

## 出國報告（出國類別：推廣）

赴日參加本局於日本京王百貨新宿店舉辦「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」推廣台鐵便當之聯名商品合作

服務機關：國營臺灣鐵路股份有限公司

姓名職稱：古時彥 處 長

林純瑜 事 務 員

朱昱光 餐務班長

派赴國家：日本

出國期間：113年01月5日至7日

報告日期：113年

# 摘 要

臺鐵公司為推展台鐵便當業務，創新提升品牌形象，除持續辦理已有口碑的「鐵路便當節」，與外國鐵道業者開發聯名特色便當外，另積極拓展海外市場，增加台鐵便當銷售通路，並可藉由新的行銷模式介紹臺灣特色鐵道觀光，攜手台灣觀光協會日本東京事務所一起吸引國外遊客來臺旅遊。

臺鐵公司於112年12月8日與株式會社淡路屋簽署「締結友好合作備忘錄」，為歡慶雙方良好且長期的跨國商業經營互惠交流友誼與合作平台的建立，臺鐵與淡路屋將共同策劃聯名便當系列活動。

臺鐵公司與淡路屋首次海外合作於1月6日「日本第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」販售台鐵便當，以跨國結盟合作模式，將台鐵便當行銷國際。此次在日本特賣會臺鐵推出懷舊經典紀念款便當盒組，臺鐵公司便當盒組則含復刻懷舊鋼盒及臺鐵工字軌紀念手提袋。復刻懷舊鋼盒採用復古的鋼盒設計，便當盒上方刻有「國營臺灣鐵路股份有限公司」字樣，時值臺鐵公司元年，別具紀念意義。「日本第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」自1月6日起至22日止，每日10時，於特賣會場每日限量販售，每份售價日圓3,200円(含稅)。開賣首日限量600份臺鐵便當盒組即已搶購一空，可見引起日本民眾迴響之熱烈，日本民眾都敲碗期待台鐵便當每年參加此特賣盛會。

為提升附屬事業的創新策略佈局，透過此次前往日本京王百貨新宿店舉辦「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」，向國外推廣台鐵便當品牌外，臺鐵公司將持續研發吸睛便當，讓充滿記憶溫度的台鐵便當活出華麗新生命，成就附屬事業亮眼業績。

# 目 錄

壹、推廣及參訪目的 .....	3
貳、推廣成員與行程簡介 .....	4
一、推廣成員 .....	4
二、行程簡介 .....	4
三、參訪淡路屋東京川崎販賣店 .....	5
(一)公司簡介 .....	5
(二)參訪紀要 .....	12
四、出席日本京王百貨新宿店舉辦「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國 美食大會」推廣台鐵便當活動 .....	13
(一)活動簡介 .....	13
(二)推廣紀要 .....	14
(三)報導紀要 .....	15
五、參訪 GRANSTA 東京「鐵路便當屋頂」 .....	15
(一) GRANSTA 東京「鐵路便當屋頂」簡介 .....	15
(二)參訪紀要 .....	15
六、參訪京王百貨新宿店「ポポンデッタ」鐵道模型專賣店 .....	17
(一)「ポポンデッタ」鐵道模型專賣店簡介 .....	17
(二)參訪紀要 .....	17
參、心得與建議 .....	19
(一)心得 .....	19
(二)建議 .....	19

## 壹、推廣及參訪目的

本次赴日依時程安排，目的依序分別如下：

至淡路屋首間位於東京都首都圈直營店鋪參訪:

1903年創業的淡路屋起源於大阪曾根崎新地，店鋪皆開立在日本關西地區，參訪淡路屋第一間位於東京都首都圈直營店鋪，觀摩其公司進駐百貨商場的經營模式及請益市場之定位。

前往日本參加本公司於日本京王百貨新宿店舉辦「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」推廣台鐵便當，且在現場觀摩其他店家銷售策略及販賣模式，並與台灣觀光協會日本東京事務所一起吸引外國旅客至臺灣觀光。

至新宿站「鐵路便當屋 踊」參觀:

