

行政院及所屬各機關出國報告

(出國類別：考察交流)

原住民族委員會 2017 日本北海道溫泉・農業・觀光 考察交流報告

服務機關：原住民族委員會

姓名職稱：葉月津 主任秘書

團員組成：新竹縣尖石鄉公所雲天寶鄉長及謝兆祥技士、臺東縣金峰鄉公所宋賢一鄉長、高雄市政府原住民事務委員會白樣・伊斯理鍛主任秘書及洪文彬技士、桃園市政府原住民族行政局陳家嫻科員、桃園市復興區公所鍾龍琦技佐、新竹縣政府原住民族行政處王金鳳代理科長、屏東縣牡丹鄉公所蔡重仁課長、嘉南藥理大學(本會溫泉計畫推動辦公室)楊麗芳顧問及林指宏副教授

派赴國家：日本

交流地區：北海道

出國期間：106 年 10 月 14 日 至 106 年 10 月 19 日

報告日期：106 年 10 月 30 日

摘要

臺灣原住民族佔臺灣總人口數的 2%，各族群擁有自己的文化、語言、風俗習慣和社會結構，是臺灣獨一無二的美麗瑰寶。本會長期推動各族群文化傳承以落實多元文化的精神有成，戮力於保障原權和接軌國際使命，以創造有利於原住民族之產經環境和促進經濟發展。準此，本會於 2010 年起始推動原住民族部落溫泉示範區計畫，希冀藉由溫泉當火車頭帶動部落商務觀光和行銷農特產效益，期間研發部落溫泉特色商品，樹立獨特溫泉風格來形塑國際品牌形象和發展溫泉健康旅遊地，藉此活絡部落在地經濟。另一方面，本會規劃以溫泉接軌國際來推動原住民族溫泉產業的臺日交流策略也已邁入第 3 年，在 2015 年前往日本四國、廣島、福岡等地區；2016 年拜訪日本福岡、東京等地區，而本次考察交流特以北海道溫泉・農業・觀光為交流目標，依序拜會交流單位計有：(1)日本模範東川町之主題觀光和城市寫真國際行銷策略運用交流；(2)北海道最大愛努族聚落阿寒 AINU KOTAN 的愛努族文化保存和溫泉結合觀光、文化和生態的經營策略交流；(3)白老愛努民族博物館之部落文化傳承交流；(4)日本平取町之農業番茄品牌行銷策略交流；(5)登別國際觀光協會之溫泉資源活絡與品牌國際行銷策略運用交流。綜合本次考察交流團隊獲益，包括：(1)見學日本主題觀光與品牌推廣作法；(2)達成產學攜手合作的溫泉實習生短期觀摩活動目的；(3)雙方交換友善耕作增值推廣作法，達到汲取經驗和知

識交流之目的；(4)樹立推動溫泉友好鄉鎮之結盟契機；(5)透過愛努族文化傳承與資源整合運用交流，推動部落文化傳承之特色經濟的作法等。本次臺日文化交流成果有利本會更實質性的推動溫泉・農業・觀光業務，有益於穩定原住民族在地就業及增進臺日雙邊溫泉市場開放之目的。

原住民族委員會 2017 日本北海道溫泉・農業・觀光 考察交流報告

目 次

一、交流背景	5
二、交流行程	19
三、交流實錄	21
四、心得與建議	25
五、結語	29
六、交流照片	30
七、參考資料	39

一、 交流背景

臺灣原住民族經政府認定有阿美族、泰雅族、排灣族、布農族、卑南族、魯凱族、鄒族、賽夏族、雅美族、邵族、噶瑪蘭族、太魯閣族、撒奇萊雅族、賽德克族、拉阿魯哇族和卡那卡那富族，共計 16 族，約有 55 萬人，佔臺灣總人口數的 2 %。臺灣原住民族各族群擁有自己的文化、語言、風俗習慣和社會結構，是臺灣獨一無二的美麗瑰寶。

本會主管全國原住民族事務，業務涵蓋原住民族之法政及自治制度、國際交流、教育文化、衛生福利、工作權保障、住宅輔導、公共建設、經濟產業發展、土地規劃管理利用等廣闊面向，原住民族政策推動，本會秉持「個人與群體、傳承與創新、保育與發展、公平與正義」的需求，並兼顧落實多元文化的精神。有鑑於此，107 年度本會的整體工作目標或願景，將持續推動：(1)保障原權，接軌國際；(2)保障原住民族教育、文化與媒體權；(3)完善原住民族社會安全體系；(4)創造有利於原住民族之產經環境，促進經濟發展；(5)推動部落建設，營造安全家園；(6)保障原住民族土地權益(原住民族委員會，2017)。

溫泉為原住民族土地的重要資源，符合本會的整體工作目標或願景，可藉由溫泉資源的開發，創造有利於原住民族之產經環境，促進

經濟發展，以實踐保障原權，接軌國際目標。準此，本會於 99 年度起，著手於「原住民族地區溫泉計畫推動委託專業服務」，透過溫泉示範區總經濟規劃與執行，實踐活絡原住民族地區經濟發展目標。再者，本會規劃溫泉資源價值創新策略推動目標，積極且具體務實於溫泉區推行溫泉產品、樹立獨特品牌效益、形塑溫泉健康旅遊地目標，將可有效帶動產業發展高值化新的技術和經營策略，完成溫泉高值化應用及國際化之雙重目標，透過創造產業新經濟，達成產業創新目標（原住民族委員會，2016）。

本會希冀藉由聚焦於溫泉優勢來創新地方價值，營造臺灣原住民族部落溫泉價值創新之品牌策略，建置溫泉資源發展「溫泉國際品牌商品」和「溫泉旅遊地品牌」之溫泉循環連動新經濟共贏機會，並輔以專業技術與創新策略，培育人才和輔導業者，兼顧溫泉區開發泡湯事業發展及維護國土有限資源，以達到溫泉保育之目標，並加速臺灣溫泉資源永續保育邁入正確的操作模式（圖 1）。茲羅列本會樹立溫泉品牌活絡在地經濟的策略目標如下：

