

出國報告（出國類別：考察）

參加2007年東京國際食品展及參
訪日本觀光園藝產業

服務機關：行政院農業委員會農糧署

姓名職稱：方怡丹 技正

派赴國家：日本

出國期間：96年3月13日至3月17日

報告日期：96年7月10日

目次：	頁次
一、緣起及目的	1
二、執行期間	2
三、工作行程	2
四、日本國際食品展參觀內容及展場介紹	3
(一)展場基本資料	3
(二)食品展緣起及目的	3
(三)展示對象	4
(四)參訪者屬性分佈	4
(五)國際食品展主要展示產品內容	5
(六)各館展示內容及展場情形	6
五、台日冷凍農產貿易懇談會	15
六、日本休閒園藝產業	17
七、心得與建議	19

一、緣起及目的：

日本為糧食進口大國,自給率僅40%，為提供各國展示當地食品特色及參展者獲得日本食品市場消費趨勢與世界新食品之資訊，獲取世界性之展覽提供國外食品相關企業之商機，因此，每年於千葉縣國際展覽中心舉辦國際食品展，該展規模亦為太平洋地區最大之展場。本(第32屆)展覽期間為2007年3月14日至3月17日，有76個參展國家，參展攤位數達2,400個，為歷年來最盛大之展覽。

此外，日本也是台灣農產品出口第一大國，94年出口值1 2億9千美元。出口品項以「水產品」為最大宗，金額為9億6千8百萬美元，占總貿易值75%，主要產品為鮪魚、鰻魚及臺灣鯛；其次為「農特產品」，出口值1億8千2百萬美元，占14%，以冷凍毛豆、香蕉、芒果、蝴蝶蘭、菊花為主；再次為「禽畜及肉類產品」，約1億1千萬美元，以冷凍鴨肉及調製豬肉製品為主，占8%。由於日本於去(95)年5月29日起實施新修正之食品安全法，對食品之農藥、動物用藥及飼料添加物（簡稱農藥等）之殘留基準，採行新制度，在日本實施農藥殘留新制後，對進口食品之檢查方式趨於嚴格，台灣冷凍毛豆是目前除冷凍漁產品以外最大宗之外銷農產品，外銷出口值達4千7百萬美元，其中九成以上外銷日本，在日本市場佔有率超過35%，為因應日方實施農藥殘留檢驗新制，積極配合該新法之規範，需藉每年台日冷凍農產貿易懇談會瞭解日方貿易動態及交流意見，以維持冷凍毛豆產業之競爭力，並收集相關資料俾利國內農政單位及業者因應參考。

為提升冷凍毛豆安全品質，建立我外銷蔬菜輸日之產銷履歷追溯系統，本（96）年台日冷凍農產貿易懇談會我方提出外銷冷凍毛豆生產履歷條碼追溯系統為討論主題，期整合日方採購商社對我冷凍毛豆外銷履歷編碼方法建立共識，以利未來導入電腦化系統之履歷制度與外銷追溯條碼，該案如獲日方之支持，將改善目前外銷冷凍毛豆以生產批號追溯履歷之方式，並可提昇冷凍加工廠原料管理及物流系統之作業效率。本次懇談會雙方針對議題確認外銷條碼編碼原則後，未來即可據以輔導台灣區冷凍蔬果工業同業公會及所屬會員廠建立電腦鍵入資料及列印追溯條碼，對於我外銷毛豆產業發展將有莫大助益。

二、執行期間：

2007年3月13日至3月17日

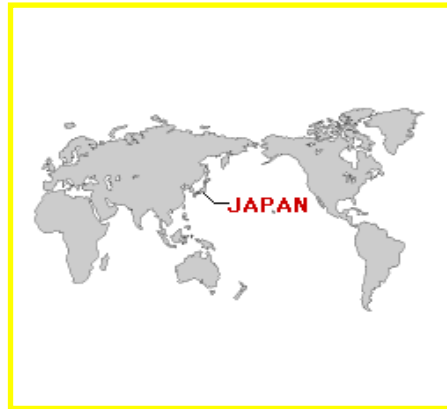
三、工作行程：

日期	行程	行程概述
3月13日 (二)	台北—東京	去程
5月14日 (三)	東京市—千葉縣 國際展覽中心	參訪2007東京國際食品展
5月15日 (四)	東京市—幕張	一、出席日台冷凍農產貿易懇談會 二、參訪日本連鎖超市及量販店，瞭解冷凍 蔬菜於日本市場之銷售情形。
5月16日 (五)	東京	參訪觀光休閒農園。
5月17日 (六)	東京—台北	返程