前往位於 JR 新宿站改札口內之鐵路便當販賣店參觀，藉由站內之鐵路便當販賣店了解旅客對於販售便當價格及口味之喜好程度，作為未來開發特色便當之參考依據及趨勢。

至京王百貨新宿店「ポポンデッタ」參觀鐵道周邊商品:

為利開發鐵道周邊相關商品，前往參觀在日本全國擁有40多家店面的鐵道模型專賣店「ポポンデッタ」參觀，作為未來開發商品及商店經營模式的參考資料。

透過此次參加「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」推廣台鐵便當，讓台鐵便當這個品牌除了在鐵路便當節上發光以外，也讓這品牌於2024年走出國際，第一步便登陸日本，讓有著共同鐵道及便當文化的我們，共同與締結友好的夥伴攜手進軍日本，提升國際交流廣度與深度，並增進雙方友好情誼，同時加強臺日人民往來與互訪，亦增進臺鐵便當之國際能見度；同時藉由觀摩以瞭解日本鐵道便當及商品業者，如何透過附屬事業投資開發與經營創造更多營收。尤以113年1月交通部臺灣鐵路管理局改制為國營臺灣鐵路股份有限公司，經營業別將大幅放寬，附屬事業可多元發展，利用鐵路基礎設施拓展附屬事業版圖，期使臺鐵公司永續經營。

## 貳、推廣成員與行程簡介

### 一、推廣成員

(一)率隊長官：古處長時彥

(二)陪同出席：

1、附業營運處：業務科事務員林純瑜

臺北餐旅分處領班朱昱光

### 二、行程簡介

本出國行程共計3日，包含參加台日松山締結10周年紀念活動、洽談異業結盟跨國便當合作、拜訪山陽電鐵汲取附屬事業開發經驗及實地見學觀光列車服務等，地點囊括神戶、四國等地，詳細行程規劃如下表。

表1 出國參訪行程表

日期	地點	參訪行程說明	備註
1/5 (五)	桃園機場→成田空港→新宿 (夜宿新宿)	上午， 啟程	CI100中華航空 (09:30-13:00)
		下午， 彩排京王百貨推廣便當活動	東京都新宿區新宿3-38-2 JR 東日本新宿站2樓南口廣場
		參訪 LAZONA 川崎廣場之便當店	神奈川県川崎市幸区堀川町72-1
1/6 (六)	新宿→東京 (夜宿新宿)	上午， 京王百貨推廣台鐵鋼盒聯名便當	東京都新宿區新宿3-38-2 JR 東日本新宿站2樓南口廣場
		下午， 邀請展場廠商參加本局2024鐵路便當節	
1/7 (日)	新宿→成田空港	參訪 GRANSTA 東京「鐵路便當屋祭」	東京都千代田區丸之内1-9-1
		參訪 GRANSTA 東京「鐵路便當屋踊」	東京車站改札口內/中央大廳旁/新幹線乘車口前
		鐵道商品專賣店	
		下午，賦歸	CI105中華航空 (17:45-20:55)

### 三、參訪淡路屋東京川崎販賣店

交通部臺灣鐵路管理局於113年1月1日改制為國營臺灣鐵路股份有限公司，為達成公司永續經營之目標，增加商業發展的靈活度，增加附屬事業的營收比例，以健全臺鐵公司化後之財務結構，本次參訪特別拜訪發跡於神戶的日本知名老字號鐵道便當「淡路屋」於日本關東地區開設的第一家販賣店，淡路屋自1903年(明治36年)創業，經營至今已超過一世紀，其豐富的聯名商品規劃及行銷經營值得雙方長期建立鐵路餐食服務經營領域之合作關係，進而促進雙方商業經營交流與聯名行銷等商業合作，提昇雙方經營競爭力及創造商業利益。

#### (一)淡路屋公司簡介

##### 1、緣起

淡路屋最初於1870年初期在大阪曾根崎新地以「淡宇」這個商號經營一家餐廳。由於鐵路便當在神戶很早就因為銷售而受到好評，因此，寺本秀次郎將注意力轉向了餐飲業，提出了開設鐵路便當店的想法。

