

# 香蕉外銷現況及供應 日本學童營養午餐情形

蔡世宗<sup>1</sup>

圖片來源：Shutterstock

## 壹、前言

近年臺灣香蕉種植面積約1.5萬公頃到1.6萬公頃，其中民國111年種植面積為15,307公頃，每公頃平均產量24公噸，全年總產量約351,480公噸，產值83.8億元。國內香蕉主要產地包括屏東縣4,084公頃（27%）、南投縣2,829公頃（18%）、嘉義縣2,424公頃（16%）、高雄市2,215公頃（14%）及臺南市963

公頃（6%）等縣市。

臺灣位處緯度屬可生產香蕉最北端，香蕉定植於田間約一年可採收，全年可產香蕉，其中3月至5月生產稱為春蕉，主要產區為屏東縣及高雄市；6月至9月生產為夏蕉，主要產區為嘉義縣；10月至翌年2月生產為秋冬蕉，主要產區為南投縣、雲林縣。

■ 註1：任職於農業部農糧署果樹及花卉產業組果樹生產管理科

臺灣香蕉於50年代為主力外銷水果，曾創造年銷日本40萬公噸的佳績，占有日本近九成的市占率，後臺灣的經濟結構轉變，工業起飛，農村勞動力外移，整體經濟由農業轉變為以工商業為主型態，此後農村工資高漲，香蕉成本不斷提高，加上蕉園受黃葉病危害，量質不穩，臺蕉在日本市場又受菲律賓香蕉競爭，外銷量逐年下降，到近年外銷量降至5,000公噸以下（如表1），轉以國內市場銷售為主。惟近年臺灣香蕉國內市場產銷幾近飽和，所以開拓穩定外銷市場勢在必行。



圖片來源：Shutterstock

表 1、106 年至 112 年臺灣香蕉外銷量值

期間	香蕉出口	
	重量（公噸）	價值（新臺幣千元）
106年	1,109	58,998
107年	1,872	79,992
108年	2,923	132,138
109年	3,488	168,847
110年	2,960	131,900
111年	1,542	84,671
112年1-7月	1,326	64,447

資料來源：農業部統計資料查詢網站

## 貳、臺蕉供應日本學童營養午餐情形

一、為讓臺蕉重回日本市場並與菲蕉區隔市場，採行「高品質」、「新族群（學童及其家屬）」之策略，重新定位臺蕉在日本消費市場的銷售策略，除喚起日本年長族群對臺蕉的記憶外，並開始扎根日本新生代學童，以培養日本未來主力消費族群對臺蕉的情感。為拓展日本新消費族群，自105年起行政院農業委員會（現為農業部）及農糧署辦理一系列活動，內容如下：

- (一) 農委會（現為農業部）於105年與靜岡縣御殿場市合作，簽訂「強化台日農產品交流意向書」，促使該市於105年6月及7月兩次採購臺灣香蕉供做學童營養午餐水果，加深該市孩童們對於臺灣的認識，達到增進雙方交流的目的。該活動交流模式，也開啟將臺灣香蕉等農產品拓展到日本各地學校團膳等臺日合作契機。
- (二) 106年於東京武藏野調理師專門學校舉辦甜點比賽，研發製作以臺灣香蕉為食材的各式甜點，包括「Kouglof香蕉奶油圓蛋糕」、「香蕉船蛋糕」等，促使日本料理界從業人員自培育階段開始，

就能對臺灣農產品有深入認識，以利這些日本未來的廚師能成為臺灣農產品的愛好使用者，擴大臺灣農產品輸日量值。並獲得日本《料理王國》雜誌於106年5月號報導。

- (三) 107年農糧署於10月12日與日本富山縣日臺親善協會洽簽「臺蕉輸往富山縣備忘錄」，將臺蕉市場拓展至日本富山、石川與靜岡中小學團膳及靜岡鐵道超市、大阪屋超市連鎖店等新通路，培養日本學童從小認識臺蕉。
- (四) 108年1月8日為延續歷年日本學童扎根活動，以雲林縣生產之高品質冬蕉，供應三重縣志摩市阿兒町甲賀東海小學學童，透過學童食用臺蕉加深對臺灣的認識，培養對臺蕉特殊風味與口感的喜好。

二、透過上述系列的活動，臺蕉知名度及銷售從日本一線城市擴展至日本二線城市，並開啟茨城縣笠間市與農糧署的交流如下：

- (一) 108年日本茨城縣笠間市為深化臺日間飲食、文化、人才交流及振興地區經濟等，於108年7月24日與





108年7月24日農糧署與茨城縣笠間市簽訂合作備忘錄（圖中為農糧署署長胡忠一，右2為茨城縣笠間市市長山口伸樹）。圖片來源：農糧署



108年11月1日茨城縣笠間市學童午餐吃臺蕉。圖片來源：農糧署



109年10月21日農糧署辦理優質秋冬蕉行銷日本記者會，供應臺蕉於11月6日辦理學童營養午餐吃臺蕉活動（右4為農糧署署長胡忠一）。圖片來源：農糧署

農糧署簽訂「強化飲食及文化交流發展合作備忘錄」，並於108年11月1日供應該市及其鄰近之水戶市及大洗町等20幾所中小學校營養午餐臺灣香蕉，並同步於該市超市販售臺灣香蕉，且受到當地熱烈歡迎採購一空，日本商社立即採購三櫃香蕉再送當地超市銷售。

**(二)** 109年受新冠狀肺炎影響，臺日人員交流減少，但藉由108年與笠間市簽訂之備忘錄，該市11月6日再度採購香蕉作為學童午餐，除112

年原有三市町外，版圖擴大，再新增常陸那珂市，共四個市町一同共襄盛舉，110年則有五個市町採購19,000根香蕉。

**(三)** 111年活動交流層級，由原本市町提升至茨城縣政府統籌辦理，顯示雙方交流愈加頻繁及益受重視，共八個市町採購25,000根香蕉，所供應臺灣水果皆大獲日本學童好評，確實打響臺灣水果於日本之知名度。

**(四)** 112年經農糧署署長率員於日本茨



112年6月5日臺灣香蕉日本推介暨感謝交流活動，農糧署致贈感謝狀及蘭花（左為農糧署署長胡忠一，右為茨城縣知事大井川和彥）。圖片來源：農糧署

城縣6月5日舉辦臺灣香蕉日本推介暨感謝交流活動，該縣各市町參與踴躍，活動後原有八處市町已拓展至23處市町擬規劃採購臺蕉，屆時將臺蕉推介給10萬名日本學童。

### 參、結語

拓展外銷市場並非一觸可及，日本商社通常依據前年臺蕉供應情形，提前半年至一年與臺灣外銷供應商約定供應數量及價格，再由農民團體計畫性生產，並非當年度水果盛產致內銷受阻後即可安排外

銷。爰每年外銷增長，皆為所有貿易商、農民及政府共同努力維護的成果。

又臺灣水果於日本市場通路多以大城市之超市或宅配直銷，須與多國競爭，常因成本較高而拓展困難。近年透過與茨城縣笠間市官方合作，農糧署已逐步推展至日本學童營養午餐，開發臺灣水果於日本之新藍海市場，除深耕日本年輕一代外，亦發揮良好廣宣效果。目前已有日本其他縣市認同推廣模式並規劃共襄盛舉，期待未來臺灣各式水果於日本外銷量可逐步增加，開拓日本新族群。