

出國報告(出國類別：考察及會議)

「考察 2018 年東京國際食品展」
出國報告

服務機關：經濟部國際貿易局

姓名職稱：倪主任秘書克浩、王專員瓊慧

派赴國家：日本東京

出國期間：107年3月5日至3月7日

報告日期：107年4月16日

摘要

東京國際食品展(FOODEX JAPAN 2018)為全球第 3 大的專業食品展，今年度已邁向第 43 屆，於 3 月 6 日至 9 日假日本千葉縣幕張國際展覽館隆重登場。由經濟部國際貿易局委託外貿協會執行的臺灣館，今年將整合桃園市、雲林縣、高雄市、屏東縣、臺南市及嘉義市等 6 大縣市，以及糖菓餅乾、冷凍水產及罐頭、蜜餞及製茶等 7 個公協會，以及各類特色食品等 132 家業者參加，共計使用 125 個攤位，總展出面積達 1,800 平方公尺，我國是第 5 大參展國，本屆臺灣館在參展家數或面積上都擴大規模，創下新猷。

臺日雙邊經貿關係密切，2017 年雙邊貿易總額為 627.4 億美元，我國對日出口總額為 207.9 億美元，自日本進口總額為 419.5 億美元，我對日本貿易逆差 211.6 億美元，在農產食品方面，日本為臺灣第二大的出口市場，也是臺灣農產食品的第二大進口國；對日本而言，臺灣亦是日本農產食品的第三大出口市場，占比超過 10%，僅次於香港和美國，其中臺灣出口至日本的農產食品以冷凍水產、生鮮蔬果和花卉為最大宗，而從日本進口至臺灣的農產食品以菸草、蘋果、調味料、酒精性飲料和水產品為主，兩國之間因氣候及地理條件的不同，雙方產業互補性高，各自生產獨特的特色產品，進出口貿易因此而頻繁。

未來臺日雙方除持續透過相互參展、觀展及採購外，並將透過合作開發第三國市場等方式，達到互惠雙贏的目標。

目錄

摘要.....	2
一、團員名單及行程表	4
二、工作紀要.....	6
(一) 展覽簡介.....	6
(二) 出席展前「臺日食品產業合作記者會」	7
(三) 出席農民團體參訪團晚宴.....	7
(四) 出席「2018年東京國際食品展」臺灣館開幕典禮	9
(五) 出席謝大使餐會.....	11
(六) 與參展廠商互動交流.....	11
(七) 出席「臺灣農水產品日本進口業者座談會」	11
三、心得及建議	14
四、活動照片.....	16

一、團員名單及行程表

東京國際食品展-赴日團員名單

姓名	所屬單位	職稱
倪克浩	國際貿易局	主任秘書
王瓊慧	國際貿易局	貿易發展組專員

行程表

107年3月5日(星期一)至7日(星期三)

日期	時間	活動內容	備註
3月5日 (一)	上午	啟程前往東京	CI220 09:00~12:40
	上午	移動至龍名館東京飯店	地點：龍名館東京(Hotel RYUMEIKAN Tokyo) 地址：Yaesu, Chuo-ku, Tokyo,103-0028 Japan
	16:00~18:00	臺日食品產業合作記者會 (倪主秘受邀致詞並上台合影)	地點：Ballroom, Shangri-La Hotel(27F) 地址：東京都千代田区丸の内 1-8-3
	19:00~21:30	晚宴 (外貿協會黃董事長志芳宴請臺灣農民團體參訪團)	地點：Conway2 & 3, Shangri-La Hotel(27F) 地址：東京都千代田区丸の内 1-8-3 農民團體：中華民國農會、新北市、宜蘭縣、桃園市、新竹縣、新竹市、苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、高雄市、屏東縣、花蓮縣、澎湖縣及金門縣農會
3月6日 (二)	07:30~09:00	前往千葉縣幕張國際展覽館	
	09:00	抵達幕張國際展覽館	地點：幕張國際展覽館 3C02 地址：千葉縣美濱區中瀬 2-1
	09:00~10:00	參觀臺灣館	

