

－2023 事業年度業務実施結果に対する評価・提言－ （２）対話活動

■はじめに

評議員会は、2023 事業年度業務実施結果（本資料別紙参照）に対し、評議員会としての評価・提言を取りまとめるよう原子力発電環境整備機構（以下、「機構」という。）理事長から諮問を受けたことを踏まえ、以下のとおり、機構の対話活動に係る評議員会による評価・提言の内容を報告する。

なお、対話活動の評価・提言にあたっては、機構の対話活動に関する取組みを以下3つのカテゴリーに分け、各カテゴリーについて評価・提言を行う手法をとっている。

（評価カテゴリー）

- ①全国各地の皆さまとの多様な対話活動
- ②メディアによる全国への情報発信
- ③社会的側面に係る研究支援に関する情報発信と支援内容等の改善

■評議員会による評価・提言（対話活動）

（総論）

地層処分事業への全国的な関心喚起や、多くの地域における文献調査の受け入れを目指し、対話、広報活動を積極的に行っており、対話活動の軸となる「対話型全国説明会」の参加者総数の増加やその8割が初参加者となるなど、一定の成果が挙げられている。また、多様な情報発信についても、新聞広告だけでなくインターネット広告の活用やジオ・ラボ号の積極的な運用、環境イベントへの初参加など、新たな取組みも増えており、次世代層の教育機会への参加や社会的側面に関する研究への支援再開も含め、積極的な姿勢が見える。

しかし、処分事業への関心を持っていただいた地域はあったが、目標とする新たな文献調査地点は2023年度内には実現できておらず、成果につながる取組みとなるよう、一層の努力が必要となる。特に関心喚起の対象と事業内容を総合的に考えた戦略的取組みを期待する。

①全国各地の皆さまとの多様な対話活動

（１）評価

各地での対話活動を広げる「対話型全国説明会」を、2023年度は全国22会場で、全て対面形式で実施し、合計544名の参加者を得ている。2022年度の387名から参加者数が増え、初参加が8割に上るなど、社会への情報提供の成果が挙げられている点は評価できる。

特に認知経路に関し、インターネット広告が18%から34%に増加しており、次世代層を意識した情報提供や大学での出前授業など、新たな取組みが関心層を着実に広げている。

「説明会に対する評価」について、参加者アンケートでは、「理解度」に関し映像、説明、質疑の3項目で昨年度より若干減少しているものの、61%から71%と比較的高い水準を維持できているが、「満足度」は10%減少して47%になっており、これは対応すべきと考える。

原因は参加者増の影響が考えられるとの自己評価だが、少人数の車座による丁寧な対話が「対話型全国説明会」の特徴であり、研修などで機構職員の対話力向上に努め、対話に参加できる機構職員の育成が必要である。なお、参加者数の増加にも関わらず、機構職員の説明に対する肯定的意見「わかりやすかった・納得できた・身近に感じた」などの割合が前年比でほぼ横ばいだったことは評価する。

「自治体や経済団体等への訪問」については、「国・機構・電力の合同チーム」の活動により多くの自治体の首長に直接アプローチできたことは大きな成果と考える。今後はこの活動を新たな関心拡大につなげていくことが必要である。なお、文献調査には至らなかったが、これまでの機構の地道な対話活動が、地域での処分事業の検討につながった点は評価する。

学習活動を支援する団体は、2018年度以降着実に増加しており、2023年度125団体支援した中で新規団体は31団体に上った。地域で地層処分事業に関心を持つ団体の学習活動の深化に向けて、学習団体の全国交流会等を実施するとともに、学習団体同士の世代や地域を超えた連携活動なども幅広く支援していることは重要と考える。このような広がりが、次世代層の獲得や新たな文献調査地域の発掘につながることを期待する。

(2) 提言

「対話型全国説明会」参加者の「満足度」低下に対し、機構職員の対話力向上は当然として、1テーブルの参加者数の適正化など、運営の見直しが必要ではないか。説明会対応できる機構職員を増やしテーブル数を増加させ、各グループの対話人数を8人以内に収めることを提言する。

なお、現行形式は全国の方々とじっくり対話することや機構職員の対話力向上など意義は高いが、より効率的、効果的な形式について検討することが必要という意見もある。

また、説明会への女性参加者が前年比10%減少し18%と少ないが、開催曜日や時間設定から考えると、世代を含めて常にすべての方々を対象にするのは難しい。開催地域によって対象目標を設定して曜日や日時を決めるなど、戦略的に企画、実施することを提言する。

自治体や経済団体の訪問について、「国・機構・電力の合同チーム」を中心として首長への直接訪問が実施されているが、今後は訪問した自治体へのフォローが重要である。また、人的資源の関係から、合同チームの活動と反比例して、機構が実施してきた「対話型全国説明会」開催に伴う自治体、経済団体訪問が減少傾向にある。しかし、説明会開催前後の報道は様々であり、事前に開催自治体や経済団体の理解を得ておくことは重要である。長期的な視点から機構としての自治体や経済団体の訪問活動のあり方について、再検討を提言する。

学習支援事業は、学習団体の満足度や累計の支援団体数で着実に成果が挙がっており、団体間の交流も活発に実施され、新しい有望地域の掘り起こしにも影響する意義深い事業と考える。また学習団体の全国交流会には女性参加者も多く、次世代を対象にした団体もある。

対話型全国説明会では女性や次世代層の参加はまだまだ少ないが、自ら活動して地域に呼び掛ける学習団体は、参加者に適した活動時間を設定できる利点もある。各対話活動の特徴を踏まえ、多くの方々処分事業への関心を高められるよう、総合的な支援を期待する。

②メディアによる全国への情報発信

(1) 評価

機構職員の顔の見えるオウンドメディア「シン・ちか通信」の発行、エコプロへの出展など、全体的に新しい取り組みを積極的に広げており、意欲の高さを評価する。

「新規地点の浮上も視野に入れたマス広告」については、昨年度のアンケート調査の結果を踏まえ、地層処分事業や機構の技術力に関し、ストーリー性が伝わるように順序や訴求内容の変更を行い、シリーズ広告として次回予告を追加するなど多くの工夫がなされている。このような試みは読者の関心の喚起と理解の深化に有効である。

「技術情報の発信強化と魅力アップに向けた機構ホームページの改善」について、機構のホームページのリニューアルにより情報へのアクセスがしやすくなっており、ホームページ閲覧数やエンゲージメント率の向上に寄与していると考えます。

「広報ブースの出展」について、エコプロへの出展では、教育関係者に監修を受けるなどの対応に加えて、地層処分事業をSDGs目標「つくる責任、つかう責任」「技術革新」「まちづくり、経済成長」とも関連付けたのは、よく考えられて非常に興味深い。将来的な技術革新などのストーリーを見せていくことは組織として良い方向に繋がっていくため評価する。参加者も小中高校などの若い世代が多く、継続して対応することを期待する。

「授業研究支援」について、地層処分への理解増進には、学校教育へのエネルギー問題の導入が必要といわれる中、機構は2023年度から新たに放射線教育に関する交流会、小学校での教育課程における実践をテーマとしたオンライン交流会を開催し、新規研究会の立ち上げなど教育関係者の方々の横のつながりを強化したことは評価できる。教育ワークショップについては、これまでにネットワークが築きにくい地域で開催することで、新規支援先の拡大につながる取組みとして重要である。

「報道関係者への情報発信」については、新規担当記者を中心とした勉強会の実施や、丁寧な問い合わせ対応を継続して実施することにより信頼関係の構築を進めている点を評価する。

(2) 提言

新聞広告やWEB動画広告などのマス広告は、地層処分事業の認知を高める点で効果があり、今後はマス広告での関心を高め、次の行動に移る流れを作ることが重要と考える。特に電子媒体の画面と紙媒体の新聞や雑誌、書籍の紙面では、後者の訴求力が勝ると思われ、それぞれの長所を活かした展開を期待する。またテレビCMの実施可否について検討することを提言する。

なお、近年多様性の尊重が重視されており、マス広告が男女の性にとらわれない発信を求められている。機構においては広報内容によって主な対象として男女を区別するものもあるが、今後は基本的な考え方を整理する必要があると考える。

また、「対話型全国説明会」の参加者数は、昨年より増加したものの、各回平均25人であり、労力対効果の面で効率がよいとは言えない。大規模説明会の開催と並行したメディアによる情報発信など、国民理解の拡大という点を踏まえた検討を行うことを提言する。

教育支援に関して、諸外国の状況を見ると、NIMBY問題に対しては、次世代層への教育が成果を挙げている。現在の取組みを継続するとともに、長期的な視点で次世代層に情報を提供するために、副読本の作成などの取組みをさらに充実することを提言する。

広報イベントにおいては、地層処分事業に関連するノベルティを作成、配布することが次世代層の集客に寄与すると考える。特にシリーズものであれば、継続した集客にもつながる。長期的に機構のイメージを向上させることが重要であり、ノベルティ配布はその第一歩となりえるため、積極的な工夫を期待する。

報道機関への定期的な情報提供は、信頼関係づくりという点でも重要であり、機構職員が懸命に取り組んでいる姿勢を継続して伝えてほしい。

③社会的側面に係る研究支援に関する情報発信と支援内容等の改善

(1) 評価

これまでの研究支援事業に対して2022年度に行った調査結果を踏まえ、仕様書を再検討して事業を再開する点については評価する。特に研究期間の延長、支援金額の多様化は、応募者の幅を広