1901年，淡路屋在當時的半閣鐵道（現:JR 福知山線）境內營運，並在大阪站設立據點，開始在大阪～福知山之間的列車上銷售便當。從1910年開始，全國各地的鐵路網迅速發展，鐵路便當成為火車旅行中不可缺少的一部分，並受到人們的歡迎。於是，各地開始創造出專屬各自車站獨特的「當地便當」，淡路屋自然也紛紛效仿。

淡路屋誕生於1903年(明治36年)，那時鐵路便當事業已經傳承了五代。隨著鐵路網的快速發展、戰爭、經濟的快速成長以及時代的變遷，淡路屋始終致力於滿足顧客的需求追求美味、並在風味中融入了各種創意，包括融入了各種正宗神戶風味的「丼飯」，以及打破鐵路便當傳統智慧的「加熱式蒸氣便當」。

「食」是生活中不可缺少的一部分。它已經不只是用來填飽肚子，而且已經達到了可以用五種感官來享受的程度，淡路屋持續精準地掌握顧客不斷擴大的需求，並利用鐵路便當傳遞對味道的承諾及傳達正宗的味道。淡路屋不僅以鐵路便當，還以多種形式，作為飲食文化的先鋒來展望新時代。



圖 1.1905 年(明治38年)淡路屋於半閣鐵道(現 JR 福知山線)生瀨車站廣告

## 2、生產據點及便當開發理念

淡路屋生產據點分布於總辦事處與東京工廠，有別於臺灣習慣食用溫熱便當，日本習慣食用冷便當，製供之主食及配菜透過快速冷卻機，藉由冷供應鏈配送至各銷售據點，方便遠方的客人也能品嚐淡路屋便當的美味。

以「神戶特產」入菜，包括：神戶牛肉、瀨戶內海海鮮、六甲山等新鮮食材，開發「神戶牛肉飯」便當、使用黑毛和牛之「肉飯」便當，可減少食物里程，符合「聯合國 SDGs 目標」。

早期的「鐵路便當」皆以日本象徵菜色豐富的「幕之內便當」的制式形式製供，淡路屋領先突破框架，將牛肉加入牛奶烹飪，名為「肉飯」；涮牛肉成為便當主菜；小瓶裝神戶葡萄酒置入便當內一起銷售。另外。為了跳脫冷食便當盒的限制，研發採用加熱式的「Acchicchi 蒸汽便當」，透過便當下方的加熱元件產生蒸汽加熱便當，例如；「海鰻便當」和「壽喜燒便當」等產品。



圖 2. 淡路屋總辦事處及東京工廠

## 3、販售通路及據點

### (1) JR 車站內的鐵路便當販賣店

A. 直營販賣店: 神戶、新神戶、西明石、鶴橋車站

B. 委託販賣店: 大阪、新大阪、京都、東京、上野、新宿、大宮、千葉、城崎溫泉、岡山、小倉車站以及博多車站

(2) 百貨店、購物中心：阪神梅田本店、高島屋大阪店、大丸神戶店、神戶阪急、西神中央店、高槻阪急、川西阪急、宝塚阪急、西宮阪急、千里阪急、垂水車站店、大丸芦屋店、あべのハルカス近鉄本店、京阪守口店、三宮センター街店等直營販賣店。

(3) 新幹線・近鉄特急車內販售便當的配送。

(4) 近畿日本鐵道便當販賣店的配送：大阪難波、大和西大寺、上本町、京都車站。

(5) 棒球場・體育館內的便當店・食品飲料店的販賣：阪神甲子園球場、京セラドーム大阪、ほっともつとフィールド神戶、ノエビアスタジアム、ユニバーシアード競技場等直營販賣店。

(6) 全國鐵路便當季：イトーヨーカドー、イオン、ダイエー、ライフ、ユニー。

(7) 旅行公司：コンベンション、大相撲大阪場所等便當配送。



(8) 外食店舖經營：カフェテルミーニ。

(9) 機場販賣店的便當配送：関西國際機場、大阪國際機場、神戶機場等。

(10) 航空業：全日本空輸、スカイマーク、AIRDO、ソラシドエア、FDA 機組人員的食物外送、便當、年節料理的製造販賣、批發等。



圖 3. 淡路屋 JR 新神戶站店面及垂水車站店內便當陳設

#### 4、人氣商品便當

淡路屋為日本最大的鐵路便當製造商之一，擁有強大的產品開發量能，與鐵路公司、公共機關、動畫卡通之間具備豐富的聯名便當上市經驗，積極不斷推出各種突破常民思考框架的特色便當。

