

出國報告（出國類別：考察）

考察日本米食製品推廣及 米食消費提升措施

服務機關：農糧署糧食產業組

姓名職稱：張金榮技正、宋鴻宜視察

派赴國家：日本

出國期間：101年8月27日至101年9月1日

報告日期：101年11月16日

公務出國報告摘要

頁數：共 50 頁

報告名稱：「考察日本米食製品推廣及米食消費提升措施」

主辦機關：行政院農業委員會農糧署

聯絡人/電話：宋鴻宜/02-23937231 轉 549

出國人員：張金榮 行政院農業委員會農糧署 糧食產業組 技正

宋鴻宜 行政院農業委員會農糧署 糧食產業組 視察

出國類別：其他

出國地區：日本東京、新潟

出國期間：民國 101 年 8 月 27 日-9 月 1 日

報告日期：民國 101 年 11 月 16 日

分類/目：

關鍵詞：米食消費、米食推廣、米麵條

內容摘要：

本次考察主要在瞭解日本農林水產省飲食教育及擴大米食消費量相關政策執行現況，與其他單位共同推動之整合情形，相關行銷推廣之規劃，作為我國未來推動米食消費政策制定之參考，同時也參訪日本 Noodle World 2012 麵條展、穀物檢定協會料理研究所、新潟十日町農業協同組織農產品直賣所-四季彩館ベジパーク、新潟縣農林水產部、青空市場等單位，以進一步瞭解相關單位在配合飲食教育、在地生產在地消費及振提米食相關措施之執行情形。

目 次

壹、前言.....	4
貳、出國期間.....	5
參、參加訪察人員.....	5
肆、訪察行程.....	5
伍、參訪紀要.....	6
陸、參訪心得與建議事項.....	33
柒、結語.....	37
捌、參訪照片.....	38

壹、前言

日本自2005年7月15日開始推行食育基本法，以改善家庭與學校的飲食生活，增進全體國民健康為目的，訂立以「培養國民終生之健全身心及豐富的人性」為重要課題，而在食育基本法實施後，農林水產省推動了一系列有關飲食教育、地產地消及米食消費提振措施，2008年農林水產省的新農業政策對米的推廣不僅於米飯，更擴大於米麵包及麵食的應用，以提升自給率，並將米麵包導入學校營養午餐給食，目前已有約14,000多家學校在午餐中供應米麵包，且根據北陸農政局調查，光北陸地區麵包用米穀粉使用量就佔全國米穀粉生產量的40%，其推動策略及措施值得學習。本次考察希望能透過訪問及參觀，瞭解日本擴大米食消費量國民運動政策執行現況、面臨之挑戰、因應措施及未來規劃方向，並藉由參訪穀物檢定協會料理研究所及十日町農業協同組織，瞭解相關單位在擴大米食消費中扮演之角色，與農政單位配合之活動規劃及執行情形，以期作為我國擬定米食相關推廣政策及執行措施規劃之參考。

貳、出國期間

中華民國 101 年 8 月 27 日至 9 月 1 日，為期 6 天。

參、參加訪察人員

姓名	職稱	服務單位
張金榮	技正	行政院農業委員會農糧署
宋鴻宜	視察	行政院農業委員會農糧署

肆、訪察行程

日期	活動行程	會晤人員
8 月 27 日	自桃園國際機場啓程，至日本東京。	丸森町觀光物產協會事務局長渡邊良仁
8 月 28 日	1.上午：參訪日本穀物協會料理研究所 2.下午：參訪農林水產省。	1.萩田敏所長、莎日娜博士 2.農水省生產局東野昭浩課長輔佐、田中康一課長輔佐、消費安全課輔佐及臣官房食料安全保障課寺西梨衣
8 月 29 日	參觀 Noodle world 2012 麵條展（東京國際展覽中心東館）	萩田敏所長、(株)西村機械製作所西村卓朗代表取締役
8 月 30 日	東京都內米食消費市場調查。	
8 月 31 日	參訪新潟縣十日町農會及新潟縣農林水產部。	1.新潟縣農業協同組合中央會佐野勇人監理役、新潟十日町農協會長澤口茂利會長、德永敏理事長、小海一弘店長等人。 2.新潟縣農林水產部食品流通課福原實課長、深海明希

		子主任、坂野繁查、諸 本廣志政策企劃員及新潟農 業綜合研究所食品研究中心 吉井洋一科長
9月1日	東京都內農民市集調查，由日本東京返台。	

伍、參訪紀要

一、日本穀物協會料理研究所參訪紀要：

8月28日參訪日本穀物協會料理研究所，並拜見料理研究所所長萩田敏及事務局員莎日娜博士，日本穀物檢定協會為昭和27年（西元1952年）成立之屬於第三者檢定機關的財團法人機構，共有1個中央研究所、6個分部或分所、東京、神戶分所各有1個檢驗室，以及北京有1個聯絡事務所，協會工作內容包括農產品檢查、農產物檢查員培訓、稻米食味試驗、稻米鮮度判定、稻米品種鑑定、穀物產地判別、微生物分析、殘留農藥檢驗等，而料理研究所為2009年成立，屬日本穀物檢定協會下負責推廣料理教室、米粉應用講座及培訓米粉食品指導員之單位，組成幹部有一部分為農林水產省退休官員，所長萩田敏並在現場為我們進行有關推動米粉食品普及的簡報，簡報大要如下：

- (一) 小麥粉的使用可分為低筋粉（應用於蛋糕、餅乾、天婦羅）、中筋粉（應用於烏龍、和果子）、粉心粉（應用於中華麵、餃子皮）、高筋粉（應用於麵包），相較之下，米穀粉所對應大約是以直鏈澱粉含量作為界定，中直鏈澱粉的米粉使用範圍相當於低筋麵粉，而高直鏈澱粉的米粉使用範圍相當於中筋粉、粉心粉，將中直鏈澱粉的米粉當作高筋粉使用則必需加入小麥蛋白。
- (二) 目前在日本可以使用100%米穀粉製成的產品包括米粉天婦羅粉、白醬、什錦燒、可樂餅、餅乾、泡芙、蛋糕卷、增稠劑、白醬等，這些米的應用不只在家庭中，也應用到學校午餐供給。
- (三) 就米粉與米粉製品的加工適性來看，用於不同產品的米粉原料規格也有所不同：
 - 1、做米粉麵包、比薩：需混合小麥麵粉之麵筋，使用粒徑較微細，澱粉損傷程度小，直鏈澱粉含量中等且吸水量較少的米粉，
 - 2、做米粉蛋糕及調理用米粉（如章魚燒、天婦羅裹粉）：顆粒需較微細，使用

直鏈澱粉含量較高或中等之米粉，其中若使用在什錦燒或天婦羅，其米粉吸水量要多。

- 3、煎餃、柏餅（和果子）用米粉：顆粒需稍粗，使用直鏈澱粉含量適中或較低，吸水量較多之米粉。
- 4、麵條和義大利麵用米粉：使用粒徑中等至微粒、直鏈澱粉含量較高，吸水量較少之米粉。

(四) 日本對於米穀粉的應用，在原料品質上可以分成三大要求，一為成分特性，即是直鏈澱粉含量，二為製粉品質，包括了粒徑分佈、澱粉損傷度及水份含量，三為安全性，包括生菌數、芽胞數及大腸菌。日本穀物協會自主推動一項米粉安全系統認證標章，本標章並非政府補助設置，而是由穀物協會制定確認米穀粉原料通過製粉品質、安全性及成分特性檢驗之製粉廠，就給予此標章，廠商申請米粉安全系統認證標章，其需付費予穀物檢定協會，成本約為 2-10 日元/包，1 年約需付 100 多萬日元，但對廠商來說，可提高消費者對產品之信任度。米粉安全系統認證標章確認之項目包括：(1) 原料：產地確認 (DNA 鑑定或 ICP-MS 分析)，(2) 製粉品質：粒徑分析、破損澱粉含量、水份含量、製粉方法確認，(3) 安全性：生菌數、芽胞菌數、大腸桿菌、殘留農藥及重金屬含量，(4) 成分特性：蛋白質含量、直鏈澱粉含量、營養成分含量。

(五) 料理研究所開設的米粉相關講座包括，米粉指導員鑑定訓練（分成米粉麵包、米粉蛋糕及米粉烹飪課程）、米粉麵包專業講座、米粉麵包開業講座、米粉麵食課程、米粉應用講座等，這些課程並未獲政府補助，而是由學員報名繳付學費，但報名都十分踴躍。

在聽完簡報後，萩田敏所長並帶我們前往料理研究所辦理訓練之教室參觀，在教室中除了一般烘焙教室所用的烤箱、攪拌機、醱酵箱等設備外，還有小型磨粉

機及製麵機，屬於專業型教室，由於參觀當日未有學員上課，故無法看到實際上課情形。

另外，在參觀過程中也詢問萩田所長有關米粉指導員鑑定的流程，其表示米粉指導員並非官方認證之檢定，而是穀物檢定協會料理研究所針對米粉應用在烘焙及料理部分開設之課程，學員在課程中可以學習到米粉的應用、相關知識、產品製作，在完成培訓後會頒發結業證書，學員拿到結業證書後回到工作場所，就可以懸掛，做為製作米粉產品專業資格之證明，同時也有一些學校老師或農協推廣人員，在取得結業證書後，回到學校或農協擔任教授米粉料理之教師。雖然不是官方的認證，但由於日本農林水產省大力推動米粉俱樂部的宣傳，業者均主動報名，3年已訓練約 200 多位米粉指導員。

