

出國報告（出國類別：考察）

參加臺日花卉產業交流座談活動及花卉供應鏈考察

服務機關：行政院農業委員會農糧署

姓名職稱：

姚志旺 副署長

蘇登照 副組長

吳國政 技正

派赴國家：日本

出國期間：112.03.14-03.17

報告日期：112.06.16

摘要

日本為我國花卉重要的外銷市場之一，2022 年外銷額 19.1 億元新臺幣，外銷量 5,574 公噸，主要品項洋桔梗、文心蘭、火鶴、蝴蝶蘭等切花及種苗。近年日本花卉消費習慣的轉變和 COVID-19 疫情的影響，對我國花卉的外銷量和需求規格產生了一定程度的變化。例如我國洋桔梗的外銷量在 2019 年時尚有 507 萬枝，逐年減少至 2022 年的 207 萬枝；而蝴蝶蘭切花的外銷量則從 380 萬枝增加至 500 萬枝。為因應這些變化，我國花卉產業的生產端需要進行相應的調整和布局，以滿足日本市場對花卉品質和規格的不斷變化的需求。

為此，行政院農業委員會農糧署(以下簡稱本署)應國內花卉產業團體的邀請，在本(2023)年 3 月中旬赴日本東京與當地貿易業者、批發商等相關人員進行座談，以面對面討論的形式，就我國花卉品質和規格的需求、我國潛力花卉品項、以及日本市場消費趨勢等議題進行了深入的交流，以期達成雙贏局面。

本署近年來持續輔導農民團體開拓零售通路，並探索異業結合賣花的方式，創造消費拉力以帶動生產。本次行程我們實地考察日本因應疫情所開創之花卉零售直銷模式，以及疫情期間傳統花店因應做法，將做為未來輔導產業發展及施政方向之參考依據。

目次

壹、目的	3
貳、出國行程	4
參、參訪紀要	5
肆、心得與建議	15
伍、附錄	27

壹、目的

臺灣花卉種植面積 14,466 公頃(2021 年)，集中彰化縣(37.8%)、南投縣(11%)、臺中市(9.4%)、屏東縣(7.9%)及嘉義縣(7%)等縣市。臺灣花卉 110 年產值新臺幣 189.7 億元，佔農業整體產值 5,361 億元之 3.54%。臺灣花卉外銷比重較其他農產品高，2022 年花卉外銷值新臺幣 66.65 億元，日本占比達 28.7%，為我國重要花卉外銷夥伴，惟自 2020 年起 COVID-19 疫情蔓延、2022 年俄烏戰爭引起能源及原物料成本高漲，海空運費暴增，花卉產業受當其衝，我國花卉輸日值從自疫情前新臺幣 22 億元降至 19.1 億元，對我國出口花卉造成實質影響。為進一步瞭解疫情後日本花卉市場產業動態，以及日本花卉產業的現況，爰規劃本次產業交流與產地考察行程。

貳、出國行程

出國期間：112年3月14日至3月17日

時間	行程	內容
3月14日 (星期二)	臺北松山機場→日本東京 羽田機場	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 中華航空 CI220 班機(08:50-12:30) ◆ 拜會駐日代表處 ◆ 拜會 SAKATA 種子公司
3月15日 (星期三)	日本東京	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 參觀大田市場 ◆ 參觀 FAJ 花卉瓶插室 ◆ 臺日花卉切花交流座談 ◆ 臺灣洋桔梗產業座談會 ◆ 考察花卉零售通路
3月16日 (星期四)	日本東京-千葉	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 參訪千葉縣 3 處花卉產地
3月17日 (星期五)	日本-桃園	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 參訪成田花卉物流場 ◆ 返程 中華航空(CI105)

出國人員

單位	職稱	姓名
行政院農業委員會農糧署	副署長	姚志旺
行政院農業委員會農糧署作物生產組	副組長	蘇登照
行政院農業委員會農糧署作物生產組	技正	吳國政

參、參訪紀要

一、拜會駐日本代表處(台北駐日經濟文化代表處)

本次拜會由李世丙副大使接待，蔡淳瑩簡任秘書陪同。本署姚副署長志旺表示，臺灣水果輸日比重高，近年駐日代表處協助行銷臺灣芒果、香蕉、鳳梨、文旦、鳳梨釋迦等蔬果產品，使臺灣農產品在日本能見度進一步拉高，其中謝長廷大使及李副大使更多次親赴神奈川、橫濱、茨城等地活動現場支持，謹代表農糧署及果樹產業表達感謝之意。姚副署長說明，日本亦為我國花卉外銷重要市場，文心蘭、蝴蝶蘭、火鶴花等品項更是日本市場進口花卉占有率最高，我國除持續推出新品種維持競爭力外，近年興起之蝴蝶蘭噴染技術，可創造出新的應用場景與提高附加價值，未來有機會請代表處協助推廣臺灣花卉。對此李副大使亦表樂觀其成。

二、SAKATA 種子公司(SAKATA SEED CORPORATION)

