

臺中市政府公務出國或赴大陸地區報告提要

類別：其他

出國報告提要名稱：113年度因公出國計畫－2024年日本旅展及觀光推廣活動－出國報告												
含附件： <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否												
出國計畫主辦機關：臺中市政府觀光旅遊局 聯絡人：邱淑樺 電話：04-2228-9111 #58332												
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱 張秀琴/臺中市政府觀光旅遊局/觀光管理科/專員 邱淑樺/臺中市政府觀光旅遊局/旅遊行銷科/科員												
出國類別：其他 <input type="checkbox"/> 國際會議 <input type="checkbox"/> 業務接洽 <input checked="" type="checkbox"/> 洽展 <input type="checkbox"/> 表演 <input type="checkbox"/> 比賽 <input type="checkbox"/> 擔任裁判 <input type="checkbox"/> 海外檢測 <input type="checkbox"/> _____												
出國期間：113年9月24日 至 113年9月30日	出國地區：日本東京											
報告日期：113年12月2日（填寫一級機關首長核定日）												
內容：(500字以上) [內容應包含目的、過程、心得、建議。(各機關可依需要自行增加項目)]												
<p>一、出國人員名單</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>機關</th> <th>職稱</th> <th>姓名</th> <th>工作項目</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">臺中市政府 觀光旅遊局</td> <td>專員</td> <td>張秀琴</td> <td>1. 代表本局拜會與接待當地觀光旅遊組織、接待到攤位來訪的業者 2. 行銷推廣臺中觀光旅遊</td> </tr> <tr> <td>科員</td> <td>邱淑樺</td> <td>1. 行銷推廣臺中觀光旅遊 2. 處理旅展攤位及推廣會行政庶務 3. 紀錄旅展攤位、推廣會狀況及拜會情況</td> </tr> </tbody> </table>		機關	職稱	姓名	工作項目	臺中市政府 觀光旅遊局	專員	張秀琴	1. 代表本局拜會與接待當地觀光旅遊組織、接待到攤位來訪的業者 2. 行銷推廣臺中觀光旅遊	科員	邱淑樺	1. 行銷推廣臺中觀光旅遊 2. 處理旅展攤位及推廣會行政庶務 3. 紀錄旅展攤位、推廣會狀況及拜會情況
機關	職稱	姓名	工作項目									
臺中市政府 觀光旅遊局	專員	張秀琴	1. 代表本局拜會與接待當地觀光旅遊組織、接待到攤位來訪的業者 2. 行銷推廣臺中觀光旅遊									
	科員	邱淑樺	1. 行銷推廣臺中觀光旅遊 2. 處理旅展攤位及推廣會行政庶務 3. 紀錄旅展攤位、推廣會狀況及拜會情況									
<p>二、目的</p> <p>交通部觀光署今年來臺國際旅客目標千萬人次，截至11月12日止，累計來臺旅客約649萬人次，而日本是臺灣在東北亞市場重要客源國之一，依據觀光署10月最新統計資料顯示，日本旅客訪臺已突破100萬人次，與去年同期相比成長近5成，顯見日本民眾對來臺旅遊具高度興趣，值得持續推廣。</p> <p>為持續推動日本旅客來臺，促進疫後臺日雙方業者合作，觀光署委託臺灣觀光協會規劃，組團參與一年一度日本最大型旅展「日本旅展」(Tourism EXPO Japan)，集結觀光署國家風景區管理處、縣市政府以及旅行業、旅宿業、航空公司等觀光業者，共同組成臺灣觀光代表團</p>												

，並擴大臺灣館建置規模，以觀光署最新「Taiwan-Waves of Wonder」及日本市場推廣主題「ビビビビ!臺灣」Slogan為主軸，用美食、美景與美麗的人情味吸引年輕客群，鼓勵喜愛臺灣的日本旅客實際赴臺旅遊，期推動冬季及2025年度訪臺日本旅客人次再創高峰，吸引更多日本民眾到臺灣觀光。

Tourism EXPO Japan (TEJ) 為日本最大旅遊展，往年輪替於東京、大阪兩地舉辦，於Covid-19疫情前皆可引進15萬人以上觀展民眾。2023年於大阪舉辦，共吸引日本全國45個一級城市、70個國家或地區、1,275 家企業團體參加，共計14萬8,062人次參觀。今年度於9月26日至9月29日移師東京舉辦，4天展期達18萬2,934參觀人次。