出國主題：「東京國際食品展」報告

日期	時間	活動內容	備註
	10:00~10:40	「2018 東京國際食品展」 臺灣館開幕典禮 (倪主秘受邀致詞及剪綵)	
	10:40~12:00	與參展廠商互動交流	
	12:00~14:00	謝大使餐會	地點：The New Otani 地址：4-1 Kioi-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8578, Japan
	14:00~17:00	逐一參觀我國參展廠商攤位，與彼等互動交流、加油打氣並瞭解我商產品輸銷日本遭遇之困難與待協助事項	
	17:00~18:30	移動(千葉幕張→東京香格里拉飯店)	
	18:30~21:30	臺灣農水產品日本進口業者座談會	地點：Conway 2 & 3, Shangri-La Hotel(27F) 日本企業出席名單：Oisix.daichi Inc.、大明食品工業、友盛貿易株式会社、福來物產有限会社、Wismettac フーズ株式会社、CGC Japan、運盈商事、池栄青果、允偉興業股份有限公司、株式会社久順銘茶、東永商事、雅茗天地
3月7日 (三)	09:00~09:30	拜訪彰化銀行東京分行 分行經理	地址：東京都千代田区丸の内 1-8-3 丸の内トラストタワー本館 7F
	09:30~10:30	參訪華碩電腦東京直營 販賣維修中心 (該中心係華碩新成立在全球第 1 個維修中心)	地址：東京都千代田区神田神保町 3 丁目 23 番 2 號神保町錦明ビル
	10:30~11:30	拜訪台北駐日經濟文化代表處，倪主秘對經濟組同仁加油打氣並感謝其協助	地址：東京都港区白金台 5-20-2
	11:30~12:20	前往東京羽田國際機場 搭機返台	CI221 14:15~17:15

二、工作紀要

(一) 展覽簡介

「東京國際食品展(FOODEX JAPAN)」(國際食品·飲料展)由日本能率協會(Japan Management Association)主辦、日本旅館協會、國際觀光旅館連盟、日本觀光旅館連盟、國際觀光日本餐廳協會、國際觀光設施協會等共同主辦，規模為全亞洲最大、全球第 3 大，僅次於科隆國際食品展與巴黎國際食品展，亦為我國食品業者最重視之國際專業食品展覽。本(43)屆展覽於本(107)年 3 月 6 日至 9 日於千葉縣幕張國際展覽館(Makuhari Messe)舉行，共使用 11 個展覽館 (Hall 1 至 Hall 11)，前(42)屆展覽共計有 77 個國家館，3,282 家參展廠商，使用 3,879 個攤位，吸引 8 萬 2,434 名買主，88%為日本當地食品通路批發、餐飲服務、製造商與零售業者等，海外買主則有 9,365 名，顯見本展為食品業者開發日本、亞洲及全球市場之重要平臺。2018 年東京國際食品展有 3,466 家參展廠商，使用 4,011 個攤位，4 天展期吸引約 7 萬 2,428 名專業食品採購經銷商及進口商人場參觀，其中超過 8 成為日本當地食品通路批發、餐飲服務、製造商與零售業者等，總參觀人數較去年 8 萬 2,434 名衰退 13.8%

本屆臺灣館整合桃園市、雲林縣、高雄市、屏東縣、臺南市及嘉義市等 6 個縣市政府，及糖菓餅乾、冷凍水產及罐頭、蜜餞及製茶等 7 個公協會及各類特色食品業者，包括臺灣菸酒、石城、金福華、三叔公、乖乖、佳辰、品香、第一生化、頂裕、金門酒廠和得意中華等 132 家知名業者參展，不含公共形象區共計 125 個攤位，總展出面積達 1,800 平方公尺，攤位數較去年成長 6.8%，本屆臺灣館在參展家數或面積上都擴大規模，創下新猷。展出內容包含生鮮蔬果、冷凍水產、休閒飲品、點心零食、冷凍和調理食品、健康飲品、茶葉等。本屆東京展計有我國、西班牙、德國、法國、義大利、南韓、泰國等 80 個國家組團參展，我國為本展第 5 大參展國，前四大分別為德國、西班牙、義大利與中國。

