

出國報告（出國類別：考察）

參加東京國際食品展及 考察日本冷凍蔬果市場

服務機關：農業部高雄區農業改良場

姓名職稱：羅正宗 場長

何素珍 研究員兼秘書

周國隆 研究員

派赴國家：日本

出國期間：114 年 3 月 9 日至 14 日

報告日期：114 年 5 月 12 日

摘 要

農業部國際司每年輔導台灣區冷凍蔬果工業同業公會(以下簡稱冷凍蔬果公會)，於參加「東京國際食品展」期間，同時邀請日本農產官方及業者來台灣館參觀及品評，其目的在藉由雙方交流，瞭解日本官方農產新政策及日方市場動態，爭取日本冷凍蔬果進口商及零售商對台灣冷凍蔬果安全與安心的信賴，以提升台灣毛豆產業及其他冷凍蔬果之競爭力，並收集相關資料，俾利國內農政單位及業者因應參考。本次出國目的主要是參觀規模居亞洲最大、世界第三的「東京國際食品展」，了解日本農產品市場的動向，也藉此機會，搜集競爭對手中國及泰國的農產品相關資料，並考察日本豆類種子及冷凍蔬果市場，也藉此機會，搜集日本毛豆品種及機能性產品等相關資訊，作為擬訂育種及產業輔導策略參考，期望新開發的毛豆品種及機能性產品更具國際市場競爭力。

目 次

一、目的.....	3
二、工作行程.....	3
三、參訪 2025 年東京國際食品展.....	4
四、日本豆類種子及蔬果市場調查.....	15
五、檢討與建議.....	18

一、目的

日本是台灣農產品出口第一大國，以蝴蝶蘭、冷凍毛豆、香蕉、芒果、菊花為主。台灣毛豆產品輸日迄今已有 55 年歷史，是具有競爭力的外銷型產業，近 10 年來，平均年外銷產值 7,796 萬美元，2019 年外銷量曾達 38,915 公噸，產值 8,454 萬美元，創 29 年來新高。因受 COVID-19 疫情影響，日本冷凍毛豆產品的進口數量四年來減少 15.0%，而台灣毛豆產品 2024 年外銷數量 32,654 公噸，產值 7,351 萬美元，較 2019 年 COVID-19 疫情前減少 13.0%，主要銷往日本占 72.6%，其餘則銷往美國、加拿大等 23 個國家，其中冷凍毛豆產品產值在日本的市占率 41.0%，已連續 17 年銷日冠軍，分別為競爭對手中國及泰國輸日產品的 1.27 及 1.92 倍，平均每公斤價格 356 日圓，較中國 269 日圓價值高 32.4%。農業部國際司每年輔導台灣區冷凍蔬果工業同業公會，每年輔導台灣區冷凍蔬果工業同業公會(以下簡稱冷凍蔬果公會)，於參加「東京國際食品展」期間，同時邀請日本農產官方及客戶來台灣館參觀購買台灣農產品，其目的在藉由雙方交流，瞭解日本官方農產新政策及日方市場動態，爭取日本冷凍蔬果進口商及零售商對台灣冷凍蔬果安全與安心的信賴，以提升台灣毛豆產業及其他冷凍蔬果之競爭力，並收集相關資料，俾利國內農政單位及業者因應參考。本次出國目的主要是參觀規模居亞洲最大、世界第三的「東京國際食品展」，了解日本農產品市場的動向，也藉此機會，搜集競爭對手中國及泰國 2024 年銷日冷凍毛豆產品變化原因，並考察日本豆類種子及冷凍蔬果市場，了解日本農產品市場的動向，也藉此機會，搜集日本毛豆品種及機能性產品等相關資訊，作為擬訂育種及產業輔導策略，期望新開發的毛豆品種及機能性產品更具國際市場競爭力。

