

「魅力発見！三陸・常磐もののネットワーク」について

令和5年

経済産業省 福島復興推進グループ

- 三陸・常磐地域の水産業等は、ALPS処理水の放出※に伴う風評の影響の懸念や、燃油価格の高騰、水産資源の減少等の様々な課題に直面。
※ALPS処理水は、2021年4月に決定した政府の基本方針において2年程度後を目途に海洋放出を行うこととされている。
- こうした中、三陸・常磐地域の水産業等を振興するためには、サプライチェーン全体を底上げし、「獲れば売れる。売れるから獲る。」という好循環を産み出すことが必要。
また、“三陸・常磐もの”の魅力を発信することは、ALPS処理水の海洋放出に伴う風評の発生を防ぐことにもつながる。
- 以上の観点から、“三陸・常磐もの”の魅力を発信し、消費を拡大する、政府関係機関、自治体、産業界等が参加するネットワークを立ち上げる。

■ 参考 東日本大震災からの復興の状況等について

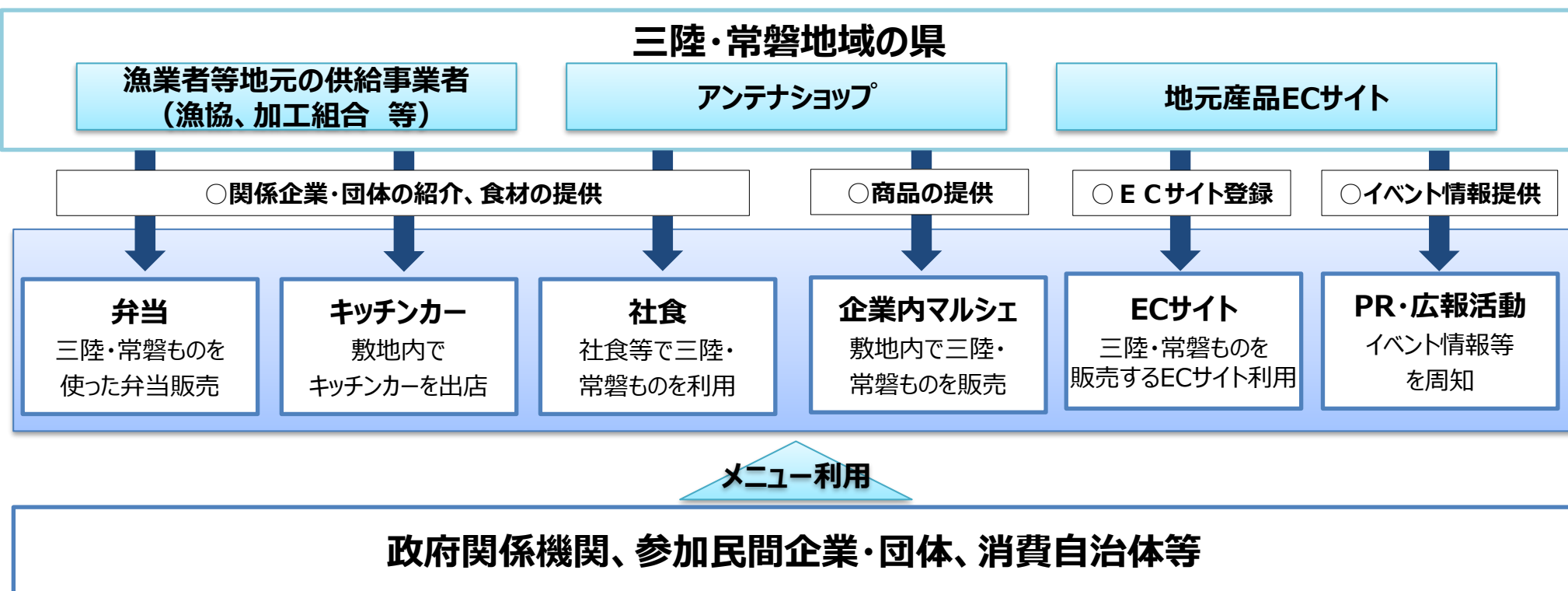
【東日本大震災からの復興の状況について】（復興庁ホームページ）

<https://www.reconstruction.go.jp/>

【東京電力福島第一原子力発電所の廃炉等の状況について】

https://www.meti.go.jp/earthquake/nuclear/hairo_osensui/

- **「魅力発見！三陸常磐もののネットワーク」は、政府関係機関、産業界、消費地を抱える自治体から広く参加を募り、売り手と買い手を繋げることで、“三陸・常磐もの”の魅力発信、消費拡大を推進。**
- 具体的には、**三陸・常磐地域の食材等を紹介し、希望する参加企業等とのマッチングを行い、ALPS処理水の海洋放出に伴い万一風評が発生した場合に参加企業等による“三陸・常磐もの”の積極的な購入を支援（買い支え）。**
- これにより、**ALPS処理水の放出に伴う風評を抑制・払拭するとともに、三陸・常磐地域における水産業等の本格的な復興、将来にわたる水産業等の持続的な発展**につなげる。



- 今後、できるだけ多くの企業・団体・消費自治体の皆様に本ネットワークにご参画いただき、“三陸・常磐もの”の消費拡大を実現したい。
- このため、関係企業・団体・消費自治体の皆様においては、ネットワークへの積極的なご協力・ご参画をお願いしたい。

■ イメージ

① ネットワークへの参加

- 企業等としての参加表明
(経産省HPに社名を公表)
- 基本情報の登録
(職員数、社食利用状況等)

<参加企業等を専用HPで公表>

参加企業等一覧

● ● 株式会社

▲ ▲ 株式会社

■ ■ 株式会社

● ● 株式会社

② “三陸・常磐もの”の購入等

