

平成25年度地方消費者行政活性化交付金  
国と地方のコラボレーションによる先駆的プログラム 取組事例集  
( 要綱付属編 Ⅰ. 風評被害の防止 関係 )

1 . 風評被害を吹き飛ばせ「しらかわ紅葉まつり」＜白河市（福島県）＞・・・ 2

2 . 「おいしい北塩原村」グルメモニターツアー＜北塩原村（福島県）＞・・・ 4

参考資料

平成 25 年度地方消費者行政活性化交付金交付要綱付属編（食品ロス抜粋）・・・6

## 1. 【白河市（福島県）】風評被害を吹き飛ばせ「しらかわ紅葉まつり」

### <事業概要>



風評被害の影響から、農産物の売り上げや農産物を扱う観光施設の入り込み数が落ち込んでいることから、9市町村（白河市・西郷村・泉崎村・中島村・矢吹町・棚倉町・埴町・矢祭町・鮫川村）が連携し、アンテナショップ的な存在である産直施設や温泉施設を繋ぐスタンプラリーの実施により、地場産品の販売促進を加速させるとともに、各施設に放射線物質の測定結果を公表して安全性を訴えました。

また、多くの観光客が訪れる紅葉の時期に合わせ、県南地方の美味しい産品を食べながら、食の安全性を訴えるイベント「紅葉まつり」を開催しました。

### <事業実施結果及び事業効果>

スタンプラリーの事前準備として、10都県（宮城県、福島県、山形県、新潟県、栃木県、茨城県、千葉県、埼玉県、群馬県、東京都）の道の駅や9市町村の市役所等に台紙 55,000部を配置していただきました。スタンプラリーは、9市町村 18施設と2イベント時に設置されたスタンプのうち3箇所分を集め、応募いただいた参加者に抽選で地場産品の詰め合わせをプレゼントするという企画で実施し、853通の応募をいただきました。また、紅葉まつりでは2日間で約 2,000 人に参加していただき、一定の風評被害の払拭の貢献できたと考えています。

スタンプラリーでは参加者の2割が福島県外からお越しいただいております、イベントにおいても県外からも多くの方が参加したことで、県南地方の食の美味しさをPRできたと考えています。また、放射性物質の測定結果を多くの方に見ていただいたことで食に対する安全安心の意識が少しずつではありますが、浸透してきていると感じています。



野菜の安全性を訴えるパネル



紅葉まつり会場の様子

## ＜今後の課題＞

風評被害払拭に向けた取り組みは、一過性のものでなく継続した取り組みが必要であると考えています。今後も食の美味しさや安全性をイベント等と連動して啓発して行きたいと考えています。

## ＜事業の収支＞

| 歳入                        | 歳出                                                                                                                                                 |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政活性化交付金<br>4,000 千円 | 事業経費 3,991 千円<br>うち、基金対象経費 3,991 千円<br>(細目)<br>・ 報償費 90 千円<br>・ 需用費 2,891 千円<br>・ 需用費 (食料費) 19 千円<br>・ 役務費 691 千円<br>・ 使用料及び賃借料 300 千円<br>残 額 9 千円 |

《白河市・西郷村・泉崎村・中島村・矢吹町・棚倉町・埴町・矢祭町・鮫川村のプロフィール》

- ①人口（地域計） 63,427（147,964）人（平成 26 年 1 月 1 日現在）  
②高齢化率（地域計） 24.1（24.9）%（平成 26 年 1 月 1 日現在）

## 2. 【北塩原村（福島県）】「おいしい北塩原村」グルメモニターツアー

### <事業概要>

東日本大震災以降、冬の風物詩とされてきたワカサギの原発事故による放射性物質汚染が発生しました。基準値を下回った現在も、風評により釣り客が激減しています。特に放射能に敏感な首都圏ファミリー層の減少が顕著であることから、首都圏発のモニターバスツアーを開催（参加者負担：6,000円）し、実際に釣り体験し、ワカサギの安全性とおいしさを直接消費者へ伝えました。そのほかにも、そば打ち体験など、五感を直接刺激する体験をするなかで放射線量の正確な数字を理解していただくことを目的に実施しました。

### <事業実施結果及び事業効果>

モニターバスツアーのチラシを作成し、交流のある東京都杉並区、福島県八重洲観光交流館に設置していただきました。また、東京駅丸の内改札付近の既存広告を利用し、追加で広告を行いました。さらに、催行者所有の SNS 媒体やイベントの場を活用し参加者を募集しました。

ツアーは、平成 26 年 3 月 1 日（土）～2 日（日）、8 日（土）～9 日（日）の 2 回実施し、合計 59 名に参加いただきました。首都圏の消費者が実際に当村へ足を運んでいただき、五感で村の特産品の安心・安全性を体験していただくことができました。また、地元へ帰ってからの福島県産品への消費行動を促進することができ、さらなる口コミ効果なども期待できると考えています。



