

(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5年1月13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	17,308千円	
既配分額		-	当該年度交付対象事業費	17,308千円	
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	17,308千円
i) 風評動向調査					千円
ii) 体験等企画実施					15,658千円
iii) 情報発信コンテンツ作成					1,650千円
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					
【アウトプット】					
・大熊町、檜葉町、富岡町の3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開催：年1回					
・大熊町産品（キウイ）を使ったスイーツの開発：年1種類					
・大熊町、檜葉町、富岡町の3町が連携し、各町産品を使ったスイーツを販売するイベント開催：年1回					
・上記のコンテスト、フェスティバル等の情報発信：年20回以上					
【アウトカム】					
令和7年にける大熊町の果実産出額：3000万円/年（震災前の産出額3億円の10%）以上					
事業概要					
事業実施主体		大熊町			
主な企画内容		1. 大熊町、檜葉町、富岡町の3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を開催 2. 大熊町産品（キウイ）を使用したスイーツ開発 3. 東京都内において、3町連携で各町の産品を使ったスイーツを販売するイベントを開催 4. 上記の1～3に係る情報発信			
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～8年3月			
企画内容					
【実施体制】					
1. 事業実施主体：大熊町、檜葉町、富岡町					
2. 連携団体及び役割分担					
委託事業者：事業実施主体からの委託を受けて、全国の高校生を対象としたスイーツ作りコンテストの企画・立案及び運営、大熊町産品を使ったスイーツ開発・販売イベント、各取組に係る情報発信等を実施する					
生産事業者：大熊町産品を使ったスイーツの開発及び販売イベントに必要な食材の調達協力					
【現状・課題】					

<現状>

- ・「家庭内 購買決定権調査」(株式会社ハー・ストーリー)によると、95%の家庭で、食品の購入の決定権については主婦にあるとされている。
- ・また、「復興五輪」、福島県の復興や放射線の健康影響への認識を確かにするために重要なこと(第4回調査結果の報告(令和3年実施))によれば、震災から10年以上が経過したが、福島県産品食品について「放射線が気になるのでためらう」とする東京都民の意識は、調査開始以降減少傾向にあったがここ2年、4分の1程度で横ばいとなっている。そして、「家族、子どもが食べる場合」には、ためらう人の割合が最も多い結果となっている
- ・こういった福島県産品を忌避する者がいることから、大熊町においては営農再開が進まず、米を除く農産物の産出額は震災前の平成21年に3億9000万円(うち果実3億円)あったが、現在はゼロとなっている。主要農作物だった果実の栽培農家は震災前に約60軒あったが、現在は町職員らによる任意団体「おおくまキウイ再生クラブ」のみとなっている。
- ・ALPS処理水の海洋放出の開始時期が令和5年の「春から夏頃」になるとの見通しが示された。

<課題>

- ・福島県産品への忌避と農産物産出額の改善には、食品の購入の決定権を持つとともに家族、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ると考えられる。
- ・ALPS処理水の海洋放出により、横ばいとなっている福島県産品に対する忌避層の割合が再び大きくなることが考えられる。

<課題の解決に必要な方策>

- ・忌避感の改善は横ばいとなっており、これまで継続的に実施してきた放射線検査を実施、その結果の公表等といった情報発信だけでは、忌避感の改善は限界を迎えている。これまでとは異なった手段による発信方法により、これまでの発信した情報が届いていなかった者に対して安全性や製品の魅力といった情報を届けていく必要がある。
- ・また、家族、子どもの健康に気を遣う主婦層へ働きかけていくため、「子ども」を活かした発信により親近に感じてもらう忌避感の改善に努めていく必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・令和元年度に「おおくまキウイ再生クラブ」が発足し、大川原地区においてキウイの栽培を開始
- ・令和4年11月にキウイの圃場見学会を開催。来場者による収穫の実施や直売を行い、大熊町及び大熊町産キウイの魅力を発信

【事業実施により得られる効果】

- ・主婦層に対する大熊町産農産物の魅力についての認知向上
- ・大熊町産農産物の算出額の回復

【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、大熊町産農産物の魅力についての認知向上、大熊町産農産物の算出額の回復を図る。

