

(様式 1-5)

檜葉町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 6 年 1 月 1 0 日時点

※本様式は 1-3, 1-4 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	1	事業名	アウトドアコンテンツを軸とした檜葉の魅力体感・発信事業		事業番号	A-1
事業実施主体			檜葉町	総交付対象事業費	59,527 千円	
既配分額			43,829 千円	当該年度交付対象事業費	15,698 千円	
経費区分ごとの費用						
一 地域の魅力向上・発信事業						
①情報発信事業						
					小計	15,698 千円
i) 風評動向調査						千円
ii) 体験等企画実施						15,698 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成						千円
iv) ポータルサイト構築						千円
②外部人材活用						
					小計	千円
i) 企画立案のための外部人材の活用						千円
ii) 地域の語り部の育成						千円
二 関連施設の改修						
地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修						千円
風評の払拭に関する目標						
令和 7 年度の観光入込客数 1,026,828 人(平成 22 年度比で 10%増加)						
※ J ヴィレッジ、道の駅ならは、天神岬スポーツ公園の 3 施設で集計						
事業概要						
事業実施主体			檜葉町			
主な企画内容			檜葉町の自然と人をつなぐコンテンツを軸とした情報発信による風評の払拭			
主な事業の実施場所			(山側) 木戸川溪谷、木戸ダム (海側) 天神岬スポーツ公園、木戸川河口域、岩沢海岸等			
事業の実施期間			令和 3 年度～令和 7 年度			
企画内容						
【現状・課題】						
<現状>						
・避難指示解除から 8 年が経過した檜葉町は、町民の帰還が進むとともに、新たな産業構造の構築に伴う居住者の数も増加し、安全で安心に過ごせる町となっている。						
・東日本大震災による原子力災害の影響により、観光入込客数は回復傾向にはあるものの依然として震災前の水準に戻っていない。						
・檜葉町には J ヴィレッジ、木戸川溪谷、天神岬スポーツ公園等の観光資源があるが、首都圏等の方々に対して、それらの魅力について効果的に届けることが出来ておらず、檜葉町に足を運んでもらうことが出来ていない。						
<課題>						
・原子力災害に伴う除染、食品安全検査の取り組みによる成果、檜葉町の自然が有する魅力等について、一般的な情報発信だけで十分に伝わらない。						
・そのため実際に檜葉町を訪れ体験を通じて実感してもらう必要がある。						
・檜葉町における観光入込客数の回復のためには、常磐自動車道で繋がった首都圏及び北関東エリア、仙台を核とする南東北エリアからの集客に結び付く効果的な情報発信が必要である。						
・ALPS 処理水の海洋放出の開始により、福島県沿岸部の自治体への客足が遠のくなど、新たな風評の影響が懸念されている。						

【課題に対するこれまでの取組と成果】

避難指示解除から8年が経過した檜葉町は、町民の帰還が進むとともに、新たな産業構造の構築に伴う居住者の数も増加し、安全で安心して過ごせる町となっているが、原子力災害に伴う風評はまだ根強く残っているものと考えられる。「来て」「見て」「感じる」ことが風評払拭に向けた効果的な情報発信と受け止め、これまで檜葉町に足を運んでいただく体験型コンテンツの組成に取り組んできた。体験型コンテンツは、能動的に地域の魅力を知る行動に繋がり、人から人へと伝播する、いわゆる「口コミ」となって情報の拡散が図られる。

これまで実施した具体的な取組と成果は以下のとおり。

- ・令和3年度から、海・川・山を周遊できる檜葉町の自然環境を活かしたアウトドアアクティビティプログラムを組成した。
(例)河口及びダム湖でのSUP・カヤック、林道でのマウンテンバイク、登山道でのオリエンテーリング・マウンテンバイク
- ・SUP、カヤック、パクラフト、マウンテンバイク等、上記プログラムに対応できる備品を整備した。
- ・観光旅行ツアーのプログラムに組み込まれるなど、檜葉町の認知度が向上した。
- ・運営面での担い手育成に向けたマウンテンバイク講習会、SUP体験会を開催した。
- ・認知度の高い芸人出演のアウトドアアクティビティ紹介動画を9本制作してYouTube上に公開。令和4年度は合計ビュー数7万5000回を超えた。
- ・令和5年度には、上記プログラムを事業化。アドベンチャーレースを開催し、2日間で30チーム約100名が参加した。
- ・その他、風評払拭を目的とするプロモーション活動については、長野県のアドベンチャーレースに檜葉チームとして出場して檜葉町の今を情報発信したほか、都内でクロストークイベントを開催し、檜葉町への興味・関心を喚起した。

【今年度事業における具体的な取組内容】

令和3年度は檜葉町の海・川・山を活用したアウトドアアクティビティを組成することができ、令和4年度は組成したSUPとマウンテンバイクにカヤックを加え、アクティビティを一体的に楽しめるレース形式のアクティビティにステップアップできた。県内外の観光団体、旅行会社等からも問い合わせがあるなど、「檜葉＝アウトドア」というイメージの広がりを実感している。

