

農産物等消費拡大推進事業

【復旧・復興対策分 126 百万円】

【うち復興庁計上分 126 百万円】

対策のポイント

被災地及び周辺地域で生産・加工された食品の積極的な消費を推進します。

<背景／課題>

- ・被災地及び周辺地域で生産・加工された食品の積極的な消費を通じ、被災地の復興を応援する取組である「食べて応援しよう！」を農林水産省として推進していますが、これには継続的な取組が必要となっています。
- ・このため、消費者の国産農林水産物等に対する信頼を確保し、被災地及び周辺地域で生産された農林水産物等が風評に惑わされることなく選択されるよう消費拡大関連の活動が必要です。

政策目標

「食べて応援しよう！」に賛同する企業等による 1 年間
(平成24年度) の経済効果41億円

<主な内容>

国産農林水産物のPR活動

被災地の復興を応援する取組に加えて、消費者の国産農林水産物等に対する信頼を確保するための取組をPRし、被災地及び周辺地域で生産・加工された農林水産物等の消費の拡大を促すとともに、このような取組に賛同する企業等のネットワークを活用し、民間事業者の被災地応援フェア等の取組の拡大を図り、官民の連携による取組を推進します。

〔 補助率：定額
事業実施主体：民間団体等 〕

[お問い合わせ先：大臣官房食料安全保障課 (03-6744-2352(直))]

農産物等消費拡大推進事業

東日本大震災の被災地及び周辺地域で生産された農林水産物等の消費拡大を推進します
(事業実施主体:民間団体等)

被災地応援型農産物等消費拡大推進事業

政府の安全性を確保する取組をPRLし、被災地及び周辺地域で生産された農林水産物等の消費拡大を促進する広報を展開。

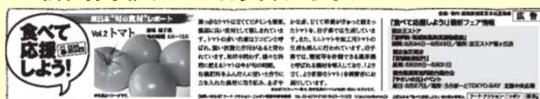
【テレビCM】

※平成23年度限り



【新聞・雑誌】

■新聞掲載例1(消費者対象)



■新聞掲載例2(企業対象)



■雑誌掲載例(消費者対象)



官民連携

民間事業者の取組の拡大

左記の取組に賛同する企業等のネットワークを活用し、民間事業者の被災地応援フェア等の取組を拡大。

【「食べて応援しよう！」キャンペーンの展開】

■「食べて応援しよう！」
ロゴマークを掲出



■販促ツール(のぼり、ポスター)の活用



■各種イベントにおける取組例



■百貨店における物産展の例



■小売店における応援フェアの例



平成 23 年度食べて応援しよう！の実施概要

1. テレビ

「TOKIO」を起用したテレビ CM（15 秒編、30 秒編）を全国の各局にて継続して発信。

2. 新聞

読売、朝日、毎日、日経、産経新聞の全国紙 5 紙を活用し、計 5 回掲載。被災 10 県の食材を、1 回当たり 10 品目紹介し、計 50 品目の東日本産品を掲載。

3. 雑誌

「オレンジページ」、「すてきな奥さん」、「saita」、「ESSE」、「きょうの料理」を活用し、各県の牛肉を活用したレシピ広告等を掲載。

4. BS 特番

お魚大使である「さかなクン」を起用し、60 分の特番を計 5 回放映。水産庁と連携し、各県の漁港を取材し、各地の名産を紹介する企画を放映。

5. 推進活動

民間事業者（流通、外食、自治体）約 36 社と連携し、POP 等販促ツールを活用してフェアや販売活動を推進。

（延べ開催日数）

- ・外食 24, 300回・日
- ・流通 13, 500回・日
- ・イベント 170回・日

平成23年度広報事例



※著名人を活用した「食べて応援しよう！」テレビCM事例



※被災地域の水産物等を特番にて放映



※食べて応援しよう！新聞広報事例



※国産牛肉を使用したレシピの雑誌広報事例



※スーパーでの「食べて応援しよう！」フェア事例



※雑誌広報事例

平成 24 年度食べて応援しよう！の実施概要

1. 新聞

朝日、毎日、日経、産経新聞の全国紙 4 紙を活用し、計 4 回掲載。被災 10 県のうち、1 回当たり 5 県の旬の食材を紹介し、主婦層に向けた購買意欲を啓発。

2. 雑誌

「食べようび」、「3分クッキング」、「オレンジページ」を活用し、被災 10 県の旬の食材を活用したレシピを計 4 回掲載。また「トランヴェール」、「じゃらん」でも東北地方の観光地域と絡めたご当地メニューを計 4 回掲載。

3. WEB ページ

「オレンジページネット」、「じゃらんネット」に新聞、雑誌と連動した内容を紹介し、また食べて応援しよう！の旬の食材を紹介する FAN の HP に繋がるよう紹介。

4. 東北観光博との連携

- POP 等販促ツールを道の駅、観光案内所、アンテナショップ等に設置。
- 最新のフェア、イベント情報を FAN の HP 上で紹介。
- 東北観光博のフェイスブック上で、新聞、雑誌に掲載した旬の食材を紹介。

