

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展及訪問）

113 年度
「臺南市全球經貿合作拓展推動計畫」
2024 日本東京國際禮品及家居品展
與拓銷招商出國報告

服務機關：臺南市政府經濟發展局

姓名職稱：林榮川局長、林青蓉約僱人員

派赴國家或大陸地區：日本

活動期間：113 年 07 月 01 日至 113 年 07 月 05 日

報告日期：113 年 09 月 03 日

目 錄

| | |
|--------------------|----|
| 一、摘要 | 3 |
| 二、活動人員名單 | 4 |
| 三、目的 | 5 |
| 四、過程 | 6 |
| 五、心得 | 29 |
| 六、建議 | 30 |
| 七、效益 | 30 |
| 八、附件 | 39 |
| 展會現場活動剪影 | 39 |

一、摘要：

近年來因中美貿易戰、全球 COVID-19 疫情，加上烏俄戰爭影響全球產業景氣，本局在疫情減緩之際，加速辦理 2024 年臺南市全球經貿合作拓展推動計畫，帶領臺南 9 家廠商組成拓銷團，共同參與東京國際禮品及家用品展，藉由貼近買家與交流，進行擴展商機並接軌國際，以達產品外銷全球。

本次行程主要為帶領本府拓銷團共同參與東京國際禮品及家用品展，9 家拓展團廠商設置 4 個共同攤位，於日本有明展覽館東 7 館展出，以「臺南 400 年」品牌概念，塑造臺南市優質產品形象，協助參展廠商增加商貿機會，拓銷與推廣日本市場。

此次行程也拜訪當地企業與法人機構(如通路商-東武百貨池袋店三菱化學集團株式會社、ENEOS、JR 東日本的氫能巴士站、新能源產業綜合開發機構、松下草津工廠、伊藤忠商事株式會社東京總公司)，藉由瞭解雙方產業特性，結識當地知名產業代表和臺南市政府積極推動的綠能產業與智慧城市，促進臺日雙方產官研之永續交流。

本次參展特別聘請 3 位熟悉日本在地文化之臺灣僑胞當翻譯，加上代表各企業參展的國外業務人員相當有效率與努力投入，廣泛蒐集市場資訊，洽談中訪客有 373 家次，潛在買主有 145 家次，現場商談金額新臺幣 9,253 萬元，未來一年之潛在商機約達新臺幣 1 億 6,978 萬元，且藉由媒體刊登宣傳露出，提升臺南產業能見度。

二、活動人員名單

| 編號 | 姓名 | 單位職稱 | 工作項目 |
|----|-----|--------------------------|-----------|
| 1 | 林榮川 | 臺南市政府經濟發展局 局長 | 總率隊官與活動督導 |
| 2 | 林青蓉 | 臺南市政府經濟發展局 投資商務科 約僱人員 | 活動執行 |

一同拜會及參展人員：

| 編號 | 單位 | 姓名 職稱 |
|----|-------------|----------------------------------|
| 1 | 工業技術研究院 | 李士畦 副執行長 陳紀輝 業務經理 紀明伶 副管理師 |
| 2 | 富樂夢股份有限公司 | 鄭佩雯 主任 |
| 3. | 艾森曼國際股份有限公司 | 楊國駿 特助 何秋彥 經理 |
| 4 | 詠糧實業有限公司 | 蕭崇璋 經理 |
| 5 | 綠果企業有限公司 | 蘇晏代 經理 |
| 6 | 保康生醫股份有限公司 | 林信宏 總經理 高嘉皇 董事長 |
| 7 | 腳丫子工作室有限公司 | 陳芮恩 經理 洪誼臻 經理 |
| 8 | 一兆國際貿易有限公司 | 張煥昇 經理 |
| 9 | 明林股份有限公司 | 林宜宏 總經理特助 謝函純 市場經理 |
| 10 | 寬基股份有限公司 | 顏家淳 總監 陳偉鵬 總經理 |

三、目的

本次活動係為本局積極協助本市廠商拓展國際市場，帶領本市廠商參展、辦理商機拓展媒合會及企業參訪拓展商機，因本市產業以中小企業為主，近年來因中美貿易戰、全球 COVID-19 疫情，加上烏俄戰爭影響全球產業供應鏈，目前大環境景氣較低迷，企業要創造商機必須積極走向國際市場，才有機會建立永續發展的目標。

本局目前有 SBIR、產業服務團、產業創新計畫等輔導案，積極協助企業提升創新研發能力。為因應全球化之潮流趨勢，協助本市優質中小企業拓展國際市場，本局在疫情減緩之際，加速辦理 2024 年度臺南市全球經貿合作拓展推動計畫，帶領臺南廠商參加國際展會，藉由貼近買家與交流，進行擴展商機並接軌國際，以達產品外銷全球。除參展外，也連繫海外當地具合作潛力及媒合意願廠商，於展期前拜會海外產業群聚園區或廠商進行交流，互相認識與學習，以創造商機。

本次行程目的主要有三：一、帶領本府相關領域廠商共同參展(東京國際禮品及家用品展)、買家商機媒合會和潛在買家企業參訪之三合一方式，辦理日本市場拓銷與推廣。二、配合海外行程拜訪相關的國外機關，希望雙方能彼此瞭解，取得經驗的學習及當地企業的相關技術發展資訊，作為本局招商策略訂定與調整的參考。三、在參展的過程中，透過展會活動行銷本市投資環境，進行招商引資，吸引廠商來本市發展。

國內中小企業創業為艱，資源短缺，個別海外拓銷成本高昂，本次參與東京國際禮品及家用品展作為參展的展會，鼓勵廠商藉由共同參展、共同呈現展品，作為招商行銷的據點及媒合場地，且用日本的角度設計製作共同型錄，聚集人氣吸引買家目光，以多元的整體行銷，發揮協助本市企業參展拓展海外市場的最大效益。

四、過程

本次參展拓銷擇定參加日本 2024 LIFESTYLE WeekTOKYO (July)東京國際禮品及家用品展，於 2024 年 3 月 29 日假經濟部南臺灣創新園區 S 館 201 室辦理「全球經貿合作拓展說明會」，共計 34 家廠商、60 人次參與。另透過各式各樣管道進行廣宣，如本局官方網站、臺南市觀光工廠發展協會 LINE 群組、汽機車研發暨策略聯盟 LINE 群組、臺灣流行時尚產業聯盟 LINE 群組、工研院各活動宣傳網站及 EDM 發送，募集各企業廠商來報名參加。

2024

03.29 (五)

2024臺南市 全球經貿合作拓展說明會

為促進大臺南產業如何與國際接軌，配合國際貿易之自由化、國際化與前瞻性思維，臺南市政府本著積極協助廠商佈局全球，特以參展、參訪和媒合會三合一執行策略及實施程序，擴大臺南市全球經貿合作拓銷團的整合行銷和招商的成效，深耕國外地區，結合臺南在地優勢與新興產業，擴大合作範疇與範圍，開啟企業合作新型態，以共同參展各自接單的方式，攜手參與臺南市全球經貿合作拓展。

此波全球拓銷活動以 2024 年印尼臺灣形象展、日本東京國際禮品及家居品展、德國法蘭克福汽車零配件展為主軸，期能帶動臺南食品、汽機車零組件、金屬加工和紡織…等優勢產業，以及生物科技、文創、流行時尚…等新興產業，運用產業互補優勢，共同開拓全球市場。

