

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

1. 基本情報

| 自治体名 | 他市町村との連携 | 事業番号 | 事業名 | | | |
|----------|--------------------|-----------------|-------------|---------------------|-----------------------|--------------|
| 楡葉町 | | A-1 | 楡葉町産品魅力発信事業 | | | |
| 事業実施年度 | 当該年度総事業費 | 経費区分（該当区分に○を入力） | | | | |
| R8年度 | 25,742千円 | ①情報発信事業 | | | ②外部人材活用 | |
| 事業費 | 左記 事業費のうち 国費負担分 | i 風評動向調査 | ii 体験等企画実施 | iii 情報発信コンテンツ 作成 | i 企画立案のための外 部人材の活用 | ii 地域の語り部の育成 |
| 25,742千円 | 12,871千円 | | ○ | ○ | | |

2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

| 自治体が抱える風評等の現状について |
|---|
| <p>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。</p> <p>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。</p> |
| 上記の現状の原因となる課題について |
| <ul style="list-style-type: none"> 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、楡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。 |
| 上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む） |
| <p>【令和4年度】</p> <p>復興庁主催「ふくしまフェスティバル in 名古屋」での楡葉町 PR ブースを出展し、特産品販売・PR ブースを展開した。</p> <p>酒や焼き芋などの特産品の振舞いや、ゆずやさつまいもを加工した特産品の販売を実施した。</p> <p>酒や焼き芋の売れ行きが良かったほか、その他特産品についても概ね好評であり、東海地方を中心とした情報発信に大きく寄与した。</p> |

【令和5年度】

大阪府で開催された「OBC ラジオまつり ふれあい広場 2023」において、橿葉町特産品販売・PRブースを展開した。

酒や焼き芋などの特産品の振舞いや、ゆずやさつまいもを加工した特産品の販売を実施した。

酒や焼き芋の売れ行きが良かったほか、その他特産品についても概ね好評であり、関西地方を中心とした情報発信に大きく寄与した。

【令和6年度】

友好都市である長崎県壱岐市において、「農協まつり JA フェスタ」での橿葉町 PR ブースを出展し、特産品販売・PRブースを展開した。

干し芋をはじめとする特産品の販売が好評で、かつ出展日当日は他のイベントも開催されており、島外からも多くの方に来場いただき、九州地方に向けての PR にも充分寄与していたものと認識している。

また、水戸や仙台などでのイベントへも出展し、同様の取組を実施している。

作成、放映した CM 事業においても、首都圏におけるクロスステーションの電子公告にて放映することにより、より町の魅力情報発信に大きく寄与しているものと認識している。

【令和7年度】

令和6年度に引き続き、首都圏のほか、茨城県水戸市や宮城県仙台市、長崎県壱岐市等の県外イベントにて橿葉町ブースを出展し、特産品販売・PRブースを展開した。

新たに作成、放映した CM 事業においても、首都圏等におけるクロスステーションの電子公告にて放映することにより、町の魅力情報発信に大きく寄与しているものと認識している。

<これまでの取組における成果>

【令和4年度】

<取組>

名古屋市において、福島県をはじめとする県内市町村も出展し、橿葉町も PR ブースも設けた。

<成果>

酒や焼き芋の売れ行きが良かったほか、その他特産品についても概ね好評であり、東海地方を中心とした情報発信に大きく寄与した。

【令和5年度】

<取組>

大阪市において、福島県をはじめとする県内市町村も出展し、橿葉町も PR ブースも設けた。

<成果>

特産品の売れ行きも良く、アンケート調査も実施した。51 件のアンケート数が集まり、試飲や試食いただいた方々はすべて「美味しかった」と回答。また、橿葉町を知りたいと回答した方は 9 割程度、訪れたいと回答した方も 9 割程度で、大変好評であり、十分な PR へとつながったと認識。関西地方を中心とした情報発信に大きく寄与した。

