

(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 7 年 1 月 9 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		69,392 千円
既配分額		59,527 千円	当該年度交付対象事業費		9,865 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 9,865 千円					
i) 風評動向調査					
千円					
ii) 体験等企画実施					
9,865 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、道の駅ならば、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 9 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。・「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等】

<課題に対するこれまでの取組>

【令和3年度】

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】

令和3年度と同事業を実施。

アウトドアアクティビティ紹介動画については、合計ビュー数7万5000回を超えた。

【令和5年度】

令和3年度、4年度に実施の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。

風評払拭を目的とするプロモーション活動については、東京都内の著名なアウトドアブランドのショッパで檜葉町の今の情報を発信するクロストークイベントを開催。また官民一体となった運営チームを組成し、旅行会社を対象とした都内の観光商談会にブース出展するなど、精力的なプロモーション活動で檜葉町への興味・関心を喚起した。

【令和6年度】

アドベンチャーレースを継続し、2日間で年度を上回る48チーム約150名が檜葉町でレースを楽しんだ。

新たに檜葉町の観光資源であり、情報発信の拠点となる天神岬スポーツ公園の磨き上げにも着手。温泉施設として県外からも集客しているしおかぜ荘のサウナにおいて、定期的な熱波イベントを開催した。

オリジナルグッズやサウナ飯も開発し、新たな魅力を発掘した。

10月にアウトドアサウナイベントも企画し、太平洋を一望できるロケーションでテントサウナを運営したところ、県外から予約定員の50名を上回る集客を記録した。

風評払拭を目的とするプロモーション活動については、令和5年度と同様に実施。

<これまでの取組における成果>

【令和3年度】

<取組>

必要な資機材を調達し、海山川における体験型アウトドアアクティビティプログラムを組成。試験的実証としてモニターツアーを実施したほか、プロモーションツールとしてPR動画を製作し、Youtube上で情報を発信した。

<成果>

- ・SUP10台、マウンテンバイク10台、ヘルメット10個、ボート1台を整備した。
- ・整備した資機材を活用してモニターツアーを開催し、6名を招聘。今後の事業化に向けたヒアリングを行った。
- ・90秒以上の動画5本を製作し、Youtube上に公開。Youtubeに誘導するQRコード付きポストカード1万部制作し、情報発信を行った結果、合計ビュー数は約3万回に達した。

【令和4年度】

<取組>

令和3年度で組成した体験型アウトドアアクティビティプログラムを組み合わせて、アドベンチャーレースの骨格を形成。モニターレースを開催し、次年度の事業化に向けて最終検証を行った。また、事業化に向けた資機材の追加調達に加え、運営管理の面から人材育成にも着手。マウンテンバイク講習会及びSUP体験会を開催した。情報発信においては、プロモーション動画4本と、モニターレースの記録動画を追加で製作した。

<成果>

- ・カヤック2艇、パクラフト6艇、ヘルメット10個、パドリングジャケット10着を追加で整備。
- ・モニターレースを開催し、県外からレース出場経験のある3チーム9名が参加。事業化に向けてコース及びプログラムの精度を磨いた。
- ・プロモーション動画4本とモニターレースの記録動画を製作し、Youtube上に公開。合計ビュー数は約7万5000回を超えた。

【令和5年度】

<取組>

前年度のモニターレースのコースを基盤にアドベンチャーレースを初開催した。新聞、雑誌、SNS等、各メディアを通して情報が拡散し、檜葉町の認知拡大につなげた。また、アドベンチャーレースに合わせて、震災以降も海に親しみ続けてきたサーファー、双葉郡の復興の歩みを記録してきた撮影事業者、天神岬スポーツ公園で朝ヨガを定期開催しているインストラクターを講師に迎え、交流会やヨガ教室を開催し、自然と共生する生き方を発信することで風評払拭につなげた。県外プロモーションでは、都内モンベルショップでクロストークイベントを開催したほか、事業者を巡ってアドベンチャーレースのプロモーション活動を行った。

