

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展及考察）

日本前橋市赤城驛站「臺南祭」 出國報告

服務機關：臺南市政府農業局

姓名職稱：李建裕局長、劉詩彥科長、李沅珊約聘人員

派赴國家或大陸地區：日本

活動期間：112年6月29日至112年7月3日

報告日期：112年8月23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.....	16
六、建議.....	17
七、效益.....	17

• 一、摘要

日本前橋市與臺南的淵源深久，日治時期臺南最後一任市長羽鳥又男為前橋市出身，在任期間相當重視文化財的保護，致力於修復孔廟、赤嵌樓。本市非常感念羽鳥先生的遠見將這些文化古蹟保存下來，讓臺南獲得古都的美名。臺日近年來交流頻繁，加上日本為本市農產品重要的出口國家之一，為扶值農產品開拓國際通路，歷年參加日本東京國際食品展，今年 2023 年 3 月赴日參展「東京國際食品展」，日本前橋市山本市長，特別指派負責公路休息站「道の駅前橋赤城」的星野圭佑站長、觀光政策課柴崎徹副參事、農政課等單位，前來臺南展區了解各家業者商品，對於本市農產品美味留下深刻印象。

日本前橋市擁有全日本最大公路服務休息站「道の駅前橋赤城」於今 3 月下旬開幕，山本市長 4 月底特來臺拜訪，希望引進臺南產的商品與農產品，規劃於 6 月底辦理臺南特展，希望讓各地日本旅客停靠休息時，就能品嚐來自臺南的美味。時值臺南芒果盛產，配合臺南祭農特產展擴大行銷，協助本市農產品拓展外銷通路，向日本推薦本市特色農產品促進農產貿易暢流。

• 二、活動人員名單

編號	姓名	單位 職稱	工作項目
1	李建裕	臺南市政府農業局 局長	總率隊官 活動督導
2	劉詩彥	臺南市政府農業局 農產行銷科 科長	活動辦理
3	李沅珊	臺南市政府農業局 農產行銷科 約聘人員	活動聯繫等相關事務執行

• 三、緣由或目的

明年適逢「臺南 400」為擴大國際宣傳，為臺南市政府農業局第一次官方名義至「道の駅前橋赤城」辦理臺南祭，以推廣臺南農產品為宗旨，結合 2024 年「臺南 400」之主題設計攤位主題與主視覺企劃設計、並搭配芒果結合豐富農產意象為主視覺呈現，結合跟著臺南巿市長認識臺南農產品的意象，打造出活潑有趣的攤位，也加深現場日本當地民眾對臺南品牌印象。

主視覺設計結合了臺南的廟門，連結早期保存文化古蹟的感恩之心。在上方匾額結合了「臺南 400」的標準字。標準字「臺南」取自孔廟匾額「全臺首學」及昭和 11 年臺南州文件，從歷史與在地特色發想全新臺南氣味。而上方以臺南巿市長黃偉哲以邀請大家探索臺南的視角帶領民眾進入臺南豐富的歷史文化與農特產品，如中秋節必備柚子及夏天最受歡迎芒果與鳳梨等，並且以活潑手稿描繪搭配向日本民眾展現民形象。展覽場地將呈現一個現代且時尚的氛圍，配以鮮豔的色彩和 2024 年臺南 400 的簡潔設計，彰顯臺南巿的創新與活力。

日本群馬縣前橋市「臺南祭」活動閉幕，3 天吸引逾 5 萬人次，創銷售額逾日圓 140 萬，在當地掀起熱潮。活動由 10 個攤位由 9 家臺南在地廠商(綠園牧場股份有限公司、麻豆區農會、山頂壯圓、瓜瓜園企業股份有限公司、鮮饌國際有限公司、自然屋物產、蔴鑽農坊、蜜旺果舖以及度小月)帶來道地臺南飲食與產品，原汁原味的臺南農特產品，包括新鮮虱目魚湯、炸花枝丸、臺南肉燥飯等道地美食，以及文旦柚汁、牛蒡茶、柚果吸凍、新鮮芒果、鳳梨乾、龍眼乾等特色農產品；每日限量前一百名消費者可獲得芒果冰棒或芒果系列產品。2 日中午產品幾乎售罄，供不應求。此次為臺南祭首次面對日本消費者銷售，透過試吃介紹，讓日本消費者感受到臺南農產品的美味帶至日本。此外，推廣的新市區茶豆香酥、鹽水區番瓜果乾及新化區鳳梨酥，現場詢問度很高，後續預計將對日行銷活動將積極輔導商品上架日本。巿府亦持續透過多元模式行銷，拓展農產品外銷市場，創造農貿經濟效益。