げらうえで重要である。また、支援事業の周知活動強化として、周知先にリサーチ・アドミニストレーターを追加することは方策として適切と考える。

一方で、やはり研究成果の社会への発信については具体的な取組みに繋がっていないように見受けられる。委託先とも引き続き検討してほしい。

(2) 提言

これまでも研究成果を書籍として出版してはどうかなどの意見があったが、研究内容を関連学会で発表することを支援条件にするなど、専門的かつ社会的知見の蓄積につながる方策の検討を提言する。また、単なる研究支援ではなく、地層処分事業にとって有用なものとするのが重要であり、機構職員の成果報告会への参加を促すことを勧める。

なお、この研究支援事業は、原子力以外の関連する分野の研究者に十分に周知されているとは言い難い。今回周知先として大学の研究支援部署が追加されたが、そのうえで適切な研究者に必要な情報が届くよう、周知を工夫してほしい。

また、地層処分に関する研究の裾野を広げることが長期的には大切であり、そのためにも研究者同士の相互交流が重要である。この相互交流は研究期間終了後だけでなく、支援対象の研究が採択されてからなるべく早い段階でも行うべきと考える。

(おわりに)

2023年度は、長崎県対馬市で文献調査受け入れについての具体的な議論が行われた。残念ながら、文献調査の実施には至らなかったが、これは北海道の2自治体で文献調査を開始した後の初の事柄であり、この経験を踏まえて今後の対話活動を進めてほしい。

特に、文献調査に関心があることが社会的に公表された地域において、即座に賛否の議論や賛否の決定が必要なのではなく、文献調査の間に地域の方々の学び合いの場、意見交換の場として「対話の場」を設置し、じっくりと地域の方々に考えていただく時間と場を確保することを、関心を持っていただいた地域の自治体や住民の方々に伝えることが重要と考える。

そして、地域のご意見を大事にしながら、文献調査、概要調査、精密調査と、時間をかけて適地を探していく処分地選定の仕組みを、多様な対話活動で丁寧に地域、社会に伝えながら、一歩ずつ確実にこの処分事業を進めてほしいと考える。

なお、2024年度に入り、佐賀県玄海町が文献調査の受入れを表明された。玄海町で文献調査を開始した際には、住民の方々との丁寧な対話を行うことはもちろん、引き続き全国に対する一層の関心喚起に向けた対話活動や情報発信に努めてほしい。

以上

－2023 事業年度業務実施結果等に係る機構からの説明－ （2）対話活動

■2023 事業年度事業計画における対話活動関連項目

1. 地層処分事業への全国的な関心喚起に向けた多様な対話・広報活動の実施
2. 多様な対話・広報活動におけるマネジメントの強化

■本説明資料における評価カテゴリー（※）

- ①全国各地の皆さまとの多様な対話活動
 1. 地層処分事業への全国的な関心喚起に向けた多様な対話・広報活動の実施
- ②メディアによる全国への情報発信
 1. 全国のできるだけ多くの地域における文献調査の受け入れに向けた対話・広報活動
- ③社会的側面に係る研究支援に関する情報発信と支援内容等の改善
 1. 地層処分事業の社会的側面に関する研究への支援の再開

※上記の評価カテゴリー（①・②・③）で評価・提言をいただくことについて、第78回評議員会（2024年2月8日開催）にてご報告済。（議案78-2「2023 事業年度業務実施結果に対する評価・提言の進め方（案）について」）

評価カテゴリー① 全国各地の皆さまとの多様な対話活動

1. 地層処分事業への全国的な関心喚起に向けた多様な対話・広報活動の実施

（1）「対話型全国説明会」の継続的な開催

ア. 実施状況と参加者増への取り組み

【業務実施結果】

（ア）開催回数、場所、参加者数

- ・「高レベル放射性廃棄物の最終処分に関する対話型全国説明会」（以下「説明会」）を全国各地の22会場で開催した。（参加者数544人）（科学的特性マップ提示以降の開催数は計189回）。

対面開催：22回（平日の夜（18:00～20:00）または土日の午後（13:30～16:00））	
5/31 鳥取県米子市（36名）	9/26 山形県山形市（17名）
6/15 東京都渋谷区（25名）	10/26 岩手県久慈市（19名）
6/22 三重県津市（40名）	10/31 京都府京都市（18名）
7/3 兵庫県加古川市（32名）	11/13 香川県高松市（22名）
7/20 静岡県掛川市（20名）	11/16 佐賀県玄海町（25名）
7/29 徳島県徳島市（17名）	11/29 岡山県総社市（29名）
8/1 広島県尾道市（29名）	12/11 神奈川県相模原市（36名）
8/24 茨城県土浦市（25名）	1/24 大阪府大阪市（22名）
8/30 山梨県南アルプス市（28名）	2/3 長崎県諫早市（13名）
9/5 福井県敦賀市（20名）	2/17 鹿児島県鹿児島市（17名）
9/13 高知県高知市（18名）	3/5 千葉県千葉市（36名）

- ・1会場あたりの平均人数は25人と2022年度の18人を上回った。
- ・参加者数が昨年度より増加したため、事前申込の多い会場は1テーブルあたりの最大人数を10名（変更前8名）に増やして対応できるよう準備した。
- ・初参加の比率は8割強となった。男性及び50代以上の比率は増加した。

- ・10～20代の参加者は22会場計で18名と、昨年度（22会場計で19名）と同程度であった。

<参加者の属性（アンケート）>

	2022年度	2023年度
初参加	87.9%	83.3%
性別	男性69.5%、女性27.9%	男性77.4%、女性17.6%
年齢	50代以上74.7%	50代以上79.4%

(イ) 広報対応

- ・事前告知は、新聞広告、インターネット広告（Yahoo!、LINE）やポスティング等にて実施。認知経路は、「インターネット広告（2023年度34.0%（2022年度17.6%）」、次いで「ご友人からの紹介（2023年度15.4%（2022年度16.3%）」、「ポスティング（2023年度12.9%（2022年度20.2%）」であった。
- ・説明会と連動した広報出展（地層処分展示車「ジオ・ラボ号」等）を3会場（山形、高知、兵庫）で実施。
- ・次世代層がより参加しやすくなる場の提供を目指し、広報部と連携し、大学生を対象に出前授業のカリキュラムで「対話型全国説明会を模した対話の場」を設定し実施した（2回（延べ3大学）33名）。

(ウ) 開催形式、説明内容

- ・開催形式は、対面で実施した。
- ・説明内容は、地層処分事業の概要や安全確保の考え方、地層処分に関する技術開発に加え、文献調査対象自治体における対話の取組み、地域との共生に向けた取組み、全国の学習団体の活動状況を説明した。また、特定放射性廃棄物の最終処分に関する基本方針の改定や対馬市における地層処分に関するご検討、能登半島地震後の地震、隆起、津波に対するご質問、ご意見等への準備及び対応を行った。
- ・説明会の参加者には学習支援事業をご案内するとともに、希望者には機構メールマガジンにて情報提供を行った。

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・参加者数が昨年度平均（2022年度18人→2023年度25人）を上回るとともに、初参加者も約8割あり、全国で新たな関心層の開拓に一定の成果があったものと考えている。
- ・2023年度の参加者数をもとに2024年度の会場選定を行うことで、2023年度よりは大きい規模の会場確保を行う必要がある。
- ・事前告知広告の中では、インターネット広告の効果が高く、特にYahoo!が高い結果であった。LINEについては、申し込み数は少ないものの表示回数やクリック数は10～40代が8割以上と、インターネット広告のターゲット層に情報は届いている。
- ・大学生を対象とした「対話型全国説明会を模した対話の場」について、参加者から「機構職員の生の声を直接聞くことができ、より身近に感じた」、「疑問に思ったことをすぐに聞ける環境で、とても勉強になった」との好評を得られるなど、有効な取組みであることが確認できた。

(今後の取組み)

- ・説明会は、少人数の車座での質疑応答が参加者から好評で、地層処分に関する丁寧な説明と参加者との対話を重視し、引き続き対面開催を基本として実施する。
- ・発電用原子炉設置者等と連携のうえ、地層処分事業を含むエネルギーに関する課題への関心喚起に向けた新たな取組みの実施に向けて検討を進める。
- ・2023年度の参加者数をもとに2024年度の会場選定を行う。
- ・事前告知広告は、より多くの方に参加いただけるよう、掲載された広告へ到達しやすい手法や媒体を使った告知広告（インターネット、新聞、ポスティング等）を継続する。
- ・次世代層の説明会への参加者を増やすにあたっては、地域交流部と広報部の連携を継続し、学生を対象とした「対話型全国説明会を模した対話の場」を継続実施する。

イ. 説明会に対する評価

【業務実施結果】

(ア) 対話型全国説明会（以下「説明会」）の満足度、理解度（アンケート）

- ・「満足度」の合計は、47%で前回より減少した。
- ・「理解度」の3項目は、いずれも「理解できた」が6割を超えている。

※上段の数値（%、回答数）は無回答を含む（肯定意見／参加者数）

[下段は無回答を除く参考値（肯定意見/回答数）]

		2022年度（5～3月） （N=387人）	2023年度（5～3月） （N=544人）
満足度		57% (222/387) [67% (222/330)]	47%<10p減> (258/544人) [57% (258/456)]
理解度	映像	76% (295/387) [83% (295/357)]	70%<6p減> (382/544) [78% (382/492)]
	説明	77% (297/387) [83% (297/357)]	71%<6p減> (388/544) [78% (388/500)]
	質疑	61% (235/387) [70% (235/335)]	61% (330/544) [71% (330/464)]

