

出國報告（出國類別：考察）

日本花卉批發市場交流 及國產花卉推廣活動

服務機關：農業部農糧署

姓名職稱：胡忠一署長、蘇登照組長、顏雯玲科長

派赴國家/地區：日本

出國期間：112年8月31日至9月4日

報告日期：112年11月29日

摘要

臺灣花卉總產值逾新臺幣 189 億元、出口值達 66 億元，外銷日本之年產值逾 19 億元、為我國花卉第二大貿易伙伴。為深化臺日花卉產業合作交流，本署輔導台北花市與日本株式会社 JF 兵庫縣生花於 112 年 9 月 1 日假該公司大阪本部簽署合作備忘錄，並由胡忠一署長擔任見證人；為深耕日本市場、創造利基，本署輔導台北花市與梅田花市合作並串聯日本知名花店、花藝設計師共同辦理臺灣花卉展示推廣活動，於梅田切花拍賣市場、關西交通節點及百貨商場展示優質國產切花，並透過民眾花育及生活創作應用互動課程，讓日本民眾實手體驗，更深入了解並感受臺灣花卉魅力。此行併訪察株式会社 JF 鶴見花き、株式会社なにわ花いちば實施花卉線上遠距拍賣交易現況，以為我國花卉拍賣制度參考。

目錄

壹、	目的.....	1
貳、	行程.....	2
	一、出國時間.....	2
	二、出國人員.....	2
參、	考察紀要.....	3
	一、見證「台北花卉產銷股份有限公司」與日本「株式會社 JF 兵庫縣生花」 簽屬合作備忘錄.....	3
	二、考察日本花卉批發市場交易制度.....	5
	三、臺灣花卉展示與推廣活動.....	10
	四、考察日本花卉零售通路.....	12
肆、	心得及建議.....	14
	一、花卉批發市場經營制度.....	14
	二、提振花卉消費策略.....	14
	三、花卉品質提升及品質認證.....	15
伍、	附錄.....	16

壹、目的

臺灣花卉總產值逾新臺幣 189 億元，花卉出口值達 66 億元，屬出口型產業，其中出口日本之年產值逾 19 億元，為我國花卉第二大外銷市場，又以切花品項為大宗。我國花卉品質深獲日本消費者喜愛，各式切花，在日本市場進口花卉市占率皆超過 8 成以上，文心蘭、火鶴、萬代蘭、山蘇及繡線占比高達 9 成以上，傲視其他出口國，表現亮眼。

為推廣國產花卉，本署輔導台北花市建立花卉展示及應用平台，建立花卉商業展示模式，獲得花店業者與消費者熱烈迴響，並吸引日本業者商洽合作布展兩國特色花卉事宜，日本為我花卉外銷之主要目標市場，臺日雙方互為重要貿易伙伴，為深化臺日花卉產業合作交流，本署輔導台北花市與日本 JF 兵庫縣生花合作，於 112 年 9 月 1 日假日本株式会社 JF 兵庫縣生花之大阪本部簽署合作備忘錄，胡忠一署長擔任見證人，議定臺日雙方以「建立貿易互惠與資源共享」、「攜手辦理花卉展示與花育活動」及「定期進行資訊交換與人員交流」交流互動，逐步擴大臺日花卉產業合作互榮，引導臺灣花卉產業蓬勃發展。

為了解株式会社 JF 鶴見花き (JF Tsurumi Floriculture Auction Co., Ltd. ; JF 鶴見花木株式會社)、株式会社なにわ花いちば (Naniwa Hana Ichiba Co., Ltd ; 浪速花市場股份有限公司)線上遠距拍賣交易制度施行現況，此行併予訪察。

為創造日本市場利基，讓更多日本民眾認識臺灣花卉之美，本署輔導台北花市串聯日本關西地區大阪交通節點之花店上架推廣臺灣優質花卉、並與梅田花市合作，於大阪天王寺 MIO 百貨商場辦理臺灣優質花卉展示，聘請知名花藝設計師以臺灣國產優質花卉為教材，推動民眾花育及應用互動式課程，透過生動的活潑的生活創作應用，讓日本民眾以實際手作體驗，更深入了解並感受臺灣花卉的魅力。

貳、行程

一、出國時間：112年8月31日至9月4日

日期	行程	內容
8月31日 (星期四)	桃園國際機場→大阪關西機場→大阪	◆ 星宇航空 JX820 班機 (08:30~12:05) ◆ 考察鶴見花き地方卸売市場
9月1日 (星期五)	大阪	◆ 見證「台北花卉產銷股份有限公司」與日本「株式會社 JF 兵庫縣生花」簽屬合作備忘錄 ◆ 參觀「株式會社 JF 兵庫縣生花」切花拍賣 ◆ 視察臺灣花卉展示暨推廣活動
9月2日 (星期六)	大阪→京都	◆ 考察花卉零售通路
9月3日 (星期日)	京都→大阪	◆ 視察日本民眾體驗台灣花卉 DIY 活動
9月4日 (星期一)	大阪→關西機場→桃園國際機場	◆ 參觀「株式會社 JF 兵庫縣生花」盆花拍賣 ◆ 星宇航空 JX821 班機 (13:15~15:05)

二、出國人員

單位	職稱	姓名
農業部農糧署	署長	胡忠一
農業部農糧署果樹及花卉產業組	組長	蘇登照
農業部農糧署果樹及花卉產業組	科長	顏雯玲

參、考察紀要

一、見證「台北花卉產銷股份有限公司」與日本「株式會社 JF 兵庫縣生花」簽署合作備忘錄

日本為我花卉外銷之主要目標市場，臺日雙方互為重要貿易伙伴，台北花市並於 2017 年 3 月 7 日與株式會社 JF 兵庫縣生花締結姐妹花市，雙方互動頻繁、交誼深厚。為推廣國產花卉應用與提高花卉新品種曝光，本署 111 年起輔導台北花市設置花卉展示應用平臺，展示國產當季花卉與介紹新品種，透過 19 場次花卉展示活動，展示 319 種切花和 253 種盆花品種，同時透過社交媒體平台傳播，觸及率達 20 餘萬人次。展示效益不僅在國內受到肯定，更吸引了日本花卉市場關注、兩國相互商洽合作布展特色花卉，開啟本次臺日花卉產業合作契機。

