

出國報告（出國類別：考察）

日本東京旅遊博覽會及農村旅遊 發展計畫

服務機關：行政院農業委員會

姓名職稱：周若男副處長、廖麗蘭技正

派赴國家：日本

出國期間：105年9月21日至25日

報告日期：105年12月23日

目 錄

摘 要.....	2
壹、前言.....	3
貳、目的.....	4
參、行程及人員.....	4
肆、考察紀要及心得.....	6
伍、檢討與建議.....	29
陸、附錄一(GIAHS 登錄區/系統).....	30
柒、附錄二(參訪實錄).....	31

摘 要

日本為行政院農業委員會推動農遊國際化之新興目標市場及農村旅遊發展成熟國家，爰於 2016 年 9 月 21 日至 25 日赴日考察 2016 日本東京旅遊博覽會及推動農村綠色旅遊相關政策與經驗，為期 5 天計參與 2016 日本東京旅遊博覽會、東京地區臺灣觀光商談會、臺灣觀光說明會及臺灣觀光懇親會活動，並訪問或參觀農林水產省農村振興局、全國農協觀光協會、日本都道府縣物產館、農產品直銷所及體驗農園等公私部門等處，考察日本綠色旅遊、國產食材運用及農村都市交流等政策、作法與經驗，作為行政院農業委員會推動農業旅遊在地國際化策略規劃之借鏡。

「考察日本東京旅遊博覽會及農村旅遊發展計畫」

出國報告

壹、前言

為因應農業產業結構調整及觀光多元遊憩需求，行政院農業委員會(以下簡稱本會)積極促進農業一級生產、二級加工及三級體驗服務的創新運用，結合在地農村景觀、農業文化創意及食農教育概念等元素，輔導傳統農業升級朝向在地化的休閒農業旅遊產業發展，並提升產業服務質量及友善旅遊環境，創造農業多元附加價值，提供民眾參與農業生產、生活、生態與生命之體驗，促進農業增值、地產地消與農村永續，體認農業多元功能。

據統計 2015 年來臺旅客首次突破千萬達 1,043 萬 9,785 人次，其中日本來臺旅客計 162 萬 7,229 人次，「觀光」目的占 118 萬 7,552 人次，為來臺第 2 大客源國(僅次於大陸)。臺日觀光官方及業界自 2008 年起合作建立臺日觀光高峰論壇平臺，以擴大兩國觀光交流規模，提升雙方遊客來往質量，並於 2016 年 5 月 20 日假宜蘭縣舉辦之第 9 屆會議中決議臺日雙方交流人數朝 600 萬人次之目標努力實現。

本會為拓展休閒農業旅遊市場，積極推動農遊國際化，將日本列為新興客群市場之一，參與日本當地大型展會辦理推廣行銷確有必要；又日本極力發展在地農村觀光及農特產品地產地消，對於農業增值及農村維護等深具效益，可作為本會農業旅遊在地國際化推動策略規劃之參考。

貳、目的

- 一、瞭解日本農林水產省及全國農協觀光協會推動都市與農山漁村交流及綠色旅遊等之背景、政策內容、目標及經驗交流。
- 二、考察農產品直銷所、日本都道府縣物產館、綠燈籠餐廳及農業體驗活動等辦理情形。
- 三、考察參與東京世界旅遊博覽會(日本年度規模最大國際旅展)及推廣會活動行銷臺灣觀光及休閒農業旅遊辦理情形，並瞭解日本當地農業觀光相關資訊。

參、行程及人員

- 一、為執行本項計畫，承蒙本會駐日本代表處經濟組戴德芳秘書協助安排行程，赴日期間戴秘書並親自陪同並協助翻譯，另企劃處胡處長忠一提供相關參考資料，讓參訪行程安排順利且豐碩，上揭專家人士大力協助，特此銘謝。
- 二、本次研習行程為2016年9月21日至25日共5天，計參與2016日本東京旅遊博覽會、東京地區臺灣觀光商談會、臺灣觀光說明會及臺灣觀光懇親會活動，並安排拜訪或參觀農林水產省農村振興局、全國農協觀光協會、日本都道府縣物產館、農產品直銷所及體驗農園等公私部門等處。行程表如下：

日期	行程內容	地點
9月21日	■ 搭乘中華航空 CI-220 班機，自臺北松山機場	東京

(三)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 前往日本東京羽田機場(09:00/12:55)。 ■ 東京地區臺灣觀光商談會。 ■ 東京地區臺灣觀光說明會。 ■ 東京地區臺灣觀光懇親會。 	
9月22日 (四)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 參訪千葉縣農產品直銷所。 ■ 下午參訪東京交通會館、鹿兒島、北海道等物產館。 	千葉 東京
9月23日 (五)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 拜會農林水產省農村振興局，考察綠色旅遊及城鄉交流推廣策略。 ■ 拜會全國農協觀光協會，瞭解民間機構推動綠色旅遊、農業體驗等措施。 ■ 參觀農業農村展示館。 ■ 體驗綠燈籠餐廳。 	東京
9月24日 (六)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 參與全國農協觀光協會辦理之自然體驗一日遊活動。 	茨城
9月25日 (日)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 參訪日本東京世界旅遊博覽會辦理情形。 ■ 搭乘中華航空 CI-221 班機，自日本東京羽田機場返回臺北松山機場(14:35/17:15)。 	東京

三、人員名單

單位	職稱	姓名
行政院農業委員會輔導處	副處長	周若男
行政院農業委員會輔導處	技正	廖麗蘭

肆、考察記要及心得

一、赴日辦理臺灣觀光推廣工作：

(一)本次由交通部觀光局委託臺灣觀光協會組團赴日，由劉喜臨副局長率隊，共有 122 個單位(包含 9 個縣市政府)共約 240 人前往。本會係輔導臺灣休閒農業發展協會、休閒農場業者共 8 人，參與組團辦理臺灣休閒農業旅遊推廣行銷。

