

出國報告（出國類別：研究）

日本里山倡議推廣暨綠色農遊輔導之研究
**The Study on Extension and Agri-tourism of
Satoyama Initiative in Japan**

服務機關：花蓮區農業改良場

姓名職稱：王義善 助理研究員

研習國家：日本

研究期間：106.09.09-106.09.16

報告日期：106.12

摘要

本研究業已針對日本滋賀、京都、大阪、奈良等地之里山地區進行綠色農遊觀摩與訪問，滋賀縣部分係訪問 Tour du lac 公司秘書川口洋美女士，除了解該公司營運狀況與成立宗旨外，更探究其如何連結琵琶湖西岸周邊里山資源，與協助在地農友規劃套裝行程（如橋板體驗、湖畔輕騎、梯田風光、在地信仰與風味美食等），亦從中剖析其市場區隔與經營定位。京都府部分，拜訪綾部市農家民宿（Satoyama Guest House Couture）主人工忠照幸夫婦，並就綾部市移居政策與當地里山倡議與綠色旅遊推動情形進行訪問，探討 I-Turn、U-Turn、V-Turn 三種移居者間之差異，另亦經由「水源の里」地區性組織的成立過程，瞭解工忠先生如何與周邊聚落連結互動，以藉由觀光遊憩的規劃，讓更多遊客願意探索農村價值，帶動地區農產業的活絡與半農半X（甚至更多X）的生活模式。奈良縣部分，係至明日香村拜訪在地青農迫田晃亘先生，訪問其如何與在地觀光協會合作，以及食農教育之運行方式（包含主要客群、體驗規劃與營運收益等），另迫田先生也介紹由當地青農與移居者共同成立的飛鳥農民市集(Asuka bio marche)與農協成立之直販所有何差異，並說明政府部門係如何與當地居民協力，共同將著名的水梯田景觀（稻淵棚田），利用食農教育與主題地景的方式來復興飛鳥文化與推動地方經濟，讓來訪民眾除了欣賞美麗的里山地景外，更能沈浸於日本飛鳥時代的文化氛圍。而大阪府部分，則觀摩御堂筋地區最有名的農夫市集，並從中觀察其顧客組成樣態、市集商品之陳列、種類、來源及價格等策略，以期提供台灣眾多農夫市集經營方向與市場定位之參考依據。

關鍵字：里山倡議、農業旅遊、綠色旅遊、食農教育、日本

目次

壹、研究目的-----	1
貳、研究行程-----	1
參、研究內容與過程-----	2
一、滋賀縣部分-----	2
二、京都府部分-----	9
三、奈良縣部分-----	14
四、大阪府部分-----	21
肆、心得與建議-----	24

壹、研究目的

因花蓮地區為多山地形，許多農村亦多毗鄰山區，為有效利用其環境資源並活化農村，故欲蒐集日本推行里山倡議的關鍵成功因素，作為改善轄內有機聚落或原住民部落環境(食農教育)與綠色旅遊發展之參考依據。

貳、研究行程

日期	行程	訪視內容	城市
106/9/9	桃園國際機場-關西國際機場	搭乘中華航空公司班機前往日本，並於當日下午榻滋賀縣琵琶湖周邊飯店。	桃園-滋賀
106/9/10	拜訪 tour du lac biwa 公司及琵琶湖周邊聚落	1.訪問 tour lac du biwa 與社區間的互動關係，並了解該公司如何運用在地資源規劃里山遊程，與如何與農民達成綠色旅遊之共識。	滋賀
106/9/11		2.拜訪琵琶湖流域(志賀地區與雄琴地區)在地農家，並參與所設計的體驗活動，以觀察整體遊程與在地農業間之關係。	滋賀-京都
106/9/12	前往綾部市拜訪 Satoyama guset house	拜訪農場主人工忠照幸夫婦，針對京都移居政策與當地里山倡議與綠色旅遊推動情形進行訪問，並經由客製化體驗活動之參與，觀察在地農業旅遊規劃方式與消費者對於此類活動之認同。	京都
106/9/13			京都-大阪