【令和6年度】

<取組>

(イベント出展) 長崎県杵岐市や水戸、仙台等のほか、首都圏でもブース出展を実施。

(CM 作成、放映) 今年度に町特産品であるさつまいもの加工品「干し芋」の CM を作成、放映

<成果>

(イベント出展) 特産品の売れ行きもよく、杵岐市での出展時には島内外からの来場者数も多く、九州地方に向けての PR にも充分寄与していたものと認識している。

(CM 作成、放映) 首都圏におけるクロスステーションの電子公告にて放映することにより、より町の魅力情報発信に大きく寄与しているものと認識している。

【令和 7 年度】

<取組>

(イベント出展) 首都圏等をはじめ、茨城県水戸市や宮城県仙台市、長崎県杵岐市の各種イベントにてブース出展を実施。

(CM 作成、放映) 令和 6 年度に引き続き、町特産品であるさつまいもの加工品「干し芋」の新たな CM を作成、放映。

<成果>

(イベント出展) 檜葉町の認知度向上に加え、特産品である「サツマイモ」や「ゆず」を加工した商品、日本酒「檜葉の風」の PR に大きく寄与した。

(CM 作成、放映) 首都圏におけるクロスステーションの電子公告にて放映することにより、不特定多数の方々へ檜葉町を知ってもらう効果がもたらされた。

上記の取組における成果について

(イベント出展) 特産品の売れ行きもよく、杵岐市での出展時には島内外からの来場者数も多く、九州地方に向けての PR にも充分寄与した。

(CM 作成、放映) 首都圏におけるクロスステーションの電子公告にて放映することにより、より町の魅力情報発信に大きく寄与しているものと認識している。

3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

1. イベント出展事業

①実施期間：令和8年4月～令和9年3月

②実施体制：単独

③実施場所：首都圏、仙台、鎌倉、大阪、苅岐

④概算費用：11,307千円

⑤実施内容：

各イベント開催時に、各イベント会場において、檜葉町の特産品である「さつまいも」や「ゆず」等のPRや福島産の産品の風評払拭を目的に、檜葉町へ興味のある方や福島産の産品に不安を抱いている方、未だ檜葉町へ訪れたことのない方等をターゲットに、檜葉町・委託事業者が、PRブースを出展し特産品の販売や振舞を実施し、檜葉町の特産品である「さつまいも」や「ゆず」等のPRや福島産の産品の風評払拭を図る。

具体的には、各イベントにおいて、檜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檜葉町産さつまいも（紅はるか）を使用し、令和5年度開所した「檜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、また檜葉町産のお米を使用した日本酒「檜葉の風」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。檜葉町の特産品の試食・試飲を通して檜葉町の食の安全・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。回答者には抽選で檜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組を行う。併せて、ブース来場者へ檜葉町の観光パンフレット配布や、天神岬温泉のPRを実施し、誘客促進を図る。

これまでの取組を踏まえ、首都圏等でのイベント出展回数を増やし、より効率的なPRを行う。イベントへの参加人数が多く見込めることや、特産品の売れ行きが好調であることなどを鑑み、前年度よりも出展候補地を増やしていく。

《出展予定イベント》

1. 観光商談会（東京都飯田橋）

実施時期：未定（年1回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：令和8年度はふくしまデスティネーションキャンペーンが開催されるため、それに合わせて旅行事業者へのPRを行う。

2.ふるさと交流ショップ台東（東京都台東区）

実施時期：未定（年1回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：台東区の商店街に「ふるさと交流ショップ 台東」へブース出展し、特産品販売や観光案内、移住促進 PR 等を行う。全国各地の自治体が一同に会する本イベントは、各都市における特産品等の販路拡大につなげることも期待できる。

3.フードスタイルジャパン（東京国際展示場）

実施時期：未定（年1回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：東京国際展示場で開催される外食・小売業界を対象とした日本最大級の総合商談展示会であるフードスタイルジャパンへ出店する。

4.道の駅八王子

実施時期：秋季（年1回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：東京唯一の道の駅である「道の駅八王子」でのブース出展を行う。

5.首都圏イベント

実施時期：未定（年2回）

実施体制：榎葉町、委託事業者

概要：都内千代田区、中央区などの国・県主催イベントでのブース出展を行う。

6.長崎県壱岐市

実施時期：10月頃（年1回）

実施体制：楡葉町、委託事業者

概要：当町と吉岐市は平成 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、吉岐市の住民に対しての交流はなく、楡葉町の知名度もあまりない状況である。吉岐市のイベントで楡葉町の PR ブースを出展し、特産品の販売や振舞を実施する。楡葉町を知ってもらい、身近に感じてもらい、楡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 P R を行い、誘客促進につながるような魅力発信を行う。

