

出國報告（出國類別：考察）

日本東京都及千葉縣 農村創新發展經驗交流

服務機關：行政院農業委員會水土保持局

姓名職稱：蔡巧蓮 執行秘書

蔡金龍 組長

鄭至涵 工程員

派赴國家：日本(東京都、千葉縣)

出國期間：106 年 10 月 12 日至 10 月 16 日

報告日期：107 年 1 月 12 日

目錄

第一章	考察目的	2
第二章	考察行程	3
一、	活動名稱：106 年臺日農村創新發展經驗交流暨研習	3
二、	研習日期：106 年 10 月 12 日(四)至 10 月 16 日(一)	3
三、	研習地區：日本東京都及千葉縣等地區	3
四、	行程表：	3
第三章	參訪行程紀要	5
一、	千葉縣房之驛	5
二、	日本農林水產省	6
三、	千葉縣東京未來農業博覽會	11
四、	千葉縣枇杷俱樂部	12
五、	千葉縣保田小學校	14
六、	東京都青山國連大學館農夫市集	17
七、	東京都富澤農場	19
八、	東京都 D47	22
九、	千葉縣柴海農園	23
第四章	心得及建議	25
一、	心得	25

二、 建議.....	27
附錄	30

摘要

報告名稱：「日本東京都及千葉縣農村創新發展經驗交流」報告

出國人員/服務機關/單位/職稱

蔡巧蓮/行政院農業委員會/企劃處農村再生基金辦公室/專門委員兼執行秘書

蔡金龍/行政院農業委員會水土保持局/農村建設組/組長

鄭至涵/行政院農業委員會水土保持局/農村建設組/工程員

前往地區：日本東京都及千葉縣

出國類別：考察

出國期間：106 年 10 月 12 日至 106 年 10 月 16 日

內容摘要：

臺灣農村產業六級化發展之推動，轉型與提升是關鍵，有鑑於日本因糧食短缺與農村高齡化，加上人口外移種種因素，提出「產業六級化」之概念，創造日本全國農村地方經濟發展。本次透過台北駐日本代表處協助，拜會日本農林水產省，瞭解日本推動產業六級化及青年從農相關政策推動機制，同時也實地至千葉縣房之驛瞭解如何以「後場前店」的策略，鼓勵青年從農，帶動區域產業的發展；參加東京國際農業博覽會針對博覽會瞭解目前國際農業發展趨勢與技術；枇杷俱樂部作為地方旅遊單一接待窗口，如何並利用多元化開發加工產品吸引消費者選擇與體驗，同時解決當地農家次級品銷售困境；保田小學校透過廢棄小學再利用保留歷史與特色，將空間做多元化規劃並且結合營運策略，帶動區域觀光發展；柴海農園掌握市場需求，同時研發系列加工商品，增加產品附加價值與收益；以及東京都青山國連大學館農夫市集作為農民與業者媒合平台，透過活動策劃與招商機制，建立生產者與消費者交流管道；富澤農場以第四代接班人，將農場所種植安心、安全蔬果供應鄰近家戶、小學以及都會區餐廳的經營策略，以取代中盤商的策略作為都市農園經營定位，同時結合在地青年組成青壯年部，共同協力推動都市農業；D47 以旅遊雜誌形式吸引消費者至農村旅遊，透過策展將地方特色與產品透過故事性的呈列，同時結合食堂，以地方傳統料理方式導入產地新鮮食材，原汁原味呈現產地料理特色，實踐從餐桌到產地行銷策略。

日本地理環境及過去歷史與臺灣有許多雷同之處，本次從日本政策推動至農企業拜訪，瞭解其發展歷程及各種影響層面實為值得作為臺灣借鏡，進而助於本局推動農業政策及農村產業創新發展之參考。

關鍵字：農村產業、產業六級化、青年從農

第一章 考察目的

農村再生條例自 2010 年通過實施至今已實施七年，進行農村生活、生產、生態、文化環境營造與保育等相關工作，由行政院農業委員會水土保持局主政辦理，迄今除改善農村整體環境外，同時亦透過政策引導鼓勵青年進入農村，於農村中累積生活與服務經驗，引動青年思考未來與農村的連結；同時為精進農企業永續發展，致力整合農政單位技術與資源，建立跨域合作平臺，期以解決生產技術與加工安全及行銷通路拓展等問題，推動迄今已有初步成效，然因農村人口老化、勞動力不足、社群整合機制不健全等發展困境，進而影響農業(村)轉型機制為臻完善。

反觀日本於農村發展上面臨與我國相同之農村人口流失、居民年齡老化、農業後繼無人、農地廢耕等困境，而現行農村六級化產業發展及地域活化之推動機制與寶貴經驗，已獲致相當成效。因此相關推動措施，包含青年從(留)農與六級化產業、組織整合機制以及農村地區觀光推動等執行成果與遭遇困難，值得我們學習和借鑒。同時，為落實農委會提出「新農業創新推動方案」，期建立農業新典範，並建構農業安全體系及提升農業行銷能力之政策，本會今年度舉辦「106 年臺日農村創新發展經驗交流暨研習」選拔，由臺灣各縣市農村社區中，挑選出 20 位具產業發展潛力之農村夥伴，由水保局蔡金龍組長率領，於 106 年 10 月 12 日至 16 日赴日本進行農村交流研習，透過台北駐日本代表處拜會日本農林水產省外，也實地到東京都及千葉縣就日本以產業六級化推動農村創新發展進行經驗交流與討論，藉以汲取相關推動成功模式與策略，作為農委會及水保局推動農業政策之參考。

第二章 考察行程

- 一、 活動名稱：106 年臺日農村創新發展經驗交流暨研習
- 二、 研習日期：106 年 10 月 12 日(星期四)至 10 月 16 日(星期一)
- 三、 研習地區：日本東京都及千葉縣等地區
- 四、 行程表：

106/10/12(星期四) 至 106/10/16(星期一)		
日期	行程	住宿
10/12(四) DAY 1	長榮航空 BR198 桃園機場 08:50-成田機場 13:15	東京 王子飯店
	◆ 千葉縣 房之驛 ◆ 代表人員：岩本真哉場長、井上雄太店長 ◆ 研習重點：由農場場長岩本真哉先生與商場店長井上雄太先生帶領團員至室內及室外農場、店鋪實際說明從生產管理、生產技術傳承、耕種策略、休耕地的契作、店鋪經營、產業的投資等面向，進行解說與對話。	
10/13(五) DAY 2	◆ 東京都日本台灣交流協會 官方拜會 ◆ 代表人員： 1. 農林水產省食料產業局產業聯繫課企劃班 黑瀨詢子 課長輔佐 2. 農村振興局農村政策部都市農村交流課 系賀信之 課長輔佐 3. 農業政策課國際部國際政策課 泊信也 國際專門官 4. 駐日代表處 王清要 簡任秘書 ◆ 研習重點：拜會日本六級化產業、青年返鄉以及地方創生等，農林水產省食料產業局產業聯繫課企劃班黑瀨詢子課長輔佐進行日本六級化產業推動政策、施行成功案例說明，後由農村振興局農村政策部都市農村交流課系賀信之課長輔佐針對青年返鄉以及地方創生推動構想及案例進行說明，並針對上述說明內容進行綜合討論。	千葉 CANDEO
	◆ 東京未來農業博覽會（千葉縣幕張國際展覽中心） ◆ 研習重點：針對博覽會之六級化產業、農機具、花卉、園藝、農業資材與技術、科技農業等六大主題區域，依團員農業相關性及發展需求進行分組分區交流。	
10/14(六) DAY 3	◆ 千葉縣 枇杷俱樂部 ◆ 代表人員：鈴木賢二驛長 ◆ 研習重點：從一級生產到六級體驗行銷，利用多元化開發加工產品吸引消費者選擇與體驗，同時解決當地農家次級品銷售困境。	

