

出國報告（出國類別：其他）

2019 東京食品展參展報告

服務機關：原住民族委員會

姓名職稱：經濟發展處蔡妙凌副處長

派赴國家：日本

出國期間：108 年 3 月 3 日至 3 月 6 日

報告日期：108 年 6 月 30 日

摘要

日本東京國際食品展覽會，一年一屆，是亞太地區規模最大，聲譽最高，品種最齊全，交易量最大的食品專業展會，是僅次於德國ANUGA和法國SIAL國際食品展的全世界規模第三大的食品和飲料展覽會。

日本東京國際食品展覽會自1976年起每年舉辦，作為參展商及參觀者雙方拓展商機的最佳場所，每次均獲得有關人士的高度評價。展會展位面積28973平方米，共3461個展位，共有來自65個國家的2,412家參展商參加，其中日本參展商占了28%，其他72%均為來自海外的參展商。展會期間來館參觀洽談的人數多達近10萬人，其中70%的專業觀眾來自公司管理階層。

原住民族委員會首度組團參加日本東京國際食品展覽會，以看見·太陽「Ka^so'ay 呷所愛」品牌推廣原住民族特色農業。本次帶領廣田農機行、853部落商行、原風禮坊有限公司、林山農選有限公司、達保企業社、亞浪工坊、花蓮豐禾自然生態農場、恩禾企業有限公司等8家原住民族企業前往參展，產品擴及馬告、馬告鳳梨酥、椴木香菇、咖啡、紅藜、茶葉、稻米（白米、黑米、紅米、糯米、機能米）、蝶豆花、山苦瓜、健康穀粉及營養粥等多種原住民特色農產品。藉此參與促使參展國家及民眾瞭解臺灣原住民族文化及產業，並帶動B2B商機，本次參展經濟效益高達約4億5770萬元，成效為歷年來最高。

目 次

<u>壹、 參展目的</u>	<u>4</u>
<u>貳、 參展過程與成效</u>	<u>5</u>
<u>參、 心得與建議</u>	<u>13</u>
<u>肆、 參展照片</u>	<u>14</u>
<u>伍、 附錄</u>	<u>16</u>

壹、參展目的

為提升原住民族產業曝光度，本會自 103 年度起即積極參與各式會展，如美食展、旅展、伴手禮展、文化博覽會等，更自 105 年起以會展暨整合行銷概念，藉以有效行銷原住民族業者之相關產品，突破以往參與國內消費展，逐步將原住民族產業邁向國際專業展，期能拓展國際市場，有效行銷本會近年輔導之原住民族業者生產的相關產品及服務，在既有國際市場建立臺灣原住民族產品之優質形象，並增加業者參展經驗與洽談技巧。

本會以「看見·太陽」為行銷主軸，傳遞臺灣原住民族如太陽般豐厚與不凡的生命力，針對農業、文創、生態旅遊，分別形塑「ka^so' ay」(阿美族語，意指很美味、很可口)、「Ayo」(雅美族語，意指感謝，分享)及「uhtan' e ho mimimiyo」(鄒族語，意指前來部落漫遊探訪)等三大品牌。為行銷原住民族文化及具潛力的產品，108 年度規劃參與「臺灣文博會」、「香港國際食品展」、「臺灣美食展」、「日本東京國際禮品展」、「曼谷國際家飾用品展」、「馬來西亞臺灣形象展」、「東京(大阪)國際旅展」、「臺北國際旅展」、「台中國際旅展」、「高雄國際旅展」等展會，推廣原住民族文創、美食、旅遊三大品牌，本年度甚至參與熱帶雨林音樂節，將原住民亮昂的歌聲音樂期在國際舞台發光發熱，原住民族特色農業品牌藉由這次東京國際食品展，將優質的產品外銷日本甚至全球，希望讓更多人看見臺灣、看見原住民族。

貳、 參展過程與成效

The 44th International Food and Beverage Exhibition

FOODEX JAPAN 2019



第44屆 國際食品・飲料展

一、展覽場地：

1. 展館名稱：幕張國際展覽館(Makuhari Messe, 幕張メッセ)國際展示場 (Hall 1-11) (臺灣館位置：Hall 4 4A10)
2. 展館地址：〒261-8550 千葉市美浜区中瀬 2-1
(2 Chome-1 Nakase, Mihama Ward, Chiba, Chiba Prefecture 261-0023 JAPAN)
3. 展館官網：<http://www.m-messe.co.jp>



