台灣花訊

2022 年 第 11 號

電子版

Taiwan Floriculture Exports Association

www.tfea.org.tw

拓展日本花卉市場新需求 分析如何提高日本消費者的購花意願

全球各地最受歡迎的室內植物

圖說：日本花店「レミルフォイユ ドゥ リベルテ」店內一隅

Contents
台灣花訊

十一月號 No. 11

封面故事
4 拓展日本花卉市場新需求 分析如何提高日本消費者的購花意願
產業新聞
8 切花裝飾展 盼帶動花卉新需求
9 拓展祭祀與葬禮以外的需求 染色輪菊大受矚目
10 透過彩葉植物來感受濃濃秋意
11 全球各地最受歡迎的室內植物
產業趨勢
15 不需要土的觀葉植物「Table plants」
20 網路花店推出切花的產地直送服務
22 具有排水與透氣功能的新式蘭苗盆
23 2022秋季東京國際禮品展
24 永續性花盆套Re:af
25 好用又友善環境的花盆套「紙輪」
27 推廣「短莖、脫葉」的聰明切花規格
市場行情
30 日本花卉市場預測：2022年11月
32 日本花市十月份行情
35 台灣五大花市 花卉交易價量

發 行 人：吳淵璋
主　　編：莊炳煌
編　　輯：陳立媛
登 記 證：行政院新聞局局版北市誌字第 20 號
台灣北區郵政管理局第 5701 號雜誌登記
創刊日期：1992 年 8 月
出版日期：2022 年 11 月 10 日
發 行 所：台灣花卉輸出業同業公會
地　　址：台中市烏日區健行路826號
電　　話：04-2265-4077
傳　　真：04-2265-9811
網　　址：www.tfea.org.tw
電子郵件：tfea8408@gmail.com
設計統籌：悅翔數位印刷
電　　話：04-2263-7117

※ 如需更改投遞資料，請填妥下方表格後傳真至 04-2265-9811，謝謝！

原郵寄地址		郵寄地址	
原單位名稱		單位名稱	
原收件人		收件人	
備　　註		電　　話	

拓展日本花卉市場新需求

分析如何提高日本消費者的購花意願

作者：國立中興大學應用經濟學系 許竣傅 博士生

一、日本花卉消費市場現況

根據日本農林水產省的歷年資料指出日本國內花卉的消費量，相較於 1997 年的高點，下降了 67%，且日本國內花卉的生產量，相較於 1998 年的高點，下降了 60%。然而，在 2011 年至 2020 年之 10 年當中，日本花卉的出口雖增長了 2.2 倍，但不到其產出的 3%。此外，根據日本家計調查數據指出，如表 1 ，日本兩人以上的家庭每年的切花購買金額從 2000 年的 11,553 日元下降至 2019 年的 8,401 日元，共下降了 27.3%。其中，在 2019 年，20-29 歲和 30-39 歲的日本人平均消費花卉的金額分別為 716 日元和 2,124 日元，相較於其他年齡層的日本人差距甚大，甚至不到 2000 年的一半（日本農林水產省，2021）。綜合上述，為了使日本花卉產業成為成長型產業，日本勢必要開發國內外對於日本花卉的需求，同時也需要考慮和推廣增加日本年輕人消費行為的新服務、消除購買障礙的銷售方式以及增加年輕人購買鮮花意願的新措施。因此，為了有效和策略性的推動日本國產花卉，日本農林水產省進一步的透過調查和研究培育新花卉需求的新商業模式和商業化的可能性。

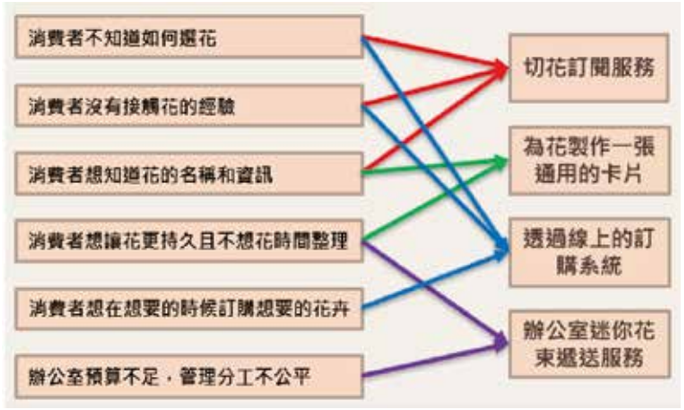
表 1　2010 年 -2019 年不同年齡層切花購買支出之變化

年份	平均	29 歲以下	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	60-69 歲	70 歲以上
2000	11,553	3,380	5,451	7,989	14,421	16,271	14,438
2010	10,111	2,269	3,816	5,412	10,332	14,740	13,669
2011	9,428	1,469	3,179	4,522	8,721	14,683	12,775
2012	9,541	1,472	3,112	4,900	8,884	13,896	12,896
2013	9,406	2,310	2,845	5,013	8,312	13,366	13,075
2014	9,707	1,411	2,923	4,848	9,361	13,479	13,294
2015	9,616	1,669	2,866	4,190	9,006	13,319	13,226
2016	9,317	1,685	2,784	4,160	8,387	12,360	13,324
2017	8,757	2,332	2,688	4,115	7,898	12,025	11,829
2018	8,255	2,158	2,406	3,429	7,212	11,183	11,964
2019	8,401	716	2,124	3,808	7,208	11,756	11,941

・單位：日元，資料來源：日本家計調查

二、導致日本消費者減少購買花卉的主因

日本農林水產省針對消費者行為的新變化和需求，在 2020 年 8 月 21 日至 2020 年 11 月 10 日針對日本消費者進行問卷調查，期盼可以透過問卷調查結果，進一步的了解導致消費者真正減少購買切花的主要原因和障礙。根據問卷的調查結果，有關日本消費者減少購買切花的主要原因總共可以分成六大類，分別是「消費者不知道如何選花」、「消費者沒有接觸花的經驗」、「消費者想知道花的名稱和資訊」、「消費者想讓花更持久且不想花時間整理」、「消費者想在想要的時候訂購想要的花卉」、「辦公室預算不足，管理分工不公平」。基於上述之問題和需求，日本農林水產省進一步的提出四種不同的商業模式方案，分別是「切花訂閱服務」、「為花製作一張通用的卡片」、「透過線上的訂購系統」和「辦公室迷你花束的遞送服務」，如圖 1，以解決日本消費者減少購買切花的問題，增加日本消費者對於切花的需求。



◀ *圖 1 日本切花調查結果之問題和相關提案*

資料來源：2021 年日本農林水產省商業模式提案書

三、日本農林水產省花卉商業模式相關提案

1. 切花訂閱服務

在「切花訂閱服務」的部分，提供切花訂閱的服務，如圖 2，讓消費者以固定的月費（2,000 日圓或 3,000 日圓）和固定的頻率接收切花，此方案適合嚮往與切花共存生活，卻又覺得逛花店購買有選擇障礙以及不想花時間購買和選擇切花的消費者，透過專業人士的挑選並送到消費者家中，讓消費者可以輕鬆享受。從長遠來看，預計會增加人們對於切花的興趣，並增加切花的購買頻率、單價和數量，以便穩定花店一部分的銷售數量和減少切花的廢棄，同時可以創造切花市場的潛力達 36.8 億日圓。

2. 為花製作一張通用的卡片

在「為花製作一張通用的卡片」的方面，製作一張切花相關的通用格式卡片，如圖 3，其中包括花語、產地、整理方法和如何裝飾等資訊，以及用於花束的花名（品種名稱），並發送給消費者和合作商店，以便在交付禮物時將它們包裝起來，以滿足切花的購買者和接受者的「想知道」切花相關資訊的需求，進一步的有機會讓消費者接觸切花的相關資訊，以提高消費者的興趣和切花長期的購買量，預計創造切花市場的潛力達 7 億日圓。

3. 透過線上的通用訂購系統

在「透過線上的通用訂購系統」的方面，建立一個通用系統，如圖 4，讓消費者可以在線上預訂和訂購一束切花，同時讓會員商店可以共享，並建立一個集中切花資訊的數據庫，讓消費者可以透過體驗線上服務按照自己的節奏選花。從長遠來看，預計會增加消費者對於切花的興趣，並增加切花的購買頻率、單價和數量。此方案預計可以創造切花市場的潛力達 10.2 億日圓。

4. 辦公室迷你花束遞送服務

在「辦公室迷你花束遞送服務」的方面，銷售可以由個人展示在辦公桌上的迷你花束，如圖 5，而不是在辦公室入口或大廳展示的大型切花。透過將可以擺放在辦公桌上的切花送到辦公室，讓喜歡切花的員工可以輕鬆購買，以吸引更多的員工更有動力的購買切花，預計可以創造切花市場的潛力達 3.3 億日圓（日本農林水產省，2021）。