二、農林水產省參訪紀要：

8月28日下午由日本農水省生產局、大臣官房糧食安全保障課及消費安全局等代表4人，介紹目前關於日本米食消費擴大相關政策及之推動概況等予以說明，座談內容如下：

（一）食育推進基本計畫推動情形

日本政府為改善家庭和學校飲食生活，增進國民健康為目的，於2005年6月制定「食育基本法」並自同年7月15日開始施行。依據該法制定飲食教育的「基本理念」，將中央及地方公共團體等之職責明確化，並訂定施策的基本事項，有計畫推動飲食教育。

1、飲食教育的基本理念為：

- （1）增進國民身心的健康及豐富人性的養成。
- （2）瞭解食物及充滿感謝的心情。
- （3）食育推進運動，必須尊重國民、民間團體的自主意願，同時考慮地區的特性，在地區居民及社會構成份子的參與和配合下，並推展至全國。
- （4）幼童之父母及其保護者認知飲食教育的重要，並積極對幼童展開飲食教育

之推行。

(5) 利用各種機會和場所，推行飲食相關體驗活動，並親自參與，以實踐飲食教育。

(6) 傳統飲食文化維護及環境友善的糧食生產和消費等列入飲食教育一環，可促進農山漁村的活性化及糧食自給率的提高。

(7) 確保食品的安全性等相關分工。

於2011年3月時，日本政府將過去5年間執行成果檢討，制定「第2階段食育推進基本計畫」，執行期間自2011年起至2015年為止。在這期間主要三個重點課題為：1.在生涯中各階段不間斷的推動飲食教育。2.推動改善及預防生活習慣造成的疾病相關飲食教育。3.在家庭親子透過共同用餐的飲食教育推動。

2、飲食教育執行分工

依據食育基本法(第26條第2項1號)由日本內閣府「食育推進會議」，來制定食育推進基本計畫、審議食育推進的重要事項及實施關於食育推進的各項對策。並由內閣總理大臣任命會長以及委員二十五人以內組成，分別由中央層級的食品安全委員會、消費者廳、文部科學省（負責學童營養午餐政策制定及推動）、厚生勞動省（負責國民健康促進，與人體安全及食品安全有關議題，以及營養師，保健營養機構管理）、農林水產省（糧食生產、糧食自給率提昇、飲食教育、行銷宣導，大部分工作是由農水省負責）等組成。在地方公共團體則由都道府縣可設置「都道府縣食育推進會議」，以制定都道府縣食育推進計畫及實施飲食教育。市町村可設置「市町村食育推進會議」，則依據都道府制定食育推進計畫來制定，市町村食育推進計畫實施飲食教育。為將飲食教育以國民運動普及推動，除中央和地方政府單位外，需與學校、幼稚園、醫療機關農林漁業者食品產業者及各種志工團體等緊密合作。

3、在日本食育基本法下，各單位之推動細項及2011年預算項目如下：

政策方向	負責單位	推動項目	預算金額
1、家庭飲食促進教育	文部科學省	兒童生活習慣支持計畫	3,000萬日元
	厚生勞動省	「親子21健康促進」親子保健活動	400萬日元
2、學校、幼兒園飲食教育推動	文部科學省	學校營養師講習	100萬日元
		以食品營養教育為核之的食育推進計畫	7,700萬日元
		飲食生活學習教材製作	6,300萬日元
		學校供餐議題的調查研究	800萬日元
		學校供餐衛生管理相關調查研究	6,000萬日元
3、促進地域性飲食習慣改進	厚生勞動省	促進國民健康運動	5億8,200萬日元
	農林水產省	推動日式飲食生活	1億1,200萬日元
4、拓展食育推進運動	內閣府食育推進室	食育調查研究	2,200萬日元
		營養教育宣傳	6,300萬日元
	農林水產省	提昇糧食自給率、吃早餐運動、米食消費量擴大等行銷宣傳	7億1,800萬日元
5、促進生產者與消費者交流、在環境和諧條件下活化農林漁業	農林水產省	農林漁業相關體驗活動	81億4,200萬日元
		推動地產地消	21億9,400萬元
6、食品安全性、營養與其他飲食生活相關研究與國際交流	內閣府食品安全委員會	風險評估與溝通	2,600萬日元
	厚生勞動省	消費者食品安全風險溝通與推廣	1,600萬日元
	農林水產省	食品相關情報提供	2,200萬日元

4、在參訪過程中提問農水省代表，在食育推進方面日本政府是否提供誘因吸引廠商投入飲食教育，其表示在食育基本法中並未強制規定業者需進行飲食教育，故業者所推動之飲食教育為自發性，為了促進消費者瞭解地區農特產品特性及營養價值，由廠商自主對未來潛在客層（如中、小學童）主動提供飲食教育及地區飲食文化課程，將飲食教育當作全民運動加以推廣，培養孩子從小對地區性農漁畜產品之認識及相關企業之瞭解，建立消費情感，長大後自然會選擇在地生產的相關產品。

（二）根據日本2010年以熱量為基準之糧食自給率來看，日本每人每年稻米消費量較前一年提昇了1公斤，經與農水省與會人士討論，其認為在促進稻米消費量措施中較有效益的部份包括：

1、提倡「早寢起 き朝ごはん」国民運動の推進について：自2006年開始推動早睡早起吃早餐運動，經過日本厚生省國民營養調查，約有1成（12%）的民眾未吃早餐，對於國民健康造成影響，故藉由提升吃早餐的比例，增加國民對於在地食材的攝取，並促進健康。本活動主要由文部科學省推動，從全國中、小學生開始推廣並拓展至親子及企業，並由企業、青少年組織及相關社團主動組成推動委員會，積極推動生活習慣的改善。而農林水產省並積極推廣以米飯為早餐之活動，以「めざましごはん」為主題，由官方聘請AKB48偶像團體或形象清新之日本藝人（如：小林幸子），拍攝廣告及平面海報，並製作電腦遊戲，提供各式早餐米食吃法及食譜，促進消費者對於早起吃早餐運動之認同感，初步統計2009年全國不吃早餐的人數比起前1年已減少1.2%。

2、目前日本米食推廣在學校營養午餐部分，以1週供餐5次來看，米飯供餐頻率平均約為3.2次，官方目前以1週供餐4次為目標，並針對米飯給食1週未滿3次、1週3次及1週3次以上的學校，訂定不同的給食目標，以提昇米飯供應之比例。並將米飯與在地物產結合，進行學校飲食教育，也有不錯的成效，其教育目標如下：

（1）使孩子對本地的自然、飲食文化及相關產業更為貼近與熟悉。

- (2) 瞭解在地農民食料生產、流通的方式。
- (3) 藉由對生產者及在地產品之瞭解，對食物充滿感謝。
- (4) 選擇在地食材可有效確保生產者所生產的食材是新鮮、安全的。
- (5) 選擇在地食材可有效減少包裝及運送資源，降低儲運價格，並對環境保護做出貢獻。
- (6) 藉由在地生產者與學校教育之連結，促進學校、學生與在地農民合作及協力關係。
- (7) 認識日本與世界各國食物供給狀況、糧食自給率相關知識，以及提昇糧食自給之觀念。

而在擴大學校米飯供食頻率的具體作法上，由農林水產省與文部科學省共同推動促進「日本型食生活」，給予孩童日本式以米飯為主之飲食，使其專注於米飯的攝取，並進行下列推動事項：

- (1) 定期辦理學校米飯供食檢討會，以檢討推行成果及普及率：針對全國8個區域（北海道、東北、關東、北陸、東海、近畿、中國・四國、九州・沖繩）辦理米飯與地產地消給食擴大活動定期辦理檢討會，確認推行成果及普及成效。
- (2) 針對米飯給食率較前一年度提高之學校，就其較前一年度增加之稻米攝取量，無償提供最近一期政府儲備米，每年約提供10萬噸左右。
- (3) 由全國各地區農政局及市町村等配合促進學校米食攝取頻率及規劃相關推進活動，例如「地產地消供餐食譜競賽」。

3、藉由「米粉俱樂部」的推動，促進米食多元化利用，並於學校供餐導入米麵包，至2009年全國已有16,116所學校在營養午餐中供應米麵包，研發米粉生產多樣化新產品並增加許多新菜單的飲食模式，掀起新飲食文化，使用國產品的公司或餐廳因具市場區隔，可提高消費者興趣，增加銷售額及品質保證。建立網站公布販售資訊、透過活動選出優良農產品。政府主要進行宣傳，對於入會的公司並無任何補助，入會公司則負責推展活動，為推廣米粉消費，與米粉相關之企業共同推廣販售活動，並對於提升糧食自給率之公司或團體

給予表揚除了提高國民的消費意識外，也提高了稻米的使用量。

（三）提升糧食自給率措施

日本糧食自給率自 1965 年以來逐年下降，以熱量為基礎由 1965 年之 73% 下降至 2011 年 39%，造成日本糧食自給率降低的原因為農民高齡化國內生產力衰退、農地面積減少、棄耕地擴大。另在需求方面為飲食型態的大幅變化，飲食西化致米食消費減少，稻米每人消費由 1965 年的 111.7kg/年減為 2011 年的 57.8kg/年；畜糞等糞澆糞增加，肉類由 9.2kg/年增為 29.6kg/年；油脂類消費提升，由 6.3kg/年增為 13.5kg/年。因肉類及油脂類消費增加，也造成大豆、小麥等穀物大量仰賴進口。因此，由 1965 年與 2012 年比較，除了稻米自給率仍然維持較高之外，其餘品目下滑幅度大。米飯消費量降低、肉類增加、牛乳增加、植物油使用增加。