SAKATA 公司為國際知名花卉及蔬菜種子公司，自 1913 年創立至今已 110 年，員工人數 2 千 6 百餘人(含海外部門)，其中研究人員占比 20%。S 公司總部位於神奈川縣橫濱市，並於美國、墨西哥、巴西、智利、丹麥、南非、法國、西班牙、中國大陸、法國、荷蘭、土耳其、韓國、泰國、印度、英國等 29 國設有分公司或研發單位，亦曾於臺灣嘉義地區設置草花種子生產基地，種子產品行銷百餘國。2022 年 5 月(會計年度)S 公司國內營業業績為 127 億日圓(占比 17.5%)、海外營收 520 億日圓(占比 71.2%)，另外零售項目包括資材販售、線上販售等為 51 億日圓(占比 7.1%)。

蔬菜及花卉育種為 SAKATA 公司強項，品質、可靠、服務為該公司座右銘，主要生產品項蔬菜有結球白菜、胡蘿蔔、花椰菜、西瓜、番茄等；花卉類洋桔梗、三色堇、百日草、非洲鳳仙花、向日葵、秋海棠等，育成品種屢獲國內外品種大賽(如 All-America Selections (AAS)、Fleuroselect (FS: European seeds and pot & bedding plants competition))獎項肯定。洋桔梗作為 S 公司主力項目之一，1987 年推出世界首款重瓣洋桔梗 F1 品種，2016 年及 2018 年又開發出洋桔梗單瓣及重瓣無花粉品種，維持業界領先地位，2022 年亦新推出 7 品種，研發量能充沛。我國洋桔梗種子多為日本 5 家種子

公司供應(SAKATA、SUMIKA、TAKII 等)，其中以 S 公司占比最高（45-50%），推估國內年消費 S 公司之洋桔梗種子量逾千萬顆。

本次拜會 SAKATA 公司由海外營業本部加々美勉 常務取締役、中井智二 上席取締役員等代表接待。S 公司表示，蔬菜及花卉育種皆為該公司核心業務，單以品項來看，蔬菜類青花菜占比最高；花卉類則以洋桔梗最重要，且看好未來國際市場成長趨勢，目前育種方向如花形、花色等緊隨市場需求開發，過去洋桔梗種植難度較大，市場稀缺價格高，透過持續優化育種及改良栽培技術，市場(特別是國際市場)種植規模擴大，產量增。S 公司針對受歡迎之品種會持續改良，讓農民生產操作更容易(如減少除蕾、耐病蟲害等)，使農民更加依賴該公司產品，但也會持續關注產銷之間的平衡性，不會盲目增加種子供應量。

本署參訪團詢問日本花卉產業近年消費呈下降趨勢，請教 S 公司的見解與公司之因應方針。加々美先生表示，因應未來產業發展，SDGs（聯合國永續發展目標/Sustainable Development Goals, SDGs）等永續議題逐漸受到重視，並有部分花卉業者提出對因應方案，投入對應工作，但也進一步墊高營運成本。此外日本農業從業人口持續老化、油料及成本上漲、氣候暖化、戰爭等議題，加上 COVID-19 疫情等綜合因素導致日本花卉產業持續萎縮，促使產業界感到危機。中井先生表示，日本推廣花卉教育鼓勵用花等系列活動，疫情前感受到帶動後續花卉消費，惟疫情期間相關隔離及防疫措施影響，相關用花活動減少，疫情後需要再重新振作規劃；另 COVID-19 疫情也帶來消費型態的轉變，民眾窩在家中需求療育小物，訂閱花(週花或月花)制度這兩年在日本逐漸興盛，可見需求量增。本署參訪團提出日本訂閱花產品之花卉規格一般花朵較小型、耐擠壓、花梗長度短等，需求與傳統業務用花不同，詢問有無對應育種策略。該公司表示現有洋桔梗花卉種類商品型態多樣，如早中晚生、單瓣或重瓣、花形花色、花朵小中大輪等皆有開發，惟農民生產策略保守，大多傾向種植好管理與市場廣泛使用的品種，較能預估預期收益。

三、參訪大田市場

(一) 參觀 OTA 及 FAJ 公司花卉拍賣前、拍賣作業及零批場營運情形

1. 大田市場為東京都中央批發市場之一，位於東京都大田區，交易類別包括蔬菜、水果、水產及花卉等。大田市場內的花卉銷售空間分別由大田花市（株式会社大田花

き Ota floriculture Auction Co., Ltd.簡稱 OTA)及株式会社フラワーオークションジャパン(Flower Auction Japan, 簡稱 FAJ)兩家批發公司(市場)共同經營，大田市場設置 20 間花卉零批商店舖。大田市場切花與盆花錯開交易，且並非每日均有拍賣，切花為週一、週三、週五，盆花部分則是週二、週四、週六，相較下臺灣不論是切花與盆花均為營業日皆有拍賣。