綜合上述，日本消費者購買切花的支出金額逐漸下降，尤其是越年輕族群的消費者購買切花的支出金額越低。因此，除了透過問卷調查了解日本消費者減少購買切花的主要因素，進而擬定相關的措施以外，還能

夠在公共設施、社區發展和社會福利等設施使用切花，以增加切花的曝光度，同時增加學生的花卉教育和社區的花卉活動，促進切花在日常生活中的使用，進而傳承花卉的傳統，開創花卉的新文化和擴大消費者對於花卉的需求。

圖 2 切花訂閱服務

・資料來源：Bloomee Life (https://bloomeelife.com/)

圖 3 日本切花通用卡片

圖 4 切花訂購系統

・資料來源：日本農林水產省 (2021). ビジネスモデル提案書

圖 5 辦公室迷你花束遞送服務

四、日本擴大花卉需求的實際行動

日本為了擴大消費者對於日本花卉的需求，因此積極的推廣日本花卉的文化，除了在日本農林水產省網站設立了「花いっぱいプロジェクト」的頁面，增加了許多花卉的相關知識、如何使用花卉裝飾和如何送花的技巧、花卉博覽會等相關資訊以外，同時在公共設施、社區發展和社會福利等設施使用花卉，包含辦公室室內的綠化、綠化車站和機場、花卉綠化城鎮建設，以增加日本花卉的曝光度，如圖 6 至圖 8。同時，日本也將對於花卉的教育融入在日本兒童的課程中，以增加兒童對於花卉的認識，並在各縣市中舉辦花卉節的活動，如圖 9 至圖 10。另一方面，為了傳播花的好處，日本除了在醫院和社會福利機構增加花卉的綠化以外，同時也舉辦透過花卉療育患者的相關活動，受到許多的好評，如圖 11。此外，日本在各個節慶活動中，包含情人節、母親節和父親節，提倡送花的活動，以增加日本消費者對於花卉的需求。其中，在 2020 年的情人節日本男性購買鮮花的比例相較於 2013 年增加了六倍 (日本花卉協會，2021)。由此可知，日本擴大消費者對於花卉的需求逐漸達到成效。

圖 6 日本辦公室室內綠化

圖 7 日本車站和機場綠化

圖 8 日本綠化城鎮建設

・資料來源：日本農林水產省 (2022). 花きの現状について .

圖 9 日本在社區推廣花卉教育活動

圖 10 日本在各縣舉辦花祭活動

圖 11 在醫院和社會福利機構舉辦花卉的相關活動

・資料來源：日本農林水產省 (2022). 花きの現状について .

參考文獻

日本農林水產省 (2021). 花や緑の効用・家庭とオフィスへの導入状況に関する調査 .
https://www.maff.go.jp/j/seisan/kaki/flower/f_R2itaku/attach/pdf/R2itaku-2.pdf.
日本農林水產省 (2021). ビジネスモデル提案書 .
https://www.maff.go.jp/j/seisan/kaki/flower/f_R2itaku/attach/pdf/R2itaku-9.pdf.
日本花卉協會 (2021). フラワーバレンタイン 2021 活動報告会 .
https://hananokuni.jp/wp/wp-content/themes/fjc_theme2022/pdf/sp1/fv2021report_doc.pdf.
日本農林水產省 (2022). 花きの現状について .
https://www.maff.go.jp/j/seisan/kaki/flower/attach/pdf/index-27.pdf.

切花裝飾展 盼帶動花卉新需求

日期：2022/10/1
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

為了擴大切花新需求，日本「花卉生產供給力強化協議會」舉辦切花裝飾展，利用日本國產切花佈置飯店，或是配合婚展來展示切花裝飾，尤其以受新冠疫情影響而業務需求劇減的輪菊為主，希望藉此擴大從葬禮到喜慶的需求，推動日常用花等。這也是日本農林水產省 2022 年度持續生產強化對策事業中的「推動日本花卉強化計劃」。

東京都皇家公園飯店內，東方型百合、康乃馨、玫瑰、多花菊、黃菊、紅菊、白菊、染色菊等來自日本各地的五彩鮮花分別裝飾在大廳、手扶梯前、貴賓休息室等六處地點。店舖入口的鮮花裝飾也與各家品牌的代表色相輝映。

鮮花裝飾旁有海報寫著「在日本出生長大的花」，用較軟性的詞語表達花農們日夜努力不懈種出來的鮮花，希望大家欣賞那一朵一朵用力開放的美麗姿態。

造訪會場的藤井保宏輪菊部會長深表感動：「新冠疫情導致輪菊葬儀需求劇減，為了創造新的需求，我們現在致力於推出染成日本傳統色彩的染色菊。在資材業者的協助之下，只要在一個月前下單，我們就可以提供品質穩定的染色菊。這次展示會連尚未染色的輪菊和花苞都用上了。」

飯店行銷部課長大村理惠子表示：「這次活動同時拍攝了要刊載在婚禮雜誌的照片，我們將用作未來一年的宣傳材料。沒想到乒乓菊也可以用來搭配和式禮服，也有像大理花一樣的菊花。從這次活動更加了解到日本花卉也可以呈現和式傳統色彩。而且觀賞期長也是日本鮮花的魅力之一。」

負責佈置裝飾的 Gardenia 公司董事長江口友確實體會到輪菊的可能性：「這次把輪菊納入裝飾花材對我而言是新的挑戰，做出來的成果能夠得到大家的欣賞，是一次很好的經驗。」

本篇圖片來源：https://news.yahoo.co.jp/articles/57438f53a203cf92c1eafdc50af243144da5cbd0/images/000

拓展祭祀與葬禮以外的需求

染色輪菊大受矚目

日期：2022/9/19
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本愛知縣田原市的輪菊出貨量是日本第一，現在他們將盛開的輪菊加以染色做成「染色菊」，受到市場矚目。以手工作業染出來的繽紛菊花散發出獨特的存在感，很適合在節慶等活動時用來裝飾。

染色菊是把盛開的輪菊插在切花專用的液體染料中加工染色。大約放一個小時，輪菊吸入染料水，花瓣就會被染色。染色後只要管理得當，就和一般的輪菊一樣，夏天可放二週，冬天則約二個月。

由於新冠疫情擴大等因素，輪菊需求低迷，輪菊產地才會正式開始製作染色菊。為了拓展拜拜花以外的需求，「愛知 MINAMI 農協」輪菊部會的成員於 2021 年十一月成立研討班，研究菊花加工方法。現在以年輕花農為主，有二十五人專門負責接單生產染色菊。

該部會認為菊花是象徵日本的花卉，因此推出了以「和」為主題的染色菊系列，並和染料公司合作，開發出他們輪菊部會限定使用的十三色染料。據說客戶訂單有七成都集中在這些限定色。菊花花農林先生（47 歲）展露笑容表示：「花朵的個體差異會導致染色方式也不一樣，希望大家欣賞那獨一無二的美。」

田原市生產的染色菊在外縣市的高級飯店和市政府成人式等都有用來裝飾展示，輪菊的需求已不再侷限於葬禮。染色菊持續受到市場業者關注，目前為止已出貨 5,000 枝以上。菊花花農金子先生（45 歲）熱切地表示：「希望藉著染色菊能夠讓大家知道輪菊的魅力。」

本篇圖片來源：https://www.ringiku-bukai.com/archives/691

透過彩葉植物來感受濃濃秋意

日期：2022/9/26
資料來源：PR TIME 第一園藝株式會社
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本第一園藝從十月一日起在所有分店舉辦十月推薦植物「彩葉植物」展。

・色彩富有深度的彩葉植物？

雖然一般植物的葉子多半是綠色，但其實植物的葉子有紅、褐、銀等各種顏色，這些葉色特殊的植物一般稱為「彩葉植物」。彷彿紅葉一般深色的彩葉植物最適合這個季節。

山上和街邊的紅葉還要等一陣子才會出現，先用秋色的彩葉植物來感受季節，為生活增添色彩吧！

・推薦品項

『秋色迷你花束』：散發秋意的彩葉植物與小花組合成的迷你花束。也適合自家用。

『秋色迷你花束』

『秋色花藝裝飾』：大量的彩葉植物和象徵秋天的果實組合成花藝作品。附有花器，買回家不需再準備花瓶，直接就可以擺飾。

『玫瑰與秋色花束』

享受散發秋意的「彩葉植物」

每到秋天，耐人尋味的深顏色總是引人注意。鮮花可以讓人感受季節變化，同樣的，葉子的顏色也可以讓人感覺到秋意漸深，這都是因為日本四季分明之故。這次準備了三款適合秋天輕鬆欣賞的品項，可以感受到濃濃秋意，不論送禮或自家觀賞都適合。

