

行政院及所屬各機關出國報告
(出國類別：其他)

參加「2018 北海道 Yosakoi Soran 街舞及辦理
觀光推廣活動」暨關西、東京等推廣活動
出國報告書

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：周永暉局長、技術組黃勢芳組長

派赴國家：日本

出國期間：民國 107 年 6 月 5 日至 6 月 10 日

報告日期：民國 107 年 7 月 24 日

參加「2018 北海道 Yosakoi Soran 街舞及辦理觀光推廣活動」暨 關西、東京等推廣活動

目 次

壹、前言	1
貳、活動主軸	3
參、行程內容與活動紀要	5
一、行程內容	5
二、活動紀要	6
肆、心得與建議	32
伍、附錄	37
一、新聞稿	37
二、相關媒體報導	40
三、交通部觀光局於大會手冊刊登之廣告	53

壹、前言

一、關西地區觀光推廣活動

日本人口約 1.27 億，2017 年出國 17,889,300 人次，出國人次僅佔人口的 14%；其中來臺 1,898,854 人次(較 105 年 1,895,702 人次，成長 0.17%)，約佔出國人次的 10.61%。西日本轄區涵蓋 2 府 23 縣(石川、福井、滋賀、京都、奈良、和歌山、大阪、兵庫、鳥取、島根、山口、廣島、岡山、及四國的德島、香川、愛媛、高知暨九州的福岡、長崎、熊本、佐賀、大分、宮崎、鹿兒島、沖繩等)，人口數約 5,284 萬，出國旅客約 506 萬人次，出國人次約人口數的 10%，由其出國人次與出國旅客數來看，具客源開發之潛力。西日本轄區出國人數規模依序為京阪神地區(大阪、兵庫、福岡、京都)、廣島、奈良、滋賀、岡山、九州、四國等，惟其出國人次於大阪府、兵庫縣、京都府、奈良縣及兵庫縣等地計約 300 萬人次，而該地區出國係以運用關西機場為主，目前關西機場飛航桃園每月達 581 架次、座位總數約 13 萬個，搭乘率 8 成、載客約 10 萬 7 千名旅客(日本→臺灣)；關空-臺南每月 9 架次、座位總數約 1,422 個，搭乘率 8 成、載客約 1,152 名旅客(日本→臺灣)；關空-高雄每月 129 架次、座位總數近 2.5 萬個，搭乘率近 9 成、載客約 21,509 名旅客(日本→臺灣)，每月自關西機場飛航臺灣計 719 架次、搭乘率超過 8 成、座位總數約 15.6 萬個、搭乘率以 8.5 成估算、每月自關西機場搭載來臺旅客約 13 萬 3 千名旅客，扣除國人外，以西日本轄區來看，為最值得開發之來臺市場。

二、考察「瀨戶內海藝術季」離島觀光交通接駁暨籌辦情形

瀨戶內海位於日本的本州、四國和九州三大島之間的海域，因地緣之利成為交通動脈，也承接起許多文化傳遞的角色，其間的島嶼隨著高齡化與人口外移逐漸失去活力，各島亦漸失去其重要性，為重拾地區能量乃有衍生辦理藝術創作祭的提案，「瀨戶內國際藝術祭」因而誕生，藝術祭以瀨戶內海各島為中心展示美術作品、各種藝術家、劇團、樂團活動，同時結合當地傳統技藝、祭典所構成。結合島嶼的傳統文化及美麗的自然景觀，向世界展現瀨戶內海的魅力，目標成為世界各地的「希望之海」。自 2010 年首度登場，每 3 年辦理 1 次，每次辦理期間跨春、夏，秋季，時間長達約 100 天，參觀人數已突破百萬人次，目前正籌辦 2019 年的第 4 屆活動。「瀨戶內海藝術季」辦理地點包括週邊的直島、豐島、女木島、男木島、小豆島、大島、犬島、沙彌島、本島、高見島、粟島、伊吹島、高松港、宇野港周邊等地，為接待到訪之觀光客，離島渡輪及高速船的接駁相形重要，特別安排拜會香川縣廳瞭解藝術季期間的交通運輸以為離島辦理大型活動之借鏡。

三、日本地區國際宣傳計畫「Meet Colors! Taiwan ~夏日臺灣觀光~SUMMER FORMOSA~」東京記者會

出席我國日本市場 2018 年度觀光推廣記者會，本計畫結合形象代言人長澤雅美去(106)年 12 月來臺拍攝年度宣傳影片及平面廣告，原訂今(107)年 2 月 8 日辦理「2018 台灣觀光新年度記者發表會」，發佈新年度宣傳主軸、影片及海報等，因花蓮於 6 日晚間發生芮氏規模 6.0 的地震，爰取消辦理記者發表會，旋即於 7 日下午在日本發表安心宣言；並於今年 4 月正式發布日本市場新觀光素材。經評估日本市場每年以 8 月份出國人數最多，為爭取日本市場下半年來臺客源再於率同臺灣表演團隊參加「2018 北海道 YOSAKOI SORAN」前，於 6 月 7 日(星期四)上午順道前往東京假 Vector Studio(赤坂 Garden City 18F)主持記者發布會，藉與長澤雅美的對談，親自向媒體及業者宣傳 Tourism 2020 台灣永續觀光發展方案、臺灣四季主題活動、2018 海灣旅遊主題年、臺日交流及鐵道觀光等，並主推夏季臺灣觀光魅力及南臺灣觀光景點，邀請日本旅客來臺感受夏季魅力，會場布置則融入今年度長澤雅美所拍攝的四款主題海報及臺灣風情意象。

四、率同臺灣表演團隊參加「2018 北海道 YOSAKOI SORAN」

在我國臺日間季慶大型活動中，擁有傳統及深厚友誼的交流，就以「北海道 YOSAKOI SORAN」為最具代表性，該祭典起源於 1991 年，1992 年第一次舉辦時，僅有 10 支隊伍和 20 萬名觀眾參與；2018 年已多達 276 支參加隊伍、27,000 人參與，動員人數共計約 192 萬人次的龐大規模，YOSAKOI SORAN 祭和冬天舉辦的「札幌雪祭」併列為札幌盛大祭典。本局自 2004 年起，每年邀請國內舞蹈系所學校組團代表前往北海道參與，藉參加日本知名國際大型慶典活動吸引媒體報導及與民眾互動，增加臺灣曝光率，臺灣與北海道今年邁入第 15 年的交流；北海道的札幌市自 2015 年至 2018 年已連續 4 年參與臺灣燈會的燈車展示，臺日間以相互參與慶典活動拉近彼此的距離。

今年邀請「臺北市立大學」舞蹈系師生 65 人組成「Time for Taiwan」隊伍，以翱翔於臺灣山海的「藍鵲、鳶鷹」為元素，並以臺灣各族群的「吟歌頌舞」展現多元的文化面貌。慶典活動期間，援例於活動現場設置「Meet Colors!台灣」攤位，提供臺灣觀光資訊，更直接與參加民眾交流，展現臺灣式熱情進行觀光宣傳。

此行亦與北海道浦本元人副知事及秋元克廣札幌市長等會面，交換促進臺日兩國觀光發展意見。

貳、活動主軸

一、強力鎖定西日本自由行客源，以運動、鐵道、設計等接力推廣行銷

因應關西地區客源特性，此次特別鎖定西日本市場自由行客源，以不同於團體旅客行銷方式，主打以運動、鐵道、設計等主題接力推廣，扣緊日本關西地區多屬支持阪神虎隊之球迷，特別結合臺灣虎航於甲子園球場辦理「臺灣日」活動；與日本產經新聞合作辦理李明道（AKIBO）老師「1001 號機器人展」推薦臺灣設計之旅；延續與山陽電鐵合作的「Meet Colors!台灣號」再重新整理及增加地貼，加強宣傳鐵道友好交流，以臺灣觀光不同形象，爭取西日本最重要客源區域來臺觀光旅遊。

二、借鏡日本瀨戶內海藝術季與東海岸大地藝術節結盟之可行性

臺灣東海岸大地藝術節（TECLandArt Festival）是交通部觀光局東海岸國家風景管理處自 2015 年開始委託承辦，沿著臺灣東海岸各地舉辦的藝術活動，內容包括邀請藝術家駐地創作大型戶外作品設置於東海岸沿途風景區，稱之為「駐地創作營」。另沿著台 11 線公路開放藝術工作室、藝術市集、音樂會等，是以東部海岸線區域的自然環境、部落生活、棲息居住、旅行壯遊為主題的藝術節。東部海岸壯闊自然，藝術節活動透過創作、藝術品設置、藝術活動與完善的旅行設施，讓旅客在公共場域找到與幸福感之關係，繼而產生夢想的在地生根。

日本瀨戶內海藝術季與東海岸大地藝術節的活動初衷均是以藝術累積島嶼或地方的能量，並能成為吸引觀光客年度造訪的重要活動。瀨戶內海藝術季基於活化島嶼能量，導入知名藝術家如安藤忠雄、草間彌生以美術館及大型南瓜裝置藝術吸引藝術愛好者，因為參觀者的到來，讓地方及當地高齡居住者也重燃活力；臺灣東海岸大地藝術節則以藝術家大型戶外作品、音樂會等結合原住民創作能量的活動。

鑑於兩個活動以結合生態與藝術的理念相近，特地前往香川縣考察「瀨戶內海藝術季」離島觀光交通接駁，並拜會濱田惠造知事洽談兩個藝術活動合作之可行性。

三、「Meet Colors! Taiwan ~夏日臺灣觀光~SUMMER FORMOSA~」東京記者會爭取日本首遊及重遊旅客體驗不同面貌的臺灣

日本市場自東京出國人數居全國最高，約 378.5 萬，佔 21.16%，而關東一都三縣即佔約 700 萬人次，日本訪臺人數較多以每年 3 月份、8 月份(暑假)及 11-12 月份(年底)較多，倘因臺灣人訪日多，則影響日本旅客來臺人數之規模。

依日本旅行業協會(JATA)7 月 5 日發表，針對旗下 229 家會員的營業、企劃、櫃台人員進行的暑假人氣度調查，今年日本民眾夏天假期的旅行動向，臺灣獲得海外人氣度第一名(2017 年是第二名)。以距離相近的海外旅遊地來看，臺灣在女性、少人數的旅

行方面亦受歡迎，其他人氣度依次為夏威夷、韓國、泰國及新加坡。再據 JTB 7 月 6 日所發表 2018 暑假(7/15-8/31)之日本民眾旅行動向，2018 年暑假海外旅遊人數較去年同期增加 4.1%，估約 283 萬人為最高紀錄。夏威夷、亞洲都非常受歡迎，其中臺灣估約成長 5.2%(22.3 萬)。

依日本各項調查顯示，臺灣仍屬日本旅客海外人氣旅遊地，為爭取更多日本首遊及重遊旅客來臺以達成今年 200 萬人次目標，再於記者會以本局 Tourism 2020 臺灣永續觀光發展方案，配合「2018 海灣旅遊年」，以「島嶼共生、十大跳島」來帶動今年主題，十島有龜山島、綠島、蘭嶼、小琉球和澎湖的七美、漁翁島、吉貝與小金門、馬祖東莒、北竿等以島嶼的景來呈現臺灣的美麗，歡迎日本友人以海灣旅遊探索跳島方式，來臺灣體驗美麗的島嶼特色與多樣的海岸地貌。日本市場 2018 年以「Meet Colors! Taiwan」為宣傳主軸，記者會特別以多彩的臺灣推薦夏季魅力冰品，環繞臺灣一週，可以享用紅色的澎湖仙人掌冰、黃色的臺南芒果冰、黃綠色的嘉義愛玉冰、橘色的屏東櫻花蝦冰及高雄愛河的啤酒節、花蓮、臺東，更可以感受臺灣人的人情味就如同夏天的熱情。此外，也特別介紹臺灣的四季多元主題活動，春季－2019 台灣燈會 in 屏東大鵬灣、夏季－寶島仲夏節(Formosa Summer Festival)、秋季－台灣自行車節、冬季－溫泉美食，以全年的豐富的活動邀請日本旅客來臺參與。

四、參加「2018 北海道 YOSAKOI SORAN」·擴大二線城市互動交流

臺日觀光互訪 2003 年為 1,388,383 人次，至去(2017)年雙方互訪已突破 650 萬人次(6,514,727 人次)，其中臺灣訪日超過 461 萬人次，前往北海道則已突破 50 萬人次；本局針對日本市場設定以一線大城市，強化吸引自由行及重遊旅客；有定期航班的二線城市則開發潛力客源；三線城市(其他城市)持續累積臺灣觀光知名度。針對北海道，以吸引團客及政府、民間、修學旅行交流為主，透過電視、地方報等廣告刊登及記事報導深入地方生活，增加台灣觀光知名度；再輔以參加當地祭典(北海道 YOSAKOI SORAN)爭取曝光；亦辦理業者交易推廣會，鞏固旅遊界友好交流平臺，以達成日本市場年度來臺之目標。

