



根強い風評やALPS処理水の処分方針決定に伴う更なる風評の懸念を払拭するため、これまでの取組を継続しつつ、国の「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」の着実な実行を求めていく。

また、県としても**新たな風評への懸念を踏まえた重点的に取り組むべき対策を明確に位置付け**、本県のイメージやブランド力を向上させることを目標に、全庁一丸となって風評・風化対策に取り組むこととする。

## ◎ 対策強化の取組方針 <継続>

- 1 粘り強い取組の継続と新たなチャレンジ（継続と新たな取組の融合により、ふくしまのリブランディングを実現する）
- 2 情報の更なる「アップデート」に向けた最新かつ正確な情報発信（固定化したふくしまのマイナス情報のリプレイスを実現する）
- 3 連携・共創による信頼関係の構築（コロナ対策やデジタル化に向けて多くの「ひと」とのリプライで新たな価値の創出を実現する）

## ● 各分野における取組方針（対策強化の方向性と主な取組）<継続>

### 土台となる取組

### 1 安全・安心の確保や正確かつ最新の情報発信

- (1) 徹底した食品の検査
  - ①農林水産物の緊急時モニタリング検査
  - ②産地における自主検査
  - ③自家消費野菜の検査
- (2) 放射線に関するリスクコミュニケーション
  - 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
- (3) 環境回復の現状の発信
  - ①廃炉に向けた取組状況の発信
  - ②空間線量率測定結果の公表

### 情報発信（連携・共創等）

### 1 継続的な情報発信

- (1) 各部局連携による情報発信
  - ①各部局や県内関係者が一体で行うオールふくしまプロモーションの開催
- (2) ふくしまの今と魅力の発信
  - ①各種メディアを活用した「ふくしまの今」の発信
  - ②全国各地でのふくしまの現状と未来の発信
  - ③国際会議でのPRや海外キーパーソンの県内視察等による海外への発信
  - ④本県の現状を正確に伝える施設の活用や福島イノベーション・コースト構想の周知拡大
- (3) 連携・共創の拡大
  - ①国や全国の自治体との連携によるふくしまの今の発信
  - ②包括連携協定企業や全国展開企業との連携による発信
  - ③ふくしまファンクラブ等のネットワークによる発信強化と交流促進
  - ④地域団体、NPO法人等とのきずなを活かした地域の魅力発信



## ● 各分野における取組方針（対策強化の方向性と主な取組） <継続>

### 農林水産物・県産品

#### 1 流通・販売対策強化

- (1) 販路・販売棚の確保に向けた「オールふくしま」での多様なアプローチ
  - ①フェアやオンラインストアによる県産農林水産物の更なる販売促進
  - ②商談会やバイヤーツアーによる産地と流通事業者とのマッチング推進
  - ③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発信と魅力の発信
- (2) オンライン販売商談の強化
  - ①オンライン展示会や海外ECサイトの活用

#### 2 ブランド力の向上と輸出拡大

- (1) 「ふくしま」ならではの強みを活かしたブランド力の向上
  - ①オリジナル米や福島牛、6次化商品のブランド化推進等による魅力創造
  - ②日本酒など本県醸造食品の国内外に向けた情報発信や販路開拓
- (2) 戦略的な情報発信による更なる輸出拡大
  - ①輸入規制撤廃に向けた政府との連携した働きかけと安全性や魅力の発信
  - ②農林水産物等の輸出の強化

#### 3 消費者の信頼向上

- (1) 農産物等の徹底した安全性確保と検査結果の見える化
  - ①農林水産物の緊急時モニタリング検査や産地における自主検査の徹底と検査結果の迅速な公表
  - ②第三者認証GAPや水産エコラベルの取得・認証拡大による更なる信頼向上
  - ③「ふくしまHACCP」の導入促進
  - ④首都圏等消費者招聘ツアーや今を語る人の派遣による食と放射能の正しい理解の促進