誠摯邀請您踴躍參與，開創全球經貿合作拓展商機！

主辦單位  臺南市政府經濟發展局 執行單位  財團法人工業技術研究院

【時間】113年3月29日(五) 13:30~17:00

【地點】經濟部南台灣創新園區S館207室(臺南市安南區工業二路31號)

活動議程

| 時間 | 議題 | 主持人/主講人 |
|-------------|--------------------|------------------------------|
| 13:30~13:50 | 報到 | |
| 13:50~14:00 | 主席/貴賓致詞 | |
| 14:00~15:00 | 為國際參展增值-海外參展實務案例分享 | 安益國際展覽股份有限公司 行銷企劃組 文麗鳳 組長 |
| 15:00~15:20 | 臺南市全球經貿合作拓展計畫說明 | 工業技術研究院 |
| 15:20~15:40 | 廠商交流(敬備茶點) | |
| 15:40~16:10 | 國際展會拓銷實務與經驗分享(1) | 保康生醫股份有限公司 林信宏 總經理 |
| 16:10~16:40 | 國際展會拓銷實務與經驗分享(2) | 綠果企業有限公司 陳俊淵 董事長 |
| 16:40~17:00 | Q&A | |

本次共募集 11 家知名企業廠商報名參加，透過公平公正公開之遴選方式邀請專家評委遴選出具代表性之 9 家廠商組成拓銷團一同至東京參展，其中有幾家廠商未曾有參加國際展會之經驗，期藉本次活動共同學習，將具外銷潛力的優良產品推向國際。

2024 年 6 月 6 日臺南市政府永華行政中心 3F 會議室，舉辦日本經貿合作拓展團行前訓練暨說明會，共計 25 人次參與。期能讓團員充分瞭解全部行程和三合一之執行方式，強化拓銷和接單成效。說明會現場介紹委託團隊的精心設計與展場安排，製作精闢的共同文宣作為統一行銷工具，增加參展廠商的整體曝光度，以及相互提升買氣的多重目標，並針對參展專業進行相關說明。

臺南市全球經貿合作拓銷團成員一覽表

| 編號 | 公司 | 資本額(NTD) | 正備取 |
|----|-------------|---------------|-----|
| 1 | 富樂夢股份有限公司 | \$250,000,000 | 正取 |
| 2 | 艾森曼國際股份有限公司 | \$140,000,000 | 正取 |
| 3 | 詠糧實業有限公司 | \$10,000,000 | 正取 |
| 4 | 綠果企業有限公司 | \$5,000,000 | 正取 |
| 5 | 保康生醫股份有限公司 | \$10,000,000 | 正取 |
| 6 | 腳丫子工作室有限公司 | \$5,000,000 | 正取 |
| 7 | 一兆國際貿易有限公司 | \$5,000,000 | 正取 |
| 8 | 明林股份有限公司 | \$10,000,000 | 正取 |
| 9 | 寬基股份有限公司 | \$10,000,000 | 正取 |
| 10 | 天然食品企業社 | \$500,000 | 備取 |
| 11 | 季水商號 | \$60,000 | 備取 |

9 家參展廠商介紹

| NO | 公司 | 英文名 | 簡介 |
|----|-------------|--|--|
| 1 | 富樂夢股份有限公司 | Flomo Plastics Industrial Co., Ltd. | FLOMO 富樂夢公司創立於 1971 年，是國內首家「新潮文具」專業製造廠商，主要生產「多功能鉛筆盒」兒童文具產品，曾為臺灣創下「鉛筆盒王國」的美譽，更是世界各大知名品牌的最佳夥伴，曾獲「臺灣精品獎」及「臺灣優良品牌」的殊榮。 |
| 2 | 艾森曼國際股份有限公司 | EISENMAN INTERNATI ONAL COMPANY | 提供醫院診所設計建造營運服務，開發醫療資訊系統及相關設備產品。目前已營運一間婦產及小兒科診所，並開發提供聯網功能紫外燈產品，亦可適用一般居家消毒。我們致力於提供安全舒適高效消毒方案，確保人員健康安全。 |
| 3 | 詠糧實業有限公司 | FOREVER SWEETY SUGAR TRADE COMPANY | 「永良老頭家」，座落於臺南東山，是在地最新的老品牌。永良老頭家的製造一廠成立於 1991 年的東山郊區，初期以分裝砂糖及產製冰糖起家，隨著人們生活飲食文化的改變，客戶對於糖的角色也有了不同的定位與用法，因此，我們從 1995 年開始製造冬瓜茶磚、臺灣黑糖、紅冰糖等傳統糖品。我們致力從古法中創新與改良，包括研發無棉線冰糖的製程並取得專利，以及全球首創冬瓜茶磚的雙十字刀切法。加上數十餘年的製造業經驗，我們永遠提早幫顧客多想一步，準備好解決顧客的問題，因此使永良老頭家在上市櫃餐飲集團、中大型手搖飲品牌，以及海內外無數的客戶中獲得許多信任與好評。感謝客戶的提攜，使得我們逐年成長茁壯，至今銷售通路擴及至北美、中東、東南亞等區域，同時也是臺灣冬瓜磚外銷世界總量第一的品牌。 |
| 4 | 綠果企業有限公司 | GREEN CONUT CO., LTD. | 綠果有 13 年肌膚洗沐保養品經驗，自創品牌「綠果 GreenConut」是亞洲第一間全產品純粹無香料添加的植萃保養品。綠果企業協助無數國內外精品品牌代工客製化服務；從原料、生產到產品製成，可達零廢料。友善生產，減少環境賀爾蒙到下水道系統，透過實驗室，讓客供原料也能轉換成產品，也能協助農業廢棄物永續轉換成有價商品。 |

| NO | 公司 | 英文名 | 簡介 |
|----|------------|---|--|
| 5 | 保康生醫股份有限公司 | PAO-CAN BIOMEDICAL CO., LTD. | 保康生醫成立於民國 100 年 5 月，主要從事保健食品及飲品研發及代工業務，銷售國際優質保健商品並開發自有品牌。隨著全球對於「健康」的看法，從過去以服藥治療疾病為主的觀念，也逐漸改變日常保健、預防疾病的觀念，開發符合國際潮流優質國際品牌營養保健品與研發生產具有強健生理、增進健康的作用之產品。 |
| 6 | 腳丫子工作室有限公司 | Artisanal sandals Co., Ltd. | 腳丫子有 20 幾年的製造經驗，具專業技術及豐富製造經驗，客製手工鞋店，於 2005 年在臺南市中正商圈(正興街)開設第一家手工訂作涼鞋店，配合個人喜好量腳訂作多元款式顏色，給客戶最多樣選擇，跟上時尚潮流，公司於 2009 年打入日本和澳洲市場。 |
| 7 | 一兆國際貿易有限公司 | PRECISE AND FASHION INTERNATIONAL CO., LTD. | 本公司成立於 1944 年，擁有優秀的設計團隊及經驗豐富的版房師傅，能在第一時間設計與製作客戶訂製的商品。生產最優質的產品，在具備專業化生產設備的領域中，用最優秀的技術不斷開拓與創新。生產線上也都是經驗十足的員工，產品品質穩定。因此本公司具備以下三點優勢： (1) 品質：我們致力於提高品質及生產效率，提升競爭力。 (2) 交期：我們的生產線提供最快的交期，滿足客戶需求。 (3) 服務：不斷提高企業的競爭力，並對產品品質求新求變，以致達成客戶最好的服務。 |
| 8 | 明林股份有限公司 | TIAN RAN FOODS CO. | 1964 年成立的「明林股份有限公司」(明林蕾絲)，過去以「天馬牌」享譽全臺，更被業界稱為「蕾絲小王國」，為南臺灣最大的蕾絲供應商，擁有上萬種的蕾絲種類與花樣，產品多元且應有盡有，且做工細緻，種類樣式豐富齊全，深受客戶喜愛。2014 年正式成立了「小天馬」品牌，同時進駐臺南最美的林百貨開設品牌專櫃，以臺灣臺南-蕾絲王國為起點，重新出發開創出全新的格局。近年多次受邀參與文創產業展覽，產品研發實力備受肯定。除品牌商品零售外，同時希望延續過去蕾絲供應商累積之大量蕾絲素材與整合上下游製造商優勢，積極拓展 BtoB 小額 diy 客製設計材料市場。 |