(二)臺灣觀光商談會、說明會及懇親會：該 3 場活動於 2016 年 9 月 21 日假 Grand Prince 新高輪飯店由觀光局東京事務所主辦，包含臺灣觀光推廣說明、洽談及交流活動，並邀請日本當地媒體、旅遊業者等相關單位，與臺灣業者互動交流。觀光局並於說明會中表示，期望臺灣與日本交流人數達 600 萬人次(2015 年已達 540 萬人次，其中日客來臺約占 1/3)。另雲林縣李進勇縣長亦特別介紹 2017 臺灣燈會在雲林(2017/2/11-19)之活動訊息及農特產品推介。

(三)觀光局於 2016 日本東京世界旅遊博覽會設置臺灣館，辦理臺灣觀光行銷推廣工作。

(四)日本東京世界旅遊博覽會(JATA Tourism EXPO Japan，簡稱 JATA 旅博，<http://www.t-expo.jp/>)：

- 1.自 2003 年起，每年秋季 9 月份於日本東京國際展示場(Tokyo Big Sight)舉辦，為東京地區年度規模最大國際旅展，提供日人海外旅遊資訊之最佳行銷展會。並於 2014

年合併公益社團法人日本觀光振興協會辦理之「旅フェア(TABI FAIR)」及一般社團法人日本旅行業協會辦理之「JATA 旅博」成為「ツーリズム EXPO ジャパン(JATA Tourism EXPO Japan)」，合併後第三屆於 2016 年 9 月 22-25 日舉辦。

2.本屆展會主題為「Be part of the world, Travel」，由 5 個主要活動組成：

(1)旅展會場：由來自世界各地 140 個國家和地區，以及日本 47 個都道府縣行政區和 1,181 個公司和組織參與設館展出，辦理觀光旅遊推廣。

(2)JATA 旅遊論壇：包含主題演講、研討會，邀請業界、專家討論旅遊趨勢或議題，主題包含日本及全球-永續旅遊目的地之契機、MICE 與運動、海外旅遊趨勢、日本美食旅遊等。

(3)洽談商務會議：由來自日本和國外的供應商和旅行者面對面洽談媒合。

(4)JAPAN NIGHT 活動：因應 2020 年奧運、殘障奧運將於東京舉辦，從 2016 年起規劃 5 年活動逐漸帶動奧運旅遊風潮，本年度於日本橋地區辦理下午至晚上之半日活動，集結日本傳統民俗、地方特色遊行及展攤等，展現日本旅遊豐富度及吸引力。

(5)日本旅遊獎頒發：由日本旅遊促進會遴選表揚對日本旅遊有貢獻之公司、組織及個人。

3.據統計，4 天展期累計入場參觀人數為 185,844 人次，為該展會的歷史新高紀錄。每日參觀人數如次：

日期	天氣	參觀者(人數)
9月22日	雨	業界及媒體 7,011
9月23日	雨	業界及媒體 42,023
9月24日	多雲至雨	一般民眾 70,012
9月25日	多雲至雨	一般民眾 66,798
合計		185,844 (較2015年173,602人成長)

4. 日本農村旅遊展館主題為「歡迎至日本農村旅遊」，除介紹登錄全球重要農業文化遺產(GIAHS)之8個區域，包含石川縣「能登半島里山里海」(能登の里山里海)、新潟縣佐渡地域「與朱鷺共生的佐渡里山」(トキと共生する佐渡の里山)、熊本縣阿蘇地域「阿蘇草原永續農業」(阿蘇の草原の維持と持続的農業)、大分縣国東半島宇佐地域「農林業複合式永續經營模式」(クヌギ林とため池がつなぐ農林水産循環)、静岡縣掛川周邊地域「静岡的茶草場農法」(静岡の茶草場農法)、宮崎縣高千穂鄉椎葉山地域「山區農林業」(高千穂鄉・椎葉山の山間地農林業)、和歌山縣南邊地域「田邊梅產業」(みなべ・田辺の梅システム)及岐阜縣長良川上中流域「清流長良川香魚」(清流長良川の鮎)，並推薦鹿兒島薩摩川內、大分縣白杵、三重縣鳥羽、岐阜縣下呂等綠色旅遊發展區域。

5. 日本各都道府縣等展館，場佈及活動紀實如下：

(1) 展館設計：佈置多採當地特色建築等造型，以當地旅

遊景點大圖輸出，並輔以景點特色介紹及當地特色產品展示，部分展館亦提供虛擬實境圖像供拍照。

(2)行銷活動：各館幾乎都備有數隻吉祥物或卡通造型可愛人偶，除吸引參觀者目光並發送文宣品；另多有填寫問卷送小獎品或參加抽獎活動，問卷內容則多為展板上提供之當地旅遊資訊；部分展館更有特色產品試吃品嚐、溫泉手部試泡，簡易體驗活動或當地傳統或特色服裝試穿等供報名參與，增加與參觀者之互動，活絡展館人氣。

6.旅展期間，展區另設置全國當地丼飯品嚐票選活動區，共有 16 家各地知名丼飯美食攤現場供應，需先購買票券扭蛋，可自選各美食攤位換丼飯一份，至立食區用餐後，憑票券投至各美食攤之小票箱。本活動推廣各地知名丼飯和食，達到以美食帶動觀光之效。

二、拜會農林水產省農村振興局：

日本農林水產省為推動都市農村交流，特設置農村振興局，規劃推動相關系列政策，以提升國人對農業、農產品及農村環境之關心，並以確實增加農民所得為目標。透過分階段推動措施，逐步發展農村綠色旅遊模式，希望未來引進企業常駐經營。紀要如下：

(一)緣起：

1.日本 1999 年制定「食料、農業、農村基本法」基本法，作為邁向 21 世紀發展糧食、農業、農村政策之政策方針，包含確保糧食的安定供給、農業多元機能的發揮，

農業的持續發展、農村的振興等四大政策方向。

- 2.日本農村人口減少、高齡化等問題逐一浮現，致農村地區活力降低、城鄉差距日益嚴重；民眾逐漸開始對農業、農村、健康飲食生活及都市與農村交流等議題產生關心，爰於2007年制定「農山漁村活性化法」，以振興農村地區，擴大促進都市農村交流，並透過農村振興推廣相關計畫補助推動，政策目標定於2020年，都市農村交流人數(須於農村過夜始計入)達1,450萬人次，並促進農村自立並永續發展。

