

(様式 1 - 5)

伊達市 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 6 年 1 月 10 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         | 伊達市産農産物等プロモーション事業 | 事業番号 | A - 1 |
| 事業実施主体                                                                                  | 伊達市                                                 | 総交付対象事業費    | 40,827 千円         |      |       |
| 既配分額                                                                                    | 20,827 千円                                           | 当該年度交付対象事業費 | 20,000 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                                                                       |                                                     |             |                   |      |       |
| ①情報発信事業                                                                                 |                                                     |             |                   |      |       |
| 小計 20,000 千円                                                                            |                                                     |             |                   |      |       |
| i) 風評動向調査                                                                               |                                                     |             |                   |      |       |
| 千円                                                                                      |                                                     |             |                   |      |       |
| ii) 体験等企画実施                                                                             |                                                     |             |                   |      |       |
| 15,930 千円                                                                               |                                                     |             |                   |      |       |
| iii) 情報発信コンテンツ作成                                                                        |                                                     |             |                   |      |       |
| 4,070 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                                                                             |                                                     |             |                   |      |       |
| ・伊達市産農林産物の年間販売数量：17,003,030 kg（震災前 H22 年度実績値）以上                                         |                                                     |             |                   |      |       |
| ・伊達市産農林産物の年間販売金額：7,914,774,566 円（震災前 H22 年度実績値）以上                                       |                                                     |             |                   |      |       |
| ※J A ふくしま未来「年度別販売実績」より                                                                  |                                                     |             |                   |      |       |
| 事業概要                                                                                    |                                                     |             |                   |      |       |
| 事業実施主体                                                                                  | 伊達市                                                 |             |                   |      |       |
| 主な企画内容                                                                                  | ・県外における伊達市産農産物等のプロモーション<br>・マスメディアを活用した伊達市産農産物等 P R |             |                   |      |       |
| 主な事業の実施場所                                                                               | 首都圏等                                                |             |                   |      |       |
| 事業の実施期間                                                                                 | 令和 3 年 12 月～令和 8 年 3 月                              |             |                   |      |       |
| 企画内容                                                                                    |                                                     |             |                   |      |       |
| 【現状・課題】                                                                                 |                                                     |             |                   |      |       |
| <現状>                                                                                    |                                                     |             |                   |      |       |
| 震災から 10 年以上経った今でも、放射線が気になるとして福島県産食材の買い控えが発生している状況。                                      |                                                     |             |                   |      |       |
| ※消費者庁令和 5 年度実施「風評に関する消費者意識の実態調査(第 16 回)」より引用                                            |                                                     |             |                   |      |       |
| 放射性物質を理由に購入をためらう産地として「福島県」と回答した人 5.8%                                                   |                                                     |             |                   |      |       |
| 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 63.0%                                                  |                                                     |             |                   |      |       |
| 依然として流通事業者には福島県産品に対する懸念が生じており、また、厳しい検査を行い安全性を確保していることを知らない人が一定数いる状況が続いているとの調査結果が示されている。 |                                                     |             |                   |      |       |
| 当市特産の桃、あんぼ柿については、震災以前の出荷数量に回復していない。                                                     |                                                     |             |                   |      |       |
| そもそも福島県産の桃、あんぼ柿の購買経験率が低く、消費者の認知度も低い状況にある。                                               |                                                     |             |                   |      |       |
| ※農林水産省「令和 4 年度福島県産農産物等流通実態調査」より引用                                                       |                                                     |             |                   |      |       |
| 本県産桃の購買経験率 関東：35.9% 全国平均：27.9%                                                          |                                                     |             |                   |      |       |
| 本県産あんぼ柿の購買経験率 関東：4.8% 全国平均：4.5%                                                         |                                                     |             |                   |      |       |

#### <課題>

ホームページでの放射線量測定結果の公表等により間接的に科学的な安全性を発信しているが、それに加えて、当市の農産物等に関する安全性や美味しさ、魅力等を消費者、市場関係者及び流通事業者継続的かつ直接的に伝えていく等、風評払拭に向けた取組を強化することが必要。

量販店で当市産農産物が販売される場合、「福島県産〇〇」と県産のみの表示にとどまっており、当市産であるという認知を得ることが出来ない現状にある。当市産農産物が量販店に陳列される際に「伊達市産〇〇」と表示するなどして、他産地との混同を回避するとともに、当市産農産物の認知度を向上させることが必要。

当市として特に注力している桃とあんぽ柿については、全国他産地の同品種と比較し、形状や色合いなど視覚的な違いによる差別化及びPRが重要であることから、テレビや雑誌等といった媒体でのPRが必要。