一進入淡路屋總社就迎來的是一面壯觀的淡路屋便當展示牆，陳列歷年研發的各款便當(包含各式聯名便當及特殊容器造型的商品化便當)，令人印象深刻。淡路屋透過不斷推出新便當，展現活潑與創新的經營理念，也滿足客人嘗鮮的心理需求。



圖 4. 便當展示牆



「蛸壺章魚便當」對淡路屋的品牌精神意義，就如「工字軌鋁盒(現行改為鋼盒)便當」臺鐵局的 brand 精神意義，臺鐵局副局長手持的巨大版的「蛸壺章魚便當」猶如其吉祥物，可見淡路屋維護及彰顯其 brand 精神的用心。

### (1) 蛸壺章魚便當

1995年神戶遭受阪神大地震重創，為紀念1998年因地震受損的明石海峽大橋開通，進而研發了這款便當。明石是以「章魚壺漁」(蛸壺)傳統捕撈章魚方法而聞名的地方。便當陶器是依據「章魚壺漁」中使用的捕撈瓶狀容器蛸壺來製作。藉由融合當地文化特色的蛸壺章魚便當上市，來傳達正向的力量，希望大家能夠迎向夢想和希望。



圖 5. 蛸壺章魚便當。

### (2) JR 貨運貨櫃便當

111年1月1日發售的「JR 貨運貨櫃便當神戶壽喜燒版」，外盒以印有 JR 貨物列車的貨櫃，突破大家對於便當盒的想像。鐵路有限公司 (JR Freight) 的貨櫃透過遍布全國約 8,000 公里的鐵路網及約140 個貨運站間運輸，其行駛區域幾乎涵蓋了從北海道到九州的全國各地，淡路屋便以貨櫃為設計靈感，開發了以 JR 貨運貨櫃為主題的便當盒，內容盛裝神戶甜辣壽喜燒，造成搶購熱潮。



圖 6 .JR 貨運貨櫃便當神戶壽喜燒

### (3) 近期上市特色便當

表2

<p>1月6日推出日本JR貨物股份有限公司180型貨櫃造型「京都雞肉飯便當」</p>	<p>12月13日推出Z世代族群中最具人氣的「庫洛米造型特色便當」</p>
	
<p>12月8日與臺灣鐵路管理局締結紀念同步推出「友好協定締結紀念章魚飯」</p>	<p>11月22日配合好夫婦日，並適逢駅弁35周年推出「駅弁 LOGO 章魚飯」</p>
	
<p>10月19日配合萬聖節推出「Hippari Dako Meshi」</p>	<p>9月19日配合秋季交通安全活動販售兵庫縣警察版「Hippari Dako Meshi」</p>
	
<p>9月5日推出由日本相撲協會監修「原創相撲便當」</p>	<p>8月29日與神戸市水産協會共同開發「神戸夜明白蓋飯」</p>

	
<p>7月21日慶祝 JR 蘆屋車站更新竣工、開幕 110 週年!推出「六甲山穿越便當」</p>	<p>7月1日與兵庫縣甲南大學和關西國際大學合作開發「Marutto 兵庫護國稻荷」</p>
	
<p>6月8日推出父親節限定便當</p>	<p>3月8日推出「和田岬線 103 號線退休紀念便當」</p>
	
<p>111 年 3 月 10 日推出山陽新幹線岡山開通 50 週年以及新神戶站開通 50 週年紀念的車站便當</p>	





(4) 臺鐵局與淡路屋友好締結紀念暨「海味」聯名特色便當開賣

為提升附屬事業的創新策略佈局，臺灣鐵路管理局(以下簡稱臺鐵局)預計於112年12月8日與經營至今已超過一世紀的日本知名老字號鐵道便當「淡路屋株式會社(以下簡稱淡路屋)」簽署「締結友好合作備忘錄」，簽約儀式由臺鐵局副局長朱來順與淡路屋代表取締役副社長柳本雄基共同簽屬。為歡慶雙方良好且長期的跨國商業經營互惠交流友誼與合作平台的建立，歡慶臺鐵局與淡路屋締結友好協定，112年12月8日至12月14日每日中午推出臺鐵與淡路屋共同策劃的「海味」聯名特色便當，由臺北鐵路餐廳研製期間限定臺日聯名「海味便當」，外盒使用淡路屋經典蛸壺章魚陶瓷便當盒，盒身顏色採用經典臺鐵藍，象徵臺日交融，極具收藏價值。





