

(様式 1-3)

福島県(田村市) 帰還・移住等環境整備事業計画 帰還・移住等環境整備事業等個票
令和 7 年 1 月時点

※本様式は 1-2 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	36	事業名	農産物を活用した 6 次化の創出に向けた移住人材確保事業		事業番号	(7)-49-3
交付団体		田村市	事業実施主体(直接/間接)		田村市(直接)	
総交付対象事業費		(130,101 千円) 173,644 (千円)	全体事業費		(130,101 千円) 173,644 (千円)	
帰還・移住等環境整備に関する目標						
●本市の人口動態の現状 本市は、避難解除から間もなく 11 年を迎えようとしている。避難民の帰還については、9 割以上が完了しており、一定の成果が見えている一方で、震災前の 2010 年と震災後の 2020 年の国勢調査結果を比較するとわかる通り、総人口は 40,422 人から 35,169 人に減少し、15 歳以下の年少人口の構成比は 12.6%から 10.3%、生産年齢人口は 58.4%から 53.8%、老年人口は 28.9%から 35.9%へと推移しており、人口減少・少子高齢化が進んでいる。よって、地縁や血縁を起点とする U ターン者などの獲得だけではなく、新しい人(移住者)の受入れを進めることが必要であり、そのための受け皿づくりを進めていくことが不可欠である。 ●本市における復興・再興の現状 また、原発事故以前の基幹産業であった農林・畜産業は未だに続く風評被害による影響や、人口減少・少子高齢化に伴う後継者不足も重なって厳しい状況にあり、製造業やサービス業においても風評被害の影響は農林・畜産業と比較すると限定的ではあるが、人口減少に伴う担い手不足が顕在化し始めている。 ●移住をしたい方が希望する「豊かな自然環境」 (一社)移住・交流推進機構が 2017 年に行った『『若者の移住』調査』に拠れば、移住に興味を持っている理由として「山・川・海などの自然にあふれた魅力的な環境」が他の検討理由を圧倒しており、50%を超えている。次いで、「子育てに適した自然環境」が 30%を超えており、「自然」が移住を考える重要なファクターであることは明らかである。このような背景から、豊かな自然を活かした移住施策を展開することは、移住者を獲得するうえで、必要不可欠な視点であると言える。 ●自然と触れ合う農業を移住の出口に 農業はまさに豊かな自然に人が触れられる機会の 1 つであり、都市部と比較して職業選択の幅が狭い本市においては、貴重な選択肢の 1 つとして重要な出口であると考えている。また、本市においては上記に記載のとおり、原発事故に伴う被害により農業は産業的に深刻なダメージを負っており、復興を後押ししてくれる新しい人(移住者)を積極的に受入れることで、産業の再興、復興を目指す。 ●本市の農業に対するイメージ改善、PR 新規就農者の獲得と就農者の減少は、全国のほぼすべての地方自治体において、喫緊の課題となっており、人材の奪い合いの状況が続いている。この状況下において、原発事故による風評被害の払拭に加えて、本市で農業を行う魅力を体験できる機会をつくる手段として、本市の農産物を活用した食品を提供するキッチンカーの導入や本市の農産物を活用した商品開発の担い手を誘致し、移住者として本市への移住の魅力を届けながら、本市の農業や農産物の魅力を届ける事業を行ってもら。これにより、移住したい人の受け皿づくりとともに農業分野の活性化や、新規就農者獲得を目指す。 ●目標の整理 地縁や血縁のない移住者を獲得するためには、ニーズに応える受け皿づくりが必要不可欠である。新規就農やキッチンカー事業などをその受け皿として PR することで、移住検討者が求める暮らしを提供し、移住者の獲得を目指す。						
事業概要						

【事業全体の概要】

●キッチンカーを活用した田村市農産物の PR と担い手の自走化支援

本市の農業従事者は毎年減少し続けており、この現状を打開するため、飲食事業や農業×飲食を志す移住人材を対象に、地産農産物を活用したキッチンカー事業のアイデアを募集し、優秀な企画に対してキッチンカーを活用したビジネス展開をサポートするとともに、その後の常設店舗販売やEC販売といった固定事業化に向けた支援を行うことで、当該人材の獲得を図る取組みとして令和4年度から実施してきている。