叁、行程內容與活動紀要

一、行程內容

日期	時間	行程內容
第一天 6月5日 (二)	08:30 12:10 14:00 16:00 16:15-17:00 17:05 17:30-17:40 17:55 19:00-21:00	<ul style="list-style-type: none"> • 搭乘 BR132 自桃園國際機場 • 抵達日本關西國際空港 • 抵達產經新聞社 AKIBO 設計展會場視察 • 視察「甲子園歷史館」 • 前往臺灣觀光宣傳區 • 與大阪觀光局溝畑宏理事長、台北駐大阪經濟文化辦事處陳訓養處長、台灣虎航張鴻鐘董事長等會面 • 與林威助選手會面 • 出席臺灣日開球式 • 與阪神電鐵交流餐會
第二天 6月6日 (三)	9:21-10:19 10:30-11:20 11:30-14:00 14:00-16:30 16:30-17:00 19:00-21:00	<ul style="list-style-type: none"> • 自阪神電車梅田車站出發搭乘「Meet Colors! Taiwan」號前往山陽電鐵本社 • 拜會山陽電鐵本社上門一裕社長 • 與山陽電鐵交流餐會 • 搭乘專車前往香川縣高松市 • 香川縣廳陪同考察高松車站及高松港之「瀨戶內海藝術季」離島觀光交通接駁 • 與香川縣濱田惠造知事交流餐會
第三天 6月7日 (四)	07:35-8:55 11:30-12:30 14:00-15:30 16:00-16:30 18:30-20:30	<ul style="list-style-type: none"> • 周局長搭乘 ANA532 班機前往東京羽田機場 • 黃組長自行考察奈良鹿公園 • 主持「Meet Colors! Taiwan」東京記者會 • 勘查東京推廣活動場地 • 拜會日本政府觀光局(JNTO)清野智理事長 • 與京急電鐵交流餐會
第四天 6月8日 (五)	10:00-11:30 12:15-12:52 13:30-14:30 15:30-16:00 16:30-17:00 17:30-18:30 19:50-20:20 20:30-22:00	<ul style="list-style-type: none"> • 搭乘 ANA0059(羽田空港→新千歲空港) • 搭乘 JR 快速エアポート 123 号前往札幌車站 • 與台北駐日經濟文化代表處札幌分處周學佑處長會面 • 拜會札幌市秋元克廣市長 • 拜會北海道浦本元人副知事 • 北海道新聞受訪 • Soran Night 見學 • 參加組委會主辦臺灣隊伍歡迎晚宴

第五天 6月9日 (六)	09:30-10:00 13:00-15:00 16:42 17:00-18:00 18:30-18:40 20:00-20:50	<ul style="list-style-type: none"> 與道南いさりび鐵路轉型觀光列車歷史懇談 拜會小樽市觀光協會、參訪小樽硝子館 定點表演見學：道廳紅磚廳舍會場 美食區、攤位視察 與學生拍攝紀念照 參加組委會主辦所有隊伍歡迎晚宴 遊行表演見學：週六夜遊行表演
第六天 6月10日 (日)	09:00 13:00-16:20	<ul style="list-style-type: none"> 搭乘專車前往新千歲機場 搭乘 BR165 返回臺灣桃園機場

二、活動紀要

(一)關西地區

1. 李明道 AKIBO 老師 1001 機器人暨臺灣設計之旅展示

- (1) 時間：107 年 6 月 6 日(三)15:00-15:30
- (2) 地點：大阪市内 BREEZE BREEZE 商場
- (3) 活動內容：

為吸引更多自由行及重遊客群訪台，本局大阪辦事處與產經新聞合作，於 6 月 3 日至 10 日在大阪市内展出李明道（AKIBO）老師的「1001 號機器人 mr.ten 與 miss.one」等作品，並推薦其展示於臺灣各地的公共藝術作品如臺東鐵花村、臺南藍晒圖文創園區、集集線、南港車站等地；並製作公共藝術作品地圖，向關西地區民眾宣傳臺灣當代藝術，值得用五感去體會台灣設計之旅新魅力。

另於 6 月 2 日產經新聞刊出台灣設計之旅遊程介紹，6 月 4 日報導 6 月 3 日開幕活動盛況。

- (4) 照片

	
<p>主角 mr.ten 及 miss one</p>	<p>本活動宣傳海報</p>



產經新聞刊出台灣設計之旅新遊程



台東鐵花村 Baboo Beluga 作品



兒童樂園 TAIPEU TEAM 作品



集集線進化 1001 號彩繪列車



台南藍晒圖文創園區



配合設計之旅辦理台灣機票抽獎活動



6月2日產經新聞報導台灣設計之旅



6月4日產經新聞報導開幕活動新聞

2. 考察甲子園歷史館

- (1) 時間：107年6月6日(三)16:00-16:30
- (2) 地點：甲子園歷史館
- (3) 拜會人員：甲子園歷史館館長向井格郎
- (4) 活動內容：

阪神甲子園球場，位於日本兵庫縣西宮市甲子園町，總面積 39,600 平方公尺，可容納 50,454 人，阪神甲子園球場為阪神電氣鐵道所有，該球場是日本職棒阪神虎隊的主場，也是每年春、夏舉辦全國高中棒球聯賽時的指定球場。由於球場歷史悠久，2010 年整建完成後於球場建築內新設甲子園歷史館（甲子園歷史館），展示甲子園球場、阪神虎隊及日本高中棒球有關的歷史與文物。電影《KANO》於 2014 年在臺灣、2015 年日本公開上映，嘉義農林學校獲得亞軍的相關文物也陳列於歷史館內。

- (5) 照片



3. 與大阪觀光局溝畑宏理事長會面暨視察甲子園臺灣觀光推廣區

- (1) 時間：107年6月6日(三)16:50-17:00
- (2) 地點：甲子園臺灣觀光推廣區
- (3) 會談內容：

持續 2 月份對談內容，以運動及教育旅行交流等加強關西地區與台灣年輕旅客互訪，局長並致贈台北米其林美食專書，向理事長推薦台北米其林美食，並相約下次台北見。

- (4) 照片



向大阪觀光局溝畑宏理事長
推薦台北米其林



臺灣觀光推廣區



林威助教練演講會



喔熊組長與阪神吉祥物宣傳台灣日



旅客貼上最想去的地方後參加抽獎活動



活動大型看板



6月28日産経新聞報導台灣日新聞

4. 與台灣虎航張鴻鐘董事長、林威助教練會面

- (1) 時間：107年6月6日(三)17:10-17:20
- (2) 地點：甲子園內會議室
- (3) 會談內容：

感謝虎航連續3年與交通部觀光局合作辦理甲子園臺灣日活動，並為增加臺日航班與開拓新航線，提供更多日本訪臺航空座位等表達謝意，也期盼未來繼續合作，持續強化送客訪臺市場。

特別感謝林威助教練為今年度的臺灣日活動，專程到大阪協助推廣臺灣觀光魅力，並於場外演講會時，介紹臺灣美食及觀光魅力，希望持續為推廣臺灣觀光助一臂之力。

- (4) 照片



致贈虎航張鴻鐘董事長喔熊頸枕



林威助教練致贈簽名球

5. 甲子園臺灣日開球及活動宣傳

- (1) 時間：107年6月6日(三)18:00-18:05
- (2) 地點：甲子園球場
- (3) 活動內容：

本局大阪辦事處與臺灣虎航及甲子園球場已連續3年合作辦理甲子園臺灣日活動，對臺日雙方運動交流及觀光推廣成效良好，阪神甲子園球場獲頒「2018年臺灣觀光貢獻獎」，甲子園球場係阪神電鐵經營之旗下球場，阪神電鐵秦雅夫社長親自訪臺受獎，建立與本局良好互動關係。今年臺灣日活動特別邀請周局長開球，在球場約4萬名球觀看下，自林威助教練手上接過球後，由投手丘直接投向捕手方向，投出一記好球，

完成開球儀式後比賽開始，且為臺灣日活動展開序幕。現場球迷們對臺灣日感受到臺灣的熱情與魅力，加上今年邀請前效力於阪神虎隊及擁有許多日本球迷的現職中信兄弟林威助總教練及中職球團 4 隊啦啦隊助陣，同時於球場內設置臺灣觀光宣傳攤位暨播放臺灣觀光廣告，喔熊組長與阪神隊吉祥物及超人氣的芒果冰等共同推廣。

(4) 照片

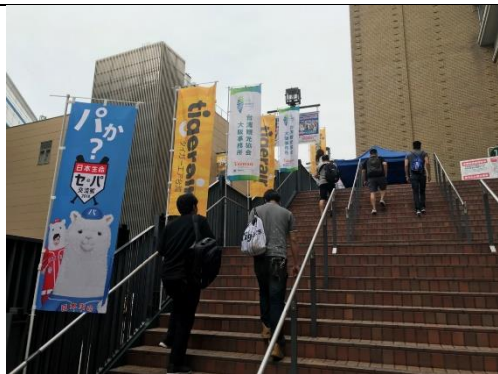
	
<p>為甲子園台灣日開球展開序幕</p>	<p>與秦社長及上門社長合影</p>
	
<p>台灣日活動</p>	<p>球場大型螢幕播放台灣觀光宣傳廣告</p>
	
<p>於球場播放長澤雅美觀光宣傳影片</p>	<p>喔熊在中場休息為阪神隊加油</p>



環場電子螢幕刊登臺灣日觀光宣傳



入場民眾可獲得票券夾紀念夾及抽機票活動



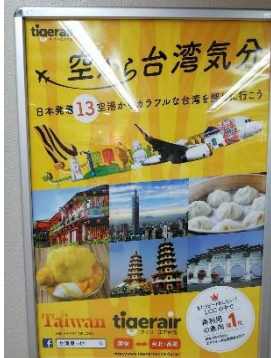
入口處佈置臺灣日宣傳關東旗



活動結束後獲得機票球迷現場兌換機票



台灣日活動海報



台灣日活動海報

6. 阪急電鐵秦雅夫社長交流會

(1) 時間：107年6月6日(三)19:00-21:30

(2) 出席人員：阪急電鐵秦雅夫社長、百北幸司取締役

山陽電鐵上門一裕社長、鐵道事業部由吉田育朗本部長、鐵道營業部長
增田隆治

本局周局長永暉、黃組長勢芳、王沁柔秘書

(3) 交流內容：

- ① 周局長特別感謝秦社長協助連續三年於阪神甲子園球場辦理臺灣日活動，提供全面的協助，今年更特別邀請林威助教練及中華職棒聯盟 4 隊啦啦隊員到場應援，共同以運動推廣臺灣觀光，有助臺日互訪人數成長。
- ② 感謝秦社長於百忙之中專程出席本年度 2018 觀光節慶祝大會受獎。
- ③ 就臺日運動及鐵道交流等議題充分交換意見。並提及未來合作推動臺日 32 同名車站活動強化鐵道友好互訪。
- ④ 行銷臺灣美食，並以臺北米其林為重點拍攝合照。

	
<p>周局長致贈秦社長紀念品</p>	<p>周局長向秦社長及上門社長推薦 台北米其林美食</p>

7. 視察「Meet Colors!台灣號」彩繪列車

- (1) 時間：107 年 6 月 7 日(四)10:30-11:00
- (2) 地點：阪神電鐵梅田站至山陽電鐵西代站
- (3) 取材媒體：讀賣電視台、讀賣新聞大阪本社、產經新聞大阪本社、神戶新聞
- (4) 相關照片

	
<p>彩繪列車持續運行於梅田及姫路間</p>	<p>彩繪列車持續運行於梅田及姫路間</p>



地貼宣傳台灣日月潭自行車道



地貼宣傳台灣日月潭自行車道



地貼宣傳台灣離島生態自然(綠島蘭嶼)



地貼宣傳台灣離島生態自然(小琉球)



地貼宣傳台灣離島生態自然(澎湖島)



地貼宣傳台灣離島生態自然(馬祖島)

	
<p>地貼宣傳票券交流廣告</p>	<p>地貼宣傳台灣離島生態自然(龜山島)</p>
	
<p>車内張貼甲子園台灣日及票券交流海報</p>	<p>阪神電鐵張貼台灣觀光宣傳廣告</p>
	
<p>山陽電鐵沿線車站張貼海灣旅遊年海報 協助宣傳(候車月台)</p>	<p>山陽電鐵沿線車站張貼海灣旅遊年海報 協助宣傳(車站出口處)</p>

8. 「Meet Colors!台灣號」彩繪列車運行一週年紀念儀式暨拜會山陽電鐵

- (1) 時間：107年6月7日(四)10:30-11:00
- (2) 地點：山陽電鐵本社
- (3) 出席人員：山陽電鐵上門一裕社長及社員全體
- (4) 取材媒體：讀賣電視台、讀賣新聞大阪本社、產經新聞大阪本社、神戸新聞
- (5) 活動內容：
 - ・本局大阪辦事處與山陽電鐵為紀念「Meet Colors!台灣號」彩繪列車開跑一週年，於6月6日上午於山陽電鐵本社辦理紀念儀式，並由周局長與山陽電鐵社長上門一裕出席並交換親手繪製之彩繪紙版列車以為友好紀念。

- 尤其上門社長表達與臺灣的友好，特別對於臺灣觀光局的行銷活動全力配合。當日活動配合台日 32 同名車站之一的龜山站為姐妹車站，特別邀請日本龜山車站附近的兵庫縣姬路市手柄國小學生參與彩繪紙版列車模型活動，並與該校小學生進行視訊連線，周局長鼓勵及謝謝小朋友參加運用紙版的台灣號列車模型，彩繪出自己家鄉的魅力；同時也介紹臺灣知名觀光景點及人氣名產鳳梨酥等，當日手柄小學的彩繪列車作品與宜蘭梗枋國小相互交流聯展，並於活動後互換彩繪紙版列車，深化臺日友好情誼。