106/9/14	前往大阪農夫市集	觀摩大阪中之島等農夫市集之營運方式，包含成員組成、作物項目、展售頻率與消費者餐情形等。	大阪
106/9/15	前往奈良明日香村	拜訪青年農民昭信迫田，從其回鄉意願與從農過程中，了解目前明日鄉村的青年農民，是如何將運用里山精神，將在地農業生產、加工與休閒，完整規劃並串聯出一套適合消費者參與的遊憩行程，並從中傳達里山倡議之觀念與食農教育之重要性，更增加在地青農之實質收益。	大阪-奈良 -大阪
106/9/16	關西國際機場-桃園國際機場	搭乘中華航空公司班機回國，並於當日返回花蓮。	大阪-桃園 -花蓮

參、研究內容與過程

本研究係針對日本滋賀、京都、大阪、奈良等地之里山地區進行綠色農遊觀摩與訪問，故僅就每一地區之觀察結果詳述如下：

(一) 滋賀縣部分

本部分係訪問 Tour du lac 公司負責人川口洋美女士，除了解該公司營運狀況與成立宗旨外，更探究其如何連結琵琶湖西岸周邊里山資源，與協助在地農友規劃套裝行程（如橋板體驗、湖畔輕騎、梯田風光、在地信仰與風味美食等），亦從中剖析其市場區隔與經營定位。琵琶湖是日本最大湖泊，其周邊

城市亦隨著生態永續議題而重視里山文化，這也是為何將此地做為研究地點原因之一，而為深入了解在地農遊執行情形，故協請 Tour du Lac Biwa 這間以小團體為導向且有英文導遊的農業旅遊公司做為本次訪問對象。

該公司所發展之農業旅遊套裝行程共計有 3 款 8 項，包含半日遊-電動單車與農家饗宴體驗、瑜珈療癒與農家饗宴體驗、日式屋瓦製作體驗、和服體驗；一日遊-單車環湖與特色饗宴、茶道體驗；半日/一日皆有-拜訪在地農家與麻糬製作、兩日遊-獨木舟日出與燒烤體驗。考量研究時間與經費之限制，故選以電動單車與農家饗宴體驗及拜訪在地農家與麻糬製作等兩項活動做為實際遊程之觀察樣本。

該兩項體驗活動設計均為半日遊行程，其內容分別概述如下：1.電動單車與農家饗宴體驗：志賀站集合，並介紹電動單車的操作方式→由導遊帶領遊客依單車道線開始繞行梯田及湖畔→琵琶湖邊停留並解說橋板文化→欣賞里山梯田美景→農家體驗手作壽司與品嚐私房特色餐點→參觀地方信仰中心(神社)→志賀站搭車。2.拜訪在地農家與麻糬製作：雄琴溫泉站集合→搭接駁車前往小椋神社參觀→至農家體驗搗麻糬→動手製作在地農家美食壽喜燒→雄琴溫泉站搭車。

該兩次遊程活動內容設計均由早上 10 點開始，推測係因其主要客群大多由京都前往，故需空留交通時間，避免遊程過於匆促；另活動期間導遊均貼心詢問活動參與者是否舒適，並

依當天氣溫提供冰熱飲(或冰毛巾)，讓遊客感受到其優質之服務品質；此外，該公司亦聘用當地耆老擔任橋板文化與梯田風光之解說員，讓遊客能夠以在地人的眼光去感受地景與文化間的歷史脈動；農家特色餐點部分，則多使用在地所生產之農特產品，且合作農家均會主動說明盤中佳餚之生產過程以及其與在地農業文化間之連結性，以確實達到食農教育與地產地消之效；兩遊程活動均包含神社參觀，因日本將神社視為在地的主要信仰中心，故不論是懷孕、嫁娶、插秧、祈雨、豐收、出殯等祈福、慶祝或祭祀活動，都會在神社舉行，如由此可見日本農村文化與神社間密不可分的關係；最後，該公司所接待的遊客目前均以外國遊客為主，經瞭解係因該公司認為日本農村文化對於西方遊客實具特殊之吸引力，故其訂價策略便以國外遊客(如澳洲、美國的遊客)之生活水準作為價格訂定之標準，以確實做出市場區隔，避免同行相爭之情。



圖 1 Lac du Biwa 負責人川口女士(右)與導遊惠子女士(左)



