

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

探討影響大眾選擇抹茶甜點的因素—
以三星園抹茶為例

作者：

黃柏文。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班
許容瑄。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班

指導老師：

劉幸姍老師

江馨以老師

壹、前言

一、研究動機

抹茶屬於日本茶飲，「近幾年受到文化交流影響，抹茶逐漸深受消費者喜愛，在台灣抹茶銷量每年以 10% 的比例成長」（華人健康網，2017），且抹茶甜點店如雨後春筍般地出現在台灣各地，無論是傳統的抹茶，或是將抹茶融合甜點裡的特色餐點，在目前深受年輕消費族群的喜愛，本研究選擇近期臺中熱門打卡地點—三星園，希望透過研究消費者選擇抹茶甜點的原因，來作為本研究的主題，在傳統苦澀的抹茶中，嚐出歷史悠遠的三星園甘甜滋味。

二、研究目的

本研究依研究動機，整理出下列四項研究目的：

- （一）瞭解抹茶簡介
- （二）分析抹茶業者—三星園之 SWOT 分析
- （三）瞭解大眾對抹茶的認知
- （四）探討大眾選擇抹茶甜點的選擇原因

三、研究方法

- （一）文獻分析法：透過網路資訊及書籍資訊蒐集相關資料，並加以統整。
- （二）問卷調查法：採用網路問卷、紙本問卷，不記名方式請消費者填寫。
- （三）SWOT 分析：以 SWOT 分析臺中三星園抹茶優勢、劣勢、機會與威脅。

四、研究流程

確定研究主題	2016.09.03至2016.10.09
上網蒐集資料	2016.10.13至2016.11.20
相關文獻探索	2016.11.25至2016.12.28
問卷設計調查	2017.01.16至2017.03.30
統整問卷及結果	2017.04.03至2017.06.01
結論分析與建議	2017.07.13至2017.09.18

圖一：研究架構
（資料來源：本研究自行研究）

貳、正文

一、抹茶概述

(一) 抹茶的歷史

抹茶起源於中國隋朝，在唐朝、宋朝達到頂峰，而「『抹茶』於九世紀末隨日本遣唐使進入日本，被日本人民所接受並推崇，發展成為今天的日本茶道。」(林可可，2016)，茶道是一種對客人禮貌的象徵，茶道中的規矩及技巧極為重要，且抹茶也是極具代表性的日本茶之一。此外，「抹茶是最健康的飲品，含抗氧化劑和胺基酸，可提高代謝率、降低膽固醇；比含咖啡因飲料，抹茶更溫和健康！」(克里斯汀貝利，2016)。

(二) 抹茶的製作方式

「不是任何茶葉磨成粉，就能稱抹茶。抹茶粉是整片茶葉研磨而成，營養攝取上，比其他種類茶葉更完整。」(宛家禾，2016)過程中的蒸青、揉捻、拔莖和乾燥等工序，是決定抹茶品質好壞的關鍵，日本擁有抹茶的製作技術，讓茶道成為日本獨特的文化。而擁有高品質茶葉的台灣，也開始學習抹茶製作的工法與秘訣，「台灣出產的抹茶，儼然成為日本抹茶的最大勁敵」(光量蔬食網，2016)，純抹茶入口時，有些微苦澀，但感受到清新茶香。



圖二：採收後蒸菁

(圖二來源：Jbentea。2016年5月15日，取自：<https://goo.gl/fbLVXo>)



圖三：蒸菁後揉捻

(圖三來源：夫子。2016年5月15日，取自：<https://goo.gl/Movps9>)



圖五：低溫研磨

(圖五來源：信億茗茶莊。2016年5月15日，取自：<https://goo.gl/bVAvCa>)



圖四：採收後蒸菁

(圖四來源：喜堂。2016年5月15日，取自：<http://bit.ly/2iYaGCB>)

圖六：抹茶製作過程

(資料來源：本研究團隊製作)

二、抹茶業者—三星園

(一) 三星園簡介



圖七：三星園家徽

(資料來源：本團隊自行拍攝)

三星園為最近台中火紅的打卡聖地，是一間帶有濃厚日式風格的抹茶甜品專賣店，台中西區館前店，更是以宇治商船的船形建築吸引了許多消費者。日本傳統的抹茶是由京都府宇治地區所產茶葉製作，「在日本京都與制式已有五百多年歷史的三星園抹茶。」(Taipei walker, 2016) 其「三星園抹茶總店的家徽有茶園、茶農園意思」(La vie, 2016)，而傳統抹茶結合創意變成了特色抹茶甜點，其中「將軍的眼淚是三星園招牌，征戰沙場的幕府將軍吃了後，熱淚盈眶，抹茶霜淇淋口感綿密，搭配紅豆白玉。」(楊為仁，2014)。