四、日本國際食品展參觀內容及展場介紹

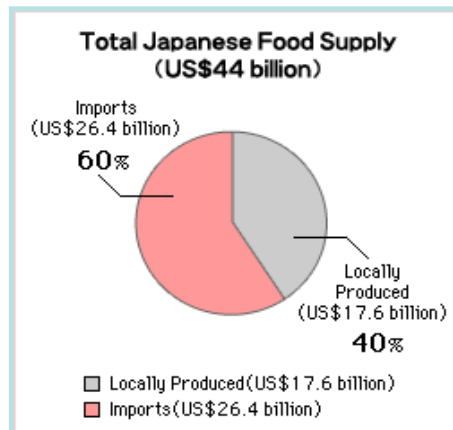
(一)展場基本資料：

- 展覽地點：千葉縣國際展覽中心
- 展覽期間：2007.3.14 - 3.17.(第32屆)
- 參展國家數：76
- 參展攤位數：2,400
- 主要展示館：8
- 展場面積：28,000m²
(國外參展數佔60%)
- 參訪人數：95,000人次
(每日進場超過22,000人次)



(二) 食品展緣起及目的：

- 日本糧食自給率僅40% (US\$17.6 billion)，可藉此世界性之展覽提供國外食品相關企業之商機 (US\$26.4 billion)。
- 提供各國展示當地食品特色。
- 參展者可獲得日本食品市場消費趨勢與世界新食品之資訊。



提供日本及世界各國之飲食文化與料理趨勢

(三) 展示對象：

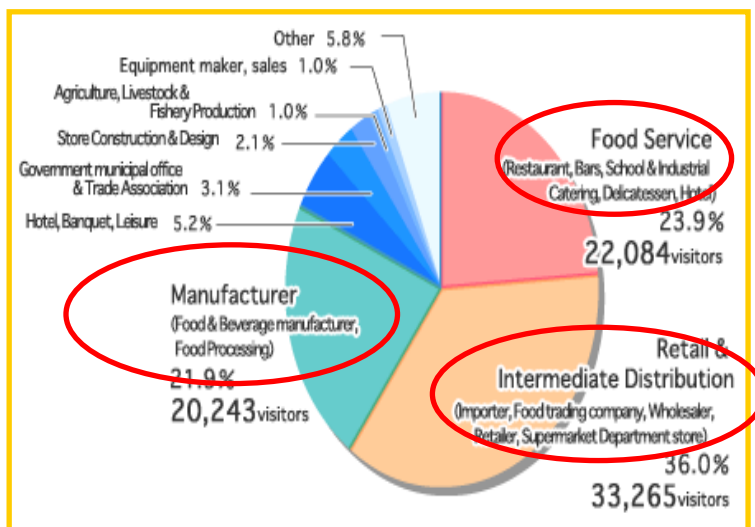
- ✓ 食品製造商
- ✓ 生產製造商
- ✓ 中間批發商
- ✓ 零售商
- ✓ 銷售業者
- ✓ 農、畜、水產生產者
- ✓ 政府機構
- ✓ 國外業者