- 月に一度程度、“三陸・常磐もの”の弁当を注文 (例)
- 企業・自治体内での東北復興に関する啓発活動等の実施
- 各メニューの利用状況の報告



③ イベントの実施等

- 半年に一度程度、“三陸・常磐もの”の食品等の消費拡大イベントを実施
- 経産省主催の取組に参加



ネットワーク専用ホームページの利用イメージ



社員食堂等で「三陸・常磐もの」を利用したい企業等と提供事業者を事務局がマッチング



利用可能
サービス一覧

リンク集・イベント情報
LINK ARCHIVE &
EVENT INFORMATION

参加企業一覧
COMPANY LIST

お問い合わせ
CONTACT

弁当やキッチンカー、
社食における
「三陸・常磐もの」
の提供サービスを提示

※サービスの利用は、
参加登録した企業等のみが可能



企業のみなさまへ



社食に関する
お問い合わせはこちら



1. 霞が関全体で実施した取組

- 2022年3月には、**21の省庁が参加し**、福島・宮城産の**お魚弁当を食べて復興を応援**する取組「お魚を食べて復興を応援しよう in 霞が関」を3日間にわたって実施し、**3000食以上販売**。

2. 経産省における取組

- 2021年9月から、省内の食堂で、キノコ、キュウリ、トマト等の福島県産食材を積極的に活用**。
- 加えて、本年6月から、経産省において**福島の水産物等を使った弁当等をキッチンカーにて販売する取組を定期的に開始**。10月まで**計9日開催し、約1,000食販売**。

【2022年6月～】キッチンカーでの販売



岩魚の
塩焼き



あんこうのフィッシュバーガー

【2022年3月】お弁当販売の例



女川産のギンザケ塩焼き



常磐もの穴子けんちん揚げ

○令和4年

・12月20日

ネットワークの立ち上げ

企業・消費自治体等の登録受付開始

メニューの利用促進、企業への参加依頼

※参加企業等において、月に1回程度、三陸・常磐ものの社食、弁当等の消費を行うイメージ

○令和5年

・春頃

三陸・常磐ものの消費拡大イベント、参加企業数等の実績の公表（予定）

※参加企業等による三陸・常磐ものの弁当等の消費イベント

・夏頃

三陸・常磐ものの販促フェア

※参加企業等における弁当の消費やキッチンカーの利用の拡大キャンペーンに加え、
同時期に一般消費者向けのイベントを実施

企業における取組事例

- **パナソニックグループ**は、福島県とパートナーシップを組み、本社（大阪府門真市）と大阪ビジネスパーク拠点の**社員食堂**で、**魚を中心とした福島県の農畜水産物を定期的（月1回程度）・継続的に提供する取組を実施**。2022年10月末現在で6拠点に展開中、**11月にさらに3拠点導入予定**。