(二)推動理念：

- 1.日本推動都市農村交流，以提升國人對農業、農產品及農村環境之關心，並確實增加農民所得及農村永續發展。
- 2.在實際操作上，第一階段須消除農村抵抗力，首先帶動都市人去農村體驗一天；第二階段延長都市居民停留時間至二日或更久，以深入發現農村的美好，另一方面也讓農村居民更容易接受都市居民，並發掘出農村獨一無二的寶，且發展農業六級化產業及農村相關資源利用；第三階段，農民經營規模擴大發展成企業經營型態或吸引企業加入農村各項事業投資，帶動常態人力進駐、定居，並同步推動農村綠色旅遊各種措施，逐漸發展農村創新經濟模式。
- 3.發展農村綠色旅遊雖有助於農村地區永續發展，但如果無法為在地帶來或創造商機的話，僅為單純觀光是無效

益的。

(三)跨部會分工合作共同推展都市農村交流業務：

1.推動日本學童農山漁村交流活動計畫：

(1)日本學童泛指 18 歲以下之兒童及少年，計畫目的是促進學童在農村進行長期住宿體驗活動，透過農林漁業自然體驗，了解食物及農村的重要性，提升學習意願、獨立自主、主動關懷、社會意識、互助合作等精神，促進學童身心健康成長，且因從小有機會接觸農村環境，長大後較能持續與農村有交流互動。計畫目標是全國 23,000 所學校的學生均能參與農村地區長期住宿體驗活動。

(2)本計畫由農林水產省與文部科學省(同教育部)、總務省(同內政部)合作，農林水產省負責接待環境或設施整備，擔任接受者的角色；文部科學省負責培育師資銜接計畫推動及計畫成效調查研究，並具體實施學童至農村體驗，擔任提供者的角色；總務省則是各縣市政府的推動窗口，各單位要分工且作好份內工作。

2.推動高齡者或身心障礙者至農村體驗計畫：

(1)協助具勞動力之高齡者或身心障礙者至農村工作實際從事簡單農事工作，有益身心勞動或復健，並幫助解決部分農村人力老化及缺工窘境，促進農地活化利用。目前積極宣傳引進身心障礙者至農村，配合該計畫之身心障礙者收入雖較一般勞工少，約 10 萬日圓(約等同剛畢業青年)，但透過接觸大自然環境及體能

活動，並與人群接觸互動，協助身心障礙者情緒穩定及身體健康，有助於提昇生存價值感。

(2)本計畫由農林水產省與厚生勞動省(同衛福部、勞動部)合作，農林水產省輔導適合高齡者或身心障礙者之農村環境建立、農業專家指導及技術研習等，厚生勞動省(同衛福部、勞動部)負責至農村工作人力媒合及福利設施環境整備等。

3.農村活性化人材育成派遣支援隊：

(1)總務省推動區域合作志願隊(地域おこし協力隊)工作，招募都市志願者至弱勢地區(如農村地區)從事至少 6 個月以上與當地經濟發展相關之區域合作工作，例如農村地區之生產栽培、農事操作、加工品開發、銷售管理或農村綠色旅遊服務接待等工作，為人力資源培育運用新模式，類似派遣人力支援農村工作並達培育目的，目標希望任期結束後仍留在弱勢地區生活及工作。總務省負責區域人力招募與派遣隊建立、整體補助計畫規劃、人員募集說明、管理及費用補助控管。據統計，2009 年創立時有 89 名隊員，截至 2015 年已達 2,625 名，其中 6 成在任期結束後留在服務區域定居。

(地域おこし協力隊，<http://www.iju-join.jp/chiikiokoshi/>)

(2)農林水產省將農村之區域合作志願隊，命名為「旧田舎で働き隊」，負責農業人力需求調查與媒合、農村對接組織或團體之培訓及配合總務省整體計畫推動相關工作等。

(四)綠色旅遊(グリーン・ツーリズム)推動措施：

1. 農業觀光合作促進協議：運用農漁村旅遊魅力，並結合觀光資源，共同強化推廣行銷，達到活化農村地區旅遊目的，日本農林水產省農村振興局與國土交通省觀光廳於2014年1月17日簽訂「農業觀光合作促進協議」(農山漁村の活性化と観光立国実現のための連携推進協定，簡稱「農觀連携の推進協定」)，包含六項推動措施：
 - (1) 整合農林漁等相關旅遊資源，加強合作推動綠色旅遊。
 - (2) 加強運用森林資源(日本國土 80%是森林)及戶外運動，推展森林綠色旅遊。
 - (3) 強化利用國產農(林漁)產品、6次產業化相關事業，豐富旅遊內涵提高吸引力，以發展區域綠色旅遊。
 - (4) 輔導具農業文化、地區飲食文化或建築特色之農村，向聯合國糧食及農業組織(FAO)申請登錄為全球重要農業文化遺產(GIAHS)，促進農村振興、環境維護及創造特色觀光。
 - (5) 吸引外國人至農村旅遊，以日本飲食與其文化的魅力為基礎，結合「發掘農山漁村的寶」成果、農村環境整備、培育國外旅客接待人才、強化農產品及食品伴手禮品順利檢疫通關等工作，強化外國人旅日誘因。
 - (6) 辦理農村旅遊調查分析遊客需求，並調整政策。

(參考資訊：http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/noukan/noukan_renkei.html)

