

(様式 1-5)

喜多方市 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.	1	事業名	農畜産物ブランド化・販路拡大推進事業	事業番号	A-4
事業実施主体	喜多方市	総交付対象事業費	2,855 千円		
既配分額	0 千円	当該年度交付対象事業費	2,855 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 2,855 千円					
i) 風評動向調査					
千円					
ii) 体験等企画実施					
486 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成					
2,369 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					
1 農畜産物ブランド化・販路拡大推進事業					
・きたかた食のパートナーショップ締結事業者数及び本市産米取扱数量					
締結事業者数 R8: 50 事業者 現状 (R5): 47 事業者					
本市産米取扱量 R8: 1,392.6 t 現状 (R5): 1,387.2 t					
・主要園芸作物等出荷額 R8: 1,250 百万円 現状 (R5): 1,202 百万円					
事業概要					
事業実施主体	喜多方市				
主な企画内容	1 農畜産物ブランド化・販路拡大推進事業 (1) JA と連携したトップセールスの実施 JA と連携し、首都圏における市場関係者を中心とするトップセールスを実施し、本市産農畜産物の安全性への理解と取引拡大につなげる。 (2) JA や生産者、首都圏の米卸売事業者等と連携した販売促進イベントへの参加 JA や生産者、首都圏の米卸売業者等と連携し、首都圏で開催される販売促進イベントへ参加し、直接消費者に対し、本市産農畜産物の安全性とおいしさを PR する。 (3) きたかた食のパートナーショップとの連携による情報発信 首都圏を中心に本市産農畜産物等を取り扱う「きたかた食のパートナーショップ」に対し、販促グッズや観光パンフレットの提供を行い、首都圏の消費者に対し、本市の多様な魅力の発信を行う。				
主な事業の実施場所	首都圏				
事業の実施期間	令和 6 年度から令和 7 年度				

企画内容

【現状・課題】

<現状>

- 福島第一原子力発電所の原子力災害により、本市をはじめ福島県は科学的根拠に基づかない風評被害を被ってきた。
- これまで、風評払拭に係る様々な情報発信を行ってきたものの、首都圏のスーパーの棚には未だ福島県産米が並ばず、震災前は幼稚園・こども園等に対し納入されていた福島県産米は未だ保護者の理解を得られず取り扱われないなど、未だに一定数の風評被害が残っている。また、これまで本市が実施してきた消費者モニターツアーの結果においても、震災から 13 年が経過したにもかかわらず、未だに福島県産農畜産物を敬遠する消費者が一定数あることを承知している。
- また、新型コロナウイルス感染症の影響が緩和し、外食需要の拡大が期待される中、令和 5 年 8 月に開始された ALPS 処理水の放出は、インバウンド需要に沸く外食産業や外国人観光客の間では、本県水産物を中心に再び科学的根拠に基づかない風評の再燃が懸念され、または既に発生している状況にある。

<課題>

- 風評の大きな要因である「食の安全性」について、正確な情報を発信し、理解を得るとともに、本市産農畜産物の安全・安心・おいしさとともに品質の高さについて、今一度、首都圏などの消費者、市場関係者に対する正確な情報発信による理解の醸成に取り組んでいく必要がある。

【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>

1 農畜産物ブランド化・販路拡大推進事業

<主な取組>

- ・JA と連携したトップセールスの実施【H23～継続】
- ・市独自の放射性物質検査の実施【H23～継続】
- ・農業者の販売促進に向けた放射性物質検査への支援【H23～継続】
- ・首都圏大型量販店等での農産物販売促進イベントの実施【H25～R1】
- ・千葉県市川市学校給食への本市産米の導入（復興庁表敬）【H29～継続】
- ・交流のある市区を中心とした物産展への参加【H23～継続】
- ・きたかた食のパートナーショップ事業による情報発信【H24～継続】
- ・モニターツアーの実施による本市産農畜産物の安全・安心の発信【H28～R6】

<これまでの取組における成果>

<成果>

- ・きたかた食のパートナーショップ締結事業者数及び本市産米取扱数量
締結事業者数 H24 : 6 事業者 R5 : 47 事業者
取扱数量 H24 : 148 t（平均 24 t / 事業者） R5 : 1,387.2 t（29.5 t / 事業者）
 - ・主要園芸作物等出荷額 H23 : 1,006 百万円 R5 : 1,202 百万円（生産面積や販売価格の影響もある）
- ※ すべて「農業振興課調べ」

<目標達成状況>

<目標達成状況>

- ・きたかた食のパートナーショップ締結事業者数及び本市産米取扱数量
締結事業者数 R8 : 50 事業者 現状（R5）: 47 事業者
本市産米取扱量 R8 : 1,392.6 t 現状（R5）: 1,387.2 t
 - ・主要園芸作物等出荷額 R8 : 1,250 百万円 現状（R5）: 1,202 百万円
- ※ すべて「農業振興課調べ」

【今年度事業における具体的な取組内容】

農畜産物ブランド化・販路拡大推進事業

1 JAと連携したトップセールスの実施 2回

- (1) 実施期間 令和7年7月～8月
- (2) 実施体制 JA会津よつば、喜多方市
- (3) 実施場所 首都圏の市場関係者及び卸売事業者等
- (4) 概算費用 157,960円
- (5) 実施内容

JAと連携し、首都圏における市場関係者を中心とする風評払拭に向けたトップセールスを実施し、または参加し、本市産農畜産物の安全性への理解と取引拡大につなげる。

また、トップセールスの実施状況は市のSNSやホームページを通じて広く情報発信を行う。

① JA・喜多方地方3市町村合同トップセールス

実施日 令和7年7月11日（金）、12日（土）

場 所 首都圏企業

内 容 喜多方地方の米や野菜を取り扱う市場関係者や飲食事業者等に対し、農畜産物の安全・安心・品質の高さを伝えとともに、取引の継続・拡大、消費者への理解情勢について、トップセールスを行う。

