

1 ごはんを食べよう国民運動の「シンボルマーク」「キャッチフレーズ」「おむすびの日」の募集・制定

ごはんを食べよう国民運動の趣旨がイメージでき、親しみが持てる「シンボルマーク」と、運動の推進にふさわしい「キャッチフレーズ」(20文字以内)、“お米だけでなく、心も結ぶおむすび”にふさわしい日付「おむすびの日」を平成12年に公募し、審査のうえ決定した。(平成12年12月26日に記念日登録)

シンボルマークは親しみやすく人気があり、毎年使用したいという問い合わせがある。キャッチフレーズは当協議会発行の小冊子やグッズの中で活用し、運動の趣旨を訴求することに役立っている。

国民運動の原点である“阪神・淡路大震災の記憶と人々の善意への感謝の気持ち”を後世に伝えるものとして、「1月17日はおむすびの日」と制定して以降、毎年「おむすびの日」記念アンケートの実施、会員による「おむすびの日」普及啓発イベントの開催という形で定着していき、国民運動の主要な活動となっていった。

1月17日を中心にその前後の期間に、全国各地で活発に開催される啓発活動の様子は、地元新聞や全国紙でも頻繁に取り上げられ、多くの人に浸透していき、ごはんを食べよう国民運動を広める大きな役割を果たした。

□募集期間	平成12年7月18日～9月14日	□審査員(敬称略)	
□応募点数	シンボルマーク部門 684点	天野 祐吉	木村 尚三郎
	キャッチフレーズ部門 4,422点	永田 萌	今井 通子
	おむすびの日部門 2,661点	黛 まどか	中村 靖彦
	合 計 7,767点		

(敬称略・肩書きは当時のもの)

(1)「シンボルマーク」部門

最優秀作品

入賞者:松岡 英男(グラフィックデザイナー)



(2)「キャッチフレーズ」部門

最優秀賞作品 なし

優秀作品 「ごはんが好きな あなたが好き!」 入賞者:本間 滋之(無職)

// 「今日ごはんに会いましたか?」 入賞者:松本 聡(公務員)

// 「ごはん列島、おかわり自由。」 入賞者:矢野 雅也(出版・マスコミ)

(3)「おむすびの日」部門

• 最優秀作品 「1月17日」 入賞者:森澤 多美子(無職)

理 由:阪神・淡路大震災の日。とくにボランティアによる炊き出し(おむすび)は、本当に人々を助けました。いつまでもこの善意を忘れないため。



- 優秀作品 「6月6日」 入賞者:藤田 智子(主婦)
理 由:むすんでむすんでおむすびよ
- 優秀作品 「10月10日」 入賞者:西塚 なおみ(主婦)
理 由:お皿に乗ったおむすびを連想しました。また、10月10日は、1年で1番晴れる日が多いということなので、運動に遠足に外へおむすびを持って出かける日にしたいと思いました。

2 「おむすびの日」記念アンケートの実施(平成12年～29年度)

「おむすびの日」を記念して、インターネット、携帯サイト等を活用し、抽選で当選者におこめ券をプレゼントする「おむすびの日」記念アンケートを毎年実施した。(全18回、計464,851名から応募)

アンケートにはたくさんの人から応募をいただき、その結果はメディアでも頻繁に取り上げられるなど、多くの人が「おむすび」に関心を寄せるきっかけとなった。

【アンケート結果】(メディアで掲載されたものから一部抜粋)

(1)「おむすびの具として好きなもの」をこれまで8回調査した。

第1回目(平成12年度)と8回目(平成26年度)を比較すると、ベスト3は1回目が「梅干」18.3%、「鮭」17.4%、「鰹節(おかか)」10.2%で、8回目は「鮭」27.5%、「梅」16.1%、「明太子」14.9%であった。

第1回目ではすべての年代で1位が「梅干」、2位が「鮭」。8回目では、全ての年代で「鮭」が1位であったが、2位は10～20代の若い世代で「ツナ」、30代で「明太子」、40代以上で「梅」であった。(P62に関連記載あり)

