

廿八歲「日本仔」西田宗生兩年前隻身來港，創辦潮爆日式飯糰「華御結」。前年在香港美食展小試牛刀，旋即引起食新鮮的港人注意。

華御結兩年前由一間葵涌小店起家，分店愈開愈多，現時共有九間，日賣一萬個飯糰，一個月營業額達五百萬。登陸香港搶灘成功，西田靠的是「米」，堅持進口聞名日本的「新瀉米」做飯糰，食材亦由日本直送；加上每周更換餐單，標明卡路里、餡料等，設計精巧健康，成功稱盡「怕肥又要食」的OL。

第九間華御結早前在灣仔開幕，自言受Uniqlo老闆柳井正「九敗一勝」哲學啟發的西田豪言，已訂下兩年大計，打算在港鐵站租舖開檔，一五年底開夠一百間，誓要創造自己的「飯糰王國」。

撰文·梅可茵 攝影·范瑋麟  
設計·葉晉銘



西田宗生隻身來港，創辦日式飯糰「華御結」，旋即攻陷OL芳心，現計劃在港鐵開店大展拳腳。

上月底，華御結第九間分店在灣仔集成中心揭幕，業主伍集成、董事長伍宗琳、

日本駐港領事及日本貿易機構都有界面出席。西田致辭時信心爆棚說：「現時華御結每日做一萬個飯糰，希望兩年後開夠一百間分店，每日做十萬個飯糰！」

日本飯糰發音「Omusubi」，亦有緊密結合（御結）意思。西田說，飯糰就是用心及雙手造成，所以將店名改做「華御結」。

壽司店、拉麵，都是最普通的日式食店，遍布香港大街小巷，但總有一些能打出名堂，與別不同。華御結的最大賣點，是堅持由日本入口「新瀉米」，在香港廠房磨成精米（打磨完成的白米），飯粒煙韌飽滿，然後運往火炭工場製造飯糰，即日送至各分店應市，昆布、明太子、酸梅等食材亦由日本直送，做到「人有我有，人有我優」。

### 新瀉靚米做賣點

說起日本米，西田即如數家珍，「自己平均每日食十個飯糰，相信香港無人多過我！」他大學畢業後，曾在日本S&A Arca稻米批發公司工作，認識不少稻米供應商。「去年香港入口約六百噸日本米，但港人仍鍾情泰國

▼西田跟Uniqlo老闆柳井正同樣畢業於日本名校早稻田大學，師兄的「九敗一勝」創業哲學令他獲益良多。



## 向Uniqlo老闆偷師

# 日式飯糰潮霖OL

無添加 & 新鮮製造

我的每週精選提供豐富時令美食



▲西田的飯團除標明卡路里、餡料等，還有不少港式口味。

華御結「營養均衡」套餐		任意組合 / 精選美味	
A set	華御結-自家製壽司 Chamchi & Soup Set	任選飯糰 任選茶市	\$39
B set	華御結-自家製壽司 Chamchi & Soup Set	任選飯糰 任選茶市	\$49
C set	華御結-自家製壽司 Chamchi & Soup Set	任選飯糰 任選茶市	\$59

▲飯糰套餐是華御結搶攻上班族的一撒手鐧。

米，要協助日本農業重生，最好辦法是提高日本米出口量。等飯糰生意上軌道後，希望可以幫到日本農夫開拓更多白米商機。」

前年西田與香港精米生產商摸酒杯底時，大家認同飯糰市場有很大發展空間。「原本打算前年三月創業，不幸日本福島發生三一地震，惟有推遲至七月，最初在香港美食展擺攤位試水溫。」

### 健康設計霖盡OL

其時福島爆發核災難不久，港人對日本米有戒心，西田於是委託獨立檢測公司做輻射檢測，證明日本米完全健康，又在攤位展示報告。兩個飯糰加一個湯賣三十多元，吸引過萬名入場人士試食。