由於冬季嚴寒不利日本花卉生產，我國冬季則為花卉產季，臺灣花農及貿易商於日本花卉來臺展示期間可就近參觀交流，經授權品種後於臺灣生產切花再回銷日本，以填補日本冬季需求，臺日花卉產業互補互利，創造雙贏新商機。為推廣臺灣國產花卉及臺日花卉產業合作交流，臺日雙方並達成進一步深化合作之共識，本署爰輔導台北花市與日本 JF 兵庫縣生花合作，於 9 月 1 日假日本株式会社 J F 兵庫縣生花之大阪本部簽署合作備忘錄，並由本署胡忠一署長擔任見證人。

該備忘錄議定雙方以「建立貿易互惠與資源共享」、「攜手辦理花卉展示與花育活動」及「定期進行資訊交換與人員交流」交流互動，逐步擴大臺日花卉產業合作，引導臺灣花卉產業蓬勃發展。簽署流程及參與人員如下，見證簽署活動圓滿成功(圖一)。

1.時間：112 年 09 月 1 日(五) 8:30-09:00

2.流程

08:30-08:31 簽署典禮揭幕

08:31-08:33 JF 兵庫縣生花代表致詞-東 信行(代表取締役社長)

08:33-08:35 台北花市代表致詞-李明聰(董事長)

- 08:35-08:38 見證貴賓致詞-胡忠一(農業部農糧署署長)
- 08:38-08:43 臺日雙方 MOU 簽署
- 08:43-08:50 合照(署長、台日簽屬代表 與會人員分批合照)
- 08:50-09:00 典禮結束

3.參與人員

- (1)日方出席人員：代表取締役社長 東 信行、増田 慎治(専務)、吉田 智(専務)、得津 久嗣(常務)、飯田 治(部長)、廣澤 秀人(部長)、赤井 治(部長代理)
- (2)臺方出席人員：臺北花市李明聰董事長、饒煥美常務監察人、張堂穆總經理、陳景韋課長、譚士軒副課長、林宏彥主任、洪子傑副主任及各董監事代表
- (3)見證人員：農業部農糧署胡忠一署長、蘇登照組長、顏雯玲科長



台北花卉產銷股份有限公司(台北花市)提供

二、考察日本花卉批發市場交易制度

(一)鶴見花き地方卸売市場(大阪鶴見花卉批發市場)

株式会社 JF 鶴見花き (JF Tsurumi Floriculture Auction Co., Ltd. ; JF 鶴見花木株式會社)、株式会社なにわ花いちば (Naniwa Hana Ichiba Co., Ltd ; 浪速花市場股份有限公司) 線上遠距拍賣交易制度

大阪鶴見花卉批發市場(簡稱大阪鶴見花市)於 1994 年 7 月開幕，是日本第二大花卉批發市場，提供日本及進口花卉的交易運銷。建物總面積 34,500 平方公尺，主要設施包含批發市場 4,370 平方公尺、切花倉庫 1,702 平方公尺、盆栽倉庫 374 平方公尺；現場計進駐花卉拍賣批發業者(卸売業者)2 家、15 家中盤商(切花 12 家、盆花 3 家)及 4 家資材供應商，為一綜合性鮮花批發市場(圖二)。

大阪鶴見花卉中心有限公司¹為大阪鶴見花市的營運主體，負責市場維護和管理設施；市場花卉拍賣事務，則由「株式会社 JF 鶴見花き²」及「株式会社なにわ花いちば³」兩家進駐之花卉批發業者擔任，直接受理產地生產者之委託銷售，透過拍賣、協議交易等方式，交易商品予給中間批發商和採購商。每週一、週五拍賣盆花；週日、週二及週四拍賣切花，皆採用降拍式競價(從高往低拍賣)。花店等花卉經營業者，可透過拍賣直接向市場內 2 家批發商或中間批發商(12 家切花店和 3 家盆花店)購買花卉，該市場不開放一般消費者進場採購。

為便捷拍賣機制，大阪鶴見花市將條碼系統導入所有業務流程，並搭配冷鏈倉儲，確保產品品質及鮮度。花卉產品自產地發貨至市場檢收後，即賦予條

¹ 成立於 1990 年 11 月，為大阪府、花卉產業、金融機構等共同投資所設立的第三產業法人。

² 成立於 1994 年 7 月 6 日，2022 年營業額 100.1 億日圓，其中切花占 75.62%、盆栽占 20.07%。2005 年與台北花市締結姊妹花市。

³ 成立於 1994 年 1 月，2022 年營業額 193.3 億日圓，其中切花占 98.96%、盆栽占 1.03%。切花銷量在日本排名第二。

碼，結合自動拍賣系統⁴、鏈結倉儲及產品管理、網路預購、拍賣銷售、運輸、分揀和移交，整合產品流和資訊流，有效縮短工作流程，準確快速地向生產地區提供銷售資訊，並向買家提供到貨資訊。

受 COVID-19 疫情影響，大阪鶴見花市關閉拍賣室的現場交易，於 2021 年 1 月 31 日起導入新的拍賣機制，將所有拍賣作業都改在網路上進行，以遠距圖像拍賣方式取代原先現場交易制度。切花拍賣時間由原先早上 6：30 改至晚間 7：00 進行，盆花則在晚間 6：00 拍賣。此行考察大阪鶴見花市兩家進駐批發商(「株式会社 JF 鶴見花き」及「株式会社なにわ花いちば」)遠距拍賣情形，由「株式会社 JF 鶴見花き」森川長榮社長及「株式会社なにわ花いちば」大西常裕社長接待、說明花卉線上拍賣運作模式。

為利遠端交易網路線上作業，花農產地出貨時，即需整理產品訊息數據於到貨前二天提供花市；產品到貨、檢收後，印發條碼貼紙逐箱張貼；產品輸送系統上並配置自動偵測攝影機，拍攝產品影像後、上傳各該貨品照片及資料，直接進行網路交易拍賣(圖三)。