二、工作行程

(一) 參加成員

姓 名	服務機關（單位）	職 稱
羅正宗	農業部高雄區農業改良場 (場長室)	場長

何素珍	農業部高雄區農業改良場 (秘書辦公室)	研究員兼秘書
周國隆	農業部高雄區農業改良場 (場長室)	研究員

(二) 參訪期間

3 月 09 日(日) 屏東－高雄國際機場－日本關西機場－大阪

3 月 10 日(一) 大阪－考察日本豆類種子市場－大阪

3 月 11 日(二) 大阪－東京都-考察日本超市賣場

3 月 12 日(三) 東京都－考察日本冷凍蔬果市場現況－東京都

3 月 13 日(四) 東京都－台場參觀東京國際食品展－東京都

3 月 14 日(五) 東京都－成田機場－高雄國際機場－屏東

三、參訪 2025 年東京國際食品展

「東京國際食品展(FOODEX JAPAN 2025)」迎來其盛大 50 周年慶典，與德國科隆國際食品展(ANUGA)、法國巴黎國際食品展(SIAL) 齊名。自 1976 年首屆舉辦以來已成為亞洲第一大食品展及世界第三大之食品展，本屆展覽期間為 2025 年 3 月 11 日至 3 月 14 日於日本東京都台場國際展示場 (Tokyo Big Sight) 舉行 (圖 1)，有來自全球超過 74 個國家及 2,930 家廠商參展，使用 3,738 個攤位參與展出，日本國內 949 家廠商，1,354 個展位，海外 1,981 家廠商，2,384 個展位，包括地方產品、生鮮食材、點心甜點、Well-Food (有機、機能性食品)、調味料及調理加工食品、綜合食品、飲料以及輸入食品等，約吸引 7 萬 5,000 名買主參觀，超過 80% 為日本當地食品通路批發、餐飲服務、製造商與零售業者等，海外買主則約有 7,600 名，顯見本展為食品業者開發日本、亞洲及全球市場之重要平台。

日本是台灣農產品第三大出口國，2024 年出口產值達 6.4 億美元，占農產品出口總值的 13.2%，也是台灣第四大食品進口國，台日雙方食品貿易往來密切。經濟部攜手農業部、外貿協會及 14 個縣市政府、11 家食品公協會共同打造「台灣館」(圖 2)，總計有 193 家企業使用 196 個攤位，為第二大參展國。今年設置「TAIWAN SELECT」形象專區，並以「福熊、毛豆、香蕉、芒果、草莓」等精品吉祥娃 (圖

3) 共同來推銷台灣優良農產品，推動台灣食品走向國際、走向品牌化。展示產品包含「天然有機」、「銀髮友善」、「潮流時尚」、「休閒食品」、「純素植基」、「機能保健」、「即食便利」及「校園食品」等新興產品，強化台灣食品產業競爭力，並與國際食品通路商合作，協助台灣食品進入當地市場，提升國際能見度。農業部為協助台灣農產品拓展外銷市場，以「台灣農水產物～幸福滋味傳遞」為主題，特別設立「台灣農水產物展示區」推銷宣傳（圖 4），向日本及世界各國買家展示台灣超強「食」力的優質農產品。展出良質米、胡蘿蔔、青花菜、美生菜、茭白筍、台灣香檬、毛豆、菜豆、地瓜、鳳梨、釋迦、香蕉、芒果、蜜棗及等各項生鮮與冷凍蔬果，以及鮪魚、旗魚、石斑魚、鰻魚、鱸魚、臺灣鯛、烏魚子等水產品、醬油、鳳梨酥、高山茶、珍珠奶茶、水果啤酒等具代表性的農產食品，充份表現了台灣農產食品的優勢和多元。參展單位包含屏東、高雄等 14 縣市政府及台灣糖果餅乾麵食工業同業公會、台灣罐頭食品工業同業公會、台灣區冷凍食品公會、台灣區冷凍水產工業同業公會、台灣區冷凍蔬果工業同業公會、台灣區製茶工業同業公會、台灣區生技聯盟等 11 個優質產業公會及食品加工業者如台酒生技、金門酒廠、米屋智農、馬玉山、豆之家、瓜瓜園、六堆釀興業、御田、浚良、大花農場、青田農業、禾大豐、全農、奇美食品、馬玉山沖泡飲、開元食品、富味鄉、家會香、新城國際、金蘭食品、萬家香、黑橋牌、鬚鬚張、日正、嘉楠、老楊、亞細亞、豐誠、福爾摩沙、允偉興業、廣大利、郭元益、李亭香、法蘭司、富田、皇樓、明新、蘭陽食品等知名廠商及來自南台灣農產重鎮均由縣市政府帶領轄內農會及合作社前來開發日本市場。另外今年原民食品也很受歡迎，展出紅烏龍茶葉、地酒、薑黃、小農辣醬、醃酢等極具代表性的特色產品，展現友善農耕自然農法的魅力，提供消費者便利快速又健康的新選擇，以「安全、健康、美味、便利」為主題的品牌形象行銷，展現豐富具特色的台灣優質食品，塑造台灣食品健康形象，也希望博得日本市場對進口食品的信賴。為帶動現場參觀者，農業部特別製作台灣館的吉祥物—毛豆、香蕉、芒果及草莓等人型布偶，帶動 30 多場次的產品發表會及 40 多場次的品嚐活動，為台灣農產品造勢宣傳效果極佳，展現台灣優質農產品進攻日本市場強烈企圖心。在參展會中台灣區冷凍蔬果公會（圖 5）及本場國內授權廠商也展出冷凍毛豆、綠竹筍、冷凍甜玉米