1. 藉由創新溫泉高值商品研發設計活絡區域產業經濟，以溫泉行銷原住民族地區特色，創造溫泉國際品牌形象，透過溫泉創新品牌效益，形塑原住民族部落獨特的溫泉品牌形象，達到整體加值與自有品牌之新亮點，以突破溫泉資源在地發展

之限制。

2. 藉由溫泉創新服務新體驗，形塑健康旅遊地目標，以溫泉當火車頭融入部落文化創新之獨特品牌效益，創造溫泉珍貴高值印象，提高顧客滿意與休閒忠誠度，共創溫泉資源永續利用之保育目標。
3. 透過溫泉品牌帶動地方特色產業，作為國際交流平臺，提供商機服務，讓原住民族地區之溫泉成為拿得出來的國際特色。

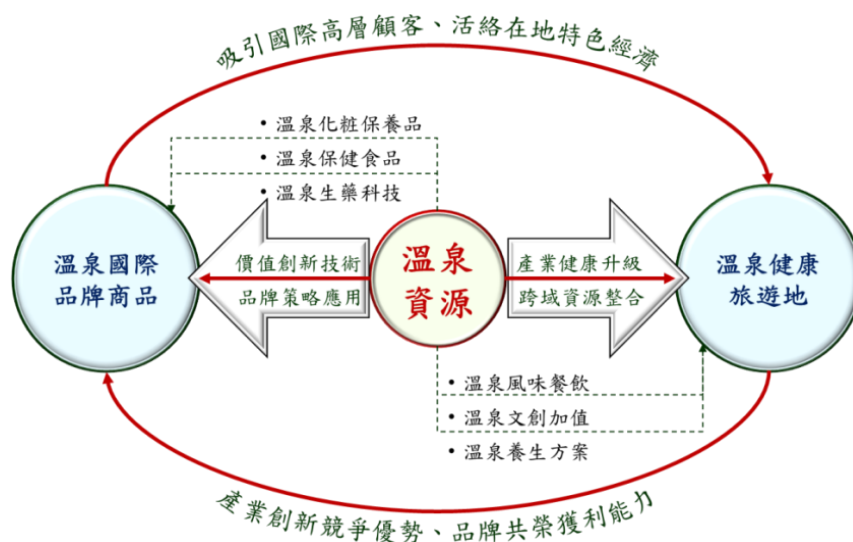


圖 1. 本會溫泉價值創新之品牌共榮策略應用藍圖

本會現已陸續完成之溫泉示範區，計有：(1)南澳鄉南澳溫泉示範區；(2)五峰鄉清泉溫泉示範區；(3)牡丹鄉旭海溫泉示範區；(4)尖石鄉秀巒溫泉示範區；(5)茂林區幽谷溫泉示範區；(6)金峰鄉金峰溫泉示範區，並於 107 年度規劃增設(7)復興區羅浮溫泉示範區。歷

年來本會溫泉計畫執行目標及推展之溫泉商品，對地方發展帶來之功效與經濟效益，歸納兩點創新與前瞻性的應用方式：

1. 以國際溫泉多元高值利用經驗為基礎，透過科技研發技術，開發溫泉高值化之化粧保養品，協助地方溫泉業者突破溫泉資源在地經濟限制，提供溫泉產業藍海策略的具體實施方式，以創造產業營收和經濟成長效益，並對溫泉資源利用高值多元化和促進產業分級制度，提供良好的分級規範參考，成果對未來本會輔導產業經營目標與認證升級方式能提供適當的參考作法。
2. 透過科技研發技術及學術研究經驗的考驗，加速原住民族之鄉、鎮、市對溫泉資源永續保育邁入正確操作模式，避免不當或大規模開發泡湯事業，而導致破壞國土及違背溫泉保育之目標，特別在亞太區域經濟合作加速過程中，透過原住民族地區溫泉資源多元高值化利用之推動成效，能為地方之整體營收提供實質的加分作用。

本會基於原住民族部落溫泉資源珍貴與獨特性，長期推動各族群文化傳承以落實多元文化的精神有成，戮力於保障原權和接軌國際使命，以創造有利於原住民族之產經環境和促進經濟發展，希冀藉由溫泉當火車頭帶動部落商務觀光和行銷農特產效益，期間研發部落溫泉特色商品，樹立獨特溫泉風格來形塑國際品牌形象和發展溫泉健康旅遊地，藉此活絡部落在

地經濟(原住民族委員會, 2016)。質是之故, 本會 107 年度規劃以溫泉接軌國際來推動原住民族溫泉產業的臺日交流策略, 擇定以北海道溫泉・農業・觀光為交流目標, 依序拜會交流單位計有: (1) 日本模範東川町之主題觀光和城市寫真國際行銷策略運用交流; (2) 北海道最大愛努族聚落阿寒 AINU KOTAN 的愛努文化舞蹈歌唱保存和溫泉結合文化和生態觀光的經營策略交流; (3) 白老愛努民族博物館之文化傳承交流; (4) 日本平取町之農業番茄品牌行銷策略交流; (5) 登別國際觀光協會之溫泉資源活絡與品牌國際行銷策略運用交流。針對拜會交流單位背景分述如下:

(一) 日本東川町

1. 東川町 (Higashikawa Town ひがしかわちょう) 是位於日本北海道上川綜合振興局中部的一個町, 西部為上川盆地的農業區, 東部則是大雪山山脈, 北海道最高峰旭岳(標高 2,291 公尺)位於轄區內, 溫泉主要分佈在大雪山登山口, 在登山口還有旭岳溫泉和天人峽溫泉兩處, 並設置了全北海道唯一的「景觀行政團體」, 是日本最早展現紅葉景致的町, 每年秋季都吸引有大量的觀光客。另外, 東川町也屬日本最大的自然公園, 「大雪山國立公園」區域的一部分, 面積 247.06 km², 居住人口有 8092 人 (2016 年 9 月 30 日數據)。
2. 東川町以「攝影甲子園」作為城市行銷手段, 讓來自全國各地的高中生進行攝影比賽, 自 1985 年發出世界獨一無二的「寫真之町」宣

