

出國報告（出國類別：考察）

# 113年日本職業棒球賽事與臺灣水果合作推廣活動暨考察行程

服務機關：農業部

姓名職稱：胡忠一次長、姚志旺副署長、陳立儀分署長、  
洪宏毅副組長、陳昱安技正、張鳳珉專員

派赴國家/地區：日本/東京地區

出國期間：113年5月27日至5月31日

報告日期：113年06月 28日

## 摘要

本次參訪行程由日本職棒讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果做為行程主要活動，並規劃拜會臺北駐日經濟文化代表處、日本農林水產省、日本大型蔬果供應商都樂食品公司(Dole)、日本Farmind株式會社、日本誠品生活及通路業者東京佐伯株式會社(SAEKI超市)等單位，交換日本採購單位、通路業者以及消費市場對於臺灣水果的期待、未來需求及相關意見，共同討論提升臺灣水果品牌形象及建立市場區隔性等相關議題，期能為國內產地帶回有效資訊，提升臺灣農產品競爭力。

# 目次

• 壹、目的-----	1
• 貳、考察紀要：	
一. 5月27日拜會駐日代表處-----	2
二. 5月28日拜會Dole Japan總部-----	4
三. 5月28日於Peacock 超市視察臺灣鳳梨通路上架情形-----	7
四. 5月28日拜會農林水產省-----	9
五. 5月28日拜會日本誠品生活-----	12
六. 5月29日於Sacki超市鳳梨行銷推廣-----	16
七. 5月29日與讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果-----	19
八. 5月30日拜會Sacki超市總部-----	25
九. 5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫-----	31
• 參、心得及建議-----	40
• 肆、附錄-----	42

## 壹、目的

- 一. 確認日本貿易商對於臺灣鳳梨採購契約延長年限之可行性。
- 二. 推廣日文版產銷履歷標籤，推廣台灣農產品並強化日本消費者信心。
- 三. 直接向日本貿易商及通路說明臺灣水果商品與東南亞各國商品之差異性，並尋求日方期待、需求及意見。
- 四. 提升臺灣水果品牌形象及建立差異性，並了解日本消費市場需求及推廣行銷。

## 貳、考察紀要

### 一、5月27日拜會臺北駐日經濟文化代表處

(一)拜會時間：17:30-20:30

(二)拜會地點：臺北駐日經濟文化代表處(東京都港區白金台5-20-2)、うなぎ四代目菊川(東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー38F)。

(三)拜會對象：謝長廷大使、周學佑公使、蔡淳瑩簡任秘書、王清要簡任秘書。

(四)內容說明：

訪團團長胡忠一次長向謝大使說明本次訪團的重要工作，包括向日本消費市場推廣臺灣鳳梨，以及促成中華職棒聯盟與日本職棒(讀賣巨人軍)交流，並致贈日本球團臺灣水果之宣傳活動。

臺灣鳳梨原本高比例銷往中國大陸市場，但在2021年中國大陸片面宣布暫停我國鳳梨進口後，銷售與推廣重心逐漸轉移至日本市場。臺灣鳳梨具口感佳、高甜度等優勢深受日本消費者喜愛，輸日規模自暫停輸中前約2,000至3,000公噸，兩年間快速成長至1.7萬公噸水準，足見臺灣鳳梨銷日之潛力，惟與其他國家競品(如菲律賓)相比，仍面臨零售價格過高及無法全年供應外銷的問題，係未來須注意及克服的重點。

臺灣各季的優質水果均為外交贈禮極佳選項，例如鳳梨、芒果及文旦等，倘駐處於節慶有贈送日方政要、貴賓需求，本部有關單位將盡力協助介紹合適供貨業者。尤其本年度農糧署推動鳳梨、芒果日文版產銷履歷逐粒貼標正式上線，預計對提升臺灣果品安全優質印象將有極大助益。

我國近年透過水果產品與日本建立良好外交關係，例如長期與農糧署合作之茨城縣笠間市各級中小學校營養午餐贈送臺灣香蕉，均獲得當地消費者熱烈迴響。基於茨城縣成功案例，日本其他行政區如岐阜縣、熊本縣等均表達高度興趣並持續與農糧署接觸中。

除此之外，日本許多縣市也基於臺日友好關係，積極希望促成更多臺灣與日本農特產品交流合作行銷方案，如前述岐阜縣開發以臺灣香蕉原料製成的水饅頭菓子，並於其縣內諸多超市通路販售臺灣鳳梨，該縣重要國會代表古屋圭司議員(日華議員懇談會長)並預計本年6月訪問農業部，洽談臺日雙方農業進一步深化合作可能。

## 貳、考察紀要

### 一、5月27日拜會臺北駐日經濟文化代表處



圖1：胡次長率參訪團拜會謝長廷大使

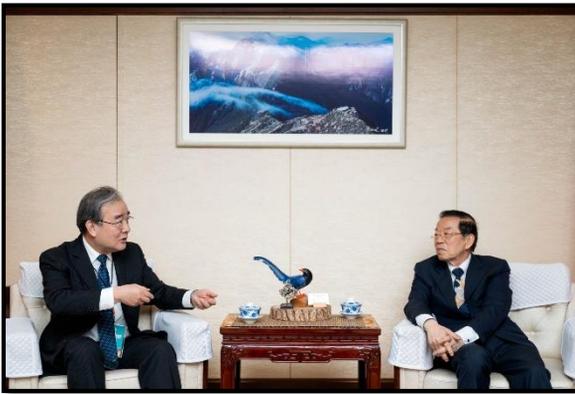


圖3：胡次長與謝大使討論臺灣農業發展



圖5：胡次長率參訪團拜會謝長廷大使



圖2：胡次長向謝大使說明產銷履歷制度

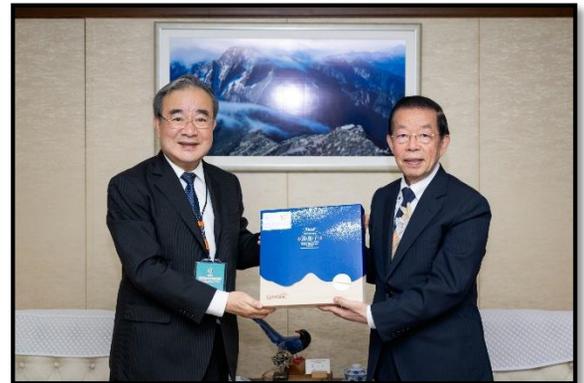


圖4：胡次長致贈謝大使禮盒



圖6：周學佑公使(中)與胡忠一次長(右)及姚志旺副署長(左)合影

圖7：胡次長與代表處同仁敘舊

## 貳、考察紀要

### 二、5月28日拜會Dole Japan總部

(一)拜會時間：09:30-10:30

(二)拜會地點：Dole Japan總部(東京都中央区日本橋箱崎町36-2 Daiwaリバー  
ゲート11階)。

(三)拜會對象：青木寛代表取締役社長、荒木熊介本部長、田中健太郎採購部長  
及其他陪同人員。

(四)內容說明：

胡次長率團拜會都樂日本總部，該社自2000年起進口臺灣鳳梨，經過多年於產地尋找優良果品供貨商，積極建構冷鏈進貨通路確保品質，並且於日本推廣努力下，加之2021年中國大陸暫停臺灣鳳梨進口所釋出外銷數量契機，兩年間隨日本對臺灣鳳梨採購意願大幅上升，都樂公司採購規模也快速增加，以本年為例，迄今採購臺灣鳳梨已逾18萬箱(10公斤裝)，相較於去年採購實績9萬箱，呈倍增趨勢。

都樂作為日本大型果品採購商，對臺灣諸多果品具高度興趣，包括香蕉、鳳梨、芒果等，在進口銷售經驗上均獲日本消費者高度肯定，需求強勁。尤其前幾年經歷疫情影響，以及物價上升、日幣貶值等情境，藉由近兩年恢復試吃推廣方式，更擴大了臺灣鮮果的知名度與消費者喜愛。未來也期望藉由都樂於日本全國各地廣泛超市通路，能讓更多日本消費者接觸與購買臺灣果品。

次長諮詢社長臺灣鳳梨與菲律賓鳳梨的優劣勢。社長表示，菲律賓鳳梨之所以市占高達9成，主要並非其具價格優勢，而在於菲國鳳梨能全年穩定品質、價格與數量供貨，使進口業者與其合作相當順暢，少有價格波動或斷貨風險。臺灣鳳梨主要為每年2月至6月間供貨，在宣傳策略上雖可用季節限定特產，消費者也願意購買，但需求規模仍難與菲國相比。而臺灣鳳梨確實具有口味好、口感佳、甜度高等優勢，但菲國鳳梨近年也積極進行品種研發，現今已有食感賣相均優的高端商品(價格不比臺灣產品低)。



## 貳、考察紀要

### 二、5月28日拜會Dole Japan總部

因此，臺灣倘能設法穩定供貨能量，或能在與菲國鳳梨的競爭中，逐漸與之抗衡。對此，次長建議都樂可從每年一次契作的方式，考量調整至5年契作，提升產地農民擴大生產信心，並可較彈性調整生產季節，實現全年供貨。針對次項提議，社長認為一次簽訂五年契作，對其定期檢討採購品項、數量之彈性較為不利，且臺灣生產者普遍較零碎，一一溝通契作是相當大的工程，建議臺灣可參考紐西蘭奇異果經驗，將相關生產者適度整合，統一對口海外採購商，合作上或許能較為順暢，並有利強化產品競爭力。



圖8：胡次長、姚副署長及陳分署長檢視Dole所販售之臺灣鳳梨。

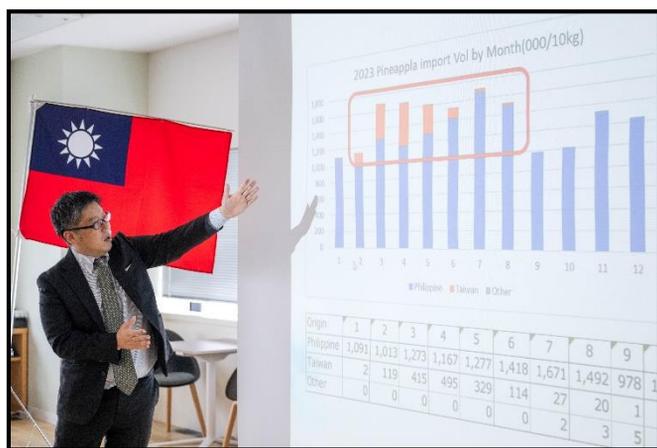


圖9：Dole公司部長向本團人員說明日本進口鳳梨情形。



圖10：Dole公司部長向本團人員說明日本臺灣鳳梨銷售情形。



圖11：Dole公司現切臺灣金鑽鳳梨及芒果鳳梨試吃。

## 貳、考察紀要

### 二、5月28日拜會Dole Japan總部



圖12：陳分署長針對臺灣鳳梨提出詢問。



圖13：Dole公司青木社長向次長說明推廣情形。



圖14：提供Dole公司臺灣蔬菜水果的生產及出口資訊。



圖15：本團人員與Dole公司人員合影。



圖16：胡次長致贈臺灣農產品加工品予青木社長。



圖17：青木社長贈送胡次長Dole公司香蕉及鳳梨公仔商品。

# 貳、考察紀要

## 三、5月28日於Peacock 超市視察臺灣鳳梨通路上架情形

(一)訪視時間：11:00-12:00

(二)訪視地點：Peacock store三田伊皿子店(東京都港区三田4-9-7 コンフォリア三田伊皿子坂1階)。

(三)陪同對象：Aeon market乾哲也社長、平田秀幸農産商品部部長、Dole Japan 青木社長、田中部長和丸山専員。

(四)内容説明：

該店鋪於門口顯位置設置臺灣鳳梨銷售專區，對曝光與促銷有極大幫助。但在現場確實也看到菲律賓產新品種MD3鳳梨因其針對品質與口感有大幅強化，零售價格已與臺灣金鑽鳳梨比肩，但市場反應情形尚無進一步情報；另是日該公司公關部門安排媒體採訪、拍攝照片及影片。

