

青森蘋果輸出至台灣情報交換會概要

1. 時間：2012 年 10 月 7 號(星期日) 下午 1 點 10 分~下午 3 點 40 分
 2. 場地：福容大飯店月眉(台灣台中市后里區福容路 88 號)
 3. 出席者：台灣方面：40 廠商，約 74 名.日本方面：22 名 合計 96 名.
 4. 內容
- (1) 祝願詞

①(公司)青森縣蘋果輸出協會 理事長 太田一民
另頁介紹



②建隆股份有限公司 董事長 穎川建忠



非常感謝大會指名讓我先跟大家問候。這次青森知事能與我們一起拜訪台灣是一個非常好的時機。台灣因為豪雨與颱風等災害造成台灣國內物價飆漲，台灣政府為了解決此問題因此調整了蘋果／水蜜桃／奇異果等水果關稅從 20% 降至 10%。(註解：根據交流協會的資訊，從 10 月 5 號開始 12 月 4 號截止)。台灣政府從未實施過如同以上政策。關稅調降成 10%，等於成本也同時降低。日本同人們對於此政策是否影響蘋果輸出至台灣能更加順利無法證明，但由於關稅的降低台灣業者也必須尊隨著政府方針

努力降低成本。我們覺得這樣的努力應該可促進青森蘋果輸出。此時知事先生與青森業者們能一起來到台灣是一個非常好的時機，也希望此會議能成功。

（2）2012年蘋果產量狀況與輸出至台灣等問題

知事簡報

（參考另頁資料）



〈三村知事因為縣有會議要開，途中退席回日本〉

【主要詢問】

〈得利水果行〉



Q 1：希望能充實青森蘋果的行銷廣告

在台灣的青森蘋果因是高品質／高級品的禮盒專用，所以行銷策略上最重要就是如何向台灣人民推薦高級品的口感與高品質等資訊，看能否因此提升青森蘋果的進口量？

A 1：今年從12月開始至1月為止預訂播放約400支電視廣告，廣告現在籌拍，我們會依照大家所需要的內容製作廣告。（林對協西澤常務）

Q 2：輻射線等話題請不要時常提出。因為台灣有執行嚴格的輻射線檢查措施，從日本輸出至台灣港口時會舉行檢驗，合格後就可確信其安全性。所以廣告中若將輻射線等問題加入反而會照成消費者誤解。

A 2：青森縣關於輻射線檢查都會確實實施，好讓大家能對青森蘋果的安全性可安心。同時提供能讓大家能更容易銷售蘋果的等資訊。（一戶次長）

Q 3：是否需要製作保證青森蘋果的安全性商標呢？

青森縣政府如何以何種型態來保證商品的安全安心呢？例如是否可用三村知事的臉部作為商標等呢？

A：關於三村知事的臉，在世界各地都認識所以是安全象徵，但是關於商標問題我們會回去詳細檢討。（一戶次長）

Q 4：關於出貨業者方面，開始銷售第一批蘋果至台灣的同時就會影響那整年蘋果銷售，因此早生品種（TOKI／早生富士）的品質管理是非常重要。會有發生蘋果的（糖度不足，變色等）問題。

A 4：作為負責輸出者，非常希望台灣能品嚐到日本真正好吃的蘋果，同時想提升青森品牌輸出。但是台灣方面會要求我們能提早出貨，我們儘可能配合台灣廠商要求出貨為現狀。

還有，王林等黃色品種是黃種所以無法放久因此有時也會被要求青澀狀態蘋果出貨。太早摘取下的蘋果容易會發生口感不良以外障害果（黑點雀斑症狀，內部為褐色）等問題。為了解決此問題，蘋果的輸出業者們約定在5年前植物檢疫解禁日為輸出日，但是有不遵守此約定的業者也有為現狀。

這次，為了讓大家能遵守適當的採收期限與出貨時期，我們製作了宣傳資料，希望台灣進口業者能遵守與理解我們的出貨時期。另外產地出貨前會先預冷5天等，讓蘋果能減少發生障害果。（蘋果輸出組合中村理事長）