(イ) 機構職員の対話力向上

- ・機構職員講師による「ロールプレイング研修」を11回実施（対面、合計70名参加）し、本番を想定したテーブルにおける質疑応答の訓練を実施した。「対話時に必ず伝えたいNUMOのコアメッセージ」や「グループ質疑のポイント」をまとめ、受講者に徹底することで説明会の質的向上を図る取組みを強化した。
- ・外部講師による「プレゼンテーション研修」を2回実施（対面、合計20名参加）し、若手機構職員及び新規入構の機構職員を中心に、わかりやすく伝わりやすい説明ができるよう訓練を実施した。
- ・外部講師による「傾聴姿勢」、「信頼関係の作り方」に重点をおいた「対話力向上研修」を2回（対面、合計16人参加）実施。また、討議活動が円滑に行われるように、中立的な立場から支援を行うスキルを身に付ける「ファシリテーション研修」を2回（対面、合計16人参加）実施し、対話力の強化を図った。

(ウ) 機構職員に対する肯定的意見の割合（アンケート）

- ・「わかりやすかった」「納得できた」「誠実だった」「身近に感じた」の項目は横ばいとなったが「理

解できた」の項目は減少となった。

※上段の数値（%、回答数）は無回答を含む（肯定意見／参加者数）

下段は無回答を除く参考値（肯定意見/回答数）

	2022年度（5～3月） （N=387人）	2023年度（5～3月） （N=544人）
わかりやすかった	74%（288／387） [83%（288／348）]	72%＜2p減＞（392／544） [80%（392／493）]
理解できた	73%（283／387） [80%（283／352）]	67%＜6p減＞（366／544） [74%（366／496）]
納得できた	54%（210／387） [60%（210／352）]	54%（292／544） [59%（292／494）]
誠実だった	79%（305／387） [88%（305／348）]	76%＜3p減＞（412／544） [85%（412／486）]
身近に感じた	57%（221／387） [67%（221／332）]	58%＜1p増＞（315／544） [68%（315／465）]

【自己評価・今後の取組み】

（自己評価）

- 参加者アンケートにおける「満足度」が減少しているのは、参加者の増加に伴い、限られた時間での対応や対応に苦慮する場面も多くなり、満足度に影響したものと思われる。説明者である機構職員を「身近に感じ」てもらうことが重要と考えており、これまで以上に、一つひとつの質問に丁寧に対応する必要がある。また、対応が難しい会場においても、一定の理解度や納得度が得られるよう、機構職員の説明力や対話力の強化のため、わかりやすく伝わりやすい説明や傾聴する力及び考え方を身につける研修を継続する必要がある。

（今後の取組み）

- 参加者によりご理解ご納得いただけるよう、説明資料の改善や機構職員の説明能力、コミュニケーションスキルの向上を図るとともに、より深く知りたい方へ学習支援事業を紹介するなど、参加者の理解促進につながる取組みを継続する。
- 引き続き、「傾聴」、「信頼の獲得」、「ファシリテーションスキル」に重点をおいた応対能力の強化と考え方の補充を目的とした研修を実施する。また、説明会に参加する機構職員は、実践的な研修であるロールプレイング研修を必ず事前に受講するとともに、説明会対応者が過去の説明会での質問で回答に困った内容などを共有し、機構職員全体の更なる対話力の向上を図る。

（2）自治体や経済団体等への訪問

ア. 対話型全国説明会、自治体説明会関連

【業務実施結果】

- 「対話型全国説明会」開催の機会を利用して、全国の自治体や経済団体を訪問し、説明会の開催趣旨や地層処分事業の概要等について説明を行った（訪問自治体数：42自治体、訪問経済団体数：43経済団体）。また、自治体等の窓口担当者の了解を得たうえで、機構のメールマガジンを送付した（メールマガジン登録者数：53名）。
- 国主催の自治体向け説明会（1～2月計5回）にも参加し、機構の取組みを説明した。

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・「対話型全国説明会」開催の機会を利用した自治体等への訪問の取組みは、合同チームによる全国行脚の活動等がある中、説明会開催地の自治体等のみの訪問としたため、訪問数は減少している。

(今後の取組み)

- ・引き続き、「対話型全国説明会」開催の機会を利用した自治体等への訪問を行う。

イ. 合同チーム関連

【業務実施結果】

- ・最終処分に関する基本方針（4/28 閣議決定）を踏まえ、「国・機構・電力の合同チーム」による全国行脚（自治体訪問）を実施（首長訪問自治体数：73 自治体[2024 年 1 月末時点]）。
- ・全国行脚開始にあたっては、以下の必要な準備を進めた。
 - 《バックオフィス》
 - ✓ 機構内の体制（経済産業局エリアごとの人員体制）、地域関連情報、自治体訪問時の説明資料、訪問実績管理用データベース等の整備
 - 《現場対応》
 - ✓ 経済産業局エリアごとに実施される合同チームによる準備会合における、ミッションの確認、訪問先自治体の整理、自治体への対応体制、手法の確認など
- ・機構は自治体訪問実績の管理を担当。国と協議のうえで作成した定型フォーマットにより、各合同チームの対応結果を収集するとともに、データベースにより集約、整理し、国への月次報告を実施した。

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・定型フォーマットやデータベースの整備、活用により、合同チームによる訪問結果を効率的に集約、整理し、適時的確に国への月次報告を実施することができた（報告事項のうち、首長訪問自治体数については、国の審議会等で公表）。
- ・自治体訪問を契機に有望地点の拡大につなげる取組みが必要。

(今後の取組み)

- ・引き続き、合同チームによる自治体対応結果の集約、整理と適時的確な国への報告を実施していく。
- ・訪問により関心を持っていただいた自治体等に対しては、国、電力と連携しながら、有望地点の拡大につながるよう、継続的に情報提供や訪問活動を行うとともに、学習活動（勉強会、施設見学会等）の支援を行って、更なる関心の喚起と理解の促進を図る。

ウ. その他

【業務実施結果】

(ア) 対馬市における地層処分に関する検討

○対馬市における取組み

- ・市内の各種団体からの要請を受けて事業概要説明を実施。
- ・新聞広告の実施（長崎新聞：6月9日、西日本新聞：5月17日、24日、31日、6月7日、14日）
- ・地層処分レポート臨時号のホームページ掲載（6月12日）。

- ・地層処分レポート臨時号の全戸配布（6月30日～）。
- ・専務理事が市議会特別委員会の参考人招致に対応、地層処分に関する説明を実施（8月2日）。
- ・機構ホームページに理事長メッセージ「対馬市における地層処分に関するご検討に対して」を掲載（10月6日）。
- ・シン・ちか通信 Vol.4 にトピック「対馬市における地層処分に関するご検討について」を掲載（11月21日）。

<参考：対馬市での議論の経緯> ※第2回特定放射性廃棄物小委員会資料より抜粋

○対馬市での議論の時系列

- ・2023年6月、市内の団体から市議会に対し、文献調査に関して推進、反対双方の請願提出あり
- ・市議会では特別委員会を設置し、請願者審査を実施（7/10、21）
- ・8/2に国・機構、8/3に慎重派の有識者を参考人招致8/16市議会特別委員会で、文献調査の受入れ促進に関する請願を採択（賛成9、反対7）
- ・9/12市議会定例会で、文献調査の受入れ促進に関する請願を採択（賛成10、反対8）
- ・9/27対馬市長が、文献調査を受け入れないと判断を表明

○対馬市長が文献調査を受け入れないと判断した理由

- ①市民の合意形成の不十分さ
- ②風評被害への懸念
- ③文献調査だけで判断する困難さ（適地と判断された場合、次の調査段階に進まない判断をしづらい）
- ④市民の不安を払拭できる計画・条件の不足
- ⑤将来的な想定外の要因による危険性への懸念

【自己評価・今後の取組み】

（自己評価）

- ・地元の住民の方々への疑問や不安に寄り添い、広報ツールを使用して広く情報提供に努めたが、住民全体に浸透するには至らなかった。

（今後の取組み）

- ・今後の地域対応においては、今回の経験を踏まえ、より多くの方々に最終処分事業への関心や理解を深めていただけるよう、情報発信を工夫する。

（3）学習団体の活動への支援

ア. 支援活動の状況

【業務実施結果】

- ・今年度に活動した学習団体は、94団体（選択型学習支援事業（※1）：73団体、自主企画支援事業（※2）：21団体）となった（2022年度は110団体（選択型学習支援事業：94団体、自主企画支援事業16団体））。そのうち、新規の学習団体は、31団体となった。
- ※1 選択型学習支援事業：定められたメニュー（勉強会、施設見学会、情報ツール作成等）から選択する方式の単年度の支援事業
- ※2 自主企画支援事業：企画提案方式で高い関心と熱意を有する団体を対象とした複数年（最長3年）の学習も可能な支援事業。外部審査委員からなる選考委員会による厳正な審査に基づき選定
- ・今年度は、5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、WEBによる非対面から対面による施設見学会や勉強会へと活動が移行した。

- ・学習支援事業の認知や地層処分事業への関心を高め、関心を持っていただける団体を広く募るため、全国の自治体や経済団体等に事業案内を送付した（約 4,700 カ所）。
- ・今年度の選択型学習支援事業の募集開始は、委託手続きが遅れて前年度より 1 か月以上遅い募集開始となった（2022 年度：4 月 28 日、2023 年度：6 月 9 日）。

【自己評価・今後の取組み】

（自己評価）

- ・機構による全国交流会の開催や学習団体による地域を越えた学習交流、連携イベントなどを幅広く行うことができた。
- ・今年度は、募集開始が例年より遅れたこともあり、応募数は前年度より減少したものの、対面での施設見学会や情報提供等を通じて、多くの方々に地層処分事業について学んでいただくことができた。
- ・募集開始が遅れたことに伴い新規団体は減少する中でも、例年通り学校や教育関係者の団体に活動いただき、全国交流会においても活発に発言いただいた（2022 年度：35 団体、2023 年度：36 団体）。