(五)新聞露出：

- (株)共同通信社：[https://www.kyodo.co.jp/life/2024-05-29\\_3861324/](https://www.kyodo.co.jp/life/2024-05-29_3861324/)
- OVO：<https://ovo.kyodo.co.jp/movie/a-1970435>
- YouTube：<https://youtu.be/-Q74idjvSL8>
- 毎日新聞オンライン：プレスリリース：“フルーツでスマイルを。”お届けするDole 今が旬の高品質で美味しい台湾パインを日本へ 台湾農業部と『Dole台湾パイフェア』実施 (PR TIMES) | 毎日新聞 (mainichi.jp)
- 朝日新聞オンライン：“フルーツでスマイルを。”お届けするDole 今が旬の高品質で美味しい台湾パインを日本へ 台湾農業部と『Dole台湾パイフェア』実施 | 朝日新聞デジタルマガジン & [and] (asahi.com)

圖18：5月28日訪視Peacock 超市日本媒體露出。



## 貳、考察紀要

### 三、5月28日於Peacock 超市視察臺灣鳳梨通路上架情形



↑ 圖19：消費者於Peacock 超市購買情形。



↑ 圖21：Peacock 超市提供多種臺灣鳳梨截切商品。



↑ 圖23：胡次長、Dole公司青木社長及Aeon market乾哲也社長合影。

圖20：胡次長及姚副署長等人訪視販售情形。



圖22：胡次長受日本媒體訪問。



圖24：本團人員、Dole公司人員及Peacock 超市人員合影。



## 貳、考察紀要

### 四、5月28日拜會交流農林水產省

(一)拜會時間：13:30-15:00

(二)拜會地點：農林水產省(東京都千代田区霞が関1-2-1)。

(三)拜會對象：大臣房熊谷審議官、農林水產技術會議事務局東野昭浩研究總務官、消費安全局小林正壽國際室長、古田曉人準室長、岩澤薰擔當及其他陪同人員。

(四)內容說明：

• 拜會農水省東野昭浩總務官：

次長介紹，東野總務官曾於臺日交流協會擔任主任3年，期間與本部胡次長(時任農糧署署長)共同推動臺日有機同等性(相互承認有機驗證)，致我國目前有機茶葉、日本有機納豆等製品往來貿易順暢。

東野總務官提到，幾年前臺灣鳳梨遭中國暫停進口時，日方基於臺日情誼，對臺灣鳳梨大力支持採購；同樣去年因福島排放核電廠冷卻水入海，中國大陸也因安全考量大幅阻礙日本水產進口，當時臺灣也樂意伸出援手採購日本許多水產物。顯示臺日雙方不但具深厚互助關係，更有密切貿易往來。次長藉此補充，目前統計日本輸臺農產品約10.2億美元，而臺灣輸日僅7.2億左右美元水準，存在明顯逆差，臺灣正尋求能有更多農產品輸日機會，例如臺灣紅肉種紅龍果、除愛文及海頓以外芒果品種目前正接受日本審查准入，希望總務官能積極促成，早日開放，總務官表示將盡力協助，並樂見臺日貿易更加活絡。

次長再諮詢，是否有其他能對臺灣農業提供幫助的機會。總務官表示，其研究領域目前主要集中在農機自動化等智慧農業領域，並已獲相當成果。次長表示，智慧農業也是部內關切重要議題之一，且日本技術與經驗一直為我國學習及參考對象，或可尋求適當計畫邀請東野總務官來台演說或指導有關日本智慧農業最新進展。

此外，東野總務官另向次長請教，日本有關米食消費及生產規模逐年下降，且迄今未見緩和趨勢。臺灣雖有下降，但目前似乎已穩定在一定水準，是何種原因所致。次長說明，臺灣稻米產業因長期有公糧收購制度維持稻農收入，使生產規模能維持相當水平，未來也將更檢討如何透過該制度精準控制國內稻米生產符合國內實際需求規模；另一方面，臺灣面對可能發生的風險所需，除維持穩定儲糧規模外，也積極開發各類米食即食加工品，均有效維持甚至提升對稻米之消費需求。

## 貳、考察紀要

### 四、5月28日拜會交流農林水產省

#### • 拜會農水省大臣房熊谷法夫審議官

次長介紹，熊谷審議官同時也是目前農水省首席獸醫師，對畜產肉品具高度專業，是數年前推動和牛進口臺灣的重要關鍵人物。對今日訪團到訪，特別邀請有關目前審議臺灣果品准入單位代表、農業用藥負責單位代表、加工肉品進出口審議單位代表等共同接見。

熊谷審議官首先提出，臺灣與日本在農業生產及消費市場，一直是互補互助的關係，並同意未來持續擴大雙方貿易品項，深化合作交流。對此，次長亦提出我方關切紅龍果、芒果等品項審議進度一事。審議官回應，將請有關單位努力促成。審議官並提到，有注意到本部長官近兩年到日職開球及推廣農產品之規劃，認為這是極佳的合作模式，正好北海道日本火腿主場巨蛋球場新落成，期待也能邀情次長有機會在6月能到該球場辦理職棒與臺灣紅龍果行銷合作的活動，次長表示倘順利開放，並不衝突立法院院會期間的前提下，樂意安排。

農糧署南區分署陳分署長提問，有關農藥使用部分，日本進口臺灣農產品允許用藥，是否可檢討合理使用量標準。對此，次長補充農糧署近年積極建構產銷履歷制度，目前不但詳實記載生產管理資訊(含用藥紀錄)，並本年已有日語介面，希望可增加日本當局與消費者對臺灣農產品安全性之信心。日方對我國產銷履歷制度表示肯定，但主管單位並未正面回應，並拋出針對日前日本草莓遭我國以藥檢不符退運部分，亦請本部再做評估。

最後，日方建議我國申請准入案件，通常由日本派遣檢疫官至臺灣產地查證檢疫作法，雖然我國防檢疫主管機關積極協助提供資料，但卻鮮少派員至日本與當局交換意見。對此次長指示本部防檢署如有派員赴日與農水省主管單位現場洽談需求，對我國申請農產品准入可能有極大助益，本部應盡力支持。

## 貳、考察紀要

### 四、5月28日拜會交流農林水產省



圖25：胡次長致贈臺灣農產品加工品予大臣房熊谷審議官。

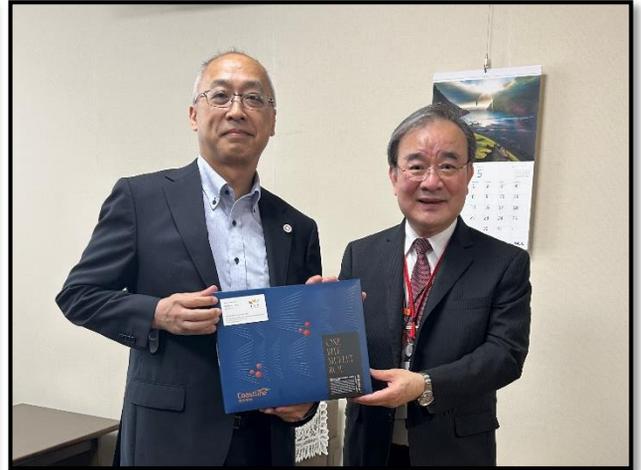


圖26：胡次長致贈臺灣農產品加工品予林水產技術會議事務局東野昭浩研究總務官。



圖27：本團人員於農林水產省前合影。



圖28：本團人員與農林水產省農林水產技術會議事務局東野昭浩研究總務官合影。



圖29：本團人員與農林水產省大臣房熊谷審議官及消費安全局人員合影。

## 貳、考察紀要

### 五、5月28日拜會日本誠品生活

(一)拜會時間：16:00-17:20

(二)拜會地點：日本誠品生活(東京都中央區日本橋室町3-2-1(COREDO室町テラス2階)。

(三)拜會對象：松信健太郎社長、永野泰世店長、許玳嘉主任及其他陪同人員。

(四)內容說明：

YURINDO株式會社-有隣堂(以下簡稱有隣堂)創業於1909年，以日本神奈川縣為中心，在包括東京都、千葉縣開設有約40家店鋪的書店企業。

自從1995年起網路普及化帶動網路書店、電子書興起，造成開始全球的實體書店的銷售及市場極速走下坡，有隣堂派員赴歐美等地尋找解決之道，但是在歐美地區也都是面臨實體書店的衰退問題，只有臺灣的誠品書店卻逆勢成長，有隣堂看到的這一個奇蹟，也開始了築夢希望將臺灣誠品的營運模式引入日本執行。

而三井不動產株式會社(以下簡稱三井不動產)創業之地-日本橋，日本橋在江戶時代曾是五大官道的起點和水陸的要塞，是日本全國各地所有人、物、事的集散地，堪稱「日本的中心」，目前的日本橋已是第19代，於1911年興建的石造二連拱橋，在1964東京奧運舉行前，日本政府在其上興建了高架的首都高速道路路段（首都高速都心環狀線），遮蓋了橋上的天際線景觀，三井不動產正為重振日本橋地區過去作為文化、經濟、商業的繁榮地區，以規劃保存文化、復興文化、創新的三個主軸來規劃新的美麗日本橋，進而展開了「日本橋再生計畫」。

因此，三井不動產結合臺灣誠品書店、有隣堂三個單位合資籌設「誠品生活日本橋」，是第一家在日本販售臺灣農產加工品為主軸的複合式商店，在2019年春天交由臺灣的設計師規劃完成回字型銷售區域，包括最受歡迎的臺灣生活市集區、誠品書店區、文具區、工藝品區4區及烹飪教室等，並於當年的9月27日開業，惟全球立即遇到COVID-19侵襲，人進出管制該生活館經營非常的困難，倖然疫情解封後，有11家的品牌專櫃已駐進900坪區販售區，來這裡有70%是日本人及30%臺灣人，習慣購買臺灣的農產品及書籍等，包括果乾（芒果、鳳梨、番石榴、芒果青）、茶葉（烏龍茶、紅茶及綠茶）、牛軋糖及大豆產品等商品。

