

## 出國報告（出國類別：考察）

# 食品及健康產業臺日交流活動

服務機關：經濟部工業局

姓名職稱：經濟部工業局蕭振榮副局長

經濟部工業局陳昭蓉副組長

經濟部工業局林育諄技正

派赴國家：日本

出國期間：105年9月11日至105年9月15日

報告日期：105年11月

## 摘要

銀髮產業的推動，目前尚在啟蒙階段，根據聯合國預估，2050 年全球六五歲以上的高齡人口比例將由目前的 12% 增至 22%，其中又以亞洲的老化速度最快；臺灣將在 2018 年步入「高齡化社會」，至 2025 年成為「超高齡化社會」，而需求方的市場相對成熟，卻苦無優質的產品或服務之提供，因此，需要標竿學習日本廠商如何開發銀髮產品、服務與建立商業模式。

本次臺日交流活動聚焦於食品及銀髮健康照護產業。與國內 20 多位產官研代表包括飲料公會張斌堂理事長、罐頭食品公會謝孟璋理事長、臺灣食品產業發展協會詹岳霖名譽理事長、臺北市糕餅商業公會陳怡文副理事長、乳品公會林師傑董事、聯夏食品林慧美董事長及臺灣優良食品發展協會孫寶年理事長與國內健康照護業者代表等相關單位共同參與，透過與日本參與國際食品品質及安全提升之組織進行議題座談，瞭解臺日面對國際關注如食品詐欺或食品防禦等問題，在自主提升食品安全管理能力或政策與國際組織支援力量間可能的有效作為，參訪全家便利商店通路、和民、大和房屋與夢之湖等日本成人食品開發或健康照護服務機構相關的廠商交流，瞭解日本企業對銀髮族的照護、居住、輔具的經營方式，借鏡日本服務模式及經營特色，同時期望可深化臺日未來在亞洲及新興領域的互動及合作關係。

目錄	
壹、目的 .....	4
貳、行程及團員名單.....	5
一、行程.....	5
二、團員名單.....	6
參、工作內容.....	7
一、見證日本食品分析中心與臺灣食品工業發展研究所簽署 MOU 儀式.....	7
二、GFSI JAPAN LOCAL GROUP 臺日食品安全專家座談 .....	8
三、日本全家便利商店轉投資之成人食品研究中心及智能販賣機.....	12
四、和民 WATAMI 進行實地考察 .....	17
五、大和房屋老人照護用品/照護用機器人 show room 參觀 .....	21
六、參訪社會福祉法人夢之湖.....	24
肆、心得及建議 .....	26
一、發展跨領域跨業的整合模式，應用於照護服務以提高服務品質： .....	26
二、持續推動食品防護管理，展現國際競爭力： .....	26

## 壹、目的

本次臺日交流活動聚焦於食品及銀髮健康照護產業。透過與日本參與國際食品品質及安全提升組織進行議題座談，重視產業智能升級、高齡食品開發，與強化海外布局之企業及組織，以及相關健康促進產品代表性企業及照護機構的參訪及交流，深化臺日未來在食品及銀髮健康照護產業的互動及合作關係。

- 一、 透過食品所與日本食品分析中心 MOU 簽署，見證臺日食品產業重要支援單位透過加強國際合作，為各自業者及相關政策決策帶入更多的國際資源及思維力量。
- 二、 與日本推動食品安全自主管理有成效之組織-GFSI Japan Local Group 專家進行座談交流，瞭解臺日面對國際關注的食品詐欺或食品防禦等問題，在自主提升食品安全管理能力或政策與國際組織支援力量間可能的有效作為。
- 三、 與全家便利商店通路及和民等高齡食品開發的廠商交流，了解銀髮族餐食服務，發掘臺日合作策略及方向。
- 四、 與大和房屋、夢之湖等日本之健康輔具開發及老人照護機構交流，借鏡日本服務模式及經營特色。

## 貳、行程及團員名單

### 一、行程

本次參訪交流行程如下表：

	9/11(日)	9/12(一)	9/13(二)	9/14(三)	9/15(四)
上午	松山機場 第一航廈 長榮櫃台前集合 去程班機 松山→羽田	日本食品分析中心 MOU 儀式 地址：新高輪王子 飯店白玉之間 3 Chome-13-1 Takanawa, 港区 Tokyo 108-8612	全家便利商店 (1) SENIOR LIFE CREATE 地址：東京都港区 三田 3-12-14 ニ ッテン三田ビル 6F (2) ASD (羽田機場第二航 廈 1 樓)	大和房屋 總社・本店 地址：東京都千代 田区飯田橋三丁 目 13 番 1 号	安排巴士 出發
下午	安排巴士 羽田機場 →品川王子飯店	GFSI JAPAN LOCAL GROUP 臺日食品 安全專家座談 地址：東京都千代 田区永田町二丁目 10 番 3 号	和民 WATAMI 地址：東京都大田 区羽田一丁目 1 番 3 号(〒144-0043)	夢之湖托老中心 地址：千葉縣浦安 市当代島 2 丁目 13-27	品川王子飯店 →羽田機場

## 二、團員名單

	單位	中文姓名	職稱
1	經濟部工業局	蕭振榮	副局長
2	經濟部工業局	陳昭蓉	副組長
3	經濟部工業局	林育諄	技正
4	臺灣優良食品發展協會	孫寶年	理事長
5	臺灣區飲料工業同業公會	張斌堂	理事長
6	臺灣罐頭食品工業同業公會	謝孟璋	理事長
7	臺灣食品產業發展協會	詹岳霖	名譽理事長
8	臺北市糕餅商業同業公會	陳怡文	副理事長
9	臺灣區乳品工業同業公會	林師傑	理事
10	臺北市長期照護發展協會	林哲弘	理事長
11	臺南市受恩關懷服務協會	劉庭軒	理事長
12	聯夏食品工業(股)公司	林慧美	董事長
13	展鼎食品(股)公司	王矜濂	總經理
14	臺灣優良食品發展協會	王惠宗	國際組組長
15	金屬中心	林志隆	副執行長
16	金屬中心	張俊明	博士
17	資訊工業策進會	陳立群	主任
18	臺日辦公室	陳品成	
19	商業發展研究院	黃毓瑩	組長
20	食品工業發展研究所	方 繼	副所長
21	食品工業發展研究所	陳玉芬	資深管理師
22	食品工業發展研究所	盧素珍	管理師
23	食品工業發展研究所	陳麗婷	研究員
24	食品工業發展研究所	簡政群	助理研究員