(四) 參訪者屬性分佈

入場參觀人員主要以零售商及中間業者為最多，佔總進場人數之36%，其次為餐飲服務業，佔總比率之23.9%，再其次則為餐飲製造業，約佔總比率之21.9%。

上圖：展覽館外觀，下圖：主要展示廳之鳥瞰圖



(五) 國際食品展主要展示產品內容

- 農、畜、水產品（生鮮、冷凍、乾燥）
- 加工品
- 畜、水、乳製品
- 熟食、甜點、香料
- 健康食品
- 飲料（酒類、咖啡、茶、果汁）



(六) 各館展示內容及展場情形

1. 美國館

- 有機食品
- 非基因改造穀類及雜糧
- 脫水蔬果
- 生鮮水果
- 咖啡
- 牛肉
- 果汁及汽水
- 乳製品



美國館展場攤位佈置及現場展示情形

2.加拿大館

- 啤酒
- 冷凍肉品及肉製品
- 水產品
- 乾燥蔬果
- 食用油
- 果汁



加拿大館展場攤位佈置及現場展示情形，其現場接待人員以騎兵服展現該國文化特色。

3.南美洲館

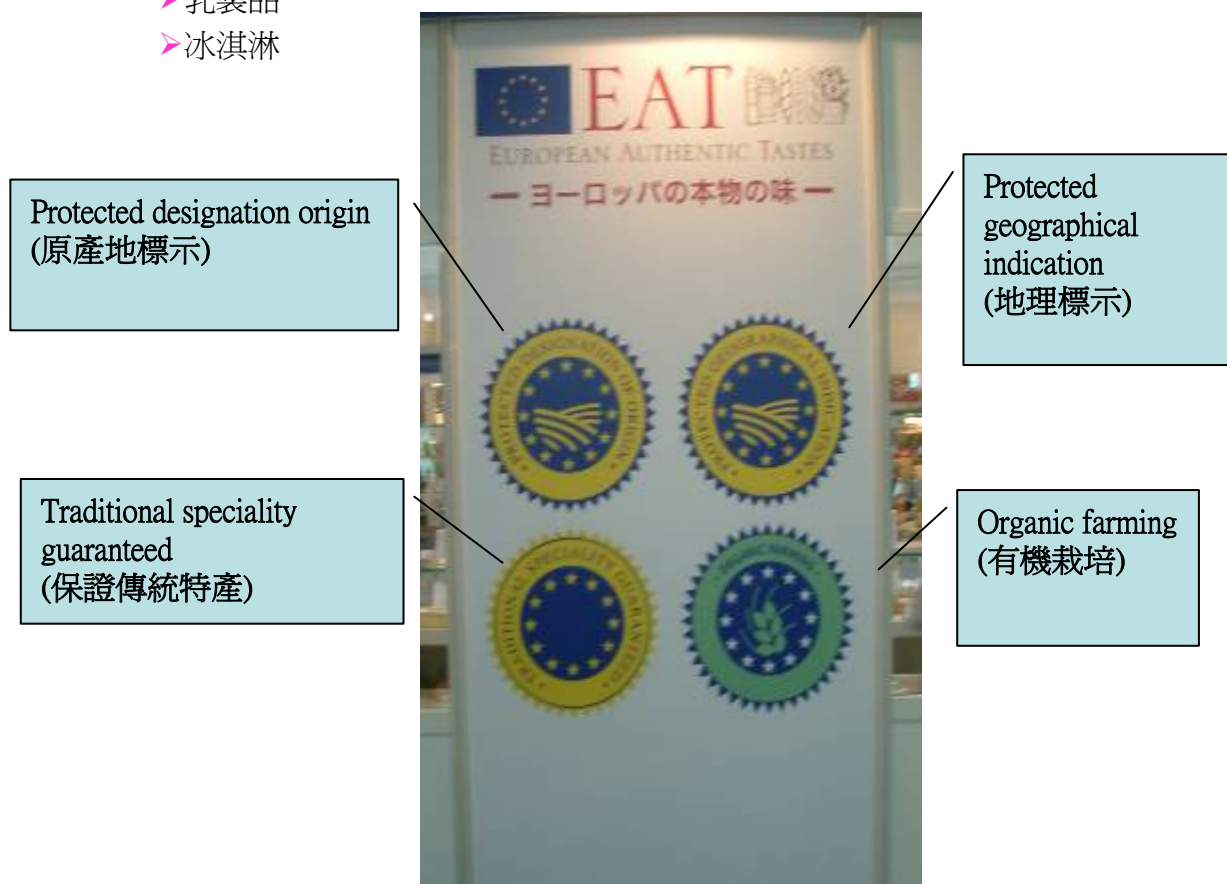
- 巧克力
- 食用油(大豆油、葵花子油及蔬菜油)
- 咖啡及香草茶
- 蜂產品
- 生鮮蔬果及其加工製品
- 肉製品
- 果汁
- 酒類



