

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			
福島県	－	A-20	県産品トッププロモーション事業			
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）				
R 8 年度	1,756,007 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
93,106 千円	46,553 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
・原発事故に伴い諸外国・地域において当初 55 の国・地域が本県産品への輸入規制を行っていたが、現在もなお 5 の国・地域で輸入規制が継続されている。 ・一部の国や地域においては、ALPS 処理水の海洋放出により輸入規制強化の動きがあるなど、輸出への影響が憂慮される。 ・一方、令和 3 年度には米国、令和 5 年度には EU で、令和 7 年度には台湾で輸入規制が撤廃されるなど、県産品の風評払拭及び輸出拡大に向けて好機となっているほか、県産酒をはじめとする県産品の品質や評価が国内外で高まりつつあることから、適切な情報発信を行うことで、更なる風評払拭及び輸出拡大につなげていくことが求められる。
上記の現状の原因となる課題について
・現在もなお 5 つの国や地域では輸入規制が継続されているほか、ALPS 処理水の海洋放出により一部の国や地域では輸入規制が強化されるなど、東アジアを中心に未だ根強い風評が残っている。 ・処理水の海洋放出に一定の理解があり、国際的な情報発信力や周辺国・地域への影響力が大きい国・地域を重点対象として、県産品の積極的なトップセールス等を実施することにより、輸入規制を継続する国等を含めた全世界へ向け、県産品の安全性や魅力等を積極的に発信する必要がある。
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）
【令和 3 年度】実施場所：米国 ①飲食店における県産牛プロモーション 現地飲食店 5 店舗において県産牛フェアを開催。 ②量販店における県産加工食品及び県産牛等プロモーション 現地量販店 2 店舗において県産加工食品、牛肉等のフェアを開催。 ③現地インフルエンサーを活用した SNS 等による情報発信

インフルエンサーにより、上記①、②の取組について効果的な情報発信を実施。

※その他、震災前に輸出量の多かった香港や台湾をターゲットに、輸入規制撤廃に向けた取組（量販店、飲食店におけるフェア等）を展開するとともに、米国においては日本酒のプロモーションを実施した。

【令和 4 年度】実施場所：米国

①量販店における県産米「天のつづ」プロモーション

現地量販店 5 店舗において「天のつづ」の試食販売、9 店舗にて「天のつづ」を使用したデリカ商品の販売を実施。なお、ロサンゼルス量の販店において、知事による県産米のトップセールスを実施。（下記②、③も同様にトップセールスにて実施）

②交流レセプション

輸入規制撤廃により本格的な輸出を開始した精米を中心とした県産品の魅力を発信するレセプションを開催。

③県産米「天のつづ」試食会

現地食品関係事業者を対象に、「天のつづ」の美味しさや安全性を伝えるとともに、現地の食文化及び「天のつづ」の特徴を踏まえたメニュー・調理法を提案する試食会を開催。

④飲食店における県産米「天のつづ」プロモーション

現地飲食店 5 店舗において「天のつづ」を使用したメニューを提供するとともに、併せて県産酒プロモーションを実施。

【令和 5 年度】実施場所：米国

①量販店における県産米「天のつづ」プロモーション及びトップセールス

現地量販店 10 店舗（ハワイ州 4、カリフォルニア州 10）において「天のつづ」の試食販売及び「天のつづ」を使用したデリカ商品の販売を実施。なお、ホノルルの量販店において、知事による県産米のトップセールスを実施。

②県産酒試飲商談会

米国ニューヨークにおいて、現地酒販店及び飲食店事業者等を対象とした県産酒の試飲商談会を実施。

③現地酒販店バイヤー等招へい

米国内において県産酒を取り扱う酒販店等のバイヤーを本県に招へいし、県内酒蔵等の視察を実施。

【令和 6 年度】実施場所：東南アジア、欧州、米国

①県産果物のトップセールス（タイ・ベトナム）

タイ及びベトナムの現地量販店等において、県産果物のトップセールスを実施。

②海外展示会への出展（フランス）

フランスで開催された展示会に本県ブースを出展し、県産酒及び県産加工食品の商談活動を支援。

③量販店における県産米プロモーション（米国）

現地量販店 13 店舗（ハワイ州 6、カリフォルニア州 7）において「天のつづ」の試食販売及び「天のつづ」を使用したデリカ商品の販売を実施。

【令和 7 年度】実施場所：豪州、米国ほか

①県産品トップセールス（豪州）

豪州シドニーにおいて、県産酒を中心としたトップセールスを実施。

②県産牛「福粕花」プロモーション（豪州）

現地シェフなど飲食店事業者等を対象とした県産牛「福粕花」の試食会及び現地飲食店における「福粕花」プロモーションを実施。

③県産酒試飲商談会（米国）

米国ニューヨークにおいて、現地酒販店及び飲食店事業者等を対象とした県産酒の試飲商談会を実施。

④量販店における県産米プロモーション（米国）※実施調整中

現地量販店 5 店舗（カリフォルニア州）において「天のつづ」の試食販売及び「天のつづ」を使用したデリカ商品の販売を実施。

⑤輸入事業者等招へい（対象国：中国、タイ）※タイは実施調整中

中国及びタイの輸入事業者等を本県へ招へいし、県内工芸品事業者や水産関係事業者との商談を実施。

⑥県産品トップセールス（欧州）※実施調整中

欧州において、県産酒と中心とした県産品のトップセールスを実施。

上記の取組における成果について

【令和 3 年度】 R4.3.31 時点

- ・米国向け県産酒輸出額：対前年比 210%
- ・米国向け県産牛輸出額：対前年比 94%

【令和 4 年度】 R5.3.31 時点

- ・米国向け県産米輸出力：対前年比 156%
- ※米国向けの県産米輸出目標を年間 100 トンとする 3 者合意締結（R5.1、福島県・株式会社 PPIH、JA 全農福島）