言，並推進「町民參與，可以傳於後世的城鎮建設」，珍視「自然」與「文化」以及「人與人的相遇」，致力於「建設上相風景之町」。

3. 2014年，東川町重新發出「寫真文化首都」宣言，作為攝影文化中心，努力建設成為「匯集全世界照片、人、以及笑容的城鎮」。東川町 松岡町長曾特別邀請日本知名電影導演菅原浩志，拍攝以東川町為背景拍攝的電影《寫真甲子園》，描寫詮釋高中生專注攝影、揮灑青春的感動瞬間。此電影以東川町2016年實際在當地舉辦的「寫真甲子園」競賽為背景拍攝。2016年為第23屆，全日本超過500所學校參加初選，其中只有16校獲晉級得以參加決賽，在為期3天的現場攝影中選出優勝隊伍。電影《寫真甲子園》將於2017年底在全日本上映。
4. 稻作農業為主，因具有良好的水資源，推展東川米和東川米酒，獲得國內高評價獎項和好評，實踐以觀光帶動農特產行銷之雙贏目標。加上「東川」的音讀=日文的「當選」(とうせん Touseen)，所以選舉期間備受歡迎。
5. 「你的椅子」項目於2006年在東川町開始開展，在國內邀請木藝家，將手工製作的椅子贈送給在東川町出生的孩子(表1.)，向新生兒贈送椅子的「你的椅子」主題，形成獨特的文化傳承風氣，不僅可凝聚町民共識力量，也成為主題觀光的一環。

6. 設置國際語言學校，由日本的地方公共團體（地方行政機構），北海道東川町政府所實施，在日本國內屬少見的政府單位主辦語言研習制度。東川町政府從 2009 年開始舉辦日語研修活動，在臺灣、韓國、泰國等國招生，教授日語並安排體驗活動，以達成推廣當地文化的目的。地方振興策略成功後，東川町不但成為少數人口漸增的鄉村地區，在日本已然成為最有名的「町」。東川町藉由課程推廣日語教育以活化當地觀光，成功經驗廣受日本各地方政府矚目，紛紛派員到東川町政府「取經」，希望能仿效學習以促進當地經濟發展。

7. 善用自然資源優勢，搭配大雪山麓豐富的地下水(表 2.)，樹立北海道唯一不使用自來水的行政區，有效利用區位獨特主題觀光議題，形塑北海道寫真之町的城市自有品牌。

表1. 歷代「你的椅子」設計者及木藝家姓名

實施年度	設計者	木藝家
平成 18 年(2006 年)	中村 好文(東京都)	大門 巖
平成 19 年(2007 年)	伊藤 千織(札幌市)	宮地 鎮雄
平成 20 年(2008 年)	前川 秀樹(茨城縣土浦市)	向坊 明
平成 21 年(2009 年)	小泉 誠 (東京都)	大門 巖；大門 和真
平成 22 年(2010 年)	三谷 龍二(松本市)	服部 勇二
平成 23 年(2011 年)	大竹 伸朗(愛媛縣宇和島市)	宮地 鎮雄
平成 24 年(2012 年)	出光 晉(長野縣輕井澤町)	服部 勇二
平成 25 年(2013 年)	笠原 嘉人(東京都)	向坊 明；桑原 義彥
平成 26 年(2014 年)	谷 進一郎(長野縣)	菊地 聖；桑原 義彥

參考資料來源：(Higashikawa_Town_Hall, 2017)

表2. 大雪山麓豐富的地下水成分表

項 目	數 量
硬度	92.1
鈣	21.8 mg/L
鎂	9.2 mg/L
鈉	13.9 mg/L
鉀	3.9 mg/L
亞硫酸 (矽酸離子)	42.0 mg/L
pH	7.4 (弱鹼性)
水溫	7.3°C
湧出量	4,600 L/min

※水樣採集日 2011 年 2 月 1 日

參考資料來源：(Higashikawa_Town_Hall, 2017)

(二) 阿寒湖愛努族部落

1. 「阿寒湖」位於北海道東部，為阿寒國立公園的一部分，是雄阿寒岳火山爆發而形成的堰塞湖。阿寒國家公園面積為 904.81 km²，於 1934 年 12 月 4 日與大雪山國立公園、日光國立公園、中部山岳國立公園、阿蘇九重國立公園合併而成阿寒國立公園。阿寒湖風景秀麗，夏、秋兩季節可搭乘觀光汽船，瀏覽湖光山色，冬季則可在結冰的湖面上，從事冰上活動(Japan_Inc., 2017)。阿寒湖溫泉街上有 36 戶，130 人左右的北海道最大的愛努族部落(Japan_Inc., 2017)。
2. 阿寒湖溫泉的歷史很悠久，相傳於 1858 年，先住民族愛努族就已經在利用溫泉了。溫泉的泉質屬於單純泉和硫化氫泉，泉溫在 38~85 °C。對於神經痛，風濕病有很好的療效(Japan_Inc., 2017)。
3. 愛努族（或阿伊努族，Aynu），是日本北方的一個原住民族群，主要聚居在庫頁島和北海道、千島羣島及堪察加，起源於鄂霍次克文化和擦紋文化的合併種族。由於已被同化入日本人之中，純愛努人血統基本上已經消失(中文維基百科, 2017)。
4. 根據北海道政府在 1984 年進行的調查資料顯示，當年在北海道有 24,381 名愛努族人，而非官方數字為 200,000 人以上。自 1899 年 3 月 2 日日本頒布《北海道舊土人保護法》後，愛努族人被迫學習日

語，須採用日本名字，責令停止宗教習俗。二戰後，日本政府繼續沿用「自古以來的居民」這樣的說法，不承認有此民族的存在，直到 2008 年 6 月 6 日，日本才首次承認愛努族人為先住民。現今，多數愛努族人都傾向隱藏他們自己的族群性，或者根本不知道自己的族源。因此，現存愛努族人的精確人口數目難以得知(中文維基百科, 2017)。

