

出國報告（出國類別：訪問）

「2023 日本東京農業資材展-
臺灣館」參展報告

服務機關：農業部、財團法人農業科技研究院
姓名職稱：陳子婷技士、張瑞珮組長、陳靜芝研究員
派赴國家：日本
出國期間：2023 年 10 月 9 日至 14 日
報告日期：2024 年 1 月 12 日

摘要

「日本東京農畜博覽會（Agri Week Tokyo）」為日本最頂尖、最專業的國際農業資材及技術貿易展覽會，被視為進入日本農業資材市場的重要管道，同時也是匯聚世界各國關注的專業展會，包含 AGRITECH、AGRINEXT、AGRIPROCESS、LIVESTOCK 及 AGRIGREEN 等 5 個展覽。為持續開發日本及南向等國際市場，本部以臺灣館（Taiwan Pavilion）形式，前往日本千葉參加 2023 年 10 月 11 至 13 日東京農畜博覽會之東京農業資材展（AGRITECH），整體行銷臺灣農業科技，展示臺灣農業研發技術及產品，以臺灣農業科技研發成果及發展優勢吸引當地買家及合作伙伴目光，建立技術合作關係與行銷管道，拓展臺灣農產業科技與產品在國際市場上的知名度及競爭力。

臺灣館參展之 6 家廠商，經統計 3 天展期中至攤位洽詢之廠商達 610 家次，並完成 140 場次現場商談，有意願代理或經銷買家達 40 家次，洽談合作原物料買家 26 家次，預期可促成商機新臺幣 1,000 萬元，參展廠商對本次參展布建國際通路之目的感到滿意並深具信心，認為已達到實質開拓商機之效益，期待臺灣館的下一次出擊。

目錄

壹、出國目的	1
貳、行程.....	1
參、通路參訪及企業洽談	2
一、通路參訪	2
二、企業洽談	3
肆、參展內容	4
一、展覽介紹	4
二、臺灣館參展情形.....	5
三、展後調查	9
伍、心得與建議	10
陸、照片.....	11

壹、出國目的

「日本東京農畜博覽會 (Agri Week Tokyo)」為日本最頂尖、最專業的國際農業資材及技術貿易展覽會，被視為進入日本農業資材市場的重要管道，同時也是匯聚世界各國關注的專業展會，包含 AGRITECH、AGRINEXT、AGRIPROCESS、LIVESTOCK 及 AGRIGREEN 等 5 個展覽，其中農業資材展 (AGRITECH) 為符合我國參展產業目標設定的展會，另因該展覽匯集來自亞洲、歐洲及美洲不同地區之參展廠商，預期藉由參與展出可強化我國進入國際農業資材市場之行銷管道。

我國自 2014 年起持續邀集我國優質農企業以國家形象館展出，過去除 2020 年及 2021 年因 COVID-19 疫情影響未組團參展外，近 5 年展出累計增加營業額 3,897 萬餘元，促成投增資 3,158 萬餘元，並增加 43 家次代理/國外設點，實質推動我國農企業拓展國際行銷通路。

2023 年日本東京農業資材展於 10 月 11 日至 13 日在日本千葉幕張國際展覽中心 (Makuhari Messe) 舉辦，為強化臺灣農業資材產業國際優質形象，並有效推廣我國農業技術與資材至日本及亞太地區，本部特於展會中設置「臺灣館」，展現我國農業科技產業化具體成果，透過參與國際重要展覽，協助國內農業機械、設施設備等資材及相關農畜產業，以面對面的交流，有效促成洽談與開發新買家，推動我國農業科技產業國際化發展。

貳、行程

時 間	行 程	內 容
10 月 9 日(一)	去程及 通路參訪	1. 由臺北出發至東京成田機場。 2. 參訪農業資材賣場 Joyful Honda Chiba Newtown Garden Center。
10 月 10 日(二)	企業洽談及布 展	1. 與 AGRI SMILE, Inc. 交流洽談。 2. 至千葉幕張國際展覽中心布展。
10 月 11 日(三) ~13 日(五)	參展及資訊蒐 集	1. 督辦臺灣館參展情形。 2. Agri week 展場資訊蒐集。 3. 10 月 13 日 17:00 後撤展。
10 月 14 日(六)	返 程	由千葉幕張至臺北。

