

野菜の消費拡大の取組について



NPO法人 青果物健康推進協会

目的

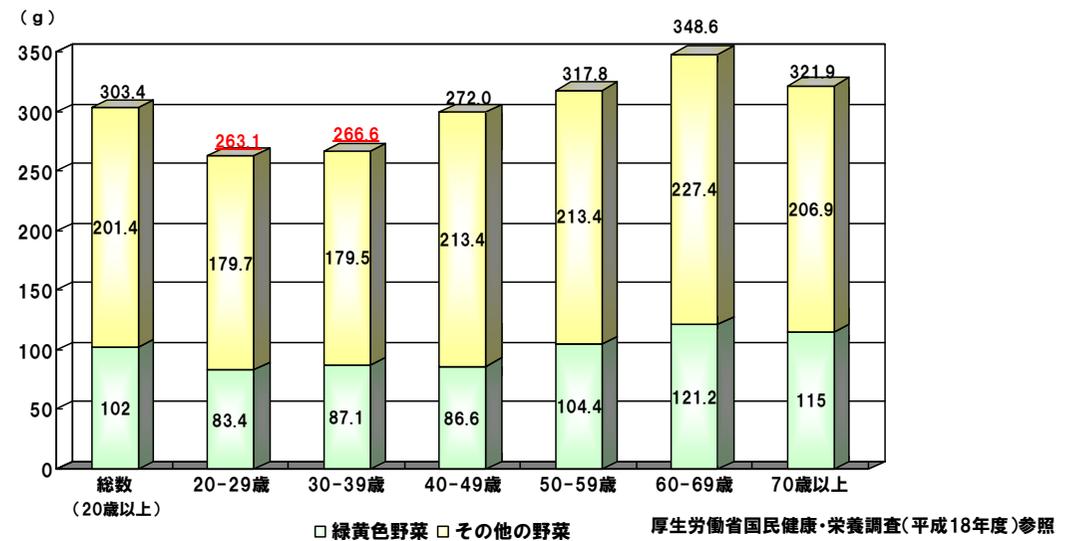
健康の正しい情報を発信し、消費者一人一人が、野菜の必要性を感じてもらい、自ら摂取すること。

【現在の野菜摂取率】

厚生労働省では、健康を維持する為に必要な野菜の摂取目標量は、一人一日野菜・350g以上ですが、右のグラフから見ると、一日当たりの平均摂取量は303gと、目標値を下回っています。

特に20代・30代の若い年代の摂取量が少ないのが目立ちます。

成人1日当たりの年代別野菜の摂取量（国民栄養調査（平成18年度））



10代～20代の学生・社会人と、30代～40代のメタボリック対象者を中心に、健康の正しい情報を発信し、野菜の重要性を理解してもらうことが必要。

消費拡大とは

● 短期訴求型 (TV健康情報タイプ)

TV等メディアを通じて、消費者に対して短期的に情報発信をし、消費訴求を行う。

メリット Merit

- ・緊急自給調整対策
- ・情報発信・伝達の早さ
- ・タレントの知名度を生かした訴求

デメリット Demerit

- ・一時的な訴求効果で終わってしまう
- ・情報の不正確さ

● 長期訴求型 (野菜ファン作りタイプ)

イベントや啓発資材を通じて、消費者に対し長期的に情報発信をし、消費者に理解と訴求を行う。

メリット Merit

- ・長期的な消費が期待できる
- ・本当の食事改善につながる
- ・健康情報を理解してもらえる

デメリット Demerit

- ・訴求までに時間がかかる
- ・継続的な情報発信が必要

POINT!

情報発信による消費者の継続的な野菜の摂取が、消費拡大につながります。

過去情報発信事例

日本全国野菜・くだものフェア2008

過去3度目となる、生産者と外食・中食とのマッチングイベント
国産の野菜・果物関連企業が一堂に集まり、
野菜・果物と食事バランスの大切を
楽しく実感できるイベントを実施。約2万人来場



子供から大人まで、多くの人に
野菜の情報を提供できました。



試食を楽しめる「楽試味コーナー」にて
野菜の美味しさを訴求しました。



ステージイベントでは、会長の岸朝子さんと
ベジフルティーチャーの玉理恵さんのトークショーを開催。



食事診断コーナーにて、
栄養士による食事バランスをチェックしました。

外食企業野菜摂取拡大イベント

外食での野菜メニューの増加と利用拡大を目指して、
大型商業施設であるイクスピアリと共同で、「春旬彩菜フェア」
「冬野菜新春彩フェア」とれたて「いちご」フェアを開催。



