

1. 事業名

ALPS 処理水による風評影響の抑制に向けた水産物の販路拡大事業

2. 事業目的

東京電力ホールディングス株式会社福島第一原子力発電所（以下、「福島第一原発」という。）の廃炉・汚染水・処理水対策は、世界にも前例のない困難な事業であり、様々な対策が講じられている。

令和5年8月、国は福島第一原発のALPS処理水の海洋放出を開始したところ、一部の国及び地域において、日本産水産物等の輸入規制強化措置が発表されており、海外への輸出量が多い水産物等の輸出に影響を及ぼしている。ALPS処理水の海洋放出に係る風評対策を行うに当たっては、ALPS処理水や水産物の安全性に関する理解を醸成することに加え、国産水産物の販路拡大・魅力発信に向けてその魅力や安全性を国内外に広く周知することにより、海洋放出の開始後も変わらず消費される環境を作ることが極めて重要である。

本事業は、こうした政策目的を実現するため、若年層の世帯や無関心層などに対しても十分な説明を尽くしつつ、地域に根ざした魅力発信を強化するとともに、消費者や生産者の結節点となる小売・流通業界とも連携して、全国の消費者を対象とした安全性・魅力発信等、多方面に向けた取組を効率的かつ効果的に実施するものである。

3. 事業内容

上記目的の達成のため、海外からの輸入規制強化措置を含めて、ALPS処理水の海洋放出に伴う影響を受けている水産物を中心に、主に以下の事業を実施する。なお、実際に各事業における業務を実施するに当たっては、本紙に記載の内容にとどまらず、(1)①については経済産業省福島新産業・雇用創出推進室、(1)②及び(2)①については資源エネルギー庁原子力発電所事故収束対応室、(2)②については経済産業省福島事業・なりわい再建支援室及び福島広報戦略・風評被害対応室と相談の上、最も効果が高いと考えられるものを機動的に実施することとする。

(1) 水産物の魅力発信・消費拡大事業

①小さな子供を抱える若年層の世帯や無関心層へのアプローチにより、ホタテ貝をはじめとする国内水産物の消費を拡大するため、コンペティション受賞歴のある著名なデザイナー・ディレクター等を起用し、3種類以上のデジタルコンテンツを新規で制作するとともに、個人や他の事業者による当該コンテンツを活用した広報が自然と広がるような工夫をすること。また、子供を含むインフルエンサー（SNS総フォロワー数100万人以上を保有）を10名以上起用して上記で制作したコンテンツを用いたSNS発信を行うとともに、200以上のデジタルメディアに掲載すること。更に、消費者向けイベントやメディア向けPR等を数日間実施し、上記で制作したコンテンツを広く消費者に認知させること。

②多くの消費者が水産物の魅力・安全性に触れることができるよう、国内水産物を広くPRするイベントの開催をはじめ、各地域の実情に応じた地域の魅力発信イベント（地域ブロックでの開催、10回程度）・広報活動（10回程度）の実施や物産展・展示商談会等への出展（3回程度）等を支援する。

(2) 小売・流通関係事業者と連携した水産物の販促・魅力発信事業

①消費者の接点となる小売・流通関係事業者の協力を得つつ、店頭等における物産展やキャンペーンといった取組（30者程度）を通じて、一般消費者に対し、福島県及びその近隣県の水産品の購入・入手機会の提供や、販促・魅力発信活動を実施する。

②小売・流通業界を含めた企業等への国内水産物の消費拡大・情報発信を行うことを通じて、多くの消費者が国内水産物の魅力・安全性に触れることができるよう、当該企業等と水産関連事

業者（80 者程度）との接点を持たせながら、国内水産物の消費拡大のための取組（消費拡大のための工夫を凝らした応援キャンペーンを最低 1 回、1～2 ヶ月程度は実施すること）を実施する。

（3） 報告書の作成

事業の成果について、報告書を取りまとめたうえで、事務局を經由して担当課室に納入すること。なお、必要部数や書類形式等については、事務局と相談すること。