

# TETSUNO

2026  
Mar.

TETSUNO MASTER BAKERY HOME  
鉄能社 マスターベーカリーホーム

3月號



# —— 目錄 CONTENTS ——

- 04** Kazu Baker — 活用冷藏冷凍的高效率社區店鋪 — 課程回顧
- 06** 2026 年食品業界 5 大趨勢關鍵字 — 三吉油脂市場情報
- 12** 植感無花果巧克費南雪 — 商品介紹
- 13** 春苾抹茶夾心 — 商品介紹



鐵能社課程回顧

# Kazu Baker

北九州  
人氣店

## 活用冷藏冷凍的高效率社區店鋪

鐵能社團隊1月榮幸邀請到北九州人氣麵包店Kazu Baker的創辦人濱一史老師，為各位帶來一場深度的工藝與實務交流。

課程內容涵蓋了生產流程設計、冷藏與冷凍技術的應用，到一人經營下的產能規劃。種種內容皆是老師多年來在第一線實戰中淬煉出的智慧結晶。

高效能的關鍵在於流程規劃，在老師店裡皆採行當日攪拌、隔日烘烤的節奏，確保產品在最佳鮮度時上市。

老師語重心長地提醒：「差異化」與「價值創造」是品牌經營的生存關鍵。

透過技術研發與流程設計的結合，每一位烘焙者都能在麵團中揉入不可取代的獨性，這正是建立品牌競爭力的必經之路。

多加水法國麵團以70%高含水量製作，搭配魯邦種運用，使麵團延展性佳、組織輕盈，風味層次更加豐富。製程上可大量生產並結合冷凍管理，依每日銷售狀況彈性烘烤出貨，在維持品質穩定的同時，大幅提升作業效率！

材料成本不僅是原物料，工時與人力同樣是重要成本。因此老師採用相對簡單、穩定的製程與操作方式，持續做出美味麵包。

相較於外型繁複的商品，老師的风格更顯樸實純粹。正因麵團風味扎實、口感出眾，吸引顧客專程前來，只為品嚐這份耐人尋味的美味。



同一款麵團，能演繹出千變萬化的型態與風味！將單一配方轉化為多樣商品，是烘焙者的核心課題，老師建議大家可從模仿紮根，再逐步融入個人創意，研發出獨一無二的作品。

kazu baker的肉桂捲亦隨四季更換內餡，一年展現四種風味。把單一品項做到極致，就是最有效的商品延伸策略。



我們是  
同一個麵團



### 選用鳥越製粉的原因是一

使用鳥越製粉，首要考量在於品質的高度穩定性！在Kazu Baker硬麵包佔比高達80%，這類麵包對於小麥原始風味有著極高的規格標準。鐵塔法印展現卓越的穩定性，更具備深厚的麥香底蘊，當其與自製魯邦種結合時，便能淬鍊出風味層次與品質兼具的最強麵包。特製的配方展現出外皮酥脆、內部濕潤柔軟的理想法國麵包結構，令人回味無窮！

要接近零損耗，必須掌握銷售結構，釐清主力與輔助品項，精準規劃生產與麵團配置。商品開發不在於增加種類，而在於延伸同一麵團的二次、三次加工可能，例如灌餡、夾餡、切片製作三明治；透過結構化設計，提高利用率並降低損耗風險。

本次課程透過「好的製法×好的材料」示範高品質成果，並學習以最少人力達成高效率生產，靈活運用冷藏與冷凍技術，建立更彈性的經營思維。

感謝每位夥伴撥空參與；即使人力有限只要方法正確，也能兼顧品質與效率。



使用商品 鐵塔法印、幸香全粒粉、幸福感、P40冷凍麵團改良劑、給宏德海鹽

→ 想了解更多課程/原物料資訊  
歡迎與業務洽詢：

- 盧業務 0978-852-826
- 吳業務 0975-917-687
- 李業務 0978-131-358

三吉油脂趨勢研究所

# 2026年 食品業界5大趨勢關鍵字

流通產業記者選定!

