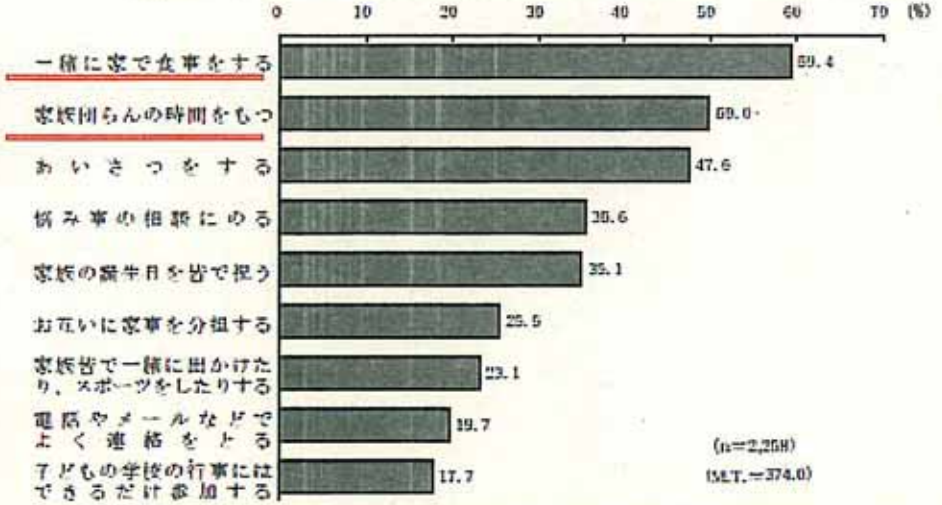
「家族揃ってタごはんキャンペーン」の展開

朝9時までに食べる ⇒ 1日シャキッ!
めざましごはん

○家族一緒にとる食事や家族の団らんを大切にしている人が多い。

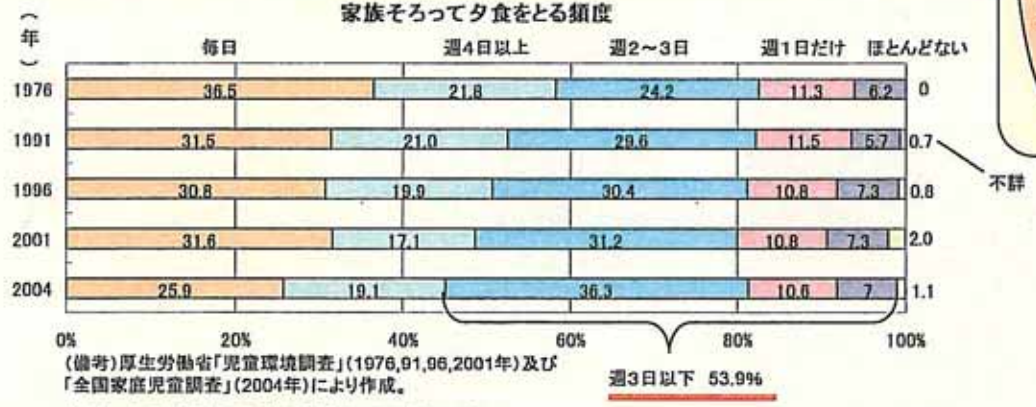
現在同居している家族の間で大切にしていること(複数回答)



資料:内閣府「少子化対策と家族・地域のきずなに関する意識調査」(平成19年)

○現実には、「家族揃って夕食をとる」の頻度が減少している。

家族そろって夕食をとる頻度



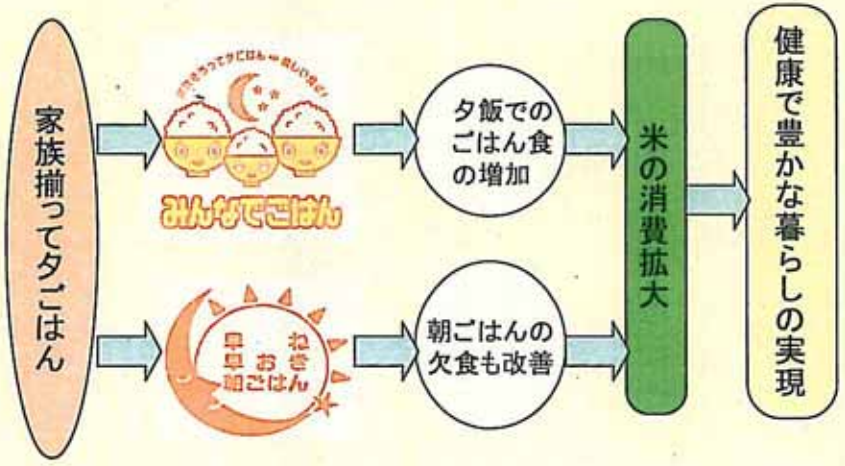
(備考)厚生労働省「児童環境調査」(1976,91,96,2001年)及び「全国家庭児童調査」(2004年)により作成。