## 參、工作內容

### 一、見證日本食品分析中心與臺灣食品工業發展研究所簽屬 MOU 儀式

#### ● 時間：105 年 9 月 12 日上午

##### (一) 日本食品分析中心簡介

日本食品分析中心 Japan Food Research Laboratories(JFRL)於 1957 年設立，為日本從事食品研究及分析的專業研發單位。除東京本部外，在大阪、名古屋、九州設有分支單位，在多摩、北海道等地設研究所，員工人數 1,150 名。從事食品、飼料、肥料、包裝材料、醫藥品、醫療機器、家庭用品、化成品（工業藥品）、環境水質、環境土壤等分析實驗，在食品分析檢驗及研究上具有豐富能量。基本理念為以中立公正的立場實行分析實驗，迅速並正確的執行分析實驗，努力提昇分析實驗的技術及確保品質。

為確保其檢驗之公信力，食品分析中心秉持獨立公正、檢驗技術持續精進與品質要求和建立快速正確的方法是其三要素。目前食品分析中心已是 JAS 登錄認定機關、飼料安全法登錄檢查機關、食品衛生法登錄檢查機關、藥機法及健康增進法的登錄試驗機關以及 JNLA(Japan National Laboratory Accreditation System)的登錄試驗檢驗者。並建立了 ISO 9001 及 ISO 17025 的實驗室認證的品質管理，提供完整的品質保證體系。

日本於 2015 年 3 月公告「機能性表示食品」制度，並自 2015 年 4 月實施以來，日本食品分析中心亦提供業界許多分析、檢驗等相關服務，該中心未來的工作除了核心的檢驗業務之外，也協助進行 HACCP 的推廣開發作業，同時，收集國際間相關訊息，將世界可能發生的食品安全問題進行研究，開發新的檢驗方法與能力。

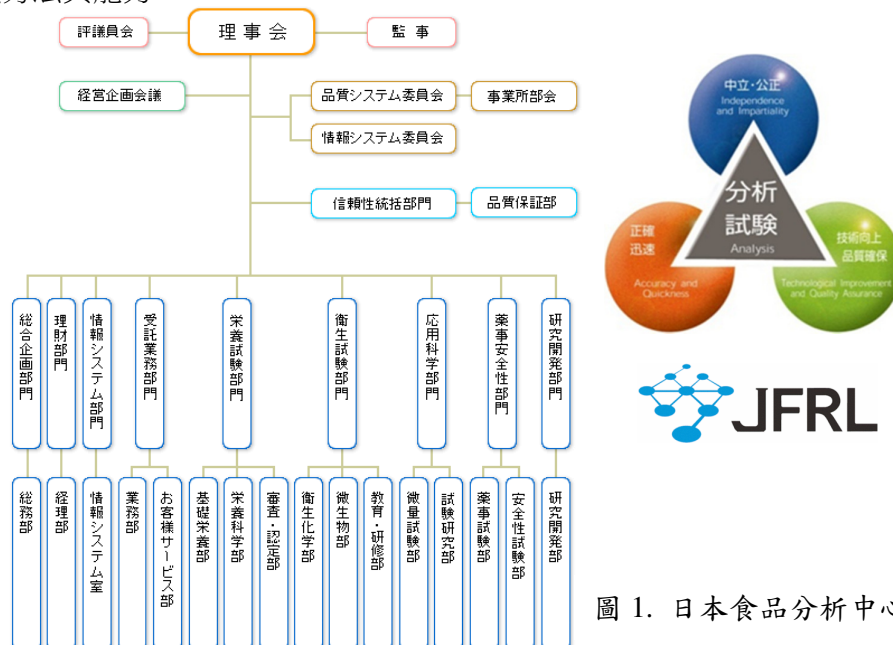


圖 1. 日本食品分析中心組織架構

財團法人食品工業發展研究所為臺灣具規模及公信力之食品研發與專業訓練機構，在協助及輔導國內食品廠商提升經營及產品品質安全能量上，扮演重要角色，日本食品分析中心為日本從事食品研究及分析最專業的研發單位，在食品分析檢驗及研究上具豐富能量，兩方擁有臺日豐富且專業的人力資源。後續透過兩專業研究機構的合作，希望能作為臺日食品產業合作的重要窗口，為臺日的專家人才、食品安全、企業經營及國際化等合作，注入更多新思維及能量。



圖 2.日本食品分析中心與臺灣食品工業發展研究所簽署技術合作 MOU

## 二、GFSI JAPAN LOCAL GROUP 臺日食品安全專家座談

### ● 時間：105 年 9 月 12 日下午

#### (一) 全球食品安全倡議(Global Food Safety Initiative, GFSI)介紹

全球食品安全倡議(GFSI)已為國際食品品質安全提升的共同方向，其最早由歐盟食品零售商於 2000 年 5 月提出，主要目標在加強全球食品安全，增強消費者信任度，建立必要的食品安全計畫，通過食品供應鏈改進效能，並藉由提供知識交換平台及透過食品零售商、供應商、製造商與認/驗證機構之共同參與。GFSI 本身不制定標準或參與認驗證體系，但審查不同認驗證之管理標準是否符合該基準要求，目前全球各認驗證已趨向朝符合 GFSI 指導文件要求方向發展。董事會成員匯集各國食品製造商及零售通路等 16 位董事；包括日本零售通路永旺集團、美國可口可樂、美國嘉吉、美國麗滋國際、荷蘭 Albert Heijn 連鎖超市、德國零售通路 Metro 集團、法國零售通路家樂福、瑞士雀巢、美國麥當勞、中國大陸中糧集團、美國泰森食品、中國大陸華潤集團、美國連鎖超市 WEGMANS、法國達能等代表。其目標與願景在保障食品安全，關注全球食品安全議題，提出一致與客觀標準供依循，朝食品在全球各通路可免重複驗證，減少不必要的成本及時間浪費的方向推動。

(1) 推動現況：目前國際認證標準競相加入 GFSI 認可行列，被其承認的認證標準已經多達 10 個，包括 BRC(英國)，CANADA GAP(加拿大)，



FSSC22000, GAA BAP (全球水產聯盟水產品加工標準), GLOBAL G.A.P, GRMS (全球紅色肉標準), IFS (德國、法國), primus GFS, SQF(美國), DUTCHHACCP(荷蘭), Synergy 22000 等。

