



【扎根農業，全民創造共好食代】

# 以農為本 共創農糧新食代

李佳芳<sup>1</sup>·王欣俞<sup>1</sup>·董蓁<sup>1</sup>·吳玉婷<sup>1</sup>

## 壹、前言

農業生產及農產品銷售與人類飲食息息相關，尤其近年屢見食安事件，讓國人更加注重食物的來源及安全性。然而隨著社會工業化發展，農業與國人連結逐漸疏離，進而影響對國產農產品的認識與認同，如何重新連結國人與農業的關係，提升其對農業及農產品的價值，並以實質行動力支持國產農產品，為現階段重要推展方向。

藉由食農教育的推動，連結產地到餐桌、生產者至消費者，透過對飲食及農業之關懷，培養國民基本農業生產、農產加工、友善環境、食物選擇、飲食調理知能及實踐，建立良好飲食習慣，進而深化國民對國產農產品、飲食及農業文化的認同、信賴與支持，增進國民健康，促進農產品消費，共同維護自然及生態景觀，創造農村就業機會，進一步振興農村經濟、促進農業永續發展，並創造臺灣農業多元價值。

註 1：行政院農業委員會農糧署。

## 貳、農糧產業食農教育推動情形

為提升國人深入認識農糧產業與農產品，促進全民支持農業，農糧署推動食農教育重點如下：

### 一、食農教育推廣

#### （一）食米食農教育推廣

受到飲食西化影響，國人食米消費量減少，民國 106 年每人每年平均米消費量 45.4 公斤。為促進國人重視米食，瞭解在地米食文化，農糧署辦理各類米食推廣活動，搭配在地食材飲食特色，讓國人深入瞭解臺灣米食的豐富與多元。

為從小養成孩童食米習慣，並落實於生活中，農糧署每年於全臺 60 所國小推動「食米食農學園」，讓學童瞭解米的營養價值與在地米食文化，也從年輕學子觀點出發，舉辦國高中職學生之「非米不可創意米食競賽」，以國產米、米穀粉及在地食材為原料，製作美味又吸引人的創意新興米食，延伸食米食農教育推廣效益。此外我們也由學校擴及至家庭，舉辦全國食米教育體驗營，每年吸引近千名國小學童及家長參與各式農事體驗、新興米食 DIY 等活動，提高學童學習興趣，共同推動米食教育，促進飲食文化傳承。



107 年食米教育體驗推廣活動——割稻體驗現場情形。

今年農糧署並以臺灣在地國民美食——碗粿，舉辦「臺灣第一碗——最強碗粿爭霸賽」，帶動國人愛吃碗粿的消費風潮，讓大家重新認識傳統米食新價值並多加選購，實質提升國內米食消費量。

#### （二）有機農產品食農教育推廣

為擴大宣導有機農業理念與環境永續觀念，結合民間組織、有機志工及學校老師共同推動校園有機食農教育。截至 107 年 10 月底計有 528 所國中小學舉辦 1,000 場次「有機農業與食農教育」活動，讓學童瞭解正確飲食及有機理念，從校園帶入家庭，培養有機消費新興族群，並將有機食農觀念拓展至社區社團、樂



旗山農工師生參訪下營黑豆產地。

齡中心及教師學習社團等，帶動有機消費族群成長，擴大有機消費市場，從末端消費需求帶動生產供應，促進國內有機農業發展。

### （三）雜糧食農教育推廣

為推動大糧倉計畫，提升青年學子從事雜糧產業實務工作，延攬更多從農生力軍，107年輔導辦理「高職農校生與糧同行」食農教育活動，前往黑豆、落花生、甘藷、食用玉米及胡麻等主要國產雜糧產地，帶領高職農校學生進行雜糧產地栽培、農機具操作、行銷管理等多面向參訪學習，讓學子更加瞭解國產雜糧優點與產業現況，以增進從農意願，促進雜糧產業蓬勃發展。另為推廣國產大豆至校園，辦理「國產大豆食農教育研習營」，邀請國中小學營養午餐主辦人員、團膳業者及農會推廣人員前往產地，體驗從田間種植、加工製造到餐桌之生產過程，瞭解國產雜糧特色優點。

