

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展及考察）

「113年度永旺臺南專區委託專業服務案」 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、李佳郁約用人員

派赴國家或大陸地區：日本

活動期間：113年5月31日至113年6月2日

報告日期：113年6月24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.....	11
六、建議.....	12
七、效益.....	12

一、摘要

臺南市擁有多樣化的農特產品，各自有口皆碑，於臺灣消費市場已有一定需求度並持續增長中。除國內行銷，對於國外消費市場也已積極推廣中，因此因應規劃於鄰近國家-日本，進行實體通路行銷推廣，上架於日本超市並將其處作為銷售據點，讓當地民眾能更快速了解本市優質農特產並建立品牌形象。

生產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，因此規劃於日本舉辦行銷推廣活動，擴大國外業者對於採購臺南農特產品之目的，持續開拓高端市場及發潛力通路，將本市具外銷實力之旗艦作物及加工品致力拓展據點，解決農特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	李建裕	臺南市政府農業局 局長	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

本市為農業大市，生產大量優質農特產品，為加強於日本消費市場—九州地區民眾對其認識與過往行銷活動之熱度，針對本市農特產品之中日版行銷文宣、農產及其他相關加工品，於日本當地著名永旺九州合作辦理「臺灣展臺南專區」活動，行銷推廣以及上架本市農特產品。次針對本市為發掘外銷通路市場，於日本農業相關通路舉辦試吃洽商會、地方採購洽邀等相關活動，透過合作交流奠定未來海外市場行銷通路，持續推廣臺南農特產品。

四、過程

(一)行程表

日期	時間	行程說明	備註
5/31(五)	1530-2130	高雄-福岡-熊本	班機 長榮BR120
6/1(六)	1000-1100	店鋪視察－永旺熊本店	
	1100-1200	(永)臺南與永旺簽MOU 流程： 1100-1102司儀開場 1102-1106MOU簽署/為達摩開眼 1106-1108合影 1108-1109簽署儀式結束 1110-1200意見交換會 (農特產試吃)	日方出席 (1) 社長中川伊正 (2) 董事兼相談役柴田祐司 (3) 商品部本部長西嶋先生 (4) 江口弘明部長 (5) 社長室長吉田 (6) 熊本縣知事木村敬 (7) 熊本縣嘉島町長鍋田平
	1210-1245	(永)AEON臺灣展開幕式 流程： 1. 登臺 2. 致詞 3. 寫繪馬 4. 市長行銷 5. 致贈地震慰問金 6. 致贈感謝狀 7. 致贈親善大使聘書 8. 致贈市鑰 9. 合影	日方出席名單： (1)熊本縣觀光戰略部長倉光麻里子 (2)嘉島町長鍋田平 (3)社長中川伊正 (4)董事兼相談役柴田祐司 (5)營業企劃部長江口弘明 (6)熊本熊
	1245-1305	欣賞舞臺表演	九州學院啦啦隊/096k熊本歌舞劇團
	1325-1345	臺南市PR	黃市長介紹臺南
	1345-1415	媒體採訪	
	1430-	回福岡	
6/2(日)	1000-1200	視察福岡永旺香椎濱店	中谷豐店長接待
	1400-1700	軟銀鷹臺灣日活動	拜會王貞治會長
	2020-2210	福岡→高雄(BR119)	

(二)、6月1日辦理永旺九州「臺灣展臺南專區」活動

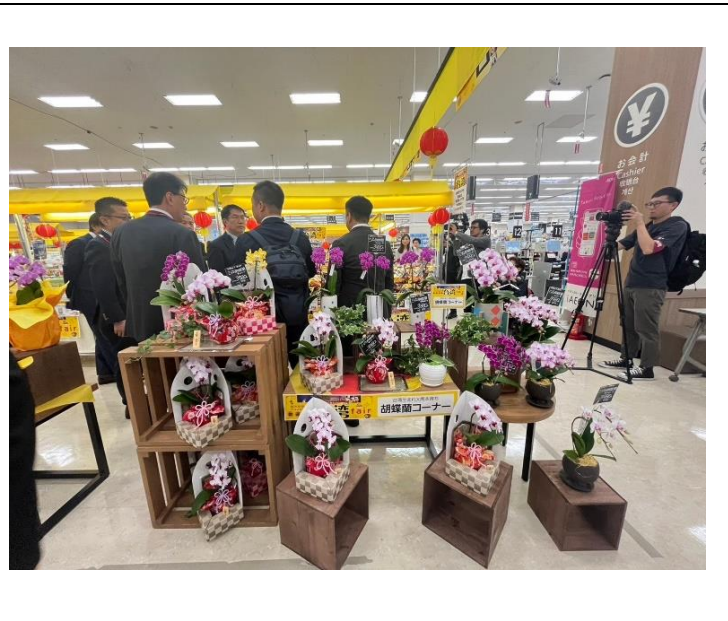
近年與永旺九州株式會社(以下簡稱永旺九州)密切合作，將鳳梨、芒果及其他農特產品上架到該公司旗下超市，共計 58 間分店，屢獲佳績。黃偉哲市場親自出席在日本熊本永旺夢樂城(AEON Mall KUMAMOTO)盛大舉辦臺灣展(Taiwan Fair)開幕式，與超人氣的熊本熊連袂大力行銷臺南農特產以及觀光優勢。

本次永旺臺灣展活動會場所在地的熊本永旺夢樂城，為熊本縣最大的購物中心，現場展售許多來自臺灣的特產，也包括臺南農特產伴手禮、冷凍水果與食品，以臺南 400 為意象佈置會場，播放臺南宣傳影片。

黃市長代表市府與永旺九州社長中川伊正簽署友好交流 MOU，相約市府與九州永旺將持續推廣飲食文化與充滿魅力的農漁特產和食品，而熊本縣新任知事木村敬、熊本夢樂城所在地嘉島町鍋田平町長也特別出席見證，一同視察臺灣展。