墨西哥館展場攤位佈置及現場以酪梨擺飾展示情形，哥倫比亞館則以咖啡店為展示主題。

4. 歐洲館

- 橄欖油
- 義大利麵
- 番茄醬
- 葡萄酒
- 乳製品
- 冰淇淋



本次歐洲館主要強調4種認證標章，以強化該區農產品之重要特色與品質保障。



歐洲館展場攤位佈置及現場展示情形

5. 義大利館

- 義大利麵
- 橄欖油
- 番茄製品
- 葡萄酒及各式香檳



義大利館展場以番茄製品為佈置主題，其攤位佈置及現場展示情形

6. 西班牙館

- 酒類
- 餅乾
- 橄欖油
- 果汁
- 乳製品
- 冰淇淋



西班牙館展場以紅色為佈置主題，展現該國熱情好客之天性，其攤位佈置以橄欖製品為主，現場並綴以橄欖樹，並介紹其生態極具特色。

7.法國館

- 葡萄酒及各式香檳
- 橄欖油
- 果汁
- 乳製品



法國館展場以小酒館為佈置主題，統一及整齊之規劃風格令人印象深刻。

8.荷蘭館

- 乳製品
- 麵包
- 餅乾
- 果汁
- 冰淇淋



荷蘭館善用花藝與產品印象結合，將展場呆板之佈置，注入柔和浪漫之元素。

9. 東南亞館

- 生鮮水果
- 椰子製品
- 米製品
- 禽肉製品
- 香料
- 罐頭食品



東南亞館展場佈置主題較不明顯，展示產品相似度高，上圖皆為馬來西亞館，下圖左為印度館、下圖右為泰國館。

10. 中國館

- 健康食品
- 生鮮、冷凍及脫水蔬果
- 罐頭食品
- 茶葉
- 蒸餾酒類
- 蜂產品
- 醃漬食品



中國館展場佈置主題複雜，展示產品種類多，以傳統中國風為佈置重點。

11. 韓國館

- 人蔘
- 醃漬食品
- 海苔
- 生鮮蔬果
- 辣椒製品



韓國館展場佈置主題以現代韓國與傳統文化為佈置主題，現場之接待人員多著韓國傳統服飾且以女性為主，令人聯想到韓國著名之影劇「大長今」。

12.日本館

- 米食
- 生鮮蔬果
- 醃漬食品
- 酒類
- 海苔
- 水製品
- 肉製品
- 乳製品



本(2007)年東京食品展日本農協主要以生產履歷及有機認證農產品做為推廣重點。



日本包裝容器展—注重環保之包裝材料，如紙器、竹編等容器，製作精美



綠茶展—將日本各地有名之綠茶產品齊聚一堂，並介紹產品之特點。



日本酒展強調日本傳統製酒技術之傳承，並講究飲酒所使用之酒器，製作精美。

13.台灣館

- 茶葉
- 米食
- 生鮮蔬果
- 冷凍蔬果
- 脫水蔬果
- 醃漬食品
- 調理食品
- 水製品



本次台灣館從進入展場後，隨時可看到展覽廳海報及展場國家識別看板，顯見花費許多心思以吸引入場者之注意。此外，本次東京展主要推出香蕉與毛豆等重要外銷品項，藉由許多動態之表演與試吃等活動，將入場者之眼光集中至台灣館，相當活潑及具吸引力。



