

福島第一原子力発電所

廃炉・汚染水対策に関する取り組みについて ～情報発信・コミュニケーション～

2018年4月27日

東京電力ホールディングス株式会社

目次

1. 廃炉・汚染水対策に関する情報発信・コミュニケーションについて
2. ご視察を通じた取り組み
3. 廃炉情報誌「はいろみち」
4. 教育界とのコミュニケーション ～次世代への理解活動～

配布資料：廃炉情報誌「はいろみち」第7号

1. 廃炉・汚染水対策に関する情報発信・コミュニケーションについて

当社からの一方通行の情報発信ではなく、双方向のコミュニケーションが重要。
地域の皆さまが知りたい情報をお伺いし、わかりやすく伝えるため、以下の取り組みを実施。

- 国内外のマスメディア・有識者に福島第一原子力発電所のご視察、当社経営層や協力企業作業員への取材・インタビューの機会を設け、廃炉・汚染水対策の状況を広く発信していただいた。
- 社会の皆さまの関心が高い廃炉作業の進捗や労働環境の改善などについて、わかりやすく解説するウェブコンテンツ（動画、バーチャルツアーなど）を公開。当社ウェブサイトやソーシャルメディア（フェイスブックやYouTubeなど）を活用し、国内だけでなく海外にも広く発信することで社会の皆さまとのコミュニケーションを実施。

<ウェブコンテンツの例>



廃炉作業の進捗の解説動画
「2号機原子炉格納容器内部調査」



廃炉作業の進捗の解説動画
「3号機燃料取り出し用カバー設置」



「廃炉の現場をめぐる
バーチャルツアー」

2. ご視察を通じた取り組み

- 大半のご視察者の方が、実際に自分の目で見ることで理解が深まると評価していただいている。
- ご視察いただいた方からのご意見・ご要望を伺いながら、継続的に視察の品質向上を図る。
- より多くの皆さまにご視察いただくこと、特にご避難されている方も含め、多くの地元の方々に視察していただけるよう、視察受け入れ体制の強化、土曜日の視察枠新設、13市町村の自治体、自治会組織などの皆さまへの積極的な勧奨を進めている。

(2017年度視察者数 約12,000人→2020年度 20,000人)

<参考> 全視察者に占める福島県内の皆さまの割合は、約3割。

ご視察の標準的なスケジュール例

<所要時間：約4時間>

- 10:00 旧エネルギー館（富岡町）に集合（ご視察者手配のお車）
- 10:00～10:50 福島第一原子力発電所の概要説明および入構案内（事前の本人確認など含む）
- 10:50～11:10 福島第一原子力発電所へ移動（東電移動用バス）
- 11:10～11:45 入退域管理施設で入構手続き
- 11:45～12:30 構内視察（構内専用バスの中からのご視察）
- 12:30～12:50 大型休憩所で昼食（作業員の皆さまと同じあたたかい食事をとる）
- 12:50～13:10 福島第一原子力発電所退構
- 13:10～13:30 旧エネルギー館へ移動（東電移動用バス）
- 13:30～13:50 アンケート、質疑応答、解散

<視察者からのアンケート結果より>

- ・直接、目で見るのが大切であると感じた
- ・労働環境などもよく、安全に管理されていると感じた
- ・メディアでは伝えられていない実態、取り組みを知ることができたのは貴重な体験だった

3. 廃炉情報誌「はいろみち」

- 2017年4月に創刊、以後2ヶ月に1回の頻度で発行。
- 廃炉事業の進捗だけでなく、廃炉事業に関わる人物がどのような思いで廃炉事業に向き合っているかなどをお伝えする情報誌。
- 当初は10,000部程度の発行だったが、地域の皆さまやご視察に来られた方への配布を拡大し、第7号（2018年4月10日発行）からは34,000部を発行。



第6号（2018年2月発行）

【コンテンツ紹介】

- キーパーソンに聞く！
→廃炉事業を進めるうえで重要な人物（キーパーソン）に、廃炉事業の現在や今後の課題、福島復興への思いなどをインタビュー
- 放射線データの紹介
→当社が公表しているさまざまな放射線データについて、測定目的や測定方法について分かりやすくご紹介
- 「あの日から」
→3.11の事故対応にあたった東京電力社員に当時の状況や気持ち、将来に向けた思いについてインタビュー
- アラカルト
→第6号では、第2回廃炉創造ロボコンで見事な成績をおさめた一関工業高等専門学校（岩手県）の奮闘や次世代技術者の育成に関する取り組みを取材

