

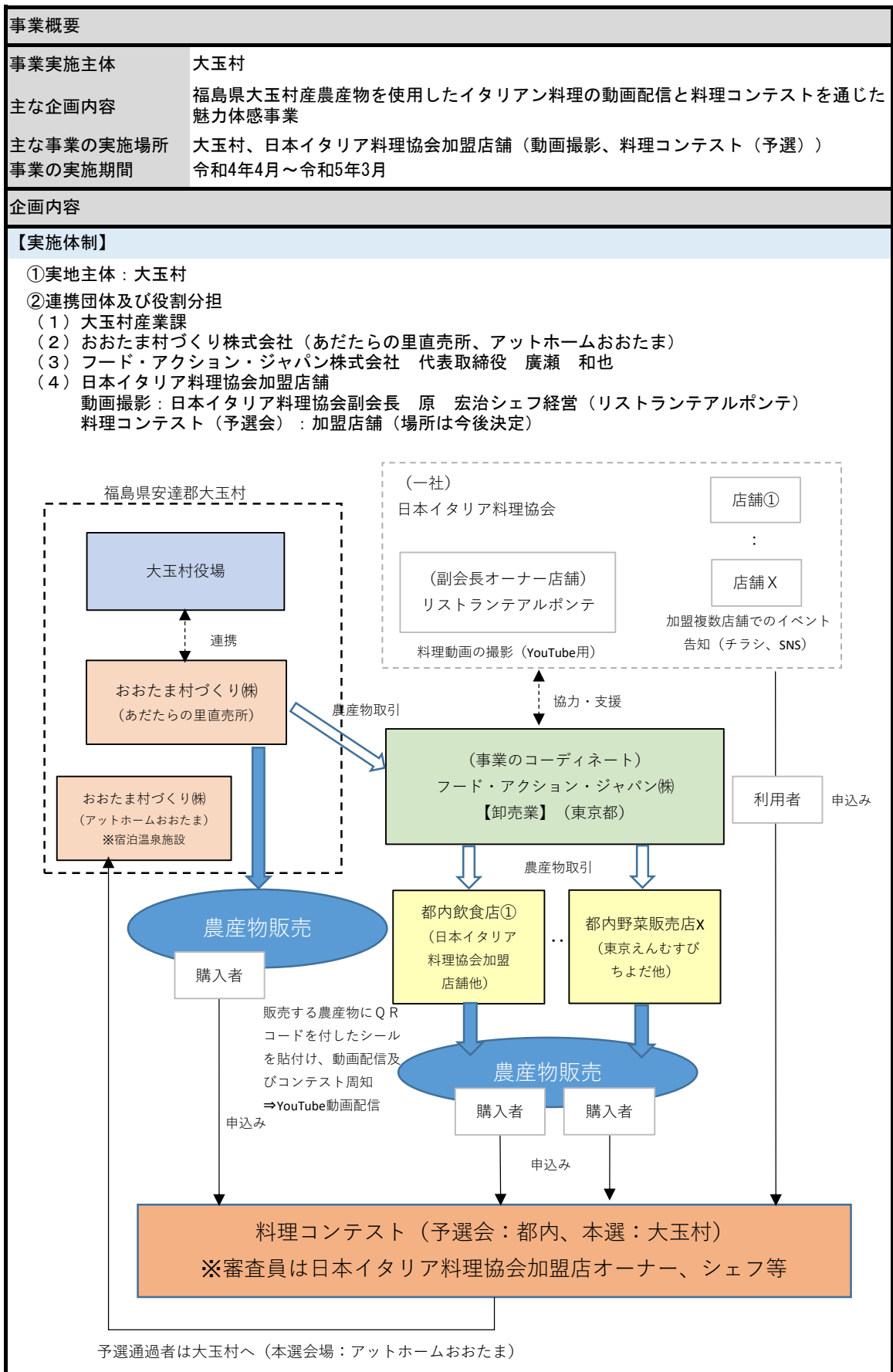
(様式 1 - 5)

大玉村 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 4 年 1 月 1 4 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。

N0.	1	事業名	福島県大玉村産農産物を使用したイタリアン料理の動画配信と料理コンテストを通じた魅力体感事業		事業番号	A - 1
事業実施主体		大玉村	総交付対象事業費		6,000千円	
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費		3,000千円	
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	3,000千円
i) 風評動向調査						
ii) 体験等企画実施					3,000千円	
iii) 情報発信コンテンツ作成						
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】						
・有名シェフが調理した料理動画 各年度1本 ・東京都内における料理コンテスト予選会（書類選考）の開催 各年度1回 ・大玉村内における料理コンテスト本選の開催 各年度1回 ・大玉村産農産物を使用したメニューを有名イタリア料理店（1店舗で1カ月間予定）での提供 ・首都圏実店舗販売及びアンケート調査 2店舗 2か月間実施（令和4年8月～9月）						
【アウトカム】						
・有名シェフが調理した料理動画配信によるYouTube再生回数 各年度1,000回以上 ・料理コンテスト参加者及び日本イタリア料理協会加盟店舗によるSNS発信数 各年度100件以上 ・観光入込客数の増加 震災前3ヶ年平均242千人から、35%回復の85千人（R4）を目指す。 （新型コロナウイルスによる影響を考慮） ・アンケートによる大玉村産品プレゼント応募者数 各年度300名以上 ・アンケート調査等による参加者の大玉村好感度向上の割合10%						