臺中作為臺灣第二大城市，擁有優越的地理位置和豐富的歷史人文風景，以及季節限定的各項節慶活動。此次臺中市政府觀光旅遊局會同裕元花園酒店共同參展，除向日本遊客提供優質旅館住宿資訊，介紹臺中揚名世界的旅遊景點，如被讚譽為「一生必遊的絕佳美景」-高美濕地、世界級建築師伊東豐雄設計的臺中國家歌劇院、受知名旅遊雜誌孤獨星球選為「世界秘密奇跡」景點的彩虹村，以及發源自臺中、魅力席捲全球的珍珠奶茶等，針對日本客群進行策略性行銷，為實質引客打下基礎，同時也積極接洽日本大型旅行社，期能規劃包裝以臺中為遊臺的中心點，向日本當地遊客及旅行業者推薦一年四季都精彩的中臺灣旅遊，搶攻日本民眾出國旅遊市場。

三、行程表

行程	時間	內容
9/24(星期二) 臺灣→日本	03:00	包車前往松山機場
	09:00-13:10	搭乘華航 CI-220 抵達日本東京羽田國際機場
	14:20-15:00	1. 搭乘 TVA 專車，自羽田國際機場至品川王子大飯店。 2. 整理觀光宣傳資料、伴手禮及籌劃展攤流程。
9/25(星期三) B2B 臺灣觀光 推廣商談會暨 交流晚宴	11:00-11:30	代言人見面會
	13:30-14:00	搭乘 TVA 專車參加 B2B 臺灣觀光推廣商談會 (大倉東京酒店 The Okura Tokyo)
	14:00-15:00	臺灣代表團員及日本業者報到、場佈
	15:00-17:00	B2B推廣商談會(張秀琴專員及邱淑樺科員參加)

	18:00-19:30	交流晚宴 (張秀琴專員參加)
9/26(星期四) 日本旅展	08:30-09:00	搭乘 TVA 專車，自品川王子大飯店至東京國際展示場(Tokyo Big Sight)
	09:00-10:00	展攤布置
	10:00-10:30	臺灣館開幕式、大合照
	10:00-18:00	日本旅展(B2B)，與裕元花園酒店共同參展行銷 臺中觀光
9/27(星期五) 日本旅展	08:00-09:00	搭乘大眾運輸自行前往東京國際展示場(Tokyo Big Sight)
	09:00-10:00	展攤布置
	10:00-18:00	日本旅展(B2B)，與裕元花園酒店共同參展行銷 臺中觀光
	17:30-18:00	檢討會議(地點：臺灣館)
	18:00	自行返回住宿飯店
9/28(星期六) 日本旅展	08:00-09:00	搭乘大眾運輸自行前往東京國際展示場(Tokyo Big Sight)
	09:00-10:00	展攤布置
	10:00-18:00	日本旅展(B2C)，與裕元花園酒店共同參展行銷 臺中觀光
	18:00	自行返回住宿飯店
9/29(星期日) 日本旅展	08:00-09:00	搭乘大眾運輸自行前往東京國際展示場(Tokyo Big Sight)
	09:00-10:00	展攤布置

	10:00-17:00	日本旅展(B2C)，與裕元花園酒店共同參展行銷 臺中觀光
	13:50-14:10	臺中市政府舞臺活動
	17:00-17:30	收拾展品、撤場
9/30(星期一) 日本→臺灣	11:30	品川王子大飯店大廳集合、團員完成 Check-out 手續
	11:40-12:30	搭乘專車前往羽田國際機場
	14:30-16:55	搭乘華航 CI-221 班機返回臺灣

四、過程

113年9月24日(星期二) 出發日本東京

出發日。

搭乘中華航空CI-220上午9時班機，自松山機場起飛至日本東京羽田國際機場。抵達時間約為日本當地時間下午1時10分，下午2時20分完成出境。東京羽田國際機場與成田機場並列為東京兩大聯外機場，亦為日本國內航線樞紐，無論在面積、起降航班或旅客流量上，均為日本民航機場之最，2019年名列世界客運流量第5高的機場，出入境國際旅客眾多。

因本次日本東京旅展臺灣參展單位報名踴躍，旅行社規劃不易，後安排參展單位入住品川王子大飯店，其客房數為日本規模最大，並設有電影院、水族館等娛樂設施，且位於JR線、京急線品川站步行約2分鐘之處，無論往羽田機場或都內主要地區的交通皆非常便捷，有利於旅展期間自行搭乘大眾運輸前往旅展會場(地點：東京國際展示場Tokyo Big Sight)。

於入住後，本市代表人員即聯繫裕元花園酒店業者，統整出此次參展單位資源，並建立line群組聯繫管道，以方便於旅展期間共同推廣本市觀光資源，並相約於9月25日上午推廣商談會前事先研商討論，提議本次旅展參展單位可至臺中攤位共同宣傳，以增加臺中觀光產業能見度。

