の絶景、花、登山など様々なテーマによる誘客促進
 - 「本県ゆかりのウルトラマン・特撮」や「ふくしま尾瀬」、「只見線」など幅広い資源を活かしたPR
- ◆福島観光の柱となる「ホープツーリズム」の確立
 - モニターツアーを始めとするツアー催行を通じたプログラムの磨き上げ
 - アーカイブ拠点施設等と連携した企業向け研修プログラムの構築
- ◆ふくしまの「強み」を生かしたインバウンド対策
 - 食と観光を融合したふくしまの魅力発信による誘客
 - ダイヤモンドルート動画を活用した発信及び「サムライ」「スポーツ」などテーマ別誘客策の展開
 - 東京オリパラに向けた受入環境の整備やナイトカルチャーコンテンツの開発
 - 外航クルーズ船の誘致活動及び乗客向け広域観光周遊ルートの構築
 - 台湾定期チャーター便など国際チャーター便の運航促進

【出典】観光庁「宿泊旅行統計調査」 福島県観光交流課調査

教育旅行

平成30年度実績・成果

- ◆首都圏、関西、九州、近隣県への教育旅行誘致キャラバンや校長会などへの訪問PRの実施(9回 810カ所を訪問)
- ◆バス経費の一部支援等による新規・継続誘致・875校 宿泊者数約12万人
- ◆海外の教育旅行関係者を招請:6校6名
- ◆生徒・学生、保護者や教員など教育旅行関係者モニターツアーの開催:220名参加
- ◆ホープツーリズムモニターツアーに参加した「お茶の水女子大学附属高校」「不動岡高校」「市川高校」等がその後、全額自費で再びツアーを実施
- ◆合宿を誘致するための助成を実施:206件



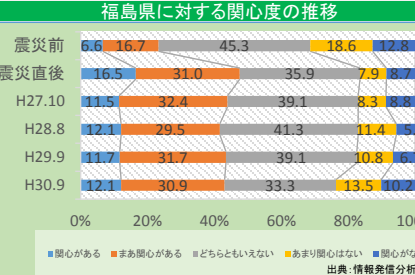
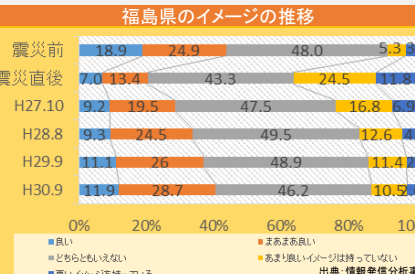
平成31年度の具体的な取組

- ◆**県外学校等のニーズを把握して効果的な誘致活動を行う**
 - 首都圏の教育委員会等に対する意向調査結果を踏まえた効果的な誘致キャラバンの実施
 - 福島ならではの学習プログラムの磨き上げや、教育関係者対象のモニターツアーの実施
 - 長期宿泊需要の見込まれる学生の合宿の誘致強化
- ◆**県内教育旅行関係者と連携した情報発信**
 - 地元関係者と一丸となった情報発信の強化
- ◆**福島県ならではの“学び”を提供するコースの充実**
 - 歴史や自然学習等とホープツーリズムを結びつけたモデルルートの作成

情報発信

平成30年度実績・成果

- ◆**箭内道彦県クリエイティブディレクターの助言のもと効果的に本県情報を発信**
 - ・「ふくしまプライド。」テレビCM 県内・関東圏・関西圏・北海道・沖縄等で5種類を放映
 - ・ふくしまの魅力を伝える6秒PR動画「もっと 知って ふくしま！」を2月に発表
 - ・公式イメージポスター「来て」「呑んで」などの5連貼りのリニューアル版及び市町村版「来て」7種類を発表。過去最大枚数16万枚を作成
- ◆**他都道府県の県政広報番組での「ふくしまの今」の発信 7都県の番組で放送**
- ◆**県内スタディツアーを通じた首都圏や関西の大学生等による発信**
- ◆**太平洋・島サミットや全国植樹祭、世界水族館会議等世界・全国規模イベントでの発信**
- ◆**企業との共働プロジェクトによる情報発信(ビームス、三井不動産、サッポロホールディングス等8社と連携)**
- ◆**市町村や県内事業者、庁内各部署等と幅広く連携したPRイベントでの発信(連携企業等の大型商業施設、首都圏の駅、羽田空港など12会場21日間実施)**