『秋色花藝裝飾』

本篇圖片來源：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000141.000028146.html

全球各地最受歡迎的室內植物

日期：2022/07/26
資料來源：HouseFresh
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

這是本世紀最浪漫的篇章之一：室內植物深植人心，並持續發燒中。

千禧世代開始了這項綠色行動，用綠色植物點綴他們的小窩，並且在 Instagram 上，將“書架上的綠色植物”當做自拍照上傳。

隨著 Z 世代加入室內植物熱潮，美國的園藝年收入在 2018 年成長了 4.62%。俗語說牽一髮動全身，疫情也加速了這股流行，在 2020 年，園藝年收入成長率達到 8.79%，花店的日訂單量是預期的十倍。

疫情大流行，人們對植物的激情在世界各國蔓延和發芽。室內植物是一種愛好，是一個可以依靠的肩膀、是我們面對恐懼祈禱的念珠、是 Zoom 會議室的背景裝飾，全世界都在買室內植物。

某些室內植物的確比其他植物能獲得更多的喜愛，House Fresh 分析了 Google search 上將近 230 種最受 Instagram 關注的室內植物，找出全球各個國家 / 地區最受歡迎的植物。用地區分類，我們繪製了地圖，排列出搜索排行榜上的室內植物。

重要的發現

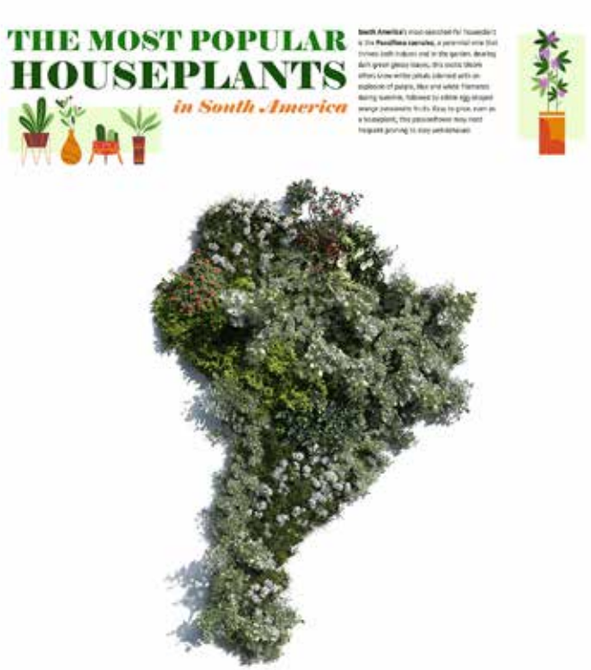
- 龜背芋是歐洲、亞洲和大洋洲排名第一的植物，也是北美地區的共同寵兒。
- 南美洲最受歡迎的是色彩繽紛的西番蓮（藍花西番蓮）。這種半常綠爬藤植物是巴拉圭的國花。
- 非洲最受歡迎的室內植物是馬纓丹，馬鞭草科中一種常綠開花灌木。
- 在中東和亞洲其他地區，夾竹桃受到人們青睞，這是一種自古以來就常見的常綠觀賞灌木，並出現在龐貝城的許多羅馬壁畫中。

北美洲

加拿大、哥斯達黎加和美國最受歡迎的室內植物是龜背芋，巨大又布滿孔洞的葉子佔了整個版圖。含羞草在三個國家也很受歡迎：牙買加、千里達及托巴哥共和國、以及貝里斯。 它非常敏感，當你觸摸它灰綠色小葉，葉片就會闔上。此外，它淡紫色絨球狀的花朵，靜謐又令人驚嘆。

南非

藍色西番蓮（Passiflora caerulea）是一種帶著建築風格的多層花朵，在地圖中，可以看到它在阿根廷、哥倫比亞、烏拉圭和委內瑞拉都十分受到喜愛。藍色西番蓮是巴拉圭的國花，但它並不是該國最受歡迎的室內植物，巴拉圭和波多黎各更喜歡大葉落地生根（Kalanchoe daigremontiana）。這是一款“獨特卻要求不高”的植物，將葉子栽種後又長出另一株植物，也因此特性而得名。



歐洲

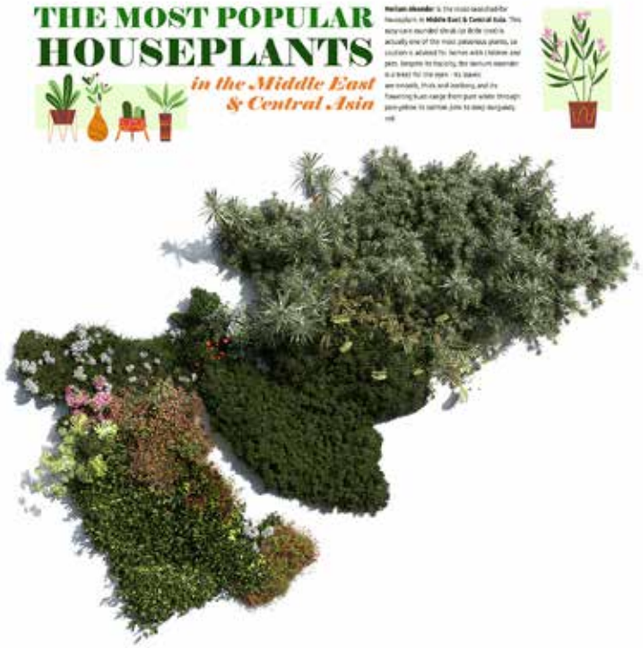
歐洲多數地區都臣服於龜背芋（Swiss cheese plant）的魅力。有 10 個國家，包括瑞士都在尋找這款室內植物，從北美到歐洲都將龜背芋放在最受歡迎的貨架上，葉片上像乳酪的孔洞是植物進化的證據，讓它可以在雨林樹冠下仍然能獲得陽光，或多或少的灑落下來，全株得以保持健康，而不是只有頂部。你可以用檯燈來試試看是否如此。

在歐洲第二受歡迎的植物是常春藤（Hedera helix），在 4 個巴爾幹半島國家（波士尼亞、馬其頓、摩爾多瓦、蒙特內哥羅）最受歡迎。眾所周知的普通常春藤或英國常春藤，是非常好的室內植物，耐陰、淨化空氣、而且有很多迷人的葉子，十分適合近距離觀賞，此外，常春藤適合在不同空間種植，當然也適合在室內種植。

中東與中亞

夾竹桃十分具亞洲風情，在氣候涼爽的英國或紐西蘭生長十分良好。夾竹桃這種長青的灌木無論是紅色、粉紅色、紫色或者是白色都很吸引人們目光，但是它卻含有劇毒，因此，最好要能遠離貓、狗與兒童。夾竹桃是約旦、科威特以及阿曼的最愛，這些國家是該地區室內植物數量最多的國家。

巴勒斯坦偏好一種名為非洲霸王樹（Pachypodium lamerei）的多肉植物，它的莖主要功能為蓄水、外型膨脹、由長達 5 公分的尖刺保護著。它也透過莖行光合作用，當它受傷時會流出大量白色的樹液，在其令人印象深刻的莖頂部有葉子發芽。

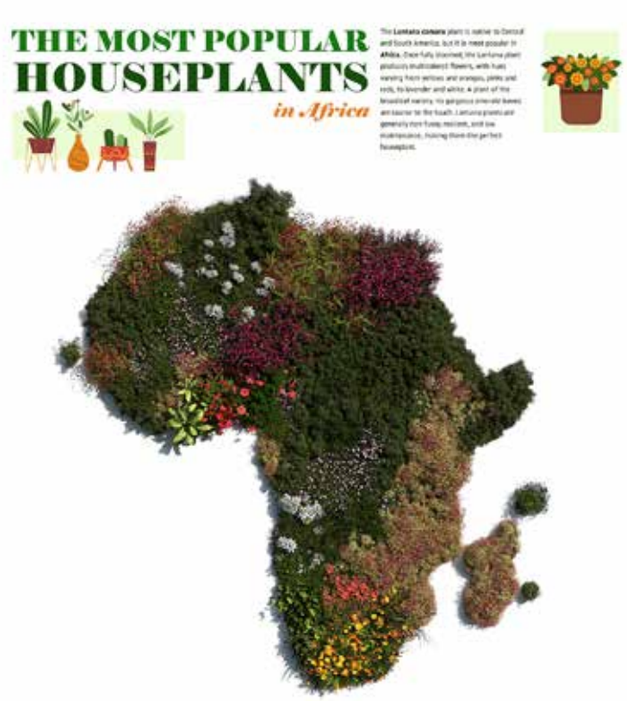


亞洲其他地區與大洋洲

這個區域最受歡迎的室內植物也是龜背芋，它在 11 個國家之中都是最熱門的產品。由於新冠病毒大流行的原因，激起人們尋找稀有植物的熱情，一位泰國苗圃老闆這樣說：「每個人都不一樣，有的人喜歡有點不同的東西，有些人只是喜歡追逐的快感。」