森川長榮社長表示，線上遠距拍賣，需增加產品攝影的作業及時間，並需要定期更新商品照片，倘未附上照片則無法將商品信息傳遞給買家，尤其是型態特別的盆栽和枝材，每個拍賣都特別需要拍攝現貨照片，耗費人力及時間。然而因線上遠距拍賣亦具備以下優點，爰自 2021 運作迄今，短短 2 年時間，已成功取代實體拍賣體制。

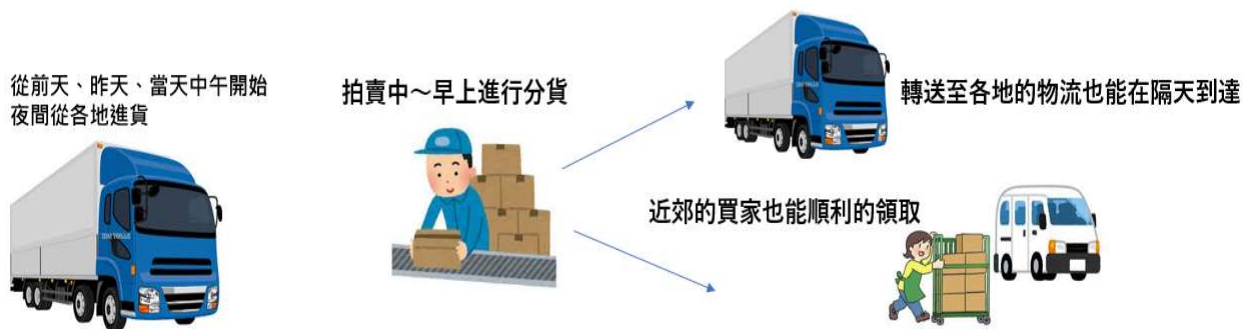
- 1、 減少拍賣人力：每台拍賣機所需配置人力，由 3 個人降為 1 個人。
- 2、 擴大拍賣參與的區域及人數：從北海道到沖繩全國各地的的買主都可以參加拍賣，參與拍賣人數，由原本 250~400 人次提升到 500~700 人次。
- 3、 提升預售率：採購不再依賴拍賣進貨，預售率從 75%提升至 80%。

⁴ 2020 Covid-19 疫情前之花卉拍賣，是在 816m²大的拍賣室以機械拍賣系統進行。買家取得拍賣卡進場、透過訪客登記機驗證後，即可於拍賣室現場座位以按鈕進行現場拍賣交易。場內計有 11 條拍賣線可進行拍賣，連結各拍賣展板，顯示品種名稱、產地名稱、等級、數量、花況(品)、拍賣金額。

- 4、 縮短拍賣時間：整體拍賣時間，由原 2 小時，減為 1 小時。
- 5、 提升買家採購效率：節省買家往返拍市的耗費的時間及精力。

另外，實施夜間拍賣，因銷售時間的變長，除可提升銷售利潤，有利於銷售外，處理分貨作業時間更為充裕，有助減少處理事故與交貨錯誤，而拍賣的發貨物流也可以與轉送各地的物流配合，並可隨著工作時間的改變、擴大了可聘僱的人力範圍。

因應後疫情時期所面臨的物流成本上漲，為強化市場功能、穩定花卉流通，該市場將擴大市場面積及流通基地功能，促進作為各運輸公司的庫存點的利用，以強化花卉運輸之中繼服務，打造市場成為西日本的樞紐。



夜間拍賣的優點

(資料來源：株式会社 JF 鶴見花き)

(二) 株式會社 JF 兵庫縣生花

「梅田生花市場(Umeda Flower Wholesale Market)」及「大阪植物引取所(Osaka Botanical Compaiaion Wholesale Market)」切花及盆花拍賣現況

「株式會社 JF 兵庫縣生花」成立於 1944 年 9 月，並於 2009 年取得 MPS-Florimark GPA⁵認證，2017 年 3 月 6 日與台北花市締結姊妹花市，現任社長為東信行，員工人數 85 名，營業據點包含位於神戶市中央批發市場東市場花卉部的「株式会社 JF 兵庫縣生花 神戶總店⁶」，以及位於大阪花卉園藝地區批發市場的「株式會社 JF 兵庫鮮花 大阪總店⁷」之「梅田生花市場」及「大阪植物引取所」，共二處。花卉拍賣時間為週一、週二、週三、週五、週六（上午 6:30 起），每週一、週五拍賣盆花；週日、週二及週四拍賣切花，皆採用降拍式競價（從高往低拍賣）。本署此行訪視該公司位於大阪府豐中市原田南 1-15-1 的大阪總店，訪察梅田生花市場之切花及大阪植物取引所之盆花交易現況，由東社長負責接待，訪察情形紀要如下：

1、梅田生花市場

成立於 1948 年，拍賣室建置 7 條拍賣線，各配置大型投影機、競標機及螢幕顯示器拍賣，每條拍賣線安排理貨員、拍賣員及助理拍賣員共 3 名員工執行，除展示現貨並同步透過螢幕顯示器投影顯示商品，方便即時傳遞貨品資訊予現場買家(圖四)。為便利買賣資訊連結、查詢及效率分類貨品，亦運用貨品條碼標籤系統，搭配貨品垂直升降機及自動分貨輸送軌道，便利貨品管理、移動及分貨，玫瑰切花並以立式容器裝置拍，以保商品新鮮。該市場切花交易制度，除於拍賣室進行現場拍賣外，也可運用「梅田生花ネット(USN)」系統進行網路交易⁸、切花預購等三大類服務。

⁵ MPS 是 1990 年代歐洲花卉產業的兩種認證體系（MPS 和 Florimark）的前身。MPS 認證體系適用於“花卉生產環節”，目的是減少花卉生產對環境的破壞。Florimark 認證系統適用於“花卉流通環節”，旨在確保花卉流通環節鮮花的品質和鮮度。2004 年兩者整合，建立了集生產和流通於一體的 MPS 花卉認證制度。目前該認證制度普及於歐洲，已成為一種世界通行的花卉認證形式。GAP 則是規範農產品生產過程標準的認證制度。MPS-GPA（Good Practice Auction）是符合 GAP 認證標準的花卉產業認證體系。(https://cn.otakaki.co.jp/ourwork/)

