

(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 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	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	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 年度における大熊町の果樹作付面積 3.3ha 以上（震災前の果樹作付面積の 10%（農林水産省 2010 年世界農林業センサス、旧大野村を対象とした栽培面積））						
※旧熊町村に含まれる果樹作付面積は、令和 7 年 1 月現在大部分が帰還困難区域及び中間貯蔵施設となっているため対象外とした。						
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、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ちゃんレンジカップ」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・地方テレビ局における番組の制作・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一定数存在している。
- ・風評や福島県産品を忌避する消費者がいることによる需要の落ち込みから、出荷先の確保が難しく、大熊町における営農再開・新規就農の大きな問題となっている。管理に手間がかからず、一般的な消費の需要が見込まれ、保存・加工の容易な水稻や甘藷等の営農再開は 15.8%と順当な伸びを見せているが、特産品であったキウイ等の果実の営農再開は 3%程度に留まっている。（福島県営農再開支援事業実施計画別記様式第 1 号の 1 事業目標、大熊町の営農再開面積数/農林水産省 2010 年世界農林業センサス、栽培面積計*100（旧大野村を対象として算出））
- ・ALPS 処理水の海洋放出が令和 5 年 8 月から始まったことによって、県内農水産物の安全性について再び世間が注目することとなった。

<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か思うか」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等食品の安全に関する情報提供だけでは、風評の払拭及び需要の回復に限界があり、これまでと異なった手法により大熊町の特産品の魅力を発信していくことによって需要の回復を図る必要がある。
- ・「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。風評の払拭及び需要の回復には、家庭及び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、富岡町、楡葉町の 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、楡葉町・サツマイモ、富岡町・パッションフルーツ）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。
 - ・その際、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「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 チームが出場し、大熊町賞・富岡町賞・楡葉町賞を決定。
 - ・YouTube でのライブ配信や産経新聞をはじ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、共感を以って各町農産物の魅力を発信し認知向上を図った。
2. 東京都内において大熊町、富岡町、楡葉町の 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。
 - ・各受賞者チームと審査員を務めた著名なパティシエ（3 名）が共同で、3 町の農産物を使ったスイーツ 3 種を考案。
 - ・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 日～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。
 - ・同イベントには、各町の特産品や農産物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 Web 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、富岡町、檜葉町、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、檜葉町・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。
 - ・その際、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日～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チームが出場し、大熊町賞・富岡町賞・檜葉町賞・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地を視察し、生産者との交流を通じて農産物の魅力や各町の復興の状況について学んだ。
2. 大熊町産のキウイを使ったスイーツ商品の開発
 - ・「おおくまキウイ再生クラブ」と連携し、キウイ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
 - ・「おおくまキウイ再生クラブ」と連携し、開発した商品をお披露目し販売又は試食提供するイベントを大熊町内において開催（予定）。
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。
 - ・各賞受賞チームと審査員を務めた著名なパティシエ（4名）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日～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）。
 - ・同イベントには、各町の特産品や農産物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」決勝大会の模様をBSフジ及び福島テレビにおいて、1時間特別番組として放送したほか、産経新聞をはじ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、共感を以って各町農産物の魅力を発信し認知向上を図った。
 - ・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Web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、福島民友等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3部門合計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）の応募があり、生徒、学校関係者、保護者に各町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。
- ・決勝大会の模様をYouTubeでライブ配信したほか、福島テレビ並びに福島中央テレビによる大会密着リポートが放送された。
- ・高校生がスイーツ作りに挑戦する姿を通じて、共感を以って各町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15万人が来場した。
- ・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、合計3,000食が完売。

○令和6年度

- ・ レシピ募集に対し、全国から 4 部門合計 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約 20 万人（視聴率から推計）が視聴したと思われる。高校生がスイーツ作りに挑戦する姿を通じて、同世代の若者や子どもを持つ親世代等、多くの人に共感を以って各町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 万人～20 万人（想定）の来場数を見込んでいる。
- ・ 4 町の農産物を使って考案したスイーツ 4 種類（生菓子）各 1,000 食、合計 4,000 食の販売を目標としている。
- ・ 4 町の農産物を使って開発した商品（加工品）を各 200 個、合計 800 個販売又は試食提供を目標としている。

<目標達成状況>

大熊町の果樹再開面積：1ha

※福島県営農再開支援事業令和 5 年度事業実績報告書令和 5 年度再開面積 39ha のうち、樹園地再開面積 1ha

【今年度事業における具体的な取組内容】

<取組内容>

1. 大熊町、富岡町、檜葉町、広野町の 4 町連携で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、対外的な需要創出に繋げる。

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、檜葉町サツマイモ部門、広野町バナナ部門の 4 部門毎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する。
 - ・ 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 日で実施され、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なパティシエ（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する。
 - ・ 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する。
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：各町受賞者と審査員を務めた著名なパティシエ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う。認知度の向上や風評の払拭を図り、対外的な需要創出に繋げる。

実施内容

- ・15万～20万人規模の集客が見込まれる「SAKANA & JAPAN FESTIVAL2025（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。
 - ・キッチンカーでスイーツを作る実演販売で提供される。
 - ・イベント初日はメディア向け内覧会を実施する。
 - ・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する。
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て販路を拡大するとともに、スイーツ商品を実際に食べてもらうことによって、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、対外的な需要創出に繋げる。

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計2回開催。
 - ・東京都内のイベントでは、百貨店や駅ナカ等商業施設と、「ふくしまスイーツフェスティバル」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BS放送番組を制作し、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て風評払拭を図り、対外的な需要創出に繋げる。

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する。
- ・マスメディアのWebサイトにおいて、1.～3.の取組について紹介する記事及び広告を掲載する。
- ・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・放送する。地方テレビ局でも同様に放送し、番組内で各町農産物の魅力及び安全性を紹介することで認知度向上及び風評払拭を図り、対外的な需要創出に繋げる。

【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」を開催する。（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」を開催する。（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を開催する。（年3回）
- ・BS放送並びに地方テレビ局における番組の放送を行う。（年2回）
- ・マスメディアのWebサイトに1.～3.の取組について紹介する記事及び広告を掲載する。（年4回（各町1回掲載））
- ・マスメディア等によって情報を発信する。（年30回以上）

<アウトカム>

- ・大熊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）

- ・大熊町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 放送並びに地方テレビ局の番組視聴者数：20 万人超
- ・マスメディア Web 記事及び広告閲覧数：1 万 PV 超
- ・1. ～3. の取組に係る情報発信接触者数：300 万人超
- ・果樹栽培の営農再開又は新規就農者数：1 軒以上の増
- ・果樹栽培の営農再開面積：2ha（震災前の 6%）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・大熊町産農作物の認知度向上
- ・大熊町産農作物の需要拡大
- ・需要拡大が見込まれることによる生産者数及び作付面積の増