



国産農林水産物の消費拡大に向けた取組強化週間

『こくさんたくさん週間』が 11月1日 から始まります！

おいしい国産情報が探せる・見つかる

新サイト『食べよう、国産！』を開設しました！

農林水産省が発表した平成26年度の食料自給率によると、カロリーベースの食料自給率は、前年度と同率の39%となり、5年連続で横ばいとなりました。この背景には、高齢化等の影響を受け、国内の需要が減少するとともに、国内生産も減少してきたこと等が挙げられています。一方、生産額ベースの食料自給率は、前年度の65%から1ポイント減少して64%で過去最低となっています。

国産農林水産物を選び、手に取ることは、日本の農林水産業を元気にし、食料自給率を向上させることに繋がります。そこで、国産農林水産物の消費拡大を目指して、農林水産省や多くの民間企業・団体・消費者等が一体となり推進しているフード・アクション・ニッポンでは、消費者と国産農林水産物との接点を作る2つの新たな取組を始めます。

1つ目は『こくさんたくさん週間』と称する、1週間の取組強化週間（平成27年11月1日～8日）の設定です。農林水産省では、実りの秋である11月を、日本の農林漁業・食品産業・農山漁村が持つ素晴らしい価値を広く伝える「食と農林漁業の祭典」としています。その11月のはじめに、消費者、フード・アクション・ニッポンに参加する8,759社*の推進パートナー、そして国が一つとなって、旬の国産食材を買ったり、食べたり、学んだり等、皆さんの身の回りで「国産農林水産物との様々な接点を作る・増やす」ことを推進する1週間とします。（*平成27年7月末時点）

2つ目は新サイト、おいしい国産情報が探せる・見つかる『食べよう、国産！』（<http://tabeyo-kokusan.jp/>）の開設です。本サイトでは、フード・アクション・ニッポンおすすめの商品や店舗情報を、食材や食品、飲食店等のカテゴリやキーワードで検索することができ、どんな国産食材や食品があるのか、どこで買ったり食べることができるのか等、具体的な情報を必要とする消費者に「国産農林水産物との様々な接点」を紹介していきます。

TOPICS 1

国産農林水産物の消費拡大に向けた取組強化週間の 名称発表会を開催しました！

『日本の旬を、めしあがれ。～こくさんたくさん週間～』

旬の国産食材を買ったり、食べたり、学んだり等、皆さんの身の回りで「国産農林水産物との様々な接点を作る・増やす」ことを推進する強化週間の名称発表会を、8月21日（金）に農林水産省 本館7階講堂（東京都千代田区霞が関1-2-1）にて行いました。

中川農林水産大臣政務官から強化週間の名称『日本の旬を、めしあがれ。～こくさんたくさん週間～』が発表され、本川農林水産事務次官からは「生産者の方が、たんせい込めて作られたものが、きちんと消費者に届く体制を築き上げたい」という設定の趣旨が説明されました。

また、フード・アクション・ニッポン推進パートナーを代表して7社が登壇し『こくさんたくさん週間』へ向けた各社・団体の取組を紹介しました。発表会では、11月へ向けて『こくさんたくさん週間』を盛り上げる「こくさんたくさんひろめ隊」のお披露目も行われました。

副隊長に就任した「こくさん」（フード・アクション・ニッポン マスコットキャラクター）と隊員の「吉本住みます芸人・キャベツ確認中」が意気込みを語り、おいしい日本！食のジュニアPR大使の「ピンク・ベイビーズ」も駆けつけ、エールを送りました。



**国産農林水産物の消費拡大に向けた取組強化週間
『こくさんたくさん週間』名称発表会 実施概要**

- **開催日時**：平成27年8月21日（金） 11:00～11:50
- **場 所**：農林水産省 本館7階講堂（東京都千代田区霞が関 1-2-1）
- **出席者**：中川農林水産大臣政務官、本川農林水産事務次官
吉本住みます芸人「キャベツ確認中」、フード・アクション・ニッポン マスコットキャラクター「こくさん」、
おいしい日本！食のジュニアPR大使「ピンク・ベイビーズ」
- **実施内容**：
 - ・ 国産農林水産物の消費拡大に向けた取組強化週間の名称発表（中川政務官）
 - ・ 国産農林水産物の消費拡大に向けた取組強化週間の設定の趣旨説明（本川事務次官）
 - ・ 推進パートナーの取組ご紹介
 - ・ フォトセッション
 - ・ こくさんたくさんひろめ隊出発式
- **フード・アクション・ニッポン推進パートナー登壇者**（五十音順 敬称略）：
 - ・ 味の素株式会社（家庭用事業部 次長 古川 光有）
 - ・ カゴメ株式会社（常務執行役員 コーポレート・コミュニケーション本部長 小篠 亮）
 - ・ 株式会社イトーヨーカ堂（執行役員 食品事業部長 福田 秀人）
 - ・ 株式会社金沢大地（代表 井村 辰二郎）
 - ・ 株式会社モンテローザ（執行役員 兼総務部長 村田 祥己）
 - ・ 全国農業協同組合中央会（広報部 次長 元広 菜穂子）
 - ・ 富良野オムカレー推進協議会（事務局長 松野 健吾）

