

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			
猪苗代町		A-1	猪苗代町農産物等魅力発信・認知度向上事業			
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	5,042千円	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
5,042千円	2,521千円		○			

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
東日本大震災に伴う東京電力福島第一原子力発電所事故の影響等により、甚大な風評被害が発生しており、福島県産米の価格は震災前まで回復していない。農林水産省のwebページに残る統計開始の平成18年度以降、会津産コシヒカリ等の販売価格は上位に位置しており、平成22年時点で12位（全国平均の107.4%）であったが、震災以降は全国平均を下回るまで落ち込んでいた。現在は回復傾向ではあるが、令和5年度時点で19位（全国平均の101.2%）と震災以前の数値までの回復に至っていない。猪苗代町でも米の売上が農産物全体の約80%を占めており、重要農産物として対策を講じる必要がある。
上記の現状の原因となる課題について
福島県産食材の買い控えは減少し、福島県のイメージは回復傾向にあるものの、根強い風評が残っている。福島県を知ってもらうとともに、安全で安心して食べられる農産物であることをPRし、消費者だけでなく流通業者等にも福島県産農産物の安全性を発信していく必要がある。また、安全性だけでなく美味しさといった魅力についても併せて発信していく必要がある。
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）
<ul style="list-style-type: none"> ・令和5年度：会津夏まつり・17市町村トップセールス、ジャパンインターナショナルシーフードショー、大塚商人祭り、IKE・SUNPARK ファーマーズマーケット、首都圏等商談会に参加し町内産農産物等のPR、販売を行い猪苗代町産農産物の魅力発信ができた。 ・令和6年度：会津夏まつり・17市町村トップセールス、ジャパンインターナショナルシーフードショー、大塚商人祭り、IKE・SUNPARK ファーマーズマーケット、首都圏等商談会に参加し町内産農産物等のPR、販売を行い猪苗代町産農産物の魅力発信ができた。 ・令和7年度：会津夏まつり・17市町村トップセールス、大塚商人祭り、IKE・SUNPARK ファーマーズマーケットに参加し町内産農産物等のPR、販売を行い猪苗代町産農産物の魅力発信ができた。

上記の取組における成果について

- ・令和5年度：購入者へのアンケート結果で、猪苗代町の認知度が84.7%であった。
- ・令和6年度：購入者へのアンケート結果で、猪苗代町の認知度が84.0%であった。
- ・令和7年度：現在事業実施中

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. 県外における情報発信事業（IKE・SUNPARKファーマーズマーケット及びふくろ祭り）

- ①実施期間：令和8年5月～令和9年3月の間で3回程度
- ②実施体制：単独
- ③実施場所：東京都豊島区（としまみどりの防災公園及び池袋西口公園）
- ④概算費用：2,100千円
- ⑤実施内容：東京都豊島区のとしまみどりの防災公園（IKE・SUNPARK）で毎週開催されるファーマーズマーケット及びふくろ祭りへ町内の農業者や商工事業者と共に出席し、アスパラガス（5～6月）、トマト（7～11月）、トウモロコシ（7～9月）、長ネギ（11～12月）、白菜（11～12月）、新米（11～12月）など生産時期に合わせた当町産農産物や漬物や豆菓子などの加工品等の展示、販売と併せて当町産農産物チラシやサンプル米、観光パンフレット等の配布を行い当町の認知度向上と当町産農産物等の魅力や安全をPRする。
令和7年度事業においては、施設利用者の傾向に合わせて、若者や子供連れ家族をメインとして出展内容を検討し事業を実施した。また、当町産農産物等ブランド認定品のPRを積極的に行った。
令和8年度事業においては、町内産農産物等の魅力を発信するため当町産農産物等ブランド認定品のPRを更に積極的に行うとともに、観光パンフレット等の配布を行い、当町の魅力発信と認知度向上を図る。
- 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：東京都豊島区のとしまみどりの防災公園（IKE・SUNPARK）で毎週開催されるファーマーズマーケット及びふくろ祭りへ町内の農業者や商工事業者と共に出席し、アスパラガス、トマト、トウモロコシ、長ネギ、白菜、新米など生産時期に合わせた当町産農産物や漬物や豆菓子などの加工品等の展示、販売と併せて当町産農産物チラシやサンプル米、観光パンフレット等の配布を行い当町の認知度向上と当町産農産物等の魅力や安全をPRする。
- ⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：東京都豊島区のとしまみどりの防災公園（IKE・SUNPARK）で毎週開催されるファーマーズマーケット及びふくろ祭りへ町内の農業者や商工事業者と共に出席し、アスパラガス、トマト、トウモロコシ、長ネギ、白菜、新米など生産時期に合わせた当町産農産物や漬物や豆菓子などの加工品等の展示、販売と併せて当町産農産物チラシやサンプル米、観光パンフレット等の配布を行い当町の認知度向上と当町産農産物等の魅力や安全をPRする。