## 貳、考察紀要

### 五、5月28日拜會日本誠品生活

#### ● 對於臺灣農產加工品的銷售情形：

1. 目前在門市上架的臺灣的農產加工品，以水果農產加工品以果乾為最受歡迎的品項，目前於門市架上販售的品牌有一家，另也會不定期引進冷凍截切水果販售、目前銷售果的品項包含鳳梨、芒果等鮮果截切冷凍商品。
2. 而門市所販售鳳梨相關的加工品銷售情形，是以鳳梨牛軋糖銷售情形最佳，主要是因為日本人對於臺灣牛軋糖特別喜愛，連帶提升相關產品的銷量，而在目前販售的牛軋糖系列中，則以芒果果乾口味銷售情形最佳。
3. 整體而言，日本消費者對於臺灣農產加工食品的偏好程度為牛軋糖最高、第二為啤酒(台啤)、第三是水果果乾，而目前果乾販售產品為四項：鳳梨、芒果、青芒果、芭樂。且目前日本消費者對於青芒果的喜好度大大提升，銷售情形與芒果果乾相仿，可以提供臺灣業者參考。
4. 另臺灣的豆類產品包含醬油、豆漿、芝麻產品、愛玉、花生製品等商品的銷售都很不錯，且近期主推白木耳飲品部分也是深受日本消費者喜愛，足以證明日本消費市場對於具有臺灣特色的商品，接受度是相對高的。



↑ 圖30：誠品生活日本橋臺灣專區展示空間。



圖31：屏東縣物產展示專區。→

## 貳、考察紀要

### 五、5月28日拜會日本誠品生活

#### ● 對臺灣農產加工品的建議事項：

1. 在加工品製作的程序中，因應目前食品安全的重要性以及相關法規的規定，不僅是添加物的多寡及呈現是非常重要事情，但是臺灣製造商經常忽略一件很重要的事情，就是日本消費市場對於「過敏原」是相當重視的，因為日本消費者在購買時一定會確認過這個標示，確認商品是否添加含有過敏原的食材，例如牛奶、芒果及花生等等，但是臺灣消費市場對於此事關注度較低，建議臺灣加工業者可以在這件事上面多做提示，會更加符合日本市場的需求。
2. 建議臺灣廠商不要為了推廣而銷售的觀念，應以為了銷售而銷售的方式來執行，需要以消費市場看待製造的產品，尤其誠品日本因為開立的門市僅有一家，且貨架空間有限，通路於銷售前期能夠配合少量出貨、價格適中等要素，對於前期進入是非常重要的。
3. 日本消費者對於臺灣所產的白色南瓜子、豆干及乾香菇等產品興趣極高，都是日人旅臺的必須採買的商品，該公司經常收到日本消費者的詢問是否可以上架販售，因此非常期待未來相關產品能夠引薦日本市場並上架通路販售，日本消費者對於臺灣的產品接受度是非常高的，希望能夠好好應用目前的臺日友好關係，用以積極拓展市場。

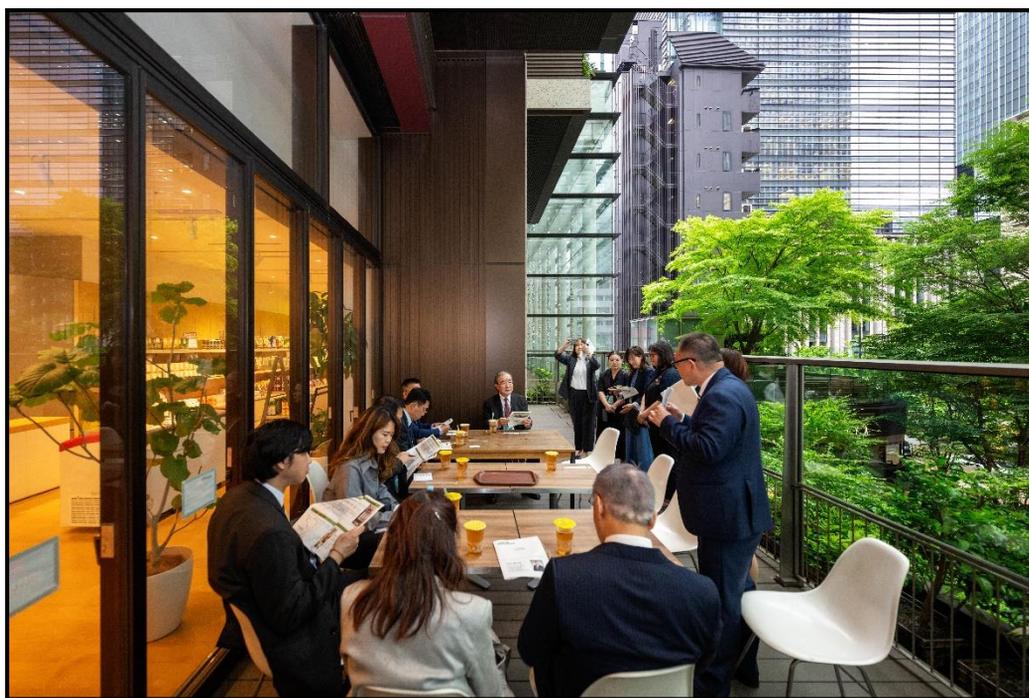


圖31：有隣堂松信健太郎社長相本團人員說明誠品生活日本橋設置理念。

## 貳、考察紀要

### 五、5月28日拜會日本誠品生活



圖32：胡次長向在場人員說明臺灣蔬果資訊，松信健太郎社長搭配資料閱讀。



圖33：胡次長、姚副署長視察臺灣農產品販售情形。

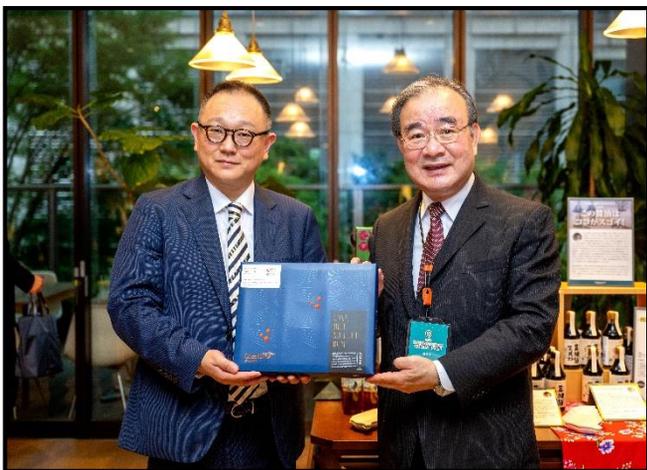


圖34：胡次長致贈臺灣農產品加工品予松信社長。



圖35：胡次長及誠品生活日本橋人員合影。



圖36：姚副署長及許主任同為屏東人，手持屏東物產合影。



圖37：本團人員與誠品生活日本橋人員合影。

## 貳、考察紀要

### 六、5月29日於Saeki超市鳳梨行銷推廣

(一)拜會時間：11:00-12:00

(二)拜會地點：SAEKIフーズマーケットさえき多摩平の森(東京都日野市多摩平6-20-1)。

(三)內容說明：

為推廣臺灣鳳梨，農業部於日本SAEKI超市多摩平の森門市辦理「臺灣鳳梨促銷活動」，由胡忠一次長親自向日本消費者推廣果肉細緻多汁、糖酸比例適中的臺灣鳳梨，並說明臺灣鳳梨農民利用不同品種及栽培管理已可達到全年生產，除每年3月至5月間盛產的臺灣金鑽鳳梨外，後續仍有牛奶鳳梨、芒果鳳梨等特色品種，都十分值得喜愛鳳梨甜蜜滋味的消費者把握機會品嚐。

SAEKI超市目前在日本經營16家綜合食品超市，並長期販售臺灣鳳梨及芒果等水果，為配合推廣農業部與讀賣巨人隊合作辦理「臺灣水果品牌日」，該門市已於5月19日推出買臺灣鳳梨贈送球賽活動門票10組的活動，為鳳梨推廣活動拉開序幕。



圖38： Saeki超市外觀。



圖39： 超市入口處所擺放臺灣鳳梨販售專區。



圖40： 臺灣鳳梨日文版產銷履歷標籤。



圖41： 富邦悍將及樂天桃猿啦啦隊女孩共同推廣。

## 貳、考察紀要

### 六、5月29日於Saeki超市鳳梨行銷推廣

推廣活動現場更由農糧署姚志旺副署長展示「臺式削鳳梨」快刀手技術，與日本習慣的削皮方式截然不同，讓現場的消費者直呼驚奇，並邀請中華職棒的富邦悍將及樂天桃猿啦啦隊女孩在現場邀請消費者試吃鮮切的臺灣鳳梨，與日本消費者分享臺灣鳳梨清香酸甜、細緻口感等特色風味。



圖42：姚副署長示範臺式削鳳梨技術。



圖43：姚副署長示範臺式削鳳梨技術。



圖44：富邦悍將及樂天桃猿啦啦隊女孩共同推廣。



圖45：日本消費者紀錄臺式削鳳梨技術。



圖46：樂天桃猿啦啦隊女孩共同推廣。



圖47：富邦悍將啦啦隊邀請消費者試吃。

## 貳、考察紀要

### 六、5月29日於Saeki超市鳳梨行銷推廣

當日在SAEKI超市採購的許多消費者在試吃臺灣鳳梨後，也立即決定購買臺灣鳳梨回家享用，並向胡忠一次長及姚志旺副署長詢問如何選購最美味的臺灣鳳梨，期待透過本次現場與日本消費者宣傳臺灣水果與他國產區的差異性，臺灣水果就風味、香氣、口感及航運距離等皆具有優勢，本年度截至5月底統計數據，臺灣鳳梨銷往日本的總量已逾16,940公噸，較前一年同期成長17.6%，期待臺灣鳳梨外銷日本總量能夠持續提升，農業部亦將持續積極輔導產地，確保輸日鳳梨品質有所保障。



圖48：胡次長、姚副署長、富邦悍將及樂天桃園啦啦隊邀請消費者多選購臺灣鳳梨。



圖49：胡次長、姚副署長贈送臺灣鳳梨果乾給日本消費者。



圖50：胡次長分享挑選優質臺灣鳳梨方式。



圖51：姚副署長協助消費者選購臺灣鳳梨。

## 貳、考察紀要

### 七、5月29日與讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果

- (一) 推廣時間：17:00-21:00
- (二) 推廣地點：東京巨蛋(東京都文京區後樂一丁目3番61號)。
- (三) 活動賽事：讀賣巨人(中央聯盟) VS 福岡軟銀鷹(太平洋聯盟)
- (四) 拜會對象：讀賣巨人軍金村司社長。
- (五) 推廣活動流程(如下表1)：