2. 希望透過農業與觀光合作推動之旅色旅遊相關措施，原於 2015 年到日本參訪的外國旅客人數為 1,973 萬人次，在日本旅行的消費金額 3.47 兆日元，期許於 2020 年(東京將舉辦奧運會)到日本參訪總旅客能達到 4,000 萬人次以上之目標。
3. 另日本列為綠色旅遊推動重要政策，以在地農業文化、地區飲食文化或建築特色之農村申請全球重要農業文化遺產(Globally Important Agricultural Heritage Systems, GIAHS)之制度介紹如下：
 - (1) 由聯合國糧農組織(Food and Agriculture Organization, FAO)於 2002 年發起，主要目的為保護在現代化進程中已不斷流失的農業景觀與土地環境，且力圖找回傳統的農村文化與地域系統，讓以農業為基底的文化得以永續傳承。並建立全球重要農業文化遺產及其有關的景觀、生物多樣性、知識和文化保護體系，除促進世界各國民眾對其之認知，還提高了國家與國際對農業遺產系統的認可與保護，成為永續發展管理的基礎。另對於當地社區、農村家庭、小農戶和原住民等，提供保障社會文化、經濟及環境相關產品與服務之農業與農村一體結合之永續發展模式。截至 2016 年 10 月底，已有 15 國 37 個地域通過登錄，包含中國大陸 10 個、日本 8 個、印度 3 個、韓國 2 個及其他，詳如附錄一。
 - (2) 定義：農村與周邊環境長期融合和動態適應後，所形成的獨特土地利用系統和農業景觀。這種系統與景觀

具有豐富的生物多樣性，而且可以滿足當地社會、經濟與文化發展需要，利於區域之永續發展。

(3)評選程序：

- A.提交申請案(限 FAO 成員國或其他締約組織單位)。
- B.提案受理及篩選。
- C.提案現場評估。
- D.認證及登錄。
- E.監測及評估。

(4)評選標準：

- A.糧食及生計安全。
- B.生物多樣性及生態系統功能。
- C.傳統知識體系及適應型技術。
- D.文化、價值系統及社會組織(農業文化)。
- E.農業景觀、土地及水資源管理功能。

(5)效益：

- A.對於傳統農業傳承、農村地景保護、生物多樣性維護、土地認同、在地民俗文化包存等方面，均產生正面效應。
- B.推動地方創生、地方物產品牌化、觀光休憩的發展，進而滿足地方社會、經濟及文化的發展需求，亦能有效凝聚地方共識，促進在地發展，朝永續共享的方向前進；衍生出諸多效益，讓許多農業地區積極爭取。

(參考資訊：<http://www.fao.org/giahs/en/>)

(五)農村振興與都市農村交流其他推動措施：

1.辦理「農林漁家民宿媽媽百選」(農林漁家民宿おかあさん100選)活動，於2007~2009年間，為促進遊客至農林漁村有好的民宿可駐留，選拔具管理、服務量能之農村民宿經營者，成為農村都市交流場所，提供安全、可靠住宿場所。

(參考資訊：<http://www.kouryu.or.jp/okasan100/index.html>)

2.辦理「農山漁村的鄉村料理百選」(農山漁村の郷土料理百選)選定活動：

(1)農村地區因應文化及歷史發展，孕育出具地方特色之飲食文化及料理美食，本活動於2007年選定各地區懷念古早味，除重新認識農村道地菜餚，並可作為農村旅遊特色料理之推廣行銷，吸引國內外遊客至農村品味在地料理。

(2)選定條件為 A.地區性、獨特性及富含該地歷史文化意義、B.料理風味之保存及傳承、C.在地食材、國產食材之運用及促進當地農業生產振興、D.地區住民對於該料理之認同或認知程度及 E.與都市交流、農村振興相關程度。

(3)編製「JAPAN'S TASTY SECRETS」英文版宣傳文宣，以吸引對日本飲食文化有興趣之國外遊客。

(參考資訊：<http://www.rdpc.or.jp/kyoudoryouri100/>)

(參考資訊：<http://www.rdpc.or.jp/kyoudoryouri100/ryouri/pdf/japan%27stastysecrets.pdf>)

3.辦理「發掘農山漁村的寶」(ディスカバー農山漁村の宝)優良事例選拔活動：

(1)評選條件為是否具備傳承永續美麗傳統農村、整合區

內農產業及農村資源、促進農村再生及創新發展區域農產業、符合國內外新需求或市場等，並組成委員會辦理評選程序。

(2)2014年為首回徵選，有251件參選，入選23件；2015年為第二回徵選，有683件參選，入選27件，其中包含4件特別獎，分別為最優良獎、女性特別獎、國際化特別獎及農福合作特別獎；2016年為第三回徵選，有769件參選，入選30件，其中包含最優良獎及4件特別獎，分別為生產特別獎(創新六次產業化)、友誼特別獎(促進國外遊客至農村交流)、挑戰特別獎(創新開發行銷農漁特產品)及活動特別獎(促進婦女、高齡者與身心障礙者參與)。

(3)獲獎者由安倍總理親自授獎表揚，獲獎單位榮譽感十足，雖無實質獎金獎勵或直接補助計畫，但藉由徵選活動具體鼓勵並帶動農村動起來積極發展特色資源，入選者由農林水產省擇適當管道或透過媒體推廣行銷，例如辦理綠色旅遊獲獎者協助參與旅展宣傳。

(參考資訊：<http://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/discover.html>)

4.促進外國觀光客至農村：

(1)以「美食」為主軸策略：日本以「和食：日本人的傳統飲食文化，以正月為例」被聯合國教科文組織認定為「無形文化遺產」，其所稱之「和食」，除重視搭配產季之新鮮食材原味及營養均衡，將日本各地農漁產品入菜，並融入日本「家庭年節飲食文化傳統」，成功營造為國家品牌形象之一。該申請工作主要由經濟

產業省執行，但農林水產省亦積極地協助相關工作，並於獲得認定後，持續在促進日式飲食文化推廣上，給予人力或經費支援，希望藉由日本料理推廣，帶動國產農產品消費風潮，並為日本農產品與加工品之外銷打響名號。

(2) 農業伴手輸出策略：自 2015 年起辦理鄰近觀光地、郵輪停靠、機場附近等由鄉鎮市府所有之農特產品販售點(例如道之驛、直賣所)環境整備、設施改善等補助工作，以強化特色農產伴手品地產地消。另為促使國外遊客購買之農產品或加工品能順利攜帶出境，積極建構符合國外遊客需求之動植物檢疫體系。