資料:内閣府「国民生活白書」(平成19年)

新たなライフスタイルの提案

関係府省と連携し、「家族揃ってタごはん」を推進
・家族と食べる夕食は、ごはん食が多い(4,200人WEB調査結果)

交通広告等を用いた啓発活動を実施
・通勤途上のお父さんへの啓発
・店頭向けPVで、全国のお父さん、お母さんにメッセージを発信



「家族揃って夕ごはんキャンペーン」の展開

朝9時までに食べる ➡ 1日ジャキッ!
めざましごはん

○「家族揃って夕ごはん」の推進（ワークライフバランスの推進）。

理想

家族と「一緒に家で食事をすること」は、家族の間で最も大切にしていること。
（平日夕食で家族と一緒に摂る食事はごはん食が多い。）

現実

家族そろって食事をとる頻度は減少している。
子どもの食事時間までに帰宅できていない父親が多い。
生活に時間的なゆとりを感じられなくなっている。

仕事と生活の調和が実現した社会づくりを目指す

「ワーク・ライフ・バランス」の推進

○家族一緒で食事をする回数の増加

○時間的な余裕による調理機会の増加

○早寝早起きの実現

夕食がごはんになる割合の増加

朝ごはんの摂取率向上

家族そろって夕ごはん 美しい食卓!
みんなでごはん

米の消費拡大

「家族揃ってタごはんキャンペーン」の展開

家族揃ってタごはんをとることの大切さを、松浦亜弥さんが、唄とプロモーションビデオで全国のお買い物中のお父さん、お母さんなどに呼びかけ。
メッセージ入りDVDは、利用許諾申請により提供。

♪ みんみんみんなで
タごはん
いつも仕事で遅いけど
やっぱり家族と食べたいし
早く帰ろう
今夜はしあわせ
みんなでごはん

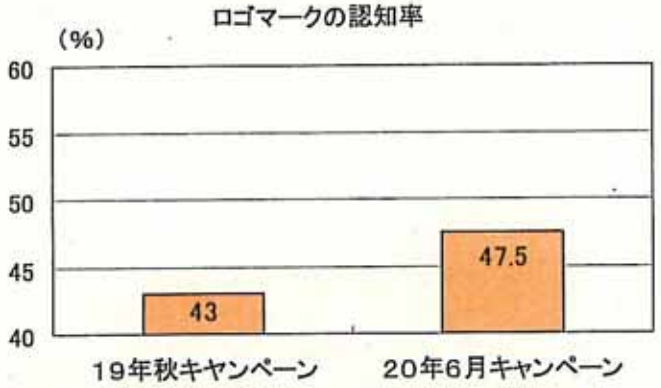
メッセージの内容

お買い物中の皆さん松浦亜弥です。
皆さん、タごはん、家族揃って食べてますか。
アンケートによりますと、家族揃ってタごはんを摂っているのは、1週間のうち3日以下と答えた人が、全体の半分以上53.9%だったそうです。
子供の食事時間までに帰宅できないお父さんが多いからでしょうか。
家族と一緒に家で食事をすること、家族団らんの時間を持つことは、子供たちのためだけではなくお父さん、お母さんのためにもとても大切な時間です。
それに何たって皆で食べるごはんは美味い。
仕事で忙しいお父さんや、お母さん、できれば1日でも多く、家族皆でタごはんを摂る機会を増やしてください。
それでは、松浦亜弥でした。

店頭販促用モニター等でご利用いただけます。

「めざましごはんキャンペーン」の展開

○ロゴマークの認知率はキャンペーンごとに上昇。



○約4千の企業がキャンペーンに参加。

○ロイター紙でもめざましごはんの取組を評価。

・　20年6月26日配信のロイターにおいて、政府が進める「めざましごはんキャンペーン」が、米の消費拡大に貢献したとの見方が少なくないと報道。

・　販促会議2009年1月でも、関連記事を紹介。

○20年の米の消費は増加。

1か月当たりの米の購入量の推移

(単位:g、%、人)