企業・経営 / プレスリリース

2022年1月25日

福島県の産品を社員食堂で定期的、継続的に提供

「福島『復興』応援アクション～食べることで福島を応援しよう！～」を開始

パナソニック株式会社は、福島県とパートナーシップを組み、本社（大阪府門真市）と大阪ビジネスパーク（大阪府大阪市中央区、以下、OBP）拠点の社員食堂で、魚を中心とした福島県の農畜水産物を定期的（月1回程度）、継続的に提供する取り組みを開始します。

この取り組みは、東日本大震災から10年以上経過した今でも風評影響を受けている福島県を、食べることによって応援することを目的としたものです。社員食堂で福島県産の食材を使ったメニューを提供し、同時に福島県が実施している食に対する様々な取り組みを正しく従業員に知らせる啓発活動も併せて行うことで、従業員の消費行動の変容を促します。まずは、2拠点の社員食堂の給食事業者であるエムサービス株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：小谷 周）の協力を得て開始し、今後は、順次、賛同いただける給食事業者の協力の輪を広げながら、他の国内拠点の社員食堂への提供拡大も進めていく予定です。

当社ではこれまで、社員食堂を従業員に楽しく、体験的に社会課題を学び、その解決に向けたアクションを起こす機会を提供する場とすべく、様々な取り組みを行ってきました。

具体的には、2009年9月から、貧困の解消に向けた「Table for Two (<https://jp.tablefor2.org/about/>)」への寄付、2018年3月から、日本で初めて「サステナブル・シーフード」を継続的に提供、2019年9月からは、当社が雇用した障がいのある人が運営を行う農園「パナソニックファームみよし」の作物の提供と、プラスチック使用削減を目的とした紙製バック飲料への切り替えなどを行っています。特に、サステナブル・シーフードの当社社員食堂の導入は、累計54拠点に達しており、当社の取り組みをきっかけに、現在、18社の給食事業者や、38社^{*}の社員食堂で導入が進みました。今回の社員食堂における福島県産の食材を使ったメニュー提供においても、社会に広く発信すること等を通じ、正しく「知り」、福島県産品を選んで「食べる」ということが、社会のムーブメントとなるように取り組んで参ります。

当社では、今回の取り組みを通じて、震災からの復興という「社会課題」の解決、ひいては、SDGs目標11（住み続けられるまちづくりを）の達成への貢献を目指します。

^{*} 当社調べ。14社は導入済、24社は認証取得済拠点保有。



- 三菱地所は、本社の社員食堂にて、“福島フェア”を開催（令和4年1月17日～21日）。
- 喜多方ラーメンや浪江焼きそば、ソースカツ重、馬肉カレーなどの福島メニューを提供した。

◆福島フェアの様子



- キャノンは、本社社内食堂にて、“福島フェア”を開催（令和2年3月23、25日）。
- 喜多方ラーメン、会津ソースカツ丼を提供した。

◆福島フェアの様子



- みずほ銀行は、本店社内食堂にて、“福島県フェア”を開催（令和2年3月11日～13日）。
- 喜多方ラーメン、銘柄鶏 伊達鶏ささみカツ、会津カレー焼きそばを提供した。

◆福島フェアの様子



- 鹿島建設は、赤坂別館において、“福島県特産品フェア”を開催。
- 福島鯖を用いたメニューも販売した。

◆福島フェアの様子



■ 魅力発見！三陸・常磐もののネットワーク 公式サイト

<https://sjm-network.jp/>

※ご参加頂ける皆様は下記の登録フォーマットより、ご登録をお願いします。

<https://sjm-network.form.kintoneapp.com/public/kigyous-entry>