、玉米粒、三色混合蔬菜等產品（圖 6），均以食品安全及保健機能性作訴求，吸引專業買主到台灣館參觀洽談。

本部黃昭欽次長 3 月 11 日到「台灣館」推銷台灣優質美味農水產品，並見證瓜瓜園企業與日本 TK・TRADING 株式會社簽署採購臺灣農產品合作意向書儀式。另外米屋智農也展示台灣良質米相關產品（圖 7 左），陳肇浩董事長認為台灣米原始種源來自日本，因此日本人的接受度比較高，應該尋求穩定供應的連鎖餐廳，才能確保台灣米在日本的銷售。屏東六堆釀興業有限公司也展示國產非基因改造黃豆、黑豆、有機小麥釀製的豆油、醬油、橄欖油等相關產品（圖 7 右）。這次台灣館參展之產業公會及食品業者，不但可藉由本次參展，將台灣優質農產品推薦給日本及世界各國買主，亦可藉由全世界產品齊聚一堂之機會，深入掌握農產品之國際消費趨勢，以提升台灣農產品行銷國際市場競爭力。另外日本館今年以冷凍食品為主題，特別設置急速冷凍及解凍技術專區（圖 8），推銷冷凍食品營養價值高及便利性，其日本進口食品公司也展示冷凍毛豆、菜豆、青花菜、菠菜、玉米粒及各種冷凍蔬果產品（圖 9），另外日本新潟市展示生鮮茶豆及北海道十勝展示冷凍毛豆、玉米泥等相關農產品（圖 10）。泰國外銷毛豆產品到日本的清邁、Union、Grace 及 LACO 等四大食品公司均有參展（圖 11），是我國的主要競爭對手，其展出的冷凍毛豆產品均質優，泰國毛豆產業未來的發展是我國必須要特別注意的。中國館今年展示產品也以冷凍農產品為主，尤其 2004 年進口至日本冷凍毛豆數量 24,761 公噸，較 2003 年增加 25.3%，山東、上海、江蘇、浙江、福建等食品公司均展示毛豆、菜豆、青花菜、小松菜、秋葵及各種冷凍蔬果產品（圖 12）。日本一年進口的蔬果達百萬公噸以上，目前台灣能供應的蔬菜種類有限，想要進入日本市場極需耐心，得採漸進且長期經營態度，才能與日方建立信賴關係。由於日本食糧自給率未達 40%，超過 60%需仰賴進口，是台灣食品業者進入日本市場的良好契機，參展廠商也對日本市場的發展性相當看好。因此如何開發新的蔬菜如菠菜、菜豆、甜玉米、青花菜等產品外銷，以提升台灣毛豆及其他冷凍蔬菜產品在國際市場的競爭力。

