

## No.2 外食に野菜を。MOTTO VEGE で活性化

### 1- 「MOTTO VEGE」

プロジェクトをおさらい

キューピーが株式会社ぐるなびと組み、外食における野菜摂取の向上と健やかな生活のサポートを目的に、野菜の魅力と共に発信していく仲間＝飲食店を増やしていくプロジェクトです。「MOTTO VEGE」プロジェクトの理念※に基づき、2016年2月から活動しています。

※「MOTTO VEGE」プロジェクトの理念

1. “外食×野菜”で人々の健やかな生活をサポートします。
2. 野菜で外食産業を盛り上げます。
3. 野菜で地域活性に貢献します。

### 2- キャンペーンをきっかけに

「焼きシーザーサラダ」がお目見え



同プロジェクトを通年で盛り上げる施策として、参加店を応援する「キャンペーン」を年に2回、開催。第一弾は、7月4日の「シーザーサラダの日」にちなんで、シーザーサラダキャンペーンを実施しました。期間中、お店でシーザーサラダを提供すると、それを注文したお客様に特典があるなど、集客やオーダー率アップにつながる施策です。665店舗が参加しました。キューピーからの新提案、ロメインレタスをグリルした「焼きシーザーサラダ」を採用する店舗も目立ち、個性溢れるメニューが多数、お目見えしました（写真左上は、Aloha Amigo 原宿）。このほか、「オイスターバー ジャックポット みなとみらい」では、ピザや冷製パスタにシーザーサラダをあしらうなど、ユニークな試みも（写真右）。



### 2- アンバサダー登録数は7月末で 5,500 店

プロジェクトに賛同する飲食店、野菜の魅力と共に発信していく仲間のことを「MOTTO VEGE アンバサダー」と呼んでいます。現在、その数を2016年度中に10,000店舗まで拡大しようと賛同者を募っています。7月末時点でのアンバサダー登録店舗数は、5,500店を超えました。北は北海道から南は沖縄まで、レストランやカフェ、居酒屋はもちろんのこと、うなぎやラーメン、お好み焼きのお店まで、業態は多岐にわたります。大手チェーンのワタミ（和民と坐・和民）や道とん堀も名乗りを上げています。アンバサダーが宣言する、「私の店の野菜宣言」の中には、こんなユニークなものも。「安心・安全の国産キャベツ!! サクサク感をいかした手切りがこだわります!」（お好み焼き店）。キャベツにこだわったお好み焼き、これも立派な野菜メニューのひとつです。



### 4 秋はキャンペーン第二弾で加速

シーザーサラダに続き、9月20日～11月21日にはキャンペーン第二弾を実施します。これは、キューピーの対象商品を使った野菜メニューを提供すると、注文したお客様に特典があるというもの。このキャンペーンの狙いは4つ。①消費者の野菜メニューオーダーのきっかけづくり、②アンバサダー店の野菜メニューのオーダー率アップと活性化、③キャンペーンをきっかけにさらなるアンバサダーの登録を促進、④キャンペーン時期に合わせた告知で消費者の「MOTTO VEGE」認知度をアップ。秋以降も、キャンペーン第二弾をきっかけに、外食に野菜メニューを増やす取り組みを加速させていきます。