

致理科技大學應用日語系

112 學年度畢業實務專題報告

透過和菓子實現的社會貢獻  
—身為應用日語系的我們所能做的事情

指導老師：栗原祐美

組員：10922232 李悅伶

10922211 邱悅珊

10922216 李 佳

10922233 陳佩妤

10922234 高芷翎

10922238 黃暉晴

2024 年 1 月

## 實務專題報告授權書

本授權書所授權之實務專題研究報告為授權人共 6 位於致理科技大學應用日語系 112 學年度第 1 學期完成之實務專題報告。

實務專題報告題目：

透過和菓子實現的社會貢獻-身為應用日語系的我們所能做到的事

同意授權，開放全文檢索

不同意授權，僅開放書目資料及索引摘要相關資訊

(上述同意與不同意之欄位若未勾選，則視該組同學皆同意授權)

授權人茲將本報告電子檔與紙本裝訂成冊後，以非專屬、無償方式授權致理科技大學(以下簡稱本校)得不限地域、時間與次數，以紙本、光碟或數位化等各種方法收錄、重製與利用；為助益完整典藏全校之學術研究成果，同時提升學術產出之能見度及影響力，同意應用日語系辦公室留存，且本校圖書館得將本報告收錄於本校機構典藏系統，作者仍保有著作權；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行線上檢索、閱覽、下載或列印。授權人保證本報告係本組之原始創作，且並未侵犯任何人之智慧財產權。

指導教師：栗原 祐美 (請親筆正楷簽名)

授權人：

學號：10922211 學生姓名：李佳 (請親筆正楷簽名)

學號：10922216 學生姓名：邱悅珊 (請親筆正楷簽名)

學號：10922232 學生姓名：李悅伶 (請親筆正楷簽名)

學號：10922233 學生姓名：陳佩妤 (請親筆正楷簽名)

學號：10922234 學生姓名：高芷翎 (請親筆正楷簽名)

學號：10922238 學生姓名：黃暉晴 (請親筆正楷簽名)

學號：\_\_\_\_\_ 學生姓名：\_\_\_\_\_ (請親筆正楷簽名)

學號：\_\_\_\_\_ 學生姓名：\_\_\_\_\_ (請親筆正楷簽名)

中 華 民 國 112 年 1 月 2 日

※本授權書請以黑筆撰寫，並裝訂於報告封面頁之次頁。

## 透過和菓子實現的社會貢獻-身為應用日語系的我們所能做的事情

### 原創性報告



### 主要來源

1	<a href="http://storystudio.tw">storystudio.tw</a> 網際網絡來源	2%
2	<a href="http://www.wagashi.or.jp">www.wagashi.or.jp</a> 網際網絡來源	1%
3	<a href="http://blog.wenk-media.com">blog.wenk-media.com</a> 網際網絡來源	<1%
4	<a href="http://www.kolradar.com">www.kolradar.com</a> 網際網絡來源	<1%
5	<a href="http://ndltd.ncl.edu.tw">ndltd.ncl.edu.tw</a> 網際網絡來源	<1%
6	Submitted to National Taiwan University 學生文稿	<1%
7	<a href="http://influspower.com">influspower.com</a> 網際網絡來源	<1%
8	Submitted to The Open University of Hong Kong 學生文稿	<1%

[book.qidian.com](http://book.qidian.com)

## 中文摘要

本研究以和菓子為主題，探索應用日語系學生所能進行的實踐研究可能性。在之前的課程中接觸到了和菓子作為研究動機，對其產生了興趣。和菓子將四季融入食材中，其外觀、材料和製作方法與中國糕點或西式糕點有很大的不同。因此選擇了和菓子作為畢業研究的主題，並嘗試將其應用於實際工作，探索是否能夠對社會做出貢獻。首先，我們整理了和菓子的定義、歷史、分類、材料、季節等，並思考了如何將其應用於實際工作中後，我們決定製作和菓子，在校內活動中設立攤位進行銷售，並將所得利潤捐贈至公益協會，以實現社會貢獻的目標。最終，我們選擇了製作若鮎和青梅兩種和菓子。但在第一次試製時遭遇了許多失敗，進展並不順利。在第二次試製中，我們改進了上次的失敗點。我們邀請了 16 位人士進行試吃，根據問卷調查的結果進一步進行改進。為實現更高的銷售額，設立了專門的 Instagram 帳戶，介紹和菓子文化並進行產品宣傳。在銷售當天，我們售出了 48 個若鮎、40 個青梅和 60 杯綠茶，獲得了 1888 元的利潤和 1312 元的捐款，共計 3200 元。我們將全部款項捐贈給台灣公共基金，付諸實踐。基於以上結果，我們認為即使是應用日語系的我們，也能夠運用所學，在研究和實際工作中，雖然力量有限，卻也能對社會作出一絲貢獻。

關鍵字：和菓子、社群媒體行銷、義賣捐款、數據分析

## 日本語要旨

本研究は和菓子テーマとして、応用日本語学科の私たちにできる実践研究の可能性を探る。

研究動機として、以前受けた授業の中で和菓子に触れ、興味を持った。和菓子は食材に四季を織り込み、その外観や、素材や製法も中華菓子や洋菓子とは大きく異なっている。そこで卒業研究のテーマとして和菓子を選び、それを実務応用、ひいては社会貢献に結び付けられないかと模索した。まず先行研究を調べ和菓子の定義、歴史、分類、材料、季節などを整理した後、実務への応用方法を考えた。メンバーと話し合った後、実際に和菓子を作製し、それを学内のイベントで出店、販売し利益を得て寄付することで社会貢献につなげることを目標に設定した。最終的に若鮎と青梅二品を作ることにしたが、一回目の試作では失敗も多くなかなか思うようにいかなかった。そこで二回目の試作では前回の失敗点を改良し、何とか形にすることができた。その後 16 人に試食を行ってもらいアンケートから得られた感想を基にさらに改良を進めた。またより一層の売り上げを目指しインスタグラムの専用アカウントを開設し、和菓子の文化を紹介したり商品の宣伝を行ったりした。販売当日は若鮎 48 本、青梅 40 個と緑茶 60 杯を完売し 1888 元の利益と 1312 元の寄付金により計 3200 元を得ることができた。その後、全額を台湾公共基金に寄付することを決め実行した。

以上の結果から、日本語学科の私たちでも学科で学んだことを活かし、研究と実務を通して非力ながら社会に貢献することができたのではないかと考える。

キーワード：和菓子、SNS マーケティング、寄付、データ分析

# 目錄

<b>第 1 章 緒論</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	1
1.3 研究步驟.....	2
<b>第 2 章 文獻探討</b> .....	<b>2</b>
2.1 關於和菓子.....	2
2.1.1 和菓子的定義.....	2
2.1.2 和菓子的歷史.....	3
2.1.3 和菓子的分類.....	6
2.1.4 和菓子的主要原料.....	7
2.1.5 和菓子與季節.....	8
2.2 行銷方法.....	9
2.2.1 傳統廣告與媒體廣告之差異.....	9
2.2.2 社群媒體行銷.....	9
2.3 和菓子市場調查.....	10
2.4 小結.....	11
<b>第三章 和菓子製作</b> .....	<b>12</b>
3.1 製作規劃.....	12
3.1.1 第一回試做結果.....	12
3.1.2 第二次試做結果.....	13
3.2 試吃活動.....	15
<b>第四章 義賣活動企劃</b> .....	<b>18</b>
4.1 活動規劃.....	18
4.2 市場分析.....	18
4.3 宣傳策略.....	20
4.4 INSTAGRAM 帳號創立.....	20
4.4.1 帳號介紹.....	20
4.4.2 貼文內容.....	39
<b>第五章 成果分析</b> .....	<b>22</b>
5.1 浴衣祭活動流程.....	22
5.2 活動當日情形.....	24
5.3 收益支出表.....	24
5.4 捐款.....	25
5.5 INSTAGRAM 貼文成效分析.....	26
5.5.1 分析平台選擇.....	26
5.5.2 整體成效分析.....	27
5.5.3 期間動態貼文之分析.....	27
5.5.4 Hashtag 分析.....	30

<b>第六章 結論與未來展望</b> .....	<b>33</b>
6.1 結論.....	33
6.2 分析限制與未來展望.....	34
<b>參考文獻</b> .....	<b>35</b>
<b>附件</b> .....	<b>33</b>
附件一 食譜.....	36
附件二 INSTAGRAM 貼文內容.....	39
附件三 義賣活動規畫表.....	42
附件四 收支受益表.....	45
<b>專題報告修正要點</b> .....	<b>48</b>
<b>組員工作分配表</b> .....	<b>49</b>

## 表目錄

表 2.1.1 和菓子變遷史.....	4
表 2.1.2 青木直己（2021）對和菓子的分類.....	7
表 2.1.3 和菓子的主要原料一覽.....	7
表 4.2.1 SWOT 分析表.....	19
表 5.3.4 利潤總額表.....	24
表 5.3.5 捐款名單.....	25
表 5.5.4.1 HASHTAG 使用一覽表.....	31
表 5.1.2 人力分配表.....	42
表 5.1.2 經費預算表.....	42
表 5.1.2 場地規畫表.....	43
表 5.1.2 時間表.....	43
表 5.1.2 桌面擺放與物品陳列位置.....	44
表 5.3 青梅收益支出表.....	44
表 5.3 香魚收益支出表.....	45
表 5.3 綠茶收益支出表.....	46

## 圖目錄

圖 1.3.1 研究步驟 .....	2
圖 2.1.5.1 四季和菓子參考圖 .....	8
圖 2.3.1 社群媒體上討論的異國料理討論度排行 .....	11
圖 3.1.1 第一回試做香魚製作過程 .....	12
圖 3.1.2 第一回試做青梅豆沙製作失敗 .....	13
圖 3.1.3 第二回試做香魚製作 .....	14
圖 3.1.4 第二回試做青梅製作 .....	15
圖 3.2.1 活動對象性別比例 .....	16
圖 3.2.1.2 香魚甜度比例 .....	16
圖 3.2.1.3 青梅甜度比例 .....	17
圖 4.4.1.1 INSTAGRAM 帳號頭貼 .....	21
圖 4.4.1.2 INSTAGRAM 帳號介面 .....	21
圖 5.1.1 活動視覺海報 .....	22
圖 5.1.2 活動宣傳圖 .....	22
圖 5.1.3 夏生菓舖販售品項之菜單 .....	23
圖 5.2.1 販售現場 .....	24
圖 5.4.1 捐款感謝狀 .....	25
圖 5.4.2 社團法人台灣公益聯盟捐款感謝狀及捐款明細 .....	26
圖 5.4.3 全體組員與社團法人台灣公益聯盟負責人—林煒群先生之合照 .....	26
圖 5.5.2.1 整體成效分析 .....	27
圖 5.5.2.2 觸及率-最高比率之前五名 .....	28
圖 5.5.2.3 觸及率-最低比率之前五名 .....	28
圖 5.5.2.4 互動率-最高比率之前五名 .....	29
圖 5.5.2.5 互動率-最低比率之前五名 .....	29
圖 5.5.2.6 成效指數-最高比率之前五名 .....	30
圖 5.5.2.7 成效指數-最低比率之前五名 .....	30
圖 4.4.2 和菓子小知識介紹 .....	39
圖 4.4.2 和菓子小知識介紹 .....	40
圖 4.4.2 和菓子小知識介紹 .....	41
圖 5.1.2 場地規畫圖 .....	43

# 第 1 章 緒論

## 1.1 研究動機

我們在二年級所選修的「日潮行銷服務與實務」課堂上觀看過和菓子相關的影片。在影片中除了介紹漂亮的外觀造型以外，還會以當季食材作為餡料，展現四季風情。而其外觀、材料、製作方式以及文化都和中西式點心有很大的差異，因此非常吸引我們。日本料理雖然在台灣很受歡迎，然而和菓子比起日本料理在台灣似乎沒那麼受人喜愛。不過身為應用日語系的我們認為和菓子依舊很有魅力和潛力，因此希望可以研究和菓子。

