

(様式1-5)

福島県 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和3年8月13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.	11	事業名	被災地農業再生促進事業	事業番号	A-11	
事業実施主体		福島県	総交付対象事業費		37,500千円	
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		6,700千円	
経費区分ごとの費用						
一 地域の魅力向上・発信事業						
①情報発信事業						
					小計	6,700千円
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						6,700千円
iv) ポータルサイト構築						
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						
ii) 地域の語り部の育成						
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						
風評の払拭に関する目標						
【アウトプット】						
1 動画等の製作本数 5本 浜通り地域等の平坦部と中山間地域により違いのある農業や営農、農地の現状と参入事例等に住環境等のインフラの整備状況を加えた現地の今と将来を内容とすることで、当該地域での営農と生活に原子力災害の影響が無いことを周知、アピールする。						
2 動画を活用した当該地域の情報発信 浜通り地域等に農業分野での参入の意向や可能性がある県外企業等に対し、リモートによる相談等で、これまで作成したパンフレットに加えて提供、周知 31社 農業分野への参入や拡大を予定する県外企業等に向けた、積極的な情報発信						
【アウトカム】						
(主に県外) 企業の農業参入数 1社/年以上 (過去同様の取組による実績: 3社【平成30年~令和2年】)						
※コロナウィルス感染症拡大以前は、対面での相談や現地案内と、パンフレット等の資料等を県外企業等に現地の情報として直接提供してきた。 リモートによる相談では、現地案内で伝えていた当該地域の状況をつぶさに伝えにくく、動画形式の資料を使用して説明することによって、土壌中の放射性物質の状態や販路の確保など、浜通りの営農状況や住環境等のインフラ整備の状況について、より具体的で臨場感のある現地の情報を提供することとし、令和4年度以降は年間2社以上の参入を目標に、過去実績を上回る目標を設定する。						
事業概要						
事業実施主体	福島県					
主な企画内容	浜通り地域等の農業等の現況をPRする最新映像を作成し、原子力災害による農業参入への懸念を持つ県外企業等に向けて発信					
主な事業の実施場所	-					
事業の実施期間	令和3年10月~令和8年3月					

企画内容

【実施体制】

①実地主体：福島県

県は、動画資料の作成を業者に委託する。

業務の委託に当たり、動画資料の内容は、当該地域への農業分野での企業の参入を県とともに促進するイノベーション・コースト構想推進機構と協議、企画する。

作成した動画資料は、県HPに掲載するとともに当該地域への農業分野での参入の意向がある、または可能性がある企業等にURLを周知、配布等する。また、オフラインでの相談やセミナー等で、DVD形式で配布する。

②連携団体及び役割分担

(1) 福島イノベーション・コースト構想推進機構

動画資料作成の企画に参加する。

県とイノベ機構は作成した動画資料を共有するとともにイノベ機構HPにも掲載し、当該地域への農業分野での参入の参入の促進に活用する。

(2) 委託業者

県からの委託を受け、動画の企画と編集、作成及び広告（情報発信）を担当。

【現状・課題】

<現状>

- ・東京電力福島第一原子力発電所事故の影響の大きい浜通り地域等は、避難した農業者が、震災後10年が経過したこともあり、避難先を生活拠点としたことなどにより帰還が進まない等による担い手不足が進行している。
- ・福島県への農業分野での参入、生産、販売にあたり、いまだに、原子力災害を理由に不安を抱き、疑問視する県外企業等がある。
- ・今般のALPS処理水海洋放出方針決定により、これまで参入に当たっての相談対応等してきた県外企業等から、当該地域の状況等について質問される場合がある。福島県産農林水産物に対する新たな風評の発生等を懸念して、参入を断念する動きが出てくるおそれがある。

<課題>

- ・当該地域の担い手不足を解消するために、県外企業等の農業参入を促す必要がある。
- ・県外企業等の農業参入を促進するためには、当該地域等での農業分野での参入の際の不安を払拭する必要がある。当該地域等の営農状況や参入事例、住環境等のインフラ整備の状況などについての正確な情報を発信し、正しい理解を促進する必要がある。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・本県は、市町村をはじめとする各関係機関等と連携して、県外企業等に対して個別訪問、対面での相談や現地案内等により、農業分野での参入を推進。
- ・これまで、対面による企業の個別相談の対応は、地域の農地や営農の状況を直接見てもらう現地案内とあわせて、パンフレット等資料を情報提供。