(3) 農村軟硬體環境整備：初始以和食為吸引國外遊客至農村之誘因，再提升參與農漁村自然體驗活動之興趣及意願，故須強化農村軟硬體設施，硬體包含雙語標示、WIFI 環境建置等，軟體包含銀聯刷卡提供、導覽解說人員培訓及運用(事先預約)等。目前雖以團客為主，但自由行已有逐漸增加趨勢。

(4) 強化國際行銷：透過國際旅展、推廣會由業界推廣，或透過日本觀光局海外據點推廣，或網路行銷等，擴大行銷效果。

5. 為提升日本農村女性地位，鼓勵婦女參與農村地區農業相關活動，並為農村永續發展重要基礎之一。

三、拜會全國農協觀光協會：

(一) 組織沿革：(胡忠一)

- 1.農協觀光部門始於 1948 年全國運輸農業協同組合聯合會開辦旅行業務之際，1967 年農協組織改組，觀光業務改由新設立的社團法人全國農協觀光協會辦理。隨著日本經濟迅速成長與國民所得的提升，會員旅行需求日增，全國農協觀光協會開始規劃辦理會員赴先進農業地區觀摩、考察或研習。後來，隨著日本推動國際化，會員出外旅遊或赴國外旅行人數顯著增加，全國農協觀光協會與國內外交通運輸及旅館業者等策略聯盟，開辦國內及國外旅遊業務。1990 年全國農協觀光協會重新改組，另成立農協觀光株式會社(N-Tour)，為旅行業法第一種旅行業者，以加強辦理國內外綠色旅遊業務。全國農協觀光協會為推動都市及農村交流推廣工作，與農協觀光株式會社(公司性質)辦理綠色旅遊業務有所區隔。
- 2.因應農林水產省自 1992 年開始提倡與農村地區的自然、文化及居民愉快交流的停留型休閒活動-綠色旅遊，全國農協觀光協會配合推動「都市與農山漁村共生、對流」活動，加強整備民宿、市民農園、學童農園、農民市場等設施，透過學校教育或與旅行業及消費合作團體策略聯盟，辦理農業及農村體驗，促進城鄉交流，以增加會員就業機會，提高會員收益，活絡農村。

(二)都市農村交流計畫推動方式

- 1.實施計畫目標確認：依農水省補助計畫規定，徵詢地方農協辦理。
- 2.地區資源調查：由地方農協派員現地盤點彙整，評估具

觀光價值潛力的在地資源。

3. 實踐活動：確認資源後規劃細部實施草案，並徵選都市民眾實際體驗，改善缺點，調整修正計畫。
4. 地域人才育成：由農協辦理細部實施計畫各項細節之事前準備工作，包含安全、人員培訓等項。
5. 成果評估：實地推出各項細部實施計畫，並依據都市遊客體驗回饋，整理成效資料供農林水產省參考。
6. 地區旅遊景點經計畫輔導產業化後，由地區持續推廣，或由旅行社協助行銷。
7. 農林水產省原則補助兩年計畫，單一地區最多每年 800 萬日圓，第三年起朝自主營運方式辦理。

(三) 主要交流推廣事業：

1. 貓之手援農志工隊(快汗！猫の手援農隊)

- (1) 為募集都市民眾組成志工隊，於農忙時至農村停留 1~5 天協助農作，全國農協觀光協會及地方農協合作共同推出「貓之手援農志工隊」行程。全國農協觀光協會擔任企劃、發布、募集及收費總窗口，地方農協則擔任與農家、民宿及在地行政觀光協會窗口。
- (2) 自平成 11 年(1999 年)推動至今已累計 5,900 人次參與，重度參與志工約為 150 人。
- (3) 全國農協觀光協會 2016 年於 19 縣實施 35 個援農隊行程(以 2~3 天行程為主)，每隊招募 15~35 人不等，最低成隊人數至少 10~20 人不等，預計號召 560 人次參與。

(4)透過全國農協觀光協會成立之故鄉俱樂部(約 4,000 名會員)或網路，發送援農志工隊行程訊息以招募志工，志工須自負交通及住宿費用(約從 6,500~82,500 日圓不等)，公益性質濃厚，該協會表示，因志工須自費協助農作，農家雖有回饋農產品，但其實招募不易。

(5)援農志工隊行程：以 1 日行程為例，定點集合→作業說明→農友現地指導農事操作及安全注意事項→農民與援農者交流會→解散。

(6)據統計，參加者多為都市居民，女性參與約 62%，參加者年齡層為 60 歲以上約 72%，參加原因為希望守護農業農村(29%)、促進健康(22%)、認識農作物產地(17%)及與農家交流(17%)等。

2.農村食育探索：針對關心食育議題之家庭主婦、學生及一班民眾，規劃至產地認識食材、農業生產栽培過程、畜養環境、加工流程、烹調料理方式等行程。

3.農村生活體驗：針對想體驗農村生活、有移居農村興趣、想從農或於農村工作者，規劃至農村生活體驗在地人文、居住環境、交通動線等行程。

4.農村自然體驗：針對親子族群、學生學習及一般民眾，規劃至農村體驗自然環境、農事操作、收穫體驗、農田生態等行程。

5.日本農業檢定：

(1)列為食農教育推動工作之其中一環。

(2)2014 年起開始推動之計畫，屬於民間認定知識型檢

定證明。非屬國家公部門之檢定或證明，對就業等無直接效果。

(3)檢定對象為一般國民，大多是農協員工、對農業有興趣的人。

(4)2014 年有 600 人參加檢定，2015 年有 2,200 人參加檢定，2016 年有 2,500 人參加檢定，累計共約 2,100 人通過。獲通過者，農協徵選人員時增加獲聘優勢。

(參考資訊：<https://www.znk.or.jp/>)

