

[あふ]
aff
agriculture forestry fisheries

May
2017 | 5

特集2
駅弁



特集1
外食

農林水産省

CONTENTS

- 2 味の再発見！昔ながらの
ニッポンの郷土料理 第1回
こづゆ [福島県]

4 特集1 外食

14 特集2 駅弁

- 18 輝く！未来を担う生産者 vol.1
近藤スワインボーク (有限会社近藤スワインビジネス) / 群馬県
子どもにも安心な
豚肉と加工品を

- 20 MAFF TOPICS
NEWS
米粉がもっと選びやすくなります
鳥獣被害対策優良活動を表彰
食育推進全国大会を岡山で開催
5月から全面施行される改正個人情報保護法
多面的機能支払交付金 [第1回]
地域みんなで農と食を子どもたちのために

23 読者の声

表紙 / 家族の外食風景
写真 / アフロ

○広報誌「aff(あふ)」について

農林水産業や農山漁村は、食料の安定供給はもちろんのこと、国土や自然環境の保全、良好な景観の形成などの多面的機能の発揮を通じ、国民の皆さまの毎日の生活において重要な役割を担っております。また、農林水産行政は、生産などの現場に密着したものであると同時に、毎日の生活に深く関わっています。農林水産省では「aff」を通じ、農林水産業における先駆的な取り組みや農山漁村の魅力、食卓や消費の現状などを紹介しております。

○ホームページのご案内

「aff」は農林水産省のホームページでもご覧いただけます。
<http://www.maff.go.jp/j/pr/aff/>

○編集・発行 農林水産省大臣官房広報評価課広報室

〒100-8950 東京都千代田区霞が関1-2-1
TEL 03-3502-8111 (代表) FAX 03-3502-8766 <http://www.maff.go.jp/>

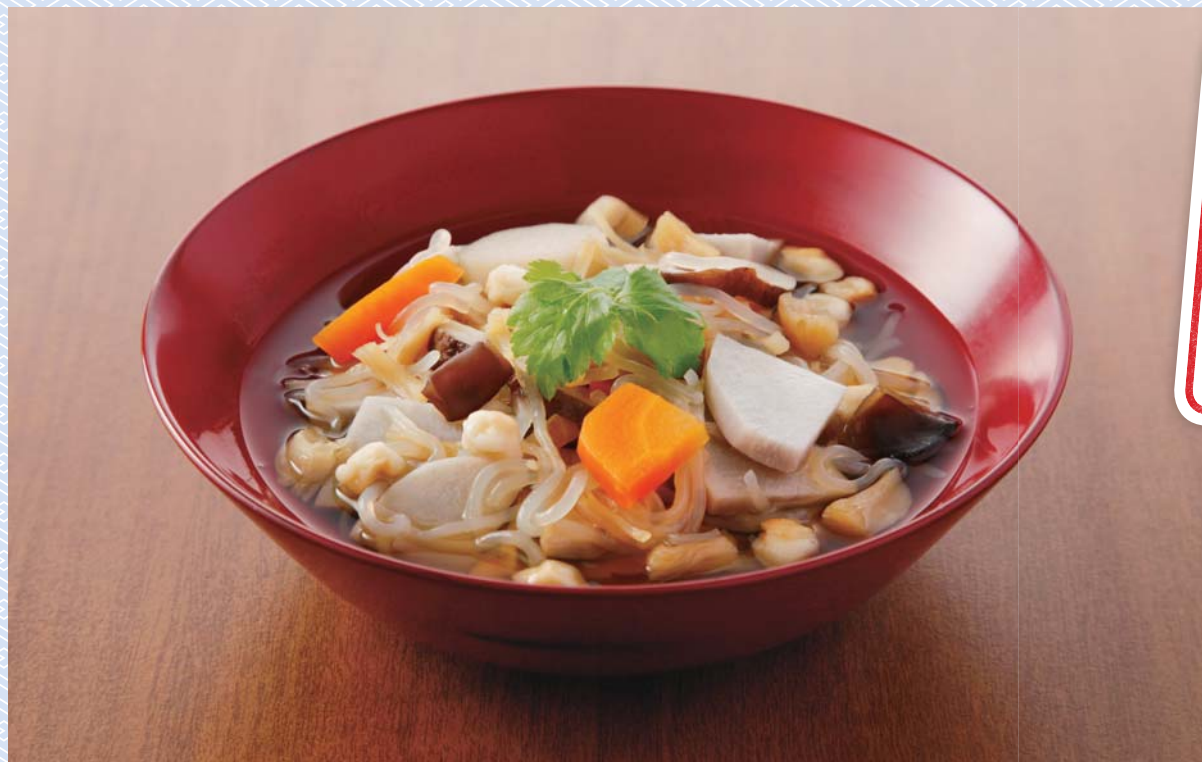
○編集協力 株式会社KADOKAWA

〒102-8177 東京都千代田区富士見2-13-3
TEL 03-3238-6255 FAX 03-3238-5832 <http://www.kadokawa.co.jp>
編集 / 藤原由香 西上鮎生

アートディレクション / 大井亮 (Zappi)

デザイン / 桑原菜月 (Zappi)

本誌に掲載した論文などで、意見にわたる部分は、
それぞれ筆者の個人的見解であることをお断りします。



撮影 / 島 誠 料理制作 / 三好弥生



鶴ヶ城
(福島県会津若松市)

福島県 | こづゆ



こづゆに欠かせない具のひとつ、豆麩 (左)。直径1cmほどの小さなもの。干し貝柱 (右) はこの料理の味のベースとなる。前の晩から水に浸けてゆっくり戻すのがポイントだ。

文 / 白央篤司

フードライター。研究テーマは日本の郷土食と「健康と食」で、月刊誌『栄養と料理』(女子栄養大学出版部)などで執筆。著書に『にっぽんのおにぎり』(理論社)『ジャパぬめし』(集英社)などがある。ブログ <http://hakuotsushihatenablog.com/>

味の再発見！ 昔ながらの ニッポンの 郷土料理 第1回

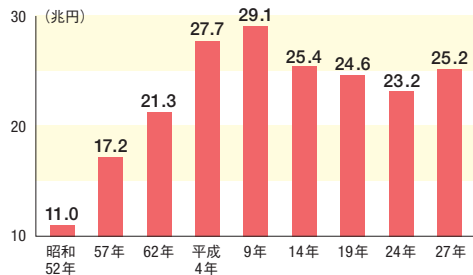
福島県の西側、会津地方。この地を思うと、まず美しい鶴ヶ城が思い出される。城下町として栄えた会津地方は、郷土料理も大きく発展した。その代表的なものが、こづゆ。汁ものと煮もの中間のような料理で、もともとは武家料理。たっぷりの野菜から出る甘み、そして干し貝柱のうまみが溶け合い、まさにその、つゆは絶品だ。味つけはひかえめ、ほんのりしいうゆ味。その上品な味わいに、一度食べてすっかりファンになってしまった。

「人が集まるときに欠かせません。お盆や年末、お祝い事とかね。鍋いっばいに作らないとおいしくならない。少量じゃ味が決まらないんです」とは地元の人からよく聞かれた声。にんじん、里いも、きくらげ、しらたき、しいたけ、麩が代表的な具材となる。季節によ

