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				
大熊町	-	A-1	農業復興の歩みを伝える魅力発信事業				
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	31,250 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	
30,000 千円	15,000 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
・大熊町内にはなお帰還困難区域が残されており、住民の帰還率は、3.6%にとどまっている。（2026 年 6 月末現在） ・大熊町における観光入込客数は徐々に回復しているものの、震災前の水準に戻っていない。 ・消費者庁の「風評に関する消費者意識の実態調査」（第 19 回・令和８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」と回答した人は 8.6%となり、前年（11.4%）を 3 ポイント下回った。放射性物質を理由に購入をためらう産地として「福島県」と回答した人は 4.0%と、前年（6.2%)を下回った。風評に関する消費者意識が改善傾向にある一方、アンケートでは風評被害を防止するために行うべきこととして、食品の安全に関する情報提供、産地や産品の魅力発信、科学的な説明が必要との回答が多く挙げられており、福島県産食品に対する風評払拭に係る継続的な取組が必要である。 ・風評や福島県産品を忌避する消費者がいることへの不安が、大熊町産品の認知度向上・販路拡大の大きな障害であり、生産者による新たな商品開発や活発な生産活動に対する足枷となっている。

・令和５年８月に ALPS 処理水の海洋放出が始まったことで、福島県産品に対する消費者意識への影響が懸念されている。

上記の現状の原因となる課題について

・ALPS 処理水の海洋放出による風評の影響で、大熊町を訪れる人や、大熊町産食品を購入する人が減少する懸念がある。
・風評の払拭には、大熊町の空間放射線量や食品の放射性物質に関する正しい知識を学ぶ機会の提供や情報発信が課題となっている。
・大熊町への観光入込客数の回復や交流人口の拡大には、大熊町に足を運んでもらい、復興の現状や放射線量、食品の安全性について、実際に見て知り、理解してもらうとともに、復興に向けた取組など大熊町の新たな魅力を体験してもらうことが重要となっている。
・上記に加えて、復興の現状や放射線量、食品の安全性、ALPS処理水について、持続的に広く知ってもらう情報発信も重要である。

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）

【令和５年度】
・地域魅力向上・発信事業を活用し「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」を展開。広野町で開催されたふくしまチャレンジカップで優秀な成績を収めた「パルフェキウイ」を商品化。
・同事業では代々木公園で物販イベントを開催し、1,000 食を完売した。
・ネクサスファーム、「おおくまベリー香るサワーエール」を田村市のホップジャパンと共同開発
【令和６年度】
・地域魅力向上・発信事業を活用して「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」を展開。広野町で開催されたふくしまチャレンジカップで優秀な成績を収めた「キウイのタルトレット」を商品化。
・同事業では代々木公園で物販イベントを開催し、1,000 食を完売した。
・ネクサスファーム、「紅ほっぺのレアバウムクーヘン」を富岡町の夜ノ森バウムと共同開発
【令和７年度】
・地域魅力向上・発信事業を活用して「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」を展開。広野町で開催されたふくしまチャレンジカップで優秀な成績を収めたスイーツを商品化。
・同事業では代々木公園で物販イベントを開催。
・株式会社 ReFruits、「シカクイキウイ（キウイのケーキ）」を開発、日本橋の物販イベントで 100 食を完売。

・地域魅力向上・発信事業を活用して「特産品のイチゴを使ったスイーツ商品による大熊町の魅力発信事業」を展開。著名なパティシエとコラボし、「タルト・ケーキ・パンナコッタ・パフェ」を商品化。
・同事業では、その他お土産品として「ケーキ・コンフィ・バターサンド」を商品化。
・横浜ストロベリーフェスの特別枠として出店し、大熊町のイチゴの魅力をアピールした。

上記の取組における成果について

・大熊町の果樹再開面積：5.3ha
※福島県営農再開支援事業令和７年度実績報告書、令和７年度再開面積 131ha のうち、果樹再開面積 5.3ha
・ネクサスファームおおくま公式ホームページ
　総閲覧数（回）　11,100（集計期間 2019 年１月～2026 年６月末時点）
・ネクサスファームおおくま公式インスタグラム
　フォロワー数（人）　828（2026 年６月現在）
　総閲覧数（回）　61,000（集計期間 2024 年６月～2026 年６月末）
・地域魅力向上・発信事業を活用したウェブメディア掲載
　産経ニュース、東洋経済オンライン等、のべ 371 媒体で全国発信（回）　のべ 20,000PV 以上

