

出國報告（出國類別：考察）

「日本文創商品觀摩、展會規劃及  
拓展客家商品國際通路之訪查」

服務機關：客家委員會

姓名職稱：廖主任秘書育珮

袁科長靜慧

吳科員旻儒

派赴國家：日本

出國期間：104年9月1日至9月5日

報告日期：104年11月9日

## 摘要

為提升客家品牌在國際知名度與能見度，客家委員會嚴選 25 項商品，參加「2015 東京國際秋季禮品展(Tokyo International Gift Show)」，設置客家特色商品專區行銷推廣，此行目的主要係了解臺灣客家特色商品在日本展售情形及開發國際通路之可行性。

除拜會 2015 東京國際秋季禮品展主辦單位 BUSINESS GUIDE-SHA，了解該展規劃運作方式等相關經驗，以作為開發客家特色商品日本市場及拓展多元通路之參考，並拜會日本文部科學省文化廳及一般社團法人和食文化國民會議，了解無形文化遺產申登經驗，聯繫交流並闡述本會推動客家美食產業相關業務現況，透過意見交換，作為本會研議客家產業發展事務及推廣客家美食國際化之參考。

此外，參訪東京印染故事博物館、東京設計師學院等文創產業及藍帶廚藝學院東京分校，了解日本文創產業推動情形及其餐飲學校教學環境及人才培訓情形，期增進國際合作交流機會，並借鏡日本文創產業推展及人才培育之相關經驗，提升國內客家在地產業創意能力。

# 目次

壹、前言	1
貳、目的	2
參、行程安排	3
肆、訪查交流內容	4
一、參加「2015日本東京國際秋季禮品展(Tokyo International Gift Show)」展會	4
二、拜會「2015日本東京國際秋季禮品展」主辦單位BUSINESS GUIDE-SHA	25
三、拜會日本文部科學省文化廳及一般社團法人和食文化國民會議	26
四、參訪日本東京文創產業相關機構	30
伍、心得與建議	38
附錄	
一、「2015 日本東京國際秋季禮品展」新聞資料	41
二、「2015 日本東京國際秋季禮品展」相關參考資料	42
三、日本和食文化申登相關資料	44
四、東京印染故事博物館相關參考資料	45
五、藍帶廚藝學院東京分校相關參考資料	46
六、東京設計師學院相關參考資料	47

## 壹、前言

本會為提升客家產業發展，以「客家特色產業發展計畫」為核心，推動客家特色產業輔導及客家文化加值產業補助等計畫，積極協助客家產業創新升級，並透過客家文化產業行銷政策輔助推廣。以行銷策略來說，為提升客家特色商品之品牌能見度、市場競爭力及開發多元商機，本會特別運用「Hakka TAIWAN 臺灣客家」及「客家美食 HAKKA FOOD」建立客家品牌形象，作為購買優質客家特色商品、通路與優質客家餐飲及美食之識別；行銷之具體行動，包括辦理客家大型產業博覽會、參加國內外知名會展、聯合展售會及建構虛實通路平臺等活動，以推廣客家品牌優質形象，並提升客家特色產業知名度。

為協助本會輔導之客家特色產業邁向國際舞臺，近年來以實際行動參加國際展會，同時，藉此展會期間，考察展會當地發展文化創意產業之趨勢，同時了解當地推動美食之策略、內涵及設計、餐飲人才培育模式，作為未來推動相關業務之參考，以利提升客家品牌形象及客家產業競爭力，達到永續客家特色產業之目標。

## 貳、目的

### 一、參加「2015 日本東京國際秋季禮品展(Tokyo International Gift Show)」展會

為提升客家產業國際化，推廣「Hakka TAIWAN 臺灣客家」品牌，爰辦理「2015 日本東京國際秋季禮品展(Tokyo International Gift Show)」參展計畫，經專業遴選團隊依照客家特色商品品質、文化代表性、故事性、量產能力及國際接單能力等指標進行遴選，嚴選出 25 項具豐富客家特色、創意且實用的精品參展。展場以開放式空間設置客家特色商品專區，並以禮物盒堆出「臺北 101」代表臺灣的意象，巧妙融入特色商品展示，行銷推廣「Hakka TAIWAN 臺灣客家」之優雅質樸品牌形象至國際舞臺，同時藉此了解臺灣客家特色商品在日本展售情形及開發亞洲市場通路之可行性。

### 二、拜會 2015 日本東京國際秋季禮品展主辦單位 BUSINESS GUIDE-SHA

與主辦單位 BUSINESS GUIDE-SHA 二宮教雄經理進行交流，了解 2015 日本東京國際秋季禮品展策展情形、媒合策略及市場趨勢，透過意見交換，以提供本會爾後參展之選品規劃及行銷措施之建議。

### 三、拜會日本文部科學省文化廳及一般社團法人和食文化國民會議

了解日本無形文化遺產申請登錄聯合國非物質文化遺產經驗及「和食」文化保護、調查研究、普及推廣及技術傳承等推動作為。

### 四、參訪日本東京文創產業及美食人才培訓機構

為了解日本傳統工藝保存、餐飲及設計人才培育作為，參訪東京印染故事博物館、藍帶廚藝學院東京分校及東京設計師學院，期透過參訪交流增進國際合作機會，並借鏡相關經驗以提升國內客家產業文化創意能力及客家美食人才培育未來調整方向。

## 參、行程安排

主要配合「2015 日本東京國際秋季禮品展(Tokyo International Gift Show)」

展期，本次行程日期自 104 年 9 月 1 日起至 9 月 5 日止，共計 5 天。

日期	地點	行程
9 月 1 日 (星期二)	臺北－日本東京	1. 搭機前往日本東京 2. 「2015 日本東京國際秋季禮品展(Tokyo International Gift Show)」客家主題館場勘 3. 拜會文部科學省文化廳
9 月 2 日 (星期三)	東京	1. 參加「2015 日本東京國際秋季禮品展」大會開幕式 2. 辦理「2015 日本東京國際秋季禮品展」客家館開幕式 3. 拜會「2015 日本東京國際秋季禮品展」主辦單位 BUSINESS GUIDE-SHA 4. 拜會一般社團法人和食文化國民會議
9 月 3 日 (星期四)	東京	1. 參訪東京印染故事博物館 2. 參訪藍帶廚藝學院東京分校
9 月 4 日 (星期五)	東京	1. 參訪東京設計師學院 2. 參觀「2015 日本東京國際秋季禮品展」會展
9 月 5 日 (星期六)	日本東京－臺北	抵達臺北松山機場

## 肆、訪查交流內容

### 一、參加「2015 日本東京國際秋季禮品展(Tokyo International Gift Show)」展會

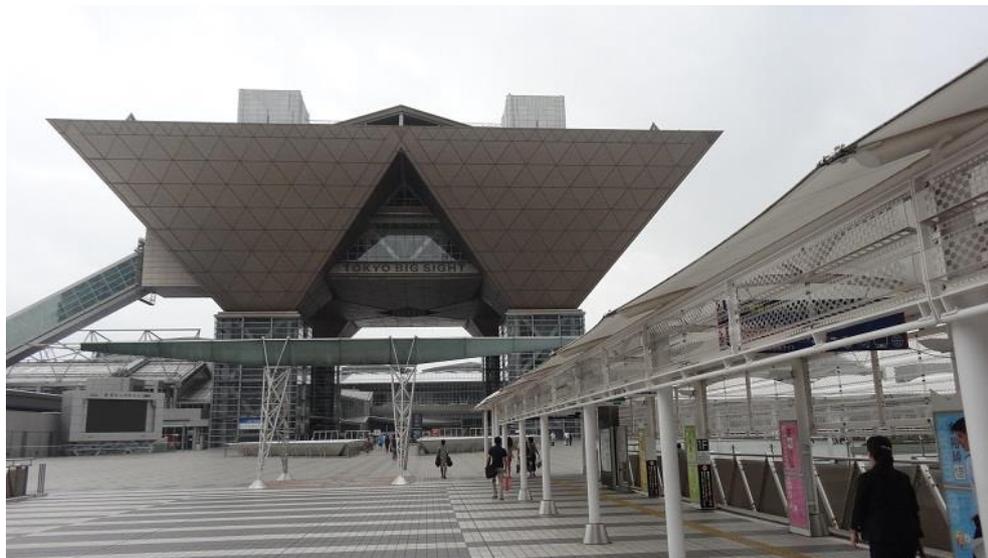
#### (一)展覽簡介

「日本東京國際禮品展 (Tokyo International Gift Show)」，創始於 1976 年，每年分春(二月)、秋(九月)舉行，今年為第 80 屆展會，是東南亞最大型禮品專業展覽會，且不對外售票，僅以買家邀約為主之國際性專業展會，也是目前日本國內最大、最重要的禮品及生活用品博覽會，包含生活雜貨、禮品、新奇品、化妝品、家用品、藝術品、消費電子產品、玩具及包裝用品等消費產品及各式文創、工藝禮品，許多買家能在這找到日本最新最特別的優質精品。此展是由民間日本商業指導公司(BUSINESS GUIDE-SHA)開辦，許多國外企業也會將參加此展視為進入日本禮品市場的一條捷徑。中華民國對外貿易發展協會每年也會以國家形象館方式組團參加秋季展，以協助廠商拓展日本市場。展出面積達 26,139 坪，分東館 1-6 展廳及西館 1-4 展廳，共 10 個展廳，海外展廳主要在東館，歷屆參加國家包含中國大陸、香港、新加坡、南韓及馬來西亞等國家，其中海外參展廠商以中國大陸為最多，其次為韓國、美國及臺灣。