（3）資訊交換

【關於台灣的狀況（話題提供）】

〈台灣水果進口商協會〉



Q 1：首先，關稅從10月開始約2個月實施減半。但此政策失敗導致台灣稅收減少的責任可能推給進口業者的機率很大。

台灣的稅關處調查青森蘋果價格時，聽說交流協會（如同在台灣日本大使館）向台灣當局提示青森蘋果最高時的價格。因此今年申請的稅金比去年還高。蘋果的價格是依照等級區別，一律的價格課稅造成了業者們困擾。是否有這樣的事實想請縣去確認。另外提出正確的價格。

A 1：7月渡航時就有聽說此事情，縣政府透過農水省向交流會確認後，日本方面沒有提出銷售價格等資料給台灣當局。台灣當局若有需求，我們會提供正確價格情報。（輸出協會深澤事務局長）

建議：輻射線的話題完全不提也不妥，不用頻繁提示但請通知我們輻射能調查結果。

(楓康超市)



Q 1：23 年的進口量減少為 22 年的進口量一半左右，本公司也減少 20 %。其原因是高品質的蘋果所以，但是否將來能朝著高品質方向為行銷方向呢？

A 1：23 年產量約 20 年左右的欠收，產量不足導致國內價格提升造成大家的困擾。今年的預想收穫量為 432,700 噸，價格穩定。另外明年的舊曆年是 2 月 10 號，選果作業時間充裕能順利往台灣出口。(蘋果輸出組合中村理事長)

Q 2：去年，第一次邀請台灣買家拜訪青森縣視察園地，為了讓大家能了解了解青森蘋果因為高品質同時價格也是否貴。無法直接讓台灣消費者了解，所以是否只能藉由高品質推薦給台灣人民？另外美國業者以 DM 行銷為主，年間銷售數量增加 35 % 為實際上業績，DM 其效果也可期待。

A 2：消費者宣傳，①招待台灣方面的物流相關業者(9 月)，廣告業者(10 月)到園地或是選果工場視察。②在台北舉行蘋果行銷活動(12 月，1 月)，③播放廣告(12 月～1 月)。聽取大家的意見製作廣告，讓消費者接受可容易接受的內容為主。(林對協西澤常務)

Q 3：在台灣設置窗口，定期舉辦宣傳行銷活動。每 2 個月舉辦一次容易讓費者忘記青森蘋果。

A 3：這次創立「台灣青森蘋果友會」先設置國際網路體制讓彼此的情報交流能更加順暢且共有。(輸出協會深澤事務局長)

見意：製作商標部分，讓大家能容易了解青森蘋果是安全安心為主。掃描就可自動連上國際網路，得到蘋果等資訊。

【綜合討論】

○進口量降為 2 萬噸以下的原因

<全青股份有限公司>



- 2002 年台灣加入 W T O 之後，每年進口青森蘋果都有獲利。
- 但是 2006 年以後，全青出現完全沒獲利的狀況。我想其他公司也一樣吧！
- 進口的蘋果沒有賣完就無法增加進口量。特別是去年產的蘋果價格很貴，進口的蘋果出現賣不出去的現象。

· 這也是蘋果進口量掉 2 萬噸以下的理由所在。

〈得利水果行〉

- 我們理解高單價銷售是沒辦法，但是策劃如何行銷是將來很重要的課題之一。
- 在商品宣傳事業上，現在策劃電視廣告行銷，但是我們發現對今天出席的市場相關業者的宣傳也不足。對市場相關業者應該更加推薦才行不是嗎？例如，是否能提供圍裙貼上青森蘋果等文字行銷道具促進行銷呢？（實際上現在台灣市場上圍裙的樣品是蘋果對協提供）