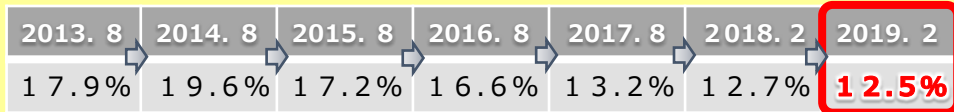
平成31年度の具体的な取組

- ◆**ふくしまの「新しいイメージ」の発信**
 - 全国展開企業との連携プロジェクトによるコラボレーション企画を展開
 - 県内関係者が一体となった首都圏等でのオールふくしまプロモーションの実施
- ◆**様々な機会でも情報を発信し、本県への関心度を高める**
 - 全面再開する本県のシンボル「Jヴィレッジ」を活用した情報発信の実施
 - オリンピック聖火リレーや県内競技開催に係る関連事業、東北絆まつり、FICCオートキャンプ世界大会等世界・全国規模イベントでの発信
 - PR動画やポスター・パンフ等の県各種発信ツールを共有して全庁でPR
- ◆**全国の民間企業・団体、自治体と連携強化を更に進める**
- ◆**共感・共鳴から共働への流れを更に進める**
 - 企業・団体への訪問や説明会開催による本県現状の理解促進と応援活動の拡大

放射線に関するリスクコミュニケーション（正確な情報・知識の普及）

＜食品の購入に際しての調査＞

（食品中の放射性物質を気にする人のうち、）
「福島県産品の購入をためらう」と回答した人の割合



＜食品中の放射性物質検査について＞

検査が行われていることを
「知らない」
 ⇨ **44.8%**（前回36.0%）

【出典】消費者庁調査



【正確な情報を伝える】

- ・空間放射線量の測定結果（海外との比較）
- ・東京電力福島第一原子力発電所の状況
- ・農産物の生産段階での管理体制（GAPの取得推進等）
- ・世界で最も厳しい基準による食品の徹底したモニタリング検査の実施と結果 など

【放射線に関する知識を伝える】

- ・身の回りには日常的に放射線が存在
- ・放射線はうつらない
- ・放射線による遺伝性影響は出ない
- ・放射線の健康影響は、放射線の「有無」ではなく「量」 など

国、市町村等と連携を図りながら、「正確な情報」と「知識」を併せて伝える

「放射線に関する不安」の解消
 = 風評の払拭

取組を進める上での工夫

- 各種モニタリング検査結果は、その評価についても発信し、分かりやすい公表に努める
- 放射線に関する偏見や誤解など事実と異なる情報に対しては、速やかに正確な情報を発信し、誤解等の拡散を防ぐ
- 関係部局との連携を更に強化し、情報の一元化など、様々な工夫により分かりやすい発信に努める
- 環境創造センター交流棟「コミュタン福島」の活用
- 国が策定した「風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略」を踏まえ、関係省庁との連携強化を図り一体的に取り組む



環境創造センター交流棟
 (コミュタン福島)

具体的な取組

県民を対象とした説明会等

食と放射能に関する説明会 / 放射線健康リスク管理アドバイザーの派遣 / 帰還に向けた身の回りの廃棄物等の放射線不安相談 / 放射線に関するリスクコミュニケーションセミナー / 大学と連携した放射線リスクコミュニケーション / 放射線と健康アドバイザーグループ / 放射線の健康理解促進事業 / ふくしまの赤ちゃん電話健康相談 / 避難者向け情報提供（情報紙・交流会・住民説明会等） / 環境再生プラザによる専門家派遣、シンポジウムの開催 / HACCP導入セミナー など

放射線教育

放射線教育・防災教育の発信（授業参観、学習発表会、文化祭等での発表） / 県内7地区の小・中学校をモデル校にした地域・関係機関連携型のモデル実践 / 放射線教育コーディネーターの養成 / 放射線教育実践事例紹介 / 環境創造センター交流棟「コミュタン福島」への来館促進 など