<成果>

- ・アドベンチャーレースには全国各地から32チーム90名が参加した。参加者は天神岬スポーツ公園に宿泊するなど、誘客にも貢献した。
- ・発行部数18万部の「山と溪谷」の巻頭ページにアドベンチャーレースの記事を掲載した。
- ・交流会には約50名が参加し、風評払拭につながる地元の生の声を参加者に発信した。
- ・モンベルショップのイベントには20名が参加した。
- ・事業者へのプロモーションの結果、次年度のアドベンチャーレース協賛事業者として5社の内諾を得た。

【令和6年度】

<取組>

事業化2年目となるアドベンチャーレースは、年間シリーズ戦「エクストリームシリーズ」の第3戦に組み込み、参加者拡大につなげた。檜葉町の観光資源である「しおかぜ荘」の磨き上げでは、サウナブランドの立ち上げ、首都圏温浴施設のプロデュース等を手掛けている専門家を招聘し、定期的な熱波イベントを開催。また、テントサウナ体験会も企画し、天神岬スポーツ公園の新たな活用法を提案した。加えてオリジナルグッズ、サウナ飯を開発し、さらなる認知拡大のため、施設の魅力化を図った。情報発信とプロモーションでは、新たに都内で開かれた観光商談会にもブース出展。檜葉町内を訪れる教育・行政団体等の視察に対しても、アウトドアを通じたまちづくりの取り組みを伝えた。

<成果>

- ・アドベンチャーレースには前年度を上回る55チーム130名が参加した。日本代表として世界大会に出場するなど、国内外への情報拡散力を持つトップチームも参加し、檜葉町の認知拡大につなげた。
- ・テントサウナ体験会には定員60名の応募枠が2日で埋まるなど大きな反響を呼んだ。当日キャンセルもあり、参加者は43名。首都圏、茨城、仙台等、ターゲットに置いた常磐自動車道沿線からの参加者が目立った。
- ・定期開催のしおかぜ荘サウナにおける熱波イベントは、6～12月の7ヶ月間で延べ530名を集客した。
- ・ブース出展した観光商談会では、約250名が来場した旅行関連事業者に対し、動画の公開、資料の配布等を行った。
- ・檜葉町内視察対応においては18団体550名に情報発信した。

<目標達成状況>

令和5年度の観光客入込状況調査：761,560人（令和7年度目標に対する達成率74%）※福島県観光交流課 公表資料より

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）に対し、令和5年観光客入込状況調査（福島県観光交流課 公表）では761,560人で、前年調査時は715,024人であることから、46,536人の増となり、首都圏イベントでの特産品の販売や、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、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。

【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。レースは令和6年度も継続、前年を上回る参加者を集めており、令和7年度も継続・新規の両面からさらなる集客に取り組む。

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。令和6年度は交流会に加え、双葉郡の被災地を巡る視察ツアーも実施した。

さらには東京都内のアウトドアショップにおいて、令和5、6年度と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。また、旅行会社を対象とした都内の観光商談会にも出展し、アウトドアを軸とした観光まちづくりが進む檜葉町への誘客促進活動を行った。

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7年度も継続していく。

令和6年度は新たな取り組みとして、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。常設サウナにおいて熱波イベントを定期開催したほか、キャンプ場の認知拡大を目指してアウトドアサウナイベントも企画し、県外から多数のサウナ愛好者を集めた。加えて、集客促進に向けたファンを獲得するために、オリジナルグッズやサウナ飯など、新たな魅力創出も図った。