圖 7. (上) 臺鐵局與淡路屋友好締結紀念  
(下)臺鐵局與淡路屋友好締結紀念之「海味」聯名特色便當

## (二)參訪紀要

### 1、參訪「LAZONA 川崎廣場淡路屋直營販賣店」

本次特別安排參訪「淡路屋」首間開設於日本關東川崎地區的第一家便當販賣店，2023年9月22日適逢淡路屋創業120周年，選定日本首都圈「LAZONA 川崎廣場」作為第一間直營販售便當店，該店主要販售經典「章魚飯便當」以及「JR 貨櫃便當」和「元祖相撲系列便當」等。另外也有販賣從未在首都圈販售過的「幕之內便當」，並預計販售最近具有高度人氣的便當。該店有別於以往販賣店僅開設在日本關西地區，首次進駐於日本關東地區，做為未來陸續於關東地區展店的基礎目標。

### 2.未來規劃

藉由參訪「LAZONA 川崎廣場淡路屋直營販賣店」，了解將便當販賣店如何從鐵路車站內店舖進駐到非鐵路事業單位的場域，以及考量拓展店舖諸多之條件及標準。未來為拓展台鐵便當品牌之市場，將研議「台鐵便當」品牌進駐國內各購物商場及開放加盟之可行性評估。



圖 8. 參訪「LAZONA 川崎廣場淡路屋直營販賣店」

#### 四、出席日本京王百貨新宿店舉辦「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」推廣台鐵便當活動

##### (一)「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」簡介

日本鐵路便當及美食的年度盛事「元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」至今已超過半世紀，舉辦至今已至第59屆，固定於日本京王百貨新宿店每年1月舉辦，展期維持大約2周，現場有超過350種來自全日本各地有名的鐵路便當及美食，藉由一年一度的盛事將其美食全部集中起來。現場的鐵路便當分別有「實演」及「輸送」兩大種，「實演」是在會場內現場製作後進行販售；「輸送」是每日經由從各地空運至會場的便當，都能在現場直接購入。