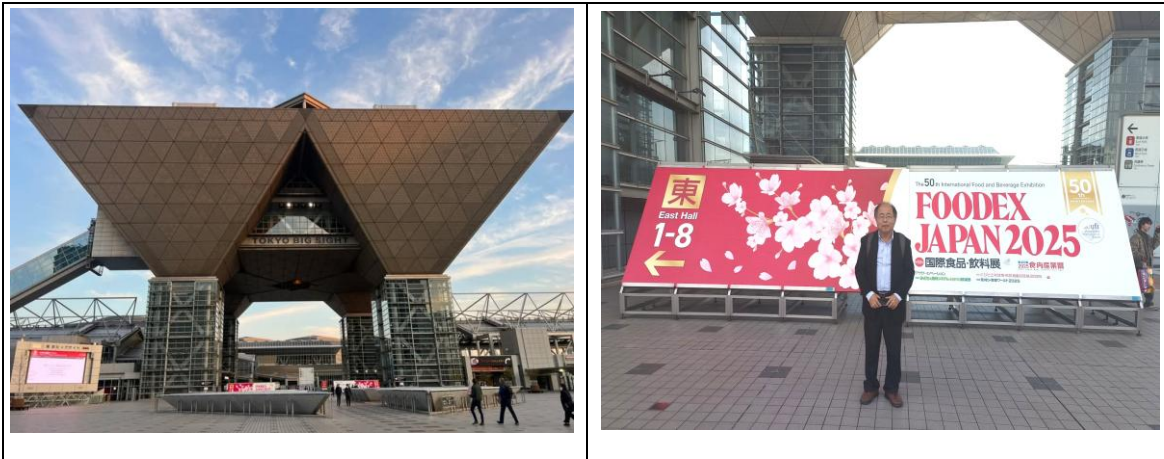


圖 1. 「2025 年東京國際食品展」在日本東京都台場 Tokyo Big Sight 舉行(左)及本場羅正宗場長在展示場前留影(右)



圖 2. 「2025 年東京國際食品展」台灣館展示(左)及設置「TAIWAN SELECT」形象專區(右)

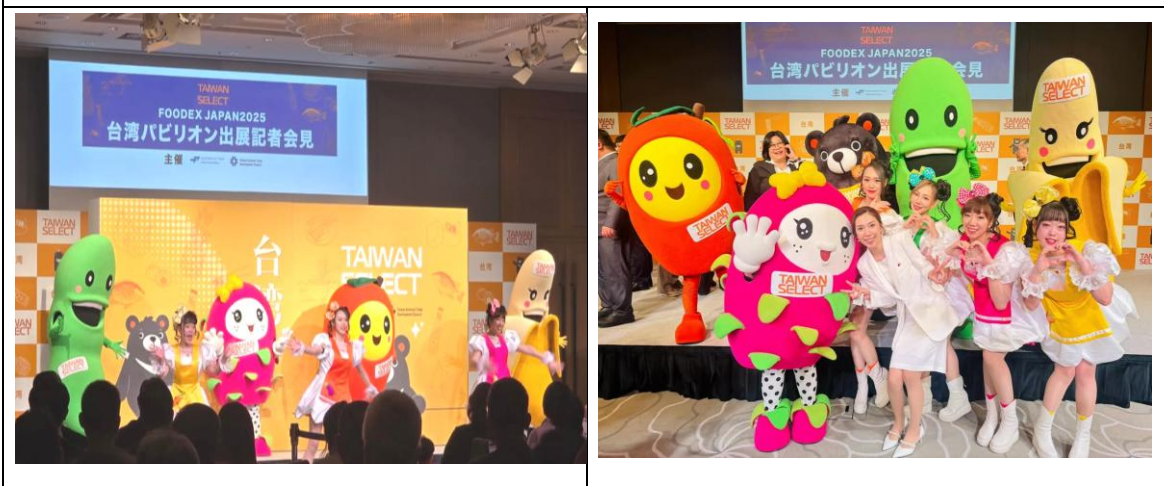


圖 3. 台灣館精品吉祥娃「福熊」及農業部毛豆、香蕉、芒果、草莓等農產吉祥娃共同來推銷台灣優良農產品，推動台灣食品走向國際、走向品牌化。



圖 4. 台灣館「TAIWAN SELECT」形象專區(左)及農業部以「臺灣農水產物幸福滋味傳遞」為主題，特別設立「台灣農水產物區」展示台灣各種冷凍蔬果及水產品(右)



圖 5. 台灣區冷凍蔬果公會(左)展示毛豆、菜豆、芒果、鳳梨、綠竹筍、甜瓜、三色蔬菜等冷凍產品(右)



圖 6. 屏東豐誠冷凍食品公司展示毛豆、珍珠等產品(左)及展示芒果、鳳梨、火龍果、甜瓜、芋頭等各種冷凍蔬果產品(右)



圖 7. 米屋智農股份有限公司展示台灣良質米相關產品(左)及屏東六堆釀興業有限公司展示榮獲「Great Taste Awards」美食評鑑三星獎的國產豆油(右)