圖 2 提供手繪地圖給遊客，並帶領遊客按圖索驥每一停留景點



圖 3 規劃電動單車環湖可增加遊客的參與意願

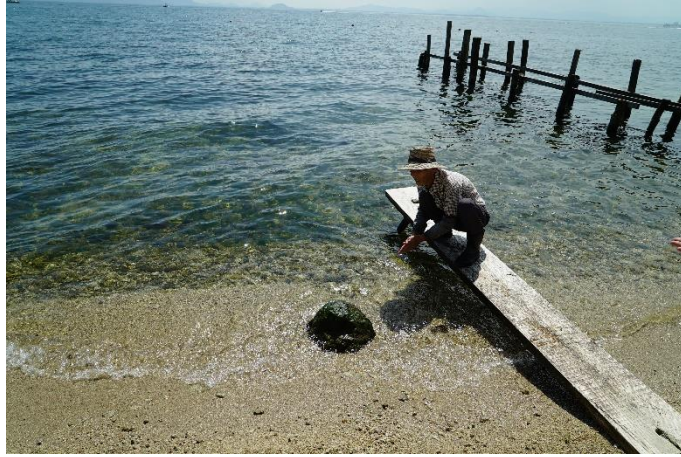


圖 4 安排當地耆老解說橋板文化，以活化在地高齡人力



資料來源：琵琶湖・水物語 前野隆資寫真集

圖 5 配合老照片解說橋板文化，讓遊客更能身歷其境



圖 6 由農家主人猪飼潔幸女士教導遊客運用在地食材製作當日午餐



圖 7 里山美景映入眼簾



圖 7 湖光山色一覽無遺



圖 8 導遊惠子女士引領遊客體驗神社文化(樹下神社)



圖 9 小椋神社主要祭祀雨神，所以籤詩也必需要用水淋過後才能浮現



圖 10 由合作農家主人上坂先生示範正確搗麻糬方法



圖 11 導遊佐美子女士解說上坂先生所示範的道地農家壽喜燒

(二) 京都府部分

拜訪綾部市農家民宿（Satoyama Guest House Couture）主人工忠照幸夫婦，並就綾部市移居政策與當地里山倡議與綠色旅遊推動情形進行訪問，工忠先生表示，綾部市政府為吸引移居者前來，已訂定相關獎勵政策(如房租及租地補貼)鼓勵都市民眾移居於此，截至訪視日(106/9/12)為止，工忠先生所居住的中上林地區，已有 10 對夫妻申請該獎勵方案，且持續增加當中。

工忠先生表示，目前綾部市中上林地區的移居者大略可分為三種型式，包含 I-Turn、U-Turn 及 V-Turn(I-Turn：原非直接移居至綾部市者、U-Turn：回鄉的綾部市人、V-Turn：回鄉務農後，因某些因素而定居於第三地之人)，這些移居者生活模式多以半農半 X 為主，也就是除了務農外，一定還會有其他的兼差工作，如農家民宿、經營餐館或受雇打工等，工忠先生更就自己多年觀察的經驗認為，半農半 X 的微薄收入，恐怕只能支撐兩人家庭的開銷，倘若又要生小孩，則需要更多的 X 來支撐，否則即使在中上林這樣的限界集落(意指人口老化嚴重的偏鄉聚落)，也難以維持一般的生活水準。

另工忠先生亦結合「水源の里」地區性組織，並整合共同協助地區中小學校辦理食農教育活動，或開發農產加工品(如餅乾、果醬等)至各大市集販售，以籌措做為組織內部基金；另農家民宿部分，則會依季節規劃不同的體驗活動(如製做草

紙、磨豆腐、森林浴、撿栗子等)；飲食部分，農家民宿原則僅提供廚房，由當日參與者自行依所需烹煮佳餚，並共同分享與民宿主人及其他民宿遊客，藉此相互分享不同國家或地區之美食，從共食的氛圍中強化人與人之間的互動。