113年9月25日(星期三) 大倉東京酒店(The Okura Tokyo)舉辦代言人見面會、B2B推廣商談會

交通部觀光署於9月4日發表日本市場臺灣觀光最新代言人—妻夫木聰，9月25日當日於大倉東京酒店舉辦代言人就任儀式，由國民男神妻夫木聰介紹來臺拍攝宣傳影片的景點與心得分享，包含嘉義阿里山採茶趣、觀賞日月潭湖光美景、宜蘭釣蝦體驗等，並由觀光署周永暉署

長授予代言人委任書，妻夫木聰更親自品嚐臺式特色早餐—吻仔魚炒飯，向日本朋友推薦臺灣庶民美食及魅力景點，現場吸引數十家日本知名媒體出席。

下午於同場地舉辦B2B推廣商談會，本次臺灣觀光代表團共74個單位、123位業者參加，現場近百名日方業者參與。開場時，輕快活潑的宣傳影片首先吸引了大家的目光，影片中展示了臺灣各地的觀光亮點，搭配節奏鮮明的音樂，讓日方業者眼前一亮。後由交通部觀光署長周永暉說明來臺觀光最新優惠，包含自10月1日至12月31日針對重遊臺灣的自由行旅客參加「遊臺灣金福氣」抽5,000元活動加碼；針對團客獎助自10月起也放寬天數申請門檻、10月1日至12月31日提高團客獎助金額等措施，期透過波段式促銷宣傳，創造臺灣觀光話題、帶動日本人來臺旅遊新風潮。

商談會採由日方業者自行跑桌方式進行，觀旅局準備了6款日文版的文宣摺頁，包括「自行車旅遊」、「自然樂活」、「精選必玩」、「美食探險」、「登山健行」以及「捷運旅遊」等主題，並備有「阿聰師小芋仔禮盒」贈與日方會談廠商。於商談會上與多位日本旅遊業者、機關單位進行了深入交流，介紹了臺中熱門的觀光景點，如彩虹村、宮原眼科、國家歌劇院等，許多業者對臺中特色美食，如珍珠奶茶、夜市小吃等表示濃厚的興趣，並對洪瑞珍三明治也給予高度評價，特別是日本年輕旅客群體對其情有獨鍾。此外，他們積極探詢有關臺中近年來新興景點及在地美食的資訊，以及抵達臺灣後應如何搭乘大眾運輸工具來到臺中。

下午6時臺日代表交流晚宴正式舉行。觀光旅遊局由觀光管理科張秀琴專員代表出席，並在晚宴中與日本TOUR QUALITY JAPAN旅行部業者積極交流，討論包裝臺中套裝行程的可能性。晚宴中，TVA安排了臺灣阿美族的歌舞表演，不僅藉此推廣原住民文化，同時以阿美族的舞蹈祈求豐年，象徵著臺日觀光交流的復甦。盼未來能再創日人來臺旅遊的新高峰。

113年9月26日(星期四) 東京旅展第一日(B2B)

東京旅展第一日

本次由交通部觀光署組團參加日本東京旅展及臺灣觀光推廣活動，成員包含臺灣航空公司、旅行社、飯店、遊樂區及公部門等觀光相關單位。臺灣參展單位於上午8時20分集合後一同搭乘專車前往旅展會場。此次旅展於東京國際展示場(Tokyo Big Sight)東展覽棟舉行，共計有6個展廳。其中東1、2、3展廳為亞洲、歐美、中東、非洲、大洋洲、航空運輸及旅行相關等業者參展，而日本在地府縣、國內旅遊業者則於東4、5、6展廳參展。此次臺灣館即設於東2展廳，展場面積達400平方公尺以上，共計66個攤位，為有史以來最多、規模最大，並搭配交通部觀光署最新「Taiwan-Waves of Wonder」及宣傳主軸「ビビビビ!臺灣」Slogan，以活潑的閃電、驚嘆號元素，呈現嶄新的風格及時尚氣勢。

本次旅展開放時間為上午10時至下午6時，舉辦地點東京國際展示場(Tokyo Big Sight)位於日本東京都江東區有明，為日本國內最大的國際展示廳，總展示面積達115,42平方公尺，居日本之首，每年舉辦活動約300場，接待國內外賓客約1400萬人次，東京諸多重要的展覽會與貿易展均在此舉行，是日本國內數一數二的展示中心，其所在的臨海副都心區域住宿設施

及商業設施林立，無論從市中心或機場往來交通皆非常便捷。

此次旅展中，觀光旅遊局準備了近2000份文宣摺頁，包括日文版與英文版的「精選必玩」、「美食探險」、「自然樂活」、「登山健行」、「捷運旅遊」等主題，還備有多種具有臺中特色的行銷宣導品，包含資料夾、谷關七雄登山帽、行李束帶、證件收納包、自行車束口袋及頭巾等要贈與來臺中展攤之民眾。為提供日本民眾更好的服務品質，本局在攤位聘用了2名具日文及中文能力之工作人員，於旅展開展前進行教育訓練，確保瞭解臺中的觀光資源、並清楚說明文宣發放及活動贈品之方式。另外，聯想國際行銷有限公司蔡振宇副總經理也一同於臺中展攤設攤，積極宣傳介紹「台灣好行」特色，並提供相關宣導品與民眾互動。

