フード・アクション・ニッポン アワード 2014

おいしい日本の未来を育てる賞です。

主催：フード・アクション・ニッポンアワード 2014 実行委員会　共催：農林水産省

受賞プロジェクト

決定

これから先、日本の子どもたちが、さらにその次の世代の子どもたちも、安心しておいしく食べていける環境を残したい。そんな願いからスタートした「フード・アクション・ニッポン」。国産の農林水産物の消費拡大に寄与する優れた取組を表彰する「フード・アクション・ニッポン アワード」は今年で6年目となりました。今年は大手企業・地域の企業・団体・行政・大学などさまざまな分野からの応募があり、総応募数は992件に達しました。独自の視点やアイディアで日本の食と向きあう人々の活動が、今、日本全国に幅広く展開されています。

大賞

旬の国産トマトをストレートに味わう「カゴメトマトジュースプレミアム」

カゴメ株式会社

「今年の発売はまだですか？」

これはカゴメが季節限定でつくっていたストレートタイプのトマトジュースを待ち望む声。トマトの健康への働きが注目されてから、5月になるとこんな電話がかかってくるようになりました。その流れをくんで発売されたのが、その年のとれたて国産完熟トマトからつくられた「カゴメトマトジュースプレミアム」です。

「トマトヌーヴォーの日」に販売解禁。

プレミアムは2014年8月5日に出荷され、その日は「トマトヌーヴォーの日」としてカゴメ全社員がかかわるイベントを展開。さらりとしたのどごしと香り、畑でトマトを食べたような味わいが好評でした。プレミアムを含むカゴメの国産トマトジュースの2014年度の売り上げは、当初計画の10億円を上回る見込みです。

※本年度の販売は終了しています。

トマトのことなら、何でもカゴメに。

創業以来、日本でいち早く契約栽培を行ってきたカゴメは、農家と二人三脚でトマトの品質の向上に努力してきました。より多くの人に飲んでもらうためには、国産のトマトがさらに必要となるため、生産地も拡大させてきました。そんな中、東日本大震災が起き、カゴメは被災地での農業支援に乗り出します。収入が不安定な農家や、復興のために大規模農業を始める人にとって、トマトの契約栽培は心強いものとなりました。農業高校での実習授業に加工用トマトの苗を提供し、未来の農業人材育成の後押しも始めています。青森県弘前市においては行政と連携し、耕作放棄地での生産を計画的に進めています。おいしいトマトジュースは、日本の農業再生にも貢献しているのです。

商品部門　最優秀賞

「コメネピュレ™」による新たな米需要の創出

株式会社 大潟村あきたこまち生産者協会
ネピュレ株式会社

若い生産者が夢と希望をもてる農業を。

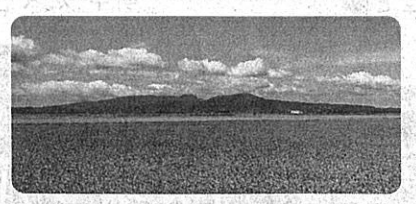
秋田県大潟村の農家が生産者協会を設立したのは1988年のこと。「自分たちが生産した米を全国の消費者に直接お届けしたい」という気持ちが原点にありました。さまざまな努力を重ねてきましたが、大きな壁となったのが、生産者の高齢化と後継者不足。それを乗り越えるためのアイディアが、お米の新しい消費スタイルの創出でした。

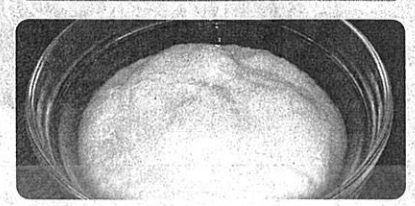
お米からつくったピューレ「コメネピュレ™」を開発。

手を組んだのは、ネピュレ社。「ネピュレ＝NEXT（次世代の）PUREE（ピューレ）」技術とは、農産物を素材そのままピューレ状にする加工技術。完全無添加で、色、味、香りを損なうことなく、栄養成分の流出も抑えて食材をピューレ状に。この技術を使い、2014年6月「コメネピュレ™」を発表しました。

