

風評被害に対する行動計画

はじめに

- 福島県の皆様方に今なお多大なご迷惑をおかけしております福島原子力発電所の事故から7年近くが経過いたしました。
- その間、関係する皆様方による様々な取組が行われた結果、空間線量も大幅に低下し、米の全袋検査においても平成27年産以降基準値を超過した米がないなど、その状況は復興に向けて着実に改善してきているものと認識しております。また、本計画の策定に当たって、様々な方のお話をお伺いする中で、まだまだ局所的ではありますが、福島の農産品や水産品を巡って明るいニュースがあることにも気づかされました。
- しかしながら、こうした情報が十分に流通関係者や消費者に伝わらず、事故前の流通経路が回復しないなど、残念ながら風評被害は継続しております。
- 事故の記憶が風化していくことは決してあってはならないことですが、その後の環境の改善、安全性確保の対策、福島の農産品や水産品に対する高い評価などの変化は、正しく認識され伝わることにより、一日も早い福島の復興に繋がっていくものと考えております。
- 当社としては、農産品、水産品に焦点をあてて、風評被害の払拭に向けた行動計画を検討して参りました。言うまでもなく、風評被害の払拭は、生産者の方々をはじめ、地元自治体や国など様々な方の取組がなければ実現できないものであり、当社の独りよがりでは解決できない問題だと考えます。しかしながら、事故を起こした当事者として、まずは当社の取組に対する考え方を表明し、今後関係者の方々のご意見を頂戴することが重要との認識のもと、本計画をとりまとめた次第です。
- 計画のとりまとめに当たっても、生産関係者、流通関係者、小売関係者、外食関係者など幅広い分野の方々からご助言をいただきました。御礼を申し上げます。

基本的な考え方

- 当社は新しい経営体制の下で「ひらく」「つくる」「やり遂げる」を合い言葉として掲げており、このことは、福島風評被害払拭に向けた活動にも当てはまると考えております。
- 風評被害払拭には、まず事故後に閉ざされてしまった流通経路を「ひらき」、消費者の方々が様々な場面で福島の農産品・水産品に触れる機会を創出することが必要です。当社としては様々なキャンペーンやフェアといった手段を通じてこうした機会を「つくる」ことを目指します。
- 風評被害払拭は、もとより当社力だけではできず、生産者の方々、流通業者の方々、消費者の方々、メディアの方々、福島県はじめ地元自治体や国など多様な方の参加がなければ解決ができないものと考えます。当社としては、自ら汗をかきつつも、様々な方との協働を通じて「ひらかれた」取組を展開したいと考えます。
- また、食品安全や地元の環境について正しい情報が提供されるように努めるという意味においても「ひらかれた」取組を展開したいと考えております。
- 福島のみならず、震災後農業や水産業自身を巡る環境、流通や消費の形態が変化するなかで、取組に当たっては、そうした変化を踏まえた実効性のある新たな取組を行うべき場合も多いと考えます。当社としてもこうした新たな取組を「つくる」お手伝いについても考えて参ります。
- 当社は、一日も早い風評被害の払拭を目指して、こうした取組を「やり遂げ」て参ります。

計画

(1) 「ふくしま」に触れ体験する機会を増やす活動

- ・グループ全体での福島県産品の購入拡大
 - 企業内マルシェの開催
 - 企業内食堂での福島食材調達
 - 社員有志による定期購入活動
 - 首都圏における福島県産品取扱店のマップ化を展開(ふくしま応援企業ネットワークへの展開含む)
- ・ふくしま応援企業ネットワーク会員企業内での福島県産品の利用支援
 - 応援企業ネットワーク主催イベントの企画・開催支援
 - 会員企業内でのマルシェ開催や食堂での利用拡大支援
 - 会員企業への福島県産品販売情報の提供
- ・外食業界、小売り・量販業界への福島県産品取扱促進活動
 - 小売店・量販店での常時取扱いに向けた活動の実施
 - 外食店での取扱い拡大に向けた活動の実施

(2) 安全性に関する正しい情報等の効果的なPR

- ・福島第一原子力発電所に関する情報発信、放射線に関する理解活動の推進
 - 消費者や流通プロセスのキーマン等を対象とした福島第一原子力発電所の情報発信、福島第一原子力発電所への視察受入れ拡充、放射線に関する理解活動の推進
- ・福島県産品の安全性や魅力に関する情報提供
 - 各種イベントやブース等での福島県産品のご紹介
 - 多様なメディアへの福島県産品の安全性や魅力に関する情報提供

～以下、関係者のご意見を踏まえて具体化を検討～

(3) 「ふくしま」の生産・流通・消費事業への関わり方

- ふくしまの農業・水産業の発展を目指す方々との協業のあり方
- 福島県産品の高付加価値化(ブランド化)への関わり方

以上