

全國高級中等學校專業群科 105 年專題暨創意製作競賽

## 「專題組」作品說明書

群 別：餐旅群

作品名稱：口說在地，心傳「農」意—探討說菜服務應用於

## 綠色友善餐廳之可行性

關 鍵 詞：說菜服務、在地食材、綠色友善餐廳



(圖片來源:本組自行繪製)

## 摘要

食安風暴層出不窮，如何讓民眾「食」在安心？高雄市政府農業局於 2011 年推出綠色友善餐廳認證，以友善環境的理念提供消費者健康的在地食材。

關於綠色友善餐廳的顧客，能否意識到食材的精神及含意？還是僅單純地用完一餐？故本組以訪談法深入了解綠色友善餐廳、在地食材及說菜服務的概念並與綠色友善餐廳聯繫，以產學合作模式進行說菜服務的研究，進而發放問卷來探討說菜服務應用於綠色友善餐廳推廣在地食材的可行性。

分析問卷結果後，發現顧客對於說菜服務的消費價值與信任價值具有高度認同感，但從訪談法與產學合作結果得知餐廳因考量人事資源成本的增加，無法有效實施說菜服務，因此本組建議可利用食材地圖及智慧說菜達到與說菜相輔相成的效果。

## 目錄

壹、緒論.....	1
一、研究動機與背景.....	1
二、研究目的.....	1
貳、文獻探討.....	2
一、綠色餐廳.....	2
二、在地食材.....	4
三、說菜服務.....	6
參、研究方法.....	8
一、研究流程.....	8
二、研究對象.....	8
三、研究架構.....	8
四、研究方法.....	8
肆、研究結果.....	11
一、訪談問題分析.....	11
二、問卷分析.....	11
三、產學合作心得—說菜人初體驗.....	16
伍、結論與建議.....	16
一、結論.....	17
二、建議.....	17
陸、參考資料及其他.....	20
一、書籍及期刊.....	20
二、碩博士論文及相關論文.....	20
三、網路資料.....	20

## 表目錄

表 1、國內綠色餐廳比較.....	3
表 2、音樂盒法式鄉村餐廳在地食材.....	5
表 3、說菜服務之效益.....	6
表 4、受訪對象相關資料一覽表.....	9
表 5、訪談分析三大要點簡表.....	11
表 6、基本資料.....	14
表 7、說菜服務實施之看法.....	16

## 圖目錄

圖 1、美國 GRA 認證標章 .....	2
圖 2、日本綠燈籠 .....	2
圖 3、評選標準六大構面 .....	3
圖 4、烹飪透明化廚房 .....	4
圖 5、在地當季新鮮蔬果 .....	4
圖 6、說菜服務對餐飲環境三大層面之價值影響 .....	6
圖 7、說菜服務之內容 .....	7
圖 8、研究流程圖 .....	8
圖 9、研究架構 .....	8
圖 10、食材地圖 .....	9
圖 11、產學合作日程表及說菜服務流程圖 .....	10
圖 12、請問您到此餐廳用餐的主要原因 .....	15
圖 13、您是否曾經聽過綠色友善餐廳 .....	15
圖 14、您知道本餐廳是高雄市農業局所認證之綠色友善餐廳嗎 .....	16
圖 15、您知道當前綠色友善餐廳推廣在地食材嗎 .....	16
圖 16、比起進口食材，您會較願意選擇國內生產的嚴選食材嗎 .....	16
圖 17、對於食材的選擇，您較注重哪些要素 .....	16
圖 18、在地食材餐墊示意圖 .....	20
圖 19、智慧說菜示意圖 .....	20

## 壹、緒論

### 一、研究動機與背景

每片土地都有個屬於自己的故事，每日身處鋼鐵叢林的我們，回歸到原始點，對這片土地又了解多少？「鋤禾日當午，汗滴禾下土」即便在正午時分，艷陽高照，我們腳踩的這片土地上，有群在地小農每天日出而作，日落而息，為的並非是龐大的商業利益，而是想著：即使三餐僅能溫飽，也要種出最純粹而優質作物的單純念頭—這種態度何嘗不是對於土地的尊重、萬物的友善呢？

但是身處都會塵囂的現代人，受到外來文化以及大量食品添加物的影響，導致迷失了對於食物最原始的味覺；反倒認為享受遠渡重洋而來的進口食品才是王道，抑或是早已習於摻有添加物食材的味道。這樣的蒙蔽使人們喪失了對於食材原始面貌的認知。因此，高雄市政府農業局於 2011 年推出「綠色友善餐廳」認證，希望能將食材由產地到餐桌的過程與資訊，完整地呈現給民眾，帶給民眾在「食」的方面，更安全、環保的綠色飲食享受。

而其中的主角莫過於「在地食材」：為了就近帶給民眾安全無毒的食材與幫助在地小規模辛勤耕種的農夫，農業局不遺餘力地推廣在地食材—因為小農們所種植的在地食材不僅健康安全、友善環境且也象徵著一份在地小農對於「土地的精神」。而以上所述也呼應「餐旅概論」中「餐飲業的未來發展」章節所提及到的趨勢—「綠色餐廳」因環保議題與食安意識而興起。

然而，到綠色友善餐廳用餐的顧客真的都能意識到這些訊息嗎？根據《天下雜誌》(2013)綜合分析顯示：有 24% 的民眾對自己吃進肚子的食物來源並不了解。因此，本組欲找出可有效地將在地食材價值傳遞給民眾的方法。

一瓶年份悠久、品種優良的典藏葡萄酒，伴隨著侍酒師年分、產區的說明與各層次風味的描繪，能使啜飲的顧客更能對美酒產生共鳴。相同地，意義非凡的在地食材也是如此，而被譽為台灣在地食材達人的說菜人徐仲也曾說：「使用在地食材並不是一個宣傳口號，大家能否從食物來認識這片土地才是重點。」因此本組運用「餐旅服務」中「餐飲服務篇」、「餐廳服務流程篇」所學習到的專業技能，與「導覽解說」能刺激消費者感官體驗、開拓視野的特性，結合二者進行研究，實際將說菜服務應用於綠色友善餐廳，以音樂盒法式鄉村餐廳為例，進行產學合作，前往體現說菜服務的精神，親身感受在地食材背後蘊含的故事與情感，並以說菜的方式與顧客分享這份屬於土地的感動，且於產學合作後加以探討：利用說菜服務推廣在地食材之可行性，與說菜服務在顧客、餐廳及說菜員間所產生之成效，為高雄打造綠色友善環境盡一份心力。

### 二、研究目的

根據上述之研究動機，本研究目的如下：

(一)了解綠色餐廳之當前狀況與在地食材之價值。

- (二)藉由產學合作將課程理論結合餐廳運作。
- (三)探討說菜服務實際應用於綠色友善餐廳之可行性。
- (四)了解並分析說菜服務當前趨勢及對於顧客、餐廳及說菜人間之成效。
- (五)將研究結果與建議提供相關單位參考。

