

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展及考察）

2024韓國首爾國際食品展參展及臺南農漁 產日本展售會暨農業考察 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、陳瓊惠科員

派赴國家或大陸地區：日本及韓國

活動期間：113年6月7日至113年6月12日

報告日期：113年8月6日

目次

壹、摘要-----	2
貳、活動人員名單-----	3
參、緣由或目的-----	4
肆、過程-----	5
伍、心得-----	17
陸、建議-----	18
柒、效益評估-----	18

壹、摘要

臺南市為全臺農漁業主要產區，生產豐富且優質蔬果及漁產，除穩定供應國內市場，也積極拓展海外市場，為加強農產品國際行銷，鞏固深化既有市場並開拓新興市場，發展以市場為導向之農產品外銷產業，輔導農企業建立多元行銷通路，增加農民收益；因此，規劃在鄰近臺灣的日本、韓國，藉由參加韓國首爾食品展、結合日本在地活動或通路上架等多元行銷方式，推廣本市農特產品，讓更多買家及當地民眾能更快速了解本市優質農特產並建立品牌形象。

本次臺南市政府首創在日本北海道二大祭典之一的「YOSAKOI 索朗祭」行銷臺南芒果及農產品，結合臺灣表演團隊臺南應用科大舞蹈，在舞臺上揮舞著印有大大愛文芒果及「臺南」字樣的旗幟，尤其吸睛亮眼，並在美食區設置「臺南物產專區」販售臺南芒果及農產品，現場人潮絡繹不絕，不到 2 天產品陸續完售，成功讓日本民眾對臺南芒果留下深刻印象。

臺南市政府農業局首次參加韓國首爾國際食品展，集邀 6 家廠商、2 間合作社及 2 間農會，集結臺南嚴選的熱銷商品，包含鳳梨、芒果鮮果及冷凍果丁，麻豆特產的蜜香文旦柚汁跟鳳梨米麴飲、蜂蜜柚子吸凍飲等特色飲品，還有東山區口感香醇的即溶黑咖啡、臺農 57 號地瓜脆片、果乾、水果牛軋餅、虱目魚相關及臺江香絲禮盒產品等 20 幾項臺南在地出品的經典農漁特產品參展，陣容堅強且品項豐富，充分展現臺南文化與特色，其中以新鮮芒果尤為吸睛，現場洽詢廠商不斷，期望明年能帶來更多訂單，為臺南農民帶來更大收益。

貳、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	陳瓊惠	臺南市政府農業局 農產行銷科 科員	活動聯繫等相關事務執行

參、緣由或目的

臺南市為全臺農漁業主要產區，生產豐富且優質水果及漁產，除穩定供應國內市場，也積極拓展海外市場，為加強農產品國際行銷，鞏固深化既有市場並開拓新興市場，發展以市場為導向之農產品外銷產業，輔導農企業建立多元行銷通路，增加農民收益。因此，規劃在鄰近臺灣的日本、韓國，藉由參加韓國首爾食品展、結合日本在地活動或通路上架等多元行銷方式，推廣本市農特產品，讓更多買家及當地民眾能更快速了解本市優質農特產並建立品牌形象。

2024 年首爾國際食品展結合辦理品酒館、食品趨勢大會、商務諮詢等，是韓國本地最大的專業國際食品展，亦是亞洲第四大食品展。本(113)年 6 月 11 日至 14 日共 4 天，於韓國首爾 KINTEX 舉辦。

為了積極推廣臺南優質農、林、漁、牧產品於國際市場上的知名度，本局規劃以集合臺南農漁產及加工產品設置聯合攤位方式參加 2024 首爾國際食品展。將整合更多特色加工品和具國際驗證農產品，並以「臺南物產館」整體行銷參展，並安排成果發表會；另於參展期間將拜會韓國通路商深入對談，結合當季芒果產季規劃芒果日拓銷活動，俾強力行銷本市優質農特產，讓世界看見臺南，為臺南農產開拓新局面。