2. 県外における情報発信事業（大塚商人祭り）

- ①実施期間：令和8年10月下旬

②実施体制：単独

③実施場所：東京都豊島区（大塚駅前）

④概算費用：648 千円

⑤実施内容：東京都豊島区の大塚駅前で開催される大塚商人祭りへ町内の農業者や商工事業者と共に出席し、新米、白菜、大根、キャベツ、ブドウなどの当町産農産物や漬物や豆菓子などの加工品等の展示、販売と併せて当町産農産物チラシや観光パンフレット等の配布を行い当町の認知度向上と当町産農産物等の魅力や安全性を P R する。

今までは売り切れることがあったため、令和 7 年度は売り切れることがないように、また、大塚商人祭りは幅広い年齢層が来場するため、年齢層を問わず購入してもらえるように、例年以上の品数の農産物等を販売し当町産農産物等の魅力発信を行った。

令和 8 年度事業においては、町内産農産物等の魅力を発信するため当町産農産物等ブランド認定品の PR を更に積極的に行うとともに、観光パンフレット等の配布を行い、当町の魅力発信と認知度向上を図る。

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：東京都豊島区の大塚駅前で開催される大塚商人祭りへ町内の農業者や商工事業者と共に出席し、新米、白菜、大根、キャベツ、ブドウなどの当町産農産物や漬物や豆菓子などの加工品等の展示、販売と併せて当町産農産物チラシや観光パンフレット等の配布を行い当町の認知度向上と当町産農産物等の魅力や安全性を P R する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：東京都豊島区の大塚駅前で開催される大塚商人祭りへ町内の農業者や商工事業者と共に出席し、新米、白菜、大根、キャベツ、ブドウなどの当町産農産物や漬物や豆菓子などの加工品等の展示、販売と併せて当町産農産物チラシや観光パンフレット等の配布を行い当町の認知度向上と当町産農産物等の魅力や安全性を P R する。

3. 県外における情報発信事業（会津管内 17 市町村合同トップ P R 関連事業）

①実施期間：令和 8 年 7 月下旬

②実施体制：単独

③実施場所：東京都内

④概算費用：483 千円

⑤実施内容：①会津 17 市町村の各市町村長等が一堂に会し、首都圏の米卸関係者や、青果・花き市場関係者、畜産関係者等へ会津産農産物等の魅力と安全な産地・農産物であることを P R する。

令和 7 年度事業においては、豊洲市場において米卸関係者に対して生育状況の説明や生産に関する取組等の意見交換を行い、青果・花き市場関係者に対して品質や鮮度等の意見交換を行った。また、レセプションでは各関係者に会津産の米、野菜、牛肉等を使った料理を提供し会津産農産物等の P R を行った。

令和 8 年度事業においても、継続して市場関係者等へ P R を行い、②の事業との相乗効果を高めるため、消費者が多く来場する金・土曜日に実施する。

②会津 17 市町村等ブースが一堂に会し、首都圏の青果売り場を有している大型量販店等において消費者向けに農産物の展示販売を行い、当町の認知度向上と会津産農産物等の魅力と安全な産地・農産物であることを P R する。

令和 7 年度の事業においては、イトーヨーカドー大森店（東京都）で会津 17 市町村等の農産物等展示販売を行い会津産農産物等の P R を行った。土・日曜日の

2 日間で 31,500 人を超える来場者があった。

令和 8 年度事業においては、①の事業との相乗効果及び集客力を高めるため、実施日程を消費者の来場が多い土・日曜日を中心とするほか、実施会場は青果売り場を有している大型量販店とするなど検討し実施する。