【事業実施により得られる効果】

- ・浜通り地域等の営農状況や住環境等のインフラ整備の状況を正確に情報発信することで、当該地域での生産や販売、生活に不安を抱いている県外企業が、福島県の農業分野に参入するためのインセンティブになる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

①動画資料の作成

実施期間：令和3年9月～令和4年3月

実施体制：福島県はイノベ機構と連携し、動画資料の内容について企画、調整する。

委託業者は動画資料の企画、編集及び作成等を担当。

概算費用：670万円

県外企業等の持つ浜通り地域等での農業参入の不安の払拭を図るために、当該地域の農業や営農、農地、住環境やインフラ整備の状況、さらには参入事例等、正確かつ分かりやすい動画資料を作成する。

※動画の内容（想定）

工 程：県と委託業者が動画の内容を検討し、撮影のほ場、農業者や企業等、生活環境等の企画を決定する。

決定した動画の企画内容に基づき、9月以降から業者が動画を撮影、編集等する。

水稻や園芸品目の収穫時期である秋季、来作に向けた準備期間である冬季の動画材料を収集してストックする。

内 容：浜通り地域等の平坦部と中山間地域により違いのある農業や営農、農地の現状と、参入事例等、住環境等のインフラの整備状況等、農業分野での県外企業等の参入促進に有益な情報の提供を行うことで、当該地域の今と将来を発信する。

情報発信：動画資料は当該地域への農業分野での参入の意向がある、または可能性がある企業等の相談でDVD形式を配布、または県、イノベ機構HPに掲載する形式のURLを周知、配布等する。農業分野への参入や拡大を予定する企業等に向け、広範囲に情報発信する。

【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

県外企業等の農業参入数 1社/年以上を目標とする。

(過去同様の取組による実績：3社【平成30年～令和2年】)

※令和4年度以降は年間2社以上の参入を目標に、過去実績を上回る目標を設定する。

・動画等の製作本数 5本

浜通り地域等の平坦部と中山間地域により違いのある農業や営農、農地の現状と、参入事例等、住環境等のインフラの整備状況を加えることで、当該地域の今と将来を知らせる内容とする。

・動画資料の情報発信

浜通り地域等に農業分野での参入の意向や可能性がある、または農業分野の拡大を予定する県外企業等に対する提供、周知、積極的な情報発信

【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

・浜通り地域等の営農状況や住環境等のインフラ整備の状況を正確に情報発信することで、当該地域での生産や販売、生活に不安を抱いている県外企業が、福島県の農業分野に参入するためのインセンティブになるしくみを構築することができる。

・当該地域等の正しい理解により、県外企業等が農業分野で参入する。

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

・映像の更新 3本

令和3年度に作成した動画資料は、毎年新たな情報に更新する。

・動画資料の積極的な情報発信

動画資料はイノベ機構と共有するとともに、当該地域への農業分野での参入の意向がある、または可能性がある企業等の相談でDVD形式を配布、または県、イノベ機構HPに掲載する形式の資料を周知、配布等する。

企業とのリモートによる相談対応では県や機構のHPにアップした動画資料の視聴を誘導等する。

訪問等対面での相談対応では限られた時間での対応となるため、DVDとして配布するとともに、配付資料やパンフレット、名刺にQRコードを添付して、視聴機会を確保する。積極的に視聴の誘導も行っていく。

【新型コロナ感染拡大防止対策】

事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染拡大防止に向け、国や県等が発出する通知・ガイドラインに則った形で事業を実施いたします。

<具体的な対策>

・リモートによる企業相談に対応するため、当該地域の最新情報の動画資料を作成、発信することで、企業の農業参入を促進する。

(様式1-5)