(6) 照片

	
<p>山陽電鐵本社紀念儀式</p>	<p>山陽電鐵本社紀念儀式</p>
	
<p>於山陽電鐵本社 1 樓刊登與台鐵締結 姐妹鐵道展示區合影</p>	<p>手柄小學校現場連線表演日本舞蹈</p>
	
<p>彩繪列車一週年紀念合影</p>	<p>與上門社長互換手繪彩繪列車</p>

	
<p>拜會山陽電鐵本社</p>	<p>致贈上門社長禮品</p>
	
<p>社長室展示與臺灣鐵道及觀光 相關紀念品</p>	<p>社長室展示與臺灣鐵道及觀光 相關紀念品</p>

9. 山陽電鐵社長交流午宴

(1)時間：107年6月7日(四)11:30-13:00

(2)出席人員：山陽電鐵上門一裕社長、專務取締役經營統括本部長中野隆、經營統括本副本部長常務取締役荒木素直、鐵道事業部由吉田育朗本部長、鐵道營業部長增田隆治、廣報部田中健主任等

(3)交流內容：

- ①感謝該社自2017年6月份起提供「Meet Colors!台灣號」彩繪列車車體及車內門板廣告，於關西地區運用移動式廣告成功宣傳繽紛臺灣意象；另周局長亦親自再感謝上門社長同意再提供彩繪列車持續宣傳台灣，並延長2年至2020年6月4日，且於本年度提供車廂內地板廣告，希望搭乘彩繪列車的乘客們能更了解臺灣觀光多元的旅遊魅力，也希望持續透過車票交流，活絡臺日觀光市場。
- ②感謝為「Meet Colors!台灣號」一週年紀念，特別協助安排臺日小朋友彩繪列車交流活動，強化臺日鐵道觀光友好情誼，並象徵臺日友好情誼自小時做起，深化人與人之間的交流。
- ③感謝上門社長百忙之中親自出席「2018年觀光節慶祝大會」受獎暨派員出席「2018年鐵道觀光論壇 in 南投」活動。

10. 考察「瀨戶內藝術祭」之高松港相關設施

(1) 時間：107 年 6 月 7 日(四)16:00-17:00

(2) 地點：高松港

(3) 陪同人員：香川縣交流推進部觀光振興課國際觀光推進室池浦健太郎

(4) 考察過程：


- 前往高松港參觀林舜龍先生的「跨越國境・海」作品，該作品於第 2 屆藝術祭時展示於豐島，之後於 2014 年返回臺灣宜蘭冬山河，於 2016 年再度返回日本參與第 3 屆藝術祭，置於高松港成為永久性裝置藝術，將重新組裝的船隻比擬為種子的漂流，代表著人與人的通路。另前往高松港參觀大卷伸嗣老師 LIMINAL-AIR-core-作品，該作品即置於港口旅客乘船處。
- 瀨戶內國際藝術祭 (Setouchi Triennale)：是以瀨戶內海島嶼群為舞台所辦理之當代藝術國際藝術節。第 1 屆舉辦為 2010 年，第 2 屆為 2013 年，第 3 屆為 2016 年，每 3 年舉辦一次，目前正籌辦第 4 屆(2019 年)中。藝術祭以瀨戶內海周圍的離島為舉辦的舞台，由於具有地緣之利，承接起許多文化傳遞的角色。藝術祭中以瀨戶內海各島為中心展示美術作品、各種藝術家、劇團、樂團活動，同時結合當地傳統技藝、祭典所構成。第 1 屆標題為「圍繞於藝術與海的百日冒險」，第 2 屆標題為「圍繞藝術與島的四季」；第 3 屆標題為「海的復權」。第 3 屆參觀人數約 107 萬人，並依瀨戶內國際藝術祭實行委員會及日銀高松支店試算本活動為香川縣帶來的觀光人潮，估計為旅館、飲食、美術館等相關產業，創造 132 億日元的經濟效益。
- 我國東海岸大地藝術節應努力與此連接，而此一跳島佈展引客的策略與三年一大展的方式完全符合時代潮流趨勢，而我國 2018 海灣旅遊年的 10 島行銷更宜評估研究納入之可行性。



高松港戶外裝置藝術



林舜龍老師「跨越國境・海」作品
目前置於高松港成為永久性裝置藝術

	
<p style="text-align: center;">Liminal Air -core- 大卷伸嗣老師作品</p>	<p style="text-align: center;">Liminal Air -core- 大卷伸嗣老師作品</p>
	
<p style="text-align: center;">高松港客輪乘船處</p>	<p style="text-align: center;">高松港快艇乘船處</p>

11. 香川縣濱田惠造知事交流晚宴

(1) 時間：107 年 6 月 7 日(四)19:00-21:30

(2) 地點：香川縣花樹海飯店

(3) 出席者

日方：香川縣知事浜田惠造、名單香川縣議會議長花崎 光弘、香川縣議會觀光議員連盟會長鎌田 守恭、香川縣觀光協會會長三矢 昌洋、高松空港株式會社代表取締役社長渡部 哲、香川縣交流推進部部長新池 伸司

臺方：周永暉局長、黃勢芳組長、本局大阪辦事處王紹旬主任及王沁柔秘書

(4) 交流內容：

- ①感謝香川縣主辦「2017 年台日觀光高峰論壇」，並盛情接待臺日觀光業者，讓大家都感受到香川縣的觀光魅力。
- ②感謝連續於台灣燈會展出香川縣花燈，透過文化藝術交流，有助推動雙方旅客互訪。
- ③感謝香川縣高松-台北航線就航五週年，縣廳大力且多次協助推動四國 outbound 旅客到訪臺灣市場，並於本年度合作於香川縣及高知縣辦理「GOGO 台灣 Fair」活動，更感謝縣廳積極推動訪臺教育旅行市場。

④感謝派員陪同考察高松港，並就「2019 年瀨戶內國際藝術祭」活動之臺日藝術合作
交流交換意見。

⑤ 照片



濱田知事致歡迎詞



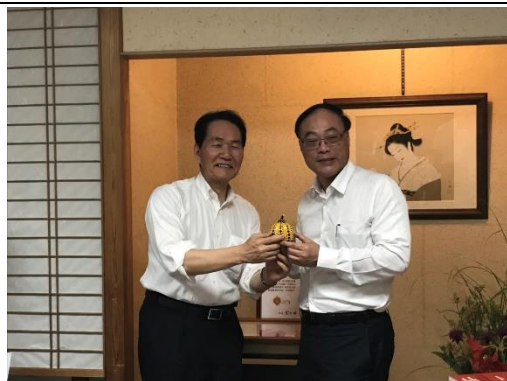
周局長致詞



知事感謝局長致贈該縣連續 4 年
參加台灣燈會展燈感謝狀



周局長準備小豆島的天空匾額，
為父母親 30 年前曾參訪小豆島時所珍藏
的貴賓證及照片等，致贈濱田知事，
紀念臺日友好交流長長久久



知事致贈紀念品



局長回贈紀念品



局長致贈議長紀念品



全員合影

(二)東京推廣活動

1. 夏日臺灣觀光~SUMMER FORMOSA~東京記者會

(1) 時間：107年6月7日(四) 11:30~12:30

(2) 地點：Vector Studio

(3) 出席媒體：電視計 10 家媒體、26 人；平面/網路計 55 家媒體、67 人。

(4)周局長及長澤雅美代言人發表推廣臺灣觀光重點

周局長表示，採用「Meet Colors! Taiwan」作為日本市場的主軸，Meet 是 Meet Taiwan、Colors 則形容非常多的臺灣各地觀光特色(多彩的觀光 Colors)、臺灣期望傳達的是「觸動人心(Touch Your Heart)」的臺灣；要讓大家知道臺灣觀光不論在任何地方都是安全、安心與友善。因應 2020 臺灣永續觀光，設定 2018 為海灣年，即將來到的夏天端午節，是粽子應景食物，所以取音粽、夏，用仲夏節行銷臺灣。寶島仲夏節配合「Meet Colors! Taiwan」，特別推薦臺灣夏季魅力的多彩冰品，綠色的臺東釋迦冰、紅色的澎湖仙人掌冰、黃色的臺南玉井芒果冰等。8 月有臺灣美食展、9 月有黑鮪魚祭，明(2019)年 2 月 19 日台灣燈會在屏東大鵬灣舉辦，當地是黑鮪魚知名地。臺日之間的交流，如副代表所言，是用心在交流，各地觀光地點也很多，歡迎日本朋友安心的到臺灣旅遊。也感謝工作團隊，美麗的長澤小姐介紹美麗的臺灣，是最稱職最佳的代言人。

長澤小姐表示，不只臺北，台中、高雄、台南等許多地方，都想介紹給日本人知道。最喜歡高美濕地，冬春之間，風很大，但景色很美，以前春天時曾去過，天氣很好，沙灘上有 3 公分左右的淺水，可以走過去，是很棒的地方；而馬祖藍眼淚也是想介紹給日本人的地方，喜歡去過的一個地方—貓空，有很多茶坊，氣氛很好。現在剛好是夏天，仲夏節，台灣的剉冰很有名，除了芒果冰、雪花冰外，想試看看仙人掌冰。謝謝周局長特別準備的澎湖玄武岩印章，是很好的伴手禮，個人也很喜歡包著話梅的黃金糖、清爽的烏龍奶茶。曾經因為工作到過臺灣；也曾私人假期安排到臺灣觀光旅遊，連續二年擔任臺灣觀光代言人，感覺非常榮幸，也會努力來宣傳臺灣的美好。

(1)媒體成果：

① 媒體露出 479 則：電視 7 則(含重播共 12 回)、平面 26 則、網路 441 則。

②廣告換算統計：約日幣 366,598,058 元(約折合新臺幣 101,877,600 元)。

(2)照片



2. 拜會日本政府觀光局 JNTO 清野智理事長

(1) 時間：107 年 6 月 7 日（四）16:00~16:30

(2) 會談紀要：恭喜清野智理事長今年 4 月就任 JNTO 理事長，也感謝理事長於擔任東北觀光振興機構會長期間，對推動臺日鐵道與觀光的協助；現高升 JNTO 理事長，仍請持續協助臺日觀光之推動，平衡二者逆差。日前交通部觀光局、臺鐵、高鐵三個單位已簽署合作備忘錄，要共同發展集集線鐵道觀光，此次高峰會特別安排搭乘集集線彩繪列車，未來臺日在 2020 要達到交流 900 萬人次目標，希望臺灣訪日 600 萬，日本訪臺有 300 萬，並盼以人數及交流為雙目標。

(三)出席 2018 北海道 Yosakoi 街舞及辦理觀光推廣活動

1. 拜會札幌市長札幌市長秋元克廣(Akimoto Katsuhiko)

(1)時間：107 年 6 月 8 日（五）15:30~16:30

(2)地點：札幌市市長接待室

(3)會談記要：謝謝札幌市參與臺灣燈會的展燈，以及協助表演團體參加臺灣燈會，北海道有 540 萬人口，一年只有 5 萬人到臺灣，還有很大的成長空間。希望未來可以加強雙方青年族群的交流，以及修學旅行的加強。

(4)拜會照片：



周局長致贈秋元市長
臺北米其林指南推廣臺灣美食



秋元市長回贈北海道札幌製酒



周局長與臺北駐日經濟文化代表處札幌分處周學佑處長與
札幌市秋元克廣市長會談

2. 拜會北海道廳浦本元人副知事

(1)時間：107年6月8日（五）16：30-17：00

(2)地點：北海道道廳

(3)會談記要：副知事表示，今年有參加3月的「2018 台灣燈會 in 嘉義」活動，周局長特別謝謝副知事專程來臺參與，明(2019)燈會將在臺灣最南邊的屏東縣東港舉辦，邀請副知事能夠再度來訪。未來希望加強北海道與臺灣之間的青年交流，以及修學旅行的往來。