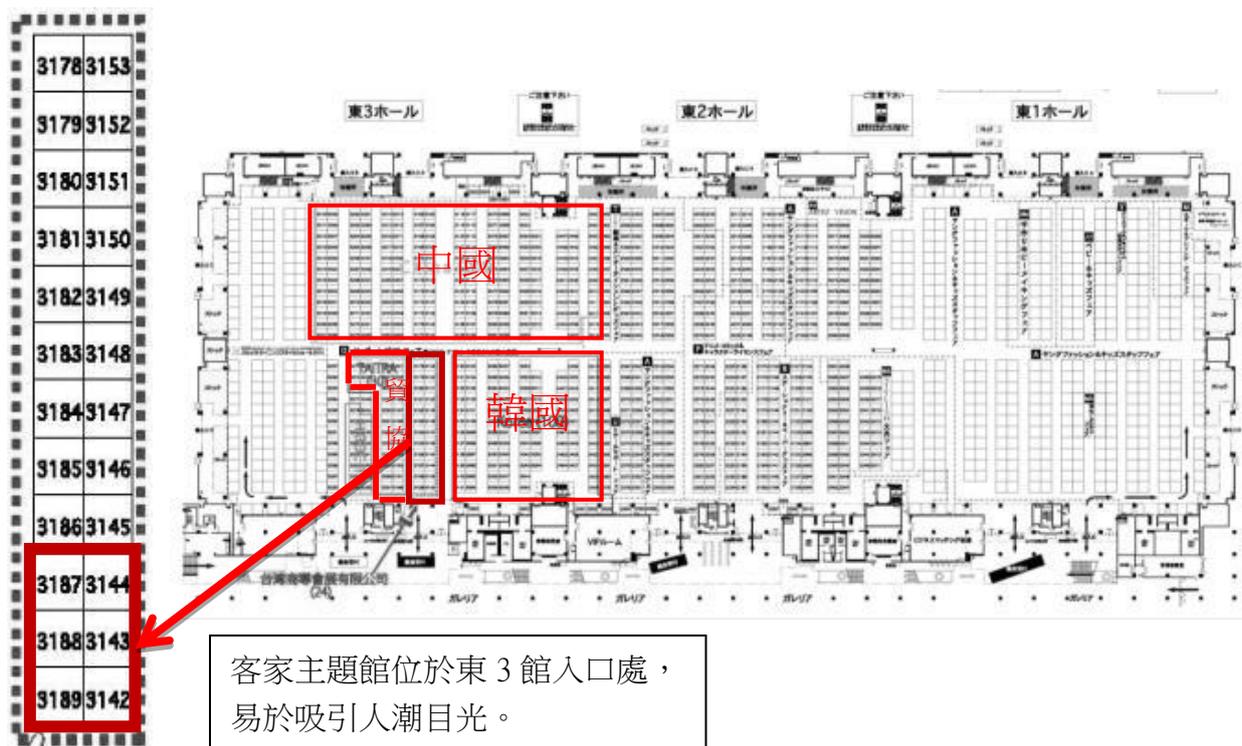
## (二)客家商品專區規劃

1. 展覽地點：東京有明國際展覽中心(TOKYO BIG SIGHT)



2. 展攤面積：54平方公尺

3. 展位號碼：東3館 3142-3411，3187-3189



#### 4. 專區設計理念：

以「Talk about Hakka TAIWAN!」為策展概念，以來自Hakka TAIWAN的禮物引發出各式各樣的對話框，代表2種意涵：其一為客家商品正夯，已成為眾人談論焦點，是不可不知的趨勢及潮流，其二為客家特色商品為自己發聲，結合客語發音的趣味，引發觀展者聚焦同時學習客語。

以「精品客家拓展國際知名度」為策展主軸，運用現代時尚手法表現客家產業精緻與生活感，藉由色彩繽紛的禮盒堆疊成臺北101的臺灣代表意象，結合臺灣客家品牌標籤，代表來自臺灣的好禮。中央以白色工作桌(餐桌)呈現客家文化的創新應用與生活連結，而牆面的對話框展示區，則由大禮盒中延伸出來，表現禮盒中的好禮即臺灣客家特色產品。對話框意象代表聚焦，談論的話題，內容均為臺灣客家產品，同時表現創意Idea(腦中的想法)，呼應文創的趣味表現手法。攤位下方使用蝴蝶款之客家文化意象布料，以表達傳統元素創新運用後呈現之客家新意。

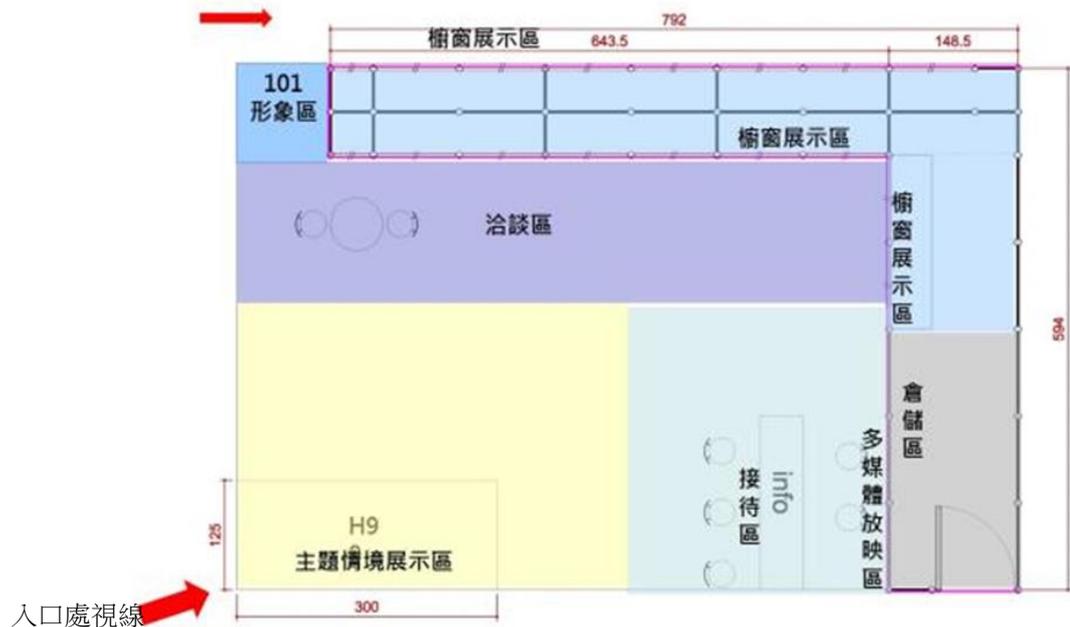
本次嚴選25件「Hakka TAIWAN臺灣客家」具市場性及外銷潛力之客家特色商品，兼具傳統與創新，是文化與創意激盪的代表作品，如「白菜貓」藝術創作品，簡單與討喜的設計，也深具客家世代清高亮節的傳承意向；以客家桐花為主題點綴有陶瓷與漆器作品、具客家勤儉精神的藍染、呼應傳統精緻工藝的紙傘、標榜手作天然無害的手工皂禮盒等多樣商品，都是精品中的精品，透過客家優質產品及豐富的客家文化故事及內涵，將這些具國際視野的客家文創商品推介給參觀本展的國際買主，並開拓「Hakka TAIWAN臺灣客家」之品牌知名度及國際市場通路。