### 観光

#### 1 国内

- (1) 地域の強みや特徴を明確にした観光モデル造成
  - ①マイクロツーリズムなどローカルな魅力を活用した域内観光モデルの創出
  - ②ふくしまならではの様々な資源を活用した魅力の発信
- (2) ホープツーリズム等による浜通り地域等への誘客促進
  - ①東日本大震災・原子力災害伝承館を核としたホープツーリズムの深化・拡大
  - ②海の資源を活用したブルー・ツーリズムの推進
- (3) 教育旅行の更なる回復
  - ①教育旅行誘致のための訪問活動
  - ②教育関係者向けモニターツアーの実施

#### 2 国際

- (1) 海外現地窓口等を活用したオンラインを含む情報発信の継続
  - ①現地窓口による営業やオンラインセミナーの開催
  - ②海外メディア・インフルエンサー等活用による発信力の強化
- (2) アフターコロナに向けた重点市場の嗜好に合わせた商品力強化
  - ①多言語サイト「Fukushima Travel」で体験コンテンツの販売を実現する等DMOと連携した商品力の強化
- (3) 国際チャーター便の運航促進
  - ①国際・国内チャーター便の誘致及び利用促進
  - ②就航先でのプロモーションの展開



● 重点対策（ALPS処理水にかかる懸念も踏まえた対策の強化） <追加>

国内外の理解促進

1 正確な情報発信

（1）被災地の現状の理解促進

- ①被災地域の情報発信強化
- ②次世代へ教訓をつなぐ人材育成

（2）復興へチャレンジするふくしまの姿の発信

- ①ふくしまの正しい姿を効果的・戦略的に発信

（3）廃炉の取組の理解醸成を強化

2 魅力の発信

