

(様式 1-5)

大熊町 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.	1	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・販売による大熊町の魅力発信事業	事業番号	A-1
事業実施主体		大熊町	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 年における大熊町の果実産出額：3000 万円/年以上（事業開始前の令和 4 年産出額 0 円） （参考） 震災前の産出額 3 億円					
事業概要					
事業実施主体	大熊町				
主な企画内容	1. 大熊町、富岡町、楡葉町、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. 大熊町産キウイを使用したスイーツの商品開発 3. 大熊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、楡葉町、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 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、大熊町においては営農再開が進まず、米を除く農産物産出額は震災前の平成 21 年に 3 億 9000 万円（うち果実 3 億円）あったが、事業開始前の令和 4 年はゼロと					

なっている。主要農作物だった果実の栽培農家は震災前に約 60 軒あったが、令和 6 年時点で任意団体「おおくまキウイ再生クラブ」のみとなっている。

- ・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 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、楡葉町、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、楡葉町・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、楡葉町賞を選出。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「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、大熊町産農産物の魅力についての認知向上、大熊町産農産物の算出額の回復を図る。

1. 大熊町、富岡町、楡葉町、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、楡葉町、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、楡葉町、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、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、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、檜葉町賞、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. 大熊町産キウイ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、檜葉町、広野町、委託事業者

実施費用：1,754千円

実施概要：5年度事業において、地元生産者や事業者から持続的に大熊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、大熊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大熊町産キウイを使ったスイーツの商品を開発。地元生産者や事業者と連携し発売を目指す。

実施内容：

- ・大熊町賞受賞チーム、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. 大熊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、檜葉町、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、大熊町において、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、大熊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、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、檜葉町、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、大熊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、大熊町賞受賞スイーツ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、檜葉町、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、効果的に大熊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
- ・ 大熊町産キウイを使ったスイーツの商品開発：年 1 種類
- ・ 大熊町において、開発した商品を販売するイベント開催：年 1 回
- ・ 東京都内において大熊町、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>

- ・ 大熊町が発信する情報への接触者数：年 300 万人以上
- ・ 大熊町産キウイを使用したスイーツの販売：1100 食程度
- ・ 大熊町産キウイの産出額：500 万円以上
- ・ キウイ栽培の営農再開または新規就農：2 件以上

#### 【今年度事業の実施により得られる効果】

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

#### 【次年度以降の取組】

- ・ 大熊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、大熊町産キウイ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、持続的に大熊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。