7.道の駅まるごとフェスタ（仙台市）

実施時期：秋季（年 1 回）

実施体制：楡葉町、委託事業者

概要：仙台において開催される、東北 6 県の道の駅が集結し、各地の特産品、ご当地グルメ、農産物を販売する大規模イベントへの出展。

8.JR 主要駅での販売

実施時期：未定（年 5 回）

実施体制：楡葉町、委託事業者

概要：J R 駅構内において特産品販売 P R ブースを出展する。水戸駅、土浦駅、大宮駅、仙台駅を予定。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

ブース出展時に食品の安全性を伝えるパンフレット配布や動画放映を実施。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

ブース出展時に町の観光パンフレットの配布や P R 動画の放映を実施。

2. CM 作成および放送事業

実施期間：令和 8 年 4 月～ 9 年 3 月

実施体制：楡葉町、委託事業者
実施場所：SNS 等で動画 CM を配信
概算費用：14,435 千円

1. 特産品の動画映像制作

実施時期：令和 8 年 4 ～ 5 月頃

実施体制：楡葉町、委託事業者

実施内容：令和 8 年 4 月から 5 月頃、楡葉町内で、楡葉町特産品である「さつまいも」「ゆず」の P R や福島産品の風評払拭を目的に、楡葉町へ興味のある方や福島産の産品に不安を抱いている方、未だ楡葉町へ訪れたことのない方等をターゲットに、楡葉町・委託事業者が、N A R A H A アンバサダー（楡葉町の復興の後押しや活動を通して楡葉町の P R に賛同いただいた著名人）やこれまで本町のイベント等に来ていただいたタレント等に出演いただく C M 作成を実施し、楡葉町の特産品である「さつまいも」や「ゆず」等の P R や福島産の産品の風評払拭を図る。

2. 特産品の PR 動画放映

実施時期：令和 8 年 6 月～令和 9 年 3 月

実施体制：楡葉町、広告事業者

実施内容：令和 8 年 6 月から令和 9 年 3 月頃、SNS 広告を活用して、楡葉町特産品である「さつまいも」の P R や福島産品の風評払拭を目的に、楡葉町へ興味のある方や福島産の産品に不安を抱いている方、未だ楡葉町へ訪れたことのない方等をターゲットに、楡葉町・動画制作委託事業者が作成した C M 放映を実施し、楡葉町の特産品である「さつまいも」や「ゆず」等の P R や福島産の産品の風評払拭を図る。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

東日本大震災と原子力事故からの復興の姿の一つとして、楡葉町で震災以降力を入れて進めている甘藷一大産地の取組に係る 6 次化商品やゆずの 6 次化商品について、S N S 広告動画の配信を通して広く発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

楡葉町が取組む甘藷やゆずの一大産地化について、6 次化商品を通じた町の魅力発信を S N S 広告活用により広く実施する。

4. 事業における目標等

| 今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る | 今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る |
|--|--|
| <p>(イベント出展)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特産品販売 PR ブース出展 1 3 回 ・町 SNS (Instagram、X) による情報発信 : 100 回 <p>(CM作成、放映)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本町とつながりのあるタレント等を活用して、本町の 6 次化商品の CM を制作し SNS で広告配信を行う。 | <p>本町に興味や関心が無い方にも SNS 広告を通じて配信することで、本町の特産品や取組を広い世代や全国の方々に知ってもらうことができる。</p> |
| 長期的な目標 ※1つ以上は定量的な目標を設定 | 長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載 (○%) |
| <p>(イベント出展)</p> <p>観光客入込数 : 1,000,000 人</p> <p>(CM作成、放映)</p> <p>年間干し芋生産量の 1/3 を県外販売を目標とする。</p> | <p>(イベント出展)</p> <p>観光客入込数 : 859,336 人 (86%)</p> <p>(CM作成、放映)</p> <p>年間干し芋生産量約 14t に対して県外販売量約 1t であり 21%の達成率となっている。</p> |

地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業計画書

1. 基本情報

| 自治体名 | 他市町村との連携 | 事業番号 | 事業名 | | | |
|----------|--------------------|-----------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|--------------|
| 檜葉町 | | A-2 | 福島檜葉特産品等 PR 大阪物産フェアイベント事業 | | | |
| 事業実施年度 | 当該年度総事業費 | 経費区分（該当区分に○を入力） | | | | |
| R8年度 | 15,002千円 | ①情報発信事業 | | | ②外部人材活用 | |
| 事業費 | 左記 事業費のうち 国費負担分 | i 風評動向調査 | ii 体験等企画実施 | iii 情報発信コンテンツ 作成 | i 企画立案のための外 部人材の活用 | ii 地域の語り部の育成 |
| 15,002千円 | 7,501千円 | | ○ | ○ | | |