【令和 5 年度】 R6.3.31 時点

- ・米国向け県産米輸出力：対前年比 532%
- ※県産品の海外販路拡大を目的とした株式会社 PPIH との連携協定締結（R6.2）

【令和 6 年度】 R7.3.31 時点

- ・県産桃輸出力：対前年比 114%
- ・米国向け県産米輸出力：対前年比 114%

〔令和 7 年度〕 R8.3.31 時点

- ・豪州向け県産牛輸出力：※集計中
- ・米国向け県産酒輸出力：※集計中
- ・米国向け県産米輸出力：※集計中

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. 県産品トップセールス（知事等対応）

- ①実施期間：令和 8 年 8 月頃（台湾）、令和 9 年 1 月頃（米国）※想定
- ②実施体制：単独
- ③実施場所：台湾、米国 ※想定
- ④概算費用：62,071 千円（旅費、委託料）
- ⑤実施内容：

県産品の輸出力拡大が見込める国や地域において、知事等が直接海外へ渡航し、現地の政府関係者や流通事業者等を対象に、県産品の安全性及び魅力を発信するトップセールスを実施する。

〔台湾〕主要量販店及び現地流通事業者と連携し、県産桃を中心とした BtoC 向けプロモーションイベントや意見交換を実施する。（台北にて 1 回を想定）

〔米国〕現地酒販事業者、飲食事業者等を対象とした商談会等を通じ、県産酒を中心とした BtoB 向けプロモーションを実施する。（ロサンゼルスにて 1 回を想定）

- 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：

知事等が直接海外へ渡航し、現地の政府関係者や流通関係者等に対して本県の復興の現状について発信するとともに、原発事故以降に講じてきた食品の安全確保に係る取組や検査体制について具体的に説明し、現地量販店や飲食店等において、BtoC 向けのインスタプロモーションや BtoB 向けの商談会を行うなど、県産酒や県産農産物を中心とした県産品の安全性及び魅力を発信するトップセールスを実施する。

- ⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

上記⑥の発信に加え、インバウンド誘客を図るため観光情報等を掲載したパンフレットの配布や動画の放映等を併せて行う。

2. 欧州向け県産品プロモーション

①実施期間：令和 8 年 10 月頃 ※想定

②実施体制：単独

③実施場所：欧州 ※オランダ、ドイツ等を想定

④概算費用：14,426 千円（旅費、委託料）

⑤実施内容：

令和 6 年度及び令和 7 年度の欧州トップセールスで構築した現地流通関係事業者等とのネットワークを活用し、現地飲食店や小売店と連携した県産酒及び県産加工食品等のプロモーションを実施する。（オランダ・ドイツ等にて 5 店舗を想定）

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：

現地流通関係事業者や飲食店関係者等向けに、県産酒や県産加工食品の販路拡大を目的としたプロモーションイベントを実施するとともに、SNS 等を活用した情報発信を通して、現地消費者及び流通関係者を主な対象として、県産品の安全性及び魅力を発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

上記⑥の発信に加え、インバウンド誘客を図るため観光情報等を掲載したパンフレットの配布や動画の放映等を併せて行う。

3. 豪州向け県産品プロモーション

①実施期間：令和 8 年 5 月頃 ※想定

②実施体制：単独

③実施場所：豪州 ※シドニー、メルボルン等を想定

④概算費用：16,609 千円（旅費、委託料）

⑤実施内容：

令和 7 年度に実施した豪州における知事トップセールスで構築した現地流通関係事業者等とのネットワークを活用し、現地飲食店や小売店と連携した県産酒及び県産牛等のプロモーションを実施する。（シドニー・メルボルン等にて 8 店舗を想定）

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：

現地流通関係事業者や飲食店関係者等向けに、県産酒や県産牛の販路拡大を目的としたプロモーションイベントを実施するとともに、SNS や LP サイトを活用した情報発信を通して、県産品の安全性及び魅力を発信する。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：

上記⑥の発信に加え、インバウンド誘客を図るため観光情報等を掲載したパンフレットの配布や動画の放映等を併せて行う。

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
・県産品トップセールスの実施：2回 ※台湾、米国を想定 ・欧州における県産品プロモーションの実施：2回 ※オランダ、ドイツ等を想定 ・豪州における県産品プロモーションの実施：2回 ※シドニー、メルボルンを想定	・県産桃輸出額：対前年比 110% ・県産酒輸出額：対前年比 110% ・県産牛輸出額：対前年比 110%
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（○%）
・県産品輸出額：1,900 百万円 ※R12 年度まで	・県産品輸出額：1,339 百万円（70%）※R6.3.31 時点