

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			
広野町		A-1	スイーツを活用した広野町産農産物の魅力発信事業			
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	21,990千円	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
21,990千円	10,995千円		○			

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>・消費者庁の「風評に関する消費者意識の実態調査」（第18回・令和7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11.4%となり、前年（9.3%）を2ポイント上回った。放射性物質を理由に購入をためらう産地を聞いたところ、「福島県」と回答した人は6.2%と、前年（4.9%）を上回った。これまで減少傾向が続いていたが、上昇に転じており、福島県産食品に対する風評の影響が根強く残っている。</p> <p>・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6年度の広野町の営農再開面積は240haと、広野町の営農休止面積269haの約90%にとどまっている。その結果、広野町の農産物の産出額は震災前の水準を下回っている。</p>
上記の現状の原因となる課題について
<p>・震災及び原子力災害から15年近くが経過し、放射線や放射性物質に関する正しい知識や復興の状況などについての情報発信の頻度が低下し、情報不足による風評から広野町産農産物の購入を避ける人が増える懸念があり、持続的な情報発信が課題となっている。</p> <p>・震災及び原子力災害から15年が経過し、記憶の風化が進むとともに、記憶自体がない若い世代が増えるなか、風評の払拭や持続的な復興支援には、若い世代への情報発信が課題となっている。</p> <p>・上記消費者庁の調査によると、「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、「それぞれの食品の安全に関する情報提供」が41.7%、「食品に含まれる放射性物質に関する科学的な説明」が30.5%、「それぞれの食品の産地や産品に関する情報提供」が27.0%を占めた。このことから、正しい知識や正確な情報の発信に加えて、広野町産品のおいしさや魅力を発信することが必要となっている。</p> <p>・新たな特産品として米、みかん、バナナの栽培に取り組んでいるが、全国的な認知度が低く、出荷の拡大や販路開拓には、付加価値のある6次化商品の開発などによる認知度の向上が課題となっている。</p>

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6年度】

1.大熊町、檜葉町、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、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。

・全国約4000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、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知る機会を提供。

2.広野町産のバナナを使ったスイーツ商品の開発。

・バナナを生産者である広野町振興公社、福島県立ふたば未来学園高校と連携し、バナナを使ったお土産用のスイーツ商品（加工品）を開発。

3.開発した商品をお披露目するイベントを開催。

・ふたば未来学園高校の生徒が、開発した商品をお披露目するイベントを広野町内で開催。

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。

・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。

5.上記の1.～4.に係る情報発信及びBS放送での特別番組の放送。

・「スイーツ甲子園ふくしまチャレンジカップ」決勝大会の様相を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、各町産農産物の魅力を発信。

・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。フジテレビや福島テレビ、福島民報、福島民友など多数のメディアで報道された。

【令和7年度】

1.大熊町、檜葉町、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、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。

・全国約4000校にレシピ募集のポスター及びチラシを送付。

・令和7年8月23～25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、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知る機会を提供。

2.令和6年度に開発した広野町産のバナナ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。

・令和7年12月8～12日に、4町連携で、東京都の「日本橋ふくしま館 MIDETTE(ミデッテ)」において、各町の農産物を使ったスイーツ商品を販売するイベント「ふくしまスイーツフェア」を開催。

4.東京都内において大熊町、富岡町、榎葉町、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や各町の農産物を使ったスイーツ商品（加工品）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」決勝大会の様相を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、各町産農産物の魅力を発信。

・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（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。

上記の取組における成果について

【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、認知向上を図った。

・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農産物の魅力を伝えた。

・「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」と合わせて約24万人が来場。

・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食が完売。

【令和7年度】

・レシピ募集に対し、全国から4部門計547件（キウイ部門129件、パッションフルーツ部門52件、サツマイモ部門180件、バナナ部門186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、認知向上を図った。

・BSフジ及び福島テレビの特別番組を放送。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農産物の魅力を伝えた。

・「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」と合わせて約20万人が来場（目標）。

・4町の農産物を使って開発したスイーツ商品（加工品）を各200個計800個販売（目標）。

・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食販売（目標）。

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. 全国の高校生を対象としたレシピコンテストによるスイーツ商品の開発