日本是全世界唯一喜歡兔耳草（Kalanchoe tomentosa）的國家。它很可愛，這種多年生的多肉植物，有毛茸茸的綠色葉子，葉子的末端有一點點棕色的斑點，它來自馬達加斯加，如果是在較涼爽氣候的地區，需要把他們放在室內來維持溫暖的條件。

非洲



在 12 個非洲國家排名第一的室內植物是馬纓丹，它的花朵有紅色、橘色、黃色、藍色、白色與粉紅色。很多人覺得馬纓丹是雜草，它會到處亂長，甚至長到不受歡迎的地方，也因為這樣的繁殖力，證明它非常容易從零開始。

維德角（Cape Verde）這個非洲島國最受歡迎的室內植物是矮矮的裂葉福祿桐（Polyscias fruticosa）。它常稱為羽葉福祿桐，這種多年生的植物可以長到幾米高，也可以做為藝術盆景的材料，類似蕨類的葉子是主要的特色，彌補了在室內不開花的遺憾。

喜愛生活、喜愛植物

目前的室內植物熱潮反映出年輕人成長的環境，以及我們將面臨的未來。用綠色植物環繞周遭，“培育自然”的自然反應也已成形。值得注意的是，如果資本主義過於用力在室內植物產業的話，這種趨勢可能會反轉。

如何負責任的擁有室內植物，專家的建議如下：

- 購買在地的植物以減少“植物里程”
- 將植物的塑膠盆還給店家，以利回收以及可回收材料的使用
- 不向使用泥炭的零售商購買

本篇圖片來源：https://housefresh.com/every-countrys-most-popular-houseplant/

不需要土的觀葉植物「Table plants」

日期：2022/10/25
資料來源：GreenSnap STORE
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

因為不用土栽種，不用擔心蟲子或是土倒出來，可以維持清潔。種在透明容器中，加水時一目瞭然。外形輕巧，放在高處或手容易碰觸的地方也很安心。

翻倒也無妨！適合放在各種地方

「Table plants」（桌上觀葉）是用海綿代替泥土，用透明塑膠杯代替花盆種植的觀葉植物。這項商品受到眾多消費者喜愛，開賣十個月以來，累計銷售已突破一萬個（2022 年 7 月時）。

因為不用土，放在桌上即使傾倒也不會弄髒桌子，而且比較不用擔心散發怪味或長蟲子，是最適合放在桌上的觀葉盆栽。種在透明容器內，需不需要加水一目瞭然。

不用土容易維持清潔・透明容器澆水簡單

「Table plants」是把植物種在 PU 海綿裏，就是所謂的水耕栽培。海綿是經過五年栽培實驗才開發出來的，重點在於素材不易腐爛，而且表面有放射狀的切口。即使是小幼苗也能穩固紮根，是一塊精心設計過的海綿。

不論自家或辦公室，工作時視線裏有一抹綠總是讓人覺得神清氣爽、精神一振！「Table plants」管理簡單，也推薦放在工作桌上。其他像客廳、廚房、廁所、玄關等，只要有一小塊空間就可以放一盆，不用擔心會弄髒。

本篇圖片來源：https://greensnap.co.jp/ornamentplants/banyan/toy15057?utm_source=greensnap.jp&utm_medium=referral&utm_campaign=top03

網路花店推出切花的產地直送服務

日期：2022/10/13
資料來源：PR TIME 株式會社 Beer and Tech
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本的株式會社 Beer and Tech 在他們所經營的網路花店「HitoHana」開始提供產地直送切花服務。首先合作的花農是日本茨城縣「神生玫瑰園」，用容易親近的價格提供當季玫瑰給消費大眾。

「HitoHana」為何要開始產地直送服務

株式會社 Beer and Tech 的成立是想藉助商業與科技的力量，為傳統產業創造未來。「藉由商業與科技之力，解決傳統產業效率不彰的問題，增加與人相處的時間，人生定會變得更豐富。」基於這種想法才誕生了株式會社 Beer and Tech。

株式會社 Beer and Tech 所經營的網路花店「HitoHana」為了創造花卉業界新未來，做了許多打破業界傳統觀念的努力。這次的產地直送服務是和花卉生產者一起合作開闢新的流通管道，希望能夠建立穩定的商業模式。

日本近年來花卉生產者（花農）持續減少，除了因為人口減少和氣候異常這兩項難以解決的重大因素之外，花卉流通管道選擇很少應該也是一大原因。

在日本，幾乎所有的鮮花都經由花卉市場來決定價格並流通到全國各地。一般而言，生產者和花卉定價無關。花卉市場的角色很重要，不但沒有交貨日的限制，而且最大的優點是可以讓花流通到全國，可是一旦遭逢像新冠疫情這樣的情況導致需求大幅改變時，對生產者而言，只能仰賴一個自己無法決定花價的流通管道是很大的風險。

如果把部份花卉拿來直接流通，不要所有的花都送到市場流通，對生產者而言可以重新建構一個穩定的商業模式。為了支援生產者長期的商業發展，於是「HitoHana」開始了產地直送服務。

消費者對於產地直送切花的需求

客人要求產地直送商品的聲音也越來越大。「HitoHana」受歡迎的「鮮花定期送」服務，為了幫助受疫情或烏克蘭情勢混亂而開花延遲的繡球花產地，之前特別舉辦了繡球花聲援銷售活動，在網路上得到許多回響。

此外，「鮮花定期送」從上個月開始推出「農家花單」系列，依照該次所聚焦的產地或農家來選擇配送花材，並且隨花附上產地介紹小冊，結果收到比平常更多的訂單。

想必很多客人在享受鮮花陪伴的同時，也想要「成為產地或農家的後盾」，對社會盡一份心力。

從茨城縣「神生玫瑰園」開始產地直送現摘玫瑰花

「HitoHana」第一個產地直送的商品來自「神生玫瑰園」。「神生玫瑰園」位在茨城縣南部的石岡市，經營 1,400 坪的溫室和 2 公頃的花田，全年進行玫瑰栽培及出貨。本次商品是神生玫瑰園用心栽培的當令玫瑰，將直接送到客人手上。為了把花安全送達，將會裝入「HitoHana 鮮花專用紙盒」來配送。

神生玫瑰園現任公司代表神生潤一：「我們神生玫瑰園願意採用友善環境的栽培法，也積極生產新品種。不只是玫瑰，我們希望能成為一個重視自然變化，遵照季節來進行生產的花農。新冠疫情擴大時，為了因應需求變化，我們調整經營體制，開設了直銷網站。這次和「HitoHana」合作產地直送服務，算是為新的流通模式踏出了第一步。」

網路客人的評論

- 「新鮮度一目瞭然，實在是非常非常美麗的玫瑰！份量感也很夠，雖然包裝簡單但好像也可以拿來送人，我還會繼續訂購！隨花附有玫瑰品種名，很不錯！」
- 「我收到非常新鮮的花和寫有玫瑰種類的紙及照顧指南。這次是買來自家用，拿來送禮應該也會令收禮者高興。可以藉此比較不同品種的玫瑰也是樂趣之一。」

本篇圖片來源：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000020.000013759.html

具有排水與透氣功能的新式蘭苗盆

日期：2022/9/29
資料來源：FloralDaily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

荷蘭園藝批發商 Amevo 與包裝材料製造商 Modiform 一起開發栽種蘭花的輕量化花盆。這款新的熱塑式 12 公分栽種盆，不僅僅較現有射出成型的盆輕盈了 25%，而其底部中心位置的透氣孔使排水與透氣性更加優異。同時，這款盆器符合零售商期待的塑膠減量標準，也讓桌子的載重更有效率，而且這款盆器可以跟任何自動化系統整合。

