

臺蕉扎根日本富山 拓展外銷萌新機

范國慶¹



圖 1. 優質秋冬蕉行銷日本啟運儀式，農糧署胡忠一署長（右 1）期待藉此機會擴大臺蕉消費族群。

一、前言

臺灣香蕉果肉質地細緻、口感 Q 彈，味道芬芳甜美、香氣特別濃郁，50 年代的外銷黃金時期，外銷量達 40 餘萬公噸，為臺灣賺取大量外匯，擁有「香蕉王國」的美譽。惟自 60 年代以後，受菲律賓香蕉產業崛起，國內香蕉黃葉病蔓延及生產成本提高；復因民國 89 年日本取消對我國優惠關稅，致輸日香蕉大幅下滑。

為提振臺灣香蕉在日本市場的占有率，行政院農業委員會（簡稱農委會）於 100 年即邀集香蕉外銷業者籌組「臺灣香蕉外銷聯誼會」，並成立香蕉外銷集團區，推動契作契銷，透過該組織進行產業整合，提升香蕉量質，積極拓展國際市場。然臺灣香蕉在日本市場的消費客群仍以關東地區的東京，關西地區的大阪、京都、神戶，中部地區的名古屋及近北海道的仙台等大型城市為主，消費客群又以中高齡長者居多，倘欲提升臺灣香蕉外銷量能，亟需拓展新消費族群。

註 1：行政院農業委員會農糧署。

表 1. 103 ~ 107 年香蕉收穫面積、產量及外銷量

年度	收穫面積 (公頃)	產量 (公噸)	外銷量 (公噸)
103	13,999	299,900	4,167
104	14,605	274,066	3,281
105	16,016	257,559	1,585
106	16,842	356,017	1,109
107 *	15,667	349,997	1,593
註：* 107 年香蕉收穫面積、產量為預估值，外銷量截至 9 月 30 日。			

二、臺灣香蕉的競爭利基

臺灣地處熱帶及亞熱帶地區，香蕉主要種植在屏東、高雄、臺南、嘉義、南投及花東等地區，定植於田間後約一年可陸續採收，107 年收穫面積約 1 萬 6,000 公頃，產量 35 萬公噸。農民利用不同緯度及海拔高度等溫度差異，全年可培育質地細緻、果肉 Q 彈及香氣濃郁的特色香蕉，其中高屏地區以生產 2 ~ 6 月春蕉，嘉義以北地區生產 9 月 ~ 翌年 2 月秋冬蕉為主，是國人日常生活不可缺少的水果。

然臺灣耕地面積狹小零散，栽培香蕉多為小農，土地、勞力及資材等生產成本高。近 5 (103 ~ 107) 年外銷量由 103 年 4,167 公噸遞減至 106 年 1,109 公噸，107 年截至 9 月底外銷僅 1,593 公噸，以外銷日本為主 (表 1)。在日本市場倘欲與菲律賓蕉大面積栽培競爭，宜採「高品質」、「新 (學童) 消費族群」之策略與菲蕉區隔市場。爰行政院農業委員會自 105 年起，即透過靜岡縣御殿場市採購臺灣香蕉供應日本學童午餐水果，106 年更於東京舉辦甜點比賽，向日本媒體、通路業者及餐飲業者，廣宣以臺蕉製成甜品的特色。

今 (107) 年該會農糧署署長胡忠一更積極策劃將市場拓展至日本富山縣及石川縣等地區，將臺蕉向下扎根拓展學童新消費族群，重新定位臺蕉在日本消費市場的銷售策略。於 9 月 26 日從台灣省青果運銷合作社臺中分社所屬南投縣國姓集貨場集運 12 公噸秋冬蕉 (圖 1)，進軍日本富山縣推動日本學童午餐採用臺蕉 (圖 2)。在地學童直呼「又甜又好吃」，當下的感覺都呈現在表情或語言上，這次活動中很多學生都表示，臺灣香蕉跟以前吃過的香蕉比起來，不論是口感或是香味都完全勝出其他產地，也是第一次吃到如此美味的香蕉，相信日本的長輩亦極懷念臺蕉美好的滋味。



圖 2. 行政院農業委員會農糧署胡忠一署長 (左 2) 與日本學童共同享有臺灣香蕉的營養午餐。



透過臺灣香蕉贈送儀式，提供 2 萬 3,000 根臺灣香蕉內富山市 66 間小學。

圖 4. 臺灣香蕉在日本富山縣當地超市大阪屋シヨップ五家分店推廣行銷活動，農糧署胡忠一署長（後排左 1）與臺北駐日經濟代表處代表謝長廷（右 1）到場支持（上圖）。

三、見證臺日好蕉情

為拓展日本新消費族群，農糧署胡忠一署長上任前就曾於駐日代表處計畫性培養日本靜岡、東京等地學童從小認識臺蕉。今年 7 月上任後更積極策劃將臺灣香蕉推動至富山縣及石川縣等城市，10 月 12 日「臺灣香蕉交流促進會」和「富山縣日臺親善會」共同出資購買 2 萬 3,000 根臺灣香蕉，提供給富山市內 66 間小學共 2 萬名學生及 3,000 位教職員，並透過「臺灣香蕉贈送儀式」（圖 3），讓學童午餐中能品嚐到臺灣香蕉，同時在當地的大阪屋シヨップ超市舉辦「臺灣Fair」活動，讓富山民眾也能在其 5 家分店購買到臺灣香蕉（圖 4）。

此外，12 日胡忠一署長也與富山縣日臺親善協會簽訂合作備忘錄（圖 5），主要簽訂內容摘述如下：



圖 5. 農糧署署長胡忠一（右）與富山縣日臺親善協會會長中川忠昭（左）簽訂合作備忘錄（右圖）。

- (一) 富山縣日臺親善協會為推展以市民層次與中華民國交流為目標，購買臺灣香蕉提供給富山市所有中小學生，以加深學童們對中華民國的了解。
- (二) 將富山縣農漁產品出口到中華民國相互交換意見，期能將富山縣農漁產品出口到中華民國。
- (三) 持續透過公私合作夥伴關係，推動包括香蕉在內的合作交流，下一年度亦將持續促進雙方農漁產品交流活動。
- (四) 富山縣立山黑部阿爾卑斯山脈及諸多自然景觀與傳統文化設施，頗受中華民國遊客喜歡，希望能夠作為接待的觀光據點。

富山縣日臺親善協會一直希望透過上開備忘錄的簽訂能回饋臺灣長期對日本友善協助，除了規劃臺日雙方人文交流外，也計劃推動農產品或物產品的交流，因此從這次購買臺灣香蕉贈送開始，之後也能將富山盛產的魚類及白蝦等海產出口到臺灣，以及互相介紹各自的名勝景點等，讓雙方的民眾能對彼此有新的認識。

四、結語

農產品外銷必須針對目標市場進行計畫性生產，並落實產地集貨、分級與品管，再輔以完善的冷鏈物流，來提升外銷農產品到貨品質與數量。農委會已將「推動臺灣優質農漁產品作為 2020 東京奧運食材」視為首要施政目標，並推動多項驗證系統，包括 GLOBAL G.A.P.、產銷履歷與有機驗證等，以完整的農產品生產追溯來源及安全用藥，向日方積極爭取將臺灣農產品納入東京奧運採購食材及水果，當然也包括美味可口的臺灣香蕉，讓各國選手與遊客有機會在奧運比賽期間品嚐優質臺灣農產品。