⁶ 2022 年營業額 30.7 億日圓，切花占 85%、盆花占 15%。

⁷ 2022 年營業額 102.5 億日圓，切花占 57%、盆花占 43%。

⁸ 由於網路交易具有快速、便捷等特性，USN 線上交易方式佔了梅田花市 8 成的交易量。

2、大阪植物引取所

盆花之拍賣交易與切花共用拍賣室，彼此錯開拍賣時間。拍賣品項多元，包含一、二年生花壇草花、桔梗、洋桔梗、香草植物、蝴蝶蘭，各類觀葉植物、果樹種苗及小品盆景，甚至蔥蒜苗等蔬菜種苗亦在其中，商品玲瓏滿目。成交商品則依買家別列印貨品清單、分區歸類裝載上台車，核對無誤後即出貨(圖五)。供應人及承銷戶並可透過‘Oue Net’線上系統，查詢拍賣進度、貨品分區及發貨情形，發貨數據資訊得依指定時段、月份和拍賣日期進行檢索，並以 Excel 統計分析及輸出結果，方便客戶查詢、管理訂單及銷售績效。

引取所戶外除設有簡易溫室提供盆栽批發商進駐營運，並設有大型盆栽、商號陳列、墓園及庭園用等造景用途之大型植栽展售專區，提供供應人租用、陳售大型觀樹種，提供之服務及經營內容活潑多元且具巧思(圖六)。

三、臺灣花卉展示與推廣活動

(一)臺灣花卉展示

1、花卉拍賣市場臺灣花卉展示

- (1) 目的：透過梅田花卉批發市場展示平台(圖七)，向日本承銷商展示臺灣具代表性的優質切花，藉由展示性活動，增加產品曝光度，帶動臺灣花卉消費訂購。
- (2) 日期：9月1日(五)~9月4日(一)
- (3) 地點：株式會社 JF 兵庫縣生花(大阪府豐中市原田南 1-15-1)
- (4) 內容：展示文心蘭、火鶴、千代蘭、萬代蘭、蝴蝶蘭等 5 種國產優質主力外銷花卉計 19 個品種。

2、青山花店 Aoyama Flower Market 專區展示及上架推廣

- (1) 目的：配合節氣以金秋為宣傳主題，結合日本知名連鎖花店 Aoyama Flower Market 在關西交通節點大阪站體的花店，展示優質臺灣花卉給日本消費者，讓美麗綻放的臺灣優質花卉，提早預告秋天的來到，並粧點生活應用。
- (2) 日期：9月1日(五)~9月3日(日)
- (3) 活動場域
 - A 青山フラワーマーケット ルクア大阪店
大阪府大阪市北区梅田 3-1-3 ルクア イーレ 2F
最近車站：梅田・大阪 JR 大阪站旁
 - B 青山フラワーマーケット ディアモール大阪店
大阪府大阪市北区梅田 1 丁目 大阪駅前ダイヤモンド地下街 3 号
最近車站：梅田・大阪 商店街全家便利店旁
 - C 青山フラワーマーケット LINKS UMEDA 店
大阪府大阪市北区大深 1-1 LINKS UMEDA B1F

最近車站：梅田・大阪 從 JR 大阪站/阪急梅田站步行 1 分鐘

- (4) 內容：於花店設置臺灣花卉展示專區(圖八)，上架展售臺灣優質切花，以單束或組成花束上架販售，陳設活潑時尚、充分展現臺灣火鶴及熱帶蘭花之風情及質感。售價火鶴單支 550 元日圓、白雪文心蘭 770 元/束、檸檬綠文心蘭 660 元/束、千代蘭 880/支、萬代蘭等熱帶蘭花 990/支，花束售價 2200 至 3900 日圓不等，活動期間，凡購買台灣花卉滿 1,000 日圓，送台灣花卉杯墊 1 片(圖八)。

(二)台灣優質花卉展示暨日本民眾體驗台灣花卉

- 1、目的：於位在大阪地區 JR 天王寺站、地鐵御堂筋線、地鐵谷町線天王寺站三鐵共構站體、日人主要生活休憩之天王寺 MIO 商場，推廣台灣花卉。透過花卉實體展示及辦理臺灣花卉 DIY 課程，除增加臺灣花卉於日本民眾前的曝光度外，亦藉由互動體驗課程讓日本民眾實際感受台灣花卉之美。
- 2、日期：9 月 3 日(日) 1:00 pm、3:00 pm
- 3、地點：天王寺駅 天王寺 MIO ~ 11 樓
- 4、人員
 - (1) 梅田花市：東 信行社長、增田專務、吉田專務、得津 久嗣常務、赤井 治部長代理、廣津 一步課長、伊東 敬多課長代理、富山さん
 - (2) 花藝老師：高島 聖子
- 5、內容：假天王寺 MIO ~ 11 樓辦理 2 場次臺灣花卉展示及 DIY 體驗活動(圖九)，每場次受理 10 對親子組團參與，參加民眾送台灣花卉杯墊 1 片。由梅田花市代表~富山さん簡介現場展示的臺灣花卉特色及蘭花照護要點後，再由花藝老師教導民眾應用臺灣花卉進行花藝創作，胡署長並代表臺灣向參與民眾推廣臺灣優質花卉及致意。民眾踴躍報名參與活動、現場氣氛熱烈。

四、考察日本花卉零售通路

(一)永旺夢樂城鶴見綠地 (AEON MALL イオソモール鶴見綠地)~Pansy Flower (三色堇花店)、イオソのず花屋さん (永旺野津花屋)