參、通路參訪及企業洽談

為協助參展廠商鏈結日本農業資材產業供應鏈，獲取經貿合作機會及潛在商機，特於本次展覽前安排參展廠商參訪資材通路 Joyful Honda Chiba Newtown Garden Center 及與 Agri Smile 進行訪談及交流。與會廠商表示，透過本次交流有助於促進廠商了解日本資材市場現況及通路銷售資訊，與日本商社之交流讓廠商掌握日本農業資材產品發展方向及操作模式。本次安排之參訪交流為與會廠商帶來不同的體驗，廠商表示高度滿意，但也建議未來可以讓廠商提供參訪對象，並進行產品聚焦及更深入的洽談。

一、通路參訪

株式会社ジョイフル本田(Joyful Honda)成立於 1975 年，目前約有 4,486 名員工，資本額 120 億日圓，主要經營連鎖超市業務，提供食品、生鮮食品、家居用品、家電、衣物、化妝品等多種商品和服務，目前共有家居量販 17 家、零售店 6 家。本次參訪之 Joyful Honda Chiba Newtown Garden Center 為超大型綜合性賣場，占地面積約 3.6 個東京巨蛋（約 16.8 萬平方公尺），營業內容涵蓋農業園藝、日用雜貨、寵物休閒及建築工事等，以一站式滿足客戶需求。

是日由專人介紹賣場相關產品設計及商品趨勢，產品內容涵蓋範圍廣泛，來自不同國家生產、不同規格的產品，以迎合不同層次消費者的需求。經由解說發現，部分只有日本人使用的產品，配合專有規格，只有日本製；另日本農業資材多由相關產業大型供應商供貨，如病蟲害防治資材由大型農機廠商之品牌（如 ISEKI）供貨等，或許我國廠商可與大品牌合作，做為進軍日本市場的切入點。

值得一提的是賣場具有農機專區，販售品項多元，如中耕機、粉碎機、土壤消毒機等，提供方便多方比較及採購農機之管道；現場同步可看到採收及搬運用之省工穿戴裝置，售價均在 15 萬日圓（含稅）以下，顯示省工穿戴裝置之普及化。

二、企業洽談

株式会社 Agri Smile 創立於 2018 年，目前有 52 名員工，資本額 9.2 億日圓，營運目標為運用創新科技改善農家現場問題，並實現永續農業願景，目前主要與京都大學和東京農業大學等專業機構合作研究最新技術，並與 140 個日本規模較大的地區農協組織（JA）合作，合作項目除將創新科技落地運用外，也同步協助建立品牌形象，以及建置網站，推動數位轉型，將地區特色商品透過網路販售等。

該公司現階段營運重點主要依循日本政府規劃至 2050 年化肥用量減少 30% 的目標，預期透過減少化肥用量實現碳中和願景，並解決目前化肥對環境之影響、化肥主要來源為進口及國內農業副產物未充分利用之問題。目前正在執行日本政府列為全球暖化對策「GX 戰略（綠色轉型）」重點項目之一的「生物刺激素（Biostimulants）」的生產技術研發，生物刺激素為一新型農業資材，目前推測作用機制為強化植株抗性並提升生長性能（如促進生根等），被認為比傳統堆肥更能促進生長並提升產品品質，主要分為 5 大類：胺基酸、微生物、礦物質、海藻及植物資源（如農業副產物及食品殘渣），該公司目前著重於植物資源之再利用，比如刻正與北海道 JA きたみらい（主要位於北海道北見市）合作研發，運用該地區生產洋蔥之農業副產物開發生物刺激素，並將所生產之生物刺激素運用於該地區洋蔥之生產，為日本最大洋蔥產區解決每年 5000 噸洋蔥殘渣去化問題，並逐步減少化肥使用量，未來規劃將所生產之生物刺激素進一步推廣至其他作物栽培使用。