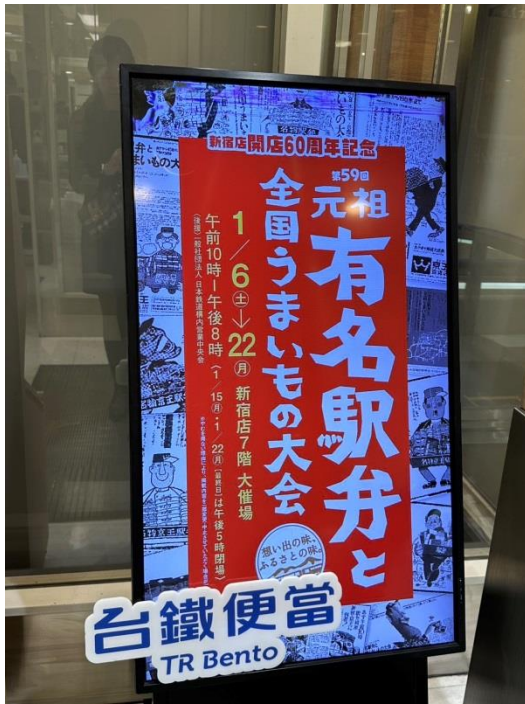


圖 9. 「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」電子看板

## (二)推廣紀要

### 1.推廣「台鐵便當」活動

臺鐵公司與「株式會社淡路屋」聯名合作於「第59屆元祖有名鐵路便當暨全國美食大會」販售臺鐵公司台鐵便當懷舊經典紀念款便當盒組，此次特賣會由臺鐵公司附業營運處古處長時彥率業務科林事務員純瑜及臺北餐旅分處朱餐務班長昱光親赴日本特賣會推廣販售，現場布滿琳琅滿目極具視覺美感的餐盒，向來以記憶幸福滋味著名的臺灣鐵路經典排骨便當，忠實體現食材樣貌及原味，頗具異國臺灣味，儼然成為吸睛亮點的鐵道便當品項。主菜為臺鐵招牌滷排骨，搭配經典滷蛋及季節時蔬，淡路屋依據日本飲食習慣略作製供優化調整，企圖征服日本消費者的味蕾。臺鐵公司便當盒組，含復刻懷舊鋼盒及臺鐵工字軌紀念手提袋。復刻懷舊鋼盒採用復古的鋼盒設計，便當盒上方刻有「國營臺灣鐵路股份有限公司」字樣，時值臺鐵公司元年，別具紀念意義。自113年1月6日起至22日止，每日10時，於特賣會每日限量販售，每份售價日圓3200円(含稅)。展售首日，限量200份臺鐵公司便當盒組，開賣不久即搶購一空，引起熱烈迴響，亦引起日本媒體高度關注及報導，且日本民眾品嚐台鐵便當均讚不絕口，敲碗期待台鐵便當每年參加此特賣盛會。



圖 10.(左) 臺鐵公司附業營運處古處長時彥率隊親赴日本特賣會推廣販售「台鐵便當懷舊經典紀念款便當盒組」

## 2. 未來規劃

此次合作專案透過台鐵便當的參展讓日本民眾瞭解臺灣飲食文化，趁此機會讓臺鐵公司餐食服務拓展國際，擴大台鐵便當的銷售通路布局，讓日本來臺旅遊視台鐵便當為必吃必訪之旅遊行程，開創臺鐵公司企業經營第二營收成長曲線與帶動臺灣軌道觀光產業。



圖 11.偕同交通部觀光署駐東京辦事處鄭主任憶萍一同宣傳臺灣觀光

## (三)報導紀要

本特賣會之臺鐵公司便當盒組在活動尚未開賣前，網路預購就已全數銷售一空。全數 3,400份銷售完畢，活動績效卓著，且圓滿達成任務，經臺日雙方媒體記者宣傳報導共計有21篇(臺灣10篇及日本11篇)。



圖 12.開賣前預購較銷售一空  
圖 14.臺日媒體報導清單(如附件)



圖 13.自由時報之報導

## 五、參訪 GRANSTA 東京「鐵路便當屋頂」

### (一) GRANSTA 東京「鐵路便當屋頂」簡介

GRANSTA 東京的「鐵路便當屋頂」是一家以提供鐵路便當為主題的店鋪。它位於東京車站的 GRANSTA 商店街中，這是一個位於車站內的購物區域。「鐵路便當屋頂」以鐵路文化為主題，提供各種風味和款式的便當，讓顧客在搭乘列車前後都能輕鬆享用到美味的便當餐。這樣的店鋪在日本的車站購物區域中相當常見，為旅客提供了便捷的用餐選擇。

### (二)參訪紀要

#### 1.參訪 GRANSTA 東京「鐵路便當屋頂」

鐵路便當屋頂結合了日本的鐵路文化和便當文化，呈現出獨特的風格，反映了日本對於食物和鐵路的熱愛。店內販賣各種類型的便當，包括傳統日式便當、季節限定便當、地方特色便當及創意便當，透過鐵路車站的熱鬧感以及便當屋特有的氛圍，感受到日本人對於飲食的重視和對於便當文化的傳承。

#### 2.未來規劃

此次觀察到此家鐵路便當店與以往不同，地點設立在剪票口內，提供給旅客方便快捷



的用餐服務，亦可以增加車站的活力和吸引力，提供更多種類的飲食選擇。相對於剪票口外的位置可用更高價位租賃給其他廠商，以利提高場站營收，同時也有助於增加車站的活力和促進鐵路的利用率。未來於臺鐵較大流量的車站也能試著以此方式建置便當店，以利活化剪票口內外及週邊之空間。