推進パートナーのコメント

〈五十音順 敬称略〉

●味の素株式会社

和食に注目し、今年7月にはお米と具材を炊飯器に入れて炊くだけで「チキンライス」等が完成するクックドゥの「おかずごはん」シリーズを展開。今どきの「一汁三菜」を提案するとともに、お米の消費拡大の推進に寄与していきたい。

●株式会社イトーヨーカ堂

厳選した国産農林水産物「顔が見える食品」シリーズの展開や、生産者のサポートを目的に運営するセブンファームをはじめとする取組に加え、11月に向けては、安心とおいしいを届けるさらなる商品開発と全国店舗で国産フェアを実施する等、PRを行っていく。

●カゴメ株式会社

昨年のフード・アクション・ニッポン アワード2014を受賞した「トマトジュースプレミアム」をはじめ、国産トマトでなければできない価値を提供するとともに、トマトや野菜で日本の農業を振興していきたい。

●株式会社金沢大地

耕作放棄地を復活させ、有機無農薬の穀物栽培に農地として有効利用する取組を続け、農作物やそれらを使った味噌、豆腐などの加工品を販売。11月には、流通と連携し、売り場でツールの掲出をする等『こくさんたくさん週間』の周知を図っていく。

●全国農業協同組合中央会

「よい食プロジェクト」をはじめ、国産農畜産物の消費拡大に向けた取組を実施。8/29・30には「野菜の日」に合わせて東京ソラマチや新宿駅でイベントやキャンペーンを実施。9/1～11/30には、JAファーマーズマーケット（直売所）で行うキャンペーンを実施する等、消費者が意識して国産を積極的に購入する機会を創出して盛り上げて行きたい。

●富良野オムカレー推進協議会

オムカレーを提供する外食店舗においてツールを掲出するとともに、フェアを開催予定。新聞折り込みチラシでの「こくさんたくさん週間」の周知や地元高校の現役女子高生「ふらのカレンジャー娘」と連携した取組を展開予定。

●株式会社モンテローザ

10年以上前から国産食材へのシフトに取り組んでおり、おいしいニッポンを残す、創るためにも『こくさんたくさん週間』ではメニューブック等でフード・アクション・ニッポンを紹介し、全店舗での消費者へのPRに貢献して盛り上げていきたい。



TOPICS 2

『こくさんたくさん週間』をきっかけに
“旬”の国産食材を 買って、食べて、学ぼう！！
日本の食と食文化を受け継ぐ、若い世代へ訴求します。

11月は、日本の農林漁業・食品産業・農山漁村が持つ素晴らしい価値を広く伝える「食と農林漁業の祭典」です。国産食材が豊富に揃い、生産者や自然に対して感謝が深まる時期でもあります。そこで、11月のはじめの1週間を、国産食材を買ったり、食べたり、学んだり等、皆さんの身の回りで「国産農林水産物との様々な接点を作る・増やす」ことを推進する『こくさんたくさん週間』として設定しました。

国産農林水産物の消費拡大に向けた取組強化週間 『こくさんたくさん週間』の概要

●設定時期：平成27年11月1日～8日

●強化週間名称：『こくさんたくさん週間』

週間名には「皆さんと国産農林水産物との接点がたくさん生まれる1週間にしよう」という意味を込めました。また、生産や加工・流通、販売の現場でも「たくさん」をキーワードに「たくさん仕入れて」「たくさん並べて」「たくさん売る・買ってもらう」が、たくさん生まれるよう、皆様のご協力をお願いしたいという思いも表しています。「さん」で韻を踏むことにより、子どもにも認知してもらえ、理解、認知、浸透の早いネーミングにしました。

●推進パートナーとの連携による「買う」「食べる」「学ぶ」機会の創出：

①「買う」機会の創出・増加（流通・小売・メーカー等）

流通・小売・メーカーである推進パートナーと連携し、国産農林水産物やそれらを活用した食品の販売促進フェアの実施や、新商品の販売等を通じて、国産の食品を「買う」機会を作り、増やします。

②「食べる」機会の創出・増加（飲食店等）

飲食店を運営している推進パートナーと連携し、国産農林水産物、特に地域の農林水産物を活用したメニューの開発やそれらを提供するフェアの実施を通じて、国産の食品を「食べる」機会を作り、増やします。