當天由 Agri Smile 經營戰略本部經營企劃部長繩晃典部長進行解說及意見交流，交流過程提及該公司除 52 名員工外，另有 98 名兼職員工分布於全國各地，協助邀請當地農民參與試驗研究，當技術獲得認可後，該公司會再與當地 JA 溝通技轉，有助於將技術推廣到產地運用。因該公司與 JA 合作關係密切，也會針對農家需求提出解決方案，未來規劃與 Agri Smile 保持聯繫，掌握日本農家需求，提供合適的臺灣優質農科技產品，以切入相關市場。

肆、參展內容

東京農畜博覽會為亞洲最具規模之專業技術貿易展覽會，被視為進入日本農業市場最佳管道，同時也是一個匯聚世界各國關注的專業展會，參展廠商及買家來自亞洲、歐洲、美洲等國，國際性高，因此受到高度青睞。特別是我國推動新南向政策的目標國，參與比例愈來愈高。透過此一展覽平臺，有機會促成我國與日本及新南向國家的媒合交流，成為我國農業資材、設施與技術外銷前進南向國家的灘頭堡。

為持續開發日本及南向等國際市場，本部第 8 度以國家形象館方式參展，整體行銷臺灣農業科技，展示臺灣農業研發技術及產品，以臺灣農業科技研發成果及發展優勢吸引當地買家及合作伙伴目光，建立技術合作關係與行銷管道，拓展臺灣農產業科技與產品在國際市場上的知名度及競爭力。

一、展覽介紹

日本東京農畜博覽會主辦單位為株式会社 RX Japan（原 Reed Exhibitions Japan），母公司為英國 Reed Exhibitions，是全球最大的展覽及會議活動主辦機構，每年在 22 個國家 43 個領域舉辦了 400 多場展會，為客戶帶來了數十億美元的外貿商機；1986 年成立日本分公司（Reed Exhibitions Japan Ltd.），並於 2003 年成為日本最大的貿易展覽會主辦機構，每年在日本當地籌辦各種領域商展多達上百場。

本次展覽於 2023 年 10 月 11 日至 13 日在日本千葉幕張國際會展中心（Makuhari Messe）舉辦，該地點為亞洲大型國際級會展中心之一，內部共 11 個展館，農畜博覽會使用 6-8 號展館，共 20,250 平方公尺。

日本東京農畜博覽會為五展合一之展會，展覽展出內容隨著農業發展趨勢及日本相關政策持續創新，除包含農業資材（Agritech）、智慧農業（Agrinext）、農業六級產業化（Agriprocess）、及畜產資材（Livestock）外，2023 年新增農業減碳・永續發展（Agrigreen）展出，以呼應日本綠色戰略的

推進，內容包含 CO₂減排、有機栽培以及有關 SDGs 推動之相關產品及服務。

本部以臺灣館參展之日本東京農業資材展(Agritech)是日本東京農畜博覽會之起源，2011 年第 1 屆開展，以農機、肥料、土壤改良為展覽主題，漸次擴展到設施園藝、農產包裝、省力省工等相關議題，2023 年為第 13 屆，展出內容隨著農業發展趨勢不斷創新，本次展出包含微生物製劑、農業機械及農業設施等主題；2014 年因應自動化、數位化開始創建智慧農業展(Agrinext)，應用無人機、植物工場、IoT、ICT 等創新技術於農業生產，開創一個新的農業世代；隨著整個農業發展不僅限於原物料生產，重視後端加工、流通販售相關技術的開發運用，於是於 2016 年又增設六級產業化(Agriprocess)為展出主題；2019 年因為畜牧產業參展範疇擴大，因此將畜產資材(Livestock)獨立為一展出主題，展出內容包含設備用具、飼料及管理技術等，日本東京農畜博覽會因應環境變化及技術發展趨勢不斷茁壯，其重要性不可言喻。同期另有第 17 屆 International Garden & Outdoor Expo Tokyo (Gardex, 4 號展館)及第 13 屆 International Hardware & Tools Expo Tokyo (Tool Japan, 5 號展館)等國際園藝、及五金工具等相關展覽共同展出，對農業界而言，可以達到參觀一站式滿足。