| NO | 公司 | 英文名 | 簡介 |
|----|----------|--|--|
| 9 | 寬基股份有限公司 | Flomo Plastics Industrial Co., Ltd. | 寬基股份有限公司主要服務室內與戶外景觀設計裝潢，包含所有規劃設計與材料選用及裝潢工程。同時，針對居家與戶外的生活用品也一併提供客戶設計生產服務，橙豐國際則為其主要合作廠商，專主設計生產室內與戶外生活需求用品，並且啟動永續環保設計於產品中(包含生活中室內、戶外所需的包包、提袋與生活用品)，共同打造提供給所有人，不論您是在家中生活或在戶外活動，皆可擁有最舒適、樂活與永續環保的綠生活環境與享受。 |

(一)行程規畫與安排

本次東京行程總共五天(7月1日~5日)，參與的廠商除委辦單位工研院外，合計有9家廠商共同參與，其行程規劃分為三大主軸：1、日本通路商(產品媒合及招商)，2、參加展會(廠商參展、商洽媒合會、招商行銷)，3、拜訪日本產研機構。

參展行程規劃表

| 天 | 日期 | 行程 |
|---|---------------------|--|
| 1 | 07月1日 (一) 東京都 | 高雄→東京 華航CI102 08:00 高雄→ 12:30 成田 14:30~15:30 成田機場→築地市場 15:30~18:00 築地市場 18:00~18:30 築地市場→東京灣有明相鐵飯店(Sotetsu Grand Fresa Tokyo-Bay Ariake) |
| 2 | 07月2日 (二) 東京都 | 09:30~09:45有明相鐵飯店Lobby集合，09:45出發 10:30~12:00 通路商東武百貨池袋店交流商談〒171-8512東京都豊島区西池袋1-1-25 13:15~14:30ENEOS交流商談(氢能)東京都中央区晴海5-5-12 15:30~16:30 三菱化學集團株式會社交流商談Mitsubishi Chemical Group Corporation 1 Chome-1-1 Marunouchi, Chiyoda City, Tokyo 100-0005日本(廠商15:00~18:00到會場場佈) 16:30~17:00 回東京灣有明相鐵飯店 |
| 3 | 07月3日 (三) 東京都 | 08:45~09:00 有明相鐵飯店Lobby集合，09:00出發 09:30~11:00 LIFESTYLE Week TOKYO 展館(開幕) 11:30~12:30訪問JR東日本的氢能巴士站〒108-0075 東京都港区港南2丁目1高輪GATEWAY站跟他们集合 13:00~14:30 午餐 15:00~16:30 新能源產業綜合開發機構交流商談(NEDO)(車程約30分)日本〒212-0014 Kanagawa, Kawasaki, Saiwai Ward, Omiyacho, 1310 16:30~17:00 回東京灣有明相鐵飯店 18:30~20:00 交流餐會(局長、工研院副執行長)宴請廠商及駐日代表處がぜん有明店TEL:03-3529-5588 http://www.gazen.net/ |
| 4 | 07月4日 (四) 東京都 | 06:05~06:20 有明相鐵飯店Lobby集合，06:20出發 07:15~09:30新幹線-品川站⇒京都站 10:00~12:00 京都-經濟建設考查 13:30~15:30 松下草津工廠交流商談日本〒525-0058 Shiga, Kusatsu, Nojihigashi, 2 Chome-3-1-2 20:00~22:07 新幹線-京都站⇒品川站 22:30 有明相鐵飯店 |
| 5 | 07月5日 (五) 返臺 | 08:15~08:30 於飯店Lobby集合，08:30出發前往成田機場 09:00~10:30 伊藤忠商事株式會社東京總公司交流商談日本〒107-8077 Tokyo, Minato City, Kita-Aoyama, 2 Chome-5-1 10:30~11:30 前往成田機場 13:30~16:30 中華航空CI103: 成田13:30→高雄16:30 |

(二) 參訪日本通路商

依市場需求於日本東京參訪當地相關領域通路商，擴展產品合作商機，於 2024 年 7 月 2 日安排東京知名通路商進行參訪，期能促成彼此瞭解開創商機，本次拜訪東武百貨公司池袋店，進行商機拓展參訪，進行採購會談，安排廠商個自向日本公司之採購進行一對一產品簡介商談，強化成案機會。

1、東武百貨公司參訪及商品媒合

東武鐵道的鐵道路線網絡跨越東京、千葉、埼玉、櫛木、群馬，共一都四縣。使用目的包含通勤、通學、商業、觀光等林林總總，全線通車長度為 463.3 公里，此距離在關東私鐵當中首屈一指。

以東武鐵道為核心的東武集團，同時也經營了健身俱樂部、高爾夫球場、主題樂園與飯店。在鬼怒川溫泉區經營有網羅全世界著名建築物 1/25 微縮景觀的「東武世界廣場」、與和萬豪集團連鎖協助的「萬豪銀座東武飯店」、「東京黎凡特東武酒店」。此外、除鐵道沿線外，更在東京都內進行大廈與住宅區的開發事業，甚而擴展至百貨公司經營。

東武百貨公司池袋店擁有 83,000 m²的賣場面積，是都內規模最大的百貨公司。可從店內直通東京首屈一指的樞紐站——池袋站西口，交通極為便利。雨天也無需擔心被雨淋濕，可盡情享受購物樂趣。

參訪流程說明：

參訪活動分成兩大部分，第一是由日方安排會議室以一對一媒合商談型式接待我方團員，二則由催事部統括經理深井英孝和販賣促進課承辦係長內田幸子說明東武百貨之需求，讓廠商了解其擺設及商品種類、內容、促銷方式。並由臺南廠商逐一向東武百貨介紹產品，並在會議中提供樣品給負責採購的主管，會後局長交換禮物時也附上 3 份共同行銷的 DM 和日文之臺南投資手冊。



廠商介紹產品(1)



廠商介紹產品(2)



廠商介紹產品(3)



致贈禮品



致贈禮品



大合照

(三) 拜訪日本機構

臺南市政府經濟發展(本)局林局長為擴展和日本產業永續交流並推動公私及國際合作招商，特請工研院協助安排參訪日本地方政府與企業，此行林局長特別拜會 ENEOS、三菱化學集團株式會社、JR 東日本的氫能巴士站、新能源產業綜合開發機構 (NEDO)、京都-經濟建設考查、松下草津工廠、伊藤忠商事株式會社 東京總公司，藉由瞭解雙方產業特性與運作機制，連結當地產業代表，促進臺日雙方產官研之交流與招商推動。