106/10/12(星期四) 至 106/10/16(星期一)		
日期	行程	住宿
	◆ 千葉縣保田小學校 ◆ 代表人員：大塚克也校長 ◆ 研習重點：如何保留廢棄小學歷史與特色，將空間做多元化規劃並且結合營運策略，帶動區域觀光發展。	千葉 CANDEO
10/15(日) DAY 4	◆ 東京都 青山國連大學館農夫市集 ◆ 代表人員：羽田野先生 ◆ 研習重點：市集招商類別、收費形式、行銷主題與策略等經營管理形式。	東京 王子飯店
	◆ 東京都 富澤農場 ◆ 代表人員：富澤剛先生、海老先生 ◆ 研習重點：從都市農園發展歷史到農場蔬菜供應進家戶、小學以及都會區餐廳的耕種策略，同時結合在地青年組成青壯年部，共同協力推動農業並相互支援農忙人力。	
	◆ 東京都 D47 ◆ 代表人員：清水睦小姐 ◆ 研習重點：策展主題及空間規劃如何將地方特色與產品透過故事性的呈列，吸引消費者關注，並且結合食堂，導入產地新鮮食材、傳統料理方式帶到都市，原汁原味呈現產地料理特色。	
10/16(一) DAY 5	◆ 千葉縣 柴海農園 ◆ 代表人員：柴海祐也先生 ◆ 研習重點：如何配合市場需求多品項少量種植蔬果，同時自主開家開發系列加工商品，增加產品附加價值與收益。	
	長榮航空 BR197 成田機場 14:15-桃園機場 16:50	

第三章 參訪行程紀要

針對所規劃之臺日農村創新發展經驗交流行程，於 106 年 10 月 12 日(星期四)至 10 月 16 日(星期一)實際辦理五天四夜研習活動，此次交流研習地點為日本東京都以及千葉縣，針對「青年從(留)農」、「六級化產業」、「地域整合」等研習主題進行整體性籌劃，詳細交流重點說明如下：

一、 千葉縣房之驛：青年從(留)農、六級化產業、地域整合

FUSA 集團經營範疇包括農場經營、千葉縣農園契作、農產直銷門市、特產開發及行銷企劃等，目前在日本有 13 間門市經營，各門市佈置以及文宣皆用搶眼的設計傳遞好吃的訊息，希望能透過各種「食的企劃」，結合農夫、漁夫以及加工廠的力量，和一般直賣所不同的是以「一人一品」制度，房之驛會安排每位生產者依不同的產品在每家門市販售，但各單項產品每日依照天候及產量安排優先順序只使用 1-5 位生產者，使消費者對生產者有更多的認識。

千葉縣是日本花生故鄉，日本國內銷量近八成的花生皆在於千葉縣，近幾年千葉縣主要花生業者有感國內花生供應量變低，千葉縣休耕地也增加，顯示國民食用花生比率也相對降低。因此，為重新讓花生產業蓬勃發展，在地企業共同發起了復興花生產業的企劃，包含多元化開發花生系列食品、結合年輕人喜好，研發多款口味的花生，例如草莓、巧克力、起士、芝麻等等，讓花生從日常零嘴、甜點、餅乾等，依不同需求提供更多樣性的產品選擇。

因為房之驛在全國各地有十三家門市，農場位於千葉縣，種植產品除了花生以外，也包含溫室草莓、時令葉菜等等，有時候也會開放農場體驗，讓顧客直接從農場體驗認同我們的產品，但其他門市僅提供販售。在一級生產的部分，會先確認如何加工再進行種植，同時為瞭解市場消費需求，房之驛會先行將新品以試賣的方式於店家推廣，同時測試消費市場的反應，並且藉由產品展示搭配各式文宣推廣，讓消費者關注到新品。若試賣階段，受到消費市場的喜愛，農場便會擴大種植，並結合加工業者進行量產階段，不僅符合市場需求，同時也可降低銷售的風險，這是房之驛從店舖到賣場在產銷策略很關鍵的一環。

目前房之驛分為農場經營以及店家經營二部分，在農場經營的部分，目前有承租休耕地進行花生等相關作物契作，同時為了將優質的生產技術傳承，並且鼓勵青年從農，透過研習課程讓有意願從農的青年，從保種、友善耕作、田間管理等面向，學習農務的技術，農場目前約有十三位員工，其中僅有 4、5 位為六十幾歲以上，能夠吸引這麼多年輕人參與農業很重要的因素來自於有效率且便利的管理，在花生田的管理上，場長說明了農業缺工的重點，如何讓農業更省工，收入更高，才能吸引輕人從農，為了省工，他們也會使用除草藥，而非一開始就從事有機栽培，並且推廣花生種植，利用其固氮的特性，以增加土壤肥力，種植在地特有品種，降低從農門檻，在保障有收入的環境下鼓勵年輕人從農。

表 1-1 千葉縣房之驛交流研習情形

		
拜訪房之驛草莓園，瞭解草莓種植策略	由岩本真哉場長帶領至農場說明目前經營以及承租休耕地復興花生產業相關事宜	為了讓花生產業有良好的品質，從土壤到耕作，雖非有機，但仍以友善方式耕種
		
房之驛透過研習課程，讓有意願從農的青年，實地到農場學習	“前店後場”的生產方式，讓銷售需求與生產供給相輔相成	研習夥伴與房之驛農場場長及員工於房之驛農場合影

二、 拜會日本農林水產省：六級化產業、青年返鄉以及地方創生等政策推動

106 年 10 月 13 日由行政院農業委員會水土保持局蔡金龍組長率隊帶領我國

20 位青年農民及專家學者，拜會日本農林水產省食料產業局產業聯繫課企劃班課長輔佐黑瀨詢子小姐、農村振興局農村政策部都市農村交流課課長輔佐系賀信之先生以及農業政策課國際部國際政策課國際專門官泊信也先生等人，相關拜會議程如表 4-12 所示。

表 1-2 拜會日本農林水產省議程

時間	主題	內容	接待者/主講者
08:30	從「東京王子飯店」集合		
08:45	從「東京王子飯店」出發		
09:00	抵達「日本東京交流協會」		
09:20	會場及資料準備(30 份)		國際部國際政策課 泊信也 國際專門官
9:30	與會人員入場，開場致詞		
9:40 I 10:30	食料產業局簡介 (日文，中文逐次 翻譯，五十分鐘)	1. 關於日本六級產業政策之形成背景，程序，架構，組成戰略以及其結果。 2. 在推展六級產業時所要注意的要點，困難點以及其對策。 3. 在推展六級產業時相關之政府機關，民間組織以及農民團體等支援之有效調整方法與支援。 4. 介紹推展六級產業時的優良範例。	農林水產省食料產業局 產業聯繫課企劃班 黑瀨詢子 課長輔佐
10:30 I 10:40	中場休息		
10:40 I 11:00	農村振興局 (日文，中文逐次 翻譯，二十分鐘)	藉由推展六級產業而達到都市的年輕人移住農，漁村以及其相關事績。	農村振興局農村政策部 都市農村交流課 系賀信之 課長輔佐
11:00 I 11:30	Q&A(日文，中文逐次翻譯)		
11:30	會議結束		