時間	流程	位置
17:00-17:05	賽前讀賣巨人隊高橋先生LIVE	臺灣水果展示區
17:50-18:00	致贈儀式 (受贈人：12號外野手荻尾匡也)	球場本壘板
18:00	球賽開始	
18:05-18:10	拜會讀賣巨人軍金村司社長	社長休息室
18:15-18:30	媒體聯訪	臺灣水果展示區
21:30	球賽結束-12局讀賣巨人軍勝	

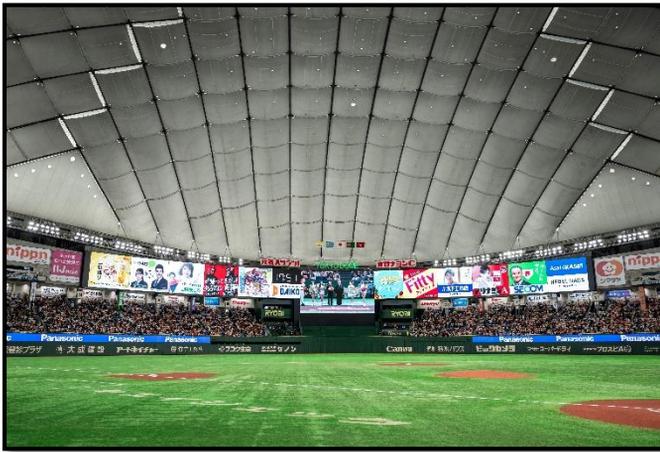


圖52：東京巨蛋球場。



圖53：抵達東京巨蛋球場後進行彩排畫面。



圖54：啦啦隊嘗試掃描日文版產銷履歷標籤。



圖55：臺灣水果展示區域。

## 貳、考察紀要

### 七、5月29日與讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果

本次活動由華職棒大聯盟的媒合，促成臺灣農業、臺灣職棒及讀賣巨人球隊三方的合作交流，而讀賣巨人軍隸屬日本職棒中央聯盟球隊，今(113)年適逢創隊90周年，該日賽事與太平洋聯盟的福岡軟銀鷹對戰，為跨聯盟交流戰，現場吸引超過4萬人湧入東京巨蛋球場觀賽。

農業部與日本職棒讀賣巨人軍合作辦理「臺灣水果品牌日」活動，期待透過民眾關心日本職棒賽事的熱度，向日本消費者宣傳臺灣優質水果特色，現場除了透過球場看板佈置及電視轉播，也贈送前1萬名進場球迷一把充滿臺灣水果意象的特色扇子，並於檢票入口處設置「臺灣水果展示專區」，將目前正值盛產期、最新鮮、香甜且高品質的臺灣鳳梨及芒果呈現出來。



圖56：臺灣水果品牌日圖示於東京巨蛋第22號入口處顯示。

圖56：球迷於檢票完成後，進入球場亦可觀看相關圖示。



## 貳、考察紀要

### 七、5月29日與讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果

在球迷入場之際，讀賣巨人軍主持人高橋先生與農業部胡次長共同向球迷說明挑選臺灣鳳梨的技巧，只要輕敲鳳梨利用聲音來判斷品質即可，聲音如同敲鼓一般清脆時，代表該顆鳳梨品質優良，倘如拍打手臂的聲音則代表該顆鳳梨品質不佳，並由富邦悍將啦啦隊秀秀子、栗子及樂天桃猿啦啦隊溫妮、慧慧現場示範，成功吸引許多現場球迷圍觀。



圖57-61：讀賣巨人軍主持人高橋先生請教胡次長挑選臺灣鳳梨秘訣，並由啦啦隊示範。



## 貳、考察紀要

### 七、5月29日與讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果

而開賽前由農業部胡忠一次長代表致贈貼有日文版產銷履歷標籤的優質臺灣鳳梨40箱(10公斤裝)及芒果20箱(5公斤裝)贈送讀賣巨人軍代表荻尾匡也外野手，希望藉由臺灣水果獨特香氣、細緻口感、豐富的維生素及膳食纖維等特色及營養優勢，帶給球員滿滿活力元氣，更期待日本消費者透過本次活動進一步認識臺灣水果，增加選購臺灣水果意願。



圖63：胡次長率姚副署長及4名啦啦隊員致贈臺灣鳳梨及芒果予讀賣巨人軍。



圖64：胡次長率姚副署長及4名啦啦隊員致贈臺灣鳳梨及芒果予讀賣巨人軍。



圖65：胡次長(前右)率姚副署長(後右2)、陳分署長(後左2)、洪副組長(後左1)及中華職棒大聯盟簡副主任(後右1)拜會讀賣巨人軍讀賣巨人軍金村司社長(前左)。

## 貳、考察紀要

### 七、5月29日與讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果

當日對戰的讀賣巨人軍與福岡軟銀鷹軍皆屬各聯盟之佼佼者，比賽至12局下半由讀賣巨人軍擊出再見安打比賽勝利，巨人軍選手表示感謝農業部贈送臺灣優質且香甜的鳳梨及芒果享用，讓球員儲備充足的能量因應延長賽事，並取得最後的勝利。

GIANTS							ニュース	試合日程・結果	チケット	シーズンシート	スポンサー・法人契約	マイページ	
2024年5月							前月	次月					
mon	tue	wed	thu	fri	sat	sun							
		1 巨人 0-4 ヤ	2	3 巨人 8-5 神	4 巨人 2-1 神	5 巨人 2-4 神							
6 中 2-0 巨	7 中 0-2 巨	8 中 1-4 巨	9	10 ヤ 1-2 巨	11 ヤ 3-4 巨	12 ヤ 3-1 巨							
13	14 巨人 2-1 横	15 巨人 4-0 横	16	17 広 2-0 巨	18 広 4-3 巨	19 広 9-3 巨							
20	21 巨人 1-1 中	22 巨人 2-4 中	23	24 神 0-1 巨	25 神 3-0 巨	26 神 1-2 巨							
27	28 巨人 0-2 ソ	29 巨人 1-0 ソ	30 巨人 6-5 ソ	31 西 1-4 巨									

オレスタジアムはホーム開催、タグなしはビジターゲーム。  
 チケットカテゴリ：I・IIでチケット料金が異なります。詳細は座席・料金についてをご覧ください。  
 日程表の見方

圖66：讀賣巨人軍5月比賽結果。



圖67：球員享用臺灣鳳梨及芒果，為賽事補充體力。

## 貳、考察紀要

### 七、5月29日與讀賣巨人軍合作推廣臺灣水果



圖68：胡次長現場受訪。



圖69：姚副署長贈送臺灣鳳梨給小球迷。



圖70：熱情球迷邀請胡次長及姚副署長合影。



圖71：熱情球迷與啦啦隊員合照。



圖72：胡次長、姚副署長、陳分署長及啦啦隊員於展示區合影。



圖73、74：本團人員與本次活動視覺合照。



## 貳、考察紀要

### 八、5月30日拜會SAEKI超市總部

(一)拜會時間：10:30-11:30

(二)拜會地點：Saeki超市總部(東京都國立市富士見台4-7-11)。

(三)拜會對象：東京佐伯株式會社社長谷川徹社長、管理部丹羽章太郎部長。

(四)內容說明：

Saeki超市在東京經營11家綜合食品超市、埼玉縣1家、日本赤次城縣3家、千葉縣1家等，以關心他人的心來發展業務為公司的座右銘。本次拜會該超市長谷川徹社長、丹羽章太郎部長等人，社長表示過去超市所販售的商品以生鮮產品為主，但近年來日本超市市場發展逐漸導向美國超市經營模式，目前該超市體系中所販售的生鮮品約占2-3成，剩餘的產品則為日常用品，目前觀察臺灣超市也朝向目前日本超市經營模式當作未來發展的參考依據。

而日本目前遭受到人口老化、出生率下降等影響已久，所以政府開始將日本國內生產溫帶蔬果都是以外銷為導向，以青森蘋果為例，每年外銷的數量將近3萬公噸，把品質最佳蘋果賣到海外，藉此提高農戶的收益，提高青年回鄉務農的誘因，而且不同農場所都會依照產品銷售目標地來做生產調整，例如銷售目標為臺灣，所有的生產管理就會依照臺灣消費市場需求來做生產，以提高銷售量，進而提升農場的收益。



圖52：日本消費者於Saeki超市內選購臺灣鳳梨畫面。

## 貳、考察紀要

### 八、5月30日拜會SAEKI超市總部

- 日本消費市場對臺灣所產鳳梨或其他水果的看法：
  1. 日本消費市場已經非常習慣菲律賓帶有酸度的鳳梨，而臺灣鳳梨是從2021年3月起臺灣鳳梨被中國大陸禁止出口，短段時間將產品轉移到日本市場，當時的佔有率約1成市場，一開始僅是基於臺灣跟日本之間的友好關係，刺激日本消費者的選購意願，但是臺灣鳳梨甜度高、纖維細緻、香味及果心可食用等特色，逐漸的被日本消費者接受以及喜愛，如糖度達到16度以上，符合日本消費者對於水果甜度的偏好，該公司利用這些特色來做推廣，逐漸地臺灣鳳梨被日本的消費者接受，加上消費者非常重視食用安心，臺灣政府近年來所推動的鳳梨逐粒貼上日文版產銷履歷標籤，更加符合日本消費者的食安需求。
  2. 社長指出，臺灣水果其實擁有很多優勢，但必須要好好的推廣，例如現在50歲以上的日本年長者對臺灣香蕉的香Q甜特色，還是深深留在他們的心中，那是因為過去該年齡層的消費者都很習慣吃臺灣的香蕉，具有歷史的回憶，但是對於年輕消費者來說，並不具有這個印象，因此該社長建議臺灣水果需要強化深入年輕人心中的認同感，這樣消費市場就會將會深具潛力，例如臺灣鳳梨糖度高達16度以上，遠高於菲律賓鳳梨的甜度，都是非常有優勢的特色，如何讓更多日本人認識才是最重要的。
  3. 臺灣鮮果鳳梨價格已經被定位在中等價位的每顆600-500日圓，菲律賓的鳳梨則約每顆400-300日圓，雖然日本消費者是無法用裸果來辨識臺灣與菲律賓鳳梨的差異，但臺灣鳳梨因為品質優良，因此略高的價格是能夠被日本的消費者接受，社長在此強調，日本消費者購物並非僅以價格作為評判依據，最重要的是產品的品質，當品質達到消費者的認同，就具有拓展市場的潛力。