市府與工研院出席人員及其行程安排如下：

1. 臺南市政府經濟發展局 林榮川 局長
2. 臺南市政府經濟發展局能源科 郭律呈 科長
3. 臺南市政府經濟發展局能源科 王漢昌 僱員
4. 臺南市政府經濟發展局投資商務科 林青蓉 僱員
5. 工業技術研究院中分院 李士畦 副執行長
6. 外國語學校通譯 森本 亞由美

1、ENEOS

主要接待與洽談人員：

有田 拓人

洽談地點：100-8162 東京都千代田区大手町一丁目 1 番 2 號

參訪過程：

日本石油公司 Eneos 正在建構綠氫 (Green Hydrogen) 的供應鏈，在 2023 年 6 月以自家的氫載體 (Hydrogen Carrier) 技術，從澳洲運輸綠色氫能到日本，經由把載體還原提取出氫的過程後，在橫濱的加氫站替氫燃料電池車 (FCV) 填充氫燃料。

根據 Eneos 官網與日刊工業新聞 (Nikkan Kogyo) 等報導，Eneos 進行的實驗，是把綠氫從澳洲大量運到日本，替車輛填充氫能。



拜訪 ENEOS

2、三菱化學集團株式會社

主要接待與洽談人員：

中道學部長、迫直樹本部長、竹岡洋輔部長、平原聡

三菱化學集團自 1950 年成立至今已有 57 年的歷史，以石油化學，功能產品，衛生保健領域為支柱，已發展成為擁有下屬企業 371 家，其中 113 家在世界 17 個國家開展業務的跨國企業。銷售額達 26000 億日元，是日本排名第 1，世界排名第 5 位的綜合型化學企業。三菱化學自 1963 年對中國開始出口肥料，1972 年在中國香港設立現地法人以來，主要以產品加工為中心開展中國的業務，如今已將業務擴展到聚丙烯共混物、醫藥品等廣闊的領域。三菱化學集團是由三菱化學株式會社，三菱化學控股株式會社，三菱製藥株式會社以及 3 個公司的下屬企業組成。

三菱化學集團的宗旨是引領創新解決方案，實現 KAITEKI、人類和地球的福祉。我們正在努力製定 2035 年的新願景，同時重新探索如何為解決各種社會問題做出貢獻以及如何提高企業價值。



3、JR 東日本的氫能巴士站

JR 東日本は 18 日、正式跟日本國內媒體記者首次公開，由氫氣為燃料的電池與蓄電池並用的雙燃料混和方式實驗車輛「HIBARI」。3 月下旬起將從南武線（川崎—登戸）等開始進行試運轉，預計在 2030 年正式邁向實用化。開發費用約 40 億日圓。

搭載由豐田汽車所開發的燃料電池裝置，藉由氫氣與氧氣的化學反應下產生的電力來推動車輛。裝置運作的模樣也跟媒體記者公開，車輛下部則是會排出化學反應後的水。

車輛外觀則是以水為意象打造藍色外觀，座席則是以山脈排列为意象設計。兩節車廂編成下一次最大的氫氣補充下最多能運轉 140 公里。

JR 東日本目前以二氧化碳排出量在 2050 年度能夠實質達到 0 為目標。研究開發中心的所長大泉正一表示「將考量陸續替換既有的柴油車。實驗時，會根據運轉的成本一起考量要用什麼樣的路線才是最恰當的」。



4. 新能源產業綜合開發機構(NEDO)

新能源產業技術綜合開發機構（新エネルギー・産業技術総合開発機構，簡稱 NEDO（ネド，New Energy and Industrial Technology Development Organization））是日本的一個獨立行政法人，由經濟產業省所管轄。主要業務為環境保護政策與科學技術開發。本部位於神奈川縣川崎市。

NEDO 是一個國家研究和開發機構，推動新能源的開發和促進能源事業之發展以及產業技術之革新，透過促進實現永續社會所需的研究和開發來創造創

新。

作為開發和測試高風險創新技術並推動成果社會實施的“創新加速器”，我們旨在解決社會問題。

在氫能領域，NEDO 正在推動氫從生產到運輸、儲存和使用的技術開發，包括燃料電池、加氫站、氫發電、大規模氫供應鏈和電轉氣技術，從而顯著擴大氫氣的利用率。在蓄電池領域，NEDO 也進行研究，開發性能遠優於傳統鋰離子電池的全固態鋰離子電池以及其他類型的創新蓄電池。



參訪交流

5. 松下草津工廠

日本松下工廠示範使用全球首創 100% 氫氣再生能源，日本松下公司在滋賀縣草津市的松下草津工廠，開始示範實驗工廠使用的所有電力都使用可再生能源來供應。

發電的來源是工廠腹地上排列的太陽能板，一共設置了 1820 片太陽能板。一般來說太陽能發電不適合工廠供電，因為容易受天氣的影響，無法產生穩定的供電力。但是，這次松下工廠除了太陽能板，並結合使用以氫 hydrogen 發電的燃料電池組。單台燃料電池組的高為 176 公分，寬 83 公分，深 42 公分，共使用了 99 組的氫電池。

松下執行董事 Mitsutoshi Shigeta 表示，這個叫 ENE-FARM 的燃料電池組是以家庭用燃料電池為基礎開發出來的。透過連結小型燃料電池組，即使在維修期間也可以替代補充其他的燃料電池，因此可以不間斷地持續提供電力。

而且這組燃料電池有的高效率，因為小型化組合，不須同時全部發電，可以根據需要的電量，部分的電池組來供電或停止電源。

這是世界上第一個利用這種氫 hydrogen 發電的燃料電池組，並用再生能源覆蓋所有工廠的發電。松下也充分利用鋰離子蓄電池來儲存多餘的電力，使用太陽能、氫氣和蓄電池來提供工廠使用的電力。經過這次的示範實驗，松下計劃從明年開始向國內外公司銷售這套發電系統。



6. 伊藤忠商事株式会社 東京總公司

伊藤忠商事與丸紅均起源於纖維大亨伊藤忠財閥，二戰後歷經財團的分割、整合，伊藤忠商事於 1949 年創立，以買方好、賣方好、社會好「三好」為經營理念持續至今。

現資本額約 2534 億日圓，集團總員工人數約為 13 萬人，年營業額高達 10 兆日圓以上，是日本代表企業之一。主要的商業策略以經營民生消費為主軸，包含纖維、食品、住宅生活、金融情報，但也持有機械、能源、化學等公司之經營。

2020 年雖然歷經新冠疫情，伊藤忠商事卻因仍能維持高獲利水準而獲得世人注目，社長鈴木善久自行分析伊藤忠商事之所以能對抗嚴峻經營環境的理由之一，就是分散事業分險。

例如伊藤忠商事雖經營汽車零件買賣，但只佔其事業體的非常小部分，因此汽車零件業低迷時受到的影響不大。另一方面，因居家工作等環境興起，住宅和建材事業等產業榮景一片，連帶集團營收也獲得助益。

除此之外，伊藤忠商事比其他商社有強的底氣對抗嚴峻的經營環境，會長剛藤正廣功不可沒。2000年伊藤忠商旗下約有1000家公司，但經營獲利者僅佔6成，2010年剛藤會長擔任社長期間，對虧損的公司進行大幅度調整，2019年旗下事業體雖僅剩290間公司，但營業有獲利的公司卻高達九成。