#### 【課題に対するこれまでの取組と成果】

#### <取組>

首都圏や東北各県といった県外の量販店において当市産農産物や農産物を活用した6次化商品のPR販売を実施した。

プロ野球読売ジャイアンツの東京ドームでのホームゲームにおいて伊達市農産物等のプロモーションを実施し、ドーム全体を使用したPRを行ったほか、首都圏での物産展において当市産農産物等のPR、販売を実施した。あわせて、新聞広告やウェブサイト等で上記取組を発信した。

メディアを活用した取組として、県内向け及び全国向け動画配信サービスのテレビ番組で当市産農産物等のPR、視聴者プレゼント企画を実施した。また、農産物に特化した全国版情報誌に広告を掲載した。

#### <成果>

店頭で直接説明をしながら当市産農産物をPRすることにより消費者への訴求効果が高まった。

来場者に対し伊達市産農産物等の魅力を発信し、安全性、美味しさなどを伝えることで、当市産農産物等に対する理解を促進した。新聞やウェブサイト等でも取組を発信することで、来場者以外への訴求につながった。

テレビは不特定多数の方に視聴してもらえることから、幅広い層へ素早く、視覚的かつ具体的に情報を伝えることが出来、当市の産地としての知名度向上および消費行動の促進につながった。

また、メディアを活用した取り組みでは、農産物に特化した情報誌に掲載したことで、農産物に関心が高い特定の消費者層にダイレクトなアプローチが出来た。

#### 【今年度事業における具体的な取組内容】

#### 1. 県外における伊達市産農産物等のプロモーション

##### (1) 県外量販店等における伊達市産農産物等プロモーション 4回以上

実施期間：令和6年6月～令和7年3月

実施体制：伊達市、JAふくしま未来、道の駅、量販店等

概算費用：666千円

取組内容：当市産農産物等が多く流通している地域（首都圏及び東北地方）の量販店（イオン）等において集中的に当市産農産物等を販売するPR販売を実施する（東京、埼玉、山形、宮城を想定）。PR販売時には、店舗売り場に特設ブースを設け、消費者と対話をしての販売、試食販売等を行い、消費者に対し伊達市産農産物等の美味しさや品質等を直接伝える。

フルシーズン様々な品種を揃えることが出来るという当市の特徴を活かし、その時期に適した伊達市ならではの商品販売し、店舗に陳列する際も産地や品種、食味といった特徴等の情報を表示することで、当市産農産物等の認知度向上、消費拡大を図る。また、当市も商談に参加し卸売やバイヤー等に直接提案をすることで、ジャイアンツのホームゲームにおいて伊達市産農産物等のプロモーションを実施し、ドーム全当市産農産物等への理解度向上や出荷量の増加につなげる。

##### (2) 大規模イベント等における伊達市産農産物等プロモーション

実施期間：令和6年6月～令和7年3月

実施体制：伊達市、道の駅、委託事業者等

概算費用：15,264千円

取組内容：

##### ①読売ジャイアンツのホームゲームにおけるプロモーション 1回

1試合で約4万人の集客を誇るプロ野球読売体を使用した効果的なPRを行うほか、特設ブースを設置し来場者に直接伊達市産農産物等を周知する等して、首都圏を中心とした来場者に対し

伊達市産農産物等の魅力を発信する。新たな取組みとして、実際に伊達市産品を味わう企画（伊達市産品を使用したコラボグルメの開発・販売等を想定）を実施し、伊達市産品へのさらなる理解促進を図る。

②首都圏における農産物フェアでのプロモーション 3回

当市の主力農産物の旬の時期に合わせ、首都圏の飲食店（ティールーム、カフェを想定）や多くの来場者が見込まれる物産イベント（アンテナショップ、マルシェイベントを想定）等において、当市産農産物フェアを開催し、首都圏在住者をターゲットに当市産農産物等の認知度向上、消費拡大を図る。

各取組においては、プロモーションポスターやのぼり等のツールをオリジナルで作成するほか、当市産農産物や観光案内等のパンフレットをあわせて来場者に配布し、当市の魅力を発信する。

また、各イベントにあわせて、農産物を始めとする当市の情報を盛り込んだ新聞広告を活用して風評払拭のための効果的な情報発信及び当市の魅力発信を行うとともに、新聞購読者を対象とした意向調査を実施して次年度以降の取組の検討材料とする。

2. テレビ、雑誌を活用した伊達市産農産物等PR

実施期間：令和6年6月～令和7年3月

実施体制：伊達市、県内テレビ局、県外広告代理店

概算費用：4,070千円

取組内容：テレビ番組 令和5年度は、福島テレビ「カンニング竹山の福島のことなんて、誰もしらねえじゃねえかよ！」という番組で放映を行った。旅番組形式でリポーターが伊達市内のお店などを巡り、実際に農産物等を食して感想を発信してもらうことで、より視聴者の購買意欲の向上につながった。紹介したお店等については番組放映後、遠方からお客さんが多数訪れるなど好評であった。