（今後の取組み）

- ・次年度の入札にあたっては、早い段階からの委託手続きにより、契約締結は 4 月末頃になる見込みである。
- ・今後も学習団体に最新の情報提供や学習活動への支援を行うとともに、学習団体の裾野を広げるため、様々な接触の機会を通じて全国の自治体や経済団体等に学習支援事業への理解促進を図る。
- ・全国の経済団体や自治体、教育機関、関心を示していただいた団体等に活動支援のご案内を行うとともに、全国説明会や他のイベント時に案内チラシを配布するなど新規団体の獲得に取り組む。

イ. 支援事業に対する評価

【業務実施結果】

- ・選択型学習支援事業の満足度に関する肯定的意見（「満足できた」＋「どちらかといえば満足できた」の割合）

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
学習団体数	66 団体	103 団体	47 団体	37 団体	94 団体	73 団体
新規団体	-	56 団体	18 団体	18 団体	58 団体	31 団体
団体数累計	-	122 団体	140 団体	158 団体	216 団体	247 団体
アンケート結果	-	96.3%	98.0%	100.0%	97.3%	99.2%

- ・自主企画支援事業の満足度に関する肯定的意見（「満足できた」＋「どちらかといえば満足できた」の割合）

	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
学習団体数	17 団体	24 団体	16 団体	12 団体	16 団体	21 団体
アンケート結果	-	91.8%	94.3%	92.1%	92.2%	93.0%

- ・アンケートの結果、団体の方々には概ね満足いただけたものの、一部、「もっと見学時間がほしかった」「安全性についてもう少し話を聞きたかった」等のご希望があった。

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・今年度も多くの学習団体（2022年度：110団体、2023年度：94団体）に活動いただき、前年度同様に90%以上の学習団体から高い満足度を得ることができた。
- ・見学スケジュールは事前の情報提供を徹底するとともに、勉強会の内容については引き続き事前に団体の特性やニーズの把握を行う必要がある。
- ・見学先拡大のニーズに応じて、新たに地層科学研究施設を対象施設に追加したことにより、継続的な学習団体に見学いただき満足いただけた。

(今後の取組み)

- ・対面を主としながらもWEB等も活用した見学会や情報提供を行うなど、学習団体の意欲を高く維持できるよう取り組んでいく。

ウ. 全国に向けた活動内容の発信

【業務実施結果】

- ・学習団体の活動レポート及び学習団体の代表者等からの動画メッセージ（知爽の人）を日本原子力文化財団（学習支援事業委託先）の学習支援特設ページに順次掲載（2023年度は活動レポート26件、動画メッセージ2団体、2名を掲載、学習団体自身による情報発信94団体）。

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・活動レポートや動画メッセージ（知爽の人）により、学習団体の活動内容について情報発信することができた。
- ・活動内容をわかりやすくまとめている学習団体もあり、効果的な情報発信の事例として、全国交流会等の場を活用して他団体に紹介することができた。

(今後の取組み)

- ・学習団体の活動レポートや学習団体の代表者からの動画メッセージ等による情報発信を継続するとともに、効果的な情報発信の事例を他の学習団体にも紹介していく。

エ. 学習活動の深化・促進に向けた取組み（交流活動、提言コンテスト）

【業務実施結果】

- ・学習団体との信頼関係を深めるため、自主企画支援事業に参加している学習団体に専任の機構職員を配置し、地層処分に係るトピックス（例：文献調査の状況、対話の場の開催、世界各国の取組み等）の情報提供や勉強会や報告会等での説明、質疑対応などを実施した。
- ・機構主催の全国交流会やWEB交流会、学習団体間で実施した交流学习や連携イベントを合計25回実施した（全国交流会1回、WEB交流会4回、※3交流学习等20回）。
※3 交流学习：他の学習団体の活動（講演会、シンポジウム、意見交換会など）に参加することを通じて、自団体の活動に活かす取組み。
- ・交流学习では、複数の大学などが連携して勉強会やシンポジウムを開催し、地層処分事業に関する課題の共有や意見交換を行うことで考えを深めていただいた。また、地域を超えて団体同士が連携し意見交換を行い、新たな気付きや考えを得ていただいた。

(ア) 全国交流会

- ・昨年引き続き対面で開催した（2月18日、於：東京日本橋、52団体79名が参加）。第1部では4学

習団体から交流学习を含む3件の活動紹介を実施し、第2部では、参加者をグループ分けし、テーマごとのディスカッションを実施した。

<テーマ>

- ・活動を継続するためにはどのようにしていくか
- ・他団体との連携をどのように進めていくか

<主な意見>

- ・活動を継続するためには次世代層への働きかけ（若い人を育てること）が重要
 - ・それぞれの団体で新たな意見や発想を生み出すためにも連携が重要
 - ・高レベル放射性廃棄物を前面に出した勉強会では参加者は集まりにくいので、違う話題から少しずつ組み込んでいくようにしている
- ・会場内には、各学習団体の活動成果物や活動内容の紹介、学習団体の代表者等からの動画メッセージ「知爽の人」の放映、機構の広報ツールの紹介等を行う展示ブース兼交流の場を設置した。



第2部ワークショップ



展示ブース兼交流の場

(イ) WEB交流会

- ・第1回「JAEA東濃地科学センターにおける地層処分技術に関する研究開発」（9月28日、参加者37名）
- ・第2回「地震・津波などが及ぼす影響について」（10月24日、参加者23名）
- ・第3回「生活におけるバイアスの影響について」（12月21日、参加者27名）
- ・第4回「原子力と地層処分「報道」を読み解くヒント」（2月7日、参加者24名）

(ウ) 提言コンテストの実施

- ・第5回「私たちの未来のための提言コンテスト」を実施した（募集期間9月29日～1月15日）。前年度と同様に教育関係者向けの専門紙である日本教育新聞を活用した募集案内をするとともに、募集案内用WEBページには、提言を考える際の参考ポイントの紹介、過去の受賞作品を掲載するなどの工夫を施したものの、前年度を下回る応募校19校198作品（前年度22校358作品）となった。外部審査委員による審査の結果、最優秀賞2作品、優秀賞3作品、入選23作品、学校賞3校を決定し、表彰式を3月2日に開催した。
- ・受賞作品を「最優秀賞・優秀賞受賞提言集」として取りまとめ、機構ホームページに掲示するとともに、同日開催された日本エネルギー環境教育学会「特別シンポジウム」において紹介、配布された。

【自己評価・今後の取組み】

（自己評価）

- ・2018年度の事業開始以来、多くの学習団体の活動を支援しているが、今年度は原子力発電所の立地地域と消費地に住む大学生間の交流活動や、高校生による「クリアランス金属」を使った防犯灯のデザイン制作活動等が、メディアに取り上げられた。
- ・全国交流会では、学習活動を行ううえでの課題や改善策について、世代や地域を超えて多くの情報や意見が交わされたことで、学習活動の継続意欲や活動の展開につながるアイデアを持ち帰っていただくことができた。
- ・提言コンテストでは、前年度比較すると応募数は少ない結果であるが、多くの応募が得られており、次世代層に地層処分事業について考える機会を提供することができたことは成果である。

（今後の取組み）

- ・引き続き全国交流会や学習団体間の交流学習などを通じて相互の連携を深める活動を支援し、「つながる・ひろがる・ふかまる」学習団体間のネットワークの構築と向上に取り組む。
- ・世代間（シニアと次世代）の交流活動を世代交代として考え、取り組んでいる団体もあり、引き続き活動の深化を促すための支援を検討する。
- ・「私たちの未来のための提言コンテスト」については、情報発信の手段や媒体が多様化していく中でより良い形式やテーマを検討するため、次年度は休止することとした。

（次頁に続く）

評価カテゴリー② メディアによる全国への情報発信

1. 全国のできるだけ多くの地域における文献調査の受け入れに向けた対話・広報活動

(1) 幅広い層に向けた多様な広報活動

ア. 地層処分への認知・理解向上と機構の認知・ブランド力向上のためのマス広告

【業務実施結果】

(ア) WEB動画広告及びWEBバナー広告

- ・地層処分及び機構の認知度向上及び関心喚起を目的に、WEB動画広告及びWEBバナー広告を上期（5/16～9/30）、下期（10/1～2/15）に実施。
- ・WEB動画広告：ターゲットである若年層から支持されているタレントを起用するなどインパクトのあるウェブCMを作成し、8月よりSNSやTVer等で配信。【新規】
- ・WEBバナー広告：1月よりリニューアルしたランディングページにて配信を行った。

(イ) タイアップ広告

- ・WEBメディアに上期3本、下期4本のタイアップ広告（動画）を掲載。なお、タイアップ広告出稿にあたっては、視聴者の疑問解消だけではなく、地域の見どころ紹介やSDGsを切り口とする等の工夫を加え、自然な流れで地層処分の紹介につなげる工夫を行った。

<新規ウェブCM 2本>



<WEBバナー広告のランディングページリニューアル>



<タイアップ広告>

	WEBメディア	概要、工夫点
上期	<p>新R25 (2023年6月～)</p> 	<p>地層処分に特化した討論番組は専門的となり若年層に関心を持たれにくいと考え、前編で「社会問題に興味を持つためには」という総論的なテーマを扱い、後編で「エネルギー問題」や「最終処分」といった各論に展開して討論する内容で構成。</p>
	<p>マイナビニュース X番組 (2023年7月～)</p>  <p>出演者：カンニング竹山氏 篠田 麻里子氏 越智 ゆらの氏</p>	<p>地層処分と関連のある青森県六ヶ所村の日本原燃高レベル放射性廃棄物貯蔵管理センターと六ヶ所原燃PRセンターを紹介。地元グルメやスポットの紹介に加えて、地元の方のインタビューも包含。</p>
下期	<p>マイナビニュース X番組 (2024年1月～)</p>  <p>出演者：同上</p>	<p>導入として、昨年リニューアルオープンした科学技術館内の機構ブース等を紹介。その後、機構本部で理事長インタビューのほか、地層処分事業や仕事に対する想いが伝わる技術部職員との意見交換や海外機関に出向中の機構職員とのリモート面談等、機構の技術力を訴求。</p>
	<p>ABCクッキングスタジオ (2024年2月～)</p> 	<p>SDGs (No. 12: つくる責任 つかう責任) をテーマとして、食品ロスの問題を導入に地層処分を紹介。また、地層処分にちなんだ料理とレシピを紹介。 (3回シリーズ)</p>