魅力は、お米の甘みと乳化作用。

コメネピュレ™は、パンの製造に使うと、お米の甘みと乳化作用のため、一部の糖質や添加物が不要に。パン以外でも、スイーツ、アイスクリーム、ヨーグルト、麺などあらゆる食品に混ぜることができ、保水性に富むコメネピュレ™の効果で、しっとりとした食感になります。





食品メーカー、流通業界も期待。

コメネピュレ™入りのパンは、日本人に合うしっとりとしたパン。小麦粉だけを使ったパンよりおいしい、一日目、二日目でもおいしいといった声もあり、コンビニでも販売中です。日本人の味覚に応援されて、コメネピュレ™は国産米の需要拡大に貢献しているのです。

【優秀賞】エースコック株式会社／カルビー株式会社／株式会社 神戸屋／株式会社 サークルKサンクス／サンポー食品株式会社／サッポロビール株式会社／株式会社G・ファーム／昭和産業株式会社／昭和鶏卵株式会社／株式会社トリドール／株式会社 はくばく

販売促進・消費促進部門　最優秀賞

漁師自慢の魚「プライドフィッシュ」で魚の消費を拡大

全国漁業協同組合連合会

おいしい魚は漁師さんが知っている。

日本人の魚の消費量は年々減っていますが、主婦への調査では栄養面・健康面を考えて「魚をもっと食べるようにしたい」「子供にもっと食べさせたい」という結果に。魚の本当のおいしさや、おいしい魚を食べた時の感動を知ってもらいたいというのがプロジェクトの始まりでした。かつては、魚屋さんが「魚のおいしさ」を直接教えてくれていましたが、今は魚屋さん自体減ってきています。そこで、2014年6月に漁師自慢の魚（プライドフィッシュ）のWEBサイトを公開し、「おいしい魚」に関する情報発信をスタートさせました。

同じ明石の鯛でも、おいしいのは春より秋。

春の桜鯛より、秋のもみじ鯛がおいしいように、魚は、同じでも、季節あるいは地域・漁場によってまったく味が違います。そこでJFグループでは、漁師自慢の魚を地域ごと・季節ごとに選定し、漁師が誇りを持って勧める魚を「プライドフィッシュ」とネーミング。料理の専門家やマスコミ関係者等による企画委員会を設置し、様々なイベント活動を通じて、幅広くPRを行っています。

鮮魚の試食実演販売に多くのお客様が押し寄せた。

鮮魚店店頭での試食実演販売では、天候不良にもかかわらず、開店前から長蛇の列ができ、魚への関心の高さを実証することになりました。11月末時点で、22県域63魚種のプライドフィッシュ」が誕生。公式ホームページで公開中です。「プライドフィッシュ」をご当地で食べられる店、買える店等の情報発信や店の検索もできる仕組みとなっています。魚についての正しい知識とおいしい魚を食べた時の感動の広がり。それこそが水産物の消費拡大の鍵となるでしょう。プライドフィッシュ公式サイト（http://pride-fish.jp/）

【優秀賞】農業生産法人 株式会社 赤城深山ファーム／株式会社 魚国総本社／映画「よみがえりのレシピ」製作委員会／京都府 農林水産部 食の安心・安全推進課／株式会社 京急ストア／敷島製パン株式会社／株式会社ダイアスポラ／株式会社 大地を守る会／福岡県 食の安全・地産地消課／漫画兄弟／株式会社 ドリームエージェント

流通部門　最優秀賞

食にまつわる問題を解決！"健康"をキーワードに国産原料で商品を開発するミールソリューション

株式会社 ローソン

「手軽で便利」から「手軽に健康」へ。

2013年10月、「マチの健康ステーション」宣言をしたローソン。その取組の中心となるのが「おいしくて健康な食」を基軸にしたミールソリューションです。健康によい食事は、味わいが乏しいといった先入観を覆し、「おいしく食べて健康に寄与する商品」を届けるため、技術革新と新メニュー開発に挑んでいます。

