

# 食料自給率向上に向けた 国民運動推進事業について

平成20年10月

FOOD ACTION NIPPON 推進本部



# 目次

1 . FOOD ACTION NIPPON について	3
2 . FOOD ACTION NIPPON が訴えること	4
3 . FOOD ACTION NIPPON の目標	5
4 . 運動名称・キャンペーンロゴ・キャンペーンメッセージ	6
5 . FOOD ACTION NIPPON 推進本部の組織体制	7
6 . FOOD ACTION NIPPON の進め方	12
7 . 『FOOD ACTION NIPPON 』に対する関心喚起	13
8 . 推進パートナー獲得の仕組みづくり	20
9 . 消費者参加の仕組みづくり	21

## 資料編

1 . FOOD ACTION NIPPON 事業開始の背景	25
2 . 食料自給率の推移	26
3 . 食料自給率向上の必要性	
～ 「食料問題は、いまや世界の主要リスクの一つ」～	27
～ 我が国の食料供給の安定の確保へ～	28
4 . カロリーベース自給率の内訳	29
お問合せ先	30

# FOOD ACTION NIPPON

地球規模で深刻化する食料問題。

アジアやアフリカで顕著な人口増加、ライフスタイルの変化による食生活の変化によって食料需要が増加するなか、バイオ燃料生産への転換、気候変動による食料生産不安定化などにより、食料供給の安定性は脅かされています。

国際社会では、将来、深刻な食料危機が訪れる可能性が懸念されています。

これは、私たちにとっても、他人事ではありません。

現在の日本の食料自給率は40% (カロリーベース)。食料の60%を外国に依存しており、何らかの事態で外国からの食料供給が止まってしまうと、私たちの食生活は大きな影響を被ってしまいます。

こうした状況をすべての国民の皆様が認識し、食とのかかわりを新たに考える。

そのために政府では、平成19年7月から「食料の未来を描く戦略会議\*」を開催。戦略会議から今年5月に出されたメッセージに呼応する形で、この10月に食料自給率向上に向けた国民運動「FOOD ACTION NIPPON」を立ち上げました。

FOOD ACTION NIPPONの目標は「“おいしいニッポンを”残す、創る」こと。そのために、2015年度に食料自給率45%の実現を目指して取り組みます。

多くの消費者が、国産農産物を選択して、使う、食べることで、農業生産者の方々からより多くの国産農産物が作られるようになり、食品に関わる企業・団体の方々から、国産農産物を使ったより優れた商品や料理、食生活が提案され、それによりさらに多くの人々が国産農産物を選択する--。その結果、『豊かな美味しい国産の食品に満ちた、ニッポン』という国をつくっていきたいと願っています。

\* 「食料の未来を描く戦略会議」につきましては、巻末の参考資料をご参照ください

# 食料自給率を高めていくためには、 国はもちろん、 みんなが力を合わせる必要があります。

できることから  
始めよう！

### 1 . 「いまが旬」の食べものを選びましょう

「旬」の農産物は、もっとも適した時期に無理なく作られるので、余分な手間や燃料などを必要としません。味もよく、栄養もたっぷりで、体にも環境にもやさしい食事が実現できます。

### 2 . 地元でとれる食材を日々の食事に活かしましょう

私たちが住んでいる土地には、その風土や環境に適した農産物が育ちます。身近でとれた農産物は新鮮です。一人一人が地元でとれる食材を選ぶことが、地域の農業を応援することになります。(地元農業の応援はもちろん国産農産物の応援になります！)

### 3 . ごはんを中心に肉や油は控えめに、 野菜をたっぷり使った食事を心がけましょう

肉類や油のとりすぎは様々な生活習慣病を引き起こす原因にもなっています。ごはんを中心に、野菜をたっぷり使ったバランスのよい食事を心がけましょう。

### 4 . 食べ残しを減らしましょう

開発途上国で飢餓が問題となっている中、日本では食料を大量に輸入して大量に捨てています。この現状を踏まえ、家庭においても、食品の無駄な廃棄、食べ残しを減らしましょう。(食料の無駄を減らすことは、食料輸入を少なくすることにもつながります。)

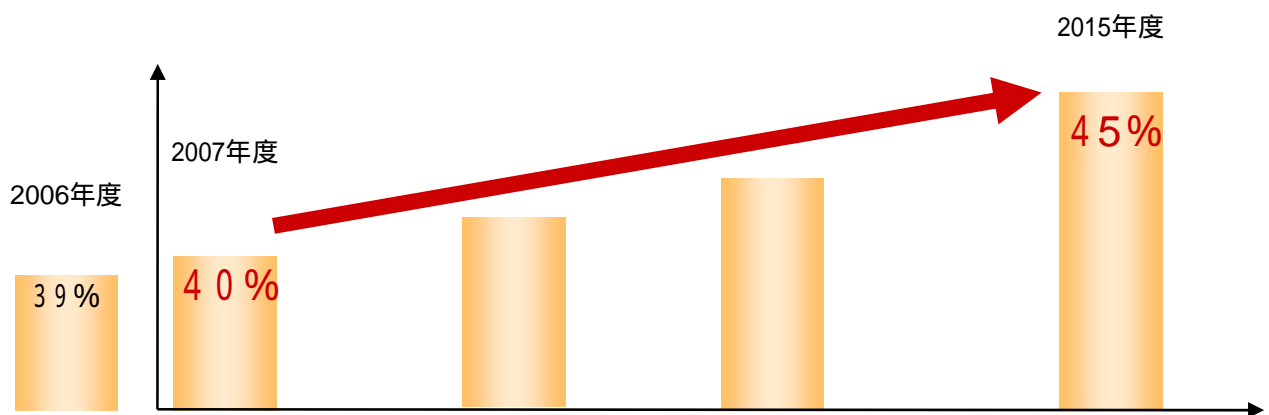
### 5 . 自給率向上を図るさまざまな取り組みを知り、試し、応援しましょう

米粉を使ったパン・麺などの新しいメニュー、国産飼料を使った牛や豚、鶏などの肥育、地産地消地域ブランド、直接契約による生産などのさまざまな試みを知り、試しに味わってみるなど、応援しましょう。