2. OTA 為日本最大花卉批發公司，2022 年總交易額 316 億日圓(以下幣值同)，分切花 266 億(3.3 億枝)、切葉 9.3 億(2,175 萬枝)、切枝 28.9 億(671 萬枝)、盆花 9.3 億(97 萬盆)與其他等。OTA 公司花卉拍賣交易流程與臺北花市類似，皆採用降拍式競價(從高往低拍賣)，日本的降拍制度是 OTA 公司 1990 年首此引進，目前共有 8 線拍賣線(臺北花市拍賣有 4 線同時拍賣，其中 1 道專門為百合用)。現場概估約可同時提供逾 350 人承銷人競價交易。
3. FAJ 公司 2022 年總交易額 243 億日圓，其中切花 116 億(1.4 億枝)占比最高，此外盆花交易額 78 億圓(1,085 萬盆)，為東京都中央批發市場盆花交易量值最高的花卉市場。FAJ 切花交易拍賣方式與傳統不同，該公司設置 6 條拍賣線，待銷售花卉不經由拍賣流水線，由現場拍賣員展示供承銷人競價，而是提供 6 個大螢幕介紹花卉品質與規格，拍賣員分列兩旁座位區操作電腦，拍賣空間無此起彼落得叫喊聲，顯得較為安靜。
4. 適逢日本彼岸日(類似我國清明節)前夕，拍賣現場祭祀用花占比高(以菊花為代表)，溫帶花卉種類較臺灣豐富且差異大，另外有染色菊、染色康乃馨、三色堇切花等新興切花產品，其中日本染色花卉之色調飽和度較低，與臺灣主流濃豔色系差異大。此外，進貨區上亦有大型切枝(1-2 公尺或 3 公尺以上)待銷售，種類包括綠葉灌木、櫻花等，臺灣較少見將樹木裁切為大型切枝之商業模式。經洽現場人員瞭解，此類產品多應用於商業空間，特別是在室內設計使用，如櫻花含苞切枝只要給水得宜，仍會持續開花。
5. 國內洋桔梗過往輸銷日本均採用立式含水運輸，該運輸方式具有體積較重，增加水盤成本、造成擠壓影響外觀、容易弄溼紙箱等缺點。行政院農業委員會相關試驗改良場所與貿易業者合作測試乾式運輸，以原紙箱內將洋桔梗上下交疊擺放，不給水的方式。本日在花市集運場也開箱臺灣洋桔梗，外觀良好葉片無萎凋，亦無受明顯擠壓的痕跡。現場亦有臺灣貿易業者於 OTA 的展示空間展示乾式運輸的洋桔梗，

外觀良好。

(二) 參觀 FAJ 瓶插測試室(FAJ Test Room)

1. 由切花本部營業部營業企劃管理課 天利健二主任導覽。FAJ 於 2002 年設置瓶插室，面積約 94 平方公尺，設定室溫 25°C、濕度 60%、光照度 1,000lux、每 12 小時切換明暗週期之環境條件，模擬一般室內空間之情境，測試時程最長 2 週，每件(花瓶)測試費用為 5,000 日圓，可接受國內外業者申請做為品質瓶插壽命證明，或是供測試保鮮劑效果。
2. 該項測試除出具檢測報告，另可提供鮮花保鮮期認證標章(GOOD! タグ)，該標章依照消費者於家中擺設，認為已失去觀賞價值的時間的外觀品質作為判定，分為開花程度、垂頸、枯萎、花瓣變化(有無褐化、病徵等)、花瓣邊緣乾燥程度及莖葉表現等項目建立衡量基準，並劃分等級為保鮮 5 天、7 天、10 天及 14 天，此種客觀量化模式，可作為花店業者或消費者採購時之參考依據，增加消費信賴。
3. 臺灣洋桔梗本年期首次以橫式無插水運輸外銷日本，臺灣貿易商為進一步增加日本承銷人對品質的信心，於瓶插室同步進行 8 個品種測試瓶插壽命表現。經後續瞭解，本批花材於測試期滿之結果均表現良好。

四、臺灣產切花交流座談會

- (一) 參與單位：大田花市 (OTA) 磯村信夫社長及業務同仁、貿易業者ルーージュジャパン株式会社(Rouge)、株式会社翠光トップライン、瓏園ジャパン株式会社、頂品農業生物科技有限公司、SAKATA 種子公司、臺灣花卉輸出業同業公會及本署等近 20 人。
- (二) 座談地點：大田花市會議室。
- (三) 磯村信夫社長首先致歡迎詞，表示小時候曾在基隆住過，長大後因業務關係常跟臺灣聯繫，對臺灣有深厚的情感，也對我國花卉產業情況相當清楚，瞭解近年臺灣人均收入提高，國內花價高漲導致農民出口意願降低，對日出口量減少。磯村社長認為臺灣具有地理上的優勢，熱帶花卉(如文心蘭、腎藥蘭)是日本缺乏的種類，日本冬季寒冷不利花卉生長，更是需要臺灣方提供洋桔梗、劍蘭等等切花填補本土空窗期。目前日本農業面臨花卉生產力不足，希望臺日雙邊能互補所需，共創雙贏。
- (四) 磯村社長提及臺灣花農較無固定與單一貿易商合作供貨，容易讓貿易商的供應品質與供應量波動較大，建議我方可研議改善方式。本署姚副署長表示，臺灣花卉產銷

交易形態機動性高，會因國內市場價格變化增減內銷量，本署已建立外銷供果園機制，輔導外銷業者與果農建立長期且穩定的契作供應，導入栽培管理技術服務，並進行農藥殘留抽檢及追溯來源，可確保產品的品質與供應量，或許花卉產業也可參考辦理，由花卉貿易業者與農民建立契作關係。