AEON MALL(永旺夢樂城)是日本大型連鎖購物商城，設有大型超市、時尚品牌店、藥妝店、人氣餐廳、大型美食廣場。AEON MALL イオソモール鶴見綠地，是 AEON MALL 位於大阪府大阪市鶴見區的分支店，為地區性娛樂性綜合購物商城，共四樓層，商城在一樓(日常生活家居用品區)的前、後二處入口端點，設置了「Pansy Flower」及「イオソのず花屋さん」二家花店，價格平易，提供社區居民日常用花(含祭拜用花)或餽贈花禮的便利購花管道。

1、Pansy Flower (三色堇花店)

位於商城一樓入口處，提供民眾日常生活之用花提案(圖十一)。販售永生花、綠色植栽、盆花、小花束及花藝雜貨等供民眾日常生活布置、饋贈或祭祀用途之小型捧花花束及小型花禮為主流商品，每束售價介於日幣 550 元~660 元，以大小菊、非洲菊、洋桔梗、百合、滿天星、康乃馨、龍膽等季節性之大宗切花及切葉為主，販售花材屬日本國產花者，即標註”和花セツト”。商品價格親民、便利消費者商品辨視、隨機採購及攜帶。

日本掃墓除三月底的彼岸日外，盂蘭盆節(お盆節)亦為日本重要祭典之一，訪察日恰逢日本盂蘭盆節期間，花店並陳列販售掃墓用的墓花 (770 元/束)及柵葉(198 元/束)，貼合民眾日常需求。

2、イオソのず花屋さん (永旺野津花屋)

附設於 Aeon Mall 一樓大型超市之花屋，供應居民採買日常生鮮食材及居家用品時方便併同採購之平價家用鮮花或花禮訂購(圖十二)。販售「Reposer fleur」、「Flower & Garden」品牌花卉，以鮮花為主、綠植為輔，品項較 Pansy Flower 多元且細緻。季節性單品項切花束(百合、洋桔梗、觀賞鳳梨、康乃馨、洋桔梗、菊、石斛蘭、大波斯、玫瑰、龍膽、非洲菊等)、各類

切葉、枝材及組合式花束為販售大宗(每束售價約 110 元~481 元)，並有掃墓所需之墓花 (877 元/束)、櫛葉葉材(437~327 元/束)、祭祀供花(481 元/束)及精緻花禮花束(3,300 元/束)，Flower & Garden 品牌之花材(康乃馨及菊花)袖套並標有 5 日觀賞效期之品質保證標示及隨附切花保鮮劑，賣場並提供客戶訂花機制及花禮線上宅配訂購服務⁹。

(二)青山花店 Aoyama Flower Market

1989 年成立於東京青山，母公司為株式会社パーク・コーポレーション (Park Corporation)，旗下的集團品牌分別為青山花店 Aoyama Flower Market(123 家實體店)、Aoyama Flower Market Online Shop(花卉網購商城)、Hana-kichi (花藝教室)、Aoyama Flower Market TEA HOUSE(複合式茶館)、parkERs(室內設計規劃)、Aoyama Flower Market ANNEX(提供企業需求、婚禮場佈等所需客製化服務)。

青山花店之品牌理念為「Living With Flowers Every Day (每天與花共處)」，倡導將花卉和植物融入日常生活中的花卉專賣店，總員工數逾 1,300 人，2022 年之年營業額近 109 億日圓，多設店於人潮眾多的地鐵共構的交通節點，購花地點便利，為具時尚設計風的高質感花店，提供消費者居家盆花布置、生活用花、饋贈花禮、園藝生活雜貨多元選擇。產品販售單價偏高，切花、切葉及大型切枝等花材種類豐富多元，布置陳設活潑熱鬧、饒富季節感(圖十三)，店售小花束小巧可愛，單價介於日幣 935~4,400 元不等，洋溢自然甜美風，造型時髦易攜帶，有助刺激民眾衝動性消費(圖十四)；並販售各式小品盆栽、胡蝶蘭植栽及便於生活應用的花器(圖十五)，實踐 Living With Flowers Every Day 的生活提案，縮短花與人的距離，讓花貼近生活脈動，現場亦接受花禮預訂服務。為推廣簡易花束作為花禮或自我獎勵的小禮物，青山花店與 Nendo¹⁰設計事務所合作開發便於攜帶、附設小水杯的禮品花束，有助花禮保鮮及居家擺設(圖十六)。

⁹ Aeon Mall 線上購物平台並提供多品項之祝賀花束、花禮、時令鉢花(蝴蝶蘭、仙客萊、觀葉植物等)等線上訂購服務(<https://aeonshop.com/products?category=188>)

¹⁰ 2020 年東京奧運主火炬設計單位

肆、心得及建議

一、花卉批發市場經營制度

臺灣計有臺北花市、臺中花市、彰化花市、臺南花市及高雄花市等五大花卉交易市場。市場創立時間，以臺北花市創建於 1988 年為最早設立且具經營規模，高雄花場設立於 2002 年，成立最晚；花卉交易種類，除彰化花市及臺南花市僅交易切花外，其餘三大市場交易品項皆含括切花及盆花；花卉交易制度，切花商品仍以現場拍賣為主、另提供訂貨服務，臺北花市並於 2020 年推動切花網路預售作業帶動供銷單位導入網路預約需求，盆花商品除臺中花市實施拍賣制，餘市場多採訂貨、議價制度，拍賣及貨品流之管理，皆結合條碼管理機制；拍賣時間，除臺北花市係凌晨 3:30 外，餘市場皆於下午 3:30~4:30 間進行。國內拍賣市場面臨從業人力短缺、如何提升經營效能、接軌國際發展趨勢、吸引專業人才投入及創新經營式的共同課題。

大阪鶴見花卉批發市場是日本第二大切花批發市場，龐大的交易量能在面對疫情衝擊時，即時調整營業模式，由現場拍賣改為線上拍賣制度，網路無遠弗屆，可參與拍賣之場域及可參與拍賣之人數不再受限，直接擴大了參與拍賣事務之效能，另除減省現場拍賣投入的人力數，並對應調整拍賣時間由早上 6:30 改至晚上 7:00，拍賣時間並可於 1 小時內完成，大大提升拍賣量能，可供國內市場拍賣制度參考。