• 四、過程

(一)行程表

日期	行程	備註
6月29日	赴日 臺南-桃機-東京成田機場	華航CI100
	前往群馬前橋市赤城驛站	
	廠商前往群馬前橋市赤城驛站布置	廠商進場布置
6月30日	前橋赤城道之站	場地整理、促銷展售
7月1日	前橋赤城道之站 臺南祭開幕記者會	記者會
	前橋赤城道之站	場地整理、促銷展售
	臺商會餐敘會議	
7月2日	前橋赤城道之站	場地整理、促銷展售、活動撤場整理
7月3日	歸國 東京→高雄→臺南	1030飯店集合前往機場 搭乘華航CI103回高雄機場

(二)、6月29、30日、7月1日、2日參展廠商進場布置、促銷展售以及撤場

廠商協助農特產展區展櫃及攤位產品陳列，佈置桌巾及陳列層架及裝飾輔具。布置安排現場主視覺看板、攤位招牌、宣傳關東旗、上架產品立牌、桌巾、工作人員上衣以及圍裙等活動用品。



(主視覺示意圖)



(關東旗示意圖，綁在攤位側邊，吸引大家目光)



(商品立牌示意圖)



(活動優待券)



(產品立牌示意圖依照廠商需求設計用主視覺延伸設計)



(桌巾示意圖)



(全彩斜紋布(全身)及膝圍裙示意圖)



(活動 Mic 牌)



(活動告示牌)



(三)、攤位規劃

臺南祭活動在「道の駅前橋赤城」人潮聚集最多的戶外廣場，擺設 10 個攤位，攤位配置如下：



(紅框為臺南祭活動的範圍)



台南市政府
農業局

鮮鑽國際
有限公司

自然屋物
産株式会社

綠園牧場 股份有限公司	台灣手作 り天香
合同会社 MIWANGO, JAPAN	瓜瓜園企業 株式會社
山頂壯園	臺南市麻豆 区農会
度小月	蘇鑽農坊

【各ブース主要設備】

台南市政府農業局

- ・ テーブル2個
- ・ 1.46L冷凍ストッカー
- ・ 商品展示台5台
- ・ 対応対応型冷蔵庫(2個)
- ・ 対応型冷蔵庫(1個)
- ・ 対応型冷蔵庫(1個)

鮮鑽国際有限公司

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台
- ・ 二層式卓上電気フライヤ
- ・ 150Lアイスボックス (2個)
- ・ 対応型冷蔵庫 (2台あり、レトルト食品用)

自然屋物産株式会社

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台
- ・ 150Lアイスボックス (2個)

蘇鑽農坊

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台
- ・ 150Lアイスボックス (2個)

合同会社Miwango, Japan

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台

山頂社

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台

度小月

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台
- ・ 炊飯器
- ・ 対応型冷蔵庫(1台あり)
- ・ 対応型冷蔵庫 (2台あり、レトルト食品用)

瓜瓜園企業株式会社

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台

台南市麻豆区農会

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台
- ・ ケーラーシェンゲ (2台あり)
- ・ 対応型冷蔵庫(1台あり)
- ・ 電気ポット
- ・ 1.46L冷凍ストッカー

蘇鑽農坊

- ・ テーブル2個
- ・ 商品展示台5台
- ・ ケーラーシェンゲ (2台あり)
- ・ 対応型冷蔵庫(1台あり)
- ・ 電気ポット
- ・ 1.46L冷凍ストッカー(2)

(現場攤位配置圖)







(現場活動照)