圖53：胡次長率本團人員拜訪Saeki超市長谷川徹社長。

## 貳、考察紀要

### 八、5月30日拜會SAEKI超市總部

#### ● 對臺灣所產鳳梨或其他水果的發展建議：

1. **持續發展冷凍的截切水果：**日本的年齡層逐漸老化、小家庭數量的提升，以及日本政府對於垃圾廢棄物的管制等因素下，日本消費市場對於產品的需求中「方便、便利」的重要性就提升非常多，減少廢棄物的需求是一種趨勢，因此該社長認為生鮮及冷凍截切加工水果是相當具有發展的潛力的產品，而且日本家庭在選購冰箱上，對於冷凍庫的儲藏食物需求越來越大，建議臺灣能繼續發展冷凍的水果，不僅符合市場，也可以克服檢疫、品質及供應期間不確定問題，應該比鮮果潛力會更大，而目前日本消費量最高的冷凍水果是藍莓，而以農作物來說則是毛豆賣得最好。
2. **全年度供應或是節限定的商品：**該公司對於臺灣鳳梨倘能夠全年度供應，是相當歡迎的，也認為是具有市場潛力，如無法全年度供應，也可以思考將臺灣鳳梨定義為季節限定的商品，例如日本最具季節性的水果為西瓜，接著就是鳳梨；或是在一定期間內結合臺灣所產的香蕉、鳳梨及芒果等水果在特定時間中一起做「臺灣水果季」，臺灣鳳梨逐漸取代菲律賓的鳳梨成為日本心目中的最佳的水果，如果可以集中並擴大臺灣水果的聲量，會非常吸引日本消費者的。
3. **推廣活動聯合大型的通路商同時執行：**因該公司在日本的通路而言僅是中型公司，如果未來農業部可以在日本做水果推廣活動，建議加強在大型的通路商例如ion等通路同時執行，同時搭配日本媒體的曝光，像該公司中型的通路商也會跟著整體市場效益而受益，例如在2021年臺灣鳳梨禁止輸中的事件中，因為日本媒體有強力的報導，因此提升日本消費者購買臺灣鳳梨的意願。



圖54、55：胡次長與長谷川社長互相交換對農產品發展意見。

## 貳、考察紀要

### 八、5月30日拜會SAEKI超市總部

- 我方人員詢問長谷川社長：臺灣消費者對於截切品的安全性是有所疑慮，相較之下更願意選購原果，對於日本消費市場來說，截切商品是否有相同的疑慮？
  - 長谷川社長回應：日本消費者對生鮮及冷凍截切品最大的需求是熟度適中，且日本消費者對於水果甜度最喜好的16-18度範圍間，所以日本將很多符合需求的農產品如葡萄、蜜柑等製作為冷凍截切商品；另以該公司販售情形為例，原果商品及截切商品的銷售情形其實是差不多的，還是回歸消費者的家庭成員數量或對於垃圾處理的態度來做選擇；臺灣鳳梨有一個優勢，就是到貨後可以直接加工做成生鮮截切商品上架販售，而菲律賓鳳梨因為到貨時熟度往往仍不足，需要放置於店內至熟度達到適合的時候才能做成截切商品，對於門市的處理的便利性仍是有差距的；另冷凍截切商品，也建議臺灣廠商能夠透過日本大型貿易商輸入日本，中小型企业直接向日本貿易商採購會更加便捷，且更有採購意願。



圖56：日本超市內販售之節切商品型態及規格眾多且品項豐富。

## 貳、考察紀要

### 八、5月30日拜會SAEKI超市總部

#### ● 胡次長向社長及部長說明：

1. 農業部為確保外銷鳳梨、香蕉及芒果等主力水果，並有效提升相關產品品質及數量，自2022年起陸續輔導業者、農民團體及農民辦理日文版產銷履歷逐粒貼制度，至日本消費者可利用手機掃描知道購買的臺灣水果生產資訊，落實食用安全及品質提升，培養消費者對臺灣農產品的認識及認同感。並提供臺灣蔬菜水果的生產品項、期間、產地及是否准入日本等資訊表，另外提及28日拜會農林水產省時，農林水產省已表達將盡速協助臺灣紅肉紅龍果准入日本(已於6月5日公告准入)，未來臺灣將有更多優質的農產品輸往日本，將會持續強化品質管理，以穩定臺灣農產品口碑。
2. 此外，臺灣水果所製成的果乾也是一個具有潛力的商品，如果社長有意願，可以提供果乾樣品給社長品嚐，並提供可出口至日本的臺灣加工廠商名單參考，尤其芒果及情人果乾，在日本深受消費者的喜愛。過去臺灣農產品主要的銷售市場為中國大陸，目前已轉向美國及日本市場，期待未來能輔導產地與消費需求的契合，讓持續擴大日本消費市場需求。

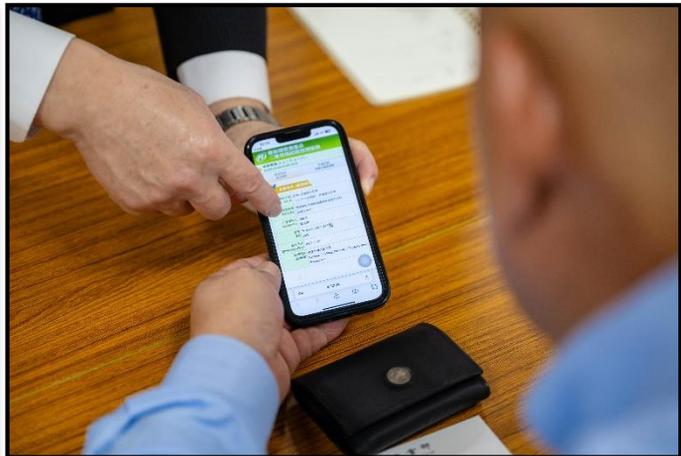


圖57、58、60：向長谷川社長說明日文版產銷履歷標籤之使用方式。



圖61：次長向社長說明臺灣蔬果相關資訊。

## 貳、考察紀要

### 八、5月30日拜會SAEKI超市總部



圖62：姚副署長向社長說明將持續輔導臺灣水果品質提升，以符合日本市場。



圖63：洪副組長向長谷川社長說明農業部對於臺灣水果加工品的努力。

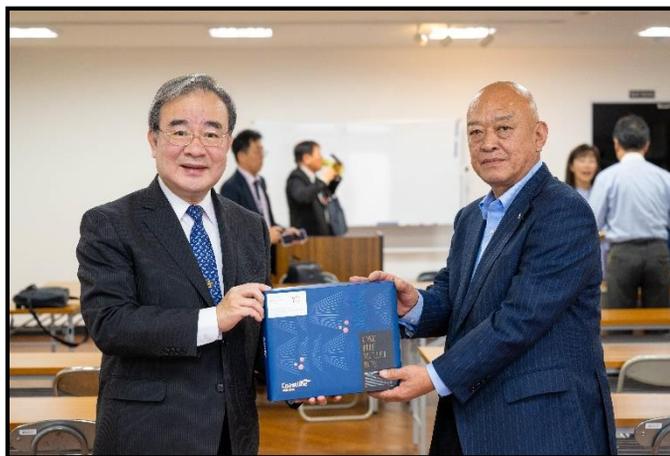


圖64：胡次長致贈臺灣農產品加工品予長谷川社長。



圖65：胡次長致贈臺灣農產品加工品予丹羽部長。



圖66：胡次長(右)、長谷川社長(中)及丹羽部長(左)合影。



圖67：本團人員與SAEKI超市人員合影。

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫

(一)拜會時間：15:00-17:00

(二)拜會地點：Farmind川崎加工中心(神奈川 川崎市川崎區扇町13番1號)。

(三)拜會對象：代表取締役會長兼社長堀内達生、經營戰略本部本部長小林格、專務執行役員大江慎、中國事業部劉侖部門長、徐曉茜專員、管理本部皆川篤志、山田真等人員。

(四)內容說明：

● 針對菲律賓及臺灣進口流程差異性情形：

- 菲律賓香蕉及鳳梨：因為川崎的港口是私人港口且港區水深較淺，當時設計港口時已依據菲律賓香蕉及鳳梨專用船(小船，吃水淺)的規格進行設計，因此專用船是可以直接抵達川崎港口進行卸貨的動作，不用到東京港(水深，適用大船-貨櫃船)卸貨；因為菲律賓是專用船，且每批數量大，所以進港到完成有害生物檢疫及農藥殘留檢驗的時間都會在一天以內，且檢疫及檢驗的部分則是檢疫官逕赴各存放倉庫進行(簡易流程圖如下)。