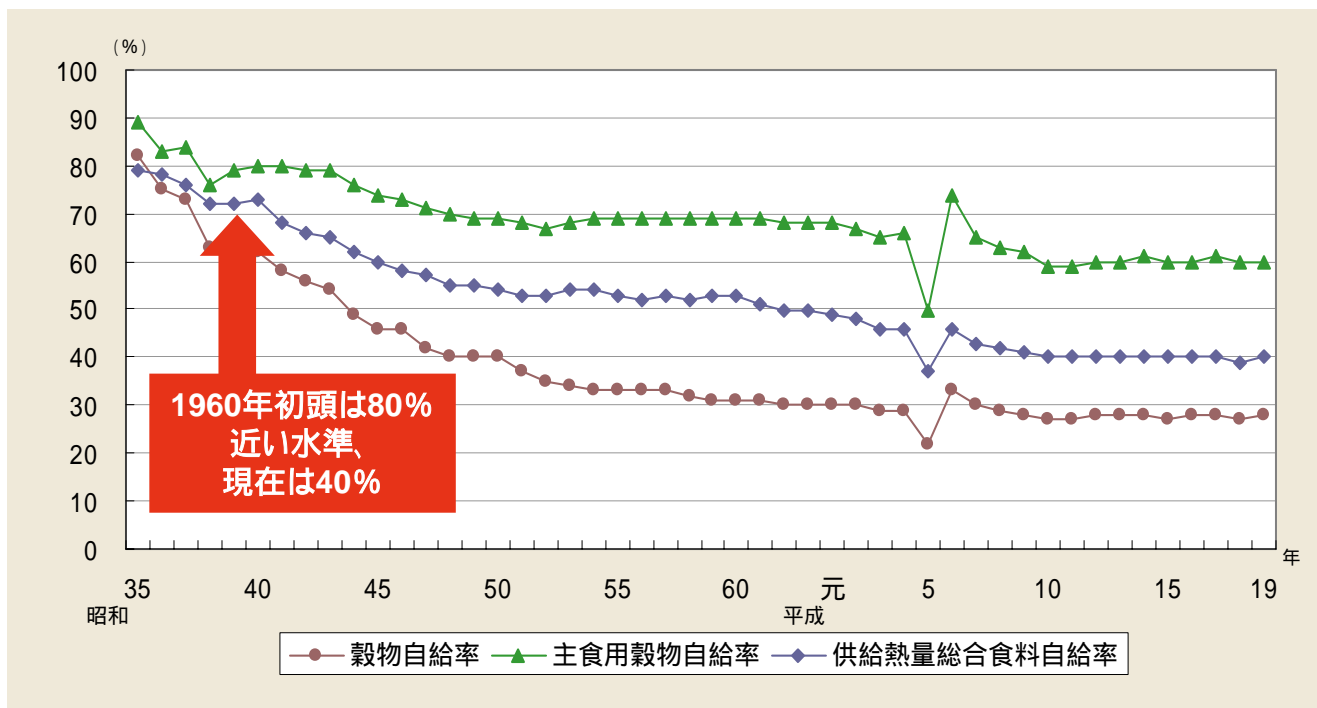
### 3 . FOOD ACTION NIPPON の目標

2015年度までに、  
現在40%である食料自給率(カロリーベース)を  
45%まで向上させることで、  
「“おいしいニッポンを”残す、創る」ことを目指します。

食料自給率45%へ(政府目標)



食料自給率の推移



## 4. 運動名称・キャンペーンロゴ・キャンペーンメッセージ

食料自給率向上に向けた国民運動を推進するために、「FOOD ACTION NIPPON」という運動名称を設定し、国民運動の社会的周知・理解を求めています。また、消費者の本運動への具体的な参加を促すためにも、推進パートナーである企業・団体の皆さまと一緒に、本キャンペーンロゴ(キャンペーンマークも別途作成中。後日リリースいたします)を様々な場面で活用し、国産農産物の拡充に向けた国民運動を推進していきます。

### 運動名称

安心を、未来へつなぐ食料自給率1%アップ運動

# FOOD ACTION NIPPON

### キャンペーンロゴ



**FOOD ACTION NIPPON**  
安心を、未来へつなぐ食料自給率1%アップ運動

### キャンペーンメッセージ

**子供たちの子供たちも、  
その、ずーっと先の子供たちも  
食べていけますように。**

この想いを、老若男女、誰にでもわかりやすく伝えることが重要であると考えました。

食の未来は、ニッポンの未来。  
そのために“おいしいニッポンを”選択して、  
使う、食べることで、その料理や素材、食文化や、  
そのおいしくて、顔が見える安心が、  
未来に引き継がれていきます。

“おいしいニッポンを”残す、創る。そんな想いをこめています。

## 5 . FOOD ACTION NIPPON 推進本部の組織体制

FOOD ACTION NIPPON推進本部が、国民運動の総合戦略を企画検討する「推進組織」、各地・各分野で国民運動推進のための具体的な事業を展開する「推進パートナー」、推進組織の活動を盛り上げる「応援団」の中核組織をベースに国民運動を推進。より多くの消費者の参加を促していきます。

### FOOD ACTION NIPPON 推進本部

FOOD ACTION NIPPON  
推進パートナー

FOOD ACTION NIPPON  
推進組織

FOOD ACTION NIPPON  
応援団

食料自給率向上  
推進委員会

食料自給率  
向上協議部会

国民広報部会

ポイント制度・  
顕彰部会

消費者

FOOD ACTION NIPPON クラブ会員  
(webにて登録)

# 国民運動推進本部を支える3つの機関

## 1. FOOD ACTION NIPPON 推進組織

## 国民運動の全体戦略を構築する実行本部

国民運動の総合戦略を企画立案する機関。有識者、事業者、企業などから構成される委員会及び3つの部会を立ちあげ、国民運動の活動方針や企業アライアンス(提携)の手法の開発、ポイント制度や認証マークの検討、顕彰事業等の仕様を策定していきます。

### 食料自給率向上推進委員会



国民運動の考え方と展開についての方針を協議・決定します。各部会(食料自給率向上協議部会/国民広報部会/ポイント制度・顕彰部会)で討議する内容を踏まえ、次年度以降の推進委員会の活動方針等を検討していきます。また、国民運動を社会に定着させるため各地域でのシンポジウム事業や食料自給率向上フェア等イベント等を実施し国民運動をリードしていきます。

## 推進委員会メンバー(平成20年10月6日現在)

国民各層に訴求力のある経済界、地域社会、学識経験者、消費者、マスメディア関係者の代表者により構成

赤池 学	ユニバーサルデザイン総合研究所 代表取締役所長
荒蒔 康一郎	キリンホールディングス取締役会長
大木 美智子	消費科学連合会会長
小田 禎彦	加賀屋代表取締役会長
川勝 平太	静岡文化芸術大学 学長
木場 弘子	キャスター・千葉大学特命教授
小泉 武夫	東京農業大学応用生物科学部 醸造科学科教授
佐々木 孝治	ユニー取締役会長
澤浦 彰治	グリーンリーフ代表取締役社長
生源寺 眞一	東京大学大学院農学生命科学研究科長 農学部長
高野 孟	インサイダー代表取締役兼編集長
田崎 真也	ソムリエ
寺島 実郎	日本総合研究所会長
三村 明夫	日本経済団体連合会副会長

(以上 50音順 敬称略)

## 食料自給率向上協議部会



農業者・農業団体、食品産業事業者、消費者・消費者団体等の関係者により、自給率向上に向けた計画的な取組の推進、工程管理を行います。国民運動への関与者を増やすための仕掛けづくり、連携スキームを検討します。

**座長(予定): 小泉武夫 東京農業大学**  
**応用生物科学部醸造科学科教授**

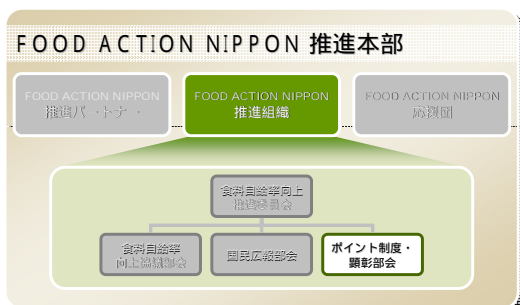
## 国民広報部会



運動を日本全国へ広げていくための効率的・効果的な広報の在り方を検討します。メディアとの継続的な関係性構築をもとにした広報活動展開をはじめ、Web等を活用した国民運動の仕組みづくりを検討します。

**座長(予定): 田崎真也 ソムリエ**

## ポイント制度・顕彰部会



消費者が商品購入時に活用できるポイント制度、認証マーク普及に向けた各種システムを開発します。加えて、事業者や生産者等が主体的に本運動に参画するための、顕彰事業制度を検討します。