出國主題：「東京國際食品展」報告

(二) 出席展前「臺日食品產業合作記者會」

為擴大推廣臺灣農產品，本年度外貿協會與農委會規劃於展前在日本東京香格里拉飯店(Shangri-La Hotel)27樓會場，召開 2018 東京國際食品展「臺日食品產業合作記者會」，向日本媒體記者推介臺灣優質食品，並邀請在日本具有高知名度的旅日棒球選手陽岱鋼向日本媒體介紹臺灣特色食品，外貿協會黃志芳董事長致詞時強調「以食會友」，將臺灣優質食品引進日本，創造臺日更密切的經貿交流。本局倪主秘克浩致詞時指出，本局一向支持臺灣的優良食品廠商走向國際，協助參與東京國際食品展等全球重要的食品展會，未來仍將繼續推動臺日兩國食品貿易，強化友好關係。

記者會中本局倪主秘、代言人陽岱鋼、外貿協會黃董事長及農委會林主委共同介紹本次臺灣館推廣的亮點食品，包含珍珠奶茶、蜜棗及水果啤酒等，以互動問答的方式介紹臺灣食品給日本媒體。陽岱鋼並偕同高雄市市長陳菊、屏東縣縣長潘孟安、桃園市副市長游建華、雲林縣副縣長丁彥哲、嘉義市副市長張惠博、臺南市副市長張政源等六縣市正副首長，輪番於記者會上推廣各縣市的主力參展食品，攜手將臺灣優質食品推向國際市場。

各縣市政府正副首長上台致詞時，莫不大力推廣當地觀光景點及地方美食，多數縣市如台南市、雲林縣等均為東京食品展的參展常客，雲林縣丁副縣長表示，雲林縣自 2009 年第一次參展以來，今年已是第 8 次參展，雲林縣業者與日本貿易商維持緊密互動，尤其是雲林生產的胡蘿蔔及美生菜更是受到日方歡迎。而第一次參展的桃園市嚴選豐富多元的食品廠商共同參展，其中包含臺灣知名的食品業者，如光泉、金格、手信坊、豆之家等，都是耳熟能詳的食品品牌，桃園市同時帶來了許多臺灣熟悉的伴手禮，包含豆干、鳳梨酥和牛軋糖等，期望以「食力」攻陷國際買家的味蕾。

(三) 出席農民團體參訪團晚宴

外貿協會黃董事長當晚宴請農民團體參訪團等 15 家各縣市農會代表(出席名單如下)，並聽取渠等經營概況、對我國農業發展及市場發展策略之建言。

農民團體參訪團成員名單

項次	農民團體名稱	出席人員	職稱
1	中華民國農會	張永成	總幹事
2	新北市農會	楊棟樑	總幹事
3	宜蘭縣農會	游文雄	理事長
4	桃園市農會	蔡瑞源	總幹事
5	新竹縣農會	范綱宏	理事長
6	新竹市農會	鍾祥銘	總幹事
7	苗栗縣農會	曾武雄	理事長
8	臺中市農會	林育葦	總幹事
9	彰化縣農會	廖振賢	總幹事
10	南投縣農會	曾明瑞	總幹事
11	高雄市農會	蕭漢俊	理事長
12	屏東縣農會	黃瑞吉	理事長
13	花蓮縣農會	官俊彥	總幹事
14	澎湖縣農會	陳一正	總幹事
15	金門縣農會	黃永堆	總幹事

