

投稿類別：商業類

篇名：

以社區美食發展觀光—製作雲林土庫美食導覽地圖為例

作者：

歐于瑄。永年高中。高三義班

佘婷華。永年高中。高三和班

吳姿函。永年高中。高三和班

指導老師：

陳羿彰老師

壹●前言

一、研究動機

台灣是個小而美的島國，擁有豐富的旅遊資料，也以多元的美食文化聞名，許多國外來的友人，對於台灣的印象多半是形形色色的美食，從正統的中華料理至多元匯聚的異國美食以及具地方特色的傳統小吃，無不令人垂涎。近年來觀光產業發展帶動了許多傳統產業的發展，當地地區成為著名的觀光景點，美食愛好者也能前來朝聖，使沒落傳統產業再次崛起，加上政府大力的政策引導之下，許多的社區營造活動因應而起，例如嘉義板陶村等。而我們希望藉由訪問土庫當地的居民及美食業者，針對居民在社區的生長歷程、發展背景、傳統特色與社區特色美食及對未來社區發展走向的看法等問題，進行資料蒐集，最後製作成美食地圖，用「吃」來帶動當地社區的經濟發展。同時專題當中也對消費者進行土庫美食的問卷調查，以完成此次的專題與製作。

二、研究目的

- (一)瞭解土庫鎮的發展背景、社區傳統與信仰及特色美食
- (二)實際訪談土庫鎮的美食業者
- (三)繪製土庫鎮美食地圖
- (四)探討消費者對土庫美食的消費意向

三、研究方法

本研究首先採用訪談方式，訪談土庫當地的居民及美食業者。後續設計問卷，採便利抽樣對消費者進行施測，探討土庫的特色美食及消費者對土庫美食的購買行為，共發出 150 份問卷，回收 150 份，回收率 100%。

四、研究流程

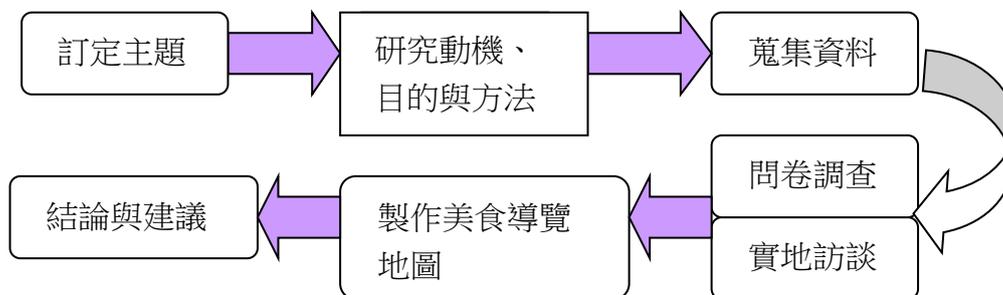


圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、土庫鎮的介紹

土庫鎮位於虎尾鎮之西，農產豐富、古釀麻油醬油盛名遠、交通便利、教育普及，早期的『塗褲』地名，頗受土庫人有一個令人印象深刻的地名。當時土庫的油業醬油的商業貿易、農業市集、販賣小豬或小牛等，非常興盛發達，人口日益增多，於民國三十一年將土庫升為土庫街；至民國三十四年十月二十五日台灣光復改為台南縣虎尾區土庫鎮(註 1)，因地理位置、氣候、農作物盛產，早期主要以花生、甘蔗及稻米為大宗，現在是全台花生重要產地，在清朝、日治時式山產、海產及農產的集中地。現今種植的農產有稻米、紅甘蔗、牛蒡草、薏仁粉、芭樂、柳橙、蔬菜等，目前朝精緻農業、高經濟作物栽培方面規劃。亦經營畜牧為副業走上專業性企業化經營，是土庫重要的經濟產業之一，目前飼豬數量更是雲林三大鄉鎮之一。

鎮內人口宗教仍多以信奉臺灣傳統之佛、道教為主，亦有天主教、基督教等。以台灣媽祖信仰為主，土庫順天宮、鳳山寺和馬光順安宮為主要中心(註 2)，另外尚有巡迴於土庫、虎尾、斗南、大埤、斗六一帶村莊，著名的「六房天上聖母」紅壇。土庫老街上每家經營超過數十年的老字號美味小吃與商店，都有讓人垂涎不已的古早風味，值得細細品味。還有滴滴香醇的花生好油、鱈魚麵、鴨肉麵線、雙糕潤、燒麻糬、香草甘醋的蜂蜜，以及化不開的人情味，在這的小吃，用的絕對是當令時節的鮮味食材，新鮮美味不在話下，雖然這裡的人總熱情地說「這粗茶淡飯加減吃」，但送到嘴裡的每一口米、咀嚼著的每一口佳餚，無不訴說著身在產地的幸福，全在土庫等您大駕光臨。