排水孔

Amevo 公司總裁 Folke van Dorp 先生說：「有了中間的凹洞，就非常適合使用塑型泥炭的蘭花農來運送幼苗。中央底部的凹洞將形成煙囪效應，有助於塑型泥炭在栽種階段更快的乾燥。」Modiform 公司的商業經理 Mark Bertens 補充道：「Amevo 在某次與我們公司碰面時，蹦出這個熱塑型的點子，我們共同開發出這個產品，由我們公司進行製造。此外，這款產品還大幅減輕了重量，讓苗圃裡桌子載重減輕，另外，也確保這個盆器可以跟所有自動化的系統結合。這個帶有 17 個或 25 個孔洞的透明盆器，採用原料來自於百分之百回收聚丙烯，使用後也可以回收再利用。這項產品取得專利且獲得 Cyclos 認證，確認可以透過一般家庭垃圾回收。這種盆器目前僅能透過 Modiform 以及 Amevo 訂購。」

共同邁向永續

Van Dorp 了解園藝界對於輕量化包裝的渴望。在 Horizon 2025 的計畫中，Modiform 已經訂定目標，要與整個供應鏈一起努力，為這個產業帶來永續化的改變。這個新的盆器就是其中的一部分，Van Dorp 也注意到主要的零售商以及園藝中心都在設法減低環境衝擊：「透過在供應鏈中使用更少與更輕的包裝材料，我們就可以盡到一些責任，這個輕量化的盆器的確帶來很多好處。」

本篇圖片來源：https://www.floraldaily.com/article/9463763/new-lightweight-orchid-pot-with-drainage-and-aeration-features-showcased/

2022 秋季東京國際禮品展

日期：2022/10/01
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

由日本「Business Guide 社」所主辦，日本最大的個人禮品及生活雜貨國際展「第 94 屆東京國際禮品展 2022 秋」於九月七日到九日在東京國際展覽中心（Big Sight）盛大舉辦，主題是「全通路整合，讓日本經濟重生」。

以下介紹參展的資材廠商：

「FOYER」專門從海外進口花器、雜貨，他們用環保標誌吸引眾人目光，介紹受矚目的花器。其中之一是「鐵」製花器，鐵可以回收再利用，廢棄後還可以改變形狀，符合 SDGs 永續目標。「圓柱形金屬製 eco 花盆及水盤」可以堆疊，方便陳列，而且其水盤和花盆做成一體化，一隻手就可以整個拿起來，很受終端使用者喜愛。

「FOYER」的圓柱形金屬製 eco 花盆及水盤（圖片來源：https://www.foyer-shop.com）

「SHOKUFO」公司展出了用軟質塑膠做成的小型插花袋「花口袋」，輕巧又有設計感。只要撕開開口膠帶就可以直接插入鮮花，可壁掛也可吊掛。袋中已裝好果凍狀保水劑，鮮花插入後也不需要換水。香川忠利代表表示：「除了房間擺飾鮮花用之外，活動裝飾或婚禮佈置都可以用，也可以直接發給出席的賓客。包裝設計共有二十種。因為是創新的產品，得到很熱烈的反應。我們也做 OEM 代工，可以幫客戶印製專屬外包裝。」

「SHOKUFO」的「花口袋」（圖片來源：https://tofu-package.com/）

「Do LABO」的「環保花盆系列」是用天然素材製成，這次介紹了新登場的圓形「花瓣盆」。特點是花盆上各種纖維碎片帶來的繽紛色彩，以及可以堆疊等細節。

◀「Do LABO」的「花瓣盆」（圖片來源：https://dolabo.co.jp/）

「NICHIRYU 永瀨」▶混合 51% 稻殼的生質塑膠所製成的原創花盆（圖片來源：https://nichiryunagase-momic.studio.site/）

「NICHIRYU 永瀨」這次參展是為了宣傳他們的網站「welzo BUSINESS」，希望吸引新客戶。「welzo BUSINESS」是專供營業者進貨的園藝、花材商品進貨網站。這次在現場介紹了混合 51% 稻殼的生質塑膠所製成的原創花盆，也是 SDGs 永續商品。

「SANWA STONE」公司推出了用秋保石製成的花器「寂—sabi—cube」。大大小小各種石頭的斷面十分美麗，花器經過使用之後所產生的凹洞或缺損都會變成別有風味的特色。製作花器剩餘的邊料會拿來加工做成首飾，希望達到零廢材的目標。

「SANWA STONE」公司用秋保石製成的花器「寂—sabi—cube」（圖片來源：https://www.siip.city.sendai.jp/、SANWA STONE Facebook）

永續性花盆套 Re:af

日期：2022/10/01
資料來源：GreenSnap STORE
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

Re:af 是日本 GreenSnap 新推出的花盆套商品。為了讓大家享受植物陪伴的生活，特別製作了能夠融入各種室內裝潢的花盆套。

葉子的「Leaf」加上代表循環利用和再一次的「Re」就是「Re:af」這個品牌名稱的由來。

新素材雖然是紙，但很強韌不怕水

因為希望儘量使用不會傷害地球的材料，最後選擇了紙做的再生素材。雖然是紙，但卻是美國 Texon 公司開發的新素材，質地如同皮革一般，不怕水且具備耐久性。雖然是不怕水的素材，但若內部積水還是會發生漏水情況。花盆底部若有開洞請準備水盤。

當然，除了植物之外也可以拿來裝園藝用品或其他小物。

四種尺寸，三種顏色，共十二種選擇

配合植物大小共準備了四種尺寸：4 寸用（直徑 14cm 高 12cm）、5~6 寸用（直徑 21cm 高 18cm）、7~8 寸用（直徑 27cm 高 25cm）、7~8 寸偏高用（直徑 27cm 高 28cm）。最大號的做得比較高，可以反折下來、折疊使用。顏色有卡其、白色和灰色，可配合房間氣氛選用。

本篇圖片來源：https://greensnap.co.jp/gardeninggoods/others/gss20001?utm_source=greensnap.jp&utm_medium=referral&utm_campaign=top04

好用又友善環境的花盆套「紙輪」

日期：2022/9/7
資料來源：国土緑化株式会社
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

「紙輪」由日本國土綠化株式會社所推出，是可循環利用的紙素材製成的花盆套。日本國土綠化株式會社創業四十五年來，透過出租觀葉植物與網路鮮花銷售事業，致力於解決各種環境問題，這次的「紙輪」是本公司的「綠生活計劃（Green Life Project）」開發出的產品。

「綠生活計劃」開發過很多環境友善的商品，像是使用疏伐材製作的商品或是基於「Biophilia」概念（人類有親近自然的本能）製作的商品等。以「考量環境保護」「與自然共生」為主題的許多商品都是由「綠生活計劃」負責開發。

「紙輪」為何誕生？

現在日本市面上賣的花盆套幾乎都是陶器和塑膠製品。陶器製造的過程，分子產生強力結合，被認為在自然界不可能分解；而塑膠來自有限的石油資源，對海洋環境等生態系的影響已是熱門話題。「綠生活計劃」為了讓公司環保事業更加壯大鞏固，於是努力開發出「紙輪」。

紙輪是方便使用的高機能商品，擁有以下特點：

- **重量輕，方便移動**

陶盆等傳統花盆套很重，要移動很困難。紙輪重量只有 1.1 公斤非常輕巧，而且可以折疊起來，方便移動。不用的時候也很好收納，不占空間。

- **伸縮自在，適合多種花盆規格**

紙輪伸縮性佳，8 寸～10 寸花盆都適用。最後把兩端磁鐵相粘，再用繩子綁個蝴蝶結固定就完成，十分簡單。

- 紙輪雖然是用紙做成，但經過耐水性加工處理，即使潑到水，只要隨手擦掉就沒問題。
- 天然素材的顏色與幾何學的漂亮設計有襯托植物的效果
- 蜂巢式的結構強度極高，連製造飛機時也會採用。而且造型具有幾何式美學，散發優雅精緻的氣息。

開發背景

本公司的「綠口袋（Green Pocket）」是專門出租觀葉植物盆栽的連鎖店。從創業之初，就秉持「創造綠文化」的理念，推動環境與健康維護。同時也致力於開發觀葉植物各類相關商品。為了保護日本的森林，曾經使用伐除樹林時取得的疏伐材來開發花盆套，利用天然素材做出白樺花盆和花盆架。這次則運用之前沒想過的「紙」素材，做出了花盆套。

陶器、塑膠的問題

現在日本賣的花盆套幾乎都是陶製和塑膠製。陶器在製作過程，分子間強力結合，在自然界不可能自然分解，而塑膠則有很多各式各樣的問題。再繼續製作塑膠的話，有限的石油資源將會枯竭，而且已有報告顯示，從鯨魚、海龜、海鳥、魚的體內都驗出了塑膠微粒，對海洋環境等生態系的影響令人擔心。