黃市長也特別頒贈感謝狀予永旺九州，並頒發臺南市親善大使聘書給中川伊正社長、3D 列印技術製成臺南市鑰給柴田祐司顧問，肯定永旺九州、中川社長以及柴田顧問對行銷臺南農產、協助臺日交流的貢獻。此外，因應臺灣 04 月 03 日強震，永旺集團與其旗下多家分公司也在日前捐款 1 千 7 百多萬日圓給本市教育局，協助臺南強化校園建築耐震補強，黃市長也頒發感謝狀致謝。







(店鋪視察永旺熊本本店及簽署會)



(AEON 臺灣展開幕式)

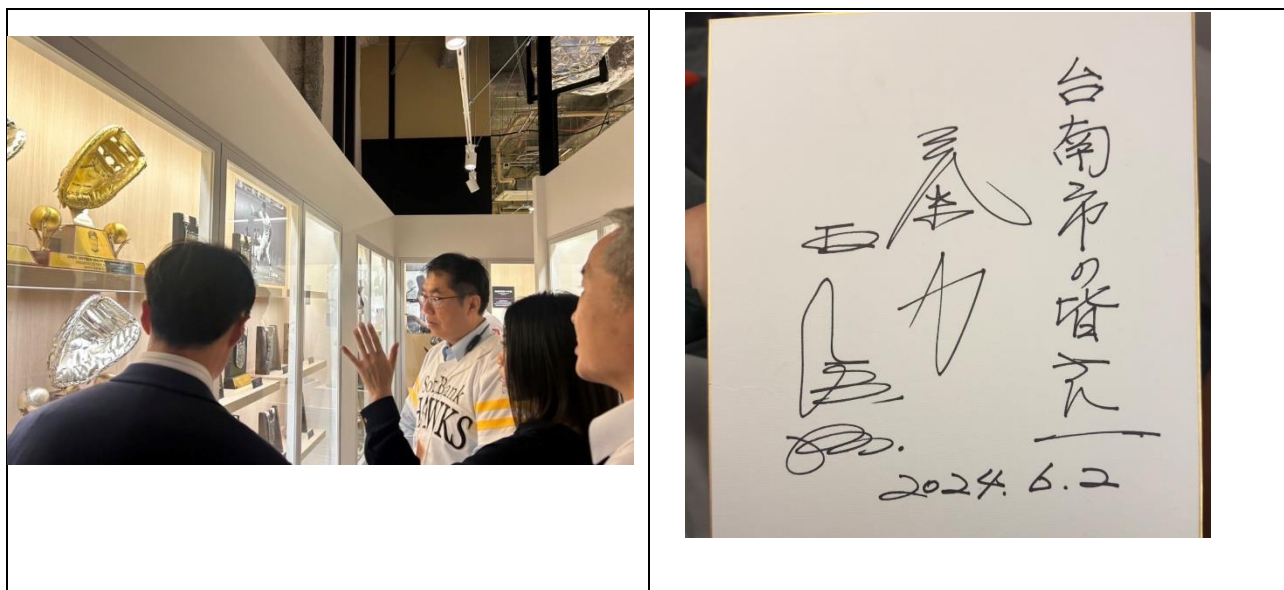
(三)、6月2日上午視察福岡永旺香椎濱店

除日本熊本永旺夢樂城之外，還有安排視察福岡永旺香椎濱店臺南農特產

品販售專區行程。



下午與日本職棒軟銀鷹會長、同時也是臺南市榮譽市民王貞治先生相見歡，黃市長特別將臺南 400 紀念棒球、印有日本櫻花與臺南市徽的噴印蘭花致贈給王貞治會長，而王會長也特別對臺南 400 寄予祝福。。



(軟銀鷹紀念館及王貞治會長祝福簽名)

五、心得

此行出訪以宣傳販售臺南農特產品為主，於商場通路進行行銷推廣以及簽署活動，期望促成日後消費購買意願，提高在日超市生活圈矚目度，期許未來能與日本商場與超市建立合作長期展售機會，讓日本民眾能夠在商場或超市皆能輕鬆買到臺南優質產品。心得簡述如下二點：

(一)、更加了解日本消費者取向

以本次活動經驗，日本消費者對於芒果鮮果較為認識且購買意願較高，其他產品部分初次販售，日本顧客較不認識，透過現場推廣增加購買率。透過以上實際回饋意見，讓我們更加了解日本消費取向，有助於未來日本市場行銷策略。

(二)、鮮果廣為人知，其他農漁特產品仍需積極同步推廣

芒果、鳳梨廣為人知，其他農漁特產品須同步積極行銷，提高購買率以及增加日本消費者對其認識。農漁特產品具有豐富性以及在地特色性，與鮮果同步推廣更能提高在日知名度。

六、建議

建議簡述如下二點：

- 一、 於永旺九州58間分店販售農特產品，直接融入當地居民生活中，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，有許多日本消費者對於臺南漁類商品較不熟悉，因此未來可透過交流機會循序漸進讓他們更有所了解。此外，農特產品也可同步持續加強行銷推廣。

七、效益

- (一)本次海外行銷於永旺九州合作辦理「臺灣展臺南專區」販售上架成果：共計 58 間超市分店，現場人流總接觸近 250 萬人以上，與去年同期來客數量增長 151.7%，其中芒果鮮果最受歡迎，採購意願最高。
- (二)以本次活動作為外國販售上架實地經驗，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)國內媒體新聞稿露出共計 25 則、國外媒體新聞稿露出共計 8 則、電視臺共計 9 則、廣播共計 2 則、報紙共計 1 則以及、經濟雜誌共計 2 則。