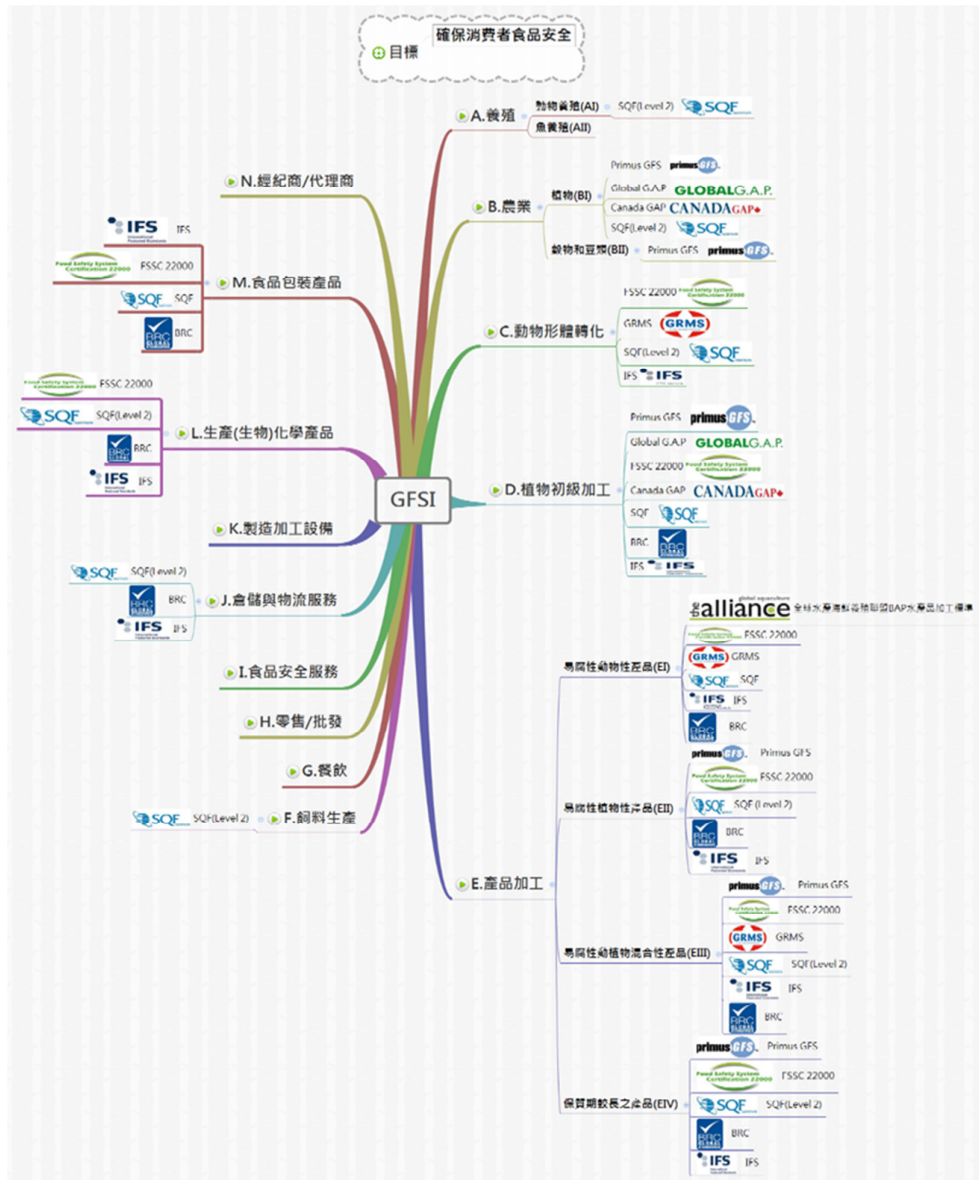


圖 3. GFSI 認可之國際認證標準

(2) 已獲國際食品產業鏈(製造商及通路等)認同且積極加入：目前 GFSI 匯聚全球 70 多個國家 650 多家零售生產服務商及利益相關方的首席執行官及高級管理層，包括食品生產、零售企業和餐飲等供應鏈服務商組成，銷售額超過 1.5 萬億歐元。其中，卡夫、達能、嘉吉、麥當勞、沃爾瑪、麥德龍、可口可樂等世界知名企業均為 GFSI 成員，其市場影響力可見。另美國前 20 強的零售商和生產商中，有 17 家通過 GFSI 標準體系認證。

## (二) GFSI Japan Local Group

為強化 GFSI 與全球各地方的互動，GFSI 在全球已設立 5 個 Local Group(包括日本、中國大陸、美加、墨西哥、南拉丁美洲)。Local Group 的目的在匯集在地產業鏈(製造商及通路)、公協會及政府對食品安全之意見，提供 GFSI 理事會與會議等平台相關訊息，對外傳達 GFSI 理念及強化食品安全環境與技術能耐。

GFSI Japan Local Group 於 2012 年成立，是 GFSI 海外第一個 Local Group。其成員包含 65 個日本重要的製造商(含本地及國際企業)及零售通路商。岸克樹先生是日本工作組的 Leader，直接連繫日本與世界的 GFSI，其下有 4 個工作小組運作，包括溝通、全球市場研究、GFSI 基準技術研究及與日本政策法规的互動等，計有 150 名工作人員，皆為自發性無償工作。

為使廠商自願加入，GFSI Japan Local Group 提供給日本中小企業的服務包括 GFSI 文件及規範翻譯成日文，讓中小企業易懂，並透過資訊推廣與合作戰略的研擬，可使廠商從中獲得全球最新的食品安全訊息。

GFSI Japan Local Group 在發展的過程經驗中發現，因屬民間自願性參與，如能提供供應商取得 GFSI 及相關認證更多誘因動機，降低認證門檻，建立使供應商易取得 GFSI 的環境，並要求供應商努力的模式擴及促進上下供應鏈整體努力的模式，藉由包括零售商、媒體、政府團體共同鼓勵，則可使相關工作推廣得更加順利。目前 GFSI Japan Local Group 成員中，亞馬遜(Amazon)、嘉吉(Cargill)等因為是全球性企業，且為了打入當地的市場，會利用此平台積極與當地市場交流，增加商機，所以才自願加入工作小組，其他企業若沒有相對誘因趨使，推動上有難度。另外，日本也有重複檢驗的問題，現在很多企業都被要求做檢測，如能推一套共同標準，讓供應商免於重複檢測，可減少資源浪費。目前中國與臺灣係由政府、企業一起來參加品質認證，就有很好的帶動效應，這方面日本自認相對不足，目前日本政府機構對 GFSI 態度不清楚，部會之間的橫向合作不足，所以 GFSI Japan Local Group 目前也成立與政府溝通的工作小組，把很多規範修訂整併。

## (三) 日本的食品安全事件

在 2013 年，日本三重縣的稻米批發公司「三瀧商社」，過去 3 年間把大陸和美國產的稻米攙偽成日本國產米出售，高達 4,400 噸，就連工業用米也偽裝成食用米賣出 845 噸，不當獲利共計至少 1 億 2 千萬日圓。日本很重視米食文化，又對中國產地比較敏感，所以引起重大反應。

日本量販連鎖店 AEON 販售的便當與飯糰，用的就是三瀧的假米。這個事件發生後，日本開始以米的 DNA 進行檢測，食品 DNA 的檢驗方法，日趨成熟，日本學者更建構出各種生物的 DNA 條碼資料庫，透過快速比對找到手中食品的真实身分。

另一個事件是農藥混入事件。在 2013 年 11 月至 12 月間，日本的食物龍頭丸羽日朗控股公司(Maruha Nichiro Holdings)陸續接到投訴，指出其生產的食品中存在異味，甚至還有兒童吃過其生產的 PIZZA 後出現嘔吐。經檢測後，發現受