2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

| |
|---|
| 自治体が抱える風評等の現状について |
| 震災からの農業再開に向けてこれまで農業者等の支援を通じて後押し、主要作物の水稻をはじめ震災以降新たな作物へのチャレンジとしてサツマイモの産地化を目指すなど令和7年度で震災前の約8割まで営農が再開された。また、新たなチャレンジとして町内で生産された農産物等に付加価値をつけ特産品をとおして町の魅力発信につなげるため、令和5年に6次化施設を整備し町が産地化を目指すサツマイモを活用した干し芋や震災前から町の特産であった柚子を活用した加工品の製造や販売に力を入れているが、町内産の農産物への風評や加工品の認知度が低く県外への流通が少ない状況である。 |
| 上記の現状の原因となる課題について |
| 町内農産物への風評は以前よりは低減されてきたものの未だに続いており、営農再開の更なる推進や生産農家の意欲向上へ影響している。また、町内農産物を活用した加工品の販売についても、原材料となる農産物の安心安全を伝え更には品質の良さを広く消費者等へ伝え理解してもらう必要がある。 |
| 上記の課題に対するこれまでの自治体の取組について（自治体独自の取組を含む） |
| 平成30年度から町内産農産物の安心安全と品質の良さを発信するため、秋に収穫祭イベントを町内で開催してきた。イベントの中では、町内で生産された農産物が一堂に会する農産物品評会や町内産農産物を使った飲食ブースの出店などイベントを通して広く情報発信を行ってきた。また、令和6年度からは、加工品（干し芋）のPRCMを制作し県内の他、首都圏JR広告でも放映し風評払拭の他、品質の良さや更には認知度を上げる取組を実施している。 |
| 上記の取組における成果について |
| 収穫祭イベントを通して、町民や参加者が檜葉の農業についての理解、認知度は年々向上している。また、干し芋のCMを首都圏等で放映することで、福島県檜葉町のPRのみならず、サツマイモの産地といったイメージを定着させることにつながっている。 |

3. 事業内容の詳細

今年度の具体的な取組内容 ※以下の項目に沿って記載をお願い致します。

1. 福島産特産品等 PR 大阪物産フェアイベント事業

①実施期間：令和8年12月

②実施体制：単独

③実施場所：大阪府道頓堀（予定）

④概算費用：15,002千円

⑤実施内容：

令和8年12月中に1日の開催。

甘藷産地化の取組協定を締結している株式会社白ハト食品工業と連携し、大阪道頓堀を会場として震災以降新たな作物の甘藷を主軸に産地町の農産物や加工品等のPRや販売の物産フェアを実施する。

福島県産品出店ブース・町内産品出店ブースを設け、特産品を加工した六次化商品の物販等を通じ、福島県産の農産物や加工品に係る風評払拭を狙いとした情報発信を行う。

町アンバサダー等によるトークショーやライブなどのステージイベントを通じて、西日本エリアをターゲットとした産地町の特産品や観光資源のPRを行う。

⑥「復興・創生に向けた取組や食品等の安全性等の情報」の具体的な発信内容：

東日本大震災と原子力事故からの復興の姿の一つとして、産地町で震災以降力を入れて進めている甘藷一大産地の取組について、出店ブースの食やステージイベント企画の中で広く発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

震災以降力を入れて取組む甘藷一大産地へのチャレンジをステージイベントから各種出店ブースによる食などイベントを通して見て・食べて・聴いて・感じてもらう企画で産地町の魅力を発信する。

4. 事業における目標等

| 今年度におけるアウトプット ※定量的な目標に限る | 今年度におけるアウトカム ※定量的な目標に限る |
|--|---|
| 観光集客のある大阪道頓堀で福島県産品や檜葉町産品等の物産フェアの実施 (1回) | 檜葉町の復興状況や現在進めている甘藷一大産地の取組を多くの方に知ってもらうことで、町の特産品の認知度向上や販路の拡大へとつなげ、関西圏で取引先が現状0社であるため、1社を目標とする。 |
| 長期的な目標 ※1つ以上は定量的な目標を設定 | 長期的な目標の現在の進捗状況 ※達成度合いも記載(〇%) |
| 年間干し芋生産量の10%を関西圏での販売を目標とする。 | 年間干し芋生産量約14tに対して関西圏での販売は0tであり0%の達成率となっている。 |