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

(ア) WEB動画広告及びWEBバナー広告

- ・WEB動画広告：インパクトのある新規ウェブCMに配信内容を変更したことが、YouTubeで流す広告でもスキップされず、視聴完了率の向上につながったものと評価している(25.9%→43.4%)。
- ・WEBバナー広告：これまでの実績を踏まえて費用対効果の高い媒体(Yahoo!、Google、LINE)に出稿したため、クリック率において高水準を維持できているものと評価している。

(イ) タイアップ広告

- ・媒体特性と視聴者層を考慮のうえ、前述の工夫を行ったことが、昨年度実績を上回る閲覧数の獲得につながったものと評価(297万PV>154万PV)。

(今後の取組み)

(ア) WEB動画広告及びWEBバナー広告

- ・WEB動画広告：マーケティング調査結果より、情報入手先の特性や各媒体の視聴数、視聴完了率等の効果を注視しながら出稿媒体の厳選を行う。
- ・WEBバナー広告：リニューアルしたランディングページの効果を検証しながら更なるクリック率の改善を行う。

(イ) タイアップ広告

- ・効果的な情報発信を図るために、費用対効果の高いタイアップ広告を継続しつつ、効果の高かったタイアップ広告を参考にするなど番組構成を工夫する。

イ. 新規地点の浮上も視野に入れたマス広告

【業務実施結果】

(ア) 新聞広告

- ・地層処分や機構に関する認知向上や理解に加え、文献調査実施地域の拡大も視野に入れ、地方紙や日本商工会議所が発行する新聞に広告を出稿した(5月、2月)。
- ・地方紙の広告では、新聞読者の目に留まりやすくなるように、従前の単発掲載から5回シリーズに変更した。また、出稿の都度実施しているアンケート調査^(※)の結果を踏まえ、高レベル放射性廃棄物の地層処分や機構の技術力に関し、ストーリー性が伝わるように掲載順番や訴求内容を組み替えたほか、シリーズ広告であることが伝わるように、各広告の右下に次回予告を追加した。また、2月の出稿分については、能登地震を踏まえ、地震に関する情報をより丁寧に説明する内容に変更。
※地層処分に対する認知度向上と関心喚起等を狙いとした地方紙等の新聞広告について、広告効果を把握するため、出稿の都度実施している地方紙5紙それぞれの新聞購読者を対象としたWEB調査。出稿内容の改善に活用している。

2023年5月

高レベル放射性廃棄物の地層処分の実現に向けて、世界の取組を結集して技術力を高めています。 NUMOは地層処分事業の実施主体として地層処分技術の信頼性を最大限に高めるため、国内外の研究機関や関係機関と協力・連携し、技術開発を進めています。

機構の技術力

2024年2月

高レベル放射性廃棄物の地層処分に向けて着実に取り組みます。 高レベル放射性廃棄物の処分方法は、原子力発電を始める以前より国際機関や世界各国で様々な方法が検討されてきました。 NUMOは、地層処分が最適な方法であることが国際的に共通認識となってきました。

高レベル放射性廃棄物

※次回予告：他の処分方法は検討されなかったの？ ⇒次回お答えします。

高レベル放射性廃棄物の処分方法は、なぜ地層処分なのか？ 高レベル放射性廃棄物の処分方法は、原子力発電を始める以前より国際機関や世界各国で様々な方法が検討されてきました。 NUMOは、地層処分が最適な方法であることが国際的に共通認識となってきました。

地層処分

高レベル放射性廃棄物の処分方法は、なぜ地層処分なのか？ 高レベル放射性廃棄物の処分方法は、原子力発電を始める以前より国際機関や世界各国で様々な方法が検討されてきました。 NUMOは、地層処分が最適な方法であることが国際的に共通認識となってきました。

地層処分

※次回予告：海外ではどこまで進んでいるの？ ⇒次回お答えします。

地層処分は高レベル放射性廃棄物を隔離するため、『多重バリアシステム』を利用します。 地層処分は、高レベル放射性廃棄物を保管・管理し続けるのではなく、人工的なバリアを築いたうえで、閉じ込め機能に頼る安定した状態を確保し、人間の生活圏から離れた地下深くに処分する方法です。

処分の仕組み

高レベル放射性廃棄物の地層処分は、国際的な共通認識です。 『地層処分』は国際的な共通認識。 高レベル放射性廃棄物の処分方法は、地下深くに安定した状態に保たれ、自然環境から隔離される。 地層処分は、原子力発電を始める以前より国際機関や世界各国で様々な方法が検討されてきました。 NUMOは、地層処分が最適な方法であることが国際的に共通認識となってきました。

諸外国の状況

※次回予告：地層処分って安全なの？ どう処分するの？ ⇒次回お答えします。

高レベル放射性廃棄物の地層処分について、より知っていただくために。 多くの方に地層処分をより知っていただき、関心をもってもらえるよう、NUMOは全国各地で様々な活動を行っています。

全国での活動

地層処分は高レベル放射性廃棄物を隔離するため、『多重バリアシステム』を利用します。 地層処分は、高レベル放射性廃棄物を保管・管理し続けるのではなく、人工的なバリアを築いたうえで、閉じ込め機能に頼る安定した状態を確保し、人間の生活圏から離れた地下深くに処分する方法です。

処分の仕組み

※次回予告：今回は、世界とともに取り組む NUMO の技術力についてお伝えします。

高レベル放射性廃棄物の地層処分は、国際的な共通認識です。 『地層処分』は国際的な共通認識。 高レベル放射性廃棄物の処分方法は、地下深くに安定した状態に保たれ、自然環境から隔離される。 地層処分は、原子力発電を始める以前より国際機関や世界各国で様々な方法が検討されてきました。 NUMOは、地層処分が最適な方法であることが国際的に共通認識となってきました。

諸外国の状況

安全な地層処分の実現に向けて、世界の取組を結集して技術力を高めています。 NUMOは地層処分事業の実施主体として地層処分技術の信頼性を最大限に高めるため、国内外の研究機関や関係機関と協力・連携し、技術開発を進めています。

機構の技術力

(イ) シン・ちか通信 【新規】

- ・地層処分や機構の認知や理解向上と信頼醸成も視野に、機構の取組み等を「機構職員の顔が見える」形で情報発信するツールとして、新規オウンドメディアの「シン・ちか通信」を6月に創刊した。(原則隔月発行：6月、7月、9月、11月、1月、3月)

<シン・ちか通信創刊号 (Vol.1) > 【新規】



【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

(ア) 新聞広告

- ・社会への関心、感度が比較的に高いとされる新聞購読者に限定したアンケート調査であり、機構が毎年実施している世論調査に比べて認知度は高い。本年度末の調査の結果、昨年度末と比べて、必要性、賛否については数値が下がった。これは、2/13 文献調査報告書(案)の公表直後の調査であり、ニュース記事とタイミングが重なり、特に北海道新聞のモニターの数値が下がったことによる影響が考えられる。一方で、広告閲覧後は「地層処分の賛否」について向上しており、本広告が態度変容に寄与したものと評価。

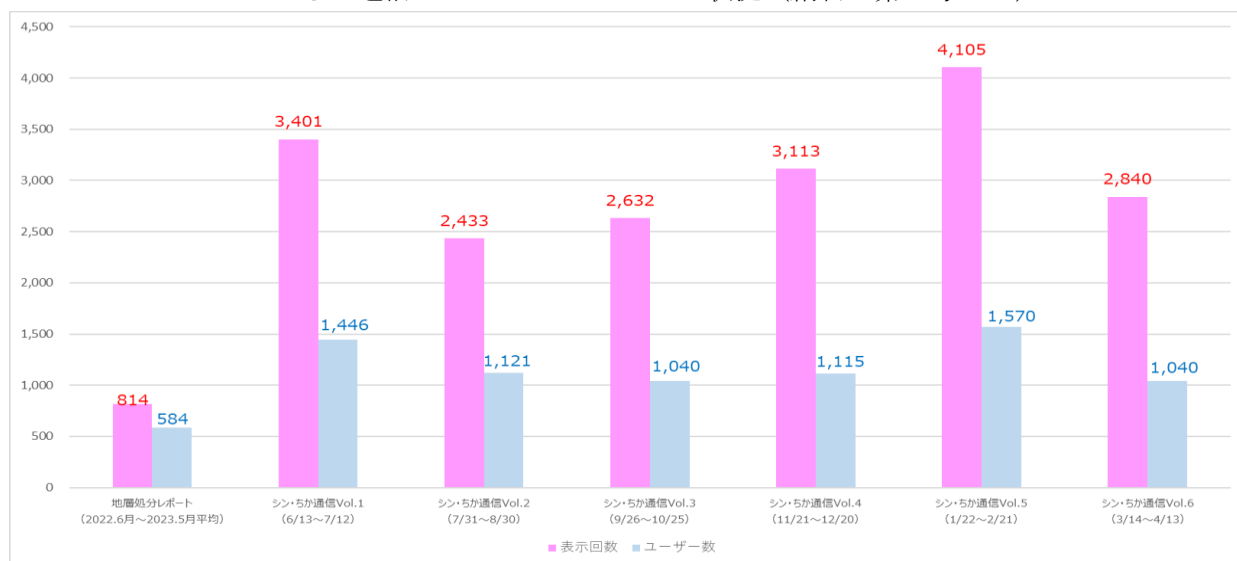
<地方紙5紙のアンケート調査(全国)>

	2023年1月 (n=1,582)	2024年2月 (n=1,596)		参考：2023年度意識調査 (10月：全国) (n=10,000)
		広告閲覧前	広告閲覧後	
地層処分の認知	72.3%	72.7%		43.8%
機構の認知	61.4%	64.8%		35.6%
地層処分の必要性	必要層：51.0%	必要層：45.1%		必要層：51.5%
	不要層：11.0%	不要層：16.6%		不要層：11.3%
地層処分の賛否		賛成層：31.2%	39.1%	賛成層：39.1%
	賛成層：39.9%	否定層：26.6%	22.4%	否定層：12.9%