黃董事長請出席之農會代表踴躍分享臺灣農民在生產、經營、銷售上所遭遇困難、我農業對外拓銷現狀、對政府單位提出之建言以及想要外貿協會提供的服務等，做為未來業務推動的參考。

農會代表之建議、本局、駐日經濟組及外貿協會回應如下：

1. 花蓮縣農會官總幹事俊彥建議政府應盡力洽簽 BIA 及排除 SPS 障礙，本局倪主秘說明臺日投資協議已生效，臺菲 BIA 並於去年底完成更新，另說明我國與各國在雙邊架構下，持續協助處理各項 SPS 議題。
2. 桃園市農會蔡總幹事瑞源盼外貿協會能夠提供外國農產市場概況、檢疫規定及通路商資訊協助農民拓銷，駐日經濟組周組長立表示我農產品雖然在成本、關稅優惠方面無法與中國大陸或東協國家競爭，惟可透過高品質及

出國主題：「東京國際食品展」報告

客製化能力攻佔日本市場，渠將繼續提供服務，並舉毛豆為例，說明冷凍蔬菜公會每年都利用東京食品展期間與日方客戶舉辦貿易商談會，本年已是第 27 屆，我方每年透過商談會實際瞭解日方客戶需求，調整毛豆口感、品質及產量，作出差異化行銷及市場區隔。目前臺灣毛豆在日本市占率為第 1 名，高達 40%，此一拓銷模式，值得我方農民業者參考。

3. 新北市農會楊總幹事棟樑建議政府應協助農民及農會於馬來西亞與新加坡等國建立通路，貿協行銷處陳處長說明該會多年來辦理之食品相關展團與布建通路活動，未來仍將加強推廣並邀請農會團體參加。
4. 中華民國農會張總幹事永成建議政府以「農企業」先行的方式，導入企業管理及資金，比照日、韓等國在新南向國家取得契作土地或訂單情形，對內提升糧食自給率及刺激農業轉型，對外增加農產品競爭力。
5. 高雄市農會蕭理事長漢俊表示各地區農會在技術、產銷、品管等具相當優勢及經驗，並掌握全國約 75% 農產品產量，農委會另成立「臺灣國際農業開發股份有限公司」恐有疊床架屋、資源浪費等問題，爰建議政府應積極與農會協調如何強化臺灣農產品對外輸銷。

貿協黃董事長補充，本次利用東京國際食品展邀請農會代表赴日瞭解日本農產市場，未來可比照此一模式，邀集農會代表參加外貿協會在越南、菲律賓、馬來西亞等國舉辦之「臺灣形象展」，實地瞭解當地市場概況，而外貿協會亦將積極提供各國農產進口商、通路商及市場概況等資訊。

(四) 出席「2018 年東京國際食品展」臺灣館開幕典禮

為擴大宣傳臺灣館及臺灣農產食品，開幕典禮於食品展首日上午 10 時於臺灣館舞台區辦理，為展現對臺灣農產食品拓銷海外市場的重視，本局倪克浩主秘、外貿協會黃志芳董事長、駐日代表處謝長廷代表、農委會林聰賢主委、高雄市陳菊市長、屏東縣潘孟安縣長、桃園市游建華副市長、雲林縣丁彥哲副縣長、嘉義市張惠博副市長、臺南市張政源副市長等貴賓均親臨臺灣館開幕活動，為廠商加油打氣。各縣市首長也藉由本次展會使出渾身解數極力推廣縣市觀光、特產及活動盛事。

出國主題：「東京國際食品展」報告

本局倪克浩主秘致詞時指出，感謝農委會、各縣市政府的支持與外貿協會精心籌畫，從中央到地方通力合作，使臺灣館能夠亮眼吸睛的呈現，倪主秘致詞時指出，本屆臺灣館陣容與規模都創下歷年新高，有三個第 1，參展家數、攤位數、展出面積，希望政府與民間共同努力，讓臺灣的美食成功進軍日本市場。

