

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：訪問）

## 黃偉哲市長赴關東地區參加臺南展 出國報告

服務機關：臺南市政府新聞及國際關係處

姓名職稱：黃偉哲市長、市長室那盛科員

派赴國家或大陸地區：日本

活動期間：113年6月15日至6月16日

報告日期：113年6月18日

## 目錄

壹、	摘要	P.3
貳、	活動人員名單	P.4
參、	目的	P.4
肆、	行程及過程	P.4
伍、	心得	P.7
陸、	建議事項	P.8
柒、	效益評估	P.9
捌、	相關報導	P.10

## 壹、摘要

臺南的愛文芒果產量極大，產區自 6 月份起進入產季，日本也開始上市有夏日紅寶石之稱的臺南愛文芒果，把握盛產時節，黃偉哲市長特赴位於日本關東地區的群馬縣前橋市，參加在老字號連鎖超市 TSURUYA 舉辦的臺南展，積極行銷臺南愛文芒果，並利用此次活動同步行銷臺南觀光以及臺南 400，此外亦與新任前橋市長小川晶會面，推展臺南城市外交。

市長一行 6 月 15 日晚間搭機赴日本東京，次日一早自東京前往群馬縣前橋市參加臺南展活動，並與前橋市長會面及連袂行銷臺南，隨後旋即返回東京搭乘晚間班機，於深夜返國，行程極為緊湊。

## 貳、 活動人員名單

臺南市長	黃偉哲
臺南市政府市長室科員	那盛

## 參、 目的

黃市長上任後積極推展臺南農漁特產的外銷通路，兩度親自率團參加東京食品展推廣，此次舉辦臺南展活動的百年的老牌超市 TSURUYA 曾在東京食品展時與黃市長洽談，並自去(112)年起連續 2 年採購臺南的鳳梨與芒果上架販售，這次的臺南展活動除展售臺南芒果外，也同步推廣臺南觀光與臺南 400，市長特利用週末以 24 小時快閃赴該超市位於群馬縣前橋市的分店了解芒果上架與觀光推廣情形，期盼將臺南的農漁特產加工品以及觀光旅遊優勢介紹給當地民眾，不僅增加外銷訂單，也同步開拓日人來臺南觀光的市場。

## 肆、 行程及過程

### 一、行程

日期	行程
6 月 15 日	臺南→日本東京
6 月 16 日	1. 自東京前往群馬縣前橋市參加臺南展活動 2. 與前橋市長會面

### 3. 返回東京搭機，深夜飛抵臺灣

## 二、過程

### (一) Tsuruya 超市的臺南展活動

TSURUYA 超市創業於 1892 年，在東京近郊長野縣、群馬縣等地擁有約 60 家左右大型連鎖超市，去年臺南市應群馬縣前橋市邀請參加道之驛前橋臺南祭時，TSURUYA 也同步辦理芒果銷售活動，今年 TSURUYA 再度進口臺南芒果，並搭配產季辦理臺南展(Tainan Fair)，現場更以臺南 400 的 Logo 作為主視覺，此外還同步陳列臺南觀光宣傳資訊，讓日本消費者在採購品嚐臺南愛文芒果的同時，也能認識臺南這個美好的城市。

黃市長在現場除了訪查芒果上架情況、推薦臺南芒果的香甜可口外，更親切跟當地民眾互動，發送臺南的觀光文宣並介紹臺南，力推臺南的好吃與好玩。





## (二) 會晤群馬縣前橋市長小川晶

前橋市與臺南市淵源已久，日治時期最後一任臺南市長羽鳥又男就出身於前橋市，由於羽鳥又男在任期間，幫助臺南市修復赤崁樓，對臺南的文化資產保存貢獻極大，因此臺南市跟前橋市長期維持良好互動。

去年 7 月，前橋市政府曾協助在當地日本全國最大公路休息站「道の駅前橋赤城」舉辦臺南祭活動，在短短三天內就吸引了五萬人次參與，適逢前橋市新任市長小川晶甫於今年 3 月上任，黃市長藉由此次造訪前橋之機，也在前橋市議員橫山勝陪同下彥，跟小川市長相見歡，黃市長跟小川市長晤談之後，共同期許臺南跟前橋能在未來開展更多的交流，特別是在農產、教育以及文化方面，均希望能夠增加實質互動的機會，讓兩地人民更加認識彼此、增進友好情誼。