檢樣品含有農藥馬拉硫磷，又以馬鈴薯炸餅中檢測值最高，馬拉硫磷濃度達到 1.5 萬 PPM，相當於日本法定農藥殘留標準的 150 萬倍。經事後調查結果發現，並未在廠區內發現馬拉硫磷農藥使用，也不是農藥流入食品鏈，而是有員工對公司不滿進行下毒。事件發生後，丸羽日朗控股公司(Maruha Nichiro Holdings)舉行記者招待會說明並道歉，該出事工廠目前已經暫時停產，其生產的 630 萬袋各類食品也被宣佈召回。因為 AEON 和丸羽日朗控股公司發展自有品牌商品，所以抗議都是指向 AEON，AEON 也開始思考與供應商之間的關係；而此事件後，日本法規開始要求食品標示上要標示工廠資料。




圖 4. 與 GFSI Japan Local Group 座談

### 三、日本全家便利商店轉投資之成人食品研究中心及智能販賣機

● 時間：105 年 9 月 13 日上午

(一)成人食品研究中心(Senior Life Create, Co)簡介：

17 年前日本還沒有介護險、也還沒有宅配的制度，當時社會中很多長者去便利超商買食物(如奶油麵包)，一買就是一週的份量。當時高橋先生以高齡者健康壽命延長為宗旨，創立了(株) シニアライフクリエイト(Senior Life Create, Co.)，希望提供高齡者好的食物，並考慮到銀髮族移動困難，首創了宅配便當的服務。創立至今，發展出 250 個左右的據點，和相關企業合作以預防老人孤獨死之類的服務。日本社會在十年前即被稱為高齡化社會，在日漸高齡化下，每個人的照護服務需求逐年上升，但是介護保險費用會逐步縮小，類似成人食品研究中心(Senior Life Create, Co.)服務高齡者的公司應勢而生。日本全家便利商店投資的成人食品研究中心積極營造有吸引力且可營運的高齡商機，日前全家已收購了 OK 便利超商，計有 1.8 萬家店，在日本市佔率達第二，可進一步擴大服務範圍，針對銀髮族市場進行開發，以利集團策略布局。本次臺日雙方的交流也是針對高齡化宅配便當服務做討論，探討未來類似服務模式能否導入臺灣，展開更深入的交流及合作。

名稱	株式会社シニアライフクリエイト Senior Life Create, Co.	
成立	1999 年 12 月創立	
資本額	28,000 万円	
營業額	791,500 万円（2016 年 2 月期）	
所在地	東京本社・本店：〒108-0073 東京都港区三田 3 丁目 12 番 14 号 ニッテン三田ビル 6F	
代表人	高橋 洋	
網址	<a href="http://slc-123.co.jp/">http://slc-123.co.jp/</a> <a href="http://takuhaicook123.jp/">http://takuhaicook123.jp/</a> <a href="http://www.tokusuke-kun.jp/shop/">http://www.tokusuke-kun.jp/shop/</a>	
事業內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 高齡者専門宅配弁当「宅配クック ワン・ツウ・スリー」フランチャイズ本部の運営</li> <li>2. 高齡者施設向食材卸事業「特助くん」の運営</li> <li>3. 高齡者向コミュニティサロン「昭和浪漫倶楽部」フランチャイズ本部の運営</li> <li>4. 健康管理食宅配通販事業「彩ダイニング」の運営</li> </ol>	

高齢者専門宅配弁当  
宅配クック  
ワン・ツウ・スリー  
在宅の高齢者の方へ  
安心・安全なお弁当を  
お届けします。

高齢者施設向け  
特助  
くん  
食材供給サービス

高齢者施設向け  
食材供給サービス  
特助くん  
高齢者施設に食材の  
ご提供を行っています。

株式会社  
シニアライフクリエイト  
SENIOR LIFE CREATE

地域財源への貢献  
健康寿命の伸長を目指す  
豊かな高齢者社会の創造

昭和浪漫倶楽部  
ここでは高齢者の方々が  
主役です。

昭和浪漫倶楽部

健康管理食宅配通販事業  
彩ダイニング  
食事制限が必要な方向けの  
お弁当を通販でお届けします。

(資料來源：http://slc-123.co.jp/business/)

目前成人食品研究中心 (Senior Life Create, Co.) 由全家便利超商出資 (82.8%)，旗下事業內容，包括：

- (1) 宅配 123：<http://takuhaicook123.jp/>



(圖片來源: <http://slc-123.co.jp/business/takuhaicook123/>)

1999 年開始提供高齡者專門宅配便當服務。現在已有 310 間以上店舖，每天為高齡者製作便當。約受 280 處市町村等行政單位委託，高齡化宅配便當服務的市佔率已達全日本第二(第一名是和民)，2016 年 7 月達成每月販售 200 萬份食品的紀錄。提供餐食包含：一般食品、卡路里/鹽分調整食品、蛋白質/鹽分調整食品、透析診療對應食品、柔軟食品、慕斯食品、易消化食品、早餐、聚餐用、年菜等。

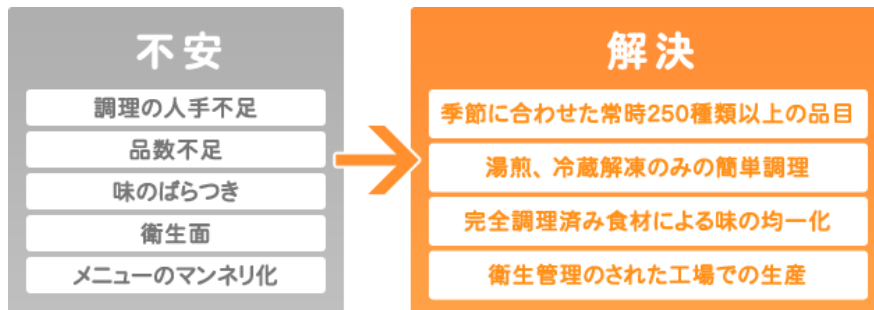
日本因為高齡化嚴重，2025 年時，預計 65 歲以上人口達 30%，所以日本介護保險一直在檢討中。成人食品研究中心主要的訴求價值並非針對銀髮族口味喜好提供，而是針對銀髮族的健康考量，另外，送便當時亦可確認銀髮族的健康與安全狀況進行確認，而和店員的交流也讓銀髮族感受到關懷。一個便當含配送費 500~800 円，送餐時間含中午及晚上，客戶多來自 care manager 介紹而來(90%)，所以不用額外跟客戶收取介紹

費。以往食品宅配服務僅著重在如何有效率配送，但宅配 123 把見顧客的時間與品質都納入考量，一個店員一天能送 30 人次(一天午、晚餐 2 次)，確認銀髮族安全後再離開。