「六級化產業」一詞源自於日本，而命名的由來，始於東京大學名譽教授今

村奈良臣於 1990 年代中期的研究，他發現日本農業生產的初級產品，輾轉販售至消費者手上時，未經加工的部分僅占 20.7%，而有 53.2% 經過加工、28.5% 透過外食業者處理，因此大部分利潤均被轉移到農業以外的部門，便提出「六級化產業(1x2x3=6)」觀點，其目的正是希望把農產品附加價值留在農業地區。在「六級化產業」的概念之下，農業是「六級」的基礎，倘若只著眼於產業化利益，而排除、漠視農業生產者，則六級化產業算式將無法產生效益，正所謂 0 乘以 2 乘以 3，結果仍舊等於零。

有鑑於六級化產業對於提振農業經濟活力之潛力，日本農林水產省於 2010 年 3 月 30 日「糧食・農業・農村基本計畫」提出六級化產業政策，同年 12 月 3 日公布「六級化產業法」，並於 2011 年 3 月 1 日開始實施。其目的係活用地域資源、促進農林漁牧業者等之新事業開創等對策，及促進地域農林水產品利用相關措施，以振興農林漁牧業，活化農山漁村等地域，改善糧食與食品市場漸萎縮、農業產值下降、農業所得下降等問題，強調農林漁牧業和其他產業間「合作連攜」的策略模式，進而期望能喚起消費者對優質在地生產農產品的支持，提高糧食自給率。

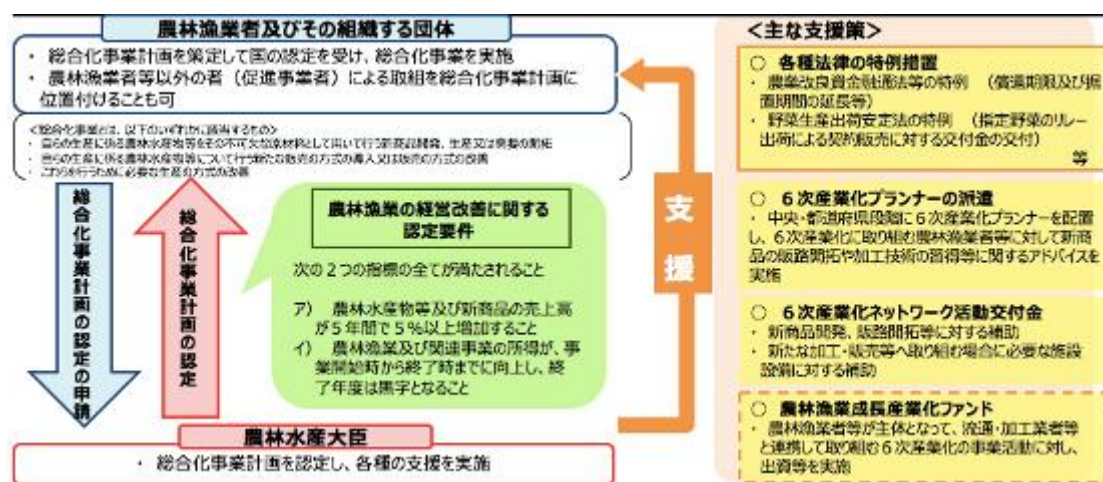


圖 1-1 日本六級化產業・地產地消法核定總合化事業流程圖

另外，農林漁牧業者初期訂定區域六級化產業之相關策略時，能夠有明確的事業發展策略，並生產符合市場需求且具高附加價值的農林水產物，是非常重要的關鍵時期，目的為讓商品具有直接供應市場的潛力。

因此，在此階段公部門會協助辦理業者媒合會，包含食品加工業者、通路業者等等，讓六級化產業發展過程中，克服後端安全加工與市場通路銷售等問題。執行過程中，則會辦理導入六級化產業專員輔導、人才培育訓練課程導入經營管理、行銷、資金調度等所需的知識之提升、支援協助引進適合的加工作物、加工機械的整備、新品開發、加工及販賣設施的支援、行銷通路的拓展以及促進外食、中餐業者使用國產食材等等，全面性的從一級生產、二級加工、三級銷售到六級服務做整體性的規劃與整合。

圖 1-2 六級化產業政策各階段協助事項

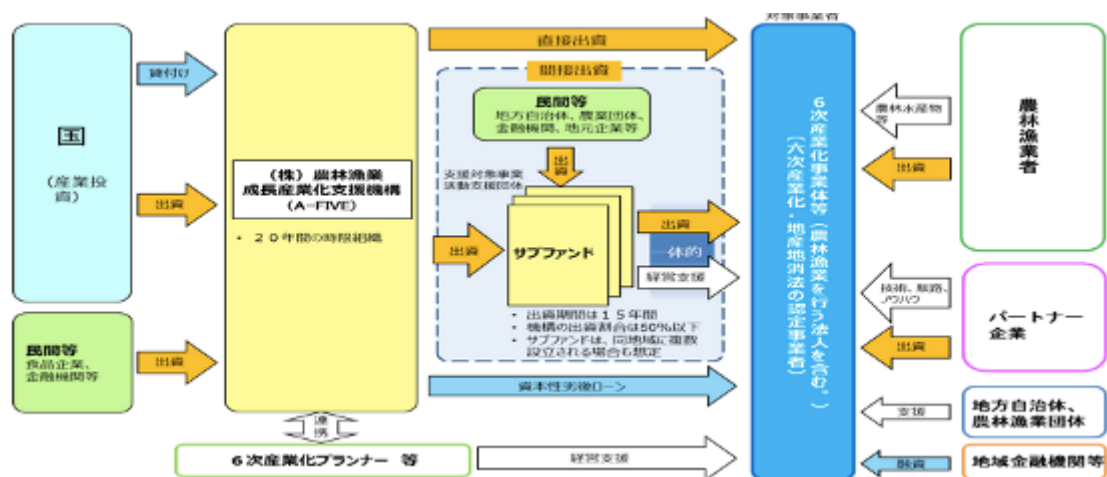


圖 1-3 株式會社農林漁牧業成長産業化支援機構法推動流程

在出資的結構上，主要出資者必須是農林漁牧業者，並且加入擁有加工、流通之專業知識(秘訣)之夥伴企業的資本，所形成的合作事業體(六級化產業事業體)，要成為出資對象必須遵循產業六級化、地產地消法，接受綜合化事業計畫核定。