圖 15. GRANSTA 東京「鐵路便當屋頂」

## 六、參訪京王百貨新宿店「ポポンデッタ」鐵道模型專賣店

### (一)ポポンデッタ」鐵道模型專賣店簡介

ポポンデッタ是一家經營全國超過45家鐵道模型專門店的公司。從2016年起，這間公司開始企劃及製造相關鐵道商品。他們希望每天通勤的電車、旅行中的列車、曾經搭乘過的列車，以及最新的新型車輛，都能成為聯繫的交流工具。因為這樣的理念，他們開始企劃並製造出很多「有趣的鐵道商品」。

### (二)參訪紀要

藉由觀察店內不同種類和尺寸的鐵道模型，以及相關的配件和周邊商品，可以拓展我們的產品線，以利提供更多選擇給客戶，滿足不同客層的需求。透過注意店內的產品陳列方式和展示效果，以及商品的包裝和擺放位置，學習如何吸引顧客的目光，促使他們對鐵道產品產生興趣而引發購買動機。觀察店員與客戶的互動，以及他們提供的專業建議和服務，可以提升待客的服務品質，建立良好的客戶關係，並增加客戶對品牌的忠誠度。



圖 16.左及右「ポボンデッタ鐵道模型専門店」

## 參、心得與建議

### 一、心得

便當不斷的推陳出新，但是基本熱銷的定番品(長銷商品)依然是經典款便當，為何需要常常推出新款特色便當？

顧客喜歡嘗鮮是心理上的需求，但最終生理上最常吃的還是經典菜色，而且一般限定特色便當非常少可以轉變為長銷明星便當，正所謂「東西是新的好，口味是舊的好。」但新特色便當的上市，不一定會賺錢或成功，但它會是一個行銷議題，是一家門市的帶路雞，藉由新便當上市成為吸引民眾上門購買便當的驅動力，有助於拉抬長銷便當之銷售量，亦滿足客人的心理需求、激發廚師的廚藝、成就感、向心力及彰顯企業充滿創新的生命力及擴張營運的企圖心，營造品牌創新形象及持續年輕化。

若採異業結盟開發跨界聯名模式合作，開發聯名特色便當打破規格化的產品，以品牌聯名，賦予產品附加價值，再採取限時、限量方式，突破消費者對價格既有框架限制，增裕營收。另外則可吸引更多品牌過去觸及不到的消費群眾，打破品牌的同溫層，進而創造更大的利益，提高合作品牌彼此之品牌權益。長期而言，跨界合作藉由品牌優勢的結合，互補所長，發揮相乘的擴張效果，對品牌能見度、品牌好感度及品牌價值的提升，必定會有某程度的幫助，營收的表現可以期待會越來越好。

有鑑於淡路屋擁有豐富及卓越的鐵路便當經營、創意開發及行銷經驗，值得國營臺灣鐵路股份有限公司標竿學習與建立良好且長期的互惠交流友誼，藉由國營臺灣鐵路股份有限公司及淡路屋株式會社簽署締結友好協定備忘錄，建立國際交流的平台及管道，共創雙贏，共同攜手開發聯名便當，以利國營臺灣鐵路股份有限公司開創富前瞻性之營運規劃及佈局。合作內容如下：

- 一、鐵路或百貨商場便當營運服務相關的業務交流與合作。
- 二、以共創共利概念透過聯名行銷活動，達擴大聯名特色便當發表活動之橫向及縱向行銷效益，以及透過彼此的自媒體行銷，提高雙方之行銷及經濟效益。

### 二、建議

113年1月6日台鐵便當這個品牌第一次跨足到海外市場，第一站便是日本東京的京王百貨，針對台鐵便當品牌首次跨足海外市場的成功經驗，有以下幾個建議：

- (一) 市場調查與分析：在進一步擴展海外市場之前，進行充分的市場調查和分析是至關重要的。了解目標市場的消費者喜好、需求和文化背景，以及競爭狀況，將有助於制定有效的市場進入策略。
- (二) 產品適應性：確保台鐵便當產品在海外市場的適應性，可能需要調整產品口味、包裝和價格等方面，以滿足當地消費者的喜好和需求。
- (三) 建立品牌形象：透過有效的品牌宣傳和行銷活動，向當地消費者介紹台鐵便當的故事、價值和特色，建立品牌認知度和信任度。
- (四) 合作伙伴關係：與當地合作夥伴建立良好的合作關係將有助於台鐵便當在海外市場的推廣和銷售。
- (五) 品質控制與供應鏈管理：有效的供應鏈管理和品質控制將有助於確保產品的生產