圖 12 綾部市中上林地區為日本典型的限界集落



圖 13 Satoyama Guest House 為工忠夫婦接待背包客的農家民宿



圖 14 民宿內提供開放廚房予遊客自行烹煮



圖 15 工忠先生(左)與坂田先生(右)合作規劃農事體驗活動

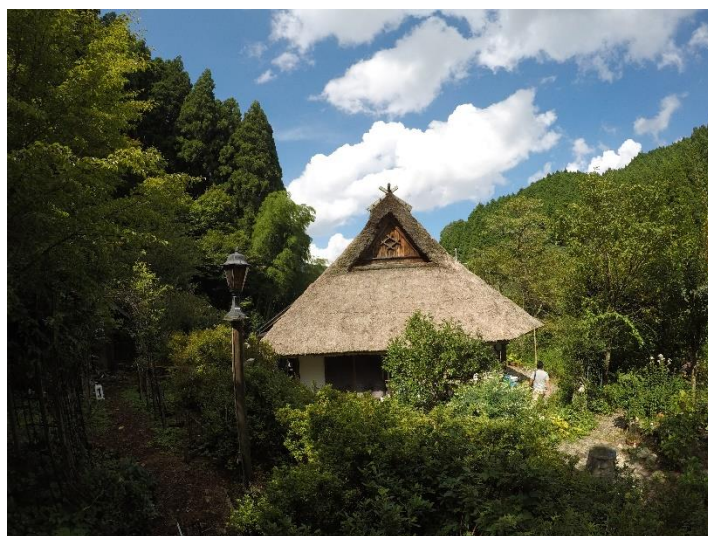


圖 16 觀摩日本早期的農家建築-茅草屋



圖 17 工忠先生說明與水源の里地區組織的合作與營運方式



圖 18 水源の里的手作產品均以當地農產品為主，圖中為果醬類商品



圖 19 來訪遊客可認養菜園，並由在地協會提供田園照顧服務



圖 20 綾部市的農業大多依山而作，耕地面積小且零碎



圖 21 午餐時工忠先生亦選擇神社作為用餐地點，可見神社對於日本人生活與文化影響深厚



圖 22 午餐以西式餐點為主，如提供日式餐點應可加深遊客印象

(三) 奈良縣部分：

至明日香村拜訪在地青農迫田晃巨先生，訪問其如何與在地觀光協會合作，以及食農教育之運行方式（包含主要客群、體驗規劃與營運收益等），另迫田先生也介紹由當地青農與移居者共同成立的飛鳥農民市集(Asuka bio marche)與農協成立之直販所有何差異，並說明政府部門係如何與當地居民協力，共同將著名的水梯田景觀（稻淵棚田），利用食農教育與主題地景的方式來復興飛鳥文化與推動地方經濟，讓來訪民眾除了欣賞美麗的里山地景外，更能沈浸於日本飛鳥時代的文化氛圍。

迫田先生回日本之前四年，都在澳洲打工遊學，而所從事的工作多為農事相關，更有趣的是其對於水稻栽培技術的認識，是由澳洲開始接觸，而非稻米文化底蘊渾厚的日本，但他說澳洲的種植技術在日本也不全然相同，所以回國後也是到處請教達人或向在地農協尋求協助，直到現在所種出來的稻米品質越來越穩定，有機蔬菜也常常是供不應求。

目前除了種植水稻與蔬菜外，亦與在地觀光協進會合作，接待國高中生進行食農教育，且範圍遍及台灣、香港、大陸、韓國等地，且除了接待短期的食農教育外，迫田先生也是當地的優秀巡山員，並致力於維護森林林木生長及運輸林道的整潔，而不定時的散客遊程，則是迫田先生於前述工作完成後，倘仍

有閒暇時間才會擔任臨時導遊，賺取臨時的業外收入；由此可知，迫田先生與工忠先生均是半農半 X(甚至多 X)的實踐者。

雖說迫田先生並非專業導遊，但其食農教育與農業知識之涵養，已足夠應付 10 人下之小眾旅遊，而本次活動安排摘述如後：飛鳥車站→農民市集(Asuka bio marche)品嚐在地小食→農家特色佳餚→散步稻淵棚田(水梯田景觀)→奧山森林探索→飛鳥車站搭車；Asuka bio marche 農民市集成員之組成大多為年輕的移居者，此情形與陵部市的情形類似，惟不同之處係明日香村未有對移居者之利多政策，推測原因應有後述幾點：

- 1.就地區便利性而言，明日香村亦比中上林便利許多
- 2.耕地之連續性亦較中上林地區更為廣大
- 3.飛鳥地區有許多著名的國家級歷史公園，相關古蹟均受當地政府所保護，故每年拜訪之遊客量穩定，尚無需強勢運用政策力量來吸引或導入新移居者長住。