四、綠燈籠餐廳：

(一)綠燈籠介紹（胡忠一，2016）

1.源起：2004 年當時擔任北海道農業研究所所長的丸山清明先生為呼籲各界愛用「當地或國產農產品」為食材，提出「綠燈籠」運動，以提高當地農產品自給率，其目標是誘導餐飲業者及食品專賣店的經營者積極使用國產穀物、蔬果、魚、肉等，實際對提升當地及國產糧食自給率貢獻心力，提升日本糧食自給率。

2.申請制度：「綠燈籠」第 1 號店於 2005 年在日本北海道小樽市誕生，該飲食店的經營業者橫山和成先生認同並實際響應「綠燈籠」運動，並籌組「NPO 法人—生活者的飲食安心協議會」。後來該協議會扮演「綠燈籠」運動的主要推手，負責接受加盟、製作綠燈籠、維運專屬網頁及智慧財產權等。凡認同「綠燈籠」理念的飲食店都可繳交 1 萬日元並加入該協議會為會員，且由於目前日本的糧食自給率為 40%，所以加盟之業者所提供之食

品(含醬油、調味料、佐料等)當中，國產品達 50%者為「★」，達 60%者為「★★」，達 70%者為「★★★★」，達 80%者為「★★★★★」，達 90%者為「★★★★★★」。通常「綠燈籠」上標示的星數越多，代表店家使用當地或國產品的比率越高，相對的產品價格也較高。目前「綠燈籠」已成為日本「支持當地產品的店」的標誌。

3. 農協 JA 的角色：農協 JA 除了輔導農家落實生產符合安全基準並可追溯源頭的產銷履歷農產品之外，並積極媒合農家與專賣店及餐飲業者，進行契作、直銷等穩定供貨事宜，或透過「農產直賣所」供應食材給專賣店及餐飲業者，更於 JA 直營或投資的相關專賣店及飲食店，全面響應「綠燈籠」運動。
4. 店家自我管理：「綠燈籠」運動堅持以「誠實、信用」為宗旨之商店加盟，且是民間自主性運動，所以「綠燈籠」上「★」的數目是由店長自己申報。因此，「綠燈籠」象徵以客為尊，且顯示經營者的「氣魄」與「決心」。若使用食材比率低於自家「綠燈籠」上已標示之「★」數時，店長必須在自己頭上綁上寫著「反省」的布條，或以「剃光頭」等滑稽的方式自我處罰。
5. 消費者監督：「NPO 法人—生活者的飲食安心協議會」也推動勸導消費者參與「綠燈籠後援隊」計畫。後援隊員的義務就是進入標示綠燈籠的店實際消費，利用自己的眼睛和舌頭詳加確認；對於尚未加入且確能信任的店，則勸導店主加盟「綠燈籠」運動，促使早日響應綠燈籠。即協議會籲請饕客們「審判」周遭的餐飲店等，

共同支持地產地消「綠燈籠」運動。

6.推動成果：「綠燈籠」運動可說是日本史上頭一遭以提高糧食自給率為目的，由民間的創意，加上流通業者、餐飲業者及消費者的自發性參與，全面拓展開來的「全民愛用國產食品及飲食安全運動」。此一自主性活動自2005年4月23日到2008年2月上旬，將近3年之間，僅區區100家店加盟。然而，隨著2008年1月底，在日本39個縣陸續發生食用中國進口水餃中毒事件之後，日本消費者對於飲食安全及食用國產食品的意願急速高漲。至2008年5月20日，掛起「綠燈籠」支援當地產品的餐飲業者爆增突破1,000家，迄2016年8月31日共3,654家店，綠燈籠後援會隊員達4,791人。

(綠燈籠官網：<http://midori-chouchin.jp/>)

(二)ラ・カンパーニュ綠燈籠餐廳：位於東京都千代田區大手町JA大樓B1，為JA全農直營之4星綠燈籠餐廳，採用80%以上日本國產食材，並運用法式烹調手法，提供新鮮美味套餐料理及便當，作為農村生產者與城市消費者之間的橋樑。在餐廳黑板牆面，將調理米、野菜、鮮魚、雞肉、水果、酒品等各項食材或加工品來源標示於日本地圖上，讓消費者明確了解產地資訊。

五、參與農村自然體驗一日遊活動(日本一の栗の産地で栗拾い体験と季節の野菜収穫)：

(一)由全國農協觀光協會舉辦，透過網路發布資訊，受理報名、繳費參加。

(二)地點：茨城縣笠間市。

(三)行程：8:00 JR 上野站集合=>笠間板栗產地考察及板栗拾取學習=>農村栗子餐=>季節蔬菜採收體驗=>JA 常陸綠風直賣所=>18:30JR 上野站解散。

(四)行程特色及體驗內容：

1. 栗子撿拾收穫約 1 公斤(超過部分依重量加收費用)、採收高麗菜 1 顆、牛蒡 5 條、大蔥 4 枝。
2. 農村栗子餐包含栗子紅豆飯、味增湯、栗子唐揚雞、野菜沙拉、味增飯糰、蒸地瓜、栗泥餅乾、梨子水果及綠茶飲料。並於餐間，一一介紹為大家烹調栗子餐之農村婦女，增加農村婦女榮譽感。餐後，栗子甜點體驗，提供食譜及製作方式，並現場捏製食用。
3. JA 常陸綠風直賣所規模較為小型，主要販售當地農產品、加工品，參加行程遊客可順便選購農產品。

