

彰化縣議會議員出國考察報告表

出國人員	溫芝樺
出國地點	日本
出國日期	自 108 年 07 月 16 日至 108 年 07 月 22 日為期 7 日。
報告日期	108 年 08 月 05 日
考察目的	考察當地經濟、交通、文化、觀光等產業及設施
考察經過	大阪-京都-滋賀
考察心得 建議事項	<p>高雄市長韓國瑜先生於競選時以一句口號：「貨出的去，人進的來，高雄發大財」引起國人共鳴，如何讓這句口號徹底落實，實現既有的初衷，觀察發現，國人對於日系商品由衷青睞，為此，芝樺到日本境內人口密集度亦相當高的大板市進行實地考察。</p> <p>大阪市經濟發達，是日本經濟規模第二大的城市，2014 年資料統計，市民所得約有 83,246 億日元，其中服務業佔 86.2%，也佔日本總量的近 4%，遠超位於第三位的橫濱市，現在服務業中的資訊、觀光、環境、健康醫療等產業成為大阪市主要的成長產業。</p> <p>服務業首重吸引客戶的目光，達到商業目標，完成實質的經濟收益，視覺上的吸引力尤其重要，日本包裝設計大師卷波宰平（Saihei Makinami）曾預言日本境內廣大的消費力，如何在眾多目不暇給消費產品上，爭奪消費者目光，包裝設計最為重要。芝樺訪查發現，在門市架上暢銷的商品如糖果或餅乾等，往往會依照季節性在包裝上變換當季的設計元素，或推出季節限定口味或包裝。</p>

續前頁接上

此外，包裝上也善用「讓味蕾轉換成景致」的設計手法，例如放有果乾的日本酒，在包裝設計的視覺上就會運用粉嫩的色塊代表果乾，雪晶圖案代表薄荷糖，搖晃瓶身，就像是細雪紛飛的新瀉冬日。另外透過巧思讓消費者感受產地情懷、用設計帶動災區經濟、結合異國風情滿足當地消費市場等，都是日本在包裝設計上獨有的細膩度。

彰化位居臺灣中部，土地肥沃，物產豐饒，有臺灣穀倉、農業大縣之稱，員林的楊桃、芬園的荔枝、大村、溪湖的葡萄、社頭的芭樂和大城的西瓜都是優良的農產品，我們產量豐厚，品質優良，但往往產量過剩，影響批發市場的價格，農民無法有效改善經濟水平及生活環境，甚至誘發世代斷層，年輕人不願意再次投入農產品的領域，因此如何讓優質的農特產品吸引國人的消費力並適度的外銷出口，供需平衡相當重要，此次前往日本大阪市實地考察，發現日本的包裝設計簡化了文字的壟贅，在設計上運用色彩、圖畫與地方文化，在包材的選擇，都透過紙質的變化讓產品多了層次和風味，日本設計力所帶來的經濟效應，確實值得我們重視與省思。

越來越多的新銳設計師載譽歸國，期許未來能逐步活躍世界的舞台，把國際引入台灣的置高點，讓我們迎向趨勢的浪頭，將日本甚至北歐的設計精神與美學素養帶進台灣，讓台灣的產業可以日趨精緻化，讓視覺衝擊創造更多的消費力，帶動國內外更多的消費族群，不僅外銷農特產品、更要透過細膩的設計力，喚起世界各國對於台灣的觀光熱潮，讓「貨出的去，人進的來，一齊發大財」