	1世帯当たり(公表値)	対前年同月比	1人当たり(推計値)	対前年同月比	世帯人員
平成18年	85,100	▲ 4.9	26,930	▲ 4.6	3.16
平成19年	85,330	0.3	27,175	0.9	3.14
平成20年	88,550	3.8	28,213	3.8	3.13
平成18年1月	4,990	0.6	1,579	1.2	3.16
2月	5,440	▲ 12.1	1,722	▲ 11.6	3.16
3月	6,890	2.8	2,180	3.5	3.16
4月	6,450	▲ 8.5	2,041	▲ 7.9	3.16
5月	6,630	▲ 2.4	2,098	▲ 2.1	3.16
6月	6,280	▲ 1.6	1,987	▲ 0.9	3.16
7月	6,280	▲ 6.7	1,987	▲ 6.4	3.16
8月	6,060	▲ 9.7	1,918	▲ 9.4	3.16
9月	8,930	▲ 5.3	2,826	▲ 5.0	3.16
10月	12,120	2.2	3,835	2.5	3.16
11月	7,210	▲ 9.1	2,282	▲ 8.8	3.16
12月	7,800	▲ 9.3	2,476	▲ 8.7	3.15
平成19年1月	4,930	▲ 1.2	1,565	▲ 0.9	3.15
2月	5,720	5.1	1,816	5.5	3.15
3月	6,380	▲ 7.4	2,025	▲ 7.1	3.15
4月	6,360	▲ 1.4	2,019	▲ 1.1	3.15
5月	6,310	▲ 4.8	2,003	▲ 4.5	3.15
6月	6,250	▲ 0.5	1,984	▲ 0.2	3.15
7月	6,330	0.8	2,010	1.2	3.15
8月	6,080	0.3	1,936	0.9	3.14
9月	10,250	14.8	3,264	15.5	3.14
10月	11,390	▲ 6.0	3,627	▲ 5.4	3.14
11月	7,500	4.0	2,396	5.0	3.13
12月	7,770	▲ 0.4	2,482	0.2	3.13
平成20年1月	5,160	4.7	1,649	5.4	3.13
2月	5,840	2.1	1,801	▲ 0.8	3.13
3月	6,770	6.1	2,163	6.8	3.13
4月	6,480	1.9	2,064	2.2	3.14
5月	6,430	1.9	2,054	2.5	3.13
6月	6,450	3.2	2,061	3.9	3.13
7月	5,800	▲ 8.4	1,853	▲ 7.8	3.13
8月	6,050	▲ 0.5	1,933	▲ 0.2	3.13
9月	10,050	▲ 2.0	3,221	▲ 1.3	3.12
10月	11,210	▲ 1.6	3,593	▲ 0.9	3.12
11月	9,820	30.9	3,147	31.3	3.12
12月	8,270	6.4	2,651	6.8	3.12
平成21年1月	5,020	▲ 2.7	1,609	▲ 2.4	3.12

資料:総務省「家計調査」(二人以上の世帯)