有關土庫鎮知名的美食敘述如下：

(一)阿海師鴨肉麵線

當時因為八七水災，大水沖走嘉南平原上的農作與養殖的雞鴨豬隻，隨著洪水漂流的菜鴨成了人們災後的救命糧食，阿海師與父親魏德興也是在大水中撿鴨子的一員，他們用撿來的鴨子做出香濃撲鼻、肉多、麵線 Q 的當歸鴨麵線，隨著生意日漸興隆也從原本的路邊攤變成一家店面。全靠魏德興先生料理鴨子功夫的講究與堅持，子承父業的阿海師(魏聰海)經過不斷的嘗試，最後選用口感最佳的九十天土鴨，鴨肉只能煮四十分鐘，肉質才會鮮嫩多汁又彈牙，湯頭使用煮鴨的湯汁加上鴨頭與大量鴨骨架，摻雜父親多年研究的獨家中藥包，含有當歸、黃耆、川、肉桂等十餘種中藥材和香料，細火約六七小時熬出。麵線是純手工製成，從白麵到紅麵經過七小時蒸製成，鴨血糕是用洗過生米的水加油蔥及香料直接拌上鴨血蒸製成。還有各式鴨下水，如鴨脆腸、鴨肝、鴨胗、鴨心……都是精選上等材料。



圖 2 鴨肉麵線



圖 3 鴨肉



圖 4 小菜

(二)怪人花枝鱔魚麵

土庫鎮中正路順天宮媽祖廟右側斜對面的怪人花枝鱔魚麵，已有四十年的歷史，配料獨特，吃過的人均稱讚不已，遠近馳名。第二代老闆說因父親曾遭受火吻，導致左手變型，街坊多稱之為怪人，久而久之就變成店名了。」(註 3)

張極力先生(外號：怪人)，生於民國二十二年，早期做辦桌生意，民國五十年創業鱔魚羹、花枝羹，獨特的風味，使生意漸入佳境。老闆極力講究美味及真材實料，特別著重火候，他炒出的鱔魚既脆又入味，鮮香可口，便宜又大碗。遠居國外的和外地人經常專程開車至此地的老店品嚐，吃完又會包回數碗花枝羹麵、鱔魚羹麵。花枝羹麵內有花枝、大白菜、蒜頭、辣椒、蔥、調味品；鱔魚羹麵內有鱔魚、大白菜、蒜頭、辣椒、洋蔥、調味品。



圖 5 怪人店面



圖 6 鱔魚麵



圖 7 花枝麵

(三) 雙糕潤

這是一種用糯米做的小點心，中間夾著黑糖，吃起來很綿密、黏嘴，咬著咬著嘴巴都有被黏住的感覺，它像是濕軟的麻糬，有濃濃的黑糖香味，不會太甜，外面的葉子是「月桃葉」



圖 8 雙糕潤招牌



圖 9 雙糕潤

(四) 黑金燒麻糬

麻糬、湯圓是用糯米以手工方式製造，而甜湯是老闆自己熬煮的，一份三個

35 元，其餡料也是手工製作出來的完全無加任何化學物質，所以外皮比一般的麻糬 Q~內餡甜而不膩，老闆也配合季節，冬天賣熱食夏天賣冰品其中鳳梨餡也是祖傳一代接著一代所製作出來的。



圖 10 黑金麻糬



圖 11 麻糬

(五) 80 年紅龜粿

許慶龍先生是福祿壽喜紅龜粿三代相傳的傳人，店面在土庫中正 路怪人花枝鱈魚麵的對面。三代祖傳 80 年的傳統產業紅龜粿，祖父劉源順是大埤鄉柳樹下的人，早期扛出庄內、庄外四處販賣，現今在現址的店面營業，第三代由許慶龍繼承。紅龜粿內有包土豆、紅豆兩粿，草仔粿。紅豆可補氣、明目，草仔粿可退火、避免結石都是有益健康的食品。一籠 24 粒。草仔粿內容有鹹菜、菜脯、花生粉製成，親手製作，具有獨特甜鹹口味。古人云：喜則金包銀，忌銀包銀，則紅龜粿是金包銀，指外紅，內白之意思風雨無阻，天天營業，出外人吃老牌，喜好古早味佳餚，南北路過客人都會下車購買，已成為地方上一項特產。每日早上在現場手工製作，販賣時間由上午 6：30 到中午 12：30。平時也有慕名而來購買的外地顧客，還有移民至國外的老顧客，都會託人購買，冷凍後寄到國外。紅龜粿，『紅』取意吉祥，『龜』取意鶴齡龜壽，吃至福壽，讓三代祖傳的紅龜粿傳統文化更傳承綿延，發揚光大，成為土庫鎮鄉土特色之一。(註 4)