(4)拜會照片：



浦本副知事致贈北海道畫作



周局長回贈排灣族原住民服飾



拜會浦本副知事全體合影



周局長致贈浦本副知事
臺北米其林指南推廣臺灣美食

3. 拜會北海道新聞社並接受採訪

(1)時間：107年6月8日（五）17：30-18：30

(2)地點：北海道新聞社

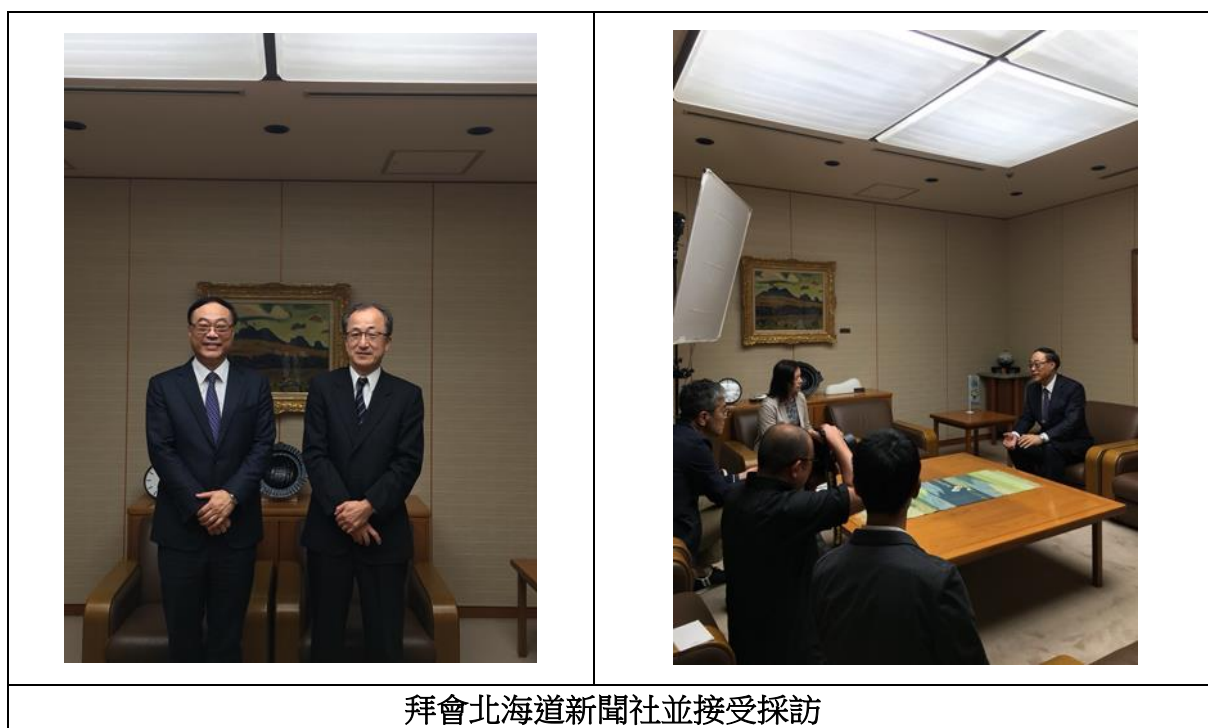
(3)訪談重點：對北海道的印象是丹頂鶴，生態旅遊盛行，臺灣 2020 推動永續觀光發展，與北海道注重生態旅遊特色相同。北海道與台灣的交流起源於台灣燈會和 YOSAKOI 的交流，今年北海道 YOSAKOI 是第 27 屆，台灣燈會則是第 29 屆，都是具深度與活力的活動，二個祭典交流長達 15 年，非常珍貴。未來希望加強臺灣與北海道間年輕世代的交流，如修學旅行。臺灣的年長者，日文流利，年輕世代也有不少具日文基礎，再加上漢字相通，筆談也很容易，可以安心到台灣旅遊。

臺灣的山很多，太魯閣、野柳地質公園等景色，都是其他國家所沒有的，而在美食方面，除了夜市外，近日發表的台北米其林推薦美食，也都是值得日本朋友品嚐。而夏

天到了，除了日人熟知的芒果冰外，黃色的愛玉冰，紅色的仙人掌冰，也都是不錯的夏季冰品。

北海道的民眾到臺灣旅遊，可以用區域性的方式旅遊，如，台北溫泉+士林夜市+故宮／101；也可以以中部為出發點，搭新幹線到台中，參觀台中歌劇院，到南投日月潭賞美景，品嚐最有名的日月潭紅茶；包機到花蓮或是桃園，再到宜蘭傳藝中心觀賞具臺灣歷史文化特色的建物及表演+台北米其林美食，或是臺灣原住民的文化及熱氣球體驗；除外，臺南古都的歷史建築，傳統美食，以及高雄海洋風情的氣氛，都是很不錯的選擇。

(4)照片：



4. 北海道 Yosakoi Soran 組織委員會主辦臺灣隊伍歡迎晚宴

(1)時間：107 年 6 月 8 日（五）20：30-22：00

(2)地點：札幌ビューホテル大通公園 B2F

(3)活動記要：

北海道 Yosakoi Soran 組織委員會為感謝臺灣團隊的參與，援例設宴歡迎臺灣的表演團隊，除感謝祭典組織委員會於百忙之中，仍專程設宴款待臺灣隊伍的代表及所有同學，也期勉表演團隊的每位同學是代表臺灣的最佳親善大使，並透過三天國民外交，觀察並尋找到北海道與臺灣三大不同之處，也希望藉由舞蹈的熱情與日本的民眾及年輕朋

友交流，透過電視轉播，讓北海道及日本的民眾更認識臺灣，從而帶動來臺觀光旅遊。北海道 Yosakoi Soran 組織委員會援例舉辦歡迎餐會宴請我代表團，席間邀請文化大學全體師生、政商代表、觀光界及 Yosakoi Soran 祭等相關重要人士約 200 人出席；會中亦特別安排 Yosakoi Soran 祭上屆優勝隊伍「平岸天神」於晚宴中演出新舞碼，場面融洽熱絡。

(4)照片：



5. 懇談道南いさりび鐵路轉型觀光列車之歷史進程

(1)時間：107年6月9日（五）09:30-10:30

(2)與『日本一貧乏な觀光列車が走るまで』作者佐藤優子小姐進行會談

(3)談話記要：

為借鏡日本推動鐵道觀光，如何結合鐵道+當地物產，透過鐵路活化在地產業，帶動經濟力入注。經北海道 Yosakoi Soran 組織委員會星野會長推薦，道南漁火(ISARIBI)鐵道，與北海道新幹線同一天在 2016 年 3 月 26 日開業，是聯繫函館市、五稜郭車站與木古内町の鐵路，距木古内車站約一小時車程的鐵路，屬於可中途下車的小型親睦之旅。列車僅以一節車廂編成，車輛有許多種外觀塗裝不同的款式，而這款濃濃的藍色列車叫「NAGAMARE 号」。” NAGAMARE” 是北海道道南地域的方言，有”悠哉地” ”輕鬆地”的意思。經打造成觀光列車，該列車推出的烏賊飯，曾參加「2017 鐵路便當節」。由於該鐵路所在函館市離札幌市較遠，經星野會長協助安排與出版相關書籍『日本一貧乏な觀光列車が走るまで』的佐藤優子小姐進行會談，瞭解道南いさりび鐵路如何將可能廢棄的鐵道成功轉型為觀光列車，帶動人潮。



周局長就鐵路轉型為觀光列車交換意見



佐藤優子小姐親自簡報

	
<p>提供臺日姐妹鐵道新交流模式之意見</p>	<p>參與會談代表合影</p>

6. 考察小樽以玻璃產業成功變身為國際知名觀光小鎮

(1)時間：107年6月9日(六)13:00-15:00

(2)考察緣起

離札幌市區一小時左右的小樽，經歷過舊時代的繁盛，現在整個小鎮搖身為觀光重鎮，把過去的貨倉改造成現代化的商場，咖啡廳等，華麗轉身而成一個充滿歐洲浪漫氣氛的城市。運河旁的煤氣燈、倉庫群中的紅磚、博物館裡的音樂盒、或是交通紀念館裡面的蒸氣鐵道等。小樽車站旁的JR舊手宮線，為北海道最早的鐵路，於1985年廢道，鐵軌遺跡保存得相當好。



考察小樽硝子博物館



拜會北海道小樽市觀光協會會長西條文雪

7. 率團參加「北海道 YOSAKOI SORAN」活動及設置攤位推廣臺灣觀光

- (1) 時間：107 年 6 月 9 日(六)下午
- (2) 地點：北海道市區

此次率同「臺北市立大學」舞蹈系師生 65 名組成「Time for Taiwan」隊伍前往日本北海道札幌市參加第 27 屆北海道 YOSAKOI SORAN 活動，臺北市立大學迄今已有 122 年歷史，為奪金選手重鎮大學，培育出無數優秀運動選手，例如：陳詩欣(跆拳道)、

王建民(棒球)及戴資穎(羽球)等。舞蹈學系成立至今已 20 年，於 2015 及 2017 獲邀參與世大運開閉幕演出。本次演出透過服裝與舞蹈動作，秀出臺灣特有的藍鵲遨遊自在展翅飛翔，並透過高山青的混音吟唱來展現南島與漢語民族融合文化，擁有多元融合後人文薈萃的活潑樣貌。帶給來參加的民眾場場充滿生命力、象徵台灣驕傲與美好的璀璨舞蹈。

本次活動也在大會舞台周遭設置臺灣攤位，提供各式相關觀光資訊，並透過簡單的互動遊戲來吸引民眾圍觀。同時也在現場發送紀念品並蒐集問券，其透過面對面的接觸，增加臺灣在日本民眾心中的知名度進而提升訪台意願。



與帶著國旗的臺灣粉絲合影



與臺灣代表團員合影



臺灣代表團在北海道廳舊本廳舍前表演吸引大批民眾圍觀



臺灣代表團與臺灣粉絲合影



臺灣代表團在街道遊行演出



臺灣代表團在主舞台演出



臺灣代表團在 final stage 中演出獲得滿堂彩



臺灣代表團在觀光客匯集的 Sapporo Garden Park 表演

肆、心得與建議

一、日本市場宣傳架構再演化・運輸通路多樣擴大來客數

- (一) 臺灣針對日本市場過去向以部落(原住民)、文化(農村、漁村、媽祖及宗教)、歷史(情感連結、博物館及 32 同名車站)、生態(島嶼及生態)、遊憩(景觀及海灣)等為宣傳意象；為拓展日本來臺客源，定調以一線城市-強化吸引自由行及重遊旅客、二線城市-開發潛力客源(有定期航線直航者如靜岡、仙台、富山、札幌、函館、小松、廣島、鹿兒島、熊本、宮崎、岡山、高松) 及三線城市(其他城市)-累積臺灣觀光知名度，開發潛力客源。面對網路興起、廉航增加、未來亦將強化爭取青年旅遊、女性市場、FIT 及獎勵旅遊等客層。
- (二) 臺日雙方遊客交流本就非常密切，郵輪旅遊也是如此，數據統計顯示由東北亞到臺灣航線中，以日本為出發地佔絕大多數，而日本亦是臺灣出境郵輪首要目的地，未來除了繼續鞏固兩方運用郵輪進行旅客交流外，也運用多方管道力邀日本考慮加入亞洲郵輪聯盟(Asia Cruise Cooperation, ACC)，共同擴大亞洲郵輪市場。在 ACC 的整體戰略上，期以打造北三角與南三角的郵輪市場領域，2017 年已有六位成員(臺灣、香港、菲律賓、海南、廈門以及韓國)，成員轄區已涵蓋東北亞至東南亞，2017 年韓國的加入，讓 ACC 版圖正式擴張到東北亞，也讓聯盟未來繼續推動亞洲郵輪市場正向發展有更大發揮空間，若日本能夠加入 ACC，此一「北三角」概念將可逐步形成，並且讓亞洲郵輪市場更壯大，吸引航商將更多郵輪部署在亞洲地區，亦可擴大臺灣-日本-韓國之交流模式。

二、以藝術季活動落實地方創生理念促進地方就業與經濟

- (一) 香川縣位於日本四國，是四國 4 縣中土地面積最小，離島最多，整個縣的人口不到 100 萬。香川縣與其他日本地區一樣，面對經濟不景氣、人口外移及高齡化的問題，整個島嶼失去活力，第一屆瀨戶內藝術季即於 2010 年應運而生，希望再喚起島嶼的活力，讓瀨戶內海成為希望之海。2013 年第二屆著重借力使力與社區營造，邀請藝術家思考結合在地文化；2016 年第三屆則聚焦整合島鏈，共創藝術，邀集更多作品。
- (二) 臺灣的東海岸大地藝術節(TECLandArt Festival)自 2015 年起每年舉辦，雖非在離島舉辦，卻是從花蓮市向南延伸至台東市之間，總長約一百六十八公里的面向太平洋的狹長土地上舉辦，其中有舊石器時代的長濱文化(距今五萬年前至五千年前)、千百年來生活在此的原住民族群、漢人族群及世界各國的移民，其衍生的多元流動特質孕育出獨特的文化。2017 年以潮間共生為主題、2018 年以「島群之間」作為主題，以宏觀的視野探索臺灣作為泛太平洋文化母島的「海洋性」。

(三)日本觀光廳檢討地方推動觀光狀況不佳的因素，如缺乏有效的跨組織推動機制、沒有充分的觀光參考數據及地方品牌與宣傳手法不理想等問題，在推動地方創生的政策理念下，為有效改善地方觀光發展課題、吸引更多旅客前往地方旅遊，於 2015 年開始推動加入 DMC(Destination Management Company) 概念的 DMO (Destination Management Organization)機制。DMO 有三種類型的運作機制，鼓勵地方團體合作成立 DMO 推動地方觀光，截至 2018 年 3 月 30 日為止，已有 70 個 DMO 成立，包含：

1. 廣域整合型(多個縣市整合共同推動):包含瀨戶內觀光推進機構，共 7 個 DMO，香川縣位於瀨戶內 DMO 之推動範圍。
2. 地域整合型(同一縣市不同鄉鎮，或是鄰近縣市之鄉鎮共同推動):共 39 個 DMO。
3. 單一地域型(單一鄉鎮推動):共 24 個 DMO。