圖 5. SLC 提供的銀髮族便當

(2) 特助君(特助くん)：<http://www.tokusukekun.jp/>



目標客群是針對入住高齡者設施的 B2B 服務，針對高齡者設施販售銀髮族食材，常規備有 500 種，由設施進行調理，並於網站上提供參考食譜。可以水煮、冷藏解凍等方式簡單調理，食材的味道穩定，並且由

衛生管理合格工廠製造。提供讓高齡者滿意的美味，可做軟調理或鹽分控制，提供完全調理食品，減少人事費用(可以降低 10~50%的成本)。因為介護保險給付報酬逐年下降，「特助くん」有效為高齡者設施提供食材，解決調理人手不足、品項不足、參差不齊、衛生顧慮、菜單無變化等問題。

(3) 彩 Dining：健康管理食品宅配訂購事業 <http://www.irodori-dining.com/>

2015 年成立的健康管理食品宅配販售服務。依據客人疾病、限制數值、嗜好等需求，販售由營養管理師監督製作的便當，並免費提供免費營養諮詢。以食療法方式，透過蛋白質、卡路里、鹽分管理等給如糖尿病、腎臟疾病等慢性患者客製化訂製服務。

(二) 自動販賣機便利店(ASD) (前往羽田機場設置點視察)

由於日本也面臨人力不足的問題，全家便利超商希望透過開發新的服務模式，能優化從業人員工作環境。ASD 則是小型規模無人化的服務，目前已在東京、大阪等地的辦公室大樓、學校、相關公共設施(如車站)提供服務，ASD 目前所提供的便當仍無法滿足客戶，努力開發空間仍大。

透過強化智能自動販賣機整合及新市場拓展，解決下列問題：

- 日本便利商店已飽和；
- 週邊餐飲店少、中餐須排隊的困擾；
- 部分消費者面對大樓安全管理嚴格或加班等不方便進出大樓問題；
- 企業重新檢視公司內食堂或販售店舖成本合宜性；
- 自動販賣機數量過多，管理時間增加；

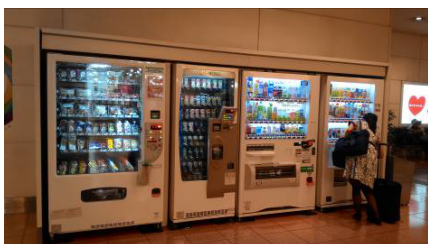


全家便利商店的 ASD(資料來源：[http://www.family.co.jp/company/auto\\_cvs/](http://www.family.co.jp/company/auto_cvs/))

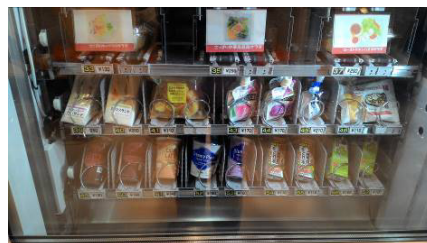
全家自動販賣機可透過銷售狀況分析，提供約 150 種以上食品飲料進行更換。訴求商品安全、安心，並利用最新技術，商品於保鮮期限後，會自動設為停售。販售食品包含壽司、便當、副菜、沙拉、三明治等，此類食品有供應時效限制，也因此另設比法律更為嚴苛的食品品質管理標準。自動販賣機 24 小時運作，置於職場、不方便購買食品的地區等地方，可提昇用餐便利性，遇到災害時也能作為儲備糧食發揮作用。同時，依據販售地點提供不同大小的機型。

ASD 除了節省人力外，也可以每天更換新產品(所以可以提供有價格競爭力的產品)，讓顧客有新鮮感，亦不受營業時間限制，提供顧客滿意的彈性選擇。

日本有很多自動販賣機的業者，飲料販賣機就有 255 萬台，但販賣食品的只有 7 萬，成長空間仍大。食品販賣機主要是常溫(餅乾)或冷凍類的。販賣食品的機器，重點於在食品保存溫度上做分層區隔，如上層為冷藏型飯團，中層為更低的溫度，如漬物、三明治，最下層則是便當的自動販賣，食物報廢率約 20%。上架產品的選擇以市佔率做考量。



為了給顧客方便，把飲料與食品結合一起



販賣的便當或飯團可冷食，旁邊也有微波爐可加熱



販賣熱食的機器

圖 6. 全家便利商店設置於羽田機場之自動販賣機便利店(ASD)販賣情形



## 四、和民 WATAMI 進行實地考察

### ● 時間：105 年 9 月 13 日下午

#### (一)和民 WATAMI 集團介紹

和民 WATAMI 集團起源於外食，經營餐飲、宅配食及國內外食品事業，目前日本外食店數約 500 間，多以居酒屋為經營主力(TGI Fridays 係取得授權)，海外事業地區部分包含香港、臺灣和其他國家，約 97 間。宅配事業是每天送到家，目前和民事業以外食及宅配食為主，其中高齡化宅配便當服務的市佔率達全日本第一，均由和民的食品製造工廠提供。

#### 日本國內 外食業態·店鋪數

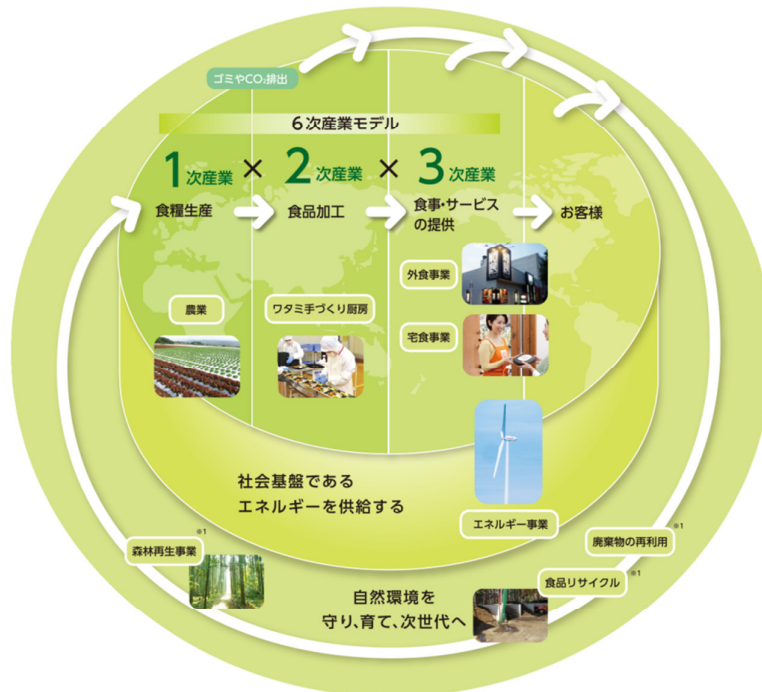
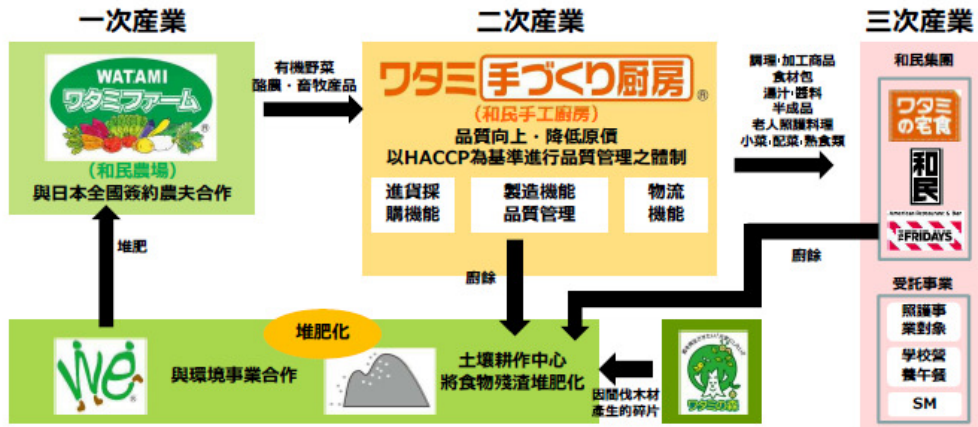
「和民」 「坐·和民」	232間		
「わたみん家」 (和民之家)	146間		
「GOHAN」	8間		
「炭旬」	38間		
「TGI Friday's」	17間		
其他	42間	  	
總計 483間店鋪 (截至2016年7月為止)			