紙素材受到矚目

「綠口袋」在開發商品時都儘量不用會影響環境的素材。「綠生活計劃」決定利用可再生的紙類來開發新商品，減少對環境的負擔。

紙輪的設計性

蜂巢構造讓紙變得強韌，製造飛機時也會運用蜂巢結構，做出又輕又強韌的構造。形狀雖然簡單，幾何形狀之美讓人百看不厭。採用紙漿自然的顏色，以便融入各式裝潢並突顯觀葉植物的美。

這項商品是否受到重視要看消費者有多重視碳中和、SDGs 永續發展目標等，對於減碳社會是否感到必要與必然性。若是市場仍在追求大量消費的折價商品，那麼這次的商品就沒有必要推出。現在這個時代，比起品牌，感覺大家好像比較重視高附加價值的商品。地球暖化造成氣候變遷，危機感日益升高，對自己而言什麼是必要的商品？現在正是捫心自問，重新思考的時候。

本公司四十五年來持續透過推廣綠化活動，關懷地球環境，開發相關商品。這次首次採用紙為素材，推出的第一件商品就是「紙輪」。

本篇圖片來源：https://www.makuake.com/project/shirin/

推廣「短莖、脫葉」的聰明切花規格

日期：2022/9/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本「花卉供需媒合協議會」（FMA，會長磯村信夫＝大田花卉社長）於八月二十六日舉行了 2022 年度線上研討會，希望能夠讓符合實際需求的短莖、脫葉切花規格「聰明切花（Smart Flower 簡稱 SF）規格」上市流通。

由於日本國內切花產地現行出貨規格和最近的市場需求有所差距，因此提出符合實際使用規格的「聰明切花」，希望加以推廣。

從以前開始，產地出貨的切花都過長，在零售現場絕大部份都被剪掉，而且枝幹上還附著一堆葉子，最後全都要弄掉變成垃圾，不論在運輸、物流成本或是垃圾處理成本、勞動作業方面都增加很多負擔，十分不合理。因此提議產地以莖長 70 公分或 60 公分、下葉處理掉的狀態來出貨。

「Smart」是最近物聯網的流行用語，事實上大約三十年前花博舉辦過後，日本農水省所提倡的「日常用花」（Casual Flower）就可以說是聰明切花的原型。

當時日本政府想要促使花卉業界也提供消費者（因為花博而對鮮花產生興趣）可以輕鬆買回家的平價鮮花，而不只是花費所有心力種出可以賣出較好價錢、符合規格的很長的鮮花。

對於農水省的這個想法，當時生產者和花店業者都明顯反對。生產者認為不管長短，反正要花費的心力都一樣，花價無法變便宜；花店業者則不高興由超市來幫忙賣花。

雖然當時帶給業界很大的衝擊，但是什麼也沒發生就這樣過去了，不過社會潮流卻明顯往那個方向發展。後來就開始出現「青山花市場」那樣的業態推出適合一般消費者使用的日常用花商品。

距離當年推動的「日常用花」已經過了相當長的時間，但現在正是推動「聰明切花」規格的最佳時機。日本花卉生產者高齡化現象一年比一年嚴重，業界環境越來越艱困，要靠個別力量來應付這麼艱困的環境已不可能。雖然現在也有點遲了，但業界如果不團結合作將無法度過難關。花卉業界必須積極採取對策，以免落後於時代。

FMA 研討會調查驗證

FMA 是 2018 年由生產、流通、加工、零售等業界相關人士跨域合作所成立的團體，目的是配合需求進行商品開發、提出建言、舉辦消費啟蒙活動等以振興日本國產花卉生產。屬於 2022 年度農林水產省持續生產強化對策事業中的「推動日本花卉強化計劃」。

新冠疫情導致主要的切花需求從以往的業務需求轉為一般消費者，會中列出了消費者實際購買花卉的管道，討論協議會的續存及加入更多夥伴，並表明決心要朝運輸聰明化（smart）的方向推動。

FMA 所揭示的「三個品質」最新版本：①商品品質方面增加「聰明切花規格提案」②市場品質方面增加「開發並提案能夠配合交貨期的保管技術」③社會品質方面增加「商品企劃與宣傳 日式生活花束（Ｊ花束）」。

磯村會長總結表示：「藉由鮮花讓消

費者感到幸福是我們的目的。排除多餘的東西就是提高附加價值。我們應該重新思考針對不同用途應該提供怎樣的商品，商品有沒有讓人出錢購買的價值，希望鮮花在交到消費者手上為止的所有成本或勞動報酬都花得很值得，沒有絲毫浪費。由於嬰兒潮世代出生的花農陸續退休，花卉產量減少，價格上漲。產量少，價格高，這樣好嗎？我們帶頭推廣聰明切花可以促進產量增加，幫助花農安心生產，希望努力做到讓客人掏錢買花覺得物有所值。」

以下擷取研討會中各單位的發表重點：

農研機構 久松完
＜必須與銷售流通業者達成共識＞

從結論來看，還沒有找到新規格切花的理想栽培方式。雖然有幾個未普及的實驗案例，但還沒有經過驗證。菊花的長度從 80 公分變成 70 公分，體積也會跟著變小，現在的使用者將無法接受。還必須去研究及驗證栽培技術，訂定栽培期間電照時間要縮短多少。

由於選花機功能一直在進步，有的花農要改變生產規格還必須先花大錢投資設備。聽說有些小規模生產者已在進行生產。一定要和銷售、流通業者達成共識目標一致才行。

宇田花卉生產研究所 宇田明
＜改變的齒輪已大幅轉動＞

將近三十年前，農水省就曾帶頭提倡配合實際需求來改變切花規格，但是一直都未能實現，如今改變的齒輪終於大幅轉動起來。為了阻止日本國產花卉生產者繼續減少，花店業者和流通業者必須下決心改革。菊花不必要的部分就儘量縮減。一般花店不會用到 90 公分的輪菊，可以把一般規格訂在 80 公分。生產者不要想說我種到 90 公分可以賣貴一點，大家一起遵守輪菊 80 公分、多花菊 70 公分的規格，減少成本，為業界整體繁榮努力。市場不動起來，產地就無法行動。

以新冠疫情為契機
【「渥美的聰明洋菊（Smart Mum）提案一個永續社會」愛知 MINAMI 農協渥美多花菊出貨連合】

為了及早因應新冠疫情造成的花卉需求變化（業務需求縮小・量販需求擴大）才會開始推出聰明切花。和市場業者商量之後從 2020 年實驗性的調整花莖長度、重量及脫葉的範圍，開始以 SF 規格出貨。21 年十二月起則變更為現在的聰明洋菊規格。

22 年度預定出貨約七萬箱，占整體貨量的 15~16% 左右，正好符合「普及理論」（Innovator Theory）所提出的數字。接下來要看能否超過 16%，以維持穩定的需求。

我們的目標是以客戶想要的形式規格提供客戶想要的商品。除了慣行規格之外，也提供 SF 規格以因應不同用途的需求。

目前面臨的課題是如何做到全年穩定出貨，而且 70 公分菊花的栽培法也尚未確立，還要選出符合需求的品種。

渥美多花菊出貨連合出貨的「聰明洋菊（Smart Mum）」（圖片來源：株式　社東日本板橋花き Facebook）

【「在聰明切花方面的努力」沖永良部花卉專門農業協同組合】

新冠肺炎流行，SDGs 永續發展目標受到注目，我們終於開始考慮花束製造商從以前就提出要求的下葉處理問題，希望藉著聰明切花，產地也能對環境保護盡一份心力。

SF 規格商品的箱子較小，運輸時積載率可增加 20%。生產者表示：「重量變輕，箱子變小更好拿取，打包裝箱作業變簡單。減少 10 公分的長度，期待栽培期間也會縮短，栽培成本得以降低。」

現在面臨的問題是，我們實驗性的把下葉處理掉，但發現所需勞動力大幅增加。這一點市場業者和實際需求者必須有所了解。對花束製造商有利的事，對業務需求而言卻可能是缺點。

未來的計劃是推動下葉處理，我們將立刻引進可以同時進行下葉處理和選別的選花機，同時要確立 70 公分切花的栽培技術。

流通方面的優點
【「Merci Flower」公司引進聰明切花的使用情況】

本公司多花菊的使用枝數，日本國產和進口貨比例約為二比八。若是日本國產洋菊全部改成 SF 規格，重量可減少 22.1%。

優點是可以減少保管空間。一塊棧板可容納 24 箱一般規格的菊花，但可容納 32 箱 SF 規格。如此一來，運輸效率提升，並可減少卸貨負擔。裝卸貨時採用棧板輔助也是解決 2024 年物流業問題的重要選項。

