

出國報告(出國類別：考察)

陳次長添壽 112 年 9 月 15 日至 16 日
率團赴日本參訪出國報告

服務機關：農業部

姓名職稱：陳添壽次長、洪峻凱秘書、袁華興簡任技正、么煥英技正

派赴國家/地區：日本東京

出國期間：112 年 9 月 15 日至 16 日

報告日期：112 年 12 月 7 日

摘要

為持續深化臺日雙邊農產貿易與交流，本部陳次長添壽率團於本年 9 月 15 日前往我國第二大農產品貿易出口國日本，次日出席於東京上野恩賜公園舉辦之「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」市集開幕活動，並至西武巨蛋球場辦理「台灣農產品デー」推廣活動，向日本消費者透過介紹及體驗等方式推介臺灣農產品，擴大宣傳效益，提升臺灣農產品於日本優質形象，進而提高臺灣農產品輸銷日本量值。

目次

壹、辦理目的.....	4
貳、辦理過程	
一、參與人員.....	4
二、參訪行程.....	5
三、工作紀要.....	5
參、心得與建議.....	10

壹、辦理目的：

日本向為我國農產貿易重要夥伴，我國農產品 110 年外銷日本達新臺幣 216 億元，111 年成長至 254 億元，年增率 17.5%，為僅次於美國的臺灣農產品第二大出口市場，為持續深化臺日雙邊農產貿易與交流，遂規劃本次參訪行程。

「TAIWAN PLUS」活動以臺日共好、共創為出發點，舉辦至今邁入第 4 年，規模擴大至約 80 組品牌，吸引許多對臺灣有興趣之日本消費者前往；與日本西武獅隊合作舉辦之「台灣農產品デー」活動，則運用臺灣及日本對棒球運動之特殊情感連結，向日本球迷介紹臺灣農產品。不論透過市集活動推廣、產品介紹、試吃體驗及形象轉播等方式，本次行程透過農業部長官之參與，提高日本民眾對推廣資訊之重視程度，期可擴大活動宣傳效益，增進日本民眾瞭解並購買臺灣農產品之意願，進而擴大國產農產品外銷量值。

貳、辦理過程：

一、參與人員

本訪團由陳次長率團，本部國際事務司主辦，訪團共計 4 人列表如下：

農業部		
1	次長	陳添壽
2	次長秘書	洪峻凱
4	國際事務司簡任技正	袁華興
5	國際事務司技正	么煥英

二、參訪行程

時間	9月15日(五)	9月16日(六)
09:00		「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」活動
10:00		
11:00		西武「台灣農產品デー」活動
12:00		
13:00		

14:00		
15:00	松山機場集合	
16:00	臺灣飛往日本	
17:00		成田機場報到
18:00		日本返回臺灣
19:00		
20:00		

三、工作紀要

本團行程包含「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」活動，以及與日本西武獅隊合作舉辦「台灣農產品デー」活動，向日本消費推廣臺灣農產品，並與在日本臺灣僑領交換臺日農產貿易意見，工作重點事項擇要摘列如下：

(一) 農業部次長陳添壽出席「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」活動

1. 在日本舉辦的「TAIWAN PLUS」活動以臺日共好、共創為出發點，由中華文化總會與誠品生活共同主辦，台北駐日經濟文化代表處及公益財團法人日本台灣交流協會協助，並由農業部、文化部、外交部、國家發展委員會、客家委員會、原住民族委員會、交通部、觀光局、經濟部國際貿易局、僑務委員會、國立台灣工藝研究發展中心等單位補助。活動結合臺灣民間與政府部門力量，藉由多層次的交流，深化日本對臺灣的理解與認識。
2. 9月16日至17日於東京上野恩賜公園舉辦的「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」市集活動，匯集約80組品牌，包括臺灣文化界的領先品牌，還有美食、設計、展覽及音樂等豐富內容，呈現臺灣文化生活的縮影，有新有復古，既傳統又具創意。TAIWAN PLUS 市集活動於2018年初次舉辦，參與人數約6萬人次，至本屆邁入第4屆，兩日活動現場參與人數逾22萬人次，並登上朝日新聞大版面刊出。
3. 農業部輔導臺灣農產品及農產加工品輸日，本次「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」市集活動有使用臺灣鳳梨和芒果製成的鳳梨汁及楊枝甘露、使用臺灣新鮮芒果製作的芒果醬三明治、使用臺灣水果製成之果乾，以及使用臺灣豬肉加工製成、香味四溢的臺式烤香腸，在一個充滿臺灣熱情氣氛的市集活動，讓參與的日本民眾享受臺灣農產品的美味，進而願意購買臺