イクスピアリの店舗内で、オリジナルメニュー提案と
POP類による啓発活動



春旬彩菜フェアでは、ベジフルティーチャーの小沢真珠さんを迎え、野菜ソムリエ資格の
合格発表とトークショーを開催しニュース性を高めました。

過去情報発信事例

出前授業食育啓発活動

全国各地の小学校へ「ベジフルティーチャー」を派遣し、「野菜博士になろう」というテーマで、子供たちの食育を推進し、野菜摂取拡大を目指し活動しております。



出前授業用教材
野菜博士になろう&認定証

出前授業用教材



野菜のスペシャリスト「ベジフルティーチャー」
による、小学生への食育授業



ベジフルティーチャーの大桃美代子さんも
小学校へ出前授業を行いました。

企業野菜摂取啓発活動

株式会社荏原製作所の協力のもと、社員食堂にて野菜摂取啓発活動を実施。啓発資材を社員食堂で配布したり、「食生活チェックブック」を配布し、身体計測及び、保険スタッフによる簡易指導を実施しました。6ヶ月間のプログラム終了後、検査を行いプログラムの効果検証を行いました。



社員食堂向け
リーフレット



社員食堂食育改善
実施例



野菜ソムリエの王理恵さんによる、
キックオフイベントの開催。



パネル類を設置し、
情報発信を行いました。

消費者へ向けた摂取啓発活動

大手小売スーパー(東急、マルエツ、イトーヨーカドーなど)にて、啓発資材の制作・提供、ベジフルティーチャーを派遣し、青果売場で野菜の情報提供を行いました。



私の一人鍋レシピ集



スーパー向け
ポスター



スーパー向け
のぼり旗

※次ページにて効果検証結果



小売スーパーの青果売場で
野菜の美味しさを発信しました。



効果検証結果報告

消費者へ向けた摂取啓発活動 効果検証結果報告

大手小売企業・スーパーの青果売り場にて、野菜消費拡大を目的に啓発資材の提供・展開を行いました。

◇秋冬野菜の消費拡大と若者層をターゲットに、鍋のミニのぼりと、レシピ集の制作・展開
 実施期間：2007年12月～2月
 ミニのぼり：暖房ほどほどお鍋でほかほか
 レシピ集：私の一人鍋レシピ集

◇夏秋野菜の消費拡大と「夏の野菜料理で涼しくなろう」をテーマに、ミニのぼりとレシピ集の制作・展開
 実施期間：2008年7月～8月
 ミニのぼり：冷房ほどほどクールベジ
 レシピ集：暑さすっきり、夏の野菜レシピ集



私の一人鍋レシピ集



暖房ほどほど
お鍋でほかほか



暑さすっきり
夏野菜レシピ集



冷房ほどほど
クールベジ

鍋プロジェクト取組み報告

株式会社マルエツ様による報告（1月末日）
 展開期間：2008年1月21日～
 取扱店舗：6店舗
 販促物：のぼり30本



東門前店店舗風景

【東門前店】
 鍋スープときのこを連動させた
 マネキン販売を実施。
 圧倒的なボリュームで週末鍋需要を
 訴求しました。

【結果数値 1月21日～27日累計】

鍋野菜合計	売上高	販売数
前年比	130.0	129.6

単位：%

	売上高前年比	販売数前年比
白菜	147.9	143.4
ほうれん草	113.3	130.5
白葱(長葱)	142.6	136.5
大根	126.8	125.9
ニラ	124.5	124.9
菊菜	139.9	121.4
生椎茸	150.1	143.2
えのき茸	116.1	120.1
舞茸(100g)	118.3	120.1
ぶなしめじ	130.2	128.6
合計	130.0	129.6