肆、過程

一、行程表

日期	行程	備註
6月7日 (五)	赴日 桃園國際機場(2航廈)- 北海道新千歲機場(CTS)	華航CI130 第2航站 035起飛 1330抵達
	STV 札幌電視臺參訪	STV 出席人員: 1. 常務取締役 坪内弘樹 2. 推進本部事業局長飯島壽之 3. 記者山本敦也
6月8日 (六)	參訪北海道中央批發市場	出席人員: 一、札幌 MIRAI 中央青果株式 會社 1.代表取締役會長 勇崎恒宏 2.取締役社長(果実部・商事 部担当) 石黒浩 3.商事部長 吉田広樹
	芒果推廣記者會和試吃活動@大通 公園美食區「臺南物產」專區 **流程 1100-1320 記者會現場準備 1320-1330 媒體及貴賓報到 1330-1335 主持人介紹記者會目的 1335-1340 貴賓致詞 1340-1345 市長致詞 1355-1400 市長夫人介紹臺南農產 1400-1405 阿慶師與市長一同介紹 臺南芒果日本食材新作 法 1405-1410 阿慶與市長一同邀請現 場貴賓和民眾試吃 1410-1415 大合照 1415-1420 媒體聯訪 1420-1430 通路商洽談	出席貴賓: 1.株式会社札幌丸井今井三 越百貨公司 食品餐廳部 池田 純様 2.組織委員會理事長 伊藤 耕 作
	Ario 商場 超市伊藤洋華堂視察	1. Ario 商場超市伊藤洋華堂 視察(販售臺南芒果) 2. 出席貴賓:店長 鈴木先生
	18:00~18:30 YOSAKOI歡迎會	札幌豪景酒店(札幌市副市長 見面)
	YOSAKOI 祭典夜間表演參訪 ※臺灣表演團體19:54演出	局長上前導車宣傳(踩街每區段 100公尺移動表演5分鐘, 全程 共3段約20分鐘)

6月9日	拜訪YOSAKOI組織委員會	出席人員: 一、日方: YOSAKOI 組委會代表, 星野尚夫會長 1 人及相關人員 2-3 人。 二、觀光署 3 人: 方正光主秘、東京事務所鄭憶萍所長、洪瑞聯副所長。
	活動現場攤位行銷KOL互動直播	臺灣知名K O L (阿慶師) 現場互動直播介紹臺南美食
	YOSAKOI 大賞晚會 市長致詞時間 流程: 1830 前舞臺後臺邊集合 1844 札幌市副市長 石川敏也致詞 1847 臺南市黃偉哲市長致詞 2130 農業局長代表市長頒發大賞 (360顆芒果)	
6月10日	北海道新千歲機場 仁川國際機場	大韓航空 (KE766)
6月11日	首爾食品展臺灣館開幕	
	首爾食品展臺南館推廣活動 **流程: 1100-1105 主持人開場 1105-1110 來賓致詞 1110-1115 農業局長李建裕致詞 1115-1125 局長製作芒果冰 1125-1130 與貴賓拿手舉牌及芒果冰合照 1130~ 分享芒果冰試吃	1. 臺南館攤位 2. 出席貴賓: (1) 駐韓國臺北代表部經濟組黃中兆組長 (2) 韓國臺貿中心主任賴登科 (3) KOTRA駐臺辦事處李暢翼 次長
	世界超市芒果上架記者會 **流程 1500-1510 主持人宣布活動正式開始並介紹主題與貴賓 1510-1515 通路代表致詞 1515-1520 臺南市政府代表致詞 1520-1530 臺南市政府代表贈送禮物給貴賓 1530-1550 局長表演切芒果並邀請貴賓試吃 1550-1600 大合照	
6月12日	仁川機場 (第2航站) -臺北桃園	華航 CI161 1235起飛 1410抵達

二、6月7日

參訪札幌電視放送株式會社（簡稱：STV），STV 是日本一家以北海道為播出地區的電視臺，包括札幌、旭川、函館、帶廣、釧路、北見等主要城市。2022 年 STV 繼續維持各時段的個人和家庭收視率三冠王，全日部門的家庭收視率更連續 31 年奪冠。

此次訪問，該電視臺對於芒果及臺南其他農產品很有興趣，但當地消費者對於芒果及其他產品不認識，當地消費對於不熟的產品消費意願低，電視臺考慮先進少量芒果，讓消費者熟知芒果並教導如何食用，若反應好，往後再大量進貨，期望未來能與 STV 的電視購物及網路平臺合作，推廣臺南優良農特產給札幌消費者。

