

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			
矢吹町		A-2	生産者の想いとつながる矢吹の食 P R 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）				
令和 8 年度	9,306 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
5,106 千円	2,553 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
・消費者庁が実施した「風評に関する消費者意識の実態調査（第 18 回）」（令和 7 年 1 月 15 日～1 月 17 日実施）によると、「食品中の放射性物質の検査が行われていることを知らない」と回答した人の割合は 65.0%であり、前年に実施した第 17 回の調査結果と比較すると 3.5%も上昇（悪化）しており、さらに、「放射性物質の含まれていない食品を買いたい」と回答した人の割合は 11.4%、「食品を買うことをためらう産地」では福島県が 6.2%と依然として高い水準であることから、風評払拭への取り組みや食品等の安全性の情報発信が不十分である。 ・本町では、震災直後から「安心・安全」を掲げて挑戦した「カブトエビ農法」による米作りが行われ、令和 7 年度にオリジナルブランド米として商品化したが、その認知度はまだまだ低い。 ・ALPS 処理水の海洋放出により、福島県の水産物だけではなく、農産物や加工品にまで新たな風評を懸念する声が聞かれる。また、「福島で製造されたもの」ということを隠さなければ海外での工業製品の展開が難しいといった事業者からの切実な声も聞かれている。
上記の現状の原因となる課題について
・本町では、農業、畜産業、商業の各分野の事業者が、安心・安全な農畜産物や加工品の生産販売について、風評払拭に関する様々な取り組みを行っている。しかしながら、消費地である首都圏では、それらの取り組みが周知されておらず、福島県内の農畜産物等の安全性に不安を抱く消費者も多いため、特に本町の農産物、特産品の安全性を PR する必要がある。 ・震災以降、姉妹市町である東京都三鷹市のほか、首都圏内の各イベントに出展し、農産物等の PR を行ってきたが、ターゲットが比較的高い年齢層であったため、新たにファミリー層や若年層、ビジネスパーソンに訴求する必要がある。 ・冊子やパンフレット等の紙媒体での情報発信や現地での PR を中心に行ってきたが、インターネットや映像を活用した幅広い層への情報発信を行う必要がある。 ・ALPS 処理水の海洋放出は、福島県の食の安心・安全に対する新たな風評を発生させるおそれがあるため、復興・創生に向けた正しい情報と本町の農産物等の安全性及び魅力の発信を継続的に行っていく必要がある。

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）
①町内放射能測定センターにおける線量検査の実施 ②姉妹市町である東京都三鷹市のほか、首都圏内で開催されるイベントに出展し、農産物や特産品、加工品の販売をととして「食」の安全性と魅力の PR を実施 ③ふるさと納税サイトにおいて、本町の「おいしいもの」を全国に伝える取り組みを実施 ④町の情報誌を定期的に制作し、生産者が農産物に込めた想いや線量の検査体制を記載することで食の安心・安全を PR ⑤福島県等が主催する首都圏内のイベントや近隣市町村と連携した県外での農産物 PR イベントへの参加 ⑥地域の人々や多くの観光客が行き交う東京駅前のイベント施設において、本町の農産物や加工品等の「おいしいもの」やそれらを作る「ひと」、風評払拭への取り組みに関する情報の発信をテーマとしたイベントを開催
上記の取組における成果について
① 線量検査を実施しているが、町外への検査結果の周知が行き渡っていない現状がある。また、消費者の興味関心の低下もあり、検出限界値未満の食品がほとんどであることが知られていない。 ② 姉妹市町である東京都三鷹市で開催されるイベントへは毎年 5 回程度出展し、本町のファンは着実に増加傾向にあるが、比較的高い年齢層や固定客の方が多く来場するイベントであったため、ファミリー層や学生などの若年層には本町の情報が浸透していない。 ③ ふるさと納税サイトにおいて本町の農産物、特産品の美味しさや安心・安全、作り手のこだわりを発信しており、味噌や日本酒などの一部の特産品の認知度は高まってきているが、野菜や果物などの農産物の認知度が低い状況にある。 ④ 農産物等の魅力と安全性をパンフレットや情報誌に記載し、イベント等で配布することで、本町を知らなかった方への PR に繋がるなど一定の効果があつた。 ⑤ 令和 7 年度は、東京都千代田区で開催された民間企業主催の「夏のふるさと納税 PR 展（7/17.18 開催）」や福島県の主催する「ふくしまうまいものフェア（8/22～24 開催）」「ふくしまフェスタ（10/4.5 開催、来場者数 8,752 人）」、「ふくしままるごとフェア（9/22 開催、来場者数 41,378 人）」など、多数のイベントに出展し、本町の農産物、特産品の PR を行った。 ⑥ 震災後、風評払拭や「食」の安全性を発信するため、農産物や加工品などの「もの」にフォーカスした PR を行ってきたが、令和 7 年度に初めて「ひと」や「生産者の想い」を伝えるイベントを企画し、来場者と交流を図りながら「食」の安全性と魅力の発信を行った。（12/8.9 開催、来場者数 3,648 人、新規フォロー数 150 人）