第一天上午開幕儀式由阿美族歌舞表演拉開序幕，吸引眾多海內外業者駐足觀賞，並由交通部觀光署長周永暉、臺灣觀光協會榮譽會長葉菊蘭、駐日代表李逸洋、臺灣觀光協會會長簡余晏等主持開幕，藉由臺灣觀光品牌3.0版「台灣魅力·驚喜無限」、觀光署活動「嗶嗶嗶嗶！台灣！」以及新任命的日本市場台灣觀光代言人妻夫木聰，全面開展日本市場。並推出一系列團體旅遊及自由行優惠，期將臺灣純樸的部落旅遊、生態旅遊及各景區的茶旅、咖啡旅、鐵道旅遊等介紹給日本旅客，本局則由張秀琴專員代表上臺共同參與開幕活動。

旅展前兩日僅開放業者參加，許多日本旅遊業者、政府機關及航運公司、鐵道株式會社等紛紛至臺中攤位拜訪，對於從日本前往臺中之交通方式、車程時間與推薦景點等表現出濃厚的興趣。針對日本旅遊業者的多樣化需求，觀旅局團隊與翻譯人員提供了團體套裝行程與自由行散客推薦遊程的參考，並重點介紹近年來臺中的新興觀光景點，如結合日式建築、漫畫與展覽特色的國家漫畫博物館，以及能體驗量身打造自行車服與VR實境的自行車文化探索館，這些景點吸引了在場業者的高度關注。此外，2024臺中國際花毯節的宣傳看板，以鮮豔的花卉景色和宇宙星球主題為特色，也成功引起日本業者的興趣，不少人詢問活動開始的時間，展現出對此活動的期待。

當天，許多日本知名旅遊業者如JTB各支社、東武Top Tours、阪急交通社、TOUR QUALITY JAPAN等多家具指標性的旅行業者等紛紛造訪臺中攤位，觀旅局團隊也握機會，與裕元花園酒店業者聯合拜會當地大型旅行社，包括HIS日本旅行社、JR東日本旅遊銷售公司、KNT近畿日本旅行社等，洽談以臺中為主題的特色行程合作方案。此外，IG知名網紅【Keiko在臺灣】(Tada Keiko)也拜訪臺中攤位，在現場人員的熱情介紹下，她參加了填寫問券、追蹤大玩台中IG粉絲專頁送好禮的活動，並將攤位遊戲好禮及臺中觀光景點資訊分享至自己的IG限時動態，成功為臺中攤位帶來網路話題熱度，吸引了大量粉絲關注。另依大會統計，本日共計有36,459人參加旅展。

113年9月27日(星期五) 東京旅展第二日(B2B)

東京旅展第二天亦僅開放業者參觀，上午，觀旅局團隊前往神奈川縣橫濱市拜會公益財團法人橫濱市觀光協會，深入探討疫情後日本民眾選擇海外旅遊目的地的動機轉變，並就如何吸引日本旅客至臺中旅遊進行交流。雙方針對日本民眾對臺灣的印象，以及日本主要出境旅遊

市場（如自由行旅客及20多歲的年輕族群）進行深入討論，探討未來可行的宣傳方向。會後，團隊參訪橫濱的著名景點，包括象之鼻公園、紅磚倉庫等具有西洋建築風格與歐式街道氛圍的景點，並搭乘橫濱空中纜車欣賞海灣美景，進一步了解該地的旅遊推廣方式。

下午，團隊返回展場，與日本人氣旅遊網站Asoview株式會社商討如何拓展臺灣的入境市場。其建議應將臺中的旅遊特色融入該網站的宣傳規劃中，例如結合臺中在地品牌推出獨家優惠方案，並在網站設立臺中專區，推薦當地的熱門景點、美食及購物場所。同時，藉由分享臺中的旅行體驗，深化日本民眾對臺中觀光的印象，讓臺中成為日本旅客選擇臺灣旅遊時的重要選項之一，而不再僅侷限於臺北或高雄。