而居安思危的態度則是伊藤忠商事面對日常經營的不變原則。例如2020年新冠疫情爆發前就開始進行布局規畫，評估2021年春天疫情可能會減緩，並預測東京奧運後景氣會有回復趨勢。但是，在各國金融政策緩和情況下，股票市場將受到影響，匯率也可能會變得不安定。像這樣不間斷的預測、調整方向做好面對市場、環境的挑戰正是企業經營的重點。

不依賴價格變動激烈的資源型領域，伊藤忠將心力透入發展非資源事業，有別於石油、礦石等資源型事業，與日常生活相關的非資源型事業較不容易受到各國經濟及政策影響，這也是伊藤忠商事主要的經營重點。例如在2012年收購世界最大蔬果業者DOLE亞洲區的業務及全球加工食品事業外，2020年投入5800億日圓收購日本全家便利商店股份，並預計將其子公司化，而如何與7-11力拼超商王者寶座，強化商品開發力則是接下來要面臨的挑戰。

伊藤忠商事預計2022年的3月期純利益將會成長超過三成來到5500億日圓的史上最高，而2023年至2024年的中期計畫則是以6000億日圓的純利益為目標。但要如何達成目標，蓄電池、再生能源事業及塑膠回收等與SDG永續發展有關的事業則是未來主戰場，顯示伊藤忠商事即使已晉身商社之冠，仍在持續進化中。





(四) 東京國際禮品展及辦理洽商媒合會

本次參加日本 2024 LIFESTYLE Week TOKYO 東京國際禮品及家用品展，本市在東京 Big Sight 國際有明展覽中心 7 館租用 4 格攤位，規劃讓此行共同參展之 9 家廠商有整體展出的空間與洽談區外，在考量空間運用與翻譯人力調度下，同時作為洽商媒合的場地。

今(2024)年度特規畫以「魅力臺南・歡慶 400」主題規劃整體攤位，為使參展攤位提高人潮及關注度，特選三面走道之轉角攤位作為此次參展攤，整體規劃搭配主視覺一體呈現，利用視覺感加強本展之專業度及一體性，規劃下圖。

臺灣臺南形象館示意圖



臺灣臺南形象館 DM 示意圖

1、LIFESTYLE Week TOKYO 東京國際禮品及家用品展介紹

展會地點：東京 Big Sight 國際有明展覽中心

主辦單位：日本最大的商展公司 RX Japan Ltd.

展會內容：

為再擴大拓銷成效，行前 2 個月事先委由前工研院駐日本代表 陳文祈社長，邀約與拓銷團產業相關之日本廠商共 12 家，黑貓豆花有限会社、株式会社ジ-リ-メディアグループ、株式会社ベル・ネット、茶乃樹株式会社、株式会社エスラボ、増研有限会社、東武百貨公司、株式會社 Loft、朝味有限会社、有限会社ミドルフラットインターナショナル、アスマイルジャパン株式会社、株式會社榮建設進行一對一媒合商談，期間促成近 2 億之商機，並建構國際整合拓銷之三合一創新模式，強化拓銷效果。

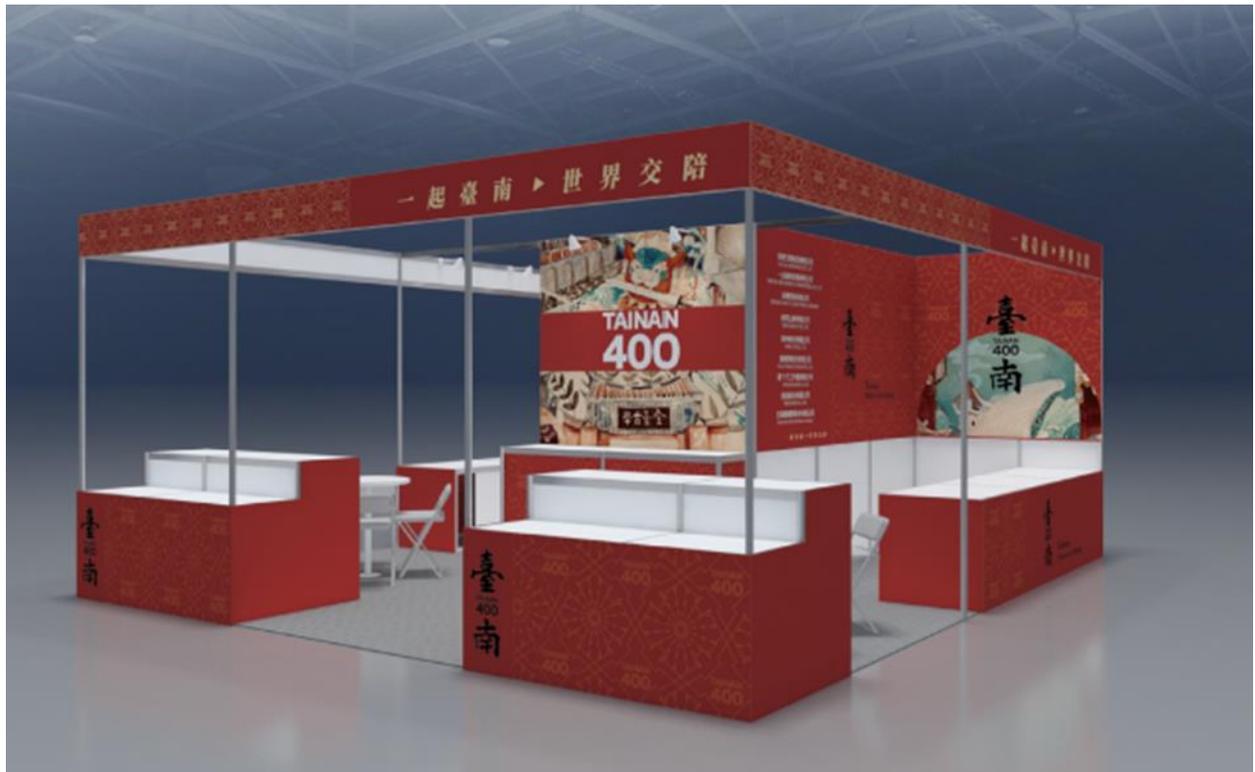
整合臺南市全球經貿合作拓展團共有 9 家廠商參與，以臺南城市特色商品，融入「臺南 400 年」品牌概念，塑造臺南市優質產品形象，推出超過 45 項臺南在地產品，並安排並安排知名連鎖店採購會談，包括有日本東武百貨公司池袋店，賣場面積達 83,000 m²，是東京都內規模最大的百貨公司；日本首屈一指的生活雜貨專門店株式會社 Loft，並安排一對一的採購會談，爭取廠商個自向日方公司之採購進行產品簡介，強化成案機會。本計畫為擴大拓銷成效，特別安排買家之洽商媒合會並將廠商產品資料會前提供日廠參考，執行單位共邀約邀約與拓銷團產業相關之日本廠商共 12 家，黑貓豆花有限会社、株式会社ジ-リ-メディアグループ、株式会社ベル・ネット、茶乃樹株式会社、株式会社エスラボ、増研有限会社、東武百貨公司、株式會社 Loft、朝味有限会社、有限会社ミドルフラットインターナショナル、アスマイルジャパン株式会社、株式會社榮建設進行一對一媒合商談，本次活動參與企業不僅與媒合採購日商商談熱絡，展會期間到訪買家亦絡繹不絕，展現整體行銷之氣勢，並擴大買主的多元選擇，拉抬參與廠商之接單效益，展後統計洽商結果預計未來一年商機達新臺幣 1 億 6,978 萬元，成果豐碩，並建構國際整合拓銷之三合一創新模式，強化拓銷效果。