天神岬スポーツ公園の磨き上げは令和7年度も継続し、さらなる認知拡大と集客促進、ファン層の獲得に向けて、東北の施設では実績がない熱波師検定を新たに開催する。

1) アドベンチャーレースの整備と事業化

実施期間：令和7年6月末（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

実施場所：檜葉町内

概算費用：5,553千円

実施内容：令和7年6月末に、檜葉町内の各所にて、檜葉町の魅力である川や海、山などの自然環境PRを目的に、檜葉町外の方々にアドベンチャーレースに興味のある方、参加意欲のある方をターゲットとし、檜葉町・委託事業者・檜葉町振興公社が、天神岬スポーツ公園をスタート・ゴール地点とし、木戸川河口でのSUPやカヤック、町内林道でのマウンテンバイクや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し、檜葉町の魅力である川や海、山などの自然環境の他、温暖で安定的な気候や首都圏等では味わえない体験ができる場所としての魅力を伝えるとともに、実際の檜葉町の様子を見ることで風評払拭につなげる。

令和6年度から、1日目のチャレンジクラスを年間シリーズ戦「エクストリームシリーズ」の第3戦に組み込んだことで、年間エントリーしているチームが参加。チーム数の増加はもとより、全国一円にレース情報が広まり、参加者拡大につながった。結果、2つのレース合わせて東京35名、茨城17名、宮城13名、神奈川11名、埼玉9名、千葉6名と続き、全体の83%が福島県外からの参加となった。

実施回数：・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 200名程度

・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) を通した情報発信 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）

フォトブック100冊（令和6、7年度のレースを素材に制作）

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。※全国5地域で開催しているシリーズレースとして開催

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	① チャレンジクラス：令和7年6月29日(土) ② フレンドシップクラス：令和7年6月30日(日) ※令和5、6年度に実績を踏まえ、新コースを設計中 ※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。 ※参加者及びその家族当を対象に双葉郡内を巡る視察ツアーを開催予定。 ※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7年10月開催予定

実施体制：檜葉町、委託事業者、檜葉町振興公社

実施場所：天神岬スポーツ公園

概算費用：3,534 千円

実施内容：令和7年10月に、天神岬スポーツ公園内で、通年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檜葉町の強みや魅力を発信するために、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に、檜葉町・委託事業者・檜葉町振興公社が、アウトドアサウナイイベントを実施し、冬季も温暖な気候でアウトドアに親しみやすい檜葉町の強みや首都圏等では味わえない体験ができる場所としての魅力を伝える。

近年のサウナブームに象徴されるように、開放感あふれる自然環境の中で楽しめるテントサウナも人気を集めている。原発事故によって、一時自然と一線を引かざるを得なかった檜葉町において、自然を活用したアウトドアアクティビティの組成は、復興の歩みの中で価値あるものと考えている。第二原発が間近にある天神岬の屋外でテントサウナイイベントを開催できることは、風評払拭につながるものと確信している。

テントサウナ体験会は令和6年度の新規事業であるが、参加43名のうち、63%が県外だった（東京10、宮城6、栃木4、茨城3、千葉3、神奈川1）。

令和6年10月12日の天神岬アウトドアフェスティバルと同日開催とし、相乗効果で集客につなげた。

具体的な取組内容としては以下のとおり。※②～④は同時開催イベントとの連携

- ① テントサウナの体験コーナー
- ② アウトドアグッズの販売及びキッチンカーの出店
- ③ トークショーなどのステージイベント
- ④ 河口での SUP・カヤック体験及びスマートモビリティの体験乗車

実施回数：・サウナイイベントの開催 1回

・サウナイイベントの参加者 100名程度

3) 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：トークイベントは令和7年11月及び12月に開催、双葉郡の視察ツアーはレース開催の6月末を想定、通年を通して首都圏の観光系イベントでブースを出展

実施体制：檜葉町、委託事業者、檜葉町振興公社

実施場所：檜葉町、双葉郡、首都圏

概算費用：778千円

実施内容：トークイベントは令和7年11月及び12月、双葉郡の視察ツアーはアドベンチャーレース開催の6月末、観光系イベントでのブース出展は通年で、檜葉町内・双葉郡・首都圏にて、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目的に、檜葉町に興味を抱いている方やアドベンチャーレース参加者、首都圏の方をターゲットに、檜葉町・委託事業者・檜葉町振興公社が、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の開催や都内の観光商談会へのブース出展を実施し、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、檜葉町への興味・関心の喚起へとつなげる。