圖 12 紅龜糕(紅)與草仔粿(綠)

(六) 源順觀光工廠(芝麻糖、芝麻冰、油品)

吳氏祖先在創業時就已經用「源順」為店名，在此經營米店及麵粉、製麵線、榨油等業務，也是當時製油車之一，現今發展為觀光工廠，並以油品與芝麻聞名。「堅守品質，用心製造」是源順一路走來的堅持，在食用油偷工減料、低價競爭的大戰中，反而更加強調原物料及製造過程的重要性，在 1990 年與新竹食品工業研究所技術合作，進行原油、原料的酸鹼檢驗，並引進採用電腦化自動製油的設備。在觀光工廠中有現場導覽解說服務、油品知識介紹(了解油的製造)、

品牌故事呈現、芝麻文化介紹、DIY 體驗(芝麻粉磨製、甜味芝麻醬油品包裝、芝麻花仙子化等)、趣味互動裝置(健康食譜、用好油好健康)、每月均安排生機飲食研習班、生機諮詢課程供民眾參加須預約、也設有門市能購買相關油品級芝麻等相關食品。



圖 13 源順與油品

(七) 老方米糕

老方米糕據說創立於 1940 年，算一算是正港老店但是到了第二代才有招牌，稱為"老方米糕"土庫在地人都知道這家，營業時間從早上到中午而已下午沒有賣，其最具特色的美食是他們的米糕，口感 Q 彈的糯米再加上香氣十足的肉，搭配在一起讓人一再回味留連。



圖 14 老方米糕

(八) 川龍食堂

楊川龍先生 16 歲時，在市場內工作，店名是 25 番，頭家顏東榮三兄弟合股經營，生意興隆，當時最流行的有紅燒鴨、台菜、火鍋、三絲捲、紅燒魚翅、扁魚白菜、紅燒水蛙等，讓大家都讚不絕口。民國四十二年市場火災，重建後，正值二十歲楊川龍與顏東榮合夥共 11 年之久，店名為東榮食堂，合夥人退出後，自己繼續營業，並把店名改為『川龍 食堂』，店裡的名菜有扁魚白菜火鍋、紅燒魚翅、紅燒水蛙、五兩枝、封肉、紅糟肉、錦魯麵、切仔麵、米粉口味獨樹一格，為老饕的最愛佳餚。其中紅糟肉含有豐富磷質、鐵質、維生素 B，能補血、養血，改善營養不良、腳氣病、腫脹等疾病。楊川龍身懷絕技，做出不少土庫鄉土口味的佳餚菜，價錢便宜公道，風評極佳。假日，人人都必至川龍食堂，再次懷念鄉土口味的道地菜、人情味和風土味。(註 5)



圖 15 川龍食堂

二、社區美食與社區經濟發展

由於文化意識的抬頭，台灣各地推動社區總體營造以來，各鄉鎮紛紛發展出具有地區本土性的特色產業，進而帶動地區觀光產業。像雲林鄰近的嘉義板陶村便是一個成功的案例。

民以食為天，中國人一直強調「吃」這件事情的重要性，所以也有「吃飯黃帝大」這種俗語。吃是非常重要的事，所以有社區以吃發展當地經濟的案例。花蓮市主權社區就在社區發展協會及里民的同心協力之下，引領社區居民一起關心、認同及改造社區，並且還完成社區了美食地圖，讓遊客品嚐在地美食，帶動社區經濟發展。這份地圖和其他旅遊導覽手冊的差別是列出許多「巷仔內的隱藏版」社區美食，每一種滋味都是在地區民最鍾愛的家鄉味(註 6)。