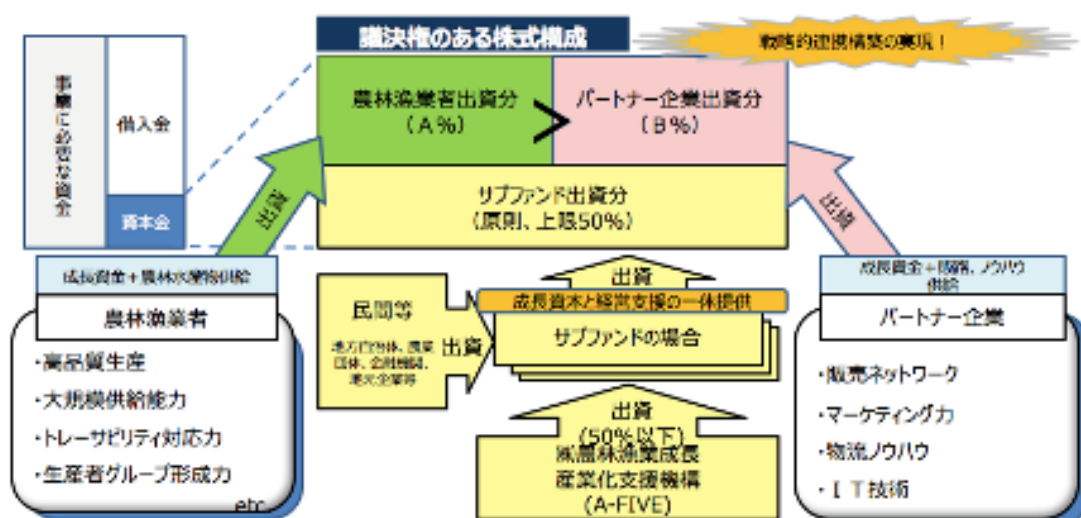


圖 1-4 (株)農林漁牧業成長産業化支援機構出資結構圖

在各縣市以地方創生精神推動青年從農政策推廣部分，則鼓勵年輕人組成協力隊，每人每年補助 400 萬日幣投入地方創生的推廣，補助期間以三年為限，經費運用包含活動經費、道具製作費、旅費、研習所需之費用（含交通）等，希望年輕人以熱情、活力以及自身的專長進入地方，並且參與地方公眾事務的推廣，重新帶動地方的發展，近一步也吸引都市人有意願移居到農村。



圖 1-5 地方創生之青年從農策略推動圖

表 1-3 日本農林水產省拜會交流情形

由系賀先生說明日本以地方創生帶動青年返鄉推動政策	由蔡金龍組長率隊拜會日本農林水產省，相互交流農業政策推動想法	我國團員與日本農林水產省於臺日交流協會辦事處合影

三、千葉縣東京未來農業博覽會：農業技術及能源應用、科技農業、農產加工及銷

售

東京未來農業展覽會是日本最專業對頂尖的國際農業貿易展覽會之一，目前日本農民平均年齡為 65 歲，為因應日本農業與糧食安全政策，同時解決農村勞動力問題，農業栽培作業必須省力及舒適化，藉以吸引青年農民投入農村產業推動。因此，機械化與資材技術提昇成為發展重要趨勢，整體展區共分為六級化產業、農產品加工、農業機械及技術應用、農業資材、農藝技術、花卉生產等主題。



四、千葉縣枇杷俱樂部：六級化產業、地域整合

曾獲得「道之驛最優秀獎」的「枇杷俱樂部」是實踐六級產業的先鋒，除了設有物產店、餐廳、加工廠及觀光服務中心以外，將當地特產枇杷分等級作不同的運用，開發 200 種以上枇杷加工品，包括果醬、冰品、茶、咖哩醬包、保養品、清潔用品等，以及枇杷葉染等 DIY 體驗活動，更作為在地旅遊統一接單的窗口，帶動在地農工商業串連合作。

枇杷俱樂部公司係由地方政府所成立，成立後其組織營運以及稅負與民間企業相同，同時枇杷俱樂部也聘請專業的顧問公司協助評估商品開發及行銷之顧問，而協助成立的地方政府是無法直接干涉整體的營運及人事管理。

廣告行銷部分早期與旅行社推廣為主，另外與 J A 鐵道公司合作，將枇杷俱樂部相關企劃或旅遊資訊做成海報，吸引民眾到來，目前許多人慕名而來，

也是因為我們透過創造話題或活動，讓記者來採訪，同時也達到免費宣傳的效益。

當地的民間的組織，每月會舉辦一次認識家鄉活動，為當地的居民進行導覽解說，認識地方的文化與特色，目的是想讓當地人更瞭解自己的家鄉。活動舉辦初期，主要係以孩童為主，後因家長會陪同參與，進而希望能夠針對大人辦理相關活動，因此目前共分二梯次辦理，一梯次以小朋友為主要，另一梯次則以大人為主。

在日本，果醬、果凍或有餡料的包子是最熱賣的，枇杷俱樂部會將採果後的落葉，重新回收再利用熬煮，製作成枇杷葉染的體驗素材，但其枝條目前並無再利用，會直接丟棄處理。而與枇杷俱樂部會合作體驗行程之農家、餐飲業者、民宿業者等，會依屬性成立工會或團體組織，每個月定期會與枇杷俱樂部召開共識會議，商談各階段推動重點與合作模式，而農家或業者們基於信賴枇杷俱樂部背後投資者為公部門，有一定程度的信任感，因此也十分積極、有高度的合作意願。

在與農家合作機制上，枇杷俱樂部會視消費者體驗活動不同，而抽取3%~10%不等服務費，如果同時也與旅行社合作的話，則會另抽取10%的服務費用。目前枇杷相關加工產品毛利大約有50%，獲利相較於其他收入來得高，而枇杷俱樂部管理者也提到，觀光農業的部分也是沒有賺錢的，枇杷俱樂部因協助招募觀光客僅酌收3%~10%服務費，實際上仍無法支應一個員工一年薪資，但確是招攬客戶很重要的關鍵策略，仍有其必要性持續推廣觀光發展。因此，在整體營運管理上，各部門會以整體盈餘相互平衡獲利與虧損。

目前地方並無世界遺產或古蹟可吸引國外旅客，因此國際化的發展是目前的課題，因為枇杷俱樂部發展已經二十幾年了，目前是委外由商家進駐經營，在整體硬體的修繕費，是目前主要營運上的困境。

表 1-4 千葉縣枇杷俱樂部交流情形

		
由鈴木賢二驛長說明枇杷俱樂部成立至今發展歷程	實際走訪枇杷加工室，從早期手工到目前以機械化製成，降低許多成本	鈴木賢二驛長說明機器設備的操作方式
		
實際參與枇杷俱樂部 體驗枇杷葉染	從參與中瞭解在體驗解說過程中，須明確進行素材解說、技法教學到染色體驗	我國團員於枇杷俱樂部驛長鈴木賢二先生合影

五、 千葉縣保田小學校：六級化產業、地域整合

千葉縣的「保田小學校」創立在明治時期，擁有 126 年歷史的學校，早期是以木構為主，附近也有一個學校在山上，但也廢校了，而保田小學校因距交流道以及都市的距離較近，因此在招攬客源上具有一定的優勢，也順利將原本是屬於公共的設施與空間，轉型為商用空間，而保田小學校因交通便利的優勢而順利轉型，在日本其他地區並非順利如預期的改變。

在廢校後，經過地方政府、民間團體及企業同心協力，將「保田小學校」打造為一處兼具「農產交易、社區活動、旅行設施」的新場所，目前大部分設備仍然保留使用，包含鐘聲、教室、體育館（約八千坪）、課桌椅、黑板、走廊空間、幾年幾班的班級牌等等，建築物都有重新翻修，但裡面的東西與風格，盡可能