臺灣館設計以木作搭建結構，線條簡潔俐落，色調以櫻花粉色為主，與當地季節搭配，象徵春天春暖花開的信息。館內並設置清真產品展示區，提供買主可快速瞭解我商清真產品選項；多功能舞台區於開幕典禮後撤除，轉變為吧台試吃區。另於攤位上方設置顏色鮮明的大型三角吊旗，主通道路口設置包柱廣告，以吸引買主至我館洽談採購、增加我館能見度。

臺灣館吧台試吃區自 3 月 7 日至 9 日每日安排 10 至 11 場試吃活動，試吃品項從珍珠奶茶、水果啤酒、芒果乾、鳳梨酥、蔥抓餅、豆干、水果乾到牛軋糖，產品包羅萬象，配合蔬果玩偶穿插其間，與觀眾互動，現場吸引買主及大批參觀民眾駐足和試吃，成功吸引買主進入館內。

於臺灣館展館前方成立清真食品展示區，以充滿異國風情的背板設計呈現，現場展出 32 家臺灣廠商 38 項獲得清真認證的各式農產食品，約占參展家數的 2 成，顯示我商擁有清真認證的比例愈來愈高，臺灣館內更以 HALAL TAIWAN 的標示清楚標明有清真認證的廠商，讓買主容易辨識。清真展品包括調理食品、畜產品、蔬果加工食品、調味料和健康食品等，足見臺灣食品廠商積極爭取清真市場的企圖心。

本屆參展廠商展出類別豐富多元，包括傳統、創新、休閒、健康等各式的農產食品，其中有相當受歡迎的臺灣農漁產品、茶葉、具臺灣特色的鳳梨酥、牛軋糖、珍珠奶茶、創新科技的冷壓鮮果汁及具健康訴求之薑黃、牛樟茶和黑豆等產品，長銷日本市場的紅蘿蔔、萵苣及香蕉等農產品，和今年首度赴日展出的臺灣蜜棗。今年 132 家參展廠商當中，有利統(臺灣蜜棗)、第一生化(燕麥奶)、朝海生物(櫻花蝦)、新湖農場(冷壓鮮果汁)、臺灣菸酒(水果啤酒)、國哲(珍珠奶茶原料)等，展品項目多元，顯見日本市場對臺灣廠商深具吸引力。

出國主題：「東京國際食品展」報告

(五) 出席謝大使餐會

午間出席駐日本代表處謝長廷大使便當餐會，謝大使宴請包括農委會、桃園市、臺南市、雲林縣、嘉義市、外貿協會、6家參展公會、臺灣菸酒公司、臺農發公司及農會參訪團等，共計 75 人，席間倪主秘與謝大使、縣市及公會代表就本次展覽及臺日農產食品貿易現況交換意見，並為參展廠商加油打氣並祝展出成功。

(六) 與參觀廠商互動交流

下午與倪主秘逐一訪視參展之臺灣廠商攤位，聽取渠等赴日拓銷、參展及對政府單位之建議，廠商反映問題包含輸日蛋類加工品及蜂蜜關稅(25%)過高、詢問加工食品輸日進口規定、新南向國家的清真認證申請時程冗長，除向廠商詳細解說外並提供駐日外館及本局聯絡方式，歡迎廠商日後續洽，惟訪視過程中亦接獲多家廠商表示參展首日即獲捷報，如臺灣菸酒公司、國哲公司與司麥爾公司。

首次參展的臺灣菸酒公司，啤酒系列及紹興酒在日本已有代理商，但旗下的 OMAR 威士忌系列，獲得許多中端餐飲業者詢問，攤位也充滿試飲人潮，臺酒公司表示本次參展不論是對於既有啤酒擴大市場或新酒品的推廣，皆有實質性的助益。

國哲公司為臺灣知名珍珠奶茶原料供應商，藉由食品展獲得來自東京、大阪及福岡飲料店洽商，其中大阪原料經銷商已進一步洽談獨家代理事宜；司麥爾是爆米花生產公司，以口味多元且外銷多國而聞名，於展中獲得日本市佔率 9 成的爆米花生產商 Japan Frito Lay 洽詢代工合作事宜。