## 貳、文獻探討

本章針對研究主題之相關文獻加以整理探討，共分為以下三部分：一、綠色餐廳現況；二、在地食材價值；三、說菜服務效益

### 一、綠色餐廳

綠色餐廳為美國綠色餐廳協會(The Green Restaurant Association—GRA)於1990 年為環境永續發展所提出的一種概念，結合環保與餐廳，期盼維持生態平衡並幫助餐廳和顧客節省成本。近幾年來環保意識抬頭，永續發展成了熱門議題，而在亞洲地區中，日本也於 2005 年在國內發起「綠燈籠」運動，其依照使用國內食材比例給予星數，其中米其林指南推薦的札幌一粒庵拉麵也被頒予五星綠燈籠。而台灣國內則為高雄率先於 2011 年推行綠色友善餐廳，以在地食材為主軸，打造低碳安全、友善的用餐環境。



圖 1、美國 GRA 認證標章



圖 2、日本綠燈籠

(資料來源：高雄市農業局、鉅亨網；圖片來源：Google)

#### (一)高雄綠色友善餐廳

高雄市率先全國推動綠色友善餐廳，鼓勵餐廳使用在地小農生產的食材，共同創造低碳安全的飲食環境。高雄市政府農業局推行此項政策至今已邁入第五個年頭，透過訪談農業局行銷輔導科趙嘉芸小姐，得知高雄綠色友善餐廳已在國內打響名號，紛紛吸引其他縣市前來請教並且效法，成為推廣綠色餐廳的典範。

高雄市綠色友善餐廳截至 2016 年 2 月 19 日為止，已有 45 家餐廳通過認證。秉持著對食材的要求，該評選標準共由六個構面所組成，本組以其中的「綠色安心飲食、永續經營」為本組之探討主體。綠色安心飲食細分為「永續食材」及「健康烹煮」兩項評分項目，其中永續食材為透過購買在地、當季有機食材，藉以帶動當地經濟發展，此項佔評選標準共 120 分。永續經營細分為兩項評分項目，分別為「友善推廣」及「內部運作」，對外推廣環保概念及活動；對內則強化員工對於環保的概念(例：落實 FIFO、舉辦環保講座)，此項佔評選標準中共 45 分。

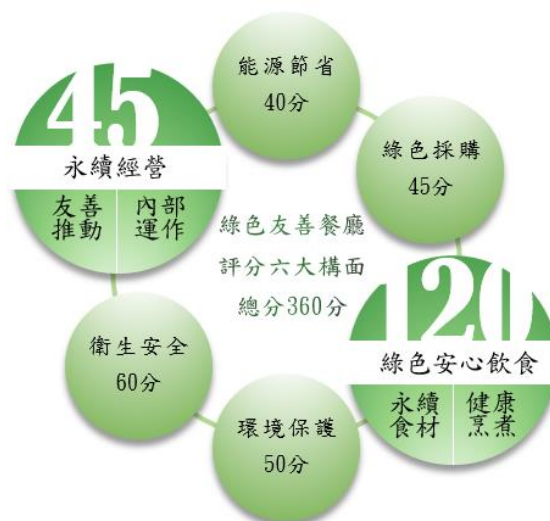


圖 3、評選標準六大構面  
(由本組自行繪製)

## (二)國內綠色餐廳比較

全台現今僅有三個縣市實行綠色餐廳，分別為高雄、台中及屏東。下表 1 為本組整理三個縣市之綠色餐廳比較。

表 1、國內綠色餐廳比較

	高雄	台中	屏東
圖片			
類型	官方認證	官方認證	民間團體
綠色餐廳數量	45 間	95 間	1 間
標準與理念	安全食材、資源節省、健康環境、友善推動	合法、減廢、整潔、衛生、節能、綠色消費	友善環境、無毒農業、健康飲食
周邊相關	1.微風市集 2.深根小旅遊 3.烹飪教學 4.小農辦桌 5.型農本色	1.小農市集	1.綠書店 2.小農市集 3.綠農門市 4.食農演講 5.烹飪教學

(資料來源：高雄、台中市政府農業局；圖片來源：Google；資料彙整：本組自行整理)

由表 1 可得知高雄綠色友善餐廳為官方推動，其標準及理念偏向健康飲食與安全食材，而相關活動也較其他縣市來得多元，可見高雄綠色友善餐廳為台灣綠色餐廳之龍頭。

## (三)音樂盒法式鄉村餐廳介紹

本組於高雄市農業局發行的《型農本色》刊物中得知音樂盒法式鄉村餐廳的



老闆潘建宏秉持著對在地食材、友善環境的理念以及親自跟顧客分享食材來源的作法與本組的研究主題不謀而合，因此本組便與音樂盒法式鄉村餐廳潘建宏老闆接洽，並與該餐廳實行產學合作。

1. **音樂盒法式鄉村餐廳命名由來**—為「音樂盒讓人心情愉悅，享受藏在其中一道道用心堅持、熱情的料理」。
2. **餐飲趨勢**—受到低碳飲食、產地直銷的風潮，潘老闆決定以在地食材為題材，融入法式鄉村的手法烹調料理，發揚「產地直送餐桌，享受新鮮滋味」的飲食文化。
3. **食材來源有保障**—潘老闆親自到高雄林園的合作農場挑選南瓜，為顧客享用的食材品質做把關；也會與微風市集的小農合作，堅持選購經過多重檢驗的認證食材。
4. **說菜服務**—潘老闆會隨時分享食材來源如何生產、餐點烹調方法等，讓顧客了解每道餐點背後的故事與來源，使顧客在品嚐每一口餐點時更加感動與珍惜。
5. **推廣在地好食材**—餐廳入口處擺放在地當季新鮮蔬果，讓顧客聽完老闆分享的故事後能直接選購，藉以幫助辛苦認真的在地小農。
6. **製作過程透明化**—廚房設計採用透明玻璃的方式，讓顧客能清楚看見餐點製作的過程，不但讓顧客食得安心，同時也享受到濃濃的在地風情。



圖 4、烹飪透明化廚房



圖 5、在地當季新鮮蔬果

## 二、在地食材

潛藏在台灣各地，豐富而多樣性的在地食材運動，不僅對環境及本土文化的認同有著獨特意義，農民於栽種過程盡心盡力地把關，確保民眾吃下肚的食材品質安全又健康為他們發揚的初衷，在地食材所代表的意義與價值深刻而長遠。

### (一)定義

2005 年世界環保日中，美國舊金山(San Francisco)發起了在地食材(Localvore)的概念，倡議將環保的概念融入飲食，並強調地產地銷，隨即在餐飲業掀起了「產地論」的風潮，進而影響了台灣。如：台鐵便當於 2012 年取得碳足跡標示，強調各站便當採用在地新鮮食材，隨後符合季節的無菜單料理便因此而興起。

「在地性」泛指於特定行政地理範圍內，最小則是小到以村落社區為單位。而所謂的在地食材是由家庭菜園或在地生產單位生產的食材，在地食材並非皆是有機食材，而是相對環保、尊重土地、縮短食物之里程。通常因國情的不同對於