大きさをそろえて細かく切ることが多いが、これは家によってもさまざま。郷土料理は家ごとに少々変わるものだ。共通点といえば、うす味であること。これは干し貝柱の香りを生かすためである。江戸時代、会津地方は北前船から河川を経由して魚介の乾物もたらされた。干し貝柱しかり、名物料理。しんの山椒漬けに使われる身欠きにしんもしかり。船で運ばれる海産物から、昔の人々は遠き海に思いをめぐらせたのではないだろうか。

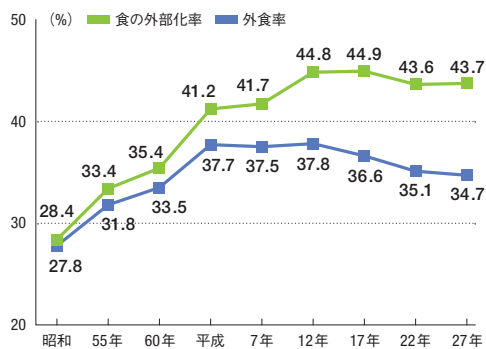
三越日本橋本店新館5階にあるカフェ&レストラン「ランドマーク」(営業時間: 11時~19時半)のショーケース。今も人気のお子様ランチは、昭和5年、三越日本橋本店本館の食堂に「御子様洋食」として登場。当時は、「子どもに夢のある食事」との願いから、ご飯は富士山をかたどる頂上に「マル越」の旗を立て、コロッケ、ハム、スパゲティ、サンドイッチなどを配っていました。

■ 外食産業の市場規模の推移



出典: (一社)日本フードサービス協会による推計

■ 外食率と食の外部化比率



出典: (公財)食の安全・安心財団による推計

【外食率】

▷ 食料消費支出に占める外食の割合

【食の外部化率】

▷ 外食率にそう菜・調理食品の支出割合を加えたもの

外食産業を発展させた原動力として長年にわたって続けられてきた企業努力も見逃せません。味の追求は当然ながら、接客指導の徹底、安全・安心の重視、健康への配慮、厨房やセントラルキッチンなどのハイテク化などによる生産性向上などが行われています。また、食料の国産化を進めたり、自社農場を経営したり、生産者を指定したりするなど、こだわりの食料を活かしたメニューを開発する企業も増えていきます。時代の波をくぐり、切磋琢磨し、消費者のニーズに応えながら、たくましく成長してきた日本の外食。国際的な評価も高く、訪日外国人が期待することのトップとなっており、海外進出を果たす外食企業も多くなっています。

も増えました。外食はもはや「第二の食卓」ともいえる存在です。食事の仕方は3つに分類できます。レストランなどへ出かけて食事を「外食」、家庭内で手作りの料理を食べる「内食」。そして、市販の弁当やそう菜など調理済みの食品を家庭や職場で食べる「中食」です。

25兆1816億円でした。また中食産業はコンビニエンスストアやスーパーのそう菜人気などから右肩上がりに成長をしています。日本人の飲食料消費の3分の1を占める外食ですが、これに中食の支出を加えた「食の外部化率」は44%となり、この広義の外食産業の市場は30兆円を超える規模となっています。

消費者のニーズに 食料の国産化を推進

子どものころ、誕生日やお出かけの日にデパートのレストランで食べたお昼の楽しさが忘れられないという方も多いことでしょう。戦後の食料難を過ぎてもし

くは非日常的な行事だった外食ですが、それも昔の話。今やすっかり日常の行為となり、家族や友達と気軽に楽しむものとなりました。また生活時間の多様化に合わせて朝ごはんから夜食までさまざまな料理を選ぶようになってい

暮らしに欠かせない もう一つの食卓

国内外的消費者をひきつける日本の外食。産業として大きく発展した背景には、家の外での食事の価値を追求する人々の努力があります。

取材・文/下境敏弘 (P4~9)、千葉真子 (P10~13)
撮影/長谷川朗 (P4) イラスト/あべかよこ (P11)

外食



外食の50年史

高度経済成長、バブルとその崩壊、消費者の節約志向など時代の波を乗り越えてきた日本の外食の歴史を振り返ってみましょう。
取材協力／一般社団法人日本フードサービス協会

1970年～

1970年 日本万国博覧会（大阪）：「ケンタッキーフライドチキン」が実験出店
ファミリーレストラン1号店オープン：「すかいらくー」（東京・府中）

1971年 ドーナツチェーン1号店オープン
：「ミスタードーナツ」（大阪・箕面）

ハンバーガーチェーン1号店オープン
：「マクドナルド」（東京・銀座）

1974年 コンビニエンスストア1号店オープン
：「セブンイレブン」（東京・豊洲）

1976年 持ち帰り弁当店1号店オープン
：「ほっかほっか亭」（埼玉・草加）

1977年 ファミレス初の24時間営業店：「デニーズ」（千葉・幸町）

ファストフード初のドライブスルー：「ケンタッキーフライドチキン」（東京・久米川）

1980年 コーヒーチェーン1号店オープン：「ドトールコーヒーショップ」（東京・原宿）

宅配ピザ1号店オープン：「ドミノ・ピザ」（東京・恵比寿）

1986年 外食市場規模が20兆円を超える

1989年 消費税（3%）導入

↑
外食産業の
市場規模



「すかいらくー」1号店となった国立店。



1970年11月に「KFC」第1号店（名古屋）が名古屋に開店。

戦後急成長した日本の外食産業

日本における戦後の飲食店の歴史が語られるとき、「外食元年」とされるのが1970年です。

この年、大阪府で開催された日本万国博覧会で世界各国の料理が披露されました。とりわけ米国の大手外食チェーンが人気を博し、次々と日本上陸を果たします。背景には前年に実施された資本の自由化がありました。すると、国内資本も相次いで外食分野に参入。全国にファミリーストランやファストフードのチェーンが急速に広がっていきました。同時に多店舗の調理をまとめて行うなど業務の合理化が進み、接客もマニュアルの導入によりサービスも向上して、外食は産業としての形を整えていきます。

外食産業は国民の生活水準の向上を追い風に石油ショックを乗り越えて発展を続けます。1980年代のグルメブームでは、エスニック料理やフランス料理、イタリア料理などが客を集めました。また、手ごろな価格や手軽さなどから外食は日常化していきます。

一次産業との連携強化などで新たな付加価値を追求

1990年代に入ると、バブル経済が崩壊して消費が冷え込む中、外食市場の伸びは鈍化します。一方で、簡便化志向の高まりなどから、中食市場は拡大してきます。

この状況に、低価格路線を採る外食企業もある中で、食の質やサービスを見直す企業もありました。2000年代には、食の安全・安心が社会的にも大きなテーマとなり、外食企業は危機管理や食の安全に対し、徹底して取り組み始めました。

また、ブランド化を図る生産者と連携し、食材の産地を表示して付加価値の「見える化」を行うといった取り組みが進んでいます。さらに2009年の農地法改正により農地の賃借が自由化されたことから、自ら農場を営む外食企業も出てきました。