(イ) シン・ちか通信

- ・機構職員の顔が見える形の記事や、世間の関心が高いタイムリーな記事にアクセスが増える傾向がある。また、表示回数は概ね2,500回以上、ユーザー数は1,000人以上と、毎号ともに安定したアクセス状況にあり機構の主要コンテンツになりつつあると評価している。

＜シン・ちか通信 ホームページアクセス状況（創刊～第6号まで）＞



（今後の取組み）

（ア）新聞広告

- ・調査時点の状況によって数値の変動が見られるものの、本件広告は態度変容にも寄与できると考えられるため、文献調査実施地域の拡大を目的として、地層処分や機構の認知及び必要性や賛成層の数値が向上するよう、引き続きシリーズ広告を出稿するとともに、モニター調査の結果等を踏まえて広告内容のリニューアルを継続する。

（イ）シン・ちか通信

- ・機構の主要コンテンツとして定着すべく、トピックス毎のアクセス状況等も注視しながら、魅力ある紙面づくりを継続する。

ウ. 技術情報の発信強化と魅力アップに向けた機構ホームページの改善

【業務実施結果】

- ・ホームページのアクセス数向上とエンゲージメント率の向上のため、コンテンツの新設や既存ページのリニューアルを行った。

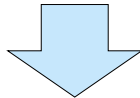
＜主なリニューアルの内容＞

- ・「シン・ちか通信」の特設ページを新設（6月）
- ・トップページのリニューアル（小パネル、大パネルの設置）（6月）
- ・新規ウェブCMの公開にあわせてメイキング映像を含めた特設ページを新設（8月）
- ・機構の技術力の訴求コンテンツ「世界各国との取組み人工バリア篇」を新設（12月）
- ・「教育支援・出前授業」ページをリニューアル（3月）

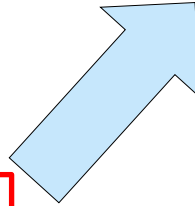
<トップページのリニューアル>



2022年5月



2022年11月



2023年12月～現在 随時更新

<コンテンツの新設>



(6月公開)



(12月公開)



(8月公開)

WebCM 平成から令和へ『地層処分篇』・『NUMOの技術力篇』

若い世代の方々を中心に、地層処分やNUMOの技術力を紹介するWebCMです。なお、出演者やスタッフの方々と一緒に作り上げた本CMのメイキング映像もあります。

[>詳しくはこちら](#)

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・トップページの改善をはじめとする既存ページの改修や各種コンテンツの新設が、閲覧数及びエンゲージメント率の向上に寄与した。

	2024年3月末	(参考) 2022年度末
ホームページ閲覧数	4,098,618 (昨年度比：17%増)	3,508,892
エンゲージメント率	21.7% (昨年度比：3%増)	18.7%

(今後の取組み)

- ・引き続き、効果的な情報発信と新規ユーザーの獲得を目指し、各種コンテンツの有効活用や各ページのリニューアル等を継続実施する。

エ. SNSを通じた効果的な情報発信

【業務実施結果】

- ・若年層を中心として、地層処分や機構の認知度や理解向上のため、新聞やWEBサイトへの広告出稿に加え、SNS (Facebook、Instagram、YouTube) を通じて情報発信を行った。

(ア) Facebook

- ・対話型全国説明会の告知やタイアップ広告等の紹介よりも海外連携の取組みをはじめとする記事投稿に注力したが、昨年度よりも1投稿当たりの平均リーチ数が下回った。

	投稿別の平均リーチ数			平均リーチ数
	記事	告知	紹介	
2023年度実績	576	473	410	503
2022年度実績	697	448	566	571

(イ) Instagram

- ・1投稿当たりの平均リーチ数が低迷した上期実績を踏まえ、ユーザーの閲覧数が多いカテゴリー(着ぐるみを用いた動画、風景等)の投稿に注力した。特に、エコプロ2023(2023年12月6日～8日)においてイベント前日から開催期間中でのリアルタイム配信のほか、音源と動画を多用するとともに、ブース来場者の顔が見える投稿等の工夫により、平均リーチ数と平均エンゲージメント数だけではなくフォロワー数の増加につながった。

	フォロワー数	平均リーチ数
2023年度実績	1,330人	388
2022年度実績	1,176人	358



<エコプロ2023に係る Instagram 投稿>

(ウ) YouTube

- ・WEB動画広告の影響により、昨年度に比べて視聴回数及び平均再生率※は大幅に向上した。

	視聴回数	平均再生率
2023 年度実績	11,214,068	89.5%
2022 年度実績	2,453,584	67.7%

※平均再生率：動画全体の長さの何%が視聴されたかの平均値

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

(ア) Facebook

- ・昨年度に比べて、対話型全国説明会の告知の平均リーチ数は上回っているものの、機構の取組み等を紹介する記事やタイアップ広告等の紹介の平均リーチ数が下回っているため、広告紹介については、投稿内容を厳選するとともに、記事の見せ方等を含めて工夫する必要がある。

(イ) Instagram

- ・ユーザーの閲覧数が多いカテゴリーの投稿に注力したことに加え、エコプロ 2023 における様々な工夫を凝らした投稿が、平均リーチ数やエンゲージメント数とともにフォロワー数の向上に大きく寄与したものと評価。

(ウ) YouTube

- ・WEB動画広告によって視聴回数及び平均再生率が大幅に向上したものの、動画広告を実施しているコンテンツ(ウェブCM)と動画広告を実施していないコンテンツ(タイアップ広告等)との乖離が大きいことから、実施していないコンテンツへの誘導方法を工夫する必要がある。

(今後の取組み)

(ア) Facebook

- ・平均リーチ数を向上させるため、記事については、機構職員の姿や思いが伝わる工夫を施すとともに、広告紹介については投稿内容の厳選や興味を惹くための工夫を行う。

(イ) Instagram

- ・平均リーチ数の向上のため、各投稿へのアクセス状況を注視しながら、ユーザーの閲覧数が多いカテゴリーの投稿の注力を継続するほか、エコプロで好評だったリール動画等の投稿も増やしていく。

(ウ) YouTube

- ・視聴回数の増加と平均再生率の向上のため、WEB動画広告のコンテンツからの誘導策を講じるとともに、YouTubeチャンネル内の回遊を高めるための工夫を行う。

オ. 広報ブースの出展

【業務実施結果】

(ア)「ジオ・ラボ号」等を用いた広報ブース出展

- ・全国広報の一環として地層処分展示車「ジオ・ラボ号」等を用いて広報ブースの出展を行い、地層処分事業の認知度向上等に取り組んだ結果、46 会場、延べ 28,664 人(対前年度比約 119%)の参加実績となった。

(参考 昨年度実績：45 会場、延べ 24,146 人)

- ・出展時は、既存のジオ・ラボ号内の動画コンテンツに加えて、集客力の高い新規デジタルコンテンツ「スタンプラリー」^(※1)と「紙レーザー」^(※2)を導入した。【新規】

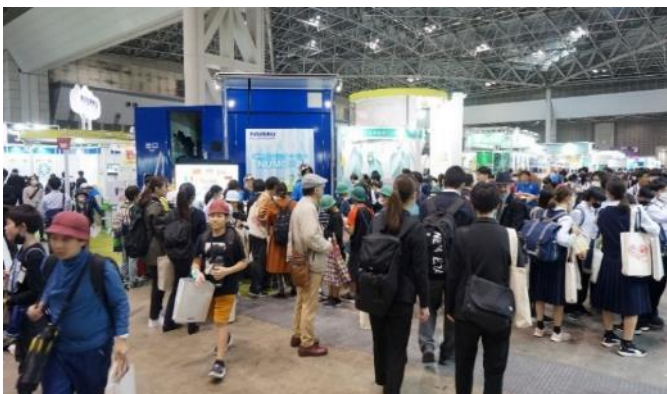
- ※1 ジオ・ラボ号と実験コーナーの全コンテンツを体験してもらえよう、参加者のスマートフォン上でのクイズによって各会場との導線を確認した。
- ※2 子どもが描いた車が3D化し、モニター上で地下300mの処分場を目指して競争する。

(イ) SDGs Week EXP02023 エコプロ 【新規】

- ・大規模な環境イベントに初めて出展。3日間で約5,000人の方々と対話することができ、来賓も含めて多くの方々に来場いただいた。
- ・部内でタスクチームを立ち上げ、機構として初めて地層処分事業とSDGsとの関わりを前面に出した客観性のあるストーリーを作成。そのストーリーについては、日頃からお付き合いしている現役の学校の先生を含む教育関係者の方にも監修していただいた。