2010年3月，日本內閣會議制定新的「食料、農業、農村基本計畫」，將2020年以熱量為基準計算之糧食自給率目標提高為50%，以生產額為基準的糧食自給率目標提高為70%，在這份「食料、農業、農村基本計畫」中提到下列事項：（1）確保糧食的定定供給是國家最基本的職責，（2）「食料、農業、農村政策」為日本的國家戰略，（3）創造全體國民共同支持農業、農村之社會，而在實施內容上則分成三大部分，分別為確保糧食的供給安定性、維持農業的繼續發展及振興農村。為了達成上述目標，日本政府在生產面及消費面上的實施方向如下：

- （1）生產面：擴大小麥二期輪作，充分利用水田，增加米粉用米及飼料用米的生產，活用耕地，並持續開發新技術，提昇產量及品質。
- （2）消費面：改善不吃早餐習慣，促進米食消費，持續推廣日式飲食生活型態，在歐式飲食生活下，亦積極推廣使用國產食材。

為了達到糧食自給率提高至50%，日本政府也規劃了相關措施，包括：

- （1）共通對策：推動農戶別所得補貼制度，以及農業、農村6級產業化活動。

A) 戶別所得補貼制度：於2010年開始實施試辦，2011年正式實施，為針對生產成本低於販賣價格之農作物，對生產農家進行差額補貼。在戶別所得補貼制度下，有「水田力活用自給力向上計畫」及「米戶別所得補償」

「デル事業」二個子計畫，其中「水田力活用自給力向上計畫，係針對以水田生產小麥、大豆、米粉用米及飼料用米之農家，提供直接給付補貼，給付單價如下表：

作物	給付單價（0.1公頃）
小麥、大豆、飼料作物 {根據水田經營所得安定對策 全國平均單價水準}	3.5萬日元 {小麥：4.0萬日元} {大豆：2.7萬日元}
新規米粉用米、飼料用米、生質燃料用米、WCS飼料用水稻	8.0萬日元
蕎麥、菜籽、傳統加工用米	2.0萬日元
其他作物（可由都道府縣設定單價）	1.0萬日元
二期輪作補助（主食用米與戰略作物，或戰略作物互相輪作）	1.5萬日元

戰略作物：小麥、大豆、飼料作物、米粉用米、飼料用米、生質燃料用米、WCS用稻、蕎麥、菜籽、加工用米等。

戶別所得補貼制定下另一個子計畫「米戶別所得補償モデル事業」：給付對象為依據「生產數量目標」生產稻米的農家及具集團性規模的營農單位（水稻共濟加入者，或前年度有出貨、販賣實績者），為鼓勵農民繼續從事水田農業，每0.1公頃給予1.5萬日元定額補貼，若當年販售價格低於過去三年平均販售價格，補貼變動給付（差額）。

- B) 農業農村6級產業化：促進農業從生產、加工到流通（販賣）的一體化，促使農業經營者多角化、複合化經營，以提高附加價值，將農業（第1級產業）、農產加工（第2級產業）與直接銷售（第3級）以共同合作方式，創造相乘效果，以一級產業為基礎，結合二級及三級產業分工合作，促進生產、加工、販售等整體性產銷策略發展，實際作法上，分成基本對策、擴大市場對策及相關性對策，a)實際對策部分，由六級產業化計畫內

之專家顧問，提供農林漁業者關於新產品開發、通路拓展、加工設施及機械整合之專業建議，b)擴大市場對策：鼓勵六級產業化發展方便的加工食品，朝向活化國內市場及拓展外銷，促進農林漁產品及相關加工食品出口，推動食品產業向東亞地區發展，c)相關性制度：提供六級產業化計畫內所需資金之融資，推動研究開發，鼓勵將農林漁產品朝向新材料及醫藥品開發。2011 年農水省六級產業化之預算為 246 億日圓，2012 年之預算則編列 395 億日圓，其中將創設「農山漁業成長產業化基金」（300 億日圓），推動農山漁業成長產業化，由官方民間共同設立基金，作為產業成長所需資本及輔導措施；實現農山漁業成長產業化（95 億日圓），提升經營效率。

- (2) 提高國產小麥的使用：將麵包等製品使用國產小麥及米粉的比例由10%增加至40%，國產小麥使用量由88萬公噸增加至180萬公噸，米粉用米則提高至50萬公噸。
- (3) 提高國產飼料自給率，將國產飼料用米由0.9萬公噸提高至70萬公噸。
- (4) 將國產大豆使用於豆腐、納豆等產品之比例，由30%提高至60%，生產量增加約3倍。
- (5) 在主食方面，改善1,700萬人不吃早餐的習慣，增加米食消費量。

(四) 日本糧食運動(Food Action Nippon)推動情形

- 1、日本農水省於2008年10月開始推動全民運動「(日本糧食運動)FOOD ACTION NIPPON」，期使社會大眾普遍了解與認同糧食自給率的重要性，提升糧食自給率。本活動政府並未提供補助金，而是由民間力量開發國產農作物相關產品，以提昇消費量，為積極促使消費者實際參與，農水省建立LOGO標章，相關國內機關、參與的企業與組織團體、無償使用並張貼於國產食品上，並利用本活動的名稱字樣、象徵LOGO等進行宣導、積極推動擴張國產農產物消費，並營造成全民共識。
- 2、日本透過「(日本糧食運動)FOOD ACTION NIPPON」活動喚起全國消費者對糧食自給率的重視，鼓勵國人盡量把「好吃的日本國產食品」保留下來，研發

出新的食品，讓更多的消費者以及下一代也能吃得到而且有更多選擇國產農產品機會，進而使農民及食品相關企業生產更多的國產農產品。提升糧食自給率不僅是政府的事，仍需社會大眾合力推動才能達成，結合飲食教育，鼓勵國民以下做法：

- (1) 選擇符合時令的季節產品，營養味道好，對環境友善。
- (2) 讓在地生產的食材融入我們的飲食生活，食用在地食材活化在地產業，幫助在地農業及國產農業。
- (3) 以米食為主，充份攝取蔬果的均衡飲食很重要；要吃早餐。
- (4) 不浪費食物少；減少浪費食材、自然就減少進口需求。
- (5) 充分了解提升糧食自給率的措施，並請嘗試，積極參與。

3、開始推動Food Action Nippon運動時，只有約1,200家企業參加，截至2011年8月31日參與飲食運動的公司已增加為5,889家、83,150人入會參與。提供參與公司之誘因，包括免付入會費、農水省提供廣告和宣導、標章等文宣，且讓該些公司無償入會，但政府並無任何補助，但藉由頒獎活動及免費的文宣吸引民業者投入農產品開發。農業者、食品製造業、流通業者、學校、行政等共同參加推廣國產農產品之消費，企業負責促銷販售，對於加入之企業並無特殊篩選，但是小企業需要提計畫書或資料證明。使用場合包括食品及非食品類，食品類標章規使用文字，以讓消費者購買時辨認。文字例如當季食材使用、地產地消推進、米穀粉使用推進、國產食材活用及日本食的普及化貢獻等均有使用規定。

(五) 促進米粉利用相關推動措施

1、於2009年7月1日施行「米穀の新用途への利用の促進に関する法律」，由農林水產大臣針對促進新用途米穀粉訂立基本方針：

- (1) 促進新用途米穀粉利用的方向及意義
 - A)生產者與製造事業者合作
 - B)供應具價格競爭力心產品
 - C)減少生產、銷售及加工成本

- D)以消費者需求為基礎開發新產品
- (2) 關於實施生產製造合作事業及新品種育成事業的基本事項
- (3) 促進新用途米穀粉利用促進的重要事項
 - A)生產者與實際需要者的搭配
 - B)促進米穀新用途利用的瞭解
- (4) 促進新用途米穀粉利用要考慮的重要事項
 - A)有效活用區域水田
 - B)確保新用途米穀粉適當的流通
 - C)確保新用途米穀粉的安全性
 - D)對米粉原料及其加工品進行適當標示

2、政府對於新用途米粉大使用的支援

(1) 生產者的支援：

確保米粉用米及飼料用米的農業生產者可得到與種植主食用米相同水準之收入，採取直接補助，每0.1公頃補助 8 萬日元，2009年用於水田活用的補償金總計有2,284億3,100萬日元。

(2) 生產者、加工企業機械及設備支援：

以都道府縣、市町村、農業協同組合、農林漁業者組織團體及民間事業單位為對象，由其提出生產製造連攜事業計畫，通過審查者可獲得的設備支援補助（包含農業生產機械、加工設備、乾燥調製、集運貯藏設備）及產品市場動向分析、製品開發研究之支援補助，其補助金額皆為計畫金額之1/2，而在都道府縣及市町村所需提出的計畫內容必要要記載：

A)計畫目標，實施期間：創造當地就業情形、販售特色產品、使地區活化及減少休耕地之目標。

B)計畫推動區域：都道府縣或市町村的地區名。

C)事業體相關事項：市町村名、地區名稱、事業體名稱、事業實施主體及請求補助金額。

D)附件部分：補助對象的相關資料（具明確目標之活性化計畫內容，每一會計

年度之實施內容)、前檢查表(目標是否符合基本政策及立法、事業推進體制的升級、預期效果及風險等)。

- (3) 加工企業設施支持：以食品安定供給設施整備資金提供中小企業者向日本政策金融公庫資金進行融資，融資率80%，償還期15年，貸款利率1.15%，補助融資內容係依新用途米粉利用促進法律相關規定經農林水產大臣認定之項目(包含稻米乾燥及貯存設施，稻米原料、米粉或飼料原料之流通、加工、製造設施，稻米及飼料產品原料之流通、加工、製造、販賣設施，新技術利用及新產品開發必要設施，專利申請費用等)。
- (4) 加工企業免稅優惠：對於符合補助資之個人或加工企業在新用途米穀加工品之製造設備(如米粉製造設備、飼料製造設備)、新用途米穀加工品及原料製造設備(如麵包製造設備、麵條製造設備)依其購置價格之30%給予所得稅及法人稅的特別補償優惠，以減少初期投資之納稅負擔。