#### 5. 空間及動線規劃：

以開放式空間規劃，並斜切迎賓面，使觀展者第一時間視覺即可接觸展示主題及主要展示區，主題展區以島狀型態呈現，結合環狀動線，無論從攤位的左側或是右側，均可進入，動線順暢，整體分區以前半為主題形象區，巧妙融入特色商品展示，並提供完整面向，讓整館接觸面達到最大化。

攤位面積：54平方米



6. 多媒體放映區：主要以本次遴選25項客家特色商品個別介紹及「Hakka TAIWAN 臺灣客家」三大類「典璞客藝」、「客風生活」及「客食饗宴」商品總覽畫面搭配客家音樂輪播，以傳遞臺灣客家特色商品通路標章品牌形象。



### 7. 嚴選25項參展商品

編號	單位名稱/參展項目	參展項目介紹
1	世代文化創業有限公司(台客藍工房) 桐花燈(Tung Blossom Lamp) 	「桐花燈」以桐花造型的鏤空雕飾，結合天然木質握把，燈上的桐花可放置精油，利用燈泡的熱度薰香，並隨著光影變化，呈現出多樣風情，更突顯了它充滿想像魅力的藝術質感。
2	春田窯文化事業有限公司 桐影奉茶(Tung Flower Tea Set) 	春田窯坐落於苗栗三義，所生產的陶製品皆經 1,200 度以上高溫燒製而成，擅長以客家人的熱誠好客為構想，結合桐花、柴燒陶藝與茶道巧妙結合，故設計上強調使用簡易且攜帶方便。
3	寶島燻樟實業社 寶島燻油手工皂(Formosa Oil-smoked Handmade Soap) 	寶島燻樟家族於日治時代即開始製樟腦，迄今百年歷史，仍堅持古法製作，將阿婆的保養品「客家燻油」加上天然穀類及漢方藥草，獨家研發出燻油手工皂等燻油相關商品，天然、健康又深具臺灣特色。

編號	單位名稱/參展項目	參展項目介紹
4	花蓮縣鳳林文史工作協會 植物染圍巾(Plant Dye Scarf) 	花蓮縣鳳林文史工作協會於鳳林客家文物館側恬靜閒置的仿傳統菸樓，成立「花手巾植物染工坊」期望結合在地植物與客家女性樸實純美的特質，發展具有地方特色的植物染織藝術，渲染鳳林的美。
5	樺泰實業有限公司 5寸點心皿(5" Snack Container) 	樺泰以手工上漆的方式彩繪出深具客家意象的作品，經過木胚、磨平、底漆等 12 道研磨程序的漆器，精巧細緻質感佳，將早期珍貴漆器工藝，自然融入現代生活中。
6	敬字亭藝坊-美濃李家傘廠 客家花布傘(Hakka Flower Fabric Umbrella) 	美濃李家傘廠致力於紙傘工藝的保存，期望美濃油紙傘的文化工藝能代代傳承下去。「傘」的字型內有 4 個「人」，代表著多子多孫的意思，在客家人生活中，更是吉祥的象徵。
7	卓也小屋手工坊 客家藍隨身用品(Hakka Blue Personal Accessory) 	卓也小屋位於苗栗三義客家庄，本著對客家產業復興的熱情及大地環境的熱愛，企圖將傳統產業轉型為文化創意產業，透過創新設計規劃，重新詮釋藍染在地意象，創造藍染手作新生活美學。
8	筷藝九香社 箸服愉筷(客家牡丹筷及牡丹花筷套組) Zhufuyukuai (Hakka Peony Chopstick and Cover Set) 	箸服愉筷取其諧音，「箸」係以客家的牡丹花筷，再加上「服」的精緻油桐花及牡丹花筷套，充分融合客庄文化及美食，任您在品嚐美食時，同時品味客庄藝術之美。

編號	單位名稱/參展項目	參展項目介紹
9	麗揚工作室 客家公仔(Hakka Dolls) 	麗揚工作室擅長以軟陶土捏製各式公仔及飾品。公仔的客家話為「人公仔」，穿上大襟衫的男孩稱「細俵仔」、女孩子稱「細妹仔」及客家人信仰的「伯公」，栩栩如生。
10	駿翔實業有限公司 桌旗(Table Flag) 	駿翔成立 20 多年，有著深厚的紡織成衣製造專業，擅長結合桐花等客家意象，開發出一系列精緻的花布商品，並堅持每個製作細節，期望把臺灣客家的豐富與熱情，分享給全世界的朋友。
11	妹力客家工作室 聖筊對杯(Divine Answer Couple Cups) 	以客家祭祀文化的「聖筊」為創作理念，當兩個杯子一正一反擺放一起，便產生「聖筊」的意象，且客語發音同「升高」，代表著步步高升、漸入佳境之意涵。
12	名間創意美學館 手護臺灣-腕枕(Protect Taiwan - Wrist Pillow) 	對手工藝有著濃厚執著及興趣的葉金菊，為體恤現代人常久坐使用電腦，特別融合客家牡丹花布，設計開發臺灣造型的腕枕，並以手護臺灣為創作意象，期許大家共同保護美麗的寶島。
13	大地工作坊 找茶-藍染茶杯組束袋、杯墊(The quest for the great tea) 	大地工作坊遵循健康概念風潮，利用客家染製藍衫的傳統天然草本素材—大菁，製成各類生活用品，而天然染料的運用，正是大地工作坊實踐環保理念下不變的堅持。

編號	單位名稱/參展項目	參展項目介紹
14	界外印染工坊 女娃補天-天穿日紀念方巾(Nuwa Mends the Sky- "Day of the Broken Sky" Commemorative Towel) 	界外印染工坊將傳統印染作新的詮釋，以客家天穿日為題材，融合植物染、藍染、蠟染等多種技法製作方巾，傳遞桐花補天的意象，表露客家族群刻苦耐勞的精神和傳統節日的核心價值。
15	楓之醇本舖 酸柑果茶(Lime Tea) 	楓之醇將新鮮酸柑，經九蒸九曬製程後，完成堅硬的酸柑茶茶塊，將其分別裝進酸柑造型的陶甕裡，外包裝以密集板組合而成，呈現客家傳統竹簍意象，蓋子打開後，濃郁酸柑香氣隨之撲鼻而來。
16	天象國際有限公司 紫檀彩繪木梳(Rosewood Comb with Colored Drawings) 	天象國際選擇高級實木製作木梳，每把都是獨一無二，結合客家花卉彩繪，是展現客家婦女典雅秀緻之美的髮飾品。齒寬可按摩，齒密具順髮功效，集實用、養生、藝術於一身的生活用品。
17	杉林葫蘆工藝行 夜合小夜燈(Yehe Small Night Light) 	杉林葫蘆工藝行以字、畫刀工及創作等 4 面向，在葫蘆藝術創作上呈現客家文化之美，除將藝術、創意及生活結合，並藉此從葫蘆創作延伸至葫蘆種植葫蘆美食等，創造在地就業機會。
18	秀裕工業股份有限公司 恁靚桐花傘(Beautiful Tung Flower Umbrella) 	秀裕以傳統油紙傘為發想，加上特殊工法將桐花雨落瞬間美感，立體呈現於傘布上，轉動時，有看似桐花於傘面飛舞的錯覺，讓傘不單單只是生活用品，更是時尚的流行配件。

編號	單位名稱/參展項目	參展項目介紹
19	雙峰企業有限公司-三義一丫箱寶 翠鳥牙籤罐(Kingfisher Toothpick Holder) 	三義一丫箱寶以翠鳥為造型的牙籤罐，繪製鮮豔色彩呈現活潑俏麗感，可增進用餐氣氛，更具典藏觀賞之價值。
20	雙峰企業有限公司-三義一丫箱寶 臺灣黑熊 Formosan Black Bear 	三義一丫箱寶以臺灣樟木樹皮雕製「臺灣黑熊」，作品散發原生樟木獨特香味，更具典藏觀賞之價值。
21	星夜貓空工房 Hakka 花貓杯(Hakka Flower Cat Cups) 	客家夥房裝飾的特徵，「白菜貓」稱得上是客家夥房裝飾常見的題材，藉由諧音「耄」的貓表示高壽的一生，與象徵「清白」的白菜，寓意「一世清白」，隱含了代代相傳的訓勉與期許。
22	聖莎琳國際有限公司 客家油桐花巧雕藝術手作皂(Hakka Tung Flower Artistic Handmade Soap) 	聖莎琳公司把您對客家留有最深刻意象的桐花，以手工雕化成世界獨有的造型手工皂，搭配手工原木皂盤，封存在小小木盒中，是旅人的最佳伴手禮。手工的真摯，用雙手的溫度向世界傳達客家之美。
23	玉印霞飛手作坊 昌黎硯(Changli Inkstone) 	昌黎硯以具備形、質、色條件之鐵丸石製作而成，石皮部分天然成形的圖騰深具藝術之美，內質溫潤，硬度 5-6 度遇水不乾，研磨帶蠟、書寫流暢，昌黎硯宜用、宜賞、宜藏。