圖 23 青農迫田晃亘由飛鳥站開始明日香村農遊體驗



圖 24 飛鳥農民直販所前的 Asuka bio marche 農民市集



圖 25 運用簡單的素材與圖案也能凸顯自創品牌的包裝特色



圖 26 所有食材大多取自飛鳥地區，符合地產地消的精神



圖 27 日本精米機到處可見，這對國外遊客來說是特殊的體驗



圖 28 迫田先生說明將稻草覆蓋於田區可有效保持土壤濕度



圖 29 帶遊客學習採菜並作為午餐的食材來源



圖 30 教導遊客學習如何烹調美味料理



圖 31 最後仍由迫田先生完成美味的鄉村料理



圖 32 飛鳥地區有名的水梯田景觀-稻淵棚田



圖 33 當地政府每年都會補助在地觀光協會規劃主題稻草人



圖 34 只要是在地團體都有能參與稻草人製作競賽



圖 35 跟著迫田先生來到森林內的大仁保神社眺望美景

(四) 大阪府部分：

大阪地區則選擇交通最為便利的淀屋橋農夫市集(Odona Farmer's Market)，並從中觀察其顧客組成樣態、市集商品之陳列、種類、來源及價格等策略，以期提供台灣眾多農夫市集經營方向與市場定位之參考依據。

淀屋橋農夫市集(Odona Farmers's market)秉持著一種傳達「同理心」的信念下，在生產者與食用者之間搭建起一座最近、最直接的橋樑。這個農夫市集是由一個名為馬爾凱·日本(マルシェ・ジャポン)的組織所成立的都市農夫市集，在這個總共十四攤的市集裡，你可以看見來自大阪市郊的農夫們，在這裡親切地展示他們辛苦的成果，有新鮮有機蔬果，也有飲料、糕餅等農加工產品，甚至有點心、飯糰等各種已處理分裝好的熟食，等著大阪市民來嘗鮮。

食物安全與養身健康的議題，已在各媒體上不停地發送著，現在人所追求的已不單單是美味而已，而是一種安心與健康，農夫們能夠在農夫市集裡，透過面對面的接觸、溝通與交流，有個最直接的機會，讓食用的人瞭解這些架上的食物是如何被呵護與照料，然後親自從產地送到他們手裡。

當然，農夫倘對自己的產品感到驕傲，在市集裡自信地介紹自己的產品，吃的人對食物也會產生與農夫相同的同理心，除了感謝農夫對食物安全的把關，吃得自然也安心。



圖 36 淀屋橋農夫市集約有 14 個攤位，產品多元且新鮮



圖 37 前來設攤的農家亦訴求農產品絕不使用農藥與化肥



圖 38 觀察後發現現場購買者以女性居多女性



圖 39 攤位上所有農產品均為農家直採、農家手作



圖 40 與消費者直接對話，確實能提升顧客的購買意願

肆、心得及建議事項

- (一)因里山地區多處偏遠，農遊推廣原就不易，故應善用網路媒體，如 Facebook、Instagram、Tripadvisor 等，並主動蒐集並即時發布每次遊程活動之訊息，或是與顧客互動之照片，藉此讓更多消費者能更方便的獲得相關旅遊資訊。
- (二)里山農遊應考量環境之承載量，故建議朝向 2-6 人的小眾旅遊模式發展為宜，避免因過多遊客造成地區生態與環境之破壞。
- (三)接待人員(導遊)為第一線與消費者接觸之人，故其教育訓練甚為重要，以期提供良好的服務品質，提升顧客滿意度；另每次活動行程完成時，亦應養成定時開會檢討的習慣，並將其作成紀錄，以做為下次活動與內部服務品質精進之基礎。
- (四)為吸引更多有志從農之青(新)農移居至里山地區，政府單位應了解地區移居者或回鄉者之結構，如 I-Turn(直接移居農村者)、U-Turn(返鄉者)、V-Turn(回鄉但居住其他地區者)等，並就其需求規劃相關輔導措施，如整合地區私有空屋或閒置空間發展共享經濟、運用專案或示範計畫模式整合地區資源(如權益關係人、自然資源、人文資源等)，並規劃出具在地特色與價值的里山遊程。
- (五)建議欲發展里山農遊之地區，應至少有一具行政能力之在地組織(如農會、社區發展協會、合作社、公司等)，以作為對外

接洽與統籌規劃之經營主體，以利地區里山農遊之發展與推動。