古早的傳統社區飲食，在現在可以成為文化觀光的行程之一(註 7)。隨時隨地可以自在享用的大眾飲食，更可以成為知名的排隊美食。但是要如何讓觀光客願意來到老舊的部落城鄉並且要流連忘懷，願意一次又一次的光臨。或者願意將在社區中所見所聞所食推薦給親朋好友來訪，除了營造一個有特色的社區環境外，在每一個老舊社區裡都有著流傳的巷內傳統美食，若能再將社區裡原有傳統的美食文化發揚光大，則將更具有觀光的吸引力，也可以帶動社區的觀光產業，促進社區的經濟成長。

三、訪談社區美食業者

本小組實際拜訪阿海師、黑金燒麻糬及源順觀光工廠的經營者，並彙整成以下的訪談記錄表。

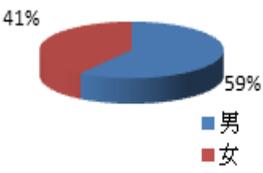
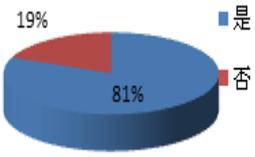
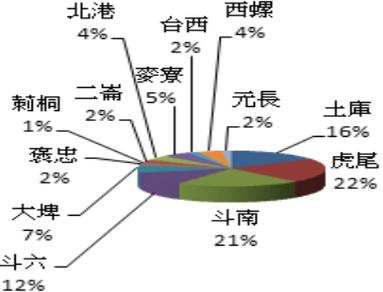
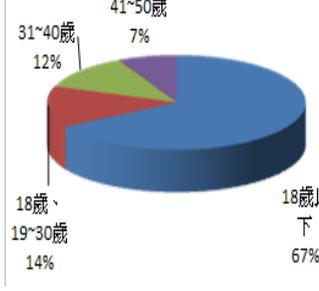
表一 訪談彙整表

問題	阿海師鴨肉麵線老闆	黑金燒麻糬老闆	源順觀光工廠
怎麼開始從事這行的	當時日據時代沒什麼東西可以吃，所以就做吃的了	繼承家業	祖先傳承下來
為什麼想做這樣小吃	為了填飽肚子	繼承家業	油，特色是原料嚴格的檢選，120~1650
從事多久了	80年	70年	
主要賣什麼東西？餐點有哪些特色？價位大改多少？	當歸鴨麵線、冬粉 50 特色麵線是完全純手工、水是POT 過濾湯用鴨骨熬成的，米血也是自己做	冬天賣湯圓用糯米做的夏天賣主要是賣麻糬，3個 35元	沒影響，來客數增加因為注重油品把關都是自己製造生產的

以社區美食發展觀光—製作雲林土庫美食導覽地圖為例

這次食品危機對您有哪些影響	沒影響，由是用鴨油	沒影響，因為是做甜食不會用到油	土庫是個很有人情味的地方可利用人情味發展
用一段話來形容土庫這個地方?	塗塗塗(台語)、沒發展、沒特色	掉漆、人口外流嚴重	是個樸實的地方
未來展望?	沒有	照舊不會改變	把品質顧好就好

四、消費者問卷調查分析

<p>1.受訪者性別比例</p>  <p>圖 16 受訪者性別比例</p> <p>根據圖 16 顯示，男性受訪者性別比例率較大，其中男性受訪者 89 位，占 59%。女性受訪者 61 位，占 41%。</p>	<p>2.受訪者是否居住雲林比例</p>  <p>圖 17 受訪者是否居住雲林比例</p> <p>根據圖 17 顯示，受訪者居住地區，大多是居住在雲林 81%，122 人。外縣市 19%，28 人。</p>
<p>3.受訪者居住鄉鎮比例</p>  <p>圖 18 受訪者居住鄉鎮比例</p> <p>根據圖 18 顯示，受訪者居住鄉鎮分佈，土庫 19 人、虎尾 26 人、斗南 25 人、斗六 14 人、大埤 8 人、北港 5 人、藺忠 2 人、刺桐 1 人、二崙 3 人、麥寮 6 人、台西 2 人、西螺 5 人、元長 2 人。</p>	<p>4.受訪者年齡比例</p>  <p>圖 19 受訪者年齡比例</p> <p>根據圖 19 顯示，受訪者年齡層以 18(不含)歲以下居多占 67%，99 位，18、19~30 歲居次占 14%，21 位，31~40 歲 12%，18 位，41~50 歲 7%，11 位。</p>