令和6年度の視察ツアーは、アドベンチャーレースの参加者及び、応援等で檜葉町に足を運んだ参加者のご家族を対象に、双葉郡内の復興状況を体感する内容で開催した。天神岬スポーツ公園を発着点とし、東日本大震災・原子力災害伝承館の視察、浪江町及び双葉町のフィールドワーク等を行った。ツアーに係る本事業の経費は、案内ガイド（福島県観光物産交流協会ホープツーリズム担当を招聘）への謝金のみ。

トークイベントについては、アドベンチャーレースを協働開催しているならはみらい及び連携事業者のスタッフを軸に、令和5年度は被災地の自然環境の変遷を撮りためてきた檜葉町の撮影事業者、本年度は前述の事業者との連携でレースの記録動画を撮影し、自身もレーサーとしてアドベンチャーレースに参加した首都圏在住のインフルエンサーが登場した。

11月に都内で開かれたふくしま観光商談会に参加した。檜葉町役場、天神岬スポーツ公園の指定管理事業者である檜葉町振興公社、地元観光関連事業者のウインズトラベル、アドベンチャーレースの連携事業者、ならはみらいが協働で、檜葉町単独のブースを出展。39の旅行関係事業者・団体、250名の来場者に対し、官・民・中間事業者の横ぐしで、体験型アウトドアアクティビティプログラムを中心にプロモーションを行った。

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 アドベンチャーレースの参加者を対象にした双葉郡視察ツアーを開催
- ③ 首都圏のモンベルショップにおけるトークイベントの開催
- ④ 都内観光商談会へのブース出展

実施回数：・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 2回

・上記プロモーションの参加者 各回50名

・双葉郡視察ツアーの開催 2回

・双葉郡視察ツアーの開催 2回

・上記ツアーの参加者 各回10名

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- 1) アドベンチャーレースの整備と事業化
 - ・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 200名程度

 - 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ベント）
 - ・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
 - ・熱波師検定の開催 通年
 - ・動画サイト、SNS等を活用した情報到達人数 5,000名

 - 3) 風評払拭につながる情報発信とプロモーション
 - ・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 2回
 - ・上記プロモーションの参加者 各回50名
 - ・双葉郡視察ツアーの開催 2回
 - ・上記ツアーの参加者 各回10名
 - ・広告掲載
 - 新聞社 2回
 - 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）
 - フォトブック100冊（令和6、7年度のレースを素材に制作）
-
- ### 【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】

1) アドベンチャーレースの整備と事業化

- ・ 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。

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）

- ・ 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。
- ・ 冬季も温暖な気候でアウトドアに親しみやすい檜葉町の強みや魅力を発信し、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中心に、冬季も温暖な気候でアウトドアに親しみやすい檜葉町の強みや首都圏等では味わえない体験ができる場所としての魅力を伝え、通年の集客数向上につなげる。

3) 風評払拭につながる情報発信とプロモーション

- ・ 首都圏でのトークイベントや双葉郡の視察ツアー、観光系イベントでのブース出展を通して福島県の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目的に、檜葉町に興味を抱いている方やアドベンチャーレース参加者、首都圏の方に対し、ALPS 処理水の海洋放出に伴う風評払拭、檜葉町への興味・関心の喚起へとつなげ、通年の集客数向上につなげる。

(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 7 年 1 月 9 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.	2	事業名	檜葉町産品魅力発信事業 (変更)	事業番号	A-4
事業実施主体	檜葉町	総交付対象事業費			29,096 千円
既配分額		14,058 千円	当該年度交付対象事業費		15,038 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 15,038 千円					
i) 風評動向調査 千円					
ii) 体験等企画実施 7,250 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 7,788 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、道の駅ならば、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。併せて町作成の CM 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等】