【現状・課題】

<現状>

- ・福島県の農業産出額が東京電力福島第一原子力発電所の事故以降、事故前の水準に戻っていない。
- ※福島県の農業産出額 平成22年度：2,330億円 平成23年度：1,851億円、平成25年度：2,049億円、令和2年度：2,116億円（農林水産省「生産農業所得統計」より）
- ・大玉村は安達太良山の自然環境の恩恵や農産物等の検査を通じて安全・安心に美味しいお米や農産物を生産しているが、その美味しさや魅力が県外へ効果的に発信することができておらず、大玉村に足を運んでもらうことが出来ていない。

<課題>

- ・大玉村産農産物の安全・安心を県外へ発信し、大玉村に来てもらい自然環境及び食の美味しさを直接体感してもらうことで、大玉村の認知度向上を図るとともに、「知ってもらう」「食べてもらう」「来てもらう」の取り組みが必要と思料する。
- ・首都圏（東京駅構内、浅草寺）での販売会や物産展においてアンケートを実施しているが、依然として一定程度、放射能に関する漠然とした不安や農産物等検査体制を認知していない方がいる。

【現状の課題に対するこれまでの取組】

- ・首都圏（東京駅構内、浅草寺）販売会や物産展を通して、風評払拭のための物産販売と観光PRを実施
- ・農産物等の検査実施

【事業実施により得られる効果】

- ・本村の食材を利用し、日本イタリア料理協会加盟店舗の有名シェフの料理コンテストを通して、大玉村の食の安全・安心・美味しさを首都圏の方を中心に「知ってもらう」、「食べてもらう」につなぎ、本村の認知度が向上することで、観光誘客につなぎ、交流人口拡大が期待できる。

【今年度事業における具体的な取組内容】

- ・本村最上位計画の「地域資源を生かした産業振興」の地元農産物の魅力向上や発信のため、「知ってもらう」、「食べてもらう」、「来てもらう」に重点を置いた内容とする。

1. 大玉村産農産物を使用したイタリアン料理コンテスト及び動画配信
「料理（R4年度）」と「仮：デザート（R5年度）」の2部門でテーマに沿ったレシピを募集し、予選会（書類選考）、予選通過者を大玉村（本選）に招待し地元の自然や雰囲気を感じ、安心・安全・美味しい農産物であることを食・環境を通して体感してもらう。
料理コンテスト参加者（本選）及び審査員の方々（日本イタリア料理協会加盟店舗）はSNS、YouTube及び店舗にイベント告知チラシを設置し情報発信を行う。また、最終日には、本選及び表彰式を開催。優秀作品には表彰状・副賞を授与。
実施期間：R4. 6月～R5. 3月
概算費用：2,504,500円（R4年度）
ターゲット：主に首都圏在住者20歳～60歳の男女及び日本イタリア料理協会加盟店舗及び東京都内の日本調理師専門学校等への協力依頼（調整中）を行いアマチュアからプロに至るまで初年度は広域的に実施予定。

①東京都内で予選会（書類選考）を開催

- ・応募テーマ：「仮：家庭でできる簡単イタリアン（パスタ等今後決定）」
（食材：イタリアントマト、ナス等を予定）※夏を中心とした野菜にする予定
- ・審査員 日本イタリア料理協会（仮：原 宏治副会長など5名を想定）

②（検討中）仮：オンライン投票会（一次審査通過作品をGoogleForm上で公開し、投票会とすることで予選参加者等も参加し、拡散性を図る）

③大玉村で本選会を開催

- ・本選テーマ：「仮：家庭でできる簡単イタリアン（ピザ・スープ・サラダ等今後決定）」
（食材：イタリアントマト、ナス、バターナッツカボチャ、ロメインレタス等を予定）※秋を中心とした野菜にする予定
 - ・審査員 日本イタリア料理協会（仮：原 宏治副会長など5名を想定）
- スケジュール（仮）（1泊2日 参加者10名 審査員5名）
（参加者行程）