令和5年度は国内外で人気が高まっている本格的なアドベンチャーレースとして事業化し、第1回大会を開催。全国のアドベンチャーレーサーが参加するチャレンジクラスに加え、ファミリー層なども気軽に参加できるゲーム形式のフレンドシップクラスも設け、幅広い層にコミットできるプログラムを提供した。

また、令和5年度から始まったALPS処理水の海洋放出に伴い、風評の広がりも懸念されることから、アドベンチャーレースのレセプションを兼ねて交流会を開催。震災・原発事故後も海に親しんできた地元サーファーの講話に加え、自然風景を中心に双葉郡の復興の歩みを記録化してきた映像クリエイターも招き、動画を見ていただきながら「福島は今」について考えてもらう機会とした。

さらには東京都内のアウトドアショップにおいて、檜葉町のアウトドア事業をテーマにした懇談会も開催し、風評払拭につながる情報発信を行った。アドベンチャーレース及び、これらの情報発信の取り組みは、令和6年度も継続していく。

令和6年度の新たな取り組みとしては、観光資源の魅力化を図るべく、天神岬スポーツ公園内の日帰り温泉のサウナに着目。太平洋を一望できる露天風呂も備えた同施設は、近年急速的に広がっているサウナファンに訴求できるポテンシャルを有しているが、ソフト・ハードの両面でさらなる磨き上げが必要である。全国のサウナ施設の魅力化に取り組んでいる専門家を招聘し、県外からの観光客が満足できるサービスの提供はもちろんのこと、日常的にサウナを利用している地元客にもアプローチし、県外からの誘客を促進する観光資源とともに、観光客と地元客とのコミュニティ形成も担える交流の場としてサウナの魅力を発信する。加えて集客促進に向けたファンを獲得するために、アウトドアサウナイベントも開催する。

加えて、檜葉町のアウトドアを象徴する天神岬スポーツ公園において、新型コロナウイルス感染症流行以降ブームとなっているキャンプを核としたアウトドアイベントを開催する。天神岬スポーツ公園キャンプ場のさらなる魅力発信、また様々なことが体験できるキャンプ場として知名度を向上させるため、キャンパー向けの音楽ライブを実施する。

1) アドベンチャーレースの整備と事業化

実施期間：令和6年6月末もしくは7月上旬（情報発信は通年）に2日間の日程で実施

実施体制：檜葉町、委託事業者、檜葉町振興公社

概算費用：6,165千円

取組内容：天神岬スポーツ公園をスタート・ゴールに、木戸川河口でのSUP、木戸ダム湖でのカヤック、乙次郎林道でのマウンテンバイク、ホトトギス山登山道でのトレイルランニング、地元の各施設を巡るオリエンテーリング等を組み合わせ、檜葉の海・山・川及び名所を巡るアドベンチャーレースを開催する。

レース詳細：

- ① チャレンジクラス：チームは3人1組。健康な中学生以上であれば、誰でも参加できる。アドベンチャーレースやカヤックの経験の有無は問わない。但し、中学高校生は、チームに2名までとし、成人1名を加えなくてはならない。
- ② フレンドシップクラス：チームは2～5人1組。健康な小学生以上であれば、誰でも参加できる。アドベンチャーレースやカヤックの経験の有無は問わない。

カテゴリーは以下の通り。

・ファミリーカテゴリー:小学生の子供が含まれるチーム（成人1名を必ず含める）

・カップルカテゴリー:男女のペア

・フレンドシップカテゴリー:上記に当てはまらないチーム

	① チャレンジクラス（距離 25-35km）	② フレンドシップクラス（距離 7-15km）
参加人数	25 チーム（80 名程度）	25 チーム（100 名程度）
参加費	1 チーム 24,000 円	1 名 3,000 円
募集方法	町公式ホームページ、店舗（モンベル、スーパースポーツゼビオ等）でのチラシ・ポスター配布、アウトドア関連雑誌への広告掲載、SNSによる情報発信、観光団体（福島県観光物産交流協会）・旅行会社（JTB）等との連携	
行程（案）	① チャレンジクラス：天神岬スポーツ公園をスタートし、木戸ダム湖までマウンテンバイクでヒルクライム。木戸ダム湖でカヤックに乗り換え、湖面に漕ぎ出してチェックポイント（CP）を探す。ここからマウンテンバイクで乙次郎林道にアクセスし、郭公山の登山道入口までライド。オリエンテーリングしながら登頂し、CP をクリアしたら下山。再びマウンテンバイクを駆って、ゴールの天神岬スポーツ公園を目指す。 ② フレンドシップクラス：天神岬スポーツ公園発着。移動手段はランニング及び徒歩。J ヴィレッジや岩沢海岸、甘藷貯蔵庫といった町内施設を巡り、それぞれに設けられた課題解決に取り組む。また、木戸川河口でのSUP レースを盛り込む。 ※両クラスともレセプションを兼ねた風評払拭につながる交流会を開催予定。 ※参加費、参加人数は予定。事業実施に際して変動の場合あり。	
事後発信	レースの様子は各メディアに取材に来てもらい雑誌や新聞等に取り上げてもらう。 その他、レースの様子を記録動画として制作し、動画サイトやSNS等を通して発信する	