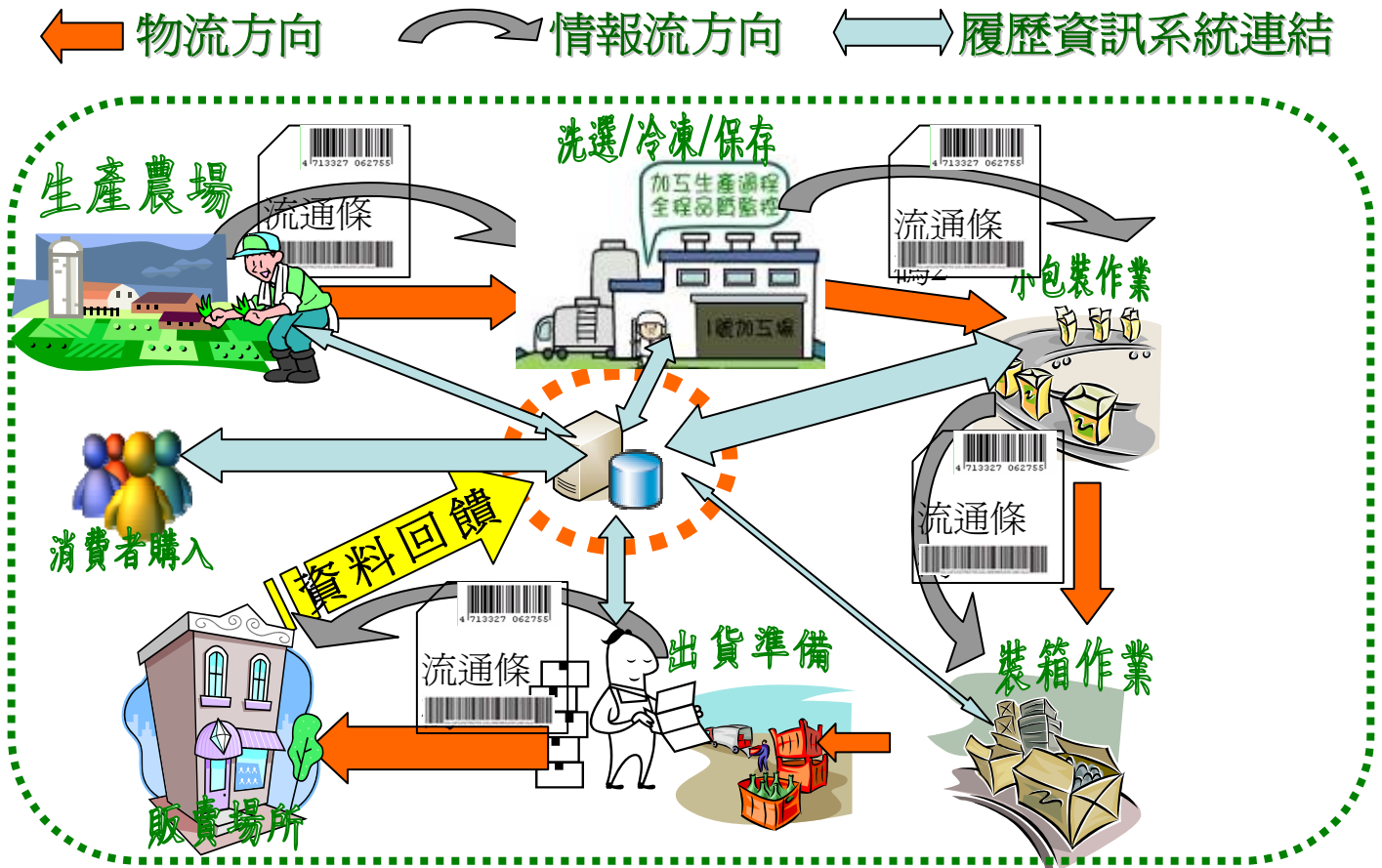
主舞台區毛豆與香蕉玩偶之表演，與show girls 推薦香蕉試吃活動。

五、日台冷凍農產貿易懇談會

日本已於2006年5月29日實施新修正之食品衛生法，該法實施前訂有殘留基準的農藥為250種，動物用藥33種，合計283種，針對該等藥物加以檢驗及管制，其餘未訂定殘留基準之藥物，若經檢出殘留，因無法令規範，其產品仍可流通。但實施新制後，大幅增加訂有殘留基準之項目至799種（其中農藥586種），另有不得檢出殘留者為15種，其餘之農化藥品殘留統一基準（uniform limit）訂為0.01ppm，不合格產品禁止流通販售；因此，為積極配合該新制之規範，以維持冷凍毛豆產業之競爭力，相關食品加工廠針對日本採購商社之需求及建議，業積極進行原料毛豆生產之管理措施，除目前已輔導台灣加工廠商建立半成品追蹤管理系統操作規範外，另為增進冷凍農產品台日貿易雙方對日本農藥殘留檢驗新制之瞭解與交流，該會懇談會議日方並安排日本冷凍農產檢驗協會成員於會中報告「日本食品輸入制度」、「新