編號	單位名稱/參展項目	參展項目介紹
24	鍾林工作室 藍染亞麻夜合圍巾(Indigo Dye Flax Coco Magnolia Scarf) 	鍾林工作室的圍巾以 100%亞麻與藍靛染料染色而成，圖案設計以客家民俗植物夜合花為主，夜合花含蓄典雅，象徵客家婦女的勤儉內斂的特質，使客家服飾是時尚又優雅。
25	正豐園藝商行 巧衣綦(御守)祈福袋(Ciao-Yi Blessing Charm, Blessing Bottle Bag) 	客家人所稱的「綦」是護身符的一種，以傳統本土護身符和日本祈福御守為靈感，並以客家藍衫為外觀，在袋中分別裝入帶有五行意涵的各類有色豆，祈求配戴者萬事平安、諸事圓滿。

#### 8. 融入客家文化之展期活動：

為創造與買家的互動，提升買家參與度與館內熱度，加深專業買家與媒體對客家主題館的好感，增加買家於展館的駐足時間，創造媒體新聞畫面曝光度，辦理下列展場活動：

- (1)好客奉茶：接待人員以貼心到位的服務，邀請參觀買家至服務臺投入名片，即奉上一杯東方美人茶及酸柑茶，以中、英、日三種語言展現客家好客之情，介紹東方美人茶及酸柑茶的來由、風味與功效，並進一步了解客家特色商品文化、認識客家及體驗客家。



(2)好客好語趣味轉盤活動：完成洽談的買家可參與好客好語趣味轉盤活動，請買家念出所轉到的客家語發音，進行客家語教學(輔以羅馬拼音)，以趣味方式讓專業買家對客家文化及語言的認識，內容主要以客語四縣腔包含「恁久無看到」、「歡迎」、「很好玩」、「當靚」、「恁仔細」及「再來玩」，完成後還可獲得一份紀念品(抽籤決定贈品：以客家文化意象布料設計符合本展特色的IPAD包或護照收納包)。



總高30cm  
圓盤直徑24cm  
底座寬17.5cm

油紙傘花布 IPAD 包

條紋油桐護照收納包



9. 展會文宣品(DM及EDM)



2015 日本東京國際秋季禮品展參展計畫 DM

**Hakka TAIWAN**

Dear Sir or Madam,  
We are pleased to announce that we will be exhibiting at 2015 TIGS in TOKYO, (2nd -4th September 2015).

To get the most out of Taiwan's Hakka cultural traditions and iconic giftware, we sincerely welcome you to visit us at Stand East 3142 to see our special selections:

- Tung Blossom Lamp
- Tung Flower Tea Set
- Formosa Oil-smoked Handmade Soap
- Plant Dye Scarf
- 5' Snack Container
- Hakka Flower Fabric Umbrella
- Hakka Blue Personal Accessory
- Zhufuyukuai (Hakka Peony Chopstick and Cover Set)
- Hakka Dolls
- Table Flag
- Divine Answer Couple Cups
- Protect Taiwan - Wrist Pillow
- The quest for the great tea
- Nuwa Mends the Sky -
- "Day of the Broken Sky" Commemorative Towels
- Lime Tea
- Rosewood Comb with Colored Drawings
- Yehe Small Night Light
- Beautiful Tung Flower Umbrella
- Kingfisher Toothpick Holder
- Formosan Black Bear
- Hakka Flower Cat Cups
- Hakka Tung Flower Artistic Handmade Soap
- Changji Inkstone
- Indigo Dye Flax Coco Magnolia Scarf
- Ciao-Yi Blessing Charm, Blessing Bottle Bag

The 80th TOKYO INTERNATIONAL GIFT SHOW Autumn  
**TIGS 2015**  
**02.-04.9.2015**  
**Wed.-Fri.**  
**Tokyo Big Sight**  
**East Hall 3**

We look forward to seeing you and discussing how to meet your sourcing needs at this year's TIGS.

Best regards,  
Note

Please kindly contact Bella Ting-Chih Cheng at [be-cheng@uniplan.com.tw](mailto:be-cheng@uniplan.com.tw) for more detailed information. Uniplan Taiwan Corp. is working closely with us as our appointed marketing and PR agency.

客家委員會  
Hakka Affairs Council

17F., North Tower, No 439, Zhongping Rd., Xinzhuang Dist., New Taipei City 242, Taiwan (R.O.C.)  
Tel 886-2-8995-6988 Fax 886-2-8788-4620  
[ha0359@mail.hakka.gov.tw](mailto:ha0359@mail.hakka.gov.tw) [www.hakka.gov.tw](http://www.hakka.gov.tw)

## 2015日本東京國際秋季禮品展參展計畫EDM

### 10. 展會現場圖示



客家主題館



### (三)參展紀錄

#### 9月1日：展區場布

9月1日上午開始進行東京有明國際展覽中心東3館客家主題館的工程施作，所有硬體工程、家具配備、配電作業、美工施作及布置展位，下午3時進行後續展位清潔、人員訓練及工作分配等開展前置作業，並經本會考察人員審視確認，以確保9月2日開幕式及3天展期順利圓滿。



場布作業及現勘訪查

## 9月2日開幕式

1. 上午 9 時參加日本東京國際禮品展第 80 屆大會開幕活動，主辦單位邀請官方及相關業界代表超過 50 名的貴賓共同剪綵，場面相當壯觀。



2. 上午 9 時 30 分 客家主題館開展準備，再次確認各項展品、接待人員及禮品已定位。



3. 上午 10 時 30 分正式開幕，由臺北駐日本經濟文化代表處郭副代表仲熙及本會廖主任秘書育珮致詞，並邀請日本東京崇正公會劉得寬會長及日本前眾議院中津川議員等人共同剪綵，現場並有日本東京崇正公會、日本關東崇正會、日本國際客家文化協會及世界客屬總會日本分會等計 30 餘位貴賓共同參與。



臺北駐日本經濟文化代表處郭副代表仲熙致詞



本會廖主任秘書育珮致詞

4. 廖主任秘書育珮致詞摘要：感謝所有的貴賓蒞臨客家主題館的開幕典禮，客家委員會為推動客家產業發展，設計「Hakka TAIWAN 臺灣客家」標章，作為優質客家特色商品及通路之辨識商標，為向國際推廣「Hakka TAIWAN 臺灣客家」品牌，參加 2013 年德國法蘭克福秋季消費品展等多場知名國際會展，希望將商品推薦給國際型買主，提升客家產業國際化，此次參加 2015 日本東京國際秋季禮品展，也是希望在日本的客家鄉親們到場感受與體會客家元素的傳統與蛻變成長，了解這些具國際視野的客

家文創商品，透過各位在海外的聲譽與地位，連結國際資源，與我們一起努力將客家特色的文化產品推薦給參加本展的國際買主，將臺灣客家的品牌推向國際，讓客家文化能發揚光大。



本會廖主任秘書育珮與貴賓一同為客家館剪綵開幕



本會廖主任秘書育珮與現場參與貴賓合影

## 9月2-4日展會洽談情形

客家主題館展期3天，共募集了82家國際買主進行一對一專業會晤，以了解買家看展目的，有興趣的類別與品項，同時向國際買主推廣客家品牌商品的設計理念與文化，訪談過程加以記錄與統計分析。其中，詢問度較高的商品品項為星夜貓空工房的花貓杯、敬字亭藝坊的油紙傘及客家文化意象布料製品。蒞臨客家主題館參觀洽詢的國際買主，78%來自日本為最多，顯見日本對禮品市場的重視與觀察市場動向的企圖心。另外，統計蒞臨客家主題館參觀洽詢的企業別則以雜貨類31%及貿易類29%為最高，了解企業喜藉由觀展掌握經貿新契機，有助本會於推動客家特色商品進入文創市場趨勢的掌握。



第 80 屆東京國際秋季禮品展，特別企劃許多活動及紀念研討會，以及配合紀念年份的原創禮品等布置，整體策展模式、配套措施及品質皆獲得國際高度讚賞，展館環境及工作人員服務品質到位，加上參觀者的目的性很強，共吸引 21 個國家，2,548 個參展廠商參加，3 天展期共創下 189,984 人次觀展。經過大會統計分析結果，參觀者主要參觀目的為「新品採購」的買家占 35.25%，「蒐集採購情報」占 34.89%，參觀後感想「有 1-10 項想採購的商品」的買家占 42.78%，「有看到想要的商品但還在考慮」占 30.31%。