注1:1人当たり(推計値)は、農林水産省が1世帯当たり(公表値)を世帯人員数で除算することにより算出したものである。

注2:うるう年については、1人当たり(推計値)を平年ベースに補正している。

食品産業関係団体・企業等の取組例

農林水産物生産者

生産した農産物にロゴマークを貼付

農業協同組合

全国紙にロゴマーク入り広告を掲載
ロゴマーク入りチラシ、パンフレット等を作成・配布

食品製造業　食品製造・小売業

朝ごはん向け新商品を投入

商品の包装資材にロゴマークを表示

ロゴマーク入りのチラシ、パンフレット、ポスター等を作成・配布

自社広告、自社ホームページにロゴマークを掲載

食品卸売業

商品の包装資材にロゴマークを表示
販売促進情報誌でキャンペーンを紹介
商品、チラシ、ポスターにロゴマークを掲載
イベントでロゴマークを掲示

食品小売業　外食産業

朝ごはん向け業態・新商品の投入
朝ごはん関連商品コーナーを設置
店内でCM映像・音楽を放送　♪♪♪

レジ前ディスプレイ等でCM映像やテロップを表示
店内商品棚、テーブル等にロゴマーク付きPOPを掲示

ロゴマーク入りチラシ、パンフレット、ポスター等を作成・配布・掲示
自社広告にロゴマークを掲載

その他（大学等）

会員、学生等への啓発活動

ロゴマーク入りポスター、シール、販売促進資材等の制作・配布

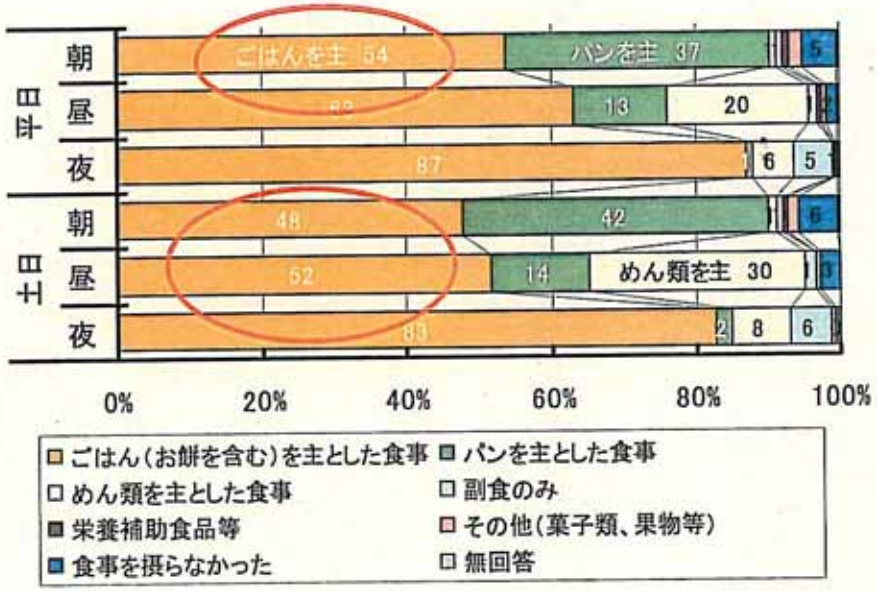
店頭放送用CM（DVD）の複製等会員企業への便宜供与

量販店と連携してめざましごはんイベントを開催

朝食の内容と欠食の市場規模

○ 朝食市場は、欠食が多い上に、ごはん食比率の低い市場。
○ 若年層(20～30歳代、特に単身者)を中心とした朝食の欠食は、年間約50億食、総額約1．5兆円 の市場に相当。

食事内容の構成(平成19年)



資料:平成19年度第4回食料消費モニター調査

朝食欠食の市場規模

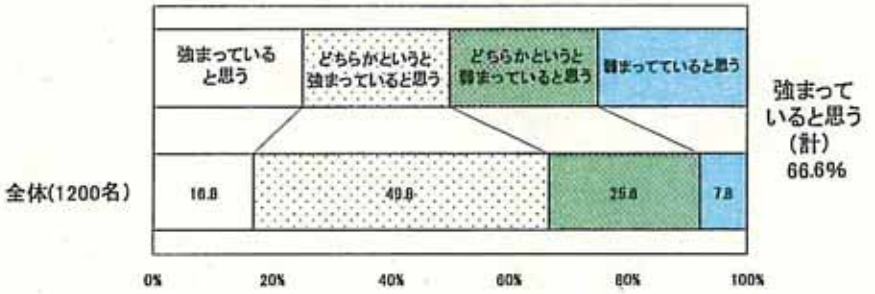
	全国 平均	20歳代	30歳代	その他
朝食欠食率 (%)	10.7	28.3	20.8	5.8
人口 (18年10月1日) (千人)	127,770	15,326	18,917	93,527
1日の欠食数 (千人)	13,671	4,337	3,935	5,399
年間欠食数 (億食)	50	16	14	20
市場規模 (億円)	15,000	4,800	4,300	5,900

資料:平成17年「国民健康・栄養調査結果の概要」
注:市場規模は、1食あたり300円として試算。

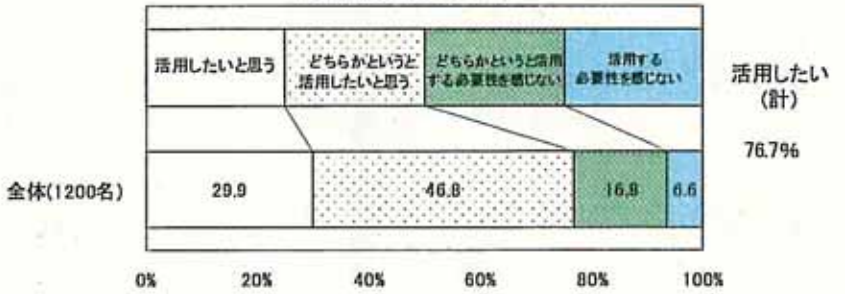
朝の評価(現代ビジネスマンの朝の生活実態)