展會間隙，觀旅局參展人員利用人潮稍退的空檔，參觀其他國家的展攤以觀摩學習，包括韓國、大陸地區、香港及其他國際航空公司和旅行社的攤位。其中，韓國館特別引人注目，其整合了國內主要城市共同參展，以全球聞名的K-POP為主題設計展館，並舉辦韓式彩妝課程、似顏繪活動、傳統韓服試穿及免費韓式小吃品嚐等，成功結合傳統與現代文化特色，吸引大批人潮。另外，一般民眾較為陌生的國家，如斐濟、蒙古、印度及烏茲別克等展館，則以濃郁的異國風情為主軸，透過民族服飾、音樂表演、舞蹈及特色樂器演奏，營造出熱鬧且充滿吸引力的氛圍，使展館人氣居高不下。香港展館則以透明電視牆和巨大布幕裝飾為亮點，中央設置交流攤位，方便業者間進行洽談。醒目的「香港」字樣與創意展示設計吸引了眾多參觀者駐足。根據大會統計，當日共有35,359人參加旅展，現場氣氛熱烈，參展效果顯著。

113年9月28日(星期六) 東京旅展第三日(B2C)

週六為旅展首日開放一般民眾參觀，為人潮最多的一天。臺灣館推出的集章活動吸引了大批民眾參加，民眾只需在館內蒐集12個印章，即可至列車體驗區櫃檯兌換精美小禮物。一早前來排隊的民眾便絡繹不絕，將整個臺灣館擠得水洩不通。旅展自上午10時開幕以來，臺中攤位便陸續迎來靠櫃諮詢的民眾，其中包括曾經造訪過臺中的旅客。透過精通日文的工作人員向訪客介紹臺中的特色景點，並引導填寫「臺中旅遊好感度問卷調查」，以了解日本民眾對臺中的看法與建議。問卷內容涵蓋以下問題：

1. 是否喜歡此次旅展的介紹？
2. 臺中是否為未來到臺灣旅遊的首選城市？
3. 來臺灣旅遊的主要動機（美食、景點、日本遺跡等）？
4. 在臺灣介紹中印象最深刻的部分？
5. 對臺中這座城市的印象？

另有對臺中客家文化行程的調查，民眾填寫完成問券後即可獲贈印有臺中意象的購物袋與融入客家元素設計的紅龜粿零錢包，讓參與者不僅加深對臺中景點的印象，也能帶回具紀念意義的宣導品。

臺中攤位於本次旅展中的主題包括「季節限定遊程」、「大梨山地區旅遊」及「中臺灣元宵燈會」，鼓勵日本旅客以臺中為中心探索中臺灣的四季之美。展攤設計則以珍珠奶茶、臺中公園湖心亭及臺中國家歌劇院等造型手舉牌作為裝飾，吸引許多家庭圍觀，並熱情索取觀光文宣。曾造訪過臺中的民眾回憶起宮原眼科冰淇淋及色彩繽紛的彩虹村，對其難忘的魅力都讚不絕口，並表示願意再度來訪。我們特別向他們推薦多元的山海旅遊路線，包括大坑登山步道、自行車道騎行、農遊採果、溫泉放鬆及夕陽觀賞等，盼重遊的旅客能發現臺中的新魅力。另有不少在日本工作多年、鮮少回國的臺灣民眾也特地造訪臺中館，欣喜於能看到熟悉的家鄉景色，並用中文與攤位人員親切交流，紛紛拿起臺中意象的手舉牌拍照留念，表達對家鄉的深切情感。

觀光旅遊局參展人員下午也抽空至日本國內其他攤位觀摩學習，並拜會友好城市如大分縣、鳥取縣、青森縣及名古屋市的展攤。觀察到日本業者擅長以人氣吉祥物和代表性特色小物來吸引大朋友、小朋友與其互動拍照，形成熱鬧的排隊人潮，並成功營造出趣味與親和力兼具的攤位氛圍。本日共計有56,247人參加旅展。

113年9月29日(星期日) 東京旅展第四日(B2C)

東京旅展第四日亦開放一般民眾進場參觀，吸引大批人潮湧入展館。臺灣館內，裕元花園酒店設有獨立展攤，並與觀光旅遊局緊密合作，透過相互宣傳的方式提升曝光度。觀旅局特別於臺中展攤陳列酒店文宣摺頁，並鼓勵訪客前往裕元花園酒店攤位按讚打卡領取精美小禮物。雙方攜手，為日本民眾提供更全面的旅遊與住宿資訊。此外，臺中展攤設計了多樣化的互動遊戲，參觀者只需掃描QR Code至「大玩台中」臉書或IG粉絲專頁按讚，或手持臺中宣傳手舉牌拍照並上傳限時動態，即可兌換限量好禮。該活動引發民眾熱烈回應，攤位前人氣爆棚，並成功在社群平台上創造高度聲量。

觀旅局為此次東京旅展準備了2,000份文宣摺頁與1,250份宣導品，但在日本業者與民眾的熱情參與下，9月29日上午，絕大多數文宣與贈品即已發送完畢。特別是「美食探險」摺頁，吸引最多民眾詢問，顯示臺中的美食對日本遊客具有強大吸引力，讓市府業者與攤位廠商進一步掌握日本旅客的喜好與需求。