株式會社 JF 兵庫縣生花之盆花拍賣品項活潑多元，該公司設置簡易溫室設施提供盆花批發業者進駐營運，並提供戶外場域予批發業者展、售大型景觀樹種之經營模式，活潑的經營策略，值得相互借鏡交流。國際交流觀摩及市場資訊收集，確有其必須。

二、提振花卉消費策略

花卉消費情形反映國家生活文化底蘊，依國際園藝生產者協會 (The International Association of Horticultural Producers, AIPH)統計資料，日本 2021 年花卉人均年消費金額為新臺幣 1,254 元。我國 近 10 年(2012~2021)花卉人均年消費，由 946 元略升至 1,123 元。花卉較其他農產品更易受整體經濟發展影響，日本切花年產量，由 2000 年 8 億支至 2022 年降為 3.1 億支，切花年進口量，則由 8 億支成長至 13 億支，日本花卉產業遭遇問題與臺灣現況累同，皆面臨從農人力老

化、花卉生產面積及產量逐年下降現象，除透過改善生產場域經營效能、發展省工機具、投注智能營運外，如何促進花卉消費，俾帶動產業向上拉力，是花卉產業發展重大課題。

日本目前係以推廣平價、生活用花為策略主軸，如超市常見 300~500 日圓之花束。日本此行計考察日本三種不同型態的花店類型，分別為小型的平價花屋、大型超市附設的花卉專賣區，以及時尚高價的設計潮店，分流提供不同族群受眾之需求，日本花店設立及購花管道相對我國普及，方便民眾平日用花習慣養成。為開拓並普及民眾購花管道，本署輔導花卉產業團體公協會與連鎖超市合作展店，上架販售國產優質切花及盆花，以上架全聯超市為例，已上架展店 180 間門市，已初見成效，值得廣續推動。

為引領花卉設計產業發展，開拓高端花藝產品消費客群，得重新審視整合可精壯的生產者及消費受眾，秉 20/80 法則，針對頂端 20%消費受眾，強化對高端市場之推力，以之帶動引導消費風潮，依需求計畫生產及行銷。

2022 年臺灣輸日切花計 3.4 千萬支，為日本第 8 大進口國（第一為中國、越南為第四），其中文心蘭約 2 千萬支，佔日本市場 95%以上，為最大進口國。深化臺日產銷鏈之交流，有助我深耕日本，持續供應量能、品質及品種之創新研發，維持領先的競爭優勢。

三、花卉品質提升及品質認證

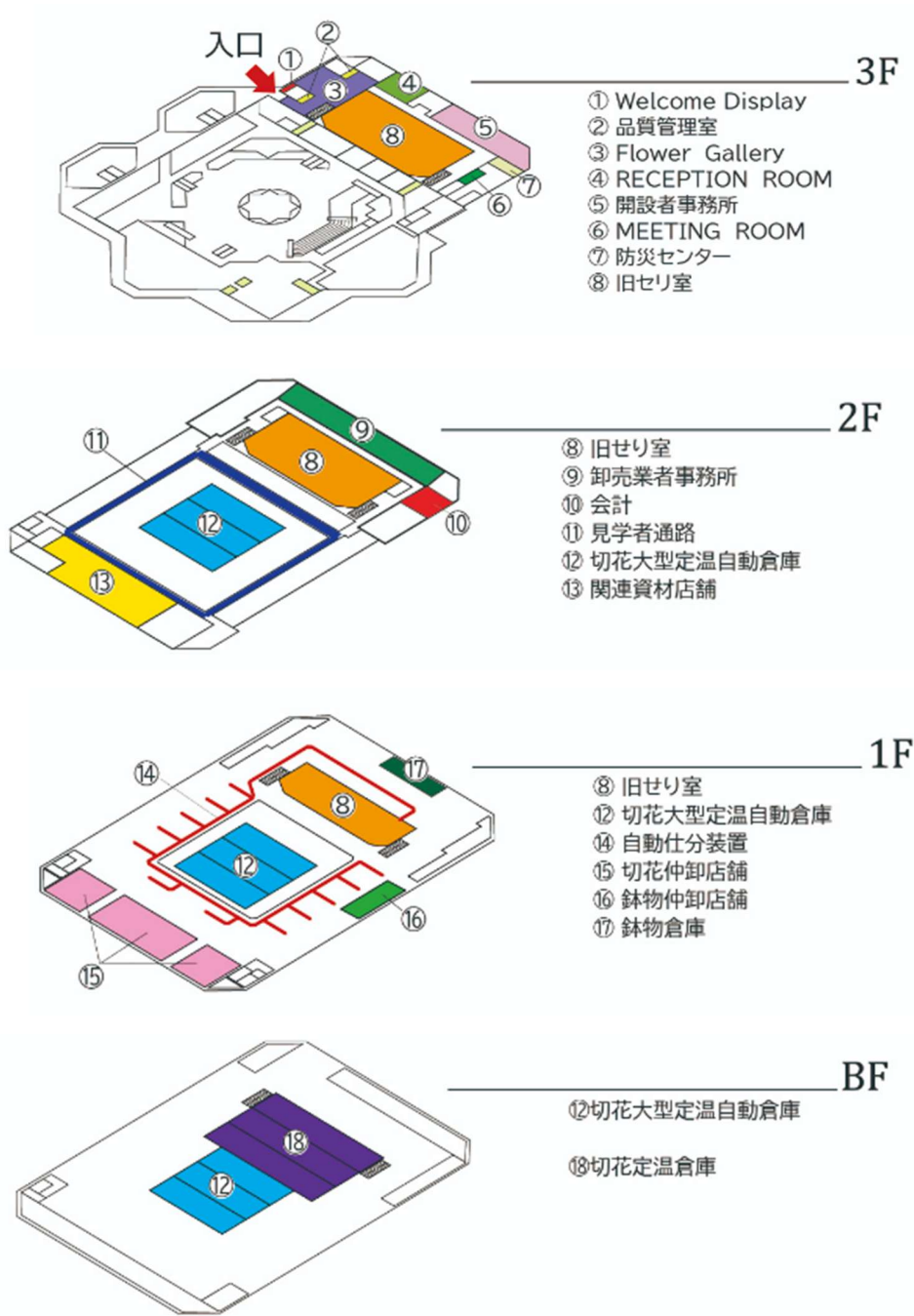
日本農林水產省 2014 年推動提高花卉壽命質量管理認證，目標是販售給消費者的切花可有 5~7 天的觀賞期，讓消費者針對切花產品品質有基本辨視模式。農業・食品產業技術綜合研究機構並制定鮮切花保質期保證品質管理手冊。日本 MPS 株式會社公司自 2016 年推行“Relay Freshness”制度，包括生產、經銷、零售三類對象透過認證制度，促進整個花卉行業對於提高鮮切花保質期的意識。