<課題に対するこれまでの取組>

【令和4年度】

復興庁主催「ふくしまフェスティバル in 名古屋」での檜葉町 PR ブースを出展し、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、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】

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、檜葉町特産品販売・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」での檜葉町 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。

<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、檜葉町も PR ブースも設けた。

<成果>

イベント参加者数は不明（復興庁 HP に見当たりませんでした）。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、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、檜葉町も 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、檜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、充分な 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>

① 長崎県壱岐市や水戸、仙台等のほか、首都圏でもブース出展を実施。

② 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>

① 特産品の売れ行きもよく、壱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。

② 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。

<目標達成状況>

令和5年度の観光客入込状況調査：761,560 人（令和7年度目標に対する達成率 74%）※福島県観光交流課公表資料より

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）に対し、令和5年観光客入込状況調査（福島県観光交流課 公表）では 761,560 人で、前年調査時は 715,024 人であることから、46,536 人の増となり、首都圏イベントでの特産品の販売や、特産品であるゆずやさつまいもを使った 6 次化商品の開発及びその PR、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。

【今年度事業における具体的な取組内容】

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。

【イベント出展】

実施期間：令和7年4月～8年3月

実施体制：檜葉町、委託事業者

実施場所：首都圏、仙台、鎌倉、大阪、香岐

概算費用：7,250千円

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り組みを行う。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。

令和6年度事業を踏まえた変更点としては、大阪・関西万博における「福島復興企画」への出展を追加した。東日本大震災による被災3県を対象とした復興庁展示ブースにて檜葉町のみならず浜通りの魅力を国内外の方々に一層広げ、関係人口・交流人口のさらなる拡大につながる機会とする。なお、同じ開催地となる大阪城公園での開催イベントへの出展は行わない。

《出展予定イベント》

1. 東京都江東区、八王子市

実施時期：未定（年2回）

実施体制：檜葉町、委託事業者

概要：東京ビックサイトや道の駅八王子にて開催されるイベントへの出展を想定。

2. 東京都台東区

実施時期：未定（年1回）

実施体制：檜葉町、委託事業者

概要：台東区において開催される「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。全国各地の自治体と一緒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. 宮城県仙台市

実施時期：未定（年1回）

実施体制：檜葉町、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。

4. 茨城県水戸市、土浦市

実施時期：未定（年2回）

実施体制：檜葉町、委託事業者

概要：常磐線が通る水戸駅及び土浦駅において、常磐線沿線の名産品の販売や観光情報を発信するイベントへ出展予定。

5. 長崎県香岐市

実施時期：10月頃（年1回）

実施体制：檜葉町、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、壱岐市の住民に対する交流はなく、櫛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櫛葉町のPRブースを出展し、特産品の販売や振舞を実施する。櫛葉町を知ってもらい、身近に感じてもらい、櫛葉町につ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「壱岐ウルトラマラソン」に併せて実施する。このイベントは壱岐島を一周するマラソン大会であり、全国各地からランナーや観光客が訪れるイベントとなっている。壱岐市のみならず、全国各地から集まったランナーに向けてもPRを行い事業の効果を高める。

6. 福島県いわき市 クルーズ船寄港

実施時期：4月（年1回）

実施体制：櫛葉町、委託事業者

概要：福島県いわき市小名浜港での外航クルーズ船の寄港に伴い、乗客の外国人を対象としたブース出展を行う。

7. 福島県郡山市 ふくしま destinations キャンペーン 2026 全国宣伝販売促進会議

実施時期：5月（年1回）

実施体制：櫛葉町、委託事業者

概要：2026年に実施する上記イベントに向けた、開催1年前に旅行関係者を招待し各種施策や受入体制、地元の意気込みを発表できる本促進会議へ参加し、国内外メディアや旅行会社をターゲットとした町の特産品の販売や振舞いをするためのブース出展を行う。

