

專案質詢

8-7-13-0494

立法院議案關係文書 中華民國 104 年 5 月 20 日印發

案由：本院丁委員守中，因台灣當前食安風暴，消費者對許多食品供應商失去信心，但義美食品卻因身為「食安模範生」，反而逆風高飛，廣受消費者支持。對比台糖，雖然同樣極少發生食安問題，且建立生產追溯系統自我監督，但因 2003 年前過度展店，導致當時的 134 家店面逐一關門，現僅剩 38 家。台糖應藉由此一食安風暴化危機為轉機，以高標準的食安規格以及專有的特色產品，重新發展台糖的零售網路，並且循義美的模式，積極和其他通路合作推出「台糖安心商品」，不但增加銷售利潤，更以台糖的優良技術和食安管理系統，撐起國家食安的形象，特此向行政院提出質詢。

說明：

- 一、因為食安風暴，台灣消費者對許多食品供應商失去信心，被稱為「食安模範生」的義美反而因此逆風高飛，不但消費者支持，甚至一宣布和全家便利商店合作，都能讓全家的股價攀升，可見國人對於食品安全有極大的需求，有非常大的市場潛能。
- 二、103 年年底義美共有 76 家分店，目前拓展至 85 家，通路年營收逾 10 億元，台糖目前蜜鄰超商 19 家、量販店 11 家、營業所 8 家，共計 38 家。事實上，台糖蜜鄰直至 2003 年前，共有 134 家店面，但因為展店速度過快，當時又將蜜鄰事業當作是糖廠剩餘人力的安置所，在市場上毫無競爭力，因此逐一關門，現僅剩約 10 分之 1。
- 三、紀錄上，台糖產品不但極少發生食安問題，在小豬下痢等疫情發生時，也能肩負社會責任，進行調配供應，其他亦有許多如「台糖獅子頭」等特殊商品。台糖應藉由此一食安風暴，化危機為轉機，以績效經營重新發展台糖的零售網路，並且循義美的模式，積極和其他通路合作推出「台糖安心商品」，不但增加銷售利潤，更以台糖的優良技術和食安管理系統，撐起國家食安的形象。