3、米粉用途的限定規則

- (1) 凡經補助之事業體其所生產限定用途之米禁止在其限定用途及使用目的外銷售。
- (2) 販售限定用途米需符合下列規範：
- A)包裝上標示用途：加工用米標示『加』、米粉用米標示『粉』、飼料用米標示『飼』，其他用途則依公告規定標示。
 - B)透過消費者組織，直接向消費者販售。
 - C)需簽定合約確保以期預期目標銷售，並載明違約措施。
- (3) 限定用途之米穀原料需與其他原料區隔保管，並明確標示。
- (4) 罰則：違反合約應遵守事項之企業或販賣事業者先行勸告限期改善，並公告廠商名稱、地址、違約事實及勸告內容，限期不改者處以1年以下拘役或100萬日元以下罰金(企業不超過1億日元罰金)。

4、米粉PR（Public relation）活動

農林水產省對於米粉推動的公關活動，主要是「米粉俱樂部」，米粉俱樂部是Food Action Nippon下的活動，自2009年10月開始實施，希望藉由各種不同米粉的用途，提昇米食消費進而達到提高糧食自給率之目的，在2009年剛開始推動活動時，消費者對於「米粉」的認知及瞭解度很低，因此第一年的推動透過製作電視連續劇及廣告的介紹，提升消費者對於米粉產品的認識，強調米粉可以當作天婦羅裹粉，減少油脂吸附，以及米粉可作為料理勾芡使用等，用平實有趣的方式向消費者介紹米粉，同時透過大量廣告曝光吸引企業加入米粉俱樂部。2010年推廣重點在於強調米粉的特性及其使用方法，除了電視廣告、雜誌廣告外，也搭配料理教室的課程，以及在電視的烹飪節目中露出，使米粉的使用除了在麵包、麵條等製作外，逐漸應用於居家料理。除了廣告行銷外，農林水產省也在做了許多的海報、文宣、立牌，免費提供超市、百貨公司等販售場所張貼或擺放，使大眾容易買到米粉相關商品，也增加了廠商開發產品上市的誘因，在2010年1-3月，全日本已有3,000多家販售米粉製品之店舖張貼農水省之文宣及海報，這些店舖也多將米粉製品陳列於店內醒目區域，到了2011年幾乎一般的販售通路都可以買到米粉製品。

米粉俱樂部自2009年10月成立後，官方也同步成立專用網站，除了宣導米粉的基本常識，消費米粉製品與糧食自給之關係，也提供購買米穀粉及相關產品之資訊，同時邀請料理專家在網站上以「米粉日記」型式提供米粉相關食譜，網站資訊並隨時更新，在「米粉日記」下建構包括：「米粉健康食譜」、「以糙米粉型式吃糙米」、「低過敏米粉料理」、「初學者烹飪食譜」、「發揮米粉特殊口感的食譜」等主題，每個主題下都有料理專家所提供的食譜，2011年更新增了「充滿美味和樂趣的米粉食譜」、「利用冰箱剩餘物和米粉做出美味料理」、「用米粉做出美味的早餐」等主題，這些主題由於貼近民眾生活，相對也創造了米粉的消費市場需求。

三、參觀日本 2012 Noodle World 麵條展

Noodle World 2012麵條展是日本最大與麵條有關之展覽，展出地點為東京Big Sight

國際展覽館，其展出內容包括拉麵、烏龍、蕎麥麵、義大利麵等產品，除了展示原料之外，還包括相關機械、配料、調味料、添加物、店舖設備、餐具等，3天展期約有5萬人參觀，採現場售票，若展前於網路登錄之廠商則可憑通知現場換證，現場的展覽證並依顏色區分參觀者為海外廠商、國內廠商、國內團體或媒體記者等，以利參展廠商辨視。就本次參觀麵條展，日本將米穀粉應用於麵類製品之情形，說明如下：

(一) 與麵條摻配之米麵條

以小麥為主原料，搭配10 - 30%米穀粉，由於米粉的添加量並不高，對於麵體口感的影響不大，對消費者而言，較難感受到添加米粉的口感，相對的，消費者接受度也較好。以摻配方式製成的米麵條，以泡麵、烏龍麵、乾麵條的型式出現於米麵條展中，包括：

- 1、泡麵類：株叢社 SS製粉將富山縣在地生產的米粉與小麥麵粉結合製成泡麵，並以醬油拉麵、味噌拉麵及豚骨拉麵3種口味上市，強調Q彈（もちもち）口感。另外，エースコック株叢社 也在現場展出了以新潟縣產的越光米與小麥麵粉搭配的米粉泡麵「新麵組」，該產品於2012年9月初上市，搭配新潟縣的R10活動宣傳，剛推出一個月就賣出了50萬包，預計至年底可達成100萬包以上的銷售量，可以說是日本米粉泡麵中販售最成功的案例，其成功的原因，主要是強化了湯頭的濃郁度，加上新潟越光米粉，使麵條呈現有點黏性，接近麻糬的口感，十分受到消費者喜愛，售價為5包500元日幣，與一般小麥麵粉製的包裝泡麵相比，價格差異不大。
- 2、烏龍麵：有限嶺岸 ファーム展出以20%國產有機米與國產小麥製成之烏龍麵，並透過網路在樂天市場販售，強調其有機米經過JAS認證，將米のもちもち口感與小麥のつるつる口感結合，充份展現手打麵的咬勁，8人份售價1,980元日幣。小田急食品株叢社 於展出相州麵館2人份包裝的烏龍麵，使用北海道產的小麥與10%秋田縣產的米粉摻配製成，並推出與冷凍炸蝦結合的組合限量銷售，現場也獲得熱烈迴響。
- 3、乾麵條：三和油脂株式社 推出將小麥、米粉與紅豆粉結合製成之つや姫パス

夕，200公克售315元日幣，強調將米、豆搭配，使營養更完整。山形縣玉谷製麵所展出「月山米 パスタ・フェットチーネ」，使用9%的國產月山黑米（紫米）與小麥粉混合，並在製麵完成後經過低溫乾燥及長時間熟成，可常溫保存1年，5袋（約10人份）售945元日幣，其強調使用的黑米包含花青素及膳食纖維，並得到公認優良食品デザイン振興 2011年優秀賞。

（二）與當地特產結合之米麵條

三重縣松阪市的牧野商店展出將當地生產的蒟蒻與米粉結合，製成蒟蒻麵，但現場廠商不願提供米粉之添加量，只說明米粉的添加在於緩和蒟蒻的脆度，使更爲柔軟，用在壽喜燒當中，不但耐煮又可提供足夠膳食纖維。

（三）宣稱100%純米麵條

以米粉爲原料，添加無麩質的馬鈴薯澱粉、加工澱粉等以解決筋度不足之問題，群馬製粉株式會社展出以米和水爲主原料，搭配不同添加物或使用擠壓等方式製成「J麵」產品，其可依製造方法不同，呈現出如中華麵、拉麵或義大利麵等口感的產品，群馬製粉並邀請料理名人製作系列食譜，吸引民眾選購，J麵並在群馬縣、東京、大阪、福岡、愛知等縣市內的麵店販售。宮城縣マルコー食品株式會社 推出之米麵條強調使用80%宮城縣產的米粉加上18%馬鈴薯澱粉及2%豆乳，在製程中先經蒸汽加熱之米麵條，可常溫保存6個月，只需烹煮2分鐘即可食用。

（四）以米粉製成之餃子皮

煎餃爲日本常見之主食，在麵條展亦發現以米粉應用於餃子皮製作之產品，大部份廠商推出之米粉餃子皮專用粉或餃子皮，其米粉摻配量約在 20 - 30%，但也有應用添加物製作不含小麥麵粉之餃子皮。岐阜縣的小林生麵株式會社以國產米粉、澱粉糖漿、玄米油、加工澱粉、海藻糖、增黏多醣等成分製作冷藏保存的餃子皮，15張餃子皮約售 250 元日幣，提供了家庭主婦在家包餃子的方便選擇，同時產品爲 **gluten-free**，增加了新賣點。長野縣的冷凍餃子製造商信榮食品，在其冷凍水餃製品中推出一款完全採國產原料製成之「唐辛子餃子」，在餃子皮中

使用了 10% 的米粉及 90% 的小麥麵粉，40 個冷凍水餃售價 1,500 元日幣。除了冷凍水餃、冷凍水餃皮外，展場上也出現餃子用之米預拌粉，廣島的米マイフーズ株式会社 推出「日本米粉ミックス」，使用新潟產的越光米粉預拌小麥麵筋、糊精、酵母抽出物、增黏多醣、乳化劑及酵素，為餃子皮及麵條預拌專用粉，300 公克售價 310 元日幣。

