



日本和歌山縣



梅產業之六級化產業概況(下)

文 / 圖 陳盈方

前言

臺東地區特色作物種類眾多，如臺灣藜、洛神葵及木鼈果等，為機能性素材良好來源；臺東縣亦為梅子產區之一，農產加工為六級產業模式建構重要的一環，國內梅子原料多以青梅為主，而日本多用黃熟梅，加工製程及產品型態有所差異，本次作者赴日本和歌山縣參訪「南部、田邊梅子生產系統」及「中田食品株式會社」，了解機能性農產原料及其加工品在日本推廣之現況。前篇介紹和歌山縣及梅產業相關資訊與一級生產之概況，本文將介紹梅產業之二級加工與三級行銷之實例。

日本梅之六級化產業推動模式

前篇提要

日本和歌山縣為水果生產之農業大縣，且為梅子重要產地，主要栽培品種為南高梅，「南部、田邊梅子生產系統」為全球重要農業文化遺產，囿於梅樹無法自花授粉，主要利用蜜蜂

作為自然的授粉昆蟲。一級生產以草生栽培管理，發展出當地特有之黃熟梅收穫方式，爾後接續加工作業。

貳、二級加工

在南部、田邊地區，幾乎所有梅子生產者都會在梅子收穫後，將梅子清洗，利用選別機依不同大小進行分級，可概分成6種規格，分類後將梅子以鹽醃製，放置於大型藍色醃漬桶中(圖1)，鹽漬後進行乾燥，傳統露天日曬乾燥法或日曬屋乾燥皆可見(圖2)。值得注意的是，即使醃漬過程梅果已存在於高鹽環境，降低了微生物汙染及繁殖的可能，日本梅胚乾燥採用離地作業，符合食品衛生概念。乾燥完成後即成為梅胚，鹽濃度約為20%，保存於黃色塑膠桶中(圖2)。從事梅子種植的農友，會將梅子做



圖1. 梅子產地之農家可見大型醃漬桶



圖2. 梅乾製作過程之傳統露天日曬乾燥(左)或具食品衛生安全概念之日曬屋乾燥(中)，乾燥完成後盛裝於黃色塑膠桶中，即為梅胚(右)。



圖3. 中田食品株式會社專人解說梅加工品製作流程

成梅胚，販售給食品公司以進行後續調味製作，每桶約為10公斤，食品廠收購價為22萬日圓(折合新臺幣約為6萬元)，屬於典型加工作物，梅子製成梅胚(半成品)，較鮮果銷售大幅提升其銷售價格(約為36倍)。以中田食品株式會社為例，食品廠將梅乾分為最高級之A級，其次為B級及C級；購入梅胚後，進行洗淨選別、調味再醃漬、盛裝於容器、秤重、包裝、樣品經金屬探測器，檢測無異物混入後，始得出貨(圖3)。

本次參訪之中田食品株式會社，為和歌山縣最大的梅子食品加工廠，該公司創業於西元1897年(明治30年)，原本為米穀商，以中田商店之名創業，於西元

1925年(大正14年)開啟梅乾加工業，西元1961年(昭和36年)年自臺灣輸入梅乾進行加工製造，歷史相當悠久，且有多項明

星商品(圖4)。在品質管控方面，該公司通過JAS(日本農林食品標示)認定工場資格，並陸續取得ISO 9001及ISO 22000之證書。衛生管理方面，符合5S(整理、整頓、清潔、清掃、教養)精神(圖5)，配置除塵滾輪，使從業人員可隨時整理衣著，防止毛髮或纖維混入，利用酒精清潔手部及鞋子後，始可進入場區操作，場區內則利用臭氧進行空氣殺菌。該公司不同品項之梅加工品有各自專屬生產線，因產品鹽度不同，保存期限各異，藉此可避免交叉污染。參觀者經由梅迴廊進入工場2樓，透過玻璃視窗觀看工場內部作業狀況(圖6)。



圖4. 中田食品株式會社場區及其產品展示



圖5. 品質及衛生管理要項(左)及調味再醃漬室(右)



圖6. 梅加工品製造及包裝區

參、三級銷售

為行銷推廣梅子相關產品，中田食品株式會社設有梅品種圃及直賣店，梅園中蒐集紀州梅代表品種，其中生產用及觀賞用梅樹交替種植，自1月下旬開始進入花期，總計有17項種類的梅樹(圖7)。該公司直營之直賣店營業時間為上

午9時至下午5時，全年無休，且設有藝術家展品展示區，可供繪畫或陶藝等藝術品展示。該店是以紀州材為主之木造建築，落成於2012年3月30日，店內梅子加工品豐富多元，並提供梅子加工品品嘗及梅酒試飲體驗，其中梅乾為和歌山縣之推薦縣產品(圖8)。



圖7. 中田梅園介紹(左)南高梅(中)3月上旬梅園花況(右)



圖8. 中田食品株式會社之直賣店外觀及內部概況

梅乾及梅酒為該公司製造之主要加工品，梅乾依鹽分濃度5~20%不等，開發出不同風味的產品，據了解目前梅子風味變化，已隨著消費者飲食習慣調整，與20年前純鹹(鹽分20%)的梅乾大不相同，可開發更多客源。因南高梅較其他品種果實大，衍生出單個梅乾包裝的產品，鹽分20%，單粒價格為500日圓(折合新臺幣約140元)，屬高單價商品(圖9)。「梅ぼし田舎漬」為看板商品，從開發販售至今40餘年，利用沙丁魚(いわし)等魚類與梅乾共煮，既可除去魚腥味，又可將梅乾賦予鮮味，並以糖、醬油及味醂等佐料調和風味，遂成為三代相傳的家庭之味。梅加工品「しらら」

為該公司註冊商標產品，屬於調味梅乾，鹽分5%，為人氣最高的推薦商品，利用紀州完熟南高梅製作，因包裝及重量不同而價格各異，售價可從950日圓至10,800日圓，足見日本業者對加工品分級而產生其價差效果。除該社自行製造之梅乾及梅酒外，更與其他食品業者合作，生產梅多元產品，如糖果、調味料、果醬及冰淇淋，其中冰淇淋每盒約為80ml，對觀光客來說，具可嘗鮮又少量無負擔特色，可提供觀光休閒業者參考(圖10)。除設置於公司內直營的直賣店外，另在田邊車站旁設有銷售店面，消費者亦可另透過網站購入各式加工品。



圖9. 直賣店梅干及梅酒產品展售，單粒包裝梅乾售價可達500日圓。



圖10. 梅多元產品，如糖果、調味料、果醬及冰淇淋。

結語

本次參訪日本農產大縣和歌山縣，該縣已建構完整梅產業之六級產業，以「南高梅」品種，做為培植產業之基礎，且梅產品以國內銷售為主，內需市場相當大，與日本民眾生活習慣有密切關係，旅館自助式餐廳大多會有3~9種以上梅乾可供選擇，當地農產品已完全融入觀光產業，成為當地特色的一環。筆者於2013年及2014年曾走訪日本東京及京都地區，發現觀光地區或機場之梅製

品，其梅胚來源多為中國大陸；日本國產梅原料，僅此次走訪和歌山縣當地才能得見，即使和歌山縣距離關西機場僅30分鐘車程，在關西機場內的伴手禮名店，卻無任何和歌山縣農特產加工品，殊為可惜。反觀國內機場，無論國際線或國內線，國產農特產伴手禮皆呈現臺灣豐饒之物產特色，具代表性。本次參訪收穫豐富，有助於未來機能性作物研究方向及發展之評估參考。