買家入場參觀須換證

## 第 80 屆紀念展

主題活動於東 5 館與西 2 館兩地擴大舉辦，為呼應「日本復甦挑戰全球市場的致勝一擊」，將「日本製造」產品作一系列陳設，展出品項主要有傳統日本風味商品如漆器、陶瓷、金屬製品、廚房用品、桌巾及書寫物品等，另有高功能、高品質科技產品如美容產品、健康照護產品、流行商品等，飲食文化如酒精飲品、飲料、加工食品、食品類伴手禮等，以展現及傳達日本製造的品質、傳統故事、科技與文化。



第 80 届纪念展主题活动



各館特色以文創商品及療癒型商品居多，富具創意巧思及討喜趣味設計

## 二、拜會「2015 日本東京國際秋季禮品展」主辦單位 BUSINESS GUIDE-SHA

為了解 2015 日本東京國際秋季禮品展策展情形，特別拜會策展負責人二宮教雄經理，針對主辦單位策展時的用心規劃與行銷策略及如何協助企業間快速媒合，促進國際經濟互動交流等議題進行洽談交流。

二宮教雄經理表示日本東京國際禮品展一直獲得許多國家駐日本大使館商務處及日本許多商業協會的大力支持，此次會展共 21 個國家參加，其中以中國大陸 252 個參展廠商為最多，其次韓國 144 個廠商，美國 60 個廠商，臺灣 53 個廠商。吸引多數國家的參與，主要是本展能提供多元媒合機會，如規劃一對一洽談，參與者可事先網路申請；另辦理分區導覽活動，帶領買家至展館進行專業導覽，以讓買家與參展廠商更有效益的交流與媒合，過去在商機媒合中，亦收到許多來自買家及展商對海外商機媒合安排及規劃的正向回饋；另，也有為參觀者貼心設計的配套措施，如提供無人置物櫃服務、宅配服務、住宿推薦及免費接駁車，另以參展規模的大小交叉布展，以為人潮分流，因此廠商參展回流率高達 90%，也是該展成為日本國內最大禮品展之主因。



廖主任秘書育珮藉由客家主題館牆面對話框設計與主辦單位負責人二宮教雄經理客語趣味教學



主辦單位芳賀社長亦至本館參觀，對本會客家特色商品的精緻設計相當驚豔

### 三、拜會日本文部科學省文化廳及一般社團法人和食文化國民會議

#### (一)拜會日本文部科學省文化廳

- 1.時間：104年9月1日下午4時30分
- 2.地點：文部科學省文化廳交流協會
- 3.主要參與人員：本會廖主任秘書育珮及相關同仁、文化廳長官官房國際課長 匂坂克久、文化廳文化部藝術文化課支援推進室室長輔佐田中智雄、文化廳文化財部傳統文化課課長輔佐文化財管理指導官光石恭典、文化廳長官官房國際課國際文化交流室企劃係長小林翼、公益財團法人交流協會總務部副長長田洋司、臺北駐日經濟與文化代表處薛銀樹秘書及楊雅惠秘書等人。
- 4.日本文部科學省文化廳簡介：日本政府中，主導文化創意產業發展的機關分別有著重經濟發展的「經濟產業省」及文化教育推廣的「文部科學省」，其中文化廳為主管文化事業的重要機關，主管文化藝術、文物保護、國(日)語教育、著作權、宗教和影視等方面的工作。
- 5.拜會目的：2013年12月4日聯合國教科文組織無形文化遺產保護條約委員會議

通過日本「和食」登錄，認可完整呈現日本和食整體文化，涵蓋和食店的庭園造景、室內裝潢、文物擺設等，此次拜會目的希望了解日本文創產業推動情形及非物質文化(無形文化)遺產申登經驗後續配套措施。

#### 6. 拜會簡述：

日本文部科學省文化廳表示，日本「和食」文化因含有部分工藝品，屬生活文化，在日本國家規範裡，生活文化非屬原有文化範疇，所以申登正式窗口是日本外務省(相當於外交部)向聯合國教科文組織申請，主辦機關是農林水產省(相當於農委會)及文部科學省(相當於文化部)，日本自2011年7月由農林水產省召集相關專家學者，成立「日本和食文化申請登錄世界無形文化遺產委員會」，並經過10多年的醞釀，結合中央政府、地方政府及民間力量分工合作共同努力並歷經4年才申登成功，其登錄並非主要目的，更大的意義是希望透過登錄非物質文化遺產的推動，建構家庭與學校及社區共同合作機制，將日本飲食文化傳承給下一世代的連動模式。日本和食文化也因為申登成功，不僅讓日本保存和食傳統文化及料理技術，傳承一家人共食的傳統，也為日本人重新帶來一種凝聚感，更讓日本飲食擴大海外市場。推動保存文化過程的經驗，文化廳建議是尋找願意保存文化的人並自發性保存，因為政府官方就算積極想要保存文化，但當地人若意願缺缺，推動困難度是非常高的。

另外，透過此次交流訪談，也談到日本很多知名伴手禮及文化祭的推動模式，都是由日本各地當地政府自發性的細心觀察當地生活文化後巧思規劃，搭配觀光商圈及當地代表物後積極推動，並輔由文化廳與觀光廳，或與經濟、文化、農會等相關業務機構共同協助合作推廣事宜。

日本之「和食」，係指傳統製作技藝及背後所蘊含之文化風俗，於全球具備一定知名度且廣為普羅大眾了解與接受，而「客家美食」，就國際社會認知，仍屬於中華飲食文化下一環，不易單獨抽離申登。惟本會可重塑客家飲食文

化精神，結合在地社區或協會，自發性保存傳統客家文化，形成保存客家文化資產的動力。



廖主任秘書育珮致贈客委會錦旗予日本文部科學省文化廳國際課長匂坂克久

## (二)拜會一般社團法人和食文化國民會議

- 1.時間：104年9月2日下午3時
- 2.地點：一般社團法人和食文化國民會議
- 3.主要參與人員：本會廖主任秘書育珮及相關同仁、一般社團和食文化國民會議專務理事前原誠一郎、常務理事田島寬及臺北駐日經濟與文化代表處楊雅惠秘書等人。
- 4.一般社團法人和食文化國民會議簡介：2013年12月，日本「和食」通過聯合國教科文組織登錄為世界無形文化遺產，日本政府為了推廣道地的日式料理及餐飲服務，輔導民間企業代表成立之協會，「一般社團法人和食文化國民會議」於2015年4月成立，主要是負責「和食」文化保護、調查研究、普及推廣、技術、經驗傳承及保存等實際執行單位。
- 5.拜會目的：了解有關「和食」推廣活動辦理情形及推動成果，藉此評估客家美食及客家特色產業相關協會發展推動方向。