2）観光資源を生かしたアウトドアイベントの開催（アウトドアサウナイイベント）

実施期間：令和6年度冬季

実施体制：檜葉町、委託事業者、檜葉町振興公社

概算費用：2,673 千円

取組内容：常磐自動車道沿線の茨城、千葉、埼玉、東京等のアウトドア愛好者及びサウナ愛好者をターゲットとしてアウトドアサウナイイベントを開催する。天神岬スポーツ公園の閑散期となる冬季にイベントを実施することで、通年を通しての集客に寄与するとともに、冬季も温暖な気候でアウトドアに親しみやすい福島県浜通りの強みや魅力を発信する。

具体的な取組内容としては以下のとおり。

- ① テントサウナ及びサウナカーの体験コーナー
- ② アウトドア及びサウナ関連グッズの販売及びキッチンカーの出店
- ③ サウナに関するトークショーなどのステージイベント
- ④ マウンテンバイク及びスマートモビリティの体験乗車

3）誘客促進に向けた観光拠点施設の磨き上げ

実施期間：令和6年4月から令和7年2月まで、専門家が毎月2泊3日程度滞在して活動

実施体制：檜葉町、委託事業者、檜葉町振興公社

概算費用：3,258 千円

取組内容：全国のサウナ施設の魅力化に取り組んでいる専門家を招聘し、天神岬スポーツ公園内の温泉しおかぜ荘の磨き上げを図る。定期的に檜葉町に滞在し、県外からの観光客が満足できるサービスの提供はもちろんのこと、日常的にサウナを利用している地元客にもアプローチし、観光客と地元客とのコミュニティ形成も担える交流の場としてサウナの魅力を発信することにより、県外からの誘客を促進する観光資源としての強化を図る。

具体的な取組内容としては以下のとおり。

- ① 集客効果の高い施設運営を目的とする運営マニュアルの策定
- ② サウナノベルティやサウナ利用者に訴求する飲食物の開発
- ③ サウナ関連の定期イベントの企画運営（ロウリュ、アロマなど）

4）風評払拭につながる情報発信とプロモーション

実施期間：トークイベントはアドベンチャーレースのプロモーションも兼ねるため、令和6年5月及び12月の2回の開催を想定。

実施体制：檜葉町、委託事業者、檜葉町振興公社

概算費用：852 千円

取組内容：首都圏のアウトドアショップ等において、檜葉町のアウトドア事業をテーマにしたトークイベントを開催し、福島県自然環境の安全面をPRするとともに、ALPS 処理水の海洋放出に伴う風評払拭を図る。
具体的な取組内容としては以下のとおり。

- ①アドベンチャーレースの表彰式及び交流会の中での講演会の開催
- ②首都圏のモンベルショップにおけるクロストークの開催
- ③全国のアドベンチャーレースにおける会場での広報活動

5) アウトドアを通じた農林水産物等 PR 情報発信企画

実施期間：令和 6 年度夏季想定

実施体制：檜葉町、委託事業者、檜葉町振興公社

概算費用：2,750 千円

取組内容：檜葉町の天神岬スポーツ公園キャンプ場を舞台に、タレントがキャンプを行い町の農林水産物や特産品を取り入れたキャンプ飯づくりやキャンピングカーでの観光スポット巡りの様子を撮影し番組制作を行う。全国 24 局を放送エリアとした地上波での番組放送により、県外（首都圏や関西圏）に向けて町の農林水産物・特産品・観光の魅力を発信し、農産物の風評払拭や交流人口拡大を図っていく。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・アドベンチャーレースの開催 1 回
- ・アドベンチャーレースの参加者 180 名程度
- ・風評払拭につながるトークイベントによるプロモーション 3 回
- ・上記プロモーションの参加者 各回 50 名
- ・サウナイベントの開催 1 回
- ・サウナイベントの参加者 100 名程度
- ・日帰り温泉サウナ施設の磨き上げ活動 4～2 月の毎月 1 回
- ・動画サイト、SNS 等を活用した情報到達人数 5,000 名
- ・アウトドア番組制作 1 本
- ・アウトドア番組 Web 記事 1 本
- ・広告掲載
- ・アウトドア専門雑誌 2 回
- ・集客に繋がるWEB 広告の展開 3 回
- ・SNS（Facebook、Instagram、youtube）を通じた情報発信 毎月 2 回（イベント開催の直前は毎週 2 回）
- ・宣伝ツール
DM 2,000 枚（過去に他のアドベンチャーレースに参加したことがある方）
B2 ポスター 100 枚（モンベル、スーパースポーツゼビオ等のスポーツショップ）
A4 チラシ 1,000 枚（ポスターに同じ）