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：会津 17 市町村の各市町村長等が一堂に会し、首都圏の米卸関係者や、青果・花き市場関係者、畜産関係者等へ会津産農産物等の魅力と安全な産地・農産物であることを P R する。また、首都圏の青果売り場を有している大型量販店等において消費者向けに農産物の展示販売を行い、当町の認知度向上と会津産農産物等の魅力と安全な産地・農産物であることを P R する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：会津 17 市町村の各市町村長等が一堂に会し、首都圏の米卸関係者や、青果・花き市場関係者、畜産関係者等へ会津産農産物等の魅力と安全な産地・農産物であることを P R する。また、首都圏の青果売り場を有している大型量販店等において消費者向けに農産物の展示販売を行い、当町の認知度向上と会津産農産物等の魅力と安全な産地・農産物であることを P R する。

4. 県外における情報発信事業（ジャパン・インターナショナル・シーフードショー）

①実施期間：令和 8 年 8 月下旬

②実施体制：単独

③実施場所：東京都内（東京ビッグサイト）

④概算費用：227 千円

⑤実施内容：東京ビッグサイトで開催予定のジャパン・インターナショナル・シーフードショーのうち、「すし EXPO」に参加し、安全で安心して食べられる米であることを記載したチラシやサンプル米の配布、試食等により当町ブランド米を寿司好適米としてアピールする。

令和 7 年度は米不足により参加を見送った。

令和 8 年度事業においては、チラシの配布や試食等によりアピールのほか、視覚に訴えるため、農産物ポータルサイトや動画を活用し映像により寿司好適米をアピールする。

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：東京ビッグサイトで開催予定のジャパン・インターナショナル・シーフードショーのうち、「すし EXPO」に参加し、安全で安心して食べられる米であることを記載したチラシやサンプル米の配布、試食等により当町ブランド米を寿司好適米としてアピールする。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：東京ビッグサイトで開催予定のジャパン・インターナショナル・シーフードショーのうち、「すし EXPO」に参加し、安全で安心して食べられる米であることを記載したチラシやサンプル米の配布、試食等により当町ブランド米を寿司好適米としてアピールする。

5. 農産物等魅力発信農業体験ツアー

①実施期間：令和 8 年 5 月下旬～令和 8 年 11 月の間で 2 回程度

②実施体制：単独

③実施場所：猪苗代町内

④概算費用：1,584 千円

⑤実施内容：首都圏在住の方等（県外）を対象とした農業体験ツアーを当町内で実施し、当町産農産物の魅力及び安全性をPRするとともに当町の認知度向上を図る。
令和8年度事業においては、広く周知し、多くの方から募集いただける方法の検討を行い、多くの方に来町いただき当町の魅力を発信できる取り組みとする。

（事業予定内容）

対象者：県外在住者

募集人数：32人（16人×2回）

行程案：1泊2日 バス移動

1日目 猪苗代駅集合⇒農業体験、町内観光⇒宿泊施設

2日目 宿泊施設⇒農業体験、町内観光⇒猪苗代駅

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：首都圏在住の方等（県外）を対象とした農業体験ツアーを当町内で実施し、当町産農産物の魅力及び安全性をPRするとともに当町の認知度向上を図る。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：首都圏在住の方等（県外）を対象とした農業体験ツアーを当町内で実施し、当町産農産物の魅力及び安全性をPRするとともに当町の認知度向上を図る。

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：

モニターツアーは首都圏在住の方に向けて募集することから、全員県外からの参加者である。

(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：

モニターツアー参加者はすべて県外からの参加者であることから、費用についても全額県外向けとなる。

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"> ・I K E・S U N P A R Kファーマーズマーケット：パンフレット、P R・販売促進グッズ等の配布 600人以上（各回 200人以上） ・大塚商人まつり：パンフレット、P R・販売促進グッズ等の配布 200人以上 ・会津管内17市町村合同トップP R関連事業：パンフレット、P R・販売促進グッズ等の配布 200人以上 ・ジャパン・インターナショナル・シーフードショー：試食 800人以上 	<ul style="list-style-type: none"> ・物産展等でのアンケート調査における当町の認知度 87%以上 ・物産展等でのアンケート調査における当町への来訪者 60%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（○%）

・猪苗代町観光客年間入込数 188 万人

・

・当町の認知度向上により来町者が増え、町内産農産物等の売り上げが増加することにより、農業経営の安定が図られる。

・猪苗代町観光客年間入込数 130 万人（R6 実績、R7 町調査）