保留最原始的狀態，讓學校的感覺被保留，重新將學校體育場打造為「里山市場」，成為地方農產品的直售所，集中優質農產品，販售當季新鮮農產品。

學校目前有兩層樓的教室，一樓則作為「里山食堂」、咖啡店、中國料理、窯烤披薩等小型店家，引入在地美食商家經營，展現在地美食風味。二樓教室則作為「住宿空間」，還設置了一間溫泉公共池，4 人一房，共有 10 間。保田小學校再利用是地方產業活化的最佳印證，鄉村社區正面臨人少、就業機會缺乏等問題，學校作為最重要的公共設施，就算廢校後，也應發揮空間最大價值，扮演「帶動、聚合」的效用。

保田小學校學生數最多時期約有 450 人，每班至少 30 至 40 人，一直到 2014 年僅剩 70 人，因為少子化、人口外流與老化等問題，讓地方的居民意識到需要改變與轉型，進而採取廢校措施。目前保田小學校的營運是由「共利維修股份有限公司」所經營，總公司在東京，以「維修」為主要服務項目，意指心靈上的維修。主要的服務業務有 100 多種，以商業旅館服務為主，其他服務業務包含活化鄉村，與民間企業合作帶動地方的發展。

一般來說道之驛會需要國土交通省的核可，由地方政府直接經營，或間接設立公司經營，在日本道之驛受到全國民眾的喜愛，目前已有 1,170 多個，因此在競爭上十分激烈。有些地方政府不熟悉或不專業於營運管理，會採取委託民間企業來管理，而保田小學校整體修繕到營運費用約需 12 億，有些人會說可以利用老房子再利用來營運，但光修繕費也是一大筆的支出，也有人提出可以重新打掉重建，但小學原本的歷史與文化就會消失了。

在 12 億的投資金當中，5 億為申請的補助金（包含農林水產補助 3 億 3 千萬，縣政府補助 6 千萬，國土交通省 1 億 1 千萬，共計 5 億），7 億是貸款，包含增建改建費 8 億四千萬，設計費 4 千 5 百萬，外構 1 億 2 千萬，監造 2 千 8 百萬，太陽能發電 4 千 5 百萬，共約有 12 億的投入。由地方居民共計 8 千人共同承擔，契約以 5 年作為營運的時間，每年須將稅前淨利的 2 成以捐贈的方式回饋給地方政府，而 2 成的回饋是公司在提案競標階段評估過後同意的，但後續若有其他地

方需要營運管理，百分比會再試基地狀況調整。

目前每天都有來自各地的考察團，包含媒體也會特地來採訪，同時也因為電視的採訪，帶來了媒體曝光的效益，帶動了地方的知名度，保田小學校校長大塚克也先生驕傲的說：「我們認為其效益遠大於 12 億的投資。」

除外，保田小學校一開幕因廢校再利用具有話題性，加上在裝修保田小學校階段，便開始於臉書上宣傳，讓大家都知道小學校裝修進度與情形，目的是希望讓大家持續性的關注保田小學校，而創造讓人討論的話題。因此，開幕後很快就，目前的發展仍在高峰，但無法預知未來的發展情形，因此先階段我們已開始重視回遊的顧客。

里山市場經統計 1 年有 30 萬次的刷卡紀錄，推估每次刷卡會攜扮來訪，來訪的人數有 60 到 90 萬人，先前鉅南每年因夏天海水、春天賞花等休閒資源，大約有 80 萬的觀光客，因此顯示保田小學校的營運，確實帶動地方經濟效益與觀光人潮的成長。

目前小學校有 50 位工作人員是來自在地的居民，我們希望能提供給當地就業機會，真正的帶動地方的發展，而目前營業額約 6 億多，其中里山市場銷售額約有 4 億、餐飲等店面銷售額為 2 億。里山市場主要以當天現採的青菜賣得最好，提供貨源有 180 位農家，沒有賣完的青菜，隔天一早須由農家帶回，但我們會指導農家將蔬菜水果自製成加工品，帶到市場販售，讓被回收的蔬菜水果有再次創造價值的功能，而我們也發現農家最大獲利的來源也是加工品販售，因此多元化的特色商品，的確可以帶來更多的銷售。農家若將青菜帶到市場銷售，其手續費是 18%，而 82%的收益會直接以轉帳方式付款給農家，而禮盒或可存放較久的產品則會收取 20%服務費。

原本的營運構想，希望所有的產品來自於在地的農家，但目前地方農家的產品也供不應求，目前的農產品只能提供賣場三成的貨源，其他七成則來自於周邊地區。但因為保田小學校的經份來自於農林水產省補助，相關規定也提及賣場中須有五成以上農產品來自當地，因此，貨源缺乏需要再努力。

表 1-5 千葉縣保田小學校交流情形

		
將原本的教室空間改造為住宿空間，四人一房的設計來自於家庭房的概念	將原本的走廊露臺改造為半開放式空間，平時透過園遊會或首創市集等活動，吸引親子同樂參與	走廊上文宣與互動式道具以童話趣味的風格，讓親子可以拍照留念
		
將保田小學校改造前後，透過策展的方式，讓更多人認識廢校再利用創意。	大塚克也先生分享里山市場經營管理	團員與大塚克也於保田小學校合影留念

六、 東京都青山國連大學館農夫市集：六級化產業、地域整合

位於青山的國連大學（United Nations University，略稱 UNU）前，每個週末固定舉辦的農夫市集，因為頻繁的舉辦，所以人氣快速上升，注目度也很高。由於位於東京的核心地區，也發展出一些有趣的小計畫，例如與位於青山餐廳合作，推出使用市集的蔬菜所料理而成的午餐等，或者市集還與自行車宅急便クーリエ合作，推出半徑三公里內當天送達，三公里外隔天到的自行車配送服務，以減低對環境的負荷。

Farmer' s Market @UNU 希望能傳達一般流通市場裡無法傳遞的，關於風土、農法、作物的大小事情，以「LifewithFarm」為主題，集結各地青年農夫向城市

居民、廚師等傳達自然、食物及手作料理的多樣性，透過攤位、餐車、活動等方式呈現每週展售主題，用創意來展現「吃」這件事，引導大家更重視「食生活」。

想申請來市集展售的農家，一律採上網登記，市集並沒有特別限定要以什麼方式種植，最重要的是讓農家誠實告知消費者他的種植方式，提出展售申請的農家市集內部會再進一步的審核，審核時間約需 1 至 2 週，若審核過程中，對農作方式有任何的問題會再與農家確認，通過審核後，則會再詢問可以設攤的時間。雖然市集吸引許多農家來展售，但像是水果也會有產季，當非產季時，攤位就會空出來，可提供當令當季的農家來設攤，或是消費者可以選擇於網路上購買，直接與農家聯繫訂購。

市集是 NPO 組織，不屬於營利事業，因此在與農家溝通時，我們會特別深入地去瞭解農民從農的困難點以及困境，例如人手不足的話，會協助在網站號招志工至農場協助，目前我們組織有 2,000 個志工，或是農家在市集展售的過程中，對於持續關注或直接接觸顧客，農家也會向消費者提議到農場幫忙，不一定會有直接的酬勞，而是將品質很好的農產品作為交換的物品。