【アウトカム】

- ・アドベンチャーレース及びサウナイベント参加者に対するアンケート回収 80%以上
- ・上記アンケートにおける風評払拭に関するポジティブ回答率 70%以上
- ・アドベンチャーレース開催に伴う交流・関係人口の増加 年間 250 名
- ・サウナ施設の集客数 前年比 15%増
- ・天神岬スポーツ公園キャンプ場の利用者数 前年比 10%増

【今年度事業の実施により得られる効果】

- ・檜葉町の安全に係る現状、檜葉町の自然が有する魅力等について、自然及び町民との触れ合いから深い理解を促し、風評に対する正しい理解を促進する。
- ・令和 3 年度から継続している本事業は、檜葉町を訪れ、直接見て、聞いて、触れることで得られる実体験にこだわっている。本年度も参加者自らが体験を通して得たものを自らの言葉で、より効果の高い情報発信行為を行ってもらうことで、さらなる風評払拭につなげる。
- ・観光資源を単なる県外からの誘客の場に留めることなく、観光客と地元客との地域コミュニティの形成の場という位置づけでファンを獲得することで、内と外の融合を通して、より魅力的な観光資源としての磨き上げが図られる。

【次年度以降の取組】

アドベンチャーレースの自走化に向けては、定期開催シリーズへの加入が内定しており、通年を通しての参加者も多数いることから、今後も安定的な集客が見込める。一方で、地元地域の巻き込みという点で、運営スタッフへの参画も促していく必要があるため、本事業で組成した各種体験型コンテンツを常設化することで、日常的にアウトドアに触れる機会をつくり、地域理解を深めていくことで、持続的に町の魅力を発信する商材に磨き上げていきたい。

(様式 1-5)

檜葉町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 6 年 1 月 10 日時点

※本様式は 1-3, 1-4 に記載した事業ごとに記載してください。

N0.	2	事業名	イベントへの出展を通じた檜葉町産品魅力発信事業（旧事業名：国と地域が連携した情報発信イベント）		事業番号	A-4
事業実施主体			檜葉町	総交付対象事業費	14,058 千円	
既配分額			2,711 千円	当該年度交付対象事業費	11,347 千円	
経費区分ごとの費用						
一 地域の魅力向上・発信事業①情報						
①情報発信事業						
					小計	11,347 千円
i) 風評動向調査						千円
ii) 体験等企画実施						11,347 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成						千円
iv) ポータルサイト構築						千円
②外部人材活用						
					小計	千円
i) 企画立案のための外部人材の活用						千円
ii) 地域の語り部の育成						千円
二 関連施設の改修						
地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修						千円
風評の払拭に関する目標						
令和 7 年度の観光入込客数 1,026,828 人（平成 22 年度比で 10%増加） ※Jヴィレッジ、道の駅ならは、天神岬スポーツ公園の 3 施設で集計						
事業概要						
事業実施主体			檜葉町			
主な企画内容			首都圏等で開催されるフードフェスや物産イベントにおいて、檜葉町の特産品の販売や振舞を行い、檜葉町の魅力を PR する。併せて町 SNS を活用した情報発信を行う。			
主な事業の実施場所			首都圏、関西方面、友好都市（長崎県壱岐市）等			
事業の実施期間			令和 4 年 4 月～令和 8 年 3 月			
企画内容						
【現状・課題】						
<現状>						
風評の払拭については、これまでの取組により一定の成果を上げているものの、福島県産農林水産物の全国平均価格との乖離、観光業の不振等が今も続いている。さらに、令和 5 年夏に ALPS 処理水の海洋放出が開始されており、新たな風評の影響が懸念されている。						
このような科学的根拠に基づかない風評は、福島県の現状についての認識が不足していること、放射線に関する正しい知識等が十分に周知されていないことなどに原因があると考えられる。						
<課題>						
・放射線量測定結果のホームページでの公表等により、間接的に科学的な安全性を伝えるだけではなく、檜葉町産品の安全性や美味しさなどの魅力を、消費者に直接的に伝えることが重要である。						
・風評の払拭に向けてはこれまで様々な方法で情報発信を行ってきたが、依然として観光客入込数は震災前と比較し低迷しているため、イベントを通して積極的に観光資源の PR を行う必要がある。						