- ○ ビジネスマンは朝を大切にする傾向が強まっていると実感。
- ○ 朝の有効活用を目指す人は約8割。
- ○ 半数以上が自宅外での朝食(ソトアサ)が多い。

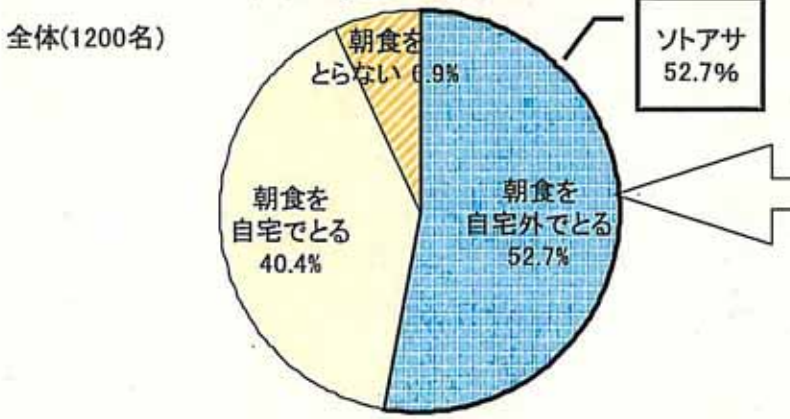
2～3年前と比較した朝を大切にする風潮の変化



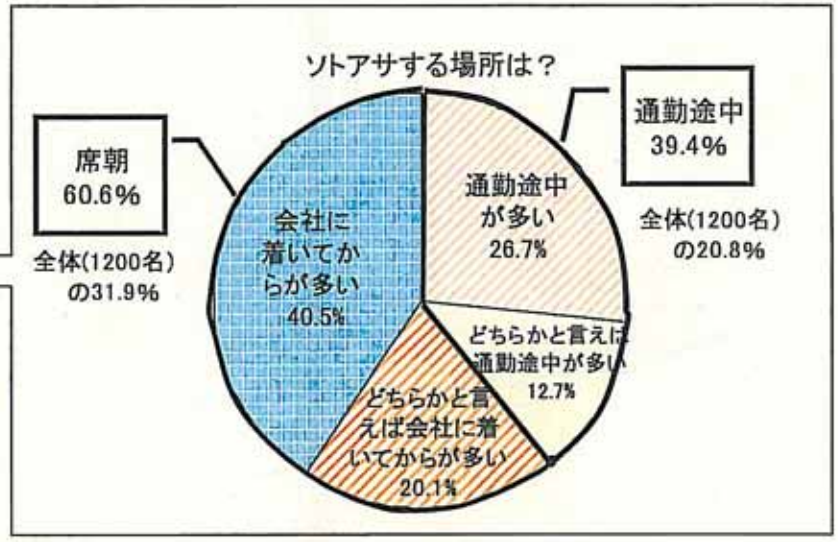
朝の時間を活用したいか



仕事のある日の朝食について



ソトアサする場所は？

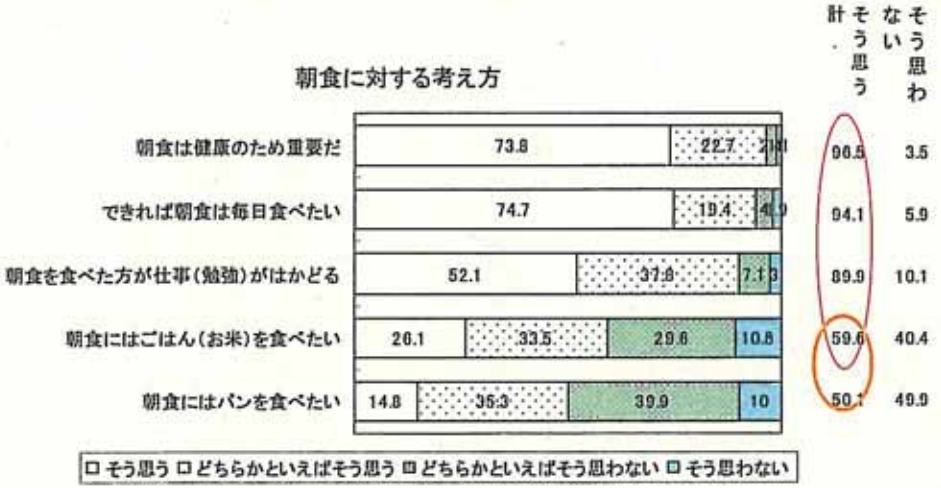


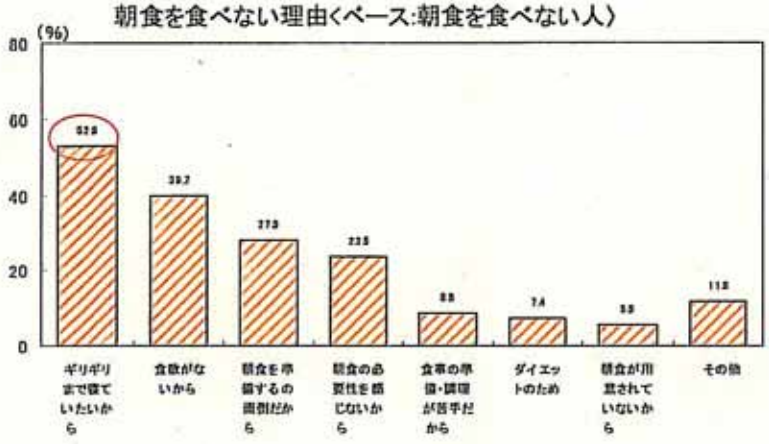
※朝活族・・・朝の時間を活用できる現代ビジネスマンの総称
席　朝・・・会社の席で食べる朝食を指します
ソトアサ・・仕事がある日の朝に自宅以外でとる食事を指します