<エコプロ SDGs ストーリー>

<p>① 「気候変動」 ↓ 気候変動の問題は年々大きくなっている。</p> <p>② 「つくる責任、つかう責任」 ↓ 原子力発電による電気を使用してきた我々世代には処分の道筋をつける責任がある。</p> <p>③ 「まちづくり、経済成長」 ↓ 地層処分場は、ハイテク技術が集まる工業地域になるというイメージの共有（エストハンマル前市長発言）</p> <p>④ 「技術革新」 ↓ 地層処分場の実現のため、NUMOは技術力も向上にも力を入れている。</p> <p>⑤ 「世界とのパートナーシップ」 地層処分を実現するため諸外国との技術協力も必要不可欠である。</p>	     
---	---



「エコプロ 2023」出展全景



イベント参加者と機構職員とのスマートフォンによるコミュニケーション

(ウ) 「対話型全国説明会」との連動型出展

- ・「対話型全国説明会」との連動型出展を企図し、ポスター掲示やチラシ配布等、イベント出展時に「対話型全国説明会」への参加の呼びかけを実施（3会場、延べ1,284人）。

(エ) 部門間連携強化及び機構における一体感醸成

- ・主に若手機構職員及び新規出向者について、イベントスタッフとして参加、対応してもらい、「ALL NUMO」の体制で臨み、部門間連携強化及び機構における一体感醸成を図った。

（参加者数：リスク管理・内部監査室：1名、事業計画部1名、総務部：4名、地域交流部：12名、広報部：35名、技術部：10名 計63名）

【自己評価・今後の取組み】

（自己評価）

(ア) 「ジオ・ラボ号」等を用いた広報ブース出展

- ・昨年度に引き続き、集客力の高い都市型ショッピングモールや科学技術館を中心とした会場選定により、1会場あたり延べ約600人（平均）の来場者とのコミュニケーションが図れた。また、新たなデジタルコンテンツ（紙レーザー等）を導入したことにより、展示場所が離れているブースでも効率良く誘導が図られたものと評価している。

(イ) SDGs Week EXP02023 エコプロ

- ・エコプロは、通常の出展と異なり、機構がメインターゲットとしている次世代層（小学校高学年、中、高、大学生）が社会科見学で多く集まるため、教育イベントの場としても有効と評価している。
- ・SDGsと地層処分事業との関わりを前面に出したストーリー、世界観を示した展示は、多くの方々から「つくる責任、つかう責任からスタートしている展開はわかりやすい」等の評価をいただいた。SDGs訴求は、ロゴの視認性や機構の事業理解に訴求効果を得やすいと評価。SDGsと地層処分事業との関わりについては、今後の教育支援事業（出前授業等）においても展開できるスキームが構築できたものと評価している。

(ウ) 「対話型全国説明会」との連動型出展

- ・地域交流部と連携を図り、スケジュール等の情報共有、調整等を通じた連動型のブース出展により、参加者向けに「対話型全国説明会」に係る開催告知及び認知向上に努めたが、関心は持っていたものの、実際の説明会への参加は1名だけにとどまる等、誘客効果としては機能しなかった。

(エ) 部門間連携強化及び機構における一体感醸成

- ・機構各部門の機構職員が、スタッフとしてイベントへの参加により、普段対外的なコミュニケーションの機会が少ない機構職員にとっても参加者の「生の声」を聞く良い機会となる等、人材育成としての効果もあったと評価している。

（今後の取組み）

(ア) 「ジオ・ラボ号」等を用いた広報ブース出展

- ・科学技術館や大型ショッピングモールへの「ジオ・ラボ号」等の出展を継続するとともに、電力会社各社、関係団体等との連携による出展を増やしていく。



東京電力パワーグリッドと機構の協働出展（静岡県河津町）

(イ) SDGs Week EXP02024 エコプロ

- ・幅広い年齢層や多くの来場者が見込める大規模環境イベントへの出展として、次年度も「エコプロ2024」へ継続して出展することとし、次世代層が多数参加するという特色を最大限活かしつつ、機構並びに地層処分事業に関する理解拡大を目指す。また、文献調査地点である北海道において「環境広場さっぽろ」への新規出展を計画。
- ・今年度、エコプロへの出展に伴い制作したスキームや培ったノウハウについては、教育支援事業（出前授業等）において、SDGs を扱った授業内容等に水平展開して活用する。

(ウ) 「対話型全国説明会」との連動型出展

- ・「対話型全国説明会」との連動については、同じタイミングで同一エリアにて開催することによる告知効果等を考慮し、地域交流部と連携を図りながら、次年度以降も継続実施する。

(エ) 部門間連携強化及び機構における一体感醸成

- ・機構における一体感醸成に向け、次年度以降も継続実施する。

カ. 女性向けイベントへの出展

【業務実施結果】

- ・昨年度に引き続き、働く女性へのアプローチを目的として、日経 BP 社主催「WOMAN EXPO 2023 Winter(2023年11月25日)」へ機構ブースを出展し、地層処分や機構について説明対応を実施（来場者数：約900名、会場：東京国際フォーラム）。



広報ブース出展状況（WOMAN EXPO 2023 Winter）

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・来場者数は、昨年度実績の 298 名を超える 900 名となり、多くの女性に対し、地層処分事業に係る認知等の拡大を図ることができたものと評価。また、説明対応を通じ、地層処分の必要性や処分地選定のプロセス等について理解が図られた。

(今後の取組み)

- ・地層処分事業に係る認知等の拡大を図るため、来年度についても継続出展する方向で検討を進める。

キ. 授業研究支援

【業務実施結果】

(ア) 新規支援団体の開拓

- ・新規支援団体の開拓に向け、募集スキームの見直し及び交流会や授業研究支援委託先のネットワーク等を活用した新規の教育関係者に接触する機会を設けたことにより、新規 5 団体からの応募につなげることができた。その結果、支援団体は計 21 団体となった。
- ・機構職員は年間を通し全団体の会合に参加。意見交換や地層処分について最新情報の提供などを実施し関係強化を図った。

(イ) 交流会の開催 【新規】

- ・今年度から新たに教育関係者同士の「横のつながり強化」を目的とし、放射線教育に関する交流会、小学校での教育過程における実践をテーマとしたオンライン交流会を開催（交流会 12 名、小学校での教育過程における実践をテーマとしたオンライン交流会 19 名）。



交流会の様子

(ウ) 教育ワークショップ 【新規】

- ・新規に授業研究に取り組む教員の拡大を目的として、教育関係者を対象とした「教育ワークショップ」を 3 箇所で開催（福岡県、愛媛県、福井県）。
- ・教育関係者が集まる学会等に参加し、地層処分事業と教育支援事業に関する認知拡大を図った（自由研究フェスタ 2023、日本エネルギー環境教育学会第 17 回全国大会鹿児島大会、第 70 回全国中学校理科教育研究会、高岡市中学校理科部会 理科実技研修会、オホーツク理科教育研究会等）。



教育ワークショップの様子

(エ) 全国研修会

- ・授業実践等の成果を共有する場として、3月3日に全国研修会を開催。昨年度の参加者から「交流の時間がほしい」との意見が多かったことを踏まえ、今年度については、新たにブース形式の交流セッションを実施（実績：参加者約180名）。授業実践例や開発した教材の紹介などを通して交流の時間とした。また、機構における今後の教育支援の取組みについて、「全国の小中学校でタブレット端末が一人一台配布されている現状を踏まえたICT活用」という新たなニーズを伺った。

(オ) ホームページの拡充

- ・機構ホームページにおける「教育支援・出前授業」に関する情報整理並びに出前授業関連ページの拡充を実施（3月中旬公開）。

【自己評価・今後の取組み】

（自己評価）

(ア) 新規支援団体の開拓

- ・新規の支援団体の中には、すでに支援活動を実施している団体から派生した新規の団体もあることから、これまできめ細やかに教育関係者の活動をサポートしてきた信頼関係により新規立ち上げにつなげることができたものと評価している。

(イ) 交流会の開催

- ・教育関係者の裾野拡大を目的とした情報発信や働きかけの強化、教育関係者同士の「横のつながり強化」を目的とした場の創出により、交流会の開催、更には新規研究会の立ち上げにつなげることができた。また、参加した教育関係者からは、「エネルギー関連をテーマとした交流の場が少ないことから、貴重な機会でした」との声をいただいた。

(ウ) 教育ワークショップ

- ・これまでにネットワークが無かった地域（福岡、愛媛、福井）において、同ワークショップの開催を通じ、新たな地域における教育関係者への地層処分事業の認知及び教育支援事業の拡大につながる機会となった。

(エ) 全国研修会

- ・交流を深める新たな取組みを行ったことで、今まで以上に参加者同士の意見交換が促進され、「対話を通して各地の実践について深く理解することができ、地域を越えた連携の可能性も広がった」とのお声をいただくなど参加者のモチベーション向上につながったと評価。一方で、教育現場でデジタル化が進んでいる中、タブレット端末の使用法が、調べ学習だけでなくコミュニケーションツールとしても求められている現状を把握することができた。

(オ) ホームページの拡充

- ・今後の更なる教育支援ツールの拡充に向け、機構のホームページにおけるベース構築を実施。

(今後の取組み)

(ア) 新規支援団体の開拓

- ・全国大で授業研究活動に取り組む団体への支援実施を継続するとともに、2024年度における授業研究支援先の新規開拓を目指し、積極的な働きかけを行う。

(イ) 交流会の開催

- ・支援団体間における交流会等の開催拡大を通じ、教育関係者の「横のつながり」の強化に向けた働きかけを継続実施し、教育関係者の裾野拡大並びに支援団体活動の活性化を図る。

