

●新產品●

農委會食品加工科科長／林子清

恒溫米食產品值得推廣



近年來，日本消費大眾的飲食生活有了明顯的變化，由於日本國內景氣不佳，連帶影響一般大眾的消費能力；以現成小菜、外賣便當為主力產品的中食市場，近3年來每年平均以47.2%的成長率，正快速朝向每年新台幣8千億元的目標邁進中。

日本中食市場大幅成長

中食市場的成長因素不外乎速簡食品，適合於繁忙的工商社會、已婚婦女的就職率提高、消費大眾口味的多樣化及便利商店(CVS)的普及化等。

中食產品有不需任何調理，又可多樣少量購買的高度簡便性，很適合於自家用餐及上班族的午餐，而且大約花500日圓即可買來可口的中食解決一餐，和外卖相較之下便宜甚多，此亦為中食的一大特色。

中食的主要賣場通路，除百貨公司超市、專業超市及便當專賣店外，便利商店的中食產品如便當、飯糰、三明治及收銀機旁的熱櫃用食品亦大幅成長。

CVS為強調方便快捷的商品特色，對中食產品品項的選定十分嚴謹，加上透過廣播媒體向消費者訴求其產品特色的廣告手法十分成功，使得CVS中食產品的顧客已從原先的年輕單身消費者擴及男女老少各階層。

日本7-ELEVEN 5,000多家連鎖店之全年營業額約新台幣2,300億元，其中中食產品約佔30%，由於此30%的金額已超過全日本最大的外食產業—日本麥當勞(約900家連鎖店)的全年營業額，所以日本7-ELEVEN以CVS型態已成功的成為中食市場的重要通路。

恒溫米飯產品水準最高

所謂恒溫米飯產品係指從產製到販賣都保持在18°C的米飯產品如便當、壽司及飯糰等。由於熱便當微生物的繁殖快，容易變質故報廢率高，無法在便利商店販賣。

日本7-ELEVEN為保持米飯食品品質及可口性，且兼顧合理安全的保存期限，經數年之研究試驗而開發出恒溫(18°C)配送及陳售的方針，並且規定各店長必須嚴格遵守米飯產品出廠經過21小時後，即予廢棄的作業規定，以期每天24小時提供顧客最高水準的米飯產品。

恒溫米飯產品所選用的原料米要比熱便當來的嚴格，在18°C乃能保持最佳的口感，且外觀良好，微波復熱後適口性亦佳；米飯及菜餚在蒸煮及調製後，均立即以真空冷卻設備急速降溫至20~25°C，以大幅降低微生物細菌的繁殖機會，並保持菜餚的原有品質及風味，然後再行裝盒或成

型(飯糰、壽司)及包裝等。

日本7-ELEVEN為確保產品品質，要求各製造供應商配合物流業者每天為各店配送3次(凌晨4時、上午10時及下午3時)。

由於18°C便當在冷食及熱食皆須保持其適口性，除了米飯品質要講求外，菜餚的調製及選配亦相當重要，有些可使用已調理好之材料，而不必在自家工廠烹飪，可減少作業空間及縮短流程。此外，食譜的研發亦相當重要，每種菜色的餐盒大約有2~3個月的週期，因此短時間即需予以更換。

18°C米飯工廠的衛生管理相當重要，除了廠房設施及製造流程應符合GMP外，作業員的衛生管理與教育程度亦須達相當水準，因此作業人員衛生習慣的養成須不斷的溝通與訓練，達到正確遵守的自我管理與要求，如此18°C米飯產品的衛生安全才能獲得確保。

國內餐盒價格待提高

要在國內推動恒溫米飯產品，首先讓我們先了解國內的餐盒事業。

據統計國內有照餐飲業者約10萬人，無照餐飲業者估計約90萬人，由此可知無照餐飲業者問題相當嚴重。至於餐盒業，目前已有120家餐盒工廠接受衛生單

位的評鑑，結果有30家列為甲級，79家列為乙級，11家為丙級，其中僅有一家取得GMP認證。

國內的餐盒事業在民國70年代初期要有蓬勃的發展，當時先後設立約有10家現代化餐盒工廠，大家無不看好國內的便當市場，唯數年後這些工廠都相繼停工，主要原因是最大的餐盒市場——「學校便當」一直無法打進。

學校訂便當的價格偏低，而合格工廠因投資大，營運管理費用高，選用的材料注重品質，因此無法按照學校要求的價格供應，並且有些陋規亦難予接受；其他如機關團體的便當因數量不固定，且因交通問題不易掌握配運時間，也同樣難予經營。

目前國人每人每年所得已達一萬美金，衣食住行都已相當的進步與講究，令人不解的是學校午餐價格仍訂在每份40元以下，



日本7-ELEVEN連鎖店供應的便當。(媽媽塔國際速食連鎖公司／提供)

如何能讓學生吃到衛生安全、營養足夠且均衡的便當。

據一位盒餐工廠的經營者表示，目前要做「愛心便當」（即選用好的原材料加上現代化的生產技術與管理），其單價起碼在60元以上，在日本便當的單價則在500~2,000日圓，因此日本大公司的董事長也照樣愛吃便當，國內的餐盒業應朝此目標邁進。

產品優良國人同受惠

國內學童午餐的推動由於受到各種條件的限制，很難達到普及化，但學校午餐便當的供應作

業相信也會大幅改進，如此將可給予合格餐盒業者正常的發展空間。

再來，國內便利商店的家數已達2,300家以上，其中7-ELEVEN已超過800家，而便利商店亦可像日本一樣，成為販賣便當的良好據點，但便利商店能販賣的則為恆溫米飯產品。因此恆溫米飯產品的推展須要靠餐盒工廠與便利商店的良好合作，從產品的製造、配運、到店內的販售管理都要一氣呵成，再加上廣告宣傳及促銷活動，應可將這類產品成功的介紹給消費者。 ◆

全國第一本專書

定價530元

園藝作物組織培養 實用技術

主要內容：

植物組織培養發展概況，組織培養原理及應用，嘉德麗雅蘭、蝴蝶蘭、東亞蘭、國蘭、台灣一葉蘭、康乃馨、菊花、滿天星、金針花、火鶴花、金線蓮、香蕉、柑橘、鳳梨、馬鈴薯、仙人掌、木本花卉(玫瑰)及金花石蒜等的組織培養技術，並以彩色照片、圖解配合文字說明，精美實用。



豐年社

(每次郵購另加掛號郵資45元)
郵政劃撥0005930-0豐年社
台北市溫州街14號
服務電話：(02)3628148