

出國摘要報告(出國類別:考察)

赴日本東京瞭解臺灣蜜棗首輸日本 之到貨情形報告

服務機關：行政院農業委員會
高雄區農業改良場

姓名職稱：邱祝櫻 研究員

赴派國家：日本

出國期間：107年3月4日至3月7日

報告期間：107年5月7日

壹、摘要.....	2
貳、前言.....	2
參、目的.....	3
肆、研習行程及內容.....	3
一、研習人員.....	3
二、行程概要.....	3
三、研習行程及重要內容.....	4
(一)羽田機場黑貓宅配中心調查蜜棗到貨品質.....	4
(二)東京食品展展前記者會.....	6
(三)東京食品展	7
伍、心得與建議.....	9

壹、摘要

- (一) 本年配合 2018 東京國際食品展，農委會於今年 3 月 5 日於日本東京香格里拉飯店召開國際食品展臺灣縣市聯合行銷展前記者會，會中並請旅日棒球國手陽岱鋼代言，向日本媒體、通路業者、消費者推介臺灣農產品及首次輸日的臺灣蜜棗，任務圓滿達成。
- (二) 本次首批輸日蜜棗數量為 1,458 公斤，整體到貨品質(外觀)以金桃及高雄 12 號最好，高雄 11 號有寒害發生，外觀較差。金桃及高雄 12 號之可溶性固形物平均 11-13°Brix，高雄 11 號平均 10.5-12.6 °Brix。3 品種以高雄 12 號口感最佳，高雄 11 號次之，金桃稍遜色。
- (三) 果實經較長期低溫檢疫處理後發散濃鬱香氣，金桃及高雄 12 號較高雄 11 號濃厚。此香氣對國內之消費者感受因人而異，有人喜歡但也有人不能接受；惟對日本消費者而言屬陌生水果，經過此次推廣品嚐已讓日本消費者接受此乃臺灣蜜棗之特殊香氣。
- (四) 日本消費者對於臺灣蜜棗有高度興趣，惟根據貿易商調查，每粒(110 公克)150-200 日圓為一般消費者可接受之鋪貨量最大之價位。

貳、前言

日本於 105 年 12 月同意我國棗鮮果實採取低溫檢疫殺蟲處理後輸銷該國，105/106 年期因國內產地受颱風影響產量及品質，未有外銷實績；本年配合 2018 東京國際食品展，農委會國際處規劃於 2018 日本東京國際食品展臺灣縣市聯合行銷記者會向日本媒體、通路業者、消費者推介臺灣農產品及首次輸日的臺灣蜜棗，並規劃於中日本高速公路海老名休息站辦理消費者試吃活動等。

為了解臺灣蜜棗首批輸日到貨品質、選果包裝、協助辦理品嚐及調查參展之果實品質等相關事宜，農委會指派本職於 3 月 4 日至 7 日間協助處理相關事宜，以利日後蜜棗

輸銷之參考。

參、目的

- 1.協助農委會國際處於 2018 東京食品展前記者會果品佈置及確認推廣禮品之果實品質。
- 2.協助東京食品展之臺灣廠商及高雄市政府辦理蜜棗推廣及協助辦理品嚐品嘗。
- 3.協助調查蜜棗到貨品質及消費者喜好。

肆、研習行程及內容

一、研習人員

邱祝櫻 研究員 行政院農業委員會高雄區農業改良場

二、行程概要

本會高雄區農業改良場派員考察臺灣蜜棗輸日品質行程

日期：2018 年 3 月 4 日(星期日)~3 月 7 日(星期三)

日期	內容
3 月 4 日 (星期日)	1. 去程：臺灣-日本 2. 臺灣蜜棗果實外觀及內部品質調查 3. 考察臺灣蜜棗上架與通路保存方式
3 月 5 日 (星期一)	確認並指導於東京展縣市聯合開幕記者會之臺灣蜜棗品質及展示方式
3 月 6 日 (星期二)	1. 參加東京展開幕典禮 2. 調查農委會及參展單位蜜棗品質 3. 返程：日本-臺灣
3 月 7 日 (星期三)	1. 參觀及蒐集東京國際食品展資料 2. 返程：日本-臺灣