本取組では、キッチンカーを起点として、地域の賑わい創出につなげていく動きの一環として、イベントを開催し、市内外への商品等のPRを行い、認知獲得につなげている。

令和6年度は、令和4年度事業で移住した3組の担い手に加えて、新たな担い手を2組の募集を行い、最終的に1組が新たに参画することになった。令和5年度からの相談者や新たな募集の過程で9組からの相談及び申込みの中から、事業計画や資金調達等をまとめたプレゼンテーションでの評価を経た結果である。令和6年度途中から、資金調達のサポート、商品開発、食材の調達ルートの開拓などの事業準備支援を行い、令和6年10月時点で令和7年1・2月頃に開業できる状況となっている。

令和6年度期間中にも本事業の一環で行われるイベント以外にも、担い手が首都圏などでの営業活動を積極的に展開し、田村市の認知獲得（メディア出演）及び農業に関連する移住機会の露出効果などが成果であったと考えている。

また、令和6年度は、既存の担い手3組に対して、事業期間満了後を見据えた経営支援を強化し取り組んだ。市内での店舗化や自家消費を目的とした営農化、台数の増加等の計画が担い手から提示され、早期の計画実現に向けて伴走支援を進めているところである。併せて、日ごろの営業活動で提供している商品の冷凍食品化等の食品加工も進んでおり、早ければ令和6年度中にはふるさと納税の登録商品化ができる見通しである。

令和7年度は、令和6年度までに実施してきた各種サポートを継続して実施するとともに、新たな担い手に対しては先行する3台で蓄積したノウハウを提供することで、令和7年度をもって自立した経営が行えるようにサポートし、首都圏等でのイベント展開や情報発信を通じて、本市及び本市農産物の認知獲得とともに新たな農業の担い手の獲得につなげていく。

●新規就農者の獲得

キッチンカーが本格的に稼働に合わせて、市外・県外の各所での営業活動により田村市の農産物をPRし、その農産物を生産する新規就農者の獲得の取組みを進める。

キッチンカー事業で実施されるイベントでの農産物の販売や他団体が企画する都市部（主に首都圏）の新規就農相談会などへの出展を通じて、移住検討者の中でも就農に興味関心のある層の獲得を進め、本市で行われる就農体験への参加や実際の就農に向けた伴走支援を行う。加えて、本市で農業を営んでいる現役農家を招いたオンラインの相談会等を独自に企画し、キッチンカー事業等に寄らない興味関心層の獲得※にも取り組んでいく。※移住や関係人口に関わる媒体や県外の都市部エリアに限定した広告配信を行うことで、県外の都市部在住者に届くようにしている。

上記に記載したイベントや相談会出展、オンライン相談会等で、本市での就農に興味関心を示した検討者層に対しては、短期滞在型の就農体験ツアーや、中長期滞在型の就農インターンなどで、本市での農業体験機会を提供し、移住検討度の引上げに努める。

令和7年度は、令和6年度事業までの実施してきたイベント出展やオンライン相談を起点とする就農相談活動や、本市での農業体験、個別の営農計画づくり等を継続して実施する。

また、新たな施策として地域おこし協力隊制度を活用し、就農者の受け皿として活用できるよう、受け入れ体制の整備や認定農業者制度との整合性等の調整に取り組んでいるところである。新規就農に際しては、現地の物件確保、資金・営農計画作成等、様々な障害があり、それらが移住促進の障壁となってきた。それらの解消につなげる施策として令和7年度からの新規就農者の受け皿として活用する予定である。

- ・令和6年度事業における移住者かつ新規就農者獲得の取組み

外部イベントへの出展や独自のイベント等を通じて、移住検討者かつ就農検討者との接点を獲得し、検討度を引き上げるために体験ツアーや就農インターンに誘致した。それ以外にも適宜相談対応などを行い、1対1の人間関係、信頼関係を構築しながら、移住に向けた懸念の払しょくや、準備のサポートを行った。以下は取組みの結果である。

