

品嚐幸福的滋味——



### 細說從頭，Yoku Moku

在遙遠的北歐國度，瑞典的北部有個由湖泊與森林環繞的小鎮「Jokkmokk」，冰天雪地的嚴峻氣候裡，一棟棟小屋內溫暖動人的家庭氣息，伴隨著餐桌上的手工自製甜點，強烈對比下的動人氛圍，帶來幸福感的甜點魅力，後來成為了日本知名甜點品牌「Yoku Moku」的命名來由。

Yoku Moku 的創辦人是藤繩則一先生，目前已經傳承到他的第三代。距今八十年前，藤繩先生首先是在一家商店裡學習做餅乾，大約做了三、四十年後，於 1969 年創立了 Yoku Moku，並發明了最早的雪茄（Cigare）蛋捲。藤繩先生對於甜點的理念是，「這不是一種『製作』的過程，而是『創作』。」1960 年代正好是日本走過二次戰後的困頓重建、經濟逐漸復甦的時期，藤繩先生思索的就是如何將甜點的幸福滋味傳達給所有的日本人。他要挑戰的就是「奶油」，嘗試利用大量奶油作為餅乾成分的主體，這樣就一定會有足夠的香氣。在那個年代，多數甜點店製作餅乾時所使用的是人造奶油或酥油，因為價格比較便宜。但是藤繩先生卻秉持信念，堅持要使用北海道產的天然奶油。因此，在雪茄蛋捲裡頭成份高達三分之一是天然奶油，再來才是蛋跟糖，麵粉只佔了一點點的份量。當然，使用高比例奶油的結果是讓蛋捲皮很難順利捲起，為了能達成目的，藤繩先生花了很多心力不斷測試後才找到成功的辦法。



至於為何選擇以雪茄作為招牌蛋捲的外型呢？有次藤繩先生去法國，見了一幅名畫，裡頭盛放了法國 16、17 世紀的宮廷甜點捲心酥。他想著如果蛋捲能做成這樣，應該會很美味。他嘗試了很多次，又因為堅持口感的扎實所以最後將蛋捲捲成了將近三層的厚度。從 1969 年雪茄蛋捲問世以來，造型、口味完全沒有變過，而這也是藤繩先生的理念，他希望這項甜點不只是在當時獲得眾人喜愛，還能夠繼續流傳下去，讓後代人仍能品嚐到這樣傳統的美味。此外，藤繩先生認為身處於戰後的日本，人們需要一種扎實的幸福感，而如何帶來這種幸福感，就成為藤繩先生創造雪茄蛋捲的重要初衷。

## 從日本到台灣

2011 年 6 月 28 日，Yoku Moku 正式登陸台北，是繼美國、泰國、南韓後，Yoku Moku 第四個進駐的海外據點。合作引進 Yoku Moku 的台灣總代理富好公司本業從事汽車不鏽鋼管製造，因為老闆夫婦很喜歡 Yoku Moku 的餅乾，所以跟日本 Yoku Moku 總公司洽談多年，希望能將這個日本重要甜點品牌引入台灣。在十幾年前，Yoku Moku 曾經短暫來過台灣，當時是透過另一家代理商於百貨公司地下街設專櫃。但可能因為彼時台灣的日式甜點市場尚未成熟，不久後即結束營業。現在 Yoku Moku 二度進來台灣，想要順利在此扎根，如何把產品、服務、品牌精神，三者完整地呈現給消費者，就會是個重要課題。考量了先前的經驗，Yoku Moku 選擇在台北天母成立形象店，正式跨出重要的一步。



至於為什麼是選在天母，而非一般人會聯想到的台北東區信義商圈？富好公司的陳總經理表示，因為最初提出的企劃是選擇開一家形象店，而不是在百貨公司裡設櫃，為了考察合適地點，先前走訪日本 Yoku Moku 的青山總店很多次，希望也能讓台灣的形象店呈現青山總店的相似氛圍。青山是在東京靠近表參道這頭，並不那麼商業化，有很多綠樹，氛圍是比較悠閒的，而天母忠誠路一帶就類似那樣的感覺。另外，也因為鄰近日僑學校的緣故，天母有不少日本人在此生活，考量到一開始的客群，這裡就是很好的選擇。

從正式簽下合作約後，天母 Yoku Moku 店面的一切裝潢與設計，都要跟日本總公司那邊密切溝通，除了派遣台灣員工到日本去見習，總公司也派人來了兩次：一次是在 6 月 11 日試賣前，由總公司負責陳列、設計的商品部長，以及負責服儀、包裝的顧問，來台北為員工做職前訓練；第二次則是在 6 月 28 日正式開幕前，也是大批陣仗地來台做最後確認。這一切的嚴謹與努力，就是希望能夠藉由台北形象店的起點，讓 Yoku Moku 的品牌形象與服務精神，完整地傳達給台灣的消費者。