(五) 本次聚焦討論日方對臺灣蝴蝶蘭、文心蘭、洋桔梗、火鶴花切花近年於日本市場交易量價變化及未來觀察，分述如下

1. 文心蘭：進口占比仍以我國最高，2022 年為 1,742 萬枝(95.9%)，其次為越南 74 萬枝(4.1%)，若以日本總消費量來看，臺灣產約佔 90%、日本產 7%、越南產近 3%。目前市場仍以「檸檬綠」品種為主，近年臺灣品種「太陽之子」反應不錯，有增加趨勢。市場反映臺灣文心蘭品質穩定度待提升，文心蘭全年供應日本，客訴產品不良率約 0.5%，2 月至 6 月提高到 3%，主要客訴問題到港後 1 至 2 日花瓣產生灰黴病病斑，無商品價值，推測該期間臺灣連續陰雨或梅雨季節，濕度高，採後管理不當導致，建議宜加強田間及採收後處理。
2. 火鶴：2022 年日本進口量 592 萬枝，臺灣供應占比高達 98.9%。日本市場仍處於供不應求的情形，主流紅色、粉色品種仍希望我方增加供應。近年市場流行「大地」品種(類似淺咖啡色)，需求暢旺，惟供應始終無法滿足，但市場觀察日本已進入流行末期，需求漸減，惟供應有增加的趨勢，建議我方觀察後續供需變化。
3. 洋桔梗：日本洋桔梗冬季需加溫處理，生產成本高，需仰賴進口填補，以臺灣及越南為主。花市說明，臺灣洋桔梗主要供應日本業務用花(殯葬業)市場，與日本產相比品質屬中等，市場期待價格自然不會比國產高。近年日本國產洋桔梗產量減，價格增加，2023 年東京都中央批發市場 2 月均價 261 日圓/枝，達歷史高點；因臺灣產供應不足，未能填補日本市場需求缺口，故未來能達到穩定之充足到貨，降低整體均價之期待，反而同步帶動臺灣均價至 214 日圓/枝，創歷史新高。倘持續缺量，花市評估消費端(花店)已轉尋找其他替代花種，如香碗豆、草花、陸蓮等之趨勢。花市表示，據瞭解越南洋桔梗 1 年 3 收，連作障礙問題嚴重，近年產地(林同省大叻市等)耕地取得不易，評估外銷量不易提升。
4. 蝴蝶蘭：蝴蝶蘭近年外銷日本量未受疫情影響逐年成長，2022 年輸日量 500 萬枝(占比 79.3%)創歷史新高，越南產 93 萬枝(14.8%)，該二國家主要以供應大白

花 V3 系列品種為主，日本當地生產則以中小輪色花系列為主。花市表示，原日本產白花嘉德麗雅蘭供應葬儀用花，因產量萎縮加上台灣蝴蝶蘭產量及品質穩定，導致蝴蝶蘭需求增加。

五、臺日洋桔梗產業座談會

(一) 參加單位：日本東京都中央拍賣市場（株式会社大田花き營業本部 金並聖先生、株式会社東日本板橋花き 樋口博紀社長、株式会社世田谷花きは營業部 小南善衛課長）與大阪 株式会社なにわ花いちば營業部 桑島英之課長等 4 家花市代表，貿易業者ルージュジャパン株式会社(Rouge)、株式会社翠光トップライン、瓏園ジャパン株式会社、頂品農業生物科技有限公司、商榮實業有限公司、SAKATA 種子公司、臺灣花卉輸出業同業公會及本署。

(二) 座談地點：東京都港區表參道附近商業大樓會議室。

(三) 本次與會之日本市場代表，皆為我國洋桔梗消費大戶，與會單位就臺灣產洋桔梗品質、供應數量及建議事項進行交流，分述如下

1. 臺灣洋桔梗產值 3.1 億元新臺幣，種植面積 97 公頃，以彰化縣(37 公頃)、嘉義縣(25 公頃)、雲林縣(10 公頃)為主要產區。日方反映臺灣產區之品質差異大，仍應加強栽培管理。臺灣洋桔梗從 2018 年輸日 507 萬枝，至 2002 年剩 207 萬枝(-300 萬枝)，分析主要原因與外銷規格費工、國內價格佳有直接相關。另外洋桔梗為貿易商與農民固定價格契約生產，對農民而言，貿易商提供的外銷定價並無太多吸引力。我國為日本洋桔梗第 1 大輸入國，占比 73%(207 萬枝)，其次為越南(26%，74 萬枝)及中國大陸(0.8%，2.2 萬枝)。臺灣外銷洋桔梗期間為 11 月至翌年 3 月，主要用於填補日本冬季產期空窗，越南每月平均出口 2 萬枝至 10 萬枝不等。臺灣貿易業者表示，我方洋桔梗生產管理比照日本高規格要求，栽培費工增加成本，4 月後氣溫轉熱，很難生產該等級產品，另日本本土洋桔梗 3 月進入盛產，所以我國外銷期通常到 3 月止；越南採無疏蕾栽培且為橫式運輸，價格低廉，鎖定消費族群不同，產品有競爭力。
2. 日本洋桔梗產值 111 億日圓(約 25 億元新臺幣)，占該國花卉產值 3,296 億日圓之 3%，日本洋桔梗以除蕾(夾手)栽培為主，相當費工與與高技術投入，受限勞動力不足，栽培面積逐年萎縮，未來可能無法提供除蕾規格，但市場端對是否要配合降低規格要求等議題，似尚無有效的對策；另臺灣洋桔梗價格走高（生