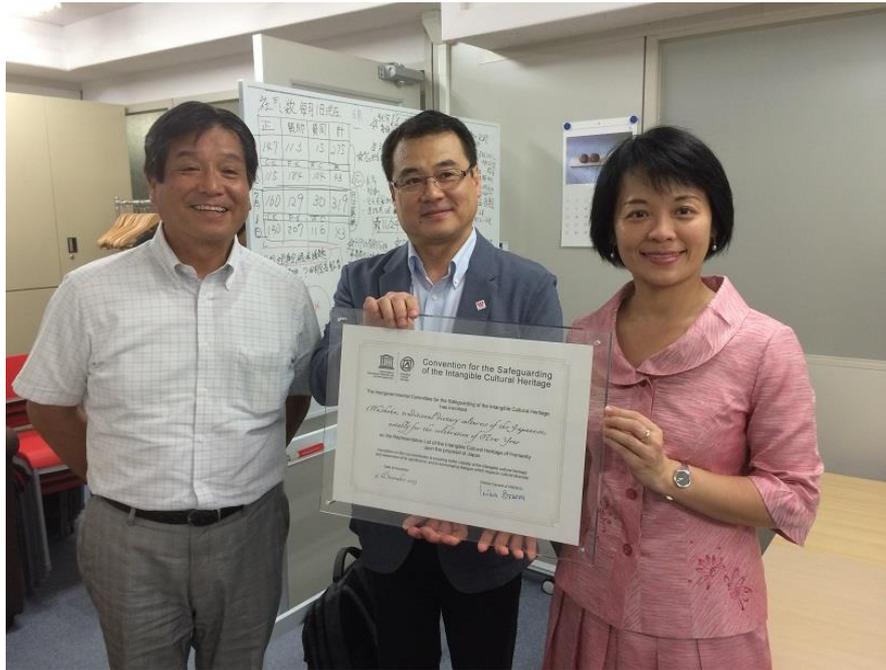
## 6. 拜會簡述：

一般社團和食文化國民會議協會(簡稱協會)表示，協會之前是由政府單位及專家學者義工共同組成運作，現在則完全由民間團體負責，目前協會會員340名，仍持續增加中，無論是公司、團體、公會或個人，只要有興趣都可以申請為會員，組成分子主要為學校餐飲科教師、餐廳業者及食品製造商等，協會主要資金來源為會費，因為會員多是學校教師，故了解日本飲食文化深耕的重要性，也體認到日本飲食受西方文化的洋食快餐影響逐漸被取代，和食能表現出日本人共食傳統及敬重自然的精神，應做為傳統社會習俗代代相傳。目前協會主要推廣面向為與學校合作開辦和食推廣課程及營養午餐，以學校為基地，把日本和食文化教育向下扎根、潛移默化，找回社會及家庭凝聚力量。至於研發創新的部分，則由會員中的餐廳業者及廚師負責。

透過此次交流互動，體認到雖然推動客家美食文化申登有其難度，但我們能從培育客家美食文化扎根作起，以培育客家美食人才從最根本學習，透過返璞歸真欣賞食物風味，並了解客家飲食文化背後的歷史、地理、人文典故，包含食材了解、選材及廚德，漸進影響社會、家庭及生活形式與認知。



本會廖主任秘書育珮、隨行人員與一般社團和食文化國民會議專務理事原誠一郎、常務理事田島寬及臺北駐日經濟與文化代表處楊雅惠秘書合影



2013年12月4日聯合國教科文組織無形文化遺產寶物條約委員會會議通過日本「和食」登錄證書，保留在一般社團法人和食文化國民會議，廖主任秘書育珮與一般社團和食文化國民會議專務理事前原誠一郎、常務理事田島寬合影

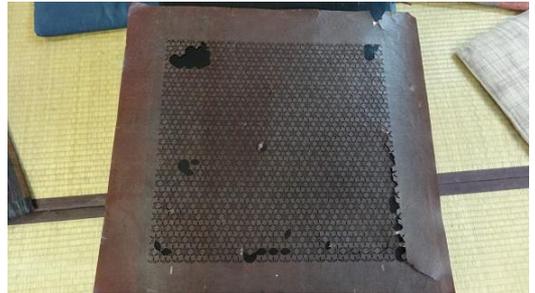
#### 四、參訪日本東京文創產業相關機構

##### (一)參訪東京印染故事博物館

東京印染故事博物館是東京碩果僅存的傳統印染工坊，成立於1914年已有101年的歷史，由政府補助轉型為博物館，負責人目富田篤先生為第5代傳人，是新宿地區第1位取得染劑工匠認證者，主要從事東京染小紋(為本和服紋樣之一)及江戶更紗的製作。



東京印染故事博物館隱身在巷弄裡



負責人目富田篤先生介紹東京染小紋製作過程，並介紹樹皮雕刻的模板，1張模板只能用20次，採用樹皮作為模板是實驗多種素材如塑膠等材質中，呈現效果最好的。



保存歷史性樹皮模板層櫃區



調料室多色調料桶，工匠人工調染料中，每批次染料顏色均不同

參訪過程中，我們了解日本印染工作繁重且複雜，一個工匠養成需要10年時間，所以在傳承上目前出現斷層，專業匠師普遍高齡化及面臨技藝傳承問題。照片上的年輕女性，經詢問他們的月薪相當臺幣2萬7,000元，一般年輕男子因需要養家活口，所以無法久待，留下來的人真的都是因為興趣。



東京印染故事博物館保留歷史印記的染料刷及木板

傳統製造過程是需要水流漂洗，但因為之前日本要申辦奧運，特別注重環保議題，所以禁止在河川洗染布，目前則開發機器來仿造河川水流漂洗方式，且水的來源是以雨水或地下水來沖洗染布，因為一般自來水有添加物會影響染布的色澤。



蒸箱(攝氏90-100度)



傳統河川水流漂洗方式

目前日本傳統祭典還是會穿高級的和服，但因為製作工期長，導致現金兌現期較久，目前博物館為了有現金來源，所以他們也會承接體驗活動或是運用破損的樹皮模板製成書籤等創意發想方式來賺取現金。



小紋除用於和服製作以外，近來更結合文創風潮推出書衣、化妝包等創意商品，其中男士袋巾更獲得日本2013年優良設計賞的肯定。



東京印染博物館於營運初期由政府補助，目前營運模式為自給自足，針對傳統工藝的保存及永續，以文創開發作轉型。同樣地，客家傳統工藝的傳承輔導文化概念亦須轉型創新，除可保存傳統文化，也可避免技術工藝的斷層危機。

## (二)參訪藍帶廚藝學院東京分校

藍帶國際學院(LE CORDON BLEU)校名是源自於16世紀的法國國王的皇家聖靈騎士團，藍色絲緞帶懸掛的十字架代表輝煌及驕傲，以致大家對高技術及高品質的料理人或料理，常以「藍帶」來表示讚譽之意。藍帶國際學院於1991年創辦東京分校，為日本年輕人引進傳統及優秀的藍帶廚房藝術，講師多為頂級餐廳及米其林星級餐廳主廚。



東京分校教學領域包含料理、甜點、烘焙及綜合短期課程，料理課程中分為基礎、初級、中級、高級等學程。藍帶國際學院東京分校國際業務副理謝岱伶解說東京分校課程模式，與法國藍帶廚藝學院不同之處，在於所開設的課程及教學方式是更適合東方人，主要特色為開設中文班、英文班及日文班，採密集式教學，料理密集課程6個月完成，甜點密集課程及烘焙密集課程，都是各3個月可完成，法國藍帶廚藝學院設定的初級課程，是需要3個月完成，東京分校則規劃於一個月半完成，這對有興趣學習的學生來說，時間及資金可大幅節省，是吸引入校一大誘因。

藍帶國際學院東京分校以先進的實際操作課程結合傳統理論教學，配合業界的實習機會，在完成高級課程後，有機會參加1個月的餐飲現場實習，能進一步讓學生學習整個餐旅款待業領域運作和管理。



藍帶國際學院東京分校國際業務副理謝岱伶解說課程模式

參訪藍帶國際學院東京分校的環境及實際上課情形，目前參與課程的學生不少來自臺灣，未來可鼓勵客家美食人才精進學習，順應時代潮流，拓展國際視野；並將其課程設計，列入客家美食人才培育規劃。

### (三)參訪東京設計師學院

東京設計師學院是涵蓋了所有設計領域的設計綜合專門學校，規劃符合設計業界流行尖端的學科、與職業類別直接相關的主修科目課程，開設的科系有平面、視覺、產品、室內、建築、服裝、插畫、藝術、動漫、漫畫、造型及綜合設計等12學門，上課內容除知識講授外，也著重實作及經驗分享，並提供各項獎學金補助，希望培育具有更多高專業性的專業戰將。

東京設計師學院留學生擔當部本山繁主任表示，東京設計師學院開設12個學門，在整體學校體制上有完整四階段，第一階段為選課授業的部分(完整學制及由優良業界人士授課)，第二階段是學校活動規劃(辦理學生展品展覽、發表會及發行刊物、提供攝影設備使用等)，第三階段為課外活動，包括參展、參觀及畢業展，第四階段為產學合作，尤其日本動漫著名，所以很多臺灣、香港生就地利之便來此就讀，學校也會提供多元輔導，如產

學合作機會。

學院所設就業輔導中心，每年辦理成果發表會、產學媒合茶會及就業輔導諮詢，或是參與國際性展會，如2011臺北設計展及東京禮品展等，提供學生展現設計成果機會。

學生畢業後就職情形，多數仍以投入日本設計產業，進入設計公司職場為主，畢業即自行創業者比例較少。學院學員約1,500人，其中30%為外國人，包含臺灣、中國、亞太地區及少部分歐洲國家。