2023 年整體參展廠商為 914 家，來自 19 國及地區，總數較去年成長 1 倍，較疫情前(2019 年)增加 21.9%，參觀買家來自 60 個國家/地區，共 35,808 人，無論參展廠商或參觀買家的組成更為多元，反映出隨著疫情變化及開放，帶來的國際商機更為龐大，展出期間人來人往，極為熱絡。

二、臺灣館參展情形

(一) 展館設計

臺灣館位置座落在幕張國際會展中心第 6 展館 19-6 攤位，面積共計有 64.8 平方米，位於主要動線通道旁，並靠近第 6 館出入口處，人潮眾多。這次臺灣館設計沿用本部國際參展行銷識別之 Taiwan 字樣，並以書

法撰寫之日文漢字「台湾」字樣及大理石意象底圖進行主視覺設計，形象鮮明，無論從入口搭手扶梯進入展場或由走道兩側經過，都可以讓參觀買家快速辨識，這是來自臺灣的農業設施與資材產業。

臺灣館攤位以開放式空間設計，廠商攤位以 45 度角面向走道，能見度大幅提高，並於展館中央設置洽談區，空間運用彈性，讓各參展廠商皆能順利掌握與買家洽商的機會，突破過去內部一次只能接待一組客人的限制。本次展館設計同時兼顧展品擺設及洽談需求，獲得廠商的肯定。

臺灣館入口設置服務臺，為參觀買家提供綜合諮詢，並發放 6 家廠商宣傳 DM 及臺灣館摺頁與紀念品，以擴大宣傳效果。服務臺後方牆面設置液晶電視螢幕，循環播放參展農業部及 6 家廠商介紹影片，使參觀者透過影片更易於了解臺灣館農業科技及參展廠商的業務內容。

臺灣館參展團於 10 月 10 日下午至幕張展館，進行場布及展前準備工作。

(二) 參展廠商

本次帶領 6 家臺灣科技農企業參展，產品範圍涵蓋農業設施資材、智慧農機、肥料及飼料添加劑等，簡介如下：

1. 允全機械有限公司：創立於 1983 年，是臺灣市占率最高的落花生收穫機製造商，也是臺灣少數擁有大型農機製造技術的企業，並提供相關廠商花生種植與收成後烘乾相關技術諮詢。本次展出之落花生收穫機整合落花生採收所需之各項功能，全機一體，一台機器即可完成採收過程，並可應用於氣候不穩造成之莖藤過長、附土過多等作業環境，同時定期改款升級，以提升機器耐用度與實用度。
2. 台茂寬騰生技股份有限公司：創立於 1973 年創立，主要應用奈米技術將鈣、矽及微量元素奈米化，開發液態肥料系列產品，部分產品亦取得有機資材認證，提供農民多元性支援與服務。本次展品係以專利奈米技術研發製造，針對不同作物、不同生長時期及不同功效目標設計配方，用

量少效率高，使養分利用更完善，並提升農產品之食品安全。

3. 合台生化股份有限公司：創立於 1982 年，以天然微生物發酵萃取物(ROE 功能性胜肽)，製成增強免疫之飼料添加劑，產品已有多項出口實績，約佔年營業額 50%。研發之飼料添加劑為天然的生物機能促進劑，可協助經濟動物強化身體性能，增強先天性免疫保護力，有效舒緩經濟動物飼養廠商之飼養管理壓力，並改善動物繁殖障礙，增加利潤。
4. 富豐企業社：創立於 2004 年，為生產造霧系統之專業製造商，並提供客製化服務，並持續研發優化生產噴頭、接頭等造霧系統配件，並開發首支不鏽鋼濾網噴頭，大幅提升造霧系統的品質與壽命，產品已外銷至亞洲、歐美等 30 餘國，外銷比例佔年營業額 50%。研發之智慧霧化噴藥系統，不僅實現園區無人灑藥的全面自動化，同時也降低農藥噴灑失誤的風險，節省用水和藥品或肥料的成本，協助場域朝向淨零永續趨勢發展。
5. 煥坤企業股份有限公司：創立於 1974 年，從事各種農、園藝、建築與休閒用網之遮光網專業製造，以一條龍方式生產研發，引進歐、美、日等自動化機械設備，並嚴選原料控管產品品質。煥坤公司取得抗 UV 及遮光斷熱防蟲網、抗菌防藻蓆、防蟲兼具遮光效果之防蟲網等多項產品之專利認證，且產品具堅韌耐用、搭設簡易及款式多樣等特性與優勢。
6. 聯發生物科技股份有限公司：設立於 2002 年，專業研發農用、畜產、環境衛生、水質改善等微生物產品，以有效改進農業生產環境並提高食品質量，旗下產品已販售至日本、韓國、印尼、馬來西亞、泰國、菲律賓等國家，外銷佔比約年營業額 20%。另運用 AioT 智慧聯網技術，開發智慧型微生物發酵機台，可應用於不同菌類發酵，開發適合各類廠商使用。