(七) 出席「臺灣農水產品日本進口業者座談會」

貿協黃董事長當晚宴請 12 家日本的臺灣農水產品進口商、中華民國農會、14 縣市與離島農會參訪團(出席名單如下)，期經由日本通路商瞭解臺灣農水產品對日的出口和銷售現狀，渠等並與臺灣農民團體交流，就臺日農產食品商機、關稅、非關稅障礙及未來作法等交換意見，對日後臺日企業更大的合作間預作準備。

日本進口臺灣農水產品公司與臺灣農民團體成員名單

項次	公司名稱	出席人員	職稱
1	運盈商事	鈴木明達	董事長
2	池栄青果	藤田克己	董事長
3	大明食品工業	蔡敬虔	董事長
4	允偉興業股份有限公司	蔡俊雄	董事長
5	株式會社久順銘茶	大塚祐一	執行董事
6	東永商事	河德明	董事長
7	雅茗天地	林太一	專案總監
8	友盛貿易株式会社	富田勇	副董事長
9	福來物産有限会社	張本立夫	執行董事
10	Oisix.daichi Inc.	岡屋洋佑	經理
11	Wismettac フーズ	杉山大樹	經理
12	CGC JAPAN	岡部弘幸	經理
13	中華民國農會	張永成	總幹事
14	新北市農會	楊棟樑	總幹事
15	宜蘭縣農會	游文雄	理事長
16	桃園市農會	蔡瑞源	總幹事
17	新竹縣農會	范綱宏	理事長
18	新竹市農會	鍾祥銘	總幹事
19	苗栗縣農會	曾武雄	理事長
20	臺中市農會	林育葦	總幹事
21	彰化縣農會	廖振賢	總幹事
22	南投縣農會	曾明瑞	總幹事
23	高雄市農會	蕭漢俊	理事長
24	屏東縣農會	黃瑞吉	理事長
25	花蓮縣農會	官俊彥	總幹事
26	澎湖縣農會	陳一正	總幹事
27	金門縣農會	黃永堆	總幹事

出國主題：「東京國際食品展」報告

座談會主要討論內容如下：

1. 農會代表表示，各地區農會透過產銷班與臺灣農戶緊密連結，可協助解決契作相關之產量、品質及價格等相關問題，盼能與日方農產食品通路商多進行交流。
2. 日商代表建議，臺灣農產品種類豐富且與日本農產品互補，若能改善農藥殘留、病蟲害、品管及價格穩定性等問題，將可持續擴大對日商機。另日本因緯度氣候影響，冬季時國內蔬菜產量不足，建議我方可加強開發此一商機。
3. 大明食品蔡敬虔董事長建議，我輸日毛豆需課 6%進口關稅，而泰國輸日卻零關稅，另臺灣仍禁止日本核災區食品之進口，似有改進空間。針對蔡董事長關切事項，本局倪主秘說明第 42 屆臺日經貿會議頃於去(106)年 11 月舉行，協商處理雙方各項經貿議題，另有關禁止核災區食品進口事，各界已向我國內相關單位及外館表示關切。

三、心得及建議

臺日雙邊經貿關係密切，2017 年雙邊貿易總額為 627.4 億美元，我國對日出口總額為 207.9 億美元，較去年同期成長 6.33%，自日本進口總額為 419.5 億美元，較去年同期成長 3.28%，我對日本貿易逆差 211.6 億美元，在農產食品方面，依據農委會統計，2017 年臺灣出口至日本農產食品為 7.97 億美元，而從日本進口之農產食品高達 10.1 億美元，日本為臺灣第二大的出口市場，也是臺灣農產食品的第二大進口國；對日本而言，臺灣亦是日本農產食品的第三大出口市場，占比超過 10%，僅次於香港和美國，其中臺灣出口至日本的農產食品以冷凍水產、生鮮蔬果和花卉為最大宗，而從日本進口至臺灣的農產食品以菸草、蘋果、調味料、酒精性飲料和水產品為主，兩國之間因氣候及地理條件的不同，雙方產業互補性高，各自生產獨特的特色產品，進出口貿易因此而頻繁。