前年比130.0%UP！

今後もお客様に喜んでもらえるような企画への取組みを実施しますので絶大なご協力をお願い致します。

夏野菜プロジェクト取組み報告

株式会社マルエツ様による報告（7月末日）
 展開期間：2008年7月19日～8月10日
 取扱店舗：36店舗
 販促物：のぼり3部＋リーフレット500部



店舗風景

【販促物取付前との比較】

品目	売数前週比
胡瓜	132.5
トマト	118.1
きやべつ	112.6
レタス	140.3
リーフレタス	128.2

※関連販売していたサラダ野菜を参考

	取付前	取付後
買上点数	3.5	3.6
前年比	100.0	105.9

	買上点数	0.1個UP
前年比	5.9%	UP

【8月31日は「やさいの日」】



キッチンイーとびあ店舗にて
 ベジフルティーチャーが参加してのイベントを実施。

クールベジメニューでお客様へ試食宣伝を
 行い野菜の消費活動に貢献しました。

お客様の評判も上々でスタッフも
 ベジフルティーチャーの活動に非常に
 参考になったとの感想が多く寄せられております。

買上げ点数が増えてレシピメニューの品目も
 販売数がアップしました。

夏野菜プロジェクト取組み報告

株式会社ダイエー様による報告
 展開期間：2008年7月～
 設置箇所：ダイエー店舗(北海道地区、関東地区、関西地区)

「夏野菜」を中心に清涼感が出る商品を中心に取り付けました。
 特にトマト、きゅうり等を展開している場所を中心に展開

【店舗の声】

- ・お客さまの反応はとてもよかった。
- ・見た目が良いので継続してほしい。
- ・レシピ通りの料理をするととても美味しく見た目に涼しげに感じた！
- ・こういう料理品目をどんどん提案して欲しい！

【改善点】

北海道

- ・メニュー提案、資材取り付けをした方が消費者にはアピール出来たのではないのでしょうか？
- ・資材設置だけではなく、店頭に立ち宣伝活動を拠点でやる。

関東

- ・販促物が少なく(のぼり・レシピのみ)展開が難しい。ポスター等があったほうがいいのでは？
- ・販促物だけではなく商品にもシールなどで添付できる様にすると運動感がでるのでは？

関西

- ・レシピカードの部数が不足追加要望が多かった。

情報発信の流れと訴求ポイント

【情報発信の流れイメージ】



【訴求ポイント】

実需者と生産者・産地の盛り上げ

野菜関連企業と、産地・生産者と協力してさまざまなイベントを開催。イベントなどを通じて、野菜の美味しさや、産地の自慢など、消費者と生産者の間をより近い関係へと近づける。また、国産野菜への興味を醸成させる。

健康の正しい知識と、情報を発信

栄養士や、医学博士の協力の元、疫学に基づいた資材の制作や、商業施設や健康対策をしている企業とアライアンス組んで、情報発信。より多くの人に、栄養学に基づいた情報発信をおこない、消費拡大をめざします。

POINT!

野菜を消費することは、生産者や消費者にとっても、大切なことである。

今後の展開

国産野菜外食認定 野菜がおいしゅうございます認定店(仮)

外食等で野菜の消費拡大を目的に、国産野菜の利用が多い外食企業を青果物健康推進協会会長「岸朝子」名で認定を行い、外食企業での野菜の利用を拡大することを目指します。

【概要】

当局が制定した認定基準に従い、★★★★★段階で評価し、会長岸朝子名で認定証を発行する。自己申告制で、ベジフルティーチャーの店舗視察後、認定基準に従い認定する。

【認定方法】

- ①国産野菜の使用量
 - ②野菜の種類の多さ
 - ③メニュー数の多さ
 - ④健康情報の掲示
 - ⑤野菜に対するこだわり
- ※各項目、規定値に基づいた認定



岸 朝子
青果物健康推進協会 会長
食生活ジャーナリスト

スーパー向け消費展開 「暖房をほどほどにして鍋料理で暖まろう」

「暖房をほどほどにして鍋料理で暖まろう」をテーマに秋冬野菜の消費拡大に向け、需給調整問題や、原油高騰への対応、CO2排出削減への貢献の観点から、スーパー向けに啓発資材を制作展開しお鍋のブーム仕掛けていく。

【ミニのぼり】

「暖房ほどほどお鍋でほかほか」をキーワードに秋冬シーズンに、鍋に関連する企業団体を巻き込み、消費者により近いフィールドで消費活動を行います。

【野菜使いきり鍋レシピ集】

需給調整6品目【キャベツ、だいこん、たまねぎ、にんじん、ねぎ、はくさい】の鍋レシピを募集し、「野菜を使い切る」をテーマに、鍋のレシピ集を制作。



野菜使いきり鍋レシピ集



ミニのぼり