產成本與品質佳等因素)，日本市場端採購成本增，末端消費者是否仍會持續買單，仍需警惕留意。

3. 樋口社長 2006 年到臺灣洋桔梗產區走訪，他形容當時栽培管理相對粗放且相當密植，除蕾時機不對，品質稍差也影響瓶插壽命。幾年來貿易商引進日本栽培技術，明顯看到改善，包括每畦改種植 4 行，改善通風、採光與施肥方式，調整除蕾時機，避免採收後才做除蕾，品質明顯提升，同時瞭解我國農政單位補助設置溫網室等挹注資源，輸日量才會在 2013 年達到高峰。
4. 樋口社長及小南善衛課長均表示目前洋桔梗供給(國內外)下降速率比需求下降幅度更快，如 2018 年世田谷花市洋桔梗年交易 524 萬枝，每枝單價 177 日圓；2022 年交易量剩 428 萬枝，平均每枝單價卻增加至 212 日圓，擔心消費者降低購花意願，長遠來看不利產業發展。
5. 由於臺灣供應量減，冬季轉由沖繩產地(不須加溫)增加供應洋桔梗，惟今年因持續低溫影響，導致沖繩花期不穩定。
6. 小南課長提出 2024 年日本推動運輸物流新規定，該規定規範司機工時上限、車輛加裝行車紀錄器或 GPS 等、降低司機待命時間等，預期增加運輸成本，所以花卉紙箱規格需要以縮減空間為前提做出改變。對此商榮實業有限公司上條秀美總經理表示，洋桔梗過往的立式運輸方式，於批發市場交易時，無法像橫式紙箱使用軌道，每箱需另加收 50 日圓費用，另為預先因應 2024 年新規定，才會在今年大量改為橫式乾式運輸。
7. 與會貿易業者認為，臺灣洋桔梗農民針對輸日的生產及栽培管理，通常缺乏系統性操作，亦即無法應對日本市場的產品規格建立標準作業流程，國內也較缺乏相關資訊，建議宜整合國內產地意見與討論未來發展，建立合作機制。

六、考察花卉零售通路

(一) いなげや白金台店 (東京都港区白金台 2 丁目 16-8)

1. 大多為組合花(多品項花)品項：消費者拆開包裝後可直接插瓶觀賞。
2. 規格明顯與拍賣花不同：花朵普遍偏小，每把枝數約 3 枝，長度短(約 70 公分內)，價位落在 398-798 日圓間(新臺幣 90-180 元)，評估消費族群多為自用。
3. 進口花為主：包括多花菊、康乃馨、鬱金香等皆為進口花卉，主要原因是可以設定

規格、供應穩定及價格合理。

(二) 東急ストア 仲町台店(神奈川県横浜市都筑区仲町台 1 丁目 4-7)

1. 依類型分為「季節花」與「和花」，每束價位落在 498-798 日圓之間。該門市鄰近車站(仲町台)使用花材種類較多元，目標族群鎖定上班族，包括大花蕙蘭、海芋、大理花、康乃馨、百合水仙、鬱金香、玫瑰等，適合用來送禮。
2. 強調品質：門市張貼「Relay Freshness by MARKET」，強調原料於市場端有做保鮮品質控管，該標章係針對花的儲架壽命品質控管與控制認證體系(花き日持ち品質管理認証制度)，該制度分為生產(FRAM)、流通(MARKET)及商店販售(SHOP)3 種認證。花卉產業鏈之農民、市場業者及商店，要求操作流程均需按照檢核表落實管理，包括採收紀錄、前處理、保鮮劑使用、環境清潔、溫度及濕度控制、進出貨、滯留時間、客戶服務等項目設定分數，達到 70 分以上且必須達成事項(如前處理、使用保鮮劑、採收紀錄等)均合格才發與證書。透過該制度提高鮮花保鮮期，作為宣傳花卉品質的客觀佐證。
3. 另觀察花束之包裝袋(F-PEL)宣傳具機能性(抗菌、保鮮)功能，查詢其官網公布訊息，該包裝袋(薄膜)可直接與瓶插花作用，降低花莖阻塞影響吸水，同時抑制氧化作用延緩花朵及葉片黃化，增加瓶插壽命。

(三) 花工場 溝の口店 (神奈川県川崎市高津区溝口 2 丁目 20-6)

1. 為園藝店及花店之經營型態，其販售觀葉植物品項與台灣類似，部分售價相當。
2. 商店 3 樓設有花束包裝場，包裝後分送至各分店或零售通路，主打千元以下規格。

(四) 青山花市 南青山本店(東京都港区南青山 5 丁目 4-41)

1. 室內運用大量櫻花切枝與觀葉植物佈置，營造舒適且高級質感。該門市目標客群鎖定高端，花卉單價相當高，如白花陸蓮單枝 1,980 日圓、香豌豆 253 日圓。
2. 花卉品質佳，有提供宅配服務，花束宅配紙箱規格至少有 6 種。另包裝現場為開放空間，店員細心的將出貨單的客戶聯絡資訊遮蓋，確保隱私。

(五) Nicolai nergmann(東京都港区南青山 5 丁目 7-2)：該花店由丹麥人創立，結合餐飲型態的複合式花店，現場販售以永生花為主，亦有提供花藝教學，現場顧客以年輕女性為主。

(六) 道の駅 風和里しばやま(千葉県山武郡芝山町小池 2568)：途經道之驛休息站，現場販售花卉多以祭祀用花為主，每束約 450 日圓，包裝貼紙印有生產者及所屬合作社