(二) 三星園甜點 SWOT 分析

「SWOT 分析稱為市場情勢分析，是策略管理重要工具，了解企業內部分析的優勢及劣勢；企業外部分分析的機會和威脅」(張腴紹，2016)。本研究以 SWOT 分析臺中三星園抹茶甜點業者的優勢、劣勢、機會與威脅。



圖八：抹茶甜點業者之 SWOT 分析

(資料來源：本研究團隊製作)

五、問卷調查

（一）資本資料

1、性別

根據本研究得知，三星園抹茶甜點受訪者女性佔 69%；男性占 31%，由此可知，偏好抹茶產品以女性佔絕大多數。

表一：受訪者性別

性別	
男生	女生
31%	69%

（資料來源：本研究團隊整理）

2、年齡

根據本研究得知，18 歲以下受訪者佔 55%，由此得知三星園抹茶甜點頗受年輕人青睞。

表二：受訪者年齡

年齡				
18 歲以下	19-25 歲	26-30 歲	31-40 歲	41 歲以上
55%	14%	7%	11%	13%

（資料來源：本研究團隊整理）

3、受訪者職業

根據本研究得知，受訪者族群學生佔 39%，其餘商佔 26%，工佔 25%，由此得知三星園抹茶甜點較受學生族群喜愛。

表三：受訪者職業

受訪者職業						
軍公教	工	商	農	服務業	學生	其他
10%	25%	26%	0%	0%	39%	0%

（資料來源：本研究團隊整理）

探討影響大眾選擇抹茶甜點的因素—以三星園抹茶為例

4、受訪者平均月收入

根據本研究得知，學生佔多數，因此 20,000 元以下為大部分消費者較可接受之價格範圍。

表四：受訪者平均月收入

受訪者平均月收入				
20,000 元以下	20,001~35,000	35,001~50,000	50,001~60,000	60,001 元以上
63%	19%	8%	2%	8%

（資料來源：本研究團隊整理）

5、受訪者教育程度

根據本研究得知，高中及高中以下學生佔了約 61%，喜愛抹茶甜點的族群學生佔多數。

表五：受訪者教育程度

受訪者教育程度			
高中以下	高中職	大學	大學以上
23%	38%	26%	8%

（資料來源：本研究團隊整理）

6、食用過抹茶次數

根據本研究得知，多數消費者皆有食用過抹茶的經驗，且頻率偏高。

表六：受訪者食用過抹茶次數

食用過抹茶次數			
不曾食用	1-2 次	3-5 次	6 次以上
2%	35%	22%	36%

（資料來源：本研究團隊整理）

7、何處接觸抹茶甜點

根據本研究得知，多數消費者在三星園接觸抹茶甜點的機率極高。

探討影響大眾選擇抹茶甜點的因素—以三星園抹茶為例

表七：受訪者何處接觸抹茶甜點

何處接觸抹茶甜點					
三星園抹茶	抹茶沙龍	明森宇治	只園抹茶	路地氷の怪物	其他
40%	2%	8%	5%	8%	37%

（資料來源：本研究團隊整理）

8、接受價格

根據本研究得知，消費者普遍可接受的價格為 200 元以下，可接受的大約有近 90%，由此可知，受訪者可接受的價格與三星園訂定之價格相符。

表八：受訪者可接受價格

可接受價格				
100 以下	101-150 元	151-200 元	201-250 元	251 以上
22%	38%	25%	8%	5%

（資料來源：本研究團隊整理）

（二）抹茶的基本認知

根據本研究得知，約 50%的消費者普遍都知道抹茶的製作方式，然而卻有 45%的消費者對於抹茶相關產品不熟悉。此外，本研究得知近 7 成的消費者無法分辨抹茶及綠茶的差別。

表九：受訪者對於抹茶的基本認知

消費者對抹茶的基本認知					
	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
清楚抹茶的製作方式	10%	29%	41%	11%	6%
對抹茶及相關產品很熟悉	3%	4%	46%	34%	12%
抹茶與綠茶兩者間的差別	1%	4%	25%	36%	31%
明確說出抹茶的優點	1%	11%	48%	23%	14%
抹茶具有高營養價值	2%	4%	46%	34%	12%

（資料來源：本研究團隊整理）

（三）對三星園抹茶甜點的選擇原因

根據本研究得知，近五成消費者不認為甜點名稱、圖示、口味及所搭配配料會影響其選擇意願。但相較而言，影響消費者選擇抹茶甜點以「拍照好看」較為重要因素，根據本研究得知，普遍消費者都會以抹茶甜點拍照起來好看為原因去做選擇，約佔五成。