## 1.2 研究目的

基於以上的研究動機，本文建立以下四個研究目的：

1. 透過文獻探討來了解和菓子的背景。
2. 針對第 1 點的基礎上，想要創造出台灣人比較可以接受的和菓子。
3. 想要用到社群媒體推廣，希望可以讓更多人了解到我們製作的和菓子。
4. 如以上第 2 和 3 點成功，希望可以透過和菓子的義賣實現社會貢獻。

首先，透過文獻探討來了解和菓子的定義、歷史、分類、材料等。接著在第 1 點的研究基礎上希望製造出台灣人比較可以接受的和菓子。如在 1.1 陳述，目前和菓子在台灣的接受度似乎沒有中式點心或西式點心那麼高，於是我們想製做出更適合台灣人的和菓子。第 3 點為和菓子的推廣方式，我們認為和菓子有亮麗的外觀和深奧的文化，適合透過 Instagram 等社群媒體來吸引大眾目光。第 4 點為和菓子的義賣活動。如果前 3 點都可以順利做出來，我們希望最後可以舉辦和菓子的義賣活動。由於本課程為「實務專題」，除了親自動手實際做出和菓子以外，還想運用在大一至三選修的課程所學知識進行義賣，如每年 5 月份在系上進行的「浴衣祭り活動」擺攤位試賣。若活動順利有獲得利潤的話，可以捐款給弱勢族群，或許對社會可以有貢獻。身為應用日語系的學生，很希望可以結合在課程所學的日本文化和實務，並有更多的成果。

## 1.3 研究步驟

本節說明研究步驟。圖 1.3.1 表示詳細的步驟。首先第一步驟搜集相關文獻資料，了解對於和菓子的背景。在第二步將進行試作。首先，我們會將相關的食譜帶入小組討論中，然後進行兩次試做。完成試做後舉行試吃活動，並根據試吃的結果來進行必要的改良。第三步為制定行銷規劃，其中包含試吃活動規劃，並根據試吃回饋做檢討做改良及籌辦義賣之詳細流程。第四步會以義賣成果做後續的檢討及分析。第五步針對回收之整體數據來統整此活動是否有達到預期效益。

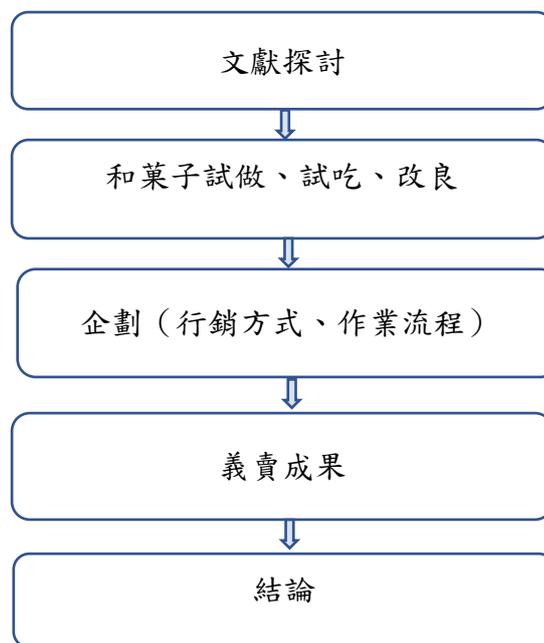


圖 1.3.1 研究步驟

## 第 2 章 文獻探討

### 2.1 關於和菓子

#### 2.1.1 和菓子的定義

和菓子（日語：和菓子／わがし wagashi）是日本傳統的糕點，也是甜品類的總稱。青木直己（2017）認為：「和菓子在日常、平淡無味的生活中，菓子滋潤著我們的日常，使得生活不只是無味，而是更多的感受。」。根據李櫻櫻（2016）為了與西式糕點，又名「洋菓子」做區別，日本將自己傳統糕點名稱取為「和菓子」。和菓子不管是在製作手法、材料、色彩還是造型上都能自由的發揮，對於日本人來

說是一個非常迷人的存在。她引用虎屋菓寮第 16 代的黑川光朝的一句話形容和菓子的藝術性：「和菓子是五感的藝術」。首先，從外觀上來說，和菓子有著映入眼簾的形狀（視覺）；其次，入口含在嘴裡時的美味（味覺），而且還有淡淡的香味（嗅覺）；再來是用手觸摸、牙籤切的時候的感覺（觸覺）；最後是在實體尚未見識前所用耳朵傾聽的——賦予和菓子的名字（聽覺）。而中村孝也（1967）也認為和菓子具備著三個要素：味道好、造型外觀雅緻、有著豐富的營養。因為製作的成敗關鍵在於雕塑的技巧，需要有一雙巧手，所以也被稱為「日本飲食文化中的花」。

### 2.1.2 和菓子的歷史

根據東京和菓子協會（2002）所述，和菓子的起源來自上古時期，當時將樹木的果實加工成粉狀，去除雜質後揉成圓球食用（也就是後來的糰子），或是做成傳說中日本最古老的加工食品「餅（もち、年糖）」。隨著時代變遷，歷經和唐朝的交流、茶湯文化的興盛等影響，和菓子日漸進化。製作和菓子需要大量的砂糖，日本的砂糖本由僧人帶進日本。但砂糖以往是貴族才使用得起的物品，從奈良時代到平安時代大部分都當成藥物使用。直到江戶時代，德川家康正式進入江戶時代，此後長期的穩固政權，讓人口大量集中，成為當時最大的消費中心，經濟發展快速，庶民文化也相當活潑，致使江戶時代也成為和菓子文化最為燦爛的時代。江戶時代日本從長崎由荷蘭和中國進口砂糖，由於大量砂糖的進口會造成貿易上的不平衡，因此政府開始鼓勵國產砂糖的製造。但由於江戶（即現在的東京）氣候寒冷，並不適合甘蔗的生長，所以幕府鼓勵四國、九州等地區開始試種、試做，終於孕育出高級和菓子中最重要的「和三盆」。「和三盆」指的是將蔗糖揉磨三次，因此製出的糖相當細緻，從此成為高級和菓子當中不可或缺的原料。但並不是所有的和菓子都使用「和三盆」這種高級砂糖，一般便宜的和菓子是使用純度較低的一般砂糖。

和菓子後來也遭遇到低潮的時候，松隈美紀（2010）認為昭和十四年的太平洋戰爭導致和菓子的衰弱。昭和十五年實施公定價格制度，街上的點心行業紛紛倒閉，僅剩軍營內部的菓子店才被允許製作和菓子。直至昭和二十年，洋菓子的興盛威脅到日本和菓子產業，因此經過不斷的改良，研發出了各種創新的和菓子。像是把羊羹夾在磅蛋糕中間，這種日西合併的菓子大受歡迎，連帶和菓子也被大量生產。下表表示從奈良（710 年）到昭和時代（1998 年）的和菓子的變遷史。

表 2.1.1 和菓子變遷史

時代			菓子的變遷	
中國	日本	西曆年		
唐	奈良	710   794	唐菓子時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中國點心進口盛行</li> <li>• 唐僧鑑真<sup>1</sup>帶來紅糖（藥用）</li> </ul>
五代宋	平安	794   1192		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 草餅出現</li> <li>• 使用大餅（祭祀）、小餅（吉例用）、薄餅、赤餅、白餅、黑餅等</li> <li>• 羹類使用的盛行</li> </ul>
金元	鎌倉	1192   1333	點心時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 明江上人<sup>2</sup>將茶移植到宇治</li> <li>• 道元禪師<sup>3</sup>帶進「點心」</li> </ul>
明清	室町	1392   1573	南蠻菓子時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 茶道創始人—珠光<sup>4</sup>誕生</li> <li>• 糖成為日明貿易的一部分</li> <li>• 點心茶道的興起</li> <li>點心除了「羹、麵」還強調「餅」類的重要</li> </ul>
	安土桃山	1573   1603		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 關原之戰</li> <li>• 板倉弘方開始製作著名的點心「御所落雁」</li> <li>• 京都府伏見的駿河谷<sup>5</sup>出售練羊羹</li> <li>• 讚岐的永德屋又右衛門<sup>6</sup>製做唐饅頭（丸ボ一口）</li> </ul>

<sup>1</sup> 唐朝僧人，在日本被尊為“唐大和尚”或“唐大和上”。

<sup>2</sup> 日本名僧。

<sup>3</sup> 日本鎌倉時代著名禪師，人稱「永平道元」。

<sup>4</sup> 室町時代中期的茶人•僧人。因為僧人，沒有姓氏，用「村田珠光」來稱呼。

<sup>5</sup> 今京都伏見的駿河屋。

<sup>6</sup> 人名。

	江戶	1603   1876	上菓子時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>駿河の源右衛門<sup>7</sup>出售黃豆粉麻糰（きな粉餅）</li> <li>京都伏見的美濃屋太郎左衛門<sup>8</sup>發現瓊脂（寒天）</li> <li>琉球的武人大師學習製糖技術 對糖的需求增長</li> <li>製作點心方法『男重宝記』<sup>9</sup>發行</li> <li>宇治山田創製赤福麻糰</li> <li>車輪餅（今川焼き）在江戶神田販售</li> <li>在京都成立上菓子製作協會</li> <li>從長崎由荷蘭和中國輸入砂糖</li> <li>吉宗<sup>10</sup>推薦種植甘蔗並開始製糖業務</li> <li>在江戶出售大福年糕</li> <li>江戶京橋製作栗子饅頭</li> <li>在江戶使用日本砂糖製作點心</li> <li>鹿兒島藩開始現代製糖</li> </ul>
	明治	1968   1912	洋菓子時代	<ul style="list-style-type: none"> <li>從夏威夷和香港增加進口優質低價的糖</li> <li>成立了京都點心協會來重點研究點心技術</li> </ul>
中華	大正	1912   1925	大量生產	<ul style="list-style-type: none"> <li>和菓子研究小組在東京成立</li> <li>全國點心協會聯合會成立</li> </ul>

<sup>7</sup> 人名。

<sup>8</sup> 經營美濃屋旅館，因太忙而將「心太（ところてん）」放在戶外並遺忘而發明出寒天。

<sup>9</sup> 於西元 1693 年發行，將當時代男性必知的知識與流行技藝等集結成冊。其中和菓子自成一章，詳細介紹約 250 種類的和菓子。

<sup>10</sup> 全名為德川吉宗，日本江戶幕府第八代征夷大將軍。

			時代	
	昭和	1926   1988		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 紅豆行情飆升</li> <li>• 日式點心需求增加</li> <li>• 京菓子協會成立</li> <li>• 舉辦和菓子展</li> <li>• 全國點心技術研究團體聯合會成立</li> </ul>

資料來源：松隈美紀（2010）

從以上的文獻可以知道，江戶時期和菓子成為了獨自的嗜好品，且和菓子不僅僅是使國內的經濟效益日漸進步，也因吸收了外國的知識、物種而受到了相當大的影響。

### 2.1.3 和菓子的分類

和菓子有著各式各樣的種類，青木直己（2021）提到最基本的分類方法是根據製作方法來分類，大致分為七種方式。「餅物」是指用糯米所製成的麻糬來製作的點心、「蒸物」是指利用熱力把水加熱成蒸汽，以蒸汽加熱食材的點心、「烤物」是指利用烘烤的方式製作的點心，也有用一塊叫平鍋的銅板製作成的點心，和利用烤箱製作成的點心、「煉物」是指以餡料為主要的本體，所製作的造型點心、「流物」是指將材料倒入進模具裡製作成的點心、「岡物」是指把各種材料組成在一起所製作出來的點心、「打物」是指把材料倒入進模具裡，之後壓緊實製作出來的點心。

另外，也能以含水量作為分類，有三種分類方法。含水量達 30%以上稱作為「生菓子」、含水量達 10~30%稱作為「半生菓子」、含水量達 10%以下稱作為「乾菓子」。生菓子有餅物（大福、柏餅、蕨餅等）、蒸物（蒸饅頭、米粉糕等）、燒物（銅鑼燒、金鰐等）、流物（羊羹、錦玉羹等）。半生菓子有流物（羊羹、錦玉羹等）、岡物（最中、鹿之子等）、練物（求肥等）、燒物（桃山等）。乾菓子有打物（落雁等）、押物（塩釜、村雨等）、燒物（小饅頭、仙貝）、飴物（金平糖等）。