目前市集有 80 個攤位，20 個行動車，屬性會分類，最大分類以農家、加工者以及行動餐車三大類為主，木架、桌椅以及帳篷會由市集提供。費用的部分，農家的租金是 7,000 日圓，加工業者與行動餐車租金為 12,000 日圓，農家是最便宜的，主要原因為市集的宗旨本來就是協助農家銷售的市集。

關於如何持續性的吸引消費者或農家來參與市集的原因，是因為能夠賺錢，我們除了農家，也會邀請廚師或相關業者一起來展售，廚師會到市集找好的食材，行銷通路的企業也會希望找到優良的加工者，甚至農家與農家會相互合作連結，例如麵包公司跟烘焙業者做連結，對農家來說這是新的合作方式與吸引的魅力，也是持續性的參與市集最大的主因。

表 1-6 東京都青山國連大學館農夫市集交流情形

		
團員於市集中遇到推廣相同產業的柿農，彼此交流相關經驗	團員於市集中遇到推廣相同產業的花農，彼此交流相關經驗	組長及團員與市集小農交流產品研發方式，並合影留念
		
參訪當天遇市集麵包際活動，即使天候不佳仍吸引許多消費者前來選購	市集管理者分享整個營運跟攤位招商的機制，並且分享異業合作的創價策略	團員贈送手工文創商品給市集管理者，藉以表達感謝分享之意

七、 東京都富澤農場：青年從(留)農、六級化產業

位於東京都三鷹市的富澤先生，家族世代務農，已是農場第四代的繼承人，目前農場已有 120 年的歷史。當了四年上班族之後，返回老家繼承農業，並用運自身的創意參與經營，務農至今超過 13 年，他認為在東京務農很有意義，因為可以為都會區附近提供最新鮮的食材，蔬菜生產後交會負責烹煮的人，就會有人品嚐，農業可以透過食物讓人幸福這樣的過程是很有意義的。並且同時富澤農園也參與了餐廳的食材提供及餐廳員工的農業知識課程體驗、校園食堂的食材提供及食育講座、大學針對農業相關課程教授、江戶東京野菜の提倡及開發、當地的各種地域活動的參與的多角化經營。

目前農場一年可種植 40 多種蔬菜，有些是種在溫室，有些是種在戶外，目前除了種植青菜以外，我們也種植菜苗，大約有 1 萬盆左右，這是農場主要的收

入，因為現在日本很流行自己買菜苗回家種，所以農場也慢慢在種植適合家庭食用的菜苗，提供給家戶，而其他通路包含院子前的直售機、學校、餐飲業者或農協等等。

對於農場的種植，富澤先生堅持要對環境友善，因此在耕種方面採用食物鏈以及循環型的農業來經營農場，循環型農業是指將廢棄的葉菜、落葉以及馬糞製作有機堆肥，而落葉除了家裡的庭院以外，同時也會至鄰近大學掃落葉；廢棄的葉菜，則是鄰近學校營養午餐後的葉菜；馬糞的部分，因農場附近有間東京農工大學，大學內部有設置馬場，大學要處理馬糞也是很困擾，因此非常樂意提供給他。富澤先生說：「對其他人來說，這些或許是垃圾，但對他來說都是資源。」，目前我們所做的土壤堆肥也會提供給三鷹市學校使用，而三鷹市政府會支付農場些許的費用，主要原因是地產地銷政策的推廣。

富澤先生提及日本農業分二種，一為遠效農業，屬地方型農業，量多單一；二為近效農業，屬都市型農業，量少多樣，以臨近家庭或區域家戶為主要客源，所以要能提供多樣化的選擇，並且可以替代菜販。

三十年前父親經營農場時期，因農場在早期都市規劃時，政府禁止在東京都從農，並收取高稅金（土地稅、繼承稅）方式來壓制，因此高稅金是農場主要的負擔，目的是希望農家可以放棄在都市從農。後因都市農家抗爭後，政府也釋出「生產綠地制度」，也讓固定資產稅降低，讓農場得以勉強經營。

因此，富澤先生返鄉時曾經很認真思考如何存活，那時並沒有辦法提到要從事能賺錢的農業，所以便轉向思考要成為地方所需要的農場，例如我賣的青菜是新鮮、安全、安心又便宜的青菜，所以才會製作「庭院前的直售機」。

以前也是將種植的青菜，拿到市場去販售，但無法讓居住在鄰近的家庭採買，目前除了轉型思考地方的需求外，農場也提供鄰近學校一年級到六年級的學生到農場體驗耕種，從參與中認識青菜，活動並無收取任何費用，不僅讓小朋友開心，也會帶動家長認識農場，進而有意願成為農場的客戶，讓更多人越來越認識農場。

但在東京光靠農業活下去也很困難，所以另外有經營不動產，例如停車產或房屋出租，在東京大部分都是兼職農較多，這樣才能夠生活，所以農場看起來土地很大，但實際收入有限。

目前收入分為農業收入跟不動產收入，約 2 千 8 百萬日幣，其中有一半的收入必須支付貸款跟稅金。農場面積約有 0.7 公頃，農業年收入約 600-700 萬日幣，佔總收入的四分之一、不動產收入約為 2 千萬 1 百萬日幣，其中須支付 10% 給房屋仲介。

富澤先生說：「有人會問，既然從農困境這麼多，為什麼還要堅持經營，而不將土地售出，讓生活較優渥一點？主要的原因是，農場是曾祖父所留下的，這個農場只是曾祖父借我保管的，所以有責任守著這塊土地。五年前，人口增加比較緩和了，經濟也稍微復甦了，住宅不足、土地不夠的問題也沒有了，所以政府也提出了保護都市農業政策，因此我們農場也慢慢受到關注，越來越人認識到這麼位於都市的農場。」。

二年前，日本法律通過了「都市農業振興基本法」，原本的法律是不希望在東京有農地，而現在則是要保護在東京的農地，2016 年以「都市農業振興基本法」為基礎，提出了都市農業振興基本計畫，國家、地方自治團體認為對地方農也有保護的責任，並且在稅制上調降，這是目前在政策上有明顯改善的改變。

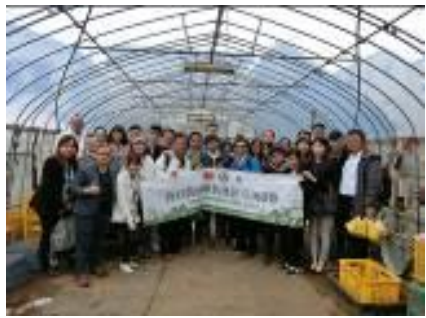
在都市的農業可以多元化的發展，例如觀光、人才培訓、體驗教育、工商業合作、大專院校的研究合作等等，以三鷹市為名，透過農產品讓消費者認識三鷹市，並且振興三鷹市。

海老澤先生是三鷹是青年部成員，七年前開始從事花農工作，當時是因為參與農協的農二代輔導而接觸到農業，由富澤先生是帶領海老澤先生進入農業的前輩，農場的經營一樣以少量多樣的花卉為主，目前一年約有 40 至 50 種花卉，主要銷售以農協、庭院前直售機為主。目前，參與青年部目前有九十幾位青農，基本主要研習農業法律以及基本生產技術，在這組織裡從事花卉生產的農家是少的，這也是優勢。青年部目前會在車站前設攤，提供農家銷售農作物，除此