5. 日本交通公社旅館聯合會(JTB Corporation)，源自日本的跨國旅行社，總部在東京東品川的天王洲 Isle，為日本規模最大的旅行社，其經營的 JTB 集團，在日本國內外擁有多家票券代購、租車、遊覽車、信用卡、出版等旅遊相關之企業，也是阿寒湖鶴雅溫泉飯店主要經營者，和當地愛努族人有密切觀光商務合作關係，對於推動愛努族文化著力相當深入。

(三) 白老愛努民族博物館

1. 北海道愛努文化館主要有(1)位於道中南部海岸的白老町「大湖村」的愛努民族博物館；(2)位於富川市平取町二風谷的愛努文化博物館。兩處之博物館分別展示愛努族的民間工藝品、傳統舞蹈、叙事歌謠、傳統慶典文化和愛努族資料館。愛努文化博物館對於愛努族文化傳承肩負著時代使命，也是愛努族文化保留的重要根據地(中文維基百科, 2017)。

2. 日本白老愛努民族博物館位於日本北海道登別市，愛努民族博物館又稱 Porotokotan，是北海道較好的愛努民族博物館。Porotokotan 在阿努語中是指「大湖旁的村落」。白老愛努民族博物館是以小村落形式呈現，村落有一個較大的展館，推出獨特之傳統愛努民族舞蹈表演和歌曲演唱，現在已被聯合國教科文組織列為無形文化財產(愛努民族博物館, 2017)。

3. 愛努族人身材高大，他們和大自然有較緊密的關係，生活物資主要來自於大自然中所獲取，愛努民族將動物和自然界的事物奉以為神，認為自然、動物、植物、道具等和在人周圍的所有事物都有靈魂，把給人帶來恩惠的東西或者人的力量所不能及的東西都視作為神而尊敬，並以光和熱的火神為生活中最重要的神，所以愛努族人天天向火神祈禱。愛努族人認為這個世界是由很多神構成的，每次殺動物獲取食物時，必舉行特定儀式來表示感謝，他們模仿動物飛鳥姿態來創造出獨有的愛努舞蹈(愛努民族博物館, 2017)。

(四) 日本平取町

1. 平取町位於日高區的西端，總面積 743.09 km²，東西 52.8 公里南北 41.1 公里，人口有 5,206 人(男性 2,542 人、女性 2,664 人)，共計有 2,610 戶 (2017 年 8 月統計)。

2. 平取町範圍圖形相似於北海道三角形地圖形狀，具有豐富的自然資源和愛努族文化的鎮中心，也是北海道的健康農業中心。主要耕作面積為 4,400 m²，其中農作物有稻(636 m²)、小麥和大麥(32 m²)、豆類(68 m²)、經濟作物(35 m²)、飼料作物(3543 m²)和蔬菜(126 m²)。番茄為平取町最大宗的蔬菜種植面積，以溫泉植栽為主，並以平取町為自設商業品牌，品牌在日本相當有名氣(平取町, 2017)。
3. 平取町所在的北海道中央的日高山脈清流—沙流川沿岸一帶，是番茄的一大產地，長年以番茄出貨量傲居北海道首位聞名。番茄本身是怕熱又怕濕氣的作物，而平取町因寒冷低濕度的氣候，剛好可將番茄的美味緊緊地凝縮住。「NISHIPA 的戀人」是平取生產的番茄與加工品的名稱。「NISHIPA」在愛努族語是「紳士、丈夫、有錢人」的意思，NISHIPA 為了得到健康，每天不間斷地吃著番茄，其愛戀的程度有如對待情人般，因而命名為「NISHIPA 的戀人」。目前已經成功打響平取町番茄名號的第一品牌。

(五) 登別國際觀光協會

1. 一般社團法人登別國際觀光會展協會是登別溫泉同業組成的地區性團體，負責登別溫泉推廣和維護任務。
2. 登別的語源來自愛努族語的「Nupurupetsu=白而混濁的河·深色的河」之意。質言之，溫泉能使河川變色，自古即有湧出豐沛的溫泉。1857

年，有療養溫泉之父的瀧本金藏(第一瀧本館的創業者)在此地設置溫泉旅館，自古即為溫泉療養地，在近年則被現代人視為恢復疲勞或是養身的地方，但隨後因開採硫磺，而受到國家的保護政策的限制。

3. 「登別溫泉」，每年都吸引來自日本國內外超過 300 萬的遊客造訪。登別溫泉歷史悠久，於 1858 年開湯，自日本江戶時代(1603 年~1867 年)開始逐漸聞名，到了日本明治時代，開始有溫泉旅館等住宿設施，漸漸成為健康療養及旅遊景點的勝地。
4. 登別溫泉地獄谷是日本著名登別溫泉的水源，大約 1 萬年前，由日和山火山爆發形成的火口痕跡，地獄谷湧出的溫泉，再被輸送至登別當地各溫泉旅館使用。溫泉收取費用為每一住宿遊客，由登別市收取 150 日圓，並列入專款專戶使用於溫泉區之清潔、場地維護和公共建設。
5. 登別溫泉由裂縫噴出的溫泉、蒸氣混有火山煤氣，溫泉瀰漫有硫磺的濃烈氣味。根據泉質分類，登別溫泉自然湧出有 11 種溫泉，主要可分類為 9 種的泉質(表 3.)，每天湧出的溫泉量可達到 1 萬噸，溫度為 45°C~90°C 的高溫溫泉，是個大地資源豐富的溫泉鄉，由於泉質豐富和泉量多，又被稱為「溫泉的百貨公司」。主要溫泉噴出處有昭和地獄、龍卷地獄、鉛地獄、鐵砲地獄等大小 15 種地獄，被認定為「香風景百選」及「北海道遺產」(一般社團法人登別國際觀光會