「在地」的定義亦不同，大多以 100 哩作為丈量單位，藉由使用在地食材可使生產者、業者與消費者三方關係更加密切，並促進地方社會之經濟成長。

## (二)音樂盒法式鄉村餐廳之在地食材

針對音樂盒法式鄉村餐廳所使用於餐點內之在地食材特色介紹，欲更加了解食材之相關資訊進而運用於本研究，彙整出表 2 音樂盒法式鄉村餐廳之在地食材介紹。

表 2 音樂盒法式鄉村餐廳之在地食材

高雄	名稱	林園南瓜	林園洋蔥	路竹番茄	彌陀無毒蝦
	圖片				
	介紹	1.以無毒方式栽種南瓜。 2.土壤肥沃，雨量充足，種植出來的南瓜果肉飽滿甜度高。	1.辛辣獨特，久煮能增甜味。 2.因當地氣候溫和、土壤肥沃，故產出的洋蔥多汁不嗆辣，為台灣之最。	1.糖分多，品質優良。 2.因路竹土壤鹽份、濃稠度高，故有特殊口感。	1.以無抗生素、化學添加物及生長激素養殖，加上養殖技術不斷、良好的水質和土質，使蝦子肉質 Q 彈，甜度鮮美。
其他縣市	名稱	台南將軍哈密瓜	嘉義朴子自然豬	南投埔里香菇	花蓮玉里櫻桃鴨
	圖片				
	介紹	1.採自然熟成的方式，等待最好的成熟度。 2.因台南日照時間長，栽種出的哈密瓜肉質厚且細緻，甜度高達 15 度。	1.保證 210 日齡成熟豬，以專業方式調配飼料，且無瘦肉精、抗生素，更加安全有保障。	1.以無毒、化肥、農藥的方式栽種，並有獨立溫控栽培農場。 2.以埔里山泉水灌溉農場。	1.來自好山好水的花蓮玉里，以秀姑巒溪水活水飼養，油脂肥美、肉質柔嫩。

(資料來源：各鄉區農會網站；圖片來源：Google；資料彙整：本組自行整理)

### 三、說菜服務

說菜服務是為了讓顧客在享受美食的同時也了解餐點背後的故事與含意，並於享用餐點的當下更加貼近廚師烹飪時的用心，藉由說菜人的說菜獲得更別緻的感受與體驗。

#### (一)現況及趨勢

近年來餐廳越趨於發展說菜服務，實施說菜服務之餐廳不侷限於單一一種類型，從台菜餐廳至五星級大飯店皆有實施說菜服務，故說菜服務現已逐漸成為一種餐廳新潮流。

台北亞都麗緻大飯店設有說菜人一角色，而「說菜人」之用意在把每道菜的典故、廚師的創意，以簡單扼要方式向客人說明。而說菜人也能把看起來不起眼的餐點說到令眾人垂涎三尺，迫不及待地想吃到那道餐點，故說菜服務具有點綴菜餚的功能，並增加餐點之附加價值。

#### (二)效益

說菜的專業服務能夠帶來不同層面的影響，以下表 3 為本組整理有愛，故有菜：說菜的專業服務與價值(陳韋如，2011)，說明說菜人、顧客、企業三方所帶來之效益及具備之六大價值。



圖 6、說菜服務對餐飲環境三大層面之效益影響

(由本組自行繪製)

表 3、說菜服務之價值

說菜人	共享價值	說菜人扮演顧客與餐廳間的橋樑，從顧客及餐廳雙方的分享互動下，吸取最多之回饋。
	自我價值	主動自我學習，追求更高層次的專業度及為了在工作中得到更高的職位，而強化自我真實體驗的經驗值。
顧客	顧客價值	在說菜服務的影響下，客人得到物超所值的感受，進而提升客人對餐廳的忠誠度及滿意度。
	消費價值	顧客在說菜服務所營造的氛圍中，體驗到的知覺感受使其留下滿意的經驗值，因而持續選擇該餐廳。
企業	產品價值	透過說菜服務的專業技巧提供的引申資訊，不僅滿足了客人心中生理性需求所帶來的附加價值，也達到了情感性價值。
	信任價值	以解決問題的角度來看，說菜服務可以帶給客人對餐廳累積信任利益，有助於降低餐廳相關風險。

(資料彙整：本組自行整理)



### (三)產學合作—音樂盒法式鄉村餐廳之說菜服務

本組於音樂盒法式鄉村餐廳進行說菜服務，以音樂盒套餐為例，針對餐點精心設計一套內容充實的說菜服務。圖7為對顧客進行說菜時傳遞之資訊，從麵包、湯品、開胃菜、沙拉、主菜、甜品至飲品依序介紹。

麵包	湯品	開胃菜	沙拉
酥脆法式麵包 Bread of France	林園在地南瓜湯 Pumpkin Soup	蜜瓜佐臘腸 Daily Appetizer	彌陀無毒蝦沙拉 Shrimp Salad
			
由法國進口的麵粉，搭配音樂盒調配方秉持法式麵包的口感。	我們的南瓜是嚴選自林園的南瓜，將南瓜放置最香甜的熟度，經過最簡單的水煮手法，使您品嚐到最原始的南瓜湯。	來自台南將軍的哈密瓜是採用自然熟成的方式，甜度達 15 度，搭配西班牙臘腸沾著果醬一起入口，十分對搭配。	無毒蝦是來自彌陀採不傷害環境、生態養殖的白蝦，搭配主廚最經典的和風醬汁，吃起來十分的清爽也是本店沙拉的招牌。

飲品	甜品	主菜
日月潭紅茶 Selection Tea	熔岩巧克力 Daily Dessert	嘉義自然戰斧豬排 Pan-fried Axe-sharp Pork chop Harmony
		
使用自然工法農作、堅持手採栽培的有機紅茶，喝起來更安心。	外皮硬脆、內夾醇美熱巧克力漿的小型巧克力蛋糕，會搭上一球香草冰淇淋及在地季節水果，是很典型的法式甜點。	嚴選嘉義的自然豬，豬隻養殖過程不添加任何化學成份、藥物及飼料，吃起來鮮嫩多汁，搭配莓果醬更將豬排甜味帶出，為本店招牌商品之一。

圖7、說菜服務之內容

(資料彙整：本組自行整理)

## 參、研究方法

本組使用訪談法、產學合作及問卷調查法探討研究目的。首先，以訪談法深度了解綠色友善餐廳、在地食材及說菜服務，再與綠色友善餐廳產學合作，為其設計專屬的說菜服務並進行說菜，最後使用問卷調查法調查說菜服務應用於綠色友善餐廳之可行性，進而探討說菜服務所帶來之效益。