(2)「おむすびが似合う有名人」を2回調査した。

1回目(平成19年度)は、1位が「山下 清」8.7%。2位は「石塚 英彦」6.8%、3位が「香取 慎吾」であった。2回目(平成21年度)は、1位「石塚 英彦」4.3%、2位「福山 雅治」4.2%、3位「ベッキー」3.3%、4位「香取 慎吾」2.2%であった。

(3)平成23年度(第12回)調査の「おむすびの似合うスポーツ選手」では、1位は東北楽天ゴールデンイーグルスの「田中 将大」13.9%、2位はシアトルマリナーズの「イチロー」8.1%、3位は女子サッカーなでしこジャパンの「澤 穂希」7.8%であった。

区分	応募期間	応募者数	区分	応募期間	応募者数
第1回	平成12年12月28日～ 平成13年3月17日	7,089	第6回	平成18年1月13日～ 平成18年2月28日	11,764
第2回	平成13年12月1日～ 平成14年1月31日	113,000	第7回	平成18年12月27日～ 平成19年2月28日	10,295
第3回	平成14年12月3日～ 平成15年1月31日	57,311	第8回	平成20年1月4日～ 平成20年2月29日	19,399
第4回	平成15年12月14日～ 平成16年2月15日	68,604	第9回	平成20年12月26日～ 平成21年2月28日	30,318
第5回	平成16年12月17日～ 平成17年2月13日	29,680	第10回	平成22年1月4日～ 平成22年2月28日	9,070

区分	応募期間	応募者数	区分	応募期間	応募者数
第11回	平成23年1月4日～ 平成23年2月28日	11,686	第15回	平成27年1月7日～ 平成27年2月28日	15,482
第12回	平成24年1月17日～ 平成24年2月28日	12,307	第16回	平成28年1月6日～ 平成28年2月29日	16,685
第13回	平成25年1月4日～ 平成25年2月28日	22,913	第17回	平成29年1月5日～ 平成29年1月31日	7,884
第14回	平成26年1月7日～ 平成26年2月28日	14,218	第18回	平成30年1月4日～ 平成30年1月31日	7,146

3 会員との共催(平成12年度～29年度)

協議会会員が主体となって、1月17日を中心に、JA全中お米ギャラリーや、全国各地でお米に関する多彩なPRイベント・キャンペーンを実施し「1月17日はおむすびの日」の普及・啓発を行った。各地でのイベントはメディアでも多く取り上げられ、国民に身近な「おむすび」を通して、一般の方々に広く国民運動の趣旨を普及することにつながった。

JA全中(全国農業協同組合中央会)お米ギャラリー・ごはんミュージアムとの共催イベントの実施ヶ所

12年度	3ヶ所	16年度	4ヶ所	19年度	2ヶ所
13年度	3ヶ所	17年度	4ヶ所	20年度	1ヶ所
14年度	4ヶ所	18年度	2ヶ所	21年度	1ヶ所
15年度	4ヶ所				

会員との共催イベントの実施ヶ所数

12年度	1ヶ所	18年度	12ヶ所	24年度	18ヶ所
13年度	9ヶ所	19年度	12ヶ所	25年度	19ヶ所
14年度	16ヶ所	20年度	12ヶ所	26年度	19ヶ所
15年度	21ヶ所	21年度	16ヶ所	27年度	18ヶ所
16年度	25ヶ所	22年度	19ヶ所	28年度	19ヶ所
17年度	23ヶ所	23年度	10ヶ所	29年度	4ヶ所

掲載メディア(順不同)