灣農產品。

4. 為加強並擴大宣傳 TAIWAN PLUS 活動，於 9 月 16 日至 17 日市集同一期間，農業部並輔導以串聯的方式進行 Pop-up 限定活動，由品牌「NOHGA HOTEL UENO TOKYO」與「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」合作企劃，於「BISTRO・NOGHA」限定推出使用「臺灣龍膽石斑魚」菜的法式創意料理套餐。歷經事前研發，主廚以擅長的西式調理方式，帶領日本食客以味覺體驗臺灣食材的豐富滋味，同步加深臺日文化交流與合作。



圖 1、農業部陳次長添壽出席「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」開幕活動，與謝長廷大使、日華議員懇談會古屋圭司會長及文化總會鄭麗君副會長等開幕佳賓合影。



圖 2、「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」市集中使用臺灣農產品製成之產品，如芒果乾、火龍果乾及花生製品等。



圖 3、「TAIWAN PLUS 2023 台日一緒に」串聯活動，由「BISTRO・NOGHA」推出主菜「嫩煎臺灣龍膽石斑魚佐臺灣威士忌牛肝菌奶油醬」。

(二) 農業部次長陳添壽出席與日本西武獅隊合作舉辦「台灣農產品デー」活動

1. 為向日本消費者推廣臺灣農產品，農業部於 9 月 16 日與日本西武獅隊合作於日本西武 Belluna Dome 舉辦「台灣農產品デー」活動，向日本球迷與消費者推廣臺灣農產品，現場並發送香腸、貢丸、冷凍鳳梨釋迦及冷凍鳳梨等試吃樣品，以及農產品介紹小卡，總計當日進場看球人數 2 萬 2,525 名，試吃臺灣農產品人數約為 6,940 位，傳單發送 7,000 份。活動當日並由農業部次長陳添壽出席與球團互動，並於比賽開始前致贈臺灣農產品。
2. 在擴大宣傳效益上，除該場比賽係以「台灣農產品デー」冠名，亦於賽前球團官網與社群媒體宣傳，比賽現場及入口擺放臺灣農產品關東旗及大型布條，賽時於球場大螢幕播放臺灣農產品廣告等，加上電視及網路轉播，在觸及人數上，進場球迷加上西武獅隊之社群會員約 50 萬人，千葉羅德隊之社群會員約 50 萬人，加上電視與網路直播觀眾，估計超過 100 萬人。
3. 活動現場由試吃民眾填寫問卷，收集有效問卷 481 份進行分析，入場民眾年齡分佈在 36 至 65 歲間，男性稍多，對於臺灣的食品/農產品的印象最多為「好吃」68.4%，其次為「有安心感」15.2%。其中對於豬肉加工製品試吃後心得部份，約 6 成民眾於試吃前並不知道臺式香腸及貢丸為何，試吃後有 3 至 4 成民眾表示想要購買，顯示透過此類試吃活動，可增進日本消費者對於臺灣農產品之瞭解，並直接提昇其對臺灣農產品之好感，同時增進購買意願。
4. 活動中並邀請旅日臺灣僑領到場互動交流，包括亞洲台灣商會聯合總會、千葉台商商會、東京台灣商工會及埼玉華僑總會等代表，針對臺灣與日本農產貿易商情交流資訊，並針對如何擴大臺灣農產品輸銷日本交換意見。



圖 4、西武獅隊舉辦「台灣農產品デー」向日本消費者推廣臺灣農產品，現場民眾試吃踴躍，並主動於試吃後填寫問卷提供反饋。



圖 5、農業部陳次長添壽致贈西武獅隊臺灣香腸及貢丸禮盒，由捕手古市尊代表接受。



圖 6、西武獅隊臺灣旅日選手吳念庭以「我的家鄉是以食聞名的臺灣」為主題預錄宣傳短片，於賽中休息時間透過球場大螢幕及電視與網路轉播，向球迷介紹臺灣農產品。



圖 7、農業部陳次長添壽與日本東京地區僑領會晤，針對臺灣農產品對日本貿易情形交換意見。

參、心得與建議：

1. 受中國大陸片面禁止臺灣部分農漁產品輸入及 Covid-19 疫後消費習慣改變影響，對我國農產品產銷帶來衝擊，但在農民、農民團體、加工業者、外銷業者與政府的共同努力，以及國內外企業與消費者的全力支持下，農產品產地價格與農民收益並未受到影響，我國去年農產品外銷金額甚至比疫情發生及中國大陸實施禁令前更高，顯示品質優良的臺灣農產品深受國外消費者的喜愛。
2. 建議加強與臺灣農產品輸日企業、中央各部會、地方政府及團體交換意見，持續蒐集目標市場流通情報及合作通路與消費者回饋意見，據以整合開發外銷新產品、新市場與新通路，規劃使消費者認知臺灣優質農產品之多元行銷方式，以提升國產農產品外銷量值，增加農民收益。
3. 出國行程安排部份，建議後續辦理相關行銷活動可提前規劃，及早確認行程交通等細節安排，避免倉促修改造成合作方困擾，並可參酌近期重大政策於行程納入相關參訪活動，使出訪更臻完善。