- ・外部団体が企画するマッチングイベントでの相談組数：計24組
- ・オンラインイベント参加者数：計32名
- ・就農体験、就農インターン参加者数：計7名
- ・令和6年度就農者数：1組

【取組内容】

●キッチンカーを活用した田村市農産物のPR

- ・キッチンカーの導入
- ・キッチンカー及び本市農産物等の地域資源を活用したアイデアコンテストの開催
- ・キッチンカー事業開始に向けた経営サポート、地元農家とのマッチング支援
- ・キッチンカー事業の認知獲得、農産物PRにつながるイベントの企画、運営
- ・事業展開、営業支援に関わる経営サポート

●新規就農者の獲得

- ・農地情報の収集、整備
- ・就農体験機会（トライアルワーク）の提供
- ・外部団体等が実施する就農関連イベントへの出展
- ・オンライン相談会、座談会など就農に関わるイベントの企画、運営
- ・就農支援内容や、イベント情報などの情報発信

※田村市移住・定住促進中期戦略（2021年度～2025年度）上の位置付け

1. 目指す姿

(1) 産業

ア 第一次産業

- ②新たな思考や価値観を持つ営農者やスマート農業者が増え、耕作放棄地の増加を抑制する

ウ 第三次産業

- ⑤里地・里山を地域資源として新たに創業起業する人が増える

3. 移住・定住の目標値

○分野別の目標値

ア 第一次産業（35）

- ②農業スマート化等による新規就農者

ウ 第三次産業（60）

- ⑤都路地区等で別荘や遊休不動産等を利活用した環境での創業起業、事業展開に伴う雇用者・移住者

4. ターゲット層

(2) 当市が戦略的にアプローチするターゲット層

〔コアターゲット〕

- ・不足する農業後継者の解消に向けた新規就農者及び本市が競争力強化を目指しているスマート農業など新しい技術を取り入れた農業関連分野で、生産物のブランド化、6次化や耕畜連携を推進する人

【5地域資源（4）①イ・ハ、②ハ・ニ、③へ】 ・都路地区等で別荘や遊休不動産等を利活用した里山田舎暮らしを実践しながら、新たな価値を創出する創業起業、事業展開にチャレンジする人 【5地域資源（4）①ロ、②ロ、③イ・ロ・ト】	
5. 地域資源 (4) 地域の魅力とその課題又はさらなる発展の期待 ①一次産業 イ. 市による都路地区（市内全域）の農地整備が行われており、効率的農地利用が可能。また、市内に耕作放棄地も多数点在する。	
6. 取組と実行基盤 (1) 主な取組み No. 2 農作物を活用した6次化の創出に向けた人材確保事業	
当面の事業概要	
<令和7年度> ●キッチンカーを活用した田村市農産物のPR ・キッチンカー及び本市農産物等の地域資源を活用したイベントの企画、運営 ・市内及び首都圏を中心とした就農者獲得と一体となったPRイベントの企画、運営 ・事業展開、営業支援を中心とした経営サポート及び、事業終了後のプランニング支援 ・イベント情報やキッチンカー出店情報などの外部発信 ・キッチンカーが出店可能な店舗の開拓支援、イベント情報の収集、共有 ●新規就農者の獲得 ・農地情報の収集、整備 ・就農体験機会（トライアルワーク）の提供 ・外部団体等が実施する就農関連イベントへの出展 ・オンライン相談会、座談会など就農に関わるイベントの企画、運営 ・就農支援内容や、イベント情報などの情報発信	
地域の帰還・移住等環境整備との関係 田村市・東京リクルートセンター運営事業や田村サポートセンター運営事業等の移住・定住促進事業と連携し、キッチンカー事業の担い手獲得とともに、令和5年度からキッチンカーを活用した新規就農者獲得にも取り組むことで、市内の農業及び農産物を活用した6次化事業創出に取り組む。	
関連する事業の概要	
※効果促進事業等である場合には以下の欄を記載。	
関連する基幹事業	
事業番号	
事業名	
交付団体	
基幹事業との関連性	