③「学ぶ」機会の創出・増加（学校、地方公共団体、NPO等）

教育機関や地方公共団体等と連携し、国産農林水産物の魅力や消費拡大の必要性についての普及啓発を行うイベントやセミナーの開催を通じて、国産の食品について「学ぶ」機会を作り、増やします。

●広報について：

イメージキャラクターには照英さんを起用。フード・アクション・ニッポン マスコットキャラクター「こくさん」と全国を旅して、美味しい国産食材を集めるストーリーの下、メディアへの露出を戦略的に実施します。10月中旬には地方テレビ局（32局）とのタイアップ番組の放送を、10月下旬には鍋のふるまいイベントの実施を予定しています。また、『こくさんたくさん週間』である11月1日～8日は、テレビCM（15秒）の実施を予定しています。



イメージキャラクター
照英

1998年 俳優デビュー。旅番組や食番組にレポーターとして出演。「スッキリ!!」に料理研究家・栗原はるみ氏のアシスタントとして出演し、毎週様々なレシピを紹介。また、積極的に子育てに参加している姿を、育児番組や自身のブログ等でも披露し、2015年第34回ベスト・ファーザー「イエローリボン賞」を受賞



こくさん
フード・アクション・ニッポン
マスコットキャラクター

『こくさんたくさん週間』公式サイトはこちら ⇒ <http://syokuryo.jp/kokusan-week/>

TOPICS
3

おいしい国産情報が探せる・見つかる
新サイト『食べよう、国産！』で、国産食材・食品がもっと身近に！
<http://tabeyo-kokusan.jp/>

おいしい国産情報が探せる・見つかる『食べよう、国産！』は、国産農林水産物に関する情報を楽しみながら収集し「選ぶ、買う、食べる」アクションのきっかけを作る、おいしい国産情報のポータルサイトです。フード・アクション・ニッポンのロゴマークを掲出する推進パートナーの商品や店舗情報を、カテゴリーやキーワード等でセグメント化し、消費者の興味・関心に沿って検索できることが最大の特徴です。

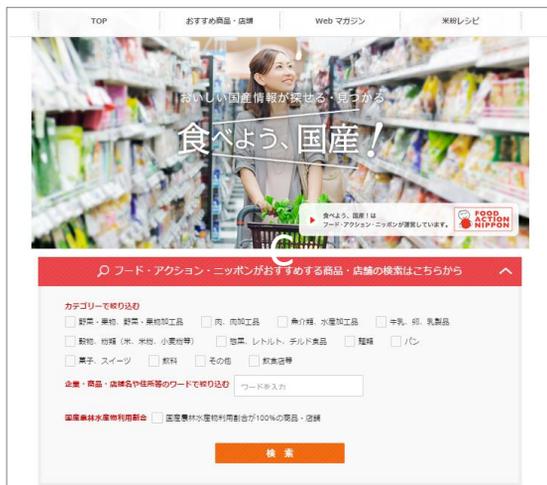
あわせて、自社の商品や取組、店舗情報を発信することができるツールとして、推進パートナーの皆様に積極的に活用していただくことで、おいしい国産情報の質と量を向上させていきたいと考えています。



コンテンツの紹介

① おすすめ商品・店舗検索

掲載商品・店舗数は85件（8月21日サイト開設時）。随時、掲載件数を増やしていきます。食材や食品、飲食店等のカテゴリやキーワードによる絞り込みに加え、国産農林水産物の利用割合が100%の商品・店舗を検索することも可能です。



② WEBマガジン「Mogu・Maga」 <毎月更新>

フード・アクション・ニッポンの公式サイトから人気コンテンツがお引っ越ししました。装い新たに、フード・アクション・ニッポンが主催するイベントのレポート、地域のブランド食材の紹介、マッチング事例の紹介等、日本の「おいしい!」を様々な切り口でお届けします。



○ ご当地MAP企画 (仮称) ※COMING SOON

「食」に関する取組や、ブランド食材、地産地消にこだわる飲食店など、複数の推進パートナーの情報をご当地情報として地図にまとめて紹介する企画です。

③ 米粉レシピ <隔月更新>

フード・アクション・ニッポンの公式サイトから人気コンテンツがお引っ越ししました。米粉ならではの味わいと食感を楽しむことができる、季節感のあるレシピをご紹介します。



○ 商品モニター企画 (仮称) ※COMING SOON

日本最大級の会員登録数を誇るモニター・プラットフォーム「モニブラ」と連携し、推進パートナーの商品やマッチングで生まれた新商品等のモニターを募集する企画です。

「フード・アクション・ニッポン」について詳しくはこちら ⇒ <http://syokuryo.jp/>