### 一、研究流程

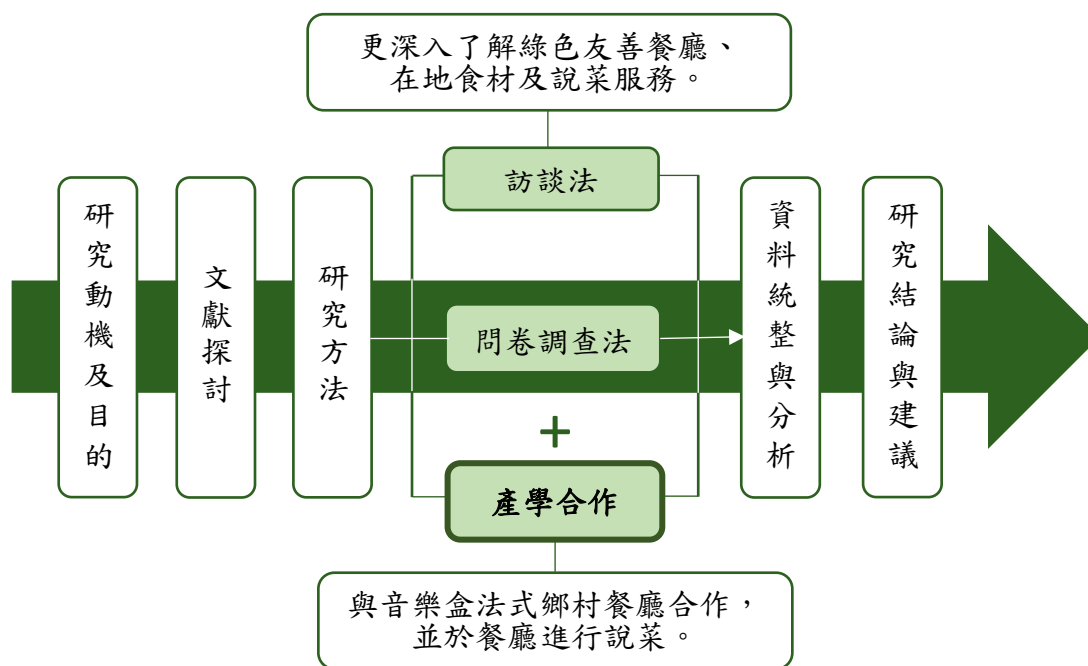


圖 8、研究流程圖  
(資料彙整：本組自行整理)

### 二、研究對象

本組之研究對象為於綠色友善餐廳用餐之顧客，以音樂盒法式鄉村餐廳為例，向該餐廳顧客進行說菜且發放問卷。

### 三、研究架構



圖 9、研究架構  
(圖片來源：本組自行繪製)

## 四、研究方法

### (一)訪談法

本組透過訪談分別代表產業、官方、半官方、學者之各界專業人士，針對各別領域分別擬定訪談問題，希望從各業所視層面及角度切入，深度探求綠色友善餐廳、在地食材及說菜服務之相關資訊。

表 4、受訪對象相關資料一覽表

代表	受訪者	目前職務	論點取向涵義
產業	簡天才	高雄 Thomas Chien 法式餐廳 廚藝總監	綠色友善餐廳實施現況
官方	趙嘉芸	高雄市政府農業局 行銷輔導科組長	綠色友善餐廳推動現況
半官方	林憲輝	高雄微風市集志業同會 總幹事	與在地小農、 綠色友善餐廳合作現況
學者	劉秀慧	高雄餐旅大學餐飲管理 副教授兼學程主任	綠色友善餐廳評選概念

### (二)產學合作

#### 1.在地食材地圖

本組於文獻探討當中，閱讀了《高雄田園饗宴》此書，該書內容紀錄了高雄各地的在地食材，在閱讀後受到當中體驗民眾與土地間互動而感動，心想如果能將文字轉換成影像，便能快速地將意象投射在民眾心中，因此本組決定為音樂盒法式鄉村餐廳繪製「在地食材地圖」(圖 10 所示)，以讓民眾能一目瞭然，亦回饋於餐廳。為了將食材地圖融入整體餐廳格調，以濃烈的鄉村風格呈現來自台灣各地的在地食材，將本土情懷發揮到極致。



圖 10、食材地圖  
(由本組自行繪製)

## 2. 說菜服務—服務流程

透過產學合作有幸於音樂盒法式鄉村餐廳實際進行說菜服務，從服務的過程中本組領悟到，一套餐點、一份老闆的堅持，更重要的是一個傳達的媒介，在地食材與顧客間的橋樑—說菜人。體驗全套精心打造的說菜服務過後，即使餐點享用完畢，仍不止息的是顧客所體會的滿溢「用心」，而生理層面則寬闊了在地食材方面的知識，達到身心靈兩大層次的提升。圖 11 為本組據實紀錄及彙整之說菜服務日程表及流程圖。

2016 年						
星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期日
1 月						
25 十六 親切 效率	26 十七 訓練核心	27 十八 員工訓練 START	28 十九 設計 說菜服務	29 二十	30 廿一	31 廿二
2 月						
1 小年 員工訓練結束 說菜服務設計完成	2 廿四 問卷發放 + 實行 說菜服務	3 廿五 (問卷發放)	4 廿六 (問卷發放)	5 廿七 (問卷發放)	6 廿八 (問卷發放)	7 除夕 (問卷發放)
8 春節 (問卷發放)	9 初二 (問卷發放)	10 初三 問卷發放結束 說菜服務結束	11 初四	12 初五	13 初六	14 情人節