課題①是脫葉處理不足。由於各家花束製造商的規格都不一樣，難以統一。目前提供的聰明切花以我們公司的規格算是脫葉處理不足。若能符合我們的規格，工作效率將可大幅提升。

②是品項很少，難以進行促銷。聰明切花也和 SDGs 永續目標有關，很有吸引力，若能增加品項，就可以在賣場大做促銷。

目前推出的聰明切花仍以最熱銷、價格帶最普及的拜拜花為主，希望今後可以提供西洋花用途的多樣花卉品種，規格也能夠增加不同選擇。因為消費者需求不斷改變，我們必須加以因應。

【全國市場百合大使協議會】

以業務需求為主的百合在疫情期間變得滯銷。生產者該怎麼辦？能否為買家和消費者提供他們想要用的百合，而不是便宜的百合。

「美 Lily7034」是重瓣百合，70 公分以上，有三～四朵花，已完成前處理。因為希望更多人欣賞到俏皮可愛的百合花，所以將其商品化。

把重瓣品種變成聰明切花，尺寸小容易處理，可以說擴大了聰明切花的範疇，大力推薦。在家庭需求市場，除了維持既有的品牌價值，也讓我們試試小巧玲瓏、一隻手就拿得起來的百合商品。也有走高級路線的產地加入生產 SF 規格，只是沒有大肆宣傳，就看未來一年會做出什麼成果。

日本花卉市場預測：2022 年 11 月

日期：2022/10/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

東京切花（東日本板橋花卉）

業務需求稍微減少，婚禮等活動的用花需求並未恢復到疫情前的水準。消費動態方面，由於生活型態的改變，網路販售和量販店、零售店等家庭用花需求持續保持穩定，另外還有出現「訂閱制」等新型態的販賣管道（定額購買）。送禮需求方面，玫瑰、康乃馨、洋桔梗、水仙百合、飛燕草、東方百合、滿天星等，雖然根據流通量與供給平衡，情況有會所差異，但品種和產地大致上都會在 10~11 月時從夏季切換為秋冬季。

10 月份的天氣穩定，東北方的高冷產地到貨量增加。雖然沒有大量的需求，但萬聖節的交易情況強勁。11 月份以暖地為主的到貨減少。

在消費動態的變化方面，周年穩定供應、好處理的短莖規格，以及有季節感的花材等瓶插表現好的品項皆令人期待。

對業者來說，向消費者傳達花卉有比現在的價錢還高的價值，並增加接待客人時溝通的時間，以提高顧客的滿意度，這些是很重要的。大家應把握現狀、將花卉和其他商品包裝成組合來販賣，並且多多宣傳。

大阪切花（JP 鶴見花卉）

輪菊 零售店進入淡季，且夏季品種會在上旬迎來最後的出貨高峰，預計動態會慢慢趨緩。

小菊 11 月起沖繩縣產的開始出貨，出貨規格為 70 公分。

多花菊 以愛知、靜岡產為主。現在雖然是夏秋品系和秋冬品系交接的時期，但因為生產成本從前年開始持續提高，生產量可能會減少。進口貨量也因為匯率和運費的問題而會比往年還少。

玫瑰 暖地產的上級品即將出貨完畢，高冷地和進口貨也會有一定的貨量。婚禮需求交易強勁。

康乃馨 主要產地為長崎、兵庫、愛知。整體上各個產地的生長狀況都良好，預計會有與往年相同的出貨量。進口方面，受匯率和空運費的影響，預計到貨量會稍微比往年還少。

百合 高知、德島、埼玉產為主。隨著生產成本上升（含球根費用），預計將減少約一成的量。

滿天星 長野、福島產的量會在 10 月中旬左右接近終盤。暖地產方面，和歌山產的跟往年比起來會有延遲，約 10 月底、11 月初出貨。熊本縣的產量跟往年相同，預計到貨量充足。

星辰花 高冷地的產量預計從中上旬開始減少，暖地產的則因為栽種時間較例年晚，所以 10 月底、11 月初才會出貨，中旬左右各等級的品項會出齊。

非洲菊 到貨以靜岡、和歌山、三重為中心，生長情況良好，產量與往年相同或稍微減少。預計需求和交易情況都會維持穩定。

東京盆栽（東京砧花卉園藝市場）

11 月是店面陳設由萬聖節切換為聖誕節的時期，22 日是「夫婦之日」，希望能有喚起相關需求的花禮提案。

由於秋天的長期降雨，植物的疾病是影響今後出貨量的一大因素。園藝設施方面，環控的光熱費以及來自高漲的物流費的利益壓迫等，對蝴蝶蘭產業有顯著的影響。

九州盆栽（九州日觀植物）

去年 9 月的狀況比今年穩定，今年受到殘餘的暑氣、颱風和物價上升等情況的影響，是嚴峻的一個月。

觀葉植物的熱度逐漸降溫。11 月的主要產品一大花三色菫和香菫花，近年都以高人氣的個人育種品種為主，今年也預計會因強勁的交易而缺貨。

日本花市十月份行情

本會網站備有詳細每日行情表，歡迎來電詢問 04-2265-4077

資料彙整:台灣花卉輸出業同業公會

(資料來源：日本農業新聞2022年10月1日~10月31日)

2022 10月	地區	東京 (大田花市)		大阪 (Naniwa)		札幌 (札幌花卉)	
	產地	日本	進口	日本	進口	日本	進口
文心蘭	枝數	22,423	202,230	37,089	179,730	190	40,530
	均價	¥154	¥91	¥155	¥87	¥338	¥98
	高價	¥542		¥745		¥270	
	中價	¥121		¥158		¥109	
蝴蝶蘭	枝數	15,370	38,526	9,522	38,727	2,444	10,581
	均價	¥533	¥601	¥717	¥656	¥525	¥662
	高價	¥1,142		¥1,176		¥952	
	中價	¥639		¥794		¥691	
火鶴	枝數	40,472	82,429	2,075	80,060	0	16,898
	均價	¥168	¥120	¥156	¥125	-	¥134
洋桔梗	枝數	715,528	-	431,856	-	156,183	-
	均價	¥197	-	¥199	¥87	¥185	-
	高價	¥378		¥525		¥450	
	中價	¥218		¥209		¥196	
劍蘭	枝數	256,294	-	105,873	-	256,294	-
	均價	¥83	-	¥95	-	¥156	-
	高價	¥133		¥162		¥205	
	中價	¥92		¥108		¥166	
玫瑰(單朵)	枝數	1,105,715	541,362	730,016	423,619	118,757	50,629
	均價	¥114	¥82	¥94	¥86	¥125	¥94
玫瑰(多花)	枝數	381,495	28,605	256,149	38,465	41,255	1,310
	均價	¥148	¥104	¥129	¥118	¥169	¥147
康乃馨(單朵)	枝數	607,370	1,349,840	425,096	1,011,774	171,718	98,459
	均價	¥64	¥55	¥57	¥54	¥66	¥69
康乃馨(多花)	枝數	437,099	639,018	360,917	643,280	223,374	73,475
	均價	¥65	¥55	¥64	¥54	¥61	¥63

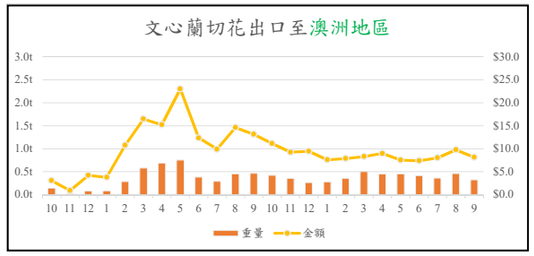
2022 9月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥179	¥131
文心蘭	¥156	¥102
玫瑰(ST)	¥189	¥82
康乃馨	¥88	¥53

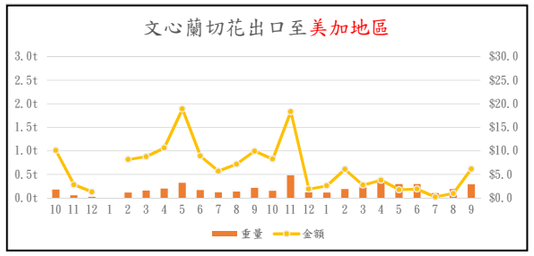
2022 9月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	¥4,000	¥2,440
蝴蝶蘭3F(6號)	¥5,500	¥3,500
蝴蝶蘭大輪(7號)	¥7,000	¥5,000
石斛蘭(6號)	-	-

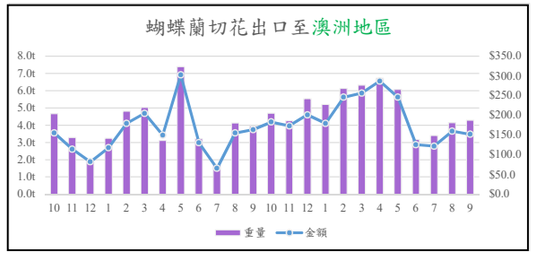
(資料來源：日本農業新聞2022年10月1日~10月31日)