**座長(予定): 赤池学 ユニバーサルデザイン総合研究所長**

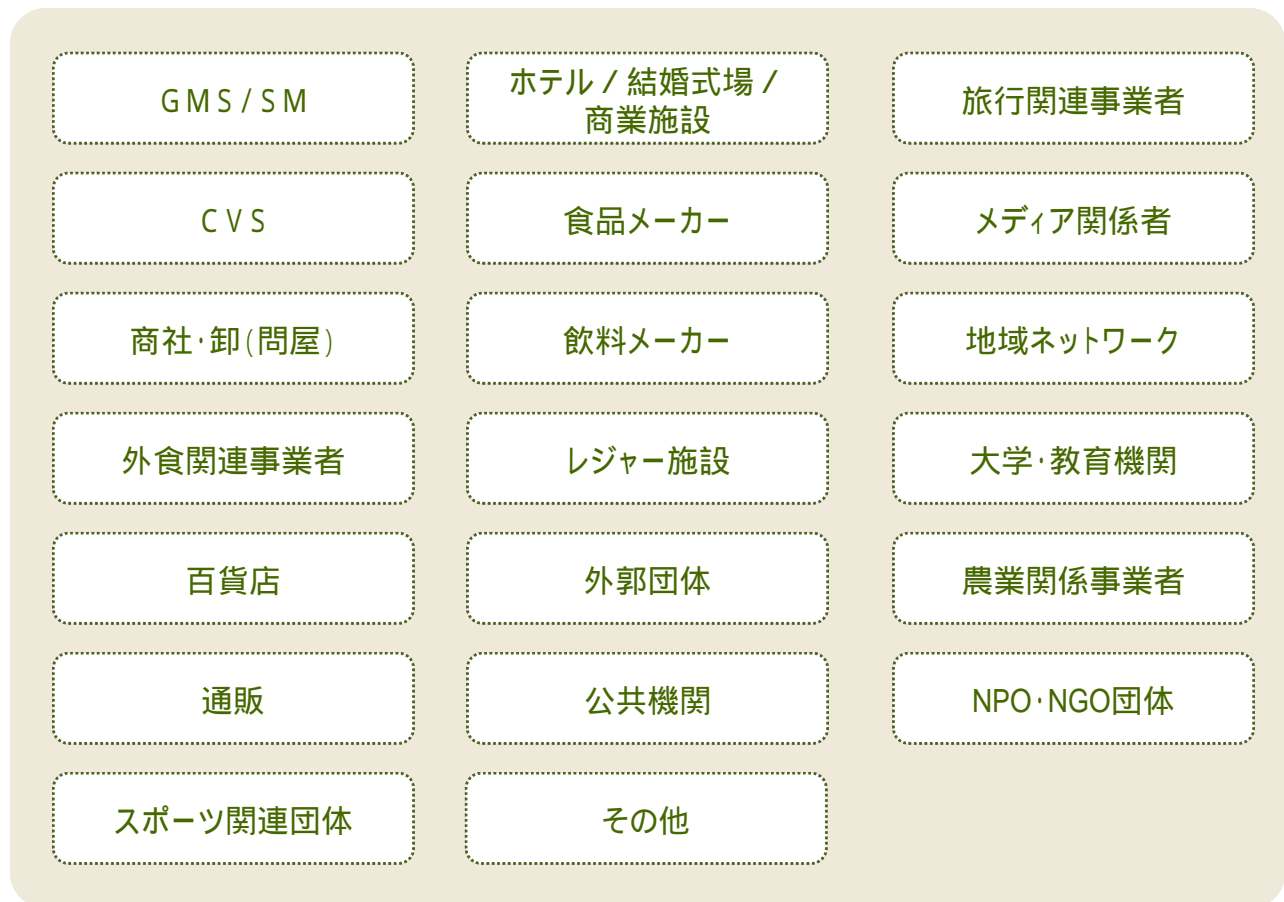
## 2. FOOD ACTION NIPPON 推進パートナー

## 国民運動をサポート



流通・食品などの企業、旅館・ホテルなどの事業者、大学や地元経済界、自治体などに国民運動の推進パートナーとなっただき、国民運動をより具体化していく役割を担っていただきます。国産農産物消費拡大に向け、業種・業態を問わず、より多くの企業・団体等の参加を要請していきます。

### 参加を想定している企業・事業者の例



下記ウェブサイト「FOOD ACTION NIPPON 推進パートナーについて」で  
応募方法ほか詳細をご覧ください。

<http://www.syokuryo.jp/>



国民運動をより一層推進していくため、著名人、芸能人、アスリート等に様々な事業への参画を依頼し、消費者の関心を高めていきます。

青島 健太	スポーツジャーナリスト
浅野 秀則	フォーシーズ社長
石田 純一	俳優
太田 雄貴	北京五輪フェンシング男子フルーレ個人・銀メダリスト
奥田 政行	シェフ
柿沢 安耶	シェフ、パティシエ
要 潤	俳優
菊川 怜	女優
工藤 公康	プロ野球選手
小山 薫堂	放送作家
笹森 道彰	シェフ
島田 亨	楽天球団社長
谷本 歩実	北京五輪柔道女子63kg級・金メダリスト
辻口 博啓	パティシエ
AAA	アーティスト
永井 美奈子	フリーアナウンサー
永島 敏行	俳優、農業コンサルタント
リリー・フランキー	作家、イラストレーター

(2008年10月6日現在 50音順 敬称略)

# 3つの観点から 国民運動を推進していきます。

### 国民運動『FOOD ACTION NIPPON』に対する関心喚起

国民全般への食料自給率向上の必要性和  
国民運動『**FOOD ACTION NIPPON**』の趣旨や内容の伝達

- ・ 『FOOD ACTION NIPPON』の趣旨や内容伝達広報キャンペーン
- ・ 国産農産物消費拡大月間の実施(11月)
- ・ 推進パートナー企業のご協力による国民運動への関心喚起
- ・ 特別シンポジウム/子供たちへ向けての取り組み 等

### 推進パートナー(企業・団体)による運動への参画

『**FOOD ACTION NIPPON**』の趣旨に賛同いただいた  
推進パートナー企業・団体による主体的な活動の展開

食に関わる企業を中核に据えつつも趣旨に賛同する幅広い種類の企業・団体に参画を呼びかけ

- ・ 地域ネットワークにおける地域の事業者・関係団体による活動
- ・ 推進パートナー企業・団体による国産農産物の消費拡大活動
- ・ すぐれた取り組みに対する顕彰制度の導入

### 消費者参加の仕組みの構築

一般消費者対象にWebサイトで『**FOOD ACTION NIPPON**』  
に関する関心喚起・情報提供・会員組織化を推進

- ・ Webサイトで食料自給率に関する啓発、旬の国産農産物情報を提供
- ・ 会員組織化しメールマガジンを発行

< 次年度以降 実施予定 >

- ・ 消費者の購買を支援する商品の認証マークやポイント制度の開発と普及

## 7. 『FOOD ACTION NIPPON』に対する関心喚起

### 地域版「食料の未来を描く戦略会議」の実施

国民運動が全国へと波及していくことを目指し、年間を通じて恒常的に本国民運動に関わる事業を推進していきます。

各地域に地域版「食料の未来を描く戦略会議」を設置、2008年9月から全国各地でシンポジウムを開催、「世界食糧デー（10月16日）」直前の10月13日には東京で特別シンポジウムを開催します。

#### 食料の未来を描くシンポジウム 平成20年10月13日(月・祝)

#### 「食料の未来を描くシンポジウム」 平成20年10月13日(月・祝)

六本木オリベホール(各線六本木駅)