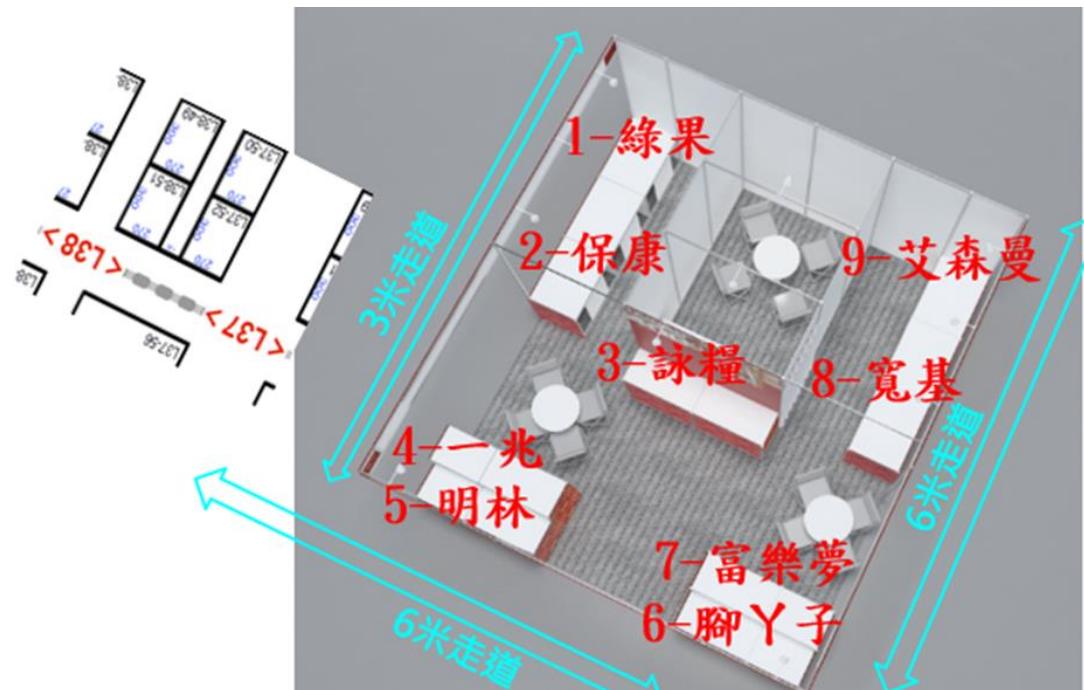
2024 LIFESTYLE Week TOKYO 東京國際禮品及家居品展

2、本局拓銷團攤位位置



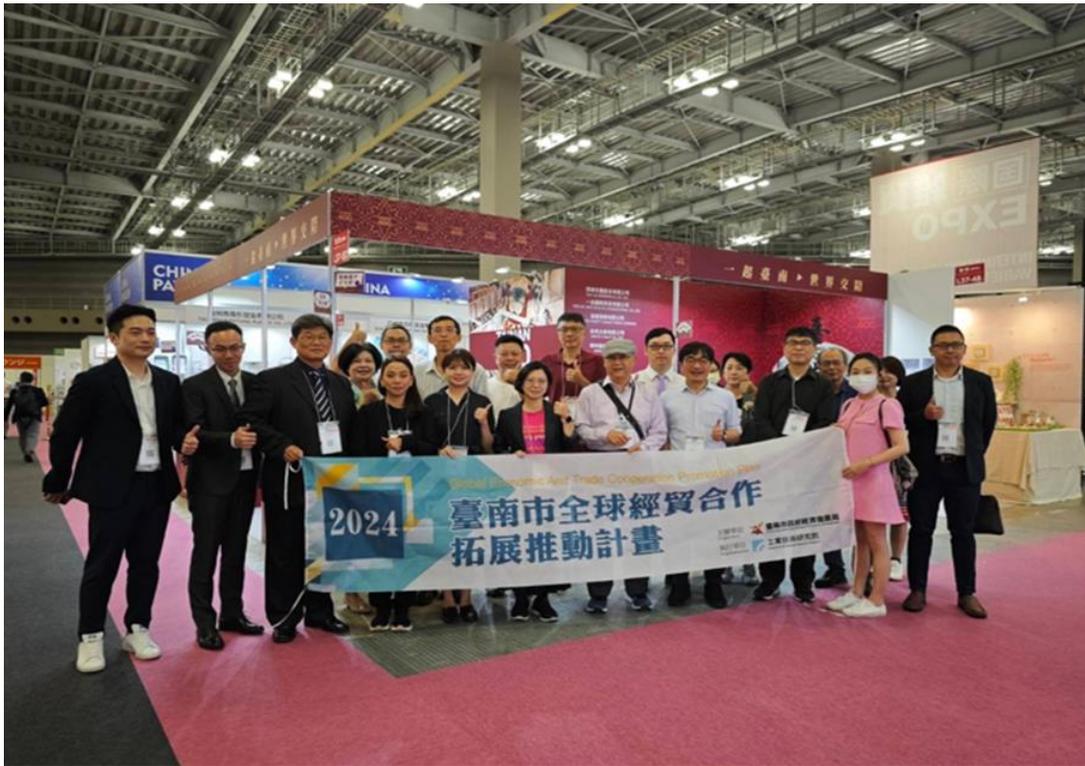


臺灣臺南形象館示意圖



LIFESTYLE WEEK 2024 東京國際禮品及家居品展拓銷團參展示意圖

展會現場參展照片



3、本次商洽媒合廠商介紹及商洽現況

會前本局依產業特性和市場需求於安排日本經貿合作拓展媒合商洽會，協助媒合促成雙方合作或交易達成。2024 LIFESTYLE Week TOKYO 東京國際禮品及家用品展共有臺南廠商 9 家廠商推出超過 45 項臺南在地國際禮品暨家居用品，此次呈現的內涵，在商品面上拉出鮮明的商品故事和展現人情魅力。

為再擴大拓銷成效，行前 2 個月事先委由前工研院駐日本代表 陳文祈社長 邀約與拓銷團產業相關之日本廠商共 12 家，黑貓豆花有限会社、株式会社ジ-リ-メディアグループ、株式会社ベル・ネット、茶乃樹株式会社、株式会社エスラボ、増研有限会社、東武百貨公司、株式會社 Loft、朝味有限会社、有限会社ミドルフラットインターナショナル、アスマイルジャパン株式会社、株式會社榮建設進行一對一媒合商談，期間促成近 2 億之商機，並建構國際整合拓銷之三合一創新模式，強化拓銷效果。

- 媒合會時間：2024/7/3(三) ~2024/7/5(五)
- 媒合會地點：2024 LIFESTYLE Week TOKYO 東京國際禮品及家用品展
- 出席廠商：9 家廠商參展、日方 12 家廠商

4、本次媒合會現場照片



五、心得

- (一) 本次日本經貿拓展以「臺南 400」作為美術設計主軸，共同規劃臺南形象館，來呈現臺南文創禮品產業之專業及時尚的形象，加上有本局掛名行銷拓銷團廠商的產品，讓來訪客戶對展示產品更有信賴，有助提高客戶停留時間、留下資料和下單的機率。
- (二) 因本次參展前有事先安排邀約與拓銷團廠商產業相關之日本商株社，來展區進行一對一媒合商談，促成許多商機；另展覽期間，有聘請 3 位熟悉日本在地文化之臺灣僑胞當翻譯，讓來訪客戶增加親切感及熟識度，進而增加推銷產品機會，這些行銷模式可學習及模仿運用。
- (三) 本局局長特別拜會川崎市及筑波市，瞭解該市近年來積極發展太陽能、

