

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展及考察）

「株式會社丸久70周年慶臺南農特產行銷
展示會」
出國報告

服務機關：臺南市政府農業局

姓名職稱：劉詩彥科長、李佳郁約用人員

派赴國家或大陸地區：日本

活動期間：113年4月25日至113年4月27日

報告日期：113年5月3日

目錄

一、摘要.....	2
二、活動人員名單.....	3
三、緣由或目的.....	4
四、過程.....	5
五、心得.....	10
六、建議.....	11
七、效益.....	11

一、摘要

本市為農業大市，生產大量優質農特產品，生產的農特產品除了提供國內市場，也出口至海外，為建立臺南農特產品優質品質形象，與國外業者建立長期穩定之供銷關係。於去年度黃市長受株式會社丸久田中社長之邀請，因此本次出訪參與株式會社丸久 70 年周年紀念典禮，同時將臺南農特產品行銷展示至活動現場，現場近 320 名食品超市通路等諸多業者與會，有效擴大國外業者對於採購臺南農特產品之目的。於今年度日本山口丸久超市上架臺南鳳梨，直接販售行銷於日本當地生活超市，將本市具外銷實力之旗艦作物及加工品致力拓展據點。其次為解決農產品對於單一市場的過度依賴，同時紓解農民面對作物產量過度集中之壓力，在新目標市場(通路)嘗試輸銷，提升當地民眾對臺灣農產品的認識與需求，養成消費習慣，穩定產品的供應，為臺南農特產開拓新局面。

二、活動人員名單

編號	姓名	單位 職稱	工作項目
1	劉詩彥	臺南市政府農業局 農產行銷科 科長	活動辦理
2	李佳郁	臺南市政府農業局 農產行銷科 約用人員	活動聯繫等相關事務執行

三、緣由或目的

日本近年來為本市行銷農漁特產品之主要對象，為持續加強日本民眾對其認識與過往行銷活動之熱度，臺南鳳梨於今年度上架至日本山口丸久超市，相信能將臺南產品完全展現農業實力，並於海外市場上站穩腳步。本次活動將本市農特產品之中日版行銷型錄、鮮果摺頁及農漁產加工品，於日本當地「株式會社丸久70周年慶臺南農特產行銷展示會」進行推廣介紹。次針對本市為發掘外銷通路市場，於現場諸多食品通路業者介紹農漁產品，發掘未來海外市場通路，也直接獲取日方相關企業回饋與建議，本局將持續推廣臺南農漁產品，把握第一手消息並持續連繫接洽相關雙方業者等資訊。

四、過程

(一)行程表

日期	時間	行程說明	備註
4/25 (四)	1440-1805	桃園國際機場(2航廈)- 福岡機場(1航廈)	班機 華航CI128
4/26 (五)	0900-1300	懇親會場地現勘、事前準備以及 場佈	農業局進行展攤作業以及會場動 線規劃
	1500	活動開始	主持人-KRY山口放送株式會社主 播 御船唄/大名遊行
	1520	丸久70年的軌跡	
	1530	主辦方開幕致詞 株式會社丸久代表取締役社長 田中 康男社長	
	1535-1615	嘉賓賀詞 山口縣知事 村岡 嗣政先生 株式會社ARCS代表取締役社長 橫山 清先生 臺南市長 黃偉哲市長 山口縣議會議長 柳居 俊學 先生	
	1730-1800	第二部活動開始 開幕致辭 防府市長 池田 豐 先生 Valor Holdings 董事長兼執行長 田代 正美先生 和泰興業股份有限公司董事長 蘇一仲先生 Kagami biraki 鏡開 山口縣議會副議長 島田 教明 先生	*市長一同參與「鏡開」儀式 (開運儀式)
1800	神樂奉納	45分鐘	
1845	嘉賓代表致辭		

		(株)日本 Access 代表取締役 社長 服部伸也 先生	
	1900	閉幕致詞 丸久會會長 平岡 武 先生	
	1930	農業局撤展	
4/27 (六)	1410-1535	福岡機場(1航廈)- 桃園國際機場(1航廈)	班機 星宇JX841
	1735-	桃園高鐵站-臺南高鐵站	
*最終行程會依狀況進行調整			