理解促進のための取組

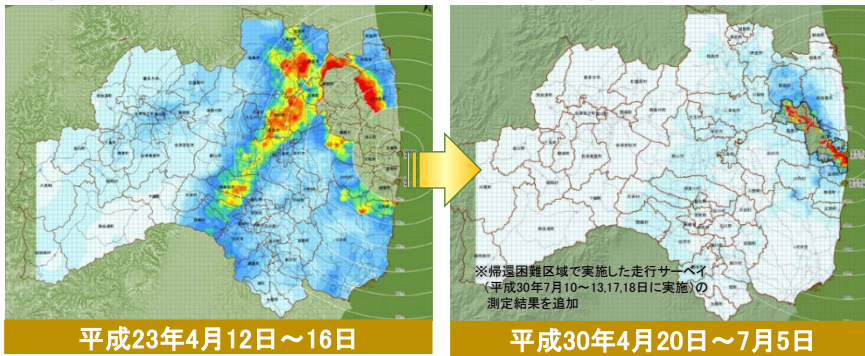
海外政府関係者やプレス等の招へい / 外国語によるホームページやSNSを活用 / 放射性物質検査結果の評価及び助言（市町村対象） / 個人線量計の貸出や放射線の健康影響について理解促進を図る啓発事業への補助（市町村対象） / 健康に関する住民理解を醸成する人材育成（県立医大） / 学校給食に地場産物を活用（保護者等の不安軽減・加工品等開発・学校給食関係者等による理解促進のための協議会） / 農林水産物モニタリング分析施設の公開（視察受入） / 原発の状況の情報発信 / IAEAと連携した職員向けスキル向上セミナーの開催 など

環境回復の取組

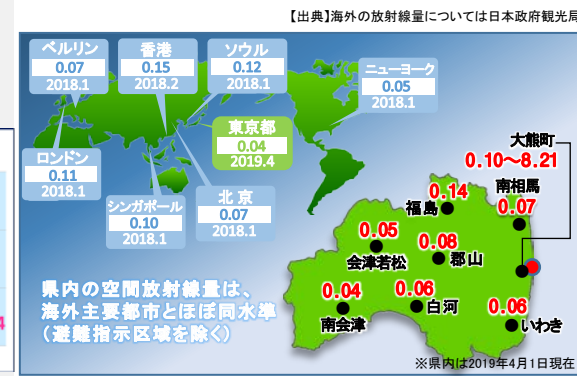
除染後のモニタリング、
原発の監視・モニタリング など

除染後のモニタリング / 東京電力福島第一原子力発電所の監視・情報収集 / 東京電力福島第一原発周辺のモニタリングの強化 / ため池の放射性物質対策 / 森林環境のモニタリング / 中間貯蔵施設の安全の確保 / 環境回復・環境創造に関する調査研究 など

◆福島県環境放射線モニタリング・メッシュ調査結果等に基づく福島県全域の空間線量率マップ



徹底した除染や放射性物質の減衰等により、県内の空間放射線量は世界の主要な都市と同水準



徹底した食品の検査

- 農林水産物のモニタリング検査
- 米の全量全袋検査
- 肉牛の全頭検査
- 自家消費野菜の検査

県産農林水産物約20万点のモニタリング検査の実施と公表・国の指示に基づく出荷制限等の周知 / 産地における米の全量全袋検査、園芸品目等の自主検査体制の整備支援 / 加工食品等の放射性物質検査 / 水道水・飲用井戸水等の放射性物質モニタリング検査 / 自家消費野菜等（家庭菜園、山菜、キノコなど）の放射能検査 / 県産木材製品・特用林産物のモニタリング情報の発信 / 私立学校の給食と材料の放射性物質検査への経費補助 / 県内製造業者を対象に工業製品や加工食品等の放射能測定 / 食品衛生法上の放射性物質基準値等の講習会開催 など