DMO 為達成觀光客提升及地方創生的目標，必須溝通包括交通事業(複式交通工具運用及地區周遊券使用)、地方居民(了解地方觀光創生意義及居民卡使用)、農林漁業(農業體驗方案及六次產業化商品開發)、行政(擬定觀光促進計畫、觀光行銷策展、基礎設施整建、文化資產保護活用、觀光教育、交通政策及其他支援措施)、餐飲店(多語言及穆斯林服務)、住宿設施(改善個別設施及導入品質保證)、工商業(開發地方特產及免稅店許可)等事項。

(四)以瀨戶內藝術季及東海岸大地藝術節活動可為地方帶來觀光旅客，並可促進觀光客在當地的消費與地方活力的復甦，應屬地方創生的成功實例，未來期將兩個藝術活動進行結盟，除了藝術家與藝術展品的交流，也可透過相互合作的模式，吸引更多的旅客因為藝術造訪兩地，透過藝術活動擴大臺日交流。

三、舊觀光資源融合在地產業創造新話題與注入新的能量

(一)小樽市位於北海道中央區域，屬北海道的港口都市，其發展時間比多數北海道城市來的早，是北海道內歷史較為古老的都市，曾因漁業衰退及鐵路、航空的發達，逐漸失去港灣的重要性，所以曾有一段沒落時期，市區內有許多百年傳統歷史建築，近年小樽憑其獨特的城市景觀及玻璃工藝等特色，成為日本重要的旅遊城市之一。小樽除了知名的運河外，玻璃工藝的發展開始於一百多年前，將玻璃製成油燈和漁業用浮標，在電力不發達的年代溫暖了許多人的心，也促進了漁業經濟發展。隨著小樽失去港灣的重要性後，玻璃業也面臨危機，淺原家族思考活化舊倉庫，同時將玻璃產業由實用轉化成藝術，於一九五〇年創立「北一玻璃三號館」，販售各式玻璃藝品，結合咖啡館與餐廳，成為有故事的複合式經營，也成功帶動舊倉庫的生命力，小樽活化成為一座古典又浪漫的玻璃工藝城。

- (二)小樽於 2016 年約有 790 萬的觀光客到訪，其中國際旅客約 17 萬人，分別來自中國大陸、韓國、香港、臺灣、泰國、新加坡及馬來西亞。小樽曾為宣傳其城市魅力，於 2013 年推出『rorikawa』的觀光振興策略，以"kawaii"(可愛)的關鍵詞宣傳城市魅力，將『RORITAFASHION』的可愛文化，當做新觀光魅力的話題，並融入歷史、文化、景觀及特產的觀光資源，提供旅客更多樣的選擇，當年即辦理第一屆的『小樽可愛茶派對』活動，蘿莉(RORITA)女孩們以歷史悠久的運河小城為背景，拍照留念、品嚐美食。小樽市政府期藉由流行的蘿莉時尚吸引更多旅客到訪小樽。
- (三)此行亦順道拜會『小樽觀光協會』西條文雪會長，瞭解其如何結合在地產業共同推動地方的觀光。“小樽觀光協會”成立於 1946 年，迄今已有 70 多年的歷史，會員涵蓋小樽觀光相關產業 356 位，該協會為協助小樽發展核心產業-觀光，並為呼應旅客多樣化的需求，所以特別成立 5 個推進委員會，包括綜合信息中心委員會(網際網路活用)、會員交流城市建設委員會(協會成員的相互交流為目的)、款待推進委員會(提供おもてなし的旅客款待及語言的學習會)、引客促進委員會(吸引國內外旅客)、冬季活動實行委員會(以小樽的故事為主題，結合小樽主要觀光資源的運河、玻璃及美食等進行宣傳行銷)；另外則有 Miss 小樽宣傳小樽觀光魅力、旅遊服務處、特產品販售、廣場設施管理及納稅推進、總合博物館本館、票券發行、觀光振興及與各相關團體的聯合等。
- (四)小樽以舊海港的形象，將當地的觀光資源結合玻璃的文化，甚至推出『rorikawa』的可愛話題，融合傳統與現代，並因為電影的取景成為知名觀光勝地；再為因應旅客的需求，結合民間力量的觀光協會，也意識惟有合作才能推進小樽最重要的觀光產業，以委員會的運作作為經營的模式殊值借鏡。

四、結合地方政府充實觀光內涵共同吸引國際旅客親體驗

- (一)日本於 2016 年提出「明日的日本」觀光願景，設定訪日外國觀光客在 2020 年(東京奧運)要達到 4,000 萬、2030 年 6,000 萬人次的目標；外國觀光客消費金額 2020 年 8 兆日圓、2030 年 15 兆日圓；外國觀光客入住地方的住宿人數 2020 年 7,000 萬人、2030 年 1 億 3,000 萬人；國外重遊客 2020 年 2,400 萬人、2030 年 3,600 萬人；日本人國內旅遊消費[金額 2020 年 21 兆日圓、2030 年 22 兆日圓，與本局推出的「Tourism 2020 台灣永續觀光發展方案」的創新永續打造在地幸福、多元開拓創造附加價值及安全安心落實旅遊責任目標不謀而合。日本為邁向「觀光大國」的短、中、長期目標包括：以地方創生為基礎，將觀光資源的魅力發揮到極致；革新觀光產業，提升國際競爭力，使成為日本核心產業及營造所有觀光客都能感到舒適、無壓力的友善旅遊環境。而為實現目標的 3 根支柱則為提升觀光資

源的保存與活用、實現世界水準的旅行服務及 JNTO・DMO 的改革。

(二) 日本 2018 年提出的行動計劃

1. 開放具魅力的公共設施和強化基礎設施
2. 活用「文化財」，同時導入 VR 新科技宣傳日本文化魅力，並整備以文化財為核心的 200 個觀光據點
3. 打造國家公園品牌化
4. 開發夜間和海灘利用等新的旅游資源
5. 活用先進科技改善出入境通關手續，包括運用臉部辨識系統等，以達成 Fast Travel 及 Smooth Voyage 的目標
6. 運用新幹線、交通網及免費 Wi-Fi 環境的整備，實現世界水準的旅行服務之目標
7. 推動以歐洲，美國和澳大利亞為中心的全球行銷活動
8. 加強對於開發地方之 DMO（推動地方區域觀光的法人組織）進行培訓

(三) 本局於推出「Tourism 2020 台灣永續觀光發展方案」曾分析臺灣國際旅遊市場當前課題，包括來臺旅客市場處於結構調整階段，大陸市場與非大陸市場來臺旅客之消長及旅遊模式、旅客特性與偏好之改變等。例如來臺自由行旅客比例逐年增加、新興市場仍處開拓階段、旅客造訪區域多集中於臺灣北部地區、追求深度體驗取代走馬看花行程、旅客平均消費力降低等。至提升作為涵蓋：透過同、異業結盟合作模式，借力使力，提升臺灣觀光品牌曝光及知名度；加強開拓東北亞、港澳、新南向等主力客源市場及持續深耕長線市場品牌；開發創新及在地特色旅遊產品；爭取包含商務高端、全球郵輪、穆斯林及 MICE 等客群，提升來臺旅客消費力與停留天數；開發多樣化且具在地特色之旅遊產品與體驗行程，健全旅遊資訊提供管道與拓展新市場、新客源與重遊客群，並透過包機獎勵與產品規劃等機制，導引旅客前往臺灣各區域旅遊，達分區、分時、分流之效，平衡區域發展，與日本提出的「明日的日本」觀光願景相符合。

(四) 臺日兩國對於推動觀光有志一同著眼開發地方的區域觀光，臺灣針對傳統景點及新景點之推廣，係依客群而定；首遊者推動以傳統景點為主，重遊者宣傳則強化新行程及新景點，並設法將旅遊產品延伸至中南部。吸引團客之宣傳係以加強引客前往中南部為主，並協助地方政府的推廣露出。其宣傳主軸除長澤雅美代言的『Meet Colors! Taiwan』外，向以茶文化及歷史聯結的交流為元素，未來亦將持續配合臺北米其林指南，加強推廣臺灣的高檔美食形象。此外，為爭取更多的重遊客層，除提高其來臺旅遊滿意度外，也必須提供新的觀光魅力，臺灣的文化藝術近年已累積相當的能量，應能成為來臺旅遊的亮點活動之一，此

次於大阪特別與產經新聞合作辦理李明道 AKIBO 老師 1001 機器人暨臺灣設計之旅展示，即是開端；而國家表演藝術中心已於 2014 年 4 月掛牌成立，北部的國家兩廳院、中部臺中國家歌劇院及南部衛武營國家藝術文化中心已串起臺灣西部的文化軸線，未來將以合作方式，鼓勵國際旅客親自造訪有特色的建築、欣賞在地的藝術表演，體驗臺灣在美食、美景與人情味之外的文化藝術之美，且可一來再來；以達成來臺人次指標，更努力提高留客天數及消費以增加觀光經濟效益。

五、以臺日祭典模式帶動各層面互訪交流提升媒體曝光度

- (一) 日本 2017 年出國人數為 17,889,300 人次，較前(2016)年增加 4.5%，其中日幣匯率回穩係一大主因。據 JTB 2017 報告顯示，北海道出國人口約 30 萬人，僅占全國出國人口的 1.8%，在出國率略低的北海道地區，如何提高當地民眾出國意願為重要課題。除了臺日之間交通便捷外，臺灣與北海道截然不同的氣候環境與飲食文化也是可主打的元素之一。雖然臺灣從台北與高雄飛往北海道的航線天天有航班，除了華航、長榮、日航、全日空外，更有虎航、樂桃等廉價航空航班，但仍以國人出國利用居多。
- (二) 臺灣自 2004 年起組團參加北海道 YOSAKOI SORAN 祭典，北海道則自 2005 年起組團參加臺灣燈會表演，雙方多年來以慶典活動進行交流，除了讓臺灣的青年學生到海外體驗國際大型活動，同時透過前往慈善機構的義演，進行社會教育。讓年輕人在拓展國際觀的同時，也對生命與長者有進一步尊重與認識。
- (三) 本局為運用祭典的參觀人潮強化宣傳臺灣觀光形象，於現場設置宣傳攤位，經多年觀察現場民眾主要仍為參加祭典，對前往海外觀光的資訊需求度較低，未來將強化於推廣期間，考量於機場及交通節點等旅客較多的地方進行宣傳活動。
- (四) 多年來於推廣期間配合安排臺灣代表團至慈善機構義演，具社會教育與公益意義。為擴大交流層面與媒體曝光效果，也將選擇於華僑學校或機場車站等人潮聚集地以不同的演出方式與互動型態進行展演，俾激出不同的火花，亦可提高媒體的報導與臺灣觀光形象的曝光效益。

伍、附錄

一、新聞稿

(一)關西推廣活動

台灣在關西地區強力鎖定日本自由行觀光客 以運動、鐵道、設計等接力推廣行銷

交通部觀光局重視西日本地區多元市場開發，結合在本(107)年 6 月阪神甲子園球場舉辦台灣日，特別展出李明道（AKIBO）老師「1001 號機器人」推薦台灣設計之旅，並以山陽電鐵「Meet Colors!台灣」號彩繪列車宣傳台灣觀光魅力。

為吸引更多自由行及重遊客群訪台，觀光局與日本產經新聞合作，於 6 月 3 日至 10 日在大阪市內展出李明道（AKIBO）老師的「1001 號機器人 mr.ten 與 miss.one」等作品，並推薦其展示於台灣各地的公共藝術作品如台東鐵花村、台南藍晒圖文創園區、集集線、南港車站等地，並製作公共藝術作品地圖，向關西地區民眾宣傳台灣當代藝術，值得用五感去體會台灣設計之旅新魅力。

目前日本來台旅客中自由行已達七成，交通部觀光局於 6 月 5 日至 6 日兩日假阪神甲子園球場辦理台灣日，本活動與台灣虎航及阪神甲子園球場三方合作，在阪神電鐵及甲子園球場邀請下，觀光局長周永暉參與開球及為台灣日活動展開序幕，透過大型運動交流推廣，有助深化台日觀光市場。現場球迷們對台灣日感受到台灣的熱情與魅力，加上今年邀請前效力於阪神虎隊及擁有許多日本球迷的現職中信兄弟林威助總教練及中職球團 4 隊啦啦隊助陣，同時球場內設有台灣觀光宣傳攤位暨播放台灣觀光廣告，喔熊組長與阪神隊吉祥物及超人氣的芒果冰等共同推廣。

交通部觀光局與山陽電鐵合作的「Meet Colors!台灣」號彩繪列車，大受好評。觀光局加強宣傳為持續以鐵道友好交流，重新整理及增加地貼，整體計劃延長該彩繪列車刊登期程至 2020 年 6 月，也配合寶島仲夏節的海灣輕旅行概念，將日月潭自行車道及離島生態自然等實景彩繪於電車內，讓列車乘客彷彿身歷其境，受到日本媒體重視。觀光局局長周永暉與山陽電鐵社長上門一裕，在 6 月 6 日共同參與彩繪紙版列車模型活動，並與日本龜山車站附近的兵庫縣姬路市手柄國小學生視訊連線，鼓勵及謝謝小朋友參加運用紙版的台灣號列車模型，彩繪出自己家鄉的魅力，手柄小學的彩繪列車作品與宜蘭梗枋國小相互交流聯展，更能深化台日友好關係，期運用海灣及設計等話題強化彼此交流。