8. 埼玉県さいたま市

実施時期：12月（年1回）

実施体制：櫛葉町、委託事業者

概要：JR 東日本、東武鉄道、埼玉新都市交通が乗り入れる大宮駅にて実施される福島県魅力発信イベントへの出展。

1

【CM作成および放送事業】

実施期間：令和7年4月～8年3月

実施体制：櫛葉町、委託事業者

実施場所：首都圏 JR クロスステーションモニター広告

概算費用：7,788千円

1. 特産品の動画映像制作

実施時期：令和7年4～5月頃

実施体制：櫛葉町、委託事業者

実施内容：令和7年4月から5月頃、櫛葉町内で、櫛葉町特産品である「さつまいも」のPRや福島産品の風評払拭を目的に、櫛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、未だ櫛葉町へ訪れたことのない方等をターゲットに、櫛葉町・委託事業者が、NARAHANAアンバサダー（櫛葉町の復興の後押しや活動を通して櫛葉町のPRに賛同いただいた著名人）に出演いただくCM作成を実施し、櫛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。

2. 特産品のPR動画放映

実施時期：令和7年4月～令和8年3月

実施体制：櫛葉町、広告事業者

実施内容：令和7年4月から令和8年3月頃、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、櫛葉町特産品である「さつまいも」のPRや福島産品の風評払拭を目的に、櫛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、未だ櫛葉町へ訪れたことのない方等をターゲットに、櫛葉町・広告事業者が、作成したCM放映を実施し、櫛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。

【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：2回
- ・宮城県仙台市イベントでのブース出展：1回
- ・神奈川県鎌倉市イベントでのブース出展：1回
- ・大阪府大阪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
- ・大阪府大阪万博でのブース出展：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：12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】

【イベント出展】

- ・イベントへ出展することで直接消費者に当町の製品の安心・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で当町の製品や観光資源のPRを積極的に行い、知ってもらうきっかけをつくる。

【CM作成および放送事業】

- ・町CMによる首都圏を中心とした放映にて十分な宣伝効果が見込まれ、6年度に作成した「さつまいも」に関するCMについても新たなバリエーションを増やしていく。首都圏での物産イベント時にも関係性を見出し、より費用対効果の高いPRへとつながる。

(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 7 年 1 月 9 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.	5	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		61,296 千円
既配分額		39,303 千円	当該年度交付対象事業費		21,993 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 21,993 千円
i) 風評動向調査					千円
ii) 体験等企画実施					17,153 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 年度の檜葉町における営農再開面積 : 501ha (檜葉町の農地面積 585ha の約 86%)					
※福島県営農再開支援事業実績報告書より					
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. 東京都内において、大熊町、富岡町、檜葉町、広野町の 4 町連携で各町農産物を使ったスイーツ(生菓子)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 3. 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、各町の農産物を使って開発したスイーツ商品(加工品)を販売するイベントを開催 4. 上記の 1.~4. に係る情報発信及び BS 放送・地方テレビ局にける番組の制作・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 17 回・令和 6 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いたいから」と回答した人の割合は 9.3%、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 4.9%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営農再開・新規就農が進まず、令和 5 年度の檜葉町の営農再開面積は 422ha と、檜葉町の農地面積 585ha の約 72%にとどまっている。その結果、富岡町の農業産出額は震災前を下回る水準となっている					
・新たな特産品としてサツマイモの栽培拡大に取り組んでいる					

- ・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 29.7%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及び安全性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、令和 5 年公表)によると、92%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等】

<課題に対するこれまでの取組>

令和 5 年度

1. 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 4,000 校にレシピ募集のポスター及びチラシを送付
 - ・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、楢葉町賞を決定。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
2. 東京都内において大熊町、富岡町、楢葉町の 3 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
 - ・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 種類を考案
 - ・令和 6 年 1 月に各町において、考案したスイーツ発表会及び地元生産者との交流会を実施
 - ・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た「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
 - ・同フェスティバルに各町の特産品を販売する物販ブース（3 ブース）を出店
3. 上記の 1.～2. に係る情報発信
 - ・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
 - ・上記取組について、産経新聞及びウェブサイト「産経ニュース」で計 30 回以上の記事を掲載
 - ・上記取組について、メディア取材誘致活動を展開