平成30年度農林水産物の検査結果（平成31年3月31日現在）

種別	検査数	基準値超過数	超過数割合
玄米（平成30年産）	約920万件	0件	0.00%
野菜・果実	2,455件	0件	0.00%
畜産物	4,336件	0件	0.00%
栽培山菜・きのこ	945件	0件	0.00%
海産魚介類（内水面養殖は省略）	6,187件	0件（※1件）	0.00%
野生山菜・きのこ	788件	1件	0.13%
河川・湖沼の魚類	886件	5件	0.56%

基準値超過なし

県産農林水産物については、
世界で最も厳しい放射性物質の基準値による検査をクリア

一般食品中の放射性セシウムの基準値（ベクレル/kg）

日本	EU	米国	CODEX
100	1,250	1,200	1,000

※漁業協同組合による自主検査で基準値(100Bq/kg)を超過。海産魚介類は県のモニタリングのほか、産地市場における自主検査で出荷の可否を判断。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
復興の総括的な動き	新生ふくしま復興推進本部会議（随時開催）					
	国・概算要求					
避難地域・浜通りの復興・再生、原子力発電所事故への対応、県民の健康と安全・安心を守る取組、産業再生、インフラ整備など						

県産品の販路回復・開拓	量販店における県産水産物販売コーナーの設置(4月～) 全国新酒鑑評会結果発表		ふくしまプライド食材博～旬の農林水産物試食商談会～(7月)		米の全量全袋検査	
	外食店における県産魚フェアの開催・シェフの現地招請(4月～)		農産物テレビCM放送開始(7月下旬頃～)		ふくしまの酒まつり(8～9月頃 首都圏・県内)	
	農林水産物モニタリングの実施と公表・分析施設の公開(視察受入)(通年)		県観光物産館でのPRイベント(通年)		第29回ふくしま農見本市(8月)	
海外における県産農産物販売拡大のためのプロモーション(通年)						
GAP産地情報の公開(通年)			飲食店・量販店における「ふくしまプライド」フェア(6月～3月 北海道、東京、大阪)			
第三者認証水産エコーラベル取得支援(4月～)			オンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)による農林水産物等の販売促進			

観光誘客の促進 教育旅行の回復	日本橋ふくしま館MIDETTEでのPRイベント、企業マルシェや各種イベントでの外販(通年)					
	県立博物館「とりもどきすなつながらの暮らし」(4/27～6/9)		「河野保雄コレクション展」(6/29～9/1)		県立博物館「ANIMAL×ZOO」(9/7～11/17)	
	県立美術館「伊藤若冲展」(3/26～5/6)		県立美術館「やなぎみわ展」(7/6～9/1)		県立美術館「関根正二展」(9/14～11/10)	
キビタンフアースタンブラリー3/2～9/22 / 福島を探索！コード9 3/16～10/27 / 日本酒ツーリズム増進事業 / サムライツーリズム推進事業						
海外からの観光誘客のためのプロモーション(通年)		福島空港就航先等(関西・名古屋・沖縄)メディアアライアンス(5月～2月)		ベトナム旅行エージェント・メディア招へい(時期未定)		
(台湾・タイ・ベトナム・中国・香港・韓国・欧米圏)		旅行エージェント招請(北海道・名古屋・関西・九州・沖縄)(年2回)		ウルトラマンARスタンブラリー(7月～11月予定)		福島空港空の日のイベント
福島空港海外情報収集・発信窓口設置(通年 韓国)		福島空港海外情報収集・発信(通年 中国)		特撮、ウルトラマンをテーマとした企画展(8月予定)		