展協會, 2017)。

表3. 登別溫泉泉質性質和功效

泉質種類	泉質特性與標榜功效
1.  硫黃泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 呈現乳白色、具濃厚的蛋臭味。 ● 具有促進血液循環的效果，對於動脈硬化、慢性支氣管炎、解毒、慢性皮膚病等都有不錯的功效。
2.  食塩泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本最多的泉質之一，無色透明、有鹹味、使用肥皂不易起泡。 ● 保溫效果高，泡完溫泉後身體不易覺得冷，所以又稱為「熱之溫泉」，對神經痛，腰痛和手腳冰冷有效。
3.  明ばん泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 火山帶特殊泉質。 ● 緊緻皮膚和黏膜，對慢性皮膚病和黏膜炎症，腳癬，蕁麻疹有效。
4.  芒硝泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 硫酸鹽泉的一種。 ● 含有硫酸鈣的石膏泉，具有鎮靜效果，常泡可以改善割傷、燒傷、撞傷、痔瘡、高血壓、動脈硬化等情形。
5.  緑ばん泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 成分含陰離子，有硫酸離子、陽離子和鐵離子。 ● 接觸到空氣後氧化變為茶褐色，強酸性，多含有銅、錳等礦物質。對貧血症、慢性濕疹有效。
6.  鉄泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 指 1kg 中含鐵離子 20mg 以上的源泉。 ● 接觸到空氣後會變成紅褐色，所以毛巾會變紅，有時會產生金屬的味道。進泡後身體不易感到寒冷，對貧血症及慢性濕疹也有效。
7.  酸性鉄泉	<ul style="list-style-type: none"> ● pH(氫離子濃度)在 3 以下，對皮膚有刺激的溫泉。 ● 因為殺菌力強，所以對濕疹等有效果，建議一般顧客在入浴後最好用淡水沖洗一下。
8.  重曹泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 成分含碳酸氫根離子和有鈉離子。 ● 有軟化皮膚角質層，乳化分泌物的作用，又被稱為「美人泉」。
9.  ラジウム泉	<ul style="list-style-type: none"> ● 富含氫元素及鈷射氣，自古就被當作治療百病的溫泉。 ● 鎮靜效果極佳，對神經痛，風濕，更年期症狀都很有療效。

參考資料來源：(一般社團法人登別國際觀光會展協會, 2017)

二、 交流行程

本會臺日交流拜會單位計有：(1)日本模範東川町之主題觀光和城市寫真國際行銷策略運用交流；(2)日本交通公社旅館聯合會之愛努文化保存和溫泉結合文化和生態經營策略交流；(3)白老愛努民族博物館之文化傳承交流；(4)日本平取町之農業番茄品牌行銷策略交流；(5)登別國際觀光協會之溫泉資源活絡與品牌國際行銷策略運用交流，詳如圖 2 和表 4。

4. 。



圖 2. 參訪行程與交流目的

表4. 交流行程規劃

日期	行程	交流事項
10月14日 (第一天)	臺灣至日本 東川町	去程交通
10月15日 (第二天)	日本東川町	日本模範東川町考察見學 <ul style="list-style-type: none"> ● 由東川町振興公社部長莫日根部長等人接待，導覽東川町「大雪旭岳源水」景點，町立國際語言學校、無間隔小學和大雪山照片博物館。 ● 中午和松岡市郎町長接待共進午餐，進行寫真之町與城市品牌策略的主題交流。
10月16日 (第三天)	拜會阿寒湖 日本交通公 社旅館聯合 會大西會長 及愛努村村 長	愛努族文化傳承議程座談 <ul style="list-style-type: none"> ● 途經美瑛町、富良野和四季彩之丘進行農村特色主題參訪，了解善用農村資源特色，開闢生態主題觀光經驗。 ● 拜會阿寒湖日本交通公社旅館聯合會大西會長代表及愛努村村長，進行部落文化傳承與互助交流議程座談。
10月17日 (第四天)	阿寒湖生態 參訪 路釧濕原 池田葡萄酒 廠 十勝川溫泉	生態觀光參訪 <ul style="list-style-type: none"> ● 進行阿寒湖觀賞球藻生態、池田葡萄酒廠觀光行銷和路釧濕原參訪，見學生態觀光推動與行銷模式。 ● 入住十勝川溫泉，體驗溫泉經營和善用植物湯之主題行銷作法。
10月18日 (第五天)	平取町 白老愛努民 族博物館	農業品牌行銷 <ul style="list-style-type: none"> ● 赴平取町町辦公室，由川上町長偕同部長進行平取町觀光推動政策和番茄溫室培育與品牌行銷作法，並參觀番茄溫室培育場和疏果中心。 ● 赴白老愛努民族博物館，和野本正博館長及學藝課課長八幡巴繪，進行文化傳承及臺日交流議題。
10月18日 (第六天)	登別溫泉 回程	登別溫泉產業交流 <ul style="list-style-type: none"> ● 與登別國際觀光協會進行座談交流會。

三、 交流實錄

(一) 城市品牌行銷考察與交流

1. 考察與交流地區：東川町
2. 接待與交流對象：
東川町長 松岡市郎
交流促進課 平田章洋課長
美術館館長 西原義弘(東川町史編輯專門委員)
東川町振興公社 宣傳部長 莫日根
3. 交流內容：寫真之町與城市品牌策略的主題交流。

(1) 在東川町振興公社部長莫日根部長帶領，驅車導覽東川町「大雪旭岳源水」景點，見學東川町是如何在自然生態保育的美景中接引大雪山源水，獨樹日本北海道好山好水源東川町，在充沛自然懷抱中，大雪山如同母親的慈愛，孕育全町民生命和守護著町民的健康。城市也因大雪山引以為豪，透過大雪山照片博物館珍藏每一分對大雪山的敬愛，從敬愛自然、保護自然到享用自然恩典，形塑最純真、自然、生態、美景、健康的城市品牌。

(2) 在美術館館長 西原義弘(東川町史編輯專門委員)和莫日根部長導引，參訪町立國際語言學校和無間隔小學，深刻體會打造城市品牌的用心是要以開放和分享的心來接納全世界好朋友，透過城市寫真的努力建設，讓東川町能成為匯集全世界照片、人、以及