表 2.1.2 青木直己（2021）對和菓子的分類

製作方法(七類)	餅物、蒸物、烤物、煉物、流物、岡物、打物
含水量(三類)	生菓子、半生菓子、乾菓子

#### 2.1.4 和菓子的主要原料

青木直己（2021）認為和菓子最重要的原料是米粉（粉狀的日本米粉）、糖和豆類。首先，米粉又分為兩種米，以這兩種米作為原料分作以下幾種粉。第一種以粳米（蓬萊米）所製成的上新粉，蓬萊米用水洗淨，充分用水分浸透後，用白碾成粉末，乾燥後製作而成。第二種是以糯米製作成的糯米粉、白玉粉、寒梅粉、道明寺粉（道明寺為大阪府藤井寺市的一座寺廟的名字，將浸泡好的糯米蒸好曬乾後粗磨而成）等種類。另外還有麵粉以及葛粉又稱澱粉，是由葛屬植物的根部提取出來的澱粉。

糖類分作砂糖以及和三盆兩種糖類。砂糖到江戶中期為止都是從外國進口的上等貨，那時候還不是人人都可以獲取的食物，然而寬政年間（1789~1801）開始在九州和四國等各地開始生產後，江戶後期砂糖也成為老百姓也都吃得到的食物了。和三盆是江戶時代在日本四國製造的高級砂糖，把甘蔗榨成汁精製作而成的細砂糖，作為上等品而聞名。以和三盆為原料的和菓子分為「京菓子」、「上菓子」與「雜菓子」以上三種。京菓子和茶道之間的關係，在京都發展得最為典雅細緻，作為茶道的點心，伴隨著京都東山文化的發展，和菓子不再只是甜點，還包含藝術的鑑賞、意匠凝鍊的隱喻。上菓子是獻上的菓子的意思。天皇所在的京都，每年要舉行的儀式和典禮相當多，所以要獻上禮物的時間也很多，而菓子就成為禮物選擇之一，做工細緻，且具有文化意涵的「上菓子」在貴族公卿間相互贈答。雜菓子則是在江戶的庶民文化下展現出來的飲食特色。其中以「柏餅」、「大福」和「金鵝」最有受歡迎。

表 2.1.3 和菓子的主要原料一覽

原料(三類)	米粉（蓬萊米、糯米） 糖分（砂糖、和三盆） 豆類（大納言小豆、白小豆、手亡豆、豌豆）
--------	--

豆類分作成「大納言小豆（だいなごんあずき/dainagonnazuki）」意指大顆、薄片的紅豆、「白小豆（しろあずき/siroazuki）」意指一種淡黃色的豆子，目前因產量稀少而價格昂貴、「手亡豆（てぼうまめ/teboumame）」意指白扁豆的一種，用在白色豆餡和味噌餡等餡料中、「豌豆（えんどう/endou）」意指綠色豌豆用在豆沙餡，紅豆用在大福餡料中。

### 2.1.5 和菓子與季節

李櫻櫻（2016）認為隨著季節變化和菓子也會跟著有新的樣貌，通常都是以植物或風景等作為和菓子外觀設計。可變的因素有很多，像是做工技巧、名稱、顏色搭配等，就算是用同樣的材料在不同人的手中，也會呈現出不一樣的感覺。在四季都有代表的和菓子，在春天時有草餅（くさもち/kusamochi）、千本桜（せんぼんざくら/Senbonzakura）、柏餅（かしわもち/kashiwamochi）；而在夏天時有青梅（あおうめ/aoume）、水仙花扇（すいせんはなおうぎ/shiisenhanaougi）、葛饅頭（くずまんじゅう/kuzumanjuu）；到了秋天時有千代菊（ちよぎく/chiyogiku）、栗粉餅（りつふんべい/ritsufunbei）、紅葉（こうよう/kouyou）；最後到了冬天時有雪餅（ゆきもち/yukimochi）、笑顔饅頭（えがおまんじゅう/egaomanjuu）、椿餅（つばきもち/tsubakimochi）等甜點。

 <p>春天—草餅</p>	 <p>夏天—青梅</p>
 <p>秋天—栗粉餅</p>	 <p>冬天—雪餅</p>

圖 2.1.5.1 四季和菓子參考圖 2

資料來源：青木直己（2017）

而和菓子不僅代表著四季變化，同時還可以體現出製作者在過程中放了多少的心思，背後又有著什麼不為人知的神秘故事，才有了該和菓子的誕生。放在透明櫥櫃裡的和菓子就像是個藝術品，讓人想要買回家欣賞並搭配著濃茶品嚐一番，也是逢年過節、外出旅遊可以送人的伴手禮。

## 2.2 行銷方法

### 2.2.1 傳統廣告與媒體廣告之差異

接著討論和菓子之行銷方式。朱保霖（2015）認為以傳統媒體的主流——報業類來說，實體廣告的發行人日漸下降，而相對的，數位媒體產業已經漸漸成為現今的流行趨勢。再者，行動式閱讀載具也隨著時代的進步越來越便利以及多元化。林心慧（2008）指出因媒體不同的特性會影響到觀看者不同的反應。以電視、平面印刷、網路媒體來探討，會發現電視對於廣告宣傳的效果是易逝性的，顧客可以透過螢幕接觸到商品，但在投資成本上對企業來說是一筆不容小覷的數目；平面印刷傳單雖然是可保留下來的，但在當今注重環保的年代，多數人對於傳單的想法則是「不環保」、「浪費空間」等負面因素，會把傳單留存下來瞭解商品的可說是少之又少；而網路媒體不只是因為能夠快速建構起與顧客之間的橋樑，在成本效益上對於企業來說可以減輕些許負擔，再加上現在人手一台手機，社群媒體傳播速度可說是極為迅速。

### 2.2.2 社群媒體行銷

現今數位網路的發展非常發達，全球使用社群媒體的人口日漸暴增。江義平、蔡坤弘、翁蕊和吳依柔（2018）認為不僅只是一般用戶，商家、企業亦是企業內部也開始利用數位媒體當作溝通、行銷的一種媒介。Casaló, Flavián & Guinaliu（2008）則提出，對於品牌企業來說，社群媒體是一個說服力很強的行銷溝通工具，因架設成本低廉、內容操作上相對來說更加便利、易懂。且透過網友在社群媒體上的資訊分享、轉貼，比廠商面對消費者的單方面輸入更加有效率，也更容易吸引目標客戶

的注意。

凌欣恩（2021）指出數位媒體行銷除了可以使投放 Google 關鍵字搜尋廣告外，還有社群媒體的動態消息廣告（例如 Facebook、Instagram），這些都是新型的行銷傳播途徑。黃彥超（2013）也認為網路行銷的特色不僅能打造即時互動性、精準快速的傳播力以及低成本，還能夠讓商企業與顧客之間建出關係、打出知名度，並以傳播力最快的網路資訊贏得口碑，是各大企業心目中的最佳伸展台。根據 DataReportal（2022）統計，在 2021 年度報告中顯示社群媒體廣泛使用度排名以 Line 位居第一，其次為 Facebook，而 Instagram 佔據第三名。李健仰（2021）則表示該平台已有高達 890 萬台灣地區用戶。船染力（2022）指出 Instagram 的年齡層平均集中在 18~34 歲的群眾之中，其中約有 6 成左右的女性每天會花 30 分鐘的時間在 Instagram 上，並解析出 Instagram 的四大優點：1) 主要以圖片為主，視覺上容易吸引觀眾。2) 不需要龐大資訊，創作門檻低。3) 限時動態 24 小時後就會消失，發布同時不需要精緻的設計和思考。4) 有 #hashtag 的功能，讓使用者能更準確地找到需要的內容及資訊。Instagram 不僅可以分享日常生活，若在行銷宣傳充分利用的話可以說是「專屬名片」。

## 2.3 和菓子市場調查

為了了解和菓子在台灣的規模調查，我們試著收集資料，然而尚未蒐集到和菓子的資料，只找到日式料理在台灣的規模。根據邱瓊葳（2018），台灣社群媒體的資料統計各國料理的討論度排行，呼聲最高的就是日本料理。她認為日式料理其烹飪方式與台灣的料理方式相似，相當嵌入台灣日常生活，且日式料理在台灣的發展越來越普及，而其普遍價格也較法式料理等高單價料理為大眾所接受。

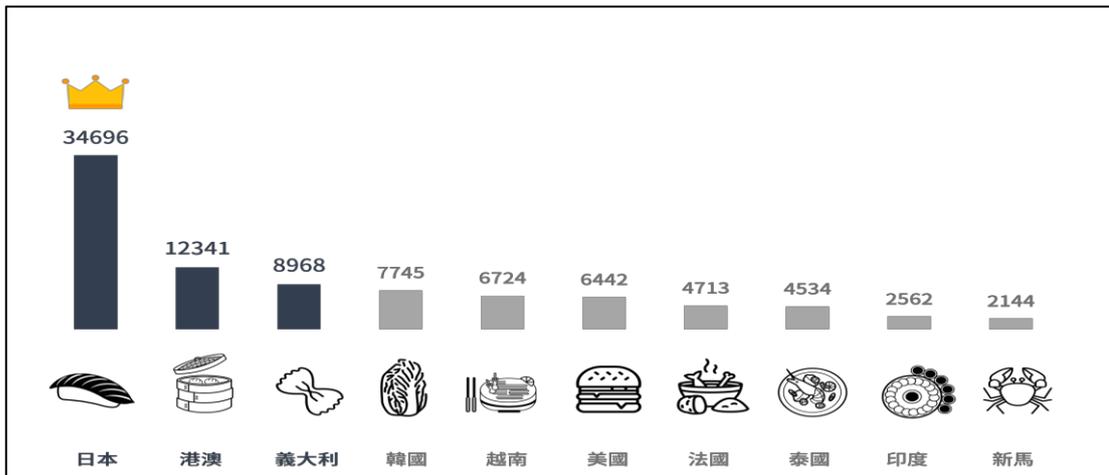


圖 2.3.1 社群媒體上討論的異國料理討論度排行 3

資料來源：邱瓊葳（2018）

為了進一步了解和菓子的市場規模，我們利用 Google 地圖搜尋及統計就台北市來說和菓子專賣店目前只有 15 間，我們認為和菓子在台灣的市場規模和中、西甜點比起來不是很活絡。對此，根據廖育卿（2021）的研究認為大多數人不知道和菓子的為何。多數的人對於和菓子印象停留在茶道生菓子，然而事實上生活中常見的銅鑼燒、草莓大福、羊羹、仙貝，甚至在台灣很有人氣的车輪餅其實就是日本的今川燒，這些皆是和菓子的種類，其實在台灣社會中是並不陌生的食物。。

## 2.4 小結

以上在 2.1 探討和菓子的背景，2.2 行銷方法，2.3 探討市場調查。在 2.1 探討和菓子的背景中發現，它很重視其外觀和配合季節。。在 2.2 的行銷方法方面，現在網路媒體廣告比傳統廣告有效，於是決定使用網路媒體行銷方法；在市場調查方面發現，雖然日本料理的市場規模最大，但和菓子似乎沒有很流行，尚有發展的空間。在 2.3 的市場分析發現，我們發現台灣人對和菓子的認知不高，這或許是沒那麼接受和菓子的原因。因此我們按照以上的文獻探討結果，在下一章希望進行製作出更適合台灣民眾的和菓子，並透過網路的社群媒體做行銷。

## 第三章 和菓子製作

### 3.1 製作規劃

如在第一章討論義賣活動於夏季（5月）進行，又在第二章得知和菓子配合季節，為了讓成品與季節相符，我們挑選了兩種適合在夏季品嚐的香魚和青梅兩種和菓子。香魚屬於烤物；青梅屬於練物，兩者都是半生菓子(請參照 2.1.3 和菓子的分類)，以下分別介紹香魚和青梅的試作過程，兩者之食譜請見附件一。：



圖 3.1.1 第一回試做 香魚製作過程

#### 3.1.1 第一回試做結果

我們進行了第一次的實際試做，並紀錄及整理了以下需檢討改進之項目：

##### • 香魚

1. 應先把所有材料克數都先秤好準備好，避免消耗太多時間
2. 將水倒入麵糊或任何材料中時需緩慢，視情況停止，以免結塊等失敗出現浪費材料的狀況。
3. 使用章魚燒叉時要戴手套，避免手燒燙傷。