正確な情報発信 国内 国外	Jヴィレッジランド オープンフェス！(4/20)		東北絆まつり(6/1～2)		3県合同訪問要請活動・継続派遣訪問要請活動(7月～11月)	
	チャレンジふくしまフォーラム(時期未定 年3回実施)				被災市町村復興状況視察事業(8月)	
					大学生等との「共働」発信連携事業(8月～)	
					福島県企業立地セミナー(8/21東京)	
					震災・原発の経験・教訓、復興状況伝承事業(8月)	
				放射線・防災教育実践協力校公開(9月～11月)		
「全国展開企業と連携したタイアッププロジェクト」(通年 全国)、「市町村や庁内各課等と連携したオールふくしまプロモーション」(通年 首都圏等)						
チャレンジふくしまプロジェクト(県クリエイティブディレクター監修動画の一斉配信)						
環境創造センター交流棟「コミュニティ福島」を活用した情報発信(通年)						
震災伝承施設登録への働き掛け・発信(通年)						
首都圏等消費者交流事業【モニターツアー】(7月下旬～11月)						
		福島空港におけるイベント開催や観光PR、チャーター便ウェルカム等による賑わいづくり・情報発信(通年)		世界少年野球大会(7/30～8/7)		FICCオートキャンプ世界大会(9/28～10/6)
		国内外へのフェイスブック、インスタグラム、YouTube、Twitter等のSNSを活用した情報発信(通年)		UCLと連携した海外発信		駐日外交官等県内視察
		福島空港台湾定期便推進窓口設置(通年)、福島空港台湾定期チャーター便運航				
		在外県人会や在外公館と連携した情報発信(通年)				

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
復興の総括的な動き	新生ふくしま復興推進本部会議（随時開催）					
	復興計画 総合計画進行管理		国・政府予算案 閣議決定		ふくしま追悼復興祈念行事(3/11)	
	避難地域・浜通りの復興・再生、原子力発電所事故への対応、県民の健康と安全・安心を守る取組、産業再生、インフラ整備など					

県産品の販路回復・開拓	米の全量全袋検査(随時実施)					
	ふくしまおさかなフェア(10月相馬、11月いわき、12月福島)		県観光物産館でのPRイベント(通年)		ふくしまプライド食材博～旬の交流会～(1月)	
	海外における県産農産物販売拡大のためのプロモーション(通年)					
飲食店・量販店における「ふくしまプライド」フェア(6月～3月)						
オンラインストア(楽天、Amazon、Yahoo!)による農林水産物等の販売促進						

観光誘客の促進 教育旅行の回復	日本橋ふくしま館MIDETTEでのPRイベント、企業マルシェや各種イベントでの外販(通年)					
	「福が満開、福のしま。」ふくしま秋・冬観光キャンペーン(10月～3月)					
	県立美術館「ジャポニズムの至宝展」(3/24～5/10)					
ウルトラマンARスタンブラリー～(11月予定)		ふくしま大交流フェスタ(12月頃)		花の王国ふくしま社「フワカサカ」2020(3月頃～)		
サライムEXPO'2019		ふくしま七転八起き観光キャラバン(時期未定)		福島を探索！コードF-10(3月頃～)		
				県立美術館「森田恒友展」(11/23～1/19)		
コード9 3/16～10/27 / 日本酒ツーリズム増進事業 / サムライツーリズム推進事業						

正確な情報発信 国内 国外	ふくしま植樹祭(開催時期・場所未定)		そなえるふくしまノート「避難編」発行		伝え、残すアークイブフォーラム(1月頃)	
			クラブ交流イベント(11/4)		福島イノベーション・コースト構想シンポジウム(2月頃)	
	REIFふくしま2019(10/30-31)		が「加わらう」ふくしま2019(11/27-28)		福島イノベーション・コースト構想シンポジウム(2月頃)	
			REIFふくしま2019(10/30-31)		REIFふくしま2019(10/30-31)	
			REIFふくしま2019(10/30-31)		REIFふくしま2019(10/30-31)	
チャレンジふくしまプロジェクト(県クリエイティブディレクター監修動画の一斉配信)、福島県公式イメージポスター集中掲出(10月～ 全国等)						
「全国展開企業と連携したタイアッププロジェクト」(通年 全国)、「市町村や庁内各課等と連携したオールふくしまプロモーション」(通年 首都圏等)						
首都圏等消費者交流事業【モニターツアー】						
東日本大震災復興フォーラム						
福島空港におけるイベント開催や観光PR、チャーター便ウェルカム等による賑わいづくり・情報発信(通年)						
国内外へのフェイスブック、インスタグラム、YouTube、Twitter等のSNSを活用した情報発信(通年)						
福島空港台湾定期便推進窓口設置(通年)、福島空港台湾定期チャーター便運航						
在外県人会や在外公館と連携した情報発信(通年)						