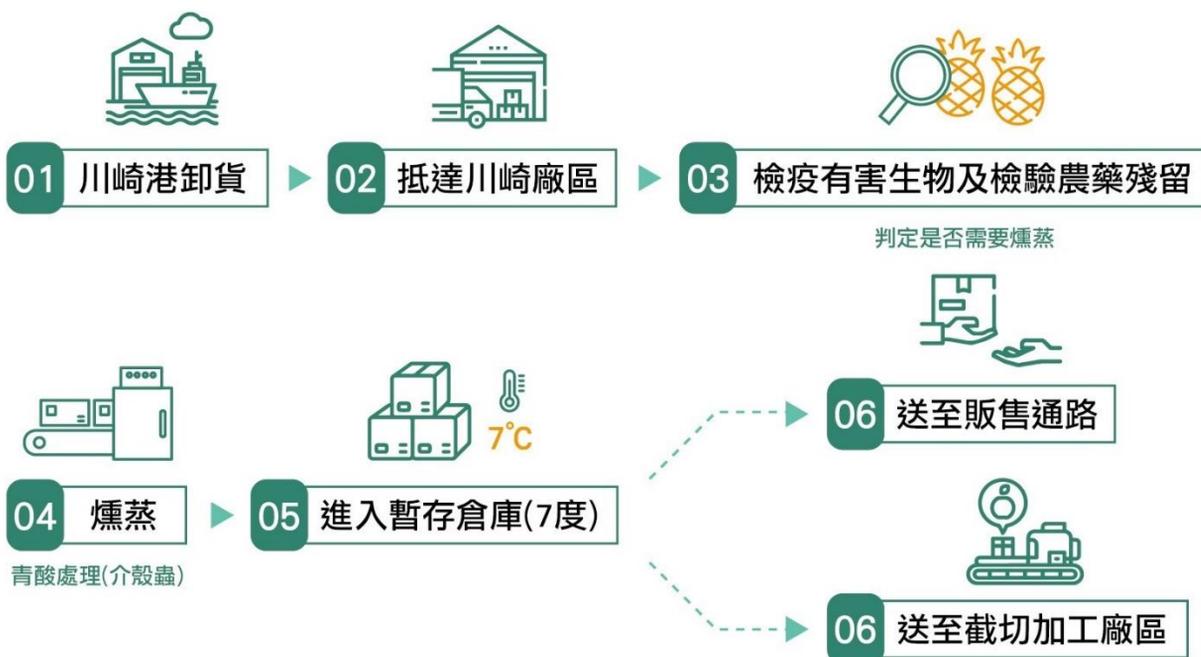


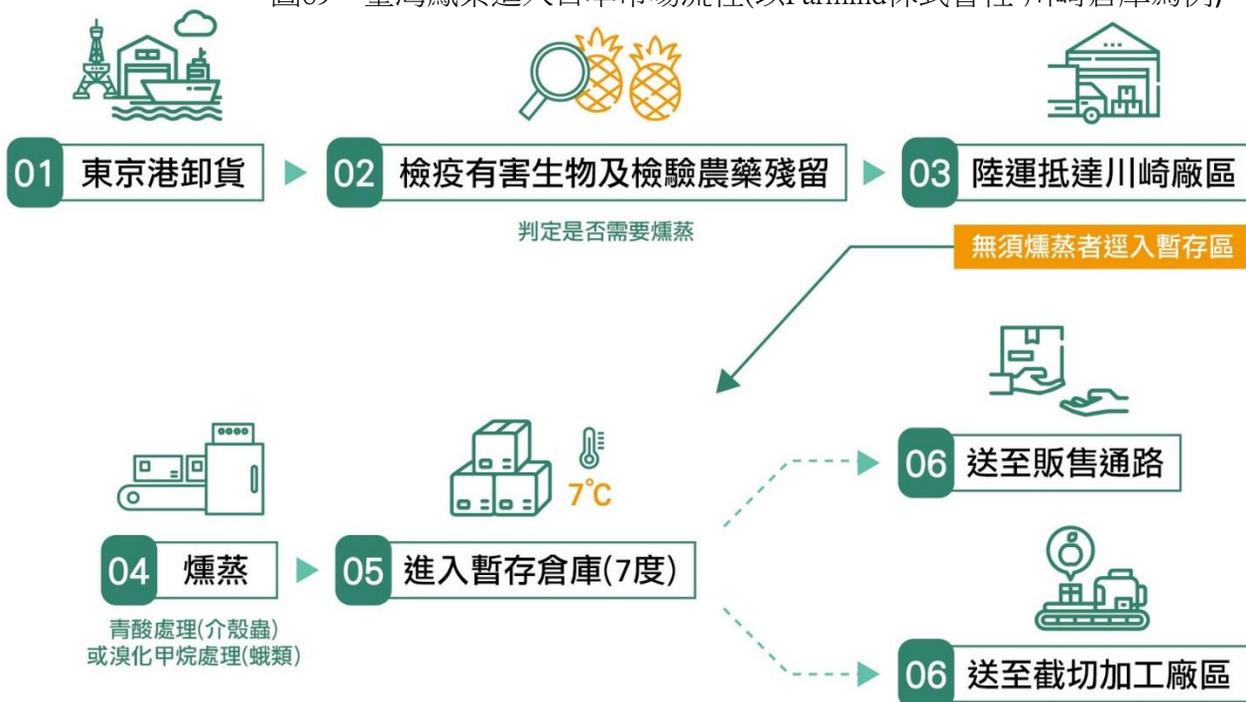
圖68：菲律賓香蕉及鳳梨進入日本市場流程(以Farmind株式會社-川崎倉庫為例)。

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫

- **臺灣鳳梨**：而臺灣鳳梨因為是以貨櫃船的方式進入日本，所以需要到東京港卸貨後海關進行檢疫有害生物及檢驗農藥殘留，再轉送至東京及川崎倉庫，到倉庫後才會依照檢驗結果送至冷藏庫存放或是送往燻蒸；且因總量較小(相較菲律賓或奇異果皆為大量且專船運輸)因此在出關的部分不會列入第一優先通關，需要依順序進行通關，通關完成後再路運至Farmind株式會社(以下簡稱Farmind)各儲存庫，如臺灣鳳梨於週一到東京港後，平均約週三、週四抵達到川崎倉庫。

圖69：臺灣鳳梨進入日本市場流程(以Farmind株式會社-川崎倉庫為例)。



- **冷藏庫的設計**：鳳梨冷藏庫當時是以菲律賓需求調整溫度，因此長期溫度控制於7度；雖然臺灣鳳梨最適溫度為13度，但是因為量體關係，僅能與菲律賓鳳梨倉庫共用，無法另開專用冷藏庫(參觀時DOLE株式會社的鳳梨也在此倉庫)。
- **整體**：臺灣鳳梨在港口到倉庫的過程，約比菲律賓多出2-3天作業時間(除該公司在神戶倉庫是在神戶港區內減少陸運運輸時間，因該港口為官用港因此菲律賓專用船、輪船及貨櫃船都可以停泊及卸貨)。

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫

#### ● 燻蒸問題：

##### ➢ 菲律賓鳳梨：

1. Farmind從菲律賓進口鳳梨到日本的歷史約26年，皆有檢出有害生物，因專船輸日所以同批檢疫中只要有一件出現介殼蟲問題整船的貨都需要進行燻蒸，而菲律賓產地考量由產地以栽培管理方式減少介殼蟲問題的成本過高，因此在向日本報價時，已預期將燻蒸的費用納入生產成本中，另因專用船單批到港數量多，因此介殼蟲燻蒸費用8萬日幣均攤至每顆鳳梨的成本很低；**權衡之下菲律賓於產地對於介殼蟲處理較為消極。**
2. 另菲律賓鳳梨主要品種為黃金鳳梨(MD2)，該品種較為強壯，受燻蒸後影響品質程度較低。
3. 菲律賓鳳梨常被發現的是介殼蟲(英文：Scaleinsect)，燻蒸以青酸(HCN)處理即可(小燻)。

##### ➢ 臺灣鳳梨：

1. 除了發現介殼蟲以外，也有發現過蛾類必須以溴化甲烷(臭化メチル、CH<sub>3</sub>Br)處理(即大燻)，且臺灣鳳梨較為嬌嫩(對溫度變化相對敏感)，因此受燻蒸後易出現黑心等品質問題。
2. 臺灣鳳梨輸日單批貨量較少，倘為小燻有時候可以與菲律賓鳳梨燻蒸作業共同執行，將有效降低成本問題；惟大燻部分需要另外開專用燻蒸庫使用，且每次燻蒸量並不高，以目前報價大燻20萬日元計算，分攤至每顆的燻蒸費用就會提升，造成成本壓力，且燻蒸量小時，仍須排隊燻蒸，會造成鋪貨至通路時間更久，綜上造成品質受損嚴重。
3. 另經統計，今(2024)年四月以前臺灣鳳梨燻蒸率偏低，五月之後大約每週都有，Dole的商品有發現蛾類，而Farmind以介殼蟲為主，但是整體的燻蒸率比起去年下降很多。

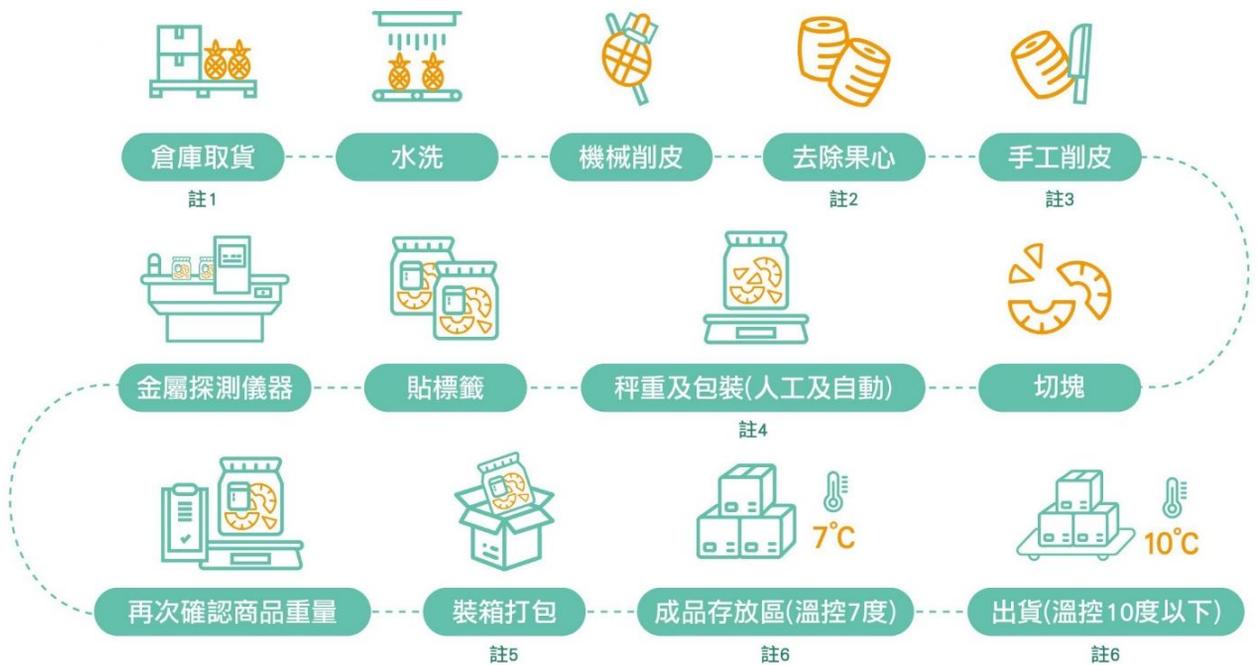
##### ➢ 整體：

1. Farmind表示，其實對於鳳梨品質而言，單以燻蒸來說影響較低，主要問題為燻蒸係透過有毒氣體去除有害生物，故完成後會有換氣的時間(約1小時)，於燻蒸庫內引入戶外的空氣(20-30度左右)來排出有害氣體的過程，對於鳳梨產生溫度高低變化，且臺灣鳳梨主要輸日時間為每年3-6月份，戶外氣溫高，造成鳳梨溫度驟升後再進7度冷藏庫保存，進而造成品質受損等問題。
2. 倘鳳梨需進行燻蒸，則抵達販售店鋪時間相較菲律賓鳳梨可能延後4-6日(尤其大燻)。

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫

圖69：日本鮮果截切加工廠程(以鳳梨為例)。



#### ● 截切加工流程(一日內出貨)：

- 註1-倉庫取貨：每次從倉庫將待截切鳳梨轉移至截切區，每次會存放3-4天的使用份量。
- 註2-去除果心：日本市場對臺灣鳳梨認知為果心可食用，倘為臺灣金鑽鳳梨無設定此程序。
- 註3-手工削皮：兩國鳳梨皆有此程序，只是臺灣鳳梨的果型較為橢圓，此階段去除果皮面積較大；菲律賓鳳梨形狀較規則，殘餘果皮面積較小。
- 註4-秤重及包裝：因日本通路多、需求規格多樣化，加工廠會依照訂單所需規格區分產線，倘規格符合自動化設備將以設備執行為優先；小量且特殊之規格，因建置相關設備之成本過高，因此採用人工分裝。
- 註5-裝箱打包：因應不同通路、運輸方式來做打包，有籃裝、箱裝及保麗龍盒裝等方式，例如運輸車為截切商品專車可以以籃裝方式，倘與其他貨品共同運輸，則以保麗龍盒裝加放冰塊方式保持溫度於10度以下。
- 註6-溫度：
  - 1) 作業區域均溫保持於13度：該溫度係考量截切作業過程於此溫度下仍然可以確保衛生問題以及確保人員效率，倘更低溫將造成效率降低成本上升等問題。
  - 2) 成品存放區均溫訂定為7度。
  - 3) 出貨運輸過程則須保持於10度以下：運輸溫度會依照通路貨架溫動設定，如711貨架設定5度，運輸車即設定5度運輸；倘與香蕉共同運輸，運輸車設定13度，截切商品以保麗龍盒裝加放冰塊方式保持溫度於10度以下。
  - 4) 加工區域的溫度固定，不依照水果品項切換；僅有倉庫會依照不同水果需求調整。

