

- 今後、本格的な人口減少社会が到来するとともに、消費者と食との関わり方が多様化する中で、食卓と農業生産現場の距離の拡大による食や農林水産業に対する国民の理解が希薄化することで、国産農林水産物の需要の減少が進むことが懸念。
- このため、民間事業者・団体、消費者、国が一体となって国産農林水産物の魅力を広く発信すること等を通じて、消費者が日本の食の素晴らしさを再認識することにより、国産農林水産物の消費拡大を推進。

日本の食消費拡大国民運動推進事業

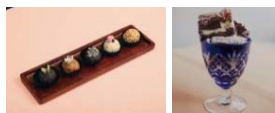
日本の食の魅力や生産者の努力や想いを消費者に直接伝える取組、食品事業者等が国産農林水産物の利用を積極的に進める取組を後押しするための表彰等を通じた情報発信を行うとともに、地産地消を推進するコーディネーターの育成・派遣等を支援。

食の魅力発掘による消費拡大のための国民運動推進事業(委託)

国産の消費拡大に向けた国民運動



体験等を通じて日本の食の魅力や生産者の努力や想いを消費者に直接伝える取組を実施



(参考)フード・アクション・ニッポンアワード2017
受賞製品の例

国産農林水産物の消費拡大につながる商品や地産地消の取組を表彰し、生産者の想いととも地域産品を消費者に発信

- 食品関連業者等における国産農林水産物の利用促進
- 地産地消など国産農林水産物消費拡大の優良事例の横展開

地域の食の絆強化推進運動事業(補助)

学校給食等への地場産食材の利用拡大をはじめとした地産地消の取組を促進するコーディネーターの育成・派遣等を支援



(研修会の開催)



(専門人材の派遣)

国産農林水産物の消費拡大