② JA・会津17市町村合同トップセールス

実施日 令和7年7月25日（金）、26日（土）

場 所 首都圏市場、大型商業施設

内 容 会津地方の米や野菜を取り扱う市場関係者や卸売事業者に対し、農畜産物の安全・安心・品質の高さを伝えとともに、取引の継続・拡大、消費者への理解情勢について、トップセールスを行う。

加えて、同時に開催される大型商業施設における観光・物産展において、首長自ら来場する首都圏の消費者に対し、直接安全・安心・品質の高さをPRする。

2 JAや生産者、首都圏の米卸売業者等と連携した販売促進イベントへの参加

- (1) 実施期間 令和7年7月～12月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 実施場所 首都圏
- (4) 概算費用 80,391円
- (5) 実施内容

JAや生産者、首都圏の米卸売業者等と連携し、首都圏で開催される販売促進イベントへ参加し、風評払拭に向けて直接消費者に対し、本市産農畜産物の安全性とおいしさをPRする。

また、イベントの実施状況は市のSNSやホームページを通じて広く情報発信を行う。

事業名 大新宿まつり

実施日 令和7年11月中旬

場 所 新宿区

内 容 新宿区内に店舗を構える食のパートナーショップ2件が所属する組合や生産者と連携し、本市産農畜産物の販売促進、安全・安心をPRする。

販促品 喜多方の水（500ml）120本を活用し、購入者に販売促進グッズとして配布する。

また、3の事業で作成するパートナーショップチラシや観光パンフレット等を配布する。 500部程度

3 きたかた食のパートナーショップとの連携による情報発信

- (1) 実施期間 令和7年4月～令和8年3月
- (2) 実施体制 喜多方市
- (3) 実施場所 首都圏 等
- (4) 概算費用 2,616,840円
- (5) 実施内容

首都圏を中心に本市産農産物等を取り扱う「きたかた食のパートナーショップ」に対し、販促グッズや観光パンフレットの提供を行い、首都圏の消費者に対し、本市の多様な魅力と風評払拭に向けて農畜産物の安全性等についての発信を行う。

販促グッズ等の提供については、店舗への消費者誘客を促すのほり、暖簾を作成・配布するとともに、（一社）喜多方観光物産協会に対し、販促グッズとして本市産農産物を使用した加工品（6次化商品）や観光パンフレット等を配布する業務を委託して実施する。

また、パートナーショップの商品に貼付することのできる販売促進シールの作成やパートナーショップを網羅したチラシを作成し、様々なイベント等で配布することで、本市産農産物等のPRを行う。

さらに、パートナーショップを実際に訪問し、消費者の感想や取扱店の本市産農畜産物への反応等についてヒアリングを行い、以降の施策の参考とする。

＜作成・配布する資材＞

No	作成する資材等	作成数	使用・配布先
1	のぼり	20 枚	パートナーショップへ配布
2	ポール	20 本	〃
3	暖簾	20 枚	〃
4	販売促進シール	1,000 枚	〃
5	パートナーショップチラシ	5,000 部	パートナーショップへ配布するとともに、首都圏で開催される観光物産展等において、観光パンフレット等とあわせて配布（10 イベント程度）

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞

- (1) JAと連携したトップセールスの実施
 - ・首都圏 2回
 - ・トップセールス訪問企業数 4社程度
- (2) JAや生産者、首都圏の米卸売業者等と連携した販売促進イベントへの参加
 - ・首都圏 1回
 - ・(3)で作成するパンフレットの購入者等への配布 500部程度
- (3) きたかた食のパートナーショップとの連携による情報発信
 - ・パートナーショップ訪問 1回、8社程度
 - ・パートナーショップチラシの作成 5,000部
 - ・作成したチラシのパートナーショップ等への配布 5,000部程度

＜アウトカム＞

- (1) JAと連携したトップセールスの実施
 - ・令和7年産主要園芸作物等出荷額 1,230百万円程度
- (2) JAや生産者、首都圏の米卸売業者等と連携した販売促進イベントへの参加
 - ・令和7年産主要園芸作物等出荷額 1,230百万円程度
- (3) きたかた食のパートナーショップとの連携による情報発信
 - ・パートナーショップにおける本市産米の取扱量 1,390t

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- (1) JAと連携したトップセールスの実施
 - ・JAと連携したトップセールスを実施することにより、産地の情報や安全・安心・品質向上に向けた取組を直接市場関係者に訴求することで、取引継続・拡大、産地の多様な魅力のPRが図られる。
 - ・また、市場関係者に直接情報を発信することで、その取引先であるスーパー、量販店、飲食店等、さらにはその先の消費者に対しても福島県・喜多方市の安全・安心に対する理解醸成が図られ、風評払拭につながる。
- (2) JAや生産者、首都圏の米卸売業者等と連携した販売促進イベントへの参加 1回
 - ・JAや生産者東都連携した販売促進イベントへ参加することにより、福島県、喜多方市の安全・安心に関する情報や産地の現状を直接消費者に伝えることができ、風評払拭につながる。
- (3) きたかた食のパートナーショップとの連携による情報発信
 - ・首都圏の米店等と連携し、常に消費者へ本市の安全・安心や多様な魅力について情報発信が可能となり、風評払拭につながる。また、パートナーショップへ定期的に訪問することで、消費者の声を把握することができ、今後の風評対策、本市産農畜産物のブランド化戦略の参考とすることができる。