【課題に対するこれまでの取組と成果】

- ・首都圏イベントでの特産品の販売
- ・町公式 HP での食品等の放射線モニタリング検査結果の公表
- ・特産品であるゆずやサツマイモを使った 6 次化商品の開発及びその PR
- ・自然環境の安全性 PR、またその魅力を高める取組としてアウトドアアクティビティ造成、体験企画の実施
- ・J2 のプロサッカークラブチーム「いわき FC」と連携した魅力発信

また、令和 4 年度、令和 5 年度と名古屋、大阪で開催されたイベントにおいては、震災後新たな特産品としているさつまいもの試食や榎葉町産のお米で作った日本酒「榎葉の風」の試飲を行い、好評を得た。

【今年度事業における具体的な取組内容】

実施期間：令和 6 年 4 月～7 年 3 月

実施体制：榎葉町、委託事業者

概算費用：11,347 千円

取組内容：

復興庁の風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略である

- ① 福島復興の現状等を「知ってもらう：放射線に関する正しい知識の理解と誤解の払拭」
- ② 福島県産品を「食べてもらう：福島県産品の利用・販売促進等」
- ③ 福島県に「来てもらう：国内外からの被災地への誘客促進」

のうち、とくに②と③を目的として以下の取組を実施する。

首都圏で開催されるフードフェス、物産イベント等において榎葉町の PR ブースを出展し、特産品の販売や振舞を実施する。具体的には、各イベントにおいて、榎葉町が震災後特に力を入れているさつまいもを使用した加工品の販売を行う。加工品としては、町内の甘藷貯蔵施設で熟成された榎葉町産さつまいも（紅はるか）を使用し、令和 5 年度開所した「榎葉町特産品開発センター」で製造した「干し芋」を主力商品として試食・販売し、また榎葉町産のお米を使用した日本酒「榎葉の風」の試飲・販売、さらに令和 5 年 12 月から新たな特産品として販売している「ゆずポン酢」の試食・販売を実施する。

榎葉町の特産品の試食・試飲を通して榎葉町の食の安全・美味しさ・地域の魅力を発信していく。

特産品の利用・販売促進を進めるためには、より多くの方々に知ってもらい認知度を上げて消費・購入へつなげることが必要であるため、特産品の動画映像を制作しモニター等での情報発信の取組を行う。

また、ブース来場者へ独自にアンケートを実施する。回答者には抽選で榎葉町産品の景品のプレゼントなどのインセンティブを設けることで、アンケートの回収率を上げる取り組みを行う。併せて、ブース来場者へ榎葉町の観光パンフレット配布や、天神岬温泉の PR を行い誘客促進を図る。

《出展予定イベント》

1. 首都圏

実施時期：11 月、1 月、2 月（年度 3 回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：代々木公園において開催されるフード大規模フェス及び日本橋ふくしま館 MIDETTE のイベントを想定。

2. 宮城県仙台市

実施時期：10 月、3 月（年度 2 回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：仙台市内で開催される大規模イベントに合わせて出展予定。

3. 茨城県水戸市

実施時期：12 月（年度 1 回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：水戸駅にて開催されるマルシェイベントに合わせて出展予定。

4. 長崎県壱岐市

実施時期：11 月頃（年 1 回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

取組内容：当町と壱岐市は平成 28 年に友好都市提携を行っており、相互の行政職員の派遣の交流はあるものの、壱岐市の住民に対しての交流はなく、榎葉町の知名度もあまりない状況である。壱岐市のイベントで榎葉町の PR ブースを出展し、特産品の販売や振舞を実施する。榎葉町を知ってもらい、身近に感じてもらい、榎葉町ひいては福島県産品が安心・安全であることを PR し、風評払拭に努

める。併せて町の観光資源のPRを行い、誘客促進につながるような魅力発信を行う。出展は壱岐市で毎年開催される「JA 壱岐市農協まつり」に出展し、九州地方を中心としたPRを実施する。

《販売促進に向けた情報発信》

1. 特産品の動画映像制作

実施時期：10月頃

実施体制：檜葉町、委託事業者

取組内容：首都圏 JR クロスステーションモニター広告で使用する映像の制作を実施する。

2. 特産品の PR 動画放映

実施時期：首都圏 11月から12月頃

実施体制：檜葉町、広告事業者

取組内容：首都圏 JR の駅において駅構内等にあるクロスステーションのモニター広告を活用して檜葉町の農産物の魅力を知ってもらう。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・首都圏イベントでのブース出展：3回
- ・宮城県仙台市イベントでのブース出展：2回
- ・茨城県水戸市イベントでのブース出展：1回
- ・長崎県壱岐市イベントでのブース出展：1回
- ・町 SNS（Instagram、X）による情報発信：100回
- ・特産品販売 PR 用動画制作と広告放映：2ヶ月間

【アウトカム】

- ・町 SNS アカウント（Instagram、X）のフォロワー数5%増
- ・実施アンケートの「檜葉町を知っている」及び「檜葉町を訪れてみたい」の回答が8割以上