笑容的城鎮，並以《寫真甲子園》和向新生兒贈送椅子的「你的椅子」主題，形成獨特文化傳承風氣，不僅可凝聚町民共識力量，也成為主題觀光的一環。

(二) 生態主題觀光考察

1. 考察與交流地區：美瑛町、富良野、四季彩之丘、阿寒湖觀賞球藻生態、池田葡萄酒廠、丹頂鶴自然公園、釧路濕地
2. 接待與交流對象：沿途經過之景點，透過景點專人導覽解說
3. 交流內容：

(1) 透過景點專人導覽解說，了解美瑛町、富良野、四季彩之丘等農村聚落，見學町民是如何在的共同努力下，善用農村資源和在農民可愛的堅持下，以神韻美筆的巧思化大地為繪布，讓農作物成為自然彩繪元素，勾勒出一幅幅令人動容的自然美景，讓一群又一群的遊客，痴醉於此地而忘返，造就國際觀光亮點。

(2) 阿寒湖如睡夢中的巨龍，帶領我們破浪前往，尋探那失落的球藻(龍球)，觀賞如詩畫美景的阿寒湖景色和生態，靜掃繁華喧囂，獨享湖山清幽！

(3) 池田葡萄酒廠、丹頂鶴自然公園和釧路濕地，是人類學習和自然共融、共生的好例子，從傳統釀造技術，訴說人類學習大自然的傳承文化，透過丹頂鶴自然公園和釧路濕地洗禮，看見人類從敬

重大地、尊重生態和親善自然的演繹，獨樹親善自然的生態觀光品牌。

(三) 愛努族部落文化傳承交流

1. 考察與交流地區：阿寒湖愛努民族村、白老愛努民族博物館
2. 接待與交流對象：
阿寒愛努協會會長 廣野 洋(北海道愛努協會 理事)
阿寒湖愛努工藝協同組合 理事長 西田正男
阿寒湖愛努工藝協同組合 副理事長 秋邊日出男(音樂家、思想家)
愛努民族博物館 館長 野本正博
愛努民族博物館 學藝課課長 八幡巴繪
愛努民族博物館 教育普及課 山道 Hibiki
3. 交流內容：十分開誠佈公地交流，北海道的愛努領袖們坦承沒有受到應有的重視與社會地位，但是他們很努力用心於部落文化傳承，並且十分欣賞臺灣的政府給予原住民族的權益與輔導。

(四) 農業品牌政策推動考察與經驗交流

1. 考察與交流地區：平取町
2. 接待與交流對象：
平取町 町長 川上滿
平取町 愛努施策(施行政策)推進課課長 佐藤和三
平取町 愛努施策(施行政策)推進課主任 武田弘幸
平取町 副町長
3. 交流內容：平取町 川上滿町長親自說明平取町的現況與平取番茄“Nishipa 戀人”帶給平取町的繁榮與知名度；川上滿町長並親自帶領視察平取番茄的農家，說明農會與農協制度配合補助的方案。中

午招待團員品嚐美味的番茄咖哩套餐，真窩心。

(五) 溫泉產業經營考察與國際行銷經驗交流

1. 考察與交流地區：阿寒湖日本交通公社旅館聯合會、登別國際觀光協會

2. 接待與交流對象：

鶴雅 RESORT 集團 執行董事 阪本紘治

鶴雅 RESORT 集團 海外宣傳 高田健右

登別市觀光經濟部 觀光振興總策畫 石垣英雄

登別國際觀光會議協會 事務局次長 千葉利行

登別國際觀光會議協會 事務局員 日榮政人

3. 交流內容：

(1) 鶴雅集團在北海道共有 12 家不同風格的溫泉旅館酒店，其中阿寒湖擁有 4 家溫泉酒店，在網走湖和支笏湖等地還有 8 家。鶴雅集團營運處特色在於其大多都位於自然風光優美的國立公園內，以秀美的山川湖泊為背景。鶴雅集團雖然是連鎖溫泉旅館品牌，但每一間溫泉旅館酒店又都具有濃厚的地方特色。

(2) 登別國際觀光會議協會以簡報介紹「溫泉的百貨公司」-登別溫泉，如何每年能吸引來自日本國內外超過 300 萬的遊客造訪。

四、心得與建議

(一) 城市品牌行銷考察與交流

1. 心得：

東川町透過政策推動，進行町內優勢資源盤整後，擇定以好山(大雪山)、好水(大雪山冰川「大雪山源水」)、好氣色(四季變化紅葉之先)來樹立城市觀光特色，並善用寫真活動打造獨特城市品牌「寫真之都」，帶動農特產(東川米)躍升為北海道最知名品牌農產品，並以城市品牌的行銷策略帶動觀光效益，也帶給農村希望和活力。此外，近年來東川町成立町立國際語言學校，展現城市品牌形象為國際交流一扇窗，帶來富庶的國際觀光經濟效益。

2. 建議：

臺灣原住民族部落生態環境、文化傳承、農特產品和自然資源富饒有特色，可借鏡日本東川町之城市品牌經驗，再盤整地方資源以形塑部落品牌形象，不僅可以帶動觀光人潮，更可藉品牌效益活絡地方經濟，讓青年人回鄉，讓部落活力滿溢。

(二) 生態主題觀光考察

1. 心得：

無論東川町、美瑛町、富良野、阿寒湖或釧路濕原，對於生態主題

都相當重視，不僅是政策推動而已，更是一種自發性全民共識性的地區活動，讓農村生態得以保存而成為觀光財，不僅土地重現生機、農村活力再造，也因生態環境的優質，帶給居民良好的生活品質和健康。

2. 建議：

臺灣原住民族部落生態環境正受到全球氣候變化的衝擊考驗，當臺灣家園充塞著土石流危害的我們，應可借鏡北海道生態主題觀光經驗，重新思維我們應如何再和家園土地親近和共榮，觀光不僅是生計的一環，綠色觀光更是象徵對土地的尊重。