4. 教育界とのコミュニケーション ～次世代への理解活動～

- 教育界関係者（教員、大学生など）のご視察は年々増加傾向。
→実績（2016、2017年度）：教育団体・教員・大学生等、74件・1,386名
- 高校生以下の視察ニーズに対応。
（保護者ならびに学校長の承諾のもと実施）
→実績（2016、2017年度）：県内の高校生及び高専生等、4件・37名
→意見交換会では復興の取り組みや今後のエネルギーのあり方等、活発な質疑が行われ問題意識や意欲の高さが伺えた。
- 今後も教育界と連携を強化し、次世代層の視察受け入れを拡大。

ご視察概要

- 1～4号機外観や凍土遮水壁設備など、視察標準ルートをバス車中より、約50分間にわたり視察
- 併せて、当社との意見交換を実施

<視察者の主な感想>

- ・ 廃炉は大変な作業で社員の方はとてもご尽力されていると思うが、このような取り組みを行っていて、本当に会社として成り立つのか。
- ・ どのようなロボットを使っているのか具体的に教えて欲しい。
- ・ 事故の前後で地域との関係はどのように変わったのか。今後、どのような関係を築いていくのか。
- ・ 再生可能エネルギーの普及が進む中で、今後も原発は必要と考えているのか。
- ・ このように若い人が福島第一原子力発電所を視察することは良いことだと思うが、福島県外からも来てもらえるように企画をしたらどうか。（引率教諭）



【現場視察の様子】



【意見交換の様子】



【参考】風評への対応 ～風評被害に対する行動計画～

- 2018年1月31日に「風評被害に対する行動計画」を策定。

「ふくしま」機会を増やす活動に 触れ体験する	東京電力グループ全体での 福島県産品購入拡大	<ul style="list-style-type: none"> ■ 企業内マルシェの開催 ■ 企業内食堂での食材調達 ■ 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展開
	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利用 支援	<ul style="list-style-type: none"> ■ 応援NW主催イベントの企画・開催支援 ■ 会員企業内マルシェ開催や食堂利用拡大支援 ■ 会員企業への福島県産品販売情報の提供
	外食・小売・量販業界への福島 県産品取扱促進活動	<ul style="list-style-type: none"> ■ 小売・量販店での常時取扱いに向けた活動実施 ■ 外食店での取扱い拡大に向けた活動の実施
情報等の効果的なPR 安全性に関する正しい	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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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の情報発信、福島第一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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 各種イベントやブース等での福島県産品の紹介 ■ 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
<p>※「ふくしま」の生産・流通・消費事業への関わり方については、関係者のご意見を踏まえて具体化を検討</p>		

【参考】風評への対応 ～「ふくしま」に触れ体験する機会を増やす活動～

- ふくしま応援企業ネットワークは、2014年11月設立時の会員企業11社から103社(2018年3月現在)へ拡大し、福島県産品を利用支援。
- 首都圏の外食店、小売店へ、福島県産品の取り扱い拡大にむけた提案活動を展開。

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利用支援

- ◆ 会員企業は、社員食堂での福島県産品の利用促進や企業マルシェ（産直市）を開催。

項目		2016年度実績
■ 社員食堂での福島県食材の購入促進	県産米消費量	816トン
	特別メニュー提供	約43,000食
■ 企業マルシェの開催（産直市）	開催回数	354回
	売上金額	約14,000万円
■ 贈答品、記念品での福島県産品の普及拡大	購入金額	約2,100万円

※ 数値は当社の取組実績を含む
 ※ 2017年度は現在集計中

外食・小売・量販業界への福島県産品取扱促進活動

外食

- ◆ 2018年3,4月、サントリーグループのダイナック「響」12店舗ならびに「萬鉄」において、福島牛他を使用したメニューをご提供。



福島牛を使用したメニュー

小売

- ◆ 2017年10月、福島県産米の販売と購入をつなぐツールとして、「こめまっぷ」を作成・公表。（ふくしま応援企業ネットワーク会員企業のみ閲覧可能）
- ◆ 2017年12月、クイーンズ伊勢丹笹塚店にてミルクークイーンの試食販売を実施。他店舗を含む14店舗で販売し、2kg×500袋を完売。



ミルクークイーンの販売風景