三、研習行程及重要內容

(一)羽田機場日本黑貓宅配中心調查高雄 11 號到貨品質

本次首批輸日蜜棗數量為 1,458 公斤，在高雄市大社區及燕巢區集貨採收金桃、高雄 11 號珍蜜、高雄 12 號珍愛 7-7.5 分熟果實，先行預冷後再進行包裝(圖 1-5)，包裝完成放入利統之保鮮劑(Lytofresh) (圖 6) ，每粒果實皆以舒果套防止碰撞，使用之包裝為貿易商公版 2-3 公斤(20 粒裝)上下蓋紙盒(此紙盒為日本檢疫官認可之紙盒) (圖 7-8)。之後送至位於苗栗卓蘭之傑農合作社檢疫處理中心進行 1.2°C 持續 14 天之檢疫殺蟲處理(圖 9)，完成後再置入保麗龍盒箱待報關空運至日本(圖 10)；此批待出口之蜜棗必須由臺、日兩方檢疫官共同對已包裝完成預備出口之果品抽查，是否符合標準(圖 11-12)，整體程序從採收到完成報關至日本通路商上架約需 18-20 日。

該批蜜棗到達羽田機場日本黑貓宅配中心(圖 13)後，經由台灣物產館協助，台華周總經理及本職前往了解高雄 11 號珍蜜棗之到貨品質，是否有寒害現象發生及其食味品質變化。本批次之果實包裝為 6 粒裝，原先在台灣以 2-3 公斤包裝於台灣檢疫處理後再分裝成 6 粒裝，故當日到達羽田日本黑貓宅配中心主要任務是再確認送達日本後高雄 11 號果實品質。經逐箱調查發現外觀有輕重不一之寒害徵狀的有 18% (圖 14-15)，主要是果實外觀出現大小不一的褐斑，果實甜度在 10.8-12.6°Brix，並散發淡淡的香氣，此香氣乃經低溫貯藏一段時期後隨低溫時間之推移逐漸發酵，由無至輕微至濃烈。

高雄 11 號珍蜜在防檢局試驗時並無外觀出現寒害之現象；此次經換包裝再空運至日本，出現了 18%之寒害現象，推測主因在台灣其包材(紙箱、舒果套)無事先預冷，且在手溫觸摸後，包裝紙盒內之溫度及濕度變化劇烈，致外觀褐斑發生較嚴重。

圖 1.輸日蜜棗供果園	圖 2.集貨包裝場	圖 3.高雄 12 號珍愛
圖 4.金桃	圖 5.高雄 11 號珍蜜	圖 6.加入乙烯抑制劑小貼紙
圖 7.包裝完成之蜜棗	圖 8.蜜棗盒箱用打包帶捆束	圖 9.檢疫處理完畢待分裝
圖 10.出口待運之蜜棗果品	圖 11.台、日檢疫官對已包裝完成預備出口果品抽查	圖 12.台、日檢疫官共同檢查果實
圖 13.日本羽田機場日本黑貓宅配中心	圖 14.部分果品出現輕度褐斑	圖 15.挑選出有出現褐斑之寒害果品

(二)東京食品展展前記者會(日本東京車站旁香格里拉大飯店)

東京食品展展前縣市聯合記者會邀請旅日棒球國手陽岱綱代言(圖 16)，由駐日謝代表長廷、林主委聰賢、高雄市政府陳菊、台南市副市長、屏東縣長及參展廠商代表等人共襄盛舉(圖 17-18)，記者會會場外有各縣市政府及各廠商之重要產品展示，蜜棗之宣傳海報及展示果品為高雄 11 號珍蜜(圖 19-20)，宣傳禮品為高雄 12 號，因果皮較厚，即使在台灣檢疫處理後分裝成 6 粒包裝後也沒有出現明顯褐斑現象(圖 21)。