當日下午1時50分，臺中攤位於臺灣館主舞臺區舉辦舞臺活動，聘請一名活潑專業的主持人介紹臺中觀光景點，主持人藉由提問互動與發送贈品，成功吸引大量民眾聚集舞臺前參與搶答，現場氣氛熱烈。參與者不僅開心領取宣導品，還透過活動進一步了解臺中的旅遊魅力。同時，大螢幕上重複播放「米其林24小時不斷電」、「Taichung. The Heart of Taiwan」及「夜臺中」等宣傳影片，大幅提升臺中的知名度。

根據主辦方統計，本日共有56,247人次參與旅展，展現出極高人氣。2024年東京旅展吸引來自80個國家和地區、超過1,200家廠商參展，四天活動共計吸引182,934人次參觀。其中，臺灣館表現出色，以攤位熱鬧、資訊豐富、服務親切等亮點，榮獲Tourism EXPO Japan 2024 (TEJ)「旅遊愛好者票選準優勝獎」(相當於第二名)，並於下午4時30分的閉幕典禮中接受官

方頒獎，獲得日方及國際參展者一致讚譽。

東京旅展四天中，前兩日僅開放旅遊業者與媒體進場，後兩日則迎接一般民眾參觀。臺中攤位吸引民眾大量詢問，主要集中於交通相關問題，例如從臺北如何前往臺中、所需車程時間與距離、日本直飛臺中的航線，以及如何利用大眾運輸到達各主要觀光景點等，顯示出日本民眾對前往臺中旅遊興趣濃厚，但便利的交通仍是他們重要的考量因素。

113年9月30日(星期一) 返回松山機場

返國當日，臺灣業者於上午11時40分在品川王子大飯店集合，隨後搭乘華航CI-221班機返臺。班機於下午2時30分起飛，並於4時55分順利抵達臺灣，為此次東京旅展的行程劃下圓滿句點。

五、心得

(一) 觀光設施對外國旅客的友善體驗

作為觀光大國，日本在傳統文物保存、觀光亮點營造、伴手禮包裝以及各類藥妝店的陳列展示等方面展現出強大的吸引力。許多店家更特別雇用通曉中文或英文的店員，大幅減少語言溝通上的障礙，提升國際旅客的便利性與購物體驗。

在本次旅展期間，我們參訪了多個觀光地區的旅客服務中心，深刻體會到其友善的設施與周到的服務。例如，新宿旅遊問訊處不僅提供多語言的文宣摺頁，還設置自動兌換外幣機、WIFI服務及旅遊諮詢臺，更提供多種尺寸的置物櫃，方便攜帶大件行李的旅客使用。此外，在觀光客聚集的橫濱市區，也為旅客精心規劃了連結主要觀光景點的周遊巴士「紅鞋號」，讓自由行旅客能夠輕鬆往返市內的重要景點，體現出對旅客需求的細緻考量。

(二) 善用社群平台提升活動宣傳效果

旅展期間，我們參訪了其他國家、城市的展攤並進行觀摩學習，發現無論是日本國內展館還是海外國家展區，都十分重視社群平台的運用。他們普遍鼓勵參展民眾掃描QR Code，加入臉書或IG粉絲專頁進行打卡按讚、留言分享，或完成線上問卷，以獲得精美小禮物。

此舉不僅能迅速提升社群粉絲的訂閱人數，還能利用社群媒體的廣泛影響力，將活動資訊傳遞給更多潛在旅客，便於後續推播活動最新消息。此外，透過活動收集到民眾的個人資料，能進一步分析其喜好與旅遊趨勢，為未來的行銷策略提供有力依據。這種互動方式不僅增強了參展者的參與感，還有助於培養忠實的社群粉絲，達到長期行銷效果。

(三) 遊戲體驗與吉祥物吸引民眾熱烈參與

東京旅展各國的展攤活動豐富多元，特別著重於與觀展民眾的互動與趣味性。例如，扭蛋機、抽籤筒、擲骰子等試手氣贏好禮的小遊戲備受歡迎；此外，還有VR虛擬實境體驗、棒球投手挑戰賽及溫泉水試飲等創意活動，讓參觀民眾感受到耳目一新的體驗。各國家和城市也派出本地人氣吉祥物與民眾互動拍照，成為現場的一大亮點。其中，知名度極高的日本熊本縣吉祥物「熊本熊」更是一登場便引發轟動，吸引大朋友小朋友爭相合影。排隊人潮將攤位擠得水洩不通，為熊本縣攤位注入超高人氣與魅力，進一步提升了現場的關注度與吸引力。若臺中攤位未來能邀請臺中城市吉祥物「石虎家族」參與，與現場民眾進行互動遊戲和合影留念，必定能吸引更多人氣，並為活動增添亮點與話題性，進一步提升臺中的品牌形象與國際曝光度。