初試啼聲反應不俗，西田於是着手研發新口味，卻發現港日飲食文化大不同。「日本媽媽會將飯連紫菜包在一起，放在食物盒給子女。我們初期仿效日本人食法，紫菜白飯放在一起賣，但港人反應一般，於是創出白飯與紫菜分開的新潮包裝。另外，港人喜歡食材混合在一起的飯糰，日本人較喜歡菜還菜、飯還飯。」

日本人飲食重質，港人則貪新忘舊。華

FINANCE

· 生意經 ·

西田登陸香港搶灘成功，靠的是「米」，堅持進口日本名產「新瀉米」做飯糰，食材亦由日本直送。

## 讚對手飯糰「好食」

數香港飯糰「始祖」，肯定是港人吳鴻圖創辦的「西龍傳香飯糰」。西龍○三年在西九龍中心開設首間總店，主打健康纖米及「自由配」新鮮飯糰，高峰期有近廿間分店。

知己知彼，西田笑言嘗過西龍飯糰，「幾好吃，飯糰除了白米還混入其他五穀米，口感跟我們不太一樣。我們只用日本米，飯糰會有少甜味。」



▼第九間華御結早前在灣仔開幕，吸引大批食客和粉絲捧場。

除飯糰口味迎合OL外，華御結整個品牌和店舖設計亦相當女性化。食客許小姐指店舖以粉紅色設計，商標由富士山和櫻花組成，感覺鮮明溫馨。「店內還有和風小食及甜品，不會太Dry！」大熱天時女士不想落街，華御結設有電話訂購服務，在區內買物滿

## 向柳井正取經

御結的飯糰除有三文魚、吞拿魚、鰻魚等傳統口味外，西田想出大量「港式口味」，例如帶子、和風牛、甚至XO醬和回鍋肉等，「要留住港人個心就要有新鮮感，不斷推陳出新，餐單每周轉一次。」

萬事俱備，西田兩年前在葵涌永得利廣場開設第一間華御結。由於飯糰等食品經工場直送店舖，毋須加工，因此分店面積只需三百至七百呎，避免租金太貴影響定價。

日本米烹調後八小時仍能保持甜味及軟身，西田漸漸發現飯糰最受女OL歡迎，後來開設的分店刻意挑選中環、灣仔、觀塘、紅磡、長沙灣、科學園及葵涌，全是OL集中地。「每個飯糰定價十至十五元不等，OL都負擔得起，而且清楚列明有幾多卡路里，方便她們調節飲食。」



柳井正堅持Uniqlo階級平等，店長下屬一齊落力叫賣，西田亦有類似企業理念。「每周六大部分員工都不用工作，大家會坐埋分享過去一周遇到的困難。我會親自聽意見做筆記。」

Uniqlo已成為日本快速時裝界一哥，西田同樣希望華御結做到香港飯糰界龍頭，「未來會在商廈集中的地區開舖，又打算進軍港鐵站，今年目標開到十五間，一五年底希望開夠一百間，然後殺入大中華市場！」

百五元可免費送貨，OL訂三、四個餐已符合要求。

市場定位初步成功，華御結短短三年間由一間舖發展至九間，員工約百二人，其中三十人在火炭中央工場製作食品，每月營業額達五百萬元，八成來自女性顧客。

首次創業有不俗成績，西田自言多得大學師兄Uniqlo老闆柳井正，二人同樣畢業於日本早稻田大學政治經濟系。提起這位「日本首富」，他即眉飛色舞，「柳井正經常到大學分享企業管理經驗，令師弟獲益良多。」柳井正會自爆營商「糞事」，例如Uniqlo早年嘗試在日本發展農業，最後未竟全功，「Uniqlo的成功靠無數次失敗，鼓勵我創業唔好輕易放棄！」



OL許小姐指華御結的店舖以粉紅色設計，商標由富士山和櫻花組成，感覺溫馨。