

布局國際市場，推升出口能量

前進東京國際食品展 臺灣隊創佳績



陳昱安¹ 郭俊伶¹ 華寶蓓¹

壹、行政院農業委員會致力分散市場，日本為重要貿易盟友

過去我國農產貿易因中國大陸距離近、語言相同與飲食文化類似等優勢，略有出口市場過度集中中國大陸之疑慮，再加上自110年起中國大陸先後暫停我國多項農漁產品進口，對國內供需穩定、相關產業發展等均造成明顯影響。為此，行政院農業委員會（簡稱農委會）近年積極透過相關政策，引導農產貿易業者分散市場，期能藉此減輕我國農產品貿易集中單一市場風險。以111年為例，我國農產品出口美國、日本金額分別以9.17億美元、8.56億美元，雙雙超越輸中金額，且輸中占比自107年23.20%降至12.95%，顯示分散市場策略已漸露成效。另一方面，日本市場近10年來始終維持在我國農產品出口金額前三大國家之列，每年出口占比均高於15%，且除語言外，飲

| 註1：行政院農業委員會國際處。

食習慣與運輸距離之優點不亞於中國大陸市場，加上友好態度，是農委會積極發展合作，並擴大貿易規模之首要對象之一。

貳、臺灣農水產館創意行銷，東京國際食品展放異彩

日本東京國際食品展（Foodex Japan）與德國科隆食品展（ANUGA）、法國巴黎食品展（SIAL）並列為全球前三大專業食品展會，為國際食品通路買主尋訪採購標的及未來採購規劃的年度盛事，然而過去3年國際間受新冠肺炎疫情影響，各國實施邊境防疫管制，影響業者對前往實體展會意願，東京國際食品展雖如期辦理但縮小規模，並取消試吃活動，農委會參展亦僅以介紹臺灣農產品形象形式辦理；本（112）年因疫情降溫，各國管理逐漸解封趨勢，以及展出地點移到交通更為便利，位於東京市區中心的東京國際展示場辦理，帶動大量國際買主前往觀展，並可望創造龐大商機。

農委會本年也恢復疫情前參展規模，邀集農、漁、畜產業共8家貿易業者共同於展場設立「臺灣農水產館」，以臺灣傳統紅磚瓦建築為意象，重現臺日民眾記憶中純樸美好的臺灣街景，搭配現場展示與業者推介如鳳梨、冷凍釋迦、茶葉、地瓜、蜂蜜、石斑魚、黑蜆、豬肉加工製品等現階



東京國際食品展中，臺灣農水產館紅磚建築意與日本業者合作設置販賣臺灣農產品之自動販賣機廣受象極富特色。好評。



農委會陳駿季副主任委員（左2）、謝長廷大使（中）、農委會農糧署胡忠一署長（左1）、FarminD堀內達生社長及下戶章弘本部長於超市參加臺灣（截切）鳳梨促銷活動。



農委會陳駿季副主任委員（中）見證台農發公司洪忠修董事長與日本Suntrust企業小山誠二社長簽署石斑魚採購備忘錄。

段已獲准輸日的臺灣優質農特產品，成功吸引國際採購業者目光。此外，本次農委會臺灣農水產館不同以往之處，其一為與日本企業合作在現場設置臺灣農產品冷凍自動販賣機，不但發揮展示臺灣農特產品及提供現場業者洽談可應





農委會陳駿季副主任委員受邀為日本職棒熱身賽開球。
圖片提供及版權所有：SEIBU Lions。



農委會農糧署胡忠一署長（前排左）與Wismettac代表岩崎薰部長致贈球團臺灣果品。
圖片提供及版權所有：SEIBU Lions。

用之互動工具等功能，也藉此讓有意採購臺灣農產品的買主，作為未來銷售臺灣農產品一種可行且有創意的商業模式參考；其二為展前蒐集本次臺灣赴日參展相關農企業資訊並建置資料庫，包括重點產品、攤位位置及聯絡窗口等，並於臺灣農水產館設置數位引介專區，國際買主可透過現場人員協助以特定品項搜尋我國本次展出的全部業者及攤位，進一步擴大推介範圍並促成商機媒合。該兩項創新作法均獲得觀展買主高度關注與濃厚興趣，迴響相當熱烈。

參、農委會副主委率團訪日，拓銷農產品創佳績

另3月6~9日期間，農委會陳駿季副主任委員率團訪日，不僅前往東京國際食品展會場鼓勵我國參展業

者，並出席多場農水產品促銷推廣活動，針對擴大臺灣農產品輸日商機並深化臺日兩國友好關係，包括：

- 一、與我國駐日代表處謝長廷大使共同出席Farmind於超市通路上架我國截切鳳梨之行銷活動，該公司不但對臺灣金鑽鳳梨的品質表達高度肯定，並向農委會表示本年預定將採購1,000公噸臺灣鳳梨，除持續銷售既有品牌「Taiwan Sweet Pinapple」外，更首度引進2022年評鑑獲獎的果品並以「臺灣王 Pinapple」品牌販售，預期將會帶動新一波消費熱潮。
- 二、見證台農發公司與日本企業Suntrust簽署採購50公噸臺灣石斑魚備忘錄，農委會特別感謝日本業者與消費者長期喜愛臺灣優質美味的水產品，也希望有更

多農漁產品外銷日本，並不忘叮囑台農發公司務必與供貨團體確保品質，爭取更多訂單，逐步擴大在日本市場的外銷規模，深化臺日水產貿易。

三、受日本貿易業者 Wismettac Foods 公司與西武職棒球隊的邀請，陳副主委擔任西武獅與中日龍熱身賽開球貴賓，球場周邊不但設有臺灣果品展示攤位，播放宣傳影片向觀賽民眾推薦臺灣優質水果外，現場也安排致贈球團臺灣香蕉與鳳梨幫選手打氣，Wismettac Foods 公司更表示，臺灣水果很受日本民眾歡迎，本年將採購共 5,100 公噸臺灣鳳梨與香蕉支持臺灣農業。

四、陳副主委更拜會 Olympic 集團大下內徹社長，共商未來於該集團通路設置冷凍自動販賣機事宜，



Olympic 集團除首批將於旗下 10 間超市通路設擺放冷凍自動販賣機外，也規劃於部分超市內設置臺灣農產品販售專區。

該公司同意初期將在轄下 10 家超市分店擺設販賣機，並選擇部分超市設置「臺灣專區」販售香蕉、冷凍鳳梨釋迦、毛豆等美味臺灣農產品，並可能視消費者迴響逐步擴大銷售規模。

肆、結語

除本次藉由參加東京國際食品展及各項行銷活動獲得豐碩成果外，農委會各業務單位及所屬機關仍持續與日方多方合作推廣臺灣農產品，例如積極推動臺灣石斑魚進入日本藏壽司通路販售、與日本鐵路業者合作上架臺灣豬肉便當銷售，以及與日本朝日電視台合作拍攝宣傳臺灣農產品產地特別節目等，期待未來臺日之間能有更多、更深入的農業合作機會，持續帶動我農產品輸日量值並讓日本消費者享用更多臺灣美食，共創臺日兩國雙贏局面。



農委會訪日團員一行前往拜會 Olympic 集團總部，並與集團代表大下內徹社長等人合影。