(三) 展場紀實

2023 年日本東京農畜博覽會於 10 月 11 日上午 10 時正式開展，本屆未辦理開幕式。觀展人員除事前網路報名外，也開放現場報名，報到櫃台係依買家類別分開報到，例如：貴賓、批發商、農業法人、農協、農家等。

展覽期間接觸許多來自日本農業界相關人士及國際買家，我國台灣農業設施協會由艾群理事長再度帶領學校教職員及協會會員前來觀展，並協助邀請日本知名園藝設施用溫風暖房機、熱泵、溫水鍋爐、複合環境控制裝置等製造及販售之 NEPON 公司福田晴久社長至展館參觀，進行更為聚焦的交流方式；另接待由本部農民輔導司推動之機械代耕團專案之國外標竿學習參訪團，該團由陳怡任副司長帶隊，成員有臺灣大學盧虎生特聘教授、臺中區農業改良場楊宏瑛場長及代耕隊青農等，藉觀展了解國際農業設施及省工機械發展趨勢，並依實際需求規劃引進農業機械，解決我國農業缺工問題。

2023 年因為疫情趨緩，參觀買家大幅增加，特別是國際參觀買家更為熱絡也更多元，開展期間到館洽談之買家，基本上都是目標客戶（大通路商、工廠業主、大企業等），應有機會為參展廠商帶來極佳的業務成效。本次參展廠商，聯發生技及台茂寬騰皆有精通日文之工作人員，可在展會現場直接溝通；自行聘日文翻譯的廠商僅允全 1 家，其餘廠商則透過臺灣館聘請之翻譯人員協助洽談。

臺灣館展館設計採開放式洽談空間設置，於展館中央提供 6 組洽談桌椅，以利廠商與買家進行進一步的洽談，加上大會在識別證上依買家屬性明確分類，如農家（農民）、農協（相當於產銷班）、農業法人、小賣店通販（小通路商）、卸商（大通路商）、家居量販（Home Center）、VIP（具有採購決定權之公司高層）等，方便參展廠商辨識買家性質。本館參展廠商皆表示來訪買家均具專業知識，所詢問之問題都很切中實務，廠商代表都是公司主要經理人，雙方互動良好，可有效增加買家採購意願。

(四) 參展成效

本次展出雖為我國第 8 度帶團參展，但也是疫情後第 2 次參與實體展會，因為日本的業務合作模式較為保守，評估期也較長，對部分參展廠商而言，本次參展仍屬於開發階段；另部分廠商在日本已有合作廠商或代

理商，本次也邀請當地客戶前來觀展，並同時於展會上進一步商談。

經統計臺灣館參展廠商之洽談紀錄，3 天展期中至攤位詢問之來客數達 610 家次，並完成 140 場次現場商談，有意願代理或經銷買家達 40 家次、洽談合作原物料買家 26 家次，預期可促成商機 1,000 萬元以上。雖洽談數較 2022 年略減，然大部分參展廠商表示來客數超過預期，且本次參展反而接觸到更多有合作意願的買家，對達到實質開拓商機，布建國際通路之目的感到滿意並深具信心，期待臺灣館的下一次出擊。