【臨近 JR 車站】

JR 京葉線 (JR Keiyo Line)

海浜幕張站 (JR Kaihin Makuhari)

二、展會日期:

日期	3/4 (一)	3/5 (二)	3/6 (三)	3/7 (四)	3/8 (五)
活動時間	10:00~18:00 進場布展日	10:00~17:00 第一天	10:00~17:00 第二天	10:00~17:00 第三天	10:00~16:30 第四天
08	12:00 進場布展	08:30-09:00 請提前到場	09:30 參展商開始進場	09:30 參展商開始進場	09:30 參展商開始進場
09					
10		10:00 展覽開始 臺灣館開幕典禮	10:00 展覽開始	10:00 展覽開始	10:00 展覽開始
11		11:45-13:00 臺灣館記者會 (Convention Hall B)			
12					
13					
14					
15		15:00-16:00 茶葉發表會 (Hall 2 Room B)		15:00~18:00 日臺冷凍農產貿易 懇談會 (Hotel Green Tower 3F)	
16				16:30 展覽結束	
17		17:00 退場	17:00 退場	17:00 退場	
18	18:00 退場	3/5 17:30-18:30 Exhibitor Reception 日本主辦單位舉行參展廠商歡迎酒會，請憑參展證入場 (地點：Hotel New Otani)			

三、參展業者及商品清單：

編號	公司名稱	參展物名	業者
1	恩禾企業有限公司	百米良田	陳明宏
2	廣田農機行	黑米商品	賴慧美.林艷君
3	原風禮坊	原風禮坊	馬燕萍
4	林山農選	高山茶品	林挺威
5	豐禾自然生態農場	特色農產	劉靜賢
6	達保企業	特色農產	藍保謝
7	亞浪工坊	椴木香菇	秀莉、拉莉菲
8	853 泰雅農市集	特色農產	董貴份.鍾梅花 謝淑芳

四、各家業者洽談情形

《恩禾企業有限公司》(百米良田)：

1、接獲中國雲南-糧食水產集團

需求一年 50 萬噸機能米 (15 萬噸+35 萬噸)，初估若正式談定為 1 億 2 千 5 百萬台幣。前兩年計畫用購買，每年 50 萬噸，兩年後續用技術合作，提供 20 萬畝土地來耕作。

2、台灣-青熊家-網路平臺合作洽談。台灣南僑集團-1 萬噸機能米初步第一次洽談。初估若正式談定為 1 千 250 萬台幣。

3、日本 saizeriya 飲食集團提出需求一年一百噸白米 (總需求量，實際可供應量需經細談)。初估若正式談定為 2 億 5 千萬台幣。



《廣田農機行》

馬來西亞-CHOBE-即食品店家-黑米商品 (洽談機會)



《原風禮坊》

- 1.義大利香料公司（馬告、紅藜、樹豆）希望簽代理。
- 2.中華得意公司-需求-馬告紅藜共 4000 斤，初估正式簽訂後價值 100 萬台幣。
- 3.日本-好市多-米餅商品上架洽談
（合作意向書簽訂）初估正式談定後產值 500 萬台幣。
- 4.日本 aeon-馬告咖啡（合作意向書簽訂），每次進口一個貨櫃。初估正式簽約後產值 500 萬台幣。
- 5.新加坡-原物料共同研發-試品已寄送
日後進口約單次 5000 斤。預估產值約 500 萬台幣。



《林山農選》

- 1.法國-食品公司-（日本誠品找尋-台灣商品）
- 2.日本-suntory-茶葉進口需求-試品寄送



《豐禾自然生態農場》

1.泰國-花蓮 5 號山苦瓜-4 個貨櫃

(洽談中，4 月訪台洽談)

2.日本_2500kg 花蓮 5 號山苦瓜 5 號-合作意向書已簽訂。初估若正式談定價值 2000 萬台幣。並後續配合相關系列農產品配合進口-初估後續產值約 2 億台幣。



《達保企業》

1、香港的 Aeon (大型購物中心) 已經約 3/13 在高雄談三色粥訂單 (此產品為去年原民會百萬創新輔導計畫輔導的產品)