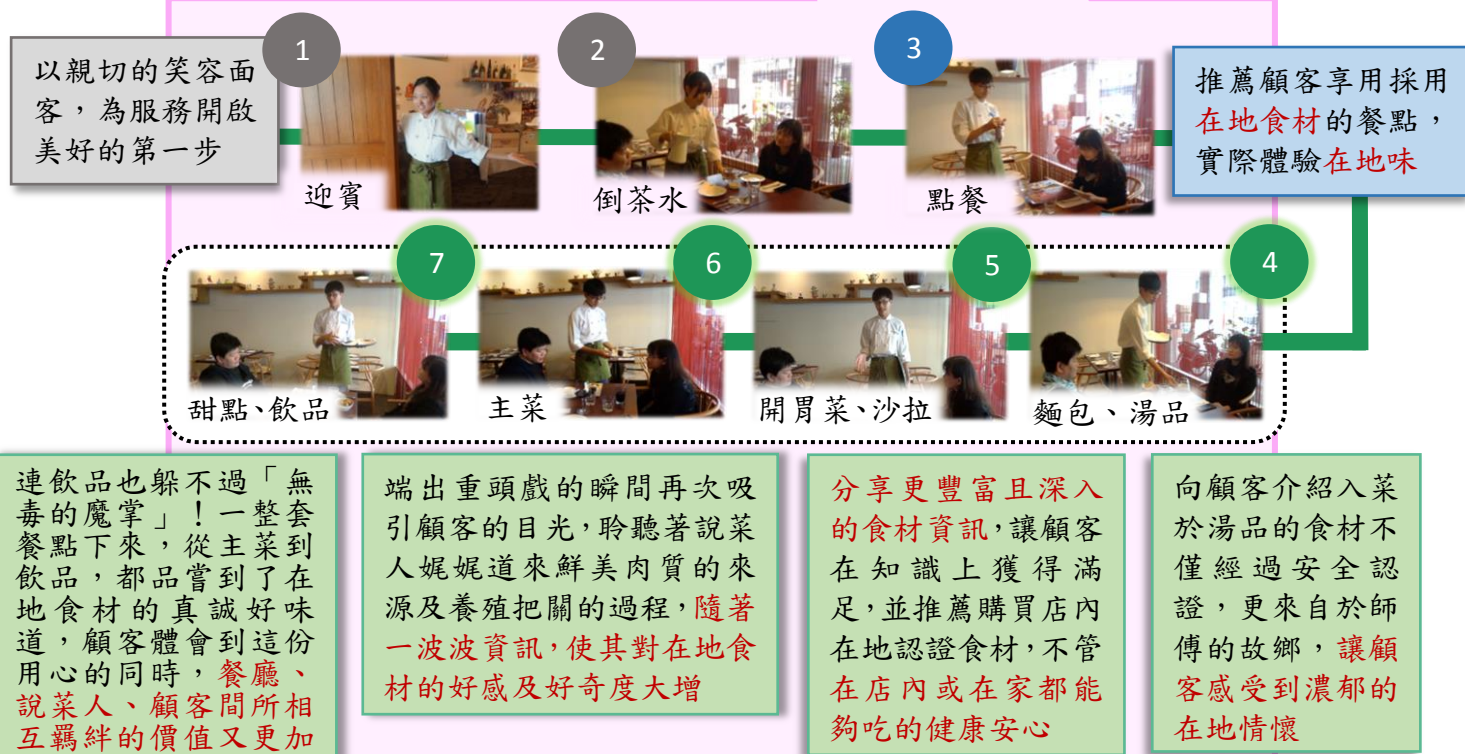


圖 11、產學合作日程表及說菜服務流程圖

(圖片來源：本組自行繪製)



## (二)問卷調查法

本組以文獻探討中所提及之說菜服務的六大價值為理論基礎，且將基本資料、綠色友善餐廳及在地食材之相關資訊調查、顧客對於說菜服務之實施看法設定為問卷架構，藉以探討顧客對綠色友善餐廳的認知程度、選購在地食材的意願與要素及體驗本組所提供的說菜服務後之感受。統計有效問卷 106 份，無效問卷 13 份，回收率 89%。

### 1.發放日期與時間

本組利用寒假期間，於 105 年 2 月 2 日至 105 年 2 月 10 日，配合法式鄉村音樂盒營業時間：每日 10 點半至 14 點半與 17 點半至 21 點半，共計九個工作日進行問卷發放。

### 2.發放地點與對象

於綠色友善餐廳—音樂盒法式鄉村餐廳向體驗說菜服務後之顧客進行問卷發放。

## 肆、研究結果

### 一、訪談問題分析

本組透過訪談深入了解綠色友善餐廳、在地食材、說菜服務之相關資訊，錄音後繕打逐字稿。受限於篇幅字數，本組節錄重點，以斜體加底線呈現，簡要說明如下：

表 5、訪談分析三大要點簡表

分析要點	分析簡述
綠色友善餐廳	1. 綠色友善餐廳數量成長中 2. 主打高雄在地食材
在地食材	1. 在地食材容易斷貨 2. 促使農二代回鄉種植在地食材
說菜服務	1. 產、官、半官、學一致給予說菜服務肯定 2. 說菜服務提高餐廳成本

#### (一)綠色餐廳方面

##### 1.綠色勢力正在蔓延—綠色友善餐廳數量成長中

趙組長表示：「目前看來，綠色友善餐廳數量仍在增加。但是，可以預期到的是：當餐廳數量達到某一個階段後，將遇到瓶頸—因為能夠配合綠色友善餐廳政策的業者是有限的。」

劉副教授則提出：「明年度，我們的目標大概在 50 間通過評鑑標準。若全市達到 50 家綠色友善餐廳，那應該就可以形成一個效應了。」

綜合以上，當前綠色友善餐廳數量是持續增加的，預估到達約 50 家左右將產生效應，因而吸引更多餐廳加入。但也可預見某階段後成長幅度將會降低，而農業局應在此時對已入選之綠色友善餐廳進行各嚴格的把關，以保持綠色友善餐廳之品質以對消費者負責。



## 2.支持在地，火力全開—主打高雄在地食材

趙組長表示：「高雄綠色友善餐廳政策則有明顯規定：使用高雄在地食材的分數會比較高。因為農業局沒辦法去控制別縣市的食材是不是真的安全，但農業局可以控制高雄安全食材。」

劉副教授則提出：「只要選用高雄地區的在地食材就會有45分，而且必須有食材履歷、吉園圃、GMP、有機、有機轉型期這些認證標章；但是也鼓勵使用高雄地區以外有認證的食材，只是評鑑所得的分數會比較少。」

根據以上，可得知高雄綠色友善餐廳所使用的在地食材多了區域性的限制，更強調使用高雄在地食材，而也要求在地食材要有認證標章。

### (二)在地食材方面

#### 1.物以稀為貴—在地食材容易斷貨

簡總監表示：「巨農有機農場是規模比較大的，有17甲、18甲，當農場產出貨品的時候，當然希望趕快把它銷掉，因此也都隨時會有斷貨的狀況。」

趙組長則表示：「高雄地區不可能甚麼食材都種得出來，當然也不可能每一樣食材都是安全且通過認證標章的，」

且說：「牛肉大部分是進口的，加上台灣環境限制的因素也缺乏大量畜養牛及屠宰牛的環境。」

而林總幹事指出：「進入夏天時食材就會常常缺貨。」

最後劉副教授也表示：「高雄也生產羅曼。但是高雄的羅曼太青了、不甜，相對之下國外的比較甜；水分比較多。」

綜合以上，高雄地區雖物產豐饒，但並無法提供一切種類的食材，一些品項雖也可使用國內食材替代，然而某些食材—例如：牛肉，不僅在高雄地區、甚至國內，也無法充足提供。而一般餐廳為兼顧大眾口感及多樣選擇，因此需要使用的食材，種類廣泛且數量又多，因此若限制只能使用高雄在地或國內食材都容易產生斷貨情形。且除了中式餐廳之外，主打異國風味的餐廳，若不進口當地食材，料理口感則不道地。因此業者於選擇在地食材與進口食材之間陷入兩難。

#### 2.種下延續的種子—促使農二代回鄉種植在地食材

林總幹事表示：「近年食安問題很嚴重，因此消費者都會希望能夠知道食物的來源，所以讓關懷土地與農作的年輕人願意下鄉從事農業的經營。」

且說：「由於二代農將在城市所見及新的思考模式以創意融入傳統農業的經營，當然就會給農業的發展帶來新生命。」

由上述可見，在地食材的使用，不僅能將經過小農細心栽種與嚴格把關之安全在地食材供當地民眾食用，取代超市中長途跋涉且保存於冷藏設備中「新鮮食材」，讓民眾享受真正的「新鮮」，而也在消費者的食安意識抬頭後，促使許多離鄉背井之農二代因對土地及食材的關心，以及受到此商機的亮點所吸引，紛紛回鄉繼承家業；再加上在都市所學習之經營、管理的專業技能，因此有較新穎的思維以故事及情感「包裝」在地食材，最後又將效益回饋到在地食材的行銷上，更

進一步促進鄉村當地經濟之發展。

### (三)說菜服務方面

#### 1.好食材大聲說—產、官、半官、學一致給予說菜服務肯定

簡總監認為：「說菜服務當然會給綠色友善餐廳加分，因為人在品嚐美食時，除了滿足味蕾，也是重視「感受」的。」

林總幹事指出：「說菜服務除了會讓消費者更了解他所吃下肚的菜餚，透過說菜人向消費者分析與分享的過程，也使消費者對於餐廳的專業認知有所加分：消費者會認為這家餐廳的專業度夠、服務水準好！因此會引起他再次消費的意念。」