場名稱，目標客群以過路客為主。

七、參訪千葉縣花卉產區

- (一) 本次參訪點均為設施栽培(簡易塑膠布溫室與玻璃力霸溫室)，設施內皆有加溫設備，參訪時溫室內溫度約在 20-25°C之間，其中一處另有二氧化碳產生器(增加光合作用)。
- (二) 小澤先生(72歲)：種植年資逾 50 年，近 20 年專職洋桔梗生產，從播種、育苗、栽培到出貨一條龍包辦，經營面積約 5 分地，品質為日本最高規格之一，主要供應批發市場(經營個人品牌)，次級品供應鄰近道之驛直銷。小澤先生約 1/3 洋桔梗採收後，持續培養生產二次花，其二次花品質不亞於一次花(國內二次花多為次級品)，關鍵原因在於溫度適合且栽培管理比照第一次用心程度。
- (三) 小林先生：生產大理花、紫苑、乒乓菊等多種花卉，耕種面積 0.5 公頃、員工 5 人。栽培設施與小澤先生類同。
- (四) 丸朝園藝農業協同
 1. 為地方型農業合作社，生產蔬菜及花卉作物，成員集中在千葉縣一帶約 400 人，其中花卉會員 34 人，生產花卉種類逾 50 種，平均年齡 50 餘歲。本次訪問成員伊藤先生與秋葉先生，參觀栽種千鳥草、紫苑、洋甘菊類等國內少見花卉品項。
 2. 該農協定位類似台灣合作社，服務內容包括資材共同採買、協助共同運銷等。各花卉品項制訂品質規格，未達規格者不予運銷。每月邀集各生產者聚會，就生產者間者生產品項，開箱評鑑及相互討論，促進成長。
- (五) 詢問本次參訪農民有關日本政府輔導內容及 COVID-19 疫情期間如何因應：
 - 1、 地方政府與中央政府有補助設置溫室，補助額度 1/3(縣)-至 1/2(中央)不等。約莫 5 年前颱風造成千葉縣設施毀損嚴重，政府曾補助重建(補助比例 8-9 成)。
 - 2、 2022 年因俄烏戰爭造成資材採購成本高漲，政府有補助有機肥等肥料(農民表示印象中有補助的次數不多)。
 - 3、 疫情期間花卉無法售出，政府依農民前一年營業額(日本農民要繳稅)有補貼經費維持農民基本生活。
- (六) 日本冬季為花卉供應斷缺期，需進口填補需求，除洋桔梗外，本日隨行 SAKATA 種子公司表示紫苑(菊科)部分品種具耐熱性，臺灣方面可試種，或許能外銷日本。

八、參訪花卉包裝分流場

花卉分裝場：該分裝場鄰近成田機場，具有地利之便，國內商榮、紅鉅、瓏園等花卉貿易商皆有承租空間，在此暫時集貨後分裝至各地市場拍賣。

肆、心得與建議

- 一、日本花卉產業面臨嚴重的老齡化問題，據本次座談花市業者補充說明，日本農林水產省依目前的農民平均年齡及新加入從農情境，估算未來的從事花卉耕作人數，2050 年將無人種植花卉。花卉相較其他農糧作物，屬勞力密集性高之產業，本次參訪產區農民，栽培模式多以追求高品質規格，需投入較多人力支援，耕作面積普遍不足 1 公頃，導入自動化/省工化的經濟效益低。除自家工外，花農需從鄰近地區徵集臨時性人力支援，持續性存在人力短缺問題，本次參訪農民似乎對於未來生產目標及規劃尚無具體想法。觀察日本職人精神也體現在花卉栽培上，花農對其生產之產品規格皆有堅持，栽培管理模式不輕易更改，需要投入更多精力始能維持相同品質，面對現今產業環境的快速演變，平價進口花卉量持續增加的局面，本次行程尚未觀察到日本花卉產業在生產端的應對方式。
- 二、日本冬季低溫，切花生產加溫處理將墊高生產成本，農民獲利減降低生產意願，導致供應量能不足。臺灣冬季溫度適宜適合花卉生產，可填補日本空窗期，或可進一步研究適合品項爭取外銷日本。
- 三、本次到東京及鄰近地區的花卉零售通路，觀察民眾購花確實比臺灣踴躍，其一原因是臺灣的零售通路購花尚未普及，此外日本民眾較臺灣更有日常購花的習慣，考察期間頻繁看到民眾到零售通路只為購買花束，對比臺灣民眾用花習慣仍待養成。臺灣零售通路販售花卉仍處開發階段，目前販售花束以單一花種為主，且花梗長度較長，民眾購入後尚需做適當裁切，建議未來移針對通路及消費需求調整規格。
- 四、應持續掌握日本花卉市場情報：如本次獲悉白花蝴蝶蘭需求持續增加的原因、火鶴花大地品種需求可能萎縮等產銷資訊，訊息源頭多來自批發市場，可鼓勵國內花卉市場或產業團體多與日本市場端保持聯繫，或定期舉辦互訪，增加資訊獲取機會。此外本署輔導台北花市參考日本大田市場作法建立展示室，按照當季與重要節日展示花卉種類，反應熱烈，今年也有日本花市與台北花市洽談，協助展示日本進口花卉，基於爭取臺灣花卉能見度立場，建議評估與日本花市洽談展示臺灣花卉的可行性。
- 五、切花品質大多由外觀及瓶插壽命決定，瓶插壽命往往不易於購買當下察覺，後續容易引起客訴，日本推動「鮮花保鮮期認證標章(GOOD! タグ)」、「MPS JAPAN」、「花き日持ち品質管理認証制度」等，利用客觀數據或檢驗稽核方式提供花卉的品質認可，讓