六、建議

(一) 積極參與國際旅展，提升臺中曝光度

日本旅展每年吸引約20萬名觀展民眾進場，日本民眾對臺灣文化的喜愛以及臺日之間的友好互動非常明顯。然而，在推廣過程中也發現，多數日本民眾對臺北與高雄較為熟悉，對於臺中的地理位置與旅遊資訊則相對陌生。

本次參展，我們特別準備了多款日文版文宣手冊，包括「精選必玩」、「美食探險」、「自然樂活」等內容，全面介紹臺中的特色旅遊亮點。同時，根據2024年日本推廣案的問卷調查顯示，超過九成的日本旅客選擇自由行來臺，因此建議未來在文宣中新增臺中與臺北、桃園、高雄等主要城市的相對位置圖，並提供詳細的大眾交通路線及轉乘資訊。

此舉將有助於自由行旅客快速掌握從抵達臺灣到前往臺中的交通方式，提升旅遊便利性，縮短旅途中的時間成本，進一步增強臺中作為日本民眾出國旅遊的吸引力與可及性。

(二) 以臺中豐富景點與深厚人文底蘊吸引日本旅客目光

根據2024日本推廣案的問卷結果顯示，臺灣對日本民眾的主要吸引力來源依序為美食（90.4%）、自然風光（63.4%）以及人民友善（57.1%）。其中，臺中的彩虹村以其鮮豔美麗的牆面和彩繪風格，特別受到日本旅客的青睞，其色彩繽紛的藝術表現與深厚的人文故事成功吸引了日人的目光。

此外，不少曾造訪臺中的日本旅客對宮原眼科留下深刻印象。這裡不僅提供豐富的特色伴手禮選擇，更以口感細膩、風味多樣的冰淇淋成為旅客的必訪之地。而在旅展期間，以臺中「美食探險」摺頁最受日本民眾歡迎（封面為逢甲夜市），於旅展第三日（9月28日）此款摺頁即全數發送完畢，顯示日本旅客對臺中的夜市小吃和多元美食文化抱有極大興趣。

為進一步吸引日本旅客，建議未來加強宣傳臺中在地的特色美食，包括夜市文化與知名米其林餐廳，並將臺中定位為集結美食與人文體驗的必遊城市，提升臺中的國際知名度

與旅遊吸引力。

(三) 推廣臺中新興景點，利用KOL與社群媒體擴大影響力

針對日本年輕人市場（20至35歲），建議集中推廣近年來臺中的新興特色景點，這些地方融合創意與獨特體驗，極具吸引力。例如，結合日式建築、漫畫與展覽的國家漫畫博物館，提供量身定制自行車衣體驗的自行車文化探索館，以及以現代設計和濃厚文創氛圍著稱的最新熱點——BUTTER HOTEL奶油飯店等，這些新興景點相信能夠引起日本年輕人的強烈興趣。

此外，為進一步吸引年輕客群，建議可邀請IG網紅、YouTuber等在社群上具有極大影響力的人前來臺中拍攝影片，發布限時動態或社群貼文，向他們的粉絲群體介紹臺中獨特的景點、豐富的美食及購物樂趣。透過這些自媒體的強大影響力，可以迅速擴大臺中在日本市場的曝光度，將臺中作為一個充滿活力與創意的旅遊目的地呈現給年輕旅客，進一步提升其在網路平台的聲量和關注度。

七、新聞輿情蒐集

臺灣媒體露出：

【市政新聞】

力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://www.taichung.gov.tw/2767951/post>

網路新聞：13則

1.全國廣播/拓展國際市場 中市觀旅局赴日推廣城市魅力

<https://reurl.cc/aZvWGQ>

2.新華報導/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://reurl.cc/nq08O8>

3.民生電子報/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://lifenews.com.tw/196077/>

4.Yahoo新聞/拓展國際市場 中市觀旅局赴日推廣城市魅力

<https://reurl.cc/INdxEE>

5.蕃薯藤news/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://n.yam.com/Article/20240930558654>

6.Owlnews /力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://news.owlting.com/articles/823960>

7.記者新聞網/ 力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://lai-media.net/archives/1791110>

8.媒事看新聞/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://reurl.cc/r387Z1>

9.台灣線報/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://reurl.cc/5DqA8G>

10.台灣新聞雲報/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://reurl.cc/d15Me2>

11.火報/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://reurl.cc/26gd8m>

12.台灣電報/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://reurl.cc/6jl6L5>

13.天天上新聞/力拚國際市場！中市觀旅局赴日本參加最大旅展 推廣旅遊魅力引客來台中

<https://reurl.cc/jQ5nRy>

日本當地新聞媒體露出：日本千葉電視台專題報導（露出畫面如附件）

附件：



臺灣觀光 B2B 推廣商談會
(地點：大倉東京酒店 The Okura Tokyo)