劉副教授則表示：「我覺得綠色友善餐廳的經營是可以加入說菜服務的一內容當然要介紹產地、生產者等，因為我們最在意的，就是顧客能夠了解在地食材的生產價值為何？例如：很多企業成功的經營者，都是在講述他們的故事。」

由此可以得知，即使餐廳使用了在地食材；但仍無法確保消費者是否能夠真正意識與了解到自己所吃下肚的菜餚資訊與食材背後所呈現的深切情感。因此，說菜服務的加入，能使民眾更徹底的了解食材，促使綠色友善餐廳之推廣能夠向前邁進。且也增加民眾對於服務人員專業方面的肯定及對餐廳之信任，進而提高對餐廳的「忠誠度」。

#### 2.愛在心裡口難開—說菜服務提高餐廳成本

趙組長表示：「首先他們覺得說菜服務會造成出菜流程的不順。再者，說菜的服務需要業者花時間及金錢去做教育訓練。」

並說：「會導致經營者必須要用大量在地食材，否則說菜內容就會很空泛！以上二者皆造成餐廳經營成本的增加。」

簡總監則表示：「綠色友善餐廳的經營成本一定會比別人高！因此，這是取決於經營者的抉擇。」

總結以上，即使高雄市農業局有意利用說菜服務推廣在地食材；但餐廳仍可能因考量到人力成本的增加與服務流程上的影響而作罷。除此之外，如要進行說菜服務推廣在地食材，那餐廳就得相當高比例的使用在地食材。且須對員工進行說菜服務訓練，使其深入了解食材，避免說菜內容空洞—因此在食材成本與培訓成本上相對也會提高。而就服務員本身，若缺乏熱忱的心與熱愛在地食材的精神，也無法徹底實行說菜服務。

## 二、問卷分析

針對回收的問卷加以統計並分析，以了解其基本分布，作為後續分析的依據。問卷結果分析整理如下：

### (一)基本資料

如表 6 所示，基本資料內容包括性別、年齡、學歷、平均月收入及職業。「性別」以女性占 57%居多；「年齡」在 31~40 歲以下、41 歲以上分別占 32%居多，19~30 歲占 24%次之；「學歷」以大學/專科占 50%居多，高中(職)、碩士以上占 21%次之；「平均月收入」以 20000 元以下占 31%居多，30001~40000 元占 22%

次之；「職業」以其他行業占 30% 居多，學生占 20% 次之。

表 6、基本資料

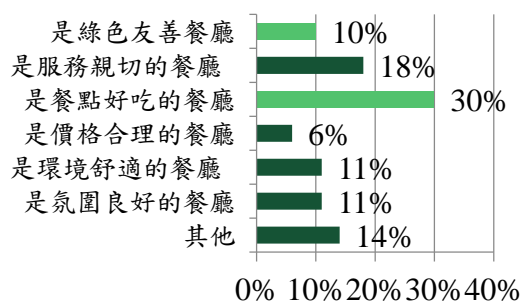
題項 名稱	組別	百分比 (%)	題項 名稱	組別	百分比 (%)
性 別	男	43	平 均 月 收 入	20000 元以下	31
	女	57		20001~30000 元	14
年 齡	18 歲以下	12		30001~40000 元	22
	19~30 歲	24		40001~50000 元	7
	31~40 歲	32		50001~60000 元	14
	41 歲以上	32		60000 元以上	15
學 歷	國中、國小	8	職 業	學生	20
	高中(職)	21		服務業	14
	大學/專科	50		商業	15
	碩士以上	21		自由業	12
				家管	9
				其他行業	30

(資料彙整:本組自行整理)

## (二)綠色友善餐廳及在地食材之認知程度

此部分問卷題項共計 6 題，針對綠色友善餐廳及在地食材之認知程度進行調查。結果分析整理如下：

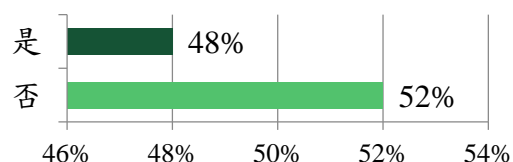
### 1.請問您到此餐廳用餐的主要原因？



分析:消費者至餐廳用餐的原因為餐點好吃 30% 占大宗;而因為是綠色友善餐廳占 10%。

圖 12、請問您到此餐廳用餐的主要原因

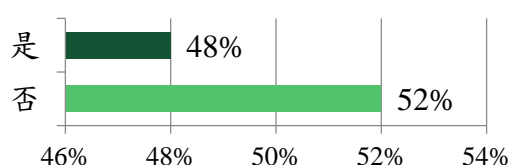
### 2.您是否曾經聽過綠色友善餐廳？



分析:曾經聽過綠色友善餐廳的消費者占 48%;未聽過的則占 52%。數據顯示出未聽過的消費者占較多數。

圖 13、您是否曾經聽過綠色友善餐廳

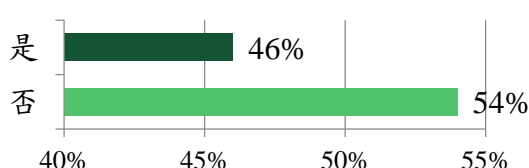
### 3. 您知道本餐廳是高雄市農業局所認證之綠色友善餐廳嗎?



分析:知道本餐廳是綠色友善餐廳的消費者占 19%;不知道的占 81%。數據顯示出大部份消費者不知道本餐廳為綠色友善餐。

圖 14、您知道本餐廳是高雄市農業局所認證之綠色友善餐廳嗎

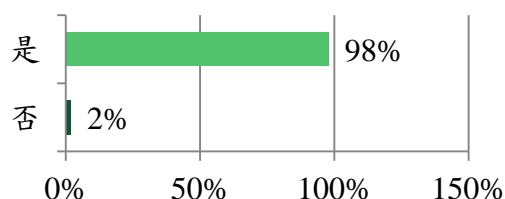
### 4. 您知道當前綠色友善餐廳推廣在地食材嗎?



分析:知道綠色友善餐廳推廣在地食材的消費者占 46%;不知道的消費者占 54%。數據顯示出不知道的消費者占較多數。

圖 15、您知道當前綠色友善餐廳推廣在地食材嗎

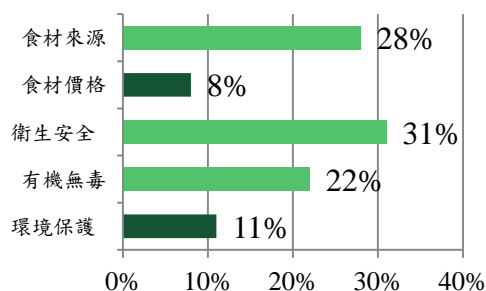
### 5. 比起進口食材，您會較願意選擇國內生產的嚴選食材嗎?