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．　「大熊町農業体験ツアー」の実施

①実施期間：令和８年１０月～令和９年３月
②実施体制：単独
③実施場所：大熊町内
④概算費用：8,052 千円

⑤実施内容：大熊町の復興の現状や食品の安全性、チャレンジする町という復興に向けた新たな取組などの魅力を、実際に「見て・知り・理解する」ことを目的に、首都圏および関西圏在住者を対象としたモニターツアーを実施する。ツアーでの体験を参加者自身が SNS で発信するほか、インフルエンサーやマスメディアも活用し、「大熊町の今」を広く発信する。

・首都圏および関西圏在住者を対象に、1 泊 2 日のモニターツアーを計 2 回実施する。参加者は各回 5 組 10 名程度とする。

・ツアーでは、「ネクサスファーム」または「ReFruits」での農業体験のいずれかを各回で選択し、⑴大熊町の紹介と震災体験についての講話、⑵大野駅西交流エリアの見学、⑶中間貯蔵施設の見学、⑷学び舎ゆめの森の校内見学、⑸FUN EAT MAKERS in Okuma での食事　などを実施する。

・各回のツアーにインフルエンサー（10 万フォロワー程度）を招待し、ツアーの模様を YouTube 動画等で発信する。

・いずれか 1 回のツアーにおいて福島県内のテレビ局とタイアップし、県内テレビ局および在京キー局の番組内でツアーの模様を紹介する。

・ツアーでの体験を自身の SNS へ 3 回以上投稿することを参加条件とする。なお、参加者の選考にあたっては SNS のフォロワー数を考慮する。

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：

・震災前の大熊町の農業に関する講話、農業体験、FUN EAT MAKERS in Okuma での食事という一連の食体験を通じ、食品の安全性について実感をもって知ってもらうとともに、復興・創生に向けた取組を周知する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

・新たな観光スポットとして注目を集める「大野駅西交流エリア（下野上地区）」や、役場新庁舎、商業施設、住宅地、災害公営住宅などが整備された大川原地区の見学を通じ、大熊町の新たな魅力を体験してもらう。

⑧福島県内でイベント等の事業を実施する理由：風評の払拭や大熊町への観光入込客数の回復、交流人口の拡大を図るためには、大熊町へ足を運んでもらい、復興の現状や中間貯蔵施設の状況を「見て・知り・理解する」こと、ならびに復興に向けた取組など大熊町の新たな魅力を体験してもらうことが極めて重要であるため。

・イベント等への参加者の半数以上が県外からの参加者となる理由とその確認方法：モニターツアーの参加対象を「首都圏および関西圏在住者」に限定して募集・選考を行うことで、参加者の全数を県外からの参加者とする

２．国内で開催されるイベント等への出展・ＰＲ

①実施期間：令和８年１０月～令和９年３月

②実施体制：単独

③実施場所：国内（関東圏及び関西圏等）
④概算費用：14,248 千円
⑤実施内容: 国内で開催されるイベント等に出展し、大熊町の復興の状況や食品の安全性、復興に向けた新たな取組などの魅力を来場者へ直接伝える。併せて、マスメディアやＳＮＳ等を活用し、出展を通じて、「大熊町の今」を広く発信する。
・キッチンカーや出展ブースにて、ネクサスファームで収穫したイチゴ「おおくまベリー」や、ReFruitsで収穫したキウイフルーツを使用した商品の販売、サンプリング提供、試食等を実施する。
・展示ブースで「大熊町農業体験ツアー」の模様を紹介する動画を放映するほか、大熊町の復興状況や各種取組を紹介するパネルを展示する。ブースへの回遊・訪問を促すため、アンケート回答者を対象に特産品（イチゴやキウイ等）が当たるガラポン抽選を実施する。
・出展エリアには、過去に大規模地震等の被災を経験した地域を含めるものとする。