4. 玉米粉要加熱過才能沾（約微波 500w40 秒）。
5. 製作過程中應指定組員負責全程攝影，避免過程照片不完整。
6. 餅皮的砂糖原本使用 110g 會太甜，因此改為 60g。
7. 餅皮一匙的量似乎太多，因此減量倒入鍋中後要鋪平，避免過厚。

#### ● 青梅

1. 外皮砂糖原本使用 75g，試吃後發現內餡本身的甜味已足夠，決定下次改為 50g。
2. 外皮不用蒸太久，放入電鍋外鍋的水約半杯水就好，避免過硬。
3. 豆沙內餡的檸檬似乎使用太多，於是減至 15g 即可（約一顆半檸檬的份量）。
4. 豆沙內餡的水 5g（加 15g 檸檬後共 20g）慢慢倒入鍋中翻炒，以免結塊或水加太多無法揉成球狀。
5. 青梅一顆的份量定為外皮 15g、內餡 20g 以此保持良好的口感。外皮若過多會導致口感及味道有所差異。



圖 3.1.3 第一回試做 青梅豆沙製作失敗

#### 3.1.2 第二次試做結果

我們以第一次試做的檢討項目為前提，進行了第二次試做。本次在試做前夕前擬定好人員分工、應備材料及容器、確認好製作的 SOP。在整體的製作速度上與前次相比縮短了許多時間。

- 香魚

因第一此試做未做到餅皮砂糖克數的掌控，因此本次的試做時把砂糖含量改為 60 克，其甜度與前次相比非常適口。然而還有一些需要改進項目：目前針對餅皮的厚薄度還無法準確掌控，主要是麵糊所使用的勺子容量過大，我們應再多加尋找能夠準確測量麵糊容量的勺子。



圖 3.1.4 第二回試做 香魚製作

- 青梅

針對第一次的檢討我們將砂糖減為 50 克，因克數減少使得外皮與白豆沙相輔相成，形成甜度及味道恰好的關係；外皮在蒸熱時僅加入半杯水，麵團呈現柔軟狀態，很好操作；豆沙內餡的水含量有把檸檬汁的克數算進去，並在下鍋時是邊攪拌邊視情況少量加水，最終豆沙的口感與前次相比清爽了很多。應檢討部分是外皮為糯米粉製作而成的，但在青梅成形後出現些許粉味狀況。



圖 3.1.5 第二回試做 青梅製作

### 3.2 試吃活動

為了了解在 3.1 所製作的產品的接受度，我們將製作出色香味俱全的和菓子來讓大眾試吃，再搜集大家的回饋把不夠周到的地方再加以改良，讓和菓子成為能被台灣人接受的口味。

1. 活動場所：應日系，因疫情考量僅於系上進行。
2. 活動對象：應用日語系師生
3. 活動內容：請受訪者試吃並請受訪者填寫 google 問卷
4. 回饋問卷製作：
  - (1) 個人資料（年齡、性別）
  - (2) 試吃品項（青梅、香魚）
  - (3) 品嚐此份和菓子後，您認為甜度是否會太甜？1-5 分請填選（1 為不甜，5 為太甜）
  - (4) 修正改良建議

以下為以第二次製作為基礎之試吃活動所分析結果。

1. 活動人數：16 位

2. 活動對象性別：本研究受試者女性較多，女性為 11 位：69%，男性為 5 位：31%。

3. 活動對象年齡：18~40 歲。

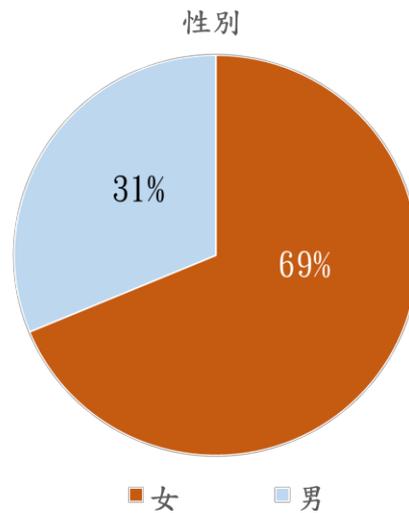


圖 3.2.1 活動對象性別比例

4. 針對品嚐香魚後的甜度選填（1 為不甜，5 為太甜），其中佔據最高比例為 3 分（63%），其次為 2 分（31%），最後為 4 分（6%），而給予 1 分及 5 分的比例為 0。平均甜度評價為 2.7 分。

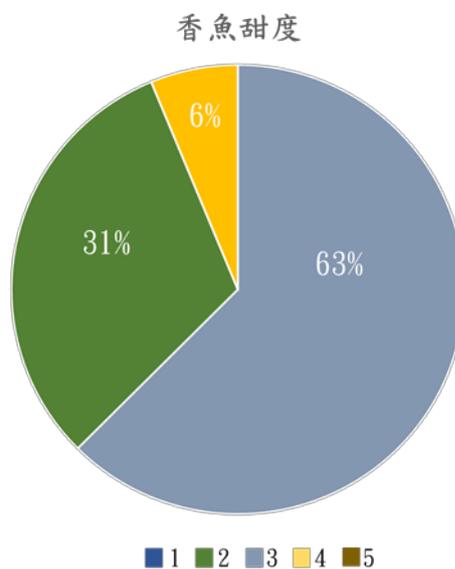


圖 3.2.1.2 香魚甜度比例

5. 承上題，您對於香魚有甚麼建議或評價？

- (1) 非常好吃。
- (2) 甜度還不錯。
- (3) 餅皮很有口感。

- (4)味道很和諧，豆沙不會太甜。
- (5)不夠甜。
- (6)餅皮太硬。
- (7)有一點乾。
- (8)紅豆味道有點微妙。
- (9)紅豆餡可以更多，或餅皮再薄一點。
- (10)個人認為是年長者也吃的下的甜度

6. 針對品嚐青梅後的甜度選填（1 為不甜，5 為太甜），其中佔據最高比例為 3 分（50%），其次為 2 分（31%），接著為 1 分（13%），最後為 4 分（6%），而給予 5 分的比例為 0。平均甜度評價為 2.6 分。

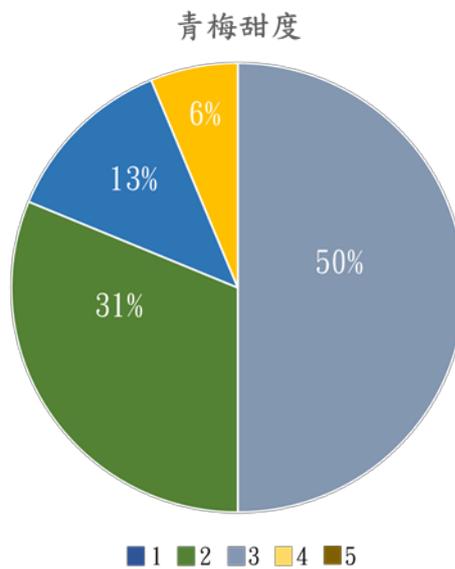


圖 3.2.1.3 青梅甜度比例

7. 承上題，您對於青梅有甚麼建議或評價？

- (1)味道剛剛好。
- (2)內餡的甜度剛好。
- (3)喜歡後面柚子散開的尾韻。
- (4)檸檬皮風味很清爽，如果餅皮能更薄讓它 QQ 的會更好。
- (5)跟檸檬味一起出現有點淡淡的花香，可以考慮加一點檸檬皮增加口感。
- (6)皮太厚有點硬。
- (7)可以做小顆一點。
- (8)餅皮可以加入青梅元素。
- (9)酸度剛好，甜度可以再多一點。

從以上的試吃活動結果可以知道，香魚的味道和甜度剛好，然而有些人認為餅皮太厚口感有點太硬；青梅也大部分的人都可以接受，但有些人認為再增加香味和做小顆一點。下次實作時將考量以上的建議再進行改良。

## 第四章 義賣活動企劃

### 4.1 活動規劃

如在第一章的研究目標討論，本文希望藉由此專題對社會有些貢獻。我們修習本校通識課程時得知，台灣這幾年開始積極推廣以永續發展目標（Sustainable Development Goals，簡稱為 SDGs），其目標共有 17 個，其中第 4 個目標為「優質教育：確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習」。另外，組員曾於 2018 年 7 月時參加過社團法人台灣公益聯盟的「用愛幫弱勢成長——台灣公益聯盟 2022 年公益計畫」講座，他們對弱勢群體進行各種活動，被其活動理念深深感動。講者鄭龍水先生在講座上說過一句話：「視障學生、偏鄉兒童等，都非常缺乏教育資源」，相較於我們可以每天到學校上課認識同學，說不定都是他們夢寐以求的。每一個人都有學習的權利，我們致力於讓他們可以有更好的學習環境、教學平台。因此我們決定義賣捐款給他們盡一份心力。加上我們是應日系的學生，所以就以日本最具特色的和菓子作為我們這次想分享給偏鄉、弱勢兒童。藉由此機會可以讓他們瞭解到其他國家的文化及和菓子，並學習和菓子的相關知識，可以達成 SDGs 的目標，讓專題發揮最大的作用。不只是我們從中學習到了許多知識，我們的捐款對象也有更好的資源，達成了雙贏的局面。

### 4.2 市場分析

辦理義賣活動時必須瞭解任何優勢及弱點，因此我們利用 SWOT 分析表來規劃。另外，為了開發產品或是尋找目標市場時，就會訂定多方面的行銷策略，也就是所謂的 4P 策略。SWOT 分析表及 4P 策略在行銷企劃上極為重要且基礎的方式，因此我們利用這兩種分析方式來訂定行銷規劃。

表 4.2.1 SWOT 分析表

Strengths 內部優勢	Weakness 內部劣勢
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 小組有成組員持有烘焙丙級證照，在製作方面可以提供很多建議及把關衛生管理。</li> <li>• 人力資源充沛。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 多數組員非餐飲系出生，在製作方面會需要花更多心力。</li> <li>• 經費方面容易受到限制。</li> </ul>
Opportunities 外部機會	Threats 外部威脅
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 和菓子的攤位較新穎容易吸引師生的目光。</li> <li>• 讓大家認識到減糖和菓子，吃起來的負擔沒那麼重。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 保存期限較短，夏天無法放置過久。</li> <li>• 有其他的食品攤位與我們競爭。</li> </ul>

以上是我們整理出這次義賣的分析表，並利用曾光華（2013）提到的 SWOT 矩陣分析法得知以下幾點：

**S-O 策略（內部優勢 x 外部機會）：**從表 4.2.1 SWOT 分析表可以得知，組內人力充沛，能在販售上面提供點子，正所謂的人多力量大。加上有組員持有烘焙丙級證照，這在調查原料及製作成品上有一定程度的知識並能把握衛生管理。

**S-T 策略（內部優勢 x 外部威脅）：**夏天的保存方式相對必須嚴謹、慎重；且販賣當日會有其他攤位，可能會出現相互競爭的狀況，所以我們全員在販賣前必須好好擬定注意事項及突發狀況。

**W-O 策略（內部劣勢 x 外部機會）：**因除了持有烘焙證照的成員外，其他成員對於程度較深的烘焙知識在理解上可能會需要花點時間，且學生身份經費有限，因此我們需要在製作成品前討論、確認好各項材料費用及步驟，這樣才能活用我們的外部機會。

**W-T 策略（內部劣勢 x 外部威脅）：**我們最主要的劣勢及威脅就是烘焙知識不足，以及夏天的保存方式需要謹慎實行，所以就如同上述所提及的——需再開使製作前擬定好一切方針。

接著進行 4P 策略分析。

Product（產品）：把傳統的和菓子重新改良過製作出適合台灣人口味的甜度比較低的和菓子，不僅可以吸引更多注重健康的師生前來消費，也能夠讓消費者吃得安心又無負擔。

Price（價格）：根據我們自行在 Google 上查一般和菓子的市售價格約落在 70–100 元之間。因此訂價方面會根據用料、設備及製作方式成本進行價格上的調降，讓學生不花大錢也能享用到日式和菓子。