和食の無形文化遺産登録やミラノ国際博覧会で日本館が好評を博すなど、海外からも注目される日本の外食。訪日外国人観光客数は2000万人を突破し、2020年にはオリンピック、パラリンピック東京大会に多くの人が集まります。広がる市場を見据え、生産者と外食企業が連携する中で、外食はさらなる進化を遂げようとしています。

2000年～

1990年～

1980年～

1992年 ファミレス「ガスト」で初のドリンクバーがスタート

1994年 初のフードアミューズメントパークがオープン
：「ラーメン博物館」（神奈川・横浜）

1996年 「マクドナルド」が日本の外食チェーン初となる2000号店到達

1997年 消費税5%へ
△外食市場規模が29兆円超に

2001年 牛丼チェーン初の1000店舗到達：「吉野家」

2007年 回転寿司が5000億円市場に

2008年 「ミシュランガイド東京2008」刊行

2008年 リーマン・ショック

「和食」日本人の伝統的な食文化がユネスコ無形文化遺産に登録

お一人様、立ち食いスタイルなど新業態が流行

カレーチェーン店舗数でギネス世界記録に認定
：「カレーハウスCoCo壱番屋」

2014年 消費税8%へ

2015年 ミラノ万博（ミラノ国際博覧会）

2016年 訪日外国人観光客数2000万人突破

2020年 東京オリンピック・パラリンピック開催



食をテーマに開催されたミラノ万博。日本館には多くの外国人が訪れた。



東京版は、欧米以外で初めて出版されたミシュランガイド。
写真：ロイター／アフロ



ピザなどの宅配サービスも急速に広がった。
※写真はイメージ



精肉柿安アカデミーでの研修で技術や知識、肉に対しての心構えを学ぶ。



祖業を受け継ぎ、すき焼き、しゃぶしゃぶなどを供する柿安料亭本店。



精肉の大手として松阪牛などのブランドを扱うほか、社名を冠した黒毛和牛のブランド化にも取り組んでいる同社。三重県北勢地域の15の契約牧場で育てた但馬牛系統の未経産雌牛のうち肉質、歩留まりとも最高評価のA5等級の牛を、「柿安牛」として、精肉店や料亭で提供している。

国産食材へのこだわりは牛のほかにも及び、豚については、沖縄県産銘柄豚「あぐー」から、柿安オリジナルブランド「プレミアムあぐー」を契約牧場と共同で開発しました。

鶏に関しては、熊本地鶏とし

各地の生産者と交流し 優れた国産食材を確保

同社は現在、祖業を継ぐレストラン事業を運営するほか、精肉事業でも大手の一角を占めています。国産黒毛和牛を最高の状態で消費者のもとに届けるため、牛個体管理システムにより牧場から出荷店舗まで一貫管理しています。また、桑名市には国際的な食品衛生管理の手法であるHACCP認定（三重県版）の加工工場を構えています。さらに食材を扱う企業として選別や加工、調理に関わる職人づくりを重視しています。このため、研修を体制化するとともに各種コンテストの実施により向上心を高揚させ、各自の技量を磨いています。

事業の新たな柱を求めて 外食、中食、内食をカバ

食を扱うノウハウを蓄積しつつ、嗜好の多様化や健康志向といった消費者のニーズの変化、時代の流れを読みながら、柿安本店は常に新たな事業の柱を求めてきました。今ではレストラン・精肉・中食・



期間限定発売している「松阪牛しぐれ煮」は、パッケージで生産者と使用牛が一目でわかる安全安心な一品。

和菓子・食品の5事業を展開するに至っています。

レストラン事業では料亭やビュッフェ、 Grill など業態の多様化を進めています。食品事業では贈答用として人気の牛肉しぐれ煮を生み出し、その業態では百貨店内に専用厨房を設けて調理、販売する「柿安ダイニング」のスタイルを確立するなど、同社は外食、中食、内食のすべてをカバーしながら成長を続けています。



国産肉にこだわり続けて145年

生産者から 消費者へとつなぐ

「柿安本店」の挑戦

国産黒毛和牛にこだわる老舗は「おいしさ、育む。」を企業メッセージに、自社名を冠したブランド牛を育てるなど、生産者との二人三脚で優れた食材を追求し続けています。



契約牧場は自社の衛生基準、管理基準に基づいて設計し、定期的に視察、指導を行う。

農家との共同研究を原点として 最高の食材を追求

良質な食材を求めて特定の生産者と連携する外食企業がなくなっています。これを明治時代から続けてきたのが、三重県桑名市に本社を置く株式会社柿安本店です。果樹園を営み、柿の行商をしていた創業者の赤塚安次郎が桑名で牛鍋の店「柿安」を開いたのは明治4年（1871年）です。

まだ日本人になじみのない牛肉料理をおいしく食べてもらうには良い肉を仕入れる必要があると考えた柿安は、創業当時から生産者との交流を大切にしてきたのです。以来、145年にわたる、生産者と共に育てる文化や、肉を見極め抜く技をつちかしてきました。

食材に独自基準を設け 検査体制も完備

庄やグループ

独自基準を設けて安全性に配慮した食材のみを使用。原産地情報や残留農薬検査などさまざまな検査結果はホームページで公開。検査機関が迅速な情報提供のため SNS も運営する。



「庄や」「日本海庄や」「やるき茶屋」など居酒屋を中心に数多くの外食ブランドを持つ庄やグループ。

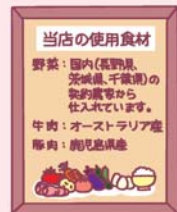
原材料、検査結果、栄養成分と情報が膨大なため、メニューの QR コードからホームページを参照してもらう仕組み。



外食の原産地表示ガイドラインについて

消費者の方に安心して食事をしてもらうため、農林水産省では外食事業者が自主的に原産地表示を行えるよう「外食の原産地表示ガイドライン」を作成しています。

対象はすべての外食事業者です。外食事業者は、食材が多く、1つの食材からさまざまなメニューを作っているため、創意工夫して原産地をわかりやすく表示しています。表示されている場所は、メニューブックやウィンドーサンプルのほかに、ホームページや店内ポスター、卓上メニューなど、店舗の規模や形態によってさまざまです。



原料・メニュー変更に応じた正確に情報提供

すかいらーくグループ

BSE 問題を受け、肉類の原産地表示を開始。以後、主要食材について表示する方針で、ホームページでは米飯類と肉類の最新情報を確認できるようにしている。



すかいらーくグループは、「ガスト」や「バーミヤン」「ジョナサン」といった多くのファミリーレストランブランドを持つ。

迅速に正しい発信を行うため、情報提供はホームページページごと切り替え。店舗メニューでは、栄養成分はカロリーと塩分に限定して表示。



に情報提供を行っています。メニュー数、店舗数とも非常に多いファミリーレストランチェーンや居酒屋チェーンであっても、迅速に正確な情報を顧客に届けるため、グループ全体で表示のルールと体制を整えています。

表示に留まらず、原材料のトレーサビリティや安全基準をより高いレベルで実現している企業もあります。居酒屋「庄や」「日本海庄や」など多くの外食店を持つ庄やグループは、食材の安全性に強いこだわりを持ち、農業使用量を低減した野菜など食材の独自基準