消費者放心選購，有助建立產銷間的信賴基礎。臺灣花卉產業單一花種種植的農民不多，小眾花卉之供應單位/花農甚至不超過 10 人，承銷人通常憑經驗挑選花農個人品牌，取得品質良好的切花，但下游之花店業者通常不容易判斷花材供應人為何，也常因瓶插壽命不佳引起消費糾紛，或許可參考日方的作法，評估建立臺灣花卉的品質認證機制。

六、日本市場雖仰賴臺灣產洋桔梗填補冬季空窗期，但普遍認為期待品質與賣價有落差，且臺灣不同產區品質落差大，影響日方對臺灣洋桔梗的整體評價。臺灣部分貿易業者與花農契約生產外銷，建立年度生產計畫，並邀請日本專家到臺灣到產地 1 對 1 指導並長期追蹤控管，生產品質較佳，市場賣價也高，惟生產費工且收購價格不符期待，花農契作意願降低。另有業者採機動性外銷方式，觀察日本與臺灣市況再收購洋桔梗出貨，由於生產過程未完全按照日本市場規格，品質稍差，市場價格低，雖然花農、貿易業者仍有利潤空間，但日本市場無法提早預期到貨量，影響承銷人安排規劃，對我方洋桔梗依賴性持續降低。如何穩定的供應、確保良好的品質及合理的價格仍是維持市場競爭力的關鍵。

七、此次於大田市場可見不同供應單位提供產品文宣，包括介紹花卉品種及花卉教學等，項目繁多，爭取曝光方法值得國內產業學習；另有品牌宣傳其菊花長度縮短 10 公分，帶來環保、省成本，質優等賣點。國內切花長度普遍過長，花材到消費者家中至少經過多次裁剪，是否有調整長度的必要性值得後續探討。

參訪照片



圖 1、拜會駐日代表處



圖 2、農糧署姚副署長代表致贈駐日代表處紀念品



圖 3、通路販售花卉及宣傳彼岸日用花



圖 4、東京都港區 inageya 超市花卉販售情形，花束價格每束 398 至 798 日圓間(未稅)



圖 5、398 日圓花束包裝規格，含玫瑰、康乃馨及滿天星單支裝



圖 6、日本彼岸日常用切葉



圖 7、SAKATA 種子公司位於橫濱市總部



圖 8、SAKATA 總部旁設立展示室，展示公司研發品種



圖 9、國內少見的三色堇品種



圖 10、與 SAKATA 種子公司人員合影



圖 11、大田市場臺灣文心蘭空運包裝



圖 12、貿易業者於大田市場卸理貨區開箱檢驗品質



圖 13、洋桔梗採橫式運輸，外觀良好花朵無變形



圖 14、傳統立式運輸，需加水袋/水盤與加固，增加成本



15、OTA 大型切枝拍賣情形

圖



圖 16、大型切枝標示(熱海櫻)，長度3公尺



圖 17、大田市場零批場交易情形



圖 18、臺灣產洋桔梗橫式運輸展示品質



圖 19、部分洋桔梗採橫式運輸會出現垂頸或歪頸現象，仍須調整測試



圖 20、大田花市(OTA)現場拍賣情形



圖 21、FAJ 現場拍賣情形

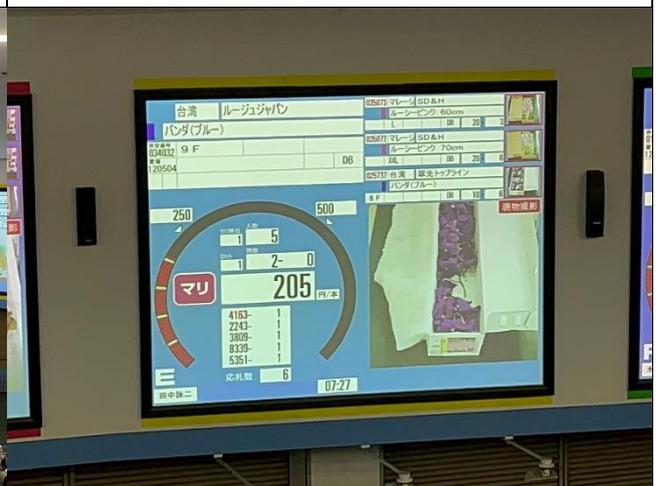


圖 22、FAJ 拍賣過程不會看到實體花卉/臺灣產萬代蘭拍賣情形



圖 23、FAJ 拍賣員於拍賣場兩旁作業



圖 24、大田市場常見花卉產地的形象廣告 (圖中為鹿兒島縣指宿市宣傳該市觀葉植物)



