

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			
桑折町	○	A-2	仙台圏狙い撃ち・伊達地方魅力発信事業			
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）				
R8年度	19,930千円	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
1,430千円	715千円			○		

コメントの追加 [(1): A-1+A-2 事業の合計額を記載

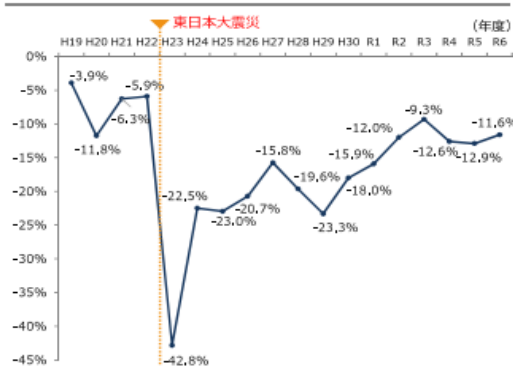
2. 風評等の現状や課題、これまでの取組

自治体が抱える風評等の現状について

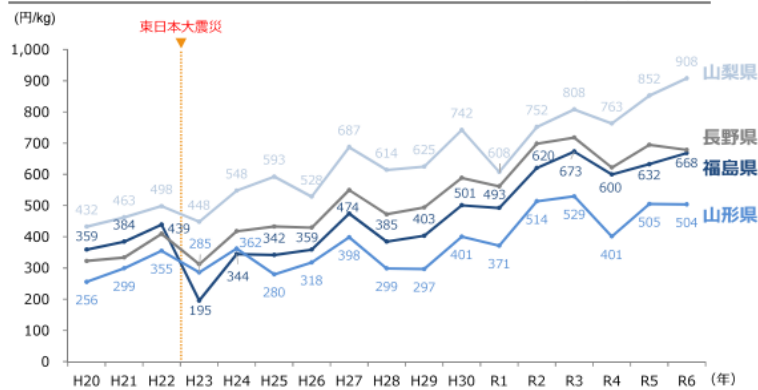
農林水産省公表「令和6年度福島県産農産物等流通実態調査」における福島県産桃価格における全国平均との価格差は、震災前（平成22年）の-5.9%に対して震災直後（平成23年）は-42.8%まで拡大、その後回復基調にあったものの、令和3年 ALPS 処理水の海洋放出に向けた方針の決定に伴い再び価格差が拡大。令和6年時点で-11.6%の開きがあり、未だ震災前の水準に到達していない状況にある。

また、7,8月の平均単価について、震災を契機に桃生産の競合である長野県とは価格ポジションが逆転しており、現在も長野県より低い水準で推移している状態。

全国平均と福島県産の価格差の推移



東京都中央卸売市場における福島県産及び競合県産の平均単価(8月)



※農林水産省「令和6年度福島県産農産物等流通実態調査」報告書より

上記の現状の原因となる課題について
【3市町連携事業】伊達地方は、東北自動車道を利用して仙台圏から約1時間と好アクセス地域であり、道の駅等（桑折町農産物直売所・伊達の郷りょうぜん・国見あつかしの郷）には多くの人々が訪れている。しかし現状では、仙台圏の方が「伊達地方に行く」ことは「桃を買いに行く・道の駅に行く」と同義となっている。風評払拭を目指すため、桃を起点としながらも伊達地方の食や歴史・文化、景観等の魅力を発信していくことが必要であるものの、単独市町村においては観光資源に限りがあるため、十分な情報発信や体験する機会の提供ができていないことが課題となっている（伊達市・桑折町・国見町）。
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）
風評払拭に対して即時的な効果が見込める地域へPRを行うことが重要であると捉えていることから、電車や車で約1時間の比較的近距离にある仙台圏を重点地域に設定。風評払拭はもとより、地理的優位性による観光客流入の促進を目的に、地方情報誌及び新聞媒体による誌面広告を実施。これにより、7月・8月の桃の最盛期に合わせて、特産品の魅力発信や観光スポットの周知を図ることができていた。
上記の取組における成果について
町内直売所にて実施した来店者アンケートの結果、宮城県から来訪した方の割合が県内からの来訪者よりも18%多い48%。

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します。
<p>1. 【3市町連携事業】 仙台圏狙い撃ち・伊達地方魅力発信事業</p> <p>①実施期間：令和8年4月～令和8年12月</p> <p>②実施体制：連携（国見町／伊達市・桑折町）</p> <p>③実施場所：仙台圏</p> <p>④概算費用：5,082千円（国見町2,288千円、伊達市1,430千円、桑折町1,430千円）</p> <p>⑤実施内容：広告媒体を用いた仙台圏への魅力発信（令和7年4月～12月）</p> <p>車で約1時間以内でアクセスが可能な仙台圏をターゲットに定め、幅広い年代に親しみのある広報紙媒体へ旬情報を集中的に掲載し、伊達地方の食・歴史・文化について全5回の発信を行う。3市町が連携して伊達地方の強みである「歴史・桃」をテーマに魅力発信を行うほか、各市町が1回ずつ単独で魅力発信を行い、定期的に伊達地方の魅力を仙台圏の方へお知らせすることで、継続的な来訪・周遊を目指す。広報媒体は宮城県唯一の地方新聞「河北新報社」が発行する広告誌「河北ウィークリーせんだい（仙台市で41万部購読）」を想定しており、下記のとおり魅力発信を行う。</p> <p>・6月 【3市町合同：テーマ 歴史】</p> <p>仙台市のシンボリック存在である伊達政宗を念頭に、伊達地方が「伊達氏発祥の地」である強みを生かし、3市町が連携し伊達地方の歴史について魅力発信を行う。</p> <p>周遊ルート（例：仙台市⇒霊山IC⇒伊達市⇒桑折町⇒国見町⇒国見IC）を具体的に提案・記載し、仙台圏の方へ伊達地方の歴史巡りの興味関心を促す。</p> <p>・7月 【3市町合同：テーマ 桃】</p> <p>「仙台から一番近くで福島産の桃を味わえるまち」として、県境かつ各市町に東北自動車道ICが整備されているアクセスの良さ、食の安全性、桃グルメについて魅力発信を行う。</p> <p>3市町で生産される桃の種類・特徴を伝え、「伊達地方の桃巡り」など3市町への周遊を促す。</p>

- ・8月 【桑折町】農産物直売場（特産品情報）、特産品を活用したグルメ（町内飲食店情報）、イベント情報、グランケット桑折（観光スポット）
- ・9月 【国見町】義経まつり（イベント情報）、道の駅国見あつかしの郷（特産品情報）、奥山家住宅等の紹介（文化財）
- ・10月 【伊達市】霊山紅葉まつり（紅葉をメインとしたイベント情報）、道の駅伊達の郷りょうぜん（あんぼ柿を中心とした特産品情報）

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：3市町が連携し、桃や各市町のグルメ（食の安全性）を発信することで、点ではなく「伊達地方」の面的な風評被害払拭を図る。

⑦「地域の魅力に関する情報」の具体的な発信内容：3市町が連携し、「伊達地方」としての魅力を発信することで地域全体の魅力向上を図る。

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
・広報紙媒体を活用した仙台圏への魅力発信（桃・歴史など）41万人	・宮城県在住者の町内農産物直売所来場者数（格外品桃販売額÷単価 1,200 円で算定）…33,948人（前年比 7%増）
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（○%）
・観光入込客数（暦年）：150,000人（町総合計画中期基本計画）	・観光入込客数（令和6年）：87,855人（震災直後 50,601人を基準として 37%）