在物價飆漲的現狀下，「下一款產品應該開發什麼主題？」食品產業中這類煩惱的聲音比以往更常見。隨著消費者的價值觀日趨複雜，對飲食的選擇標準也正在發生變化。長年追蹤這些動向的流通業資深分析師阿部牧人先生，將深入淺出地解析能作為2026年產品開發指標的5個趨勢關鍵字。

到目前為止

簡單的價值

EX.

大容量、性價比  
美食外送、時價比

2026年

多重價值的結合

EX.

巴西莓碗  
健康×時間效率

MIYOSHI MIRAI PLATFORM  
NEXT FOOD LAB

時至2025年末，食品業面臨長期物價上漲壓力，僅有「優質商品」已難以打動消費者，還需結合有效的行銷機制。在二手交易App盛行、好市多等超市強調「性價比」、外送與叫車服務講求「時價比(TimePerformance)」的趨勢下，消費者價值觀正轉向追求「時價比×性價比」的全面效能。

例如曾經紅極一時的巴西莓果碗再度走紅，體現了健康與便利兼具的需求。掌握這種重視全面效能的價值觀轉變，將是洞察2026年後趨勢的關鍵。

注目

## 值得關注的多重價值組合5選：

奢侈感×個人化



半份尺寸(導向)

滿足感×心理健康



無罪惡感

經典×新穎性



進化系菜單

時價比×正統品質



奢華冷藏食品

性價比×附加價值



因便宜以外的理由  
被選中的自有品牌

MIYOSHI MIRAI PLATFORM  
NEXT FOOD LAB

本文基於上述消費心理的變化將焦點放在「多重價值的結合」。以下將根據此觀點，深入解析2026年值得關注的5個關鍵字與具體案例：

### POINT 01 「奢侈感」×「個人化」= 半份尺寸(導向)的擴大 ——半份尺寸調理食品等小容量的商品受到歡迎!

價值×多重價值組合①

## 奢侈感×個人化=半份尺寸(導向)

追求個人專屬的奢華感與多樣性，享受美食的新方式。



Lawson「精選美食 (Eraberu Deli)」系列  
之「鮮蝦與青花菜沙拉」



消費者需求

想要「每種都吃一點、嘗試多樣化」的心理。這是一種重視效能的價值觀，不浪費胃容量，精準獲得最高滿足。



重點

必須根據用餐情境來構思菜單創意與產品命名。例如圖中的鮮蝦花椰菜沙拉，以精緻小份量提供超商客群更高的價值感。

MIYOSHI MIRAI PLATFORM  
NEXT FOOD LAB

在便利商店與百貨熟食區，半份與小容量商品日益增加。即使單價提高，消費者仍願意選擇，因為能透過「少量多樣」為自己加一道菜、作為下酒菜或健康沙拉，提升個人滿足感。這並非節約思維，而是「個食時代下為自己而享受的奢華」新價值觀的展現，如Lawson的「可選熟食」即是相關策略。

隨著重視個人時光的需求擴大，消費者會依當下目的挑選商品，因此除了品項多元，也需清楚傳達適合的食用情境。能豐富個人飲食時光的商品設計，將持續受到關注。

## 02 「滿足感」×「心靈療癒」=無負擔享受(Guilty-Free)如麻辣湯等「微健康」料理正受到歡迎!

價值×多重價值組合②

### 滿足感×精神支持=無罪惡感(Guilt Free)

不必忍耐的飲食巧思



MOS BURGER「Green Burger(綠色漢堡)」



消費者需求

從宣洩壓力(罪惡系)轉向追求心靈的安定感。



消費者需求

透過對食材與調味的「小幅調整」，以及植物性(Plant-Based)菜單。

MIYOSHI MIRAI PLATFORM  
NEXT FOOD LAB

疫情初期，人們因對傳染病的恐懼而高度重視健康，強調提升免疫力的商品一度盛行；中期則因壓力累積，「背德系」美食如二郎系拉麵、瑪利托佐(Maritozzo)走紅。看似相反的潮流，其實都反映出人們不僅追求身體健康，也重視心理滿足。

