

国産農林水産物・食品への理解増進事業

【150百万円】

対策のポイント

国産農林水産物・食品の需要を維持・拡大するため、付加価値の高い国産品に対する消費者の理解や信頼を高めるとともに、商工会議所・商工会等と連携して都市圏の消費者目線で地域産品のブランドを構築する取組を推進します。

<背景／課題>

- ・「総合的なＴＰＰ関連政策大綱」に即し、経営マインドを持った生産者が将来への不安を払拭し希望を持って経営発展に取り組むためには、国産農林水産物・食品の需要を維持・拡大していくことが不可欠です。
- ・このため、安全性や環境面等での付加価値が高い国産品に対する消費者の理解や信頼を高めるとともに、都市圏の消費者目線での地域産品のブランド化を推進することで、生産者と食品関連事業者、消費者の結び付きを強化していく必要があります。

政策目標

付加価値の高い地域産品の新規市場を創出（平成32年度までに160億円）

<主な内容>

1. 国産品への理解増進のためのイベント実施事業

80百万円

特に若い世代をターゲットとして、国産農林水産物・食品に対する消費者の理解や信頼を高めるため、消費者が多く集まるショッピングモール、スタジアム等の大規模集客施設を活用して、全国の地域特産品を集め、その魅力や生産者の声を消費者に伝えるイベントを実施します。

（委託費
委託先：民間団体等）

2. 生産者と食品関連事業者の連携促進事業

70百万円

観光、健康等の新たな需要につながる分野を重点に、都市圏の消費者目線での地域産品の商品開発を推進するため、商工会議所・商工会と連携して、ビッグデータを活用したマーケティング力の強化、生産者と食品関連事業者のマッチング、消費者目線での地域産品のブランド化等の取組を支援します。

（補助率：定額
事業実施主体：民間団体等）

[お問い合わせ先：食料産業局食文化・市場開拓課（03-6744-2352）]

国産農林水産物・食品への理解増進事業

【平成28年度補正予算:1.5億円】

- ・国産農林水産物に対する消費者の理解や信頼を高めるため、大規模集客施設を活用して、全国の地域特産品を集め、その魅力や生産者の声を消費者に伝えるイベントを開催。
- ・併せて、商工会議所・商工会等と連携して、都市圏の消費者目線での地域産品のブランド化を推進することにより、国産農林水産物の需要を維持・拡大。

①消費者の理解を促進する大型イベント

【80百万円(委託)】

- ・ショッピングモール、スタジアム等の大規模集客施設に、全国各地から、知名度は高くないが魅力のある“埋もれた”地域特産品を集め、若い世代をターゲットとした大型イベントを開催

②地域の生産者と食品関連事業者等との連携促進

【70百万円(補助)】

- ・都市圏の消費者目線での地域産品の商品開発を進めるため、ビッグデータを活用したマーケティング力の強化、生産者や食品関連事業者等のマッチング、地域産品のブランド化等を支援

・国産農林水産物の需要の維持・拡大
・付加価値の高い地域産品の新規市場を創出
(平成32年度までに160億円)