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
・大熊町産の食材を使用した加工品等を来場者に体験（試食・購入）してもらうとともに、パネル展示等を通じて農産物の安全性や営農の現状・取組など、営農再開に向けた歩みを周知する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：
・「大熊町農業体験ツアー」の実施模様を紹介する動画を放映し、大熊町の新たな魅力を伝える。

３．マスメディア等を活用した情報発信
①実施期間：令和８年１０月～令和９年３月
②実施体制：単独
③実施場所：全国
④概算費用：7,700 千円

⑤実施内容: 上記 1、2 の取組についてマスメディア（発行部数 50 万部超の新聞）やマスメディアのウェブサイト（月間閲覧数 5,000 万 PV 超）を活用した情報発信を展開するとともに、影響力のあるインフルエンサーを積極的に起用し、YouTube や Instagram 等の SNS を通じた情報発信を実施する。これにより、ツアー参加者やイベント来場者のみならず、広く一般へ「大熊町の今」を知ってもらう。

・「大熊町農業体験ツアー」において、福島県内テレビ局とタイアップし、県内テレビ局および在京キー局の番組内でツアーの模様を紹介する（1.にも記載）。

・マスメディアのウェブサイトに、ツアー及びブース出展の模様を紹介する記事体広告を掲載。マスメディアの取材力・編集ノウハウを活用した編集記事スタイルの広告により、多くの人へ効果的に「大熊町の今」を伝える。

・ツアー内容の告知および参加者を募集する記事を、マスメディアおよびそのマスメディアのウェブサイトに計 2 回掲載する。

・ツアーの模様を紹介する実施記事および採録記事を、マスメディアおよびそのマスメディアのウェブサイトに計2回掲載する。

・イベント出展内容を紹介する記事を、マスメディアおよびそのマスメディアのウェブサイトに計1回掲載する。

・イベント出展内容を紹介する記事を、マスメディアが発行するフリーマガジンに 1 回掲載する。

・イベント等のメディア向けリリースにて、ブース出展内容を計 2 回発信する。

・イベント等のホームページおよび会場配布パンフレット（20万部）において、ブース出展内容を紹介する。

・インフルエンサーを起用し、ツアーやイベントへの参加・体験を通じて、YouTube や Instagram 等で動画・写真コンテンツを制作・発信する。発信したコンテンツは公開後も継続的に閲覧され、大熊町の復興や農業、食の魅力を伝えるデジタルアーカイブとして活用する。

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

・ツアーの模様やイベント出展についてマスメディアを活用した情報発信を行い、大熊町の復興の現状を広く伝える。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

・ツアーの模様やイベント出展についてマスメディアを活用した情報発信を行い、大熊町の新たな魅力を伝える。

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
・ツアー参加者：2 回で計 20 人 ・ツアー参加者による SNS での情報発信：10 組×3 回で計 30 回	・インフルエンサーの YouTube 動画再生回数：10 万回超 ・マスメディアのウェブサイト記事体広告閲覧数：10,000PV 超

・イベント出展での試食提供数：2,000 食 ・イベント出展でのブース訪問者数：3,000 人超 ・インフルエンサーの YouTube 動画投稿回数：3 回以上（1 人 1 回以上） ・マスメディア及びマスメディアのウェブサイトへの記事掲載：10 回超	・ネクサスファームおおくま公式ホームページ総閲覧数：14,000 回以上 ・ネクサスファームおおくま公式 Instagram フォロワー数：1,000 人以上 ・ネクサスファームおおくま公式 Instagram 総閲覧数：65,000 回以上
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（○%）
・町施設（将来的に完成予定の道の駅含む）への来場者数の増加 ・大熊町の果樹再開面積 10ha 以上 ・風評の払拭及び大熊町産品の認知度向上を通じて、販路開拓や販売量の拡大を図り、営農再開や新規就農を促す。 ・復興に向けた取組など大熊町の新たな魅力を広く発信することにより、交流人口の拡大、住民の帰還、移住を促す。	・町内イベント来場者数 3,000 人（うち県外 37.7%） ・大熊町の果樹再開面積：5.3ha