（1）大消費地に対する発信を強化

- ①県外主要都市において、ふくしまの魅力を効果的に発信
- ②海外への発信強化

3 絆を活かした発信

（1）オリパラを含め、これまでの交流を活かした発信の強化

- ①レガシーを継承しながら、復興の状況を発信

事業者への強力な支援

1 水産業への対策強化

（1）生産から流通、消費に至る総合的な対策

- ①事業継続・拡大のための施設等基盤の強化と担い手育成支援
- ②持続可能な水産業の復興と競争力の強化
- ③水産業の魅力を国内外に幅広く発信

2 地産地消の推進

（1）県内消費喚起の強化

- ①県産品の販売力強化、販路拡大
- ②浜通りの産品、農林水産物の魅力発信
- ③地域資源の活用推進

3 地域の魅力・ブランド力向上及び輸出拡大

（1）地域の魅力の磨き上げの強化

- ①新たな観光資源の発掘、活用推進
- ②インバウンド等多様なニーズに対応するコンテンツ創出

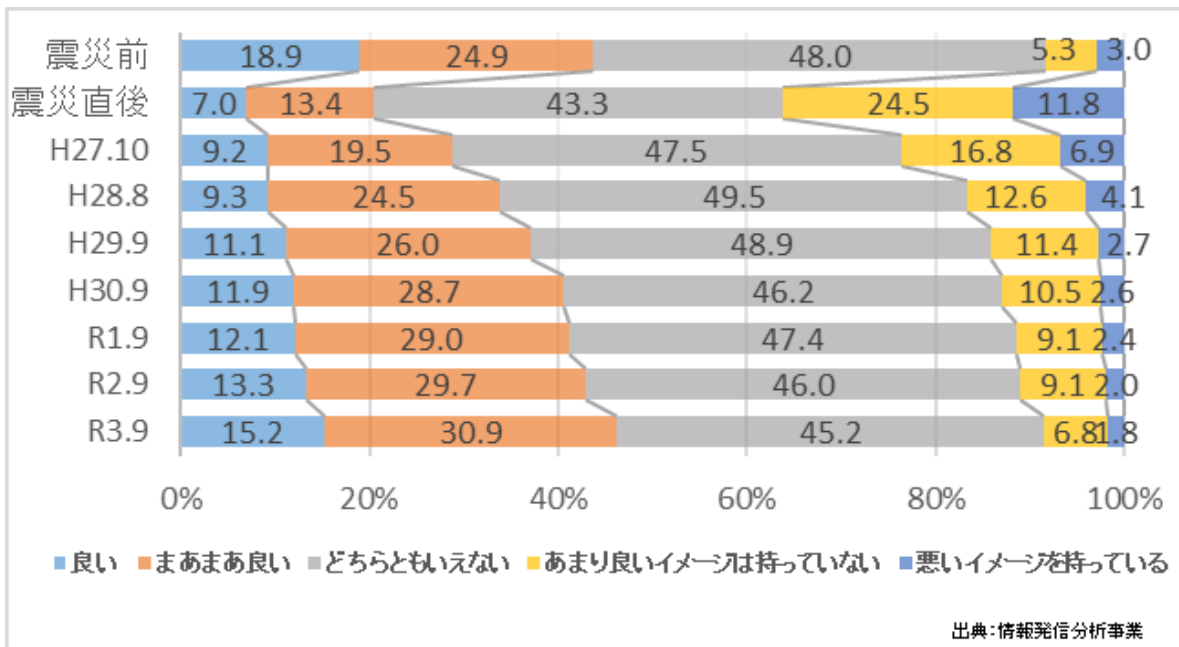
（2）県産品ブランド向上・新たな販路の開拓

- ①農林水産物等の生産力・競争力及び輸出の強化
- ②県産品の高付加価値化を図るための商品開発・改良支援

● 指標の設定 <追加>

<主要指標>

「ふくしまに良いイメージを持っている人の割合」を戦略の主要指標として設定し、「良い（まあまあ良いも含む）」がR12年までに50%以上（現況値R3年46.1%）となることを目標とする。

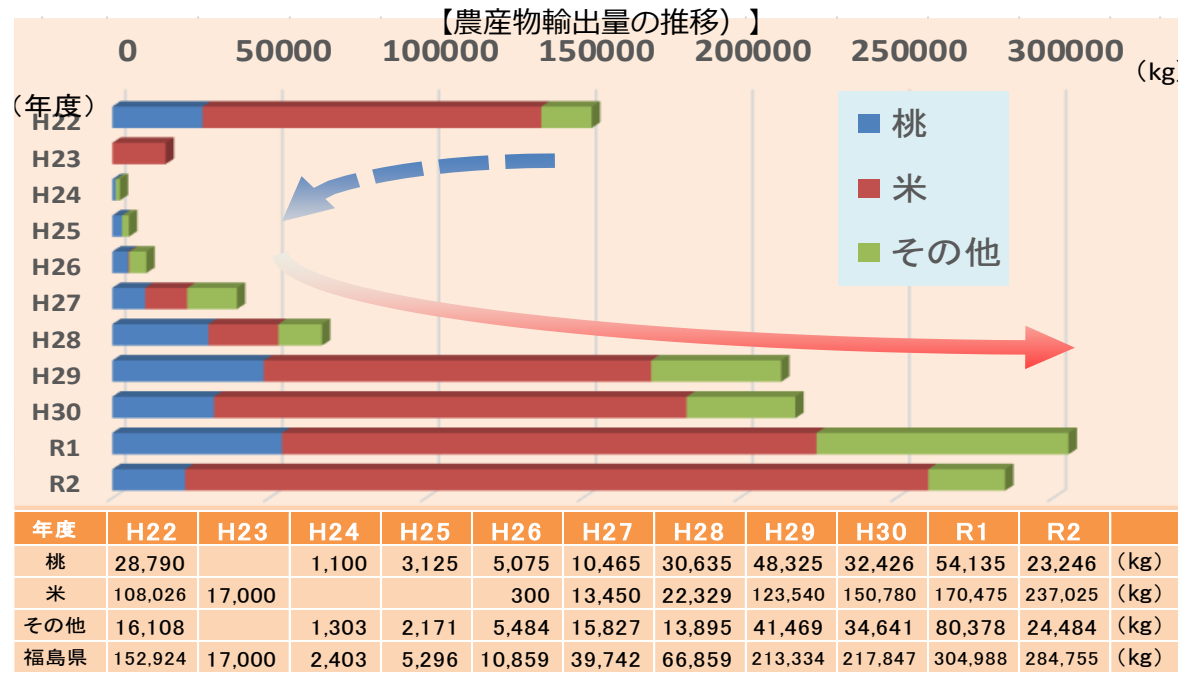
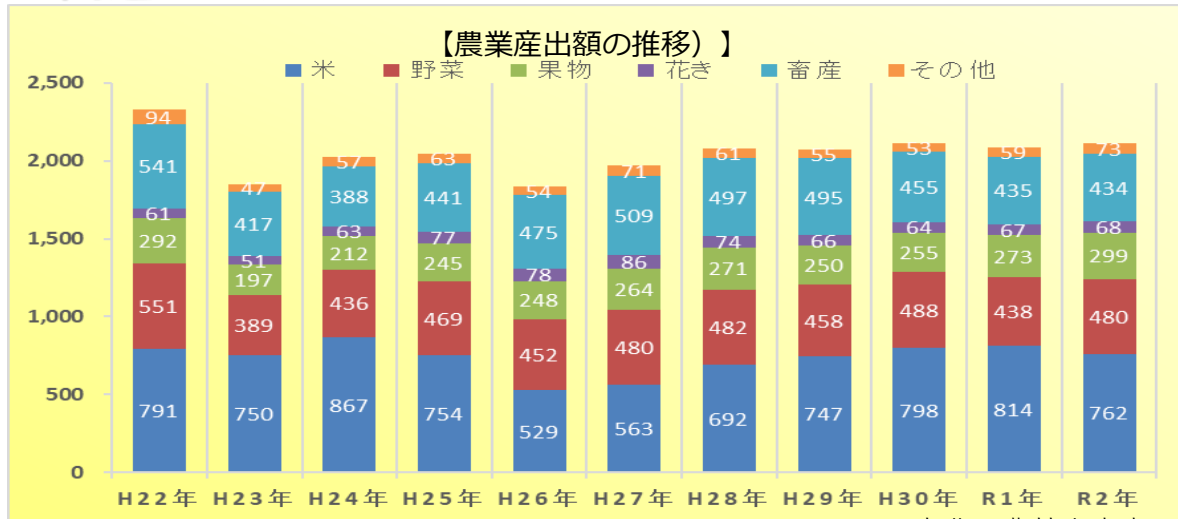