主催:農林水産省、東京新聞、全国地方新聞社連合会

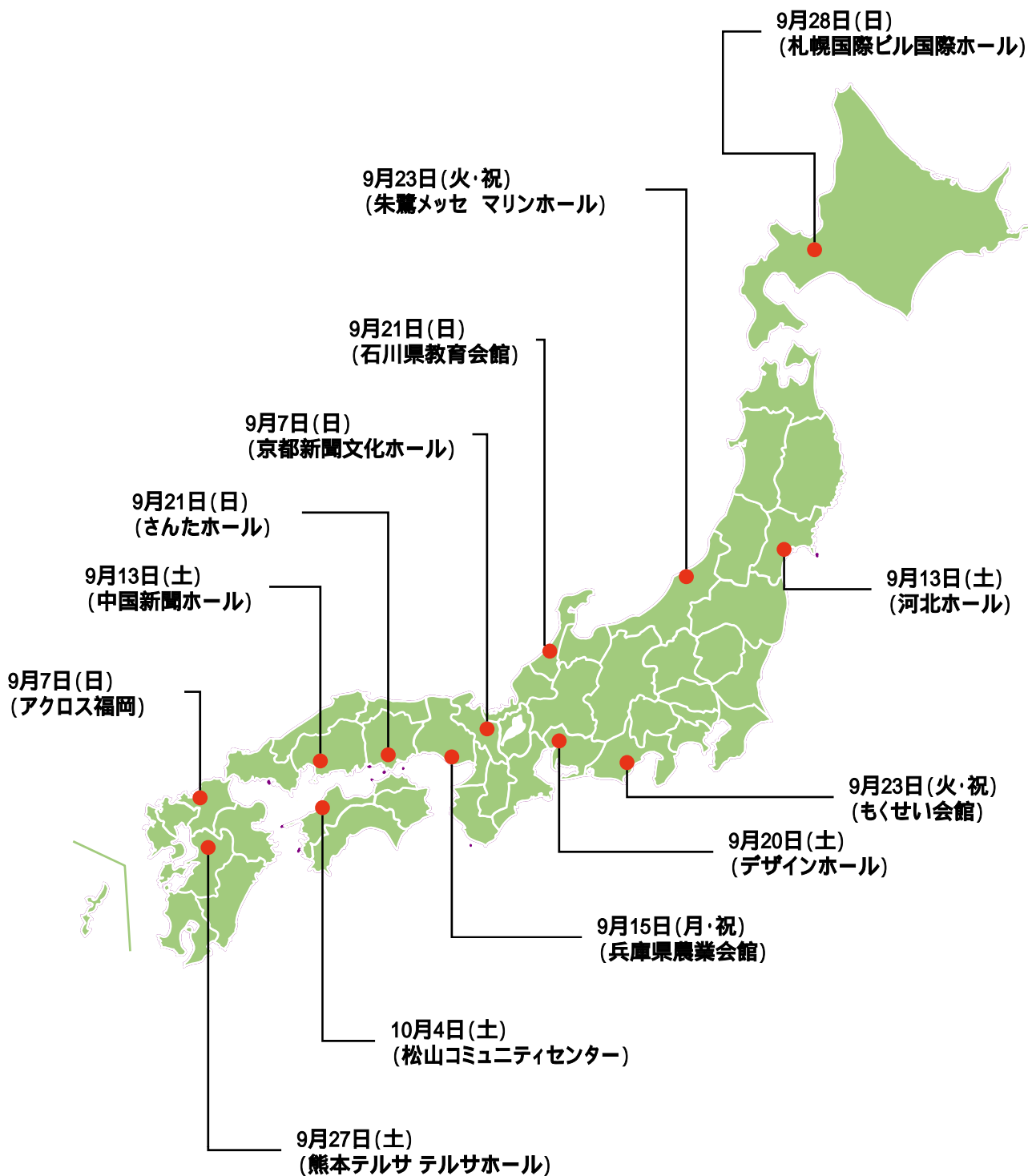
後援:NHK、共同通信社

プログラム	映像放映: 「食料の未来を確かなものにするために」 パネルディスカッション: 第一部 食料自給率40%の持つ意味は? 第二部 食料自給率をどう上げるのか? 第三部 日本の食料とこれからの農業
パネリスト	生源寺 眞 一 東京大学農学部長 竹 村 英 久 全国農協青年組織協議会会長 竹 田 利 明 株式会社イトーヨーカ堂常務執行役員 竹 内 富貴子 管理栄養士 末 松 広 行 農林水産省大臣官房食料安全保障課長
コーディネーター	中 村 靖 彦 農政ジャーナリスト



写真はイメージです

参考：地域で展開してきた“ともに考えよう！ 私たちの食料の未来”シンポジウム



## 国産農産物消費拡大月間の実施

### 消費者向けの啓発イベントや活動の推進

国民運動を話題化するための啓発事業を展開。10月23日に大丸有(東京都心の大手町・丸の内・有楽町)エリアを活用したイベントを皮切りに、国産農産物消費拡大月間である11月に、全国各地で集中的なコミュニケーション活動を展開します。

### 東京都心「大丸有エリア」での国産農産物消費拡大月間イベント

## Eat Japan in Tokyo Marunouchi

～日本の中心で、日本を味わう～

10月23日(水)～10月26日(日)

開催場所: 丸ビル・マルキューブ【イベントステージ】  
丸の内仲通り【マルシェ(=市場)展開エリア】  
丸の内カフェ・エコッツェリア【ワークショップ開催場所】

#### 内 容

- ・Live! マルシェ(10/25-26)  
全国の農業生産者による市場(マルシェ)の出展  
場所 / 丸の内仲通り【マルシェ(=市場)展開エリア】  
単なる物産市ではなく、食材に対する思いや取り組みを出展農家がプレゼンテーションする試み。
- ・レストランメニュータイアップ(10/23-26)  
国産食材のメニューを提供するレストランに  
FOOD ACTION NIPPONロゴを付与。  
国産食材のメニュー選定を呼びかけることで、  
実際に消費拡大を図る。  
特別タイアップしたレストラン店舗では、マルシェ出展農家の食材を採用した国産特別メニューを提供。
- ・その他シンポジウム、トークショー、ワークショップなど

#### 目 的

普段何気なく口にしている料理。快適便利を追求している今時代において、その料理で使われている食材を生産している農家に直接会ったことはあるだろうか。今回のイベントでは、食材を生産する農家との出会いを創出するだけでなく、エリア内のレストランとタイアップすることによって、その食材を実際にエリアで食べることができる仕組みにすることで、本当の意味での食べる喜びと感謝を感じることのできるイベントとしていく。そのことによって、生活者の方々の食や農に対するリテラシーを向上させ、国産農産物を食べるというACTIONが、国産農産物を作り出す農家や、それを生み出す環境を守ることに繋がることを理解していただく。この取り組みを、あえて丸の内エリアという都市生活の中心地にて行うことによって、全国を巻き込んだ国民運動へと発展させていく。

## 東京・赤坂エリアでの国産農産物消費拡大月間イベント

### Sacas 村の収穫祭

10月31日(金)～11月3日(月・祝)

開催場所: 赤坂Sacas(Sacas 広場 赤坂ギャラリー)

#### 内 容

- ・**収穫体験**  
Sacas広場に設けられた畑で収穫体感の場を提供。
- ・**国産食材のフードコート**  
各世代の有名人が日本の食卓メニューをプロデュース。
- ・**自給率ヒストリー展示**  
生活の変化と食料自給率の関係を、展示や映像でわかりやすく展示。
- ・**スタンプラリーアトラクション**  
食料自給率について学べるスタンプラリーやクイズを展開。