(三) 愛努族部落文化傳承交流

1. 心得：

愛努族人在承受時代巨輪轉變的衝擊下，使得成為愛努族人的自信瓦解和文化傳承難以延續的雙重困境。本次交流得知愛努族人對找回自己的族人和失落的文化有多麼用心，但路途又充滿艱辛，其尋根歷程讓人動容和不捨。我們用最真誠的祝福，願愛努族人早日團聚，願族人得以回歸充滿祖靈的土地。

2. 建議：

臺灣原住民族部落文化傳承因政策而得以保留，加上各民族在先人的努力下，擁有了自己和祖靈共同生活的土地，但在經濟掛帥的時代衝擊下，部落人口逐漸老化，青年人對族人文化的認同正備受考驗中，唯

有樹立部落品牌以活絡在地經濟，讓年青人重回祖靈的土地，重新認識祖靈與土地，才能讓部落土地和文化傳承得以綿延。

(四) 農業品牌政策推動考察與經驗交流

1. 心得：

平取町農業政策推動的成功案例，是以打造自己獨特的品牌魅力為推動目標，從稻米之町有效透過政策推動和技術輔導，轉型成為日本番茄品牌故鄉，不僅能有效分散稻米農作物的耕種面積，透過官方政策制定、協會整合運用和輔導農民有效轉植番茄，打造品牌效益來保障農民收益的多贏經營模式，是一個有效活化土地利用的推動策略和成功案例。

2. 建議：

政府可透過專業制度來塑造部落品牌形象，並由鄉、鎮、市政府規劃土地友善耕種制度，將農作物融入部落品牌，打造多贏部落新經濟生活。

(五) 溫泉產業經營考察與國際行銷經驗交流

1. 心得：

日本成功形塑溫泉品牌經驗已是全球知名，不僅透過溫泉區政策制定和協會力量，共同來推動區位溫泉特色之外，在地業者也會自發性參

與維護區位溫泉獨特文化和實踐自然資源保育的責任。本次參訪溫泉區，不論是阿寒湖、十勝川或登別溫泉，都具備有自己的獨特風格，並且可以形成區位陣線聯盟，有效推展大區位之溫泉觀光效益。此外，近年來日本溫泉應用也由溫泉醫學時代，逐步完善轉移到高齡養生、自然生態和文化觀光路線，透過協會組織對外樹立的國際交流窗口，更為有效地將溫泉提升為國際品牌，對帶動地方觀光效益很有助益。

2. 建議：

臺灣原住民族部落生態環境、文化特色、溫泉資源和農特產品具有國際競爭優勢，且溫泉資源大都為純淨美人湯，被譽為上品優質的溫泉，值得完善利用。現今政策是以溫泉當火車頭帶動部落觀光經濟，藉以行銷農特產品，是一個相當有前瞻性的政策，若能再搭配部落品牌形象，用以發展原住民族溫泉示範區獨特品牌和透過品牌獨特性建立區位陣線聯盟，將可有效推展大區位之部落溫泉觀光效益。爾今，本會正以發展溫泉國際品牌商品和推展溫泉健康旅遊地之循環經濟方式來活絡部落經濟效益，引領青年人回鄉活躍部落生機，將是一個正確的方向。未來本會會持續協助部落溫泉經營方向，以求樹立自己獨特的溫泉品牌風格，特別是將部落文化、自然環境、農特產品和養生觀融入溫泉品牌形象推廣，以形成無可被取代的區位品牌，讓臺灣原住民族溫泉有拿得出來的國際交流籌碼。

五、 結語

- 一、 城市品牌行銷考察與交流：借鏡日本東川町之城市品牌經驗，盤整部落地方資源以形塑部落品牌形象，不僅可以帶動觀光人潮，更可藉品牌效益活絡地方經濟，讓青年人回鄉活躍部落生機，讓部落活力滿溢。
- 二、 生態主題觀光考察：借鏡北海道生態主題觀光經驗，倡導尊重土地的觀點來推展部落綠色觀光，重新思維我們應如何再和家園土地親近和共榮，觀光不僅是生計的一環，綠色觀光更是象徵對土地的尊重。
- 三、 愛努族部落文化傳承交流：樹立部落品牌以活絡在地經濟，讓年輕族人重新認識祖靈與土地，使部落土地和文化傳承得以綿延。
- 四、 農業品牌政策推動考察與經驗交流：透過原住民族土地友善制度之規劃，以及專業制度(如 PGS 友善耕作制度)，將農作物融入部落品牌行銷，打造部落多贏新經濟。
- 五、 溫泉產業經營考察與國際行銷經驗交流：以溫泉當火車頭帶動部落觀光經濟，將部落文化、自然環境、農特產品與養生觀融入部落獨特溫泉品牌風格形象推廣，串聯溫泉示範區建立區位陣線聯盟，以形成無可被取代的區位品牌。

六、交流照片

第一天(2017年10月14日)



桃園機場出發合影



交流拜會行程講習



常磐公園生態主題參訪(一)



常磐公園生態主題參訪(二)

第二天(2017年10月15日)



東川町松岡市郎町長、振興公社莫日根部長進行交流，並設午宴招待



葉主秘代表本會向町長介紹臺灣原住民族和政府保障原權，接軌國際等施政方針



葉主秘代表本會致贈東川町松岡市郎町長紀念禮品



東川町松岡市郎町長贈送本會東川米和寫真之町 DVD 紀念禮品



本會贈送年度研發之溫泉高值商品禮盒給振興公社部長莫日根部長和課長



東川町主題交流座談會後全體合影



參訪東川町振興公社，進行主題觀光行銷考察



大雪山照片博物館考察



大雪旭岳源水自然生態保育與主題觀光考察



町立國際語言學校與無間隔小學考察
隨處可見城市品牌行銷策略運用交流

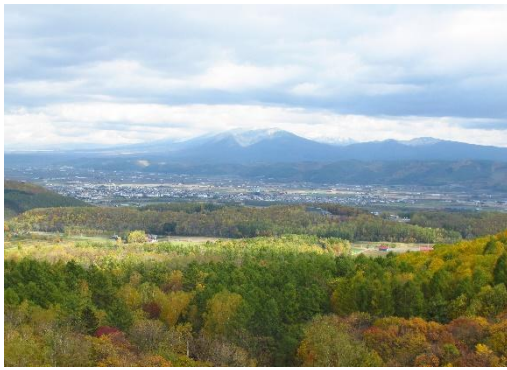
第三天(2017年10月16日)