1. 大熊町、檜葉町、富岡町の3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の開催

実施期間：令和5年4月～8月(予定)

実施体制：委託事業者

実施費用：7,040,000円

概要： Jヴィレッジにおいて、大熊町、檜葉町、富岡町の3町及び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」を主催する事業者と連携し、新たに全国の高校生を対象に、3町の産品を使ったスイーツ作りコンテスト「スイーツ甲子園チャレンジカップ@ふくしま」(仮称)を開催する。全国の高校生がJヴィレッジに集い、お菓子作りのアイデアや技術を競う。高校生が取組む姿を通じて主婦層に共感を持ってもらう。

- ・令和5年4月～6月に全国の高校に対して、スイーツのレシピを募集しコンテスト参加者を選考、同年8月にJヴィレッジでコンテスト実施を想定
- ・参加チームは各1～3人の最大10チーム。コンテストは1泊2日を想定
- ・グランプリのほか、「大熊町賞」を設け、受賞チームには大熊町産キウイを使ったスイーツ開発の権利を副賞として授与

2. 大熊町産キウイ等を使ったスイーツ開発

実施期間：令和5年9月～令和6年1月（予定）

実施体制：委託事業者

実施費用：1,012,000円

概要： 1. のコンテストにおける受賞したチームが、同コンテストの審査員を務める著名パティシエの監修のもと、大熊町産キウイ等を使ったスイーツを開発する。

- ・受賞チームや学校関係者、審査員を務めるパティシエらによる大熊町でのキウイ収穫体験、地元でスイーツ試作等を実施
- ・農産物の放射線物質検査を体験してもらい農産物の安全性を体感してもらう

3. 大熊町、檜葉町、富岡町の3町が連携し、各町の産品を使用したスイーツを販売するイベントを開催

実施期間：令和6年2月（予定）

実施体制：委託事業者

実施費用：7,606,500円

概要： 2. で開発したスイーツを販売するイベントを東京で開催する。上記の1.2.の取り組みにより知ってもらっただけでなく、実際に食べてもらうことで大熊町産品の魅力をより理解してもらう。

- ・イベントは東京都内で開かれる10万人超の集客がみこめる大規模フードフェスティバルとの同時開催で実施
- ・大熊町産品を使ったスイーツを販売するキッチンカーを出店し1000食提供
- ・イベントにおいてメディア向け内覧会を実施