#### 海外 外食業態·店鋪數

「和民」	78間		
「和亭」	6間		
「Kitchen J」	1間		
「GOCHISO」	4間		
「其他」	2間		
總計 91店鋪 (截至2016年7月為止)			

圖 7 和民 WATAMI 日本國內與海外外食事業樣態與店鋪數

和民獨創特有的6次產業，結合1級、2級、3級產業，形成6級產業，促進生產、加工、販售等整體性產銷策略發展。在2002年時，和民集團為了將安全安心的料理提供給顧客，食材均使用集團有機農場生的有機蔬菜，並積極利用，有機農業的面積都是200公頃以上。和民農場供應的有機蔬菜，運送到集團的集貨中心進行加工，再透過外食事業與宅配便當事業提供給顧客。1次產業到2級產業之間便是以此概念在運作，2級產業的產出則以和民的外食、宅食為銷售對象。另外，工廠與外食事業所生的廚餘於集團的土壤耕作中心進行堆肥處理，並將之運用在和民農場，透過此種永續再生方式，持續推動循環型模式。



資料來源 <http://www.watami.co.jp/group/>

圖 8. 和民獨創特有的6次產業循環型模式

和民集團自 2002 年於千葉縣山武市首次導入有機農業後，自此以來更將集團農田與牧場擴大至北海道、關東、關西、九州等地，牧場以是北海道為主，牧場則是散布全國各地，目前有機農牧場提供的產品項目為有機雞肉、雞蛋、牛乳。此外，秉持著串聯全國的想法，拓展簽約農夫網絡，外食事業年間使用「有機蔬菜與特殊栽培農作物」之比例（以重量計）更達到約 40%左右，佔比相當高。「和民沙拉」為和民集團安全與安心的代表商品，也獲得顧客極高的評價。同時開發了許多與契作農友合作的商品，配合季節，成為時令菜單料理。此外，和民農場不僅供應有機農作物予外食事業，亦有乳製加工品、蛋、有機蔬果汁(有機的紅蘿蔔汁、蕃茄汁)等商品，藉由集團商品目錄、網路購物等通路，將安全與安心的商品介紹、提供給更多顧客。

若食材處理是在各個店舖做加工，無法大量生產，因此和民設立加工廠集中處理，每天製作與配送。目前全日本設有 12 所工廠，每天製造並供應給外食 500 間店舖、介護設施 116 所、銀髮長者便當 22 萬（藉由數間工廠營運，來避免災害發生時等影響供應之風險）。雖然去(2015)年年底時因為和民介護事業單位出售，但仍與介護設施以簽訂契約進行供餐。所有的工廠均秉持著「完整配合豐富多樣、時常變化的菜單，並以優惠價格提供安全與安心的各項製品」的理念，為了商品有效性，當天做完當天賣掉，所有作為堅持 3 原則：當日製造、低價實現、安全與安心(衛生管理)。

## (二)高齡食品餐食宅配供應

日本目前有宅配餐食需求的銀髮族約 50 萬人，其中佔 70-80%係屬行動不便之長者，和民宅配便當事業的經營理念是「透過食品宅配業者滿懷真誠的服務，將快樂與幸福傳達到越來越多的高齡者身邊」，因此把便當送到顧客是個手段，主要是要把快樂與幸福傳達給高齡者，快樂與幸福不只提供營養充份的有形產品，也蘊含人與人之間的充份溝通的無形關懷，希望提供銀髮長者健康的飲食習慣。

著眼高齡食品服務的廣大發揮空間，和民整合集團資源，針對高齡者推出營養管理晚餐便當、多種配菜及截切蔬菜調理組等三種不同餐食服務，採用契約栽培蔬菜、專屬農場有機蔬菜等食材；透過「協力廠商+物流系統+餐食設計=高齡享受」的運作模式，開發健康銀髮食品商機。

宅配便當營運模式，以高齡者為對象，設計出兼顧鹽份、卡路里、營養均衡的每日便當，全年 365 天以冷藏方式(10 度 $^{\circ}$ C)配送，便當從工廠出來時，已經用保鮮膜包好，食物不容易有接觸到外面環境的可能，並於每天晚上 10 點前配送完成。銀髮族可與宅配員討論自己適合之飲食，再跟和民訂餐(和民不負責與顧客討論營養或適合吃什麼)，一次訂一週份，一週前先訂餐後接下來才開始送餐服務，宅配員跟顧客收現金存到自己戶頭，和民再從宅配員戶頭扣款，所以宅配員不需要再處理金流。目前所生產商品，毛利約 55%(只扣除食材、生產部分)，淨利部分約 10-15%，配送一個

便當的獲利約 30-50 円。至 2016 年 9 月有 535 個據點，已於 42 個都道府縣府展開。和民銀髮宅配便當是日本長者便當市佔率第一名，約佔 35%。

和民銀髮宅配便當由被稱為「真心宅配員」的簽約人員(平均 57 歲)負責配送、接單、收款等所有營業活動，真心宅配員在與和民簽約後，會有為期一週的簡易訓練，目前人員約 8,000 名，多以自家用車、租借腳踏車方式配送。真心宅配員以契約的方式進行雇用，類似臺灣的送報員，因為不是時薪，所以工作時間工作很有彈性與自由，宅配員幾乎每天相同時間將商品送至顧客手中，很多宅配員會和顧客一起吃飯，有些宅配員甚至也會帶小孩一起送餐，透過親送的手段，間接提供探視關懷銀髮長者的服務，因此扮演了「守護」的角色。