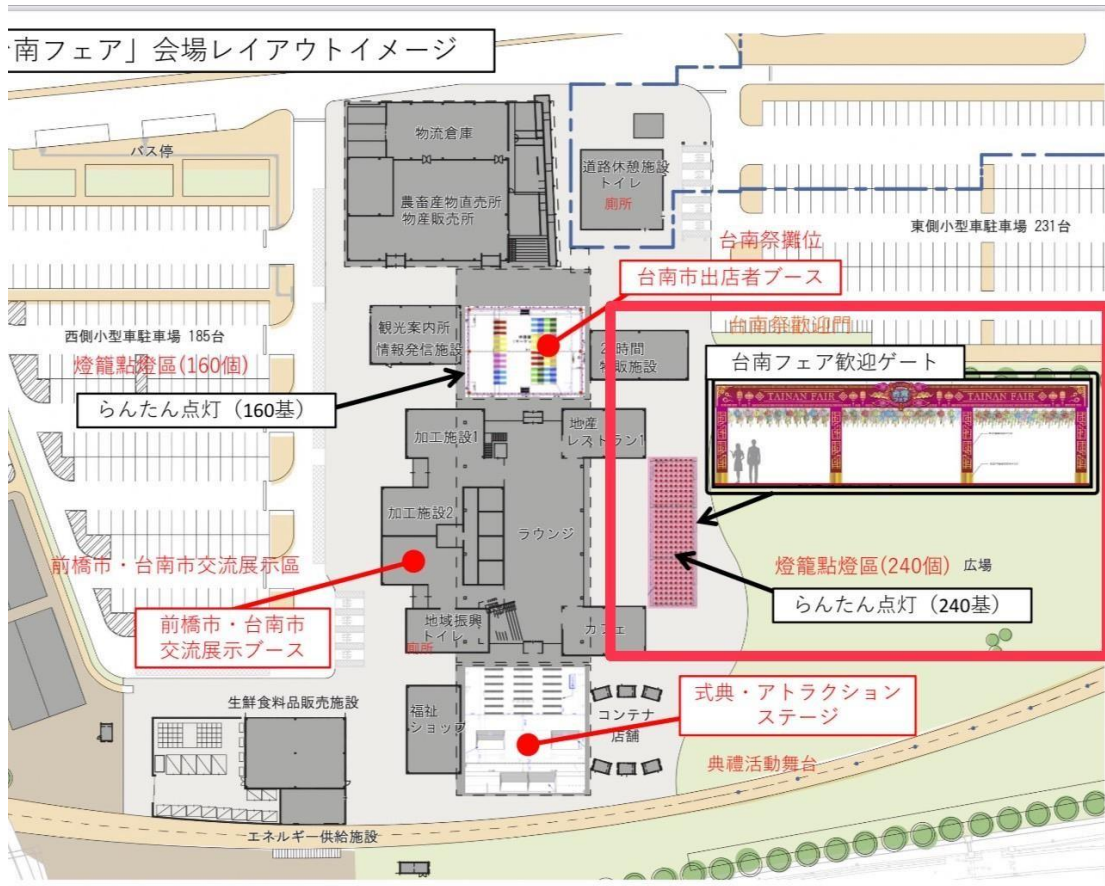
(四)、7月1日臺南祭開幕記者會

臺南市長黃偉哲受邀參加日本群馬縣前橋市「道之驛前橋赤城」的臺南祭活動開幕式，在此之前他先行拜會了前橋市長山本龍，這場拜會吸引了數家媒體前來採訪，黃市長把握難得機會介紹臺南與前橋的深厚淵源、優質芒果與蝴蝶蘭，並與山本龍市長聯袂大力宣傳臺南祭，獲得 NHK、群馬電視臺及上毛新聞等多家日媒的大幅報導，大大提高臺南的能見度。此外，黃市長也趁此行專程前往前橋當地 Tsuruya 超市考察臺南芒果上架情形，他期許在一步一腳印努力下，能讓更多日本民眾品嚐到臺南的美味水果。

在場媒體對臺南很有興趣而非常踴躍提問，黃市長則趁機介紹臺南是文化古都，在過去羽鳥又男擔任臺南市長時，對文化保存也非常用心，而現今在赤崁樓內也豎立著羽鳥市長銅像表達紀念。黃偉哲也向媒體介紹佔全球六分之一產量的臺南蝴蝶蘭，並介紹臺南芒果正當令，歡迎前橋跟日本朋友們品嚐夏日最甜美的好滋味。



(開幕活動)



(紅框為剪綵地點)