氫能與生質能等綠色科技發展現況，鏈結本府沙崙綠能科學城、成功大學、工研院等產官研單位之綠能領域，日後可透過工研院協助尋求雙方持續交流、推動跨國合作機會，進而促成雙方企業來往，開創合作商機。

(四)藉由工研院研究量能及其日本駐外點人員協助，本局林局長走訪拜會 ENEOS、三菱化學集團株式會社、JR 東日本的氫能巴士站、新能源產業綜合開發機構(NEDO)、松下草津工廠、伊藤忠商事株式會社 東京總公司等日本一流的機構，瞭解雙方未來產業特性，結識當地產業代表和城市經驗交流，促進臺日雙方產官研之永續合作機會。

六、建議

- (一) 掌握市場的流行趨勢:經常赴日蒐集市場最新訊息，如服飾產品等具有季節性之產品，可配合季節赴日參觀，掌握流行趨勢，開發設計符合日本市場的造型、顏色、素材之新產品，即時提供符合消費者需求之特色商品。
- (二) 積極提高產品形象、獨創品牌:掌握日本市場需求趨勢、加強新產品研發及設計，強化包裝及日文產品說明，提升產品形象。日本業者皆重視新商品之開發，並注重產品的機能、品質、設計、包裝等附加價值，我國業者應積極開發具獨創性品牌商品，將是獲得更多利益之最佳途徑之一。

七、效益

本府以群策群力的方式集結 9 家廠商，整合產業鏈全系列之相關產品及拓展團成員既有的利基產品，以「共同參展、各自接單」的方式聯合參展，擴大參展效果和降低成本，吸引國際買家的目光，因應買家的不同需求，由拓展團成員各自接單，開創新商機，並以參展、拓銷參訪和辦理商機媒合會之三合一方式，擴大日本拓銷整合拓銷和招商的成效。也藉由媒體刊登宣傳，提升臺南產業見度能，新聞稿發布情形國外露出 2 則，國內露出 15 則平面或電子新聞宣傳。

本次參展設置特選 4 格合一之展區，本次參展有 4 個攤位，加上整體感

的設計後，吸引買主的目光，代表各企業參展的國外業務人員相當有效率與努力投入，廣泛蒐集市場資訊，爭取與客戶的互動。洽談中訪客有 373 家次，潛在買主有 145 家次，現場商談金額新臺幣 9,253 萬元，未來一年之潛在商機約達新臺幣 1 億 6,978 萬元，經貿拓展團廠商對臺南市政府經濟發展局的服務相當肯定，期能編列更多經費造福更多本市的廠商。

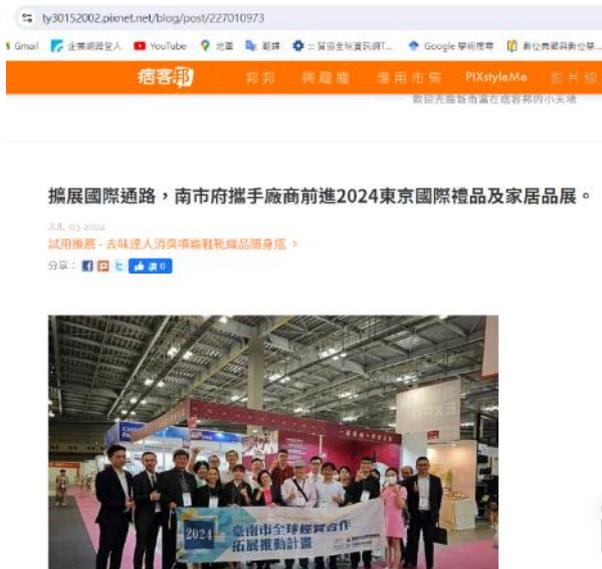
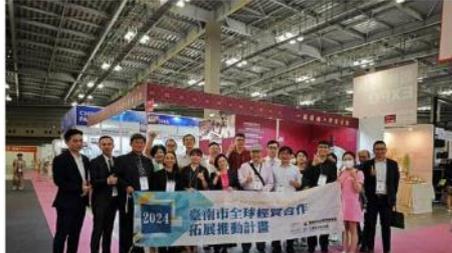
臺南市日本經貿合作拓展團成果調查一覽表

| NO | 公司 | 商談中金額約 (NTD) | 商談人數 約(人次) | 商談中潛 在買主約 (人次) | 後續一年之潛在商 機約(NTD) |
|----|-------------|-----------------------|---------------|----------------------|------------------------|
| 1 | 富樂夢股份有限公司 | \$250,000,000 | 100 | 20 | NT\$19,515,000 |
| 2 | 艾森曼國際股份有限公司 | \$140,000,000 | 40 | 10 | NT\$3,252,500 |
| 3 | 詠糧實業有限公司 | \$10,000,000 | 50 | 30 | NT\$3,252,500 |
| 4 | 綠果企業有限公司 | \$5,000,000 | 30 | 17 | NT\$6,505,000 |
| 5 | 保康生醫股份有限公司 | NT\$10,000,000 | 50 | 10 | NT\$16,262,500 |
| 6 | 腳丫子工作室有限公司 | \$5,000,000 | 35 | 20 | NT\$65,050,000 |
| 7 | 一兆國際貿易有限公司 | \$5,000,000 | 30 | 20 | NT\$48,787,500 |
| 8 | 明林股份有限公司 | \$10,000,000 | 17 | 5 | NT\$3,903,000 |
| 90 | 寬基股份有限公司 | \$10,000,000 | 21 | 13 | NT\$3,252,500 |
| | 總計 | NT\$92,533,625 | 373 | 145 | NT\$169,780,500 |