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. 生産者の想いとつながる矢吹の食 P R 事業 ①実施期間： 令和 8 年 9 月～3 月

②実施体制：矢吹町、委託業者

③実施場所：首都圏

④概算費用： 5,106 千円

⑤実施内容：首都圏のビジネスパーソンが集まる場所で生産者のこだわりや、食の安心安全への取り組みなど、生産・加工における熱い想いを美味しいものと共に P R。

本町産米を使用した「塩むすび」の販売と、本町の食材を使用したレシピ開発を料理家に依頼し、本町食材を堪能できるお惣菜を用意して、本町の「美味しいもの」を P R する。また、イベント会場には生産者のこだわりや食の安心安全への取り組み等、生産者の熱い想いを伝えるためのパネル等を掲示し、本町のイベントブースへの来場者はもちろん、通りすがりの人が目にとめ足を止めて見て知っていただけるような展示をおこない、情報の発信を行う。

来場者には、本町 SNS のフォローを促し、本町が首都圏で行うイベントへの再来につなげたり、塩むすびや総菜に使用した食材を選べる本町のふるさと納税サイトでの購入等につながるよう誘導する。

料理家によるレシピ開発の様子は Instagram 等の SNS により発信を行い、また、開発したレシピも SNS で発信することで新たな層のフォロワーの獲得を狙う。

あわせて、本交付金を活用して実施した令和 7 年度の矢吹「おいしいもの」・「ひと」発信事業（矢吹町食材をふんだんに使った弁当の販売）で多くの来場者からいただいた「とても美味しかったので、使用している農産物を購入したい」という声を反映し、矢吹産米や、矢吹野菜の販売も実施予定。

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：

生産者のこだわりや食の安心安全への取り組み等、生産者の熱い想いを伝えるためのパネル等を掲示し来場者へ発信を行う。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

こだわりをもった生産者の想いを伝え、実際に季節の旬な野菜や果物、本町のブランド米やオリジナル日本酒などを味わうことで、本町の「ひと」と「おいしいもの」の発信を実施。

あわせて、町の公式 SNS やふるさと納税サイトの PR を行うことで、本町の農産物等の安全性や美味しさ、多彩な魅力を継続的に発信する。

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
・イベント出展に関する SNS によるプロモーション（SNS へ投稿） 4 回/年 ・イベント時販売総菜のレシピ投稿（SNS へ投稿） 5 回/年 ・イベントの実施 平日 2 日間×1 回	・矢吹町公式 Instagram 新規フォロー 100 人/年 ・イベント投稿へのリーチ数 8,000 人/年 ・本町 EC サイト（ふるさと納税サイト）へのアクセス数 R7 年比 3%アップ

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（○%）
・イベント投稿へのリーチ数 20,000 人/年 ・本町のふるさと納税の寄附額 R13 年度 1 億円	・イベント投稿へのリーチ数 12,000 人/年（60%） ・本町のふるさと納税の寄附額 R7 年度 約 7,000 万円（70%）

(国実施要綱様式3)

(矢吹町) 地域魅力向上・発信事業計画

令和8年5月時点

(単位: 千円)

No.	事業番号 (注 1)			事業名 (注 2)	各年度の交付対象事業費 (注 3)					総交付対象事業費	備考 (注 4)
					令和 8 年度	令和 9 年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度		
1	A	-	1	矢吹町魅力向上・情報発信事業	(4, 200) 0					(4, 200) 0	
					<4, 200>	<0>	<0>	<0>	<0>	<4, 200>	
2	A	-	2	生産者の想いとつながる矢吹の食PR事業	(0) 5, 106					(0) 5, 106	
					<5, 106>	<0>	<0>	<0>	<0>	<5, 106>	
3		-								(0) 0	
					<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	
4		-								(0) 0	
					<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	
5		-								(0) 0	
					<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	<0>	
					(4, 200) 5, 106 <9, 306>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(0) 0 <0>	(4, 200) 5, 106 <9, 306>	

(注1) 「事業番号」は、「(交付要綱別添1の番号)-(同一事業計画中の同種の事業の通し番号)」となるよう記載する。

(注2) 「事業名」は実施する事業の内容がわかるように任意の名称を記載する。

(注3) 「各年度の交付対象事業費」は、上段()書きは前回までに配分された額を記載し、中段には今回申請する額を記載する。なお、下段< >書き及び総交付対象事業費については、自動計算される。

(注4) 事業間流用を行った場合には、「備考」に事業間流用を行った旨、その時期及び額を記載する。なお事業間流用を行う場合には、流用する(流用される)事業名も合わせて記載する。