(二)東京推廣活動

臺灣觀光魅力再出擊 「Meet Colors! Taiwan」多元主題拓展日本客源 2018 年強打「海灣旅遊年」

交通部觀光局 2018 年延續「Meet Colors! 台灣」主題，今年度再邀請日本多方位領域，且被譽為臺灣通的長澤雅美擔任臺灣觀光形象代言人。為爭取日本市場下半年旅客來臺，周永暉局長專程於今(7)日於東京舉行記者發佈會，與長澤雅美攜手共同宣傳豐富多彩及魅力十足的夏季臺灣魅力及推薦南臺灣觀光旅遊資源。

4 月 16 日於日本全國發表臺灣觀光全新宣傳影片「Meet Colors! Taiwan」，由長澤雅美演繹成熟、醇厚與個性的一面，並以大人、沉著與深度的色多層次色彩，來呼應臺灣安心、安全與隨性自主、優質的觀光旅遊環境。

交通部觀光局設定以「Tourism 2020-臺灣永續觀光發展策略」為目標，2018 年訂為「2018 海灣旅遊年」，以「島嶼共生、十大跳島」來帶動今年主題，按台灣的順時針方向來看，十大跳島有龜山島、綠島、蘭嶼、小琉球和澎湖的七美、漁翁島、吉貝與小金門、馬祖東莒、北竿，十個島代表的是台灣歡迎大家的入口島嶼，以島嶼的景來呈現台灣的美麗。周局長特別準備澎湖特有的玄武岩印章送給長澤雅美，也力邀長澤小姐親自到澎湖體驗純樸的人情味與美麗的海灣景色，更歡迎日本友人以海灣旅遊探索跳島方式，來臺灣體驗美麗的島嶼特色與多樣的海岸地貌。

配合「Meet Colors! Taiwan」，周局長也向長澤小姐推薦臺灣夏季魅力的多彩冰品，環繞臺灣一週，可以享用紅色的澎湖仙人掌冰、黃色的臺南芒果冰、黃綠色的嘉義愛玉冰、橘色的屏東櫻花蝦冰及高雄愛河的啤酒節、花蓮、臺東，更可以感受臺灣人的人情味就如同夏天的熱情。

此外，周永暉局長也特別介紹臺灣的四季多元主題活動，有春季－2019 台灣燈會 in 屏東大鵬灣、夏季－寶島仲夏節(Formosa Summer Festival)、秋季－台灣自行車節、冬季－溫泉美食，一整年皆有豐富的活動歡迎日本友人來參與。

長澤雅美表示，這次再次造訪臺灣，走訪了許多中南部的景點，包含彩虹眷村、高美濕地、林百貨及高雄圓山等，在拍攝期間所吃的美食、景點及人情味都讓她印象深刻、回味再三，是讓人想持續造訪的國度，歡迎日本的朋友跟隨她的腳步到訪臺灣，而連續第二年擔任臺灣觀光形象代言人，也覺得相當榮幸，謝謝觀光局給她這個機會，會加倍努力宣傳臺灣觀光。

(三)2018 北海道 Yosakoi Soran 街舞及辦理觀光推廣活動

臺灣多元意象「2018 北海道 YOSAKOI SORAN」全力放送 璀璨臺灣夢想起飛主題・擴大二線城市互動交流

交通部觀光局委託財團法人台灣觀光協會於 6 月 7 日至 11 日組團赴日本北海道參加當地知名的「YOSAKOI SORAN」夏季街舞慶典活動，為擴大臺灣與日本的交流，交通部觀光局周永暉局長親自帶領「璀璨臺灣・夢想起飛」為主題的表演團隊，將臺灣的藍鵲與歌謠元素融入表演，期以慶典交流模式，深入二線城市，推高北海道民眾來臺旅遊意願，增加訪臺旅遊人次。

北海道「YOSAKOI SORAN」街舞慶典活動於每年 6 月的第 2 週於札幌市舉辦，自 1992 年迄今已邁入第 27 年，與知名的「雪祭」並列為北海道兩大慶典活動，每年吸引約 200 萬民眾前往參觀，受到日本國內及國際媒體廣泛報導。交通部觀光局自 2003 年起組團參加，今年已是第 15 次組團，每年輪流邀請臺灣大專院校舞蹈相關科系學生組隊赴日表演，受到日本民眾的歡迎和喜愛，甚至每年攜帶國旗追隨臺灣隊伍的展演，成功以文化媒介促進台日之間的交流。

今年邀請「臺北市立大學」舞蹈系師生 65 人組成「Time for Taiwan」隊伍，以翱翔於台灣山海的「藍鵲、鳶鷹」為元素，並以臺台灣各族群的「吟歌頌舞」展現多元的文化面貌。整體舞蹈搭配改編「高山青」、「草蜢弄雞公」等臺灣民謠及傳統樂曲，融入 SORAN 口號來表達臺灣濃厚情感及年輕活力，以臺灣傳統的鮮豔色彩，演繹出臺灣人活潑又親切個性拉近與現場觀賞民眾的距離。另配合交通部觀光局駐東京辦事處在活動現場設置的臺灣觀光攤位，提供最新觀光資訊，鼓勵日本民眾來臺觀光。臺灣隊伍除參加街舞、踩街及大會舞台演出之外，更特別安排至慈善機構義演，展現臺灣溫暖人情味，讓觀光文化交流增加情感的連結，更能深化臺日之間的互動與關係。

臺觀光互訪人數 2003 年為 1,388,383 人次，至去(2017)年雙方互訪已突破 650 萬人次(6,514,727 人次)，其中臺灣人訪日超過 461 萬人次，前往北海道則已突破 50 萬人次；為招徠更多日本民眾訪臺觀光旅遊，交通部觀光局針對日本市場設定以一線大城市，強化吸引自由行及重遊旅客；有定期航班的二線城市則開發潛力客源；三線城市(其他城市)持續累積臺灣觀光知名度。針對北海道，以吸引團客及政府、民間、修學旅行交流為主，透過電視、地方報等廣告刊登及記事報導深入地方生活，增加台灣觀光知名度；再輔以參加當地祭典(北海道 YOSAKOI SORAN)爭取曝光；亦辦理業者交易推廣會，鞏固旅遊界友好交流平臺，以達成日本市場年度來臺 200 萬人次之目標。

二、相關媒體報導

(一)關西推廣活動

觀光局赴日 鎖定關西自由行觀光客 - Yahoo奇摩新聞

頁 1 / 8



觀光局赴日 鎖定關西自由行觀光客

自立晚報 157 人追蹤 追蹤
2018年6月6日 下午 09:59

留言 0 0 0 0

【記者謝政儀台北報導】交通部觀光局重視西日本地區多元市場開發，結合在本(107)年6月阪神甲子園球場舉辦台灣日，特別展出李明道 (AKIBO) 老師「1001號機器人」推薦台灣設計之旅，並以山陽電鐵「Meet Colors!台灣」號彩繪列車宣傳台灣觀光魅力。

為吸引更多自由行及重遊客群訪台，觀光局與日本產經新聞合作，於6月3日至10日在大阪市內展出李明道 (AKIBO) 老師的「1001號機器人mr.ten與miss.one」等作品，並推薦其展示於台灣各地的公共藝術作品如台東鐵花村、台南藍酒匯文創園區、集集線、南港車站等地，並製作公共藝術作品地圖，向關西地區民眾宣傳台灣當代藝術，值得用五感去體會台灣設計之旅新魅力。

目前日本來台旅客中自由已達七成，交通部觀光局於6月5日至6日兩日假阪神甲子園球場辦理台灣日，本活動與台灣虎航及阪神甲子園球場三方合作，在阪神電鐵及甲子園球場邀請下，觀光局長周永輝參與開球及為台灣日活動展開序幕，透過大型運動交流推廣，有助深化台日觀光市場。現場球迷們對台灣日感受到台灣的熱情與魅力，加上今年邀請前效力於阪神虎隊及擁有許多日本球迷的現職中信兄弟林威助總教練及中職球隊4隊啦啦隊助陣，同時球場內設有台灣觀光宣傳攤位暨播放台灣觀光廣告，囉熊組長與阪神隊吉祥物及超人氣的芒果冰等共同推廣。

交通部觀光局與山陽電鐵合作的「Meet Colors!台灣」號彩繪列車，大受好評，觀光局加強宣傳為持續以鐵道友好交流，重新整理及增加地點，整體計劃延長該彩繪列車刊登期至2020年6月，也配合

寶島仲夏節的海灣輕旅行概念，將日月潭自行車道及離島生態自然等美景彩繪於電車內，讓列車乘客彷彿身歷其境，受到日本媒體重視。

觀光局局長周永輝與山陽電鐵社長上門一裕，在6月6日共同參與彩繪紙版列車模型活動，並與日本龜山車站附近的兵庫縣姫路市手柄國小學生視訊連線，鼓勵及謝謝小朋友參加運用紙版的台灣號列車模型，彩繪出自己家鄉的魅力，手柄小學的彩繪列車作品與宜蘭梗枋國小相互交流聯展，更能深化台日友好關係，期運用海灣及設計等話題強化彼此交流。

(自立晚報20180606)

看這些話題的相關文章：[阪神甲子園球場](#) [山陽電鐵](#) [觀光局](#) [AKIBO](#) [交通部觀光局](#) [台灣](#)



相關內容

- 百餘輛彩繪模型列車從日本運抵梗枋國小 台日學童交...
- 放暑假去哪玩？台灣觀光競爭力
- 暑假最狂音樂盛典！貢寮海祭白夜3大活動亮點搶先
- 貢寮海洋音樂祭 越鬧出擊
- Art in Ho-hai-yan藝術在海祭
- 貢寮海祭打造新風貌 藝術裝置感受觀光魅力
- 為防胡鴉濶介入 基隆投訴信務警分局辦「反鴉濶」

<https://tw.news.yahoo.com/%E8%A7%80%E5%85%89%E5%B1%80%E8%B5%B4%E6%...> 2018/7/19

首頁 > 三十二部會 > 新聞發佈 > 台灣在關西地區強力鎖定日本自由行觀光客

台灣在關西地區強力鎖定日本自由行觀光客

A A+ A++

2018-06-07



(周永輝局長(左)和中信兄弟林威助總教練林威助(右)出席阪神甲子園。圖由交通部提供)

交通部觀光局重視西日本地區多元市場開發，結合在本(107)年6月阪神甲子園球場舉辦台灣日，特別展出李明道 (AKIBO) 老師「1001號機器人」推薦台灣設計之旅，並以山陽電鐵「Meet Colors!台灣」號彩繪列車宣傳台灣觀光魅力。

為吸引更多自由行之重遊客群訪台，觀光局與日本產經新聞合作，於6月3日至10日在大阪市內展出李明道 (AKIBO) 老師的「1001號機器人mr.ten與miss.one」等作品，並推薦其展示於台灣各地的公共藝術作品如台東鐵花村、台南藍調圖文創意區、集集線、南港車站等地，並製作公共藝術作品地圖，向關西地區民眾宣傳台灣當代藝術，值得用五感去體會台灣設計之旅新魅力。

目前日本來台旅客中自由行之自由已達七成，交通部觀光局於6月5日至6日兩日假阪神甲子園球場辦理台灣日，本活動與台灣虎航及阪神甲子園球場三方合作，在阪神電鐵及甲子園球場邀請下，觀光局長周永輝參與開球及為台灣日活動展開序幕，透過大型運動交流推廣，有助深化台日觀光市場。現場球迷們對台灣日感受到台灣的熱情與魅力，加上今年邀請前效力於阪神虎隊及擁有許多日本球迷的現職中信兄弟林威助總教練及中職球團4隊啦啦隊助陣，同時球場內設有台灣觀光宣傳攤位暨播放台灣觀光廣告，囉熊組長與阪神隊吉祥物及超人氣的芒果冰等共同推廣。

台灣在關西地區強力鎖定日本自由行觀光客 | 文章內置圖片

(觀光局局長周永輝(右)與山陽電鐵社長上門一裕(左)共同參與彩繪紙版列車模型活動，圖由交通部提供)

交通部觀光局與山陽電鐵合作的「Meet Colors!台灣」號彩繪列車，大受好評，觀光局加強宣傳為持續以鐵道友好交流，重新整理及增加地貼，整體計劃延長該彩繪列車刊登期程至2020年6月，也配合寶島仲夏節的海灣輕旅行概念，將日月潭自行車道及離島生態自然等實景彩繪於電車內，讓列車乘客彷彿身歷其境，受到日本媒體重視，觀光局局長周永輝與山陽電鐵社長上門一裕，在6月6日共同參與彩繪紙版列車模型活動，並與日本龜山車站附近的兵庫縣姬路市手柄國小學生視訊連線，鼓勵及謝謝小朋友參加運用紙版的台灣號列車模型，彩繪出自己家鄉的魅力，手柄小學的彩繪列車作品與宜蘭梗枋國小相互交流聯展，更能深化台日友好關係，期運用海灣及設計等話題強化彼此交流。

公告時間:2018/06/07

新聞來源:https://www.ey.gov.tw/Page/AE5575EAA0A37D70/4db3e812-1188-4433-b5ca-4ad4dfc5dc87

【101傳媒 / 整理報導】

文章內容若有侵權疑慮，請來信告知。

https://www.101newsmedia.com/news/47120

今日熱門

- 「台日大友好!
- 跳出健康跳出!
- 「我是阿富汗!
- 今花東恆春有:
- 【影】北市二!
- 腳踏車籃裡有!
- 替友人保管壽!
- 嘉義警局辦3!
- 烏龍一場!男!
- 機車騎士過度!