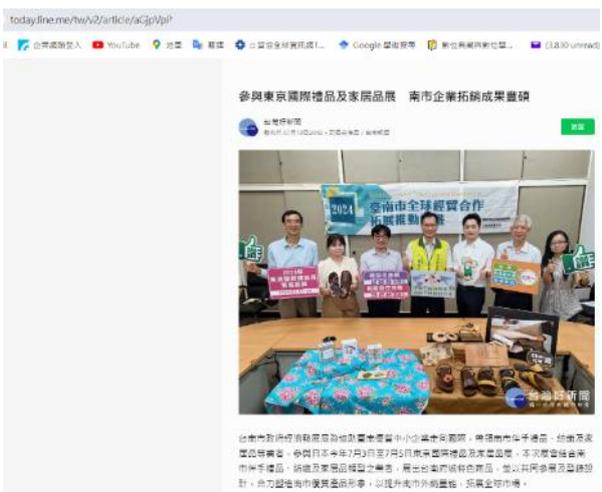
PS. 金額依據 7 月 5 日美金即期賣出匯率 32.525 換算

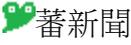
媒體露出一覽表

| | 國內報導-媒體 | 截圖 |
|---|--|---|
| 1 | <p>  台新傳媒 https://seenews.tw/archives/45462 </p> |  <p> 南市經發局組團前進東京國際禮品展 打團體戰拓展外貿商機 黃瀛 台南特派 2024年7月3日 </p> <p> 【記者黃瀛台南報導】為協助臺南優質中小企業走向國際，南市府經發局每年規劃拓銷團，帶領南市伴手禮品、紡織及家居品等業者前進國際參展，透過團體戰方式吸引國際買家眼光，協助拓展國際商機；今年經發局同樣率隊參與「2024東京國際禮品及家居品展」，經 </p> |
| 2 | <p>  Yahoo 新聞 https://www.tncoc.com.tw/uninews_view.php?new_sn=59296 </p> |  <p> 南市經發局率廠商組團前進東京國際禮品展 拓展外貿商機 【記者李善祥 / 台南報導】 2024年7月3日 </p> <p> 南市經發局率領的優質廠商組團前進東京國際禮品及家居品展，以打團體戰方式爭取國際買家關注，拓展外貿商機。（記者李善祥攝） </p> <p> ▲南市經發局率領的優質廠商組團前進東京國際禮品及家居品展，以打團體戰方式爭取國際買家關注，拓展外貿商機。（記者李善祥攝） </p> <p> 為協助臺南優質中小企業走向國際，臺南市政府經濟發展局每年規劃拓銷團，帶領南市伴手禮品、紡織及家居品等業者前進國際參展，透過團體戰方式吸引國際買家眼光，協助拓展國際商機；今年經發局同樣率隊參與「2024東京國際禮品及家居品展」，經發局長杜樂川也共同參與，期間除拜訪日本通商商三井百貨及東急百貨，並與日本買家與廠商面對面交流機 </p> |

| | 國內報導-媒體 | 截圖 |
|----|--|--|
| 3 |  中央社 CNA https://www.cna.com.tw/postwrite/chi/346566 |  <p>新聞平台</p> <p>首頁 / 中文稿</p> <p>臺南市政府攜手廠商前進東京國際禮品暨家居用品展</p> <p>發稿時間: 2023/07/20 10:20:14 (中央社訊息服務20230720 10:20:14)臺南市政府經濟發展局為協助臺南優質中小企業走向國際，帶領本市8家國際禮品暨家居用品業者，參與第18屆東京國際禮品暨家居用品展 LIFESTYLE WEEK TOKYO (July)，期間並參訪日本大型連鎖通路，以及邀請日本買家與本市廠商交流，藉由媒合採購，擴展商機並接軌國際，達到產品外銷全球及吸引國際大廠至臺南投資之目標。</p> <p>市長黃偉哲表示，小型或微型企業受限於語言、資金、通路，對參加國際性的展覽或洽談通路商，往往望之卻步。經發局在因疫情停辦三年之後，再次以「共同參展、買家商機媒合會，以及潛在買家企業參訪」之二合一拓銷模式，帶領具拓展海外市場潛力之廠商，參加第18屆東京國際禮品暨家居用品展。同時為強化日本買主對本市參與廠商之了解，事前特別製作中日文共同型錄，提供買主參考，達成本市企業優良產品外銷全球之目標，落實研發、生產、國際行銷之一站式產業輔導政策。</p> <p>經發局局長林榮川指出，今年參加第18屆東京國際禮品暨家居用品展的8家廠商，其產品</p> |
| 4 |  ctzntalk https://www.ctzntalk.com/public/index.php/news/show/18472 |  <p>ctzntalk.com/public/index.php/news/show/18472</p> <p>ctzntalk編輯部</p> <p>臺南市政府攜手廠商前進2024東京國際禮品及家居品展</p> <p>2024-07-03</p>  |
| 5. |  新南瀛部落格 https://ty30152002.pixnet.net/blog/post/227010973 |  <p>痞客邦</p> <p>擴展國際通路，南市府攜手廠商前進2024東京國際禮品及家居品展。</p> <p>試用推薦 - 去味達人消臭噴霧鞋襪除臭身垢 ></p>  |

| | 國內報導-媒體 | 截圖 |
|----|---|--|
| 6. | <p>https://www.tncoc.com.tw/uninews_view.php?new_sn=59296</p> |  |
| 7 | <p>台灣新生報</p> <p>https://www.tssdnews.com.tw/index.php?FID=64&CID=750423</p> |  |
| 8 | <p>南天地方新聞</p> <p>https://www.facebook.com/watch/?v=870862074908155</p> |  |

| | 國內報導-媒體 | 截圖 |
|----|--|--|
| 9 | <p>臺南市政府全球資訊網 https://www.tainan.gov.tw/News_Content.aspx?n=13370&s=8647894</p> |  |
| 10 | <p>中華日報 https://www.cdns.com.tw/articles/1044915</p> |  |
| 11 | <p>LINE TODAY https://today.line.me/tw/v2/article/aGjpVpP</p> |  |

| | 國內報導-媒體 | 截圖 |
|----|---|--|
| 12 |  <p>NOWnews 今日新聞</p> <p>https://www.nownews.com/news/6468145</p> |  <p>NOWnews 今日新聞 · 地方</p> <p>影 / 觀光40餘家業者聯手664款地方優質產品</p> <p>參與東京國際禮品及家居品展 黃偉哲：拓銷成果豐碩</p> <p>▲配合展銷400餘款，南市經發局與在地業者企業共同展銷，發售及進銷禮品、農、漁、林、畜、水產品、(圖 / 台南市政府提供)</p> <p>台南市府經發局為協助區商優質中小企業進出國際市場，特備南市伴手禮品、精緻及家居品等展銷，參與日本今年的東京國際禮品及家居品展，市長黃偉哲表示，展會期間超過400攤位設計意畫，融入臺南在地文化元素，一方面行銷城市文化特色，另一方面吸引國外消費者及買主之目光，推廣南市政府、企業、國產行銷之一品或臺灣精緻等政策。</p> |
| 13 |  <p>蕃新聞</p> <p>https://n.yam.com/Article/20240711960347</p> |  <p>YamNews 新聞、新聞動態、體育、財經、科技、生活</p> <p>Shop Healthy at iHerb</p> <p>東京國際禮品及家居品展 南市企業拓銷成果豐碩</p> <p>▲配合展銷400餘款，南市經發局與在地業者企業共同展銷，發售及進銷禮品、農、漁、林、畜、水產品、(圖 / 台南市政府提供)</p> <p>台南市府經發局為協助區商優質中小企業進出國際市場，特備南市伴手禮品、精緻及家居品等展銷，參與日本今年的東京國際禮品及家居品展，市長黃偉哲表示，展會期間超過400攤位設計意畫，融入臺南在地文化元素，一方面行銷城市文化特色，另一方面吸引國外消費者及買主之目光，推廣南市政府、企業、國產行銷之一品或臺灣精緻等政策。</p> |

| | 國內報導-媒體 | 截圖 |
|----|--|--|
| 14 | <p>蕃新聞</p> <p>https://n.yam.com/Article/20240710259183</p> |  |
| 15 | <p>LINE TODAY</p> <p>https://today.line.me/tw/v2/article/WBYRDVL</p> |  |
| | 國外報導-媒體 | 截圖 |
| 1. | <p>中經全球通網址： https://globalpass.cens.com/html.asp?id=3880&lang=Japanese&prd=General%20Items&kd=1</p> |  |

| | 國內報導-媒體 | 截圖 |
|----|---|--|
| 2. | <p>經濟日報/國際商情 https://money.udn.com/money/story/5721/8067685?from=edn_subcatalist_cate</p> |  |

八、 附件

展會現場活動剪影