令和 6 年度

1. 大熊町、楢葉町、富岡町、広野町の 4 町が連携し、全国の高校生を対象に 4 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、広野町・バナナ）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」を開催
 - ・全国約 4,000 校にレシピ募集のポスター及びチラシを送付
 - ・令和 6 年 8 月 19～21 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 12 チームが出場。大熊町賞、富岡町賞、楢葉町賞、広野町賞を決定
 - ・大会終了後に出場者が各町の農産物の生産現場を視察し生産者らと交流し、農産物の魅力や復興の状況について伝えた
2. 楢葉町産のサツマイモを使ったスイーツ商品の開発
 - ・「楢葉町振興公社」と連携し、サツマイモを使った土産物として販売できる商品（加工品）を試作
3. 開発した商品を販売するイベントを開催
 - ・「楢葉町振興公社」と連携し、開発した商品をお披露目し販売または試食提供するイベントを都内または福島県内において開催（予定）
4. 東京都内において大熊町、富岡町、楢葉町、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
 - ・各賞受賞チームと審査員を務めた著名パティシエ（4 人）が共同で、4 町の農産物を使ったスイーツ 4 種類（生菓子）を考案
 - ・令和 7 年 2 月 21～24 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、「ふくしまスイーツフェスティバル」を開催。キッチンカー 4 台を出店し 4 種類のスイーツを販売（予定）
 - ・同フェスティバルに各町の特産品などを販売する物販ブース（4 ブース）を出店（予定）

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

- ・「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」決勝大会の様様をBSフジ及び福島テレビにおいて、1時間の特別番組として放送したほか、産経新聞を始めとするメディアでも報道。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。
- ・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「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。福島テレビや福島民報、福島民友など多数のメディアでの露出を実現

<これまでの取組における成果>

令和5年度

- ・レシピ募集に対し、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
- ・決勝大会の様様をYouTubeでライブ配信したほか、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、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
- ・「ふくしまスイーツフェスティバル」に同時開催の「魚ジャパンフェス」と合わせて15万が来場
- ・3町の農産物を使って考案したスイーツ3種類（生菓子）各1,000食の計3,000食が完売

令和6年度

- ・レシピ募集に対し、全国から4部門計721件（キウイ部門174件、パッションフルーツ部門101件、サツマイモ部門204件、バナナ部門242件）の応募があり、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
- ・BSフジ及び福島テレビの特別番組を計約20万人（視聴率から推計）が視聴。高校生がスイーツ作りに挑戦する姿を通じ、同世代の若者や子供を持つ親世代など、多くの人に共感を持って各町産農産物の魅力を伝えることができた
- ・「ふくしまスイーツフェスティバル」に同時開催の「魚ジャパンフェス」と合わせて15万～20万人（想定）が来場
- ・4町の農産物を使って考案したスイーツ4種類（生菓子）を各1,000食計4,000食を販売（目標）
- ・4町の農産物を使って開発した商品（加工品）を各200個計800個は販売または試食提供（目標）

<目標達成状況>

令和5年度の檜葉町の営農再開面積：422ha（檜葉町の農地面積585haの72% 令和7年度目標に対する達成率84%）

※福島県営農再開支援事業実績報告書より

【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、檜葉町産農産物の魅力を発信し認知度を高めるとともに、安全性について知ってもらうことにより風評を払拭し、安心して営農再開や新規就農ができる環境を整え、サツマイモの栽培を促すことにより営農再開面積を拡大し、檜葉町産農産物の産出額の回復を図る

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

実施期間：令和7年4月～8月

実施体制：大熊町、富岡町、檜葉町、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、檜葉町、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行い、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各町の農産物の魅力を発信し、認知度を高めるとともに、コンテストで使用する農産物の安全性についても情報を発信し風評を払拭し、農産物の需要創出につなげる