之外學校與商店都有相關的合作。海老澤先生提及農業是需要夥伴的，一個人做是無法的，大家會相互協助跟支援，最近也有不少非從農的夥伴，支持我們的理念與產品，會從臉書分享或購買我們的產品。

透過青年部活動，讓不擅於發佈訊息的海老澤先生，透過這樣的平臺轉發花卉相關資訊，未來希望自己的花卉可以提供給三鷹市的道路營造，同時以提供當地花卉的需求為經營目標，也藉由人際關係、口耳相傳的宣傳，讓花卉事業拓展開來。

表 1-7 東京都富澤農場交流情形

		
富澤先生說明農場經營理念與方式	海老澤先生分享自己從農與青年部夥伴協力的情形	團員於富澤農場與富澤先生及海老澤先生合影留念

八、 東京都 D47：六級化產業、地域整合

47 是指日本 47 個都道府縣，D47 的場域空間分為三個區域，「D47 食堂」是餐廳，以每個縣市的食材製作一道定食料理，菜名就是縣市名，「D47 設計旅行店」販賣日本各地精選的特產品，「D47 博物館」則是不定期設定一個主題，如拉麵、調味料、超市裡的人氣商品、在地刊物等，每個縣市用一張展桌呈現該主題，一次展出 47 個都道府縣特色的展示空間。

D47 是一位長岡設計師所推動的一間公司，因為一般人都會認為好東西都會在東京，但長岡設計師發現在鄉下的創意跟設計也是不錯的，進而創立 D47，希望讓都市人更瞭解鄉下，而 D47 所做的其實是旅遊指南，目的是希望都市人到

D47 接觸這些產品或餐飲後，會產生想去產地走走的動力。

在 D47 商場中，以「藝術的眼光」做旅遊的導覽，透過策展、藝術品、商店、食堂等方式，讓消費者用五官去感覺，日本 47 個都道府的特色，而這些特色話的產品，在 D47 看得到也買得到。

目前 D47 已編製 22 個都道府的雜誌，從雜誌的旅遊指南中，在策展用品、道具以及裝飾品中，都是來自於雜誌上所介紹的場域或店家，目的是希望真實的呈現出當地生活與文化特色，有時會好幾個縣市同時策展，也會單一縣市做策展。

除了策展的空間以及商品展售的區域外，食堂所供應的食材都是來自 47 個都道府，主要以當地的鄉土菜或家常菜製作成定食，連料理的方式也是來自當地。而除了定食之外，其他像紅茶、咖啡、日本酒、啤酒、紅酒等等，都是來自日本 47 個都道府所製作。而使用的餐具、碗盤也是由當地的工藝職人所製作，如果在享用過程中，對餐具有喜歡，也可以在商店購買。除外，我們也會邀請這些職人到 D47，讓都市人透過實際的體驗，加深想去產地的意願，這是目前食堂、商店與產地所做的連結服務。

表 1-8 東京都 D47 交流情形

		
由 d47 公關清水睦小姐協助商場的導覽解說	商場也放置編輯小組深入地方所收集的資料與文獻書籍	d47 食堂所供應的食材，會於入口處放置簡介，介紹食材來源

九、千葉縣柴海農園：青年從(留)農、六級化產業

由農六代(柴海祐也) + 蔬菜調理師(柴海佳代子) + 料理人(三本木繪未)共同經營的農園，期望透過「農業」，創造豐饒的生活方式，樂在農業，成為日

本最有趣的農夫為目標。柴海祐也（1986 年出生），畢業於東京農業大學，在餐廳工作三年後返鄉從農，以有別於上一代的栽培方式，2009 年開始從事有機農業，從失敗經驗中不斷在迎接挑戰。

柴海農園一年栽培 60 種蔬菜品項，並從事蔬菜及米的加工製造，販售對象包含消費者與餐廳、零售商店，並自行經營網路商店，並推出「長期宅配」、「第一次體驗」、「生菜沙拉」、「餐廳專屬」等蔬菜箱以及「禮盒」等不同訴求的產品。

目前有機蔬菜主要提估個人客戶、餐廳以及超級市場，每年約種植 200 種蔬菜，面積有四公頃，種植分為室內及戶外，風災來的時候可以從溫室所種植的作物，供應餐飲業者，不會影響供貨的穩定性。農場正職員工有 4 位，兼職員工有 13 位，今年已經邁入第 8 年，年營業額是 4 千萬。一般個別的客戶有 200 位、餐廳有 50 家、超商有 5 家，加工品有果醬、醃製品等，主要賣到東京都對食材較講究的餐飲業。

經營初期透過投遞海報、東京都市集參展、網路行銷貨事先去餐廳業者瞭解菜單內容，依據菜單內容種植作物，以供應餐廳的需求，不會讓客戶指定農場應該種植什麼樣的作物。

而現在大部分的餐廳業者，主要透過市集活動主動來接洽合作，現階段與餐飲業者合作的利潤會較高，若是針對單一客戶，蔬菜分裝的工序與使用的包裝會提高成本，但餐廳可以多量一次分裝，可以降低成本。

目前農場有開放參觀，這是很好的交流方式，但沒有主動說明有提供農事體驗，除非有特殊需求，例如合作的餐飲業者或個人客戶提出想要體驗，農場就會接受的樣的服務，目前並沒有收取費用，但未來會想要酌收 5,000 元（1 日體驗）的費用，我們也會提供等值的伴手禮給客戶。

第四章 心得及建議

一、心得

(一) 政府主導，整合生產技術、加工、銷售、行銷與國際合作

為促進農林漁牧業者活用地方資源進行新事業的創設，日本農林水產省針對該農林漁牧業者及其所屬之組織團體（包括以這些人為組織或是他們所出資設立的法人）在從事新事業的創設時，進行政策上的支持與支援。而農林水產省產業六級化相關業務部門，則對於農林漁牧業者為了改善農林漁牧業經營所研提之「綜合化事業」進行計畫審核，並依照各種法律之特例對象給予支援。

除此之外，亦藉由農林漁牧業成長產業化基金，提供補助金，包含農林漁牧業成長產業化行之費用、派遣產業六級化輔導專員專業諮詢費，補助產業六級化網路或社群整合之活動費用等等，全面性給予新產品開發、加工販賣及施設整頓的支援。

同時，在產業六級化發展過程中，如何帶動地產地消為「綜合化事業」評估之關鍵，包含以下三項關鍵要素，所提擬之計畫必須具備以下條件，得以進一步提出申請。

1. 自己所生產的農林水產物等，必須為新商品開發、生產或擴充需求時不可或缺的原料
2. 對於自己生產的農林水產物等，須引進目前為止未曾使用過的販賣方式，或藉由改善來提高既有販賣方式的營收效益。
3. 為進行上述兩項所需要的生產方式的改善，意旨新商品的開發，引進新的販賣方式之際，對於必須使用的農用設施取得、新的作物、家畜的引進，以及土地、水及其他資源的活用而所引進的新的生產方式。

同時，為了讓執行產業六級化之有關單位能互相合作推展與合作，由日本都道府縣、都道府縣支援機關、財務局、運輸局、農林漁牧業團體、農業法人協會、工商相關等團體組成「產業六級化・地產地消推廣協議會」。