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・イベントへ出展することで直接消費者に当町の産品の安心・安全をPRでき、同時に観光資源のPRを行うことで誘客促進につなげる。
- ・SNSで当町の産品や観光資源のPRを積極的に行い、知ってもらうきっかけをつくる。

【次年度以降の取組】

- ・本事業を通じて檜葉町を知っていただいた方に、さらにアプローチする機会を設ける。
- ・SNS でつながった方に対しては「きてもらう」を目標に引き続き当町の魅力を発信する。

(様式 1-5)

檜葉町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 6 年 1 月 10 日時点

※本様式は 1-3, 1-4 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	3	事業名	自治体連携によるスイーツ作りコンテストの開催及び各自治体産品を使ったスイーツの開発・販売による檜葉町の魅力発信事業		事業番号	A-5
事業実施主体			檜葉町	総交付対象事業費	39,303 千円	
既配分額			17,308 千円	当該年度交付対象事業費	21,995 千円	
経費区分ごとの費用						
一 地域の魅力向上・発信事業①情報						
①情報発信事業						
					小計	21,995 千円
i) 風評動向調査						千円
ii) 体験等企画実施						17,155 千円
iii) 情報発信コンテンツ作成						4,840 千円
iv) ポータルサイト構築						千円
②外部人材活用						
					小計	千円
i) 企画立案のための外部人材の活用						千円
ii) 地域の語り部の育成						千円
二 関連施設の改修						
地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修						千円
風評の払拭に関する目標						
令和 7 年における檜葉町の米を除く農産物の産出額：1 億 3500 万円/年（令和 2 年の 9000 万円から 50%増）以上						
事業概要						
事業実施主体			檜葉町			
主な企画内容			1. 大熊町、富岡町、檜葉町、広野町の 4 町連携で全国の高校生を対象としたスイーツ作りコンテスト「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」を開催 2. 檜葉町産サツマイモを使用したスイーツの商品開発 3. 檜葉町において開発した商品を販売するイベントを開催 4. 東京都内において大熊町、富岡町、檜葉町、広野町の 4 町連携で、各町産農産物を使ったスイーツを販売するイベント「ふくしまスイーツフェスティバル」を開催 5. 上記の 1. ～4. に係る情報発信及び BS 放送番組の制作・放送			
主な事業の実施場所			福島県及び東京都			
事業の実施期間			令和 5 年 4 月～令和 8 年 3 月			
企画内容						
【現状・課題】						
<現状>						
・消費者庁の「風評に関する消費者意識の実態調査」（第 16 回・令和 5 年 3 月公表）によると、食品の産地を気にする理由で、「放射性物質の含まれていない食品を買いたいから」と回答した人の割合は 10.5%、放射性物質を理由に福島県産品の購入をためらう人の割合も 5.8%となっており、放射性物質を理由に福島県産品を忌避する消費者がなお一定数存在する。						
・福島県産品を忌避する消費者がいることや風評への懸念から、令和 2 年の檜葉町の米を除く農産物の産出額は 9000 万円にとどまり、震災前の平成 21 年の 1 億 9000 万円から大きく落ち込んでいる。徐々に回復しているものの、震災前の水準にまで回復する兆しが見えない。						
・ALPS 処理水の海洋放出が令和 5 年 8 月から始まった。						

<課題>

- ・ALPS 処理水の海洋放出により、福島県産品を忌避する消費者が再び増える恐れがある。
- ・上記消費者庁の実態調査によると、「風評被害を防止し、売られている食品を安心して食べるために、どのようなことが行われるとよいと思うか」という問いに対して、「それぞれの食品の産地や産品の魅力に関する情報提供」という回答が 31.2% を占めた。これまで継続的に実施してきた放射性物質検査の結果など食品の安全に関する情報提供だけでは、風評の払拭及び農産物産出額の回復に限界があり、これまでとは異なった手法により福島県産品の魅力を発信していく必要がある。
- ・「家庭内購買決定権調査」(株式会社ハー・ストーリー)によると、95% の家庭で、食品の購入の決定権は主婦にあるとの結果が示された。風評の払拭及び農産物産出額の回復には、家族、子どもの健康に気を遣う主婦層への働きかけが重要であり、主婦層に親近感を持ってもらえる情報発信が必要となっている。