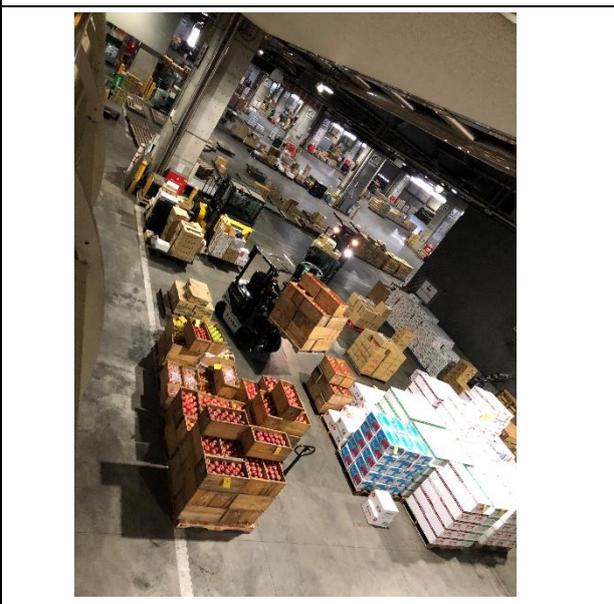
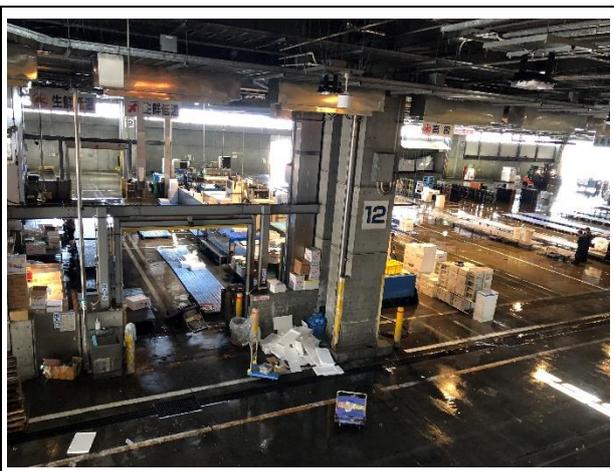


三、6月8日

上午參訪札幌市中央批發市場，並拜訪札幌市中央批發市場的批發商「札幌 MIRAI 中央青果株式会社」。

札幌市中央批發市場是北海道的重點市場之一，供給札幌市及其周圍約 230 萬人的食材。其角色及功能，包括集貨、訂定價格及發布訊息、分貨、衛生管理及貨款結算等，具備完善運輸系統以及快速可靠的支付系統，每天配送 1,200 噸安全食品。該批發市場設置冷藏區作為保鮮設施，海鮮部門還使用臭氧水來處理細菌及清除地板臭味，食品檢驗中心不定期進行衛生管理，進行細菌檢測、添加劑、新鮮度測定等監測檢查；建立“資源回收設施”，木托盤等木材廢料作為燃料，將市場內產生的蔬菜、水果等食品廢料，轉化為動物飼料，從而促進廢物的再利用和循環利用，並安裝太陽能發電系統。此外，札幌市與市場內的批發商、中間批發商、零售合作社簽訂了《札幌市食品安全保障推進協議》以確保食品安全等措施。該批發市場為分為水產部及蔬果部。水產部，年交易量約 63,990 公噸，交易金額約 182 億新臺幣；蔬果部，年交易量約 210,531 公噸，交易金額 117 億新臺幣。該市場統計，2023 年 4 月至 2024 年 3 月銷售的臺灣水果有芒果 43 公斤、鳳梨 110,635 公斤、香蕉 6,591 公斤及荔枝 40 公斤，都是從日本其他城市運至該市場，目前尚未有臺灣水果直接輸入。

札幌 MIRAI 中央青果株式会社，是札幌市中央批發市場的蔬果批發商之一，營業額約 115 新臺幣，該會社表示，目前北海道輸入的少量臺灣水果，都是從關東船運過去的，臺灣的芒果、火龍果及冬天的蔬菜在北海道應是有需求的，社長表示 30 幾年前曾進口過臺灣的香蕉，對於臺南水果進入北海道，樂見其成，但須評估運輸成本，期待跟貿易商交流洽談。



下午於北海道大通公園美食區之「臺南物產」專區舉辦「臺南芒果推廣記者會」，此次臺南市政府創舉與 YOSAKOI 組織委員會合作，將臺南農產帶入北海道最大祭典「YOSAKOI SORAN 祭」宣傳，結合臺灣代表表演隊伍，將「臺南極上」旗幟融入表演，並於美食區設置「臺南物產」專區，藉由販售臺南新鮮芒果、水果冰棒、芒果蘇打、肉燥飯等產品，讓日本消費者直接認識臺南農產及農產加工品，祭典期間「臺南物產」專區，吸引當地媒體爭相報導。「YOSAKOI SORAN 祭」每年湧入 200 萬以上觀光遊客參與活動，為北海道吸引驚人的觀光人潮與旅遊消費，本次所準備產品，2 天即銷售一空，足見臺灣產品在日本受消費者喜愛。