Place（地點）：我們會先在校內舉辦試吃活動，接著再進行義賣活動。活動地點皆在致理科技大學學生經常出入的場所。也會在 Instagram 上宣傳本活動及詳細說明和菓子的原料。

Promotion（促銷）：使用 Instagram 建設帳號來宣傳試吃及義賣活動，再加上會透過應日系系學會的帳號推廣出去，讓更多人看見我們。並用和菓子和茶的組合搭配進行促銷，讓炎熱油膩的夏天也能感受到清爽。

### 4.3 宣傳策略

- 1.建設 Instagram 帳號，並在上面發表關於和菓子的小知識、減糖食譜、宣傳試吃及義賣活動。
- 2.和應日系系學會合作，使用分享貼文的方式達到互利的效果。
- 3.利用平日的校內喊話以及試吃活動，讓更多學生追蹤我們的 Instagram 帳號關注我們。
- 4.使用 Instagram 的標籤（#hashtag）讓帳號觸及率增加。

### 4.4 Instagram 帳號創立

本節介紹 Instagram 的帳號內容。詳細的貼文圖片請見附件二。

1. 帳號名稱：夏生菓舖（なつおかほ/natsuokaho）

名稱由來：因浴衣祭舉辦在夏天，我們所製作的和菓子也將在那時販售，希望能有「於夏季之時誕生並渴望被世人所知」的意義。因此我們取了「夏生」這個詞。而「菓舖」一詞則是參考眾多日本和菓子店舖的店名去做聯想。

2. 帳號經營內容：我們將「第二章 文獻探討」所收集到的資料翻成中文，並整理成短篇的小故事，其中包含和菓子的由來、原料及歷史等，讓大眾了解到和菓子的奧妙。此外，還會提供浴衣祭的消息、販售之相關食譜供大眾參考。
3. 代表吉祥物：以「青梅」為原型，創造出青梅外型吉祥物，其名字為「青菓君」。名字由來是顏色青綠的外型，又是和菓子中的一員。因此取為青菓君。



圖 4.4.1.1 Instagram 帳號頭貼

圖片來源：組員繪製

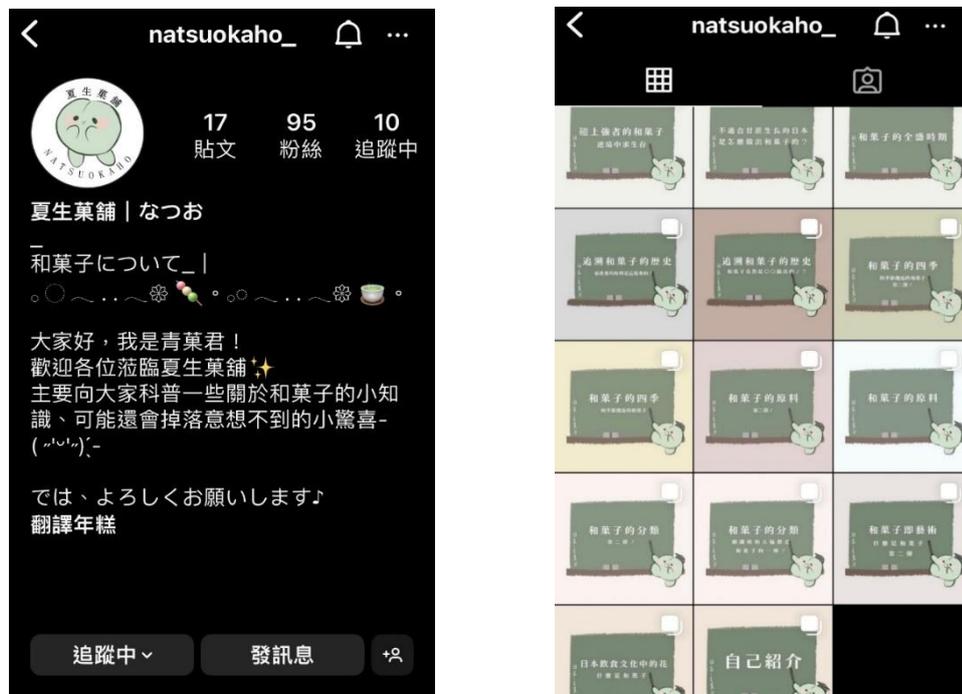


圖 4.4.1.2 Instagram 帳號介面

圖片來源：成員繪製

## 第五章 成果分析

### 5.1 浴衣祭活動流程

活動名稱：春櫻夏祭 浴見奇跡

活動日期及時間：2023 年 5 月 10 日 星期三，上午 10 點至下午 5 點



圖 5.1.1 活動視覺海報

圖片來源：第 19 屆應用日語系系學會



圖 5.1.2 活動宣傳圖

圖片來源：組員製作



## 夏生菓舖

### 義賣活動

## MENU



\$40/顆

#### 青梅

以糯米粉包覆低糖白豆沙、檸檬汁和柚子皮製成的點心，口感酸甜，搭配濃郁的水果香氣。咬下去瞬間感受到檸檬的酸味，隨後帶來柚子的香甜。若不怕酸歡迎嘗試看看



一條 \$25  
兩條 \$40

#### 香魚

外皮採用類似銅鑼燒餅皮的做法，內餡為低糖烏豆沙。不僅口感香甜可口，還提供客製化服務，在餅皮上寫字、畫插圖，或是畫上可愛的魚眼睛，讓消費者可以創造出自己的獨特香魚。



\$15/杯

#### 玉露綠茶

道地的玉露綠茶，香氣濃郁、味道清爽，是茶葉中的極品。搭配和菓子品嚐，不僅能夠品嚐到茶的醇厚滋味，同時能夠感受到和菓子輕盈的質感和綿密的口感，絕對是一組絕佳的搭配。

 natsuokaho\_

※本產品圖片僅供參考，實品請以實物為主

圖 5.1.3 夏生菓舖販售品項之菜單

圖片來源：組員製作

人力分配表、經費預算表、攤位規劃圖、預期效益、服裝儀容、時間表、餐點 SOP、收支計算方式等詳細的義賣活動規劃，見附件三。

## 5.2 活動當日情形

下圖表示活動當天的情形，攤位的擺設、販售現場的情形如下：



圖 5.2.2 販售現場

## 5.3 收益支出表

青梅的成本為 400 元，總收入共 1600 元，利潤有 1200 元。至於香魚，成本為 432 元，總收入共 1000 元，利潤有 568 元。另外，當天搭配販售綠茶，其成本為 780 元，總收入共 900 元，利潤有 120 元。詳細的支出表請見附件四。

### 1. 利潤總計算

表 5.3.4 利潤總額表

品項	利潤
香魚	\$568
青梅	\$1200
玉露綠茶	\$120
利潤總額	\$1888

## 2. 現場捐款者名單(匿名制)

活動當天，除了現場進行義賣之外，我們還進行捐款活動，有三位捐款者共捐 1312 元，捐款概況如下：

表 5.3.5 捐款名單

暱稱	捐款金額(台幣)
A 小姐	\$1200
B 先生	\$62
C 先生	\$50
總額	\$1312

綜合以上支出表，利潤總額為 1888 元，捐款者捐贈總額為 1312 元，總共有 3200 元的收入。

## 5.4 捐款

我們透過浴衣祭之義賣活動，並將其利潤及捐款者金額累積後，總額為台幣 3200 元。並與 4.1 活動規劃所呼應，我們執行將所獲款項全數捐至社團法人台灣公益聯盟，進而發揮本專題最大作用。



圖 5.4.1 捐款感謝狀

收據		收執聯 收據編號：MTPWL-A202306-000012
日期：2023/06/19	致理科技大學-應用日語系 夏生葉誦	
姓名/抬頭	致理科技大學-應用日語系 夏生葉誦	組織簽章
身分證字號/統一編號		
收入用途/類別	一般捐款	
繳費方式	現金	
金額 (大寫) 新台幣	參仟貳佰元整	
金額 (小寫)	NT\$ 3,200 元整	經辦人：汪文理
組織資訊	社團法人台灣公益聯盟 會址：231新北市新店區建國路219-1號3樓 電話：(02)2218-0909 傳真：(02)2218-1768 立案證書字號：台內團字第1050064502號 勸募字號：衛部教字第1121360225號 統一編號：42456071	備註說明 敬愛的捐款人您好 請妥善保留本收據作為年度申報所得稅扣抵證明。若 需要我們為您上傳抵稅資料至國稅局，還請提供您的 【身分證字號】。 為響應無紙化，請多利用電子申報作業或是索取捐款 收據電子檔。感謝您與我們一起打造美好台灣、幸福 家園！

圖 5.4.2 社團法人台灣公益聯盟捐款感謝狀及捐款明細



圖 5.4.3 全體組員與社團法人台灣公益聯盟負責人—林煒群先生之合照

## 5.5 Instagram 貼文成效分析

### 5.5.1 分析平台選擇

為檢討 Instagram 貼文的廣告效果，本節分析其行銷成效。根據 Instagram 官方網站（2023）所提供的功能說明，商業帳號使用 Instagram 洞察報告，可以深入瞭解粉絲的整體趨勢及他們對內容的反應。另外可以查看已建立的特定貼文、限時動態、影片、連續短片及直播視訊的洞察報告，以瞭解各項內容的成效，以及用戶的互動情形。

而每日 E 錠（2023）經過整理後指出，要分析 Instagram 的貼文成效數據，相較於 Instagram 內建的洞察報告功能，更推薦「Engaged.AI」。此網站為由台灣團隊所建立的分析平台，針對 Instagram 商業帳號用戶設計相關之分析功能。而與 Instagram

內建的洞察報告最大的差異之處為 Instagram 最早僅能回溯至 90 天前的貼文，Instagram 無法查看更早之前的分析成效；反之 Engaged.AI 則可以自由地挑選日子且不受天數限制。本專題所設立之 Instagram 帳號時間為 2023 年 2 月，因此採 Engaged.AI 之平台來分析貼文成效。

### 5.5.2 整體成效分析

以下為使用 Engaged.AI 分析之整體成效數據。帳號首次發布貼文日期為 2023 年 2 月 21 日，並至 2023 年 6 月 29 日。並由以下數據可得知截至 2023 年 6 月 29 日，帳號曝光總次數為 4.2K 次；平均曝光次數為 218.7 次；內容平均觸及人數為 164.8 人。圖 5.6.2.1 表示 Engaged. AI 的畫面，圖 5.6.2.2 為整題成效分析圖，從圖表中可以了解到 2023 年 2 月 21 日的首次發布之貼文其曝光率最高，有 4.2K。