（五）油炸麵衣用米粉

米粉由於吸油率低，在日本大量被使用於天婦羅之油炸麵衣，炸出之產品具酥脆感且入口更為清爽；熊本市的熊本製粉工場展出「米粉入り天ぷら粉」，使用原料包含 70% 米粉、小麥粉、大豆蛋白粉、聚葡萄糖、植物性油脂、乳清粉、鹽、糊精、膨鬆劑、增黏多醣類等，200 公克售價 210 元日幣。愛知縣のお米のケーキ屋さん リトルバード也展出「米粉のから揚げ粉」，原料為 100% 國產低農藥栽培米粉、白葡萄酒粉、蕃茄粉、鹽及胡椒，100 公克售價 260 元日幣，業務用 1 公斤售價 1680 元日幣，強調使用後可使油炸產品熱量降低 40%。

在麵條展現場，除了有麵粉業、製麵、餃子皮等廠商展示外，亦有相關機械設備展示，包含小型製米麵條機，其將米粉與水混合後，以電動擠壓方式（不預糊化也不膨發）製造，做出之米麵條口感比較接近米線，與小麥麵條口感不大相同；另外，也經由穀物檢定協會料理研究所萩田所長之介紹，認識大阪西村機械製作所之負責人，該公司為磨粉機製造商，除傳統胴搗粉碎機、渦流式粉碎機，近年也開發出適合新規米穀粉規格的濕式及乾式氣流式粉碎機，其中濕式氣流式粉機依產能可分成 5 種規格，最大產能可達每小時 600-1000 公斤，除了磨米之外，也可用於小麥、大豆、香辛料等原料之研磨，其出粉粒徑可達 25~45 μm ，遠小於傳統磨粉機所磨出之米粉粒徑（約 70 μm ），破損澱粉含量 2 - 4.5% 以下，並已取得製粉技術相關專利，以產能每小時 200 公斤之整套氣流式粉設備包括洗米、浸漬、氣流粉、乾燥等設備約需 6,000 萬日幣（不含稅），目前日本國內也已有多家製粉業者採用西村機械的氣流式磨粉設備。與之前所瞭解 SATAKE 公司的氣流式磨粉設備相較，西村機械之磨粉設備可達破損澱粉含量較低，粒徑也較小，其加工適性應用可能較為優異。

四、參訪新潟十日町農業協同組合（農會組織）

由新潟縣農業協同組合中央會佐野勇人監理役會同新潟十日町農業協同組合會長澤口茂利會長、德永敏理事長、小海一弘店長等人座談，簡要說明如下：

(一) 十日町市總面積為 590 平方公里，人口約 5.9 萬人，主要農產品包括魚沼產的越光米、金針菇及百合花（雪華美），蔬菜部分則以蘆筍、紅蘿蔔、茄子、蕃茄為主。該農協目前有 1.8 萬會員主要在販賣事業以米穀、菇類、畜產及早作(花卉、蔬菜等)，轄內水田面積約有 4,200 公頃，其在 2010 收購的稻穀(粳米、糯米、酒米及加工用米)計 9,988 公噸。由於該地區冬天很冷，生產的主要作物為水稻，屬高品質高價越光米，尤以魚沼產越光米聞名，但其也面臨生產過剩，須配合調降生產面積，也面臨土地休耕問題。因此，除檢視是否有其他水稻品種可發展外，也將米粉製品開發及地產地消(以米食為主)兩個方向做為事業發展主軸之一。

(二) JA 十日町農業協同組合將原有倉庫多元化利用，利用農會自有資金，成立農產品直賣所-四季彩館ベジパーク，並於 2009 年 5 月 30 日開幕。這個場所的設施係為振興及活化地域農業，落實推動地產地消、食農教育等推廣設計。該館主要包括以下 4 個部份：

1、農產品直賣所：面積約為 339.3 平方公尺（約 102 坪），營業時間夏季（5-10 月）為 9：30 - 18：00，冬季（11 - 4 月）為 10：00 - 18：00，供貨農友約 363 位，所販售的商品主要為在地產的蔬菜、花卉、水果、穀類及農產加工品，賣場的產品銷售牌多會強調商品為十日町生產，在商品包裝上，均會直接將農產農友標於外標袋上。以包裝米部分，有販賣多個品牌的越光米，亦有標產地標章，主要以 5-10 公斤包裝為主，每公斤約 600 元日幣左右。

2、米麵包工房(米粉パン工房「米(べい)かりー」)：在四季彩館中有一區為米麵包專賣店，約有 10 坪，販售各式以米為主的麵包，其工廠位於四季彩館後方，每日麵包由工廠製作後直接送至賣場販售，所使用之米穀粉為 JA 十日町會員生產之越光米，經由委託工廠代磨後，直接由農協製造生產，每月使用之米穀粉量約為 2 公噸，於現場參觀時藉由工廠張貼之配方表可瞭解，其所製作之米麵包米穀粉含量為 84.5%，額外添加 15.5%的小麥麵筋，以及砂糖、牛奶、鹽等原料，而在製造機械上，米麵包的攪拌過程使用烘焙常見的攪拌缸，卻不是使用一般麵包製作

所使用的勾型攪拌頭，而是特製如圓柱體狀的攪拌頭，故攪拌過程是以搗製方式進行，麵包工廠廠長表示，使用圓柱攪拌頭可使米麵包的口感更爲 Q 軟，在現場看到攪拌後之麵糰，顏色較白，整個米麵包工廠只有 1 - 2 名工作人員，面積也不大（約 15 坪左右），只簡單陳列了一個工作檯、烤箱、攪拌機及烘焙用量器、器具等，屬於小而美的工廠。在工廠裡做好的麵包會直接送到四季彩館中的麵包坊販賣，由於價格合理，每天都吸引許多附近居民來購買，剛烤好的米麵包一上架沒多久就販售一空，吐司 1 條約售 180 - 200 元日幣，常見的甜麵包 1 個約售 60 - 120 元日幣，參訪當日見到附近婦女至麵包坊購買，平均購買麵包約 5 - 6 個，結帳金額約 1200 元日幣。

3、食育體驗教室(食育施設 「ベジきっちゃん」)：本項措施係爲執行市町村食育計畫，規劃地方料理課程及田間體驗活動，一年約辦理 10 次的料理體驗(含米粉製品料理等)。在料理體驗部份，由當地主婦訓練後負責教學，參加對象以學童爲主，參與者須繳交材料費。至於田間體驗課程，則一年收費 3,000 元日幣(含保險)左右。該二種課程也相當受親子家庭歡迎，對於參加過體驗的小孩，實際體驗後可瞭解務農者辛勞，對於其他的家事也會主動幫忙。在四季彩館中的食育體驗教室約有 25 坪，內有四張工作桌，工作桌旁設有小型烤箱及水槽，工作桌面有電磁加熱面版，且可依參加訓練的對象以電動方式調整工作桌高度，設計上頗具巧思；參訪當日剛好遇到婦女會員（類似農會的田媽媽）的烹飪訓練，由講師教授米披薩的製作，使用當地米製作之味噌作爲披薩塗料搭配米穀粉做成的餅皮，在示範教作中也讓婦女們對在地食材間的結合有新的認識。

4、餐廳(喰い処みちく彩(さ))：堅持使用當地食材的料理餐廳，並有四顆星的綠燈籠認證(日本民間團體推展，四顆星代表使用日本當地農產食材超過 80%以上)，營業時間爲 10：00 - 16：00，提供餐點主要爲定食套餐，現場販售之蕎麥定食及烏龍麵定食售價 500 元日幣，在當日消費來看還算合理，中午時間也有附近居民前來用餐。

(三) JA 十日町農業協同組合，利用農產物直賣所、米粉麵包工房及餐廳等場所，充份實踐地產地消，採用安全、安心的當地生產作物，達到促進附近居民實踐日本

型的飲食生活，而透過食育體驗教室，增加學童及居民對農業的瞭解，進而支持在地農特產品，雖然是一個在地的農協組織，卻充份發揮了消費者教育的功能。

五、參訪新潟縣農林水產部

與新潟縣農林水產部食品流通課福原實課長、深海明希子主任、坂野繁查、諸本廣志政策企劃員及新潟農業總合研究所食品研究中心吉井洋一科長座談，簡要說明如下：

(一) 有關新潟米的擴大消費及行銷推廣，主要目的係為提昇稻作農家所得，在 2011 年主要措施包括：

- 1、針對東京都等都會區消費地目標族群，與農協透過共同辦理安全安心又美味的新瀉米宣傳活動，增加都會區消費者、飲食店等對新瀉米的印象及購買。
- 2、新潟縣內的擴大米食消費：與相關團體合作於 9 月-11 月底收穫期辦理握壽司比賽、新瀉米早餐運動等宣傳活動，以幼稚園兒童及學生為對象，推動以米飯為中心日本型生活的推廣相關講習會等。
- 3、有關新潟米之推廣預算，大部分由農林水產省補助，2012 年預算及成果如下：

項目	預算	成果
米飯食育推進講習	46.6 萬元日幣/年（講師費及差旅費另由農林水產省負擔）	2009-2011 年共辦了 87 次講習會，參加人數 4,562 人，由參加者問卷調查結果，表示未來將多吃米飯。
米粉講座	52.5 萬元日幣/年（講師費及差旅費另由農林水產省負擔）	今年起的新工作，目前已辦理 8 場次。
企業及消費者米粉料理教室	73.3 萬元日幣/年	在米粉料理教室辦理期間同時進行米粉製品的推廣販賣。

(二) 新潟縣相關農產品的推廣：由縣政府選定 8 個品項做為戰略產品，包括新潟縣產越光米、土雞、和牛、越後姬草莓、西洋梨、毛豆、南蠻蝦等漁產品。縣府則針對個別品項建立品牌，擬定行銷策略，並印製宣傳 DM。