(二)、4月26日參與株式會社丸久70周年紀念典禮

日本株式會社丸久於今年4月26日山口縣成立舉行了盛大的「丸久70周年紀念典禮」。此次活動不僅代表株式會社丸久的歷史里程碑，更凝聚了臺南與株式會社丸久的緊密農特產進出口合作。臺南市長黃偉哲在去年東京食品展上與株式會社丸久田中康男社長簽署了合作備忘錄，為臺南農產品走向國際市場奠定了堅實的基礎，目前臺南鳳梨已上架至丸久超市。

農業局現場展示各農漁會和在地業者的精選產品近40款，有玉井區農會的芒果乾、鹽水區農會的日曬意麵、南市區漁會的十三香蠶味餅、瓜瓜園地的黑糖地瓜酥、旭陽農場的鳳梨乾和芒果乾等。多樣農漁特產品展示了臺南農漁業的多樣性和創新性，也讓現場貴賓品嚐到了臺南的美味。



(黃市長致詞)



(黃市長參與典禮鏡開儀式)



(黃市長贈送印有株式會社丸久圖案之蘭花致田中社長)



(黃市長與農業局臺南農漁特產品展示行銷)



(臺南鳳梨上架日本山口丸久超市)



(臺南關廟區農會鳳梨)

五、心得

此行出訪以宣傳展示臺南農漁特產品及臺南鳳梨上架日本山口丸久超市為主，將其帶至日本山口市，許多來自日本各地區貴賓首次了解臺南農漁特產品，廣受迴響並順利提高產品曝光機會。心得簡述如下三點：

(一)、產品仍需漸進擴大推廣

以本次活動經驗，日本部分地區對於臺南農漁產品熟悉度不高，與臺南氣候農漁作物差異明顯，更是相互交流推廣的好機會，重複性不高是個具有獨特性的消費市場。現場貴賓也提供相應的反饋，希望能在日本販售，可以更容易快速取得來自臺南的產品。

(二)、包裝改善計畫成功獲取日本貴賓興趣

為吸引更多日本消費者購買臺南農漁產品，本次出訪提供小包裝農特產品，成功吸引許多日本貴賓的好奇，有效介紹了許多產品讓他們認識。產品包裝上對於日本消費者而言是第一眼看中的絕對關鍵，內容物為其次，包裝簡明、成分標示清楚以及充分具有當地獨特文化為本次推廣重點。

(三)、臺南鳳梨順利打入日本當地超市

本次出訪除了推廣臺南農漁特產品，也成功將來自臺南的鳳梨打入日本山口丸久超市，可以讓當地消費者方便購買，此外丸久超市還特別將臺南鳳梨設置專區，提高曝光度，成功吸引顧客視線。

六、建議

建議簡述如下三點：

- 一、 日本山口丸久超市上架臺南鳳梨，直接融入當地居民生活中超市，持續有效推廣在日本行銷販售之熱度與能見度，將此作為未來規畫參考內容。
- 二、 日本擁有多元國際市場，販售許多來自各國相關農漁特產品等。針對本次出訪回饋，有許多日本貴賓對於臺南魚類商品較不熟悉，因此未來可透過交流機會循序漸進讓他們更有所了解。
- 三、 活動貴賓建議臺南農特產品給予相關回饋建議—針對日本消費者喜好。臺南農特產品包裝偏大容量，為順利行銷日本市場，可以協助有意願外銷之廠商業者，進行包裝改善、內容量減少以及凸顯標示特徵，增加購買的可能性與吸引力。

七、效益

- (一) 本次海外行銷於展示成果，獲得相關回饋意見，特別是在活動會場接觸近 320 名來自日本九州地方農特產相關採購單位，許多貴賓前來詢問有關展示品，有些對於第一次見到臺南農漁產品感到新奇，也品嚐到其美味，希望有機會能進軍日本做販售，並提高商品取得性。此外，長期居住於日本的臺灣貴賓也對此產生滿滿的家鄉味，同時也很感激能在此活動品嚐到來自臺南的美味。
- (二) 以本次活動作為外國展示實地經驗，將其規模與形式擴大舉辦於亞洲各地，除記錄本次日本市場回饋事項，也將持續拓展行銷海外市場。
- (三) 臺南鳳梨上架於日本山口丸久超市，成功打入當地消費市場共計 90 間店鋪，未來將持續擴展各地區通路市場，積極提高國際矚目度。
- (四) 國內媒體新聞稿露出共計 13 則。