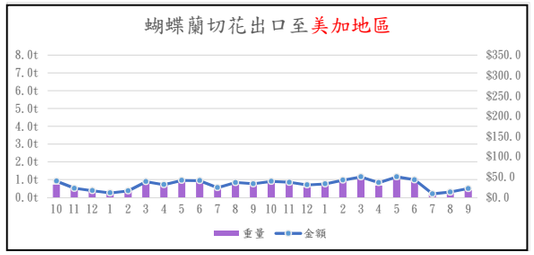
2022 10月	地區	廣島 (花滿)		名古屋 (名港花市)		仙台 (仙台切花)		福岡 (福岡花市)	
	產地	日本	進口	日本	進口	日本	進口	日本	進口
文心蘭	枝數	75	35,800	1,195	58,280	2,275	29,800	17,395	93,360
	均價	¥184	¥87	¥214	¥91	¥152	¥94	¥121	¥82
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	1,196	2,095	8,699	16,688	2,133	10,488	5,301	13,130
	均價	¥553	¥616	¥623	¥531	¥709	¥731	¥779	¥754
	高價	¥838							
	中價	¥660							
火鶴	枝數	20	6,300	2,940	49,604	1,510	4,392	33,634	0
	均價	¥180	¥128	¥165	¥134	¥160	¥112	¥128	¥0
洋桔梗	枝數	89,045	240	162,322	4,240	91,115	-	315,628	180
	均價	¥176	¥105	¥203	¥116	¥192	¥136	¥182	¥3
	高價	¥388		¥626		¥384		¥330	
	中價	¥196		¥241		¥198		¥201	
劍蘭	枝數	3,780	-	24,360	-	7,460	-	29,598	-
	均價	¥96	-	¥101	-	¥48	-	¥99	¥0
	高價	¥107		¥139		¥140		¥160	
	中價	¥110		¥113		¥79		¥107	
玫瑰(單朵)	枝數	103,318	2,245	453,621	161,300	124,062	44,829	392,374	50,226
	均價	¥110	¥135	¥95	¥79	¥94	¥61	¥109	¥97
玫瑰(多花)	枝數	47,475	1,545	97,163	1,575	55,649	160	155,448	5,205
	均價	¥147	¥135	¥133	¥114	¥122	¥79	¥155	¥126
康乃馨(單朵)	枝數	63,152	114,544	384,060	248,114	77,015	90,725	50,690	154,730
	均價	¥59	¥64	¥54	¥47	¥81	¥62	¥55	¥68
康乃馨(多花)	枝數	93,980	143,895	178,225	167,432	114,140	68,585	83,445	82,930
	均價	¥60	¥60	¥59	¥50	¥79	¥63	¥56	¥67

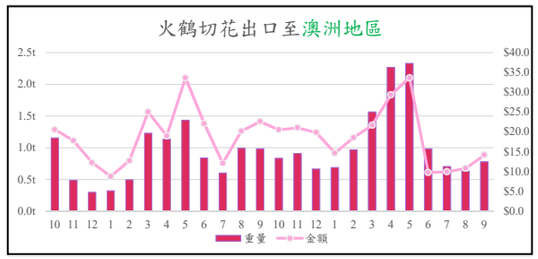
資料彙整:台灣花卉輸出業同業公會

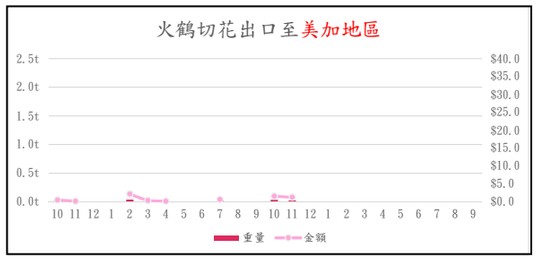


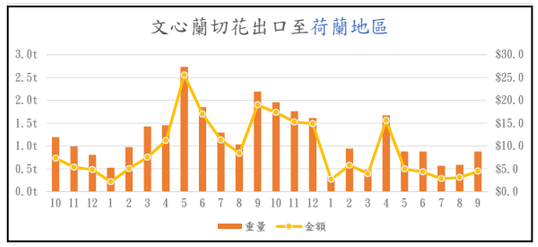












資料來源：行政院農業委員會
資料彙整：台灣花卉輸出業同業公會
更新日期： 2022.10.28

台灣五大花市 花卉交易價量

交易日期：111/10/01 ~ 111/10/31（農曆:111/09/06 ~ 111/10/07）
資料來源：行政院農業委員會農糧署農產品批發市場交易行情站
彙整：台灣花卉輸出業同業公會

平均價：元 / 把
交易量：把

產品	臺北市場		臺中市場		彰化市場		臺南市場		高雄市場	
	平均價	交易量	平均價	交易量	平均價	交易量	平均價	交易量	平均價	交易量
FA 康乃馨	54.1	1,319	56.3	656	48.9	819	42.1	785	99.9	460
FB 火鶴花	12.2	317,209	11.8	111,503	13.5	121,005	11.8	150,234	13.2	93,229
FC 大菊	124.5	81,131	89.0	26,425	109.5	94,904	110.6	52,729	110.0	57,947
FD 小菊	80.8	116,813	52.5	33,006	66.4	151,421	69.7	100,457	72.2	98,202
FE 非洲菊	92.9	76,361	87.7	25,179	93.6	63,002	88.4	49,784	90.0	60,570
FG 劍蘭	96.7	11,200	71.6	2,937	82.9	13,749	82.5	18,523	85.6	17,844
FH101 天堂鳥	89.9	6,690	51.6	2,273	66.0	2,032	83.8	1,147	90.1	2,581
FH230 夜來香	97.1	3,994	106.6	95	65.3	789	73.7	1,285	67.6	1,100
FH251 秀線	68.6	7,358	32.4	1,295	51.6	8,535	46.5	4,939	50.9	5,930
FH29 向日葵	127.5	8,816	75.4	3,222	114.4	4,871	107.5	2,892	116.8	4,562
FH330 雞冠花	90.9	17,786	54.8	4,811	63.6	17,538	63.7	20,006	66.5	12,577
FH381 麒麟草	66.5	21,967	55.5	8,983	65.0	21,506	67.2	14,813	62.3	14,459
FL 姬百合	109.4	5,079	100.6	1,131	109.1	1,042	111.4	948	110.3	636
FM 重瓣百合	231.3	5,441	219.4	599	197.5	650	191.1	721	212.6	880
FO003 腎蕨蘭 曼谷火焰	160.3	5,673	13.7	10,735	15.2	14,970	75.1	3,324	14.2	14,759
FO006 腎蕨蘭 深紅色	103.0	1,303	8.8	4,270	9.9	9,330	39.8	132	7.4	1,680
FO027 萬代蘭 巨輪紫	50.0	8,174	37.6	426	38.3	119	47.7	1,326	37.1	458
FO331 大文心蘭	59.0	163	-	-	46.5	196	29.1	17	55.0	13
FO335 檸檬綠文心蘭	62.4	46,645	61.6	9,735	65.2	25,691	62.9	23,420	60.8	19,668
FO336 文心蘭 太陽之子	66.6	2,202	68.2	50	-	-	42.0	273	55.4	130
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	90.5	14,791	80.0	20	74.2	571	-	-	62.7	150
FR 玫瑰	148.5	77,079	128.7	16,057	130.5	17,914	123.9	13,082	120.2	18,092
FS 香水百合	186.3	214,534	172.6	59,001	174.7	117,937	177.2	125,005	182.8	114,785
FT 鐵砲百合	89.4	5,076	99.9	1,034	72.4	999	83.8	1,203	88.6	1,005
FU 洋桔梗	190.1	56,293	152.5	10,576	175.4	9,120	174.2	8,931	170.9	8,808
FW4 卡斯比亞	51.5	6,880	41.9	3,058	54.1	4,600	47.1	4,214	44.7	2,967
FW5 滿天星	55.0	1,124	72.4	1,914	64.7	2,662	57.4	1,233	63.1	2,235
FY004 黃椰心	82.7	13,182	62.5	6,805	67.2	28,261	80.7	14,458	77.9	13,015
FY009 電信蘭	50.1	17,582	29.9	8,434	60.5	26,451	69.7	20,810	57.7	15,664
FY050 山蘇葉	23.0	5,092	25.6	2,160	25.0	1,374	32.1	1,498	32.0	830