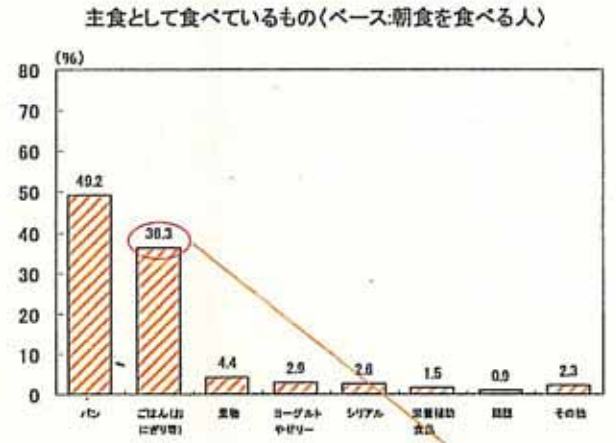
資料アサヒ飲料㈱「現代ビジネスマン　朝の実態調査」(2008年9月)

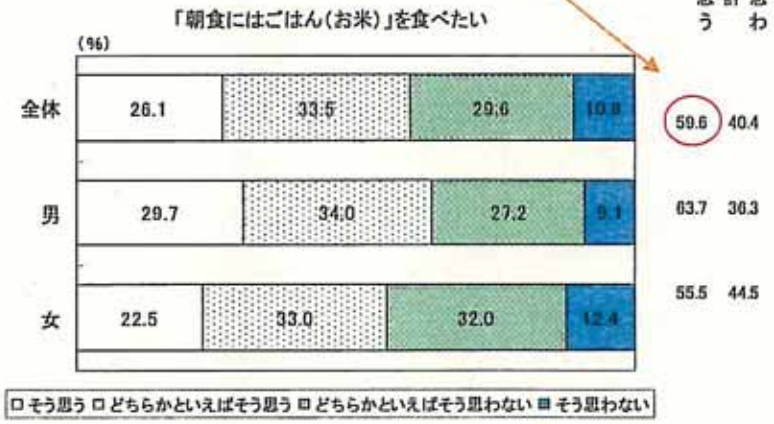
朝食に対する考え方

○ 朝食は健康のため毎日食べたほうが良い、朝食を食べた方が仕事（勉強）がはかどるという意識を持っている。
○ 朝食を食べない理由は、「ギリギリまで寝ていたいから」。
○ 朝食に主食として食べているのは「パン」が多いが、実際にはごはん（お米）を食べたいという傾向がある。









資料:㈱マクロミル「朝ごはんの実態調査」（2008年9月）

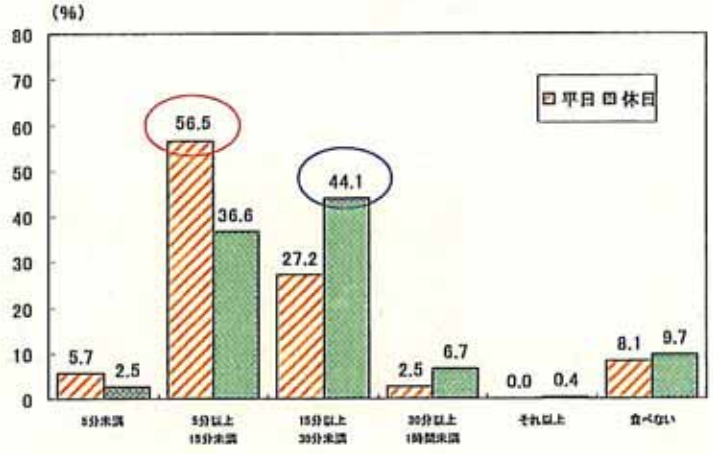
朝食にかける時間など

○ 朝食にかける時間は、平日は短め、休日はゆっくりと。休日の朝食時間は二極化。

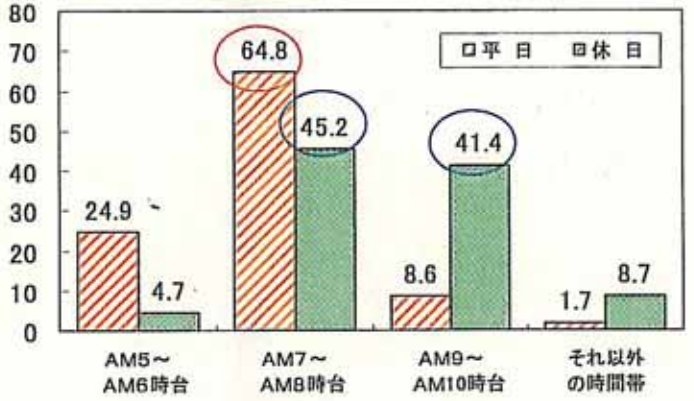
○ 朝食で「ごはん」を食べる理由は、「ごはんが好きだから」、次いで「腹持ちがいいから」、「手軽に食べることができるから」。

