

植物種苗電子報

發行人：郭華仁

執行編輯：謝舒琪

編譯：鍾宜錚、呂子輝

台灣大學農藝學系種子研究室

種苗市場

- [先正達收購孟山都向日葵產業](#)
- [推廣產地自銷的通路業者](#)

先正達收購孟山都向日葵產業

孟山都宣佈與先正達達成了一項協議，將孟山都在全球的向日葵產業賣給先正達。

在協議條款中，先正達將收購資產孟山都全球向日葵雜交種子業務，並承受 1 億 6000 萬美元的負債。此併購案將會交由適當的管理部門批准。其他協議內容並未透露。

先正達收購孟山都的向日葵資產，並會繼續供應農民高品質向日葵雜交種子，孟山都副總裁表示對此甚感歡愉。孟山都著重於種子與性狀的表現，提高產量與創新，帶動公司未來成長。

資料來源：

<http://www.agbios.com/main.php?action=ShowNewsItem&id=10892>

推廣產地自銷的通路業者

日本約克超市的蔬果採購負責人野手先生，於 6 月 8 日在雪印種苗公司千葉農改場舉辦的「夏季蔬果田園日」中演講，題目是「量販店的蔬果策略」。野手先生認為：「原始美味須保存。保護個體農戶與保護日本農業有相當程度的關係。因此，強調原始美物的原產地生產與增加出貨量，以及如何使消費者購買，乃是基本作法。」

此與服部幸應醫學博士 6 月 16 日在名古屋的專題演講內容相呼應。特別是量販店的蔬果採購負責人的演講內容，讓人不得不思考現今潮流的變化。

野手先生指出，從去年 3 月開始日本國內消費力日漸下降、消費支出比起前一年大幅減少、可靈活運用的所得金額降低、消費者對於價格的敏感度日益增高、日漸形成追求買到賺到、以及只注意便宜物品之趨勢。

此外，受到日幣升值影響，進口貨品量遽增，雖然要求物價調降的聲浪日漸高漲但回應不大。因發現農藥殘留等數起農業相關人為過失，導致主要進口國的中國農產品進口量較去年減少 7 成以上，野口

先生也認為，要消除日本人的「恐中症候群」並非易事。

另一方面，觀察日本農業界便可發現，2008 年以後農戶數以每年 85000 戶的速度持續減少，到了 2015 年僅剩 1187000 戶左右，較 2009 年少了近 3 成。除此之外，尚有大盤市場衰退、包裝偽造等問題企業間紛亂頻起，以及大眾日益關注地球暖化等，在這樣的時代中，日本農業該如何因應呢？野手先生認為，「轉守為攻的價格策略」是不可或缺的，以及量販店、種苗業者、大、中盤商及生產農戶組成團購組織亦是勢在必行的趨勢。

例如：購買甜玉米時，買家強調指定品種或堅持味道口感；而生產農戶為增加單位產量，便會努力使單株玉米產量增加，可刺激建立收成與出貨的策略。

在此之前需要先行推動產地蔬果擴張消費，也就是產地自銷，以符合追求新鮮以及力圖農戶的收入提高的目標。這項做法量販店也希望能配合。

服部醫學博士向年輕種苗業者呼籲：「到量販店時，要購買自家產地的蔬菜。若無自家鄉所產的蔬果，就買附近鄰縣出產的吧！只有如此，才可以促進擴大農戶蔬果栽種、改變通路市場、提高日本糧食蔬果的自給率，才是與步入真正獨立國家的息息相關的。」

野手先生的演講表示，目前物流業者也漸漸實行服部醫學博士所提出的建言，種苗業界也應對此潮流做出適當的因應對策。

呂子輝編譯

資料來源：日本種苗新聞第 1959、1960 合刊號社論(2009/08/11)

電話：02- 3366 4770

傳真：02- 2365 2312

本版網址：<http://e-seed.agron.ntu.edu.tw/0108/20108.pdf>