

「やっぱり国産農畜産物推進運動 ～みんなのよい食プロジェクト～」 のJAグループ愛媛における取り組みについて

平成20年6月9日
愛媛県農業協同組合中央会

1. 目的

世界的に食料事情が逼迫するなか、わが国における食料自給率の低下やBSE・輸入食品事故等の頻発を受け、生活者自らの命にかかわる食料についての、量・質両面からの不安や不信の高まりとともに、安全・安心な国産農畜産物や日本農業への関心が従来にも増して高まってきている。

JAグループは、この機を踏まえ、生活者に安全・安心な食料として国産農畜産物を供給する日本農業とそれを補完するJAの役割について、更なる理解を促進し、今後の農業対策ならびに適正な生産コストの価格転嫁等について国民的議論の喚起と合意形成を図る。

2. 展開方針

- (1) 継続的に安全・安心な国産農畜産物を提供していくための生産者・JAの取り組み姿勢を明らかにする。
- (2) 日本農業の現状やその適正な生産コストの価格転嫁等について、データ等を提供するなどして、国民自身の問題として問いかけるものとする。
- (3) 本運動は、JAグループ役職員全員により取り組むとともに、各組織および青年部・女性部を通じてJAグループ全体で連携をとりながら統一的に展開する。
- (4) 本年3月よりJAグループ愛媛で独自に取り組んできた「JAグループ愛媛食料自給率向上消費者・県民理解促進運動（「食卓があぶない！」地産地消で愛媛の食を守る運動）」については、本運動の一環として継続して取り組むこととする。

3. 訴求先

一般生活者

4. 訴求の概要

国産農畜産物提供にかかるJAグループの取り組み姿勢、ならびに国民自らの食のあり方について、食料自給率の向上を基本として、次の3つの視点から訴求する。

(1) 安全・安心な国産農畜産物の提供

(トレーサビリティへの取り組み、環境保全型農業への取り組み等)

(2) 適正価格での国産農畜産物の提供

(農業の担い手の育成支援、農業経営の合理化支援等。また、原油・飼料高騰による国内農業への理解促進等)

(3) 将来にわたっての継続的な国産農畜産物の提供

(食農教育・学校給食への食材提供を通じた地産地消の普及・推進、加工品向け農畜産物供給への強化対策、規格の統一・コスト削減対策、飼料をはじめとする戦略的な作物対策、適切な WTO ルールの構築に向けた取り組み、農業の多面的機能を維持する取り組み等)

5. 運動展開の概要

(1) 運動展開の基本的考え方

今年度の運動にあたっては、上半期を強化期間とし、シンボルマークを作成・活用することにより、当運動に対する国民的理解と認知・参画を図る。

また、JAグループとしては、下記の3点を基本に取り組む。

- ① JAグループ全体で統一感を持ち取り組む。
- ② JAグループ各組織における従来の広報展開について、今日的課題をクローズアップすることにより強化・発展させる。
- ③ 組合員をはじめとし、JAグループ役職員全員の自らの行動による取り組みとする。

(2) 運動の名称

- ① JAグループ内における呼称
「やっぱり国産農畜産物推進運動 ～みんなのよい食プロジェクト～」として展開する。
- ② JAグループから外部への発信にあたっての呼称
「みんなのよい食プロジェクト」として展開する。

(3) 各組織等における検討の進め方

- ① JA全中理事会における協議を受け、各組織はそれぞれが取り組む運動内容を検討し、順次、展開を図る。
- ② 都道府県段階および全国段階においては、それぞれ連絡協議会を設置して、JA中央会・JA全中が事務局となり、各組織における運動展開に加えて各段階における横断的な対策の検討を行う。なお、本県においてはJA愛媛農政対策協議会をもって本プロジェクトの連絡協議会とする。
- ③ 各事業系統においては、必要に応じて、JA全国連が事務局となり、機関会議等において各事業系統における運動展開について協議し、展開を図る。

(4) 具体的な運動展開

① 運動展開にあたっての準備 [期間：～平成20年6月]

組織的に運動を展開するにあたって、運動の訴求項目(安全・安心な国産農畜産物の提供、適正価格での国産農畜産物の提供、将来にわたっての継続的な国産農畜産物の提供)を表現する素材を、JA全中が提供する。

(素材例)

- ・ 広報素材(シンボルマークを付すなどしたリーフレット、ポスター、のぼ

- り、バッジ、シール、各種グッズ等) の制作
- ・ 広告素材 (シンボルマークを付すなどした広告版下、TV およびラジオ統一CM等) の制作
- ・ 運動への参加意識醸成のための仕組みの構築 (食育ごま、5・A・DAY、3・A・Day等の仕組み)
- ・ その他

② J Aグループ各組織における運動展開 [期間：平成20年6月～]

J Aグループ各組織 (J A、J A都道府県連合会・J A中央会、J A全国連・J A全中、女性組織、青年組織等) において、上記の統一素材を積極活用して運動を展開していく。

また、全役職員による街宣活動の展開を視野に入れた全国統一の特別運動日を年3～4回程度設定する。

「食卓があぶない！」地産地消で愛媛の食を守る運動で取り組んできた、「J A車両用啓発ステッカー」については、本運動期間中は継続して貼付することとし、J A等からの要望を受け増刷する。また、『愛媛版』直売所紹介パンフレットの作成・配布についても、J A等からの要望等を考慮し、本運動のシンボルマークを付した上で増刷し、J Aの直売所等に配置する。

(J Aにおける展開例)

- ・ 広報誌、ホームページ、各種チラシ、取り扱い農産物等へのシンボルマークや運動への参加意識醸成のための仕組み等の印刷・貼付
- ・ 統一広報資材を活用したJ Aの役職員全員による街宣活動の展開
- ・ 運動展開に関する地元NHKや県紙等へのパブリシティ
- ・ その他

(J A都道府県段階における展開例)

- ・ 統一広告素材を活用した電波媒体での広告 (既存枠の内容置き換え等)
- ・ 統一広告素材を活用した紙媒体での広告 (出稿予定枠の内容置き換え等)
- ・ 既存展開中のCMへのシンボルマークやテロップ等の挿入
- ・ 広報誌、ホームページ、各種チラシ等へのシンボルマークや運動への参加意識醸成のための仕組み等の印刷等
- ・ 統一広報資材を活用したJ A都道府県段階の役職員全員による街宣活動の展開
- ・ 運動展開に関する地元NHKや県紙等へのパブリシティ
- ・ その他

(全国的な展開例)

- ・ 東名阪地域等の大消費地圏における小売店とのタイアップによるポスター・チラシ設置とポップ広告展開
- ・ 国産農畜産物購入者を対象者としたプレゼントキャンペーン等への協力
- ・ WEBコンテンツによる情報提供
- ・ 統一広報資材を活用したJ A全国段階の役職員全員による街宣活動の展開

- ・ 統一広告素材を活用した電波媒体での広告（既存枠の内容置き換え、新規）
- ・ 統一広告素材を活用した紙媒体での広告（出稿予定枠の内容置き換え、新規）
- ・ 展開中のCMへのシンボルマークやテロップ等の挿入
- ・ 広報誌、ホームページ、各種チラシ等へのシンボルマークや運動への参加意識醸成のための仕組み等の印刷・貼付
- ・ 運動展開に関するNHKや共同通信、全国紙等へのパブリシティ
- ・ その他

③ 運動展開に関するパブリシティ [期間：平成20年6月～]

J Aグループ各組織（J A、J A都道府県連合会・J A中央会、J A全国連・J A全中、女性組織、青年組織等）において、本運動の訴求項目および展開内容についてパブリシティを展開していく。