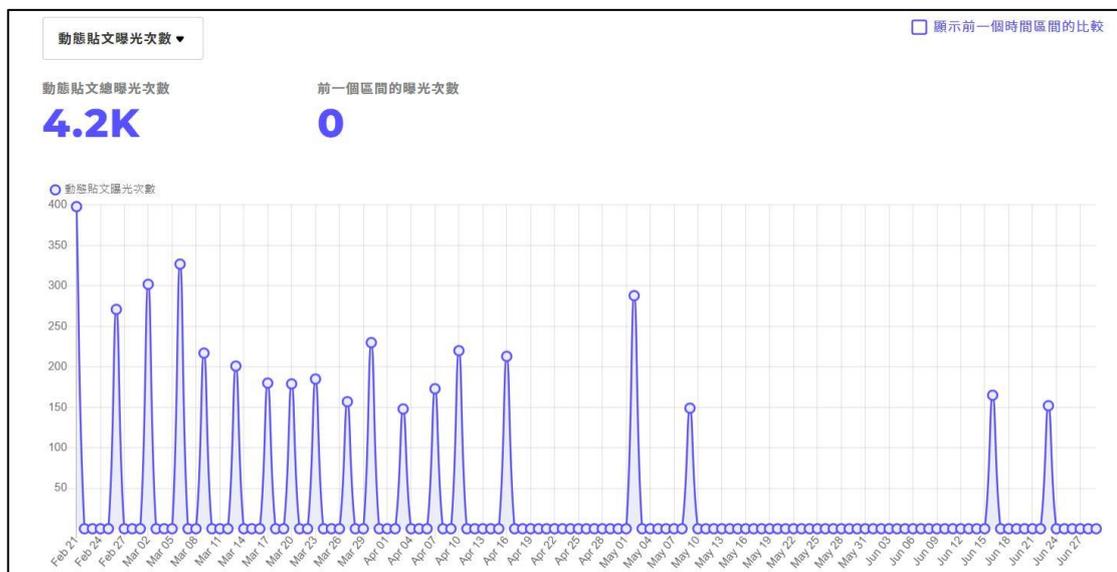


圖 5.5.2.1 整體成效分析

### 5.5.3 期間動態貼文之分析

本節主要以 Engaged.AI 所提供的觸及率、互動率、整體成效執行分析，並按比率排列出最高的前五名和比率最低的前五名進行比較。

#### 觸及率定義

觸及率是以觸及人數為分母，互動數（愛心數、留言數跟收藏數加總）為分子，

計算出來的。代表著看了帳號內容的粉絲，有多少%跟其帳號進行了互動。

內容與發布時間	內容類型	觸及數	曝光數	互動率	愛心數	留言數	珍藏數	成效指數
Feb 21, 2023 6:53 PM 自己紹介 大家好，我是青葉君！我的活動範圍是在致理應日系，生在應日亡	相簿	314	398	23.89%	75	0	0	8.7
Mar 6, 2023 9:49 PM 『和菓子的分類-銅鑼燒和大福都是和菓子！』講到和菓子，大	相簿	281	327	12.10%	33	0	1	5.7
Mar 2, 2023 7:01 PM 『和菓子即藝術-什麼是和菓子』大家好！今天是和菓子的定義	相簿	240	302	13.75%	33	0	0	5.5
Feb 26, 2023 6:25 PM 『日本飲食文化中的花-什麼是和菓子』大家好啊！！我是青葉	相簿	206	271	21.84%	43	0	2	6.7
May 2, 2023 7:00 PM 🌸春櫻夏季浴兒奇跡🌸 空尼幾挖～我是青葉君	相簿	198	288	20.71%	39	2	0	6.4

圖 5.5.2.2 觸及率-最高比率之前五名

內容與發布時間	內容類型	觸及數	曝光數	互動率	愛心數	留言數	珍藏數	成效指數
Apr 3, 2023 7:00 PM 『和菓子的全盛時期』登登登～和菓子不僅在現在或是以前，都	相簿	109	48	16.51%	18	0	0	4.2
Mar 27, 2023 7:00 PM 『追溯和菓子的歷史-和菓子竟然是〇〇做出來的?!』大家好	相簿	110	57	19.09%	21	0	0	4.3
May 9, 2023 10:07 PM 👉就是明天！就是明天👈 終於要跟大家相見了～～好感動	圖片	110	49	20.91%	23	0	0	4.3
Mar 20, 2023 7:00 PM 『和菓子的四季-與季節邂逅的和菓子』日本傳統和菓子最大的	相簿	116	79	15.52%	18	0	0	4.3
Jun 23, 2023 7:00 PM 🌸和菓子小教室🌸：今天青葉君要來教大家怎麼製作青	相簿	116	52	14.66%	17	0	0	4.3

圖 5.5.2.3 觸及率-最低比率之前五名

根據以上數據可以得知，觸及率最高之貼文為首次發布的自我介紹之貼文，其次則為關於和菓子的相關定義；觸及率最低之貼文為講述和菓子的歷史，其次為義賣宣傳及食譜定義。

### 互動率定義

粉絲「參與」貼文並與它「互動」的程度，因此「IG 互動率」即為粉絲與 IG 帳號的互動情況，品牌可透過檢視 IG 帳號的互動率瞭解粉絲對社群內容的反應，並評

估行銷是否有效。

內容與發布時間	內容類型	觸及數	曝光數	互動率	愛心數	留言數	珍藏數	成效指數
Feb 21, 2023 6:53 PM 自己紹介 大家好，我是青葉君！我的活動範圍是在敦理應日系，生在應日亡	相簿	314	398	23.89%	75	0	0	8.7
Jun 16, 2023 7:00 PM 「和菓子小教室」今天要來教大家製作香噴噴的香魚	相簿	117	165	23.08%	26	0	1	5.7
Feb 26, 2023 6:25 PM 「日本飲食文化中的花-什麼是和菓子」大家好啊！！我是青葉	相簿	206	271	21.44%	43	0	2	6.7
May 9, 2023 10:07 PM 「就是明天！就是明天」終於要跟大家相見了~~好感動	圖片	110	149	20.81%	23	0	0	5.2
May 2, 2023 7:00 PM 「春櫻夏季浴見奇跡」空尼幾挖~我是青葉君	相簿	198	288	20.71%	39	2	0	6.4

圖 5.5.2.4 互動率-最高比率之前五名

內容與發布時間	內容類型	觸及數	曝光數	互動率	愛心數	留言數	珍藏數	成效指數
Mar 30, 2023 7:00 PM 『追溯和菓子的歷史-最重要的原料是這樣來的！』大家好~今	相簿	187	230	11.23%	21	0	0	5.1
Mar 6, 2023 9:49 PM 『和菓子的分類-銅鑼燒和大福都是和菓子！』講到和菓子，大	相簿	281	327	12.10%	33	0	1	6.3
Apr 10, 2023 7:00 PM 『碰上強者的和菓子-逆境中求生存！』誰能想到這麼美味的和	相簿	165	220	12.12%	20	0	0	4.9
Mar 13, 2023 7:00 PM 『和菓子的原料』今天青葉君要跟大家介紹和菓子的主要原料有	相簿	152	201	12.50%	17	1	1	4.7
Mar 23, 2023 7:00 PM 【和菓子的四季-第二彈】日本傳統和菓子最大的特徵就是「季	相簿	134	185	12.69%	17	0	0	4.5

圖 5.5.2.5 互動率-最低比率之前五名

根據以上數據可以得知，互動率最高之貼文為首次發布的自我介紹之貼文，其次則為和菓子食譜及浴衣祭宣傳；互動率最低之貼文為和菓子之歷史，其次為和菓子相關知識等等。

### 成效指數定義

為綜合考量觸及、曝光、互動，並標準化成 0 至 10 的數值，可以快速判斷內容成效的依據。

內容與發布時間	內容類型	觸及數	曝光數	互動率	愛心數	留言數	珍藏數	成效指數
Feb 21, 2023 6:53 PM 自己紹介 大家好，我是青葉君！我的活動範圍是在玫瑰應日系，生在應日亡	相簿	314	398	23.89%	75	0	0	8.7
Feb 26, 2023 6:25 PM 『日本飲食文化中的花-什麼是和菓子』 大家好啊！！我是青葉	相簿	206	271	21.84%	43	0	2	6.7
May 2, 2023 7:00 PM 🌸春櫻夏季浴見奇跡🌸 空尼幾挖～我是青葉君	相簿	198	288	20.71%	39	2	0	6.4
Jun 16, 2023 7:00 PM 🌸和菓子小教室🌸 今天我要教大家製作香噴噴的香魚	相簿	117	165	23.08%	26	0	1	5.7

圖 5.5.2.6 成效指數-最高比率之前五名

內容與發布時間	內容類型	觸及數	曝光數	互動率	愛心數	留言數	珍藏數	成效指數
Apr 3, 2023 7:00 PM 『和菓子的全盛時期』 登登登～和菓子不僅在現在或以前，都	相簿	109	148	16.51%	18	0	0	4.2
Mar 27, 2023 7:00 PM 『追溯和菓子的歷史-和菓子竟然是○○做出來的?!』 大家好	相簿	110	157	19.09%	21	0	0	4.3
May 9, 2023 10:07 PM 🌸就是明天！就是明天🌸 終於要跟大家相見了～～好感動	圖片	110	149	20.91%	23	0	0	4.3
Jun 23, 2023 7:00 PM 🌸和菓子小教室🌸 今天青葉君要來教大家怎麼製作青	相簿	116	152	14.66%	17	0	0	4.3
Mar 20, 2023 7:00 PM 『和菓子的四季-與季節邂逅的和菓子』 日本傳統和菓子最大的	相簿	116	179	15.52%	18	0	0	4.3

圖 5.5.2.7 成效指數-最低比率之前五名

根據以上數據可以得知，成效指數最高之貼文為首次發布的自我介紹之貼文，其次則為和菓子相關知識與浴衣祭宣傳；成效指數最低之貼文為和菓子相關知識，浴衣祭宣傳等等。

#### 5.5.4 Hashtag 分析

Hashtag 定義為：為了能在訊息量龐大的社群中，方便某些特定的訊息、可以為特定的使用者們更有效率地鎖定或篩選出來，進而達到快速溝通、或傳遞資訊的目的。因為年輕世代對各項社群媒體的使用接受度高，對流行的敏感度也高，因此 #hashtag 就漸漸地也在 Instagram、Facebook 等普遍了起來。本研究針對因 Hashtag 而

接觸到帳號貼文的 Hashtag 觸及人數數據為主並做排序，下表為透過 Engaged.AI 分析所整理的 Hashtag 使用一覽表。

表 5.5.4.1 Hashtag 使用一覽表

Hashtag 名稱	平均觸及人數	平均曝光人數	平均互動率	使用次數
#初登場	314.0	399.0	18.8%	1
#自我介紹	314.0	399.0	18.8%	1
#自己紹介	314.0	399.0	18.8%	1
#仙貝	281.0	327.0	10.1%	1
#羊羹	281.0	327.0	10.1%	1
#金平糖	281.0	327.0	10.1%	1
#銅鑼燒	281.0	327.0	10.1%	1
#草莓大福	281.0	327.0	10.1%	1
#半生菓子	281.0	327.0	10.1%	1
#乾菓子	225.5	272.0	11.2%	2
#生菓子	225.5	272.0	11.2%	2
#青木直己	206.0	272.0	15.8%	1
#図説和菓子の歴史	206.0	272.0	15.8%	1
#和菓子食譜	194.8	245.8	10.7%	5
#和菓子の原料	187.0	230.0	9.1%	1
Hashtag 名稱	平均觸及人數	平均曝光人數	平均互動率	使用次數
#點心	174.2	228.2	12.0%	14
#青梅	174.2	228.2	12.0%	14
#致理科技大學	174.2	228.2	12.0%	14
#餅	170	217.0	12.9%	1
#蒸物	170	217.0	12.9%	1
#煉切	170	217.0	12.9%	1
#打物干菓子	170	217.0	12.9%	1
#流し物の和菓子	170	217.0	12.9%	1

#わがし	167.1	219.8	12.1%	16
#日式點心	167.1	219.8	12.1%	16
#CLAJ	165.6	216.0	12.3%	15
#致理應日	165.6	216.0	12.3%	15
#洋菓子	165.0	221.0	9.0%	1
#什麼適和菓子	163.5	215.1	11.1%	13
#日本飲食中的花	163.5	215.1	11.1%	13
#和菓子	159.9	209.5	12.4%	17
#wagashi	159.9	209.5	12.4%	17
#插圖	157.3	207.9	11.3%	15
#イラスト	157.3	207.9	11.3%	15
#artist	157.3	207.9	11.3%	15
#葛粉	152.0	202.0	8.9%	1
#糯米粉	152.0	202.0	8.9%	1
#上新粉	152.0	202.0	8.9%	1
#和菓子の歴史も学べる	146.3	193.3	10.2%	4
#和菓子の歴史	139.0	186.0	10.8%	5
#和菓子の季節感	134.0	185.0	9.2%	1
#江戸時代	132.7	181.0	10.7	3
#大福	131.0	181.0	10.5%	1
#雑菓子	131.0	181.0	10.5%	1
#上菓子	131.0	181.0	10.5%	1
#京菓子	131.0	181.0	10.5%	1
#あゆ	117.0	161.0	13.4%	2
#食譜	117.0	161.0	13.4%	2
#レシピ	117.0	161.0	13.4%	2
#插圖分享	117.0	161.0	13.4%	2
#デザート	117.0	161.0	13.4%	2
#徳川家康	109.0	148.0	12.2%	1

資料來源：Engaged.AI 分析

由以上 Hashtag 一覽表可得知，自我介紹相關之 Hashtag 陌生族群粉絲會比較感興趣，按照觸及高低排列也從中了解到，和大主題的 Hashtag 相比，若能明確指出單一品項的 Hashtag 則觸及率較高。例如大福、羊羹、金平糖等都是單一品項，其觸及率為 281.0；而和菓子的種類範圍極廣，並無指定單一品項，此 Hashtag 之觸及率為 159.9。