此行訪視附設於 Aeon Mall 一樓大型超市之花屋，所販售 Flower & Garden 牌之花材(康乃馨及菊花)袖套即標有 5 日觀賞效期之品質保證標示，可見品質保證機制已深根，值得我國仿效，本署將進一步研析日方相關推動機制，研擬適於臺灣推動的機制，期於 113 年得予試行。

伍、附錄



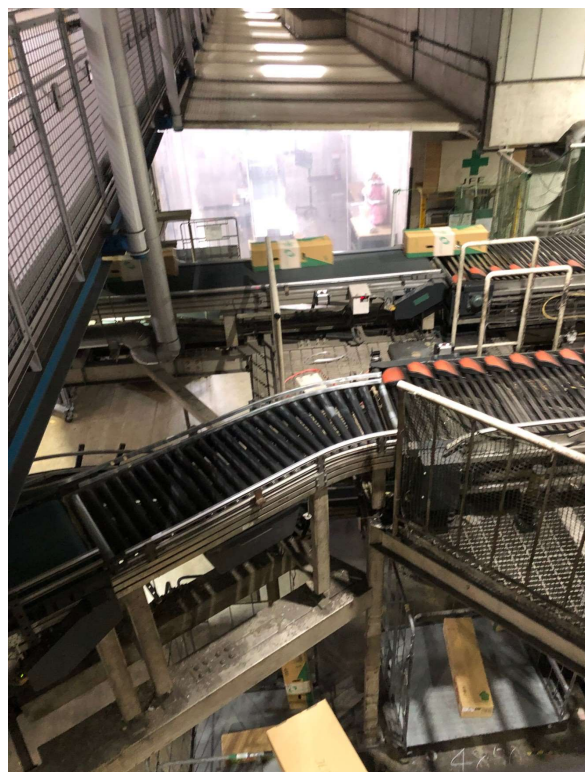
圖一、胡署長見證「台北花卉產銷股份有限公司」與日本「株式會社 JF 兵庫県生花」簽署合作備忘錄簽約儀式



圖二、鶴見花き地方卸売市場(大阪鶴見花卉批發市場)各樓層設施配置平面圖
 資料來源：株式会社 JF 鶴見花き (https://tsurumi-wfm.jp/ichiba/outline_2)



鶴見花き地方卸売市場花卉展示廊及展示櫥窗(Flower Gallery)



