

## 地産地消あいちSDGs推進キャンペーンについて

食育消費流通課

本県では、県民の方々に「愛知県農林水産業の応援団」になっていただくとともに、県産農林水産物をもっと食べたり、利用していただく地産地消の取組である「いいともあいち運動」を1998年度から進めています。

地産地消は、食材の輸送に伴う二酸化炭素の排出を削減し、環境に配慮した消費（エシカル消費）につながるなど、SDGsの推進にも貢献する取組です。

そこで、県民の皆様へ地産地消のより一層の浸透を図るため、2022年度から「地産地消あいちSDGs推進キャンペーン」を実施しています。

### 1 「地産地消あいちSDGs推進キャンペーン」について

2005年に開催された愛・地球博の公式キャラクター「モリゾー・キッコロ」をアンバサダーとして起用し、公募により選定した「そのひと口が応援になる。」をキャッチフレーズとして、「地産地消の『理解』を深める取組」と「地産地消の『実践』を促す取組」の両面から取組を進めています。



啓発資材（ポスター）

### 2 キャンペーンの内容

#### (1) 2023年度の取組

##### ア デジタルプロモーション

地産地消とSDGsの関連性や県産農林水産物の魅力等を発信するため、「いいともあいち運動」の趣旨や本県のブランド和牛「みかわ牛」、カンキツ新品種「夕焼け姫」等の魅力を紹介する動画を作成し、利用者の多いSNS等を活用してPRを行いました。昨年9月の配信開始からの合計再生回数は64万回を超えており、非常に多くの皆様に「地産地消」に対する理解を深めていただくことができました。

また、小学生を対象とした取組として、県内の公立小学校で全ての児童に配布される「こども新聞」に啓発記事を掲載しました。



SNSでの動画配信



新聞社発行「こども新聞」での記事掲載

## イ いいともあいち地産地消デジタルスタンプラリー

普段の食生活の中でSDGsの推進にも貢献できる地産地消の実践を促すため、「いいともあいち推進店」となっている飲食店や販売店等を巡るデジタルスタンプラリーを実施しました。今年度は、新たに大手量販店等の参加を得て、昨年度の156店舗を大きく上回る541店舗で実施しました。9月から5か月間で、延べ1万8千人以上に参加いただくなど、多くの賛同を得て、地産地消の実践を推進しました。

また、キックオフイベントとして安城産業文化公園デンパークで実施した「いいよね!愛・地産フェア」において、知事や「モリゾー・キッコロ」、チアグランパスが県民の皆様に地産地消と県産農林水産物の利用を呼びかけました。



デジタルスタンプラリー (ポスター、実施状況)

いいよね!愛・地産フェア (2023年9月16日)

## ウ 民間企業による「いいともあいち運動」の広がり

- イオンリテール(株)により、「いいともあいちフェア」が継続的に開催され、県産農林水産物の販売促進を実施(2013年～毎年開催)
- (株)セブン-イレブン・ジャパンにより、県産農畜産物を使用した商品を販売する「いいともあいち応援フェア」が7月と10月に大々的に開催され、地産地消をPR(2023年度)
- 伊藤忠食品(株)が開催したBtoB展示会「FOOD WAVE 2023 NAGOYA」で地産地消コーナーが設置され、「いいともあいち運動」や県産農林水産物をPR(2022年度、2023年度)
- この他にも、「いいともあいち運動」を核として民間企業が相互に連携し、独自の企画が展開されるなど、県産農林水産物の販売促進等を実施
- 事業者からの届出に基づき、シンボルマークを表示している商品数1,539商品(2024年1月現在)



民間企業による取組の様子

## (2) 2024年度の取組

さらに広く県民に地産地消の理解を一層深めるために、今年度好評を得た動画のバリエーションを拡大するとともに、量販店に設置したデジタルサイネージを用いたデジタルプロモーションを実施します。

また、実践を促すことを目的としたデジタルスタンプラリーについて、参加店舗においてメニューフェアを実施するなど、働き盛りや若い世代に向けたプロモーションの強化を図り、継続して実施します。