

「ブランド・ニッポン」食品の供給体制の確立

消費者の評価を踏まえ、日本の産地ならではの特色を活かした、新鮮でおいしい「ブランド・ニッポン」食品の供給体制を確立。

50,516(21,777)百万円

(関連施策分は除く)

1 ポイント

各産地において、消費者の評価を踏まえ、立地条件や地域資源等の産地の優位性を活かした生産・流通・販売戦略（「ブランド・ニッポン」戦略）の策定を推進。

戦略を策定した産地に対して、消費者等による農水産物の評価活動への支援、環境保全型農業、食品産業との連携等、産地の特色を活かした取組の推進、商流・物流の合理化等による生産・流通を通じた高コスト構造の是正等の施策を重点化することにより、「ブランド・ニッポン」食品の供給体制を確立。

2 主な事業内容

(1) 「ブランド・ニッポン」食品の供給体制の確立 38,611百万円

① 消費者等による評価活動等への支援

消費者等による農水産物の評価活動、地産地消活動、スローフード活動のための各種PR、協議会の開催等を支援。

② 産地の特色を活かす取組の推進

環境保全型農業、契約取引、持続的増養殖、食品産業等による特色ある食品の開発等、産地の特色を活かす取組を推進するため、産地協議会の開催、鮮度保持施設、処理加工施設の整備等を支援。

(2) 生産・流通を通じた高コスト構造の是正 11,904百万円

ITの活用、卸売市場の機能強化等による商流・物流の効率化・高度化、次世代高性能農業機械の開発等を推進。

3 関連施策の推進

消費者ニーズを踏まえた品種育成等の技術開発、自然の浄化能力を活用した農業水路の整備による「きれいな水」の確保等の関連施策を一体的に推進。

[担当窓口課：生産局総務課生産振興推進室（03-3591-9707（直））]

「ブランド・ニッポン」食品の供給体制の確立

「ブランド・ニッポン」戦略

— 消費者の評価を踏まえ、産地の優位性を活かした戦略の策定 —

消費者の
評価反映