【新聞】49社143回

読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞、日本経済新聞、米穀新聞、日本農業新聞、全国農業新聞、商経アドバイス、米麦日報、農林経済、北海道新聞、岩手日日新聞、胆江日日新聞、秋田魁新報、山形新聞、荘内日報、福島民報、福島民友新聞、茨城新聞、新しいばらき新聞、上毛新聞、埼玉新聞、東京新聞、東京スポーツ、北國新聞、福井新聞、日刊県民福井、中日新聞、神戸新聞、日本海新聞、山陰中央新報、山陽新聞、岡山日日新聞、中国新聞、山口新聞、サンデー山口、徳島新聞、四国新聞、愛媛新聞、西日本新聞、長崎新聞、佐賀新聞、熊本日日新聞、大分合同新聞、南日本新聞、鹿児島新報、シティリビング、聖教新聞

【テレビ】14放送局15回

NHK、NHK教育、サンテレビ、OHK岡山放送、KSB瀬戸内海放送、テレビ山口、山陽放送、NHK松江放送局、RKB毎日放送、TVQ九州放送、テレビ熊本、熊本県民テレビ、熊本朝日放送、熊本放送



4 おむすびにまつわる絵てがみメッセージの募集(平成16年度)

阪神・淡路大震災から10年が経過し、ボランティアへの感謝、食料や危機管理の大切さ等をあらためて見直すきっかけとするため、災害時や戦後の食料難などの時に食べた、“人と人とを結ぶ”おむすびへの想い等を全国各地から被災地へ、また被災地から全国に向けたところのメッセージを「絵てがみ」として募集した。募集期間は、平成16年12月17日～平成17年2月13日、応募作品数は592点、この中から優秀賞10点、佳作50点が選ばれた。(P45に入賞作品を掲載)

会員による「おむすびの日」普及・啓発イベント



おむすび教室(北海道)



おいしいおにぎりを作ってみよう(宮城県)



おむすびのふるまい(福井県)



米食品フェアin OKAYAMA(岡山県)

論 説

おむすびの日

助け合い 考える契機に

1月17日は「おむすびの日」。1995年のきょう、阪神・淡路大震災が発生した後、ボランティアがおむすびを炊き出しし、被災者が励まされたことに由来する。助け合いの大切さを考えるきっかけしよう。

「おむすびの日」は、官民や有識者でつくる「ごはんを食べよう国民運動推進協議会」が、この大震災での体験を機に「ごはんを食べよう国民運動」に取り組み、食料、特に米の重要性とボランティアの善意を広める活動をしている。阪神・淡路大震災発生後の大

混乱の中、炊き出しに駆け付け、地域の農家やJ A女性部員だった。自家用の米で作ったおむすびを被災者に届けた。ボランティアとしての大切さを再認識されたのは、この大災害である。東日本大震災が発生した時も熊本地震の時も、同じように女性部員らが「おむすび」を作り被災者に寄り添った。逆に、支援した人たちが思わぬ災害で被災した時に、支援された人たちが駆け付け、励ます動きもあった。まさに「情けは人のためならず」である。

文化庁の「国語に関する世論調査」(2010年)で、興味深い結果がある。このことわざを「人に情けをかける」と巡り巡って自分のためになる」という本来の意味で捉えていた人は46%。「人に情けをかけて助けてやる」とは、結局はその人のためにならない」と捉えていた人とはほぼ同数だった。

間違った認識の広がりには、市場原理優先の経済理論のような考え方が社会全体に広がっていることへの懸念である。「おむすびの日」を、本来の意味を確認し、「結び」の大切さを再認

「同じご飯なのに、おむすびの方がおいしい」といわれるのは、手で握るからこそ、人とのつながりを感じやすいからである。手軽に持ち運べるので、運動会や遠足といった楽しい思い出ある日はつくろ心細い時に食べればほっとした思い出と結び付きやすい。

さらに言えば、おむすびは日本独特の粘り気がある米粒と米粒が結びついて出来る。外国産の米のようにバラバラした米では結び付かない。

いまは、毎日のように記念日がある。その中で、「おむすびの日」は結ぶ、縁というものを大切にすることを大切にしたい。若い人にはよく伝えたい、かけがえない日である。

日本農業新聞(H30.1.17)

III 「1.17 おむすびの日」が全国に浸透

22