在此背景下，今年值得關注的是以幸福感×療癒感為核心的「Guilty Free(低罪惡感)」心態—在不勉強自己的前提下享受飲食。

像麻辣湯、使用健康油脂的拉麵、米粉麵料理，以及MOS的Green Burger等，皆是在保有滿足感的同時降低罪惡感的代表。

未來關鍵在於從食材與調味等要素著手，設計兼顧「滿足感」與「心理健康」的飲食場景，才能掌握這股Guilty Free趨勢。

## 03 「經典」×「新穎性」=進化系菜單 ——Pan Suisse(瑞士麵包)為代表的「進化型甜點」正受歡迎

價值×多重價值組合③

### 「經典」×「新穎性」=進化系菜單

對應消費者「不想踩雷(失敗)」的心理



FamilyMart「正反面都美味的麵包」



消費者需求

超越既有期待、帶來全新的飲食體驗。



消費者需求

方便拿取、容易入口  
同時又能感受到新鮮感的進化型商品。

MIYOSHI MIRAI PLATFORM  
NEXT FOOD LAB

近年來，像「Cronfin(可頌×瑪芬)」與「PanSuisse(瑞士麵包)」等結合不同元素的甜點，以「酥脆卻柔軟」等混合口感成為「進化型甜點」逐漸普及。本質是在經典商品中加入巧思，透過「進化型○○」的命名，讓新商品更容易被理解與想像。

在創新菜單減少、消費者對「全新商品」熱度下降的背景下，這種「經典×新意」的做法更顯重要。特別是風味組合的進化，如和洋融合(味增×焦糖、抹茶×起司)或加入紅豆顆粒、椰果Q脆口感等細節，都能帶來小驚喜。

在整體經濟環境未明顯好轉下，這類突破既有框架的進化系商品，2026年值得繼續關注。

## 04 時價比×正統品質=奢華冷藏食品 ——「省時」、卻能享受道地的風味

價值×多重價值組合④

### 「時價比」×「正統品質」=奢華冷藏食品

「省時」卻能享受道地的風味



RFFF(ルフフフ)「3種惣菜料理組合」  
\*「100%牛肉漢堡排在多米格拉斯醬」  
\*「櫻島雞與4種蔬菜的奶油燉菜」  
\*「培根捲高麗菜捲佐番茄醬醬」



消費者需求

可保存、又能縮短用餐時間的功能型食品  
→轉向主打高品質的「在家享受奢華感」商品。



消費者需求

擴大以往少見的「生食型冷食」  
以及需要費工的菜單。

MIYOSHI MIRAI PLATFORM  
NEXT FOOD LAB

冷凍食品大多被視為「家庭為備用而大量採購的商品」，如今則轉變為單身族群在便利商店選購、作為小酌配菜或主食的選擇，成為兼具「省時效率」與「小奢華」的新型態飲食。近年市場不僅菜單更豐富，品質也明顯提升，甚至出現由名店監修的冷凍壽司等商品，顛覆「冷凍=品質較差」的印象，讓在家也能享受高級料理。燉煮、烤箱料理等費工菜色，也因冷凍技術而更易實現。

如RFFF推出的高品質冷凍餐點，正反映消費者對便利與滿足感並重的需求。冷凍食品已從「節省時間」進化為提升餐桌品質的重要品類，2026年後仍值得關注。

**POINT 05** 「高CP值」×「附加價值」= 以不只便宜為理由被選擇的PB商品  
—— 主打故事性的高附加價值PB商品人氣上升中

價值×多重價值組合⑤

「高CP值」×「附加價值」= 以不只便宜為理由被選擇的PB商品

\*PB (Private Brand) 商品: 指自有品牌商品  
從「只追求低價」進化、帶動整體品牌全面升級



7-Eleven「黃金系列」之「黃金波隆那肉醬義大利麵」



**消費者需求**  
從單純廉價商品轉變為兼具品質與附加價值的商品。



**消費者需求**  
透過擴充高端系列商品，提升客單價並增加來店頻率。

MIYOSHI MIRAI PLATFORM  
NEXT FOOD LAB

隨著物價長期上漲，使消費者更重視節省支出，也讓PB (Private Brand) 再次成為焦點。如今PB已不只是「便宜」，而是兼具品質與附加價值，被視為「價格合理、物超所值」的日常選擇。