東京設計師學院御茶水校區



本會廖主任秘書育珮、隨行人員與東京設計學院留學生擔當部本山繁主任及臺北駐日經濟與文化代表處楊雅惠秘書交流

## 伍、心得與建議

文化創意產業是政府推動六大新興產業之一，為提升客家產業國際化，本次特別參加「2015東京國際秋季禮品展」展會，另拜會日本文部科學省文化廳及一般社團法人和食文化國民會議，了解日本無形文化遺產申登經驗及「和食」文化後續推動作為，也參訪東京印染故事博物館、藍帶廚藝學院東京分校及東京設計師學院，對於未來推動客家產業發展的策略及行銷規劃，拓展國際市場之方向及辦理方式極有助益，謹針對出國期間之經歷及所見，提出以下建議：

### 一、以國際專業型展覽為參展規劃重點，提升品牌知名度

透過此次參加「2015東京國際秋季禮品展」及與主辦單位交流過程，窺視主辦單位憑嚴謹細緻的工作專業及多年辦展經驗，從邀請參展廠商及國際買家的設定，至規劃會展相關行銷活動的完整性，不難理解東京國際禮品展為何如此吸引全球經貿業者的注意，亦顯見其促進國際文化交流與國際經濟金流的企圖心。本會此次嚴選的商品與他國同場競技下，也獲得國際買家青睞及詢問，以日本對產品高品質的要求來說，客家文創商品的設計，符合流行與時尚，「Hakka TAIWAN臺灣客家」客家優質商品，可以站上國際舞臺表現自信風采，傳遞客家文化之美。再就大會統計分析結果顯示，此展參觀者主要參觀目的為「新品採購」的買家高達35.25%，「蒐集採購情報」也達34.89%，參觀後感想「有1-10項想採購的商品」的買家高達42.78%，顯示此國際性專業展所開發的效益，確實獲得全世界企業的認可與高評價。未來建議應持續參加此類同等型國際性高規格專業展會，並可考量邀集有意願參展之業者共同進駐，以直接面促商品，拉近國際買家距離，推廣「Hakka TAIWAN臺灣客家」品牌，持續建構並提高品牌國際知名度。

### 二、自辦展會以增加多元媒合行銷模式，推廣客家特色產業

以此次與東京國際禮品展主辦單位的洽談中，得知一個成功展會需具備各項

要件，須滿足參展業者的需求，並掌握市場的脈動。提供參展業者多元媒合行銷的通路，同時完成蒐集展商的回饋，納入重要參考資料，建立一個良好的回饋機制；同時蒐集各地流行的行銷模式及趨勢，協助業者快速掌握商機。

未來，這些建議及心得可以投注在本會自辦展會中，建立多元媒合模式協助行銷推廣，以透過異業結盟，或觀光飯店重點展覽，或尋找各式通路結合行銷活動，拿出向全球市場發展的企圖心，強力拓展客家特色商品市場，有效促進客家產業經濟發展，深度推廣客家文化。

### 三、 增加產學交流機會，培育客家產業人才，拓展國際視野

東京設計師學院會為各科系定期辦理展覽活動或畢業展，邀請相關企業主到學校參觀，提供優秀作品展現的平臺，提高學生畢業就業發展的可能性，也會規劃學生至一般企業公司進行實務課程，一起投入客戶專案作業，在企業主表現優秀的學生就可以由實習者轉列為正職者，尚未畢業就有就職機會；學校也曾參加國際展，增加學生拓展國際視野機會。

實地參訪藍帶廚藝學校東京分校，東京分校除保留原有校風及教育體系，因地制宜提供適合亞洲人的學習環境，不因語言問題阻礙追尋精進料理的心，以及需要短期近距離進修專業知識與實作課程，節省海外生活成本，學習實用技術，還能感受異國生活的甘苦，體驗日本當地生活文化和美食，與國際學生經驗交流，拓展國際視野。

透過參訪日本設計學校及廚藝學校對於學習專業的課程規格與對學習環境的要求，以及提供未來發展的可能性，對於本會積極投入培育客家產業人才的目標與期待有參考調整方向的價值，透過不同面向的扎根學習及創新能量的積累，發展特色課程設計思考，培養青少年創造力，並運用產學合作機制，充實客家產業人才素質。

#### 四、 傳統技藝與客家飲食文化的保存與傳承

隱身在巷弄裡的東京印染故事博物館，透過導覽人員對於博物館歷史與印染技術經驗傳承的介紹，能體會傳統工藝的技術價值及傳承的危機。傳統工藝與日常生活息息相關，反映出傳統流傳下來的歷史與文化，如今科技化日新月異，也讓傳統工藝面臨逐漸消逝的危機。傳統工藝富含豐富人文價值，是文化創意產業的核心項目，客家傳統工藝的傳承應輔以文化概念轉型創新，以傳達傳統工藝對現代生活的意義。未來我們希望積極鼓勵客家文創人才繼續創作，除保存傳統文化，避免技術工藝的斷層危機，還能塑造優質文化生活，推廣客家美學，為傳統工藝創造新契機。

客家飲食文化特色，反映出客家族群社會生活與飲食文化的演變與特色，為了讓客家美食傳揚國際，須先由深耕在地作起，運用先民的智慧並加以創新改良，才能再創大家對客家美食美好傳統的記憶。我們也希望針對不同年齡面向的人，透過設計課程傳承並發揚，以介紹客家美食食材原貌，實地了解先民利用食材創造客家經典菜餚的文化背景，體驗真實客家傳統生活文化，延續客家先民累積的智慧，開發兼具傳統客家飲食文化及符合現代需求創新客家料理的無限可能。

#### 五、 保存歷史建物文化，活化空間設施，創新經營模式

東京印染故事博物館，由政府補助轉型為博物館，但仍透露著經營的艱辛，觀察前往時須搭乘都電荒川線，是東京僅有的兩條仍在營運的路面電車路線，思考著若能透過體驗經典電車路線，將東京印染故事博物館納入深度旅遊景點之一，除了推廣傳統工藝技術還能帶動觀光產業，真是一舉兩得。本會現在也積極推展客庄區域產經深度遊程，提升客庄文化觀光價值，讓「客庄」不再只是在地圖上圈畫出的69個客家文化重點發展區，而是藉由我們長期積累輔導保存的在地文化，以深度遊程規劃，推廣客家傳統文化，並帶動客庄產業經濟發展。

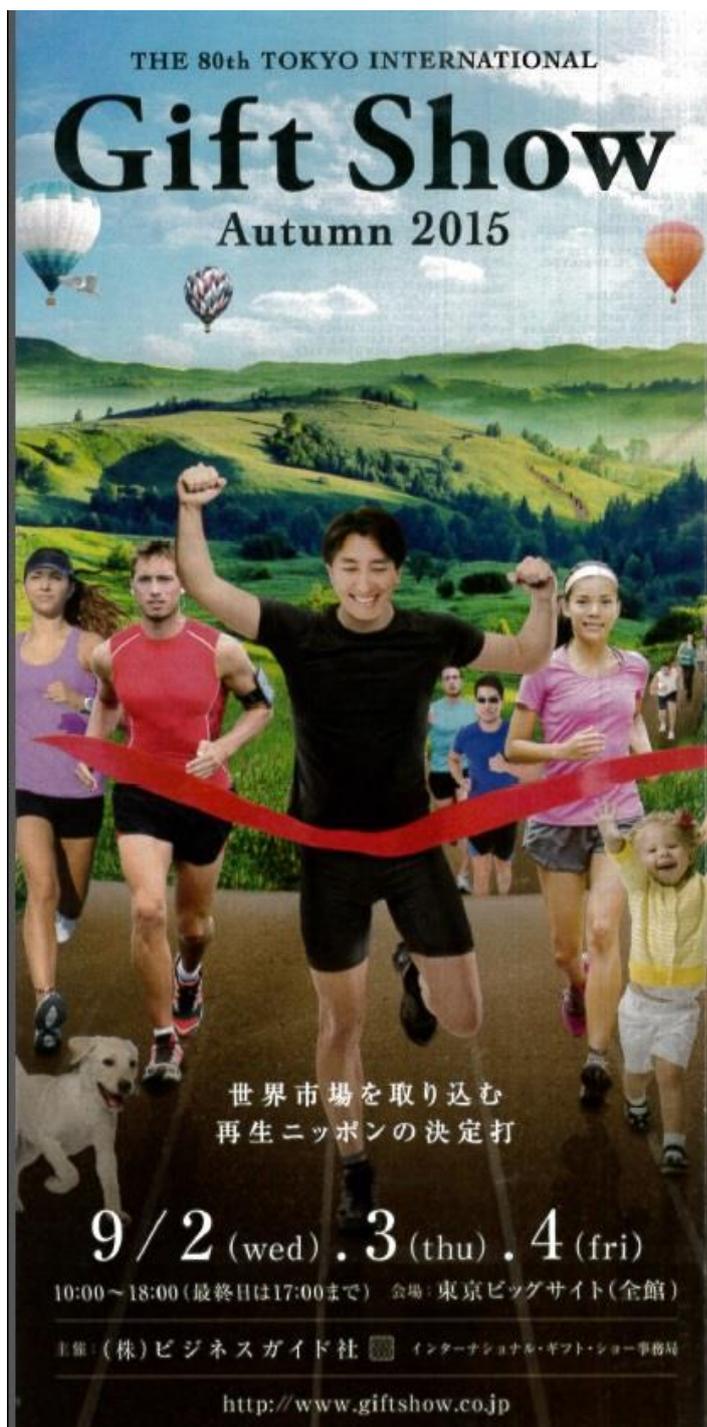
# 附錄

## 一、「2015 日本東京國際秋季禮品展」新聞資料

媒體名稱：經濟日報	刊登日期：104/9/8	版次：A18 專題
標題：臺灣客家品牌 赴日拓版圖		
媒體露出情形一覽表（平面媒體）媒體露出情形列表編號：02		
剪報資料：		