→ 推廣行銷道具部分，觀察明年以後的銷售狀況，將詳細檢討。（林對協西澤常務）

○關於進口量提升為2萬噸以上的策略

<台灣瓦克國際股份有限公司>



- ・ 首先匯率太高。即使每年以同樣價格進貨兌換日圓成本也昇高。昇高了約30%。如何解決此問題是我們必須互相去想的對策之一。
- ・ 第二點主要是國民所得下降，價格上漲消費能力也下降，成為數量增加的障礙。
- ・ 日圓高漲與消費能力的降低是誰也無法去改變的事實，但是我們可以防止消費下降。
- ・ 2萬噸是理想數據，今年的收穫量也跟往年差不多一樣，因此我們可以努力以合理且安定的價格提供，建立兩者容易銷售的環境，進口數量漸漸的比去年還多為目標。

<全青股份有限公司>

- ・ 關於關稅部分從今年10月～12月，關稅從20%減半為10%，但是之後關稅恢復的可能性非常高。日本的蘋果若高價被交易，今後的必須持續付非常高的關稅。
- ・ 實施合理且安定的交易，向政府提出安定價格是非常重要的同時也需要大家的協助。

<馥農企業股份有限公司>

- ・ 關於蘋果整年銷售，本公司進口青森蘋果200櫃但卻虧損。
- ・ 批發業者對於賣不出去的東西是不接受的，所以導致進口量無法增加的惡性循環。
- ・ 從剛開始高價無法動彈以外，希望能設定批發商有興趣的價格。



(4) 關於台灣青森蘋果朋友會的創立

根據輸出協會另外附加的資料，會則，營運方針等，決定明年將設立國語版網站，尋問是否這設立時，會場滿場拍手一律贊成，所以10月7號決定為台灣青森蘋果朋友會的創立日。

懇親會時對於40家公司交付了台灣青森蘋果朋友會的認定證明書。



市場調查

資訊交換先以台北市，台中開始實施市場調查。

台北市在三重市場，台北第一果菜市場，福和生鮮農產有限公司加工水果工廠，超市家樂福為主，台中參觀中清市場，調查蘋果交易狀況等。

青森蘋果以早生的黃王可看到一些以外，主力銷售還是以美國產，智利產最多。一部份賣著韓國產與南非產蘋果。

特別是以美國與韓國的早生富士為主，標示富士時批貨商就會過來批貨。這2國所產的蘋果品質提升了許多為先的印象。美國產的從G a l l a蘋果，R e d D e l i c i o u s，G r a n n y S m i t h為主，配合台灣的消費者動向品種轉為富士。韓國產的今年受到颱風影響但是在市場上出現率還是很高。

從青森出口的黃王出現很多黑斑症狀，他們在批發店舖上確認內容，發現不好的蘋果立即更換。我們也被業者詢問黑斑症狀的原因。

台北市場上，蘋果交易量感覺並不多約全體2成左右，各式各樣的水果非常多。台中的市場上蘋果的交易量感覺非常高約一半以上左右。

三重市場



從台北市約20分鐘

在新北市的三重市場

進口水果銷售較多的市場



美國產早生富是

（市場上以智利產，美國產為主，現在以早生富是為中心）



市場上蘋果小姐配合商協連的品種別檢疫解禁日發布解禁通知單。

(台北第一果菜市場)



台北果菜第一市場上，台北青果商業同業公會的股東排站一列點爆竹貼布條歡迎我們。



台北青果商業同業公會的前會長邱進福先生經營加工水果工廠。1 年的營業額約 6 0 億日圓，1 天使用的蘋果約 1 萬箱左右。



家樂福超市的水果賣場。智利產的富士 1 個約 3 3 元（日圓 9 2）。有袋富士 1 個 4 5 元（日圓 1 2 6）。其他美國產的 G r a n n y S m i t h（日圓 4 8）等等。



台中市中清市場（蘋果的比重很高）



台中的市場上販賣著青森蘋果的黃王，但是發生黑點病症狀，被詢問原因。



韓果產的早生富士也有銷售