実施内容・令和7年4月～6月に全国の高校約4,000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、檜葉町産サツマイモ部門、広野町産バナナ部門の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7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日で実施。大熊町賞、富岡町賞、檜葉町賞、広野町賞を選出。受賞者と審査員を務める著名パティシエ（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考案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. 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、各町農産物を使ったスイーツ(生菓子)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8年2月

実施体制：大熊町、富岡町、檜葉町、広野町、委託事業者

実施費用：7,377千円

実施概要：各町賞受賞者と審査員を務めた著名シェフが共同で考案したスイーツを販売するイベントを東京で開催。各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、その魅力やおいしさに加え、安全性を実感してもらい、認知度の向上及び風評の払拭を図り、需要創出につなげる

実施内容：・15万～20万人規模の集客が見込める「SAKANA&JAPAN FESTTIVAL2025（魚ジャパンフェス） in 代々木公園」との同時開催で実施

・キッチンカー4台を出店してスイーツを作る実演販売で提供

・各町の特産品など販売する物販ブース（4ブース）を出店

・イベント初日にメディア向け内覧会を実施

・会場ステージにおいて、受賞者やパティシエ、町関係者、ご当地キャラが登場し、スイーツをPRするとともに農産物の魅力や安全性を紹介するプログラムを実施

3. 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、各町の農産物を使って開発したスイーツ商品（加工品）を販売するイベントを開催

実施期間：令和7年4月～令和8年3月

実施体制：大熊町、富岡町、檜葉町、広野町、委託事業者

実施費用：2,737千円

実施概要：令和6年度事業において開発した各町農産物を使ったスイーツ商品（加工品）を販売するイベントを開催。商品のプロモーションを展開し販路を開拓し、スイーツ商品を実際に食べてもらうことにより、各町農産物の魅力やおいしさに加え、安全性についても実感してもらい、各町農産物の需要創出につなげる

実施内容：・各町農産物を使ったスイーツ商品4種類を販売するイベントを東京都内で2回開催

・2回のイベントは百貨店や駅ナカなど商業施設での実施と「ふくしまスイーツフェスティバル」へのブース出店を想定

4. 1.～3.に係る情報発信及びBS放送・地方テレビ局における番組の制作・放送

実施期間：令和7年4月～令和8年2月

実施体制：大熊町、富岡町、檜葉町、広野町、委託事業者

実施費用：4,840千円

実施概要：1.～3.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するとともに、「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」決勝大会の様態を伝える特別番組を放送し、各町農産物の魅力を発信し認知度を高めるとともに、安全性についても情報を発信し風評を払拭し、需要創出につなげる

実施内容：・マスメディアにおいて、1.～3.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広く情報発信を展開

・マスメディアのウェブサイトにおいて、1.～3.の取組について紹介する記事体広告を掲載

・BS放送において、「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」の決勝大会の様態を伝える特別番組（1時間）を制作・放送。地方テレビ局でも放送。番組内で各町農産物の魅力及び安全性を紹介する

【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」開催：年1回

・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（生菓子）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

・各町農産物を使ったスイーツ商品（加工品）を販売するイベント開催：年3回

・BS放送・地方テレビ局における番組放送：2回

・マスメディアのウェブサイトにて1.～3.の取組について紹介する記事体広告掲載：年1回（4町計4回）

・マスメディア等による情報発信：年30回以上

<アウトカム>

・檜葉町産農産物を使用したスイーツ（生菓子）の販売：1,000食（4町計4,000食）

・檜葉町産農産物を使用したスイーツ商品（加工品）の販売：250個（4町計1,000個）

- ・BS 放送・地方テレビ局番組視聴者数：20 万人超
- ・マスメディアウェブ記事体広告閲覧数：1 万 PV 超
- ・1.～3.に係る情報発信接触者数：300 万人超
- ・檜葉町産サツマイモの産出額：10%増

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・檜葉町産農産物の認知度向上
- ・営農再開面積の拡大による檜葉町産農産物の産出額の回復