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：全国

④概算費用：4,634千円

⑤実施内容：令和5～7年度に実施した「スイーツ甲子園 ふくしまチャレンジカップ」のネットワークやノウハウを活用し、全国の高校生を対象に、新たな特産品として栽培している米、みかん、バナナを使ったスイーツ商品のアイデアレシピを募集し、著名パティシエによる審査で最優秀賞を決定するコンテストを実施。最優秀賞の高校生と審査員のパティシエが、レシピをベースにスイーツ商品を開発する。コンテストを通じて、全国の高校生や保護者、学校関係者に広野町産農産物の魅力や安全性について発信。高校生と著名パティシエが共同開発した付加価値の高いスイーツ商品を通じて、広野町産農産物の魅力や安全性について広く発信し、認知度の向上を図る。また最優秀賞受賞者を広野町 PR 大使に任命し、主に若い世代に向け広野町の復興の状況や復興に向けた取組などの新たな魅力、広野町産農産物の魅力や安全性について発信する。

・全国の高校約1,000校にバナナを使ったスイーツ商品のアイデアレシピを募集するポスター・チラシを送付。応募は個人または同一高校に在籍する2人組とする。

・著名パティシエによる審査で最優秀賞を決定。副賞として、審査員のパティシエとスイーツ商品を共同開発する権利を贈呈する。

・最優秀賞受賞者と保護者または学校関係者、審査員のパティシエが広野町の復興の状況や復興に向けた取組などの新たな魅力について視察するツアーを実施する。

・最優秀賞受賞者を広野町 PR 大使に任命。下記キャラバンへの参加などを通じて、主に若い世代に向け広野町の復興の状況や復興に向けた取組など新たな魅力、広野町産農産物の魅力や安全性を発信する。

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：コンテストを通じて、新たな特産品として栽培している米、みかん、バナナといった広野町産農産物の魅力や安全性について発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：高校生と著名パティシエが共同開発した付加価値の高いスイーツ商品を新たな地域の魅力として発信する。最優秀賞受賞者を広野町 PR 大使に任命し、主に若い世代に向け広野町の復興の状況や復興に向けた取組など新たな魅力を発信する。

⑧福島県内でイベント等の事業を実施する理由

(1)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：

本事業は「全国の高校生」を対象にスイーツ商品アイデアレシピを募集し、応募校（県外校を含む）から選出される最優秀受賞者等を福島県内（広野町周辺）へ招へいして表彰・視察等を実施するため、参加者（受賞者・引率教員・保護者等）の相当数が県外居住（県外校所属）となる。加えて、審査員（著名パティシエ）関連の広報・取材対応等により、県外関係者（関係事業者・メディア等）の来県参加も見込まれるため、参加者全体の過半が県外参加者となる蓋然性が高い。

(2)事業費の半分以上が県外への情報発信に要する費用となる手法：

本事業の情報発信は「県外（全国）向け」を主対象とし、事業費の過半を以下の県外向け PR に重点配分する。

・全国の高校への募集周知（県外向け郵送・配布）：募集ポスター・チラシ等の制作、全国の高校への郵送費・配布関連費

- ・全国向け WEB 広報：特設サイト制作・運用、SNS 広告（地域ターゲティングを県外中心に設定）、動画制作・配信、レシピ募集のオンライン告知
 - ・全国メディア向け PR：プレスリリース配信（全国媒体向け）、記事広告・タイアップ、取材誘致用素材作成（写真・動画・資料）
 - ・県外参加者獲得を目的とした広報施策：県外イベント・学校関係ネットワーク等への周知、外部媒体掲載等
- これら「県外（全国）に向けた募集・広報・PR」に係る費用（制作費、印刷費、郵送費、広告費、配信費等）を事業費の 50%超となるよう計画・執行し、支出内訳（見積・請求書・実績報告）で県外向け発信経費として整理・確認する。

2. 広野町の魅力発信キャラバン

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、関西圏

④概算費用：1,4957 千円

⑤実施内容：広野町魅力発信キャラバン隊を組織。首都圏、関西圏で開催される大規模フードフェスティバル（計 3 回）に出展。上記コンテストで開発したスイーツ商品やこれまでの「スイーツ甲子園 ふくしまチャレンジカップ」で開発したスイーツ商品を販売するキッチンカー及び、お米などの広野町産農産物などの特産品を販売する物販ブースを出展。広野町 PR 大使に任命した高校生や審査員パティシエらによるステージプログラムも実施。広野町産農産物の魅力や安全性、広野町の復興の状況や復興に向けた取組など新たな魅力について発信する。