富良野農業主題觀光考察



四季彩之丘農村特色主題參訪考察



貼心的景點導覽解說示意圖-主題不遺落



拜會阿寒湖日本交通公社旅館聯合會大西會長及愛努村村長，進行部落文化傳承與互助交流議程座談



阿寒湖愛努族部落街道



阿寒湖溫泉源頭巡禮

第四天(2017年10月17日)



阿寒湖觀賞球藻生態，見學生態主題觀光推動與行銷模式



池田葡萄酒廠觀光行銷



阿寒湖觀賞球藻生態見學留影



路釧濕原參訪見學留影

第五天(2017年10月18日)



赴平取町辦公廳拜會，平取町川上滿町長和佐藤先生親自接待歡迎



平取町川上滿町長親自為本會全體簡報市政推廣與農業品牌施政方針；本會由葉主秘代表向町長和與會町幹部，介紹臺灣原住民族特色，並演說臺灣政府保障原權，接軌國際等施政方針



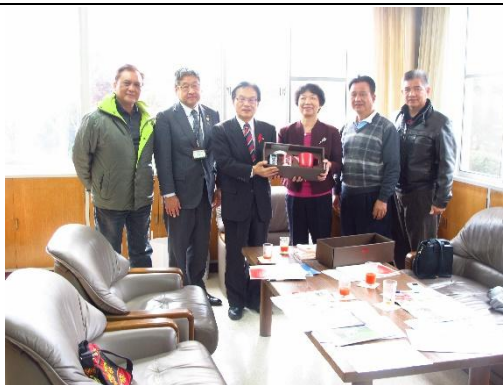
由平取町番茄農業植栽課課長專業簡報說明番茄植栽演繹和品牌行銷作法，並提供品牌番茄果汁(當地稱為蔬菜)讓與會同仁品嚐美味



平取町川上滿町長率幹部帶領全體參觀野菜集出荷施設(平取町農業協同合作社)，隨後共赴番茄溫室植栽現場，由町長實地解說植栽歷程與技術應用



平取町番茄溫室植栽現場與辦公廳內合影



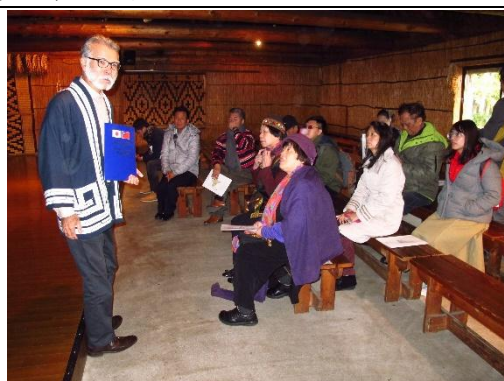
葉主秘代表本會致贈平取町川上滿町長紀念禮品；平取町町長贈送品牌番茄汁和平取町簡介給全體當紀念禮品



平取町川上滿町長午宴招待全體和交流



白老愛努民族博物館考察與交流，館長親自迎接



館長親自為全體演說愛努民族文化，並率團隊和全體進行座談式交流活動



座談會後全體合影



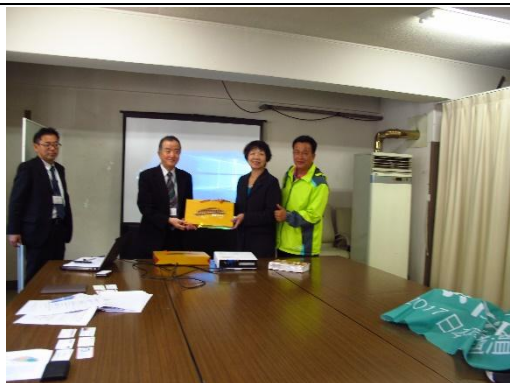
本會致贈白老愛努民族博物館年度開發之溫泉高值品牌禮盒

第六天(2017年10月19日)



拜會登別國際觀光協會，由登別國際觀光協會大野專務親自接待；本會由葉主秘代表向登別國際觀光協會會長和與會幹部，介紹臺灣原住民族溫泉特色，並演說臺灣政府保障原權，接軌國際等施政方針。

登別國際觀光協會大野專務為本會全體簡報登別溫泉特色與國際品牌行銷方針；本會由楊麗芳女士和林指宏博士聯合介紹臺灣原住民族特色與臺灣溫泉品牌實施成果。



本會致贈登別國際觀光協會年度開發之溫泉高值品牌禮盒

座談會後全體於登別國際觀光協會大樓合影

七、參考資料

- Higashikawa_Town_Hall. (2017). 寫真文化首都. Retrieved from <https://town.higashikawa.hokkaido.jp/intl/zh-tw/>
- Japan_Inc. (2017). 阿寒國家公園. Retrieved from <https://tw.japan-guide.com/destination/%E9%98%BF%E5%AF%92/>
- 一般社團法人登別國際觀光會展協會. (2017). 登別溫泉. Retrieved from http://www.noboribetsu-spa.jp/?page_id=1797&lang=tw
- 中文維基百科. (2017). 阿伊努族. 阿伊努族. Retrieved from <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%98%BF%E4%BC%8A%E5%8A%AA%E6%97%8F>
- 平取町. (2017). 平取町. Retrieved from <http://www.town.biratori.hokkaido.jp/>
- 原住民族委員會. (2016). 105 年度原住民族地區溫泉計畫推動委託專業技術服務. Retrieved from 臺灣:
- 原住民族委員會. (2017). 原住民族介紹. Retrieved from <https://www.apc.gov.tw/portal/index.html>
- 愛努民族博物館. (2017). 所謂愛努? Retrieved from <http://www.ainu-museum.or.jp/tw/study/>