## 大阪・梅田エリアでの国産農産物消費拡大月間イベント

### Feel Japan Food in Osaka ～天下の台所で味わう、おいしいニッポン～ 11月7日(金)～11月25日(火)

開催場所: ハービスOSAKA、ハービスENT

#### 内 容

- ・**マルシェ(地産品即売ワゴン)**  
国産の食材を朝市風にその場で販売
- ・**大阪地域食材メニューコンテスト**  
料理学校の生徒による「大阪の食材を使ったメニューコンテスト」
- ・**トークショー**
- ・**著名人によるステージイベント**
- ・**ラジオ局による抽選会**  
国産野菜等が当たる抽選会
- ・**レストランタイアップ**  
期間中のオリジナルメニューの提供等

東京・日本橋エリアでの国産農産物消費拡大月間イベント

Feel Japan Food in Nihonbashi  
～ 伝統の街で体感する、ニッポンの食～  
11月14日(金)、15(土) 予定

開催場所: コレド日本橋

- |     |   |
|-----|---|
| 内 容 | ・レストラン等、施設タイアップ(11月1日(土)～)<br>・FOOD ACTION NIPPON パネル展示 |
|-----|---|

東京・お台場エリアでの国産農産物消費拡大月間イベント

お台場オトナPARK2008  
～ 素敵な大人の3DAYS～  
11月22日(土)～11月24日(月・祝)

開催場所: フジテレビ本社屋

- |     |  |
|-----|--|
| 内 容 | ・オトナPARK限定の御弁当販売をはじめとする「全国の駅弁まつり」<br>・FOOD ACTION NIPPONパネル展示 /VTR放映<br>・食に関するセミナー(これからはじめる！オトナセミナー)展開 |
|-----|--|

イベント内容については、変更になる場合があります。  
公式サイト(<http://www.syokuryo.jp>)にて、決定次第お知らせ致します。

## 国産農産物消費拡大月間では、 下記のような施策を通してメッセージを訴えていきます。

### 旅館・ホテルネットワーク展開

全国のホテル、旅館を国民運動推進の「メディア」及び「実践と体験の場」として活用。

- 地元産品の見直しやメニュー開発の機会づくり
- 地産メニューを組み入れた宿泊商品等を開発・販売  
都市と地域を繋ぐ活動の活性化と具体的実践

#### 旅行商品企画

国内旅行キャンペーン商品として商品開発(宿泊プラン)し、協力施設での重点展開を図っていく。



### [道の駅] 関東を中心とした99駅でのキャンペーン展開

関東の「道の駅」における、地産地消促進のための物販コーナー、キャンペーンなどの展開

関東99ヶ所の「道の駅」において、各駅おすすめの地域の食材を販売するなどして地産地消を啓発する。

#### 展開目標

3ヶ年計画とし、2010年度の全国展開を目標とする。

2008年度(下期)	千葉県南房総地域をはじめとするモデル地域を重点に、関東中心に参画施設(駅)を展開。
2009年度	前年度実績をもとに、各地域連絡会を協力母体に展開を拡大。
2010年度	全国880駅の拠点駅を中心にキャンペーンの全国展開を図る。



### その他の施策 例

- ・レシコンテストの実施
- ・クッキングスクールでの展開
- ・落語での「食」をテーマにした講談やイベントの実施
- ・プロ野球選手会イベントでの食のフォーラム開催

## 子供たちに向けての取り組み

未来を担う子供たちに食料問題への積極的な行動を促すために、子供向けの事業を展開します。まずは、地域の小学校と連携した「小学生新聞ブログ」の実施、「子ども食料大使」の選出等、子供向けの事業を推進していきます。

### 小学生新聞ブログ

中央大学・松野良一教授(ジャーナリズム論)の指導のもと、全国14エリアの小学校で展開します。

小学生のメディアリテラシー教育の促進を目的に開発された「新聞ブログ」を活用し、子供たち自身に、「地域の食」に関する取材・ブログ新聞の作成をしてもらうことで、子供たちから地域の食に関するメッセージを発信してもらいます。

実施時期 平成20年10月から12月

実施地域 北海道、宮城県、石川県  
新潟県、東京都、静岡県  
愛知県、京都府、兵庫県  
岡山県、広島県、愛媛県  
福岡県、熊本県

( 予定)

### 子ども食料大使

上記で、新聞ブログの制作にかかわった小学生の中から、各校1名の「子ども食料大使」を選出します。

さらに小学生向け新聞と連携し、読者向けに「日本の食料自給率」についての情報発信を行い、それについての感想意見を募集。優れた意見を出してくれた子供たちから10名程度の「子ども食料大使」を選出します。

全国から選出された子ども食料大使は、2月下旬に東京に集結。改めて食料自給率の現状についての勉強会開催。勉強会を通じて、今自分達にできることをまとめ、首相に提言を行います。

## 8. 推進パートナー獲得の仕組みづくり

### 推進パートナーの募集 と 各種キャンペーンの展開

「国産農産物の消費拡大」と「食料自給率の向上の普及・啓発」という国民運動の趣旨に沿って、企業・団体の皆さまに「FOOD ACTION NIPPON」の推進のため主体的に活動を展開する推進パートナーとして参加を呼びかけていきます。

推進パートナーとしての許諾を得た企業・団体は、FOOD ACTION NIPPONの運動名称のロゴやマークを活用して、下記のような活動展開をすることができます。

#### 推進パートナーによる活動の例

- ・国産農産物の生産を推進
- ・国産農産物を使用した加工品の開発・生産を推進
- ・国産農産物、およびそれを使用した加工品の販売を促進
- ・国産農産物、およびそれを使用した製品の消費拡大に関わる活動を実施
- ・国産農産物の消費拡大や食料自給率の向上に関わる活動を推進
- ・企業・団体の成員と家族または関係者へ国産農産物の消費拡大や食料自給率の向上に関わる啓発活動などを推進
- ・ロゴやマークの広報や広告その他での提示により、当運動への支援意思を表明する

### 顕彰制度の導入

食料自給率向上のために効果的な活動の事例(ベストプラクティス)を各地から発掘し、顕彰することを通して、全国へベストプラクティスを普及させることを目指します。

#### 顕彰制度の原則

需要創造と消費量拡大の両側面からベストプラクティスを発掘します。

#### 需要創造の取り組み例:

国産食材を活用したPB開発、旬の商品開発、農業分野への進出

#### 消費量拡大の取り組み例:

活発なマーケティング、他業種を巻き込んだフェア開催

通販、メーカー、地域飲食店・旅館による、先行取り組み事業者の事例の導入

## 9. 消費者参加の仕組みづくり

### FOOD ACTION NIPPON公式サイトの開設

#### 公式サイト開設

10月6日(月)から公式サイトを公開いたします。  
国民運動のさまざまな取り組みや、応援団からのメッセージなどをご紹介します。

トップページ



<http://www.syokuryo.jp>  
(携帯サイト) <http://www.syokuryo.jp/mobile/>

アライアンスバナーについて

FOOD ACTION NIPPONでは、本運動に賛同いただける推進パートナーのHP等に、本運動の公式バナーを添付していただき、本運動の公式サイトへのリンクをお願いしていきます。

## スペシャルコンテンツ「こくさん」の公開

スペシャルコンテンツでは、運動のBtoC向けのマスコットキャラクター「こくさん」をナビゲーターとして、日本の四季の「旬の食情報」を展開していきます。

テーマは「日本のごはんをおいしくする」。  
消費者と同じ視点から「こくさん」が日本の旬の食材情報や、旬の素材を用いたレシピ情報を提供。  
スペシャルコンテンツを見ただけで「食べたい!」「おいしそう!」と感じられる「シズル感のある写真とコピー」で消費者においしく楽しい食生活へのきづきとなる情報提供を行っていきます。

スペシャルコンテンツ「こくさん」は、2008年10月23日公開予定です。

### 「こくさん」 キャラクター について

「こくさん」の  
正式なイラストは  
2008年10月23日の  
スペシャルコンテンツ  
公開時に発表いたします。  
予定

「こくさん」は、<国産食材>や<コックさん>を想起させる語呂合わせから名づけられたキャラクターです。  
子供からお年寄りまで、誰からも愛される、コミカルでかわいいキャラクターとして育てていきます。  
「こくさん」の食への興味の視点や感じ方は、あくまで消費者視点。“食料自給率問題を語る先生”ではなく“消費者の代表”である「こくさん」から、日本の旬や食材について考えるきっかけや、具体的な行動へのはじめの一步の気づきを提供していきます。  
ご期待ください!