福島県 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和3年8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.	12	事業名	ふくしまの園芸農業の魅力発信事業	事業番号	A-12
事業実施主体	福島県		総交付対象事業費	40,244千円	
既配分額	千円		当該年度交付対象事業費	10,061千円	
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
				小計	10,061千円
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				10,061千円	
iv) ポータルサイト構築					
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					
ii) 地域の語り部の育成					
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					
風評の払拭に関する目標					
【アウトプット】					
●本県の顔となる園芸品目の動画の作成(年当たり3品目、4年間で10品目の作成を想定)					
●動画を活用した県の魅力発信(県が主体のイベントや参加フェアでの動画の活用 10回以上/年)					
※県HPへの掲載、相談会での活用ごとにカウント					
※福島県の特徴ある地域・風土と人・生産者が融合して魅力を発するような動画は今までなく、この動画を現在、活用が見込まれる場で発信していく。					
【アウトカム】					
●次年度の動画再生回数計2万回以上					
●年間の園芸新規就農者数 100人以上					
※直近(平成30年度から令和2年度)の新規就農者に占める園芸への就農者数					
※計算式((219+212+204人)/3年×51%(令和2年度における野菜・果樹・花きへの就農割合(非公表))					
事業概要					
事業実施主体	福島県				
主な企画内容	放射性物質検査結果が閲覧できるサイトと連携し、福島県の食の安全性に関心のある消費者に具体的にイメージしてもらおう内容とし、さらに、県内の知名度の高い生産者の協力を得て、産地としての福島県魅力を消費者等に伝える。				
主な事業の実施場所	-				
事業の実施期間	令和3年10月～令和7年3月				

企画内容

【実施体制】

①実地主体：福島県

②連携団体及び役割分担

- (1) 福島県：動画作成について委託業者へ農業者の紹介や撮影時期内容等の助言を行う。
作成された動画の利用促進を行う。
- (2) 委託業者：動画の作成と県外に発信するためのWEBサイトの制作・運営を行う。

【現状・課題】

<現状>

・県産農産物の販売促進や農産物等のモニタリング結果の公表等により原子力災害の風評払拭を図ってきたが、他県産の園芸品目との価格差が依然として開いており、安定した所得を確保できず将来展望を描けないこと、他県に比べ本県で農業をする魅力不足から就農や経営主が跡継ぎを促せない状況が続いている。（東京都中央卸売市場における全国平均との価格差：震災前(平成22年度)もも28円/kg 平成23年度もも166円/kg 令和2年度もも85円/kg)

・また、原子力災害により避難等の指示があった12市町村では、全国と比較しても農業の担い手不足が進行している（被災12市町村の農業経営体数は震災前より71%減少、本県は全国よりも4.7%多く減少している。）

<課題>

・原子力災害の風評払拭には、より福島県の食の安全性を訴えとともに県内外への園芸品目の安定供給が不可欠であり、そのためにも生産を担う担い手が、風評を理由に福島県内での営農断念することがないようにすることが喫緊の課題である。

※東京電力福島第一原子力発電所の廃炉作業の進捗は全国報道され、報道されるたびに福島県は原発事故が収束していないとのイメージが国民に持たれています。また、帰還困難区域を抱える被災市町村を中心に県外への避難者も約2万8千人（令和3年5月）おり、新規就農先として福島県が選ばれやすい状況にあるとは言いがたいと考えます。（新規就農者数：山形県 平成28年度から年間300人以上、福島県 同期間平均で216人）

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・地域毎に品目を重点化し、競争力を強化し風評に打ち勝つ、選んでもらう産地強化を進めてきた。
- ・風評を払拭するため本県の強みのあるモモやきゅうり、トマトのブランド力強化を図ってきた。

【事業実施により得られる効果】

・県内外に元気な福島の今を発信し、福島県の園芸産地・人の魅力を福島県に関心がある県外の消費者に知ってもらうことで、県産園芸作物のファンを獲得し、購買に対する不安の解消が図られ、需要の創出が進む。

・本県の強みである園芸品目を県外での就農フェア等のあらゆる機会を捉えて、広く就農希望者に視覚的に情報発信するとともに本県で営農活動することに対する将来の不安を払拭し、就農先決定支援につなげる。

※上記の取組により、原子力災害に起因する風評払拭が図られ、原発事故前と同じ条件で本県が就農先候補として選ばれることが期待できる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

