

(様式 1-5)

富岡町 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	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・販売による富岡町の魅力発信事業	事業番号	A-2
事業実施主体	富岡町	総交付対象事業費	61,298 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 年の富岡町における営農再開面積 : 353ha (富岡町の農地面積 861ha の約 40%)					
※富岡町営農再開計画において策定					
事業概要					
事業実施主体	富岡町				
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. 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(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、楡葉町、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 6 年の富岡町の営農再開面積は 319ha と、富岡町の農地面積 861ha の約 37%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大幅に下回る水準となっている					
・ALPS 処理水の海洋放出が令和 5 年 8 月に始まった。					

<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、檜葉町、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、檜葉町・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、檜葉町賞を決定。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、檜葉町の 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、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伝えた
2. 富岡町産のパッションフルーツを使ったスイーツ商品の開発
  - ・サン・クリーンと連携し、パッションフルーツ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
  - ・サン・クリーンと連携し、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、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（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 6 年の富岡町における営農再開面積：319ha（富岡町の農地面積の 37%、令和 7 年目標 353ha に対する達成率 90%）

#### ※富岡町営農再開計画より

##### 【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、富岡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、営農再開面積を拡大し富岡町産農産物の産出額の回復を図る

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 7 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、楡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、楡葉町賞、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>

- ・富岡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）
- ・富岡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.の取組に係る情報発信接触者数：300万人超
- ・ 富岡町産パッションフルーツの出荷額：3%増

**【今年度、事業の実施により得られる効果】**

- ・ 富岡町産農産物の認知度向上
- ・ 営農再開面積の増加による富岡町産農産物の産出額の回復