### スペシャルコンテンツについて

「こくさん」をナビゲーターとした楽しいコンテンツを展開します。

食材テーマコンテンツ	四季折々の旬の素材をとりあげ、知ると食事がより楽しくなる情報や、食卓をおいしくするレシピ情報を展開
旬感マップコンテンツ	日本各地の食材出荷情報を食材ごとに日本地図上に表示。 日本のいまの旬の食材情報や、旬の移り変わりを追うことができるコンテンツ。
「こくさん」 旬の旅コンテンツ	「こくさん」キャラクターが日本各地に登場、旬の食材を探していく紀行コンテンツ

### メールマガジンについて

FOOD ACTION NIPPONクラブ会員(個人会員)の会員特典として、日本のごはんをおいしくするメールマガジン「こくさん便り」をお届けします。

## ポイント試行実験の実施

消費者、流通、食品メーカーそれぞれを動機付けるポイントを活用した取組の検討・普及に向けて取り組んでいきます。今年度は、次年度以降の検討に向けて、実験的な取組の試行を行ないます。

具体的には、消費者が国産農産物を使った食料品などを購入した際にポイントを付与。そのポイントを使って、消費者が特産品との交換などができる実験的な取組を行います。

ポイント試行実験に協力いただく事業者に対して、FOOD ACTION NIPPON 推進本部では下記のような支援を行ないます。

### **戦略的な広報活動：**

事業者の取り組みを広報面から支援します

### **ポイントプログラムを活用した国産食品フェアの支援：**

各種店頭販促ツールの提供、ポイント販促効果検証作業を行います

### **さまざまな連動イベント：**

複数のイベント展開により世の中の盛り上がりを醸成します

# 資料編

---

「食料の未来を描く戦略会議」( )のメッセージを受けて、  
国産農産物を選択することで、  
食料の自給率の向上のみならず、  
国民の健康増進やふるさとの活性化、  
地球環境の保全等にも貢献し、  
我が国が誇る食の安全と豊かさを子供たちの世代に  
引き継いでいくことを目指す国民参加による運動を展開。

「食料の未来を描く戦略会議」とは、毎日の生活に欠くことのできない食料について、世界の状況を正確に把握した上で、国民に対する食料の安定供給の確保を図るための方向性について議論し、食料問題に関する認識を国民全体で共有するため、内閣総理大臣を食料・農業・農村政策推進本部長として開催を決定。平成19年7月に農林水産大臣主催により有識者10名により第1回会合が開催。平成20年5月までに合計5回の会合を通じて、世界の食料需給の現状と将来の見通し、食料の6割を輸入する我が国の食料供給に及ぼす影響などが議論され、食料の未来を確かなものにするために関係者が取り組むべき事項が国民へのメッセージとして取りまとめられました。

### 「食料の未来を描く戦略会議」メンバー（五十音順：敬称略）

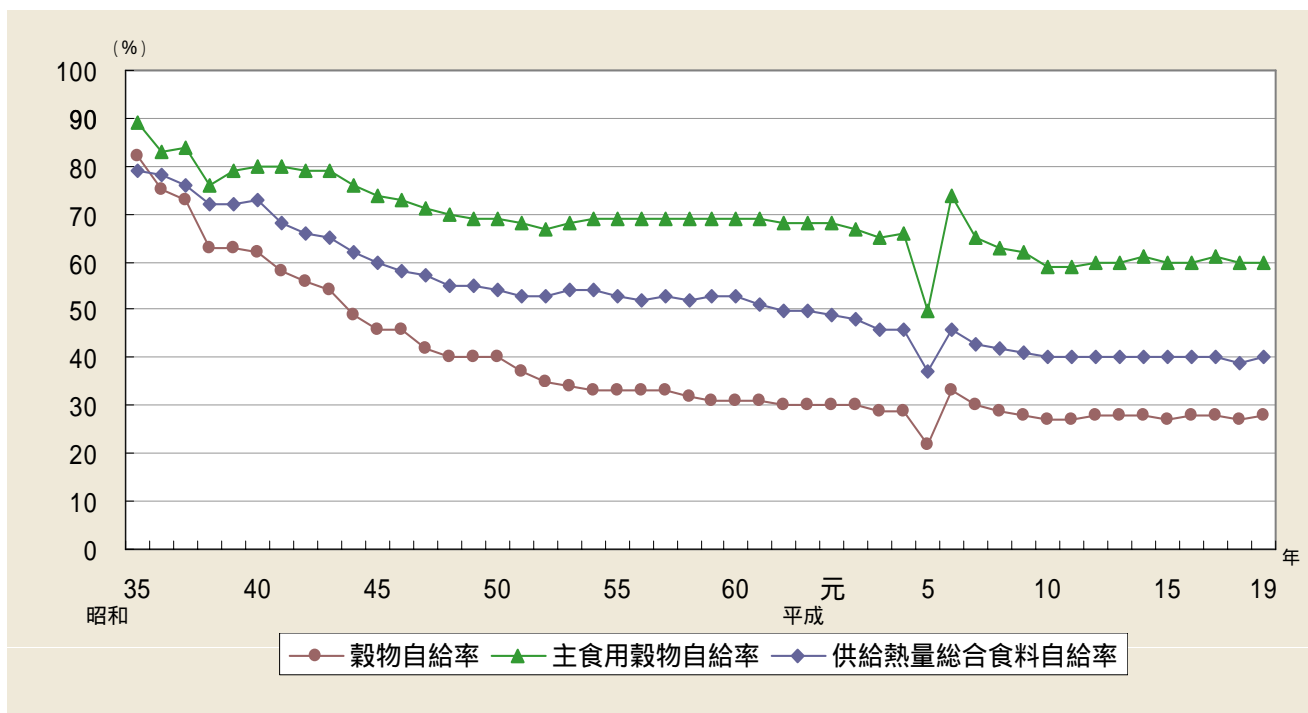
大 木 美智子	消費科学連合会会長
川 勝 平 太	静岡文化芸術大学 学長
木 場 弘 子	キャスター、千葉大学特命教授
佐々木 孝 治	ユニー取締役会長
澤 浦 彰 治	グリーンリーフ代表取締役社長
(座長) 生源寺 眞 一	東京大学大学院農学生命科学研究科長・農学部長
高 田 万由子	タレント・女優
ももせ いづみ	生活コラムニスト
(座長代理) 養 老 孟 司	東京大学名誉教授
米 倉 弘 昌	住友化学代表取締役社長