圖 25、大田市場拍賣後提領暫存區



圖 26、大田市場零批場待售的染色菊



圖 27、三色堇切花，長度約 30 公分



圖 28、日本產洋桔梗



圖 29、FAJ 瓶插室測試臺灣產洋桔梗



圖 30、FAJ 花卉展示室



圖 31、染色康乃馨



圖 32、大田花市 OTA 花卉展示室



圖 33、臺灣產切花交流座談會

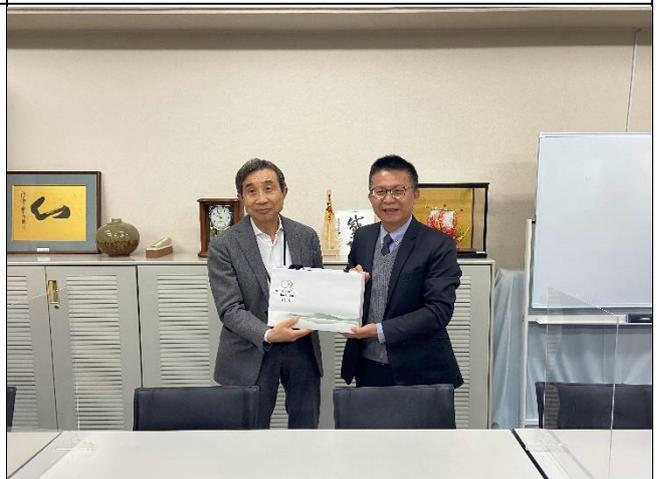


圖 34、姚副署長代表致贈大田花市紀念品



圖 35、臺日洋桔梗產業座談會



圖 36、日本花卉市場與會者，從左至右分別為桑島英之課長、金並聖先生、小南善衛課長、樋口博紀社長



圖 37、香皂花產品同時出現在鮮花束架上



圖 38、零售通路張貼花卉品質認證



圖 39、花束包裝袋具有保鮮功能，強調其附加價值



圖 40、本次行程常見民眾購買鮮花



圖 41、於零售通路看見臺灣產文心蘭



圖 42、花籃產品的包裝方式



圖 43、花工場之花束包裝場



圖 44、青山花店宅配紙箱規格



圖 45、青山花店外觀



圖 46、詢問小澤先生(右 1)洋桔梗生產議題



圖 47、千葉縣冬季生產花卉需使用加熱器



圖 48、小澤先生洋桔梗採 1 畦種 4 行的密度，較能保持控氣流通，臺灣近幾年部分產區也採用



圖 49、花農進行洋桔梗除蕾處理(夾手)



圖 50、請教小林先生(右 1)紫苑花栽培



圖 51、丸朝園藝農業協同



圖 52、丸朝園藝農業協同會員生產的千鳥草，高度可達 150 公分，臺灣少見花卉



圖 53、石蒜科植物 Leucocoryne



圖 54、千葉縣一處道之驛販售花卉情形



圖 55、海芋生產情形



圖 56、宮燈百合生產情形



圖 57、臺灣產洋桔梗立式運輸到港情形



圖 58、貿易業者於成田機場附近租用分裝場空間

伍、附録

一、於大田市場取得之花卉宣導品



花を大切に扱い、奥深い花の世界を迷うことなく案内し、良い花を届けられる人。それが「花シエルジュ」です。

生活者が、日常に花を取り入れ、心豊かな暮らしを楽しむことができるように、「花を売る人」から「花のある暮らしを提案できる人」をめざしませんか？

「花にたずさわる人」のための新しい資格認定制度「花シエルジュ」のご案内です。

講座内容

1. 花の品質管理
2. 花の生産と流通
3. 花の文化・花の効用
4. 花シエルジュコミュニケーション
5. マーケティングと販売方法

※内容は予告なく変更される可能性があります

受講資格

※受講申込時において下記いずれかに該当する方

1. 花店、園芸店、量販店、仲卸、卸売市場、生産者等での花きの販売について2年以上の実務経験を有する方
2. 生花・園芸にかかわる専門学校、大学および園芸系高校で花き関連の専門教育を受けた方、または生花店などで、同等の実務や教育を受けた方

受講方法とながれ

パソコン・タブレット（スマホも可）でご自身のペースで受講できます



専用ホームページよりお申込みください <https://hanacierge.jftd.jp/>

受講料 5,500円（消費税込み）



【ご不明な点をご遠慮なくお問合せ下さい】

花シエルジュ認定講座事務局

TEL：03-5436-8791（平日10時～17時）

主催：一般社団法人JFTD

E-mail：hanacierge@jftd.net



二、日本品牌宣傳菊花長度縮短的好處



 × 

JA愛知みなみ 渥美スプレーム 出荷連合 Smart mum

2020年から茎の長さや重量・脱葉の範囲を調整しながら「スマートフラワー」として出荷を開始。21年12月より「Smart mum」規格として本格出荷が始まりました。
目標は求められるものを求められる形で提供していく。JA愛知みなみ渥美スプレーム出荷連合はこれからも進化し続けます。

Smart mumの特長

- 1** 長さが短い短茎規格
従来の出荷規格より長さが10cm短い規格なので茎や葉のゴミが削減できます
- 2** 品質本位
買い手の方が安心して購入していただけるよう、花・葉・茎の痛みが無いように丁寧な選別やさきいれな梱包を行っています
- 3** エネルギーの削減に貢献
栽培期間が短くなるので肥料や水・電気暖房が削減されます

渥美のSmart mum 品種ラインナップ

 セイメリタ	 セイエルナ	 シンディー風車2
 セイヌーボ	 セイヌーボ イエロー	 セイヌーボ チェリーピンク




-END-