1日目 東京→大玉村（施設名：アットホームおおたま）→交流座談会→試食会→本宮市（宿泊）

2日目 本宮市→大玉村（本選会場：アットホームおおたま）→東京

④. 料理動画及び料理コンテスト動画配信

料理動画（コンテスト告知含む）及び②本選会を動画をYouTubeに公開し、知名度の向上を図る。
料理動画では、メディア等でも有名なシェフ（仮：原 宏治シェフ）を起用し、大玉村産農産物を使用し、地域の新たな食の可能性を創造し、イタリアン料理動画により安全・安心・美味しさを発信。
料理動画内容：大玉村農産物を使用した簡単イタリアン料理（仮）

2. 東京都内実店舗販売PR 東京都内2店舗

首都圏在住者に対し、大玉村産食材の美味しさ及び認知度を向上させ、1. 料理コンテストと連動し実店舗で販売する農産物の袋にQRコードを貼り付け、料理コンテストへも誘引する。また、アンケート調査を実施し、抽選で10名様に大玉村産品を贈呈。

概算費用 495,000円

実施期間：令和4年8月～9月

販売農作物： お米、野菜（イタリア野菜含む）

アンケート調査内容：大玉村の知名度、福島県産農産物の検査体制の認知度、ファンクラブ加盟許可 等

<令和4年度スケジュール（予定）>

令和4年6月下旬 ①コーディネート請負契約の締結

②テーマの決定

令和4年7月 ③動画撮影（収録したものをYouTube公開。QRコード付きシールを作成）

④チラシ作成（収録時に撮影した写真を利用）

令和4年8月～9月 ⑤東京都内店舗（2店舗）でQR付き大玉村産農産物の販売

令和4年8月～9月 ⑤チラシを各レストランに設置、日本イタリア料理協会加盟店舗及び東京都内の日本調理師専門学校等（調整中）へ参加者募集のための協力依頼、またSNS等で拡散依頼

令和4年10月上旬 ⑥予選（予選会を都内で開催）

令和4年11月上旬 ⑦本選（大玉村で開催）

令和4年11月下旬 レビュー（次年度に向けた評価及び課題）

※レビュー：YouTube動画再生数、SNS発信件数、料理コンテスト参加者数
大玉村農産物の評価（アンケート等）

【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】

- ・有名シェフが調理した料理動画 1本
- ・東京都内における料理コンテスト予選会（書類選考）の開催 1回
- ・大玉村内における料理コンテスト本選の開催 1回
- ・首都圏実店舗販売及びアンケート調査 2店舗 2か月間実施（令和4年8月～9月）

【アウトカム】

- ・大玉村産農産物を使用したイタリアン料理動画再生回数 1,000回以上
- ・料理コンテスト参加者及び日本イタリア料理協会加盟店舗によるSNS発信数 100件
- ・アンケートによる大玉村産品プレゼント応募者数 300名以上
- ・観光入込客数の増加 震災前3ヶ年平均242千人から、35%回復の85千人（R4）を目指す。
（新型コロナウイルスによる影響を考慮）
- ・アンケート調査等による参加者の大玉村好感度向上の割合10%

【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

・料理動画配信により東京都を中心に県外の方が大玉村の食材に興味を持ち、実際に大玉村に足を運んでもらうことで、大玉村の現状や自然環境、食材の良さなど魅力を体感してもらい、現状の正しい理解に繋げる。
・参加者による口コミやSNS等による発信により、「行ってみたい」「食べてみたい」につながり、大玉村との交流人口、関係人口の増加の契機となる。
・日本イタリア料理協会加盟店舗の有名シェフが審査員として料理コンテスト（予選、本選）に参画することで、大玉村産農産物の美味しさの発信力強化と大玉村の認知度向上に繋がる。

【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

- ・大玉村応援ファンクラブ宛名リストの活用や東京都内の新聞折り込みなど周知手段の強化を検討し、コンテスト参加者の増加を目指す。
- ・令和4年度の結果をもとに参加者データを分析し、例えば女性が目を引く製菓（スイーツ）など、料理のテーマについて、検討する。
- ・日本イタリア料理協会に加盟する店舗への事業協力を呼びかけることで、イベントの話題性と福島県大玉村の認知度向上を図る。また、加盟店舗において、大玉村産農産物を使用したメニュー化の増加を目指す。

【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＞

- ・基本的な感染対策を実施する（料理動画撮影や料理コンテスト開催時など）
- ・料理コンテスト（予選：都内店舗）は書類審査を予定しているが、審査委員の体調管理や検温及び室内の換気、並びに密にならないように座席を配慮する。
- ・料理コンテスト（本選：大玉村）は、県外参加者のワクチン接種済証若しくはPCR検査陰性証明書により確認のうえ、招待する。
- ・料理コンテスト（本選：大玉村）の実施の際は、参加者の検温及び室内の換気、また密にならないように座席を考慮するとともに、会食の際はマスク会食を徹底する。

大玉村窓口担当者名：産業課 玉川浩司

メールアドレス:sangyoka@vill.otama.lg.jp

電話番号 0243-24-8096