臺灣觀光 B2B 推廣商談會
(地點：大倉東京酒店 The Okura Tokyo)



向 JR 東日本旅遊銷售公司推廣臺中遊程

臺中市政府代表與日本知名旅行社 HIS 合影



商談會上與日本 JTB 海外商品部業者交流

商談會上與日本媒體近距離交流



9月25日懇親晚宴大合照，預祝旅展成功



懇親晚宴由各單位業者提供摸彩品抽獎



日本最大旅遊展 Tourism EXPO Japan 2024 (TEJ)
(辦理地點：東京國際展示場 Tokyo Big Sight)



日本最大旅遊展 Tourism EXPO Japan 2024 (TEJ) 宣傳海報



觀光署延續去(2023)年「嗶嗶嗶嗶！臺灣！」宣傳主軸



臺灣館以「藍皮解憂號」外觀打造列車區供民眾打卡拍照



旅展臺灣館開幕，由「米大創意」帶來精彩的阿美族歌舞表演



臺灣觀光代表團於旅展開幕式合影



臺中攤位布置



B2B 旅展與日方業者互動、打卡填寫問券



B2C 旅展，向日本民眾介紹臺中特色景點



日本 IG 網紅來臺中展攤參觀，後於 IG 發布限時動態



本市宣傳影片於舞台活動大螢幕投放



舞台活動現場民眾踴躍參與



臺北駐日經濟文化代表處橫濱分處處長張淑玲來臺中攤位參觀



日本最大的電子商品連鎖品牌-Bic Camera 人員來臺中館參觀



日本人氣旅遊網站-Asoview 株式會社人員造訪臺中攤位



TOUR QUALITY JAPAN 旅行部人員主動至臺中攤位交流



拜訪自行車友好縣市大分縣攤位



拜訪姊妹市鳥取縣展攤



拜訪日本友好城市青森縣攤位



日本友好城市名古屋市來參觀臺中攤位



參觀韓國館，以色彩繽紛的霓虹燈裝飾，營造出充滿活力與現代感的視覺效果



韓國館彩妝體驗活動吸引民眾爭相排隊報名



烏茲別克館提供傳統服飾穿著體驗



斐濟館以節奏明快的歌舞表演吸引眾多民眾駐足觀賞



參訪神奈川縣橫濱市區景點-紅磚倉庫



搭乘橫濱空中纜車，欣賞海灣城市美景



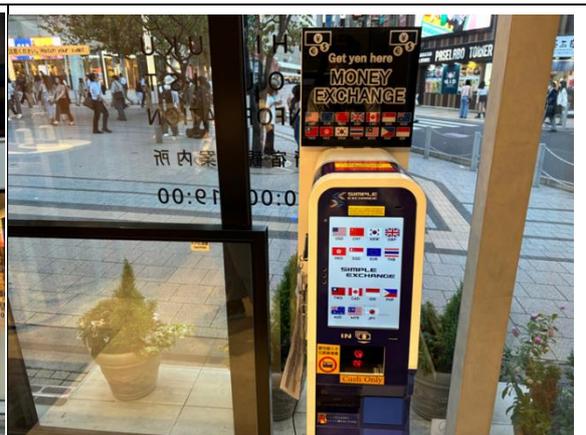
橫濱觀光景點周遊巴士「紅鞋號」，站牌標示清晰、簡潔



拜訪公益財團法人橫濱市觀光協會



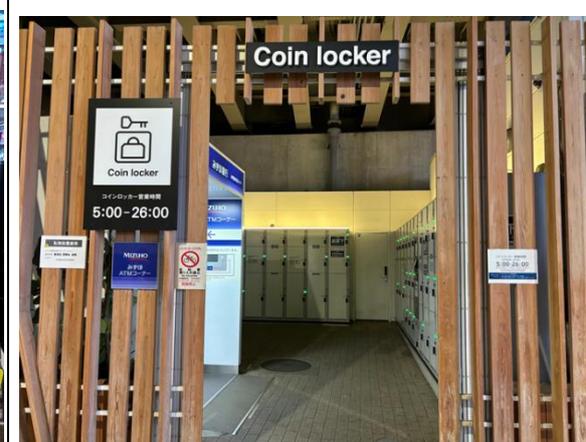
參訪新宿旅遊問訊處



新宿旅遊問訊處提供多國外幣兌換機



旅客服務中心提供多國語言文宣摺頁



旅客服務中心旁設有置物櫃，便利攜帶大型行李箱之民眾寄放

日本當地新聞媒體露出畫面：





9/17-9/20 日本千葉電視台專題報導，強力放送臺中知名觀光景點與伴手禮芋頭酥等美食