

米の消費拡大運動の連携について(政府広報、JAグループ、JA全農)

- 政府広報を通じて、食料自給率と食料安全保障、水田の多面的機能、米を中心とした「日本型食生活」等、米の消費拡大に係る情報を発信。
- JAグループが主体となって始めた「ご炊こうチャレンジ」に農林水産省も全省を挙げて参画。
- JA全農は米消費促進企画「#MK3(マジでコメ食う3秒前)」を実施。農林水産省も、#MK3に協力し、ごはんの魅力を発信。

「政府広報」(内閣府大臣官房政府広報室が行う広報・広聴活動)

- ・ BSテレビ番組 「ビビるとさくらとトモに深掘り！知るトビラ」(令和4年9月2日放送)
- ・ ラジオ 「青木源太・足立梨花 Sunday Collection」(令和4年8月28日放送)
- ・ 音声広報CD 「明日への声」(Vol. 86、令和4年7月発行)
- ・ 点字・大活字広報誌 「ふれあいらしんばん」(Vol. 86、令和4年7月発行)

「ご炊こうチャレンジ」(JAグループが主体となって始めた、ごはんを炊く「コト消費」をテーマとした動画を投稿する取組。)

特設ページ「ご炊こうチャレンジ！いただきMAFF！」を開設し、全国のBUZZ MAFF チームが、ごはんを炊く楽しさを皆様に伝える動画を配信。



「#MK3(マジでコメ食う3秒前)」(JA全農が企画した米消費拡大の機運を盛り上げる取組。)

※ MK3＝マジでコメ食う3秒前、とは、マジでコメが食いたい！と本能的に思う瞬間のこと。

ごはんの魅力をBUZZ MAFF動画等を通じて発信。



新たな視点(エシカル消費)に着目した米の消費拡大の取組について

- 「お米と食料安全保障」、「お米と環境」、「お米と健康・食生活」の3つの観点から国内で自給可能な米について、消費者の意識を変え、エシカル消費（倫理的消費）を促進する取組を実施。
- Webコンテンツの作成、動画広告、新聞や雑誌における広告宣伝、シンポジウム等を実施。

Webコンテンツ



多くの消費者に「お米と食料安全保障」、「お米と環境」、「お米と健康・食生活」の内容について知ってもらうための情報を掲載。

動画、新聞広告



※全国紙（朝日、読売新聞）にて掲載。

より多くの消費者に、エシカル消費の観点からお米の消費を訴求するため、動画広告や新聞、雑誌広告等を展開。

シンポジウムの開催



「お米と食料安全保障」、「お米と環境」、「お米と健康・食生活」に係る有識者によるトークショー、米に関する商品の紹介や各企業の米に関する取組について展示するなど、多くの消費者にお米について考える機会となるシンポジウムを実施。