鶴見花き地方卸売市場自動分貨系統



拍攝產品影像



連結照片與到貨數據



商品尺寸過大，無法以自動攝影機拍照者，改以檢品機拍攝



附條碼機功能的手機，能掃描條碼與商品連結



大阪鶴見花市線上拍賣實況



遠距拍賣產品照片呈像

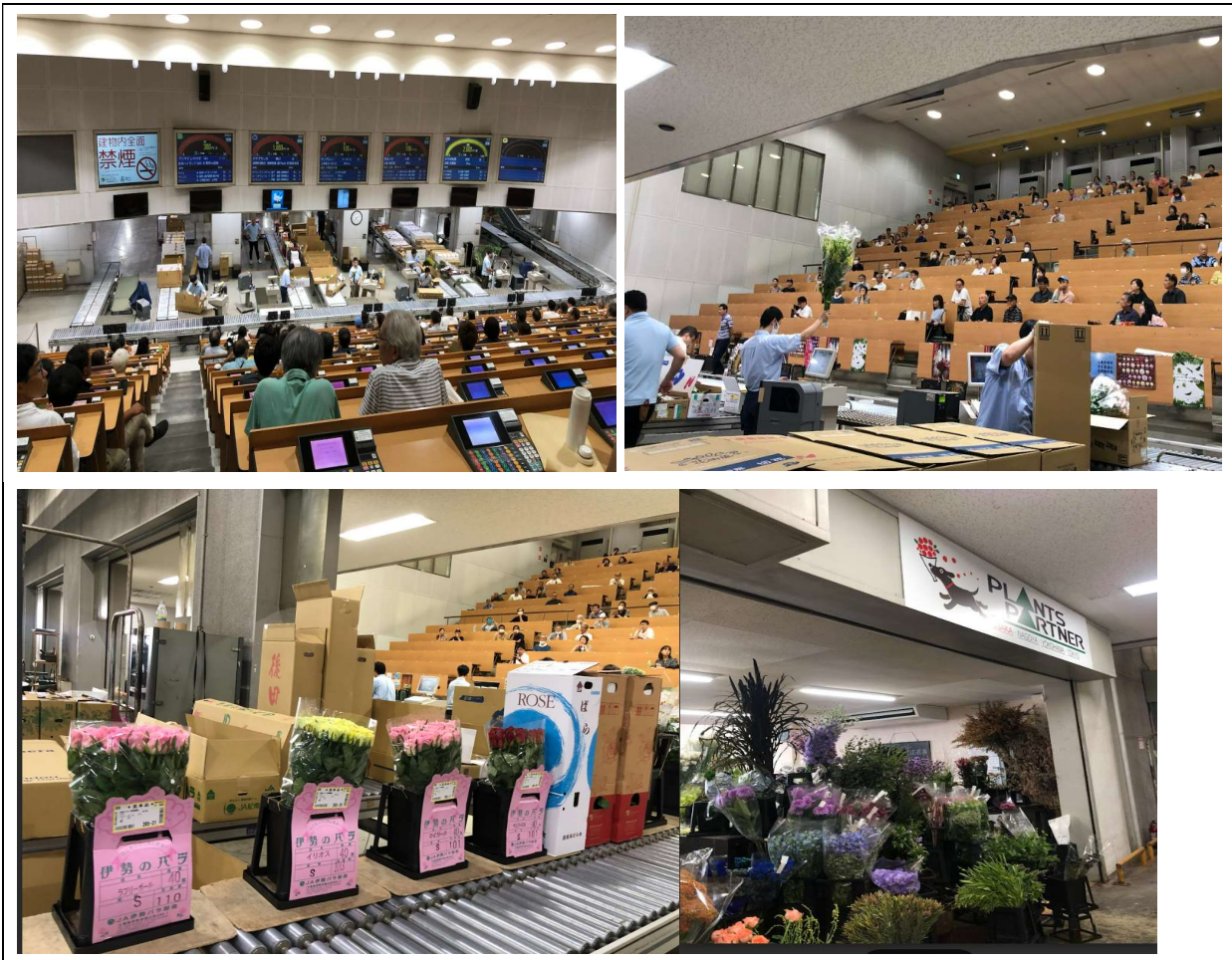


電腦螢幕取代實體拍賣之拍賣展板



買家之遠端拍賣交易顯示

圖三、鶴見花き地方卸売市場花卉線上遠距拍賣交易



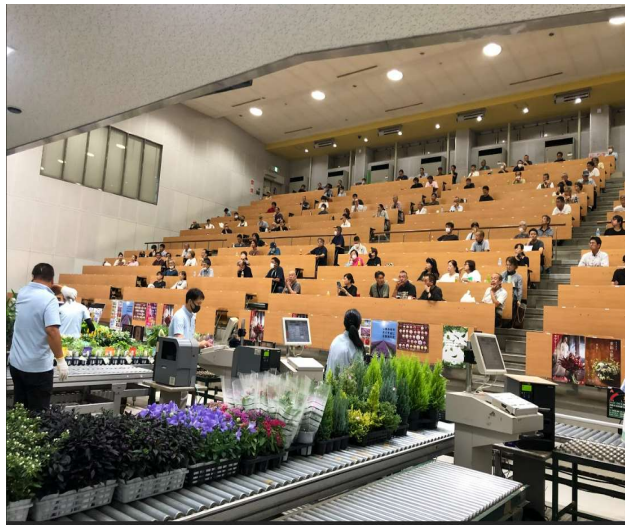
圖四、1. JF 兵庫県生花梅田生花市場切花拍賣情形及切花批發場



圖四、2. JF 兵庫県生花梅田生花市場切花貨品條碼分貨管制



圖四、3. JF 兵庫県生花梅田生花市場切花商品展示區



圖五、 JF 兵庫県生花大阪植物引取所盆花拍賣情形



圖六、1. JF 兵庫縣生花大阪植物引取所提供溫室設施給批發商進駐營業



圖六、2. JF 兵庫縣生花大阪植物引取所之大型景觀樹種、造景盆景之戶外展置區



圖六、3. 兵庫縣生花大阪植物引取所批售之各類植栽



圖七、株式會社 JF 兵庫県生花展示臺灣優質切花



圖八、臺灣花卉在 Aoyama Flower Market 上架展示、銷售及推廣情形



圖九、在日本天王寺 MIO 商場辦理臺灣花卉展示及親子 DIY 體驗課程



圖十、永旺夢樂成鶴見綠地第一樓層左右二處出入口各配置一家花店，方便居民採購。
 (https://tsurumiryokuchi-aeonmall.com/floorguide/#target/page_no=1)



圖十一、Pansy Flower 三色堇花店陳列販售花卉樣態



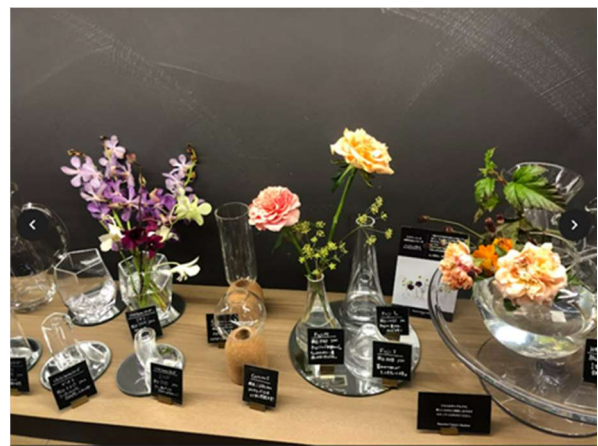
圖十二、イオンのず花屋さん（Aeon Mall 超市附設之永旺野津花屋）陳列商品



圖十四、Aoyama Flower Market 花禮設計，時尚大方，便於攜帶。



圖十三、Aoyama Flower Market 店面陳列，主題鮮明、充滿季節感。



圖十五、Aoyama Flower Market 傳遞「Living With Flowers Every Day」生活提案



STORY OF GIFT REPE BOUQUET

「デザインオフィス nendo」と コラボレーション

制作のきっかけは「ブーケをもっと気軽にギフトとして贈っていただきたい」という青山フラワーマーケットの想いです。この課題をTOKYO2020の聖火台をはじめ、数々のクリエイティブで世界の権威ある賞を受賞する「デザインオフィス nendo」に相談。両者がコラボレーションすることで、今までにない全く新しいギフトブーケが誕生しました。

花瓶に変わるパッケージ

花をウォーターカップにセットすることで、持ち歩いている間に鮮度が落ちるリスクを軽減するほか、飾るときに水を入れる作業も不要に。ブーケを包むパッケージは、手順に沿って組み立てると花瓶へと早変わりします。お誕生日などのお祝いや、ちょっとしたお礼はもちろんのこと、自分へのご褒美にも。あらゆるシーンで、気軽にお楽しみいただけます。



1. 中央のミシン目を割がします



2. 上部のパーツを下げます



3. 向きにして白い部分を重ねます



4. 完成

Aoyama Flower Market
TOKYO

圖十六、Aoyama Flower Market 與 Nendo 設計事務所合作開發的花束產品文宣