令和6年度は、伊達市の情報をより効果的に反映させやすい全国放送の番組にすることで、さらに幅広い層にアプローチを行っていく。番組の放送内容については、当市とテレビ局で協議した内容に基づき、当市産農産物等の特徴に加え、美味しさや魅力を紹介し、当市産農産物等の認知度向上につなげる。現時点ではBSフジ・福島テレビ共同企画番組「わがまま！気まま！旅気分」を想定している

雑誌 令和5年度は、伊達市は多種多様な農産物の産地であることを全国に広くPRすることを目的に、主力特産品である桃やあんぽ柿を中心とした多数の農産物等について掲載を行った。伊達市産の農産物の特徴の紹介など、全国の他産地と比較的に情報発信を行い、多くの消費者に掲載情報に関心を持ってもらうことが出来、当市の認知度向上に繋がった。その一方でより具体的な情報掲載が難しかったとの反省点もあったため、令和6年度は、実際の購買につなげられるような購入方法の紹介やおすすめレシピの紹介など、より中身が深く充実した情報を掲載していくことで、伊達市の産地としての認知度をさらに深めてもらえるような具体的な内容とする予定である。情報誌は、農産物及び農産物を活用した加工品（6次化商品）に特化した情報誌である「ニッポンの農産物 LOVE Walker」を想定している。

【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・量販店等における伊達市農産物等PR販売の開催：4回以上
- ・大規模イベントにおける伊達市産農産物等のプロモーション：1回
- ・首都圏での伊達市産農産物等フェアの開催：3回
- ・テレビによる伊達市産農産物等の紹介：1番組以上
- ・全国版農産物情報誌への掲載回数：1回

【アウトカム】

- ・伊達市農産物等PR販売における販売額：1,080千円以上（270千円以上/1回）
- ・大規模イベント等における来場者数：43,000人（40,000人×1日間+1,000人×3回）
- ・メディアを活用したPRによる当市農産物HP訪問者数：2,400人/年以上（200人/月）

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・ 県外量販店やイベントで当市産農産物等のPRや販売を行い、消費者や市場関係者、流通事業者に対し当市産農産物等の安全性や美味しさ、産地情報、特徴等を直接伝えることにより、一時的な販売促進にとどまらず、当市産農産物等に対する理解の促進や認知度向上につながるとともに、当市産農産物等に対する認知や意識をタイムリーに把握することが可能。
- ・ 各取組の内容を新聞等のメディアを通して持続的に発信することにより、当市産農産物等に関する認識の浸透や風評払拭に寄与する。
- ・ 全国放送のテレビ番組等のメディアで当市の農産物等の魅力についてPRすることにより、視覚的に効率よく情報発信することが可能であり、市農産物の高付加価値化による消費促進や当市の産地としての知名度向上が図られる。

【次年度以降の取組】

- ・ 量販店やイベントにおけるPR販売を継続して実施していくとともに、さらなる展開のため、実施地域の拡大や実施回数の増加、関係各所との連携推進等によりPR販売を強化していく。
- ・ これまでのプロモーションにより得られたデータを分析し、より効果的な手法の採用、品種の選定を行うことで、認知度向上、消費拡大のフェーズから伊達市産農産物等の価値を高め、ブランド化につながる取組に発展させる。
- ・ 量販店やイベント関係者、流通事業者等に聞き取りを行い、より訴求力のある販促ツールを作成し、積極的にツールを活用していく。
- ・ 各取組において、当市の農産物情報サイト等へのフォローを訴求し、サイト等で当市産農産物等の情報を定期的に発信するほか、各イベントと一体のSNSキャンペーン企画の実施を検討。
- ・ テレビ番組の企画で当市を訪れ、農業体験等を通してより正確な情報を伝えられるような仕組み作りを検討。また、消費拡大につなげることを目的とした、単なる農産物の紹介だけにとどまらず、実際に番組内で地元食材を使い料理し紹介するといった「食べ方」の啓発を実施。
- ・ 放送実績を分析し、放送する番組内容（時間帯・メイン視聴者層）について、より詳細なターゲティングを実施。また、リモコン操作などによる視聴者参加型の番組とすることで、関心が低い層へのリーチ、自発的に興味を持って楽しんでもらえるような番組の選定を行う。
- ・ より幅広い層にスピーディーに情報を伝達するため、テレビ・ラジオのタイアップ企画、テレビCMの活用等の実施も検討。
- ・ 視聴者プレゼント企画により、実際に手に取ってもらい、食べてもらう機会を創出することで、新たな消費者層へのアプローチを行う。視聴者プレゼント企画によって得られるリアクションやデータの収集を通して、より効果的な販売促進方法を選定する。