會晤後，小川市長也抽空與黃市長前往臺南展會場，在現場幫忙宣傳

臺南，並且大讚臺南芒果香氣誘人。



## 伍、 心得

臺南市政府長期以來致力於開拓出口通路，尤其近年以臺南隊形式，透過官方與廠商協力參與國際大型食品展會，也因此吸引到吸引許多貿易商與通路商青睞，洽訂許多臺南農特產品的外銷訂單，其中東京食品展更是連兩年創下佳績，此次為臺南辦理芒果上架以及宣傳活動的 TSURUYA 連鎖超市，就是透過東京食品展期間洽談建立合作的通路，而不僅是 TSURUYA，其他包括永旺、丸久等日本大型連鎖超市也都開始穩定採購臺南農特產，顯見臺南農特產品的品質禁得起日本超市的嚴格考驗，未來會持續努力將好東西推廣到國外市場。

近期黃市長出訪的特點就是不僅行銷臺南農特產，也會結合臺南觀光

推廣以及城市外交拓展，如此一來，可收到臺南整體行銷宣傳的綜效，不僅能夠提升農特產品外銷數量，更能提升臺南國際知名度、拓展國際友誼，還能吸引外國旅客到訪臺南。

## 陸、 建議事項

近年市府整合資源，讓臺南出產的農產品品質及數量能穩定供貨到多元化的通路，不僅能提升臺南農產價值，更能透過品質保障來持續穩固外銷通路，其中參加國際大型展會就是拓展外銷商機的重要管道，尤以東京食品展是亞洲地區最具規模，而今(2024)年 3 月的東京食品展，在黃市長帶隊，跟農民及各地農會、貿易商、通路商合作一起打團體戰的努力下，臺南展區現場接單金額初步就超過 3 億新臺幣，比去年成長 2.5 倍，而這次辦理臺南展的 TSURUYA 超市也是透過東京食品展的接洽而建立起連續兩年的合作，而在九州地區擁有高知名度的丸久連鎖超市下訂的 10.5 噸愛文芒果也在日前封櫃出口，透過大型連鎖超市的穩定進貨，能讓更多日本消費者輕易購得臺南優質的芒果和鳳梨等農特產，因此建議未來仍應持續參與東京食品展，藉以接觸更多日本各地的連鎖通路，以利將臺南農特產品銷往日本。

臺南跟日本淵源深厚，目前也有 14 個日本的締盟城市，黃市長不僅出國拚農產觀光行銷，也著眼於拜會官方與議會，透過親自拜訪展現臺南誠意，也能在臺南舉辦重要活動時，邀請對方來訪交流，例如今年初台灣燈會吸引了日美韓高達 18 個城市代表參加，而 7 月底即將在臺南舉辦的日台



交流高峰會也吸引了數百位日本地方議員報名參與，顯示市長出訪結合城市外交的重要性，建議未來安排出訪海外行銷時，可以視行程融入城市外交相關行程，以利臺南拓展國際友誼、創造臺南更多國際曝光度。

## 柒、 效益評估

黃偉哲市長致力於提高臺南農特產品在國際上的知名度和競爭力，積極帶隊出訪行銷與參展，為臺南農產品走向國際市場奠定了堅實的基礎，以芒果為例，農業局統計近年來臺南芒果外銷日本、香港及韓國等重要出口國外銷量約已高達 2,200 公噸，如此可讓辛勤種植的芒果農民能透過外銷獲得更好收入，而其他水果、漁產、花卉乃至於加工品等，也都是市府未來持續佈局海外行銷的標的，希望臺南農漁特產品成為海外消費者購買的首選。而市長結合農產、觀光與城市形象行銷的巧思，也可讓臺南整體國際形象提升，讓臺南的文化古都、美食之都、農業大市的豐饒形象更廣為人知。

## 捌、 相關報導

- 自由時報－黃偉哲快閃日本行銷臺南 與群馬縣前橋市長小川晶會面  
<https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/4708652>
- 中央社－臺南芒果上架日本超市 黃偉哲前橋市推廣臺南 400  
<https://www.cna.com.tw/news/alog/202406160135.aspx>
- NOWnews - 會晤新任日本群馬縣前橋市市長小川晶 黃偉哲盼持續深化  
兩市情誼 <https://www.nownews.com/news/6451470>
- 中華日報－行銷臺南 黃偉哲快閃群馬超市  
<https://www.cdns.com.tw/articles/1030975>
- 自由時報－黃偉哲 24 小時快閃日本 推銷臺南芒果  
<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/4707127>