を設定。基準を満たしているかを確認するための検査機関も社内設置し、結果を公表しています。

カロリーや塩分、アレルギー表示の努力も

外食産業は近年、カロリーや塩分、7大アレルギー物質の表示にも力を入れています。外食が日常の行動となった今、カロリーや塩分摂取量を制限した食生活を送る消費者に配慮した結果です。アレルギーについても、子どもを持つ母親たちの要望を受けて開示する企業が増えていきました。

カーネル像が教えてくれる 鶏肉の産地

ケンタッキーフライドチキン(KFC)



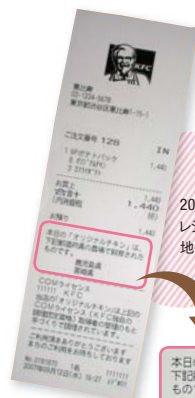
KFCは125カ国・地域に約2万店舗。国内には1153店舗(4月末現在)を展開。

カーネル像にかけたボードとレシートへの印字により、主力商品である「オリジナルチキン」の産地を表示。顧客の目に留まりやすい場所での情報公開をしている。



県名までしっかりと表示している。

2007年10月以降、レシートでも鶏肉の産地が確認できる。



本日の「オリジナルチキン」は、下記都道府県の農場で飼育されたものです。

鹿児島県 宮崎県

KFC ホームページでは2003年以降栄養成分表示、アレルギー表示に対応。2008年以降、主要商品の原産地表示が確認できるようになった。



消費者による食の安全性への関心や健康志向の高まりにより、外食産業において、原産地やカロリー等の情報を開示する動きが広がっています。

消費者の関心、健康志向に応える 飲食店の表示の取り組み

食の安全性を脅かす問題が頻発
消費者の関心が高まるように

1980年以降、家計の食料消費支出の3割以上を占めている外食。単身世帯や働く女性の増加などの社会変化もあり、暮らしの中で日常的に利用するものとして定着しています。

そんな中、90年代・2000年代初頭にかけて発生したBSE問題や、2002年に発生した輸入農作物の残留農薬問題、2000年代以降相次ぐ食品偽装問題など、食の安全を脅かす問題が頻発し、消費者が食の安全性に高い関心を寄せるようになりました。とくに外食産業に対し原材料の原産地表示を求める声は強く、農林水産省は2005年に「外食における原産地表示に関するガイドライン」を整備。消費者に対する外食産業への信頼回復を促すよう努めました。

**大手外食企業の9割が
原産地表示を実施**

世論の高まりを受け、農林水産省と連携し努力を続けてきた結果、現在では多くの外食企業が店舗メニューやホームページ上で積極的



豚骨らーめん
(本田商店)

出店: シンガポール
海外出店数: 3店
海外初出店: 2014年

お取り寄せサイトから発展し
「お店と変わらない」
8店の味を提供

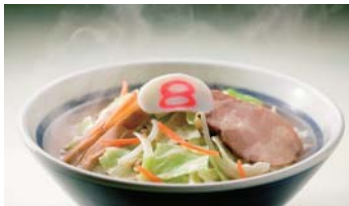
Ramen Gallery
Takumen
ラーメンギャラリー 宅麵

日本の名店8店舗の味を再現し提供する。一方で、現地の方向けに、
たれの量を減らしたスープも用意。基本的に魚介系のだしは日本産、
たれに使うしょうゆやみそ等もすべて日本から輸入して使用している。

タイで圧倒的人気を誇る。
野菜たっぷりのラーメンを手ごろな価格で 8番らーめん

出店: タイ、香港 海外出店数: 122店
海外初出店: 1992年

バンコクに初出店して以来、タイで
115店舗まで拡大。食材の多くを現
地調達し、手ごろな価格で野菜たっ
ぷりのラーメンを提供している。タイ独
自メニューのトムヤムクンらーめんは現
地で一番の人気となっている。



野菜らーめん

日本発のカレーやうどんも好評



ローズカツオムカレー

日本のカレーライスが世界へ
日本式の接客も躍進を後押し

カレーハウスCoCo壱番屋

出店: ハワイ、中国、台湾、韓国、タイ、香港、アメリカ、
シンガポール、インドネシア、マレーシア、フィリピン
海外出店数: 160店 海外初出店: 1994年

どの国でも共通して心がけていることは、「ニコ
ニコ・キビキビ・ハキハキ」。その接客と日本の
カレーの味わいが各国に受け入れられ、続々と
海外店舗をオープン、躍進を続けている。



釜揚げうどん

各国文化と融合させながら
打ちたてゆでたの味を

丸亀製麺

出店: カンボジア、ベトナム、オーストラリア、台湾、イ
ンドネシア、ロシア、香港、韓国、中国、タイ、ハワイ
海外出店数: 190店 海外初出店: 2011年

日本国内と同様に、海外でもゆでたてにこだわり、
注文を受けてから客の目の前でうどんをゆでる方式を
貫く。一方で、各国の文化に合わせて各国独自のメ
ニューや薬味を展開、好評を博している。

まろやかな豚骨白湯スープ。
海外でも手作りの味を提供

らーめん山頭火

出店: アメリカ、カナダ、香港、台湾、シンガポール、マレーシア、タイ、フィリピン
海外出店数: 37店 海外初出店: 2003年



しおらーめん



「日本人がおいしいと思うものでなければ
海外でも受け入れられない」と考え、日
本の店舗と同じように、各店舗で約16
〜20時間かけて豚骨スープを作り、日
本流のサービスを提供している。

だった店舗数は、わずか2年で約
1・6倍に。出店数が多いのはア
ジアですが、世界のどの地域も増
加傾向にあることから、日本食が
幅広く受け入れられていることが
わかります。
海外進出している日本食のジャ
ンルは多岐にわたります。「寿司」

はもちろん、40年以上も前にアメ
リカで初出店し各地で展開する
「牛丼」、近年欧米で好調の「ラー
メン」、アジアでは「うどん」や「カ
レー」「居酒屋」も人気を博して
います。このように、日本食と言
ってもその内容はさまざま。多様
性に富んだ日本食だからこそ、世

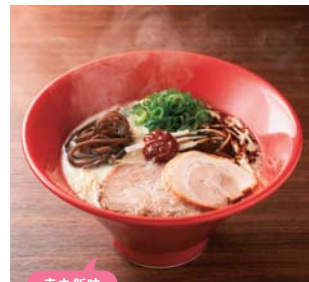
界中で愛されているともいえるで
しょう。さらにどの日本食レスト
ランでも共通しているのは、質
の高い料理と効率的な運営を両立
していることです。長年日本国内
の食文化に定着してきた日本
の食文化産業、海外での躍進は今後
も続いていきそうです。

今、日本のラーメンが海外で大人気

ラーメンも日本酒も
日本の食文化を世界へ発信

一風堂

出店: アメリカ、シンガポール、香港、オーストラリア、台湾、中国、マレーシア、
タイ、フィリピン、インドネシア、イギリス、フランス、ミャンマー
海外出店数: 63店 海外初出店: 2008年