【課題に対するこれまでの取組と成果】

- ・令和 5 年度に、大熊町、楢葉町、富岡町の 3 町が連携し、全国の高校生を対象に、3 町の農産物(大熊町・キウイ、富岡町・パッションフルーツ、楢葉町・サツマイモ)をそれぞれ使ったスイーツ作りコンテスト「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」を実施。
- ・全国約 4000 校にレシピ募集のポスター及びチラシを送付。全国から 657 件(キウイ部門 255 件、パッションフルーツ部門 102 件、サツマイモ部門 300 件)の応募があった。生徒、学校関係者、保護者に各町産農産物の魅力を発信し、関心を持ってもらい、認知向上を図ることができた。
- ・令和 5 年 8 月 25、26 日に福島県の「J ヴィレッジ」において決勝大会を開催。レシピ審査で選ばれた各部門 3 チームの計 9 チームが出場。大熊町賞、富岡町賞、楢葉町賞を選出。YouTube でのライブ配信や産経新聞を始めとするメディアでの報道により、高校生がスイーツ作りに挑戦する姿を通じて、共感を持って各町産農産物の魅力を発信し認知向上を図ることができた。
- ・各賞受賞チームと審査員を務めた著名パティシエ(3 人)が共同で、3 町の農産物を使ったスイーツ 3 種類を開発。
- ・令和 6 年 1 月に各町において開発したスイーツ発表会及び地元生産者との交流会を実施(予定)
- ・令和 6 年 2 月 22～25 日に東京都渋谷区の代々木公園で開催される「SAKANA&JAPAN FESTIVAL2024(魚ジャパンフェス) in 代々木公園」との同時開催で、各町農産物を使ったスイーツを販売する「ふくしまスイーツフェスティバル」を実施。3 種類のスイーツ各 1000 食計 3000 食を販売(予定)。
- ・上記取組について、計 6 回のメディア向けリリースを配信(予定を含む)。
- ・上記取組について、産経新聞及びウェブサイトに「産経ニュース」で計 30 回以上の記事を掲載(予定を含む)。
- ・上記取組について、メディア取材誘致活動を展開。福島テレビ、福島中央テレビによる大会密着リポートが放送されるなど、多数のメディア露出を実現。
- ・高校生がスイーツ作りに挑戦する姿は人の心を打ち、多くの人に共感を持って各町農産物の魅力を伝えることができた実感。他方、より多くの人に伝えるため、ライブ配信以外の効果的な情報発信方法を検討する必要があると感じた。
- ・地元生産者や事業者から、各町の農産物を使ったスイーツを東京都内のイベントで販売するだけでなく、県内外で土産物や贈答品として販売できる商品を開発し、持続的に魅力を発信できるようにしてほしいとの意見が出された。
- ・地元生産者や事業者から、「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」を活用し、県外からの誘客や交流人口の拡大につながるイベントを地元で開催してほしいとの意見が出された。

【今年度事業における具体的な取組内容】

以下の取り組みを実施することにより、楢葉町産農産物の魅力についての認知向上、楢葉町産農産物の産出額の回復を図る。

1. 大熊町、富岡町、楢葉町、広野町の 4 町連携で、全国の高校生を対象としたスイーツ作りコンテスト「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」を開催

実施期間：令和 6 年 4 月～8 月

実施体制：大熊町、富岡町、楢葉町、広野町、委託事業者

実施費用：7,039 千円

実施概要：大熊町、富岡町、楢葉町、広野町の 4 町と、高校生パティシエ日本一を決定するコンテスト「スイーツ甲子園」を主催する産経新聞社の共催により、全国の高校生を対象とした 4 町の農産物を使ったスイーツ作りコンテスト「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」を開催。福島県の J ヴィレッジにおいて決勝大会を実施し、全国の高校生が福島県に集い、お菓子作りのアイデアや技術を競う。高校生がスイーツ作りに挑戦する姿を通じて、主婦層を中心に消費者に共感を持ってもらい、各町の農産物の魅力を発信する。

実施内容：

- ・令和 6 年 4 月～6 月に全国の高校約 4000 校に対し、大熊町キウイ部門、富岡町パッションフルーツ部門、楢葉町産サツマイモ部門、広野町産パナナ部門の 4 部門ごとに、スイーツのレシピを募集。各部門 3 組(1 組 1～2 名)、計 12 組の出場チームを選考。

- ・令和6年8月に福島県のＪヴィレッジにおいて、決勝大会を開催。大会は2泊3日を想定。大熊町賞、富岡町賞、榎葉町賞、広野町賞を選出。受賞チームと、審査員を務めた著名パティシエ（4名のうち1名）が共同で、各町の農産物を使ったスイーツの商品を開発する権利を副賞として授与。
- ・大会後、参加者による各町の復興状況の視察及び地元生産者との交流会を実施。

2. 榎葉町産サツマイモを使ったスイーツの商品開発

実施期間：令和6年9月～令和7年1月

実施体制：大熊町、富岡町、榎葉町、広野町、委託事業者

実施費用：1,754千円

実施概要：5年度事業で、地元生産者や事業者から持続的に榎葉町産農産物の魅力を発信できるようにしてほしいとの意見が出されたことを踏まえ、榎葉町賞受賞チームと著名パティシエが共同で県内外で土産物や贈答品として販売できる榎葉町産サツマイモを使ったスイーツの商品を開発。地元生産者や地元事業者と連携し発売を目指す。

