

## 各団体による野菜の消費拡大の取組みについて

会 員 名	取 組 概 要
全国農業協同組合連合会	<b>1. 「やさいの日」の取組み</b> (1)開催時期:8月31日の前後を予定 (2)場所:未定 (3)内容:各県の特産野菜の紹介、野菜摂取促進を訴求したチラシ等の配布 等 (イベント等の内容は今後検討)
	<b>2. ラジオ放送局(関東圏)と連携した取組み</b> (1)実施時期:平成25年4月～9月(予定) (2)内容: ア. ラジオでの青果物に関する情報(商品・産地・出荷情報、料理レシピ等)提供 イ. リスナーと生産者との交流イベントの実施(定植・収穫体験等) ウ. 青果物の販売促進イベントの実施
	<b>3. 大学との連携による食育セミナーの開催</b> (1)実施時期:平成25年11月(予定) (2)場所:関東圏の大学(予定) (3)内容(予定): ア. 青果物の摂取促進を内容とする特別講義 イ. 有識者と学生による「食」と「農」をテーマとするディスカッション ウ. 大学生協との連携による国産青果物を使った料理メニュー提案
	<b>4. 本所での取組みを中心に記載。この他にも各県本部において、消費宣伝・消費拡大の取組みを実施</b>
NPO法人 青果物健康推進協会	<b>1. 青果物のキャンペーン活動</b> ①アンデスメロンキャンペーン(熊本県産、茨城県産、山形県産) ・スーパーT社全店舗の従業員研修⇒プロモーション展開 ・百貨店(新宿京王、池袋東武)での「孫に贈ろうキャンペーン」の実施(5月) ・女子栄養大学調理師科の授業での紹介 ・社員食堂でのPRプロモーション ・全国のスーパー等でのクローズドキャンペーン ②熊本経済連ベジフルプロジェクト ・ナス、トマト、メロン、スイカのプロモーション活動
	<b>2. JA全中「みんなのよい食プロジェクト」とコラボした食育活動</b> ①小学校での食育出前授業の実施(全国) ②企業の健康管理部門と連携した研修事業(全国)
一般社団法人 ファイブ・ア・ディ協会	<b>1. 協会会員と連携して取り組む</b> ”1日5皿以上の野菜と200gの果物を食べよう” 食育体験学習の無償提供 ・小学校対象 431回/12,000人 ・補遺幾円・幼稚園対象 647回/2,100人(通年)
	<b>2. 協会会員、スーパーマーケット、メーカーと連携</b> ・小売店頭での野菜摂取啓発ポスター表示物等の掲示(通年)
	<b>3. ポーション・インジケーターの推進</b>
農林水産省	<b>1. 「日本の食を広げるプロジェクト」の実施</b> 平成25年度予算概算決定において、国産農林水産物の消費拡大を図るため、地産地消の推進、国産消費の拡大等を推進する「日本の食を広げるプロジェクト」を確保しており、その中で、国産野菜の消費拡大事業を実施する予定(別添参照)。

## 27 日本の食を広げるプロジェクト

【3, 984（一）百万円】

### 対策のポイント

国内外の市場を目指して、現場発の発想で国産農林水産物・食品とこれに関連する多様なモノ・サービスとを結びつけつつ、地産地消、国産消費の拡大、輸出の促進等を推進します。

### <背景／課題>

- ・食料自給率及び食料自給力の維持向上を実現するためには生産面の努力に加え、消費面でも大幅な変革が必要です。
- ・国内外では、教育、健康・福祉、観光や文化等多様な面からも日本の「食」への関心が高まっています。
- ・国内外の市場を目指して、国産農林水産物・食品の消費を拡大していくためには、現場の発想と多様な面からの関心を捉え、様々なモノ・サービスと結びつけつつ、進めていく必要があります。

### 政策目標

- 食料自給率の向上に資するよう国産農林水産物の消費拡大を促進
- 農林水産物・食品の輸出額を拡大  
(4,511億円（平成23年）→1兆円水準（平成32年）)

### <主な内容>

食に対する多様な関心の高まりを活用して国産農林水産物の消費拡大を図るため、国内外の市場を目指して、現場発の自由な発想で国産農林水産物・食品とこれに関連する多様なモノ・サービスとを結びつけるなどし、地産地消、国産消費の拡大、日本食・食文化の発信による輸出の促進等に取り組みます。

委託費、補助率：定額、1／2  
委託先、事業実施主体：民間団体等

[お問い合わせ先：大臣官房政策課食ビジョン推進室(03-6738-6120(直))]

# 日本の食を広げるプロジェクト H25新規

## 1. 趣旨

国内外の食に対する多様な関心の高まりを活用して国産農林水産物の消費拡大を図るため、国内外の市場を目指して、現場発の自由な発想で国産農林水産物・食品とこれに関連する多様なモノ・サービスとを結びつけつつ、地産地消、国産消費の拡大、日本食・食文化の発信による輸出の促進等を図り、もって食料自給率及び自給力の維持向上等に資する。

- (1) 地産地消型: 地産地消の取組により地域での消費拡大を推進
- (2) 全国展開型: 地域での地産地消等消費拡大の取組を全国的に展開
- (3) 海外展開型: 海外における国産農林水産物・食品の消費拡大の取組により輸出を促進

## 2. 予算規模 40億円

## 3. 事業採択

国産農林水産物の消費拡大を図る事業を事業毎に採択する。その際、以下の取組を優先して採択する。

(①生産者、消費者等からの提案に基づくなど現場発の発想が踏まえられていること、②多様な事業者、モノやサービスと結合していること。)

## 4. 事業実施主体

民間団体等(委託費、補助(定額、1/2))

### (1) 地産地消型

- 事業内容: メニューコンテスト等による商品開発、販路開拓、人材育成、情報交換、購買促進、現地検討会 等
- 具体取組例
  - ・ 地域における幅広い品目・サービスによる地産地消の取組
  - ・ ジビエ、伝統作物の普及促進
  - ・ 消費者の購買促進のための取組への支援
  - ・ 教育や観光との連携による地産地消の取組
  - ・ 病院・高齢者等への配食サービスにおける地産地消の取組 等

### (2) 全国展開型

- 事業内容: プロジェクト検討、国内での商談、見本市への出展、人材育成、情報交換、普及イベント・セミナー 等
- 具体取組例
  - ・ 地産地消の全国的なネットワーク化の取組
  - ・ 幅広い品目について、生産者と消費者が連携した消費拡大のための全国的な取組
  - ・ 消費者の発想に基づく米粉等の全国的な普及・啓発の取組 等

### (3) 海外展開型

- 事業内容: プロジェクト検討、国内外での商談、海外見本市への出展、人材育成、情報交換、普及イベント・セミナー、日本食の実践 等
- 具体取組例
  - ・ 料理人、日本食と食文化を組み合わせた海外展開拡大に向けた取組
  - ・ 地域の事業者による生産・流通等がセットになった海外展開の取組
  - ・ 飲食、物販、旅行、文化も含めた「食に関する場」の海外展開
  - ・ 海外展開のためのブランド確立に向けた取組 等

「地域」から「日本全国」、「世界」へ