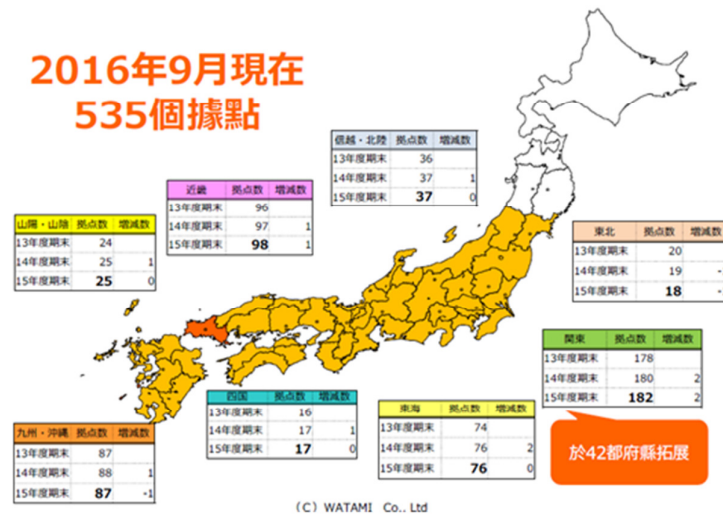


圖 9. 和民宅人配便當事業據點

和民居酒屋+タクシヨク食材宅配



## 五、大和房屋老人照護用品/照護用機器人 show room 參觀

### ● 時間：105 年 9 月 14 日上午

#### (一) 大和房屋工業介紹：

大和房屋工業(Daiwa House Industry)來自日本大阪，創立於 1955 年，為東京證券交易所(TSE)上市公司，亦名列世界 500 大公司；日本之外，在中國、澳洲、美國及墨西哥等皆有海外子公司。大和房屋集團使命成為為「共創人、城市與生活價值」的集團，在日本國內建設智慧城市，在房屋租賃、開發店鋪物流設施、環保型建築中融入醫療護理設施解決方案、老年人住宅、機器人等，將日本建立的業務模式積極推廣到中國、東盟、美國，澳洲等世界各國。

長照機構和銀髮住宅也屬於大和房屋集團在商用不動產事業的重要一環。大和房屋工業在長照發展上主要為高齡者醫療福祉事業的經營，提供全面性的協助，其經營理念為「環保、安全與健康、無障礙、節能」，並以「長者能在如家一般的、安穩的環境當中，過得舒適而愉快的機構」為概念。目前大和房屋工業在日本全國各地所興建的長照機構及銀髮住宅個案合計已達近 4,000 件，近年來承攬規劃與興建的個案量更在快速攀升當中。

#### (二) 健康福祉產品

大和房屋也積極投入高科技醫療輔具（照護機器人）的研發，並提供多款高科技輔具的銷售及長期租賃服務。大和房屋擔任 Robot Suit HAL 經銷商，提供多款醫療輔具／穿戴式機器人的銷售或長期租賃服務。

例如 comuoon 是為聽力障礙者開發的對話擴音器，如傳聲筒的功能，讓聽力退化的長者可在特定角度與位置可清楚收到音量，提供良好的談話環境；senior pose 則是能通過穿戴類比設備，體驗因年齡增長或疾病導致的身體機能的退化狀態，從而感受理解老年人在平時的生活中的心情；POPO 則是安全支持「站立，行走」的步行訓練工具，減少下肢負荷重量，提供起身行走的輔助。智慧型機器人 PARO 具療癒效果的機器人，具安撫心理的作用，它全身內裝了可以感受壓力的偵測器。當使用者以不同的撫摸方式，PARO 會有不同的反應，透過肢體接觸，可以喚醒失智症患者過去養育子女、飼養寵物的記憶。早已有研究表明，動物療法對失智症具有一定效果。但使用活體動物進行治療時，可能會咬傷患者、導致患者感染傳染病等，管理動物的負擔與成本均較大，因此，實際採用動物療法的例子並不多。透過使用更容易管理的機器人，可以減輕壓力、改善憂鬱，讓人變得更有元氣，提供跟寵物一樣的療癒效果。

因為日本的介護保險可以支付輔具租賃費用，因此大和房屋目前的輔具以租賃模式佔大宗。

**けん引式車いす補助装置 JINRIKI**

車いすにけん引バーを装着し、人力車のよ  
うに「浮かして引く」ことで、坂道や悪路  
などでも負担をかけずスムーズな移動が期  
待できる車いす用の補助装置です。  
開発・製造：株式会社JINRIKI



**尿吸引ロボ Humany**

尿を検知するセンサーを内蔵した尿吸引パ  
ッドを体に装着することで自動的に尿を吸  
引するロボットです。夜間のおむつ交換の  
手間や負担を軽減します。  
開発・製造：ユニ・チャームヒューマンケア株  
式会社



**高齢期疑似体験システム seniorpose**

加齢や障がいによって身体機能が低下した状態  
を、シミュレーターの装着により疑似体験でき  
る装置です。高齢期と自身の疑似体験が可能で  
す。子ども用もご用意しています。



**狭小空間点検ロボット mooglee**

無線による遠隔操作で住宅の床下などを点  
検するロボットです。パソコン画面でリア  
ルのタイムな状況が確認でき、様々な点検作  
業への活用が可能です。



**コミュニケーションサポートシステム COMUOON®**

会話の聞こえやすさを追求したマイク・スピー  
カーユニット。難聴者とのコミュニケーション  
をサポートいたします。

- 音の明瞭度（人の声の字音を明確に）
- 音の指向性（部屋の反射を抑える）
- 音のレスポンス（言葉の遅延がない）

「COMUOON」はユニバーサル・マウンドデザイ  
ン株式会社の子会社で、



**自動排泄処理ロボット マイフレット爽（さわやか）**

株式会社エスワックが開発・製造する自  
動排泄処理ロボット「マイフレット爽（さ  
わやか）」を福祉機器のレンタル事業者向  
けにご用意。

- 常に清潔で排泄環境を快適にサポート
- 自動排泄処理機能で介護負担を軽減
- 排泄器・本体と排泄物タンクを完全分離
- 介護保険「貸与（レンタル）」対象機器



**免荷式リフト POPO（ポポ）**

立つ、歩くをサポートする歩行訓練ツール。転  
倒するリスクを軽減し、安心して意欲的に訓練  
に取り組めます。

- 歩行幅90cm以上で歩行可能
- 短時間でハーネスを装着
- 介護者の体感負担に軽減

「POPO（ポポ）」は株式会社モトローの登録商標  
です。



**メンタルコミットロボット パロ**

タテゴトアガラスのキャラクターがモデルのパ  
ロ。世界一の癒しロボットとしてギネスブ  
ックにも認定されています。

「PARO」は株式会社知能システムの登録商標  
です。



圖 10. 大和房屋出租與販售的輔具

(資料來源：http://www.daiwalease.co.jp/welfare/products.html)