赤丸新味

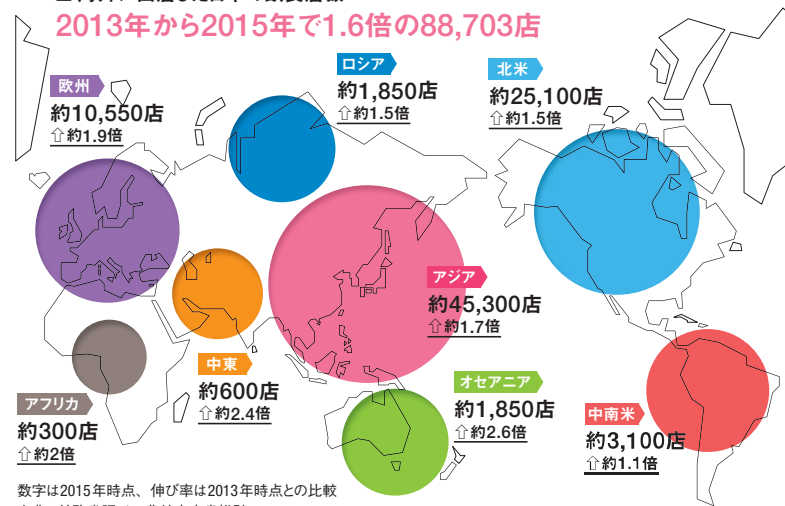


洗練された空間で日本酒や一品料理も楽しめる「ラー
メンダイニング」として出店、会食やデートでも使われる
ポジションを確立。ラーメンは現地の嗜好に合わせつつ
も、食後の印象は日本と変わらないよう工夫している。

海外で増加している
日本の飲食店
こうした日本食ブームを受け、
近年海外における日本食レストラ
ンの数は大幅に増加しています。
2013年に約5万5000店

「和食」が無形文化遺産に登録
外国からの注目が高まる
2013年、「ユネスコ無形文
化遺産」に、「和食・日本人の伝統
的な食文化」が登録されました。
これを契機として、国内はもちろ
んのこと、海外でも「和食」に対
する関心がさらに高まっています。
2015年の観光庁による調査
では、訪日外国人が訪日前に期待
していたこととして、約7割が「日
本食を食べること」と回答し1位
となっています。また、2014
年に行われた日本貿易振興機構に
よる「外国人が好きな外国料理」
の調査でも「日本料理」が1位に
挙げられています。

■ 海外に出店した日本の飲食店数
2013年から2015年で1.6倍の88,703店



数字は2015年時点、伸び率は2013年時点との比較
出典: 外務省調べ、農林水産省推計

続々と海外に進出し、約9万店舗に達する日本の飲食店。
世界に広がる日本食レストランの今を取材しました。

日本食ブームを背景に急増
海外に広がる日本の外食

駅弁

特集2

日本を代表する食文化である駅弁。歴史ある伝統の味から、地域の食材を活かした新しいものまで、全国各地の駅弁を集めました。
取材・文／Office彩蔵
取材協力／一社 日本鉄道構内営業中央会

三宝めし

北海道 ○稚内駅(宗谷本線)

北海道を代表する、うに、かに、イクラのセット。ご飯は、それぞれの具材に合うように味つけを変えている。1,150円／稚内駅立売



たらば寿し

北海道 ○釧路駅(根室本線)

たらばがにの棒肉とフレーク、イクラのしょうゆ漬け、サーモンの入ったすし弁当。港町、釧路ならではの海の幸が味わえる。1,480円／釧路館



稚内駅

釧路駅

森駅

八戸駅

仙台駅

米沢駅

横川駅

高崎駅

千葉駅

東京駅

横浜駅

小田原駅

新潟駅

富山駅

小淵沢駅

元祖森名物いかめし

北海道 ○森駅(函館本線)

生いかの胴に生米を詰め、火力の強い3連ガスバーナーでボイル。いかから出るうまみと甘辛いたれの相性が抜群。650円／いかめし阿部商店



八戸小唄寿司

青森県 ○八戸駅(東北新幹線)

昭和36年発売のロングセラー。八戸近海産のさばと紅鮭の押しずし。三味線をイメージした“ばち”で、好みの大きさに切って食べる。1,150円／吉田屋



仙台名物牛たん弁当

宮城県 ○仙台駅(東北新幹線)

厚切りの牛タンは、食べごたえ十分。添え物は厚焼き卵、山くらげなど。ご飯には、宮城県産の環境保全米「ひとめぼれ」を使用。1,350円／こばやし



峠の釜めし

群馬県 ○横川駅(信越本線)

だしの効いたご飯を釜子焼の器に収めた、温かい釜飯。具材はタレをからめた国産若どり、栗、ごぼう、あんず、うずらの卵など。1,000円／荻野屋



※価格は税込み価格です。

鯛めし

神奈川県 ○小田原駅(東海道新幹線)

手もみ仕上げの鯛おぼろは、ほんのりとした甘さ。香ばしいしょうゆ味のご飯とのバランスは絶妙。スプーン付きで、食べやすい。830円／東華軒



もち豚 まいたけ弁当

新潟県 ○新潟駅(信越本線)

越後もち豚を使った角煮や肉団子、そばろのほか、雪国まいたけもプラス。ご飯もコシヒカリで、新潟県の特産品づくしの駅弁。1,080円／神尾商事



ますのすし(一重)

富山県 ○富山駅(北陸新幹線)

明治45年の発売。今や富山の代表食に。ほどよい脂のますと県内産の酢飯を合わせ、国産の笹の葉で巻りと彩りを与えている。1,400円／源



だるま弁当

群馬県 ○高崎駅(高崎線)

だるまを開くと、中には山の幸がたっぷり。高崎の開運だるまをモチーフにした容器は、食後に貯金箱として再利用できる。1,000円／高崎弁当



あさ漁り

千葉県 ○千葉駅(総武本線)

あさりのだし汁で炊いたご飯の上に、しょうがの効いた煮あさをどっさりとのせてある。貝好きにはたまらない一品。1,150円／万葉軒



容器も食べ方も楽しい駅弁

駅弁は楽しみ方も様々です。「だるま弁当」や「アンパンマン弁当」などコレクションしたくなる容器はたくさんあります。「ますのすし」の容器も立派で、自宅での押しずしづくりに使えそう。また、「シウマイ弁当」のように食べ方が話題になるものも。5個のシューマイと8等分になった俵形のご飯をどうバランスよく食べようかといったことで、家族で盛り上がりてみてはいかがでしょうか。

深川めし

東京都 ○東京駅(東海道新幹線)

農山漁村の郷土料理百選にも選ばれたあさりご飯「深川飯」に、あなごも加えた漁師風の弁当。江戸っ子に愛されてきた粋な味。900円／NRE 大増



シウマイ弁当

神奈川県 ○横浜駅(東海道本線)

冷めてもおいしいひと口サイズのシウマイは発売以来、変わらな。おかずのたけのこ煮や、小梅のをせた俵形ご飯も人気。830円／崎陽軒



元気甲斐

山梨県 ○小淵沢駅(中央本線)

昭和60年、テレビ番組の企画から生まれた二段の折り詰め。上段は京都、下段は東京の料亭が開発に協力。東西の味比べが楽しい。1,600円／丸政



電子レンジでの温めに注意!