分析:會較願意選擇國內生產的嚴選食材的消費者占 98%;不會的占 2%。數據顯示出消費者大部份願意選用在地生產的食材。

圖 16、比起進口食材，您會較願意選擇國內生產的嚴選食材嗎

### 6. 對於食材的選擇，您較注重哪些要素?



分析:消費者選擇食材時所注重的要素，衛生安全占 31%;食材來源占 28%;有機無毒占 22%。數據顯示出衛生安全、食材來源及有機無毒為消費者關注的三大要素。

圖 17、對於食材的選擇，您較注重哪些要素

### (三) 說菜服務實施之看法

如表 7 所示，此部分問卷題項以文獻探討中所提及之說菜服務的六大價值為理論基礎，共計 10 題，對說菜服務實施之看法進行調查：非常同意—5 分、同意—4 分、普通—3 分、不同意—2 分、非常不同意—1 分。

根據統計的結果得知，消費者體驗說菜服務後給予的分數平均值介於 3.94~4.26(分)。在所屬於顧客的消費價值中，認為說菜服務使其於用餐時感到不自在之平均值為 1.96(分)，由此可見大部分的顧客在用餐的同時聆聽說菜服務並

不會認為受打擾或感到不自在。而在體驗說菜服務後，願意推薦親朋好友到綠色友善餐廳用餐之平均值為 4.26(分)，可見因說菜服務而留下滿意的經驗值，除了會再回店光顧外也會推薦親朋好友來店內用餐。

表 7、說菜服務實施之看法

題項		平均值 (分)	名次 (題項)	名次 (價值)
顧客 價值	說菜服務讓我有物超所值的消費體驗	3.94	9	3
	說菜服務提高我對於綠色友善餐廳的滿意度	4.02	7	
消費 價值	說菜服務會讓我在用餐時感到不自在	1.96	10	1
	體驗說菜服務後，有意願再到綠色友善餐廳用餐	4.20	4	
	體驗說菜服務後，願意推薦親朋好友到綠色友善餐廳用餐	4.26	1	
產品 價值	說菜服務增添我對土地與農業的在地情感	3.98	8	2
	我認為綠色友善餐廳的說菜服務是更高的服務層次	4.05	6	
	說菜服務能讓綠色友善餐廳有效推廣在地食材	4.09	5	
信任 價值	說菜服務使我對於餐點食材之來源與安全感到安心	4.22	3	1
	說菜服務讓我感受到綠色友善餐廳對消費者的用心	4.24	2	

### 三、產學合作心得—說菜人初體驗

本組透過與音樂盒法式鄉村餐廳進行產學合作，於餐廳內實施說菜服務，體驗說菜人這個角色，以下為本組經由產學合作過後之心得：

- A 組員：在本次產學合作當中，我們親自上陣成為說菜人，在這段期間常中，我看到潘老闆對於自己理念的堅持，成為我在說菜過程中效法的對象。將好食材的理念傳達給顧客，在剛開始時，是非常困難的；但經過一段時間後的熟悉與用心感受後，便能很自然地與顧客侃侃而談。即使產學合作的過程隨著專題的完成進入尾聲，但我相信在推廣在地食材的路上絕不能少了我和你。
- B 組員：我認為「分享」為此次說菜研究的核心價值之一，經過專業培訓之後，便開始學習廣泛分享餐點的食材資訊給顧客，傳遞的內容豐富且蘊涵極深遠的意義與價值。顧客提出資訊的相關疑問時，給予最即時、最正確的回應使其對於知識收穫感到滿意。從訓練到服務，我學習到如何產生「共享價值」，進而使體驗過後的顧客引發共鳴。
- C 組員：產學合作的過程不單操作了課本內的理論，也讓我有機機會當一回「說菜人」，而不只是為客人上菜的服務生。因為要說菜給客人聽，所以也充分了解各種的餐點及食材，以免客人詢問時，支支吾吾答不出來。因此我從客人及企業雙方學習到許多：從客人的口中聽到許多的建議；從業主那邊學到很多業界專業實務與知識。
- D 組員：藉由專題這門課程體驗了身為說菜人的角色，提升自我服務經驗與專業技巧。我們常常利用休息空檔彼此模擬服務員及客人的互動模式，藉以



訓練口條，也會利用下班時間，熟悉餐廳食材的故事與價值，把最完整、正確的食材訊息說給客人聽，而經過每次的說菜服務都能從不同的顧客上得知新的食材訊息與對說菜服務的看法，更可以更貼近顧客的想法。

## 伍、結論與建議

### 一、結論

經由以上研究結果與分析，本組提出以下結果與建議，說明如下：

#### (一)綠色友善餐廳使用在地食材的堅持—嚴選「高」品質，呼你呷「雄」青

高雄綠色友善餐廳不僅秉持幫助在地生產力較小農民的精神，不遺餘力地推廣在地食材，且使用在地食材減少碳足跡也為地球環保盡一份心力。更重要的是對於食材安全與環境衛生要求相當嚴格，為前來用餐顧客的健康作把關。該政策兼具安全、健康、環保與友善推動的精神，有益於綠色友善環境的營造的營造，並已成為台灣國內綠色友善餐廳的龍頭，帶領台灣綠色餐廳向前邁進。

況且高雄綠色友善餐廳所採用的在地食材標準，比起日本綠燈籠政策只需國產即可的要求多了更嚴格的安全限制：在地小農需用心栽種以通過認證(吉園圃、產銷履歷、有機認證等，伴隨著這一份源自土地的純樸情感，將這份「雄」青的食材供港都人享用，也在享用的同時對高雄這片土地產生認同感。此外，本組問卷結果分析顯示，大部份的消費者都願意選擇在地及國內生產的嚴選食材，且對於食材的衛生安全、來源、有機無毒等要素極度的重視及關注，再次驗證了綠色友善餐廳對食材把關的重要性。

#### (二)顧客肯定說菜服務的實施—用心說菜「趣」，讓你享好「味」

說菜服務應用於綠色友善餐廳，讓顧客在享用美味佳餚的同時也提升了顧客自身內在的價值，更成功地將理念、意涵與資訊成功地傳遞給顧客，且深層地提升顧客與說菜人雙方面的內涵，印象深刻的消費經驗也讓顧客對餐廳增添信任與喜愛，最終達到顧客、說菜人、餐廳三贏的局面：

##### 1.我說菜，你滿意—顧客價值

我們於顧客用餐時，向顧客提供為在地食材精心設計的說菜服務，每一句的內容都以最簡短的文字訴說著無限的內涵；既向顧客傳達了在地食材的訊息，也讓顧客享受到不同於以往的服務，有了物超所值的消費體驗，進而提升了顧客對於綠色友善餐廳的滿意度。

##### 2.說在地，吸引你—消費價值

除了本組的說菜服務之外，音樂盒法式鄉村餐廳的潘老闆，自身於烹調之餘，也會親自前來以寒暄問候、閒話家常的方式向顧客進行簡短的說菜，在產學合作期間，最常聽到他向顧客說的話便是：「好吃嗎？」，顧客們總是不忍停下咀嚼動作，而向他比個「讚」並露出滿意的笑容，潘老闆也因烹調技術與選用在地食材的堅持受到肯定，更加確信自己的信念。其中，有一個家庭也在這樣的交流下成