・来場者 10 万人超が見込める大規模フードフェスティバルに、首都圏 2 回、関西圏 1 回の計 3 回出展する。出展イベントは、首都圏が「SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）2026 in お台場」（2026 年 12 月開催予定）、「SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）2027 in 代々木公園」（2027 年 2 月開催予定）、関西圏は「SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）2026 in 万博記念公園」（2026 年 10 月開催予定）を想定。・上記コンテストで開発したスイーツ商品やこれまでの「スイーツ甲子園 ふくしまチャレンジカップ」で開発したスイーツ商品をイベント 1 回当たり 500～1,000 食の計 1,500～3,000 食販売する。

・バナナのほか、お米やみかんといった広野町産農産物に加え、加工品などの特産品を販売する。

・ステージにおいて、広野町 PR 大使に任命した高校生や審査員のパティシエらが登壇し、広野町産農産物の魅力や安全性、広野町の復興の状況や復興に向けた取組など新たな魅力について紹介するプログラムを実施する。

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：キャラバンを通じて、新たな特産品として栽培している米、みかん、バナナといった広野町産農産物の魅力や安全性について発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：高校生と著名パティシエが共同開発した付加価値の高いスイーツ商品を新たな地域の魅力として発信する。広野町 PR 大使に任命した高校生を通じて、広野町の復興の状況や復興に向けた取組など新たな魅力を発信する。

3. マスメディアを活用した情報発信

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：全国

④概算費用：2,398 千円

⑤実施内容：1.2.の取組について、マスメディアを活用した情報発信を展開し、広野町産農産物の魅力や安全性、広野町の復興の状況や復興に向けた取組など新たな魅力について広く発信する。

・マスメディアのウェブサイト上記 1.2.の取組について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記事体広告により、より多くの人に効果的に、広野町産農産物の魅力や安全性、広野町の復興の状況や復興に向けた取組など新たな魅力を伝える。

・コンテストのレシピ募集や最優秀賞決定、スイーツ開発について紹介する記事をマスメディア及びマスメディアのウェブサイトに計 6 回以上掲載する。

・キャラバンの出展内容や実施結果を紹介する記事をマスメディア及びマスメディアのウェブサイトに計 12 回以上掲載する。

・コンテストのレシピ募集や最優秀賞決定、スイーツ開発に関するメディア向けリリースを計 3 回配信する。

・キャラバンの出展内容に関するメディア向けリリースを計 3 回配信する。

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：

東日本大震災及び原子力災害からの復興に向けた広野町の取組状況について、農業の再生や新たな特産品の開発状況、地域のにぎわい創出に向けた取組等をマスメディアの記事及びウェブ媒体を通じて発信する。また、広野町で生産される農産物（米、みかん、バナナ等）の安全性について、放射性物質検査等の取組や安全管理体制を併せて紹介し、県内外の消費者に対し正確な情報発信を行うことで、安心感の醸成と農産物のブランドイメージ向上を図る。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

本事業で実施するスイーツ商品開発コンテストや著名パティシエとの連携、キャラバンイベント等の取組を通じて、広野町の農産物の魅力や食文化、自然環境など地域資源を活用した新たな魅力を発信する。併せて、最優秀受賞者による PR 活動やメディア掲載を通じて、広野町の復興の歩みや地域の活力を全国に広く紹介し、若い世代を中心に広野町への関心・交流人口の拡大につなげる。

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
<ul style="list-style-type: none">・コンテストのアイデアレシピ応募件数：300 件以上・キャラバンによるスイーツ商品の販売食数：3 回計 1500～3000 食・キャラバンブース訪問者数：3 回計 6000 人以上・マスメディアのウェブサイト記事体広告閲覧数：10,000PV 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：18 回以上	<ul style="list-style-type: none">・広野町が発信する情報への接触者数：年 200 万人超・バナナの出荷額：前年度比 5%増
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（○%）
<ul style="list-style-type: none">・広野町の営農再開面積：令和 7 年 240ha（営農休止面積の 89%）・風評の払拭及び広野町産品の認知度向上を通じて、販路開拓や出荷量の拡大を図り、	令和 12 年の広野町における営農再開面積：269Jha（営農休止面積の 100% 目標達成率 100%）

<p>営農再開や新規就農を促す。</p> <ul style="list-style-type: none">・復興に向けた取組など広野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。	
--	--