冷めた状態でおいしく食べられるように作られているのが、駅弁の特徴。そのため、電子レンジで温めることを想定していない駅弁が多いので、注意が必要です。ポリスチレン（PS）製の容器は、一般的には電子レンジは不可です。包装紙の注意書きなどをよく読みましょう。また、峠の釜めしのように、電子レンジでの温め方をホームページで案内している駅弁もあります。



瀬戸の押寿司

愛媛県 ○今治駅（予讃線）

瀬戸内海、来島海峡の潮流で身の締まった鯛を押しずしに。透き通るような鯛の白身の美しさと、笹の葉の香りが食欲を刺激する。1,350円／二葉

鹿児島中央駅

鳥栖駅

今治駅

高松駅

広島駅

岡山駅

松江駅

鳥取駅

姫路駅

新大阪駅

京都駅

名古屋駅

浜松駅

敦賀駅

金沢駅

加賀温泉駅

松本駅

黒豚横丁

鹿児島県 ○鹿児島中央駅（鹿児島本線）

黒豚とんかつ、黒豚とんかつ、黒豚炭火焼の3種を揃えた黒豚づくしの弁当。原材料の豚肉はブランド「かごしま黒豚」のみを使用。1,080円／松栄軒



島根牛すき焼き煮切り丼

島根県 ○松江駅（山陰本線）

うまみが凝縮するまで煮詰めた島根牛のすき焼き。すっぱい出汁、「まつえ蜂蜜」を加えた別容器の「煮切り汁」をかけて食べる。1,200円／一文字家



元祖かに寿し

鳥取県 ○鳥取駅（山陰本線）

半世紀を超えるロングセラー弁当。地元で水揚げしたかににこだわる。八角形の容器はかにの甲羅をイメージしたもの。1,080円／アベ鳥取堂



桃太郎の祭ずし

岡山県 ○岡山駅（山陽本線）

江戸時代から続く地元の祭り料理を駅弁に。桃太郎にちなみ、桃をかたどったピンク色の容器も特徴的なちらしずし。1,000円／三好野本店



かしわめし

佐賀県 ○鳥栖駅（鹿児島本線）

大正2年発売の伝統ある駅弁。かしわ肉とガラを長時間煮込んだスープで炊いたご飯に、錦糸卵、かしわ肉、刻みのりがのせてある。700円／中央軒



夫婦あなごめし

広島県 ○広島駅（山陽本線）

たれの甘みが染みこみ、ゆめ飯の上には、仲のいい夫婦のように2本並んだあなごが。あなごの骨せんべいも付いている。1,150円／広島駅弁当



げんき100ばい! アンパンマン弁当

香川県 ○高松駅（予讃線）

子どもが大好きな食材がいっぱい。アンパンマンの顔がデザインされたふたを開けると、中のご飯にもアンパンマンが。1,300円／ステーションユングリイト東四国



浜松三ヶ日牛&遠州しらす弁当

静岡県 ○浜松駅（東海道新幹線）

甘みのある脂とときめ細かい肉質で定評がある浜松のブランド牛・三ヶ日牛と、磯の香り豊かな遠州灘のしらすの両方を堪能できる。1,030円／自笑亭



庄兵衛さんの焼きさばずし

福井県 ○敦賀駅（北陸本線）

敦賀駅はもとより全国の駅弁大会でも有名。焼いた真さばは、外はパリパリで、中はジューシー。隠し味のしょうがで、後味もサッパリ。1,080円／塩荘



炙りのどぐろ棒寿し

石川県 ○加賀温泉駅（北陸本線）

のどぐろという呼び名で知られる高級魚あかもつを使用。「白身のトロ」といわれるほど脂の乗った切り身をあぶった押しずし。1,600円／高野商店



加賀白山おったから弁当

石川県 ○金沢駅（北陸本線）

郷土料理の治部煮、なめこそばの実あえなどの詰め合わせ。器には伝統工芸の九谷焼、箸に山中塗を用いた郷土色あふれる弁当。1,600円／高野商店



山賊焼

長野県 ○松本駅（篠ノ井線）

とり肉を豪快に揚げた「山賊焼」は、松本市のご当地グルメとして有名。副業に信州のわさび漬けやまいたけの煮物など。760円／イデヤ軒



松浦のみそカツ

愛知県 ○名古屋駅（東海道新幹線）

風味豊かな八丁味噌が、やわらかな熟成ロース肉のカツを引き立てる。八丁味噌には地元岡崎産のものを使用。980円／松浦商店



旨い! たこめし

兵庫県 ○姫路駅（山陽新幹線）

真だこを大根で叩いたあと、さらに両方を一緒に煮ることで、とてもやわらかく仕上げている。たこの煮汁で炊いたごぼうも入っている。1,000円／まねき食品



だし巻きと穴子のお弁当

京都府 ○京都駅（東海道新幹線）

独自製法で味わい深く煮詰めたあなごに、甘さ控えめで上品な京風だし巻き卵を併せて。ちりめんざんしょうを効かせたご飯も美味。1,050円／淡路屋



旅のにぎわい御膳

大阪府 ○新大阪駅（東海道・山陽新幹線）

大阪のソルフードといってもよいたこ焼き、串カツをはじめ、人気の食材がたくさん。ご飯も赤飯としょうゆ飯の2種類。1,000円／淡路屋



駅弁マークって何?



駅弁の掛け紙や容器に印刷されている「駅弁マーク」は、駅弁の由来ともいわれる歌舞伎の幕の内弁当をイメージしたもの。歌舞伎の勘亭流の字体を使用し、日本の食文化を世界に発信する意味もこめて、ローマ字も併記してあります。日本鉄道構内営業中央会が昭和63年に制定した登録商標。同会加盟企業が製造・販売するものに使用できます。

※価格は税込み価格です。



近藤スワインポーク(有限会社近藤スワインビジネス)/群馬県

子どもにも安心な豚肉と加工品を

自分たちの子どもを授かったときから、より強くなった安心安全な“食”への思い。父母の視点から取り組む自社豚肉の無添加加工食品に、子育て世代を中心としたファンが増えています！

取材・文/岸田直子 撮影/原田圭介



「豚肉、大好き！」という次女・瑠菜(るな)ちゃん、三女・寧音(ねね)ちゃんと近藤さん夫妻。肥育舎の前で。

上質の豚肉で作った
無添加のソーセージ

群馬県前橋市、赤城山の南麓にある近藤スワインポーク。自社の豚肉を使った無添加のソーセージと精肉を販売しています。営んでいるのは、ともに30代の近藤さん夫妻。小学校3年生の長女を頭に、3女の子で真つただ中のパパ＆ママでもあります。

社長の崇幸さんは養豚農家の2代目。水や餌にこだわって豚を育てていました。でも、当時は食肉卸売市場へ出荷するだけ。

自分が育てた豚を、誰がどう食べてくれているかわからない。もって消費者の近くで販売できないか。そう考え続けていたとき、長女の芽依ちゃんが誕生。妻の久美さんが離乳食を始めるにあたりいろいろ調べたところ、肉の加工品は添加物が多いことを知りました。そして、着色料や化学調味料などの添加物を使用していないソーセージは高価で、子育て世代が手軽に購入できない現実と直面したのです。