5.消費者能接受的傳統美食價格

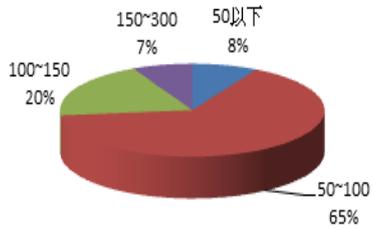


圖 20 消費者能接受的傳統美食價格

根據圖 20 顯示，消費者能接受的價格以 50~100 元最多 66%，97 人，其次為 100~150 元 19%，29 人，50 元已下 8% 12 人 150~300 元 7%，11 人。

6.受訪者吃過美食或購買過食品

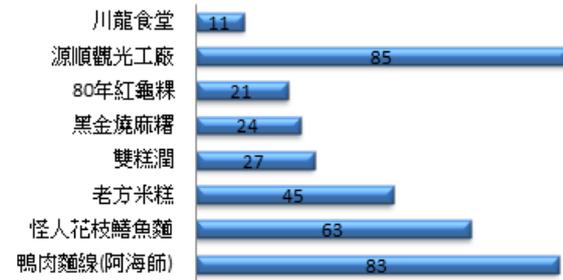


圖 21 受訪者吃過美食或購買過食品

根據圖 21 顯示，受訪者購買或吃過美食前三名分別為：源順 23%，85 人；阿海師 22%，83 人、怪人 18%，63 人。

7.受訪者光顧次數

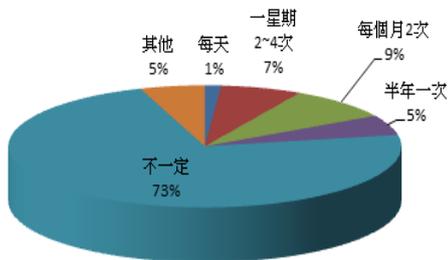


圖 22 受訪者光顧次數

根據圖 22 顯示，受訪者多久到此地用餐，時間以不一定為最多 73%，109 人、其次是每個月 2 次 9%，13 人、每天 1%，2 人、一星期 2~4 次 7%，10 人、半年一次 5%，8 人、其他 5%，8 人，可知大部份受訪者沒有固定時間來到此地用餐。

8.受訪者喜歡土庫傳統美食

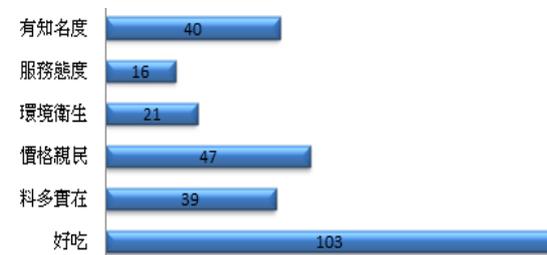


圖 23 受訪者喜歡土庫傳統美食

根據圖 23 顯示，受訪者喜歡土庫美食的原因，好吃 46%，103 人、料多實在 17%，39 人、價格親民 21%，47 人，環境衛生 9%，21 人、服務態度 7%，16 人、有知名度 15%，40 人，可知大部份受訪者大多因好吃而喜歡。

9.受訪者如何得知

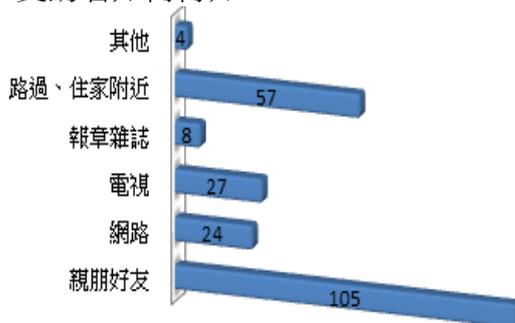


圖 24 受訪者如何得知

10.受訪者會推薦親朋好友

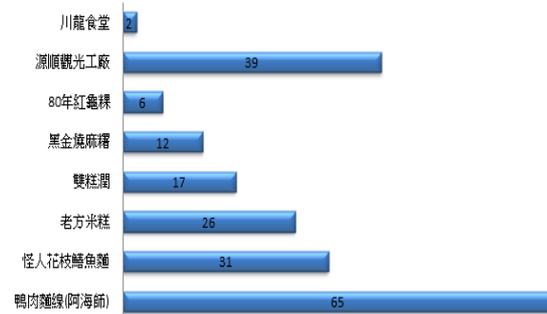


圖 25 受訪者會推薦親朋好友的美食

根據圖 24 顯示，受訪者如何得知，親朋好友 47%，105 人、網路 11%，24 人、電視 12%，27 人、報章雜誌 4%，8 人、路過和住家附近 26%，57 人、其他 2%，4 人，可之受訪者都經過親朋好友口耳相傳而得知。