<補完指標>

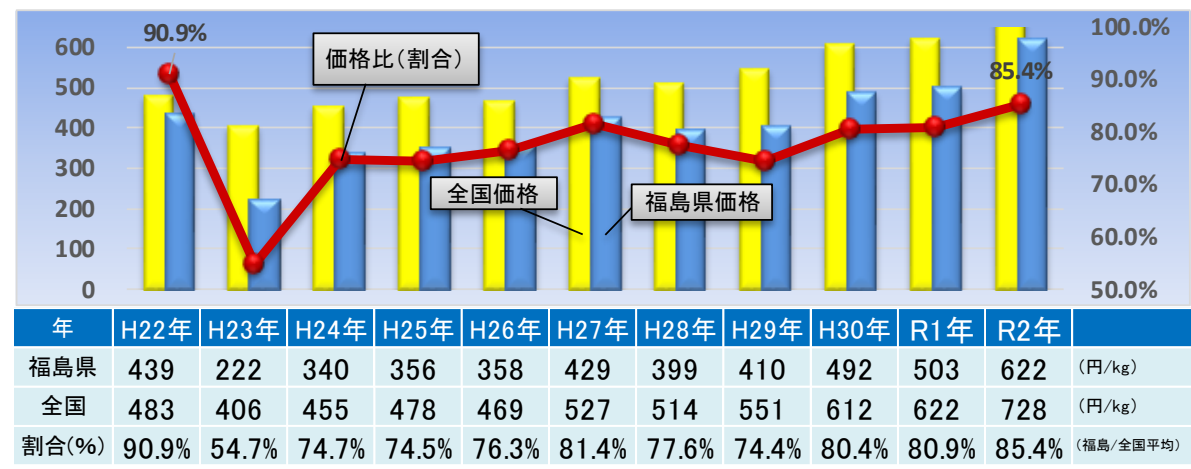
補完指標として「県産農産物価格の回復状況（米、もも、牛肉）」や「県産農産物の輸出額」「観光客入込数」「外国人宿泊者数」について設定する。