(1)從以上的分析可以知道以下的 2 點，這次由 Instagram 的行銷活動似乎未能發揮充分的效果。粉絲人數不足，無法詳細了解族群。不管是 Instagram 還是 Engaged.AI，粉絲皆須超過 100 位才能針對粉絲成長趨勢和族群做相關性分析。本專題所設立之帳號的粉絲人數僅有 93 位，無法針對粉絲族群做判斷。

(2)貼文偏少。從設立帳號至今以來過了約 4 個月，貼文數量僅有 19 篇。其原因除了擅長繪製貼文的組員不多外，尤其在後期構思貼文內容的力量有限，因此造成貼文數量偏少，在帳號觸及率及曝光率上的分析結果較為普通。

## 第六章 結論與未來展望

### 6.1 結論

我們在第一章中提出四個研究目的，在本章進行討論與檢討：

1. 和菓子的背景：和菓子重視外觀和季節特色，然而在台灣市場，一般對和菓子的認知不高，並且該產品似乎尚未流行，但仍有發展的空間。
2. 實作方面：研究團隊配合和菓子的特點「季節」，5 月份製作了兩款和菓子，香魚和青梅，前者屬於烤物；厚著則是練物。在試做的過程中遇到了一些挑戰。透過第一次試做的失敗的經驗學習，第二次試做取得了較好的成果。然而最後進行試吃活動後發現仍有一些改進的空間，活動結束後參考試吃者的建議進行再次的改進。
3. 社群媒體推廣行銷方面：研究團隊選擇使用 Instagram 來進行行銷活動，建立專屬帳號「夏生菓舖」，然而由於貼文量不足且粉絲人數有限，僅有 93 位，貼文也才 19 篇而已，沒有達到預期的效果。

4. 義賣實現社會貢獻方面：我們在校園舉辦義賣活動，透過人力分配、SWOT 分析和攤位布置、成本控制等前置作業，成功地售出所有產品，並獲得了 3200 元的利潤和捐款。最終，研究團隊將全部捐款交給了社團法人台灣公益聯盟。

根據以上的研究結果我們得出結論：通過和菓子研究和實踐可以實現了社會貢獻。同時發現，應日系的學生也可以利用在學校所學的內容為社會做出一絲絲貢獻。

## 6.2 分析限制與未來展望

受到各方面的限制，我們發現有一些潛在的問題，供後續專題研究可以以此研究為基礎進一步探討相關議題：

1. 利潤不足：儘管重複試做並成功製作了和菓子，但純利潤僅有 1888 元，其餘 1312 元是來自捐款。因此建議未來研究應該加強成本控制，以獲得更高的利潤。可能的措施包括優化原材料選擇、改進生產流程，或者尋求更有效率的銷售渠道。
2. 擴大研究範圍：本次研究僅製作了香魚和青梅兩種和菓子，未來研究可以考慮製作其他種類的和菓子，以擴大研究範圍並深入了解不同種類和菓子的製作難度和市場需求。
3. 社群媒體行銷問題：在 IG 行銷方面，粉絲人數不足，這導致無法詳細了解粉絲的族群特徵。建議未來研究在進行社群媒體行銷時，要確保粉絲人數超過 100 位，以進行更有意義的粉絲成長趨勢和族群相關性分析。另外，本次研究的帳號在 IG 上貼文數量偏少，可能是由於擅長繪製貼文的組員有限，並且後期構思貼文內容的力量有限所致。未來研究可以改進貼文策略，增加貼文數量並更好地構思內容，以提高帳號的觸及率和曝光率，從而提高行銷效果。

以上的研究限制和未來展望為後續的專題研究提供了有用的參考，並指出了一些需要改進的方向，以進一步深入研究和菓子及其行銷方面的議題。

## 參考文獻

### 一、期刊雜誌

- 江義平、蔡坤宏、翁蕊、吳依柔（2018年12月）。行銷評論，15（4），417-461。
- 李櫻櫻（2016）。從“和菓子”看日本的飲食文化。劍南文學，2016年02期。
- 並松信久（2021）。和菓子の変遷と菓子屋の展開。京都産業大学日本文化研究所紀要，26，268-308。
- 松隈美紀（2010）。食文化の研究-菓子の歴史とあゆみについて。中村学園大学・中村学園大学短期大学部研究紀要，（42）203-211。
- 林心慧（2008年5月）。比較電視、平面印刷與網路廣告媒體之行銷溝通效果與綜效，中華管理評論國際學報，11（2）。
- 當真端代（2021）。和菓子業界の発展と特徴。立命館経営学，60（4），97-124。
- 廖健智（2019年12月）。平面媒體業經營模式與創新策略之研究，13（2），21-33。
- 廖育卿（2021）。歷史發展下的臺灣「和菓子」—探討大學生對於和菓子的認知度與其影響。淡江大學機構典藏。2010.3，171-175。
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinaliu, M. (2008). Promoting consumer's participation in virtual brand communities: A new paradigm in branding strategy. *Journal of Marketing Communications*, 14 (1), 19-36.

### 二、專書

- 中村孝也（1967）。和菓子の系譜。京都府：淡交新社。
- 早川幸男（1997）。菓子入門。東京都：日本食糧新聞社。
- 青木直己（2017）。図説和菓子の歴史。東京都：筑摩書房。
- 青木直己（2021）。美しい和菓子の図鑑。東京：株式會社二見書房。
- 曾光華（2013）。行銷企劃：邏輯、創意、執行力。新北市：前程文化。

### 三、會議專刊或專題研討會論文

- 朱保霖（2015年6月）。廣告商對於平面媒體數位化投入及公司營利之影響。103學年度發表之碩士畢業論文，東海大學。
- 李建仰（2021）。從社群口碑探討社群網站評價；分析。碩士論文，國立清華大學。
- 凌欣恩（2021年6月）。數位廣告之廣告訴求與廣告效果對消費者購買意願的影響。109學年度發表之碩士畢業論文，淡江大學。
- 黃彥超（2013年6月）。社群媒體行銷與消費者信任關係之研究——以FACEBOOK為例。101學年度發表之碩士畢業論文，中國文化大學。
- 楊士逸、陳威鳴、連冠翰、林冠伶（2019年5月）。甜羊日子 APP。「107學年度畢業專題報告」發表之論文，元培醫事科技大學。

### 四、網路資源

- 船染力 (2022)。為什麼要經營 IG? 4 個理由告訴你為什麼你需要經營 IG。檢自 <https://influpower.com/the-reason-why-you-need-to-manage-instagram/> (2022 年 11 月 26 日)
- 東京和菓子協會，關於和菓子 (文章登載日期未註明)。檢自 <https://www.wagashi.or.jp/japanesesweets-wagashi/zh-tw/about/> (2022 年 11 月 15 日)
- 胡川安 (2016)。和菓子小歷史：江戶時代燦爛的和菓子文化。故事 story studio。檢自 <https://storystudio.tw/article/gushi/%E5%92%8C%E8%8F%93%E5%AD%90%E7%9A%84%E5%B0%8F%E6%AD%B7%E5%8F%B2%EF%BC%9A%E6%B1%9F%E6%88%B6%E6%99%82%E4%BB%A3%E7%87%A6%E7%88%9B%E7%9A%84%E5%92%8C%E8%8F%93%E5%AD%90%E6%96%87%E5%8C%96> (2022 年 11 月 15 日)
- DataReportal (2022)。DIGITAL 2022: TAIWAN。檢自 <https://datareportal.com/reports/digital-2022-taiwan> (2022 年 11 月 26 日)
- 湯家鴻 (2018)。(NEW) 甜點與飲品的關係。講茶學院。檢自 <https://teatalkacademy.com/celebrities/13-tang-jia-hong/151-c3offee2018-09> (2022 年 12 月 2 日)
- 邱瓏葳 (2018) 聚餐怎麼選? 十大熱門異國料理排行 檢自 <https://www.social-lab.cc/2018/08/trending-pressrelease> (2022 年 12 月 3 日)
- 社團法人台灣公益聯盟 (2022)。用愛幫弱勢成長——台灣公益聯盟 2022 年公益計畫。檢自 [https://tpwl.org/donate/?category=12&utm\\_source=googlesem&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=ETP&utm\\_content=HG&gclid=CjwKCAiA-dCcBhBQEiwAeWidtdJPx7xv9\\_F4V7FaJtbKdQsGiLerqz\\_0-2rtAqVz71tbEXzbgqIhuRoC6hgQAvD\\_BwE](https://tpwl.org/donate/?category=12&utm_source=googlesem&utm_medium=cpc&utm_campaign=ETP&utm_content=HG&gclid=CjwKCAiA-dCcBhBQEiwAeWidtdJPx7xv9_F4V7FaJtbKdQsGiLerqz_0-2rtAqVz71tbEXzbgqIhuRoC6hgQAvD_BwE) (2022 年 12 月 8 日)
- Instagram (2023)。關於 Instagram 洞察報告。檢自 [https://help.instagram.com/788388387972460/?cms\\_platform=iphone-app&helpref=platform\\_switcher](https://help.instagram.com/788388387972460/?cms_platform=iphone-app&helpref=platform_switcher) (2023 年 6 月 29 日)
- 每日 E 錠 (2023)。IG 數據分析神器! Engaged.AI 洞察漲粉策略。檢自 <https://daydayding.com/ig-engaged-ai/> (2023 年 6 月 29 日)

## 附件

### 附件一 食譜

#### ● 香魚 (若鮎)

材料 (大約可做 16 份) :

1. 麵糊 (餅皮) :

2. 餡料 : 低糖烏豆沙 50g (圓雲豆、蔗糖、奶油、麥芽糖、大豆油、麥芽糊精、海藻糖、香草籽醬、食鹽、黏稠劑(玉米糖膠))

3. 準備工具：大碗 2 個、小碗 1 個、攪拌器、茶匙、濕毛巾、湯勺、平底鍋、過篩網、廚房紙巾、鍋鏟、鍋子、電鍋、章魚燒叉

做法：

1. 大碗裡打散 2 顆蛋，加入上白砂糖充分混合後，再加入一茶匙的蜂蜜和味醂攪拌。
2. 從 65cc 取一小匙水在小碗裡加入 1/4 茶匙的小蘇打粉攪拌後加入大碗裡。
3. 低筋麵粉過篩後加入大碗中，充分攪拌均勻後，蓋濕毛巾 30 分鐘以上。
4. 30 分鐘後把剩餘的水至大碗中攪拌均勻，攪拌至不會有濃稠感。
5. 在預熱好的平底鍋中抹上一層油，再用廚房紙巾吸掉過多的油。
6. 拿湯杓舀大約 25g 的麵糊放到平底鍋上，蓋上鍋蓋一分鐘，上色後翻面煎 5 秒後即可起鍋。
7. 將烏豆沙微波 30 秒加熱，取適當的一匙份量用餅皮與之包起來。
8. 將章魚燒叉尖端部分靠近火爐燒至黑焦，迅速在餅皮上烙印圖案。烙印圖案所使用的器具不可使用非鐵製用品，以免發生危險。在使用過程中也需注意火爐安全。

#### ● 青梅（生菜子）

材料（大約可做 16 份）：

1. 餅皮：

上新粉 85g、糯米粉 25g、樹薯粉 25g、砂糖（白砂糖） 110g、溫水 150cc、菠菜粉 3g、玉米粉 適量

2. 青梅豆沙（20g\*16 顆）：

白豆沙 250g（白鳳豆、蔗糖、麥芽糖、海藻糖、粘稠劑(玉米糖膠)）、水 80ml、柚子 25g、檸檬 25g

3. 自製糖漿：糖：水（1:2）煮沸後冷卻

4. 準備工具：大碗 2 個、刮刀、打蛋器、布、橡皮筋、砧板、刷子、竹籤

前置作業：

青梅豆沙：

1. 將白豆沙和水放入水中，用中火加熱。用鏟子邊攪拌邊煮。

- 2.用木鏟舀出，煮至硬到可以留下痕跡，煮熟後加入糖煮青梅。
- 3.放入儲物容器中裝好，冷卻後放入冰箱中。

做法：

- 1.在碗中加入上新粉、糯米粉、樹薯粉和砂糖，並用打蛋器攪拌均勻。
- 2.加入溫水並攪拌至光滑。
- 3.把一塊布固定在另一個碗上，把步驟2的麵糊倒入並用橡皮筋固定。並放入蒸鍋中以大火蒸 20-30 分鐘。
- 4.從布中取出蒸好的麵糰。
- 5.移至砧板上，加入菠菜粉上色（可在砧板上撒上自製糖漿防止沾黏）。
- 6.將麵團分成 16 等分，包上青梅豆沙，再裹上玉米粉。
- 7.做成梅子形狀並用刷子去除多餘的玉米粉。用指尖把梅子的尾端捏尖，再用竹籤把梅子畫一溝。

