



方便面在日本

——赴日随感

■人和



方便面创始人，安藤百福先生

日本的汽车、电器风靡全球，但是最让日本人引以为自豪的却是方便面。日本富士通研究机构对“20世纪日本最伟大的发明”进行民意调查显示：方便面位居榜首，卡拉OK次之；由此说明方便面对世人的影响力。说起方便面就一定要说方便面的创始人——安藤百福。安藤百福1910年出生于中国台湾嘉义，原名吴百福。他在日本是一位家喻户晓的人物。

1945年的日本经济极度困难，各种食品严重匮乏，一天傍晚，安藤百福在大阪的车站看到人们为了能买到一碗热汤面而在凛冽的寒风中排起了长队，偶发感想：日

本国民如此喜爱面条，那么面条在日本一定有巨大的市场潜力，但是面条的制作过程限制了它的发展，如何能使面条也像面包那样方便食用呢？于是，安藤在大阪的家中搭了一个小木屋，开始了方便面的研究。

安藤认为理想中的面条应该达到五个要求：味道鲜美、容易保存、食用方便、价格便宜、安全卫生。由汤面向现代方便面的转变不仅在制作工艺上有很大区别，在制作理念上也有很大的不同，所以，最初安藤经历了多次失败，终于有一天安藤从妻子炸“天妇罗”中得到启发，发明了“瞬间热油干燥法”，用这种方式炸面条，水分能快速挥发，面条上还会出现细孔，用开水一泡，水分能迅速渗入面条，回复面条的弹性，安藤又对调味料进行调配，1958年8月25日，世界上第一份方便面“鸡肉拉面”在日本大阪诞生了！安藤百福发明的方便面是日本战后第一种新型的方便食品，被称为“时代之骄子”，1958年也被称为日本的“方便面元年”。

那一年，安藤百福48岁；当年年底，安藤百福创立了现在为世人所熟知的大名鼎鼎的日清食

品株式会社，开始了他后半生的伟大事业。方便面很快在日本畅销，效仿者络绎不绝，安藤很快意识到必须规范市场才能维护新产品的声誉，于1961年注册了“鸡肉拉面”商标，1962年获得“方便面制作法”专利；给予方便面行业发展以最大促进的举措是：1964年，安藤成立日本拉面工业协会，把方便面专利转让给业界；从此，方便面红及日本以及亚洲各地。

1966年，安藤开始将方便面向欧美市场推进，但是首先受阻的是欧美人餐具以盘子为主，更不使用筷子，为了让不习惯用碗筷的民族消费方便面，安藤开发了以发泡聚苯乙烯为容器，使用叉子食用的杯面，开拓了欧美市场，使方便面风靡全球。方便面还有一个功能：作为灾害救援物资发挥着重要作用。

2005年，美国航天航空局的航天飞机“发现号”上，太空食用拉面“space ram”作为日本宇航员野口聪一的太空食物登上飞船，并在机舱内得以实际食用。

方便面发展到今天离不开科技创新，观念创新，从安藤百福的原始性创新开始，经历了产品创新，容器创新，风味创新，功能创新等等，创新伴随着方便行业的进

步,更是推动和促进了方便面行业的发展。

食品安全是全社会关注的焦点,方便面是否安全呢?笔者有幸参观了位于日本大阪的日清食品



山田敏广所长与笔者合影

株式会社食品安全研究所,山田敏广所长向我们详细的介绍了方便面的安全、营养;日清食品安全研究所的职责包括:确保不同工厂生产的产品品质的一致;检测产品中是否有有害物质,把握产品中有害物质的混入程度,如丙烯酰胺、反式脂肪酸、3-氯丙醇等;对有害物质的危害性进行评估,并向有关国家机构提供食品安全的各种信息等。他们的实验与监测结果表明:方便面是可以让人放心食用的食品,并且方便面的营养素(蛋白质、脂肪、碳水化合物)分布非常接近平衡膳食的PFC值。

前段时间在中国,因为方便面油炸与非油炸的问题出现争论,部分商家及媒体的恶意炒作而引发了方便面行业信任危机,部分消费者对方便面产生了误解。日本方便食品协会负责人对我们说,在日本,这种争论根本不存在。日本人认为,非油炸面只是方便面的一个品种,就象乳品中的牛奶与酸奶。实际上不论方便面是油炸的还是非油炸的,都是健康安全的,在日本方便面市场以油炸方便面为主,约占市场总量的90%以上,非油炸方便面占市场的10%,比2006年的11.2%下降了1.2%。它主要

是面向减肥人群的需求。因为油炸与非油炸在生产工序上基本相同,仅仅在最后一道干燥环节上存在差异,两类方便面最大的差别在于水分和脂肪,油炸型的水分含量明显低于非油炸型;在脂肪含量方面,油炸型约为20%,非油炸型为4%~5%,从热量来看,一份标准量的油炸方便面含热量450千卡左右,比相同量的非油炸方便面高出100千卡左右,因此,非油炸方便面主要针对想严格控制脂肪摄取量的消费人群;而油炸面的重要功能,在于充当一份膳食相对平衡、主副食兼备的方便美食。据调查,在日本阪神地区,51%以上的妇女将方便面作为午餐。而在东京机场,不少远行的日本人外出旅行时,也必备一箱美味的方便面。由此我想到,食品从业人员及媒体有义务向广大消费者从科学的角度来宣贯方便面的科学知识,使大家正确认识方便面,还社会一个健康发展的方便面市场。

日本作为方便面的发源地和消费大国,方便面的推陈出新速度非常之快,现有千种以上的方便面产品符合日本农林省规定标准;在去年召开的“世界拉面协会中国分会调味技术专业委员会2006年北方区研讨会”上,来自日本的专家衫浦正久公布了他对日本方便面市场的调查及今后发展趋势:衫浦先生认为,日本方便面

产品新品上市呈现如下趋势:老产品中酱油面和味噌面的招牌产品呈现强势,有名店铺商标的商品在减少,逐步被淘汰出局;新商品的主力是以猪骨拉面为中心,包括猪骨味噌、猪骨酱油、猪骨海鲜等品种。方便面新品开发,主要围绕着调料包的创新而进

行,从这些产品中可以看出方便面调料包风味趋向:酱油拉面,特征是使用了著名品牌的原酿酱油做的拉面,以及酱油和猪骨有机结合制作的猪骨酱油面;盐味拉面、蔬菜汤、猪骨汤与盐有机结合;味噌拉面,红味噌和白味噌混合型味噌拉面,只有白味噌的白味噌拉面,猪骨汤和味噌混合形成的猪骨味噌拉面也很多;猪骨拉面,以白汤为中心,分为猪骨酱油面、猪骨味噌面、海鲜风味面。继红烧牛肉面之后,市场流行的将是猪骨拉面。

企业的使命不仅仅是做产品,当企业发展到一定阶段,企业还承载着科学普及的社会责任:我们在日本大阪参观了“方便面发明纪念馆”,在那里,记载了世界上第一袋方便面的发明过程,宣传了新一代食文化——方便面的历史,更是向人们诉说了发明和发现的可贵,48岁的安藤还在探索、追求,难道不是在向人们弘扬创新精神、奋斗精神吗?

现代方便面起源于日本,中国是世界上方便面第一消费大国,占世界消费量的一半以上,但是人均消费量并不高,今后中国的方便面市场还有很大的潜力,在我们取得了突出成绩的同时,也要看到我们与日本的差距,在产品开发,安全控制,市场良性发展等方面都需要完善,我们期待着一个健康、可持续发展的方便面行业。STFI



方便面纪念馆的产品创新时空隧道