表十：受訪者選擇原因三星園抹茶甜點

對三星園抹茶甜點的選擇原因					
	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
抹茶甜點的名稱	3%	7%	37%	41%	8%
菜單上的圖示	3%	7%	37%	41%	8%
抹茶口味的濃淡	1%	3%	23%	47%	22%
抹茶與其他配料的搭配	1%	2%	26%	43%	23%
拍照起來好看	3%	8%	40%	33%	12%

（資料來源：本研究團隊整理）

參、結論與建議

一、研究結論

（一）抹茶歷史

抹茶起源於中國隋朝，在唐朝、宋朝達到頂峰，而「抹茶」於九世紀末隨日本遣唐使進入日本；而抹茶在製作過程中的蒸青、揉捻、拔莖和乾燥等工序，是決定抹茶品質好壞的關鍵，但其製作技術以日本最為精熟，讓茶道成為日本獨特的文化，進而流傳至世界各地。

（二）消費者對抹茶的認知普遍不足

根據本研究顯示，近 50%的受訪者熟悉抹茶，可以輕易地舉出優點，並知道抹茶具有營養價值，但相反，仍有一半以上受訪者無法分辨抹茶和綠茶的差別；普遍九成以上的消費者不了解抹茶與綠茶的差別，並且無法得知抹茶的優點及營養價值，更無法深入了解抹茶帶給人體的好處，其實抹茶健康且天然，受女性族群喜愛，是近期特色甜點、飲料或冰品的發展趨勢，抹茶特色甜點產品以精緻化為主，符合現代人喜愛嚐鮮的味蕾。

（三）抹茶甜點價格及影響消費者選擇的原因

根據本研究得知，喜愛抹茶甜點的族群以女性學生佔多數，食用過抹茶甜點的次數相對多次；超過 80% 的消費者可以接受的抹茶甜點價格為 200 元以下，本研究主題三星園抹茶甜點的價格都落在 200 元以下，價格部分深得各消費者的期望；由於三星園抹茶原料由日本進口標榜天然健康的抹茶，造成抹茶成本偏高，導致銷售價格相對較高，而根據本研究得知，此原因仍是很重要的關鍵，因消費族群多為學生，消費能力並不高

此外，根據本問卷統計得知，另一影響消費者選擇抹茶甜點的原因，為業者的行銷方式，現今近五成的消費者選擇抹茶甜點以「拍照好看」為主要原因，是值得業者參考的行銷方向。

二、研究建議

（一）製作文宣資料以提升消費者對抹茶的基本認知

根據本研究得知，有超過八成的消費者不清楚抹茶含有豐富的營養價值，建議業者可製作文宣產品來向消費者展示、說明抹茶的營養與價值，讓消費者更深入了解抹茶，此外，若消費者希望了解店內抹茶甜點產品的製作方式，可透過開放式廚房讓消費者清楚看到抹茶甜點的製作過程，除可吸引消費者目光進一步有消費意願外；更可讓業者使用有獎徵答來與顧客互動，吸引買氣。

（二）提高消費者注意力的附加價值

調查結果發現，消費者普遍都對抹茶有基本的認識，但有四成的消費者不清楚抹茶的製作過程甚至是甜點的製作過程，因此我們建議業者可以增加抹茶甜點製作的體驗手作活動，可結合親子來做互動，讓消費者不但清楚知道抹茶甜點製作方式，也可放心食用，增加業者的產品真實性，與價值性，進而增加來客數及買氣。

（三）舉辦拍照打卡活動，增加來客數

現代人喜歡把自己所到之處與親朋好友分享，而根據本研究得知，超過五成的消費者會因為拍照好看與否去進一步選擇餐點或用餐場所，建議業者可針對此部分進行促銷優惠，例如：凡到店內消費，拍照打卡

探討影響大眾選擇抹茶甜點的因素—以三星園抹茶為例

即可享有打折扣或買一送一之優惠，可提升消費者進一步光顧的意願。

肆、引註資料

一、羅成純（譯）（2006）。日本茶道的世界—數寄 SUKI。臺北市：稻鄉。

二、蔡瑪莉（譯）（2012）。圖說茶道。臺北市：易博士文化。

三、La Vie（2016）。日本老舖散步日和：穿越百年的日本旅宿、美食與工藝物語。臺北市：麥浩斯。

四、江文萱（2016）。主題環島 7 日計畫。Taipei Walker，230，59。

五、華人健康網。2017 年 11 月 06 日，取自 <http://t.cn/RAFY1p>

六、中時電子報。2017 年 10 月 27 日，取自 <https://goo.gl/GXkwbn>

七、光量蔬食網。2016 年 05 月 05 日，取自 <https://goo.gl/As9QoT>

八、三星園。2017 年 06 月 05 日，取自 <https://goo.gl/orSNkX>

九、康健期刊。2016 年 6 月 10 日，取自 <https://goo.gl/gpppBw>