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫

#### ● 日本整體進口水果概況：

1. Farmind公司為了順利且即時提供進口水果至日本，全日本共有13個營運中心(倉庫)，致力於將商品運輸至區域內銷售點時間皆保證於3小時內，其中依照市場需求設置加工場域，包含北海道、川崎、東京、名古屋及福岡等5處。
2. 日本進口水果以香蕉最多，約佔總量60%(最高曾經到70%)，接下來是鳳梨及奇異果兩者進口佔比差不多，而這三種水果就佔據了整個進口比例的80%；其中鳳梨部分，菲律賓全年向日本市場供應的品種約4種，但這4種鳳梨都是全年可以供應的，不區分季節或月份。
3. 倘菲律賓鳳梨的鮮果於日本市場以佔有率為100%來推估，臺灣鳳梨則達到95%；倘菲律賓鳳梨的截切商品於日本市場佔有率為100%來推估，臺灣鳳梨則未達50%，截切市場仍有相當大的成長空間。每周平均自菲律賓進口鳳梨12貨櫃(全年約624貨櫃)，臺灣鳳梨則是全年80櫃左右，且日本消費市場並未因臺灣鳳梨的輸入，而減少菲律賓鳳梨的進口數量，評估臺灣鳳梨銷售量一年2萬公噸是沒有問題的。
4. 目前美金兌日幣已到達156日圓左右，對於採購來說也是一個相當大的壓力，公司評估是以140日圓時，採購進口水果最為恰當。



圖70、71：Farmind株式會社-川崎倉庫之燻蒸氣體係透過圖中白色管線運輸傳送。

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫

#### ● FARMIND建議及提問事項：

1. 臺灣鳳梨因為香氣足，如果用來截切會流失氣味，較為可惜，以原果方式販售會保留更多的風味；果實甜度至少都有16度，已經非常符合日本消費市場的需求，且日本消費者因長年吃菲律賓鳳梨，鳳梨帶有些微酸氣市場接受度仍非常高，倘糖度再提高將有縮短產品銷售期、切口處發霉等問題，反而影響消費者購買意願。
2. 延長與產地的契作契約認為可行，因日本市場與臺灣市場的差異性，生產者較難以日本需求進行考量，倘有延長契約時間可能，即可依照需求規格種植，並區分鮮果及截切品所需規格，**提升產品規格與日本市場需求的適切度**。例如蘋果因截切所需規格較鮮果規格小，北海道產區即透過密植蘋果樹，來調整蘋果規格大小，以符合截切需求。
3. 臺灣擁有最高的農業及研發技術，Farmind非常希望能夠跟臺灣農業有更多的合作，因此除延長契約時間外，亦可針對田間生產部分進行投資，讓企業能夠進來產地協助生產，確實將生產之品質及規格等重要資訊導入產地，例如Farmind公司於日本境內及菲律賓都有與在地農友合作建立示範農場，針對消費市場需求生產相對應規格，以穩定的訂單吸引更多青年投入生產，有效解決人口老化、無人生產的問題。因為日本經歷農業老化的時間更早，社長願意將過去日本因應老化的經驗與臺灣分享。
4. 因Farmind有專船到紐西蘭載運奇異果至臺灣及日本等地，除下貨外亦須將空櫃載回紐西蘭使用，倘臺灣有意願，該公司願意專船於臺灣載回空櫃時，將臺灣鳳梨上船運回日本或是紐西蘭販售，提供產地更多元的運輸方式。
5. 想請教農業部對於日本消費者對臺灣鳳梨的認同感是否有所掌握？50歲以上的消費者對於臺灣香蕉是有非常深的認同感，但是對於臺灣鳳梨似乎認為這是一個季節性的商品，很多年輕的消費者會問為什麼臺灣鳳梨會突然就沒有販售了，是不是需要讓消費者認識到臺灣鳳梨是季節性的商品，其實日本消費者對於「季節限定」是會提高購買欲望的用詞，是不是有規畫用這樣的方式來推廣呢？

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫

#### ● 胡次長回應：

1. 臺灣鳳梨曾經規劃銷售到紐西蘭，但是船運航期過久，所以都是以空運的方式運輸；利用貴公司專船回程運輸臺灣鳳梨到日本銷售的部份，則具有可行性，可以與國內業者協調執行可行性。
2. 與Farmind公司建立長期性的合作關係是農業部所樂見，因臺灣鳳梨產期約18個月，一年一約的方式確實難以將消費地需求導入產地，致使供給與需求之間帶有落差，**本部後續將與鳳梨產地研商生產合作可行性**，倘需求量足夠，亦可透過臺糖土地大面積種植鳳梨的方式，來滿足日本消費市場的需求。
3. 臺灣的產銷履歷制度是次長在日本考察相關措施後，回到臺灣推行的重要政策，目前貴公司所採購的鳳梨並未全數使用日文版產銷履歷標籤，希望貴公司能夠將此標籤納入採購規格需求，透過QR code掃描進去即會顯示「履歷資訊」及「生產紀錄」，提供日本消費者更具安心保障的生產資訊，未來也會逐步提供「料理食譜」提供多元的品嚐建議給消費者參考；今年度日本農林水產省也將派3位公務員至農業部學習臺灣的產銷履歷制度，過去臺灣許多農業技術都是日本流傳下來的，現在臺灣也會將相關的技術資源回饋給日本，達到兩方友好的互動。
4. 提供臺灣蔬菜水果的生產品項、期間、產地及是否准入日本等資訊表，臺灣紅龍果准入日本的申請已進入最後階段(日方已於6月5日正式公告准入)，**期待未來臺灣將有更多優質的農產品在日本銷售**，農業部也會持續強化品質管理，以穩定臺灣農產品口碑。
5. 臺灣鳳梨其實在國內已經是全年度供應了，當然金鑽鳳梨是最主要的品種約占90%的產量，主要的盛產期間是3月到6月，因為臺灣6月開始會進入梅雨季節，造成鳳梨品質降低的問題，但還是會有芒果鳳梨等其他品種持續在國內市場販售，也期待未來有機會將更多品種推廣到日本，延長臺灣鳳梨在日本的銷售時間。

年份/月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	平均比率
2023	0%	34%	32%	30%	53%	55%	38%
2024	66.7%	7%	29.5%	25.6%	26.8%	-	25.1%
差異	+66%	-27%	-2.5%	-4.4%	-26.2%	-	-12.9%

表2：2023及2024臺灣鳳梨輸日燻蒸比率(製表日期113年6月12日)

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫



圖72：川崎倉庫進貨碼頭場域。



圖73：介紹川崎倉庫進貨動線。

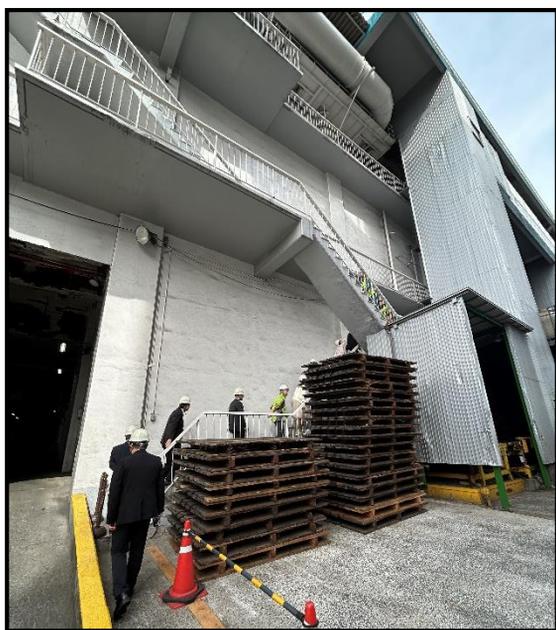


圖74：川崎倉庫貨物及人員動線分流。



圖75：冷藏庫內臺灣鳳梨(產銷履歷標章僅貼於外箱)。



圖76：相本團人員說明冷藏庫內臺灣鳳梨情形。



圖77：冷藏庫內臺灣鳳梨(供截切適用之去冠芽規格)。

## 貳、考察紀要

### 九、5月30日拜會Farmind株式會社-川崎倉庫



↑ 圖78：Farmind株式會社以監控畫面  
向本團人員說明加工截切流程。



← 圖79：胡次長致贈臺灣農產品加工品  
予劉侖部門長。

↓ 圖80：本團人員與Farmind株式會社  
人員合影。



# 參、心得及建議

一. 本次拜會農林水產省大臣房熊谷審議官時，胡忠一次長再次向日方說明臺灣火龍果之優勢，且已爭取8年期望盡快開放輸日，並獲得農林水產省正面回應預計於6月份開放；日本農林水產省於6月5日正式公告我國三角柱屬整屬紅龍果包含紅肉、紫紅肉及雜交種皆可輸入，其檢疫條件為果肉中心達46.5°C蒸熱處理30分鐘，確認殺滅果實蠅後可銷往日本，為本次拜會行程帶來佳績。

附件 1

1 令和6年6月5日 水曜日 官報 第1236号

内閣 船舶活用医療推進本部事務局

(国会事項)

(人事異動)

## 官報

編集・印刷  
独立行政法人国立印刷局

〇植物防疫法施行規則の一部を改正する省令（農林水産三）

(省令)

(告示)

〇天皇皇后両陛下は英国を御訪問になる件（宮内庁五）

〇雇用保険法第二十四条の二第一項第二号の規定に基づき厚生労働大臣が指定する地域（厚生労働二一四）

〇保安林の指定施業要件を変更する件（農林水産一一〇二一七一）

〇農林水産一一〇二一七一

〇台湾から発送され、他の地域を経由しないで輸入されるヒロセレウス・ウンダーツスの生果実に係る農林水産大臣が定める基準を定める件の一部を改正する件（同一一一八）

---

〔叙位・叙勲〕

〔皇室事項〕

〔官庁事項〕

官庁事項

近畿地方整備局公示（近畿地方整備局）

九州地方整備局公示（九州地方整備局）

国家試験

令和六年度旅行業務取扱管理者試験の公示（観光庁）

## 目次

〔公告〕

諸事項

官庁

財団、潮州市土地改良区役員の退任関係

裁判所

相違、公示催告、失踪、除権決定、破産、免責、特別清算、再生、所有権不明関係

特殊法人等

二〇二四（令和六）年度公害防止管理官等國家試験の公示関係

会社その他

---

〇農林水産省令第三十二号

植物防疫法（昭和二十五年法律第五十一号）第七条第一項第一号の規定に基づき、植物防疫法施行規則の一部を改正する省令を次のように定める。

令和六年六月五日

農林水産大臣 坂本 哲志

## 省令

改正後

別表二（第九条関係）

付表

一五十四（略）

五十五 台湾から発送され、他の地域を経由しないで輸入されるヒロセレウス属植物（ヒロセレウス・ウンダーツス、ヒロセレウス・コスタリケンシス及びヒロセレウス・ボリリクス交並びにこれらの交雑種に限る）の生果実であつて農林水産大臣が定める基準に適合しているもの