参考：食料の未来を描く戦略会議 webページ（農林水産省webサイト内）  
[http://www.maff.go.jp/j/study/syoku\\_mirai/index.html](http://www.maff.go.jp/j/study/syoku_mirai/index.html)

## 2. 食料自給率の推移

食料自給率とは、国内の食料消費が国産でどの程度まかなえているかを示す指標です。

### 食料自給率の推移



(単位: %)

年 度 西 暦	昭和35 1960	40 1965	45 1970	50 1975	55 1980	60 1985	平成2 1990	7 1995	12 2000	17 2005	19 2007
穀 物 自 給 率	82	62	46	40	33	31	30	30	28	28	28
主 食 用 穀 物 自 給 率	89	80	74	69	69	69	67	65	60	61	60
供 給 熱 量 総 合 食 料 自 給 率	79	73	60	54	53	53	48	43	40	40	40

### 主要先進国の食料自給率の推移

(単位: %)

	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2003
オーストラリア	199	206	230	212	242	233	261	280	237
カナダ	152	109	143	156	176	187	163	161	145
フランス	109	104	117	131	135	142	131	132	122
ドイツ	66	68	73	76	85	93	88	96	84
イタリア	88	79	83	80	77	72	77	73	62
オランダ	69	65	72	72	73	78	72	70	58
スペイン	96	93	98	102	95	96	73	96	89
スウェーデン	90	81	99	94	98	113	79	89	84
スイス	48	46	53	55	60	62	59	61	49
英 国	45	46	48	65	72	75	76	74	70
アメリカ	117	112	146	151	142	129	129	125	128

### 3. 食料自給率向上の必要性 ~「食料問題は、いまや世界の主要リスクの一つ」~

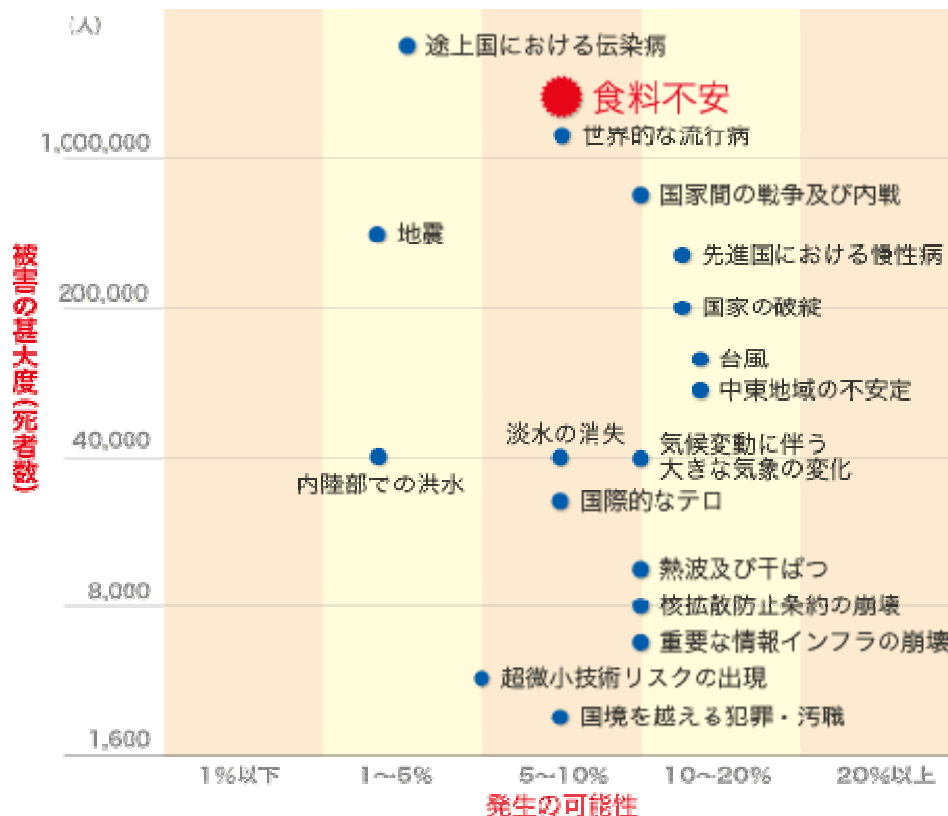
#### 「食料問題は、いまや世界の主要リスクのひとつ」 世界経済フォーラム報告「グローバルリスク2008」より

毎年、世界各国の首脳や、多数の知識人、ジャーナリストが参加する「ダボス会議」を主催するWEFは、2008年1月9日、「グローバルリスク2008」と題した報告書を発表。食料安全保障について、金融システム、サプライ・チェーン、エネルギーと並ぶ世界規模の主要リスクであると分析しました。

報告書では、トウモロコシや小麦の価格高騰に触れ、食料安全保障が世界的・地域的観点で、主要なリスクの一つとして顕在化し、これまでの歴史の中で繰り返されてきた短期的な状況変化ではなく、不確実性が増しており、これまでにない根本的な変化が起こっている可能性にも言及。急激な人口増加に加え、途上国におけるライフスタイルの変化による食料需要増大の加速化、バイオ燃料の需要増加、気候変動による食料生産の不安定化などが今後の食料安全保障の問題に大きな影響を与える要因と分析。

結論として、各国の政策担当者は食料を戦略物資として再考し、政策を見直す必要があると指摘し、近い将来、世界の食料供給システムの回復力が試されるような事態が発生すると予測しています。

「グローバルリスク2008」によると、食料不安による死者数は100万人以上で、国際テロ、国家間の戦争や世界的な流行病より多くなると予想されています。



注：世界経済フォーラム報告「グローバルリスク 2008」を基に、農林水産省で作成。

#### 我が国の食料供給の安定の確保へ

現在、我が国ではカロリーベースで6割の食料を諸外国に依存しており、これ以上依存度を高めれば、食料供給の不安定感が高まります。

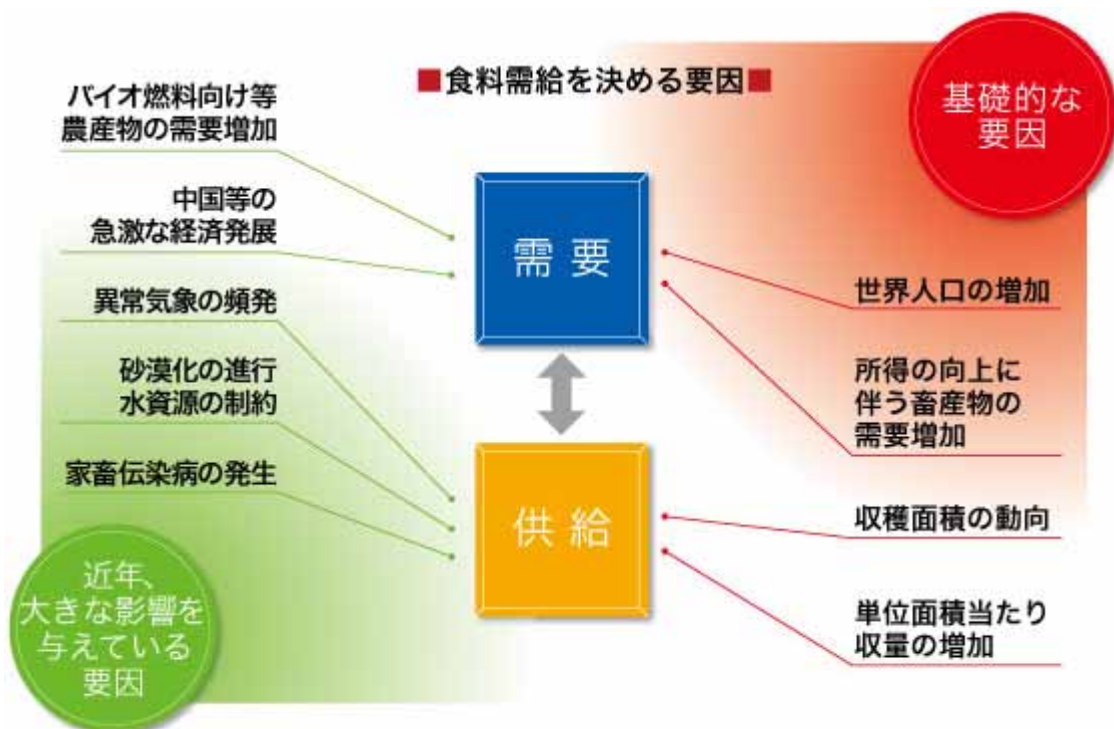
今日、わが国では、持続性に優れた生産基盤である水田をはじめとする国内の農業資源は十分に活用されることなく、耕作放棄地や不作付地が拡大しています。また、輸入食料を特定の少数の国に依存しているため、わが国の食料供給の構造が相手国の供給余力に左右されやすいことを認識する必要があります。