4. 1.～3.の取り組みについての情報を発信

実施期間：令和5年4月～令和6年2月

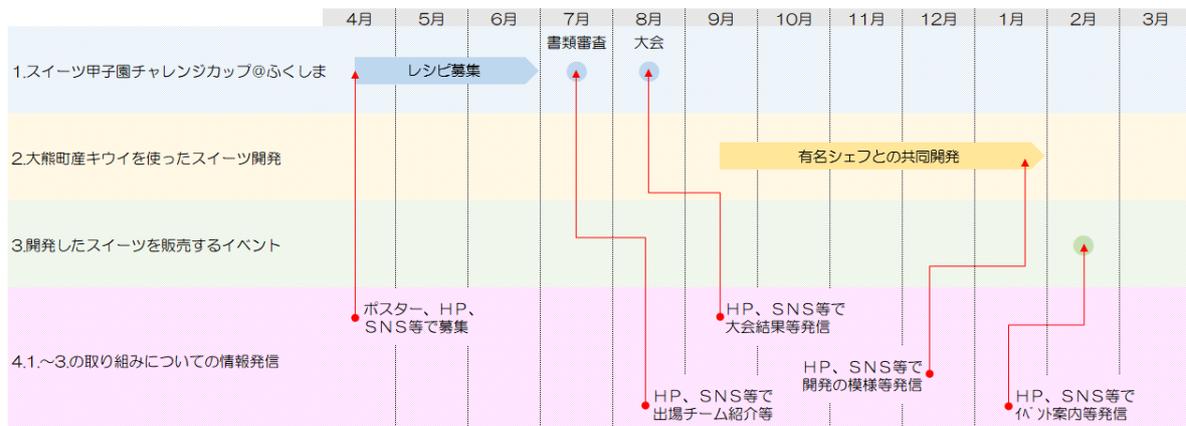
実施体制：委託事業者

実施費用：1,650,000円

概要： 事業の効果の促進を狙い、それぞれの取組の募集、取組の事後リリース等にマスメディアを活用したり、SNSを活用したりして情報発信を行う。

- ・マスメディアを活用してレシピ募集を実施
- ・マスメディアのウェブサイトの記事体広告で、スイーツ作りコンテストの様態及びスイーツ開発の取り組みについて紹介
- ・また、スイーツを販売するイベントの告知も行い集客を図る
- ・大熊町産品を使ったスイーツを販売するキッチンカーを出店し1000食提供
- ・イベントにおいてメディア向け内覧会を実施

スイーツ甲子園による情報発信の実施（全体像）



※「4.1.～3.の取り組みについての情報発信」では、「スイーツ甲子園による情報発信の実施スケジュール（全体像）」に記載された発信とは別途でメディア向けリリースを実施する

【今年度事業における目標】※複数年度にわたって事業を実施する場合

【アウトプット】

- ・大熊町、檜葉町、富岡町の3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開催：1回
- ・大熊町産品（キウイ）を使ったスイーツの開発：1種類
- ・檜葉町、大熊町、富岡町の3町が連携し、各町産品を使ったスイーツを販売するイベント開催：1回
- ・上記のコンテスト、フェスティバル等の情報発信：20回以上

【アウトカム】

- ・大熊町が発信する情報への接触者数：年300万人以上
- ・大熊町産農産物（キウイ）の産出額：500万円以上
- ・大熊町産農産物（キウイ）の新規販路獲得：3件以上

【今年度事業の実施により得られる効果】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・主婦層に対する大熊町産農産物の魅力についての認知向上
- ・大熊町産農産物の産出額の回復

【次年度以降の取組】※複数年度にわたって事業を実施する場合

- ・コンテストに参加した高校生や関係者に対するアンケート及びスイーツを販売するイベント会場で実施した購入者に対するアンケートの分析と検証を行い、より効果的な情報発信方法を検討する
- ・開発したスイーツを複数のイベントで販売し情報発信の機会を拡大する
- ・大熊町の事業者等と連携し、開発したスイーツを商品化する
- ・コンテスト及びスイーツ販売イベントの自走化を目指す

【新型コロナ感染拡大防止対策】

業務実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国・実施主体する地方公共団体・（イベント開催など実施主体と開催地が属する地方公共団体が異なる場合には、開催地が属する地方公共団体）が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施する。

<具体的な対策>

- ・コンテスト及びスイーツ開発に当たっては、参加者の検温など健康管理、三密の回避、マスク着用、手指の消毒など基本的な感染防止対策を徹底する
- ・スイーツを販売するイベントの開催に当たっては、国及びイベント開催地の自治体が定める新型コロナ感染拡大防止のためのガイドラインを順守するとともに、イベントにおいては、最大限の感染防止策を徹底し感染状況によっては入場制限も行う
- ・入場ゲートに検温機を設置し発熱者は入場をお断りする
- ・入場ゲートにアルコール消毒器を設置し、入場時の手指消毒を実施する
- ・配布物は手渡しせず、各自で取ってもらう
- ・アルコール消毒器を各所に設置し、消毒を促す
- ・購入列の間隔は1mを確保する
- ・販売窓口に飛沫防止幕を設置する
- ・飲食用に感染防止策を行ったエリア以外での飲食の制限
- ・飲食スペースのテーブル配置は一方向にし、対面での飲食を避ける
- ・酒類の販売は、国や東京都のガイドラインに従う
- ・飲食スペースのテーブルなどはこまめにアルコール消毒を実施する
- ・マスク会食の方法を掲示し、飲食時以外はマスクの着用を促す
- ・手洗いスペースの場所案内を設置し、食前食後の手洗い・消毒を促す
- ・電子マネーによる非接触決済の利用を促す