(五)、7月3日回程返臺

五、心得

此行出訪以宣傳及販售臺南農特產品為主，並至日本當地最大公路休息站「道之驛前橋赤城」擺售販賣活動。心得簡述如下四點：

(一)、商品須歷經精心評選以及包裝改善等事前作業

外銷至日本商品之規範、內容物、包裝以及評選作業需加強執行。依據當地消費者偏好與習慣，我們可以將符合外銷日本之臺南農特產品加以量身打造，於眾多商品中進行評選標準規範，並於包裝外觀以及內容物之呈現方式等進行改善作業。不僅將商品推銷出去，以日本當地偏好作為目標，更能吸引消費者。

(二)、展期延長以及進出口策略

本次參展時間較短，為將曝光機會大幅提升，已與前橋市觀光課以及道之驛站等單位持續洽談中，討論未來延長臺南祭之活動企劃，並提供諸多宜外銷之臺南農特產品供選擇。目前臺南農特產品銷日多數無代理商可協助進出口，若農產品要大量出口，必需依據日本食品包裝法規進行包裝標示改善及食品加工品必需通過日本出口檢驗，以上為必需具有充裕時間準備及進行。此次臺南祭活動以小量出口試銷，並完成出口程序，順利提升本市農產品加工出口量能，逐步穩健拓銷道路，開拓市場版圖。

(三)、從產區到外銷流程與標準規範

參展回國後，許多當地消費者對本市農特產品充滿興趣，但所面臨的是沒有完善的集貨包裝場域以及供貨穩定外銷供果園，果品輸日須符合日方檢疫標準，甜度夠，無農藥殘留，高品質等條件才有資格將產品輸日，此外，因輔導合作社建立完善的集貨包裝場域，符合農試所訂定的「果品外銷標準作業流程」，落實外銷冷鏈前端作業需要做足準備。

(四)、調整外銷果品型態，解決目前外銷困境

以往果品外銷都以鮮果為主，但在沒有完善的冷鏈設備果品因貯運溫度設定不適當或者在採收及處理作業易流程不完善，衍生貯藏性病害或使果實出現腐損症狀。此外，鮮果外銷市場的轉向有檢疫問題要克服，而低溫冷凍後的水果屬於食品，因此不必擔心檢疫上的問題。

本次市府也著力於將急速冷凍果品、果塊以真空包裝方式外銷出去。其方式可保留原果養分以及風味，更能耐儲運且保鮮期長，適合運用在飲品、甜點

及沙拉上，除有效調節產銷以穩定國內市場價格，因為轉換外銷果品型態能讓更多國家品嚐到美味新鮮的臺灣水果，重新奠定冷凍水果堅實的外銷基礎，同時宣傳臺南最先進的冷凍鮮果技術之外，也讓當地民眾品嚐到其美味並獲得大眾熱烈回響。

六、建議

建議簡述如下四點：

- (一)、加強執行臺南農特產品宜外銷之評選標準辦法，並改善外包裝等計畫。輔導合作社建立完善的集貨包裝場域，符合農試所訂定的「果品外銷標準作業流程」，落實外銷冷鏈前端作業需要做足準備。
- (二)、有關未來規劃相關之臺南祭（擬執行一周，假同地點）市府與合作廠商將持續協助參展攤位廠商將更多商品曝光，並檢討本次經驗與意見回饋。
- (三)、持續加強建立完善冷鏈物流中心，先進的設備及動線規劃，便於未來外銷鮮果流程作業。
- (四)、建議持續加強扶植本市農企業、農漁會赴日參展，以及與媒合日本商社交流機會，市府作為業者強而有力推手，協助媒合業者與通路建立友好貿易關係。

七、效益

- (一)日本最大的公路服務休息站「前橋赤城驛站」，引進臺南產的商品與農產品，讓各地日本旅客停靠休息時，就能品嚐來自臺南的美味，對於農特產品更進一步認識。依據現場民眾回應，可以更加瞭解當地口味偏好。將欲販售的商品納入下次參展項目。日本當地商品販售之包裝樣式以及呈列方式皆可納入參考項目，利於本市往後外銷計畫。
- (二)以本次活動作為外國銷售實地經驗，依據其規模與形式擴大舉辦於日本各地。
- (三)宣傳成效及新聞稿發布情形：共發佈 3 篇新聞稿，新聞國內外露出彙整共 83 則，youtube 影片共 1 則。