## 附件二 Instagram 貼文內容



圖 4.4.2 和菓子小知識介紹  
圖片來源：組員繪製

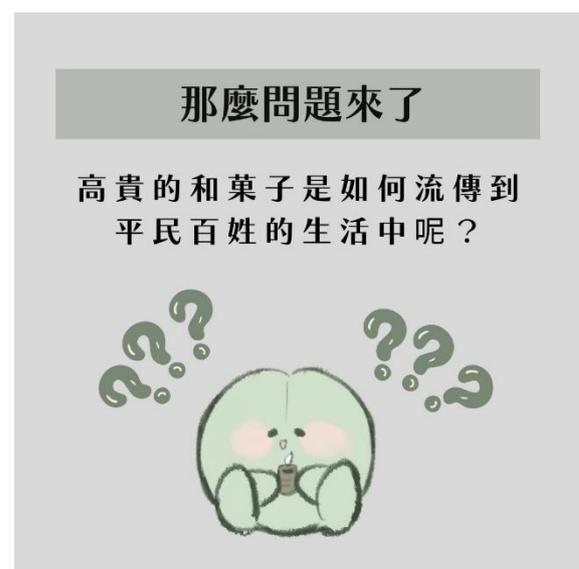


圖 4.4.2 和菓子小知識介紹

圖片來源：組員繪製



圖 4.4.2 和菓子小知識介紹

圖片來源：組員繪製

## 附件三 義賣活動規畫表

### 1. 人力分配表

表 5.1.2 人力分配表

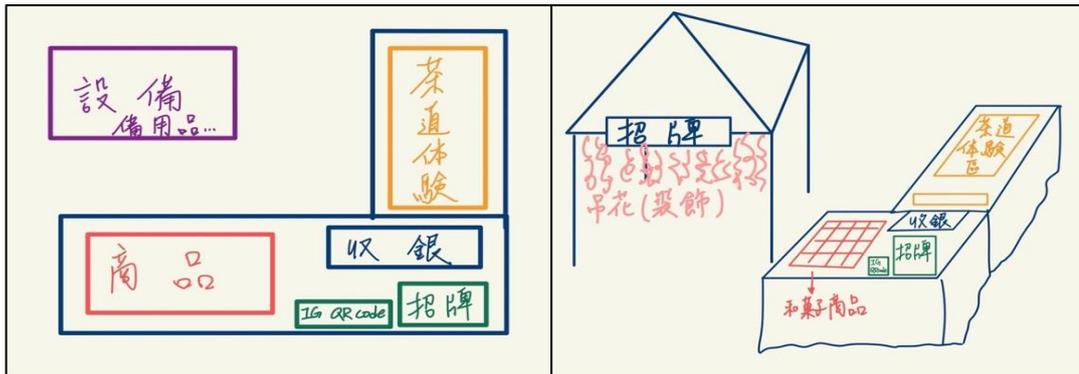
工作項目	組員
材料及設備清單	陳佩妤
和菓子總製作人	高芷翎
行銷規劃	李悅伶
社群網站宣傳	邱悅珊
問卷負責人	李佳
會計	黃曄晴

### 2. 經費預算表

表 5.1.2 經費預算表

編號	項目	數量	單價	金額	說明
1	上新粉	1 包	109 元/250 克	109 元	青梅材料
2	糯米粉	1 包	54 元/500 克	54 元	青梅材料
3	樹薯粉	1 包	28 元/340 克	28 元	青梅材料
4	白豆沙	1 包	139 元/1 公斤	139 元	青梅材料
5	菠菜粉	1 包	79 元/50 克	79 元	青梅材料
6	柚子皮	1 包	169 元/200 克	169 元	青梅材料
7	檸檬	4 個	65 元/4 個	65 元	青梅材料
8	竹籤	1 包	19 元/90 支	19 元	青梅用具
9	雞蛋	1 盒	67 元/600 克	67 元	香魚材料
10	蜂蜜	1 罐	99 元/150 克	99 元	香魚材料
11	味醂	1 瓶	56 元/450 克	56 元	香魚材料
12	小蘇打粉	1 包	23 元/280 克	23 元	香魚材料
13	低筋麵粉	1 包	27 元/500 克	27 元	香魚材料
14	烏豆沙	1 包	195 元/1 公斤	195 元	香魚材料
15	細砂糖	1 包	99 元/500 克	99 元	青梅、香魚
合計	1228 元				

### 3. 攤位規劃圖



規劃方式預設為在語言花園的草地上架設棚子。

圖 5.1.2 場地規畫表

### 4. 預期效益

藉由製作和菓子義賣的活動，可以讓校內人士了解和菓子，達到推廣和菓子的效果。並且從義賣中知道社團法人台灣公益聯盟用愛幫弱勢成長 2022 年的公益計畫，也為他們貢獻一份愛心，幫助他們可以有更好的資源去學習。

### 5. 服裝：

李佳、芷翎：請著白色上衣、黑色長褲。

悅伶、悅珊、曄晴、佩妤：因要穿浴衣，請著舒適不易著良的衣服。

髮型：長髮者請綁起來

### 6. 時間表

表 5.1.2 時間表

時間	項目	備註
8:35~9:30	布置攤位	1.架招牌-悅伶 2.打桌子-芷翎 3.綁燈籠-悅伶 4.鋪桌巾、固定-曄晴、佩妤 5.消毒桌面-李佳 6.放價目表等等(※註1)-佩妤、芷翎、李佳 7.布置後方香魚區-悅伶、悅珊、曄晴
9:30~9:45	整理、安置包包	

9:45~10:00	浴衣著裝	10:30 左右綠茶抵達時要兩人去拿
10:00~14:00	活動時間	因人員有限，可能要趁空檔抓休息時間
14:00~14:05	點錢	芷翎先點，悅伶再次確認。
14:05~17:00	活動時間	李佳結算，其他人先清掃。
17:00~18:00	場復	
18:00	解散	

表 5.1.2 桌面擺放與物品陳列位置

QR CODE	價目表	成分表	綠茶
---------	-----	-----	----

#### 7. 點餐 SOP：

**青梅及綠茶**：客人點餐→畫正字記號(買幾個畫幾條)→拿取商品→一手交錢一手交貨

**香魚**：客人點餐→詢問客製化寫字→確認詳細→畫正字記號(因價格不同，正字方面請分類為一隻魚及兩條魚)→收錢→交貨

香魚若有很多客人購買，請站崗變為：青梅-芷翎、綠茶：李佳、香魚點餐確認佩妤、香魚繪製-悅伶、香魚製作-悅珊及曄晴。

#### 8. 收支計算方式：

(1)零用金預備 400 塊(50 元\*3、10 元\*20、5 元\*10)

(2)售出的正字記號都乘上價格後，再加上零用金\$400=應有金額

(3)實際點錢後的金額=實際金額

(4)有差異的話請備註

## 附件四 收支受益表

### 1. 青梅

表 5.3 青梅收益支出表

原料價格	1g 價格	用量 2 倍的價格換算(可做 40 顆)
上新粉：\$109/250g	\$0.5/g	170gx 0.5=\$85
糯米粉：\$54/500g	\$0.1/g	25 x 0.1=\$2.5
樹薯粉：\$28/340g	\$0.1/g	25 x 0.1=\$2.5
低糖白豆沙： \$139/1kg	\$0.15/g	500g x 0.15=\$75
菠菜粉：\$79/50g	\$1.58/g	3g x 1.58=\$4.74
柚子皮：\$169/200g	\$0.85/g	25g x 0.85=\$21.3
檸檬：\$64/4 顆	\$16/顆(約 10cc)	2 顆 x 16=\$32
砂糖：\$40/500g	\$0.08/g	120g x 0.08=\$10
合計	\$233	

其他花費	金額
包裝盒	\$115
包裝紙	\$22
青梅 60 顆用量(呈上表)	\$233
總成本	\$370
青梅成本(1 顆)	\$10/顆
青梅定價	\$40/顆

製作份量：40 顆

實際售出份量：40 顆

總收入：\$1600

成本：\$10 x 40=400

利潤：\$1200

## 2. 香魚

表 5.3 香魚收益支出表

原料價格	1g 價格	用量 4 倍的價格換算(可做 48 條)
蛋：\$68/盒	\$6.8/顆	10 顆 x 6.8=\$68
蜂蜜：\$100/150g	0.66/g	60g x 0.66=\$40
小蘇打粉：\$23/280g	\$0.1/g	5g x 0.1=0.5
低筋麵粉：\$27/500g	\$0.06/g	480g x 0.06=\$29
低糖烏豆沙： \$195/1kg	\$0.2/g	200g x 0.2=\$40
砂糖：\$40/500g	\$0.08	240g x 0.08=\$19
合計	\$197	

其他花費	金額
包裝	\$70
食用色素筆	\$122
貼紙	\$45
香魚用量(呈上表)	\$197
總成本	\$434
香魚成本(1 條)	\$9/條
青梅定價	\$25/條，\$40/2 條

製作份量：48 條

售出份量：48 條

總收入：\$1000 (\$10/條：售出 8 份，\$40/2 條：售出 20 份)

成本：\$9 x 48=\$432

利潤：\$568

### 3. 玉露綠茶

表 5.3 綠茶收益支出表

品項	價格
玉露綠茶	\$700/12000ml
紙杯	\$70/60 個
總成本	\$770
綠茶成本(1 杯)	\$13/杯
綠茶定價	\$15/杯

總份量：12000ml(200ml/杯)

售出份量：12000ml (60 杯)

總收入：\$900

成本：\$780

利潤：\$120

## 專題報告修正要點

## 評審老師建議

架構清晰，適時引用文獻、結合理論基礎與實務呈現，同時加上 SDG' s 議題，值得嘉許。

和菓子在台灣接受度不高，要推廣和菓子文化極為困難。

使用 IG 作為分析產品及顧客的互動體驗載體，不失為當下理想的行銷。尤其對於統計數據結果的擷取彙整，六人一目了然。

同學們製作和菓子親力親為，IG 上和菓子的說明需要蒐集整理與翻譯、帳號名稱與吉祥物，以及校慶擺攤皆有著連動關係。且內容豐富有趣，雖然沒有達成實現貢獻社會的偉大目標，但作為一次的商品試賣活動，領略一下創業精神是很值得嘉許的一件事。

## 修正要點

表格製作時需再多注意排版之易讀性。

### 組員工作分配表

組員摘要	組長 李悅伶	副組長 陳佩妤	組員 邱悅珊	組員 李佳	組員 高芷翎	組員 黃暉晴
中文摘要	●	●	●	●	●	●
日文摘要	●	●	●	●	●	●
圖表目錄	●					
研究背景與動機	●	●	●	●	●	●
研究目的	●	●	●	●	●	●
研究步驟	●	●	●	●	●	●
第二章第一節	●	●	●	●	●	●
第二章第二節	●					
第二章第三節		●				
第二章第四節	●					
第三章第一節	●				●	●
第三章第二節		●				
第四章第一節	●		●			
第四章第二節	●					●
第四章第三節	●			●		
第四章第四節	●					
第五章第一節	●	●	●	●	●	●
第五章第二節	●	●	●	●	●	●
第五章第三節	●				●	
第五章第四節	●	●	●	●	●	●
第五章第五節	●					

第六章第一節		●	●	●		
第六章第二節	●				●	
查找文獻	●	●	●	●	●	●
參考文獻整理	●	●				
排版	●					
海報製作		●				
PPT 製作		●				●
上台報告	●	●	●	●	●	●