

ホームページ及びSNSを活用した米の消費拡大の情報発信について

- 平成30年から米の消費拡大の取組を応援すべく、「やっぱりごはんでしょ！」運動を開始。ホームページ及び各種SNS（Instagram・Facebook・Twitter）により、「米と健康」、米に関するイベントや季節の行事食、産地の情報など消費者の関心が高い情報を発信。
- SNSのフォロワー数は着実に増加（令和5年6月現在：約4,000）。

ホームページ

ごはんをもっと身近に感じ、もっと食べたくなる情報を届けることで、米の消費拡大を推進



各種SNS（Instagram・Facebook・Twitter）

米に関するイベントや季節の行事食、産地の情報など消費者の関心が高い情報を発信（毎週1回程度）

生米を使った「生米スイーツ」のレシピを紹介



季節の行事食「七草がゆ」「恵方巻」の紹介



田んぼアートの風景を紹介



おにぎりを推しとした「推しのいる生活」としておにぎりを紹介



YouTubeを活用した米の消費拡大の情報発信について

- 「やっぱりごはんでしょ！」運動の一環として、農林水産省職員自らが、省公式YouTubeチャンネル「BUZZ MAFF (バズマフ)」において、米の消費を喚起する動画を発信。

BUZZ MAFFにおける米消費を喚起する動画

- 「やっぱりごはんでしょ！」チームとして、ごはんをもっと食べたくなるような、お米の魅力を発信。
- 「お米大好きです！」、「バズマフを見始めてから、お米を食べることが増えました。」などのコメントあり。



米担当、おにぎりのポスターモデルできる説。
・米の消費拡大のポスターのモデルに米担当の職員が挑戦



お米担当職員あるある~やっぱりごはんでしょ!~
・米担当職員ならではの あるある を再現

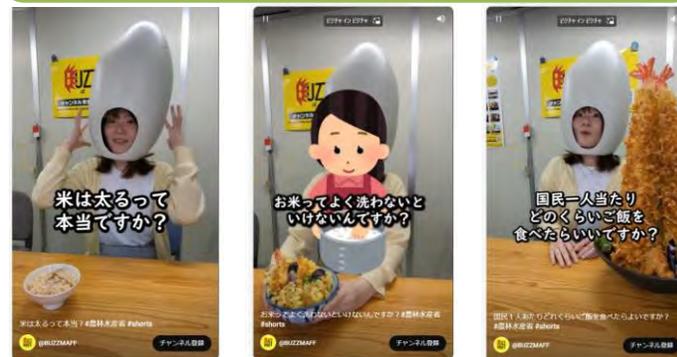


同じ釜の飯を食べば、どんな相手でも仲良くなれるのか
・「やっぱりごはんでしょ！」メンバーと中村副大臣が炊き立てのご飯を食べる



農水省考案「お米○○」を松村 沙友理さんに採点してもらった!
・お米を使ったメニューアイデアを募集するアイデアグランプリに潜入し、職員自らがメニューの考案に挑戦する動画

- ショート動画(最大60秒の短編動画)においても、消費者が気軽に楽しんで知れるような米に関する情報を発信。



↑米に関する豆知識を発信する動画 (計3本)



↑農水省お米担当がキュンとした言葉♪(計2本)↑