○ 朝食で「ごはん」を食べるときの好きなおかずは「卵料理」、「魚料理」、「納豆」など。

朝食にかける時間



朝食の時間〈ベース：朝食を食べる人〉



朝食でごはん(おにぎり等)を食べる理由

好きなおかず(上位10位)

順位	料理名	%	順位	料理名	%
1	卵料理(生卵・卵焼きなど)	59.0	6	のり	19.4
2	魚料理(焼き魚など)	34.5	7	魚卵類(たらこ・明太子など)	13.8
3	納豆	29.6	8	野菜・サラダ	11.6
4	味噌汁	22.7	9	ウインナー・ソーセージ	9.8
5	漬物	21.6	10	梅・梅干し	9.7

資料:㈱マクロミル「朝ごはん実態調査」(2008年9月)

新たな米加工食品等の拡大

○ 通常の米加工品に加え、微細粒粉製造技術の発達等により米粉の用途が拡大。
○ アレルギー対応食品としての米粉加工品も広域流通化。

米粉パン等の普及状況

年度	14～15	16	17	18
新規米加工品原料使用量	2～3千トン	3千トン	3千トン	6千トン
米粉パン学校給食導入校数	1,983校	4,067校	6,063校	7,836校
米粉パン認知度	6.5%	12.8%	19.5%	44.0%

注：新規米加工品には、米粉パンのほか、麺、洋菓子等を含む。

大量流通のための技術も定着

パンの焼成冷凍技術や米穀機構の保有する17年産余剰米（現物弁済米）の米粉パン用販売等の利用により、大規模にチェーン展開する外食産業やコンビニエンスストアへの供給も実現

① ジョナサン（首都圏約400店舗）において、平成18年12月から米粉パンの提供を継続中

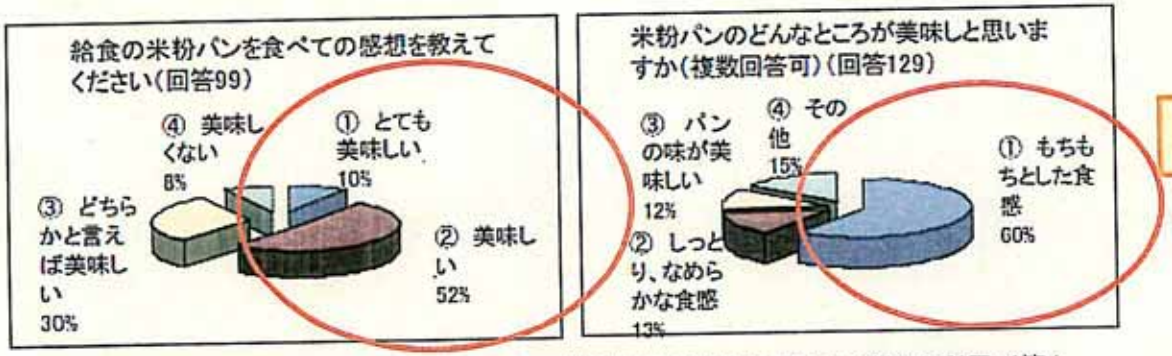
② 九州のコンビニチェーン「エブリワン」では、熊本県の鹿本農業高校の生徒が開発した米粉パンや米粉ピザを商品化