圖 8. 日本館今年設置急速冷凍(左)及解凍技術(右)專區，推銷冷凍食品營養價值高及便利



圖 9. 日本食品公司展示冷凍毛豆、毛豆仁及各種冷凍蔬果相關產品



圖 10. 日本新潟市展示生鮮茶豆(左)及北海道十勝展示冷凍毛豆、玉米泥等相關產品(右)



圖 11. 泰國清邁冷凍(左)及 LACO 食品公司(右)展示冷凍毛豆、毛豆泥及玉米粒等各種蔬菜相關產品



圖 12. 中國的食品公司今年展示重點放在毛豆、菜豆、青花菜等冷凍蔬菜相關產品

四、日本豆類種子及蔬果市場調查

赤松種苗株式會社(Akamatsu Seedling Co., Ltd.) 位於大阪市天王寺區（圖 13 左），創業於 1809 年江戶時代後期的種苗店，開業至今已超過 200 年歷史老店。販賣商品全部 297 個產品，包含蔬菜種子 152 個、花種子 66 個及豆類、香草等種子，另外也販售植物盆栽、乾燥花/保鮮花、禮物/花藝及園藝栽培相關材料如肥料、營養液、花盆、工具、致石、泥炭、室內裝飾配件/雜貨／花杯皿、有田燒 KORANSHA 等，並幫客戶設計綠建築及庭園。一進入店面就看到 1 個很高牆面全設置為種子專櫃（圖 13 右） 非常壯觀，中間寫著「山川草木悉有佛性」書法，擺設了各種小包裝種子如毛豆、菜豆、豌豆、玉米及蔬果類等種子（圖 14），數大便是美，讓人非常驚喜震撼。頂樓還設置各種庭園植物盆栽及花卉（圖 15），可讓消費者除了購買小盆栽外，也可坐下來休息，享受園藝療育，是一家非常注重心靈療育的會社。

JA 花園農產物直売所（圖 16 左）位於埼玉縣深谷市小前田，是一個交通便利的農貿市場，位於關越高速公路的花園交流道旁邊，距離東京市中心不到 70 公里。在直売所販售各種生鮮蔬果（圖 16 右）、花卉（圖 17）及各種豆類、蔬菜種子（圖 18）如枝豆、茶豆、黃豆、黑豆等大豆種子及菜豆、小胡瓜、苦瓜、秋葵種子。無論在大阪府及東京都超商及賣場，均販售各種進口的冷凍蔬菜如毛豆、菜豆、菠菜、青花菜等產品（圖 19）及日本國產的冷凍毛豆產品(圖 20)、發芽大豆、發芽黑豆、蜜豆、毛豆薯條及自台灣進口蒸煮大豆等相關產品（圖 21），尤其冷凍毛豆產品無論在「7-11」、「Family Mart」及「Lawson」等超市或「JASCO」購物廣場均可買到，超市的售價較大賣場貴。不同國家進口的冷凍毛豆售價是不一樣的，以每包 300 公克為例，中國產的最便宜，台灣產的與泰國產相當，約較中國產高 70-80 日圓，日本國產的又比台灣產的高 60-80 日圓。需注意的市場資訊是日本的市場零售價有降低趨勢，泰國產售價與台灣產的相同，其原因是泰國產的冷凍毛豆產品進口到日本是免關稅，而台灣產的冷凍毛豆產品進口到日本要課 6%關稅，這是貿易關稅協定急待解決的問題。



圖 13. 日本赤松種苗會社在大阪府店面(左)及非常壯觀的種子牆(右)



圖 14. 本場羅場長及何秘書在赤松種苗的種子牆留影(左)及毛豆用大豆種子(右)