実施内容：

- ・榎葉町賞受賞チーム、著名パティシエ、地元生産者、地元事業者による商品開発チームを結成し商品開発を行う。
- ・地元生産者や事業者の商品のレシピ、「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」とのコラボ商品販売権を付与し商品化を目指す。

3. 榎葉町において開発した商品を販売するイベントを開催

実施期間：令和7年1～3月

実施体制：大熊町、富岡町、榎葉町、広野町、委託事業者

実施費用：983千円

実施概要：5年度事業で、地元生産者や事業者から、県外からの誘客や交流人口の拡大につながるようにしてほしいとの意見が出されたことを踏まえ、榎葉町において、2.で開発した商品を販売するイベントを開催する。

実施内容：

- ・地元で開催されるイベントと連携するなどし、開発したスイーツ商品100食程度を販売。
- ・担当シェフ、榎葉町賞受賞チームがイベントに参加し、地元との交流を図る。

4. 東京都内において大熊町、富岡町、榎葉町、広野町の4町連携で、各町農産物を使ったスイーツを販売するイベント「ふくしまスイーツフェスティバル」を開催

実施期間：令和7年2月

実施体制：大熊町、富岡町、榎葉町、広野町、委託事業者

実施費用：7,377千円

実施概要：1.の各町賞受賞スイーツや2.で開発した商品を販売するイベントを東京で開催。上記1.2.の取り組みにより知ってもらうだけでなく、榎葉町産農産物を実際に食べてもらう機会を設けることにより、その魅力を実感してもらう。

実施内容：

- ・イベントは20万人規模の集客が見込める「SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）in 代々木公園」との同時開催で実施する。
- ・キッチンカーを出店し、榎葉町賞受賞スイーツ1000食程度及び開発した商品100食程度を販売。
- ・イベント初日にメディア向け内覧会を実施。

5. 1.～4.に係る情報発信

実施期間：令和6年4月～令和7年2月

実施体制：大熊町、富岡町、榎葉町、広野町、委託事業者

実施費用：4,840千円

実施概要：事業の効果促進を目的に、1.～4.の取組についてマスメディア等を活用した情報発信を展開し大熊町産農産物の魅力の認知向上を図る。5年度事業では、「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」の模様をYouTubeでライブ配信したが、視聴者が学校・大会・地元自治体関係者など限定的だったことから、より広く効果的に各町の農産物の魅力を発信するため、6年度はBS放送番組を制作・放送する。

実施内容：

- ・マスメディアにおいて、1,3,4.の取組について、レシピ募集や開催告知等の事前記事を掲載して大会やイベントの注目度を高めるとともに、大会やイベントの開催報告等の事後記事を掲載することで、参加者や関係者以外の方にも広く情報発信を行う。
- ・マスメディアにおいて、2.の取組について、商品開発の経緯や開発の様子も含めて紹介する記事を掲載し、商品だけでなくストーリーを含めて情報発信を行うことで、商品の付加価値を高め、効果的に榎葉町産の農産物の魅力を発信する。

- ・ マスメディアのウェブサイトにおいて、1. ～4. の取組について紹介する記事体広告（15,000PV 想定）を掲載。
- ・ BS 放送において、1. の「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」に密着した特番（30 分番組）を放送。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・ 大熊町、富岡町、檜葉町、広野町の 4 町と産経新聞社の共催で、全国の高校生を対象としたスイーツ作りコンテスト「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」開催：年 1 回
- ・ 檜葉町産サツマイモを使ったスイーツの商品開発：年 1 種類
- ・ 檜葉町において、開発した商品を販売するイベント開催：年 1 回
- ・ 大熊町、富岡町、檜葉町、広野町の 4 町と産経新聞社との共催で、各町産農産物を使ったスイーツを販売するイベント「ふくしまスイーツフェスティバル」開催：年 1 回
- ・ 上記のコンテスト、フェスティバル等の情報発信：年 30 回以上

【アウトカム】

- ・ 檜葉町が発信する情報への接触者数：年 300 万人以上
- ・ 檜葉町産サツマイモを使ったスイーツの販売：1100 食程度
- ・ 檜葉町産サツマイモの産出額：前年度比 10%増

【今年度事業の実施により得られる効果】

- ・ 檜葉町産農産物の魅力についての認知向上
- ・ 檜葉町産農産物の産出額の回復

【次年度以降の取組】

- ・ 檜葉町の生産者及び事業者と連携し、6 年度事業において開発した商品を発売し販路を開拓することで、檜葉町産サツマイモの需要を創出し産出額の拡大を実現する。
- ・ 本事業において実施した情報発信の効果を分析し、持続的に檜葉町産農産物の魅力を発信していくための戦略を立案し情報発信体制を整備する。
- ・ 「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」の認知度を高め、協賛スポンサーを募るなどにより、大会を持続的に実施できる体制を整える。