殘留農藥基準之簡介」及「輸入冷凍蔬菜殘留農藥管理準則」等主題，與我方農業研究、生產品管及加工部門人員交換意見，使相關人員獲知最新之市場與安全資訊，有助於未來規劃安全管理流程。該會議每年透過外貿協會於日本東京舉開會議，透過貿易夥伴間最新訊息之傳達與長久以來之信任，加上我國產業團體之努力，使冷凍蔬菜產業維持穩定出口，該會議所提供之交流平台極具重要性。

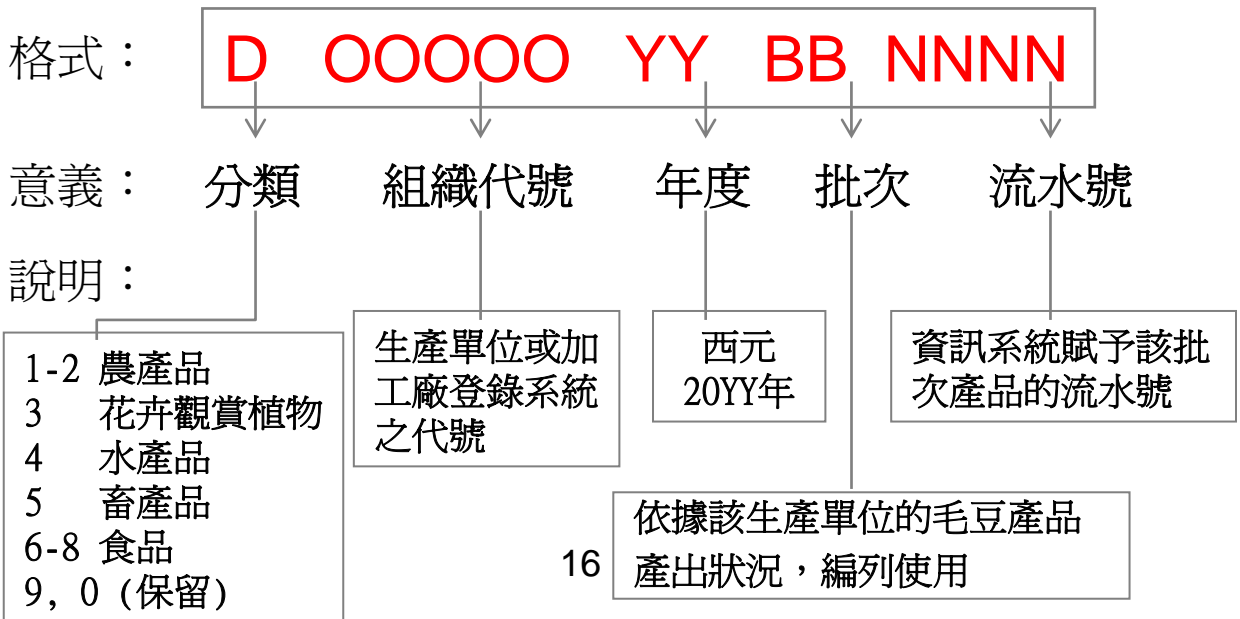
為維繫主要海外市場，我國業者早已因應日本之要求建立原料批次管理的概念，由於毛豆是我國推動農產品履歷制度的第1階段之示範品項，業界所累積之經驗足以協助農民實施外銷生產履歷追溯系統。因此本次參加會議，所提出規劃案擬整合日本市場之需求，並配合開發外銷蔬菜之產銷履歷資訊系統，本年度擬完成外銷毛豆履歷追溯工作。為建構外銷毛豆產銷履歷體系，同時亦提出報告，規劃下列履歷追溯作業流程，以提供日方瞭解台灣將進行之生產履歷系統，與會代表對於本次所提出之生產履歷追溯制度均表示可行與同意配合，未來對於產品管理流程將更有保障與信心。