媒體名稱：工商時報	刊登日期：104/9/8	版次：D2 活動資訊
標題：臺灣客家特色商品 拓國際市場		
媒體露出情形一覽表（平面媒體）媒體露出情形列表編號：01		
剪報資料：		

二、「2015 日本東京國際秋季禮品展」相關參考資料



「2015 日本東京國際秋季禮品展」大會 DM



The 80th TOKYO INTERNATIONAL  
**Gift Show**  
Autumn 2015

テーマ：「世界市場を取り込む再生ニッポンの決定打」

**FINAL REPORT**

2015 9/2 (wed) -4 (fri) 10:00-18:00 Sep 4 10:00-17:00

TOKYO BIG SIGHT

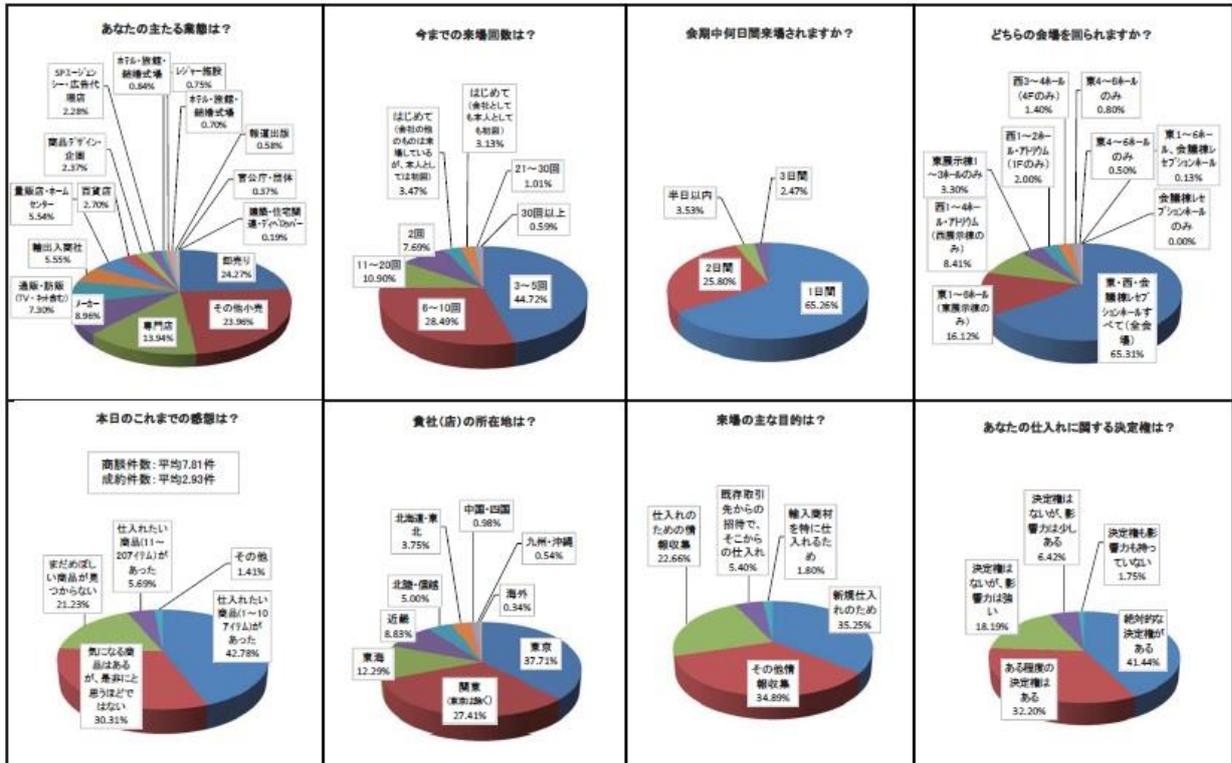
Business Guide-Sha, Inc.

お問い合わせ先 (株) ビジネスガイド社  
 TEL: 03-3843-8854 (代) 9851 (直)  
 e-mail: n-haga@giftshow.co.jp  
 ホームページ: <http://www.giftshow.co.jp>

「2015 日本東京国際秋季禮品展」 大會統計報告

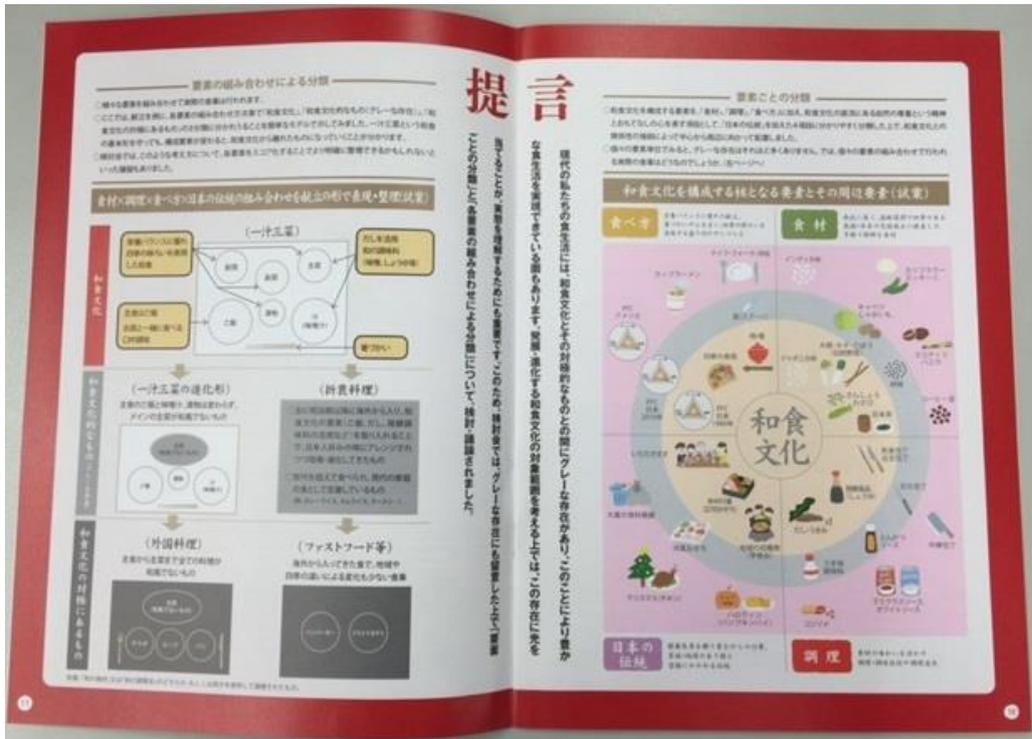
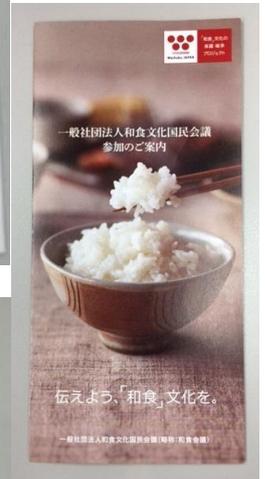
来場者アンケート

期間 平成27年9月2日(水)～4日(金)  
 場所 第80回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2015  
 東京ビッグサイト 東2ホール 新製品コンテスト会場 サンプル数2,113件



「2015 日本東京国際秋季禮品展」 大會統計報告重要數據

### 三、日本和食文化申登相關資料







六、東京デザイナー學院相關參考資料