①本県における園芸経営の魅力ややりがい感、産地の魅力を紹介する動画を制作

実施期間：令和3年9月～令和4年3月

実施体制：委託業者

概算費用：800万円

園芸産地の回復・拡大を加速化させるためには、ふくしまならではの品目（取扱の多いものなど）に重点化し、作成する動画は、全体像を示した上で、放射性物質検査結果が閲覧できるサイトとのリンクする。放射線の影響等なく農業に従事できる環境であることなどを実際の農作業の動画をつうじて、福島県での就農に関心のある者、県産品に不安を感じている消費者等に向けて発信することで不安解消、風評払拭を狙う。

編集に当たっては、音声、字幕や説明を入れ、1コマ3分程度の内容とし、繰り返し視聴しやすいように工夫する。また、撮影に当たっては県内の知名度の高い生産者の協力を得て、園芸経営の魅力ややりがい、地域のサポート体制、産地（生産組織）の魅力を紹介する動画とするとともに、風評を払拭するため、本県で営農開始することへの判断材料ともなる安全性について素材に盛り込み不安解消を図る。

※動画を作成する園芸品目：もも、日本なし、ぶどう、あんぼ柿、きゅうり、トマト、アスパラガス、りんどう、トルコギキョウ、宿根カスミソウのうち、3品目程度

②栽培希望者等への情報発信

実施期間：令和4年1月～3月

実施体制：県

概算費用：6万円

県ホームページや福島県公式YouTube動画サイトに加え、PR素材動画として市町村や公社等の関係機関・団体等が主催する就農フェア等のあらゆる機会を捉えて、広く県内外に情報発信することで、本県で営農活動することに対する不安を払拭する。

③WEBサイトの制作と運営

実施期間：令和4年1月～3月

実施体制：委託業者

概算費用：200万円

本県の正しい姿を県外の多様な方に情報発信していくため、作成した動画をスマホやタブレットでも見やすいように県や関係機関・団体のホームページからのリンクや、チラシには、QRコードから読み取れるような工夫を図る。

県や関係機関・団体のホームページからのリンクをはることで、利用しやすいホームページ設計・運用、検索上位表示(SEO)対策等を行う。

【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】

●本県の顔となる園芸品目の動画の3品目で作成

●動画を活用した県の魅力発信（県が主体のイベントや参加フェアでの動画の活用回数 5回/年以上

※県HPへの掲載、就農相談会での活用ごとにカウント

【アウトカム】

●年間の園芸新規就農者数 100人以上

※直近（平成30年度から令和2年度）の新規就農者に占める園芸への就農者数

※計算式（(219+212+204人）/3年×51%（令和2年度における野菜・果樹・花きへの就農割合（非公表））

【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

・県内外に元気な福島の今を発信し、福島県の園芸産地・人の魅力を福島県に関心がある県外の消費者に知ってもらうことで、県産園芸作物のファンを獲得し、購買に対する不安の解消が図られ、需要の創出が進む。

・事業開始時期が秋口からとなり、全ての動画が撮影できなため、撮影できた分の動画を県ホームページやイベント等のあらゆる機会を捉えて、広く県外の就農希望者に視覚的に情報発信し、本県で営農活動することに対する将来の不安を少しでも払拭し、就農先決定支援につなげる。

※上記の取組により、原子力災害に起因する風評払拭が図られ、原発事故前と同じ条件で本県が就農先候補として選ばれることが期待できる。

【次年度以降の取り組み】※複数年度にわたって事業を実施する場合

・定植作業など当該年度内に撮影ができない作業や風景を動画にする。

・2年間にまたがり撮影した動画を作品に仕上げる。

・作成された動画を活用し、原子力災害に起因する風評払拭に結びつける。

・WEBサイトのブラッシュアップを行う。

【新型コロナ感染拡大防止対策】

・事業実施にあたっては、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いたします。

<具体的な対策>

・マスクや手洗い、体温測定等を徹底するとともに、人との間隔が密にならないようにする。

・緊急事態措置区域等への往來を自粛するなど感染防止拡大防止に向けた取組を行う。