学校給食で提供している米粉パンも好評

＜学校給食米粉パンに対するアンケート結果＞

調査対象者数：学校栄養士191名　回答者数：164名　回答率：85.9%

調査年度：平成18年度　調査機関：新潟県食品・流通課



出典：新潟県農業総合研究所食品研究センター「米粉及び米粉加工食品の開発と利用」（第4回「販売」を軸とした米システムのあり方に関する検討会・資料3）より抜粋

小麦アレルギーフリーの商品も一般化

（例）
イトーヨーカ堂では、アレルギー対応のケーキ（米粉と豆乳クリームのケーキ等）を通年販売（2007年度のXマスケーキは全国のセブン-イレブンでも予約受付）

朝食分野でも新商品が続々登場

（例）
①朝がゆ
②朝ごはん用冷凍おにぎり
③朝用お茶漬け
④卵かけごはん専用醤油（たれ）

朝ごはんの効果

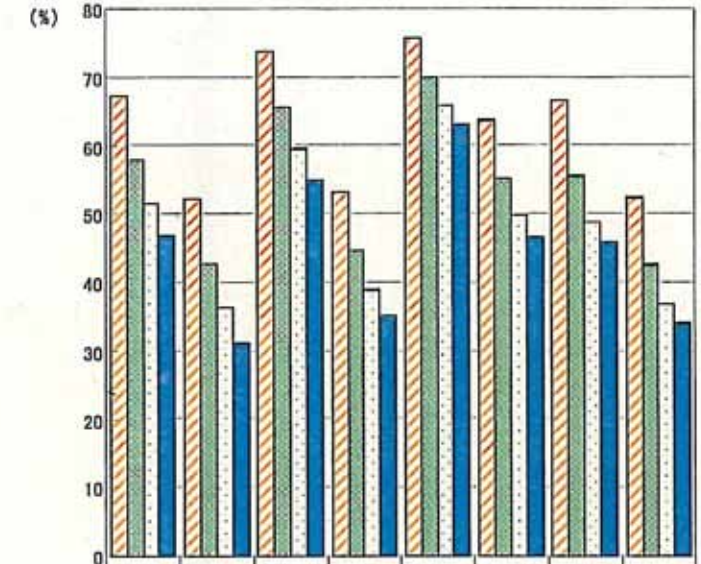
朝ごはんには、次のような効用が期待される

- 脳のエネルギー源はブドウ糖だけ。朝ごはんを抜くと脳のエネルギーが不足して集中力の低下などが発生しがち。
  脳のエネルギー源となるブドウ糖は体の中には大量に貯蔵しておくことが出来ないので、朝ごはんを食べることで午前中の脳のエネルギーを補給できる。

- 朝ごはんを抜くと、昼頃にはお腹が空きすぎて、つい、どか食いしがち。
  また、少ない回数でまとめてどか食いすることは、肥満につながりやすいと言われています。

- ごはんを主食にするとバランスがとれやすくなります。
  ごはんを主食にすることで、酢の物、おひたし、あえものといった副菜や焼き魚、冷奴といった主菜などの料理と組み合わせやすくなり、自然とバランスがとれやすくなります。
  また、しっかりごはんをとることで、主菜のとり過ぎも抑えられます。

朝食を毎日食べる児童生徒の方が、テストの正答率が高い傾向



	国語A 小学校	国語B	算数A	算数B	国語A 中学校	国語B	算数A	算数B
□朝ごはんを毎日食べている	67.2	52.3	73.7	53.2	75.6	63.7	66.6	52.4
▨どちらかといえば、朝ごはんを毎日食べている	57.9	42.7	65.6	44.6	69.9	55.2	55.6	42.6
□あまり朝ごはんを食べていない	51.6	36.3	59.5	38.9	65.7	49.8	48.8	36.9
■全く朝ごはんを食べていない	46.8	31.1	54.9	35.1	63	46.7	45.8	34

資料：文部科学省「平成20年度全国学力・学習状況調査」
注：国語A、算数・数学Aは、主として「知識」に関する問題。
　　国語B、算数・数学Bは、主として「活用」に関する問題。

ロゴマーク等の利用について

利用手続き

「http://www.maff.go.jp/j/soushoku/kakou/gyousha.html」の中にあるめざましごはん利用許諾申込書をダウンロードして、ファックスで農林水産省総合食料局消費流通課あてに申請。
以下の利用条件を満たせば、利用許諾証とともに、データを提供。

利用条件等

	ロゴマーク	映　像
利用期限	特に無し	いい1日は朝ごはんから(21年3月19日) 朝からしあわせめざましごはん(21年12月末日)
利用条件	・朝ごはんの推進に資する商品であり、かつ食料自給率向上又は米を中心とした日本型食生活の推進に資する商品に表示可能 ・前項に規定される商品及び当該商品をまとめて収容する容器に表示可能 ・朝ごはんの推進のために作られるポスター、チラシ、パンフレット等の資材に表示可能	・朝ごはんの推進に資する商品であり、かつ食料自給率向上又は米を中心とした日本型食生活の推進に資する商品の普及・啓発に利用可能 ・朝ごはんの推進に資するイベントであり、かつ食料自給率の向上又は、米を中心とした日本型食生活の推進に資するイベントに利用可能 ・朝ごはんの推進に資する広報等に利用可能
配付方法	電子データで指定先に送付	DVDを指定先に郵送
その他	・「家族揃って夕ごはん」をテーマにしたロゴマークを新たに追加。	・音楽のみの提供可能 ・パソコンやレジのディスプレイで利用可能なデータ圧縮版(Mpeg形式)も提供可能