推廣協議會中須策劃擬定都道府縣之農林水產業及產業六級化等之現狀、

課題、產業六級化執行方針，今後（約5年）的販賣金額目標等內容，則須以此方針做為推動策略，以整合各相關機關互相合作推展。同時，市町村階層也同樣設置了推廣協議會，策劃擬定市町村之產業六級化相關策略，以整個地區進行產業六級化的推廣，落實中央到地方產業六級化政策一致性推動效益。

（二） 六級連攜，實踐農業多元化經營，提升附加價值

此次交流研習中發現到在日本，職人的精神讓「專業」真正體現於產業價值鏈中，從務農的價值、品牌經營的智慧，和創新傳承的美好，「專心做好一件事」看似簡單，在日本創新農業的發展上卻是不容易，而在專心與專注之餘，更須思考如何拓展農業多角化的策略經營，但非單打獨鬥，而是在產業價值鏈中如何詮釋新的角色，利用在地特色與資源以及策略，創造新的價值，並促使上、中、下游獲得應有利潤，包含結合擁有合法加工、行銷通路之專業知識之夥伴企業資本，同時確立銷售方式及管道，組成可實踐之合作事業體，共同加值創價產業六級化。

目前日本在產業六級化主要支援，包含派遣專業六級化企劃顧問進行個別諮詢、舉辦農林漁牧業者與通路業者的媒合會、全國性的活動推廣，如成功案例講習，執行成果的分享等、雜誌，網站以及電子平台的露出、食品功能性研究人員介紹、在產地舉辦懇談會、在都市舉辦食材展示會、媒合餐飲業者的合作(外食及中餐業者)等等，其目的在於促進一級生產者結合二級加工者合作平台，強化農產品多元化開發以及資訊傳遞的管道，讓都市民眾可於日常生活中購買到最新鮮、安全的食品。

（三） 以市場需求為前提，少量多樣，只種賣得掉的農產品

日本農業生產環境與臺灣相似，而青年返鄉從農同時也遇到土地、資金以及技術等問題。在此次研習中，從富澤農場、柴海農園、房之驛皆可發現到日本新世代投入農村或農業的發展，較於上一代的經營模式開始重視在地發展、環境資源保護、產品多樣化等面向，且大多以家族為經營主體、強調

少量多樣、小規模、自然生產模式、傳承地區飲食文化與創造社會福祉等特色。

除此之外，富澤農場、柴海農園、房之驛所經營的農場一年可種植數十種以上農作物，並且有穩定的貨源及通路，此部分再進一步深入瞭解後也發現，新世代的青年農民在種植農作物之前，除了行銷宣傳外，同時也會實地走訪調查鄰近地區餐飲業者所設置菜單盤點各季節所需之蔬果、鄰近家庭每周所需營養以及學校營養午餐而種植節令蔬果，並且為不影響作物的供給，部分也會採取溫室種植，讓農作物避免受到天然災受而造成無法採收，影響供貨之情形。

除此之外，在進入農產品要多元化開發為加工品前，也會先確立商品開發的生產基礎、新商品的項目、市場調查以及流通管道，同時制定商品量產機制，穩定貨源，將商品提供到市場做連結，而推廣的策略亦從點線面訂定，如地區型推廣、全國型推廣至海外市場推廣的經營策略，從市場需求確保所種植農產品可有穩定的通路，進而有「只種賣得出去的農產品」之現象。

二、 建議

(一) 結合民間組織或大專院校，建立長期合作交流夥伴關係

有鑑於我國農業發展成就屢屢在國際上發光發熱，近年來在政策的鼓勵與支持下，引動許多青壯年運用自身專長投入農業(村)發展，打破傳統農村生產功能，創造新農業推動模式。基此，為加強我國農業(村)與日本之實質關係，經由本計畫執行，建議未來可採取由下而上的國際交流策略，結合日本既有推廣臺日農業(村)之民間團體或大專院校，從既有的發展基礎與目標中，以「資源共享，開創新農業」為原則，透過組織、城市或區域與日本建立更緊密夥伴關係，協助我國農業(村)青年建立國際人脈以及農業人才的交流與合作，藉以激發創新創業之能量，並開發潛在市場，發揮臺灣農業國際競爭優勢。

(二) 菁英式交流機制，建立雙向互惠交流平台，拓展國際視野

為建立臺日二國農業(村)長期發展與合作平台，鼓勵我國農業(村)優秀

青年人才汲取國際經驗，提升農業總體研發能力及國家競爭力，建議除結合民間團體以及大專院校外，交流制度可將其分為「基礎交流」、「重點研習」以及「行銷推廣」等三大面向，著重，如組織整合、環境永續發展、農業轉型、智慧科技、食品安全、社會福利、服務設計、通路行銷以及國際合作等，依實質需求規劃短中長程研習策略以及遴選適切培訓人員，並於回國後於公開場合分享交流經驗，或將所學結合相關政策之執行計畫，擴展其推動效益，希冀藉此長期性培訓機制推動，奠定我國新世代農業(村)優秀人才，提升農業(村)各面向推動專業能力，開拓國際視野與競爭力。

(三) 跨領域異業結盟，升級產業六級化發展價值與產值

日本在推動產業六級化的策略中，除了政策在專業諮詢、設備與資金的協助外，同時也提出在「總合化事業」的計畫中，任何投資都應以一級農業為主體，思考在所結合產業鏈中必要性。此次，在東京國際展覽會及交流研習地點中，所看見產業六級化在建構產業鏈時，除「食品產業」外，更跨領域結合「醫療安養服務業」、「出口產業」、「能源產業」、「IT 產業」以及「觀光產業」等產業。

臺灣農村在生產面已相當傑出，因此讓農業不止是單純生產，而是在生產、加工、通路及行銷推廣各階段，成為不可或缺原物料，同時也可引入創新銷售方式體現農業本質的價值性，顛覆從農低階、勞力且無專業性之刻板印象。除外，前置市場需求調查，往往是我國青年農民於產業推動上經常忽略的環節，大多以「跟風」模式評估市場需求，進而造成農產過剩、價格崩盤等現象，基此建議除跨領域結合外，市場性調查仍有其必要性，得以仿效日本從顧客需求端，思維農業生產及通路的策略，並確保後端通路後，才投入大量資源生產與推廣，降低風險，提高經濟效益。

第五章 參考文獻

1. 胡忠一(2009)。日本學童農山漁村交流活動實施情形與有品教育。
2. 農委會。日本食料、農業、農村基本計畫(2015~2024) (全驛文)。
3. 李伊、許聖章。日本第 3 次食育推展基本計畫之介紹。國立高雄大學東語學系、國立高雄大學應用經濟學系編譯。
4. 林文傑編譯。日本農林水產省 2017 年度施政計畫之簡介。
5. 陳建宏(朝陽科技大學財金系副教授)編譯。日本「農林水產業、地域活力創造計畫」概要。
6. 張國益 (中興大學應用經濟學系副教授)編譯。日本地產地消之推展與展望。
7. 張國益 (中興大學應用經濟學系副教授)編譯。日本農業基本法、基本計畫與結果短評。
8. 興大農業月刊，2002 第 41 期。日本農業普及制度，興大農推所 蔣憲國。
9. 「農政與農情」月刊，101 年 5 月(第 239 期)。日本六級化產業政策及其對我國施政之啓示(下)。
10. 「農政與農情」月刊，105 年 3 月(第 285 期)。日本 2015 年食料、農業、農村基本計畫要點。

附錄