未來臺日雙方除持續透過相互參展、觀展及採購外，並將透過合作開發第三國市場等方式，達到互惠雙贏的目標。針對本次考察及拜會行程提出建議如下：

(一) 臺灣館推廣亮點食品，整體表現優於展覽

東京國際食品展今年已邁向第 43 屆，而每年均能吸引國際買主及媒體的關注，除本展之知名度及規模性外，本年外貿協會徵集廠商之產品從初級農水產品到高度加工之調理品一應俱全，臺灣館本次推出之亮點食品，包含珍珠奶茶、蜜棗、清真產品及水果啤酒等，其中臺灣蜜棗經過 7 年努力，突破層層檢疫難關，日本於 2016 年 12 月首度開放臺灣蜜棗進口，是本屆臺灣館展出的重點推廣品項，吸引大量觀展人潮及國際買主，本年度東京食品展吸引了 7 萬 2,428 名參觀買主，雖較去年 8 萬 2,434 名買主數衰退了 13.8%，惟臺灣館本年接待 4,790 位國際買主，較去年 4,673 位小幅成長了 2.5%，臺灣館的表現明顯優於展覽，顯見本展臺灣館為臺灣食品業者開發日本、亞洲及全球市場之重要平台。

(二) 塑造品牌優良形象，有助強化日本買主信心

數家參展多年的廠商表示，日本通路商極為重視食品安全與品牌存續，每年皆會藉由參觀東京食品展以實際瞭解我國之產品，嗣我國參展廠商取得

該通路商信任後始才下單。此外，臺灣館有近一半的廠商為食品加工業者，其中不乏品質及口味兼具的優良食品，由於日本屬於高度成熟且重視品質的市場，加工食品要在競爭激烈的日本市場脫穎而出並打入主流通路系統，除了產品口味多元化與品牌認知度，其包裝設計更要符合日本消費習性，建議我國廠商宜持續參加本展，提升形象及知名度，以強化日本通路商之信心。

(三) 海外推廣活動結合縣市政府辦理，完整呈現臺灣整體形象

為展現臺灣整體產業形象及地方產業特色，東京食品展結合各縣市政府以臺灣館整體形象展出，本年度辦理之新南向臺灣形象展，亦將以各縣市優勢產業為主題，於展中設置產業形象館，以強化臺灣地方城市特色、建立產業形象。建議未來外貿協會辦理之海外展覽及拓銷團均可朝此一方向研議辦理。

四、活動照片



倪主秘於記者會致詞



各首長與陽岱鋼共同介紹本次臺灣館亮點食品



記者會現場充滿媒體網紅參觀



展前記者會出席人潮踴躍



「臺日食品產業合作記者會」貴賓合影



出席農民團體參訪團晚宴



臺灣館入口處



倪主秘於開幕式致詞



臺灣館開幕典禮剪綵



開展第一天臺灣館即湧入大量買主參觀



清真展示區吸引買主駐足參觀



協欣公司接受日本美食節目採訪



法國館以 made with love 標語為該館主題



義大利館以該國國旗顏色設計，形象鮮明



臺灣水果啤酒試飲吸引大量買主前來試飲



高雄市政府提供蜜棗試吃

出國主題：「東京國際食品展」報告



謝大使與本次參加展的團員餐敘



對參展廠商加油打氣



首次參展廠商給予食品展建議



聽取參展廠商輸銷日本所遇困難



日本通路商與臺灣農民團體交流



聽取日本通路商建言



與彰化銀行東京分行經理合影



與駐日經濟組組長、副組長合影