因此，PB的角色不僅是低價替代品，更是提升品牌形象的重要策略。除了優化既有商品，企業也應導入高端產品線，強化品類層次與品牌價值。例如日本7-ELEVEN的「金之波隆那肉醬義大利麵(金のボロネーゼ)」就是一個成功案例，不僅提升了PB本身的價值，也有效拉升了品牌整體形象。

高端型PB不僅能提高客單價、優化陳列，也有助於提升來店頻率。因此，企業除了提供讓人安心且具價值感的商品之外，如何打造讓消費者輕鬆感受到附加價值的產品，再次從多元角度重新探索PB商品的更多可能性，同樣是重要課題。

回歸本質，  
理解消費者需求趨勢的重要性



本報告所提出的趨勢關鍵字，是在物價高漲與社會環境等外部因素影響下，促使當時的消費者需求加速演變，並具體呈現為可觀察的趨勢。在解讀這些關鍵字時，重要的是深入理解這些趨勢背後的「消費者心態」，以及每個關鍵字所對應的過往提供價值與現狀定位。

若僅僅照字面解讀關鍵字，而不去探究其受關注的原因，雖然可以理解當前趨勢，但就無法看清未來應該關注的重點。本篇文章亦包含了這部分的分析，提出各項趨勢形成的因素。

希望透過這些內容能夠整理消費者的內在需求與市場現況，促進有價值的商品進入市場，更有機會被消費者所接受。

ミヨシ油脂株式会社  
**botanova**

植物之美味 奶油風味

Plant-based Margarine — Butter Taste —

健康環保的素食奶油

產品特性

1. 僅使用植物成分香氣，展現自然風味
2. 良好的加工性，可用於塗抹和揉捏
3. 獲得素食認證(vegan)
4. 使用RSPO認證油

botanova是一種純植物性的食用油脂，創造只使用植物性原料的食品。  
能為您的產品增添豐富風味。不論您是想打造植物基底的产品，  
或是為傳統產品注入新的活力，botanova都是您的理想選擇。



本文作者 — 流通業記者阿部牧人

出身於東京、畢業於明治大學國際日本學部。  
自2022年起於SARAH株式會社任職，主要從事流通與零售相關業務，  
同時，也在專業刊物上發表文章。  
其著作包括《月刊便利商店》(現已休刊)以及《月刊販售革新》等，  
持續分享其在便利商店與零售領域的觀察與見解。

使用商品

鳥越製粉 | 新小提琴  
三吉油脂 | botanova植物之美味-奶油風味  
YUMGO | 植物性蛋白粉



植感無花果巧克力費南雪

【配方】	(%)		(%)
botanova植物之美味	138	新小提琴	100
YUMGO蛋白粉	27	抹茶粉	8
水	225	可可碎粒	40
細砂糖	58		
杏仁粉	112	酒漬無花果	裝飾
糖粉	108		

春芯抹茶夾心

【配方】	(%)		(%)
純芯	100	新鮮酵母	2.5
砂糖	10	魯邦	10
給宏德海鹽	1.8	水	60
脫脂奶粉	3	魅力動植物性油脂	12
P56柔軟酵素粉	0.5		