(三) 在食農教育部份，透過兒童及學生農業體驗教育，瞭解當地作物生長、增加對地方農業認識及理解，在 2010 年主要是縣內計有 21 個農協和學校教育合作進行，並協助學童的體驗田區的協調、管理等相關事宜。另在學校午餐供米飯乙節，計

有 29 市町及 761 所學校均有提供，每週提供 4.14 次。其中有 3 個市町每週提供五次米飯。另學校提供午餐導入米產品的比例為米飯 81%、米麵條及米麵包 3%、其他 16%。

(四) 新潟米粉擴大消費推廣

1. 新潟縣 2011 年稻米產量約為 58.1 萬噸，其中約有 1.4 萬噸為米粉用米，約佔全國米粉用米生產量的 35.7%，透過新潟縣的農業總合研究所也開發新潟縣的特殊製粉法，包括：A)二階段製粉法：適用於傳統日式合果子，如大福、柏餅、米果，將米粒浸漬脫水後，施加壓力使其表面粉碎，出現細微裂口後，再進行氣流式粉碎，做出的米粉平均粒徑約在 $30\ \mu\text{m}$ ，吸水率高，目前在日本境內有新潟製粉及ライスフラワーテクノ（株）二家製粉廠使用此製粉法。B)酵素處理製粉法：適用於米粉的新規製品，如麵包、蛋糕、麵類及油炸粉等，將米先行經過酵素浸漬處理後，再進行氣流粉碎，平均粒徑約 $40\ \mu\text{m}$ ，與一般氣流式粉碎的製粉法相比，不但澱粉損傷小，更克服了米穀粉吸水量高影響成品組織的技術障礙，目前日本境內共有包括新潟製粉（株）、齊藤製粉（株）、ライスフラワーテクノ（株）、たかい食品（株）、妙高製粉（株）等 5 家製粉業者使用此製粉法。由於新潟縣本身發展之特殊製粉技術，針對不同產品採用不同製粉方法，為新潟縣的米粉產品發展奠定穩固的基礎。
2. 爲了推廣新潟縣的米粉，新潟縣農林水產部推動了「R10 プロジェクト」(R10 Project Initiative of Niigata)，其希望藉由在小麥製品中摻配 10%以上的米粉，達到提昇米食消費及糧食自給率的目的，在 R10 Project 中先以廣告文宣向消費者及企業說明米食消費減少對糧食自給率、環境負荷及國土安全的影響，並由三個大方向進行推動：
 - A)開拓大量需求者：由大型食品企業推動米穀粉製品的量產，並建立米穀粉製品的標準生產流程，此部分要解決的議題包括提供價格較低的米穀粉、米穀粉的規格化以及將米粉生產量穩定的擴大；農林水產部擬訂的對策包括強化米粉製品生產體制，促進主食類製品開發及擴充販售點，強化產地與磨粉廠的合作，提供

米粉用米生產者安定且有效率的農業經營模式。

B)拓展使用範圍：針對餐館、食堂等外食產業，製菓、製麵等製造業，便利商店及零售業、便當業、社員食堂等各種可能使用米穀粉的業別鼓勵擴大米穀粉使用，需解決的課題包括提供米粉加工技術、機能性及優勢資料，加強企業間的協力與合作，開發業務使用的米粉商品，開發強化機能性的商品，以及充實米粉製品的生產體系；農林水產部制訂的對策包括制定米粉用途別及規格的全標準，強化預拌粉的開發，開發適用於麩質過敏者食用之米粉製品。

C)強化家庭化的普及：一般家庭在料理中使用米粉仍不普及，因此需要以廣宣向消費者強調使用米粉的好處，搭配家用預拌粉，使消費者便於使用，需解決的課題包括提供消費者米粉優點及調理方法，以及開發利於家庭使用的米粉預拌粉產品，農林水產部制定的對策包括辦理料理講習會、親子食育講習，利用廣告宣傳強化消費者認知。

3. 在未拜訪新潟縣農林水產部之前，由網路看到 R10 project，初步以為是由新潟縣制定之米製品認證制度，需要在公司產品中添加 10%以上米粉，並申請認證而得，惟本次參訪就認證辦法向與會人員洽商，經瞭解發現，其實 R10 project 是一種爭取企業支持的活動，凡國產米、國產原料或國產米粉的製造、販售企業，米粉原料用米的生產者，以及其他經縣政府認可與 R10 Project 活動相關的企業皆可參加，並非強調產品中一定得添加 10%以上米粉，而是在公司產品或相關政策推動上，有利於米粉的使用及推廣即可，只需要向縣政府申請，申請通過後，在企業的宣傳文宣、產品標示或廣告單上註明「本企業支持 R10 Project 活動」，新潟縣政府也會針對參與 R10 Project 之企業進行相關活動宣傳，至 2012 年 8 月底，已有 61 個企業加入支持 R10 Project，這些企業部分是推出含米粉之產品，部分是在社會食堂中提供米粉料理，也有進行米粉製造、販售的店家，R10 Project 雖不具強制性，也沒有明確認證辦法，但藉由本活動卻大幅新潟米粉的生產量以及

縣外企業對於新潟米粉的使用量。

4. 新潟縣在米粉推動的 PR 上，有一個卡通人物「コメパンマン」，在每次米粉相關的文宣及活動上都會出現，也獲得兒童的喜愛，除了藉由卡通人物達到促進米粉消費之宣傳，新潟縣更向日本政府登錄 4 月 4 日為米粉日，於米粉日當天辦理各項米粉製品的宣傳及記者會，鼓勵消費者於米粉日當天購買及食用相關產品。
5. 除了上述宣傳外，農林水產省的北陸農政局也將所有新潟米粉的販售店資訊製成廣告傳單，並放置於網頁上，每年進行更新，讓民眾能清楚瞭解新潟米粉之購買管道。
6. 為了促進新潟米粉在新用途的應用及提高其品質，新潟縣農林水產部並訂立了「新規用途米粉の用選標」，以鼓業者生產適用於麵包、蛋糕及麵條製造之高品質米粉，其指標包括：
 - A)粒徑：粒徑低於 75 μ m 的比例高於 80%。
 - B)澱粉損傷率：總破損澱粉含量低於 12%，米粉添加量較高之製品破損澱粉含量低於 6%。
 - C)水份含量：15%。
 - D)直鏈澱粉含量：①硬質米粉：含 25%以上直鏈澱粉，適用於蛋糕及麵條製造，②中質米粉：直鏈澱粉含量 15-25%，適用於麵包、蛋糕及麵條製造，③軟質米粉：直鏈澱粉含量低於 15%，適用於需要柔軟質地的蛋糕。

凡達到推獎指標之製粉廠生產之米粉，才被新潟縣政府將其產品列為新規用途，粉，除得予產品上標示外，縣政府也會在相關行銷宣傳上強化消費者或食品工廠對於新用途米穀粉之認識，未來新潟縣的米粉也將朝向麵包、蛋糕及麵條等三大用途發展，以達到提昇糧食自給之目的。

六、消費市場及農民市集調查

- (一) 本次訪察第一站原規劃至東京都銀座參訪稻米博物館，經至現場確認及詢問大廈服務臺，表示該座稻米博物館已於 101 年 3 月結束營業，後於參訪時詢問農林水產省代表，其表示原在東京有二座稻米博物館，但由於東京區內的消費者大部分

屬於都市生活型態，很少在家烹飪，對於在地消費的認知較為薄弱，加上參觀米博物館的人潮也不踴躍，因此農協後來將在東京車站內及銀座的米博物館結束營業。

(二) 全農業協組東会 (簡稱 JA 全農)之農業・農村ギャラリー

JA 全農設置的農業・農村示館，係位於東京都千代田區 臨近大手町地鐵站，為提供都會區展示推廣有關農村、農田、農產品及政策宣導等訊息予消費者，定期舉辦有關日本當地農產品相關料理、研習及演講等活動，依性質不同，採酌收材料費或報名費自主辦理。例如支援震災地區農產品、季節農產品料理、飲食教育、田間農作體驗等相關主題活動。為配合國家政策，提昇日本糧食自給率，在農協系統發動大家的優良飲食行動計畫「みんなの『よい食』プロジェクト」，設計活動主視覺 Logo—笑味(えみ)ちゃん，並制定使用規則，供各地農協、企業相關機構認同理念及具推廣意願者，可申請共同使用及推廣，此外，在網站設有專區，讓大家上傳所舉辦關於『よい食』プロジェクト活動訊息、食譜，早餐米食運動及相關調查結果。同時，為透過教育活動推廣農村、農業及飲食教育等事宜，每年舉辦稻米、水田及餐桌食物等相關的作文、繪畫比賽，2011 年從全國中小學計募得 55,191 篇作文、75,624 幅繪畫作品，並選出優良作品予以表揚。

展示館入口陳列輪盤遊戲，增進參觀民眾對於農協的認識，而展示館內設有綠燈籠餐廳(為 5 顆星之綠燈籠餐廳，使用國產食材達 90%以上)，以落實推廣地產地消活動，所提供的便當餐盒，列出所使用米及其他食材的來源，由於我們前往參觀的時間約上午 10 點左右，在餐廳中販售之便當已陸續上架，在便當盒中已裝好配菜，待顧客購買時才盛上白飯。

JA 全農對於提振米食消費及在地生產、在地消費，做了許多名人代言之文宣品，包含海報、宣傳單張、食譜，在展館中也陳設了過去所做過的米飯公仔，今年更於電視製作節目，進行在地消費之宣傳。