智慧型伴侶機  
器人 PARO



POPO:安  
全支持  
「站立，  
行走」的  
步行訓練  
工具



輪椅配有牽引桿，可使輪椅平穩移動輔助設備。



穿戴式助行設備

## 六、參訪社會福祉法人夢之湖

- 時間：105 年 9 月 14 日下午

### (一) 社會福祉法人夢之湖

是日本最先端的日照中心，發源於偏遠的山口縣，以康復治療為主要主題，引入了很多創新元素，能有效激發銀髮族的積極性和自主性，藉以提高康復效果。目前在日本的經營模式是採連鎖加盟方式，目前在日本擁有近 80 家連鎖日照中心，由龍谷大學進行的調查顯示，夢之湖服務的老人，身體機能改善率遠遠高出日本全國的平均值，比如中度失能的老人的改善率全國平均是 11.5%，而「夢之湖」則達到了 76.9%。

表 1 社會福祉法人夢之湖

名稱	社会福祉法人 夢のみずうみ村
網址	<a href="http://www.yumenomizuumi.com/index.html">http://www.yumenomizuumi.com/index.html</a>
成立	2011 年 6 月
代表者	集團理事長 藤原茂
集團業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通所介護</li> <li>● 居宅介護支援</li> <li>● 小規模多機能型居宅介護</li> <li>● 短期入所生活介護</li> <li>● 都市型輕費老人ホーム</li> <li>● 自立支援（生活介護・放課後等デイサービス・就労支援 B 型・日中一時支援・児童発達支援事業）</li> </ul>

夢之湖的經營有數項特色：







- 每個人自己決定要這一天的方式（自選與自決），自己決定當日想要進行的活動，按表操課。提供豐富多樣的活動選單，包括運動、烹飪、美術等。從各種活動讓老人獲得自立的能力，自我肯定。





- 不剝奪老人練習自立的能力，預防過度照護的體能狀態惡化：機構內設扶手、助行器等倚靠設備和工具，訓練老人可不坐輪椅，自行行走。
- 夢之湖設施設計坡道與障礙物，並於坡道旁提供趣味題目或遊戲，增加學員學習興趣，另有模擬日本民族象徵的富士山登山樓梯。



村內流通「YUME」貨幣，除支付於報名課程、餐費等花費，亦有獎勵收入，（如完成餐盤整理即可獲得 50 YUME），可寄儲在村內之虛擬銀行，增加趣味性，同時訓練思考和計算，預防失智和延緩退化

## 肆、心得及建議

本次臺日交流活動聚焦於食品及銀髮健康照護產業，與日本推動食品安全自主管理有成效之組織-GFSI Japan Local Group 專家進行座談交流，瞭解臺日面對國際關注的食品詐欺或食品防禦等問題；另，由於持續的低生育率、少子化，加上國人平均壽命的延長，預估 12 年後、也就是 2018 年，臺灣 65 歲以上老年人口比率將達 14.36%，正式邁入國際慣稱的「高齡社會」，因此，包括高齡人口照顧及安養需求等，已成為政府所關注的重要課題。面對銀髮族相關產品與服務需求如：老人醫療照顧與安養、老人用品、健康養生等湧現，將是未來極具市場潛力的新興產業。本次參訪獲致心得與建議如下：

### 一、發展跨領域跨業的整合模式，應用於照護服務以提高服務品質：

本次參訪社會福祉法人夢之湖令人印象深刻，其提供日間照護，透過簡易有趣的活動設計，給予長者自行選擇有興趣的活動，並鼓勵長者自行照護，透過減法照顧及有意義的障礙，能有效激發銀髮族的積極性和自主性，藉以提高康復效果。

日本養老產業的出現源於老年人口增長。隨著日本人口老齡化的快速增長，傳統的單純依靠家庭或靠國家養老的模式已經不能滿足老年人日益增長的多層次需求，日本政府通過一系列制度的建構和變革，促進養老產業的社會化、市場化、產業化發展，並逐漸形成以養老服務為核心的「銀髮產業」，涵蓋食衣住行日常所需等方面，以滿足老年人生活多樣化、更高層次的需求。其中，介護保險法是最重要的社會保障制度，透過市場化的運作，推動養老產業的發展。日本與我國民情、生活習慣接近，借鏡日本服務模式及經營特色，本次參訪的飲食、健康輔具、照護服務皆屬我國未來具發展潛力之服務內容。

臺灣銀髮產業的推動尚在啟蒙階段，2033 年臺灣將超越日本成為最老的國家，到目前為止相關的產業廠商仍在觀望，尚未將銀髮產業列為發展的重點，發展空間因此，如能循序漸進的輔導國內業者建構銀髮產品商業服務模式，開發銀髮生活產品，滿足銀髮需求，進而發展銀髮商業服務，建立成功案例，研發產品，進而帶動業者研發投資與提升就業人口。更進一步的鼓勵跨業者合作，如透過運用國內相對成熟的資通訊技術，提升照護人員的工作效率，強化國內銀髮生活服務產業鏈，導入智慧化科技系統，創造跨業結盟，重視需求導向，逐步形成銀髮服務生態圈，進而持續鼓勵產業投入，擴大產業規模，除了滿足臺灣需求，並尋求輸出契機，吸引國內外來臺消費。

### 二、持續推動食品防護管理，展現國際競爭力：

國際間食品蓄意攙偽事件頻傳，且食品被蓄意污染攸關健康安全危害的事

件亦時有所聞，即使是日本亦不例外，國內層出不窮的食安風暴，不僅造成國人不安，同時重創我國商譽，國際食品衛生安全相關規範正加速調整，並已將食品安全由管控天然存在或已知的危害(GHP/HACCP)，提升至預防蓄意的品質與安全危害的食品防禦(Food Defense; FD)層面。此外，由於法規不斷的變化，自身產品的品質安全管理能力及產業形象，無形中已成為食品展現國際競爭力的關鍵門檻。從政策面、產業面及技術面投入相關食品安全管理系統的建置及調整，係目前各國食品產業發展的重要策略。

然而我國尚停留在以食品衛生品質及食品安全的管理階段，尚未將食品防禦的觀念導入全面管理系統中，為因應全球經濟趨勢，目前本局刻正透過計畫建構國內之產業防護技術平台，輔導國內產業導入食品防護機制及強化人才培訓等，此機制為以食品品質、食品安全和食品防禦為基礎的食品安全管理技術，發展適合國內食品產業並與國際接軌的食品防護技術平台，保護食品避免遭受蓄意與非蓄意汙染，透過此創新管理技術的導入，強化國內具外銷實績的食品工廠全面管理。