## 二、國產農產品標章推動

### （一）臺灣米標章

為協助外食族群辨別國產米，建立消費者對國產米之認同感，提升臺灣米優質形象。農糧署針對國內使用臺灣米之餐飲業者推動標示「臺灣米標章」，業者可將臺灣米標章張貼於門市明顯處或印製於產品包裝上，提供消費者識別選購獲

得保障，並由標章正面認證形象，鼓勵業者加值自有產品，促使源頭糧商誠實供應國產米。截至 107 年 10 月底止，全臺已有 80 家業者使用臺灣米標章，包含臺鐵便當、悟饕池上飯包、鬍鬚張、臺灣吉野家、大戶屋、全家便利商店等，旗下連鎖門市達 4,050 家以上，提供消費者選購臺灣米產品。

## （二）農產品產地標章

臺灣自然環境多樣化，從北到南、平地到高山風土條件迥異，同一作物因地理環境因素不同，孕育出的農特產品風味各具特色，透過產地證明標章或產地團體商標進行地理標示，在生產面可以提升產品品質，行銷時亦能增加產品價值並保護消費者權益，對外貿易時更能進一步建立臺灣農產品國際商譽，目前共計輔導 65 個農產品產地證明標章及產地團體商標，其中以茶業最多元。



農糧署針對國內使用臺灣米之餐飲業者推動標示「臺灣米標章」，鼓勵國人多加選購臺灣米標章產品。



臺北希望廣場農民市集展售情形熱烈，增加國產農產品能見度。

## 三、國產農產品行銷

農糧署為推動地產地消，協助農民拓展多元行銷通路，輔導設置展售場域，以提供生產者與消費者交流管道，使農民可以傳達農產品生產理念，提升消費者對國產農產品品質、安全認知及支持度。

### （一）臺北希望廣場、臺北花博農民市集

於臺北消費地設置農民市集，每週六、日辦理各縣市農產品展售，增加農產品能見度，協助農民銷售農產品，現已成為全國農民及消費者購買國產優質農產品最佳交易場域。

## （二）地區性農產品展售

為發揮在地農產品優勢，促進農村在地經濟發展，輔導地方政府及農民團體於各地區建構農夫市集、農民直銷站、農村社區小舖，提供在地小農就近銷售自產農產品，也讓消費者購得新鮮、安全及具地方特色之農產品。目前輔導設置之農夫市集有 8 處、農民直銷站 15 處，社區小舖 34 處。

## （三）有機農夫市集

為增加有機農產品行銷管道，宣導有機理念，輔導地方政府、學校及農業團體辦理有機農夫市集活動。目前已輔導成立 18 處有機農夫市集，提供有機農民更多的行銷管道，並讓農民親自說明及銷售自產有機農產品，建立與消費者之感情與信任，提升消費者對有機農產品支持。

## 四、推動學校午餐、國軍副食採用國產溯源食材

學校營養午餐攸關學童健康，為照顧全國約 170 萬國中小學童的飲食健康，由教育部、衛生福利部及行政院農業委員會共同推動學童午餐使用國產溯源食材，落實「食安五環」政策，從源頭輔導農民安全用藥，加強宣導各種認 / 驗證農產品，並針對由農民流通至供應商階段之學校使用食材，主責前端源頭管理與抽驗，帶動學校午餐使用在地食材，讓學生吃的安全、家長放心。此政策是我國自 69 年廣設營養午餐以來，食材上的重大改革，目前全國 22 縣市均已推動，107 年 9 月全國各縣市採用四章一 Q 食材登錄筆數占比已達 52%，顯見學校午餐食材源頭可追溯及管理已有顯著成效。

此外，為提升國軍餐飲品質，亦協同國防部推動國軍副食採用具有機（含轉型期）、產銷履歷及吉園圃標章之國產溯源蔬菜，截至 107 年 10 月底供應國軍副食國產溯源蔬菜 4,600 公噸，占總蔬菜採購量 40%。

## 參、結語

隨著全球貿易自由化及國人飲食西化的影響，消費者選擇食物之習慣也急速改變，消費者購買低價、高食物里程農產品，無法辨識國產農產品與進口品的差異，導致國人對農業的重視、土地的關懷、農業及飲食文化的傳承意識逐漸薄弱。為喚醒國人對農業的重視及對國產農產品的支持，農糧署從生產端至消費端多方著手，透過學校、家庭及社區之橫向連結，強化消費者與農業之連結，提升對農業及農產品的認同、信賴與支持，共創農民與消費者雙贏的農業新時代。