三、展後調查

在會展結束後，由農科院邀請 6 家參展廠商進行本次組團參展滿意度調查，主要項目為臺灣館整體形象規劃、動線規劃及空間配置、參與本次展覽有效提升公司業績、參與本次展覽有效拓展對同質性產業的了解與認識及參訪規劃等。

本次臺灣館展館主視覺以簡單大方日文漢字「台湾」清楚標示，讓國際買家均可明確識別；參展廠商個別攤位採木工設計，質感佳且使用方便性高，看板以白色為底色搭配本部國際參展行銷識別圖示，整體形象清新明亮，攤位均面向走道，讓展台有最佳參觀視角，加上開放式空間設計，洽談桌獨立分配又保有彈性運用可能，整體設計獲得廠商高度讚賞，平均達 4.67 分，動線規劃及空間配置則為 4.5 分（滿分為 5）。展館位置靠近主要出入口，洽談空間寬敞不侷促，獲得參展廠商的認同，然而廠商也建議展位設計上，除了臺灣館視覺，可強化個別廠商商標，辨識度會加分。

6 家參展廠商對參加臺灣館可促進對同質性產業的了解與認識，平均達 4.5 分，表示以團體方式參展對增加同性質廠商的認識有幫助且有助於廠商間的交流合作；但對於提升業績部分則抱持保留態度，僅 4.17 分，多數表示日方評估期長，短期難見成效，本次參展仍屬開發客戶階段。

另對於交流參訪部分，部分廠商因辦理時程較趕，或另有考量，於布展

當日上午才抵達日本，未能參與交流參訪，所以這部分的平均分數相對偏低，僅 4.0 分，但實際與會廠商仍抱持肯定態度，表示可直接了解日本商社與 JA 合作之實務情形，是非常好的交流經驗，參訪點也有助於了解日本資材市場動態。

整體而言，6 家參展廠商對本次臺灣館整體設計規劃、參展成果及對當地市場的掌握情形，都給予肯定，但建議本部籌備期應提早，才能及早進行整體布局規劃。

伍、心得與建議

- 一、本次展會為 COVID-19 減緩，日本邊境完全開放後的展出，規模超越 2022 年，不僅參展成員大幅異動，參觀買家國家組成也不同以往，表示本項展覽的國際性擴大，參加展會不僅接觸日本買家，更有機會接觸來自亞洲、中南美及東歐的參展廠商及買家，可有效擴大觸及的國際市場。
- 二、本展會內容多元，涵蓋範圍廣，且集結亞洲、歐洲、美洲等國參展廠商，展出最新技術、資材、及農業相關產品，以吸引各國買家到現場參觀，促進國際技術交流及廠商買家互動。本次臺灣館坐落於展館入口附近之展位，並以大型鮮明的「台灣」標示，識別度高，觀展人潮踴躍，受參展廠商高度肯定。能被安排如此優良展位係因歷年均以資深展商爭取較佳展位，建議仍應繼續參與本展會，持續推動我國農業科技產業國際行銷，並延續多年參展之效益。
- 三、2023 年日本東京農畜博覽會除本部率領廠商參展外，民間亦有台灣農業設施協會及青農組團觀展，藉由參觀本展會了解國際農業設施及省工機械發展趨勢，並依實際需求規劃引進農業機械，解決我國農業缺工問題。未來建議本部規劃組團赴日除帶領廠商參展外，亦可與我國相關產業公協會合作辦理產業交流參訪，建立多元行銷管道及技術合作關係，以深化臺灣在農業的國際交流與合作。

陸、照片



圖 1. Joyful Honda 展示農業資材商品品項多元，且可見多項農機產品展示。



圖 2. 與 Agri Smile 企業交流洽談，現場互動熱絡。



圖 3. 臺灣館主題明顯，於入口處即可清楚找到臺灣館（攝於開展前）。



圖 4. 臺灣館現場商洽情形熱絡。



圖 5. 我國農業設施協會、農業專家及青農組團觀展，了解國際農業發展趨勢。



圖 6. 本次參與臺灣館展出之 6 家廠商及工作人員。