本次記者會由黃偉哲市長與臺灣最年輕的國宴主廚阿慶師，一同介紹愛文芒果搭配臺南農特產品的多種吃法，現場提供產地直送的新鮮芒果及鳳梨乾等臺南農產品試吃，帶給駐足的日本民眾深刻的記憶，獲得廣大的迴響，透過「市長加持臺南農業創意行銷推廣」，搭配農產通路開拓等作為，結合慶典元素從北海道發散至日本全國，期望臺南農產外銷日本能有穩定成長之契機。





記者會後至 Ario 商場的伊藤洋華堂超市參訪，伊藤洋華堂（Ito Yokado,日文：イトーヨーカドー），於 1920 年創立，是日本主要零售企業，在日本全國各地經營百貨公司。零售業是伊藤洋華堂集團涉足的主要領域，業態包括便利店、大型綜合超市、超級市場、百貨店、專業店和折扣店。伊藤洋華堂以大型綜合超市為主，在日本有 180 多家店鋪。其販售日常用品、各式零食、調味料、熟食、新鮮蔬果等商品一應俱全。賣場架上有販賣單一顆包裝精美日本芒果售價高達 4,980 元日幣，約新臺幣 1,000 元，另有一般包裝售價日幣 2,980 元，可見日本自產芒果屬高端水果，超市外行動攤車販賣臺南愛文芒果 1 顆約 1,000 日幣，店家表示反應很好，具有競爭力，應加強推廣。



四、6月9日

上午拜訪 YOSAKOI 組織委員會，其成立於 2016 年，透過舉辦 YOSAKOI 索郎祭，為當地經濟發展、生活文化改善、促進國內外相互交流，並經營與 YOSAKOI 索郎祭相關的宣傳、交流、培訓及營利項目。

北海道 YOSAKOI 索朗祭（YOSAKOI ソーラン祭り）是日本北海道札幌市每年六月舉辦的大型舞蹈節慶活動，結合了傳統的 YOSAKOI 舞蹈和北海道的索朗節。這個節日不僅是文化和娛樂的盛事，其每年吸引大量國內外遊客前來觀賞和參加節慶活動，為當地帶來了顯著的經濟商機，包括促進酒店、餐飲、交通等相關行業的發展，也帶動當地零售業的銷售，特別是紀念品、地方特產和特色商品。活動期間除了當地美食，也會推出許多臨時的飲食攤位，提供多樣化的美食選擇，提升餐飲業的營收，且提高民眾對傳統文化的關注，促進了相關文化產品的發展，在各大媒體報導節日活動，吸引了眾多企業贊助和廣告投放，增加了商業合作機會，節日期間需要大量的臨時工作人員，為當地居民提供了短期的就業機會，節慶活動促進了社區的凝聚力和參與感，增加了當地居民的自豪感，並促進了文化交流，YOSAKOI 索朗祭不僅是一個充滿活力的文化盛事，還為北海道帶來了豐富的經濟和社會效益，成為當地發展的重要驅動力之一。

星野尚夫會長表示，很榮幸臺南市創新行銷到進駐索朗祭設置臺南物產美食攤位，這是首次臺灣農產品到祭典設攤，臺南芒果受日本民眾喜愛，為祭典增添光彩，希望未來有更多合作機會。

晚間閉幕晚會，星野尚夫會長表示，透過台灣燈會和索朗祭，臺日雙方交流長達 20 年，未來也希望透過這樣的節慶深化北海道、札幌市與臺灣地方城市的交流。黃偉哲市長致詞，並贈送一年份芒果給本屆冠軍作為獎品，引起觀眾發出羨慕聲。



五、6月11日

首爾國際食品展結合辦理品酒館、食品趨勢大會、商務諮詢等，是韓國本地最大的專業國際食品展，亦是亞洲第四大食品展，今年6月11日至14日共4天，於韓國首爾 KINTEX 舉辦，臺南市農業局首次參加首爾國際食品展，集徵6家廠商、2間合作社及2間農會，超過20項臺南優質農產品聯合展出，臺南館以當季盛產的芒果為視覺主體，沁涼的鮮黃色在參展攤位中受人矚目，展覽期間臺南館現場準備多樣農特產樣品試吃，包含使用臺南海味虱目魚製成的魚板、結合韓國年糕特製的魚板年糕及虱目魚丸等，熟悉又創新的臺韓口味，芒果鮮果、果汁氣泡飲及香甜的鮮芒果以及東山即溶黑咖啡等受到熱烈迴響，成功吸引眾多當地消費者及通路商洽詢，其中以新鮮芒果詢問度最高，冷凍果丁次之，芒果汁也受通路商青睞，將簽約銷往加拿大，期望能藉由食品展旗插韓國，並把臺南的農特產推向國際。