所謂的綠燈籠(綠擬)運動係由北海道農業研究中心丸山清明所長之構想，因北海道為觀光勝地，但許多美食其實是進口的原料，為了能讓本地人、觀光客吃到北海道的食材，故建議使用在地食材餐廳可以掛不一樣的燈籠，來凸顯與一般料理店的區別，而採用綠色的原因在於綠色為蔬菜的顏色、田野的顏色亦是代表安全的顏色。自 2005 年

春天北海道小樽市在出現第一家懸掛綠燈籠的餐廳以來，至今全日本參與綠燈籠運動的餐廳計有 3,351 家，且持續成長中。由於綠燈籠運動係日本民間希望提升糧食自給率而展開的自發性運動，只要是積極使用國產、地產食材的餐廳、居酒屋等，就可以在店門口高掛標示有「地産地消 の店(支援在地產品的店)」字樣的綠燈籠。其燈籠上以星星來表示國產食材使用比例，即該餐廳使用國產食材達 50%（以熱量為計算基礎），就可以在燈籠上畫上一顆星，以示鼓勵，國產食材使用率 60%的話就是「二星級」餐廳，以此類推，90%以上即為值得大力表揚的「五星級」餐廳。由於該運動係餐廳自己宣告使用國產食材的比例，來彰顯社會責任及以顧客為第一的決心，並無查核機制。參與者係透過網站申請(http://midori-chouchin.jp/get_green_lantern.html)，一般餐廳在活動網站上填寫基本資料後，即可付費索取一個綠燈籠（每個燈籠約 1 萬日圓，相當於新台幣 3600 元，包含燈籠製作、包裝、運費、手續費及活動網站營運費、智財費用等）。除了餐廳可以主動響應綠燈籠運動外，活動本身還設計了「綠燈籠啦啦隊」的角色，啦啦隊成員有一個最重要的任務，就是當看到路邊同時有高掛「紅燈籠（一般日本料理店）」與「綠燈籠」的店時，會前往掛有綠燈籠的餐廳進行消費，此外，在平常用餐時，更會主動積極搜尋、鼓勵店家加入綠燈籠行列，活動至今合計有 4,331 人登記參與啦啦隊。本項運動原為個人負責運作，惟因活動擴大至日本全國且為求長久運作，因此自 2008 年 5 月 15 日起，由「NPO 法人生活者のための食の安協議会」接手負責所有事務。

（三）青空市場

青空市場是演藝人員永島敏行先生在 2004 年試行，於 2005 年 2 月成立的農夫市集，其並出書說明其農業理念及在地優質農產品介紹等農業及有關飲食生活議題內容，並獲邀成為日本農水省的相關政策顧問。永島先生自 1993 年於秋田縣十文字町開始參與農家種稻體驗活動，在之後 13 年每年都到秋田縣向農家學習種稻，之後在千葉成田租地成立市民體驗農園。為讓都會區消費者關心所吃的食物來源、行銷農友及日本各地農產故事，成有隈社 青空市場，定期舉辦農夫市集，並成立農業創新經營學院(農業ビジネスデザイン学部)，培植農業人才。

青空市場農夫市集從 2004 年試賣開始至 2011 年 2 月計在都會區辦理 47 次，來客數超過十萬人以上。在 2008 年起至 2011 年則在米飯博物館的東京國際會議中心於每月的第 2 個星期日定期舉辦。2011 年米飯博物館撤展後，在三菱地所的協助下於東京都丸之

內大樓 1 樓、或在東駿薈地通 道，每個月的第 2 個及第 4 個星期五定期舉行市集 (マルシェ，法文市場的意思)，並於網站上公開徵求各地生產者參與，販賣農家自行種植的優良安全農產品及農產加工品等，讓生產者與都會區消費者對於食材及飲食溝通交流。

到青空市場當日約有 18 個左右的攤位，販售當地生產的蔬菜、水果、蜜餞、果醬、堅果，由於在車站內，來往的旅客多會上前流覽或消費，所販售之食材除蔬果外，大部分是小包裝或是可即食的產品，應該也是因應都會區生活型態，故未推出大包裝或家庭用包裝之產品，在青空市場外也有二個餐車，販售以當地食材製作的快餐，每份價格約在 700 元日幣，販售內容有咖哩飯，野菇飯等產品，中午時間已有附近辦公區上班族前來排隊購買。

(四) 車站及地下街

在 JA 上野站的超市外，恰遇宮城縣丸森町觀光物產協會事務局到東京做短期間的農產品展售米、米麵條及蔬果等農特產品推廣活動，並訪問該協會事務局長渡邊良仁，丸森町觀光物產協會是由當地業者自行組成，共同行銷丸森町所產之農產品及觀光體驗，這次他們與上野站的超市合作，除於店內入口處擺置相關名產外，也於店外廣場設攤販售蔬菜、水果及稻米，由於丸森町並不是國外遊客及日本人所熟悉之著名旅遊景點，比較像是山區農村，故仍保存自然風光及歷史文化，藉由觀光物產協會的推動，將丸森町的特產及旅遊景點向來往車站的人進行宣傳，在展售現場可看到行銷之產品包括昆布、蘋果、醋、米製休閒點心（米果）及米麵條，據渡邊局長表示，他們所販售之米麵條是由百分之百的當地米粉製成，並未添加小麥，後來仔細看產品標示發現，其米麵條中除了米粉，還添加了馬鈴薯澱粉，然後經過蒸煉（預糊化）製成，不過無法得知其馬鈴薯澱粉之添加量。

東京相關車站的地下街美食賣場，仍然以販售米食為主，以地鐵站東京國際會議中心之地下街為例，場內共有約 15 家美食餐廳，中午時間幾乎都是販售便當類產品，這些產品以定食、燴飯型式供應，售價在 850 - 1,000 元日幣間，甚至其中約有 3 - 4 家特別標示「店內全面使用國產米」，顯見標示使用國產食材對消費者有一定的吸引力。

在東京大手町地鐵站下之地下街，也有約 6 家之餐廳，這些餐廳幾乎都是 4 顆星以上之綠燈籠餐廳，除了有內用座位外，在中午時間並於餐廳外販售即食便當，價格約

600-800 元日幣，有些商店甚至會特別標示其使用之稻米及蔬菜原料來源，以增加消費者之認同感。

陸、參訪心得與建議事項

- 一. 日本穀物協會為財團法人組織，協會由負責農產品檢查、稻米食味試驗、稻米鮮度判定、稻米品種鑑定、穀物產地判別等穀物相關檢驗工作，進而建立料理研究所，負責穀物相關應用講座及課程推廣，並因應政府推動米穀粉應用措施，自行建立米粉食品指導員認證課程及米粉安全系統認證標章，由料理研究所所長萩田敏的言談中，可以發現料理研究所的成員，並非僅是技術型教師，而是多曾在穀物檢定協會工作，對穀物的性質、品質及加工適性有一定瞭解程度的專業人員。由日本穀物檢定協會在米穀粉應用及品質檢驗之經驗來看，未來若我國在米穀粉之推廣應用上，應強化與中華穀類食品工業技術研究所、食品工業發展研究所等單位之連繫合作，建置屬於我國之米穀粉品質規格及應用範圍，同時藉由穀研所目前已開辦之多種烘焙或傳統點心食品加工應用課程，強化米穀粉加工應用課程之開設，推廣初期由政府補助，鼓勵業界參加訓練，一段期間後回歸穀研所依其訓練班執行作業程序，採學員付費學習方式進行。另外，目前勞委會中式米食加工丙級術士技能檢定項下共有米粒類、漿（粿）粉類、熟粉類、膨發類四種檢定項目，未來可與穀研所合作，在米食加工或烘焙丙級技術士技能檢定下增加米穀粉製品之項目，促進業者及餐飲相關學校藉由參加技能檢定，進而瞭解米穀粉製品及其應用。另本署委託中華穀類食品工業技術研究所於近 2 年進行米穀粉相關研究，並建立部分基本資料，本次由穀類檢定協會料理研究所帶回之有關米粉安全系統認證標章資料亦一併提供穀類食品工業技術研究所，請其未來能針對國內米穀粉之規格及品質制定相關標準，並鼓勵其參考檢物檢定協會之推動方法，與本署合作，共用推行國內米穀粉製品的相關認證。
- 二. 日本政府為提昇糧食自給率，透過相關宣導文宣等，讓國民瞭解形成共識參與，來推動日本糧食運動(Food Action Nippon)，並結合地產地消措施，從生產端導入補助措施推動。對於日本糧食運動(含吃早餐運動及米粉俱樂部等)，各級單位、民間團

體、企業、社區等單位係以認同國家政策，自願申請參與，形成全民運動，而非以短期爭取補助方式辦理。政府建置宣傳資訊平台，設計統一 Logo 及建立使用規範，讓各單位及農協團體等配合研發新產品及推展，並結合地產地消等相關措施推動。反觀，我國推廣提振米食消費，推動國人每天多吃一口飯，各單位及相關團體未能配合，民間團體協會也僅以爭取補助辦理短期活動，效益有限。未來，我國對於提昇糧食自給率，應朝向整合宣導爭取國民認同，或可透過立法，整合各部會、民間團體等跨域合作來推動地產地消等相關措施。日本推動的食育基本計畫，係透過立法，將中央(厚生勞動省、文部科學省、消費者廳及農林水產省等)及地方公共團體等之職責明確化，並訂定施策的基本事項，有計畫推動飲食教育。除中央和地方政府單位外，尚與學校、幼稚園、醫療機關農林漁業者食品產業者及各種志工團體等緊密合作。在農林水產省部分，則以振興農林漁業及食品產業的立場出發，與各政府相關機關、農林漁業者及食品產業者相關合作及策劃，從生產、流通、消費各階段推動飲食教育，包括推動農林漁業相關體驗活動及結合地產地消，並以補助體驗設施或直賣所硬體初期建立為主。然我國教育部負責學童教育以及營養午餐(該部體育司)業務，衛生署負責營養衛生等國民健康之業務，農委會則負責農業相關業務，未來應朝向與教育部及衛生署等部會間之協調與整合透過飲食與學童教育，促進我國學童農事體驗教育、營養午餐結合在地食材，提升國產消費，提昇我國糧食自給率目標。