圖 16.東京食品展展前縣市聯合記者會邀請陽岱綱代言



圖 17.東京食品展展前縣市聯合記者會



圖 18.東京食品展展前縣市聯合記者會



圖 19.東京食品展展前縣市聯合記者會中臺灣蜜棗宣傳海報



圖 20.東京食品展展前縣市聯合記者會中臺灣蜜棗實體展示



圖 21.東京食品展展前縣市聯合記者會伴手禮

(三)東京食品展

1. 本次東京食品展臺灣館由駐日謝代表長廷、林主委聰賢、高雄市政府陳菊、台南市副市長、屏東縣長及參展廠商代表等人共同開展(圖 22)，蜜棗參展攤位包括高雄市、台南市及利統公司，林主委暨各縣市參展工作人員均卯足全力推銷自家產品。惟日本消費者對陌生的蜜棗感到非常好奇，尤其林主委與陳菊市長在抵達日本的第二天即直接到日本生意最興隆的海老名休息站請日本小學生吃蜜棗，小朋友一口接一口搶著要，可見得蜜棗很受小朋友喜愛(圖 23)。
2. 本次高雄市政府以金桃參展，台南市以高雄 12 號珍愛參展，林主委均前往攤位協助促銷推展(圖 24-25)。利統公司則以高雄 12 號珍愛、高雄 11 號珍蜜及金桃參展(圖 26)，現場並有試吃品嚐會。日本記者品嚐後均有高度報導興趣(圖 27-28)。整體之到貨品質各品種表現不一，外觀以金桃及高雄 12 號最好，高雄 11 號有些許寒害發生。食味品質方面，金桃及高雄 12 號之可溶性固形物平均在 11-13^oBrix，高雄 11 號平均在 10.5-12.6^oBrix 之間，經利統公司拿 3 品種測試日本通路商(圖 29)，由果實剩餘程度發現以高雄 12 號最佳，高雄 11 號次之，金桃稍遜色(圖 30)。
3. 果實經較長期之低溫檢疫處理後有發散濃厚的香氣，金桃及高雄 12 號較高雄 11 號濃厚。此香氣對國內之消費者感受因人而異，有人喜歡但也有人不能接受；惟蜜棗對日本消費者而言尚屬陌生水果，經過此次推廣品嚐已讓日本消費者接受此乃臺灣蜜棗介於梨和蘋果之間特殊香氣。通路商及小販則頻打聽何處可以買到臺灣蜜棗及其聯絡方式(圖 31-35)。經本職和利統公司工作人員辦理蜜棗品嚐請日本消費者試吃結果(圖 36)，發現此款新奇水果日本人普遍可接受，惟根據調查，每粒(110 公克) 150-200 日圓為一般消費者可接受之鋪貨量最大之價位。



圖 22. 東京食品展臺灣館由謝長廷代表、林聰賢主委、陳菊市長等共同開展。



圖 23. 林主委與高雄市陳局市長於海老名休息站請小朋友品嚐蜜棗



圖 24. 林主委替高雄市蜜棗促銷



圖 25. 林主委為台南市蜜棗促銷



圖 26. 利統公司以高雄11號、12號及金桃參展



圖 27. 日本記者對蜜棗有高度興趣



圖 28. 日本記者對蜜棗有高度興趣



圖 29. 日本通路商試吃3品種蜜棗



圖 30. 日本通路商試吃以高雄12號口感最佳



圖 31 日本通路商對蜜棗有高度興趣



圖 32. 日本通路商對蜜棗有高度興趣



圖 33. 日本小販對蜜棗有高度興趣



圖 34. 日本小販對蜜棗有高度興趣



圖 35. 日本小販對蜜棗有高度興趣



圖 36. 利統工作人員及本職在現場辦理推廣品嚐

伍、心得與建議

- (一)農友及貿易商大多希望農委會能持續支持及協助，加深日本消費者對臺灣蜜棗之印象，進而增加消費。
- (二)中葉、三木、金桃及高雄 12 號果皮厚，較耐低溫；惟高雄 12 號成本高於其它品種 3 倍，應區格目標客群及市場。
- (三)為確保品質及安全，應有專屬之外銷供果園，果園病蟲害防治應符合日本農藥檢驗標準施行，有鄰田污染疑慮者應避免供果；農藥殘留標準嚴格之藥劑避免使用，採前 1 周送驗，集貨後再檢驗，確保產品安全後再輸出。
- (四)輸日供果園儘量供給有機肥及高鉀、鎂施肥法，使果實較結實耐儲放。一般初開採果園，果皮較厚也較耐貯放。
- (五)留果蒂採收 7-8 分熟果實，採收籃應用軟墊及棉布包覆，避免果實擦壓傷；使用人工分級，分級後立即送至 5 °C 冷藏庫預冷，降低田間熱。
- (六)隔日在冷室包裝場中選果清潔包裝；包裝時之盒箱及舒果套也要先預冷，在最短時間內包裝完成後立即送進 2-3 °C 冷藏庫中冷藏。
- (七)使用冷藏車運輸至檢疫處理場進行低溫處理，檢疫完成後要報關空運前使用保麗龍盒以保持在冷鏈中。
- (八)高雄 11 號因部分果實在檢疫處理後在台灣分裝成 6 粒後有寒害徵狀，高雄 12 號因果皮較厚，在換包裝後則沒有出現明顯褐斑現象。建議日後檢疫處理後輸日蜜棗不要再中途更換包裝。
- (九)教育通路商、小販及消費者，認識此種營養豐富的水果及產品維持冷鏈的重要性；以保持果實品質，延長販售期及賞味期。