本日最新

- 變形金鋼現身!
- 馬路上掉落輪!
- 民眾酒醉路倒
- 颱風安比外圍!
- 又是哪航騙人
- 圍棋高手蓄釁!
- 虎尾到麥寮找!
- 內政部警政署!
- 未交付貸款詐!
- 【影】賣買女!

facebook

一零一傳媒



夏密啤酒



2018-07-19 星期四

- 加入收藏
- 設為首頁

新聞搜尋

搜尋

回首頁

勤車網

台灣好玩

TAIWAN PASS

第十五屆世界廣西同鄉會

好客ING

客家影音網路平台

網路購物

跨境新體驗 更方便

觀光局赴日 鎖定關西自由行觀光客

【記者謝政儒台北報導】交通部觀光局重視西日本地區多元市場開發，結合在本(107)年6月阪神甲子園球場舉辦台灣日，特別展出李明道(AKIBO)老師「1001號機器人」推薦台灣設計之旅，並以山陽電鐵「Meet Colors!台灣」號彩繪列車宣傳台灣觀光魅力。



為吸引更多自由行及重遊客群訪台，觀光局與日本產經新聞合作，於6月3日至10日在大阪市內展出李明道(AKIBO)老師的「1001號機器人mr.ten與miss.one」等作品，並推薦其展示於台灣各地的公共藝術作品如台東鐵花村、台南藍晒圖文創園區、集集線、南港車站等地，並製作公共藝術作品地圖，向關西地區民眾宣傳台灣當代藝術，值得用五感去體會台灣設計之旅新魅力。

目前日本來台旅客中自由行已達七成，交通部觀光局於6月5日至6日兩日假阪神甲子園球場辦理台灣日，本活動與台灣虎航及阪神甲子園球場三方合作，在阪神電鐵及甲子園球場邀請下，觀光局長周永暉參與開球及為台灣日活動展開序幕，透過大型運動交流推廣，有助深化台日觀光市場。現場球迷們對台灣日感受到台灣的熱情與魅力，加上今年邀請前效力於阪神虎隊及擁有多數日本球迷的現職中信兄弟林威助總教練及中職球隊4隊啦啦隊助陣，同時球場內設有台灣觀光宣傳攤位暨播放台灣觀光廣告，喔熊組長與阪神隊吉祥物及超人氣的芒果冰等共同推廣。

交通部觀光局與山陽電鐵合作的「Meet Colors!台灣」號彩繪列車，大受好評。觀光局加強宣傳為持續以鐵道友好交流，重新整理及增加地點，整體計劃延長該彩繪列車刊登期程至2020年6月，也配合

寶島仲夏節的海灣輕旅行概念，將日月潭自行車道及離島生態自然等實景彩繪於電車內，讓列車乘客彷彿身歷其境，受到日本媒體重視。

觀光局局長周永暉與山陽電鐵社長上門一裕，在6月6日共同參與彩繪紙版列車模型活動，並與日本龜山車站附近的兵庫縣姬路市手柄國小學生視訊連線，鼓勵及謝謝小朋友參加運用紙版的台灣號列車模型，彩繪出自己家鄉的魅力，手柄小學的彩繪列車作品與宜蘭梗枋國小相互交流聯展，更能深化台日友好關係，期運用海灣及設計等話題強化彼此交流。

(自立晚報20180606)

回上一頁

關於自立 | 總編輯信箱 | 廣告刊登 | 人才招聘

(二)東京推廣活動

新聞截圖-TV①

日本電視台news every



TBSはやドキ!



31

新聞截圖-TV②

日本電視台 Oh!4 NEWS LIVE



富士電視台 Muzumushi TV



32

新聞截圖-TV③

朝日电视台 Good Morning



日本电视台 ZIP



新聞截圖-平面①

日刊Sports(東京・名古屋・北海道)



中日Sports(東京・名古屋)



Daily Sports(東京大阪)

台湾でかき氷にハマる
 女優の長澤まさみ(31)が7日、都内で開かれた、台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして出席した。深紅のルージュを引き、ロングドレスで登場した長澤は、「大役を任せつけられました」と笑顔。台湾通として「オススメのスイーツはかき氷」とPRした。

女優の長澤まさみ(31)が7日、都内で開かれた、台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして出席した。深紅のルージュを引き、ロングドレスで登場した長澤は、「大役を任せつけられました」と笑顔。台湾通として「オススメのスイーツはかき氷」とPRした。

プライベートでも扇を動かして、おりの白濁のスイーツと食べ比べ、やっぱりかき氷がおいしいとハマった。おまけに「イベントにハマっています。おまけには、プライベートでも扇を動かして、おりの白濁のスイーツと食べ比べ、やっぱりかき氷がおいしいとハマった。おまけには、プライベートでも扇を動かして、おりの白濁のスイーツと食べ比べ、やっぱりかき氷がおいしいとハマった。」

Sports 報知(東京名古屋福岡北海道)

台湾観光局イメージキャラ かき氷大好き
長澤まさみ
 女優の長澤まさみ(31)が7日、都内で開かれた台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして出席した。深紅のルージュを引き、ロングドレスで登場した長澤は、「大役を任せつけられました」と笑顔。台湾通として「オススメのスイーツはかき氷」とPRした。

かき氷大好き
長澤まさみ
 エキゾチックな雰囲気、長澤まさみ(31)が7日、都内で開かれた台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして出席した。深紅のルージュを引き、ロングドレスで登場した長澤は、「大役を任せつけられました」と笑顔。台湾通として「オススメのスイーツはかき氷」とPRした。

日経新聞(東京)

Wing Travel Daily
日経 旅行通信
 本誌専任記者 長澤まさみさん、台湾観光局CM発表会にイメージキャラクターとして参加した。台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして参加した。台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして参加した。

台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして参加した。台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして参加した。台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして参加した。

台湾観光局イメージキャラ かき氷大好き
長澤まさみ
 女優の長澤まさみ(31)が7日、都内で開かれた台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして出席した。深紅のルージュを引き、ロングドレスで登場した長澤は、「大役を任せつけられました」と笑顔。台湾通として「オススメのスイーツはかき氷」とPRした。

女優の長澤まさみ(31)が7日、都内で開かれた台湾観光局のCM発表会にイメージキャラクターとして出席した。深紅のルージュを引き、ロングドレスで登場した長澤は、「大役を任せつけられました」と笑顔。台湾通として「オススメのスイーツはかき氷」とPRした。

ORICON NEWS

長澤まさみ、台湾観光局イメージキャラクター就任 2年連続に「大夏光栄」

2018年6月11日



台湾観光局イメージキャラクター就任の長澤まさみ。黒熊のぬいぐるみを抱えている。

女優の長澤まさみ（31）が7日午前、台北で行われた台湾観光局主催イベント「夏の台湾観光～SUMMER FORMOSA～」に出席した。長澤は黒い熊のぬいぐるみを抱え、赤やゴールドを基調とした華やかなロングドレスで登場した。「台湾をイメージして、明るく色があるものを着てきました」と明かした。

2年連続でイメージキャラクターを務めるのは喜ばしく、「大夏光栄」に出演して、「台湾は色々なところがあるからと想っています。よくお仕事で訪れていますが、その度に台湾の良さを実感することが多い。今回は、「台湾だけじゃなく、ほかの国にも人があるんだよって感じた」と話した。

イベントでは、台湾の観光地「陽明山」なども紹介された。台湾に関するクイズの解説、質問などに答へ、2日に開催されたイベントとして台湾と交流のきっかけとなった。



台湾観光局イメージキャラクター就任の長澤まさみ。



日刊スポーツ

華やか長澤まさみ 台湾PR、おすすめグルメも披露

【2018年6月7日13時34分】

ツイート TL 94417 シェア



夏の台湾観光の魅力をPRした長澤まさみ（福岡・筑紫野市）

長澤まさみ（31）が7日、都内で行われた台湾観光局主催イベント「夏の台湾観光～SUMMER FORMOSA～」に出席した。長澤は黒い熊のぬいぐるみを抱え、赤やゴールドを基調とした華やかなロングドレスで登場した。「台湾をイメージして、明るく色があるものを着てきました」と明かした。

台湾の人気ドラマに出演し、撮影で半年間滞在したこともある縁などから、昨年に続き、2年連続で台湾観光局イメージキャラクターに任命された。「2年続けた人はいないと聞いていたので、とても光栄に思います。同時に、台湾に深く縁があるのかなと思っていて、よくお仕事で訪れるたびに、台湾の良さを実感します。それを日本の皆様へ伝えられたら」と意気込んだ。

おすすめの台湾グルメも披露。「台湾スイーツといったら、かき氷だなと思っていました。初めて台湾のかき氷を食べた時、すごくおいしくて。それから台湾のかき氷にハマって、行くたびに食べています」。さらに「サバアンのかき氷を食べてみたい。食べてない

のですが、気に入っています」と、興味津々だった。

37

新聞截图-網路②



台湾通・長澤まさみが台湾クイズに全問正解 台湾観光局イメージキャラクターに就任

2018年6月11日 19時47分



イベント会場に登場する長澤まさみ。

女優の長澤まさみ（31）が7日、都内で行われた台湾観光局主催イベント「夏の台湾観光～SUMMER FORMOSA～」に出席した。

マシマシ【福岡】のイメージキャラクター就任、華やかに登場した長澤まさみ。黒熊のぬいぐるみを抱え、赤やゴールドを基調とした華やかなロングドレスで登場した。「台湾をイメージして、明るく色があるものを着てきました」と明かした。2年連続で台湾観光局イメージキャラクターを務めるのは喜ばしく、「大夏光栄」に出演して、「台湾は色々なところがあるからと想っています。よくお仕事で訪れていますが、その度に台湾の良さを実感することが多い。今回は、「台湾だけじゃなく、ほかの国にも人があるんだよって感じた」と話した。



台湾観光局イメージキャラクター就任の長澤まさみ。

仕事 プライベート問わず、台湾には何度も訪れている。「おスモのスイーツは好き。おしゃべりな感じで、行く度に食べたいです」。お仕事の足踏は「千代田海軍基地」の撮影。今回は「サバアンのかき氷」の撮影が目的。

台湾クイズに全問正解した長澤まさみ。台湾の観光地「陽明山」なども紹介された。台湾に関するクイズの解説、質問などに答へ、2日に開催されたイベントとして台湾と交流のきっかけとなった。

長澤まさみ、台湾PR、おすすめグルメも披露

【2018年6月7日13時34分】



夏の台湾観光の魅力をPRした長澤まさみ（福岡・筑紫野市）

modepress

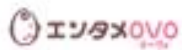
女優の長澤まさみ（31）が7日、都内で行われた台湾観光局主催イベント「夏の台湾観光～SUMMER FORMOSA～」に出席した。長澤は黒い熊のぬいぐるみを抱え、赤やゴールドを基調とした華やかなロングドレスで登場した。「台湾をイメージして、明るく色があるものを着てきました」と明かした。



台湾観光局イメージキャラクター就任の長澤まさみ。

台湾の人気ドラマに出演し、撮影で半年間滞在したこともある縁などから、昨年に続き、2年連続で台湾観光局イメージキャラクターに任命された。「2年続けた人はいないと聞いていたので、とても光栄に思います。同時に、台湾に深く縁があるのかなと思っていて、よくお仕事で訪れるたびに、台湾の良さを実感します。それを日本の皆様へ伝えられたら」と意気込んだ。





長澤まさみ「自分と向き合う時間ももらった」 2年連続台湾観光局のイメージキャラクターに

2023/06/07 19:14



長澤まさみさんが台湾観光局のイメージキャラクターに就任した場面

【夏の台湾観光～SUMMER FORMOSA～】が7日、東京都内で行われ、女優の長澤まさみが登場した。

2年連続で台湾観光局のイメージキャラクターに就任された長澤は、「台湾にのびるでもよく訪れ、深い愛を感じているので、私が見た台湾の姿を伝えていきたいです。盛り気分で来ています」と笑顔を見せ、台湾の魅力について、「台北だけじゃなく、台中や台南など、色々な街があります。台湾の気候が本当に好きで、行くたびに驚かされています。マンゴーの味が台湾の気候と似ているので、夏に行ったら是非、私もぜひ食べてみたいですね」とアピールした。

台湾の魅力を紹介する新CMにも出演する長澤は、CM中では、香気や夜風の涼やかさなどの台湾のさまざまな場所へ通られるように想をこめて撮影が、新しい「自分」を発見する機会が得られている。「台湾が教えてくれた。誰も知らない台湾とは？」と聞かれると、「在臺で台湾で過ごした時間は、すごく大切な時間でした。自分と向き合う時間もたくさんもらって、先のことや季節に思うより、今を満喫することが大切なんだなって気持ちが変りました」と明かした。完成した新CMについては「台湾のワンシーンのような、見覚えのあるCMになりました」と自信をのぞかせた。

6月3日に放送された長澤が、読者プレゼントの応募受付を始めて「夏は台湾のイメージキャラクター」として、台湾の魅力を再発見し、台湾で撮影が楽しんでいる長澤のまんこや「夏は台湾」という「夏は台湾が大好きな人がいるよ」のプレゼントを受け取り、「大切にしたいと思います」と笑顔で話した。