- 三. 日本係依據其飲食教育基本法及學校供給飲食法等規定，讓學校營養午餐之食物來源應盡量使用當地農產品與作物，來教育學童食材來源及促進日本農產品消費。反觀，我國學童營養午餐係以由學校透過評選或公開招標方式委請配菜公司採購食材，或由校方辦理採購請學校附近商販依菜單送至學校，且部份供餐為以主食為主，除對於食物來源安全性較不易掌握外，學童對食材來源感受不深，我國可與教育部合作導入當地農業體驗教育及地產地消教育，從小養成以主食為主的膳食，建立營養均衡觀念，提昇糧食消費。
- 四. 日本在米食推廣方面，並未針對提昇米食消費特別制定方案，而是藉由推動日本糧食運動、促進日本型飲食生活、早起吃早餐運動及促進米粉利用等方式共同達到，

而在經費支援上則分散於厚生勞動省、文部科學省、內閣府及農林水產省，在這些活動下，農林水產省負擔了大部分的工作，而經費應用上，則是以行銷宣傳佔大宗經費，據農林水產省官員表示，在吃早餐運動、Food Action Nippon 及米粉俱樂部等工作推動上，農林水產省所用經費多數是投入在廣告宣傳，以及大量印製店頭海報、製作旗幟、標語，以米粉俱樂部為例，每年制定不同主題，由名廚、料理專家或名人，以米粉日記之型式指導消費者製作簡易米粉料理，由消費端創造需求，連帶帶動原料端的生產，本次日本考察之行，所到之百貨公司超市、量販店、甚至便利商店都可以輕易買到小包裝米穀粉，可見米粉俱樂部之推廣成效卓著。另一方面，日本政府對相關廣告投入大量經費，故提高民眾對於活動的認同度，以推動地產地銷來看，農林水產省 1 年的經費就有 21 億 9 千 400 萬元，相關活動更邀請許多日本知名藝人代言，相較之下，我國對於在地生產在地消費或提振米食消費之宣傳經費仍十分有限，未來可能要思考如何在有限資源下作更大幅度的宣導與推廣，同時儘力爭取相關經費，以較經濟及新世代可接受之行銷方式，鼓勵消費者在地生產、在地消費。另外，將米飯與在地物產結合進行飲食教育也是在有限資源下可達宣傳廣度之方式，本(101)年度本署計畫將培育全省 500 名營養師作為米食營養教育之種子師資，也許未來能藉由提供這些種子教師一些差旅費及講師費等方式，於各地藉由米食推廣講座、親子講座、社區健康講座或學童營養教育講應等方式，將米食攝取相關知識傳遞出去，增加米食宣導的推動廣度。

- 五. 日本政府對於促進米粉利用提供了生產者機械及設備補助、加工企業免稅優惠、生產農民直接補助等支援，同時與農民及企業簽定契約，限定用途之加工用米除強化標示外，也需與其他原料區隔保管，一旦違反契約內容需拘役或罰金，管控受補助之農民及相關企業避免加工用米外流，未來本署在建構米穀粉新興產業鏈時，亦可參考日本實施方式，以契約明訂責任歸屬及權利義務，並制定未依規定使用之罰則，以有效管理公糧用米，並達到促進米穀粉加工應用之目的。
- 六. 本次參觀日本麵條展發現，米粉應用在日本的麵條產業已十分普及，參展的廠商中約有 6 成都有推出米粉麵條製品，惟在應用趨勢及產品數量上，看起來日本較傾向推動所謂 100% 米穀粉製成之麵條，不過這些產品受限於米穀粉本身性質不具筋

性，故仍需額外添加馬鈴薯澱粉、增黏多醣或加工澱粉，若將其引用至國內，額外添加之原料多為進口，恐在製作成本及健康訴求上難以發揮，故建議國內初期發展米穀粉製麵類產品仍以與麵粉摻配為方向，較易克服原料成本過高，影響消費者購買意願等問題，並可降低為推廣 100%米粉麵條反而使用進口澱粉之疑慮。另外，炸天婦羅在日本為非常普及之大眾化食物，日本業者利用米穀粉吸油率低之特性，開發多種天婦羅專用油炸粉，在市場銷售情形亦十分良好，國內鹽酥雞食用量龐大，若能善用米穀粉之特性，輔導廠商開發相關產品並推廣至連鎖炸雞店或鹽酥雞供應中央廚房工廠等，可能也是未來米穀粉推廣的管道之一。

- 七. 在參觀日本全國農業協同組合中央會的展示館中，發現其文宣製作十分特別，例如鼓勵米食消費之文宣中，以繪圖方式淺顯的呈現吃米飯對生態保育的好處，告訴消費者吃 1 碗飯約等於吃下 3,000-4,000 粒米，相當於 3 株水稻株之產量，而維持 3 株水稻的生長，可使 35 隻蝌蚪存活下來，這樣的方式與單純宣導吃米飯可保護生態相比，可以使民眾印象更深刻。另外，全國農業協同組合在提昇糧食自給部份也用了許多明確的數據告訴日本國人各項物資進口情形及未來對生活之影響，這些文宣的設計理念提醒我們，在作政策宣導時儘量要務實的以具體數據讓消費者感受到宣導內容與生活的關係，才能達到具體效益，建議未來進行農業相關行銷宣傳時能儘量找出讓民眾印象深刻、且具實際數據的宣傳點，讓消費者能更貼進政策訴求。
- 八. 新潟縣十日町農業協同組合藉由四季彩館成功的將地產地消與當地居民結合，消費者除了可在農產直賣所購買到當地生產的蔬菜、花卉、水果、穀類及農產加工品外，更可購買到當地米粉產製的麵包，以及以當地米及農產品製成之定食，婦女及孩童也可藉由參加食育體驗，加深對在地食材的認識與應用技術，以十日町地區來看，農協可是說是食育推廣的第一線。建議未來在農會相關考核工作上，可參考日本之經驗，將農會與在地結合所做之農產行銷、飲食教育及在地食材提供等項目納入考核，鼓勵農會能以多樣化之方式深耕地方，同時也為農會創造更多收益。
- 九. 新潟縣政府在米穀粉推廣上，以 R10 Project 達到初步成果，並獲許多企業支持，然本活動並非具體的認證制度，而以鼓勵企業以推動在地消費、愛護環境與土地為基礎，支持在麵粉製品中添加 10%米穀粉的理念，由農林水產部提供相關的文宣

與廣告支援，雖不具強制性，卻大幅提高米粉製品的開發及銷售點，甚至推展到企業內部的社員餐廳，相較於建立認證標章制度需耗費大量人力、物力規劃，以及後續管理，這種爭取企業支持參與之活動，更可以在短時間內達到推廣效果。建議未來我國在推廣擴大米穀粉應用上，也可參考新潟縣 R10 Project，先爭取企業或連鎖店的支援，建立使用米穀粉之風潮，進而帶動相關產品量產上市及新產品開發。而新潟縣以卡通人物推廣米粉消費之方法亦可參考，過去本署在各類活動中亦曾出現米寶寶之人物圖像，惟每次活動設計之米寶寶因承辦單位不同而有差異，建議未來推行米食相關政策時，可委外設計統一之圖像，於每次米食行銷相關活動中均使用同一圖像，除可建立消費者鑑識度外，亦利於長期之宣導推廣。

柒、結語

本次參訪感謝長官指派赴日考察，在參訪過程中除實際瞭解日本關於米食消費提升及米製品推廣相關措施，獲益良多，也特別感謝臺北駐日經濟文化代表處林榮貴秘書大力協助聯繫並陪同參訪，未來也將參考日本相關措施，採行適用於臺灣之作法，持續擴大大米食消費。

捌、參訪照片



圖一、拜訪穀物檢定協會料理研究所（左一為莎日娜博士，右二為萩田所長）



圖二、料理研究所上課場地



圖三、料理研究所之磨粉設備及以米穀粉製成之產品



圖四、Noodle 2012 麵條展現場及展示成品



小麦・卵・乳 など
アレルギー表示25品目
を使っていない

**【お米から作った
餃子の皮】**

今日は、家族みんなで
餃子パーティー！

カリッ...もちっ...うまっ！




圖五、麵條展展示之米粉相關製品



圖六、新潟十日町農協之米粉製造工廠



圖七、新潟十日町農協之農產直賣所-四季彩館



圖八、新潟十日町農協之米麵包專賣店



圖九、上：新潟十日町農協食育體驗教室，下：以米粉披薩，抹醬為米味噌



圖十、十日町農業協同組合四季彩館內綠燈籠四顆星餐廳及販售產品



圖十一、全國農業協同組合中央會農業農村展示館入口輪盤遊戲、米食推廣公仔及宣導海報



圖十一、全國農業協同組合中央會農業農村展示館附設餐廳所販售之便當



圖十二、丸森町觀光物產協會至 JR 上野站進行農特產品及觀光行程促銷



圖十三、地鐵站地下街綠燈籠餐廳中午時段販售之便當