2.並與《853 泰雅農市集》《恩禾》相互合作，共同承接台灣-南僑集團每個月-1000kg 紅藜收購。



《亞浪》(椴木香菇)

- 1.法國-香菇進口商-5000 斤香菇進口需求，初估正式談定價值 2000 萬台幣。
- 2.台灣-上豐環球-中國區通路
尋求香菇梗-報價 100kg
初估正式談定後價值 100 萬台幣。



《853 泰雅農市集》

- 1.廣東-苦茶油加工廠配合（原物料進口搭配本身食品）
- 2.日本 hoatea 11 月來台洽談茶園合作
- 3.並與《達保》《恩禾》
灣-南僑每個月-1000kg

相互合作，共同承接台
紅藜收購。



成效預估統計表:

2019 東京國際食品展-預期收益		單位：萬元
參展單位	初估預期收益	
廣田農機行	100	
林山農選	20	
恩禾(百米良田)	38750	
豐禾	2500	
亞浪工坊	2100	
達保企業社	300	
853 部落商行	200	
原風禮坊	1800	
總計	45770	

洽購單統計表

2019 東京國際食品展-洽購單統計					單位：筆
參展單位	3月5日	3月6日	3月7日	3月8日	小計
廣田	11	11	5	4	31
林山農選	20	15	18	27	80
恩禾(百米良田)	16	11	8	11	46
豐禾	17	17	10	6	50
亞浪工坊	3	5	2	3	13
達保企業社	7	15	3	19	44
853 部落商行	37	22	23	8	90
原風禮坊	43	47	37	16	143
總計	154	143	106	94	497

參、心得與建議

- 一、本會第一次參加日本食品展，創造 4.5 億極佳的成績，代表日本市場對於原住民族特色農業有極高的興趣與市場需求，建議可以持續參與。
- 二、本次參展八家業者中，以原物料為詢問度最高，同時也是訂單最高。原因在於同樣參展的各國當中較少提供原物料的供應，因此這是我們可以切入本展的市場缺口。
- 三、本會展本會承租八個標攤形式參與，未來可以運用統一性的視覺來佈置，更凸顯台灣原住民族的文化特色，吸引各國買家的關注與強化印象。
- 四、本次參展原住民族業者穿著族服配戴族飾推廣產品，展現各族傳統服飾，在會展上展現原風元素，不僅將農產品介紹給海外專業買主，更將原住民族文化分享給現場民眾。
- 五、就統計馬告、椴木香菇、紅藜、茶葉、稻米、蝶豆花等商品獲得當地民眾的喜愛，開幕第一天即有日本、大陸、韓國、義大利、澳洲等國家的買主洽談大量訂購，推廣效益十分可觀，但因量不足不敢接单頗為可惜，市場開拓之際仍應輔導量產。

肆、參展照片：







伍、附錄：

2019 日本國際食品展各國參展狀況:

〔澳洲〕-食品、肉品、點心、橄欖油、袋鼠肉、蔬菜、以超市廚房設計概念

〔泰國〕-醬料、椰子等餅乾、蝦餅、果乾類、罐頭、冷凍食品

〔巴西〕-酒、餅乾、醬料（搭配其他食物試吃）

〔加拿大〕-酒、冷凍食品（肉、蝦）、帶點甜味的天然水、米（用壽司方式推出試吃）

〔大陸〕-調味料、果乾、海參、茶、冷凍調味食品

〔墨西哥〕-酒、莎莎醬、油、肉類、蜂蜜、酪梨（很多）檸檬

〔馬來西亞〕-椰子油、粉、醬料、咖哩、榴蓮製品、餅乾、濃縮果汁

〔台灣館〕宜蘭茶、旺旺集團、桃園館、屏東館、及其他品牌報名參加，主要以加工類食品、糕餅等為主。另有台灣菸酒與金門高粱

〔日本〕-大部分為酒、冰凍的水果、肉、咖啡、茶、漬物，和果子、醬料

〔南非〕-糖果、果乾、辛香料、茶

〔法國〕-酒、火腿肉、起司

〔義大利〕-披薩、起司、酒、肉

（歐洲國家多以酒、果醬、起司、醃製橄欖類為主）

〔美國〕-肉品、木瓜、酒、乳酪、牛肉乾、杏仁果、夏威夷（茶、鳳梨、咖啡、酒、餅乾、巧克力）