(五)全程交通接駁為遊覽車，並有導遊協助全程活動串接，當地農協負責在地農業體驗點安排、行程動線、召集農村婦女以在地食材烹調餐飲並提供 DIY 活動。

(六)報名遊客多為 55~70 歲女性，且據了解部分常參與類似活動，多自行攜帶便於田間操作之鞋套、手套。

(七)該協會並有參加活動集章換農產品獎勵機制，可直接於農產品直賣所選購相當價值之產品，以吸引重遊遊客。

六、參觀農產品直銷所：

(一)千葉市農產品直銷所(しょいか〜ご)：

- 1.由 JA 千葉農協直營的農產品販賣場所，自 2006 年開幕已滿 10 周年，消費人潮眾多，現場可選購農、漁、畜產品之生鮮、加工品、農村手工藝品、花卉切花、園藝盆栽等項目琳琅滿目，且均明確標示生產者。稻米部分，可自行選購米種類或多種組合秤重後包裝。蔬菜部分，因適逢颱風過後，賣場於明顯處張貼因颱風致到貨減少之告示，對消費者而言感覺很貼心。另結帳處附近並設黑貓宅急便站，方便包裝後寄送農產品給親友或寄回家。
- 2.場內宣傳物包含各式安全產品證明(如有機認證、生產履歷狀、農藥檢驗證明)、海報張貼教育消費者各類蔬菜、水果如何貯放處理、各都道府縣農特產宣傳羅馬旗、農產品如何烹調或食用單張及鄰近直賣所位置圖等。
- 3.該所有 18 位食育解說員，辦理食育知識推廣、旬食農產品介紹、推動地產地消及實踐健康飲食生活等工作。
- 4.辦理定期或不定期活動，包含當地或其他都道府縣之季節性農特產推廣展售活動、食育相關活動，以促進當季或新食材的推介及吸引消費。
- 5.設置網站，揭露農產品直銷所宗旨、營業資訊、旬食推廣、食育知識、農產品展售活動、生產者介紹等，俾利消費者查詢利用。

(參考資訊：<http://www.syoicargo.jp/>)

(二)農產品直銷所之設置，提供在地小農銷售自產農產通

路，便利消費者選購在地新鮮、安全及價廉農產，縮短農場至餐桌距離，降低物流能源消耗，有效落實地產地消。且生產者可隨時了解消費者需求，調整定價、出貨及生產規劃、分級包裝形式、提供附加資訊服務等，增加農民經濟收益及提升從農價值感。

(參考資訊：<http://tyokubaisyo.com/index.htm>)

七、參觀農業農村展示館(Minole)：

(一)該館由日本全國農業協同組合中央會(JA 全農)設置，位於大手町地鐵站附近之 JA 大樓 4 樓，該地鐵通道有多面 JA 全農燈箱廣告係宣導農業相關資訊。

(二)展示有關農村、農田、農產品及政策宣導等資訊，提供都會區民眾瞭解，並定期辦理日本各地農產品料理、研習、體驗及演講等活動。館內另設 5 顆星之綠燈籠餐廳(代表使用國產食材達 90%以上)，銷售餐盒及國產加工品，現場並展示所使用米及其他食材的來源。又該棟 JA 大樓地下街另有 2 間綠燈籠餐廳，分別為日式及西式餐飲，顯示日本對國產食材運用之重視。

(參考資訊：<https://life.ja-group.jp/event/minole>)

八、參觀東京地區各縣物產館：

(一)日本各縣大部分均於遊客聚集之東京地區設置物產館，強化對東京地區及國外遊客行銷地區特產及觀光相關資訊。

(二)本次參觀有樂町地鐵站之東京交通會館 1F 騎樓處各縣農特產展示區與 1F 北海道館，及周邊鹿耳島館、京都館、茨城館、琉球館、高知館、北海道館、福島縣八重洲館等物產館或觀光交流館，肩負宣傳當地農特產物、風土人情、文化傳承、自然觀光等功能，館內服務項目以展售當地農特產品(以加工伴手品為大宗)及特色工藝品、張貼當地物產海報、提供文宣 DM 為主，有助於推廣行銷，另部分物產館更有提供當地食材餐飲、旅遊資訊諮詢、不定期特色場家現場展示解說、試吃品嚐等服務，有效延長消費者至館內停留時間也增加商機。

(參考資訊：<http://www.enjoytokyo.jp/feature/antenashop/index.html>)

伍、檢討與建議

- 一、日本為振興農村經濟，訂定(修訂)糧食農業農村基本法、農山漁村活性化法、農觀合作推進協定等，針對不同族群及農村農事等需求規劃政策目標及措施，促進都市農村交流，並善用公私部門、跨界(族群)資源建立合作雙贏模式，辦理各種綠色旅遊產業推動措施，以具體帶動農村經濟方式促進農村人力活化與永續發展，值得參考學習。
- 二、日本農村綠色旅遊資源之強化，透過辦理各項競賽或選拔活動之手段，憑藉日人重視榮譽感，促使農村團體展現參與度及熱誠度，且亦會努力強化地區特色及成果，有利於提升整體旅遊服務量能。在行銷上，也藉競賽或選拔結果，對於行銷對象或推廣方式予以分級或分類，並提供觀

光單位予以協助共同行銷。

三、日本公私部門對生鮮農產品、農特產伴手、國產食材之推廣不遺餘力，除設置易於購買農產品之農民直賣所通路達1萬6千家以上、綠燈籠餐廳達3千家以上及都道縣府物產館等，再加上具特色且易於攜帶之農特產伴手包裝，均利於發展農村綠色旅遊，且亦為吸引國際遊客至農村旅遊的誘因。

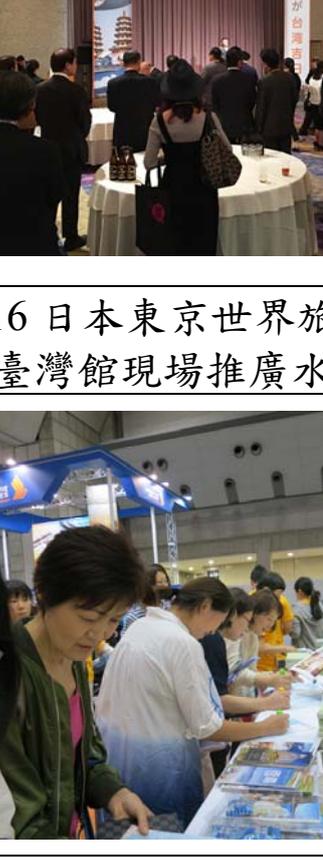
四、臺灣休閒農業旅遊開拓日本遊客部分，建議以熱帶水果旅行、多元農業體驗活動及臺灣美食為行銷推廣主軸，除大型旅遊展會之外，並持續參與以臺灣為主題之觀光推廣活動，及強化旅行社業者踩線團、媒體報導合作等，以爭取納入日客來臺旅遊行程；另與觀光局或日本東京或大阪事務所等觀光單位洽商合作事宜，擴大對日行銷休閒農業旅遊，提升能見度及知名度，吸引日本遊客將休閒農業景點納入來臺遊程規劃，體驗臺灣農村或農場之美。