県産農産物価格の回復状況（米） <small>※県産米取引価格の全国平均価格に対する割合。 震災前の割合を100*とした場合の現在の水準 *震災前の米の全国平均価格に対する県産米の割合： 98.40%</small>	現況値（R元年）	98.43
	目標値（R12年）	100
県産農産物価格の回復状況（もも） <small>※県産もも取引価格の全国平均価格に対する割合。 震災前の割合を100*とした場合の現在の水準 *震災前のももの全国平均価格に対する県産ももの割合： 90.92%</small>	現況値（R2年）	93.97
	目標値（R12年）	100
県産農産物価格の回復状況（牛肉） <small>※県産牛取引価格の全国平均価格に対する割合。 震災前の割合を100*とした場合の現在の水準 *震災前の牛肉の全国平均価格に対する県産牛肉の割合： 95.74%</small>	現況値（R2年）	90.58
	目標値（R12年）	100
県産品輸出額	現況値(R2年)	905百万円
	目標値(R12年)	2,000百万円
観光客入込数	現況値（R2年）	36,191千人
	目標値（R12年）	60,000千人
外国人宿泊者数	現況値（R2年）	51,180人泊
	目標値（R12年）	300,000人泊

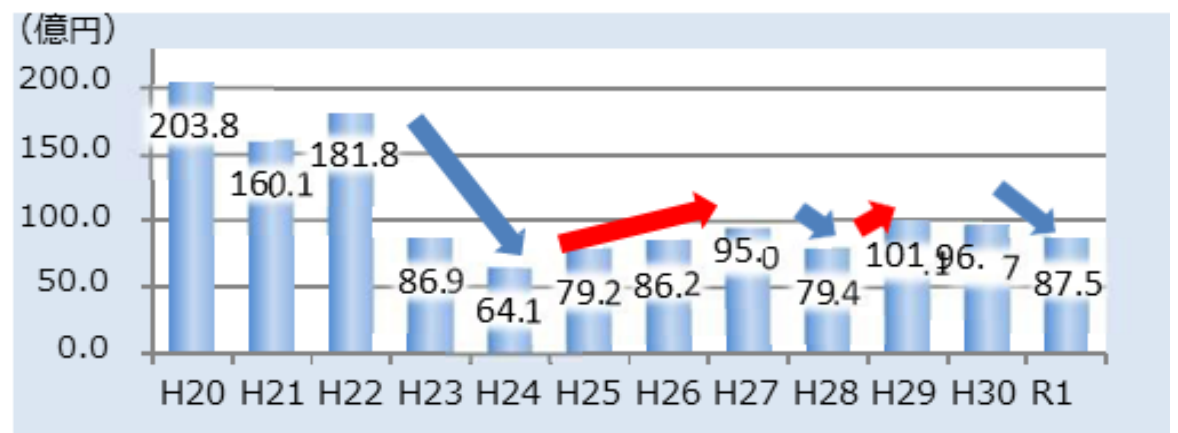
## ● 関連データ < 継続 >

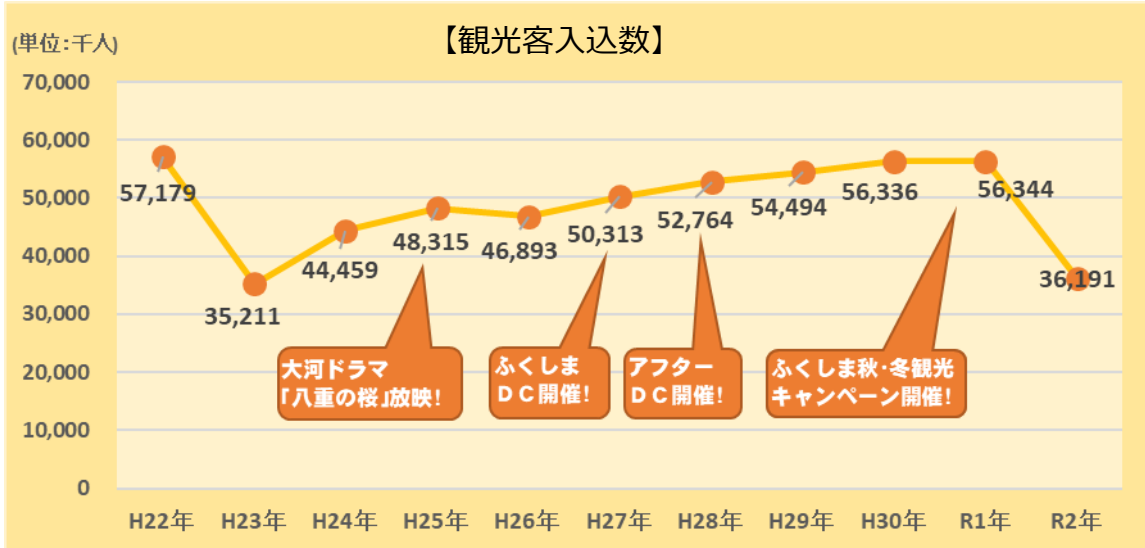