(ウ) 教育ワークショップ

- ・教育関係者の接触機会を創出するとともに、積極的な情報発信を通じて新たなネットワークの構築、拡大を進める。

(エ) 全国研修会

- ・次年度についても、交流セッションを継続することとしたい。また、教育関係者から聞き取りしたニーズ（仲間を増やすこと、ICTを活用した取組み、ストーリー性のある授業実践、全国の教育関係者による評価を含めた授業実践例のホームページ掲載）については継続強化するとともに、ICT活用については、出前授業の中でグループワークや意見集約に活用するなど具体化を目指し取り組む。

(オ) ホームページの拡充

- ・授業実践例や教材紹介等を通じて教育支援ツールを拡充し、教育関係者自らによる活用促進を図る。

ク. 出前授業

【業務実施結果】

(ア) 出前授業

- ・先生方への情報提供等の機会を通じたアプローチにより、小学校、中学校、高校、高専、大学における授業、講義（機構職員派遣）を実施（出前授業回数：74クラス、受講者数：2,117人。新規14校、30クラスを含む）。

(イ) 関係団体等との連携、協働 **【新規】**

- ・関係団体との連携、協働により、ストーリー性のある出前授業モデルの創案並びに実践につなげた。具体的には、東北電力や四国電力、六ヶ所げんねん企画、国とタイアップした授業を実施。エネルギー全般から発電、そして地層処分の話へとつながる一連の授業のモデルケースとなった（授業実施数：10クラス）。



出前授業の様子（東北電力との協働による授業）

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

(ア) 出前授業

- ・先生方とのネットワークを強化する中で、新規の出前授業先は昨年同様の約4割を維持している。

(イ) 関係団体等との連携、協働

- ・先生方にとって授業メニューの選択肢が増えるとともに、機構としてはエネルギー全般からストーリー立てた授業構成ができることにより、授業の実施に関する提案がしやすくなる等のメリットがある。また、先生方からは、「エネルギー全体における課題を捉えたうえで地層処分の課題を知ることができ、とても有益だった」とのご意見をいただく等、機構と関係団体等との連携強化が図られた。

(今後の取組み)

(ア) 出前授業

- ・機構による出前授業の活用を基に、先生方自身による授業実践へとつなげる取組みに関し、先生方のニーズを把握しつつ、先生方自らによる授業実践への移行促進を図る。

(イ) 関係団体等との連携、協働

- ・引き続き、出前授業先の新規開拓を進めるとともに、先生方自身による授業実践に向け助言等の支援を行う。また、モデルケースに関する積極的な提案等により、先生方の選択肢を増やす取組みを実施する。

ケ. 科学技術館展示のPR活動

【業務実施結果】

- ・新展示施設の「体感!!なぜ?なに?地層処分!!」はセンシング技術を導入し、安全に楽しみながら学べる「非接触型」展示を実施(2023年3月31日～一般公開開始)。[入場者数:21,914人]

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

- ・シアター体験者数は、最大体験可能人数の約70%(平均)を達成するとともに、約96%を記録した日もあり、積極的なPR活動の効果が十分出ているといえる。また、本体験をきっかけに地層処分事業に関する質問等があったほか、他のイベントブースに足を運んでいただいた方もあり、関心度向上に寄与していると評価している。

(今後の取組み)

- ・イベント開催に関するPR活動等を実施するとともに、出前授業先におけるチラシの配布等を通じ、若年層を介したSNSによる情報拡散等について企図する。



科学館展示物(左側:全体、右側:内部)

コ. 報道関係者への情報発信等

【業務実施結果】

(ア) 報道関係者への情報提供、記事化に向けた取組み

- ・重要なトピックについてプレスリリースを実施：16件
- ・地層処分を取材する記者に対して要望に応じた内容で勉強会を実施：36件
- ・役員がインタビュー取材に対応：2件
- ・論説懇談会を2023年8月に実施。参加は6社7名（新聞、通信社5社6名、テレビ1社1名）。

(イ) 全国各地の報道機関との関係強化、拡大と継続的な情報発信

- ・報道対応で収集した全国の報道関係者リストを活用した事業関連トピックのメール発信：23件
- ・「対話型全国説明会」について各開催地の記者クラブに対する取材案内を実施：27件
- ・役員とともに地方メディア本社を訪問し、各社の報道関係幹部と意見交換を実施：18件

【自己評価・今後の取組み】

(自己評価)

(ア) 報道関係者への情報提供、記事化に向けた取組み

- ・マスコミへの情報提供や問い合わせ対応を丁寧に行うことで、概ね正確な内容の報道が行われている。
- ・イベントの記事化については、プレスリリース等で広く取材案内するだけでなく、これまでの対応から関心が高いと思われる記者に対して、個別にイベントの内容や趣旨等を丁寧に説明することで実際の取材につながった。
- ・新規担当記者を中心に勉強会を実施し、地層処分事業や文献調査の状況についてインプットすることができた。マスコミ側から、後任者への引継ぎで勉強会を依頼されるようになるなど、関係構築にも寄与している。
- ・事業の節目にマスコミからの要請を受けて役員インタビューに対応。役員の発言がそのまま掲載されるインタビュー記事により、機構の姿勢や事業関連情報を正確に発信することができた。
- ・論説懇談会では、放射性廃棄物ワーキンググループをはじめとした直近の情報提供や意見交換を実施し、在京マスコミ各社の論説委員等の地層処分事業への理解促進や関心事等を知ることができた。

(イ) 全国各地の報道機関との関係強化、拡大と継続的な情報発信

- ・報道関係者リストを活用したメール発信により、全国のマスコミへタイムリーに情報提供することで機構や地層処分事業に対する関心を維持できた。
- ・「対話型全国説明会」に関連付けて報道関係者を訪問することにより、数多くの県でエリア内に影響力のある地元メディアの本社編集局幹部、論説委員等に対し、直接、情報提供や意見交換することができた。
- ・「対話型全国説明会」開催地の地元記者クラブに開催案内を実施したうえで当日取材に対応したことで、51件（事前告知6件、開催結果45件）の報道がなされ、各開催地における地層処分事業の認知度向上及び理解の促進に寄与できた。

(今後の取組み)

(ア) 報道関係者への情報提供、記事化に向けた取組み

- ・正確な情報に基づく記事がより多く掲載されるよう、情報ごとに工夫もしながら丁寧な情報発信に努める。

(イ) 全国各地の報道機関との関係強化、拡大と継続的な情報発信

- ・ 今後もプレス発表のほか報道関係者リストを活用した情報発信等により、機構及び地層処分事業に関する情報について、広く全国の報道関係者に対して高頻度かつ継続的に発信する。
- ・ 引き続き、「対話型全国説明会」開催にあわせた地元メディア本社訪問や地元記者クラブ対応等により、全国の報道機関に対面での情報提供や意見交換する機会を創出する。

(次頁に続く)

評価カテゴリー③ 社会的側面に係る研究支援に関する情報発信と支援内容等の改善

1. 地層処分事業の社会的側面に関する研究への支援の再開

【業務実施結果】

- ・2022年度に実施した調査（外部有識者や研究者等へのヒアリングやアンケート等）を踏まえて立案した改善策を反映し、第3回研究支援事業の仕様書を作成。委託先を決定のうえ、事業を開始。
- ・2022年度にヒアリングやアンケートを実施した外部有識者等の一部の方々へ、第3回研究支援事業のスキーム（応募方法や支援額等の変更）に関する説明（フィードバック）を行った。

（2022年度調査の結果を踏まえ立案した改善策の仕様書への反映）

目的	項目	改善の概要	仕様書への反映
研究の裾野の拡大	研究期間	・人文、社会科学分野の研究に十分な研究期間の確保	・研究期間の延長（約3年）
	1件あたりの支援金額	・研究者による、研究の手法等に応じた支援金額の選択を可能とする	・支援金額枠の多様化（税抜き800万円と200万円の2種類）
	周知活動の強化	・募集情報の周知先の追加 ・支援事業の趣旨や募集内容を研究者へ説明する場の設置	・大学の研究支援を専門に実施する部門（リサーチ・アドミニストレーター）への周知の追加 ・募集内容に関する研究者向けオンライン説明会の開催
	研究テーマ	・より幅広い研究を支援対象とするための、研究テーマの提示方法変更	・研究分野例と研究テーマ例の個別での列挙 ※研究者が自由に組み合わせる研究領域を設定することを想定
研究の裾野の拡大、研究の深化	運営委員会の構成	・第2回研究支援事業で応募が多かった分野の専門家の運営委員会への追加 ・採択研究の分野をフォローできる運営委員会の体制	・社会心理学の専門家を含む計5～6名の有識者による運営委員会 ・運営委員会や成果報告会等の場へのオブザーバーの招聘
研究の深化	研究者への情報提供	・研究者への地層処分に関する情報提供の充実	・キックオフミーティングの開催 ・研究者の求めに応じた機構の活動状況のメールマガジン配信
	研究者間交流の支援	・新しい研究のきっかけとなる研究者同士の交流の支援	・研究者同士のオンライン交流支援の実施

【自己評価・今後の取組み】

（自己評価）

- ・2022年度に実施した調査の結果を踏まえて立案した改善策（研究の裾野の拡大、研究の深化等に資する方策）を仕様書に反映することができた。
- ・研究支援事業の運営事務局を担う委託先を決定することができた。

(今後の取組み)

- ・応募者増に向けた方策を検討のうえ研究を募集し、運営委員会により支援対象件名を採択する。
- ・採択した研究に対し、研究の自律性及び支援の公正性を確保した適切な支援を行う。
- ・本研究支援の取組みについて広く社会に発信する。

以 上