和配送流程能夠順利運作。

成功進入海外市場需要深入的計劃、市場了解和執行。通過適應當地市場，建立良好的品牌形象，並與當地合作夥伴攜手並進，台鐵便當品牌有望在國際舞台上取得更大的成功。

## 臺鐵新聞 2024.01.07

(共10則)

1.台鐵便當日本開賣 限量600份搶光 (CNA)

2024/1/6 12:36

記者余曉涵台北6日電

<https://xwww.cna.com.tw/news/ahel/202401060058.aspx?>

2.台鐵便當走出台灣 今起至1/22赴日參加活動販售經典排骨便當組 (自由時報)

2024/01/06 13:19

記者鄭瑋奇／台北報導

<https://xnews.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/4543689?>

3.台鐵便當紅到日本 特賣600份2小時完售 (中時新聞)

2024/01/06 14:32

中時 陳祐誠

<https://xwww.chinatimes.com/realtimenews/20240106002047-260405>

4.日本鐵道迷也愛這一味！台鐵便當日本限期販售 首日600份2小時搶光(UDN)

2024-01-06 12:29

聯合報／記者周湘芸

／台北即時報導

<https://xudn.com/news/story/9650/7690103>

5.台鐵搶攻日本味蕾！懷舊排骨便當開賣2小時 限量600份完售(壹蘋)

2024/01/06 14:43

記者林芳如／台北報導

<https://xtw.nextapple.com/life/20240106/1AAFB89AD49BD2BB044E2D5C41BA417E>

6.台鐵便當紅到海外！日本開賣600份完售 (三立新聞網)

2024-01-06 11:56

記者楊晏琳／台北報導

<https://xwww.setn.com/News.aspx?NewsID=1409396>

7.台鐵便當日本開賣 限量600份搶光 (華視新聞)

2024/01/06 12:36

記者余曉涵台北6日電

<https://xnews.cts.com.tw/cna/life/202401/202401062272869.html>

8.台鐵便當紅到日本 特賣600份2小時完售 (工商時報)

2024.01.06 14:32

中時即時 陳祐誠

<https://xwww.ctee.com.tw/news/20240106700457-431401>

9.日本鐵道迷也愛這一味！台鐵便當日本限期販售 首日600份2小時搶光 (UDN)

2024-01-06 12:29

聯合報／記者周湘芸

／台北應了(自由時報)

2024/01/06 20:M1

## 日方新聞

(共11則)

1. 【共同通信社】

[https://www.kyodo.co.jp/pr/2024-01-06\\_3829202/](https://www.kyodo.co.jp/pr/2024-01-06_3829202/)

2. 【福島民友新聞】

<https://www.minyu-net.com/release/prwire/N202401054994.php>

3. 【Travrl Spot】

<https://travelspot.jp/645496/>

4. 【新潟日報】

<https://www.niigata-nippo.co.jp/articles/-/339941>

5. 【秋田魁新報】

<https://www.sakigake.jp/news/article/20240106PR0007/>

6. 【excite news】

[https://www.excite.co.jp/news/article/Kyodo\\_prw\\_202401054994/](https://www.excite.co.jp/news/article/Kyodo_prw_202401054994/)

7. 【沖繩 times】

<https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/1286497>

8. 【上毛新聞】

<https://www.jomo-news.co.jp/articles/-/400645>

9. 【山梨日日新聞】

<https://www.sannichi.co.jp/prwire/kokunai/202401054994>

10. 【ZaKzak】

[https://www.zakzak.co.jp/pressrelease/kyodo\\_prwire/MVPM4USG7ZNE7BC5NQ53JY2TWM/](https://www.zakzak.co.jp/pressrelease/kyodo_prwire/MVPM4USG7ZNE7BC5NQ53JY2TWM/)

11. 【CNET Japan】

<https://japan.cnet.com/release/30931570/>