了老主顧，在產學合作短短半個月期間，就前來用餐3次，而這也印證問卷調查中，消費價值為理論的基礎的題項之平均值居於冠軍的結果。

### 3.在地情，不停息—產品價值

餐廳內的說菜服務就如同是旅遊中的導覽解說；而桌上的美味佳餚就如同是車窗外的風情萬種。用餐時，端詳著令人食指大動的菜餚伴隨著我們抑揚頓挫的語調及生動活潑的手勢，輕鬆自在聆聽在地食材的資訊，大口地品嚐後，顧客心中不由得對在地食材散發情感也肯定綠色友善餐廳認證的意義。

### 4.我說菜，你安心—信任價值

我們向顧客進行說菜服務，將食材的生產過程(如：自然豬)及料理的烹調手法(如：白酒清炒)皆清楚而透明化地呈現給顧客，如此一來，顧客不僅能放心地享用安全無毒的料理，還能因此感受到餐廳對於顧客健康上的用心，進而增加對於餐廳的信任程度；在問卷結果中，以信任價值為理論基礎的題項之平均值居於冠軍，可以看出說菜服務成功得為企業帶來非同凡響的口碑—信任價值。

### (三)產學合作—口說在地，心傳「農」意

經由專題製作這門課程，讓我們親身體驗當個小小說菜人，在這一段時間裡，我們獲得了許多經驗與收穫並寫下了心得，置於研究結果，經統整與分析後，結論如下：

#### 1.感受在地，你我學習—共享價值

於產學合作地期間，餐廳循序漸進地安排我們每日的訓練。從中，我們學習到「帶得走」的專業知識(如：美國牛肉商業部位)，穩扎穩打的建立起基礎。遇到疑問時，老闆總是不厭其煩的解惑，提升我們對於餐廳餐點與特色的了解程度。而在顧客部分，顧客在聽完說菜服務後，往往會依據說菜內容提出問題(如：彌陀生態養殖無毒蝦)，在一來一往的情況下，我們了解到顧客對該食材的看法與疑問，顧客也進而發現到在地食材的特色，雙方都在一頓在地食材饗宴中增添了不少趣味也上了寶貴的一課。

#### 2.追求精進，無人可比—自我價值

為了將說菜服務最專業的一面呈現給顧客，在餐廳營業前本組同伴們經常輪流扮演說菜人與客人，模擬真實用餐情境。經過彼此音量、儀態及說菜內容的調整，以減少實際說菜時失誤情況的發生；即使發生失誤，我們在事後也會立即檢討並改進。除此之外，也因曾服務外國人，我們深刻體悟到自己的英文口說能力須有更多地進步。因此隨著說菜次數經驗的增加，我們的表現一次也比一次更好，最後我們獲得了精益求精的自我要求與處事態度的進步，其價值是遠遠超越一切研究結果的。

## 二、建議

### (一)給予高雄市政府農業局之建議

#### 1.辦理說菜服務相關講座及成功落實說菜服務餐廳之參訪以供學習

在訪談結果中，本組發現部分綠色友善餐廳因成本考量，而不願對員工進行

額外的教育訓練。因此本組在此建議農業局可舉辦說菜名人經驗分享講座及模範綠色餐廳參訪，例：台中地坊餐廳，以供其他綠色友善餐廳員工效法學習。

## (二)給予綠色友善餐廳之建議

### 1.在地食材融入餐廳布置，使綠色友善餐廳意象更為鮮明

本組問卷結果分析顯示，多數消費者不知道綠色友善餐廳為推廣在地食材的媒介，因此錯失了解該店食材資訊的機會。為了讓顧客能夠全方位接收在地食材的相關訊息，建議餐廳針對店內所使用的台灣當地食材設計專屬自己的食材地圖，並且融入餐廳內部從壁報、餐墊、DM 等設施，藉此使民眾於無形中更加貼近土地情感。如圖 12 所示，本組將自行繪製之在地食材地圖融入餐墊。



圖 12、在地食材餐墊示意圖

### 2.提供智慧說菜解決尖峰時段人力不足問題

在訪談結果中本組發現，許多綠色友善餐廳因顧忌到人力成本問題而打消說菜服務的念頭，針對此問題本組在此建議：可將說菜內容錄製成影片存入平板當中，彌補當餐廳處於尖峰時刻說菜服務人力的不足。但說菜服務主要仍是藉由說菜人與顧客的互動傳遞在地食材的情感與意涵，所以，此法並不能全面代替說菜服務。



圖 13、智慧說菜示意圖

### 3.設計無國界創意料理克服在地食材風味差異

我們在訪談的結果當中得知在地食材與進口食材有外型、口感、風味的差異，因此本組建議可藉著近幾年來盛行「中菜西吃」或「西菜中吃」的風潮，設計無國界創意料理，替在地食材拓展出一條新的出路。

## (二)給予後續說菜服務實施者之建議



於問卷結果中，本組發現「說菜服務讓我有物超所值的消費體驗」該題之平均值為所有問題中最低，因此本組提出以下二點建議，藉此豐富說菜人的說菜內容以提升顧客對於說菜服務的驚豔感。

### 1.閱讀在地食材之資訊以豐富說菜內容

本組建議說菜人可於工作之餘，開闊自我視野，例：閱讀《型農本色》期刊，藉以增加在地食材相關資訊，豐富說菜內容，如此一來不僅能使顧客感受到物超所值，亦能獲得顧客更高層次的專業認同。

### 2.參加農業旅遊以增加對食材之了解

呈上個建議，本組認為經驗的層次高於資訊，因此有了基本資訊後，本組建議說菜人應親身走訪食材生產所在地，例：參加高雄市一日農夫體驗，於體驗中用心去感受在地食材的栽種過程，在日後的說菜服務中便能獨樹一幟的內容。

## 陸、參考資料及其他

### 一、書籍及期刊

- (一)楊奕琦(2013)。《能力雜誌》。財團法人中國生產力中心。
- (二)楊昭景(2014)。《綠色飲食概論與設計》。揚智文化。
- (三)胡夢蕾(2014)。《科學發展》。科學大觀園。
- (四)劉清華、劉碧雯(2014)。《餐旅概論》。宥辰文化。
- (五)梁銘憲(2015)。《型農本色》。南方農業論壇。
- (六)羅晉賢(2015)。《高雄田園饗宴—在地食材與廚師的季節對話》。高雄市政府農業局。

### 二、碩博士論文及相關論文

- (一)陳韋如(2011)。有愛，故有菜：說菜的專業服務與價值。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
- (二)蘇毓茗(2013)。以計畫行為理論探討消費者對高雄綠色友善餐廳行為意圖之研究。國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所碩士論文。

### 三、網路資料

- (一)高雄綠色友善餐廳串連  
(2015/11/15) <http://goo.gl/m9SSpc>
- (二)台灣新生報  
(2015/12/10) <https://goo.gl/Kcm0pL>
- (三)GREENPEACE 綠色和平  
(2015/12/28) <http://goo.gl/nSpXCP>
- (四)《天下雜誌》  
(2016/01/27) <http://goo.gl/YYDLnF>
- (五)《公民寫手》  
(2015/02/04) <https://goo.gl/fidPpR>