陸、附錄一(GIAHS登錄區/系統)

GIAHS DESIGNATED SITES

Designated GIAHS sites			
Countries	Name of sites/systems	Year of Designation	
Algeria	1. Ghout System (Oases of the Maghreb)	2011	
Bangladesh	2. Floating Garden Agricultural Practices	2015	
Chile	3. Chiloé Agriculture	2011	
China	4. Rice Fish Culture	2005	
	5. Wannian Traditional Rice Culture	2010	
	6. Hani Rice Terraces	2010	
	7. Dong's Rice Fish Duck System	2011	
	8. Pu'er Traditional Tea Agrosystem	2012	
	9. Aohan Dryland Farming System	2012	
	10. Kuajishan Ancient Chinese Torreya	2013	
	11. Urban Agricultural Heritage - Xuanhua Grape Garden	2013	
	12. Jiaxian Traditional Chinese Date Gardens	2014	
	13. Xinghua Duotian Agrosystem	2014	
	14. Fuzhou Jasmine and Tea Culture System	2014	
	Egypt	15. Dates production System in Siwa Oasis	2016
	India	16. Saffron Heritage of Kashmir	2011
		17. Koraput Traditional Agriculture	2012
18. Kuttanad Below Sea Level Farming System		2013	
Islamic Republic of Iran	19. Qanat Irrigated Agricultural Heritage Systems, Kashan	2014	
Japan	20. Noto's Satoyama and Satoumi	2011	
	21. Sado's Satoyama in Harmony with Japanese Crested Ibis	2011	
	22. Managing Aso Grasslands for Sustainable Agriculture	2013	
	23. Traditional Tea-grass Integrated System in Shizuoka	2013	
	24. Kunisaki Peninsula Usa Integrated Forestry, Agriculture and Fisheries System	2013	
	25. Ayu of the Nagara River System	2015	
	26. Minabe-Tanabe Ume System	2015	
27. Takachihogo-Shiibayama Mountainous Agriculture and Forestry System	2015		
Kenya	28. Oldonyonokie/Olkeri Maasai Pastoralist Heritage	2011	
Morocco	29. Oases System in Atlas Mountains (Oases of the Maghreb)	2011	
Peru	30. Andean Agriculture	2011	
Philippines	31. Ifugao Rice Terraces	2011	
Republic of Korea	32. Traditional Gudeuljang Irrigated Rice Terraces in Cheongsando	2014	
	33. Jeju Batdam Agricultural System	2014	
Tanzania	34. Engaresero Maasai Pastoralist Heritage Area	2011	
	35. Shimbue Juu Kihamba Agroforestry Heritage Site	2011	
Tunisia	36. Gafsa Oases (Oases of the Maghreb)	2011	
United Arab Emirates	37. Al Ain and Liwa Historical Date Palm Oases	2015	

柒、附錄二(參訪實錄)

<p>臺灣觀光商談會 日本旅行業體驗臺灣茶葉文化</p>	<p>臺灣觀光說明會 劉喜臨副局長致歡迎詞</p>
	
<p>臺灣觀光懇親會 業者媒體互動交流</p>	<p>2016 日本東京世界旅遊博覽會 活動海報</p>
	
<p>2016 日本東京世界旅遊博覽會 臺灣館現場推廣水果旅行</p>	<p>2016 日本東京世界旅遊博覽會 高雄市政府推廣一日農夫</p>
	

2016 日本東京世界旅遊博覽會
日本農村旅遊展館



2016 日本東京世界旅遊博覽會
日本農村旅遊展館推介 GIAHS



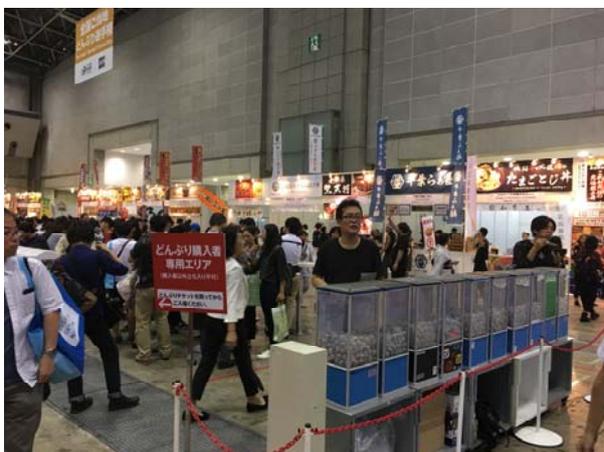
2016 日本東京世界旅遊博覽會
佐賀館展示農特產品伴手



2016 日本東京世界旅遊博覽會
群馬館以美食為推廣主題



2016 日本東京世界旅遊博覽會
日本丼飯品嚐票選活動



2016 日本東京世界旅遊博覽會
北陸觀光協會和菓子製作體驗



拜會農林水產省農村振興局



拜會全國農協觀光協會



JA 全農直營
ラ・カンパーニュ綠燈籠餐廳



ラ・カンパーニュ綠燈籠餐廳
日本地圖標示食材來源



農村自然體驗一日遊
大蔥採收體驗



農村自然體驗一日遊
於農村集會場所享用栗子餐



千葉農産品直賣所
場内選購人潮



千葉農産品直賣所
野菜保存方法海報



千葉農産品直賣所
地區品牌及加工品陳列區



千葉農産品直賣所
自選米包裝區



農業農村展示館
五星綠燈籠餐廳銷售便當



農業農村展示館
優質農特產品展示



農業農村展示館
食農教育推廣海報



農業農村展示館
食農教育推廣書籍展示



北海道物産館



京都物産館



高知縣物産館



沖繩物産館