5. 推進活動

民間事業者（流通、外食、自治体）約 110 社と連携し、POP 等販促ツールを活用してフェアや販売活動を推進。

（延べ開催日数）

- ・外食 58,000 回・日
- ・流通 17,600 回・日
- ・イベント 1,300 回・日

原子力災害による風評被害を含む影響への対策パッケージの概要

- 復興庁において、平成25年度当初予算案を中心に各省庁における取組(予算以外の取組を含む)を取りまとめ。
- 被災地域産の食品・農林水産物等の安全と消費者の信頼を確保するとともに、風評被害等の影響を受けている地域産業における新たな需要創出に向けた支援等を行う。

1. 放射性物質の確実な把握と コミュニケーションの強化

(1) 被災地産品の放射性物質検査の実施

- ・食品中の放射性物質の基準値の設定
- ・被災地産品の放射性物質検査体制整備と検査実施 等

(2) 空間線量等の環境放射線量の把握と公表

- ・福島県内を中心とした放射線モニタリング体制整備 等

(3) 正確で分かりやすい情報提供等コミュニケーションの強化

- ・食品中の放射性物質基準値、放射性物質による健康影響等に関する情報提供
(シンポジウム、ミニ集会の開催、ポスター等の配布) 等

2. 風評被害を受けた産業への支援

(1) 被災地産品の販路拡大、新商品開発等

- ・福島産農産物等のブランド力回復のためのPR事業
(メディアを活用した広報、全国キャラバン等)
- ・全国的な被災地産品消費拡大に向けた「食べて応援しよう！」キャンペーンの推進 ※予算額等別添参照
(一環として全府省庁の食堂、自衛隊用糧食等における被災地産食材積極利用等)
- ・被災地産業(農業、商工業等)による新製品開発等支援
- ・被災地産品等に対する諸外国の輸入規制緩和に向けた働きかけ 等

(2) 国内外から被災地への誘客促進等

- ・福島県をはじめとする東北地方等への旅行需要喚起のためのPR事業
(メディアとタイアップした広報、震災語り部・ガイドの育成、復興イベント開催等) 等

国民の健康
リスク回避

食品等の安全・消費者の信頼の確保

被災地の産業への直接的・間接的(風評)影響の克服

被災地の産業における新たな需要創出

原子力災害による風評被害を含む影響への対策パッケージ 関連予算一覧(※抜粋)

別添

※()内は復興特会以外の予算(一般会計、エネルギー特会等)

番号	事業名	事業概要	平成25年度概算決定額(百万円)
II. 風評被害を受けた産業への支援			
1. 被災地産品等の販路拡大、新商品開発等			4, 544 + α
27	福島産農産物等戦略的情報発信事業	福島県産農産物等について、産地と連携しつつ出荷時期に合わせて戦略的かつ効果的にPRを行うことにより、福島県産農産物等に対する正しい理解を促進し、ブランド力を回復するための取組を支援する。	297 (参考)24補正: 1,299
28	農産物等消費応援事業	被災地で生産・加工された農林水産物の消費拡大を促すための新聞・雑誌によるPR活動や官民の連携による民間事業者の被災地応援フェアの開催促進を実施する。	126
29	復興に向けた木の暮らし創出復興支援事業	地域材の利用を促進し、風評被害対策や被災地域の林業・木材産業の復興を図るために、地域材を活用した木造復興住宅等の普及の取組を支援する。	90
30	伝統的工芸品産業復興対策支援補助金	伝統的工芸品産業の振興に関する法律(伝産法)により指定を受けた伝統的工芸品の製造事業者に対し、倒壊した設備の支援等、生産基盤の確立・強化を行うとともに、風評被害を受けている事業者に対し、需要開拓事業などを通じ、伝統的工芸品産業の復興支援を行う。	200
31	工業品等に係るビジネスマッチング・商品開発支援事業	被災地域の風評被害を払拭し、被災地域の持続的な復興・振興等を図るため、国内外を問わず被災地域産品の販路開拓(ビジネスマッチング、商品開発等)を支援する。	200
32	特用林産物生産継続体制支援事業	特用林産物の安全性の普及活動等による消費者の理解向上を通じた消費拡大を図る	20
33	食料生産地域再生のための先端技術展開事業	東日本大震災の被災地を食料生産地域として再生するため、地域の経営体と協力し、先端技術を駆使した大規模実証研究を、被災各県の状況に応じ実施する。	2,400の内数
34	先端農業産業化システム実証事業	被災地等において、商工業の技術・ノウハウと農業の連携による、先端技術を活用した農業システム等の収益性の高い枠組みの実証を補助する。	1,611
35	被災地で製造されたレトルト品の調達	防衛省レトルト品全体の調達量のバランスを考慮しながら、被災地の工場で製造された防衛省独自仕様のレトルト品について、調達量を増加させる。	(576の内数)
36	途上国の要望を踏まえた工業用品等の供与	東日本大震災の被災地において中小企業を含む製造業企業が生産を再開する中、途上国の要望を踏まえつつ、被災地産の工業用品等を供与することで、当該途上国の経済社会開発を支援するとともに、これら工業用品等について一定の需要を創出することを通じ、被災地の経済復興に貢献する。	(2000)