【動画】長澤まさみ、ピンチーワンピ×ジミー・チュウの靴で華やかに！「夏の台湾観光～SUMMER FORMOSA～」イベント1

2023/06/13 13:13



動画再生のUI要素: YouTube, Facebook, Twitter, Google+, LINE, 共有ボタン

女優の長澤まさみさんが、6月7日に東京都内で行われた台湾観光局のイベント「夏の台湾観光～SUMMER FORMOSA～」に出席し、ゴールドの刺繍が全身に施されたピンチーワンピ×ジミー・チュウの靴を履き、台湾観光局のイメージキャラクター「夏は台湾」のイメージ大使として登場し、活動のスタートアップに意気込みを話した。

長澤さんは、この日のファッションについて「台湾をイメージして、明るく可愛く着ました」と得意げな笑顔を見せていた。

長澤さんは台湾観光局のイメージキャラクターとして活動して初めて、「台湾を華やかに着たいです。私が見た台湾の姿が日本の皆さんにも知ってもらいたい気持ちがあるので、盛り気分でイメージキャラクター活動したいと思います」と笑顔を見せ話した。

活動照片



活動照片



(三)2018 北海道 Yosakoi Soran 街舞及辦理觀光推廣活動

17 地域の話題 2018年(平成30年)6月9日(土曜日) 北海道新聞

台湾から政府訪問団 経済観光交流 市長と話し合う

秋元市長に台湾の魅力を開く台湾交通部観光局の周局長(右)と嘉義県の張知事(左)



YOSAKOIソーラン
2018 YOSAKOIソーラン

三重のチーム友好の舞

「うなぎサンバ」の初披露に向け、ワナギをイメージしたポーズを決める。中村篤史さん(右)ら三重県の踊り手たち(宮永春希撮影)



道内チーム贈った「うなぎサンバ」

札幌で開かれていた第2回YOSAKOIソーラン祭り、津市のYOSAKOIチーム「うなぎサンバ」が、三重県に贈った。YOSAKOIチーム「うなぎサンバ」は、札幌市東区にある「うなぎサンバ」が、三重県に贈った。YOSAKOIチーム「うなぎサンバ」は、札幌市東区にある「うなぎサンバ」が、三重県に贈った。

夫婦の悩みヒント
25日に子育て講演「ワプロシエクト」

開放的な屋外デッキで家族フェスティバルを開催

33 (全国版) 2018年(平成30年)6月19日(火曜日) 北海道新聞

YOSAKOIを通じて 台湾と北海道交流

台湾交通部観光局の周局長と北海道観光局の職員が、YOSAKOIを通じて交流を深めた。

夏には美しく美しい
夏には美しく美しい

探索台湾 10ヶ島

2018 海峽旅遊年
Year of Bay Tourism



探索台湾 10ヶ島

小金門 東莒島 北竿島 鹿山島 琉球 吉貝島 漁翁島 七美島 小琉球 蘭嶼

日本のすぐ近くの美しい国・台湾の魅力を知る 広告

北海道と台湾は もっと近くなる。



6月6日～10日に開催されたYOSAKOIソーラン祭りには、台湾チーム「Time for Taiwan」が参加し熱い演舞を披露。同時に来札した台湾観光局交通部観光局長・周永暉氏に、台湾と北海道の交流、他の国にはない台湾の魅力について伺いました。



周永暉氏(左)と周永暉氏(右)。

周永暉氏(左)と周永暉氏(右)。



台湾と北海道を通じる エコツーリズムの魅力

「エコツーリズム」は自然環境を大切にし、地域の文化や産業を体験する観光形態です。台湾には、美しい自然環境と独自の文化があり、エコツーリズムの発展が期待されています。

YOSAKOIを通じて 台湾と北海道が交流

YOSAKOIは、北海道の伝統的な祭りで、若者が踊りながら歌を歌います。台湾からも多くのチームが参加し、文化交流の場となっています。



YOSAKOIの踊り手たち。

以舞會友行銷台灣 觀光局參加YOSAKOI SORAN祭

【札幌／綜合報導】交通部觀光局與台灣觀光協會六月八日共同組團，率領由台北市立大學舞蹈系師生65人組成的「Time for Taiwan」隊伍，以「嚕噠臺灣・夢想飛舞」為主題，參加第27屆的北海道YOSAKOI SORAN祭，與日本各地的275支隊伍和國際5支隊伍一同使用「以舞會友」的方式進行交流，也期望透過增加曝光率，吸引更多觀光客造訪台灣。

觀光局表示，這項祭典與台灣燈會已有16年的台日觀光交流模式，雙方透過春季的台灣燈會、夏季的YOSAKOI SORAN祭成功的透過節慶祭典，以青年文創的文化媒介促進之間的具體交流。今年台灣代表隊的表演以「藍鵲、海鷹」為元素，搭配改編「高山青」、「草壁弄雞公」等民謠及傳統樂曲，融入SORAN口號表達濃厚情感及年輕活力，活動現場也有設置台灣觀光攤位，向來自各地的舞者及觀光客進行推廣。

觀光局為了強化本次活動吸引日本來台旅遊之目標，由周永暉局長率領代表團前往，並特別前往拜會北海道廳及札幌市政府，進行雙方觀光的議題討論，包括希望透過青年壯遊、修學旅行等進行年輕世代交流。

觀光局指出，台日方觀光互訪人數去年已突破650萬人次，為了讓更多日本民眾來台旅遊，觀光局也積極開發潛力客源，透過參與當地祭典與爭取曝光提高知名度，同時也鞏固台日友好交流。

觀光局指出，至今每年已有日本國內外約3萬名舞者參加表演，甚至吸引200萬的觀光客前往參觀。YOSAKOI SORAN祭主會場設於大通公園，其餘會場分布在札幌市內，舞蹈則有遊行形式及舞台形式的演出方



觀光局和台灣觀光協會共同組團，率領由台北市立大學舞蹈系師生參加第27屆北海道YOSAKOI SORAN祭(觀光局提供)

觀光局多元行銷 向關西展現台灣魅力

【關西／綜合報導】交通部觀光局鎖定日本地區的觀光市場開發，舉辦各式各樣的宣傳活動，內容也相當多元，像是阪神甲子園球場的台灣日、李明道老師「1001號機器人」推廣台灣設計之旅的展覽，以及山陽電鐵「Meet Colors! 台灣」號彩繪列車，將台灣的魅力帶到日本，吸引更多觀光客遊台灣。

這次觀光局與日本的產經新聞合作，於六月三日至十日在大阪市內展出李明道老師的「1001號機器人mr.與mis.one」等作品，為了增加更多自由及重遊客群的興趣，觀光局也特別推薦展示於台灣各地的公共藝術作品，如台東鐵花村、台南藍晒圖文創園區、集集綠、南港車站等，同時製作該景點的公共藝術作品地圖，向日本民眾宣傳台灣當代藝術，並值得用五感去體會台灣設計之旅新魅力。

六月五、六日兩日觀光局於阪神甲子園球場辦理台灣日，這次活動是與台灣虎航及阪神甲子園球場三方合作，周永暉局長也受阪神電鐵及甲子園球場邀請，參與開球及為台灣日活動開幕剪綵，觀光局指出，透過大型運動交流推廣，有助深化台日觀光市場。

這次也邀請之前曾效力於阪神虎隊、擁有許多日本球迷的中信兄弟總教練陳威功，以及中職球隊4隊女啦啦隊助陣，並於球場內設有台灣的觀光宣傳攤位，播放觀光廣告，同時配合啦啦隊組長與隊神隊吉祥物、超人氣的芒果冰等共同推廣，讓球迷們確實感受到台灣的熱情與魅力。

另外，觀光局與山陽電鐵合作的「Meet Colors! 台灣」號彩繪列車大受好評，觀光局表示，為了加強宣傳為持續以鐵道友好交流，特別重新整理和增加地點，也延長彩繪列車刊登期程至2020年六月，並結合寶島仲夏節的臺灣輕旅行概念，將日月潭自行車道及離島生態自然等實景彩繪於車內，讓列車乘客彷彿身歷其境，受到日本媒體重視。

周永暉局長於六月六日參與彩繪列車車模型活動，並在山陽電鐵上門一裕社社長、和龜山車站車站的兵庫縣路市、手形國小學生視訊連線，鼓勵並謝謝他們參加活動，並彩繪出自己家鄉的魅力，作品也與宜蘭樹木園小相互交流聯繫，達到深化台日友好關係，也希望能用台灣及設計等話題強化彼此交流。



觀光局為了拓展關西客源，推出各式各樣的活動吸引遊客(觀光局提供)



觀光局為了拓展關西客源，推出各式各樣的活動吸引遊客(觀光局提供)

首頁 時報資訊 財經

《產業》北海道YOSAKOI索朗祭，觀光局組團交流行銷

2018年06月11日 08:01 時報資訊 記者林寶傑 / 台北報導



第27屆「YOSAKOI索朗祭」6~10日於日本北海道登場，交通部觀光局及台灣觀光協會共同組團率領北市大舞蹈系師生65人，組成「Time for Taiwan」隊以「璀璨台灣·夢想起飛」為主題參加。（觀光局提供）

第27屆「YOSAKOI索朗祭」6~10日於日本北海道登場，交通部觀光局及台灣觀光協會共同組團率領北市大舞蹈系師生65人，組成「Time for Taiwan」隊以「璀璨台灣·夢想起飛」為主題參加，盼藉此爭取曝光提高知名度，吸引更多日本民眾來台旅遊。

「YOSAKOI索朗祭」街舞慶典每年6月第2周於札幌市舉辦，自1992年舉辦迄今已邁入第27年，每年至少吸引200萬人前往參觀，與「雪祭」並列北海道兩大慶典活動。同時，亦與台灣燈會已有16年的台日觀光互訪交流模式，以青年文創的媒介促進具體交流。



第27屆「YOSAKOI索朗祭」6~10日於日本北海道登場，交通部觀光局及台灣觀光協會共同組團率領北市大舞蹈系師生65人，組成「Time for Taiwan」隊以「璀璨台灣，夢想起飛」為主題參加。（觀光局提供）

我國代表隊今年表演以「藍鵲、鳶鷹」為元素，搭配改編「高山青」、「草蠶弄雞公」等台灣民謠及傳統樂曲，融入索朗口號表達濃厚情感及年輕活力。活動現場也有設置台灣觀光攤位，向來自日本各地的舞者及觀光客進行推廣。

為強化本次活動吸引日本來台旅遊目標，率團前往的觀光局局長周永暉在駐日經濟文化代表處札幌分處處長周學佑陪同下，分別與札幌市長秋元克宏、北海道副知事浦本元人進行雙方觀光議題討論，包括希望透過青年壯遊、修學旅行等進行年輕世代交流。

觀光局表示，台日雙方觀光互訪人數2017年已達651萬4727人次，較前年619萬942人次成長5.23%。觀光局為積極開發潛力客源，透過參與當地祭典爭取曝光提高知名度，除鞏固台日友好交流，亦期望更多日本民眾來台旅遊。

(時報資訊)

三、交通部觀光局於大會手冊刊登之廣告



大會圓扇化身臺灣觀光宣傳品



參加主辦單位企劃之活動，變身宣傳海報

色と行く旅、台湾。

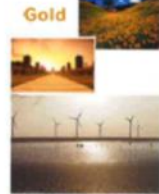


Taiwan 台湾観光局 台湾観光局 <http://jp.taiwan.net.tw/> 台湾観光協会 大会事務局 中野連絡所

カラフルな台湾を探しに行こう!!

大げさだけれど私にとって、それは確かに希望の色だった。次々に現れるこの国の色たちは、あつという間に私をトリコにした。

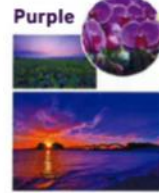
Gold



Blue



Purple



出会ったことがないはずなのに、どこか、私らしい気がする。ずっとそこにあったはずなのに、私が初めて見つけたように思える。



Pink



Green

Orange



そんな、この国の色たちに、私はずっとときめいていた。Meet Colors! Taiwan



大會官方手冊內頁廣告

チーム別スケジュール

Time for Taiwan

たいむふぉーたいわん



- ◆チーム所在地
台湾
- ◆出場回数
16回
- ◆平均年齢・20歳
最年少・19歳
最年長・22歳

◆チーム紹介

今年の台湾チームは台北大学ダンス学科の65名生徒が参加。台北大学は122年の歴史を持ち、数多く優秀なスポーツ人材を育てた。ダンス学科の学生達のダイナミックなパフォーマンスをご堪能ください。

◆演舞の見どころ

舞や山に囲まれ、ヤマムスメや鳥が自由に空を舞い飛ぶ台湾で、人々は歌い、踊り、多彩な文化が共生する。素敵な台湾を謳歌する。さあ、真のように高く飛び、ヤマムスメのように自由に舞い、台湾の生命力、台湾の誇りを盛りだそう!

6(水)	7(木)	8(金)	9(土)	10(日)
	19:56 5T日		11:35 14:18 16:42 19:58 20:42 二組結 6T日 5T日 5T日 5T日 5T日	11:15 13:42 15:14 18:39 平岸 北原 北原 北原 SGP 北原 北原