下午至韓國京畿道世界超市 (SEGYERO Mart)舉辦芒果上架記者會，世界超市為韓國在地連鎖超市，範圍分別集中在重點行政區，如首爾、仁川、京畿道，截至目前已有20間分店，其中包括大型量販店、24小時營業分店、便利店。主要業務為食品銷售業務，另也積極擴展其他食品及百貨用品業務。其不僅販售韓國在地生鮮產品，更積極引進來自世界各地的農特產品(含加工品)，因品項齊全深受在地民眾的喜愛。

此次參加韓國國際食品展與舉辦上架推廣記者會的同時，也是希望能為臺南業者爭取開拓新的外銷通路，能夠深耕韓國市場。



伍、心得

此行出訪以韓國首爾國際食品展及臺南芒果拓銷為主，並參訪當地主要通路及商務洽談。心得簡述如下三點：

一、首創於索郎祭設置臺南物產專區，讓更多消費者認識臺南農產品

北海道 Yosakoi 索郎祭每年參與表演人數約 3 萬人，每年湧入 200 萬以上觀光遊客參與活動，除了贈送一年份芒果為大賞外，並於美食區設置臺南物產專區，讓消費者直接購買臺南農產品，更進一步認識臺南優質農產品。

二、首創將臺南芒果透過日本文化祭典亮相，引發當地媒體報導

北海道 Yosakoi 索郎祭活動期間，當地媒體爭相報導，新聞閱覽及活動參與觀看人數，日本全國觸及預期超過 500 萬人次以上，臺南物產專區日本媒體露出至少有 5 則電視媒體報導，2 則實體報紙報導，20 則以上電子媒體報導，宣導及曝光效果良好。

三、首次參加首爾食品展，芒果深受韓國喜愛

本次首爾食品展臺南館，以芒果為主視覺，集結臺南嚴選的熱銷商品，包含鳳梨、芒果鮮果及冷凍果丁，麻豆特產的蜜香文旦柚汁跟鳳梨米麩飲、蜂蜜柚子吸凍飲等特色飲品，還有東山區口感香醇的即溶黑咖啡、臺農 57 號地瓜脆片、果乾、水果牛軋餅、虱目魚相關及臺江香絲禮盒產品等 20 幾項臺南經典農漁特產品展示，以芒果最為吸睛，詢問度最高，來臺灣館洽詢廠商有一半以上是洽詢芒果，今年韓國對臺灣芒果免關稅，更是引起貿易商興趣。往後若有參展將邀請芒果外銷廠商一同參展，提升銷售契機。

陸、建議

建議簡述如下三點：

- 一、 芒果在日本屬高端水果，視為送禮水果，一般消費者沒吃過，對於高單價水果購買願意不高，當地通路商表示，要先讓消費者認識芒果並教導如何食用，建議可錄製芒果食用或入菜等相關影片於上架通路播放，提升消費者購買意願。
- 二、 本次於 Yosakoi 索郎祭美食區設置臺南物產專區，有些品項不到一天即售完，建議未來若參加類似拓銷活動，備貨及品項應充足。
- 三、 韓國近年因戲劇引發「瘋臺灣」，從本次首爾食品展得知，韓國除了對芒果的喜愛，也對臺灣美食有濃厚興趣，是值得開發國家，未來可持續進行拓銷。
- 四、 持續加強扶植本市農企業、農漁會及農產加工廠海外拓銷，以及媒合貿易商交流機會，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。

柒、效益評估

- 一、 本次首創臺灣農產於北海道 Yosakoi 索郎祭進行宣傳，引起當地媒體爭相報導，臺南物產專區日本媒體露出，電視媒體至少有 5 則報導，實體報紙露出有 2 則，電子媒體露出 20 則以上，新聞閱覽及活動參與觀看人數，日本全國觸及預期超過 500 萬人次以上，宣導及曝光效果良好。
- 二、 本次日韓拓銷活動預估芒果鮮果訂單至少 300 公噸以上，農漁產加工品至少新臺幣 2,000 萬元以上。
- 三、 宣傳成效及新聞稿發布情形：共發布 3 篇新聞稿，國內外新聞露出彙整共 124 則。