「安心して子どもに食べさせられる無添加のソーセージをうちの豚肉で作って、購入しやすい価格で販売したら？」まさに、消費者目線の久美さんの提案で、近藤スワインポークは6次産業化をスタート。2014年のことです。

イベント出店で広がる
口コミとネットワーク

少量でも無添加で作てくれる工場に製造を依頼し、生まれた加工品はソーセージ4種類とベーコン。近隣の道の駅やインターネットで販売しています。

前橋市が地元産の高品質の食品を認定する「赤城の恵ブランド認定品」に選ばれたことから、前橋や高崎のレストランで使われるなど評価もどんどん上がっています。「イベントにも積極的に参加しています。お客様の声をじかに聞けるのはもちろん、食の安心安全や6次産業化に関する情報を出店者同士で交換できる機会でもあるからです」

おいしい野菜を作っている農家と知り合い、ソーセージ作りの参考にしたり、販売方法を教えてもらうことも。また、昨年5月から自宅の一角で始めた直売所も、近くでチーズの製造・販売を行っている仲間からヒントを得ました。「玄関先などの小さいスペースでも大丈夫なんだ、と気づかされたんです」

営業しているのは火曜日と金曜日。久美さんが店頭に立ちます。

人にも豚にも環境にも
やさしく

「親父の代では考えもしなかった

Profile

近藤崇幸さん・久美さん

崇幸さんは1978年生まれ。明治大学農学部卒業後、3年間の飼料会社勤務を経て、養豚業を営む父親の跡を継いで就農。久美さんは1981年生まれ。看護師を経て崇幸さんと結婚。夫を手伝いながら、3女を出産。農業女子プロジェクトメンバーとしても活躍。

所在地/群馬県前橋市富士見町皆沢73

<http://www.kondo-swine.com/>

右/2016年5月にオープンした直売所。自宅の玄関を改装した。右下/自社の豚肉を無添加で加工したソーセージ4種とベーコン。左下/冷凍パックでの精肉販売も行っている。



オフの日は夫婦でゴルフ、
家族で音楽を楽しんでいます



右/夫婦ともに大ファンというMr.Children(ミスターチルドレン)のCDやDVD。中/ゴルフ好きの崇幸さん。久美さんも一緒にラウンドできるよう練習中。左/家族で野外フェスに行くことも。



上/ポリフェノールやミネラル、乳酸菌が豊富な特製配合飼料と天然水や新鮮なホエー(乳から乳脂肪などを取り除いたときにできる液体)を与え、丈夫で健康な豚を育てる。左/広大な敷地には分婉舎、交配舎など全10棟が並んでいる。

News 2 鳥獣被害対策優良活動を表彰

【被害防止部門(団体)】



農林水産大臣賞

長野県

小諸市

専門知識を有する者を鳥獣被害対策実施隊に加え、科学的な視点に基づく被害防止活動などを実現。地域住民と鳥獣被害の現場を確認しながら、普及活動をする。

先進的な取り組みを紹介し、被害防止活動を推進
野生鳥獣による農林水産業被害は、全国的に深刻な状況です。こうした中で、野生鳥獣被害の防止対策を各地域で推進しています。その一環として、鳥獣被害防止や捕獲した鳥獣の食肉（ジビエ）の活用等に取り組む、地域に貢献している個人及び団体を表彰する「鳥獣被害対策優良活動表彰」

農林水産大臣賞

熊本県

くまもとジビエ研究会

県内の処理加工施設、飲食店、捕獲従事者、行政などが集まり、ジビエ研究会を設立。写真は全国で初めて調理師専門学校のカリキュラムに正式に採用された「ジビエ」の授業風景。

【捕獲鳥獣利用部門(団体)】



農村振興局長賞

【被害防止部門(団体)】



岩手県

猪去自治会

自治会が中心となり、くまを地域に寄せつけない対策を継続的かつ精力的に実施する。写真は電気柵の共同設置作業の様子。

【被害防止部門(団体)】



富山県

氷見市鳥獣被害防止対策協議会

「いのししパトロール隊」による柵やわなの見回りなど、いのしし被害の発生初期段階で対策をとり、被害を軽減。写真は集落環境調査で電気柵を点検する様子。

【被害防止部門(団体)】



高知県

四万十市 おおいやしき 東富山地区大屋敷集落

住民主導の被害対策に、実施隊や若者などの担い手を巻き込んで、集落を活性化。写真は集落環境整備の一環として防護柵を設置するところ。

【捕獲鳥獣利用部門(団体)】



岐阜県

所産業株式会社、株式会社キサラエフ、アールカンパニーズ

総合建設業からの異業種参入により、獣害対策事業を本格化。ジビエに適した捕獲技術の普及から衛生的な処理加工技術の確保まで総合的に展開する。



マフトピックス

MAFF TOPICS

MAFFとは農林水産省の英語表記「Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries」の略称です。「MAFF TOPICS」では、農林水産省からの最新ニュースなどを中心に、暮らしに役立つさまざまな情報をお届けいたします。

取材・文／細川潤子 撮影／島 誠

News 1 米粉がもっと選びやすくなります



米を粉末にしたものが米粉（写真手前）。



各米粉の具体的な用途の例およびアミロース含有率に応じた用途詳細

1 番		2 番	3 番	
アミロース含有率				アミロース含有率
ソフトタイプ	ミドルタイプ			ハードタイプ
15% 未満	15% 以上 20% 未満			25% 以上
柔らかいスポンジケーキ（シフォンケーキなど）、クッキー	スポンジケーキ、クッキー、天ぷら粉、お好み焼き粉、唐揚げ粉、そう菜類（とろみ付けなど）	パン全般	麺全般	強弾力の麺、洋酒に浸すなどの固めのケーキ
—				
		グルテン添加率は 18 ～ 20%程度 (グルテンを添加している旨を明記する必要)		

※アミロースは米に含まれるでんぷんの一種。

米粉をもっと楽しむには

米粉倶楽部 ▶



米粉に関する情報がいっぱい。商品やレシピも紹介しています。



米粉を使った代表的な製品



業界は国産米粉メーカーや食品メーカーが活用できるよう、「米粉の用途別基準」、「米粉製品の普及のための表示に関するガイドライン」を策定した。

米粉の用途表記とノングルテン表示

お米を粉末にした米粉。製粉技術の進歩により、パンやケーキ、麺類などに幅広く利用されています。独特のもちもち感に加え、油の吸収率が低く揚げ物のサクサク感が長く続き、料理のときダマになりにくいなど、長所はたくさん。しかし、米粉の品質には、ばらつきがあり、小麦粉のように薄力「中力」「強力」といった表示がなく、用途に応じて選ぶのが難しい状況です。

そこで、業界の自主的な取り組みとして、米粉の用途別基準が策定されました。「菓子・料理用」を1番、「パン用」を2番、「麺用」を3番とし、番号で使い道がわかるようになります。