使用商品

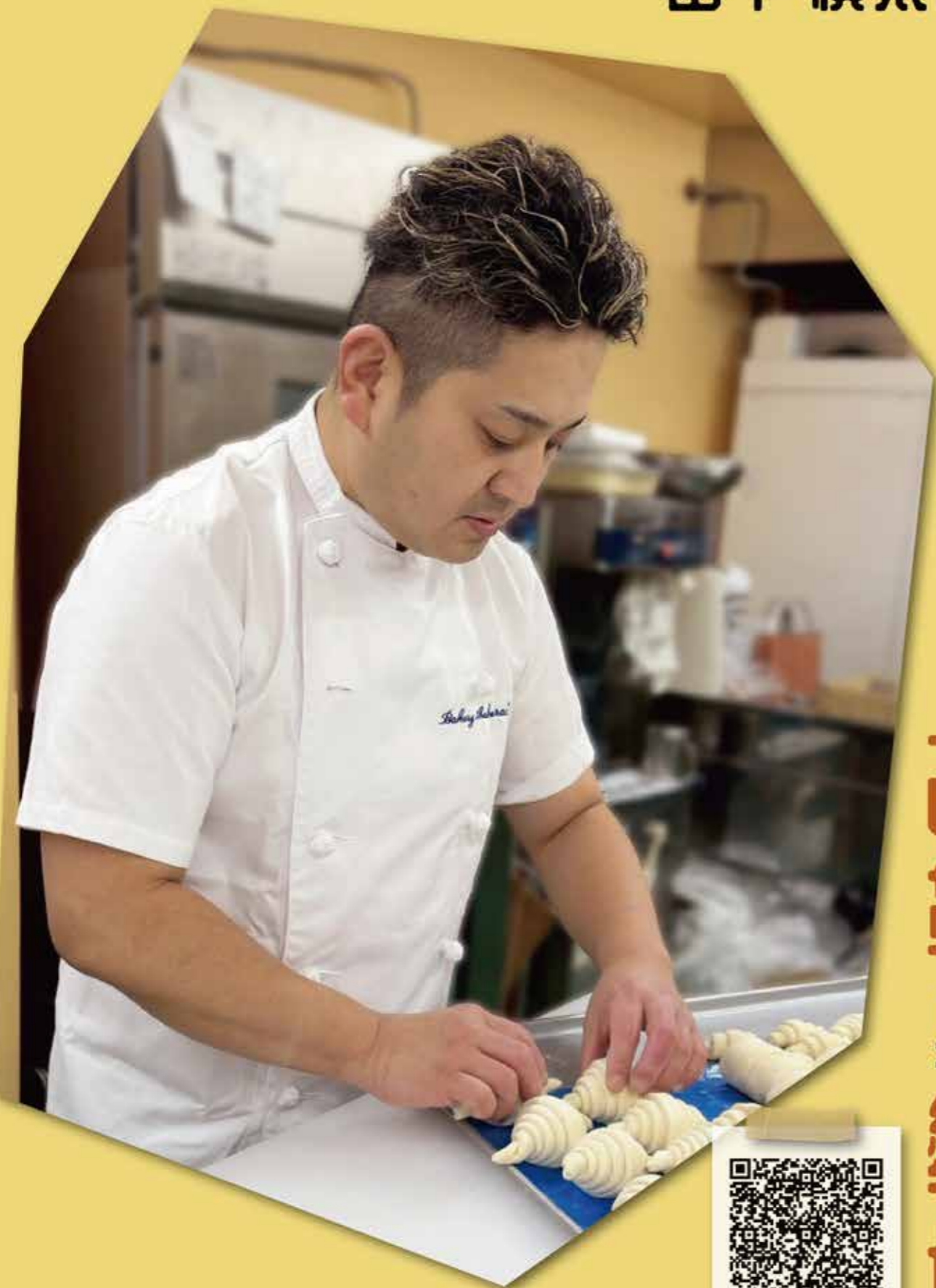
鳥越製粉 | 純芯、給宏德海鹽、P56柔軟酵素粉  
三吉油脂 | 魅力動植物性油脂



傳承二代麵包店的

# Bakery Sakurai

田中 慎太郎



改革與變化



03.25 高雄福市有限公司

03.27 鐵能社研發教室

10:00-17:00



**TETSUNO**  
**鉄能社**