當然，對於 Yoku Moku 進入台灣，消費者除了興奮與期待，另一個關注重點仍然是產品售價，而這也是近期所有引進台灣的日本品牌必定會面臨的質疑，對此陳總經理表示：「我們當初在定價時，主要考量的是成本、關稅、以及空運。之所以選擇空運，一來考慮的是保存問題，希望交到客人手上的商品，盡量都是新鮮的；二來餅乾是易碎物，若運送時間拖長、破碎的風險也會隨之提高。當初在洽談時，原為節省成本，想找我們熟識的空運商來合作，但是日本方為了確保運送時的品質，堅持要用他們長期配合的日本空運商，雖然會提高成本，但對於品質的控管確實大有助益。」

「其實我們在定價時非常掙扎，若與亞洲其他兩個城市相較，台灣是最便宜的。首爾是設櫃於新世紀百貨公司，曼谷則設櫃於伊勢丹百貨公司。這兩地的價錢大約是日本當地零售價的 2.5 倍（含稅），台灣則是 1.8 倍，我們是希望不要超過兩倍。台灣引進很多日本品牌商品是直接將日幣當台幣賣，但我們這邊，日圓 2100 賣台幣 1350，相對來說還是比較合理。另外，在折扣的部份，因為日方政策是不打折，希望我們也能配合。因此我們寧可先定一個適當的價格，而不是先提高定價再打折。當然這樣的做法不是台灣人所習慣的『買越多越便宜』，因此我們還在思考該怎麼做會比較好。」

#### 新的土地，新的方向

環顧形象店內的寬敞空間，除了商品展示區外，還有蠻大一塊的休憩空間，對此陳總經理表示，等到下一階段於百貨公司內的 Yoku Moku 專櫃開放了，形象店這邊可能就會推出每日限定時段的下午茶，並將店內適當的空間規劃為現場用餐區，但目前仍會維持現狀，專注於蛋捲禮盒的販售。事實上，對於 Yoku Moku 一定認識的讀者們必定知道，日本 Yoku

Moku 販售的產品相當多樣化，絕對不僅止於蛋捲，但是目前台灣形象店所能販售的品項有限，這又是為什麼呢？

「由於日本三一一震災與核災之故，台灣食品管理局限制日本五個產區的食品進口。Yoku moku 在日本有三個工廠，其中兩個在日本山口縣，一個在東京。東京只生產原味雪茄蛋捲和果凍，也就是目前我們唯一能夠進口的品項。Yoku Moku 出口到其他國家的產品，都會附上無輻射證明的檢驗文件，但是依台灣政府目前的規定，只要是這五個產區內的食物，即使附上檢驗文件仍然無法進口報驗。我們也有問過食品管理局其他部分何時能開放，據說要等到秋天，但詳細狀況如何就還要再看看了。目前現場看到的、除了原味雪茄蛋捲之外的餅乾，都是展示品，無法販賣。我們希望讓消費者知道 Yoku Moku 還是有販賣其他產品，再加上食品管理局可能隨時會開放，於是就先做好準備。」

至於未來 Yoku Moku 在台灣是否考慮因地制宜地推出在地化商品，陳總經理表示，台灣的喜餅市場是他們正在考慮的目標：「不知為何，台灣的喜餅市場似乎越來越走向鋪張浪費，越來越多的包裝設計，但裡頭的喜餅卻不見得更美味。於是大家把喜餅帶回家也就是擱著，不會想要拿來吃，我們覺得這樣其實很不好。Yoku Moku 未來的喜餅特色會是走扎實路線，盒子不大，但內容物很充實飽滿，餅乾很美味。此外，鐵盒的設計也適合在餅乾吃完後讓人收藏實用。未來一開始會先以 Yoku Moku 在日本的綜合禮盒當作前階段推出的目標，但我們也正在跟日本 Yoku Moku 討論，針對台灣喜餅市場推出特別的系列，這些都是還在規劃的內容。不過目前的重點，仍是要等待食品管理局開放報驗，讓我們有機會能進口其他口味的餅乾。」





最後，除了原味雪茄蛋捲，我們也請陳總經理推薦幾款她喜愛的 Yoku Moku 產品供讀者們參考：「夏天時，我最喜歡白巧克力薄片，冬天則會選擇冬季限定的水果酒鬆糕。其實 Yoku Moku 的基礎商品（雪茄蛋捲）是整年常駐的，但是像巧克力薄片，這類比較 fancy 的商品，就會分季節性。除了在盒子包裝上會有所區分，在製作上也有差別：夏天時氣溫較高，所以巧克力做成薄片內餡；到了冬天，巧克力改為包裹於外緣。這種因季節而變的產品設計，也是 Yoku Moku 蠻重要的品牌特色。」

除了台北天母的形象店，未來 Yoku Moku 也會朝向在北、中、南各大百貨公司內設立專櫃為目標，讓喜歡 Yoku Moku 甜點的消費者，如同在日本一般，隨處都能買到這款甜蜜動人的幸福滋味，且讓我們拭目以待吧！



Yoku Moku 台灣本店

地址：台北市士林區天母忠誠路二段170號

電話：02-2873-2786

網址：<http://www.yokumoku.com.tw/>

文字：溫為翔

攝影：趙永寧