



## ☆☆日本の基準、確かな品質。JASマーク☆☆ ～JASキャッチフレーズが決定しました～

このほど、農林水産省ホームページにJASキャッチフレーズが決定したことが掲載されました。

農林水産省は、近年、新しいJASだけでなくハム・ソーセージのような既存のJASについても、より多くの方に知っていただくために、毎年11月をJAS普及推進月間と位置付け、JASについてのポスターやポップの作成、若い世代をターゲットに「こども霞が関見学デー」において買い物ミッション（JASマークを探すゲーム）を実施するなど様々な普及促進に取り組まれています。

今回決定したキャッチフレーズは、“JASの魅力を一言で伝えることができる”をキーワードにアンケート調査等で広く募集、農林水産省、FAMIC、一般社団法人日本農林規格協会（JAS協会）の3者で検討され決定したものであると聞いています。

## ☆☆JASマーク知っていますか？☆☆

JASは「Japanese Agricultural Standard」の略で、正式には日本農林規格といい、「日本農林規格等に関する法律（昭和25年法律175号）」に基づき定められています。このJASが昭和25年（1950年）5月に「農林物資規格法」制度として誕生して今年で75年を迎えます。現在、いわゆる一般JAS、特色JAS、有機JASを中心に94規格が存在しています。

JASマークについては平成30年に施行された改正JAS法で、特色のある規格を制定できる対象が拡大したことを踏まえ、有機JASを除く3つのマークが新たなデザインで統一されました。

新たなJASマークのデザインは国内外において、「信頼の日本品質」を一目でイメージできるよう、日本を象徴する「富士山」と日の丸を連想させる「太陽」を組み合わせ、シンプルにデザインされています。全てのJASマークに登録認証機関名を表示しなければならないこと、また、規格の内容をわかりやすくするため、熟成ハム類については、富士山の麓の位置に「熟成」を表示するよう推奨しています。

（図1：JASマークの種類）

## ☆☆キャッチフレーズの使用について☆☆

農林水産省及び関連団体によれば、前述のキャッチフレーズを、JAS普及の取り組み（イベント・SNS発信・ポスター等）に活用していくこと、キャッチフレーズは、認証事業者・認証機関・規格管理団体等での利用が可能であること、JASの種類・規格を問わず共通して利用できるとしています。また、JAS製品への活用としては、容器包装にこの文言を使用できること、容器包装への使用箇所や文字の大き

さに規定はないとされています。

(図2:キャッチフレーズ使用例参照)

食品企業は多様な加工食品が店頭に並ぶ中、消費者がハム・ソーセージを手に取り「おいしい」と言っていただけるために、様々な工夫を重ねています。また、農林水産省が食品の輸出を大きく支援していることから、そのアピール材料として、特に富士山マークを有効に使うこともJAS普及の戦略の一つと考えられます。

このように「JASマーク」は、安心・安全かつ確かな品質をもつJAS製品を国内外にアピールする重要なツールのひとつであると考えられます。今後は、このマークとキャッチフレーズを組み合わせた新たなツールを利用、アピールすることで、若者からお年寄りまで幅広い世代に『JAS』を認知してもらうチャンス・きっかけになるかもしれません。

(注)農林水産省ホームページ[https://www.maff.go.jp/j/kids/kodomo\\_kasumi/index.html](https://www.maff.go.jp/j/kids/kodomo_kasumi/index.html)

こども霞が関見学デー:「CORNER 17 JASって何だろう」で食肉加工品が紹介されています。

ISO/IEC17025(PJLA)認定試験所



文責:一般社団法人 食肉科学技術研究所  
専務理事 吉田由香