国産の米糠（ぬか）を使って、糖質をさらにカットしたパンづくり。

新商品のなかでも、小麦の外皮（ブラン）を使うことにより、糖質を抑えた「ブランパン」は、小麦ブランの半分を米糠にすることでさらに健康的なパンとなりました。糖質は従来のブランパンと比べ⅓カット。小麦粉を使用した一般的なロールパンと比較すると約84.3%も糖質カット。食物繊維も豊富。病気などで糖質を制限中の方からも「パンが食べられてうれしい」「もっと種類を増やして」といった声をいただきました。他にも、血糖値の上昇度合いの基準となるG-値が低く、健康に配慮した次世代甘味料と言われる「希少糖」を使った飲料やパン、デザートの開発など、積極的に取り組んでいます。

全国の生産者とローソンのつながり。

全国に1万店以上の店舗を展開するコンビニエンスストアという業態にとって、良質な国産原料を安定的に調達するのは簡単なことではありません。野菜、果物、水産物、畜産物と、各分野に専門の仕入担当者をおき、全国各地の生産者と密にコミュニケーションをとることでこれを実現しています。生産者と連携しておいしくて健康によいものを追求していたら、自然に国産原料の割合が増えてきた、そんな流れがローソンから始まっています。

【優秀賞】生活協同組合 コープさっぽろ／札幌市中央卸売市場水産協議会魚食普及委員会／熊本ネクストソサエティ株式会社／株式会社 農業総合研究所／ひまわり乳業株式会社／らでぃっしゅぼーや株式会社

研究開発・新技術部門　最優秀賞

「ヘルシオお茶プレッソ」で茶葉を挽（ひ）いてまるごと飲む新しい習慣を提案

シャープ株式会社

急須で淹（い）れたお茶には、茶葉の栄養成分が3割しか出ていなかった。

約7割、急須に茶殻として残った栄養成分は、当然、「ゴミとして破棄される。それでは「もったいない」との想いから、茶葉をまるごと使う新商品開発が始まりました。

茶葉の栄養成分を捨てずに飲める、食べられる。

ヒントは茶道。石臼で挽く。茶せんで点（た）てる。日本の伝統文化である茶道で使われる道具をお手本に「挽く・沸かす・点てる」を1台に凝縮した機器をつくりました。まず、臼となる部分で茶葉を挽き、粉末状にした茶を湯に入れて、茶せんで点てるように「回転はね」で混ぜる。茶葉の栄養成分がまるごと入った、おいしいお茶のできあがりです。

急須で淹れないお茶好き30代に響いた。

2014年4月の発売前には購入者の7割は50代以上と予想していましたが、蓋を開けたら、30代にもヒット、という嬉しい誤算もありました。緑茶は年代や性別を問わず好まれていますが、若い世代では毎日急須でお茶を淹れて飲む人は少ない状況。「急須は使わない、だけど緑茶は好き」という、心理をうまくついたことで、新たな緑茶消費への道がひらけました。

約20ミクロンの粉末に、大きな可能性。

開発にあたって、開発チームは抹茶の製茶工場を見学して参考に。その過程で、抹茶のおいしさの秘密のひとつが石臼で挽くことにある、と知り、臼を1分間に約100回とゆっくり回すように設定。また、独自の臼溝形状を採用し、約20ミクロンという小さな粉末を実現しました。挽く機能と点てる機能を別に設定したので、挽いた茶葉を料理に利用することも可能。約20ミクロンの緑茶がみせてくれるのは、新しい日本茶の世界です。

【優秀賞】井関農機株式会社／国立大学法人 愛媛大学／有限会社 金子植物苑／国立大学法人 東北大学大学院農学研究科／鳥越製粉株式会社／独立行政法人 農業・食品産業技術総合研究機構 食品総合研究所

47CLUB（よんななクラブ）で受賞商品を販売中！　47CLUB　検索
47CLUB（よんななクラブ）とは、日本全国の地方新聞社が厳選した逸品を集めたネット通販サイトです。今回の受賞プロジェクト商品の一部をこちらでお買い求めいただけます。 www.47club.jp

こくポ　食べて応援しよう！　医福食農連携 食でつながるイノベーション　米粉倶楽部 米粉で、食料自給率アップ！

さまざまな活動を通じてフード・アクション・ニッポンは日本の食を応援しています。
FOOD ACTION NIPPON　みんなで食料自給率アップ！