根據圖 25 顯示，受訪者會推薦給他人去品嚐的比例，阿海師 32%，65 人、怪人 16%，31 人、老方 13%，26 人、雙糕潤 9%，17 人、黑金 6%，12 人、紅龜粿 3%，6 人、源順 20%，39 人、川龍 1%，2 人，可知川龍較少人會推薦，阿海師鴨肉麵線較多人會推薦，其次是源順觀光工廠。

四、繪製土庫美食導覽地圖

每組成員依上述的資料，親自繪製以下的美食導覽地圖，提供消費者尋找美食的參考依據。



圖 26 土庫美食導覽圖(本論文自繪)

參●結論

近年來觀光已成為現今各國最社會經濟指標的產業，致使住眾文化意識，在政府頒訂「社區發展工作綱要」下，許多鄉、鎮、市紛紛發展出具有地區本土性的特色產業，透過了解土庫的發展、傳統美食、未來趨勢及問卷分析的結果，本小組統整出以下結論。

經過一連串的蒐集資料，和實地訪談讓我們更瞭解社區美食的由來，瞭解他們的一道道菜色與小吃是如何形成是從哪個地方過來的，從一開始的日據時代因生活困苦，接著有想要賣吃的想法，每個老闆力盡艱辛的路程才有現在的小吃店，也因地方的日漸興盛，外來商人從事各種商品的買賣，所以更帶動了土庫地區當地的繁榮，使之外來的小吃日漸崛起也進駐在土庫並落地生根，之後就形成了現在的土庫的社區美食。在瞭解土庫當地的起源與發展方面，得知土庫地名的由來，土庫擁有特殊的地理位置，從清朝、日治時期就己成為雲林的經濟貿易重鎮，是農產畜牧的集中地，在這

也擁有許多傳統的美食都是流傳已久的，也有各種不同的信仰，土庫以傳統美食帶起他的經濟成長許多外地人透過各種媒體途進得知前來品嚐。

近年來觀光已成為現今各國最社會經濟指標的產業，致使注重文化意識，在政府頒訂「社區發展工作綱要」下，許多鄉、鎮、市紛紛發展出具有地區本土性的特色產業，經由訪談得知大部分店家對土庫的形容都是沒什麼特色，也沒什麼發展，人口外流嚴重，對未來沒什麼展望，還是照舊如此經營，本小組認為土庫可利用在地的人情味成為當地的特色結合傳統美食、進行社區營造與多舉辦各項美食活動，進而使經濟成長。



圖 27 源順觀光工廠



圖 28 與黑金麻糬老闆合影

肆●引註資料

[註 1] 雲林縣社區營造 e 即通。擷取日期 2014 年 10 月 28 日，取自網址：<http://yc.yunlin.gov.tw/comm/Town.aspx?Parser=99,5,328,,,,,,,,,,,,,633>()

[註 2] 維基百科。擷取日期 2014 年 10 月 28 日，取自網址：<http://zh.wikipedia.org/zh-hant/%E5%9C%9F%E5%BA%AB%E9%8E%AE#.E7.A4.BE.E5.8D.80.E7.89.B9.E8.89.B2>()

[註 3] 雲林縣文化旅遊網。擷取日期 2014 年 10 月 28 日，取自網址：
<http://tour.yunlin.gov.tw/food/index-1.asp?id=222&m=99&m1=6&m2=28>()

[註 4] 雲林縣土庫鎮公所文化風采。擷取日期 2014 年 11 月 15 日，取自網址：
http://www.tuku.gov.tw/Static/show.php?F_ID=32&SID=21

[附 5] 雲林縣土庫鎮公所官網。擷取日期 2014 年 11 月 15 日，取自網址：http://www.tuku.gov.tw/Static/show.php?F_ID=32&SID=21
http://www.tuku.gov.tw/Static/show.php?F_ID=32&SID=21

[註 6] 主權社區動起來 美食地圖推展社區經濟。擷取日期 2015 年 01 月 28 日，取自網址：
<http://www.hualien.gov.tw/info.aspx?pid=D3C5BBCF8E60CF3D&cid=63377200539E3F94&tid=D03AA5FC0896D667>

[註 7] 周秀玲(2013)。以社區美食發展社區觀光之探討-以臺南市北區三德社區為例(碩士論文)。台南市：康寧大學。