外銷毛豆產銷履歷體系建構圖



外銷毛豆產銷履歷追溯示範碼編

與TAFT追溯碼整合，共計14位數



六、日本休閒園藝產業

本次參訪之地點為梶木縣小山市岩舟農民團體所經營之觀光採果園，此農園以生產草莓著名，園內所包括之設施及展示點有：展售直銷中心、分級包裝場、溫室生產區及花卉展覽區等，涵蓋之面積約有10公頃，以生產草莓、番茄及葡萄等溫帶蔬果為主。並設置有花卉展覽區，配合不同花季展示主題，以增加遊客之參觀內容，不僅在不同季節有各式蔬果吸引遊客，更能在觀光採果之餘，讓遊客跟隨花季展示期持續回流消費。



展售直銷中心之建築外觀，右上：專用配送車，左下：展售直銷中心之內部交易情形。



草莓集貨與運送中心，草莓盛產季節每天均集中選果及包裝。



左圖：週邊環境整理相當乾淨之草莓園，吸引遊客入園採果，每張入場券1200 ¥，可在溫室內自由品嚐草莓30分鐘。右圖：為保溫及防止下雪重量所設置之雙層溫室



生產履歷草莓 (598 ¥/盒) ，較一般無履歷追溯之產品，售價約高3成。



冬季雖不是日本葡萄之產期，但是週遭環境整齊清潔與整枝規格劃一之葡萄園，讓人不禁佩服日本人講究品質之自我要求水準超越其他國家。



花卉展覽區及現場可購買精緻又可愛的花卉小盆栽。

七、心得與建議：

日本為亞洲地區最大之農產品進口國，加以高度經濟發展，人民所得水準高，因此世界頂級產品均將日本市場視為重要之銷售與展示據點，台灣長久以來與日本保持友好關係，又為我農產品最大出口國，雙方貿易關切密切，為維持我輸日產品之最佳競爭力，對於日本之進出口政策及鄰近國家之外銷產品發展應多予注意，是否對我產品外銷產生阻礙或產生競合，均應能及時掌握日本市場消費動態，以調整出口時期與爭取最高利潤，透過東京食品展之參訪可瞭解世界食品發展趨勢，不僅對於未來我國籌備相關食品展可累積實務經驗，並可參考世界級之展覽經驗與規模，將前置作業予以妥善規劃，避免流於形式展覽。

本次除了參訪東京食品展之外，另透過日本友人之協助安排日本休閒園藝產業之參觀行程，除實際體驗其採果樂趣之外，對於日本人在產業永續經營之用心與採果體驗細膩安排之心思，印象非常深刻。我國休閒農業之發展近年來雖有進步，但在農場環境之清潔維護及遊客休憩之秩序上仍不夠高水準，相較於該農園為維持遊客回流率，栽培作物種類多，方能每季展出主題以吸引人潮，因此園區管理複雜性高，但日本人講究品質之自我要求水準超越其他國家，以葡萄園管理為例，雖冬季不是日本葡萄之產期，但是葡萄園週遭環境整齊清潔，葡萄藤蔓整枝規格劃一，讓人不禁佩服日本人之管理精神，再細節的工作依然不可馬虎，此種嚴謹的工作態度的確是我們應予學習之目標。