## 主な農産物価格の推移(もも) ※県産品価格と全国価格の比較

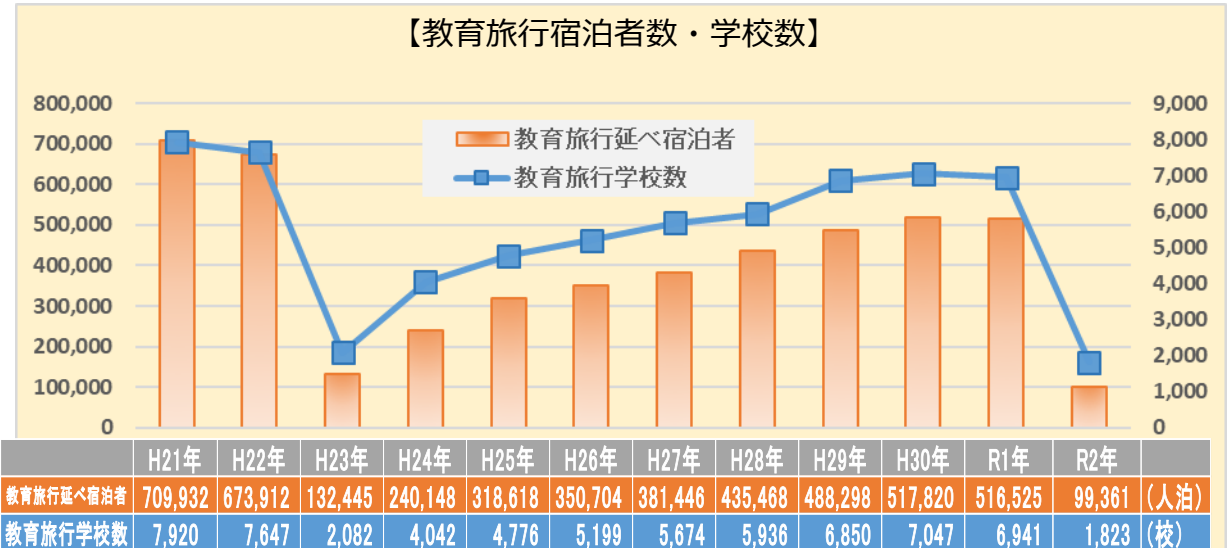


## ◆ 海面漁業産出額

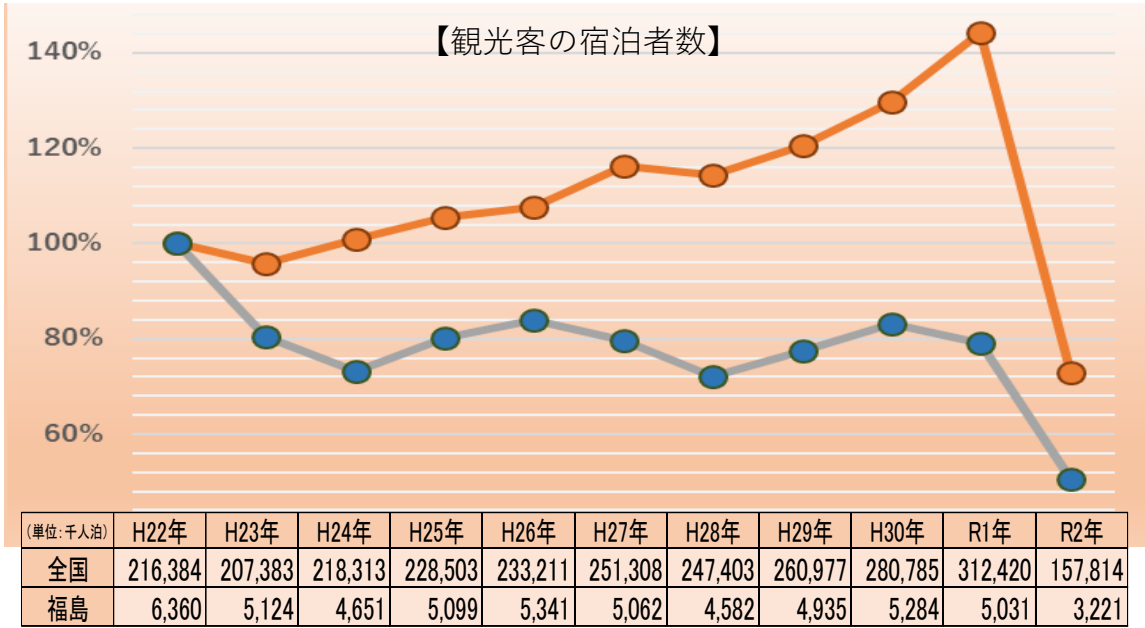




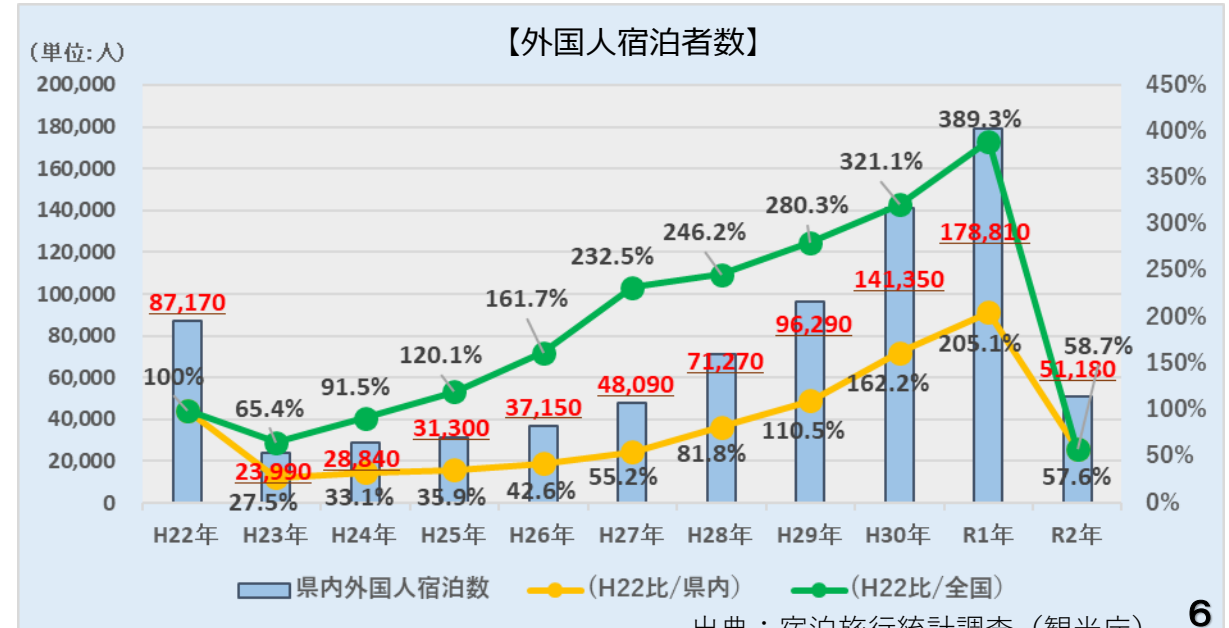
出典：福島県観光客入込状況（福島県）



出典：福島県教育旅行入込調査報告書（福島県）



出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）



出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）