発展途上国の貧困層を中心に十分な食料を保障できない状態がさらに悪化することも懸念されます

国内の農業資源を確保すること、輸入食料を安定的に確保すること、さらに輸入がストップするなど万一の事態に備えて主食用・飼料用穀物を備蓄することが重要です。また、国内の農業資源を有効活用するため、日頃から、

1. 必要な農地の確保
2. 農業の担い手の確保・育成
3. 農業技術水準の向上・技術の普及を図り、国内における食料供給力を確保していくこと

が重要です。



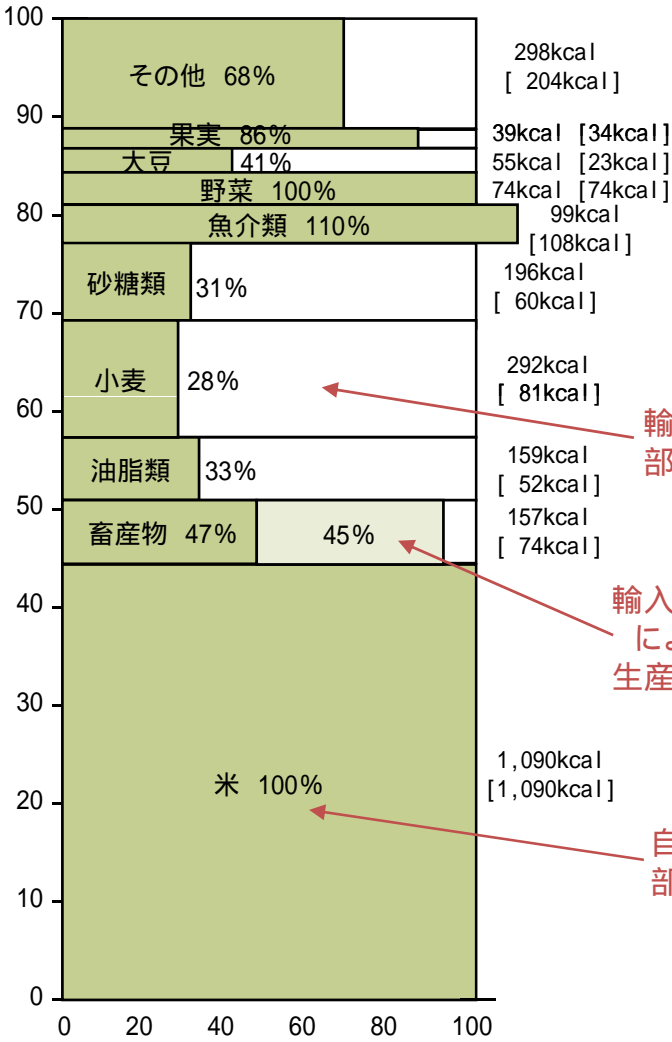
# 4. カロリーベース自給率の内訳

## カロリーベースの総合食料自給率(昭和40年度と平成19年度)

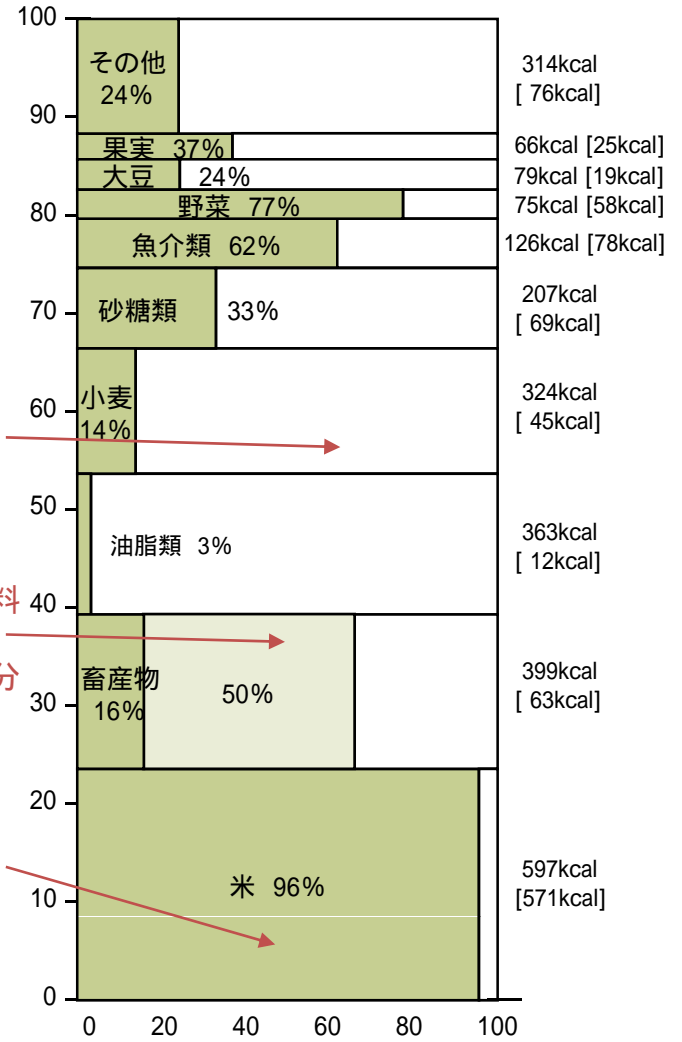
総供給熱量 2,459kcal / 人・日  
 [国産熱量 1,799kcal / 人・日]

総供給熱量 2,551kcal / 人・日  
 [国産供給熱量 1,016kcal / 人・日]

供給熱量割合 [%]



供給熱量割合 [%]



輸入部分

輸入飼料による生産部分

自給部分

品目別供給熱量自給率 [%]  
**【昭和40年度】**  
 (供給熱量総合食料自給率 73%)

品目別供給熱量自給率 [%]  
**【平成19年度】**  
 (供給熱量総合食料自給率 40%)

お問合せ先

**FOOD ACTION NIPPON 推進本部事務局**

(農林水産省「食料自給率向上に向けた国民運動推進事業」委託事業)

105-7001 東京都港区東新橋1 - 8 - 1 (株式会社 電通内)

TEL . 03-6217-2101 FAX . 03-6217-2109

担当 木村昌嗣、<sup>コワグチ</sup>小和口薫(広報・PR)



FOOD ACTION NIPPON 推進本部