また、グルテンの含有量検査を行い、1ppm（0.001%）以下であると確認された米粉を、「ノングルテン」と表示するためのガイドラインも策定されました。

欧米で認められている「グルテンフリー表示」の含有量の基準値は20ppm以下で、1ppmはその基準を大きく下回ります。

今後、事業者の準備が整えば、順次、用途別基準に則した表示の米粉が出回っていく見込みです。この機会に、米粉を手にとってみてはいかがでしょうか。

読者の声

読者の皆さまから寄せられた
「aff(あふ)」3月号への
ご意見・ご感想を紹介します。

「農業高校」の記事を読んで、頼もしくうれしく感じました。わが県内の農業高校でも商品の開発や即売会が催され大人気です。(50代・女性)

学科の種類が多いのに驚きました。非農家の子どもさんが農業高校に進学して農業生産者に1人でも多くなって、生産者の裾野が広がると思います。(60代以上・男性)

それぞれの特色を持った農業高校で、さまざまな勉強に真剣に取り組んでいる様子がすばらしいと思いました。これからの日本の、私たちの食を支える若者が育っていることを知り、うれしく思います。(60代以上・女性)

わが家の近くの農業高校も毎年秋に行われるスクラメン祭りは大盛況。3月号を拝見し、全国の頑張っている農業高校を更に応援したくなりました。(60代以上・男性)

「農高「良品」」のように、私も近くの農業高校から野菜やみそを購入していますが、市販品とは違う温かみと品質の良さを感じていただいております。(40代・女性)

高校生たちが丹精込めて作っている加工品にとても興味をひかれました。機会があったら買ってみたいと思います。(50代・女性)

広報誌aff(あふ)の感想をお聞かせください

今後もよりよい広報誌とするため、読者アンケートにご協力ください。農林水産省のホームページ、広報誌 aff のサイトから回答できます。



メールマガジンのご案内

大臣メッセージや施策の紹介、イベント情報などをお届けする「農林水産省メールマガジン」を毎週月曜日に発行しております。ぜひご覧ください。無料です。
<http://maff.go.jp/pr/e-mag>

フェイスブック・ツイッターのご案内

フェイスブック <https://www.facebook.com/maffjapan>
ツイッター https://twitter.com/MAFF_JAPAN

地域みんなで農と食を子どもたちのために

多面的
機能支払
交付金
【第1回】

三重県の多気町勢と地域資源保全・活用協議会では、地元小学校・図書館・地域が連携し、遊休農地を活用した体験学習「おまめさんかなあプロジェクト」を行っています。

子どもたちは、学年に応じて大豆等の栽培や収穫、伝統食作りの体験や学習をしますが、その企画から実施までのすべてを地域の人が行います。子どもたちは、地域社会とのつながりを深めながら、食べ物を作る楽しさや苦勞を体験し、農業の大切さを学習します。

この協議会が、交付金を利用して遊休農地を解消し、その農地を活用することで、子どもから大人まで地域みんなの学習と交流の場が生まれました。さらにプロジェクトによって獣害等の発生も抑制しています。

遊休農地を体験学習の場にした「おまめさんかなあプロジェクト」



夏は、大豆の種まき学習会を開催(1~4年生)



秋は、みんなで収穫(3・4年生)



収穫した大豆で豆腐作り(3年生)



みそ作りにも挑戦(4年生)



授業で教えるのは学校の先生ではなく、地域のお母さんやおばあちゃんを中心。



勢小学校6年生が調理実習で作った大豆ハンバーグなどの「勢小定食」。

多面的機能支払交付金は・・・

農業・農村の有する多面的機能が、適切に維持・発揮されるよう、農用地や水路、農道等の地域資源を保全している地域の共同活動を支援するための交付金です。

News 3 食育推進全国大会を岡山で開催



地元のシェフが子どもたちと県産食材をPR。



料理を通じて特産品を紹介。



キャラクターによる食育ショー。



食育推進ボランティア表彰受賞者による発表。

*平成28年度(第11回)は福島県郡山市で開催。写真はすべて昨年度のもので。

食育推進運動を実施する食育月間の全国行事
食育基本法に基づいて策定された「食育推進基本計画」では、毎年6月を「食育月間」として食育推進運動を重点的かつ効果的に実施することとされています。
「食育推進全国大会」は、この「食育月間」の中核的行事として、国と地方自治体との共催により開催される全国規模の行事であり、第12回となる平成29年度は、岡山市で開催します。食育への理解促進と関係者相互間の連携が図られるよう、さかなクンの「びつくり

第12回食育推進全国大会

「食育は人づくり みんなで ええ『食』を次世代へ ～桃太郎のまち岡山から未来へつなげる食と健康～」

日程：平成29年6月30日(金)、7月1日(土)

場所：岡山コンベンションセンター、ジッパアリーナ岡山(岡山県総合グラウンド体育館)ほか

内容：シンポジウム、キッチンステージ、ステージイベント、ブース展示等

お魚講座」や料理研究家・土井善晴氏の講演のほか、食育関係団体等によるさまざまなブース展示を行います。
皆様のご来場をお待ちしております。

【問い合わせ先】

農林水産省 消費・安全局
消費者行政・食育課
☎03-6744-1971

大会情報はこち!

食育推進全国大会



News 4 5月から全面施行される改正個人情報保護法

個人情報保護法の5つの基本チェックリスト

- 1 個人情報を取得するときは、何に使うか目的を決めて、本人に伝える。
- 2 取得した個人情報は決めた目的以外には使わない。
- 3 取得した個人情報は安全に管理する。
- 4 個人情報を他人に渡す際は、本人の同意を得る。
- 5 本人からの「個人情報の開示請求」には応じる。

小規模事業者も改正により対象に
平成29年5月30日よりすべての事業者が、個人情報保護法が適用されます。個人情報保護法は企業の個人情報の取り扱いを決めたルールで、平成27年9月に改正され、平成29年5月30日に全面施行されます。法の改正により、現在適用対象外とされている、小規模事業者(保有する個人情報が5000人分以下の企業も対象になります)も5つの基本チェックリストを参考に個人情報を適切に取り扱います。



【問い合わせ先】

個人情報保護法質問ダイヤル ☎03-6457-9849

全米が炊いた!

【ひのひかり】
CV: 石井マーク

【ささにしき】
CV: 沢城千春

【ひとめぼれ】
CV: 草摩そうすけ

【あきたこまち】
CV: 小森未彩

【にこまる】
CV: 玉城仁菜



© 腹8分目製作委員会

2017年4月より 放送開始!!

東京 MX	4月5日より毎週水曜日 22:50~ (初回のみ22:45より拡大スペシャル決定!)
サンテレビ	4月5日より毎週水曜日 24:20~ (初回のみ22:45より拡大スペシャル決定!)
とちぎテレビ	4月5日より毎週水曜日 24:05~
西日本放送	4月16日より毎週日曜日 26:05~

総合プロデューサー: 福原慶匡 / 原案・シリーズ構成: 高林ユーキ
監督: 堀内隆 / 脚本: 伊福部崇 / キャラクター原案: あおいれびん
キャラクターデザイン: 澤田知世 / アートディレクター: NOB-C
アニメーションプロデューサー: 定山敏 / 音響プロデューサー: 中野徹
音響監督: ふさこかね / 企画原作: ヤオヨロズ / 制作: エンカレッジフィルムズ

OP テーマ 「浪漫飛行」 by ラブライス

love-kome.com

lovekome_anime

農林水産省は、和食、日本産米の魅力発信に取り組んでいます。

農林水産省