

統百食品股份有限公司

膨發米製品原料及在地素材黑木耳米食新品開發計畫



成立日期：1999年12月08日
負責人：何宗桔
資本額：18,000千元
員工人數：17人

計畫緣起

稻米是國內最大宗的農產品之一，由於國人飲食習慣變遷，加上近年來政府倡導米食的原因，米食加工產品已逐漸精緻化，稻米可以以當期收穫到下期稻米為上市前認定為新米，而以前收穫的稻米則可被視為舊米，其新鮮度隨著種植時期及貯存方式而有所不同，初步判定的方法，可以以肉眼觀察米樣的透明度為之，米粒的透明度隨著儲存時間增加而有降低之趨勢，即新米較舊米來得透明，惟此方法以儲存時期相差較大時較易於判別。(許及宋，1988)

膨發型穀物 (puffed cereals) 具有食品輕、咬脆感、口味香與方便攜帶等特點。100% 純米製成米餅身是本公司發展特點，惟因原料來源有新舊米之不同，使用新米為原料時，其膨發程度過大，導致包裝不易，另其組織較為蓬鬆且黏牙，影響產品口感，且產品表面顆粒感分布不均，影響產品外觀，因此，原料規格化為首要解決的問題。食品功能可以分為三種層次，第一級是滿足人體營養需求，提供人體產生能量的基本功能；第二層級是滿足消費者的嗜好性功能，為滿足此項功能，各式各樣的食品也因此發展，例如膨發食品；第三層級的功能是提供消費者生理活性的機能性食品，例如機能性食品、健康食品等。因此，本公司研發符合消費市場之保健趨勢，將在地產業素材 - 黑木耳導入膨發米製品，賦予產品新的面貌，並藉由黑木耳的機能訴求提升商品價值，除

經營理念

1. 取用生機無毒台灣米加值化開發保健養生產品，跨足幼子銀髮族市場。
2. 迎合營養養生需求，以台灣有機純米製作研發易咀嚼消化吸收之產品。
3. 研發行銷保健養生高價值之活力米香捲，提升經濟效益與增加營業績效。
4. 製造 100% 純台灣米精製餅身之米菓，支持台灣農友，守護健康也守護大地。
5. 100% 純台灣米精製餅身之米菓，非油炸品，素食可食，並擁有多項專利。

本案合作之技轉單位

財團法人食品工業發展研究所

此之外，並利用規格外之米捲磨粉，結合營養密度設計概念，研發專為銀髮族設計之高營養密度有機沖泡飲品。

新產品簡介

(一) 原味米捲與黑木耳米香捲

新產品 - 黑木耳米香捲：

本產品含有天然穀物及黑木耳調配而成的內餡，設計每 100g 產品含有 3g 的膳食纖維，無添加糊精，其機能訴求皆來自食材本身，屬天然、健康的休閒食品。

(二) 高營養密度沖泡飲品 - 纖蔬穀粉沖泡飲

本產品設計理念是健康加值的米粉，以規格外的米粉為基底 (50%)，添加碗豆仁、胡蘿蔔、青花菜與花椰菜等高營養密度的素材，再輔以芝麻、黑麥及青仁黑豆等穀物調整產品風味，每 100g 產品含有 6g 的膳食纖維，無添加糊精，機能訴求皆來自食材本身之天然、健康的沖泡飲品。



圖 1. 原味米捲與黑木耳米香捲



圖 2. 高營養密度沖泡飲品 - 纖蔬穀粉沖泡飲

計畫創新重點

- (一) 本產品是以 100% 米製成，目前市場上鮮少有純米製成的米類膨發休閒點心，可為食品產業注入新生命。
- (二) 目前膨發休閒點心具有健康訴求極少，較為口味上的選擇，例如海苔、南瓜、蛋黃或牛奶等，本計畫導入在地產業黑木耳的健康素材，設計每 100g 的黑木耳米香捲含 3g 膳食纖維，且皆來自食材本身，創造不同健康訴求的膨發休閒點心。
- (三) 以規格外的膨發米捲為原料延伸應用，製作高營養密度的沖泡飲品，與市售沖泡式飲品多為穀粉、奶粉、麥芽糊精等原材料有所不同，並可將原料產品有效運用，設計每 100g 的產品含有 6g 膳食纖維之健康訴求，提升商品價值。

研發成果及衍生效益

- (一) 由本計畫了解公司使用米的基本性質，如米粒性狀可能影響膨發產品品質，因此爾後原料入庫時增加米粒鑑定，如大小量測、熱損害粒、被害米粒含量等，確保原料米的品質，維持產品一致性，原料管理數據化。
- (二) 藉由本計畫所產生的含纖的黑木耳米香捲與高纖的纖蔬穀粉沖泡飲，於 32 位人員進行產品消費者品評試驗，以 7 分評分法喜好度皆達 5 分以上，預期新產品之產出除實際增加公司新產品品項外，可提高公司收益，第一年度預估增加公司產值約 2,500 千元。
- (三) 於計畫執行前並未建立原料之規格，因此膨發後之產品不符規格的比例較高，計畫執行後，於原料收料時增加米粒鑑定等，作為原料控管第一線，降低不符合規格之比例，減少原料之浪費，推估降低生產成本約 500 千元。

專案執行重要心得

透過計畫之執行，讓公司原料管理與產品生產過程管控更為科學化，例如黏度計的使用，幫助公司在生產過程中餡料之調配更為準確，改善以往靠個人經驗可能出現的主觀誤差。

配方調整：公司產品以天然、健康為訴求，皆以口味為優先考量，藉由本計畫透過政府現有台灣地區食品營養成分資料庫資訊，粗估推算如膳食纖維等營養素含量，作為配方調整時之參考，可為新產品研發模式之優化。

本公司產品原品評模式皆是針對內部員工，透過本計畫知悉財團法人食品工業發展研究所亦可進行消費者型的感官品評，若日後公司欲上市之新產品可與其合作，初步了解消費者之接受度，預測市場水溫。