五十六（略）

五十六（略）

改正前

別表二（第九条関係）

付表

一五十四（略）

五十五 台湾から発送され、他の地域を経由しないで輸入されるヒロセレウス・ウンダーツスの生果実であつて農林水産大臣が定める基準に適合しているもの

五十六（略）

---

〇宮内庁告示第五号

天皇皇后両陛下は、六月二十二日東京御発、英国を御訪問になり、同月二十九日御帰国となる。

令和六年六月五日

宮内庁長官 西村 泰彦

## 告示

改正後

別表二（第九条関係）

付表

一五十四（略）

五十五 台湾から発送され、他の地域を経由しないで輸入されるヒロセレウス・ウンダーツスの生果実であつて農林水産大臣が定める基準に適合しているもの

五十六（略）

改正前

別表二（第九条関係）

付表

一五十四（略）

五十五 台湾から発送され、他の地域を経由しないで輸入されるヒロセレウス・ウンダーツスの生果実であつて農林水産大臣が定める基準に適合しているもの

五十六（略）

---

〇厚生労働省告示第二十号

雇用保険法（昭和四十九年法律第六十六号）第二十四条の二第一項第一号の規定に基づき、雇用保険法第二十四条の二第一項第二号の規定に基づき厚生労働大臣が指定する地域を次のように定める。

令和六年六月五日

厚生労働大臣 武見 敏三

## 告示

改正後

別表二（第九条関係）

付表

一五十四（略）

五十五 台湾から発送され、他の地域を経由しないで輸入されるヒロセレウス・ウンダーツスの生果実であつて農林水産大臣が定める基準に適合しているもの

五十六（略）

改正前

別表二（第九条関係）

付表

一五十四（略）

五十五 台湾から発送され、他の地域を経由しないで輸入されるヒロセレウス・ウンダーツスの生果実であつて農林水産大臣が定める基準に適合しているもの

五十六（略）

圖81：日本農林水產省於6月5日正式公告我國三角柱屬整屬紅龍果輸入。

## 參、心得及建議

二. Dole株式會社及Farmind株式會社是目前日本進口臺灣鳳梨等水果之主要廠商，均反映對臺灣鳳梨品質、風味及溯源管理(日文版產履溯源標籤逐粒貼)措施表示肯定，並持續增加進口需求意願；惟對於臺灣端供應業者擬簽署長期供應契約及逐年提高供應量之訴求，兩家提供回饋如下說明：

1. **Dole株式會社**：基於考量供貨品質、數量及價格之穩定性及成本考量，期待各供應業者能有所整合(例如紐西蘭奇異果由紐西蘭Zespri奇異果行銷公司統籌產銷)，則簽署長期供應契約較具可行性。
2. **Farmind株式會社**：倘有合宜的方式，簽訂長期合約可提高該社對於採購規格的掌控度，將更符合日本市場的臺灣鳳梨截切或鮮果販售需求，或有進一步在臺灣設置示範農場(生產基地)直接鏈結生產面之品質及數量等構想，整體抱持支持立場，且該會社規劃7月份由中國事業部中國事業部劉侖部門長率員赴臺灣鳳梨產區針對相關議題與供應業者進行進一步的研商可行性。
3. 綜上「供貨穩定」及「品質確保」仍是進口商最在意的課題，如何長期穩定供應均質、數量及價格之果品，農業部門外銷供果園等輔導措施暨各供應社場之產銷規劃，宜配合前開日方廠商之需求，妥予檢討調整因應。

三. 據駐日代表處調查顯示，多數日本民眾對臺灣持正面印象，肯定目前臺日關係的發展；本次參訪日本各公私部門，亦可感受日本民眾對於臺灣事物之友好或喜愛。日本每年自國外大量進口香蕉、奇異果及鳳梨等水果，而日本亦為臺灣目前水果最大外銷輸出國，緣於鄰近日本具運輸優勢，現已有芒果、葡萄、木瓜、紅龍果、椪柑、白柚、文旦、荔枝、棗、香蕉及鳳梨等11種鮮果實可輸出日本，惟增加輸出品項仍需投注大量溝通及努力爭取，出口數量仍呈現很大成長空間。



圖82：貼有日文版產履溯源標籤之臺灣鳳梨。

## 參、心得及建議

四. 本次拜會包含通路及貿易商部分，對於臺灣水果在日本銷售提出之建議中，有兩項建議是拜訪過程中不同單位所提出的建議，可做為臺灣水果未來於日本銷售之參考意見：

1. **臺灣水果建議提高媒體曝光：**目前於日本SNS或電視媒體宣傳上的曝光程度仍較為不足，行銷推廣為長期且持續性的推廣工作，除透過現有國際食品會展、海外目標市場投放廣告及舉辦臺灣農產節等行銷活動外，結合SNS及電視媒體宣傳、大型運動、文化等跨域之活動放大宣傳效益，暨加強各種正式、非正式官方密切的交流活動，常無形中促進相關作業之有效進展。(註：日本將社群網路服務簡稱為SNS，其原文取自英文的：S「Social」、N「Networking」、S「Service」。20代常用SNS：Twitter、Instagram、TikTok、30代常用社群：Line、40代常用社群：Facebook。)
2. **臺灣鳳梨在日本為全年性或季節性水果：**目前臺灣鳳梨於日本販售時間以每年的3月至6月間為主，其他時間幾乎沒有銷售實績，因為菲律賓鳳梨為全年進口，日本消費者無法理解為什麼會突然於市面上無法選購臺灣鳳梨，如果臺灣鳳梨全年供應日本無法立即執行，是否考慮將臺灣鳳梨定義為「季節性或期間限定」商品，以日本消費者接受度高的方式進行推廣，並結合上述媒體宣傳，來強化日本消費者對於臺灣鳳梨的選購意願。

五. 目前日本市場對於水果的截切冷凍需求日益提高，如超市及便利超商之冷凍櫃內都會有販售截切冷凍水果，日本711更利用截切冷凍水果利用門市內研磨機立即製做為「現打水果冰沙」，或加入優格內一起享用等方式，同時免除日本消費者對於產生廚餘垃圾等疑慮，因此建議國內可針對截切冷凍水果持續並擴大發展，不僅拓展銷售型態、延長保存期限，更可以免除檢疫問題，提供日本市場更多元的臺灣水果種類。

# 肆、附錄

## 台灣主要青果物生産時期および主産地

編號	品目	生産時期	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	主な産地(県・市)	日本へ輸出可能
1	バナナ	通年													屏東県、南投県、嘉義県、高雄市、台南市	●
2	パイナップル	通年													屏東県、台南市、高雄市、嘉義県、南投県	●
3	パパイヤ	通年													屏東県、台南市、南投県、高雄市、嘉義県	●
4	ライチ	5-7月													高雄市、台中市、南投県	●
5	竜眼	6-10月													台南市、高雄市、台中市、南投県	
6	アップルマンゴー	5-8月													台南市、屏東県、高雄市	●
7	巨峰(ブドウ)	3-12月													彰化県、苗栗県、台中市	●
8	グアバ	通年													高雄市、台南市、彰化県、屏東県	
9	レンブ	12月-翌年5月及8-9月													屏東県、高雄市、嘉義県	
10	栗	12月-翌年3月													高雄市、屏東県、台南市	●
11	釈迦頭(バンレイシ)	夏果7-9月;冬果12月-翌年2月													台東県、台南市	
12	パイナップル釈迦頭	12月-翌年4月													台東県、台中市	
13	ブンタン	8-10月													台南市、花蓮県、新北市、苗栗県、雲林県	●
14	オレンジ	11月-翌年1月													台南市、雲林県、嘉義県、南投県	
15	ボンカン	10月-翌年1月													嘉義県、台中市、台南市、苗栗県、雲林県	●
16	タンカン	1-4月													新竹県、苗栗県、台中市、宜蘭県	
17	マンダリンオレンジ	12月-翌年3月													台中市、雲林県、嘉義県、新竹県、苗栗県	
18	レモン	通年													屏東県、高雄市	
19	パッションフルーツ	7月-翌年1月													南投県、台中市、屏東県	
20	ドラゴンフルーツ	通年													南投県、彰化県、屏東県、台南市、嘉義県	●(限白肉種)
21	アボカド	6月-翌年2月													台南市、嘉義県、台東県	
22	梅の実	3-5月													高雄市、南投県、台東県、台南市	
23	ナシ	7-9月													台中市、苗栗県、新竹県、嘉義県	

\*濃い色は最盛期

行政院農業委員會農糧署  
EXECUTIVE YUAN AGRICULTURE BUREAU  
OFFICE OF AGRICULTURE, FORESTRY AND FISHERIES

### 附錄1-臺灣重要水果生産及輸日資訊。

## 台灣主要青果物生産時期および主産地

編號	品目	生産時期	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	主な産地(県・市)	日本へ輸出可能
24	アマガキ	9-12月													台中市、苗栗県、嘉義県、新竹県	
25	キャベツ	通年													彰化県、雲林県、嘉義県、台南市	●
26	ハクサイ	通年													彰化県、雲林県	
27	結球レタス	11月-翌年5月													雲林県	●
28	カリフラワー	10月-翌年4月													雲林県、嘉義県	
29	ブロッコリー	11月-翌年4月													雲林県、嘉義県	
30	青ネギ	全年													彰化県、雲林県、宜蘭県	
31	タマネギ	12月-翌年4月													彰化県、雲林県、屏東県	●
32	ニンニク	3-4月													雲林県	
33	スイカ	4-9月													花蓮県、台南市、雲林県	
34	マクワウリ	4-11月													高雄市、屏東県、雲林県、嘉義県	
35	チェリートマト(玉女)	12月-翌年4月													台南市、嘉義県、高雄市	
36	チェリートマト(聖女)	12月-翌年4月													台南市、嘉義県	
37	イチゴ	12月-翌年4月													苗栗県、新竹県、南投県	
38	枝豆	通年													雲林県、嘉義県、高雄市、屏東県	●
39	シイタケ	通年													南投県、台中市	
40	ニンジン	12月-翌年4月													彰化県、雲林県、台南市	●
41	ゴボウ	3-5月													雲林県、嘉義県、台南市、屏東県	●
42	生姜	4-12月													南投県、台東県、花蓮県	●
43	タロイモ	通年													台中市、屏東県、苗栗県	
44	タケノコ	3-10月													嘉義県、雲林県、台南市	
45	ジャガイモ	12月-翌年3月													雲林県、嘉義県、台中市	
46	マコモタケ	4-5月および9-10月													南投県、新北市	

\*濃い色は最盛期

行政院農業委員會農糧署  
EXECUTIVE YUAN AGRICULTURE BUREAU  
OFFICE OF AGRICULTURE, FORESTRY AND FISHERIES

### 附錄2-臺灣重要蔬菜生産及輸日資訊。

## 肆、附錄



附錄3-臺灣鳳梨進入日本市場流程圖卡。



附錄4-菲律賓鳳梨進入日本市場流程圖卡。

## 肆、附錄

### Farmind 公司截切商品加工流程圖



附錄5-Farmind株式會社截切加工廠流程圖卡(以鳳梨為例)。