そば打ち体験の様子



ワカサギ釣りの様子

### <今後の課題>

子供から年配の方まで幅広い年代の方に参加していただき、アンケートを実施した結果様々な意見を聞くことができました。その中で、現在、福島県の放射能の線量等に不安を口にする方は少なく、福島県産品等の消費行動について消極的な人も半数を下回っていました。このことは、震災から 3 年経過し風化していることも否めませんが、安心・安全が認識

されているととってもよいと考えています。しかし、今もなお不安に感じている人もいることは間違いないため、引き続き地道なPR活動が必要だと思われます。

また、関東から西の参加者からは、地震そのものに対する不安の声も聞かれました。これは、正確な情報が伝達されてないものと考えられ、今後は福島県から離れた場所などへの情報発信も必要と考えています。

#### ＜事業の収支＞

| 歳入                        | 歳出                                                                                                       |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政活性化交付金<br>2,000 千円 | 事業経費 1,839 千円<br>うち、基金対象経費 1,839 千円<br>(細目)<br>・委託料 1,600 千円<br>・需用費 113 千円<br>・役務費 126 千円<br>・残額 161 千円 |

#### 《北塩原村のプロフィール》

- ①人口 3,052 人（平成 26 年 11 月 1 日現在）
- ②高齢化率 28.9%（平成 26 年 1 月 1 日現在）

## I. 風評被害の防止

### 1. 事業目的

消費者が、不正確な情報や思い込みに惑わされることなく、自ら安全な食品の選択が可能となるように支援するため、食品と放射能に関するリスクコミュニケーションの強化を進めるとともに、被災地を応援する消費者に対する情報提供等を促進することを目的とする。

本事業の実施状況及び結果を、消費者庁において分析・検証し、消費者への正しい情報の提供や理解増進に効果的な事業については、被災地に情報提供し、風評被害の払拭をより一層推進する。なお、実施に当たっては、消費者が安心できるような生産者の取組が直に伝わるよう、消費地と生産地の自治体が相互協力の上、事業を進める。

### 2. 交付対象事業

1. の事業目的を主たる目的とした事業であって、次のいずれか1つ以上の取組を含むもの。

#### (1) 消費地の消費者と被災地の生産者等との交流を図るためのイベント開催

イベントの内容として、原則として以下の全てを含み、これらに関する費用を対象とする。ただし、販売産品を値引き販売するための費用を除く。

- ①生産者等による放射性物質の低減のための取組紹介や放射性物質測定結果等の公表
- ②被災地産品を用いた説明（展示即売、カタログ等の注文書の配布も含む）
- ③食品と放射能に関する説明（基準値等の解説）

#### (2) 商店街等が主催する被災地産品フェア等に対する支援

被災地産品を取り扱うフェア等を実施する商店街等に対する、当該フェア等の実施のための費用であって、主に消費者の理解増進のための費用を対象とする。ただし、販売産品を値引き販売するための費用を除く。

被災地産品フェア等は、販売活動のみでなく、消費者の理解増進のため、以下のいずれかに関する資料（チラシ等）配布やパネル掲示を含むこと。

※消費者庁作成の資料の提供については、応相談

- ①生産者等による放射性物質の低減のための取組の紹介
- ②食品と放射能に関する基本的な知識の解説

### (3) 被災地産品に関する消費者の理解と応援のための事業

被災地応援や放射性物質の低減への取組等について消費地の消費者を対象としたコンテンツの作成等

(コンテンツの例)

- ① 当該地方公共団体内の被災地産品取扱い状況  
(小売店の取扱い状況の調査とホームページ上での検索システムの構築等)
- ② 食品と放射性物質に関する基本的知識
- ③ イベント等の開催予定・案内
- ④ イベント等の開催結果
- ⑤ 被災地産品フェア等の告知
- ⑥ 新たに被災地産品の取扱いを始めた小売店の紹介等
- ⑦ 風評被害払拭のための取組の広報(放射性物質の低減への取組等)

#### ※コンテンツの媒体例

ホームページ、ポスター(中吊り広告を含む)、チラシ、動画(映像)、パネル等

なお、(1)及び(2)の実施に際して行うイベント等に関する開催案内や配布物については、それぞれ当該事業の中で費用を計上すること。ホームページについては、開設又は拡充のために費用が発生する場合に限る。

### 3. 事業ごとの上限額

対象事業(1) 1 イベントについて上限 5,000 千円

(2) 1 商店街等当たり上限 300 千円/1 日、  
1 地方公共団体当たり上限 4,000 千円

(3) ①～⑥ 1 イベントについて上限 600 千円

⑦ 1 件当たり上限 5,000 千円