圖 15. 頂樓設置各種庭園植物盆栽及花卉區(左)，可讓消費者除了購買小盆栽(右)外，也可坐下來休息(右)，享受園藝療育



圖 16. 日本埼玉縣深谷 JA 花園農産物直売所販售各種生鮮蔬果

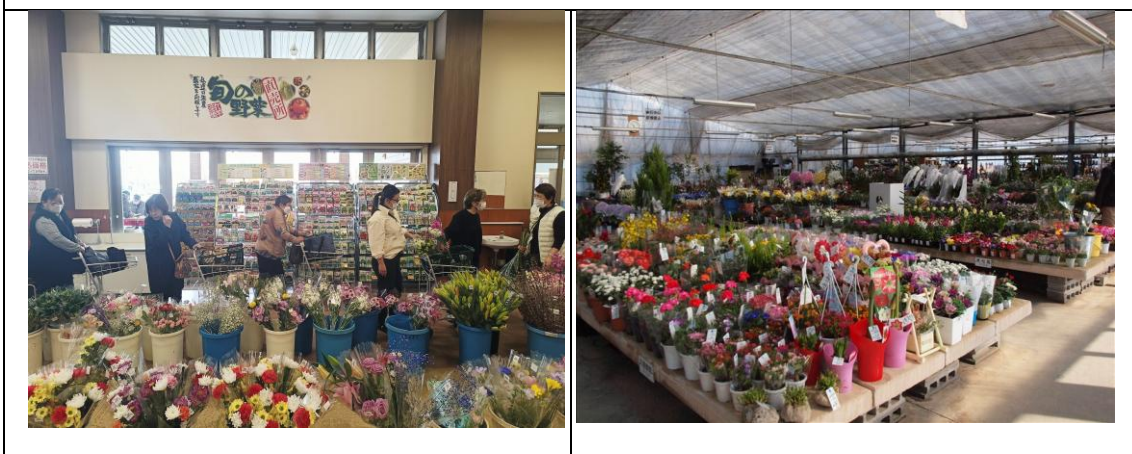


圖 17. 日本埼玉縣深谷 JA 花園農産物直売所販售各種花卉



圖 18. 日本埼玉縣深谷 JA 花園農産物直売所販售毛豆等各種豆類及蔬菜種子



圖 19. 大阪府及東京都超市賣場 3 月販售進口冷凍毛豆及各種冷凍蔬菜產品



圖 20. 大阪府及東京都超商賣場販售日本國產的生鮮毛豆及冷凍毛豆等蔬菜產品



圖 21. 日本超市販售國產發芽大豆(左上)、蜜豆(右上)、毛豆薯條(左下)及自台灣進口蒸煮大豆(右下)等相關產品

五、檢討與建議

- (一) 由於日本糧食自給率僅達 40%，仍有 60%需仰賴進口，是台灣食品業者進入日本市場的良好契機。但問題是，日本一年由中國進口的冷凍蔬菜達百萬公噸，目前台灣能供應的蔬菜種類有限，如何開拓價格合理品質優良的蔬菜外銷是關鍵因素。因此建議可利用毛豆外銷專區發展友善親和型輪作經營模式，開發新的冷凍蔬菜如矮性菜豆、甜玉米、菠菜、青花菜等產品外銷，建立長期穩定的外銷供應鏈，提升台灣毛豆及其他冷凍蔬菜產品在國際市場的競爭力。
- (二) 泰國產的冷凍蔬菜產品進口到日本是免關稅，而台灣產的冷凍毛豆產品進口到日本要課 6%關稅，這貿易關稅協定是急待解決的問題。中國產優勢是冷凍蔬菜項目多，加工廠每年利用率可達 11 個月，相較於台灣加工廠的 3-4 個月，在設備使用率及人力運用都較有效率。本場近年來複製毛豆產業成

功經驗，輔導專業豆農在高屏外銷專區增加冬作矮性菜豆機械化生產，並與永昇冷凍食品公司合作建立菜豆加工流程，生產冷凍菜豆產品外銷日本，開發台灣新綠金產業，可提升國際競爭力。

（三）為建立毛豆大農場機械化生產技術，發展優質安全農業，豆農每經營 150 公頃需投資 3,500 萬元以上的農機設備，尤其台灣目前有 34 台毛豆採收機，機齡有 60%已超過 25 年必須汰舊換新，每台售價高達 1,600 萬元，目前僅能低利貸款，並無法獲得如國產農機相同的補助，建議放寬國內未製造的農機予以專案補助，以提升台灣毛豆智能機械化精準生產的能力。

（四）台灣非 UPOV 會員國，也非日本的締約國，本場早在 93 年 2 月就以政府機關名義向日本申請大豆品種權登錄，目前已取得大豆「高雄 6 號」、「高雄 7 號」、「高雄 9 號」及「高雄 10 號」等 4 個品種在日本品種權 25 年，這是我國農業智慧財產權在國際上的一大突破。再加上新育成的「高雄 13 號-綠水晶」品種，已授權 8 家業者加工應用，藉由品種權申請及授權實施，保護我國毛豆品種在日本的智慧財產權，削弱中國及泰國的低價競爭，將有助於提升我國毛豆產品在國際市場的競爭力。