

活動報導

台灣禽畜業拓銷東瀛 大阪東京成功出擊

行政院農委會、中央畜產會及外貿協會共同辦理「禽畜產品赴日拓銷團」，於93年11月16日在大阪展開首場貿易商談會，吸引將近70多位日本業界代表以及當地媒體出席，其中包括如COOP生活協同組合、SATO Restaurant Systems、大和實業、伊藤火腿、野村貿易、日本火腿及日本流通等大型知名企業，都對台灣禽肉產品展現高度興趣，現場洽談氣氛熱絡，各個團員廠商亦卯足全力推廣，帶動蓬勃商機。

中央畜產會董事長黃欽榮表示，本次台灣禽畜產品赴日拓銷團，透過貿協大阪台貿中心的全力協助，邀請許多潛在買主參與，顯見東瀛市場商機可期。黃董事長進一步分析台灣禽畜產品現況指出，禽畜產品一直是出口到日本具競爭力的農產品之一，特別是土雞、鴨肉和皮蛋歷年來都有輸銷到日本的成長實績，每年鴨肉和土雞的銷日數量都在3,000至1萬噸之間。此外，長期以來政府與業者共同致力培育及改良新品種，採用國外先進屠宰加工設備，又引進HACCP食品安全管制系統，實有助於提升家禽產品品質達到世界水準，目前更成為台灣重點推廣外銷市場的農產品。

加入WTO以後，台灣已全面建立屠宰衛生檢查制度，加強辦理畜禽產品藥物殘留檢驗工作，針對日本訂定的家禽肉品輸入規定，各項家禽肉品出口之前，必定嚴格地執行AI抗體檢測的工作，以確保外

銷產品品質。未來，台灣畜禽產業仍將持續採取專業管理，從飼養階段至屠宰加工運輸，全程做好品質與疫病監控，著重衛生、安全與美味以符合日本消費者的需求。黃欽榮並期盼台日雙方業者藉由這一次懇談會，能增進兩國貿易往來，共創雙贏局面。

身為日本國內最大肉類加工廠的HAM株式會社，營業額高達87億美元，該公司輸入冷食課課長濱田晉一應邀介紹業務時強調，日本政府一向對國外進口之禽畜產品檢疫標準嚴格把關，以保障國內消費者權益。事實上，日本消費者大都愛用「國貨」，至於在超市上架的進口肉品，則必須註明飼料、藥物用量、以及生產廠商，因此符合客戶需求，是該公司採購國外肉品的最重要的考量因素。換言之，基於安全、安心與健康是日本對食品的基本要求，未來台灣廠商要爭取日本市場，除了配合上述原則外，對於肉品的「Traceability」-「生產履歷」能讓日方了解，勢將成為拓銷日本市場的重要賣點。

日本食鳥協會關西支部長井元弘是本次貿易商談會的貴賓，他曾在1965年到訪台灣，他認為，高齡化及重視健康逐漸成為日本消費的新主流，雞鴨肉品是否能成功進入日本市場，關鍵在於產品的高品質與新鮮度。井元弘表示，雞腿肉及鴨胸肉較受消費者青睞，另國內家用禽肉市場約占35%，外食市場則占65%，而後者主要

消費族群是年輕人，為降低成本，進口肉品需求市場將隨之大幅成長，他也鼓勵台灣廠商多多耕耘這一塊領域。

「台灣禽畜業赴日拓銷團」繼於18日展開第二站東京行程，上午拜會東京大型畜禽產品進口商社—MARUHA株式會社總部，並聽取簡報，由MARUHA畜產業部長宮部秀雄、課長 原毅、協同冷凍食品事業部課長尾島巖及相關部門採購人員一行10人，雙方就兩國產品資訊及市場需求進行熱烈討論，此舉不但提升台灣禽畜產品知名度，更有助於廠商進軍日本市場，開拓通路。

MARUHA前身為大洋漁業公司，1880年創立，歷史悠久，初期經營水產品，為主要營運項目，此後開發加工食品、健康藥品、化妝品原料、農畜及禽肉產品為主要經營項目，其中畜產品及冷凍食品營收約為600億日圓。該公司宮部部長在簡報上強調，禽流感造成日本政府停止自泰國及中國進口大宗雞肉，轉向巴西輸入雞肉，由於巴西距離遙遠，運銷成本過高，且肉品標準分切規格及包裝技術一直無法符合日本消費市場需求，雖對無禽流感之虞的巴西肉品依存度高，該公司仍期盼未來鄰國台灣能直接提供日本市場大量新鮮美味的禽肉貨源。

對此，中央畜產會董事長黃欽榮則以團長身分表達樂觀其成，他強調，台灣禽畜產業發展優於中國及泰國，產品開發市場不宜採取低價競爭策略，應強化產品差異性，據以區隔通路市場，自創品牌銷售，進而掌握目標客戶群，黃欽榮深信禽畜產品也能成為台灣外銷全世界的旗艦產品之一。

當日下午由東京台貿中心舉辦的台日貿易商談會，吸引一百多位東京地區工商業人士與當地媒體記者蒞臨，包括伊藤忠商事畜產事業部、丸紅畜產株式會社、阪和興業、松田產業、石光商事等重要廠商代表，商談會與產品試吃現場盛況空前，商機熱絡。日本重視禽畜產品的 “Traceability”（生產履歷），他們要求產品原料必須具備新鮮度安全與衛生的要件；而台灣「CAS」認證的優良肉品也推廣多年，高品質自不在話下，惟面對自由貿易愈來愈競爭的趨勢下，如何促進台灣禽畜產品行銷國際化，並推廣為健康營養肉品中的高級食材，將是現階段政府與業者共同努力的方向。

此行除了農委會畜牧處科長蘇夢蘭與防檢局組長蕭宗堯分別擔任顧問，「禽畜產品赴日拓銷團」團員廠商包括法良蛋行、松之鄉農產品公司、凱馨實業、廣大利蛋品公司、大成長城企業、碁富食品公司、振聲冷凍食品公司、格全食品公司、立明實業、樂山公司、友宏公司、養雞協會、以及台灣區電動屠宰公會；拓銷展示產品以生鮮鴨肉產品、土雞、冷凍雞鴨肉品、雞肉與鴨肉加工條理食品、以及蛋品（雞蛋、鴨蛋、皮蛋、鹹蛋、鵪鶉皮蛋）為主。

日本是全世界最大經濟體之一，消費人口超過一億人，國民總所得(GNP)高達4兆5,000億美元。透過此次台、日雙方禽畜產品的相關資訊交流，以及面對面貿易懇談會的舉行，為想要佈局日本的台灣禽畜業者，提供了完整的拓展進程與平台。
(外貿協會商情周報/商情電子報) 